



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

Manual de

Identidad Visual Corporativa

GCM-PUB-MAN-1/V1/01/02/2020

VIGILADA
MINEDUCACIÓN

TABLA DE CONTENIDO



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

| | |
|--|-----------|
| 1. Uso del manual | 04 |
| 1.a. Terminología | 05 |
| 2. Nuestra marca | 06 |
| 2.a. Atributos de la marca | 06 |
| 3. Elementos de la marca | 07 |
| 3.a. El isologotipo | 08 |
| 3.a.1. Isologotipo actual | 08 |
| 3.a.2. Logosímbolo o isotipo | 08 |
| 3.a.3. Tipografía logotipo | 08 |
| 3.a.4. Tipografía slogan | 09 |
| 3.a.5. Isologotipo vertical | 10 |
| 3.a.6. Isologotipo horizontal | 10 |
| 3.b. Construcción y aplicación | 10 |
| 3.b.1. Planimetría versión vertical | 10 |
| 3.b.2. Planimetría versión horizontal | 14 |
| 3.b.3. Arquitectura | 15 |
| 3.c. Versiones del isologotipo | 16 |
| 3.c.1. Versión original (color) | 16 |
| 3.c.2. Versión negativo | 17 |
| 3.c.3. Versión positivo | 17 |
| 3.c.4. Versión monocromática | 18 |
| 3.c.5. Versión original sobre fondos oscuros | 18 |
| 4. Uso del isologotipo | 19 |
| 4.a. Colores de la marca | 19 |
| 4.b. Área de protección isologotipo vertical | 20 |
| 4.c. Área de protección isologotipo horizontal | 20 |
| 4.d. Tamaño mínimo de reproducción vertical | 21 |
| 4.e. Tamaño mínimo de reproducción horizontal | 21 |
| 4.f. Fondos cromáticos permitidos | 22 |
| 4.f.1. Versión original sobre fondo de color | 23 |
| 4.g. Usos incorrectos | 24 |
| 4.h. Identificador secundario | 25 |
| 4.i. Soporte legal del isologotipo | 26 |



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

| | |
|---|-----------|
| 5. Aplicaciones | 27 |
| 5.a. Manual de instrucciones (Power Point) | 27 |
| 5.a.1. Portada | 28 |
| 5.a.2. Aviso legal | 28 |
| 5.a.3. Encabezado de sección | 29 |
| 5.a.4. Diapositivas de contenido | 29 |
| 5.a.5. Contraportada | 30 |
| 5.a.6. Fuente tipográfica autorizada | 30 |
| 5.a.7. Diseño: elementos predeterminados en terminos de forma | 31 |
| 5.a.8. Otras plantillas de presentación | 31 |
| 5.b. Piezas gráficas | 32 |
| 5.b.1. Aplicaciones del isologotipo en diferentes versiones | 32 |
| 5.b.2. Video | 33 |
| 5.b.3. Redes sociales | 34 |
| 5.b.4. Sobre lord | 35 |
| 5.b.5. Hoja membrete carta | 35 |
| 5.b.6. Sobre de manila | 35 |
| 5.b.7. Carné | 36 |
| 5.b.8. Portacarné | 36 |
| 5.b.9. Pin institucional | 36 |
| 5.b.10. Tarjeta de presentación vertical | 37 |
| 5.b.11. Tarjeta de presentación horizontal | 38 |
| 5.b.12. Carpeta 2 cuerpos | 39 |
| 5.b.13. Libreta | 40 |
| 5.b.14. Cuaderno argollado | 41 |
| 5.b.15. Promocionales | 42 |
| 5.c. Uniformes | 43 |
| 5.c.1. Conjunto enfermería clínica mujer | 43 |
| 5.c.2. Conjunto enfermería clínica hombre | 44 |
| 5.c.3. Conjunto enfermería comunitaria mujer | 45 |
| 5.c.4. Batas de medicina | 46 |
| 5.c.5. Uniformes (Pijamas) | 47 |
| 6. Consideraciones finales | 48 |

INTRODUCCIÓN

Un Manual de Identidad Visual Corporativa se constituye a partir de elementos de diseño gráfico y branding o arquitectura de marca, para sintetizar los valores en un documento, el cual expone y demuestra las distintas aplicaciones, que junto con la identidad visual de la marca diferencian, caracterizan e imponen un estilo y un modo de desarrollo único en la implementación correcta de la personalidad de la marca.

El objetivo general de desarrollar un manual de identidad visual es aumentar el grado de recordación de la marca en el mercado, expresado y dirigido primordialmente hacia el grupo objetivo de dicha marca, para así poder generar distintivos (beneficios) en atributos económicos, funcionales y emocionales, siendo este último de vital importancia, que pueda cumplir una finalidad aspiracional, posicionando a la Fundación Universitaria Juan N. Corpas tanto en la mente, ubicándola en la primera opción de preferencia, como en los corazones de las personas.

1. Uso del manual

El Manual de Identidad Visual Corporativa de Fundación Universitaria Juan N. Corpas posee ciertos reglamentos determinados para la marca, ya que incorpora aquellas condiciones que delimitan la construcción y adecuación apropiada de la identidad visual en los diferentes medios comunicacionales existentes.

Este documento expone los usos correctos e incorrectos de la marca, los fundamentos de su simbología, y los significados del mismo. Es primordial que se consulte detalladamente toda la información mostrada en el manual, como también cumplir el seguimiento y recomendaciones, descritos en los apartados de interés.

Las condiciones dadas en el manual deben cumplirse y quedar explícitamente manifestadas en su totalidad; es por eso que se requiere de su inclusión en la página intranet de la empresa, donde se describen las diversas formas de la imagen, su logotipo y sus variaciones de uso. La correcta aplicación de los elementos visuales incluidos en el manual están bajo la supervisión del Departamento de Promoción Institucional de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas.

1.a. Terminología

Manual de identidad visual corporativa:

Conjunto de pautas reguladoras que establecen la utilización de la identidad visual de la marca en el plano del diseño. Es una guía en donde se diseñan las líneas maestras del logotipo e isologotipo de la empresa. El manual expone los elementos gráficos seleccionados por el Departamento de Promoción Institucional, para describir su imagen, como también sus distintas modificaciones en términos de color, tamaño, forma, entre otros.

Se establecen las diversas pautas que se deben cumplir para imprimir dicha Identidad corporativa en soportes internos y externos de la marca, específicamente los que se exponen al público. La inclusión de elementos gráficos pertinentes a la identidad visual describen y resaltan su forma, lugar de uso, y oportunidad. Sobretudo es un documento normativo, el cual se debe consultar para comprender las oportunidades gráficas de la imagen visual de la compañía. El manual de identidad visual corporativa refleja entonces las normas que deben orientar las acciones de identidad corporativa.

Identidad corporativa:

Conjunto de atributos internos o personales de una marca, los cuales permiten generar una diferenciación de las demás marcas existentes en su categoría, como también lograr una percepción y asociación destacada en el mercado y en el grupo objetivo, definido en el plan de marketing.

El término se refiere entonces a los valores, personalidad, carácter y alcance que la marca posee, a medida que defina su importancia y relevancia en el mercado. Los atributos de la entidad se definen mediante la identidad corporativa, en cuestión a su significado, concepción, desarrollo, acciones de comunicación y de marketing, que ésta realice posteriormente.

Imagen corporativa:

Representación visual de un conjunto de atributos de una entidad, reunidos bajo un mismo concepto identificadorio. Es la imagen mental o percepción de una marca o empresa que se origina, debido a su significado.

Logotipo:

Representación gráfica donde el texto de la marca funciona como un elemento único, es decir, la palabra que compone la marca funciona como imagen representativa de la presencia visual de la marca.

Isologotipo:

Interacción entre el logotipo (texto) y el logosímbolo (imagen) de una marca.

Logosímbolo o isotipo:

Ícono característico de una marca donde se expone, excluyendo el texto (logotipo) complementario del mismo.

Tipografía corporativa:

Tipo de letra o fuente utilizada para exponer los textos que se desarrollan en medios internos y externos de la compañía. Esta busca vincular la escritura con textos relacionados a la imagen corporativa. Su objetivo es generar unidad y estructura en medios impresos y digitales.

2.a. Atributos de la marca

Somos una Institución Universitaria de origen privado, de utilidad común y sin fines de lucro, reconocida por el Estado Colombiano.

Estamos orientados a la formación académica en profesiones, disciplinas y ocupaciones; a la producción, desarrollo y transmisión del conocimiento y de la cultura, con criterio de universalidad, sentido social y compromiso con el medio ambiente, y a la investigación en diferentes áreas del saber.

Con especial énfasis en los campos de la Medicina, Enfermería, Educación y Música, adelantando programas a nivel de pregrado, posgrado y Educación Permanente y Continuada.

Nuestras actividades se rigen por:

- El debido respeto y reverencia por la vida en todas sus manifestaciones, especialmente de la vida humana;
- La consideración del individuo como persona;
- La formación ética y cívica;
- La difusión de la cultura;
- El acatamiento a la ley y a la moral socialmente aceptada;
- El rechazo a todas las formas de violencia, y
- La búsqueda de la armonía social.

El estilo de comunicación visual usado, tiene como objetivo principal transmitir valores como:

VALORES

Conocimiento

Optimismo

Respeto

Pertinencia

Integridad

Sentido social

Trascendencia

Armonía

El uso adecuado del logotipo, logosímbolo e isologotipo en piezas comunicacionales es esencial para la manifestación, crecimiento, sostenimiento y recordación de la marca. Estas condiciones deben poderse satisfacer correctamente para poder consolidar a la Fundación Universitaria Juan N. Corpas como una entidad formada por valores humanos, con la finalidad de crear una identidad visual, corporativa, humana, fuerte y duradera. El surgimiento de interrogantes, así como también comentarios y recomendaciones, deben ser consultados con el autor del manual.

3. ELEMENTOS DE LA MARCA

La identidad visual de la marca ha sido diseñada con el fin de reflejar la misión, visión y valores institucionales de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas.

Misión: Contribuir al desarrollo de la persona de manera integral y pertinente, con sentido humanístico, ecológico y social, dentro del marco de la excelencia.

Visión: Ser reconocida por la excelencia en su formación integral, su cultura investigativa, su proyección social y su capacidad de proponer soluciones innovadoras, con énfasis en los ámbitos de la salud, la educación y las artes.

Identidad y cultura institucional

La Fundación Universitaria Juan N. Corpas tiene una muy arraigada cultura Institucional que obedece a la esencia y al legado de su Fundador, el Doctor Jorge Piñeros Corpas.

Más de 40 años después de su fundación, la Institución conserva los propósitos, principios y valores que le dieron origen y se traducen en sus pilares filosóficos: La Formación integral, el enfoque bio-psico-social, la fundamentación humanística, la búsqueda de soluciones pertinentes e innovadoras para beneficio de las personas, sus familias y sus comunidades, la conciencia ecológica y el compromiso social.

Para la Comunidad Universitaria de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas son primordiales los siguientes **preceptos:**

- Búsqueda y respeto por la verdad.
- Respeto y reverencia por la vida en todas sus manifestaciones.
- Consideración de la persona como eje fundamental.
- Ética e integridad en su propio funcionamiento y en los procesos de formación.
- Desarrollo del espíritu positivo para enfrentar los problemas.
- Acatamiento de la Ley y de la moral socialmente aceptada.
- Preservación y difusión de las riquezas culturales, históricas, la biodiversidad, los recursos naturales, el folclor y de los conocimientos tradicionales y autóctonos de Colombia.
- Búsqueda permanente de la excelencia en todos los procesos.
- Formación con criterio de universalidad, sentido social y espíritu ecologista.
- Fomento de la autonomía con alto sentido de la responsabilidad.
- Apertura a las necesidades de formación del estudiante promedio, sin discriminación de ningún tipo.
- Conciencia de pertinencia frente a la Institución, el área de influencia de la misma, la región y el País, sin dejar de lado la importancia de trascender fronteras y proyectarse a la Comunidad Internacional.
- Sentido de pertenencia.
- Desarrollo del humanismo y de la sensibilidad estética.

3.a. Isologotipo

El isologotipo es el identificador gráfico o elemento de comunicación visual que sirve para representar los principios y valores de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas. El isologotipo esta conformado por el isotipo (símbolo) y el logotipo (tipografía), estos dos elementos son complementarios y no pueden concebirse el uno sin el otro, en nuestro caso es una única identidad visual.

3.a.1. Isologotipo actual

El isologotipo ha sido diseñado para que se adapte a cualquier situación manteniendo su legibilidad.



3.a.2. Logosímbolo o isotipo



3.a.3. Tipografía logotipo

La familia tipográfica corporativa elegida del logotipo de Fundación Universitaria Juan N. Corpas es Bernhard Modern. Su implementación está orientada hacia el desarrollo y exposición, específicos para el uso exclusivo del logotipo e isologotipo en aspectos internos y externos comunicacionales.

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

Bernhard Modern

ABCDEFGHIJKLMNQP-
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
1234567890

Bernhard Modern Bold

ABCDEFGHIJKLMNQP-
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
1234567890

3.a.4. Tipografía slogan

La familia tipográfica corporativa elegida para el slogan de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas es Helvetica Regular. Su implementación está orientada hacia el desarrollo y exposición, específicos para el uso exclusivo del slogan.

Educación y Salud de Calidad
con Sentido Social

Helvetica Regular

ABCDEFGHIJKLMNQP-
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
1234567890

3.a.5. Isologotipo vertical

La versión vertical, es la versión preferencial de la marca.



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

3.a.6. Isologotipo horizontal

Se ha desarrollado una versión horizontal para aquellas comunicaciones donde se ponga en riesgo la visibilidad de la marca.



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

3.b. Construcción y aplicación

El nombre de la marca Fundación Universitaria Juan N. Corpas se elabora generando la composición en cajas de letras altas y bajas, respectivamente, adaptando la tipografía de familia Bernhard Modern cuyas cualidades derivan de valores como: ética, compromiso, respeto. Es por esto que la tipografía del logotipo es de alto grosor.

El círculo negro de la sabiduría que contiene el triángulo equilátero de la justicia, la verdad y el honor. En su centro lleva el bastón de Hipócrates que sostiene la serpiente que es la astucia que debe tener el médico frente a los síntomas de su paciente para interpretarlos, el libro de la ciencia y el récipe (YO ORDENO) que es la astucia frente a los problemas de la verdad.

3.b.1. Planimetría versión vertical

La construcción visual y gráfica de un isologotipo se establece primordialmente mediante la elaboración de una retícula o grilla constructiva, la cual permite un correcto manejo de su proporción.

El isologotipo de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas se construye a partir de elementos que son ubicados en una superficie modular de proporciones 64 x 53 cms.

Las medidas de dichas proporciones corresponden al valor X, determinado en 1 cm. De esta forma se establece la adecuación apropiada de la proporción de la marca en diversos soportes y medidas.

La versión vertical, es la versión preferencial de la marca.



20x

16x

2x

1x

2x

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

JUAN N. CORPAS

Escuela de Medicina

2x

4x

2x

32x

40x

44x

20x

16x

2x

1x

3x

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

JUAN N. CORPAS

Escuela de Enfermería

2x

4x

2x

34x

40x

44x



20x

16x

2x

1x

2x

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS
 Escuela de Música

2x

4x

2x

30x

40x

44x



20x

16x

2x

1x

3x

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS
 Escuela de Educación
 y Ciencias Sociales

2x

4x

2x

6x

2x

34x

40x

44x



3.b.2. Planimetría versión horizontal

La construcción visual y gráfica de un isologotipo se establece primordialmente mediante la elaboración de una retícula o grilla constructiva, la cual permite un correcto manejo de su proporción.

El logotipo de Fundación Universitaria Juan N. Corpas se construye a partir de elementos que son expuestos en una superficie modular de proporciones 99 x 36 cms.

Las medidas de dichas proporciones corresponden al valor X, determinado en 1 cm. De esta forma se establece la adecuación apropiada de la proporción de la marca en diversos soportes y medidas.





3.b.3. Arquitectura

Para la incorporación de la arquitectura de la marca, se han definido 3 niveles dentro de la composición del logo.



Esta es la versión original del isologotipo. En su arquitectura debe ser utilizado en los niveles descritos anteriormente, teniendo en cuenta que el nivel 1 y 2 no pueden tener ningún tipo de alteración.

El nivel 3 puede tener las siguientes variaciones:

- Cuando el isologotipo se encuentre en su tamaño mínimo de reproducción, se descarta el contenido (slogan).
- Cuando sea necesario generar comunicaciones de determinados departamentos a nivel interno, se reemplaza el contenido del nivel 3 por un texto que identifique el departamento, escuela o área.



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

Educación y Salud de Calidad
con Sentido Social

LOGOSÍMBOLO

LOGOTIPO / DESCRIPTOR

SLOGAN / DEPARTAMENTO

3.c. Versiones del isologotipo

Los colores corporativos establecen y responden a los valores internos de la cultura corporativa de la empresa, la cual extrae ciertos atributos y los potencia, exteriorizándolos, para la formación del carácter, presencia, posicionamiento y reputación de la marca. Dichos colores han sido adoptados por la Fundación Universitaria Juan N. Corpas según la teoría del color y el significado cromático.

Los colores principales del logotipo y del logotipo son el color negro, rojo (pantone 2035 C) y dorado (pantone 7562C).

3.c.1. Versión original (color)

La versión en cuatricromía (CMYK) será la preferencial para todas las comunicaciones impresas, internas y externas, y debe presentarse de forma limpia y prominente.

La versión en tricromía (PANTONE) opcional para todas las comunicaciones impresas, internas y externas, de esta manera se puede lograr mayor fidelidad del color y reducir costos.

Las versiones en (RGB) corresponden a aplicaciones digitales.

Las versiones en (HTML) corresponden a aplicaciones digitales.

Se recomienda adecuar la versión principal sobre fondo blanco.



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA JUAN N. CORPAS

Educación y Salud de Calidad
con Sentido Social



C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K:100
R: 29 / G: 29 / B: 29
HTML: 1D1D18



Pantone 2035 C
C: 0 / M: 97 / Y: 100 / K:3
R: 214 / G: 0 / B: 28
HTML: D6001C



Pantone 7562 C
C: 8 / M: 29 / Y: 66 / K:19
R: 189 / G: 155 / B: 96
HTML: BD9B60

3.c.2. Versión negativo

La versión en negativo del isologotipo Fundación Universitaria Juan N. Corpas.



3.c.3. Versión positivo

La versión en positivo del isologotipo Fundación Universitaria Juan N. Corpas.



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA JUAN N. CORPAS

Educación y Salud de Calidad
con Sentido Social

3.c.4 Versión monocromática

Las versiones monocromáticas están autorizadas para ser utilizadas en todo material impreso a un solo color: flyers, facturas, material promocional, avisos de prensa y papelería entre otros.



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS
Educación y Salud de Calidad
con Sentido Social



3.c.5 Versión original sobre fondos oscuros

Se mantiene el símbolo en su versión original y el logotipo cambia a negativo, para lograr mayor legibilidad sobre fondo oscuros.

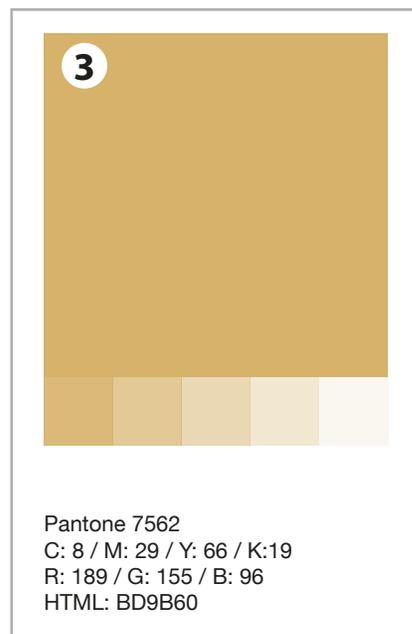
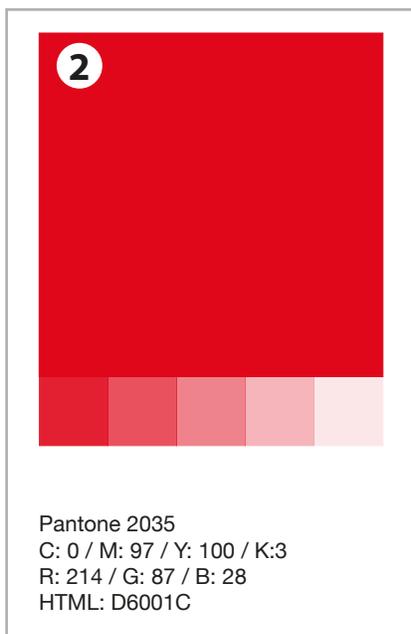
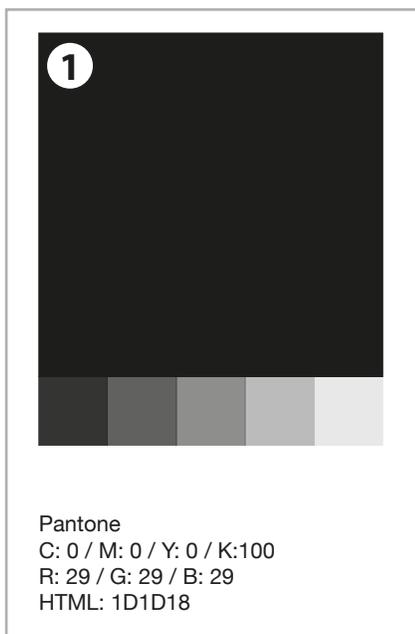


4. USO DEL ISOLOGOTIPO

El isologotipo constituye el activo con mayor valor de todo el sistema de identidad visual. Es la referencia y cara de la institución.

4.a. Colores de la marca

El color original se obtiene con base en la última guía de color PANTONE FORMULA GUIDE COATED. adicionalmente se presentan sus equivalencias en CMYK y RGB.



4.b. Área de protección isologotipo vertical

Es un espacio medido y estipulado para proteger tanto el isologotipo como el identificador de distracciones visuales y elementos no autorizados en yuxtaposición con cualquier elemento gráfico de la marca. Dichas distracciones son respresentadas mediante textos, imágenes, formas, dibujos, etc.

El área definida se establece mediante parámetros de márgenes mínimos, siendo el círculo que compone el logotipo (cuadro de línea continua negra), la unidad de medida para la proporción, como se evidencia a continuación. Existe un área de protección extrema (cuadro gris) que sólo puede ser usada en aquellos formatos que así lo especifiquen y equivale a la mitad del ancho de la esfera punteada (círculo que compone el logotipo).

Respetar el área de protección establecida en este esquema, aumentará la visibilidad y reconocimiento del logo en todos los espacios en los que esté presente.



4.c. Área de protección isologotipo horizontal



4.d. Tamaño mínimo de reproducción vertical

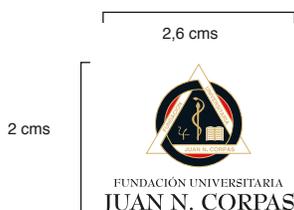
El tamaño mínimo de reproducción del isologotipo se plantea con base en la premisa de no retirarle características y cualidades, para que su legibilidad, adecuación y comprensión sea absoluta, y así lograr respetar las características de su identidad.

Isologotipo vertical

El tamaño mínimo establecido para el isologotipo de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas es de 1.9 x 2.5 cms removiéndolo del identificador del isologotipo, debido a que se reduce la legibilidad de dicho identificador.

Para impresión en litografía la lineatura debe ser de 300 puntos; en impresión digital es de 150 puntos de lineatura; en impresión flexográfica sobre papel o plástico, la lineatura debe ser de 90 a 120 puntos y sobre tela de 45 puntos de lineatura.

En el caso de uso de este tamaño, el slogan no debe ser utilizado ya que pierde su legibilidad.



4.e. Tamaño mínimo de reproducción horizontal

Isologotipo horizontal

El tamaño mínimo establecido para el isologotipo de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas es de 5,3 x 1,9 cms removiéndolo del identificador del isologotipo, debido a que se reduce la legibilidad de dicho identificador.

Para impresión en litografía la lineatura debe ser de 300 puntos; en impresión digital es de 150 puntos de lineatura; en impresión flexográfica sobre papel o plástico, la lineatura debe ser de 90 a 120 puntos y sobre tela de 45 puntos de lineatura.

En el caso de uso de este tamaño, el slogan no debe ser utilizado ya que pierde su legibilidad.



Tamaños mínimos a los mencionados anteriormente, solo podrán ser utilizados en versión monocomática y con autorización directa del Área de Diseño.

4.f. Fondos cromáticos permitidos

Los colores corporativos establecen y responden a los valores internos de la cultura corporativa de la empresa, la cual extrae ciertos atributos y los potencia, exteriorizándolos, para la formación del carácter, presencia, posicionamiento y reputación de la marca. Dichos colores han sido adoptados por la Fundación Universitaria Juan N. Corpas según la teoría del color y el significado cromático.

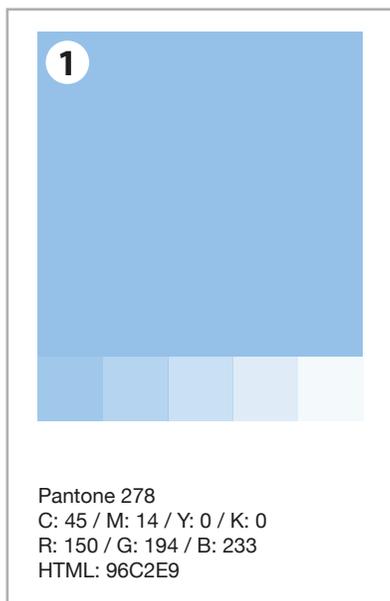
La versión en cuatricromía (CMYK) corresponde a todas las comunicaciones impresas, internas y externas, y debe presentarse de forma limpia y prominente.

La versión en bicromía (PANTONE) corresponde a todas las comunicaciones impresas, internas y externas, de esta manera se puede lograr mayor fidelidad del color y reducir costos.

Las versiones en tricromía (RGB) corresponden a aplicaciones digitales.

Las versiones en (HTML) corresponden a aplicaciones digitales.

La versión original del logotipo a color es recomendada sobre fondo blanco en algunas aplicaciones como hojas membrete. Se podrá utilizar sobre colores azules claros (PANTONE 278 y PANTONE 545) como en la aplicación de Power Point.



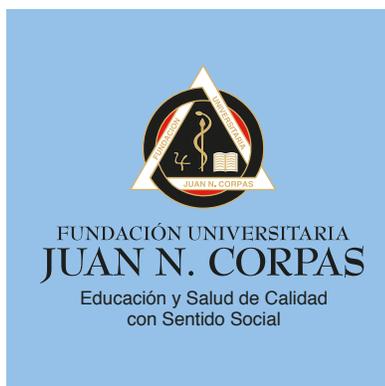
4.f.1. Versión original (color)

Sobre fondo de color

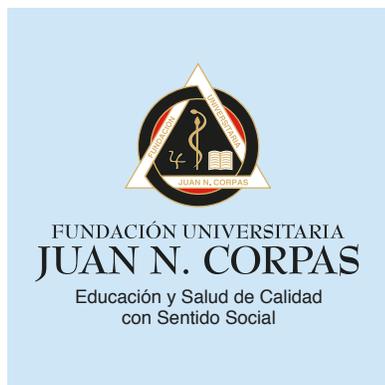


FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS
Educación y Salud de Calidad
con Sentido Social

La versión original del isologotipo preferiblemente debe ser utilizado sobre fondo blanco.



La versión original del isologotipo puede ser utilizado sobre los colores institucionales.



La versión original del isologotipo puede ser utilizado sobre los colores institucionales.



Versión en blanco para ser utilizado sobre fondo negro o colores oscuros en donde la legibilidad del logo en versión original no sea clara.

Este Isologotipo puede ser utilizado en piezas gráficas, video, donde predominen colores oscuros.

4.g. Usos incorrectos

La solidez y constancia del entorno visual y la fortaleza de la identidad depende de que todas las personas involucradas en su implementación hagan un uso correcto de la identidad corporativa de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas.

El buen uso de la identidad gráfica impacta en la coherencia del sistema. En esta guía se muestran los posibles usos incorrectos que deben evitarse.

APLANAR



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS
Educación y Salud de Calidad
con Sentido Social

ALARGAR



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS
Educación y Salud de Calidad
con Sentido Social

ROTAR



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS
Educación y Salud de Calidad
con Sentido Social

CAMBIO DE
PROPORCIONES



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS
Educación y Salud de Calidad
con Sentido Social

4.h. Identificador secundario

La familia tipográfica elegida para el identificador secundario de la marca es Varsity Regular únicamente en **mayúsculas**. Su implementación está orientada hacia la solidez y estabilidad, específicos para el uso de la palabra CORPAS o CORPISTA en aspectos internos y externos comunicacionales.

No se recomienda su aplicación en bloques de texto largos.

CORPAS

CORPISTA

Varsity Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPS-

TUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPS-

VWXYZ

1234567890

Color



Pantone 300 CP

C: 88,79 / M: 53,12 / Y: 0 / K: 0

R: 0 / G: 106 / B: 180

HTML: 006AB4

El identificador original seleccionado es el color azul establecido, versión negativa o versión positiva. Se recomienda el uso del original sobre fondos claros.

4.i. Soporte legal del isologotipo

Según lo establecido por el Ministerio de Educación bajo la resolución 12220 de 2016, artículo 4, el isologotipo debe ir acompañado por la advertencia **Vigilada Mineducación** o **Institución Sujeta a Inspección y Vigilancia por el Ministerio de Educación Nacional** (para el caso de anuncios emitidos por radio).

Debe ir en un tamaño que sea claro y legible. No tiene restricción de color.

http://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-357678_recurso_1.pdf

VIGILADA
MINEDUCACIÓN

5.a. Presentación (Power Point)

Uso autorizado y adecuado de plantilla única de presentaciones PowerPoint (GCM-FOR-18)

Uso básico

Introducción

Microsoft PowerPoint es un programa que permite generar presentaciones digitales en diversos dispositivos digitales y móviles como computadores, tabletas, smartphones, etc., mediante pases de diapositivas, dentro de las cuales se pueden incluir textos, formas, diagramas, y demás componentes que se relacionan entre sí, para darle forma a un contenido disponible.

Objetivo de la creación de una plantilla institucional

Generar una homogeneización de los contenidos digitales o presentaciones teóricas en Microsoft PowerPoint, mediante el continuo uso básico de un modelo estándar óptimo de calidad, en términos de diseño, diagramación, identidad corporativa y presentación.

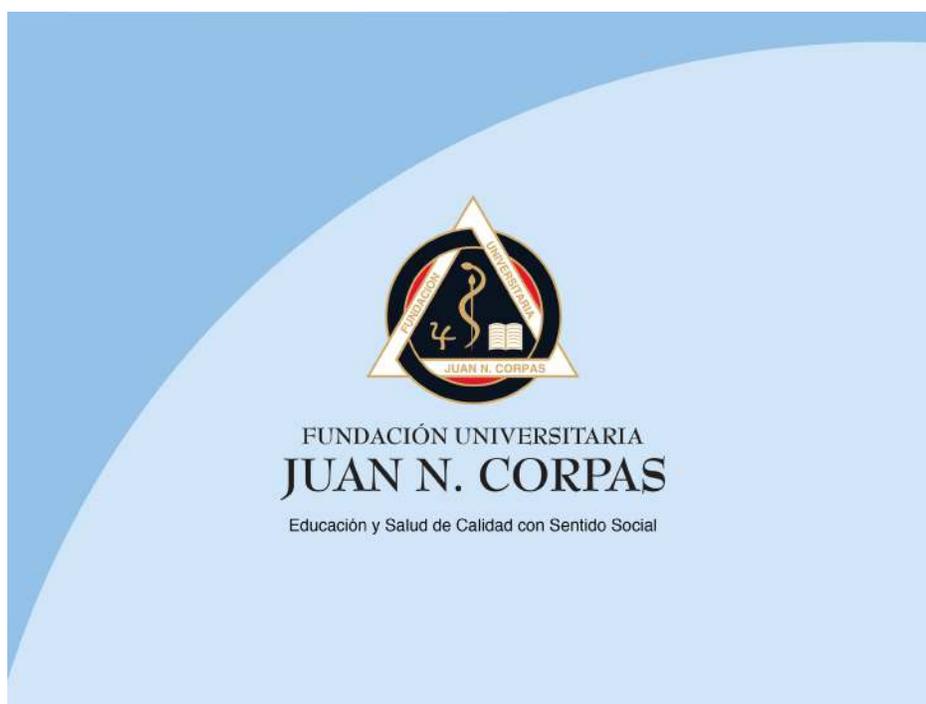
Componentes específicos de la plantilla institucional

La personalización de la plantilla de PowerPoint se determina a través de determinados elementos que la componen, los cuales presentan ciertos atributos y normas que se establecen para hacer respetar las políticas institucionales, en cuanto a la creación, edición, presentación y visualización de contenidos en dicho software.

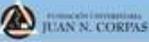
A continuación se exponen los elementos que conforman la plantilla personalizada de PowerPoint de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas, y se nombran las normas, estipuladas desde su creación hasta su implementación.

La plantilla se compone de los siguientes tipos de diapositivas en orden descendente:

5.a.1. Portada



5.a.2. Aviso legal (Esta diapositiva **siempre** debe aparecer justo después de la portada, en cualquier tipo de pase de diapositivas de PowerPoint).

 FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

**™2017 Fundación Universitaria Juan N. Corpas.
Todos los Derechos Reservados.**

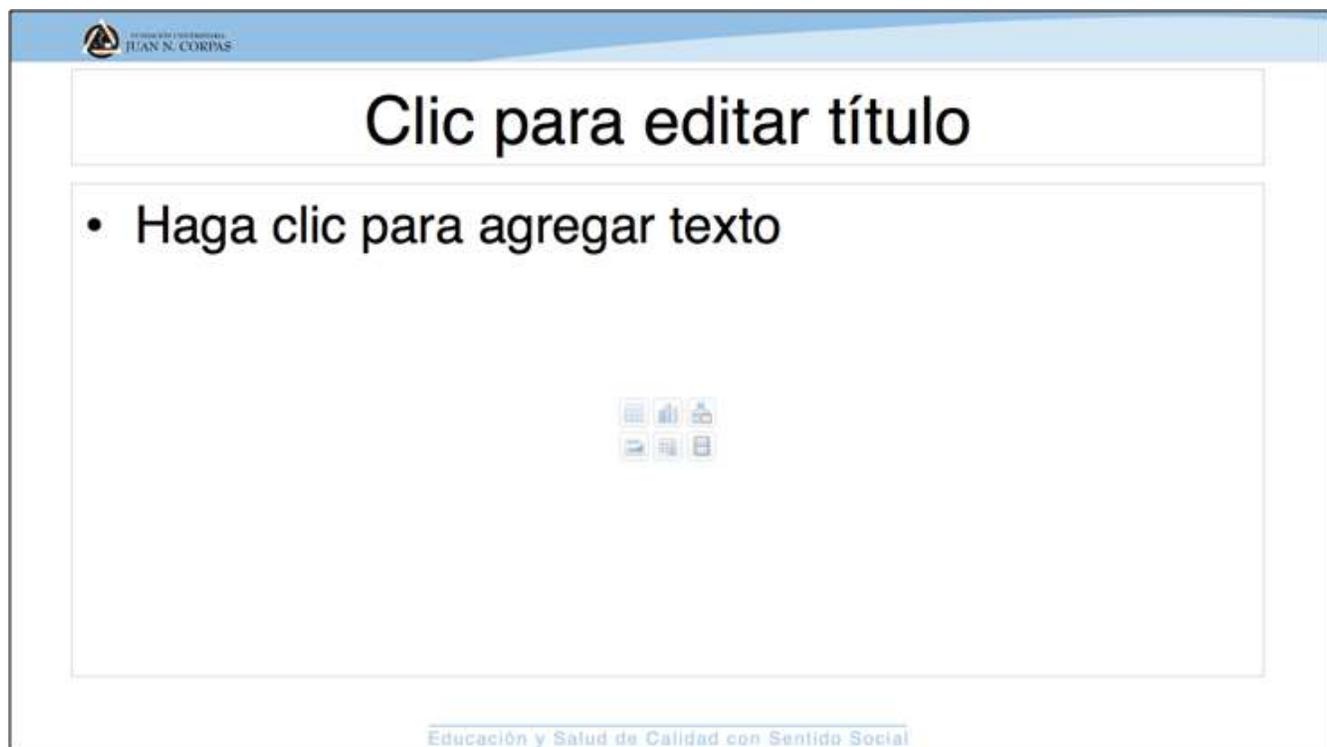
Todos los textos, imágenes, gráficos, pistas de sonidos, datos de vídeo y animación, así como su composición o diseño y en general, la información de las obras de que trata esta presentación, están protegidos por derechos de autor. Su contenido no puede copiarse para fines comerciales u otros, ni puede mostrarse, incluso en una versión modificada, sin el consentimiento previo, expreso de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas.

Educación y Salud de Calidad con Sentido Social

5.a.3. Encabezado de sección (Esta diapositiva se utiliza siempre que se necesite generar una apertura a un capítulo nuevo o un tema aparte).

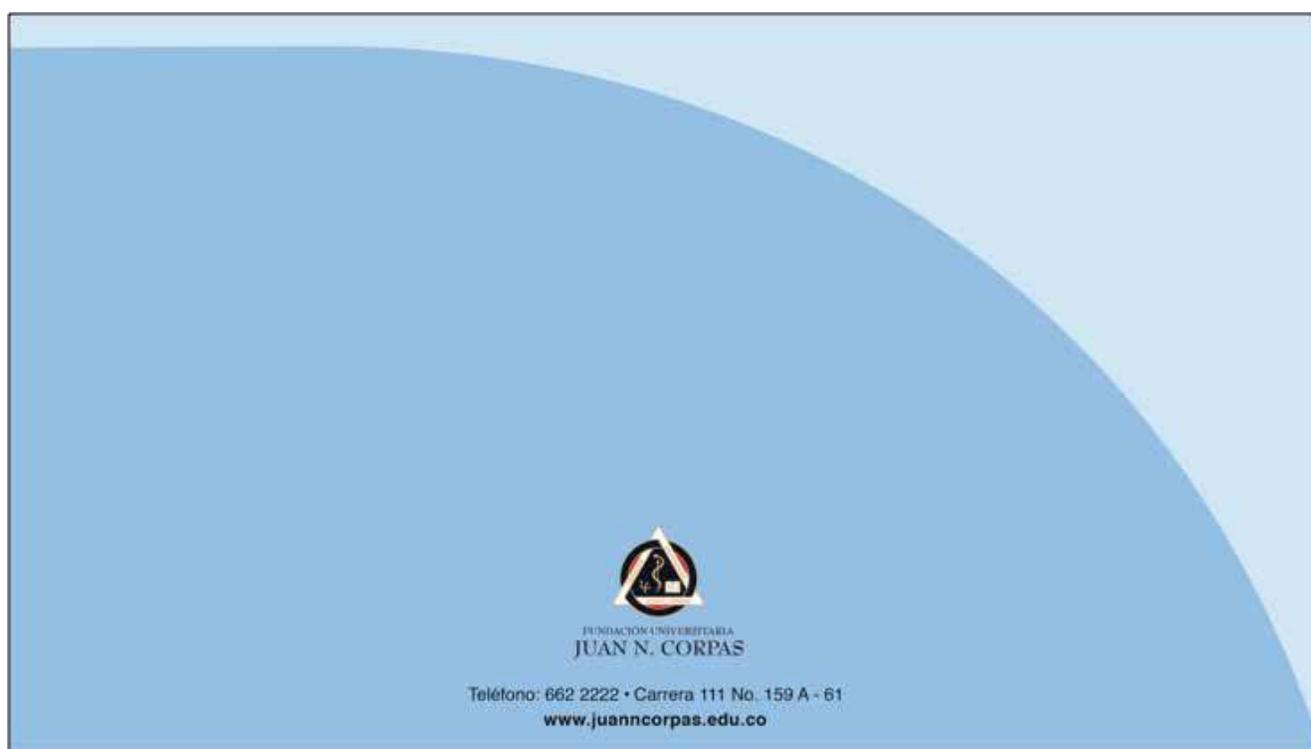


5.a.4. Diapositivas de contenido



- 5.a.4.1. Título y objetos
- 5.a.4.2. Dos objetos
- 5.a.4.3. Comparación
- 5.a.4.4. Sólo el título
- 5.a.4.5. En Blanco
- 5.a.4.6. Contenido con título
- 5.a.4.7. Imagen con título
- 5.a.4.8. Título y texto vertical
- 5.a.4.9. Título vertical y texto

5.a.5. Contraportada (Esta diapositiva **siempre** debe incluirse como cierre en **todas** las presentaciones y trabajos en PowerPoint, **sin excepción alguna**).



5.a.6. Fuente tipográfica autorizada

Microsoft PowerPoint tiene una serie de familias tipográficas a disposición del usuario, para que este pueda personalizar y generar el contenido textual y gráfico, para designar o denominar ciertos elementos y descripciones en las diversas presentaciones.

La familia tipográfica seleccionada y designada por el Departamento de Promoción Institucional, cuya implementación y aplicabilidad se le dará a todas las presentaciones de ahora en adelante, de manera continua y predeterminada, será la tipografía de familia **Helvética**, en sus diversos tamaños, determinados por el sistema y programa.

5.a.7. Diseño: elementos predeterminados en términos de forma

La plantilla de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas contiene elementos que componen su forma y estilo, cuya adecuación de estos mismos le imponen una personalidad única, representados mediante el carácter de la marca, como también generados mediante abstracciones únicas de la filosofía, misión y visión del fundador, ejemplificados en la arquitectura de marca de la fundación universitaria.

Los siguientes elementos deben permanecer intactos y deben incluirse en todas las presentaciones PowerPoint; no pueden modificarse bajo ningún motivo, y deben regirse bajo las siguientes normas:

1. Portada con isologotipo y slogan de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas
2. Diapositiva de Aviso Legal
3. Diseño de Encabezado de Sección con isologotipo
4. En contenidos y cuerpos de mensajes: cenefa superior azul y slogan en parte inferior del diseño de las diapositivas
5. Contraportada: diseño con isologotipo e información de contacto
6. Patrón predeterminado de diapositivas: se prohíbe editar o modificar el patrón de diapositivas predeterminado para la Fundación Universitaria Juan N. Corpas.
7. Tema PowerPoint: se prohíbe editar, modificar o crear un nuevo tema o formato de plantilla de PowerPoint.
8. Colores: su uso debe estar acorde a la identidad corporativa de la institución, es decir: utilizar gama de colores de la paleta de los azules, negro y turquesa. Para resaltar un titular o alguna palabra en la que se requiera hacer énfasis, utilizar el color naranja.
9. Espaciado en la tipografía.
10. Slogan en parte inferior de diapositivas de contenido: está prohibido ubicar cualquier elemento encima del espacio reservado para la línea y slogan, definido por la Fundación Universitaria Juan N. Corpas.
11. Cenefa en parte superior de diapositivas de contenido: está prohibido ubicar cualquier elemento encima del espacio reservado para la cenefa rectangular, en la parte superior de dichas diapositivas.
12. El formato de la presentación de PowerPoint es tamaño pantalla panorámica 16:9. Se requiere configurar todas las presentaciones en dicho tamaño. De haber algún computador que utilice o en el que se visualicen los contenidos en 4:3 o en 16:10, se requerirá de instalar la plantilla institucional en dichos formatos.

5.a.8. Otras plantillas de presentación

En circunstancias especiales, la alta dirección de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas (Rectoría y/o Vicerrectorías) podrán autorizar transitoriamente el uso y/o modificación de la plantilla institucional de presentaciones en PowerPoint, caso en el cual la Jefatura de Diseño generará el diseño e instructivo de uso respectivos, indicando el tiempo y condiciones de uso autorizados.

5.b. Piezas gráficas

5.b.1. Aplicaciones del isologotipo en diferentes versiones

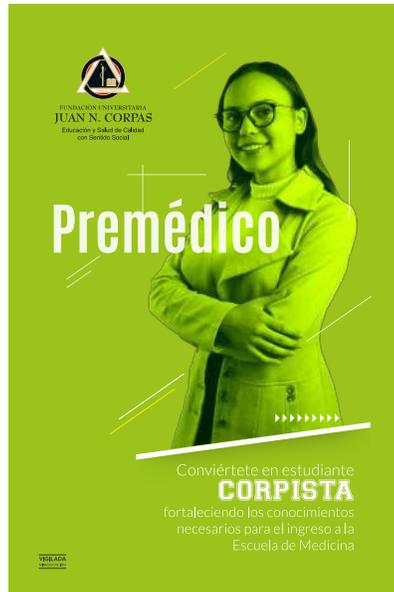
VERTICAL



Color original sin slogan



Color original con invertido



Color original con slogan



Negativo

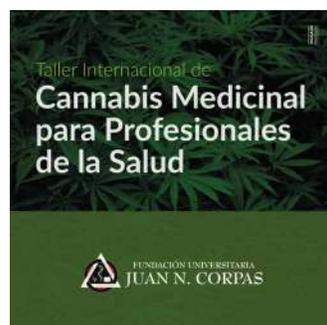
HORIZONTAL



Color original sin slogan



Color original con slogan



Color original con invertido



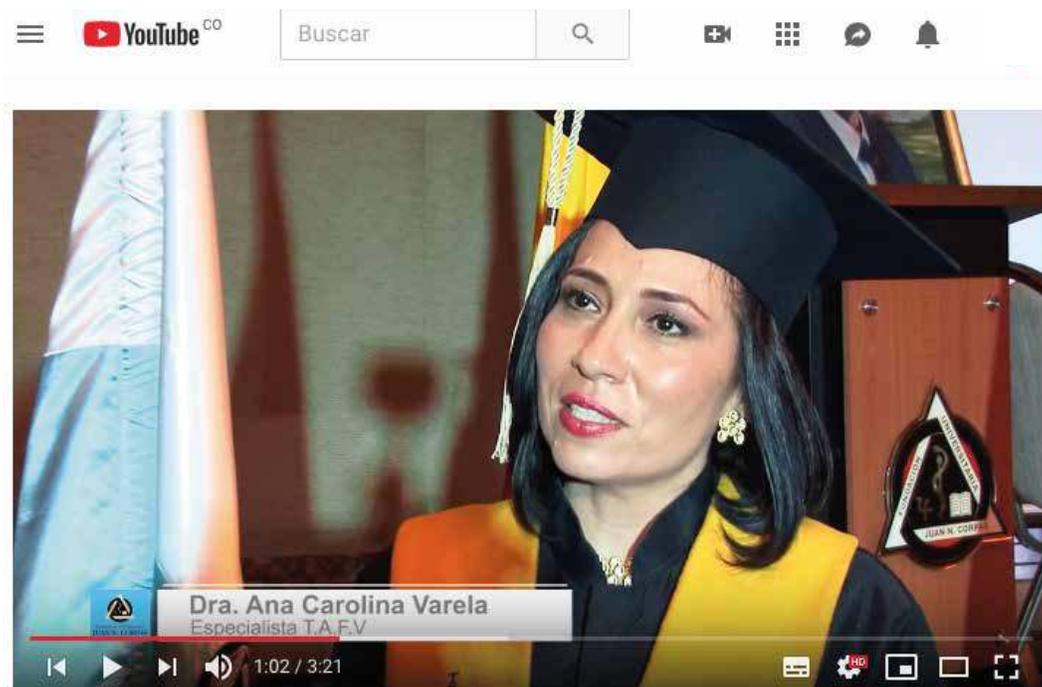
Negativo

5.b.2. VIDEO



Intro y cierre

Vertical centrado con slogan (acompañado del Vigilada Mineducación)



Vertical sin slogan

5.b.3. REDES SOCIALES



Facebook



Linked In



Instagram



Twitter



Youtube



Universia

5.b.4. SOBRE LORD (23,5 CM X 11,9CM)



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

**Escuela de Educación y
Ciencias Sociales**

Cra. 111 # 159 A - 61 (Av. Corpas Km. 3, Suba)
Bogotá, Colombia
www.juanncorpas.edu.co

VIGILADA MINEDUCACIÓN

5.b.5. HOJA MEMBRETE (CARTA)



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS
Educación y Salud de Calidad
con Sentido Social

**Escuela de Educación y
Ciencias Sociales**

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 ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetur 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 ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

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 ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Decana Escuela de Educación
y Ciencias Sociales

Cra. 111 # 159 A - 61 (Av. Corpas Km. 3, Suba)
Bogotá, Colombia
www.juanncorpas.edu.co
VIGILADA MINEDUCACIÓN

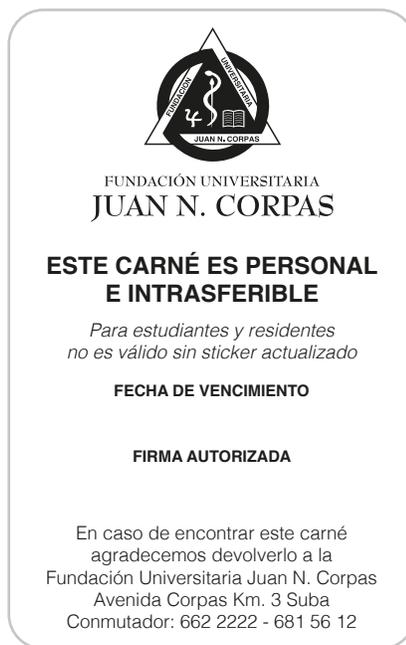
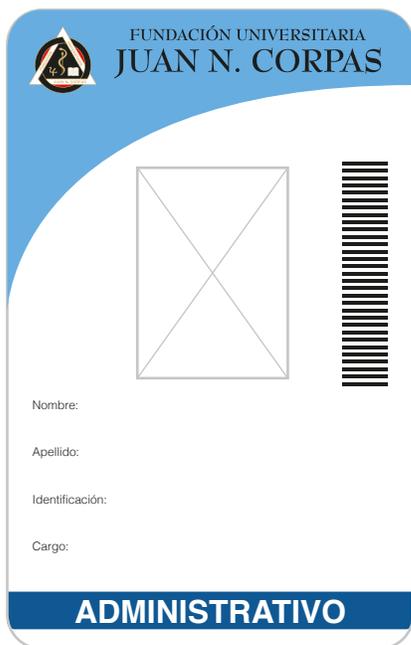
5.b.6. SOBRE DE MANILA



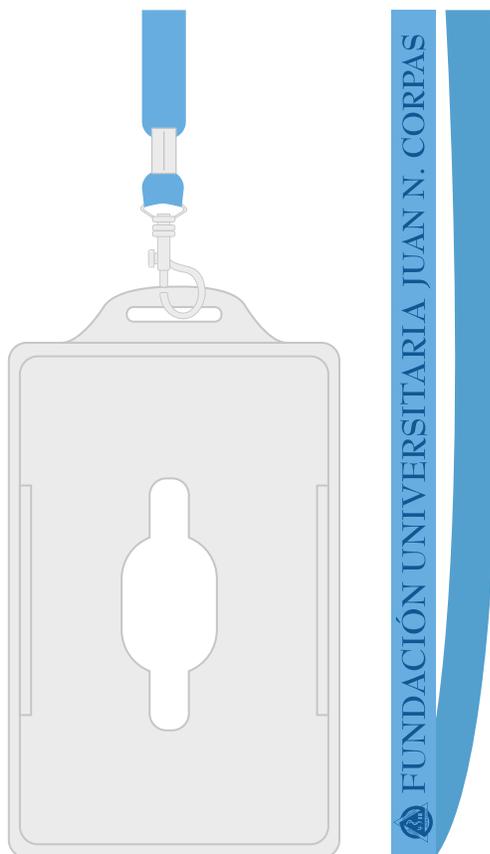
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

35

5.b.7. CARNÉ



5.b.8. PORTA CARNÉ



5.b.9. PIN INSTITUCIONAL



5.b.10. TARJETAS DE PRESENTACIÓN VERTICAL 5X9 CM

Español



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

**Nombres
Apellidos**

Cargo
Departamento/Área

Tel +57 (1) 6622222. Ext. 000
Cel. +57 (000) 0000000
xxxx.xxxx@juanncorpas.edu.co
www.juanncorpas.edu.co
Cra. 111 # 159A-61. Bogotá. Colombia

Español e Inglés



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

Nombres Apellidos

Cargo
Departamento/Área

Tel +57 (1) 6622222 Ext. 000
Cel.: + 57 (000) 0000000
xxxx.xxxx@juanncorpas.edu.co
www.juanncorpas.edu.co
Carrera 111 No. 159A-61
Bogotá, Colombia



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
JUAN N. CORPAS

Name Lastname

Position
Department/Area

Cel.: + 57 (000) 0000000
xxxx.xxxx@juanncorpas.edu.co
www.juanncorpas.edu.co
Instagram: CorpasGlobal
Twitter: @CorpasGlobal
Facebook: CorpasGlobal

5.b.11. TARJETAS DE PRESENTACIÓN HORIZONTAL 9X5 CM

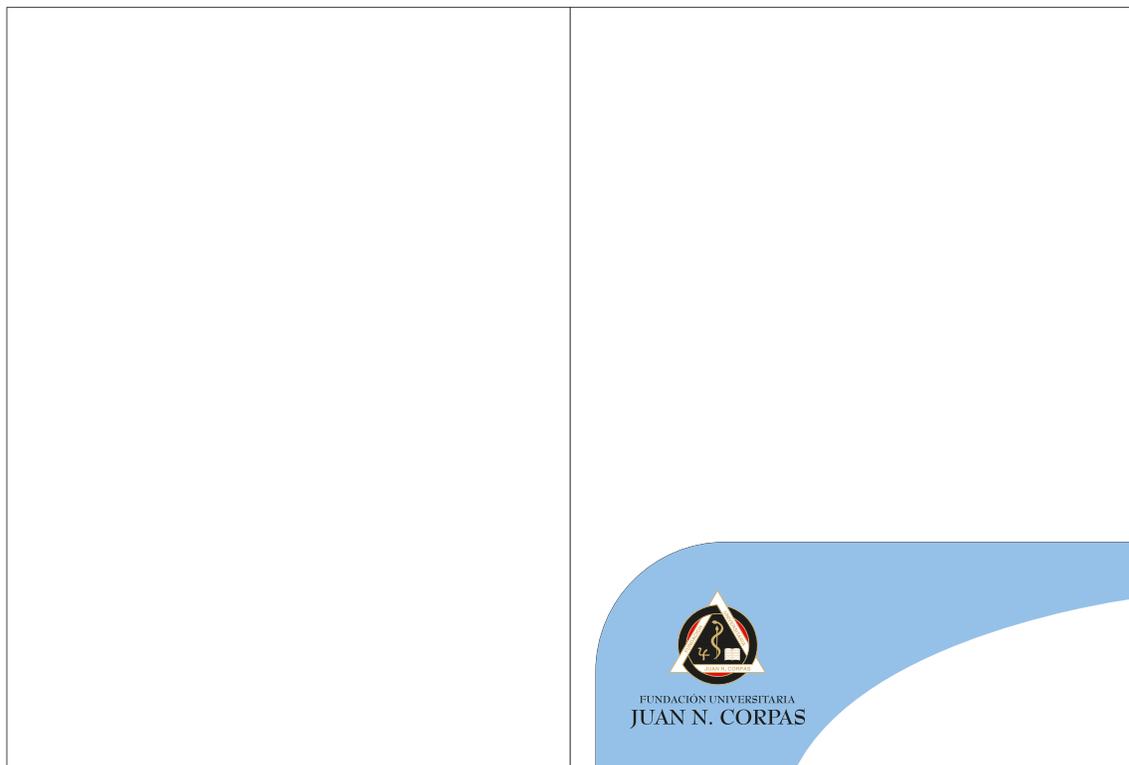
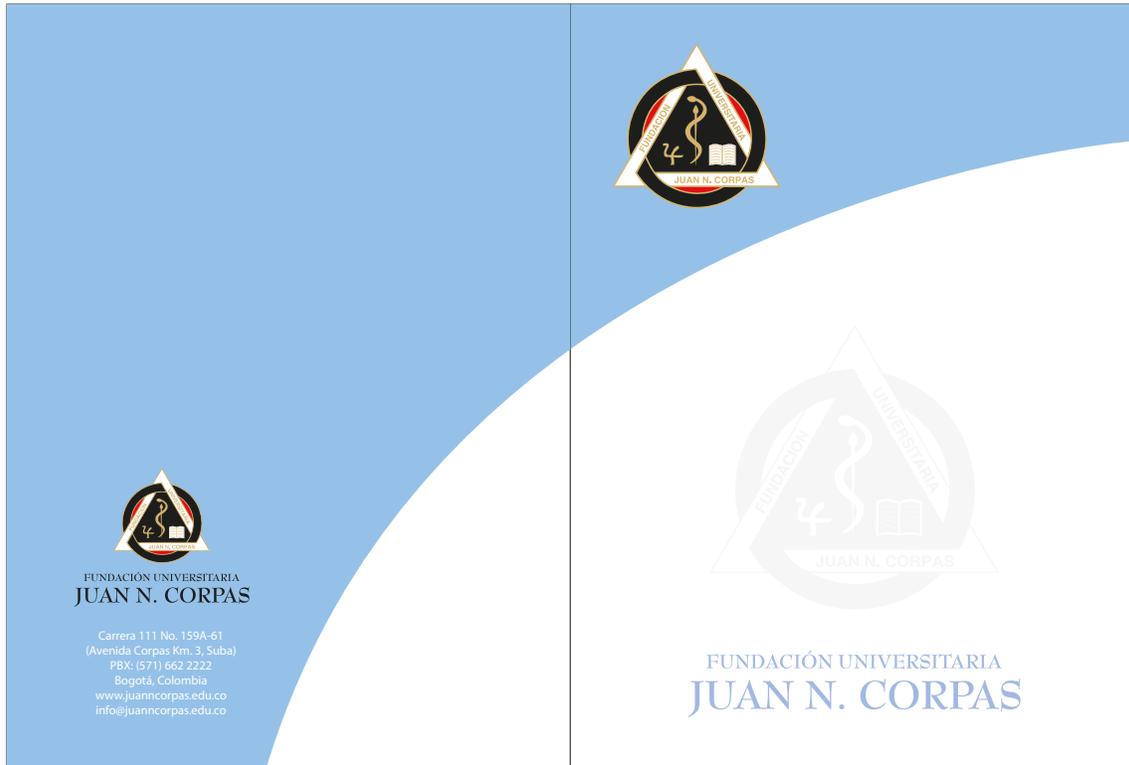
Español



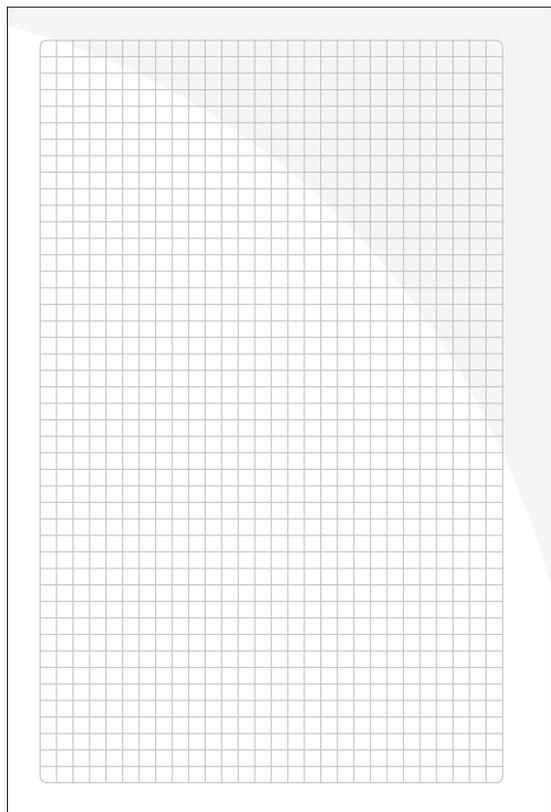
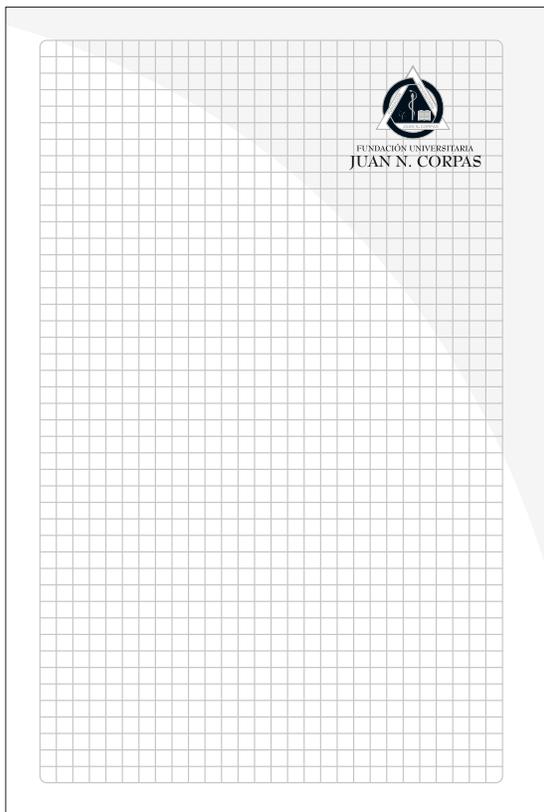
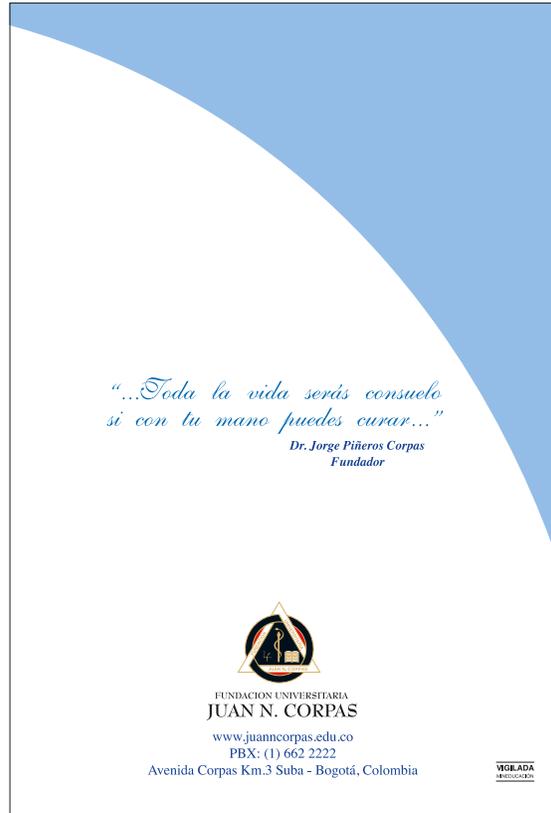
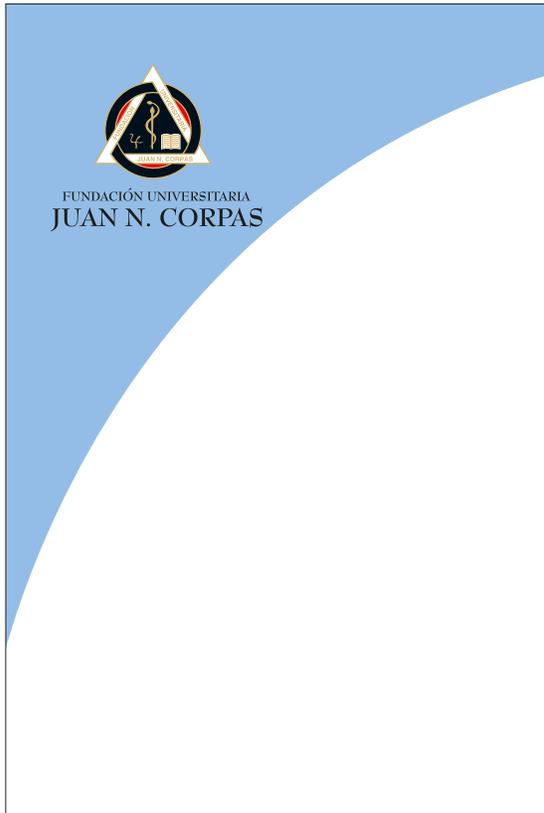
Español e Inglés



5.b.12. CARPETA 2 CUERPOS



5.b.13. LIBRETA (16,5 X 24,5 CM)



5.b.15. PROMOCIONALES



Screen (2 tintas)



Sublimación



Screen (1 tinta)

Tómate la
CORPAS
VIGILADA MINEDUCACIÓN



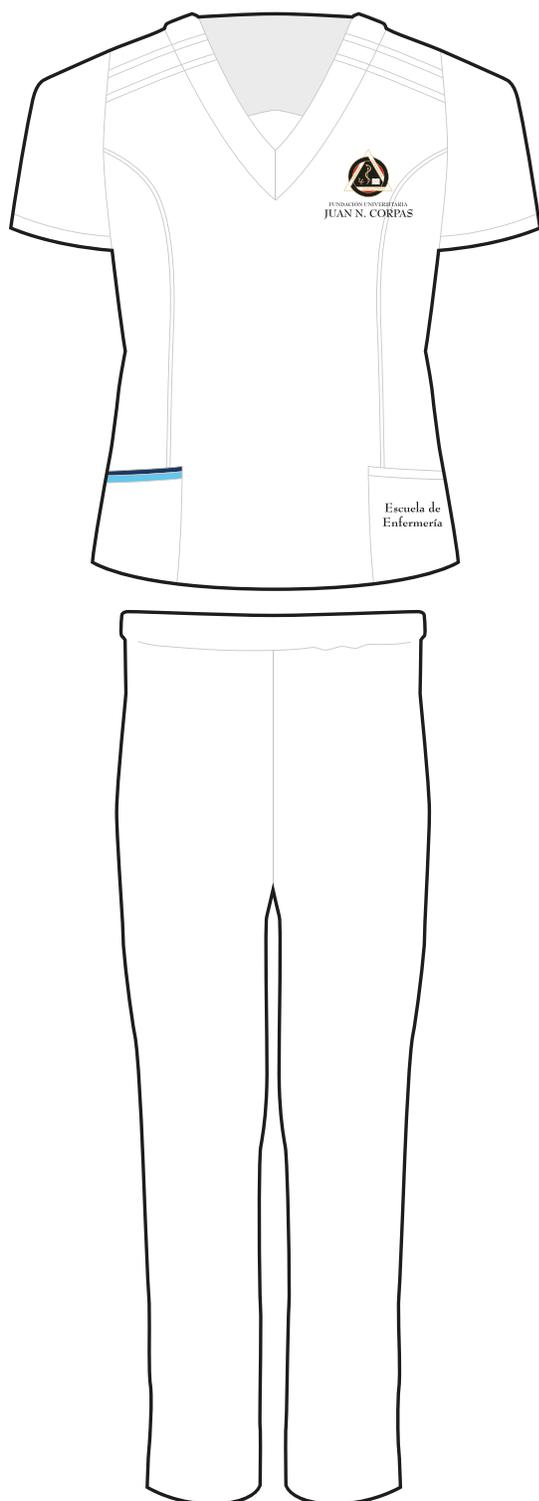
Screen (1 tinta)



Impresión láser

5.c. UNIFORMES

5.c.1. CONJUNTO ENFERMERÍA CLÍNICA - MUJER



Chaqueta

Manga larga con bolsillos inferiores laterales y bordado superior izquierdo

Blusa

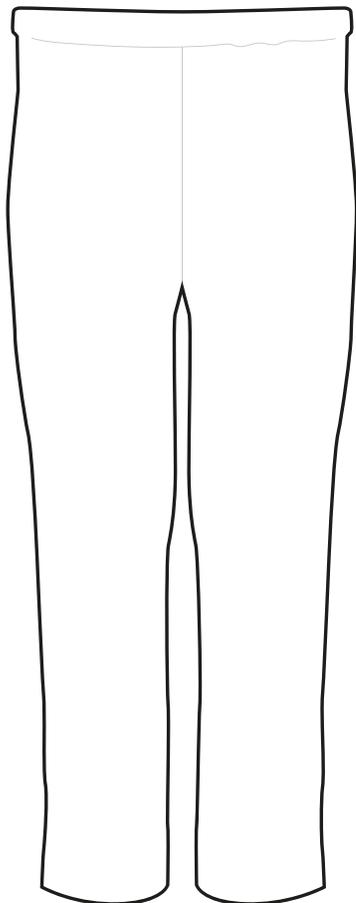
Manga corta, cuello V con bordado superior izquierdo y bolsillos inferiores laterales

Pantalón

Diario con pretina y cremallera y con bolsillos laterales

Tela universal Color Blanco

5.c.2. CONJUNTO ENFERMERÍA CLÍNICA - HOMBRE



Chaqueta

Blusa

Manga corta

Pantalón

Diario con pretina y cremallera y con bolsillos laterales

Tela universal Color Blanco

5.c.3. CONJUNTO ENFERMERÍA COMUNITARIA - MUJER



Chaqueta

Manga larga con bolsillos inferiores laterales y bordado superior izquierdo

Blusa

Manga larga, bordado superior izquierdo

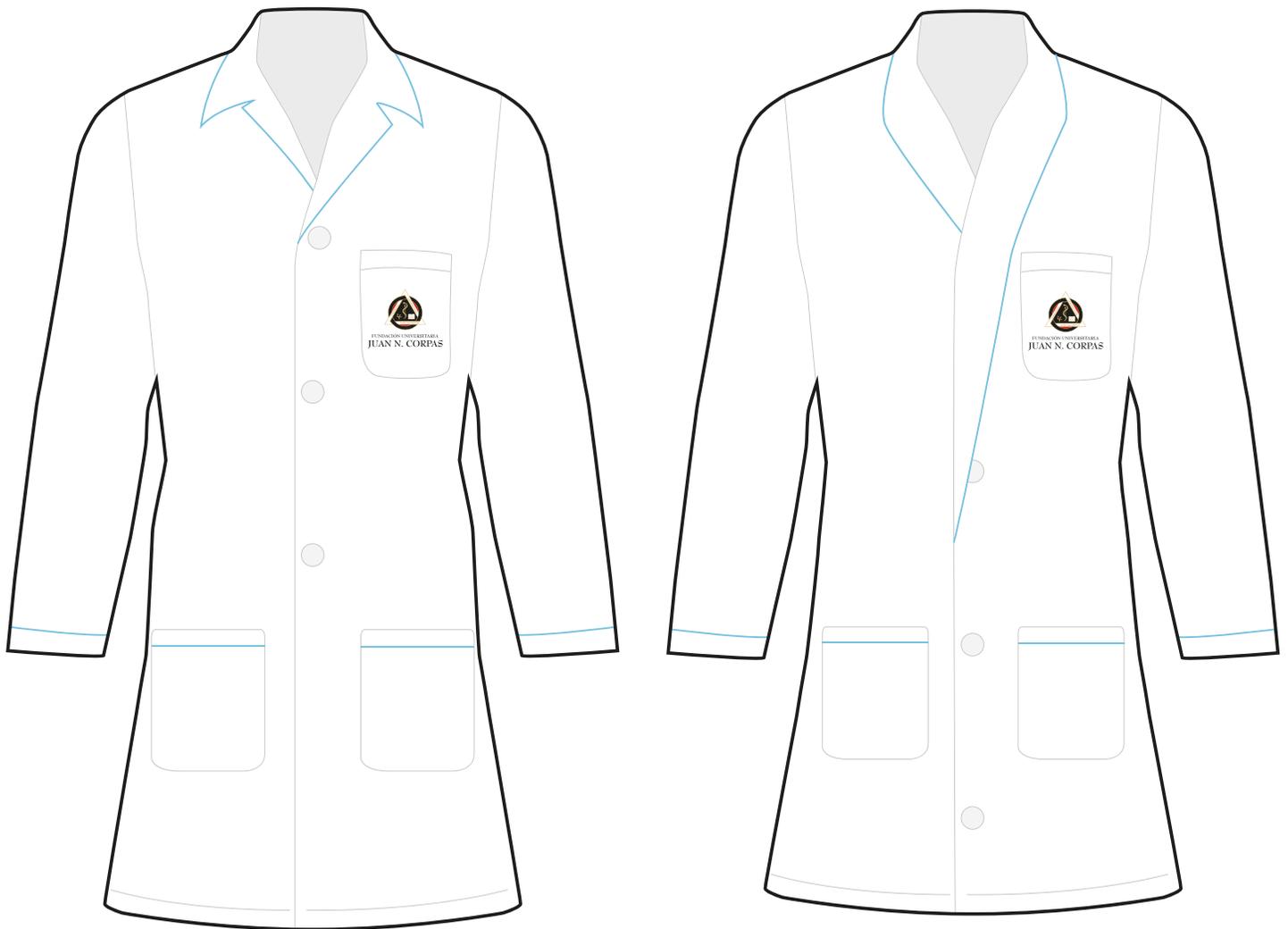
Pantalón

Diario con pretina y cremallera y con bolsillos laterales

Tela universal Color 193933

Tela blanca

5.c.4. BATAS DE MEDICINA



Bata

Banca Cuello V, bordado en bolsillo superior izquierdo

Tela Gabardina

5.c.5.UNIFORMES (PIJAMAS)



Camisa
Pantalón

Tela

6. CONSIDERACIONES FINALES

La Fundación Universitaria Juan N. Corpas pone a la disposición de la Comunidad Corpista el presente Manual de Identidad Visual Corporativa, con el propósito de divulgar los parámetros establecidos para el manejo, uso y aplicación de los símbolos que la identifican, y mostrar al público una imagen e identidad corporativa unificada conceptual y formalmente.

La imagen de la Fundación Universitaria Juan N Corpas es una de sus posesiones más valiosas y, en consecuencia, es importante mantenerla idéntica en todos los medios o ambientes donde se publique. Cumplir con los lineamientos contenidos en este Manual, garantiza que estamos generando un lenguaje propio en términos de la identidad visual que La Corpas de manera inequívoca quiere proyectar.

Todos los miembros de la comunidad Corpista, que tienen la responsabilidad de ordenar, ejecutar o supervisar cualquier tipo de labor en donde esté comprometida la imagen de la Institución, deberán leer, estudiar y aplicar este Manual.

Este Manual estará disponible para consulta de la Comunidad Corpista, en el Sistema de Gestión Documental Kawak, y será actualizado por la Vicerrectoría Administrativa, a través del Departamento de Promoción Institucional, en la medida que la dinámica del desarrollo institucional así lo requiera.

El uso de los símbolos institucionales y, en general, de la imagen de la FUJNC, debe ser aprobado previamente por escrito por parte de la Dirección de Promoción Institucional (DPI).

En caso de requerir utilizar el nombre de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas y-o sus símbolos institucionales (Logosímbolo, Logotipo, Isologotipo, bandera, himno, slogan) en cualquier documento o actividad intra o extra institucional, es obligatorio el consultar este hecho con la Dirección del DPI con el objeto de recibir el acompañamiento necesario que garantice el cumplimiento de lo establecido en este Manual y en el Manual de Comunicaciones.

La Fundación Universitaria Juan N. Corpas, es la única titular de los derechos de autor y propiedad intelectual en general del presente Manual y se reserva la facultad de poner en conocimiento de las autoridades competentes cualquier uso no autorizado de la marca, el nombre de la institución y-o sus símbolos institucionales.

Salvo la utilización para uso institucional, privado y sin ánimo de lucro, queda prohibida la reproducción total o parcial, la transformación, la reproducción, la distribución o disposición pública por cualquier medio conocido o por conocerse, la traducción, inclusión, transmisión, almacenamiento o acceso a través de medios analógicos, digitales o de cualquier otro sistema o tecnología, de los contenidos publicados en los canales institucionales de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas, sin su autorización previa y escrita por parte de la Dirección de Promoción Institucional.

Este Manual de Identidad Visual Corporativa entra en vigencia a partir del primero de febrero de 2020 y debe ser difundido a toda la Comunidad Corpista para su obligatorio cumplimiento.

En caso de que se quiera hacer alguna observación o sugerencia en relación con el contenido de este Manual, agradecemos que se remitan por escrito al correo **promocioninstitucional@juancorpas.edu.co**, donde atenderemos de manera adecuada y oportuna lo que se requiera. Sus comentarios siempre serán apreciados por el Departamento de Promoción Institucional pues los entendemos como oportunidades de mejoramiento de nuestros servicios.

Realizado por:

Jefatura de Diseño
Departamento de Promoción Institucional

Revisado por:

Dirección Departamento de Promoción Institucional de la FUJNC
Jefatura de Calidad de la FUJNC

Aprobado por:

Dr. Juan David Piñeros Ricardo
Vicerrector Administrativo de la FUJNC