



Manual de **marca**

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

La globalización y la inmediatez de los canales alternativos de comunicación nos obligan a brindarle a la marca de la Liga Colombiana Contra el Cáncer la **solidez y seguridad** que ha demostrado la Institución durante estas seis décadas con el apoyo del voluntariado. Todo este proceso de transformación y actualización se ve enmarcado por la consolidación de una Red Nacional de Ligas Contra el Cáncer que lucen con orgullo una marca que es el símbolo de un trabajo en equipo, de una alianza que prevalece desde hace más de 60 años y que se proyecta hacia un futuro más fuerte que nunca. Su única motivación es prevenir y tratar a tiempo una enfermedad que cobra la vida de más de 100 mil colombianos cada año.

La marca Liga Colombiana Contra el Cáncer inspira **confianza, ciencia y perseverancia** de aquellas mujeres y hombres que han dedicado su vida al servicio, a la atención humanizada, oportuna y segura.

La **identidad visual** de la Liga Colombiana Contra el Cáncer está contenida en este manual, el cual ha sido un trabajo juicioso construido durante varios años que brinda los lineamientos y los recursos para la implementación de las diferentes aplicaciones de la marca, para protegerla, respetar su trayectoria y conservar el espíritu altruista de sus fundadores. Es una herramienta que contiene las pautas básicas para hacer un manejo más homogéneo y coherente de la comunicación visual institucional.

Es indispensable entonces para la consolidación, el afianzamiento y la buena difusión de la marca que se respeten los parámetros establecidos en este documento.

Introducción

MANUAL DE MARCA



Pág.

4.	La Institución
7.	Construcción del isologo
8.	Símbolo
9.	Planimetría y área de reserva
10.	Tipografía institucional
11.	Colores Institucionales
12.	Paleta de colores
13.	Variaciones Cromáticas
14.	Tamaño mínimo
15.	Usos incorrectos
16.	Comunicación institucional
27.	Seccionales y Capítulos

Índice

La Institución

La Liga Colombiana Contra el Cáncer es una Asociación de derecho privado, sin ánimo de lucro de carácter nacional, fundada el 23 de octubre de 1960 por un grupo de **profesionales de la salud y voluntarios** con el propósito de realizar una labor humanitaria mediante acciones de educación, prevención y diagnóstico temprano de cáncer.

Está conformada por **32 Ligas** a nivel nacional, cada una de ellas con autonomía administrativa, jurídica y científica, contando con más de **700 voluntarios**.

Misión

Juntos prevenimos y transformamos la experiencia del cáncer en Colombia, comprometidos con el paciente, su familia y la comunidad.

Visión

En el año 2025 seremos referente en educación y atención con enfoque biopsicosocial al paciente y su familia; contaremos con una red nacional de Ligas y un voluntariado fortalecidos, para incidir en la política pública e inspirar a otros en el control integral del cáncer.

Objetivos Institucionales



Ser una institución líder en Colombia gracias a la prestación de servicios integrales en la detección, control, tratamiento, rehabilitación y cuidados posteriores del cáncer.



Ampliar nuestro impacto social en todo el territorio colombiano gracias a las actividades de educación, prevención y detección temprana del cáncer.



Ser referentes en la investigación médica y la formulación de políticas de salud encaminadas al bienestar integral de los pacientes con cáncer.



Trabajar de forma sincronizada logrando la alineación con todas nuestras Lligas.



Educar a la comunidad, pacientes y personal de salud en la prevención y control integral del cáncer.



Contribuir en la mejora de las condiciones de salud a través de la aplicación de un enfoque de atención biopsicosocial al paciente y su familia.



Fortalecer la Red Nacional de Ligas y el voluntariado.



Afianzar el compromiso y fortalecer las capacidades, competencias y el reconocimiento al talento humano.



Sostenibilidad financiera de la institución en el marco de la red nacional de ligas bajo el precepto de alianza.



Ser un buen lugar para trabajar, un buen lugar para desarrollar actividades con sentido social y un excelente aliado interinstitucional.



Ser una institución líder en Colombia gracias a la prestación de servicios integrales en la detección, control, tratamiento, rehabilitación y cuidados posteriores del cáncer.

Valores Institucionales

Respeto

La institución reconoce y privilegia la igualdad de derechos humanos y respeta las múltiples diferencias existente entre cada individuo, con el fin de conservar mejores relaciones personales.

Pertenencia

Cada integrante de la Liga Colombiana Contra el Cáncer valora la institución y se compromete a trabajar en ella con ahínco, asumiendo nuevos retos y superando malos momentos.

Responsabilidad

La institución une la obligación y el deber para garantizar el cumplimiento del compromiso que tiene con el paciente, su familia y la comunidad.

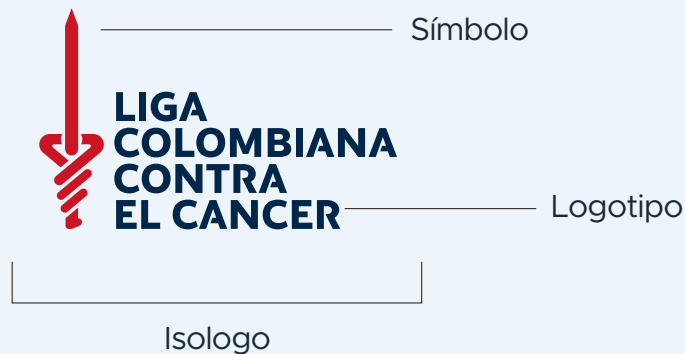
Solidaridad

Se posee la capacidad de trabajar en equipo, respetando y ayudando lo más que se pueda, por una meta en común.

Empatía

Cada funcionario de la institución se pone en la posición de la otra persona para de esta manera valorar y entender la situación de la misma.

Construcción del Isologo



Isologo: Está conformado por la espada roja y el nombre de la institución en conjunto. Está inspirado en la lucha contra el cáncer a nivel mundial mediante el trabajo activo del voluntariado.

Símbolo: El símbolo de la espada, adoptado por la Sociedad Americana del Cáncer en 1928, fue diseñado por George E. Durant, de Brooklyn (Nueva York). De acuerdo con Durant, las dos serpientes que forman el mango representan el enfoque científico y médico que tiene como misión la organización, mientras que la hoja expresa el "espíritu de cruzada del movimiento para el control del cáncer".

Logotipo: La Liga Colombiana Contra el Cáncer hace referencia a una organización de personas para conseguir un fin común.

Símbolo

Se puede usar por separado el símbolo del isologo, donde la espada se utilice como marca de agua, con una **opacidad del 10%** ya sea sobre fondo blanco o azul. Se recomienda que la espada no se use en su totalidad, sino que vaya quebrada tanto en la parte superior, inferior y lateral, según su ubicación.



Planimetría



Mediante la planimetría es posible mantener fielmente las **proporciones de la marca** sobre cualquier soporte. Como unidad de medida se toma el valor “x”, por lo tanto el isologo de la Liga Colombiana Contra el Cáncer se inscribe en una superficie modular de proporciones 16*26x.

Área de reserva

Se establece un área de protección en torno al isologo determinada por la medida “x”. Este espacio debe estar exento de elementos gráficos que interfieran en su lectura.



Tipografía Institucional

La familia tipográfica seleccionada para usar en cuerpos de texto, títulos y subtítulos de comunicaciones internas y externas de la Liga Colombiana Contra el Cáncer es **Metropolis**. La elección de ésta fuente se debe a su claridad, versatilidad y legibilidad.

Sin embargo, para comunicaciones externas se puede hacer uso de diversas tipografías según lo requiera la campaña que se vaya a ejecutar.

aQ Metropolis Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

aQ **Metropolis Bold**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

*Cuando la tipografía se utilice en minúscula, irá con un interletreado de **-25** y cuando se use en mayúscula, opcionalmente su interletreado debe ser **de 300**.

Colores Institucionales

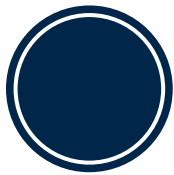
Los colores adoptados en el isologo de la Liga Colombiana Contra el Cáncer son el **rojo escarlata** y el **azul oxford** usados en la espada y en el texto que tiene el nombre de la institución.



HEX #C1272D

R: 193 G: 39 B: 45

C: 17% M: 95% Y: 82% K: 7%



HEX #002649

R: 0 G: 38 B: 73

C: 100% M: 84% Y: 43% K: 45%

Significado

Rojo escarlata: Transmite dinamismo en las personas, evoca emociones y está asociado con la sangre, el peligro y/o las urgencias.

Azul oxford: Representa calma y serenidad, expresa profesionalismo, conocimiento, seriedad y confianza.

Paleta de colores

Esta paleta cromática contiene los colores de uso institucional permitidos en piezas de comunicación gráfica internas o externas según se requiera.



#C9DEF1



#C1272D



#45A5DA



#009DB9



#002649



#FEC10F



#4B648D



#E7515C

Variaciones cromáticas



Cuando el isologo se utilice sobre fondo blanco, debe ir en color original y cuando se utilice sobre fondo azul institucional, puede ir en color blanco totalmente sólido, o con la espada en color rojo institucional.

Excepciones



Cuando se trate de una campaña, se puede usar el isologo de la Liga Colombiana Contra el Cáncer sobre un fondo **sólido, fotografía o composición** correspondiente a la línea gráfica de la campaña, siempre y cuando respete la legibilidad del isologo.

Tamaño mínimo

Se debe respetar el tamaño mínimo del isologo para **asegurar siempre su legibilidad** tanto en medios impresos como en medios digitales.

Medios impresos



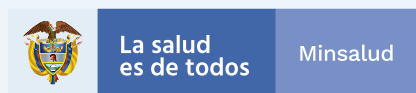
Mínimo 2 cm

Medios digitales

Mínimo 100 pixeles

Proporción con otros logos

En caso de que el isologo deba ir acompañado de otros logos o marcas, y que en el convenio o alianza predomine la LCCC, ésta irá en la **parte derecha** como se muestra en el siguiente ejemplo:



Usos incorrectos

El isologo de la institución debe ser usado bajo los lineamientos descritos en este manual; el uso inadecuado **afecta la identidad visual de la marca**, por lo tanto, no está permitido modificarlo en ningún aspecto:



Cambiar la proporción horizontalmente



Cambiar la proporción verticalmente



Cambiar la distribución de los elementos



Cambiar la tipografía



Cambiar el color de alguno de los elementos



Eliminar elementos del isologo



Usar filtros



Añadir elementos sin autorización



Usar contornos



Interferir las proporciones de alguno de los elementos



Distorsionar el isologo



Cambiar el símbolo

La comunicación institucional establece los lineamientos necesarios para lograr **un posicionamiento de la entidad de una manera expansiva y estratégica** con efectos multiplicadores, tanto en el público interno como en el externo. En el interno, propende por cultivar un sentido homogéneo, de pertenencia y de la apropiación de la cultura institucional; mientras que en el público externo, busca fortalecer la recordación de la marca y posicionarla en el sector donde opera de acuerdo a los objetivos misionales y a la visión contenida en los mismos.

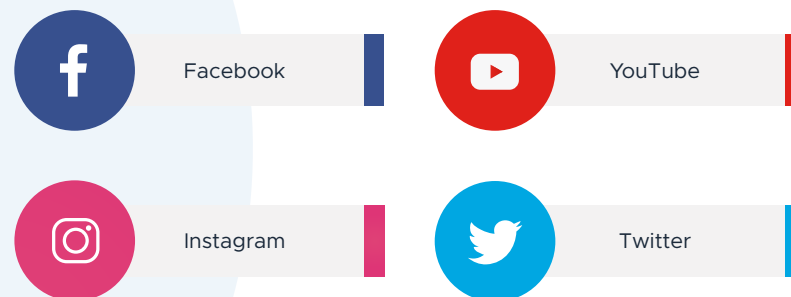
Comunicación institucional

Redes Sociales

Las redes sociales se constituyen como un canal de comunicación externa por lo tanto, las imágenes como el lenguaje que se maneje, deben **conservar la identidad gráfica** y promover la misión de la institución.

Para ello, la Liga ha creado páginas en las diferentes redes y la sugerencia para las seccionales y capítulos es que **no creen páginas como individuos sino como entidades.**

Se recomienda que la foto de perfil o avatar sea el logotipo original de la institución sin alteraciones y la imagen de portada se use para promocionar la campaña educativa actual.



Ejemplo:

Portada



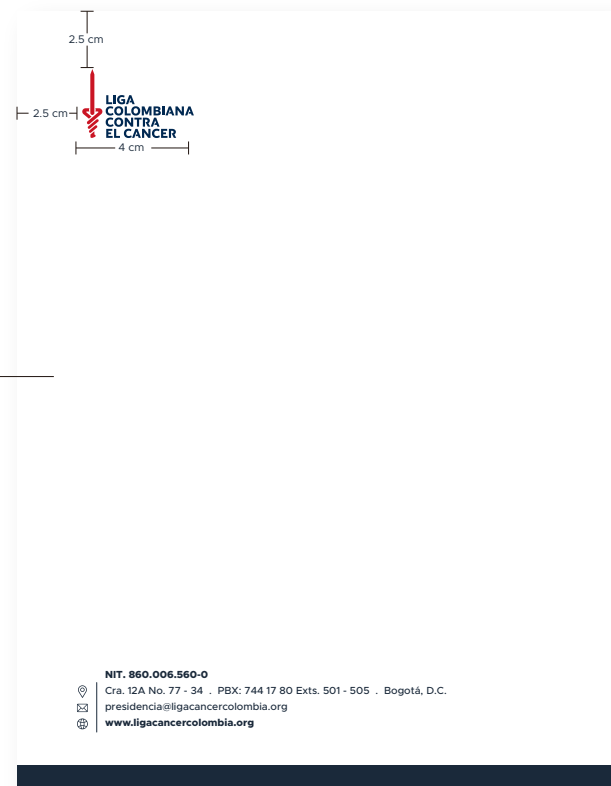
Imagen de perfil o avatar

Comunicación institucional

Membrete

Se utiliza en los **comunicados oficiales** de la Liga Colombiana Contra el Cáncer hacia el exterior o en comunicaciones internas que requieran mayor formalidad.

Cuerpo de texto
Arial Regular
de 12 puntos



Tarjetas de presentación



Metropolis Regular
de 6 puntos

Nombre y Apellido completo
Área o dependencia

Cel: 312 4458580
correo@ligacancercolombia.org

Metropolis Regular
de 6 puntos



Carrera 12a No. 77 - 34
PBX: 744 1780 Ext. 510
Bogotá, Colombia.

www.ligacancercolombia.org

Firma digital

El formato establecido para la firma del correo electrónico institucional es:



Nombre completo

Área o dependencia

✉ correo@ligacancercolombia.org

☎ PBX: 744 1780 Ext. 523

📍 Carrera 12 A No. 77 - 34, Bogotá D.C.



La Liga Colombiana Contra el Cáncer está comprometida con el cuidado del medio ambiente.
No imprima este correo en caso de no ser necesario.

Toda la información consignada y los anexos en este documento son de carácter estrictamente confidencial y está dirigida exclusivamente a su destinatario, sin la intención de que sea revelada o divulgada a otras personas. El acceso al contenido de esta comunicación por cualquier otra persona diferente al destinatario no está autorizado por el remitente y está sancionado de acuerdo con las normas legales aplicables. El que ilícitamente sustraiga, oculte, extravié, destruya, intercepte, controle o impida esta comunicación, antes de que llegue a su destinatario, estará sujeto a las sanciones penales correspondientes. Igualmente, incurrirá en sanciones penales el que, en provecho propio o ajeno o con perjuicio de otro, divulgue o emplee la información contenida en esta comunicación.

Carnet Institucional

Medidas 5,5 cm x 8,5 cm



Presentaciones Institucionales

El siguiente modelo será usado para presentaciones de contenidos institucionales de carácter interno y/o externo, según se requiera.



Se contará con más de 10 diapositivas modificables para **organizar la información** de acuerdo a la necesidad.

Iconografía Institucional

Es muy importante mantener una línea gráfica en toda la comunicación que se genere a nivel institucional, por esto se han elegido los recursos iconográficos de la página **FLATICON.COM** como recurso o apoyo para las piezas gráficas y/o audiovisuales que se desarrollen a nivel interno y externo.

Ejemplo



Documentos internos

El Sistema de Gestión Documental de la Liga colombiana Contra el Cáncer mantiene la siguiente estructura:

El encabezado debe aparecer en todas las páginas del documento:

 A	B	Código: F
	C	Versión: G
	D	Fecha: H
	E	Página: I

R: 141 G:179 B: 226
La letra en color negro, negrilla y mayúscula

Arial de 8 puntos

- A.** Logo de la institución: Liga Colombiana Contra el Cáncer
- B.** Nombre de la empresa: Liga Colombiana Contra el Cáncer
- C.** Sistema de Gestión de Calidad
- D.** Área o unidad organizacional a la que pertenece el documento
- E.** Nombre del documento
- F.** Código del documento
- G.** Número de versión. Indica el número de ediciones del documento. Se asigna cada vez que se realiza un cambio de fondo en el documento, lo cual genera una versión nueva de este documento. La versión inicia con 01 y se van generando versiones consecutivas a esta
- I.** Número de páginas del documento. Se coloca de la siguiente manera:
Página X de Y, siendo X el número de la página actual y Y el número de páginas en total que tiene el documento

Documentos internos

A finalizar el documento, se deben colocar los datos de quien elaboró, revisó y aprobó según el siguiente cuadro:

	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Nombre			
Área			
Fecha			

Arial de 8 puntos

R: 80, G: 141 y B: 212.

La letra en color blanco, negrilla y mayúscula

La estructura de los formatos, anexos por márgenes puede omitir el pie de página, en el caso de los reportes que emite el Sistema SIIS se omitirá el encabezado y el pie de página, pero debe llevar siempre el nombre de la Institución “Liga Colombiana Contra el Cáncer” y el nombre del formato. En caso de modificaciones del documento, se deben realizar la actualizaciones de la fecha del pie de página, fechas de elaboró, revisó y aprobó.

Documentos internos

Las formas utilizadas son:



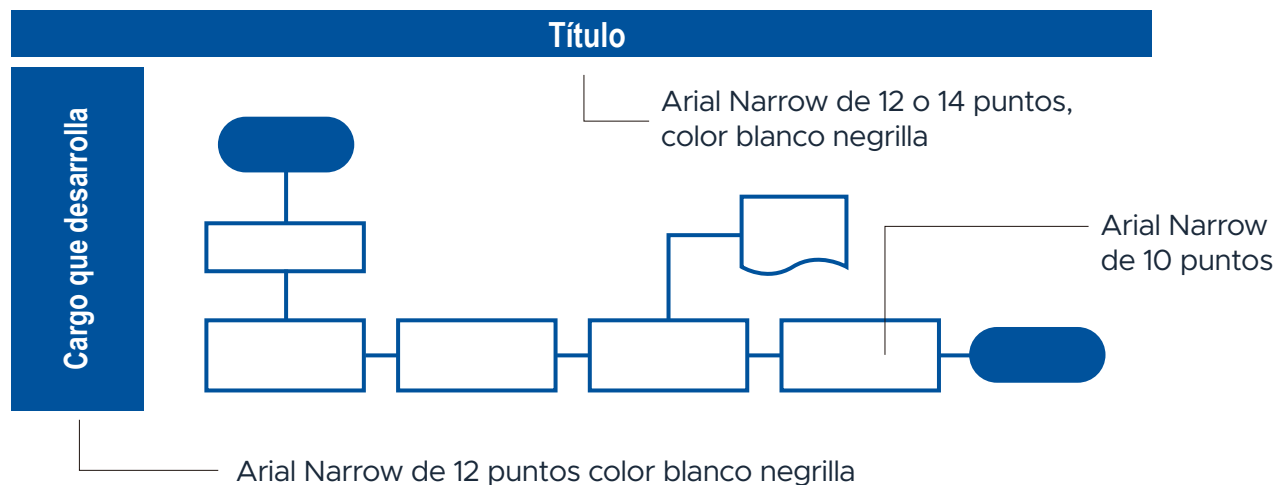
Diagrama de flujo:

Se realiza en blanco y azul de acuerdo a la escala R:42 G:88 B:166. Los bordes de cada forma y los conectores utilizados van con la misma escala de azul y con un grosor de 1.5 puntos. Los pasos se enumerarán de 1 a n actividades. Todos los diagramas inician con

Inicio

y finalizan con

Fin



Seccionales y capítulos

La Liga Colombiana Contra el Cáncer, está conformada por 32 Ligas a nivel nacional, cada una de ellas es autónoma a nivel administrativo, jurídico y científico, sin embargo, es pertinente mantener una **identidad visual** sólida como Liga Contra el Cáncer a nivel nacional, por ello se ha unificado el isologo que representará a cada una de ellas.

Modelo para Seccionales



Goudy Bookletter 1911,
altas y bajas.

- Seccional Amazonas
- Seccional Antioquia
- Seccional Arauca
- Seccional Atlántico
- Seccional Bogotá
- Seccional Bolívar
- Seccional Caldas
- Seccional Cesar
- Seccional Chocó
- Seccional Córdoba
- Seccional Guajira
- Seccional Huila
- Seccional Magdalena
- Seccional Meta
- Seccional Norte de Santander
- Seccional Quindío
- Seccional Risaralda
- Seccional San Andrés y Providencia
- Seccional Santander
- Seccional Sucre
- Seccional Tolima
- Seccional Valle del Cauca

Modelo para Capítulos



Goudy Bookletter 1911,
altas y bajas.

- Capítulo Buenaventura
- Capítulo Buga
- Capítulo Cartago
- Capítulo Codazzi
- Capítulo Girardot
- Capítulo Guamo
- Capítulo Ipiales
- Capítulo Líbano
- Capítulo Maicao
- Capítulo Ocaña
- Capítulo Palmira
- Capítulo Tuluá
- Capítulo Chaparral

Excepciones

En el caso de las Seccionales que han adoptado un nombre diferente a Liga Contra el Cáncer, el ísologo original puede ir acompañado del logotipo adaptado para generar la asociación. Por ejemplo:



Manual de **marca**

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

