

# MANUAL INSTRUCTIVO DE MARCA

**UPAO**

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO



# ÍNDICE

|           |  |            |  |
|-----------|--|------------|--|
| <b>04</b> | <b>CAPÍTULO I</b>  |            |  |
|           | <b>LINEAMIENTOS GENERALES</b>                                  |            |  |
|           | <b>DE USO DE MARCA</b>   |            |  |
| 06        | INTRODUCCIÓN   |            |  |
| <b>08</b> | <b>ELEMENTOS BÁSICOS</b>                                       |            |  |
| <b>10</b> | <b>LOGOTIPO</b>  |            |  |
| 12        | ISOTIPO DE MARCA   |            |  |
| 13        | TIPOGRAFÍA DE LOGOTIPO   |            |  |
| 14        | CONSTRUCCIÓN DE LOGOTIPO                                       |            |  |
| 15        | PRESENTACIÓN Y USO   |            |  |
| 16        | VERSIÓN A COLOR Y EN NEGATIVO                                  |            |  |
| 17        | USOS CORRECTOS DE LOGOTIPO EN EDIFICIOS                        |            |  |
| 18        | USOS INCORRECTOS DE LOGOTIPO                                   |            |  |
| 19        | COMPORTAMIENTO SEGÚN COLOR DE FONDO<br>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  |            |  |
| <b>29</b> | <b>APLICACIONES DEL LOGOTIPO</b>                               |            |  |
| 31        | CONSTRUCCIÓN DE LA PASTILLA                                    |            |  |
| 32        | LINEAMIENTOS DE USO  |            |  |
| 33        | USO DEL LOGOTIPO CON OTRAS OFICINAS O<br>CENTROS DE PRODUCCIÓN |            |  |
| <b>35</b> | <b>LINEAMIENTOS DE APLICACIÓN DE MARCA</b>                     |            |  |
| 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   |            |  |
| <b>49</b> | <b>APLICACIONES EN MEDIOS IMPRESOS</b>                         |            |  |
|           |  | 51         | PANELES TIPOGRÁFICOS                                       |
|           |  | 53         | PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS                              |
|           |  | 55         | FORMATO DE VALLA   |
|           |  | 56         | AFICHE INTERNO   |
|           |  | 58         | PENDÓN PUBLICITARIO  |
|           |  | 60         | SOPORTE DE TEXTO SOBRE FOTOGRAFÍA                          |
|           |  | <b>61</b>  | <b>APLICACIONES EN MEDIOS DIGITALES</b>                    |
|           |  | 63         | FACEBOOK   |
|           |  | 64         | POST FACEBOOK  |
|           |  | 68         | INSTAGRAM  |
|           |  | 73         | TWITTER  |
|           |  | 75         | LINKEDIN   |
|           |  | 77         | VIDEO PARA YOUTUBE   |
|           |  | 78         | ESTRUCTURA BANNER WEB                                      |
|           |  | 79         | ESTRUCTURA E-MAILING                                       |
|           |  | <b>80</b>  | <b>CAPÍTULO II</b>   |
|           |  |            | <b>COMUNICACIÓN INTERNA</b>                                |
|           |  | 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<br>EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA. |
|           |  | 92         | DIAPPOSITIVAS, FOTOCHECK Y TARECOS                         |
|           |  | 93         | AFICHES, BANDEROLAS Y ROLL SCREEN                          |
|           |  | 94         | UNIDADES INSTITUCIONALES Y<br>MERCHANDISING DE PROMOCIÓN   |
|           |  | 96         | BANDEROLAS DE FACULTADES                                   |
|           |  | 97         | SEÑALIZACIÓN DEL CAMPUS                                    |
|           |  | 99         | HORARIO ESTUDIANTIL  |
|           |  | 100        | SEÑALÉTICAS INTERNAS                                       |
|           |  | <b>101</b> | <b>CONSIDERACIONES FINALES</b>                             |



## Capítulo I

# LINEAMIENTOS GENERALES DE USO DE MARCA

**UPAO**

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO



## 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.

# UPAO

## Medium

---

Flareserif  
821 Bt  
Roman

FLARESERIF 821 BT  
ROMAN

abcdefghijklmnopqrstuvw  
yzABCDEFGHIJKLMNÑO  
PQRSTUVWXYZ

# CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO

## Retícula

Construcción del logotipo a partir de una cuadrícula o rejilla.

## Proporciones

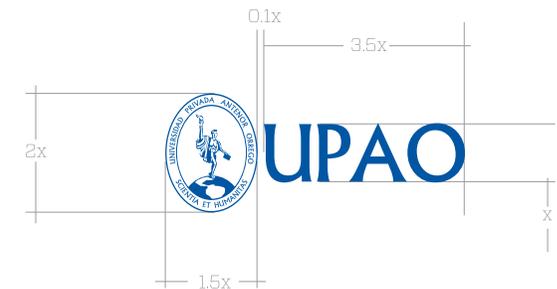
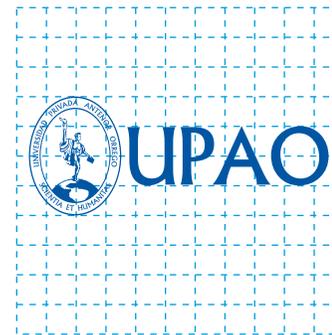
Los logotipos se han construido considerando proporciones adecuadas para facilitar su reproducción.

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 ANTONOR 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



# 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

### 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 logotipo en otras formas.
- No aplicarlo sobre fotos o elementos complejos que compliquen su visualización.

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.



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

## USOS CORRECTOS DEL LOGOTIPO EN EDIFICIOS

---

Se consideran usos correctos aquellos que utilizan la tipografía UPAO (**Flareserif 821 Bt Roman**) en orientación horizontal o vertical ya sea con isotipo o no, mientras que se respete su proporción en relación a la dimensión del espacio a intervenir en el edificio.

Uso vertical

UPAO



Uso horizontal

U  
P  
A  
O



U  
P  
A  
O

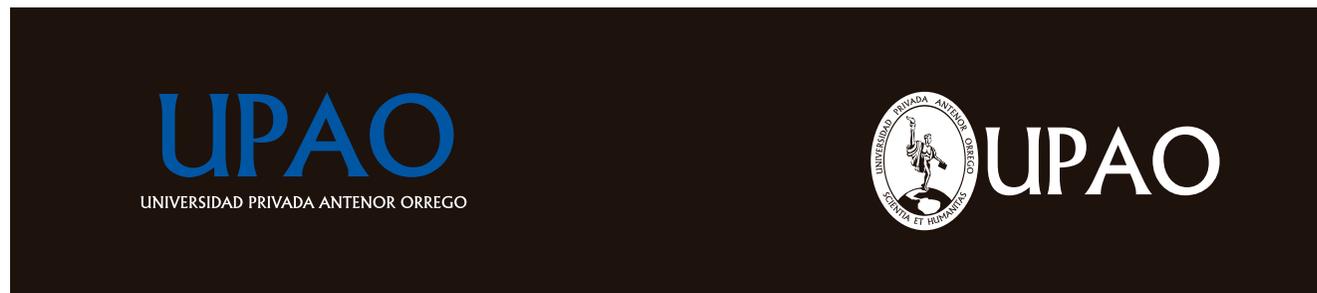
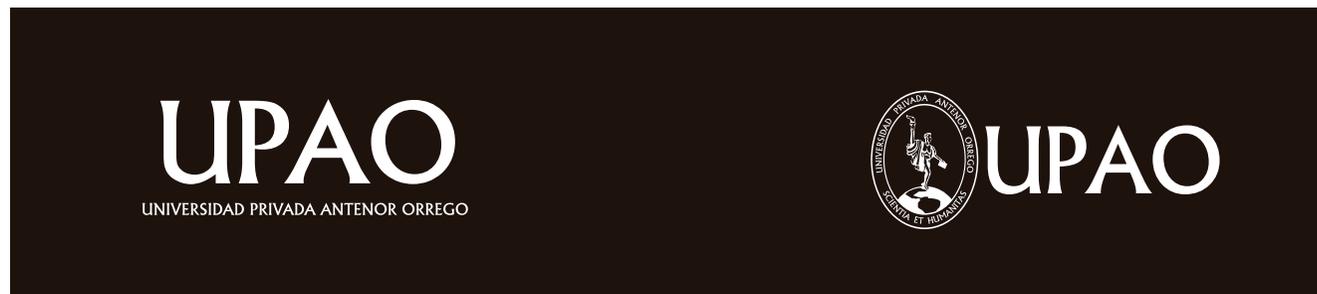
The image shows two examples of the UPAO logo in a horizontal orientation. On the left, the word "UPAO" is written vertically in a blue, serif font. On the right, the word "UPAO" is written horizontally in a blue, serif font, with the circular emblem placed above it.

# 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 ▶ |    | 15 mm. |
| 6 puntos ▶  |    |        |
| 32 puntos ▶ |    | 12 mm. |
| 5 puntos ▶  |    |        |
| 29 puntos ▶ |   | 8 mm.  |
| 18 puntos ▶ |  | 5 mm.  |
| 11 puntos ▶ |  | 3 mm.  |

## DOCUMENTOS OFICIALES

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

|        |  |             |
|--------|--|-------------|
| 20 mm. |   | ◀ 40 puntos |
| 15 mm. |  | ◀ 27 puntos |

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.

# EL NORTE DEL PERÚ ES EL FUTURO.

## Vitesse

Toda la familia tipográfica

**Bold** Medium Light Thin

**VITESSE  
REGULAR**

abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyzABCDEFGHIJKL  
MNÑOPQRSTUVWXYZ

**VITESSE  
ITALIC**

*abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyzABCDEFGHIJKL  
MNÑOPQRSTUVWXYZ*

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  
vwxyABCDEFGHJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ

*Geogrosteque* abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyABCDEFGHJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ

## 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.

De uso exclusivo para material  
publicitario / comercial

## COLORES PRIMARIOS



**C100 M66 Y0 K0**

**R0 G86 B163**

**HTML 0056A3**

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



**C0 M60 Y100 K0**

**R238 G134 B0**

**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 M15 Y87 K0**  
**R108 G193 B235**  
**HTML 6CC1EB**

**C0 M66 Y100 K0**  
**R0 G86 B163**  
**HTML 0056A3**



**C1 M15 Y87 K0**  
**R253 G219 B57**  
**HTML FDD839**

**C0 M60 Y100 K0**  
**R238 G134 B0**  
**HTML EE8600**

## APLICACIÓN GAMA CROMÁTICA DE USO DIGITAL



**C1 M15 Y87 K0**  
**R253 G219 B57**  
**HTML FDD839**

**C0 M60 Y100 K0**  
**R238 G134 B0**  
**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 K 00  
R 0 G 102 B 173  
HTML 0066AD



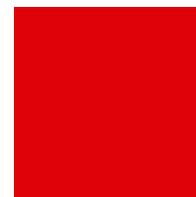
### CIENCIAS ECONÓMICAS

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



**CO M60 Y100 K0**  
**R238 G134 B0**  
**HTML EE8600**

**C40 M40 Y40 K100**  
**RO GO B0**  
**HTML 727277**

Colores de uso para medios digitales



**C1 M15 Y87 K0**  
**R253 G219 B57**  
**HTML FDD839**

**CO M60 Y100 K0**  
**R238 G134 B0**  
**HTML EE8600**

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

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

Versión en positivo



Versión en negativo



**CO M60 Y100 K0**  
**R238 G134 B0**  
**HTML EE8600**



**CO M75 Y100 K0**  
**R233 G107 B0**  
**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 o ciales tienen funciones específicas, las mismas que deben ser respetadas.

El color de las pastillas y el logotipo presentado a continuación 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 o ciales 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 WO1 (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.

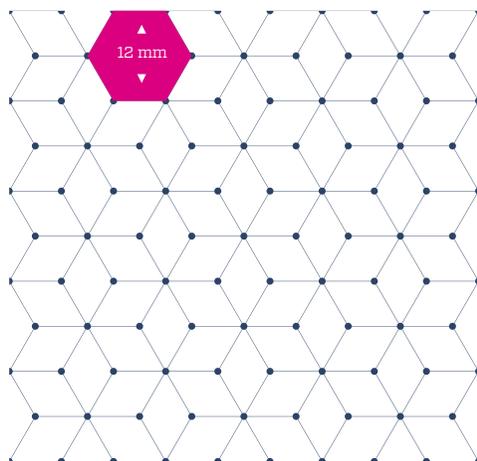
- **Cuerpos de composición:**

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.

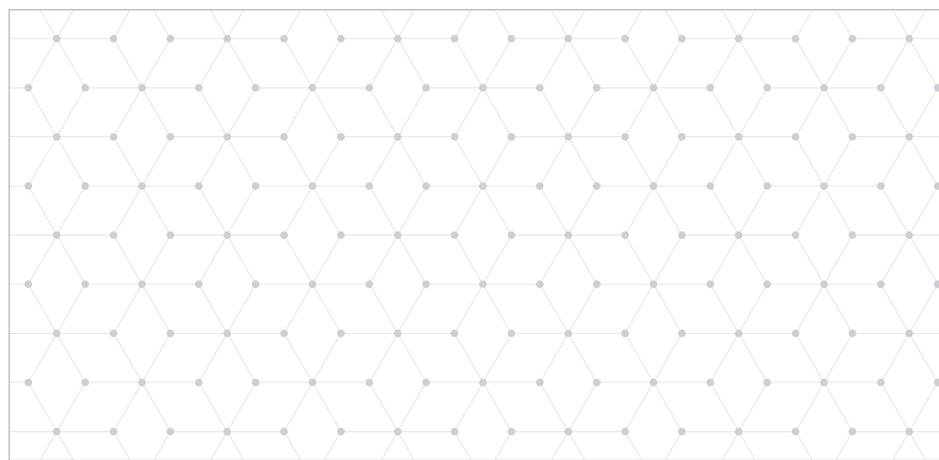
# RECURSOS VISUALES

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

descubre.upao.edu.pe

# UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO

síguenos en:   



Basado en Trabajo UPAO

MERCOSUR

Participa en la encuesta internacional  
**MERCOSUR TALENTO UNIVERSITARIO 2019**

¡Gana más de los cinco dólares!

Organizado por:  
Basado en Trabajo UPAO  
Escuela de Marketing y E-commerce

Organizado por:  
MERCOSUR

Organizado por:  
Escuela de Marketing y E-commerce

Organizado por:  
<http://www.mercosur.org/578396/>

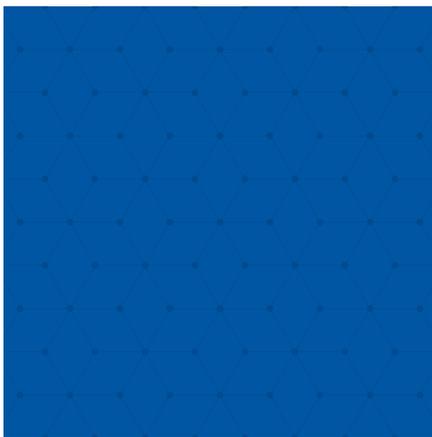


UPAO

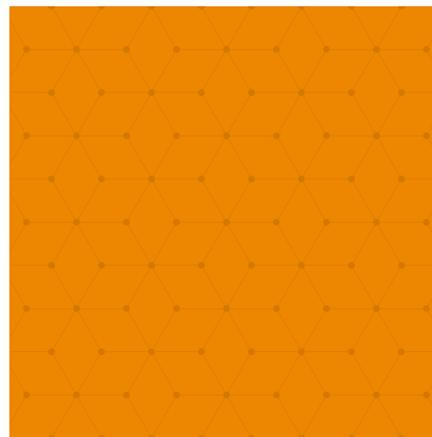
## USO DE TRAMA EN FONDO

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.



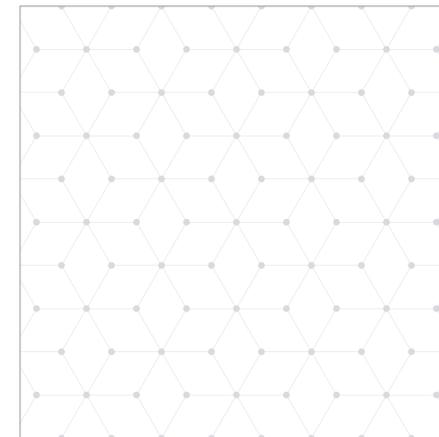
**C100 M66 Y0 K0**  
**C100 M66 Y0 K10**



**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 45° 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.

**LOREM  
IPSUM DOLOR  
SIT AMET.**

### 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 gráficos 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 FOTOGRAFICO

El estilo fotográfico presenta dos enfoques para diferenciar dos tipos de comunicaci3n.

## 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 más frías, desaturadas con ciertos elementos azules/celestes y naranjas para que reflejen la adultez y seriedad del grupo objetivo.



## APLICACIÓN INCORRECTA DE FOTOGRAFÍA

Las 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**



### Guía de aplicación:

**Elementos:** Cintillo superior, título, subtítulo y pastilla.

**Medio:** Panel tipográfico.

**Uso:** En todos los casos.

Medios impresos

# 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.



**LOREM  
IPSUM DOLOR  
SIT AMET.**

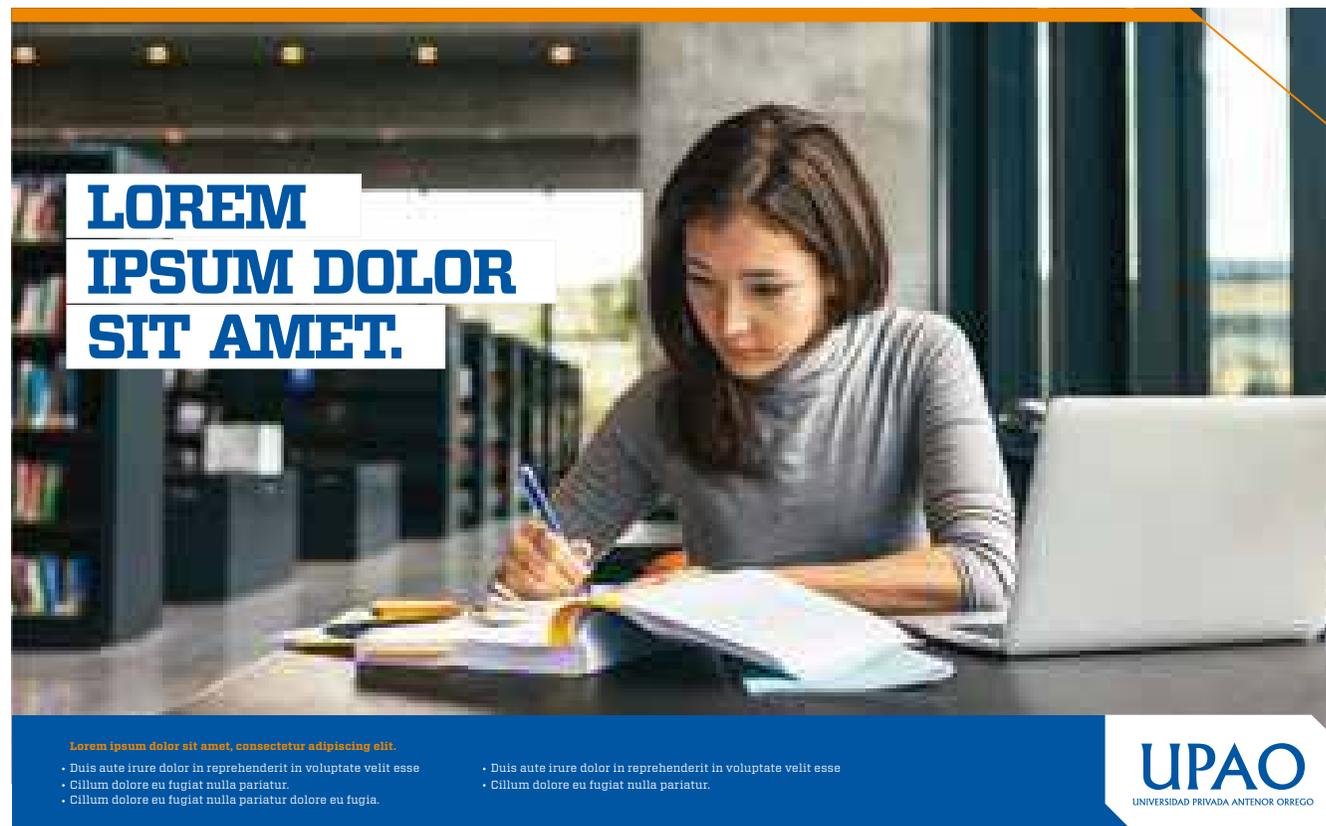
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.  
 • Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse  
 • Cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.  
 • Cillum dolore eu fugiat nulla pariatur dolore eu fugia.

**UPAO**  
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO ORREGO

# 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**

### Adaptación para:

Valla 2 m. x 1 m.

Valla 4 m. x 8 m.

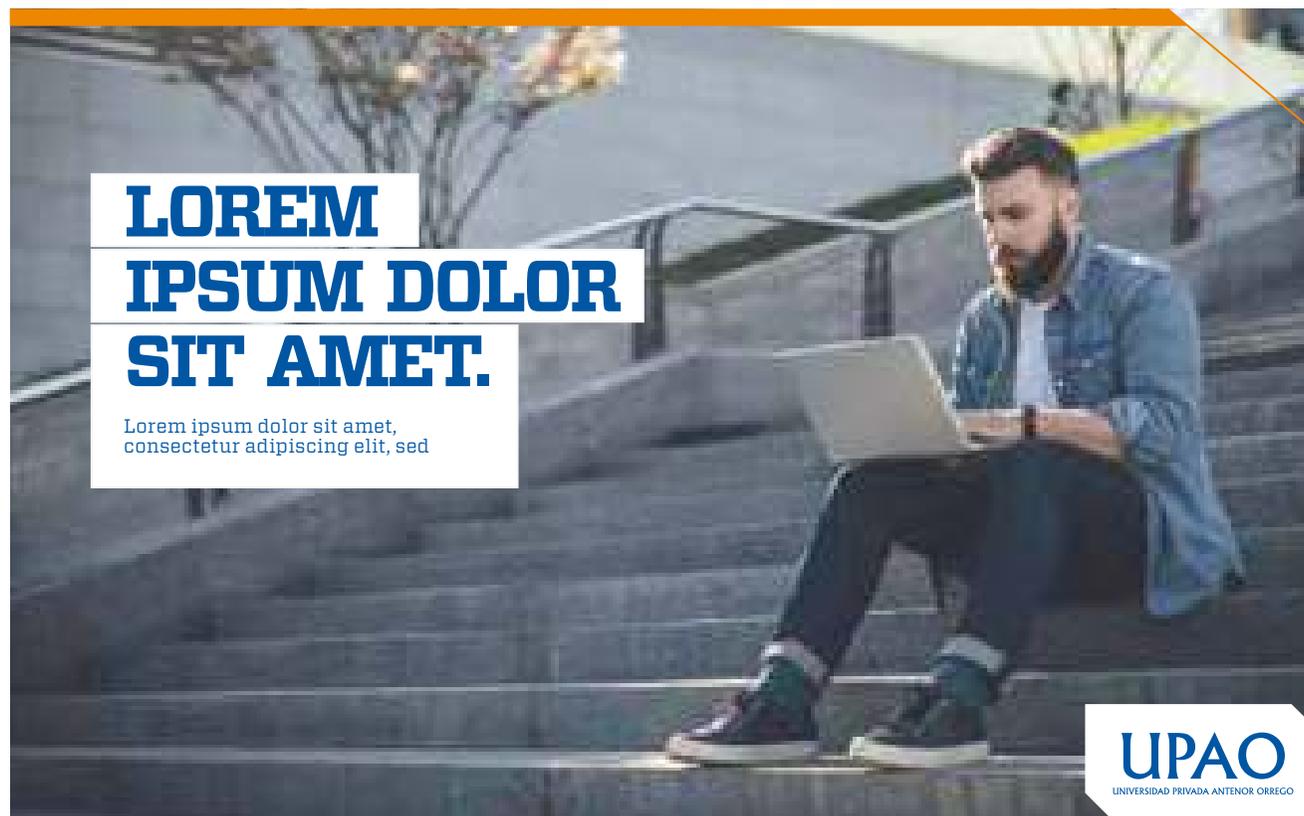
### Guía de aplicación:

**Elementos:** Cintillo superior, título, imagen y pastilla.

**Medio:** Valla publicitaria.

**Uso:** En todos los casos.

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



## 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:** A che.

**Uso:** En todos los casos.

A che 2



# AFICHE INTERNO CON TEXTO

A che 1



## TITULAR PRINCIPAL SUB TITULAR

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed arcu scelerisque, quam cras metus convallis euismod sapien vehicula quisque a. ridiculus vivamus fusce tempus pretium dictumet feugiat eget fructuati. Praesent enim nunc grande cursus platea sociosque velit fringilla scelerisque id. tempor cum egestas tellus varius rhoncus dignissim suscipit porta. Proin convallis cum auctor ornare ridiculus laeulis, egestas natoque socios aliquet.

Magnis dui pellentesque proin sociis massa habitasse pretium ridiculus, una ante maecenas lacus curae non vivamus. luctus ultricies mi suscipit rutum eu feugiat. Libris aptent varius tellus viverra quisque lacina in ultricies, cum arcu mattis dui veneratis faucibus vel, proin fringilla laeuli nascetur imperdiet nunc, fele. laeulis veneratis penatibus turpis habitant netus enim, nullam scelerisque ullamcorper magnis aliquet enim, per vitae tristique at bibendum.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed arcu scelerisque, quam cras metus convallis euismod sapien vehicula quisque a. ridiculus vivamus fusce tempus pretium dictumet feugiat eget fructuati. Praesent enim nunc grande cursus platea sociosque velit fringilla scelerisque id. tempor cum egestas tellus varius rhoncus dignissim suscipit porta. Proin convallis cum auctor ornare ridiculus laeulis, egestas natoque socios aliquet.

Magnis dui pellentesque proin sociis massa habitasse pretium ridiculus, una ante maecenas lacus curae non vivamus. luctus ultricies mi suscipit rutum eu feugiat. Libris aptent varius tellus viverra quisque lacina in ultricies, cum arcu mattis dui veneratis faucibus vel, proin fringilla laeuli nascetur imperdiet nunc, fele. laeulis veneratis penatibus turpis habitant netus enim, nullam scelerisque ullamcorper magnis aliquet enim, per vitae tristique at bibendum.

DATOS INFORMATIVOS  
LUGAR  
TELEFONOS  
CORREO  
WEB

**UPAO**  
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO ORREGO

### Guía de aplicación:

**Elementos:** Cintillo superior, vértice, imagen, título, subtítulo, cuerpo de texto, cintillo inferior espacio informativo.

**Medio:** A che.

**Uso:** En todos los casos.

# PENDÓN PUBLICITARIO

---

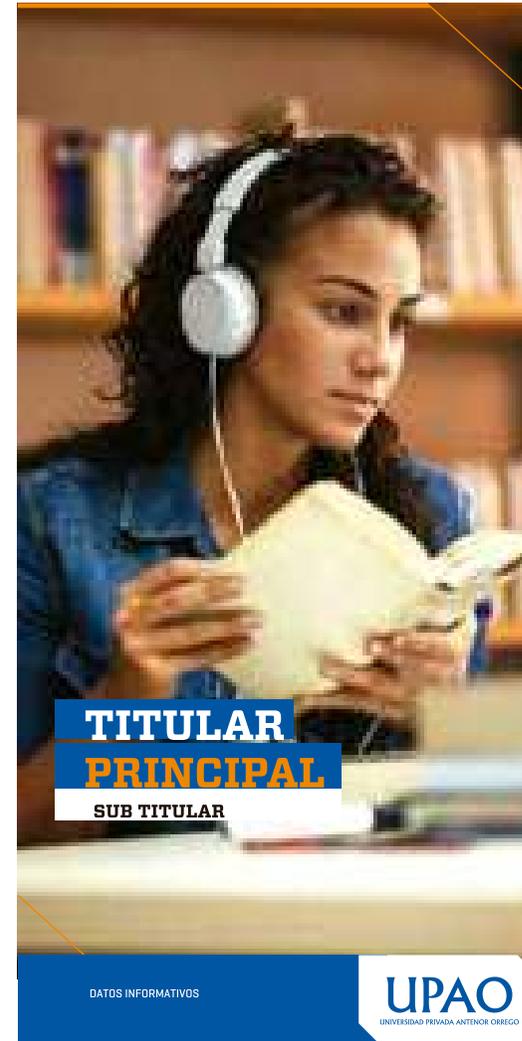
**Adaptación para:**  
Pendón 6 m. x 3 m.

**Guía de aplicación:**

**Elementos:** Cintillo superior, imagen, título, subtítulo, cintillo inferior espacio informativo.

**Medio:** Pendón.

**Uso:** En todos los casos.



# PENDÓN PUBLICITARIO CON TEXTO

—

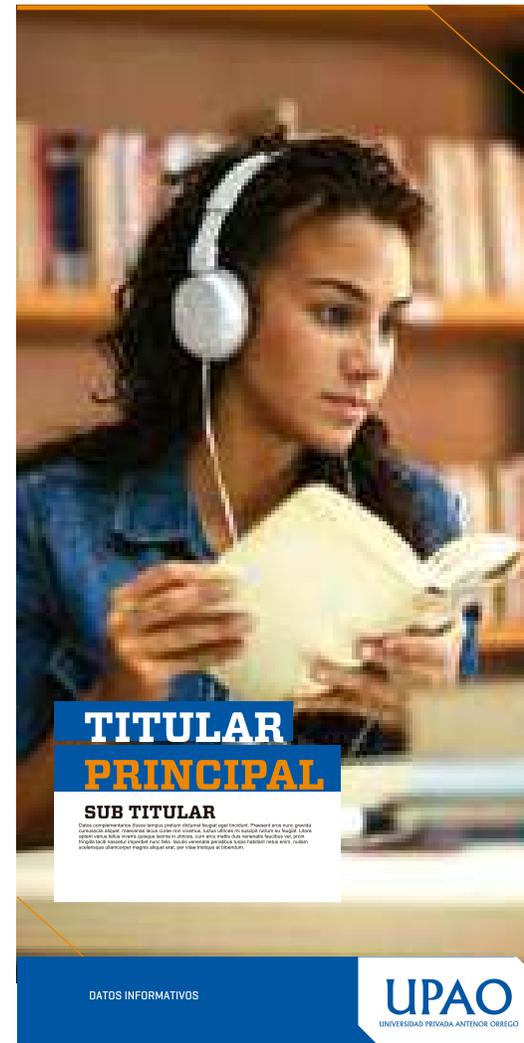
**Adaptación para:**  
Pendón 6 m. x 3 m.

## **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.



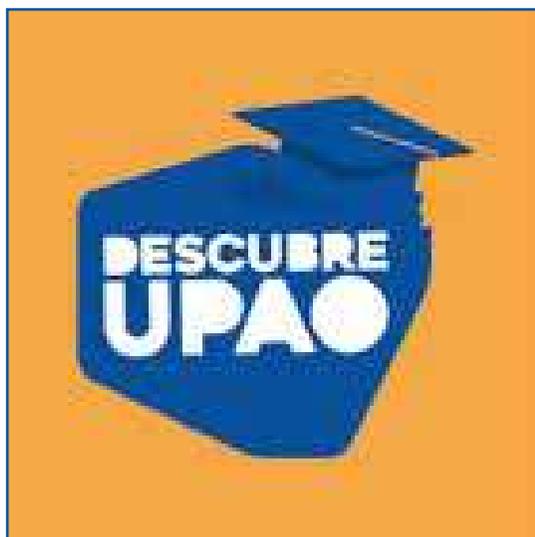
# APLICACIONES EN MEDIOS DIGITALES



# 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.



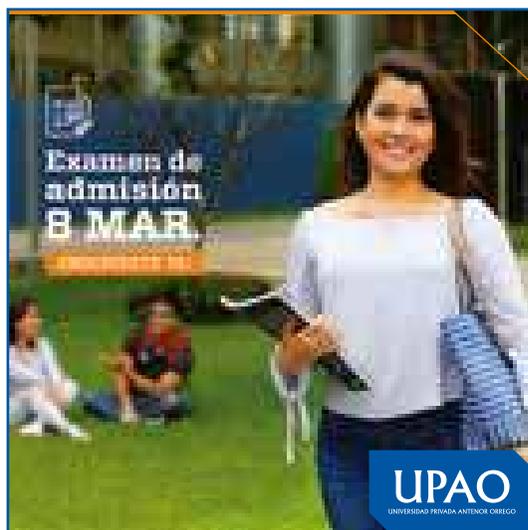
→ **Versión móvil y tablet** ←

## 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.

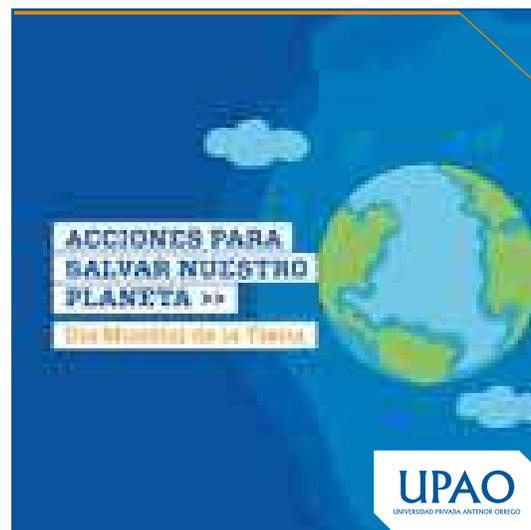


**NOTA:** En el caso de los post para redes sociales se omitirá el uso del cintillo inferior y solo se empleará el logotipo en su pastilla.



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.



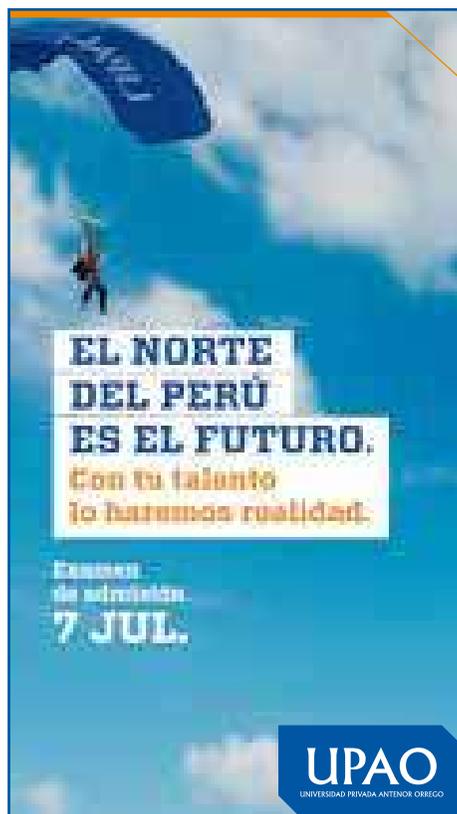
## POST FACEBOOK

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.

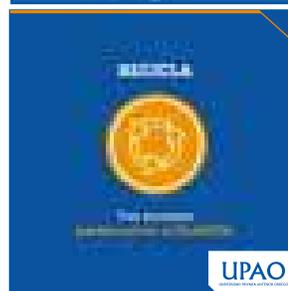


# POST FACEBOOK

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.

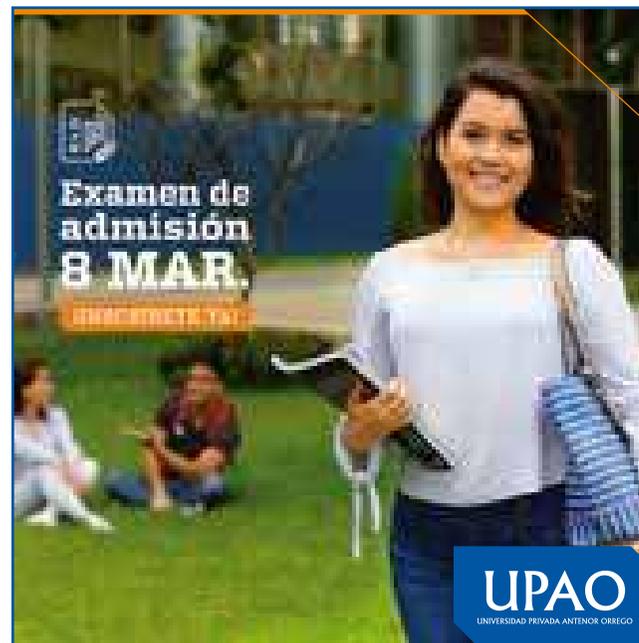
# INSTAGRAM

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.



## 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.



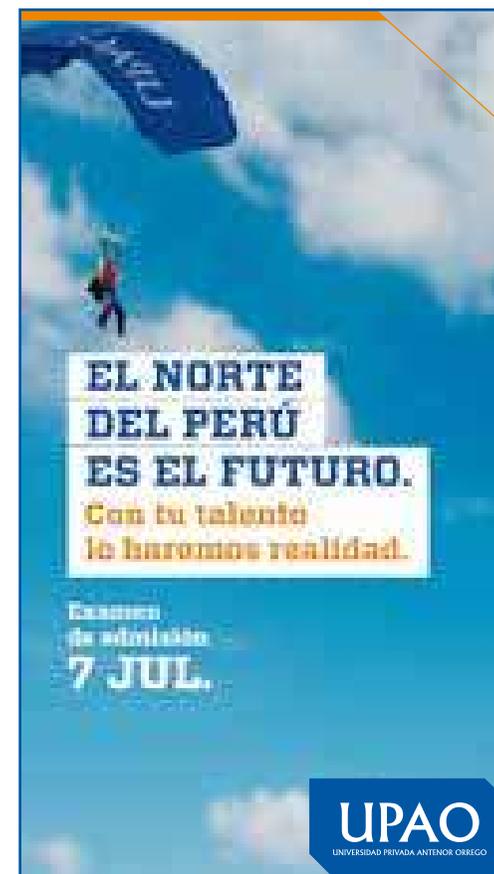
## POST INSTAGRAM

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.



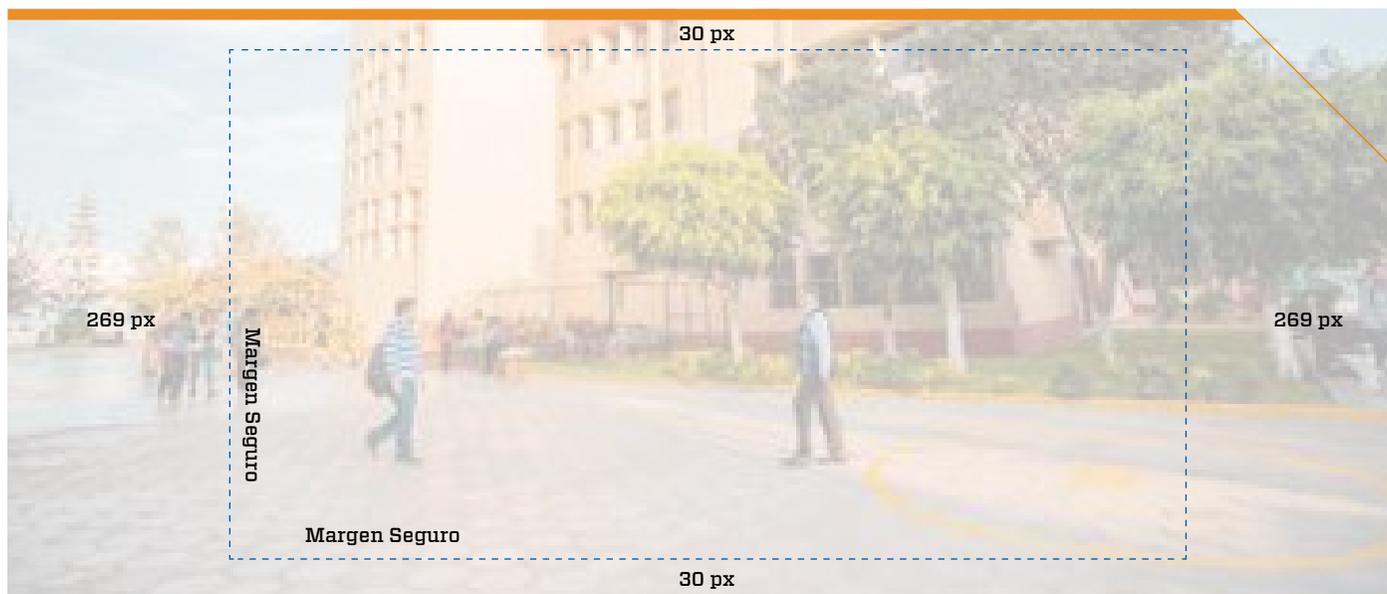
**Stories**  
1080 px. x 1920 px.



## 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.



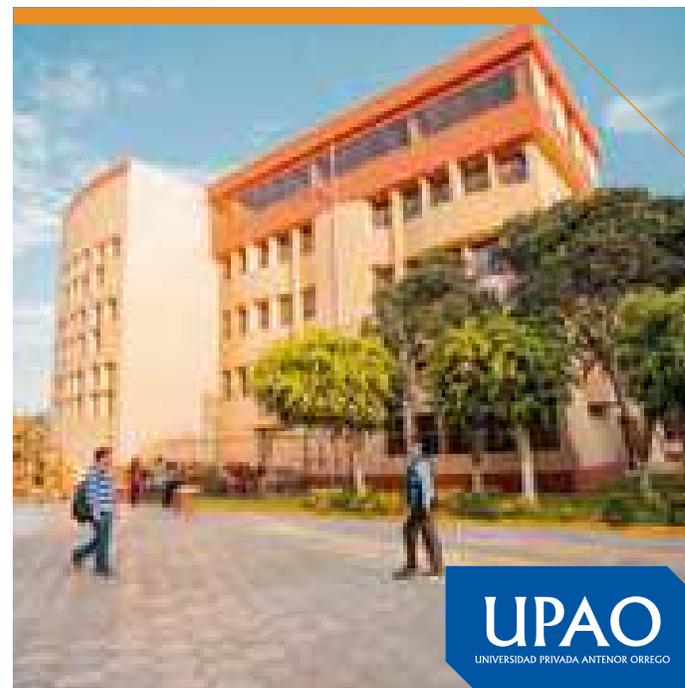
## VIDEO PARA FACEBOOK

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.



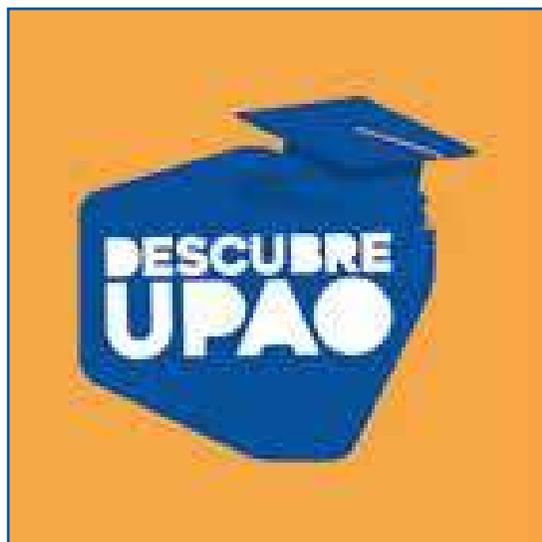
**Post video fan page**  
1080 px. x 1080 px.



## 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.



## 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



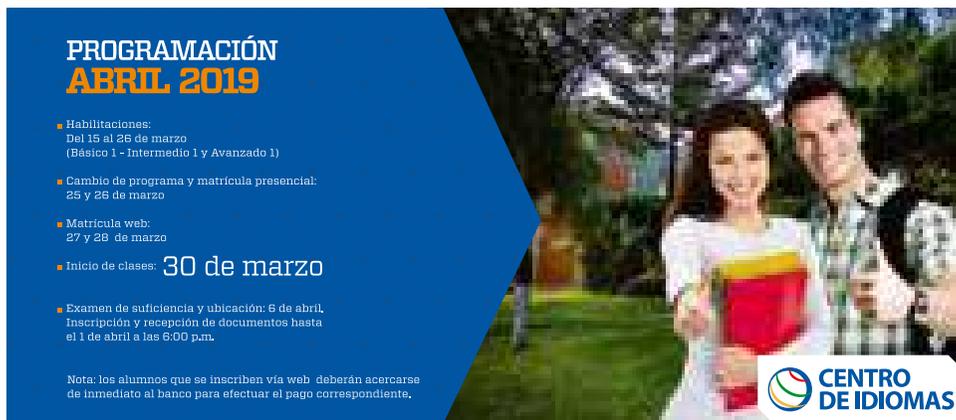
## Video vertical (stories)

1080 px. x 1920 px.



# ESTRUCTURA BANNER WEB

Banner rotativo web 01



**PROGRAMACIÓN  
ABRIL 2019**

- **Habilitaciones:**  
Del 15 al 26 de marzo  
(Básico 1 - Intermedio 1 y Avanzado 1)
- **Cambio de programa y matrícula presencial:**  
25 y 26 de marzo
- **Matrícula web:**  
27 y 28 de marzo
- **Inicio de clases:** **30 de marzo**
- **Examen de suficiencia y ubicación:** 6 de abril.  
Inscripción y recepción de documentos hasta  
el 1 de abril a las 6:00 p.m.

Nota: los alumnos que se inscriben vía web deberán acercarse de inmediato al banco para efectuar el pago correspondiente.



**CENTRO  
DE IDIOMAS**

The banner features a blue background on the left with white text and a list of dates. On the right, there is a photograph of a young man and woman smiling and holding books. The logo of 'Centro de Idiomas' is in the bottom right corner.

Soporte de texto con mayor contenido

Banner rotativo web 02



**El Norte  
produce más  
espárragos  
que Estados  
Unidos,  
Alemania y  
Holanda.**

**EL NORTE  
DEL PERÚ  
ES EL FUTURO.**

**Con tu talento  
lo haremos realidad.**

**Infórmate aquí**

**Examen de admisión  
16 de dic.**

Foto: www.24horas.com

The banner has a green background with a close-up of asparagus. It includes a circular icon of a pencil, a main headline, a sub-headline, a call to action button, and exam dates. A small vertical photo credit is on the right edge.

Banner web - campaña

# ESTRUCTURA E-MAILING

Formato HTML  
(alto en texto)



Formato imagen  
(bajo en texto)



## 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).



## 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 líneas abajo.

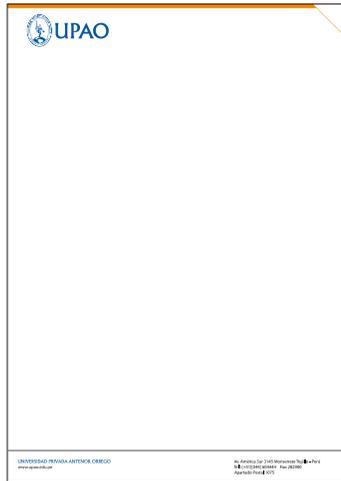


# IDENTIDAD CORPORATIVA

## 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.

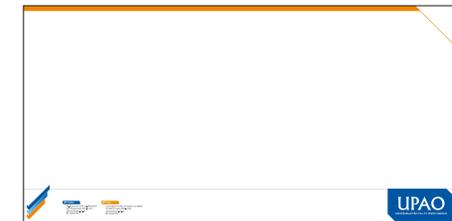
## DOCUMENTOS OFICIALES INTERNOS

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

|  |                        |
|--|------------------------|
| <b>NOMBRE</b>  |                        |
| <b>CARGO</b>   |                        |
| <b>DEPENDENCIA</b>                                   |                        |
| <hr/>  |                        |
| Dirección  | Tel: [+51][044] 604444 |
| Urbanización, Ciudad                                 | Fax: [+51][044] 282900 |
| País   |                        |
| correo@upao.edu.pe                                   |                        |
| <a href="http://www.upao.edu.pe">www.upao.edu.pe</a> |                        |



## FIRMAS DE CORREO ELECTRÓNICO



John Doe

En este espacio se escribe el cargo

Acá se escribe el nombre de la Facultad (si la hubiese)

Universidad Privada Antenor Orrego

Av. América Sur 3145 Monserrate

Teléfono [+51][044] 604444 FAX 282900

Apartado Postal 1075

[www.upao.edu.pe](http://www.upao.edu.pe) • [jdoe@upao.edu.pe](mailto:jdoe@upao.edu.pe) Trujillo - Perú

# 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.

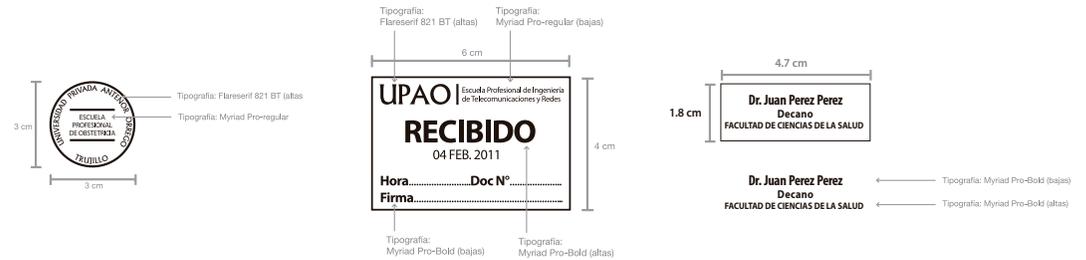


solo uso de posgrado

# IDENTIDAD CORPORATIVA

## DOCUMENTOS OFICIALES INTERNOS

# SELLOS CORPORATIVOS



## FÓLDERES



## CARPETA DE POSTULANTE



## CARPETA DE POSTGRADO



# IDENTIDAD CORPORATIVA

## ELEMENTOS INTERNOS

### BANDERINES

#### ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN



Estandarte fondo blanco  
Azul c 100, m 50



Estandarte fondo naranja  
Naranja m 50, y 100

Solo para Posgrado



Estandarte fondo negro  
Negro 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

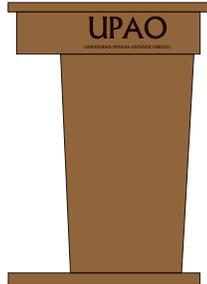
# IDENTIDAD CORPORATIVA

## ELEMENTOS INTERNOS

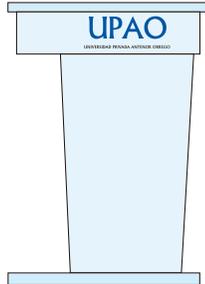
### PODIO



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 modi car.
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.

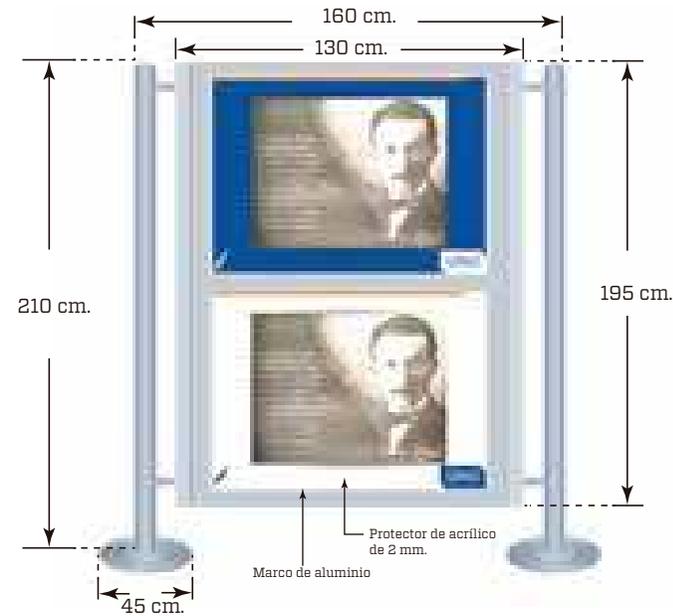
**Formato vertical:** 50x70 cm  
**Capacidad:** 1 a ches A3  
**Ubicación:** En marcadores y sitios de mayor recurrencia.



**Formato horizontal:** 160x70 cm  
**Capacidad:** 4 a ches 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

### DIAPPOSITIVAS

Plantilla Diapositiva principal



Plantilla Diapositiva interior



## SOLO POSTGRADO

Plantilla Diapositiva principal



Plantilla Diapositiva interior



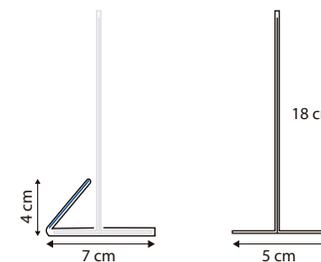
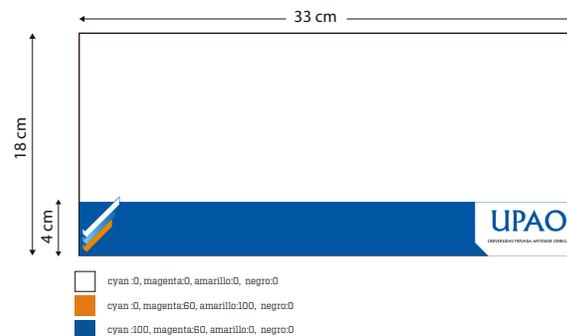
# IDENTIDAD CORPORATIVA

## 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.

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

# IDENTIDAD CORPORATIVA

## ELEMENTOS INTERNOS

### AFICHES

Alcfe  
Alcfe estándar  
50 x 70 cm  
(50 x 70 mm)



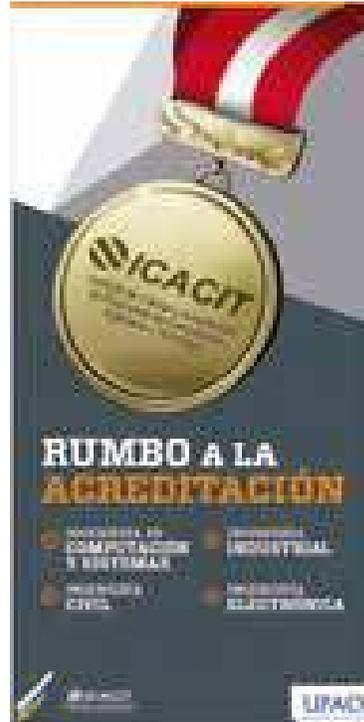
Alcfe  
Alcfe estándar  
20 x 40 cm



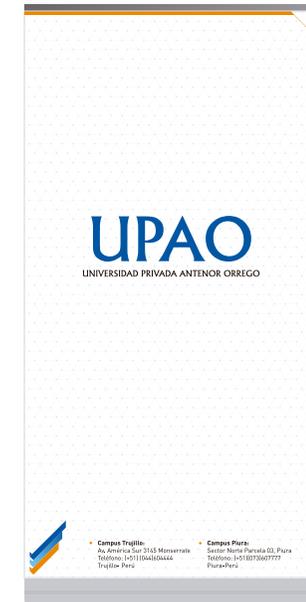
### BANDEROLAS

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

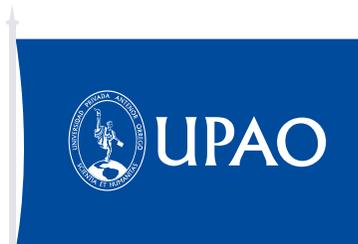


# IDENTIDAD CORPORATIVA

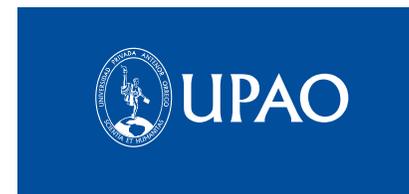
## ELEMENTOS INTERNOS

## BANDEROLAS DE FACULTADES

Banderola de des le UPAO  
Azul UPAO



Bandera 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 K 00  
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

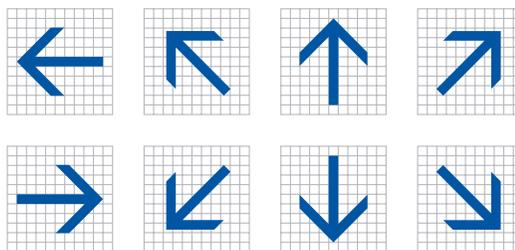
# IDENTIDAD CORPORATIVA

## ELEMENTOS INTERNOS

## SEÑALIZACIÓN DEL CAMPUS

### Flechas:

Son formas que permiten identificar unadirección. Se pueden ver de forma horizontal, vertical y en ángulo de 45°.



### 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 reproducidos 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

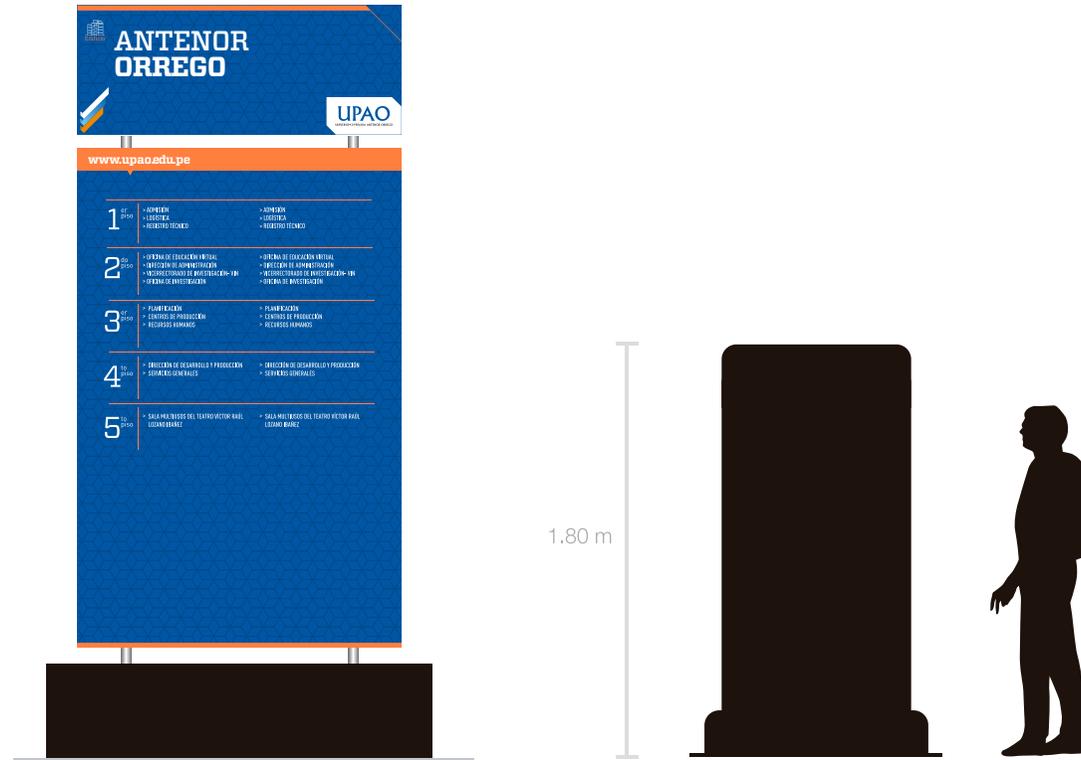
## SEÑALIZACIÓN DEL CAMPUS

### TÓTEM UBICADOR

### 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.



# IDENTIDAD CORPORATIVA

## ELEMENTOS INTERNOS

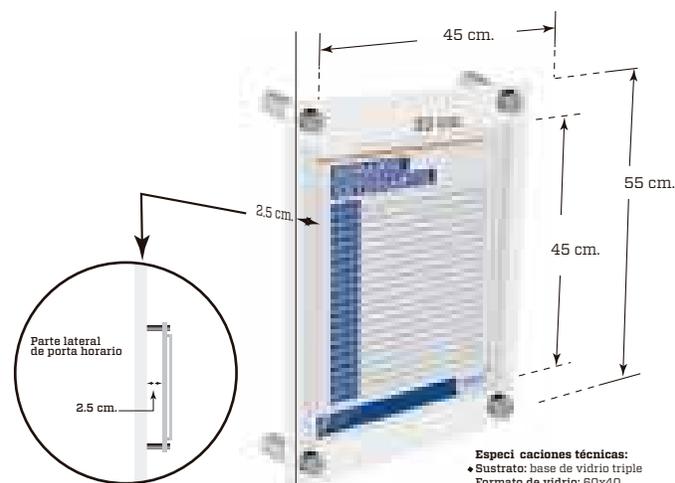
# HORARIO ESTUDIANTIL

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

Sustrato: papel bond  
Formato: A3  
Direccional: vertical

| H - 101    |  |
|------------|--|
| 7:00 a.m.  |  |
| 7:30 a.m.  |  |
| 8:40 a.m.  |  |
| 9:30 a.m.  |  |
| 10:20 a.m. |  |
| 11:10 a.m. |  |
| 12:00 a.m. |  |
| 12:50 a.m. |  |
| 1:40 a.m.  |  |
| 2:30 a.m.  |  |
| 3:20 a.m.  |  |
| 4:10 a.m.  |  |
| 5:00 a.m.  |  |
| 5:50 a.m.  |  |
| 6:40 a.m.  |  |
| 7:30 a.m.  |  |
| 8:20 a.m.  |  |
| 9:10 a.m.  |  |
| 10:00 a.m. |  |

UPAO



- Especificaciones técnicas:**
- Sustrato: base de vidrio triple
  - Formato de vidrio: 60x40
  - Porta hoja: acrílico de 3 mm.
  - Formato: 46X33
  - Bases de soporte: metal con autoroscante 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