



UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA



Manual de imagen corporativa

Manual de imagen corporativa



RECTOR
MAYOR GENERAL EDUARDO ANTONIO HERRERA BERBEL

VICERRECTOR GENERAL
BRIGADIER GENERAL ALBERTO BRAVO SILVA

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO
BRIGADIER GENERAL HUGO RODRÍGUEZ DURÁN

VICERRECTORA ACADÉMICA
DOCTORA MARTHA LUCÍA BAHAMÓN JARA

VICERRECTOR DE INVESTIGACIONES
DOCTOR FERNANDO CANTOR RINCÓN

VICERRECTOR CAMPUS NUEVA GRANADA
BRIGADIER GENERAL HÉCTOR EDUARDO PEÑA PORRAS

JEFE DIVISIÓN DE PUBLICACIONES Y COMUNICACIONES
MARTHA PATRICIA STRIEDINGER MELÉNDEZ

Manual de imagen corporativa

© Universidad Militar Nueva Granada

Primera edición: junio de 2013

Todos los derechos reservados y se acoge en un todo a la Ley 23 de 1982, artículo 32.

Coordinación Editorial:
Martha Patricia Striedinger Meléndez,
División de Publicaciones, Comunicaciones y Mercadeo UMNG.

Concepto gráfico y armada digital:
Diseño Gráfico - UMNG

Impresión: Panamericana editorial



Presentación

Presento a la comunidad neogranadina el manual de imagen corporativa, instrumento concebido para el recto y adecuado manejo de los elementos que constituyen nuestra imagen institucional.

Este documento es una guía que permitirá unificar criterios y normativizar el manejo de la imagen visual, gráfica y corporativa de la Universidad. Es una pieza de comunicación diseñada para brindar orientación sobre cómo consolidar la imagen de la institución.

El contenido del manual fue elaborado en concordancia con la misión y la visión de la Universidad Militar Nueva Granada, con el objetivo de lograr proyectar ante la sociedad en general, la imagen de seriedad de una universidad pujante, de proyección social, donde prima la diversidad del conocimiento, fundamentada en los valores de ciencia, patria y familia.

Presenta todos aquellos aspectos que constituyen nuestra cultura neogranadina. Es una guía que orienta sobre la forma como debe hacerse buen uso del logosímbolo y el logotipo institucionales. Este documento es el resultado de un trabajo en equipo realizado por la Vicerrectoría General con su División de Publicaciones y Comunicaciones, y se fundamenta en los reglamentos, estatutos, normas y políticas institucionales. La comunidad universitaria debe hacer uso de las directrices expuestas en este manual, teniendo en cuenta que el logosímbolo, el logotipo y los colores, según la aplicación respectiva, son obligatorios y solo podrán ser usados por quienes estén debidamente autorizados.

Mayor General EDUARDO ANTONIO HERRERA BERBEL, Rector.

Presentación



Contenido

SÍMBOLO

Heráldica	07
Símbolo de la UMNG	08
Logosímbolo de la UMNG	09
Geometría y proporción	10
Composición de color	11
Logosímbolo - blanco y negro	12
Logosímbolo - color - fondos claros y oscuros	12
Logosímbolo - línea	13
Logosímbolo - grabados	13
Denominación de dependencias	14
Tamaño mínimo	14
Colores institucionales	15
Uso del símbolo en trama	16
Tipografía	16

Logotipo

Geometría y proporción	17
Logotipo sobre fondos de diferentes colores	18

Uso de marcas

Eslóganes	20
-----------	----

Contenido

Notas importantes:

Este manual se ha elaborado con el fin de divulgar el correcto uso del logosímbolo y el logotipo institucionales. No está autorizada alguna clase de adecuación, transformación, modificación, alteración, etc., que no esté descrita en este documento. Cualquier otro uso que tampoco esté descrito se debe consultar previamente para la respectiva autorización.

Este manual se entrega en medio magnético, formato PDF para consulta e información. No se puede tomar o bajar los archivos de la página web o de este mismo documento. Los archivos originales y en alta resolución deben solicitarse a Diseño Gráfico de la Universidad Militar Nueva Granada, donde encontrarán asesoría e información adicional cuando así se requiera.

La Superintendencia de Industria y Comercio informó que con las resoluciones 5895, 5896, 5897, 5898 y 5899 del 16 de febrero de 2012 fue concedido el registro de marca y del logosímbolo institucional, cumpliendo así con los requisitos previstos en las disposiciones legales vigentes.

Símbolo

HERÁLDICA



El escudo, arma defensiva por excelencia, fue utilizado en la Edad Antigua para tal fin, sin estructura específica alguna, adornado con emblemas y colores. En la Edad Media poseía la misma función, pero adquirió formas diversas a las cuales se les dieron diferentes nombres. Entre los siglos XVII y XVIII dejó de utilizarse en la guerra y los torneos, para quedar relegado al terreno de la heráldica como señal y distintivo de nobleza, donde sirve para colocar los atributos de las familias.

Nuestro escudo se basa en la forma española de influencia gala, por ser un cuadrilongo redondeado en sus dos ángulos inferiores y terminado en punta en medio de la base.

Símbolo

SÍMBOLO DE LA UMNG

El símbolo por excelencia de la Universidad es el escudo, cuyo significado es el siguiente:

El escudo de la Universidad Militar Nueva Granada consta de dos cantones: uno azul y otro dorado. El primero representa la serenidad, la paciencia y el servicio. En el centro del cantón azul va una espada, símbolo de fortaleza, rectitud y orden; superpuesta, una pluma de plata que representa el saber, la inocencia y la justicia; de esta forma, el conocimiento prima sobre la fuerza, pero la disciplina lleva a la virtud.

El cantón de oro, por su parte, representa fortaleza, fe, pureza y constancia; en su centro va, en sus colores naturales, una granada, símbolo por excelencia de la abundancia y la riqueza; en la cimera del escudo se entroniza una cinta de color gules, que representa la intrepidez y la gallardía, con el lema *Scientiae, Patriae, Familiae*. Rodeando al escudo se encuentran dos laureles verdes entrecruzados que representan la victoria y la gloria, por una parte, y el valor y la paz, por la otra.



LOGOSÍMBOLO DE LA UMNG

El logotipo de la Universidad está constituido por el símbolo, su escudo y el nombre Universidad Militar Nueva Granada, escrito a dos líneas en la fuente Lydian BT Bold, versalitas, con un interlineado de 1x en color negro 100 %.

Esta tipografía es una mezcla entre lo clásico (escritura con pluma) y lo actual, sin serifas, fresca y no rígida, con la cual se identifican nuestros estudiantes, y además se puede utilizar en diferentes tamaños, sin que pierda la forma ni las características esenciales de su familia.

Existen dos versiones de nuestro logotipo: una vertical y otra horizontal.



GEOMETRÍA Y PROPORCIÓN

Partiendo de la forma x se establece la medida de proporción para reticular y proporcionar los demás elementos de nuestro logotipo, de manera que su tamaño total es de $37x$ de ancho por $44x$ de alto. El espacio entre el escudo y el texto, así como el interlineado de las dos líneas de texto subsiguientes, es de $1x$ para la versión vertical.

En su versión horizontal, las medidas son $81x$ de ancho por $35x$ de alto. El espacio entre el escudo y el texto al igual que el interlineado de las dos líneas de texto, es de $1x$.



COMPOSICIÓN DE COLOR



**UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA**

PANTONE 485C C:0 M:100 Y:100 K:0 R:237 G:28 B:36	PANTONE 484C C:0 M:100 Y:100 K:40 R:158 G:11 B:15
PANTONE 1817C C:0 M:100 Y:100 K:70 R:103 G:0 B:0	
PANTONE 2766C C:100 M:82 Y:2 K:50 R:0 G:36 B:94	PANTONE 296C C:100 M:82 Y:2 K:83 R:0 G:0 B:49
PANTONE 124C C:0 M:24 Y:94 K:0 R:255 G:196 B:37	PANTONE 138C C:0 M:44 Y:94 K:0 R:249 G:159 B:42
PANTONE 369C C:64 M:24 Y:100 K:7 R:105 G:146 B:62	PANTONE 349C C:90 M:36 Y:100 K:33 R:4 G:95 B:49
PANTONE Process Black C 60% C:0 M:10 Y:0 K:60 R:190 G:190 B:190	
PANTONE Process Black C 30% C:0 M:10 Y:0 K:30 R:220 G:220 B:220	
PANTONE Process Black C 100% C:0 M:10 Y:0 K:100 R:0 G:0 B:0	

No se permite distorsionar de manera alguna el logotipo de la Universidad. Se debe respetar estrictamente la descripción geométrica y proporcional, tanto de tipografía como de forma, color y composición.

LOGOSÍMBOLO · blanco y negro ·

En sus versiones horizontal y vertical en blanco y negro, el logotipo de la UMNG conserva exactamente las proporciones descritas.

Para su uso en blanco y negro se establecen equivalencias en cuanto a los porcentajes del color negro y los colores institucionales.



LOGOSÍMBOLO ·

Color · fondos claros



Color · fondos oscuros

En esta versión, el logotipo de la UMNG se utiliza en color, sobre fondos de tonalidades oscuras. En este caso, la tipografía se utiliza en invertido sobre el color del fondo.



LOGOSÍMBOLO ·

Línea · positivo

Para impresiones de cualquier índole en una sola tinta, se utilizan el símbolo y la tipografía en línea, los dos al 100 % del color de la impresión.



Línea · negativo ·

En este caso, invertido sobre fondo oscuro y a una tinta, se deja una reserva total sobre el fondo en donde cae el logotipo, conservando las líneas de contorno en los componentes del símbolo del color, sobre el cual se deja la reserva.



LOGOSÍMBOLO · grabados ·

Para los grabados sobre metal u otro material, el logotipo está determinado por todas sus líneas de contorno, incluida la tipografía.



DENOMINACIÓN DE DEPENDENCIAS

Dentro de la estructura organizacional de toda entidad, los nombres de las dependencias hacen parte fundamental de la imagen institucional. En la UMNG, los nombres de las facultades y las diferentes dependencias académicas y administrativas se enmarcan dentro de este concepto, y se establece para tal fin que aquellos sean acompañados con el logotipo.

En la versión horizontal, estos nombres serán escritos en versalitas, justificados al centro con respecto al ancho total del logotipo, sin sobrepasar esta proporción.

La fuente secundaria utilizada para la denominación de dependencias será Humanist 521 BT, en negro al 60 %.



PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA



PROGRAMA DE RELACIONES INTERNACIONALES,
ESTRATEGIA Y SEGURIDAD

TAMAÑO MÍNIMO

El tamaño mínimo establecido para la reproducción del logotipo es:

Versión vertical: 30 mm h.

Versión horizontal: 15 mm h.

Los tamaños mínimos descritos hacen referencia a material impreso y a su equivalencia en pixeles para su uso en pantalla.



Área de protección



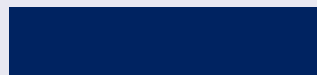


COLORES INSTITUCIONALES

Colores principales

Los principales colores corporativos que se deben utilizar son los descritos y su utilización debe ser predominante, sin dejar de lado toda la gama correspondiente a cada uno, referente a la paleta pantone y el círculo cromático.

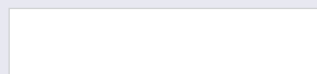
C:100 M:82 Y:0 K:50
R:19 G:34 B:67
Pantone: 2767C



C:0 M:24 Y:94 K:0
R:246 G:187 B:0
Pantone: 123C



R:255 G:255 B:255
White – Blanco



Colores secundarios

Los colores secundarios se deben emplear como se describe y su utilización es opcional. También se puede utilizar la gama correspondiente a cada uno en lo referente a la paleta pantone y el círculo cromático.

C:78 M:0 Y:63 K:67
R:19 G:71 B:7
Pantone: 554C



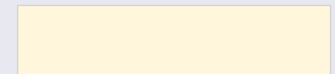
C:0 M:97 Y:100 K:0
R:220 G:47 B:28
Pantone: 485C



C:0 M:100 Y:61 K:43
R:132 G:30 B:53
Pantone: 202C



C:0 M:2 Y:15 K:0
R:255 G:248 B:211
Pantone: 7499C



USO DEL SÍMBOLO EN TRAMA

El símbolo de la UMNG se puede usar emulando marcas de agua a color o en blanco y negro para diferentes aplicaciones que así lo requieran, como por ejemplo papelería, en cuyo caso el porcentaje de matiz mínimo utilizado es del 10 %.



TIPOGRAFÍA

HUMANIST 521 - Familia completa

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

HUMANIST 531 - Familia completa

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

HUMANIST 777 - Familia completa

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

ERAS - Familia completa

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

GEOMETRÍA Y PROPORCIÓN

Logotipo



Partiendo de una cuadrícula compuesta por 16 filas y 16 columnas se establece una medida de proporción (r), la cual sirve de referencia para encuadrar nuestro logotipo. La letra N, que fue hecha a partir de una ene mayúscula y dibujada para lograr el elemento principal de nuestro logotipo, es de 9 (r) de ancho x 8 (r) de alto. Las líneas externas de la cuadrícula permiten establecer un círculo que delimita la altura de las palabras: Universidad Militar, escritas con las mismas características usadas en nuestro logosímbolo, pero esta vez delimitadas por dos arcos concéntricos. Se adiciona la cinta que también hace parte de nuestro logosímbolo, dándole un giro de

180°, con la palabra Granada (centrada con respecto a la N) en el mismo tipo de letra y en altas. Por último, y como complemento, agregamos en la base la sigla UMNG, también en altas, con el mismo tamaño de las palabras Universidad Militar y con justificación forzada a ambos lados de la N.

LOGOTIPO SOBRE FONDOS DE DIFERENTES COLORES

El logotipo se establece con los colores corporativos: azul, amarillo y blanco, definidos también para los fondos de las piezas en donde se utiliza. Se pueden usar los colores secundarios, y en ambos casos con la gama correspondiente a cada uno en relación con la paleta pantone y el círculo cromático hacia arriba y hacia abajo.



La Superintendencia de Industria y Comercio informó que con las resoluciones 5905, 5906, 5907 y 5908 del 16 de febrero de 2012, y la 24740 del 26 de abril de 2012, fue concedido el registro de marca y del logotipo institucional, cumpliendo así con los requisitos previstos en las disposiciones legales vigentes.



Uso de marcas

Teniendo en cuenta la dinámica y el vertiginoso crecimiento de la institución, la Rectoría solicitó el registro de sus diferentes marcas y eslóganes para su uso oficial. La Superintendencia de Industria y Comercio informó que fueron concedidos los registros de los siguientes usos de marca para la Universidad Militar Nueva Granada, con fecha 21 de marzo de 2012, cumpliendo de esta manera con los requisitos previstos en las disposiciones legales vigentes:

Resoluciones 15082, 15083, 15434, 15435 y 15436 (Unimilitar).

UNIMILITAR

Resoluciones 15102, 15103, 15104, 15105 y 15106 (UMNG).

UMNG

Marcas

Resoluciones 15097, 15098, 15099, 15100 y 15101
(Campus Nueva Granada).

CAMPUS NUEVA GRANADA

Resoluciones 15084, 15085, 15086, 15087 y 15089
(bandera).



ESLÓGANES

Asimismo, mediante las resoluciones 7407, 7408, 7409 y 74010 del 27 de febrero de 2013 fueron concedidos los registros de los siguientes lemas:

- **Una Universidad de Todos y para Todos**
- **La Militar soy yo**
- **Pensando en Grande**
- **La U para Todos**

Algunos eslóganes utilizados en campañas específicas durante los últimos años:

- **La Militar somos todos**
- **Mi casa, mi U**
- **Mi planeta, mi U**
- **Mis amigos, mi U**
- **Mis deportes, mi U**
- **Mi familia, mi U**
- **El placer de conocer investigando**
- **Buscamos la excelencia**
- **Marcamos caminos de calidad**
- **Hacia nuestra acreditación institucional**
- **Con excelencia por el futuro de Colombia**
- **La U que proyectamos para el 2016**

www.umng.edu.co

Una Universidad de Todos y para Todos

MIC

