

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ATEMAJAC

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



La identidad de una institución en un mundo mediatizado y global como el nuestro está íntimamente ligada a la presencia de marca, y esta, a su vez, a la consistencia visual de sus mensajes.

La Universidad del Valle de Atemajac ha buscado siempre definir y conservar una identidad clara en todos los ámbitos en que se desempeña, y la comunicación visual no es la excepción.

Así pues, este Manual de Identidad Gráfica se presenta como una herramienta útil en la consecución de este fin, pues permite establecer una guía básica para el resguardo de nuestra imagen institucional, que en el último grado forma parte de nuestra identidad institucional.

Esta es la búsqueda de la Universidad por mostrar congruencia en todas sus actividades y un esfuerzo por hacer consistentes los mensajes impresos y electrónicos que en ella se producen.

Claro está que en nuestro tiempo pocas cosas pueden considerarse inamovibles, y todos los documentos, reglas, lineamientos y demás recursos administrativos deben crecer y evolucionar junto con la Institución. Es por eso que este documento queda abierto a la crítica de los expertos y futuros responsables de la comunicación de la UNIVA para que, con su experiencia, lo enriquezcan y lo adapten a las necesidades propias de su tiempo a fin de responder al reto de la transformación institucional.

Cualquier modificación en el contenido general de este manual, sus políticas, los diseños de identidad y los criterios de aplicación, deberá ser previamente autorizada por la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional.



El Manual de Identidad Gráfica de la Universidad del Valle de Atemajac ha sido creado con el propósito de normar el uso y la correcta aplicación de la imagen gráfica institucional de la Universidad.

En este manual se encuentran los lineamientos generales para el uso del logotipo de la Universidad y las aplicaciones básicas del mismo que podrán servir como referencia a las personas responsables de generar y distribuir documentos en los cuales se utilice el logotipo de la UNIVA.



ÍNDICE

1. Universidad del Valle de Atemajac	6
1.1 Identidad	7
1.2 Valores	8
1.3 Historia	9
1.4 Logotipo ISAO	10
1.5 Mascota UNIVA	11
1.6 Flor Institucional	12

2. Identidad gráfica Corporativa	13
2.1 Imagen actual UNIVA	
2.1.1 Versiones del imago tipo	14
2.1.2 Elementos gráficos de la identidad visual corporativa	16
2.1.3 Construcción del símbolo UNIVA	17
2.1.4 Reticulas constructivas de imago tipos	18
2.1.5 Áreas de protección	19
2.1.6 Tamaños mínimos de reproducción	20
2.2 Colores Institucionales	21
2.2.1 Colores por áreas o jefaturas	22
2.2.2 Colores institucionales en fondo	24
2.2.3 Versiones blanco y negro	25
2.2.4 Uso del imago tipo en fondos de colores	26
2.2.5 Imago tipo a una tinta	28
2.2.6 Versión una tinta directa	30
2.3 Prohibiciones en el uso del imago tipo y logotipo	31
2.4 Isologo Mascota	34
2.5 Identidad en Mascota para botarga institucional	35
2.6 Tipografía corporativa	36
2.6.1 Tipografías complementarias	37

3. Principales aplicaciones	38
3.1 Lineamientos generales	39
3.2 Papelería corporativa general	41
3.3 Personificadores y avisos	46
3.4 Carpeta institucional	47
3.5 Lomo carpeta argollas institucional	50
3.6 Constancia institucional	51
3.7 Diploma institucional	52



3.8	Uniformes institucionales	53
3.9	Promocionales	56
3.10	Vehículos institucionales	58
3.11	Oficinas y espacios de servicio	59
<hr/>		
4.	Identidad institucional interna	61
4.1	Presentaciones institucionales	62
4.2	Comunicación interna	64
4.3	Piezas informativas	66
<hr/>		
5.	Lineamientos editoriales	69
5.1	Publicaciones institucionales	70
5.2	Publicaciones para prensa	73
<hr/>		
6.	Criterios en imagen digital y redes sociales	75
6.1	Identidad de imagen en medios digitales	76
6.2	Identidad en la comunicación digital interna	77
6.3	Identidad digital para uso interno	78
6.4	Identidad en Redes Sociales	80
<hr/>		
7.	Programa señalético	86
7.1	Señalética institucional	87
7.2	Señalética restrictiva	92
<hr/>		



1.

UNIVERSIDAD
DEL VALLE
DE ATEMAJAC

La Universidad del Valle de Atemajac es una comunidad educativa católica que se guía por el espíritu de la Constitución Apostólica *Ex Corde Ecclesiae* y contribuye, de modo riguroso y crítico, a la tutela y desarrollo de la dignidad humana y de la herencia cultural, mediante la investigación, la enseñanza y los diversos servicios ofrecidos a las comunidades locales, nacionales e internacionales.

Misión

Incidir en la transformación social desde la cosmovisión católica y formar personas íntegras en lo humano, científico, tecnológico y profesional, que sean líderes con espíritu de servicio, comprometidos con el bien común y el desarrollo sustentable.

Visión

Somos un sistema universitario eficiente, sustentable y congruente con su identidad católica, que bajo la perspectiva del compromiso comunitario y con una propuesta educativa orientada a una formación integral y profesional aplicada al ejercicio laboral, favorece la formación de líderes comprometidos con su entorno.

Elementos de la Visión 2020

- Identidad
- Proyecto educativo
- Talento humano
- Institucionalización
- Innovación
- Investigación
- Relaciones con el entorno
- Sustentabilidad financiera
- Infraestructura, equipamiento y tecnología



La UNIVA, aun cuando está fuertemente comprometida con la misión temporal del ser humano, no olvida su destino eterno como meta definitiva.

Afirma la importancia de los valores espirituales y reconoce que a través de ellos todo lo demás adquiere sentido.

Valores

Perseverancia

Somos constantes en la consecución de nuestros compromisos, mediante la disciplina y el orden; valoramos lo que somos y hacemos y por ello vivimos con equilibrio y moderación.

Justicia

Vivimos en una comunidad que reconoce a cada quien lo que le corresponde mediante la gestión equitativa e imparcial en los ámbitos institucionales, profesionales y sociales.

Respeto

Somos incluyentes, observamos los principios de la dignidad humana, el cuidado de la vida, de la naturaleza, y fomentamos el diálogo y la cultura de la paz.

Honestidad

Actuamos con rectitud, responsabilidad y legalidad en congruencia con la búsqueda de la verdad y el respeto a las reglas de convivencia.

Solidaridad

Compartimos los intereses e ideales de la comunidad con espíritu de servicio y actuamos en la búsqueda del bien común y el desarrollo sustentable.

Lealtad

Somos fieles y estamos comprometidos con los principios y postulados de la Institución; actuamos convencidos de la trascendencia de nuestro proyecto educativo.

Vivimos estos valores en un clima de libertad, responsabilidad, confianza y autogestión.



La ahora Universidad del Valle de Atemajac ha evolucionado a través del tiempo y, con ella, su identidad y los símbolos que la representan.

Desde sus principios como Instituto Pío XII, pasando por su constitución como Instituto Superior Autónomo de Occidente (ISAO) -razón social que hasta ahora conserva-, hasta su posterior consolidación como Universidad del Valle de Atemajac, la UNIVA ha sufrido diversas transformaciones en su imagen, pero ha mantenido una línea gráfica basada en la metáfora del río que se bifurca y el lema "Saber más, para ser más" que han estado presentes prácticamente en todas estas etapas evolutivas.



1.4 LOGOTIPO ISAO

El Instituto Superior Autónomo de Occidente, A.C. surge el día 12 de octubre de 1973 como razón social de la institución de estudios superiores, en reemplazo del Instituto de Comunicaciones y Humanidades.

De entonces a la fecha, ISAO, A.C. ha sido la instancia que ha dado cobijo, como persona moral, a la UNIVA. Su logotipo, fusión estilizada de las 4 iniciales que conforman su nombre, es hasta la fecha un elemento visual asociado de manera sustancial con la Universidad. Está presente en documentos de valor jurídico, laboral y fiscal. Por tanto, la reproducción de su logotipo deberá ajustarse estrictamente al que se presenta en la parte inferior de esta página.

Su reproducción impresa o de cualquier otra forma será determinada por el Consejo de Administración de la propia asociación, y su ejecución estará a cargo únicamente de la Rectoría de la UNIVA.



1.5 MASCOTA UNIVA



Ocelote

Felino oriundo de América, fue adoptado como emblema y mascota de la Universidad, ya que dicho animal tiene cualidades que se identifican con actitudes propias de la Institución como la audacia, astucia y valentía.

Podemos establecer dos direcciones en sus cualidades semánticas: ocelote, del náhuatl ocelotl, tigre, felis pardalis, familia félidos, mide 1.50 metros de longitud contando la cola y .50 metros de altura, tiene la cabeza gruesa, orejas de pabellón pequeño y patas cortas y robustas, el pelaje es corto y espeso, de color gris leonado en el dorso y patas con estrías y manchas bordeadas de negro y el vientre blanco amarillento. Animal extraordinariamente ágil, trepa con facilidad a los árboles para atrapar monos y aves, es de costumbres nocturnas y, si se le captura joven, puede adaptarse a la vida doméstica. Vive en la parte meridional de Norteamérica y en algunas partes de Sudamérica.¹

El ocelote y el margay, mamíferos carnívoros de la familia de los felinos, tienen entre sus alimentos preferidos el guajolote o pavo y no se atreven con especies más grandes, pues su propia corpulencia apenas excede a la de un gato doméstico.²

Elemento cultural:

En Mesoamérica, el calendario está íntimamente ligado a la religión, como de hecho lo está casi todo. La religión mesoamericana fue politeísta, con veneración de dioses antropomorfos, asociada al culto de fenómenos naturales como el sol. Pero entre los olmecas no se conocen estatuas de divinidades, ya que ninguno de los monolitos representa propiamente a un dios.³ En el mundo olmeca y en el preclásico, en general, estaba surgiendo el concepto de dioses formales con atributos claramente reconocibles. El culto era, sobre todo, al ocelote.³

La suprema dignidad militar era la de general del ejército... Seguía a esa la de los capitanes, entre los cuales había diferentes órdenes como las de achcauhtin, cuauhtin y ocelo, que es lo mismo que príncipes, águilas y tigres.⁴

...los tigres se distinguían por cierta armadura que llevaban manchada como la de la piel de esas fieras...⁴

¹ Enciclopedia Salvat. Tomo 9, página 2463

² Geografía Universal, 3a. Editores, V-2, No. 5. Noviembre 1976, página 622.

³ Historia de México. Salvat Mexicana de Ediciones, S.A. Tomo 1, páginas 211 y 212.

⁴ Historia Antigua de México. Francisco Javier Clavigero, Edición 1964, Libro VII, página 223. Editorial Porrúa, S. A.



Flor Ave del Paraíso

Aunque ha estado presente en una gran cantidad de adornos florales que han ambientado los eventos universitarios, es hasta el 2006 cuando se decide designar el Ave del Paraíso como la flor oficial de la Universidad del Valle de Atemajac.

Su imagen reproduce dos de los colores oficiales del logotipo de la UNIVA (azul y naranja), más el verde que evoca la vida y la esperanza, elementos presentes en nuestro Ideario institucional.

Nombre científico o latino:

Strelitzia Reginae.

Etimología:

El nombre del género está dedicado a Charlotte de Mwecklembourg-Strelitz, esposa de George III de Inglaterra.

Descripción:

Está formada por tres sépalos de color naranja o amarillo muy intenso y por tres brillantes pétalos de color azul.



2.

IDENTIDAD
GRÁFICA
CORPORATIVA

2.1 IMAGOTIPO ACTUAL UNIVA

El imagotipo actual de la UNIVA fue diseñado por el arquitecto Ernesto Minakata Arenas, y está constituido en forma de escudo (heráldica) mediante reglas de proporción integradas en latitud y longitud.

Tiene en su interior 3 líneas que forman una "Y" en la que las dos ramas tocan los ángulos superiores del escudo, y la base, el centro inferior.

La intersección entre los brazos y la base de la "Y" se da en el centro del escudo y está enmarcada por un círculo.

Para explicar la "Y" que aparece en el símbolo, hay dos versiones: la primera es la que dice que al establecerse la UNIVA en Guadalajara, y al existir ya universidades que llevaban el nombre de la ciudad, se optó por bautizarla con el nombre de Universidad del Valle de Atemajac, debido a que Guadalajara está asentada ese valle, siendo el significado de "Atemajac" *lugar donde se bifurca el río*.

De esta forma, la "Y" que aparece en el símbolo representa el río, que en la parte superior se divide en dos, y el círculo blanco que encierra la unión enfatiza la parte en donde el río comienza su bifurcación.

Los valores que se engloban en el imagotipo son: la Enseñanza, la Vinculación y la Transparencia.

Estas dos versiones de alguna manera se complementan, pues hacen alusión a los dos fundamentos más importantes de la Universidad del Valle de Atemajac: su pertenencia a la ciudad de Guadalajara y su identidad católica.

De acuerdo con los archivos del inicio de la Institución, los colores que identificaban a "ISAO" -nombre de la Institución antes de que se constituyera como Universidad- eran azul y oro, coincidiendo con los que identifican a la ciudad de Guadalajara. Posteriormente se tomó la decisión de cambiar el color oro por naranja, debido a las facilidades técnicas de impresión de este, y a su vez los colores se integraron a la identidad gráfica de la UNIVA.



2.1.1 VERSIONES DEL IMAGOTIPO

Para realizar los lineamientos de utilización de la marca institucional de la UNIVA, se establecieron dos arreglos al imagotipo.

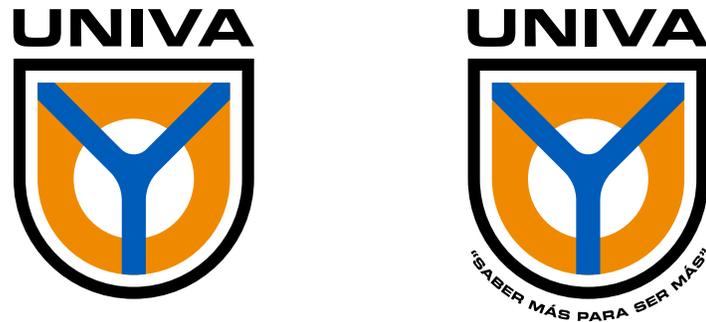
Formato horizontal

Imagotipo institucional de uso preferente como marca comercial; se ha establecido así debido al decreto como Universidad Católica concedido en el año 2005.



Formato vertical

Este formato puede ser una alternativa para aplicaciones en espacios donde el imagotipo horizontal no funcione.



Formato vertical con lema

Imagotipo institucional oficial para la SEP. Su uso debe tratar de reservarse únicamente para documentos formales. Otro tipo de aplicaciones deberán ser analizadas por la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional.



2.1.2 ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA

Los elementos gráficos de los imagotipos no se podrán usar por separado ni modificar en su composición.

Nombre oficial

Universidad del Valle de Atemajac. Las siglas UNIVA y el nombre oficial completo pueden ser utilizados para referirse a la Institución.

Imagotipo

Es la composición completa de símbolo y tipografía (isotipo, logotipo y lema).

Símbolo o isotipo

Elemento visual distintivo de la Institución.

Logotipo

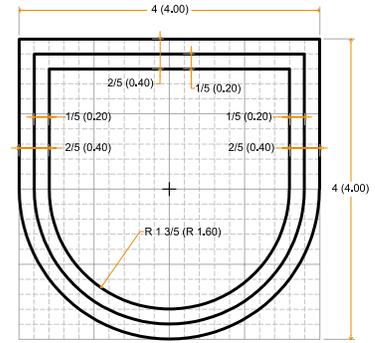
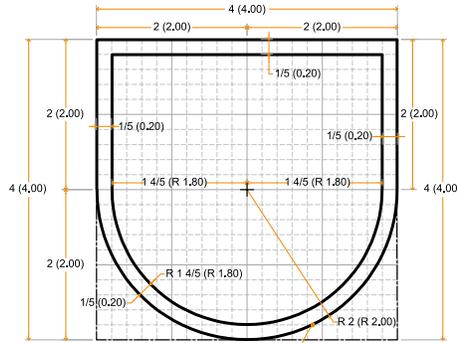
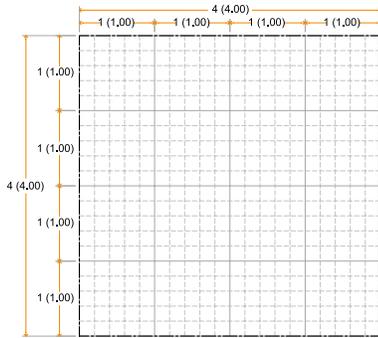
Representación tipográfica del nombre de la Institución.

Lema

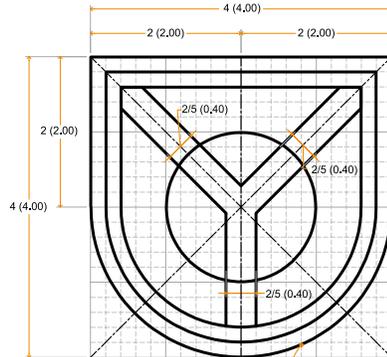
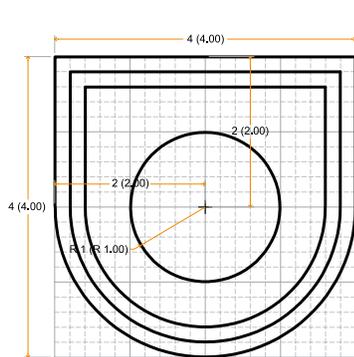
Representaciones tipográficas de la filosofía institucional.



2.1.3 CONSTRUCCIÓN DEL SÍMBOLO UNIVA

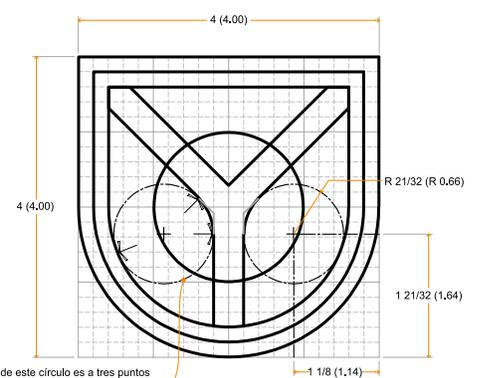


NOTA:
El espesor de la línea se trazará en espesor 000 (0,13 mm)

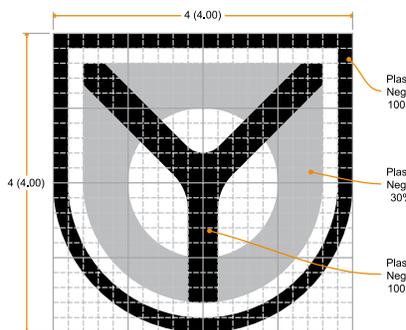
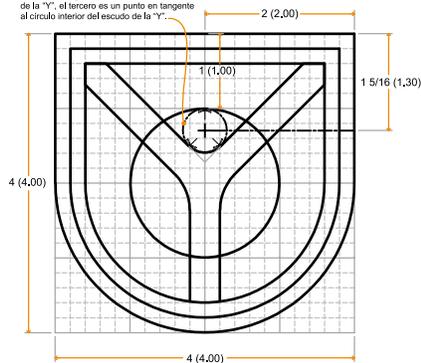


NOTA:
El espesor de la línea se trazará en espesor 000 (0,13 mm)

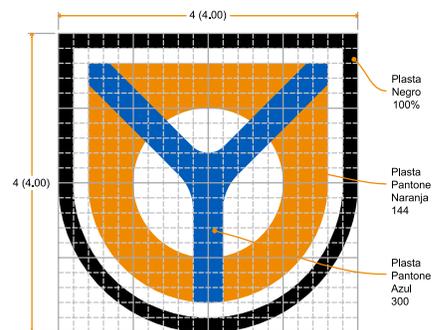
El trazo de este círculo es a tres puntos en tangente (flechas), los dos primeros se toman en tangente al brazo y la base de la "Y", el tercero es un punto en tangente a la línea interior del escudo.



El trazo de este círculo es a tres puntos en tangente (flechas), los dos primeros se toman en tangente a los brazos superiores de la "Y", el tercero es un punto en tangente al círculo interior del escudo de la "Y".



Escala de grises



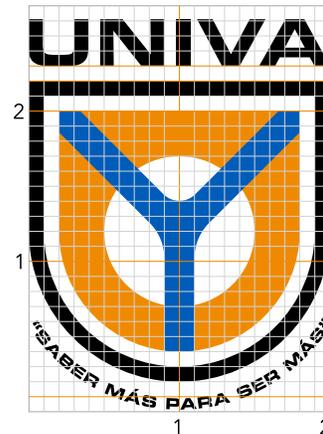
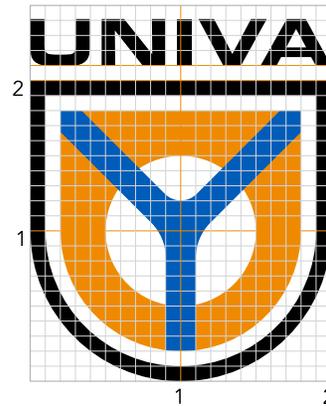
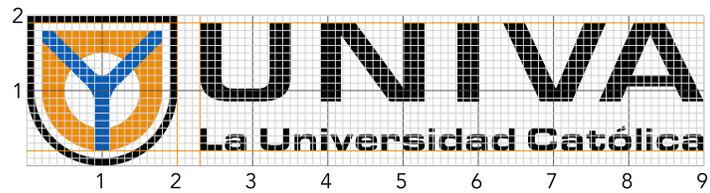
Colores institucionales



2.1.4 RETÍCULAS CONSTRUCTIVAS DE IMAGOTIPOS

Con el propósito de mantener las proporciones originales de la identidad gráfica, es necesario respetar los espacios, grosores, tamaños y posiciones de todos los elementos que la conforman.

Las retículas constructivas serán utilizadas solo en los casos en que no se pueda obtener una reproducción exacta del logotipo por medios fotomecánicos, de contacto, de escaneo, de aumento o reducción, de fotocopiado, de gran escala, etc.

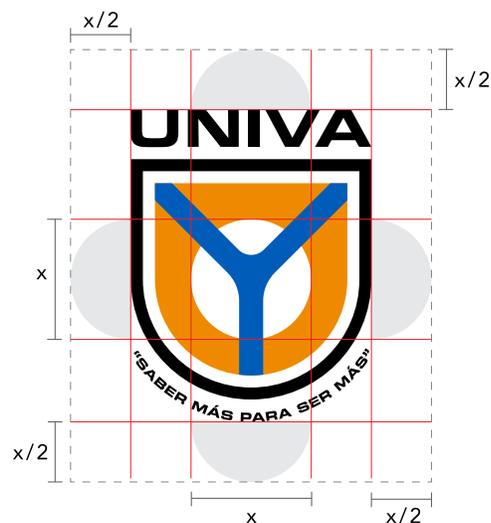
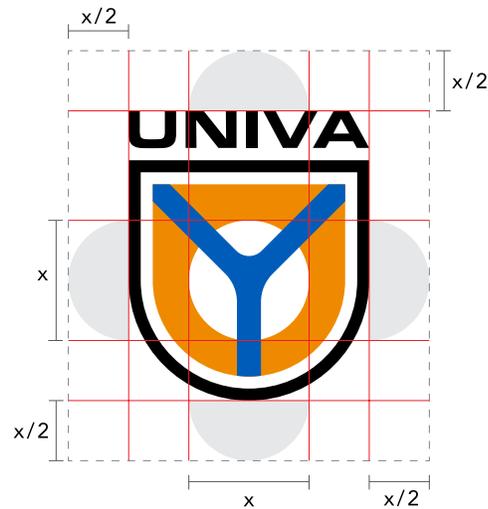


2.1.5 ÁREAS DE PROTECCIÓN

Con el objetivo de conservar la individualidad y presencia del imagotipo dentro de cualquier aplicación, se ha establecido un espacio dentro del cual no deberá colocarse ningún elemento gráfico o tipográfico.

En el caso de la **versión horizontal**, el imagotipo debe estar rodeado, en todos sus lados, por un espacio libre equivalente al diámetro del círculo blanco del isotipo.

El área de protección en cada lado de las dos **versiones verticales** debe ser equivalente a la mitad del círculo blanco que compone el isotipo de estas versiones.



2.1.6 TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN

Con el fin de tener buena legibilidad y reproducción del imago tipo de la UNIVA, no debe reducirse más de lo indicado a continuación:

Formato horizontal

Se puede reducir hasta un mínimo de 7 mm de alto cuando se utilice en materiales impresos, o de 35 pixeles de alto, cuando se use en formatos digitales.

Se buscará utilizar preferentemente esta versión, tanto en usos impresos como digitales, salvo aquellos casos en los que en el área en que se reproducirá no sea posible hacerlo.



Formato vertical sin lema

Se puede reducir hasta un mínimo de 7 mm de alto cuando se utilice en materiales impresos, o 40 pixeles de alto en formatos digitales.



Formato vertical con lema

La reproducción de esta versión no podrá ser menor a 2 cm de alto y no se debe usar en medios digitales.



Favicon (ícono favorito)

Ícono para uso exclusivo digital, en navegadores, cuando se visite la página de la UNIVA: en la barra de direcciones, en la lista de marcadores (favoritos) y/o en el encabezado de la pestaña correspondiente.



El uso del ícono del imago tipo es la excepción a la regla del espacio libre y se deberá utilizar con los colores originales.



2.2 COLORES INSTITUCIONALES

Para mantener la consistencia de la marca, se presentan a continuación los colores corporativos que deben ser utilizados en cualquier aplicación a color de la identidad gráfica, de acuerdo con los parámetros que se indican en este manual.

Se dividen en: **primarios** (imágenes y papelería institucional) y **secundarios** (generalmente usados en folletería, publicidad y diferentes medios de comunicación).

Primarios:

Estos colores son corporativos; por lo tanto, no debe haber ninguna variación al aplicarlos al imago tipo de la UNIVA en sus versiones a color.



Pantone 144 C
C0 M48 Y100 K0
R G B



Pantone 300 C
C100 M44 Y0 K0
R G B



Negro 100%
C100 M44 Y0 K0
R G B

Secundarios:



Pantone 262 C
C0 M48 Y100 K0
R G B



Pantone 293 C
C100 M44 Y0 K0
R G B



Pantone 295 C
C100 M44 Y0 K0
R G B



2.2.1 COLORES POR ÁREAS O JEFATURAS

Colores institucionales por áreas o jefaturas. Se deberá utilizar el porcentaje de color según se muestra en la siguiente gráfica; de tal forma que cada aplicación cuente con los colores corporativos; sin embargo, el color que predomina corresponde al área, servicio o jefatura.

	PANTONE 288 C		LICENCIATURAS
	PANTONE 262 C		POSGRADOS <small>La Piedad</small>
	PANTONE 144 C		PREPARATORIA
	PANTONE 295 C		UNIVERSIDAD A DISTANCIA
	PANTONE 259 C		EDUCACIÓN CONTINUA
	PANTONE 144 C		PREPARATORIA EL OLIVAR
	PANTONE 300 C		IMPULSO PROFESIONAL
	PANTONE 295 C		CENTRO DE DESARROLLO FÍSICO INTEGRAL JUAN PABLO II
	PANTONE 2718 C		BIBLIOTECA
	PANTONE 300 C		PASTORAL
	PANTONE 326 C		MEDICINA

TRANSPARENCIAS AL 30% Y 60%
 TRANSPARENCIAS TENUE AL 80%
 TRANSPARENCIAS CON MULTIPLY
 COMO CAMPAÑA AL 85%



**Código de Color Institucional UNIVA
Pantones y RGB:**

	300 #005cb9	Institucional
	144 #f18903	Institucional
	262 #54274f	Egresados, Posgrados Alumni
	293 #013ca6	Institucional secundario UNADIS
	288 #1e376d	Institucional secundario
	295 #002857	CEDEFI
	326 #00afab	Medicina
	2718 #5686da	Biblioteca



2.2.2. COLORES INSTITUCIONALES EN FONDO

Colores institucionales secundarios como fondo:

Pantone 262 C
100%



Pantone 293 C
100%



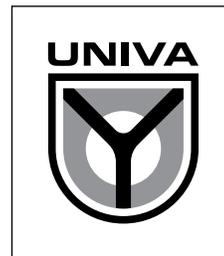
Pantone 295 C
100%



2.2.3. VERSIONES BLANCO Y NEGRO

Cuando no sea posible utilizar ninguna de las versiones a color del imagotipo, se podrá usar la versión en blanco y negro, positivo o negativo, según sea el caso.

En estas variantes, el color corporativo naranja se sustituye por negro al 50% de opacidad.



2.2.4. USO DEL IMAGOTIPO EN FONDOS DE COLOR

Colores corporativos primarios como fondo

Para no limitar la aplicación de la identidad gráfica, se presentan las versiones a color del imago tipo sobre diversos fondos.

No se descartan colores diferentes; sin embargo, se exceptúan aquellos que comprometan la legibilidad del imago tipo o que estén relacionados con otras instituciones, entre ellos: rojo, amarillo y verde.

Dependiendo del contraste que se genere entre el imago tipo y los fondos de color, debe considerarse el invertir los colores en ciertos elementos de este, como se muestra a continuación (la tipografía y los bordes exteriores del símbolo intercambiarán sus colores para mayor legibilidad):

Pantone 144 C
100%



Pantone 300 C
100%



Negro 100%



A continuación se presentan ejemplos de la aplicación de los imagotipos en fondos claros, en donde se respetan los colores originales de sus elementos.

Se tomaron como muestra los colores corporativos primarios al 15% de matiz, pero no se descartan tonos diferentes.

Pantone 144 C
15%



Pantone 300 C
15%



Negro 15%



2.2.5. IMAGOTIPO A UNA TINTA

El uso de imagotipo en sus colores corporativos originales debe ser siempre primera opción; sin embargo, se permite la reproducción del mismo en versiones a una tinta, en casos en donde el tipo de aplicación lo requiera.

Es importante mencionar que los siguientes son solo ejemplos dentro de la gran variedad de tonos que se pueden considerar, sin comprometer la identidad visual de la UNIVA, como se establece en el punto anterior.

Pantone 144 C



Pantone 300 C



Pantone 262 C



Pantone 295 C



Pantone 871 C
Oro Metálico



2.2.6. VERSIÓN UNA TINTA DIRECTA

Esta versión de los imagotipos será utilizada como opción a una sola tinta (sin medios tonos) en aplicaciones como serigrafía, corte *láser*, fachadas, etc.

Siempre se debe recurrir a los archivos originales de estos diseños. No se intentarán modificar ni recrear.



2.3 PROHIBICIONES EN EL USO DEL IMAGOTIPO O LOGOTIPO,

Prohibiciones de forma

Queda estrictamente prohibido distorcionar el imagotipo o logotipo UNIVA en cualquiera de sus variantes, como el comprimirlo en vertical u horizontal, girarlo en cualquier ángulo, así también queda prohibido espejear a lo vertical u horizontal, ya sea como efecto de reflejo o por composición.



Prohibiciones de composición y color

El imagotipo o logotipo UNIVA en cualquiera de sus variantes, no debe modificarse por ningún motivo, tanto en su composición y elementos que lo integran, así como en cambiar los colores institucionales correspondientes a cada elemento.



Prohibiciones de efecto

Evitar el uso de efectos en el emblema o logotipo UNIVA, como sombras, difuminado, luz interna o externa. En caso de necesitar el uso de la sombra, deberá ser únicamente para acentuar el contraste entre el logotipo - emblema con el fondo, el porcentaje de la misma no deberá ser mayor al 50% de intensidad en color negro.



Prohibiciones de color

Queda prohibido alterar o modificar el uso de los colores corporativos, ya sea en los elementos que integran el imagotipo o logotipo UNIVA en cualquiera de sus variantes, así como el color de fondo que se utilice, no deberá ser un color diferente a los señalados en paginas anteriores.

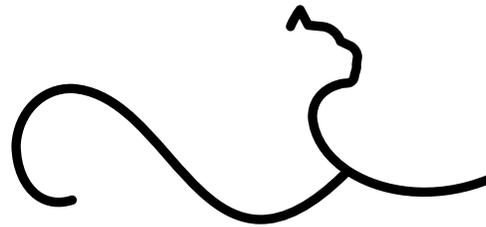


2.4 ISOLOGO MASCOTA

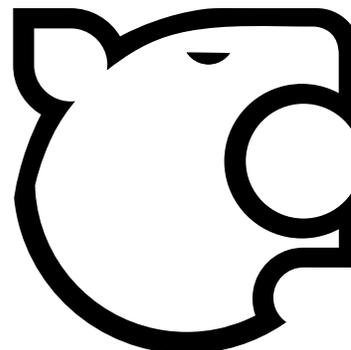
Diseño original de la mascota UNIVA**Isotipo de la mascota UNIVA**

Como se señaló antes, el ocelote fue incorporado a la Institución como otro elemento de identidad deportiva. En el 2012 se planteó volver a lo básico gracias a la inauguración del Centro de Desarrollo Físico Integral *Juan Pablo II*: con esto regresó la aplicación del diseño original de la mascota Ocelotes UNIVA; sin embargo, dado a que en el mes de junio del año 2004 se instaló en el ingreso principal de la preparatoria una escultura del arquitecto Francisco Morales, que se incorporó a la imagen de preparatoria se continuará, por tiempo indefinido, aplicando en las piezas de promoción y *souvenirs* de la Preparatoria.

Debido al carácter que denota el logotipo del rostro Ocelotes se autorizó como identidad deportiva institucional, como se ha mencionado antes, a partir del 2012. Las aplicaciones autorizadas son las que se establecen en este documento, y que muestran la escultura orientada hacia cualquiera de sus lados, siempre en silueta, permitiendo un manejo cromático flexible.

**OCELOTES**

Uso exclusivo Preparatoria UNIVA

OCELOTES

Isotipo deportivo institucional

2.5 IDENTIDAD EN PERSONAJE BOTARGA INSTITUCIONAL

Con el fin de contar con una mascota representativa exclusiva para eventos deportivos, se realiza la botarga institucional en compleción humana, con elementos que simbolizan la astucia, el liderazgo y la fuerza.

La botarga es asexualada y elaborada con materiales textiles con impresión que resista la intemperie y el lavado.



2.6 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Tipografía Institucional

Para el diseño de los imatopos fueron modificados caracteres de la familia tipográfica Eurostile. Siempre se debe recurrir a los archivos digitales de los diseños originales. No se intentarán modificar ni recrear.

Cuando se requiera resaltar el nombre completo de la Institución en alguna aplicación, se utilizará la fuente Eurostile en sus estilos Regular Extended o Black Extended; este será el único uso de estas tipografías.

Eurostile Black Extended

**UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ATEMAJAC
0123456789**



Ej. *Hot stamping*. El acomodo es solo ilustrativo



2.6.1 TIPOGRAFÍAS COMPLEMENTARIAS

Tipografía complementaria primaria

Avenir es la familia tipográfica que debe usarse en papelería corporativa, documentos, folletos y publicaciones de la Universidad, y cuenta con variedad de pesos y estilos.

Avenir

AaBbCc

Light

AaBbCc

Light Oblique

AaBbCc

Book

AaBbCc

Book Oblique

AaBbCc

Roman

AaBbCc

Oblique

AaBbCc

Medium

AaBbCc

Medium Oblique

AaBbCc

Black

AaBbCc

Black Oblique

AaBbCc

Heavy

AaBbCc

Heavy Oblique

Tipografía complementaria secundaria

En casos en los que no se cuente con la familia tipográfica Avenir, se podrá usar la tipografía secundaria Segoe UI, o en su defecto la tipografía Arial. Este tipo de letra no debe ser aplicado en piezas oficiales producidas por la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional.

SEGOE UI

Segoe UI
Segoe UI italic

Arial Regular
Arial Italic

Segoe UI Bold
Segoe UI Bold italic

Arial Bold
Arial Bold Italic



3.

PRINCIPALES APLICACIONES

3.1 LINEAMIENTOS GENERALES

Las aplicaciones del logotipo e imago tipo a piezas gráficas deben adaptarse a cada uso sin deformarse y respetando los lineamientos que se mencionan en este manual.

Dentro de las reglas de identidad gráfica de la UNIVA entra cualquier medio de comunicación impreso o digital, interno o externo, en donde se encuentren los imago tipos y/o elementos de identidad.

Otras aplicaciones no contempladas en este documento se someterán a propuesta para su aprobación en la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional.

A continuación se presenta la papelería oficial para comunicación interna o externa de las direcciones, jefaturas, departamentos y áreas de servicio de la Institución, con excepción de Rectoría, que cuenta con algunos ajustes en sus elementos gráficos.

Siempre se debe recurrir a los archivos originales de estos diseños. No se deberán modificar ni recrear.





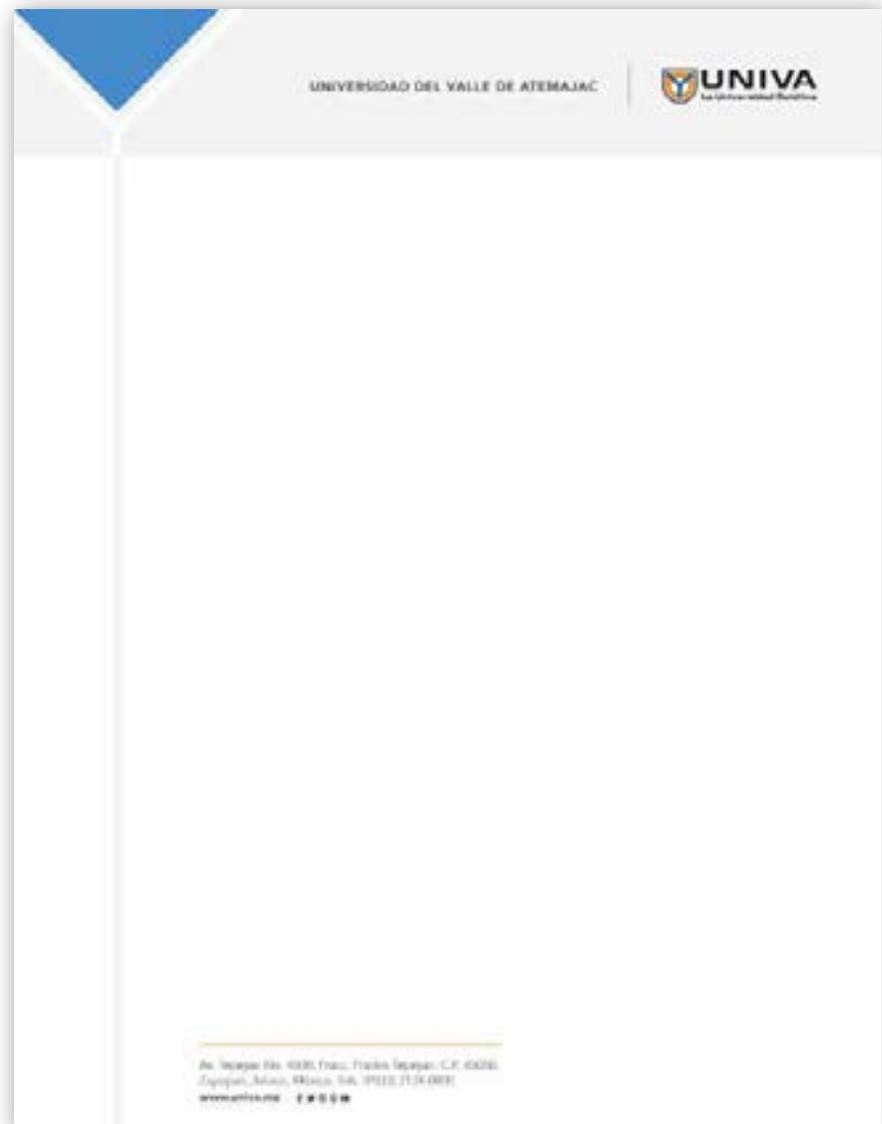
3.2 PAPELERÍA CORPORATIVA GENERAL

Hoja membretada

Para la hoja membretada que se requiera en documentos oficiales de uso externo de la Universidad deberá utilizarse la que se muestra a un costado.

Para uso interno se permite la hoja membretada con el nombre del área o jefatura en la parte superior.

Siempre se debe recurrir a los archivos originales de estos diseños. No se intentarán modificar ni recrear.



Hoja membretada

Cuando se requiera el uso de una tinta, esta deberá ser directa (pantone 300 C) a medios tonos.



Sobre institucional

Sobre en formato carta (doblez en tres partes) impreso al frente a color o una tinta (pantone 300 C) en papel bond de 90gr. o 135gr.

Uso exclusivo para direcciones, jefaturas o áreas específicas.



Tarjetas de presentación

Lineamiento en el contenido y uso de tarjetas de presentación:

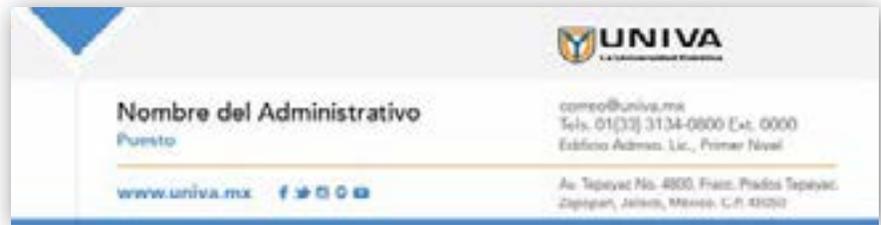
1. Al utilizar los cargos correspondientes a Director General y Director se recomiendan en español e inglés, respondiendo a la tendencia de globalización.
2. Los cargos correspondientes a Jefe y Jefa de área se acotarán en español e inglés, siempre que el alcance de las funciones abarque al Sistema UNIVA y se tenga relación con empresas, organismos, instituciones y/o medios de alcance internacional.
3. Para cargos referentes a Coordinador de área, aplicará la misma variable anterior, agregando la Jefatura o Departamento correspondiente.
4. En el caso de Encargado o Encargada, no aplica tarjeta de presentación impresa, salvo casos de excepción en los que por sus funciones requiera este recurso, y se deberá enviar la solicitud de las tarjetas, con una justificación firmada por su Jefe de área (se anexará a la orden de impresión).
5. Por ningún motivo se deberá omitir o modificar información elemental, como: logotipo, dirección, C.P., ciudad, estado, país.
6. En ningún caso aplican adicionalmente datos de teléfonos celulares o redes sociales de carácter personal.



3.3 PERSONIFICADORES Y AVISOS

Firmas digitales

Identificación para uso exclusivo al pie de los correos electrónicos institucionales.



Personificadores

Los ingresos a oficinas deberán contar con personificadores de los administrativos con la información completa, como se muestra en el ejemplo.



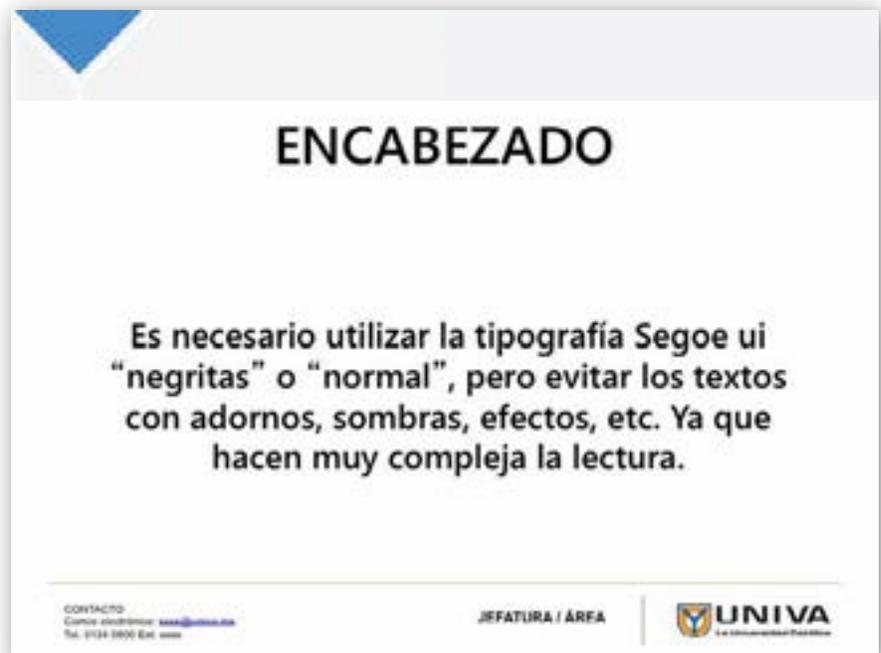
Letreros Avisos

Los medios informativos deberán contar con la identidad corporativa muy semejante a las aplicaciones gráficas de la papelería interna.

Se cuenta con plantillas base para que las áreas o jefaturas puedan relizar los avisos de una sola pieza para impresos y/o los avisos digitales.

Según el alcance de difusión, se deberá utilizar la plantilla con membrete arriba y abajo (dirección) para usuarios internos y externos a la Universidad.

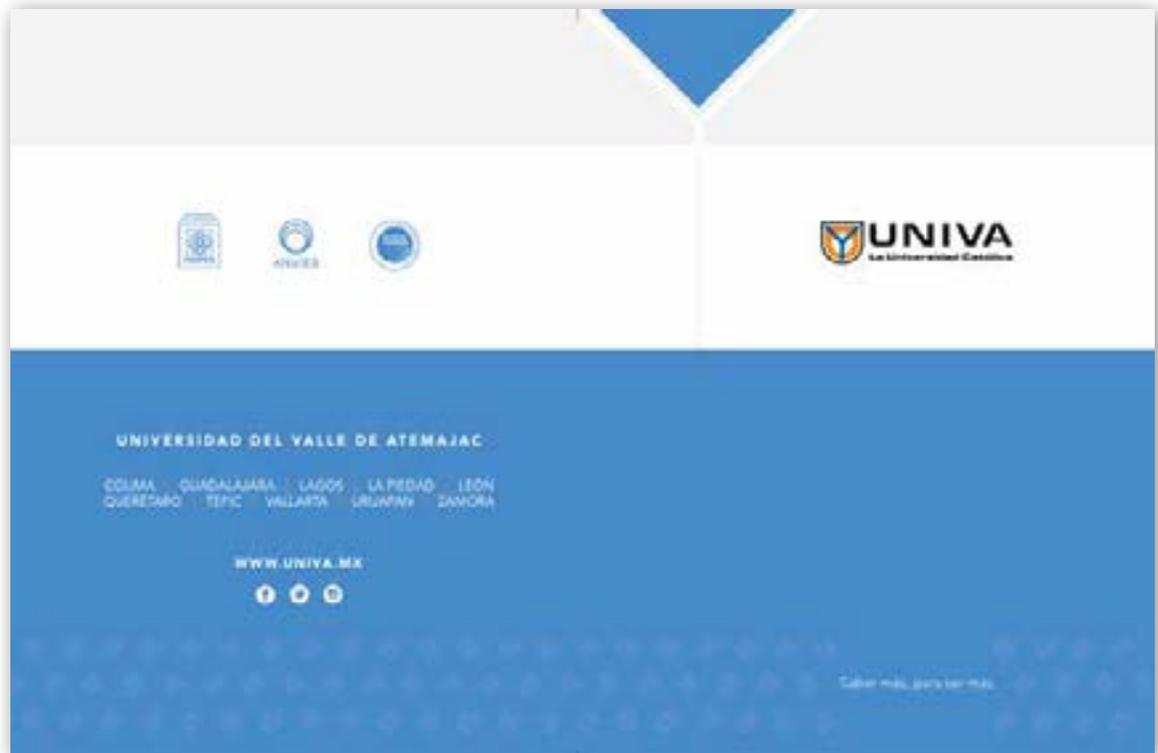
Para avisos internos se recomienda el uso de plantilla como en el ejemplo de abajo, en donde el membrete se ubica en la parte inferior.



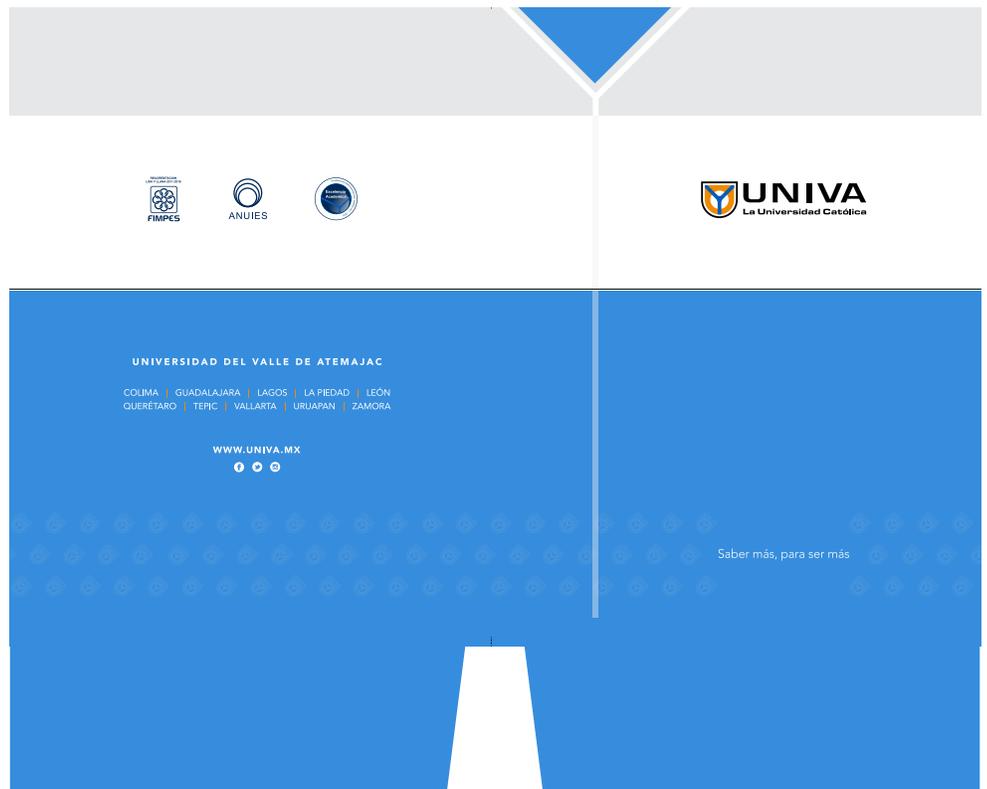
3.4 CARPETA INSTITUCIONAL



Carpeta institucional licenciaturas



La carpeta institucional deberá contar con solapas internas, ser impresa en cartulina sulfatada de 14 ptos. contar con barniz mate en toda la superficie y barniz brillante a registro en los siguientes elementos gráficos: isologo UNIVA, slogan, logotipos instituciones acreditadoras, patrón emblema univa, información, "Y", isologos de redes sociales.



Sobre bolsa



3.5 LOMO CARPETA ARGOLLA INSTITUCIONAL



3.6 CONSTANCIA INSTITUCIONAL

Documento emitido por una institución que acredita la participación formativa de los asistentes, preferentemente finalizada con acreditación.

Por lo general se emite en actividades como:

- Cursos
- Talleres
- Seminarios

Formato carta horizontal para su impresión o manejo digital.

Deberá contener:

- Universidad que otorga (mención y logotipo)
- El nombre completo del asistente (mayúscula en letras iniciales, verificar ortografía)
- Nombre del curso, taller, simposio.
- Numero de horas (duración)
- Dirección del lugar en donde se emite

La constancia para Congresos o eventos académicos que cuenten con su propia imagen se podrá colocar el gráfico al costado izquierdo, según ejemplo.

Reconocimiento

Documento emitido por una o varias instituciones u organismos, que reconoce un logro, participación, ponencia, ganadores de concursos, entre otros.

Formato carta horizontal para su impresión.



3.7 DIPLOMA INSTITUCIONAL

Diploma

Documento que valida una o varias instituciones u organismos (constituidos legalmente), emitido únicamente para diplomados, que acredita a alumnos, ya sea con fines de capacitación, actualización, especialización o titulación.

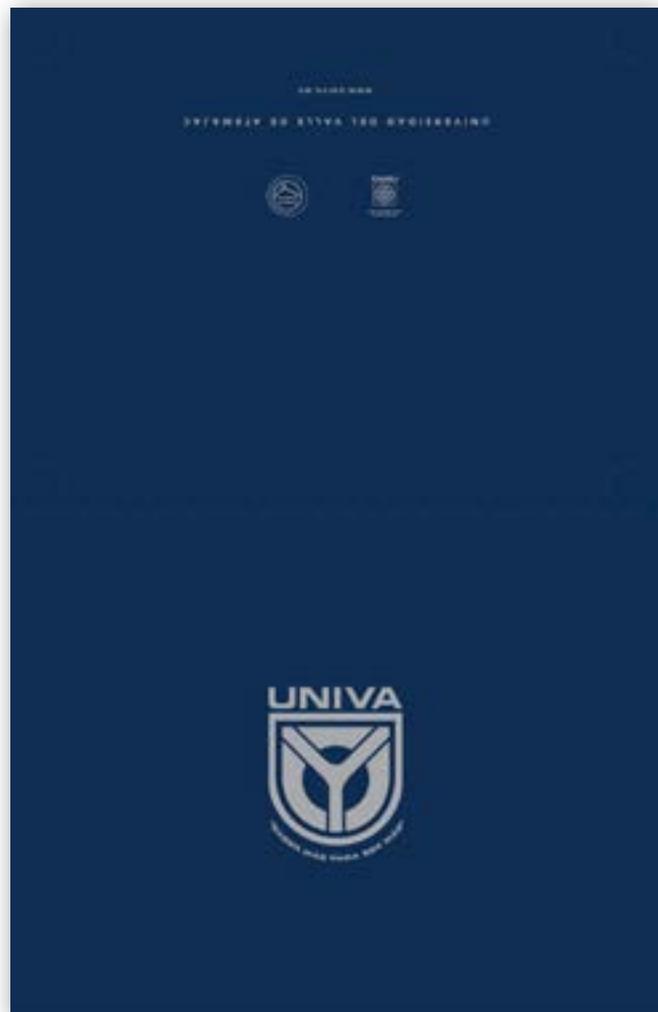
Formato 36 x 27 cm (horizontal) para su impresión con porta diploma, preferentemente.

Formato carta (horizontal) sin portadiploma.



Porta Diploma

Soporte que protege el diploma de 36 x 27 cm (horizontal) a manera de carpeta, impreso a una tinta (pantone 300c) sobre cartulina gruesa, con suaje.



3.8 UNIFORMES INSTITUCIONALES

El uso de uniforme corporativo para el personal administrativo de la UNIVA, brinda una identidad sólida y unificada entre las diferentes áreas que la conforman.

Este deberá utilizar colores (gamas) corporativos, y tener bordado el logotipo UNIVA, arriba a izquierda (de la persona quien lo porta) ya sea a colores institucionales o a un color.



Batas de Salud Ocupacional deberán ser bordadas al costado derecho con el emblema UNIVA; el nombre completo del médico se ha de colocar en una línea al costado izquierdo (arriba de la bolsa).



3.8 UNIFORMES DEPORTIVOS

El uniforme deportivo institucional deportivo, aplica para cualquier deporte con las variantes y lineamientos que cada disciplina deportiva requiere.

Se deberá contar con los colores y tipografías institucionales, deberá contar con formas sencillas, tamaño de elementos funcionales a la lectura a distancias pronunciadas y utilizar texturas visuales que representen la piel de un ocelote a medio tono (negro o azul).



3.9 PROMOCIONALES

Los artículos que se encuentran en este apartado ejemplifican la aplicación de las versiones horizontal y vertical del imagotipo o logotipo de la UNIVA en diferentes arreglos de color, teniendo en cuenta siempre los parámetros antes mencionados.

Se recomienda el uso de un color en tinta plana para plasmar el logotipo o emblema UNIVA cuando se imprime en serigrafía o grabado (hot stamping).

En caso de utilizar bordado o vinil textil, asegurar que los colores sean los institucionales.



Para los artículos promocionales, preferentemente se debe recurrir al imagotipo horizontal para cualquier aplicación; sin embargo, se podrá también considerar la versión vertical *sin lema* en materiales en donde el espacio lo permita.

Se deberá utilizar una tinta (negro, blanco o azul institucional) o grabado laser sobre el material.



3.10 VEHÍCULOS INSTITUCIONALES

En vehículos de la Institución se debe procurar que molduras, manijas u otros elementos no interfieran con el imagotipo y su espacio libre.



3.11 OFICINAS Y ESPACIOS DE SERVICIO

Lineamientos institucionales para la ambientación de Oficinas Administrativas.

Las oficinas administrativas de la UNIVA deberán ser ambientadas respetando los estilos y lineamientos de imagen de la identidad institucional vigente, mismos que se señalan a continuación:

- Los colores deben manejarse sobre la gama de azules, blancos y grises. En algunos casos, se puede utilizar un porcentaje conservador de la gama del morado y lavanda.
- En las direcciones y jefaturas se recomienda colocar elementos institucionales como la Misión, Visión, Valores de la UNIVA (PID 2016-2020).
- En áreas de atención a alumnos o áreas de servicios universitarios, es recomendable colocar imágenes fotográficas de fachadas de la Universidad o que muestren de forma artística el acontecer estudiantil y de servicio. Pueden enriquecerse con frases del Ideario UNIVA.
- El mobiliario deberá ser el institucional y siempre cuidar que permanezca en buen estado.
- Es importante mostrar la identidad de marca a través del Logotipo o del Emblema de la UNIVA en



las siguientes áreas: salas de usos múltiples, auditorios, fachadas principales (ingresos al campus o plantel) y oficinas de directivos. Se debe evitar el uso excesivo del logotipo o emblema de la Universidad.

- No utilizar el logotipo o emblema UNIVA en tapetes, utensilios u otros objetos en donde se desgaste o ensucie el mismo.
- Las oficinas de los coordinadores, encargados y auxiliares, son espacios de trabajo que proyectan la imagen de quien las habita; por lo tanto se deben cuidar los elementos decorativos, mismos que deben ser discretos y ejecutivos.

Evitar los de índole personal.

- Es de suma importancia, que siempre impere el orden en las oficinas.

En las áreas comunes administrativas o de recepción de visitantes,

se deberá:

- Colocar el logotipo o emblema de la UNIVA.
- Colocar elementos institucionales como la Misión, Visión, Valores de la UNIVA.
- El mobiliario deberá ser de la gama de grises, negro o tonos azules y en buen estado.



4.

IDENTIDAD
INSTITUCIONAL
INTERNA

4.1 PRESENTACIONES INSTITUCIONALES

Plantilla para presentaciones institucionales

Las presentaciones institucionales serán utilizadas por diversas áreas, servicios y direcciones a nivel Sistema UNIVA, con el objetivo de homologar la identidad gráfica. Actualmente se cuentan en formato Power Point (microsoft), con variables gráficas en las diapositivas internas.





Sistema universitario de **excelencia académica**

EN 10 CIUDADES DE LA REPÚBLICA MEXICANA



COLIMA GUADALAJARA LAGOS DE MORENO LA PAZ LEÓN QUERÉTARO TEPIC URUAPAN VILLAHERMS ZAMORA



FILOSOFÍA INSTITUCIONAL UNIVA

Misión:

Formar **líderes** con **espíritu de servicio** y comprometidos con el **bien común**.

Visión:

Somos un **sistema universitario eficiente, sustentable** y congruente con su **identidad católica**.

Valores institucionales:

Perseverancia **Solidaridad Lealtad**
Justicia **Honestidad** Respeto



Participación con organismos **acreditadores** institucionales y de programas educativos



Boletines electrónicos internos institucionales

A través del envío masivo de correos electrónicos institucionales, la Universidad realiza esfuerzos conjuntos para comunicar a la comunidad universitaria sobre el acontecer académico, administrativo y/o de vinculación e investigación del Sistema UNIVA.

Se cuenta con los siguientes boletines:

- Boletín UNI2
- UNIVA Comunica
- UNI2 por... "la Salud", "la Seguridad", "el Deporte", "por el Talento Humano", "por la Comunicación", entre otros.



UNI2
por la comunicación

Saber comunicar eficazmente es una necesidad vital. En un entorno donde existen miles de mensajes diarios, donde la novedad es fugaz y donde la tecnología proporciona numerosas herramientas, es determinante conocer y dominar las buenas prácticas comunicativas.



Comunicación en acción es una campaña interna que durante el año en curso nos brindará estrategias, tácticas y las herramientas necesarias para facilitarnos el camino hacia una comunicación efectiva y asertiva.

En la UNIVA todos tenemos algo que decir, y la comunicación es el camino.

Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional
Av. Tapanas No. 4000, Pinar, Pinar del Río, C.P. 40000 Zapopan, Jalisco. Tel. 01 (33) 31 34 00 00 www.univa.mx



UNI2
por la salud

La salud es el tesoro más preciado de todo ser humano.

Estimada comunidad universitaria:

La UNIVA les ofrece gratuitamente la detección oportuna de colesterol, triglicéridos y glucosa, este **viernes 8 de abril**.



¿Qué se requiere?

- Concertar cita con Alma Ávalos
Extensión 1797, de 8:30 a 15:00 o de 16:00 a 17:00 hrs.
- Ser mayor de 35 años
- Presentarse en ayunas
Camarino de mujeres del SUM, de 07:30 a 10:30 horas

Les invitamos a cuidar su salud

Área responsable de la información: Talento Humano

Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional
Av. Tapanas No. 4000, Pinar, Pinar del Río, C.P. 40000 Zapopan, Jalisco. Tel. 01 (33) 31 34 00 00 www.univa.mx

Boletín UNI2

es el órgano informativo y divulgación de la ciencia tecnología y saber, representativo de las áreas del saber UNIVA dirigido a los colaboradores del Sistema UNIVA.

- 1.- Portada con el título enmarcado entre corchetes
 - 2.- Primera sección que contiene la noticias relevantes siguiendo los siguientes criterios: a) noticia principal actividades relacionadas a la Rectoría, convenios, graduaciones. Las noticias deben de enviarse con un máximo de 5 párrafos siguiendo las reglas de redacción de las noticias, acompañadas de 3 fotografías ilustrativas de buena calidad. Sin errores ortográficos. Las notas deben enviarse al encargado antes de las 2 semanas de caducidad. Las notas se publican conforme a los criterios antes señalados.
 - 3.- La segunda sección contiene una frase célebre.
 - 4.- La tercera sección contiene los cumpleaños de los colaboradores.
 - 5.- La cuarta sección contiene información relacionada a las misas correspondientes a las áreas.
 - 6.- Link para informarse sobre más noticias del sistema UNIVA
- Se encuentra al lado de la Portada o el Header del lado izquierdo.



Octavo Maratón de Comercio Internacional de la UNIVA Zamora



La UNIVA Zamora ha iniciado el 8º Maratón de Comercio Internacional como cada año, las responsables de este ya tradicional evento fueron las alumnas de IP, Cuatrimestre de Comercio y Negocios Internacionales, con el apoyo de los maestros Roberto Hernández Madrazo y José de Jesús Salazar Parra, además de algunas alumnas de IP, Cuatrimestre de Mercadotecnia Integral.

El evento del mes con la presencia inaugural a cargo del Director del Ferial Zamora, maestro Jaime Rojas Izquierdo y luego la primera etapa del concurso, en donde quienes obtuvieron los primeros 3 en la segunda participación, como una recompensa por sus acciones de las licenciaturas del departamento de Comercio y Negocios Internacionales, Mercadotecnia, Administración de Empresas y Contaduría Pública.

El primer lugar lo obtuvieron las alumnas de IP, Cuatrimestre de Comercio y Negocios Internacionales y Contaduría, Clarita Iván Ramírez García, Evelyn Guillerina Macías y Guadalupe Alberto González García, quienes fueron premiadas con \$3,000.00, un título y un reconocimiento; el segundo lugar lo obtuvieron alumnas de IP, Cuatrimestre de Comercio y Negocios Internacionales, Stefania González Aguilar, Ulises Mora Mora y Mariana Gerber Berrio, premiadas con \$2,000.00, un título y un reconocimiento; y el tercer lugar lo obtuvieron alumnas de IP, Cuatrimestre de Comercio Internacional y Mercadotecnia, Saeta de César Martínez Chávez, Julián David Alfar Espinoza y Ulises Morales Canales, quienes se llevaron \$1,000.00, un título y un reconocimiento por parte de la UNIVA.



Explican a estudiantes de Puerto Vallarta el manejo de materiales

Estudiantes de las licenciaturas de Ingeniería Automotriz y Diseño de Interiores de la UNIVA Puerto Vallarta, recibieron amplia explicación del experto Víctor Vázquez en relación con el manejo de materiales utilizados en alfarería, fundamentalmente en la elaboración de vajillas, su conservación y mantenimiento para obtener el máximo del rendimiento. Cabe destacar que los alumnos fueron patrocinados por la empresa HIASA.



En Quetzalera, estudiantes y profesores realizan preparativos para reforestación

El pasado domingo se realizaron preparativos para la plantación de árboles como el cañal Santo Catalina, aguelto y la UNIVA Quetzalera. Se trató de labores de limpieza y colocación de estacas en las diferentes parcelas; participaron alumnas y maestros de las materias de Plantación y de Arquitectura como parte de las actividades correspondientes a los Jornales de Reforestación Oribana en Comandante, impulsados por el EODDC.

RECOMENDACIÓN

En esta temporada de lluvias, cheque las llantas de tu auto; si presentan un desgaste mayor al 50%, cámbialas para que tengas una buena adherencia en lluvia.

CUMPLEAÑOS

Área	Colaborador	Área
Ferial	José Doris Esteban Barragán	Comercio Internacional
Cofre	Mario Eugenio Guzmán Trejo	Comercio Internacional
Quetzalera	Fred Edilberto Segura Barrera	Diseño Arquitectónico
La Pazola	Taliberto Carlos Ruiz López	Coordinación Académica
Lagos	Oliver García Flores	Comercio Internacional
Valera	José Andrés Montañón Barrera	Comercio Internacional
Zamora	Jorge Luis Velazco Izquierdo	Comercio Internacional

MISA

Hoy, 27 de julio, la misa se ofrece por el Jefatura de Mercadotecnia

Ponte al día

<http://www.univa.mx/boletines/univa-boletines-informacion>

Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional

Av. Topografía No. 8000 Pte. Puerto Vallarta, Jalisco, México, C.P. 48300 Zapopan, Jalisco, Tel. 01 33 3371 24 88 88 www.univa.mx

4.3 PIEZAS INFORMATIVAS

Las piezas informativas como oferta académica, disposiciones de áreas, procesos operativos, entre otras, que se socialicen en el interior o exterior de la Universidad deberán contar con una estructura jerárquica en los elementos, acompañada en caso necesario por imágenes fotográficas o icónicas, así como colocar en la parte inferior los datos de contacto del área o servicio competente.

¿Conoce nuestras políticas de facturación?

- Independientemente del medio de pago, contará con 30 días naturales después de haber pagado para descargar y/o solicitar la modificación de su factura a través del portal. Después del plazo indicado, no se podrán realizar modificaciones.
- El plazo límite para solicitar facturas con fecha de este año será el 15 de diciembre del presente año. Los pagos posteriores se facturarán con fecha del mes de enero del año siguiente.
- TODA FACTURA SE EMITIRÁ CON LA FECHA DE EMISIÓN y no con la fecha misma del pago; si usted requiere la factura con el mes en que hizo su pago, deberá realizarlo 3 días antes de que termine el mes.
- Para la emisión de Comprobantes Fiscales Digitales por Internet, la Universidad ha puesto a su disposición un Portal de Facturación facturacionlinea.univa.mx (usando matrícula y la misma contraseña del portal de alumnos). Importante: Registrar RFC, Razón Social, Dirección (calle, número, colonia, C.P., ciudad y estado), CURP del alumno y correo electrónico.

Le invitamos a consultar y descargar todas las políticas de facturación en www.univa.mx o en el Portal de Facturación.

Correos de contacto:
Bogarth A. Romero Molina
bogartha.romero@univa.mx
y facturagd@univa.mx

Tel. 31340800, Ext. 1172 / 1542.

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

 UNIVA
LA UNIVERSIDAD CAMBIÓ

Piezas informativas académicas



Diplomado: Cultura de disCapacidad

La Estación Incluye, A.C. está formada por un grupo de expertos y especialistas en el tema, quienes preocupados por la inclusión y la cultura de disCapacidad diseñaron este diplomado.

Duración: 20 semanas

Dirigido a: Todos los interesados en el desarrollo de competencias para brindar servicios inclusivos a las personas con disCapacidad en los diversos ámbitos: sanitario, educativo, salud, transporte, turismo, comunicación, cultura, fiesta, bienestar, recreación, deporte, alimentación, gubernamental, construcción, legal y laboral.

Objetivo general: Formar personas promotoras de la Cultura de la disCapacidad, con conocimientos, habilidades y competencias actuales para brindar servicios de calidad y equidad.

PROGRAMA

- Módulo I:** La construcción de la disCapacidad
- Módulo II:** Sistema Braille y atención a personas con disCapacidad
- Módulo III:** Educación y bienestar
- Módulo IV:** Atención y diferencia
- Módulo V:** Introducción a la Lengua de Señas Mexicana
- Módulo VI:** Comunicación intermedia en Lengua de Señas Mexicana

Horario: 17:00 a 21:00 horas

Módulo: México

UNIVA
Av. Tlapac 400,
Princ. Prados Tezcuic.

www.univa.mx
 @UnivaCdmx
 UnivaCdmx

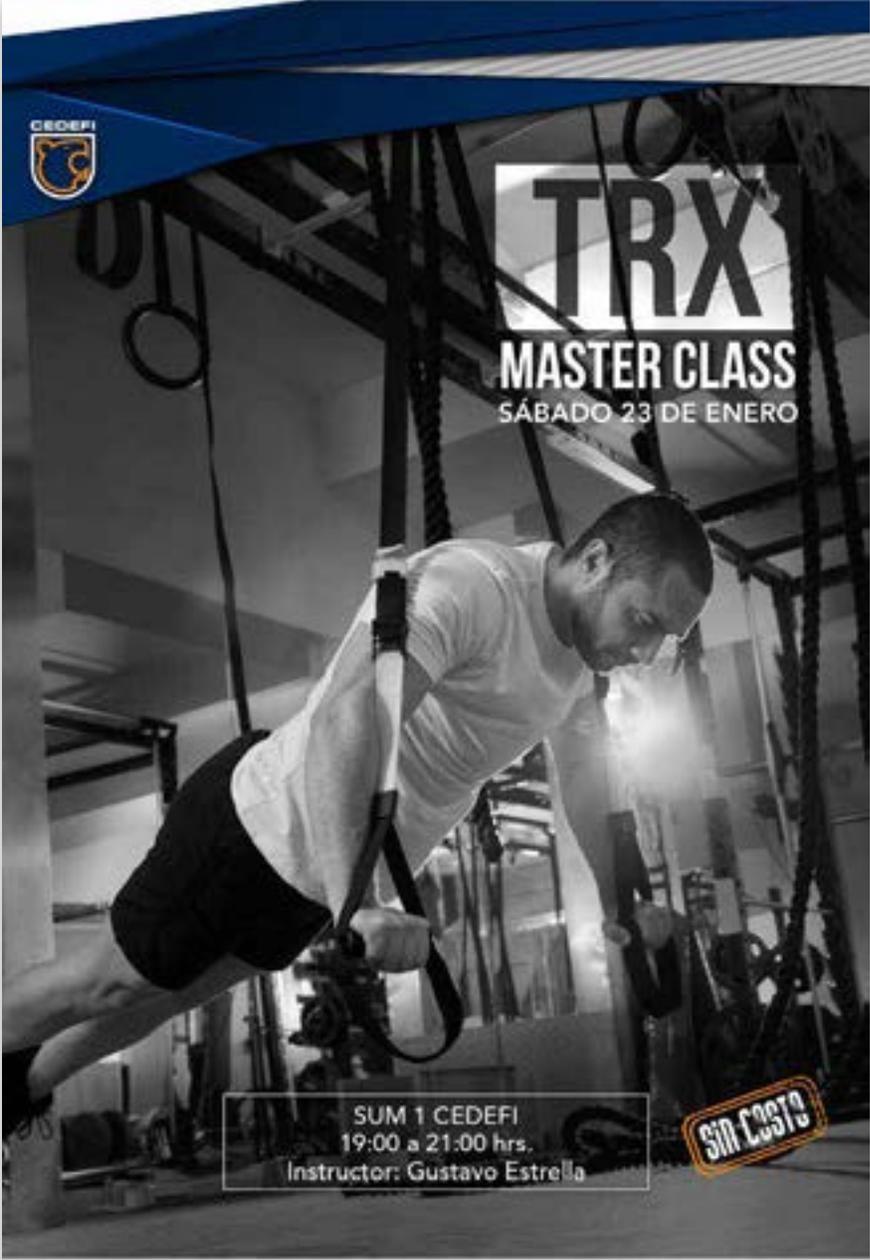
 

Matrículas e inscripciones:
Correo electrónico: cultura@estacionincluir.com; celular: (544) 303 1892027

Piezas informativas por jefaturas o áreas de servicio

Las aplicaciones institucionales para la Jefaturas o áreas deberán contar con la identidad institucional.

Es necesario que se considere el formato y tiraje en relación con el alcance deseado, impacto, usuario y presupuesto.



CEDEFI

TRX
MASTER CLASS
SÁBADO 23 DE ENERO

SUM 1 CEDEFI
19:00 a 21:00 hrs.
Instructor: Gustavo Estrella

SIN COSTO

f /CedefiUniva

CENTRO DE DESARROLLO FÍSICO INTEGRAL JUAN PABLO II

UNIVA
La Universidad Católica

5.

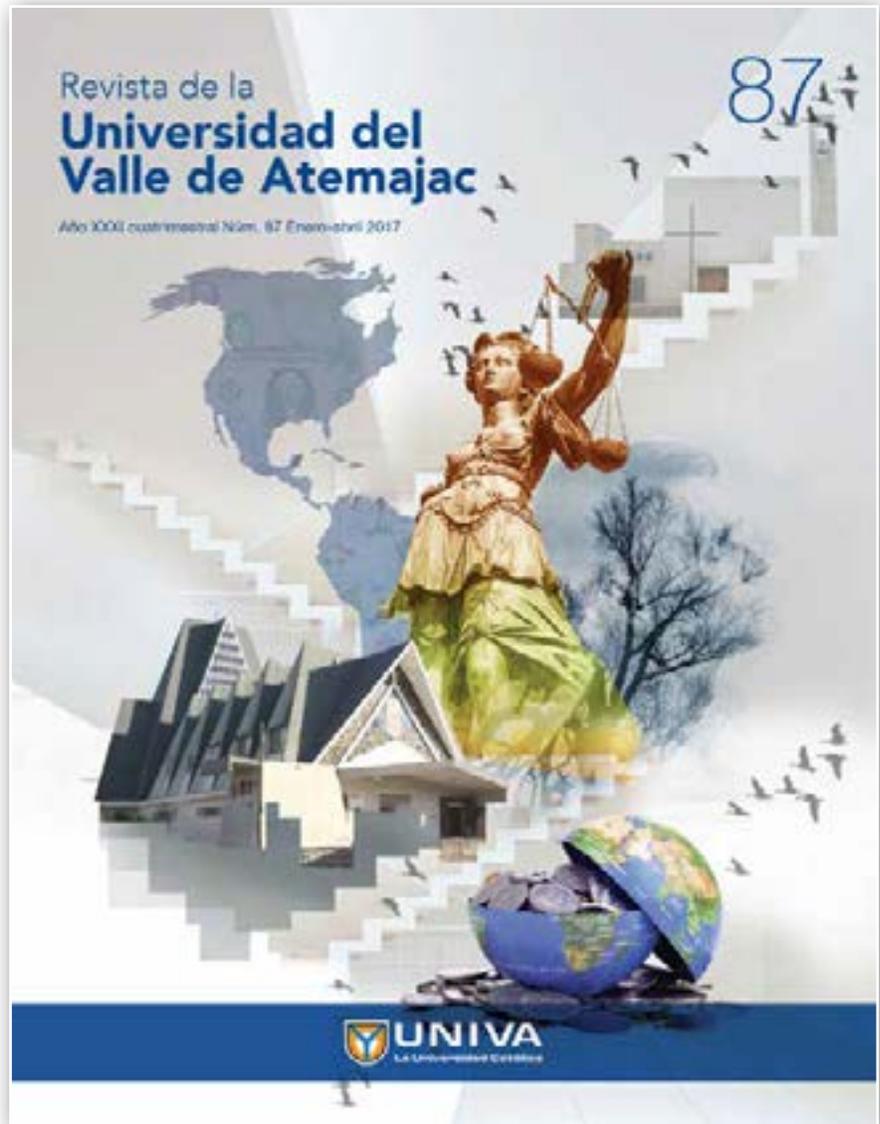
LINEAMIENTOS EDITORIALES

5.1 PUBLICACIONES INSTITUCIONALES

Revista de la Universidad del Valle del Atemajac

Las publicaciones institucionales de carácter periódico deberán ser realizadas en la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional para brindar un adecuado tratamiento comunicacional y visual en su desarrollo.

Tanto para publicaciones impresas como para digitales se deberá contar con un comité editorial que proporcione y valide el contenido; la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional deberá desarrollar la propuesta gráfica y difusión de las piezas a través de los canales adecuados.



Boletines electrónicos institucionales

Los boletines electrónicos con periodicidad quincenal son medios de comunicación indispensables para la divulgación de la información de aquellos eventos o actividades que proyectan el acontecer universitario.

“UNIVA Empresarial” se dirige al grupo de empresarios que cuenta con algún tipo de vinculación y/o alianza estratégica con la UNIVA.



PERO. LIC. FRANCISCO RAMÍREZ YÁÑEZ
RECTOR DEL SISTEMA UNIVA

La relación de las universidades con el desarrollo económico local

Me da gusto saludarlos. Desde 1991, la ONU ha promovido sistemáticamente la formación de agencias de desarrollo económico local; al leer sobre esto, encontré algo muy interesante: la relación de las universidades con este tipo de desarrollo.

Comento unos puntos breves: primero, que la universidad, la empresa, en vistas al desarrollo local, deben preocuparse por fortalecer sistemas que promuevan la dignidad de la persona, y no que produzcan desigualdad. Segundo: construir juntos la cohesión territorial, es decir, ver quiénes somos, de dónde venimos, cuál es nuestra historia, cuáles nuestras oportunidades y fortalecer esta cohesión mediante medidas estratégicas. Tercero: incluir particularmente a la mujer en estos circuitos económicos. Cuarto: en lo posible, reducir poco a poco la dependencia de capitales extranjeros; confiar más en el capital local para que la región se fortalezca. Es muy importante cuidar el medio ambiente: esta casa común debemos robustecerla. Finalmente, crear una mentalidad de iniciativa y de emprendimiento, tanto en empresarios como en la universidad; que nuestros universitarios vivan con esta capacidad de levantar su mano y aportar, para que juntos, empresa y universidad, y el sector oficial, que estamos sobreentendiendo, demos forma a este desarrollo económico local.

Gracias por su atención.

- MÉXICO SE UBICA EN EL LUGAR 45 DE INCLUSIÓN Y DESARROLLO: WEF
- UNIVERSIDADES, EMPRESAS E INSTITUCIONES UNIDAS PARA APOYAR A LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ
- ADMINISTRACIÓN E INNOVACIÓN DE NEGOCIOS
- VERANO GLOBAL UNIVA
- NOTICIAS DE REDES
- PARA SABER MÁS

Admite que no han logrado acelerar la penetración bancaria, entendida como la mayor proporción de adultos mexicanos y empresas con una cuenta bancaria, un crédito vigente o con tarjetas de crédito.

Los otros pilares de la inclusión. De acuerdo con el IDI del WEF, el crecimiento inclusivo se fundamenta en siete pilares: educación y habilidades; servicios básicos e infraestructura; ética política; intermediación financiera y economía real; construcción de activos y emprendimiento; empleo y compensación laboral, y transferencias fiscales.

En la revisión sobre México, evidencian que esta baja inclusión deriva del lento crecimiento per cápita y la baja expansión de la productividad laboral que prevalece desde 2011.

El panorama mexicano indica que el desempleo juvenil se mantiene alto, por arriba de la tasa general de la población que tendría que ser un acelerador de orientación vocacional; y de un mayor entrenamiento normalmente ligado al sistema educativo, pero en el que tendrían que participar las empresas.

Según el análisis del WEF, también será relevante para México incrementar la inversión privada a partir de programas que incentiven el emprendimiento, via transferencias fiscales.

El WEF admite que la corrupción y la percepción de seguridad están haciendo la confianza en el sistema.

Fuente:
<http://economista.com.mx/finanzas-publicas/2017/02/06/mexico-se-ubica-lugar-45-inclusion-desarrollo-wef>

ADMINISTRACIÓN E INNOVACIÓN DE NEGOCIOS

Nueva licenciatura diseñada para gente que trabaja.

Objetivo: Formar profesionistas capaces de gestionar procesos administrativos, financieros y de talento humano, mediante el desarrollo y la innovación en proyectos empresariales sostenibles, para promover la mejora de la posición competitiva y favorecer la sostenibilidad de las organizaciones, con una visión integral, emprendedora, responsable y ética.

Perfil de egreso: Como licenciado en Administración e Innovación de Negocios, será un profesional capaz de planear y controlar planes organizacionales administrativos estratégicos, así como procesos empresariales para la toma de decisiones y la administración de capital humano y financiero.

Campos de acción:

- Emprendimiento y gestión integral de negocios
- Dirección y administración de organizaciones
- Consultoría externa en empresas públicas o privadas
- Dirección y administración de activos tangibles e intangibles en las instituciones
- Desarrollo e implementación de planes estratégicos en innovación de negocios
- Organismos públicos y privados, como responsables de proyectos

Ver plan de estudios y mayor información en:
<http://www.univa.mx/sedes/guadalajara/oferta-academica/impulso-profesional/ciencias-economico-administrativas-y-negocios-internacionales/administracion-e-innovacion-de-negocios>

Boletines electrónicos institucionales especializados

“UNIVA Comunica” es un boletín electrónico con periodicidad quincenal, difunde información sobre el acontecer universitario del sistema UNIVA, se dirige al Consejo y Directivos del Sistema UNIVA.

EDICIÓN 15 DE JUNIO 2017

UNIVA COMUNICA

www.univa.mx

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ATEMAJAC

Guadalajara • La Piedad • Zamora • Puerto Vallarta • Lagos • León • Colima • Querétaro • Uruapan • Tepic

Editorial

Rectoría
 Pbro. Lic. Francisco Ramírez Yáñez
 Oficina del Rector
Mtra. Maricarmen Díaz de Sandi
 Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional
MCSI. Ma. Cristina González Cota
 Coordinación de Imagen Corporativa
Mtra. Elena Martínez Garza
 Coordinación de Comunicación Digital
MÉ. Pablo Morales Hernández
 Coordinación de Comunicación y Gestión de Medios
Lic. Alberto Iván Amaya Martínez
 Coordinación de Desarrollo y Producción de Medios
Mtro. Alfonso Orozco de la Torre
 Corrección y Estilo
Lic. José de Jesús Saavedra Avina
 Diseño Editorial
LDG. Érika Palomino Lemus

Correo electrónico:
 cristina.cota@univa.mx

Voz del Rector

La relación de las universidades con el desarrollo económico local
 Me da gusto saludarles. Desde 1991, la ONU ha promovido sistemáticamente la formación de agencias de desarrollo económico local; al leer sobre esto, encontré algo muy interesante: la relación de las universidades con este tipo de desarrollo. Comento unos puntos breves: primero, que la universidad, la empresa, en vistas al desarrollo local, deben preocuparse por fortalecer sistemas que promuevan la dignidad de la persona, y no que produzcan desigualdad. Segundo: construir juntos la cohesión territorial, es decir, ver quiénes somos, de dónde venimos, cuál es nuestra historia, cuáles nuestras oportunidades y fortalecer esta cohesión mediante medidas estratégicas. Tercero: incluir particularmente a la mujer en estos circuitos económicos. Cuarto: en lo posible, reducir poco a poco la dependencia de capitales extranjeros; confiar más en el capital local para que la región se fortalezca. Es muy importante cuidar el medio ambiente; esta casa común debemos robustecerla. Finalmente, crear una mentalidad de iniciativa y de emprendimiento, tanto en empresarios como en la universidad; que nuestros universitarios vivan con esta capacidad de levantar su mano y aportar, para que juntos, empresa y universidad, y el sector oficial, que estamos sobreentendiendo, dar forma a este desarrollo económico local. Gracias por su atención.

Pbro. Lic. Francisco Ramírez Yáñez, Rector del Sistema UNIVA



Contenido

- 2 En la UNIVA Guadalajara, conferencias de la Asociación Mexicana de Ex Presidentes Empresariales
- 3 La UNIVA forma parte del Clúster Automotriz de Jalisco
- 4 El campus León, sede de la toma de protesta del Consejo Coordinador de Colegios de Profesionistas
- 5 Estudiantes del plantel Guadalajara ganan primer lugar en maratón de ANFECA
- 6 Noticias de redes sociales
- 7 Historia UNIVA
- 7 Numeralia
- 7 Próximos eventos



La UNIVA forma parte del Clúster Automotriz de Jalisco

02 de junio de 2017

Universidades, empresas e instituciones unidas para apoyar a la industria automotriz.



En días pasados se llevó a cabo en la Universidad de Guadalajara, la primera Asamblea General del Clúster Automotriz de Jalisco, unión de empresas, instituciones y universidades del Estado cuyo objetivo es ampliar las competencias y generar empleos en la industria automotriz.

Este clúster jalisciense se creó a partir del contexto favorable que tiene desde hace unos años Jalisco en temas tecnológicos, aspecto que ha atraído a empresas extranjeras a tierras jaliscienses para instalar sus fábricas. Son 32 socios los que forman este grupo desde hace cuatro meses, y ya trabaja en acciones concretas.

En la asamblea, donde estuvieron presentes miembros de las instituciones y empresas que forman el clúster, se agradeció la confianza a las empresas y gobierno para echar a andar este proyecto y se

reiteró, a nombre de las universidades, la oferta amplia de trabajos de investigación y vinculación con las empresas para el óptimo desarrollo de la industria, que aporta alrededor del 3% al PIB nacional.

En el evento se presentó el informe de actividades del primer cuatrimestre de trabajo, a través de un amplio recorrido por objetivos trazados y cumplidos, así como los retos que tiene el clúster en Jalisco.

Algunas de las grandes esperanzas en generación de empleos son las 21 empresas automotrices extranjeras que se instalaron en el Parque Industrial Colinas del Lago, en Lagos de Moreno, Jalisco, la cuales se prevé que generen alrededor de cuatro mil empleos.

Por su parte, el Presidente del Clúster Automotriz, Juan José

Herrán, afirmó que “la relevancia de la industria automotriz es cada vez más significativa para el país”, y es que esta industria representa el 27% de las exportaciones totales. En su discurso, el también Director General de Integrated Micro-Electronics de México invitó a las universidades e instituciones a aportar al sector automotriz con la herramienta de la investigación, a través de sus profesores y estudiantes.

Por último, después de que los miembros del Consejo de este organismo tomaran protesta, el titular de la Secretaría de Desarrollo Económico de Jalisco, José Palacios Jiménez, reconoció el trabajo de todos los implicados para lograr la formación del clúster y agradeció especialmente a los miembros del Clúster Automotriz de Monterrey, quienes brindaron apoyo para la creación del clúster local. ■



3

Estudiantes del plantel Guadalajara ganan primer lugar en maratón de ANFECA

01 de junio de 2017



Estudiantes de los planteles Guadalajara y Puerto Vallarta del Sistema UNIVA participaron en el Maratón Regional de Conocimientos en las áreas de Administración y Auditoría de la ANFECA, el cual tuvo como sede al plantel Guadalajara de esta Casa de Estudios, uno de cuyos equipos resultó ganador del primer lugar en la categoría de Auditoría.

Participaron 25 equipos de 15 universidades de estados del occidente del país como Guanajuato, Michoacán, Jalisco, Colima y Nayarit.

El equipo triunfador estuvo conformado por estudiantes de Contaduría Pública y obtuvo el primer lugar en el área de Auditoría, superando a la Universidad Autónoma de Nayarit (Ddo. Lugar), y a la Universidad de León (3er. Lugar).

Participaron instituciones como la Universidad Panamericana de Guadalajara; el Centro Universitario UTEG; el Instituto Tecnológico del Valle de Morelia; la Universidad Politécnica de Guanajuato y el Instituto Tecnológico de Colima, entre otras. ■



5

Noticias de redes sociales

/UnivaGuadalajara



13 de junio
 Storytelling, el arte de contar historias. El Pbro. Lic. Francisco Ramírez Yáñez, Rector del Sistema UNIVA, inauguró este Congreso, acompañado por la Directora del plantel Guadalajara, Mtra. Beatriz Echeverría, y la Jefa del Departamento de Comunicación, Lenguajes y Multimedia, Mtra. Verónica Victoria.

@SistemaUNIVA



12 de junio
 Celebración eucarística por los 36 años de ordenación sacerdotal y 62 de vida de nuestro Rector, Pbro. Lic. Francisco Ramírez Yáñez.

/UnivaGuadalajara



09 de junio
 Estudiantes de la UNIVA participan en el Curso de Verano sobre Negocios en China, que tiene lugar en la ciudad de Shanghái. #VeranoGlobal.

@SistemaUNIVA



06 de junio
 Personalidades de Heidelberg University visitaron la UNIVA. Se busca establecer acuerdos de internacionalización para ambas instituciones.



6

5.2 PUBLICACIÓN PARA PRENSA

Prensa

Los desplegados informativos o comunicados institucionales podrán ser difundidos a través de la prensa local, nacional o internacional, según el objetivo, audiencia y grado de impacto necesario.

El diseño deberá ser realizado con base en una retícula editorial jerárquica, que tenga los siguientes elementos:

- Encabezado principal
- Subencabezado
- Párrafo de inicio o entradilla
- Título de bloque (temas)
- Fotografía principal
- Fotografías complementarias o de ambientación
- Pies de fotografías
- Referencias (en caso necesario)
- Membrete con logo UNIVA

Realizar captura digital de la publicación y/o almacenar la plana para archivo histórico.

PBRO. LIC. FRANCISCO RAMÍREZ YÁÑEZ, RECTOR DE LA UNIVA

NUEVO PRESIDENTE DE LA ODUICAL 2015-2018

(ORGANIZACIÓN DE UNIVERSIDADES CATÓLICAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE)





Presidente electo, Dr. Pablo Pablo Barro, y Pbro. Lic. Francisco Ramírez Yáñez, Presidente electo para el periodo 2015-2018.

ALREDEDOR DE 100 UNIVERSIDADES ASOCIADAS DE:

- Argentina - Bolivia - Brasil - Chile
- Colombia - Costa Rica - Ecuador
- El Salvador - Guatemala - Honduras
- México - Nicaragua - Panamá - Paraguay
- Perú - Puerto Rico - República Dominicana
- Uruguay - Venezuela

RESEÑA HISTÓRICA

En el difícil contexto cultural, social y político posterior a la subversión de la Segunda Guerra Mundial, caracterizado por grandes tensiones entre las democracias occidentales y los países alineados con la Unión Soviética, los educadores católicos comenzaron a reunirse para reflexionar sobre los desafíos que implicaba ese nuevo orden mundial. En suelo americano, fueron de gran relevancia los Congresos Interamericanos de Educación Católica, celebrados en La Paz, Bolivia, en 1946, y en Rio de Janeiro, Brasil, en 1951, de los cuales surgió la idea de crear una entidad supranacional que agrupara a las universidades católicas de Latinoamérica. Obtenida la anuencia de la Sagrada Congregación, los rectores latinoamericanos se reunieron, en septiembre de 1953, en la Pontificia Universidad Católica de Chile, siendo Rector monseñor Alfredo Silva Santiago, Arzobispo de la diócesis de Concepción. Estuvieron presentes las universidades: Católica de Valparaíso (Chile), Católica Argentina, Católica del Perú, Católica de Rio Grande do Sul, Católica de Rio de Janeiro, Católica de Puerto Rico, Católica del Ecuador y la Javeriana (Colombia); en este encuentro se tomó el acuerdo de constituir la Organización de Universidades Católicas de América Latina (ODUCAL), nombrando como presidente a monseñor Alfredo Silva.



Vicepresidentes de las subregiones del periodo 2015-2018. De izquierda a derecha: Paolo Fozzati, subregión Brasil; Jorge Iván Wilso, subregión México, Centro América y el Caribe; y Agneta Sanchez, subregión Cono Sur.

El nombramiento se llevó a cabo en el Pontificio Ateneo San Anselmo, Roma, durante la Asamblea de ODUICAL, el pasado 17 de noviembre ante la presencia de un gran número de rectores y otras autoridades de las instituciones afiliadas a ODUICAL y las máximas autoridades de la Federación Internacional de Universidades Católicas (FIUC). La ODUICAL, vinculada en calidad de asociación regional a la FIUC, contribuye al progreso del saber y a la elaboración de un mundo más justo y más humano, a la luz de la fe cristiana y gracias al espíritu del Evangelio (Art. 2 de los Estatutos de FIUC).

La UNIVA, presente en el Congreso Internacional

El padre Francisco, Rector de la UNIVA, así como rectores de otras instituciones afiliadas a ODUICAL y las máximas autoridades de FIUC, estarán participando del 18 al 21 de noviembre en el Congreso Internacional "Educar hoy y mañana, una pasión que se renueva", convocado por la Congregación para la Educación Católica, en la ciudad de Roma.



UNIVA
La Universidad Católica

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ATEMAJAC

INFORME DEL RECTOR 2015

PBRO. LIC. FRANCISCO RAMÍREZ YÁNEZ



Foto: Lic. Francisco Ramírez Yáñez, 2015 y 2016 UNIVA.



Fotografía de Luis A. y Leidy de la Cruz.

LA INCIDENCIA DE LA UNIVA EN LA SOCIEDAD

El sector de la UNIVA, presidente Honorario Francisco Ramírez Yáñez, destacó en su informe de gestión 2015, el avance logrado en el desarrollo de la institución, el fortalecimiento de la calidad de la educación y el compromiso de la UNIVA con la sociedad. En este sentido, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.

En el informe de gestión 2015, se menciona que la UNIVA ha logrado un avance significativo en la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad. En este sentido, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.

El presidente Honorario Francisco Ramírez Yáñez, destacó en su informe de gestión 2015, el avance logrado en el desarrollo de la institución, el fortalecimiento de la calidad de la educación y el compromiso de la UNIVA con la sociedad. En este sentido, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.

El informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad. En este sentido, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.

Además, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad. En este sentido, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.

El informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad. En este sentido, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.

En el informe de gestión 2015, se menciona que la UNIVA ha logrado un avance significativo en la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad. En este sentido, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.

El informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad. En este sentido, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.

En el informe de gestión 2015, se menciona que la UNIVA ha logrado un avance significativo en la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad. En este sentido, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.

El informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad. En este sentido, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.

Finalmente, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad. En este sentido, el informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.



Foto: Lic. Francisco Ramírez Yáñez, 2015 y 2016 UNIVA.



Fotografía de Luis A. y Leidy de la Cruz.

La información de este informe de gestión 2015, se centra en la incidencia de la UNIVA en la sociedad, a través de la implementación de programas de extensión y de actividades académicas y culturales que benefician a la comunidad.



6.

CRITERIOS EN IMAGEN DIGITAL Y REDES SOCIALES

6.1 IDENTIDAD DE LA IMAGEN EN MEDIOS DIGITALES

Sitio web UNIVA

Los medios digitales institucionales se homologan al sitio web, ya que representan al Sistema UNIVA en la Internet, creando un ecosistema digital que se dirige a diversos usuarios.

La identidad del sitio web deberá representar la ideología de la Universidad con un concepto moderno, limpio, dinámico, que además de informar con claridad, muestre el acontecer universitario a través de la comunidad UNIVA y las instalaciones.

La imagen del sitio web deberá mantenerse renovada y actual, tanto por las tendencias interactivas y estilos de navegación como la imagen a proyectar.



6.2 IDENTIDAD EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL INTERNA

Micrositios web

Los micrositios deben de homologarse con el sitio web, tanto en la aplicación de los elementos gráficos como las imágenes e información, además de ser claros y precisos. Categorizar y priorizar elementos importantes. El uso de los elementos gráficos debe ser sencillo y simple, y de igual manera, las fotografías deben ser de calidad que ilustren el contenido y que además que ayuden a la lectura y consulta.

Los micrositios cumplen la función de abundar sobre los temas que se consideren pertinentes y deben cumplir con los lineamientos gráficos de la página web: colores, transparencias, tamaño de las fotografías, tipografía y estilo de redacción.



6.3 IDENTIDAD DIGITAL PARA USO INTERNO

Postales digitales

Las postales son una herramienta de gran utilidad que sirve para informar, difundir actividades y eventos, además de invitar a participar.

Características

Las fotografías deberán ser a color, aplicando los principios básicos de la estética, en caso necesario, utilizar el banco de imágenes que se tenga contratado.

Los textos, sin errores de ortografía y con impecable redacción.

Los copies, deben de contener información relevante que contribuya a los valores institucionales, así como a la misión y a la visión.

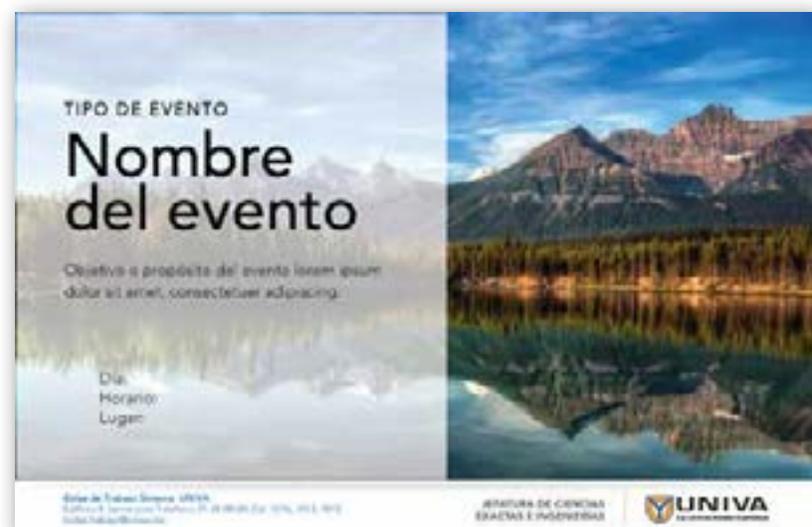
Las publicaciones deben ir acompañadas de un texto o copy.

No deben publicarse sin texto.

Las solicitudes de publicación deberán ser adaptadas a las medidas correspondientes para asegurar su correcta difusión.

Facebook explica que el texto solo debe cubrir un 20% de la postal.

Fotografías enmarcadas sobre fondo blanco.



Los obituarios o esquelas

Un obituario es el comentario de una noticia sobre una perso na fallecida hace poco tiempo.

La postal va en blanco y el texto de color negro con el nombre y la información básica al lado de la cruz y la paloma.

Debido a la sensibilidad de la información, antes de publicarse confirmar que los datos sean los correctos.

Los obituarios deben difundirse a través de los canales de comunicación internos.



La Universidad del Valle de Atemajac se une a la pena que embarga a la familia y amigos del

C.P. Gabriel Covarrubias Ibarra

quien falleció en Guadalajara el pasado jueves 2 de agosto.

Don Gabriel Covarrubias Ibarra fue miembro del Consejo Fundador de la UNIVA y, además, Alcalde de Guadalajara durante el periodo 1989-1992.

Hombre de gran sencillez y sensibilidad, entregó lo mejor de sí en nuestra Casa de Estudios, así como en los diversos cargos públicos que desempeñó.

Nuestra comunidad universitaria eleva oraciones por su eterno descanso y desea que sus familiares encuentren pronto la paz y el consuelo en Nuestro Señor Jesucristo.
Descanse en paz.



La comunidad universitaria se une a la pena que embarga a la familia Rodríguez Molina por el sensible fallecimiento de

Ana Isabel Rodríguez Molina
Egresada de la Licenciatura
en Ciencias y Técnicas de la Comunicación

La misa será el viernes 17 de junio a las 13:00 horas, en la capilla San Carlos Borromeo de esta Universidad.

Oremos para pedir por su eterno descanso y que sus familiares encuentren pronto la paz y el consuelo en Nuestro Señor Jesucristo.



6.4 IDENTIDAD EN REDES SOCIALES

Con el propósito de mantener alineadas las publicaciones en las redes sociales del Sistema UNIVA, deberán tomarse en cuenta las siguientes recomendaciones:

Las fotografías

1. Las fotografías deben ser de alta calidad. 1080 por 720 pixeles en formato horizontal.
2. Las fotografías deben cumplir con las reglas básicas de la estética.
3. Cuatro fotografías como máximo en cada publicación, describir de manera visual -como si fuese una secuencia- el hecho, el evento o actividad.
- 4.- La primera fotografía debe mostrar al protagonista: el equipo de fútbol ganador, la entrega del reconocimiento.
- 5.- La segunda fotografía a los asistentes encuadrándolos en las instalaciones de la institución o bien en el contexto en el que se lleva a cabo el evento o acto.
- 6.- La tercera fotografía resaltar detalles ilustrativos.
- 7.- La cuarta fotografía debe mostrar las acciones o actividades representativas como es la elaboración de algún producto, los alumnos participando en las actividades físicas como el fútbol. Evitar las fotografías posadas.
8. Cuando se trata de un evento protocolario, la primera foto corresponde a la máxima autoridad (el Rector, el Director del plantel).
9. En caso de requerir subir más de 4 fotografías, crear un repositorio de google fotos y compartirlo con un link corto.



Los Copies

Es el texto que acompaña a las fotografías de las publicaciones. Siempre se debe de publicar con copies. La función de los copies es explicar el contenido de las postales o fotografías, gracias a ello el lector comprende el significado de lo que se pretende comunicar. Un buen copie genera interés y a su vez lo invita a compartir la publicación generando interactividad y viralidad.

1. Elaborar los copies con anticipación ya que nos
2. Seguir las cuentas de las personalidades o instituciones vinculadas a la universidad.
3. Los textos deben ser cortos.
4. Resaltar lo importante.
5. Sin faltas de ortografía.
6. Redacción clara que cumpla las reglas de la sintaxis del español.
7. Evitar textos rebuscados.
8. Usar los links cortos (<https://bitly.com/>)
9. Los colores, la tipografía y el logotipo no se debe modificar. Solo el contenido y las imágenes.

10. Es de carácter obligatorio el incluir en cada publicación los Hashtags que describan al evento, así como los presentados a continuación por tipo de categoría (necesarios para las métricas):

#TransformaciónSocialUNIVAColima

#FormaciónIntegralUNIVALEón

#LíderesConEspírituUNIVALaPiedad

#BienComúnUNIVAVallarta

Nota: Poner al final el Plantel correspondiente. Éstos pueden ser visibles u ocultos en el Copy.



La portada o Header

Es la foto o imagen que se encuentra en la parte superior, y su función es la rápida identificación, razón por la cual debe ser reconocida al instante.

1. Las fotografías a color sin ningún elemento gráfico o texto alguno.
2. La frase entre corchetes en color blanco en tipografía Avenir a 42 puntos.
3. Fotografías a color 1080 por 720 píxeles en formato horizontal tipografía Avenir a 42 puntos.



El avatar

Es la imagen del perfil de un usuario, producto o empresa que identifica a una Fanpage. Para productos, servicios, empresas o instituciones se acostumbra colocar el logotipo o emblema de los mismos. No se debe de modificar ni incluir nuevos elementos.

Se encuentra al lado de la Portada o el Header del lado izquierdo.

En la Fanpage de la UNIVA se debe colocar el emblema de la UNIVA sobre fondo color azul.



Los avisos

Un aviso es una advertencia que se comunica a alguien sobre algún asunto de importancia. Puede tratarse de una señal, un consejo o un llamado de atención.

1. El contenido debe obedecer a la oportunidad y pertinencia del tema.
2. Evitar el uso indiscriminado.
3. Usarlo solo cuando es prioritario.
4. Los avisos sobre fondo blanco y con letras grises el texto. Sin fotografías o gráficos.
5. El espacio de texto de atento aviso sobre una placa azul en tipografía Avenir a 63 puntos.
6. En el espacio del texto de contingencia ambiental en tipografía Avenir a 60 puntos.
7. La información en tipografía Avenir a 20 puntos.
8. La señal de advertencia solo se incluye cuando el asunto lo amerite.
9. El logotipo al final de la información al centro, sin alterar el tamaño y el lugar.

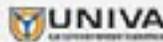
ATENTO AVISO



Contingencia ambiental

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



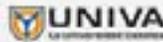
AVISO URGENTE



Suspensión de clases

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



Efemérides

Es el conjunto de acontecimientos importantes ocurridos en una misma fecha, pero en años diferentes. Se utiliza para recordar fechas importantes.

1. Las fotografías en color.
2. En la parte superior va la fecha en color azul y en tipografía Avenir.
3. En la parte inferior el título del día conmemorativo y en tipografía Avenir a 32 puntos.
4. Seguimiento del texto informativo en tipografía Avenir a 19 puntos, color gris.
5. El logotipo en la parte inferior a la derecha, sin alterar el tamaño y el lugar.



El Gift

Herramienta de gran popularidad que consiste en incluir varias fotos o fragmentos de videos, estos van sobre un marco blanco con la información descriptiva en la parte inferior.

1. El giFT enmarcado sobre blanco.
2. La fotografía en color o blanco o negro.
3. En la parte inferior, la información básica tipografía en color azul Avenir a 32 puntos.
4. El logotipo en el lado derecho, sin alterar el tamaño.



Video

El video es un popular formato en las redes sociales que permite atraer la atención de nuestros seguidores y generar alto impacto y recordación.

Son dos formatos:

1. Cuadrado, 800 por 800 px
2. Rectangular, 1080 por 720 px enmarcados en fondo blanco y en la parte inferior con letras en gris con información relevante.



Frases célebres

Las frases deben ir en blanco y negro, sin acompañamiento alguno como es un texto o gráficos. En la parte inferior va en texto de color gris y entrecomillado en color naranja. El logotipo en la parte inferior.

La tipografía en Avenir.



7.

PROGRAMA SEÑALÉTICO

7.1 SEÑALÉTICA INSTITUCIONAL

Directorio muro.
Regletas de aulas, áreas,
jefaturas y centros.

Mapas de ubicación

Los mapas de ubicación o directorios de áreas u oficinas se deberán representar con formas simples, geométricas y en colores planos; deberán contar con indicadores alfanuméricos para una lectura rápida y funcional.

Ambas piezas deberán ser colocados en muros a la altura de la vista de estatura promedio, así como en totéms o estructuras ubicadas en pasillos o espacios cercanos a los ingresos del plantel.

DIRECTORIOS CON BASE LADO A



DIRECTORIOS CON BASE LADO B





**JEFATURA DE IMAGEN Y
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**
HEAD OF IMAGE & CORPORATE COMMUNICATION



SALA DE MAESTROS
TEACHERS ROOM



5214 SALA DE SOFTWARE I
SOFTWARE CLASSROOM I



**CENTRO DE DESARROLLO
Y PRODUCCIÓN DE MEDIOS**
CENTER FOR DEVELOPMENT AND MEDIA PRODUCTION



Pictogramas

El uso de pictogramas deberá ser realizado por el área de Imagen Institucional UNIVA, en donde se representan personas, herramientas u objetos con estilo lineal a manera de siluetas. Utilizar el fondo de color azul oscuro (pantone 295 C) y los textos (español e inglés) en color blanco.

Se recomienda que el soporte sea de aluminio o acero, con recorte de vinil en los colores mencionados. Así también, para la señalización de exteriores, se recomienda utilizar pintura automotriz.



Reglamentos

Los reglamentos o disposiciones de áreas o servicios deberán ser colocados en lugares accesibles al ingreso de las áreas, aulas o laboratorios.

Utilizar impresión directa sobre el acrílico blanco o transparente; otra alternativa es utilizar una impresión en cartulina opalina o *cuché* grueso y colocarlo en la parte posterior de un acrílico transparente, se recomienda el uso de “chapetones” en los cuatro extremos del acrílico.



Señalética Biblioteca

El diseño de señalética para la biblioteca universitaria deberá contar con elementos más limpios, fondo blanco con textos o pictogramas en el color azul (pantone 2718 C)



7.2 SEÑALÉTICA RESTRICTIVA

Señalética Protección Civil

El diseño de señalética preventiva, restrictiva y prohibitiva que establece la Unidad Estatal de Protección Civil del Estado de Jalisco, es como el mostrado a continuación.

Estos señalamientos deberán ser impresos sobre material rígido o utilizar el recorte de vinil y ser colocados sobre la superficie necesaria, o sustratos como el estireno o trovisel.



C o n t a c t o :
Coordinación de Imagen Corporativa
Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional, UNIVA.
www.univa.mx
Tel. 01(33) 3134 0800, Ext. 1719



