



MANUAL DE MARCA **UTADEO**

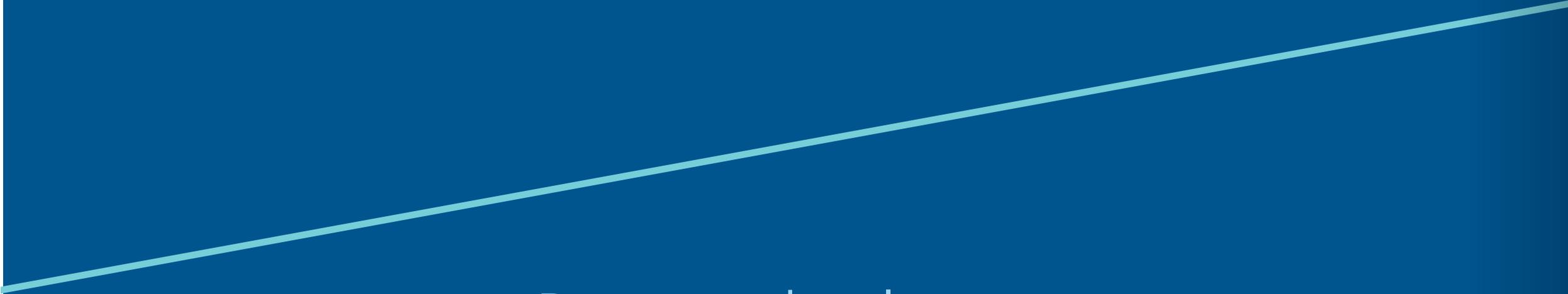




UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

**“NO SOMOS UNA
UNIVERSIDAD
CONVENCIONAL
NI QUEREMOS
LLEGAR A SERLO”**

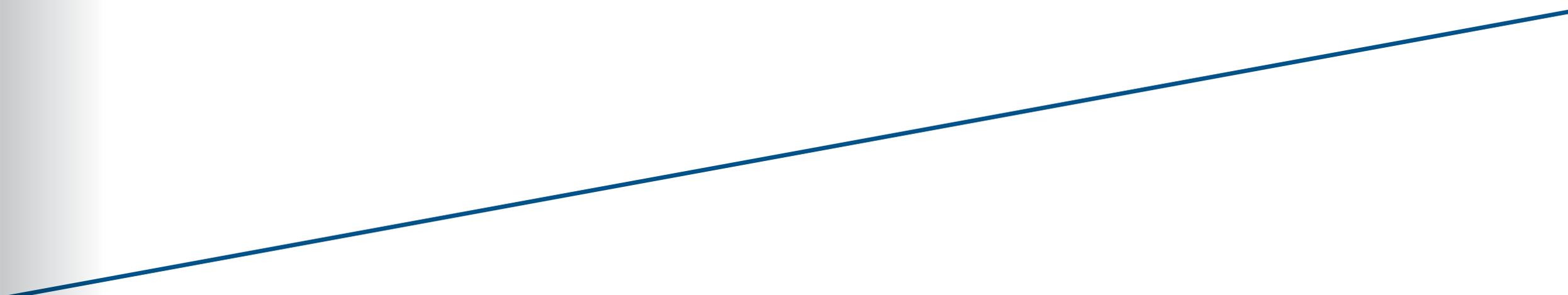


7	Propuesta de valor
11	Elementos de la marca
51	Uso del logo
63	Elementos gráficos
101	Identificación Institucional
115	Aplicaciones

ÍNDICE



Propuesta de valor





Propuesta de valor

PARA la comunidad universitaria, los egresados, los estudiantes potenciales, los padres y los empresarios curiosos, que buscan soluciones fuera de lo común UJTL ES la universidad en Colombia que ofrece un modelo pedagógico propio e innovador QUE forma personas que piensan diferente, que entienden el mundo creativamente y plantean soluciones transformadoras y responsables GRACIAS a que creen que el pensamiento distinto potencia a la sociedad y hace frente al desafío ilimitado y dinámico de hoy, y se esfuerzan por desarrollar las habilidades de sus estudiantes a través de una metodología que potencia su ingenio individual y los convierte en líderes DE MANERA QUE seguirá amplificando el talento de sus estudiantes con su modelo de formación progresista.

13	El logo
15	Proporciones
17	Descriptor de la marca
19	Arquitectura, versiones
21	Arquitectura, lineamientos
23	Arquitectura, colores
25	Versiones del logo

ELEMENTOS DE LA MARCA

Nuestra nueva marca ha sido diseñada con el fin de reflejar los atributos de la UTADDEO del futuro.

El logotipo ha sido diseñado para que se adapte a cualquier situación manteniendo su legibilidad. Al seguir los lineamientos y normativas de uso establecidas en este manual de marca, podrás reforzar y enriquecer la marca cada vez que la utilices.



Versión horizontal

El logo



Es importante destacar que los lineamientos gráficos aquí indicados, responden a un trabajo estratégico de posicionamiento y atributos de nuestra marca UTADEO y que su contenido es aplicable en todos los aspectos de nuestra institución.

Además de esta guía, contamos con herramientas adicionales que nos permitirán llevar a cabo una correcta implementación de nuestra marca:

- Los documentos de trabajo estratégico que definen el posicionamiento y los atributos de nuestra marca.
- La guía de mensajes, que establece la forma de expresarnos para que nuestras audiencias comprendan la esencia e imagen de la marca UTADEO.
- La arquitectura de marca UTADEO.

Esta lámina presenta la relación entre los elementos del ícono UTADDEO y la tipografía

La versión vertical, es la versión preferencial de la marca.

La proporción de distancia entre el ícono y la tipografía es un tercio del alto de la letra "O" de la palabra UTADDEO. El ícono irá alineado a la esquina superior izquierda del asta de la letra "D".



El logo

Proporciones

Se ha desarrollado una versión horizontal para aquellas comunicaciones donde se ponga en riesgo la visibilidad de la marca UTADEO.

La proporción de distancia entre el ícono y la tipografía es un tercio del ancho de la letra "O" de la palabra UTADEO.



El descriptor debe ser usado en todas las aplicaciones promocionales y publicitarias de medios masivos y de contacto con el público

A

La altura del descriptor deberá ser $1/4$ del alto de letra "O" de la palabra UTADEO.

B

Diagramaremos el descriptor a una distancia de $1.1U$ por debajo de la "U" de la palabra UTADEO.

C (versión horizontal)

Ubicaremos el descriptor justificado al centro, tomando como extremo el ángulo interno izquierdo de la "U" de la palabra UTADEO.

D (versión vertical)

Ubicaremos el descriptor justificado al centro, tomando como referencia el asta de la letra "D" de la palabra UTADEO del logo.

¿Cómo definir la proporción del descriptor con respecto al logo de UTADEO?



El descriptor estará justificado al ancho de la palabra UTADEO

Descriptor de la marca

Proporción y ubicación

En el esquema se define la única configuración permitida para la aplicación del descriptor.

El descriptor será siempre de color gris, escrito en la tipografía Scala Sans LF y en mayúsculas.



Es necesario que cada facultad de la universidad guarde uniformidad y coherencia con respecto a nuestra nueva imagen, por esto, se han desarrollado versiones del logo para cada una de ellas



Para la incorporación de la arquitectura en nuestra marca, se han definido 3 niveles dentro de la composición del logo.

Para el tercer nivel solo se ubicarán la seccional al cual pertenece o la facultad, nunca los dos al mismo tiempo.



Para los casos donde coloquemos el nombre de la facultad en el copy de una pieza, NO se pueden abreviar los nombres de las facultades. Ejemplo: Facultad de A&D.

Arquitectura, versiones del logo

Sedes, facultades



Para las sedes y/o seccionales se usarán única y exclusivamente las versiones del logo aprobadas y el único color permitido para el descriptor será el azul institucional.

Es necesario que cada facultad de la universidad guarde uniformidad y coherencia con respecto a nuestra nueva imagen, por esto, se han desarrollado versiones del logo para cada una de ellas



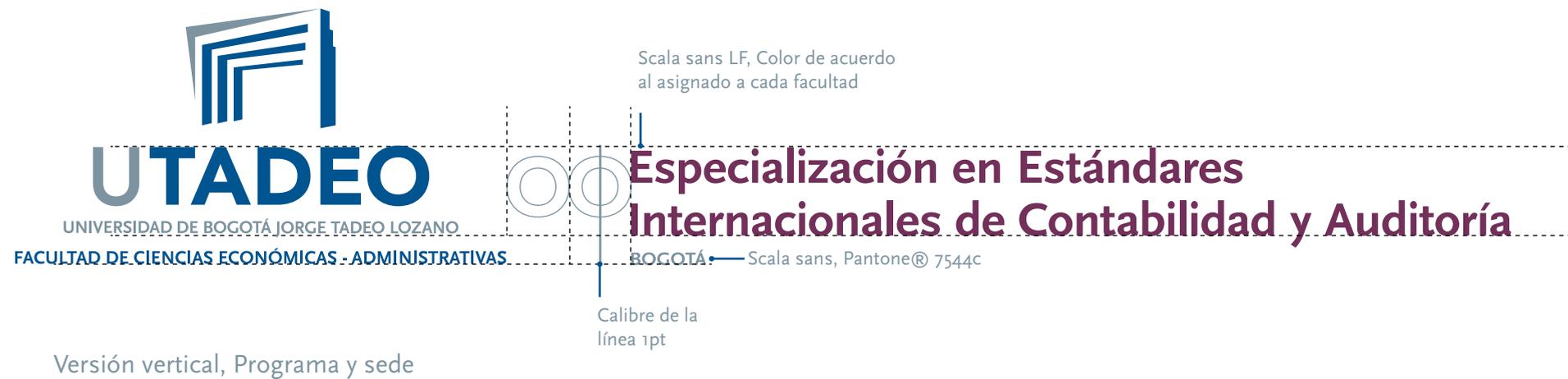
Para la incorporación de los programas y sedes se han definido 2 niveles adicionales que no estarán incluidos de manera permanente en las versiones del logo



En ningún caso usarán letras minúsculas para cualquiera de los niveles. Utilizar única y exclusivamente las versiones suministradas

Arquitectura, lineamientos

Programas, sedes



Nuestra marca contiene una variada paleta de colores que responden a nuestra propuesta de valor y que funcionará a su vez para acompañar e integrar cada una de las facultades y programas



FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES E INGENIERÍA

PREGRADOS

Biología Ambiental
Biología Marina
Ingeniería de Alimentos
Ingeniería de Sistemas
Ingeniería en Automatización
Ingeniería Industrial
Ingeniería Química

POSGRADOS

Maestría en Ciencias Ambientales
Maestría en Ingeniería – Gestión Sostenible de la Energía
Maestría en Ingeniería de Procesos y Sistemas Industriales
Maestría en Modelado y Simulación*
Especialización en Desarrollo de Bases de Datos
Especialización en Evaluación del Impacto Ambiental de Proyectos



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

PREGRADOS

Ciencia Política y Gobierno
Cine y Televisión
Comunicación Social – Periodismo
Derecho
Historia del Arte
Relaciones Internacionales

POSGRADOS

Maestría en Argumentación, Retórica y Razonamiento
Maestría en Estética e Historia del Arte
Maestría en Relaciones Internacionales
Maestría en Semiótica
Especialización en Periodismo Digital



Para los casos de dependencias, grupos y asociaciones, actividades y producción propia remitirnos a la sección de **co-branding**

Arquitectura de marca

Facultades, paleta de color



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS-ADMINISTRATIVAS

PREGRADOS

Administración de Empresas
Administración de Empresas Agropecuarias
Comercio Internacional
Contaduría Pública
Economía
Mercadeo

POSGRADOS

Facultad de Ciencias Económicas-Administrativas
Maestría en Comercio Internacional
Especialización en Administración y Auditoría Tributaria
Especialización en Economía y Gestión de la Salud
Especialización en Estándares Internacionales
de Contabilidad y Auditoría
Especialización en Gerencia de Mercadeo
Especialización en Gerencia del Talento Humano
Especialización en Gerencia Logística Comercial
Nacional e Internacional
Especialización en Gerencia en Gobierno y Gestión Pública
Especialización en Gestión de la Seguridad
y Salud en el Trabajo
Especialización en Gerencia Financiera
Especialización en Gerencia y Auditoría
de la Calidad en Salud



FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

PREGRADOS

Arquitectura
Artes Plásticas
Diseño Gráfico
Diseño Industrial
Diseño Interactivo
Diseño y Gestión de la Moda
Publicidad
Tecnología en Producción de Imagen Fotográfica
Tecnología en Realización de Audiovisuales y Multimedia

POSGRADOS

Maestría en Arquitectura
Maestría en Publicidad
Maestría en Territorio y Ciudad
Especialización en Diseño Urbano
Especialización en Gerencia de Diseño
Especialización en Gerencia de Publicidad



Para conocer los valores exactos de cada color, remitirnos a la sección: Paleta de colores en la página 69

El logo UTADEO constituye el símbolo más inmediato y visible de nuestra marca

La versión en cuatricromía (CMYK)* será la preferencial para todas las comunicaciones impresas, internas y externas, y debe presentarse siempre de forma limpia y prominente.

La versión en tricromía (RGB)* será para aplicaciones digitales.

La versión preferencial es recomendada sobre fondo blanco.



Estas versiones (CMYK)* recomendamos sean utilizadas en todo material impreso: folletería, papelería, carpetas, cuadernos, publicidad y material promocional, entre otros.

Versión principal

Color



El arte electrónico original no podrá ser manipulado en ninguna de sus versiones.

Las versiones (RGB)* podrán ser utilizadas en toda aplicación digital:

Microsoft PowerPoint®, Web, Correo electrónico, entre otros.

La versión en negativo del logo UTADEO, será la que utilicemos sobre un fondo de color azul plano Pantone® 2955C o fotográfico

La versión en cuatricromía negativo (CMYK)* aplica para las comunicaciones impresas, internas y externas, que utilicen fondo de color azul Pantone® 2955c o fotográfico como veremos más adelante.

La versión en tricromía negativo (RGB)* será para aplicaciones digitales.

Nos esforzaremos por utilizar las versiones de marca correspondientes para cada uno de los casos, teniendo especial cuidado en utilizar la versión del logo en negativo cuando el fondo sea Azul Tadeo Pantone® 2955c.



Recomendamos que estas versiones (CMYK)* sean utilizadas en todo material impreso: folletería, papelería, carpetas, cuadernos, publicidad y material promocional, entre otros.

Color negativo



El arte electrónico original no podrá ser manipulado en ninguna de sus versiones.

Las versiones (RGB)* podrán ser utilizadas en toda aplicación digital:

Microsoft PowerPoint®, Web, Correo electrónico, entre otros.

Por ser un activo de la marca, seleccionamos el Azul UTADDEO Pantone® 2955C y desarrollamos una versión en su color preferencial

La versión en cuatricromía (CMYK)* será la preferencial para todas las comunicaciones impresas, internas y externas, y debe presentarse siempre de forma limpia y prominente.

La versión en tricromía (RGB)* será para aplicaciones digitales.

La versión preferencial es recomendada sobre fondo blanco.



Estas versiones monocromáticas (Pantone®)* podrán ser utilizadas en todo material impreso a un solo color: *flyers*, facturas, material promocional, avisos de prensa y papelería, entre otros.

Versión monocromática

Azul UTADEO



UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO



El arte electrónico original no podrá ser manipulado en ninguna de sus versiones.

Las versiones (RGB)* podrán ser utilizadas en toda aplicación digital:

Microsoft PowerPoint®, Web, Correo electrónico, entre otros.

El logo en escala de grises aparenta estar compuesto por blanco, negro y tonos de gris, pero en realidad utiliza una única tinta (negro)

El logo UTADDEO en blanco y negro está desarrollado como alternativa cuando existan restricciones del medio a utilizar o bien, por razones presupuestales



Estas versiones monocromáticas grises podrán ser utilizadas para impresión limitada a un color (negro) en equipos de oficina, fotocopiado, facturas y para registro de la marca, ya que la oficina de registro lo solicita.

Versión monocromática

Grises



El arte electrónico original no podrá ser manipulado en ninguna de sus versiones.

Las versiones (RGB)* podrán ser utilizadas en toda aplicación digital:

Microsoft PowerPoint®, Web, Correo electrónico, entre otros.

Por ser un activo de la marca, seleccionamos el Azul UTADDEO Pantone® 2955C y desarrollamos una versión en su color preferencial

Contamos con versiones planas a color, y en alto contraste en blanco y negro, la cuales aplican en todos aquellos casos dónde la versión principal se vea en riesgo de legibilidad.

Únicamente cuando existan limitantes de legibilidad, se recomienda el uso de la versión horizontal.



UTADDEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO



Estas versiones planas, podrán ser utilizadas únicamente para bordado, estampados y flexograbado.

Versión plana

Color, blanco y negro



Estas versiones planas blanco y negro podrán ser utilizadas en páginas amarillas y directorios impresos, fax, fotocopias, sellos, documentación interna de la firma, estampado (una tinta) y repujado metálico, entre otros.



Recomendamos usar la versión principal en todo material impreso: folletería, papelería, carpetas, cuadernos, publicidad, etc.

Versiones positivas
CMYK
verticales



Catálogo de versiones

Principales

Versiones positivas
CMYK
horizontales



Estas versiones negativas son aplicables en todo material impreso: folletería, papelería, carpetas, cuadernos, publicidad, material promocional, etc.

Versiones negativas
CMYK
verticales



Catálogo de versiones

Principales negativo

Versiones negativas
CMYK
horizontales



Estas versiones podrán ser utilizadas en todo material impreso a una tinta: flyers, facturas, material promocional, avisos de prensa y papelería, entre otros

Versiones positivas
Pantone® 2955c
verticales



Catálogo de versiones

Azul UTADEO

Versiones positivas
Pantone® 2955c
horizontales



Estas versiones podrán ser utilizadas en todo material impreso a una tinta fondo azul: flyers, material promocional, aviso de prensa y papelería, entre otros

Versiones negativas
Pantone® 2955c
verticales



Catálogo de versiones

Azul UTADEO negativo

Versiones negativas
Pantone® 2955c
horizontales



Estas versiones podrán ser utilizadas para impresión limitada a un color (negro) en equipos de oficina, fotocopiado y páginas amarillas, entre otros

Versiones positivas
Blanco y negro
verticales



Catálogo de versiones

Grises

Versiones positivas
Blanco y negro
horizontales



Estas versiones podrán ser utilizadas para impresión limitada a un color (negro) en equipos de oficina, fotocopiado y páginas amarillas, entre otros

Versiones negativas
Grisés
verticales



Catálogo de versiones

Grises fondo negro

Versiones negativas
Grises
horizontales



Estas versiones podrán ser utilizadas en fax, estampado (una tinta), repujado metálico, sellos, material promocional con tamaño mínimo extremo, etc.



Catálogo de versiones

Blanco y negro



Estas versiones podrán ser utilizadas en fax, estampado (una tinta), repujado metálico, sellos, material promocional con tamaño mínimo extremo, etc.



Catálogo de versiones

Blanco fondo negro



53	Colores de la marca
55	Área de protección
57	Tamaño mínimo
59	Fondos cromáticos permitidos
61	Usos incorrectos

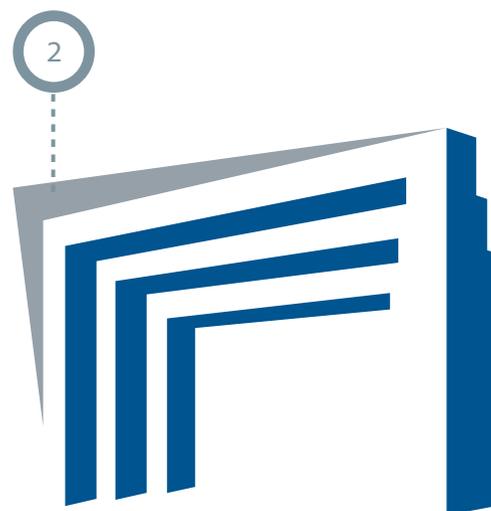
USO DEL LOGO

Los colores seleccionados para nuestra marca, refuerzan su legibilidad y presentan un estilo vanguardista alineado con su posicionamiento

Los colores que se presentan en esta guía son referenciales, no intentan igualar al color Pantone® definido para el sistema visual de UTADEO.

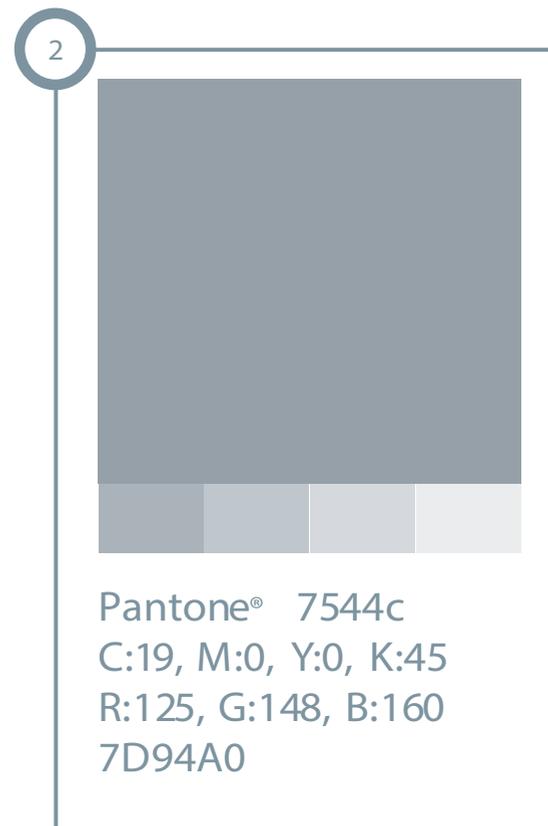
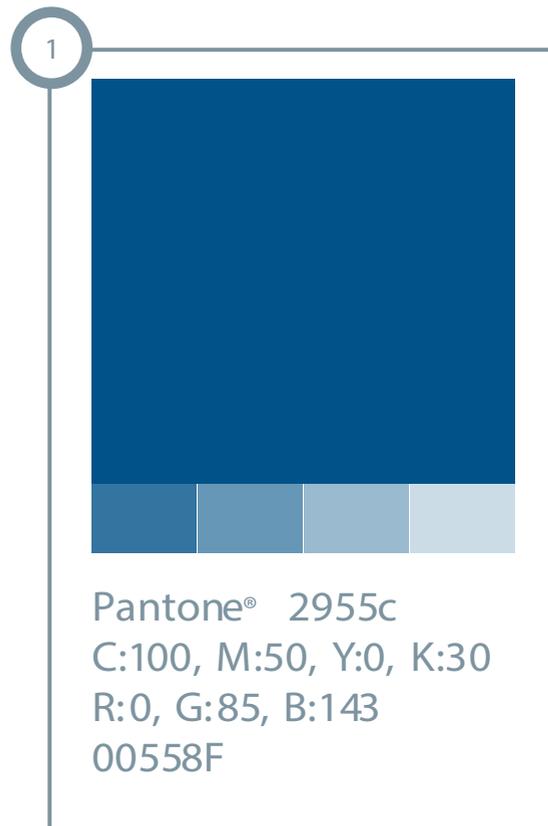
Para obtener la fórmula original, debemos remitirnos a la última guía de color Pantone® *Color Bridge Coated*. Adicionalmente, se presentan sus equivalencias en CMYK* y RGB*.

Debemos tener presente que nuestro azul UTADEO está formulado sin amarillo, por lo tanto al usar el color directo Pantone® 2955 C debemos reformular su composición con base a la referencia CMYK que contiene esta lámina del manual.



UTADEO
UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

Colores de la marca



- Los códigos de colores Pantone® coated (cp) expuestos en esta lámina son solo de referencia para impresión. Las versiones de marca están desarrolladas con base a los códigos de colores de la guía Pantone® color bridge process coated (cp) para ser reproducidas en CMYK.

* Código color secundario para ser aplicado sobre fondos de color.

Llamamos área de protección al espacio que permite resguardar a nuestro logo de cualquier elemento cerca de él

Esta área de protección será utilizada en todas las comunicaciones y aplicaciones del logo UTADEO.

Existe un área de protección extrema que sólo podrá ser usada en aquellos formatos que así lo especifiquen y equivale a la mitad del ancho de la letra "O".



Área de protección del logo



El área de protección establecida para regular el espacio deberá ser el equivalente al ancho de una "O" de la palabra UTAD E O, como se especifica en este manual.



Respetar el área de protección establecida en este esquema, aumentará la visibilidad y reconocimiento del logo en todos los espacios en los que esté presente.

Nuestras versiones del logo podrán vivir en todos los espacios, formatos y sustratos posibles con la medida mínima aquí indicada

Versión
vertical



Versión
horizontal



Para casos digitales la relación de centímetros a píxeles es:

1 cm = 28,346 px

Conversión generada en Adobe Illustrator

Tamaño mínimo

Versión
vertical



Versión
horizontal



De ser necesaria la aplicación del logo en una dimensión inferior a la indicada, deberá solicitarse previa aprobación del ente regulador de la marca UTADEO.

En los casos extremos debemos ser muy cuidadosos de no afectar la legibilidad del logo UTADEO. Para estos casos utilizar únicamente la versión blanco y negro plana.

Nuestro logo podrá vivir exclusivamente sobre el fondo de color azul institucional



Versión negativa
a un tono



Versión negativa
a dos tonos



El uso del logo se restringe única y exclusivamente al azul institucional registrado en esta lámina.

Fondos cromáticos permitidos

Uso limitado



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

Versión principal
negativa

El fondo de color principal es el
azul UTADEO Pantone® 2955 C

La solidez y constancia del entorno visual y la fortaleza de la identidad de UTADEO dependen de que todas las personas involucradas en su implementación hagan un uso correcto de nuestra identidad

El buen uso de la identidad gráfica impacta en la coherencia del sistema. En esta guía se ejemplifican posibles usos incorrectos que deben evitarse.



Se deben utilizar siempre los artes electrónicos autorizados.



X Nunca intervenir ninguno de los elementos que componen el logo.



X Nunca cambiar la relación de los colores.



X Nunca invertir la posición de los elementos.



X Nunca cambiar los colores.



X Nunca omitir el descriptor (Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano)



X Nunca agregar efectos o sombras que alteren su legibilidad.

Usos incorrectos



X Nunca incorporar elementos que invadan el área de protección de la marca



X Nunca manipular o distorsionar la marca. No expandir, condensar ni colocar en perspectiva.



X Nunca girar la marca.



X Nunca intervenir las proporciones de ninguno de los elementos que componen el logo.



X Nunca recurrir a impresos o escaneados de baja calidad. Utilizar única y exclusivamente las versiones aprobadas del logo.



X Nunca convertir el logo a escala de grises. Utilizar sólo las versiones aprobadas.



X Nunca intentar recrear o cambiar la tipografía



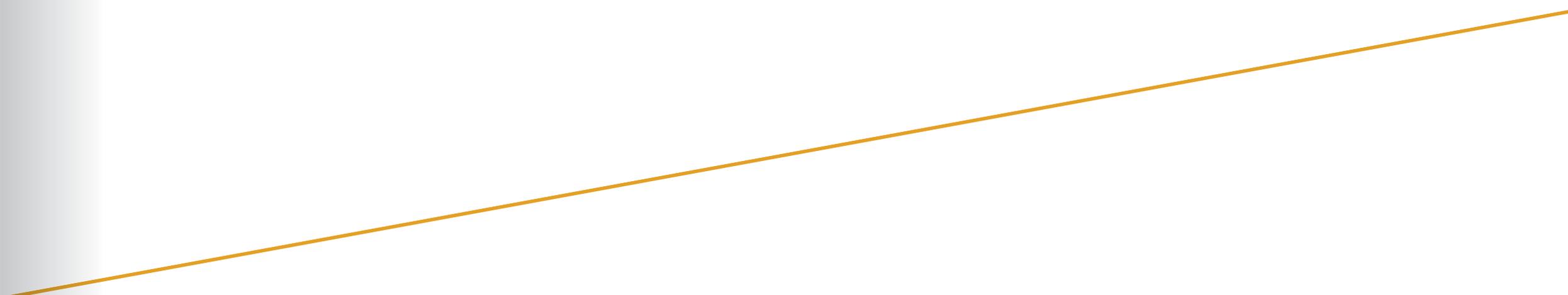
X Nunca aplicar sobre fondos fotográficos o superficies que afecten la legibilidad de la marca.



X Nunca aplicar sobre fondos de color diferentes al azul institucional.

65	Elementos del sistema
67	El logo
69	Paleta de colores
71	Tipografía
73	Imágenes
77	Formatos
85	Construcción del sistema
87	Composición
93	Aplicación del sistema
97	Co-branding

ELEMENTOS GRÁFICOS



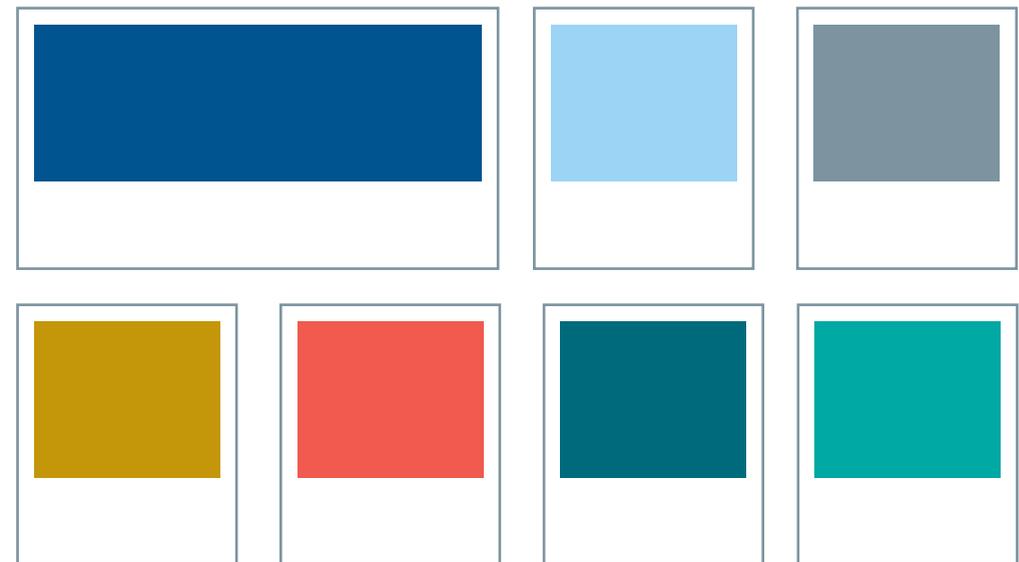
La solidez y constancia del entorno visual y la fortaleza de la identidad de UTADEO dependen de que todas las personas involucradas en su implementación hagan un uso correcto de nuestra identidad

Ser asertivos en el manejo de nuestros mensajes verbales y visuales es esencial para fortalecer la reputación de la marca UTADEO.

El sistema gráfico de UTADEO provee un conjunto de herramientas que deben utilizarse para comunicar de forma clara y visualmente atractiva, todas nuestras piezas.



En la página 72 se encuentra el detalle de la paleta de colores y sus respectivas aplicaciones.



Paleta de colores

Los elementos de la identidad visual de UTADEO han sido originados para crear asociaciones visuales en todas las piezas de comunicación que elaboramos, con la finalidad de preservar y asegurar la presencia de la marca UTADEO en la mente de todas nuestras audiencias.

Elementos del sistema



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

Logo

Scala Sans LF

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #xß@æøoe®©™
— „ ‹ › (*) ! ? > “ [% %] « & »

Tipografía



Fotografía

El logo constituye el activo con mayor valor de todo nuestro sistema de identidad visual. Es la referencia y cara de nuestra institución

Debemos ser muy rigurosos en tomar en cuenta todos los lineamientos explícitos en la guía de uso con que inicia este manual.



El ícono

Completamente transformado, el ícono es una representación simbólica de los arcos, elemento arquitectónico que se integra a la nueva identidad visual de la universidad.

El logo UTADEO

TADEO

DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

La tipografía

Alright Sans es la tipografía seleccionada para componer el nombre UTADEO y transmitir los nuevos valores de la institución.

Hemos seleccionado una paleta de colores diversa para aplicar en todas las piezas de comunicación internas y externas

Pantone® 2955c

C:100, M:50, Y:0, K:30
R:0, G:85, B:143
00558F

Los colores aquí nombrados serán utilizados en campos de color plano que serán construidos según las especificaciones señaladas en este manual de marca.

Utilizaremos el standard de la Guía Pantone® Color Bridge Coated para la consulta de los colores de esta paleta.

Pantone® 131c

C:10, M:40, Y:100, K:0
R:228, G:160, B:37
E4A025



Este color será usado única y exclusivamente para las comunicaciones de:
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Pantone® 1788c

C:0, M:80, Y:70, K:0
R:241, G:91, B:78
F15B4E



Este color será usado única y exclusivamente para las comunicaciones de:
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

Paleta de colores

Colores institucionales

Pantone® 291c

C:36, M:3, Y:0, K:0
R:160, G:207, B:235
AoCFEB

Pantone® 7544c

C:19, M:0, Y:0, K:45
R:125, G:148, B:160
7D94Ao

Uso exclusivo
sitio web
Utadeo

FFA300

Pantone® 5473c

C:77, M:0, Y:12, K:54
R:0, G:106, B:126
006A7E



Este color será usado única y exclusivamente para las comunicaciones de: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS - ADMINISTRATIVAS

Pantone® 3275c

C:100, M:0, Y:45, K:0
R:0, G:170, B:165
00A9A4



Este color será usado única y exclusivamente para las comunicaciones de: FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES E INGENIERIA

Por su estilo moderno, claridad, legibilidad y aplicabilidad, se ha establecido la familia tipográfica Scala Sans LF, para la construcción del descriptor del identificador, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano y sus comunicaciones

Con su amplia diversidad, la familia tipográfica Scala Sans LF permite múltiples posibilidades y soluciones gráficas.

La adecuada combinación de sus variables y los contrastes en sus tamaños y pesos, nos permitirán lograr excelentes resultados visuales.

Para reflejar cercanía en nuestras piezas de comunicación debemos aplicar nuestra fuente tipográfica preferencial en altas y bajas

Recomendamos aplicar esta familia tipográfica en toda pieza publicitaria como avisos, afiches, pendones, vallas, folletos, etc.

Scala Sans LF

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #xß@æøœ®©™
— „<çj(*)!>“ [%%o] <&»

Scala Sans LF Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #xß@æøœ®©™
— „<çj(*)!>“ [%%o] <&»

Scala Sans LF Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #xß@æøœ®©™
— „<çj()!>“ [%%o] <&»*

Scala Sans LF Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #xß@æøœ®©™
— „<çj()!>“ [%%o] <&»*

Regular Italic



Las fotografías que deben ser usadas en las comunicaciones UTADEO son:

- Naturales, no posadas
- Con una o varias personas en primer plano
- Que tengan iluminación natural
- Las fotografías deben ser coloridas
- Deben reflejar los atributos de la marca: Vanguardista, vocación global, responsable, potenciadora.



Imágenes







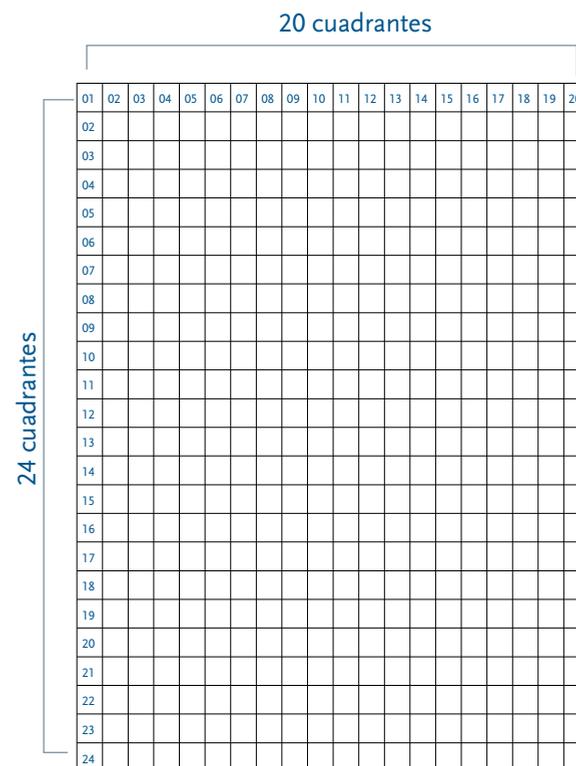
Las retículas son divisiones estables de la superficie de un formato, que se utilizan para estructurar los contenidos del mismo

VERTICAL

Las retículas verticales estarán divididas en 20 cuadrantes de ancho por 24 cuadrantes de alto.

Los cuadrantes no necesariamente mantienen sus 4 lados iguales, son áreas de diagramación que tomamos como referencia para mantener la proporción de los elementos del sistema gráfico y la composición de todos ellos dentro de cada pieza.

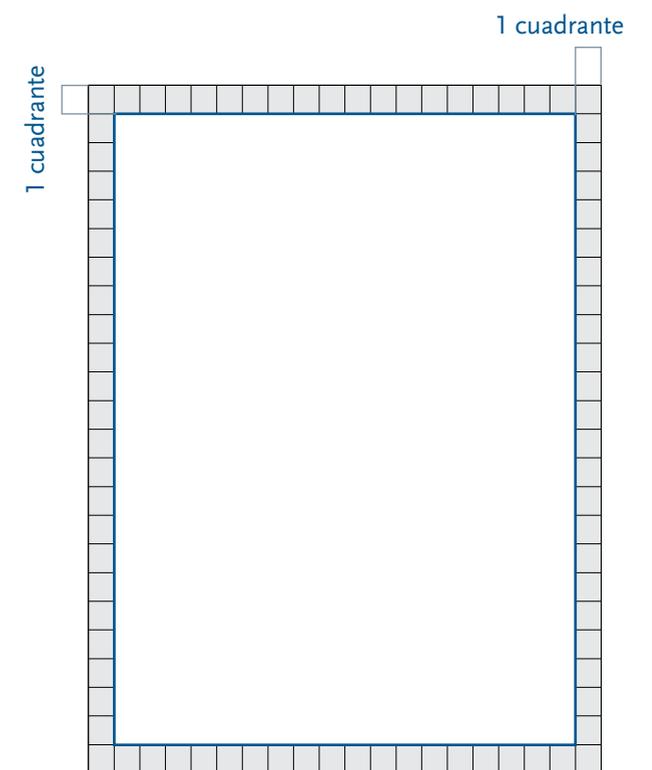
Paso 1



División de retícula

Dividir el formato en 20 columnas por 24 filas.

Paso 2



Margen del formato

Tomar el 1er. cuadrante de la retícula como el área de protección para la diagramación del contenido.

Formatos

Retículas y su construcción

HORIZONTAL

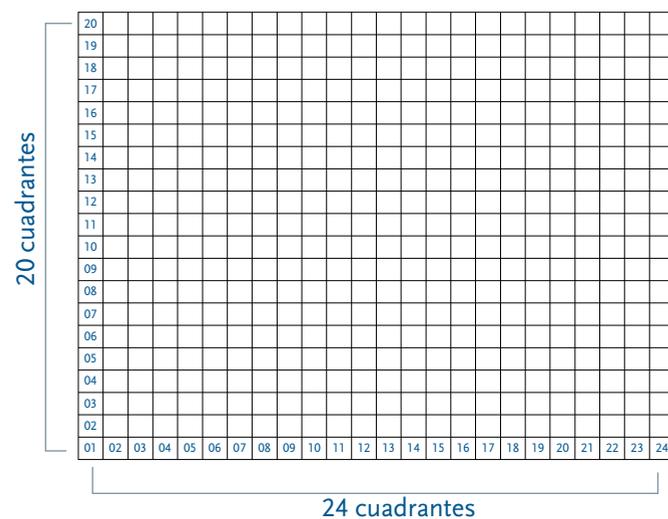
Las retículas horizontales estarán divididas en 24 cuadrantes de ancho por 20 cuadrantes de alto.

Las retículas verticales estarán divididas en 20 cuadrantes de ancho por 24 cuadrantes de alto.

Debemos ser consecuentes con su aplicación en todas las piezas que realicemos.



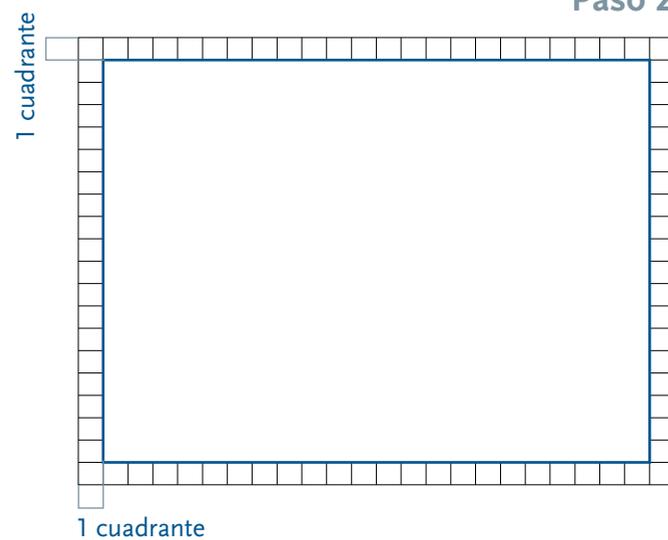
Paso 1



División de retícula

Dividir el formato en 20 columnas por 24 filas.

Paso 2



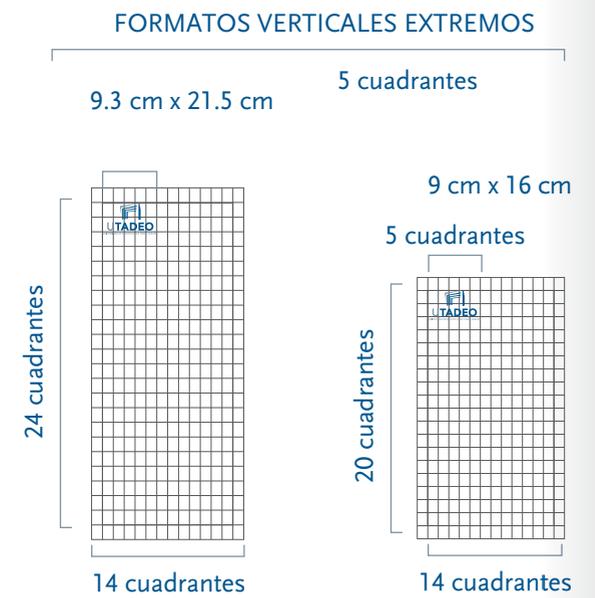
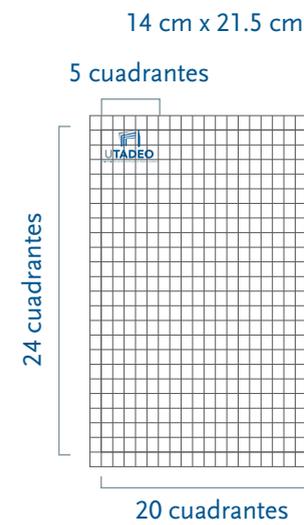
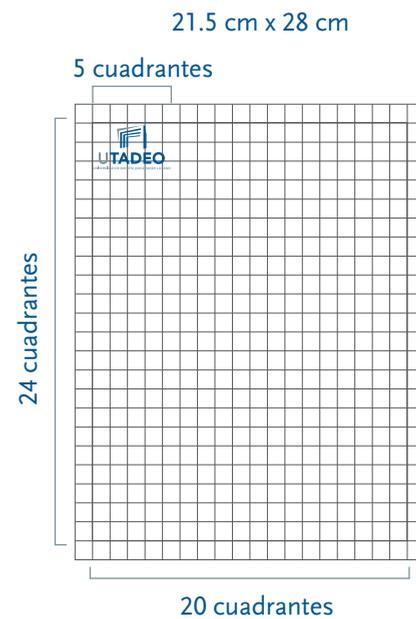
Margen del formato

Tomar el 1er. cuadrante de la retícula como el área de protección para la diagramación del contenido.

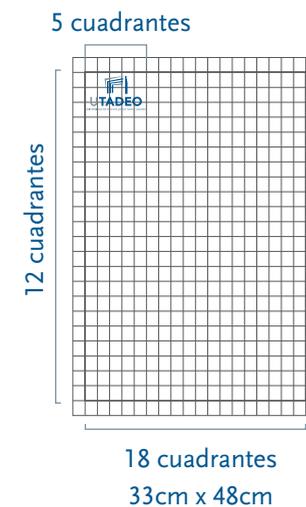
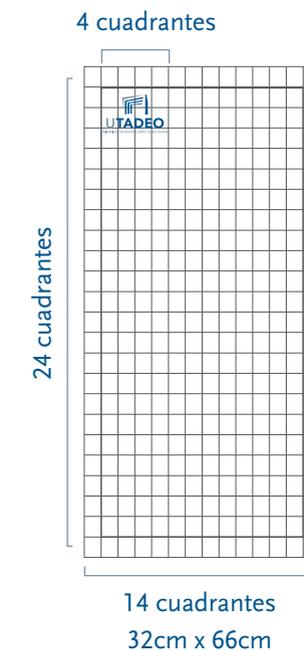
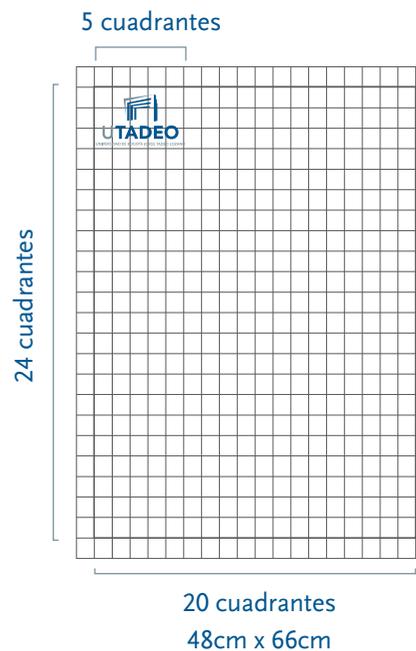
Los formatos han sido generados para guiar las diferentes variaciones de ubicación y proporción del logo en el sistema gráfico de UTADEO

Las retículas planteadas en esta lámina están basadas en los cortes standard de un pliego. Para los casos donde la retícula no se encuentre ilustrada en esta lámina, recomendamos ir a la de construcción de retículas para generar el nuevo formato.

Folletería



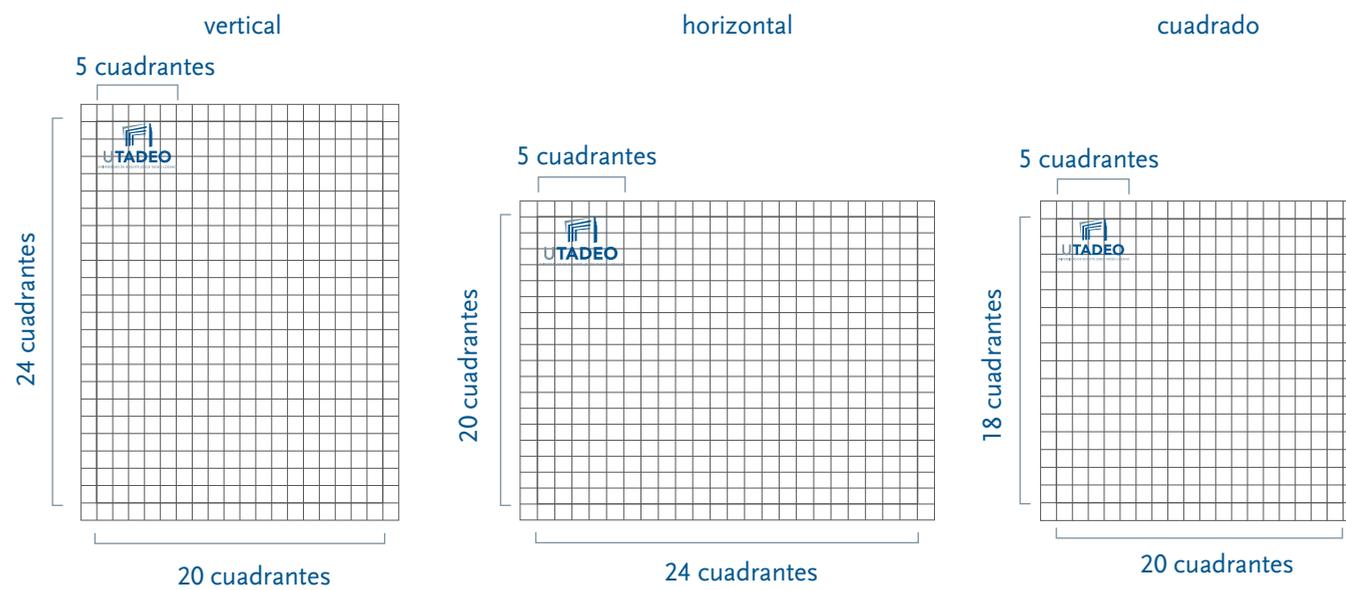
Afiches



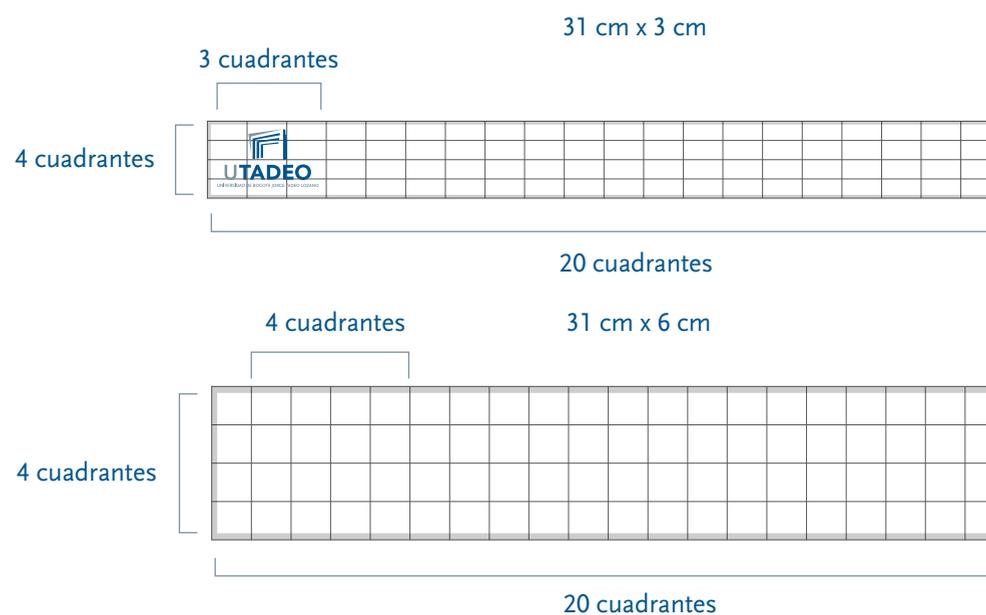
Formatos

Retículas y su construcción

Publicidad



Extremos



El logo UTADEO irá siempre alineado a la esquina inferior derecha abarcando el 30% en formatos verticales y horizontales, 20% y 15% para los formatos extremos

Para la correcta ubicación y proporción del logo UTADEO respecto a los diferentes formatos donde lo utilizaremos, tendremos en cuenta algunas consideraciones:

Formatos verticales y horizontales:

1. El logo siempre estará ubicado en la esquina inferior derecha del formato.
2. Ocupará el 30% del ancho del formato. Esto equivale a 6 cuadrantes de la retícula vertical y 7 cuadrantes de la retícula horizontal.

Formatos extremos:

1. El logo siempre estará ubicado a la derecha y centrado en el formato.
2. Para el caso angosto ocupará el 20% que equivale a 4 cuadrantes de la retícula.
3. Para el caso más angosto ocupará el 15% que equivale a 3 cuadrantes de la retícula.

Llamamos formatos extremos a todos aquellos donde nos encontramos con espacios limitados, tales como: cenefas, patas de prensa y vallas horizontales extremas, entre otros.

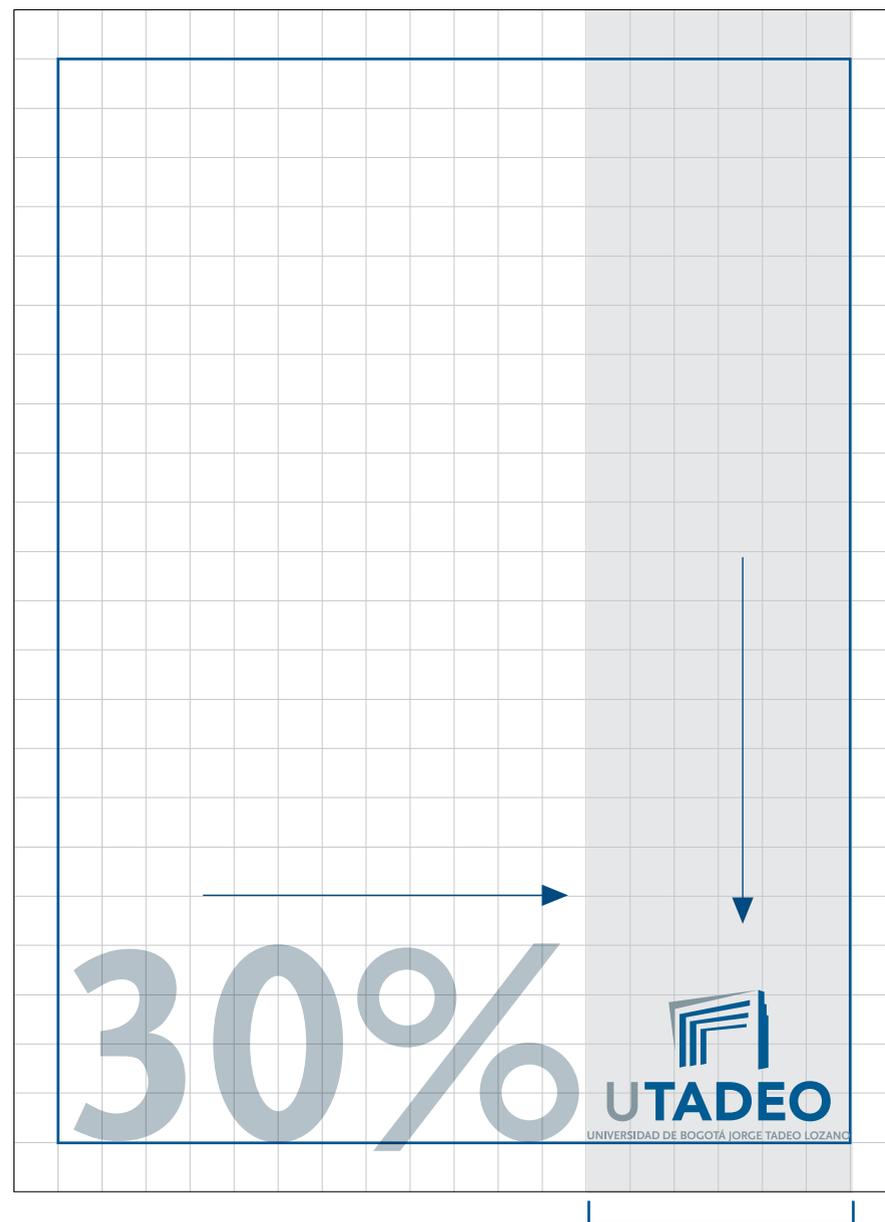
**6 Cuadrantes
Retícula vertical**

**7 Cuadrantes
Retícula horizontal**

**3 y 4 Cuadrantes
Retícula extrema**

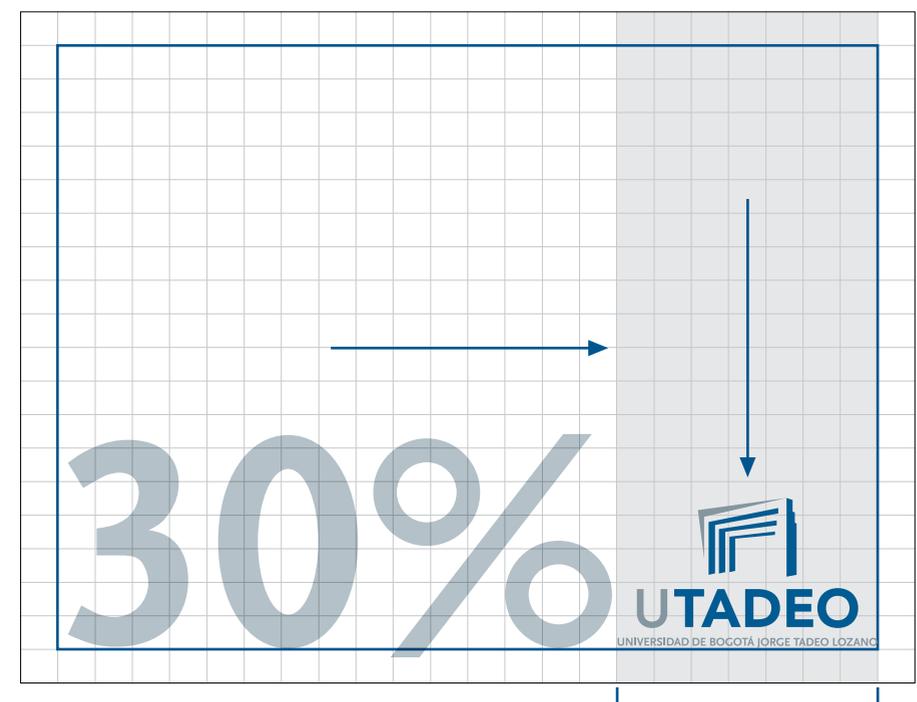
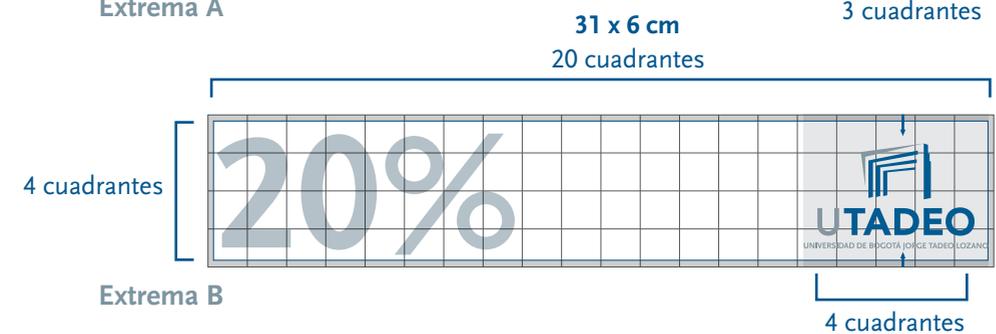
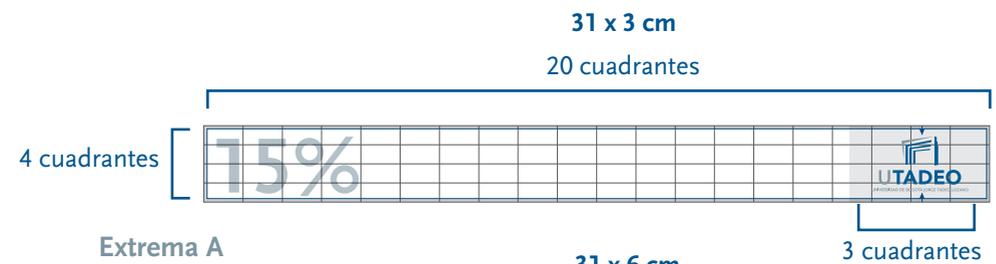
Formatos

Ubicación y proporción del logo



Retícula vertical

6 cuadrantes



Retícula horizontal

7 cuadrantes

Para los medios digitales como: páginas web, intranet, revista digital y correo masivo, entre otros, el logo deberá ubicarse en la parte superior izquierda del formato

Para la correcta ubicación y proporción del logo UTADEO respecto a los diferentes formatos donde lo utilizaremos, tendremos en cuenta algunas consideraciones:

Formatos verticales y horizontales:

Ocupará el 30% del ancho del formato. Esto equivale a 6 cuadrantes de la retícula vertical y 7 cuadrantes de la retícula horizontal.

Formatos extremos:

1. El logo siempre estará ubicado a la izquierda y centrado en el formato.
2. Para el caso angosto ocupará el 20% que equivale a 4 cuadrantes de la retícula.
3. Para el caso más angosto ocupará el 15% que equivale a 3 cuadrantes de la retícula.

Para casos digitales, llamamos formatos extremos a banners, cabezote, cenefa de titulares o descriptiva (T. V. o video), entre otros.



Para casos digitales la relación de centímetros a píxeles es:

$$1 \text{ cm} = 28,346 \text{ px}$$

Conversión generada en Adobe Illustrator

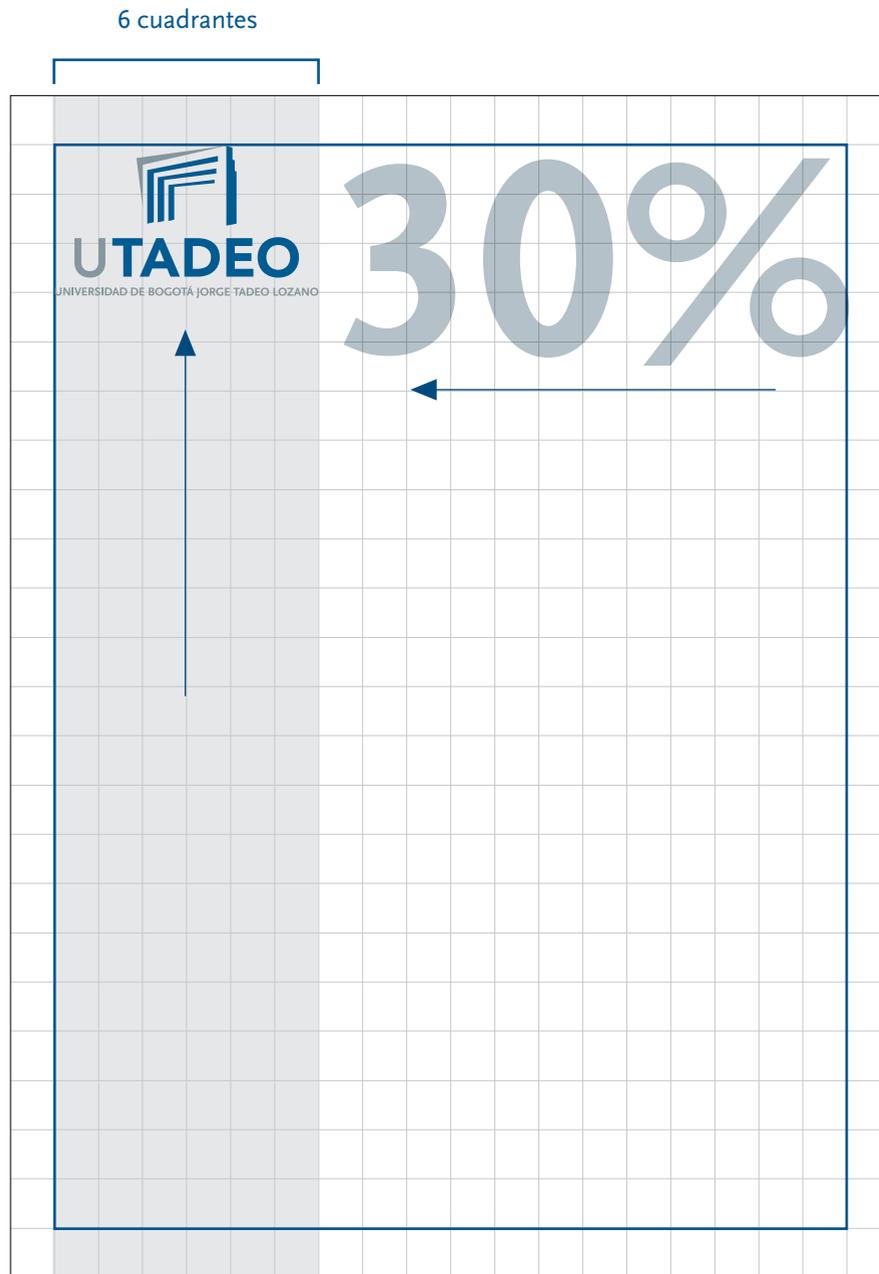
**6 Cuadrantes
Retícula vertical**

**7 Cuadrantes
Retícula horizontal**

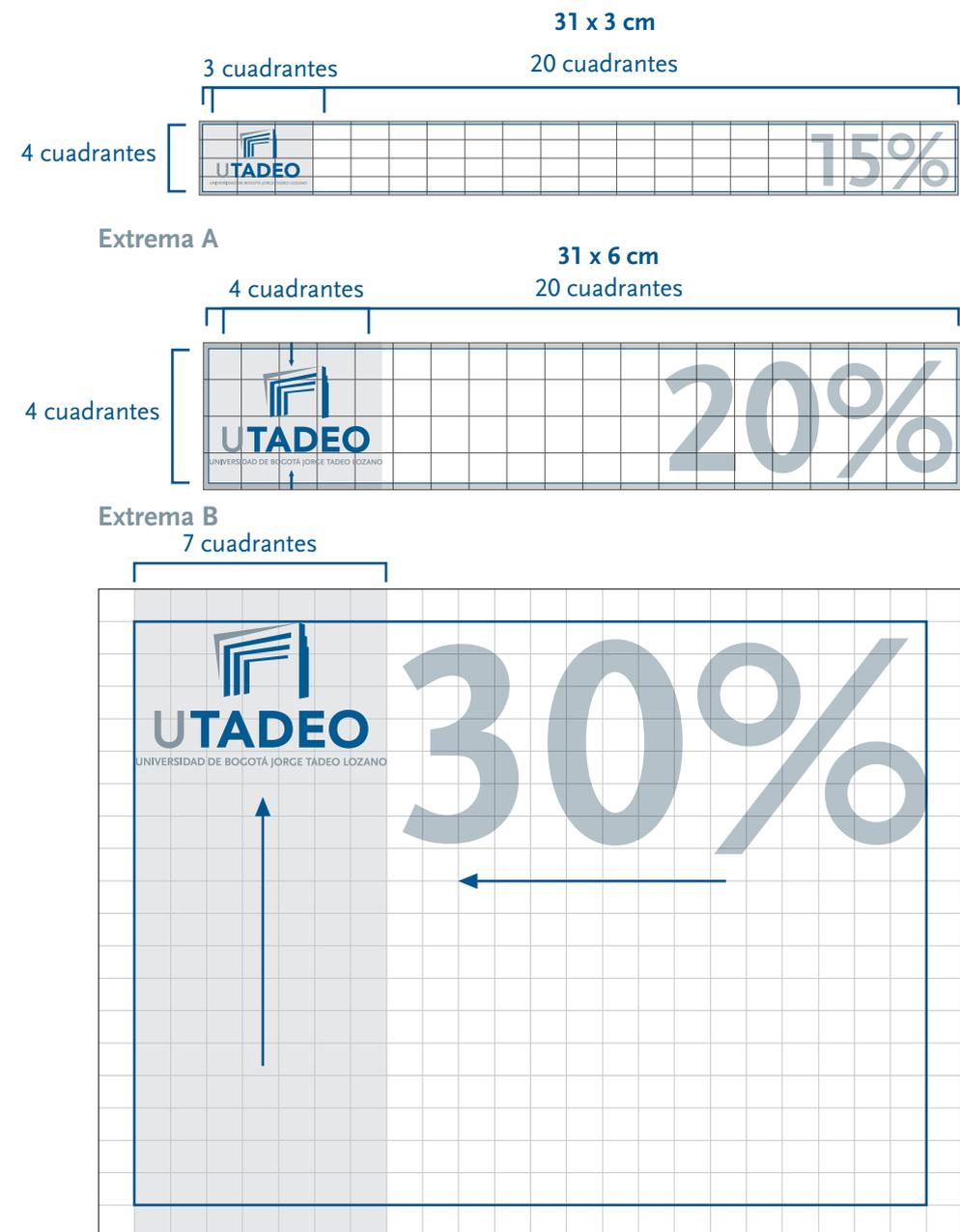
**3 y 4 Cuadrantes
Retícula extrema**

Formatos digitales

Ubicación y proporción del logo



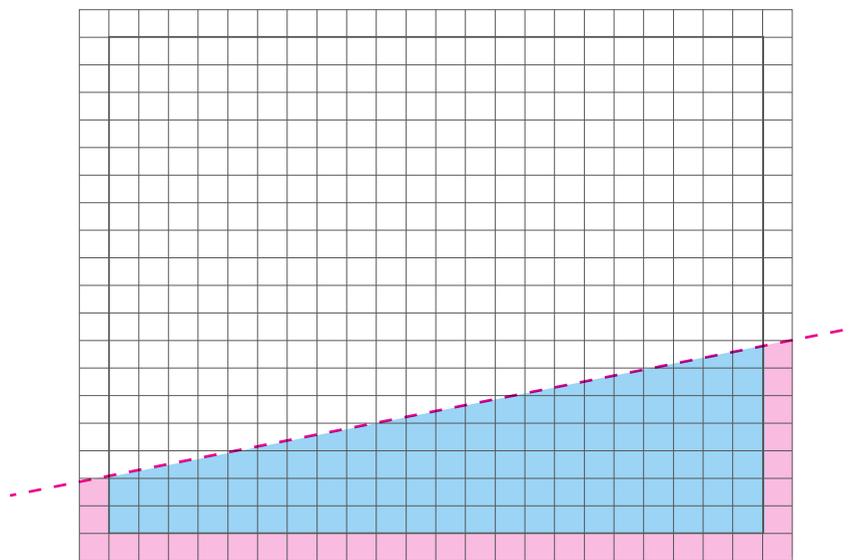
Retícula vertical



Retícula horizontal

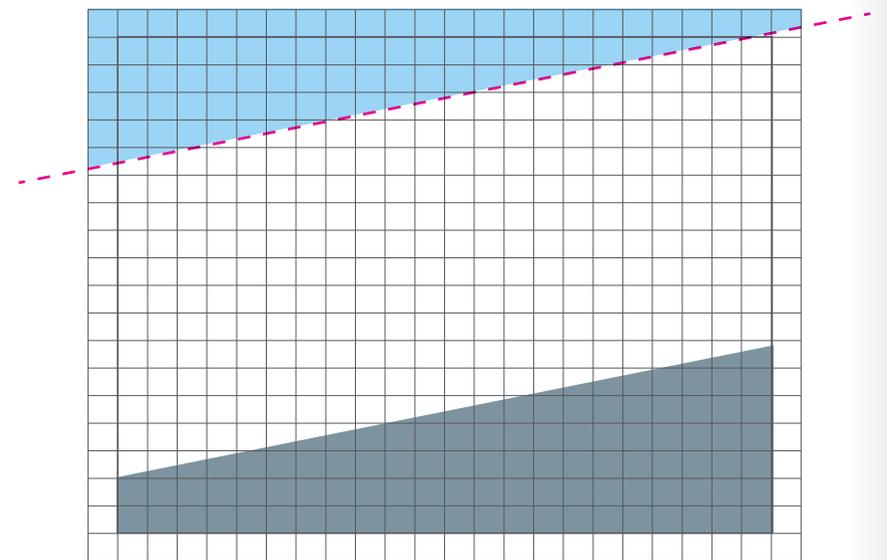
Como se ilustra a continuación, seguiremos 3 sencillos pasos para crear nuestros módulos.

PASO1



Construiremos el primer módulo a partir de la inclinación mostrada anteriormente (10°) dejando una reserva de un cuadrante en los costados y la parte inferior de la pieza

PASO2

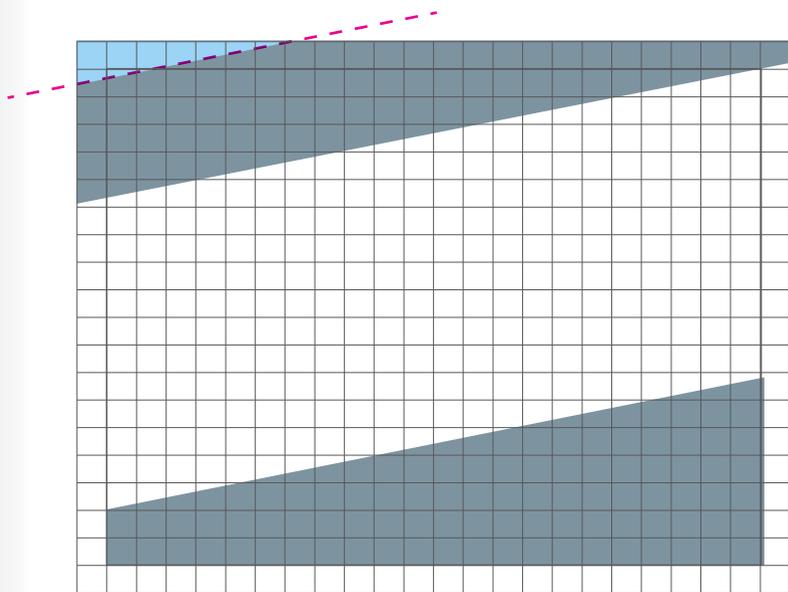


Construiremos el segundo módulo a partir de la inclinación mostrada anteriormente (10°) justificándolo hasta el límite físico de la pieza.

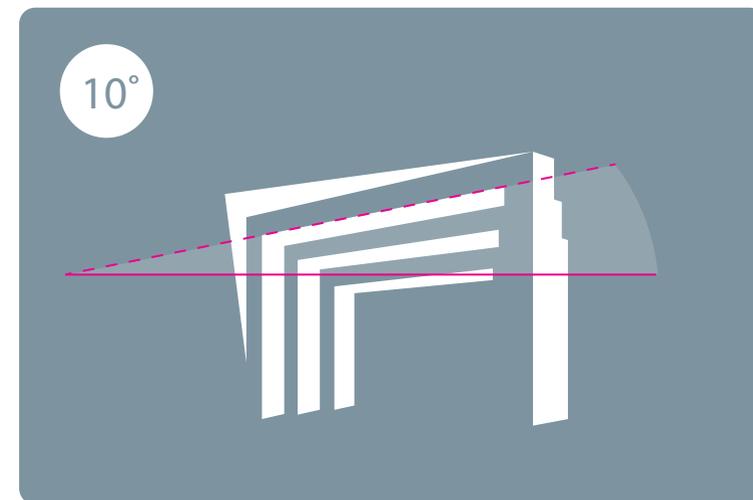
Construcción del sistema

Módulos

PASO₃



Construiremos el tercer módulo a partir de la inclinación mostrada anteriormente (10°) justificándolo hasta el límite físico de la pieza, esta vez ocupando la parte superior.



Todos los módulos deberán tener la misma inclinación definida a su vez por la construcción del logotipo.

Siguiendo estos lineamientos lograremos construir un sistema visual coherente, verástil y representativo de UTADEO

En esta hoja se especifican las áreas y los elementos de composición preferencial necesarios para desarrollar cualquier pieza de comunicación UTADEO

El ejemplo de composición se muestra en formato vertical, pero los lineamientos son igualmente aplicables al resto de los formatos verticales y a los horizontales

Composición

Elementos

Firma del logo

El logo ocupará 6 cuadrantes y siempre estará justificado a la izquierda del formato.



Área de texto

Deberá estar ubicada en la parte inferior del formato y su altura dependerá de los requerimientos de la diagramación y la cantidad de texto en cada pieza.

El texto de la pieza podrá jugar con la variedad de pesos de la familia tipográfica ScalaSans LF.

Área de imagen

Deberá estar ubicada en la parte superior del formato y su altura dependerá de los requerimientos de la diagramación y de la cantidad de contenido.

El corte interno de la imagen deberá ser igual al de la gráfica secundaria. Esta área puede ser usada como mancha de color cuando no se desee colocar imágenes.

Conocer cómo conviven los elementos del sistema en el formato siempre nos ayudará a mantener una aplicación consistente

El sistema gráfico de UTADEO está compuesto de 5 capas de información.

Imágenes

En el momento de la selección debemos tomar en cuenta los atributos de UTADEO “Vanguardista, vocación global, responsable, potenciadora”.

El logo UTADEO

Alineado en la esquina superior izquierda del mismo formato ocupando el 30% del formato o 6 cuadrantes en caso vertical o 7 cuadrantes en caso horizontal.

Copy o texto

Siempre utilizando la tipografía ScalaSans LF en sus diferentes pesos, aplicada en color Azul Pantone® 2955 sobre fondos blancos o en color blanco sobre los campos de color creados por los módulos del sistema gráfico.

Módulos del sistema

Utilizaremos la módulos del sistema y sus diferentes variantes según lo que sea más conveniente para la comunicación.

La retícula

Construida según las especificaciones del formato a utilizar, la cual nos ayudará a diagramar la pieza.



Composición

Pasos para la diagramación básica



El tamaño de la caja de texto varía para jerarquizar la información por niveles de lectura, por lo que varían también los puntajes de la tipografía

SCALA
SANS LF

Regular
Regular Italic
Bold
Bold Italic

Establecemos 4 posibles niveles de jerarquía en los textos para facilitar la lectura de nuestras comunicaciones. Para ello es necesario utilizar la retícula definida en cada formato como se ve en el ejemplo de la derecha.



Nunca utilizar colores en los mensajes de UTADDO que no estén recomendados dentro de este manual.

- Los títulos y subtítulos serán en altas sólo al comenzar el mensaje
- Siempre debemos alinear a la izquierda
- Podemos resaltar en Bold dentro de un mismo mensaje
- Jerarquizar jugando con el **tamaño** y peso utilizado en cada nivel del mensaje
- Para los casos “editoriales” donde no podamos reproducir en color Pantone® directo, podremos aplicar los textos en negro al 100%

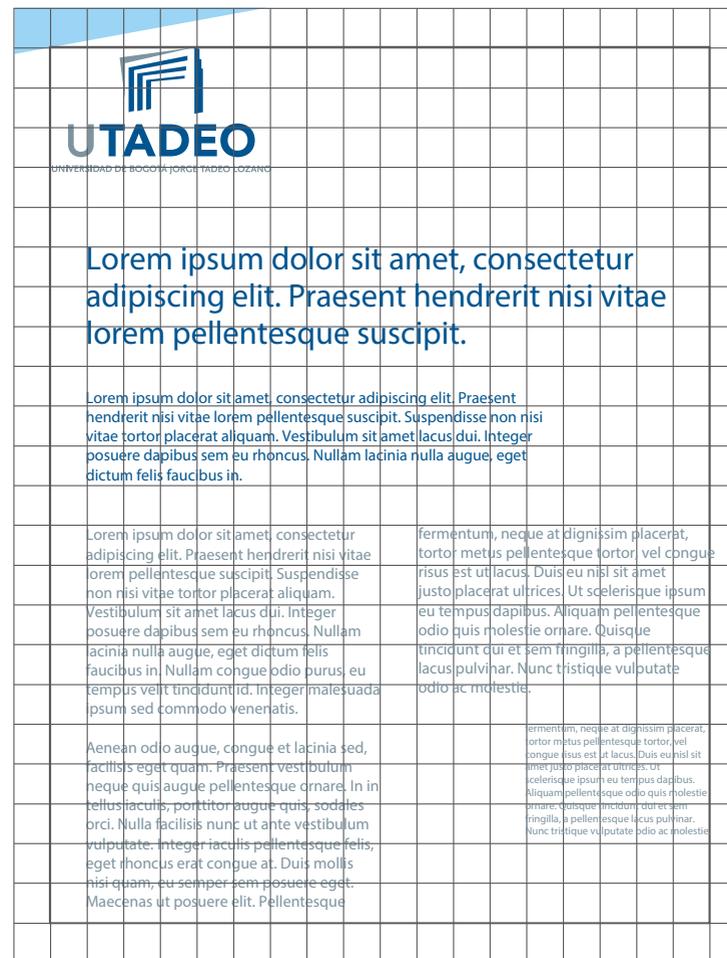
Composición de textos

Pasos para la diagramación básica

1. Nunca utilice efectos en la tipografía

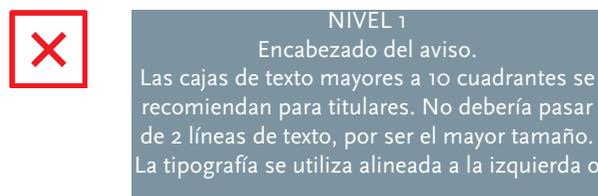


NIVEL 1
Encabezado del aviso.
Las cajas de texto mayores a 10 cuadrantes se recomiendan para titulares. No debería pasar de 3 líneas de texto, por ser el mayor tamaño. La tipografía se utiliza alineada a la izquierda y en bajas. Se pueden usar las siguientes fuentes: ScalaSans bold, ScalaSans regular. Se recomienda un interlineado de 5 pt más sobre el puntaje de la letra.



NIVEL 2
Las cajas de texto mayores a 7 cuadrantes, para subtítulos o resúmenes se recomiendan para textos donde se quieren resaltar frases pregnantes, párrafos de mayor importancia, etc. La tipografía se utiliza alineada a la izquierda y en bajas.

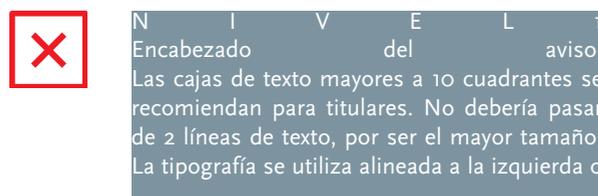
2. No utilice cajas de texto centradas



NIVEL 3
Las cajas de texto de 5 a 7 cuadrantes se recomiendan para párrafos largos, información básica, etc. La tipografía se utiliza alineada a la izquierda y empieza en altas. Se puede usar la fuente ScalaSans, ScalaSans regular para acentuar y ScalaSans italic para resaltar algún texto o frase ajena a la comunicación. Se recomienda un interlineado de 5 pt más sobre el puntaje de la letra.

NIVEL 4
Para las leyendas usaremos 3 cuadrantes de la retícula. La tipografía se utiliza alineada a la izquierda y en bajas. Se puede utilizar la fuente ScalaSans o regular. Se recomienda un interlineado de 5 pt más sobre el puntaje de la letra.

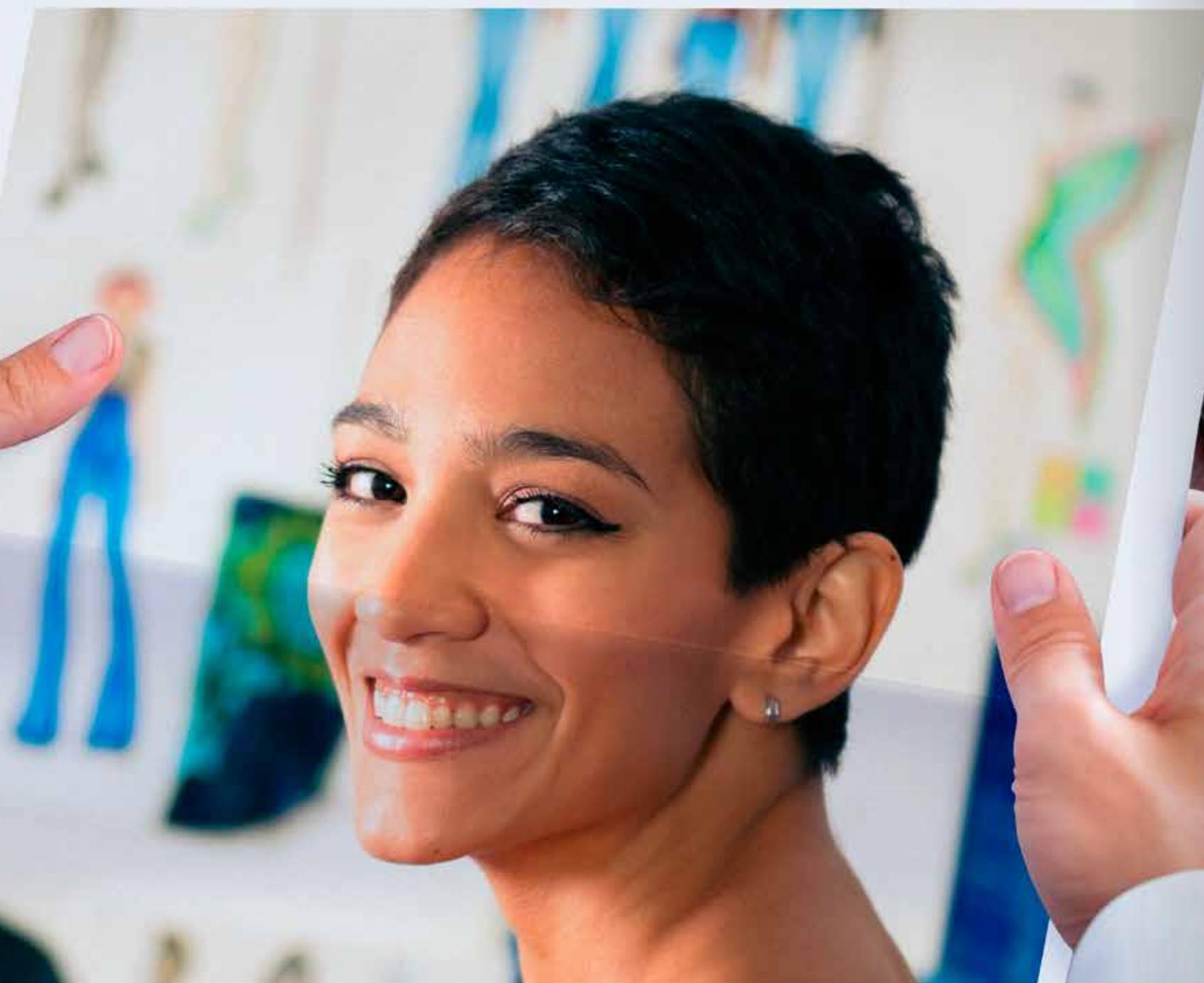
3. No utilice cajas de texto con justificación forzada





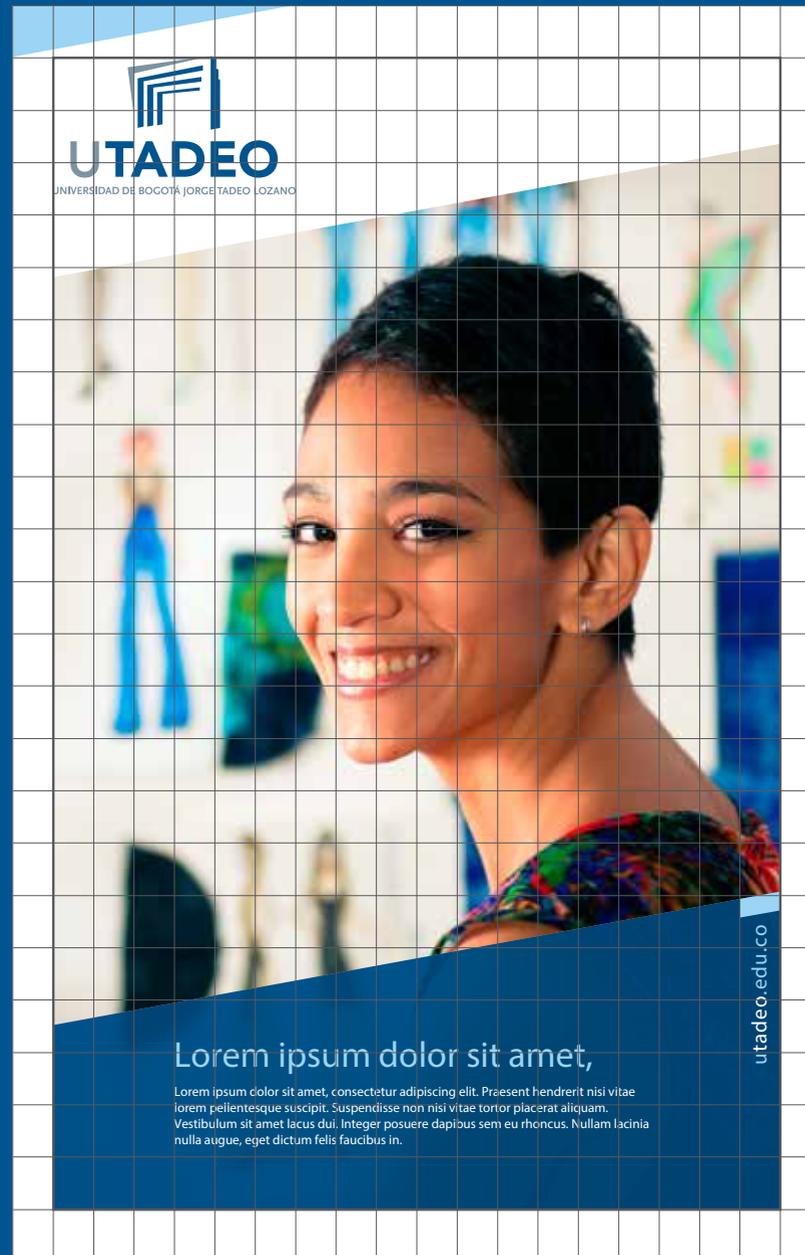
UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO



Aplicación del sistema

Ejemplo página periódico



1 página El Tiempo
43 x 28cm.

Para la aplicación del sistema en formatos de periódico o revista debemos aplicar y ajustar las retículas destinadas para publicidad.

Aplica para los siguientes formatos:

- 1 página El Tiempo
- 1 página El espectador
- 1/2 página El Tiempo y El Espectador
- 1 página revistas tamaño carta o promedio
- 1/2 página revistas
- 1/4 de página revistas y periódico

EL ESPECTADOR.COM

← → ↻ 🔍

f t+ CONTACTENOS SUSCRIBASE A LA EDICIÓN IMPRESA FOROS EL ESPECTADOR CÍRCULO DE EXPERIENCIAS INGRESO REGISTRO

EL ESPECTADOR

MIÉRCOLES, 9 DE JUL DE 2014 Última Actualización: 4:33 pm

CLAROSCURO Tatiana Arango en Claro Duover

NOTICIAS OPINIÓN ECONOMÍA DEPORTES ENTRETENIMIENTO VIVIR TECNOLOGÍA BLOGS TOMA LA PALABRA 🔍 AA EN VIVO

NOTICIAS CLAVES: El Mundial Brasil 2014 Franja de Gaza Brasil

Capuran al exrepresentante a la Cámara, Didier Tavera
 TAGS: Homicidio 7 comentarios

'En Colombia lo real es a veces tan absurdo que parece inventado': Jorge Franco
 El escritor colombiano habla de la publicación de su próximo libro "El mundo de afuera".
 TAGS: Jorge Franco 0 comentarios

EE.UU. reveló por error el nombre del jefe de la CIA en Afganistán
 La equivocación se cometió en el

El nobel de literatura colombiano será protagonista junto a Octavio Paz, Vicente Aleixandre y Jorge Guillén.
 TAGS: Gabriel Garcia Márquez 0 comentarios

Emergencia por choque de dos trenes en la India
 Hasta el momento las autoridades han informado sobre seis personas muertas y decenas de heridos.
 TAGS: Choque de trenes Accidente en India 0 comentarios

millones de doares en 3 días de ofertas en línea
 23 MAYO - 1:36 PM
 Repsol sale de Argentina tras cerrar venta de sus últimos activos

UTADEO INSCRIPCIONES ABIERTAS Primer semestre 2015
 Lunes, Mayo 26 De 2014
Indicadores DATAIFX

MONEDAS

	VALOR	CAMBIO	% CAMBIO
Dólar TRM	1,905.53	-0.27	-0.01%

CASAS DE CAMBIO
 COMPRA: \$1,900.00 VENTA: \$2,010.00

	VALOR	CAMBIO	% CAMBIO
EUR/COP	2,600.10	0.00	0.15%

Ve el Dólar y otras monedas en tiempo real

ACCIONES
 OTROS INDICADORES

UTADEO INSCRIPCIONES ABIERTAS Primer semestre 2015

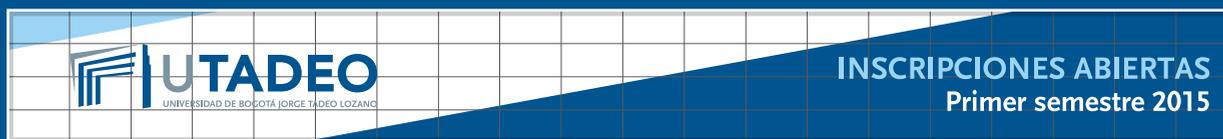
RUTA EN OFERTA
 Bogotá - Medellín
\$92.580
 Precio final por boleto. Impuestos incluidos.
A disfrutar tus vacaciones!
 Reserva y paga como quieras!
 www.AntiAguete.com

Bogotá
 Tatequieta a amanecer en Chapinero

Ejemplo home page
 El Espectador

Aplicación del sistema

Ejemplo banner



Banner home extremo 1.



Banner home extremo 1.

Para la aplicación del sistema en banners digitales usaremos las retículas para formatos extremos.

El concepto más convencional de *co-branding* es la asociación de dos marcas con el fin de potenciar el valor y la rentabilidad de las mismas

Para que esta asociación resulte exitosa es de vital importancia la adecuación y complementación que se debe dar entre las mismas.

En esta lámina se especifican los lineamientos de diagramación de piezas con *co-branding*.

Cuando nuestro logo conviva con otras marcas, su relación visual debe ser aplicada según el esquema, dependiendo del porcentaje de control sobre la pieza de comunicación.

Para ello hemos establecido 3 niveles:

Nivel A

Donde la marca corporativa del sector tiene un 100% de control sobre los lineamientos gráficos de la pieza.

- Firma abajo a la derecha, como lo establece nuestro sistema gráfico.
- El resto de las marcas no pueden ser visualmente mayores al logo de UTADDO y su posición será del lado superior izquierdo y podrá subir y bajar dentro de los

cuadrantes establecidos para su ubicación.

- El estilo gráfico de la pieza responde al sistema gráfico de UTADDO .

Nivel B

Donde la marca corporativa o sector tiene un 50% de control sobre los lineamientos gráficos de la pieza.

- UTADDO puede firmar arriba o abajo a la derecha, teniendo como firma referencial, abajo a la derecha.
- Todas las marcas deben tener las mismas proporciones visuales.
- No necesariamente se usa el sistema visual de UTADDO .

Recomendamos que para seleccionar la versión correcta de la marca a usar en la pieza, se tenga como referencia los lineamientos establecidos en la guía de uso de la marca UTADDO.

Nivel C

La marca tiene menos del 50% de control sobre los lineamientos gráficos de la pieza.

- Todas las marcas secundarias deben tener las mismas

proporciones visuales entre ellas.

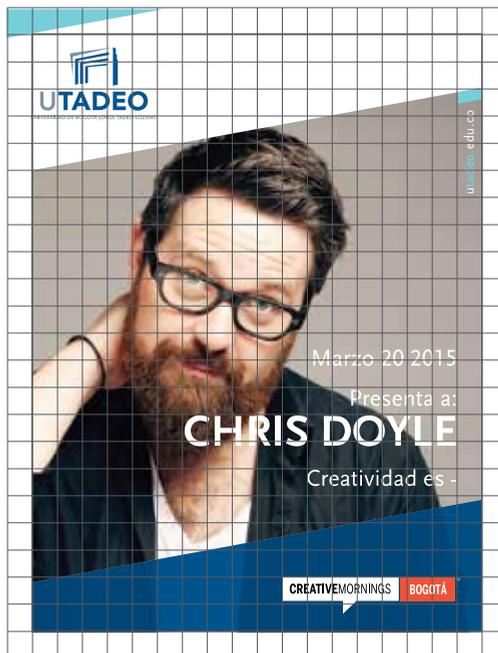
- Se usa el sistema gráfico de la marca con la que se convive.

La premisa básica del ***co-branding*** es lograr establecer una asociación basada en la relación “ganar-ganar”.

Co-Branding

Niveles de aplicación

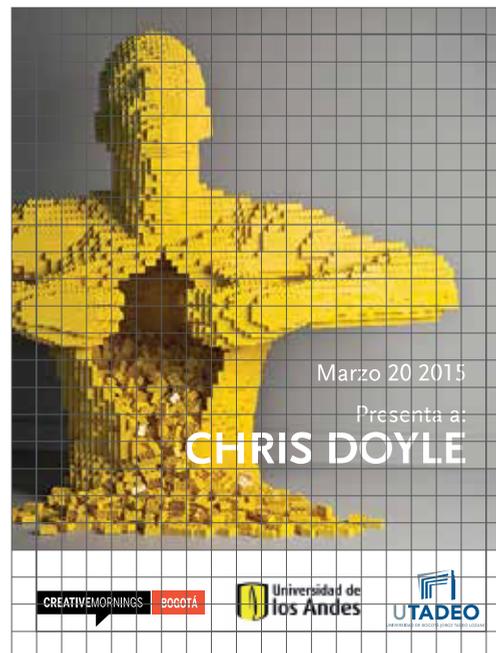
NIVEL A



100% UTADEO

La marca que acompañe las comunicaciones UTADEO no deberán abarcar más de 4 cuadrantes de ancho.

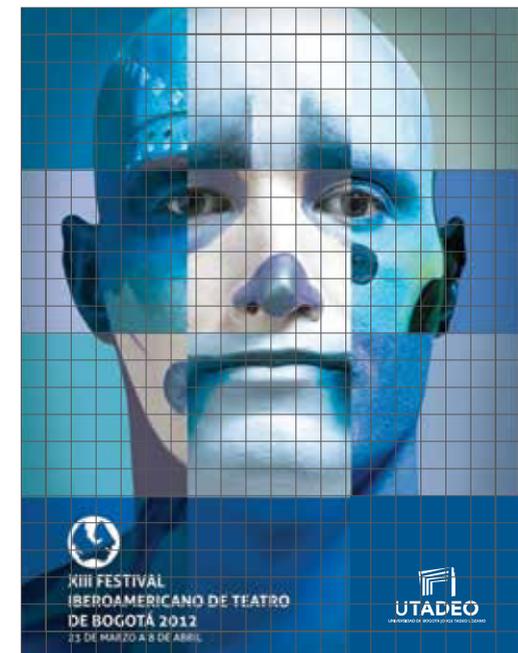
NIVEL B



UTADEO Tiene el 50% del control sobre la pieza.

Las comunicaciones que acompañan la pieza de comunicación deben tener la misma proporción visual de la marca UTADEO.

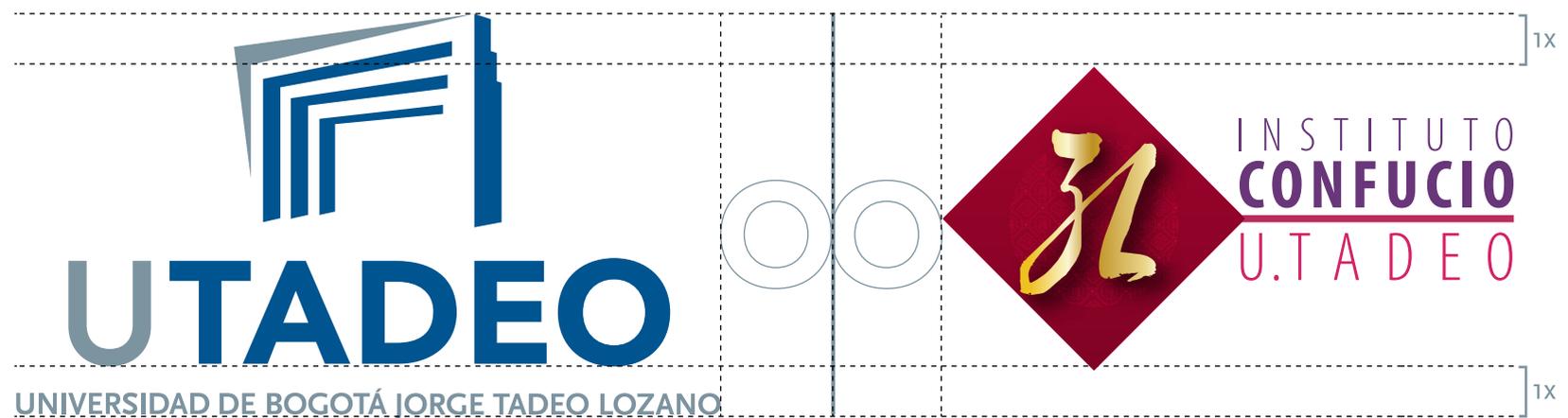
NIVEL C



UTADEO Tiene el menos 50% de control sobre la pieza, no es predominante en la comunicación.

Para estos casos recomendamos tomar en cuenta el tamaño mínimo del logo.

Aquí se presenta la manera mediante la cual debemos regular el espacio de las comunicaciones de nuestra marca en co-branding



El identificador que acompañe la marca UTADDEO a manera de co-branding nunca deberá sobrepasar las proporciones de nuestra marca.

Co-Branding

Ejemplos de aplicación

El único logo diferente al institucional autorizado es el del Instituto Confucio, dado su carácter de ente internacional regido por una normatividad independiente y amparada por un convenio de cooperación internacional con el Gobierno de la República Popular de China.



No está permitido el uso de logotipos diferentes al institucional para: dependencias, facultades y/o departamentos, programas, seccionales o sedes, semilleros y observatorios, medios de comunicación (Óyeme radio, Tadeo TV, HJUT, MAV, etc.).

103	Papelería
105	Hoja membreteada
107	Tarjeta de presentación
109	Carné de identificación
111	Sobres
113	Memorando y presentaciones

Los recursos intangibles (diseño, imagen de marca, comunicación, etc.) para todo organismo que necesite interactuar con públicos numerosos, se han transformado en verdaderos activos. Hoy nadie discute su poder e influencia.

IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL

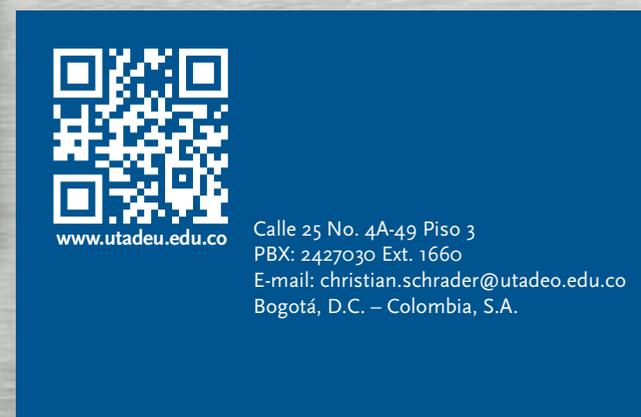
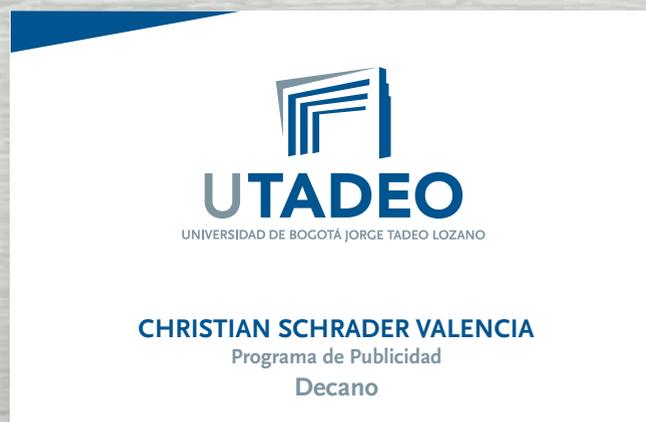


La imagen de la papelería corporativa debe fortalecer nuestra marca y hacer que la empresa obtenga una comunicación continua con las audiencias clave



Papelería

Visual



La tarjeta es una de las piezas con mayor relevancia, ya que nos permite llegar a nuestras audiencias de forma rápida y directa

Papelería

Tarjeta de presentación



Aplicar el código QR agrega valor a UTADEO reflejando actualidad, innovación y conectando con nuestros audiencias a través de un medio rentable y de respuesta inmediata.



Formato: 5,5 x 8,5 cms
Sustrato: opalina
Gramaje: 236 gr
Tintas: cuatricromía (CMYK*)
Sistema de impresión: Litográfica



UTADEO
UNIVERSIDAD DE BUCOTA JORGE TADEO LOZANO



**MARIA DE LOS ANGELES
SALCEDO GUERRERO**

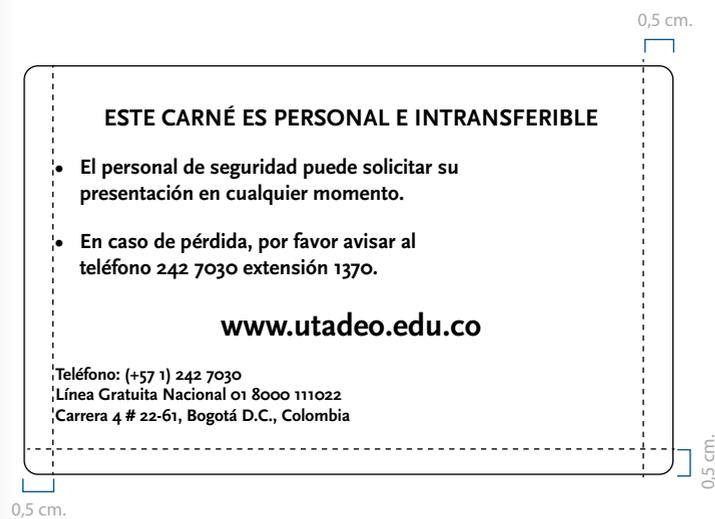
C.C. 1034 150 614

Pregrado
Administración de Empresas Agropecuarias



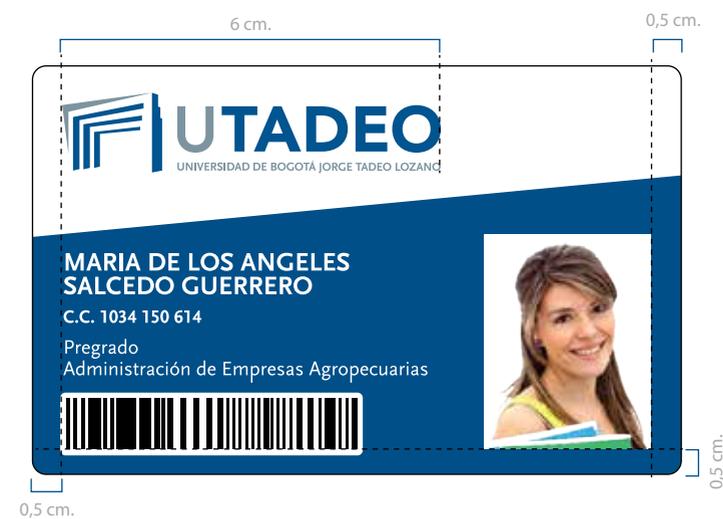
Papelería

Carné de identificación



Formato: 5,5 x 8,5 cms
Soporte: plástico
Tintas: cuatricromía

La fotografía será tomada
sobre fondo blanco

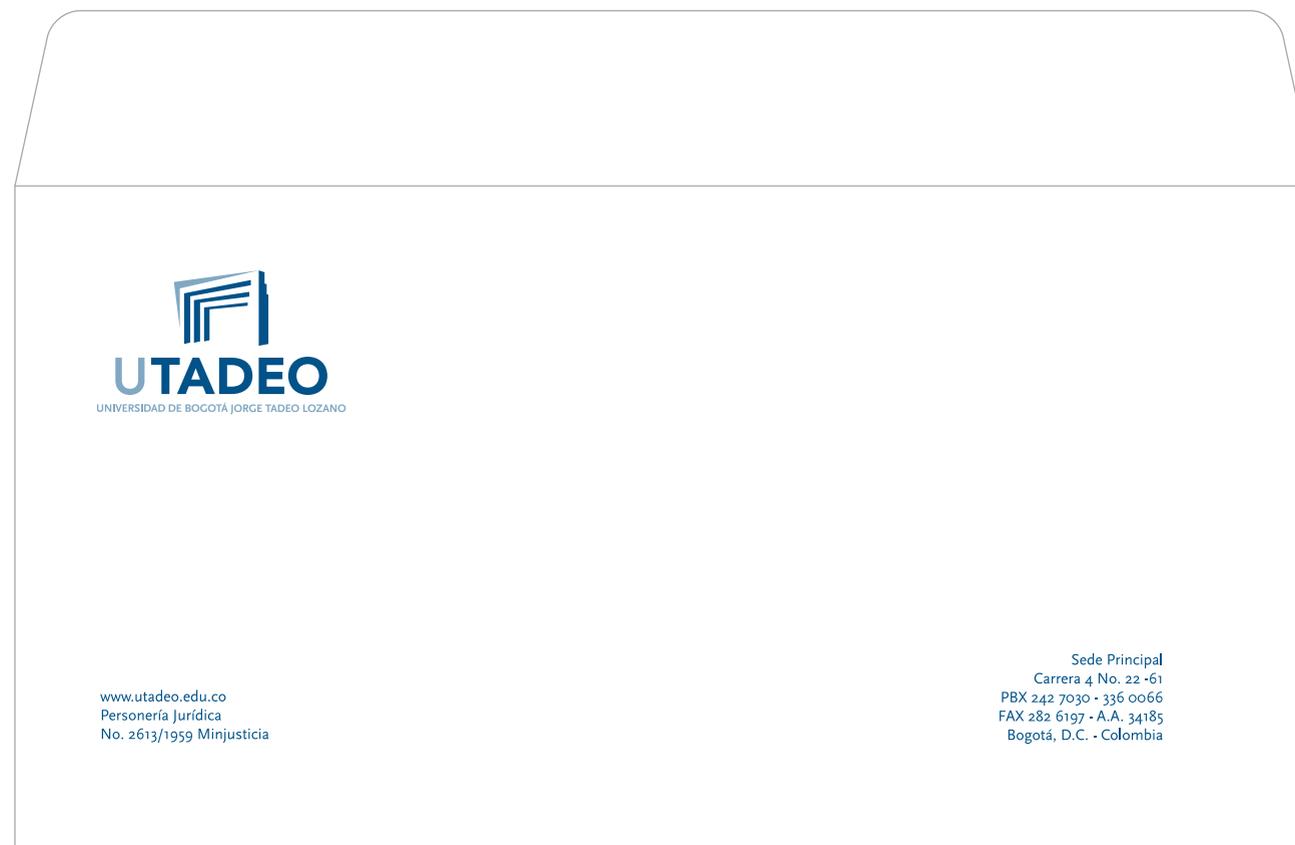


ScalaSans LF
Tamaño: 10 pt
Interlineado: automático
Texto alineado: izquierda.
Color: Pantone® 2955 C.

Hemos definido utilizar un módulo en las piezas de papelería para mantener un rasgo de nuestro sistema gráfico UTADEO

En esta lámina se presenta la aplicación del nuevo sistema gráfico de UTADEO en el sobre #11 Institucional y el sobre tipo bolsa, así como las relaciones espaciales de sus elementos.

Sustrato: bond blanco
Gramaje: 75gr/m2
Tintas: 1 color
Sistema de impresión: litográfico

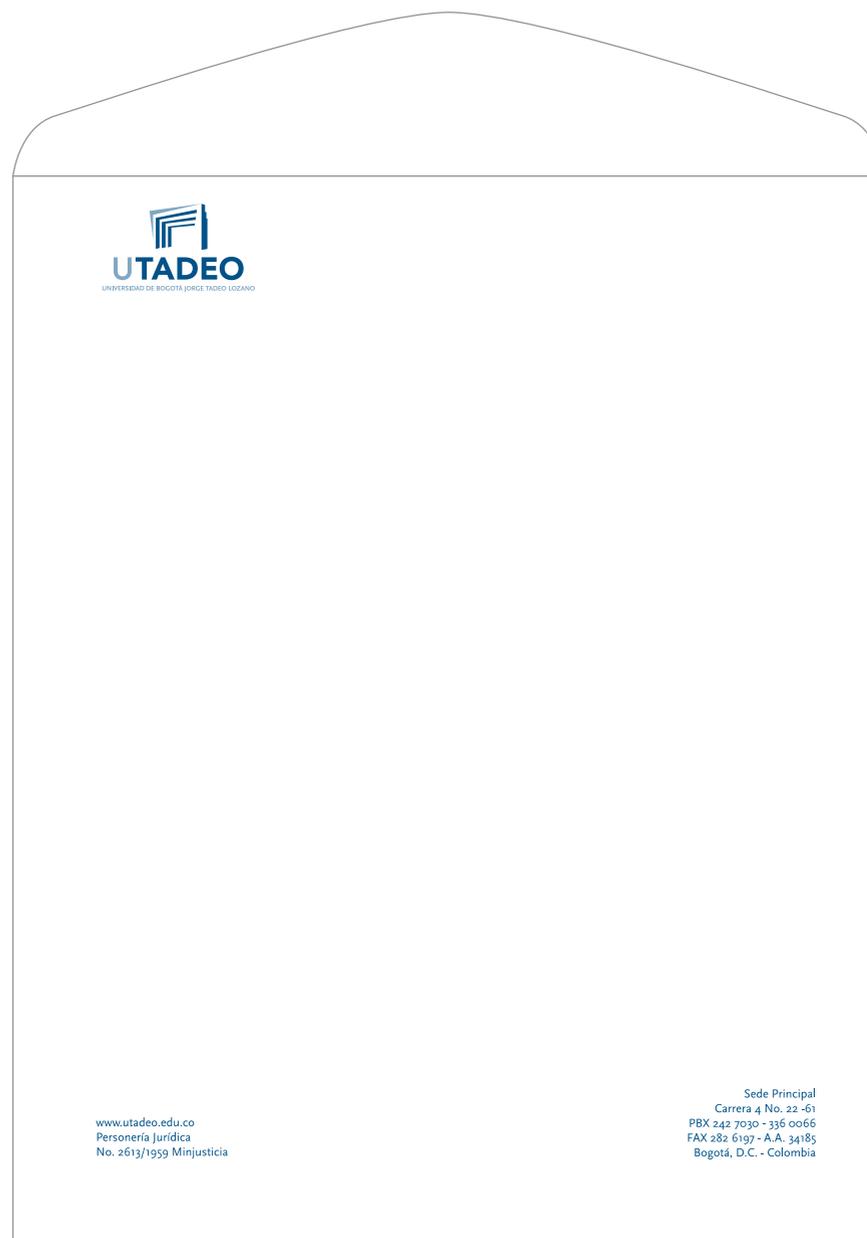


ScalaSans LF Regular
Tamaño: 8 pt
Interlineado: automático
Texto alineado: derecha.
Color: Pantone® 2955 C.

Papelería

Sobres

La marca UTADDEO es el ancho
de 5 cuadrantes de largo.



Formato: 35 x 25 cm
Sustrato: bond blanco
Gramaje: 90 gr
Tintas: 1 color
Textos dirección: negro 80%
Sistema de impresión: litográfico

ScalaSans LF Regular
Tamaño: 10 pt
Interlineado: automático
Texto alineado: derecha.
Color: Pantone® 2955 C.



Título Arial 40 puntos

Títulos dos Arial 28 puntos

Usar Arial Regular
para la elaboración
de las presentaciones.
No usar efectos, sombras. et.



Título uno Arial 24 puntos

Cuerpo del texto Arial 22.

117	Uniformes funcionarios
119	Uniformes deportivos
121	Aplicaciones - Señalización
123	Página web
125	Redes sociales
127	Material promocional

APLICACIONES

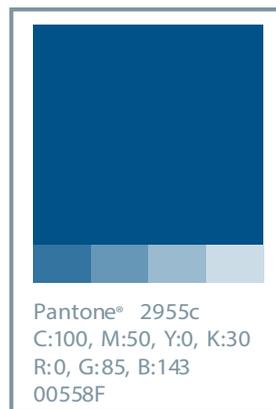
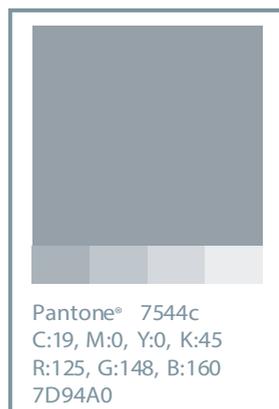
Debemos mantenernos alineados con nuestra imagen en todos los puntos de aplicación

Esta lámina muestra las posibles variables en el uniforme para planta. Debemos aplicar el logo de UTADDEO en su versión vertical y en colores planos.

El tamaño mínimo en bordado del logo deberá ser 5 cm. Recomendamos hacer pruebas.

Debemos utilizar materiales resistentes. Para ello recomendamos utilizar tela de algodón.

Referencia de colores permitidos



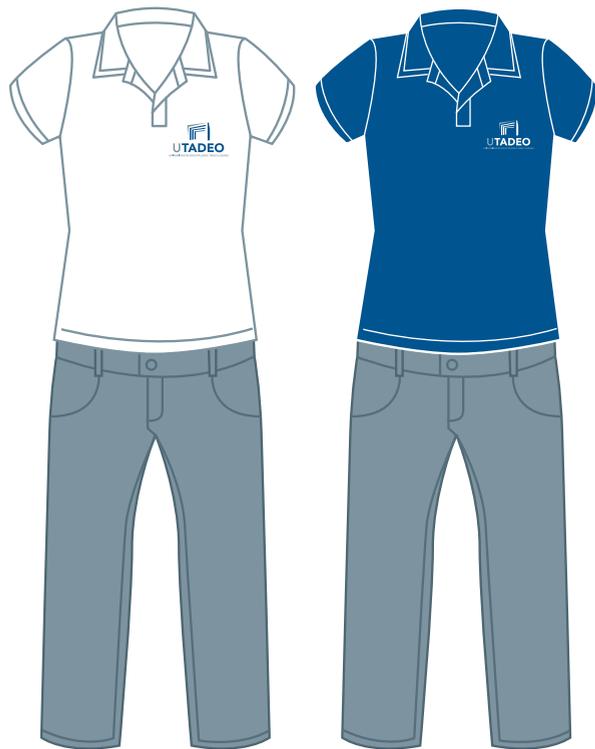
Versión logo UTADDEO negativa, Postivia



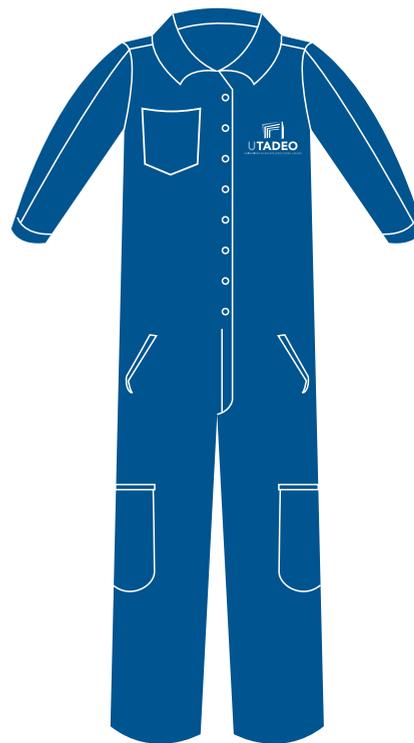
Versión logoUTADDEO positiva sin descriptor para bordados

Uniformes

Funcionarios



Funcionarios: Promocional



Funcionarios: Mantenimiento



Funcionarios: Laboratorios



Funcionarios: Audiovisuales

Debemos mantenernos alineados con nuestra imagen en todos los puntos de aplicación

Equipos Baloncesto



Equipos: Institucional

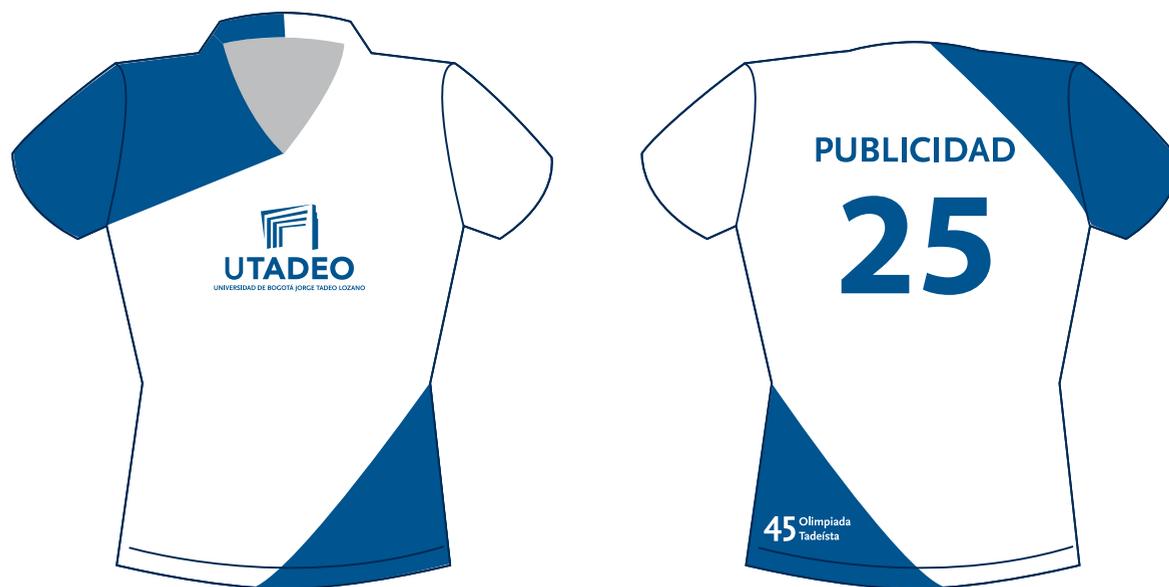


Equipos: Facultades

Uniformes

Equipos deportivos

Equipos Fútbol



Equipos: Institucional



Equipos: Facultades

Debemos mantenernos alineados con nuestra imagen en todos los puntos de aplicación

UTADEO
UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

1er Piso
Módulo 11

En caso de emergencia

En caso de emergencia
use la salida señalada

1. Módulo 5
2. Módulo 6
3. Módulo 8

▲ Punto de encuentro

M7

MUSEO DEL MAR

M1

M1

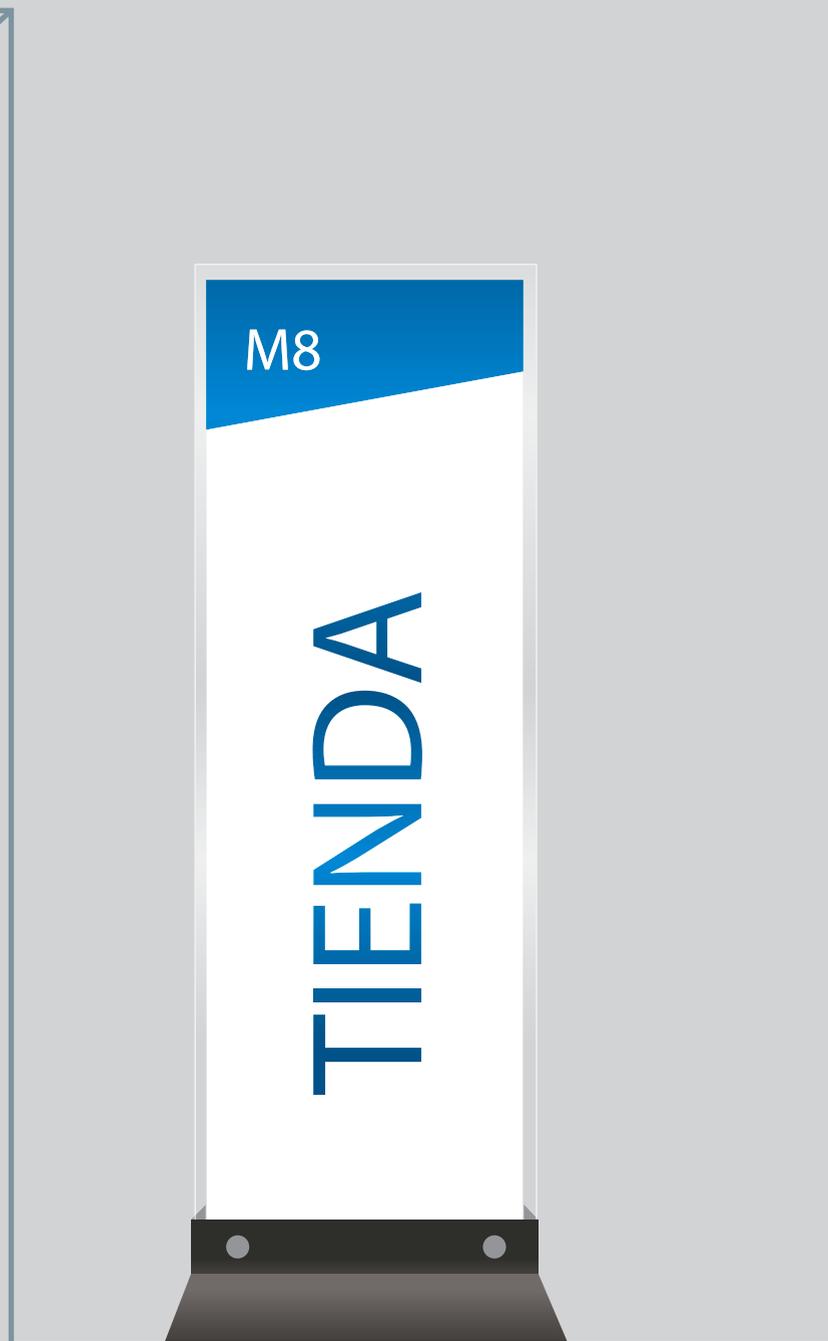
Hemiciclo

Prohibido
comer, fumar
hablar por teléfono

Ley 1897 de 2011

Aplicaciones

Aplicación del sistema en señalización



Una página web es en esencia una tarjeta de presentación digital. Por ello debemos mantenernos alineados con la nueva imagen UTADEO



Aplicaciones

Página web

Es muy importante que el estilo visual de nuestros portales Web manejen los mismos elementos gráficos de nuestra marca, con el fin de mantener un mensaje coherente entre comunicaciones.

También es muy importante manejar imágenes que proyecten los valores Tadeístas. Se recomienda el uso de imágenes concretas sin demasiado contenido textual.

De esta manera mantendremos consistencia visual sin perder nuestra esencia.

Se recomienda usar el siguiente pie de página legal: COPYRIGHT © 2014 UTADÉO S.A.S Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular.



En ambientes digitales como los que nos ofrecen las redes sociales debemos ser coherentes y mantener los recursos visuales de nuestra marca



Debemos mantener el uso del isotipo como elemento identificador en el espacio ofrecido para la foto de perfil.

Para la foto de cubierta se recomienda el uso de imágenes concretas sin grandes contenidos de texto.



Ejemplos de avatar para Facebook y Twitter

Aplicaciones

Redes sociales



Debemos mantener el uso del isotipo como elemento identificador en el espacio ofrecido para la foto de perfil.

Para la foto de cubierta se recomienda el uso de imágenes concretas sin grandes contenidos de texto.



UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

Aplicaciones Material promocional Hoodie



UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

Aplicaciones

Bolsas



UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

Aplicaciones

Gorras

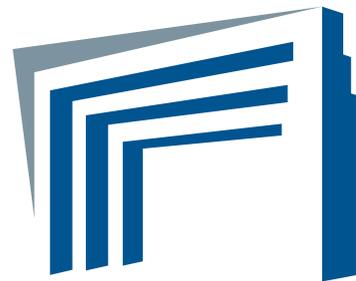


UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

Aplicaciones

Mugs promocionales



UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

agosto_28_2014

Desarrollado por:

MBLM
JUNIO 2014
www.mblm.com