



Universidad de la.  
**Amazonia**



Universidad de la.  
**Amazonia**

MANUAL DE IMAGEN E IDENTIDAD INSTITUCIONAL V. 02

## CONTROL DE CAMBIOS\*

Versión	Fecha	Numerales	Descripción de la modificación
01	2020 - 12 - 30	Todos	Creación del Manual de Imagen e Identidad Institucional. Resolución No. 2188.
02	2024 - 06 - 25	Todos	Actualización del Manual de Imagen e Identidad Institucional según lo establecido en la Ley 2345 de 2023 "Chao marcas". Resolución No. 1802

\*Todos los cambios efectuados en el presente manual, son realizados desde la Oficina Gestión de Información y Comunicaciones de la Universidad de la Amazonia.

Para mayor información sobre su uso y aplicabilidad: [prensa@uniamazonia.edu.co](mailto:prensa@uniamazonia.edu.co)



# CONTENIDO

## 1. PRESENTACIÓN

## 2. OBJETIVOS

## 3. SÍMBOLOS INSTITUCIONALES

3.1 Himno

## 4. MARCA INSTITUCIONAL

4.1 Imagotipo

4.2 Isotipo - Logosímbolo

4.3 Logotipo

4.4 Orientaciones

4.5 Planimetría

4.6 Área de reserva

4.7 Tamaños mínimos

4.8 Usos indebidos

4.9 Vigilada MinEducación

## 5. MARCA Y DEPENDENCIAS

5.1 Denominaciones

## 6. COLOR

6.1 Paleta de color principal

6.2 Paleta de colores secundarios

6.3 Paleta de color identificación visual

6.4 Usos sobre tinta

6.5 Usos sobre color y fondos

## 7. TIPOGRAFÍAS

7.1 Tipografía institucional

7.2 Tipografías principales

7.3 Tipografías complementarias

7.4 Tipografías complementarias II

## 8. APLICACIONES

8.1 Papelería institucional

8.2 Comunicado interno

8.3 Comunicado externo

8.4 Comunicado prensa

8.5 Piezas Digitales

8.6 Vestuario

## 9. CO-BRANDING

9.1 Universidad como organizador

9.2 Universidad como igualitario

9.3 Universidad como participante

## 10. EXCEPCIONES IDENTIDAD

10.1 Identificador visual emisora

10.2 Identificador visual centros  
y grupos de investigación

10.3 Campañas institucionales

## 11. VOCERÍA

11.1 Canales oficiales

11.2 Socialización del manual

# 1. PRESENTACIÓN

## IDENTIDAD INSTITUCIONAL

"Universidad de la Amazonía, calidad e identidad para comunicar" es la estrategia propuesta para unificar toda la producción comunicativa de la entidad, bajo la premisa de articular y potencializar los diferentes esfuerzos que a este respecto, surgen a nivel triestamentario, es decir, por parte de administrativos, docentes y estudiantes. En línea con lo anterior, se hace énfasis en la necesidad de hacer uso eficiente de los recursos técnicos, tecnológicos, financieros y humanos, que permitirán un engranaje adecuado para el cumplimiento responsable del proceso comunicativo, en pro de generar sentido de pertenencia y a la vez fomentar confianza y prestigio de la institución.

Para toda organización, sea pública o privada, cualquiera que sea su objetivo misional, es de vital importancia generar y aplicar una estrategia de comunicación que condense todos aquellos parámetros alusivos a este componente, de manera tal que se constituya como un mapa de ruta en función de su operatividad, y al mismo tiempo contribuya a dar cumplimiento a su misión y visión bajo lineamientos de responsabilidad corporativa y social.

Este conglomerado de elementos, conforman una herramienta de posicionamiento y participación a nivel interno y externo. Así las cosas, y con la creación de la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones en la Uniamazonia, se posibilita la construcción y aplicación de todo un protocolo que condense de manera integral el manejo de la identidad institucional, en función de su impacto social y educativo.

El presente manual de identidad de la Universidad de la Amazonía se propone como guía para el uso idóneo de la imagen de la institución y su proyección en diferentes medios y espacios; todo ello, con la intención de lograr un posicionamiento a nivel local, nacional e

internacional, en línea con sus ejes misionales: Academia, Investigación y Proyección Social.

Dado el contexto actual en el ámbito de la educación superior pública, que demanda estándares de alta calidad en los procesos, se hace urgente y necesario, generar una comunicación clara, precisa y consistente. Así mismo, se requiere dar formalidad a los diferentes símbolos propios del alma mater, que hacen parte de su registro histórico y tradición en el ámbito regional.

El Manual, permitirá reforzar y proteger la imagen e identidad institucional, bajo pautas específicas que deben ser atendidas a nivel interno y externo, acorde con la marca registrada de manera oficial en la Superintendencia de Industria y Comercio.

El documento está dirigido a todas aquellas personas que hacen parte de la comunidad universitaria y que producen o difunden contenidos informativos y comunicativos al interior de la organización, así como para las instituciones aliadas que requieran utilizar el imagotipo de este centro educativo de educación superior y sus diferentes aplicaciones.

Es preciso mencionar, que este es un proyecto que propende por difundir la importancia de adoptar una unidad de imagen institucional, en términos de promover una cultura organizacional que se caracterice por un alto sentido de pertenencia.

La Oficina Gestión de Información y Comunicaciones es la encargada de garantizar el uso adecuado y la implementación de lo contenido en el manual; adicionalmente, será el estamento que podrá dirimir posibles conflictos y resolver inquietudes, además de acoger sugerencias para eventuales actualizaciones futuras.

## 2. OBJETIVOS

- Promover la utilización de una imagen visual unificada de la Universidad de la Amazonia que genere identificación y posicionamiento de la institución a nivel interno y externo.
- Definir parámetros gráficos que posibiliten el correcto uso del imagotipo, la tipografía y el color, así como la aplicación de estos elementos en medios impresos, plataformas digitales de divulgación, medios de comunicación tradicionales, productos publicitarios, entre otros.
- Establecer los lineamientos idóneos para la utilización de la imagen de la Universidad de la Amazonia en el marco de la interacción con otras instituciones u organizaciones, con la intención de garantizar calidad, unidad, solidez y confiabilidad.
- Crear un documento referencia para comunicadores, diseñadores, editores, impresores y demás actores involucrados en el proceso de gestión de la identidad institucional de la alma mater.

# 3

## SÍMBOLOS INSTITUCIONALES

### 3.1 HIMNO

Coro

Alma mater de la amazonia  
Pregonera de ciencia y saber  
Desde este rincón de la Patria  
El futuro lo forjas con fe.

Estrofa 1

Seriedad, calidad, democracia  
Equidad y justicia social,  
El respeto y un gran compromiso  
Encaminan tu noble ideal.

Estrofa 2

Tus docentes, con gran misticismo,  
Empeñados en dar lo mejor  
Son la guía de inquietos estudiantes  
Que se forjan con gran pundonor.

Coro

Alma mater de la amazonia  
Pregonera de ciencia y saber  
Desde este rincón de la Patria  
El futuro lo forjas con fe.

Estrofa 3

Peregrinan tus aulas sagradas  
Plurales hijos desde esta nación  
Juventud cuyo credo es el himno  
De sembrar una tierra mejor.

Estrofa 4

Con el sol que ilumina la selva  
En sus aguas reflejan verdor  
La enseñanza que deja el ancestro  
La proyectas con gran devoción.

**Letra: PhD. Jaime Enrique Velásquez**

**Música: Mag. Orlando Perdomo Escandón**

# 4

## MARCA INSTITUCIONAL

La marca de la Universidad de la Amazonia es uno de sus más importantes activos a nivel interno y externo; es la imagen que a diario acompaña el trabajo de docentes, estudiantes, investigadores y administrativos de la alma mater. Es por esta razón que al seguir las pautas de este manual, contaremos con una imagen sólida y representativa en todos los escenarios en donde la institución tiene participación.

En este capítulo usted encontrará el significado de las partes que conforman la marca mixta de la Universidad de la Amazonia, conforme a la Resolución No. 3194 emitida por la **Superintendencia de Industria y Comercio**; también definen las pautas básicas para su uso con relación al tamaño, color, área de seguridad y aplicaciones permitidas.

## 4.1 IMAGOTIPO

La marca mixta de la Universidad de la Amazonia, está dispuesta para un uso en formato vertical en su versión original. Está compuesta por un isotipo (símbolo descriptivo con las letras UA en mayúsculas acompañada de un tucán representativo de la región) y un logotipo (nombre de la institución sostenido a dos líneas)



## 4.2 ISOTIPO - LOGOSÍMBOLO

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Está conformado por las dos iniciales U y A, entrelazadas y con una suave inclinación a la derecha, formando a su vez el cuerpo del tucán, ave insignia de la región amazónica.



## 4.3 LOGOTIPO

Es la construcción gráfica de la parte nominativa de la marca. La tipografía institucional de la Universidad de la Amazonia está fundamentatada en la familia tipográfica Century, con las letras U y A en mayúscula sostenida en dos líneas.

Universidad de la.  
**Amazonia**

La marca mixta de la Universidad de la Amazonia, está diseñada de forma vertical en su formato original, se permite el uso de la marca de manera horizontal con la tipografía sostenida a dos líneas para los casos en que el espacio sea insuficiente.

Estas versiones no se deben mezclar, ni alterar en ninguna de sus proporciones. En ningún caso pueden ser usadas de manera diferente a las especificadas en este manual de imagen e identidad visual.



## 4.5 PLANIMETRÍA

Se establece como unidad de medida (X), de esta manera, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier dimensión.

La marca mixta de la Universidad de la Amazonia se construye sobre una superficie modular proporcional al valor X, que se refiere a la altura de la letra inicial A, y de ahí se toma la proporción para dimensionar la imagen. En el caso de la marca mixta horizontal, esta se construye sobre un valor proporcional X, que se refiere a la altura de la letra U.



El área de reserva o zona de seguridad, define y delimita el espacio mínimo por cada lado de la marca mixta de la institución, para evitar que elementos ajenos se sobrepongan y dificulten su legibilidad.



## 4.7 TAMAÑOS MÍNIMOS

No existe restricción para ampliación del tamaño de la marca mixta. Se establecen unos tamaños mínimos de reproducción impresa y digital.

---

### MEDIOS IMPRESOS

---



---

### MEDIOS DIGITALES

---



Estos son algunos ejemplos de uso inadecuado de la marca mixta. Este tipo de prácticas comprometen la credibilidad e identidad de la imagen institucional.

*Rotar el Imagotipo.*



*Contornear el Imagotipo.*



*Añadir sombras o filtros.*



*Cambiar los colores de la Marca*



*Reducir el logosímbolo sin tener en cuenta los tamaños mínimos descritos.*



*Cambiar las proporciones del logosímbolo por cualquiera de sus lados.*



*Cambiar la tipografía en el Logotipo*



*Cambiar la composición del logosímbolo*



## 4.8 VIGILADA MINEDUCACIÓN

De acuerdo con la Resolución No. 12220 de 20 de junio de 2016, expedida por el Ministerio de Educación Nacional, en la cual se regula la publicidad que realizan las instituciones de educación superior, la Universidad de la Amazonia establece el uso de la advertencia “Vigilada MinEducación” y “Vigilada Ministerio de Educación Nacional” para los contenidos publicitarios de oferta y desarrollo de programas académicos.

En la marca mixta vertical, se posiciona de forma centrada el “Vigilada MinEducación” en la parte inferior.



En la marca mixta horizontal, se posiciona de forma centrada el “Vigilada Ministerio de Educación Nacional” en la parte inferior.

# 5

## MARCA Y DEPENDENCIAS

El nombre de los programas, facultades, áreas o dependencias de la Universidad de la Amazonia, utilizarán la marca mixta vertical y horizontal, con el nombre centrado respecto al imagotipo, utilizando el color verde institucional. La tipografía debe ser una de las autorizadas en este manual.

## 5.1 DENOMINACIONES



Cuando un programa académico obtiene la acreditación de alta calidad, se sugiere el uso de un sello dorado que acompañe la denominación.



La denominación de la oficina o dependencia se ubica horizontalmente desde el final de la línea y va hasta la extensión total de su nombre, en tipografía Lato Bold (sugerida), color verde institucional o en las variaciones positivo o negativo.

Cuando el nombre de la dependencia sea demasiado extenso y supere el tamaño horizontal de la marca mixta, deberá pasar a otra línea y estar justificado a la izquierda.

Solo se permite incluir el nombre de una dependencia junto a la marca mixta. En actividades con participación de varias dependencias, se utilizará exclusivamente el imagotipo general de la Universidad de la Amazonia para representarlas.

Para la versión vertical, la denominación de la oficina o dependencia se debe ubicar debajo de la marca mixta.

Se requiere del visto bueno y aprobación de la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones.

# 6

## COLOR

La Universidad de la Amazonia cuenta con dos colores principales, el rojo y el verde, que junto al negro conforman la paleta institucional.

Esta gama de colores, deberá ser utilizada en la mayoría de los ejercicios de diseño y diagramación, para la elaboración de piezas gráficas y/o audiovisuales.

A través de este aplicación se podrá reforzar la identidad y el reconocimiento de la alma mater, posicionándose al interior de la institución y en espacios locales, nacionales e internacionales.

## 6.1 PALETA DE COLOR PRINCIPAL

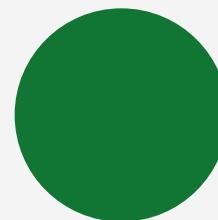
La paleta institucional es parte fundamental de la imagen e identidad de la Universidad de la Amazonia. Con ella se proyecta una imagen siempre coherente que permite la identificación inmediata de la institución.

### Pantone 356 C

**CMYK** 91% 0% 88% 54%

**RGB** R 11 G:117 B:14

**HEX** #0B750E



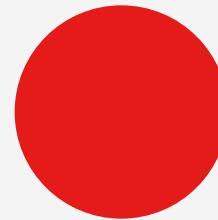
El verde simboliza la selva y la riqueza de nuestro emporio.

### Pantone 185 C

**CMYK** 0% 100% 81% 11%

**RGB** R 232 G:19 B:18

**HEX** #E81312



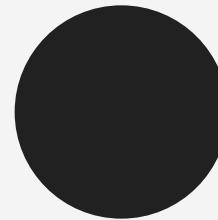
El rojo simboliza la sangre, la vida y el dinamismo, es a la vez el color del amor y la pasión que deben animar a la institución para su avance en la Amazonía.

### Pantone Black C

**CMYK** 0% 0% 0% 87%

**RGB** R:34 G:34 B:34

**HEX** #222222

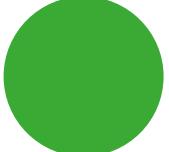
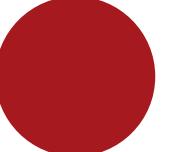


El color negro corresponde a la tipografía que acompaña la marca mixta institucional.

## 6.2 PALETA DE COLORES SECUNDARIOS

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

La paleta secundaria permite ampliar la gama de colores para las diferentes piezas de comunicación y divulgación de la Universidad de la Amazonia, con el fin de adaptarlas a las necesidades específicas del diseño.

Colores Complementarios	Colores Compuestos
<p><b>Pantone 143 C</b> <b>CMYK</b> 0% 27% 85% 0% <b>RGB</b> R:237 G:176 B:46 <b>HEX</b> #EDB02E</p> 	<p><b>Pantone 158 C</b> <b>CMYK</b> 0% 62% 97% 0% <b>RGB</b> R:228 G:113 B:19 <b>HEX</b> #E47113</p> 
<p><b>Pantone 7473 C</b> <b>CMYK</b> 76% 6% 44% 8% <b>RGB</b> R:22 G:149 B:134 <b>HEX</b> #169586</p> 	<p><b>Pantone 634 C</b> <b>CMYK</b> 100% 6% 1% 48% <b>RGB</b> R:0 G:90 B:126 <b>HEX</b> #005A7E</p> 
<p><b>Pantone 361 C</b> <b>CMYK</b> 68% 0% 100% 0% <b>RGB</b> R:52 G:171 B:30 <b>HEX</b> #34AB1E</p> 	<p><b>Pantone 7621 C</b> <b>CMYK</b> 0% 100% 87% 22% <b>RGB</b> R:166 G:20 B:29 <b>HEX</b> #A6141D</p> 
<p><b>Pantone 663 C</b> <b>CMYK</b> 5% 6% 0% 0% <b>RGB</b> R:225 G:221 B:228 <b>HEX</b> #E1DDE4</p> 	<p><b>Pantone Cool Gray 6 C</b> <b>CMYK</b> 33% 24% 20% 2% <b>RGB</b> R:161 G:164 B:166 <b>HEX</b> #A1A4A6</p> 

## 6.3 PALETA DE COLOR IDENTIFICACIÓN VISUAL

### Facultad de Derecho

CMYK 100| 75 | 50 | 25

RGB 10 | 65 | 89

HEX 0A4159

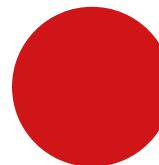


### Facultad de Ingeniería

CMYK 0 | 92 | 92 | 19

RGB 207 | 17 | 17

HEX CF1111



### Facultad de Ciencias Agropecuarias

CMYK 50| 0 | 100 | 5

RGB 144| 186| 30

HEX 8FBA1D

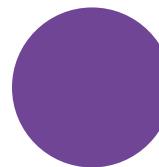


### Facultad de Ciencias de la Educación

CMYK 68 | 81 | 0 | 0

RGB 112 | 69 | 149

HEX 704595

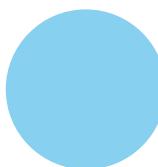


### Facultad de Ciencias de la Salud

CMYK 49 | 0 | 4 | 0

RGB 135 | 208 | 240

HEX 87D0F0

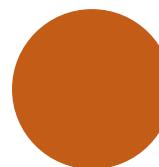


### Facultad de Ciencias Básicas

CMYK 0 | 53 | 96 | 24

RGB 194 | 92 | 8

HEX C25C08



### Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

CMYK 0 | 30 | 100 | 0

RGB 251 | 186 | 0

HEX FBB900



Los colores de esta sección se designan bajo las necesidades específicas de identificación, para las facultades y sus respectivos programas académicos.

Cuando se requiera el uso de la marca a una sola tinta, está permitido utilizar la versión en negativo para fondos oscuros y en positivo para claros, con el propósito de garantizar un mejor contraste.



## 6.5 USOS SOBRE COLOR Y FONDO



# 7

## TIPOGRAFÍAS

Con la intención de unificar el manejo de la imagen institucional de la Universidad de la Amazonia, todos los textos que se produzcan de manera oficial tales como comunicados, resoluciones, cartas, entre otros, deberán ser escritos con las fuentes que se contemplan en el presente capítulo.

## 7.1 TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

La tipografía institucional está fundamentada en la familia tipográfica Arial y Century, su uso es en papelería (oficios y demás documentos)

Aa

**Century Regular / Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

**Arial Regular / Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

**Roboto Regular**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

**Montserrat Regular**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Las tipografías que se proponen a continuación, se recomiendan para títulos y encabezados en piezas gráficas y audiovisuales.

Aa

### Roboto Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

### Lato Regular / Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

### Open Sans Regular / Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

### Montserrat Medium / Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 1234567890

## 7.3 TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIAS

Estas tipografías se sugieren para los subtítulos, entradillas textos corridos o bloques de texto largos.

Aa

Poppins Regular / **Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

Helvetica Regular / **Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

Raleway Regular / **Medium**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

Open Sans / **Semibold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Estas tipografías son una opción que complementa los textos corridos y secundarios para diferentes creaciones gráficas.

*Amarillo*  
**Aa** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

**Aa** *Boogaloo Regular*  
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

**Aa** *Freestyle Regular / Bold*  
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

*Bello Script Pro*  
**Aa** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

# 8

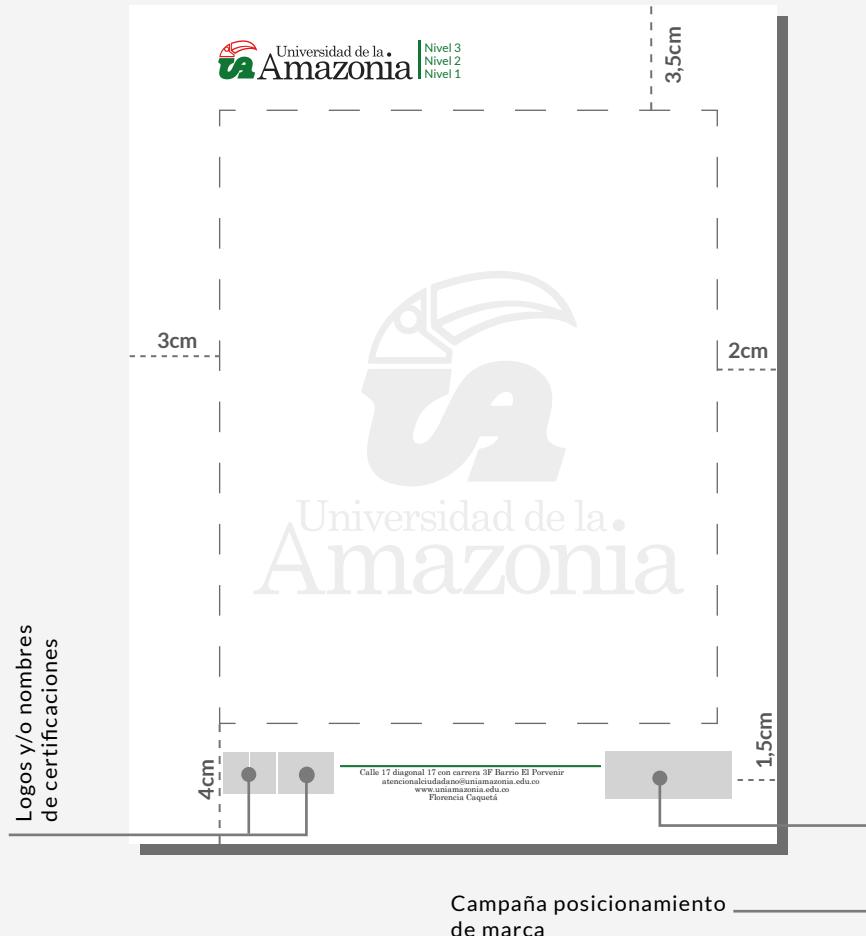
## APLICACIONES VISUALES

En este capítulo encontraremos ejemplos que permiten evidenciar la aplicación de la marca mixta e identidad de la Universidad de la Amazonia. Se sugiere que los productos que se diseñen, apliquen las pautas aquí establecidas.

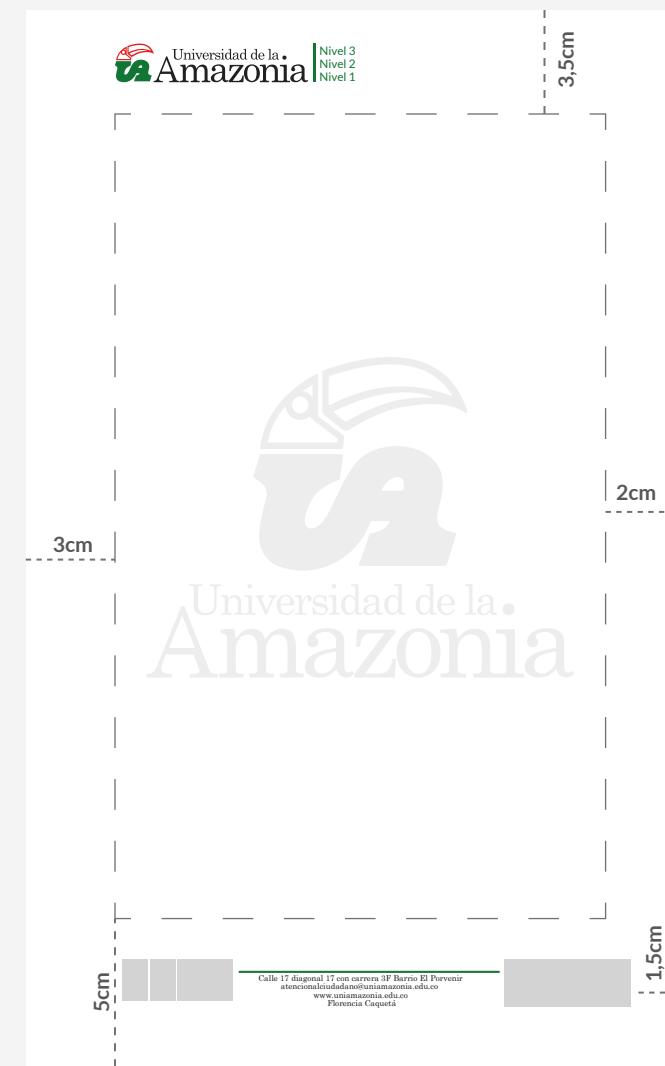
## 8.1 PAPELERÍA INSTITUCIONAL - MEMBRETE

La plantilla de membrete de cada dependencia deberá ser solicitada ante la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones a través del correo [prensa@uniamazonia.edu.co](mailto:prensa@uniamazonia.edu.co)

**Hoja Carta**



**Hoja Oficio**



## 8.1.1 PAPELERÍA INSTITUCIONAL - OFICIO

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Ejemplo del formato establecido para oficios.

 Universidad de la  
Amazonía  
Rectoría  
Bloque administrativo - Campus Porvenir  
rectoria@uniamazonia.edu.co  
Vigilada Ministerio de Educación Nacional

NIT. 891.190.346-1

[xxxxxx]

Lugar y fecha (día, mes, año)

Señor  
NOMBRES Y APELLIDOS  
Cargo o trabajo  
Lugar, entidad, email

Asunto: Nombre del motivo de la comunicación

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

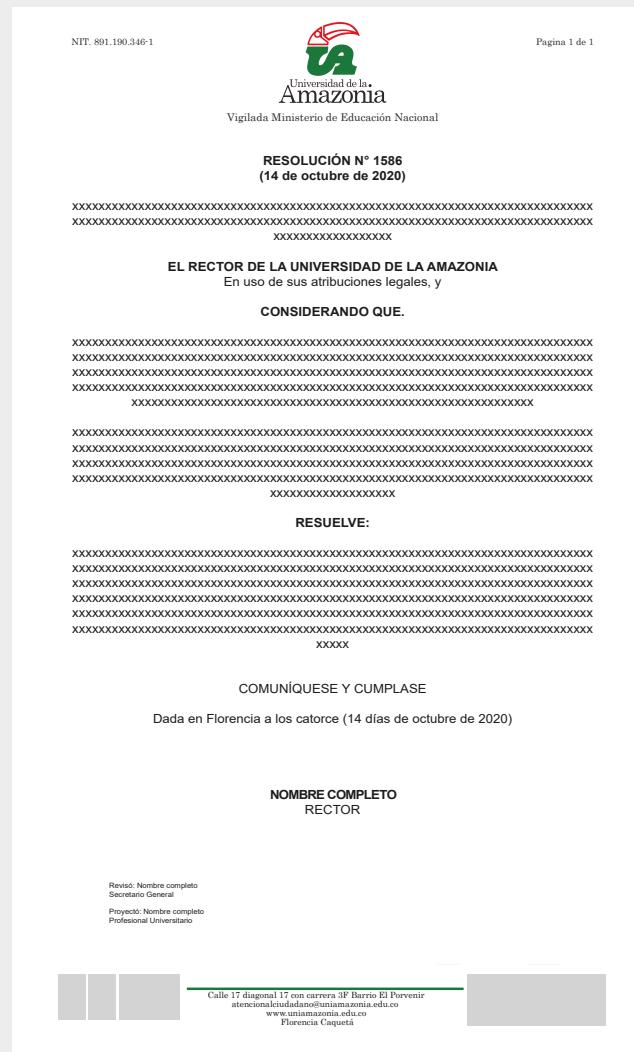
NOMBRES Y APELLIDOS  
Cargo o trabajo  
Lugar, entidad o email

Elaboró: xxxxxxxxxxxxxxxx

 Calle 17 diagonal 17 con carrera 3F Barrio El Porvenir  
atencionciudadano@uniamazonia.edu.co  
www.uniamazonia.edu.co  
Florencia Caquetá

## 8.1.2 PAPELERÍA INSTITUCIONAL - RESOLUCIÓN

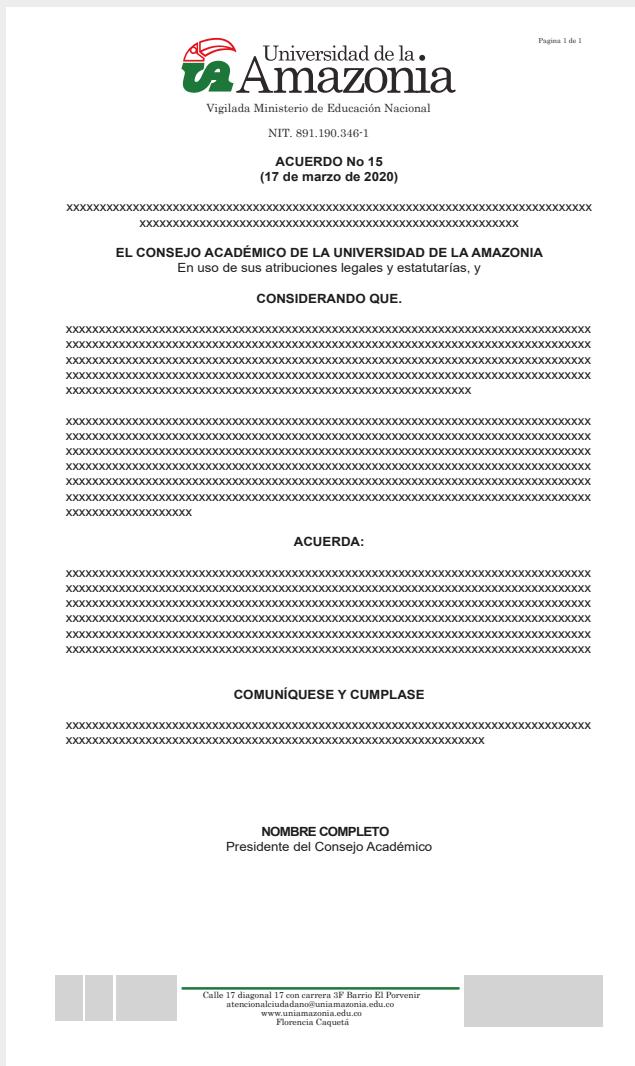
La Resolución es una orden escrita dictada por el Rector o su delegado. A continuación se muestra un ejemplo del formato establecido para la institución.



## 8.1.3 PAPELERÍA INSTITUCIONAL - ACUERDO

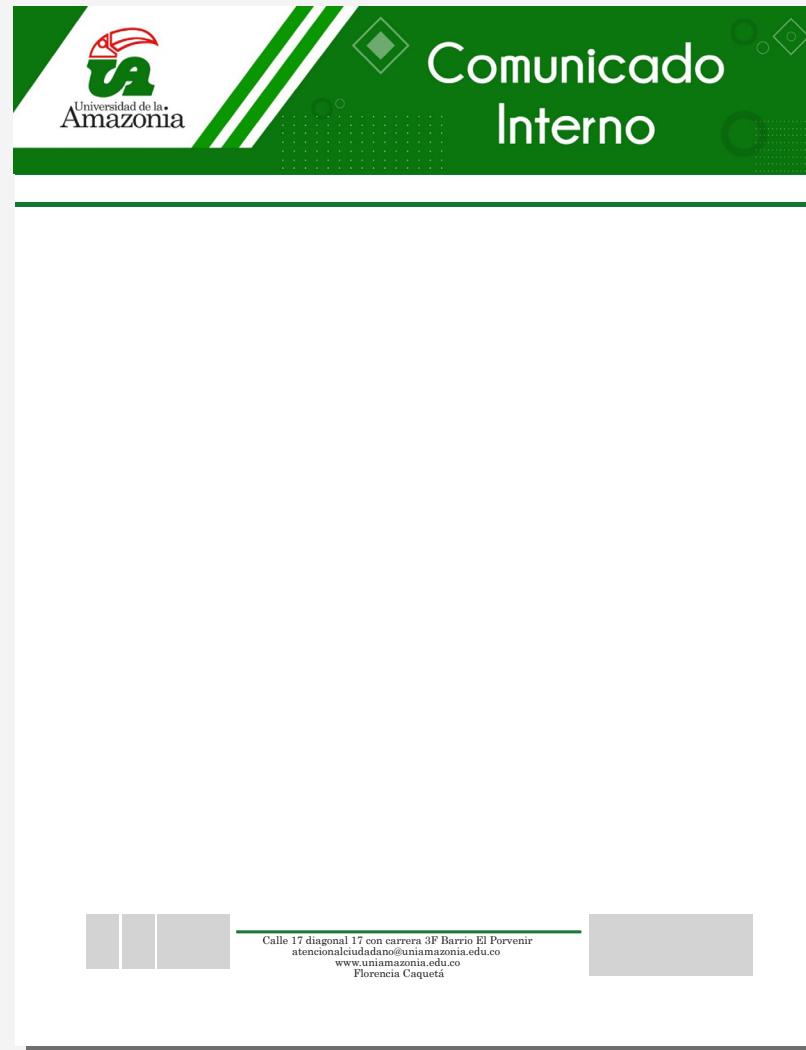
IDENTIDAD INSTITUCIONAL

El Acuerdo es la decisión tomada por el Consejo Superior Universitario, Consejo Académico y Consejos de Facultad de la Universidad de la Amazonia. A continuación se muestra el formato establecido para la institución.



## 8.2 COMUNICADO INTERNO

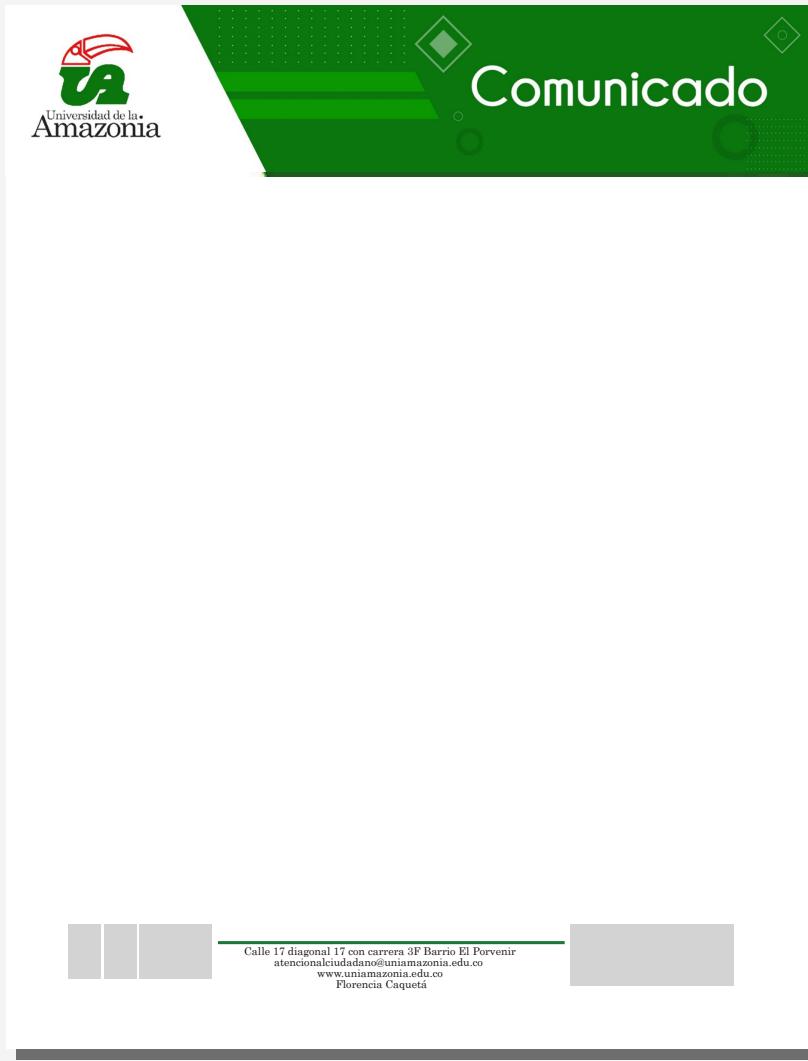
Se utiliza para la comunicación de la Universidad de la Amazonia entre sus distintas unidades, dependencias académicas o administrativas.



## 8.3 COMUNICADO EXTERNO

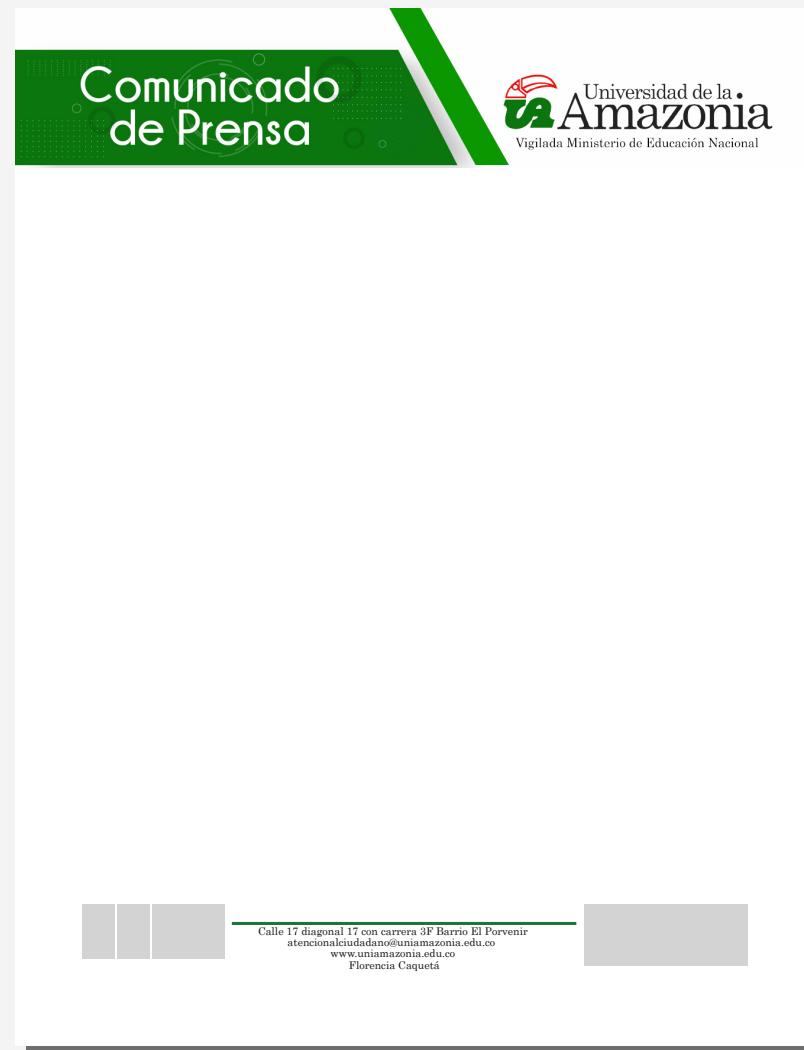
IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Se utiliza para la comunicación externa de la Universidad de la Amazonia.

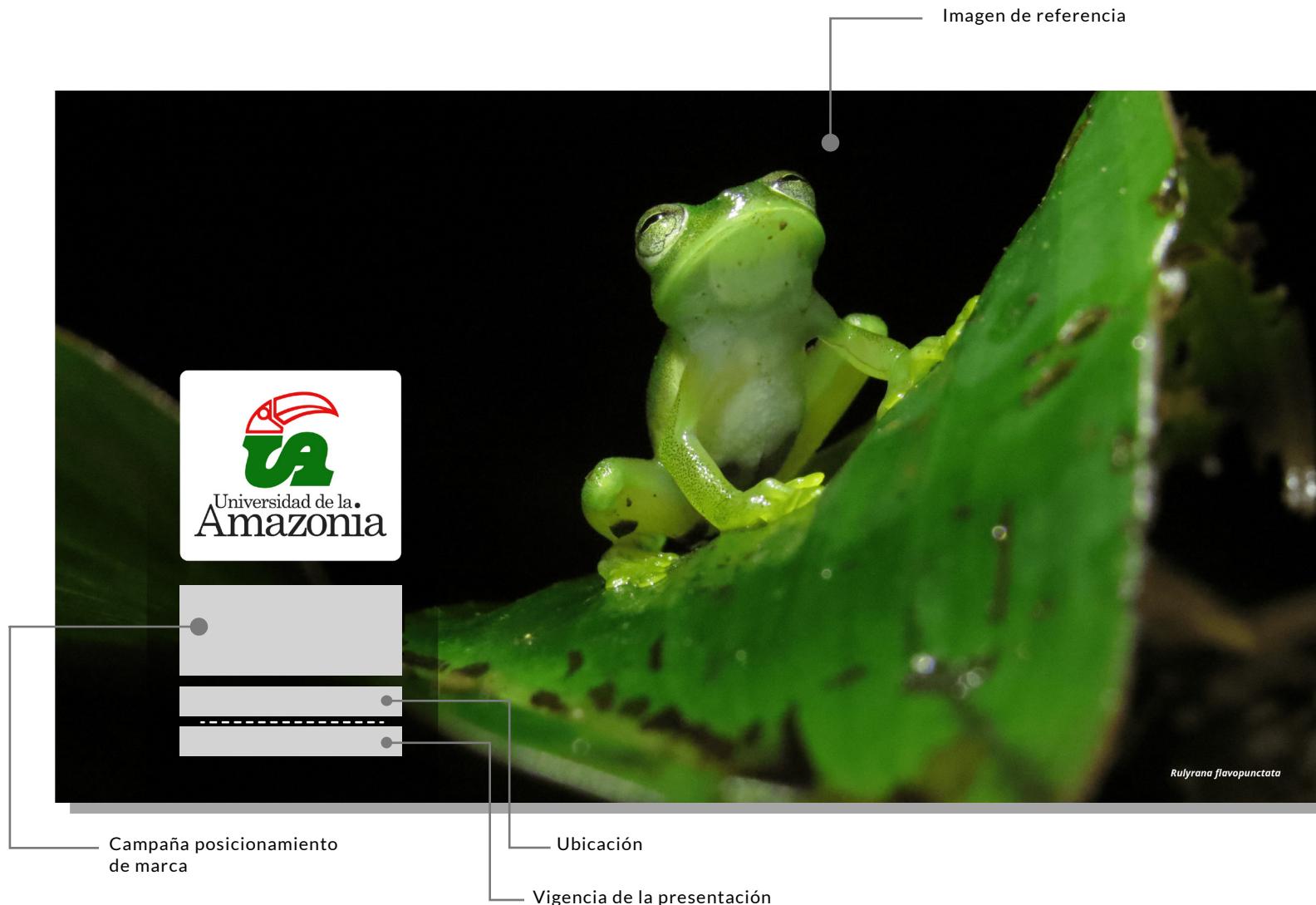


## 8.4 COMUNICADO DE PRENSA

Se utiliza para la comunicación con medios radiales, televisivos, prensa entre otros.

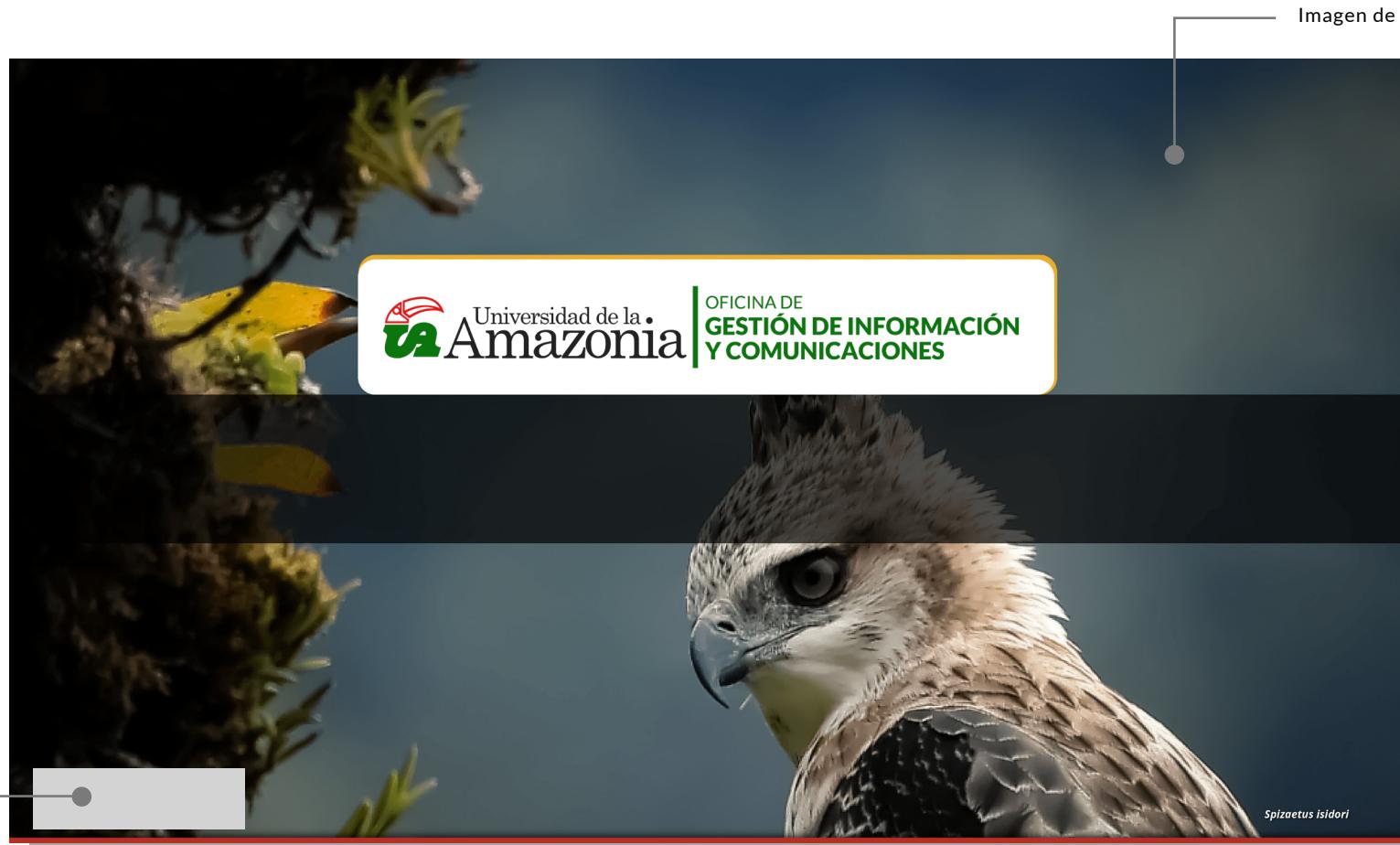


La siguiente es la portada de la plantilla institucional para presentación en diapositivas:



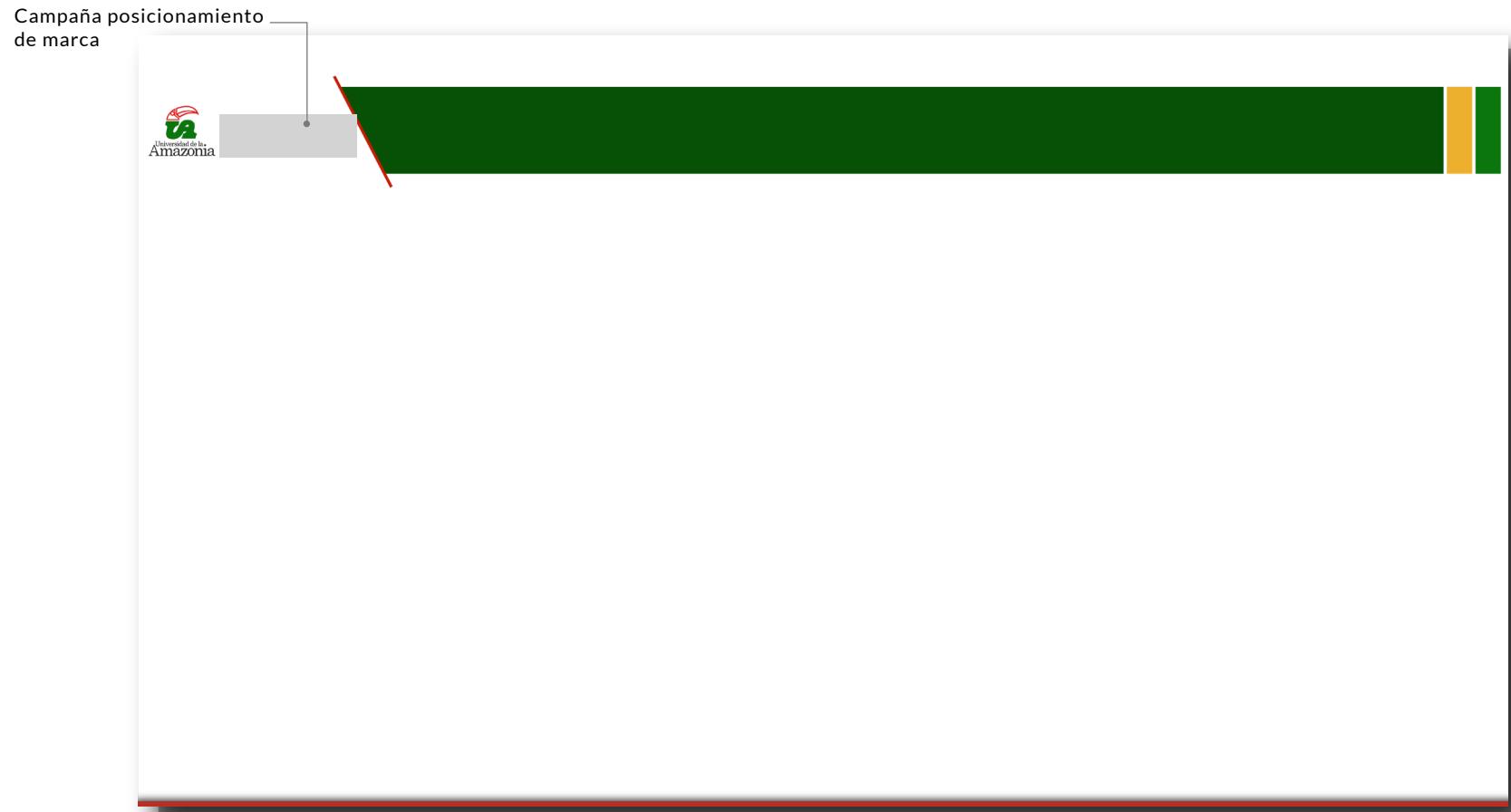
## 8.5.1 PIEZAS DIGITALES - PRESENTACIÓN EN DIAPOSITIVAS

La página de títulos y subtítulos de la presentación en diapositivas, debe incluir la denominación de la dependencia en el rectángulo de color blanco, y se podrá incluir el encabezado del contenido, en el espacio estipulado en la parte central de la imagen.



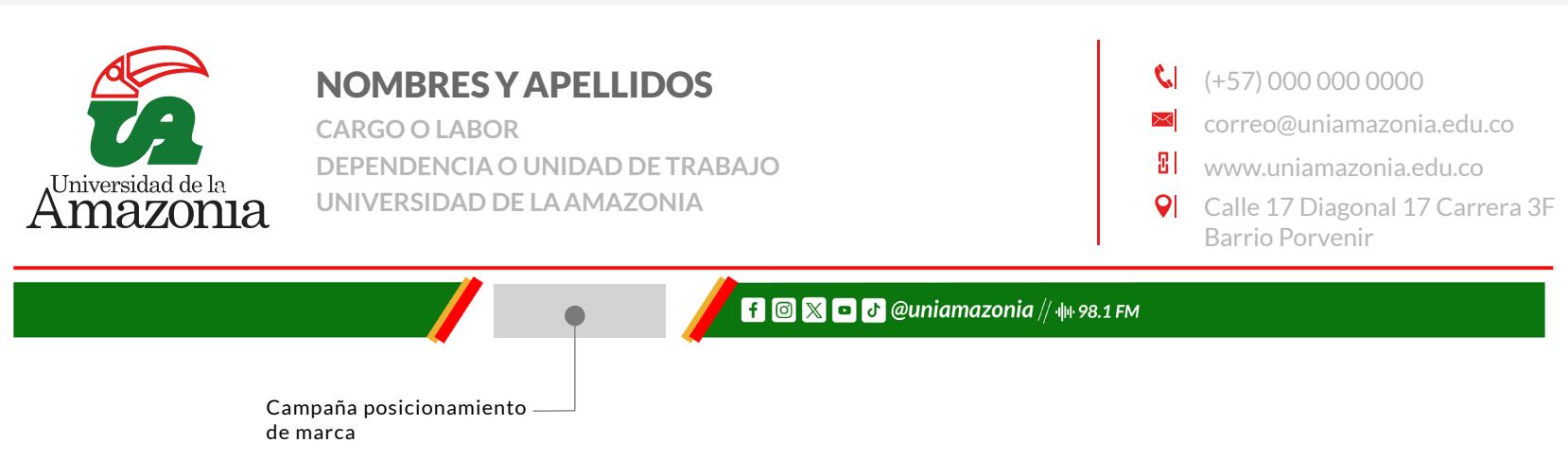
Campaña posicionamiento  
de marca

La página de contenido de la presentación en diapositivas, incluye una franja de color verde para indicar el título en la hoja.



## 8.5.3 PIEZAS DIGITALES - FIRMA DIGITAL

La firma en los correos electrónicos pertenecientes a la comunidad universitaria, deben mantener el siguiente formato:



The image shows a digital signature template for the University of the Amazonia. It features the university's logo (a green 'U' with a red parrot beak) and name ('Universidad de la Amazonia') on the left. In the center, there is a section for 'NOMBRES Y APELLIDOS', 'CARGO O LABOR', 'DEPENDENCIA O UNIDAD DE TRABAJO', and 'UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA'. To the right, there is a vertical contact information column with icons for phone, email, website, and address. Below this is a green bar with social media icons and the handle '@uniamazonia'. A callout box labeled 'Campaña posicionamiento de marca' points to the central contact information area.

**NOMBRES Y APELLIDOS**  
CARGO O LABOR  
DEPENDENCIA O UNIDAD DE TRABAJO  
UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA

(+57) 000 000 0000  
correo@uniamazonia.edu.co  
www.uniamazonia.edu.co  
Calle 17 Diagonal 17 Carrera 3F  
Barrio Porvenir

Campaña posicionamiento de marca

## 8.5.4 PIEZAS DIGITALES - FOTOS Y TEXTURAS

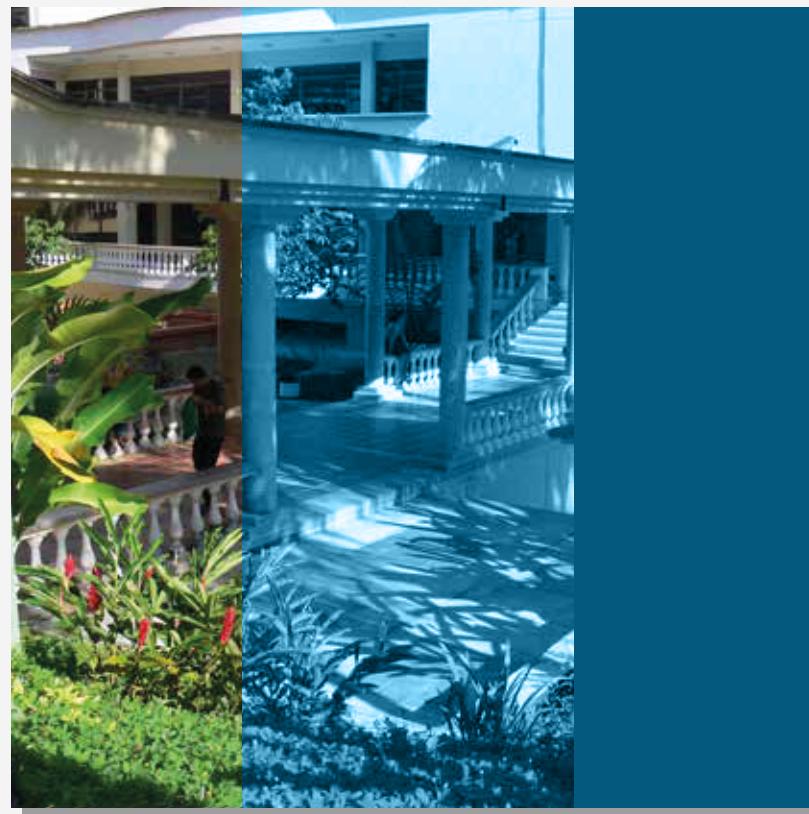
IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Cuando la marca institucional se usa sobre una fotografía, ilustración o vector, debe ubicarse en un espacio adecuado, que le aporte contraste y que no disminuya su visualización, de lo contrario se hace una reserva blanca o negra con un 80% de opacidad.

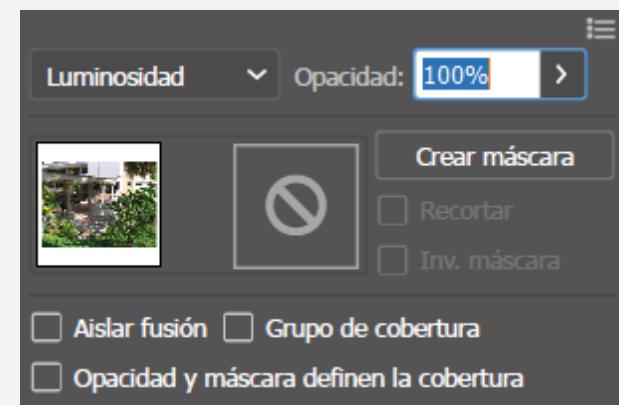


## 8.5.5 PIEZAS DIGITALES - EFECTO FOTOGRAFÍA

La fotografía se sobrepone a la base de color y se aplica el filtro de luminosidad.



Base Color



Fotografía

Efecto

## 8.6 VESTUARIO

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

El uso de la marca mixta institucional en prendas de vestir (camisas, polos y chalecos), solo está permitido en sus tonos originales y en color blanco. Debe ubicarse en el costado izquierdo, de 7 cm de ancho por el alto proporcional.

Camisas



Gorras



Polos



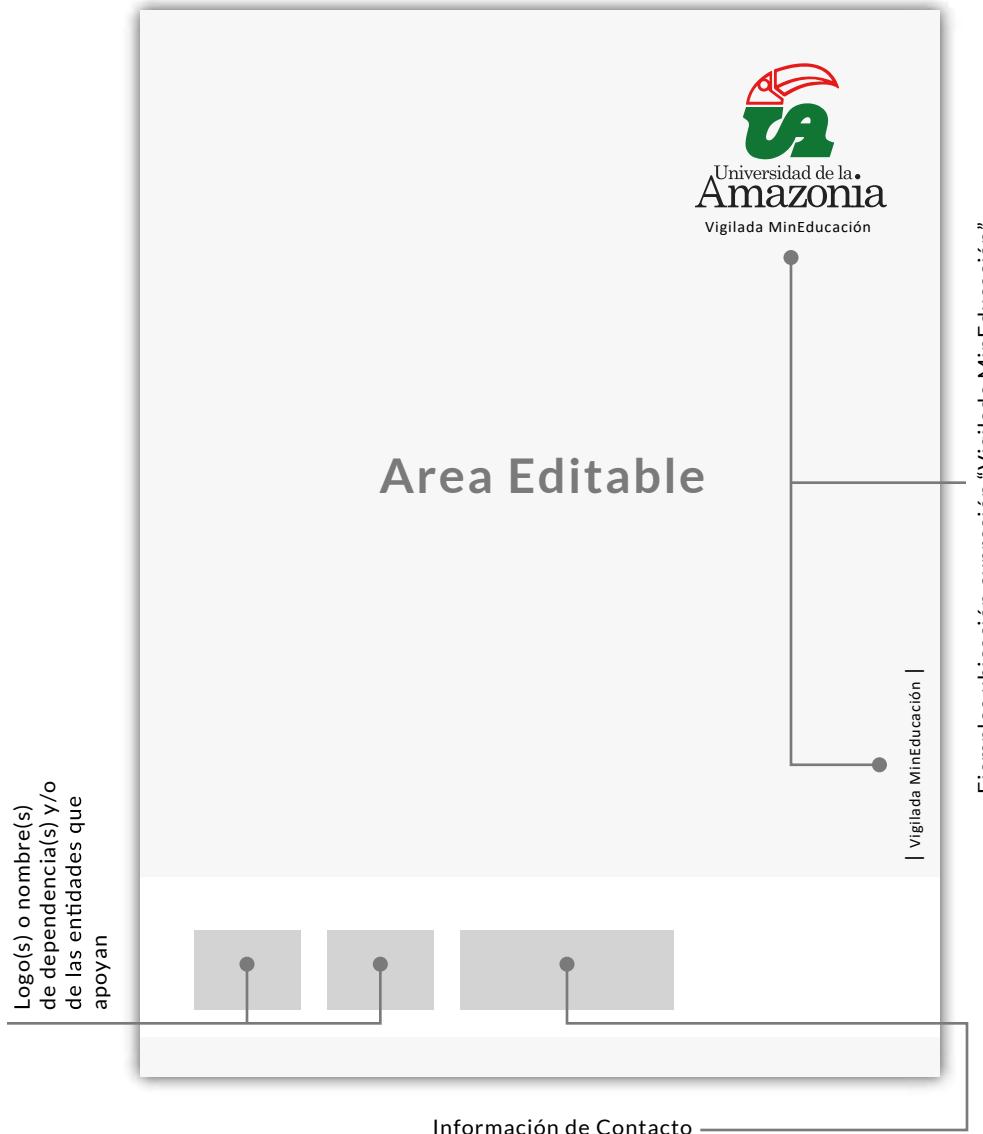
# 9

## CO-BRANDING

El co-branding se refiere al uso de la marca mixta de la Universidad de la Amazonia junta a diferentes logos e identificadores visuales de dependencias, identidades, instituciones o empresas externas, en relación de eventos, actividades o proyectos.

Existen diferentes estilos o diseño que pueden elaborarse para las piezas gráficas y/o audiovisuales, las cuales se describen en el presente capítulo.

## 9.1 UNIVERSIDAD COMO ORGANIZADOR



Cuando la universidad organice un evento, la marca institucional deberá estar ubicada en el espacio editable de la pieza y deberá primar sobre cualquier otra identificación allí contenida, exceptuando el logo del evento, si se cuenta con uno.

En una franja inferior de fondo blanco deben organizarse el o los identificadores visuales de las instituciones que apoyan el evento.

La expresión “Vigilada MinEducación” debe incluirse de manera visible y clara, según la Resolución No. 12220 del 20 junio de 2016 del Ministerio de Educación Nacional.

Para el caso en que la Uniamazonia participe como organizador igualitario, la ubicación de su marca institucional dependerá de las pautas de diseño establecidas por la coordinación del evento; deberá mantenerse una proporción visual equitativa entre las diferentes marcas.

La expresión “Vigilada MinEducación” debe incluirse de manera visible y clara, según la Resolución No. 12220 del 20 junio de 2016 del Ministerio de Educación Nacional.

Area Editable

Marca otra  
institución  
o entidad



## 9.3 UNIVERSIDAD COMO PARTICIPANTE



Expresión  
“Vigilada MinEducación”

En el contexto en que la institución haga parte de un evento como participante u organizador secundario la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones de la Uniamazonia será la responsable de la distribución, en alta resolución y el formato adecuado para la publicación de la marca.

La expresión “Vigilada MinEducación” debe incluirse de manera visible y clara, según la Resolución No. 12220 del 20 junio de 2016 del Ministerio de Educación Nacional.

En este caso se permite el uso de la marca en su versión horizontal.

# 10

## EXEPCIONES DE IDENTIDAD

Tomando en consideración que, al interior de la institución de educación superior, existen algunas unidades de apoyo que tienen su radio de acción de manera transversal a toda la universidad y que realizan acciones comunicativas puntuales en torno a la divulgación de los ejes misionales de la Uniamazonia, como son la Academia, la Investigación y la Proyección Social, se ha considerado exceptuar la posibilidad de crear un logotipo complementario a la marca institucional.

Las opciones contenidas en este capítulo de excepciones deberán contemplar los lineamientos establecidos en el presente manual, en torno al color, la proporción y la calidad. En el mismo sentido, deberá evidenciarse un diseño congruente y relativo a la marca mixta institucional.

## 10.1 IDENTIFICADOR VISUAL EMISORA

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Se hace referencia y se aplica excepción en el uso del identificador visual de la Emisora Universidad de la Amazonia 98.1 FM. Este elemento es complementario de la identidad visual de la Institución y cuya utilización debe obligatoriamente respetar la forma, color y diseños aquí representados.



## 10.2 IDENTIFICADOR CENTROS Y GRUPOS DE INVESTIGACIÓN

Se hace referencia y se aplica excepción en el uso del identificador visual de los centros y grupos de investigación registrados y categorizados ante el Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación.

Este elemento es complementario de la marca mixta de la Institución y su implementación será supervisada por la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones, previa autorización de la Vicerrectoría de Investigación e Innovación.



## 10.3 LOGOS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Son identidades visuales diseñadas como apoyo a estrategias de posicionamiento de la marca institucional. Estos elementos complementarios son producidos y distribuidos desde la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones de la Universidad de la Amazonía.

A continuación, ejemplos de logos utilizados en campañas institucionales.

---

40 Años

---



---

Acreditación

---

CAMINO A LA  
**ACREDITACIÓN**  
**INSTITUCIONAL**

# 11

## VOCERÍA

La vocería institucional se refiere a la voz oficial de la entidad y es la fuente de información principal de la Universidad de la Amazonia. El vocero es el responsable de proyectar e informar a la comunidad académica y en general la imagen, ejecución y resultados de sus procesos misionales.

En ese apartado, se reconocen las cuentas autorizadas para el ejercicio de la vocería institucional.

Canales oficiales de comunicación de la Universidad de la Amazonia:



Página web: [www.uniamazonia.edu.co](http://www.uniamazonia.edu.co)

Cuentas oficiales en las redes sociales:



Youtube: uamazonia



Facebook: Universidad de la Amazonia



Instagram: uniamazonia



Tik Tok: uniamazonia



Equis: uniamazonia

Emisora Universidad de la Amazonia 98.1 FM



## 11.2 SOCIALIZACIÓN DEL MANUAL

El presente manual, fue socializado en:

Página web institucional

<https://www.uniamazonia.edu.co/inicio/index.php/es/servicios-de-informacion/noticias-y-eventos/119-academia/noticias/11458-socializacion-manual-de-imagen-e-identidad-institucional-universidad-de-la-amazonia.html>

Cuentas oficiales

Facebook:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=888112450023403&set=a.460292009472118>

Instagram:

<https://www.instagram.com/p/C8cyfIHSHaz/>

X:

<https://x.com/uniamazonia/status/1805336807330267534/photo/1>



MANUAL DE IMAGEN E IDENTIDAD INSTITUCIONAL V. 02