



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
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.....	8
2.1. Símbolo tipográfico	8
3. Imagen gráfica corporativa	9
3.1. Sistema constructivo.....	9
3.2. Área de protección.....	10
3.3. Tipografía corporativa	11
3.4. Tamaño mínimo	12
3.5. Logotipo con sello de acreditación.....	13
3.6. Área de protección con sello de Acreditación Institucional de Alta Calidad.....	13

Página 1

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

3.7. Tamaño mínimo con sello de Acreditación	14
3.8. El logotipo y las dependencias universitarias	15
3.9. Colores corporativos	16
3.10. Aplicación web	17
4. Usos permitidos	17
4.1. Aplicación a una tinta	18
5. Usos no permitidos	19
6. Uso de la marca escrita	20
7. Logotipo de la Universidad	21
7.1. Para logotipos de empresas en convenio	21
7.2. Uso con otros logotipos para otras instituciones educativas	22
7.3. Uso con otros logotipos	23
7.4. Uso del elemento UAO	25
7.5. Texto vigilada Mineducación y resoluciones de alta calidad	26
7.6. Otros elementos en el logotipo	27

Página 2

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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 por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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.

Página 4

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

1.3. Misión

La Universidad Autónoma de Occidente es una institución de educación superior de carácter privado, cuya misión es la de integrar, 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 este representa un patrimonio de la humanidad.

Página 5

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

Excelencia

Fomento de la calidad y búsqueda permanente de la perfección.

Pertinencia

Integración de la Institución con el entorno regional y nacional.

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.

Página 6

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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 por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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.

Página 8

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

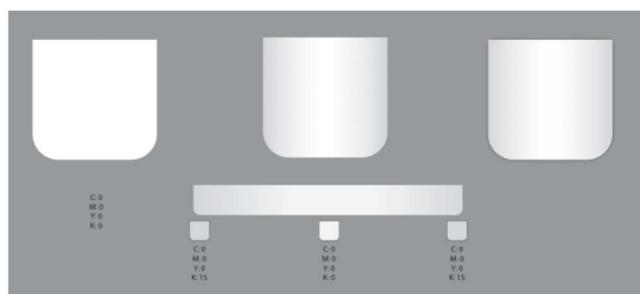
3. Imagen gráfica corporativa

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 por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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 por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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 complemento adecuado de la tipografía Futura que compone el logotipo de la UAO.

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

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

Se recomienda para textos compuestos por párrafos:

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

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

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

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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.

Página 12

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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 por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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.

2 cms.



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 por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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 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:

Facultad de
Humanidades y Artes



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 por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

3.9. Colores corporativos

Los colores corporativos son fundamentales a la hora de definir la identidad visual de una 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%

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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

4. Usos permitidos

Las siguientes son las variaciones del logotipo de la Universidad.



Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

4.1. Aplicación a una tinta



a. Negativo

El logotipo solo 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 por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

5. Usos no permitidos

Se consideran usos no permitidos del logo 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 por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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.

Universidad Autónoma de Occidente – Cali

Vigilada MinEducación

Tamaño mínimo permitido

Universidad Autónoma de Occidente – Cali – 11pts
Vigilada MinEducación

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

Página 20

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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 por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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 por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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 servicio, 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.

Página 23

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

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.



Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

7.4. Uso del elemento gráfico UAO

El elemento gráfico 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, donde estará presente el logotipo de la Institución en la diagramación.



El elemento gráfico UAO, sin el componente tipográfico, que se presenta a continuación, será empleado como recurso de diagramación. Las diferentes variaciones cromáticas del mismo, su uso o adaptación es exclusivo de la dirección de Extensión, la dirección de Mercadeo y el departamento de Comunicaciones.

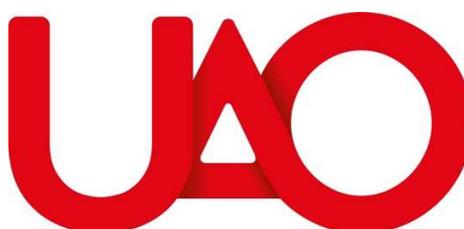
Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6



Universidad Autónoma de Occidente

El elemento gráfico UAO con el componente tipográfico será empleado para temas identitarios complementarios y en ningún caso reemplaza el logo oficial de la Universidad.

7.5. Texto vigilada Mineducación y resoluciones de acreditación

Los textos legales deben ir ubicados en todas las piezas, en un lugar visible en disposición vertical u horizontal.

VIGILADA MINEDUCACIÓN
IAC-Cinda, acuerdo No. 85, 01-26-2022
Res. MEN No. 23002, 30-11-2021

VIGILADA MINEDUCACIÓN

IAC-Cinda, acuerdo No. 85, 01-26-2022
Res. MEN No. 23002, 30-11-2021

Página 26

Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		



Manual de usuario Identidad Corporativa

* Departamento de Comunicaciones

Código	DC-1.8-MU1
Expedido	Diciembre 20 de 2007
Actualizado	Mayo 2 de 2022
Versión	6

7.6. 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 o ilustraciones.



Elaborado y por:	DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EFECTIVIDAD INSTITUCIONAL	Revisado por:	ASISTENTE DEL DPTO. DE COMUNICACIONES
Aprobado por:	DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES		