



# Guía

Manual de Identidad Institucional





---

Actualización  
No. 3 - Julio - 2015

[www.unad.edu.co](http://www.unad.edu.co)

## >>> CARTA RECTORAL A LA PRESENTACIÓN DEL MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL

La imagen institucional de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) es fruto del trabajo de la comunidad universitaria que se abrió paso en el contexto educativo nacional gestado desde la creación de la Unidad Universitaria del Sur de Bogotá (UNISUR) en el año 1981, nombre que corresponde al importante papel histórico de la educación pública en Colombia como líder de la educación abierta y a distancia y, hoy a la vanguardia de la educación e-learning, modalidad educativa sin la cual varias generaciones no habrían tenido ni tendrían la posibilidad de acceder a los diferentes niveles educativos, dando inicio con la alfabetización, pasando por los programas de educación superior y finalizando con programas de posgrado.

Además de los símbolos, en la UNAD la imagen institucional representa el imaginario colectivo de la contribución académica en la construcción del proyecto educativo – ético – político de la nación, dirigido al ser humano y la sociedad multicultural, plural, equitativa, justa y solidaria.

Los símbolos que identifican a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) están dirigidos a vincular visualmente la gama cromática del azul como representativo del concepto de tecnología; del amarillo asociado a la calidez, la cercanía y la esperanza y, los puntos naranja con los que se evoca el movimiento de las olas que representan el progreso, la evolución y el fluir armónico de las dinámicas, puestas al servicio de las necesidades formativa y a la solución de problemas de las comunidades locales, nacionales y globales.

De este modo, la marca “Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)” es el encuentro del escenario de diálogo, fuente de conocimiento e innovación para las comunidades a las que van dirigidos todos los programas y servicios académicos.

La imagen de la Universidad se fortalece desde el impacto social y recordación colectiva que se fomente, lo cual involucra la calidad, pertinencia y oportunidad con la que se coadyuve en hacer efectivo el derecho a la educación para miles de colombianas y colombianos. Los invito a trabajar y soñar juntos, saber escuchar, aprender de otros, formar con calidad y calidez, aportar conocimiento útil desde la investigación y acción solidaria local, nacional y global para lograr un reconocimiento nacional e internacional de la UNAD y asumir el reto de sostenerlo en la ruta de la Megauniversidad colombiana del siglo XXI.

Jaime Alberto Leal Afanador  
Rector

## >>> PRESENTACIÓN DE LA GUÍA POR PARTE DE LA GERENCIA DE RELACIONES INTERINSTITUCIONALES (GRI)

Como Gerente de Relaciones Interinstitucionales, Unidad responsable de la preservación de la identidad e imagen institucional, considero necesario que todos los esfuerzos se encaminen en actividades que contribuyan a dar cumplimiento a ese propósito. Por ello, para lograr el posicionamiento y visibilidad institucional es muy importante hacer un uso correcto de la marca "Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)", por cuanto es la imagen institucional. Cordialmente los invito para que entre todos los que tenemos la oportunidad de participar en el uso de los símbolos institucionales, desde las distintas unidades y centros donde la Universidad oferta sus programas académicos y servicios a las comunidades, colaboremos en la conservación y fortalecimiento de nuestra imagen institucional.

Con el fin de generar uniformidad y unidad de criterio, la Gerencia de Relaciones Interinstitucionales estableció oportunamente los lineamientos y pautas para que el manejo de la identidad e imagen institucional se mantenga y preserve en cada uno de los procesos de diseño, comunicación y publicidad que se elaboran y se usan en las unidades, zonas y centros de la UNAD.

Para dar cumplimiento a los mencionados lineamientos se elaboró y publicó inicialmente el Manual de Identidad Institucional, hoy hacemos referencia y presentamos la Guía Manual de Identidad Institucional, actualizada a 2015, en donde se recopilan los puntos más importantes, para facilitar a propios y extraños la aplicación correcta del logo institucional, uno de nuestros símbolos.

PATRICIA ILLERA PACHECO  
Gerente de Relaciones Interinstitucionales

>>>

# 01

La Universidad

- + Misión y objetivos de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) ..... Pg. 5
- + Reseña histórica de la imagen institucional ..... Pg. 6





Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia

---

01

## >>> MISIÓN Y OBJETIVOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (UNAD)

### Misión

Contribuir a la educación para todos a través de la modalidad abierta, a distancia y en ambientes virtuales de aprendizaje, mediante la acción pedagógica, la proyección social, el desarrollo regional y la proyección comunitaria, la inclusión, la investigación, la internacionalización y las innovaciones metodológicas y didácticas, con la utilización de las tecnologías de la información y de las comunicaciones para fomentar y acompañar el aprendizaje autónomo, generador de cultura y espíritu emprendedor que, en el marco de la sociedad global y del conocimiento, propicie el desarrollo económico, social y humano sostenible de las comunidades locales, regionales y globales con calidad, eficiencia y equidad social.

### Objetivos

**+Educación abierta y permanente.** La UNAD expresa, como parte fundamental de su filosofía institucional, la apertura a las ideas, a las personas, a los métodos, conocimientos, saberes ancestrales y al reconocimiento de la experiencia previa a través de la formulación y la ejecución de políticas que propicien el diálogo de saberes, el diseño y la realización de programas de formación para jóvenes y adultos en todos los niveles y ciclos educativos, que contribuyan a la construcción de democracia y ciudadanía, a la cultura de paz, a la solidaridad extendida, a la lucha contra la pobreza, la miseria y las desigualdades sociales, y a mejorar las condiciones de vida de las personas y de las comunidades nacionales y globales.

**+Investigación, innovación y desarrollo.** Fomentar la cultura investigativa y el espíritu emprendedor de las redes institucionales, para el diseño y desarrollo de procesos de innovación social, tecnológica, productiva y científica que contribuyan a dar soluciones acordes con las necesidades y posibilidades de los diferentes contextos regionales y socio culturales, de conformidad con los criterios de actuación institucional.

**+Redes académicas.** Promover y fortalecer la construcción de redes apoyadas en tecnologías, para consolidar las comunidades académicas de docentes, tutores, consejeros, estudiantes y egresados, que promuevan los principios y las prácticas de la identidad unadista, y generen nuevas formas de asociación, convivencia y participación comunitaria.

**+Liderazgo en educación abierta, a distancia y en ambientes virtuales de aprendizaje.** Fomentar la innovación académica y organizacional para el avance y mejoramiento de la calidad formativa de la modalidad a distancia y en ambientes virtuales de aprendizaje, al aportar la experiencia y los conocimientos para la definición de políticas, normas y estándares concordantes con su propia naturaleza.

**+Sostenibilidad holística.** Diseñar alternativas para la diversificación de fuentes de financiación a través de la oferta de programas, de prestación de servicios, asesorías, consultorías y proyectos especiales, que promuevan la gestión de la universidad y coadyuven a su impacto social y sostenibilidad financiera.

Estatuto General

## >>> RESEÑA HISTÓRICA DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Haciendo un recorrido histórico de la Universidad, es necesario decir que en un principio se identificaba como Unisur; después de realizar un estudio de marca para darle un cambio de identidad tanto comunicacional como visual, para lograr un posicionamiento integral dentro del sector educativo, surge la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Mediante una investigación entre los públicos objetivos con una serie de encuestas cualitativas para conocer la percepción que se tenía de la Universidad; se definieron algunos valores específicos validados con una parte cuantitativa en los que se involucraron a estudiantes, egresados, tutores, docentes y personal administrativo.

Este estudio tenía como fin, detectar los valores identificativos de mayor importancia con miras a definir el posicionamiento de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) tanto interna como externamente, para así interiorizar la Universidad como marca y se detectó, en su momento, una falta de compromiso, orgullo y de sentido de pertenencia hacia la Institución.

Para mejorar esta percepción negativa, se desarrolló una fase de interiorización con charlas de valor acerca del logo símbolo y lo que se quería transmitir con la identidad visual: colores, tipografía, forma y figuras. Dentro del diagnóstico, los valores que se definieron y que aún hoy persisten son la vinculación visual de las gamas cromáticas con el amplio portafolio educativo que la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) ofrece, así como el progreso, evolución y aspiración en la educación.

Martha Lucía Constaín Caicedo

>>

# 02

## Elementos Básicos

- +Principios de diseño
- +Plano mecánico / espacio de protección
- +Tipografía
- +Gama cromática
- +Fondos funcionales
- +Gama cromática escuelas
- +Logo horizontal
- +Proporción
- +Usos incorrectos
- +Tamaños mínimos
- +Otras aplicaciones
- +Proporción con otros logos
- +Interacción del logo y las oficinas unadistas
- +Ubicación del logo en el material publicitario

..... Pg. 9
..... Pg. 10
..... Pg. 11
..... Pg. 12
..... Pg. 14
..... Pg. 15
..... Pg. 16
..... Pg. 17
..... Pg. 18
..... Pg. 19
..... Pg. 20
..... Pg. 21
..... Pg. 22
..... Pg. 23



---

02

## >>> PRINCIPIOS DE DISEÑO

**Principios simbólicos.** Consisten en visualizar la identidad de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) con símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos.

**Principios estructurales.** La idea de estructura se desarrolla a dos niveles. Uno de estructura formal (manejo de los símbolos de identidad y su recordación: logotipo, logosímbolo o símbolo) y, otro de estructura del sistema de identidad visual (leyes de combinación de los sistemas gráficos y su aplicación).

**Principios universales.** El Manual de Identidad Institucional se piensa para que las aplicaciones se desarrollem durante un periodo considerable de tiempo; se aplica para divulgarse por los diversos medios o soportes de comunicación, y se planifica para ser asimilado por un número indefinido de individuos, sin importar el grupo objetivo inherente de nuestra institución. Por tal motivo es relevante seguir al pie de la letra las consideraciones que aquí se plasmen, ya que de su seguimiento depende gran parte del éxito de la identidad institucional.

Los objetivos del Manual de Imagen Institucional abarcarán todos los elementos básicos del sistema de identidad, de la explicación de cómo han sido creados los signos de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) y del por qué, hasta el modo correcto de reproducirlos y aplicarlos a los diferentes soportes.

La comunicación institucional debe involucrar la identidad institucional como un capital de primera importancia, con el fin de crear una mayor pertenencia de marca, mayor posicionamiento, un alto grado de recordación y una diferenciación dentro de la categoría a nivel visual y de pensamiento filosófico dentro y fuera de la Universidad, para que las impresiones colectivas sean determinantes en el progreso y desarrollo del estilo y la estética. De esta manera la identidad institucional se volverá insustituible, imborrable e incambiable hasta el momento en que haya que hacerle nuevos ajustes por el paso del tiempo, o en su defecto, por nuevas formas de comunicación.

**Símbolo.** El elemento básico de identidad visual de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) es el símbolo. Este elemento puede usarse para aplicaciones ornamentales, promocionales y/o señalizadoras.

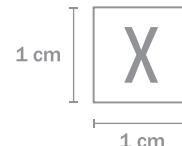
**Logotipo.** Llamamos logotipo a la expresión escrita del nombre de la institución. Dicho elemento integra el símbolo y la tipografía de las siglas.

**Logosímbolo.** La unión del símbolo y el logotipo es una relación dimensional entre lo verbal y lo visual.

## >>> PLANO MECÁNICO / ESPACIO DE PROTECCIÓN

+El plano mecánico, permite visualizar el logo dentro de una cuadrícula, mejor conocida como "trama modular". Esto ayuda a que se comprendan las proporciones y dimensiones correspondientes que forman la totalidad del entorno en que el logosímbolo actúa con la tipografía, el color, la línea y otros.

+El espacio de protección, es un área mínima alrededor del logosímbolo dentro de la cual no podrá colocarse ningún otro elemento gráfico, fotográfico o tipográfico (exceptuando fondos que no impidan su correcta visualización). El espacio sugerido y mínimo para protección del logosímbolo es de 1 cm.



# A1

Angsana New

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡"-\$.%&/()=?¿+`-,.'ç:

Angsana New Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡"-\$.%&/()=?¿+`-,.'ç:

# A1

Franklin Gothic Heavy

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡"-\$.%&/()=?¿+`-,.'ç:

Franklin Gothic Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡"-\$.%&/()=?¿+`-,.'ç:

# A1

Franklin Gothic Book

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡"-\$.%&/()=?¿+`-,.'ç:

Franklin Gothic Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡"-\$.%&/()=?¿+`-,.'ç:

## >>> TIPOGRAFÍA

La identidad institucional tiene como objetivo fundamental crear y mantener la coordinación y la unidad gráfica con todos los elementos de comunicación visual, incluyendo la tipografía, es decir, los tipos, que aportan a la comunicación visual escrita.

Aquí se determinan las fuentes tipográficas que se pueden usar y su disposición, lo cual forma la base del tratamiento del texto, por tal motivo, no es sólo cuestión de letras y números, sino de otros elementos impresos, como los símbolos.

La tipografía corporativa seleccionada para su aplicación pertenece a la familia Angsana New, Franklin Gothic Heavy y Franklin Gothic Book.

## >>> GAMA CROMÁTICA

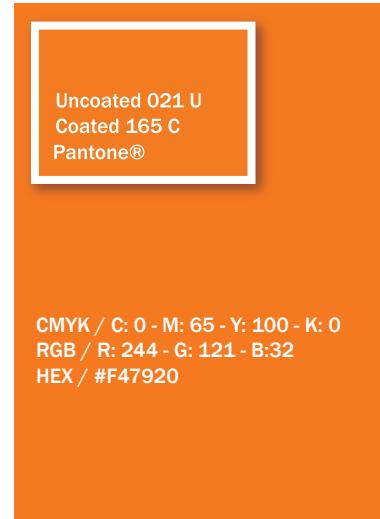
Como los colores tienden a variar según el sustrato o base donde se impriman, cobra importancia el asesorarse del Grupo de Trabajo de Investigación de Mercados y Crédito Educativo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) o su impresor de confianza para el feliz término de la visualización del logosímbolo.

Variable Negativa

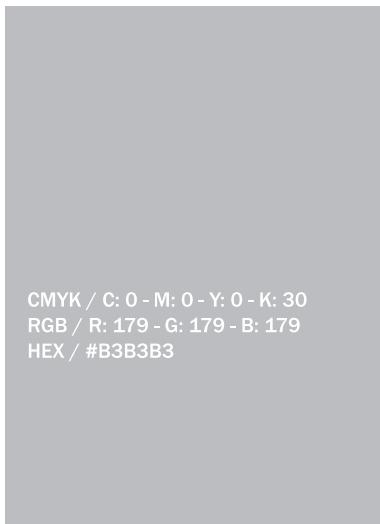
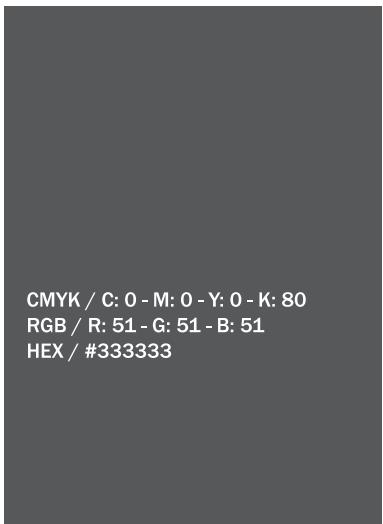


Variable Positiva





Colores Institucionales



Grises Institucionales

## >>> FONDOS FUNCIONALES

El color del logo se visualizará siempre en color, blanco, negro o en escala de grises, y su uso será determinado cuando se adapte al fondo del elemento de comunicación a diseñar.

No está permitido el uso de otro color en el logo, este lineamiento aplica a todos sus usos, ya sea en comunicación impresa o digital. Si tiene dudas por favor asesórese del Grupo de Trabajo de Investigación de Mercados y Crédito Educativo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).





**CMYK**  
C: 100 - M: 20 - Y: 0 - K: 50  
RGB  
R: 0 - G: 88 - B:131  
HEX / #005883

**CMYK**  
C: 5 - M: 30 - Y: 95 - K: 0  
RGB  
R: 240 - G: 180 - B:41  
HEX / #F0B429

**CMYK**  
C: 0 - M: 65 - Y: 100 - K: 0  
RGB  
R: 244 - G: 121 - B:32  
HEX / #F47920

**CMYK**  
C: 70 - M: 0 - Y: 100 - K: 0  
RGB  
R: 80 - G: 183 - B:72  
HEX / #50B748

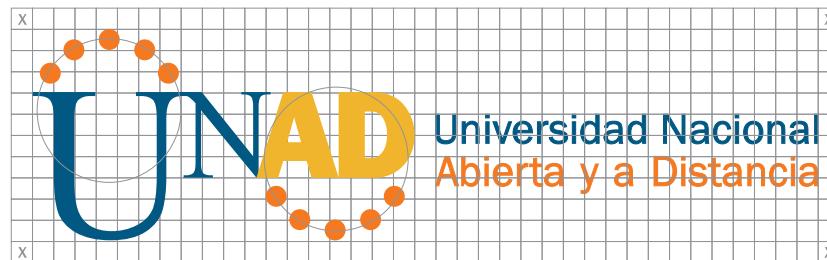
**CMYK**  
C: 20 - M: 80 - Y: 0 - K: 20  
RGB  
R: 165 - G: 70 - B:134  
HEX / #A54686

**CMYK**  
C: 60 - M: 0 - Y: 0 - K: 0  
RGB  
R: 67 - G: 199 - B:244  
HEX / #43C7F4



## >>> LOGO HORIZONTAL

Otra de las formas correctas de utilizar el logosímbolo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), es de forma horizontal. Esto le da practicidad en piezas de comunicación que no cuenten con espacios suficientes. Se tendrán en cuenta los mismos espacios de protección de marca, tipografía y gama cromática.





### >>> PROPORCIÓN

- Proporción correcta: Cuando se tenga el logosímbolo en cualquier formato (jpg, png, tiff, corel, illustrator), halar los extremos para aumentar o disminuir el tamaño proporcionalmente.
- Proporción incorrecta: Cuando el logosímbolo se tira de los lados, el tamaño no es proporcional y deforma el logosímbolo.



## >>> USOS INCORRECTOS

Para la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) es importante vigilar que el logosímbolo sea ejecutado y reproducido de una manera adecuada.

Su uso incorrecto tiende a hacer perder los valores de la identidad, crea confusión y, por ende, resta posicionamiento.

Algunos de los errores más comunes son los siguientes:

1. Usar fondos cromáticos que impiden lecturabilidad.
2. Expandir.
3. Condensar.
4. Cambiar las posiciones de los elementos.
5. Sumar elementos no corporativos.
6. Cambiar colores.
7. Rotar.
8. Alterar formas.
9. Cambiar tipografía corporativa.
10. Enmarcar el logo dentro de formas.
11. Eliminar elementos del logo.
12. Colocar sombras.

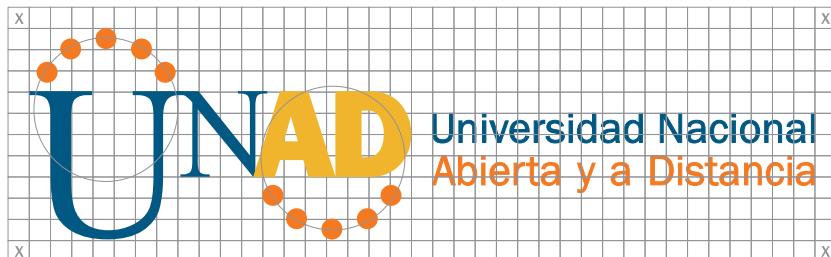




### >>> TAMAÑOS MÍNIMOS

Con el fin de asegurar la calidad de la reproducción no se deben emplear tamaños menores que afecten la lecturabilidad y la visibilidad.

Para que el logotipo conserve su efecto visual, no se debe realizar ninguna aplicación impresa de la marca con medidas inferiores a 1,0 cms para la versión principal, y 2,0 cms para la versión secundaria. Es de anotar que la medida de cada una de las versiones del logotipo está basada en el ancho total del conjunto de los elementos.



## >>> OTRAS APLICACIONES

La funcionalidad de un logotipo radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se pretende transmitir y, para lograrlo se requiere del uso de aplicaciones y formas que contribuyan a que el espectador final le dé esta interpretación.

Un logotipo, en términos generales, demanda el apropiado uso de la semiótica como herramienta para lograr la adecuada comunicación del mensaje, y la interpretación, por parte del espectador.

Estas aplicaciones del logo se harán sobre materiales que permitan el buen desarrollo de la imagen institucional, ya sea en papeles, materiales metálicos o elementos de diseño y de comunicación.

Aquí las más comunes:

1. Líneal.
2. Tinta plata.
3. Tintas oro o bronce.
4. Repujado positivo.
5. Repujado negativo.





Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia



### >>> PROPORCIÓN CON OTROS LOGOS

En casos en que el logotipo deba ir acompañado de otros logos o marcas, y que en el convenio, co-branding o alianza predomine la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD); se manejará como máximo la proporción X1 que aparece en la gráfica, de esta forma, nuestro logo siempre tendrá mayor relevancia.



La proporción X1 es de aproximadamente el 40% del total del área del logotipo. Se sugiere separar los logos con una línea recta negra o gris al 70%, manteniendo los espacios de protección de marca.

## >>> INTERACCIÓN DEL LOGO Y LAS OFICINAS UNADISTAS

Para las siglas autorizadas de cada una de las escuelas u oficinas de la parte administrativa, por favor retro alimentarse con el directorio de la Institución, sección "Código Unidad Organizacional" visible y descargable en:  
<http://sig.unad.edu.co/siglas-unidades-unad>



A1

Franklin Gothic Book

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡"\$%&/()=?¿+`~,.'ç:



Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia

Zona Centro Oriente  
 Nodo Zonal Bucaramanga



Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia

Gerencia  
de Relaciones interinstitucionales

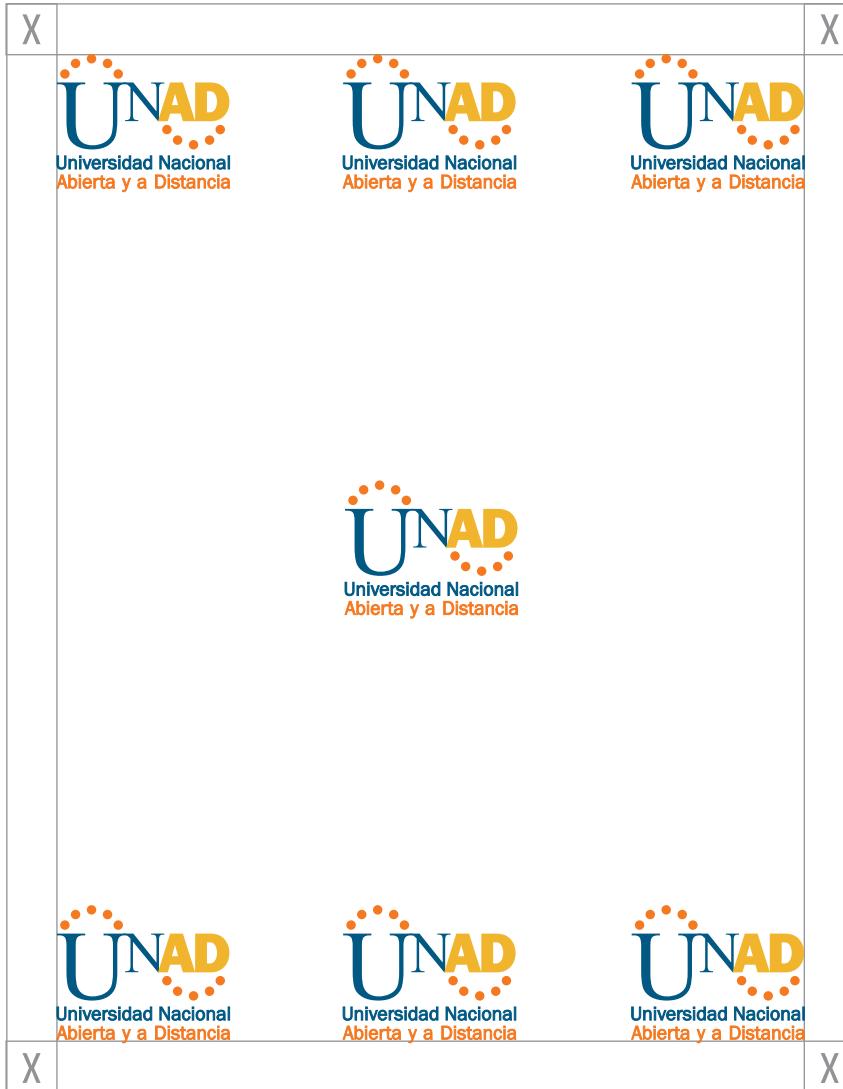
GRI



Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia

Escuela de Ciencias Administrativas,  
Contables, Económicas y de Negocios

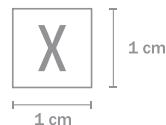
ECACEN



>>> UBICACIÓN DEL LOGO EN MATERIAL PUBLICITARIO

La publicidad llega al público gracias a los medios de comunicación (impresos, radio, televisión, internet, cine, BTL, y otros).

Cabe recordar que los diseños varían de acuerdo a la pieza publicitaria o de comunicación, a su formato, al medio, etc. Aquí un ejemplo donde debe ir ubicado el logo institucional.





>>

# 03

## Sistema Integrado de Gestión

- + Sistema integrado de gestión ..... Pg. 27
- + Sello oficial de gestión de la calidad NTCGP 1000:2009 sector público ..... Pg. 28
- + Sello de certificación del sistema de gestión de la calidad de SGS – ISO 9001 y NTCGP 1000 ..... Pg. 29
- + Directrices para el uso del sello oficial de gestión de la calidad sector público y de los sellos de certificación del sistema de gestión de la calidad en NTCGP 1000 e ISO 9001 de SGS ..... Pg. 31
- + Proporción logo UNAD con el sello oficial de gestión de la calidad NTCGP 1000:2009 sector público y el sello de certificación del sistema de gestión de SGS ..... Pg. 32
- + Ubicación y errores más comunes del logo UNAD con el sello oficial de gestión de la calidad NTCGP 1000:2009 sector público y el sello de certificación del sistema de gestión de SGS ..... Pg. 33
- + Sello de certificación del sistema de gestión de SGS - ISO 14001 y OHSAS 18001 ..... Pg. 34



Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia

---

03

## >>> SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN

El sistema integrado de gestión es una estructura operacional de trabajo, el cual contempla, el componente de Gestión de la Calidad, componente de Gestión Ambiental y el componente de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, para guiar las acciones de la fuerza de trabajo, la maquinaria o equipos, y la información de la organización de manera práctica y coordinada y que asegure la satisfacción del cliente y bajos costos para la calidad.

En otras palabras, un sistema integrado de gestión es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos (recursos, procedimientos, documentos, estructura organizacional y estrategias) para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en satisfacción del cliente y en el logro de los resultados deseados por la organización.

Durante muchos años la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) ha trabajado arduamente en consolidar el Sistema Integrado de Gestión que se caracteriza por su transformación, innovación, coherencia con las políticas nacionales de transparencia y eficacia en la gestión y la pertinencia social en el desarrollo de una cultura de calidad en la educación.

## >>> SELLO OFICIAL DE GESTIÓN DE LA CALIDAD NTCGP 1000:2009 SECTOR PÚBLICO

Este sello está construido sobre la figura de un círculo de fondo blanco. En el interior del círculo se encuentra la silueta del mapa de Colombia que representa los diferentes organismos y entidades públicas del nivel nacional y territorial, las cuales deberán implementar la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000:2009.

En el mapa de Colombia y en el centro del mismo, se encuentran tres símbolos de Visto Bueno, los cuales representan la verificación de la conformidad frente a los requisitos establecidos en la Norma Técnica de Gestión de la Calidad NTCGP 1000:2009, simbolizando el esfuerzo de las instituciones públicas comprometidas con la construcción de un mejor país a través de una gestión pública más cercana al ciudadano.

El sello no podrá incluir información escrita diferente a la siguiente: en la parte superior debe ir GESTIÓN DE LA CALIDAD NTCGP 1000:2009 SECTOR PÚBLICO, en mayúsculas fijas alineado internamente alrededor del círculo. Entre este texto y el mapa debe ir el texto: DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA FUNCIÓN PÚBLICA - DAFP en mayúsculas fijas, y en la parte inferior debe ir la palabra CERTIFICADO en mayúsculas fijas alineado internamente alrededor del círculo.

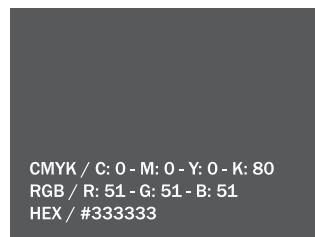
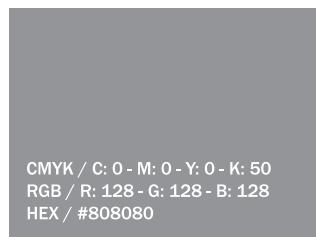
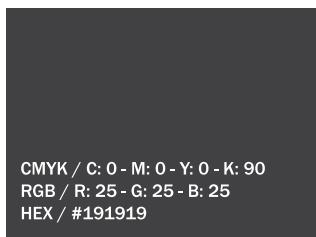
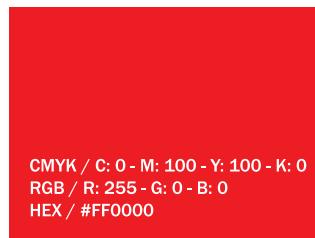
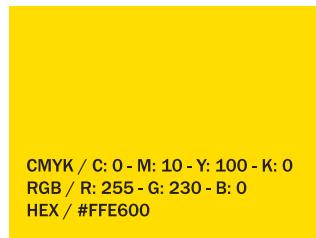
Para los casos en los que debe reducir el logo su tamaño mínimo será 2,5 cm de ancho, permitiendo con ello la lectura de los textos. El sello no podrá ir acompañado de ningún texto diferente al que se señala, cuando se quiera dar aplique al sello en un producto certificado, la marca no podrá tener un tamaño menor al de cualquier otra marca de certificación que posea el producto.

Los textos y sello, son propiedad intelectual del Sistema de Gestión de la Calidad SGS



Helvetica Bold  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 @!#\$%&/()=?¿+,-'ç:

A1





CO09/3144



CO09/3143



CO09/3144



CO09/3143



CO09/3144



CO09/3143

## >>> SELLO DE CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DE SGS – ISO 9001 Y NTCGP 1000

Las directrices de este documento le suministran la información básica que se necesita para el uso del Sello de Certificación de Gestión de SGS ("SGS Certification Mark") en todo material impreso y on-screen. Debido a que estas directrices ayudan a mantener la integridad y el reconocimiento público, siempre utilícelo como lo suministra electrónicamente su ente certificador y no se intente cambiar la configuración (tipografía, color) o proporción de ningún material gráfico a menos de que lo especifique.

+ Requerimientos de Uso del Sello de Certificación de Gestión de SGS: Se compone de tres elementos: las características de diseño; el logotipo SGS y el fondo blanco. Todos estos elementos se deben utilizar juntos todo el tiempo. Se hará referencia a estos términos durante todas las directrices. Se anexa además el código alfanumérico bajo el cual, se encuentra certificada la Universidad.

+ El Uso del Sello de Certificación de Gestión de SGS en su Material Promocional: El Sello de Certificación de SGS puede utilizarse en el siguiente material:

**Material de publicidad.** Tal como avisos, muestrarios, afiches, publicidad en TV, videos promocionales, web sites, folletos, publicidad callejera tal como vallas y avisos; vehículos, banderas y autoadhesivos para ventanas.

**Material de papelería.** Tal como documentos de ventas y contractuales, membretes, tarjetas de presentación, facturas, notas de cortesía, notas de despachos y cualquier otro material de papelería para uso de sus clientes.

## >>> SELLO DE CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DE SGS – ISO 9001 Y NTCGP 1000

+Requerimientos de Color: El sello se puede manejar en escala de gris al 65% del negro. El Sello de Certificación de Gestión de SGS ha sido creado en naranja y gris sobre un fondo blanco. Aunque es mejor utilizar los números del pantone matching System (PMS), el proceso a tres colores on screen los valores (RGB) se relacionan para su uso. Estos colores no se deben alterar o sustituir de ninguna manera.

Solo en casos donde el color no esté disponible o para esas aplicaciones que requieren un fondo a color, las características de diseño y el logotipo se pueden utilizar en negro sobre un fondo blanco.

+Requerimientos de Tamaño y Tipográficos:

**Requerimientos de tamaño.** Cuando se reduce a 12mm/0.47" (ancho) o más pequeño, siempre utilice el Sello de Certificación de SGS en su versión pequeña.  
**Requerimientos tipográficos y de color.** Tener en cuenta que el texto debe verse claramente.

**Requerimientos Tipográficos.** La fuente a utilizar del texto es Arial. El texto debe ser negro, alineado a la izquierda o centrado verticalmente.

+Usos Prohibidos: no altere el sello de certificación de SGS de ninguna manera. No cambie la información del alcance de la certificación otorgada por SGS, y finalmente no debe ir el Co Branding del sello de certificación de SGS con su sello corporativo o logo si existe.



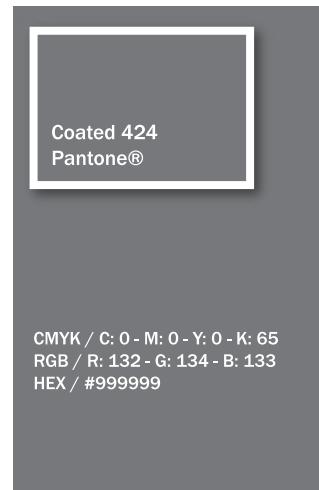
CO09/3144



CO09/3143

Arial  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡·\$%&/()=?¿+`-, . ¢:

A1





CO09/3144



CO09/3143



CO09/3144



CO09/3143



CO09/3144



CO09/3143

#### Variable Positiva

## >>> DIRECTRICES PARA EL USO DEL SELLO OFICIAL DE GESTIÓN DE LA CALIDAD SECTOR PÚBLICO Y DE LOS SELLOS DE CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD EN NTCGP 1000 E ISO 9001 DE SGS

Aquí encontrará el orden en que el Sello Oficial de Gestión de la Calidad NTCGP 1000:2009 Sector Público y el Sello de Certificación del Sistema de Gestión de SGS deben ir.

Así mismo, se hace referencia al color y como deben ir en fondos tanto positivos como negativos.

Estos tres sellos pueden ser utilizados en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) a nivel nacional.



CO09/3144

CO09/3143



CO09/3144

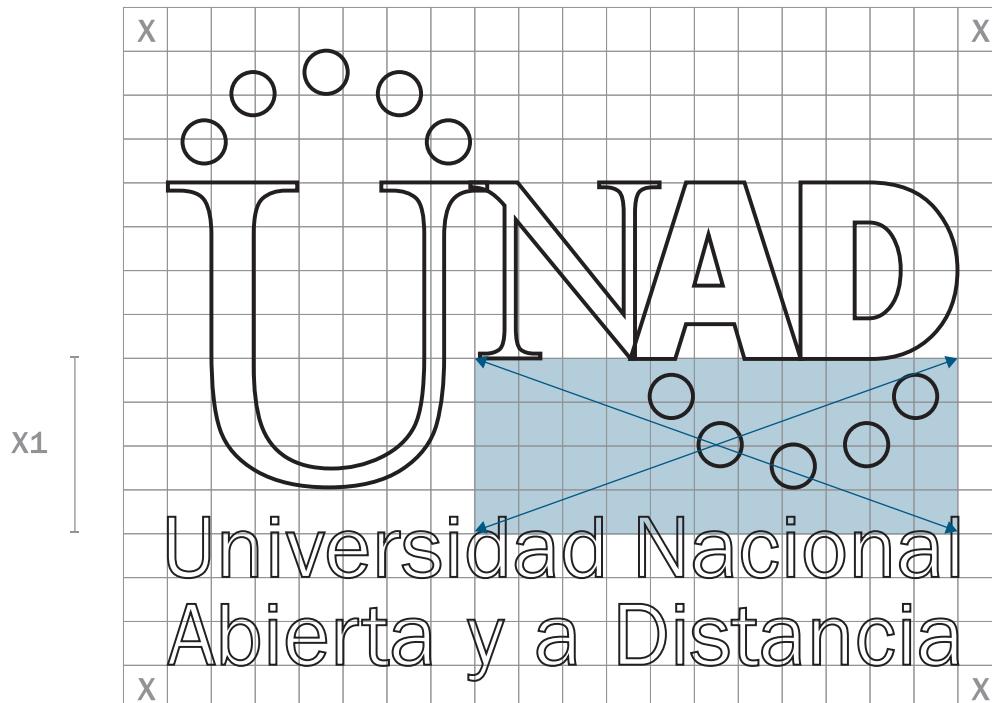
CO09/3143



>>> PROPORCIÓN LOGO UNAD CON EL SELLO OFICIAL DE GESTIÓN DE LA CALIDAD NTCGP 1000:2009 SECTOR PÚBLICO Y EL SELLO DE CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE SGS

Los logos del Sello Oficial de Gestión de la Calidad NTCGP 1000:2009 sector público y el sello de Certificación del Sistema de Gestión de SGS deberán tener una proporción en las piezas de comunicación de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

La proporción es de aproximadamente el 25% del total del área logotipo.



X	 Universidad Nacional Abierta y a Distancia	 Universidad Nacional Abierta y a Distancia	 Universidad Nacional Abierta y a Distancia	X
	 Universidad Nacional Abierta y a Distancia			
X	 C009144 SGS C009145	 C009144 SGS C009145	 C009144 SGS C009145	X

Ubicación Permitida

>>> UBICACIÓN Y ERRORES MÁS COMÚNES DEL LOGO UNAD CON EL SELLO OFICIAL DE GESTIÓN DE LA CALIDAD NTCGP 1000:2009 SECTOR PÚBLICO Y EL SELLO DE CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE SGS

El logo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), debe ir siempre separado de los logos de los sellos de calidad, para así no generar co-branding lo cual no está permitido por las guías ejecucionales.



Error Co-Branding

## >>> SELLO DE CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE SGS - ISO 14001 Y OHSAS 18001

Los requerimientos de estos dos sellos tienen un uso restringido y exclusivo para la Sede Nacional José Celestino Mutis –JCM- (Bogotá D.C.) de la UNAD. Por lo cual únicamente pueden exhibirse los dos sellos dentro de las instalaciones de ésta sede, así como en los documentos y/o material publicitario que se refiera y tenga como alcance la sede JCM.

Los requerimientos de color, tipografía, proporción, ubicación y demás; se harán de manera idéntica a los sellos de SGS en las normas ISO 9001 y NTCGP 1000.

Importante:

+La Certificación del Sistema de Gestión es específica del sitio. Siempre asegúrese de que el Sello de Certificación de SGS se utilice dentro del alcance de la certificación que aparece su certificado.

Por ejemplo el uso del sello de Certificación de SGS en su membrete y/o tarjetas de presentación puede ser engañoso si no todos los sitios fueron certificados.



CO14/6011  
Bogotá D.C.  
Sede Nacional  
José Celestino Mutis



CO14/6011  
Bogotá D.C.  
Sede Nacional  
José Celestino Mutis



CO14/6011  
Bogotá D.C.  
Sede Nacional  
José Celestino Mutis



CO14/6011  
Bogotá D.C.  
Sede Nacional  
José Celestino Mutis



CO14/6012  
Bogotá D.C.  
Sede Nacional  
José Celestino Mutis



CO14/6012  
Bogotá D.C.  
Sede Nacional  
José Celestino Mutis



CO14/6012  
Bogotá D.C.  
Sede Nacional  
José Celestino Mutis

>>>

# 04

## Comunicación Institucional

- + Comunicación institucional
- + Hoja membrete
- + Sobres
- + Carné
- + Prendas de identidad institucional

- ..... Pg. 37
- ..... Pg. 38
- ..... Pg. 39
- ..... Pg. 40
- ..... Pg. 41





Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia

---

04

## >>> COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

La comunicación institucional muestra de manera profesional nuestra marca. Pone de manifiesto que la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) está atenta a brindarle una total satisfacción a nuestros estudiantes, empleados, proveedores y clientes. De esta forma, perciben una Institución seria, profesional y positiva, además de una cara amable que valora y agradece a las personas con las que está en contacto.

La comunicación institucional puede ser una estrategia de marketing permanente, ya que las empresas constantemente están relacionándose. Cuando repartimos diferentes objetos como papelería empresarial se recurre a una publicidad no intrusiva, al contrario los clientes lo toman como un gesto memorable y positivo.

Para beneficiarse de la papelería institucional se debe poner especial cuidado en la calidad de la impresión, ya que de no ser así puede generar efectos contrarios. Se deben manejar todas las guías ejecucionales del manual de identidad.

## >>> HOJA MEMBRETE

Las hojas membreteadas forman parte de un conjunto coherente más amplio: la papelería institucional. Es importante tener en cuenta que el tamaño debe ser carta (21.59 x 27.94 cm) y, para ocasiones o documentos especiales que requieran otro formato, el tamaño debe ser oficio (21.59 x 35.56 cm).

Además de los numerosos tipos de papel, hay también dentro de ellos diferentes calibres y variedades de tonos. En el caso de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), es aconsejable el papel bond directivo de 90 g.



"UNAD, innovación y excelencia educativa para todos"  
Gerencia de Relaciones Interinstitucionales  
Calle 63 No. 14 - 39  
PBX, (057-1) 346 0088 - Telfax, 347 2523  
grelaciones@unad.edu.co  
Bogotá D.C., - Colombia





"UNAD, innovación y excelencia educativa para todos"  
Secretaría General  
Calle 14 Sur No. 14 - 23 Piso 6  
PBX. (057-1) 344 3700 - Ext. 1503  
[secretaria@unad.edu.co](mailto:secretaria@unad.edu.co)  
Bogotá D.C., Colombia



"UNAD, innovación y excelencia educativa para todos"  
Rectoría  
Calle 14 Sur No. 14 - 23  
PBX. (057-1) 344 3700 - Ext. 1630  
[rectoria@unad.edu.co](mailto:rectoria@unad.edu.co)  
Bogotá D.C., Colombia



## >>> CARNÉ

La identidad institucional se plasma, también, en el carné de presentación personal de sus colaboradores, es un fragmento de información esencial.

Lo que se menciona en el carné es un compromiso compartido entre la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) y el individuo. Se recomienda que el texto del carné esté estandarizado, de manera que las modificaciones y restricciones queden registradas para futuros usos.





## >>> PRENDAS DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Se pretende que la identidad institucional en las prendas de vestir y accesorios sea consistente y se evite el manejo independiente o arbitrario, de esta manera, contribuimos al reconocimiento y la difusión de la identidad institucional, así como a la pronta identificación por parte de la población objetivo y de otras instituciones.



El logotipo debe ocupar el lugar principal en posición y tamaño en la prenda de vestir o el accesorio sobre otros logotipos institucionales.



La calidad, forma, textura, material, color y diseño de las prendas puede variar de acuerdo a la región, clima y necesidad. El logotipo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) puede ir bordado o impreso.



>>

# 05

Radio UNAD Virtual (RUV)

+ Radio UNAD Virtual (RUV)  
+ RUVEN

..... Pg. 45  
..... Pg. 47





---

05

### >>> RADIO UNAD VIRTUAL (RUV)

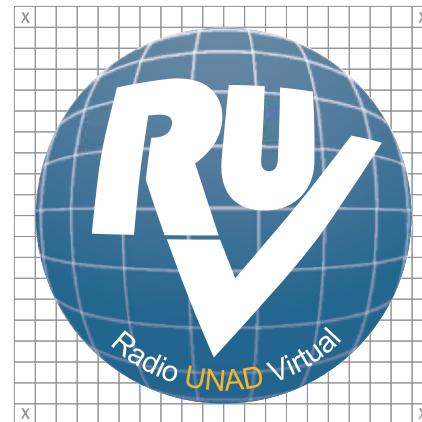
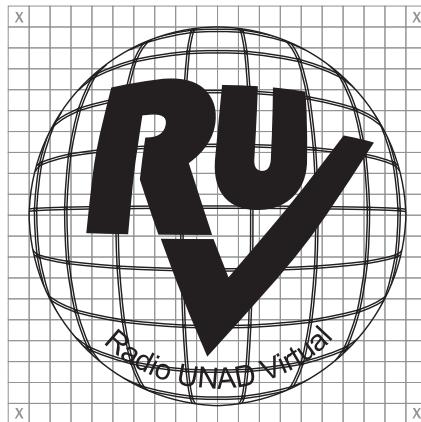
Radio UNAD Virtual (RUV), emisora que se transmite por IP a nivel internacional, su programación habitual está dirigida a usuarios en general y en especial a la comunidad universitaria interesada en temas culturales, científicos, investigativos y formativos, una emisión que permitirá acoplarse en ambientes de trabajo y estudio.

Radio UNAD Virtual (RUV), es una emisora interactiva diseñada por la Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas (VIMEP) que propone un ambiente virtual de encuentro y emisión donde lo nacional y global tiene cabida en cada una de sus franjas.

## >>> RADIO UNAD VIRTUAL (RUV)

El logosímbolo de Radio UNAD Virtual (RUV) presenta un diseño gráfico moderno, cálido, sencillo, fácil de identificar y de recordar, incorpora elementos que asocian en su profundidad redes que representan la tecnología y su integración con una estructura esférica asociada a un mundo global, resalta el color amarillo institucional sobre la sigla UNAD.

El tipo de fuente usado permite visualizar de forma simultánea un ícono que se deriva de la letra R (Radio) con proyección sobre la letra V (Virtual) dando una impresión de un visto bueno como símbolo de seguridad, confianza y acierto.



A1

Arial  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡“·\$%&/()=?¿+‘..’ç:

A1

Bauhaus 93  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡“·\$%&/()=?¿+‘..’ç:



CMYK / C: 100 - M: 20 - Y: 0 - K: 50  
RGB / R: 0 - G: 102 - B: 128  
HEX / #006680

PINTURA EXTERIORES  
Ref. Azul Profundo KP 2726  
Pintuco Koraza



CMYK / C: 5 - M: 30 - Y: 95 - K: 0  
RGB / R: 242 - G: 184 - B: 13  
HEX / #F2B80D



### >>> RUVEN

Personaje diseñado para la Radio UNAD Virtual (RUV) de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Es un personaje de apariencia blanca en 3D, cabeza alargada con tres protuberancias en forma de pelo, tiene las manos grandes con 4 dedos, pies grandes, no tiene boca, y sus ojos son monocromáticos, lleva una guitarra eléctrica en forma de lápiz y usa auriculares azules.



>>

# 06

Canal UNAD

+Canal UNAD  
+Nerdo Cavernas

..... Pg. 50  
..... Pg. 54





---

06

## >>> CANAL UNAD

El Canal UNAD es un espacio donde cada una de las áreas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), podrán participar con propuestas audiovisuales. Aquí encontrarán un espacio para la emisión de sus proyectos y podrán disponer de un espacio para desarrollar temáticas de interés dirigidas al público en general y la comunidad universitaria.

Aborda e investiga temas socioculturales, políticos, económicos, científicos e investigativos como agregados de alto impacto desde y hacia el sector educativo. En cada emisión, el Canal UNAD proyecta las políticas de estado y su participación como institución en el planteamiento de alternativas de solución a la problemática nacional o internacional. Además contribuye a edificar la cultura y el liderazgo Unadista y a potenciar las regiones desde sus sedes a nivel nacional.

## >>> CANAL UNAD

El logo denota una figura de un televisor que contiene en su interior una pantalla en forma de ojo, este televisor tiene 2 antenas receptoras y una base con 3 soportes. Esta figura esta enmarcada en 2 círculos negros, 2 círculos más enmarcan el texto "TV" y en su parte derecha se encuentra el texto del slogan que dice "Canal Unad TV en red".



Arial Black

A1

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
uvwxyz  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!;"-\$%&/()=?¿+`.,'ç:

Bernard MT Condensed

A1

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
uvwxyz  
1234567890 @!;"-\$%&/()=?¿+`.,'ç:

>>> CANAL UNAD

La connotación asociada al logo está dividida en:

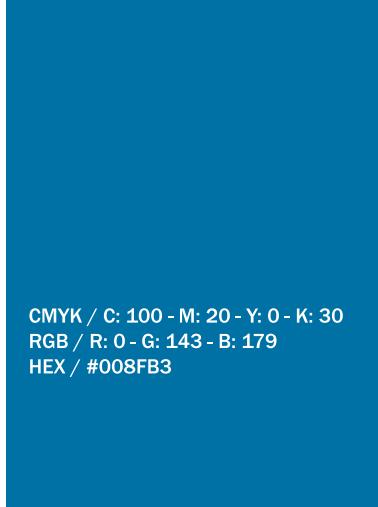
**Las Antenas.** Connotan comunicación.  
**Las Bases.** Son solidez y respaldo.

**El Ojo.** Significa el sentido de observación e información, aspectos representativos y característicos del Canal UNAD, y un sentido de actualidad en la información.

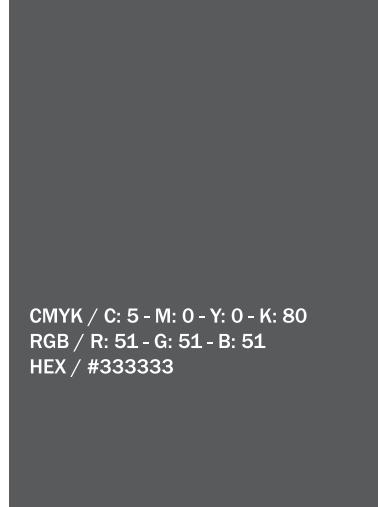
**Los Círculos.** Interpretan ondas que entran y salen dando la sensación de ser el Canal UNAD un receptor y emisor de la información.



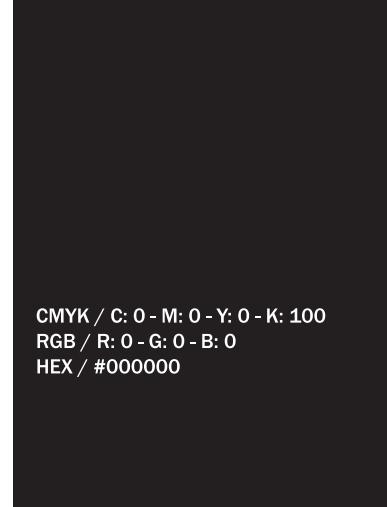
CMYK / C: 5 - M: 30 - Y: 95 - K: 0  
RGB / R: 242 - G: 184 - B: 13  
HEX / #F2B80D



CMYK / C: 100 - M: 20 - Y: 0 - K: 30  
RGB / R: 0 - G: 143 - B: 179  
HEX / #008FB3



CMYK / C: 5 - M: 0 - Y: 0 - K: 80  
RGB / R: 51 - G: 51 - B: 51  
HEX / #333333



CMYK / C: 0 - M: 0 - Y: 0 - K: 100  
RGB / R: 0 - G: 0 - B: 0  
HEX / #000000

## >>> NERDO CAVERNAS

Personaje diseñado para el programa de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Es un personaje Cavernícola que tiene un traje en piel de leopardo, de baja estatura, caricaturesco, modelado en 3D, con cabello despeinado, barba, 2 dientes, ojos cafés, pies grandes y una gran barriga.

Posee como accesorios un mazo de madera, vive en una caverna con implementos tecnológicos.



>>>

# 07

UNAD Florida

- +UNAD Florida
- +Plano mecánico / espacio de protección
- +Tipografía
- +Gama cromática

- ..... Pg. 57
- ..... Pg. 58
- ..... Pg. 59
- ..... Pg. 60





Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia

---

07

## >>> UNAD FLORIDA

UNAD Florida es una organización sin fines de lucro, autorizada por la Comisión Independiente de Educación, 325 W. Gaines Street, Suite 1414, Tallahassee, FL 32399, United States, [wwwfldoe.org/cie](http://wwwfldoe.org/cie), Ph: (850) 245-3200.

UNAD Florida obtuvo su primera licencia el 26 de enero de 2004. En los actuales momentos, UNAD Florida se complace en ofrecer cinco programas de grado, cuatro programas de maestría y tres doctorados.

El objetivo de la UNAD Florida, es pretender satisfacer las necesidades educativas de los inmigrantes principalmente hispanos que quieren mejorar su calidad de vida mediante la búsqueda de estudios superiores de grado educativo, que hace que las opciones de nuestras carreras sean más lucrativas.

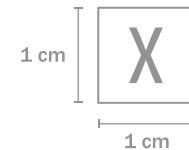
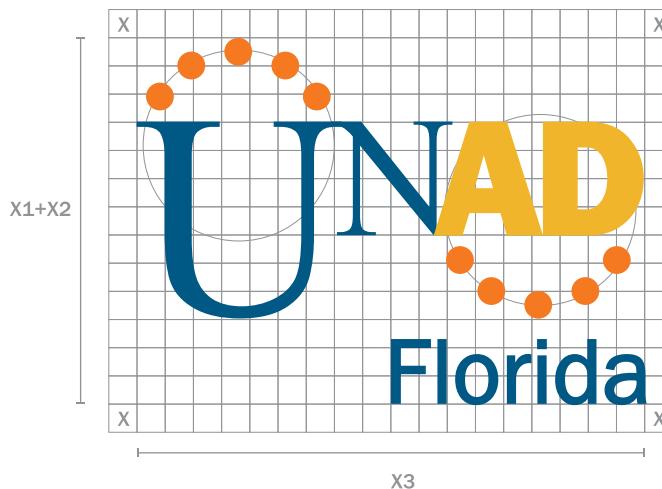
Los cursos que se ofrecen a través de Internet, se desarrollan sobre una plataforma completamente bilingüe para educar y graduar a profesionales del mismo modo. Esto se consigue ofreciendo los materiales en inglés y español, con la ayuda de profesores que son fluidos en ambos idiomas.

Los profesores, a través de evaluaciones periódicas, miden el progreso de los estudiantes para asegurar su avance bilingüe.

## >>> PLANO MECÁNICO / ESPACIO DE PROTECCIÓN

+El plano mecánico, permite visualizar el logo dentro de una cuadrícula, mejor conocida como "trama modular". Esto ayuda a que se comprendan las proporciones y dimensiones correspondientes que forman la totalidad del entorno en que el logosímbolo actúa con la tipografía, el color, la línea y otros.

+El espacio de protección, es un área mínima alrededor del logosímbolo dentro de la cual no podrá colocarse ningún otro elemento gráfico, fotográfico o tipográfico (exceptuando fondos que no impidan su correcta visualización). El espacio sugerido y mínimo para protección del logosímbolo es de 1 cm.



# A1

Angsana New

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡”·\$%&/()=?¿+`.,’ç:

# A1

Franklin Gothic Heavy

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡”·\$%&/()=?¿+`.,’ç:

# A1

Franklin Gothic Book

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡”·\$%&/()=?¿+`.,’ç:

# A1

Franklin Gothic Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 @!¡”·\$%&/()=?¿+`.,’ç:

## >> TIPOGRAFÍA

La identidad institucional tiene como objetivo fundamental crear y mantener la coordinación y la unidad gráfica con todos los elementos de comunicación visual, incluyendo la tipografía, es decir, los tipos, que aportan a la comunicación visual escrita.

Aquí se determinan las fuentes tipográficas que se pueden usar y su disposición, lo cual forma la base del tratamiento del texto, por tal motivo, no es sólo cuestión de letras y números, sino de otros elementos impresos, como los símbolos.

La tipografía corporativa seleccionada para su aplicación pertenece a la familia Angsana New, Franklin Gothic Heavy y Franklin Gothic Book.

## >>> GAMA CROMÁTICA

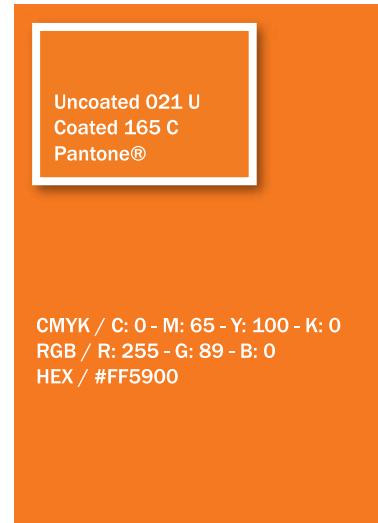
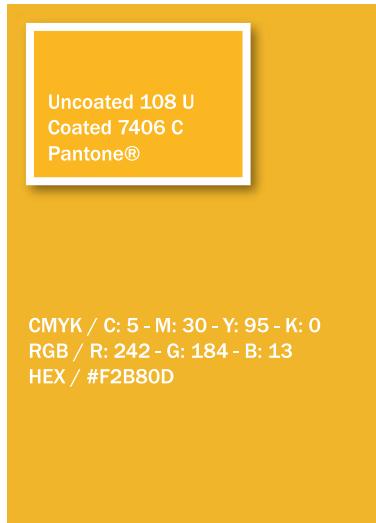
Como los colores tienden a variar según el sustrato o base donde se impriman, cobra importancia el asesorarse del Grupo de Trabajo de Investigación de Mercados y Crédito Educativo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) o su impresor de confianza para el feliz término de la visualización del logosímbolo.

Variable Negativa

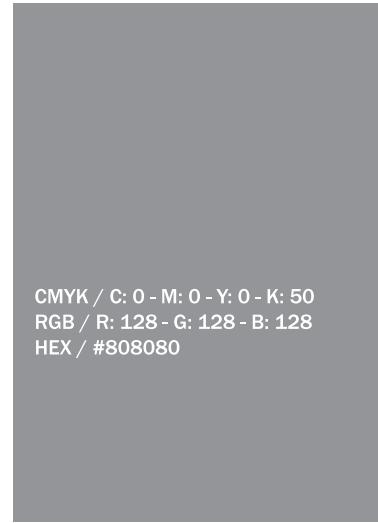
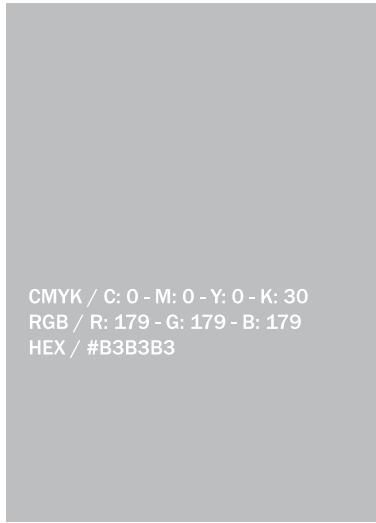
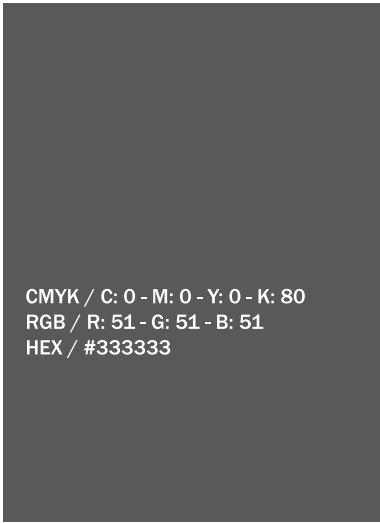


Variable Positiva





Colores Institucionales



Grises Institucionales

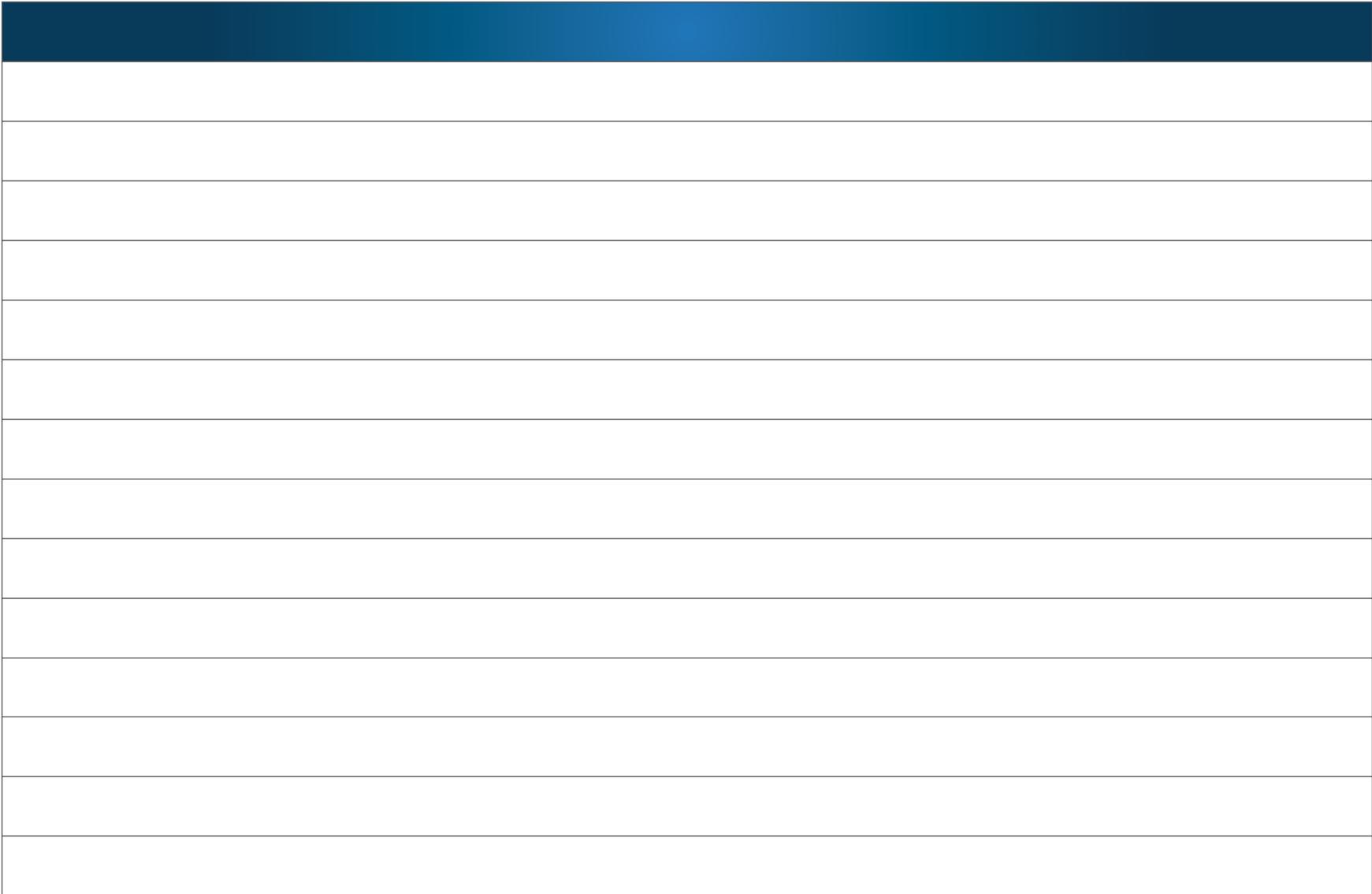
## >>> POLÍTICA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

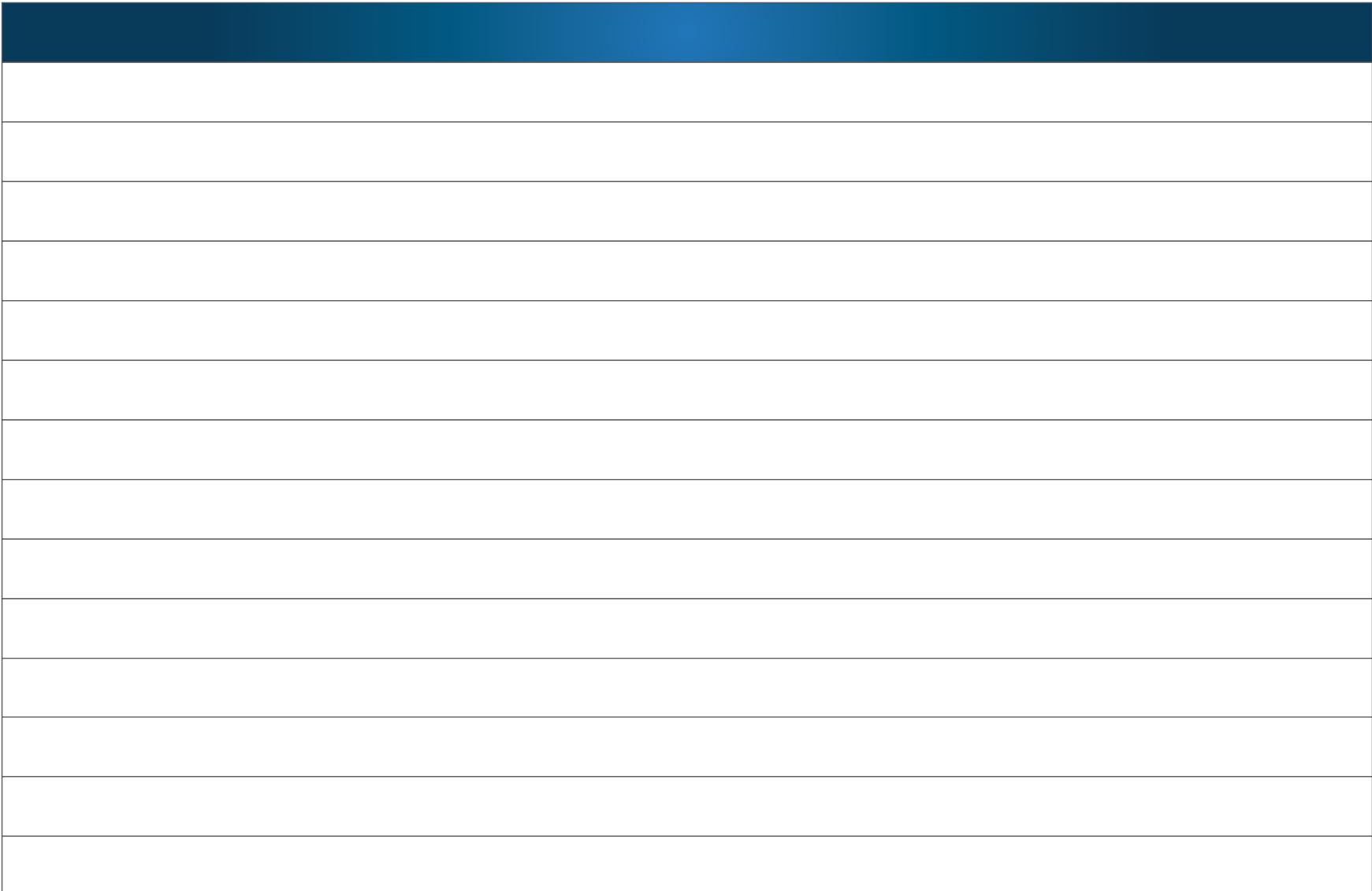
Según la resolución No. 005342 de junio de 2014, por la cual se expide la política pública de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), en su capítulo 3 medios de comunicación en la UNAD es importante resaltar:

Artículo 10.4.4: Utilizar únicamente el logo institucional de la UNAD: Los usuarios internos del portal (administradores, subadministradores, editores, publicadores), están obligados a utilizar la imagen digital, contemplada en el Manual de Identidad Institucional disponible en el listado maestro de documentos del Sistema Integrado de Gestión (SIG).

Parágrafo: Solo es válido emplear el logo de la UNAD; es decir, ninguna dependencia puede emplear logos particulares para proyectos u oficinas, a excepción de Canal UNAD y Radio UNAD Virtual, que fueron registrados como marca, y aquellos que queden registrados a futuro.

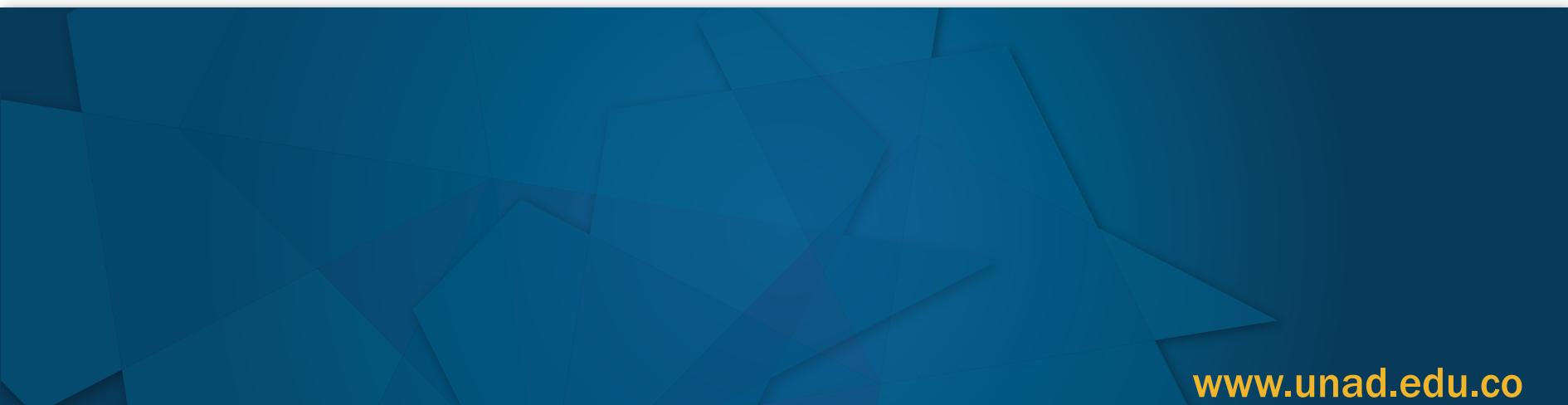








Universidad Nacional  
Abierta y a Distancia



[www.unad.edu.co](http://www.unad.edu.co)

Gerencia de Relaciones Interinstitucionales  
Cl. 53 No. 14 - 39  
PBX. (057-1) 346 0088  
Telfax. (057-1) 347 2523 / 347 3733  
grelaciones@unad.edu.co

Grupo de Trabajo de Investigación de Mercados y Crédito Educativo  
Cl. 53 No. 14 - 39 Piso 7  
PBX. (057-1) 249 0467  
mercadeo@unad.edu.co