



MARCO NACIONAL DE CUALIFICACIONES

EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL
COSTA RICA

Manual de Identidad Gráfica

Contenido

Acerca del Marco Nacional de Cualificaciones	3
Elementos básicos	5
Marca	5
Paleta de colores	12
Jerarquía de colores	12
Tipografías	13
Retícula	14
Niveles de cualificación	16
Campos de estudio	17
Sello de Cualificación	19
Aplicaciones:	21
Lineamientos generales	21
Papelería	21
Folletos	23
Presentaciones digitales	25
Web	26
Redes sociales	29

Acerca del Marco Nacional de Cualificaciones

El Marco Nacional de Cualificaciones de Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica (MNC-EFTP-CR) es la estructura reconocida nuestro país que norma las cualificaciones y las competencias asociadas a partir de un conjunto de criterios técnicos establecidos en descriptores. Sus fines son guiar la formación; clasificar las ocupaciones y puestos para empleo; y facilitar la movilidad de las personas en los diferentes niveles; todo lo anterior de acuerdo con la dinámica del mercado laboral.

El MNC-EFTP-CR establece un sistema de nomenclatura de cinco niveles de técnico. Cada nivel de cualificación cuenta con su respectivo descriptor, requisito mínimo de escolaridad para el ingreso, rango de duración del programa de estudios y requisito mínimo de escolaridad para la titulación. Los niveles de técnico que integran el sistema son cinco: Técnico 1, Técnico 2, Técnico 3, Técnico 4 y Técnico 5.

El Marco Nacional de Cualificaciones está administrado por una Comisión Interinstitucional integrada por:

Ministerio de Educación Pública (MEP)

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS)

Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)

Consejo Nacional de Rectores (CONARE)

Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCAEP)

Unidad de Rectores de las Universidades Privadas (UNIRE)

Misión

Somos el ente oficial que estructura, normaliza y orienta las cualificaciones del sistema de la Educación y Formación Técnica Profesional (EFTP), garantizando la pertinencia, calidad y articulación de la oferta educativa, mediante la gestión de procesos dirigidos a desarrollar el potencial humano, favoreciendo la equidad en la empleabilidad y la inserción laboral de las personas usuarias de la EFTP, así como, el crecimiento económico- social y ambiental del país.

Visión

Ser un ente consolidado, referente nacional e internacional de la normalización y certificación de competencias, que promueva el desarrollo de las personas y del país, mediante alianzas estratégicas público privadas, optimización de los recursos y servicios de calidad e innovación de los procesos, para la mejora continua del sistema y beneficio de las personas usuarias de la EFTP.

Valores

Eficiencia: Confianza que se genera en el usuario, porque la calidad de los procesos logra satisfacer sus necesidades y expectativas.

Compromiso: Cumplimiento de los procesos dentro de los plazos y parámetros de calidad establecidos por el MNC, brindando respuestas oportunas a los requerimientos del sector público y privado, fomentando la proactividad de los colaboradores del MNC-EFTP-CR.

Creatividad: Incorporación de elementos innovadores, tecnológicos y no tecnológicos, para el mejoramiento de la organización, procesos y productos del MNC-EFTP-CR.

Honestidad: Fomento del trabajo de los colaboradores del MNC-EFTP-CR basado en el principio de rectitud, con la finalidad de facilitar información a las personas usuarias generando legitimidad y confianza, en la aplicación de los procesos y en la divulgación de la información.

Responsabilidad: Cumplimiento de lo estipulado en la legislación nacional, a través de la gestión de procesos y procedimientos anuales para el logro de los servicios del MNC-EFTP-CR.

Los lineamientos de identidad gráfica que se describen en este manual han sido diseñados para comunicar fielmente una identidad visual coherente y reconocible. Su objetivo es expresar la personalidad de la marca del Marco Nacional de Cualificaciones, la cual tiene como base los valores de eficiencia, compromiso, creatividad, honestidad y responsabilidad anteriormente descritos.

Es importante tener presente que la marca es el componente central que articula la representación visual del Marco Nacional de Cualificaciones. Dicha marca se apoya en la paleta de colores y tipografías establecidas en este manual y que deben ser reconocidos en cada proyecto de comunicación. La manera más efectiva de garantizar este reconocimiento es su uso correcto y consistente.

Para efectos prácticos en este manual utilizaremos la abreviación MNC para referirnos al Marco Nacional de Cualificaciones.

Elementos básicos

Marca

La marca es el elemento más importante de la identidad visual del MNC y por este motivo debe incluirse siempre en todo material impreso o digital que se realice. Está compuesta por un imagotipo integrado por un par de figuras humanas caminando sobre figura ascendente compuesta por la bandera y el mapa de Costa Rica. Dichos elementos plantean la idea de superación y avance en el marco de un proyecto-país. La marca también incluye un logotipo compuesto por el nombre “Marco Nacional de Cualificaciones” que en su parte inferior incluye la leyenda en dos líneas: “Educación y Formación Técnica Profesional” - “Costa Rica”.

Se dispone de dos variantes de la marca: horizontal y vertical. Dependiendo del espacio en que se vaya a ubicar se utilizará la variante que proporcione la mejor visualización de la misma.



Marca vertical



Marca horizontal

Tener versiones de la marca en sentido vertical y horizontal permite acomodarla en diferentes formatos sin perder protagonismo.

Colores de la marca

La marca tiene los colores de la bandera nacional de Costa Rica. Los demás elementos que la integran tienen tonos neutros (gris y negro) que realzan los colores que componen la bandera en el fondo.



Variantes de la marca

Preferiblemente la marca se utilizará a todo color y sobre fondos claros o blanco. Cuando sea necesario ubicarla sobre fondos oscuros o en condiciones especiales podrá utilizarse la variante que se destine a ello.

Marca colores Pantone



Marca Cuatricromía



Marca a una tinta



Marca en blanco y negro



Marca sólida



Esta variante se utilizará en circunstancias específicas en que la reproducción se vea limitada por las características del formato, por ejemplo: acabado embozado, acabado de estampado metálico, así como sellos de tinta.

Marca invertida



Para utilizar sobre fondos oscuros, siempre y cuando se garantice su legibilidad. Los tamaños mínimos de esta variante de la marca están especificados en la página 9.

Cada variante está diseñada para ser utilizada en los diversos ambientes y sistemas de reproducción que son usuales en proyectos gráficos.

Área de protección

Se trata de un área que rodea a la marca en la que se evitará colocar líneas, palabras, gráficos, otras marcas y demás elementos visuales. Su utilización nos garantiza que la marca tenga visibilidad. Dicha área será definida con el nombre de “Z” y corresponde a la altura del nombre “Marco Nacional de Cualificaciones”.



El Área de Protección es la distancia que separa a la marca de otros elementos del diseño para garantizar su legibilidad en un determinado proyecto gráfico.

Tamaños mínimos de reproducción

La marca podrá ser ampliada o reducida siempre y cuando se respeten sus proporciones. Con el fin de garantizar la legibilidad se ha establecido un tamaño mínimo para su reproducción impresa y digital.



Los parámetros de referencia de la variante invertida de la marca serán los siguientes:

Medios impresos:
3.2 cm tanto en su versión vertical como horizontal.

Medios electrónicos:
111 px en versión vertical y 118 px en su versión horizontal.

Medios impresos

Marca vertical: Cuando el tamaño sea menor a 3,5 cm se prescindirá de la leyenda “Educación y Formación Técnica Profesional” - “Costa Rica”.

Marca horizontal: Cuando el tamaño sea menor a 3,7 cm se prescindirá de la leyenda “Educación y Formación Técnica Profesional” - “Costa Rica”.

Marca vertical: el tamaño mínimo reproducible es de 2 cm.

Marca horizontal: el tamaño mínimo reproducible es de 2,6 cm.



3.5 cm



3.7 cm



2 cm



2.6 cm

Medios electrónicos

Marca vertical: Cuando el tamaño sea menor a 140 px se eliminará la leyenda “Educación y Formación Técnica Profesional” - “Costa Rica”.

Marca horizontal: Cuando el tamaño sea menor a 140 px se prescindirá de la leyenda “Educación y Formación Técnica Profesional” - “Costa Rica”.

Marca vertical: el tamaño mínimo reproducible es de 54 px.

Marca horizontal: el tamaño mínimo reproducible es de 80 px.



140 px



140 px



54 px



80 px

Usos incorrectos

Mantener la integridad de la marca es primordial para dar unidad a la identidad visual del MNC, por este motivo es necesario evitar estas situaciones:

⊗ Modificación de la tipografía



⊗ Rotación



⊗ Ubicación sobre fondos que comprometen la legibilidad



⊗ Modificación de las proporciones de los elementos que componen la marca



⊗ Modificación de los colores



⊗ Distorsión



⊗ Alteración de los elementos que componen la marca



Tener siempre presente que:

- Estos lineamientos aplican para la marca, en su versión vertical como horizontal.
- La marca debe usarse preferiblemente sobre fondos blancos o claros.
- Cuando se ubique sobre un fondo de tonalidades oscuras se utilizará la versión invertida.
- Debe evitarse colocarla, en su versión a todo color, sobre fondos con colores oscuros o con tonalidad muy fuerte o saturada para evitar comprometer su legibilidad.

Relaciones con otras marcas:

Cuando la marca MNC aparezca junto a otras marcas, debe corresponder en tamaño al de las marcas vecinas, respetando a su vez el área de protección establecida en la página 9 de este manual.

En los proyectos gráficos propios la marca MNC siempre tendrá un carácter protagonista en relación a las marcas de las instituciones que la integran.

El orden en que se ubicarán dichas marcas es el siguiente, de izquierda a derecha y/o de arriba a abajo:

- 1- Marcas de Ministerios: MEP - MTSS (en orden alfabético).
- 2- Marcas de instituciones autónomas: INA.
- 3- Marcas de los otros miembros: CONARE - UCCAEP - UNIRE (en orden alfabético).

Estas marcas se incluirán en estos proyectos gráficos cuando sus características técnicas así lo permitan: folletos (en la contraportada), materiales impresos, página web, y otros de diversa índole que la coordinación del MNC considere necesario. En todo caso se respetará el orden de ubicación que se establece en este manual.



Las versiones de la marca en sentido vertical y horizontal hacen posible acomodarla en diferentes formatos sin perder protagonismo.

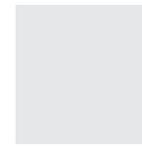
Elementos básicos**Paleta de colores**

Los colores corporativos autorizados son los siguientes:

Los colores impresos pueden variar debido al acabado de material, equipo de impresión y tipo de tintas. Por ello, antes de proceder con la impresión se procederá a igualar visualmente los colores para que el acabado final sea lo más similar posible a su versión Pantone.



Azul MNC
Pantone 293 C
C100 M80 Y12 K03
R14 G76 B144
#0E4C90



Gris MNC 1
Negro al 10%
R230 G231 B232
#E6E7E8



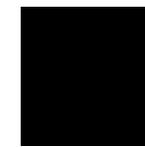
Gris MNC 4
Negro al 60%
R128 G130 B133
#808285



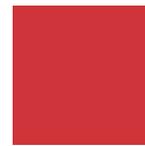
Amarillo MNC
Pantone 130 C
C02 M38 Y100 K00
R248 G168 B0
#F5A800



Gris MNC 2
Negro al 20%
R209 G211 B212
#D1D3D4



Negro
R35 G31 B32
#231F20



Rojo MNC
Pantone 1797 C
C15 M94 Y83 K00
R207 G51 B56
#CF3339



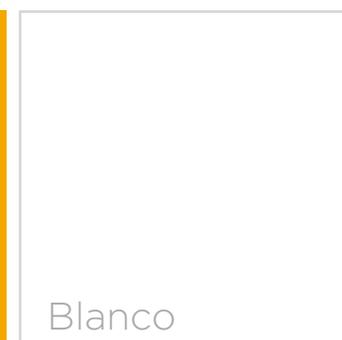
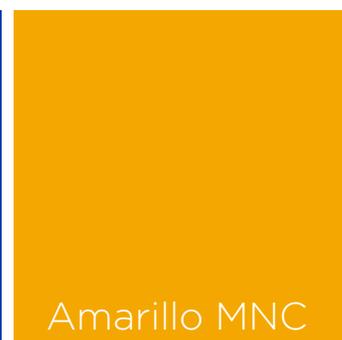
Gris MNC 3
Negro al 40%
R167 G168 B172
#A7A9AC



Blanco
R255 G255 B255
#FFFFFF

Jerarquía de colores

Los colores más importantes de nuestra paleta son el Azul MNC, Amarillo MNC y el Blanco. Como color complementario es posible utilizar el Rojo MNC, el Gris MNC en las variantes que se indican así como el Negro.



Tipografías

La aplicación de los siguientes tipos de letra contribuye reforzar la identidad visual del MNC en su comunicación impresa y digital.

Gotham:

Esta tipografía fue originalmente diseñada para la revista GQ donde los editores buscaban un nuevo tipo de letra para su contenido con estilo versátil y fresco. Fue diseñada por Tobias Frere-Jones, un diseñador de tipografías de New York, quien se inspiró en las letras en edificios antiguos de Manhattan. Fue en el año 2000.

Gotham inspira confianza, serenidad, seguridad de sí mismo pues tiene formas amables que se reflejan en las letras f y t. Es positiva. Otro de sus rasgos más distintivos es la curva inferior de G.

Es apta para difundir un mensaje y que sea recibido con respeto pues transmite solidez y durabilidad. Su versión "Rounded" (con bordes redondeados) transmite la idea de creatividad.

Gotham

Gotham Light 1234567890
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Gotham Book 1234567890
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Gotham Medium 1234567890
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Gotham Black 1234567890
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Gotham Rounded

Gotham Light 1234567890
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Gotham Book 1234567890
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Gotham Medium 1234567890
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Gotham Black 1234567890
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Tipografía Arial

Para uso en documentos cotidianos de oficina.

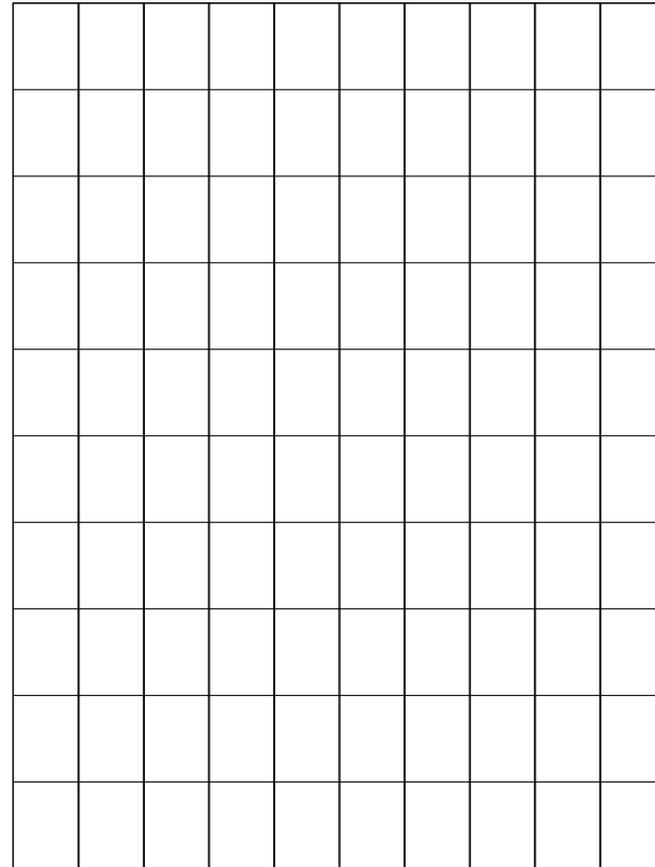
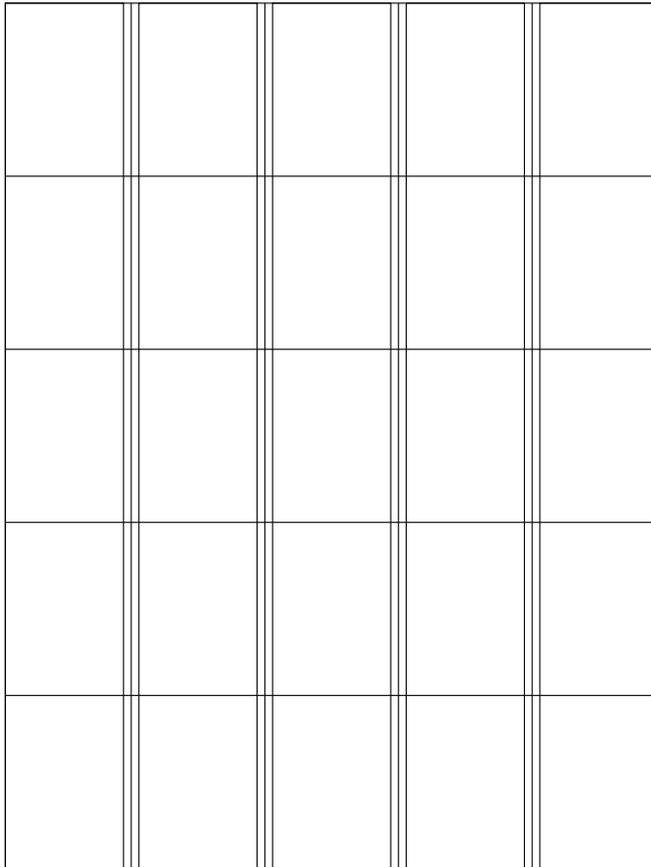
Arial Regular | *Arial Italic* | Arial Bold | *Arial Bold Italic*

Retícula

La retícula es una división geométrica para ordenar el espacio en los documentos publicados, especialmente folletos.

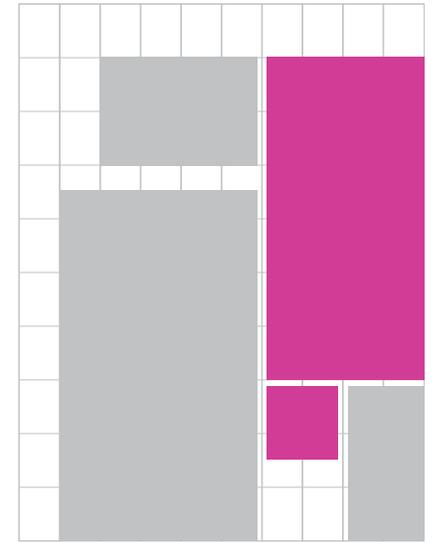
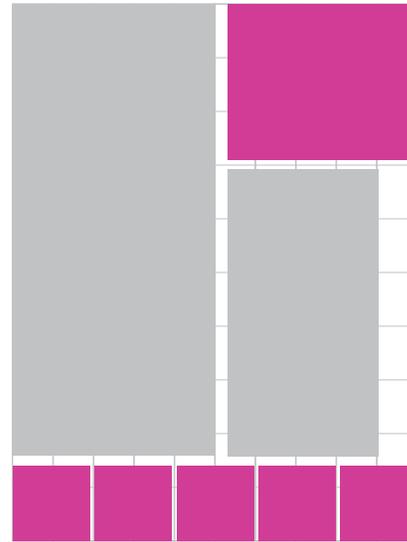
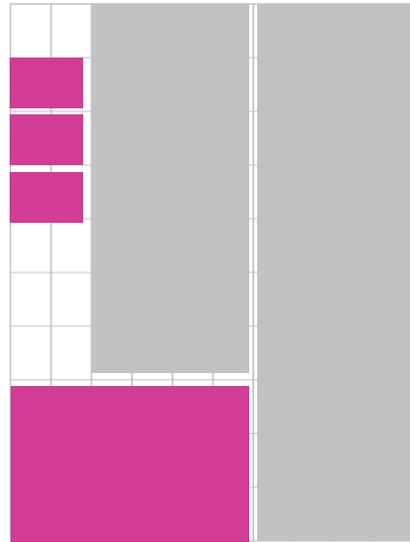
La retícula del Marco Nacional de Cualificaciones está dividida en 5 columnas (sentido vertical) y 5 filas (en sentido horizontal), para un total de 25 módulos.

Los módulos que integran la retícula pueden subdividirse guardando las mismas proporciones para aumentar la modulación.

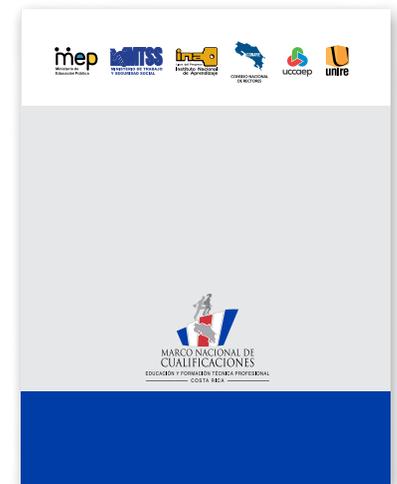
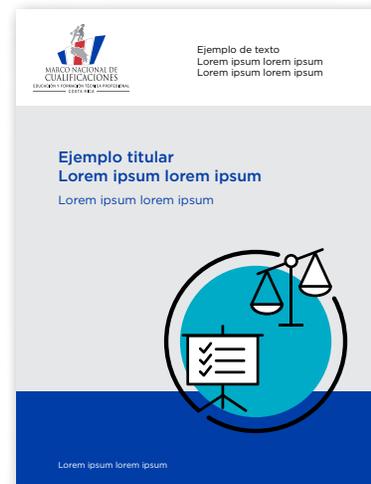
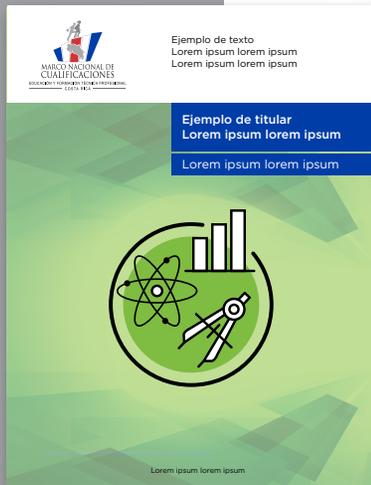


Para evitar que el uso de la retícula resulte en productos gráficos lineales y aburridos es importante sacar rendimiento de la capacidad de variación compositiva de la retícula para aportar dinamismo.

En estas diagramaciones los recuadros grises representan los bloques de texto y los de color magenta son las imágenes.



Algunos ejemplos:



Niveles de cualificación

El MNC contempla 5 niveles de cualificación: Técnico 1, Técnico 2, Técnico 3, Técnico 4 y Técnico 5. Para cada nivel se contempla un color específico que se detalla a continuación:

Técnico 1		Pantone 151 C		C00 M60 Y100 K00		#FF8300
Técnico 2		Pantone 213 C		C02 M97 Y24 K00		#E81F76
Técnico 3		Pantone 2593 C		C57 M94 Y00 K00		#863399
Técnico 4		Pantone 376 C		C56 M03 Y100 K00		#80BC00
Técnico 5		Pantone 3125 C		C95 M02 Y22 K00		#00ABC8

Campos de estudio

El Marco Nacional de Cualificación realiza su gestión en nueve campos de estudio. Para cada campo se define un ícono que lo caracterizará y que se utilizará en todos los proyectos gráficos que se realicen para cada uno.



01 Educación



02 Artes y Humanidades



03 Ciencias Sociales, Periodismo e Información



04 Administración de Empresas y Derecho



05 Ciencias Naturales Matemáticas y Estadística



06 Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)



07 Ingeniería, Industria y Construcción



08 Agricultura, Silvicultura, Pesca y Veterinaria



09 Salud y Bienestar

Elementos básicos

	Educación	Artes y Humanidades	Ciencias Sociales, Periodismo e Información	Administración de Empresas y Derecho	Ciencias Naturales, Matemáticas y Estadística	Tecnologías de la Información y la Comunicación	Ingeniería, Industria y Construcción	Agricultura, Silvicultura, Pesca y Veterinaria	Salud y Bienestar
Nivel 1									
Nivel 2									
Nivel 3									
Nivel 4									
Nivel 5									

El color de cada ícono dependerá del nivel en que se encuentre.

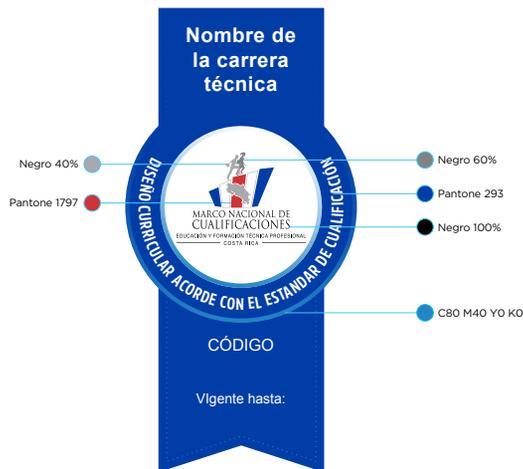
Sello de Cualificación

Con el fin de dar reconocimiento a las carreras técnicas que concluyan satisfactoriamente su proceso de cualificación se les otorga un Sello donde se especifica el nombre de la carrera, su código y la vigencia de la cualificación.

Dicho sello será entregado a cada carrera técnica en un archivo electrónico y podrá ser utilizado en todos sus materiales informativos, tanto impresos como digitales, siempre y cuando respete los lineamientos establecidos a continuación:

Colores

6 cm de base
x 12 cm de altura



Relaciones de construcción



Área de protección



Usos incorrectos



⊗ Modificación de las proporciones



⊗ Modificación de los colores



⊗ Distorsión



⊗ Alteración de los elementos que componen la marca



⊗ Rotación



⊗ Ubicación sobre fondos que comprometen la legibilidad

El Sello de Cualificación siempre deberá ubicarse sobre fondos claros. Se evitará colocarlo sobre fondos oscuros.

Aplicaciones:

Lineamientos generales

La comunicación actual se apoya en dos ejes: el mundo digital (web, redes sociales, entre otros), cada vez más protagónico y en los formatos impresos (banners, folletos, mantas, rotulación, tarjetas de presentación, calendarios temáticos, entre otros). La sensación de tener información impresa en las manos da mayor legitimidad y confianza mientras que la comunicación digital aporta cercanía y facilidad para hacer llegar información a los usuarios. Por este motivo dichos elementos deben contemplar con rigurosidad todos los lineamientos para uso de la marca y tipografías establecidos en este manual. La paleta de color será respetada en su composición y jerarquía, según sea el caso del medio que se utilice. El color Azul MNC siempre será el protagonista.

Papelería

Tarjeta de presentación

Las tarjetas de presentación continúan en vigencia en medio de la era digital pues aportan confianza y credibilidad. En muchas ocasiones dan la primera impresión acerca de la institución, por eso su diseño contempla los lineamientos de uso de marca, color y tipografías establecidos en este manual.

Anverso



Reverso



Las tarjetas del Marco Nacional de Cualificaciones tienen anverso y reverso. En el frente o anverso se incluyen los datos de cada funcionario y la marca horizontal.

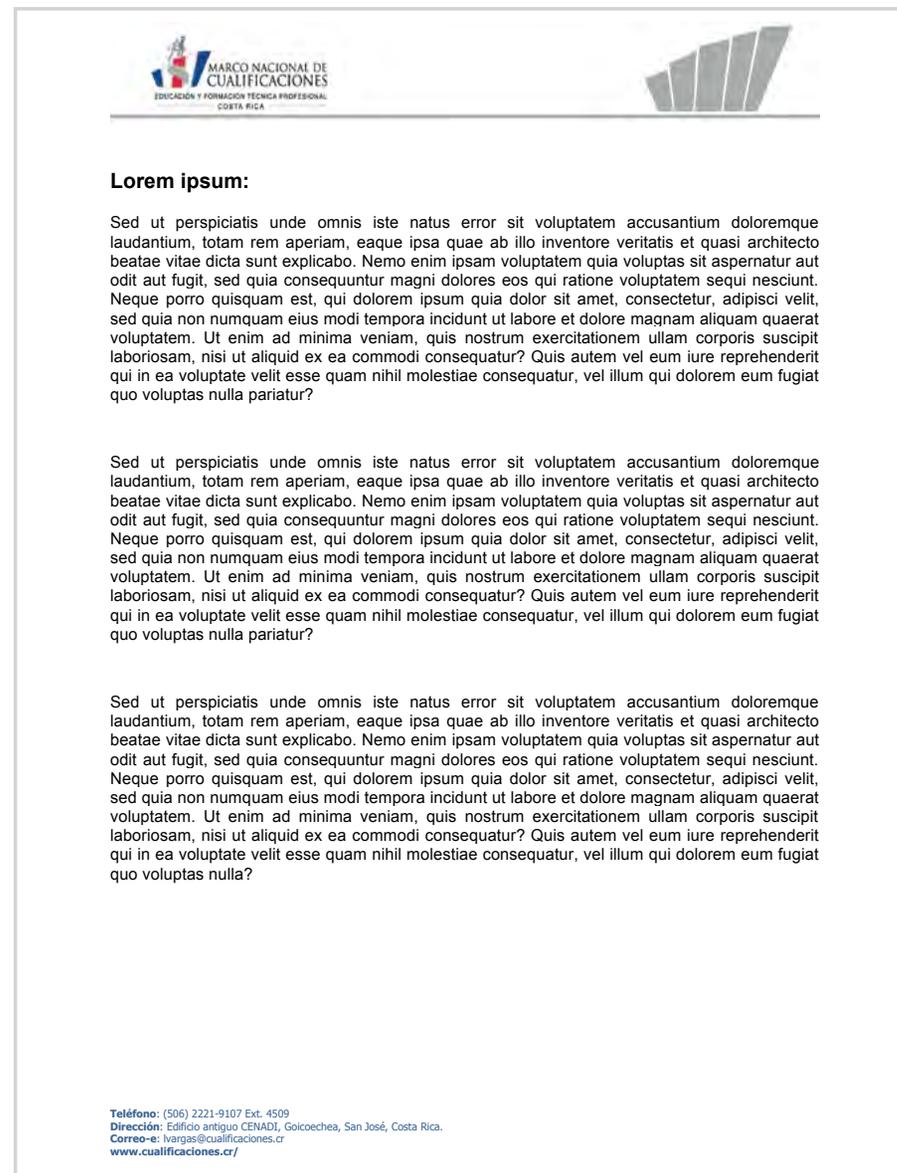
En el reverso se colocará la marca en su versión vertical e invertida sobre un fondo de color azul corporativo.

Membrete documentos Word

Para documentos de uso cotidiano se dispone un membrete incorporado desde Word que es impreso junto al contenido desde la impresora que se tenga a disposición. La tipografía a utilizar en este tipo de documentos es la Arial en sus variantes: Regular, Regular Italic, Bold y Bold Italic.

Firma correo electrónico

La plantilla para montar este tipo de documentos requiere incorporar los datos de cada funcionario en la tipografía Arial, en sus variantes Regular y Bold.



Firma correo electrónico

Membrete documentos Word

Folletos

Cubierta

El Marco Nacional de Cualificaciones tiene dos formatos de cubiertas para sus folletos. En ellas siempre se colocará la marca sobre fondo blanco. Para ello se utilizará una banda de dicho color que se extenderá por todo el ancho de la portada y continuará en la contraportada; esta banda es de carácter obligatorio. En la contraportada, en esa misma franja, se incluirán las marcas de las instituciones que integran el MNC (en el orden establecido en la página 11).

Cubierta No. 1: Para folletos de Estándares de Cualificación. Incluirá el ícono del Campo de Estudio y el Nivel de Cualificación en que se clasifique la carrera analizada.

Cubierta No. 2: Para utilizar en folletos de carácter general.

Cubierta No. 1



Cubierta No. 2



Diagramación interna:

Su diseño debe basarse preferiblemente en la retícula establecida en este manual en la página 14. Se utilizará la tipografía Gotham en sus diferentes versiones:

En el caso de publicaciones en que se utilice la Cubierta No. 1 podrá incorporarse en la diagramación el color que le corresponda en la nomenclatura establecida en la página 16.

Gotham Medium o Gotham Rounded Medium / color negro o color de nivel de cualificación que corresponda (ver página 16).

Header 1 / Header 1

Gotham Black o Gotham Rounded Bold / color Azul MNC, Negro o color de nivel de cualificación que corresponda (ver página 16).

Header 2/ Header 2

Gotham Light / color Azul MNC o color de nivel de cualificación que corresponda (ver página 16).

Header 3

Gotham Book/
color Negro siempre.

Cuerpo texto

Gotham Medium/color Negro.

Resaltados

Presentaciones digitales

El diseño de las plantillas para presentaciones digitales también deben seguir los estándares de color y uso de la marca establecidos en este manual. Para la información contenida en las mismas se empleará la tipografía Arial en las versiones regular, itálica y bold.

La portada siempre incluirá como protagonistas a la marca y el título de la presentación. En plano secundario quedarán el nombre del expositor o la fecha.

La filmina para contenido dispondrá del mayor espacio posible para que la información quede lo más clara y legible posible. Por este motivo tendrá fondo de color blanco y y la marca del MNC siempre aparecerá en la parte superior y en un tamaño pequeño.

Plantilla MNC 1

Portada



Slide para contenido

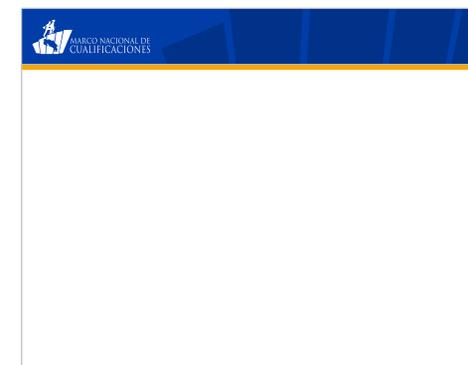


Plantilla MNC 2

Portada



Slide para contenido



En el slide para contenido se utilizará la versión de la marca sin las leyendas: “Educación y formación técnica profesional” y “Costa Rica”.

Web

Lineamientos generales

El sitio web del Marco Nacional de Cualificaciones tendrá algunas variantes con respecto a los lineamientos de color y tipografías debido a aspectos de tipo técnico. Los estándares de uso de la marca que se encuentran en las páginas de la 5 a la 11 son de acatamiento obligatorio. Los aspectos que varían con respecto a los materiales impresos se describen a continuación. La consistencia en la aplicación de dichos lineamientos en todos los elementos que componen el sitio brindará unidad y generará confianza en los visitantes.

La consolidación del uso de Internet en smartphones hace imperativo que el diseño del sitio se realice teniendo en cuenta las características de uso de dichos dispositivos.

Tipografías:

Optaremos por fonts gratuitos y de código abierto. Las tipografías que se determinan en este manual se pueden encontrar en Google Fonts, un catálogo tipográfico que incluye esas características.

Se evitará usar titulares o textos como imagen pues ello disminuye el posicionamiento en los motores de búsqueda.

Hind

Esta tipografía tiene 5 variantes. Se utilizarán sus variantes Bold, Semibold y Medium para encabezados y titulares ya que es muy legible en pantallas y en móviles. Sus variantes Regular y Light se pueden utilizar en textos que deban destacarse.

Open Sans

Es una tipografía de carácter neutro, de formas abiertas y con excelente legibilidad en dispositivos electrónicos. Se utilizará en el cuerpo de texto en sus variantes Light y Regular.

Para textos que requieran el resaltado tipo "negrita" podrá optarse por la versión Semibold.

Para escribir palabras extranjeras que no estén incorporadas al idioma español, títulos de publicaciones y nombres científicos se utilizarán Light Italic e Italic.

Hind Bold
Hind Semibold
Hind Medium
Hind Regular
Hind Light

Open Sans Regular
Open Sans Light
Open Sans Semibold
Open Sans Italic
Open Sans Light Italic

Imágenes

Se utilizarán imágenes que estén relacionadas con la gestión del Marco de Cualificación y que transmitan los valores de Compromiso, Creatividad, Honestidad y Responsabilidad. Para ello vamos a seleccionar las que transmitan alegría en el aprendizaje, energía positiva, interés, inspiración, optimismo.

Dichos elementos deben ser buena calidad, evitaremos aquellas fotografías o fondos que luzcan desenfocados o con una mala definición de sus píxeles.

En la medida de lo posible se utilizarán imágenes que provengan de nuestro país para garantizar una mayor cercanía a la realidad costarricense. En caso de que sea necesario incorporar imágenes externas tendremos especial cuidado en seleccionar aquellas que tengan afinidad con tipos raciales y entornos similares a los costarricenses. En estos

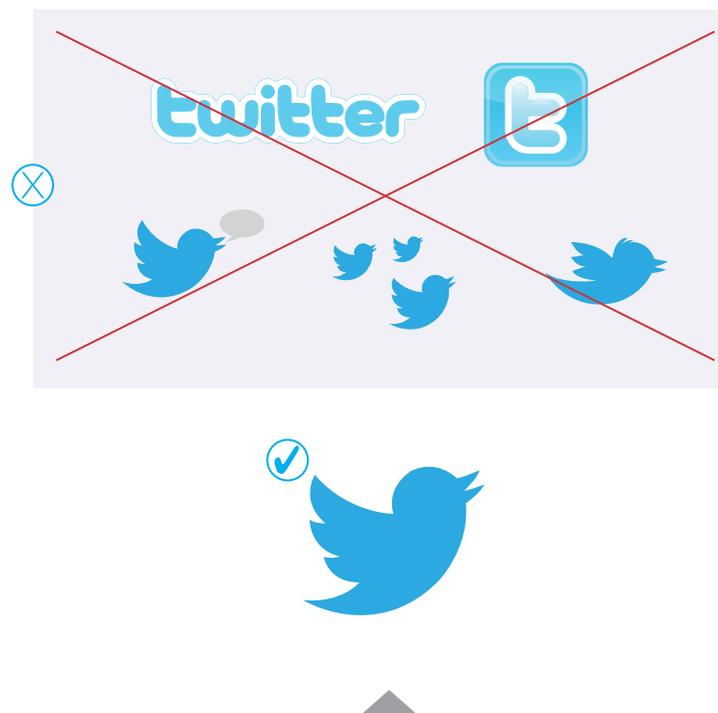
casos las imágenes deberán adquirirse en bancos digitales especializados para garantizar buena calidad y las condiciones requeridas de copyright.

Íconos

Su correcta escogencia proporcionará contexto al contenido. Dicha función se complementa con el uso adecuado de los colores de nuestra paleta. Serán simples y utilizarán colores planos que tengan buen contraste con el fondo sobre el cual se ubican. En estos elementos evitaremos el uso de sombras, texturas y degradados de color. Todos los íconos deberán tener el mismo estilo, tamaño y consistencia en el uso de color.

En el caso de los íconos cuya función es ayudar a navegar y que no son primarios, será necesario darles un diseño que

armonice con el resto. Cuando estén incorporados a un botón tendremos especial cuidado en elegir la figura que describa mejor la acción a ejecutar con el fin de aportar claridad y facilitar la experiencia del usuario.



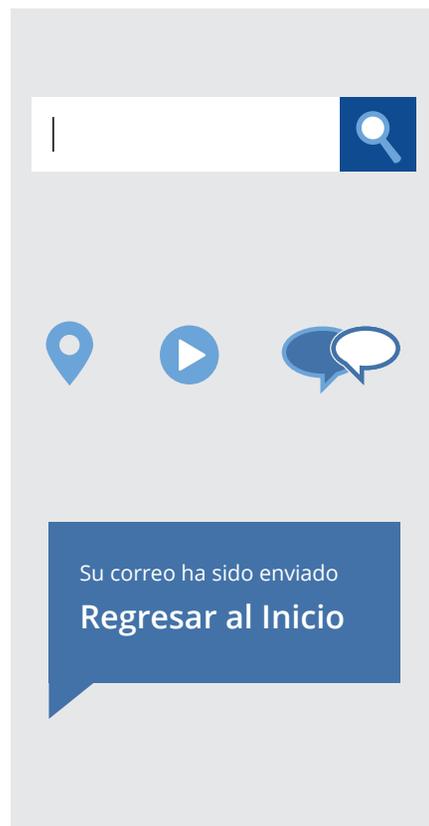
Los íconos de las redes sociales serán utilizados respetando su integridad y tendremos especial cuidado en evitar alteraciones que compliquen su reconocimiento.

Otras formas:

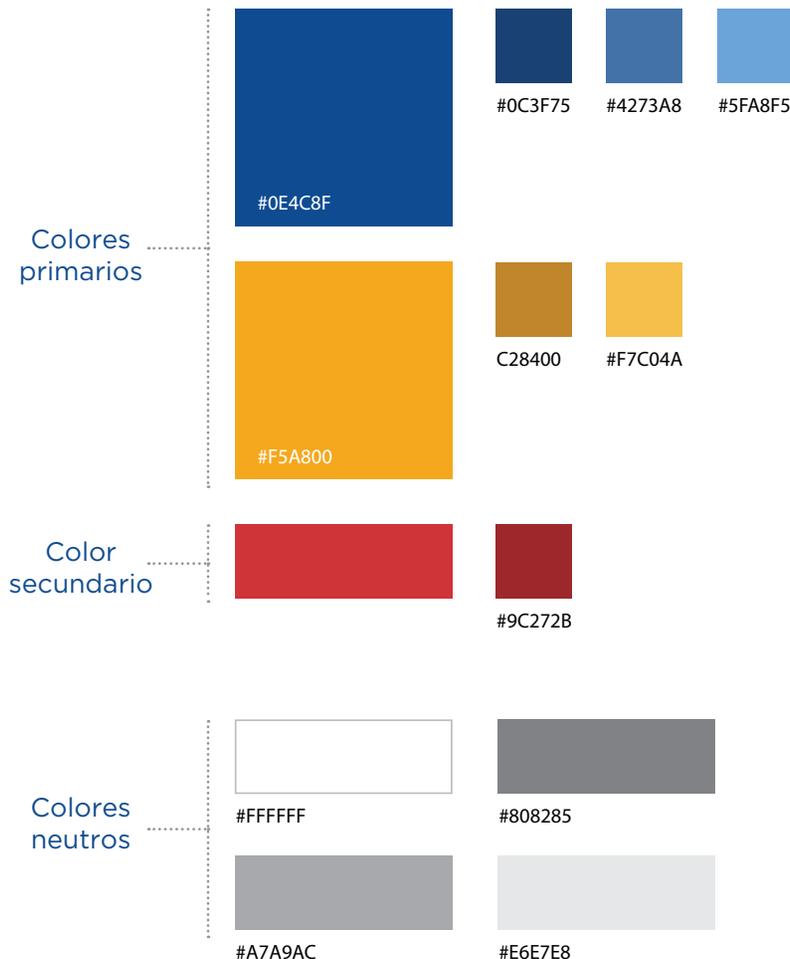
En esta categoría se incluyen los botones y otras formas que aportan interactividad y dinamismo al sitio así como faciliten que el usuario pueda encontrar información. Ejemplo de ello son el “buscador”, mensajes como “email inválido” o “el correo ha sido enviado”. El diseño de este tipo de elementos se realizará respetando los lineamientos de color establecidos por este manual en esta página; su diseño será sencillo y claro para facilitar su legibilidad (cualquier usuario que acceda al sitio debe poder identificar un botón como elemento susceptible de ser clicado).

El diseño de estos elementos deberá seguir entre sí, el mismo estilo y líneas visuales. Este punto incluye aspectos como la forma, tipografía, el color, su ubicación o su tamaño.

Ejemplos



Colores web



Los colores que se utilizarán en la página web toman como base la Paleta de Colores del MNC. Tienen algunas adaptaciones que permiten mayor dinamismo en este medio.

Redes sociales

Lineamientos generales

Las redes sociales son la primera carta de presentación de una institución, por eso la correcta aplicación de los lineamientos gráficos establecidos en este manual es primordial pues genera confianza en nuestros seguidores. Es vital mantener actualizada la información acerca de nuestra labor y los datos de contacto en la pestaña respectiva. Recordemos que la mayoría de la información transmitida al cerebro es visual, así que, además de aportar información interesante para nuestro público, seremos muy cuidadosos con el contenido gráfico.

Las redes sociales en las que el Marco Nacional de Cualificaciones tiene posibilidad de conectarse con sus públicos son Facebook y LinkedIn. En ambas, los elementos de diseño deben aplicarse tomando en cuenta las características de los usuarios de cada red social sin dejar de lado los elementos que integran nuestra identidad visual.

Avatar

El avatar o foto de perfil es la representación gráfica que se asocia al MNC para su identificación online en sus perfiles en redes sociales. Es el rostro que ofrecemos en el mundo virtual y debe ser vista como una forma de potenciar nuestra imagen ante los usuarios y permitir una rápida identificación por parte de los mismos. Por este motivo utilizaremos en todos los casos la versión vertical de nuestra marca pues es la que mejor se adapta al formato cuadrado o circular que por regla general es proporcionado por las redes sociales para estos fines. En nuestros avatares prescindiremos de la leyenda "Educación y Formación Técnica Profesional - Costa Rica" con el fin de darle a la marca la mayor visibilidad posible desde smartphones.

Portada o banner

La portada es la imagen horizontal que se ubica en la

zona superior nuestra página al ingresar en ella. Su diseño será realizado teniendo en cuenta el tipo de usuario al que va dirigida y según nuestros objetivos.

Es un componente muy importante pues suele ser lo primero que visualiza un usuario cuando entra a una página de una red social. Su objetivo es transmitir rápidamente los valores y principios de trabajo que forman parte de la institución. Para su diseño nos valdremos del uso de imágenes y fondos que los transmitan eficazmente, y para ello nos apoyaremos en los colores, tipografías e indicaciones que se especifican en este manual.

Imágenes

Las fotografías, imágenes que involucren fondos, ilustraciones y/o textos, así como los vídeos son esenciales para lograr interesar a los usuarios y atraerlos hacia los contenidos que se publiquen. Por ello es importante emplear los tamaños correctos, de modo

que su buena calidad logre atraer la mirada de la audiencia.

Como regla general las imágenes utilizadas serán de buena calidad, con poco texto y diseño limpio. Además tomarán como punto de partida los colores, tipografías y estándares establecidos para la marca que se especifican en este manual.

En imágenes que incluyan texto o marcas se recomienda utilizar archivos PNG.

Voz: Líder, experto.

El tono de voz en la comunicación debe transmitir la esencia de la marca MNC en todos los textos que sean parte de nuestra comunicación digital (web, redes sociales, email marketing, por ejemplo). Por eso optaremos por un estilo profesional que transmita liderazgo, amplio conocimiento y apertura. Evitaremos el "tuteo" y nos inclinaremos a comunicarnos usando el "usted".

Facebook

Dirigida a:

Público en general.

Personalidad:

Amena, informativa, abierta.

Enfoque de contenidos:

- Qué es el Marco, divulgación de actividades propias.
- Divulgación de actividades o información relevante de las instituciones que lo integran (contenidos afines a la labor del MNC).
- Efemérides relacionadas con celebraciones de importancia cívica.
- Diseño de publicaciones que transmita conceptos relacionados con la superación y excelencia educativa.
- Imágenes con poco texto donde se dará prioridad a lo visual.

Tamaños recomendados

Avatar
180 x 180
píxeles

Imagen de portada
820 x 312 píxeles

Video portada
820 x 462 píxeles

Imagen cuadrada
1200 x 1200 píxeles

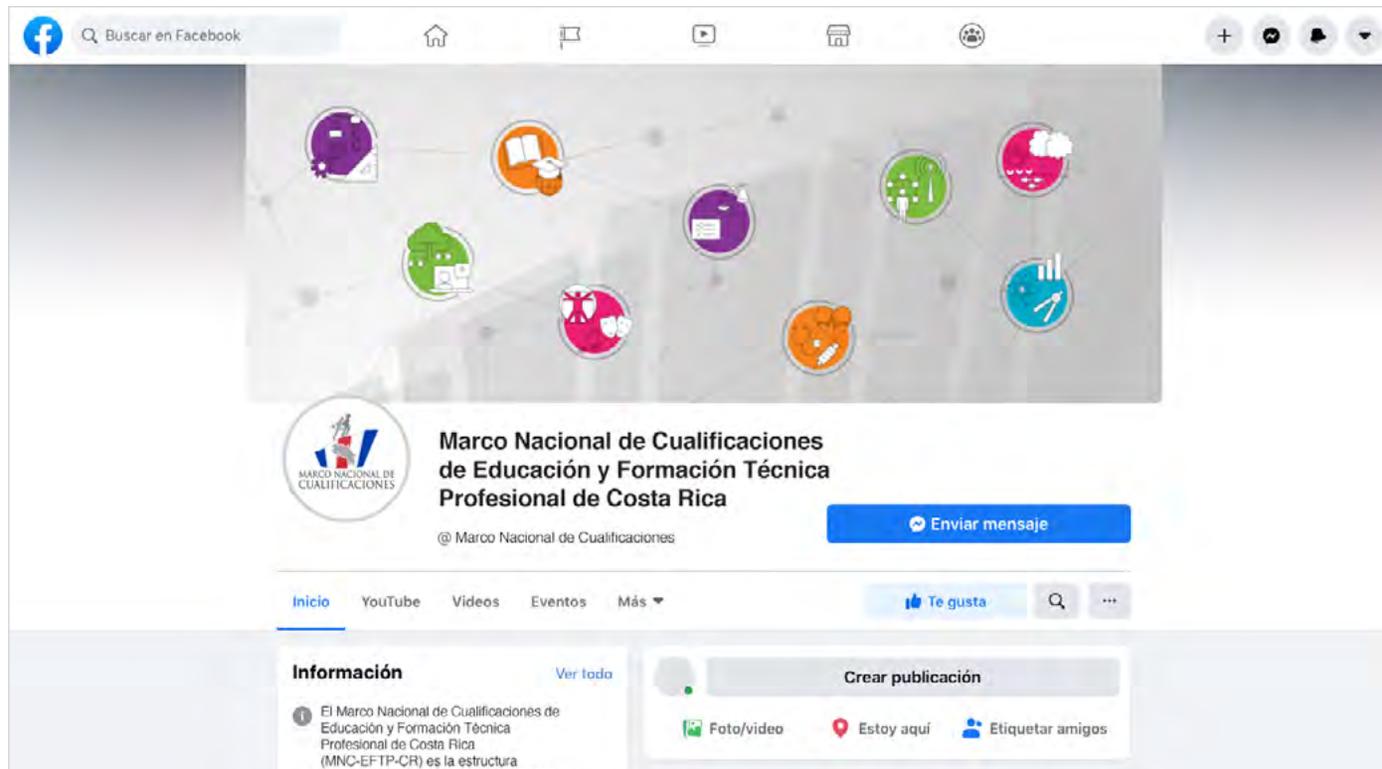
Imagen rectangular
1200 x 630 píxeles

Tener presente que:

Las publicaciones con menos de 250 caracteres obtienen 60% más de engagement. (O sea, menos texto=mayor relevancia)

Las publicaciones que incluyen foto o imagen atractiva logran:
104% más de comentarios
53% más de likes
84% más de clics en en relación a los otros tipos de posts

Ejemplo



LinkedIn

Dirigida a:

Profesionales del sector educativo y profesionales vinculados a la mejora de la calidad educativa, académicos, directores y funcionarios de instituciones parauniversitarias, técnicas y áreas relacionadas, así como a empresarios y empleadores.

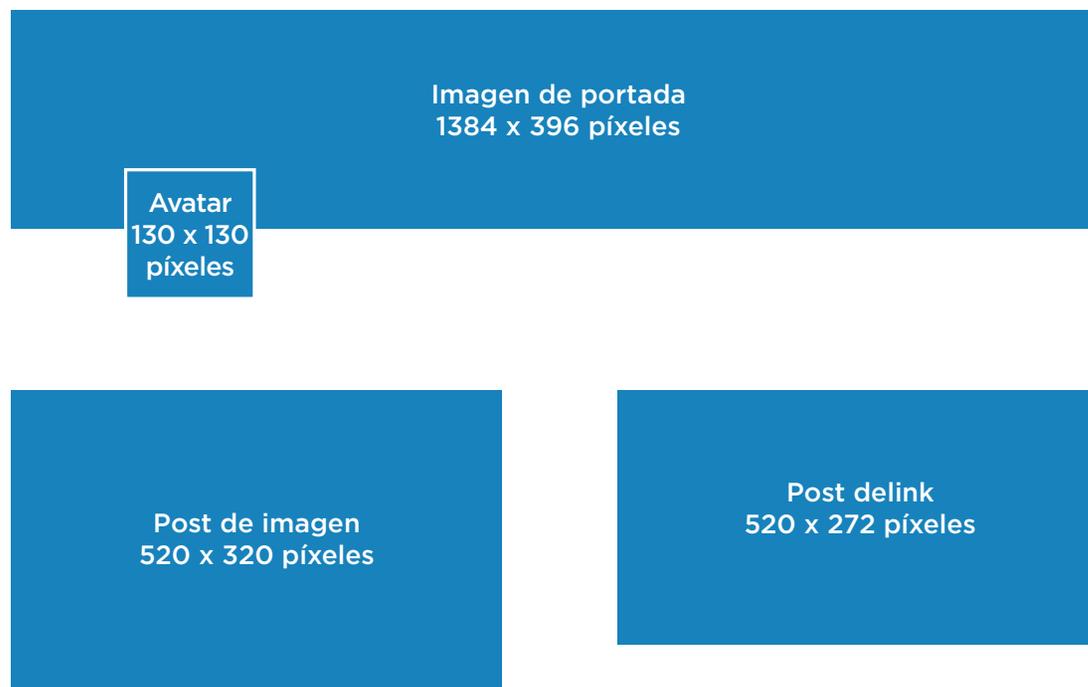
Personalidad:

Experta, confiable, sólida.

Enfoque de contenidos:

- Divulgación de actividades y procedimientos.
- Consejos e información relacionada con la mejora de la calidad educativa, búsqueda de la excelencia, logros alcanzados, entre otros.

Tamaños recomendados



Tener presente:

Portada: formato PNG/JPEG, máximo 2 MB, diseño horizontal.

Avatar: 130 x 130 píxeles, ideal 400 x 400 píxeles. Formatos PNG/JPEG , como máximo 4 MB.

Ejemplo

The image shows a screenshot of a LinkedIn profile page. At the top, there is a dark navigation bar with the LinkedIn logo, a search bar, and icons for Inicio, Mi red, Empleos, Mensajes, Notificaciones, Yo, Productos, and Publicitar. Below the navigation bar is a large blue banner image. On the left side of the banner is the profile picture, which is the logo of the 'MARCO NACIONAL DE CUALIFICACIONES'. To the right of the profile picture, the name 'Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación Técnica y Profesional - Costa Rica' is displayed, followed by a checkmark and the text 'Siguiendo' and three dots. Below the banner, there are two buttons: 'Visitar sitio web' and 'Ver 1 empleado en LinkedIn'. Below these buttons is a section titled 'Acerca de' with a description: 'GatoAZul Comunicación es un estudio de diseño gráfico y comunicación on-line. Nos especializamos en: - Diseño y producción de materiales impresos y electrónicos. - Desarrollo de identidad visual corporativa. - Diseño ed... ver más'. Below the description is a 'Ver todo' button. To the left of the 'Acerca de' section is a vertical menu with options: Inicio, Acerca de, Empleos, Personas, and Anuncios. Below the 'Acerca de' section are filters for 'Todo', 'Imágenes', 'Documentos', and 'Vídeos', and a sorting option 'Ordenar por: Principales'. On the right side of the page is a job advertisement with the text 'Your dream job is closer than you think' and a 'See jobs' button. The advertisement features a photo of a smiling man in a suit and glasses. The LinkedIn logo is visible in the bottom right corner of the advertisement.

Si necesita asesoramiento o ayuda con el uso de estos lineamientos, póngase en contacto con el Marco Nacional de Cualificaciones: lvargas@cualificaciones.cr