 <small>Instituto Certificador de la Comunicación Organizacional Normalizada</small>	<b>Manual de Identidad Organizacional</b>	CÓDIGO	RG2		
		REVISIÓN	02		
		FECHA	29	04	2025

### 1. **Objetivo:**

Establecer las pautas formales y simbólicas que conforman la identidad de ICCON para garantizar la coherencia comunicacional institucional, fortalecer el reconocimiento de su marca y promover una comunicación accesible, ética y efectiva.

### 2. **Alcance:**

Este manual aplica a todas las personas que diseñan, gestionan o aprueban comunicaciones vinculadas a ICCON.

### 3. **Responsabilidades:**

#### **Comisión Directiva:**

- Aprobar la política de identidad organizacional y validar ajustes estratégicos.

#### **Director de Comunicación (DIRCOM):**

- Redactar y coordinar la aplicación del Manual.
- Garantizar la coherencia de los mensajes.
- Capacitar a los equipos en el uso de la identidad.

#### **Equipos de trabajo / proveedores:**

- Aplicar los lineamientos en todas las piezas comunicacionales internas y externas.

#### **Audidores del SCV:**

- Verificar la adecuación comunicacional de las organizaciones certificadas, según estos principios.

#### **Aliados:**

- Usar la marca ICCON según acuerdos vigentes y con autorización expresa del Instituto.

### 4. **Contenidos:**


#### **4.1. Misión**

*“Nuestra misión es asistir a las organizaciones para que sean efectivas en la gestión de sus mensajes.”*

#### **4.2. Visión**

Elaborado por:

Aprobado por:

 <small>Instituto Certificador de la Comunicación Organizacional Normalizada</small>	<b>Manual de Identidad Organizacional</b>	CÓDIGO		RG2	
		REVISIÓN		02	
		FECHA		29	04/2025

*“Contribuir con las organizaciones del mundo para que gestionen de manera planificada y sustentable su comunicación.”*

#### **4.3. Valores:**

**Vanguardia:** Soluciones actualizadas para contextos dinámicos.

**Efectividad:** Comunicación orientada a resultados.

**Compromiso:** Presencia, escucha y acción.

**Integridad:** Mensajes coherentes, éticos y transparentes.

**Cooperación:** Trabajo en red.

**Creatividad:** Innovación y pensamiento estratégico.

#### **4.4. Política en materia de identidad y comunicación institucional:**

La comunicación institucional de ICCON debe ser clara, veraz, empática y alineada con los valores éticos y estratégicos de la organización.

##### **4.4.1. Tono institucional:**

- *Claro y técnico:* los mensajes deben evitar ambigüedades, tecnicismos innecesarios o formulaciones confusas.
- *Empático y accesible:* toda comunicación debe considerar el nivel de comprensión del receptor, evitando expresiones hostiles, elitistas o excluyentes.
- *Responsable:* el emisor se hace cargo de la legitimidad, oportunidad y consecuencias del mensaje emitido.

##### **4.4.2. Estilo de comunicación:**


- *Minimalista:* eliminar todo elemento superfluo que no aporte al propósito del mensaje.
- *Formal, sin rigidez:* mantener un estilo profesional, pero cercano.
- *Narrativo cuando aplique:* en situaciones formativas, testimoniales o de campañas, se permitirá un enfoque narrativo que humanice el contenido, sin perder claridad ni precisión.

##### **4.4.3. Criterios rectores:**

Toda comunicación institucional debe ser validada por el DIRCOM antes de su difusión.

Elaborado por:

Aprobado por:

	<b>Manual de Identidad Organizacional</b>	CÓDIGO		RG2	
		REVISIÓN		02	
		FECHA		29	04/2025

El lenguaje debe ser inclusivo y no discriminatorio, cumpliendo con estándares de accesibilidad.

El contenido debe responder a evidencias documentadas y verificables, sin exageraciones ni promesas no sustentadas.

Los mensajes deben estar alineados a la misión, visión y valores institucionales.

#### ***4.5. Normativa aplicable en el diseño gráfico y audiovisual:***

Ley 26.522 (Servicios de Comunicación Audiovisual)

Promueve la pluralidad, la inclusión y el respeto por la diversidad.

Toda producción debe cuidar el lenguaje, evitar estereotipos y cumplir con criterios de responsabilidad social.

Ley 24.901 (Sistema de Prestaciones Básicas para Personas con Discapacidad)

Toda comunicación debe ser accesible:

- Subtítulos en videos.
- Contrastes de colores adecuados.
- Lenguaje claro y no excluyente.
- Lectura en voz y accesibilidad web (W3C / WCAG 2.1).

#### ***4.6. Lineamientos de identidad visual y uso de canales***

**4.6.1. Guía de aplicación del isologotipo institucional:** en versiones positiva, negativa y en color. Debe respetarse el área de resguardo equivalente a la altura tipográfica de "ICCON".

**4.6.2. Reducciones mínimas aceptadas:** 4,2 cm para impresión y 472 px para digital. No se permitirá la aplicación en dimensiones inferiores que comprometan la legibilidad.


**4.6.3. Paleta cromática oficial:**

- Azul marino (#52658C C60 M40 Y0 K 40 / R82 G101 B140).
- Naranja vibrante (#F5A433 C2 M42 Y99 K 0 / R245 G164 B51).
- Gris medio (#A9ABAE C0 M0 Y0 K 40 / R169 G171 B174).

**4.6.4. Partido conceptual:**

Elaborado por:

Aprobado por:

	Manual de Identidad Organizacional		CÓDIGO		RG2	
			REVISIÓN		02	
			FECHA		29	04/2025

- Azul: confianza, formalidad, seriedad.
- Naranja: dinamismo, apertura, proactividad.
- Plata (complementario): neutralidad, sofisticación, innovación.

#### **4.6.5. Tipografías autorizadas:**

- Feena Casual (exclusiva para logotipo)
- Montserrat y Neuton para títulos, subtítulos y cuerpos de texto.

#### **4.6.6. Partido conceptual:**

- Innovación, actualización, eficiencia, resiliencia, responsabilidad, colaboración.

#### **4.6.7. Slogan:**

“Comunicación Verificada”

#### **4.6.8. Ejemplos de aplicación de marca:**

- *Correcta:* logotipo azul sobre fondo blanco con margen de seguridad.
- *Incorrecta:* logotipo con efecto degradado o colores ajenos.

#### **4.6.9. Listado de medidas gráficas permitidas por canal oficial:**

- Publicaciones cuadradas (1080x1080 px).
- Historias (1080x1920 px).
- Encabezados institucionales en mails (800x200 px).

#### **4.6.10. Toda pieza digital deberá:**

- Respetar las proporciones del logotipo.
- Usar los colores institucionales.
- Firmarse con identidad institucional.

#### **4.6.11. Filtros y recursos gráficos:**

Sólo serán permitidos si fueron aprobados por el DIRCOM y se encuentren disponibles en el kit institucional.


#### **4.6.12. Criterios para la adaptación del isologotipo en efemérides especiales:**

Se permitirá la modificación cromática del logotipo (por ejemplo, tono rosa en octubre por la lucha contra el cáncer de mama) siempre que:

- Se mantenga la proporción y forma del logotipo.

Elaborado por:

Aprobado por:


	<b>Manual de Identidad Organizacional</b>	CÓDIGO		RG2	
		REVISIÓN		02	
		FECHA		29	04/2025

- Se acompañe de una leyenda alusiva validada por el DIRCOM.
- Se registre el uso especial en la pauta de comunicación correspondiente (RG4-1).

#### **4.7. Canales y recomendaciones de uso**

Canal	Frecuencia sugerida	Estilo y características sugeridas
Sitio Web.	Actualización mensual.	Lenguaje claro, accesible, coherente con la marca. Mantenimiento informativo, visual y técnico.
Linkedin..	1 o 2 veces por semana.	Profesional con foco en impacto, eventos y networking.
E-mail marketing..	Quincenal/ según base de datos.	Tono formal-inspirador, informativo y persuasivo con recursos narrativos y visuales institucionales.
Meta: Instagram y Facebook.	De 2 a 4 post semanales.	Visual, educativo, testimonios.
Campañas de Google Ads.	Mensuales.	Descripción y Palabras clave.
Eventos presenciales.	Por evento.	Folletería y gráfica alineada al manual. Videos con subtítulos.
Medios gráficos tradicionales : físicos y	Según estrategia comunicacional.	Tono formal-inspirador, informativo y persuasivo con recursos narrativos y

Elaborado por:  
Aprobado por:

 <small>Instituto Certificador de la Comunicación Organizacional Normalizada</small>	Manual de Identidad Organizacional		CÓDIGO		RG2	
			REVISIÓN		02	
			FECHA		29	04/2025

online.		visuales institucionales.
---------	--	---------------------------

### *Ejemplo de aplicación*

**Situación:** Publicación en LinkedIn anunciando una capacitación para consultores.

**Público:** Profesionales del área comunicacional y áreas afines.

**Canal:** LinkedIn institucional.

**Formato:** Imagen + texto + enlace.

**Revisión:** Aprobación por Responsable de Comunicación.

**Contenido sugerido:**

*“¿Querés formar parte del equipo que está transformando la comunicación organizacional? Sumate a la próxima capacitación para consultores ICCON.*

*Certificá organizaciones con el Sistema de Comunicación Verificada.”*  
[Inscribite aquí]

ICCON - Comunicación Verificada

#GestiónDeLaComunicación #FormaciónProfesional #SCV

*Ejemplos de aplicación por canal:*

**Instagram:** Post cuadrado 1080x1080 px, fondo blanco, logo ICCON azul en esquina superior derecha, hashtag institucional, texto breve y claro.

**LinkedIn:** Imagen institucional + texto formal. Ejemplo: *“ICCON certifica con integridad y trazabilidad. Conocé más sobre nuestro programa de formación”.*

**E-mail:** Firma institucional con nombre, cargo, logo ICCON y colores institucionales. No se admiten imágenes animadas.

**Presentaciones:** Título Montserrat Bold, fondo claro, uso del logotipo en encabezado o pie de cada diapositiva.


**Historias (Instagram/Facebook):** 1080x1920 px, mensaje breve, sin saturación visual, logo ICCON en formato negativo si el fondo es oscuro.

### **4.8. Responsables para la modificación de frecuencias y contenidos:**

Presidente y Vicepresidente de ICCON.

Elaborado por:

Aprobado por:

	Manual de Identidad Organizacional		CÓDIGO		RG2	
			REVISIÓN		02	
			FECHA		29	04/2025

## 5. Referencias:

PD2 - Elaboración del Manual de Identidad Organizacional.

PD4- Tratamiento de Documentos del SCV.

RG4- Índice Maestro de Documentos.

Este manual ha sido aprobado por la Dirección de Comunicación (DIRCOM) como documento válido para su aplicación en el marco del SCV.

Firma del DIRCOM:

Fecha:

*“Contenido generado con IA y supervisión profesional del equipo del ICCON”*

Revisión	Fecha	Motivo
01	Sin fecha	Versión preliminar no aprobada, trabajada en comisión.
02	29 – 04 -2025	Versión final con ajustes y criterios <i>compliance</i> integrados.

Elaborado por:

Aprobado por: