

Manual de Marca

Universidad del Desarrollo

1. Introducción

El Manual de normas gráficas de la nueva identidad institucional 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 institucional.

Contenidos de este manual:

- Marca maestra institucional
- Área autónoma mínima
- Tamaño mínimo con y sin tagline
- Colores corporativos
- Colores complementarios
- Uso del logotipo en monocromía
- Uso correcto del logotipo en monocromía
- Uso indebido de la marca
- Aplicaciones marca maestra
- Tipografía institucional
- Papelería hoja carta
- Papelería hoja oficio
- Papelería sobre oficio
- Papelería tarjeta de visita horizontal
- Papelería tarjeta de visita vertical
- Marca maestra Facultad de Medicina Clínica Alemana Universidad del Desarrollo
- Marca maestra ICIM



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=alturadelisotipoUDD

Es el área que rodea a la marca y que está definida por una distancia mínima que debe existir entre esta 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

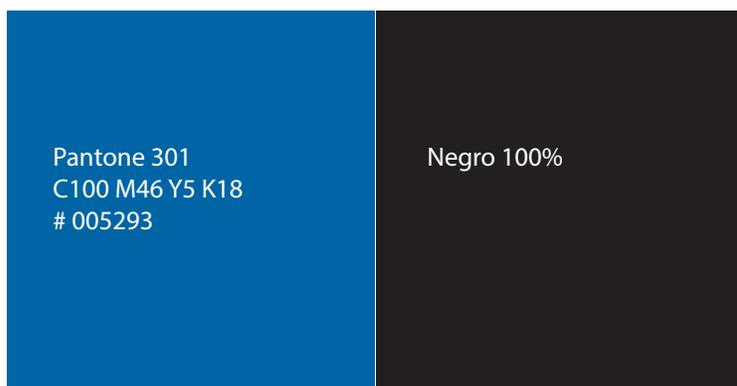
Impresión



Web

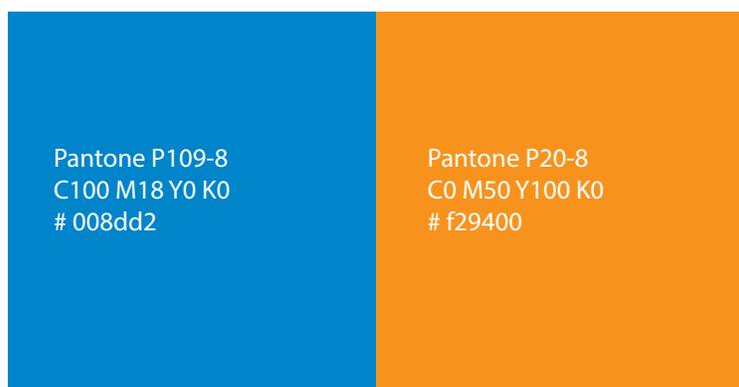


Para la utilización de la marca, se recomienda no utilizar un tamaño inferior al que se indica en este manual.
Hacer equivalencia en pixeles para su uso en pantalla
NOTA: Las medidas indicadas en esta lámina incluyen el área de autonomía mínima



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. Colores Intitucionales Complementarios



La marca se complementa con 2 colores adicionales. Su uso es solo secundario a los colores base. 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.

6. Uso del logotipo en monocromía



UDD
Universidad del Desarrollo



UDD
Universidad del Desarrollo



UDD
Universidad del Desarrollo



UDD
Universidad del Desarrollo

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

7. 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.

8. 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.

9. 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 institucional.

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 solo 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.

11. Tipografía institucional

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%&/()=?¿

Frutiger57Condensed

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%&/()=?¿

Frutiger67BoldCondensed

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%&/()=?¿

Frutiger55Roman

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%&/()=?¿

Frutiger45Roman

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%&/()=?¿

Frutiger65Bold

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



Facultad de Medicina

Clínica Alemana - 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.



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 esta y cualquier otro elemento gráfico ajeno a ella. Deberá permanecer siempre limpia para evitar cualquier tipo de interferencia en su visibilidad y lectura.



Pantone 3272
C78 M9 Y46 K0
#01A49A

Negro 70%

La marca se compone de 3 colores. El isotipo azul pantone 301, el isotipo verde pantone 3272 y el logotipo negro al 70%.

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.



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



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.

17. 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 institucionales

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

18. 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 institucionales, 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 institucional

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



INSTITUTO DE CIENCIAS E INNOVACIÓN EN MEDICINA
Facultad de Medicina
Clínica Alemana - 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.

20. 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 institucionales

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

21. 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 institucionales, hacerlo en monocromía según especificaciones dadas en este manual



No alterar la disposición de los elementos ni las distancias establecidas



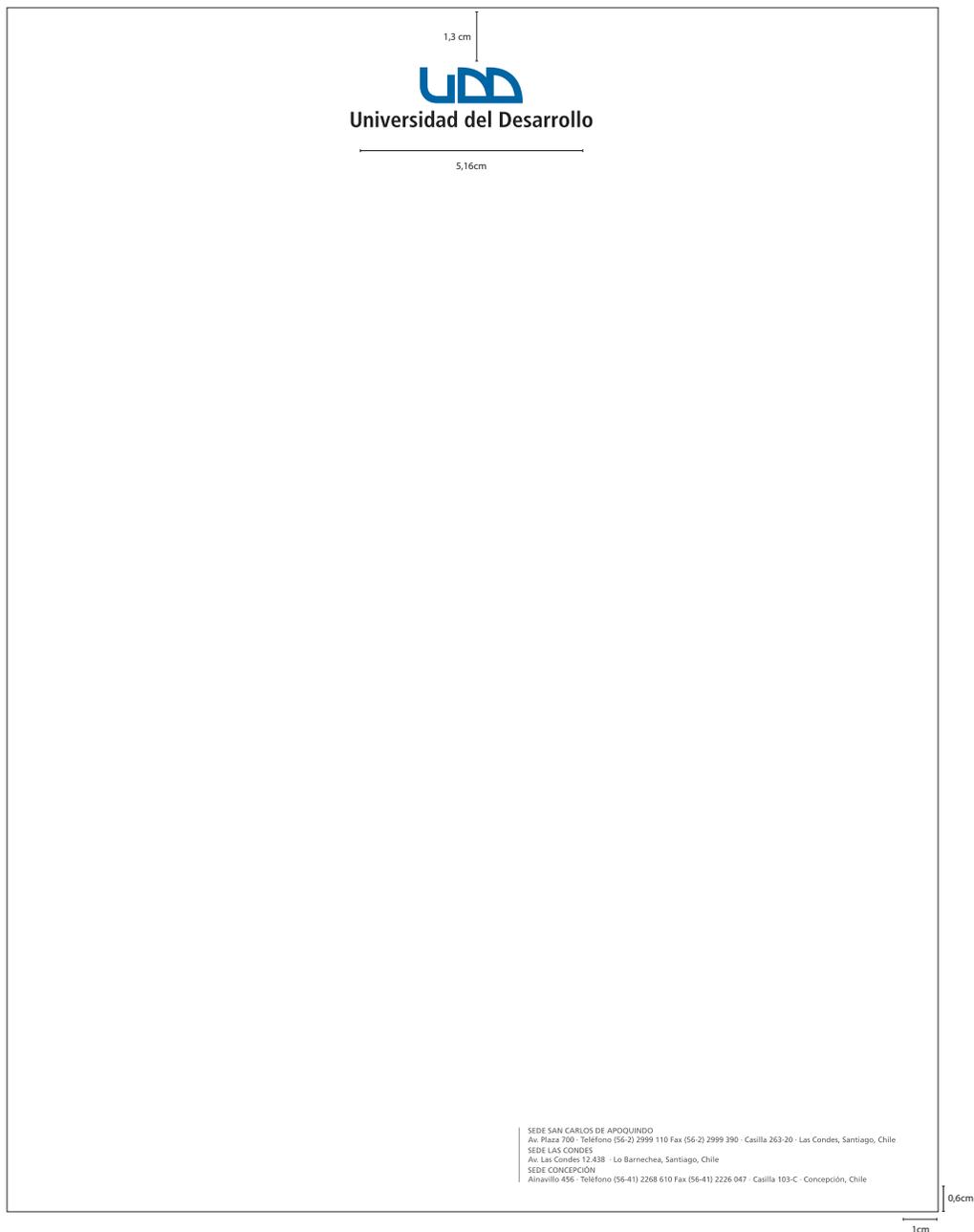
Bajo ninguna circunstancia escribir el nombre de la Universidad o alguna de sus unidades, en una tipografía diferente a la institucional

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

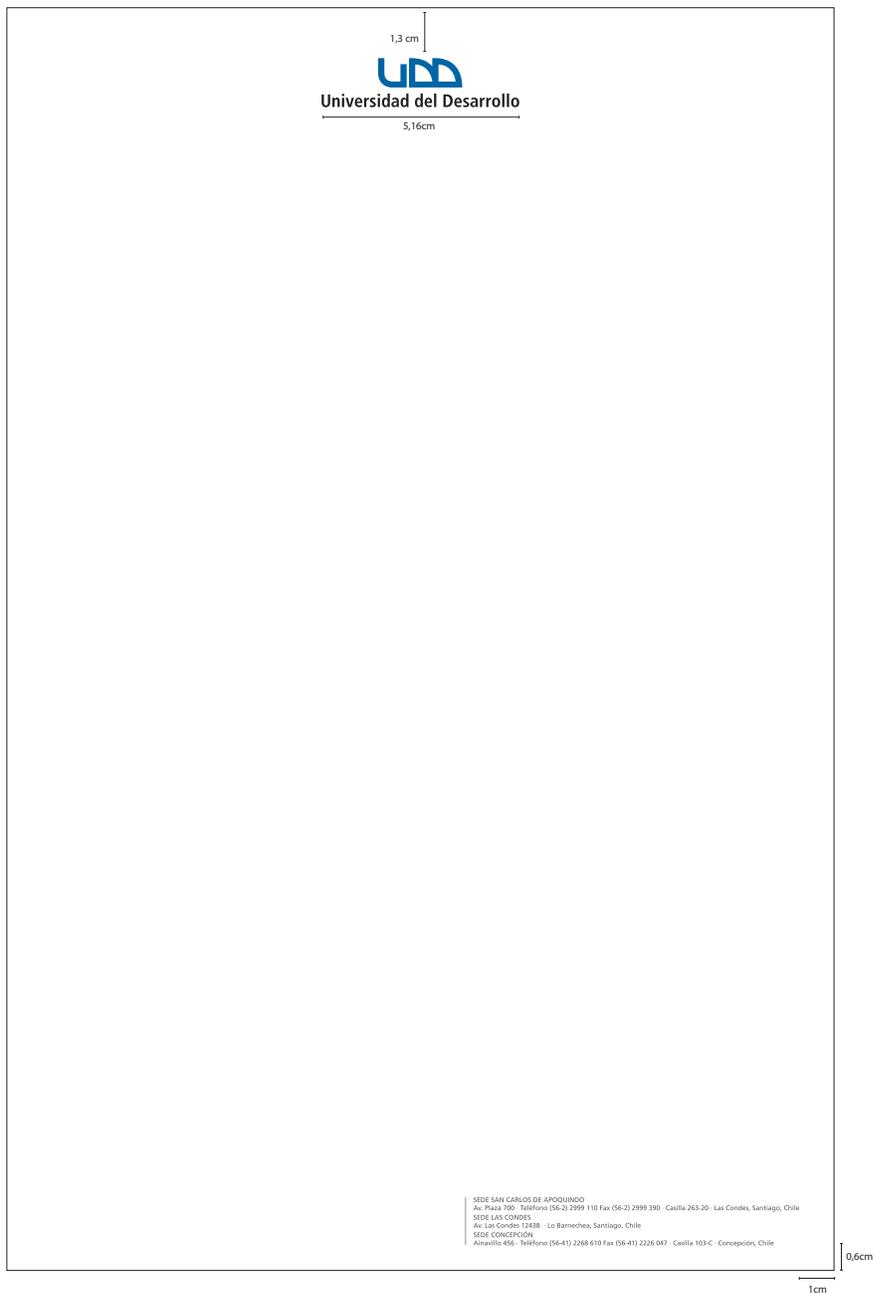


IMPORTANTE

La marca ICIM debe ir siempre acompañado del logo de la Facultad de Medicina Clínica Alemana Universidad del Desarrollo.



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)
TIPOGRAFÍA: Frutiger 55 Roman, cuerpo 5
COLOR LOGOTIPO: Negro 100% y Pantone 301
COLOR TEXTO: Negro 80%



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

FORMATO: 216 x 330 mm

TIPOGRAFÍA: Frutiger 55 Roman, cuerpo 5

COLOR LOGOTIPO: Negro 100% y Pantone 301

COLOR TEXTO: Negro 80%



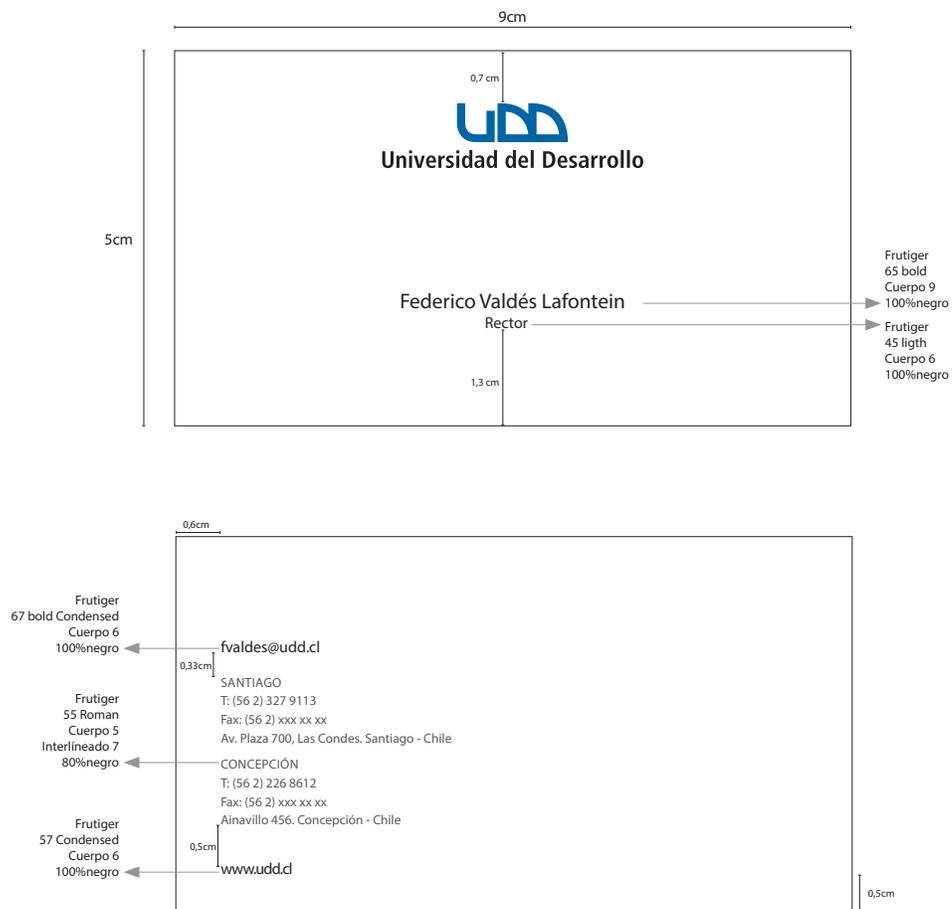
El sobre americano se deberá imprimir ajustándose estrictamente, a las especificaciones que se indican en esta lámina.

TIPOGRAFÍA: Frutiger 55 Roman, cuerpo 5

COLOR LOGOTIPO: Negro 100% y Pantone 301

COLOR TEXTO: Negro 80%

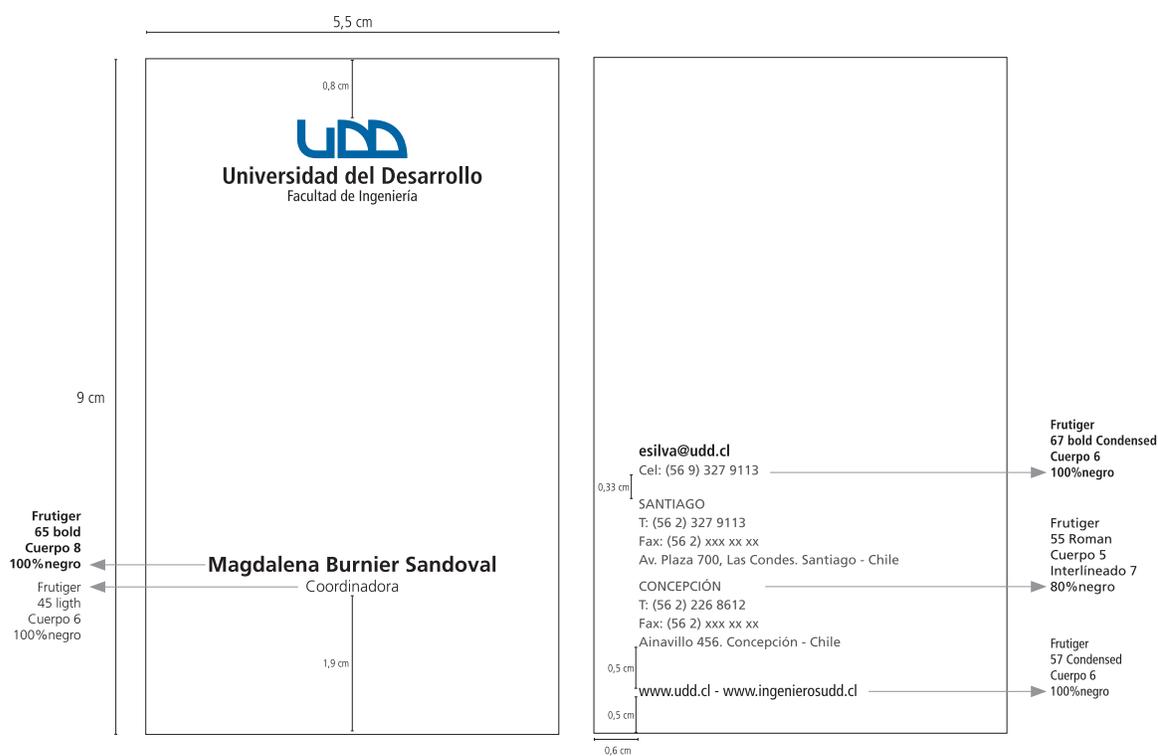
26. Papelería tarjeta de visita horizontal



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

FORMATO: 50 x 90 mm

27. Papelería tarjeta de visita vertical



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

FORMATO: 55 x 90 mm