

1. **Objeto:** Establecer los parámetros que se requieren para hacer uso del logotipo institucional de la Universidad de los Llanos, en diferentes tipos de piezas gráficas, medios digitales, impresos y cualquier otro tipo de publicidad.

2. **Alcance:** Este procedimiento es aplicable para los estamentos de la Universidad (Estudiantil, docente y administrativo) y a las diferentes actividades que requieran el uso del logotipo, en el marco del quehacer institucional.

3. Referencias normativas:

- **Ley 1341 de 2009 Artículo 2°, numeral 1** *“Prioridad al acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”.*
- **Decreto 1499 del 2017, Capítulo 3, MIPG,** *“Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015”*
- **Ley 1712 de 2014,** *“Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones”.*
- **Decreto 1166 de 2016,** *“Por el cual se adiciona el capítulo 12 al Título 3 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1069 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Justicia y del Derecho, relacionado con la presentación, tratamiento y radicación de las peticiones presentadas verbalmente”.*
- **Resolución 12220 de 2016,** *“Por la cual se regula la publicidad que realizan las instituciones de educación superior.”*
- **Acuerdo Superior N° 007 de 2009,** *“Aprobación de símbolos institucionales y reglamentación de su uso”.*
- **Acuerdo Superior N° 007 de 2018,** *“Política de Comunicaciones Universidad de los Llanos”.*
- **Resolución Rectoral N° 1652 de 2011,** *“Por la cual se adopta el Manual de Identidad Visual”.*
- **Resolución Rectoral Número 1729 de 2008,** *“Por la cual se implementa el sistema Integrado de Gestión de la Calidad, los procesos integrados institucionales y los cargos responsables de desarrollarlos”*

4. Definiciones:

- **Afiche:** aviso que comunica algún evento futuro o situación actual y que generalmente ostenta una considerable dimensión para que sea bien apreciado y notado por el público al cual va dirigido y una deliberada intención artística que buscará atraer más de lo ordinario.
- **Diseño:** la palabra diseño se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.
- **Logotipo:** El logotipo se define como un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas. Lo más importante de un logotipo es que sea legible, independientemente del tamaño al que lo usemos.
- **Marca:** es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores.
- **Nota periodística:** Es un relato que presenta información reciente y relevante acerca de un tema en particular, una persona o un acontecimiento, el cual es de interés público.
- **Periodismo:** Profesión que comprende el conjunto de actividades relacionadas con la recogida, elaboración y difusión de información actual o de interés para transmitirla al público a través de la prensa, la radio o la televisión.
- **Pieza gráfica:** Una pieza gráfica se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades. Se relaciona muy fuertemente con la publicidad, la cual es usada tanto en vía pública como en revistas o prensa escrita.
- **Promoción:** Campaña publicitaria que se hace de un determinado producto o servicio durante un tiempo limitado mediante una oferta atractiva.

Incluye actividades de mercadotecnia pagada y gratuita, tales como ventas o patrocinios. La promoción de ventas es una variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.

- **Publicidad:** La publicidad es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor.
- **Redes sociales:** Las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información.
- **Símbolo:** Entendemos por símbolo a todo aquel dibujo o diagrama que tenga por fin representar sintéticamente una idea, una sensación, un objeto, una marca. El símbolo es uno de los elementos más importantes de cualquier lenguaje ya que sirve para comunicar, pero sin necesitar grandes textos o palabras.

5. Condiciones Generales:

Uso de símbolos institucionales

- Los símbolos instituciones oficiales son únicamente los que se contemplan, y están consignados en el Manual de Identidad Visual, numeral 6.2 "Símbolos institucionales".
- Ninguna dependencia que realice actividades específicas de la Universidad puede adoptar para su identificación o promoción, emblema o símbolo, sin previa autorización escrita del líder del proceso de comunicaciones o quien haga sus veces.
- Solamente con la debida autorización, las personas, natural o jurídica, o vinculada a la Universidad de los Llanos, podrá hacer uso o comercializar los símbolos y el nombre de la Universidad de los Llanos.
- Los símbolos de distinciones pueden ser utilizados únicamente cuando se haga una exaltación o un reconocimiento como lo establece Acuerdo Superior 007 del 2009 y es de uso meramente interno, mediante Acuerdo Superior otorgada por el Consejo Superior.

Uso del logo, logotipo y marca de Unillanos

- Para el uso del logo, logotipo, marca de Unillanos, deberá regirse según lo establecido o estipulado en el Manual de Identidad Visual.
- El Área de Comunicaciones debe conocer con anticipación el uso o manejo que se le dará al logo.
- El Área de Comunicaciones aprobará el uso del logo institucional previa revisión, conociendo cuál será su uso y en qué medios, productos o piezas en las que se implementarán.
- En caso que el logo, logotipo institucional, marca de Unillanos, se requiera para ser usado en convenio, contrato u otro, que represente algún valor o manejo económico, la aprobación estará sujeta a la autorización y visto bueno del señor Rector, luego de surtirse este trámite, el área de Comunicaciones, hará lo pertinente.
- La solicitud para la utilización del logo y demás especificaciones debe realizarse mediante el Formato de autorización para el uso de los logos institucionales ([FO-COM-09](#)) a través del correo de comunicaciones@unillanos.edu.co.
- Las solicitudes se resolverán en un plazo máximo de 15 días hábiles.
- Según el artículo 157 de la Decisión del 2000, el uso de cualquier marca ajena pero pública debe hacerse "de buena fe", que este no constituya uso a título de marca (suplantación). El uso debe limitarse a identificar o informar.
- Se deben utilizar únicamente los logos institucionales establecidos en el manual de identidad visual., con el fin de evitar confusión y falta de identidad.

 UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL		
	PROCEDIMIENTO PARA USO DEL LOGOTIPO INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS		
	Código: PD-COM-04	Versión: 02	Fecha de aprobación: 09/06/2021

6. Contenido


No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PRODUCTO
1.	<p>Recibir las solicitudes realizadas a través del correo comunicaciones@unillanos.edu.co.</p> <p>Nota: En caso de que el usuario conozca el procedimiento para uso del logotipo y el formato FO-COM-06, el procedimiento inicia con la actividad 3.</p>	Profesional de apoyo área de Comunicaciones	Correo electrónico
2.	<p>Enviar información sobre el procedimiento para uso del logotipo y solicitar el diligenciamiento del formato FO-COM-09.</p>	Profesional de apoyo área de Comunicaciones	Correo electrónico
3.	<p>Recibir las solicitudes a través del formato FO-COM-09 y verificar que se ajusten a los parámetros establecidos en el Manual de identidad visual de la Universidad, y demás directrices institucionales.</p> <p>Nota 1: Las solicitudes deben ser enviadas al correo comunicaciones@unillanos.edu.co.</p> <p>Nota 2: El formato FO-COM-06 debe ser diligenciado en su totalidad.</p>	Profesional de apoyo / Profesional especializado - Área de Comunicaciones	FO-COM-09 Formato de autorización para el uso de los logos institucionales.
4.	<p>Responder la solicitud dentro mediante correo electrónico.</p> <p>Nota 1: Se debe responder dentro de los 15 días hábiles contados a partir del momento en que se realiza la solicitud.</p> <p>Nota 2: En caso de que se dé aval al uso del logotipo institucional y según la solicitud, se adjuntan los archivos o se redirecciona a los contenidos solicitados.</p>	Profesional de apoyo área de Comunicaciones	Correo electrónico
5.	<p>Registrar en la matriz de uso del logotipo, la solicitud y la respuesta que se dio a la misma, y guardar en la carpeta digital los soportes.</p>	Área de Comunicaciones o quien haga sus veces	Carpeta digital de archivo donde se evidencian las solicitudes realizadas

7. Flujograma:

No aplica.

8. Documentos de Referencia

- [MN-COM-02](#) Manual de identidad visual
- [FO-COM-09](#) Formato de autorización para el uso de los logos institucionales

 UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL			
	PROCEDIMIENTO PARA USO DEL LOGOTIPO INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS			
	Código: PD-COM-04	Versión: 02	Fecha de aprobación: 09/06/2021	Página: 4 de 4

9. Listado de anexos:

Este documento no contiene anexos

10. Historial de Cambios

Versión	Fecha	Cambios	Elaboró / Modificó	Revisó	Aprobó
01	05/08/2020	Documento nuevo.	Camila Mahecha Prof. Apoyo Comunicaciones	Gloria Pareja Prof. Apoyo Comunicaciones	Giovanny Quintero Secretario General
02	09/06/2021	Se actualizan el objeto, el alcance, las condiciones generales y las actividades del procedimiento.	Camila Mahecha Prof. Apoyo Comunicaciones	Gloria Pareja Prof. Apoyo Comunicaciones	Giovanny Quintero Secretario General