

# MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



**Instituto**  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**



**Instituto**  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

**SINCHI** es un vocablo quechua, que significa *sabedor conocedor de plantas*. Es una Institución creada por la *Ley 99 de 1993* del Orden Nacional, con jurisdicción en el territorio de la Amazonia colombiana, dedicada a la investigación científica en temas ambientales, vinculada al **Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible**.

Ejerce funciones de autoridad científica a través del desarrollo y ejecución de proyectos de investigación, que involucran aspectos de la biodiversidad, alternativas productivas sostenibles para el mejoramiento de la calidad de vida, estudios sobre los procesos y dinámicas de ocupación y generación de información georreferenciada de la región.

INTRODUCCIÓN.....	4
VOCEROS.....	7
COMPOSICIÓN.....	8
Uso correcto de la denominación institucional.....	8
IMAGOTIPO .....	9
PLANIMETRÍA.....	10
ÁREA DE RESPETO.....	12
TAMAÑO MÍNIMO.....	13
TIPOGRAFÍA.....	14
COLOR CORPORATIVO.....	16
COLORES COMPLEMENTARIOS.....	15
POSITIVO/NEGATIVO.....	17
ESCALA DE GRISES.....	21
USOS PERMITIDOS.....	22
USOS NO PERMITIDOS.....	25
COBRANDING - INSTITUTO SINCHI.....	27
USO CORRECTO .....	35

## CONTENIDO

# INTRODUCCIÓN

## **Instituto SINCHI en la Amazonia**

La Amazonia colombiana cubre una superficie de 483.164 km<sup>2</sup>, que representan el 42,3 % del área continental nacional (23,3 % total Colombia), y el 6.8 % de toda la gran Amazonia. Se distribuye en los departamentos de Amazonas, Caquetá, Guaviare, Guainía, Putumayo y Vaupés; de manera parcial, tienen territorio en la Amazonia los departamentos de: Nariño, Cauca, Meta y Vichada. Esta región caracterizada por superlativos, relacionados con su diversidad biológica, cultural, económica, social y ambiental, es un reto para la investigación en la búsqueda de su sostenibilidad.

## **Antecedentes**

### **La Corporación Araracuara**

La creación de la Corporación Araracuara (COA) fue el fruto del reconocimiento que el gobierno nacional, a través del Departamento Administrativo de Intendencias y Comisarías (Dainco), hizo de la Amazonia, como región estratégica para la consolidación del territorio, la configuración de la nación y la integración transfronteriza con los demás países suramericanos amazónicos. Fue también una decisión visionaria de científicos y dirigentes que reconocieron los acelerados movimientos integracionistas y globalizadores en el planeta, de los que podía tomar ventaja el país, la región y su sociedad a partir de los recursos y sistemas naturales de la región amazónica, en un ambiente de manejo respetuoso de los recursos naturales. En la creación de la Corporación Araracuara (1977) confluyeron factores desencadenantes, como las recomendaciones del Proyecto Radargramétrico del Amazonas (Proradam) sobre la creación de un centro de investigaciones en la Amazonia y los convenios de cooperación científica para el desarrollo entre el gobierno de Holanda y Dainco, en dirección al avance económico y social de las intendencias y comisarías y sus habitantes. Se inscribió también en la política de integración territorial de la nación promovida por el gobierno liberal de Alfonso López Michelsen, quien elevó la Dirección de Intendencias y Comisarías del Ministerio de Gobierno a la categoría de departamento administrativo equivalente a un ministerio técnico. (Franco, 2006)



Si bien no se ha logrado determinar por completo, el diseño de ese primer isologo estuvo a cargo del arquitecto Santiago Moreno, quien en una entrevista informal manifestó tener en su archivo personal los bocetos.

### El Instituto SINCHI

Su creación data de la promulgación de la Ley 99 de 1993 “por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones”

#### En su articulado está:

**ARTICULO 20. El Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas “SINCHI”.** Transformase la Corporación Colombiana para la Amazonia, Araracuara, COA, en el Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas “SINCHI” el cual se organizará como una Corporación Civil sin ánimo de lucro, de carácter público pero sometida a las reglas de derecho privado, organizada en los términos establecidos por la Ley 29 de 1990 y el Decreto 393 de 1991, vinculada al Ministerio del Medio Ambiente, con autonomía administrativa, personería jurídica y patrimonio propio. Podrán asociarse al **Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas “SINCHI”** las entidades públicas, corporaciones y fundaciones sin ánimo de lucro, organizaciones no gubernamentales nacionales e internacionales, universidades y centros de investigación científica, interesados en la investigación del medio amazónico. El Instituto tendrá por objeto la realización y divulgación de estudios e investigaciones científicas de alto nivel relacionados con la realidad biológica, social y ecológica de la región Amazónica. Trasládense al **Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas “SINCHI”** las instalaciones, bienes muebles e inmuebles y demás derechos y obligaciones patrimoniales de la Corporación Araracuara, COA. El Instituto tendrá su sede principal en la ciudad de Leticia y establecerá una subsede en el Departamento del Vaupés. El Instituto asociará a la Universidad de la Amazonia en sus actividades de investigación científica.



**Instituto  
SINCHI**

El decreto 1603 de 1994 le da funciones al Instituto SINCHI y allí comienza la transición y el funcionamiento del Instituto que justo en 2024, cumple 30 años.

### **Una flor que representa la singularidad de una región**

La estructura de la marca nace en el año de 1977 con la Corporación Araracuara; la COA tomó la inflorescencia *Schoenocephalium martianum* como su imagen desde ese año, de lo cual dan fe todos los documentos que constituyen la memoria institucional que le fue entregada al SINCHI como parte de su legado. Con el tiempo la marca ha creado recordación; cuando se promulgó la ley y comenzó el funcionamiento del Instituto, se quiso continuar con su historia.

En 2004 con motivo de la producción un video institucional, la productora propuso la unificación del logo para evitar usos indebidos del mismo y en los archivos institucionales, reposa el memorando informativo que ordena su uso obligatorio de esa forma desde esa fecha en adelante.

En 2015 con la creación de la Oficina de Comunicaciones, aprobada por la Junta Directiva, el diseñador Gilberto Aponte en ejercicio de sus funciones, elaboró un nuevo manual de marca que se ha usado desde entonces y hasta la fecha. En ese nuevo manual se incluyeron los lineamientos de uso del imagotipo para diversas posibilidades de visibilidad.

### **Intención:**

Este manual ha sido diseñado con el fin de guiar sobre los lineamientos gráficos para el uso del isologo del Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas SINCHI en cualquier situación. Se definen las condiciones de uso de la marca. Es importante destacar que está basado en un trabajo estratégico de posicionamiento que permitirá a la marca mostrar sus atributos y mantener el reconocimiento institucional como referente de la investigación científica en la Amazonia.

# VOCEROS

En la Estrategia de Comunicaciones denominada Comunicar la Amazonia<sup>1</sup> a través de la ciencia, que fue aprobada por la Junta Directiva Institucional en Julio de 2023 para un periodo de 4 años, se definieron los siguientes voceros:

## Voceros estratégicos

- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (Ministra, Viceministros, Director de Bosques...)
- Directora General
- Subdirector Científico y Tecnológico
- Subdirector Administrativo y Financiero
- Coordinadores de Sede
- Financiadores

## Voceros técnicos

- Coordinadores de programa
- Líderes de líneas de investigación
- Curadores de colecciones biológicas

## Actores vinculados a acciones institucionales

- Representantes organizaciones indígenas
- Líderes campesinos y comunitarios

## Redes sociales

[www.sinchi.org.co](http://www.sinchi.org.co)

 Instituto SINCHI

 institutosinchi

 Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas

 @InstitutoSINCHI

<sup>1</sup> <https://view.genial.ly/64382514fc613700117e77af/presentation-estrategia-de-comunicaciones>

# COMPOSICIÓN

La composición y significado en las dos versiones del logotipo es la misma, lo único que cambia es que en la versión corta se suprime el nombre del área de estudio. El uso correcto de la marca depende de que siempre vayan juntos la imagen (*logo*) y el texto (*logotipo*).

## Uso correcto de la denominación institucional:

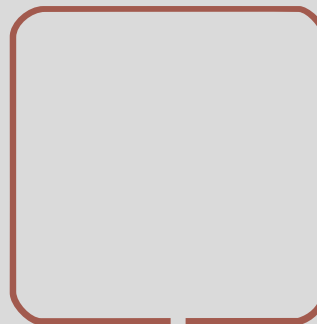
En todos los textos, la marca debe escribirse como: **Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas SINCHI.**

## Normas de aplicación:

- Estructura completa sin abreviar.
- Prohibido el uso de comas, guiones o puntos intermedios.
- La palabra 'SINCHI' debe aparecer siempre en mayúsculas sostenidas.
- No se admite variación tipográfica (negritas, cursivas o subrayados) en el nombre completo.



Imagen que representa al área de investigación específica.  
(*logo*)



Cuadro de respeto, que protege el símbolo de la marca.  
(*logo*)

**Instituto  
amazónico de**  
investigaciones científicas

Nombre del área de estudio y desempeño.  
(*logotipo*)

**SINCHI**

Nombre de la marca.  
(*logotipo*)

# IMAGOTIPO



Instituto  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

A.a



Instituto  
**SINCHI**

A.b



Instituto  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

A.c



Instituto  
**SINCHI**

A.d

La marca SINCHI representa la singularidad de la región amazónica y por ello se mantuvo el trazado de la inflorescencia *Schoenocephalium martianum* que es propia de Araracuara y de una familia que se encuentra distribuida en el Escudo Guayanés: Rapataceae.

El nombre SINCHI proviene del vocablo *quechua* que significa “*sabedor conocedor de plantas*”, se estableció este nombre por su significado y por la insistencia de un senador indígena quien propuso que el Instituto que trabajara en la Amazonia debería tener un nombre indígena.

**Las dos presentaciones gráficas para darle mejor lectura a la marca son:**

**A.a-** Marca matriz o la versión completa, que incluye el nombre extendido del Instituto, es para aquellas piezas o elementos gráficos que lo requieran, ya sea por tamaño o legibilidad. Se usa principalmente en presentaciones o para marcar productos como impresos, páginas web, etc.

**A.b-** La versión corta que solo tiene el nombre de la marca, permite visualizarlo más claramente y es más legible para presentaciones de menor tamaño y su uso más común como son fotos, productos POP, sellos, etc.

**A.c-** La versión completa en disposición horizontal está diseñada para optimizar el espacio en formatos donde la altura es limitada (como cintillos, cabezotes de documentos o firmas de correo). Mantiene el nombre extendido del Instituto, asegurando la jerarquía institucional en un eje longitudinal.

**A.d-** La versión corta en disposición horizontal es la variante más sintética y versátil del sistema. Al presentar el símbolo y el nombre "SINCHI" de forma lineal, permite una aplicación discreta pero de alto impacto, ideal para entornos digitales, redes sociales o marcación de piezas promocionales pequeñas.

**Referencia Bibliográfica:**

Franco, F. (2006) La Corporación Araracuara y la colonización científica de las selvas ecuatoriales colombianas. En: Colombia Amazónica (Número especial). Bogotá: Instituto SINCHI. Disponible en:

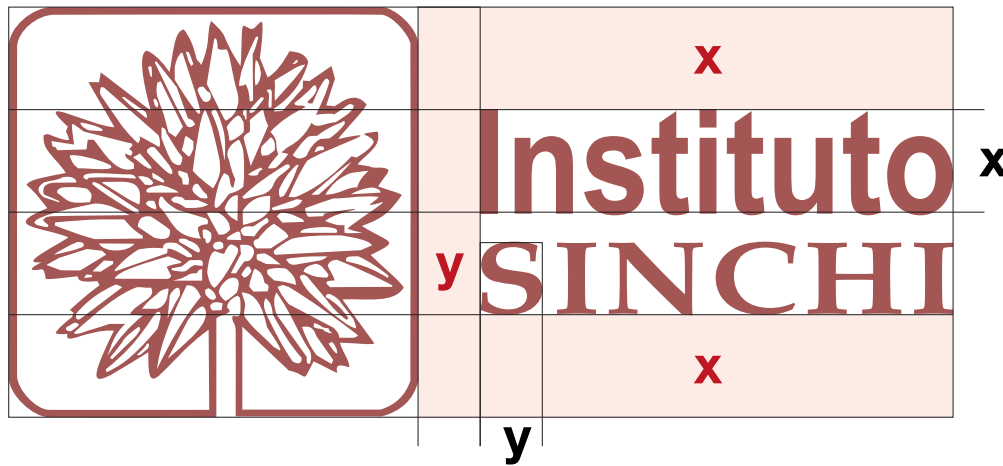
<https://sinchi.org.co/files/publicaciones/revista/pdf/0/2%20la%20corporacin%20araracuara%20y%20la%20colonizacin%20cientifica%20de%20las%20selvas%20ecuatoriales%20colombianas.pdf>

# PLANIMETRÍA



La construcción de la marca se rige por una retícula modular basada en la unidad X. Esta matriz define la proporción exacta y la ubicación de los elementos: el símbolo se inscribe en un ancho de 14X, mientras que la cuadrícula asegura la alineación y el equilibrio visual de todo el conjunto en cualquier escala.

# PLANIMETRÍA



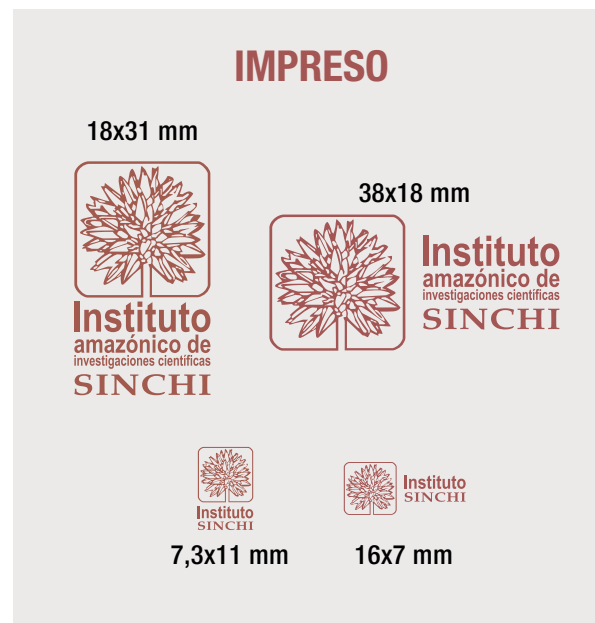
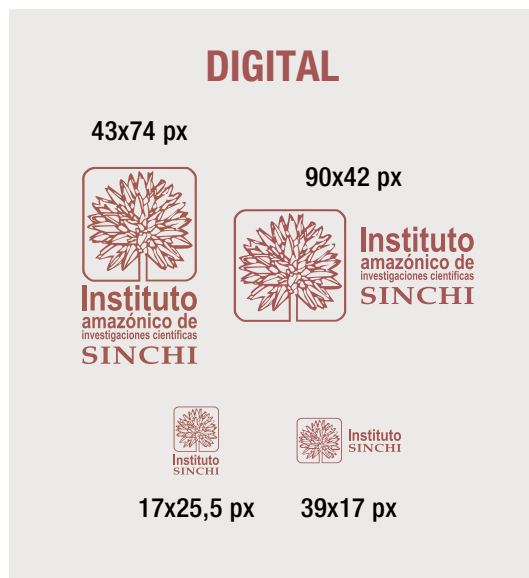
La unidad X define la proporción del texto respecto al símbolo, mientras que la variable Y determina el espaciado entre ambos.

# ÁREA DE RESPETO



Se establece un margen de seguridad mínimo de 4X alrededor de la marca. Este espacio vacío, basado en la misma retícula de construcción, debe permanecer libre de textos, logotipos secundarios o elementos gráficos que puedan comprometer la visibilidad e integridad visual del identificador.

# TAMAÑO MÍNIMO



Se establece un tamaño mínimo límite para que permanezca su legibilidad, tanto en medios impresos como digitales. La medida que se describe es por la base de la marca.

# TIPOGRAFÍA

De acuerdo a la marca del Instituto y tomando las características principales de este, se establecen dos tipografías y su jerarquía por estructura, una fuente principal y una complementaria que son las fuentes que construyen el logotipo de la marca, y además se recomienda su uso en piezas que acompañen la marca.

Tipografía principal:  
**BOOK ANTIQUA**

Book Antiqua - Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPS  
TUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstvwxyz  
0123456789 (\$/&%)

Book Antiqua - Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPS  
TUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstvwxyz  
0123456789 (\$/&%)

# TIPOGRAFÍA

Tipografía complementaria:  
HELVETICA NEUE LT STD

Helvetica Neue LT Std - Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
TUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 (\$/&%)**

Helvetica Neue LT Std - Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 (\$/&%)

Helvetica Neue LT Std - Medium Condensed

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 (\$/&%)**

# COLOR CORPORATIVO



**Instituto**  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**



C: 28  
M: 71  
Y: 68  
K: 14

R: 145  
G: 69  
B: 61

HEX: #A4594D  
PANTONE 484 U

El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la marca, en este caso el color terracota evoca lo social y natural, se asocia con lo rústico del café (tierra) y la energía del rojo (vida).



# COLOR COMPLEMENTARIO

# POSITIVO/NEGATIVO



Cuando el logotipo se utilice sobre fondos planos claros o blancos sin posibilidad de utilizar el color corporativo, se debe usar en color negro sólido.



Cuando el logotipo se utilice sobre fondos planos oscuros o negros sin posibilidad de utilizar el color corporativo, se debe usar en color blanco.

# POSITIVO/NEGATIVO



Cuando el logotipo se utilice sobre fondos planos, blancos o claros, se debe utilizar el color corporativo.



Cuando el logotipo se utilice sobre fondos planos, oscuros o en el color corporativo, se debe utilizar en blanco.

# POSITIVO/NEGATIVO

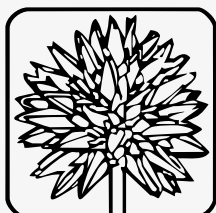


# POSITIVO/NEGATIVO



# ESCALA DE GRISES

100%



**Instituto**  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

80%



**Instituto**  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

60%

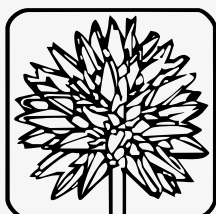


**Instituto**  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

40%



**Instituto**  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**



**Instituto**  
**SINCHI**



**Instituto**  
**SINCHI**



**Instituto**  
**SINCHI**



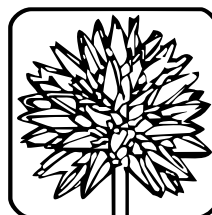
**Instituto**  
**SINCHI**

# USOS PERMITIDOS



**Instituto  
SINCHI**

*Aplicación principal*



**Instituto  
SINCHI**

*Aplicación en negro*



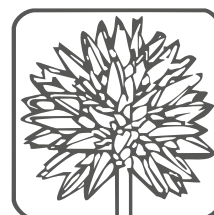
**Instituto  
SINCHI**

*Aplicación sobre colores sólidos*



**Instituto  
SINCHI**

*Aplicación en negativo*



**Instituto  
SINCHI**

*Aplicación en grises*



**Instituto  
SINCHI**

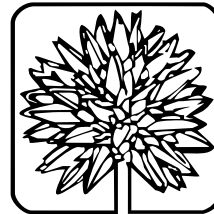
*Tener en cuenta el área de respeto*

# USOS PERMITIDOS



**Instituto**  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

*Aplicación principal*



**Instituto**  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

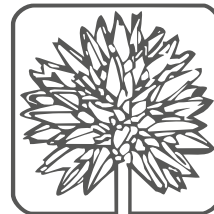
*Aplicación en negro*



*Aplicación sobre colores sólidos*



*Aplicación en negativo*



**Instituto**  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

*Aplicación en grises*



*Tener en cuenta el área de respeto*

# USOS PERMITIDOS



*Aplicación principal*



*Aplicación en negro*



*Aplicación sobre colores sólidos*

*Aplicación en negativo*



*Aplicación en grises*



*Tener en cuenta el área de respeto*

# USOS NO PERMITIDOS



*Cambio de color corporativo*



*Cambio de lugar del logotipo*



*Cambio de la tipografía*



*Romper la estructura de la marca*



*Aplicación sobre colores sólidos*



*Aplicación sobre imágenes*



*Deformar la marca*



*Mezclar logos*

# USOS NO PERMITIDOS



*Cambio de color corporativo*



*Cambio de lugar del logotipo*



*Cambio de la tipografía*



*Romper la estructura de la marca*



*Aplicación sobre colores sólidos*



*Aplicación sobre imágenes*



*Deformar la marca*



*Mezclar logos*



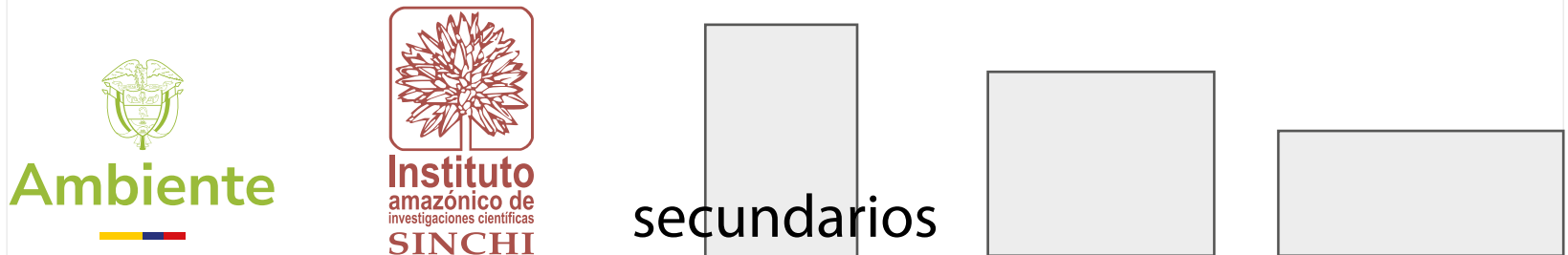
**Instituto**  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

## **COBRANDING**

Estos son los usos de la marca en conjunto con otras entidades y de acuerdo a los reglamentos del manual de marca del Gobierno de Colombia.

*Se prohíbe cualquier uso o implementación de marca de gobierno. Será incompatible cualquier reforma al Manual de Identidad Visual que contenga símbolos, imágenes o mensajes alusivos a las marcas de gobierno.*

# CUANDO EL EVENTO O EL PROYECTO ES PAUTADO POR EL MINISTERIO



# CUANDO EL EVENTO O EL PROYECTO ES PAUTADO POR EL GOBIERNO O SI SE UNEN OTROS MINISTERIOS



Gobierno de  
**Colombia**



Instituto  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

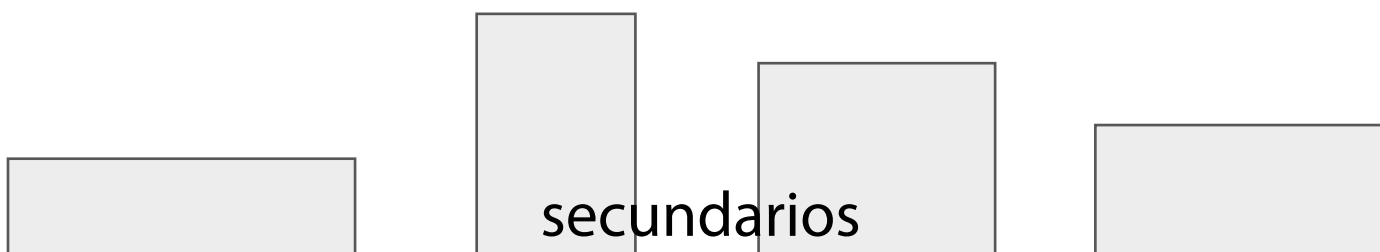
secundarios





Instituto  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

## PROYECTO O EVENTO CREADO POR EL SINCHI



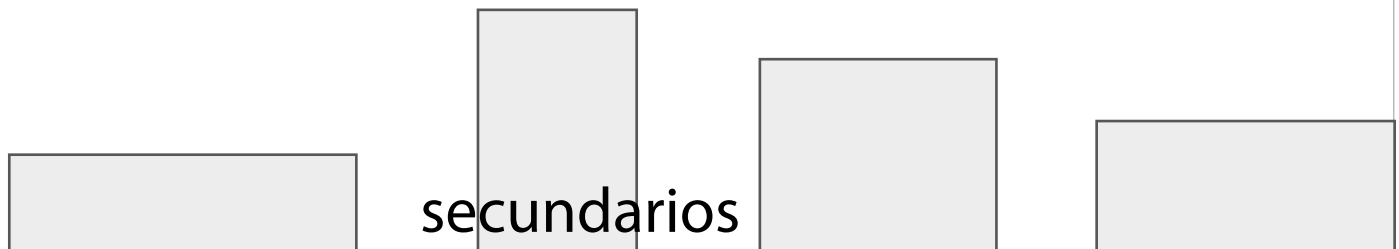


BIOEMPAQUES A PARTIR DE RECURSOS  
AMAZÓNICOS RENOVABLES

## CUANDO EL PROYECTO ES PROTAGÓNICO Y ES ORGANIZADO POR EL INSTITUTO



Instituto  
amazónico de  
investigaciones científicas  
**SINCHI**

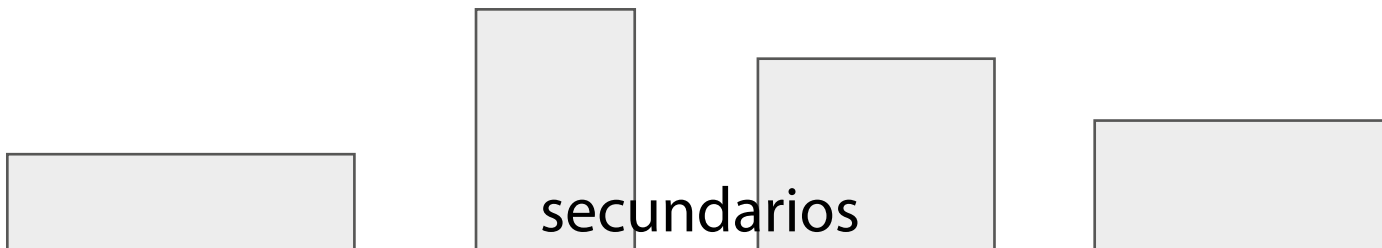




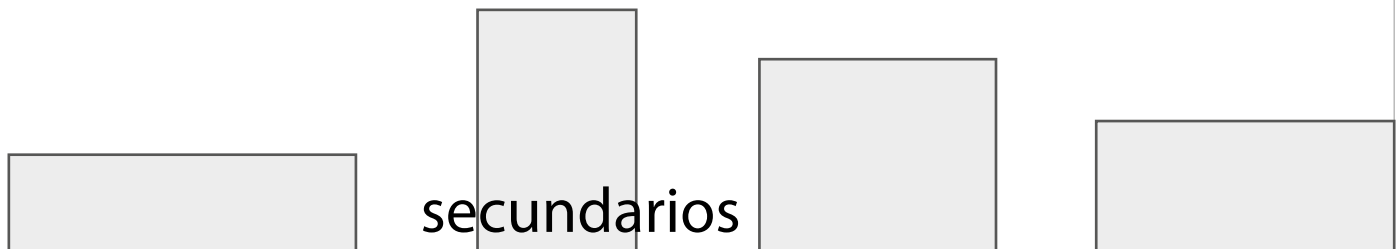
**MASCA Paz**  
**sur del Meta**  
Proyecto Macarena Sostenible con Más Capacidad para la Paz



CUANDO EL PROYECTO ES  
PROTAGÓNICO Y ES ORGANIZADO  
POR EL INSTITUTO PERO  
FINANCIADO POR UNA ENTIDAD  
FUERA DEL PAÍS

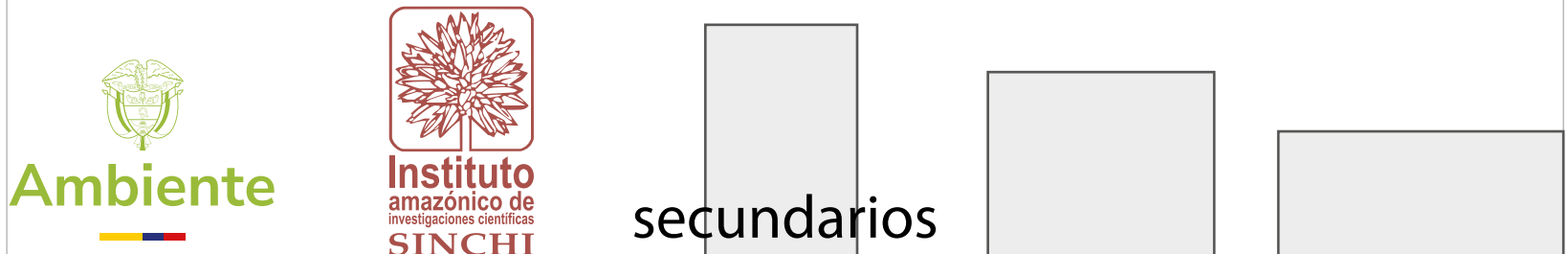


## EVENTOS EN COOPERACIÓN CON OTROS PAÍSES





## PROYECTOS QUE CUENTAN CON LA PARTICIPACIÓN DEL SINCHI



# USO CORRECTO - DOCUMENTOS



El uso de la marca SINCHI al estar acompañada de otras entidades se establece como principal, luego la del Ministerio y el orden de las otras marcas se acuerda con las entidades.

# USO CORRECTO - PIEZAS GRÁFICAS



El objetivo es asegurar que la marca siempre destaque y sea la protagonista en todas las piezas gráficas. Se busca evitar que se genere ruido con el fondo y garantizar un contraste efectivo con la imagen.

# USO CORRECTO - SEÑALÉTICA



Es importante que la señalética vaya acompañada de la marca del SINCHI porque al ser elementos de ayuda y orientación para los visitantes y funcionarios de las sedes, en su lectura darán la sensación de seguridad e identidad.

# USO CORRECTO - AUDIOVISUALES



## Áreas seguras para gráficos en video (formato horizontal):

- Zona roja: No colocar logos, texto ni ningún elemento gráfico.
- Zona verde: Área segura para ubicar exclusivamente el logo principal, subtítulos o créditos (en blanco).
- Opcional: sombra al 50% para mejor contraste.

**Importante:** No se incluirán los logos secundarios (moscas) para evitar saturación visual.

# USO CORRECTO - AUDIOVISUALES

## Áreas seguras para gráficos en video

(formato vertical o reels):

- Zona roja: No colocar logos, texto ni ningún elemento gráfico, esto es para evitar que se salgan del formato los elementos.
- Zona verde: Área segura para ubicar logos, subtítulos o créditos (en blanco). facilitar la lectura de todos los elementos.

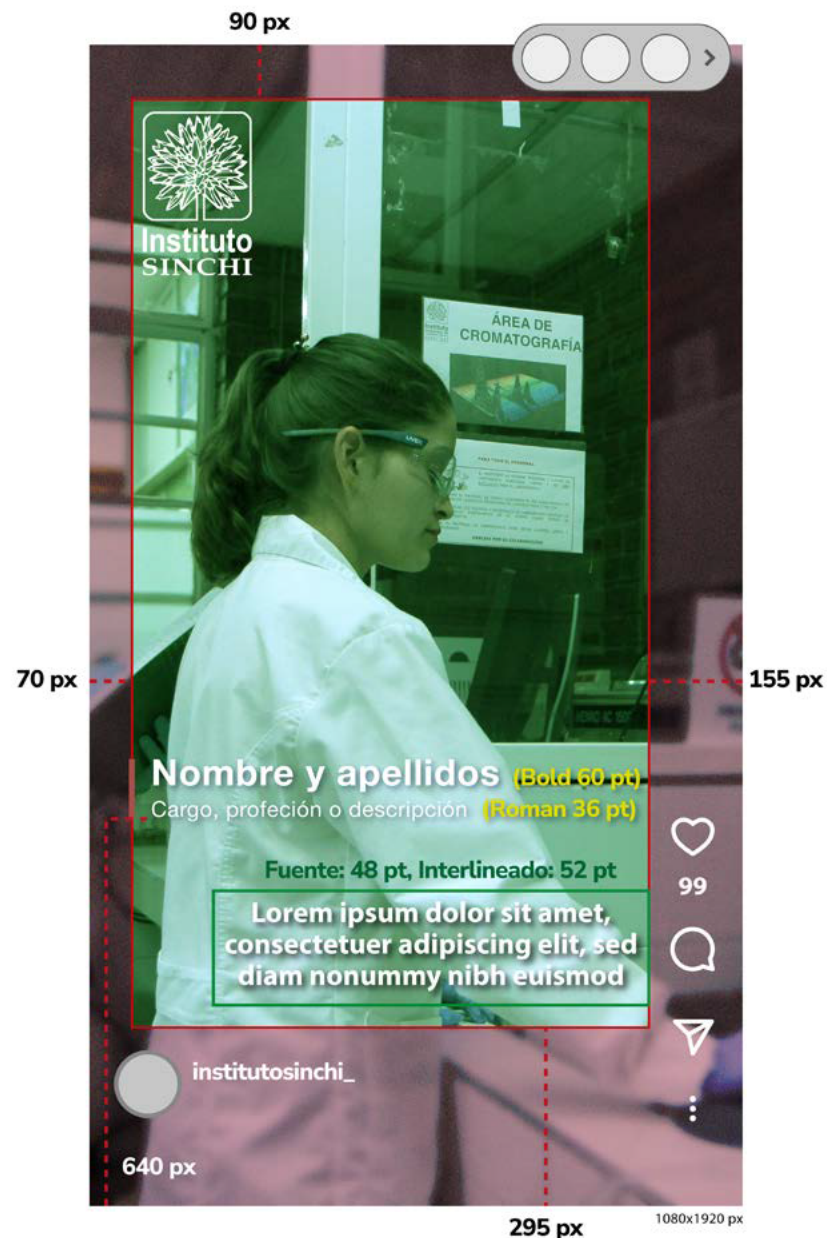
*Opcional: sombra al 50% para mejor contraste.*

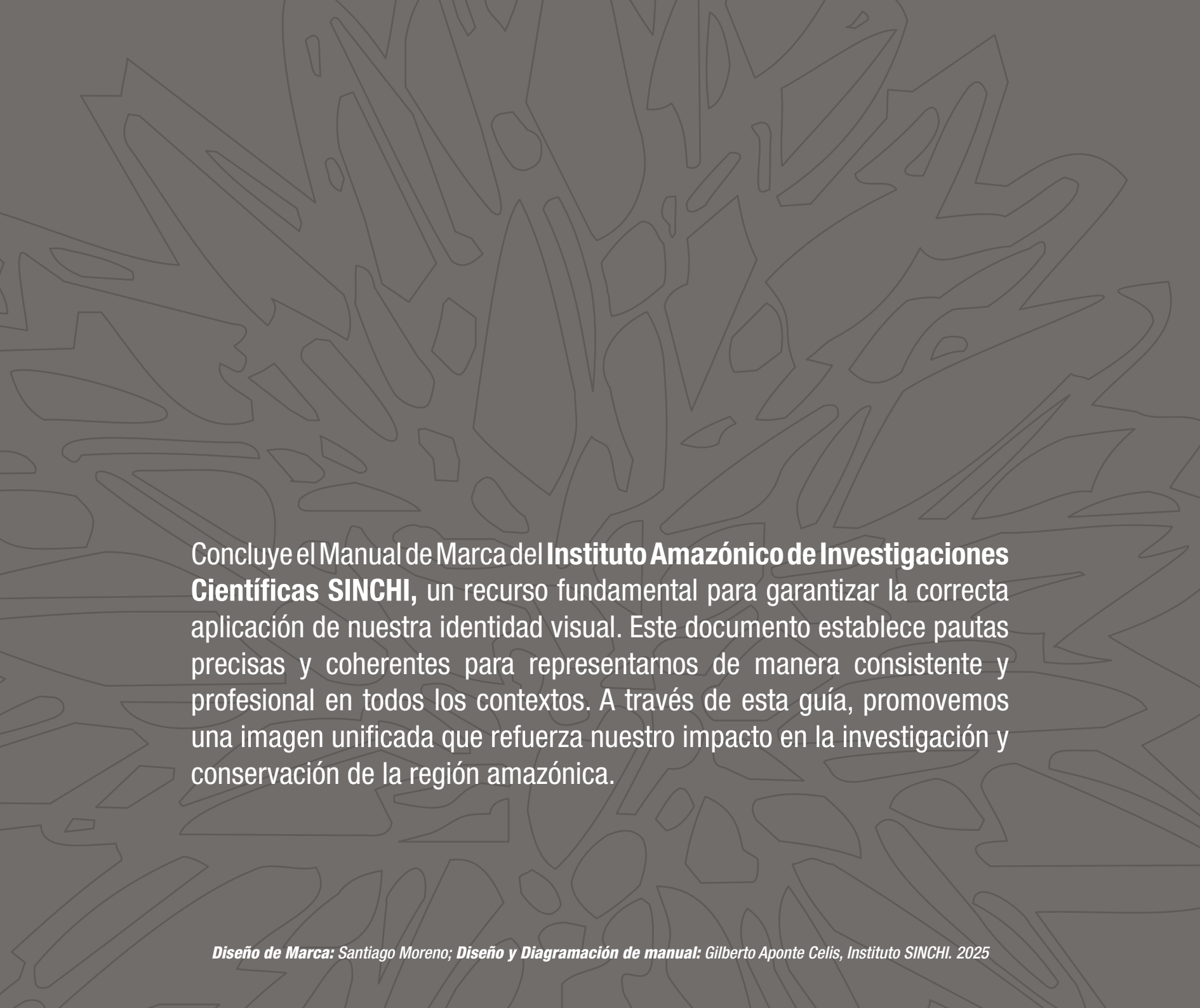
## Restricciones

**Sin superposición:** Asegurar que logo, texto y otros elementos no se solapen.

**Sin redundancia:** No incluir logos secundarios (moscas) en el video, la plataforma ya pone la marca.

**Sin barras:** Para los títulos de créditos o destacados, es preferible usar una fuente sin serifas que facilite la lectura y no genere ruido visual con las imágenes de fondo.





Concluye el Manual de Marca del **Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas SINCHI**, un recurso fundamental para garantizar la correcta aplicación de nuestra identidad visual. Este documento establece pautas precisas y coherentes para representarnos de manera consistente y profesional en todos los contextos. A través de esta guía, promovemos una imagen unificada que refuerza nuestro impacto en la investigación y conservación de la región amazónica.

