



GUÍA DE USO Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑA TURISMO INTERNACIONAL



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

COLOMBIA
ES REALISMO MÁGICO

MANIFIESTO

El turismo de Colombia vive un momento especial, un momento de gran dinamismo y expectativa, un momento en el que necesitamos mostrar lo que tenemos y queremos contar lo que sucede: que ofrecemos un país diverso en el que se viven experiencias únicas, como sacadas de una novela de ficción, donde la realidad se engrandece con la imaginación y la magia.

Y es que hoy el país es el centro de todas las miradas, es una nueva Colombia. Más atractiva, más interesante, más encantadora.

En Colombia la magia brota en todas partes, en sus calles coloniales colmadas de historias de amores y piratas; en sus montañas nevadas que se alzan desde las orillas del Mar Caribe; en sus dos océanos prolíficos en especies migratorias; en su selva profunda sin caminos trazados, en las ciudades y pueblos donde lo maravilloso se vive como si fuera natural, porque Colombia es Realismo Mágico.

Así que, oíganlo bien, turistas del mundo: si lo que buscan son lugares de extraordinaria belleza, animados por la cordialidad de gente tan alegre como los colores del carnaval, si quieren conocer desiertos poblados de leyendas, sierras nevadas llenas de viejas mitologías, jardines inmemoriales de dioses de piedra, fábricas de agua, lagunas de oro, si lo que buscan es un destino fascinante, rico en experiencias mágicas, únicas, llenas de historias y de momentos inolvidables para llevar en el corazón.

VISITEN COLOMBIA

ESTE DOCUMENTO ES UNA HERRAMIENTA INDISPENSABLE PARA INSPIRAR Y ASEGURAR LA UNIDAD, LA CONSISTENCIA Y SOBRE TODO LA FLEXIBILIDAD EN TODAS LAS APLICACIONES DE LA CAMPAÑA.

ÍNDICE

3 MANIFIESTO

6 TITULAR DE CAMPAÑA

7 CONSTRUCCIÓN, ÁREA DE SEGURIDAD Y COLORES DEL TITULAR DE CAMPAÑA

Construcción y áreas de seguridad	8
Colores del titular en fondos sólidos	9
Usos incorrectos	10
Versiones en otros idiomas	11

12 TIPOGRAFÍA DE CAMPAÑA

Títulos y encabezados	13
Párrafos y textos generales	14

15 ESTRUCTURA AVISOS DE CAMPAÑA

Proporciones de los elementos en las piezas gráficas. Aviso vertical	16
Proporciones de los elementos en las piezas gráficas. Aviso horizontal	17

**TITULAR
DE CAMPAÑA**

COLOMBIA
ES REALISMO MÁGICO



TITULAR



**CONSTRUCCIÓN,
ÁREA DE SEGURIDAD
Y COLORES**

DEL TITULAR DE CAMPAÑA



CONSTRUCCIÓN Y ÁREAS DE SEGURIDAD

CONSTRUCCIÓN

La composición reticular representada permite evitar distorsiones incorrectas en la utilización del titular, manteniendo su proporcionalidad independientemente del tamaño de uso o medio de reproducción.



ÁREA DE SEGURIDAD

Para asegurar mayor impacto y limpieza visual generamos un espacio libre de elementos distractores alrededor del titular de campaña.



COLORES DEL TITULAR EN FONDOS SÓLIDOS

El titular de campaña “COLOMBIA ES REALISMO MÁGICO” se utilizará de dos formas en fondos sólidos. “Para las referencias de campaña el color del titular cambia según la referencia. Ver la aplicación correcta en las paginas 21 al 23”.

A) Sobre fondos oscuros se utilizará en color blanco



B) Sobre fondos claros se utilizará en color negro al 80%



USOS INCORRECTOS

En estos ejemplos de usos incorrectos se puede ver como se pierden las proporciones, diagramación y dirección originales del titular de campaña.

- 1) No alterar el tamaño del segundo renglón.
- 2) No agregar renglones.
- 3) No disminuir renglones.
- 4) No girar.
- 5) No distorsionar.
- 6) No cambiar la perspectiva del titular de campaña.

1)

COLOMBIA
ES REALISMO MÁGICO

4)

COLOMBIA
ES REALISMO MÁGICO

2)

COLOMBIA
ES REALISMO
MÁGICO

5)

COLOMBIA
ES REALISMO MÁGICO

3)

COLOMBIA ES REALISMO MÁGICO

6)

COLOMBIA
ES REALISMO MÁGICO

VERSIONES EN OTROS IDIOMAS

COLOMBIA
IS MAGICAL REALISM

INGLÉS

KOLOMBİYA
BÜYÜLÜ BİR GERÇEKLİTİR

TURCO

LA COLOMBIE
LÀ OÙ LA RÉALITÉ DEVIENT MAGIE

FRANCÉS

KOLUMBIA
TO REALIZM MAGICZNY

POLACO

KOLUMBIEN
IST WAHRE MAGIE

ALEMÁN

コロンビア
現実を魔法に変える国

JAPONÉS

COLOMBIA
È REALISMO MAGICO

ITALIANO

哥伦比亚
魔幻现实主义

MANDARÍN

COLÔMBIA
É REALISMO MÁGICO

PORTUGUÉS

كولومبيا... واقع خيالي

ÁRABE

КОЛУМБИЯ
МАГИЧЕСКИЙ РЕАЛИЗМ

RUSO

콜롬비아
마법같은 현실

COREANO

TIPOGRAFÍA

DE CAMPAÑA



MAVEN PRO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 !".-\$%&/()=¿?

MAVEN PRO BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 !".-\$%&/()=¿?

MAVEN PRO BOLD

TÍTULOS Y ENCABEZADOS

La tipografía MAVEN PRO tiene una apariencia limpia y clara, que proporciona una buena legibilidad. Su elegancia la hace muy apropiada para su uso en títulos y encabezados.

MAVEN PRO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !".\$%&/()=¿?

MAVEN PRO MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !".\$%&/()=¿?

MAVEN PRO REGULAR

PÁRRAFOS Y TEXTOS GENERALES

Las formas de la tipografía MAVEN PRO están diseñadas para que cada carácter individual sea reconocido fácilmente. Su simpleza y claridad le permiten funcionalidad y legibilidad en grandes bloques de texto.

ESTRUCTURA

AVISOS

DE CAMPAÑA



PROPORCIONES DE LOS ELEMENTOS EN LAS PIEZAS GRÁFICAS

La pieza deberá dividirse en cuartos, sin incluir el tamaño de la pata. Con esta proporción y con el manejo de los cuartos en diversos formatos se debe evaluar la unidad visual de los elementos en cualquier pieza de campaña.

VERSIÓN VERTICAL

- 1) El titular debe estar ubicado en el cuarto superior de la pieza junto con el pie de foto, cuidando la legibilidad del mismo.
- 2) En el último cuarto del aviso deben ubicarse el resto de los elementos de campaña, a saber: la pata de cierre que incluye el bloque de texto publicitario, más el bloque de texto de Gobierno y el logo de Marca País, en la esquina inferior derecha; y la URL y el hashtag, en la parte inferior izquierda.



1

2

PROPORCIONES DE LOS ELEMENTOS EN LAS PIEZAS GRÁFICAS

VERSIÓN HORIZONTAL

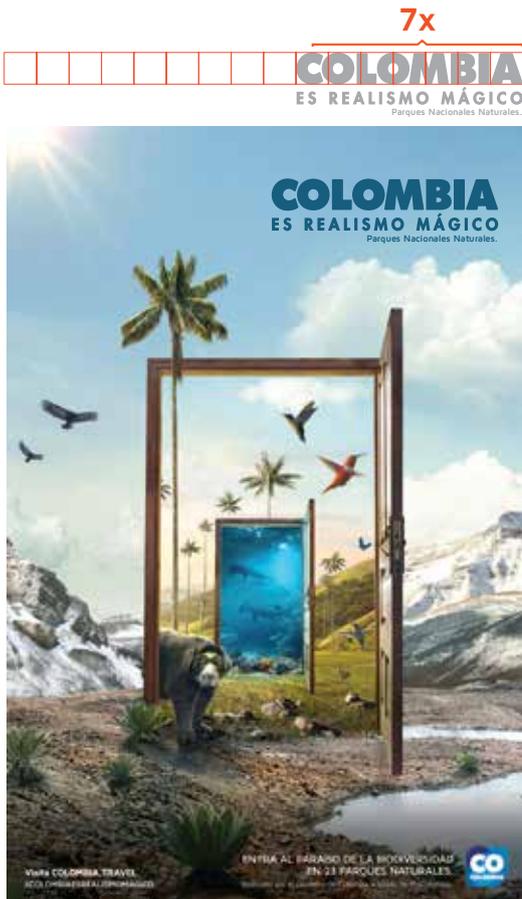
- 1) El titular debe estar ubicado en el cuarto superior de la pieza junto con el pie de foto, cuidando la legibilidad del mismo.
- 2) En el último cuarto del aviso deben ubicarse el resto de los elementos de campaña, a saber: la pata de cierre que incluye el bloque de texto publicitario, más el bloque de texto de Gobierno y el logo de Marca País, en la esquina inferior derecha; y la URL y el hashtag, en la parte inferior izquierda.



PROPORCIÓN DEL TITULAR DE CAMPAÑA PARA LAS PIEZAS GRÁFICAS

Con el fin de conservar la correcta lectura y asegurar la reproducción del titular de campaña, se estableció un porcentaje estándar del mismo según el formato de la pieza.

Piezas grandes (gigantografías, backings) Formato vertical. El ancho de la pieza será dividido en 16x donde el ancho del titular será de 7x



Pieza 120x180 cm

Tamaño estándar para piezas medianas (avisos, portadas de revista) Formato vertical. El ancho de la pieza será dividido en 16x donde el ancho del titular será de 7x



Pieza 22x28 cm

Tamaño estándar para piezas pequeñas (postales, manillas) Formato vertical. El ancho de la pieza será dividido en 16x donde el ancho del titular será de 10x



Pieza 8x14 cm

Nota: si la pieza tiene una medida fuera de los formatos contemplados, el titular debe creerse a proporción, sin llegar a ser más grande que la mitad del ancho de la pieza.

5x



Piezas grandes (gigantografías, backings)
Formato horizontal. El ancho de la pieza
será dividido en 16x donde el ancho del
titular será de 5x



Pieza 180x120 cm

5x



Tamaño estándar para piezas medianas
(avisos doble página) Formato horizontal.
El ancho de la pieza será dividido en 16x
donde el ancho del titular será de 5x



Pieza 44x28 cm

Nota: si la pieza tiene una medida fuera de los formatos contemplados, el titular debe crecerse a proporción, sin llegar a ser más grande que la mitad del ancho de la pieza.

PATA DE CIERRE AVISOS

SOLO PARA AVISOS PROPIOS DE CAMPAÑA

PATA

Formato estándar para todas las piezas gráficas de campaña.

BLOQUE DE TEXTO

Maven Pro BOLD
Mayúsculas

EL PLACER DE SUMERGIRSE EN LOS COLORES QUE DESDE
EL FONDO DEL MAR LLEGAN HASTA LA SUPERFICIE.

Realizado por el Gobierno de Colombia a través de ProColombia.

Visita **COLOMBIA.TRAVEL**
#COLOMBIAESREALISMOMÁGICO

URL y HashTag

TEXTO DE VALIDACIÓN DE CAMPAÑA

Maven Pro REGULAR
Mayúsculas y minúsculas

LOGO DE MARCA PAÍS

Se deben usar las versiones
de color del logo principal
de Marca País aprobadas por
ProColombia para cada aviso.



PATA INSTITUCIONAL

Aplica para las piezas de exteriores, otros formatos, piezas no propias de campaña y piezas con aliados.

BLOQUE DE TEXTO

Maven Pro BOLD
Mayúsculas

EL PLACER DE SUMERGIRSE EN LOS COLORES QUE DESDE
EL FONDO DEL MAR LLEGAN HASTA LA SUPERFICIE.

Visita **COLOMBIA.TRAVEL**
#COLOMBIAESREALISMOMÁGICO

URL y HashTag

 GOBIERNO DE COLOMBIA



PROCOLOMBIA
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ

Logos Institucionales



APLICACIONES DEL TITULAR DE CAMPAÑA EN GRÁFICAS

Río Claro, Antioquia



C: 0 R: 0
 M: 0 G: 0
 Y: 0 B: 0
 K: 0



Parques Nacionales Naturales



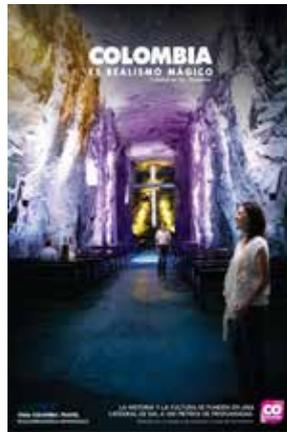
C: 93 R: 11
 M: 59 G: 91
 Y: 33 B: 124
 K: 13



Cartagena de Indias



C: 0 R: 0
 M: 0 G: 0
 Y: 0 B: 0
 K: 0



Catedral de Sal de Zipaquirá



C: 0 R: 0
 M: 0 G: 0
 Y: 0 B: 0
 K: 0



Ciudad Perdida, Sierra Nevada de Santa Marta



C: 56 R: 103
 M: 43 G: 104
 Y: 89 B: 55
 K: 27



Turismo de Reuniones - Cartagena



C: 91 R: 21
 M: 57 G: 102
 Y: 24 B: 145
 K: 5

APLICACIONES DEL TITULAR DE CAMPAÑA EN GRÁFICAS

Paisaje Cultural Cafetero



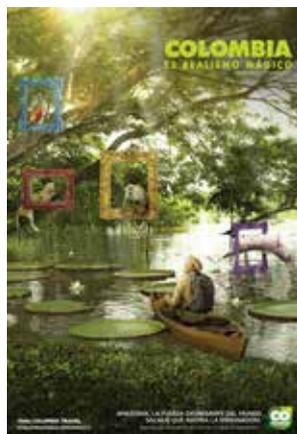
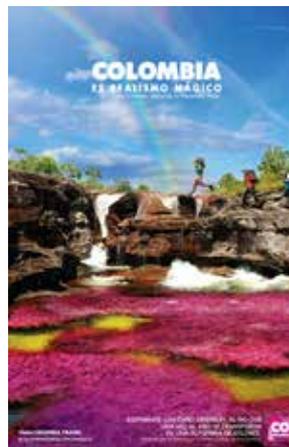
C: 0 R: 0
M: 0 G: 0
Y: 0 B: 0
K: 0



Caño Cristales, Meta



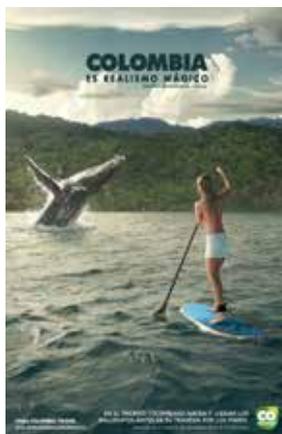
C: 0 R: 0
M: 0 G: 0
Y: 0 B: 0
K: 0



Amazonia colombiana



C: 30 R: 190
M: 1 G: 212
Y: 99 B: 49
K: 0



Pacífico colombiano, Nuquí



C: 84 R: 0
M: 58 G: 0
Y: 61 B: 0
K: 55



San Andrés, Providencia
y Santa Catalina



C: 92 R: 6
M: 57 G: 100
Y: 25 B: 143
K: 5



Aventura, Santander.



C: 73 R: 6
M: 32 G: 100
Y: 100 B: 143
K: 19

San Agustín

C: 70 R: 53
M: 40 G: 78
Y: 75 B: 54
K: 50t



San Andrés, Providencia
y Santa Catalina

C: 0 R: 0
M: 0 G: 0
Y: 0 B: 0
K: 0



Parque Nacional
Natural Tayrona

C: 73 R: 75
M: 32 G: 118
Y: 100 B: 55
K: 19t



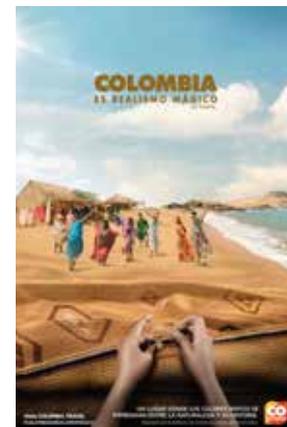
Cartagena de Indias

C: 29 R: 169
M: 50 G: 122
Y: 100 B: 43
K: 10



Museo del Oro, Bogotá

C: 1 R: 252
M: 21 G: 200
Y: 90 B: 50
K: 0



Guajira

C: 30 R: 147
M: 50 G: 106
Y: 100 B: 35
K: 25

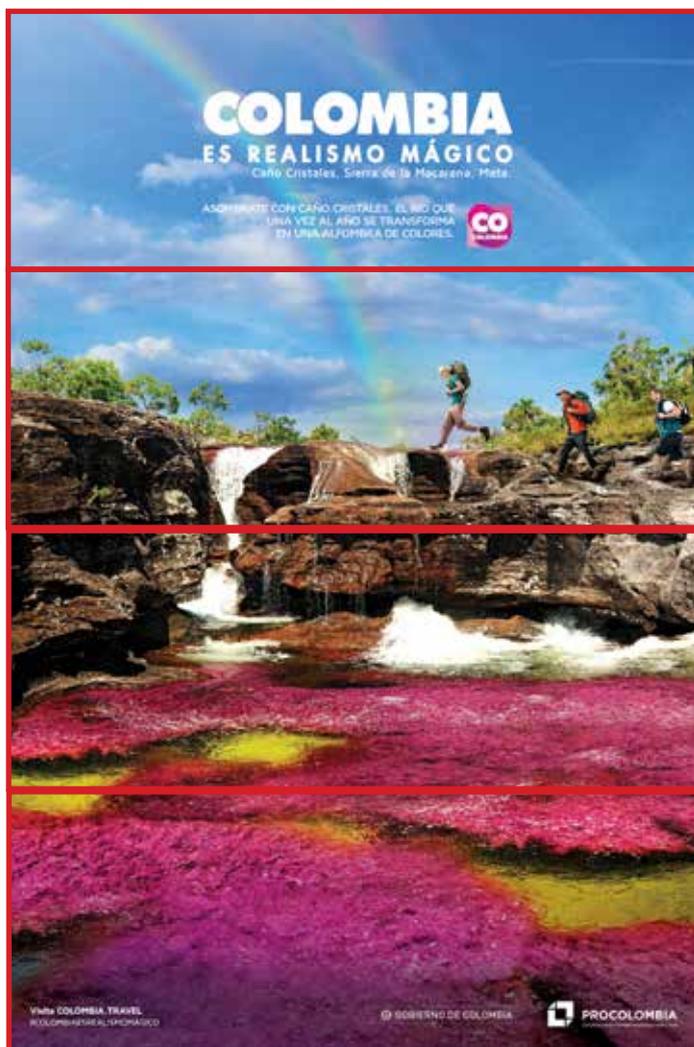
USO DE GRÁFICAS

EN GRAN FORMATO



APLICACIONES EN GRAN FORMATO

Las gráficas que se usen en gran formato, siempre deberán llevar el titular de la campaña, el bloque de texto y la pata institucional. La pieza deberá dividirse en cuartos. Con esta proporción y con el manejo de los cuartos en diversos formatos se debe evaluar la unidad visual de los elementos.



TITULAR Y BLOQUE DE TEXTO

La ubicación de los elementos deberán mantenerse siempre y cuando no se vea comprometida la lectura de los mismos.

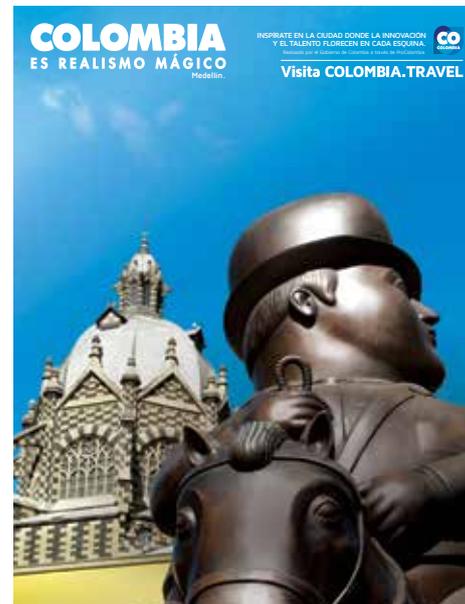
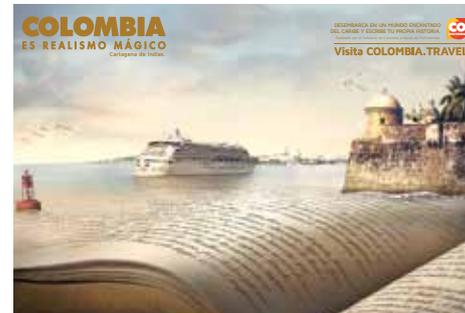
PATA INSTITUCIONAL

Nota: En este ejemplo, el bloque de texto fue ubicado en el cuarto superior para su correcta lectura.

APLICACIONES EN GRAN FORMATO

Si la pieza final esta ubicada en el piso, los elementos deberán estar en el cuarto superior de la gráfica con el fin de asegurar la visibilidad de la misma. Se debe respetar la division de la pieza en cuartos.

PATA INSTITUCIONAL



Nota: En este ejemplo, la pata institucional fue ubicada en la parte superior para su correcta lectura.

Nota: En este ejemplo, la pata institucional fue ubicada en la parte superior en una pieza que no tiene foto de campaña para su correcta lectura.

EJEMPLOS DE GRAN FORMATO





COBRANDING



CAMPAÑA

Las reglas para crear una integración natural en las piezas, logrando una apariencia uniforme con todas las marcas o entidades aliadas, que hacen parte de la comunicación.

Para piezas de cobranding siempre debe emplearse la pata institucional. Los logos de las marcas o entidades aliadas siempre deben ir al lado izquierdo de la URL y el hashtag.

PATA INSTITUCIONAL

Elementos base de la pata.

EL PLACER DE SUMERGIRSE EN LOS COLORES QUE DESDE
EL FONDO DEL MAR LLEGAN HASTA LA SUPERFICIE.



Visita **COLOMBIA.TRAVEL**
#COLOMBIAESREALISMOMÁGICO

 GOBIERNO DE COLOMBIA



PATA INSTITUCIONAL CON 1 LOGO

EL PLACER DE SUMERGIRSE EN LOS COLORES QUE DESDE
EL FONDO DEL MAR LLEGAN HASTA LA SUPERFICIE.



Visita **COLOMBIA.TRAVEL**
#COLOMBIAESREALISMOMÁGICO

 GOBIERNO DE COLOMBIA



PATA INSTITUCIONAL CON 2 O MÁS LOGOS

La ubicación de este elemento deberá evaluarse según la pieza.

EL PLACER DE SUMERGIRSE EN LOS COLORES QUE DESDE
EL FONDO DEL MAR LLEGAN HASTA LA SUPERFICIE.



Visita **COLOMBIA.TRAVEL**
#COLOMBIAESREALISMOMÁGICO

 GOBIERNO DE COLOMBIA



- ▶ Los elementos base de la pata no deben ocupar menos del 50% del ancho de la misma.
- ▶ El número de logos de las marcas o entidades aliadas que pueden ir en la pata de cada pieza gráfica depende de las medidas y formatos (horizontal o vertical) de cada una de las mismas.
- ▶ Se recomienda el uso de la pata de elementos planos, de color blanco o gris (80%). En aquellos casos que el formato del cobranding tenga fondo blanco, se puede usar la pata con logos de color.
- ▶ Se debe usar el hashtag #COLOMBIAESREALISMOMÁGICO y la URL en todas las piezas.

PATA INSTITUCIONAL CON GOBIERNO, MINISTERIO Y ENTIDADES ADSCRITAS PARA USO A NIVEL NACIONAL

EL PLACER DE SUMERGIRSE EN LOS COLORES QUE DESDE
EL FONDO DEL MAR LLEGAN HASTA LA SUPERFICIE.



Visita **COLOMBIA.TRAVEL**
#COLOMBIAESREALISMOMÁGICO



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



PATA INSTITUCIONAL CON, GOBIERNO, MINISTERIO Y ENTIDADES ADSCRITAS PARA USO A NIVEL INTERNACIONAL

EL PLACER DE SUMERGIRSE EN LOS COLORES QUE DESDE
EL FONDO DEL MAR LLEGAN HASTA LA SUPERFICIE.



Visita **COLOMBIA.TRAVEL**
#COLOMBIAESREALISMOMÁGICO



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

-
- ▶ Los elementos base de la pata no deben ocupar menos del 50% del ancho de la misma.
 - ▶ Se recomienda el uso de la pata de elementos planos, de color blanco o gris (80%). En aquellos casos que el formato del cobranding tenga fondo blanco, se puede usar la pata con logos de color.
 - ▶ Se debe usar el hashtag #COLOMBIAESREALISMOMÁGICO y la URL en todas las piezas.

EJEMPLOS DE COBRANDING EN AVISOS

La construcción de estas piezas debe realizarse empleando los cuartos para mantener las proporciones de los elementos.

¡APROVECHA! 10% DESCUENTO	BOGOTÁ FAST	BOGOTÁ Y MEDELLÍN
CARTAGENA FAST	DESDE* \$ 635 USD	DESDE* \$ 1,049 USD
DESDE* \$ 619 USD	4 Días / 3 Noches IMPS 295	7 Días / 6 Noches IMPS 315
4 Días / 3 Noches IMPS 350	BOGOTÁ Y CARTAGENA	LA GRAN COLOMBIA
<small>*PRECIOS TEMPORALES BAJA VALORES AL 30 DE SEPTIEMBRE SUSCEPTOS A CAMBIO</small>	DESDE* \$ 1,005 USD	DESDE* \$ 1,749 USD
	7 Días / 6 Noches IMPS 310	13 Días / 12 Noches IMPS 300

ESPACIO PARA CAMPAÑA

Se debe conservar un espacio apropiado, suficiente y exclusivo para la gráfica de la campaña. Siempre debe estar separada de la oferta de producto, y ningún elemento promocional que altere la gráfica original puede ser agregado por el aliado.

PATA INSTITUCIONAL

MENSAJE CENTRAL DEL ALIADO

PATA DEL ALIADO

Espacio reservado para logos, condiciones, restricciones y legales de los aliados.



EJEMPLOS DE COBRANDING EN AVISOS

Ejemplo de cobranding con una pieza que no tiene foto de campaña pero sí sus elementos. Es necesario contar siempre con la aprobación de ProColombia para estos usos.



ELEMENTOS DE CAMPAÑA

PATA INSTITUCIONAL

Compartida con logo del aliado.

EJEMPLOS DE COBRANDING EN AVISOS

LOGO ALIADOS PROCOLOMBIA

1 COLOMBIA
ES REALISMO MÁGICO

¿QUIERES SUPERVIVIR EN UN MAR PINTADO DE SIETE COLORES?

CO

3 Los paquetes incluyen: Pasaje aéreo de Avianca Buc/Rio/Asi/Bog/Buc, traslado, alojamiento con A1 inclusive moderado y seguro médico.

SAN ANDRÉS 9 DIAS Decameron Super Apartments USD 1925 +754 Res: 0301-041-216	Decameron Islas USD 1955 +723 Res: 0301-041-217	CARTAGENA + SAN ANDRÉS 11 DIAS + In. Decameron Cartagena + In. Decameron San Luis USD 2155 +845 Res: 0301-041-217
--	---	--

INCORRECTA

1) TITULAR DE CAMPAÑA

Siempre deberá estar ubicado sobre la gráfica de campaña, no debe separarse o ser ubicado en algún lugar diferente del formato del aliado.

2) BLOQUE DE TEXTO

Siempre deberá estar ubicado en la esquina inferior derecha de la gráfica junto al logo.

LOGO ALIADOS PROCOLOMBIA

1 COLOMBIA
ES REALISMO MÁGICO

¿QUIERES SUPERVIVIR EN UN MAR PINTADO DE SIETE COLORES?

CO

3 Los paquetes incluyen: Pasaje aéreo de Avianca Buc/Rio/Asi/Bog/Buc, traslado, alojamiento con A1 inclusive moderado y seguro médico.

SAN ANDRÉS 9 DIAS Decameron Super Apartments USD 1925 +754 Res: 0301-041-216	Decameron Islas USD 1955 +723 Res: 0301-041-217	CARTAGENA + SAN ANDRÉS 11 DIAS + In. Decameron Cartagena + In. Decameron San Luis USD 2155 +845 Res: 0301-041-217
--	---	--

CORRECTA

3) MENSAJE CENTRAL DEL ALIADO

Este espacio está destinado para toda la información que el aliado considere necesaria para su comunicación, es esencial que este nunca intervenga la gráfica de campaña.

4) PATA INSTITUCIONAL

Los logos, hashtag, redes sociales y bloque de texto siempre deben ir sobre la gráfica de campaña.

EJEMPLOS DE COBRANDING EN AVISOS



INCORRECTA

1) GRÁFICA DE CAMPAÑA

Para todas las gráficas de campaña existen versiones horizontales y verticales, es esencial que se use la que mejor se adapte al formato del aliado. En este caso la horizontal permite una mejor ubicación del titular de campaña y la pata institucional.

2) BLOQUE DE TEXTO

Siempre deberá estar ubicado en la esquina inferior derecha de la gráfica junto al logo.



CORRECTA

3) MENSAJE CENTRAL DEL ALIADO

Este espacio está destinado para toda la información que el aliado considere necesaria para su comunicación, es esencial que este nunca intervenga la gráfica de campaña.

4) PATA INSTITUCIONAL

Los logos, hashtag, redes sociales y bloque de texto siempre deben ir sobre la gráfica de campaña.



PIEZAS DIGITALES DE CAMPAÑA



Las proporciones y reglas de marca de una pieza digital varían según la dimensión de la plataforma y el objetivo de la misma.

MAILINGS EN FORMATO ALIADOS

Cuando se trabajen mailings en cobranding, se debe tener un área visual única para la campaña, que contenga: gráfica de campaña y pata institucional.

Los elementos de la campaña no deberán estar por fuera del área visual única, con el fin de evitar confusión o mezcla de mensajes entre las compañías aliadas.

COLOMBIA ES REALISMO MÁGICO
Cartagena de Indias.

DESEMBARCA EN UN MUNDO ENCANTADO DEL CARIBE Y ESCRIBE TU PROPIA HISTORIA.

Visita COLOMBIA TRAVEL. COLOMBIA ES REALISMO MÁGICO.

GOBIERNO DE COLOMBIA PROCOLOMBIA

CARTAGENA EXPRESS 5 Días / 4 Noches Cartagena Salidas: Diarias	Desde \$400 USD + Tarifa Aérea	SOL COLOMBIANO 9 Días / 8 Noches Bogotá - Cartagena - San Andrés Salidas: Diarias	Desde \$1150 USD + Tarifa Aérea
FIESTA COLOMBIANA 8 Días / 7 Noches Bogotá - Cartagena - Santa Marta Salidas: Diarias	Desde \$1110 USD + Tarifa Aérea	CORAZÓN COLOMBIANO 8 Días / 7 Noches Bogotá - Cartagena - Medellín Salidas: Diarias	Desde \$1250 USD + Tarifa Aérea

Condiciones: Precio por persona en habitación doble, categoría según programa. Incluye: alojamiento, traslados, visitas y/o alimentos de acuerdo al itinerario. No incluye: propinas y gastos personales. Consulte tarifas para Semana Santa, Navidad y Fin de Año. Precios sujetos a disponibilidad. Consulte itinerarios y más programas en:

Para mayor información comunícate
Lada. 01 800 422 1200

COLOMBIA ES REALISMO MÁGICO

EL PLACER DE SUMERGIRSE EN LOS COLORES QUE DESDE EL FONDO DEL MAR LLEGAN HASTA LA SUPERFICIE.

Visita COLOMBIA TRAVEL. COLOMBIA ES REALISMO MÁGICO.

GOBIERNO DE COLOMBIA PROCOLOMBIA

COLOMBIA EXPRESS

Visitando:
Bogotá - Cartagena

Duración: **7 Días / 6 Noches**
Salidas: **Diarias**

DESDE
610 USD
MÁS tarifa aérea

MÁS INFO

OTROS DESTINOS
EUROPA / USA y CANADÁ / MEDIO Y LEJANO ORIENTE / MÉXICO

¡ATENCIÓN EXCLUSIVA PARA AGENCIAS DE VIAJES!

D.F. Y ÁREA METROPOLITANA **62 76 22 43**

INTERIOR DE LA REPÚBLICA **01800 422 1200**

GUADALAJARA
(33) 5980 22 26 / 27 /28

PRECIOS SUJETOS A DISPONIBILIDAD

Condiciones: Precio por persona en habitación doble, categoría turista. Incluye: Alojamiento, traslados, visitas y/o alimentos indicados de acuerdo a itinerario. No incluye: Tarifa aérea, propinas y gastos personales.



Realizado por el Gobierno de Colombia a través de ProColombia. 7



Realizado por el Gobierno de Colombia a través de ProColombia. 7

BANNERS COBRANDING

En los banners se agregará el logo de los aliados en la instancia final donde aparece el logo de Marca País. Dependiendo del tipo de banner, se requerirá la aprobación de ProColombia.

1) TITULAR DE CAMPAÑA

2) IMAGEN DE FONDO

3) BLOQUE DE TEXTO

4) LOGO DE MARCA PAÍS

5) BOTÓN FUNCIONAL

6) LOGO DEL ALIADO

7) PATA DE CIERRE

OTROS FORMATOS BANNERS COBRANDING



BANNERS ANIMADOS

Es la pieza más reconocida y característica de la publicidad digital. Funciona como un mensaje de comunicación con un call to action que hipervincula hacia otro lugar. Nuestros Banners interactivos de Cobranding, deben iniciar con nuestro mensaje de marca: Colombia Realismo Mágico.

Durante la animación siempre deben estar los logos igualados en tamaño, en la parte superior en un 25% de la pieza. El CO debe siempre estar a la izquierda arriba del banner.

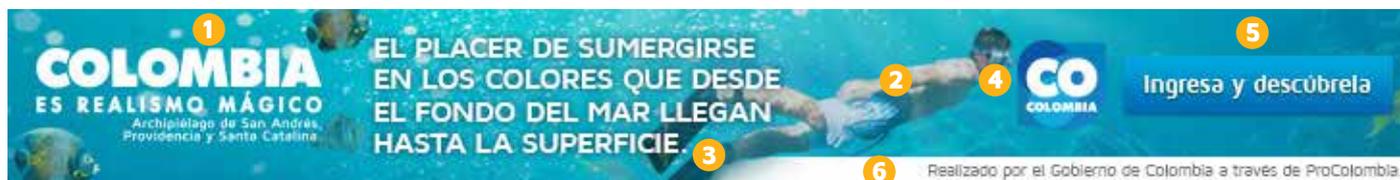
OTROS FORMATOS BANNERS



formato 728x90px



formato 728x90px



formato 728x90px

1) TITULAR DE CAMPAÑA

2) IMAGEN DE FONDO

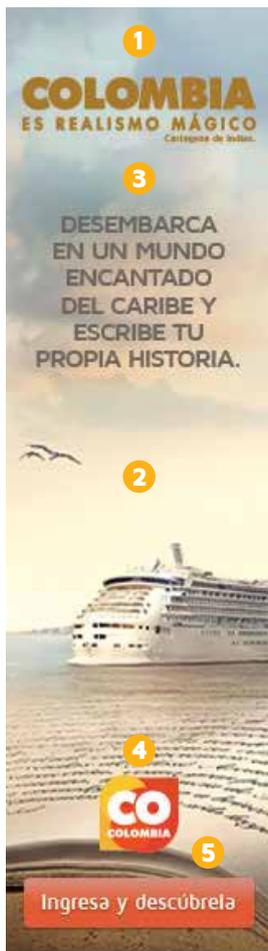
3) BLOQUE DE TEXTO

4) LOGO DE MARCA PAÍS

5) BOTÓN FUNCIONAL

6) PATA DE CIERRE

OTROS FORMATOS BANNERS



Realizado por el Gobierno de Colombia
a través de ProColombia.

6)

formato 160x600px



Realizado por el Gobierno de Colombia
a través de ProColombia.

6)

formato 160x600px

1) TITULAR DE CAMPAÑA

2) IMAGEN DE FONDO

3) BLOQUE DE TEXTO

4) LOGO DE MARCA PAÍS

5) BOTÓN FUNCIONAL

6) PATA DE CIERRE



GOBIERNO DE COLOMBIA



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Visita COLOMBIA.TRAVEL

#COLOMBIAESREALISMOMÁGICO

