

MANUAL DE
NORMAS
GRÁFICAS
**UNIVERSIDAD
TÉCNICA
FEDERICO
SANTA
MARÍA**



CONTENIDO

PRESENTACIÓN	4		
CAPÍTULO I		CAPÍTULO V	
NORMAS DE CONSTRUCCIÓN	6	USOS DE LA MARCA	34
Colores corporativos	8	Usos incorrectos	35
Versiones blanco y negro	9	Uso junto a otras marcas	36
Versiones sobre fondo	10		
Tipografía	12	CAPÍTULO VI	
Área de reserva	14	PAPELERÍA BÁSICA	38
Tamaño mínimo permitido	15	Tarjeta de presentación	39
		Hoja carta	40
CAPÍTULO II		Sobre americano	42
VERSIÓN DIGITAL DE MARCA	16	Sobre carta	43
Versiones sobre fondo	18	Sobre tipo saco	44
Área de reserva	20		
		CAPÍTULO VII	
CAPÍTULO III		MARCA EN OTROS SOPORTES	46
SUBMARCAS VERTICALES	22	Instructivo publicitario	49
Área de reserva	24		
Tipografía	25	CAPÍTULO VIII	
Listado	26	MARCA ACREDITACIÓN	56
CAPÍTULO IV			
SUBMARCAS			
HORIZONTALES DIGITALES	28		
Área de reserva	30		
Tipografía	31		
Listado	32		

PRESENTACIÓN

La marca es la representación simbólica de nuestra organización. Su valor equivale a los activos en cuanto a su reconocimiento, calidad percibida, asociaciones y fidelidad. Su simbología es un poderoso elemento mnemotécnico, que facilita la recordación e identificación. Por ello, en todos los eventos o acciones en que se hace uso de la marca en sus distintas dimensiones, ya sea explícita o implícitamente, se expone a la evaluación de los diferentes públicos, por lo que el uso adecuado o inadecuado incide en el aumento o disminución de este activo, la reputación corporativa.

El objetivo de este manual es normar la construcción y aplicación de la marca de manera clara y precisa para la comunidad universitaria, definiendo así la identidad visual con la cual la Universidad quiere ser vista en todos los eventos o acciones en que se haga uso de ella. Aquí se expresa detalladamente la forma en que se construye y se aplica en los distintos soportes en que está permitido usarla, de manera que sea un facilitador para aquellas personas que no están familiarizadas con este tipo de herramientas y tareas.

La utilización correcta de la marca es un compromiso de todos los que formamos parte de esta Institución, ya que desde este ámbito también es posible contribuir al engrandecimiento de esta Universidad. Así, la Dirección General de Comunicaciones, por mandato de Rectoría, es la llamada a determinar las normas de construcción, estipular la forma de aplicación y velar porque estos objetivos se cumplan a cabalidad por todos los miembros de la comunidad universitaria.

Dirección General de Comunicaciones

CAPÍTULO I

NORMAS DE CONSTRUCCIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

DESCARGAR ARCHIVO ILLUSTRATOR



COLORES CORPORATIVOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

PALETA PARA CUATRICROMÍA

(Impresión offset)



Pantone DS 224-2
C:100 M:30 Y:0 K:35



Pantone DS 87-1 C
C:0 M:100 Y:90 K:10



Pantone DS 268-1 C
C:100 M:0 Y:80 K:20



Pantone DS 18-1 C
C:0 M:35 Y:100 K:0



Pantone DS Process Black C
C:100 M:100 Y:100 K:100

PALETA HEXADECIMAL

(Versiones digitales)



#004B85



#D60019



#008452



#F7AE00



#000000

VERSIONES EN BLANCO Y NEGRO

De existir restricciones cromáticas en las piezas gráficas donde se deba ocupar, se presentan dos alternativas junto a su paleta para utilizar nuestra marca.

Pantone DS Process Black C

C:100 M:100 Y:100 K:100:

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 70



**UNIVERSIDAD TECNICA
 FEDERICO SANTA MARIA**



**UNIVERSIDAD TECNICA
 FEDERICO SANTA MARIA**

VERSIONES SOBRE FONDOS

En caso que nuestra marca se deba presentar sobre fondos oscuros, hay dos formas para agregarla.

Como primera alternativa con el escudo en sus colores corporativos regulares.

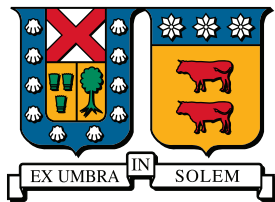


UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

Como segunda opción en color blanco en el caso que deba contrastar con esa paleta.



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA



UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa es la Times New Roman, en sus versiones normal, cursiva y negrita cursiva. Para el logotipo se usaron solo las mayúsculas o altas.

Para versión de marca digital en formato horizontal, la submarca deberá estar escrita con la fuente Roboto en su variable condensed.

Times New Roman Regular QWERTYUIOPASDFGÇHJKLÑZXCVBNM
qwertyuiopasdfgçhklñzxcvbnm
1234567890
!".\$%&/()=?;`+'ç,-^*~

Times New Roman Italic *QWERTYUIOPASDFGÇHJKLÑZXCVBNM*
qwertyuiopasdfgçhklñzxcvbnm
1234567890
!".\$%&/()=?;`+'ç,-^~*

Times New Roman Bold **QWERTYUIOPASDFGÇHJKLÑZXCVBNM**
qwertyuiopasdfgçhklñzxcvbnm
1234567890
!".\$%&/()=?;`+'ç,-^*~

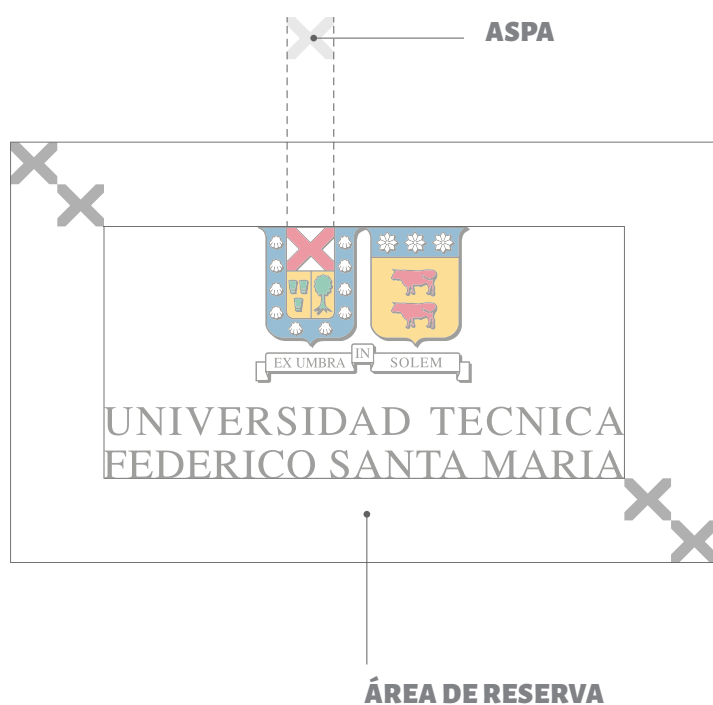
Times New Roman Bold Italic ***QWERTYUIOPASDFGÇHJKLÑZXCVBNM***
qwertyuiopasdfgçhklñzxcvbnm
1234567890
!".\$%&/()=?;`+'ç,-^*~

Roboto Condensed QWERTYUIOPASDFGÇHJKLÑZXCVBNM
qwertyuiopasdfgçhklñzxcvbnm
1234567890
!".\$%&/()=?;`+'ç,-^*~

ÁREA DE RESERVA

El área de reserva es el espacio de protección que no debe ser ocupado por ningún elemento gráfico, esto nos asegura mayor legibilidad.

El área de reserva de nuestra marca corresponde a la separación de el área que generan dos aspas del escudo izquierdo de la marca, ubicados desde la esquina superior izquierda y la esquina inferior derecha.



TAMAÑO MÍNIMO PERMITIDO

Se ha estipulado un tamaño mínimo permitido para la construcción y aplicación de la marca y logotipo, para asegurar una óptima legibilidad.

Como referencia, el tamaño mínimo en uso es el que aparece en las tarjetas de presentación, quedando prohibida una construcción menor a ese tamaño.



CAPÍTULO II

VERSIÓN DIGITAL DE MARCA

La versión digital de la marca cumple la función de ser utilizada para todos los medios que se presentan de manera digital en el especial sitios web corporativos. A continuación presentamos los detalles técnicos para su construcción, uso correcto y cuidado.



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

DESCARGAR ARCHIVO ILLUSTRATOR



VERSIONES SOBRE FONDOS

Al igual que en su versión original, la versión digital de nuestra marca puede integrarse de dos maneras a cualquier entorno gráfico, en caso de estar sobre fondos oscuros.

La primera alternativa contempla el escudo en sus colores originales con la frase del nombre de la Universidad en blanco.



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

La segunda considera blanco calado, en caso que la gráfica así lo amerite.



#ffffff



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

En este ejemplo, vemos la versión en color negro.

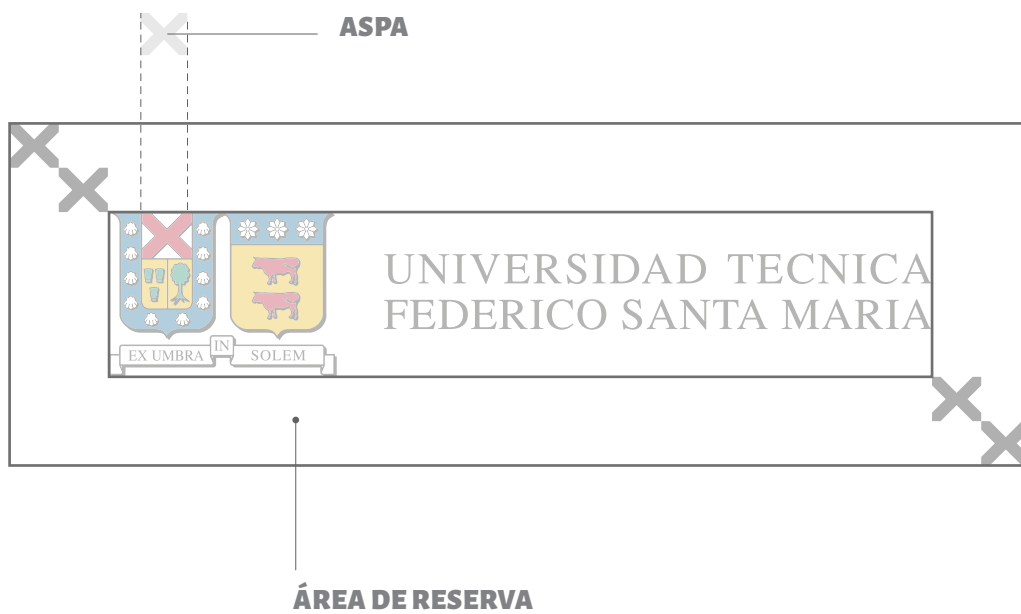


#000000

ÁREA DE RESERVA

El área de reserva es el espacio de protección que no debe ser ocupado por ningún elemento gráfico, esto nos asegura mayor legibilidad.

El área de reserva de nuestra marca corresponde a la separación de el área que generan dos aspas del escudo izquierdo de la marca, ubicados desde la esquina superior izquierda y la esquina inferior derecha.



CAPÍTULO III

SUBMARCAS VERTICALES

La construcción de submarcas de departamentos académicos y unidades administrativas de nuestra Universidad se contemplan para uso en impresos de carácter interno y externo, para representar cada una de las diferentes áreas de nuestra Institución.

Ejemplo



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

Dirección de Información y Documentación
Bibliográfica Institucional

ÁREA DE RESERVA

El área de reserva es el espacio de protección que no debe ser ocupado por ningún elemento gráfico, esto nos asegura mayor legibilidad.

El área de reserva de nuestra marca corresponde a la separación de el área que generan dos aspas del escudo izquierdo de la marca, ubicados desde la esquina superior izquierda y la esquina inferior derecha.



TIPOGRAFÍA

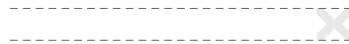
La familia tipográfica corporativa es la Times New Roman, en sus versiones normal, cursiva y negrita cursiva. Para el logotipo se usaron solo las mayúsculas o altas.

Esta fue seleccionada por ser una tipografía clásica y de rasgos formales similares al escudo, además de ser de fácil disponibilidad en sistemas DOS y MAC.



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

Dirección de Información y Documentación
Bibliográfica Institucional



La separación de la bajada, tanto como para direcciones como departamentos, corresponde a la altura de un aspa que se encuentra en el escudo izquierdo de la marca.

QWERTYUIOPASDFGÇHJKLÑZXCVBNM

qwertyuiopasdfgçhijklñzxcvbnm

1234567890

!''·\$%&/()=?¿`´ç,.-^*''

Times New Roman
Regular



Pantone DS Process Black C

C:100 M:100 Y:100 K:100

LISTADO

A continuación el listado para realizar la descarga de cada una de las submarcas.

UNIDADES ADMINISTRATIVAS

Rectoría
Vicerrectoría Académica
Vicerrectoría de Asuntos Económicos y Administrativos
Secretaría General
Contraloría General
Dirección General de Comunicaciones
Dirección General de Planificación y Desarrollo
Dirección General de Docencia
Dirección General de Investigación, Innovación y Emprendimiento
Dirección General de Asistencia Técnica
Dirección General de Finanzas
Dirección de Tecnologías de la Información
Dirección de Admisión
Dirección de Enseñanza y Aprendizaje
Dirección de Difusión Cultural
Dirección de Recursos Humanos
Dirección de Relaciones Estudiantiles
Dirección de Estudios
Dirección de Postgrado y Programas
Dirección de Información y Documentación Bibliográfica Institucional
Oficina de Asuntos Internacionales
Dirección de Finanzas
Dirección de Presupuesto
Dirección de Aseguramiento de la Calidad
Dirección de Capacitación
Dirección de Infraestructura
Dirección de Servicios y Administración
Dirección de Vinculación con el Medio
Dirección de Investigación
Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica
Dirección de Emprendimiento
Dirección de Asesoría Industrial y Servicios

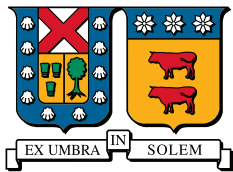
UNIDADES ACADÉMICAS

Departamento de Arquitectura
Departamento de Educación Física, Deportes y Recreación
Departamento de Electrónica
Departamento de Estudios Humanísticos
Departamento de Física
Departamento de Industrias
Departamento de Informática
Departamento de Ingeniería Comercial
Departamento de Ingeniería Eléctrica
Departamento de Ingeniería Mecánica
Departamento de Ingeniería Metalúrgica y de Materiales
Departamento de Ingeniería Química y Ambiental
Departamento de Matemática
Departamento de Obras Civiles
Departamento de Química
Departamento de Ingeniería en Diseño
Academia de Ciencias Aeronáuticas
Departamento de Construcción y Prevención de Riesgos
Departamento de Diseño y Manufactura
Departamento de Electrotecnia e Informática
Departamento de Mecánica
Departamento de Química y Medio Ambiente
Departamento de Ciencias
Departamento de Construcción
Departamento de Electricidad
Departamento de Electrónica e Informática
Especialidad de Prevención de Riesgos

CAPÍTULO IV

SUBMARCAS HORIZONTALES DIGITALES

Ejemplo



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

DEPARTAMENTO
DE FÍSICA

ÁREA DE RESERVA

El área de reserva es el espacio de protección que no debe ser ocupado por ningún elemento gráfico, esto nos asegura mayor legibilidad.

El área de reserva de nuestra marca corresponde a la separación de el área que generan dos aspas del escudo izquierdo de la marca, ubicados desde la esquina superior izquierda y la esquina inferior derecha.



LISTADO

A continuación el listado para realizar la descarga de cada una de las submarcas.

UNIDADES ADMINISTRATIVAS

Rectoría
Vicerrectoría Académica
Vicerrectoría de Asuntos Económicos y Administrativos
Secretaría General
Contraloría General
Dirección General de Comunicaciones
Dirección General de Planificación y Desarrollo
Dirección General de Docencia
Dirección General de Investigación, Innovación y Emprendimiento
Dirección General de Asistencia Técnica
Dirección General de Finanzas
Dirección de Tecnologías de la Información
Dirección de Admisión
Dirección de Enseñanza y Aprendizaje
Dirección de Difusión Cultural
Dirección de Recursos Humanos
Dirección de Relaciones Estudiantiles
Dirección de Estudios
Dirección de Postgrado y Programas
Dirección de Información y Documentación Bibliográfica Institucional
Oficina de Asuntos Internacionales
Dirección de Finanzas
Dirección de Presupuesto
Dirección de Aseguramiento de la Calidad
Dirección de Capacitación
Dirección de Infraestructura
Dirección de Servicios y Administración
Dirección de Vinculación con el Medio
Dirección de Investigación
Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica
Dirección de Emprendimiento
Dirección de Asesoría Industrial y Servicios

UNIDADES ACADÉMICAS

Departamento de Arquitectura
Departamento de Educación Física, Deportes y Recreación
Departamento de Electrónica
Departamento de Estudios Humanísticos
Departamento de Física
Departamento de Industrias
Departamento de Informática
Departamento de Ingeniería Comercial
Departamento de Ingeniería Eléctrica
Departamento de Ingeniería Mecánica
Departamento de Ingeniería Metalúrgica y de Materiales
Departamento de Ingeniería Química y Ambiental
Departamento de Matemática
Departamento de Obras Civiles
Departamento de Química
Departamento de Ingeniería en Diseño
Academia de Ciencias Aeronáuticas
Departamento de Construcción y Prevención de Riesgos
Departamento de Diseño y Manufactura
Departamento de Electrotecnia e Informática
Departamento de Mecánica
Departamento de Química y Medio Ambiente
Departamento de Ciencias
Departamento de Construcción
Departamento de Electricidad
Departamento de Electrónica e Informática
Especialidad de Prevención de Riesgos

CAPÍTULO V

USOS DE LA MARCA

USO INCORRECTOS DE MARCA

Queda estrictamente prohibido el diseño, producción y uso de nuestra marca que no esté consignado en este manual.

USO JUNTO A OTRAS MARCAS

Cuando va acompañada con otras marcas, nuestra identidad gráfica institucional debe ir preferentemente en el margen superior izquierdo. En caso de ir sola, esta debe estar centrada.



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA

CAPÍTULO VI

PAPELERÍA BÁSICA

TARJETA DE PRESENTACIÓN

Impresión 4/0

Papel cambric silk ultimate white

270 g

Tamaño 9 x 5,5 cm



Nombre y apellidos
Cargo

Correo electrónico y telefonos

sitio web institucional
dirección campus u sede

9 cm



5,5 cm

Times New Roman Bold 8 pts · 100% negro
Times New Roman Regular 7 pts · 90% negro
Times New Roman Italic 7 pts · 90% negro
Times New Roman Bold 7 pts · 90% negro
Times New Roman Regular 7 pts · 90% negro



Si una persona ejerce más de un cargo en la Universidad, la tarjeta debe contener aquel de mayor jerarquía, según el organigrama institucional.

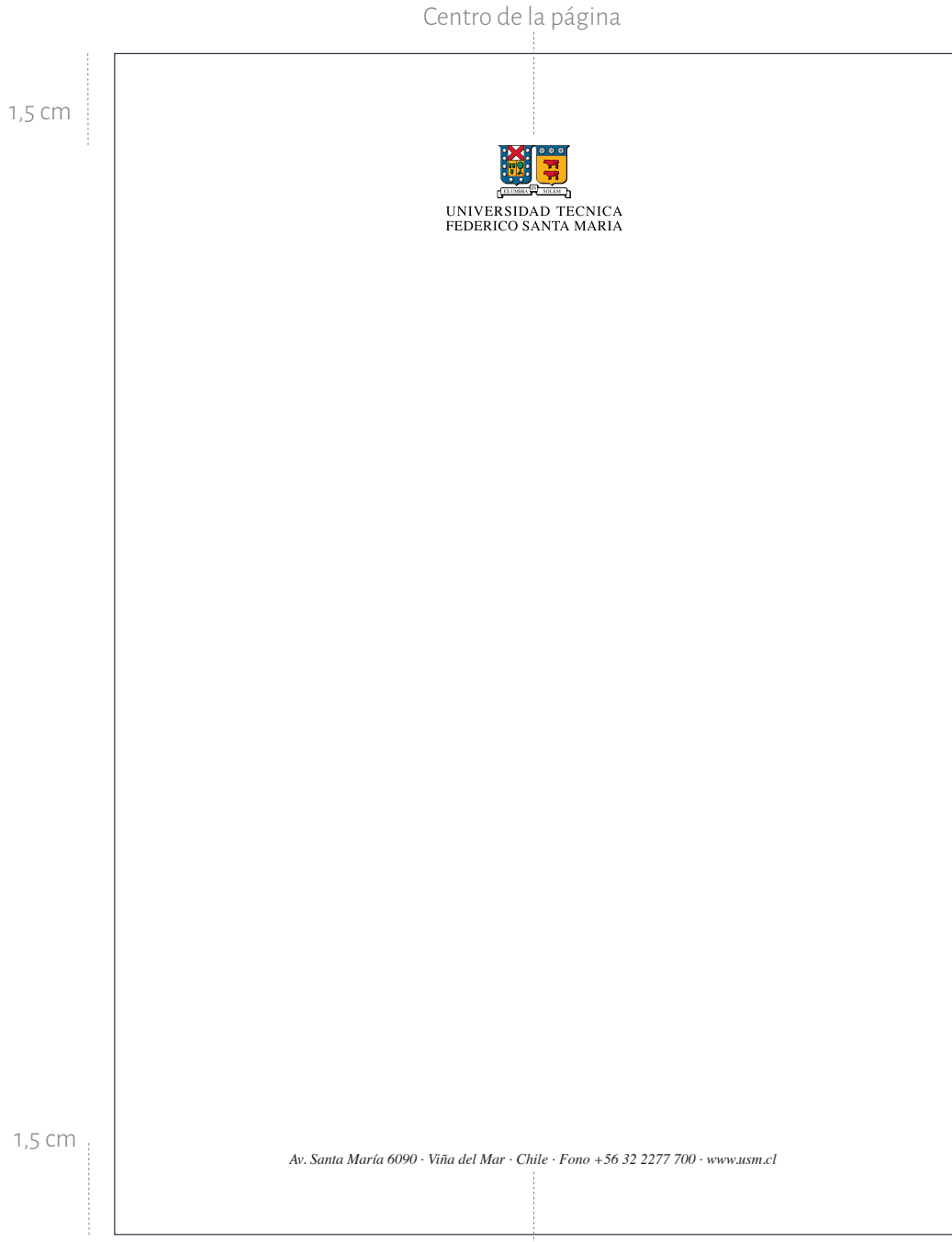
HOJA CARTA

Hoja carta formato 21,6 x 27,9 cm.

La marca puede ser impresa a color o en negro y en ella se puede hacer referencia a la unidad o departamento. La marca institucional debe ir siempre centrada en el margen superior.

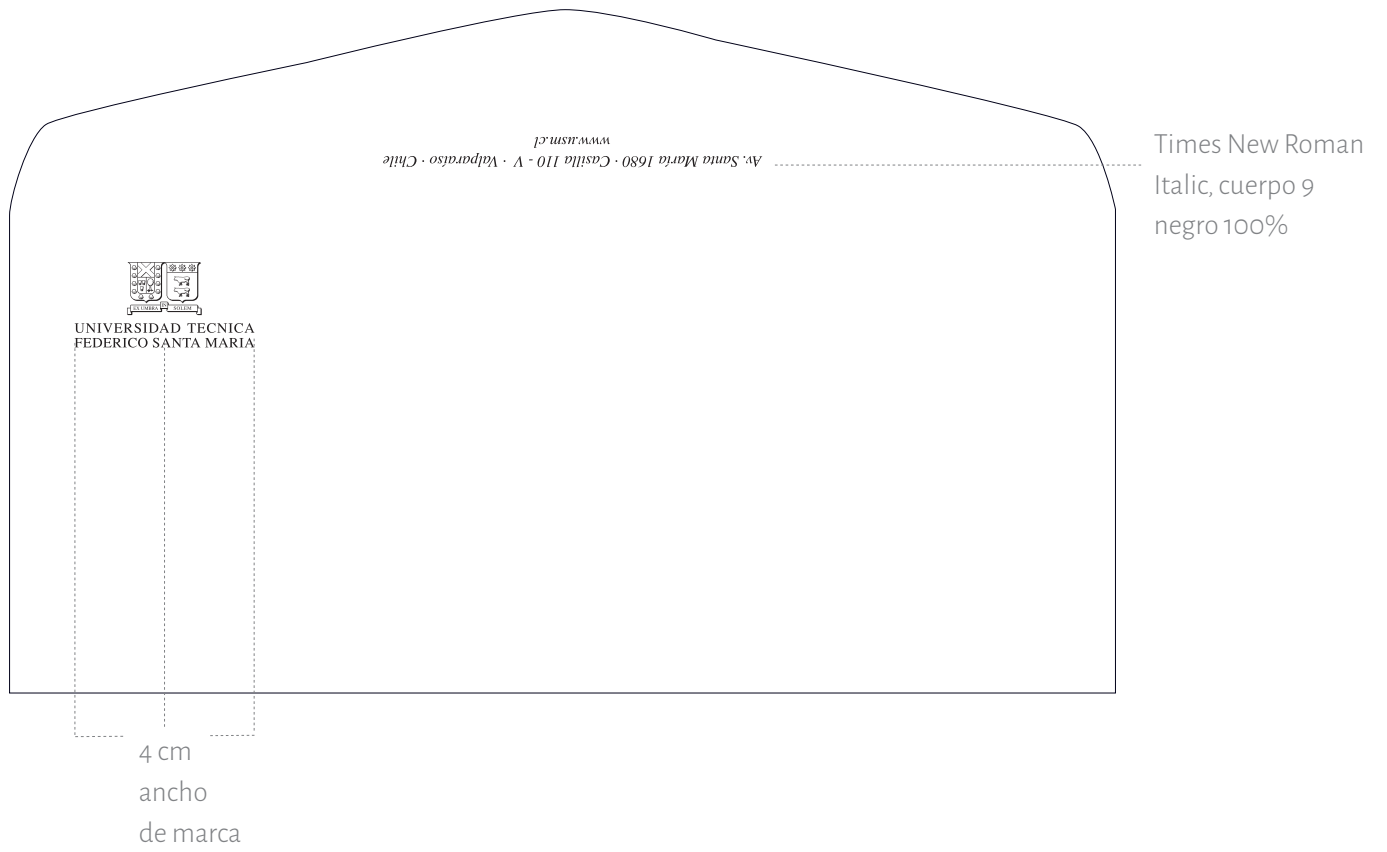


DESCARGAR ARCHIVO ILLUSTRATOR

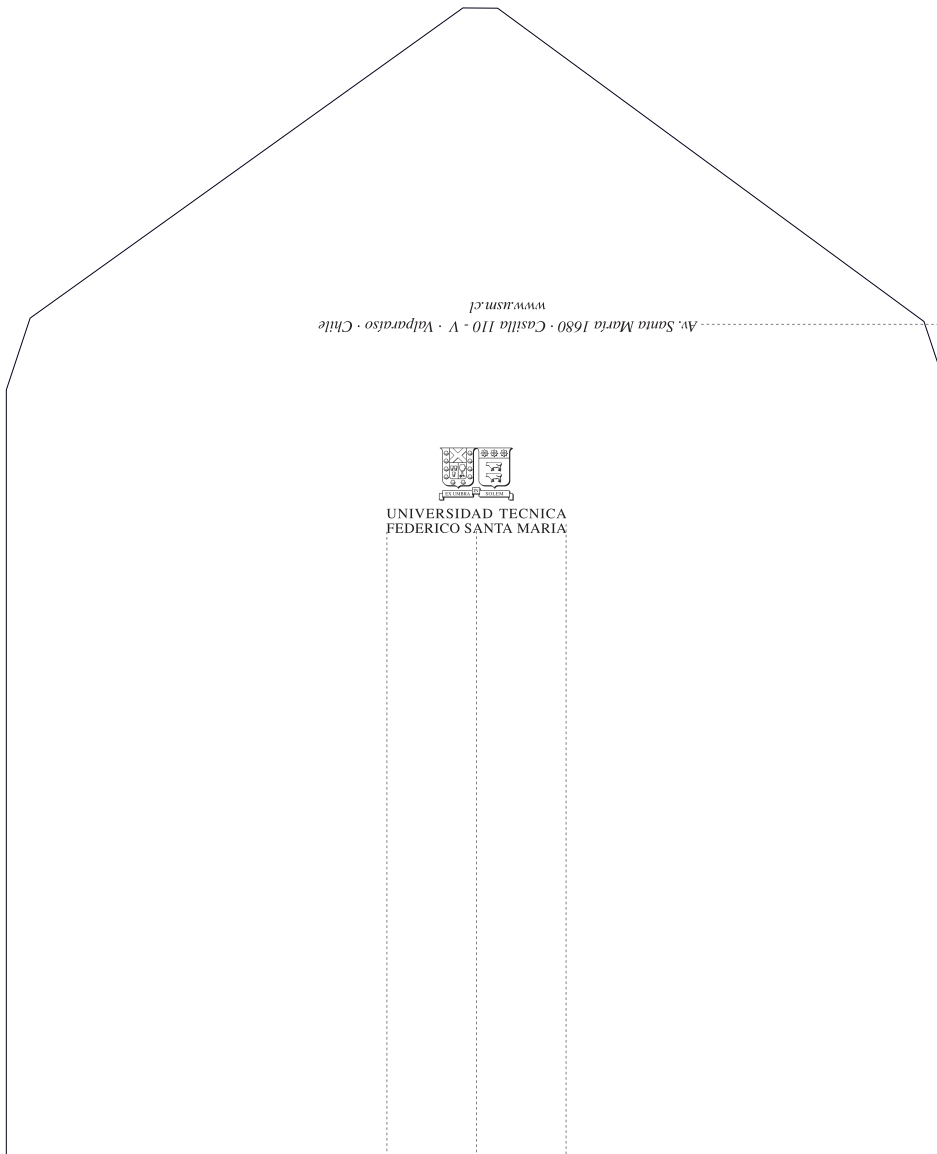


Times New Roman
Italic cuerpo 8
Negro 100%

SOBRE TIPO AMERICANO



SOBRE TIPO CARTA



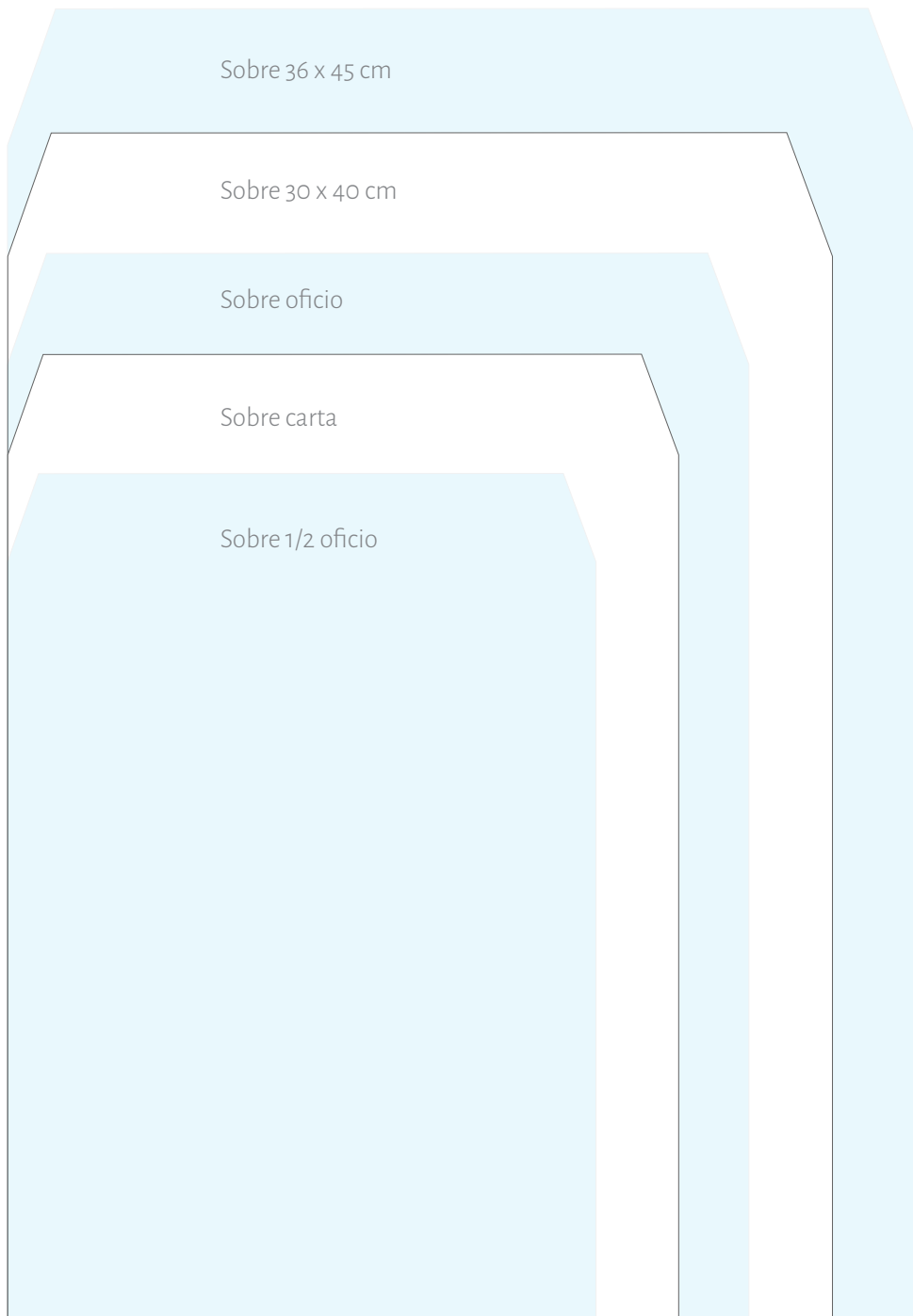
Times New Roman
Italic, cuerpo 9
negro 100%

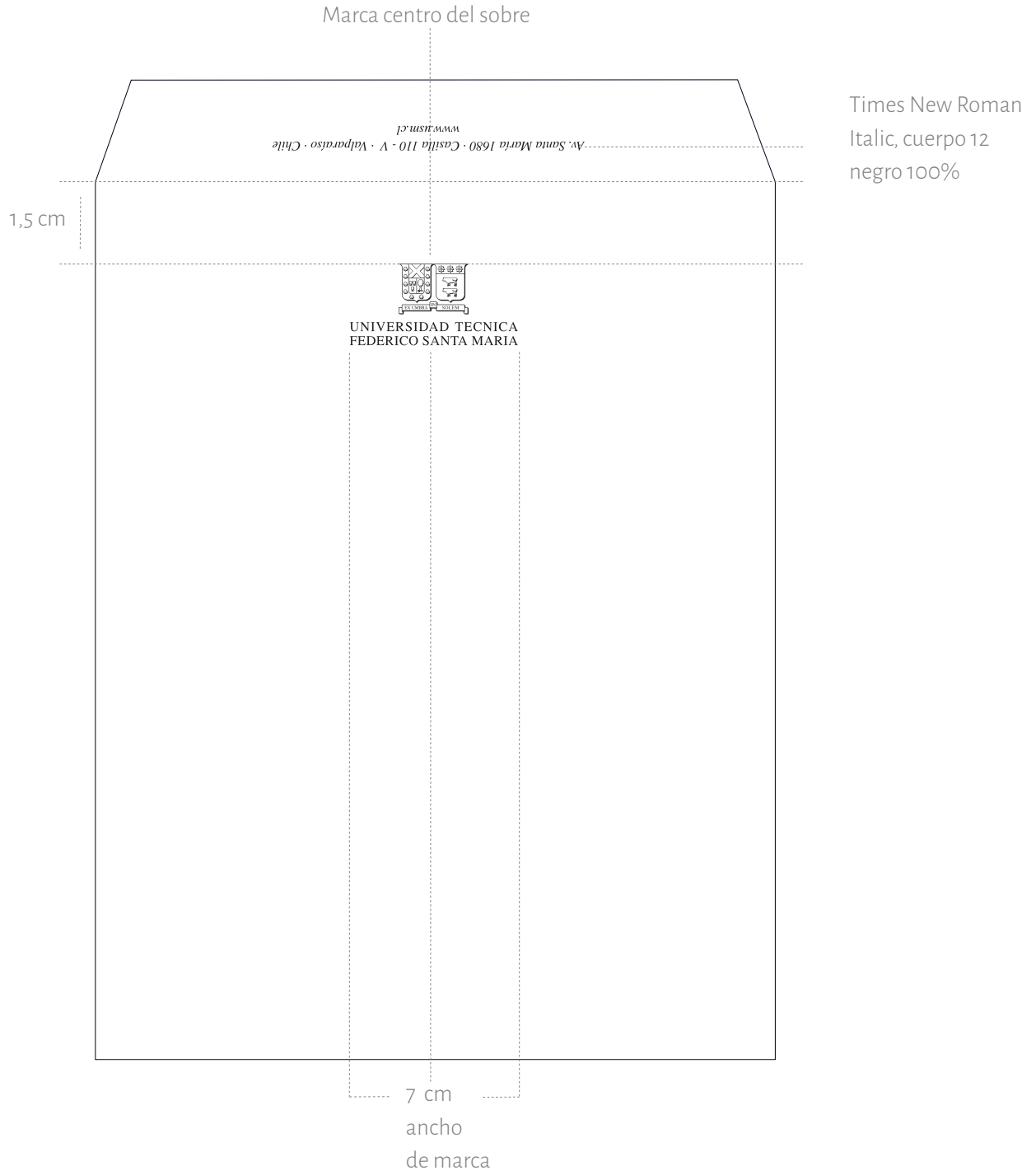
4 cm
ancho
de marca

SOBRES TIPO SACO

La marca debe ser siempre impreso 1/0 negro 100%
debe estar centrada.

Las medidas que se presentan son en su tamaño cerrado





CAPÍTULO VII

MARCA EN OTROS SOPORTES

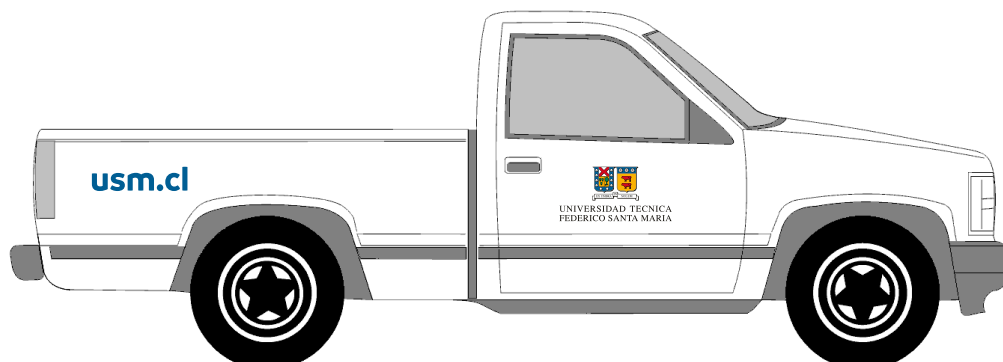
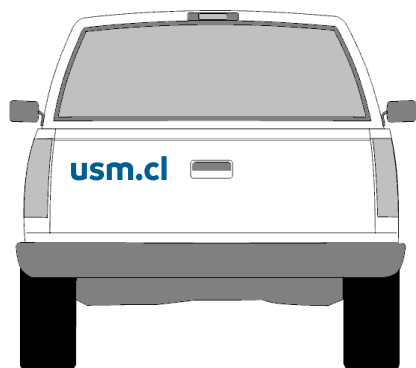
TEXTILES

En caso de ocupar la marca en piezas textiles esta siempre debe estar aplicada, a través de los métodos de serigrafía o estampado.



GRÁFICA EN TRANSPORTE

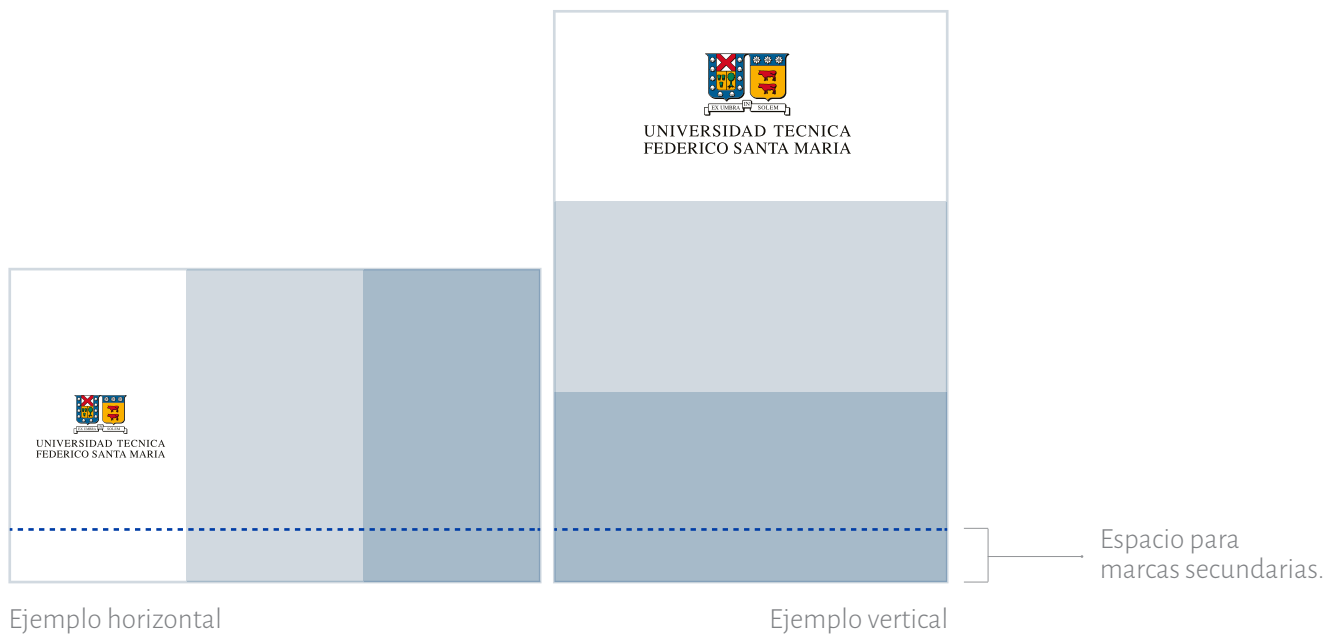
En automóviles la marca debe estar aplicada en adhesivo pvc de alta resistencia.



INSTRUCTIVO PUBLICITARIO

ESPACIO PROPORCIONAL EN COMPOSICIÓN

Nuestra marca debe ser dispuesta en un espacio mínimo equivalente a $1/3$ de la diagramación total de la pieza gráfica, tanto en su disposición horizontal como vertical, siempre respetando el área de reserva.

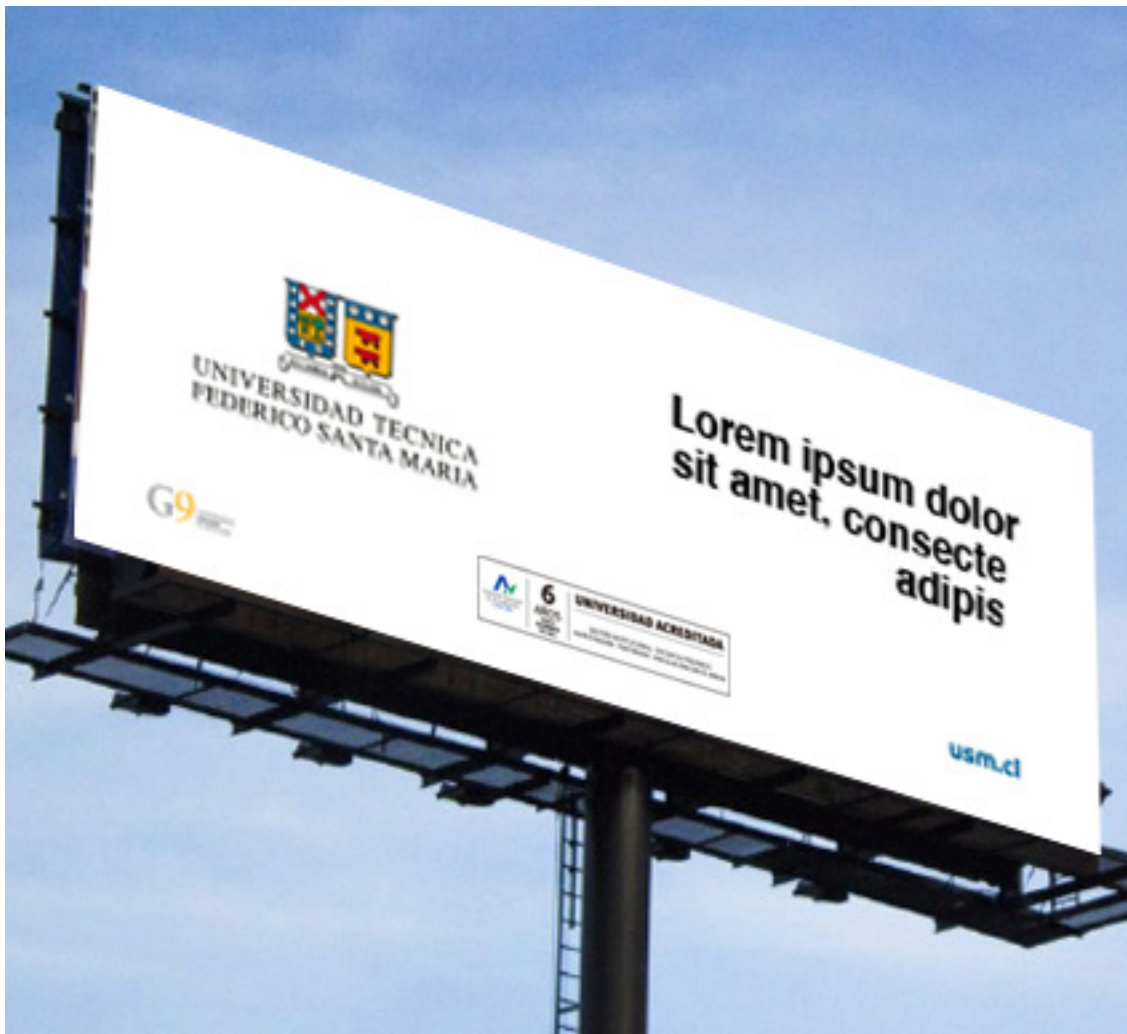


RECOMENDACIONES GRÁFICAS

1. Mensaje

Se debe entregar un mensaje simple y directo, que entregue información precisa.

Es recomendable un máximo de 7 palabras en el aviso.



RECOMENDACIONES GRÁFICAS

2. Contraste

Una correcta combinación de colores permite que se obtenga una excelente lectura del mensaje.

Contraste
incorrecto

Contraste
correcto



RECOMENDACIONES GRÁFICAS

3. Texto

Se recomienda utilizar tamaños de texto grandes para generar mejor visibilidad y legibilidad.

Estas proporciones pueden ir modificándose según el formato en el cual estemos desarrollando la pieza publicitaria.

En el siguiente recuadro se muestran tiempos de lectura en relación a la altura de las letras.

ALTO TEXTO	TIEMPO DE LECTURA	
15 CM	2 SEGUNDOS	
25 CM	3 SEGUNDOS	
45 CM	6 SEGUNDOS	
60 CM	8 SEGUNDOS	
90 CM	12 SEGUNDOS	RECOMENDADO

Esta tabla corresponde a piezas expuestas en lugares de tránsito de vehículos a 100 km/h. A una velocidad de 70 km/h, una persona solo tiene 3 segundos para visualizar el entorno.

ELECCIÓN DE LA FUENTE

Es preciso que las fuentes escogidas tengan clara legibilidad para entregar el mensaje de manera directa y lo mas simple posible.

EDUCACIÓN

EJEMPLO ELECCIÓN APROPIADA

educación

EJEMPLO ELECCIÓN INAPROPIADA

ELEMENTOS GRÁFICOS OBLIGATORIOS

Cada pieza publicitaria debe considerar el uso obligatorio de las marcas mostradas a continuación:

MARCA PRINCIPAL



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

Logotipo versión horizontal

MARCAS SECUNDARIAS



usm.cl

Las marcas secundarias deben posicionarse en la composición en el mismo orden que se muestra en esta lámina, utilizando las variables que entreguen mayor legibilidad para su diseño (contraste).



DESCARGAR ARCHIVOS ILLUSTRATOR

CAPITULO VIII

MARCA ACREDITACIÓN

La marca de acreditación complementa el desarrollo de piezas publicitarias, tanto impresas como digitales.

Las diferentes condiciones para la correcta utilización de esta marca se basan en la circular nº26 desarrollada por el Consejo Nacional de Acreditación, con fecha 14 de septiembre del año 2018.



DESCARGAR ARCHIVO ILLUSTRATOR



DESCARGA NORMATIVAS TAMAÑO ACREDITACIÓN

 <p>Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile</p>	<p>6 AÑOS HASTA DICIEMBRE DE 2022</p>	<p>UNIVERSIDAD ACREDITADA</p> <hr/> <p>GESTIÓN INSTITUCIONAL · DOCENCIA PREGRADO INVESTIGACIÓN · POSTGRADO · VINCULACIÓN CON EL MEDIO</p>
--	--	--

 <p>Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile</p>	<p>6 AÑOS HASTA DICIEMBRE DE 2022</p>	<p>UNIVERSIDAD ACREDITADA</p> <hr/> <p>GESTIÓN INSTITUCIONAL · DOCENCIA PREGRADO INVESTIGACIÓN · POSTGRADO · VINCULACIÓN CON EL MEDIO</p>
---	--	--

 <p>Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile</p>	<p>6 AÑOS HASTA DICIEMBRE DE 2022</p>	<p>UNIVERSIDAD ACREDITADA</p> <hr/> <p>GESTIÓN INSTITUCIONAL · DOCENCIA PREGRADO INVESTIGACIÓN · POSTGRADO · VINCULACIÓN CON EL MEDIO</p>
--	--	--

Para dudas y consultas sobre el correcto uso de marca institucional, puedes escribirnos a:

marca@usm.cl



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA

DIRECCIÓN
GENERAL DE
COMUNICACIONES

marca@usm.cl