



Iglesia de Dios de la Profecía

Manual de identidad visual

Brandbook V.1

2021



THE
CHURCH
OF GOD

REVIVAL
WELCOME

WOMEN'S
SOCIETY
AUGUSTA
GA.

SUNDAY
SCHOOL
AUGUSTA
GA.

CHAMPION
MISSIONARY
OFFERING
BY WOMEN

WOMEN'S
MISSIONARY
SOCIETY
AUGUSTA
GA.



ÍNDICE

Introducción

Objetivo

Visión

Misión

1. La Marca

1.1 Logo

1.2 Tipografía Institucional

1.3 Tipografía Auxiliar: Papelería

1.4 Tipografía Auxiliar: Publicidad

1.5 Isotipo

1.6 Símbolos

1.7 Símbolos

1.7 Retícula

1.8 Estructura Geométrica

1.9 Área de Restricción

2. Color en el logotipo

2.1 Colores corporativos

4	3. Pruebas y usos del logotipo	20
	3.1 Logotipo a una tinta	21
	3.2 Porcentaje de Opacidad	22
	3.3 Uso correcto del logotipo	23
	3.4 Uso incorrecto del logotipo	24

6	4. Papelería Corporativa	25
---	---------------------------------	----

8	5. Uniformes	31
---	---------------------	----

9	6. Uso de la identidad visual en las	34
---	---	----

10	Plataformas Digitales	
11	7. Glosario	37

12	Conclusión	39
----	-------------------	----

13	Autores	40
----	----------------	----

14		
----	--	--

15		
----	--	--

16		
----	--	--

17		
----	--	--

18		
----	--	--

19		
----	--	--

Introducción

La comunicación organizacional es primordial para alcanzar los objetivos institucionales. Por consiguiente, la importancia de la información radica en el impacto que esta pueda causar, si la información no es presentada en el momento oportuno y en el adecuado, difícilmente el receptor recibirá el mensaje que se quiso transmitir. Al planificar la forma en la que se llevarán las comunicaciones dentro de la Iglesia de Dios de la Profecía; ya sea de forma interna, o externa, se debe encontrar la mejor forma para que la información genere el impacto que se desea.

Dependiendo del mensaje y el impacto que se quiere producir es el medio que se utilizará para comunicarlo. Las facilidades que nos brindan las nuevas tecnologías para comunicarnos deben ser aprovechadas, pero sin perder de vista que las habilidades de comunicación interpersonales pueden ser más útiles para generar empatía. Considerando que no se trata tan sólo de comunicar más, sino de comunicar de forma eficaz el mensaje se creó este manual de comunicaciones.

Objetivo

Crear y promover estrategias para que los líderes de nuestra organización conozcan las pautas correctas de la organización y así lograr un mejor aprovechamiento y optimización de las nuevas tecnologías en la comunicación.





Visión

Fortalecer la imagen de La Iglesia de Dios de la Profecía, y reforzar su identidad, dando a conocer las pautas para el buen uso de las comunicaciones; las características de la organización, y las políticas de usos correctos en las plataformas digitales.

Misión

Crear y promover estrategias para que los líderes de nuestra organización conozcan las pautas correctas de la identidad visual y así lograr un mejor aprovechamiento y optimización de las nuevas tecnologías en la comunicación.

LA ORGANIZACIÓN



01



La Organización

El movimiento de la Iglesia de Dios empezó hace más de 100 años en los humildes corazones de creyentes, en las montañas rurales del Condado de Cherokee, Carolina del Norte. Ambrose Jessup Tomlinson (1865-1943), un cuáquero, experimentó la salvación y la santidad en su vida personal. Llegó a las montañas de Apalaches en 1899 como un misionero de La Sociedad Americana de la Biblia. El 13 de Junio de 1903, Tomlinson recibe la visión del “Levántate y Resplandece” el levantamiento de la Iglesia de Dios después de muchos años de sufrimiento conocidos como la “edad oscura”. Tomlinson recibe la visión de la Iglesia de Dios la cual vemos en el libro de los Hechos, una Iglesia bajo la teocracia de Dios, una Iglesia santa y sin mancha. Tomlinson comprendió que esta era la Iglesia del Dios de la Biblia. Finalmente, Tomlinson había encontrado su lugar en el cual trabajar para Dios. Puesto que las creencias de la Iglesia de Dios de la Profecía se basan en los principios bíblicos, nos damos cuenta de que estamos en un viaje espiritual en pos de “caminar en la luz” cuando se trata de nuestra comprensión de la verdad eterna.

Desde sus inicios, la Iglesia de Dios de la Profecía ha basado sus creencias en “**toda la Biblia correctamente dividida.**” Aceptamos la Biblia como la Palabra Santa de Dios, inspirada, inerrante e infalible.

Creemos que la Biblia es la revelación escrita de Dios de si mismo a la humanidad y nuestra guía en todos los asuntos de la fe, por lo tanto, ella es nuestra máxima autoridad para la doctrina, la práctica, organización y disciplina.

La Iglesia de Dios de la Profecía es firme en su compromiso con la fe cristiana ortodoxa.

Afirmamos que hay un solo Dios que existe eternamente en tres personas: **Padre, Hijo y Espíritu Santo.**

Creemos

- En la deidad de Cristo, su nacimiento virginal, su vida sin pecado, los milagros físicos que realizó, su muerte expiatoria en la cruz, su resurrección corporal, su ascensión a la diestra del Padre, su regreso personal en poder y la gloria en su segunda venida. Nosotros profesamos que la regeneración por el Espíritu Santo es esencial para la salvación de la humanidad pecadora.

- El pecador es llevado a una toma de conciencia de la necesidad de salvación a través de la obra de convicción del Espíritu Santo. La

santificación por la sangre de Cristo, uno se hace santo.

- Afirmamos el ministerio presente y activo del Espíritu Santo que guía a la Iglesia y por cuya morada y empoderamiento somos capaces de vivir una vida santa y de prestar un servicio efectivo a Dios y a los demás.

- En la unidad y la última unidad de los creyentes por la cual nuestro Señor oró, y que esto debería ser en un lugar visible “que el mundo puede saber, ver y creer” la gloria de Dios, la venida de su Hijo, y el gran amor que Él tiene para su pueblo (Juan 17:20-23).

- Estamos comprometidos con la santidad del vínculo matrimonial y la importancia de las familias cristianas fuertes y amorosas.

Logo

Presentación del Logo

A continuación les mostramos el logo que representa gráficamente a la Iglesia. Este imatotipo se conforma de un elemento tipográfico y un símbolo, de forma que es posible usarlos de manera junta o por separado.



Iglesia de Dios de la Profecía

Tipografía

Institucional

Se utilizará la tipografía **Helvética** para la escritura del nombre de la Iglesia. Esta fue elegida por su neutralidad, versatilidad y alta legibilidad. Se deberá utilizar en su estilo de fuente Regular.

Helvetica (Regular)

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

. , ! " ' \$ % & / () ?

Tipografía

Auxiliares:

Papelería

Se utilizará la misma tipografía

Helvética para la redacción de la papelería constitucional. Esta se caracteriza por su neutralidad, versatilidad y alta legibilidad. Se podrá utilizar en sus estilos de fuente Light, Regular y Bold para diferentes funciones específicas.

Helvetica (Light)

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

. , ! " ' \$ % & / () ?

Helvetica (Regular)

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

. , ! " ' \$ % & / () ?

Helvetica (Bold)

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

. , ! " ' \$ % & / () ?

Tipografía

Auxiliares: Publicidad

Se utilizará la tipografía condensada **Oswald** para su uso específicamente en las publicidades de la Iglesia. Esta se eligió por su alta legibilidad, estilo estrecho y contundencia.

Se podrá utilizar en sus estilos de fuente Light, Medium y Bold para diferentes funciones como: Publicidades impresas, online y exterior.

Oswald (Light)

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

., ! " ' \$ % & / () ?

Oswald (Medium)

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

., ! " ' \$ % & / () ?

Oswald (Bold)

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

., ! " ' \$ % & / () ?

Isotipo

Desarrollo de la Imagen

Este es el símbolo que representa a la Iglesia. Este mismo esta conformado por diferentes formas gráficas las cuales representan:

Cruz y Mundo

La Iglesia es comisionada por el Señor para predicar el mensaje de la cruz a todo el mundo.

Flama Roja

El mensaje de Cristo se debe predicar bajo la unción del fuego del Espíritu Santo, dejando saber a la gente que hay poder en la sangre para salvación.

Cetro de Oro, Estrella y Corona

Declaramos confiadamente al mundo que Jesús es total poder y autoridad; que Él es la estrella de la Mañana, es nuestro Rey de Reyes.

El artista que lo diseño hizo la unión de los colores en la parte del degradado entre el color rojo, azul y purpura.



Símbolos

Gráficos Complementarios: Bandera

Es un conjunto de símbolo que refuerza y apoya las acciones y comunicación de la Iglesia.

El conjunto de los tres simbolos cetro, estrella y corona representan a Jesús como Rey de reyes y Señor de señores, quien tiene todo el poder, autoridad y gloria.

Restricciones de marcas comerciales

La bandera de todas las naciones es una marca registrada de las oficinas internacionales de la Iglesia de Dios de la Profecía. Las restricciones de marcas comerciales especifican que la bandera no debe usarse en la ropa.

Los colores en ella representan:

Rojo

Representa la sangre de Cristo

Blanco

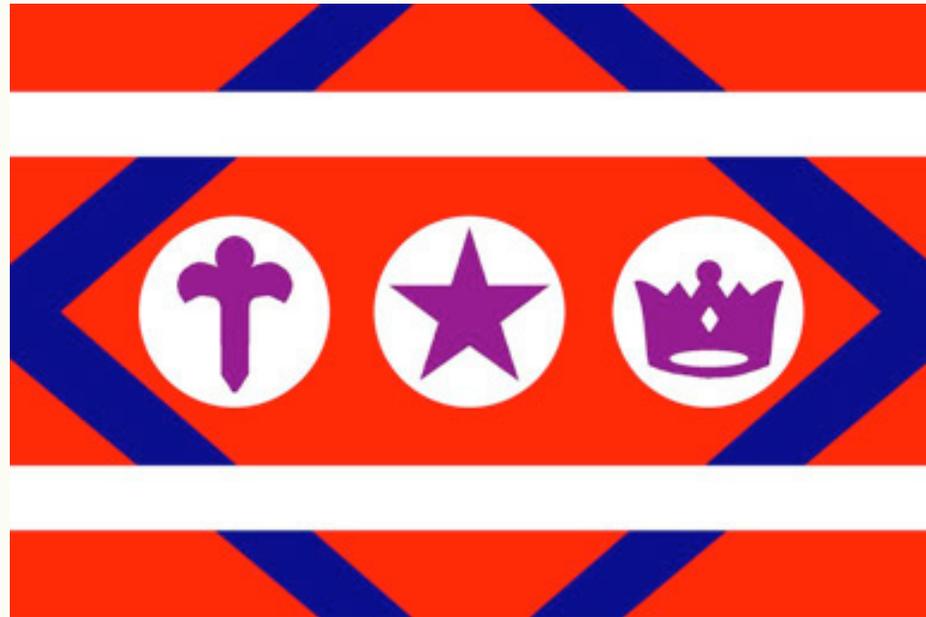
Simboliza pureza

Azul

Simboliza la verdad

Purpura

Simboliza la realeza



Símbolos

Gráficos Complementarios: Cetro, Estrella y Corona

Símbolo que refuerza y apoya las acciones y comunicación de la Iglesia. Los símbolos en ella representan:

Cetro

Simboliza autoridad

Estrella

La estrella de belén

Corona

Simboliza majestad

Estos mismos se podrán utilizar en los colores corporativos: rojo, púrpura, azul y amarillo



Retícula

Base

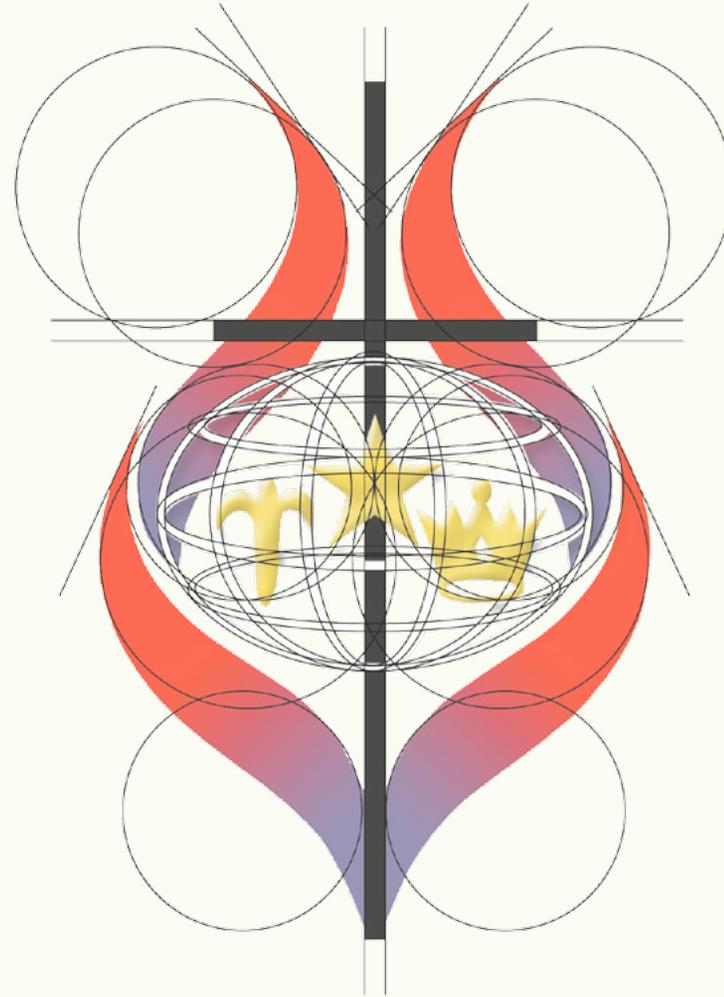
Esta es una guía de construcción. La retícula base marca la estructura inicial simétrica sobre los ejes vertical y horizontal del logo. Se requiere esta retícula de trazo para una rotulación del logotipo en donde **X** tiene un valor en unidad. Como se muestra en la imagen, se deberá respetar las áreas de restricción también en su espacio vacío.



Estructura Geométrica

Proporción

Guía que determinara los espacios respetados entre el logotipo. Este mismo esta conformado por elipses, círculos con espacios en proporción y por líneas horizontales, verticales y ángulos respetando espacios establecidos entre cada forma.



Área de Restricción

El espacio de reserva del logo se establece para protección del mismo y no debe ser ocupado por ningún elemento para su mejor identificación.

Tomaremos como medida el espacio entre el Isotipo y Logotipo, representado por **X**, como espacio de reserva a lo largo y a lo ancho del mismo.

X = Espacio entre Isotipo y Logotipo



Color en el Logotipo



02



Colores Corporativos

Del logo

El modo de color a utilizar va a depender del tipo de soporte. Para impresiones Offset utilizaremos Pantone preferiblemente y en su defecto los valores en CMYK. Para pantallas y determinadas maquinas de impresión digital utilizaremos RGB.

Los colores en el mismo simbolizan:

Rojo: pasión.

Blanco: pureza.

Purpura: realeza e implican también sabiduría y dignidad.

Amarillo: color calido y amigable.

Azul: transmite seriedad, integridad, sinceridad y calma.



fd070c
 CMYK
 2% 96% 92% 0%
 RGB
 250 10 20



ffd100
 CMYK
 4% 15% 95% 0%
 RGB
 243 212 17



#4b2787
 CMYK
 63% 56% 12% 3%
 RGB
 94 82 142



#172172
 CMYK
 63% 56% 12% 3%
 RGB
 94 82 142

Pruebas y usos del logotipo



03



Logotipo a una tinta

El logo monocromático para su óptima visualización podrá utilizarse a una sola tinta en los colores negro, blanco y rojo (Ya predefinido).

Esta versión es creada por la necesidad de reproducción o de aplicación en situaciones específicas donde se requiera únicamente como una mancha continua, sin graduaciones ni sombreados.



Iglesia de Dios de la Profecía



Iglesia de Dios de la Profecía



Iglesia de Dios de la Profecía

Porcentaje de opacidad

Para impresiones y/o diseños digitales se podrá utilizar la opacidad en el logotipo del 50% transparencia y como marca de agua será posible utilizarlo en su 10% de opacidad.



Iglesia de Dios de la Profecía



Iglesia de Dios de la Profecía

Uso correcto del logo

Esta es una serie de ejemplos para mostrarles el uso optimo del logo.

1. Ya como se había presentado el logo se podrá utilizar en su conjunto de tipografía y símbolo de forma vertical.

2. Se podrá utilizar el logotipo tipográfico de manera unicá.

3. Se podrá utilizar el logotipo (tipografía y símbolo) en su manera horizontal.

4. Se podrá utilizar el Isotipo únicamente.

5. Si el fondo son colores diferentes a los institucionales se podrá utilizar el logotipo a una sola tinta para mayor contraste.

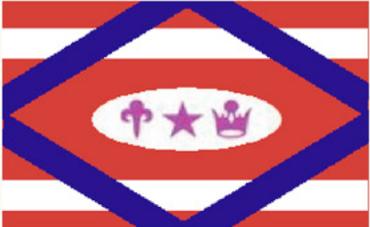
6. Si el fondo es liso, en colores neutros, podrás utilizarlo en sus colores originales.

<p>1.</p>  <p>Iglesia de Dios de la Profecía</p>	<p>4.</p> 
<p>2.</p> <p>Iglesia de Dios de la Profecía</p>	<p>5.</p>  <p>Iglesia de Dios de la Profecía</p>
<p>3.</p>  <p>Iglesia de Dios de la Profecía</p>	<p>6.</p>  <p>Iglesia de Dios de la Profecía</p>

Uso incorrecto del logo

Esta es una serie de ejemplos para mostrarles el uso incorrecto.

1. Es ideal no perder las proporciones del conjunto del logo ni los espacios predeterminados.
2. Es ideal que el logo tipográfico solo se utilice en una línea y no en dos. En este caso podría haber excepciones.
3. Es ideal que el logo se utilice solo en los colores ya predeterminados a una sola tinta.
4. Es ideal no rotar o hacer cualquier tipo de deformidad en el logo.
5. Elegir el correcto fondo para crear contraste y no perder el logotipo con fondos muy cargados.
6. Esta bandera no representa a la organización.

<p>1.</p>  <p>Iglesia de Dios de la Profecía</p>	<p>4.</p> 
<p>2.</p> <p>Iglesia de Dios de la Profecía</p>	<p>5.</p>  <p>Iglesia de Dios de la Profecía</p>
<p>3.</p>  <p>Iglesia de Dios de la Profecía</p>	<p>6.</p> 



Papelería Corporativa



04



Tarjeta de presentación



Sobre



Carpeta



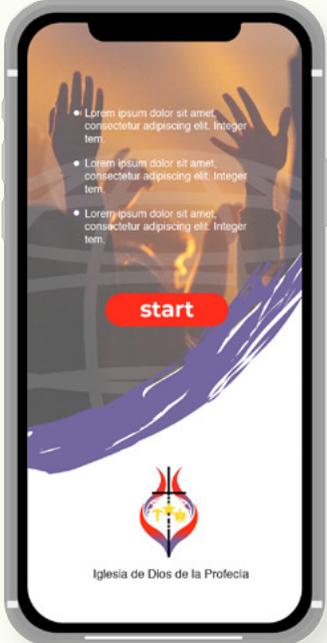
USB



Credencial de Identificación



Portada Web



Uniformes



05



Uniformes

A continuación les mostraremos los uniformes que nos ayudarán a crear una identidad dentro de la Iglesia y un sentido de pertenencia.

Puede ser utilizado por los miembros en eventos, o para identificar el área de servicio en que colaboramos dentro de la Iglesia.

Casual



Uniforme Formal

Este uniforme será óptimo para utilizarlo en eventos especiales. Ideal para líderes y/o trabajadores en oficinas.



Uniforme de Servicio

Sera ideal para los servidores dentro de la Iglesia.



Chamarras



Uso de la identidad visual en las Plataformas Digitales



06



Recomendaciones

1. La comunidad hispanohablante de la Iglesia de Dios de la Profecía usará las siglas en español o inglés según corresponda. Ejemplo:

"IDP Lorem Ipsum"

En caso de que el nombre del país, lugar o ministerio sea corto, deberá colocarse de forma completa. Ejemplo:

"Iglesia de Dios de la Profecía Lorem Ipsum. / COGOP Lorem Ipsum"

Nota: Para el caso exclusivo de Guatemala y El Salvador el nombre es *"Iglesia de Dios de la Profecía Universal (IDPU)"*, por cuestiones legales. De modo, que se recomienda que las iglesias pertenecientes al concilio Iglesia de Dios de la Profecía utilizarán las siglas COGOP / IDP / IDPU según corresponda.

2. Las siglas deberán usarse siempre en mayúscula para títulos principales, en la creación y manejo de las plataformas digitales (COGOP / IDP / IDPU). Exclusivamente para uso de hashtag se podrá colocar en minúscula, ejemplo #idploremipsum o @idploremipsum.

3. En comunicaciones internas se podrá usar las siglas COGOP / IDP / IDPU (campamentos, congreso, campañas, convocatorias, entre otras). Para la realización de comunicaciones externas que se expondrán a todo público, se deberá usar el nombre completo de la organización. En ninguna circunstancia se podrá utilizar las siglas para elaborar documentos oficiales.

4. La línea gráfica organizacional siempre deberá respetarse, sin alterar, cambiar o modificar ninguno de sus componentes.

5. Cuando sea necesario emitir algún comunicado este debe ser congruente con el lenguaje de la organización, y antes de ser publicado debe ser aprobado por el supervisor nacional.

6. Se recomienda que con previa autorización el director de comunicaciones del país pueda crear los perfiles ministeriales del Supervisor Nacional en las redes sociales a fin de validar toda la información relevante publicada en la página nacional.

7. Considerando la importancia de la digitalidad para este tiempo, se recomienda a las iglesias que antes de abrir una página en redes sociales los encargados de las comunicaciones en su iglesia local puedan estudiar este manual, y de ser necesario pueden solicitar asesoría del ministerio de comunicaciones de su país. Para lograr hacer, de este campo virtual, un espacio para comunicar de forma clara, legible y con éxito la identidad de la Iglesia.

8. El ministerio de comunicaciones tendrá la responsabilidad de revisar que las publicaciones de las páginas oficiales tengan una buena redacción y ortografía; y en ellos se respeten los derechos de autor, procurando acreditar la fuente si fuera necesario.

9. Cuando el pastor, líder o miembro de la Iglesia lo requiera, puede acceder a cogop.org y descargar todos los elementos que componen la marca en alta definición.

Glosario



07



Logo: es un signo gráfico que identifica a una empresa, un producto comercial, un proyecto, o en general, a cualquier entidad pública o privada

Tipográfica: Como lo definió Stanley Morison. Arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente.

Isotipo: Isotipo, también conocido como símbolo o imago tipo, en diseño gráfico es un elemento usado para identificar una marca, sea de una organización, de un producto, de un evento, de una campaña de comunicación o de una consigna ideológica. Es un signo gráfico que no incluye el nombre de la entidad identificada.

Símbolo: Figura retórica de pensamiento por medio de la cual una realidad o concepto normalmente de carácter espiritual se expresa por medio de una realidad o concepto diferente, entre los que se establece una relación de correspondencia, de modo

que al nombrar el concepto simbólico se sugiere o se evoca el concepto real.
Retícula: Conjunto de líneas o elementos dispuestos en forma de red.

Colores Corporativos: Es el color predominante o la combinación de algunos (en el logotipo, en el local, en los envases, publicidad, página web, etc.), los cuales ayudan a definir la personalidad o el estilo de la organización.

Pantone: Pantone es una corporación norteamericana creadora del Pantone Matching System (PMS) el cual es un sistema que permite identificar los colores para impresión por medio de un código determinado, es decir, es un sistema para igualación de colores.

Identidad Visual: La identidad visual de una empresa es el conjunto de características, valores y creencias con las que una organización se auto identifica y se auto diferencia de las otras organizaciones. Es su historia, su ética, su filosofía de trabajo, sus valores, su cultura cotidiana, sus normas establecidas.

Conclusión

La identidad visual de la Iglesia de Dios de la Profecía está representada por símbolos, líneas y emblemas que le hacen única e irrepetible. La organización está definida por todos los valores y experiencias creadas a partir de la institución. La ONG es fundamental para el crecimiento y desarrollo de una organización. Las comunicaciones y el diseño gráfico son de vital importancia para las ONG, ya que estas necesitan una identidad adecuada a sus actividades y labores, que la hagan única.

La imagen organizacional es fundamental para el crecimiento y desarrollo y está claramente ligada a la percepción global de los públicos, por lo cual se recomienda crear perfiles para cada uno de ellos, a modo que se pueda, reconocer y poder establecer la mejor manera de comunicarse con ellos.



Autores

Presbítero General de México, Centro America y el Caribe Hispano

Ob. Benjamín Feliz

Equipo Comunicación Regional

- **David Silverio / Director Creativo**
Director de Comunicación Regional
- **Thelma E. Arroyo / Diseño Gráfico**
Directora de Comunicación del DPI
- **Karina Donaire / Copywriting**
Directora de Base de Datos ,
- **María Mercedes Vázquez / Copywriting**
Directora de Comunicación Puerto Rico
- **Darío Espinoza**
Director de Comunicación México
- **Yovanni Ayala**
Director de Comunicación Belice
- **Alberto Sequen**
Coordinador de Diseño Gráfico Guatemala
- **Joel Contreras**
Director de Comunicación Guatemala
- **Jaime López**
Director de Comunicación El Salvador
- **Yaira Cerrato**
Director de Comunicación Honduras
- **David Flores**
Director de Comunicación Honduras
- **Jhony Flores**
Director de Comunicación Nicaragua
- **Idannia Murillo**
Director de Comunicación Costa Rica
- **Diana Valdés**
Director de Comunicación Panamá
- **Margarita Rodríguez**
Director de Comunicación Cuba