



# MANUAL DE IDENTIDAD

Presentación ..... 3  
 Identidad Corporativa ..... 4  
 Direccionamiento Estratégico ..... 5  
 Principios Corporativos ..... 6  
 Objetivos de Comunicación ..... 9  
 Identidad Visual Corporativa ..... 10  
 Plan Estratégico de Marca ..... 11  
 Antecedentes ..... 12  
 Logotipo ..... 13  
 Arquitectura de Marca ..... 16  
 Identificador Simbólico ..... 18  
 Identificador Textual ..... 19  
 Identificador Cromático ..... 20  
 Construcción y Planimetría ..... 21  
 Manejo Espacial y Ubicación ..... 22  
 Reproducciones ..... 24  
 Variables Permitidas ..... 25  
 Variables no Permitidas ..... 26  
 Gestión Redes Sociales ..... 28  
 Instagram ..... 29

MANUAL DE  
 IDENTIDAD

CONTENIDO  
 ÍNDICE

## **Red de Consejeros e Identidad**

Por aprobación de la Asamblea General, el amparo de los artículos 38, 69 y 45 de la Constitución Política de Colombia, por la legislación correspondiente, se constituye la RED DE CONSEJEROS UNIVERSIDAD DE MANIZALES para todos los efectos.

La Red de Consejeros Universidad de Manizales, es una asociación sin ánimo de lucro cuya estructura organizacional está conformada por representantes estudiantiles ante los comités de programa, comités de escuela, consejos de facultad, consejo académico y consejo superior de la Universidad de Manizales.

Para todos los efectos de correspondencia, la Red de Consejeros Universidad de Manizales, tendrá su domicilio en la oficina propia de la Red, adscrito a la sede principal de la Universidad de Manizales.

La Red de Consejeros Universidad de Manizales tendrá una duración de carácter permanente por cincuenta (50) años, pero podrá disolverse conforme a las causas que contempla la ley y el presente estatuto.

### **Estatutos Generales Red de Consejeros – Capítulo I Universidad de Manizales**

# **MANUAL DE IDENTIDAD**

La Red de Consejeros de la Universidad de Manizales busca ser reconocida como un foco de acercamiento e interacción entre el estamento estudiantil y la administración de turno. Asimismo, busca extender su organización y reconocimiento como foco de ejemplo para futuras generaciones de Representantes Estudiantiles a nivel local y Nacional, fomentando la participación colectiva en los espacios de toma de decisiones fundamentales para los y las estudiantes de Educación Superior. Es allí donde la Identidad Corporativa se transforma en un factor determinante que acopla la Red de Consejeros para definir su concepto de marca.

La Identidad Corporativa es una herramienta que ha adaptado la Universidad de Manizales al servicio de la estrategia global de la institución, el cual ha sido tomado como guía para la construcción y definición de la Red de Consejeros, enmarcada en la percepción y reconocimiento entre sus públicos, logrando un proceso de posicionamiento a largo plazo con el fin de consolidar dicho concepto dentro de los objetivos establecidos por la Representación Estudiantil de la Universidad de Manizales.

Tomando como punto de partida los Stakeholders (públicos de referencia), la Red de Consejeros continúa en su proceso planificado de expansión y reconocimiento, como una expresión simbólica y estratégica de la Universidad de Manizales. Busca ser la voz de los estudiantes a través de todos sus soportes comunicacionales en un tiempo determinado.

El presente Manual de Identidad Visual Corporativa busca aportar información relevante sobre las actividades y normas a seguir para trabajar la Comunicación Visual de la Red de Consejeros, describe y explica el sistema de aplicación del logotipo efectivamente, además informa cómo debe ser el uso adecuado para el cumplimiento de estandarización de la imagen a través de la comunicación de la identidad de marca, sus procedimientos y requisitos.

# MANUAL DE IDENTIDAD

## Misión

La Red de Consejeros de la Universidad de Manizales busca conformar un “equipo” de personas con diferentes saberes aprendidos que incluyen los principios de la solidaridad, la pluralidad, la equidad y la justicia social que pregonan dentro de la Misión de la Universidad de Manizales en su Sistema de Planificación en los cuales se articulan procesos de formación de profesionales críticos, creativos y comprometidos para la ciudad, el departamento y el país, permitiendo la construcción de conocimientos válidos y pertinentes que interaccionen con el entorno orientado al desarrollo humano y social.

## Visión

La Red de Consejeros de la Universidad de Manizales pretende, para el año 2032, ser reconocida por la comunidad universitaria como el principal ente de la institución que fomenta el liderazgo de sus integrantes y como puente directo entre los estudiantes y los diferentes estamentos, fomentando así una cultura estudiantil proactiva que genere el sentido de pertenencia necesarios para no sólo liderar en la Universidad de Manizales, sino en la sociedad en general.

# MANUAL DE IDENTIDAD

La Red de Consejeros de la Universidad de Manizales, siendo una asociación que se rige dentro de las normas y principios de la Institución, se acoge al ejercicio de los Principios Corporativos estipulados en el manual de identidad de la Universidad de Manizales.

## **Solidaridad**

La visión solidaria de la Universidad implica, para su comunidad, asumir posturas políticas desde sus propuestas intelectuales; éstas, deben ser puestas en consideración mediante la reflexión crítica y propositiva, en escenarios participativos, donde la horizontalidad y el diálogo reflexivo sean el soporte de construcción conjunta del proyecto universitario.

La SOLIDARIDAD, como valor corporativo, también implica fortalecer la ética universitaria, la cual podrá verse reflejada en las prácticas cotidianas de sus integrantes. Pero además, su proyección a la ciudad, a la región y al país permitirá pensar con optimismo que un Proyecto de Universidad, como el nuestro, efectivamente le apuesta al desarrollo humano y social de Colombia.



## **Pluralidad**

Se traduce en el respeto por la diversidad de criterios para formar comunidades comprometidas con el contexto y la sociedad. Implica, en el ámbito de la Universidad, conciliar el universalismo inherente al pensamiento científico y al relativismo que enseñan las ciencias históricas atentas a la diversidad de los modos de vida y de las tradiciones culturales, para asumir la responsabilidad y el compromiso desde diferentes ópticas, en la construcción de un nuevo ordenamiento democrático e incluyente en el contexto de la globalización y de los logros de la humanidad.

Esta visión posibilita que la interculturalidad sea reconocida como característica esencial de la sociedad, para construir un proyecto de nación que se va consolidando desde la diversidad, creando y recreando la cultura.

## **Equidad**

Supone, en el ejercicio de la investigación, la docencia y la interacción social, un pensamiento que supere la condición de exclusión, el desarrollo consciente de una política construida a partir de la experiencia, que garantice condiciones de equidad para que se rompa el condicionamiento a que se ve sometido el talento cuando priman las condiciones económicas, genere igualdad de oportunidades de acceso y uso de los medios de aprendizaje y garantice, en su sentido más profundo, el ejercicio de la ética como adjetivo esencial de la política, que determine una condición del habitar como verdadero ejercicio del respeto de las especialidades y temporalidades individuales, en espacios y tiempos concertados y colectivos.

## Justicia Social

Una sociedad justa debe tender a igualar a las personas en las circunstancias fundamentales para el desarrollo de su vida, de modo que lo que ocurra con ellas quede bajo su propia responsabilidad y elección, luego que la sociedad, a través de las instituciones que ella misma crea para tal fin, haya ordenado la distribución y disposición de sus recursos.

En consecuencia la Universidad debe actuar teniendo como meta, además del bien de la sociedad, dar cuenta a ella de su gestión. También tiene una función política, entendida como el arte de ordenar los poderes sociales para la obtención del bien común. Así como el conocimiento que se genera en la Universidad debe conducir a la búsqueda de las mejores concepciones y medios para la realización de ese bien común.



# MANUAL DE IDENTIDAD



## Objetivo General

Diseñar el Manual de Identidad Corporativa dentro del Plan Estratégico de Marca de la Red de Consejeros de la Universidad de Manizales, encaminado hacia el posicionamiento diferenciador de esta asociación frente a sus públicos de referencia.

## Objetivos Específicos

- Establecer los parámetros de los atributos de Marca, que deben implementarse entorno a la constitución técnica y regulada del Logotipo de la Red de Consejeros, para generar una imagen favorable percibida.
- Gerenciar los procesos de Identidad Visual Corporativa, relacionada con la Red de Consejeros Universidad de Manizales, que genere unidad y coherencia en la comunicación estratégica de marca.
- Acompañar los procesos corporativos de transformación, cambio y adaptación respecto del nuevo logotipo de la Red de Consejeros, que propicie integración y fuerza en el sistema de marca.

# MANUAL DE IDENTIDAD

La Identidad Visual de la Red de Consejeros se conforma a través del uso armónico del nombre, símbolos y colores que le distinguen.

Su correcta utilización es esencial para lograr efectos de recordación positiva e inmediata en los públicos, por lo tanto, no está aprobado ningún tipo de re-dibujo, recreación, manipulación o distorsión de la imagen o alguno de sus elementos.

- La configuración del logotipo no debe ser alterada, ni debe incorporar ningún elemento extraño.
- No se puede recrear o cambiar la tipografía, la configuración o el color.
- La imagen no debe utilizar ningún tipo de efecto gráfico.
- El logotipo siempre debe ser reproducido en tecnología de alta resolución de manera precisa y consistente, como está especificado en este manual.
- El arte electrónico original no debe ser manipulado en ninguna de sus versiones.



La marca Red de Consejeros de la Universidad de Manizales se constituye como la suma de todas las características tangibles que enmarca la Representación Estudiantil de la institución, llevando como bandera la voz de los estudiantes y en general, de todas aquellas peticiones y movimientos de este estamento dentro y fuera de la UManizales.

Siendo así, la marca de la Red de Consejeros de la Universidad de Manizales se solidifica y se convierte en un punto de partida para el desarrollo de todas las comunicaciones internas y externas de la Representación Estudiantil de la Institución, de sus facultades y programas.

Cada miembro de la Red de Consejeros de la Universidad de Manizales es embajador de la marca y debe velar por su integridad: Todos compartimos la responsabilidad de mantener y promover la marca de la Red de Consejeros de la Universidad de Manizales.

Este manual describe los estándares de uso de la marca Red de Consejeros de la Universidad de Manizales. Son normas que están dirigidas a las personas que tienen la responsabilidad sobre el diseño, creación o producción de cualquier soporte de comunicación. Todas las aplicaciones de la marca deben seguir los lineamientos que se describen en este manual de Identidad de Marca.

# MANUAL DE IDENTIDAD

## Los símbolos de la Red de Consejeros

La Universidad de Manizales tiene establecidos en sus Estatutos Generales los órganos de gobierno, su conformación en la que contempla la participación de todos los estamentos (Estudiantes, Profesores, Graduados y Administrativos, así como sus funciones y condiciones para ser miembro de alguno de ellos).

La Red de Consejeros se constituyó como un equipo de trabajo conformado por los Representantes Estudiantiles electos por voto popular, ante los distintos cuerpos colegiados de la Universidad de Manizales.

**SÍMBOLO:** Del latino symbolum y este del griego symbolum. Imagen, figura o divisa con que materialmente o de palabra se representa un concepto moral o intelectual, por alguna semejanza o correspondencia que el entendimiento percibe entre este concepto y aquella imagen. El símbolo debe responder ante todo a la misma idea de función que posee el objeto.

**LOGOTIPO:** Del Logo y el griego typos, figuras, letras. Grupo de letras o abreviaturas, frecuentes en la lengua, que se funden en un sólo tipo para facilitar la composición tipográfica.

# VERSIÓN 1



# VERSIÓN 2



Nota: Uso solo para imagen de perfil en redes sociales.

## MANUAL DE IDENTIDAD

ELEMENTOS DE MARCA

**LOGOTIPO**

El logotipo de la Red de Consejeros de la Universidad de Manizales se construyó para dotar a la Representación Estudiantil de una identidad consolidada, aferrada a los principios institucionales y enmarcado dentro de los procesos de Identidad Corporativa estipulados por la Universidad de Manizales. Este concepto debe estar claramente sustentado en aspectos de significación, reflejando con claridad una imagen de estudiantes para estudiantes.

El logotipo está compuesto por dos elementos: el símbolo que complementa las iniciales de la Red de Consejeros y el nombre "Red de Consejeros", ubicando en su inferior el nombre "Universidad de Manizales", este último en altas en una tipografía personalizada y espaciada.

El logotipo de la Red de Consejeros de la Universidad de Manizales se sustenta en una estructura circular, que le da modernidad, representación de una Universidad líder y refleja el complemento entre el complemento del estamento estudiantil con la institucionalidad.

El tipo de letra elegida es la Poppins que trae dinamismo y genera impacto entre los jóvenes y movilidad entre el estamento que representa.

El color verde se acopla a los lineamientos institucionales que promueve la Universidad de Manizales, genera calidez, se asocia con la esperanza, naturaleza y vida.

La paleta cromática contempla la utilización del color blanco como base, como color neutro el negro y un color acento el verde, los cuales permiten una carta abierta para su uso.

# MANUAL DE IDENTIDAD



Si se llegase a necesitar en algún momento comunicar fuerza a través del color, se tiene el acento, cuya característica fundamental es otorgar un mayor nivel de saturación.

Es fundamental la construcción de una Imagen sólida e integradora, que defina relaciones de coherencia entre los estudiantes y la Universidad, para reflejar la Universidad de Manizales en atributos de moderna, líder y con experiencia, en un Logotipo con un concepto de liderazgo y firmeza.

La configuración del Logotipo y su área de reserva están definidas a partir de un módulo básico circular.

El uso correcto del Logotipo es esencial para mantener y proteger la marca.



# MANUAL DE IDENTIDAD

La arquitectura de marca de la Red de Consejeros de la Universidad de Manizales establece la relación entre los diferentes cuerpos colegiados que la conforman, sus respectivos logos de campaña y colores establecidos en cada una de las facultades a las cuales pertenecen.

Es fundamental la construcción de una imagen sólida e integradora, que defina relaciones de coherencia entre la Red de Consejeros y los diferentes cuerpos colegiados que la componen, para reflejar una Representación Estudiantil en atributos de moderna, líder y con experiencia.

Una parte importante del sistema de identidad de la Red de Consejeros, lo constituyen los lineamientos para la utilización de los nombres de los diferentes cuerpos colegiados (Consejo Superior, Consejo Académico, Consejos de Facultad y Comités de programa) en conjunción con el Logotipo de la Red de Consejeros.

Lo anterior, se denomina el Sistema de firmas de la Red de Consejeros.

- La marca tiene una Estrategia Monolítica para la Red de Consejeros y tiene un solo Logotipo constituido por su símbolo, y el nombre de la Red de Consejeros en la versión de la razón social “Red de Consejeros Universidad de Manizales”.
- No es aceptado combinar sólo el símbolo con el nombre de alguno de los cuerpos colegiados sin el nombre de la Red de Consejeros.
- Solamente se permite agregar el nombre de un cuerpo colegiado en la parte inferior del Logotipo, como se puede apreciar en los ejemplos incluidos en este apartado.

- No es aceptado agregar en el Logotipo dos cuerpos colegiados de manera simultánea, exceptuando el Consejo Superior y el Consejo Académico.

## **Uso del Logotipo en la Universidad**

De acuerdo con los lineamientos establecidos por la Universidad, cualquier Logotipo o nombre (en este caso de la Red de Consejeros), debe ser usado siempre debajo del Logotipo de la Universidad para respetar la jerarquía de la Institución; no puede ser usado encima del mismo.

- Ubicación: Ambos Logotipos deben ser puestos en un lugar visible.
- Jerarquía de Tamaño: Cualquier Logotipo debe ser usado, siempre, en una proporción máxima del 40% del tamaño del Logotipo de la Universidad.
- Cromatismo: Cuando el Logotipo de la Universidad va en color (policromía), los demás Logotipos pueden ir de la misma forma.

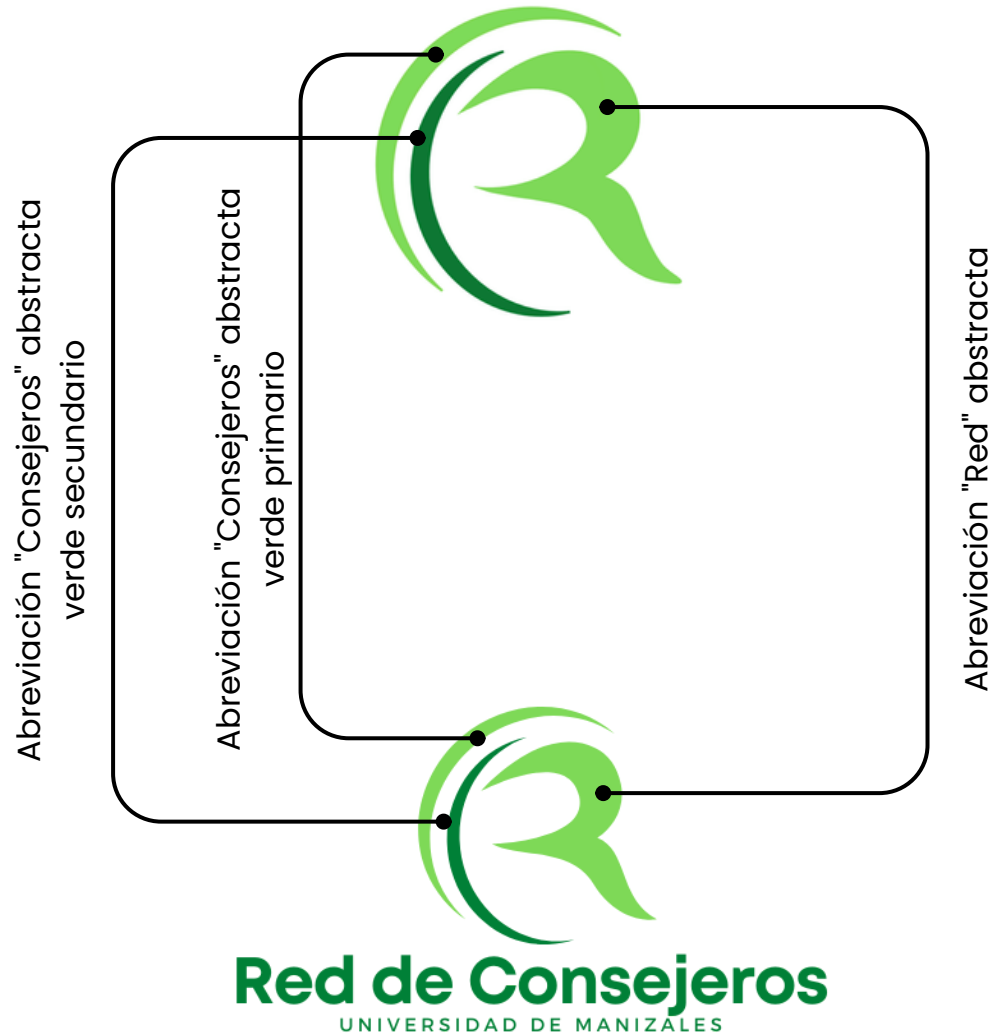
No está permitido usar otros Logotipos en color si el de la Universidad está en una tinta.

# MANUAL DE IDENTIDAD

Página 18

ELEMENTOS DE MARCA

**IDENTIFICADOR  
SIMBÓLICO**



## Tipografía

Para otorgarle consistencia y referenciar el significado que muestra el símbolo propiamente, se ha seleccionado una sola fuente, la Poppins que refleja dinamismo e impacto a la Representación Estudiantil, referenciando a la juventud y el liderazgo.

En el logotipo su alineación es al centro y utiliza mayúsculas iniciales para el nombre "Red de Consejeros" y altas sostenidas para el nombre "Universidad de Manizales" con espaciado entre letras siempre en proporción simétrica, para la escritura del nombre.

## Poppins

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz

---

**MANUAL DE  
IDENTIDAD**

---



R: 126    C: 42%  
G: 217    M: 0%  
B: 87     Y: 60%  
           K: 15%



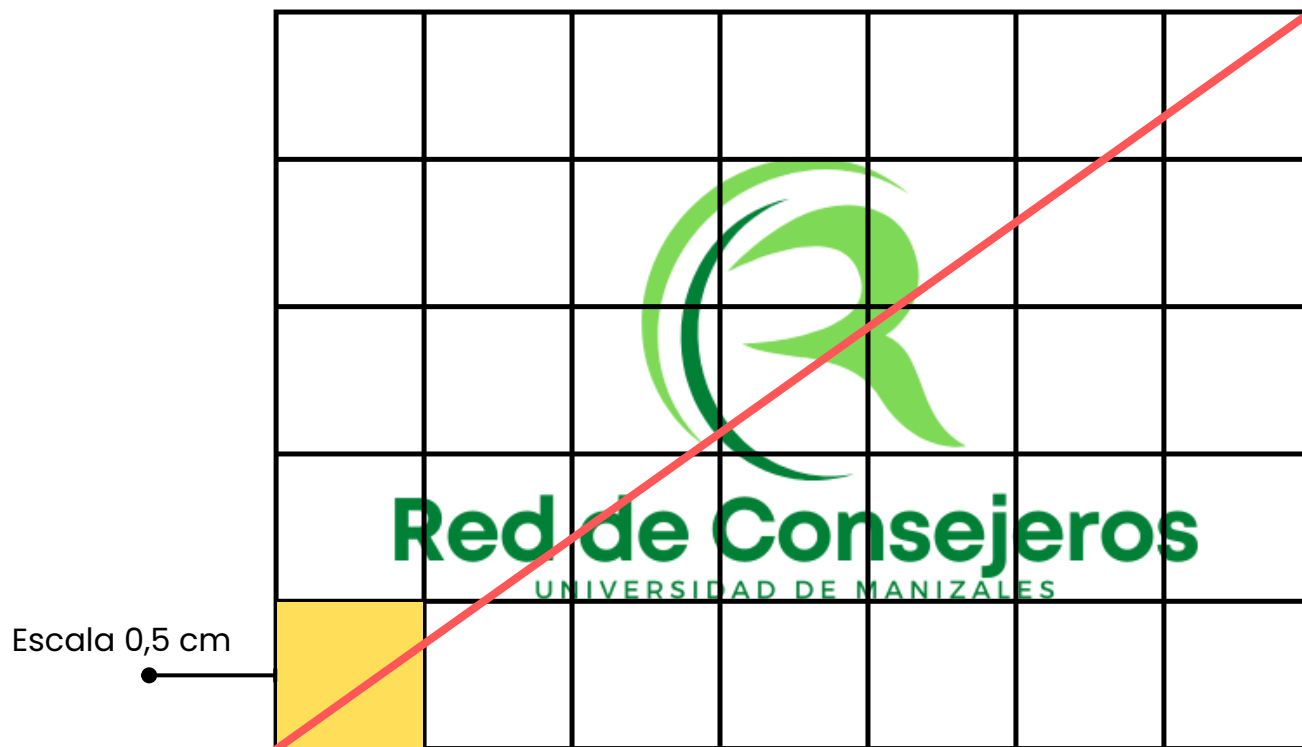
R: 0        C: 100%  
G: 128     M: 0%  
B: 55      Y: 57%  
           K: 50%

# MANUAL DE IDENTIDAD

ELEMENTOS DE MARCA

**IDENTIFICADOR  
CROMÁTICO**





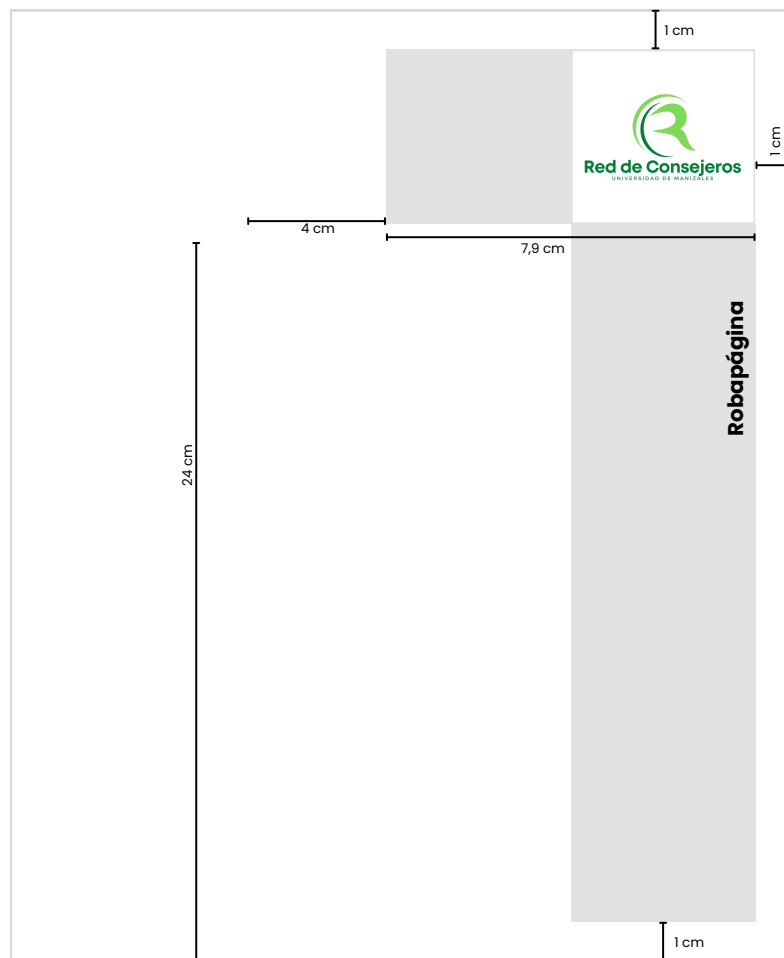
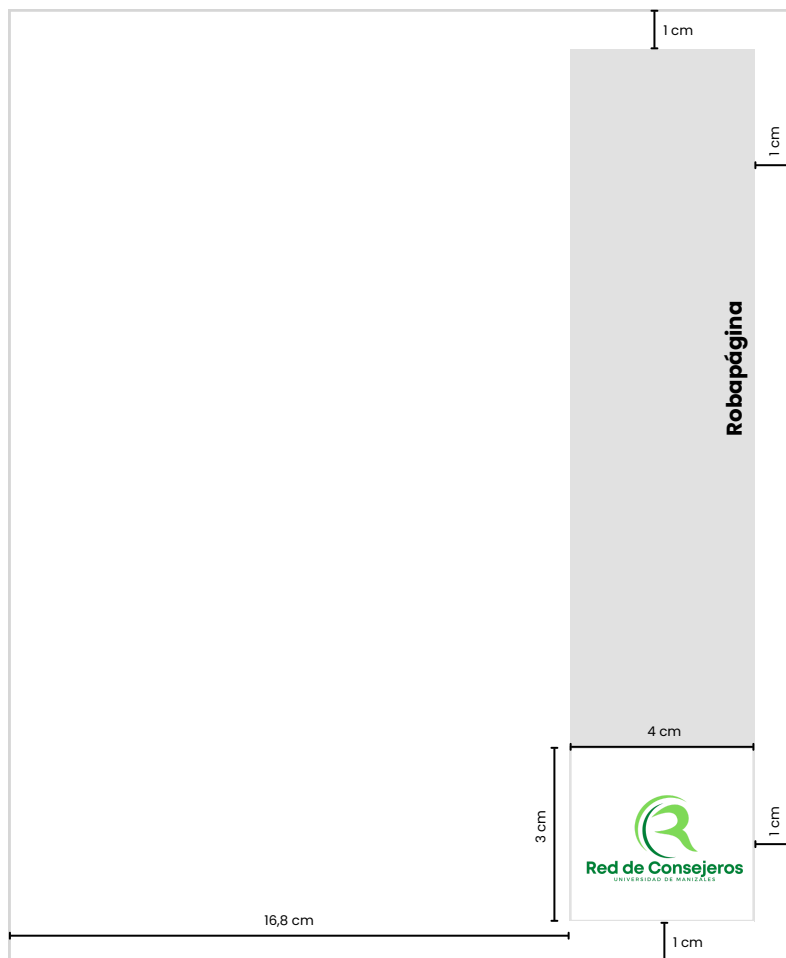
# MANUAL DE IDENTIDAD

Página 21

ELEMENTOS DE MARCA

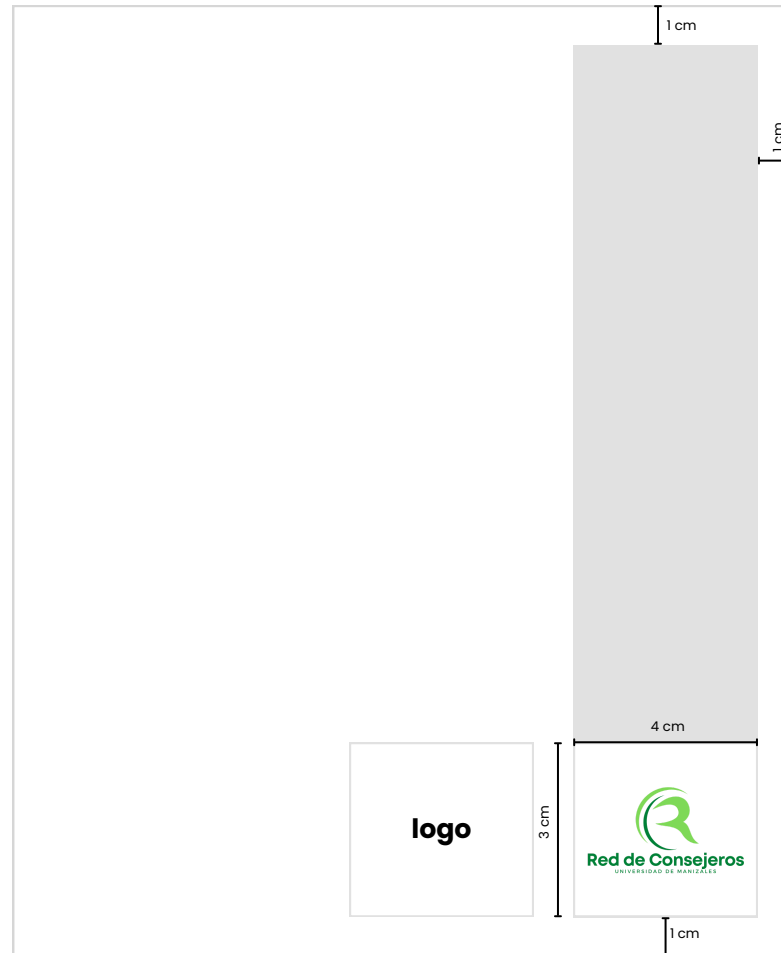
**CONSTRUCCIÓN Y  
PLANIMETRÍA**

El logotipo de la Red de Consejeros deberá ubicarse siempre en la parte superior derecha o en la parte inferior derecha de cualquier soporte de comunicación gráfica, salvo aquellas ocasiones en las que el formato demande vaya a estar ubicado no lo permita y de ser así se ubicará centrado en la parte superior de la composición.



# MANUAL DE IDENTIDAD

## Presentación con otras marcas “cobranding”



## Área de reserva



Área de reserva 0,5 cm  
puede variar de acuerdo a tamaño

El Logotipo está rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetado para garantizar la claridad y perfecta legibilidad de la marca.

Ningún elemento (gráfico, fotografía, texto o corte de página) debe invadir esta área.

El área mínima de protección está dada por la unidad de medida que corresponde al alto del Logotipo de la Red de Consejeros.

La medida 0,2436 cms. debe ser respetada a cada uno de los 4 lados del Logotipo e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.

Nunca se debe romper o recrear esta configuración.

# MANUAL DE IDENTIDAD

ELEMENTOS DE MARCA

**REPRODUCCIONES**

El Logotipo debe ser aplicado principalmente sobre fondo verde o fondo blanco.

En caso de que deba ser aplicado sobre otros fondos, se debe tener en cuenta los ejemplos aquí ilustrados:

**- Los logotipos se pueden trabajar en versiones de positivo y negativo.**



# MANUAL DE IDENTIDAD

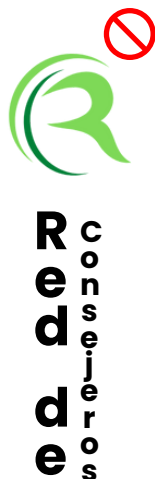
ELEMENTOS DE MARCA

**VARIABLES  
PERMITIDAS**

Para la correcta aplicación de la Identidad Corporativa de la Marca Red de Consejeros en los diferentes soportes, es fundamental mantener la uniformidad de sus características técnicas.

A continuación se muestran algunos de los usos prohibidos:

### 1. No reproducir el logotipo verticalmente.





## 2. No inclinar el logotipo.



## 3. No deformar el logotipo.



## 4. No reproducir el logotipo en colores distintos a los señalados en este manual.



# MANUAL DE IDENTIDAD



# GESTIÓN DE REDES SOCIALES

Instagram es una red social y una aplicación móvil al mismo tiempo. Esta permite a sus usuarios subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro, etc. para posteriormente compartir esas imágenes en la misma plataforma o en otras redes sociales.



# GESTIÓN DE REDES SOCIALES

Página 29

ELEMENTOS DE MARCA

**INSTAGRAM**

Manual de Identidad  
Red de Consejeros – Universidad de Manizales

Elaborado por:  
Nicolás Rendón Arias

---

**SÍGUENOS EN  
REDES SOCIALES**

---

