MANUAL DE IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA

COPIA CONTROLADA ESE CEO

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN
2. OBJETIVO GENERAL
2.1 Objetivos específicos
3. ALCANCE
4. DEFINICIONES
5. DESARROLLO DEL DOCUMENTO
5.1 Terminología
5.2 Guía de construcción
5.3 Normatividad cromática
5.3.1 Colometría básica
5.3.2 Uso sobre fondos corporativos
5.3.3 Usos no permitidos
5.4 Normatividad tipográfica
5.4.1 Tipografía para el logotipo
5.5. Aplicaciones
6. BIBLIOGRAFIA

COPIA CONTROLADA ESE CEO

1. INTRODUCCIÓN

La E.S.E. Carmen Emilia Ospina, se ha constituido a lo largo de sus 25 años de servicio y operación, en una de las entidades más connotadas en el orden regional y nacional, gracias al crecimiento estructural obtenido, pero además, al número de usuarios, cobertura y solidez mostrada. Resultados que han logrado posicionarlo en el mercado local.

Este Manual de Imagen e Identidad Corporativa, es la herramienta que permite, partiendo desde la filosofía corporativa (misión, visión, objetivos), organizar la información de la identidad corporativa y su uso apropiado. Es un insumo primordial para la difusión y acción comunicativa que realiza la empresa a través de todos sus medios de interlocución con el público.

Esta identidad corporativa que se generará, será la carta de presentación de la empresa y deberá estar presente en todo documento, pieza promocional, redes sociales, material POP, carnets, uniformes, vehículos, y demás elementos de uso de la empresa.

Su aplicación de acuerdo a estas consideraciones, permitirá un posicionamiento de la marca y la generación de una identidad hacia la ciudadanía y usuarios. No obstante debe ser entendida como una guía y no como una camisa de fuerza que restrinja nuevas ideas.

COPIA CONTROLADA ESE CEO

2. OBJETIVO GENERAL

Garantizar la correcta aplicación del logotipo y su simbología, y la coherencia de su expresión en todo tipo de soportes, tanto gráficos, como físicos, audiovisuales o interactivos.

2.1 Objetivos específicos

• Definir las reglas básicas de diseño de cada uno de los elementos que integran la identidad corporativa.

• Establecer los lineamientos generales para su correcta aplicación

• Proyectar ante el cliente interno y externo la identidad de la institución mediante el seguimiento adecuado de los lineamientos establecidos en el presente manual.

• Proyectar coherencia y unidad de imagen e identidad visual dentro de todas las áreas y servicios de la entidad.

COPIA CONTROLADA ESE CEO

3. ALCANCE

El presente manual aplica para todos los funcionarios, ya que establece los parámetros de aplicación en cualquier pieza publicitaria donde se incluya la marca perteneciente a la E.S.E Carmen Emilia Ospina de Neiva, con el objetivo de mantener una identidad corporativa coherente.

Los elementos que componen el manual de diseño e identidad corporativa, podrán ser modificados únicamente bajo la autorización, supervisión y apoyo del área de comunicaciones de la entidad. En el manual se definen las normas que se deben seguir para imprimir o mostrar la marca en los diferentes soportes internos y externos, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público y que buscan recordación de la marca del Hospital.

El manual describe los signos gráficos escogidos por la E.S.E. para mostrar su imagen así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, etc. En el mismo, se explica su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. Se muestran también las normas prohibitivas de sus aplicaciones. También se incluyen los colores y las tipografías corporativas de la empresa.

COPIA CONTROLADA ESE CEO

4. DEFINICIONES

• Manual: guía que permite unificar criterios y normalizar el manejo de algo, en este caso el manejo de la imagen gráfica y corporativa.

• Imagen corporativa: manera en la que una empresa se presenta a sí mismo ante un público, ya sea interno o externo.

• Pieza gráfica: composición visual de diseño, abarcan una composición visual, desde un logotipo hasta señalética urbana y puede reflejarse en un soporte físico o virtual.

• Terminología: conjunto de términos o palabras propias utilizadas en una ciencia, técnica o especialidad.

• Colometría: determinación cuantitativa de la profundidad del color. es decir, es el arte de saber medir y mezclar los colores de acuerdo a una necesidad.

• Tipografía: técnica de imprimir textos o dibujos, a partir de tipos o moldes, esta técnica se aplica sobre papel.

• Marca: identificador gráfico que sirve para firmar las comunicaciones de una entidad (empresa, producto, servicio, institución, etc.). Está conformada por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual representado con signos tipográficos.

• Slogan: frase que identifica un producto, empresa o servicio.

COPIA CONTROLADA ESE CEO

5. DESARROLLO DEL DOCUMENTO

5.1 Terminología

Marca (logotipo): llamamos marca al conjunto de elementos de la identidad visual de la empresa. En este caso, la unión de diferentes símbolos que agrupan la marca final o logotipo institucional.

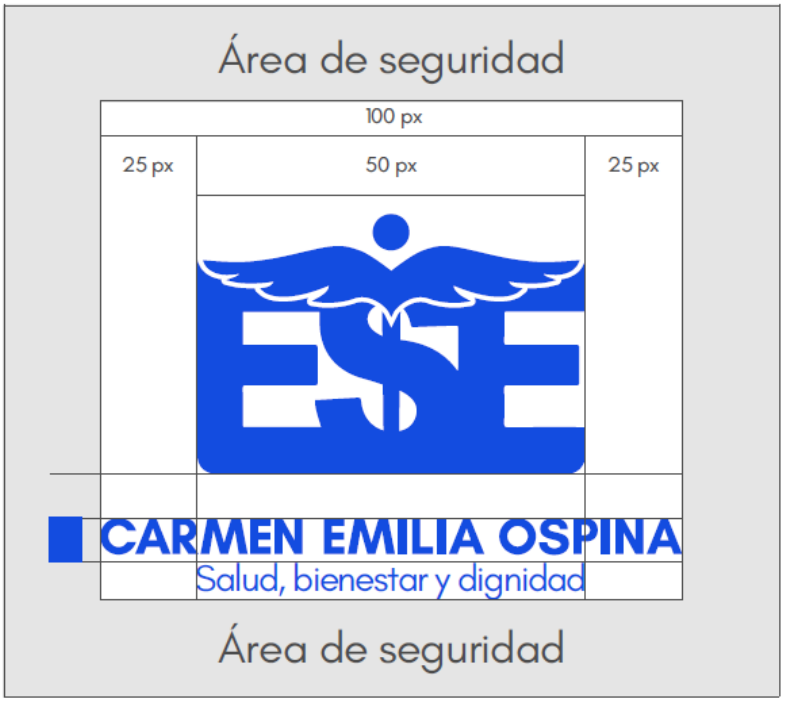
CARMEN EMILIA OSPINA
Salud, bienestar y dignidad

Slogan: es la frase que identifica el quehacer de la empresa. En ese caso es “Salud, bienestar y dignidad”, basada

CARMEN EMILIA OSPINA
Salud, bienestar y dignidad

5.2 Guía de construcción

COPIA CONTROLADA ESE CEO



5.3 Normatividad cromática

5.3.1 Colometría básica

El color es uno de los elementos determinados de la percepción visual y por tanto de la identificación. Por ello debe cuidarse con gran celo la exactitud de los tonos e identidades en cualquier aplicación. Siempre que sea posible se imprimirá en colores directos.

A continuación se encuentran los equivalentes en policromía para cuando el medio exija la impresión en dicho procedimiento.

COPIA CONTROLADO

R 19 G 76 B 225

C 85 M 72 Y 0 K 0

#134CE1

CARMEN EMILIA OSPINA
Salud, bienestar y dignidad

5.3.2 Uso sobre fondos corporativos

El uso ideal del logotipo es sobre fondo blanco. Aplicado sobre blanco ningún elemento o color le compiten, permitiéndole una expresión gráfica clara en la que se comprenden todos los elementos.

Sin embargo se llevará a cabo ciertas excepciones de ser estrictamente necesarias, los cuales serán implementados como fondos que contengan el conjunto corporativo.

COPIA CONTR CEO

5.3.3 Usos no permitidos

No se puede aplicar dos colores o degadrados en el logo

No se puede perder la proporción del Logotipo

No se puede agregar objetos o elementos al logotipo

5.4 Normatividad tipográfica

5.4.1 Tipografía para el logotipo

Glacial Indifference Bold

Glacial Indifference Regular

CARMEN EMILIA OSPINA
Salud, bienestar y dignidad

5.5. Aplicaciones

Buscamos la excelencia por su salud, bienestar y dignidad

LÍNEA AMIGA 863 2828 WHATSAPP 304 384 99 92 ESE Carmen Emilia Ospina

COPIA CONTROLADA - CEO

6. BIBLIOGRAFÍA

- Oficina Comunicaciones Estratégicas E.S.E. Carme Emilia Ospina.
- Apoyo Información Concepto Gráfico/Diseño: Luis Carlos Castillo Gil

COPIA CONTROLADA ESE CEO

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Descripción del Cambio	Fecha de aprobación
1	Elaboración de documento: Se elabora documento para definir los estándares necesarios para que los mensajes sean divulgados de forma clara y permitan consolidar la imagen interna y externa de forma positiva, y que sea conforme a los estándares de acreditación definidos por el área de calidad de la institución.	27/12/2019
2	Actualización de documentos: Se actualiza documento teniendo presente que la marca institución (logo – slogan) cambió y es importante generar herramientas para el uso adecuado de la imagen institucional.	27/12/2024
Nombre: Carla Paola Facundo Ortega Líder de Comunicaciones	Nombre: Carla Paola Facundo Ortega Líder de Comunicaciones	Nombre: Julio Cesar Quintero Vieda Cargo: Gerente.
Elaboró	**Revisó**	**Aprobó**

COPIA CONTROLADA ESE CEO