

MANUAL DE IMAGEN



UNIAGUSTINIANA

Es creer en ti

Vigilada Mineducación



La creación de la marca corporativa de la Uniagustiniana se basa en el desarrollo de un imagotipo que transmite la ideología y valores de esta institución.

El objetivo de esta marca es dar conocimiento y diferenciación con otras universidades de Colombia, resaltando los valores Agustinos, el amor hacia la juventud y el conocimiento que brinda la institución a las personas que forman parte de esta comunidad universitaria.

En este manual se indican todas las normas referidas a la aplicación gráfica y visual de la marca Uniagustiniana, para distintos soportes, dando instrucciones y pautas a seguir para su correcto uso, en temas tales como: papelería, publicaciones, soportes publicitarios e informáticos, soportes tridimensionales, señalización, entre otras. También es una herramienta inspiradora que se puede utilizar como guía para el estilo visual de las publicaciones interiores y exteriores de la Institución universitaria.

Bajo ninguna circunstancia los diseños o elementos expuestos en este manual deben ser utilizados. La unidad del Centro de Diseño e Imagen Institucional CDI, es la única autorizada de suministrar el imagotipo con fines institucionales, comuníquese a cdi@uniagustiniana.edu.co. Todo proceso de producción de material en el cual se encuentre el logotipo Institucional debe ser desarrollado por el CDI, de lo contrario todo material desarrollado por unidades diferentes al CDI o personas externas a la Institución deben contar con la aprobación de este material por parte del CDI antes de su producción y publicación.

1 Definiciones

- 1.1 Imagotipo
- 1.2 Símbolo
- 1.3 Claim
- 1.4 Pantone

2 Normas básicas de identidad: la marca

- 2.1 Marca gráfica: símbolo
- 2.2 Elementos constructivos: símbolo, nombre, claim
- 2.3 Colores corporativos
- 2.4 Variantes cromáticas y estructurales de la marca
- 2.5 Espacio libre para protección de la marca
- 2.6 Usos no permitidos de la marca
- 2.7 Tipografías corporativas
 - 2.7.1 Tipografía imagotipo
 - 2.7.2 Tipografía secundaria
- 2.8 Implementación de la marca escrita

3 Definición de los códigos gráficos

- 3.1 Estructura correcta de la marca UNIAGUSTINIANA
- 3.2 Aplicación de símbolo y nombre
- 3.3 Uso con otros logotipos
- 3.4 Uso de marca junto a facultades y dependencias
- 3.5 Uso de marca para cada sede
- 3.6 Definición de colores para facultades y dependencias
- 3.7 Logotipos de eventos
- 3.8 Legales

4 Bureau Veritas

- 4.1 Estructura y aplicación

5 Aplicaciones de la marca

- 5.1 Carta de uso general
- 5.2 Tarjetas de presentación
- 5.3 Sobres para correspondencia
- 5.4 Carpeta institucional
- 5.5 Carnet institucional
- 5.6 Soportes informativos
- 5.7 Sellos
- 5.8 Publicaciones comerciales o externas
- 5.9 Publicaciones institucionales internas
- 5.10 Página web
- 5.11 Videos
- 5.12 Soportes tridimensionales e identificación
- 5.13 Intra web y App Uniagustiniana

1.1 Imagotipo

Un imagotipo es un elemento compositivo icónico-textual, donde se evidencia la unión de elementos formales, simbólicos y tipográficos claramente diferenciados, que incluso pueden funcionar por separado. Este elemento sirve de insignia a una empresa, que la caracterizan, la representan y la diferencian de su competencia.

1.2 Símbolo

Es un signo o figura representativa que establece una relación directa de identificación con una marca o institución.

1.3 Claim

Es la frase que habla de las excelencias o cualidades de un producto o servicio, la cual afirma la personalidad y actitud de la marca. En lo que en otras palabras se conoce como slogan.

1.4 Pantone

Pantone o más conocido como Guía Pantone aparte de ser una marca registrada, es un Sistema de color, dentro de la industria gráfica, para la unificación de color en impresos.

2.1

Marca gráfica: símbolo

- La marca UNIAGUSTINIANA es una combinación de conceptos sintetizados en una identidad verbal y una identidad visual. Sobre el centro del escudo se resaltan algunos diagramas como el Corazón ardiente atravesado por una flecha; representa el amor a Dios, al hombre y al mundo.
- El libro, emblema de la ciencia que comprende toda la filosofía Agustiniiana, donde ambos simbolizan el equilibrio entre el saber, la razón, la verdad y el amor, dando a conocer el carisma y la verdad de la ética Agustiniiana.
- Nos enseña a investigar, a leer, a conocer todo aquello que hace parte de nuestros conocimientos hacia el estudio profesional, siendo líderes y buscadores de la integración de vida, que al estar unidos forma el símbolo.
- En el exterior del escudo se observan tres líneas, formando el ministerio de la Trinidad, creando así la cruz. El texto en latín que está alrededor (TRANSCENDE ET TEIPSUM) significa: Transciende a ti mismo.



2.2

Elementos constructivos: símbolo, nombre y claim

La marca utiliza como elemento conductor más directo el nombre (UNIAGUSTINIANA), la cual, en su estructura de cuadrícula, mantiene la posición vertical y horizontal.

Por tratarse de un imagotipo está permitido utilizar el nombre y el símbolo de la marca por separado.

El claim es necesario utilizarlo en todas las piezas sobre todo las publicitarias, ya que el objetivo del claim es crear posicionamiento.

También puede utilizarse de manera independiente siempre y cuando sea apropiado y coherente con el mensaje que se quiera transmitir y en el medio en el que se haga.

El claim “Es creer en ti” acompaña piezas comunicacionales, soportes y diferentes materiales. Es un claim corto, juvenil, extrovertido e imponente, con un alto grado de pregnancia.

La inscripción “Vigilada Mineducación” siempre deberá acompañar al imagotipo completo en cualquiera de sus versiones permitidas, o estar presente en alguna parte de la pieza gráfica.



2.3

Colores corporativos

- El color azul oscuro es el signo de identidad de la Uniagustiniana, es el color protagonista ya que la connotación se asocia con algunas características de la Institución como lo son: credibilidad, profundidad, autoridad, fuerza, profesionalidad y concentración.
- El Segundo color es el amarillo dorado que sugiere: hospitalidad, comodidad, calidez, saciedad y riqueza; al igual que el anterior, éste también connota los valores Agustínianos.
- El Amarillo dorado y el azul oscuro son los colores que se destacan en la mayoría de piezas institucionales, visualmente su jerarquía se logra, por su intensidad tonal, por lo tanto es fundamental al momento de destacar información relevante.
- El tercer color es el dorado cuya connotación es la riqueza, brillantez, divinidad, intuición, lujo, opulencia, valía y prestigio, siempre debe estar ubicado a 45 grados de izquierda a derecha y no debe ser modificado.
- Estas características son las que la Uniagustiniana desea transmitir, por eso este color es destacado en documentos como invitaciones formales, diplomas, menciones de honor y placas conmemorativas.
- Finalmente, el cuarto color es el azul del claim, éste implica energía, impresión, regocijo, estímulo, vigor, revuelo y por supuesto juventud, las características de este color coinciden con lo que quiere reflejar el Claim de la Uniagustiniana. Es utilizado la mayoría de veces en material publicitario exterior e interior, para generar cierta distinción e identidad visual en todas las piezas

Pantone Blue C

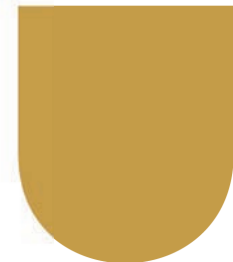
CMYK
C= 80
M= 50
Y= 0
K= 0



RGB
R= 29
G= 112
B= 183

Pantone 14-0848 M

CMYK
C= 19
M= 35
Y= 80
K= 5



RGB
R= 204
G= 161
B= 64

Degradado 45

CMYK
C=15
M= 25
Y= 65
K= 0



C=19
M= 35
Y= 80
K= 5

C=0
M= 10
Y= 30
K= 0

Pantone 2768

CMYK
C= 100
M= 90
Y= 40
K= 45



RGB
R= 31
G= 35
B= 70

2.4

Variantes cromáticas y estructurales de la marca

Las variedades cromáticas de la marca Uniagustiniana corresponden, dependiendo del soporte donde se vaya a utilizar, para impresión gráfica en tintas directas o en cuatricromía, para visualización en pantalla, para pintado industrial, variedades de sustratos y material P.O.P.

Los colores corporativos de la Uniagustiniana son flexibles en su combinación al momento de su aplicación, al favorecer la legibilidad y el diseño dependiendo del material o sustrato en el que se empleara, sin desvirtuar por ello la esencia de su identidad. Las aplicaciones permitidas serán las siguientes:



2.5

Espacio libre para protección de la marca

- Se utiliza una medida específica que sirve para respetar el logo, protegiéndolo de cualquier elemento a su alrededor y así, no interrumpir con la legibilidad de la marca Uniagustiniana. Se deja esta reserva mínima, pero se aconseja dejar el doble del espacio resaltado, como se expone a continuación:



2.6

Usos no permitidos de la marca

- El mantener una identidad visual depende de todas las personas involucradas que utilicen el imagotipo, por lo tanto su implementación debe hacerse correctamente, se debe seguir los lineamientos de estructura y color establecidos en este manual, por lo que siempre debe ser reproducido a partir de los artes originales y no debe sufrir variación alguna.



No alterar los tamaños del símbolo y tipografía



No alterar cajas tipográficas y ubicación de los elementos



No alterar los colores establecidos



No cambiar las fuentes tipográficas



No alterar la morfología



No agregar efectos o sombras que afecten la legibilidad

2.7

Tipografías corporativas

2.7.1. Tipografía imagotipo

- El uso tipográfico en el imagotipo de la Universitaria se compone de dos fuentes, que hacen parte de su identificación.

2.7.2. Tipografía secundaria

- Estas fuentes son recomendadas para la elaboración de impresos, catálogos, pendones, formatos institucionales, señalización y material de publicidad en general, según corresponda.

- Futura std**
Y sus variaciones

Futura Std Pesada
ABCDEFGHIJKLM
NÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
ñnopqrstuvwxyz
1234567890

- Bodoni font**
Y sus variaciones

ABCDEFGHIJKLM
 NÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 ñnopqrstuvwxyz
 1234567890

- Catalish Huntera**
Y sus variaciones

ABCDEFGHIJKLM
 NÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 ñnopqrstuvwxyz
 1234567890

- Myriad Pro Regular**

abcdefghijklmnnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 123456789!"·\$%&/()=?¿_::

- Dartagnon Regular**

abcdefghijklmnnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 123456789!"·\$%&/()=?¿_::

- Bookman Old Style**
Y sus variaciones

abcdefghijklmnnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 123456789!"·\$%&/()=?¿_::

Documentos institucionales

- Trebuchet MS**
Y sus variaciones

abcdefghijklmnnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 123456789!"·\$%&/()=?¿_::

Correos institucionales

- Arise font**
Y sus variaciones

ABCDEFGHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 nopqrstuvwxyz
 1234567890

Diseños promocionales o externos

- Brittany Signature**

ABCDEFGHIJKLM
 NÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 ñnopqrstuvwxyz
 1234567890

Diseños internos y otros

Estas tipografías cambiarán de acuerdo a la línea gráfica establecida cada año

2.8

Implementación de la marca escrita

- Para mantener una comunicación coherente de la marca en sus distintos enfoques y medios distintos a los gráficos, la institución deberá escribirse con mayúscula inicial o en casos especiales con mayúsculas sostenidas como los ejemplos a continuación:



El Ranking GNC-Sapiens mide la producción de nuevo conocimiento de las instituciones de educación superior colombianas bajo cuatro variables: producción de libros de investigación, capítulos de libros de investigación, patentes y variedades animales y vegetales. Después de realizar un análisis a todas las IES del país, las cuales suman 360, solo clasificaron 215, la **UNIAGUSTINIANA** logró la posición 102, ingreso que se dio gracias a que sus grupos de investigación alcanzaron logros en varias de estas variables, como lo son libros y capítulos de libros de investigación, productos tecnológicos patentados o en proceso de solicitud de patente.

Este es un caso de éxito, teniendo en cuenta que solo a partir del año 2017 la **UNIAGUSTINIANA** cuenta con grupos de investigación categorizados por Colciencias, lo que significa que está creciendo rápidamente y, si se mantienen las estrategias, se podrá escalar a mejores posiciones.

“Lo humano es cada vez más relevante”, Fray Enrique Arenas Molina, Rector de la Uniagustiniana

La Uniagustiniana cumple este año 10 años de asumir su rol como Institución de Educación Superior, comprometida con la formación integral de las personas a través de su desarrollo físico, intelectual y espiritual. La Uniagustiniana propende porque sus egresados aporten a la transformación social del país, por una Colombia mejor, con calidad de vida para todos y con ciudadanos capaces de convivir en democracia y en paz.

Con el fin de diseñar una línea gráfica corporativa e institucional, estética y funcional para la Uniagustiniana, que permita suplir las necesidades de comunicación gráfica de cada dependencia, indicando como realizar un correcto uso de marca institucional, se determinaron elementos abstractos y sencillos que unan e identifiquen el lenguaje visual de la institución:

3.1

Estructura correcta de la marca UNIAGUSTINIANA

- El imago tipo y claim se puede usar de manera horizontal y vertical dependiendo de la diagramación en que se empleara, el claim no varía su posición, éste siempre será en la parte inferior derecha con inclinación diagonal a la izquierda.
- El imago tipo no puede variar su estructura cuadrículada, ni optar por alguna diagonal. La inscripción “Vigilada Mineducación” siempre tendrá que estar presente, si los espacios no permiten su posición como se muestra en el manual, deberá situarse en un menor tamaño en cualquier parte de la pieza.



3.2

Aplicación de símbolo y nombre

- Por tratarse de un imagotipo, la utilización del nombre y del símbolo por aparte no afecta su significado, por lo que pueden separarse conservando su estructura y proporción.



UNIAGUSTINIANA
Es creer en ti

3.3

Uso con otros logotipos

- Cuando se trate un evento o actividad organizada por la Uniagustiniana, en la parte inferior deberá aparecer el imagotipo institucional en la parte izquierda de la pieza y consecutivamente los demás logotipos de las empresas participantes o patrocinadoras manteniendo una proporción equitativa con todas las marcas.



GRAN SORTEO DE APOYOS ECONÓMICOS

La Dirección de Tesorería en alianza con Fincomercio te invita a participar en el sorteo de 12 apoyos económicos por un valor de **\$262.500 cada uno**. Ganar es muy fácil, **solo debes registrarte y responder la pregunta**.

Inscripción del sorteo: Desde el 11 de noviembre a las 6:00 p.m. hasta el **16 de noviembre a las 10:00 a.m.**

Fecha del sorteo: 16 de noviembre a las 3:00 p.m., según términos y condiciones

Premiación: 18 de noviembre a las 10:00 a.m. en la oficina de Tesorería

[Consulta términos y condiciones y participa en el enlace](#)

El día de la entrega también sortearemos 15 kits universitarios entre las personas que estén presentes.








La Biblioteca Fray Pedro Fabo te invita al
Conversatorio de la exposición:

UN DÍA SIN TI
una vida contigo

 25 de octubre de 2022
  10:00 a.m.
  Biblioteca Campus Tagaste

¡No te lo pierdas!





3.4

Uso de marca junto a facultades y dependencias

- La Uniagustiniana por ser una institución compuesta por varias dependencias como facultades, programas académicos, departamentos, direcciones y unidades administrativas, es necesario establecer una línea gráfica que identifique y mantenga la unidad visual.
- Estos logotipos deberán mantener la tipografía Myriad Pro y la estructura definida a continuación:



- Los logotipos deben ser utilizados en TODAS las piezas gráficas que produzca
- la institución de acuerdo al área o departamento responsable del evento o actividad
- a promocionar (Si requiere el logotipo de su facultad o departamento solicítelo al Centro de Diseño) por lo tanto la inscripción "Vigilada Mineducación" deberá aparecer en alguna parte de la pieza en un tamaño menor. Estas unidades NO podrán utilizar logotipos diferentes a los que se presentan a continuación:

UNIAGUSTINIANA	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	UNIAGUSTINIANA	Ingeniería Industrial	UNIAGUSTINIANA	Gerencia de Transformación Digital e Innovación Tecnológica	UNIAGUSTINIANA	Apoyo Académico
UNIAGUSTINIANA	Facultad de Ingeniería	UNIAGUSTINIANA	Tecnología en Gastronomía	UNIAGUSTINIANA	Gerencia de Identidad Desarrollo Humano	UNIAGUSTINIANA	Bienestar Institucional
UNIAGUSTINIANA	Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y Educación	UNIAGUSTINIANA	Comunicación Social	UNIAGUSTINIANA	Gerencia de Planeación y Gestión de la Calidad	UNIAGUSTINIANA	Escuela de Formación y Capacitación Agustiniiana
UNIAGUSTINIANA	Facultad de Arte, Comunicación y Cultura	UNIAGUSTINIANA	Ingeniería en Telecomunicaciones	UNIAGUSTINIANA	Gerencia Administrativa y Financiera	UNIAGUSTINIANA	Proyección Social
UNIAGUSTINIANA	EVU Educación Virtual	UNIAGUSTINIANA	Tecnología en Desarrollo de Software	UNIAGUSTINIANA	Vicerrectoría de Investigaciones	UNIAGUSTINIANA	Educación Continua
UNIAGUSTINIANA	Administración de Empresas	UNIAGUSTINIANA	Administración de Empresas Virtual	UNIAGUSTINIANA	Vicerrectoría de Extensión	UNIAGUSTINIANA	Empleabilidad y Prácticas Profesionales
UNIAGUSTINIANA	Contaduría Pública	UNIAGUSTINIANA	Ingeniería Mecatrónica	UNIAGUSTINIANA	Vicerrectoría Académica	UNIAGUSTINIANA	Responsabilidad Social y Sostenibilidad
UNIAGUSTINIANA	Licenciatura en Filosofía	UNIAGUSTINIANA	Especialización en Gerencia de Empresas	UNIAGUSTINIANA	ORI - Oficina de Relaciones Internacionales	UNIAGUSTINIANA	Egresados
UNIAGUSTINIANA	Teología	UNIAGUSTINIANA	Especialización en Gerencia de la Calidad	UNIAGUSTINIANA	Comunicaciones e Imagen Corporativa	UNIAGUSTINIANA	Editorial
UNIAGUSTINIANA	Mercadeo	UNIAGUSTINIANA	Especialización en Gestión Ambiental	UNIAGUSTINIANA	Biblioteca Fray Pedro Fabo	UNIAGUSTINIANA	CEIDEA - Centro de Emprendimiento, Innovación y Desarrollo Empresarial
UNIAGUSTINIANA	Negocios Internacionales	UNIAGUSTINIANA	Especialización en Pedagogía	UNIAGUSTINIANA	Tesorería	UNIAGUSTINIANA	Centro de Humanidades
UNIAGUSTINIANA	Cine y Televisión	UNIAGUSTINIANA	Especialización en Gerencia Estratégica de Marketing	UNIAGUSTINIANA	Bienestar Institucional	UNIAGUSTINIANA	Campus Sostenible
UNIAGUSTINIANA	Arquitectura	UNIAGUSTINIANA	Especialización en Seguridad Social Integral	UNIAGUSTINIANA	Deporte y Actividad Física	UNIAGUSTINIANA	ESUNA Espiritualidad
UNIAGUSTINIANA	Hotelería y Turismo	UNIAGUSTINIANA	Especialización en Planeación Tributaria	UNIAGUSTINIANA	Tecnologías de la Información	UNIAGUSTINIANA	CETA - Centro de Estudios Tecnológicos Agustiniiano

- Cuando se presente un evento con la participación de dos departamentos o programas en
- simultánea deberán presentarse uno al lado del otro con la misma línea separatoria.

Charla informativa
PRE PRÁCTICAS 2023-I

Aplica para estudiantes de Hotelería y Turismo y Mercadeo.

REQUISITOS:

- ✓ Ser estudiante activo de un programa de pregrado acorde a la disciplina en el Reglamento Casadero.
- ✓ Tener matriculada la asignatura de práctica correspondiente al plan de estudios.
- ✓ Demostrar que ha cumplido con el 70% de los créditos aprobados por el programa de formación necesarios para adelantar la práctica.

2 de noviembre de 2023 5:00 p.m.

Inscríbete en el enlace

UNIAGUSTINIANA | Vicerrectoría de Extensión | Proyección Social | Prácticas Profesionales

COMMUNICATION
FEST

ON AIR

"CREEMOS EN TI Y EN TU PROYECTO DE VIDA"

Inscribe tus proyectos de clase y comparte tus experiencias
Con la participación de: Los 40 Principales - La Tata Mendoza - Zeta y Nao - Joel Rey

10 de noviembre 8:00 a.m. a 5:00 p.m. Campus Tagaste

Conversatorio: "Historias, Ideas, Estrategias y Retos de la Comunicación Social en el siglo XXI" en horario de 10:00 a.m. a 11:00 a.m. - Auditorio Ayape

"Premios Agustiniños al Periodismo para la comunicación y el Cambio Social" 2:00 p.m. a 5:00 p.m. - Auditorio principal

Puedes consultar mayor información, inscripciones para tus invitados y a los eventos, en nuestro catálogo en el enlace

UNIAGUSTINIANA | Proyección Social | Responsabilidad Social y Sostenibilidad | Facultad de Arte, Comunicación y Cultura | Comunicación Social

- Si es necesario utilizar de fondo un color oscuro, se utilizará el imago tipo en color
- totalmente blanco, la tipografía blanca y la línea del mismo color institucional.

UNIAGUSTINIANA | Vicerrectoría de Extensión | ORI · Oficina de Relaciones Internacionales

Vigilans Mineducación

3.5

Uso de marca para cada sede

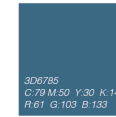
- Cuando sea necesario especificar en la pieza gráfica acerca de la sede en la que se lleva a cabo alguna actividad, se podrá utilizar el imagotipo compuesto por el símbolo, nombre y claim separado por la identificación del Campus, conservando la estructura señalada en el punto anterior y usando el azul oscuro institucional.



3.6

Definición de colores para facultades y dependencias

- Teniendo en cuenta la identificación de cada departamento y facultad de la institución se selecciona una gama cromática para aplicar en los logotipos y piezas de comunicación que se realicen.



3D6789
C:70 M:50 Y:30 K:14
R:61 G:103 B:133

Facultad de Ciencias
Económicas y Administrativas



666323
C:65 M:41 Y:100 K:34
R:86 G:99 B:35

Contaduría Pública



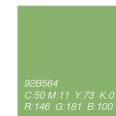
AE9294
C:29 M:36 Y:61 K:16
R:174 G:146 B:100

Facultad de Humanidades,
Ciencias Sociales y Educación



CCA140
C:19 M:34 Y:82 K:7
R:204 G:161 B:64

Licenciatura en Filosofía



92B594
C:50 M:11 Y:73 K:0
R:146 G:161 B:100

Facultad de Ingenierías



BC6224
C:21 M:67 Y:93 K:10
R:188 G:98 B:36

Teología



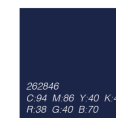
7D446D
C:52 M:75 Y:32 K:20
R:125 G:74 B:107

Facultad de Arte,
Comunicación y Cultura



C0601C
C:0 M:78 Y:93 K:0
R:203 G:69 B:30

Mercadeo



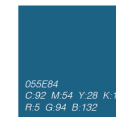
262846
C:84 M:86 Y:40 K:45
R:38 G:40 B:70

EVU Educación Virtual



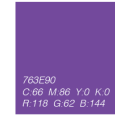
037DBA
C:84 M:41 Y:6 K:0
R:3 G:125 B:186

Negocios Internacionales












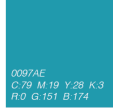






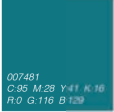



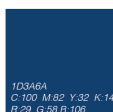
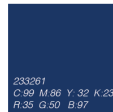











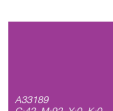












055E84
C:92 M:54 Y:28 K:13
R:5 G:94 B:132

Administración de Empresas



763E90
C:86 M:86 Y:0 K:0
R:118 G:62 B:144

Cine y Televisión

 <p>943336 C:28 M:87 Y:69 K:29 R:146 G:51 B:54</p> <p>Arquitectura</p>	 <p>776602 C:56 M:37 Y:31 K:19 R:110 G:134 B:146</p> <p>Tecnología en Desarrollo de Software</p>	 <p>C33832 C:17 M:87 Y:81 K:6 R:195 G:59 B:50</p> <p>Especialización Gerencia de la Calidad</p>	 <p>EB8112 C:0 M:72 Y:98 K:0 R:235 G:97 B:18</p> <p>Comunicaciones e Imagen Corporativa</p>	 <p>067043 C:88 M:30 Y:86 K:30 R:0 G:112 B:67</p> <p>Vicerrectoría Financiera y Administrativa</p>	 <p>CC4100 C:20 M:29 Y:98 K:7 R:204 G:107 B:13</p> <p>Biblioteca Fray Pedro Fabo</p>
 <p>CC1140 C:13 M:100 Y:65 K:4 R:204 G:17 B:64</p> <p>Hotelería y Turismo</p>	 <p>816243 C:36 M:50 Y:69 K:38 R:129 G:98 B:67</p> <p>Administración de Empresas Virtual</p>	 <p>F84904 C:0 M:39 Y:95 K:0 R:248 G:169 B:10</p> <p>Especialización Pedagogía</p>	 <p>0097AE C:79 M:19 Y:28 K:3 R:0 G:151 B:174</p> <p>Centro Agustiniiano de Medios</p>	 <p>8A1E41 C:29 M:96 Y:48 K:34 R:136 G:30 B:66</p> <p>Capellanía</p>	 <p>774796 C:05 M:80 Y:0 K:0 R:119 G:71 B:150</p> <p>Bienestar Institucional</p>
 <p>C7CB30 C:30 M:7 Y:90 K:0 R:199 G:203 B:48</p> <p>Ingeniería Industrial</p>	 <p>0B7F9E C:82 M:29 Y:36 K:13 R:11 G:127 B:142</p> <p>Ingeniería Mecatrónica</p>	 <p>727372 C:53 M:42 Y:43 K:27 R:114 G:115 B:114</p> <p>Especialización Seguridad Social Integral</p>	 <p>7B232F C:32 M:92 Y:65 K:43 R:123 G:35 B:47</p> <p>Vicerrectoría de Investigaciones</p>	 <p>007481 C:35 M:28 Y:41 K:16 R:0 G:116 B:129</p> <p>CALEX - Centro de Lenguas Extranjeras</p>	 <p>2A317C C:100 M:83 Y:14 K:3 R:42 G:49 B:124</p> <p>Escuela de Formación y Capacitación Agustiniiana</p>
 <p>72B84D C:61 M:0 Y:86 K:0 R:114 G:184 B:77</p> <p>Tecnología en Gastronomía</p>	 <p>009944 C:83 M:9 Y:94 K:1 R:0 G:163 B:68</p> <p>Especialización Gestión Ambiental</p>	 <p>1D3A6A C:100 M:82 Y:32 K:14 R:29 G:58 B:106</p> <p>Especialización Gerencia de Empresas</p>	 <p>233267 C:89 M:88 Y:32 K:23 R:85 G:50 B:97</p> <p>Oficina de Relaciones Internacionales e Interinstitucionales</p>	 <p>7E3081 C:62 M:100 Y:1 K:0 R:127 G:32 B:129</p> <p>Apoyo Académico</p>	 <p>489882 C:75 M:20 Y:73 K:4 R:74 G:148 B:98</p> <p>Responsabilidad Social y Sostenibilidad</p>
 <p>E52620 C:0 M:94 Y:92 K:0 R:231 G:58 B:52</p> <p>Comunicación Social</p>	 <p>026169 C:88 M:38 Y:46 K:30 R:2 G:97 B:105</p> <p>Especialización Gerencia Estratégica de Marketing</p>	 <p>E50C7E C:1 M:97 Y:4 K:0 R:229 G:12 B:126</p> <p>Vicerrectoría de Extensión y Desarrollo Humano</p>	 <p>3548FD C:70 M:18 Y:0 K:0 R:83 G:168 B:224</p> <p>Planeación y Gestión de la Calidad</p>	 <p>0A81C4 C:82 M:39 Y:0 K:0 R:10 G:129 B:196</p> <p>Vicerrectoría Académica</p>	 <p>386C9E C:80 M:49 Y:27 K:10 R:57 G:128 B:142</p> <p>Centro de Humanidades</p>
 <p>027666 C:88 M:29 Y:62 K:17 R:2 G:118 B:102</p> <p>Ingeniería en Telecomunicaciones</p>	 <p>0B384F C:98 M:89 Y:44 K:42 R:11 G:56 B:79</p> <p>Especialización Planeación Tributaria</p>	 <p>DD0B15 C:4 M:100 Y:100 K:1 R:221 G:11 B:21</p> <p>Gerencia de Transformación Digital e Innovación Tecnológica</p>	 <p>A33189 C:42 M:82 Y:0 K:0 R:163 G:49 B:137</p> <p>Permanencia Estudiantil</p>	 <p>DB7D0F C:11 M:53 Y:99 K:2 R:219 G:125 B:15</p> <p>Tecnologías de la Información</p>	 <p>00B189 C:80 M:0 Y:58 K:0 R:0 G:177 B:157</p> <p>Proyección Social</p>
 <p>0075C9 C:100 M:40 Y:0 K:0 R:0 G:117 B:991</p> <p>Educación Continua</p>	 <p>584F7F C:75 M:72 Y:25 K:9 R:88 G:79 B:127</p> <p>Empleabilidad y Prácticas Profesionales</p>	 <p>4A9A8C C:23 M:83 Y:73 K:4 R:74 G:149 B:96</p> <p>Responsabilidad Social y Sostenibilidad</p>	 <p>004789A C:96 M:71 Y:0 K:0 R:0 G:71 B:188</p> <p>Egresados</p>	 <p>00384D C:100 M:58 Y:47 K:47 R:0 G:59 B:77</p> <p>Editorial</p>	 <p>602D37 C:40 M:29 Y:50 K:56 R:96 G:45 B:55</p> <p>CEIDEA - Centro de Emprendimiento, Innovación y Desarrollo Empresarial</p>
 <p>38C28E C:80 M:49 Y:27 K:10 R:57 G:108 B:142</p> <p>Centro de Humanidades</p>	 <p>8B813C C:63 M:31 Y:59 K:16 R:104 G:129 B:60</p> <p>Campus Sostenible</p>	 <p>FF4489 C:0 M:83 Y:73 K:0 R:255 G:68 B:56</p> <p>ESUNA - Espiritualidad</p>	 <p>15345A C:100 M:80 Y:36 K:30 R:24 G:52 B:90</p> <p>CETA - Centro de Estudios Tecnológicos Agustiniiano</p>		

3.7

Logotipos de eventos

- Cuando se trate de un evento representativo o que tenga consecución a través de los años, este podrá tener su propio logotipo, símbolo o representación gráfica, siempre y cuando los logosímbolos establecidos en este manual sean aplicados para la respectiva distinción y sin afectar la imagen de la Uniagustiniana.



Gráficos usados solo internamente



Redes sociales de la uniagustiniana

3.8 Legales

Siempre que aparezca el imagotipo en cualquier pieza gráfica impresa o digital debe aparecer la inscripción “Vigilada Mineducación”, norma que se debe cumplir por la Resolución del MEN que regula la publicidad de las instituciones de educación superior. Si es posible debe ubicarse en la parte inferior del imagotipo con la distancia establecida, cuando se presente el caso que sea una publicidad con espacio reducido para los logotipos y no pueda llevar la inscripción, deberá en algún espacio del formato en tamaño reducido, escribirse textualmente: “Vigilada Mineducación”.

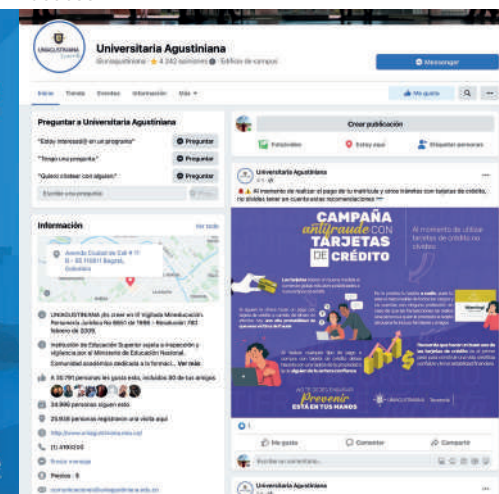
Para todas las piezas publicitarias e informativas donde aparezcan los programas académicos ofertados, se deberá especificar el código SNIES, resolución y vigencia de la misma.

En el caso de un documento Institucional formal, página web o redes sociales, deberá aparecer escrito: “Vigilada Mineducación. Personería Jurídica No 6651 de 1996 – Resolución 780 febrero de 2009” como se muestra a continuación:

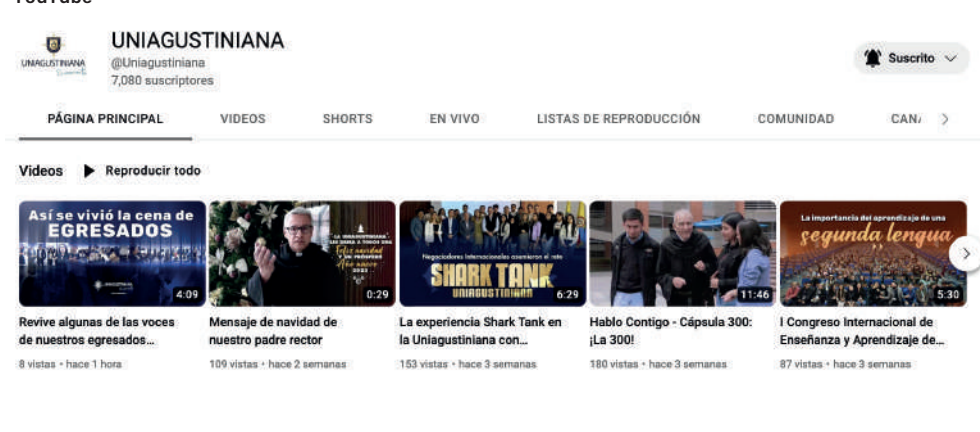
Banners promocionales



Facebook



YouTube



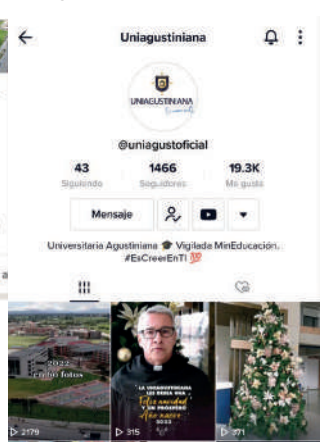
Instagram



LinkedIn



TikTok



4.1

Estructura y aplicación

- Considerando que la UNIAGUSTINIANA se encuentra certificada
- bajo los parámetros de calidad NTC: ISO 9001: 2015 por Bureau
- Veritas, su marca distintiva se utilizará en piezas publicitarias
- externas de la institución, documentos corporativos y sitio web
- teniendo en cuenta los lineamientos dados por esta organización.



Aplicación en piezas publicitarias con fondo de color

La UNIAGUSTINIANA certifica todos sus procesos



Aplicación en piezas publicitarias con fondo blanco



Aplicación en documentos corporativos



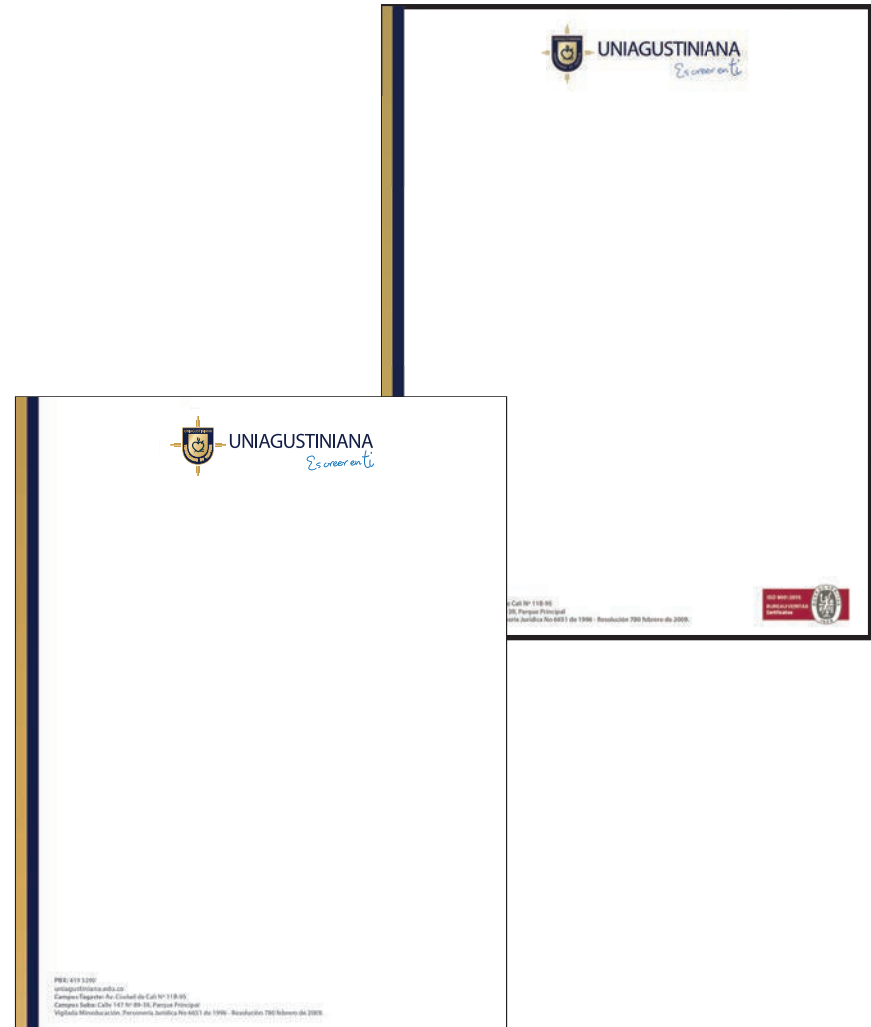
Pantone	200 C Rojo	404 C Gris
CMYK	0 / 100 / 75 / 15	0 / 0 / 20 / 70
RGB	176 / 0 / 45	104 / 102 / 92
Lab	44 / 69 / 41	43 / 0 / 7
HTML	B0002D	68665C

- En este punto se evidencian algunas aplicaciones de la marca gráfica en diferentes soportes corporativos, utilizados para que la institución se comunique interior y exteriormente con directivos, administrativos, docentes, estudiantes y empresas externas.
- Las tarjetas de presentación son el medio por el cual cada administrativo de la institución se identifica y la representa dentro y fuera de ella.
- La papelería de la Uniagustiniana tiene un estilo sencillo, limpio, unidad en los colores institucionales y tipografías. Es de gran utilidad ya que maximiza los tiempos de ejecución de dichos documentos, unifica la identidad gráfica y desarrolla más pertenencia de la marca institucional.
- Otros elementos representativos que por tener un impacto en el público externo deben mantener una unidad y evidenciar que representan a la marca.

5.1

Carta de uso general

- La carta de uso general es un soporte por el cual la Uniagustiniana se comunica interior y exteriormente con directivos, administrativos, docentes, estudiantes y formalizan documentación importante. En los documentos oficiales se incluye el sello de la marca certificadora con las que cuentan la institución, en la actualidad se utiliza el logo Bureau Veritas.
- Tamaño: Carta 21x 29.7 mm
- Tipografía: Helvetica
- Calidad del soporte: Papel offset blanco. Calidad 100gr



5.2

Tarjetas de presentación

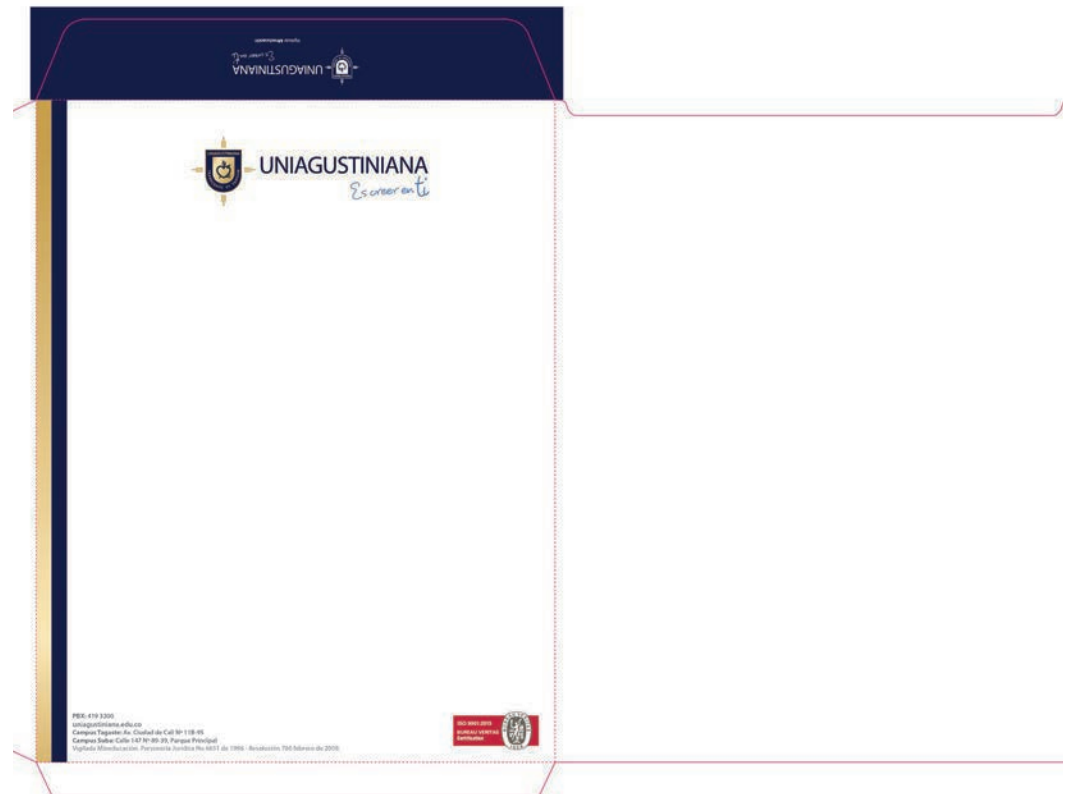
- Las tarjetas de presentación son el medio por el cual cada administrativo de la institución se identifica y la representa dentro y fuera de ella.
- Datos de identificación: nombre, identificación, cargo y departamento al que pertenece el administrativo.
- Tamaño: 9 cm x 6 cm
- Tipografía: Helvetica
- Calidad del soporte: Propalcote 300 gr.



5.3

Sobres para correspondencia

- Tamaño: Carta y oficio
- Tipografía: Helvetica
- Calidad del soporte: Papel offset blanco. Calidad 100gr



5.4

Carpeta institucional

- Tamaño: 490 mm X 350 mm
- Calidad del soporte: Propalcote 330 gr, plastificado mate y bolsillo interior.



5.5

Carnet institucional

El carnet institucional es el documento por el cual cada integrante de la Uniagustiniana se identifica como miembro con los siguientes datos:

- Administrativos: Nombre, número de identificación, RH y cargo.
- Docentes: Nombre, número de identificación, RH y profesión.
- Estudiantes: Nombre, número de identificación, estudiante RH y programa académico.

El diseño de esta pieza lleva los dos tonos de azul corporativos, la foto del rostro de la persona propietaria y los datos de identificación. Debajo de los datos se encuentra una fotografía de la arquitectura de la institución.



5.6

Soportes informativos

- En este punto se establecerán los formatos de comunicación interna como los formatos utilizados en Kawak y presentación en Power Point, además de los soportes como la firma institucional. Estas piezas comunicacionales regulan el orden y formalizan la comunicación interna institucional con unidad y reconocimiento gráfico, entre los administrativos de la Uniagustiniana.

Encabezado de formatos internos (kawak)

	GESTIÓN DE TIC'S	Código	
		Versión	1
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	Fecha	17-02-2016
		Página 30 de 31	

Plantilla Power Point



Firma digital



Lorem ipsum dolor sit amet
 Oficina de relacionales inter institucionales e internacionales
 Departamento de Comunicaciones TIC

Pbx: (+57) 419 32 00 **Ext:** 0000
Dir: Avda ciudad de Cali 11b - 95
www.uniagustiniana.edu.co






NOTA CONFIDENCIAL: Este mensaje puede contener información confidencial o de uso interno de la UNIAGUSTINIANA, si ha recibido este mensaje por error, le rogamos que nos lo comuniqué inmediatamente por esta misma vía y proceda a su destrucción. Lo aquí establecido se ajusta a lo contemplado por la Ley 1266 de 2008, Universitaria Agustiniiana. Persona Jurídica No 6651 de 1996 - Resolución 780 febrero de 2009. Institución de Educación Superior sujeta a inspección y vigilancia por el Ministerio de Educación Nacional.

Antes de imprimir este correo piensa en tu compromiso con el ambiente

5.7

Sellos

- Manteniendo la unidad gráfica para la institución, los sellos requeridos para las dependencias y oficiales de la Uniagustiniana, se basarán en una estructura circular en la cual resalte en el centro el corazón y alrededor en la parte superior tenga el texto de "UNIAGUSTINIANA" en mayúsculas sostenidas y en la parte inferior el nombre de la dependencia o unidad administrativa.



5.8

Publicaciones comerciales o externas

Aquí se propone una línea gráfica en las publicaciones externas de la Uniagustiniana, se mostrarán ejemplos en diferentes piezas publicitarias que se diferencian en sus formatos pero tienen relación en su intención de comunicación.

Estas piezas gráficas tienen como fin brindar información básica a los clientes externos y evidenciar el contenido formal de la Universitaria, éstas se componen de fotografías y colores institucionales, y la información correspondiente a los programas ofrecidos.

Como norma, en cada pieza externa que promocioe la Uniagustiniana deberá aparecer en cualquier parte de la pieza con un tamaño reducido, la inscripción "Personería Jurídica No 6651 de 1996 – Resolución 780 febrero de 2009", con el ánimo de cumplir la resolución del MEN que regula la publicidad de las instituciones de educación superior.

Las propuestas expuestas en este punto se usarán como ejemplo e inspiración para el material publicitario de la Uniagustiniana, sin perder la creatividad e intención comunicacional de las futuras publicaciones gráficas.



5.9

Publicaciones institucionales internas

Estas publicaciones, por su carácter informativo y organizacional, manejan ciertas características que identifican a la pieza como Uniagustiniana y la línea gráfica utilizada en estos diseños se define dependiendo el cambio que quiera realizarse cada año, asegurando la identidad de la institución.

Actualmente, se utiliza la tipografía Lato o Roboto con sus respectivas variaciones, los colores a aplicar son los institucionales y aquellos que contrasten con las gráficas o imágenes utilizadas en el diseño.

En la parte inferior deberá aparecer una franja de color la cual contiene los datos relevantes del evento a promocionar (lugar, fecha, hora, contactos) dentro de los cuales se utilizarán iconos preestablecidos como eucaristías y tarjetas de invitación se omitirán dichos iconos. El imago tipo de la institución se ubicará en la esquina inferior derecha de acuerdo a lo establecido en el manual y conservando las áreas de seguridad.

Para piezas específicas como comunicados internos que competen a los administrativos, se utilizará un banner tipo plantilla donde se mantiene la estructura pero deberá cambiar el contenido y colores utilizados.



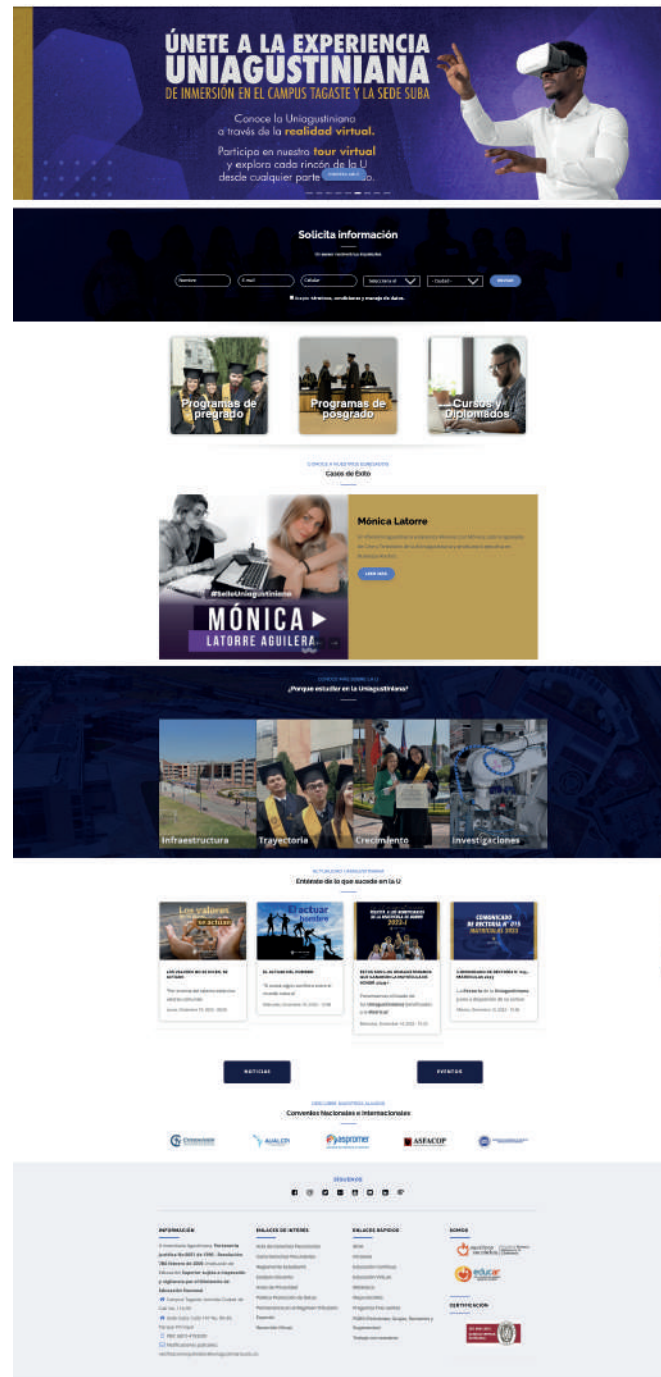
5.10

Página web

El sitio web de la Uniagustiniana es el medio digital en el cual reposa toda la información dirigida al público tanto externo como estudiantes y egresados, por lo cual deberá mantener una estructura y unidad gráfica de acuerdo a lo planteado por la Coordinación Webmaster y la Dirección de Comunicaciones.

La distribución de la información es clasificada y asignada por perfiles conformados por la comunidad Uniagustiniana (Campus Suba, Estudiantes, Docentes, Egresados) esto permite un manejo y fluidez del contenido más efectiva y eficiente para el usuario. El manejo de la diagramación es adecuada y se divide por bloques o módulos categorizados con cierta información específica, iniciando por un header donde encontramos las redes sociales y el menú top identificando cada perfil, seguido por el imago tipo asignado para este medio, donde se retira el claim y la parte legal se implementa en el footer, y continúa con el menú principal.

Los demás módulos definen secciones como: slide principal de noticias (carrusel de imágenes), herramientas de búsqueda, módulos de acceso directo, bloques de noticias “secundarias”, eventos, convocatorias, convenios nacionales e internacionales, call to acción, publicaciones y parte final el footer. Toda esta información se encuentra definida y previamente seleccionada, por lo cual no se podrá añadir módulos sin la previa autorización de la Coordinación Webmaster y la Dirección de Comunicaciones.



5.11

Videos

- Los videos que sean creados en la institución tendrán que identificarse que son de la Uniagustinana con la implementación de un clip de cierre, diseñado con una animación del imago tipo y música original creada en la Institución. Cuando se trate de videos de dependencias donde tenga información de índole corporativo, tendrá un clip inicial el cual contiene el nombre de la Unidad o Programa Académico encargado junto con el imago tipo, dependiendo de la línea gráfica que utilice cada cual. El video de cierre deberá utilizarse en todos los formatos de videos creados en la Institución.

Videos; edición



Muestra de clip de cierre



5.12

Soportes tridimensionales e identificación

- La marca UNIAGUSTINIANA se presenta y se promociona al público interno y externo por medio de los soportes tridimensionales.
- Ya sea por un vehículo o una camisa, la persona que la porte se encargará de hacer visible la marca, y se identificará como parte de la Institución.



5.13

Intraweb y App Uniagustiniana

- Teniendo en cuenta que estos dos canales de comunicación se
- caracterizan por tener un elemento distintivo que representa la
- institución de manera de icono (signo que representa un objeto o una
- idea con los que guarda una relación de identidad o semejanza
- formal), se establece al siguiente diseño como elemento simbólico
- de la Uniagustiniana, en primera medida en la Intraweb y la App, por
- ser una sustracción del escudo original y contener de manera
- abstracta los elementos más representativos del mismo.





UNIAGUSTINIANA

Es creer en ti

Vigilada Mineducación

PBX: 4193200  **3107914010**

uniagustiniana.edu.co

 **Campus Tagaste:** Av. Ciudad de Cali No. 11B - 95

 **Sede Suba:** Calle 147 No. 89 - 39

Bogotá - Colombia

