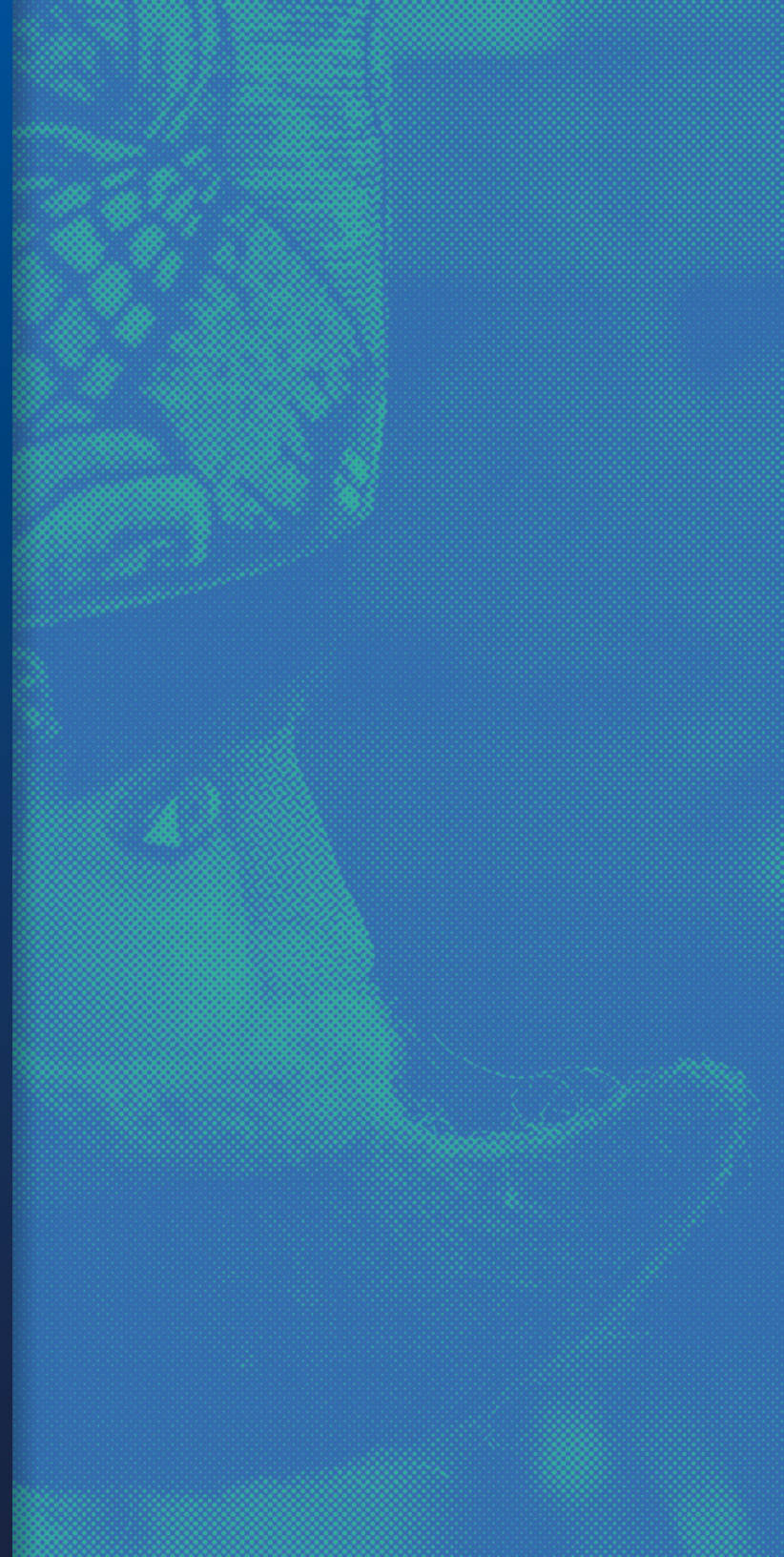




**MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL**





**EL  
COLEGIO  
DE MORELOS**

**MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL**

# I. CONTENIDO

## PRESENTACIÓN

Breve historia	5
Razón de ser	5
Misión	5
Visión	5
Valores	5
Objetivos	6
Metas	6

## IDENTIDAD

### Tonos de comunicación

Comunicación interna	7
Comunicación interinstitucional	9
Comunicación externa	10
• Comunicados a la ciudadanía	10
• Publicidad	10

### Elementos de marca

Sobre el nombre El Colegio de Morelos	11
Significado del emblema	11

Categoría de marca	11
--------------------	----

## IMAGEN

### Imagotipo principal

Versión horizontal	11
• Retícula y área de respeto	12
• Variación sin categoría de marca	12
• Tamaño mínimo de reproducción	12
• Colores del imagotipo	13
• Variaciones de color	13
• Usos inadecuados	14

### Versión vertical

• Retícula y área de respeto	15
• Tamaño mínimo de reproducción	15
• Variación sin categoría de marca	16
• Paleta de color	16
• Variaciones de color	16

### Convivencia de marca

• Convivencia con órganos internos	17
• Convivencia con otras marcas	17

### Isotipo

Retícula y área de respeto	18
Tamaño mínimo de reproducción	18
Variaciones de color	18

### Órganos internos

19

### Tipografías

Tipografía de imagotipo	20
Selección tipográfica	20

### Colores institucionales

Paleta de color principal	21
Paleta de color extendida	22

### Tratamiento de imágenes

Características de la iconografía	23
Características de las ilustraciones	24
Características de las fotografías	25

# I. CONTENIDO

<b>APLICACIONES</b>			
<b>Papelería</b>	26		
Carpeta tamaño carta	26	Módulo de información	29
Hoja membretada	26	Estandarte	29
Sobre bolsa	26	Volante	29
Tarjetas de presentación	26	Tríptico	29
		<b>Material <i>out of home</i></b>	30
<b>Credenciales</b>	27	Lona de cinco metros	30
Credencial de estudiantes	27	Medallones de autobuses	30
Credencial de trabajadores	27	Billboard	30
Credencial de visitantes	27		
Portacredencial	27	<b>Señalética</b>	31
		Señalamiento de servicios	31
<b>Promocionales</b>	28	Directorio	31
Bolsa reutilizable	28	Distintivo de área	31
Bolígrafos	28		
Libreta	28	<b>Uniformes</b>	32
Taza	28		
		<b>Vehículos</b>	33
<b>Material <i>point of purchase</i></b>	29		
Cartel	29	<b>Fachadas</b>	34

# 01 PRESENTACIÓN

El Colegio de Morelos es una institución pública autónoma consagrada a la investigación, docencia y difusión de Ciencias Sociales y Humanidades especializada en estudios sobre Complejidad, Gobernanza y Educación.

Su función social es generar, transmitir y preservar el conocimiento en dichas disciplinas para generar un impacto directo y favorable en la vida de la comunidad.

## **BREVE HISTORIA**

El Colegio de Morelos se constituyó mediante decreto de Ley del Congreso del Estado de Morelos, dotado de plena autonomía académica, económica, técnica, administrativa y de gobierno. El 11 de junio de 2013 se presentó ante el Pleno del Congreso del Estado la iniciativa de la *Ley Orgánica de El Colegio de Morelos* aprobada el 10 de diciembre de 2014. Finalmente, se inauguró el 23 de noviembre de 2016 con sede en la ciudad de Cuernavaca.

## **RAZÓN DE SER**

La investigación en Ciencias Sociales y Humanidades es la función esencial de El Colegio de Morelos. Esta

es caracterizada por su rigor teórico y metodológico, por ser transdisciplinaria, orientada a identificar, analizar y proponer soluciones a problemas sociales y humanísticos, así como por sus estándares de calidad competitivos a nivel nacional e internacional.

## **MISIÓN**

Realizar actividades de investigación y docencia de conocimientos de frontera relacionados con las necesidades, recursos, problemas —y sus posibles soluciones— de nuestro Estado, sin dejar de reconocer la universalidad de la ciencia como una institución educativa de excelencia que forma profesionistas e investigadores con alto sentido de responsabilidad social, ética y ecológica, ocupados en difundir los beneficios de la ciencia, saberes y cultura con la mayor amplitud posible.

## **VISIÓN**

Ser una institución educativa autónoma con liderazgo internacional que respeta la libertad de cátedra, investigación, examen y discusión de ideas, inclusiva, libre

de discriminación, transparente, respetuosa de los derechos humanos, la pluralidad y diversidad cultural, que se apoya en la ciencia clásica y la Complejidad, para ser reconocida globalmente como formadora de profesionistas e investigadores íntegros, comprometidos con su entorno social, ecológico, económico, político y cultural.

## **VALORES**

- Proveer a los estudiantes universitarios de una educación de calidad, basada en criterios científicos y de búsqueda de la verdad, así como en criterios sociales y de compromiso con la sociedad mexicana que coadyuven en la búsqueda de soluciones a los problemas nacionales.
- Formar profesionistas investidos de calidad humana y capacitados para realizar actividades de investigación, docencia, difusión y servicio público con estándares de calidad competitivos nacional e internacionalmente.

# 01 PRESENTACIÓN

## OBJETIVOS

Generar, preservar, transmitir y extender el conocimiento en Ciencias Sociales y Humanidades, así como contribuir a su avance y aprovechamiento mediante la investigación.

- Instruir a nivel licenciatura, especialidad, posgrado y posdoctorado en Ciencias Sociales y Humanidades desde el enfoque de la Complejidad.
- Mantener actualizados y capacitados a profesionales en investigación, docencia y servicio público mediante cursos, diplomados y talleres con estándares de calidad competitivos internacionalmente.
- Evaluar temas referentes a problemas relevantes, cuyos productos puedan ser de utilidad en la formulación de políticas públicas y la toma de decisiones para el desarrollo del estado de Morelos y del país.
- Vincular la investigación científica en materia de Ciencias Sociales y Humanidades con los sectores público, social y privado a través de

publicaciones especializadas en todos los medios de comunicación.

- Contribuir desde la academia a elevar el nivel cultural, político y social de la Entidad.
- Generar relaciones de intercambio académico, investigación y difusión de la cultura en temas de interés mutuo con otras instituciones.

## METAS

A corto plazo: consolidar una comunidad académica de excelencia a través de un claustro de investigadores y profesores con reconocimiento en la comunidad científica de las ciencias sociales y las humanidades.

A mediano plazo: incrementar la cobertura de la educación superior con sentido social y de progreso, así como la investigación de calidad.

A largo plazo: contar con una sólida institución educativa que eleve el techo cultural del estado de Morelos y que sea un polo de conocimiento en la región centro sur del país.



# 02

## IDENTIDAD

### TONOS DE COMUNICACIÓN COMUNICACIÓN INTERNA

Se trata de la comunicación oficial que se da entre coordinaciones y comunicación oficial con estudiantes y aspirantes. Debe ser formal, pero amigable.

#### TEXTUAL

Hacer uso de adjetivos con la misma terminación para ambos géneros. Lo anterior es para agilizar la redacción de correos con el mismo contenido para diferentes personas, los cuales admiten copiar y pegar. Por ejemplo, emplear “apreciable” en vez de “estimado” o “estimada”.

Si se trata de correos electrónicos, es obligatorio agregar un “asunto”. Principalmente para tener el antecedente del tema a tratar y para que la búsqueda de este correo sea eficiente.

Ejemplos:

- *Apreciable coordinador (nombre):  
Por este medio me gustaría compartir que se han realizado modificaciones sobre el documento (“título”)...*

- *Estimados colegas:  
Por este medio, comparto el contenido temático de la asignatura (“nombre”) con la cual podremos trabajar...*

Si se acordaron fechas o se concretó la entrega de documentación y no se ha recibido, es fundamental solicitarla puntualmente, pero con respeto.

Ejemplo:

*Esepero que se encuentre muy bien (mencione primero que le importa el receptor). En la reunión que se llevó a cabo el día (fecha exacta, no se admiten supuestos), junto con el comité / junto con el personal de (área) / junto con (nombres específicos), se acordó que la entrega de documentación que le corresponde a usted es para el día (día/mes/año o del presente año). Sin embargo, nos preocupa ya que no hemos obtenido respuesta. Me gustaría primeramente saber si ha ocurrido algún percance (pregunte por el destinatario del correo puntualmente para que dé razones*

*de su falta pero apelando a la amabilidad de saber su estado), y si podemos solucionarlo para dar término a este trámite tan importante para usted (coloque a la persona en primer lugar para tenerlo involucrado y no tienda a parecer agresivo) como para nosotros. Quedo al pendiente de su amable respuesta (tiende a ser puntual y apremiante, pero tiene la agudeza de atribuirle una cualidad positiva al receptor).*

Estudiantes es fundamental que el canal de comunicación con los estudiantes no se perciba paternalista o condescendiente. Sin embargo, se debe destacar la posición del profesor como guía. Asimismo, se deben marcar límites, recordar fechas, actualizar envíos, etc., de la manera más puntual posible. Hay que evitar ambigüedades.

Ejemplo:

*Estimados estudiantes:  
Espero que se encuentren muy bien (tome en consideración el estado de sus estudiantes de manera superficial). El motivo de mi correo es para enviar el*

# 02 IDENTIDAD

## TONOS DE COMUNICACIÓN COMUNICACIÓN INTERNA

*temario/recordar que la fecha límite de entrega de proyectos/evidencias/resultados/protocolos de investigación son para (día/mes/año).*

*Con base en lo que se acordó en clase (si fuese el caso), es necesario que cumplan con los lineamientos/rúbricas de evaluación.*

*Adjunto/agrego en este correo el documento de lineamientos (en caso de que lo tenga).*

*Sin otro particular, me despido de ustedes, les deseo excelente semana. Asimismo, les pediría que confirmen este correo de recibido (para confirmar que los correos son funcionales y no haya inconvenientes a futuro de que no se notificó).*

### VERBAL

Dentro de una comunicación verbal del tipo formal y amigable es fundamental tomar en cuenta que el lenguaje corporal también participa y tiene una función importante.

Evite hablar con los brazos cruzados, esto denota hermetismo y provoca en el receptor una negativa ante

lo que comunica o esté solicitando. En su lugar puede unir las manos o colocarlas una sobre otra.

Es primordial que llame a su receptor como le solicita que lo haga. Considere ofrecer el trato que le gustaría que le brindaran. Si le piden que le llame por su primer nombre/segundo nombre o por el apellido, o bien un pronombre específico, hágalo por respeto y cortesía.

Entre personas adultas que laboran en una institución/organización/escuela, etcétera, el primer contacto se hace con el empleo de “usted”. Si el interlocutor le pide que se dirija a él bajo el pronombre “tú”, hágalo. Emplear “tú” como primer contacto incomoda al receptor porque no hay un conocimiento previo de quién es el emisor, y no se ha generado aún la confianza para ello.

Es necesario que no dé todo por hecho. Permita a su receptor explicar la situación, los hechos, los informes o aquello que le esté mostrando.

No interrumpa a su emisor. Además de ser una descortesía, deja en claro que no está siendo tolerante ni permite el flujo continuo de las ideas. Si se tiene

que interrumpir al emisor para cambiar de sitio o para aclarar un dato de suma relevancia, se recomienda lo siguiente:

- *Disculpa, antes de que continúes, tenía entendido que ese asunto fue de la fecha...*
- *Te ofrezco una disculpa, pero sí me gustaría puntualizar que ese factor/dato/fecha/horario/estadística etc., se realizó de acuerdo con...*

Aclarado el punto, permita a su receptor continuar con la explicación.



# 02 IDENTIDAD

## TONOS DE COMUNICACIÓN COMUNICACIÓN INTERINSTITUCIONAL

Resulta imperativo que la comunicación sea estrictamente formal y sin ambigüedades de contenido, peticiones o aclaraciones tanto en la comunicación textual como verbal.

### TEXTUAL

Es obligatorio el uso de “asunto” tanto en correos electrónicos, como en documentos impresos. No es opcional.

Ejemplos:

- *Dr./Dra. Nombre completo (no admite solo el nombre(s)):*
- *Hago de su conocimiento que...*
- *Quisiera comunicarle lo siguiente...*
- *Me gustaría discutir un aspecto poco claro en el apartado...*

Despidase con cordialidad y enuncie su nombre. Asimismo, haga hincapié en que espera una respuesta o la confirmación de recibido.

Si a usted le han enviado un correo y esperan su respuesta a múltiples cuestionamientos, recomendamos lo siguiente:

1. Lea detenidamente todo el correo. Por mucha urgencia que tenga en otras actividades, otorgue el tiempo prudente a leer y, posteriormente, a responder.
2. Coloque un saludo. Posteriormente, coloque el cuerpo de texto.
3. Responda a cada una de las preguntas, no solo la primera.

Ejemplo:

- *Dr. / Dra. Nombre y Apellidos, buen día:  
Por este medio me gustaría comunicarle que*
  1. *Sí se realizaron los cambios en el documento;*
  2. *Ya se adecuaron los formatos de citación;*
  3. *No han llegado los nuevos libros y*
  4. *Estamos en espera de que confirmen la recepción de los envíos.*

Resulta descortés de parte del receptor del correo no responder a lo que el emisor está solicitando. Responder solo a una pregunta no responde a las otras. Considere despejar las dudas lo más pronto posible.

### VERBAL

Evite adular en exceso a su emisor / receptor, la cortesía en el trato y la comunicación tienden a ser suficientes.

# 02 IDENTIDAD

## TONOS DE COMUNICACIÓN COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa debe ser formal, pero amigable. Para este tipo de comunicación es fundamental dejar claro el objetivo de la misma, sin espacio a ambigüedades o interpretaciones diversas.

### COMUNICADOS A LA CIUDADANÍA

Es obligatorio informar antes que nada el asunto del comunicado, ya sea escrito o verbal.

Ejemplos:

- *Comunicado de rectoría con relación a los acontecimientos del 5 de noviembre.*
- *Conferencia de prensa relativa al inicio del ciclo escolar 2023-2024.*

### PUBLICIDAD

El tono de comunicación en la publicidad de El Colegio de Morelos puede variar, ya que cada campaña tiene objetivos y alcances distintos, así como una identidad propia; sin embargo, todas las campañas deberán seguir los siguientes lineamientos:

- No dejar lugar a ambigüedades.
  - Debe sentirse cercana y dar a entender que el canal de comunicación está abierto.
  - Respetuosa, pero amigable.
  - Fomentar la tolerancia e inclusividad.
  - Incluir un llamado a la acción.
- Ejemplos:

- *¡Inscríbete!*
- *Estudia a tu propio ritmo.*
- *Continúa tus estudios.*
- *Pide informes.*

## 02 IDENTIDAD

### ELEMENTOS DE MARCA

#### **SOBRE EL NOMBRE EL COLEGIO DE MORELOS**

Desde la formación en 1939 de El Colegio de México, existe en el país la tradición de nombrar a las instituciones públicas dedicadas al estudio de Ciencias Sociales y Humanidades como Colegios.

#### **SIGNIFICADO DEL EMBLEMA**

El emblema distintivo de El Colegio de Morelos es la espiral de crecimiento o logarítmica, una curva cuya distancia entre sus brazos se incrementa en progresión geométrica, y que aparece frecuentemente en la naturaleza y en el arte de diversas culturas del mundo. Se usa como símbolo de transformación y desarrollo.

#### **CATEGORÍA DE MARCA**

Es la parte del imagotipo que informa al público, con un solo vistazo, el carácter sin fines de lucro y con gobierno propio de la institución.

## 03 IMAGEN

### IMAGOTIPO PRINCIPAL VERSIÓN HORIZONTAL



**ORGANISMO PÚBLICO AUTÓNOMO**

# 02 IDENTIDAD

## IMAGOTIPO PRINCIPAL VERSIÓN HORIZONTAL

### RETÍCULA Y ÁREA DE RESPETO



### VARIACIÓN SIN CATEGORÍA DE MARCA



### TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN



# 03 IMAGEN

## IMAGOTIPO PRINCIPAL VERSIÓN HORIZONTAL

### COLORES DEL IMAGOTIPO

Puede consultar más sobre los colores institucionales en el apartado “Paletas de color” (p. 21).



### VARIACIONES DE COLOR

No es adecuado emplear otros colores, incluso cuando sean parte de la paleta de colores ampliada.



Una tinta en azul heráldico, para uso sobre fondos claros.



Una tinta en gris oxford o negro al 80% y 25% para uso sobre fondos claros.



Blanco (o color del sustrato) calado para uso sobre fondos oscuros.

# 03 IMAGEN

## IMAGOTIPO PRINCIPAL VERSIÓN HORIZONTAL

### USOS INADECUADOS

Es importante para mantener la calidad y prestigio de la marca cuidar que colaboradores internos o externos, organismos, instituciones, empresas y proveedores no caigan en momento alguno en usos indebidos del imagotipo, como los descritos a continuación.

En todo momento deberán emplearse únicamente las variaciones establecidas previamente en este manual.

Esta guía de usos indebidos es extensiva y aplicable a todas las versiones y variaciones del imagotipo principal, del logotipo secundario y del isotipo (emblema).



Es inadecuado usar cualquier color no especificado en la paleta de color.



Es inadecuado alterar las proporciones del imagotipo en cualquiera de sus ejes.



Es inadecuado cortar cualquier elemento del imagotipo.



Es inadecuado rotar el imagotipo en cualquiera de sus ejes.



Es inadecuado encimar elementos sobre el imagotipo o su área de respeto.



Es inadecuado usar únicamente el contorno del imagotipo.



Es inadecuado colocar el imagotipo sobre elementos poco contrastantes.



Es inadecuado agregar contorno de cualquier color al imagotipo.



Es inadecuado rellenar el imagotipo con patrones, texturas o degradados.



Es inadecuado espejear el imagotipo en cualquiera de sus ejes.



Es inadecuado enmarcar el imagotipo, aún cuando exista el área de respeto.



Es inadecuado aplicar filtros fotográficos o de cualquier otro tipo sobre el imagotipo.

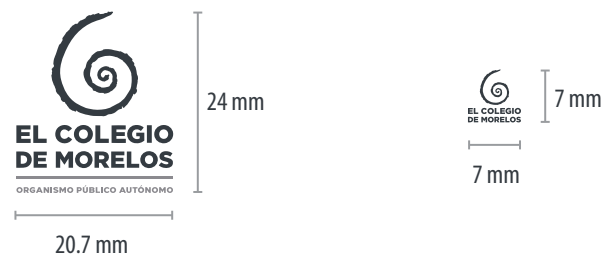
# 03 IMAGEN

## IMAGOTIPO PRINCIPAL VERSIÓN VERTICAL

### RETÍCULA Y ÁREA DE RESPETO



### TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN





# 03 IMAGEN

## IMAGOTIPO PRINCIPAL VERSIÓN VERTICAL

### VARIACIÓN SIN CATEGORÍA DE MARCA



### PALETA DE COLOR

Puede consultar más sobre los colores institucionales en el apartado “Paletas de color” (p. 21).



### VARIACIONES DE COLOR



Una tinta en azul heráldico, para uso sobre fondos claros.



Una tinta en gris oxford o negro al 80% y 25% para uso sobre fondos claros.



Blanco (o color del sustrato) calado para uso sobre fondos oscuros.

# 03 IMAGEN

## IMAGOTIPO PRINCIPAL CONVIVENCIA DE MARCA

### CONVIVENCIA CON ÓRGANOS INTERNOS

Se debe dar área de respeto a todos los logotipos o denominaciones que convivirán en el diseño, sin encimar un área de respeto sobre la otra.

Se sugiere separar el órgano interno o Unidad de el imagotipo principal con un divisor, aunque no es obligatorio.

### CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

Cuando el imagotipo de El Colegio de Morelos deba convivir con otras marcas, se sugiere homologar a tonos similares cada una, aunque no es obligatorio.

Para elegir cuál de las variaciones de imagotipo se usará, hay que tomar en cuenta el diseño completo, por ejemplo, la versión horizontal se sugiere para diseños apaisados; y para diseños más compactos, la versión vertical o cuadrada.



**UNIDAD DE  
TRANSPARENCIA**



**unodiverso**  
REVISTA DE COMPLEJIDAD EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES



**TRIBUNAL SUPERIOR DE JUSTICIA  
DEL ESTADO DE MORELOS**

# 03 IMAGEN

## ISOTIPO

### RETÍCULA Y ÁREA DE RESPETO



### TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN



### VARIACIONES DE COLOR



Azul heráldico.



Gris oxford o negro al 80%.



Blanco (o color del sustrato).

# 03 IMAGEN

## ÓRGANOS INTERNOS

Los órganos internos de El Colegio de Morelos que no posean identidad visual propia deberán mostrarse siempre a lado del imagotipo principal, empleando la tipografía Giga Sans Extrabold, alineada a la izquierda, a máximo dos líneas, sin exceder la altura del imagotipo y del mismo color de este.

La composición deberá tener la misma área de respeto y consideraciones para su uso que el imagotipo principal.

Los órganos internos que si posean identidad visual propia deberán contar con un manual y apegarse a él.



$\frac{O}{I} = x$

2x



ORGANISMO PÚBLICO AUTÓNOMO

**UNIDAD DE  
TRANSPARENCIA**



**EL COLEGIO  
DE MORELOS**

**SUBCOORDINACIÓN DE  
SERVICIOS GENERALES**

# 03 IMAGEN

## TIPOGRAFÍAS

### TIPOGRAFÍA DE IMAGOTIPO

La tipografía empleada para la diagramación del imago-tipo es Giga Sans Extrabold. Esta tipografía podrá usarse en cabezales, títulos, señalética, material de publicidad o entornos digitales.

### SELECCIÓN TIPOGRÁFICA

Se seleccionó la familia tipográfica Myriad Pro para diversos usos; sus variables permiten la creación de múltiples aplicaciones en casi cualquier formato, y al ser una tipografía sin serifas, permite una rápida lectura, así como la posibilidad de usarse sin problemas en entornos digitales.

La familia Minion Pro se seleccionó para aplicaciones en las que se requiera emplear textos largos —como libros, actas, manuales— ya que su diseño con serifas facilita una lectura clara y evita el cansancio visual.

### Giga Sans Extrabold

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

### Myriad Pro

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

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Regular | *Itálica* | Light | **Semi Bold** | **Bold** | **Black**

Semi Condensada | Condensada | Semi Extendida

### Minion Pro

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

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Regular | *Itálica* | Medium | **Semi Bold** | **Bold** | Condensada

# 03 IMAGEN

## COLORES INSTITUCIONALES

### PALETA DE COLOR PRINCIPAL

Para la paleta de colores principal que acompañará al azul heráldico de El Colegio de Morelos se eligieron colores fríos, que transmiten tranquilidad, seriedad e intelectualidad como el azul índigo y el gris oxford.

También se seleccionaron tonos inspirados en el arte de México, y los pigmentos que han sido parte de nuestra historia, como el añil y el azul maya.



# 03 IMAGEN

## COLORES INSTITUCIONALES

### PALETA DE COLOR EXTENDIDA

La paleta de colores extendida está compuesta de tonos cálidos contrastantes con la paleta de colores principal, inspirados en la cultura y biodiversidad mexicana. Esta paleta puede usarse en cualquier instancia en que no sean suficientes los colores de la paleta principal.



Rojo grana	#8E2534
Cempasúchil	#FF9803
Verde jade	#7BAF8C
Adobe	#82422F
Guayacán	#F4C245
Guayaba	#F88C8A
Bugambilia	#BF2D76
Jacaranda	#8B7FC6





# 03 IMAGEN

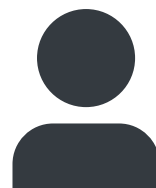
## TRATAMIENTO DE IMÁGENES

### CARACTERÍSTICAS DE LA ICONOGRAFÍA

La iconografía que se empleará en señalética, sitios web y cualquier otro diseño o aplicación deberá contar con relleno sólido (o degradado) y esquinas redondeadas, sin adornos (como simulación de brillo o apariencia de dibujado a mano) ni texturas. Se podrán diseñar en Gris Oxford sobre fondos claros, blanco calado sobre fondos oscuros, o utilizando cualquier tono de la paleta de colores extendida, dependiendo de las necesidades del diseño.

Los íconos que no formen parte del diseño principal, o que sean un complemento a este, deberán aparecer contorneados con líneas gruesas (bold), vértices redondeados y sin relleno, por ejemplo, los íconos de contacto a través de aplicaciones y sitios web externos.

La señalética de protección civil deberá emplearse con las formas, colores y tamaños establecidos en la Norma Oficial Mexicana NOM-003-SEGOB-2011.



# 03 IMAGEN

## TRATAMIENTO DE IMÁGENES

### CARACTERÍSTICAS DE LAS ILUSTRACIONES

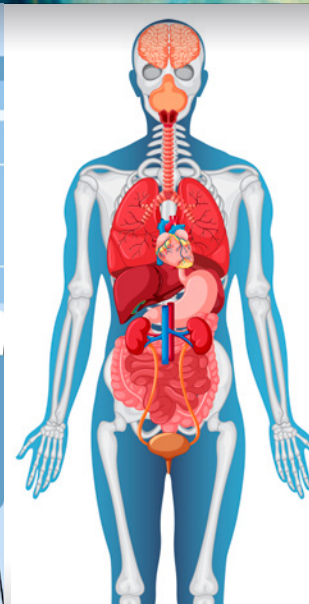
Cuando sea necesario ilustrar conceptos, será preferible emplear obras de arte mexicanas en dominio público.

Cuando no sea posible, las ilustraciones que funcionen para guiar procesos a alumnos y docentes, publicaciones de redes sociales, etcétera, deberán mostrar formas amigables, con colores planos y adecuarse a los colores institucionales o similares. Evitar realismo y composiciones complejas.

Las ilustraciones que representen personas deberán mostrar diversidad étnica, cultural y de identidad.

Las imágenes que representen datos, como esquemas, infografías, mapas, etc., deben ser claras, sencillas, entendibles y actualizadas.

Adicionalmente, podrán usarse patrones y formas abstractas para complementar el diseño cuando sea necesario.





# 03 IMAGEN

## TRATAMIENTO DE IMÁGENES

### CARACTERÍSTICAS DE LAS FOTOGRAFÍAS

Todas las fotografías empleadas deben tener calidad profesional, sin embargo, deben ser de carácter natural y personajes diversos, preferentemente con fondos reales (no estudio).

Las imágenes empleadas para publicidad deben mostrar que los programas de El Colegio de Morelos son, en su mayoría, en línea, y también deben representar aspectos de la educación a distancia como la flexibilidad de estudiar en cualquier lugar y la autodisciplina.

Deben emplear mayormente ambientes fríos con elementos azules, lo más parecidos a los colores institucionales. Cuando esto no pueda cumplirse, podrán emplearse duotonos y degradados empleando la paleta de colores institucional, o imágenes en escala de grises.



# 04 APLICACIONES

## PAPELERÍA

CARPETA TAMAÑO CARTA

HOJA MEMBRETADA

SOBRE BOLSA

TARJETAS DE PRESENTACIÓN



# 04 APLICACIONES

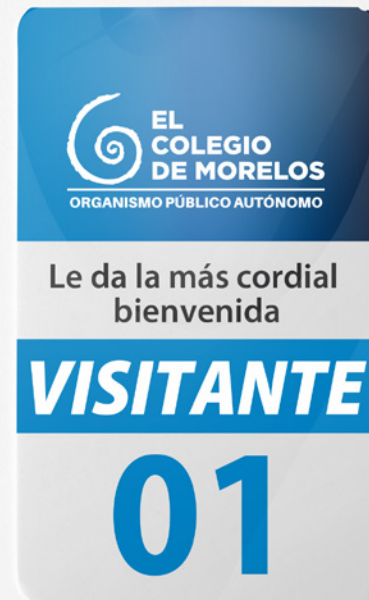
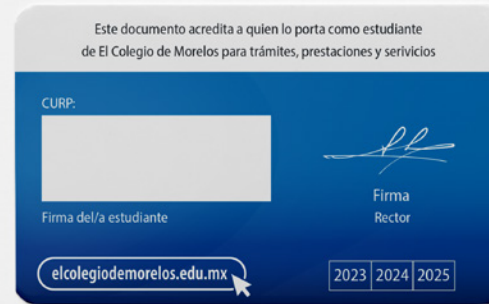
## CREDENCIALES

CREDENCIAL DE ESTUDIANTES

CREDENCIAL DE TRABAJADORES

CREDENCIAL DE VISITANTES

PORTACREDENCIAL





# 04 APLICACIONES

## PROMOCIONALES

BOLSA REUTILIZABLE

BOLÍGRAFOS

LIBRETA

TAZA



# 04 APLICACIONES MATERIAL POINT OF PURCHASE

CARTEL

MÓDULO DE INFORMACIÓN

ESTANDARTE

VOLANTE

TRÍPTICO





04

# APLICACIONES

MATERIAL OUT OF HOME

LONA DE 5 METROS

MEDALLONES DE AUTOBUSES

BILLBOARD



# 04 APLICACIONES

## SEÑALÉTICA

SEÑALAMIENTO DE SERVICIOS

DIRECTORIO

DISTINTIVO DE ÁREA





04  
**APLICACIONES**

**UNIFORMES**



# 04 APLICACIONES

## VEHÍCULOS



# 04 APLICACIONES

## FACHADAS



# DIRECTORIO

**JUAN DE DIOS GONZÁLEZ IBARRA**

RECTOR

**DOMINGO HERNÁNDEZ MENDOZA**

SECRETARIO GENERAL

**OSCAR DANIEL GONZÁLEZ HERNÁNDEZ**

COORDINADOR DE DIFUSIÓN

# CRÉDITOS

**MONTSERRAT RUÍZ CABAÑAS CHÁVEZ**

DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO EDITORIAL

**BERENICE URIBE OSORIO**

**ESTEFANÍA FUENTES VARELA**

**NATHALIE ARGÁEZ OBREGÓN**

DISEÑO GRÁFICO

**BETZABÉ GONZÁLEZ PÉREZ**

**DANIELA MAC-GREGOR HERRERA**

**YUTZIL EDREI DELGADO CASTAÑEDA**

REDACCIÓN Y CORRECCIÓN DE ESTILO