

**FUNDACIÓN**  

---

**uni>ersia**

MANUAL CORPORATIVO

# Índice

## NORMAS BÁSICAS

- 02 Términos básicos de Identidad
  - Manual de Identidad Corporativa
  - Logotipo
  - Color Corporativo
  - Marca
- 03 Evolución de la marca
  - Proceso Creativo
  - Logotipo inicial
  - Logotipo actual 2012
- 04 Construcción Gráfica
- 05 Configuración y Color
- 06 Tamaños mínimos de reproducción
- 07 Márgenes diáfanos
- 08 Variaciones de Color
- 09 Usos incorrectos del Logotipo
- 10 Tipografías Corporativas
  - Tipografía principal
  - Tipografía secundaria
- 11 Convivencia con marca Universia
- 12 Convivencia con url (www)

**FUNDACIÓN**  
**uni>ersia**

# Términos básicos de Identidad

## MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad corporativa en el plano del diseño.

## LOGOTIPO

Un logotipo (vulgarmente conocido como logo) es un elemento gráfico que identifica a una entidad ya sea pública o privada. Los logotipos suelen ser puramente gráficos incluyendo símbolos o iconos así como también pueden estar compuestos por el nombre de la corporación con una tipografía especialmente diseñada para representar a la misma.

## COLOR CORPORATIVO

Es el factor cromático que identifica a la Marca, contribuyendo a crear la personalidad de la empresa.

## MARCA

Es el conjunto visual del logotipo y los elementos gráficos que la configuran conformando la representación principal corporativa.

MARCA FUNDACIÓN UNIVERSIA:

Tipografía

Color corporativo

Pastilla

Otros elementos gráficos que acompañen



# Evolución de la marca

## PROCESO CREATIVO

### LOGOTIPO INICIAL



### LOGOTIPO ACTUAL FUNDACIÓN UNIVERSIA 2012



Como resultado del fortalecimiento de la Fundación, tomando como base su anterior logotipo, la mejora de su diseño mantiene su cromatismo y su tipografía como seña de identidad, para que se vea una evolución y se respete la identificación con la marca que tiene su público objetivo.

El nuevo logotipo ha sido diseñado para ser más eficaz, limpio, fresco y minimalista; de esta forma "FUNDACIÓN" aparece en una sola línea favoreciendo la legibilidad en su lectura. En cuanto a la línea que subraya "FUNDACIÓN" reafirma los logros conseguidos en estos 7 años de recorrido sobre la base de la Red Universia, de la que forma parte.

Su esquematización minimalista muestra la consolidación que en estos años se ha cosechado y se persigue la globalización, integrando "FUNDACIÓN UNIVERSIA" en la misma pastilla de color como un proyecto reforzado y en crecimiento.

La actual imagen corporativa ha sido creada para mejorar la usabilidad y facilitar su adaptación al entorno On Line y Off Line, ya que optimiza la visibilidad y da solidez a su imagen de marca.

# Construcción Gráfica

## CONSTRUCCIÓN EN CUADRÍCULA

La imagen visual de Identidad de FUNDACIÓN UNIVERSIA se basa en un logotipo (FUNDACIÓN + UNIVERSIA), que conjuntamente con la pastilla cromática y la línea de separación son los elementos base de toda estructura general de comunicación de la empresa.

A continuación se muestra la construcción de los elementos del logo sobre una trama modular cuadrícula. Cada módulo se denomina X y representa una parte proporcional de la imagen.



# Configuración y Color

## COLORES CORPORATIVOS

Una parte esencial de toda identidad visual está definida por sus colores corporativos. Se trata de los códigos cromáticos que han de ser asociados automáticamente a la imagen de Fundación Universia con su uso continuado. Por ello es fundamental que se reproduzcan con fidelidad, evitando variaciones que puedan contribuir a la confusión y dispersión de la imagen de la Institución.

## CONFIGURACIÓN



Modelo preferente para uso web y soporte publicitario o promocional



Modelo preferente para uso en material impreso

## COLOR CORPORATIVO



PANTONE RED 032  
C=0 M=90 Y=86 K=0  
R=239 G=65 B=53  
Web=FF0000



ESCALA DE GRISES

# Tamaños mínimos de reproducción

## REDUCCIÓN MÁXIMA DE TAMAÑO

La reducción del logotipo está limitada para no desvirtuar sus características de identidad y asegurar una correcta visualización de la marca.

Sus proporciones no deben ser menores a 3 cm de ancho por 1,45 cm de alto.

## TAMAÑOS PERMITIDOS



Tamaño óptimo

5 cm



Tamaño mínimo

4 cm



Tamaño mínimo para web  
(86 píxeles x 42 píxeles)

3 cm

# Márgenes diáfanos

## ÁREA DE RESERVA

Es un espacio imaginario que rodea el logo y que protegerá la imagen de cualquier distracción visual. Este espacio no debe ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujo, etc.

El área queda definida por los márgenes mínimos expuestos en el ejemplo. El área prevista para el espacio será proporcional a X.

## MÁRGENES DIÁFANOS





# Variaciones de Color

## VARIACIONES AUTORIZADAS DEL LOGOTIPO

El identificador corporativo de FUNDACIÓN UNIVERSIA deberá reproducirse en el color rojo corporativo, tanto en negativo como positivo. El uso preferente será en negativo, con pastilla roja.

LOGOTIPO EN NEGATIVO  
(uso preferente)



LOGOTIPO EN POSITIVO  
(óptimo sobre fondo blanco)



Está permitido el uso del logotipo en negativo sobre fondos en escala de grises o negro puro. En estas combinaciones posibles, preferentemente sobre gris 30%.



Logotipo en negativo sobre fondo gris (C=0 M=0 Y=0 K=30)



Logotipo en negativo sobre fondo negro (C=0 M=0 Y=0 K=100)

# Usos incorrectos del Logotipo

## VARIACIONES NO AUTORIZADAS EN EL LOGOTIPO

Cualquier cambio en los conceptos gráficos de FUNDACIÓN UNIVERSIA podría significar una pérdida de identificación. Se exponen a continuación algunos usos incorrectos como ejemplos orientativos.



# Tipografías Corporativas

## TIPOGRAFÍA

La tipografía seleccionada para la imagen de FUNDACIÓN UNIVERSIA no debe ser elegida por similitud de rasgos, sino que debe corresponder con lo pautado.

La fuente recomendada para textos corporativos, títulos y subtítulos, direcciones, nombres, formularios, etc., es la familia HELVÉTICA con sus variantes: regular, negrita, cursiva y negrita cursiva. Para el uso interno y web se podrá sustituir por la ARIAL (True Type) en todas sus variantes.

### TIPOGRAFÍA PRICIPAL: HELVÉTICA

La Helvética es una tipografía de “palo seco”, de gran eficacia en la transmisión de información. Su perfecta construcción y amplia variedad tipográfica la hace muy útil en el diseño de publicaciones. Sus rasgos la hacen muy legible, incluso en la confección de texto seguido.

#### HELVÉTICA (NORMAL)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnñopqrstuvwxyz123456789

#### HELVÉTICA (MEDIUM)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnñopqrstuvwxyz123456789

#### HELVÉTICA (45 LIGHT)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnñopqrstuvwxyz123456789

#### HELVÉTICA (45 LIGHT ITALIC)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnñopqrstuvwxyz123456789

### TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA: ARIAL

#### ARIAL (REGULAR)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnñopqrstuvwxyz123456789

# Convivencia con marca Universia

## CONVIVENCIA DE LOGOTIPOS PARA DOCUMENTOS FUNDACIÓN UNIVERSIA

En la presentación de logotipos en posición horizontal y vertical, la proporción coincide con el alto de ambas cajas. El logotipo de Fundación aparece en primer lugar.

### POSICIÓN HORIZONTAL:



### POSICIÓN VERTICAL:



# Convivencia con url (www)

## CONVIVENCIA CON DIRECCIÓN ELECTRÓNICA

La convivencia con url deberá seguir siempre las mismas pautas que se indican a continuación.

