MANUAL INSTRUCTIVO DE MARCA

UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

ÍNDICE

05 CAPÍTULO I
LINEAMIENTOS GENERALES DE USO DE MARCA
07 INTRODUCCIÓN
09 ELEMENTOS BÁSICOS
11 LOGOTIPO
13 ISOTIPO DE MARCA
14 TIPOGRAFÍA DE LOGOTIPO
15 CONSTRUCCIÓN DE LOGOTIPO
16 PRESENTACIÓN Y USO
17 VERSIÓN A COLOR Y EN NEGATIVO
18 USOS INCORRECTOS DE LOGOTIPO
19 COMPORTAMIENTO SEGÚN COLOR DE FONDO EN BLANCO Y NEGRO
20 TAMAÑO MÍNIMO DE LOGOTIPO
21 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA
23 GAMA CROMÁTICA CORPORATIVA
24 GAMA CROMÁTICA DE USO DIGITAL
26 COLORES DE LAS FACULTADES
27 GAMA CROMÁTICA POSGRADO
29 APLICACIONES DEL LOGOTIPO
31 CONSTRUCCIÓN DE LA PASTILLA
32 LINEAMIENTOS DE USO
33 USO DEL LOGOTIPO CON OTRAS OFICINAS O CENTROS DE PRODUCCIÓN
35 LINEAMIENTOS DE APLICACIÓN DE MARCA
37 NORMAS DE COMPOSICIÓN
37 RECURSOS VISUALES: TRAMA
41 CINTILLO SUPERIOR
43 CINTILLO INFERIOR
45 CAJA DE SEGURIDAD DE TITULARES
46 SOPORTE DE TEXTO
47 ESTILO FOTOGRÁFICO
49 APLICACIONES EN MEDIOS IMPRESOS
51 PANELES TIPOGRÁFICOS
53 PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS
55 FORMATO DE VALLA
56 AFICHE INTERNO
58 PENDÓN PUBLICITARIO
60 SOPORTE DE TEXTO SOBRE FOTOGRAFÍA
61 APLICACIONES EN MEDIOS DIGITALES
63 FACEBOOK
64 POST FACEBOOK
68 INSTAGRAM
73 TWITTER
75 LINKEDIN
77 VIDEO PARA YOUTUBE
78 ESTRUCTURA BANNER WEB
79 ESTRUCTURA E-MAILING
80 CAPÍTULO II
COMUNICACIÓN INTERNA
83 PRESENTACIÓN
84 FORMAS Y USOS DE CHECK
85 IDENTIDAD CORPORATIVA DOCUMENTOS OFICIALES INTERNOS
89 BANDERINES Y ESTANDARTES
90 PODIOS Y PIZARRAS O MURALES
91 PANELES INFORMATIVOS Y PANEL DE EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA.
92 DIAPOSITIVAS, FOTOCHECK Y TARECOS
93 AFICHES, BANDEROLAS Y ROLL SCREEN
94 UNIDADES INSTITUCIONALES Y MERCHANDISING DE PROMOCIÓN
96 BANDEROLAS DE FACULTADES
97 SENALIZACIÓN DEL CAMPUS
99 HORARIO ESTUDIANTIL
100 SEÑALÉTICAS INTERNAS
101 CONSIDERACIONES FINALES

Capítulo I

LINEAMIENTOS GENERALES DE USO DE MARCA

UPAO
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

MANUAL INSTRUCTIVO DE MARCA

INTRODUCCIÓN

El Manual de Marca de la UPAO ha sido elaborado con la finalidad de unificar la comunicación de nuestra institución, lo que nos permitirá presentarnos como una organización seria, ordenada y moderna; además de mejorar nuestro posicionamiento en el mercado.

Es sumamente importante destacar y estandarizar cada uno de los lineamientos descritos en este material instructivo para velar por la identidad de la marca UPAO y generar un impacto positivo en nuestros diferentes públicos por medio de la transmisión de un mensaje comunicativo unificado, confiable y fácil de entender.

¿Quiénes deben utilizarlo?
Todas las oficinas encargadas de generar piezas gráficas, ya sean de carácter publicitario o institucional, son las responsables de aplicar de manera correcta cada lineamiento detallado en el presente manual.

ELEMENTOS BÁSICOS

LOGOTIPO

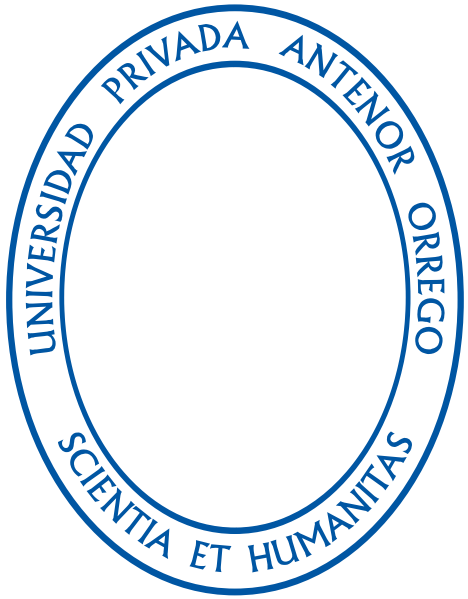
Es la representación visual más significativa de la marca. Su construcción se basa en un trabajo de identidad que fortalece la rápida recordación y, por ello, su predominancia en todas las piezas gráficas empleadas.

ISOTIPO DE MARCA

El isotipo de la Universidad Privada Antenor Orrego tiene características de Trujillo, representada por la figura de ángel que se posa en parte del continente americano, con una antorcha en la mano diestra y un libro en la mano izquierda.

Las tendencias actuales de comunicación buscan que esta sea competitiva, rápida y eficiente. Es por esto, que UPAO centra sus esfuerzos en desarrollar una marca sólida y moderna.

Ángel sobre Latinoamérica



Doble elipse conteniendo
el nombre de la universidad y la
frase en latín *scientia et humanitas*

Isotipo oficial

TIPOGRAFÍA DE LOGOTIPO

La tipografía de la marca UPAO es Flariserif 821 BT Roman, que aplicada en nuestro logotipo tiene un posicionamiento de más de 30 años en el mercado educativo.
Esta fuente se caracteriza por ser elegante, amical, fresca y juvenil.

Flareserif
821 Bt
Roman

UPAO

Medium

FLARESERIF 821 BT
ROMAN

abcdefghijklmnopqrstuvwx
yzABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ

CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO

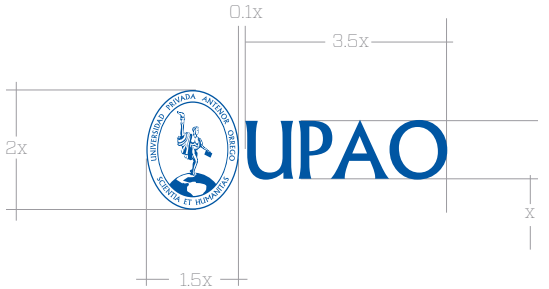
Retícula
Construcción del logotipo a partir de una cuadrícula o rejilla.

Proporciones
Los logotipos se han construido considerando proporciones adecuadas para facilitar su reproducción.

Se ha tomado el alto de la letra 'U' del logotipo como la unidad 'X'.

Comunicación externa

Documentos oficiales



PRESENTACIÓN Y USO

COMUNICACIÓN REGULAR

Esta presentación busca mantener una comunicación rápida y precisa, para lograrlo, se decidió omitir el isologo y conservar solo las formas tipográficas, ágiles por naturaleza y fáciles de adaptar en diversos soportes físicos y digitales.
La tipografía empleada es la tradicional, Albertus MT, en color azul.

Comunicación regular

UPAO
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

COMUNICACIÓN EN DOCUMENTOS OFICIALES

El logotipo para documentos oficiales está diseñado para representar a la universidad cuando requiera comunicarse de forma solemne, formal y oficial. Esta versión incorpora el isotipo y está destinada a ser utilizada en papelería, sellos, documentos oficiales de la UPAO, etc.

Documentos oficiales

UPAO

VERSIÓN A COLOR Y EN NEGATIVO

En la versión a color se utilizará el azul corporativo. (Ver gama cromática pág. 21)

COMUNICACIÓN REGULAR

DOCUMENTOS OFICIALES

Color positivo

Color negativo

USOS INCORRECTOS DEL LOGOTIPO

Se consideran como usos incorrectos aquellas acciones que distorsionen, cambien los elementos o las disposiciones que se han entregado en el presente manual.

IMPORTANTE
Si bien se ha considerado la versión del logotipo para comunicación externa para este ejercicio, se aplica también al logotipo para documentos oficiales y ambas versiones.

EJEMPLOS

- No alargar o estirar.
- No estrechar o condensar.
- No distorsionar.
- No inclinar.
- No variar la posición de los elementos.
- No variar los colores de los elementos.
- No bordear los elementos.
- No insertar el logosímbolo en otras formas.
- No aplicarlo sobre fotos o elementos complejos que compliquen su visualización.

No alargar o estirar

No estrechar o condensar

No distorsionar

No inclinar

No variar la posición de los elementos

No variar los colores de los elementos

No bordear los elementos

No insertar el logotipo en otras formas

No aplicarlo sobre fotos o elementos complejos que compliquen su visualización

COMPORTAMIENTO SEGÚN COLOR DE FONDO EN BLANCO Y NEGRO

COMUNICACIÓN REGULAR

DOCUMENTOS OFICIALES

Impresiones en colores de fondos oscuros

Nunca usar la versión a color sobre un fondo oscuro.

No invertir el color del isotipo propuesto cuando se usan fondos oscuros.

TAMAÑO MÍNIMO DE LOGOTIPO

El logotipo debe conservar una medida mínima. En casos excepcionales se puede usar una versión especialmente preparada para logotipos menores, pero únicamente hasta los 8 mm. en cada caso. Un menor tamaño no garantiza su legibilidad.

COMUNICACIÓN REGULAR

Tamaño mínimo 11 puntos en la tipografía Flariserif 821 BT

40 puntos ▸ 6 puntos ▸

UPAO
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

15 mm.

32 puntos ▸ 5 puntos ▸

UPAO
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

12 mm.

29 puntos ▸

UPAO

8 mm.

18 puntos ▸

UPAO

5 mm.

11 puntos ▸

UPAO

3 mm.

DOCUMENTOS OFICIALES

Tamaño mínimo 15 mm. de altura por 50 mm. de ancho

20 mm.

UPAO ◂ 40 puntos

15 mm.

UPAO ◂ 27 puntos

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La familia Vitesse es la tipografía que utilizaremos para titulares y mensajes principales en piezas gráficas de diferentes medios de comunicación, merchandising, etc. Es una tipografía sólida, con carácter y actitud, incluso si no está acompañada de una imagen de fondo.

Vitesse

Toda la familia tipográfica

El NORTE DEL PERÚ ES EL FUTURO.

Bold Medium Light Thin

VITESSE REGULAR

abcdefghijklmnopqrstu
vwxyzABCDEFGHIJKL
MNÑOPQRSTUVWXYZ

VITESSE ITALIC

abcdefghijklmnopqrstu
vwxyzABCDEFGHIJKL
MNÑOPQRSTUVWXYZ

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La familia Geogrotesque es la tipografía que utilizaremos para cajas de textos en diferentes medios de comunicación, material publicitario, revistas, merchandising, etc. Es de tipografía ligera, simple y legible.

Geogrotesque

Toda la familia tipográfica

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit viverra pharetra, platea varius euismod sociis aptent curabitur est sodales gravida, lacinia ad phasellus tristique penatibus torquent class etiam. Risus pharetra justo blandit sapien dictumst ut hac malesuada molestie proin, torquent senectus odio montes curae eleifend dictum rhoncus est a sodales, donec lobortis porta leo vivamus rutrum viverra dis facilisis.

Bold Regular Medium *Italic*

Geogrosteque abcdefghijklmnopqrstu vwxyABCDEFGHIJKL MNÑOPQRSTUVWXYZ

Geogrosteque *abcdefghijklmnopqrstu vwxyABCDEFGHIJKL MNÑOPQRSTUVWXYZ*

GAMA CROMÁTICA CORPORATIVA

CMYK: Cuatricomía para utilizarse en impresiones digitales, en artes gráficas, colores especiales, con impresión offset.
RGB: Solo para formatos digitales. No utilizarla para material impreso.
HTML: Para reproducción en medios digitales en gama segura de colores.

COLORES PRIMARIOS

De uso exclusivo para material publicitario / comercial

C100 **M**66 **Y**0 **K**0
R0 **G**86 **B**163
HTML 0056A3

El azul es el color oficial corporativo y predominante en todas las piezas gráficas a excepción de posgrado

C0 **M**60 **Y**100 **K**0
R238 **G**134 **B**0
HTML EE8600

El naranja actúa como color decorativo para nuestros distintos formatos. Es un color que nos ayudará a destacar y ser reconocibles, generando un contraste adecuado.

GAMA CROMÁTICA DE USO DIGITAL

La marca tiene colores complementarios que pueden acompañarla en diversos materiales tanto gráficos como digitales, pero el azul corporativo es el color principal siempre presente.

El entorno y la comunicación digital tienen sus propias características, por eso utilizaremos los colores complementarios y degradados que connotan modernidad, creatividad y actualidad.

Colores secundarios

C1 **M**15 **Y**87 **K**0
R108 **G**193 **B**235
HTML 6CC1EB

C0 **M**66 **Y**100 **K**0
R0 **G**86 **B**163
HTML 0056A3

C1 **M**15 **Y**87 **K**0
R253 **G**219 **B**57
HTML FDD839

C0 **M**60 **Y**100 **K**0
R238 **G**134 **B**0
HTML EE8600

APLICACIÓN GAMA CROMÁTICA DE USO DIGITAL

C1 **M**15 **Y**87 **K**0
R253 **G**219 **B**57
HTML FDD839

C0 **M**60 **Y**100 **K**0
R238 **G**134 **B**0
HTML EE8600

COLORES DE LAS FACULTADES

Los siguientes colores complementarios se utilizarán para identificar a cada una de las facultades de la universidad, brindándoles una identidad propia.

CIENCIAS AGRARIAS
C 40 M 00 Y 100 K 00
R 183 G 199 B 44
HTML B7C72C

INGENIERÍA
C 0 M 100 Y 100 K 30
R 144 G 23 B 24
HTML 901718

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
C 100 M 50 Y 00 K00
R 0 G 102 B 173
HTML 0066AD

CIENCIAS ECONÓMICAS
C 00 M 20 Y 100 K 00
R 241 G 207 B 00
HTML F1CF00

CIENCIAS DE LA SALUD
C 40 M 00 Y 00 K 00
R 182 G 217 B 243
HTML B6D9F3

EDUCACIÓN INICIAL
C 00 M 100 Y 100 K 00
R 191 G 08 B 17
HTML BF0811

ARQUITECTURA
C 00 M 70 Y 100 K 00
R 208 G 116 B 00
HTML D07400

MEDICINA HUMANA
C 40 M 60 Y 00 K 00
R 156 G 127 B 177
HTML 9C7FB1

DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
C 85 M 00 Y 90 K 55
R 49 G 98 B 50
HTML 316232

De uso exclusivo para material publicitario / comercial. Cabe resaltar que el color principal es el azul corporativo.

GAMA CROMÁTICA POSGRADO

El color principal de la Escuela de Posgrado es el naranja corporativo, y el negro se empleará como complemento.

De uso exclusivo para material publicitario / comercial

C0 **M**60 **Y**100 **K**0
R238 **G**134 **B**0
HTML EE8600

C40 **M**40 **Y**40 **K**100
R0 **G**0 **B**0
HTML 727277

Colores de uso para medios digitales

C1 **M**15 **Y**87 **K**0
R253 **G**219 **B**57
HTML FDD839

C0 **M**60 **Y**100 **K**0
R238 **G**134 **B**0
HTML EE8600

Las tonalidades en degradado del amarillo hacia el naranja serán utilizadas únicamente en medios digitales y algunas exepciones en pastillas con el logo de la marca.

Logotipo de la Escuela de Posgrado de la UPAO dentro de la pastilla

Versión en positivo

UPAO
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
ESCUELA DE POSGRADO

Versión en negativo

UPAO
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
ESCUELA DE POSGRADO

C0 **M**60 **Y**100 **K**0
R238 **G**134 **B**0
HTML EE8600

C0 **M**75 **Y**100 **K**0
R233 **G**107 **B**0
HTML E96B00

USO DE GAMA CROMÁTICA PARA POSGRADO

En los recursos gráficos se utilizará el color naranja degradado en la pastilla para generar mayor impacto visual. Solo en el uso de titulares se empleará el color naranja sólido.

APLICACIONES DEL LOGOTIPO

CONSTRUCCIÓN DE PASTILLA

Usaremos una pastilla que sirva para destacar el logo sobre el fondo. Tendremos distintas versiones de pastilla de acuerdo al formato donde será utilizada.

IMPORTANTE: Para crear el soporte que hará destacar al logotipo en cualquier formato, usaremos la letra P como medida para delimitar el área de seguridad referencial dentro de la pastilla.

LINEAMIENTOS DE USO

El logotipo de la UPAO debe mantener, en la medida de lo posible, la versión a color (azul) sobre fondo blanco para resaltarlo.

El logotipo debe ser respetado en su construcción, proporciones, elementos y colores. Esto garantizará la correcta visualización de la marca en cada una de sus aplicaciones.

El logotipo para comunicación regular y el logotipo para comunicación de documentos oficiales tienen funciones específicas, las mismas que deben ser respetadas.

El color de las pastillas y el logotipo presentado a continuacion se adecuará al contraste según la composición visual, principalmente para que destaque dentro de la pieza gráfica.

USO DEL LOGOTIPO CON OTRAS OFICINAS O CENTROS DE PRODUCCIÓN UPAO

El logotipo de la UPAO debe mantener, en la medida de lo posible, la versión a color sobre fondo blanco para maximizar su eficiencia.

El logotipo debe ser respetado en su construcción, proporciones, elementos y colores. Esto garantizará la correcta visualización de la marca en cada una de sus aplicaciones.

El logotipo para comunicación regular y el logotipo para comunicación de documentos oficiales tienen funciones específicas, las mismas que deben ser respetadas.

Ejemplo de pastilla aplicada a una escuela profesional junto a la marca UPAO.

Ejemplo de pastilla aplicada al logo del centro de producción junto a la marca UPAO.

LINEAMIENTOS DE APLICACIÓN DE MARCA

NORMAS DE COMPOSICIÓN

Las tipografías a utilizar corresponden a la familia Vitesse (presente en todos los artes) y Geogrotesque W01 (complementaria) en sus diversas variantes. En la parte media del documento irá siempre el título alineado a la izquierda.

Según cada caso, se distribuirán los textos y los espacios que sean necesarios para guardar un orden en la composición del material.

- **Espacios:**
  Los espacios siempre se ceñirán a la retícula básica de construcción. Las líneas o bloques serán siempre unidades de cuadrados de retícula.

- **Tramas en titulares:**
  Se recomienda usar tramas sólidas rectangulares para darle jerarquía a los textos. En casos especiales se puede utilizar en transparencia de un 10 % hasta 30 % como máximo para garantizar la correcta lectura de los titulares.

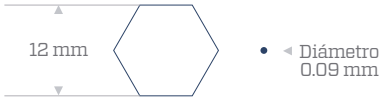
- **Fondo:**
  El fondo debe seguir el patrón de construcción con un 10 % más de tonalidad en relación al color base.

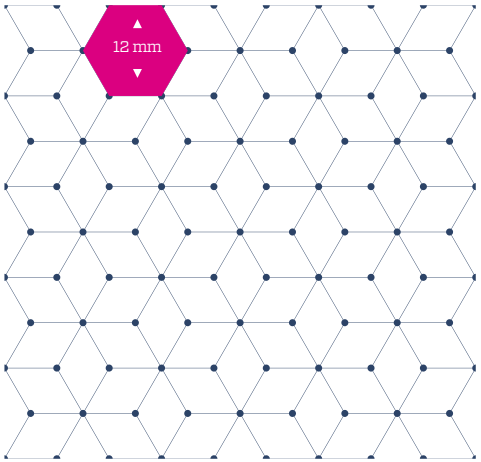
- **Cuerpos de composición:**
  Para los textos comunes se puede componer usando tamaños de 9 a 12 puntos. Para textos de menor importancia puede reducirse hasta el punto 7.

RECURSOS VISUALES

Haremos uso de nuestra trama para acompañar los fondos en distintos medios, ya sean digitales e impresos.

Referencia de tamaño a escala para formato A4





Trama

Uso de la trama

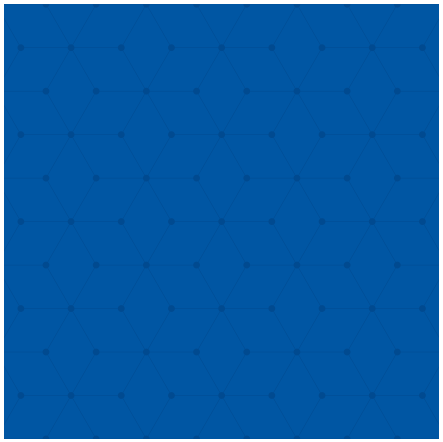
Importante: Se debe usar la escala como referencia para otras piezas en tamaños diferente.

APLICACIÓN DE TRAMA

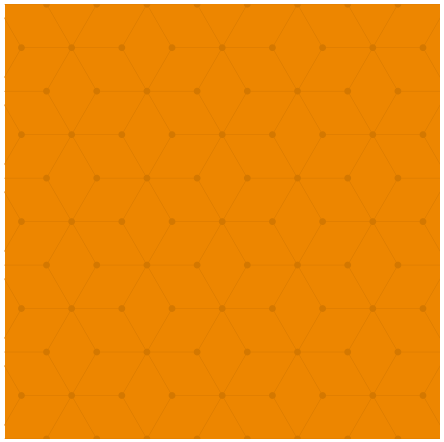
USO DE TRAMA EN FONDO

Haremos uso de nuestra trama para acompañar los fondos en distintos medios, ya sean digitales e impresos.

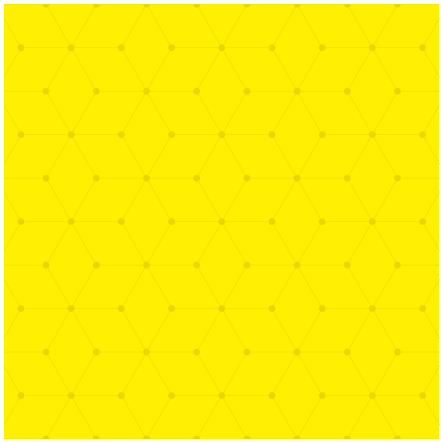
La trama debe usarse como máximo en un 10 % adicional de negro sobre el color de fondo.



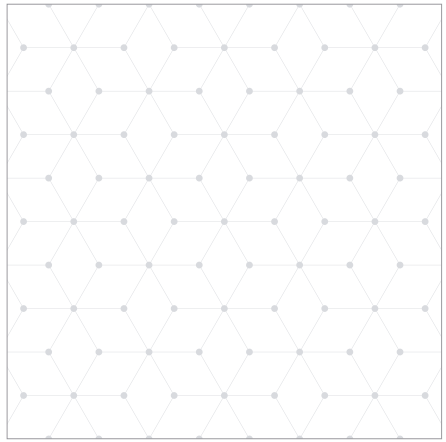
C100 M66 Y0 K0
C100 M66 Y0 K10



C0 M60 Y100 K0
C00 M60 Y100 K10



C0 M0 Y100 K0
C00 M0 Y100 K10



C0 M0 Y0 K0
C0 M0 Y0 K10

Guía de aplicación:
Elementos: Trama en fondo.
Medio: Medios impresos y digitales.
Uso: En todos los casos.

CINTILLO SUPERIOR

Cintillo con corte diagonal con ángulo de 45º en la esquina superior derecha para que favorezca al encuadre.

Únicamente se utilizará con colores azul y naranja corporativos.

La letra P del logotipo de UPAO indica la distancia a proporción del ángulo de corte diagonal.

Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior.
Medio: Medios impresos y digitales.
Uso: En todos los casos.

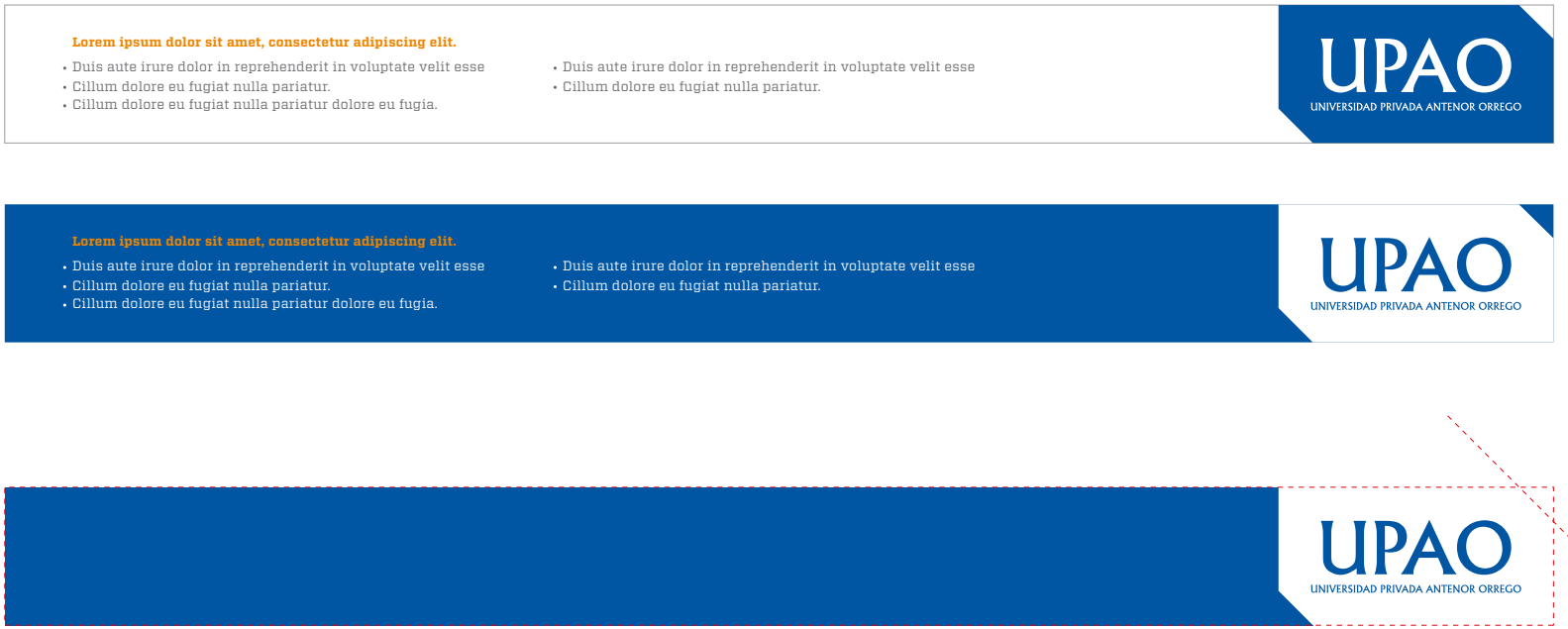
APLICACIÓN DE CINTILLO SUPERIOR

Ejemplo:

Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior.
Medio: Medios impresos y digital.
Uso: En todos los casos.

CINTILLO INFERIOR

Cintillo base de pieza gráfica. Incluye siempre la pastilla con el logo de la UPAO en el lado derecho, y dispone de un espacio en sólido para considerar datos de contacto al lado izquierdo.



En el caso de utilizar de fondo fotografías o colores oscuros predominantes, se deberá dejar libre la esquina superior derecha de la pastilla para conservar la continuidad del mencionado fondo.

Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo inferior.
Medio: Todos, excepto digital.
Uso: En todos los casos.

APLICACIÓN DE CINTILLO INFERIOR

Ejemplo:

Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo inferior.
Medio: Todos, excepto digital.
Uso: En todos los casos.

CAJAS DE SEGURIDAD DE TITULARES

La caja de seguridad en los titulares tiene la función de destacarlos sobre todo el contenido el diseño.

Guía de aplicación:
Elementos: Caja de seguridad.
Medio: En casos excepcionales se omitirá el uso de la caja cuando la imagen de fondo contenga colores planos predominantes.
Uso: En todos los casos.

SOPORTE DE TEXTO

Contaremos con un soporte adaptable a la extensión de texto del titular, de preferencia para titulares cortos.

Los grafismos acompañarán este formato haciéndolo más dinámico.

Soporte de texto para vallas

Soporte de texto con mayor contenido

Guía de aplicación:
Elementos: Caja de seguridad.
Medio: Vallas.
Uso: En todos los casos.

ESTILO FOTOGRÁFICO

El estilo fotográfico presenta dos enfoques para diferenciar dos tipos de comunicación.

PREGRADO/LIFESTYLE

Se caracteriza por tonalidades cálidas, gente joven y feliz, estudiando y disfrutando de un día de clase en la universidad.

POSGRADO

Se caracteriza por tonalidades mas frías, desaturadas con ciertos elementos azules/celestes y naranjas para que reflejen la adultez y seriedad del grupo objetivo.

APLICACIÓN INCORRECTA DE FOTOGRAFÍA

La imágenes expuestas a continuación, describen la forma incorrecta de aplicarlas en el diseño. Las fotos nunca deben usarse en plano detalle, primer plano o primerísimo primer plano, tampoco mutilar a los personajes o usar fotos de espalda.

APLICACIONES EN MEDIOS IMPRESOS

PANELES TIPOGRÁFICOS

Formato **horizontal**

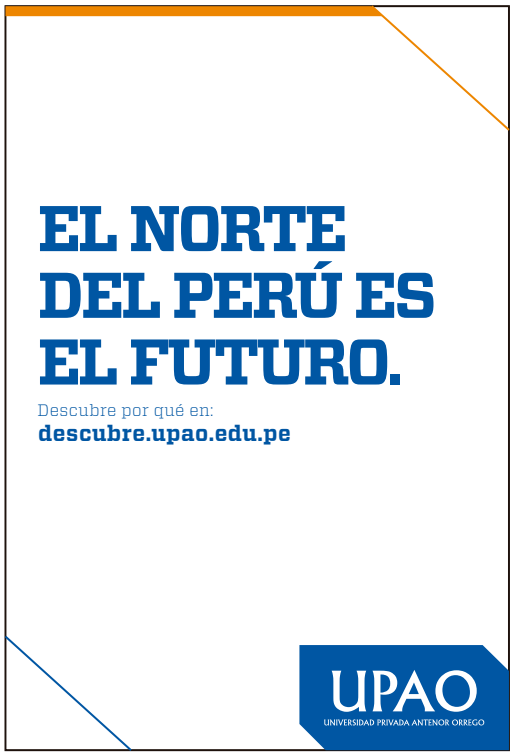
Cuando la comunicación es directa y breve, nuestra marca cuenta con una tipografía con la suficiente personalidad para potenciar el mensaje sin necesidad de estar acompañada de imágenes.

Aquí se pueden ver dos ejemplos de composiciones en formato horizontal ya sea para pantallas digitales, banners web o algún medio impreso de tamaño pequeño.

Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior, título, subtítulo y pastilla.
Medio: Panel tipográfico.
Uso: En todos los casos.

PANELES TIPOGRÁFICOS

Formato **vertical**



Medios impresos

Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior, título, subtítulo y pastilla.
Medio: Panel tipográfico.
Uso: En todos los casos.

PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS

Formato **vertical**

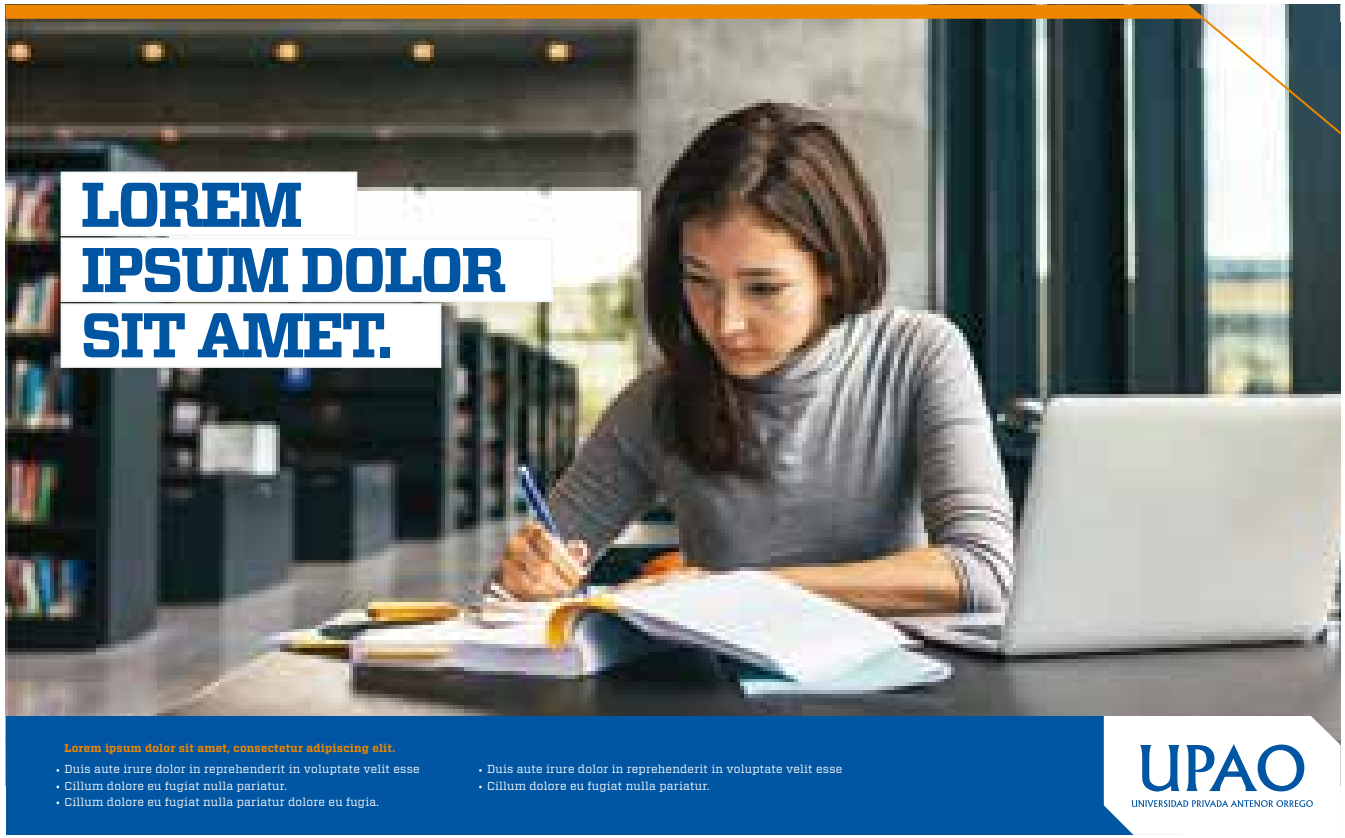
En formatos impresos se respetará la estructura presentada, dando mayor protagonismo al titular y al contenido que cada pieza requiera.

Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior, título, imagen y pastilla.
Medio: Aviso de revista en general.
Uso: En todos los casos.

PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS

Formato **horizontal**

En formatos impresos se respetará la estructura presentada, dando mayor protagonismo al titular ubicado siempre al lado izquierdo de la pieza gráfica .



Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior, título, imagen y pastilla.
Medio: Aviso de prensa horizontal general.
Uso: En todos los casos.

FORMATO VALLA

Formato **horizontal**

En formatos grandes como vallas o paneles se debe respetar la estructura presentada, dando mayor protagonismo al titular.

Adaptación para:
Valla 2 m. x 1 m.
Valla 4 m. x 8 m.

Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior, título, imagen y pastilla.
Medio: Valla puplicitaria.
Uso: En todos los casos.

AFICHE INTERNO

El texto del titular
se puede usar en blanco
o naranja según fondo.

Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior, imagen, título, subtítulo, cuerpo de texto, cintillo inferior espacio informativo.
Medio: Afiche.
Uso: En todos los casos.

Afiche 2

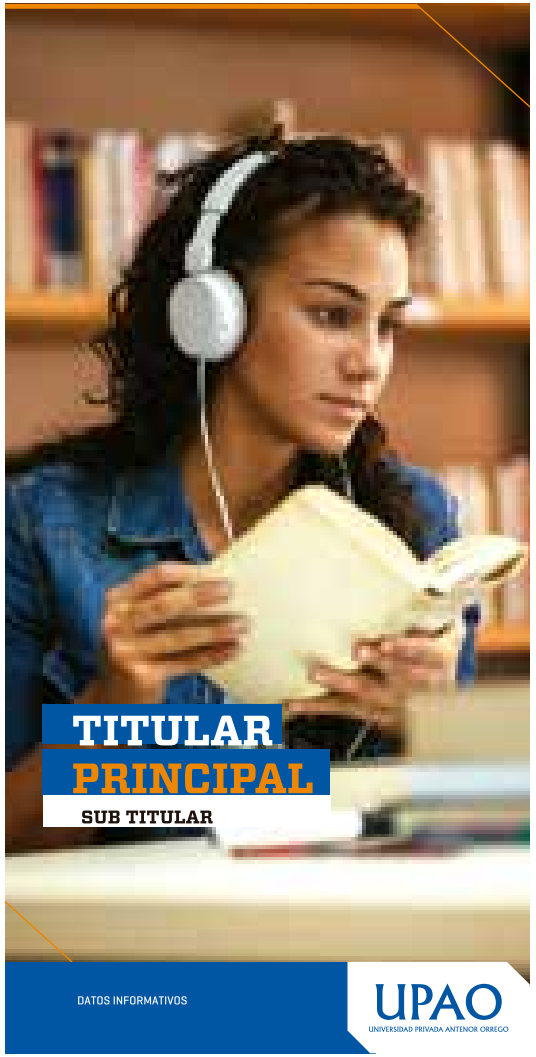
AFICHE INTERNO CON TEXTO

Afiche 1

Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior, vértice, imagen, título, subtítulo, cuerpo de texto, cintillo inferior espacio informativo.
Medio: Afiche.
Uso: En todos los casos.

PENDÓN PUBLICITARIO

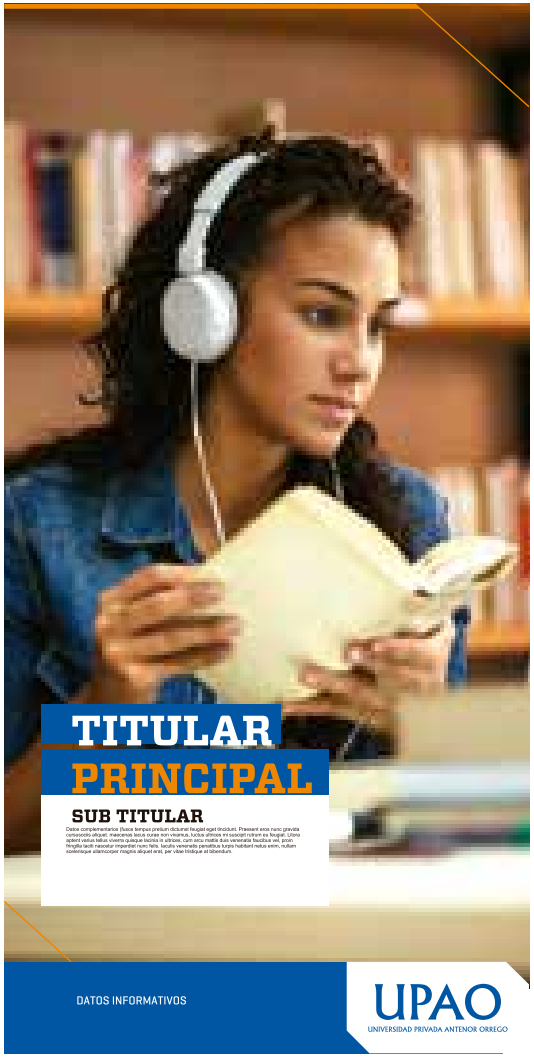
Adaptación para:
Pendón 6 m. x 3 m.



Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior, imagen, título, subtítulo, cintillo inferior espacio informativo.
Medio: Pendón.
Uso: En todos los casos.

PENDÓN PUBLICITARIO CON TEXTO

Adaptación para:
Pendón 6 m. x 3 m.



Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior, imagen, título, subtítulo, cuerpo de texto, cintillo inferior espacio informativo.
Medio: Pendón.
Uso: En todos los casos.

SOPORTE DE TEXTO SOBRE FOTOGRAFÍA

La caja de título siempre
estará a la izquierda
y su ubicación dependerá de
la cantidad de texto.

Guía de aplicación:
Elementos: Cintillo superior, imagen, título, cintillo inferior espacio informativo.
Medio: Medios impresos.
Uso: En todos los casos.

APLICACIONES EN MEDIOS DIGITALES

FACEBOOK

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Foto de perfil

800 px. x 800 px.

Portada del canal

1700 px. x 630 px.

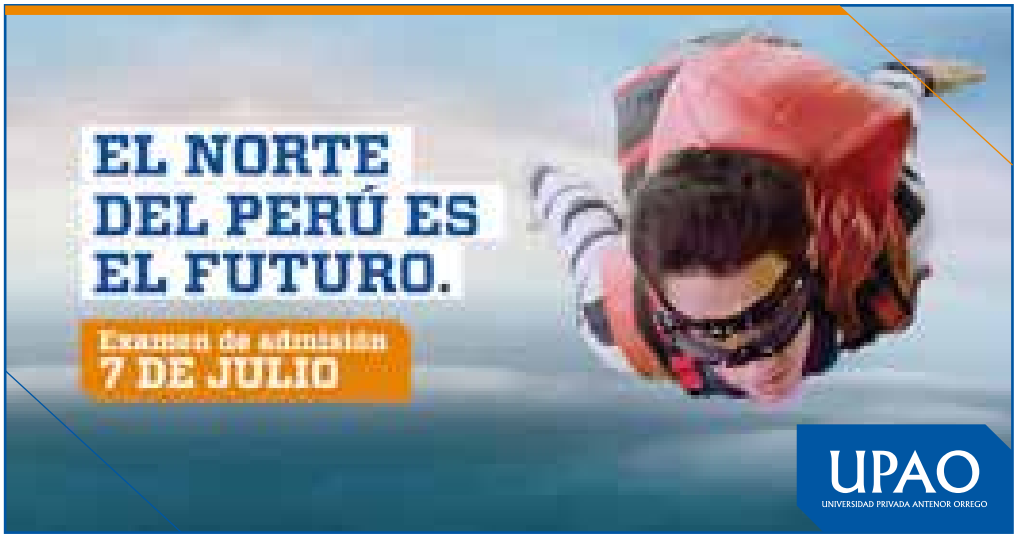
Versión móvil y tablet

POST FACEBOOK

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Post
1200 px. x 1200 px.

Post portada evento
1200 px. x 628 px.



NOTA: En el caso de los post para redes sociales se omitirá el uso del cintillo inferior y solo se empleará el logotipo en su pastilla.

UPAO
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

POST FACEBOOK

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Post secuencia (carrusel)

1200 px. x 1200 px.

Post secuencia (carrusel)

1200 px. x 1200 px.

POST FACEBOOK

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Post portada evento
1200 px. x 628 px.

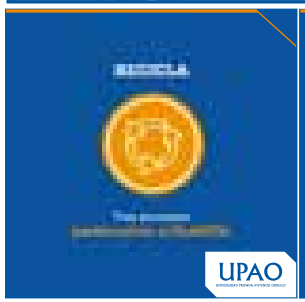
Stories
1080 px. x 1920 px.

Anuncio Facebook
1200 px. x 630 px.

POST FACEBOOK

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Carril: 4 imágenes
1442 px. x 952 px.



Carril: 4 imágenes
1200 px. x 1200 px.

Carril: 4 imágenes
1200 px. x 1200 px.

Carril: 4 imágenes
1200 px. x 1200 px.

INSTAGRAM

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Foto de perfil
110 px. x 110 px.

Post / video
1200 px. x 1200 px.

NOTA: En el caso de los post para redes sociales se omitirá el uso del cintillo inferior y solo se empleará el logotipo en su pastilla.

UPAO
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

POST INSTAGRAM

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Post secuencia (carrusel)

1200 px. x 1200 px.

Post secuencia (carrusel)

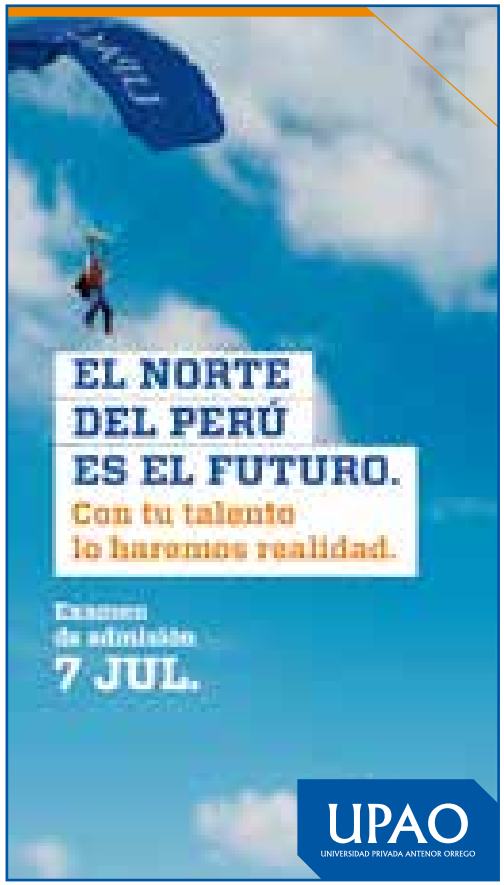
1200 px. x 1200 px.

POST INSTAGRAM

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Post horizontal
1200 px. x 628 px.

Stories
1080 px. x 1920 px.

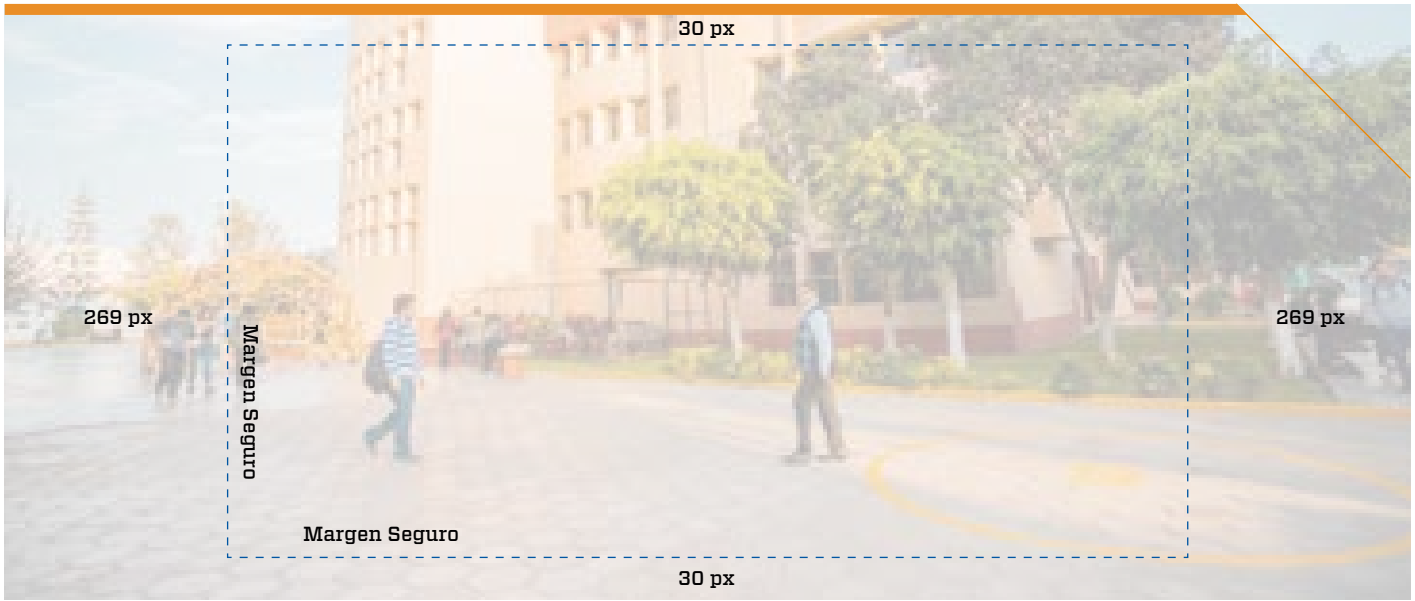


VIDEO PARA FACEBOOK

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Portada fan page

1700 px. x 720 px.



VIDEO PARA FACEBOOK

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Video stories

1080 px. x 1920 px.

Post video fan page

1080 px. x 1080 px.

TWITTER

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Foto de perfil
400 px. x 400 px.

Imagen de portada
1500 px. x 500 px.

Área de seguridad
1500 px.
x 355 px.

NOTA: En el caso de los post para redes sociales se omitirá el uso del cintillo inferior y solo se empleará el logotipo en su pastilla.

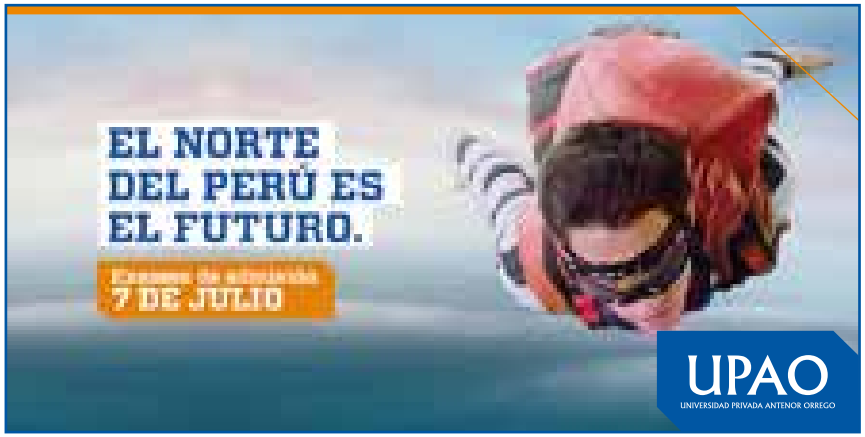
UPAO
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

TWITTER

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

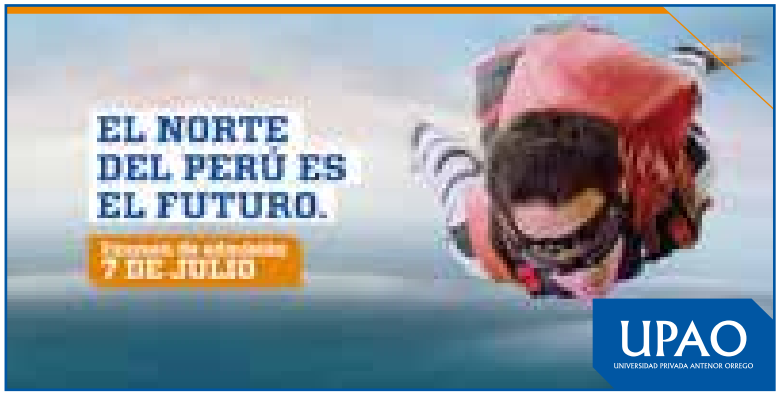
Imagen para tweet

1024 px. x 512 px.



Tweet con link

520 px. x 254 px.



LINKED IN

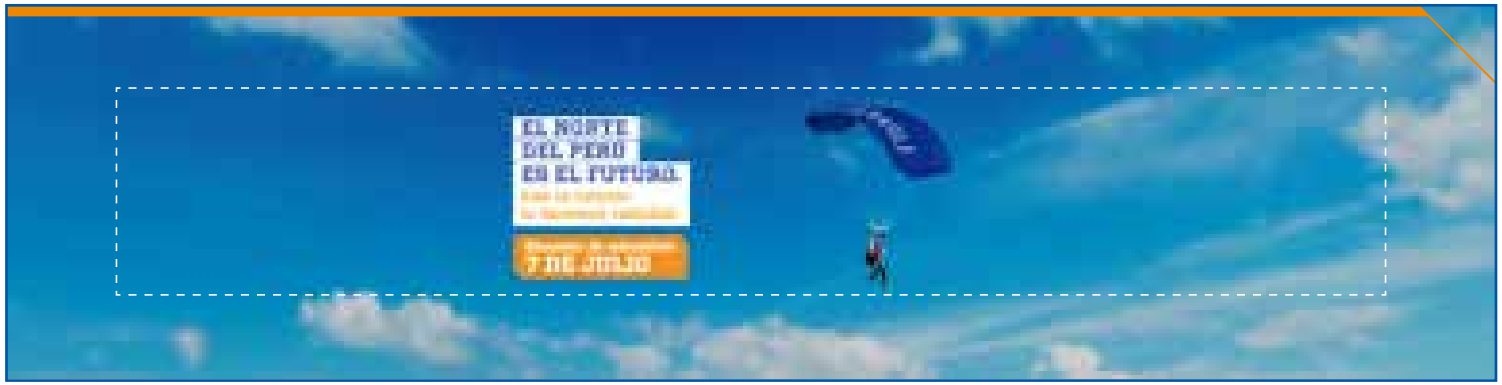
Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos, logotipo de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Foto de perfil

300 px. x 300 px.

Portada LinkedIn empresas

1584 px. x 396 px.



Área de seguridad

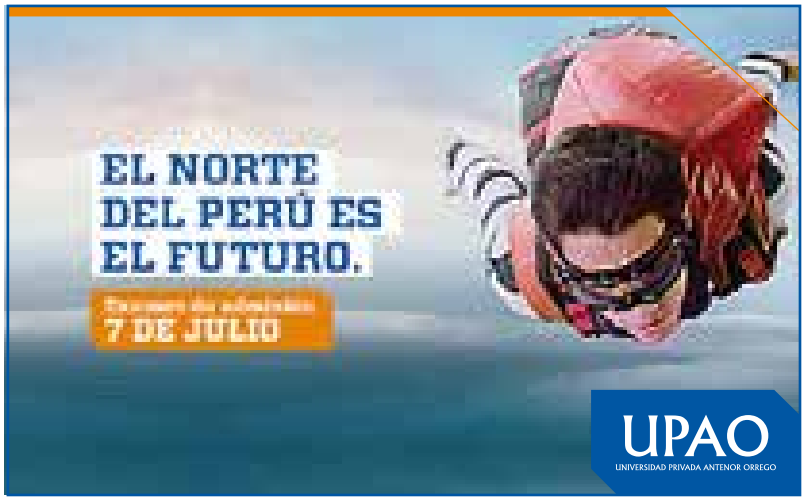
1350 px. x 220 px.

LINKED IN

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos, logotipo de acuerdo al diseño presentado a continuación:

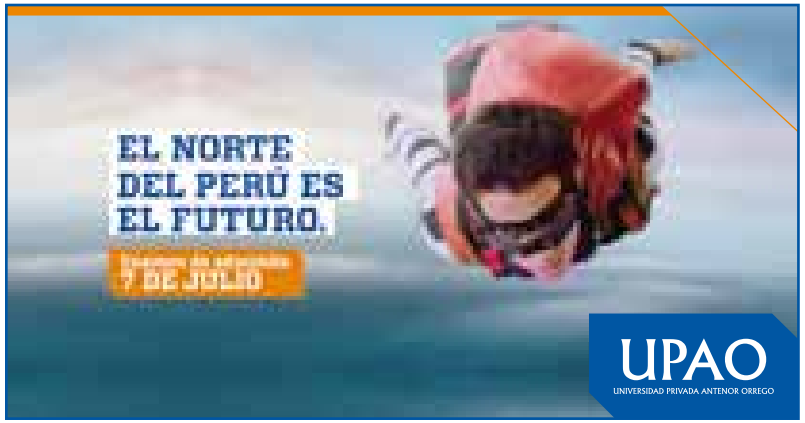
Post imagen

520 px. x 320 px.



Share Link

520 px. x 272 px.



NOTA: En el caso de los post para redes sociales se omitirá el uso del cintillo inferior y solo se empleará el logotipo en su pastilla.

VIDEO PARA YOUTUBE

Se usará de la siguiente manera respetando las medidas, textos y logotipo, de acuerdo al diseño presentado a continuación:

Resolución video horizontal
1920 x 1080

Video vertical (stories)
1080 px. x 1920 px.

ESTRUCTURA BANNER WEB

Banner rotativo web 01

Soporte de texto con mayor contenido

Banner rotativo web 02

Banner web - campaña

ESTRUCTURA E-MAILING

Emailing:

- **Formato HTML**
  Ancho máximo: 700 px.
  Alto: 900px recomendado
  Peso máximo del arte 500 kb.
  (recomendado utilizar compresión de imagen para carga instantánea).

- **Formato Imagen**
  Ancho máximo: 700 px.
  Alto: 900 px. recomendado
  Peso máximo del arte menor a 1 mb.
  (recomendado utilizar compresión de imagen para carga instantánea).

Formato HTML
(alto en texto)

Formato imagen
(bajo en texto)

Capítulo II

COMUNICACIÓN INTERNA

PRESENTACIÓN

La comunicación interna de la Universidad Privada Antenor Orrego tiene como propósito guiar a los usuarios, y facilitar la supervisión a la Oficina de Imagen Institucional de la calidad y uniformidad de todos los elementos gráficos que deben respetar las bases de la identidad visual y conceptual institucional.

ATRIBUTOS

Los atributos de nuestra marca expresan y proyectan calidez, cercanía y colaboración, como características visuales al público interno, en cada pieza gráfica.

SÍMBOLO

Somos una comunidad universitaria identificada con la calidad y la mejora continua; en este contexto, presentamos al check, el ícono que representa la forma ascendente, asertiva y optimista en la que nos desarrollamos todos los colaboradores en el día a día.

FORMAS Y USO DEL CHECK

UBICACIÓN Y MARGEN DELIMITADOR

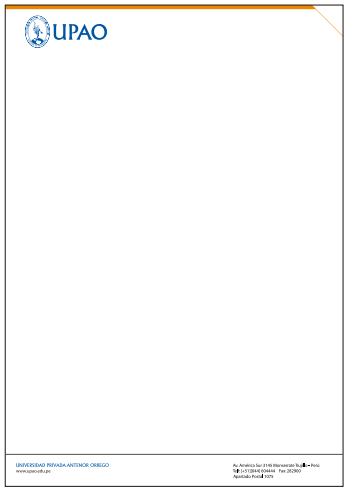
El check se mantendrá junto con el cintillo en la gran mayoría de gráficas, así como uso independiente, pero en la misma ubicación determinada. Se debe tener en cuenta el margen señalado lineas abajo.

IDENTIDAD CORPORATIVA

DOCUMENTOS OFICIALES INTERNOS

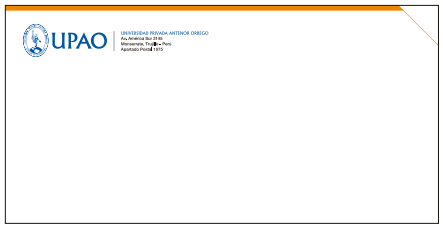
PAPEL MEMBRETADO

DOCUMENTOS OFICIALES EXTERNOS DE LA ALTA DIRECCIÓN Y SECRETARÍA GENERAL



Medida: 210 x 297 mm. Tamaño en milímetros.

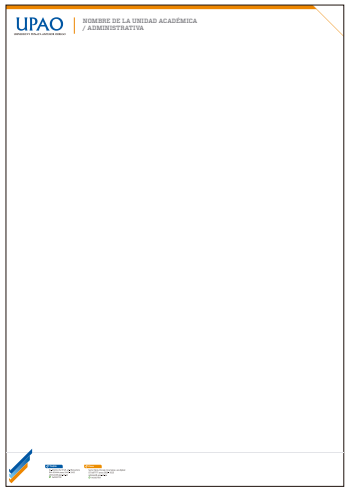
SOBRES



Medida: 220 x 110 mm. Tamaño en milímetros.

DOCUMENTOS OFICIALES INTERNOS

DOCUMENTOS INTERNOS DE LAS UNIDADES ACADÉMICAS Y ADMINISTRATIVAS



Medida: 210 x 297 mm. Tamaño en milímetros.

SOBRES

Medida: 220 x 110 mm. Tamaño en milímetros.

IDENTIDAD CORPORATIVA

DOCUMENTOS OFICIALES INTERNOS

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

FIRMAS DE CORREO ELECTRÓNICO

IDENTIDAD CORPORATIVA

DOCUMENTOS OFICIALES INTERNOS

TARJETAS DE INVITACIÓN
ALTA DIRECCIÓN

Tarjeta Blanca
con marco en alto relieve y
logotipo azul en hot stamping

Materiales:
Cartulina opalina blanca.
Medidas: 17cm x 17 cm.

TARJETAS DE INVITACIÓN
UNIDADES ACADÉMICAS Y ADMINISTRATIVAS

SOLO USO DE POSGRADO

Tarjeta Blanca
con marco en alto relieve y
logotipo azul en hot stamping

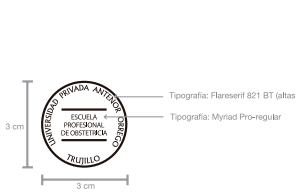
Materiales:
Cartulina opalina blanca.
Medidas: 17cm x 17 cm.

solo uso de posgrado

IDENTIDAD CORPORATIVA

DOCUMENTOS OFICIALES INTERNOS

SELLOS CORPORATIVOS



FÓLDERES

Especificaciones:
* Formato: 48x34
* Sustrato: folkote 14
* Impresión: full color
* Solapa:19x10

Acabado: es opcional
* Plastificado mate o brillante
* Barnizado

CARPETA DE POSTULANTE

TIRA

RETIRA

CARPETA DE POSTGRADO

TIRA

RETIRA

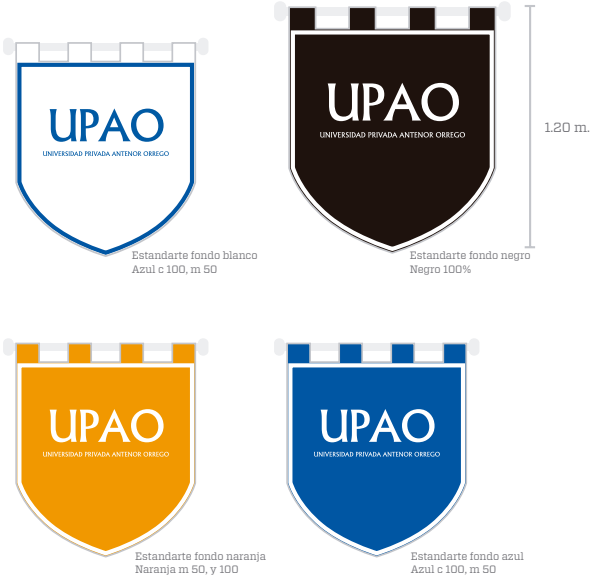
IDENTIDAD CORPORATIVA

ELEMENTOS INTERNOS

BANDERINES

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Solo para Posgrado



Estandarte fondo blanco
Azul c 100, m 50

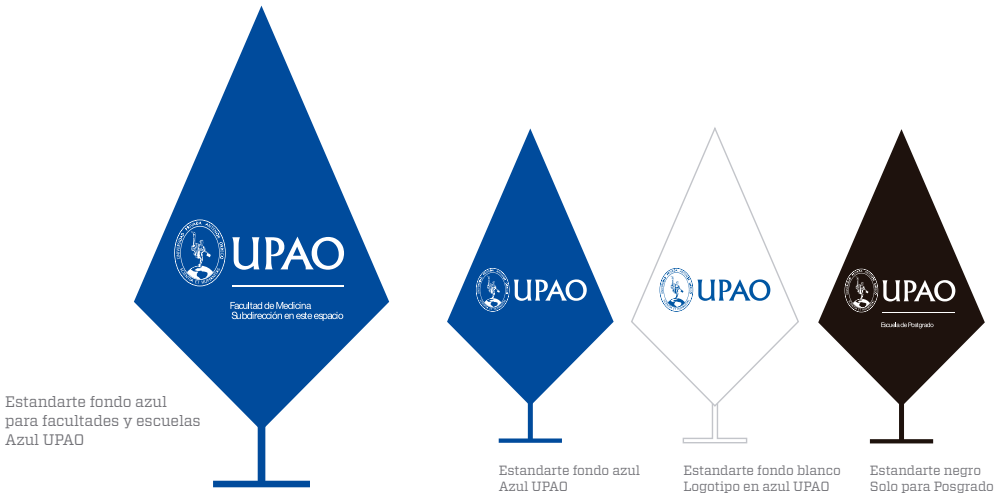
Estandarte fondo negro
Negro 100%

Estandarte fondo naranja
Naranja m 50, y 100

Estandarte fondo azul
Azul c 100, m 50

ESTANDARTES

ACTIVIDADES DE EVENTOS PROTOCOLARES



Estandarte fondo azul
para facultades y escuelas
Azul UPAO

Estandarte fondo azul
Azul UPAO

Estandarte fondo blanco
Logotipo en azul UPAO

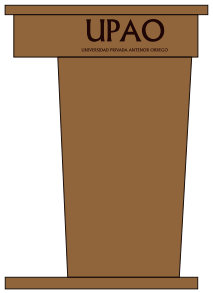
Estandarte negro
Solo para Posgrado

IDENTIDAD CORPORATIVA

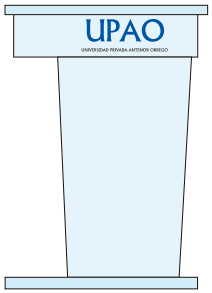
ELEMENTOS INTERNOS

PODIO

MADERA PINTADA



MADERA



VIDRIO

PIZARRAS O MURALES

Se podrá colocar papeles de colores sobre la pizarra para destacar el contenido, siempre y cuando se respete:

1. El área del logotipo y el nombre de la unidad académica o administrativa. Nunca cubrir ni modificar.
2. En el borde de la pizarra o periódico mural, siempre debe verse el color, como si fuese un marco.

Como norma general se usará como fondo de color el azul institucional.

Pizarra o board en uso.

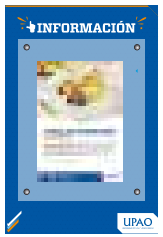
IDENTIDAD CORPORATIVA

ELEMENTOS INTERNOS

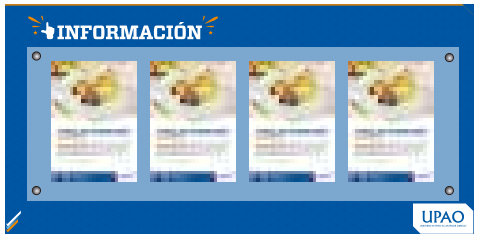
PANELES INFORMATIVOS

VINIL APLICADO EN BASES DE MDF DE 6MM
CON PROTECTOR DE ACRÍLICO TRANSPARENTE
ENTORNILLADOS.

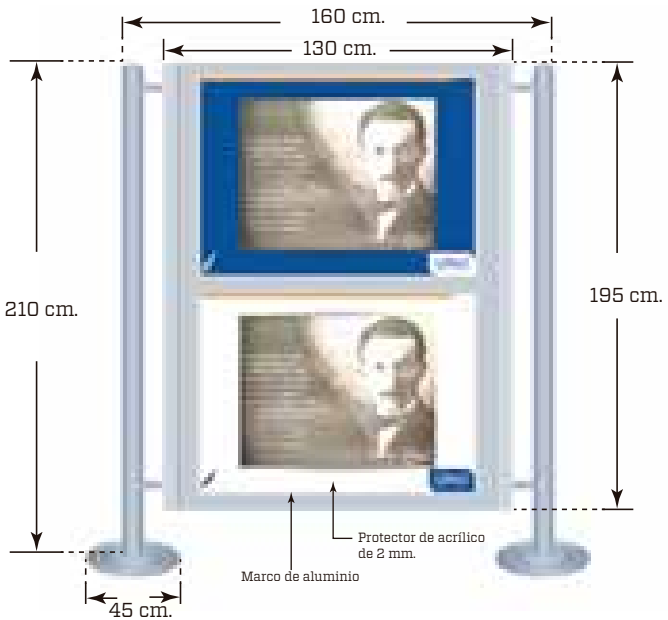
Formato vertical: 50x70 cm
Capacidad: 1 afiches A3
Ubicación: En marcadores y sitios de mayor recurrencia.



Formato horizontal: 160x70 cm
Capacidad: 4 afiches A3
Ubicación: En los espacios donde informa las facultades.



PANEL EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA



Poster fotográfico
Sustrato: Couche 115 gramos
Formato: 90x107

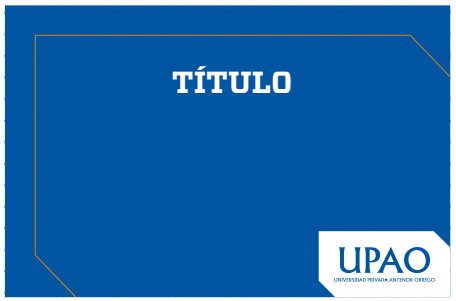
Colores a usar:
- Azul corporativo
- Anaranjado corporativo
- Blanco

IDENTIDAD CORPORATIVA

ELEMENTOS INTERNOS

DIAPOSITIVAS

Plantilla Diapositiva principal



SOLO POSTGRADO

Plantilla Diapositiva principal

Plantilla Diapositiva interior

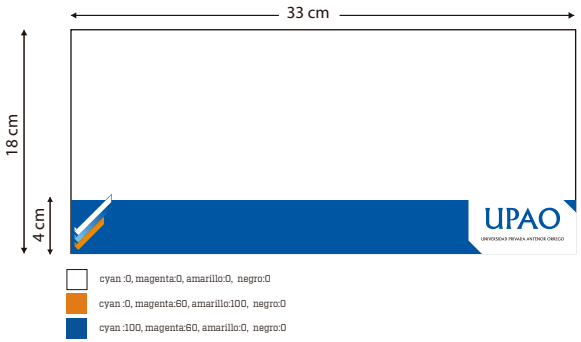
Plantilla Diapositiva interior

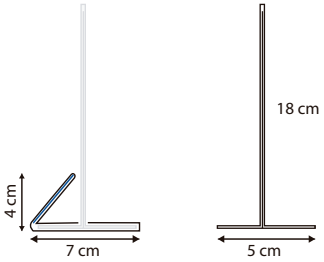
IDENTIDAD CORPORATIVA

ELEMENTOS INTERNOS

FOTOCHECK

TARECOS





NOMBRE
CARGO

RÓTULO DE ESCRITORIO O TARECO

Rótulo de escritorio pedestal ó también conocido como personalizador.
Son utilizados principalmente en ceremonias para establecer los nombres y cargos de autoridades, docentes e invitados.

Material: Acrílico transparente
Medidas: Alto: 18 cm
Ancho: 33 cm

IDENTIDAD CORPORATIVA

ELEMENTOS INTERNOS

AFICHES

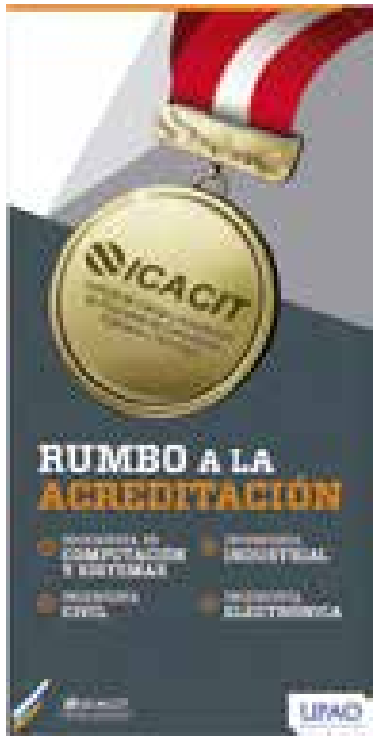
Afiche
medida estándar
50 x 70 cm
(500 x 700 mm)

Afiche
medida A-3
29.7 x 42 cm
(297 x 420 mm)

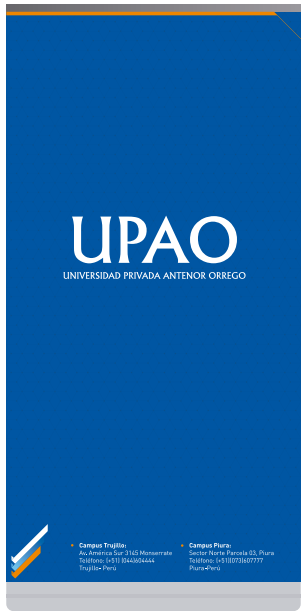
BANDEROLAS

Una pieza regularmente utilizada para eventos y presencia en ferias, exhibiciones,etc.

La publicidad usa esta pieza como una extensión de una campaña, por lo que, normalmente, se debe adaptar con lineamientos similares a los de un panel. Un mensaje corto y una gráfica limpia que ayude a destacar la marca.



ROLL SCREEN

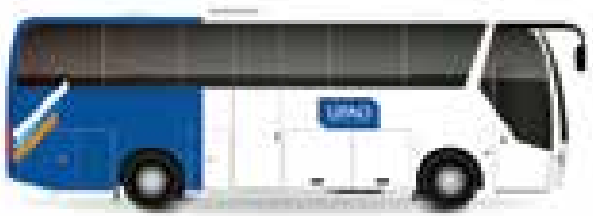


IDENTIDAD CORPORATIVA

ELEMENTOS INTERNOS

UNIDADES MÓVILES INSTITUCIONALES

- **BUS Y MINIVAN**



MERCHANDISING DE PROMOCIÓN

POLOS EN ALGODON PICKET

- Azul con detalles anaranjado y blanco.
- Blanco con detalles azul y anaranjado.

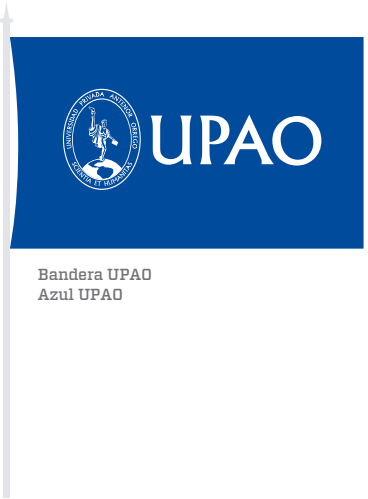
USB

- Azul y Blanco

IDENTIDAD CORPORATIVA

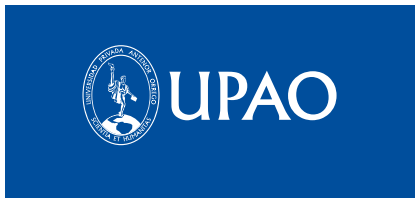
ELEMENTOS INTERNOS

BANDEROLAS DE FACULTADES



Bandera UPAO
Azul UPAO

Banderola de desfile UPAO
Azul UPAO



Banderola secundaria UPAO
Color de la Escuela

Solo para el uso exclusivo de facultades durante actividades deportivas de competencia interna.

C 100 M 50 Y 00 K00
R 0 G 102 B 173
HTML 0066AD

C 40 M 60 Y 00 K 00
R 156 G 127 B 177
HTML 9C7FB1

C 00 M 70 Y 100 K 00
R 208 G 116 B 00
HTML D07400

C 00 M 100 Y 100 K 00
R 191 G 08 B 17
HTML BF0811

C 00 M 20 Y 100 K 00
R 241 G 207 B 00
HTML F1CF00

C 85 M 00 Y 90 K 55
R 49 G 98 B 50
HTML 316232

C 40 M 00 Y 100 K 00
R 183 G 199 B 44
HTML B7C72C

C 40 M 00 Y 00 K 00
R 182 G 217 B 243
HTML B6D9F3

C 0 M 100 Y 100 K 30
R 144 G 23 B 24
HTML 901718

IDENTIDAD CORPORATIVA

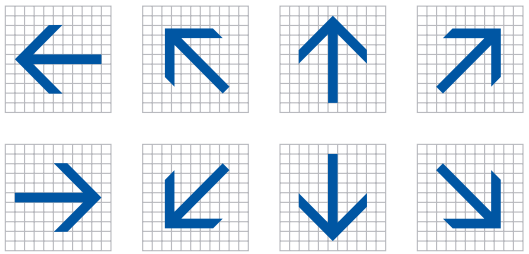
ELEMENTOS INTERNOS

SEÑALIZACIÓN DEL CAMPUS

Flechas:

Son formas que permiten identificar una dirección.

Se pueden ver de forma horizontal, vertical y en ángulo de 45º.



Pictogramas:

Los pictogramas son medios de comunicación de gran eficacia y contienen códigos que la gente reconoce, muchos de ellos, en forma universal.

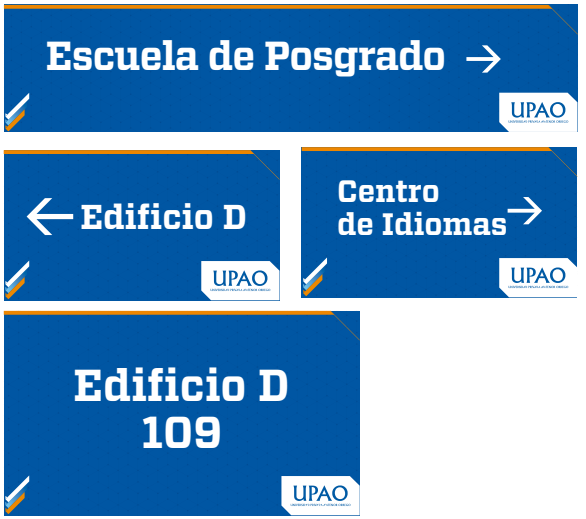
Deben ser lo más sintéticos posibles, con el fin de ser comprendidos por todos.
como norma general, los pictogramas se reproduciran en blanco sobre el color azul corporativo.

Existen pictogramas que, debido al grupo al que pertenecen, deben ser preproducidos bajo sus propios colores de código internacional. Aquí los mostramos en color gris.

Señalización de dirección:

Como norma general, se usará como fondo de color azul pantone 661, color que identifica a la UPAO.

Los textos y logotipo para comunicación se reproduciran en blanco.



IDENTIDAD CORPORATIVA

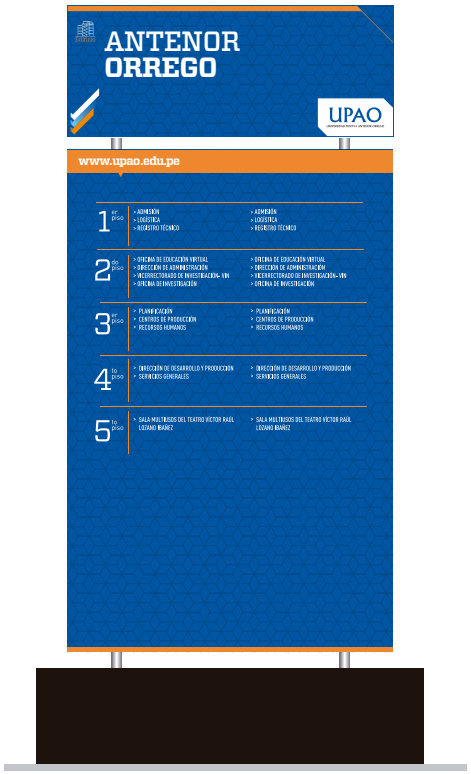
ELEMENTOS INTERNOS

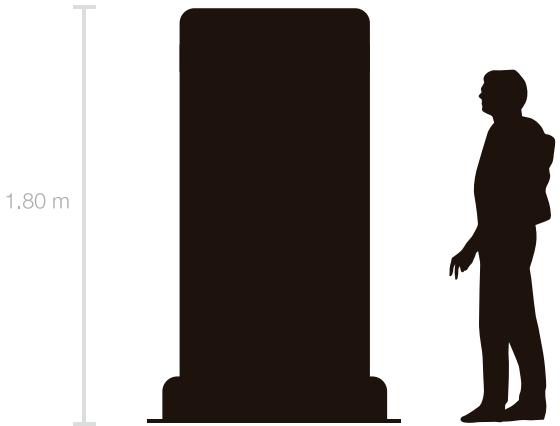
IDENTIFICACIÓN DE EDIFICIOS:

Los letreros que identifican a los edificios tienen en el mismo sitio, el logo publicitario en la parte superior, al centro del cartel y bajo este, el nombre del edificio, número, etc.
Una norma general es usar como fondo de color el azul que identifica a la UPAO. Los textos, números y logotipo para comunicación interna se reproduce en blanco.

SEÑALIZACIÓN DEL CAMPUS

TÓTEM UBICADOR





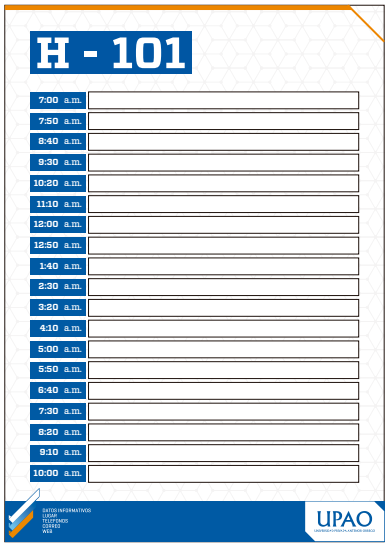
IDENTIDAD CORPORATIVA

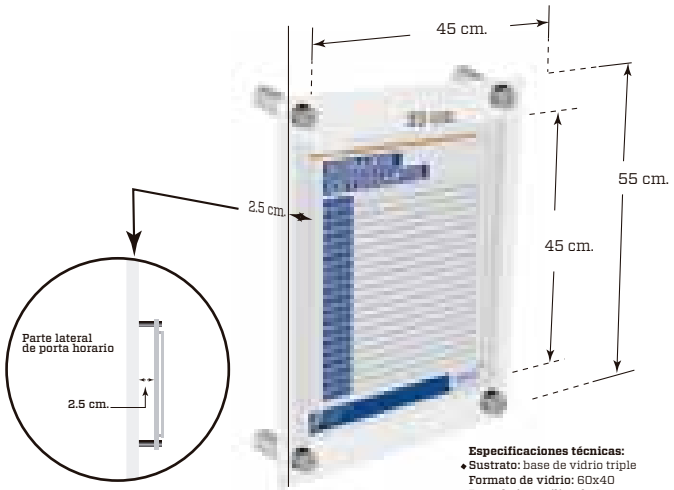
ELEMENTOS INTERNOS

HORARIO ESTUDIANTIL

Esta presentación de porta horario busca mantener una comunicación rápida y precisa para el estudiante.

Sustrato: papel bond
Formato: A3
Direccional: vertical





Especificaciones técnicas:

- **Sustrato:** base de vidrio triple
  Formato de vidrio: 60x40
- **Porta hoja:** acrílico de 3 mm.
  Formato: 46X33
- **Bases se soporte:** metal con autorroscante con una altura de 2.5 cm.

IDENTIDAD CORPORATIVA

ELEMENTOS INTERNOS

SEÑALÉTICAS INTERNAS

Ubicadas en cada facultad y unidades.

CONSIDERACIONES FINALES

El logotipo de la UPAO debe mantener, en la medida de lo posible, la versión a color sobre fondo blanco para maximizar su eficiencia. El logotipo debe ser respetado en su construcción, proporciones, elementos y colores. Esto garantizará la correcta visualización de la marca. El logotipo para comunicación regular y el utilizado para documentos oficiales tienen funciones específicas, las mismas que se deben respetar obligatoriamente. Si existiese alguna duda sobre su uso debe ser resuelta consultando el Manual de Identidad Corporativa de la Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO).

De encontrar algún vacío de información o duda puntual sobre el uso y adaptación de la marca a través de su identidad visual que no esté especificada en este manual, debe ser resuelta considerando los lineamientos expuestos y bajo la opinión de la Dirección de Marketing y Comunicaciones de la UPAO, la misma que, como se describe en el artículo N.º 177 del Estatuto Institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego con Resolución N.º 11-2018-AU-UPAO, “Es la responsable de velar por la sostenibilidad de la institución mediante un correcto desarrollo de la marca, que permita mantener la competitividad de nuestros productos y servicios”.

UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO