

Manual de Marca

Universidad del Desarrollo

1. Introducción

El Manual de normas gráficas de la nueva identidad corporativa de la Universidad del Desarrollo, es el medio para indicar las regulaciones de uso de la marca. En él se establece su construcción, aplicaciones, así como también, otros elementos asociados a la identidad corporativa.

Contenidos de este manual:

- Marca maestra
- Area autónoma mínima
- Tamaño mínimo con y sin tagline
- Colores corporativos
- Uso del logotipo en monocromía
- Uso correcto del logotipo en monocromía
- Uso indebido de la marca
- Aplicaciones marca maestra
- Tipografía corporativa
- Papelería hoja carta
- Papelería hoja oficio
- Papelería sobre oficio
- Papelería tarjeta de visita horizontal
- Papelería tarjeta de visita horizontal



Universidad del Desarrollo

IMPORTANTE

La marca y los elementos que la componen han sido especialmente dibujados, por lo cual es imprescindible respetar su morfología para no distorsionar sus características.

2. Área autónoma mínima



a = altura del isotipo UDD

Es el área que rodea a la marca y que está definida por una distancia mínima que debe existir entre ésta y cualquier otro elemento gráfico ajeno a ella. Deberá permanecer siempre limpia para evitar cualquier tipo de interferencia en su visibilidad y lectura.

3. Tamaño mínimo

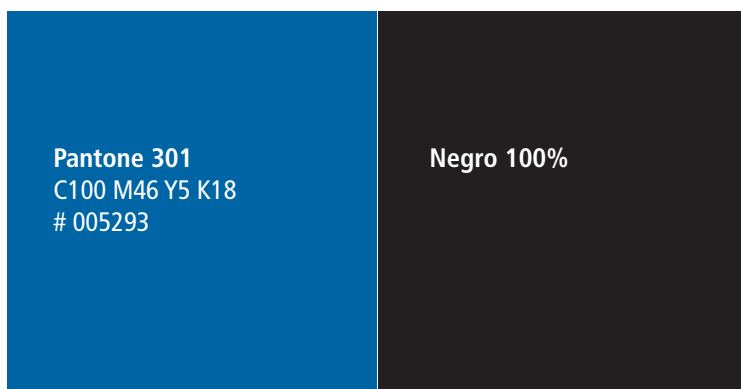
Impresión



Web



Para la utilización de la marca, se recomienda no utilizar un tamaño inferior al que se indica en este manual.
Hacer equivalencia en pixeles para su uso en pantalla
NOTA: Las medidas indicadas en esta lámina incluyen el área de autonomía mínima



La marca se compone de 2 colores. El isotipo azul pantone 301 y el logotipo negro al 100%. Aquí se entregan las equivalencias de color que deben respetarse al optar por distintos sistemas de impresión, para así conservar los atributos de identidad intactos y lograr los tonos deseados.

5. Uso del logotipo en monocromía



Para aplicar la marca en monocromía utilizar preferentemente los colores corporativos de la universidad de acuerdo a una de estas cuatro alternativas.

6. Uso del logotipo en monocromía



En casos especiales donde la marca se aplica en colores o sobre fondos de color no corporativos, se deberá privilegiar la situación de mayor contraste visual.

7. Uso incorrecto del logotipo en monocromía



No utilizar el logotipo en gris muy claro sobre fondo blanco



No utilizar el logotipo en blanco sobre fondos de color claro



No utilizar la marca sobre fondo de color en colores que no permiten su correcta lectura y legibilidad



No intervenir los colores de la marca con colores no corporativos

A modo de guía, aquí se presentan algunas aplicaciones de color incorrectas que deberán evitarse, a fin de proteger la integridad de la marca.

8. Uso indebido de la marca



No condensar ni expandir la marca, ajustar el tamaño respetando las proporciones establecidas



No modificar ni intervenir los colores de la marca



En el caso de utilizar la marca en colores no corporativos, hacerlo en monocromía según especificaciones dadas en este manual



No alterar la disposición de los elementos ni las distancias establecidas



Bajo ninguna circunstancia escribir el nombre de la Universidad o alguna de sus unidades, en una tipografía diferente a la corporativa.

Por regla general, no se debe experimentar con ninguno de los elementos que componen el logo.



Logotipo horizontal

La utilización de la marca en posición horizontal, se permite sólo cuando el soporte no presente las condiciones ideales respecto del área autónoma mínima para la utilización formal. Su aplicación deberá corresponder a lo mostrado en esta lámina.

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890'!"·\$%&/()=?¿

Frutiger 57 Condensed

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890'!"·\$%&/()=?¿**

Frutiger 67 Bold Condensed

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890'!"·\$%&/()=?¿

Frutiger 55 Roman

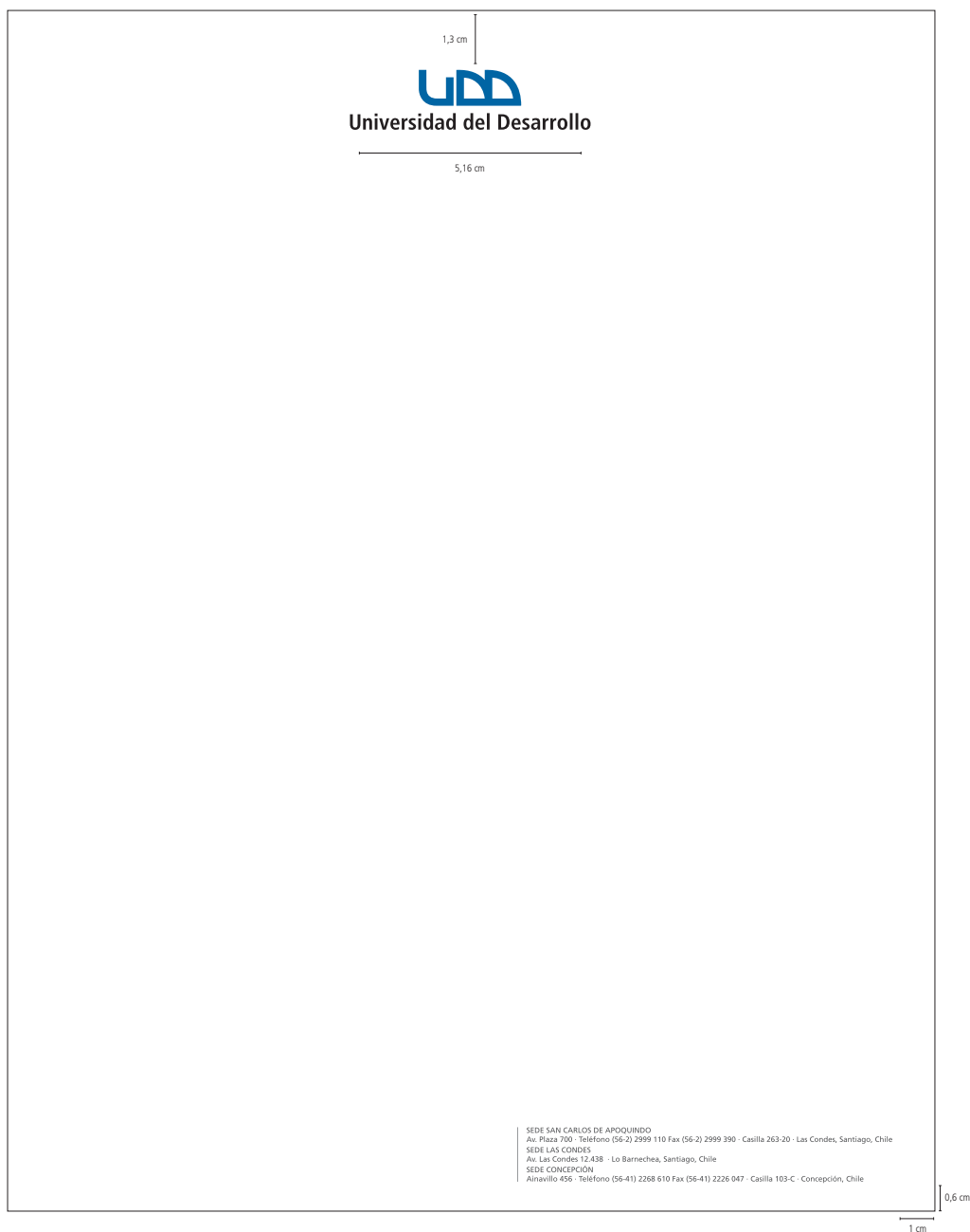
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890'!"·\$%&/()=?¿

Frutiger 45 Roman

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890'!"·\$%&/()=?¿**

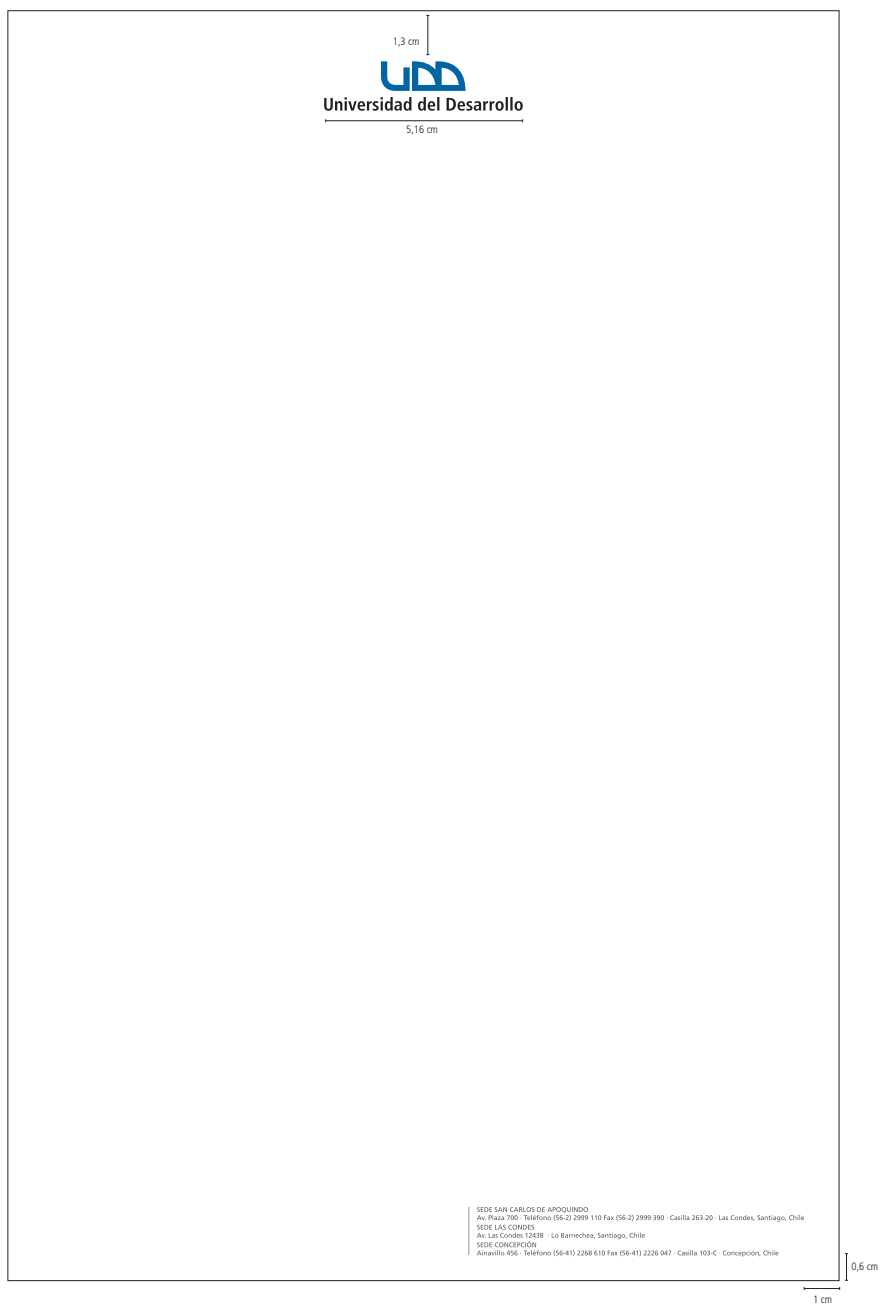
Frutiger 65 Bold

Para uso corporativo se utilizará la familia tipográfica
Frutiger en todas sus versiones.



La Hoja Carta se deberá imprimir ajustándose estrictamente a las especificaciones que se indican en esta lámina.
FORMATO: 215.9 x 279.4 mm (carta)
TIPOGRAFIA: Frutiger 55 Roman, cuerpo 5.
COLOR LOGOTIPO: Negro 100% y Pantone 301 TEXTO
COLOR TEXTO: Negro 80%

12. Papelería Hoja Oficio



La Hoja Oficio se deberá imprimir ajustándose estrictamente a las especificaciones que se indican en esta lámina.

FORMATO: 216 x 330 mm

TIPOGRAFIA: Frutiger 55 Roman, cuerpo 5.

COLOR LOGOTIPO: Negro 100% y Pantone 301 TEXTO

COLOR TEXTO: Negro 80%

13. Papelería sobre Oficio



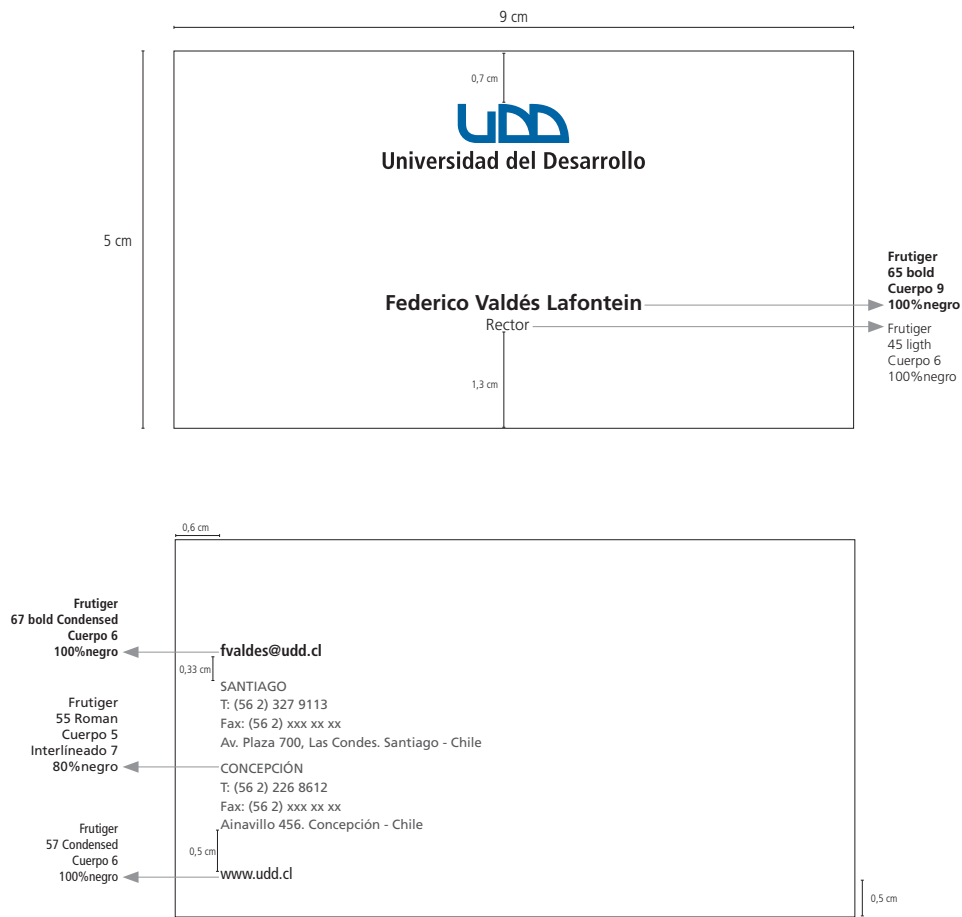
El sobre americano se deberá imprimir ajustándose estrictamente a las especificaciones que se indican en esta lámina.

TIPOGRAFIA: Frutiger 55 Roman, cuerpo 5.

COLOR LOGOTIPO: Negro 100% y Pantone 301 TEXTO

COLOR TEXTO: Negro 80%

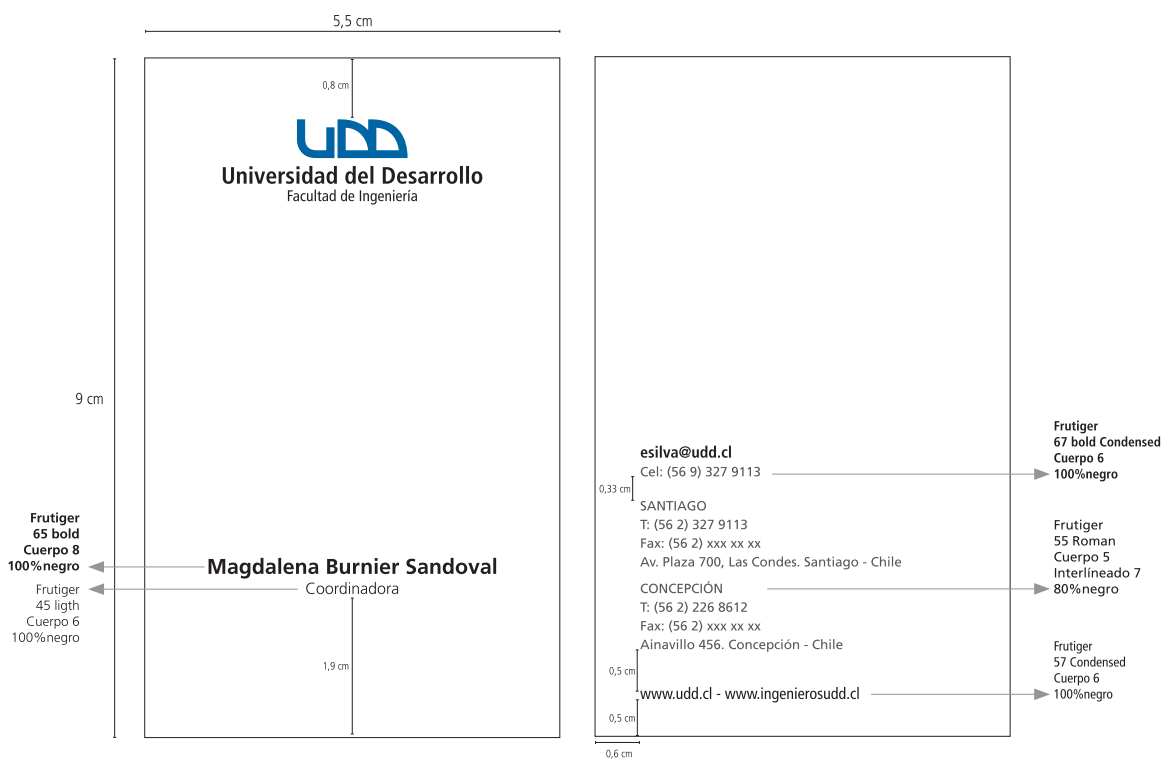
14. Papelería tarjeta de visita horizontal



La Tarjeta de Visita se deberá imprimir ajustándose estrictamente a las especificaciones que se indican en esta lámina.

FORMATO: 50 x 90 mm

15. Papelería tarjeta de visita vertil



La Tarjeta de Visita se deberá imprimir ajustándose estrictamente a las especificaciones que se indican en esta lámina.

FORMATO: 55 x 90 mm