

MANUAL DE **IDENTIDAD**

Actualizado en mayo de 2023

Institución de Educación Superior Colegio Integrado
Nacional Oriente de Caldas
Nit: 890.802.678-4
Teléfono: (6) 8555026

www.iescinoc.edu.co
www.cinocvirtual.com

Juan Carlos Loaiza Serna
Rector IES CINOC

Nicolás Otálvaro Trejos
Vicerrector Académico IES CINOC

Alba Libia Marulanda Ospina
Secretaría General

Yennifer Correa Valencia
Coordinadora de Mercadeo, Información y
Comunicaciones

Luis Armando Zapata Amador
Diseñador Visual

Karol Ramírez Betancur
Prensa

Paola Cardona
Community Manager

Juan Carlos Ramírez
Diseñador Gráfico

Jhoan Nicolás Giraldo Gómez
Diseñador Gráfico

Síguenos en nuestras redes sociales:

Tik Tok: @ies.cinoc
Facebook: @ies.cinoc
Instagram: @ies_cinoc
Youtube: /IESCINOC
LinkedIn: IES CINOC

Pensilvania, Caldas: Carrera 5 # 6-30
(Sede principal)
Cel. +57 3118368165

Manzanares, Caldas: Cra 6 # 7-62
Escuela Salvador Ramírez
Cel. +57 3218151488

Marquetalia, Caldas: Calle 3 # 1a-26
Escuela Cervantes
Cel. +57 3218151499

Año de Publicación: 2022

Actualizado a mayo de 2023

MANUAL DE **IDENTIDAD**

LA IES CINOC
NOS UNE



MANUAL DE IDENTIDAD

Bienvenido al manual de identidad de la *INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR COLEGIO INTEGRADO NACIONAL ORIENTE DE CALDAS – IES CINOC*.

El presente Manual es una guía para quienes usen, promuevan e implementen el logo de la IES CINOC en cualquiera de los escenarios donde se pueda encontrar, la identidad, la marca y todos los componentes que conforman a la misma.

Esta guía es un recurso para diseñadores, proveedores y cualquier persona que quiera representar visualmente a la IES CINOC, ya sea online, impresa o en persona. Estas pautas son principalmente para uso de los departamentos de mercadeo y diseño, sin embargo, su uso es obligatoria para cualquier unidad, área, departamento u oficina de la IES CINOC.

Los elementos gráficos que usamos para representar a la IES CINOC nos permiten establecer y mantener una identidad clara y unificada, tanto dentro como fuera de la comunidad educativa. Estos fueron desarrollados para mejorar la consistencia y reducir los costos.

Si tiene alguna pregunta sobre las pautas o los detalles, comuníquese con la oficina de Mercadeo, Información y Comunicaciones - Correo: mic@iescinoc.edu.co - Cel: 313 651 7582



¿POR QUÉ SE CREÓ ESTA INSTITUCIÓN?

Para ofrecer programas de educación superior en el campo, cumpliendo demandas del sector productivo y las necesidades de desarrollo local, regional y nacional.

TABLA DE CONTENIDO

<i>Disposiciones Generales</i>	10	<i>Nuestros Principios</i>	18
<i>Justificación</i>	11	<i>Arquetipos de personalidad</i>	19
<i>Misión y Visión</i>	12	<i>Tono de la Comunicación</i>	26
<i>Identidad Institucional</i>	13	<i>Imágenes, Tipos de Foto...</i>	27
<i>Nuestros Símbolos</i>	14	<i>Públicos Objetivos</i>	28
<i>Nuestro Propósito</i>	15	<i>Modelo de Arquitectura...</i>	30
<i>Nuestros Valores</i>	16	<i>Concepto de Marca</i>	31
<i>Nuestras Creencias</i>	17	<i>Ingredientes de Marca</i>	32

TABLA DE CONTENIDO

<i>Imagotipo Corporativo</i>	33	<i>Variaciones y Aplicaciones</i>	59
<i>Contrucción de la Marca</i>	35	<i>Elementos de Acompa...</i>	70
<i>Contrucción del Símbolo</i>	36	<i>Papelería Institucional</i>	75
<i>Modulación</i>	37	<i>Aplicaciones Redes...</i>	79
<i>Área de Respeto</i>	38	<i>Guía Estilo Web</i>	81
<i>Reducción Mínima</i>	39	<i>Piezas adicionales</i>	90
<i>Tipografía y Parámetros</i>	42		
<i>Colores Corporativos</i>	48		

DISPOSICIONES GENERALES

Al leer este manual esta aceptando que acata cada una de las disposiciones que se enumeran en él, cualquier uso impráctico o sin tener en cuenta las reglas aquí contenidas se realizará bajo su total responsabilidad, y podrán ser reclamadas legalmente por el representante legal de la entidad.

Es necesario estudiar los requisitos de usos establecidos en este manual para cualquier aplicación donde se utilice la marca IES CINOC, o cualquiera de las variaciones que se han fijado.

Es obligatorio el uso de este manual en la utilización de la marca por proveedores de diseño o impresión gráfica, publicistas, diseñadores, impresores, creadores audiovisuales, o cualquier persona natural o jurídica que implemente o que en futuro realice aplicaciones o piezas con la imagen de la marca IES CINOC.

Es deber para la IES CINOC, y para la oficina MIC, entregar este manual para cualquier uso interno o externo, donde se realice cualquier tipo de aplicación de la marca, al no realizarse dicha entrega se exime de toda responsabilidad de daños ocasionados a la marca al creador de la misma.

JUSTIFICACIÓN

La IES CINOC consolida su marca con el fin de establecer una identidad corporativa sólida, que comunique los valores de la IES CINOC a través de recursos visuales.

Es importante expresar de una manera única y clara todo los procesos y acciones que se realizan desde la IES CINOC, por esta razón los elementos gráficos, las imágenes y las palabras que usamos para acompañar a la marca de la IES CINOC, permitirán que dicha consolidación pueda visualizarse de una manera clara y unificada frente a todos los públicos que pueda tener la misma.

Este Manual establece las normas de aplicación del logo, que conforman la identidad visual de la IES CINOC. Recoge por tanto los elementos constitutivos de la identidad visual de la IES CINOC, y tiene por objeto la explicación y reglamentación de los usos y aplicaciones del logo, así como las pautas visuales del logo para su implementación en diferentes soportes.

NUESTRA MISIÓN

Contribuir a la formación integral de seres humanos a través de procesos de educación por ciclos propedéuticos con una estructura académico-administrativa innovadora y con un grupo humano calificado; que facilita la organización efectiva de las funciones sustantivas de docencia, investigación, proyección social, bienestar e internacionalización, como apoyo al desarrollo sostenible de la región en el cumplimiento de nuestra función social como entidad educativa del Estado.

NUESTRA VISION

En el año 2030, el Colegio Integrado Nacional Oriente de Caldas IES CINOC, será reconocido por la comunidad académica por desarrollar sus funciones misionales comprometidas con alta calidad, responsabilidad social y mejoramiento continuo, soportado en procesos de gestión del conocimiento y talento humano que contribuyen al desarrollo sostenible de la región y del país.

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Nuestra identidad institucional es el resultado de todas las experiencias, impresiones, creencias, posiciones, asociaciones y sentimientos, que las personas presentan en relación a la IES CINOC. Incluye conceptos de familiaridad, credibilidad, accesibilidad, servicios y relaciones con el público y los empleados. Es nuestra carta de presentación y de ellos depende la reputación o imagen que el público se forme de la institución.

En su condición de Entidad pública y principalmente como Institución de Educación superior, la IES CINOC debe mantener informado a su público interno, posicionar y proyectar una imagen hacia el público externo, divulgar sus actividades, generar participación en ellas y, fortalecer relaciones con su entorno.

A través del manual de identidad visual se establecen lineamientos que permitan que la organización se perciba como una sola, integral, corporativa. La información y su manera de circular dan forma a la organización, generan una marca, un sello personal y además cohesión entre los miembros de la organización

La comunicación cobra su total sentido cuando logra vincular y producir participación de la gente. Informar, Divulgar, Interactuar, Formar, Socializar y Participar y comunicar de forma unificada, creando las percepciones adecuadas, alineadas con nuestra propuesta de valor y personalidad.

Hemos encontrado una forma propia de expresarnos en la sociedad, que construye valor sobre la identidad de la IES CINOC. Este manual está diseñado para orientar el manejo de la marca en todas las piezas de la institución. En adelante encontrarás todos los elementos simbólicos para la gestión de la marca.

NUESTROS SÍMBOLOS

CORO:

*¡Alma Mater! ¡En tu honor!
Eje de transformación
Con fervor te cantaré
Orgulloso de ser IES – CINOC.*

Estrofa 1:

*Engalana tu escudo y bandera
Desde el campo y la investigación
De la mano y virtud de la ciencia
Magna es tu educación.*

Estrofa 2:

*Vas sembrando de frente al futuro
Con la fuerza de la ruralidad
Son tus pasos camino seguro
Al encuentro de la paz*

CORO:

*¡Alma Mater! ¡En tu honor!
Eje de transformación
Con fervor te cantaré
Orgulloso de ser IES – CINOC*

BANDERA



LOGO

NUESTRO, PROPÓSITO

Llegamos con educación superior de calidad al campo colombiano, pues buscamos transformar la calidad de vida de las personas que lo habitan con alternativas educativas, pensadas en las necesidades de su territorio pero en concordancia con las tendencias globales.

Apoyamos la transformación de la vida de jóvenes con educación superior de calidad y sin salir de su territorio, además de impactar la región a través del desarrollo rural, cualificando saberes populares que brindan visiones complementarias a esquemas de desarrollo implementados a nivel nacional e internacional y que mejorarán la economía de la ruralidad y del país a través de la educación superior de calidad.



NUESTROS VALORES

Responsabilidad

Por ser una Institución de Educación Superior alejada de los grandes centros urbanos, su deber ser se encamina al servicio eficiente de los sectores vulnerables de la región a través del desarrollo de la ciencia, la tecnología, innovación y la ética.

Solidaridad

Fundamento para que los integrantes de la comunidad convivan en armonía y respeto a la diversidad.

NUESTRAS CREENCIAS

Las Creencias son el conjunto de presunciones básicas compartidas por los miembros de la organización sobre los diferentes aspectos y cuestiones de la organización. Son estructuras invisibles, inconscientes y asumidas como preestablecidas.

*Ser agentes de cambio, transformadores.
Que la educación es el motor de desarrollo
y crecimiento económico*

NUESTROS PRINCIPIOS

Excelencia

Por ser una Institución de Educación Superior alejada de los grandes centros urbanos, su deber ser se encamina al servicio eficiente de los sectores vulnerables de la región a través del desarrollo de la ciencia, la tecnología, innovación y la ética.

Libertad

La libertad de los miembros de la comunidad académica, para buscar, desarrollar y transmitir el conocimiento y las ideas, a través de la investigación, la docencia, el estudio, el debate, la documentación, la producción, la creación y/o la escritura.

Autonomía

Entendiéndose como la capacidad de la Institución y de sus actores para ser protagonistas en la fijación del rumbo institucional.

Justicia

La comunidad del Colegio Integrado Nacional Oriente de Caldas IES CINOC basa su convivencia en el obrar con justa razón, además, en el respeto por lo que es y le pertenece al otro y al entorno.

Democracia

Derecho de participación que tienen todos los miembros del Colegio Integrado Nacional Oriente de Caldas IES CINOC, en los diferentes momentos de la vida institucional, mediante los mecanismos consagrados en la Constitución Política, las leyes y las normas internas.

ARQUETIPOS DE LA PERSONALIDAD

El arquetipo de marca es aquel que establece las características generales o de personalidad que se busca transmitir con la marca IES CINOC, lo que permite que las personas se identifiquen con estos valores o atributos y medien una relación más cercana.

Para esto, la marca se basa en 2 arquetipos principales:



El Sabio

La IES CINOC es una institución que se percibe como inteligente por su capacidad para interpretar los contextos y actuar en concordancia y armonía con ellos. Busca ganar experiencia y compartir su aprendizaje con el mundo.



El Héroe

Transformamos la vida de la comunidad del oriente de Caldas, con educación superior de calidad.



Somos IES CINOC...

NUESTRA PERSONALIDAD ES **TRANSFORMADORA**

Estoy en la capacidad de transformar positivamente los territorios y personas desde la educación. Conozco las potencialidades de desarrollo desde lo global hasta lo regional y genero estrategias que se adaptan a los cambios de manera innovadora.



NUESTRA PERSONALIDAD ES **SABIA**

*Soy sabio porque construyo mi realidad a partir de ideas
producto de la ciencia para beneficio de la sociedad, con
empatía y humanismo.*



NUESTRA PERSONALIDAD ES **COMPETITIVA**

Soy competitivo porque estoy dispuesto a esforzarme por ser superior en una variedad de contextos, usando herramientas con altos estándares de calidad.



NUESTRA PERSONALIDAD ES **VISIONARIA**

Soy visionario porque puedo encontrar alternativas y oportunidades donde otros no las ven, porque construyo sueños que se materializan a través de la educación.



NUESTRA PERSONALIDAD ES **ESTRATÉGICA**

Soy estratégico porque estoy en la capacidad de generar proyectos que permitan convertir la región en un centro de conocimiento constantemente actualizado en procesos tecnológicos y educativos.



TONO DE LA COMUNICACIÓN



Usamos frases cortas



Siempre escogemos la palabra más sencilla



Usamos comparaciones para ser didácticos

IMÁGENES

TIPOS DE FOTOGRAFÍAS



Utilizar imágenes que aporten a la intensidad comunicativa del mensaje



Naturales, no posadas



Con buena iluminación



Coloridas y nítidas



Deben reflejar los atributos de nuestra marca

PÚBLICOS OBJETIVOS



Jóvenes recién egresados del colegio o que aún están en el grado 10 y 11.



Jóvenes del área rural y urbana de los municipios del oriente de Caldas que se quieren formar con educación superior en su territorio.



Jóvenes que están en transición sobre elegir qué estudiar.



Entidades estatales, sector productivo, ciudadanos y aliados



Padres y madres de familia que buscan una opción cercana y asequible para que sus hijos accedan a educación superior



Egresados



Otras empresas de educación.

CONTAMOS CON
LOS AMBIENTES DE
APRENDIZAJE MÁS
SOFISTICADOS
DE LA **REGIÓN**

MODELO DE ARQUITECTURA DE MARCA

La Marca IES CINOC posee atributos y elementos que la distinguen en su ámbito local, regional y nacional del resto de las instituciones de educación superior, por esto la imagen de las unidades, oficinas, y departamentos que funcionan internamente en la entidad debe seguir un lineamiento que resalte estos atributos y los complemente, pero jamás que compita o le reste importancia a la marca principal.

Por esta razón, el modelo de arquitectura de marca de la IES CINOC se basa en el Modelo endosado (endorsed brand) donde la marca corporativa actúa como aval de cada producto o servicio y captura gran parte de la visión de conjunto. Desde una perspectiva, las submarcas añaden las asociaciones de la masterbrand con algunos matices, pero siempre haciendo alusión a ella, en este caso las submarcas siempre tendrá la marca madre como respaldo, este modelo aplica para las unidades y áreas de la IES CINOC donde sea necesario la creación de una imagen o logo.

La marca IES CINOC es de carácter monolítico, es un modelo de arquitectura en la que las submarcas no poseen identidad propia, derivándose todas de la marca madre.

CONCEPTO DE MARCA

El nombre de nuestra entidad “*Institución de Educación Superior Colegio Integrado Nacional Oriente de Caldas*” sus siglas “*IES CINOC*” y la palabra “*CINOC*” junto con nuestro símbolo son los elementos de nuestro sistema de identidad visual, que incluye: tipografía corporativa, paleta de colores y las diferentes aplicaciones.

La imagen de la marca, comunica la identidad propia y moderna que nos caracteriza, sus trazos rectos y circulares evocan seguridad y firmeza, además el mismo grosor de estos, evidencia la fuerza y el reconocimiento que se ha ido consolidando ante todo el plantel educativo.

Las palabra “*CINOC*”, hace referencia a las siglas de *Colegio Integrado Nacional Oriente de Caldas*, es la palabra que tiene mas fuerza en la imagen y la que funciona como marca madre, y la segunda frase de acompañamiento o tagline hace referencia a *Institución De Educación Superior* puesto que es la manera de distinguir la *IES* de un *colegio* de básica enseñanza.

El color principal de la marca es el color *Amarillo Naranja*, el cual simboliza: alegría, calidez, creatividad, aventura, entusiasmo, positivismo, puede asociarse con la belleza de un sol poniente, aplicado en su versión principal con el color *Rojo terracota*, el cual simboliza la tierra, calidez, felicidad, versatilidad, y humildad.

INGREDIENTES DE MARCA



IMAGOTIPO CORPORATIVO

- Un imagotipo es un signo distintivo conformado por imagen y texto (símbolo y tipografía).
- El imagotipo es el identificador de la marca, este podrá ser de uso común en todas las aplicaciones.
- El identificador horizontal de la marca CINOC deberá ser usado como imagotipo principal.

Imagotipo horizontal



IMAGEN DE MARCA



SÍMBOLO DE MARCA



CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

La marca posee diferentes elementos que juntos la conforman, entre estos tenemos:

- **Nombre marca madre:** es la sigla “CINOC” en mayúscula corrida.
- **Símbolo:** Ícono o gráfico que simboliza los valores de institución.
- **Tagline:** esta frase “Educación Superior” debe completar y reforzar el criterio de la entidad, no se debe interpretar como un Eslogan.
- **Eslogan:** es una frase corta que busca representar la marca para promover la rápida identificación y memorización de sus productos y servicios por los usuarios.
- **Color de la marca:** Color distintivo de la marca, se deben implementar los usos estipulados en este manual.



CONSTRUCCIÓN DEL SÍMBOLO



MODULACIÓN

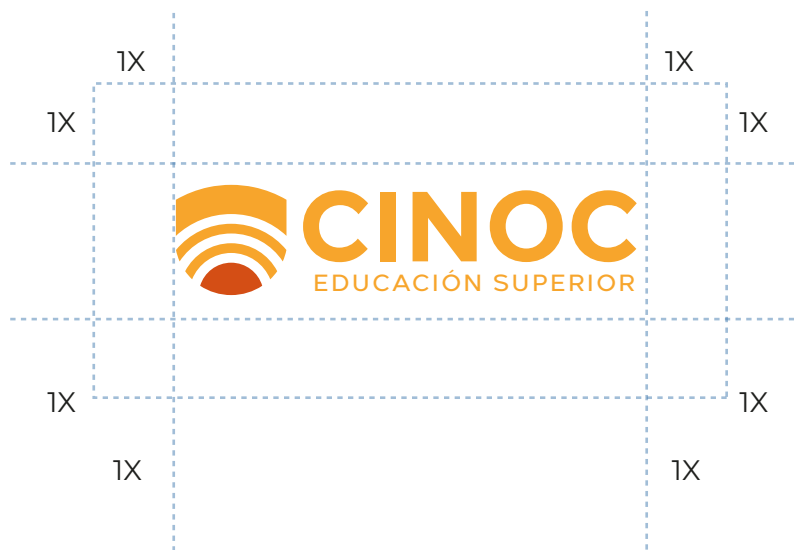
La presente cuadrícula es una guía de construcción del imagotipo de la marca en cualquier medio, formato o soporte. El logo de la IES CINOC, se encuentra en una superficie con proporciones x, donde "X" establece la unidad de medida, asegurando la proporción de la marca en cualquier formato o soporte.



ÁREA DE RESPETO

La marca debe poseer un espacio libre a su alrededor que también hace parte de esta misma, a esto se denomina área de respeto, Se ha establecido un área de protección en torno a la marca.

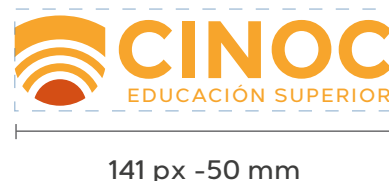
La función de esta área es impedir que elementos ajenos a la marca interfieran en percepción o lectura. Se encuentra en una superficie con proporciones x, donde “X” establece la unidad de medida, asegurando la proporción de la submarca en cualquier formato o soporte..



REDUCCIÓN MÍNIMA

Debido a las diferentes proporciones tipográficas que maneja el logo de la marca IES CINOC, se plantea un tamaño mínimo para su legibilidad y lectura, el cual por ningún motivo se debe reducir debido a que se complicará su entendimiento.

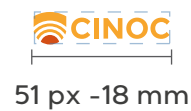
Imagotipo vertical
con tagline



Imagotipo horizontal
con tagline



Imagotipo vertical
sin tagline



Imagotipo horizontal
sin tagline



Símbolo
(En forma de favicon)



NUESTRO GRUPO
DE INVESTIGACIÓN
RECONOCIDO POR
MINCIENCIAS



CINOC

EDUCACIÓN SUPERIOR

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

El imagotipo de la marca posee un recurso tipográfico, La fuente “GIGA SANS” aplicada en todas las palabras en diferentes versiones en Regular, Bold o Negrita. Giga Sans es una fuente sans serif moderna con un toque geométrico limpio y elegante. Consta de 9 verticales y 9 cursivas coincidentes que van desde el fino hasta el negro.

Además de ser adecuado para titulares fuertes, Giga Sans también se puede utilizar para párrafos largos como contenido de noticias, revistas, folletos, catálogos, logotipos y más. Giga Sans también tiene características OpenType como alternativas estilísticas, figuras de estilo antiguo, figuras tabulares, fracciones, formas localizadas, superíndices, subíndices y también admite alfabetos cirílicos.

Giga Sans facilita la mezcla y combinación de tipografías en diseño gráfico, sitios web, gráficos en movimiento, etc.

Fuente: GIGA SANS

Autor: Arwan Sutanto, Locomotype

Mayúsculas:

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
Á É Í Ó Ú

Minúscula:

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p
q r s t u v w x y z
á é í ó ú

Numeración/Signos:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
/ * - + ° ! " # \$ % & / () = ? ¡ | '
¿ ¨ *] [; : _ | . , { ñ + ´ } -

Estilos:

Giga Sans Regular

Giga Sans Italic

Giga Sans Thin

Giga Sans Thin Italic

Giga Sans Extra Light

Giga Sans Extra Light Italic

Giga Sans Light

Giga Sans Light Italic

Giga Sans Medium

Giga Sans Medium Italic

Giga Sans Semi Bold

Giga Sans Semi Bold Italic

Giga Sans Bold

Giga Sans Bold Italic

Giga Sans Extra Bold

Giga Sans Extra Bold Italic

Giga Sans Black

Giga Sans Black Italic

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

La marca posee un recurso tipográfico auxiliar, La fuente “OPEN SANS” esta se podrá utilizar en los casos donde se requiera, y donde la fuente principal no encaje o no haga parte de la estética de la pieza o la diagramación de la documentación.

Open Sans es una tipografía sans-serif humanista diseñada por Steve Matteson, encargada por Google y lanzada en 2011, diseñada para dispositivos Android, con amplias aberturas en muchas letras y una gran altura x (mayor tamaño de las letras minúsculas), la tipografía es muy legible en pantallas y en tamaños pequeños. Pertenece al género humanista de las tipografías palo seco o sans-serif, con cursivas verdaderas.

Además de ser adecuado para titulares fuertes, OPEN SANS también se puede utilizar para párrafos largos como contenido de noticias, revistas, folletos, catálogos, logotipos y más.

Fuente: OPEN SANS
Autor: Steve Matteson

Mayúsculas:

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W X Y Z
Á É Í Ó Ú

Minúscula:

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q
r s t u v w x y z
á é í ó ú

Numeración/Signos:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
/ * - + ° ! " # \$ % & / () = ? ¡ | ' ¿
¨ *] [; : _ | . , { ñ + ´ } -

Estilos:

Open Sans Light
Open Sans Light Italic
Open Sans Regular
Open Sans Italic
Open Sans Semibold
Open Sans Semibold Italic
Open Sans Bold
Open Sans Bold Italic
Open Sans Extrabold
Open Sans Extrabold Italic

PARÁMETROS TIPOGRÁFICOS

La tipografía corporativa es la fuente “GIGA SANS”, debido esto es la adecuada en la utilización de todos los formatos o soportes de la institución, en especial en los casos en los que el logo no aplique. Podrá ser usada en bloques de texto, siempre sin abusar de su tamaño (Máx 16 Ptos, Min 8 Ptos).

La tipografía secundaria es la fuente “OPEN SANS”, su uso será el de acompañar a la fuente principal en textos cortos, para acentuar la parte corporativa o en piezas donde la tipografía principal no encaje estéticamente.

Teniendo en cuenta lo siguiente se establecen los siguientes parámetros para conservar el uso debido de ambas tipografías.

- 1. La palabra CINOC, deberá ser escritas siempre en la fuente GIGA SANS, además de esto se podrá adaptar a la tipografía del bloque de texto donde se encuentre.
- 2. Cuando el formato o soporte se refiera a la marca IES CINOC, esta deberá aparecer siempre en mayúsculas, con la intención de enfatizar la manera en como este diagramado el logo de la marca. No se permite el uso de “cinoc”, y tampoco el uso de “Cinoc” con mayúscula inicial.
- 3. No se permite realizar variaciones del logo con la utilización de otra fuente, se debe utilizar el recurso tipográfico que ya está estipulado.
- 4. No se permite colocar contornos, modificar el trazo, cambiar de color, colocar subrayados o variantes en italic en el logo de la marca.



ALIANZAS CON **EL SECTOR** **PRODUCTIVO**

COLORES CORPORATIVOS

Hemos seleccionado una paleta de colores diversa para aplicar en todas las piezas de comunicación internas y externas.

El color corporativo principal de la marca es el *Amarillo Naranja*, este será el protagonista en las piezas, formatos o soportes que se refieran a la IES CINOC, simboliza alegría, calidez, creatividad, aventura, entusiasmo, positivismo, puede asociarse con la belleza de un sol poniente,

Es justo aclarar que el color de la marca solo puede tomar protagonismo al compartir un espacio, pieza o formato con colores que ayuden a resaltar sus jerarquía, por eso también lo encontraremos como color de apoyo secundario al color *Azul*, este es el color del cielo y del agua, y representa la tranquilidad, la frescura y la inteligencia. Transmite confianza, energía, armonía, progreso y seriedad.

El color Rojo Terracota también se podrá utilizar en casos donde el color naranja no pueda ser utilizado, sin embargo el color naranja debe predominar y el azul pasaría a ser solo de acompañamiento.

GRADACIÓN TONAL

Se llama escala tonal o gradación tonal a la gradación de valores entre un tono y otro, desde el más claro al más oscuro. Las diferentes variantes tonales aquí expuestas también hacen parte de la paleta corporativa y servirán de ayuda en las aplicaciones para no perder la identidad de la marca.

*COLOR PRINCIPAL



PANTONE

1375 C

Amarillo naranja



GRADACIÓN TONAL

R:250
G:165
B:40

C:0%
M:40%
Y:95%
K:0%

HTML: #FAA528



PANTONE

179 C

ROJO TERRACOTA



GRADACIÓN TONAL

R:212
G:77
B:21

C:11,33%
M:79,69%
Y:100%
K:1,95%

HTML: #D44D15



PANTONE

3025 C

AZUL OSCURO



GRADACIÓN TONAL

R:20
G:60
B:106

C:100%
M:78%
Y:30%
K:19%

HTML: #143C6A

OTROS COLORES CORPORATIVOS

La IES CINOC posee en su estructura académica 3 áreas del conocimiento donde reposan los programas al nivel técnico y tecnológico, esto son:

Verde: el color verde identifica al área del conocimiento de las ciencias agroforestales, transmite tranquilidad y calma, se asocia con la naturaleza, prosperidad, fertilidad, salud, y generosidad.

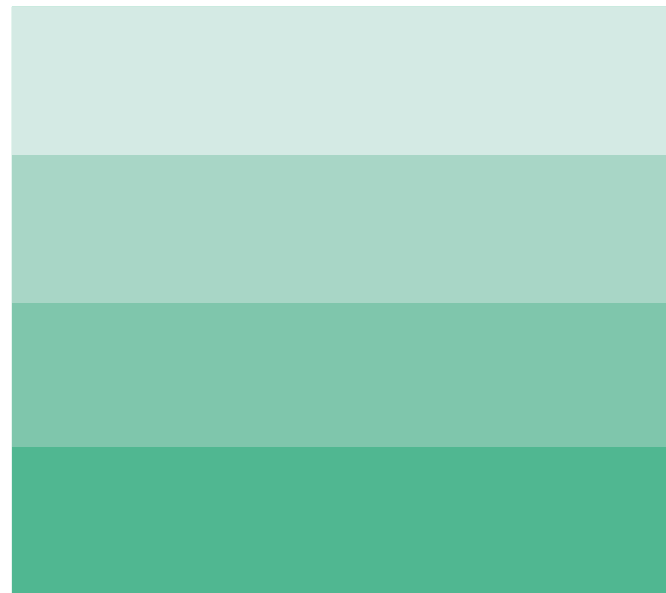
Magenta: el color magenta identifica al área del conocimiento de Economía y Negocios, simboliza equilibrio emocional y armonía física. Es considerado como un color sofisticado, pero pragmático, evocando lógica y perspicacia. Se relaciona con sentimientos de autoestima y satisfacción personal y, también, con la superación y transformación, dejando atrás viejas ideas y abrazando nuevas.

Azul Violáceo: el color azul violáceo identifica al área del conocimiento de ingeniería y tecnología, simboliza seguridad, tranquilidad, protección y salud. El color azul transmite confianza y tranquilidad y es asociado con los conceptos de ciencia, tecnología y sistemas.

*Color: Área de Ciencias Agroforestales



PANTONE
3278 C
Verde



GRADACIÓN TONAL

R:25
G:165
B:118

C:78%
M:5%
Y:66%
K:0%

HTML: #19A576

*Color: Área de Economía y Negocios



R:227
G:41
B:86

C:2%
M:93%
Y:49%
K:0%

HTML: #E32956

*Color: Área de Ingeniería y Tecnología



PANTONE

7671 C

Azul Violáceo



GRADACIÓN TONAL

R:63
G:62
B:146

C:90%
M:83%
Y:0%
K:0%

HTML: #3F3E92

PARÁMETROS CROMÁTICOS

La IES CINOC posee en una paleta cromática estipulada en este manual y reglamenta los siguientes parámetros.

1. Los colores corporativos serán utilizados en todas las piezas donde la IES CINOC tenga o amerite importancia.
2. Los colores de las áreas del conocimiento solo se podrán usar para referirse o representar piezas o gráficos que se dirijan directamente a estas áreas del conocimiento.
3. Se prohíbe la utilización de colores diferentes a los estipulados para representar o visualizar cualquier tema, actividad, evento o acciones donde la IES CINOC sea la protagonista.
4. La paleta cromática estipulada posee los contrastes adecuados para garantizar legibilidad, lectura e identificación.
5. Las gradaciones tonales se podrán utilizar en los casos donde el color puro no se pueda aplicar.

INTERCAMBIOS
UNIVERSITARIOS EN
COLOMBIA Y EL
MUNDO

VARIACIONES DEL IMAGOTIPO

- Estas son las variaciones de imagotipo para su uso en diferentes disposiciones.
- El “tagline” es la línea de texto que habla sobre el objetivo de servicio de la marca.
- Las variaciones verticales podrán usarse dependiendo de la situación, preferiblemente cuando no se disponga del suficiente espacio horizontal.

Variación de imagotipo
principal con tagline



Imagotipo
vertical



Variación de imagotipo
vertical con tagline



APLICACIONES DEL IMAGOTIPO

La imagen corporativa de la IES CINOC, posee diferentes aplicaciones para su uso, estas podrán ser usadas libremente en cualquier tipo de formato para garantizar que la identidad corporativa este presente y resalte.

Entre ellas tenemos variantes por color, positivo, negativo y escala de grises.



En todas las aplicaciones se debe asegurar la máxima visibilidad, legibilidad y contraste. El uso sobre fotografía debe ser limitado, pero en tal caso, se debe aplicar en función de la luminosidad del fondo.

APLICACIONES DEL IMAGOTIPO HORIZONTAL

Policromía

Positivo

Negativo

Versión Principal



Escala de grises

APLICACIONES IMAGOTIPO VERTICAL

Nota:

En el imagotipo vertical se deberá aplicar la versión principal siempre que sea posible, de no serlo, se utilizarán las versiones en blanco y negro o escala de grises.

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste también se debe asegurar para el imagotipo vertical.

Versión Principal

Policromía



Positivo



Negativo



Escala de grises

APLICACIONES NO PERMITIDAS

El logotipo tiene unas medidas y proporciones determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones

Aplicación incorrecta de color



Incompleto



Otro Color



Deformación



Espaciado incorrecto



Alteración del orden



Ocultación



Tipografía incorrecta



Contornos



Elementos adicionales



Alteración del orden



Gradación de Color



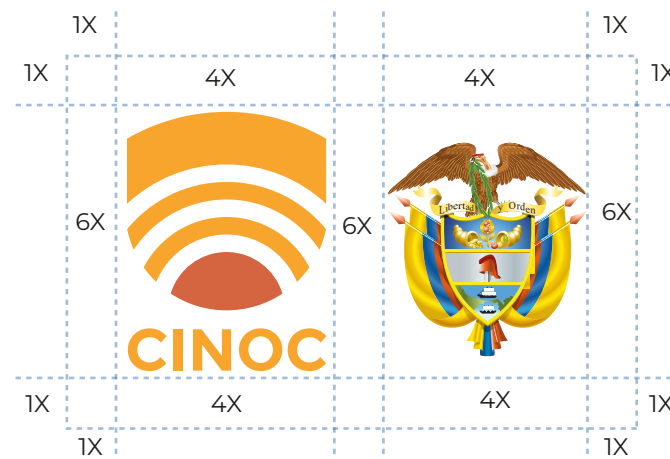
APLICACIONES CO-BRANDING

La marca CINOC estará acompañada muchas veces de otras marcas, para ello se ha establecido que dicha relación sea visible y se realice teniendo en cuenta el área de respeto del imagotipo.

Co-branding con imagotipo horizontal



Co-branding con imagotipo vertical



APLICACIÓN SUBMARCA

Las submarcas de CINOC complementan toda su arquitectura. Ellas representan las dependencias directas que sin la marca CINOC no se soportarían por sí solas.

Las submarcas siempre deberán ir acompañadas del símbolo de la IES CINOC.



DEPENDENCIA PRINCIPAL
Subdependencia

IMAGOTIPO VERTICAL
VERSIÓN PRINCIPAL
1X1,3 cm



BIENESTAR UNIVERSITARIO
Psicología

GIGA SANS MEDIUM
12PT - MAYÚSCULA INICIAL
COLOR AZUL

GIGA SANS MEDIUM
12PT - MAYÚSCULA CORRIDA
COLOR AZUL

LÍNEA RECTA
1 PT
COLOR AZUL

Indicaciones
para tamaño mínimo

APLICACIÓN SUBMARCA

Las submarcas se podrán encontrar juntas en una misma pieza gráfica, en este caso solo se colocará el imagotipo una sola vez en el inicio de la aplicación, y a continuación se colocarán los nombres de la dependencias, unidades o departamentos de la IES CINOC.

Aplicación dos (2) submarcas



| BIENESTAR UNIVERSITARIO | INVESTIGACIÓN

Aplicación más de dos (2) submarcas



| BIENESTAR UNIVERSITARIO | INVESTIGACIÓN | CINOC VIRTUAL | LUBIT | EDITORIAL CINOC

APLICACIÓN SUBMARCA PARÁMETROS

- Ninguna dependencia de la IES CINOC podrá crear logotipos diferentes a los definidos como institucionales (escudo, logotipo marca nominativa e imagotipo).
- Se aplicará en todas aquellas piezas utilizadas en el cumplimiento de los fines misionales de la IES CINOC.
- Se deben mantener siempre las características, elementos, atributos, proporciones y relaciones establecidas. Se evitará el uso de medios tonos, sombras, texturas, distorsiones, uso en perspectiva, reflejos, animación, desfragmentación o modificación en sus proporciones y formas, etc.
- El Imagotipo en 2 colores (Amarillo naranja - rojo terracota) debe aplicarse siempre sobre color blanco, negro, grises o azul, el imagotipo en 1 color (negro o blanco) se debe usar sobre fondos de un solo color plano que garantice un adecuado contraste (Ojalá siempre en los colores institucionales.).
- La versión del imagotipo en colores se debe aplicar principalmente sobre fondo blanco, será utilizada únicamente en los casos donde se deba resaltar su carácter simbólico, específicamente en las piezas correspondientes como: diplomas, banderas, placas, estandartes, botones, medallas, batas y en rituales de paso como grados, distinciones y ceremonias institucionales.

APLICACIÓN SEDE/EXTENSIÓN





DOCENTES
ALTAMENTE
CALIFICADOS

ELEMENTOS DE ACOMPañAMIENTO

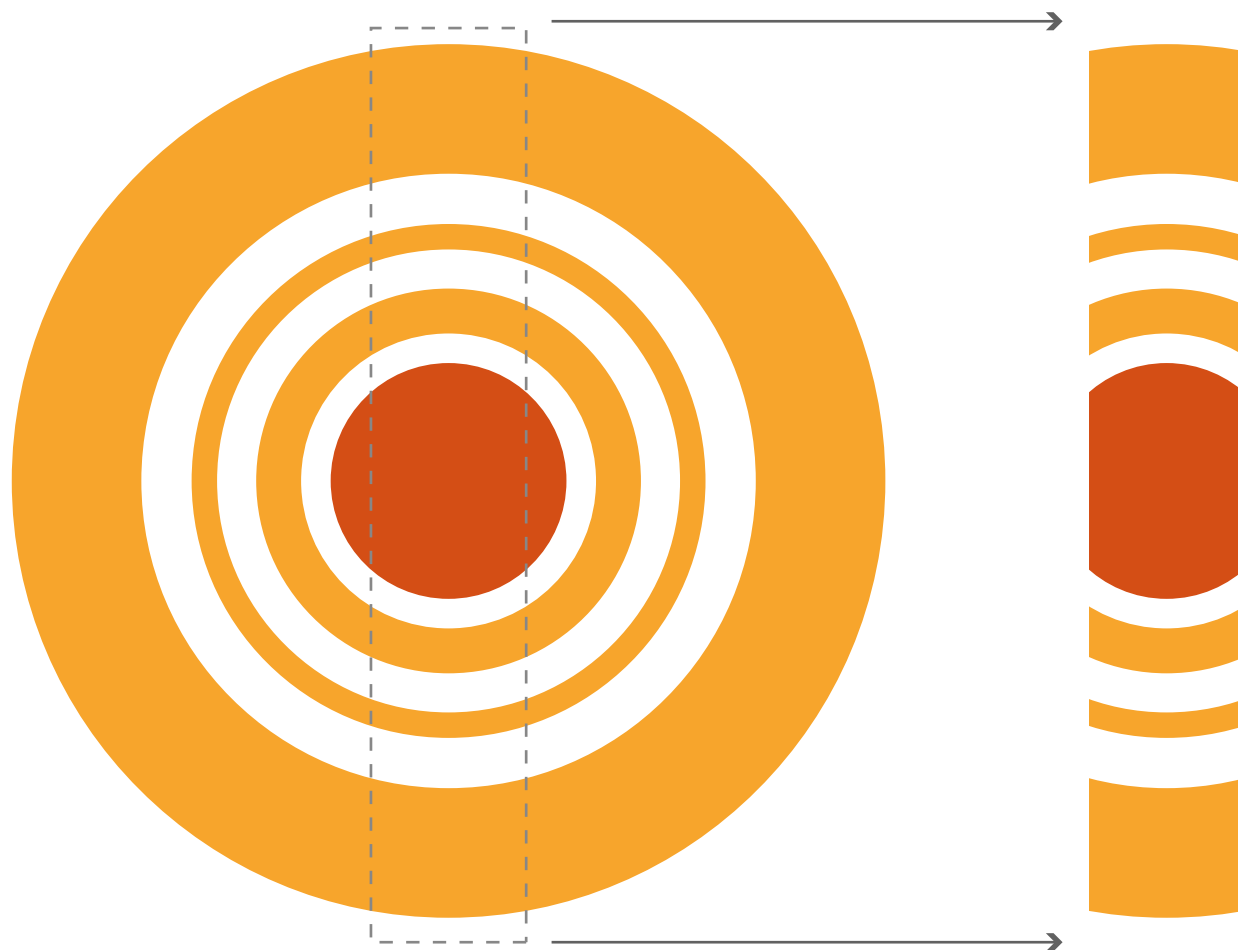
Dentro del sistema visual de la marca CINOC hay otros elementos a considerarse para complementar la comunicación.

Ordenar y aplicar de forma correcta estos signos distintivos junto con el imagotipo, es garantía de que transmitirán perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.



Como elemento gráfico de acompañamiento se encuentran las líneas arqueadas, las cuales ayudan a reforzar la pregnancia del imagotipo siendo estas el elemento mas notoria en la imagen la marca.

Las líneas también refuerzan el concepto de UNIÓN, que se maneja en la institución "NOS UNE LA IES CINOC", ya que son líneas que parten de un extremo al otro uniendo dos puntos.



Se sugiere que los elementos de acompañamiento al nivel gráfico se construyan a partir de la estructura inicial del imagotipo, con la intención de aumentar la pregnancia en el usuario y que los elementos siempre guarden relación directa con el imagotipo.

Esto ayudará al posicionamiento y a la recordación de la marca,

APLICACIÓN CON IMAGOTIPO

Barra Institucional

NOMBRE DEL PROYECTO
DE LA BIBLIOTECA INSTITUCIONAL



NOMBRE DEL PROYECTO
DE LA BIBLIOTECA INSTITUCIONAL



NOMBRE DEL PROYECTO
DE LA BIBLIOTECA INSTITUCIONAL



NOMBRE DEL PROYECTO
DE LA BIBLIOTECA INSTITUCIONAL



FILETES

Un filete es una línea visible divisoria que sirve para establecer jerarquías.

Así como en el cobranding, los filetes se establecen tomando como referencia el tamaño de la i de la palabra CINOC, en términos para piezas digitales, especialmente para web y para efectos más prácticos. Los 4 px de alto son la medida recomendada.

Ejemplo de uso del filete IES CINOC

4 pxI

NOTICIAS



“NUEVO TÍTULO”

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim

LOREMIPSUM

4 pxI

A group of approximately 15 students, both male and female, are posing for a group photo in front of a modern building with large windows. The students are dressed in casual attire, including t-shirts, hoodies, and caps. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter. The text "CONVENIOS PARA CONTINUAR TU FORMACIÓN PROFESIONAL" is superimposed over the lower half of the image in white, bold, sans-serif capital letters. The word "PROFESIONAL" is contained within a solid orange rectangular box at the bottom.

CONVENIOS PARA CONTINUAR TU FORMACIÓN PROFESIONAL

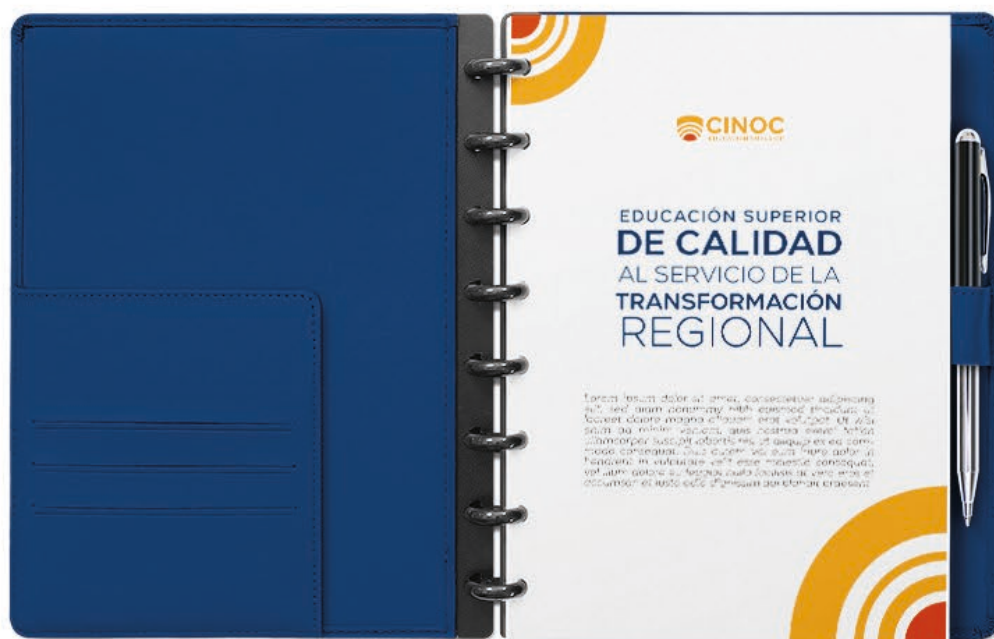
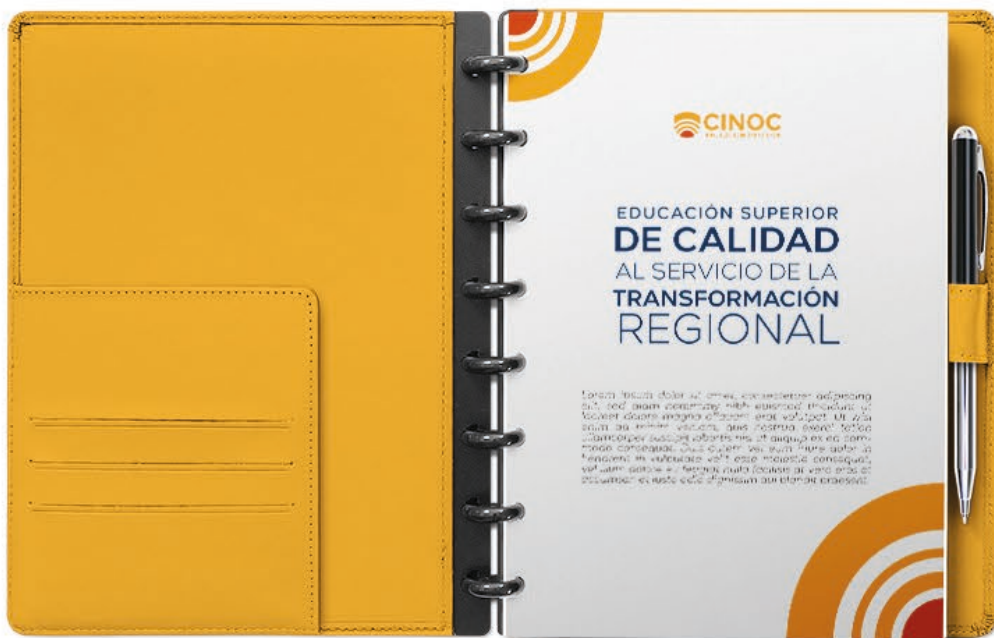
PAPELERÍA INSTITUCIONAL

Se debe respetar esta estructura básica para cualquier tipo de documento o correspondencia que represente a la IES CINOC.



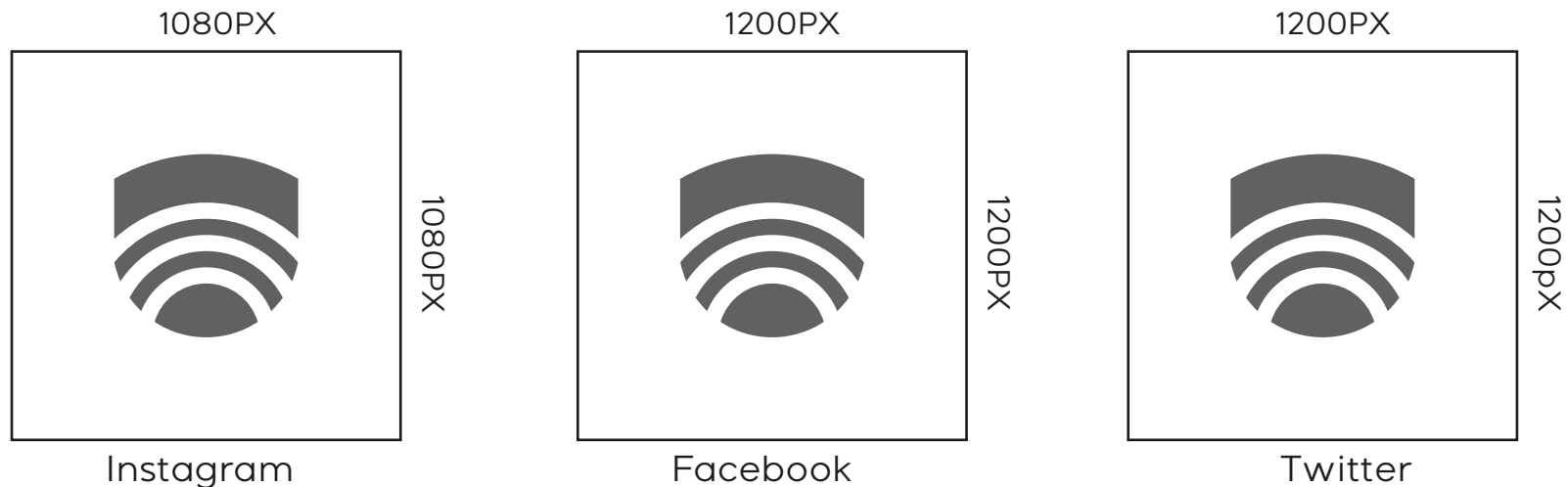






APLICACIONES REDES SOCIALES

Dimensiones de Post



Recomendaciones

1. Utilizar máximo 50 caracteres en el post, esto permitirá que el usuario pueda leer rápidamente la intención del post.
2. Utilizar frases envolventes y atractivas, esto provocará interés en el usuario
3. Siempre incluir un llamado a la acción.
4. No colocar URL en el post, debido a que estas no se pueden clicar, mejor agregarla en la descripción.
5. Utilizar 1 o 2 emojis, como una forma de completar tu texto y conducir alguna reacción en el lector.
6. Utilizar 1 o 2 hashtags.
7. En instagram se sugiere utilizar vídeos y carruseles, incluso más que solo 1 post

APLICACIONES REDES SOCIALES

Medida X

Ubicación del
logo 1

Área
Editable

Medida X

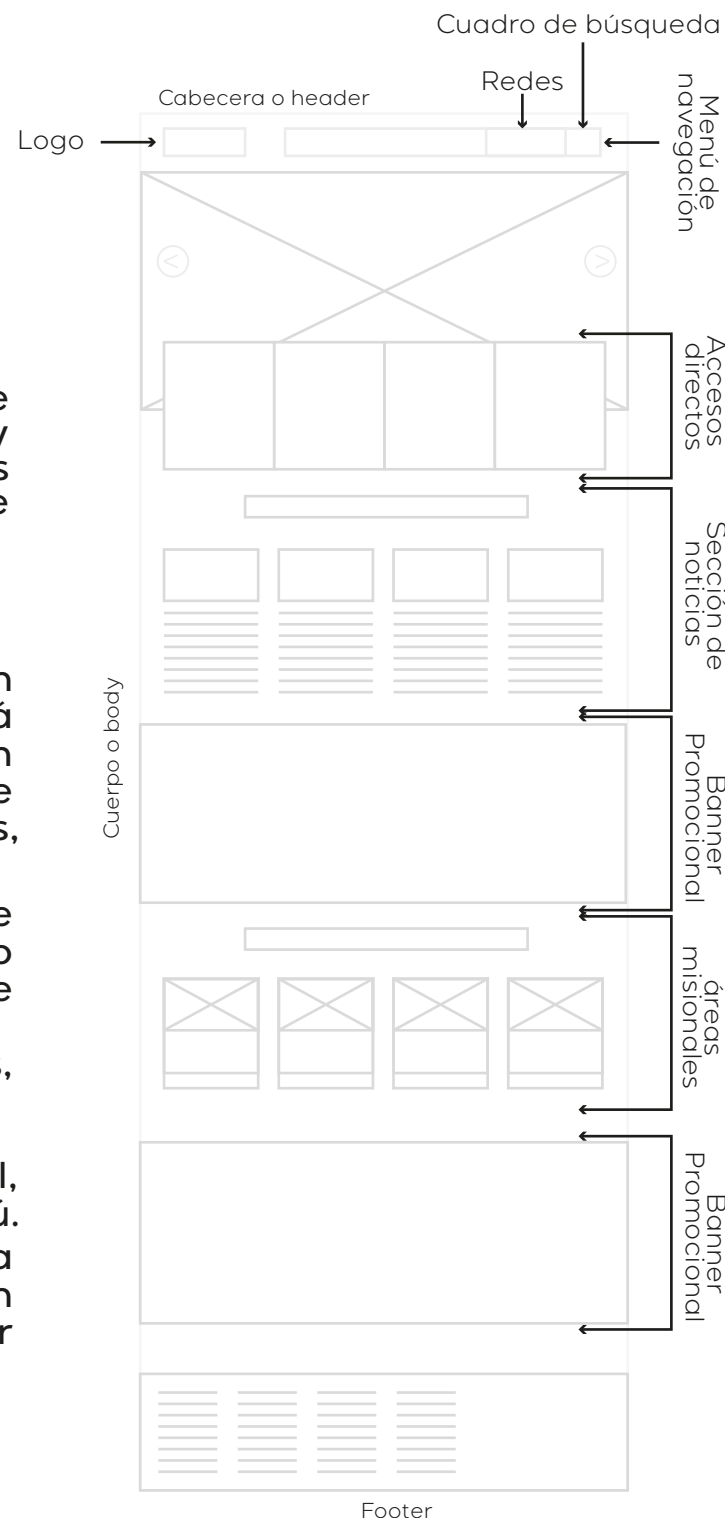
Ubicación de
logos (co-branding)

GUÍA ESTILO WEB

La página web de la IES CINOC se debe estructurar de una manera clara y ordenada, que logre dar a conocer las diferentes actividades de la entidad e impactar.

Recomendaciones generales

1. Evitar la creación de muchas secciones en la vista principal (Inicio, home), esto podrá causar que el usuario se contamine con tanta información, se confunda, o se sature con la gran cantidad de textos e imágenes, máximo 7 secciones debajo del menú.
2. Se sugiere que el banner principal se separe del menú de navegación para que el mismo no interfiera con la lectura al cambiar de color.
3. Se sugiere que los textos (noticias, descripción etc) sean cortos y precisos.
4. Se sugiere realizar énfasis en los botones desde el diseño. Manejar colores del manual, tanto para botones como para barras de menú.
5. Se sugiere utilizar la tipografía corporativa GIGA SANS en el sitio web, para también generar una recordación de marca por parte del usuario.



TIPOGRAFÍA

ESTILO WEB

1. Tamaño de letra

Utilizar tamaños de letra relativos, es decir, %, EM/REM o pequeño/normal/mediano/grande, debido que al asignarle valores con numeración o puntos no se controlarían el cambio de tamaño de la fuente en otras pantallas.

2. Ancho de línea

Anchura máxima de unos 70 caracteres, es decir, la anchura de texto estándar de un documento de Word en formato A4.

3. Espacio entre líneas

Para lograr una legibilidad óptima, es muy importante el llamado bleed-through, es decir, la distancia entre las distintas líneas de un texto -también la altura de un párrafo-. Dependiendo del tipo de letra, es bueno 140-150 % de "line-height".

4. Contraste

La relación entre el color y el color de fondo se llama contraste. Esto debería ser muy alto para el texto continuo. El máximo contraste es, por supuesto, el texto Utilnegro sobre fondo blanco.

5. Estructura

Esto significa: ¡textos bien estructurados y semánticamente correctos! En HTML, esto significa, por ejemplo, las etiquetas de encabezamiento H1/H2/H3, las marcas de párrafo, las marcas de lista, el uso inteligente del resaltado mediante negrita, cursiva y color. Esto tiene un efecto directo en la legibilidad y también en la clasificación de Google.

TIPOGRAFÍA

ESTILO WEB

6. Un máximo de dos tipos de letra

A menudo basta con una fuente por sitio web. En casos especiales, pueden funcionar más, pero debe tener cuidado con el uso de más de 2 fuentes por documento. Se recomienda solo usar la tipografía GIGA SANS, y en los casos donde no aplique la fuente OPEN SANS.

7. Capitales / mayúsculas

No utilice mayúsculas en los títulos ni en el menú. Son difíciles de leer. Sin embargo, si se trata de palabras individuales, por ejemplo en la NAVEGACIÓN, puede utilizar las mayúsculas. Pero no los escriba en mayúsculas, sino que utilice CSS para resolver el problema con "text-transform:uppercase".

8. Fuentes estándar

En caso de duda y como recurso, debería elegir fuentes de sistema probadas y comprobadas. Arial, Verdana, Georgia son fuentes de sistema de excelente lectura, que están disponibles en casi todos los dispositivos de salida y siempre se muestran bien. Utilice este recurso solo en los casos donde no se pueda colocar las tipografías corporativas, o que no cuente con el archivo fuente.

9. Número de caracteres

Un titular con 12-13 caracteres es muy largo y los titulares ultracortos (dos palabras) solo son para casos concretos y excepcionales. Una buena medida puede ser entre 6 y 10 palabras(aplica para títulos de noticias y encabezados.)

COLOR ESTILO WEB

Se plantean las siguientes recomendaciones para la administración del sitio web www.iescinoc.edu.co

1. Buena legibilidad

Es necesario que haya contraste entre el color del texto y el de fondo.

2. Usa poco colores

Usa pocos colores, muchos colores pueden ocasionar que la página web pierda seriedad e institucionalidad.

3. Utiliza suficientes colores

La página web no debe parecer aburrida. El color se debe utilizar para destacar cierto tipo de información o botones de llamado a la acción, se deben utilizar solo los colores contemplados en este manual de identidad.

4. Emplea colores intensos para atraer la vista de los visitantes

Se deben generar ritmos de lectura dentro la página con web ayudándose del color, se debe tener cuidado, pues que si todos los colores son intensos, el ojo será atraído en tantas direcciones que esta técnica perderá su efectividad.

ÍCONOS

ESTILO WEB

Un icono es un signo que representa un objeto o una idea con los que guarda una relación de identidad o semejanza formal.

En el sitio web se recomienda usar iconos con el diseño tipo FLAT. Los ‘flat icons’ (iconos “planos”, “minimalistas” o “minimales”) prescinden de los detalles como son gradientes, sombras o efectos 3d con el objetivo de potenciar la simplicidad y el impacto visual sobre fondos simples.

Estos iconos se deben utilizar en los colores corporativos o en blanco, negro y grises, cuando aplique y se deben solicitar al diseñador, especificando la dimensión, forma, la disposición del contenedor (cuadrado o circular) y el color.

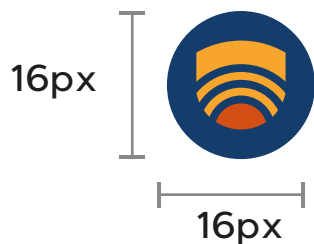


FAVICON

ESTILO WEB

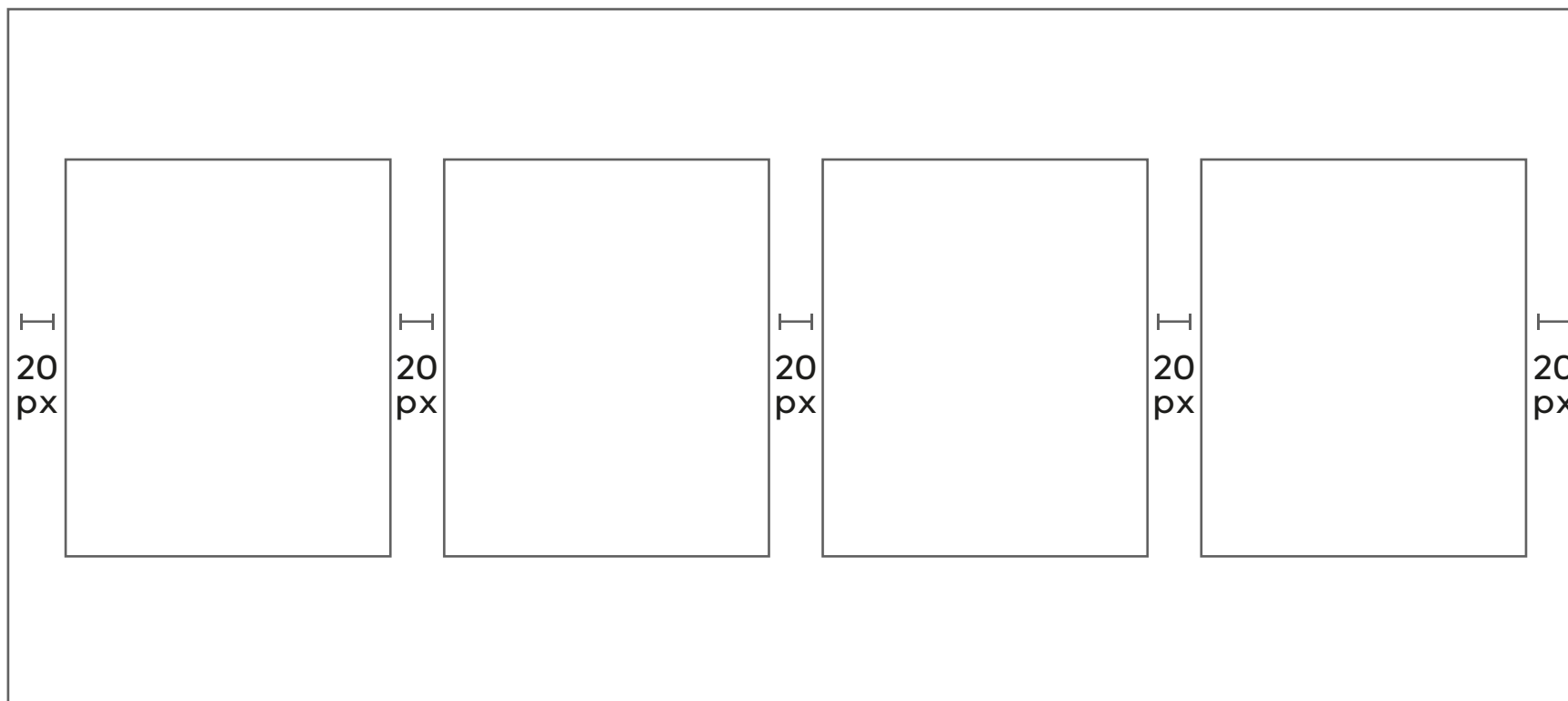
Un favicon es un pequeño ícono de 16x16 píxeles que se utiliza en los navegadores web para representar un sitio o una página web, sirve como ícono de la página web, o un identificador visual para que los usuarios puedan localizar la página web en la red.

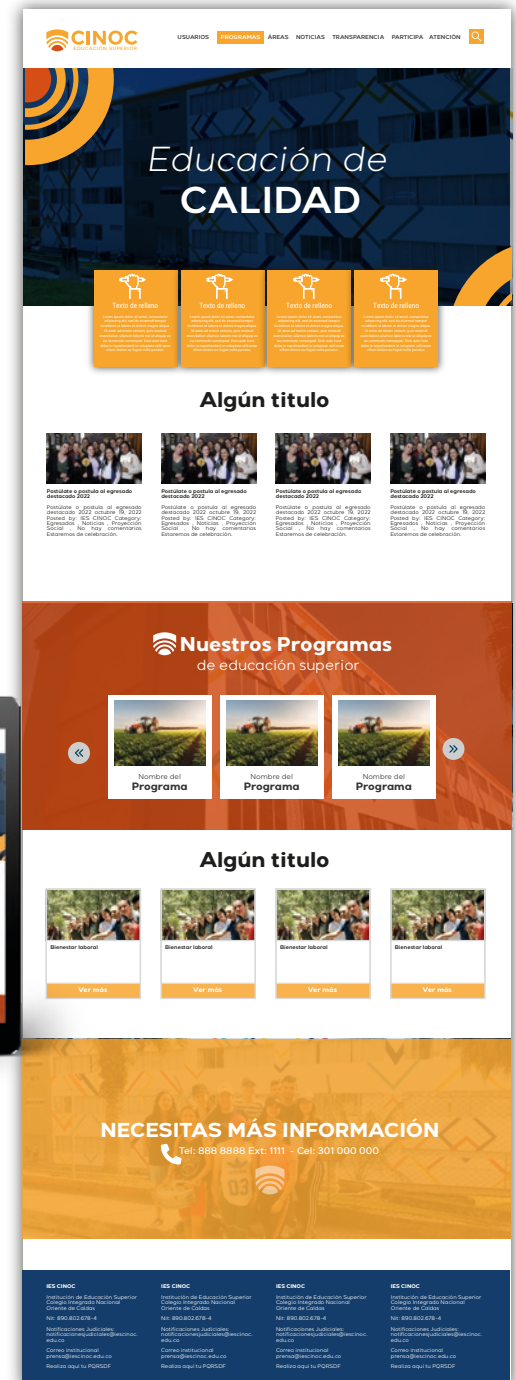
Los favicones son vistos en las pestañas de la parte superior del navegador web, pero también se puede encontrar en la barra de favoritos del navegador, en el historial y en los resultados de búsquedas, junto a la url de la página. En algunos casos, como en Google Chrome, los favicones aparecen incluso en la página de inicio del navegador.



Estructura ESTILO WEB

La estructura de la página web, guarda una estructura invisible que se divide en cuatro columnas, estas poseen un espaciado de 20px, se debe respetar esta distribución, y en los casos donde se deba crear un contenedor con menos columnas este se deberá adaptar proporcionalmente al espacio, logrando que abarque el espacio de las mismas 4 columnas.





PROFESIONALES
DE BIENESTAR
ESPECIALIZADOS EN
DISTINTAS ÁREAS







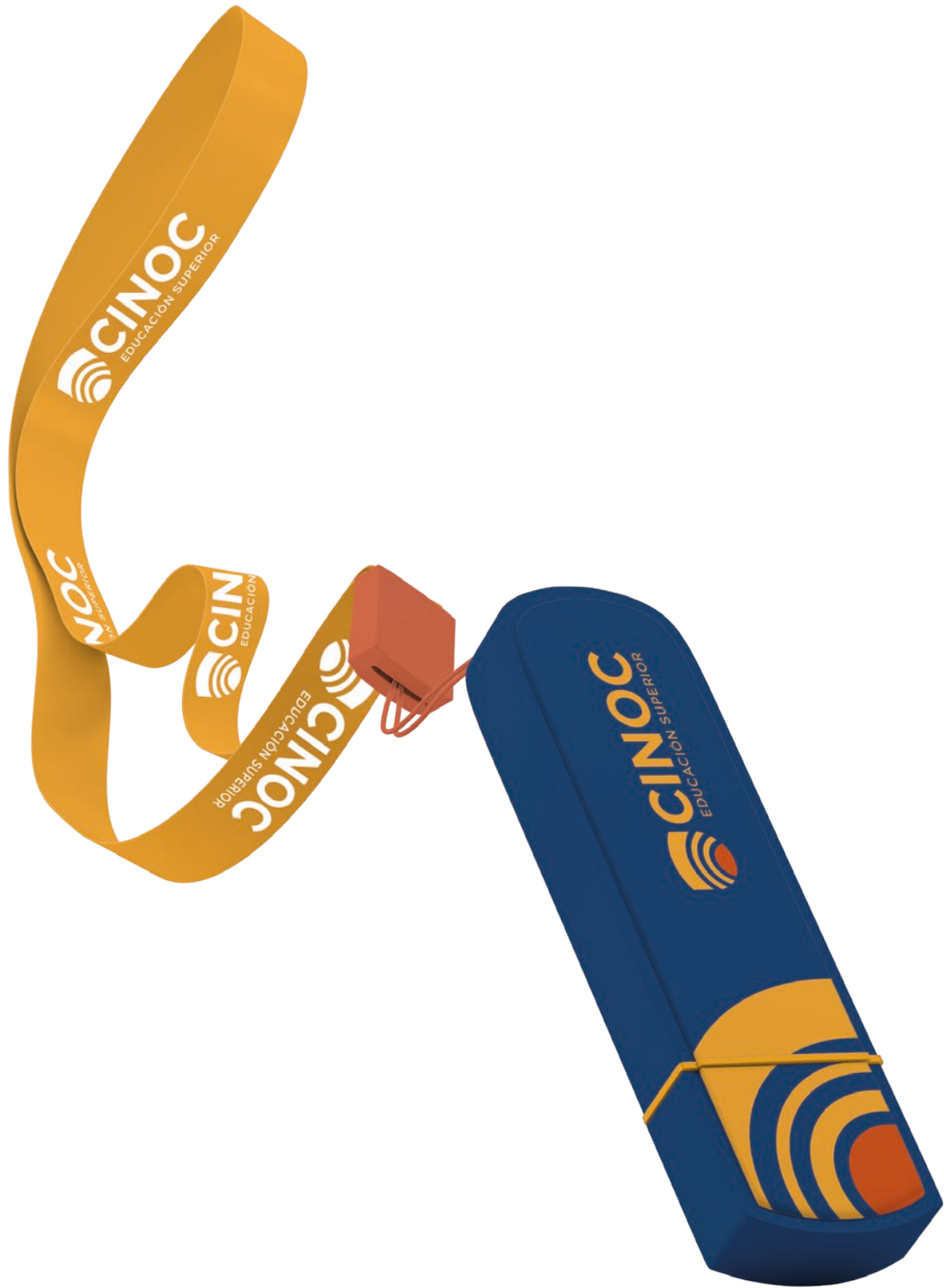


























Polo

AMARILLA NARANJA

Elementos para grupos culturales de la institución









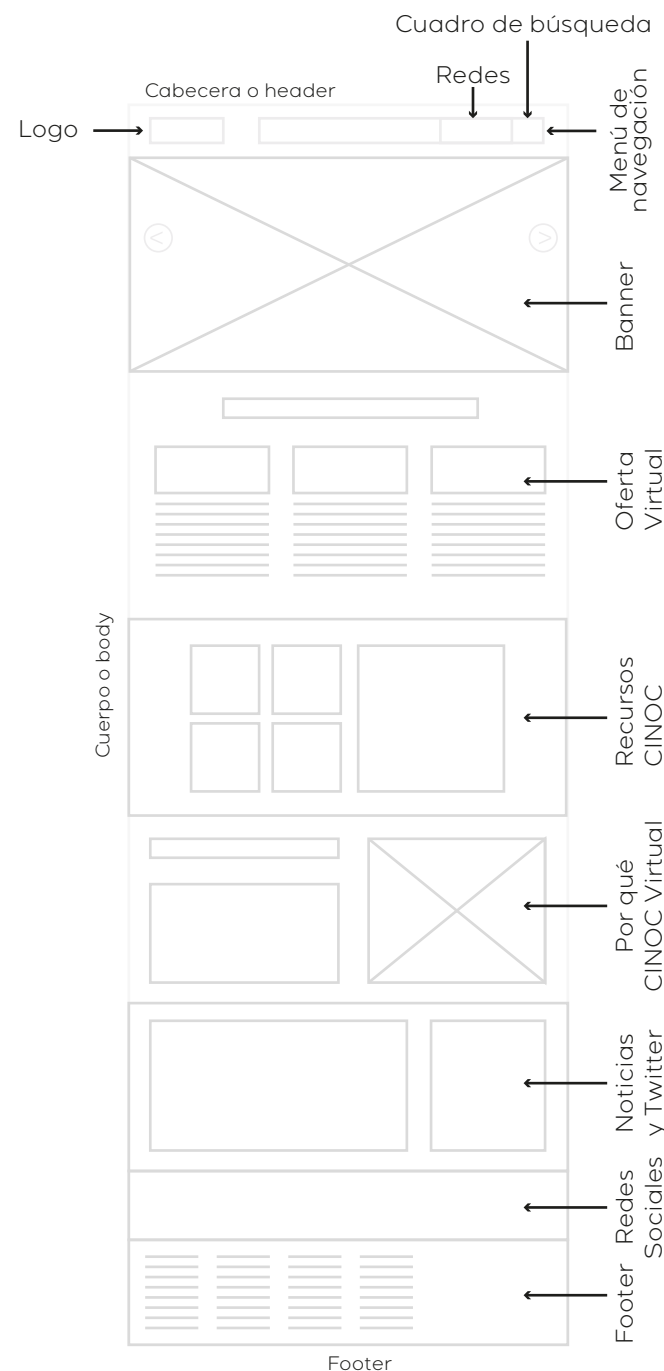


WEB PLANTILLA

CINOC VIRTUAL

Recomendaciones generales

1. Las secciones que deberá contener esta página son: Menú de navegación, banner, oferta virtual, recursos cinoc, Por qué cinoc virtual, Noticias y twitter, redes sociales y footer, en ese orden. no se recomienda añadir más secciones debido a que aumentará su tiempo de interacción y disminuirá el nivel de atención del lector.
2. Se sugiere conservar el uso del color en la barra de menú, con respecto a iescinoc.edu.co.
3. Se sugiere mantener el uso e la tipografía Open Sans, y como fuente auxiliar Giga Sans.
4. Se sugiere utilizar un tamaño de fuente máximo de 3REM para títulos y un valor de 0.9REM para texto corrido.

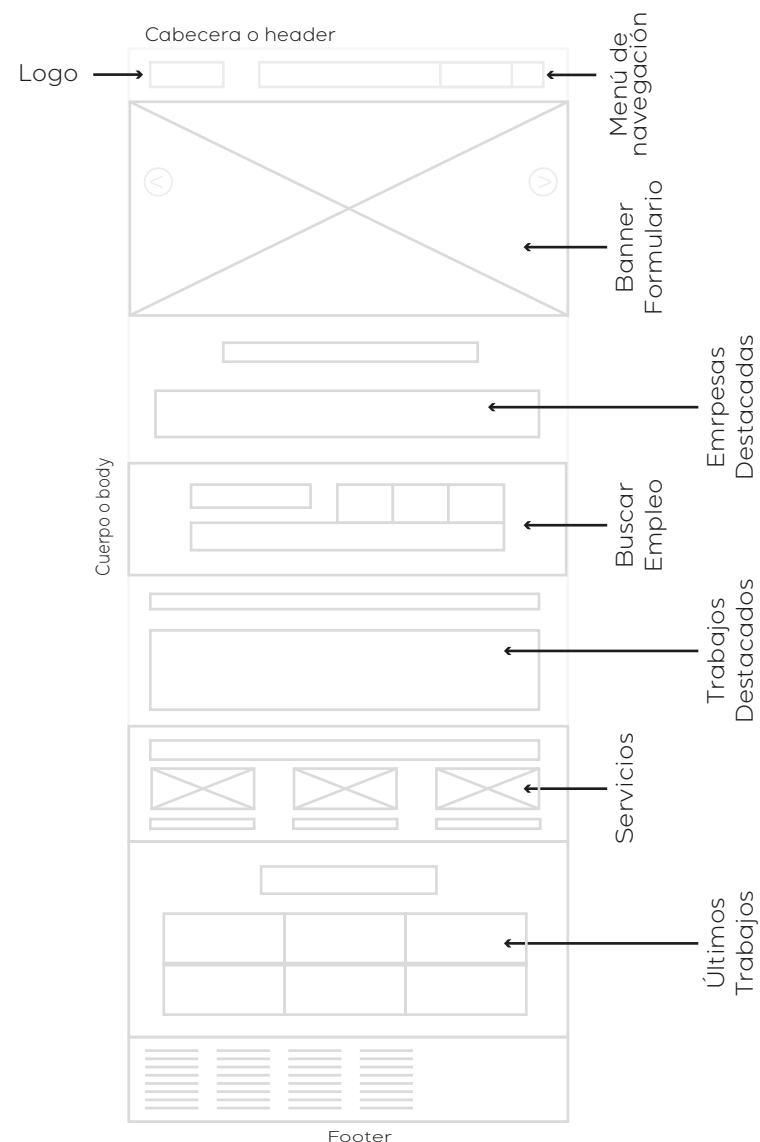


WEB PLANTILLA

BOLSA DE EMPLEO

Recomendaciones generales

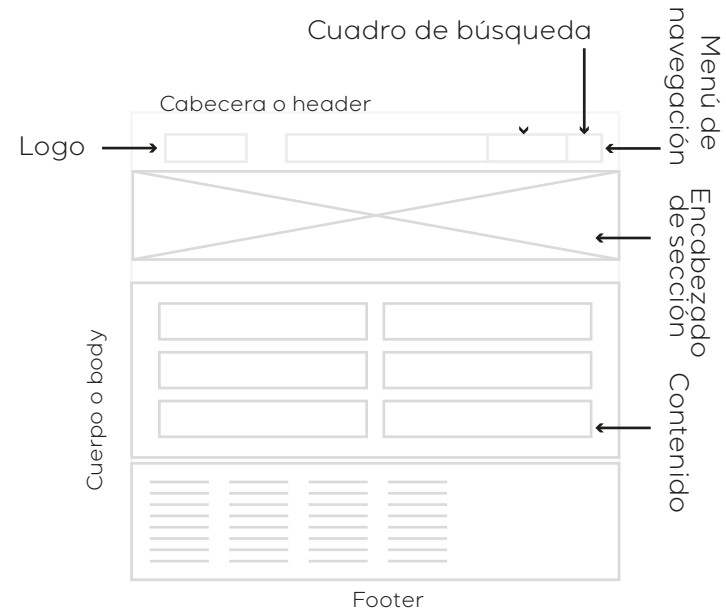
1. Las secciones que deberá contener esta página son: Menú de navegación, banner formulario, empresas destacadas, buscar empleo, trabajos destacados, servicios, últimos trabajos, en ese orden. No es recomendable añadir más secciones.
2. Se recomienda utilizar una imagen con un tono oscuro para mejorar la legibilidad del formulario inscrito en el banner.
3. Se recomienda utilizar el mismo peso de letra en los títulos, que se viene manejando en iescinoc.edu.co.
4. se sugiere mantener el uso del color, tanto en los títulos como en los botones. los que tienen un cambio en el estado de “over”, utilizar el amarillo institucional.



WEB PLANTILLA

Transparencia y acceso a la información pública

1. Las secciones que contendrá esta página son: Menú de navegación en la parte superior, encabezado de sección, contenido y footer.
2. En el encabezado va el nombre de la página, el estilo de título es blanco sobre fondo color amarillo institucional.
3. Utilizar la distribución en filas y columnas propuesta en el diagrama de contenedores para los elementos dentro del body.



GUÍA ESTILO WEB

Header y Footer

Recomendaciones generales del header

1. se sugiere utilizar un fondo plano en la barra de menú, para que los elementos de fondo no interfieran con su lecturabilidad.
2. Es clave que conserve elementos tan importantes como el Logotipo, la barra de menú principal y el buscador, para garantizar una navegación fluida.
3. No incluir más de 10 vínculos en la barra de menú.
4. El blanco y el amarillo institucional como colores principales para menú y botones.

Recomendaciones generales del footer

1. Su diseño debe mantenerse simple para que se haga fácilmente visible, organizarlo en columnas y filas.
2. Usar siempre un tono de fondo que contraste con la sección anterior, se recomienda utilizar el azul institucional, para que coincida con el diseño de todo el sitio.
3. Agregar solamente los enlaces más importantes.
4. Imponer los logos sobre un fondo blanco, para que su condición de transparencia no afecte su visibilidad.
5. Conservar el orden de los vínculos en todas las páginas.

GUÍA ESTILO WEB

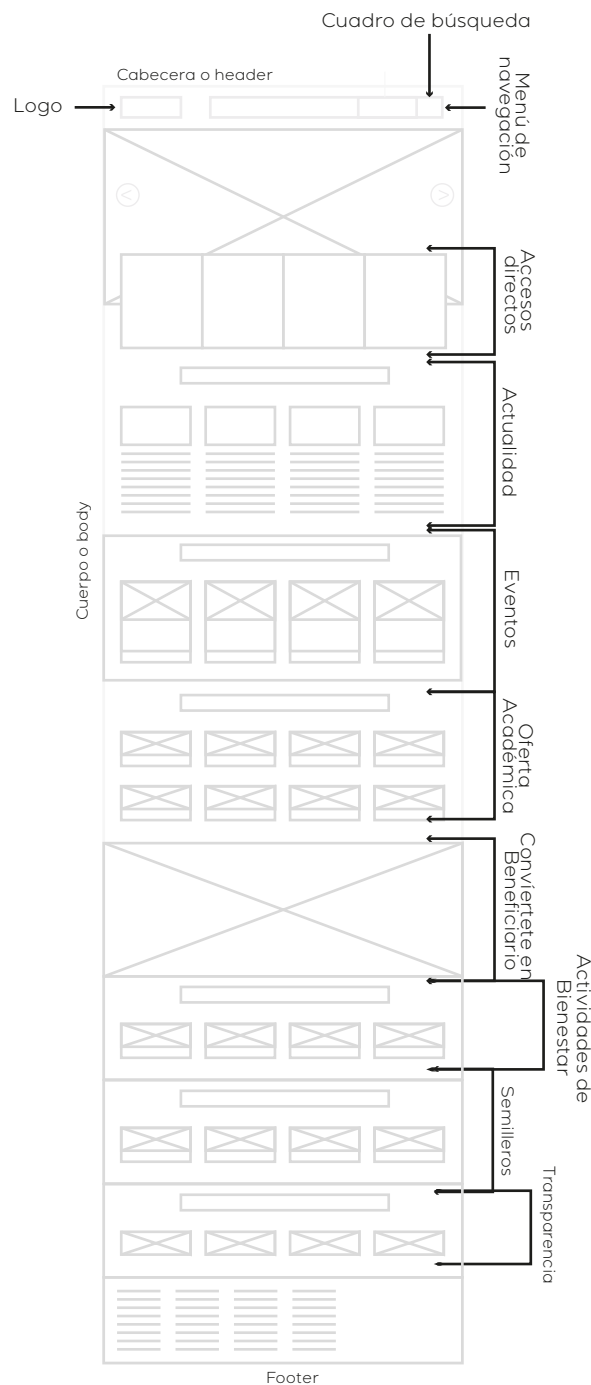
1. Se sugiere conservar el uso de la fuente Open Sans, tanto para títulos como para texto corrido, ya sea en iescinoc.edu.co, o en los demás dominios. en caso de que no se encuentre disponible, utilizar Giga sans. Como último recurso, reemplazar por una fuente web sin cerifas, de peso regular.
2. Se sugiere utilizar un peso de letra distinto cuando se integre un título y un subtítulo (Bold y light, por ejemplo).
3. Los elementos gráficos deben tener como mínimo una resolución de 150dpi. Las fotografías deben tener buena iluminación y enfoque, que no estén borrosas, cortadas o movidas, sin ningún tipo de filtro, a excepción de las fotografías que serán usadas como fondo de texto. deben ser relevantes al tema de la página. Antes de que cualquier elemento gráfico sea publicado debe ser aprobado por la oficina de Mercadeo.

WEB PLANTILLA

Home o Inicio

Recomendaciones generales

1. Las secciones que deberá contener esta página son: Menú de navegación, banner, Accesos directos, actualidad, eventos, oferta académica, conviértete en beneficiario, actividades de bienestar, semilleros, transparencia y footer.
2. Se recomienda utilizar poco texto para los elementos de la sección “actualidad”.
3. Conserva esta sección simple, textos concisos. Debes garantizar que el usuario encuentre la información que busca de la manera más rápida y sencilla posible.
4. Debe ser sometida a constante revisión, manteniendo su contenido actualizado, esta será la página que recibe a todos los usuarios.

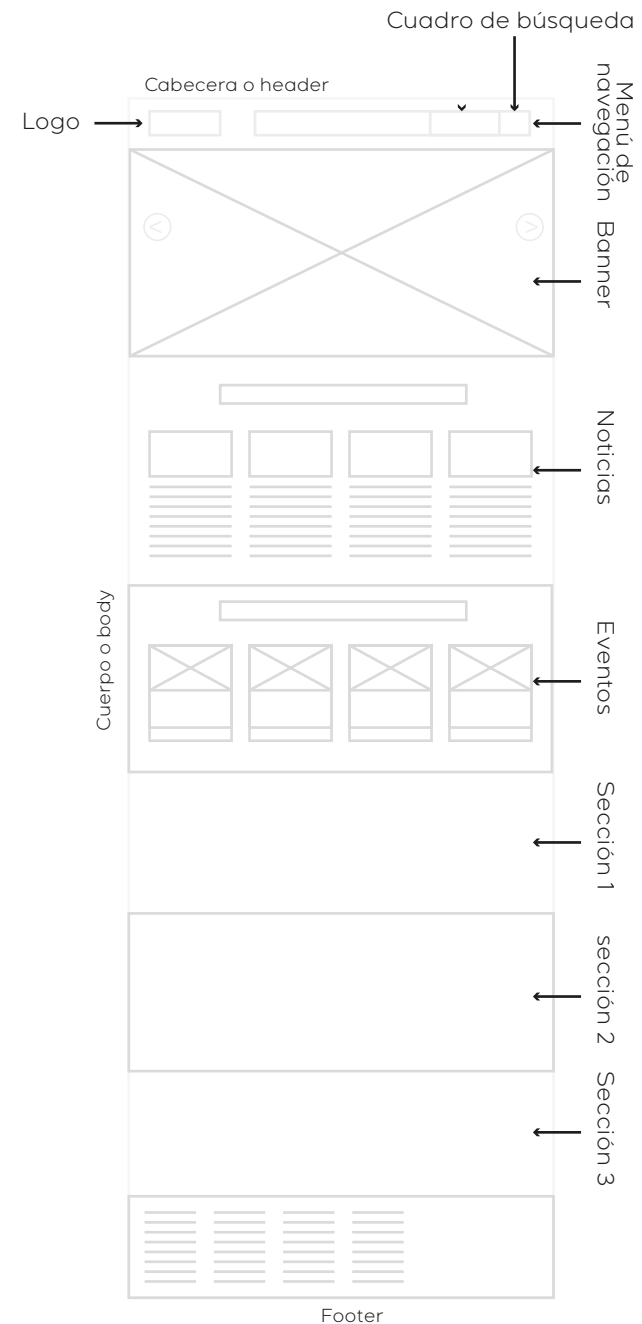


WEB PLANTILLA

Páginas misionales y macroprocesos

Recomendaciones generales

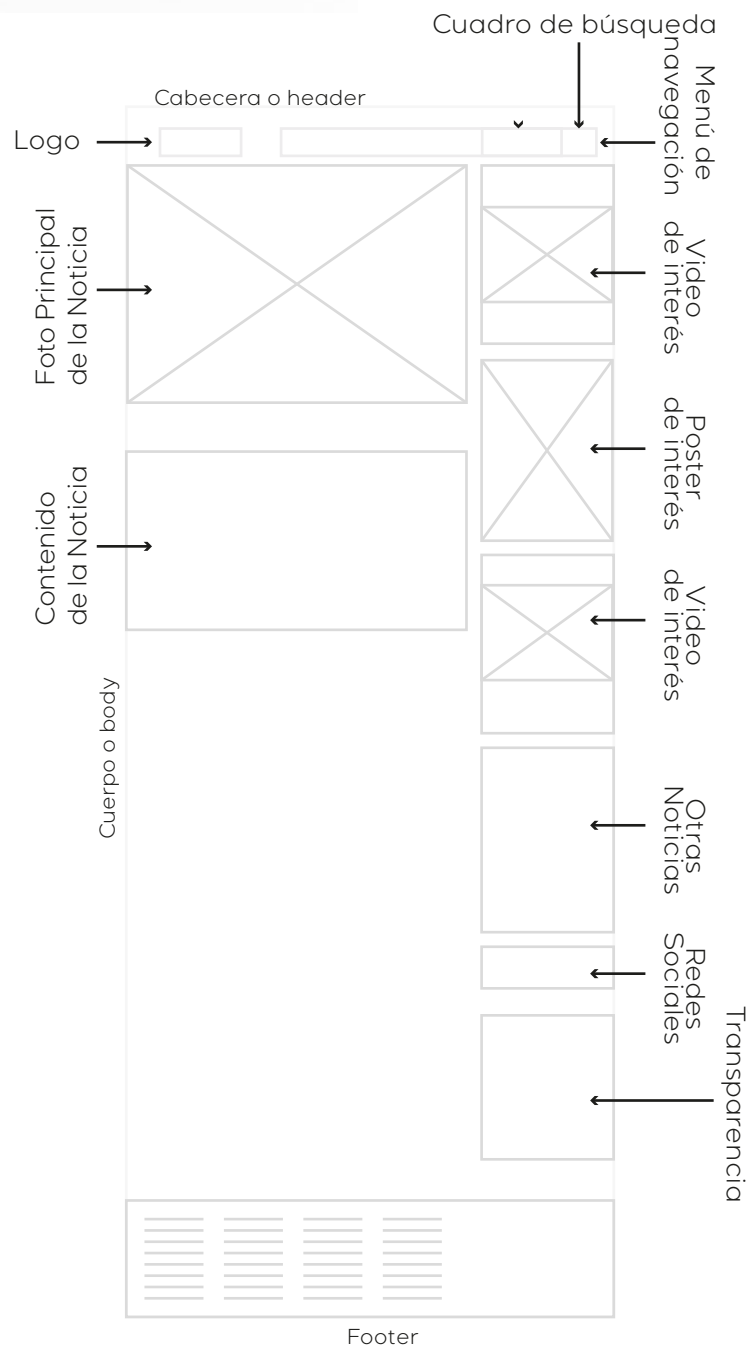
1. Las secciones que contendrá esta página son: Menú de navegación, banner, noticias, eventos, 3 secciones variables (su contenido dependerá de lo que cada una requiera) y un footer.
2. El orden de la secciones entre el banner y el footer puede variar, dependiendo de su relevancia.
3. Se sugiere publicar un mínimo de 3 noticias y un máximo de 8. implementar su distribución de acuerdo a la retícula.
4. En caso de hacer uso de elementos modulares, debes incluir contenido en cada uno de los contenedores, para brindar una apariencia ordenada y uniforme.



WEB PLANTILLA

Entradas: Noticias y contenido de interés

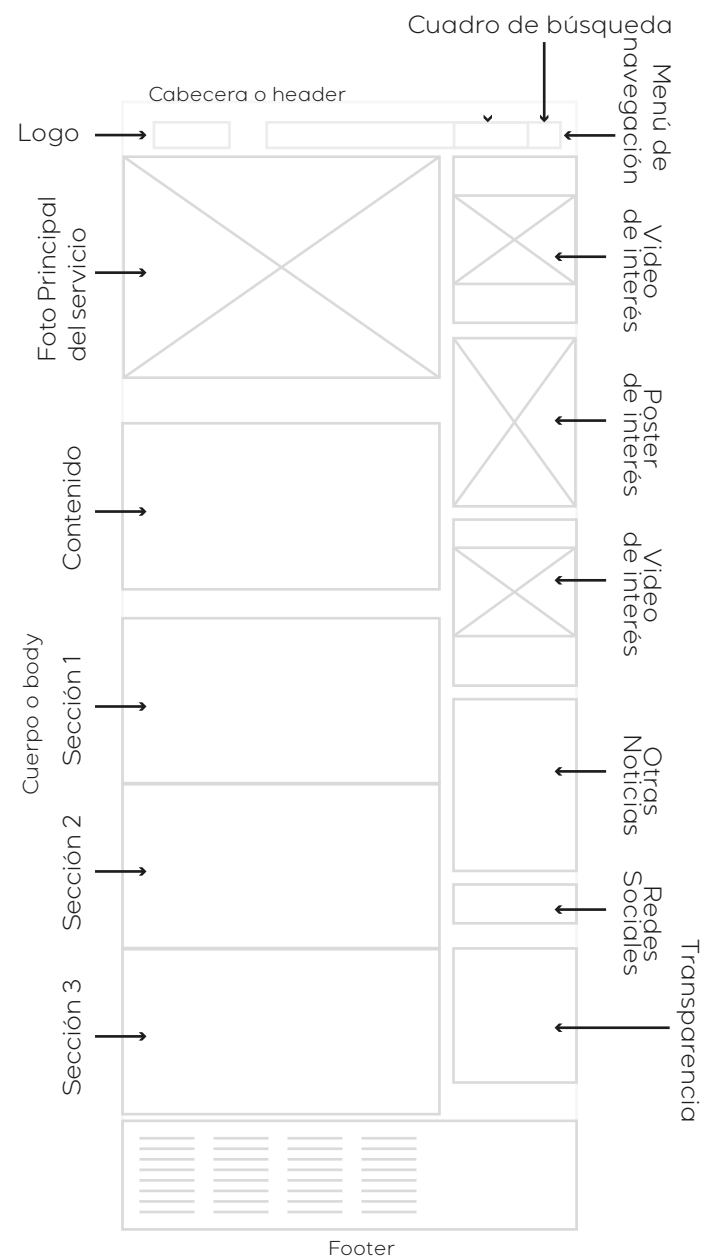
1. Las secciones que contendrá esta página son: Menú de navegación en la parte superior, como sección principal en el body la Foto principal y el contenido de la noticia y como columna derecha en el body una sección con información de interés, otras noticias, redes sociales y transparencia.



WEB PLANTILLA

Servicios

1. Las secciones que contendrá esta página son: Menú de navegación en la parte superior, en la parte principal del body tenemos la foto, el contenido y 3 secciones variables, y como columna derecha en el body tenemos información de interés, noticias, redes e Información de transparencia.



MANUAL DE **IDENTIDAD**