

MANUAL DE IDENTIDAD

ÍNDICE

- 3 Lineamientos
- 6 Antecedentes de la Red de Universidades Anáhuac
- 7 Uso de logotipos Anáhuac

9 LOGO MARCA

- 10 Marca Anáhuac
- 11 Letragrama y símbolo
- 12 Lema
- 13 Proporciones para el uso de la abreviatura MR
- 14 Proporciones
- 15 Retícula
- 16 Área de protección
- 17 Escudo
- 18 Tipografías
- 21 Colores Institucionales
- 23 Paleta de color secundaria
- 24 Usos incorrectos
- 25 Aplicación Horizontal
- 26 Aplicación por Universidad
- 31 Aplicaciones sin letrograma
- 34 Aplicaciones comerciales
- 38 Pontificio Instituto Juan Pablo II para estudios sobre Matrimonio y Familia
- 39 Logotipo Red Anáhuac
- 40 Familia de logotipos internos
- 42 Divisiones
- 43 Escuelas y Facultades
- 47 Centros e Institutos de Investigación
- 51 Cátedras
- 52 Otras áreas de la Universidad
- 53 Programas de Liderazgo y Excelencia Anáhuac
- 54 Aplicaciones Horizontales
- 55 Uso del descriptor
- 56 Fórmula para los descriptores
- 57 Uso de logotipos en materiales promocionales
- 62 Organismos estudiantiles
- 62 Acción Social Universidad Anáhuac (ASUA)
- 63 Federación de Sociedades de Alumnos (FESAL)
- 64 Asociación de Estudiantes Foráneos Anáhuac (ADEFA)
- 65 Egresados Anáhuac
- 66 Revista Generación Anáhuac
- 68 Eventos
- 69 Posgrados y Educación Continua
- 70 Prepa Anáhuac

71 APLICACIONES INSTITUCIONALES Y ACADÉMICAS

- 72 Papelería membretada
- 79 Invitaciones
- 81 Credenciales
- 82 Formatos Administrativos
- 85 Reconocimiento
- 86 Diploma
- 87 Título
- 89 Carpeta para título y diploma
- 90 Vestimenta para Graduaciones
- 94 Medallas
- 99 Publicaciones
- 100 Firmas para correo electrónico
- 101 Templates

102 APLICACIONES PROMOCIONALES

- 103 Folleto contenedor
- 105 Folletos de carreras
- 106 Ilustraciones por licenciatura
- 111 Pendones
- 110 Espectaculares y vallas
- 111 Bolsa promocional
- 112 Artículos promocionales

114 ISOTIPO "A"

- 115 Presentación
- 116 Versiones autorizadas
- 117 Área de protección
- 118 Tamaños mínimos
- 119 Retícula
- 120 Usos incorrectos
- 119 Lock-up (Logotipo comercial + Isotipo)
- 121 Área de protección
- 122 Aplicaciones universidades
- 123 Radio Anáhuac
- 128 Sorteo Anáhuac
- 129 Tienda
- 130 Reglas

131 MASCOTA UNIVERSITARIA

- 132 Antecedentes
- 133 Presentación
- 134 Logotipo
- 135 Retícula
- 136 Medidas y proporciones
- 137 Tipografía
- 138 Colores
- 139 Usos incorrectos
- 141 Logotipos universidades
- 146 Aplicación en uniformes
- 147 Aplicación en artículos
- 148 Caricatura
- 149 Nombre
- 150 Posturas
- 151 Botarga
- 154 Peluche

155 SEÑALIZACIÓN

- 156 Formatos varios

157 APLICACIONES WEB

- 158 Sitio web
- 159 Logotipos para web

161 CRITERIOS DE MARCA

- 162 Criterios de imagen y uso de marca
- 164 Criterios para el registro de marcas de la Red de Universidades Anáhuac

166 OTROS

- 167 Glosario de términos
- 168 Planilla de logos
- 172 Planilla pantones

Nota: Los colores institucionales a utilizar se especifican en el interior de este manual. Debido a las diferencias en los sistemas de reproducción, es posible que en este impreso exista alguna variación.

LINEAMIENTOS

Este manual es el instrumento esencial para aplicar en forma correcta la imagen e identidad de la Universidad Anáhuac en cualquiera de sus usos.

Es preciso que todos los responsables de comunicar la imagen de la universidad examinen cuidadosamente el manual para familiarizarse con su contenido, de manera que la imagen proyectada sea uniforme y mantenga siempre la excelencia y calidad.

El empleo de un buen criterio y la adhesión estricta a las especificaciones del manual son la clave para lograr una interpretación exitosa.

El manual abarca todas las áreas de comunicación visual y está diseñado para ir creciendo conforme a nuestras necesidades de comunicación, o para actualizarse

y renovarse según sea necesario. Si el usuario se encuentra frente a alguna situación no prevista a lo largo de estas páginas, deberá consultar con la Dirección de Comunicación y Mercadotecnia de la Oficina de la Red de Universidades Anáhuac.

Cualquier duda o sugerencia sobre la imagen e identidad de la Universidad Anáhuac y/o de la interpretación del manual, deberá ser consultada antes de proceder a la producción de cualquier material gráfico.

Secretaría Ejecutiva de la
Red de Universidades Anáhuac
Av. Lomas Anáhuac No. 46,
Col. Lomas Anáhuac, Huixquilucan,
Edo. de México, C.P.52786
Edificio de Biblioteca, piso 8
(55) 5328 8096 ext. 2091.

AVISO IMPORTANTE: Las marcas internas deben estar protegidas legalmente, por lo que existe un proceso de registro de marca establecido para cada nombre, logotipo y aviso comercial que esté en uso. Este proceso se inicia a través del área de Comunicación Institucional correspondiente en conjunto con la Secretaría Ejecutiva de la Red de Universidades Anáhuac y el área legal de la Dirección Territorial.

FRAGMENTO TOMADO DEL ESTATUTO GENERAL DE LA RED DE UNIVERSIDADES ANÁHUAC

TÍTULO II

Identidad y misión

Capítulo II

Identidad y misión de las instituciones integrantes de la Red de Universidades Anáhuac

Artículo 16.- Las instituciones integrantes de la Red de Universidades Anáhuac son instituciones católicas de educación media superior y superior impulsadas y asesoradas por la Legión de Cristo y el Movimiento Regnum Christi que, como comunidades universitarias, buscan en todo la verdad y el bien, y comparten el modelo educativo Anáhuac de formación integral.

Artículo 17.- La misión fundamental de las instituciones integrantes de la Red de Universidades Anáhuac es contribuir a la formación integral de líderes de acción positiva y promover institucionalmente el desarrollo de las personas y de la sociedad, inspirados en los valores del humanismo cristiano.

TÍTULO III

Ámbitos de integración en la Red

Artículo 33.- El Modelo institucional que el presente estatuto prevé para la Red de Universidades Anáhuac es el de una red universitaria integrada que, como tal, parte de una identidad y misión compartidas entre todas las instituciones integrantes y se traduce, en términos operativos, en un modelo de gestión homogéneo que reconoce las características, particularidades y necesidades locales de cada institución, al tiempo que asegura un nivel de estandarización suficiente para garantizar la integración interinstitucional como red, así como el aprovechamiento de sinergias y la optimización de los recursos.

Capítulo I

Identidad corporativa de la marca Anáhuac

Artículo 34.- La construcción y el cuidado de una marca comprenden la integración y definición de una serie de elementos de comunicación y gráficos que dan contención a su identidad. Para el caso de la marca Anáhuac:

El nombre Anáhuac significa en náhuatl “cerca del agua” y alude a la región de los lagos centrales que dio asiento a la capital azteca: Tenochtitlán.

El lema vince in bono malum, “vence al mal con el bien”, está tomado de la carta de San Pablo a los Romanos (12, 21) e inspira la filosofía educativa de la Red de Universidades Anáhuac.

El logotipo se basa en la imagen de un tejido en proceso, de hilos anchos, y simboliza el trabajo de interacción y desarrollo que caracteriza a la educación. El color naranja alude el sol y lo divino, el café a la tierra y lo humano, y juntos simbolizan el cultivo del alma y la educación del cuerpo.

El escudo es un águila bicéfala, símbolo de la destreza, habilidad, rapidez e inteligencia, que enmarca una columna monolítica que representa el saber, las artes y las ciencias, y tiene en su cúspide la palabra pax. Este escudo simboliza la fraternidad y la paz que se han de procurar y conservar ante los retos de la vida.

Artículo 35.- Las instituciones integrantes de la Red de Universidades Anáhuac comparten un conjunto de elementos de marca que permiten transmitir a diversos públicos un mensaje de pertenencia a una misma red, fortaleciendo de esta manera su patrimonio común. Para asegurar una adecuada construcción permanente y una correcta proyección de la imagen institucional, la junta de dirección emitirá los lineamientos y criterios del manual general de identidad que permitirán coordinar, a través de la secretaría ejecutiva, el manejo de los elementos de marca que llevan a cabo las diferentes instituciones integrantes de la Red, las entidades auxiliares y la Prepa Anáhuac.

Capítulo II

Comunicación, mercadotecnia y promoción

Artículo 36.- Con el objetivo de definir y ejecutar una estrategia conjunta de comunicación y mercadotecnia a nivel nacional que fortalezca la imagen e integración de la Red de Universidades Anáhuac y de cada institución integrante en 9 particular, la junta de dirección emitirá regularmente los criterios para que la secretaría ejecutiva elabore, con la participación de las diferentes universidades, el plan general de comunicación y mercadotecnia que sirva como lineamiento para la elaboración de los planes correspondientes de cada institución integrante, asegurando su consistencia y alineación.

Este plan y sus actualizaciones, una vez aprobados por la junta de dirección, serán implementados a nivel de Red por la secretaría ejecutiva y en cada universidad por el rector correspondiente y su equipo.

ANTECEDENTES DE LA RED DE UNIVERSIDADES ANÁHUAC

La obra educativa de los Legionarios de Cristo se inscribe dentro de un esfuerzo permanente por ofrecer a la sociedad de nuestros tiempos y del futuro un modelo de formación integral que tiene como objetivo fundamental elevar la condición humana y social de los hombres y mujeres de México y del mundo.

Es así que en 1954, con este ideal en mente y contando con el apoyo decidido de muchas personas y familias de buena voluntad, los Legionarios de Cristo emprenden en la ciudad de México la fundación de su primera obra educativa: el Instituto Cumbres. Diez años más tarde, también en la capital del país, fundarían la Universidad Anáhuac.

Estas dos instituciones han venido ganando la confianza de nuestros alumnos, padres de familia, egresados y de la sociedad en general a lo largo del tiempo, consolidando su calidad y prestigio, sirviendo como sólida plataforma para el desarrollo de un sistema educativo internacional.

En particular, la Red de Universidades Anáhuac nos remite al momento de la fundación de la primera de nuestras universidades, la Universidad Anáhuac México Norte, que inició sus actividades en 1964 ubicada en Lomas Virreyes, en el Distrito Federal, como sede provisional.

Contaba con apenas 48 alumnos en dos carreras: Administración de Empresas y Economía, bajo el liderazgo de su rector fundador, el P. Faustino Pardo, L.C. quien fue director fundador del Instituto Cumbres y, años más tarde, sería también rector fundador de la Universidad Anáhuac México Sur.

En 1968, gracias al apoyo de distinguidos hombres de empresa comprometidos con la sociedad, la Universidad Anáhuac inauguró su nuevo campus en Lomas Anáhuac.

A partir de la consolidación de esta primera casa de estudios, el esfuerzo por continuar ofreciendo una formación integral a un número cada vez mayor de jóvenes universitarios siguió adelante con un gran dinamismo.

¿Qué es la Red de Universidades Anáhuac?

Es el conjunto de instituciones de educación superior que comparten la identidad y el modelo educativo Anáhuac y colaboran estrechamente en múltiples campos para asegurar el cumplimiento de la misión, impulsar la consolidación, optimizar la operación y potenciar el crecimiento de sus integrantes, así como para fomentar su expansión con nuevas instituciones.

¿Quiénes conforman la Red de Universidades Anáhuac?

- Universidad Anáhuac México (Campus Norte: Edo. de México - 1964) (Campus Sur: Ciudad de México - 1981)
- Universidad Anáhuac Mayab (Mérida, Yuc. - 1984)
- Universidad Anáhuac Veracruz (Campus Xalapa: 1993) (Campus Córdoba: 2021)
- Universidad Anáhuac Cancún (Cancún, Q. Roo - 2000)
- Universidad Anáhuac Oaxaca (Oaxaca, Oax.- 2000)
- Universidad Anáhuac Puebla (Puebla, Pue. - 2003)
- Universidad Anáhuac Querétaro (Querétaro, Qro. - 2006)
- Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas (Tampico, Tamps. - 1974)
- Pontificio Instituto Juan Pablo II para estudios sobre matrimonio y Familia
(Con sedes en las ciudades de México, Guadalajara, Monterrey, Puebla, León, Querétaro, Mérida, Cancún, Xalapa y Oaxaca - 1991)

La Red Anáhuac forma parte a su vez de una Red Internacional de Universidades entre las que se encuentran las siguientes instituciones:

Chile

- Universidad Finis Terrae (Santiago de Chile - 1988)

España

- Universidad Francisco de Vitoria (Madrid - 1993)

Italia

- Ateneo Pontificio Regina Apostolorum (Roma - 1993)
- Università Europea di Roma (Roma - 2004)

Estados Unidos

- Divine Mercy University (Washington, D.C. - 1999)

La Red de Universidades Anáhuac pertenece a un sistema educativo internacional presente en 18 países que atiende a más de 100,000 alumnos desde preescolar hasta posgrado. En el mundo servimos a más de 30,000 alumnos de licenciatura, posgrado y extensión.

De nuestras aulas en el mundo han egresado más de 90,000 personas que hoy contribuyen significativamente en los diversos ámbitos profesionales y productivos a escala internacional.

Contamos con un amplio programa de becas y crédito educativo que impulsa a un gran número de jóvenes y les permite realizar sus estudios profesionales al más alto nivel.

En México ofrecemos 58 programas de licenciatura, más de 160 (51 especialidades, 92 maestrías y 26 doctorados). Más de 300 diplomados, seminarios y cursos presenciales y en línea impartidos en nuestras Universidades, aulas virtuales, vía internet o en empresas e instituciones, en las áreas de:

Actualización profesional

- Finanzas y Administración
- Planeación y Mercadotecnia
- Comunicación
- Jurídico - Corporativo - Fiscal
- Administración Pública
- Desarrollo Institucional
- Turismo y Gastronomía
- Ingeniería y Ciencias Exactas
- Responsabilidad Social

Formación en humanidades









- Educación Psicología y Psicopedagogía
- Desarrollo Humano
- Arte y Cultura
- Bioética
- Filosofía
- Historia
- Literatura

USO DE LOGOTIPOS ANÁHUAC

NUESTROS IDENTIFICADORES, SUS FUNCIONES Y APLICACIONES

La identidad institucional de la Universidad Anáhuac está basada en diferentes logotipos cuya utilización deberá ser cuidadosamente aplicada, pues cada uno tiene un significado y por lo tanto, un objetivo diferente.

A continuación se describen brevemente y a manera de prontuario las situaciones generales en que deberán ser aplicados.

| LOGOTIPO | ¿A QUÉ NECESIDAD RESPONDE? | AMBIENTES/ PÚBLICOS | APLICACIONES | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|--|---|---|--|--|---|----------------------------------|---|--|--|--|--------------------------|
|  | Distinción, Aval | <ul style="list-style-type: none"> - Académico - Ceremonial | <ul style="list-style-type: none"> - Bandera - Título - Comunicaciones rectoría | | | | | | | | | | | |
|  Anáhuac | Branding institucional | <ul style="list-style-type: none"> - Institucional - Académico - Cultural - Eventos | <ul style="list-style-type: none"> - Documentos - Publicaciones - Folletos - Papelería - Websites | | | | | | | | | | | |
|  Anáhuac | | | | ANÁHUAC | Branding promocional | <ul style="list-style-type: none"> - Comercial - Vida universitaria - Eventos - Preuniversitario | <ul style="list-style-type: none"> - Materiales de comunicación interna - Folletería - Artículos promocionales |  | Sentido de orgullo y pertenencia |  | Identificar a los equipos representativos | <ul style="list-style-type: none"> - Deportivo <p>*Se realizó un benchmark y no se encontró a mascotas universitarias en ambientes académicos</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Uniformes - Artículos deportivos - Instalaciones deportivas - Premios | EGRESADOS ANÁHUAC |
| ANÁHUAC | Branding promocional | <ul style="list-style-type: none"> - Comercial - Vida universitaria - Eventos - Preuniversitario | <ul style="list-style-type: none"> - Materiales de comunicación interna - Folletería - Artículos promocionales | | | | | | | | | | | |
|  | Sentido de orgullo y pertenencia | | |  | Identificar a los equipos representativos | <ul style="list-style-type: none"> - Deportivo <p>*Se realizó un benchmark y no se encontró a mascotas universitarias en ambientes académicos</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Uniformes - Artículos deportivos - Instalaciones deportivas - Premios | EGRESADOS ANÁHUAC | Vinculación con egresados | <ul style="list-style-type: none"> - Egresados | <ul style="list-style-type: none"> - Documentos - Publicaciones - Website | | | |
|  | Identificar a los equipos representativos | <ul style="list-style-type: none"> - Deportivo <p>*Se realizó un benchmark y no se encontró a mascotas universitarias en ambientes académicos</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Uniformes - Artículos deportivos - Instalaciones deportivas - Premios | | | | | | | | | | | |
| EGRESADOS ANÁHUAC | Vinculación con egresados | <ul style="list-style-type: none"> - Egresados | <ul style="list-style-type: none"> - Documentos - Publicaciones - Website | | | | | | | | | | | |

LOGOMARCA

MARCA ANÁHUAC

El logotipo está formado por el símbolo, el letragrama y el lema que individualizan a nuestra institución.

El documento de Registro de Marca de la Denominación **Universidad Anáhuac** y el diseño que se adjunta (original de título de marca No. 356165), se encuentran debidamente registrados ante la autoridad competente, para dar seguridad a la imagen visual de la Universidad Anáhuac, y evitar el mal uso que pudieran dar a ésta personas ajenas a la misma, o que fuesen en detrimento del prestigio e imagen que durante años han venido adquiriendo nuestras instituciones.

Es indispensable que en la denominación y diseño que nos ocupe se anote la leyenda **Marca Registrada** o su abreviatura M.R. de manera ostensible en cualquier aplicación visual de la institución. Lo anterior se deberá hacer de tal modo que no afecte o distorsione la denominación o el diseño en referencia.

El letragrama y el lema envuelven al símbolo del tejido. La marca Anáhuac es la concreción de la Red y representa a las universidades en su conjunto.

Deberá utilizarse únicamente cuando se hable a nombre de todas las universidades y también para uso oficial.



LETRAGRAMA Y SÍMBOLO

El letragrama está compuesto por los elementos tipográficos que le dan nombre a la institución. Para este efecto, se ha seleccionado la tipografía Óptima bold la cual se coloca en forma circular en la opción principal. Es necesario que en la posición indicada lleve el MR.

Nuestro emblema, basado en la imagen de un tejido en proceso recoge simbólicamente el trabajo de interacción y desarrollo que caracteriza a la educación: Nuestra tarea y compromiso fundamental, sus colores representan la tierra y el sol.

El significado literal de Anáhuac es: cerca del agua. Éste fue el nombre asignado a la parte más elevada de la altiplanicie mexicana, región de los lagos centrales que fue asiento de la capital azteca: Tenochtitlán.

Anáhuac fue la cuna de México, el centro más poblado y de mayor desarrollo cultural de Mesoamérica desde los tiempos precolombinos, donde ahora se alza la ciudad de México y, en sus lomas: la primera universidad de la Red Anáhuac.



LEMA

Nuestro lema: **VINCE IN BONO MALUM** “Vence el mal con el bien”, tomado de la Carta de San Pablo a los Romanos (12-21), es la síntesis de nuestra filosofía.

Toda una concepción que destierra actitudes negativas. Un programa de acción positiva para vencer el mal de la ignorancia con el bien de la ciencia. El mal de la improvisación con el bien del profesionalismo apoyado en la moderna técnica; el mal del materialismo práctico con el bien del humanismo que reconoce la naturaleza espiritual de la persona humana; el mal de los antagonismos sociales con el bien de la concordia y la

armonía; el mal de la injusticia con el bien de la caridad; el mal del desenfreno egoísta con el bien de la apertura y fe en Dios.

El lema es parte del logotipo, pero puede aparecer solo, cuando su uso sea el de referencia en alguna carta, discurso, invitación o documento formal semejante. Para el lema se utiliza la tipografía de la misma familia que la del letragrama, la óptima condensada.

En la parte central, del lado derecho, irá colocada la leyenda Marca Registrada (MR).



PROPORCIONES PARA EL USO DE LA ABREVIATURA MR

A

C



● MMR

M

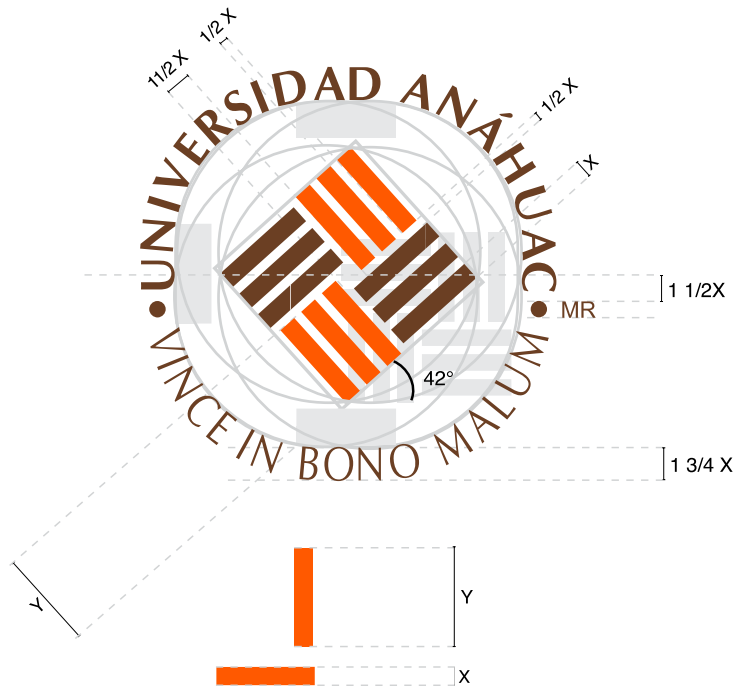


El mínimo de la aplicación será en Arial o Helvética a 4 pts.

El máximo de la aplicación será en Arial o Helvética a 100 pts.

PROPORCIONES

Al emplear el logotipo es necesario que se respeten las proporciones aquí especificadas con el fin de que el símbolo no se vea distorsionado ni se cambie el trazo. Cualquier cambio en éstas, perjudicaría la imagen de nuestra institución.



RETÍCULA

El trazo reticular servirá como guía para obtener mayor precisión en los casos en que la reproducción no pueda realizarse por medios fotográficos o digitales; como en el caso del rotulado a mano de estarcidores, lonas o bordes.



ÁREA DE PROTECCIÓN

Al utilizar el logotipo, es preciso que se provea de un área de protección con la finalidad de que el formato no aparezca saturado.

Todo elemento secundario, como los textos o trazos decorativos, debe mantenerse a una distancia razonable del logotipo.

En la ilustración se indica, mediante líneas intermitentes, el espacio mínimo que debe tener el área de protección, el cual puede ser ampliado cuantas veces sea necesario, pero nunca será menor al que se señala en los ejemplos.

La distancia se relaciona con la altura de una de las barras que forman el logo.



ESCUDO

El escudo de la Universidad Anáhuac encierra el símbolo de destreza, habilidad, rapidez e inteligencia del águila bicéfala; ave que vuela siempre más alto venciendo todos los obstáculos, y que, al mismo tiempo, se identifica con el ser pensante y espiritual, así como con el profesional actuante.

El obelisco es de un material muy sólido y representa el saber lleno de métodos y símbolos propios de las disciplinas que se imparten en nuestra Alma Mater y en su cúspide la palabra pax (paz), que sintetiza el equilibrio de nuestro servicio como personas y cuyo cimiento está en el lema *Vince in Bono Malum*.

Este escudo simboliza la fraternidad y la paz que debemos llevar ante los retos de la vida, los que formamos parte de la comunidad de la Universidad Anáhuac.

Los primeros usos de este escudo datan del año 1968. En el 2008 se realizó una nueva versión que, conservando su expresión de símbolo tradicional, deberá utilizarse en los documentos oficiales de carácter académico, como diplomas y títulos.

PRIMER ESCUDO



ESCUDO NUEVO



TIPOGRAFÍAS

TIPOGRAFÍA DEL LOGOTIPO INSTITUCIONAL

Es la que debe utilizarse como marca en el nombre de la institución (Universidad Anáhuac) aplicada al logotipo. Su importancia consiste en homologar la familia de logotipos institucionales. No deberá emplearse para escribir otros textos.

Esta tipografía es la **Óptima**.

abc

Óptima

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v x y z

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S

T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ & % #

Roman - Medium - **Bold** - Demi - **Black** - **Extrablack**

TIPOGRAFÍAS

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

Como parte del sistema de identidad de la Universidad Anáhuac, contamos con la familia tipográfica **Sharp Slab**. Esta tipografía es un elemento de marca propietario para transmitir nuestra personalidad. Deberá usarse como acompañamiento principal de la identidad gráfica para cualquier información impresa o visual.

Usa Sharp Slab para títulos, subtítulos y frases para resaltar en todas las comunicaciones fuera de línea.

ABC

Sharp Slab

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Thin - Light - Book - Medium - **Semibold** - **Extrabold**

NOTA: Esta tipografía es exclusiva para personalizar la nueva imagen y tener un elemento de marca propietario en lugar de uno genérico. Es importante considerar que adquirimos una licencia por campus (Tarifa de licencia de escritorio) esta licencia no exclusiva e intransferible es para uso dentro de la organización. Consulta sus licencias de uso aquí: <https://sharptype.co/licensing/desktop/>

TIPOGRAFÍAS

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA (GOOGLE FONT)

Usa **Zilla Slab** para títulos, subtítulos y frases a resaltar en aplicaciones digitales (siempre y cuando no sea posible obtener la licencia Web de Sharp Slab).

ABC

Zilla Slab

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Light - Regular - Medium - **Semibold**

CUERPO DE TEXTO

Usa **Roboto** para cuerpos de texto de cualquier material de comunicación.

ABC

Roboto

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Thin - Light - Regular - **Medium - Bold - Black**

COLORES INSTITUCIONALES

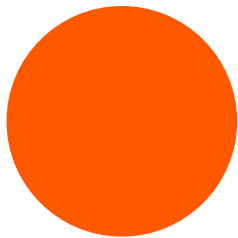
PARA IMPRESIÓN:

Para facilitar la identificación del logotipo, se han establecido en este manual de imagen institucional los colores oficiales de la Red de Universidades Anáhuac:

Naranja PMS 1505 C

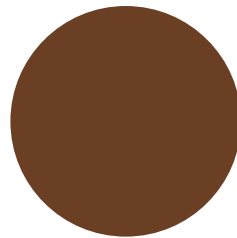
Café PMS 469 C

Los tonos de Pantone indicados son los únicos autorizados para aplicarse en el logotipo a través de medios impresos.



NARANJA
PANTONE 1505 C

C 0%
M 80%
Y 100%
K 0%

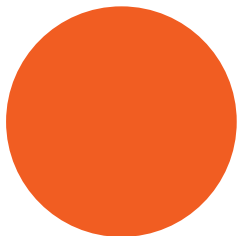


CAFÉ
PANTONE 469 C

C 37%
M 67%
Y 82%
K 51%

PARA PANTALLA:

Con la finalidad de reproducir los colores institucionales con la máxima fidelidad en un formato digital, estos son los valores RGB, LAB y HSB para proyectar los colores institucionales soportados en monitor de pantalla y aplicaciones web.



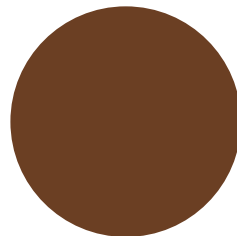
HEX COLOR: FF5900

RGB DECIMAL

R 255
G 89
B 0

MODO LAB

L 61
A 62
B 71



HEX COLOR: 6B3F23

RGB DECIMAL

R 107
G 63
B 35

MODO LAB

L 32
A 17
B 25

COLORES INSTITUCIONALES

USOS SUGERIDOS Y COLORES NEUTROS:



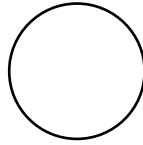
NARANJA

Color principal con uso estratégico para propiciar el posicionamiento de marca. Úsalo para fondos, recursos editoriales y / o textos, como títulos o frases a resaltar.



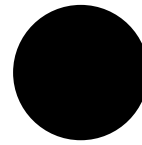
CAFÉ

Procurar su uso sólo como parte del logotipo institucional y en ambientes oficiales y académicos.



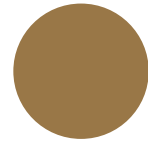
BLANCO

Úsalo para fondos, recursos editoriales y / o textos sobre fondo de color.



NEGRO

Úsalo para textos sobre fondo blanco (o porcentajes de color en diagramas), nunca para fondos. Este color nunca debe ser protagonista.



DORADO

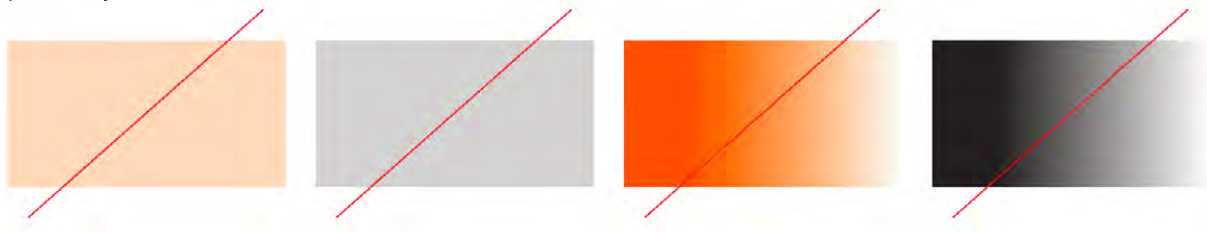
Usa el dorado como detalle sobre documentos institucionales donde se puede resaltar la solidez y calidad institucional.

USOS INCORRECTOS

SATURACIÓN Y GRADIENTES

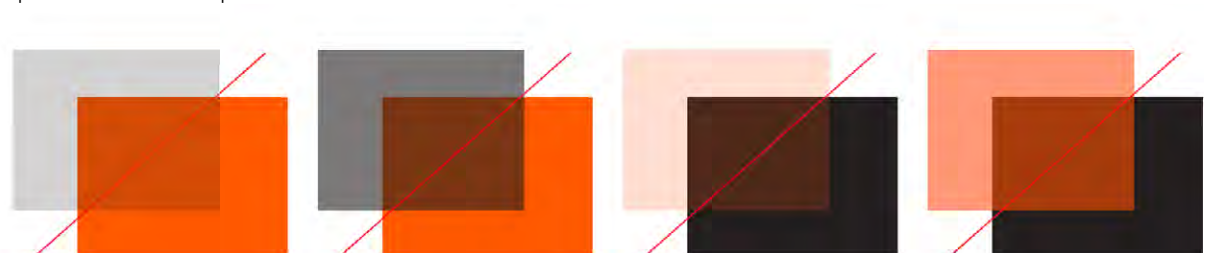
Los colores de nuestra paleta siempre se utilizan al 100% sin disminución de sus porcentajes ni adicionándole blanco, negro o algún otro color.

* Excepto para diagramas, donde se pueden utilizar porcentajes del color.



TRANSPARENCIAS

Ninguno de los colores de nuestra paleta deberá ser aplicado en transparencias o generando superposiciones que resulten en la aparición de nuevos colores.

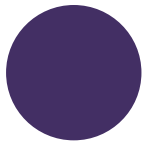


PALETA DE COLOR SECUNDARIA

Existen necesidades de comunicación y promoción que requieren del acompañamiento de ilustraciones, gráficos y elementos de diseño los cuales deben responder al concepto que se ha desarrollado para estas comunicaciones.

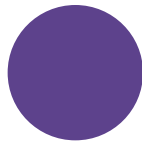
La siguiente paleta de color se definió con tonos que se complementan con el color principal (Naranja) y buscan mantener el estilo propietario y la personalidad única de nuestros gráficos. El uso de este recurso es de alta relevancia para posicionar y fortalecer el concepto de nuestra campaña.

MORADA MONOCROMÁTICA:



JACARTA

#432F64
R:67
G:47
B:100



**BUTTERFLY
BUSH**

#5D428C
R:93
G:66,
B:140



**MEDIUM
PURPLE**

#9267DC
R:146
G:103
B:220



**BILOBA
FLOWER**

#B99EE8
R:185
G:158
B:232



**BILOBA
FLOWER-1**

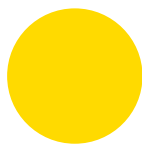
#5D428C
R:205
G:185
B:239

ACENTOS:



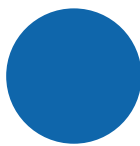
CINNABAR

#EA2828
R:234,
G:40,
B:40



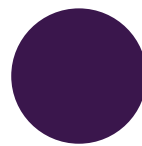
**SCHOOL
BUS YELLOW**

#FFDA00
R:255,
G:218,
B:0



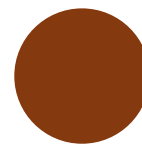
DENIM

#0F66AB
R:15,
G:102,
B:171



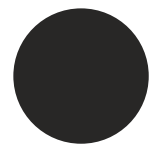
GRAPE

#3A164C
R:58,
G:22,
B:76



KORMA

#85390E
R:133,
G:57,
B:14



TUATARA

#282726
R:40,
G:39,
B:38

USOS INCORRECTOS

Cualquier cambio de posición, proporción, color, símbolo o logotipo distinto a lo indicado en este manual deberá evitarse totalmente.

Los ejemplos aquí ilustrados muestran algunos de los casos no permitidos.

Aplicaciones no permitidas:



Cambio de color



Cambio de tamaño de alguno de los elementos que componen al logotipo



Cambio de posición de alguno de los elementos que componen al logotipo



Ubicar el logo sobre alguna textura cuando éste no sea legible



Condensar el logotipo



Condensar la tipografía



Inclinar el logotipo



Cortar alguno de los elementos que conforman al logotipo

APLICACIÓN HORIZONTAL

Esta aplicación de la marca Anáhuac enfatiza la palabra Anáhuac como estrategia de posicionamiento, y deberá utilizarse en todos aquellos elementos de comunicación externa en donde no sea necesario distinguir la sede, si no un enfoque de branding de marca global.



APLICACIÓN POR UNIVERSIDAD

VERTICAL EN ALTAS

Su utilización representa la aplicación principal de cada universidad con la sede en mayúsculas. Su aplicación se recomienda en formatos donde la versión vertical sea la más adecuada.



MÉXICO



MAYAB



VERACRUZ



CANCÚN



OAXACA



PUEBLA



QUERÉTARO

LOGOTIPO DE ASOCIACIÓN DE LA MARCA IEST

Esta aplicación es de uso único para el caso de el Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas que, siendo parte integrante de la Red de Universidades Anáhuac tiene su origen en una identidad diversa. Como se puede observar en el ejemplo, el logotipo Anáhuac se colocará del lado izquierdo del logotipo original.



APLICACIÓN POR UNIVERSIDAD

HORIZONTAL CON LA SEDE EN BAJAS

Esta aplicación es la de uso comercial de la universidad y deberá utilizarse en todos aquellos elementos de comunicación externa, como son: papelerías, anuncios, folletería, video, entre otros.

Su aplicación se recomienda en formatos donde la versión horizontal sea la más adecuada.



HORIZONTAL CON LA SEDE EN BAJAS



APLICACIÓN POR UNIVERSIDAD

VERSIONES CON CAMPUS

Para las universidades que cuentan con más de un campus por Estado, se deberá utilizar la denominación correspondiente, para lo cual se han establecido las siguientes aplicaciones:

En ambientes externos, se deberá privilegiar el uso del logotipo principal de cada Universidad, como estrategia de posicionamiento.

Se recomienda utilizar las aplicaciones de cada campus en ambientes interno, como por ejemplo: Papelería membretada, credenciales y firmas en correo electrónico.

UNIVERSIDAD ANÁHUAC MÉXICO

Campus Norte

Campus Sur

UNIVERSIDAD ANÁHUAC VERACRUZ

Campus Xalapa

Campus Córdoba-Orizaba

APLICACIONES SIN LETRAGRAMA

VERSIONES SIN LETRAGRAMA

A continuación presentamos diferentes versiones autorizadas derivadas del logotipo institucional, que prescinden del letragrama circular que dice UNIVERSIDAD ANÁHUAC y VINCE IN BONO MALUM.

Estas aplicaciones podrán utilizarse en los colores institucionales o totalmente en naranja. Se sugiere su uso en ambientes comerciales o que respondan a necesidades de promoción y comunicación externa.

SIN LETRAGRAMA

HORIZONTAL



VERTICAL



SIN LETRAGRAMA Y CON LA PALABRA UNIVERSIDAD

HORIZONTAL



VERTICAL



SIN LETRAGRAMA Y CON EL LEMA



VERSIÓN SIN LETRAGRAMA CON SEDES

HORIZONTAL



VERSIÓN SIN LETRAGRAMA CON SEDES

VERTICAL



Anáhuac
México



Anáhuac
Mayab



Anáhuac
Cancún



Anáhuac
Veracruz



Anáhuac
Oaxaca



Anáhuac
Puebla



Anáhuac
Querétaro

VERSIÓN COMERCIAL SHARP SLAB

Esta aplicación de la palabra ANAHUAC es un elemento del sistema de identidad autorizado para utilizarse a partir de la campaña 2019. Se recomienda su uso en los materiales de comunicación y promoción de la campaña y está conformada por la tipografía Sharp Slab.

ANÁHUAC

NOTA: El uso de aplicaciones de la Campaña de comunicación y Promoción 2020 se explica más a delante.

VERSIÓN COMERCIAL SHARP SLAB CON SEDES

**ANÁHUAC
MÉXICO**

**ANÁHUAC
IEST**

**ANÁHUAC
MAYAB**

**ANÁHUAC
VERACRUZ**

**ANÁHUAC
CANCÚN**

**ANÁHUAC
OAXACA**

**ANÁHUAC
PUEBLA**

**ANÁHUAC
QUERÉTARO**

APLICACIONES COMERCIALES

VERSIÓN COMERCIAL SHARP SLAB CON CAMPUS

En los casos donde se encuentra más de un campus por universidad, se podrá hacer uso de esta aplicación.

Se recomienda su uso en ambientes internos, para generar sentido de orgullo y pertenencia en los estudiantes del campus como por ejemplo: Campañas o eventos de vida universitaria y relaciones estudiantiles (artísticas, culturales y deportivas).

**ANÁHUAC
MÉXICO**
Campus Norte

**ANÁHUAC
MÉXICO**
Campus Sur

**ANÁHUAC
VERACRUZ**
Campus Xalapa

**ANÁHUAC
VERACRUZ**
Campus Córdoba-Orizaba

VERSIÓN COMERCIAL SHARP SLAB PARA AMBIENTES INTERNACIONALES

Para los casos en los que existe la necesidad de promocionar y/o desarrollar materiales de comunicación que serán empleados fuera de México, se desarrolló la siguiente aplicación comercial.

Se recomienda su uso sólo en ambientes internacionales, en donde aún el posicionamiento de la palabra "Anáhuac" por sí sola no es conocido.

**UNIVERSIDAD
ANÁHUAC**

NOTA: El idioma de nuestros logotipos institucionales está en español y no deben modificarse a otros idiomas.

Cuando sea necesario para la promoción en el extranjero, la recomendación es usar nuestros logos institucionales apoyándonos de textos explicativos donde se cambie al idioma necesario la palabra "universidad".



Pontificio Instituto Teológico
Juan Pablo II
Matrimonio y Familia



Sección Mexicana

Nota: El Instituto Superior de Estudios para la Familia cuenta con un manual de identidad disponible para consultas más específicas.

LOGOTIPO RED DE UNIVERSIDADES ANÁHUAC

El logotipo está formado por el símbolo (tejido) y letragrama (correspondiente).

Deberá aplicarse en los casos en que participen todas las instituciones que conforman a la Red Anáhuac. Si se utiliza en combinación con alguno de los logotipos de las universidades, deberá guardar una proporción no mayor a 50% del tamaño del logotipo de la universidad.



Red de Universidades
Anáhuac

LOGOTIPO RED DE UNIVERSIDADES ANÁHUAC

A continuación se muestra la proporción del logotipo de la Red de Universidades Anáhuac al aplicarse en conjunto con el de la Universidad Anáhuac.

Deberá presentarse siempre en la parte inferior derecha en un porcentaje no mayor a 50%.



FAMILIA DE LOGOTIPOS INTERNOS

DIVISIONES

Derivado del programa de Imagen Institucional de la Red de Universidades Anáhuac, éstas son las aplicaciones para cada una de las áreas académicas de la Universidad.

Es necesario que cada aplicación utilice el nombre de la dependencia que corresponda con la tipografía denominada Óptima en las proporciones y posiciones indicadas en el ejemplo.

**División de
Ciencias de la Salud**

**División de
Ciencias Jurídicas
y Sociales**

**División de
Comunicación
Arquitectura
y Diseño**

**División de
Ingeniería y
Ciencias Exactas**

**División de
Negocios**

NOTA: La tipografía que se emplea para la familia de logotipos internos lleva un 20% de condensado horizontal. No sólo está comprimido el trazo, también está comprimido el espacio entre caracteres por medio de tracking o kerning.

FAMILIA DE LOGOTIPOS INTERNOS

EJEMPLOS DE INCORPORACIÓN DEL TEXTO DE LAS LICENCIATURAS EN EL LOGOTIPO DE LAS DIVISIONES.

Las licenciaturas de las divisiones deben ir colocadas después del nombre de la división correspondiente. Este nombre debe ir en tipografía Óptima condensada en la posición y proporciones indicadas.

**División de
Ciencias de la Salud**
Licenciatura en Nutrición

**División de
Ciencias Jurídicas
y Sociales**
Licenciatura en Derecho

**División de
Comunicación
Arquitectura
y Diseño**
Licenciatura en Arquitectura

**División de
Ingeniería y
Ciencias Exactas**
Licenciatura en Actuaría

**División de
Negocios**
Licenciatura en Administración
de Empresas Comerciales

FAMILIA DE LOGOTIPOS INTERNOS

ESCUELAS Y FACULTADES

Los logotipos de escuelas y facultades se realizarán en tipografía Óptima bold a una escala horizontal de 80%, en dos líneas.

La relación entre el tamaño de tipografía y el interlineado debe ser igual: por ejemplo, si la tipografía es de 40 puntos, el interlineado debe ser de 40 puntos.



FAMILIA DE LOGOTIPOS INTERNOS

ESCUELAS Y FACULTADES

**Facultad de
Bioética**

**Facultad de
Ciencias Actuariales**

**Facultad de
Ciencias de la Salud**

**Facultad de
Comunicación**

**Facultad de
Derecho**

**Facultad de
Economía y Negocios**

**Facultad de
Educación**

**Facultad de
Estudios Globales**

**Facultad de
Ingeniería**

**Facultad de
Psicología**

**Facultad de
Responsabilidad Social**

**Facultad de
Turismo y Gastronomía**

**Facultad de Humanidades,
Filosofía y Letras**

ESCUELAS Y FACULTADES

**Escuela de
Arquitectura**

**Escuela de
Artes**

**Escuela de
Ciencias del Deporte**

**Escuela de
Diseño**

**Escuela de
Lenguas**

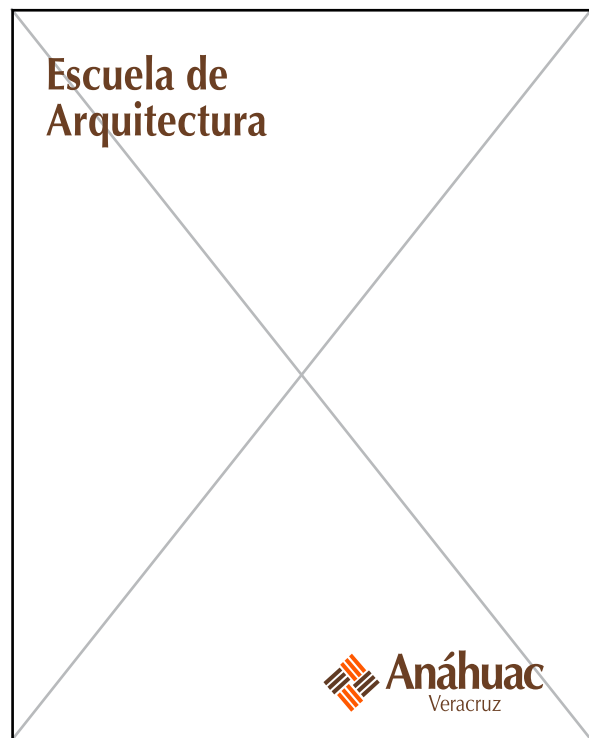
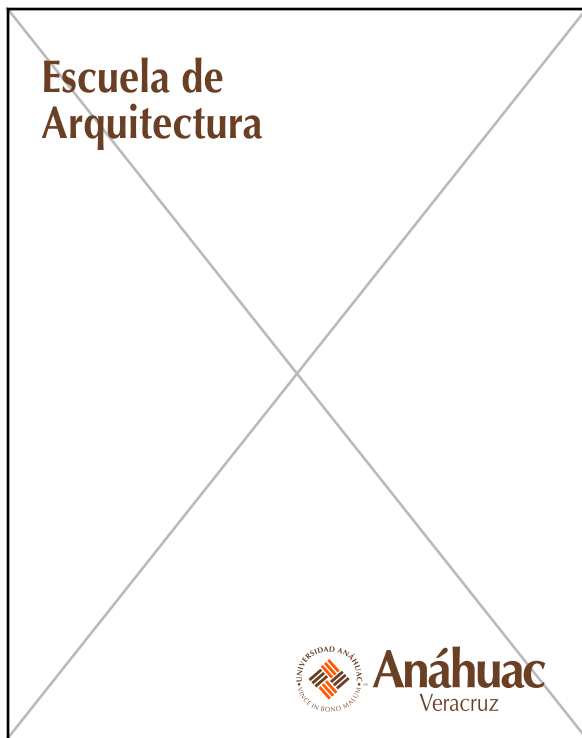
FAMILIA DE LOGOTIPOS INTERNOS

ESCUELAS Y FACULTADES

Las aplicaciones de escuelas y facultades deberán identificarse con el nombre de la dependencia que corresponda en la tipografía denominada Óptima.

La presencia de la marca Anáhuac se dará únicamente en las comunicaciones.

EJEMPLO DE USO



FAMILIA DE LOGOTIPOS INTERNOS

CENTROS E INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN

Los logotipos de Centros e Institutos de Investigación están compuestos por sus siglas, en tipografía Óptima bold en la parte superior y en tipografía Óptima regular en la parte inferior, como se muestra en el ejemplo.

En el ejemplo se indica la relación entre el tamaño de las siglas y el tamaño del nombre.

Las aplicaciones deberán identificarse con el nombre de la dependencia. La presencia de la marca Anáhuac se dará únicamente en las comunicaciones.



FAMILIA DE LOGOTIPOS INTERNOS

CENTROS E INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN

CIEMA
CENTRO DE INVESTIGACIÓN
EN MATEMÁTICAS APLICADAS

CAIP
CENTRO ANÁHUAC DE
INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA

CAIT
CENTRO ANÁHUAC DE EDUCACIÓN
E INVESTIGACIÓN PARA EL TURISMO

CADEN
CENTRO DE ALTA DIRECCIÓN
EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS

CICA
CENTRO DE INVESTIGACIÓN PARA
LA COMUNICACIÓN APLICADA

CAISE
CENTRO ANÁHUAC DE INVESTIGACIÓN
SERVICIOS EDUCATIVOS Y POSGRADO

CID
CENTRO DE INVESTIGACIONES
EN DISEÑO

CADIT
CENTRO DE ALTA DIRECCIÓN EN
INGENIERÍA Y TECNOLOGÍA

FAMILIA DE LOGOTIPOS INTERNOS

CENTROS E INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN

AXIOS
CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN
ÉTICA APLICADA Y VALORES

IAFAD
INSTITUTO ANAHUAC PARA EL FINANCIAMIENTO
ALTERNATIVO Y EL DESARROLLO

IDEA
INSTITUTO DE DESARROLLO
EMPRESARIAL ANÁHUAC

CIENI
CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN
EDUCACIÓN Y ASUNTOS INTERNACIONALES

CLARES
CENTRO LATINOAMERICANO DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL

CEEMA
CENTRO DE ECONOMÍA,
ENERGÍA Y MEDIO AMBIENTE

CEFAD
CENTRO DE FORMACIÓN Y
ACTUALIZACIÓN DOCENTE

CEM
CENTRO DE ESTUDIOS
DE LA MUJER

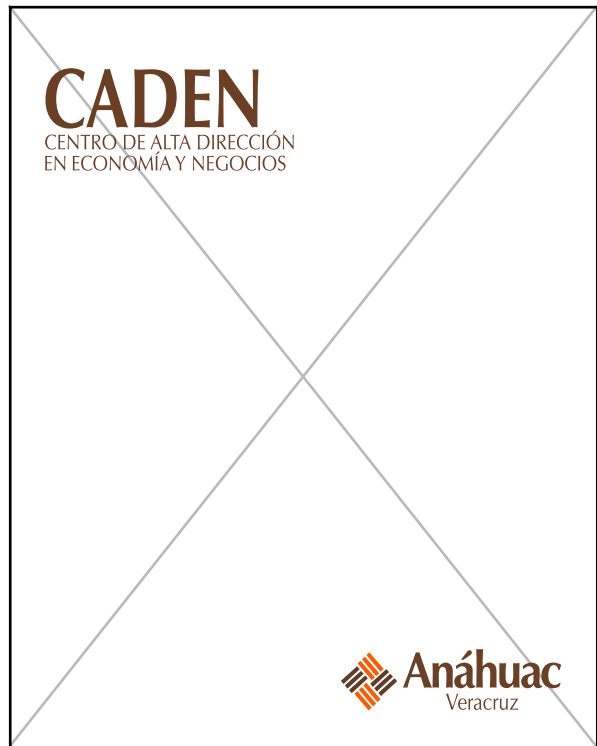
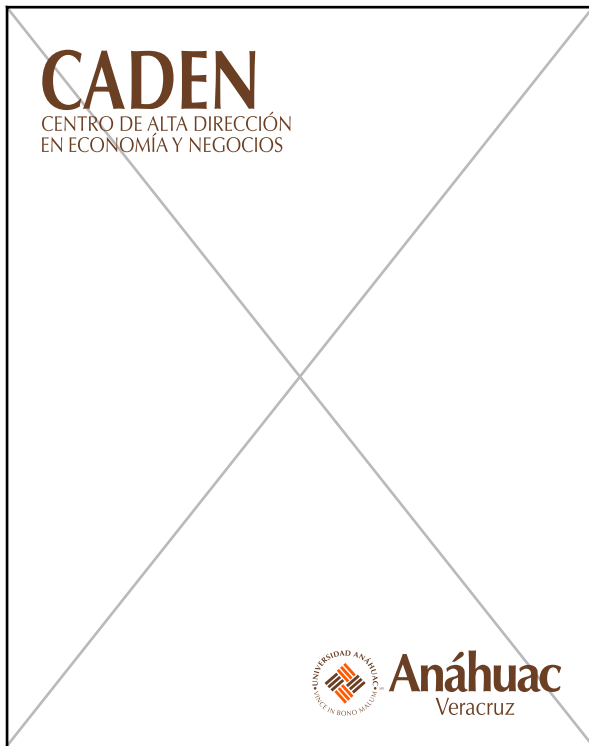
FAMILIA DE LOGOTIPOS INTERNOS

CENTROS E INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN

LOGOTIPO

CADEN
CENTRO DE ALTA DIRECCIÓN
EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS

EJEMPLO DE USO



FAMILIA DE LOGOTIPOS INTERNOS

CÁTEDRAS

Los logotipos de las Cátedras de Investigación se realizarán en tipografía Óptima bold, en mayúsculas, a una escala horizontal de 80% y en dos líneas.

La relación entre el tamaño de tipografía y el interlineado debe ser igual; por ejemplo, si la tipografía es de 40 puntos, el interlineado debe ser de 40 puntos.

LOGOTIPO



EJEMPLO DE USO



FAMILIA DE LOGOTIPOS INTERNOS

OTRAS ÁREAS DE LA UNIVERSIDAD

Al no ser una marca como tal, sino un área de la universidad que aglutina a nuestros organismos estudiantiles, consideramos que estas dependencias no lleven un tratamiento de marca, sino que sigan la recomendación original del manual establecida para organismos internos: el nombre descriptivo escrito con la tipografía Óptima, como ponemos en el siguiente ejemplo:

**Dirección
de Finanzas**

**Relaciones
Estudiantiles**

**Dirección
de Biblioteca**

**Atención
Preuniversitaria**

**Coordinación
de Deportes**

**Integración
Anáhuac**

**Coordinación
de Humanidades**

**Pastoral
Universitaria**

NOTA: Esta recomendación debe seguirse con todas las áreas y dependencias internas de la universidad independientemente del campus al que pertenezca (e.g. Pastoral/Vida Espiritual Anáhuac en campus Puebla).

PROGRAMAS DE LIDERAZGO Y EXCELENCIA ANÁHUAC

Como respuesta a la inquietud y vocación profesional de nuestros alumnos, la Universidad Anáhuac ofrece diversos programas de liderazgo y excelencia:

VERSIÓN VERTICAL



Programa de Excelencia
Anáhuac



Programa de Liderazgo
en Compromiso Social



Programa de Liderazgo
en Ciencias de la Salud



Programa de Liderazgo
Empresarial



Programa de Liderazgo
Universitario



Programa de Liderazgo
en Deporte



Programa de Liderazgo
en Arte y Cultura



Programa de Liderazgo
en Comunicación



Programa de Liderazgo
en Innovación Tecnológica



Programa de Excelencia
Deportiva Anáhuac



Research Leadership Program



Programa de Liderazgo
Preuniversitario Anáhuac

PROGRAMAS DE LIDERAZGO Y EXCELENCIA ANÁHUAC

VERSIÓN HORIZONTAL



Programa de
Excelencia Anáhuac



Programa de Liderazgo
en Arte y Cultura



Programa de Liderazgo
en Compromiso Social



Programa de Liderazgo
en Ciencias de la Salud



Programa de Liderazgo
Empresarial



Programa de Liderazgo
Preuniversitario Anáhuac



Programa de Liderazgo
en Deporte



Programa de Liderazgo
en Innovación Tecnológica



Programa de Liderazgo
Universitario



Programa de Excelencia
Deportiva Anáhuac



Programa de Liderazgo
en Comunicación



Research Leadership
Program

*En proceso de Registro de Marca

USO DEL DESCRIPTOR

Al ser un rubro tan particular, cuyas marcas tienen además una carga importante de identificación, sugerimos mantener cierta independencia en estas marcas.

Sugerimos estandarizar dichos descriptores de la siguiente manera:



Se respeta el logo del programa

Se dividen los elementos con una pleca de 1pt del largo del logo

Programa de Liderazgo Empresarial

|
Descriptivo en
Roboto Regular

FORMÚLA PARA LOS DESCRIPTORES

Todos nuestros programas cumplen con una fórmula de descriptor que transparenta su razón de ser y facilita su comprensión por lo que recomendamos emplearla en la creación de futuros programas.

PROGRAMA DE [LIDERAZGO] EN [TEMÁTICA]*



Programa de liderazgo
en la primera línea

Programa de Liderazgo
en Deporte

Temática en
la segunda

* Tomar en cuenta el uso de mayúsculas y minúsculas de la recomendación.

USO DE LOGOTIPOS EN MATERIALES PROMOCIONALES

Para las comunicaciones se recomienda agregar un endoso oculto de la marca Anáhuac. Teniendo siempre en primer plano el identificador del programa (isotipo + logotipo + descriptivo) y Anáhuac en segundo plano (lockup).

EJEMPLO:



PROGRAMAS DE LIDERAZGO Y EXCELENCIA ANÁHUAC

FLYERS

Logo del programa en la esquina superior izquierda de la composición y lockup Anáhuac en la esquina inferior siempre del mismo lado.

OPCIÓN 1: SIN PLECA

Vértice Programa de Excelencia



Encuentro con Líderes de Acción Positiva

Juventud en acción

Lic. Mónica Rodríguez Della Vecchia
Diputada

Miércoles 20 de abril
Salida 12:00 hrs | Regreso 3:45 pm
Universidad Anáhuac Puebla
Cooperación \$60.00

ANÁHUAC **A**

Vértice Programa de Excelencia



Encuentro con Líderes de Acción Positiva

Juventud en acción

Lic. Mónica Rodríguez Della Vecchia
Diputada

Miércoles 20 de abril
Salida 12:00 hrs | Regreso 3:45 pm
Universidad Anáhuac Puebla
Cooperación \$60.00

ANÁHUAC VERACRUZ **A**

OPCIÓN 2: CON PLECA

Vértice Programa de Excelencia



Encuentro con Líderes de Acción Positiva

Juventud en acción

Lic. Mónica Rodríguez Della Vecchia
Diputada

Miércoles 20 de abril
Salida 12:00 hrs | Regreso 3:45 pm
Universidad Anáhuac Puebla
Cooperación \$60.00

ANÁHUAC **A**

Vértice Programa de Excelencia



Encuentro con Líderes de Acción Positiva

Juventud en acción

Lic. Mónica Rodríguez Della Vecchia
Diputada

Miércoles 20 de abril
Salida 12:00 hrs | Regreso 3:45 pm
Universidad Anáhuac Puebla
Cooperación \$60.00

ANÁHUAC VERACRUZ **A**

PROGRAMAS DE LIDERAZGO Y EXCELENCIA ANÁHUAC

MERCH



Logo del programa en el frente,
A en el brazo y Anáhuac + Campus en el reverso



Logo del programa en el frente + mensaje,
A en el brazo y Anáhuac + Campus en el reverso



No usar el símbolo
para sustituir letras

NOTA: Recomendamos no usar el descriptor en aplicaciones bordadas y en aplicaciones donde el logo tenga un tamaño reducido.

PROGRAMAS DE LIDERAZGO Y EXCELENCIA ANÁHUAC

MERCH



Logo del programa en el frente
lockup Anáhuac en el reverso



Uso del símbolo en el frente + A en el reverso
para espacios pequeños

NOTA: Recomendamos no usar el descriptor en aplicaciones de formatos pequeños.

PROGRAMAS DE LIDERAZGO Y EXCELENCIA ANÁHUAC

MERCH



Logo del programa
y lockup Anáhuac

Logo del programa y
lockup Anáhuac con campus



Logo del programa en el frente
lockup Anáhuac (con o sin campus) en el reverso

NOTA: Recomendamos no usar el descriptor en aplicaciones de formatos pequeños.

ORGANISMOS ESTUDIANTILES

ACCIÓN SOCIAL UNIVERSIDAD ANÁHUAC

ASUA es un organismo estudiantil que fomenta el desarrollo de una genuina conciencia social sustentada en valores universales y que impulsa el liderazgo de los estudiantes para mejorar las condiciones de vida de personas con necesidades materiales, humanas o espirituales, enriqueciendo de esta manera la formación integral de nuestros alumnos y generando verdaderos líderes de acción positiva.



ACTUALIZACIÓN ARQUITECTURA DE MARCA:



ORGANISMOS ESTUDIANTILES

FEDERACIÓN DE SOCIEDADES DE ALUMNOS

En las universidades de la Red Anáhuac se vive un ambiente dinámico creado por nuestros estudiantes, quienes, organizados en diferentes agrupaciones estudiantiles, desarrollan proyectos que ofrecen espacios para el encuentro e integración en los diferentes ámbitos de la vida universitaria.



ACTUALIZACIÓN ARQUITECTURA DE MARCA:

The updated logo shows the word "FESAL" in a large, bold, orange, blocky font with a white outline. A thin horizontal line is positioned below the letters.

Federación de Sociedades
de Alumnos Anáhuac

ORGANISMOS ESTUDIANTILES

ASOCIACIÓN DE ESTUDIANTES FORÁNEOS ANÁHUAC

La Asociación de Estudiantes Foráneos Anáhuac ADEFA, tiene como meta principal impulsar y ayudar a los estudiantes que dejan sus lugares de origen y asisten a la Universidad para prepararse personal y profesionalmente, a integrarse al ambiente universitario y de la ciudad haciendo de este cambio una experiencia más agradable.



ACTUALIZACIÓN ARQUITECTURA DE MARCA:



EGRESADOS ANÁHUAC

La presencia y el desempeño de los más de 100,000 egresados de la Red de Universidades Anáhuac en los distintos sectores productivos, así como el orgullo y sentido de pertenencia que desarrollan hacia su Alma Mater impactan directamente en el posicionamiento y prestigio de la Universidad, así mismo, este último representa la primera carta de presentación para los egresados.

La participación e involucramiento de los egresados en la vida de la Universidad es fundamental para el desarrollo y fortalecimiento de la misma, ya sea en las aulas como profesores, colaborando en los Consejos de Egresados de Escuelas y Facultades, contribuyendo como bienhechores en los proyectos de Desarrollo Institucional y confiando a la Universidad la formación de sus propios hijos. También a través de la preparación continua estudiando posgrados y cursos de extensión o como entusiastas empleadores del talento abonando a la empleabilidad.

Estas acciones deben considerar las necesidades e intereses que los egresados tienen durante las diferentes etapas de su vida para mantener viva la cercanía entre la comunidad de egresados y favorecer el networking estableciendo relaciones profesionales y de negocios.

La relación entre la universidad y los egresados se debe cultivar desde que son estudiantes, cumpliendo la promesa de formación integral e involucrándolos e informándolos de los retos y logros que se van enfrentando y realizando un seguimiento puntual en su vida personal y profesional a través de sistemas eficientes de comunicación y su correcta gestión.

El resultado de este acompañamiento se verá concretado con su inserción laboral, aprovechando, tanto las oportunidades que la universidad pone a su alcance, como las que puedan presentarse gracias a su talento y preparación.

EGRESADOS ANÁHUAC

GENERACIÓN ANÁHUAC

PROGRAMA GENERACIÓN ANÁHUAC

Históricamente, la Universidad Anáhuac ha sido consciente de la importancia de esta vinculación con sus egresados, es por ello que desde sus inicios desarrolló un programa de vinculación denominado Generación Anáhuac. De ahí se han derivado diversos esfuerzos hasta contar con un área formal en cada universidad que se encargue de fomentar la relación con los egresados formando vínculos efectivos y afectivos en beneficio de ambos.

Programa de beneficios:

- Revista Generación Anáhuac
- Empleabilidad Anáhuac
- Actualización profesional
- Credencial de egresados
- App de egresados
- Eventos y reencuentros
- Uso de instalaciones
- Biblioteca virtual y presencial.

GENERACIÓN ANÁHUAC

*En proceso de Registro de Marca

GENERACIÓN ANÁHUAC

REVISTA GENERACIÓN ANÁHUAC

La revista Generación Anáhuac fue creada en 1987 como una estrategia de vinculación entre la Universidad Anáhuac y sus egresados. Desde sus inicios ha sido y es la herramienta de comunicación más efectiva para promover la pertenencia de los egresados con la universidad, promoviendo y difundiendo su desarrollo personal y profesional.

Hoy día, Generación Anáhuac es una revista digital trimestral con más de 50 mil impactos online en la que participa toda la comunidad de la Red de Universidades Anáhuac.



EVENTOS

Con el objetivo de fortalecer la presencia y la relevancia de la marca Anáhuac en distintos tipos de eventos, hemos establecido las siguientes pautas:

Para los eventos recurrentes que involucren a toda la Red de Universidades Anáhuac, será obligatorio acompañar el nombre del evento con la marca Anáhuac. Por ejemplo:

- Día OV Anáhuac
- Semana OV Anáhuac
- Feria Virtual de Empleo Anáhuac

En cambio, para los eventos esporádicos o aquellos que pertenezcan a un campus, carrera, facultad, programa de liderazgo, etc., se permitirá un tratamiento libre e independiente de la marca Anáhuac.

La presencia de la marca estará sujeta a la forma de comunicación del evento.

FERIA VIRTUAL DE EMPLEO ANÁHUAC

El logotipo Posgrados Anáhuac y Educación Continua Anáhuac se desprende del logotipo comercial ANÁHUAC, de modo que permite generar posicionamiento a la marca y a su vez, responder a una necesidad de diferenciación.

Está conformado por la tipografía Sharp Slab, como principal elemento de identificación visual y deberá utilizarse en todos aquellos elementos de promoción y comunicación externa, para contribuir al posicionamiento en todas las universidades de la Red Anáhuac.

Posgrados
ANÁHUAC

ANÁHUAC
Educación Continua

PREPA ANÁHUAC

Es un programa que pertenece a la Universidad Anáhuac y opera en los colegios de la Legión de Cristo. Su imagen se generó conforme a los criterios de imagen de la marca Anáhuac.

USO PRINCIPAL

El uso de este logotipo aplicará a formatos verticales.

Debido a su legibilidad y proporción, ésta es la versión de marca que deberá privilegiarse en la medida de lo posible.



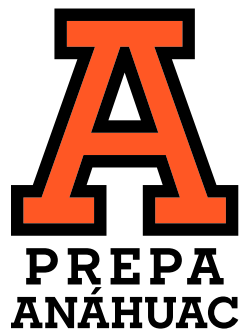
USO SECUNDARIO

Este logotipo se aplicará a formatos horizontales.



USO COMERCIAL

Se recomienda su uso en los materiales de comunicación y promoción de la campaña y está conformada por el isotipo "A" y la tipografía Sharp Slab.



Nota: La Prepa Anáhuac cuenta con un manual de identidad propio disponible para consultas más específicas.

Esta entidad forma parte de los servicios educativos de la Universidad Anáhuac. Su nueva imagen se generó conforme a los criterios de imagen de este manual y su logotipo se conforma por el símbolo, el letragrama y el lema que individualizan a nuestra institución a fin de que la Anáhuac Online tenga una convivencia con la arquitectura de marca Anáhuac.



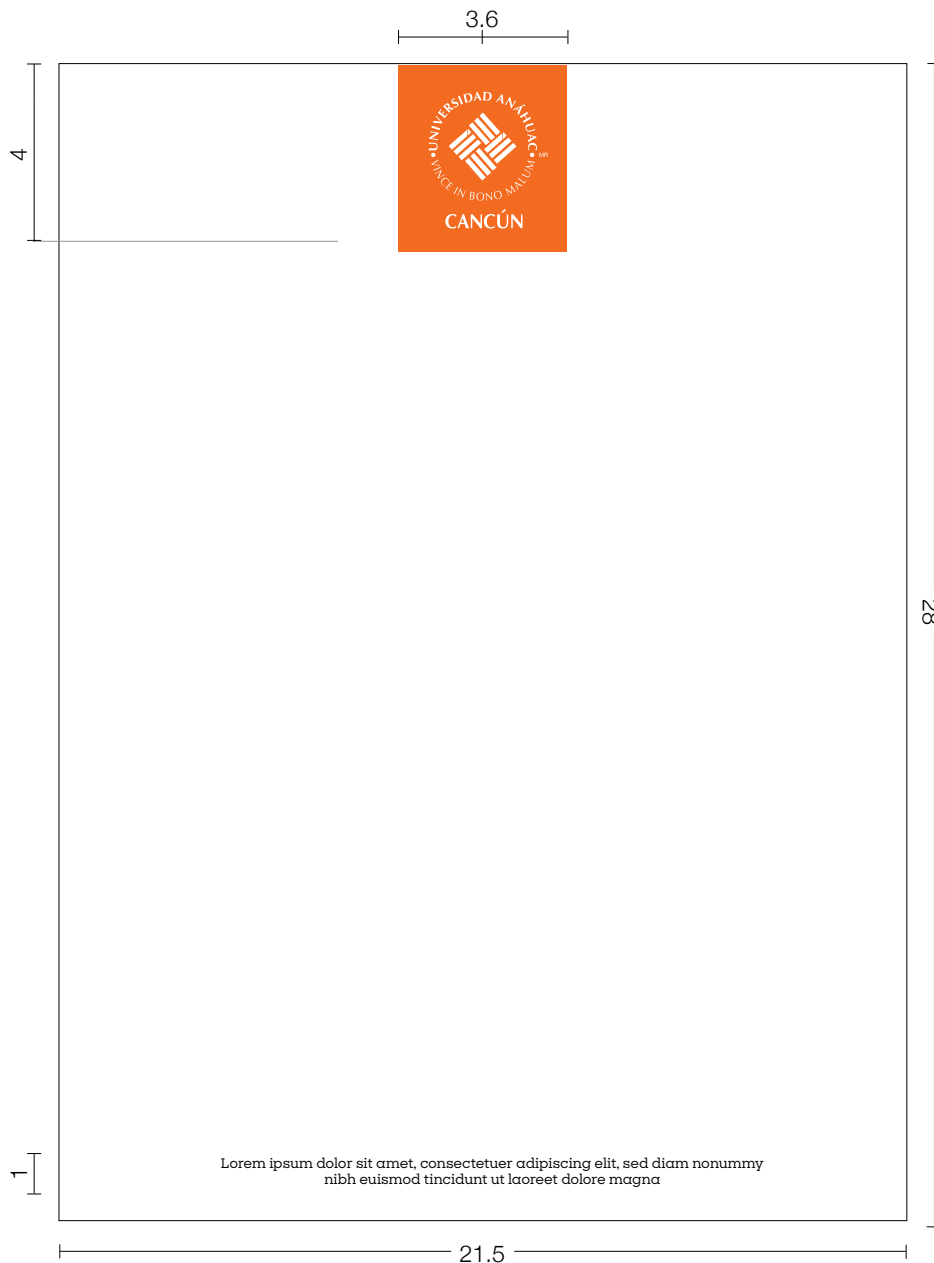
**APLICACIONES
INSTITUCIONALES
Y ACADÉMICAS**

PAPELERÍA MEMBRETADA

HOJA MEMBRETADA

Esta papelería se sugiere para mantener la línea del plan de comunicación vigente. Lleva el logotipo institucional de la universidad con el campus correspondiente, en un a plasta color naranja (Pantone 1505 C).

La tipografía que se utiliza para las direcciones es Sharp Slab Medium color negro. En 8 puntos. Como lo sugiere el ejemplo:



Tamaño:
Carta 21.5 x 28 cm, vertical
Papel bond de 36 o 45 kg
Impresa en serigrafía
con 1 tinta directa
Naranja PMS 1505

NOTA: El ejemplo muestra el logotipo de una de las universidades, sin embargo, para el caso de cada universidad deberá utilizarse el logo propio de su Campus.

PAPELERÍA MEMBRETADA

SOBRE MEMBRETADO

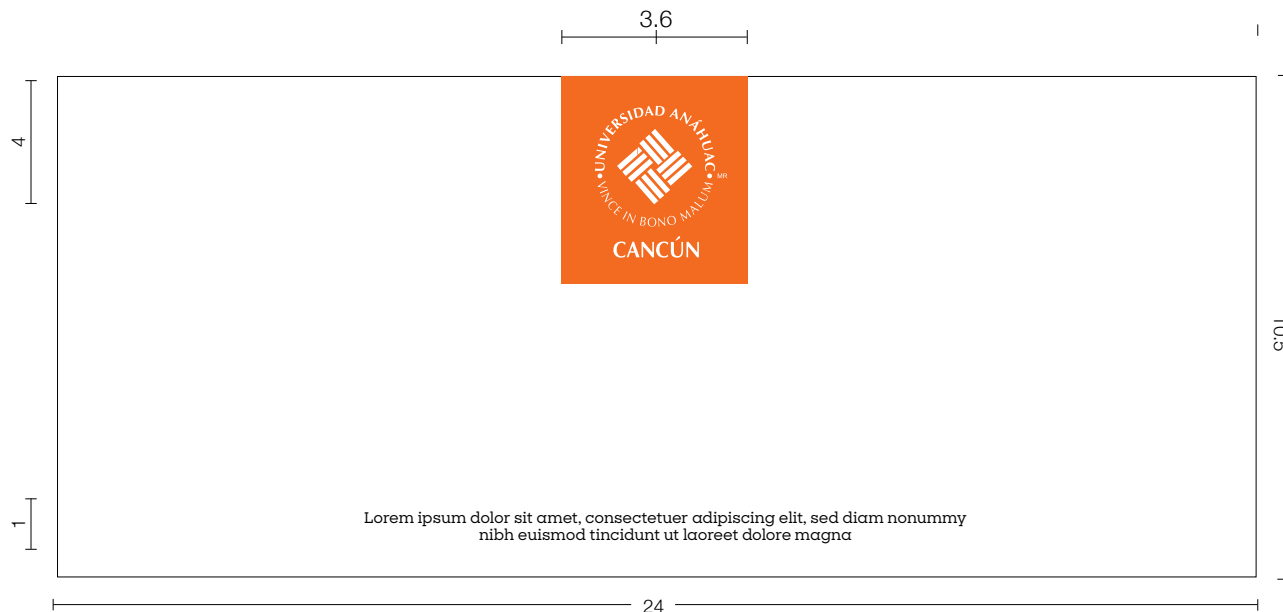
Tamaño: 24 x 10.5 cm

Papel bond de 36 o 45 kg

Impreso en serigrafía

con 1 tinta directa

Naranja PMS 1505



NOTA: El ejemplo muestra el logotipo de una de las universidades, sin embargo, para el caso de cada universidad deberá utilizarse el logo propio de su Campus.

PAPELERÍA MEMBRETADA

FOLDER

Tamaño final: 22.7 x 30.4 cm

Extendido: 45.5 x 30.4 cm

Impresión digital



NOTA: El ejemplo muestra el logotipo de una de las universidades, sin embargo, para el caso de cada universidad deberá utilizarse el logo propio de su Campus.

PAPELERÍA MEMBRETADA

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Tamaño: 9 x 5 cm

Cartulina opalina

Impresa en serigrafía

Tipografía: Sharp Slab



NOTA: El ejemplo muestra el logotipo de una de las universidades, sin embargo, para el caso de cada universidad deberá utilizarse el logo propio de su Campus.

INVITACIONES

INVITACIÓN MEMBRETADA

Las invitaciones son un medio de información e imagen de la Universidad Anáhuac. Se utilizan para actividades académicas, culturales y sociales.

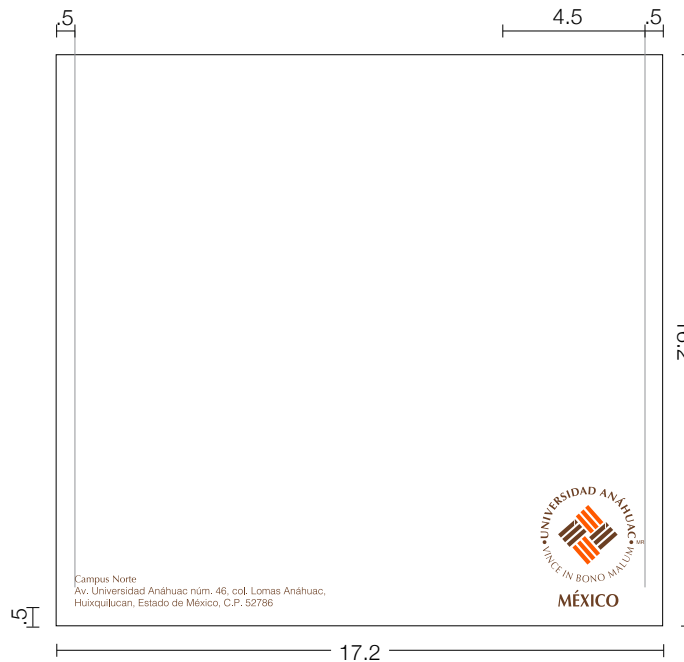
Existen varios tipos de formatos que se pueden usar, ya sea cuadrados, rectangulares y con cualquier tipo de suaje, respetando los lineamientos que a continuación se presentan:

- Al frente deberá llevar el logotipo de la Universidad Anáhuac.

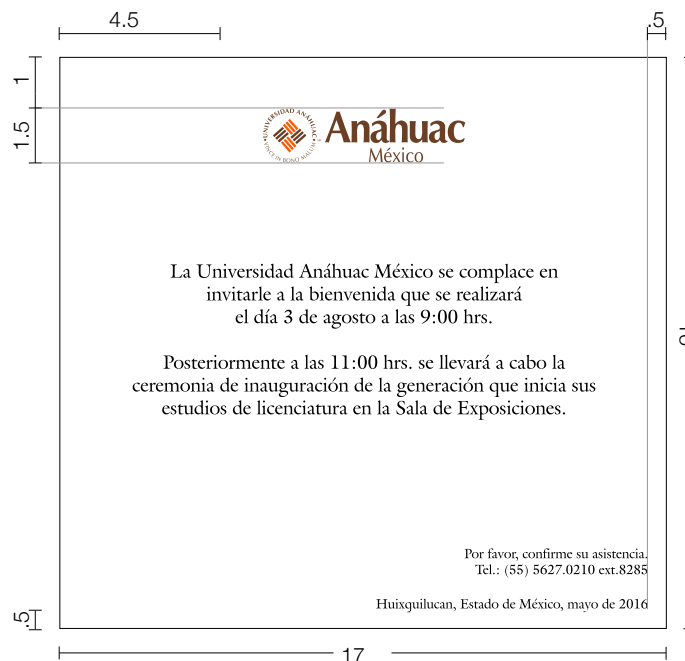
- Al interior de la invitación se indicarán los datos del evento (lugar, hora y fecha).

Para invitaciones formales solo se podrá utilizar el papel blanco con tipografía gris, negra o café o mediante procedimiento de grabado en seco.

SOBRE



TARJETA



Sobre: 17.2 x 16.2 cm

Tarjeta: 17 x 16 cm

Cartulina opalina

Impresa en serigrafía

INVITACIONES

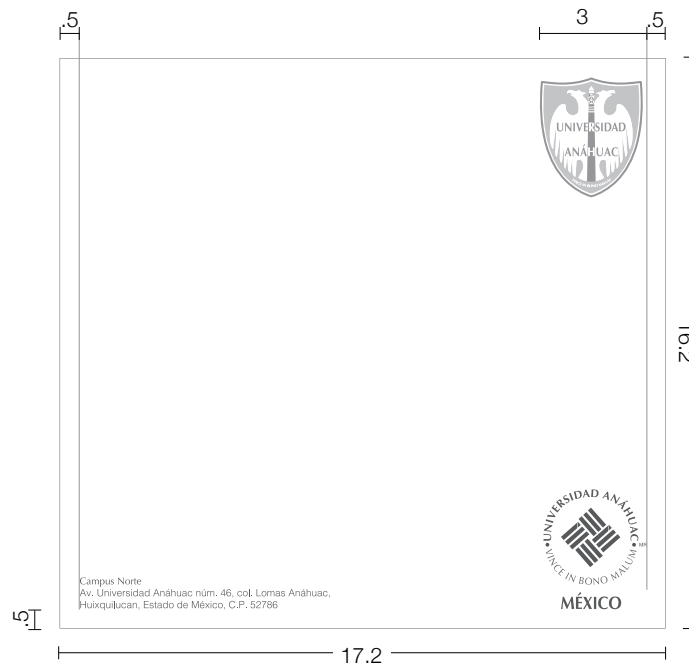
INVITACIÓN GRABADA

Tarjeta con grabado en seco: 17.2 x 16.2 cm

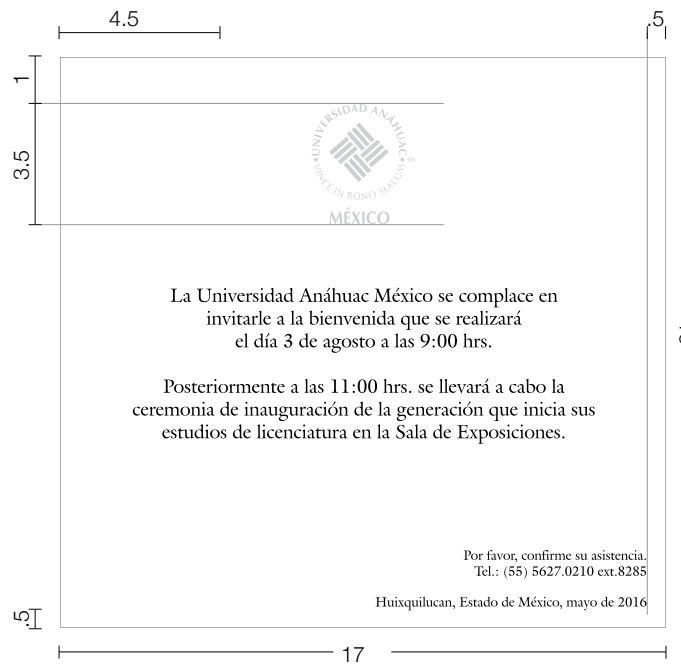
Sobre con serigrafía: 17 x 16 cm

Cartulina opalina

SOBRE



TARJETA



NOTA: El ejemplo muestra el logotipo de una de las universidades, sin embargo, para el caso de cada universidad deberá utilizarse el logo propio de su Campus.

CREDENCIALES

A continuación se muestra el ejemplo para credencial que deberán usar los alumnos, profesores y administrativos con el logotipo de la Universidad correspondiente a su sede.

FRENTE



REVERSO



NOTA: El ejemplo muestra el logotipo de una de las universidades, sin embargo, para el caso de cada universidad deberá utilizarse el logo propio de su Campus.


FORMATOS ADMINISTRATIVOS

RECIBO

Tamaño: 21.5 x 14 cm

Papel bond blanco

Impreso en offset


| | |
|---|----------|
| 5 | 1 |
| .5 | 1 |
| 2 | 14 |
|  Anáhuac México | |
| Universidad Anáhuac del Sur SC Av. De las Torres no. 131 Col. Olivar de los Padres C.P 01780 Del. Alvaro Obregón, México DF RFC: UAS-870531-913 | |
| Comprobante Serie A No. | |
| NOMBRE: _____ R.F.C. _____ | |
| FECHA: _____ LUGAR: _____ | |
| CONCEPTO: | IMPORTE: |
| TOTAL: | |
| Este recibo no es válido si no lleva la firma y el sello del cajero LA REPRODUCCIÓN NO AUTORIZADA DE ESTE COMPROBANTE CONSTITUYE UN DELITO EN LOS TÉRMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES | |
| 21.5 | |

NOTA: El diseño aquí propuesto debe considerarse únicamente como un ejemplo estructural (posiciones, fuentes tipográficas, texturas, etc.), pues el contenido real de la forma administrativa dependerá de las necesidades particulares que cada caso exija.

FORMATOS ADMINISTRATIVOS

ORDEN DE COMPRA

Tamaño: 28 x 21.5 cm, con medio suaje para desprender
 Papel bond blanco, amarillo rosa y azul con papel carbón
 Impreso en offset a una tinta.



Anáhuac
México

Investigaciones y Estudios Superiores S.C.
 Av. Universidad Anáhuac no. 46
 Col. Lomas Anáhuac C.P. 52786
 Huixquilucan, Edo de México
 RFC: IES-870331-FU5

87
DF y A

ORDEN DE COMPRA No. _____ Fecha: _____
Para uso exclusivo de Control Presupuestal

Área _____ No. de cta. _____ Sub-Cta. _____ Fecha de solicitud _____
 Nombre del Usuario* _____ Nombre y Firma Resp. del Área _____

MATERIAL SOLICITADO

| CANTIDAD | UNIDAD | DESCRIPCIÓN | PRECIO 1 | PRECIO 2 | PRECIO 3 |
|--|--------|-------------|----------|----------|----------|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| *En caso de ser inversión (cta. 1126) especificar el usuario final | | | IMPORTE | | |

Proveedor sugerido por el solicitante _____ IMPORTE PEDIDO _____
 Proveedor seleccionado por Dpto. de Compras _____ I.V.A. _____
 Observaciones _____ TOTAL _____

Comprador _____

Jefe de Compras _____

Control Presupuestal _____

Dir. de Finanzas y Admon. _____

Sr. Proveedor favor de anotar el No. de esta orden de compra en la factura y/o nota de remisión

FORMATOS ADMINISTRATIVOS

VALES

Tamaño: 14 x 10.75 cm

Papel bond blanco

Impreso en offset

14 cm

2 cm

10.75 cm



Anáhuac

México

VALE DE COPIAS

DEPARTAMENTO: _____ FECHA: ____/____/____

NO. DE CUENTA: _____ EXTENSIÓN: _____

Sólo menos de 20 copias por original Fotocopias Offset

Originales: _____ X # Copias por original: _____ Total: _____

Carta y Oficio Doble Carta Otros: _____

Cantidad con letra: _____

Engargolado Tipo: _____ Plástico Metático Pasta Plástica

Menor Mayor Cantidad: _____

Cantidad con letra: _____

Otros Servicios: _____

Cantidad _____ con letra: _____


_____ _____

AUTORIZA RECIBE - Nombre y # Ext.

21.5 cm

2 cm

28 cm



Anáhuac

México

Unidad _____

No. _____ Día _____ Mes _____

VALE DE ALMACÉN

| Concepto | Artículo | | Descripción | Surtido | | Costo |
|----------|----------|--------|-------------|---------|----|-------|
| | Cantidad | Unidad | | Sí | No | |
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | | | |
| 3 | | | | | | |
| 4 | | | | | | |
| 5 | | | | | | |
| 6 | | | | | | |
| 7 | | | | | | |
| 8 | | | | | | |
| 9 | | | | | | |
| 10 | | | | | | |

_____ _____ _____

Autorizó Surtió Recibió

RECONOCIMIENTO

Los reconocimientos son agradecimientos que la universidad otorga a las personas que colaboran de alguna manera en el cumplimiento de la misión universitaria.

El logotipo va en la parte central superior, como lo muestra el ejemplo. Debajo del logotipo, se coloca el nombre de la institución o autoridad que concede el reconocimiento. Posteriormente, se señala el nombre

de la persona a quien se le otorga y el motivo del reconocimiento. Finalmente, en la parte inferior, deben ir las firmas de las autoridades que hacen válido el documento.

La tipografía que se utiliza es Óptima. La rotulación del nombre de quien recibirá el documento se puede hacer con caligrafía o con computadora, empleando en este caso la tipografía Galliard itálica.

Tamaño: Carta 21.5 x 28 cm, horizontal

Cartulina opalina

Impreso en serigrafía

1

3.5

UNIVERSIDAD ANÁHUAC
VINCE IN BONO MALUM

UNIVERSIDAD ANÁHUAC

El Centro de Alta Dirección en Economía y Negocios
otorga el presente

RECONOCIMIENTO

a

Enrique Cassereau Murga

como integrante de la generación 2001-2006
de la Maestría en Alta Dirección

Huixquilucan, Edo. de México octubre del 2006

Manuel Ortíz Luna
Manuel Ortíz Luna
Director del Centro de Alta Dirección en
Economía y Negocios

Pablo Alcántara Brito
Pablo Alcántara Brito
Director de Posgrado e Investigación

DIPLOMA

El diploma sólo se utiliza al final del periodo de estudios de cada licenciatura.

El formato ilustrado presenta como fondo el escudo de la Universidad Anáhuac.

Al pie del logotipo (centrado en la parte superior) está el nombre de la institución, debajo del cual se coloca el nombre del alumno a quien se le otorga el diploma y,

finalmente, los datos de la generación a la que pertenece, la carrera y la fecha, así como las firmas del director de la división, del vicerrector académico y del rector.

La tipografía es Galliard y se recomienda usar un tipo elegante o tradicional para rotular el nombre del alumno.

En el margen izquierdo, se coloca la foto del alumno pasante.

Tamaño: 26 x 37 cm

Opalina holandesa crema

de 250 g o pergamino

Impreso en serigrafía



TÍTULO

LICENCIATURA

Los títulos se entregarán a los alumnos que cumplan con todos los trámites de titulación de alguna licenciatura o posgrado. Estos títulos deben respetar siempre el formato y el texto que se muestra e integrar las indicaciones para títulos marcados por la SEP.


El logotipo de la Universidad Anáhuac avala a cada una de las Universidades de la Red. Este reconocimiento se distingue con el logotipo en dorado.

La tipografía del texto fijo y del texto variable (por universidad) es Galliard itálica. Para el nombre del alumno y el del programa cursado se recomienda hacerlo en caligrafía, por ser un documento único y personal.

En el margen izquierdo, se coloca la foto del alumno titulado. Sólo el rector de la universidad correspondiente firmará el documento.



Tamaño:
30 x 40 cm



Otorga a

Nombre del estudiante

el Título de

*Licenciado en Administración
de Empresas*

con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios por Decreto Presidencial
publicado en el Diario Oficial de la Federación el 26 de noviembre de 1982
en atención a que terminó los estudios correspondientes en la modalidad
no escolarizada en línea y acreditó los requisitos establecidos para ello

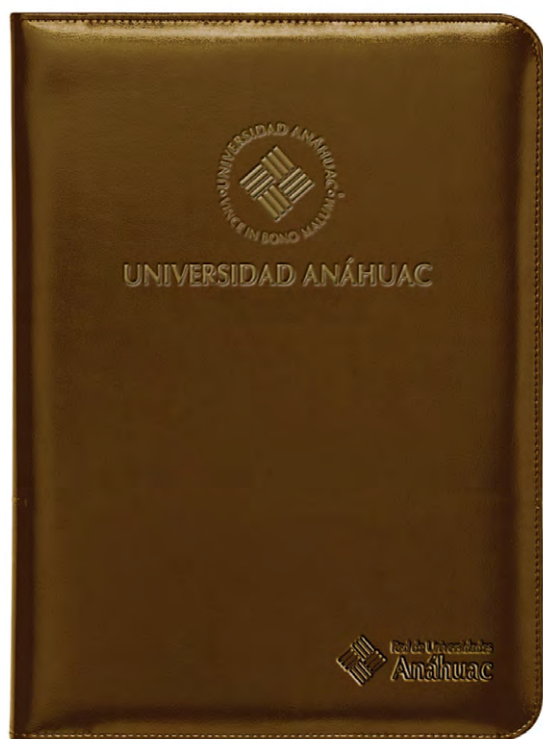
Huixquilucan, Edo. de México, a 11 de noviembre de 2024

Dr. Cipriano Sánchez García
Rector
Universidad Anáhuac México

CARPETA PARA TÍTULO Y DIPLOMA

La carpeta institucional se utiliza para vestir con distinción el diploma, el acta de grado, o el título de los alumnos graduados y de los participantes de cursos de extensión.

Está hecha de piel ó curpiel en color negro o café. Deberá llevar el logotipo de la universidad al centro y el logotipo de la Red de Universidades Anáhuac en la parte inferior derecha al 50 %.



NOTA: Para la hechura de las carpetas universitarias, se sugiere el siguiente proveedor, quien desde varios años ha trabajado para la primera Universidad Anáhuac y conoce con los lineamientos:

PROMOCARPETAS

Oficina Cd. de México

Matanzas No. 1151 Col. Zacatengo Delegación Gustavo A. Madero C.P. 07360 México D.F.

Tels: 5586 9673, 5752 2647, 57523487 y 5752 2444

E-mail: carpetasimpresas@prodigy.net.mx

Página web: www.promocarpetas.com

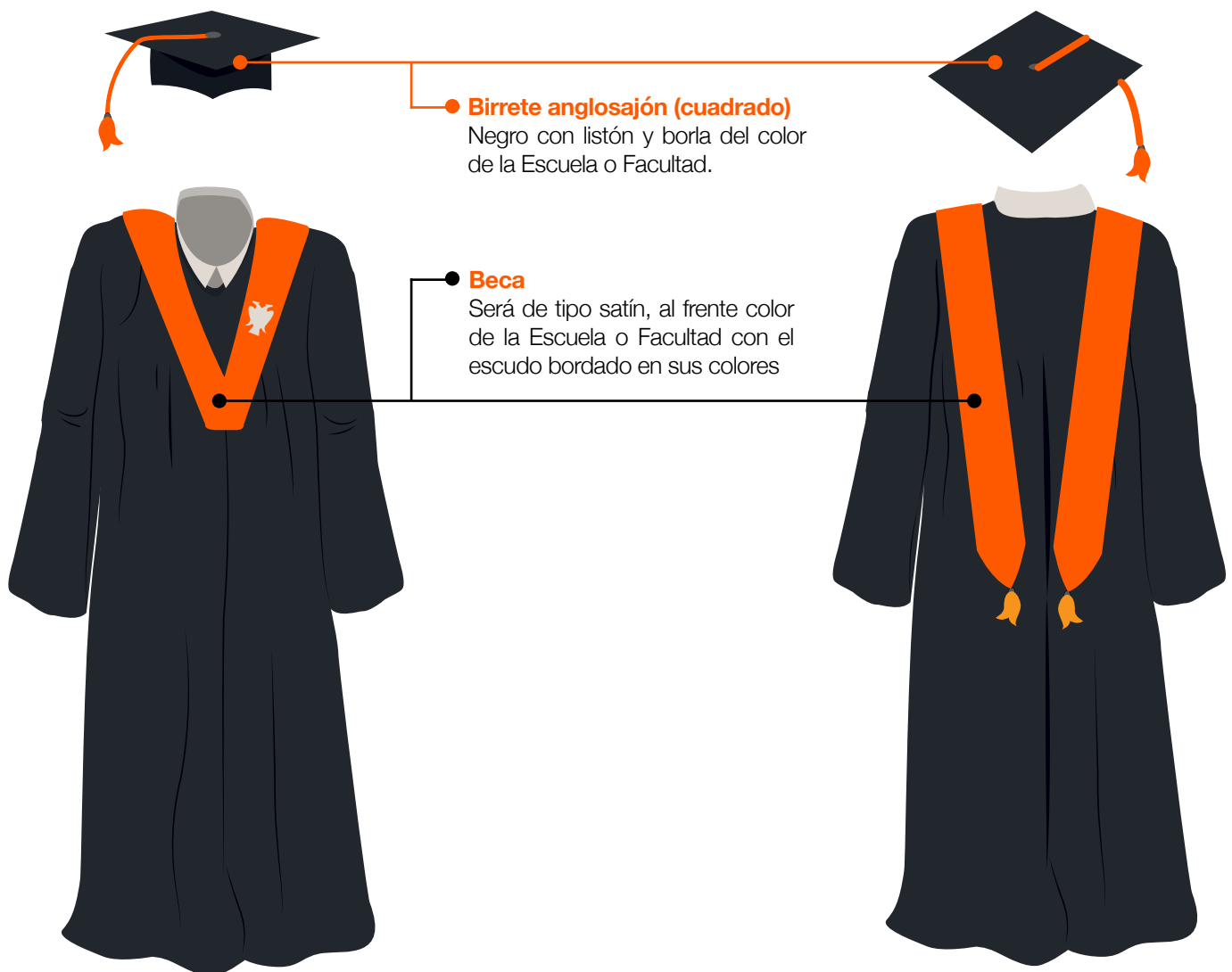
VESTIMENTA PARA GRADUACIONES

VESTIMENTA PARA GRADUACIÓN DE LICENCIATURA

La toga universitaria es un elemento de solemnidad y espíritu de la Universidad. Al igual que otros elementos, como las medallas, cuenta con una reglamentación.

ANVERSO

REVERSO



VESTIMENTA PARA GRADUACIONES

VESTIMENTA PARA GRADUACIÓN DE MAESTRÍA

La toga universitaria es un elemento de solemnidad y espíritu de la Universidad. Al igual que otros elementos, como las medallas, cuenta con una reglamentación.

ANVERSO



REVERSO



● Birrete español (ochavado)

Negro con borla grande encima y flecos cayendo por los cuatro lados (alternados), del color de la Escuela o Facultad.



● Muceta

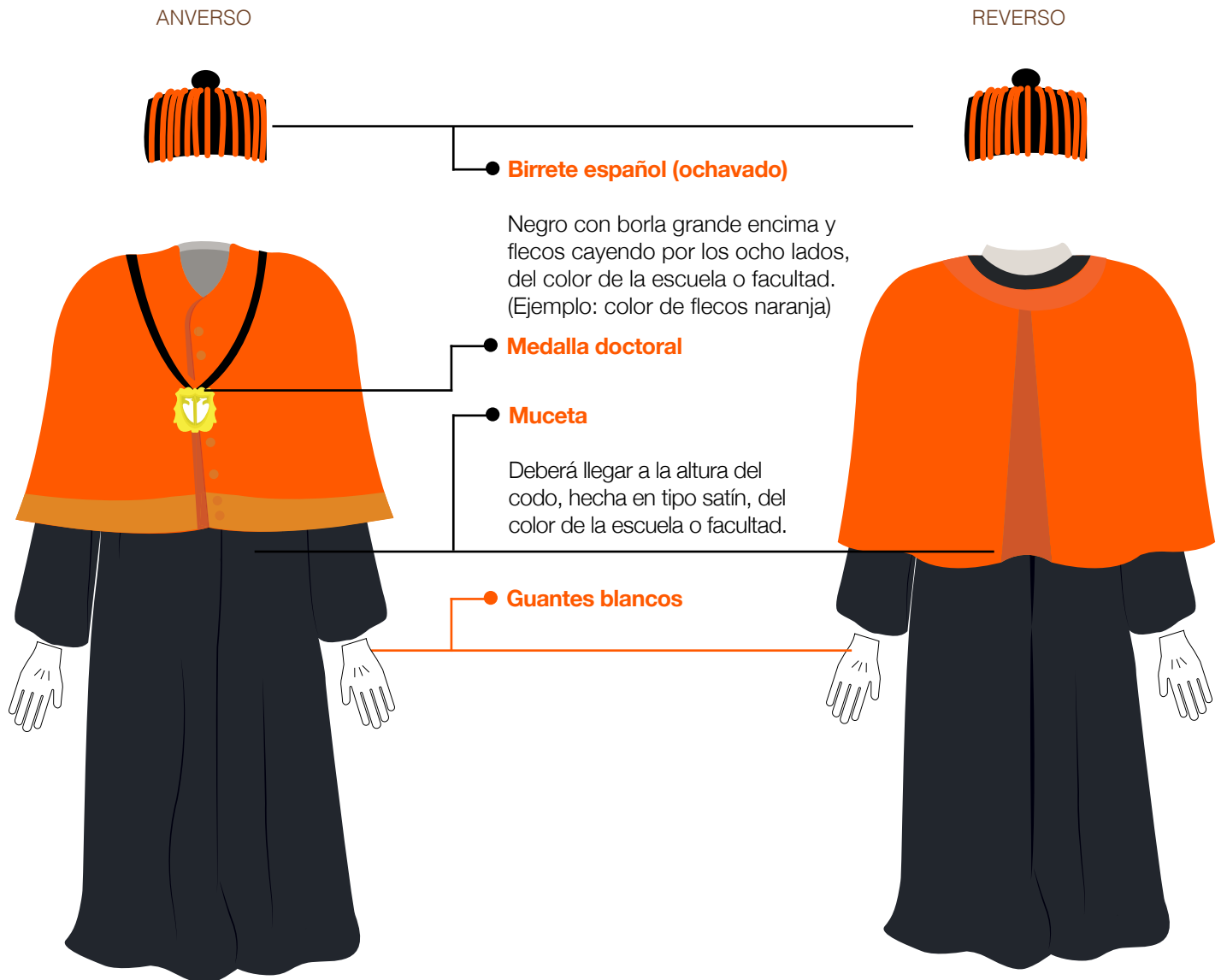
Deberá llegar a la altura del codo, hecha en terciopelo negro con una banda ancha de tipo satén del color de la Escuela o Facultad.



VESTIMENTA PARA GRADUACIONES

VESTIMENTA PARA GRADUACIÓN DE DOCTORADO

La toga universitaria es un elemento de solemnidad y espíritu de la Universidad. Al igual que otros elementos, como las medallas, cuenta con una reglamentación.



VESTIMENTA PARA GRADUACIONES

COLORES POR FACULTAD

Cada Escuela o Facultad cuenta con un color distintivo de beca o muceta para identificarse en las graduaciones, según el protocolo ceremonial de la Universidad Anáhuac.

Los colores de los trajes académicos, están inspirados en la Tradición Salmantina, es así como la Real y Pontificia Universidad de México tomó los colores que, desde el Medioevo, adoptó la Universidad de Salamanca. Son estos:

Blanco: en referencia a las más altas cotas del conocimiento, el cual habla de Dios (teología) y de la belleza (artes).

Azul: en referencia al estudio y la meditación de la causa de las cosas, tomó el color del cielo (filosofía, humanidades y ciencias afines).

Amarillo: en relación a los tonos biliares, se utiliza para las ciencias que tienen que ver con la salud física y psíquica del hombre (medicina y ciencias afines).

Rojo: en referencia al ius sanguinis, indica las ciencias normativas (derecho, tanto civil como canónico, y ciencias afines).

Verde: aquel conocimiento que tiene que ver con el estudio de la naturaleza, tanto física como biológica (ingenierías, arquitectura, diseño y las así llamadas ciencias exactas).

Naranja: las ciencias económico-administrativas.

ESCUELAS Y FACULTADES

Artes
Comunicación
Humanidades
Lenguas
Educación
Ciencias de la Salud
Psicología
Bioética
Ciencias del Deporte
Derecho
Estudios Globales
Ingeniería
Arquitectura
Diseño
Ciencias Actuariales
Responsabilidad Social
Turismo y Gastronomía
Economía y Negocios

NUEVOS COLORES

Blanco
Azul
Azul
Azul
Azul
Amarillo
Rosa
Amarillo
Verde
Rojo
Rojo
Verde
Ocre
Verde
Verde
Verde
Verde
Naranja

MEDALLAS

A través de las medallas, la Universidad Anáhuac quiere dejar un testimonio de profundo agradecimiento a todas aquellas personas que con su trabajo y dedicación, con sus recursos y su voluntad han hecho posible el cumplimiento de la misión institucional.

Así, la Universidad reconoce el talento y el desempeño profesional de las personas que por su liderazgo de acción positiva han destacado en diversos sectores del país. Además, tiene un valor de vinculación que nos permite acercar a nuestras instituciones con estos líderes, posicionando la marca Anáhuac.

Tipos de medallas:

Medalla Generación Anáhuac

Medalla Liderazgo Anáhuac

Medalla Anáhuac

Medalla de Doctorado

NOTA: Para la hechura de las medallas Anáhuac se sugiere el siguiente proveedor, quien desde hace varios años trabaja para la Universidad Anáhuac y conoce los lineamientos:

Medallas y Monedas Romero
Oficina Ciudad de México
Francisco Verdín núm. 1930, col. Guadalupeana
Tel. y Fax: (55) 5392.0014

atencion.clientes@mmromero.com.mx
<http://www.mmromero.com.mx>

MEDALLAS

MEDALLA GENERACIÓN ANÁHUAC

Medalla para egresados que han apoyado a la Universidad y que son ejemplo de vida en su aspecto familiar, social, empresarial y académico.

Características físicas:

En el anverso aparece el logotipo universitario con el lema y en el reverso, la leyenda Generación Anáhuac. La medalla tendrá un diámetro de seis centímetros e irá colgada de un cordón de terciopelo naranja con negro, enmarcada en un cuadro diseñado para la ocasión.

ANVERSO



REVERSO



MEDALLAS

MEDALLA LIDERAZGO ANÁHUAC

Esta medalla es para egresados destacados en su carrera y profesión. Se otorga anualmente por cada Escuela o Facultad. Se busca que el líder fomente el liderazgo académico internacional, el liderazgo en valores humanos, el liderazgo en compromiso social y el liderazgo profesional de nuestros egresados.

Características físicas:

En el anverso aparece el escudo universitario y en el reverso, la información del nombre de la medalla, la escuela/facultad, el año y el nombre de la universidad. El diámetro es de seis centímetros e irá colgada de un listón blanco y naranja.

ANVERSO



REVERSO



MEDALLAS

MEDALLA ANÁHUAC

Premia a un personaje no egresado, destacado en su carrera y profesión. Se otorga anualmente por cada Escuela o Facultad. El líder debe fomentar el liderazgo académico internacional, el liderazgo en valores humanos y el liderazgo en compromiso social.

Características físicas:

Ostenta el logotipo institucional en el anverso y en el reverso, el nombre de la medalla, la Escuela o Facultad, el nombre y año. La medalla tendrá un diámetro de seis centímetros e irá colgada de listón blanco y naranja.

ANVERSO



REVERSO



MEDALLAS

MEDALLA DE DOCTORADO

Es la máxima investidura que otorga la Universidad Anáhuac. Se otorga como reconocimiento honorífico a los Doctores Honoris Causa y también a los titulados de grado doctoral.

Características físicas:

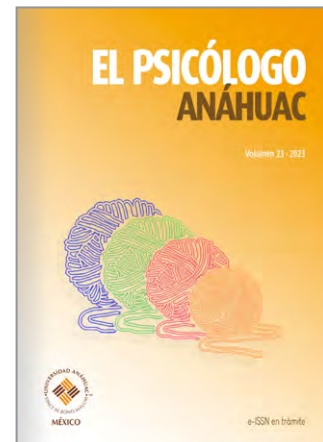
Ostenta el escudo del águila bicéfala al frente. Debe ir colgada de un cordón de listón dorado con blanco en estuche de piel.



PUBLICACIONES

Los libros y antologías que publica la universidad de manera interna, o por medio de convenios de coedición con casas editoriales sirven para difundir la investigación de nuestros docentes y son un medio para posicionar nuestra labor académica. Por esta razón, es importante proyectar de forma correcta la marca de la Universidad Anáhuac.

El logotipo de la universidad deberá privilegiarse en la portada de la publicación con una jerarquía visible y en una posición libre, dependiendo del diseño. Si la publicación se realizó de forma colaborativa entre dos o más universidades de la Red Anáhuac, deberá aparecer el logotipo de la Red de Universidades Anáhuac.



NOTA: El arte aquí presentado es únicamente un ejemplo de estilo. El diseño final corresponderá a las necesidades del proyecto.

FIRMAS PARA CORREO ELECTRÓNICO

Todas las personas que laboran en la Red de Universidades Anáhuac disponen de una cuenta institucional de correo electrónico.

Este medio de comunicación es uno de los más utilizados entre colaboradores internos y externos, de ahí la importancia de aprovechar este espacio designado para la firma corporativa acompañada del logotipo de la Universidad, para contribuir con el fortalecimiento de nuestra marca principal.

La firma digital debe estar compuesta por el logotipo de la Universidad del lado izquierdo y la información personal del lado derecho. Se sugiere mantener consistencia con el diseño de la campaña de comunicación vigente.

Los datos indispensables que deben aparecer en la firma son:

- nombre completo con apellido paterno y materno, precedido del grado académico
- puesto oficial y área
- teléfono (lada incluida) y la extensión correspondiente
- Campus según corresponda
- anahuac.mx
- principales redes sociales

Al final de la firma deberá incluirse el aviso de privacidad. Por ningún motivo podrá remplazarse el logo de la Universidad por el logo de las facultades, escuelas, áreas o programas.



Lic. José Luis Solano

Community Manager

Dirección de Comunicación Institucional

(55) 5628 8800 Ext 446

Anáhuac México Campus Sur

www.anahuac.mx/mexico

NOTA: En el caso de las universidades que celebran aniversarios de fundación o desean difundir un mensaje de campaña, se podrá añadir el emblema de celebración correspondiente y/o el banner de campaña siempre y cuando sea consistente con el plan de comunicación vigente.

TEMPLATES

Para conservar la línea institucional en todos los formatos y medios, se ha diseñado una plantilla para la plataforma Power Point que incluye un patrón de diapositiva para portada y para interior.

PORTADA



INTERIOR



NOTA: El ejemplo muestra el logotipo de una de las universidades, sin embargo, para el caso de cada universidad deberá utilizarse el logo propio de su Campus.

APLICACIONES PROMOCIONALES

FOLLETO CONTENEDOR

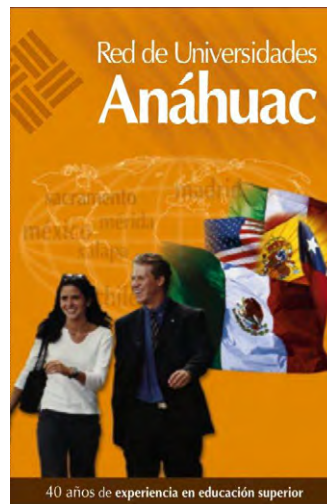
El folleto contenedor es un material de promoción que integra información común de las universidades de la Red Anáhuac tal como la misión, historia, modelo de formación integral, oferta académica, vida universitaria, etc. con el objetivo de promover la riqueza de nuestro modelo a preuniversitarios, padres de familia, y público en general.

El diseño de este folleto es parte de la estrategia de comunicación y promoción de cada campaña, el propósito es conservar el mismo concepto y estilo para cualquier material que se elabore en cada campus.

2003



2005



2007

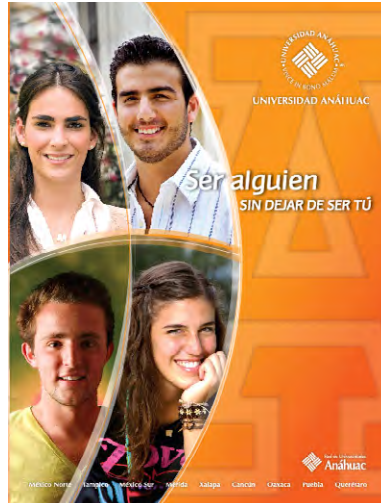


NOTA: La producción y reproducción de este folleto es responsabilidad exclusiva de la Oficina de la Red de Universidades Anáhuac.

2009



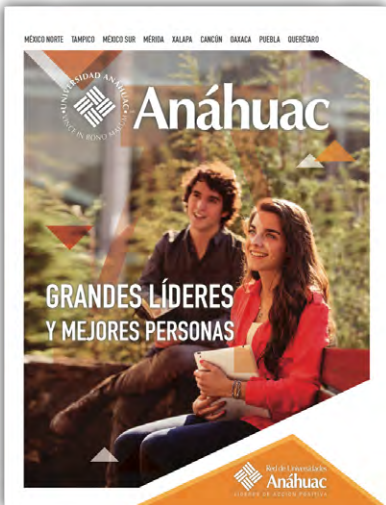
2011



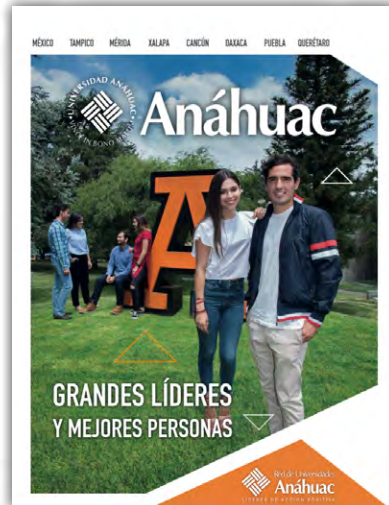
2013



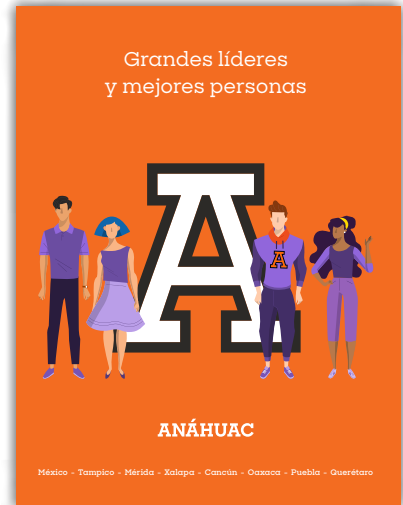
2015



2017



2019



FOLLETOS DE CARRERAS

Los folletos son un medio de información e imagen de la universidad y se utilizan para promocionar diferentes actividades académicas, culturales y sociales.

Existen varios tipos de formatos que se pueden emplear: cuadrados, rectangulares, entre otros, respetando los lineamientos que a continuación se presentan:

- En la parte superior debe aparecer el logotipo de la universidad y en la parte inferior el nombre de la división, respetando en ambos casos la tipografía y proporciones de los folletos.
- El logotipo de la Red de Universidades Anáhuac debe aparecer como firma al final del folleto.
- Los datos de la universidad deberán incluirse cuando el folleto sea para uso externo.



ILUSTRACIONES POR CARRERAS

Actuaría



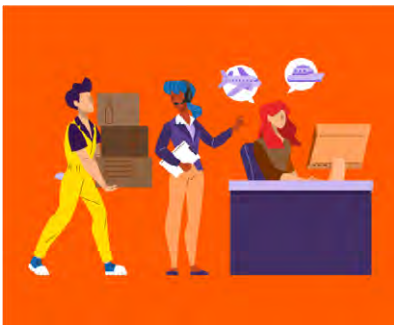
Administración de Negocios



Administración Pública y de Gobierno



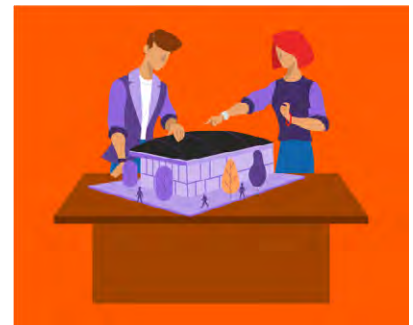
Administración Turística



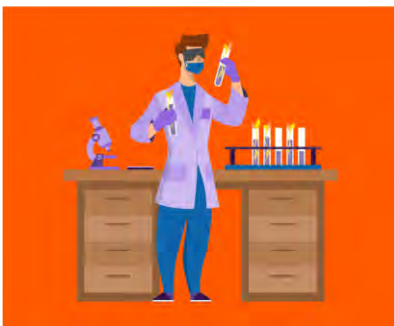
Administración y Dirección de Empresas



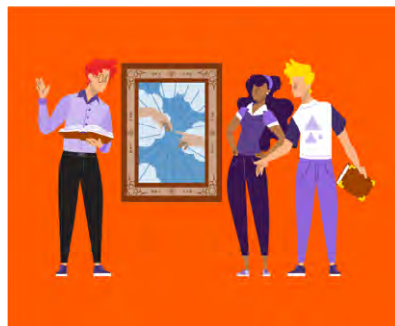
Arquitectura



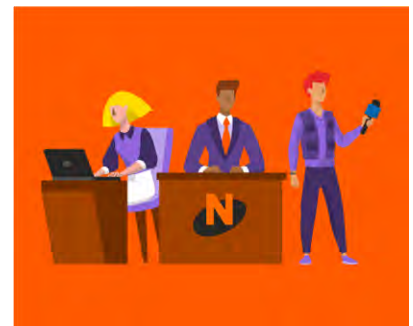
Biotecnología



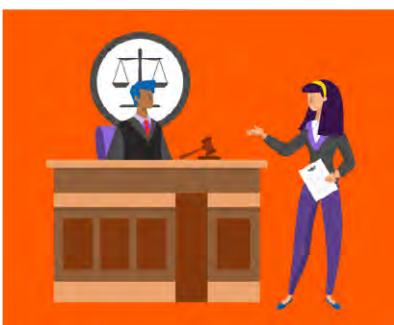
Ciencias Teológicas



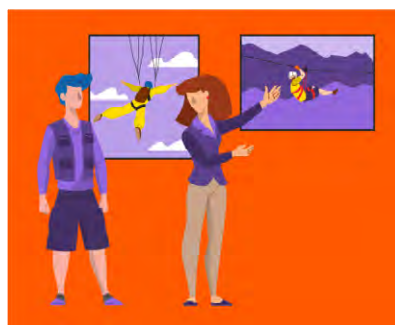
Comunicación



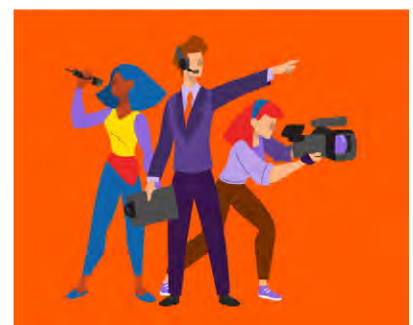
Derecho



Dirección de Desarrollo Turístico



Dirección de Empresas de Entretenimiento



ILUSTRACIONES POR CARRERAS

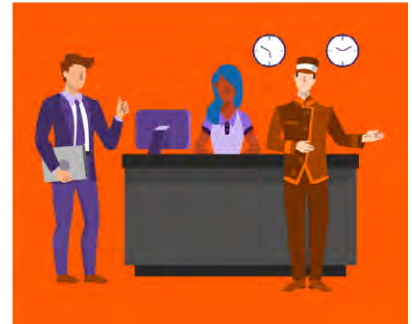
Dirección de Restaurantes



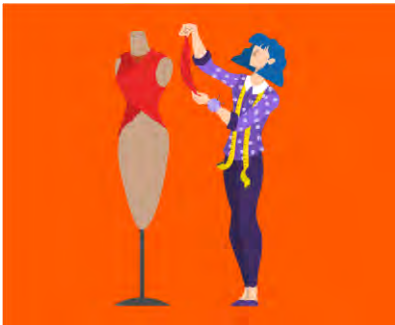
Dirección Financiera



Dirección Internacional de Hoteles



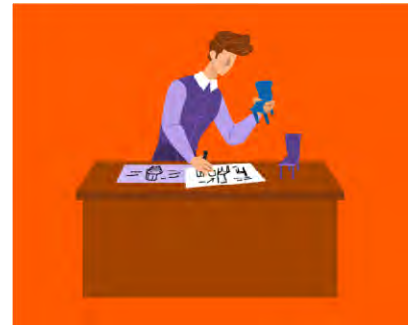
Diseño de Moda e Innovación



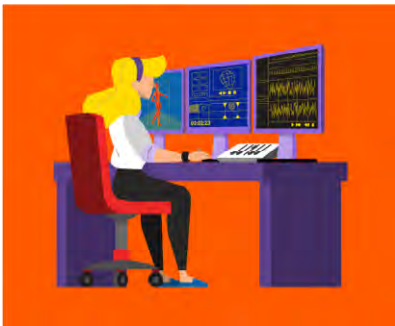
Diseño Gráfico



Diseño Industrial



Diseño Multimedia



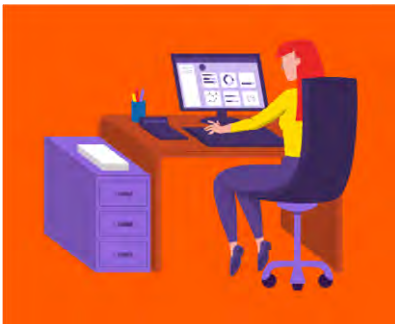
Economía



Filosofía



Finanzas y Contaduría Pública



Gastronomía



Idiomas



ILUSTRACIONES POR CARRERAS

Ingeniería Ambiental



Ingeniería Biomédica



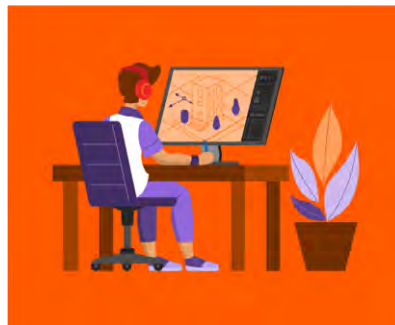
Ingeniería Civil



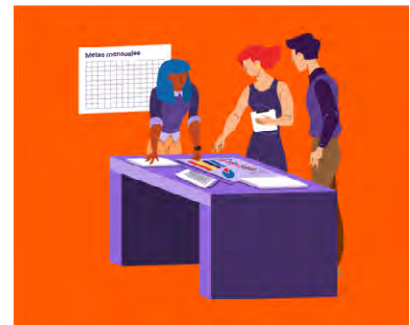
Ingeniería del Petróleo y Energías Renovables



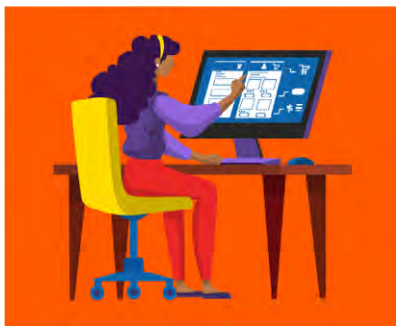
Ingeniería en Animación Digital



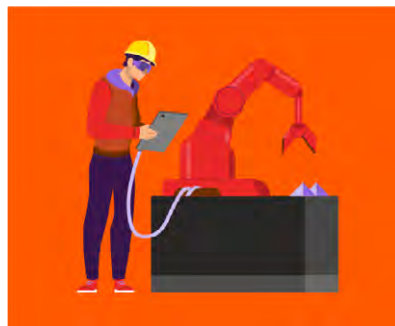
Ingeniería en Dirección de Negocios



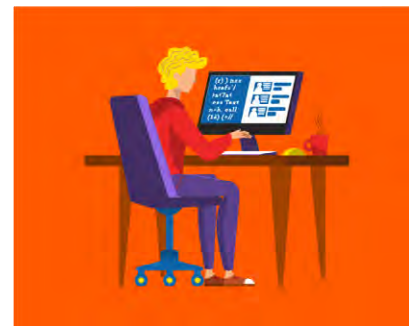
Ingeniería en Informática y Negocios Digitales



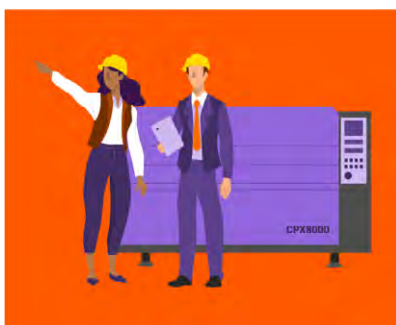
Ingeniería Mecatrónica



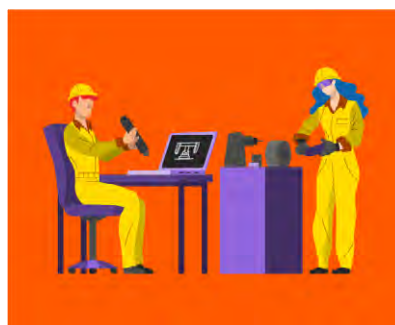
Ingeniería en Sistemas y Tecnologías de la Información



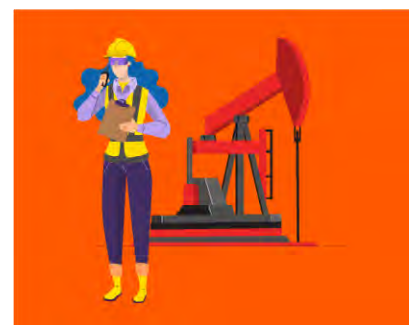
Ingeniería Industrial para la Dirección



Ingeniería Mecánica



Ingeniería Petrolera y Perforación

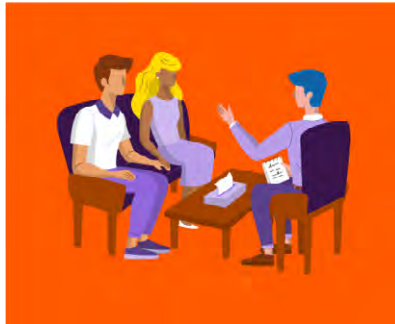


ILUSTRACIONES POR CARRERAS

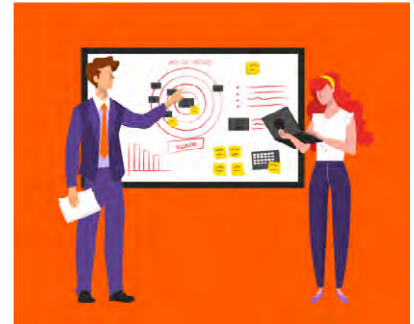
Ingeniería Química



Ciencias de la familia



Inteligencia Estratégica



Médico Cirujano Dentista



Médico Cirujano



Mercadotecnia Estratégica



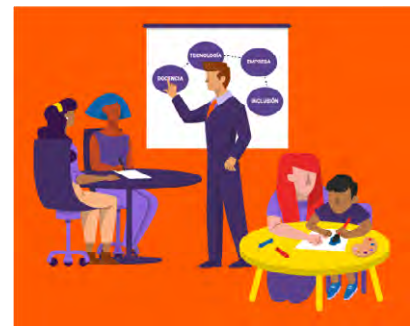
Negocios Internacionales



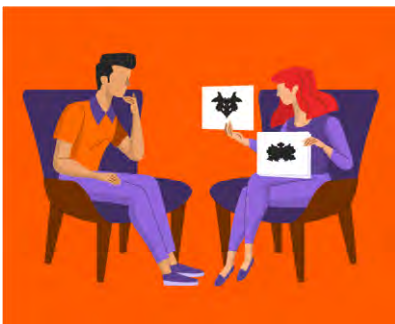
Nutrición



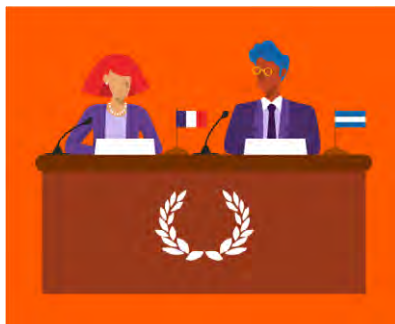
Pedagogía Organizacional y Educativa



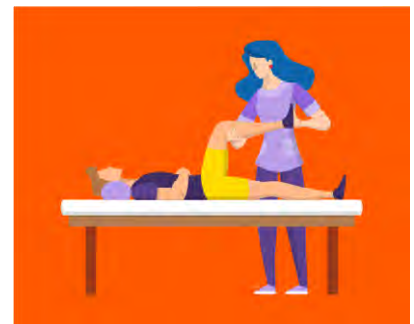
Psicología



Relaciones Internacionales



Terapia Física y Rehabilitación

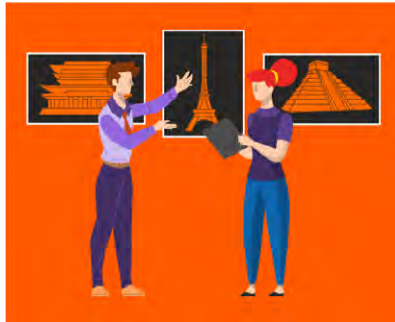


ILUSTRACIONES POR CARRERAS

**Turismo Cultural y
Gastronómico**



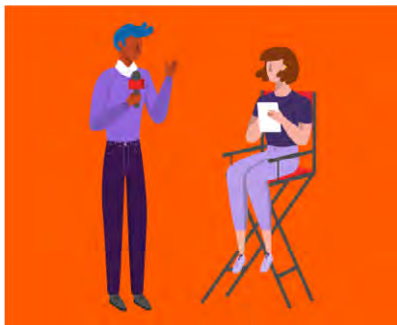
Turismo Internacional



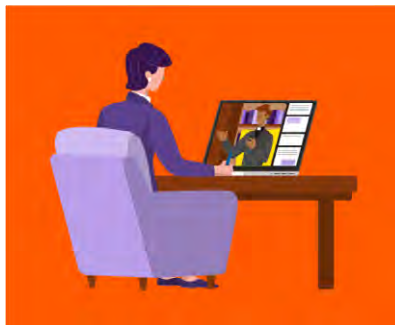
Facultad de Ingeniería



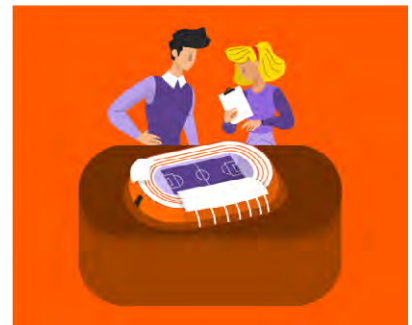
Facultad de Comunicación



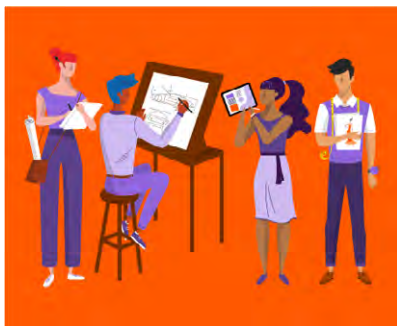
**Facultad de Humanidades -
Ciencias Religiosas**



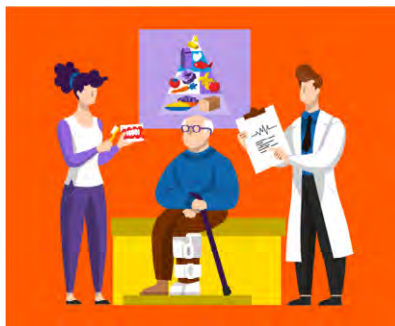
**Escuela de Ciencias del Deporte
- Dirección y Administración del
Deporte**



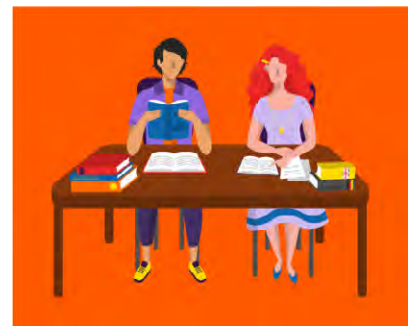
Escuela de Diseño



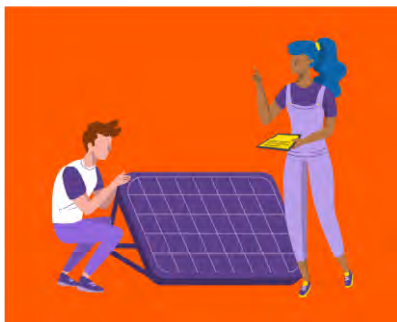
**Facultad de Ciencias
de la Salud**



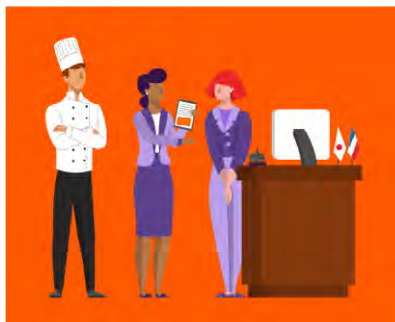
**Facultad de Humanidades,
Filosofía y Letras**



**Facultad de Responsabilidad
Social - Dirección en
Responsabilidad Social y
Desarrollo Sustentable**



**Facultad de Turismo y
Gastronomía**



Escuela de artes



PENDONES





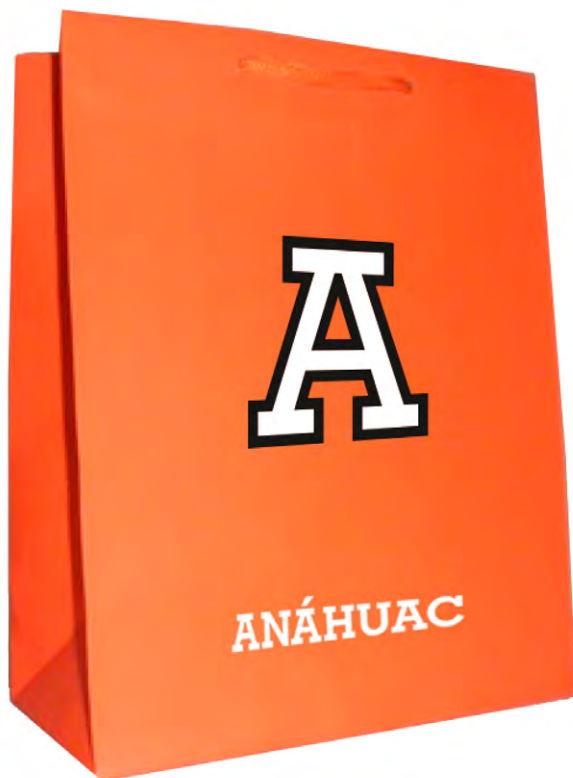
NOTA: El arte aquí presentado es únicamente un ejemplo de estilo. El diseño final corresponderá a las necesidades del proyecto.

BOLSA PROMOCIONAL

La bolsa promocional, es un artículo de branding que busca tener mayor impacto visual, pues además de contar con un diseño homologado a nivel nacional, su función como empaque de los folletos y artículos promocionales permite tener mayor *exposure* de la marca.

Medidas: 29.0 cm de ancho x 33.0 cm de altura x 12.5 cm de fuelle a selección de color en COUCHE de 200 g, exteriores con laminado mate, suajada, armada y pegada con asas de agujeta color naranja.

PAPEL



ECOLÓGICA



NOTA: La producción y reproducción de esta bolsa es responsabilidad exclusiva de la Oficina de la Red de Universidades Anáhuac.

ARTÍCULOS PROMOCIONALES

A continuación se presentan algunos ejemplos de artículos promocionales los cuales llevarán impreso el logotipo casual con enfoque promocional.

Los ejemplos aquí ilustrados muestran algunos de los casos autorizados en la aplicación del logotipo en estos artículos.



ISOTIPO

“A”

PRESENTACIÓN

En busca de la conservación de su simbolismo y siguiendo las tendencias mundiales de la comunicación, a partir del año 2007, la Red de Universidades Anáhuac desarrolló un isotipo con la letra inicial de su nombre, con el objetivo de brindar sentido de orgullo y pertenencia a la comunidad universitaria.

En su forma, este logotipo posee como trazo elemental una pirámide, que a su vez, se relaciona en la cultura mexicana con el significado de la palabra Anáhuac.

La A, además de ser la letra principal y representativa del nombre Anáhuac, denota numerológicamente: lo primero, lo principal, lo inaugural, el principio.

De igual forma, la combinación del trazo y color representan fuerza, dominio, versatilidad y abstracción.

Este isotipo no sustituye al logotipo principal de la Universidad Anáhuac; la "A" representa una versión casual, que se empleará para posicionar a la Universidad Anáhuac y brindar sentido de orgullo y pertenencia a la comunidad universitaria.

2007



2019



Esta actualización del isotipo A, surge como parte estratégica del sistema de identidad de la campaña de Comunicación y Promoción desarrollada e implementada a partir de agosto 2019.

VERSIONES AUTORIZADAS

Para especificar la corrección de reproducción del isotipo es necesario utilizar las versiones autorizadas aquí, según el sistema de impresión o reproducción en cuestión.

1. ISOTIPO OFICIAL POSITIVO

Sobre fondo blanco.



2. ISOTIPO OFICIAL NEGATIVO

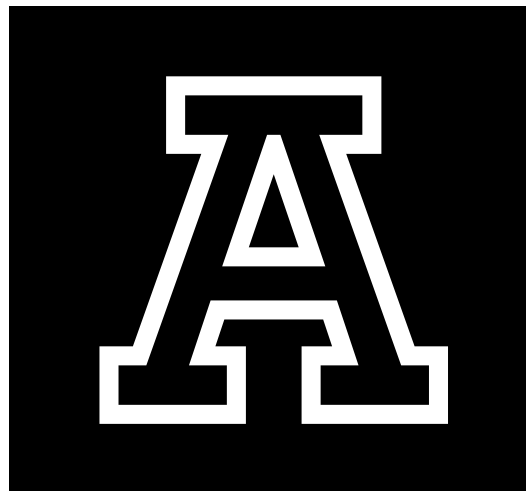
Sobre fondo naranja.



3. ISOTIPO OFICIAL BLANCO Y NEGRO POSITIVO



4. ISOTIPO OFICIAL BLANCO Y NEGRO NEGATIVO



ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha definido un área mínima de protección (a partir de la letra A) para determinar el impacto visual del isotipo y protegerlo de cualquier invasión de otro elemento gráfico.



TAMAÑOS MÍNIMOS

Se ha establecido un par de dimensiones limitadas del isotipo comercial para su reproducción con el fin de identificación que, tanto su legibilidad como su presencia, siempre sean óptimas en cualquier plataforma impresa o digital.

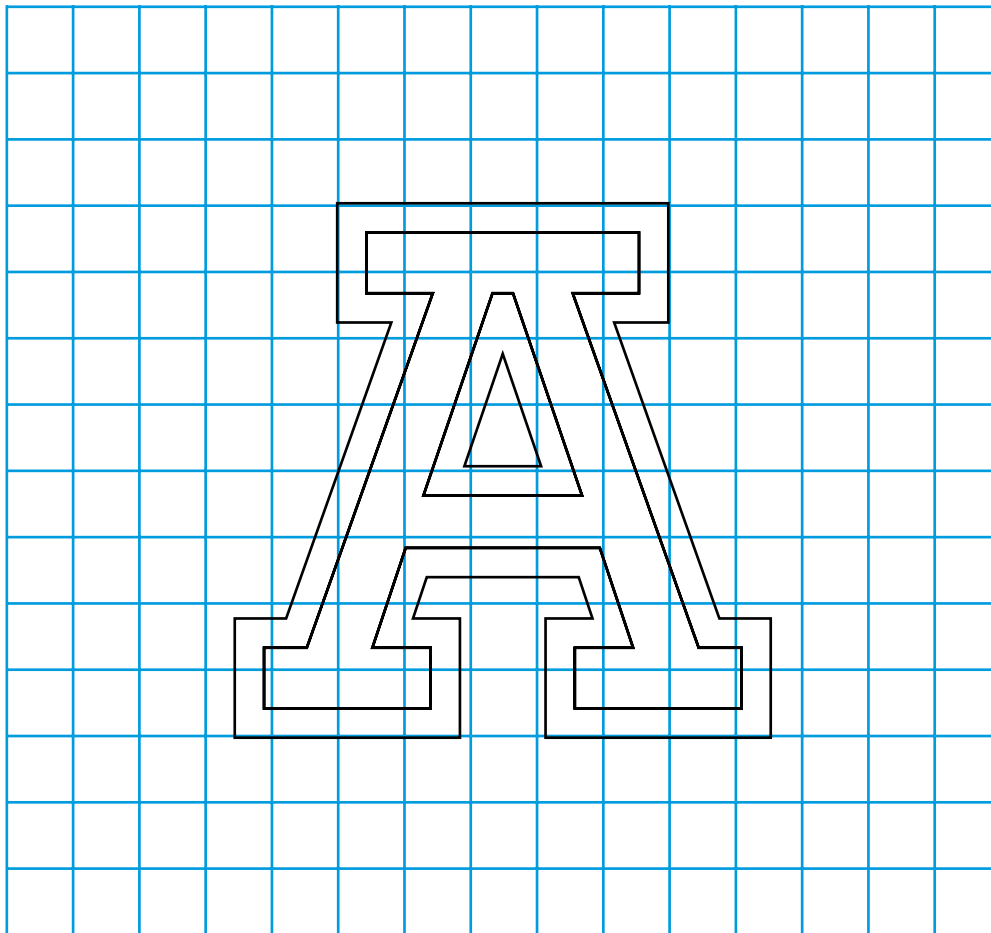
DIGITAL: 75 PX

IMPRESIÓN: 1,5 CM



RETÍCULA

El trazo reticular servirá como guía para obtener mayor precisión en los casos en que la reproducción no pueda realizarse por medios fotográficos y digitales.



USOS INCORRECTOS

Cualquier modificación sobre el logotipo con respecto a posición, tipografía, color, posición, símbolo, entre otros aspectos no mencionados en este manual, se deberá evitar.

Los siguientes ejemplos ilustran los errores más frecuentes por parte de las personas no familiarizadas con el logotipo.

1. No distorsionar el isotipo.



2. No engrosar el isotipo.



3. No distorsionar el isotipo.



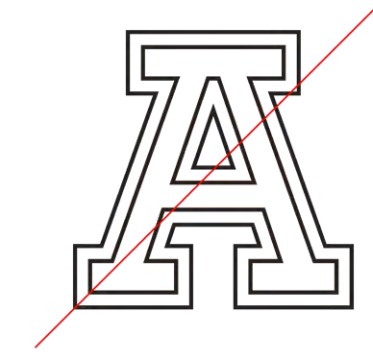
4. No cambiar el color del isotipo.



5. No cambiar la tipografía del isotipo.



6. No utilizar el isotipo en contorno.



7. No rotar el isotipo.



8. No agregar efectos al isotipo.



9. No agregar elementos o texto



LOCK-UP (LOGOTIPO COMERCIAL + ISOTIPO)

Para un mejor y mayor posicionamiento y reconocimiento de marca, recomendamos aplicar el logotipo y el isotipo de manera conjunta (lockup) en cada pieza de comunicación.

FORMATO HORIZONTAL



FORMATO VERTICAL

ANÁHUAC



ANÁHUAC



ANÁHUAC



ANÁHUAC



ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha definido un área mínima de protección (a partir de la letra A y la palabra ANÁHUAC) para determinar el impacto visual del isotipo y protegerlo de cualquier invasión de otro elemento gráfico.



APLICACIONES UNIVERSIDADES

Conscientes de los requerimientos y necesidades de cada uno de los campus, se recomienda que la sede correspondiente a cada universidad se

coloque en la parte posterior, en mayúsculas y con la misma tipografía que la palabra ANÁHUAC: Sharp Slab.

FORMATO HORIZONTAL

ANÁHUAC MÉXICO 

IEST ANÁHUAC 

ANÁHUAC MAYAB 

ANÁHUAC VERACRUZ 

ANÁHUAC CANCÚN 

ANÁHUAC OAXACA 

ANÁHUAC PUEBLA 

ANÁHUAC QUERÉTARO 

APLICACIONES UNIVERSIDADES

Presentamos esta alternativa que se podrá utilizar como leyenda, es decir, el puro texto sin el isotipo o como lock up, en formato vertical, se permite también alternar la posición de la "A" en la parte inferior ó en la parte superior:

VERSIÓN VERTICAL:

**ANÁHUAC
MÉXICO**



**ANÁHUAC
IEST**



**ANÁHUAC
MAYAB**



**ANÁHUAC
VERACRUZ**



**ANÁHUAC
CANCÚN**



**ANÁHUAC
OAXACA**



**ANÁHUAC
PUEBLA**



**ANÁHUAC
QUERÉTARO**



APLICACIONES POR CIUDAD

Conscientes de los requerimientos y necesidades de cada uno de los campus, se presenta esta alternativa con la sede correspondiente a cada ciudad.

Se recomienda que se coloque en la parte posterior, en mayúsculas y con la misma tipografía que la palabra ANÁHUAC: Sharp Slab.



**MÉXICO
NORTE**



**MÉXICO
SUR**



MAYAB



IEST



VERACRUZ



XALAPA



CÓRDOBA



CANCÚN



OAXACA



PUEBLA



QUERÉTARO

RADIO ANÁHUAC

LOGOTIPO

A continuación se presenta el logotipo autorizado de Radio Anáhuac para las Universidades que cuentan con estación de radio. Al ser una imagen que parte del logotipo de la "A", deberá conservar los mismos colores institucionales y tipografía.

VERSIÓN HORIZONTAL



VERSIÓN VERTICAL



LOGOTIPOS POR SEDE

Conscientes de los requerimientos y necesidades de cada uno de los campus, se recomienda que la sede de la ciudad correspondiente a cada universidad se coloque en la parte posterior y con la misma tipografía Sharp Slab.





Radio
**ANÁHUAC
CANCÚN**



Radio
**ANÁHUAC
OAXACA**



Radio
**ANÁHUAC
PUEBLA**



Radio
**ANÁHUAC
QUERÉTARO**

SORTEO ANÁHUAC

El Sorteo Anáhuac se lanza en el año 2015 como una estrategia que busca generar recursos para apoyar a los alumnos a través del programa de becas, infraestructura y mejora académica de la Red de Universidades Anáhuac.

La imagen del Sorteo Anáhuac busca generar afinidad con los públicos meta y con la comunidad universitaria siendo congruente con la misión

formativa de la Universidad. Transmitir y cultivar el espíritu de la contribución en favor de más y mejores líderes de acción positiva.

También busca persuadir creando conciencia en pro del impulso educativo, apostando a la buena voluntad de las personas comprometidas con el crecimiento y desarrollo de instituciones formativas como la Universidad Anáhuac.

VERSIÓN HORIZONTAL



VERSIÓN VERTICAL



NOTA: El sorteo Anáhuac cuenta con un área responsable de comunicación y marketing así como de la producción de materiales de diseño.

TIENDA

Para simplificar su comunicación y posicionamiento, sugerimos contar con una sola marca para nuestras tiendas, incluso si éstas ofrecen productos diferentes y cuentan con proveedores distintos.

A STORE

*En proceso de Registro de Marca

REGLAS

IMPORTANTE

Para fortalecer el uso de nuestro isotipo "A", es importante seguir las siguientes pautas:

Este isotipo **no podrá ser utilizado dentro de otros logotipos de la universidad**, y mucho menos para reemplazar la letra "A" en el nombre de alguna de estas marcas.

Las únicas excepciones a esta regla son:

- Radio Anáhuac
- Sorteo Anáhuac
- A Store

ÚNICOS IDENTIFICADORES PERMITIDOS
CON EL USO DEL ISOTIPO "A"



ASTORE

MASCOTA UNIVERSITARIA

ANTECEDENTES LEONES ANÁHUAC

El león se consolidó como mascota de la Red Anáhuac en el 2006, en común acuerdo y como parte de los esfuerzos de homologación en imagen e identidad de las universidades.

En su momento, la oficina de la Red de Universidades Anáhuac hizo una recuperación de las diferentes mascotas que existían en las universidades de la Red Anáhuac, entre las que se encontraban: los halcones de la Universidad Anáhuac México Norte, los delfines del Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas y los leones que ya se venían utilizando en varias de ellas.

Adicionalmente, se realizó una evaluación de las mascotas pertenecientes a universidades de la competencia y junto con un estudio de animalización con la agencia De la Riva, se identificó al León como el animal que representaba de mejor manera las características y filosofía de la institución.

PRESENTACIÓN

Con el objetivo de desarrollar el sentido de pertenencia entre sus alumnos, la Red de Universidades Anáhuac cuenta con una mascota que la representará en competencias deportivas: El león.

El león es un símbolo polivalente. Múltiples interpretaciones y significados ha tenido a lo largo de la historia de la humanidad. En el mundo cristiano representaba la fuerza de la tribu de Judá.

Sus características: el rugido, la melena, el cuerpo, le han hecho merecedor de valores como fuerza, vigor y mandato con facultades de infundir terror y a la vez, paz.

Poder que viene en lo terrenal y en lo simbólico, el león decide con sus actos la continuidad de la especie, la protección o el mandato que se gana en la pelea. Representa la fuerza, el dominio y la superioridad ante el adversario; además de ser la imagen de la superación y el liderazgo.

El león que protege, que se muestra dispuesto a gobernar a su manada, se le considera “El Rey de la Selva”. Empero, más allá de la metáfora, el león es punto central de las manadas, un sentido comunitario le caracteriza.

La mascota Anáhuac, es el símbolo de quien temple su carácter y domina sus propios instintos para llevar a cabo el liderazgo de acción positiva.

PRIMER LOGOTIPO
(2006-2014)



LOGOTIPO NUEVO
(2015)



LOGOTIPO

Este logotipo se utilizará solo en eventos competencias y ambientes relacionados con las actividades deportivas.

A continuación se proporcionarán los lineamientos y criterios a seguir en el uso de la imagen gráfica de la Universidad Anáhuac en los diversos materiales en competencias deportivas.

USO PRINCIPAL

Debido a su legibilidad y proporcionamiento, ésta es la versión de marca que deberá privilegiarse en la medida de lo posible.



LEONES
ANÁHUAC

USO SECUNDARIO

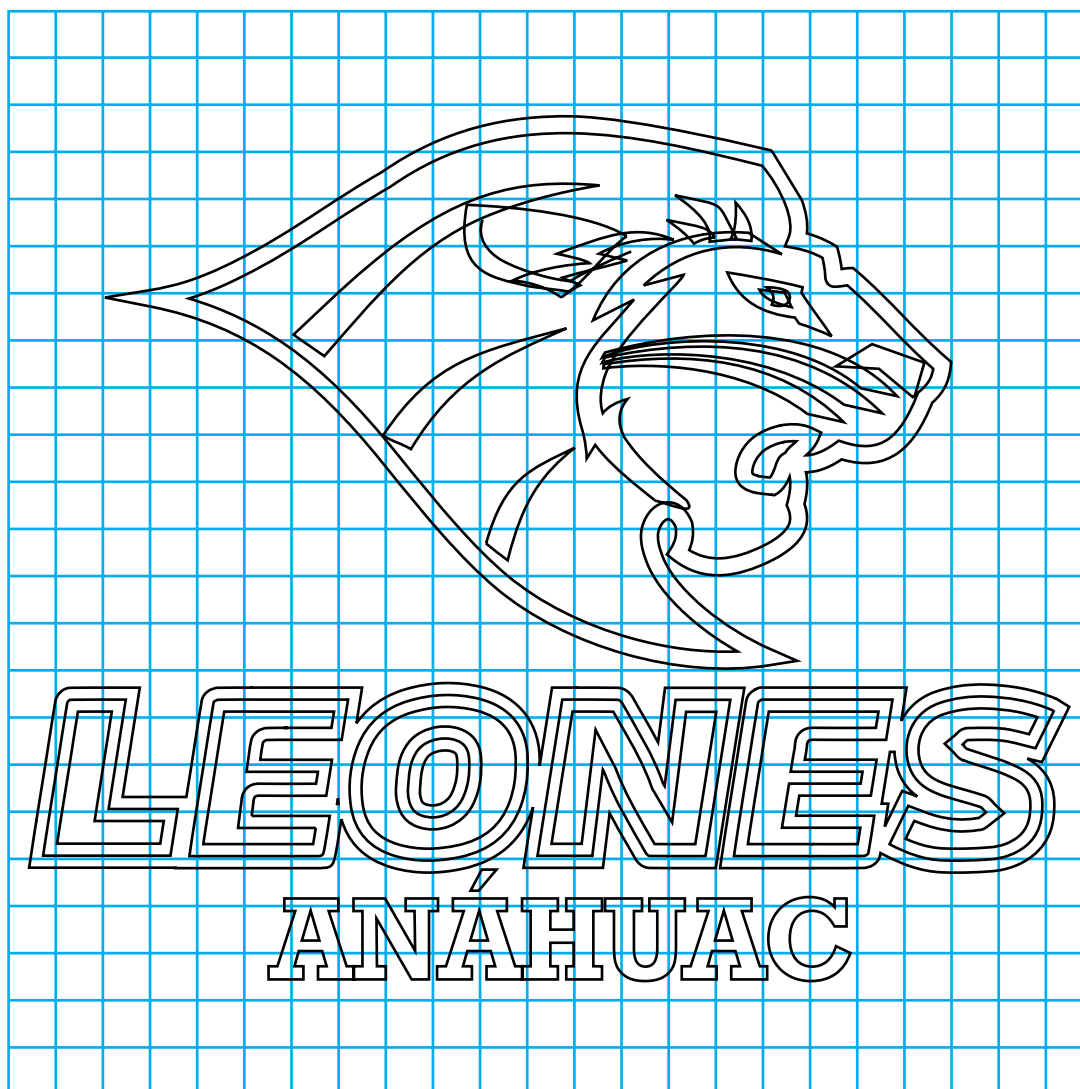
Para los casos en que el formato de reproducción así lo exija, se ha diseñado la variación horizontal del logotipo.



LEONES
ANÁHUAC

RETÍCULA

El trazo reticular servirá como guía para obtener mayor precisión en las situaciones en que la reproducción no pueda efectuarse por medios fotográficos o digitales; como es el caso del rotulado a mano de estarcidores, lonas o bordes.



MEDIDAS Y PROPORCIONES

La proporción para medir el logotipo es conforme a los elementos gráficos. Se desarrolló con base en el balance entre tamaño y dimensión con el fin de provocar una mejor impresión.



TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL:

La fuente tipográfica con la que se ha escrito la palabra “LEONES” Rleud Extended Black Italic.ttf que aquí se presenta para mayor referencia.

El uso de esta familia tipográfica se encuentra restringido únicamente para la palabra “LEONES”; de ninguna manera se utilizará en sustitución de la tipografía institucional.

AaBbCcDdEeFf
GgHhIiJjKkLl
MmNnOoPpQq
RrSsTtUuVv
WwXxYyZz
1234567890

COLORES

Tomando en cuenta que hay ocasiones en que, por cuestiones técnicas, es necesario reproducir el logotipo a “una sola tinta”, aquí se muestran las únicas variaciones que garantizan la correspondencia e identificación con el logotipo original; por lo tanto, se requiere que este lineamiento sea rigurosamente respetado.

Negro 100%



Naranja
Pantone 1505 C



Café
Pantone 469 C



Gris 60%



Plata
Pantone 877 C



Oro
Pantone 872 C

COLORES

USO SOBRE FONDO DE COLOR

El logotipo podrá tornarse a una sola tinta sobre los siguientes fondos de color autorizados:



USOS INCORRECTOS

Definitivamente, la reproducción del logotipo está regida por lo expuesto en las páginas anteriores. Los siguientes ejemplos ilustran los errores más recurrentes por parte de personas no familiarizadas con el logotipo; por supuesto, deberán ser evitados a toda costa.



Cambio de color



Eliminación de elementos que conforman al símbolo



Cambio posición de alguno de los elementos que conforman al logotipo



Condensar o Alargar el logotipo



Reflejar o girar el logotipo



Cortar el logotipo

LOGOTIPOS UNIVERSIDADES

Estos son los logotipos personalizados para los diferentes campus. Las versiones que se presentan a continuación deberán utilizarse solamente en competencias interAnahuacs. Es necesario procurar usar el logotipo principal "Leones Anáhuac" en las aplicaciones internas de cada universidad y ambientes externos.



LEONES
ANÁHUAC MÉXICO NORTE



LEONES
ANÁHUAC MÉXICO SUR



LEONES
ANÁHUAC MAYAB



LEONES
ANÁHUAC VERACRUZ



LEONES
ANÁHUAC **CANCÚN**



LEONES
ANÁHUAC **OAXACA**



LEONES
ANÁHUAC **PUEBLA**



LEONES
ANÁHUAC **QUERÉTARO**

VERSIÓN HORIZONTAL



LEONES
ANÁHUAC MÉXICO NORTE



LEONES
ANÁHUAC MÉXICO SUR



LEONES
ANÁHUAC MAYAB



LEONES
ANÁHUAC VERACRUZ

VERSIÓN HORIZONTAL



LEONES
ANÁHUAC **CANCÚN**



LEONES
ANÁHUAC **OAXACA**



LEONES
ANÁHUAC **PUEBLA**



LEONES
ANÁHUAC **QUERÉTARO**

LOGOTIPOS POR CAMPUS

VERSIÓN HORIZONTAL



LEONES

ANÁHUAC VERACRUZ

Campus Xalapa



LEONES

ANÁHUAC VERACRUZ

Campus Córdoba-Orizaba

VERSIÓN VERTICAL



LEONES

ANÁHUAC VERACRUZ

Campus Xalapa



LEONES

ANÁHUAC VERACRUZ

Campus Córdoba-Orizaba

APLICACIÓN EN UNIFORMES

UNIFORMES DEPORTIVOS

Dentro de los deportes que ofrece la Universidad Anáhuac se encuentran más de 20 disciplinas deportivas, las cuales requieren de diferente tipo de atuendo. En los casos en los que se requiera bordado o estampado, se deberá cuidar en todo momento las impresiones para evitar que se pierdan los detalles del dibujo.

El criterio que debe seguirse es la utilización del logotipo de Leones con el apellido Anáhuac.

Respecto al color, dependiendo del fondo de la tela se deberá procurar un color que haga contraste, haciendo referencia a los fondos de color indicados en la página 140.



APLICACIÓN EN ARTÍCULOS

BANDERÍN



CASCO FBA



MALETA DEPORTIVA



CARICATURA

Dentro de las aplicaciones que se derivan de la mascota universitaria, se desarrolló la siguiente caricatura para así plasmar el carácter y personalidad que hay detrás de ser “Leones Anáhuac” a partir de los atributos: Liderazgo, Nobleza, Fuerza, Grandeza, Tenacidad y Espíritu de lucha.

La identidad, atributos y personalidad de la macota universitaria, proyectados en la caricatura, refieren a nuestra misión y valores institucionales y contribuyen a crear sentido de orgullo y pertenencia.

Esta aplicación responde a la necesidad de representar a los equipos deportivos e identificación y pertenencia con la comunidad universitaria, de esta forma, se recomienda su uso en ambientes deportivos, casuales y sociales, no en ambientes académicos.

Esta figura tiene formas sencillas de reproducir, sus trazos son dinámicos pero con un equilibrio entre un estilo que puede pasar de moda, los rasgos son amplios, lo que facilita la variedad de gestos y movimientos faciales.

2011



2024



NOMBRE

El nombre que personaliza e identifica a la mascota universitaria es "Leonel". Surge con la iniciativa de la Universidad Anáhuac México Sur de impulsar a la mascota del León en conjunto con el peluche y la botarga (año 2008).

Significado: Pequeño león, leoncito.

Origen: Latín

Leonel proviene del nombre latino Leonellus, una variante de Leo o León con el diminutivo "-ellus".

Este nombre fue especialmente popular en Francia e introducido en Inglaterra por los normandos. De aquí se extendió al mundo anglosajón en la forma de Lionel.

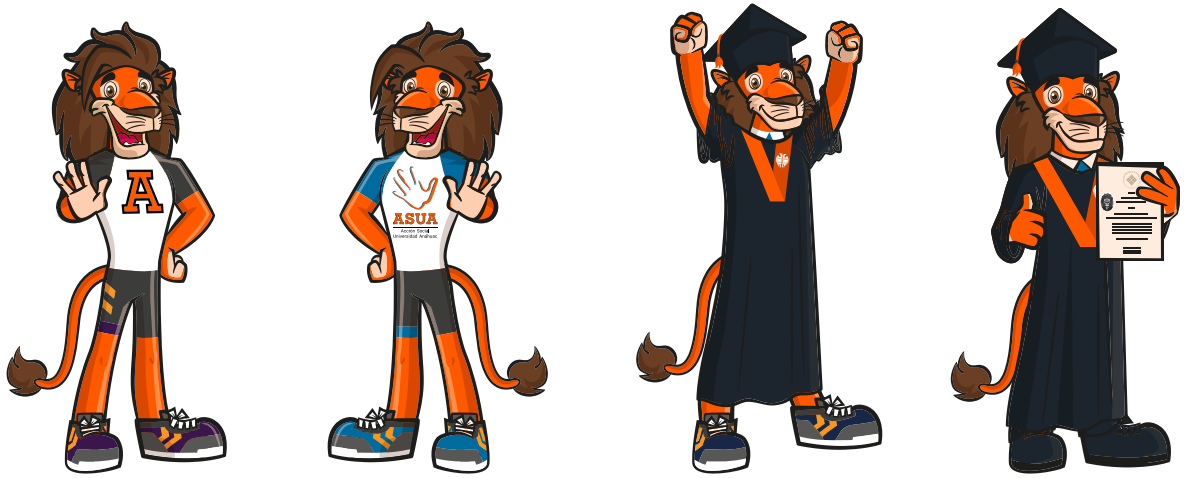
Leonel ha sido un nombre con muy poco uso en España, en cambio en hispanoamérica ha gozado de mayor popularidad gracias a la influencia del inglés.



POSTURAS



POSTURAS



POSTURAS



BOTARGA

Dentro de las aplicaciones que se derivan de la mascota universitaria, se desarrolló la siguiente botarga para contribuir al espíritu universitario en los distintos eventos deportivos, casuales o de promoción de la universidad.

La identidad, atributos y personalidad de la mascota universitaria, proyectados en la botarga, refieren a nuestra misión y valores institucionales y contribuyen a crear sentido de orgullo y pertenencia.

Esta aplicación responde a la necesidad de crear un espíritu universitario dentro de la comunidad Anáhuac. De esta forma, se recomienda el uso de la figura de la botarga en ambientes deportivos, casual-social y de promoción, no en ambientes académicos.



PELUCHE

Con el propósito de estandarizar y consolidar las aplicaciones de la mascota a nivel de Red, finalmente se trabajó en realizar las adaptaciones de caracterización en una versión de peluche.

Dentro de sus características se encuentra un mayor acercamiento con los rasgos, uniforme y colores de la caricatura oficial; el bordado en una sola pata a modo de firma; el tamaño y un sonido de rugido integrado.

Con estos artículos se pretende darle una mayor difusión y posicionamiento a la mascota en ambientes deportivos y de comunidad universitaria, con el objetivo de fortalecer nuestro branding y generar sentido de orgullo y pertenencia.



SEÑALIZACIÓN



Tipo 02 (Adosada)
Identificador de áreas principales
12 x 40 cm



Tipo 03 (Adosada)
Identificador de aulas
8 x 20 cm



Tipo 04 (Adosada)
Identificador de cubículos
8 x 20



Tipo 02DC (Doble cara)
Identificador de áreas principales
12 x 40 cm



Tipo 05 y 06 (Doble cara)
Identificador de servicios
16 x 16



Tipo 07 (Adosada)
Señal de identificador de áreas
16 x 32 cm



Tipo 15 (Doble Cara)
Identificador de área
12 x 40 cm



Tipo 14
Directorio principal
50 regletas



Tipo 24
Señal exterior
80 x 300 cm.
(Propuesta)



Tipo 20 (Adosada)
Identificación de área
16 x 100 cm
(Propuesta)



Cara 1



Cara 2

Tipo 16 (Doble cara)
Direccional suspendida
16 x 100 cm



Tipo 045
Personalizador suspendido
8 x 20 cm



Tipo OPA
Identificación de área grande
25 x 100 cm



Tipo 19 (Adosada)
Identificación de área
16 x 60 cm



Tipo 18 (Doble cara)
Direccional suspendida
16 x 60 cm



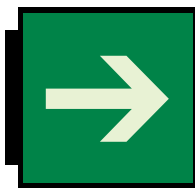
Tipo 10 (Adosada)
Elevadores
12 x 30 cm



Tipo 11
Peligro alto voltaje
30 x 30 cm.
(Propuesta)



Tipo 17
Vinil
12 x 12 cm



Tipo 08 (Doble cara)
Ruta de evacuación
20 x 20 cm



Tipo 13 (Doble cara)
Extintor
20 x 20 cm










Tipo 09 (Adosada)
Ruta de evacuación
20 x 20 cm









Tipo 09 (Adosada)
Extintor
20 x 20 cm

Qué hacer en caso de incendio

- | | | |
|---|---|---|
|  1. Conserve la calma |  2. Identifique qué origina el incendio |  3. Emita la alarma |
|  4. Use el extintor |  5. Obedezca las indicaciones del personal capacitado |  6. Localice la ruta de evacuación |
|  7. No use los elevadores |  8. Humedezca un trapo y cubra su nariz y boca |  9. Si el humo es denso arrástrese por el suelo |

Qué hacer en caso de sismo

- | | | |
|---|--|---|
|  1. Conserve la calma |  2. Elimine fuentes de incendio |  3. Retírese de ventanas y objetos que se puedan caer |
|  4. No use los elevadores |  5. Ubíquese en zonas de seguridad |  6. Localice la ruta de evacuación |

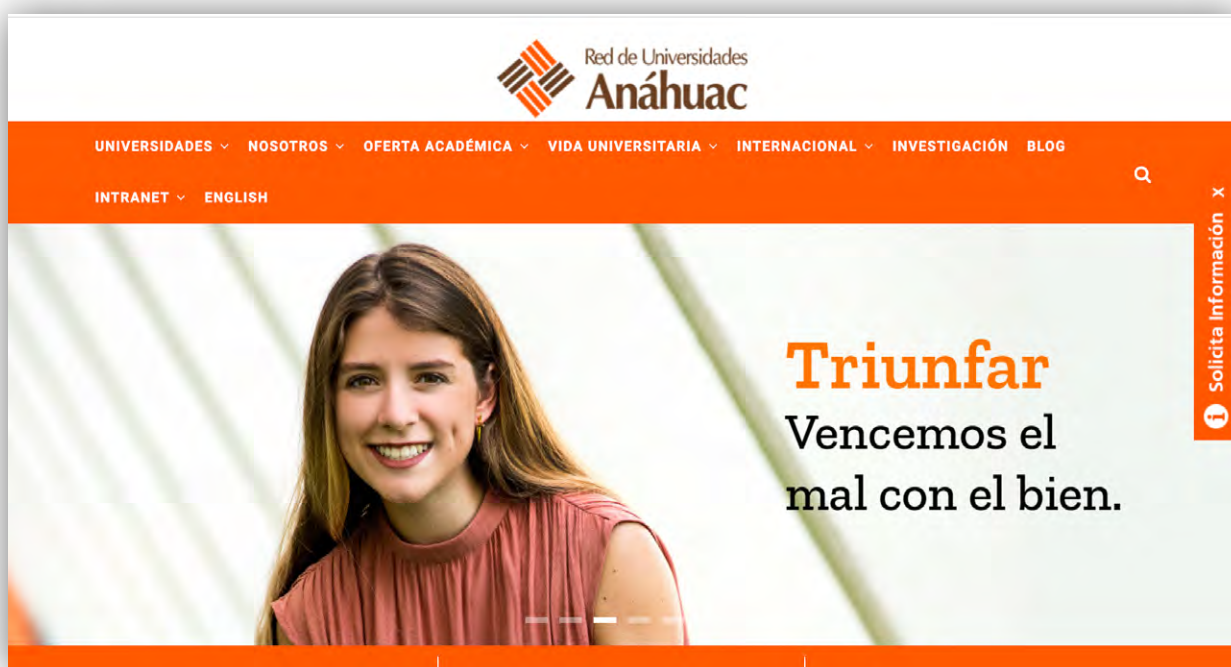
APLICACIONES WEB

SITIO WEB

Con la finalidad de aprovechar el flujo orgánico de todas las Universidades de la Red Anáhuac, a partir de 2016 se realizó una unificación de dominios en un solo hub que permita impulsar el posicionamiento de todas a través del dominio www.anahuac.mx

Esta unificación incluye la homologación a una plataforma común de administración de contenidos o CMS a través de los siguientes dominios:

www.anahuac.mx



anahuac.mx/mexico

anahuac.mx/iest

anahuac.mx/mayabmerida

anahuac.mx/xalapa

anahuac.mx/cancun

anahuac.mx/oaxaca

anahuac.mx/puebla

anahuac.mx/queretaro

anahuac.mx/familia

anahuac.mx/redanahuac

NETANÁHUAC

USO PRINCIPAL

Debido a su legibilidad y proporción, ésta es la versión de marca que deberá privilegiarse en la medida de lo posible.

NetANÁHUAC

USO SECUNDARIO

Este logotipo se aplicará para los espacios en URL y como botón en aplicaciones web y link al portal.



LOGOTIPOS PARA WEB

COLOR

Para facilitar la identificación del logotipo, se han establecido en este manual de imagen institucional los colores oficiales de NetAnáhuac:

Los colores seleccionados son los únicos autorizados para aplicarse sobre la imagen e identidad de NetAnáhuac, estos son los dos colores para uso en pantalla y para impresión:



NARANJA

CÓDIGO HEXADECIMAL

#FF5900



AZUL

CÓDIGO HEXADECIMAL

#009dcb

CRITERIOS DE MARCA

Antecedentes:

La gestión correcta de la marca contribuye a fortalecer el posicionamiento, a transmitir la identidad de la misma y los valores que la acompañan, a mejorar la percepción por parte de los distintos públicos meta; así mismo nuestros alumnos, profesores, personal, egresados, padres familia y todos los miembros de la comunidad Anáhuac crean vínculos emocionales a través de estos elementos y por eso es tan importante cuidar y supervisar su correcto uso y aplicación.

La campaña, slogan, frases y mensajes que se publican y utilizan en medios tradicionales y digitales permiten dar a conocer nuestra identidad, filosofía educativa, valores y modelo educativo de formación integral y acompañan nuestros diversos esfuerzos de comunicación.

Los usos nos autorizados o indebidos de la marca y sus elementos que, tomando en cuenta todo lo anteriormente expuesto, afectan y pueden dañar en forma grave y significativa la estructura educativa, comercial y legal que se ha construido sobre la marca; incluso, tratándose de aspectos legales, dichos usos no autorizados o indebidos pueden generar consecuencias irremediables en la propiedad intelectual de la organización que, en algunos de sus casos, pueden llegar a afectar hasta la exclusividad que actualmente se tiene sobre las marcas frente a terceros.

Recomendaciones para el posicionamiento y fortalecimiento de la marca

1) Todos los miembros de la Comunidad Universitaria Anáhuac (personal, profesores, alumnos, egresados, padres de familia) se deben comprometer a realizar un uso adecuado de la marca siguiendo los lineamientos del manual de identidad y bajo la supervisión de los departamentos de Comunicación Institucional.

2) Cualquier persona que utilice la marca sin autorización o haga un uso indebido de la misma o de alguno de sus elementos puede ser sujeto a diversas implicaciones legales, que de manera enunciativa más no limitativa pueden ser infracciones, demandas civiles o denuncias de carácter penal.

3) Hacer variaciones o derivados de la marca y aplicaciones que no se encuentren en el manual de identidad no está permitido ya que diluyen la fortaleza de la misma y afectan de manera predominante la estructura legal que, al amparo de la ley vigente, se tiene sobre ésta.

4) Cualquier aplicación de la marca para materiales impresos, promocionales, publicitarios, digitales, etc., debe ser supervisado y autorizado por el departamento de Comunicación Institucional de la Universidad.

5) El desarrollo de nuevos logotipos o modificaciones a aplicaciones de Escuelas, Facultades, Departamentos, Programas o Equipos representativos, debe ser consultado con el Departamento de Comunicación Institucional y a su vez con la Secretaría Ejecutiva de la Red Anáhuac.

6) La marca no podrá ser usada de ninguna manera ni por ningún motivo en publicidad relacionada con bebidas alcohólicas, cigarros o bebidas energéticas, productos que se presume que pueden dañar la salud, marcas de antros, bares y lugares que atenten contra la moral, productos anticonceptivos, imágenes con cuerpos semidesnudos, vestimenta inadecuada, escotes o personas en traje de baño o cualquier otra que atente contra la salud, la moral y las buenas costumbres, productos que sean competencia de patrocinadores establecidos, así como tampoco en casos de promoción o publicidad de tipo religioso o ideológico que vaya en contra de la misión o visión institucional.

CRITERIOS PARA EL REGISTRO DE MARCAS DE LA RED DE UNIVERSIDADES ANÁHUAC

ANTECEDENTES:

Las marcas, logotipos, avisos comerciales, slogans o signos distintivos que son parte de la identidad y comunicaciones de la Red de Universidades Anáhuac, son activos que deben estar registrados ante el IMPI a través de la oficina de la DCYM de la SERUA.

1. REGISTROS DE MARCAS

A. Registros de marca existentes

Todas las marcas con declaración de uso de la RUA son parte del compendio de marcas de la Universidad Anáhuac y se encuentran registradas a nombre de las sociedades: CENTRO DE ACTUALIZACION Y PLANEACION PEDAGOGICA, S.C. ó INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES, S.C., cuentan con un número de expediente y número de registro, su resguardo corresponde a la Administración Territorial, se gestiona a través del Despacho Jurídico GM Attorneys at Law y la dirección de comunicación y mercadotecnia de la secretaria ejecutiva de la Red de Universidades Anáhuac procura y vigila su buen uso, cuidado, e integración al manual de identidad de la Red de Universidades Anáhuac.

Dichos registros cuentan con una vigencia que deberá revisarse con periodicidad para proteger y mantener su registro, conservar o renovar su imagen y verificar su uso actual en las universidades.

Habrà que recordar que el Reglamento Administrativo para una Obra de Apostolado del Regnum Christi establece en su numeral 39. § 2. que: "Se recomienda tener un número limitado de marcas para evitar costos excesivos en el mantenimiento y control de las mismas".

B. Registros Nuevos

Cuando surge una necesidad de identificación a través de una marca, logotipo, aviso comercial, slogan o signo distintivo por y/o para las universidades, es preciso considerar su pertenencia dentro del ecosistema de marcas del Manual de identidad así como su registro ante el IMPI.

Las áreas de Comunicación Institucional deberán notificar a la DCYM sobre la intención del registro y el uso justificado de la marca.

Si la requisición se llegara a solicitar de una universidad directamente al área Jurídica, la Secretaría Ejecutiva Regional (Antes Administración Territorial) deberá notificar sobre cualquier intención de registro a la DCYM de la SERUA para validar el uso y registro de cualquier logotipo.

Se deberá decidir si la denominación por registrar llevará o no logotipo, en caso de llevar logotipo, se consideraría como una marca mixta, compuesta por logotipo y denominación, en caso de ser únicamente denominación, sería una marca nominativa.

PROCESO PARA EL REGISTRO DE MARCAS DE LA RED DE UNIVERSIDADES ANÁHUAC

2. PROCESO DE REGISTRO DE MARCA

La DCYM revisará las solicitudes de registro de marca con el objetivo de validar su pertinencia y asegurar el apego a los lineamientos y criterios de identidad de la Universidad Anáhuac.

A través del Despacho Jurídico GM Attorneys at Law se iniciará el proceso de registro de marca que consiste en:

1. Realizar la búsqueda fonética a efecto de descartar que la denominación propuesta ya se encuentre registrada.
2. Completar el formato de solicitud de marca, la cual debe incluir el nombre y domicilio del titular de la marca, clase de productos o servicios a ser protegidos, logotipo, en su caso, denominación, fecha de primer uso y domicilio para oír y recibir notificaciones.
3. Realizar el pago de la tarifa vigente.

El IMPI resolverá en 6 meses y se otorga el título de marca, en su caso.

La vigencia de una marca en México es de 10 (diez) años y renovable por un periodo igual.

Entre los formatos solicitados por el IMPI, es necesario incluir a qué categoría le corresponde tu marca, pero esto no se define aleatoriamente, sino de acuerdo a una base de datos que contiene

todos los términos incluidos en la «Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el registro de las marcas en virtud del Arreglo de Niza» y los términos incluidos en la Lista Complementaria de Productos y Servicios que el IMPI ha creado. En el caso de nuestra Institución estas son las clases que nos corresponden:

Clase 16: Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería y artículos de oficina, excepto muebles; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material de dibujo y material para artistas; pinceles; material de instrucción y material didáctico; hojas, películas y bolsas de materias plásticas para embalar y empaquetar; caracteres de imprenta, clichés de imprenta.

Clase 36: Servicios financieros, monetarios y bancarios; servicios de seguros; negocios inmobiliarios.

Clase 41: Servicios financieros, monetarios y bancarios; servicios de seguros; negocios inmobiliarios.

El costo de este trámite es de aproximadamente \$2,500.00 MXN más IVA. La vigencia es de 10 años, por lo que después de transcurrido este tiempo debe hacerse de nuevo el pago por la renovación.

Involucrados en el proceso:

- Secretaría Ejecutiva Regional (Antes Jurídico de la Administración territorial)
- GM Attorneys at law (Despacho Jurídico)
- DCYM de la SERUA
- Universidades de la RUA

OTROS

GLOSARIO DE TÉRMINOS

SÍMBOLO:

Es un elemento gráfico que empleamos para identificarnos en todas las comunicaciones visuales. Nos identifica y distingue en las diferentes actividades en las que participamos. Por su sencillez, es fácilmente recordable.

LOGOTIPO:

Es la manera característica como escribimos el nombre o la palabra que empleamos para identificar a una organización. En cierta manera, una reminiscencia de la firma personal.

SIGNATURA INSTITUCIONAL:

Es la combinación de símbolo y logotipo. Es el elemento visual dominante y con el cual nos identificamos gráficamente en todas las comunicaciones impresas, publicitarias y promocionales.

COLORES INSTITUCIONALES:

Consiste en un sistema de dos colores seleccionados para presentar la identidad de la Universidad Anáhuac.

PANTALLA / SELLO DE AGUA:

En términos de impresión, equivale a la reducción de un color sólido a un degradado.

NOTA: Para cualquier duda relacionada con el desarrollo de materiales no contemplados en este manual, favor de comunicarse a las oficinas de la Red de Universidades Anáhuac al teléfono 5950 0160, ext. 2091

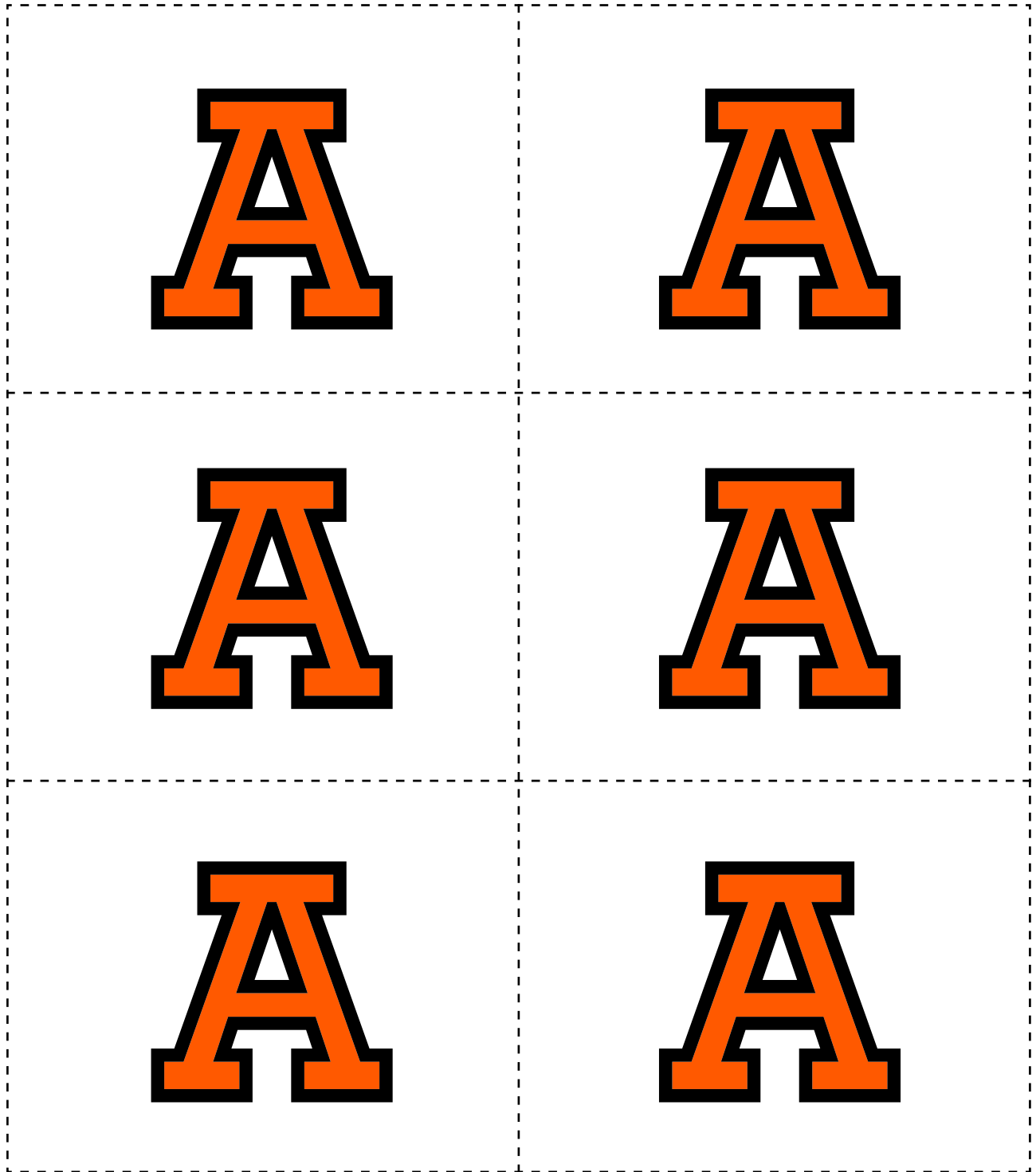
PLANILLA DE LOGOTIPOS

LOGOTIPO INSTITUCIONAL VERTICAL COLOR



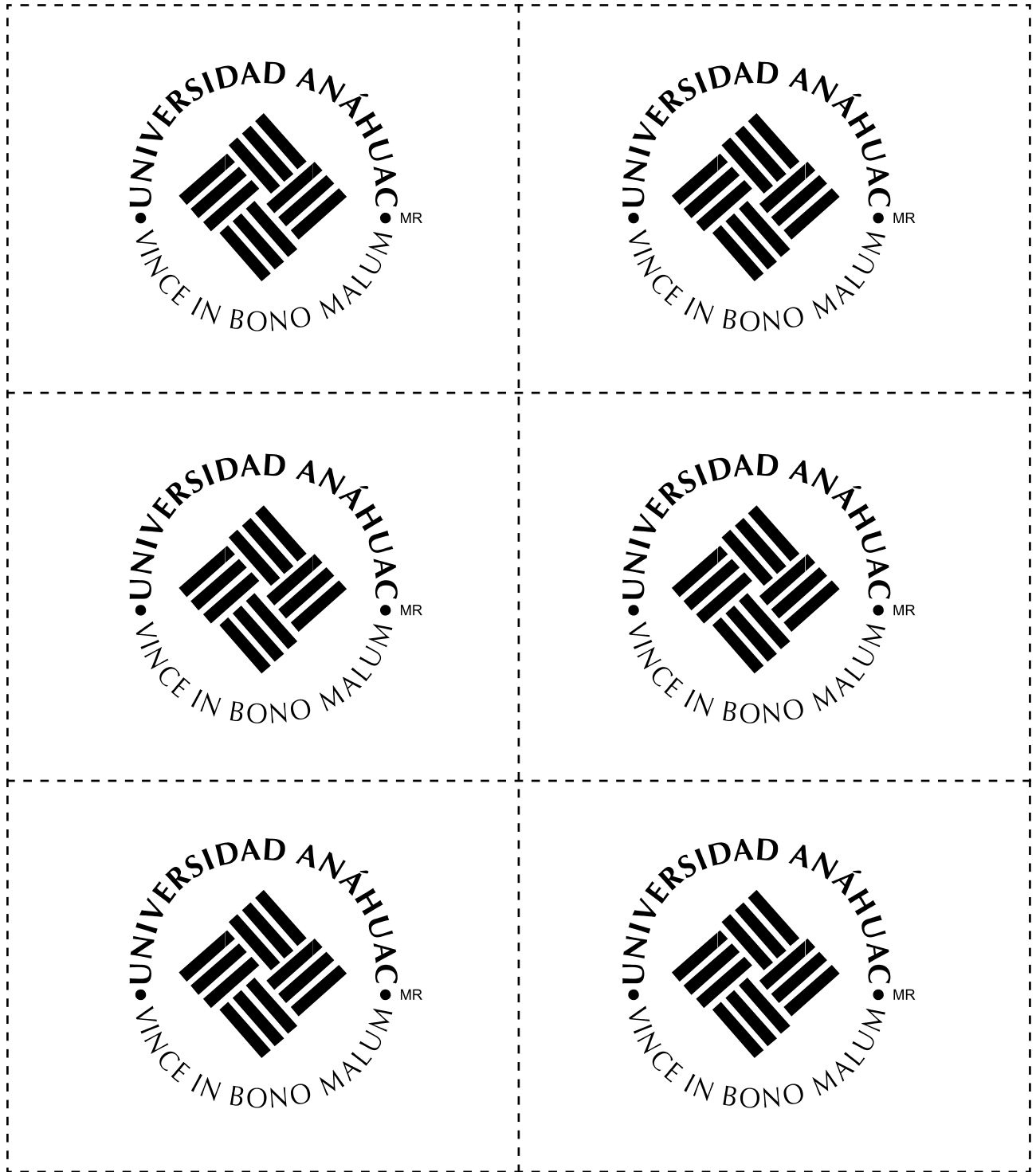
PLANILLA DE LOGOTIPOS

LOGOTIPO "A"



PLANILLA DE LOGOTIPOS



































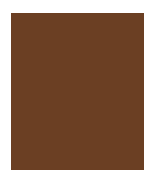







LOGOTIPO INSTITUCIONAL VERTICAL NEGRO



LOGOTIPO "A"



PLANILLA DE PANTONES

| | | | | | | |
|---|---|---|---|--|---|---|
|  |  |  |  |  |  |  |
| PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C |
|  |  |  |  |  |  |  |
| PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C |
|  |  |  |  |  |  |  |
| PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C | PMS 1505 C |
|  |  |  |  |  |  |  |
| PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C |
|  |  |  |  |  |  |  |
| PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C |
|  |  |  |  |  |  |  |
| PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C | PMS 469 C |