



Universidad del
Rosario

MANUAL DE MARCA

**GUÍA DE ESTILO Y
BRAND BOOK
DE APLICACIÓN**

The background is a solid red color with several overlapping, semi-transparent, organic shapes in a darker shade of red. These shapes resemble stylized leaves or petals, creating a layered, textured effect. The shapes are positioned primarily on the left and center-left side of the frame, leaving the right side more open for the text.

Somos una universidad con un nuevo enfoque, que no se olvida de su historia sino que toma lo mejor de su trayectoria para seguir liderando, innovando y conectando nuestra educación con el resto del mundo.

CONTENIDO

- A. VALORES DE MARCA
- B. LOGOSÍMBOLO
- C. CONSTRUCCIÓN DEL SISTEMA DE MARCA
- D. IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL
- E. APLICACIONES INSTITUCIONALES

The background is a solid dark red color with a subtle gradient. Overlaid on the left side are several overlapping, semi-transparent geometric shapes in various shades of red, including triangles, circles, and polygons, creating a layered, abstract effect.

**VALOR DE
MARCA**

- 
1. Objetivos
 2. Herencia de marca
 3. Competencias
 4. Valores de marca
 5. Personalidad
 6. Visión
 7. Identidad
 8. ADN de la marca
 9. Posicionamiento
 10. Estilo fotográfico

1. Objetivos

- Captar y desarrollar estudiantes con desempeño sobresaliente.
 - Ser efectivos en el proceso formativo de los estudiantes.
 - Fortalecer el cuerpo profesoral de excelencia.
 - Ser una universidad con carácter internacional y reconocimiento nacional.
- Lograr la sostenibilidad a largo plazo sin sacrificar el posicionamiento a corto plazo.
 - Soportar el desarrollo institucional en un hábitat competitivo.

2. Herencia de Marca

A través de los años, la Universidad del Rosario siempre ha estado enfocada en influir en los caminos políticos y científicos del país y el mundo bajo un propósito de innovación, progreso y emprendimiento.

3. Competencias

- Amplia y variada oferta de programas académicos con opciones financieras para los aspirantes.
 - Metodologías pedagógicas innovadoras.
 - Cuerpo profesoral con formación de posgrado.
 - Conocimiento y desarrollo en investigación y extensión.
 - Enfoque internacional para nuestros egresados.
 - Hábitat de competitividad, innovación y aprendizaje de vanguardia.
-

4. Valores de Marca

La Universidad del Rosario enfoca los valores expresivos de su marca en lograr una conexión con su comunidad estudiantil, interpretando sus propósitos, aspiraciones, anhelos, intereses y proyecto de vida.

5. Personalidad

Su personalidad es la de un ser profesional y emprendedor, hábil, vivaz, apasionado y soñador, inquieto por el conocimiento, lleno de iniciativa, creatividad y liderazgo.



6. Visión

Seremos una universidad transformadora de ideas en innovaciones al servicio del bien común, con reconocimiento global y referente en Colombia y América Latina por su oferta académica e investigación de excelencia, al igual que por su compromiso con la construcción de país en conjunto con las regiones.

Seremos una universidad sostenible que promueve experiencias generadoras de conocimiento para todos los miembros de su comunidad, que forma líderes con compromiso social y vocación humanista, internacional e intercultural que se extiende más allá de las fronteras.

7. Identidad

La UR es la primera opción para estudiantes que busquen una comunidad universitaria de alto desempeño y vocación internacional que mueva fronteras a través de la investigación y la innovación, entregando a la sociedad actores protagónicos de las grandes transformaciones.

8. ADN de la Marca

Toda elemento de comunicación de la universidad tales como: imágenes, textos y copys, frases de campaña, audios, videos, redes sociales, web sites, micrositos, landing pages, etc, deberán estar alineados con todos los elementos de la estrategia de marca, dejándola ver como una universidad sapiente, innovadora, de vanguardia, creativa, emprendedora, internacional y comprometida con el desarrollo de la sociedad.

9. Posicionamiento

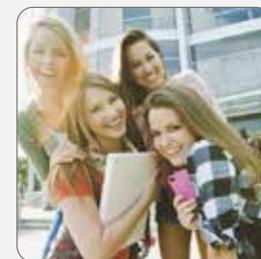
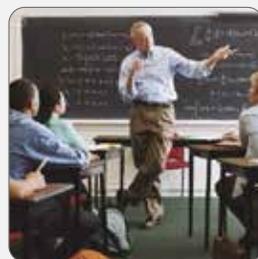
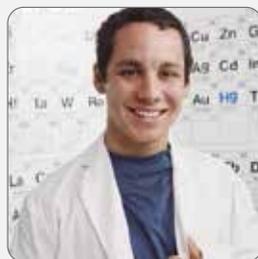
Personas
con
Propósito
que transforman el país



10. Estilo fotográfico

Las imágenes fotográficas son un componente importante en los materiales de comunicación de la Universidad del Rosario. En general, se deben seleccionar fotografías que apoyen la personalidad y la visión de la marca, comunicando beneficios, expresiones y valores más que productos, y los temas deben ser amplios, metafóricos y fáciles de entender. Se recomienda el uso de fotografías a color, con colores nítidos y fuertes, evitando imágenes decoloradas o de mala calidad.

Se pueden utilizar fotografías de personas, objetos o naturaleza, pero siempre es necesario enfatizar actitudes positivas, frescas, tranquilas y contemporáneas. Las imágenes pueden sangrar los bordes de las páginas para dar protagonismo al tema central. También se pueden utilizar imágenes silueteadas. Se deben evitar imágenes oscuras, borrosas o con efectos, y todas las imágenes que transmitan alguna emoción negativa deben ser descartadas para las piezas gráficas de la Universidad.



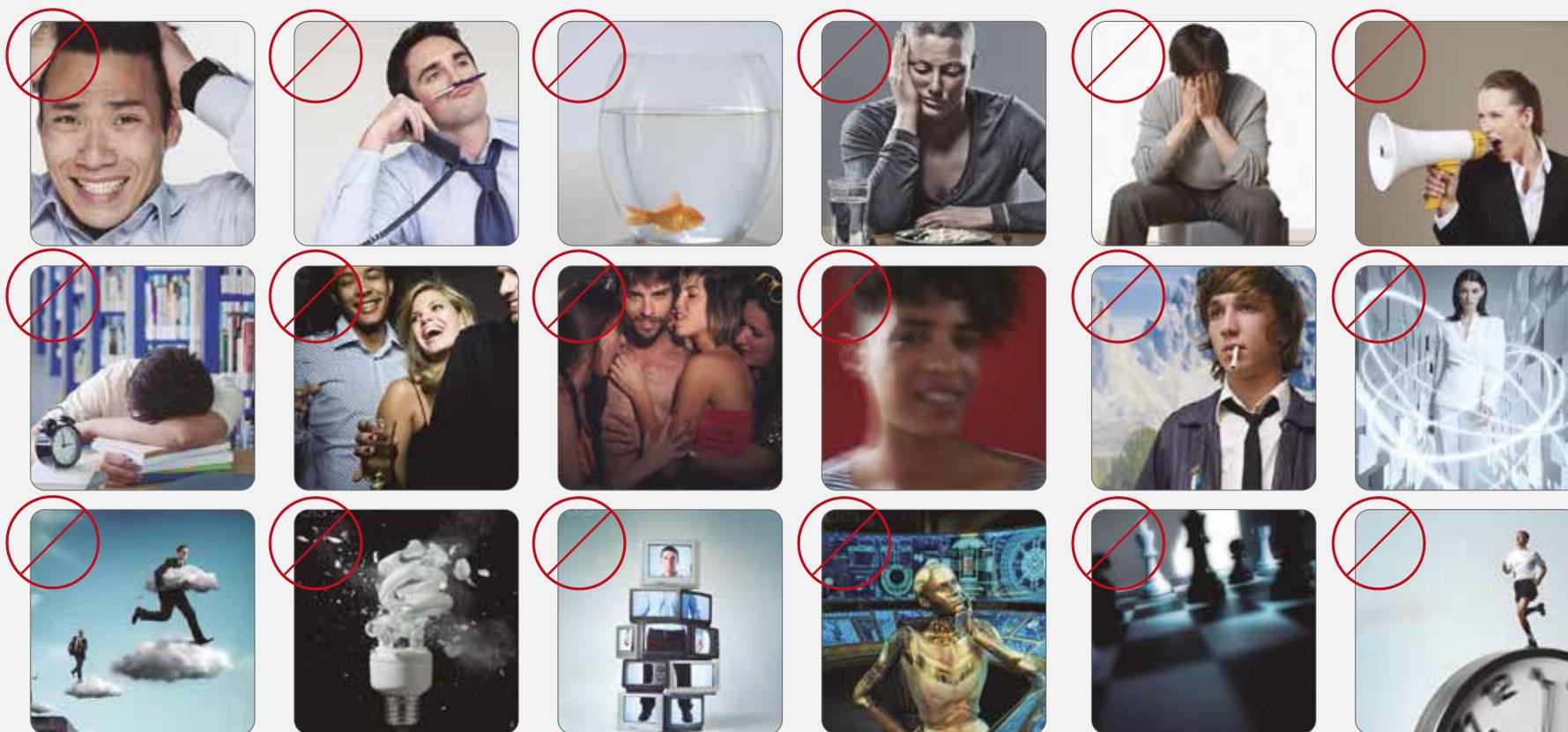
Cuando se utilicen imágenes de objetos o animales, se requiere que sean claras, nítidas y que ayuden en la comunicación. Este tipo de imágenes complementan muy bien las fotografías de personas, hacien-

do que en algunos casos se puedan utilizar las metáforas de los objetos como un aliado en la comunicación diferenciada.



Las imágenes deben ser frescas y luminosas siempre que se vayan a utilizar en piezas de la Universidad. Se deben evitar imágenes en donde las personas aparezcan con actitudes negativas, violentas, de carácter sexual o con doble sentido, así como con actitudes de consumo de licor u otros vicios o cualquier otra que no esté alineada con los valores

creados y propuestos para la marca. También se deben evitar imágenes irreales, con efectos visuales poco creíbles o anticuados y objetos rotos o en mal estado. En esta página se muestran algunos ejemplos de fotografías que no se deben utilizar.



The image features a dark blue background on the right side, which contains the text 'LOGOSÍMBOLO'. On the left side, there is a large, abstract graphic composed of several overlapping, rounded shapes in various shades of red. A vertical red bar is positioned on the far left, partially overlapping the other shapes. The overall composition is modern and minimalist.

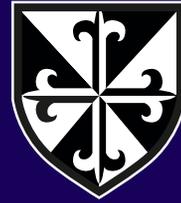
LOGOSÍMBOLO

- 
1. El Escudo
 - a. Heráldica
 - b. Construcción y geometría
 - c. Tamaño mínimo
 2. Color institucional
 3. Tipografía
 4. Área de protección
 5. Arquitectura
 - a. Extensiones y dependencias
 - b. Cartas de color
 - c. Versiones
 - d. Aplicación UR Parthners
 6. Usos incorrectos

1. El Escudo

LA HISTORIA

de nuestro logo



1215

En el siglo XII se fundó la Orden Militar, quienes utilizaban la cruz de Calatrava como su emblema. En el año 1215, el patriarca Santo Domingo de Guzmán, fundador de la Orden de Predicadores (conocida también como Orden Dominicana) adaptó en blanco y negro las cuatro flores de lis que componen el símbolo.



1653

Fray Cristóbal de Torres funda el Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario y hereda el emblema distintivo de los dominicos.



1936

La cruz de Calatrava sustituye la simbología que se encontraba en la parte interna del escudo anterior, conservando los lambrequines diseñados por Dionisio de Renart.



Universidad del Rosario

2013

Con el objetivo de llegar a más jóvenes y darle una imagen más amena y jovial a la Universidad del Rosario, en el año 2013 se actualizó la tipografía por una versión más moderna.



Universidad del Rosario

2020

Se efectuó el cambio de color en el logo al rojo vivo de la planta *Mutisia Clematis*, la cual fue descubierta por José Celestino Mutis en la expedición botánica.



1909

Dionisio Renart realizó la escultura de Fray Cristóbal de Torres y diseñó libremente el escudo de la Universidad basándose en la biografía del fundador, desconociendo que el emblema que manejaban era la cruz de Calatrava.



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

2009

El diseñador gráfico colombiano Carlos Duque, planteó un nuevo diseño sin modificar los elementos del escudo anterior y la tipografía comienza a hacer parte del logo.



Universidad del Rosario

2015

En el 2015 se trabajó la tipografía del logo con el fin de hacerla más amigable y comprensible, resolviendo los problemas de legibilidad. Esta fuente se estableció como la tipografía institucional.

Bibliografía

- Revista Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, (1905). Bogotá, Colombia.
- Revista Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, (1934). Bogotá, Colombia.
- Gaviria Yara, R., (2008). Historia y tradición de la Universidad del Rosario. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario.
- Estatua de Fray Cristóbal de Torres: semblanza a un fundador. sf. Bogotá, Colombia.

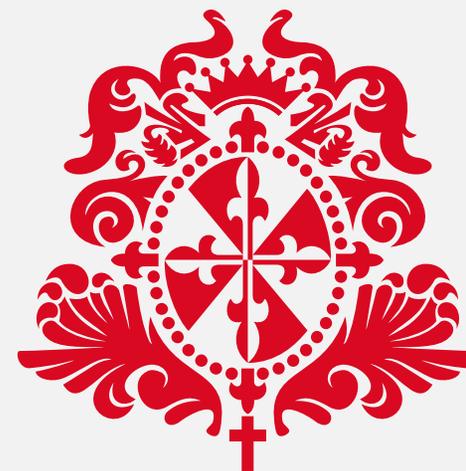
- <https://www.urosario.edu.co/URosario360/Noticias/Estatua-de-Fray-Cristobal-de-Torres-semblanza-a-un/>
- M. Guzmán, comunicación personal, enero de 2020.
- Luis E. Nieto, comunicación personal, enero de 2020.

1. El Escudo / Heráldica

El símbolo que identifica a la UNIVERSIDAD DEL ROSARIO está basado en el escudo esculpido por Dionisio Renart García que se ubicó en el pedestal de la estatua del Fundador Fray Cristóbal de Torres en la época en que Monseñor José Vicente Castro Silva fuera rector de la Universidad (1930 -1968).

El diseño del símbolo lo elaboró libremente Renart, incluyendo la Cruz de Calatrava, compuesta por cuatro flores de lis divididas por sus mitades e inscritas en un óvalo que representa un “rosario”, el cual termina en su parte inferior con una cruz. Los cuatro extremos del óvalo están rematados por una flor de lis más pequeña y una orla dominada, en su parte superior, por una corona; todo como representación de los orígenes de la Universidad en el reino de España y la comunidad de los dominicos a la cual pertenecía Fray Cristóbal de Torres.

En esta nueva identidad se conservan todos los elementos representativos de la marca, y se ha incluido el nombre UNIVERSIDAD DEL ROSARIO en una tipografía actual y moderna, la cual le da un nuevo carácter a la imagen y la presenta de una manera más limpia y con mayor lecturabilidad.



Universidad del Rosario

1. El Escudo / Construcción y geometría

Nuestro logotipo ha sido construido teniendo en cuenta la proporción áurea que consiste en una serie de rectángulos en los que sus lados guardan una proporción básica, muy presente en la naturaleza y que tiene un gran atractivo visual, lo que suele ser utilizado en composición visual para crear percepciones armónicas.



Basados en la proporción áurea se han construido dos versiones únicas para el logotipo de la UNIVERSIDAD DEL ROSARIO, una vertical y otra horizontal.

Tamaño mínimo:

El logotipo no puede ser reproducido a tamaños inferiores a los indicados, en caso de ser necesario, se debe solicitar autorización a la gerencia de branding de la universidad.

VERTICAL



HORIZONTAL



2. Colores institucionales

La logotipo de la UNIVERSIDAD DEL ROSARIO considera el uso de un solo color institucional y es de obligatorio cumplimiento reproducirlos con la mayor fidelidad, independientemente del soporte de impresión seleccionado y no puede utilizarse ningún otro color o variación de color para la representación del símbolo de la UNIVERSIDAD DEL ROSARIO.

A continuación se especifica la correcta implementación de color para tintas directas y composiciones tanto CMYK para impresión y RGB para medios digitales.

El Rojo *Mutisia Clematis*

Inspirado en la fuerza del color rojo de nuestra emblemática flor *Mutisia Clematis* descubierta por el sabio José Celestino Mutis.



PANTONE® 3546C

185U 2X

RGB: R:218 G:9 B:33

HEX/HTML: **DA0921**

CMYK: C:6 M:100 Y:90 K:1



El origen del concepto

José Celestino Mutis expresó en la flor de la enredadera *Mutisia Clematis* el símbolo de la expedición botánica, planta que está directamente ligada a la historia Rosarista ya que su descubrimiento marcó el desarrollo de importantes estudios botánicos y científicos financiados por el entonces Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, institución a la cual pertenecía el sabio y en donde pudo dar rienda suelta a su obsesión con la realización de estudios de la historia natural de América, mientras ejercía en nuestra universidad como médico y docente de la cátedra de matemáticas.

2. Colores institucionales / Analogía de Marca

Nombre Científico:
Mutisia Clematis

Planta nombrada en honor al sabio José Celestino Mutis por el botánico sueco Carl von Linné (castellanizado Carlos Linneo)

"Te felicito por tu nombre inmortal que no borrarán los siglos" ...Linneo



El color rosarista

El rojo rosarista significa

- FUERZA
- VALENTÍA
- CALIDEZ

Mutis el Botánico más grande de América

**GRADUADOS
PRIVILEGIADOS**

Única en su especie
**FORMACIÓN
EXCEPCIONAL**

Compleja y simple
**INNOVACIÓN
DISRUPTIVA**

Primera flor proveniente de la Nueva Granada hacia España
VOCACIÓN GLOBAL

30 años duró la Expedición Botánica
PERSISTENCIA

2. Colores institucionales / Complementarios

Positivo



Universidad del
Rosario

ROJO MUTISIA CLEMATIS



Universidad del
Rosario

BLANCO Y NEGRO



Universidad del
Rosario

GRIS al 50%

Negativo



Universidad del
Rosario



Universidad del
Rosario



Universidad del
Rosario

Colores
Complementarios



Universidad del
Rosario

GRIS AL 70%



Universidad del
Rosario

RGB: R:49 G:0 B:160
HEX/HTML: 3100A0
CMYK: C:96 M:94 Y:0 K:0



Universidad del
Rosario

RGB: R:25 G:3 B:86
HEX/HTML: 3100A0
CMYK: C:100 M:100 Y:33 K:36



3. Familias tipográficas

Para la UNIVERSIDAD DEL ROSARIO se ha seleccionado la fuente tipográfica *TheSans* en sus diferentes versiones con el fin de complementar su identidad de marca. Es una tipografía *sans serif*, de fácil lectura y con variedad de versiones para dar carácter diferente a las piezas gráficas. Debe ser utilizada en impresos y en general cualquier material (así sea para envío digital) que no se envíe con los textos abiertos.

TheSans

TheSans Light Plain

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

TheSans Light Italic

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890*

TheSans Semi Light Plain

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

TheSans Semi Light Italic

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890*

TheSans Semi Bold Plain

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

TheSans Semi Bold Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

TheSans Bold Plain

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

TheSans Bold Italic

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890*

TheSans Black Plain

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

TheSans Black Italic

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890*

Fuentes complementarias

Calibri (web, power point, word, excel, plantillas HTML)

Calibri Light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

Calibri Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

Calibri Italic

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890*

Calibri Bold

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890**

Calibri Bold Italic

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890**

Din (Títulos, sub-títulos, destacados)

Din Light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

Din Condensed

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

Din Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

Bebas Neue

(Títulos, sub-títulos, destacados)

BEBAS NEUE BOOK

AABBCCDDEEFFGGHHIIJJKKLLMM
NNOOPPQQRRSSTTUUVVWWXXYYZZ
1234567890

Din Medium

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

BEBAS NEUE BOLD

AABBCCDDEEFFGGHHIIJJKKLLMM
NNOOPPQQRRSSTTUUVVWWXXYYZZ
1234567890

4. Área de protección

El área de seguridad es una zona de protección que sirve para alejar otros elementos gráficos de la identidad gráfica de la Universidad, evitando de esta forma la pérdida de visibilidad y la interferencia de otros elementos que componen las piezas gráficas.

No está permitido ubicar ningún elemento gráfico o fotográfico dentro de este espacio.

Esta área de seguridad esta referenciada por la letra "O", medida que es equivalente a la altura de la letra "O" que conforma la palabra ROSARIO dentro del logotipo de la marca.



5. Arquitectura de Marca

En este capítulo se muestra el correcto manejo de la identidad de la Universidad del Rosario cuando deba ir acompañada de los nombres de las escuelas o facultades y sus respectivos programas.

Estas versiones se deben utilizar cuando se desarrolle material gráfico exclusivo de las escuelas o programas, más no debe utilizarse en piezas gráficas corporativas de la Universidad.

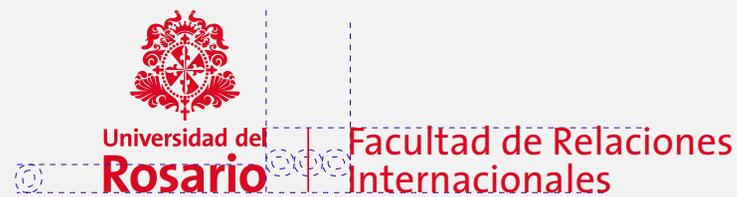
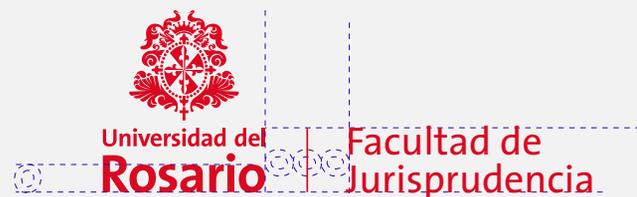
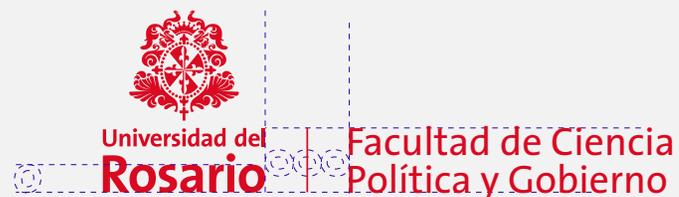
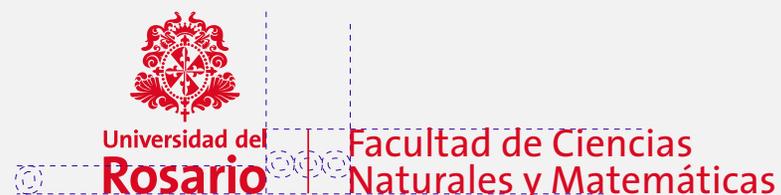
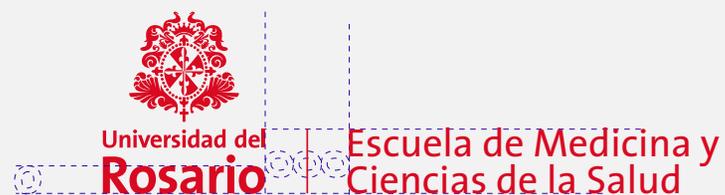
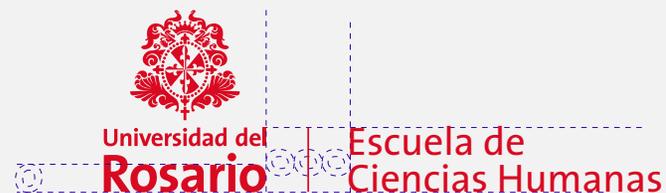
Versión vertical del
logosímbolo en su color
original (Pantone 7621)



Nombre de la facultad en tipografía The
Sans Plain. Color Pantone 7621. Alto total
igual a logotipo Universidad del Rosario

Universidad del
Rosario | Nombre de la
Facultad

5. Arquitectura de Marca / Extensiones y dependencias



5. Arquitectura de Marca / Extensiones y dependencias

Versión vertical del
logosímbolo en su color
original (Pantone 7621)



Universidad del
Rosario

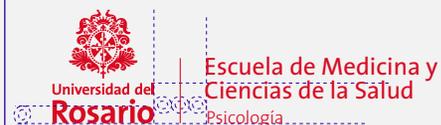
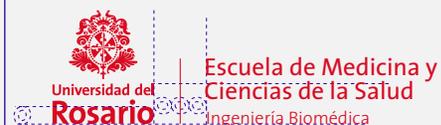
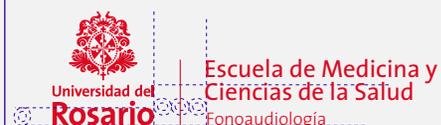
Nombre de la escuela o facultad en
tipografía The Sans Plain. Color Pantone
7621. Alto total igual a logotipo Universidad
del Rosario

Nombre de la
Facultad

Nombre del programa
o la carrera

Nombre del programa en tipografía The
Sans Light Plain. Color Pantone 7621.

5. Arquitectura de Marca / Extensiones y dependencias



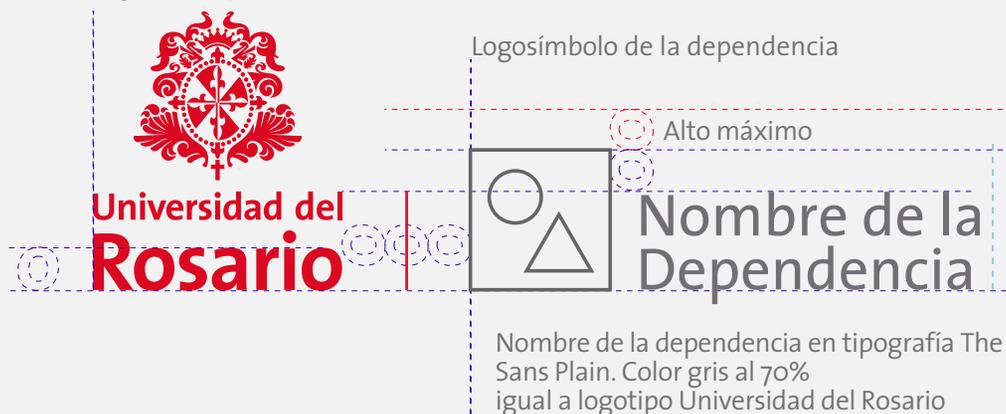
5. Arquitectura de Marca / Extensiones y dependencias



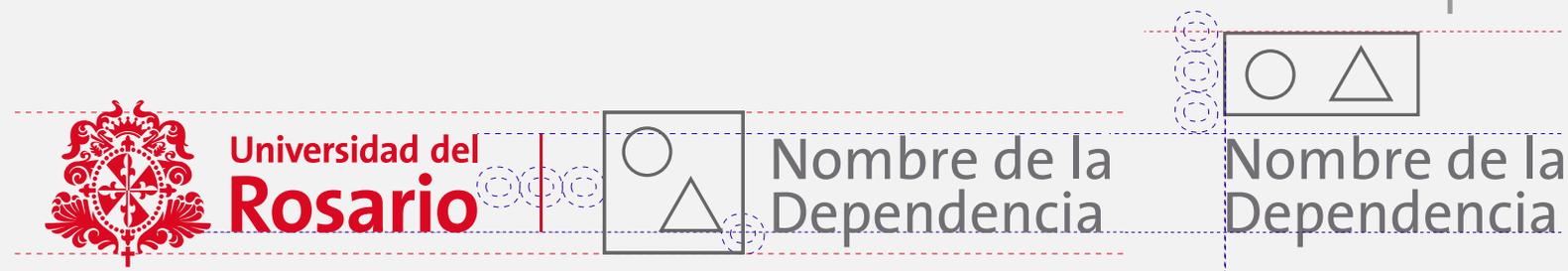
5. Arquitectura de Marca / Extensiones y dependencias

Dependencias Administrativas

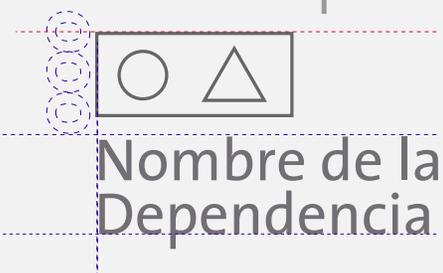
Versión vertical u horizontal del logotipo en su color Rojo Mutisia DA0921



Alto máximo en horizontal



Otra disposición



5. Arquitectura de Marca / Extensiones y dependencias

Ejemplos de aplicación

En ningún caso el logo de una dependencia podrá superar en proporción al logo oficial de la universidad



Universidad del
Rosario



ConsUR

CONSULTORIO JURÍDICO Y
CENTRO DE CONCILIACIÓN



Universidad del
Rosario



Centro de Recursos para el
Aprendizaje y la Investigación



Universidad del
Rosario



Centro de Enseñanza, Aprendizaje
y Trayectoria Profesional



Universidad del
Rosario



Instituto Rosarista para
el Estudio del Envejecimiento
y la Longevidad



Universidad del
Rosario



5. Arquitectura de Marca

Cartas de color secundarias

Esta página muestra la paleta de colores secundarios que ha sido seleccionada para dar acentos de color a las piezas, con el fin de complementar la identidad visual.

Es una selección de colores muy viva y dinámica que brinda una amplia gama de posibilidades al momento de diseñar.

De esta misma paleta se han seleccionado colores que representan a cada una de las escuelas y facultades de la UNIVERSIDAD DEL ROSARIO.

Cuando se utilice esta paleta en piezas corporativas, los colores seleccionados deberán tener relación con la imagen que ilustra la pieza gráfica.





Universidad del
Rosario

**Escuela de Medicina
y Ciencias de la Salud**

RGB: R:0 G:51 B:204
HEX/HTML: 0033CC
CMYK: C:92 M:85 Y:99 K:0



Universidad del
Rosario

**Escuela de
Ciencias Naturales**

RGB: R:152 G:217 B:8
HEX/HTML: 98D90B
CMYK: C:52 M:0 Y:96 K:0



Universidad del
Rosario

**Facultad de
Jurisprudencia**

RGB: R:0 G:160 B:160
HEX/HTML: 00A0A04
CMYK: C:83 M:18 Y:96 K:0



Universidad del
Rosario

**Facultad de Estudios
Internacionales,
Políticos y Urbanos**

RGB: R:165 G:20 B:88
HEX/HTML: A51458
CMYK: C:41 M:99 Y:51 K:2



Universidad del
Rosario

Facultad de
Economía



RGB: R:232 G:103 B:12
HEX/HTML: E8670C
CMYK: C:9 M:77 Y:95 K:0



Universidad del
Rosario

Facultad de
Creación



RGB: R:255 G:120 B:90
HEX/HTML: FF785A
CMYK: C:0 M:72 Y:64 K:0



Universidad del
Rosario

Escuela de Ingeniería,
Ciencia y Tecnología

RGB: R:05 G:104 B:114
HEX/HTML: 056872
CMYK: C:86 M:36 Y:43 K:25



Universidad del
Rosario

Escuela de
Ciencias Humanas

RGB: R:102 G:45 B:145
HEX/HTML: 662D91
CMYK: C:76 M:92 Y:0 K:0



**Rosario
GSB**

Graduate School of Business

RGB: R:14 G:106 B:140
HEX/HTML: 0E6A8C
CMYK: C:87 M:45 Y:28 K:12



**Rosario
GSB**

Graduate School of Business

RGB: R:32 G:32 B:32
HEX/HTML: 202020
CMYK: C:83 M:81 Y:72 K:59

5. Arquitectura de Marca / Versiones adicionales

Para casos especiales como el material promocional de la TIENDA ROSARISTA y material dirigido a un público joven, se han creado dos representaciones de la marca modernas, internacionales y alineadas con el estilo universitario.

Se busca con estas opciones la posibilidad de implementar material promocional cercano y atractivo para el público joven que quiere llevar en diferentes accesorios la marca de la UNIVERSIDAD DEL ROSARIO.

Estas opciones de marca nunca deben ser utilizadas en material corporativo o piezas gráficas de comunicación diferentes a las comercializadas en la tienda rosarista y/o por el área de mercadeo quienes velan por el correcto uso de estas aplicaciones. Adicionalmente nunca se deben utilizar acompañadas del símbolo (escudo) de la universidad.

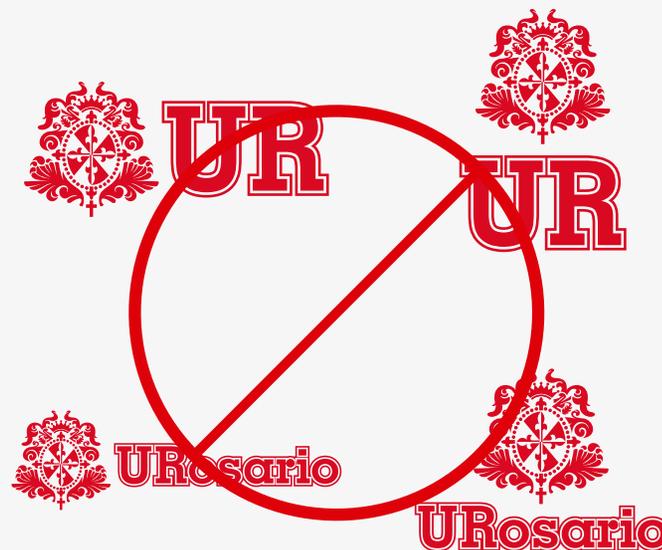
VERSIÓN ADICIONAL A



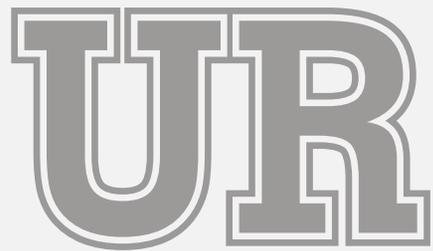
VERSIÓN ADICIONAL B



ATENCIÓN: En ningún caso se podrán utilizar estas versiones acompañadas del símbolo (escudo)



UR CORRECTAS VERSIONES DE COLOR



Sobre colores de fondo utilizar siempre alguna de las tres versiones de color. No utilizar colores para el logo diferentes a los propuestos.



5. Arquitectura de Marca / Aplicación UR Partners

Los UR Partners son un grupo de estudiantes que con amor, pasión y orgullo apoyan las actividades de marketing y relacionamiento en colegios y empresas por toda Colombia para enamorar a los futuros rosaristas.



Otros esquemas de color:



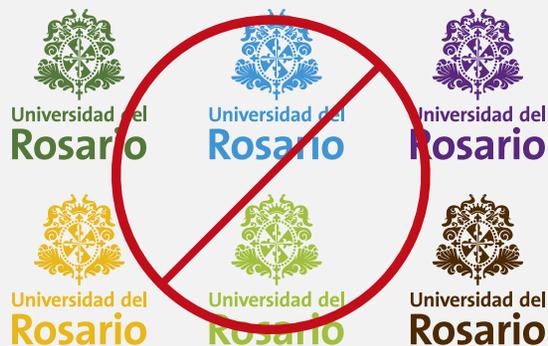
6. Usos incorrectos

Evitar el uso incorrecto del logotipo es fundamental para mantener y proteger la marca. Esta página muestra los principales usos incorrectos que se le dan a las marcas y los cuales se deben evitar a toda costa.

El logotipo siempre debe ser reproducido en alta resolución, solicitando los archivos digitales ORIGINALES que solamente pueden ser suministrados por el área de mercadeo de la Universidad. Evite manipular el logotipo o parte de él, pues generalmente esto genera variaciones indeseables en la forma y contorno de los elementos compositivos de la identidad visual.

Es importante tener en cuenta que todo lo que no esté permitido en el manual se debe evitar. El cumplimiento de las normas de la identidad de marca está dado por el cumplimiento del manual y no se deben intentar variaciones que estén por fuera de las especificaciones descritas en este documento

ATENCIÓN: En ningún caso se podrán utilizar otros colores para componer el logotipo de la universidad



1. *No variar la disposición de los elementos*



2. *No cambiar la configuración tipográfica*



3. *No variar las proporciones de los elementos*



4. No utilizar el símbolo solo o como elemento decorativo



7. No utilizar el símbolo con el logo resumido



5. No utilizar fuentes tipográficas diferentes a la del logosímbolo



8. No rotar el logo en ningún ángulo



6. No ubicar elementos dentro del área de protección



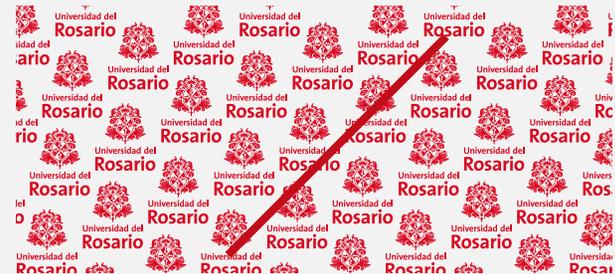
9. No utilizar sombras o resplandores de ningún tipo



10. No utilizar colores diferentes para el logotipo



13. No utilizar como elemento repetitivo



11. No utilizar sobre fondos de color



14. No intentar darle volumen al logo en las piezas gráficas



12. No utilizar como marca de agua



15. No deformar el logo vertical u horizontalmente



Aplicación de la marca a Consejos Estudiantiles

En este capítulo se muestra la correcta aplicación de la marca cuando deba ir acompañada de los diferentes consejos estudiantiles de cada facultad o escuela.

Versión vertical del logotipo en su color original (Pantone 7621)



Mini-escudo del consejo estudiantil



Siglas del consejo en color institucional (Pantone 7621) y outline de 0,6 pt
Fuente: Indulta SemiSerif

Nombre del consejo en gris al 70%
Fuente: Indulta SemiSerif

Universidad del
Rosario

CEJ
Consejo Estudiantil
de Jurisprudencia

Aplicación de la marca a Consejos Estudiantiles - Especificaciones Gráficas

Los consejos estudiantiles podrán escoger un ícono representativo de su escuela o facultad



También pueden elegir entre laureles o cenefas para su mini-escudo



Se pueden cambiar los colores a otra escala tonal para su diferenciación



EJEMPLOS





CONSTRUCCIÓN
DEL SISTEMA

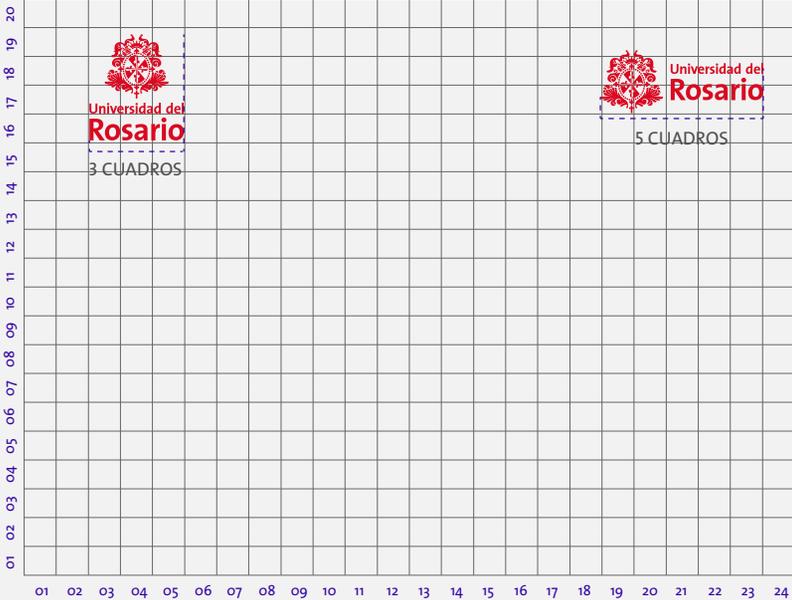
- 
1. Formatos y retículas
 2. Sistema de identidad visual
 - a. El elemento identificador
 - b. Aplicación del identificador
 3. Información legal de los programas
 4. Aplicación del sistema
 - a. Institucional
 - b. Pregrado
 - c. Posgrado
 - d. Portal Web
 5. Co-branding

1. Formatos y retículas

La construcción del sistema de identidad en las piezas gráficas es fundamental para darle orden a toda la comunicación de la marca. Es importante tener en cuenta los diagramas que se muestran en esta sección para garantizar la correcta aplicación de los diferentes elementos que componen el sistema. En los ejemplos se emplean los espacios mínimos que se deben respetar entre los elementos y el espacio, pero pueden hacerse variaciones si lo que se busca es darle más protagonismo a la imagen en las diferentes piezas gráficas.



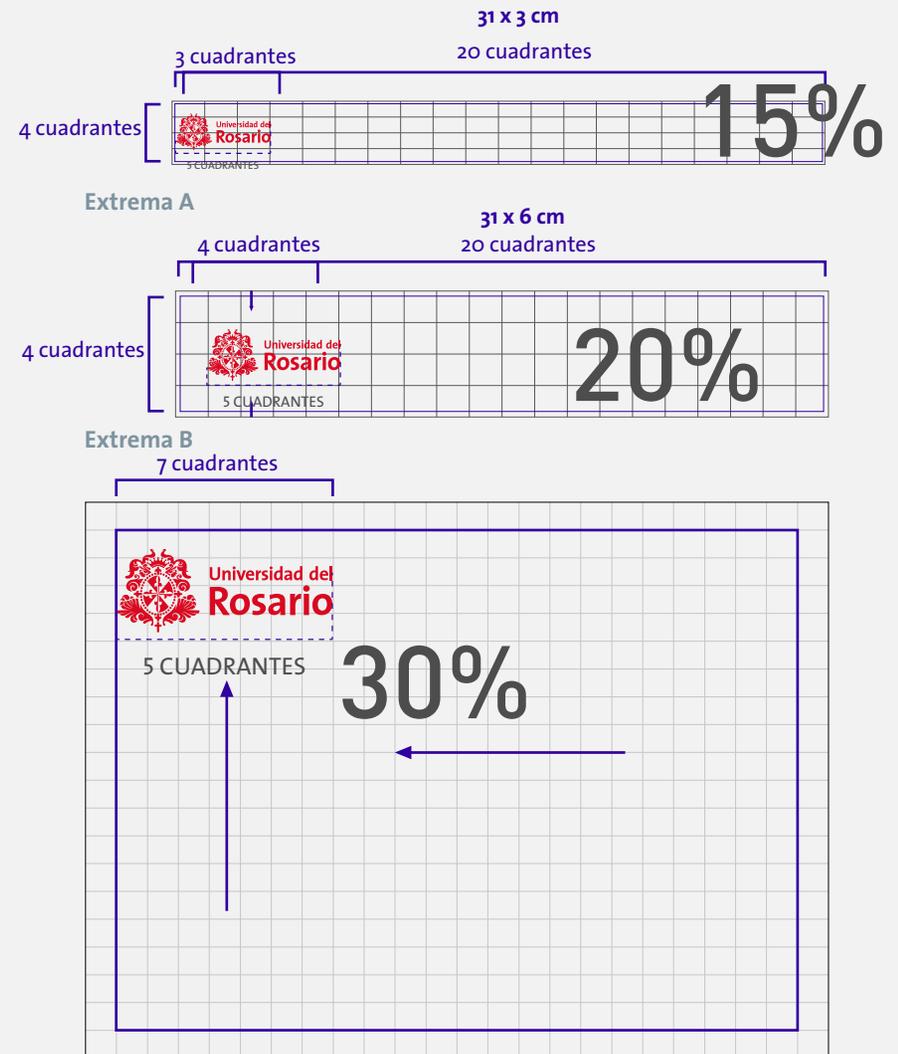
Las retículas están compuestas por cuadrantes, los cuales no necesariamente mantienen sus 4 lados iguales, son áreas de 20 x 24 cuadros de diagramación que tomamos como referencia para mantener la proporción de los elementos del sistema gráfico y la composición de todos ellos dentro de cada pieza.



Formatos



Rejilla vertical



Rejilla horizontal

2. Sistema de identidad visual



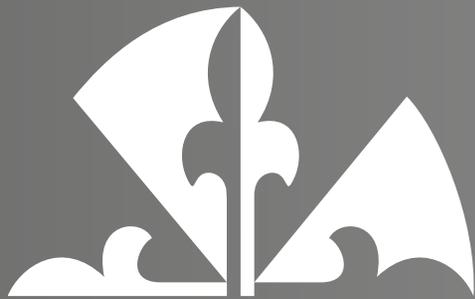
El objetivo del sistema de identidad visual es representar e identificar una marca, producto, empresa u organización dentro del contexto de su mercado y frente a su competencia. También se crea para estandarizar y racionalizar el uso de símbolos utilizados en la comunicación, la cual además, debe ir en línea con la imagen que se desea proyectar interna y externamente para la marca.

La tarea del sistema de identidad es la de proveer elementos gráficos que permitan generar un mensaje visual claro, coherente y efectivo, en línea con los planes de comunicación desarrollados; no sólo es la representación gráfica de la marca, sino que además es una forma de comunicar la personalidad que la conecta con su público de interés.

Este sistema está compuesto por una serie de elementos adicionales al logotipo que en conjunto le permiten a la marca comunicarse gráficamente y construir un todo visual.

2. Sistema de identidad visual

El Elemento Identificador



Nace de la cruz de Calatrava, conserva los elementos heráldicos de la flor de lis y sus altos contrastes inmediatos emplazados en dos diagonales opuestas contrastadas que simulan el cruce interno del escudo. Este elemento tiene la misión de hablar del Rosario en donde sea que este, de modo que al verlo nuestro público sepa que es la Universidad del Rosario hablando.

2. Sistema de identidad visual / Aplicación del identificador

El identificador deberá ser aplicado en el footer de las piezas y tiene 3 versiones de color basadas en las cartas de color institucionales. Estas se pueden usar según convenga gráficamente o en casos extremos se puede modificar el color de la base y su diagonal de acuerdo al color de la pieza, en estas franjas inferiores puede ir todo tipo de información de cierre de una publicación: Info de contacto, botones, links, redes sociales, fechas de cierre, textos legales y certificaciones.

COLORES PRINCIPALES



CASO EXTREMO
(Jurisprudencia)



Aplicación para portadas

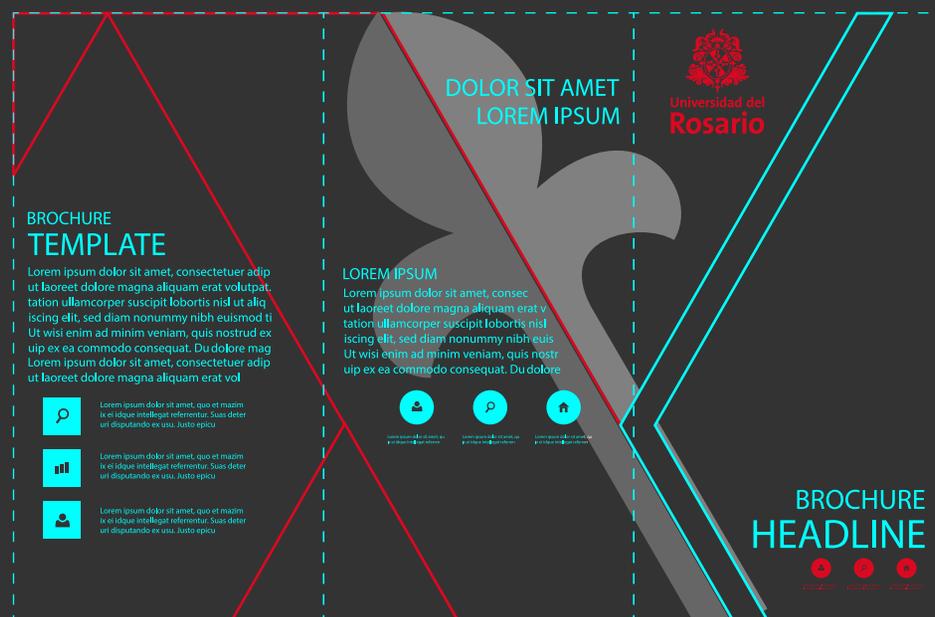
Otra virtud del identificador es la capacidad de graficar el inicio de cualquier publicación, así como estructurar su diagramación interna. Aquí podemos ver un ejemplo de cómo es la aplicación correcta para portadas, es la única forma en la cual se puede usar el blanco contrastado con el rojo *Mutisia* del escudo.



Ejemplo de diagramación con el identificador

Como ya se dijo, el identificador puede ayudar a dar estructura a la diagramación interna, siempre y cuando se juegue dentro de los tonos, proporciones e inclinaciones del sistema. El límite es la creatividad que derive del identificador, puede ser aplicado en tramas, backgrounds, paginaciones, marcaciones promocionales,

Diagramación



Tramas y Backgrounds



Pies de página



3. Información legal para los programas / Impresos

A continuación listamos la información legal que debe llevar las piezas de publicidad según la resolución 12220 del 2016, esta información se divide en piezas para medios impresos y digitales.

Para medios impresos

Información para cada programa pagado

Información

- Nombre Programa
- Código SNIES
- Duración del programa
- Ciudad donde se dicta el programa
- Número y vigencia de resolución
- Modalidad
- Vigilada Mineducación

Ejemplo de Información

- Especialización virtual en Gerencia en Gestión Cultural
- SNIES 104760
- Duración: 2 semestres
- Ciudad: Bogotá
- Resolución 10578 del 14/07/2015 vigente por 7 años
- Virtual / Presencial

Ejemplo pieza Aviso de prensa

Universidad del Rosario | Posgrados

Te ofrecemos **18** opciones de **posgrado** en **Administración, Economía**

Escuela de Administración

Maestrías en
Dirección SNIES: 90802
 Duración: 4 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 1885 del 24/02/2012 vigente por 7 años
Administración en Salud SNIES: 53374
 Duración: 4 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 14897 del 10/09/2014 vigente por 7 años

Especializaciones en
Gerencia de Empresas SNIES: 10300
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 5436 del 18/05/2012 vigente por 7 años
Gerencia de Mercadeo SNIES: 10320
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 5436 del 18/05/2012 vigente por 7 años
Gerencia de Negocios Internacionales SNIES: 9812
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 5436 del 18/05/2012 vigente por 7 años
Gerencia en Gestión Humana y Desarrollo Organizacional SNIES: 10331
 Duración: 1 año | Ciudad: Bogotá | Resolución 4681 del 17/05/2012 vigente por 7 años
Gerencia de Proyectos de Construcción e Infraestructura SNIES: 17910
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 5436 del 18/05/2012 vigente por 7 años
Gerencia de Proyectos de Servicios con TIC SNIES: 101721
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 5436 del 18/05/2012 vigente por 7 años
Gerencia de Proyectos de Sistemas SNIES: 14858
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 5436 del 18/05/2012 vigente por 7 años
Gerencia de Proyectos de Telecomunicaciones SNIES: 14847
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 5436 del 18/05/2012 vigente por 7 años
Gerencia Integral de Servicios de Salud SNIES: 10378
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 9531 del 20/07/2015 vigente por 7 años
Gerencia Integral de Servicios de Salud Modalidad Virtual SNIES: 104661
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 9531 del 20/07/2015 vigente por 7 años

ACBSP Especializaciones de la Escuela de Administración, candidatos a la acreditación ACBSP

Facultad de Economía

Maestrías en
Economía SNIES: 10639
 Duración: 4 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 6441 del 23/07/2010 vigente por 7 años
Economía de las Políticas Públicas SNIES: 103886
 Duración: 4 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 20344 del 28/11/2014 vigente por 7 años
Finanzas Cuantitativas SNIES: 101875
 Duración: 3 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 9917 del 22/08/2012 vigente por 7 años

Especializaciones en
Evaluación y Desarrollo de Proyectos SNIES: 10312
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 5437 del 18/05/2012 vigente por 7 años
Finanzas SNIES: 10328
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 16713 del 20/11/2013 vigente por 7 años
Mercado de Capitales SNIES: 10308
 Duración: 2 semestres | Ciudad: Bogotá | Resolución 15208 del 29/10/2013 vigente por 7 años

Para realizar las actividades académicas en la plataforma virtual se recomienda:
Conexión a Internet: 2 Mbits o superior (se recomienda conexión alámbrica).
Hardware: Sistema Operativo Windows 7/8/10 o superior, Linux o Mac; Procesador Pentium IV o Superior, Monitor (resolución 1024 x 768 o superior), 1 GB de memoria RAM o superior, Cámara Web, Micrófono, Parlantes o Auriculares.
Software: Google Chrome, Mozilla o Internet Explorer no a Superior; Flash player, Adobe reader

Conexión UR
 admisionesposgrado@urosario.edu.co
 Bogotá: (571) 422 5321
 Resto del país: 018000 511 888

EQAA 8 años de experiencia
QS STARS 2012-2013

3. Información legal para los programas / Digital

Para medios digitales

Información para cada programa pautado

Información

Nombre Programa

Código SNIES

Duración del programa

Ciudad donde se dicta el programa

Número y vigencia de resolución

Vigilada Mineducación

Relacionar la página web de mayores informes: debe ser la página de la Universidad del Rosario según el programa ofertado

Ejemplo de Información

Especialización virtual en Gerencia en Gestión Cultural

SNIES 104760

Duración: 2 semestres

Ciudad: Bogotá

Resolución 10578 del 14/07/2015 vigente por 7 años

Ejemplo pieza Banner

The banner features the Universidad del Rosario logo on the left, identifying the 'Escuela de Ciencias Humanas'. The central text reads 'Oferta de Posgrados' with a red button for 'INSCRIPCIONES ABIERTAS' and notes the offer is in Bogotá. On the right, three master's programs are listed with their respective SNIES codes, durations, and resolutions:

- MAESTRÍA EN PERIODISMO** (SNIES 90760): 3 semestres, Resolución 7477 del 24/08/2010, vigente por 7 años.
- MAESTRÍA EN ESTUDIOS SOCIALES*** (SNIES 90665): 4 semestres, Resolución 0440 del 23/07/2010, vigente por 7 años.
- MAESTRÍA EN FILOSOFÍA** (SNIES 19947): 4 semestres, Resolución 15292 del 26/07/2016, vigente por 7 años.

For more information, the banner directs users to www.urosario.edu.co.

Cuando la pieza digital tiene un botón que dirige a una landing page

La información de la landing page debe tener la información completa de cada programa pautado

Información

Nombre Programa

Código SNIES

Duración del programa

Ciudad donde se dicta el programa

Resolución Núm

Modalidad

Ejemplo de Información

Especialización virtual en Gerencia en Gestión Cultural

SNIES 104760

Duración: 2 semestres

Ciudad: Bogotá

Resolución 10578 del 14/07/2015 vigente por 7 años

Virtual / Presencial

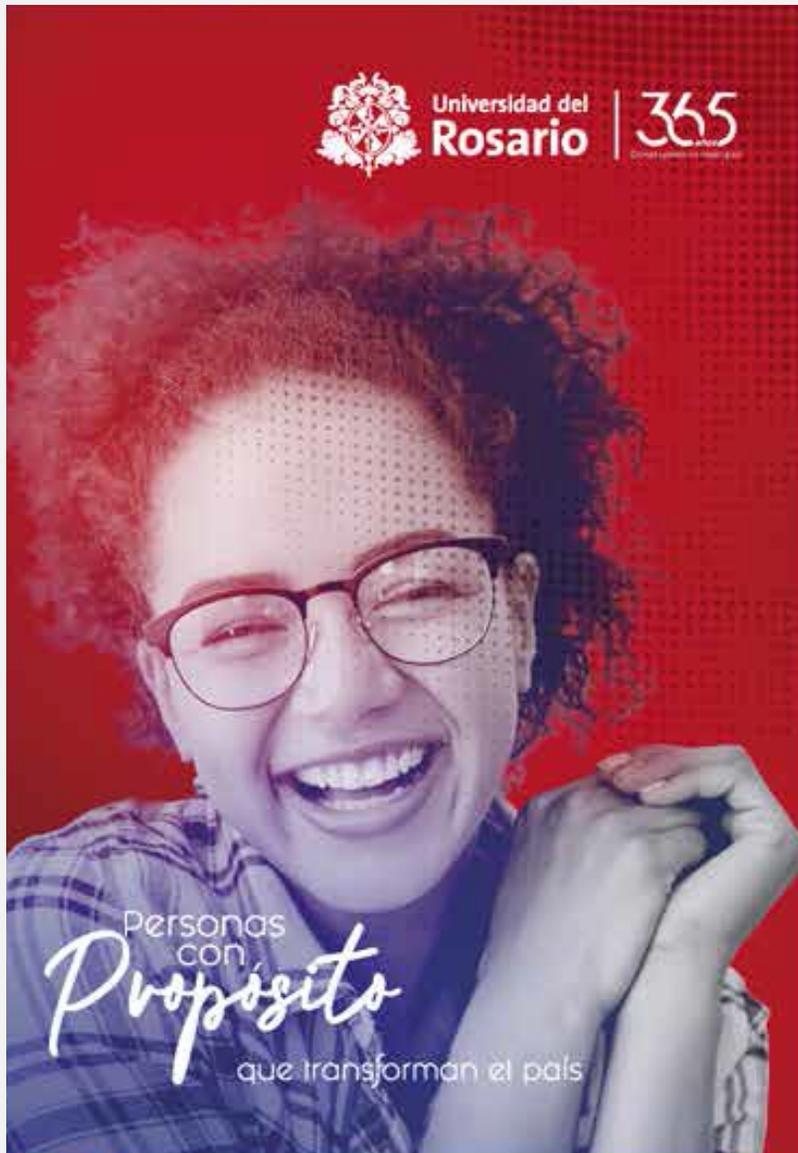
4. Aplicación del sistema / Institucionales



An event poster for 'Jurisdicción Especial para la Paz'. At the top, it features the logos of Universidad del Rosario and Hanns Seidel Stiftung. The main title is 'JURISDICCIÓN ESPECIAL PARA LA PAZ' in a blue box, followed by the question '¿continúa, se modifica o se acaba?'. Below the text is a photograph of several people, including a woman in a Colombian flag headscarf, looking at a large document. At the bottom, there is a date box: 'FECHA JUEVES ABR 25 7:30 A.M. a 12:30 P.M.', the location 'Universidad del Rosario AUDITORIO JOCKEY CLUB Cra 6 # 15 - 18', and contact information: 'MAYOR INFORMACIÓN Oficina de Contribución a los Grandes Debates Nacionales. Tel: 2970200 Ext. 2373, 2364. Sonia.celis@urosario.edu.co'. A dark blue footer contains the text 'Mayores informes: 2970200 Ext. 3715 pregradosfcpgr@urosario.edu.co'.



4. Aplicación del sistema / Conceptos Pregrado



4. Aplicación del sistema / Conceptos Posgrado



FUTURA week
FERIA ON-LINE DE POSGRADOS

SAVE THE DATE DEL **20 al 24** ABR 2020

Escanea este código, **inscríbete** y **empodérate** de tu camino

www.bit.ly/FUTURA-Week

Universidad del Rosario

- Facultad de Economía
- Facultad de Jurisprudencia
- Escuela de Medicina y Ciencias de la Salud
- Escuela de Ciencias Humanas
- Facultad de Estudios Internacionales, Políticos y Urbanos
- Escuela de Administración

Rosario GSB



Universidad del Rosario

Empodérate de tus capacidades y emprende tu camino para **cumplir tus propósitos**

FUTURA week
FERIA ON-LINE DE POSGRADOS

Obtén un **BENEFICIO ECONÓMICO** en tu inscripción

DEL **20 al 24 ABR**

REGÍSTRATE AQUÍ

*Válido durante la feria. Aplican términos y condiciones



Universidad del Rosario

FUTURA
FERIA DE POSGRADOS

SAVE THE DATE SÁBADO **18/ABR** 2020

Hotel Grand Hyatt
Calle 24a No. 57 - 60
10:00 A. M. - 3:00 P. M.

#PersonasCon *Propósito*



Universidad del Rosario

Personas con Propósito

4. Aplicación del sistema / MockUps WEB

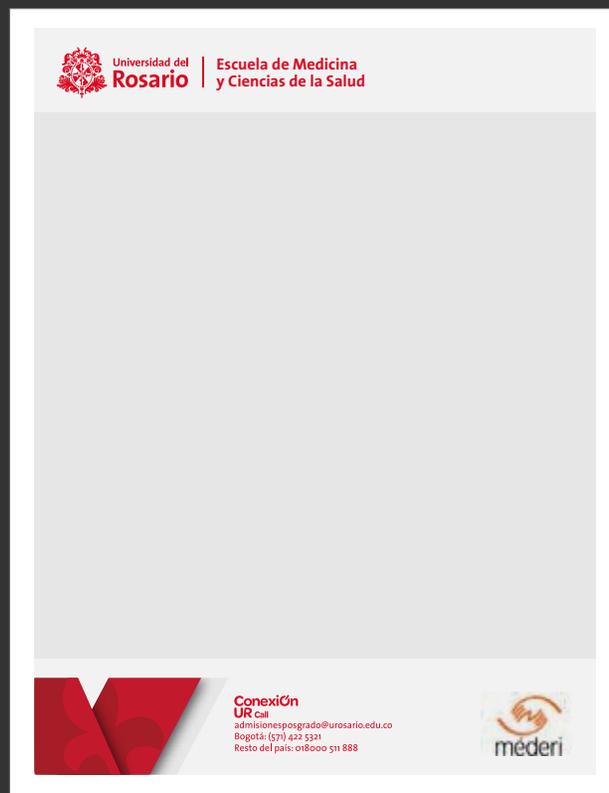


5. Co-Branding / InHouse

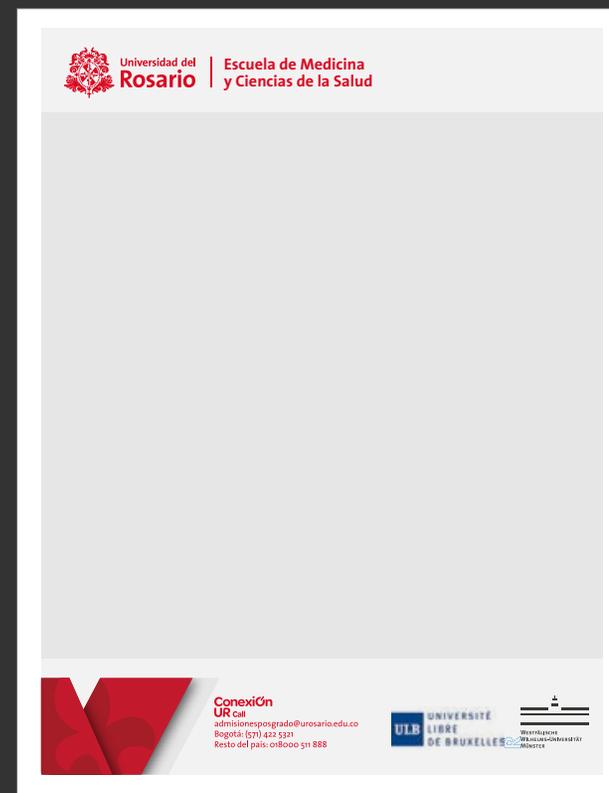
El Co-branding es una forma de colaboración en la que participan más de dos marcas y consiste en crear alianzas aprovechando los recursos de las mismas.

A continuación se ilustran ejemplos de cómo utilizar la identidad visual de la Universidad del Rosario en compañía de otras marcas y el lugar correcto de ubicación según cada caso específico. Los ejemplos de esta página ayudarán a encontrar la opción más adecuada dependiendo del tipo de alianza.

Co-branding con una sola marca en una pieza propia de la Universidad



Co-branding con más de una marca en una pieza propia de la Universidad



5. Co-Branding / Uso externo

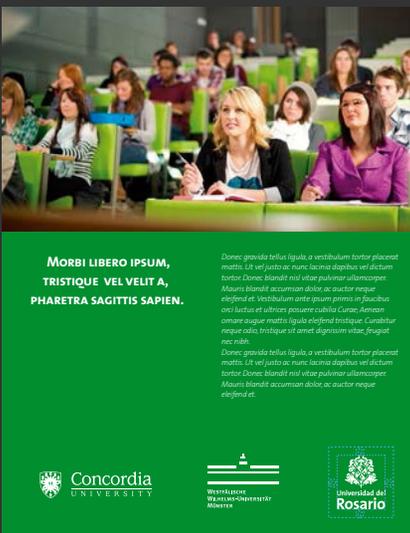
Cuando se utilice el logo de la Universidad del Rosario en piezas de otras marcas y deba ser utilizado sobre fondos de color y texturas, es importante utilizar la reserva que se muestra a continuación.

La universidad participa en una pieza propia de otra institución. Logo blanco sobre fondos oscuros y logo negro sobre fondos claros.

La universidad comparte un espacio con múltiples marcas en una pieza compartida con todas ellas. Se debe solicitar respetar el área de protección.



Utilización del logo de la universidad cuando no exista posibilidad de control en el color de fondo de la pieza gráfica.

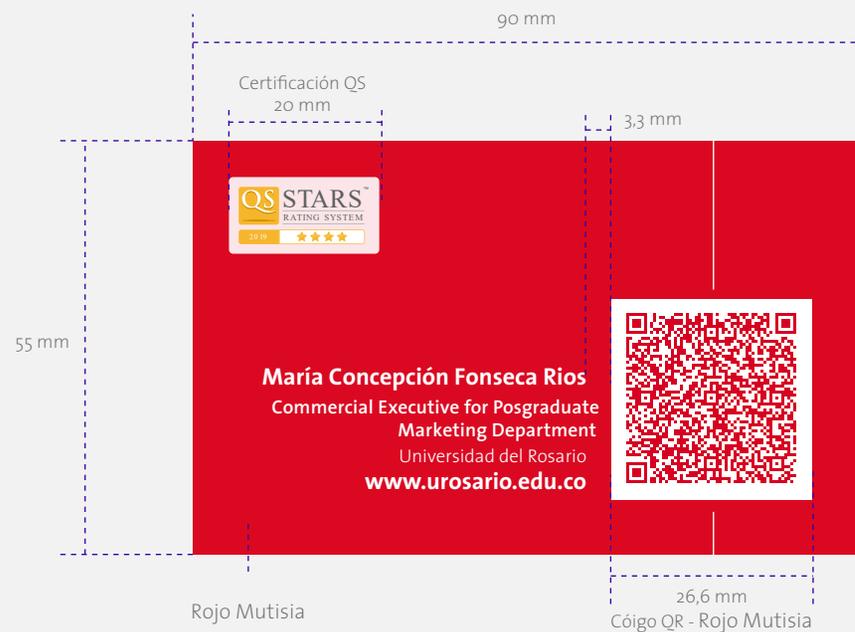
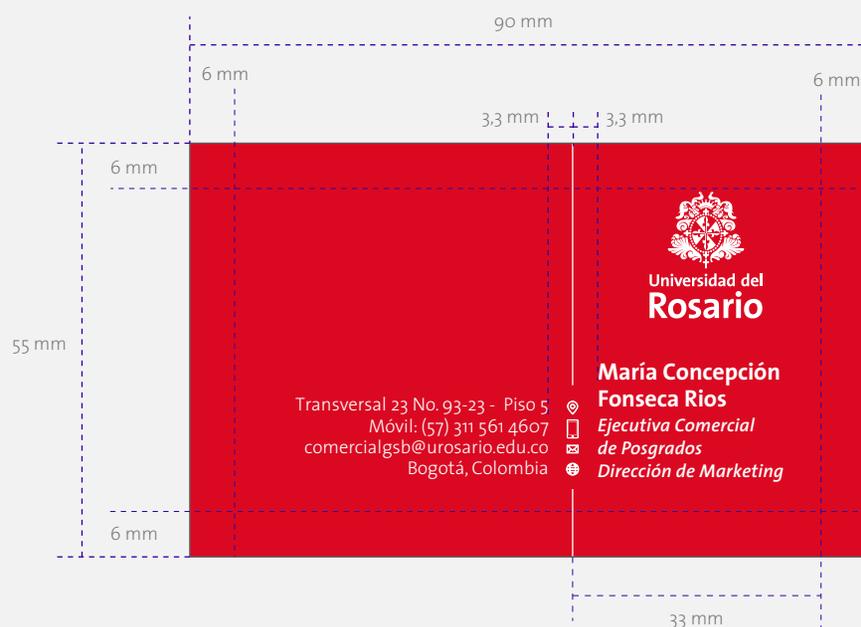


The background is a solid dark red color. On the left side, there is a vertical bar of a slightly lighter red shade. Overlapping this bar and extending into the main dark red area are several large, semi-transparent circles of varying shades of red, creating a layered, abstract effect.

IDENTIFICACIÓN
INSTITUCIONAL

- 
- The background is a solid red color with several overlapping, semi-transparent red shapes of various sizes and orientations, creating a layered, abstract effect. The shapes include circles, triangles, and irregular polygons.
1. Papelería
 - a. Hoja membreteada
 - b. Tarjeta de presentación
 - c. Sobre carta
 - d. Sobre manila
 2. Plantillas de presentación

1. Papelería / Tarjetas de presentación



The Sans Bold 9 pts **Nombre y Apellido**
 The Sans SemiBold Italic 7 pts *Cargo*
Dependencia

Dirección
 Teléfono y extensión
 E-mail
 Ciudad, País

The Sans Ligth 7 pts

Nombre y Apellido The Sans Bold 9 pts
Cargo The Sans SemiBold Italic 7 pts
Dependencia The Sans SemiBold Italic 7 pts
Pagina Web The Sans Bold 9 pts

1. Papelería / Hoja carta



Rojo Mutisia

HEX/HTML: 3100A0

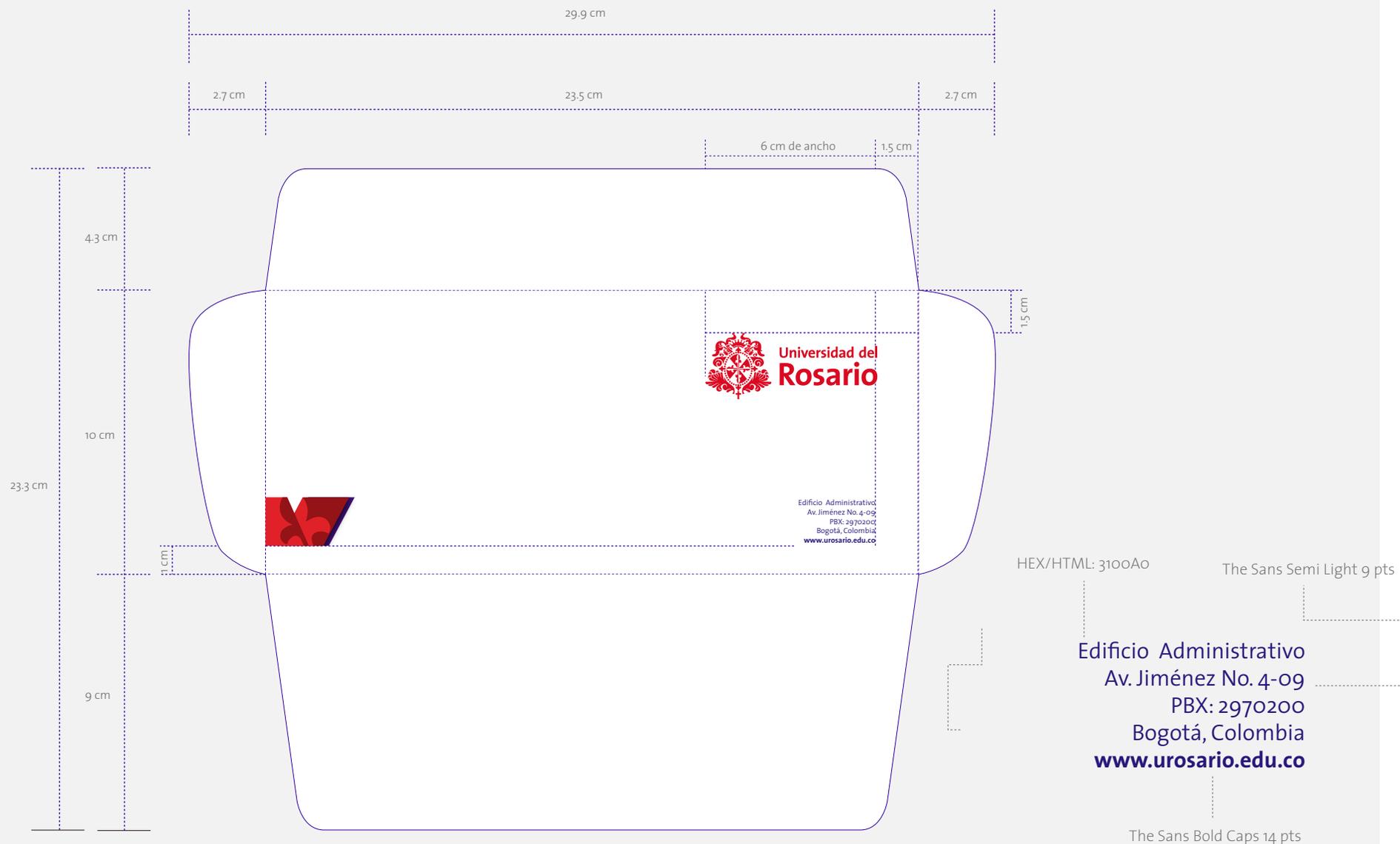
The Sans Semi Light 9 pts

Edificio Administrativo
Av. Jiménez No. 4-09
PBX: 2970200
Bogotá, Colombia
www.urosario.edu.co

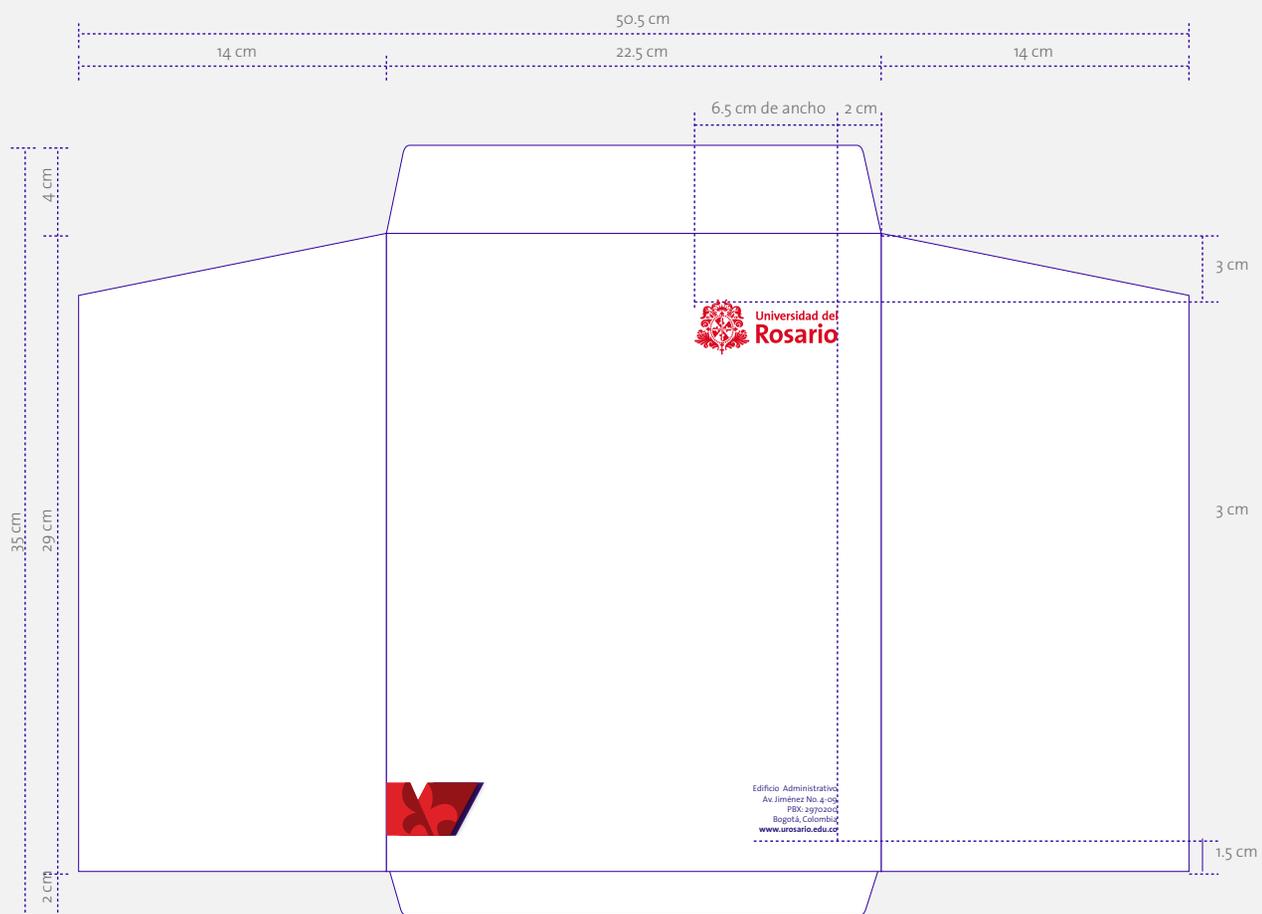
The Sans Bold Caps 14 pts

Edificio Administrativo
Av. Jiménez No. 4-09
PBX: 2970200
Bogotá, Colombia
www.urosario.edu.co

1. Papelería / Sobre carta



1. Papelería / Sobre manila



HEX/HTML: 3100AO

The Sans Semi Light 9 pts

Edificio Administrativo
Av. Jiménez No. 4-09
PBX: 2970200
Bogotá, Colombia
www.urosario.edu.co

The Sans Bold Caps 14 pts

2. Plantillas de Presentación

Existen cuatro opciones de plantillas institucionales en Power Point que exponen la versatilidad de la marca a través de diferentes propuestas de diseño que recomendamos utilizar en sus presentaciones académicas y administrativas, para descargarlas ir al siguiente link:

<https://app.box.com/s/s52gek2hax4ku23x24kno2vi54ctrgaz>

Red & Blue.pptx



Grizzle Gray.pptx



Tradition.pptx

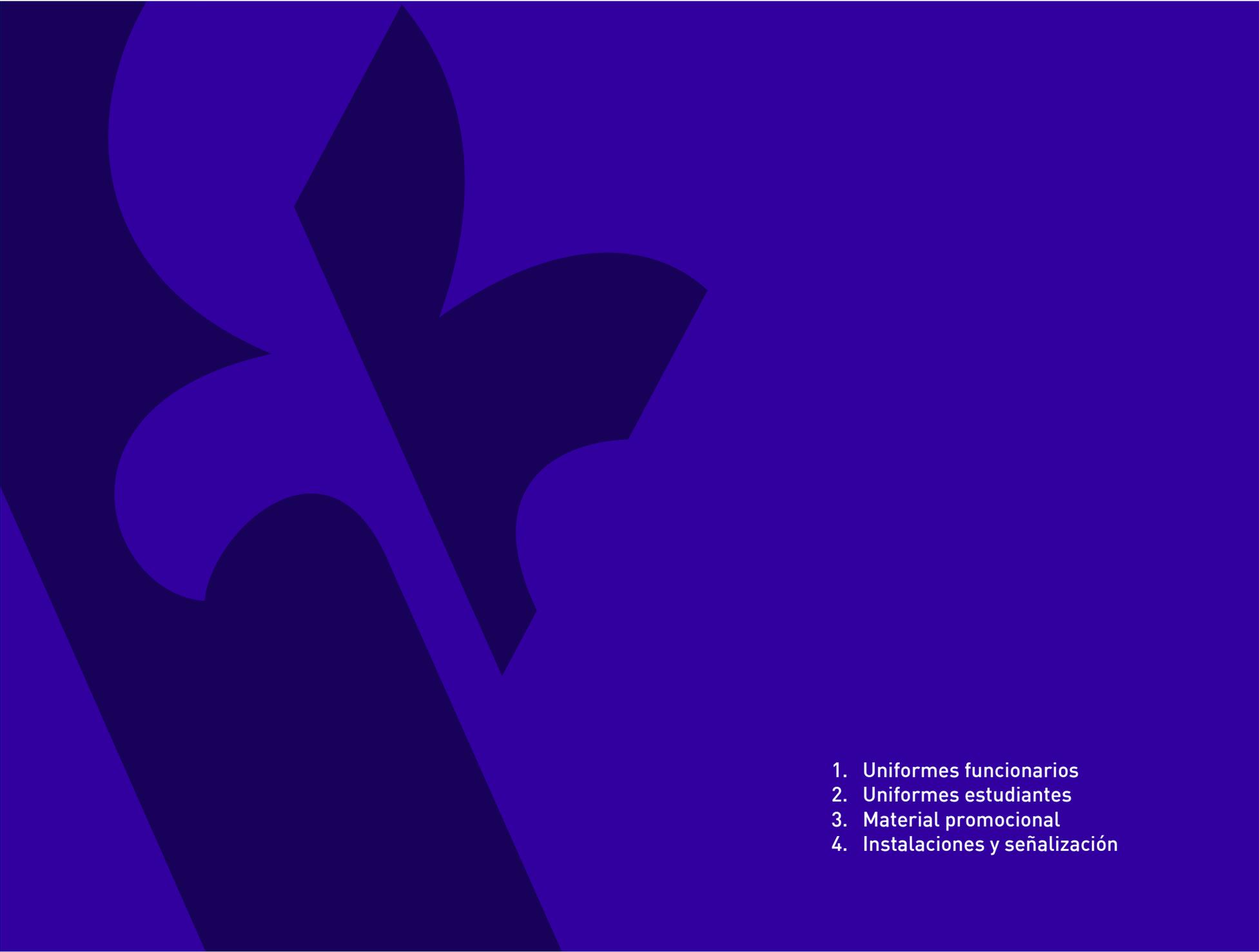


Ocean Blue.pptx





**APLICACIONES
INSTITUCIONALES**

- 
1. Uniformes funcionarios
 2. Uniformes estudiantes
 3. Material promocional
 4. Instalaciones y señalización

1. Uniformes Funcionarios



2. Uniformes Estudiantes



3. Material promocional / Beisbolera Unidad Promocional



3. Material promocional / Bordado o estampado



Universidad del
Rosario



3. Material promocional / Bordado o estampado

UR



3. Material promocional / Bordado o estampado



3. Material promocional / Bordado tono sobre tono o estampado



3. Material promocional / Grabado



URosario



3. Material promocional / Estampado



Universidad del
Rosario

URosario



3. Material promocional / Estampado



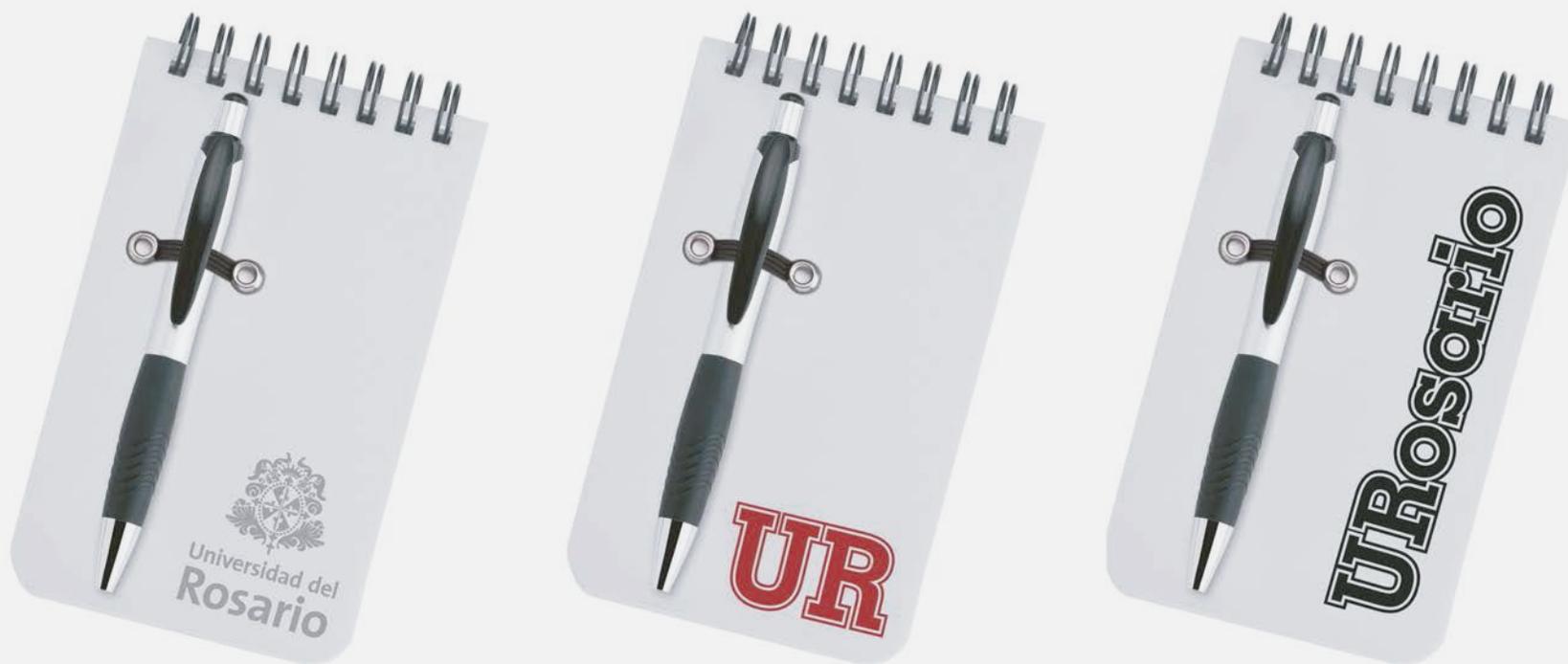
3. Material promocional / Estampado



3. Material promocional / Estampado



3. Material promocional / Impreso



3. Material promocional / Impreso



3. Material promocional / Impreso



3. Material promocional / Estampado e impreso



4. Instalaciones y señalización



4. Instalaciones y señalización



4. Instalaciones y señalización



 **Universidad del Rosario**

Comité de dirección	302
Comité académico	303
Asociación de egresados	304

 **Universidad del Rosario**

Decanatura del Medio Universitario

 **Universidad del Rosario**

Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas

 **Universidad del Rosario**

Sala José Celestino Mutis

 **Universidad del Rosario**

Cafetería 

Recepción 

 **Universidad del Rosario**

 225 - 250

251 - 270 

 **Universidad del Rosario**

236