



MANUAL DE IDENTIDAD **VISUAL** INSTITUCIONAL

INFOTEP

INSTITUCIÓN DE
EDUCACIÓN
SUPERIOR



www.infotephvg.edu.co

INTRODUCCIÓN



Una organización proyecta su imagen, tanto hacia el exterior como hacia las personas que la integran, en el modo como se comunica. El estilo, la coherencia formal, la constancia en las comunicaciones de una compañía definen, en último término, su personalidad, la identidad corporativa que hace identificable a una empresa entre el universo de empresas y servicios del mercado.

La finalidad de este manual es la de describir, de manera clara y unívoca, la identidad corporativa de INFOTEP, y la de explicar cómo debe desarrollarse esa identidad en las diferentes aplicaciones comunicativas necesarias para la institución.

Este manual pretende, por lo tanto, normalizar y homogeneizar los parámetros gráficos que deberán emplearse, de modo uniforme, por todas aquellas personas encargadas de desenvolver y representar la imagen de INFOTEP. A modo de normativa de aplicación de la identidad debe ser leído con detenimiento y comprendido antes de proceder a la puesta en práctica de los componentes de esa identidad.

Debidamente aplicado, este manual asegura la consecución de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable para nuestra institución, a la vez que optimiza la eficacia de sus comunicaciones.



www.infotephvg.edu.co

INDICE



1. Estrategia de marca

- 1.1 Posicionamiento
- 1.2 Valores de marca
- 1.3 Personalidad de marca
- 1.4 Idea de marca

2. Identificadores Básicos

- 2.1 Construcción de Isotipo
- 2.2 Logotipo
- 2.3 Versiones
- 2.4 Reticula Base
- 2.5 Reducciones
- 2.6 Áreas de Aislamiento
- 2.7 Cromatismos de la Marca
- 2.8 Usos incorrectos

2.2 Tipografía

- 2.2.1 Tipografía Corporativa
- 2.2.2 Config
- 2.2.3 Config Rounded
- 2.2.4 Jerarquía de usos tipográficos

2.3 Color

- 2.3.1 Introducción a nuestros colores
- 2.3.2 Principios cromáticos
- 2.3.3 Colores principales y proporciones de uso
- 2.3.4 Colores secundarios y alternos

3. Papelería Básica

- 3.1 Tarjeta de Presentación
- 3.2 Hoja Membrete
- 3.3 Sobre especial

4. Aplicaciones Básicas de Marca

- 4. Aplicaciones

1 UNIDAD



Estrategia de marca

**Reta tus
limites** | alcanza
tus metas

NUESTRO
insight

**SU
PE
RA
CIÓN**

***Vencimiento de
un obstáculo
o dificultad***

***Enfrentar y exceder
los límites buscando
la mejora***

Evolución, progreso, avance

***Mejora de las propias
cualidades***





Reta tus limites

alcanza tus metas

Pequeños Pasos grandes logros



*Reta tus
limites* | alcanza
tus metas

A large, stylized orange figure resembling a person, composed of a circle for the head and a rounded, vertical shape for the body, positioned on the left side of the page.

Retando

Incitar a lograr algo
desafiar capacidades
Más oportunidades
Querer es poder

limites

Más aspiraciones
Nuevos caminos
Más allá de las fronteras



**Siempre
a más**
*siempre
retandonos*

**Reta tus
limites** | alcanza
tus metas

**Todos
somos
arquitectos
de nuestro
destino**



2 UNIDAD



2.1 Elementos Básicos

**Reta tus
limites** | alcanza
tus metas

Estándares Corporativos

Los estándares corporativos normalizan la correcta utilización de la marca INFOTEP. Estas páginas definen los símbolos y atributos de la identidad visual: marca, integración, versiones en negro y negativo, colores y tipografías.



Universidad



Temples



Arquitectura
+ Historia



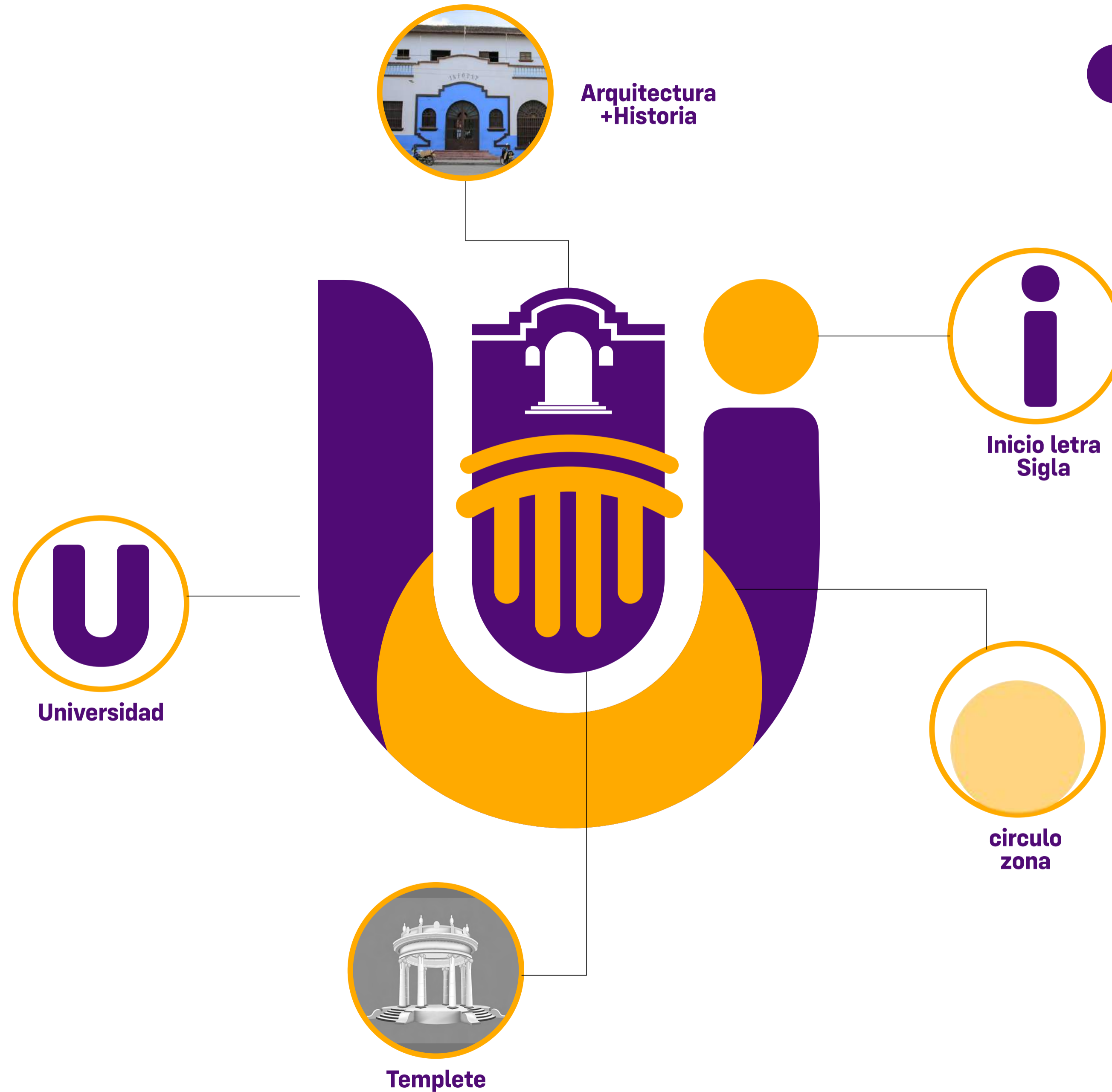
Inicio letra
Sigla



circulo
zona

2.1 Construcción del imagotipo

El imagotipo está conformado conceptualmente por 5 elementos característicos que representan la idea central y visión de la institución.





INFOTEP

INSTITUCIÓN DE
EDUCACIÓN
SUPERIOR

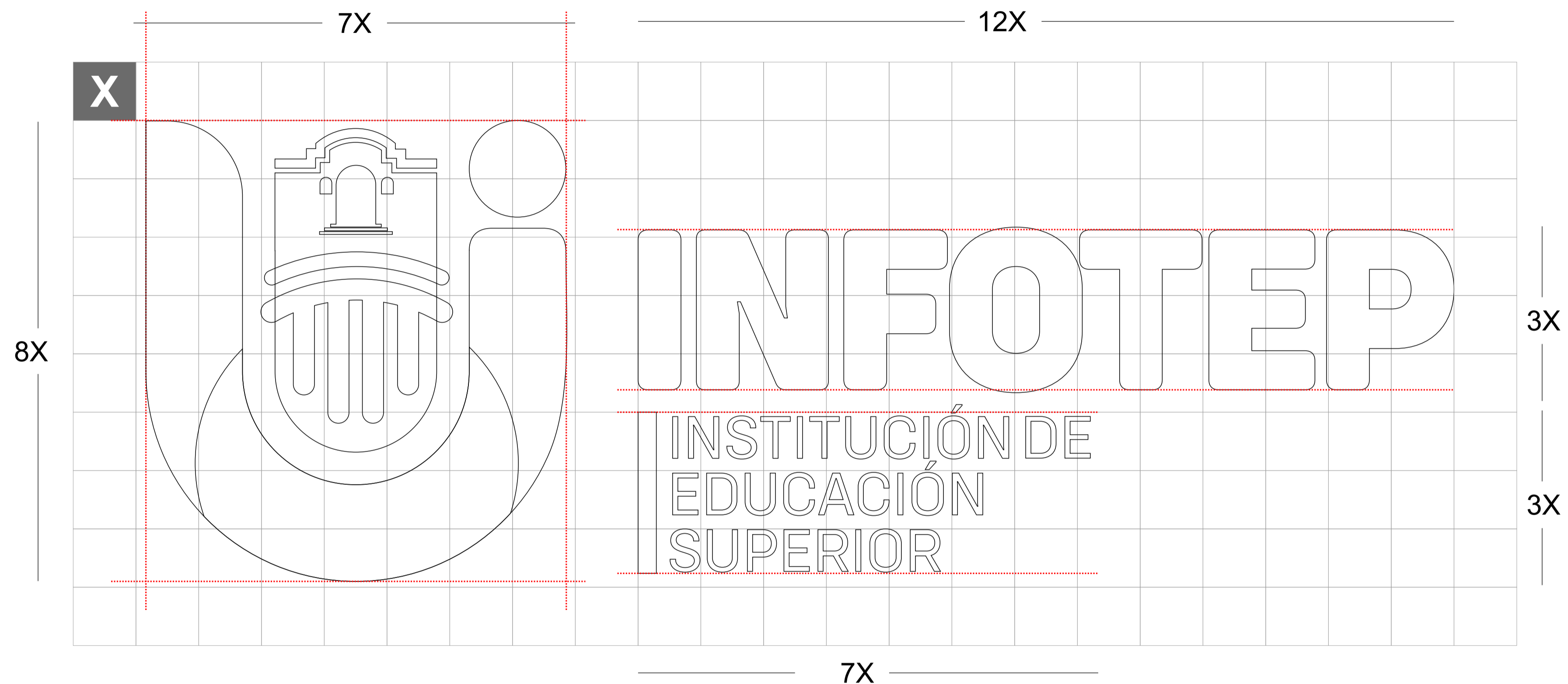
2.2 El logotipo

El logotipo es el identificador de la marca, por lo que conocerlo es impórtate, así se logrará el uso correcto en todas sus aplicaciones



2.3 Versiones de uso

La mayoría de marcas se presentan en 2 versiones, horizontal - vertical y son utilizadas de acuerdo a la aplicación. En este caso la aplicación horizontal será siempre la de mayor uso y la vertical en caso específicos previamente ejemplificados estas dos versiones son las dos únicas formas de uso permitidas para cualquier aplicación.



2.3 Retícula Base

En esta imagen se presenta la red de trazo aplicable a cualquier sistema de medición para un uso posterior.

Es importante descartar que las líneas de ubicación realizan un trabajo exacto, por lo que es prudente detenidamente las acotaciones que aquí se muestran.





35 mm

Tamaño mínimo

2.4 Reducciones

Dentro del abanico de necesidades comunicacionales existen algunas que exigen las reducciones del logotipo. En este apartado fijamos el mínimo al cual puede llegar a reducirse este a fin de mantener la armonía en el conjunto, las proporciones y la finalidad irrenunciable de su perfecta visualización.



2.5 Áreas de aislamiento o area segura

Para una presentación consistente es importante mantener alrededor de la marca un área de seguridad que la proteja de otros textos, bordes, gráficas o ilustraciones. No respetar el área de seguridad afecta la legibilidad y el impacto.



2.6 Cromatismo de la marca

Éstas son las únicas posibilidades cromáticas que maneja la marca de INFOTEP

NO estirar



NO condensar



NO Cambiar colores



NO Cambiar orden de los elementos



NO agregar contorno



NO anexas recuadro



NO Rotar



NO Cambiar tipografías



NO añadir sombras o efectos



2.7 Usos incorrectos

Éstas son las únicas posibilidades cromáticas que maneja la marca INFOTEP

2

UNIDAD



2.2

Tipografía

**Reta tus
limites** | alcanza
tus metas



INFOTEP

INSTITUCIÓN DE
EDUCACIÓN
SUPERIOR

Config Rounded Black

**ABCDEFGHI
JKMNÑO PQ
RSTUVWXYZ**

Config Regular Normal

ABCDEFGHI
JKMNÑO PQ
RSTUVWXYZ

2.2.1 Tipografía Corporativa

El alfabeto corporativo será utilizado junto con el logotipo para nombrar las actividades y servicios que ofrece la institución (INFOTEP)

Config Rounded Family Font

Config Rounded Black

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

Config Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

Config Rounded SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

Config Condensed

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

Config Condensed Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

Config Rounded SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

2.2.2 Config Rounded

El alfabeto corporativo será utilizado junto con el logotipo para nombrar las actividades y servicios que ofrece la institución (INFOTEP)

Config Family Font

Config ExtraBold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

Config Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

Config Bold Negrita

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

Config Condensed

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

Config Condensed Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

Config Condensed Text

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 123456789 !"#%&/()=?;

2.2.2 Config

El alfabeto corporativo será utilizado junto con el logotipo para nombrar las actividades y servicios que ofrece la institución (INFOTEP)

Nivel Primario

El nivel primario de la tipografía comprende letras de gran tamaño. Estas abarcan titulares y cubiertas, lo cual también es conocido como "muebles" que atraen a los lectores en el diseño. Esta tipografía es la más grande (a menos que se utilice arte tipográfico).

Nivel Secundario

El nivel secundario de la tipografía comprende la información que tiende a ser analizada y que ayuda a los lectores a permanecer con el diseño. Esto incluye elementos tales como subtítulos, citas, infografías y otros pequeños bloques de texto que añaden información al nivel primario. El diseño de estos bloques textuales está en el lado grande, pero por lo general, son mucho más pequeños que las letras en el nivel primario de la tipografía.

Nivel Terciario

El nivel terciario de la tipografía comprende el texto principal del diseño. A menudo es uno de las tipografías más pequeñas, pero debe ser lo suficientemente grande como para ser completamente legible por todos los usuarios potenciales. El tipo de letra debe ser simple y consistente en el diseño, espaciamiento y el uso general.

Jerarquía de **USOS** tipográficos

La jerarquización de los textos es una guía lógica que permite al diseñador variar y dirigir el orden de la lectura de una composición tipográfica, haciendo que el receptor se involucre en mayor grado con la pieza gráfica.

2

UNIDAD

2.3

Colores



**Reta tus
limites** | alcanza
tus metas

Moleta

Morado y violeta



Personalidad Creativa



Armonia y unidad pacifica



Gran sensibilidad e intuición



Humanitarismo e idelismo



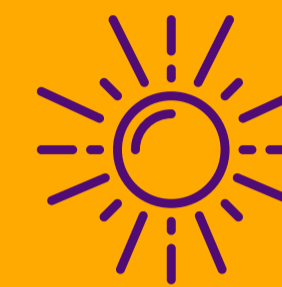
Bondad y jucio



Respeto por toda forma de vida

Amarillo

Colmena



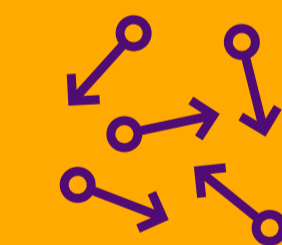
Energía



Idealismo



Calidez



Dinamismo



Alegría



Sabiduria



**PANTONE®
530**

#500B75

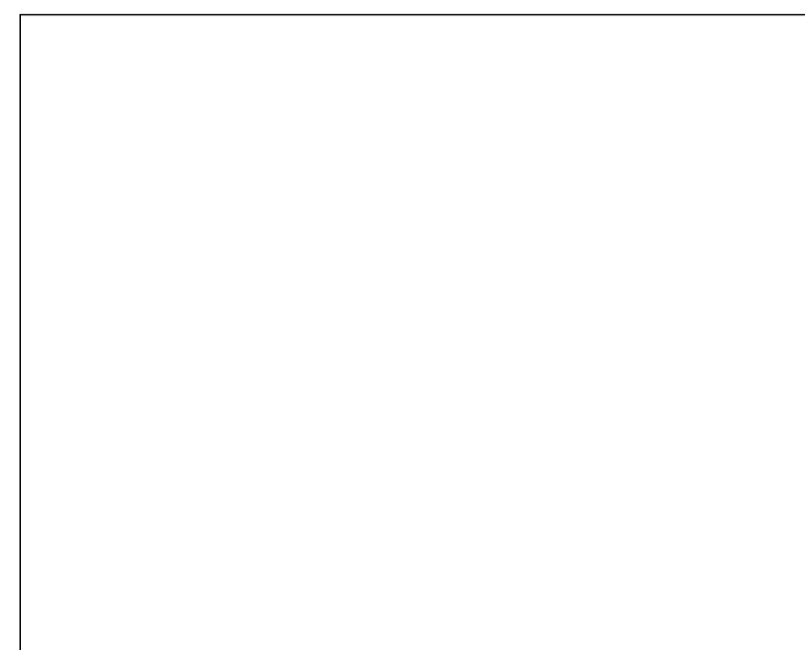
R: 80	C: 100
G: 11	M: 62
B: 117	Y: 11
	K: 0



**PANTONE®
746**

#FFAA00

R: 255	C: 0
G: 170	M: 39
B: 0	Y: 100
	K: 0



**PANTONE®
746**

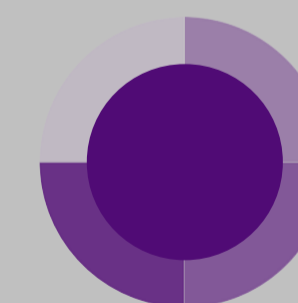
#FFFFFF

R: 255	C: 0
G: 255	M: 39
B: 255	Y: 100
	K: 0

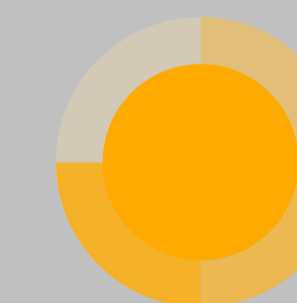
2.3.1 Introducción a nuestros colores

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación y es fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativas de la institución.

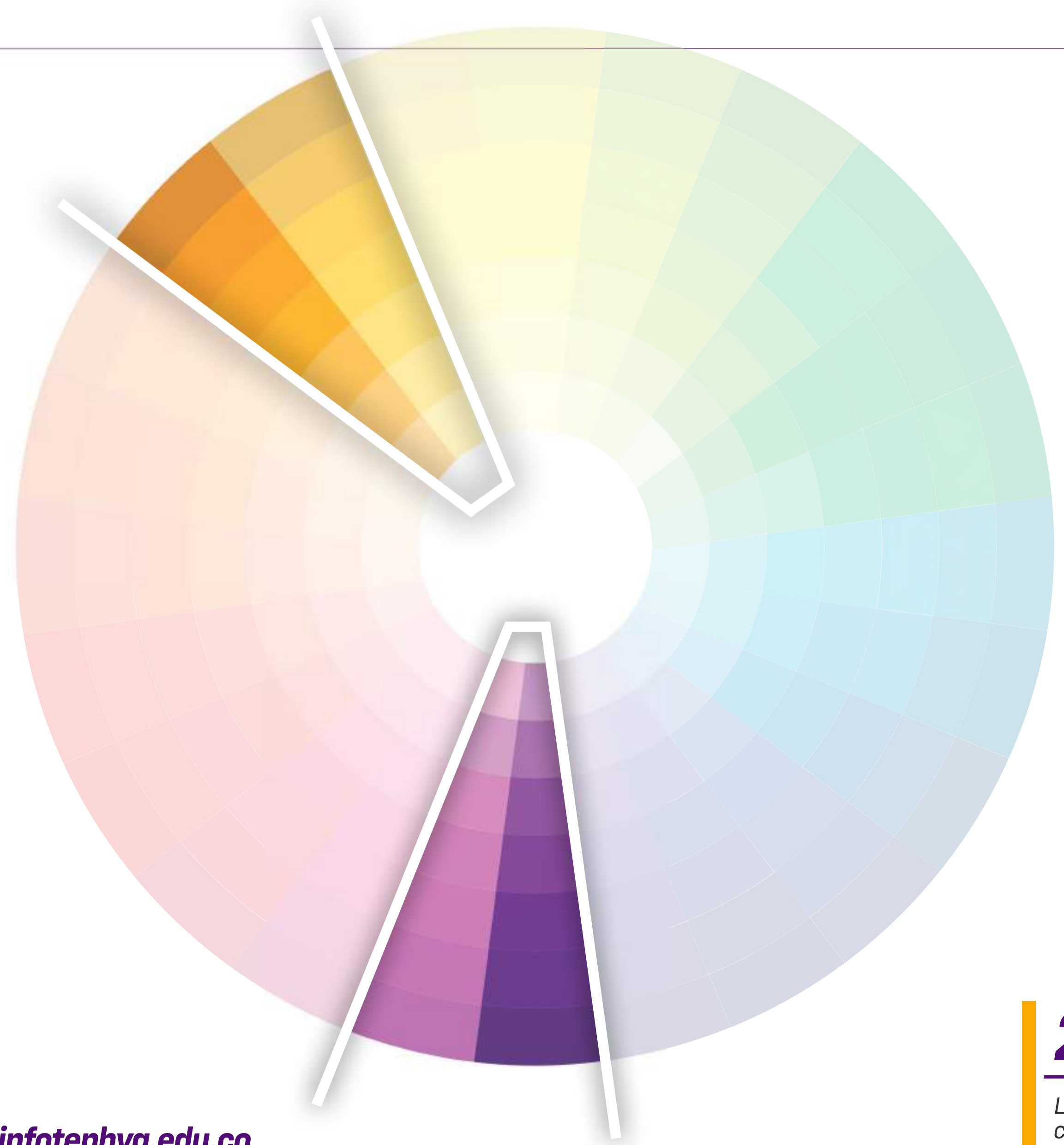
La aplicación de esos colores debe mantenerse constante en la medida de lo posible.



MOLETA CMYK 3. 7. 89. 0.
RGB 251. 224. 54.
FBE035

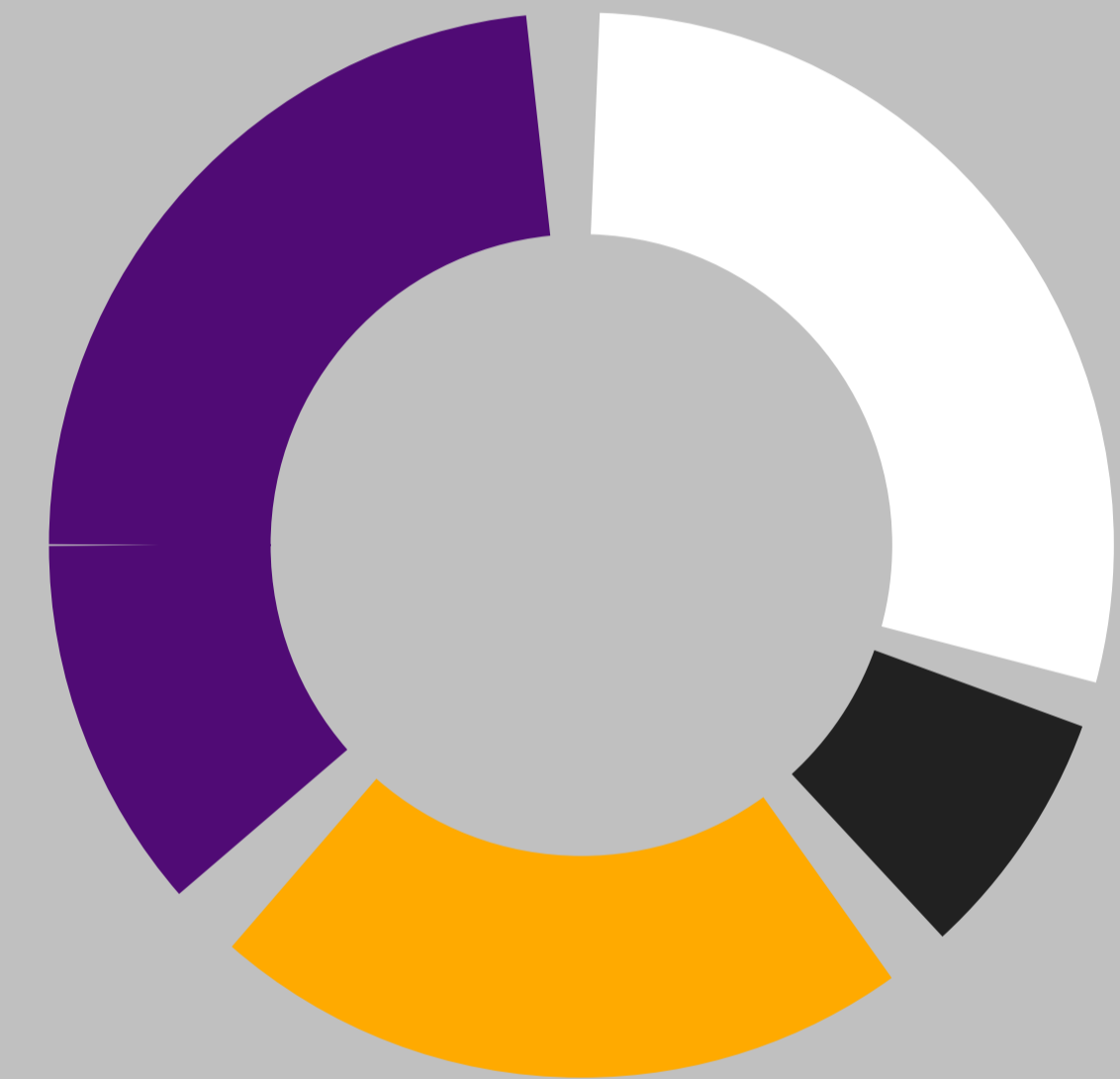
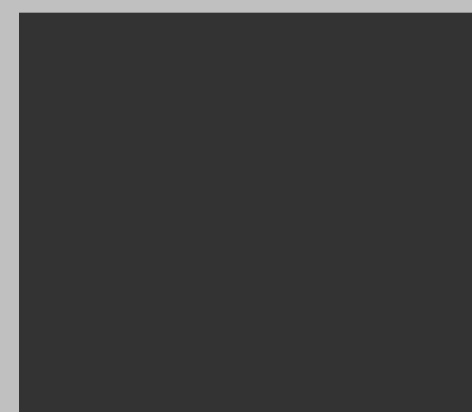
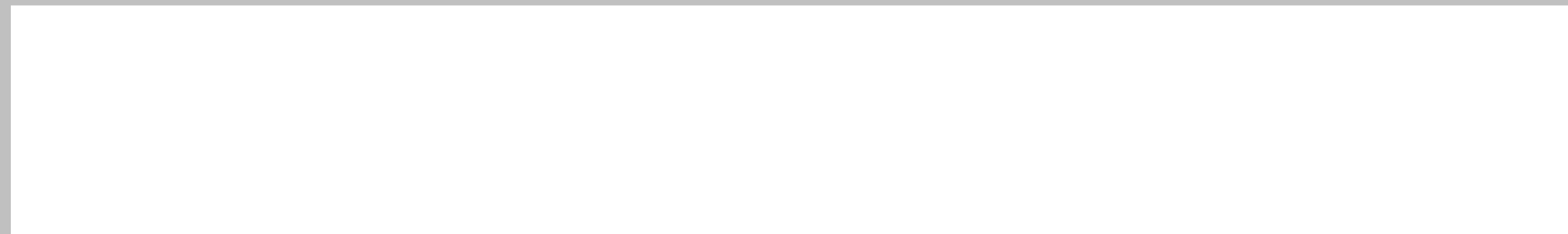
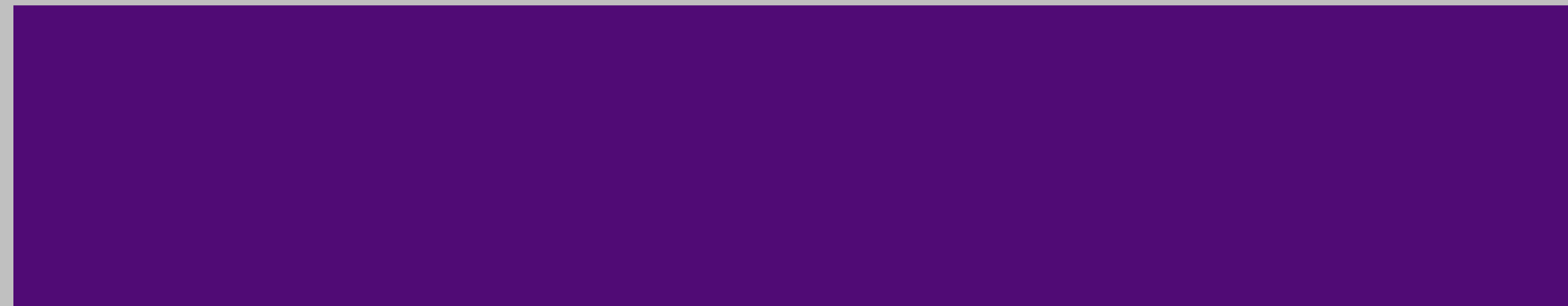


AMARILLO CMYK 89. 59. 2. 0.
RGB 27. 106. 176.
1A69B0



2.3.2 Principios Cromáticos

La gama cromática elegida para nuestra marca es el morado y el amarillo como colores principales los procesos de comunicación visual.



2.3.3 Colores principales y proporciones de uso

La presencia y proporciones de uso se estiman mediante el uso de los colores principales de la marca, es importante tener claro la proporción para saber el suyo y sus proporciones en los procesos de comunicación visual.

Principal

Secundarios y alternos



2.3.4 Colores secundarios y alternos

Los colores opuestos o complementarios son aquellos colores que se encuentran en una posición opuesta dentro del círculo cromático, que podemos usar en nuestra propuesta visual para destacar y realzar elementos específicos dentro de nuestra propuesta visual.

3 UNIDAD

Papelería Básica



**Reta tus
limites** | alcanza
tus metas



**LEONARDO
PÉREZ SUESCUN**
Rector



Calle 10 No. 12-22
Teléfonos: (+5)4241589
(+5) 4100300-4102026;
Celular: 3167894321
e-mail: rectoria@infotephvg.edu.co



3.1. Tarjeta de presentación

Estas deben ser las medidas exactas, el orden de los elementos y colores para elaborar las tarjetas de presentación de funcionarios y directivos.



**LEONARDO
PÉREZ SUESCUN**
Rector

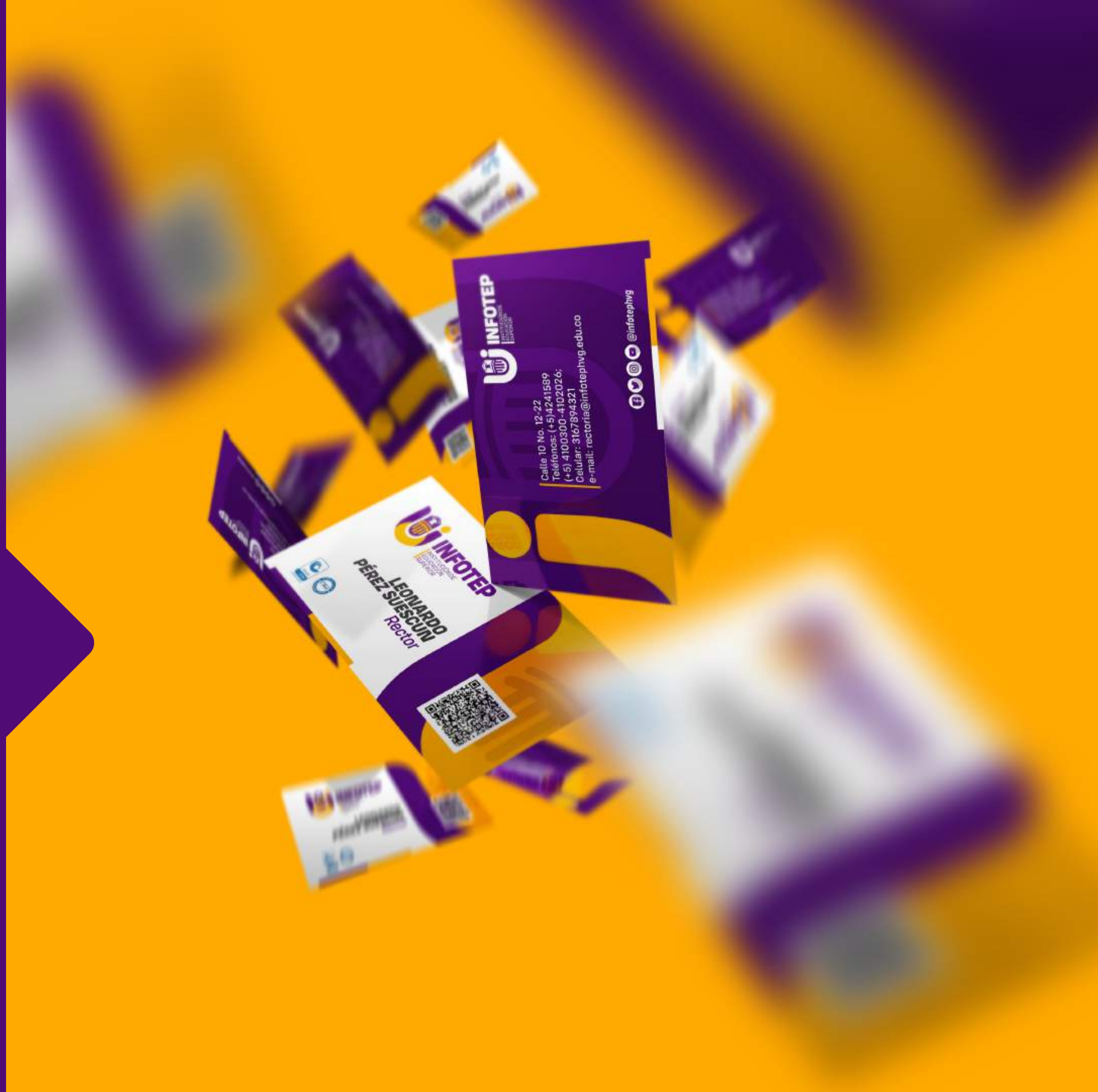


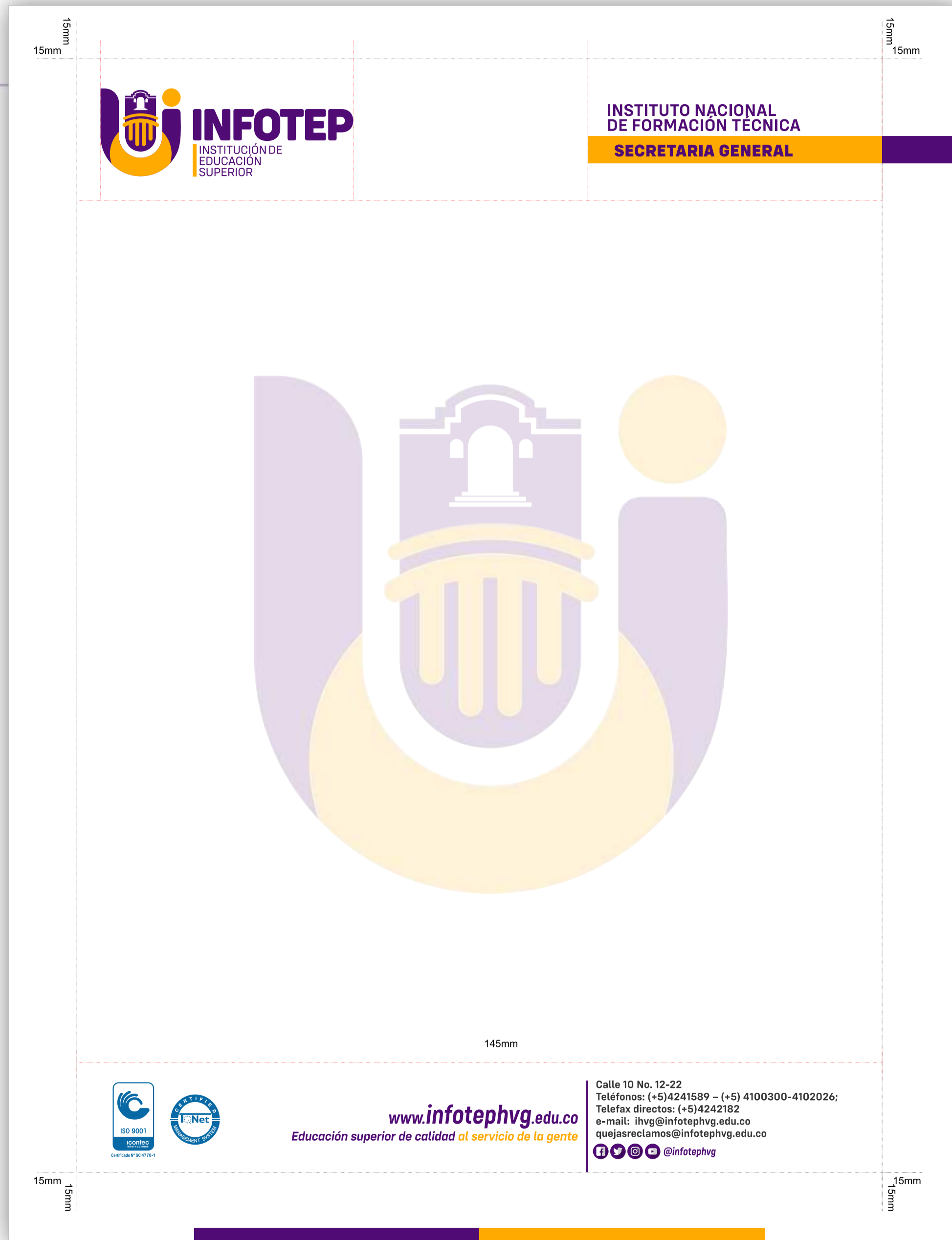
Calle 10 No. 12-22
Teléfonos: (+5) 4241589
(+5) 4100300-4102026;
Celular: 3167894321
e-mail: rectoria@infotephvg.edu.c



@infotephvg

Tarjeta de presentación





3.2. Hoja membrete

Estas deben ser las medidas exactas, el orden de los elementos y colores para elaborar las hojas membreteadas para comunicación interna y externa.



Cienga Magdalena
enero de 2020

Señor

IEONARDO PEREZ SUESCUN
RECTOR INFOTEP

El motivo de la presente tiene como fin *sdfksdlsdf ksdm, dsfiosdsdfi ksdmsdfosf, maffj, ms ksd sdfksdflksfgklisfgklisfgklisdfkljhsdf, nsfgllksdfgjsfgsgklsf, sfgklisfgsgklisdklsdsdfgklxbm sarhogmsdfgp'cgb-sporlca dfgldfgmdfgpcnmdgcbho dfflg asdglk dfgls edgokbm sgfra.*

Cardialmente

Jorge Mario Roca
Diseñador Gráfico y director Creativo
Tacticus-SAS
Estrategia y comunicación visual



Educación superior de calidad *al servicio de la gente*
www.infotepvrg.edu.co

Calle 10 No. 12-22
Teléfonos: (+51) 4241589 - (+51) 4100300-4102026
Telefax directos: (+51) 42-42182
e-mail: hyg@infotepvrg.edu.co
quejasreclamos@infotepvrg.edu.co
@infotepvrg

INSTITUTO NACIONAL
DE FORMACION TECNICA
SECRETARIA GENERAL

INSTITUTO NACIONAL
DE FORMACION TECNICA
SECRETARIA GENERAL



3.3. Sobre Especial

Estas deben ser las medidas exactas, el orden de los elementos y colores para elaborar los sobre especiales para comunicación externa

4 UNIDAD



Aplicaciones básicas de marca

**Reta tus
limites** | alcanza
tus metas



4.1 Pendón Institucional

Estas deben ser las medidas exactas, el orden de los elementos y colores para elaborar los sobre especiales para comunicación externa





4.2. Boton Institucional

Estas son los ejemplos válidos de como debe funcionar la marca sobre los botones institucionales para eventos.



4.3. Gorras Institucionales

Estas son los ejemplos válidos de como debe funcionar la marca sobre los gorras institucionales para eventos y promoción del INFOTEP.



4.4. Camias Institucionales

Estas son los ejemplos válidos de como debe funcionar la marca sobre las camisas, tipo polos y swters institucionales para eventos y promoción del INFOTEP.

**SECRETARÍA
GENERAL**



***Mugs
institucionales***





***Señalización
oficinas y
salones***







***Señalización
oficinas y
salones***



***Reta tus
limites*** | alcanza
tus metas