



* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

TABLA DE CONTENIDO

MANUAL DE USUARIO 3

1. IDENTIDAD CORPORATIVA.....	3
1.1. IMAGEN COMO IDENTIDAD	3
1.2. HISTORIA DEL LOGO	4
1.3. MISIÓN	5
1.4. VISIÓN	5
1.5. PRINCIPIOS	5
1.6. VALORES	6
2. IDENTIFICACIÓN BÁSICA.....	7
2.1. SÍMBOLO TIPOGRÁFICO	7
3. IMAGEN GRÁFICA CORPORATIVA.....	8
3.1. SISTEMA CONSTRUCTIVO.....	8
3.2. ÁREA DE PROTECCIÓN	9
3.3. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA.....	10
3.4. TAMAÑO MÍNIMO.....	11
3.5. LOGOTIPO CON SELLO DE ACREDITACIÓN.....	12
3.6. ÁREA DE PROTECCIÓN	12
3.7. TAMAÑO MÍNIMO.....	13
3.8. EL LOGOTIPO Y LAS DEPENDENCIAS UNIVERSITARIAS.....	14
3.9. COLORES CORPORATIVOS	15
3.10. APLICACIÓN WEB	15
4. USOS PERMITIDOS.....	16
4.1. APLICACIÓN A UNA TINTA.....	17
5. USOS NO PERMITIDOS	18

Página 1

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría



*** Departamento de Comunicaciones**

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

6.	USO DE LA MARCA ESCRITA.....	19
7.	LOGOTIPO DE LA UNIVERSIDAD	20
7.1.	PARA LOGOTIPOS DE EMPRESAS EN CONVENIO	20
7.2.	USO CON OTROS LOGOTIPOS PARA OTRAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS.....	21
7.3.	USO CON OTROS LOGOTIPOS.....	22
7.5.	USO DE LA SIGLA UAO	23
7.6.	OTROS ELEMENTOS EN EL LOGOTIPO	24

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

Manual de usuario Identidad corporativa

1. Identidad corporativa

1.1. Imagen como identidad

Se refiere a una red interrelacionada de las percepciones de los públicos y los elementos visibles e invisibles de la gestión empresarial, es mucho más que un logo o una marca, es la suma de todas las formas que una empresa elige para darse a conocer y la suma de todos los métodos armonizados de: cultura, comunicación y diseño.

La imagen institucional de la Universidad Autónoma de Occidente se entiende como la síntesis de dos componentes principales:

a. Identidad institucional

La identidad institucional de la Universidad Autónoma de Occidente la constituyen aquellos atributos esenciales que la identifican como institución universitaria y que sirven para diferenciarla de otras universidades. Está constituida también por su proyecto docente e investigativo actual y por los valores de su cultura corporativa.

b. Personalidad corporativa

La personalidad corporativa es el conjunto de manifestaciones que la Universidad efectúa voluntariamente para proyectar una 'imagen intencional' entre sus públicos, externos e internos a través, fundamentalmente, de su comunicación con esos públicos. Esta imagen intencional equivale a la noción de 'posicionamiento estratégico', es decir, la posición que la Universidad Autónoma de Occidente pretende ocupar en la mente de todos sus públicos.

Página 3

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

*** Departamento de Comunicaciones**

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

1.2. Historia del logo



Los documentos que datan de 1969 registran este logo como el primer intento de consolidar la imagen institucional.



En 1971, gracias a un concurso realizado entre los estudiantes de la Escuela de Dibujo Arquitectónico, aparece el segundo logo de la Universidad. El ganador recibió como premio una beca por el valor de la matrícula y su ingenio sirvió para identificar a la Autónoma de Occidente hasta 1978.



En 1978, Manfred Hirsh, quien había sido estudiante de Economía Industrial en la época de la Universidad Tecnológica del Valle, diseñó el tercer logo de la Universidad. Veinte años después de su creación y con algunas modificaciones, este logo es lo más representativo de la imagen institucional.



En 2012, una agencia especializada, con el acompañamiento del departamento de Comunicaciones de la Universidad, realiza una nueva intervención al logo institucional; se le añade un contenedor con volumen o degradado para dar solución a diferentes necesidades de comunicación que presenta el desarrollo de la marca.

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

1.3. Misión

La Universidad Autónoma de Occidente es una institución de educación superior privada, cuya misión integra con perspectiva internacional, las funciones sustantivas de docencia, investigación y proyección social, para contribuir a la formación de personas con visión humanística, creativas y emprendedoras, a la generación de conocimiento y a la solución de problemas del entorno regional, nacional e internacional.

1.4. Visión

Ser una Universidad que potencia el desarrollo regional por su capacidad de articular, con carácter local y global, las dinámicas científicas, culturales, económicas, ambientales y sociales a sus procesos misionales, con criterios de excelencia que se reflejan en el desempeño de sus egresados y la comunidad académica. Es referente por su capacidad creativa, innovadora, emprendedora y aporte ejemplar a un mundo más sustentable e incluyente. Su compromiso con la ciudad y la región la hace ser la primera opción para fomentar iniciativas que generen dinámicas de competitividad, inclusión y desarrollos no tradicionales.

1.5. Principios

Corporatividad

Espíritu de asociación y apoyo solidario de los estamentos que componen la Comunidad Universitaria, para fomentar los valores de la convivencia pacífica en los miembros de la Comunidad Universitaria.

Autonomía

Condición libremente elegida por la Comunidad Universitaria de manejarse a sí misma de manera responsable, mediante normas que regulen sus propios intereses.

Universalidad

Administración del conocimiento, en tanto éste representa un patrimonio de la humanidad.

Excelencia

Fomento de la calidad y búsqueda permanente de la perfección.

Pertinencia

Integración de la Institución con el entorno regional y nacional.

Página 5

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

Integralidad

Desarrollo de competencias cognitivas, técnicas, comunicativas y de procesos orientados a posibilitar el acceso de los estudiantes, a la mayoría de edad, en el uso de la razón, del afecto, del intelecto y de su físico, en el ejercicio responsable y ético de su ciudadanía y de su profesión.

Creatividad

Vivencia de la libertad y la capacidad para producir ideas y acciones nuevas destinadas a la solución de problemas sociales o vitales.

1.6. Valores

Eticidad

Dimensión a partir de la cual la persona valora y cuida las relaciones consigo misma, con los demás y con el entorno.

Pluralismo

Reconocimiento de múltiples tendencias políticas, ideológicas, étnicas y religiosas.

Responsabilidad

Capacidad de tomar decisiones comprometidas con el entorno social.

Pertenencia

Conjunción de los valores, creencias y objetivos de la Institución y los del proyecto de vida de quienes componen la Comunidad Universitaria.

Tolerancia

Coexistencia pacífica entre actitudes e interpretaciones en torno a la cultura, la política y la religión.

Honestidad

Comportamiento ético, equitativo, leal, auténtico, veraz y respetuoso en todas las actuaciones en la Institución y en la sociedad.

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

2. Identificación básica

2.1. Símbolo tipográfico

La conformación del logotipo está basada en las letras que componen la sigla de la Universidad. Las letras 'a' y 'o' enmarcadas por dos rectángulos que en su parte inferior se cierran redondeando sus vértices para dar la forma de una 'u'. Su forma simétrica hace parte inseparable de la marca.

Además, el nombre de la Institución (Universidad Autónoma de Occidente) distribuido en tres líneas con caja centrada. En la línea superior la denominación 'Universidad' en caja baja (minúsculas) usando la **Futura Medium** como fuente tipográfica. La segunda línea está constituida por la palabra 'Autónoma' en caja alta (mayúsculas) usando la **Futura Black** como fuente tipográfica. La línea inferior constituida por las palabras 'de Occidente' se encuentra en caja baja (minúsculas) y usa como fuente tipográfica la **Futura Medium**.



El logotipo de la Universidad, la tipografía de su nombre y los colores que la distinguen, no podrán ser modificados.

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

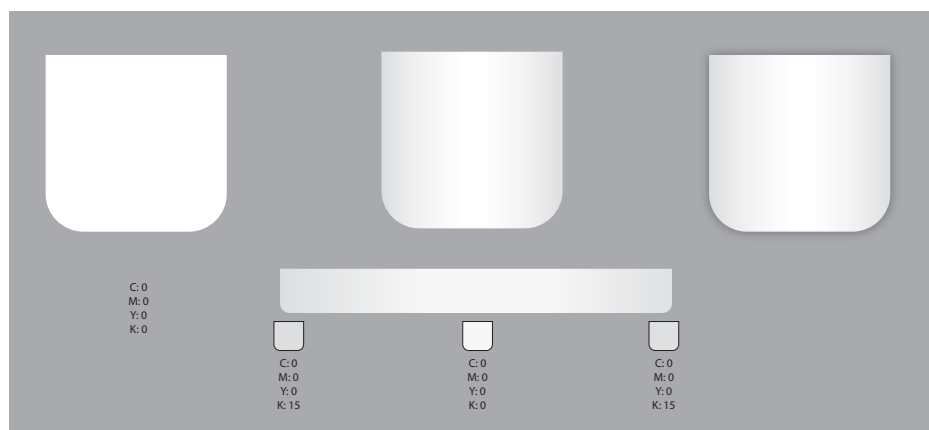
3. Imagen gráfica corporativa

3.1. Sistema constructivo

Este sistema de construcción para el logotipo tiene como objetivo mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La 'X' equivale a la medida establecida por unidad dentro del plano, el número representa las veces que la medida x está en la imagen a nivel horizontal y vertical.



Radio de esquina 1,42cm / 40px, en círculo de 2,8cm en proporción a la altura del logo de 6,4cm. Para reducciones o ampliación se conservan las proporciones para el contenedor.



Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría



*** Departamento de Comunicaciones**

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

3.2. Área de protección

El área de protección es la herramienta encargada de impedir la contaminación visual del logotipo al establecer el límite máximo en el que podrán colocarse otros elementos de diseño. Este margen de seguridad toma valor de la letra 'A' en caja alta (mayúscula), definido en el sistema constructivo, siendo el valor resultante 'X' el que se empleará para definir los márgenes por los cuatro lados.



Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría



*** Departamento de Comunicaciones**

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

3.3. Tipografía corporativa

Se establece como tipografía a implementar en la comunicación de la Universidad Autónoma de Occidente la **Helvetica Neue** y sus variaciones. Esta tipografía se caracteriza por su claridad y sobriedad, además, sus formas concretas le permiten ser neutral y atemporal.

La tipografía Helvetica Neue es un excelente complemento de la tipografía Futura que compone el logotipo de la UAO.

Para nombres de productos, titulares o textos que necesiten destacarse:

Helvetica Neue 75Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
1234567890\$%&'()*+,-./!"#1/43/4÷1/2=<>@®©

Se recomienda para textos compuestos por párrafos:

Helvetica Neue 65Medium
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
1234567890\$%&'()*+,-./!"#1/43/4÷1/2=<>@®©

Se recomienda para manejo de datos e información general, también como variación o acompañante

Helvetica Neue 45Light
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
1234567890\$%&'()*+,-./!"#1/43/4÷1/2=<>@®©

Es una familia tipográfica desarrollada por Max Miedinger conjuntamente con Edouard Hoffmann en 1957 para la fundición de tipografías Haas'sche Schriftgießerei (también conocida como "Haas") de Basilea, Suiza. Su diseño está basado en una anterior tipografía llamada *Berthold Akzidenz Grotesk* que data de 1896. La tipografía, es de estilo sencillo y del tipo sans serif o sin remates (Clasif. Vox: Lineale B Neo-Grotesque). Se volvió inmensamente popular a fines de los años 1960 y durante los años 1970, debido a su enorme influencia dentro del llamado "Estilo Tipográfico Internacional" (particularmente en identidades corporativas), una de las más importantes *corrientes modernistas* del siglo XX.

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

3.4. Tamaño mínimo

El tamaño mínimo de la marca debe estar sujeto a su correcta lectura, la siguiente norma se aplica para procesos digitales y de impresión que ofrezcan la calidad suficiente para lograr una correcta lectura del logotipo.

Para asegurar una correcta aplicación del tamaño mínimo del logotipo se debe consultar sobre las características del método de impresión o duplicación que se quiera emplear.



Para calcular el tamaño mínimo permitido para impresos de alta calidad, se toma la segunda línea del logotipo 'AUTÓNOMA' en tipografía Futura Bold, caja alta y tamaño 7 puntos. En versión web el alto mínimo del contenedor es de 90 pixeles.



Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría



* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

3.5. Logotipo con sello de acreditación

El logotipo debe ser usado junto con el sello de Acreditación Institucional de Alta Calidad, resolución y textos legales en todas las publicaciones internas o externas de la Universidad, de acuerdo a lo estipulado por el Ministerio de Educación Nacional, en la resolución 12220 del 20 de junio de 2016.

3.6. Área de protección con sello de Acreditación Institucional de Alta Calidad

El área de protección es la herramienta encargada de impedir la contaminación visual del logotipo al establecer el límite máximo en el que podrán colocarse otros elementos de diseño. Este margen de seguridad toma valor de la letra 'A' en caja alta (mayúscula), definido en el sistema constructivo, siendo el valor resultante 'X' el que se empleará para definir los márgenes por los cuatro lados.



Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría



* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

3.7. Tamaño mínimo con sello de acreditación

El tamaño mínimo de la marca debe estar sujeto a su correcta lectura, la siguiente norma se aplica para procesos digitales y de impresión que ofrezcan la calidad suficiente para lograr una correcta lectura del logotipo.

Para asegurar una correcta aplicación del tamaño mínimo del logotipo se debe consultar sobre las características del método de impresión o duplicación que se quiera emplear.



Para calcular el tamaño mínimo permitido para impresos de alta calidad, se toma la segunda línea del logotipo 'AUTÓNOMA' en tipografía Futura Bold, caja alta y tamaño 7 puntos. En versión web el alto mínimo del contenedor es de 90 pixeles.



Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría



* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

3.8. El logotipo y las dependencias universitarias

El Logotipo debe ser utilizado en **todas** las piezas gráficas que produzca la Universidad. Según su pertinencia, podrá ir acompañado del nombre de la unidad académica que respalda la pieza.

Las unidades académicas, administrativas y de servicios **no podrán utilizar logotipos** diferentes al de la Universidad como se presenta a continuación:



En publicaciones y eventos realizados por estas unidades académicas o en cualquier pieza gráfica que requieran, siempre se usará el logotipo de la Universidad acompañado del nombre de la unidad académica responsable.

Las unidades de servicios, empresas y dependencias universitarias que presten servicios a la comunidad, ya establecidas, con reconocimiento en el medio y proyección hacia el exterior podrán tener su propio logotipo identificativo, siempre y cuando se utilice bajo las normas establecidas para el uso de la marca con unidades pertenecientes a la Universidad.

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

*** Departamento de Comunicaciones**

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0


3.9. Colores corporativos

Los colores corporativos son fundamentales a la hora de definir la identidad visual de una determinada marca. Por ello, es imprescindible que sean reproducidos con total fidelidad, evitando cualquier tipo de variación que pudiera alterarlos. Precisamente por esto, toda imagen corporativa posee una serie de códigos cromáticos que han de ser respetados.


Se definen como colores corporativos de la Universidad Autónoma de Occidente los siguientes:

 Pantone 1795 C

Rojo para cuatricromía en los siguientes porcentajes:

 Cian: 0%
Magenta: 100%
Amarillo: 100%
Negro: 0%

Negro para cuatricromía:

 Cian: 0%
Magenta: 0%
Amarillo: 0%
Negro: 100%

3.10. Aplicación Web

Los colores corporativos son los que aparecen en el logotipo de la Universidad, adaptados a los colores más próximos en la clasificación de los 216 colores que comparten las paletas Windows y Mac.

 Rojo según la paleta Websafe: FF0000

 Negro según la paleta Websafe: 000000

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría



* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

4. Usos permitidos

Las siguientes son las variaciones del logotipo de la Universidad para aplicaciones sobre fondos oscuros o colores de la misma gama cromática de la marca.



Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

4.1. Aplicación a una tinta



a. Negativo

El logotipo sólo permite su aplicación en invertido en casos excepcionales y bajo la aprobación del departamento de Comunicaciones, para darle una adecuada consistencia a la representación de la gama cromática institucional.

b. Una tinta

Aplicación exclusiva para textiles y merchandising



Se debe usar el negro como única aplicación a una tinta para asegurar la correcta representación de la marca y el buen uso de los colores corporativos.

CMYK: C/0 M/0 Y/0 K/100

RGB: R/0 G/0 B/0

*Si requiere una aplicación de marca en formato vectorial, por favor solicítelo al correo electrónico buzon@uao.edu.co, explicando el motivo y el uso que se le dará.

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

5. Usos no permitidos

Se consideran usos no permitidos los siguientes casos:

- a. Logosímbolo en colores no institucionales** **b. Logosímbolo en colores tramados**



- c. Logosímbolo en colores institucionales en áreas no correctas** **d. Logosímbolo en línea**



- e. Cambios en las proporciones del Logosímbolo** **f. Cambios en la ubicación del Logosímbolo**



- g. Uso separado de los elementos del logosímbolo**



Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

6. Uso de la marca escrita

La marca escrita deberá usarse únicamente en compañía del logotipo para piezas gráficas, informativas o de exhibición audiovisual.

Debe ser escrita en la tipografía Helvetica Neue o arial en Caja alta y baja seguida de un guión, la palabra Cali y en la segunda línea deben ir las palabras 'Vigilada MinEducación'.

Es de uso obligatorio en todas las piezas gráficas, informativas o de exhibición audiovisual que sean distribuidas a nivel nacional o internacional.

Tipografía Helvetica Neue

Universidad Autónoma de Occidente - Cali
Vigilada MinEducación.

Tipografía Arial

Universidad Autónoma de Occidente - Cali
Vigilada MinEducación.

Tamaño mínimo permitido

Universidad Autónoma de Occidente - Cali — 11pt
Vigilada MinEducación. — 5 pt

Nota: es permitida la reducción de la marca verbal a un tamaño menor para piezas que por sus dimensiones lo requieran.

Página 19

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría



*** Departamento de Comunicaciones**

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

7. Logotipo de la Universidad

7.1. Para logotipos de empresas en convenio

Cuando se utilicen en cualquier pieza gráfica o de exhibición, a raíz de algún convenio establecido, logotipos de otras empresas o instituciones, estos deben manejarse bajo las normas que se describen a continuación.

a. Uso del logotipo de la Universidad

Cualquier logotipo de otra entidad debe usarse **siempre** en compañía del logotipo de la Universidad. Por ningún motivo puede usarse solo en piezas gráficas, informativas o de exhibición.

b. Ubicación

Cualquier logotipo de otra entidad debe usarse **siempre** a la izquierda o debajo del logotipo de la Universidad para respetar la jerarquía de la Institución. No puede ser usado a la derecha o encima del mismo. Ambos logotipos deben ubicarse en un lugar visible.

c. Jerarquía de tamaño

Cualquier logotipo de otra entidad debe usarse **siempre** en una proporción máxima **del 80%** si es horizontal y **90%** vertical, del tamaño del logotipo de la Universidad.



Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría



* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

d. Utilización de color

Cuando el logotipo de la Universidad es usado en su versión en color (policromía), los demás logotipos pueden ir de la misma forma. No está permitido usar otros logotipos en color si el de la Universidad está en blanco y negro.

7.2. Uso con otros logotipos para otras instituciones educativas

a. Uso de logotipos de otras instituciones educativas

Cualquier logotipo de otra institución educativa debe usarse **siempre** en compañía del logotipo de la Universidad. Por ningún motivo puede usarse solo en piezas gráficas, informativas o de exhibición.

b. Ubicación

Cualquier Logotipo debe usarse **siempre** a la izquierda o debajo del logotipo de la Universidad para respetar la jerarquía de la Institución, no puede usarse a la derecha o encima del mismo. Ambos logotipos deben ubicarse en un lugar **visible**.

c. Jerarquía de tamaño

Cualquier Logotipo debe usarse **siempre** en una proporción del 100% del tamaño del logotipo de la Universidad.



Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

d. Utilización del color

Cuando el logotipo de la Universidad se aplique en color (policromía), los demás logotipos pueden ir de la misma forma. No está permitido usar otros logotipos en color si el de la Universidad está en blanco y negro.

7.3. Uso con otros logotipos

a. Para unidades pertenecientes a la Universidad

Las unidades de servicios, empresas y dependencias universitarias que presten servicios a la comunidad, ya establecidas, con reconocimiento en el medio y proyección hacia el exterior, podrán tener su propio logotipo; siempre y cuando se utilice bajo las normas que se describen a continuación.

Los nuevos logotipos que se creen en la Universidad deberán ser evaluados por el departamento de Comunicaciones para su posterior aprobación.

Las dependencias administrativas, académicas y las vicerrectorías no utilizarán logotipos independientes.

b. Uso de logotipos

Cualquier logotipo de las unidades de servicios, empresas y dependencias universitarias debe ser usado siempre en compañía del logotipo de la Universidad. Por ningún motivo puede ser usado solo en piezas gráficas, informativas o de exhibición.

c. Ubicación

Cualquier logotipo de las unidades de servicios, empresas y dependencias universitarias debe ser usado siempre a la izquierda o debajo del logotipo de la Universidad para respetar la jerarquía de la Institución, no puede ser usado a la derecha o encima del mismo. Ambos logotipos deben ser puestos en un lugar visible.

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría

* Departamento de Comunicaciones

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

d. Jerarquía de tamaño

Cualquier logotipo de otra entidad debe usarse **siempre** en una proporción máxima **del 80%** si es horizontal y **90%** vertical, del tamaño del logotipo de la Universidad.

e. Utilización del color

Cuando el logotipo de la Universidad se aplique en color (policromía), los demás logotipos pueden ir de la misma forma. No está permitido usar otros logotipos en color si el de la Universidad está en blanco y negro.



7.4. Uso de la sigla UAO

La sigla: UAO, abreviatura del nombre de la Universidad podrá ser utilizada en textos y títulos donde el nombre de la Universidad esté presente. La tipografía debe ser la misma que se esté utilizando para el texto en que se escribe si es un texto corrido o un título o subtítulo. Debe ser en mayúscula, sin puntos.

La sigla no reemplaza al logotipo de la Universidad, pero puede utilizarse en piezas de carácter publicitario, acompañada del logotipo.

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría



*** Departamento de Comunicaciones**

Identidad Corporativa

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 10 de 2007
Actualizado	AGOSTO 2019
Versión	0

7.5. Otros elementos en el logotipo

El logotipo no puede interferirse con nuevos elementos, ni reemplazar los establecidos. Algunos ejemplos son:

Elementos de Navidad, palmeras, íconos, ilustraciones.



Vigilada MinEducación.

Elaborado y Aprobado por:	Dpto. de Evaluación, Organización y Métodos	Aceptado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones
Revisado por:	Jefe Departamento de Comunicaciones	Aprobado por:	Asistente de Rectoría