

Manual de Identidad e Imagen Institucional



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951

Bogotá, 2016



5

Introducción

11

Isologotipo

22

Usos

34

Aplicaciones

42

Papelería

INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de este manual responde a la necesidad de asegurar la correcta aplicación de los elementos de la identidad y la imagen institucional.

Este manual debe ser por tanto una herramienta primordial y presente en todas las aplicaciones del logotipo.

Todos los movimientos o manejos del logotipo deben ser consultados por aquellos profesionales que tengan la responsabilidad de la aplicación de la imagen institucional.

Las piezas no definidas en este manual se realizarán respetando los criterios generales y el estilo marcados por éste.

Identidad Institucional: La identidad de la Universidad La Gran Colombia contiene una serie de atributos intrínsecos a la Institución en un sistema de signos visuales que facilitan el reconocimiento y recordación frente a los demás.

Las características de la identidad se resumen en tres: La primera: el factor lingüístico que hace referencia al nombre como asignación verbal y al logotipo referente a la manera escrita exclusiva de la Universidad. La segunda es el elemento icónico que se refiere a la marca gráfica. Asume las funciones de posicionamiento de marca y la representación institucional pública proyectada por la misma. Y por último el componente cromático que corresponde a la interpretación de colores adoptados por la Universidad.

Imagen institucional: La imagen de la Universidad La Gran Colombia se relaciona con la percepción de ésta frente a la comunidad, es una representación mental generada a partir de las expectativas previas y experiencias con la Universidad dentro de los valores institucionales.

De esta manera la primera percepción parte de la imagen objeto y hace alusión a la infraestructura, medios de comunicación y recursos visuales de la Universidad. Y la segunda apreciación es la imagen retórica que significa la interpretación que la sociedad construye de modo intencional o espontáneo acerca de la institución.

Misión Institucional:

La Universidad La Gran Colombia es una institución de Educación Superior privada, incluyente, comprometida con la excelencia académica, dedicada a la formación integral de profesionales desde una perspectiva sociohumanística, de responsabilidad social y desarrollo sostenible.

El aprendizaje en la Universidad La Gran Colombia se fundamenta en valores cristianos, la búsqueda de la verdad y las competencias ciudadanas.

A partir de la docencia, la investigación y la proyección social se promueve el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación, respondiendo a los desafíos de la globalización desde el contexto local y nacional.

Su gestión está basada en la cultura de la calidad del servicio y excelente talento humano.

Visión Institucional:

En el año 2020 la Universidad La Gran Colombia será una institución de Educación Superior acreditada en alta calidad, reconocida por la formación integral de ciudadanos emprendedores e innovadores, líderes, gestores del cambio social que promoverán el trabajo en equipo para el desarrollo de una sociedad enmarcada en principios cristianos y solidarios.

Comunidad Cristiana

Institución Bolivariana

Centro Hispánico

Entidad Solidaria

Con objeto de interpretar correctamente el significado de la terminología básica utilizada en este manual, se presentará a continuación una lista de los diferentes términos que se usarán.

Escudo:

Primer elemento que conforma el logotipo. Puede ser usado de modo independiente de la tipografía si la ocasión lo amerita. Su distribución en cuanto a formas y colores es inalterable.

Logo:

Es un conjunto de elementos gráficos, de líneas, figuras geométricas y colores que hacen que la imagen sea única y memorable para el público.

Isologotipo:

Es parte de la identidad visual de una institución que combina la parte gráfica y la parte tipográfica.

Tipografía:

Tipo de fuente o letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la imagen institucional.

Color:

Son colores planos ubicados dentro de un registro de color, como RGB, CMYK o PANTONE.



La inscripción latina “veritas liberatis vos - la verdad os hará libres-” Evangelio de San Juan 8.32 bordea el contorno del escudo y se adoptan por ser la verdad la más significativa virtud universitaria y porque su continua búsqueda constituye el norte de nuestra Alma Mater.

La segunda imagen es un “fascio-haz”, símbolo de la época romana que utilizaban los generales para encabezar los desfiles; presenta un haz de tallos de trigo, atados por un cañamo y en medio un hacha de gladiador. Es el significativo legado de la heráldica romana, expresión de unidad y fuerza; el gran sueño americano de Simón Bolívar en el Congreso de Cúcuta. Las espigas sueltas las dobla el viento, pero unidas en ramillete soportan la tempestad.

ISOLOGOTIPO



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951

El escudo y el texto se encuentran agrupados.
No funciona uno sin el otro.



El logotipo UNIVERSIDAD La Gran Colombia Fundada en 1951 está compuesto por dos elementos, uno gráfico y otro tipográfico.

El texto “UNIVERSIDAD La Gran Colombia” se construye con la fuente: Agency en bold y mayúsculas, y el texto “Fundada en 1951” con la fuente: Futura Md Bt en medium y solo la primera en mayúscula.

Están permitidas dos configuraciones, una vertical y otra horizontal, como se puede apreciar en el esquema. La aplicación del logo vertical se debe utilizar únicamente en casos específicos que se comprometa la legibilidad del logo horizontal.

La configuración del logotipo y su área de reserva están definidos a partir de un módulo básico cuadrado ($x = \text{✠}$), correspondiente a uno de los elementos más pequeños del escudo.

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



El valor “X” establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

El logotipo de la Universidad La Gran Colombia, se inscribe en una superficie modular de proporciones 47 x 14.

ÁREA DE RESERVA HORIZONTAL



Es un área imaginaria que rodea el logotipo y que protegerá la imagen de cualquier invasión por algún elemento gráfico sea: textos, fotografías, dibujo, etc. El área queda definida por los márgenes mínimos expuestos en el ejemplo. El área prevista para el espacio será proporcional a X.

Una parte importante del sistema de identidad de la Universidad lo constituyen los lineamientos para la utilización de los nombres de las diferentes dependencias (facultades, departamentos y centros de estudio) en conjunción con el logotipo de la Universidad. Esto lo denominamos el Sistema de firmas de la Universidad.



El valor “X” establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

El valor X se obtiene de uno de los elementos más pequeños y uniforme del escudo ✦

EL logotipo de la Universidad La Gran Colombia, se inscribe en una superficie modular de proporciones 11 x 14.



El área de reserva debe existir alrededor del logotipo sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo.

Este valor es igual a 2x.



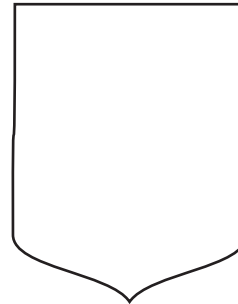
PANTONE: DS 274 - 1 C

R: 0 C: 100
G:150 M: 0
B: 64 Y: 100
 K: 0



PANTONE: DS 325 - 1 C

R: 29 C: 0
G:29 M: 0
B: 27 Y: 0
 K: 100



PANTONE: DS 325 - 9 C

R: 255 C: 0
G:255 M: 0
B: 255 Y: 0
 K: 0

*Valores en escala de grises:



PANTONE: Cool Gray- 11 C

R: 112 C: 0
G:111 M: 0
B: 111 Y: 0
 K: 70

Los colores institucionales establecidos por este manual deben usarse con los respectivos porcentajes de PANTONE, CMYK y RGB que presentamos a continuación.



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951

Cuando el contraste del logo institucional así lo requiera, el texto “UNIVERSIDAD La Gran Colombia Fundada en 1951”, podrá utilizarse en color blanco.

La aplicación a una sola tinta se debe utilizar únicamente en tampografía e impresos monocromáticos (1 X 0).

BLANCO Y NEGRO EN LOGO VERTICAL



La aplicación del logo vertical se debe utilizar únicamente en casos específicos que demande la diagramación y/o se comprometa la legibilidad del logo horizontal.

De igual forma cuando el contraste del logo institucional así lo requiera, el texto “UNIVERSIDAD La Gran Colombia Fundada en 1951”, podrá utilizarse en color blanco.

La aplicación a una sola tinta se debe utilizar únicamente en tampografía e impresos monocromáticos (1 X 0).

Agency FB

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! @ # \$ % ^ & * () _ + } { " | > ? <

Kabareth

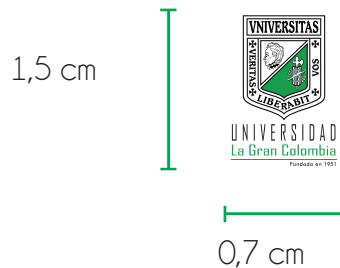
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
! @ # \$ % ^ & * () _ + } { " | > ? <

Futura Md Bt

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! @ # \$ % ^ & * () _ + } { " | > ? <

La tipografía seleccionada para la imagen de la Universidad no debe ser elegida por similitud de rasgos, sino que debe corresponder con lo pautado.

Son fuentes recomendadas para redacciones y demás textos como títulos y subtítulos, direcciones, nombres, formularios, etc.



El tamaño mínimo se refiere al tamaño más pequeño en el que se puede reproducir el logotipo para asegurar su legibilidad.

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset de 5 cm de ancho por 1,5 cm de alto en su versión horizontal y de 0,7 cm de ancho por 1,5 cm de alto en su versión vertical, para serigrafía.

Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 141 píxeles de largo.

ESCALA DE GRISES POSITIVO/NEGATIVO



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951

Cuando se use el logo en escala de grises, este debe ser uniforme en el porcentaje de negro, sin variaciones. Debe tener un porcentaje mínimo en negro de 30%.

No se deben interpretar los colores institucionales en escala de grises.

Esta aplicación se debe utilizar únicamente en tampografía e impresos a una sola tinta (1 X 0).

USOS

CORRECTOS

FORMA

Para una lectura adecuada del logotipo es necesario que se respeten todas sus medidas y dimensiones. Y para lograr un correcto contraste, se requiere una óptima disposición en el contexto.

COLOR

El color es un componente de la luz que estimula los sentidos. Ayuda a distinguir y posicionar una marca.

LOGOSÍMBOLO SOBRE FONDOS QUE CAMBIAN



El logotipo debe manejar un correcto contraste y no se debe confundir dentro de la pieza, ni enmarcar en recuadros de de color plano.



Franja en opacidad mínimo del 30 por ciento.



El logotipo se prefiere en los colores corporativos y sobre fondo blanco. Cuando esté sobre un fondo de color o tono oscuro que comprometa la legibilidad, deberá ir en su versión invertida (fuentes del texto “UNIVERSIDAD La Gran Colombia” blanco).

Cuando la imagen posee un fondo de color que no permita alto contraste se creará una franja en opacidad mínimo del 30 por ciento, respetando el área de reserva del logotipo.

Cuando exista la aplicación del logotipo invertido, el escudo conservará sus colores oficiales y el texto “UNIVERSIDAD La Gran Colombia” se mantendrá en blanco.

IMÁGENES Y FOTOGRAFÍAS



Debemos evitar los clichés de educación, las imágenes muy oscuras, borrosas o con efectos, caricaturas y las imágenes que transmitan una emoción negativa u ofensiva.



Las imágenes son un componente importante de nuestros materiales de comunicación. En general, debemos elegir fotografías que apoyen nuestra personalidad y visión de marca. Los temas de las fotografías deben ser variados y fáciles de entender.

Cada imagen debe mostrar actitudes positivas, frescas y modernas; pueden usarse fotos de personas, objetos o naturaleza.

En el caso de los edificios, deben utilizarse fotografías nítidas y en lo posible con personas interactuando.

En cuanto a la tonalidad, se recomienda el uso de fotografías con dominancia cromática de la gama institucional.



PRESENTACIÓN CON OTRAS MARCAS “COBRANDING”



Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500



Fundada en 1951



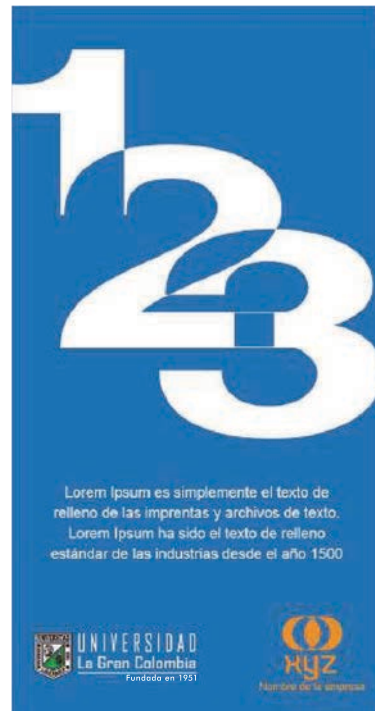
Nombre de la empresa



Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500



Fundada en 1951



Fundada en 1951



Nombre de la empresa

La Universidad conservará la ubicación en la parte izquierda, manteniendo siempre su área de protección y reserva.

Cuando la Universidad comparte la organización de un evento o promoción con varias instituciones, se prefiere utilizar un área de color blanco como soporte, en donde las otras instituciones conservan sus colores.

Cuando la Universidad es invitada por otra institución a participar en un evento y no pudiera escoger sus colores corporativos, la aplicación del logotipo debe ser invertido, esto quiere decir que el escudo conservará sus colores oficiales y el texto “UNIVERSIDAD La Gran Colombia” se mantendrá en blanco.

DENOMINACIÓN DE DEPENDENCIAS Y SISTEMA DE FIRMAS

Una parte importante del sistema de identidad de la Universidad lo constituyen los lineamientos para la utilización de los nombres de las diferentes dependencias a (facultades, departamentos y centros de estudio) en conjunción con el logotipo de la Universidad. Esto lo denominamos el **sistema de firmas** de la Institución. La primera regla es que la Universidad tiene un solo logotipo constituido por el escudo que es su símbolo y el nombre de la Universidad tanto en la versión horizontal como en la vertical. No es aceptado combinar solo el escudo con el nombre de alguna de sus dependencias sin el nombre de la Universidad.

Solamente se permite agregar el nombre de una dependencia en la parte inferior del logotipo como se puede apreciar en el ejemplo incluidos en esta página.

No es aceptado agregar en el logotipo dos dependencias de manera simultánea.



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Departamento de Mercadeo y Comunicaciones



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951



20%



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

El uso de marca de agua se debe manejar en un porcentaje igual al 20 % de transparencia tanto en el logotipo como en el escudo.

Únicamente se utilizará como fondo en formatos oficiales o al interior de publicaciones. No se usará en portadas o diseños institucionales para pantalla o impresos.

USOS INCORRECTOS



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

X Deformación general del logotipo, vertical y horizontal.

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



Cambios o alteraciones en la escala o las coordenadas de cualquier elemento.



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951

X No interpretar los colores institucionales en escalas de grises.



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

X Está prohibido cualquier tipo de variación de color no estipulada previamente en este manual.



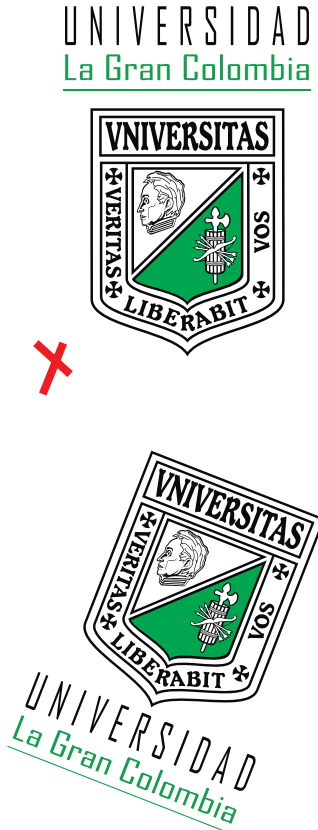
UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951

Cambios o alteraciones en la escala o las coordenadas de cualquier elemento.



Está prohibido cualquier tipo de variación de color y de orden y escala en los elementos no estipulada previamente en este manual.

MEDIOS DIGITALES, MERCHANDISING, MEDIOS ALTERNATIVOS

El uso de este logo esta delimitado por la previa aprobación del Departamento de Comunicaciones, Mercadeo y Publicaciones de la Universidad La Gran Colombia.

En ningún momento constituye un logo sustituto o de reemplazo sino de acompañamiento y complemento, para algunas comunicaciones y medios alternativos de tono no institucional.



PANTONE: DS 325 - 9 C

R: 255 C: 0
G: 255 M: 0
B: 255 Y: 0
 K: 0



PANTONE: DS 325 - 9 C

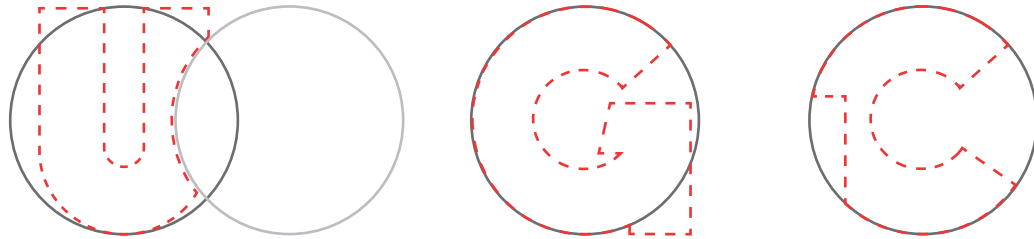
R: 255 C: 0
G: 255 M: 0
B: 255 Y: 0
 K: 0

* Resplandor exterior:
opacidad 75 % / desenfoque 5 px



PANTONE: DS 274 - 1 C

R: 0 C: 100
G: 150 M: 0
B: 64 Y: 100
 K: 0



La elaboración del logo se inscribe apartir de círculos

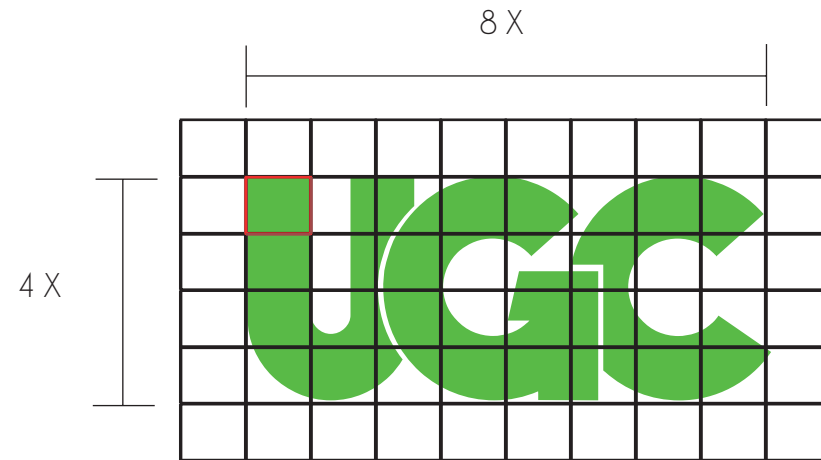


y se sobreponen de izquierda a derecha logrando un efecto bocado (menos frente en Illustrator)

La altura X se determina a partir del cuadro en la parte superior de $U =$



La zona de protección esta determinada por $1 X$



Es un uso incorrecto cualquier aplicación que no haya sido aprobada por el Departamento de Comunicaciones, Mercadeo y Publicaciones, aplicaciones que sustituyan el logo oficial e institucional y cualquier cambio de orden y/o modificación, de forma y color quedan prohibidas.



APLICACIONES

APLICACIONES

La marca puede estar expuesta a ser aplicada sobre fondos de color no corporativo o superficies que comprometan su legibilidad. En todos los casos se debe respetar el área de reserva del logo para disponerlo únicamente sobre fondos que permitan un alto contraste como veremos en los casos que se explican en este apartado.

FIRMA DE CORREO ELECTRÓNICO

Fernando del Castillo

Diseñador Gráfico

Departamento de Mercadeo,

Comunicaciones y Publicaciones

feserna@ugc.edu.co

Tel.: [571] 339 4949/99 Ext.: 72345

Cel.: [57] 310 83769843

Bogotá D.C., Colombia

Opcional



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951

Se elaboró una firma construida a partir de textos debido a las diferencias en la accesibilidad de los usuarios y plataformas puede impedir visualizar correctamente la parte gráfica.

La estructura y características de la firma de correo se ilustran en el ejemplo.

Color: negro

Alineación del texto: izquierda

Tipografía: Sans Serif en gmail. Únicamente se utilizará negrilla en el nombre de funcionario

Tamaño tipográfico: Normal en gmail

Textos: En caso de que el nombre de la dependencia sea muy extenso se debe escribir a dos renglones.

Los números telefónicos deben tener los indicativos de país y ciudad entre corchetes [].

Logotipo: el establecido con la línea de texto Fundada en 1951 y en tamaño normal en gmail.



En este caso la marca institucional debe ir siempre en el margen superior derecho, en un tamaño de:

Para logo horizontal: 10,5 cms. de ancho X 3 cms. de alto.

Para logo vertical: 9,5 cms. de alto X 6,625 cms. de ancho.

Cuando va acompañada con otra marca, el logo institucional debe ir en la parte superior izquierda (pecho) y la otra marca, en la parte superior de la manga izquierda.



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951



Esta adaptación del logotipo es exclusiva para todo tipo de grabado en alto relieve o sobre metal para lo cual se utilizarán las líneas del contorno del logotipo en disposiciones verticales o circulares.

No se puede recrear o cambiar la tipografía, la configuración o el color. La imagen no debe utilizar ningún tipo de efecto gráfico. El logotipo siempre debe ser reproducido en tecnología de alta resolución de manera precisa y consistente como se especifica en este manual.



Señales para lugares comunes



Señales particulares



Señal para baños

En este apartado se presenta la Señalética en la forma y tonalidades que se deben usar para la construcción de las mismas.

El logo debe estar ubicado en la parte de abajo y sobre fondo blanco, para no comprometer su correcta lectura.



Esta será la disposición general para todos los letreros oficiales de las sedes de la Universidad.

PELÍCULA ADHESIVA O SANDBLASTING



El adhesivo que opaca el vidrio es una alternativa de protección y privacidad que mantiene las cualidades de luminosidad y transparencia que ofrece el cristal. Es utilizado como medida de seguridad para evitar choques.

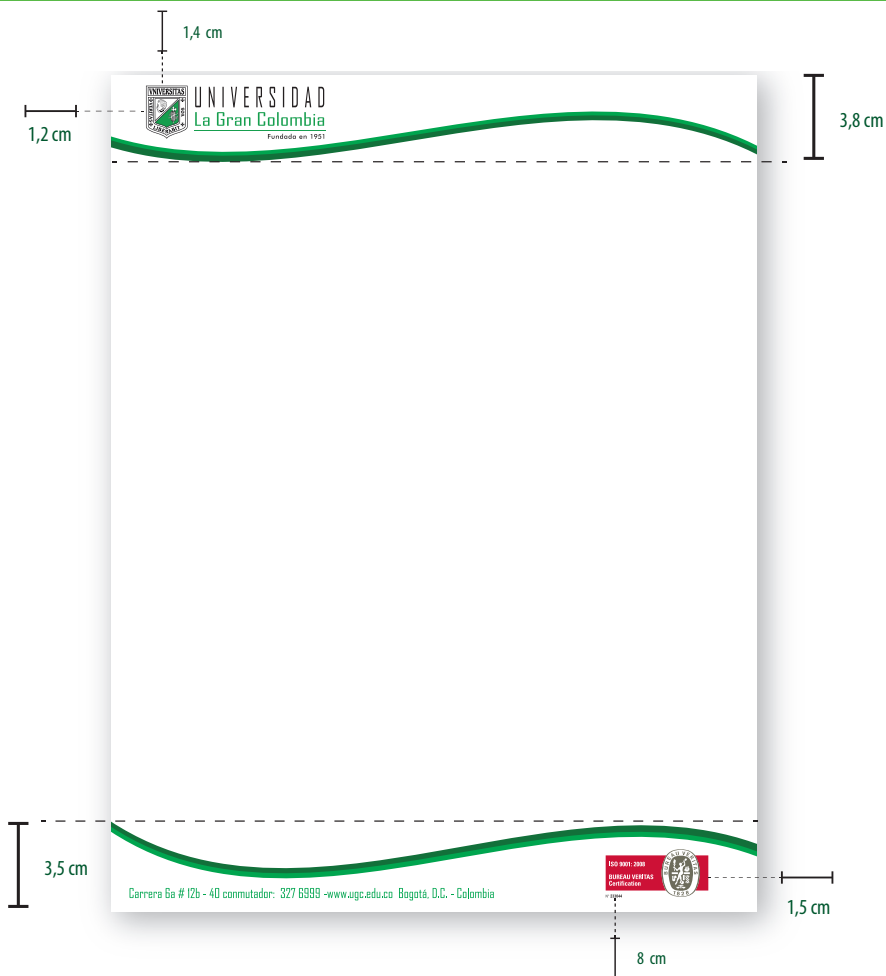
En el diseño, la marca de la Universidad La Gran Colombia junto al nombre de la dependencia, debe utilizar los parámetros de identidad e imagen institucional de forma sobrio y sin invadir o saturar con el logo; por esta razón no debe superar el 10% de la superficie del vidrio.

Esta medida se aplicará a todos los adhesivos Sandblasting de la Universidad para generar uniformidad, organización e identidad. La pieza está sujeta a previa aprobación del Departamento de Mercadeo, Comunicaciones y Publicaciones.

PAPELERÍA

El diseño de la papelería esta basado en la forma en que la Universidad se presenta institucionalmente ante todas las audiencias.

Tras ella hay mucho mas que un diseño: existe un proyecto, una institución y su cultura.




Aplicación del logotipo sobre la papelería básica institucional en tamaño carta, que además debe ser usada para la realización de memorandos.



Aplicación del isologotipo sobre la papelería básica institucional para el sobre tamaño carta.

1,5 cm

1,5 cm



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
FUNDADA EN 1951

CÓDIGO: M_04_22 MANU	EMISIÓN 00/00/0000 REVISIÓN 00/00/0000	PÁGINA 00/00 NO. REV. 00
-------------------------	---	-----------------------------------

_____ NOMBRE:	_____ NOMBRE:	_____ NOMBRE:
_____ CARGO:	_____ CARGO:	_____ CARGO:
_____ FECHA:	_____ FECHA:	_____ FECHA:
ELABORÓ	REVISÓ	APROVÓ

Formato que se debe llevar acabo en todos los procedimientos de la Universidad.

TARJETA DE PRESENTACIÓN GENERAL



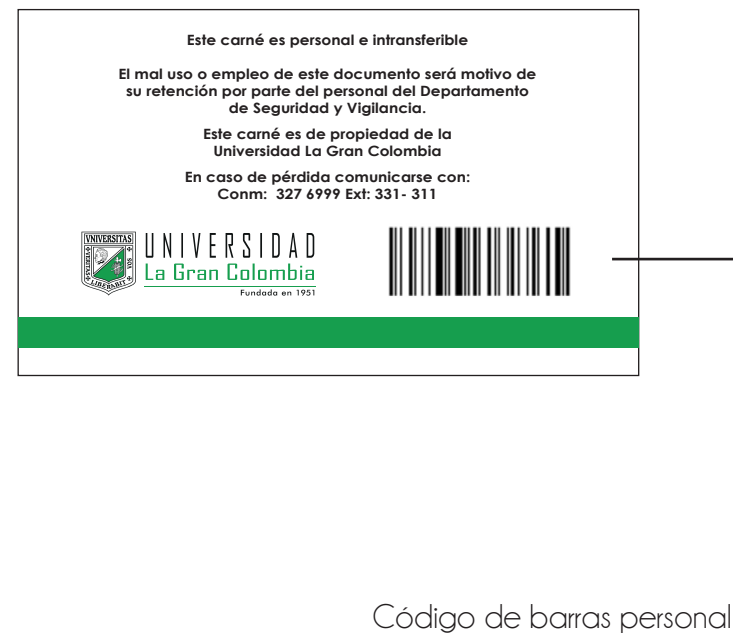
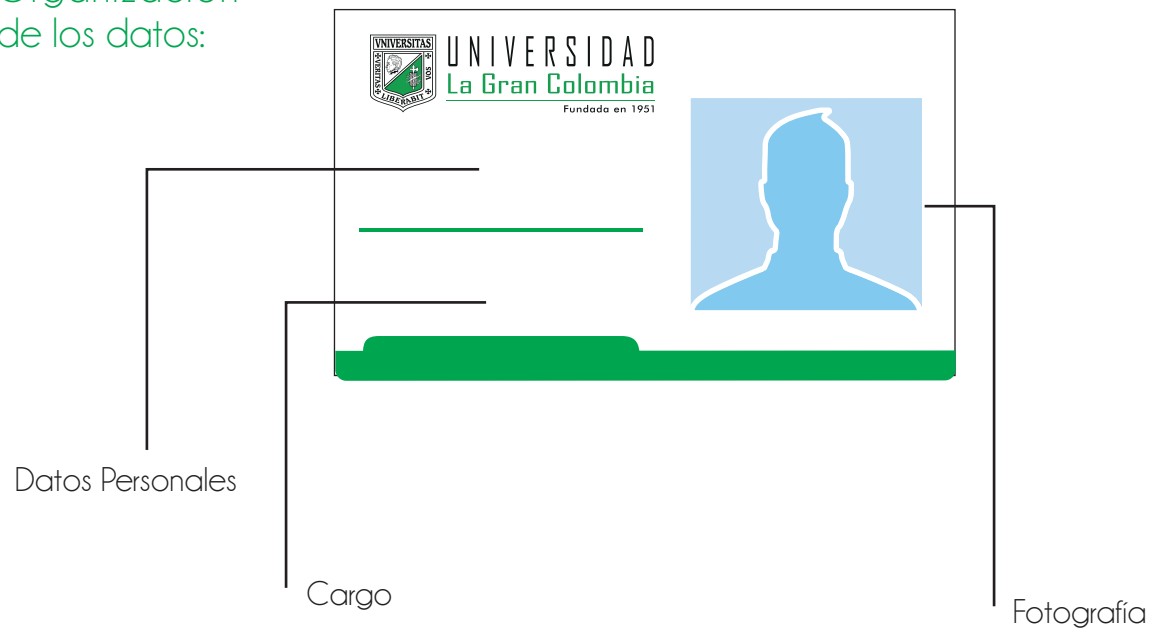
Diseño de tarjeta de presentación personal general, con aplicación de logo y colores institucionales.

TARJETA DE PRESENTACIÓN ESPECIAL



Diseño de tarjeta de presentación personal de uso especial, con aplicación de logo y colores institucionales.

Organización de los datos:









El logo a utilizar en los esferos será el que está dispuesto de forma horizontal y con los contrastes de color ya expuestos en capítulos anteriores.

También se puede utilizar la aplicación de tampografía para impresiones a una sola tinta (1X0) y en impresión láser.

El tamaño mínimo para impresión en esferos es 3,5 cms de ancho.

Utilización de Manual Básico de la Marca Bureau Veritas

ISO 9001: 2008

**BUREAU VERITAS
Certification**



N° 00000

Acreditación recibida por Sistema de gestión de calidad

LAS MARCAS DE CERTIFICACIÓN



Las marcas de certificación específicas están disponibles para todos los sistemas.

Algunos ejemplos como están detallados en este apartado.

- Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001.
- Sistema de Gestión de Calidad de Automoción ISO/TS 16949.
- Sistema de Gestión Medioambiental ISO 14001.
- Sistema de Gestión de Seguridad OHSAS 18001.
- Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria ISO 22000/BRC/IFS.
- Sistema de Gestión de Seguridad de la Información ISO 27000.



NY CO 233044

PANTONE: 200 C

R: 202 C: 0
G: 8 M: 100
B: 45 Y: 75
K: 15



PANTONE: 404 C

R: 111 C: 0
G: 110 M: 0
B: 96 Y: 20
K: 70



Para imprimir en fondos de color (tintes, o representaciones visuales planas), y asegurar la legibilidad, una línea blanca debe rodear el logo, el ancho de esta línea debe ser igual a la distancia b.

a) Referencia estándar

Se pondrá el certificado del cliente. Ésta es la ÚNICA parte de la marca de certificación que es modificable con el número del certificado.

b) Nombre de nuestra compañía

Nunca debe de ser cambiado ni traducido

c) Número de certificado

Debe ser personalizado por el cliente con su número de certificado.

- a ISO 9001: 2008
- b BUREAU VERITAS Certification
- c NY CO 233044



La marca de certificación se puede utilizar de la siguiente manera:

- En documentos, folletos, presentaciones y reportes.
- En la publicidad y la página Web corporativa.
- En los vehículos de la compañía tales como camiones y furgonetas.
- Letreros e insignias de la compañía.
- En exposiciones y elementos de exhibición de la compañía.

La marca de certificación deberá aparecer siempre asociada con el nombre de la empresa certificada (denominación que aparece en el certificado).

Solo se podrá utilizar la marca de certificación asociada al alcance (actividades y sedes) certificadas. Esto implica que las empresas que no dispongan de todas las actividades y sedes certificadas no podrán hacer uso de la marca de certificación a no ser que declaren el alcance de este hecho en donde se promocionen. (Anuncios, impresiones, páginas Web...)

Sobre los productos no se puede incluir ni utilizar.

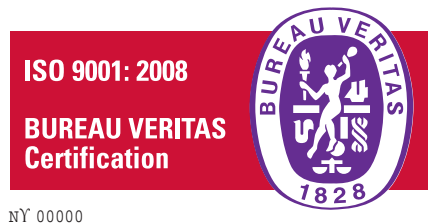
En empresas de servicios, no podrán hacer uso en el sobre del servicio prestado.

La empresa cuyo producto/servicio es un documento (informe, plano, certificado, etc...) tales como evaluadores de conformidad, ingenierías, consultores, auditores, laboratorios, etc... No podrán incluirlos en dichos documentos.

USOS INCORRECTOS



X Cambios o alteraciones en la escala o las coordenadas de cualquier elemento.



X Esta prohibido cualquier tipo de variación de color no estipulada previamente en este manual

	Bureau Veritas Certification	Bureau Veritas Certification con declaración de producto
Sobre el producto o empaque primario (exposición o menudeo)		
En cajas más grandes, usadas para transportar productos (empaque secundario o de tránsito)		
En vehículos o estructuras permanentes (edificios o avisos publicitarios)		
En panfletos, sitio web, con fines publicitarios		

La marca de certificación se puede aplicar en las siguientes maneras:

- En la literatura, folletos e informes de la compañía.
- En la publicidad corporativa y página web.
- En vehículos de la empresa, tales como camiones y furgonetas.
- En la empresa los signos y banderas.
- En la exposición de equipos y pantallas de la compañía.

Está prohibida la utilización de marcas en los informes de las pruebas de laboratorio, calibración o inspección, como se considera que dichos informes son productos en este contexto. Tampoco será posible incluirlo en documentación de tipo legal como contratos, certificados y prendas de vestir.

Utilización de Manual de Identidad Visual y Aplicación



Distintivo gráfico que reconoce las buenas prácticas en Responsabilidad Social

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Son acciones voluntarias que permiten la sostenibilidad de la armonía del planeta, acordes con los principios éticos mundialmente aceptados.

CERTIFICADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL

Es un distintivo gráfico que reconoce las buenas prácticas en Responsabilidad Social y se obtiene por medio de una herramienta llamada Diagnostica RSE, sustentado documentalmente por la empresa y verificado por la CORPORACIÓN FENALCO SOLIDARIO.

Acredita a la empresa o entidad ante sus grupos de interés, de asumir voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable, como parte de su cultura y filosofía empresarial.

Compromete a la empresa o entidad en el mejoramiento continuo de las acciones socialmente responsables, es por esta razón que no es el final de un proceso, es el inicio o la ratificación de un compromiso con la sociedad y el entorno.

DISPOSICIÓN Y TAMAÑO MÍNIMO



2.089 cms.



2 cms.

* Tamaño mínimo para disposición del logo

El Certificado en Responsabilidad Social siempre tiene que ir acompañado de un círculo blanco para su mayor legibilidad en fondo de colores diferentes.

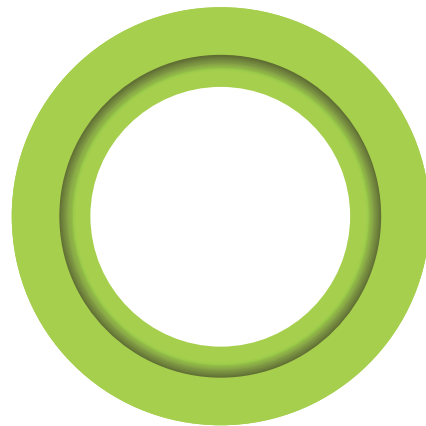
En otras aplicaciones como vinilos adhesivos y una tinta, éste se retira. Más adelante se pueden observar cada una de las aplicaciones permitidas.

La Corporación Fenalco Solidario tiene ante la Superintendencia de Industria y Comercio, registrada como marca de certificación: Certificado en Responsabilidad Social bajo resolución 3441, por esta razón, el sello debe tener la **R** legible en el lugar que se asignó.



PANTONE: 364 C

R: 79 C: 65
G:134 M: 10
B: 46 Y: 100
 K: 25



PANTONE: 381 C

R: 193 C: 18
G:218 M: 1
B: 27 Y: 95
 K: 0



PANTONE: 350 C

R: 40 C: 65
G:66 M: 10
B: 30 Y: 100
 K: 70



Blanco



Negro 100%



Negro 60%

USOS INCORRECTOS



Está prohibido cualquier tipo de variación en color y textos no estipulada previamente en este manual



Cambios o alteraciones en la escala o las coordenadas del logo o cualquier otro elemento.