



Consejo Superior

Germán Andrés Urrego Sabogal
Rep. Ministerio de Educación

Álvaro Zapata Domínguez
Rep. Presidencia de la República

Luis Enrique Caicedo
Rep. Gobernación del Valle

Oscar Larrahondo Ramos
Rep. Directivas Académicas

Alexis Días Garcés
Rep. Estudiantes

Ferney Osman Mejía
Rep. Docentes

Anderson Arroyo Arroyo
Rep. Egresados

Héctor Castro Noviteño
Rep. Sector Productivo

Consejo Académico

Rector(a)
FÉLIX SUÁREZ REYES

Secretario(a) General
DILIA CELINA PALACIOS PEREA

Director Académico
OSCAR JEHINY LARRAHONDO RAMOS

Director de Investigaciones
OSCAR ANTONIO SALCEDO HURTADO

Director(a) de Proyección Social
MARÍA MAGNOLIA MOSQUERA

Director Programa de Arquitectura
ALEXÁNDER ITURRE CAMPIÑO

Director Programa de Agronomía
DAGOBERTO TORRES VALENCIA

Director Programa de Sociología
ÓSCAR JEHINY LARRAHONDO RAMOS

Director Programa de Tecnología en Acuicultura
JORGE AUGUSTO ANGULO SINISTERRA

Director(a) de Programa Ingeniería de Sistemas
YOWANNA KARINA CAICEDO GUERRERO

Director de Programa Tecnología en Construcciones Civiles
FREDY JIMÉNEZ

Director Programa de Tecnología en Hotelería y Turismo
NIXON ARBOLEDA MONTAÑO

Director Programa de Administración de Negocios Internacionales
DAGOBERTO RIASCOS MICOLTA

Representante de los Docentes
HOLVER SANCLEMENTE

Representantes de los Estudiantes
ASTRID CAROLINA MÉNDEZ

Cuerpo Directivo

Rector(a)
FÉLIX SUÁREZ REYES

Secretario(a) General
DILIA CELINA PALACIOS PEREA

Director Académico
OSCAR JEHINY LARRAHONDO RAMOS

Director de Investigaciones
OSCAR ANTONIO SALCEDO HURTADO

Director(a) de Proyección Social
MARÍA MAGNOLIA MOSQUERA

Director Administrativo y Financiero
GERARDO VALVERDE SOLÍS

Director(a) Bienestar Universitario
RUBY MARITZA CARVAJAL

Jefe Oficina Asesora de Planeación
DIEGO FERNANDO OROZCO TOVAR

Jefe Oficina Asesora de Control Interno
XIOMARA MICOLTA ANGULO

Jefe Oficina División de Desarrollo de Personal
RODRIGO GRUESO GARCÍA

Directores de Programa

Director Programa de Arquitectura
ALEXÁNDER ITURRE CAMPIÑO

Director Programa de Agronomía
DAGOBERTO TORRES VALENCIA

Director Programa de Sociología
ÓSCAR JEHINY LARRAHONDO RAMOS

Director Programa de Tecnología en Acuicultura
JORGE AUGUSTO ANGULO SINISTERRA

Director(a) de Programa Ingeniería de Sistemas
YOWANNA KARINA CAICEDO GUERRERO

Director de Programa Tecnología en Construcciones Civiles
FREDY JIMÉNEZ

Director Programa de Tecnología en Hotelería y Turismo
NIXON ARBOLEDA MONTAÑO

Director Programa de Administración de Negocios Internacionales
DAGOBERTO RIASCOS MICOLTA

Presentación



Consolidar una imagen positiva y renovada de la identidad institucional para responder a las exigencias organizacionales de la época es uno de los propósitos en materia comunicativa de la Universidad, de ahí que ha emprendido acciones tendientes a formalizar procesos comunicativos en distintos escenarios y actividades propias de la vida universitaria.

En ese sentido, la Universidad se ha preocupado por contar con un ejercicio del quehacer institucional debidamente organizado y planificado, ya que ello le da un sello propio a la dinámica funcional, lo que a su vez redundará de forma directa en el fortalecimiento de la imagen, desde el punto de vista simbólico.

El Manual de identidad visual se constituye en una herramienta que permitirá unificar criterios y normatizar el manejo de la imagen visual - gráfica y corporativa. Es una importante pieza de comunicación que brinda la orientación para proyectar al medio la imagen de solidez de una institución coherente y organizada que proyecta sentido de pertenencia con la región y compromiso con la nación.

Además, en el Manual se consignan todos aquellos aspectos constitutivos de la cultura corporativa Unipacífico, mostrando todos los rasgos que la identifican, la definen y la diferencian de otras universidades, ya que es una herramienta que orienta a los miembros de la Universidad en la forma como deben manejarse los signos institucionales.

De ahí que en esta herramienta se abordan aspectos que tienen que ver con el sistema ordenado de signos y símbolos y que integran la dinámica funcional de la Alma Máter. Dentro de estos aspectos se encuentran: la imagen institucional, la imagen corporativa, la identidad visual, el uso del logotipo, la papelería institucional, las pantallas, las publicaciones y medios masivos y los emblemas y símbolos.

Como el manual se fundamenta en la política de comunicación institucional, lo mismo que en diferentes actos administrativos expedidos por la Universidad, las directrices impartidas en él son de obligatorio cumplimiento para las personas de la comunidad universitaria que estén autorizadas para usar el logotipo y las marcas.

FÉLIX SUÁREZ REYES
Rector



IMAGEN INSTITUCIONAL

8

IMAGEN CORPORATIVA

10

Visión

10

Misión

10

Principios y Valores

10

IDENTIDAD VISUAL

11

Identificación básica

11

Logotipo

11

Tipografía Corporativa

12

Planimetría Logotipo

12

Planimetría Escudo

13

Color

13

USO DEL LOGOSÍMBOLO

14

El logosímbolo y las unidades académicas

14

Uso del Logosímbolo de la Universidad

14

Ubicación

15

Jerarquía de Tamaño

15

Utilización del Color

15

Para Logotipos de instituciones en convenio con la Universidad

15

15

PAPELERIA INSTITUCIONAL

16

Papelería

16

MULTIPANTALLA

21

Piezas audiovisuales Institucionales:

21

Presentaciones institucionales en diapositivas

23

Sitios de redes sociales

24

Página web

26

PUBLICACIONES EN MEDIOS GRÁFICOS

28

Productos editoriales y publicitarios

28

EMBLEMÁTICA Y SÍMBOLOGIA

31

Himno

31

Bandera institucional

32

GLOSARIO

33





IMAGEN INSTITUCIONAL

La imagen institucional de la Universidad del Pacífico es la integración de tres elementos esenciales, a saber:

- Su Identidad Institucional
- Su Comportamiento Corporativo
- Su Personalidad Corporativa

La Identidad Institucional de la Unipacífico la constituyen aquellos rasgos que la identifican como una institución universitaria y que sirven para diferenciarla de otras universidades. También está constituida por los valores de la cultura corporativa.

Su Comportamiento Corporativo es producto de la dinámica funcional de la Universidad y requiere la permanente evaluación y análisis de sus procesos institucionales, lo mismo que el impacto de las políticas de gestión.

Su personalidad Corporativa es el conjunto de manifestaciones que la Universidad efectúa conscientemente para proyectar, a través de los diferentes medios, una imagen intencional entre sus públicos de interés. Esta imagen intencional equivale a la noción de posicionamiento estratégico, es decir, la posición que la Unipacífico pretende ocupar en la mente de los públicos de interés.

La comunicación debe ayudar a impulsar el desarrollo académico, científico y cultural de la institución, lo mismo que gestionar y coordinar los distintos procesos de comunicación generados desde la Universidad del Pacífico hacia la comunidad universitaria y la sociedad.

DEFINICIONES DE INTERÉS

Imagen Institucional

Conjunto de representaciones mentales que surgen en la memoria del público ante el recuerdo y la evocación de una empresa, entidad o institución.

Aspecto que al interior de las organizaciones favorece la productividad y externamente genera aceptación, confianza, credibilidad y fidelidad hacia sus productos y/o servicios.

Imagen como Identidad

Se refiere a una red interrelacionada de las percepciones de los públicos y los elementos visibles e



IMAGEN INSTITUCIONAL

invisibles de la gestión empresarial, es mucho más que un logo o una marca, es la suma de todas las formas que una empresa, entidad o institución elige para darse a conocer y la suma de todos los métodos armonizados de cultura, comunicación y diseño.

De otro parte, la Imagen Corporativa es considerada como la unidad gráfica de la razón social que identifica y por medio de la cual se hace reconocible una entidad. Además incluye el conjunto de significados por los cuales se llega a conocer un objeto y a través del cual las personas lo recuerdan y lo relacionan. Está constituido por tres elementos:

Logotipo: Distintivo visual que representa una entidad. Puede ser en siglas, palabras o en letras.

Símbolo: Figura u objeto que tiene un significado y se constituye en elemento de identificación. Sirve de auxiliar al lenguaje escrito, refiere de manera instantánea.

Logosímbolo: Combinación del símbolo y las letras (tipografía)



IMAGEN CORPORATIVA

Visión

A 2036, la Universidad del Pacífico habrá alcanzado los más altos estándares de calidad en sus programas y procesos; será una de las principales instituciones de educación superior de la región, consolidada y reconocida nacional e internacionalmente como un eje articulador y catalizador de las potencialidades de la misma, a través de la formación, la investigación formativa, básica y aplicada y el relacionamiento efectivo con los actores clave para el desarrollo sustentable del pacífico colombiano.

Misión

La Universidad del Pacífico tiene como propósito contribuir al desarrollo social, ambiental, cultural y económico de la región y del país, formando líderes integrales, agentes de cambio, mediante la generación y transferencia del conocimiento científico y la potencialización de saberes tradicionales, con una oferta y cobertura pertinente y de alta calidad.

Principios y Valores

PRINCIPIOS

Liderazgo
Transparencia
Democracia
Creatividad
Excelencia

VALORES

Responsabilidad
Solidaridad
Respeto
Lealtad
Equidad
Libertad
Honestidad

IDENTIDAD VISUAL

Identificación básica

La identidad visual de una institución se conforma por medio 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 el observador.

Este Manual de Imagen Corporativa de la Universidad del Pacífico se publica con el objeto de unificar los elementos visuales que la identifican, para proyectar una adecuada comunicación visual interna y externa.

El Escudo de la Universidad, la tipografía de su nombre, los colores que la distinguen no podrán ser modificados. Este manual debe constituirse en el elemento de obligada consulta en todos aquellos casos en que se utilicen los símbolos de la Universidad. Ajustarse a las directrices propuestas en él, significará para la Universidad proyectar su imagen ante el entorno con unidad y permanencia.

Logotipo

El logotipo se encuentra enmarcado sobre una silueta en forma de máscara que representa los rasgos ancestrales de la etnia y la cultura del Pacífico. Contenido en la silueta se proyecta el Litoral Pacífico delimitando dos áreas que representan los recursos hídricos de la región (color azul) y su riqueza forestal (color verde). Sobre la silueta de la máscara se demarca un círculo que representa un lente de aumento en cuyo contorno se sobrepone el texto descriptivo de la Universidad. Este elemento pretende ofrecer el concepto de globalidad de la institución. Dentro del lente de aumento igualmente se proyecta el Litoral Pacífico acompañado de dos elementos constitutivos: El sol radiante que representa el progreso y el entusiasmo de sus gentes, así como la visión futurista y de objetividad que la Universidad le ofrece a la región; la estrella náutica que plasma un concepto de ubicación y sentido de orientación.



IDENTIDAD VISUAL

Logotipo

plasma un concepto de ubicación y sentido de orientación. Todos estos elementos armónicamente ensamblados con rasgos de diseño moderno hacen que el logotipo de la Universidad del Pacífico refleje una imagen institucional con identidad propia y proyección futurista.

Tipografía Corporativa

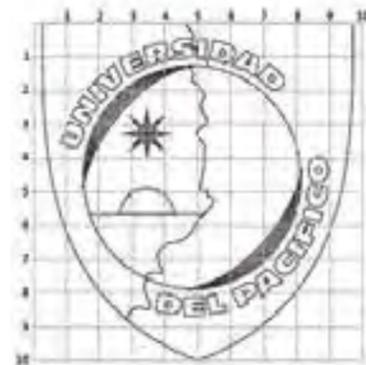
La tipografía que compone el logotipo y que se utiliza para identificación de la Universidad es única para todos los casos. El logotipo está centrado y va con letras mayúsculas en cada palabra.

El logotipo puede ser ampliado a cualquier tamaño siempre y cuando se conserven sus proporciones. El tamaño mínimo al que puede ser reducido es de:



Planimetría Logotipo

De la misma manera que en el Escudo, por medio del plano técnico del logotipo y de sus partes es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La x equivale a la medida establecida por unidad dentro del plano, el número representa las veces que la medida x está en la imagen a nivel horizontal y vertical. La fuente tipográfica que hace parte del logotipo es Incised 901Nd BT

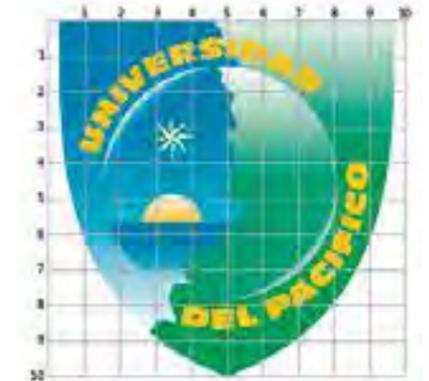


IDENTIDAD VISUAL

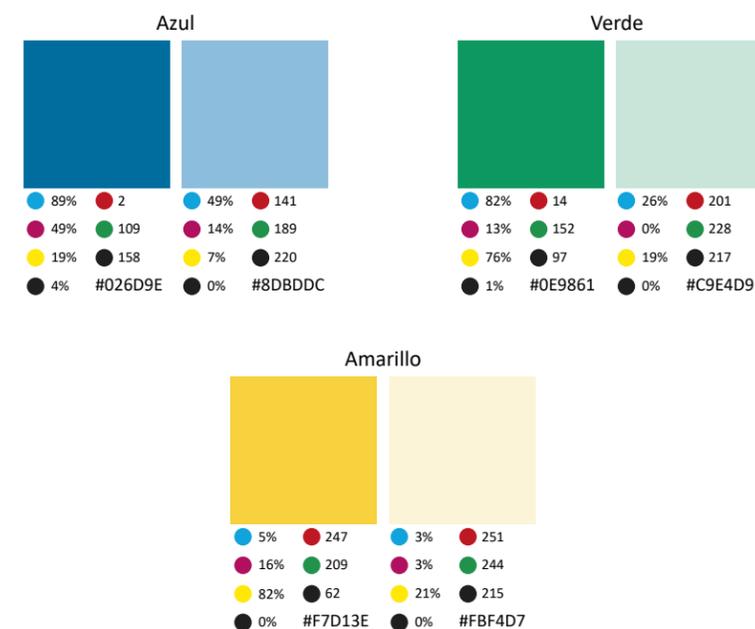
Planimetría Escudo

Por medio del plano técnico del logotipo y de sus partes es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La x equivale a la medida establecida por unidad dentro del plano, el número representa las veces que la medida x está en las diferentes partes que componen la imagen.

El plano técnico adjunto da la posibilidad de reconstruir el logotipo fácilmente partiendo de una cuadrícula de 10 x 10 unidades, dando proporción a cada uno de los elementos constitutivos.



Colores



USOS DEL LOGOSÍMBOLO

El logotipo y las unidades académicas

El Logotipo debe ser utilizado en todas las piezas gráficas que produzca la Universidad, y en algunos casos, representados a continuación, debe ir acompañado del nombre de la unidad académica que respalda la pieza, la seccional o dirección, respectivamente. Las unidades académicas no podrán utilizar logotipos diferentes. En publicaciones y eventos realizados por estas Unidades Académicas, o en cualquier pieza gráfica que requieran; siempre se usará, el Logotipo de la Universidad. La tipografía será Humanst521 BT en mayúscula sostenida, alineada al centro.

Usos con otros Logotipos

Para unidades pertenecientes a la Universidad

Las Unidades de Servicios y Dependencias Universitarias que presten servicios a la comunidad, ya establecidas, con reconocimiento en el medio y proyección hacia el exterior, podrán tener su propio logotipo identificativo; siempre y cuando se utilice bajo las normas que se describen a continuación.

Los nuevos logotipos que se creen en la Universidad deberán ser evaluados por el comité de imagen de la Rectoría para su posterior aprobación.

Las unidades académicas no utilizarán logotipos independientes, tampoco las direcciones ni las seccionales.

USOS DEL LOGOSÍMBOLO

Uso del Logotipo de la Universidad

Cualquier logotipo debe ser usado siempre en compañía del logotipo de la Universidad. Por ningún motivo puede ser usado solo en piezas gráficas, informativas o de exhibición.

Ubicación

Todo logotipo debe ser usado siempre a la derecha del logotipo de la Universidad para respetar la jerarquía de la institución, no puede ser usado a la izquierda o encima del mismo. Ambos logotipos deben ser puestos en lugares visibles.

Jerarquía de Tamaño

Todo Logotipo debe ser usado siempre en una proporción máxima del 70% del tamaño del logotipo de la Universidad.

Utilización del Color

Si el logotipo de la Universidad va en color, los demás logotipos deben ir de la misma forma. Si el logotipo de la Universidad va en blanco y negro, los demás también deben ir.

Para Logotipos de instituciones en convenio con la Universidad

Cuando se utilicen en cualquier pieza gráfica o de exhibición, a raíz de algún convenio establecido, logotipos de otras instituciones deben manejarse bajo las normas que se describen a continuación.

PAPELERIA INSTITUCIONAL

Papelería

Usos del escudo o logotipo en la papelería institucional, se imprimirá la misma en una o cuatro tintas, es decir a full color o escala de grises (blanco y negro).

En las hojas carta y oficio, de correspondencia interna y externa, se ubica el escudo en la parte superior izquierda, los cuerpos de texto se desarrollan en fuente Calibri, y en el extremo derecho inferior se ubican los datos de contacto para las comunicaciones externas, tal como podemos apreciar en los siguientes ejemplos.



PAPELERIA INSTITUCIONAL

Todos los formatos de papelería institucional, tales como recibos de pago para matrículas, memorandos, papelería de contabilidad, papelería para solicitud de diferentes servicios en general, todos tendrán el escudo o logotipo en la parte superior izquierda. En las tarjetas de presentación, el escudo también se ubica en la parte superior izquierda, y en el área inferior derecha los datos institucionales de contacto, así como también en el área superior derecha el nombre del funcionario, cargo y dependencia. Todos los textos se escriben en letra Calibri.



En sobres de correspondencia de igual forma se ubican escudo y datos de contacto, y el espacio en blanco es para los datos del destinatario.



PAPELERIA INSTITUCIONAL



Para el carné institucional, se recomienda el uso de microshift para el archivo y registro de datos del individuo, el carné porta el escudo también en la parte superior izquierda, proponemos un primer modelo para estudiantes y otro para docentes y funcionarios. El documento porta datos como nombre, cargo, programa académico, dependencia, número de documento de identidad, código y fotografía.



En tarjeta lord, para invitaciones, el logotipo se emplea de modo centrado en el área superior, en el sobre se ubicará en el extremo izquierdo.



PAPELERIA INSTITUCIONAL



En diplomas el escudo estará justificado en el centro debajo del escudo de de la república. Para certificaciones también se empleará de modo centrado, y en caso de tratarse de convenios con otras instituciones el escudo estará acompañado de los otros logosímbolos.



PAPELERIA INSTITUCIONAL



MULTIPANTALLA



Piezas audiovisuales Institucionales:

En la apertura y final de cada pieza institucional, se expone en pantalla el escudo de la Universidad durante cinco segundos, entrando y saliendo por disolvenca, sobre fondo blanco, justificado en el centro en todos los formatos de pantalla, al interior del cuadro central de la regla de tercios, tal como podemos ver en el siguiente ejemplo:



MULTIPANTALLA

En casos en los que el escudo es acompañado del slogan institucional, mensajes o frases empleadas para campañas o promocionales, estos caracteres estarán en la parte inferior del escudo, ocupando de modo centrado y horizontal las tres cuadrículas inferiores de la regla de tercios.



Emplear el escudo en la introducción y cierre de las piezas individuales y series producidas por el Canal de televisión de la institución. Durante la exposición del escudo se puede añadir banda sonora y locución de voz institucional que emita el nombre de la universidad y su slogan.

MULTIPANTALLA

Presentaciones institucionales en diapositivas:

Se emplean dos tipos de plantillas, para presentaciones en diapositivas, el primer modelo es útil para presentación inicial y cierre, en estos se destaca el título de la presentación y escudo de la institución, y el segundo modelo corresponde a información general, para el desarrollo de contenidos, sigue empleando el escudo, pero da prioridad al desarrollo de textos, animaciones, fotografías e infografía.

Se emplean las gamas institucionales más fondo blanco, tal como vemos en los siguientes ejemplos.



MULTIPANTALLA

MULTIPANTALLA



Sitios de redes sociales:

La imagen de perfil de todos los sitios de redes sociales oficiales debe ser el escudo de la Universidad sobre fondo blanco, excepto cuando se trate de los sitios de Yubarta Televisión, estos tendrán el logo correspondiente al canal.

Los sitios oficiales de dependencias u oficinas de la institución, tendrán también el escudo sobre fondo blanco como imagen de perfil, más se le añadirá en caracteres en la parte inferior y con justificación centrada, el nombre del área a la que corresponde, tal como lo observamos en estos ejemplos:

MULTIPANTALLA

MULTIPANTALLA



Página web:

En cualquier tipo composición gráfica empleada para diseño de la página web institucional, el escudo se ubicará en el extremo superior izquierdo, junto al slogan, en una composición horizontal, arriba del banner principal y el menú horizontal.



PLUBLICACIONES EN MEDIOS GRÁFICOS



Productos editoriales y publicitarios

En portadas de libros, revistas institucionales académicas, informativas y científicas, tanto en formatos verticales como apaisados (horizontales), el escudo o logotipo debe estar siempre ubicado en el extremo superior derecho, en una composición horizontal alineada con el nombre de la publicación, tal como lo vemos en los siguientes ejemplos de la revista Sabia.



Para periódicos institucionales, tanto en formato tabloide, berliner, compacto o sábana, también se ubicará el logo en el extremo derecho superior, en composición horizontal lineal con el nombre del mismo, tal como lo vemos en el siguiente ejemplo de formato tabloide.



PLUBLICACIONES EN MEDIOS GRÁFICOS



En vayas de vía pública, el escudo o logotipo se ubica al extremo superior izquierdo, en composición horizontal con el nombre y slogan de la institución, como lo podemos apreciar en el siguiente ejemplo.



En pasacalles, el escudo se ubica también al extremo izquierdo y alineado en modo horizontal con el mensaje a emitir.



PLUBLICACIONES EN MEDIOS GRÁFICOS

Para la composición de piezas publicitarias en medios gráficos, como anuncios para revistas, periódicos y banners en la web, el escudo o logotipo puede ser ubicado tanto al extremo superior derecho e izquierdo del formato, no ubicar en la zona inferior, y preferiblemente acompañarlo de nombre y slogan.

En cuanto al diseño de posters, tanto en formato horizontal como vertical, de acuerdo a la composición, es posible el uso del escudo o logotipo en el área inferior.

EMBLEMÁTICA Y SÍMBOLOS

Himno

Coro

Afrocolombiano, indígena mestizo
Ahora en el Pacífico está tu redención.
Conocimiento e identidad
Principio de libertad
En la Universidad
Vamos todos a alcanzar
Decencia y prosperidad
Decencia y prosperidad.

Coro (Bis)

Las etnias, la cultura, la biodiversidad
El punto de partida de esta Universidad
Esta región es nuestra y también
Esta oportunidad de vivir con divinidad (Bis)

Coro (Bis)

Hoy damos gracias a su fundador
Omar Barona el gran inspirador
Legó en nosotros una ilusión
Escribir la historia de una región
Con amor y honestidad (Bis)
Coro (Bis)

EMBLEMÁTICA Y SÍMBOLOS

Bandera institucional

La Bandera de la Universidad del Pacífico es de color blanco y sobre la misma, en el centro se encuentra estampado el escudo de la institución con todas las características de color y proporción del logotipo. La Bandera de la Universidad debe estar presente en todos los actos protocolarios y académicos.



BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Manual de Identidad Unipacífico

Política de Comunicación de la Universidad del Pacífico

Procedimiento de Comunicación de la Universidad del Pacífico

FITA, Jaume, Comunicación en programas de crisis, Gestión 2000, Barcelona, 1999.

GONZÁLEZ, Antonio, Marketing preventivo: la comunicación de crisis en la empresa, Bosch, Barcelona, 1998.

FEARN-BANKS, Kathleen, Crisis Communications: a casebook approach, Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ, 1996.

MARTÍN, Carlos y otros, "La comunicación para situaciones de crisis", Investigación y Marketing, 1997, nº 60.

MARTÍN, BARBERO, Jesús, Pre Textos (La comunicación y sus contextos), editorial Universidad del Valle, 1995.

