



Universidad de  
**América**<sup>®</sup>  
Código SNIES 1715

# Manual de **Identidad de Marca**

Este manual es un documento que orienta el uso correcto de la marca gráfica de la **Universidad de América** ya que contiene la normativa de aplicación, uso y los lineamientos a tener en cuenta al momento de ser utilizada en soportes comunicacionales offline y online.

En él se muestran parámetros técnicos que permiten mantener la coherencia y unidad gráfica en el sistema de identidad visual basada en el uso correcto de la retícula y los signos identitarios tipográficos, simbólicos y cromáticos.

Es por tanto, una herramienta indispensable y útil para todas aquellas personas y dependencias que la utilicen, por lo que se recomienda su consulta permanente.

La Universidad de América es una marca registrada y su uso debe ser autorizado por la Dirección de Comunicaciones de la Universidad.





ISO 9001:2015  
ISO 45001:2018  
ISO 14001:2015



# Tabla de **contenido**

Manual de Identidad de Marca



**01**

Logotipo

**02**

Colores

**03**

Tipografías

**04**

Mascota

**05**

Aplicaciones



ISO 9001:2015  
ISO 45001:2018  
ISO 14001:2015  
BUREAU VERITAS  
Certification



01

# Logotipo

- Imagotipo principal
- Arquitectura del imagotipo
- Retícula & zona de seguridad
- Uso de fondos para el imagotipo
- Variaciones
- Reducción
- Textos normativos
- Submarcas

# Imagotipo principal

---

La marca **Universidad de América** se configura como un imagotipo basado en la tipografía Myriad Pro; tipografías de palo seco que potencian los valores de innovación, tecnología y modernidad que queremos asociar a la marca, combinadas con un símbolo que representa la unión de las letras “U” y “A”.



Universidad de  
**América**®  
Código SNIES 1715

# Arquitectura del imagotipo

---

## Símbolo

Este elemento gráfico representa de forma simbólica y abstracta las iniciales “U” y “A”, en alusión directa a la Universidad de América.

Está contenido dentro de un círculo que refuerza la noción de universo, unidad, solidez y tradición institucional. Este símbolo nunca debe emplearse de forma aislada ni como ícono independiente sin autorización expresa del área de comunicaciones institucionales.

## Logo wordmark

La marca nominativa está compuesta por el nombre oficial de la universidad: Universidad de América.

Se destaca la palabra “América” en una tipografía fuerte y moderna, con un uso estratégico del peso visual que refuerza la identidad y el reconocimiento de la Institución.



# Retícula & zona de seguridad

---

El logotipo posee un espacio de reserva el cual debe ser respetado para conservar su integridad y garantizar la perfecta legibilidad de la marca.

El área mínima de protección está dada por la unidad de medida del símbolo de la marca que corresponde al alto de la letra en la palabra Universidad. La medida del símbolo debe ser respetada en cada uno de los 4 lados del imagotipo.



# Uso de fondos para el imagotipo

El imagotipo debe ser ubicado sobre fondos que brinden el contraste necesario para ser claramente apreciado.

Presentamos a continuación, algunos ejemplos que pueden variar según la necesidad, siempre teniendo en cuenta que la imagen de marca no debe ser colocada sobre fondos que dificulten su visibilidad.



# Variaciones

---

El imagotipo de la Universidad de América cuentan con versiones adaptadas según el formato, escala o contexto de aplicación.

Estas variaciones buscan garantizar la legibilidad, la claridad visual y la coherencia de marca en distintos soportes y tamaños.

La versión institucional completa es la que debe usarse por defecto en la mayoría de materiales impresos y digitales.

En casos donde el espacio sea muy reducido o se requiera una aplicación de menor escala, se empleará la versión simplificada o reducida del imagotipo.

Una línea  
Dos líneas  
Tres líneas



Universidad de  
**América**<sup>®</sup>  
Código SNIES 1715



Universidad de  
**América**<sup>®</sup>  
Código SNIES 1715



**Universidad de América**<sup>®</sup>  
Código SNIES 1715

# Reducción

---

Para la comunicación gráfica, la marca puede estar presente en aplicativos que responden a necesidades y contextos específicos, así como a usuarios que se relacionen con ella de diferentes maneras.

Desde una valla publicitaria, hasta una aplicación móvil, la marca debe presentar claridad en la lectura y resolución de sus elementos, lo que exige una marca adaptable y flexible.



**180 PX \* 180 PX**

Para utilizar como foto de perfil e ícono de aplicaciones móviles.  
*Versión responsive*



1,5 cm de alto (horizontal)



1,5 cm de ancho (vertical)

# Textos normativos

El imagotipo se acompaña siempre de dos leyendas legales que son exigidas por el Ministerio de Educación Nacional en el marco de las acciones para la inspección y vigilancia de las Instituciones de Educación Superior en Colombia:

**Código SNIES 1715** - que irá siempre en el área inferior de la palabra "América".

**Fundación Universidad de América | Vigilada MinEducación** - que se ubicará siempre en el espacio lateral de la zona de trabajo en proporción directa a la marca.

®

Es el reconocimiento legal que concede exclusividad en el empleo identificativo y la explotación comercial del nombre de marca o de su correspondiente marca gráfica.



Código SNIES 1715

Fundación Universidad de América | *Vigilada MinEducación*

Emprendimiento y futuro

Social y patrimonio

Infraestructura

Comunidad

Sistemas internos

Educación



# Submarcas



ISO 9001:2015  
ISO 45001:2018  
ISO 14001:2015

BUREAU VERITAS  
Certification



02

# Colores

- Colores corporativos principales
- Colores complementarios

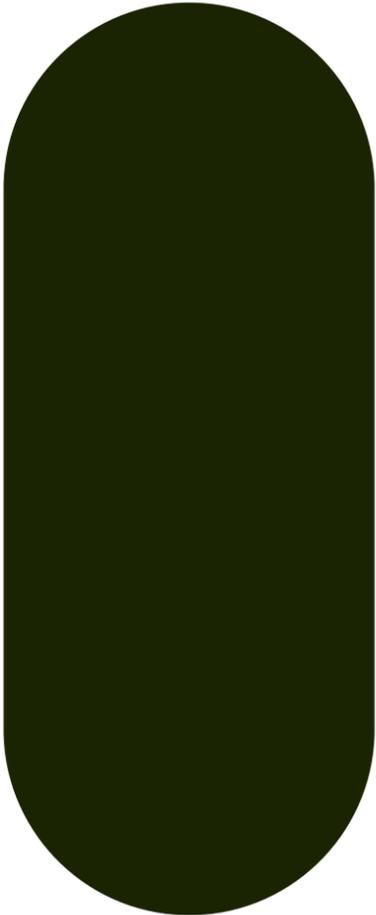
# Colores corporativos principales

---

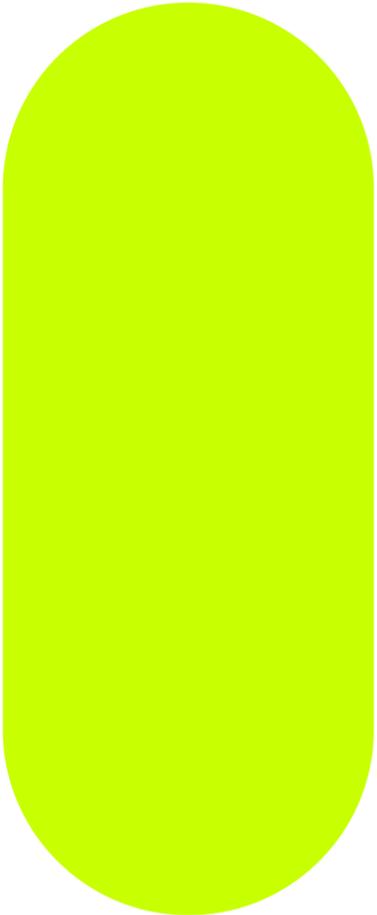
Los colores son parte crucial y distintiva de nuestra identidad, estos permiten que la marca sea instantáneamente reconocible.

Cuando son aplicados de manera consistente, los colores también otorgan un fuerte vínculo visual en los materiales y comunicaciones; diferenciándose de los competidores.

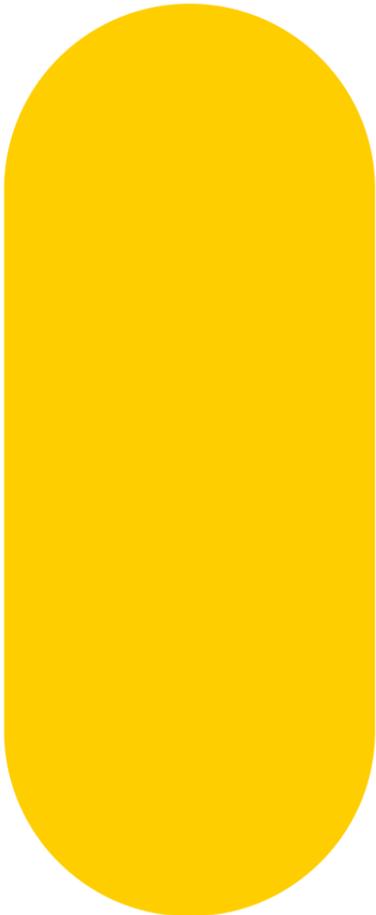
No se permite la modificación de ninguno de estos colores.



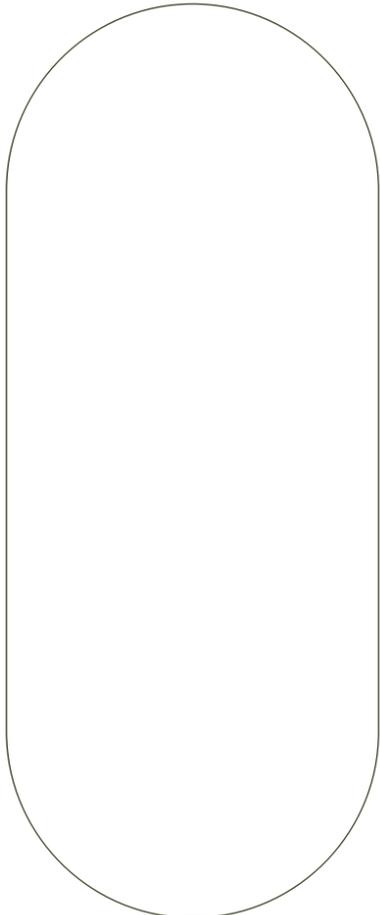
**#1A2403**  
C: 79% M: 60% Y: 80% K: 78%  
R: 26 G: 36 B: 3



**#C8FF01**  
C: 39% M: 0% Y: 100% K: 0%  
R: 200 G: 255 B: 1



**#FFCE00**  
C: 0% M: 21% Y: 100% K: 0%  
R: 255 G: 206 B: 0



**#FFFFFF**  
C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%  
R: 255 G: 255 B: 255

# Colores complementarios

Estos son los colores secundarios de la marca, que han sido designados para su uso complementario en piezas publicitarias y material promocional.

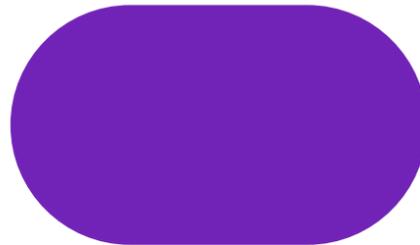
Se recomienda su uso de manera controlada para no saturar los productos, dándole más importancia al verde, amarillo y blanco.



**#00A4B5**  
C: 86% M: 1% Y: 30% K: 0%  
R: 0 G: 164 B: 181



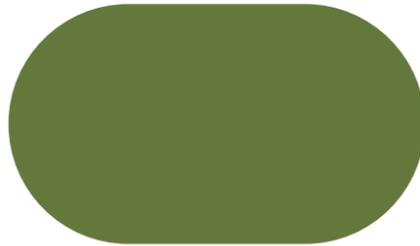
**#FF7900**  
C: 0% M: 67% Y: 100% K: 0%  
R: 255 G: 121 B: 0



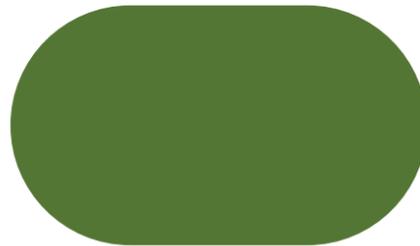
**#7223B7**  
C: 75% M: 86% Y: 0% K: 0%  
R: 114 G: 35 B: 183



**#BBD55B**  
C: 38% M: 0% Y: 85% K: 0%  
R: 187 G: 213 B: 91



**#63783A**  
C: 66% M: 33% Y: 96% K: 20%  
R: 99 G: 120 B: 58



**#547634**  
C: 74% M: 31% Y: 100% K: 18%  
R: 84 G: 118 B: 52



**#A7A9AA**  
C: 37% M: 27% Y: 28% K: 6%  
R: 167 G: 167 B: 170



**#606060**  
C: 57% M: 47% Y: 46% K: 36%  
R: 96 G: 96 B: 96



**#3D3D3F**  
C: 68% M: 58% Y: 53% K: 57%  
R: 61 G: 61 B: 63



ISO 9001:2015  
ISO 45001:2018  
ISO 14001:2015  
BUREAU VERITAS  
Certification



03

# Tipografías

- Tipografía de marca
- Tipografía corporativa

# Tipografía de marca

---

La familia tipográfica utilizada en el nombre de la marca es Myriad Pro.

Esta se clasifica por su morfología como Sans Serif, por su carencia de serifa y su diseño comunica el concepto de elegancia, poder y calidad.

Tiene un alto rendimiento y legibilidad en pequeños formatos.

Myriad Pro Condensed



Universidad de  
**América**®

Código SNIES 1715

Myriad Pro Bold

# Tipografía corporativa

Las fuentes son parte fundamental del estilo visual de la marca; estas brindan consistencia a través de todos los materiales y productos de comunicación.

La fuente principal de la Universidad de América es **Montserrat** y esta debe ser empleada para todo tipo de material y comunicación impresa y digital.

El objetivo es dar luz a lo que hay en Montserrat y mostrarlo libremente, bajo una licencia libre en código abierto SIL Open Font.

## Montserrat

**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 ! " . \$ % & / ( ) = ? ¿ ¡ ' \* ^ ¨ \_ : ; \* - + / =

Extra Light  
Thin  
*Extra Light Italic*

*Thin Italic*  
Light  
*Light Italic*

Regular  
*Italic*  
Medium

*Medium Italic*  
**Semi Bold**  
*Semi Bold Italic*

**Bold**  
***Bold Italic***  
**Extra Bold**

***Extra Bold Italic***  
**Black**  
***Black Italic***



ISO 9001:2015  
ISO 45001:2018  
ISO 14001:2015

BUREAU VERITAS  
Certification



04

# Mascota

- Hugui

# Hugui

---

Hugui es un búho sabio, símbolo del espíritu académico y la búsqueda constante del conocimiento.

Su nombre es un hipocorístico de Hugo, que quiere decir **“espíritu, razón, mente e inteligencia”** y es valorado principalmente por su sabiduría y lógica racional.

En cuanto a su personalidad, es un guardian del medio ambiente, es un animal guerrero que se adapta fácilmente en cualquier lugar, es amigable, además de ser un líder perseverante.

Desde el año 2022 es la mascota institucional de la Universidad de América, inspirada en la propuesta gráfica de Carlos Daniel Flórez Sogamoso, estudiante del programa de Arquitectura.





05

# Aplicaciones

# Cinta porta carnés



# Termo

---



# Pendones



# Membrete



# Carpeta



# Firma correo institucional

Para colaboradores

**Nombre del Colaborador**

Cargo del Colaborador

**Teléfono:** (+60 1) 3376680 **Ext.** XXXX

**Celular:** (+57) XXX XXX XXXX

**E-mail:** cuentadelcolaborador@uamerica.edu.co

**EcoCampus de los Cerros**

Avenida Circunvalar No. 20-53

Bogotá D.C. | Colombia



Para docentes

**Nombre del Colaborador**

Docente | Facultad a la que pertenece

**Teléfono:** (+60 1) 3376680 **Ext.** XXXX

**Celular:** (+57) XXX XXX XXXX

**E-mail:** cuentadelcolaborador@profesores.uamerica.edu.co

**Oficina:** Avenida Circunvalar No. 20-53 | Bogotá D.C. | Colombia



**UNIDOS  
CREAMOS  
FUTURO**



**Dirección de Comunicaciones**  
**comunicaciones@uamerica.edu.co**

**EcoCampus de Los Cerros**  
Avenida Circunvalar No 20 -53  
(60 1) 33 76 680

**Sede Norte**  
Calle 106 No. 19 - 18  
(60 1) 65 80 658

Bogotá D.C., Colombia

# Manual de **Identidad de Marca**