

GUÍA DE USO DE LA MARCA MÉXICO



MARCA MÉXICO

El turismo ha de mostrado ser un elemento esencial para el desarrollo de las naciones por lo que se ha generado en cada país la necesidad de trabajar intensamente en la proyección de sus bondades hacia el extranjero.

El Consejo de Promoción Turística de México continúa reforzando su posición ante el mundo con una imagen gráfica de gran proyección y posicionamiento.

La marca México/País se desarrolló con una identidad que comunica la actualidad de nuestro país, evocando de forma sencilla nuestra fortaleza.

Con el fin de estandarizar y reglamentar el tratamiento visual y la aplicación gráfica de la marca, y tomando en cuenta los alcances de la misma, se realiza esta Guía de Uso de la Marca, cuyo objetivo es servir de instrumento y de orientación para todas aquellas organizaciones que participen de los esfuerzos de comunicación del Consejo de Promoción Turística de México.

A través de esta guía manual se busca transmitir la inspiración para expresar nuestro presente con una imagen sólida y memorable ante el mundo.



MARCA MÉXICO

POSICIONAMIENTO

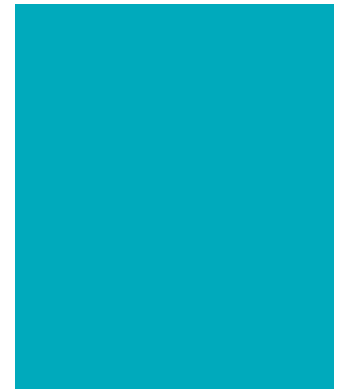
El Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) utiliza la imagen de marca México para proyectar una imagen distintiva, apropiada y relevante como destino turístico al mercado nacional e internacional y representar la oferta turística del país de forma consistente y unificada.

De esta forma México se posiciona en el mundo como un país auténtico y diverso, con una cultura milenaria y una sociedad original; rica en historia, tradiciones y naturaleza, con una gran gama de colores y sabores que reflejan el encuentro entre la tradición ancestral y la modernidad del país.

México también es:

- Un lugar de mezcla, de fusión, de diálogo y de adaptación
- Una tierra de oportunidades y certidumbre
- Un sitio de productos originales y soluciones innovadoras

La mezcla de estos atributos brinda una imagen potente y favorable para continuar obteniendo beneficios en los intercambios de la globalización.



MARCA MÉXICO

CÓMO USAR ESTA GUÍA

Es indispensable leer detenidamente las páginas de esta Guía de uso de Marca para familiarizarse con su contenido de forma que se apliquen correctamente las normas establecidas en ella. Este documento contiene aplicaciones específicas y reglas necesarias para evitar cualquier error que altere el diseño original o disminuya los alcances de comunicación de esta Marca/País.

Es importante señalar que los elementos gráficos y metodológicos de la presente guía no pueden ser reproducidos con fines distintos a los del Consejo de Promoción Turística de México.

Para cualquier duda sobre la aplicación correcta de la Marca México, deberá hacerse una consulta al responsable de la Gerencia de Marcas del Consejo de Promoción Turística de México a la siguiente dirección de e-mail:

gerenciademarcas@visitmexico.com

Nota: Los colores impresos en esta guía no deberán ser tomados como base para reproducción, por lo que se deberá consultar la guía oficial Pantone Matching System o las equivalencias de Selección de Color (CMYK) que se encuentran indicadas en este documento.



MARCA MÉXICO

LINEAMIENTOS DE USO DE LA MARCA

Para esta guía se han desarrollado lineamientos que determinan la distribución de los elementos gráficos con el propósito de establecer, con claridad y precisión, las bases principales para el tratamiento de la imagen de nuestra marca, con ello se estará dotando de orden, claridad y estructura, contribuyendo al posicionamiento dentro de los diversos mercados.

Para que la identidad gráfica de las campañas del CPTM tenga éxito es necesario que su aplicación sea correcta, constate y sobre todo, respetada.



UN MUNDO EN SÍ MISMO



visitmexico.com



NUEVO SLOGAN DE CAMPAÑA



MARCA MÉXICO

LA MARCA MÉXICO

La Marca México se compone de un arreglo tipográfico de la palabra México en una combinación de altas y bajas con acento (elemento gráfico propio de nuestra lengua) que contiene una serie de elementos distintivos de nuestra evolución, que con el tiempo se han consolidado como identificadores inconfundibles de nuestra patria.

México es también color y de ahí la gama de valores cromáticos de temperaturas encontradas (cálidos, estridentes y vivos) que proyectan la riqueza visual de nuestro país.



Rojo, color patrio, símbolo de pasión y sangre.
Civilización milenaria, con raíces fuertes y orgullo por su origen.



Magenta (llamado rosa mexicano), pigmento generado por nuestros ancestros y símbolo del carisma mexicano.
Nación que nace del encuentro entre dos mundos.
Virreinato en que se forma su carácter distintivo.



Amarillo, color de luz, energía, riqueza, calidez y brillo.
Símbolo de encuentro, fusión, cruce de caminos, mestizaje en donde con vive la dualidad del día y la noche.



Morado, color popular de misterio y magia.
Verticalidad, aspiraciones modernas, trazos plásticos y arquitectónicos que sofistican nuestras raíces y ven hacia delante.



Verde, color de abundancia y vida.
Vitalidad recursos naturales, mega biodiversidad.



Turquesa, color propio de nuestras costas.
Mares y cielos, belleza natural, pensamientos fluidos y elevados sueños por conquistar.



MARCA MÉXICO

ÁREAS DE PROTECCIÓN Y TAMAÑO MÍNIMO

Debido a la gran cantidad de participantes en los esfuerzos de comunicación de la Marca México como las diferentes entidades federativas, patrocinadores y/o socios comerciales, se le ha asignado el área de protección, que deberá ser respetada en su aplicación cuando comparta espacio con ellos.

Ya que la estructura visual de la Marca México tiene una construcción que parte de su propia composición tipográfica, se ha tomado como unidad de medida de protección la letra "x", la cual establece las medidas de alto y ancho que componen el espacio mínimo que deberá proteger la Marca México de sus acompañantes en cualquier pieza de comunicación tanto impresa como digital o de medios.

De igual manera, se sugiere tomar la medida que existe desde la base de la letra X (de la Marca) hasta su primer vértice interno como medida de altura de las mayúsculas para los textos que formen parte de la Razón Social o textos comerciales, como slogans.

Uno de los factores importantes en el desarrollo de la Marca México es el de reducción. Aunque es recomendable no utilizar la Marca en su tamaño mínimo, sí se propone una reducción crítica (cuya altura es de 5 mm.) para aquellos casos en que sea absolutamente necesario.



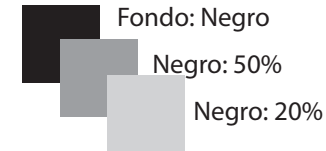
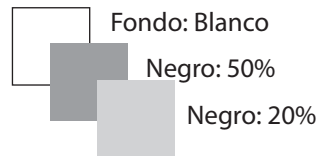
REDUCCIÓN CRÍTICA



MARCA MÉXICO

MARCA EN BLANCO Y NEGRO

El contexto de la Marca México también contempla aplicaciones en blanco y negro, para su inserción en medios como el periódico (prensa). Tomando en cuenta esto, se ha desarrollado una versión de la Marca para aplicarse en escala de grises (contemplando la ganancia de punto de este sistema de impresión) para aplicarse tanto en fondo blanco como sobre fondo negro.



MARCA MÉXICO

MARCA SIMPLIFICADA. 2 TINTAS

Se han contemplado también las limitantes de impresión a las que se podría enfrentar la Marca México, así como los distintos presupuestos que dictan las condiciones de reproducción de algunas piezas de comunicación.

La Marca México cuenta con algunas variantes de simplificación en términos de número de tintas y los sistemas de impresión comúnmente conocidos.

Una de estas variantes es la que depende de dos tintas únicamente, para la cual se propone emplear una de las 6 tintas directas de la marca al 100% y un porcentaje de negro que sobre imprima para generar las texturas como se muestra en estos ejemplos.

Es necesario observar que cuando la marca se imprima en rojo 1795, en morado 248 o en verde turquesa 7467, el porcentaje de negro deberá ser del 25%, mientras que en los otros colores deberá ser del 20%, excepto en el amarillo 130 que será 15%.

Nota: Los colores impresos en esta guía no deberán ser tomados como base para reproducción, por lo que se deberá consultar la guía oficial Pantone Matching System o las equivalencias de Selección de Color (CMYK) que se encuentran indicadas en esta página.



MARCA MÉXICO

Otra de estas variantes es la que depende de una tinta únicamente.

En este caso se propone generar las texturas con el empleo de un porcentaje del 65% de tinta, de forma que la marca conserve la viveza del color sin perder la comunicación de los elementos gráficos.

Nota: Los colores impresos en esta guía no deberán ser tomados como base para reproducción, por lo que se deberá consultar la guía oficial Pantone Matching System o las equivalencias de Selección de Color (CMYK) que se encuentran indicadas en esta página.



MARCA MÉXICO

MARCA SIMPLIFICADA. 1 TINTA SÓLIDA

Una más de las posibles aplicaciones es la que se refiere a aquellos casos en los que no se pueda emplear color.

Esta variante cubre los requerimientos para aplicaciones especiales como grabados ciegos (sin tinta), ya sea sobre piel o superficies de papel.

Existe también la posibilidad de generar altos y bajos relieves si así se desea o bien emplear esta variante para su impresión en Hot Stamping.



MARCA MÉXICO

PALETA DE COLORES

Tomando en cuenta la variedad de procesos y sistemas, tanto de impresión como de comunicación digital, se ha seleccionado una paleta de color que distinga a nuestro país y que sea consistente en luminosidad dependiendo el medio en que se aplique.

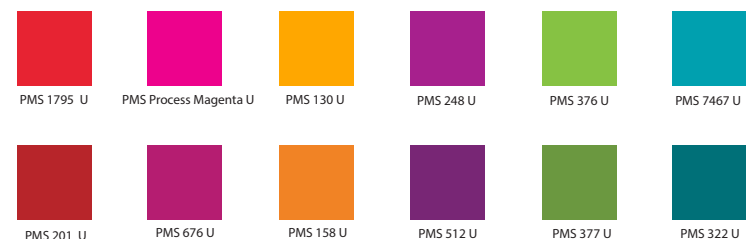
De ahí que la marca México se deberá aplicar con las siguientes propiedades de color para impresión (tintas directas o selección de color cmyk).

Nota: Los colores impresos en esta guía no deberán ser tomados como base para reproducción, por lo que se deberá consultar la guía oficial Pantone Matching System las equivalencias de Selección de Color (CMYK) que se encuentran indicadas en esta página.

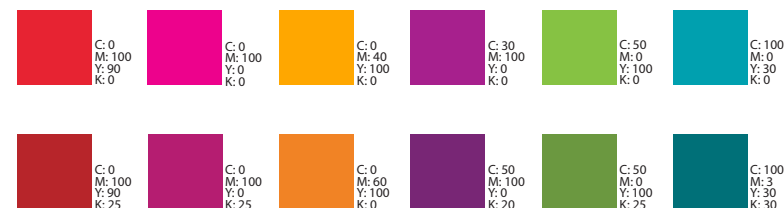
Pantone Solid coated



Pantone Solid uncoated



Process CMYK



MARCA MÉXICO

TIPOGRAFÍA

Una parte importante en los esfuerzos de comunicación es la personalidad que se proyecte en todos los textos y comunicados que tengan que ver con la Marca México, para ello se ha seleccionado una familia tipográfica desarrollada por Adobe Systems: "Myriad Pro" (formato OpenType), la cual deberá ser empleada para componer textos de cualquier tipo, ya sean títulos, subtítulos, llamadas o cuerpo de texto para comunicados extensos.

Myriad cuenta con una personalidad cálida y una excelente lectura debido al tratamiento de las letras, así como a sus proporciones.

La estructura abierta de Myriad permite componer ajustes precisos de textos así como una lectura cómoda y variada, lo cual favorece a la Marca México, dándole una identidad fresca y actual.

Myriad Pro Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Myriad Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789



MARCA MÉXICO

MARCA CON RAZÓN SOCIAL

La Razón Social de la Marca México es: “Consejo de Promoción Turística de México”. Pensando en las diferentes traducciones para otros países en donde el Consejo de Promoción Turística tenga actividades, se han creado las variantes de la Marca con su Razón Social en varios idiomas.

Es importante señalar que el interletraje de las palabras que forman la Razón Social deberá ajustarse al largo de la marca México, exceptuando su aplicación en los idiomas: inglés, alemán y japonés (esto debido a que la extensión es muy corta).

ESPAÑOL



INGLÉS



PORTUGUÉS



ALEMÁN



FRANCÉS



ITALIANO



JAPONÉS



HOLANDÉS



MARCA MÉXICO

MARCA CON LEMA

El Consejo de Promoción Turística cuenta con campañas de publicidad que refuerzan la imagen de México como destino turístico a nivel mundial y se ha desarrollado la solución gráfica para este propósito.

Para efectos de mayor impacto en el lema de campaña o slogan, a diferencia de la razón social (CPTM), se propone aumentar el tamaño del puntaje de este texto en base al trazo de la letra para aumentar visibilidad y lectura en anuncios de publicidad.

El tamaño de texto asignado corresponde a la altura de las letras l,b,h cualquier letra de caja baja (minúsculas) desde su base de fuste hasta el límite del ascendente alineado a la base del trazo superior de la greca que se encuentra en la letra M y se usará siempre al mismo puntaje con la posibilidad de traducir los lemas al idioma que se requiera.

The logo for 'México' is displayed in its signature multi-colored font. Below it, the slogan 'UN MUNDO EN SÍ MISMO' is written in a bold, black, sans-serif font.

UN MUNDO EN SÍ MISMO

The logo for 'México' is displayed in its signature multi-colored font. Below it, the slogan 'NUEVO SLOGAN DE CAMPAÑA' is written in a bold, black, sans-serif font.

NUEVO SLOGAN DE CAMPAÑA

The logo for 'México' is displayed in its signature multi-colored font. Below it, the slogan 'UN MUNDO EN SÍ MISMO' is written in a bold, black, sans-serif font. A horizontal line is drawn through the text, and a small blue 'L' is positioned at the base of the first letter 'M' of the word 'México'.

MARCA MÉXICO

MARCA SOBRE FONDOS DE COLORES

- El logotipo de México debe ir siempre sobre un fondo que permita su lectura completa, de preferencia un fondo blanco o negro y no debe alterarse por ninguna razón (delinear, recortar, sombrear, voltear, cambiar su tipografía, etc).
- En caso de que la marca México se aplique sobre fondos de color se deberá tener en cuenta que su lectura se permita en todo momento, por lo que los fondos no deberán ser de la misma paleta de color que los utilizados para la marca.
- En estos casos se deberá tomar en cuenta, la Guía de Uso de la Marca México.

Uso con Destinos
y fondo de color



MARCA MÉXICO

USOS INCORRECTOS

Es importante ajustarse a los lineamientos de esta guía de uso de Marca, de modo que la proyección de la imagen de nuestro país sea consistente y adecuada.

Cualquier alteración en posición, tamaño, empleo de colores en la Marca México resultaría en una comunicación desfavorable hacia el público objetivo.

Con el fin de evitar malas interpretaciones y ejecuciones defectuosas, se han seleccionado algunos ejemplos de usos incorrectos de la Marca México como se muestran a continuación.



UN MUNDO EN SÍ MISMO

No cambiar paleta de color



UN MUNDO EN SÍ MISMO

No deformar la Marca



UN MUNDO EN SÍ MISMO

No cambiar tipografía



UN MUNDO EN SÍ MISMO

No generar degradados



UN MUNDO EN SÍ MISMO

No modificar el espacio entre letras



UN MUNDO EN SÍ MISMO

No inclinar la Marca



UN MUNDO EN SÍ MISMO

No agregar sombras



UN MUNDO EN SÍ MISMO

No emplear la marca sin texturas



UN MUNDO EN SÍ MISMO

No agregar contronos a la Marca



UN MUNDO EN SÍ MISMO

No colocar la marca sobre fondos similares



MARCA MÉXICO

Lay out para comunicación de cooperativos

- Cuando la marca México sea solo una firma, dentro de las promociones que desarrollen los socios comerciales será indispensable mantener la marca (logo) en un lugar visible y con el mismo peso que el resto de las marcas participantes, de preferencia en la esquina inferior derecha. En este caso, la marca irá sin la página web.
- Cuando la marca México sea solo una firma, dentro de las promociones que desarrollen los Destinos será indispensable mantener la marca (logo) en un lugar visible y con el mismo peso que el resto de las marcas participantes, de preferencia en la esquina inferior derecha. En este caso se deberá incluir el logo con la página web.



MARCA MÉXICO

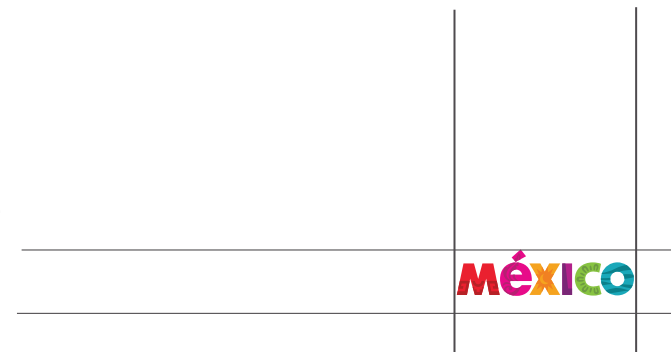
Lay out para comunicación de cooperativos

En televisión, todas las ejecuciones del CPTM deberán incluir:

- La marca México al cierre del spot o anuncio a pantalla completa.
- Contar con una lectura en pantalla de al menos 3 segundos.
- La marca México siempre vendrá acompañada del lema de campaña ó la URL.
- Contar con una lectura en pantalla de al menos 3 segundos. La marca México siempre vendrá acompañada del lema de campaña ó la URL.
- En las ejecuciones institucionales del 100% de pantalla horizontal, se reducirá un 65.91% (sobre negro o blanco). En las ejecuciones de campaña del 100% horizontal, se reducirá un 32.61%(sobre imagen viva).

En Radio:

- Todas las ejecuciones del CPTM deberán cerrar con el locutor mencionando la marca México acompañada de la URL o lema de campaña.



MARCA MÉXICO

APLICACIONES WEB

- Cuando la marca México sea solo una firma, dentro de las promociones que desarrollen los socios comerciales será indispensable mantener la marca (logo) en un lugar visible y con el mismo peso que el resto de las marcas participantes, de preferencia en la esquina inferior derecha. En este caso, la marca irá sin la página web.
- Cuando la marca México sea solo una firma, dentro de las promociones que desarrollen los Destinos será indispensable mantener la marca (logo) en un lugar visible y con el mismo peso que el resto de las marcas participantes, de preferencia en la esquina inferior derecha. En este caso se deberá incluir el logo con la página web.
- Video web: La marca México al cierre del spot o anuncio a pantalla completa.
- Contar con una lectura en pantalla de al menos 3 segundos. La marca "México" siempre vendrá acompañada del lema de campaña o la URL.



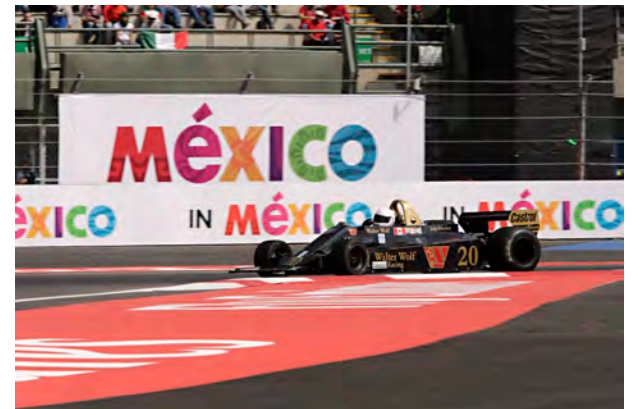
MARCA MÉXICO

PRESENCIA DE MARCA EN EVENTOS

EVENTOS

Presencia integral de la marca México en eventos de alto impacto
Objetivos:

1. Fortalecer la imagen de México como destino turístico promoviendo la calidad, diversidad y autenticidad de sus atractivos.
2. Contribuir a incrementar la derrama económica por turismo internacional mediante presencia integral de la marca México en eventos de alto impacto.
3. Contar con presencia en eventos mediativos en los momentos clave y de la forma correcta se podrá traducir en un mayor conocimiento de la Marca México, en un incremento en la intención de viaje y en un crecimiento en el flujo de turistas.



MARCA MÉXICO

Lay out para comunicación de cooperativos

"MÉXICO, A WORLD OF ITS OWN", " o "SLOGAN DE CAMPAÑA".

- Cuando la marca "MÉXICO, A WORLD OF ITS OWN" sea solo una firma, dentro de las promociones que desarrollen los socios comerciales, será indispensable mantener la marca (logo) en un lugar visible y con el mismo peso que el resto de las marcas participantes, de preferencia en la esquina inferior derecha. En este caso se eliminará la página WEB.
- Cuando la marca "MÉXICO, A WORLD OF ITS OWN" sea solo una firma, dentro de las promociones que desarrollen los destinos, será indispensable mantener la marca (logo) en un lugar visible y con el mismo peso que el resto de las marcas participantes, de preferencia en la esquina inferior derecha. En este caso se mantiene la página WEB.
- El logotipo de "MÉXICO, A WORLD OF ITS OWN" debe ir siempre sobre un fondo que permita su lectura completa, de preferencia un fondo blanco o negro y no debe alterarse por ninguna razón (delinear, recortar, sombreado, voltear, etc.)
- Se utilizará el logo con slogan en inglés ó cualquier otro idioma según aplique.
- Este lineamiento es solo como referencia, en todo caso deberán remitirse al manual de uso de la campaña correspondiente y vigente.

Uso con socios comerciales



Uso con Destinos

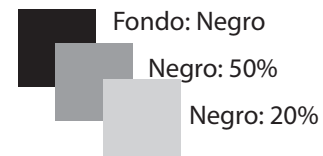
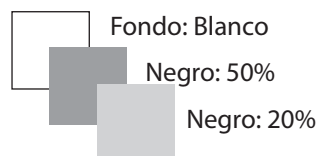


MARCA MÉXICO

Lay out para comunicación de cooperativos

**PRESENCIA DE LA MARCA "MÉXICO,
A WORLD OF ITS OWN".**

- Cuando se necesita usar el logo en Blanco y Negro, se deberá usar la siguiente aplicación dónde se respeten las grecas de la marca México (con o sin página web dependiendo su uso con socios comerciales o destinos).



MARCA MÉXICO

Lay out para comunicación de cooperativos

PRESENCIA DE LA MARCA "MÉXICO" EN TELEVISIÓN

En televisión, todas las ejecuciones del CPTM deberán incluir:

- La marca México al cierre del spot o anuncio a pantalla completa.
- Contar con una lectura en pantalla de al menos 3 segundos.
- En las ejecuciones del 100% de pantalla horizontal, se reducirá un 65.91% (sobre negro o blanco).

En radio, al igual que en TV, se debe cerrar la comunicación con "A WORLD OF ITS OWN" su equivalente en el idioma correspondiente, y la página web.

Uso con socios comerciales



Uso con Destinos

