



Universidad Tecnológica
de Pereira

Manual básico de uso,
programa de identidad visual UTP

¡Un mundo de inagotables experiencias!



El siguiente documento es interactivo, puede ir a diferentes páginas a través de las flechas ubicadas en la esquina inferior derecha de la página y a través de los enlaces que se encuentran en las palabras o frases subrayadas.

Para más información, asesoría o inquietudes comuníquese con:
Recursos Informáticos y Educativos - Universidad Tecnológica de Pereira
Edificio 3 - Oficina 307 - Tel: + 57 (6) 313 7140
Email: imagineidentidad@utp.edu.co

EDICIÓN - 01 - 2015



**Universidad Tecnológica
de Pereira**

©2015 Universidad Tecnológica de Pereira

*La marca UTP y sus contenidos están registrados. La propiedad intelectual,
y de uso pertenecen a la Universidad Tecnológica de Pereira.*

*Diseñado, editado y producido por Recursos Informáticos y Educativos
de la Universidad Tecnológica de Pereira.*

¡Bienvenido a un mundo de inagotables experiencias!

La gestión de la identidad en la comunicación visual ha alcanzado un punto importante en nuestros días. *Ser conscientes de su importancia y entender la función que cumple, es un factor clave que todos debemos conocer.* Apropriadarse de esta condición resulta valioso para cualquier Institución.

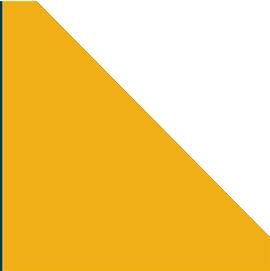
En este sentido es fundamental *comprender y reflexionar que no hay un mensaje de comunicación aislado que se emita que no sea de carácter Institucional.* Cada mensaje y contenido ya sea visual, verbal o sonoro cumple un rol particular, y éste a su vez forma parte de un cúmulo de experiencias que asignan identidad a la Institución.

En el caso particular de las Instituciones de Educación Superior de carácter público, dada su complejidad en todos los sentidos, *obliga a*

optimizar recursos y a unir sinergias para obtener mejores resultados en la construcción de una imagen con identidad, logrando obtener una comunicación más eficiente y consistente.

Imagen, identidad y comunicación son tres aspectos del resultado de una misma acción. Su integración y proceso se logra *reconociendo lo que somos y hacemos.* Una vez determinada y asumida se debe disponer de una estrategia de *identidad y comunicación* a largo plazo que no es una modificación de apariencia sino por el contrario, *es el resultado de una constante y permanente presencia de forma coherente, sistemática y consistente de una imagen planificada como base de un discurso integrador.*

¡Vive la UTP!



Este manual de identidad UTP, *es un resumen que todos debemos conocer, ya que es el resultado de los esfuerzos enfocados en esos sentidos.* Su apropiación y correcto uso por quienes integramos y formamos parte de la Universidad Tecnológica de Pereira, *es la única garantía de una imagen con identidad en la cual nos veamos y seamos todos reconocidos.*

	PÁG.
<u>Nuestra identidad UTP</u>	7
<u>Criterios preliminares de uso de la identidad UTP</u>	10
<u>Concepto de imagen e identidad UTP</u>	13
<u>Elementos base de la identidad UTP</u>	19
<u>Elementos de la marca gráfica UTP</u>	23
<u>Arquitectura de marca en el programa de identidad UTP</u>	41
<u>Cobranding UTP</u>	52
<u>Iconografía UTP</u>	57
<u>El escudo o sello institucional</u>	61
<u>Imaginería UTP</u>	64
<u>Señalética y señalización</u>	73
<u>Aplicaciones básicas</u>	82



Índice

Nuestra identidad UTP

Ir a:

[/ Índice](#) / [Nuestra identidad UTP](#) / [Criterios preliminares](#) / [Concepto de imagen e identidad UTP](#) / [Elementos base de la identidad UTP](#) / [Elementos de la marca gráfica UTP](#) / [Arquitectura de marca UTP](#) / [Cobranding UTP](#) / [Iconografía UTP](#) / [Escudo o sello institucional](#) / [Imaginería UTP](#) / [Señalética y señalización UTP](#) / [Aplicaciones básicas](#) /

Lo que somos y hacemos como UTP

La imagen UTP es la **reputación que hemos construido durante varias décadas**. Éste es uno de los activos más valiosos que tenemos y debemos gestionar cuidadosamente; ya que nos permite **identificarnos, diferenciar-nos** y al mismo tiempo logramos que **nos prefieran para brindar un mejor servicio y bienestar** a la comunidad universitaria.

De ser notados. De ser admirados. **La “experiencia con la UTP”** sucede cada vez que nuestra Universidad, a través de su **gente**, del **campus**, del **medio ambiente**, la **flora**, la **fauna**, y los **servicios** que ofrece entre muchos otros; establece un **acercamiento** con un estudiante, un prospecto, un profesor, un investigador, un aliado, en

pocas palabras cuando la Institución entra en **contacto** con la comunidad en general.

Estos contactos se toman de muchas formas: en interacciones personales, colectivas, así como también en publicaciones, vallas, periódicos, revistas, web, redes sociales o cualquier medio y soporte; la cual se **convierte en una oportunidad para acercar a la Universidad con la comunidad**.

En estos pasos, queremos potenciar el poder de nuestra identidad. **Entendiendo los hallazgos y siguiendo los lineamientos construiremos entre todos una imagen fuerte, coherente y consistente**.



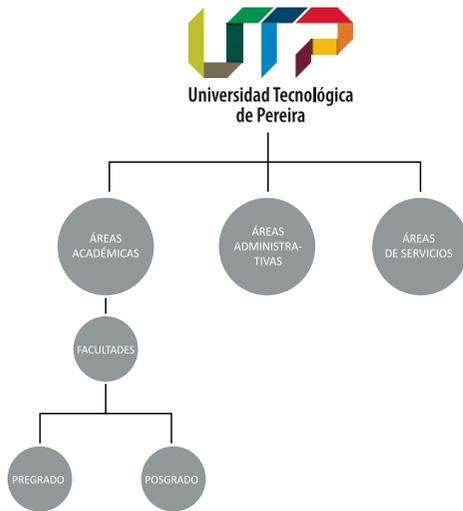
Somos una Institución con muchas personas, dependencias y espacios pero que ***colectivamente somos una sola comunidad***. Debemos tener una ***sola cara*** y ***hablar*** con una ***misma voz***. Adoptar un “look” para que todo funcione como un ***sistema coherente*** en cada una de las directrices, medios y soportes en los que se construye y se proyecta la Institución, ***mostrando siempre la gran Universidad en la que se ha convertido***.

Criterios preliminares de uso de la identidad UTP

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP /
Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional /
Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /

Debe entenderse en todo momento en el desarrollo de cualquier pieza y publicación por cualquier medio o soporte que se haga en **nombre de la Institución**, que jerárquicamente el **primer emisor es la Universidad Tecnológica de Pereira**, independientemente del área, dependencia u oficina que lo emita.



El **desconocimiento o desacuerdo** de lo establecido en el programa de identidad UTP, **no lo exime del obligatorio cumplimiento**; sobra advertir que la mala utilización o el desacato, **no solo constituye un deterioro progresivo de la identidad UTP**, sino también de las **políticas y normas Institucionales**.



Las dependencias académicas, administrativas y de servicios, deben utilizar el concepto aplicado al programa de identidad UTP; con el **objetivo de potenciar al máximo el nombre, la imagen e identidad de la Institución.**



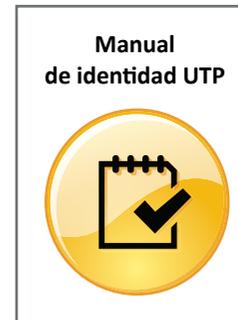
Arquitectura que identifica
a la Facultad de Ingeniería Mecánica

El uso del **Escudo que anteriormente servía como identificador** en los diferentes soportes y medios, no se debe utilizar con la marca gráfica UTP y **está reservado solamente como Símbolo junto con la Bandera y el Himno Institucional.**



Escudo o Sello Institucional

Se debe entender que los mensajes, el desarrollo de publicaciones y de piezas de promoción que se emiten por los diferentes soportes y medios con que dispone la Institución, se hacen teniendo en cuenta los criterios resaltados en este manual.



Concepto de imagen e identidad UTP

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP /
Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional /
Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /



¿Cómo nos identificamos y diferenciamos?

Para definir la imagen e identidad UTP, se debe empezar por la esencia de la comunidad universitaria. ***La esencia es el corazón y la razón de ser de la Universidad, es lo que motiva las acciones y comunicaciones que nos hacen únicos día a día.***

Por consiguiente la ***esencia de la UTP*** se ha definido como:

Dinámica*

Espontánea*

Informal*

****Basado en la noción de sistema, orden y lógica.***



Mensajes claves de la marca UTP

Para el concepto de la marca deseada, se han definido dos verbos claves en la construcción del mensaje.

Descubrir

- Buscando el conocimiento.
- Exploración creativa.
- Autorrealización.

Transformar

- Provocando el cambio.
- Aplicando el conocimiento a la vida real.
- Aplicando los descubrimientos en mi entorno.

Mensajes claves del concepto de imagen e identidad UTP

- Construcción por acuerdos.
- Valor agregado.
- Diferenciación.
- Beneficios.
- Impacto social.

Personalidad de la imagen e identidad UTP

- Directa.
- Empática.
- Dinámica.
- Creativa.
- Digna de confianza.
- Cercana.
- Orientada a la comunidad.



Valores auto reconocidos

- Responsabilidad.
- Respeto a la diferencia y al otro.
- Compromiso y sentido de pertenencia.
- Calidad humana.

Valores implícitos en la misión

- Participación.
- Diálogo.
- Pluralismo.
- Tolerancia.
- Respeto a la diferencia.

Valores implícitos en el Escudo, la Bandera y el Himno Institucional

- Inteligencia.
- Sabiduría.
- Pureza.
- Transparencia.
- Lealtad.
- Fuerza y tenacidad.
- Armonía y meditación.
- Voluntad.

¿Porqué papiroflexia u origami?

Pasado medio siglo de existencia, la Universidad Tecnológica de Pereira, es un **ícono regional** con **proyección nacional** en busca de la **internacionalización** y se ha convertido en lo que **hoy conocemos como UTP**.

Se caracteriza por ser una **comunidad** y un **sistema dinámico** y **diverso**, que busca **siempre** el **cambio**, el **mejoramiento continuo a través** de la **exploración**, las **soluciones a retos** con **diferentes alternativas**, la **búsqueda constante** en la **creación** de **nuevos acuerdos**, la **generación** de **nuevas ideas**, la **inserción** a **nuevas formas** de **pensar** y de **ver** las **cosas**.

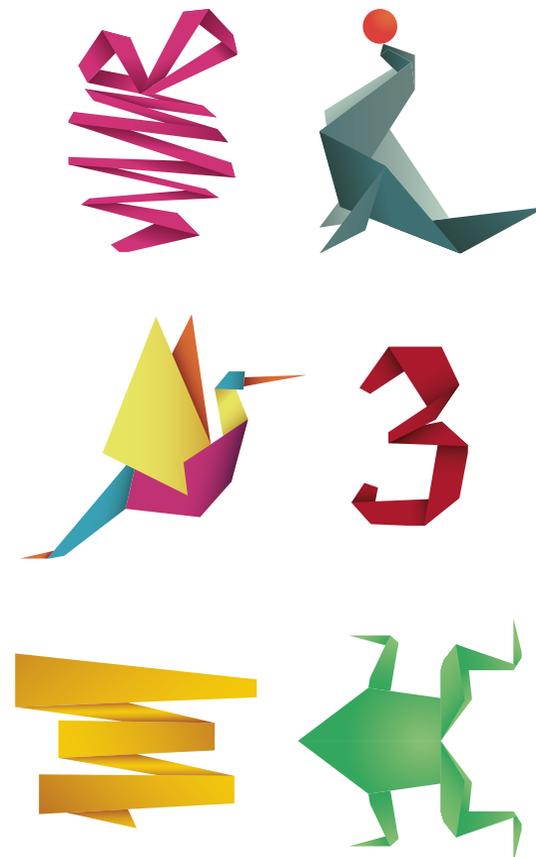
Con la convicción de que esos **acuerdos**, esas **ideas** que se **ensamblan** en la **búsqueda** de un **camino** donde **confluyamos todos**, de **todos** los **colores**, **texturas**, **ambientes** como la **biodiversidad** de su **entorno**, **converjen** en la **construcción** de un **futuro mejor** que se ha definido en el concepto de imagen e identidad UTP.

Es por esto, que la **papiroflexia u origami**, ha sido el concepto aplicado a la imagen e identidad UTP. En ésta analogía **confluyen esas ideas** de **cambio**, de **innovación**, de **formación** por **acuerdos**, la **búsqueda** de la **armonía integrante**, la **inclusión**, la **existencia permanente** del **reto** a **mejorar, cada vez, el último logro alcanzado**.

La **papiroflexia** es un **concepto integrador, transformador** acerca del **reto** y del **cambio permanente** y dentro del desarrollo de éste profundo arte, está el uso de los poliedros y las formas modulares.

La **nueva visión**, preserva el valor adquirido con más de cinco décadas de **esfuerzo conjunto** de una **comunidad naciente**, y **refresca la imagen** con los **retos del presente** y las **expectativas hacia el futuro**.

La **imagen e identidad UTP**, ha sido creada con el objetivo de dar un **tono fresco**, que **refleje** la **esencia**, los **valores**, lo que **somos y hacemos** como **Universidad** de forma **dinámica, diversa y flexible**.



Ejemplos de la riqueza gráfica del programa de identidad UTP
construidos en técnica de papiroflexia

Elementos base de la identidad UTP

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP /
Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional /
Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /

1. Escudo o Sello Institucional

Forma parte de los Símbolos Institucionales junto con el himno y la Bandera. Su uso se limita a aquellas piezas y comunicados oficiales de carácter estrictamente Institucional.

2. Marca Gráfica UTP

Es la firma que representa a la Universidad Tecnológica de Pereira en las diferentes y variadas piezas, soportes y medios de comunicación de toda la Institución.

3. Logotipo

Es la tipografía que representa el nombre de la Institución en la marca gráfica UTP y Escudo.



Universidad
Tecnológica
de Pereira

1. Escudo o Sello Institucional



Universidad Tecnológica
de Pereira

2. Marca gráfica UTP

Universidad Tecnológica
de Pereira

3. Logotipo

4. Arquitectura gráfica UTP

“Organigrama de la Institución”. Es la representación gráfica que muestra la estructura organizada de la Universidad y que explica la naturaleza de la relación, vinculación y roles de las diferentes dependencias académicas, administrativas y de servicios agrupadas en las Facultades y Dependencias Administrativas.

5. Iconografía

Representación gráfica que identifica a los programas académicos de pregrado de la Institución. Su representación gráfica será construida bajo los conceptos de la ciencia, la tecnología el humanismo y las artes, involucrando las técnicas de la papiroflexia, para lograr consistencia, coherencia y unidad en el sistema de identidad UTP.



4. Ejemplo arquitectura gráfica



5. Ejemplo ícono programa de pregrado

6. Cobranding Interno

Arquitectura gráfica limitada a aquellas piezas que son emitidas conjuntamente por dos o tres dependencias de la Institución.

7. Cobranding Externo

Arquitectura gráfica limitada a aquellas piezas que son emitidas solamente por la Universidad con otras empresas, organizaciones o instituciones.

8. Color Institucional y gama cromática

Color que identifica a la Universidad, a las Facultades y sus áreas, así como a las áreas Administrativas y de Servicios.



6. Ejemplo cobranding interno



7 Ejemplo cobranding externo



8 Color Institucional y gama cromática

Elementos de la marca gráfica UTP

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP /
Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional /
Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /

1. Monograma

Se construye en *forma* de *cinta* con *pliegues* en *técnica* de *papiroflexia* formando las *iniciales UTP*. Contiene *diez tonalidades*, que son los colores que muestran la *diversidad* y componen la *identidad* para la *diferenciación* entre las áreas *Académicas*, *Administrativas* y de *Servicios*.

2. Descriptivo

Es el texto del *nombre* de la *Institución* “*Universidad Tecnológica de Pereira*”, utilizando letras en altas y bajas en cada palabra, siempre con la fuente tipográfica *Myriad Pro* con estilo *Semibold Condensed* en la proporción establecida.

3. Marca gráfica UTP

La unión de estos dos elementos (*monograma + nombre*) forman la *marca gráfica UTP*. Su uso en la posición del monograma con respecto al nombre, es de *carácter vertical* y *siempre* deben *aparecer juntos sin ningún* tipo de *modificación*.



Los elementos de la marca gráfica UTP, el estilo, la ubicación, el color y su tipografía son inmodificables.

[Regresar a marca gráfica UTP](#)

[Regresar a usos incorrectos](#)

Tipografía

Los gráficos de las iniciales del monograma UTP, fueron contruidos con pliegues de cintas papirofléxicas y no hacen parte de ninguna fuente tipográfica.

Las *letras* del nombre “*Universidad Tecnológica de Pereira*”, en la marca gráfica, corresponden a la fuente tipográfica *Myriad Pro* con estilo *Semibold Condensed*. Fuente tipográfica disponible en la Suite de Adobe.

Regresar a logotipo



**Universidad Tecnológica
de Pereira**

Myriad Pro
Semibold Condensed

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Como norma general, el monograma UTP y el Nombre (descriptivo) Universidad Tecnológica de Pereira, siempre deben estar juntos en la ubicación y estilos definidos.

Versiones permitidas de la marca gráfica UTP

Marca gráfica a color

Es la **versión principal** que se debe utilizar en **todas** las **publicaciones, medios y piezas gráficas** emitidas por toda la Universidad. Por **norma general toda publicación a color** debe **utilizar** la **versión** de la **marca gráfica a color**. (Ver ejemplo).

1. Versión Vertical

Es la versión principal del programa de identidad, donde el **monograma (UTP)** está **soportado** sobre el **nombre** de la Institución.

2. Versión horizontal

Es **recomendada** solo para **usos** donde los **formatos** predominantes sean **horizontales** o la pieza tenga un espacio reducida.

Por ningún motivo se debe sobreponer la marca gráfica UTP sobre texturas o fondos de color que impidan la perfecta visibilidad y legibilidad, este siempre debe ir en positivo y sobre fondos blancos.



1 Versión vertical



2 Versión horizontal

Versiones secundarias permitidas de la marca gráfica UTP

Existen tres versiones como alternativa cuando la marca UTP no puede ser utilizada en la versión a color:

1. Versión monocromática en positivo

Esta posibilidad es válida si la pieza gráfica que va a soportarlo lo requiere, o si ésta es en un solo tono (no policromía), en blanco o en tonalidades de grises. (Ver ejemplo).

2. Versión monocromática en negativo

Esta posibilidad es válida si la pieza gráfica que va a soportarlo lo requiere, o si ésta es en un solo tono (no policromía), en negro o tonalidades de grises. (Ver ejemplo).

*Las versiones monocromáticas son las que se deben utilizar en **prendas bordadas, nunca la versión a color.** (Ver ejemplo).*

Las versiones secundarias son ideales para ser impresas en tintas monocromáticas y escalas de grises o cuando se va a bordar sobre prendas de vestir.



Versión monocromática positivo



Versión monocromática negativo

Regresar a aplicación de la marca gráfica UTP

3. Versión monocromática a una tinta (azul Institucional)

Esta posibilidad es válida cuando la pieza gráfica sea a una sola tinta diferente a la versión positivo - negativo, está permitido únicamente utilizar el color azul Institucional. (Ver ejemplo).

Nunca utilizar la firma gráfica UTP a escala de grises. (Ver usos incorrectos).



Si la pieza gráfica fue diseñada a color y decide imprimirla a una tinta monocromática, se debe modificar a las versiones positivo y negativo correspondientes.

¿Cuándo utilizar la marca gráfica UTP en piezas publicitarias?

Es importante tener en cuenta que, *únicamente la marca gráfica UTP se debe utilizar sola*, cuando los mensajes en las publicaciones, piezas gráficas, soportes y medios son emitidos exclusivamente por la *Universidad Tecnológica de Pereira en nombre de toda la Institución*. (Ver ejemplo).

Pero, cuando los mensajes *son emitidos por alguna de las dependencias ya sea Académica, Administrativa o de Servicios*, se debe utilizar la *Arquitectura gráfica UTP*. (Ver ejemplo).

Cuando son *dos o tres dependencias* las que conjuntamente participan en la emisión de la pieza se debe utilizar el *cobranding interno*. Y cuando son más de tres dependencias se considera una pieza Institucional. (Ver ejemplo).

Para la aplicación de la marca UTP en piezas como bolígrafos, camisetas, tarjetas, manillas o cualquier souvenir, comunicarse con Recursos Informáticos y Educativos - Edificio 3 / Oficina 307 / Tel: +57 (6) 313 7140 o a través de correo electrónico: imagineidentidad@utp.edu.co

Ejemplos de aplicación de las versiones de la marca gráfica UTP

Marca gráfica UTP a color, ubicada preferentemente en la parte superior izquierda de la pieza (por jerarquía y lecturabilidad), sobre fondo o reserva blanca

Ejemplo: aplicación marca gráfica UTP, versión a color



Emisor de la pieza gráfica:
Universidad Tecnológica de Pereira
en nombre de toda la Institución

Elemento gráfico en papiroflexia, para reforzar
el concepto del programa de identidad UTP.

IMPORTANTE: Cuando la pieza gráfica está a color y decide imprimirla en una monocromía, debe cambiar la marca UTP y los elementos de la pieza a dicha versión. Nunca imprimir la marca gráfica UTP a escala de grises.

Regresar a versiones permitidas

Regresar a ¿cuándo utilizar la marca gráfica UTP?

Marca gráfica UTP monocromática en positivo
sobre fondo o reserva blanca

Ejemplo: aplicación marca gráfica UTP, versión monocromática positivo



Marca gráfica UTP monocromática en negativo
sobre fondo o reserva oscura

Ejemplo: aplicación marca gráfica UTP, versión monocromática negativo



[Regresar a Versión monocromática positivo](#)
[Regresar a Versión monocromática negativo](#)

Marca gráfica UTP monocromática en negativo sobre fondo o reserva clara

Ejemplo: aplicación marca gráfica UTP, versión una tinta positivo



Marca gráfica UTP monocromática en negativo sobre fondo o reserva oscura

Ejemplo: aplicación marca gráfica UTP, versión una tinta negativo



Regresar a versión monocromática una tinta

Usos incorrectos, marca gráfica UTP

1. Es de vital importancia **no alterar, distorsionar ni incluir** ningún elemento al monograma ni a la marca gráfica UTP. **No se debe distorsionar, cambiar ni modificar** las formas, colores, distribución, ubicación de los elementos de la marca gráfica en las versiones establecidas.
2. La **marca gráfica UTP siempre debe aparecer con el nombre de la Institución** con la tipografía Institucional, en la ubicación y versiones establecidas, y nunca debe cambiarse. (Ver página 24).



Regresar a versión monocromática una tinta
Regresar a versión de la marca gráfica UTP

3. Nunca se debe reemplazar el **nombre de la Universidad Tecnológica de Pereira que acompaña al monograma UTP** por nombres de facultades, programas académicos, dependencias u oficinas entre otros.

4. Nunca utilizar las **letras del monograma para otros logos** de ninguna dependencia ni como imagen de eventos.

Y en general todo aquello que altere la marca gráfica UTP por mínima que sea, distorsiona la identidad de la Institución.



Con nombres adicionales de dependencias
INCORRECTO



Monograma con nombres de dependencias
INCORRECTO



Con modificaciones en el nombre
y los elementos del monograma
INCORRECTO



Con sombras, biseles o resplandores
INCORRECTO



Aplicación de la marca gráfica UTP, sobre otros fondos de color y fotografías

Siendo conocedores que no siempre será posible colocar la marca UTP sobre los fondos recomendados se muestran a continuación opciones sobre otros fondos de colores y fotográficos, ***siempre y cuando no se sacrifique la lecturabilidad y legibilidad de la marca UTP.***

Cuando esta norma no se cumple, debe existir una reserva blanca entre la imagen o fondo y la marca UTP.

No siendo posible mostrar la marca gráfica, en la versión a color establecida, debido a que muchas veces se aplica sobre fondos de color, esta se deberá utilizar siempre en sus versiones ***monocromáticas positivo o negativo.*** (Ver página 28).



Ejemplos: sobre fondos de colores



Nunca utilizar la marca UTP en la versión a color, sobre **FONDOS** de color



Ejemplos: sobre fondos fotográficos - Uso restringido



Nunca utilizar la marca UTP en la versión a color, sobre **FOTOGRAFÍAS** de color



IMPORTANTE: La versión a color de la marca UTP, nunca se debe utilizar sobre prendas bordadas, se deben utilizar las versiones monocromáticas positivo o negativo, dependiendo del color de fondo de la prenda.

Variaciones de la marca gráfica UTP

La **versión vertical** de la marca UTP, tiene una variación que es la **versión horizontal**, donde el nombre se ubica a la derecha del monograma. Se debe emplear en espacios reducidos o formatos con predominancia horizontal.

El uso de esta variación únicamente debe usarse por la restricción del tamaño y su uso debe ser restringido.

Se debe **respetar la zona de reserva** para asegurarse de que ninguna parte de la marca gráfica sea invadida.

El **uso en versiones monocromáticas** (positivo o negativo), **usos correctos, incorrectos y restricciones son los mismos** que en la **versión vertical**, establecidos en las páginas anteriores. (Ver ejemplo).



Marca gráfica horizontal con zona de reserva



Versión monocromática en positivo



Versión monocromática en positivo
una tinta azul corporativo



Versión monocromática en negativo

Ejemplos de aplicación marca gráfica UTP horizontal, sobre espacios reducidos o formatos horizontales



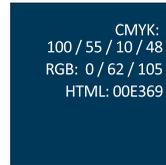
*Para la aplicación de la marca UTP en piezas como bolígrafos, camisetas, tarjetas, manillas o cualquier souvenir, comunicarse con **Recursos Informáticos y Educativos** - Edificio 3 / Oficina 307 / Tel: +57 (6) 313 7140 o a través de correo electrónico: imagineidentidad@utp.edu.co*

Gama cromática del programa de identidad UTP

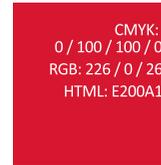
Los colores del programa de identidad UTP, han sido **creados bajo las necesidades específicas de identificación y diferenciación entre las Facultades y sus áreas** (oferta académica), dependencias **Administrativas** y de **Servicios**. Su asignación no ha seguido un patrón de asociación simbólica.

Se deben usar los colores distintivos basados en la paleta de color para cada vector de la comunicación a través de los medios que dispone la Institución.

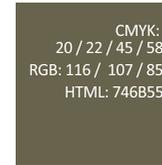
En la arquitectura gráfica UTP, la composición de los colores se deben utilizar al 100%, en el uso principal, y en los diferentes porcentajes de tonos de acuerdo a la composición del color.



ADMINISTRATIVO
O INSTITUCIONAL



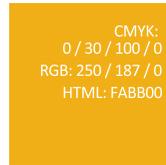
SERVICIOS



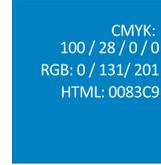
FACULTAD DE
TECNOLOGÍA



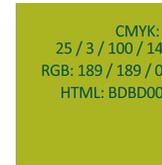
FACULTAD
DE INGENIERÍAS



FACULTAD
DE INGENIERÍA
INDUSTRIAL



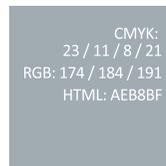
FACULTAD
DE INGENIERÍA
MECÁNICA



FACULTAD
CIENCIAS
AMBIENTALES



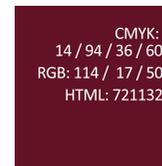
FACULTAD
DE CIENCIAS
DE LA SALUD



FACULTAD
DE CIENCIAS
BÁSICAS



FACULTAD
CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN



FACULTAD
DE BELLAS ARTES
Y HUMANIDADES

Regresar a color institucional y gama cromática



Arquitectura de marca en el programa de identidad UTP

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP /
Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional /
Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /

¿Qué es la arquitectura en el programa de identidad UTP?

*Es la estructura que muestra organizada y por jerarquía, la relación que tienen las diferentes áreas o dependencias con la Universidad Tecnológica de Pereira, (estructura organizacional) y que permite **conocer el emisor** de la comunicación en las piezas gráficas tanto de los servicios y productos que se ofrecen. (Ver ejemplos).*

La arquitectura UTP, se establece en tres grupos:

Regresar a arquitectura gráfica

Regresar a ¿cuándo utilizar la marca gráfica UTP?



1. Arquitectura Administrativa: son aquellas dependencias o áreas **que en mayor medida están vinculadas** con las cuatro (4) Vicerrectorías de la Institución. (Ver ejemplo).

2. Arquitectura de Servicios: son aquellas dependencias o áreas administrativas que en **mayor medida están enfocadas a la operación comercial** y de servicios de la Institución. (Ver ejemplo).



3. Arquitectura Académica: son todas las áreas o dependencias que en *mayor medida están ligadas a una de las nueve (9) Facultades* de la Institución como Escuelas, Programas, Departamentos, Institutos, Laboratorios, Centros u Oficinas. (Ver ejemplo).



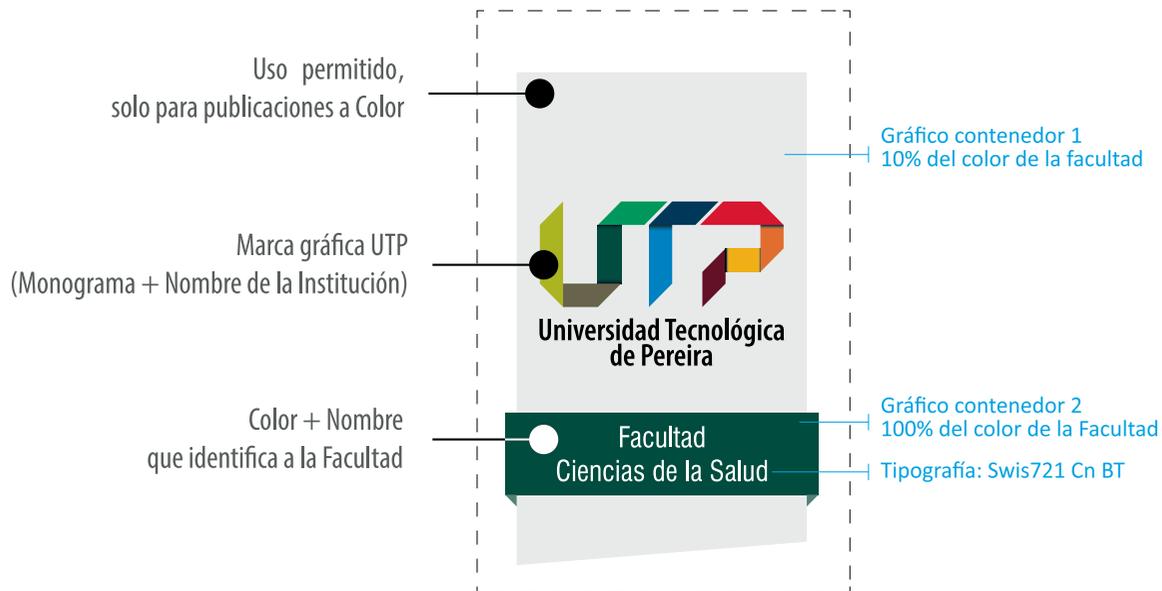
¿Cuándo utilizar la arquitectura UTP en piezas publicitarias?

Se deben utilizar ***cuando la comunicación de los mensajes en las piezas gráficas son emitidas por alguna dependencia, área u oficina que pertenezca a una de las nueve (9) Facultades, o a una de las cuatro Vicerrectorías***, en nombre de la Universidad.

Esto significa que por regla y normativa general, ninguna de las ***ofertas de Servicios, Académica o Institucional***, pueden tener una ***identidad visual propia o diferente***, ya sea que se beneficien del nombre o económicamente de la Universidad; por tanto, el ***uso de íconos o logos están restringidos*** para las dependencias Administrativas, Académicas y de Servicios.

La arquitectura gráfica UTP, es igual para todas, se diferencia entre la Académica, Administrativa y de Servicios por la ***aplicación del color distintivo en cada una de ellas***.

Ejemplo de arquitectura académica (facultades) a color



*La arquitectura no debe ser utilizada en piezas como bolígrafos, camisetas, tarjetas, manillas o cualquier souvenir. Para orientar su aplicación comunicarse con **Recursos Informáticos y Educativos - Edificio 3 / Oficina 307 / Tel: +57 (6) 313 7140** o a través de correo electrónico: imagineidentidad@utp.edu.co*

Versiones secundarias monocromáticas de arquitectura permitidas



Versión monocromática
en positivo



Versión monocromática
en negativo



Versión monocromática
a una tinta



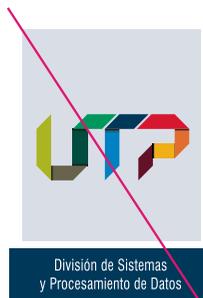
Escala de grises
USO INCORRECTO

IMPORTANTE: De igual forma que en las versiones de la marca gráfica UTP, cualquier cambio en la arquitectura por mínima que sea, distorsiona la identidad visual del programa. Por tanto no se puede modificar, adicionar o quitar los elementos de la arquitectura UTP.

Usos incorrectos arquitectura

1. Es de vital importancia **no alterar, distorsionar ni incluir** ningún elemento a la arquitectura UTP. **No se debe distorsionar, cambiar ni modificar** las formas, colores, distribución, ubicación de los elementos de la arquitectura en las versiones establecidas.

2. La **Arquitectura UTP siempre debe aparecer con el nombre de la Facultad, Área Administrativa o de Servicios** con la tipografía, en la ubicación y versiones establecidas, y nunca debe cambiarse.



Eliminar elementos de la arquitectura
INCORRECTO



Girar la composición o elementos de la arquitectura
INCORRECTO



Sombras en la arquitectura
INCORRECTO



Outline a los elementos gráficos de la arquitectura
INCORRECTO



Elementos decorativos a la arquitectura
INCORRECTO



Separar o cambiar los elementos a la arquitectura
INCORRECTO



Sello universitario junto a la arquitectura
INCORRECTO



Letra bold en la tipografía
INCORRECTO



Cambiar el color de los elementos de la arquitectura
INCORRECTO



Cambiar la posición de los elementos de la arquitectura
INCORRECTO



Logos o iconos adicionales en la arquitectura
INCORRECTO



Tipografía diferente en la arquitectura
INCORRECTO

Ejemplos de aplicación arquitectura académica (Facultades) a color

Arquitectura UTP a color que identifica a las dependencias o áreas de la Facultad de Ciencias de la Salud, ubicada en la parte superior izquierda de la pieza (por jerarquía y lecturabilidad)



Elemento gráfico en papiroflexia, para reforzar el concepto del programa de identidad UTP.

En texto el nombre del programa, área o dependencia que emite la pieza gráfica a nombre de la Facultad de Ciencias de la Salud

Uso incorrecto a escala de grises ►

IMPORTANTE: el nombre que debe aparecer dependiendo de la Arquitectura UTP es el de las Facultades, las Vicerrectorías y las dependencias de Servicios. Y en texto dentro de la pieza gráfica se debe nombrar el área, dependencia u oficina que la emite.

Cuando la pieza gráfica está a color y decide imprimirla en una monocromía, debe cambiar la arquitectura a dicha versión. Nunca imprimir a escala de grises.



Regresar a ¿qué es la arquitectura?
Regresar a arquitectura académica

Ejemplos de arquitectura monocromática en positivo y negativo

Arquitectura
monocromática
en positivo



Arquitectura
monocromática
en negativo



Ejemplos de arquitectura administrativa y de servicios

*Arquitectura administrativa a color
ubicada en la parte superior izquierda de la pieza
(por jerarquía y lecturabilidad)*

UTP
Universidad Tecnológica de Pereira

Vicerrectoría Administrativa y Financiera

Seminario en innovación empresarial

Contenido

1. Pensamiento Estratégico
2. Gestión de Empresarial
3. Formulación de Estrategias
4. Pensamiento Empresarial

Conferencistas
Francisco Montero Vega
Adolfo Bustamante Roa

Inicia:
Junio 07 de 2015

Valor de Inversión:
\$ 450.000 por persona

Para + Información
www.utp.edu.co/sempreresarial
sempreresarial@utp.edu.co

*Arquitectura de servicios a color
ubicada en la parte superior izquierda de la pieza
(por jerarquía y lecturabilidad)*

UTP
Universidad Tecnológica de Pereira

Recursos Informáticos y Educativos

Taller de tecnologías de la información

Contenido

1. Pensamiento Estratégico
2. Gestión de Empresarial
3. Formulación de Estrategias
4. Pensamiento Empresarial

Conferencistas
Francisco Montero Vega
Adolfo Bustamante Roa

Inicia:
Junio 07 de 2015

Valor de Inversión:
\$ 450.000 por persona

Para + Información
www.utp.edu.co/sempreresarial
sempreresarial@utp.edu.co

Regresar a arquitectura administrativa

Regresar a arquitectura de servicios

Cobranding en el programa de identidad UTP

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP /
Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional /
Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /

¿Qué es el cobranding en el programa de identidad UTP?

El cobranding hace referencia a los **usos visuales en los que la marca gráfica UTP está compartida**, bien sea por la **conjunción de esfuerzos** entre **áreas o dependencias** de la Universidad (**cobranding interno**), o **entre organizaciones públicas o privadas externas** a la Institución (**cobranding externo**). Es el uso del cobranding una de las principales aplicaciones donde se destruye o se construye la identidad UTP más rápidamente.

Existen solamente tres nombres que pueden ir a la izquierda o en mayor tamaño con respecto a la marca gráfica UTP, cuando el uso sea dentro de la Universidad o que la Universidad sea la responsable de la pieza gráfica: **El Escudo de la República de Colombia, la Gobernación de Risaralda y el Ministerio de Educación Nacional**.

Cuando se **use en alianzas**, se debe indicar, el alcance Institucional. Estos son:

En alianza con - Apoyado por - Auspiciado por - Donado por - En Asocio con - Patrocinado por.

Regresar a ¿cuándo utilizar la marca gráfica UTP?

Cobranding Interno: Es la arquitectura limitada a aquellas piezas gráficas que son emitidas por dos máximo tres dependencias de la Institución. (Mas de tres dependencias se considera un evento Institucional).



Cobranding Externo: Es la arquitectura limitada a aquellas piezas gráficas que son emitidas solamente por la Universidad con otras empresas, organizaciones o instituciones.



*Regresar a cobranding interno
Regresar a cobranding externo*

Ejemplo: cobranding interno (entre facultades) sobre fondo blanco



Facultad de Ciencias Básicas
Facultad de Ingeniería Industrial

Seminario en Gestión Empresarial



Contenido

1. Pensamiento Estratégico
2. Gestión de Empresarial
3. Formulación de Estrategias
4. Pensamiento Empresarial

Conferencistas

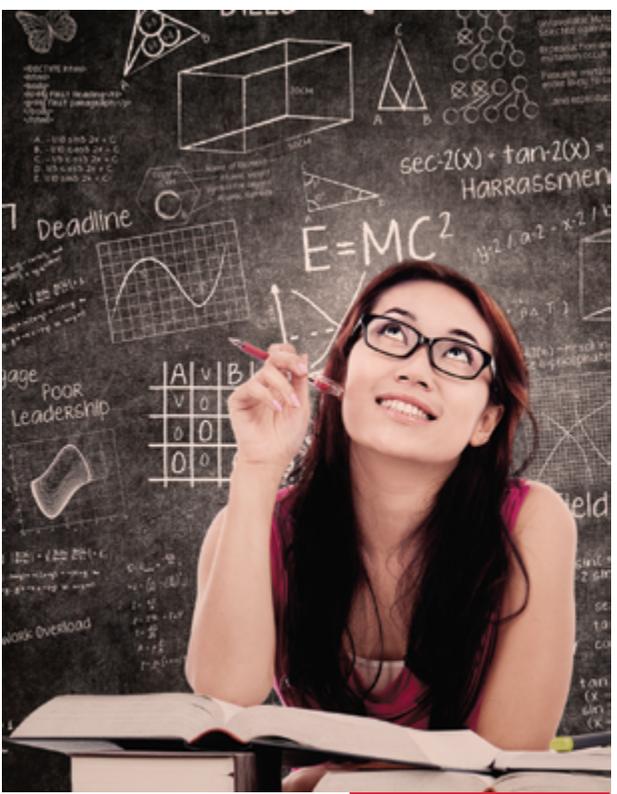
Francisco Montero Vega
Adolfo Bustamante Roa

Inicia:
Junio 07 de 2015

Valor de Inversión:
\$ 450.000 por persona

Para + Información
www.utp.edu.co/sempresarial
sempresarial@utp.edu.co

120
horas de duración



UTP
Universidad Tecnológica de Pereira

LOGO ENTIDAD EXTERNA
SERVICIO ALIANZA

Ejemplo: cobranding externo, marca gráfica UTP + logos de otras entidades + tipo de alianza

Ejemplos de cobranding interno



Cobranding entre Facultades



Cobranding entre dos Dependencias Administrativas



Cobranding entre Facultad y Programa de otra Facultad

Ejemplo versión monocromática cobranding interno



Versión monocromática en positivo



Cobranding entre Facultad y Dependencia Administrativa



Versión Monocromática en negativo



Cobranding entre Programas Académicos de dos Facultades diferentes



Uso **Incorrecto** a escala de grises

Iconografía en el programa de identidad UTP

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP /
Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional /
Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /

¿Qué son los íconos en el programa de identidad UTP?

Son definidos como signos de representación gráfica que tienen un significado concreto en metáfora o con valor simbólico cultural y que mantienen una relación de semejanza figurativa con el objeto representado.

Deben estar relacionados con los mismos preceptos de la creación de la Universidad, en esencia, representaciones de los ***avances y los descubrimientos de la ciencia y la tecnología, el humanismo y del desarrollo de las artes.***

En aras de lograr una consistencia gráfica y conceptual, la incorporación y el reto de la representación de los ***íconos estarán bajo las formas de objetos gráficos contruidos o reestructurados bajo las técnicas de la papiroflexia,*** en todos sus componentes y formas de construcción, para reforzar el sistema de identidad UTP.

El uso de la iconografía corresponde a la ***necesidad de unidad y representación*** dentro de determinados grupos de la comunidad académica. Sin ***ser el uso*** de este ***sistema de íconos,*** un ***competidor*** o una representación gráfica ***superior a la marca gráfica UTP*** ni en ***ubicación,*** ni en ***tamaño.***

Por tanto la norma establece los siguientes criterios para el diseño e implementación de íconos para el programa de identidad UTP:

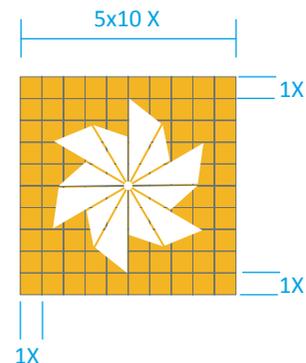
Regrear a iconografía

Criterios para la iconografía UTP

1. **Solamente deben tener un ícono representativo** los programas **académicos de pregrado** de la Institución.
2. Las **Facultades, Programas de Posgrado, Áreas o Dependencias Académicas, Administrativas y de Servicios**, se identificarán con la **arquitectura gráfica UTP** y con **texto el nombre de la dependencia** que emite la pieza.
3. Cuando son **dos áreas o dependencias** que participan en la emisión de la pieza gráfica, deben utilizar la **arquitectura del cobranding interno**. Si hay más de **tres dependencias**, se **considera un pieza gráfica Institucional** y debe llevar sólo la **marca gráfica UTP**.

Lo anterior con el fin de:

- a) **potenciar** al máximo **la imagen y el programa de identidad UTP**, b) todas las **dependencias independiente** de su **función** tanto Académicas, Administrativas o de Servicios se **promueven a nombre** de la **Institución**, que es la que **nos representa** ante la comunidad general; ya sea que éstas se **beneficien del nombre o económicamente** de la Universidad, y c) con la intención de tener un sistema de identidad **unificado, sólido y coherente**.



**Licenciatura
en Lengua Inglesa**

Ejemplo: ícono representativo
programa académico de pregrado

Arquitectura Facultad de Bellas Artes y Humanidades

Emisor de la pieza, programa de la Licenciatura en Lengua Inglesa, adscrito a la Facultad de Bellas Artes y Humanidades

Ejemplo de aplicación, ícono representativo programa académico de pregrado

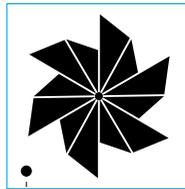
Ícono distintivo programa Licenciatura en Lengua Inglesa

Elementos gráficos en papiroflexia

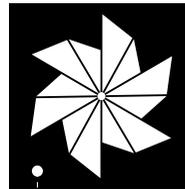
Ejemplo: Versiones secundarias monocromáticas, ícono programa académico



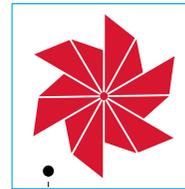
Versión a color



Versión monocromática en positivo



Versión monocromática en negativo



Versión monocromática a una tinta

El Escudo o sello Institucional

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP /
Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional /
Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /



La historia del principal elemento simbólico desde la creación de la Universidad Tecnológica de Pereira, fue soportada en el *Escudo*, construido por el *fundador Jorge Roa Martínez* y otros colaboradores; fundamentados en las metáforas de los paradigmas tecno-industriales predominantes desde la mitad del siglo pasado.

Han existido diferentes variaciones del Escudo, casi todas gráficas, pero gracias al *trabajo de mejoramiento, rediseño, refinación y simplificación gráfica y conceptual* se recuperó la versión original de su fundador.

El actual Escudo, es la versión vigente y debe ser *la única representación gráfica válida para ser usada como “la máxima garantía de la esencia y excelencia de la Universidad Tecnológica de Pereira”*, junto con la Bandera y el Himno.

Regresar a escudo o sello institucional

Como *homenaje al fundador, a la historia de la Institución* y basados en *la premisa de exaltar nuestro pasado y construir el futuro en el presente, el Escudo o Sello Institucional está reservado estrictamente para las comunicaciones oficiales y condecoraciones de la Universidad.*

Se debe utilizar solamente en los comunicados oficiales emitidos por el *Consejo Superior*, el *Consejo Académico* y *Rectoría*. De igual forma aplicado exclusivamente a los *diplomas*, *certificados* y *medallas* condecorativas Institucionales.

El Escudo se usará *en un solo tono, monocromático azul Institucional*, y en las versiones *monocromáticas* positivo o negativo permitidos.

Sello Institucional



Universidad
Tecnológica
de Pereira

Versión vertical

IMPORTANTE: El Escudo o Sello Institucional, *no debe aparecer en piezas colaterales de promoción ni de merchandising junto con la Marca UTP.*

Imaginería en la marca UTP

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP /
Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional /
Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /

¿Qué es la imaginería UTP?

La imaginería es una colección de imágenes que permiten ***mostrar en esencia lo que somos y hacemos colectivamente como Universidad. Es el uso de detalles y descripciones para crear una experiencia sensorial para el lector.***

Las imágenes son los elementos de una obra para evocar recuerdos mentales, no sólo del sentido de la vista, sino también de la ***sensación y la emoción.***

Las imágenes ofrecen una oportunidad para dar una ***poterosa primera impresión.*** De un vistazo, una imagen puede crear una ***irre-***

sistible conexión y empezar a contar una historia acerca de lo que somos y hacemos.

Cada imagen que aparece en cualquier medio o soporte de comunicación, debe ser escogida tan cuidadosamente como las palabras ***porque ellas son la reflexión del pensamiento de la UTP.***

La toma de las imágenes debe ser: ***acentuada, brillante, poderosa y activa.*** Al mantener los altos estándares y la escogencia cuidadosa de las fotografías que reflejen la esencia de la UTP, podremos diferenciarnos realmente de los demás.

Pauta de imagen

Dentro de la selección de personas, ***debe ser manifiesta la igualdad de género, la diversidad étnica, debe estar alejado de los estándares estéticos de consumo.***



Conceptos:

- Diversidad cultural + Naturaleza + Motivadora,
- Movimiento,
- Espontáneo,
- Luz natural de día,
- Dinámica,
- Expresión positiva,
- Felicidad motivadora,
- Sin prejuicio de propósito.

La atención debería centrarse en las ***personas + la solución, resaltando siempre el toque humano sobre el uso de la tecnología.***

En lo posible mostrar imágenes **frescas que logren expresiones de felicidad dentro de la Institución al aire libre o mirando hacia el campus**. Imágenes mostrando momentos positivos que denoten la personalidad de la UTP para hacer relación con el público actual y genere un orgullo en la comunidad académica.

Valores Institucionales asociados al concepto:



- Responsabilidad,
- Respeto a la diferencia y al otro,
- Compromiso, sentido de pertenencia,
- Calidad humana,
- Cercano,
- Orientado a la Comunidad.

La fotografía que aparezca en cualquier material de comunicación, debe siempre tener: a) **un “look” moderno**, b) **contenido simple** y c) **composición interesante**.

Las imágenes deben reflejar siempre las tres características principales para contenidos fotográficos:

dinamismo, acción y movimiento

Composición fotográfica

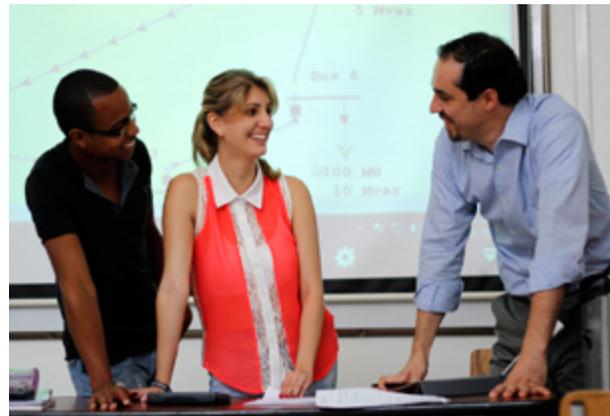
La fotografía debe mantenerse siempre con un **foco singular** tanto que no distraiga del resto del diseño.

La **expresión** siempre debe ser **positiva**, y debe **reflejar sentimientos de felicidad motivadora**. Sin prejuicio de propósito.

Se debe dar **énfasis a los espacios al aire libre dentro del campus**, en donde se muestre el **desarrollo de la personalidad y los estilos de vida** de las audiencias clave.

En lo posible, la **iluminación debe ser natural, sin filtros, con luz día**.

Las tomas, deben reflejar alguna **acción en progreso**.



Usos permitidos

Las tomas siempre deben ser ***espontáneas***. La composición debe estar basada en los ***grupos de personas, que incluya igualdad de género***.

Las imágenes que nos representan deben ser ***sinceras y apasionadas***.

Cuando las imágenes sean en ***planos abiertos o profundos***, deben aparecer los ***cuerpos enteros en acción o en movimiento con relación al objeto***.

Cuando las imágenes sean en planos cerrados o con acercamientos, se debe ***componer en medios cuerpos***.

Solo excepcionalmente deben aparecer ***personas solas*** y tiene que ser ***evidente la relación con el objeto***.



Siempre resaltaremos ***la importancia del propósito y del sujeto***. Lo más importante de nuestro lenguaje visual, son las ***expresiones de los inmensos talentos de la comunidad dentro del contexto universitario***.

Es esencial dentro del lenguaje, ***la inclusión e igualdad étnica, social, multiracial y de género***.

El uso de las ***texturas*** debe ser reservado para composiciones donde ésta sea la única imagen, no deben aparecer imágenes de otro tipo, junto a estas. Preferentemente, mantener ***tonalidades verdes como complemento de color***, relacionadas con el campus de la Universidad.

El uso de las ***ilustraciones dentro del programa de identidad***, debe ser ***secundario***. El uso de ilustraciones ***solo se recomienda cuando no se tenga una buena foto al alcance o el tema de la pieza deje espacio para este uso***.

Los clip art nunca deben ser usados.



Usos incorrectos

En nuestro lenguaje visual, **evite las poses artificiales.**

Ninguna imagen debe aparecer **haciendo contacto visual con lente.**

No usar imágenes **que no denoten movimiento.**

No usar fotos **trocadas, en donde el foco no sea claro.**

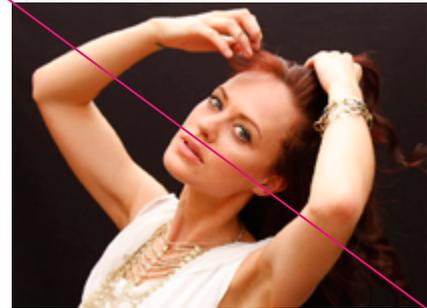
Evite siempre mostrar imágenes que **no tengan un encuadre específico, ni que sea claro el objetivo** de la imagen.

Evite usar **imágenes con bajo contraste.**

Las imágenes con **mala o baja iluminación**, o con **filtros exagerados**, no se deben usar.

El uso correcto de las fotos en blanco y negro **siempre deben tener un contraste adecuado.**

No deben nunca aparecer las imágenes grises o nublados; no todas las fotos que se ven bien en color son apropiadas para blanco y negro. **Siempre ajustar el contraste.**



Evite siempre tomar fotografías en donde el **objeto principal sean las edificaciones, fachadas, lugares o planos generales sin objetos relevantes**. Únicamente deben usarse imágenes de planta física, cuando el contenido de la pieza, sea sobre ese objeto. De lo contrario evítelas.

Ninguna emoción negativa debe ser proyectada en las imágenes.

No mostrar **fotos de personas dándole la espalda al lente**, ya sean de cuerpo entero o de medio cuerpo.

Nunca utilice en ninguna forma, **imágenes que muestren a la mujer o al hombre como objeto de deseo**.

No muestre imágenes **que no sean de interés general** o que no se identifique claramente con los **valores Institucionales**.

No use imágenes en donde no sea evidente el lenguaje visual **dándoles prioridad a las personas sobre los objetos**.

Nuestro lenguaje visual tiene un **énfasis en las personas, en plural, estamos centrados en el colectivo, no en el individuo**, por tanto evite mostrar fotos de personas individuales.



Programa de señalética y señalización UTP

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP /
Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional /
Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /



¿Qué es señalética y señalización?

Un **programa de señalética** permite definir de forma **coherente y homogénea** la señalización del campus para brindar a los usuarios la manera de **identificar, orientarse y ubicar los diferentes sitios de interés, de una forma clara, fácil y comprensible**. Todo con la finalidad de **mejorar la movilidad y el desplazamiento al interior del campus universitario**.

La Institución cuenta con una **nomenclatura y es importante que las dependencias hagan uso de dicha nomenclatura en los diferentes sistemas de información** que brindan a la comunidad universitaria. Por tanto, el programa de señalización esta creado bajo las siguientes características:

Edificios

La nomenclatura para los *edificios* es de tipo *numérica* y en total el campus cuenta con **15 edificios**. Se reconocen por **la ubicación del número asignado en la fachada del edificio**. (Ver tabla).

Ejemplo: La Facultad de Ingeniería Industrial está ubicada en el **EDIFICIO 5** y **no bloque 5 ni bloque I**.

Bloques

Algunos *edificios* cuentan con *bloques* y se distinguen por las letras **A, B, C, D o E**.

Ejemplo: La Vicerrectoría Administrativa y Financiera está ubicada en el **EDIFICIO 1 - BLOQUE A**.

Pisos

Dependiendo del edificio o bloque estos cuentan con **PISOS**, que van numerados como: **PISO 0, PISO 1, PISO 2, PISO 3, PISO 4 o PISO 5**.

Oficinas

Cada piso cuenta con **OFICINAS**, que dependiendo del piso van numeradas en orden ascendente.

Ejemplo: La *Oficina de Gestión del Talento Humano*, se encuentra ubicada en el **EDIFICIO - 1, BLOQUE - A, PISO 4, OFICINA 403**.

La **nomenclatura proyectada sería: 1A - 403** = (Edificio 1 + Bloque A + Piso 4 + Oficina 03)".



Tótem

Cerca al edificio se encuentra una señal llamada tótem, y brinda información de las dependencias u oficinas localizadas en los pisos de cada uno de los edificios del campus.

Señales tubulares direccionales

Permiten orientar a los usuarios hacia los diferentes sitios de interés con que cuenta la Institución.

Control de accesos

El campus cuenta con entradas de control de acceso ([ver mapa](#)) y la nomenclatura asignada es de tipo alfabética con un color que las caracteriza de la siguiente manera:

Entrada A: Acceso por la entrada principal, ubicada entre el Edificio 4 y 5.

Entrada B: Acceso por el costado lateral del Edificio 4.

Entrada C: Acceso por la parte posterior del Edificio 15.

Entrada D: Acceso por la cancha de fútbol.

Entrada E: Acceso por la parte posterior del Edificio 11. (Jardín Botánico).

Entrada F: Acceso por el Edificio 12.

Entrada G: Acceso entre el Edificio 13 y 14. Al costado lateral del Puente Peatonal El Guaducto.

Nomenclatura de edificios y bloques campus UTP

Número asignado al edificio	Bloques y dependencias de referencia	Antes
<p>EDIFICIO 1</p> 	<p>Bloque A Área Administrativa</p> <p>Bloque B Facultad de Ciencias Básicas Facultad de Ingeniería Eléctrica</p>	<p>Antes (A)</p> <p>Antes (E)</p>
<p>EDIFICIO 2</p> 	<p>Responsabilidad Social y Bienestar Universitario</p>	<p>Antes (BU)</p>
<p>EDIFICIO 3</p> 	<p>Facultad de Ingenierías Recursos Informáticos y Educativos Admisión, Registro y Control Académico Gestión de Tecnologías Informáticas y Sistemas de Información</p>	<p>Antes (R)</p>
<p>EDIFICIO 4</p> 	<p>Facultad de Ingeniería Mecánica</p>	<p>Antes (M)</p>



EDIFICIO 5



Facultad de Ingeniería Industrial

Antes (I)

EDIFICIO 6



Escuela de Química - Tecnología Química

Antes (Q)

EDIFICIO 7



Bloque A
Facultad de Ciencias de la Educación

Antes (C)

Bloque B
Centro de televisión
Oficina de Comunicaciones

Antes (D)

EDIFICIO 8



Laboratorio de Análisis de Aguas y Alimentos

Antes (O)





EDIFICIO 9		Biblioteca y Auditorio Jorge Roa Martínez	Antes (-)
-------------------	---	---	-----------

EDIFICIO 10		Facultad de Ciencias Ambientales	Antes (F)
--------------------	---	----------------------------------	-----------

EDIFICIO 11		Bloque A Centro de Visitantes - Jardín Botánico Bloque B Centro de Visitantes - Jardín Botánico Bloque C Administración Jardín Botánico	Antes (-)
--------------------	---	---	-----------

EDIFICIO 12		Facultad de Bellas Artes y Humanidades	Antes (H)
--------------------	--	--	-----------



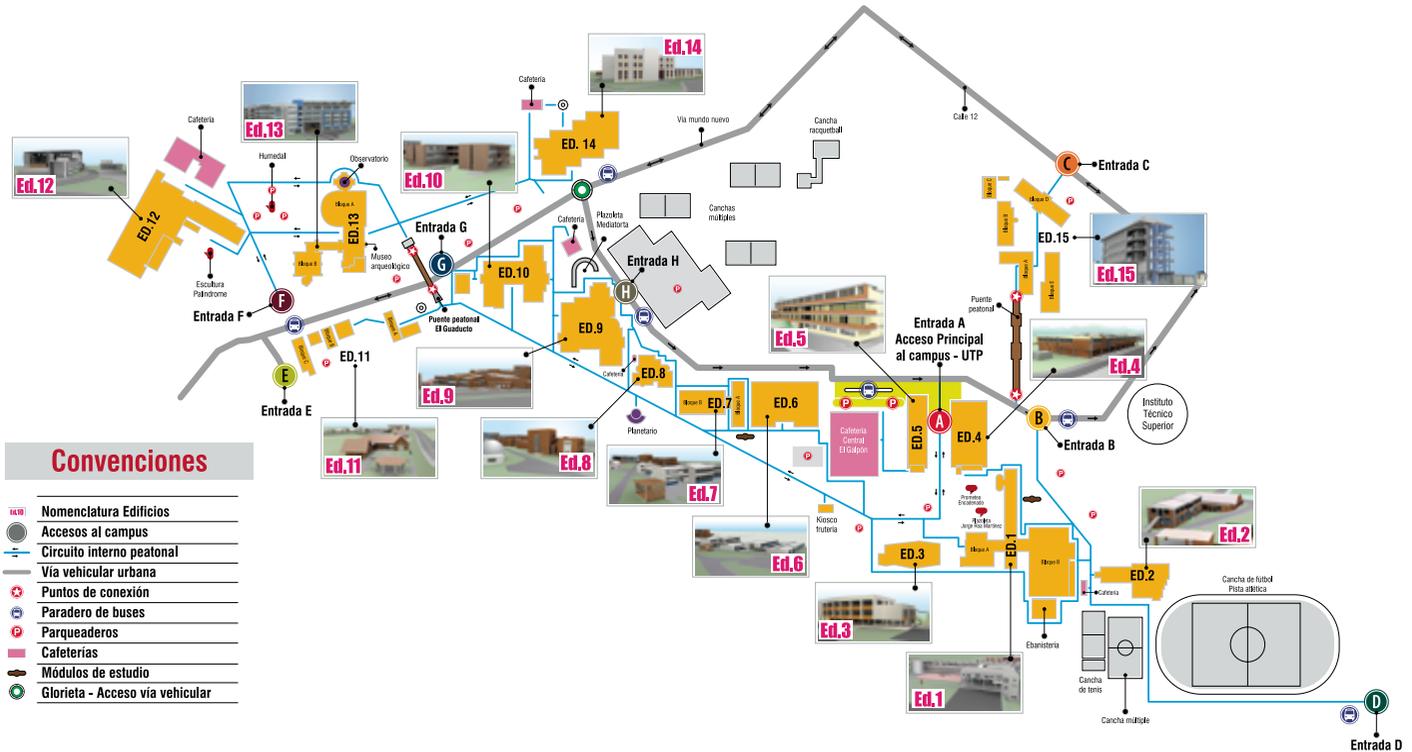
EDIFICIO 13		<p>Bloque A Centro Multidisciplinario Observatorio Astronómico</p> <p>Bloque B Salones de Clases</p>	Antes (Y)
--------------------	---	--	-----------

EDIFICIO 14		Facultad de Ciencias de la Salud	Antes (S)
--------------------	---	----------------------------------	-----------

EDIFICIO 15		<p>Bloque A Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico</p> <p>Bloque B Salones de Clases</p> <p>Bloque C Laboratorio de Pruebas Dinámicas Automotrices</p> <p>Bloque D Salones de Clases</p> <p>Bloque E Salones de Clases</p>	Antes (L)
--------------------	---	--	-----------

IMPORTANTE: Los Edificios se deben nombrar junto con el número asignado. Ejemplo: **EDIFICIO 13** y no *bloque 13* o *bloque Y*.

Mapa Esquemático y Explicativo Campus Universidad Tecnológica de Pereira



NOTA: Dentro del programa de señalización las cafeterías, frutería, módulos de estudio, planetario, canchas deportivas y monumentos, están catalogados como sitios de interés y su nomenclatura corresponde a su respectivo nombre.

IMPORTANTE: La Universidad Tecnológica de Pereira cuenta con una nueva dirección asignada por la Secretaría de Planeación Municipal de Pereira: **Carrera 27 N° 10 – 02 Barrio Álamos.**

Uso y aplicación de la marca UTP

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP /
Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional /
Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /

Usos y aplicación en prendas bordadas

Color del hilo:

1. Bordado con **hilo azul institucional** (prendas en tela clara).
2. Bordado con **hilo blanco** (prendas en tela oscura).
3. Si la prenda es un **color diferente al blanco**, el color del hilo debe ser **opuesto al color de la prenda**.

Ejemplo: bata verde, color del hilo blanco.

Texto en la prenda:

1. Nombre de la dependencia **siempre a la derecha de la prenda** y nunca junto a la marca UTP.

Marca UTP:

1. La marca UTP (monograma + nombre Universidad Tecnológica de Pereira), siempre debe ir **al lado izquierdo de la prenda**.
2. Nunca Utilizar la **arquitectura gráfica UTP** en ningún tipo de prenda.
3. Nunca utilizar la **versión a color** de la marca UTP en prendas bordadas.

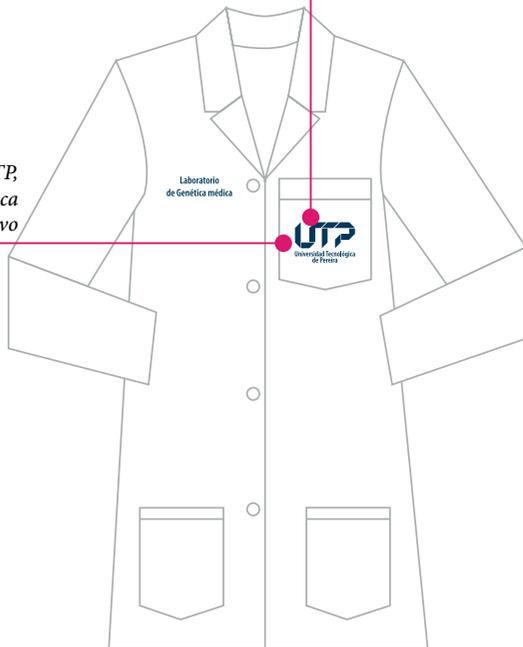
Aplicación en batas

NUNCA
Utilizar la versión a color.
No agregar nombres
junto a la marca UTP.
No quitar el nombre
de la Institución.



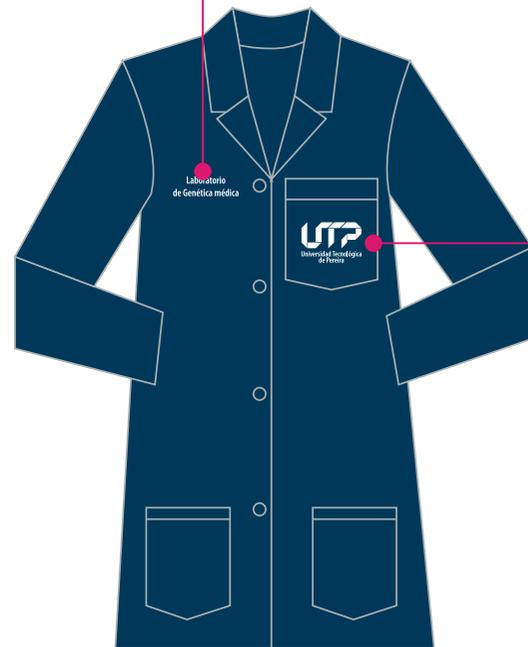
Marca gráfica UTP
(monograma + descriptivo)
Siempre a la izquierda de la prenda

Marca UTP,
versión monocromática
positivo



Nombre de la dependencia
siempre a la derecha de la prenda

Marca UTP,
Versión monocromática
negativo



Regresar a versiones secundarias permitidas

Aplicación en camisetas polo



*Nombre de la dependencia,
siempre a la derecha de la prenda*



*Marca gráfica UTP
(monograma + descriptivo),
Siempre a la izquierda
de la prenda*

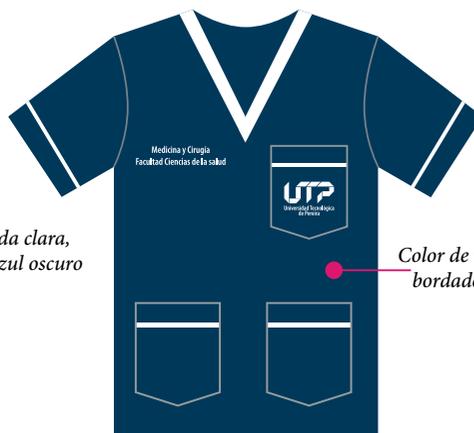
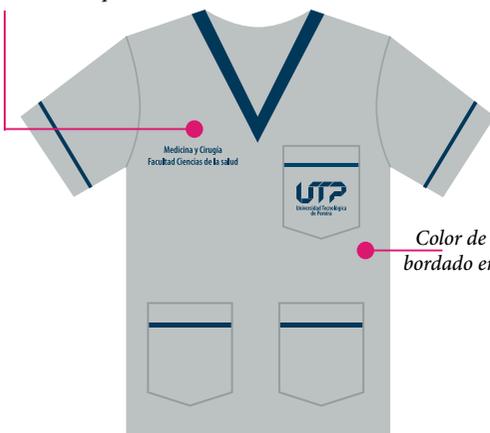
*Color de la prenda oscura,
bordado en hilo blanco*



*Color de la prenda clara,
bordado en hilo azul oscuro*

Aplicación en blusas de uniformes

Nombre del programa académico
+ Nombre de la Facultad a la
derecha de la prenda



NUNCA
Utilizar la versión a color
en prendas bordadas.
No agregar nombres
junto a la marca UTP.
No quitar el nombre
de la Institución.



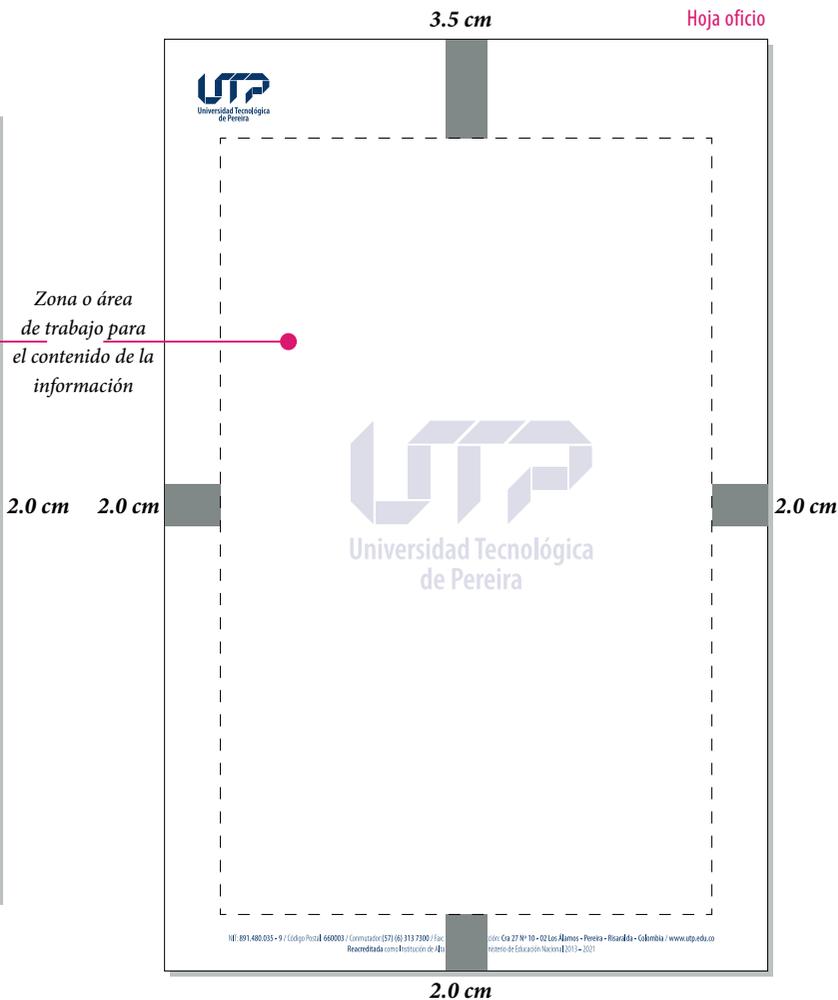
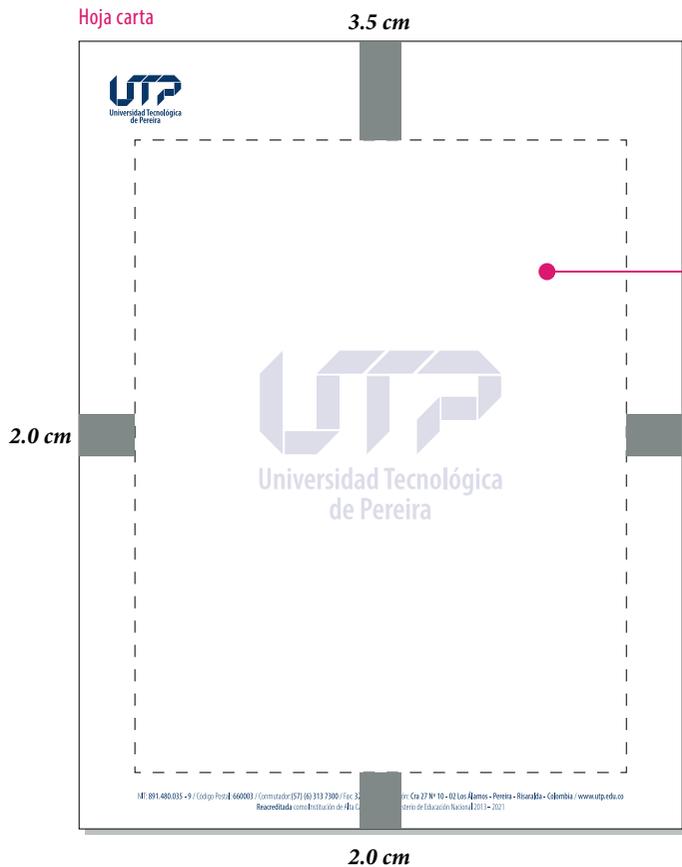
La arquitectura no debe ser utilizada en piezas como bolígrafos, camisetas, uniformes, tarjetas, manillas o cualquier souvenir. Para orientar su aplicación comunicarse con **Recursos Informáticos y Educativos - Edificio 3 / Oficina 307 / Tel: +57 (6) 313 7140** o a través de correo electrónico: imagineidentidad@utp.edu.co

Papelería Institucional, uso y aplicación

Para el uso del papel membrete de la Institución, tenga en cuenta:

1. La papelería Institucional es de **carácter exclusivo** para los **oficios públicos** de las **áreas** o **dependencias pertenecientes** a la Universidad Tecnológica de Pereira.
2. El **único logo** que debe aparecer es el de UTP (**impreso en el membrete de la papelería**). **No deben aparecer logos de otras dependencias académicas** (Escuelas, Departamentos, Programas, Institutos o Centros), **ni de dependencias administrativas** (Direcciones, Unidades u Oficinas). Estas dependencias u oficinas **solamente se deben nombrar en el encabezado del oficio**.
3. Todos los **informes** generados de los **sistemas** o **aplicativos de información** que se impriman en la papelería **deben suprimir el logo UTP y Escudo del aplicativo** para evitar sobreimpresiones.
4. El **contenido** de la **información** debe estar **dentro** del **área de trabajo** o **márgenes permitidas**.
5. El **contenido** de la **información debe imprimirse** solamente por el **membrete de la hoja**. (nunca por la parte posterior).
6. **No se debe utilizar** la papelería Institucional para **informes** o **trabajos** que **no sean para los oficios** de carácter Institucional.
7. **No se debe utilizar** la hoja membrete para ningún tipo de **aviso, publicidad, letreros** o todo aquello que vaya en contra del propósito de la papelería Institucional.
8. Utilizar **siempre la fuente calibri** (regular, negrita, cursiva) para el contenido de la información.

Márgenes mínimos papel membrete UTP



Ejemplo de aplicación papelería Institucional

Oficio tamaño carta

Marca UTP 

Encabezado **25 de mayo de 2015**

Dr. JUAN CARLOS MUÑOZ BUSTAMANTE
Cano Facultad de Bellas Artes y Humanidades
Universidad Tecnológica de Pereira

Asunto: Socialización redes sociales

Cordial Saludo

Para la Universidad Tecnológica de Pereira y Recursos Informáticos y Educativos, es un gusto compartir con ustedes el manual básico de uso y aplicación de la identidad UTP y que próximamente recibirá en formato impreso. De esta forma queremos hacerle participe como parte fundamental del proceso que la Institución orgullosamente se encuentra realizando.

Contenido Para la Universidad Tecnológica de Pereira una marca es mucho más que un logo, un color, un servicio, una publicidad; la marca UTP es una realidad trascendente constituida por un conjunto de elementos diversos que interactúan entre sí de forma holística y que trabajados correctamente generan valor, confianza, pasión así como pertenencia, seguridad, liderazgo y acción que de forma colectiva permiten construir nuestra imagen con identidad y que al mismo tiempo se traduzcan en un mundo de experiencias para toda la comunidad en general.

Firma **Atentamente,**
Julio César Valencia Palacios
Director Programa Licenciatura en Matemáticas y Física
Universidad Tecnológica de Pereira

Angelica

Información Institucional Teléfono: 480.035 - 9 / Código Postal: 660003 / Comandante (57) (6) 313 7300 / Fax: 321 3206 / Dirección: Cra 27 N° 10 - 02 Los Álamos - Pereira - Risaralda - Colombia / www.utp.edu.co
Reconocida como Institución de Alta Calidad por el Ministerio de Educación Nacional 2013 - 2021

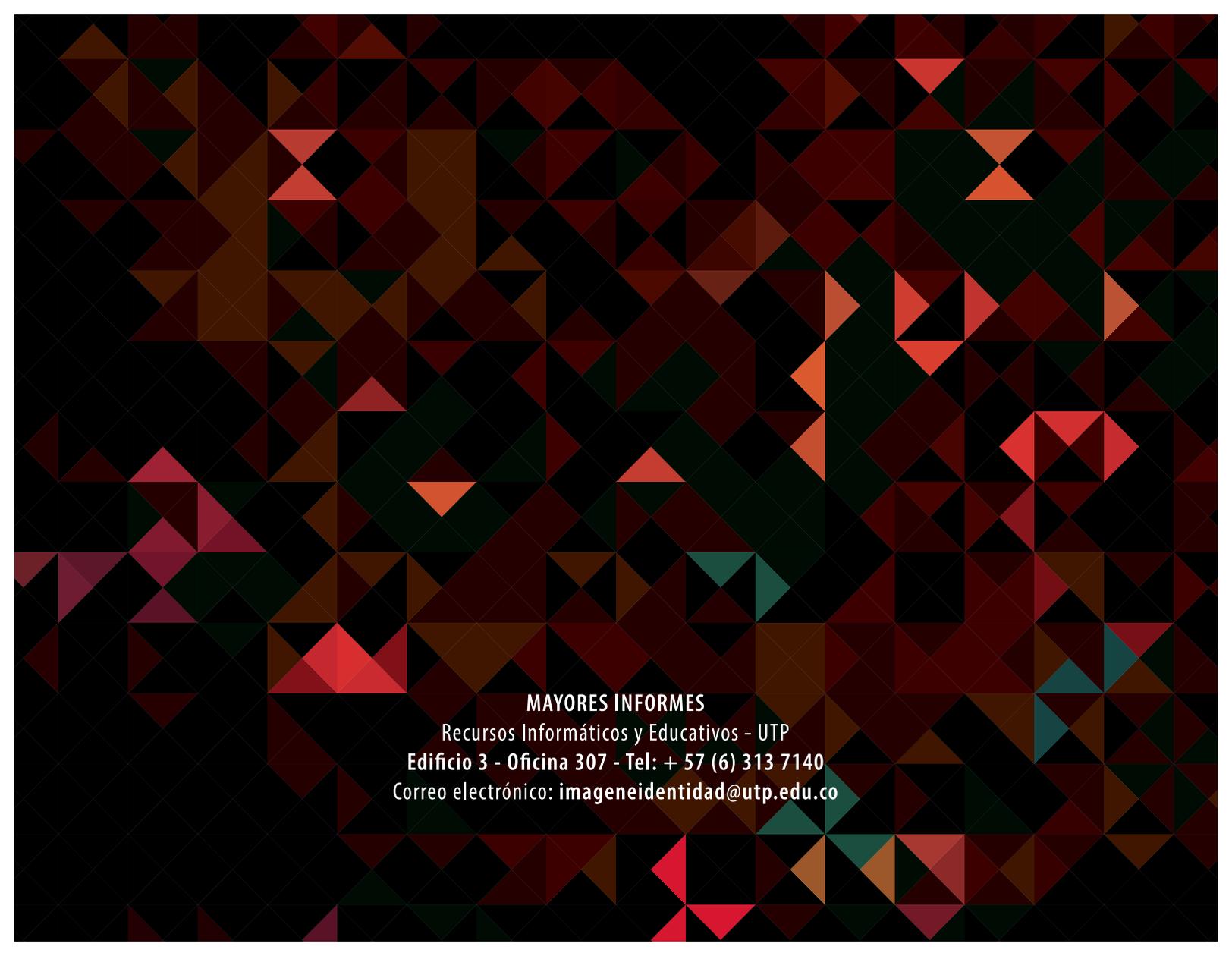
Tipografía del texto, siempre en calibri

“Nadie puede ser esclavo de su propia identidad: cuando surge una posibilidad de cambio, hay que cambiar”

Gould, Elliot

Ir a:

/ Índice / Nuestra identidad UTP / Criterios preliminares / Concepto de imagen e identidad UTP / Elementos base de la identidad UTP / Elementos de la marca gráfica UTP / Arquitectura de marca UTP / Cobranding UTP / Iconografía UTP / Escudo o sello institucional / Imaginería UTP / Señalética y señalización UTP / Aplicaciones básicas /



MAYORES INFORMES

Recursos Informáticos y Educativos - UTP

Edificio 3 - Oficina 307 - Tel: + 57 (6) 313 7140

Correo electrónico: imagineidentidad@utp.edu.co