



# Manual de Identidad

## **NOTA PREVIA**

Este **Manual de Identidad** es la referencia oficial en materia de normas gráficas, cuyo propósito es facilitar la correcta y coherente aplicación de los signos básicos de identidad de la Universidad de Oriente.

**Cualquier modificación, ajuste o adaptación a los elementos aquí establecidos deberá ser propuesta y sometida a revisión y validación del Departamento de Comunicación Social.**

# Índice

<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>1.- Logotipo Institucional</b>	<b>2</b>
1.1 Trazo geométrico	6
1.2 Área de protección	7
1.3 Reducción mínima y proporción de tamaños	8
1.4 Restricciones de uso	9
<b>2.- Color</b>	<b>10</b>
2.1 Paleta de colores	11
2.2 Aplicaciones	12
<b>3.- Imágenes</b>	<b>13</b>
3.1 Principios de imágenes	16
<b>4.- Tipografías</b>	<b>19</b>
<b>5.- Ejemplos de diseño</b>	<b>21</b>
5.1 Material de promoción	22
5.2 Artículos de promoción	24
<b>6.- Nota de vigencia</b>	<b>25</b>
<b>7.- Aprobación</b>	<b>26</b>

# Introducción

La identidad visual está representada por el conjunto de elementos y símbolos que identifican la identidad y que la hacen única y reconocible.

Su objetivo es recopilar las normas de correcta aplicación en lo que se refiere a colores, disposición, tipografía y diferentes versiones según su uso, garantizar el uso correcto del logotipo, toda su simbología y asegurar una imagen coherente en los distintos soportes y canales; sean estos entornos físicos, soportes gráficos, audiovisuales o interactivos.

Los colores son un recurso de comunicación muy importante ya que con ellos logramos transmitir mensajes, impactar a nuestra audiencia y lo más importante, generar emociones que evocan sentimientos relacionados con nuestra identidad universitaria.

Por lo tanto, a la hora de diseñar la imagen visual corporativa es necesario prestarle más atención a la psicología del color que a lo estético, pues el éxito de nuestra identidad dependerá en gran medida del color, tono y las combinaciones que se hagan.

Lopotipo  
Institucional



Logotipo Institucional

Las **siglas UNO** corresponden a la abreviatura de **Universidad de Oriente**, nombre que sintetiza la esencia académica y cultural de la institución. Más allá de una simplificación tipográfica, comunica unidad, identidad y pertenencia, reforzando la idea de una comunidad universitaria sólida, conectada y en constante avance.

El símbolo gráfico que acompaña al logotipo está inspirado en un glifo de origen maya, el cual representa el Oriente dentro de la cosmovisión maya. En esta tradición ancestral, el oriente es el punto donde nace el sol, asociado al inicio, el conocimiento, la renovación y la energía vital. Su integración al logotipo reafirma el vínculo de la Universidad de Oriente con sus raíces culturales, su entorno regional y su vocación por el aprendizaje como motor de transformación.

El color rojo guinda institucional refuerza este significado simbólico. El rojo guinda, presente en múltiples expresiones de la cultura maya, representa la vida, la fuerza, la acción y el dinamismo, cualidades que definen el espíritu de la Universidad de Oriente como una institución activa, apasionada y comprometida con el desarrollo académico, social y humano de su comunidad.

En conjunto, tipografía, símbolo y color conforman una identidad visual que mira al futuro sin perder el origen, proyectando a la Universidad de Oriente como un espacio donde, la tradición y la modernidad convergen.

El logotipo institucional siempre irá ubicado del lado derecho y el logotipo gubernamental siempre estará en el izquierdo de este.

A continuación se explican los usos y aplicaciones del mismo.



# Trazo geométrico

Para la elaboración simétrica del logotipo institucional, la figura base sobre la que se realizó fueron varios círculos y líneas en ángulos de  $60^\circ$ ,  $65^\circ$ ,  $113^\circ$ ,  $117^\circ$ ,  $122^\circ$  y  $154^\circ$ , al cruzar y unir estas figuras da como resultado parte del logotipo, de un costado se sitúa el significado de las siglas de la institución.



# Área de Protección

Para asegurar su integridad y visibilidad, la proporción del Logotipo debe mantenerse libre de texto, imágenes y gráficos que compitan. La proporción debe estar rodeada, en todos sus lados, por un espacio libre adecuado, equivalente a la mitad de la altura del símbolo como mínimo.

Área mínima de protección 6x.

x: 



Tamaño mínimo medios impresos.

Área de protección.



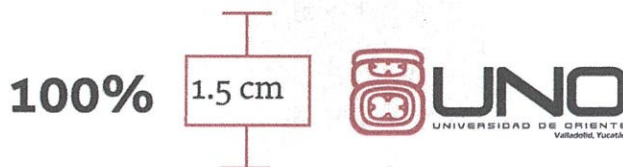
Tamaño mínimo medios digitales.

# Reducción mínima y proporción de tamaños

Para asegurar la correcta legibilidad de los logotipos al reducirlos, es necesario respetar los tamaños mínimos para cualquier material impreso, dependiendo los logos a utilizar.

En el caso de la reducción el tamaño mínimo es el que se muestra a continuación, este tamaño debe permitir la legibilidad del texto, de lo contrario este se eliminará y sólo quedará el gráfico, esto únicamente aplica en el logotipo institucional y en el de las áreas.

La proporción de los logos va de la siguiente manera, el Institucional al 100%.



# Restricciones de uso

Algunas de las restricciones para el uso de los logotipos, tanto institucional como gubernamental son:

cambio en el orden de los colores autorizados, alteración del tamaño o el tipo de fuente tipográfica utilizada en el diseño, omisión de las proporciones y los elementos del logotipo.



No modifique los colores.



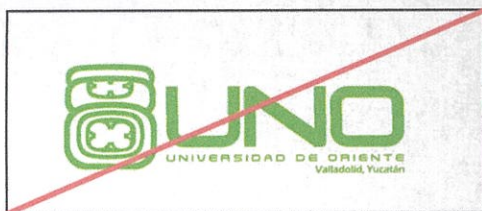
No quite elementos.



No mueva los elementos.



No distorcioné los elementos.



No utilice un color no autorizado.



No invierta el orden de los elementos.

Color

# Paleta de colores principales

Estos colores se usan de forma prominente.



C 24 M 100 Y 100 K 21  
R 148 G 37 B 30  
Hex 94251e



C 75 M 65 Y 60 K 80  
R 30 G 30 B 30  
Hex 1e1e1e



C 0 M 0 Y 0 K 0  
R 255 G 255 B 255  
Hex ffffff

# Paleta de colores secundarios

Estos colores complementan la paleta de colores principal y deben usarse solamente cuando **haga falta agregar más color**.

*Por ejemplo: promoción anual, jornadas académicas, exposiciones, gráficos y logotipos secundarios de la universidad.*



C 35 M 100 Y 79 K 56  
R 91 G 23 B 26  
Hex 5b171a



C 16 M 85 Y 73 K 5  
R 185 G 74 B 86  
Hex b94a44



C 5 M 66 Y 49 K 0  
R 215 G 122 B 114  
Hex d77a72



C 14 M 14 Y 19 K 0  
R 223 G 216 B 208  
Hex dfd8do



C 19 M 35 Y 69 K 7  
R 196 G 163 B 102  
Hex c4a366



C 0 M 31 Y 95 K 0  
R 240 G 186 B 63  
Hex f0ba3f



C 67 M 31 Y 58 K 14  
R 100 G 130 B 111  
Hex 64826f



C 25 M 18 Y 34 K 3  
R 198 G 196 B 174  
Hex c6c4ae

# Proporción en que se usa cada color

El siguiente gráfico ofrece una guía visual de la proporción en la que se debe usar cada color.



Colores secundarios

# Aplicación en blanco y negro.

Esta aplicación se utiliza cuando el diseño, tiene que ser a una tinta.



# Aplicación sobre fondo de color.

El uso de los logotipos en algún fondo de color se utiliza en blanco y negro dependiendo de la tonalidad de fondo.



Imágenes

Las imágenes, tanto **fotografías como filmaciones**, y las historias que las acompañan son un elemento poderoso que permite crear una conexión emocional con nuestra comunidad universitaria. Sin buenas historias, no podemos darle vida, ni aprovechar todo su potencial.

Los principios que se describen a continuación han sido concebidos para ser utilizados en conjunto, no de forma aislada. El **dinamismo UNO** será natural e incluso más impactante, si va acompañado de **emoción genuina**. Todos estos elementos juntos brindarán a nuestras imágenes, la riqueza expresiva que necesitan. Estos principios nos permitirán diferenciarnos, hacer crecer nuestra universidad y captar lo que ocurre en la práctica durante la recopilación de contenido.

Debemos ser audaces a la hora de decidir a quién encargamos las imágenes, cómo las seleccionamos y cómo damos instrucciones. La imagen es el motor principal factor de la historia, por lo que nuestras imágenes deben ser acordes a los principios institucionales.

Cuando se trabaja con imágenes, las historias auténticas son las que mejor captan la atención del público. Al seleccionar imágenes, debemos promover la honestidad y transparencia; al crear el diseño, debemos pensar cuál es la mejor manera de captar la atención del público con la historia que estamos contando.

### **ESTUDIANTES**

Las imágenes deben centrarse e incluir, a hombres y mujeres respetando la equidad de género, nuestros estudiantes deben ser el eje central de nuestras imágenes.

### **NUESTRO PERSONAL**

Es importante comunicar lo que hacemos, por lo que debemos tomar fotografías que muestren con naturalidad a nuestro personal trabajando a favor de la Universidad.

### **ESPACIOS**

Debemos dar a conocer los espacios con que contamos, nuestros avances en infraestructura, el avance tecnológico para incentivar el interés de futuras generaciones de estudiantes.

# Principios en imágenes

Los siguientes principios harán que nuestras fotografías nos permitan diferenciarnos y destacarnos como universidad.

## PRINCIPIOS BÁSICOS

### DINAMISMO UNO



**Nuestras imágenes deben ser dinámicas.**

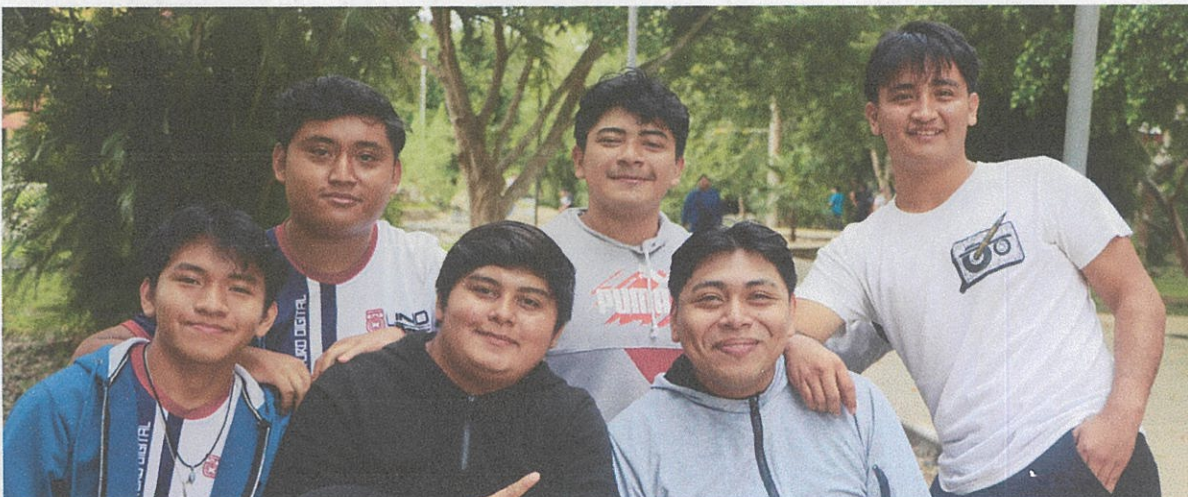
La imagen debe incluir alumnos en sus actividades diarias siempre que sea posible. Dicho esto, también se puede transmitir dinamismo sin que predomine el alumnado, reemplazándolo con el personal.

### RIQUEZA EXPRESIVA



Nuestras imágenes deben tener riqueza expresiva y cada una de ellas debe proporcionar un contexto. Este puede ser tan amplio como el paisaje donde figura el sujeto o tan conciso como la expresión facial y el tipo de vestimenta que lleva la persona.

## EMOCIÓN AUTÉNTICA



La imagen debe captar los momentos donde la comunidad universitaria exprese mejor sus emociones, en actividades lúdicas, académicas o de esparcimiento.

## EQUIDAD DE GÉNERO E INCLUSIÓN



Las imágenes de la Universidad de Oriente deben reflejar de forma clara y responsable el principio de equidad, garantizando una representación justa y equilibrada de la diversidad de su comunidad universitaria. La comunicación visual promoverá la inclusión, el respeto y la igualdad de oportunidades, evitando estereotipos o cualquier forma de exclusión, como parte esencial de la identidad institucional.

## REVITALIZACIÓN DE LA LENGUA Y CULTURA MAYA



Las imágenes institucionales deberán visibilizar y valorar la lengua y la cultura maya como expresiones vivas de la identidad regional y universitaria, promoviendo una representación respetuosa, auténtica y libre de estereotipos, como parte fundamental de la identidad institucional.

## PRINCIPIO SECUNDARIO: USO DEL COLOR



Nuestra marca está representada por el color rojo. Cuando sea posible, intentaremos capturar imágenes que contengan el color rojo, si bien esto es secundario al dinamismo, la narrativa y la emoción que debe contener la imagen.

Tipografías

Usar los siguientes tipos de letras.

## Para los encabezados.

- Para los encabezados principales, usamos **Epica pro**.
- Los encabezados pueden ir en mayúsculas o mayúscula inicial.

### Epica Pro

**ExtraBold Bold SemiBold**

## Para el resto del texto.

- Para el resto del texto, usamos **Gill Sans**, por ejemplo, subtítulos, texto general y textos cortos, como leyendas o números de página.

### Gill Sans

**Bold SemiBold Regular Light**

## Para uso en dispositivos digitales.

- En las aplicaciones digitales, cuando por motivos técnicos o relacionados con la experiencia de usuario no sea posible utilizar los tipos de letra mencionados, se debe usar **Monseratt** por defecto.

### Monseratt

**Bold SemiBold Regular Light**

Ejemplos  
de Diseño

Los ejemplos de esta sección brindan un panorama general de cómo se plasma la identidad visual de nuestra Universidad de Oriente en las diferentes plataformas.

El material de promoción su diseño cambia cada año, pero se mantiene la paleta de colores institucionales, adecuándolo a las necesidades y tendencias del momento.

# Material de Promoción



1.1 Póster promocional.



1.2 Pancarta para exposición.



1.3 Publicidad de exteriores.



Inicia. Evolucionar. Transcende.

# CONSTRUYE TU FUTURO

ELIGE UNO

PROCESO DE ADMISIÓN 2026



UNO UNIVERSIDAD DE ORIENTE Valladolid, Yucatán

RENACIMIENTO MAYA YUCATÁN GOBIERNO DEL ESTADO | 2024-2030

SEGEY SECRETARÍA DE EDUCACIÓN

www.uno.edu.mx Universidad de Oriente

## 1 INFORMACIÓN


- Universidad Pública.
- Modalidad: Presencial
- Duración: 10 cuatrimestres

## 2 LICENCIATURAS

- Tecnologías de la Información y Comunicación.
- Lingüística y Cultura Maya.
- Administración Pública.
- Mercadotecnia.
- Desarrollo Turístico.
- Gastronomía.

## 3 CÓDIGO QR

Escanea y descubre más de nuestras licenciaturas:



## 4 CONTACTO

CONTACTO@UNO.EDU.MX  
TEL. (985) 856 6140 EXT. 200  
AV. CHANYOKZONOT TABLAZO  
CATASTRAL 10344-10345, VALLADOLID,  
YUCATÁN.

1.4 Folleto.

### Nota de vigencia del material promocional.

El material impreso y digital de promoción institucional podrá presentar variaciones gráficas en cada periodo de inscripción, sin que ello implique cambios a la identidad visual oficial establecida en el presente Manual de Identidad.

UNO UNIVERSIDAD DE ORIENTE Valladolid, Yucatán

## PROCESO DE ADMISIÓN 2026



Escanea y descubre nuestras licenciaturas.



RENACIMIENTO MAYA YUCATÁN GOBIERNO DEL ESTADO | 2024-2030

1.5 Bandera.

# Artículos de promoción



2.1 Camisas en blanco y rojo.



2.2 Gorra institucional.



2.3 Morral.



2.4 Tote Bag.

**Nota de vigencia**

El presente Manual de Identidad permanecerá vigente hasta que la Rectoría de la Universidad de Oriente determine lo contrario.

Elaboró **LDG. Juan José Canché Aguilar**  
Responsable de Imagen y Diseño Institucional

Visto bueno **Mtra. Ampreyoly Burgor Aguilar**  
Directora de Planeación Institucional

Autorizo **M. Ed Teresa de Jesús Alcocer y Gazca**  
Rectora de la Universidad de Oriente





UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
Valladolid, Yucatán