



El Colegio Oficial y la Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación (COIT y AEIT) presentan su nueva imagen corporativa

Bajo el lema “la emoción de conectar”, COIT y AEIT acercan la profesión de Ingeniero de Telecomunicación a la sociedad

La nueva imagen renueva su escudo heráldico para dar paso a una marca digital, innovadora, honesta y versátil

Su lanzamiento en 2020 coincide con la celebración del 100 aniversario de la titulación de Ingeniero de Telecomunicación en España

Madrid, a 20 de febrero de 2020. El Colegio Oficial y la Asociación Española de Ingenieros de la Telecomunicación (COIT y AEIT), instituciones que representan a más de 8.500 profesionales del sector en España, presentan hoy su **nueva identidad corporativa**. Bajo el lema “**la emoción de conectar**”, COIT y AEIT se adaptan así a las exigencias de la era de la información cuando se cumplen 100 años desde el nacimiento de esta titulación en nuestro país, acortando distancias tanto con sus colegiados como con la sociedad.

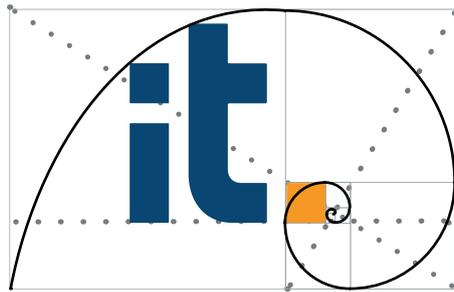
Ambas instituciones representan a un colectivo de profesionales motor del cambio de una sociedad en permanente transformación. Ha llegado el momento de impulsar esa transformación desde dentro, y lo hacen presentando nueva identidad de marca.

El resultado es “una marca digital, innovadora, honesta y versátil”, que aporta nuevos valores a la estrategia de futuro del COIT y la AEIT, estrategia que abarca nuevos espacios de diálogo, vanguardia e intercambio, con los que hacer frente a los retos de la profesión y generar oportunidades de crecimiento y evolución de nuestra sociedad.

El proyecto que hoy se desvela, lejos de suponer un cambio meramente formal, aborda de forma transversal todos los niveles de la corporación, promoviendo una **nueva identidad de marca** que apuesta por repensar **el presente, pasado y el futuro de ambas instituciones**, actualizando sus **valores a los nuevos tiempos y a las necesidades emergentes de la profesión**.

“**El cambio y la evolución son condiciones inherentes a nuestras tecnologías**, donde, además, la velocidad y la capacidad de adaptación juegan un papel fundamental”, asegura Marta Balenciaga, responsable de ambas entidades. “COIT y AEIT tienen que formar parte de dicha evolución y adaptarse a los nuevos retos y escenarios profesionales, y con esta renovación podremos acercarnos a las nuevas generaciones, así como al resto de instituciones y empresas”.

Una marca “digital, innovadora, honesta y versátil”



El lanzamiento de la nueva marca de COIT y AEIT coincide con la celebración del 100 aniversario de la titulación de Ingeniero de Telecomunicación en España.

El colectivo conmemora así 100 años de trabajo y evolución para “mejorar la vida de las personas y dar respuesta a los constantes retos de la sociedad”, asegura Marta Balenciaga. “Celebramos décadas de desarrollo tecnológico que sin duda han supuesto la reducción al mínimo de las barreras naturales a la comunicación: desde el telégrafo hasta el 5G, pasando por el vehículo autónomo, las *Smart Cities*, los satélites, el Internet de las Cosas, la Inteligencia Artificial; nuestra profesión se basa en nuestra capacidad de adelantarnos al futuro y hacer que toda esta tecnología forme parte de nuestra vida diaria”.

Aún manteniendo el escudo heráldico como referencia profesional -reservando su uso para ocasiones protocolarias en un guiño a su larga historia y continuada presencia como parte del legado de la ingeniería de telecomunicación-, Colegio y Asociación dan paso con este cambio a una marca adaptada a los nuevos tiempos. Así, partiendo de la unidad mínima de información del mundo digital -el bit, representado por un punto o píxel-, se construye un universo gráfico de recursos visuales que da lugar a un nuevo sello de identidad sencillo, fácilmente identificable, adaptable a todos los formatos digitales y perfectamente alineado con los valores de innovación y futuro que envuelven esta profesión.

El nuevo logo “IT” es una marca “honesto, versátil, digital e innovadora”, principios inspiradores del proyecto, que responde a la meta esencial del colectivo: “**conectar a personas y emociones**”. A partir de ella se han diseñado una serie de patrones y adaptaciones a todo tipo de formatos, que representan las frecuencias, señales, los sistemas y, en definitiva, la información como sujeto esencial de esta profesión.

Para el desarrollo de la nueva identidad corporativa, COIT y AEIT han contado con el estudio de diseño y estrategia ‘SoGoodStuff’, encargado del nuevo *branding* y su implementación en diferentes soportes y medios, entre ellos, la propia web de las entidades. Además de la imagen, el estudio SoGoodStuff ha llevado a cabo el nuevo Manual de Identidad de Marca, así como la campaña de comunicación del lanzamiento, cuyos detalles se continuarán desvelando en las próximas semanas.

Sobre el COIT y la AEIT

El Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT), fundado en 1967, es una corporación de derecho público y ámbito estatal que **agrupa en la actualidad a más de 8.500** Ingenieros de Telecomunicación.

Entre los principales objetivos de la organización se encuentran **ordenar el ejercicio de la profesión de ingeniero de telecomunicación** y representarla de forma exclusiva ante la sociedad y administraciones públicas, impulsando su progreso y evolución y defendiendo los intereses profesionales de los colegiados.

Con presencia en todas las comunidades autónomas, el COIT abarca con su actividad descentralizada a todos los Ingenieros de Telecomunicación del país, independientemente de su lugar de residencia.

Desde sus inicios, el Colegio ha desarrollado su actividad junto a la **Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación (AEIT)** y a las Asociaciones Territoriales de Ingenieros de Telecomunicación presentes en las comunidades autónomas, compartiendo la mayor parte de sus miembros gracias a la estrecha relación que une a todas las instituciones, además del beneficio que supone, al no haber coste adicional en las cuotas de los colegiados.