



ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA  
MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

MIC  
Versión: 1.0

2018

# Escuela Militar de Ingeniería

## “Mcal. Antonio José de Sucre”



*“Mcal. Antonio José de Sucre”*

**Prestigio, Disciplina y Mejores Oportunidades**

---

**Manual**

---

**Identidad Corporativa**

**2018**





## RESOLUCIÓN DEL CONSEJO SUPERIOR ACADÉMICO Nº. RCSA 012/2018

La Paz, 29 de agosto de 2018

### VISTOS Y CONSIDERANDO:

Que, la Escuela Militar de Ingeniería "Mcal. Antonio José de Sucre" creada por Ley de la República Nº 286 el 10 de noviembre de 1950, se constituye como institución pública descentralizada, orientada a brindar un servicio de Educación Superior.

Que, el Estatuto Orgánico de la Escuela Militar de Ingeniería, aprobado mediante Resolución de Consejo Superior de Decisiones Nº 003/2005 de fecha 23 de noviembre de 2005, en su TÍTULO II MISIÓN, PRINCIPIOS, FINES Y OBJETIVOS, CAPÍTULO II PRINCIPIOS, FINES Y OBJETIVOS, en su Artículo 11.- FINES, establece que: "La Escuela Militar de Ingeniería tiene como fines: (...) d) Promover la práctica de valores y normas de ética, fomentando la responsabilidad en la toma de decisiones, el desarrollo del pensamiento crítico y el respeto por los derechos de los demás".

Que, el Capítulo II CONSEJO SUPERIOR ACADÉMICO del referido Estatuto, en su Artículo 24, señala entre las principales funciones de dicho Consejo: "a) Aprobar los Reglamentos internos de la EMI. (...) d) Emitir Resoluciones que faciliten la Administración Académica".

Que, el Artículo 24 del Estatuto Orgánico de la EMI, a través de sus incisos a) y d), faculta al Consejo Superior Académico, para aprobar el "MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA"

Que, mediante INFORME TECNICO RR.II.-IS/Nº 052/2018 de 10 de agosto de 2018, el Director Nacional de Relaciones Internacionales, hace conocer la necesidad de contar con un Manual de Identidad Corporativa con el fin de uniformar la Imagen Corporativa de la EMI a nivel Nacional.

Que, mediante INFORME TECNICO D.N.P.I. Nº 86/2018, suscrito por la Ing. Shirley Ninfa Velásquez Caballero, Encargada de Organización y Métodos dependiente de la Dirección Nacional de Planificación de la EMI, CONCLUYE: "De acuerdo a la lectura y el análisis que se realizó del Manual de identidad Corporativa presentado, tiene todos los requisitos exigidos para la producción y difusión del material".

Que, por INFORME INF- DAJ Nro. 380/2018 de 28 de agosto de 2018, la Abogada de Gestión Administrativa, dependiente de la Unidad de Asuntos Jurídicos, CONCLUYE: "Se establece que el MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA", para la Escuela Militar de Ingeniería "Mcal. Antonio José de Sucre", debe ser aprobado mediante una Resolución de Consejo Superior Académico".

Que, reunidos los miembros del Consejo Superior Académico tuvieron a bien considerar la propuesta del proyecto de "MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA" para la Escuela Militar de Ingeniería "Mcal. Antonio José de Sucre".

**RESOLUCIÓN DEL CONSEJO SUPERIOR ACADÉMICO  
No. RCSA 012/2018**

**La Paz, 29 de agosto de 2018**

**POR TANTO:**

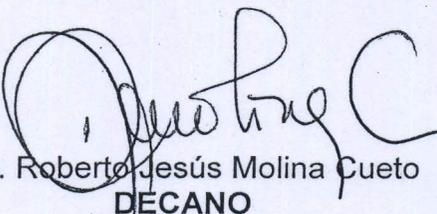
**EL CONSEJO SUPERIOR ACADÉMICO EN USO DE LAS  
ATRIBUCIONES PREVISTAS EN LAS DISPOSICIONES  
REGLAMENTARIAS VIGENTES.**

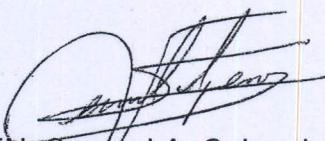
**RESUELVE:**

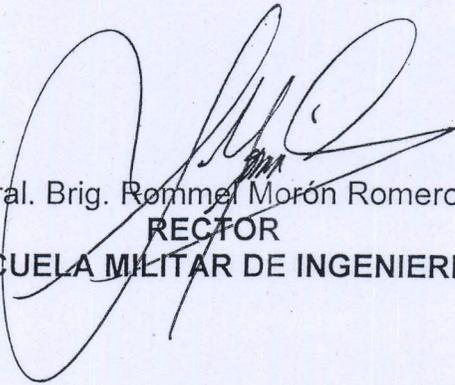
**Artículo Primero.-** Aprobar y autorizar la vigencia del **MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA** para la Escuela Militar de Ingeniería "Mcal. Antonio José de Sucre".

**Artículo Segundo.-** Quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución los Vicerrectorados de Grado y Posgrado, Decanato, Unidad de Transparencia, Direcciones Nacionales, Unidades Académicas de La Paz, Santa Cruz, Cochabamba y Riberalta, Jefes de Departamento y Unidades, Jefes de Carrera, Personal Administrativo, Docente y Estudiantil.

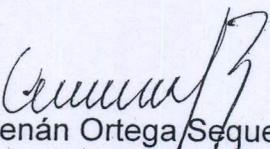
**Regístrese, comuníquese y archívese.**

  
Ing. Roberto Jesús Molina Cueto  
**DECANO**

  
Cnl. DAEN. Samuel A. Salgueiro Viaña  
**VICERRECTOR DE GRADO**

  
Gral. Brig. Rommel Morón Romero  
**RECTOR**  
**ESCUELA MILITAR DE INGENIERIA**

**Es Conforme:**

  
Ing. Renán Ortega Sequeiros  
**SECRETARIO ACADÉMICO**

	<b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> <b>MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</b>	MIC Versión: 1.0	<b>2018</b>
---	--	---------------------	-------------

## INDICE

<b>1.</b>	<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>HISTORIA .....</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>6</b>
<b>4.</b>	<b>PERSONALIDAD INSTITUCIONAL .....</b>	<b>7</b>
	<b>4.1 PRINCIPIOS Y VALORES INSTITUCIONALES .....</b>	<b>7</b>
	<b>4.2. MISIÓN .....</b>	<b>9</b>
	<b>4.3. VISIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>5.</b>	<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>10</b>
	<b>5.1. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>10</b>
	<b>5.2. OBJETIVO ESPECIFICOS .....</b>	<b>10</b>
<b>6.</b>	<b>CONCEPTOS TÉCNICOS: .....</b>	<b>11</b>
	<b>6.1. MARCA .....</b>	<b>11</b>
	<b>6.2. IMAGOTIPO .....</b>	<b>11</b>
	<b>6.3. ISOTIPO .....</b>	<b>12</b>
	<b>6.4. LOGOTIPO .....</b>	<b>12</b>
	<b>6.5. SLOGAN .....</b>	<b>13</b>
<b>7.</b>	<b>IDENTIFICACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD .....</b>	<b>14</b>
<b>8.</b>	<b>NORMATIVA CROMÁTICA .....</b>	<b>15</b>
<b>9.</b>	<b>NORMATIVA MONOCROMÁTICA .....</b>	<b>16</b>
<b>10.</b>	<b>TIPOGRAFIA INSTITUCIONAL .....</b>	<b>19</b>
<b>11.</b>	<b>GRILLA PARA EL ÁREA DE RESERVA: .....</b>	<b>20</b>

	<p style="text-align: center;"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p style="text-align: center;">MIC Versión: 1.0</p>	<p style="text-align: center;"><b>2018</b></p>
---	---	---	--

<b>12. USOS PERMITIDOS EN LA MARCA .....</b>	<b>21</b>
<b>13. USOS NO PERMITIDOS EN LA MARCA .....</b>	<b>22</b>
<b>14. APLICACIÓN DEL COLOR EN FONDOS DE COLORES .....</b>	<b>24</b>
<b>15. USOS NO PERMITIDOS APLICADO EN COLORES.....</b>	<b>25</b>
<b>16. APLICACIÓN EN MATERIAL DE ESCRITORIO Y MEDIOS DE DIFUSIÓN .....</b>	<b>26</b>
<b>17. APLICACIÓN PARA WEB.....</b>	<b>31</b>

	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------



Gral. Brig. Rommel Morón Romero  
 Rector de la Escuela Militar de Ingeniería

Vincenzo Tuccillo PhD.  
 Director Nacional de Interacción Social Y RR. II.

Lic. Paulo Leandro Araujo Vélez  
 Responsable Nacional de Interacción Social

Lic. Leslie María Miranda Monzón  
 Diseñadora Gráfica EMI Central

Gestión 2018  
 “AÑO DEL SALTO TECNOLÓGICO”

	<b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> <b>MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</b>	MIC Versión: 1.0	<b>2018</b>
---	--	---------------------	-------------

## 1. INTRODUCCIÓN

El uso de un manual para la formalidad de la empresa, como Identidad Corporativa, va desarrollado mediante el empleo de reglas de la Marca identificadas y plasmadas de forma correcta, de acuerdo a las características de la Institución.

La identidad corporativa va sujeta a la realización del manual corporativo, esta consiste en:

La creación de la marca lleva consigo el diseño de un Logotipo, Isotipo, Isologo o símbolo e Imagotipo, sin embargo, no es necesario hacer uso de todos estos elementos, sino que dependerá de la creación que se desee hacer.

Es importante que para la creación de la marca se tome en cuenta las características de la empresa, como ser: a que se dedica, conocer los valores, personalidad institucional, el servicio que ofrece y otros aspectos, para posteriormente hacer un análisis de los colores que van de acorde a lo identificado, como también ver los iconos y tipografía que emplearán, así se puede realizar el diseño de marca y enfatizar qué es lo que la empresa quiere demostrar con su marca.

Una vez que se elaboró la imagen de la empresa proceder a hacer un análisis de qué objetos pueden llevar la imagen corporativa y como se puede plasmar la marca como identidad corporativa que metafóricamente es la presentación de una persona ante el público. Es por ello que no debe tener variaciones en sus elementos gráficos, porque puede parecer ante los ojos del público otra marca que posiblemente haya plagiado una imagen ya conocida, o que los clientes crean que la empresa o institución no es de carácter serio y puedan optar por ir a la competencia.

	<b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> <b>MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</b>	MIC Versión: 1.0	<b>2018</b>
---	--	---------------------	-------------

## 2. HISTORIA

La Escuela Militar de Ingeniería (EMI) “Mcal. Antonio José de Sucre”, fue creada durante el Gobierno del Dr. Mamerto Urriolagoitia, mediante Decreto Supremo N° 2226 del 26 de octubre de 1950 y elevado a rango de Ley N° 286 del 10 de noviembre del mismo año; con las especialidades de Ingeniería en Construcciones e Ingeniería Geodésica, con la facultad de otorgar Títulos en Provisión Nacional.

En fecha 10 de noviembre de 1950 por determinación del Congreso Nacional, mediante el Decreto N° 02226, fue elevado a rango de Ley de la Nación N° 286, que consolida constitucionalmente la creación de la ESCUELA MILITAR DE INGENIEROS “Mariscal Antonio José de Sucre”, en sujeción con los Artículos 209 y 186 de la Constitución Política del Estado vigente a esa fecha.

La Universidad Boliviana a través del Consejo Nacional de Educación Superior (CNES), por Resolución N° 224 del 22 de octubre de 1974 aprobó el Plan de Estudios de la EMI en sus dos especialidades mencionadas.

Asimismo, mediante Resolución N° 030 del 6 de marzo de 1977 se aprobó el funcionamiento de la carrera de Ingeniería en Sistemas Electrónicos, en 1980 por Resolución del Comando General del Ejército, la EMI abre sus puertas a estudiantes civiles.

El Consejo Nacional de la Universidad Boliviana en fecha 10 de julio de 1981, en conformidad con los Artículos 181° y 187° del Estatuto Transitorio de la Universidad Boliviana y en uso de sus atribuciones, RESOLVIÓ reconocer a la Escuela Militar de Ingeniería “Mariscal Antonio José de Sucre” como Universidad Militar del Sistema de la Universidad Boliviana.

Por Resolución de la VIII Conferencia de Universidades de Bolivia del 22 de junio de 1985, la Universidad Boliviana reconoció a la Escuela Militar de Ingeniería como institución autorizada y facultada para la formación de ingenieros.

El año 1997 mediante la Resolución del Consejo Superior Académico se creó el Departamento de Posgrado.

El 2004 nace el primer Centro de Investigación, Ciencia y Tecnología en la Unidad Académica La Paz, y posteriormente con la apertura de Centros en las ciudades de Cochabamba, Santa Cruz y Riberalta, donde se implementaron laboratorios para la experimentación e innovación. En la misma gestión, se procedió con la Acreditación a nivel Nacional e Internacional de las diferentes carreras de Ingeniería, en condiciones excepcionales y óptimas.

Por Resolución Ministerial N° 0983 de 16 de septiembre de 2005, el Ministro de Defensa Nacional, resolvió disponer la dependencia orgánica, técnica, operativa y

	<b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	MIC Versión: 1.0	<b>2018</b>
---	---	---------------------	-------------

disciplinaria de la Escuela Militar de Ingeniería “Mcal. Antonio José de Sucre” del Comando General del Ejército.

La Escuela Militar de Ingeniería tiene convenios de Movilidad Estudiantil – Docente, también integra diferentes redes académicas internacionales, para promover el intercambio en tecnología, investigación científica y sociocultural.

Actualmente, nuestra Casa de Estudios Superiores cuenta con programas Posgraduales en Posdoctorado, Doctorado, Maestría, Especialidad, Diplomado y Formación Continua en las diferentes áreas del conocimiento. A nivel licenciatura forma profesionales en trece especialidades de Ingeniería, tres a nivel Técnico Universitario Superior y uno a nivel Técnico Medio. Asimismo, la Escuela Militar de Ingeniería “Mcal. Antonio José de Sucre” cuenta con Unidades Académicas en las ciudades de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Ribalta y próximamente en Shinahota del Trópico de Cochabamba.

A continuación, se procederá a realizar un breve análisis de la historia del Imagetipo de la Escuela Militar de Ingeniería “Mcal. Antonio José de Sucre”; En primeras instancias en la fundación se creó con el nombre de Escuela Militar de Ingenieros “Mariscal Antonio José de Sucre”, en 1950, posteriormente se conoce como Escuela Militar de Ingeniería “Mcal. Antonio José de Sucre”. Hay algunos indicios de Isotipo con la Imagen del castillo Militar, con un encabezado del nombre de la Institución Escuela Militar de Ingeniería “Mcal. Antonio José de Sucre”.

El Castillo es un icono del Ingeniero militar, esto es mencionado en el libro “Ingeniería el Arma del Trabajo” escrito por el mismo Fundador *“Definido el nombre de la Escuela, se adoptó como emblema un Castillo de dos torres que es el que identifica mundialmente al Arma de Ingenieros. Este distintivo utilizado mayormente por el ejército norteamericano, es la réplica de la puerta de dos torreones que existió en el siglo pasado en el Fuerte de Verdun en Francia.”*<sup>1</sup>

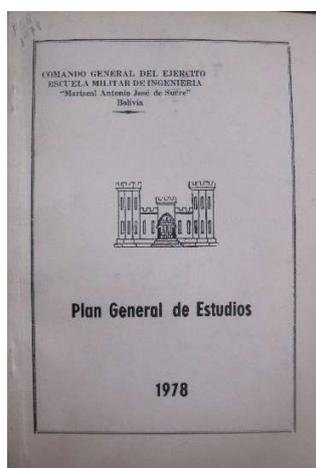
*Las unidades de Zapadores, por las misiones secundarias encomendadas y la composición de sus cuadros, que gozaban de prestigio alguno. Tenían como emblema un torreón y como vivo guinda. Al crearse e Ama de Ingeniería para establecer una radical diferenciación tanto en las misiones como en los distintivos se adoptó el vivo azul castillo de tres torres que representa la puerta de la Fortaleza de Verdun (El emblema casi universal de la ingeniería) ...”*<sup>2</sup>

---

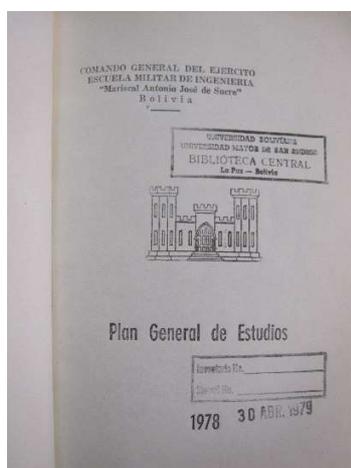
<sup>1</sup> (Julio, pág. 42)

<sup>2</sup> (Julio, pág. 22)

	<b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> <b>MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</b>	MIC Versión: 1.0	<b>2018</b>
---	--	---------------------	-------------



3



4

Por lo que se puede distinguir la aplicación de los elementos que se impusieron a partir de la creación del castillo como icono del Ingeniero Militar con la puerta cerrada.

Posteriormente se puede identificar un Imagotipo que en forma circular con el castillo en medio de color amarillo y con color negro delineando la imagen y sus detalles en fondo azul, en el círculo se puede observar el texto Escuela Militar de Ingeniería en mayúsculas, pero comienzan a omitir el nombre de “Mcal. Antonio José de Sucre” dentro de su Isologo.



5

En el año 2003 el personal de Tecnológico de Monterrey creó un nuevo Imagotipo utilizando elementos gráficos concordantes con la proyección que se deseaba dar en esa entonces renovación y vanguardia. Los iconos utilizados exploran diferentes ángulos de identificación, explotando variantes de alineación, color, morfología, etc.

<sup>3</sup> Caratulas del Plan General de Estudios de 1978 de la EMI.

<sup>4</sup> IDEM

<sup>5</sup> Primer Imagotipo de la EMI entre los años 1998 al 2003 aproximadamente

	<b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	MIC Versión: 1.0	<b>2018</b>
---	---	---------------------	-------------

Se dio primordial importancia al nombre de la institución, ubicándolo a la izquierda para lograr mayor nivel de recordación, el Castillo a lado derecho con una prioridad secundaria, finalmente el giro comercial con una tipología en altas y bajas en la parte inferior, teniendo como logro una armonía gráfica y tipográfica.

Los colores denotan fuerza, firmeza, calidad, sobriedad y excelencia, valores que dan una mayor facilidad de recordación.



El Imagotipo institucional se compone de: el nombre de Escuela Militar de Ingeniería (EMI), el castillo y el slogan.

En el 2017 en la Gestión del Gral. Brig. Rommel Morón Romero Rector de la Escuela Militar de Ingeniería “Mcal. Antonio José de Sucre” 2017 - 2018 fue reposicionado el nombre completo Escuela Militar de Ingeniería “Mcal. Antonio José de Sucre”, completando el nombre de la Institución desde la Fundación de 1950 fundado por el Cnl. Julio Sanjinés Goytia, quien escribió en el libro **Ingeniería el Arma del Trabajo** *“En la creación de la Escuela, aparte de un plan de estudio adecuado se tomaron en cuenta otros detalles de tradición institucional. Se adoptó con el nombre del Mariscal Sucre, no como homenaje al héroe de Ayacucho, cuyo nombre existe en ciudades, pueblos, calles, plazas y colegios, sino como un reconocimiento a su capacidad técnica como ingeniero y conductor. Debido a la trayectoria política del insigne Mariscal pocos historiadores hacen referencia a su formación como ingeniero...”*, el 2017 se cambió el color del trazo del castillo a azul y manteniendo el color amarillo para que sea uniforme todo el Imagotipo con solo dos colores a cargo del Departamento de Interacción Social y Relaciones Internacionales.



<sup>6</sup> Logo diseñado por el Equipo de Monterrey en el año 2003

<sup>7</sup> Imagotipo el 2017

	<b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> <b>MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</b>	MIC Versión: 1.0	<b>2018</b>
---	--	---------------------	-------------

### 3. JUSTIFICACIÓN

Un manual de identidad corporativa es un documento que recoge los principales elementos gráficos de una marca y explica cómo deben aplicarse visualmente, demuestra cómo es la imagen de la marca y cuáles son los principales elementos gráficos explicando cómo deben aplicarse visualmente.

El posicionamiento de una marca es de gran importancia, permite que el cliente reconozca la marca y producto en el mercado, siendo fácil de recordar por su figura, fondo o forma, no debe tener muchos colores y caracteres.

Esta imagen representará el servicio que presta la empresa asemejando en su marca, una vez que se tenga la marca definida se tiene que tomar en cuenta el uso del Manual de Identidad Corporativa para la representación de la marca y sus usos adecuados y oficiales ya sean impresos o digitales, los cuales tienen normas como ser: dimensiones, tipografía, colores, fondos y formas; asimismo analizar si es Imagotipo, Isotipo, Logotipo o Isologo estos atributos se pueden separar para poder aplicar en la marca.

En el Manual de Identidad Corporativa para La Escuela Militar Ingeniería” Mcal. Antonio José de Sucre” se establece todas las normas intangibles de aplicación, usos correctos y erróneos de la marca a proyectar una imagen sólida, su aplicación logrará difundir y facilitar los labores de mercadeo y comunicación y permitirán posicionar la marca y ser reconocida a nivel nacional e internacional, con las características de Imagotipo, Isotipo y Logotipo, se podrá aplicar en insumos, suvenires o merchandising, publicaciones, etiquetas y todo lo relacionado a Imagen corporativa e Identidad Corporativa, el cual debe ser utilizado de manera obligatoria de acuerdo a las normativas las cuales se impondrán en el presente Manual.

	<b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> <b>MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</b>	MIC Versión: 1.0	<b>2018</b>
---	--	---------------------	-------------

## **4. PERSONALIDAD INSTITUCIONAL**

### **4.1 PRINCIPIOS Y VALORES INSTITUCIONALES**

La Escuela Militar de Ingeniería en sus 65 años de vida institucional ha establecido principios y valores que constituyen los pilares fundamentales que orientan y regulan la conducta y desempeños de las áreas funcionales de esta Casa de Estudios Superiores.

#### **4.1.1 Principios de la EMI**

- Busca la excelencia como desafío institucional en todos los actos académicos de investigación, de extensión y de gestión.
- Dirige su esfuerzo principal a los estudiantes en virtud a que a ellos debe su razón de ser.
- Forma profesional que satisfacen las necesidades y expectativas de las entidades productivas y de servicio del país.
- Inculca valores morales y los principios de igualdad, solidaridad, libertad, respeto, honestidad, responsabilidad y participación.
- Promueve y genera conocimientos de vanguardia y de una alta calidad científica, técnica y humanística.
- Respeto la libertad de pensamiento y culto.
- Promueve el respeto, conservación, mejora y defensa del medio ambiente y los recursos naturales.
- Orienta su esfuerzo con el propósito de contribuir al desarrollo integral del País.
- Responde rápidamente y en forma planificada al cambiante entorno social, económico, político y científico.
- Genera conocimiento nuevo, útil y pertinente que contribuye a la solución de problemas actuales y futuros.
- Mantiene y profundiza las bases históricas de nuestra identidad nacional para incrementar el orgullo de ser bolivianos y así proyectarnos hacia el futuro.

#### 4.1.2 Valores de la EMI

<b>Libertad</b>	<b>Respetar las diferentes corrientes del pensamiento y su expresión sin más limitaciones que la moral social.</b>
<b>Equidad</b>	Asegura a cada uno lo que justamente le corresponde, dando igualdad de oportunidades sin discriminación de sexo, ideología, cultura y religión.
<b>Honestidad</b>	Exalta el valor de la verdad y de la ética profesional.
<b>Tolerancia</b>	Inculca el saber escuchar a los otros y el comprender la conducta humana con paciencia, como medio de entendimiento y comunicación.
<b>Patriotismo</b>	Pregona y preconiza que el sentimiento más noble de la persona es el amor a la Patria, a su identidad y cultura.
<b>Respeto</b>	Promueve el respeto al derecho ajeno, al pensamiento, a la dignidad humana, a las leyes, a toda conducta que no ofenda la moral y las buenas costumbres y al medio ambiente y los recursos naturales.
<b>Reconocimiento</b>	Valora y considera a su personal de catedráticos, oficiales y empleados como pilares del éxito.
<b>Disciplina</b>	Promueve el respeto y cumplimiento consciente de las leyes, reglamentos y normas que rigen el comportamiento social e institucional.
<b>Liderazgo</b>	Forma personas con visión, valores y capacidad de involucrar con su ejemplo a los demás en el logro de objetivos.
<b>Excelencia y Calidad Superior</b>	Busca permanentemente nuevos mecanismos, sistemas y actitudes que le permitan mejorar plenamente en todos los aspectos su servicio.
<b>Responsabilidad</b>	Responde eficientemente a las obligaciones, deberes y compromisos que adquiere como institución.
<b>Espíritu emprendedor e innovador</b>	Promueve la voluntad, la creatividad, la dedicación al trabajo y la perseverancia.
<b>Trabajo en equipo</b>	Fomenta el esfuerzo cooperativo ejecutado por los miembros de un equipo de personas organizado para alcanzar una meta común.

	<b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> <b>MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</b>	MIC Versión: 1.0	<b>2018</b>
---	--	---------------------	-------------

<b>Pertenencia</b>	Fortalece el sentimiento de una relación humana estrecha que da seguridad de sentirse miembro de un grupo privilegiado formado por la institución.
--------------------	--

## 4.2. MISIÓN

Formar y especializar profesionales de excelencia, con valores éticos morales y cívicos; caracterizados por su responsabilidad social, espíritu emprendedor, liderazgo y disciplina; promoviendo la internacionalización, interacción social e investigación científica y tecnológica, para contribuir al desarrollo del Estado Plurinacional.

## 4.3. VISIÓN

Ser la universidad líder, especializada en Ingeniería y reconocida internacionalmente.

	<b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> <b>MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</b>	MIC Versión: 1.0	<b>2018</b>
---	--	---------------------	-------------

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. OBJETIVO GENERAL**

Establecer los lineamientos gráficos de la imagen institucional a través de la Identidad Corporativa de la Escuela Militar de Ingeniería “Mcal. Antonio José de Sucre”, para el adecuado uso del Imagotipo y su aplicación.

### **5.2. OBJETIVO ESPECIFICOS**

Proyectar la información sobre composición de la marca, red de construcción, sus usos correctos e incorrectos, distintas versiones, aplicaciones, colores corporativos, cuidados de vinculación, tipografías y aplicaciones de piezas gráficas principales.

Resolver adecuadamente la aplicación de la marca en diversos contextos de piezas gráficas, establecer comunicación empresarial, aplicando a todas las áreas y actividades en donde esté presente la marca a todos aquellos puntos de contacto con clientes.

	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

## 6. CONCEPTOS TÉCNICOS:

Para comprender las partes de una marca es necesario hacer el siguiente desglose y sus significados:



### 6.1. MARCA

La marca es el nombre, símbolo, señal, diseñado para la presentación e identificación del servicio o producto que ofrece una empresa, determina seguridad y calidad del producto o servicio. Muchas personas consideran a la Marca como si fuera el logo, pero esa información es errónea ya que logo tiene otra definición.

La marca coadyuva a diferenciarse entre la competencia, con el posicionamiento de la marca y la idea principal de la Marca apartando el posicionamiento dentro del mercado es tener obtener fidelización de los clientes haciendo que los públicos al solo ver la marca tengan preferencia a la empresa ante la competencia.

La EMI ya está posicionada con su marca ante un grupo del mercado, como estudiantes de grado y posgrado, aunque cambie su Imagotipo actualmente queda como una Casa de Estudios Superiores.

### 6.2. IMAGOTIPO

Es la unión de un ISOTIPO y LOGOTIPO con lo que se identifica una marca. Es una herramienta para procesos de comunicación, la imagen es el refuerzo de la identificación de la empresa para memorizarla y diferenciarla de otras marcas con fondo, forma, colores.

	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

El módulo tipográfico o Logotipo se ubica a la izquierda del símbolo o Isotipo con sus respectivas proporciones, este será el Imagetipo oficial.

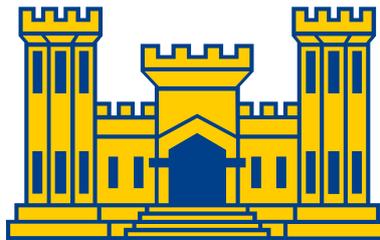


### 6.3. ISOTIPO

Es el símbolo o icono de la marca formada solo por un elemento gráfico o imagen que puede contener figura, fondo, distintos colores, reforzando la identidad de la empresa.

Se utilizó el castillo, elemento que identifica a la institución, dándole un giro modernista con modificaciones en el entorno y acomodando los elementos de forma armónica, muchas empresas en ocasiones utilizan solo este elemento de la marca para su representación.

Uniformando los colores, y posesionando el color azul en los contornos del castillo y detalles como el símbolo del Ingeniero Militar que es el castillo azul, claro que la forma es amarilla, pero comprende el contraste del color según el círculo cromático.



### 6.4. LOGOTIPO

Logotipo es lo que mucha gente llama a las marcas, pero lamentablemente la referencia que tienen es errónea, el verdadero significado de Logotipo es la que es equivalente a palabra, solo está compuesto de texto y para identificar a una empresa y puede variar para diferenciarse con otras empresas con la tipografía (tipo de letra) puede ser factible utilizar solo el Logotipo de la marca en algunas ocasiones si la marca ya está posicionada en el mercado.

En el caso de nuestra Institución es factible si utilizamos solo el Logotipo y se puede emplear de la siguiente manera.

	<p>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p>MIC Versión: 1.0</p>	<p>2018</p>
---	--	-----------------------------	-------------

# EMI

**ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA**

*“Mcal. Antonio José de Sucre”*

Ambos caracteres se pueden desvincular, ya que como se mencionó antes nuestra Marca ya está posicionada, pero siempre se debe tomar el nombre de la institución completo, vale decir que debe ir “Mcal. Antonio José de Sucre” porque es intangible

# EMI

*“Mcal. Antonio José de Sucre”*

**ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA**

*“Mcal. Antonio José de Sucre”*

## 6.5. SLOGAN

Slogan es un vocablo inglés del diccionario de la Real Academia Española (RAE) también conocido como lema en nuestro idioma se utiliza para la publicidad se usa en un contexto comercial o político como parte de una propaganda y con la intención de resumir y representar una idea. La premisa es que dicha frase sea fácil de recordar para el público.

**Prestigio, Disciplina y Mejores Oportunidades**

	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

## 7. IDENTIFICACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD

El Imagotipo institucional se compone de:

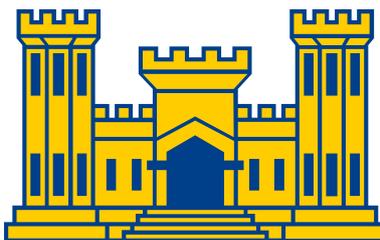
1) Nombre:

**ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA**

2) Abreviación:

**EMI**

3) Gráfica: “Castillo Militar Ingeniero”.



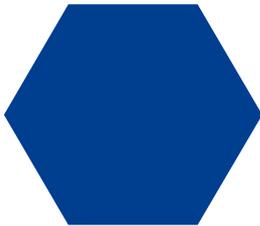
4) Slogan:

**Prestigio, Disciplina y Mejores Oportunidades**

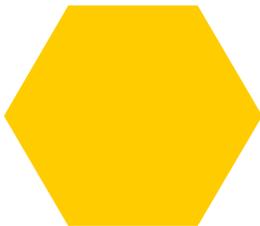
	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

## 8. **NORMATIVA CROMÁTICA**

Los colores denotan fuerza, firmeza, calidad, sobriedad y excelencia, valores que dan una mayor facilidad de recordación, para el uso del Imagotipo de la EMI lleva dos colores los cuales tienen códigos para utilizar en el formato CYMK (colores pigmento) para impresión o RGB (colores luz) que sirven en modo digital y HTML para web, estos deben ser aplicados y modificados para cualquiera de los usos.



**AZUL**  
PANTONE P 2755 C  
Imprenta  
C.M.Y.K: 97.81.0.14  
Pantalla  
R.G.B: 35.58.133  
Web  
HTML: 003F8A



**AMARILLO**  
PANTONE P 123 C  
Imprenta  
C.M.Y.K: 0.20.100.0  
Pantalla  
R.G.B: 255.204.0  
Web  
HTML: FFCC00

	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

## 9. NORMATIVA MONOCROMÁTICA

La Normativa Cromática se efectúa solo en casos especiales; el blanco y negro son colores neutrales, estos colores se complementan con cualquier color del círculo cromático. La aplicación de escala monocromática es necesaria para ejecutar algunos trabajos técnicos, como impresiones, aplicaciones digitales, suvenires, etc.

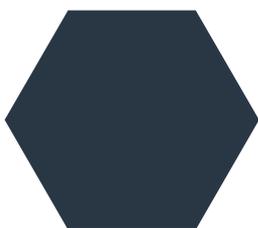
Asimismo, cuando se trata de un fondo oscuro o negro es prudente aplicar el Imagotipo en colores monocromáticos que, si son permitidos estos tonos de color en escalas de grises, por estas instancias a continuación se precederá a la demostración de monocromía en diferentes presentaciones del Logotipo.

### A. Negativo y Positivo

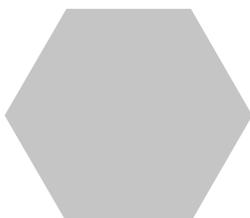


	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

## B. Escala de Grises



**GRIS**  
PANTONE P 432 C  
Imprenta  
C.M.Y.K: 67. 45. 27. 70  
Pantalla  
R.G.B: 41. 55. 69  
Web  
HTML: 243a85



**GRIS**  
PANTONE P 428 C  
Imprenta  
C.M.Y.K: 0.23.86.0  
Pantalla  
R.G.B: 254.200.47  
Web  
HTML: fec82f

	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------



## 10. TIPOGRAFIA INSTITUCIONAL

El módulo tipográfico está compuesto por 4 elementos:

**“EMI”**

**FRANKLIN GOTHIC HEAVY**

**Bold**

**A B C D C 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 c e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

**“ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA”**

**FRANKLIN GOTHIC HEAVY**

**Bold**

**A B C D C 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 c e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

*Méd. Antonio José de Sucre*

*Edwardian Script*

*Bold*

*A B C D C 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 c e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z*

*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0*

PRESTIGIO DISCIPLINA Y MEJORES OPORTUNIDADES

Franklin Gothic Book

A B C D C 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 c e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

	<b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	MIC Versión: 1.0	<b>2018</b>
---	---	---------------------	-------------

## 11. GRILLA PARA EL ÁREA DE RESERVA:

Espacio imaginario exento de elementos gráficos en torno al logo que lo protege de cualquier distracción visual que interfieran con su percepción y lectura.

El área prevista para el espacio será proporcional a X. Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el Logotipo del resto de elementos de la página.



	<p>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p>MIC Versión: 1.0</p>	<p>2018</p>
---	--	-----------------------------	-------------

## 12. USOS PERMITIDOS EN LA MARCA

Dentro de los parámetros establecidos hay usos permitidos que se pueden aplicar utilizando los colores adecuados y combinándolos e intercambiando los colores.



	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

### 13. USOS NO PERMITIDOS EN LA MARCA

En cuanto a la Identidad que manejamos en la Institución se recomienda las siguientes características:

- No incrustar, figuras, ampliar el Imagotipo solo a lo alto sin considerar el ancho o viceversa, esta acción deforma la marca, haciéndola ver antiestética.



- Tampoco es prudente cambiar la tipografía del Imagotipo, al cambiar cualquiera de la marca parecería que perteneciera a otra empresa.

**EMI** E.M.I

- Se debe mantener la tipografía según sus propias características respetando la proporción las mayúsculas o minúsculas y el color.



- En cuanto las imágenes se recomienda también respetar las dimensiones, cabe decir no utilizar formas 3D.



	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

- Es inapropiado colocar márgenes alrededor del Imagotipo, al ejecutar esta acción, el Imagotipo pasa a ser automáticamente un Isologotipo.



- Las inserciones de otras imágenes al Imagotipo, hace parecer que se cambiaría la imagen de la marca.



- La aplicación de efectos al Imagotipo no es estético, ya que cambia los colores.



- En el caso de un fondo en color ajeno a los colores institucionales no es adecuado colocar un delineado a los elementos de la marca.



	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

## 14. APLICACIÓN DEL COLOR EN FONDOS DE COLORES

En el caso de que tengamos que emplear el Imagotipo en cualquier color se debe cambiar todo el Imagotipo, pero en colores neutros los cuales se han impuesto en la normativa monocromática, haciendo esta aplicación la marca no perderá su presentación por el contrario se verá más estético.



	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

## 15. USOS NO PERMITIDOS APLICADO EN COLORES

Las aplicaciones de los colores en el Imagotipo no deben ser modificadas a otros colores, en el caso de los colores institucionales no sean armónicos con el color de fondo. Al emplear un color ajeno al de los colores institucionales, la marca pierde su distinción o pareciera que se ha renovado la marca, a continuación, algunos ejemplos de usos o aplicaciones no permitidas en el color del Imagotipo.



	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

## 16. APLICACIÓN EN MATERIAL DE ESCRITORIO Y MEDIOS DE DIFUSIÓN

La aplicación del Imagotipo en papelería es ponderable, se demuestra como presentación de nuestra marca con el Imagotipo.

### A. Papeles membretados

Tamaño Oficio



Tamaño Carta



	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

**B. Folders**



	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

### C. Tarjetas de presentación



### D. Credenciales



	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

**E. Sobres Manila**

Amberso

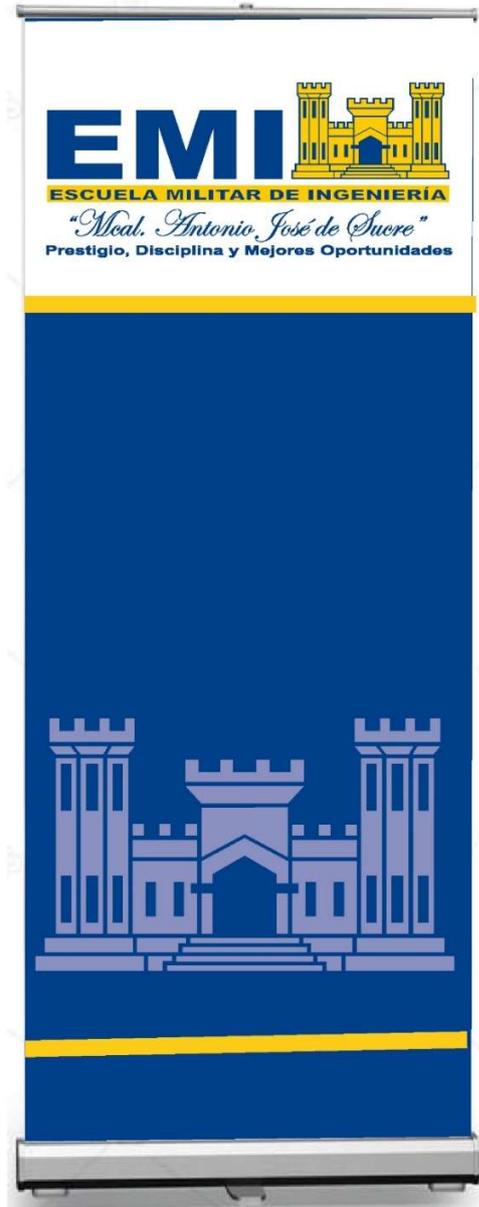


Reverso



	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

**F. Banners**



	<p align="center"><b>ESCUELA MILITAR DE INGENIERÍA</b> MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA</p>	<p align="center">MIC Versión: 1.0</p>	<p align="center"><b>2018</b></p>
---	--	--	-----------------------------------

## 17. APLICACIÓN PARA WEB

