



Manual Imagen de Marca e Identidad Corporativa



La Red Universitaria Nacional, con el fin de obtener y conservar una imagen en su más alto nivel, se ha creado el presente Manual de Identidad Corporativa, que ofrece una síntesis descriptiva de los elementos que integran el proceso de comunicación visual y la forma en que estos a través de normas y especificaciones que los rigen llevan a la unificación y coherencia de este proceso tan importante para destacar la imagen de la Red Universitaria Nacional (REUNA) y hacer que ésta se conserve coherente a los objetivos de calidad y eficiencia de éste organismo.

Por lo tanto, al apearnos a la normativa que plantea este manual respecto a los elementos que conforman nuestra identidad.

Este manual de uso y aplicación de la imagen para la identidad visual, es el resultado de un profundo y minucioso estudio, efectuado con el objetivo de que resulte provechoso y agradable, para la comunicación interna y externa de REUNA.

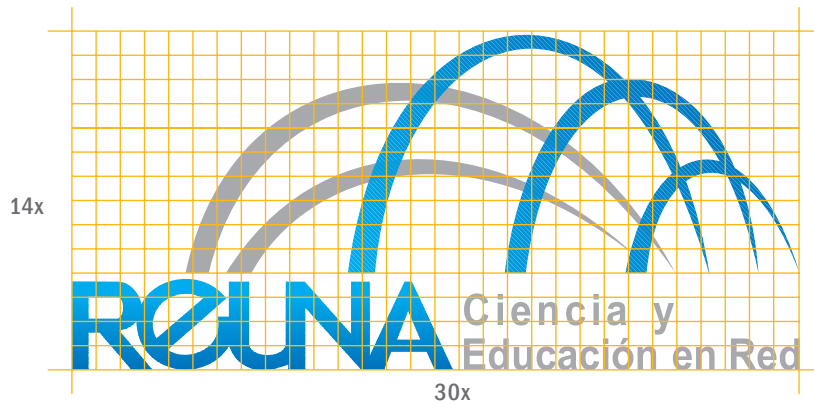
## Elementos de la Imagen

Hemos creado un nuevo logo para renovar la marca, la que está inspirada en la conectividad, las comunicaciones y la globalización que reflejan la eficiencia y calidad de nuestra institución.



## Proporciones Gráficas

El área del logotipo presenta proporciones de 30x de ancho por 14x de alto. Las proporciones de los elementos de la marca no deben ser alteradas como tampoco se permite la integración de ningún otro elemento gráfico en el área corporativa definida.



## Área de Reserva Mínima

El área de protección es el espacio que existe alrededor del logo para que no sea invadido por ningún otro elemento, el logo siempre debe estar sobre un área mínima restrictiva blanca de 1x en todas sus aplicaciones. Ningún elemento gráfico, fotografía, texto o corte de página puede invadir este perímetro de protección.



## Reducción Mínima de Marca

Se ha establecido un tamaño mínimo de reducción para impresión (milímetros) y pantalla (píxeles) para asegurar una lectura correcta de la marca. Deben respetarse las dimensiones aquí dispuestas y evitar el uso en un tamaño inferior al indicado.



Solo para impresión sobre formatos pequeños como pendrives, lápices, etc. el logo sufrirá la siguiente modificación:



## Colores

El color es de suma importancia para la reafirmación de la identidad corporativa, por lo tanto solamente se podrán utilizar los colores indicados a continuación, para este caso se utiliza en porcentajes de acuerdo al sistema de impresión CMYK



C: 0% R: 167%  
M: 0% G: 167%  
Y: 0% B: 167%  
K: 40%

HEX: #a7a7a7



C: 100% R: 0%  
M: 2% G: 170%  
Y: 0% B: 236%  
K: 0%

C: 100% R: 0%  
M: 43% G: 122%  
Y: 0% B: 195%  
K: 0%

HEX: #00aaec

HEX: #007ac3

**REUNA**



C: 100% R: 0%  
M: 2% G: 170%  
Y: 0% B: 236%  
K: 0%

C: 100% R: 0%  
M: 43% G: 122%  
Y: 0% B: 195%  
K: 0%

HEX: #00aaec

HEX: #007ac3

Ciencia y  
Educación en Red

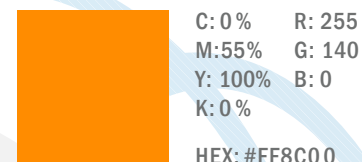
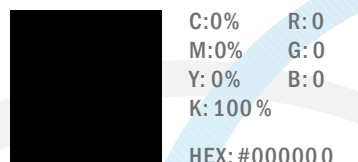
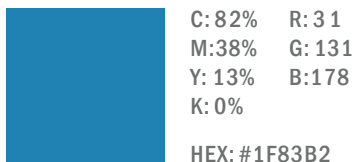
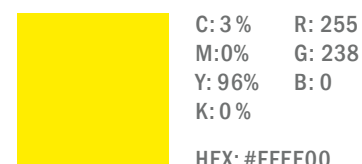
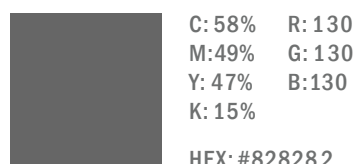
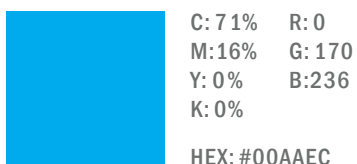
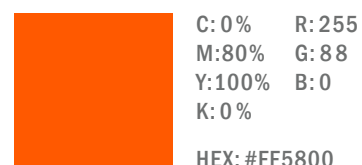
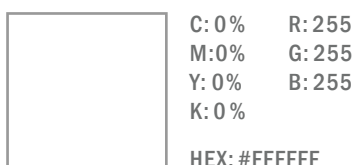
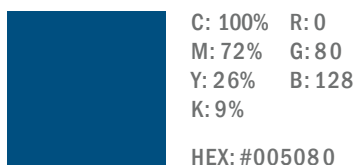
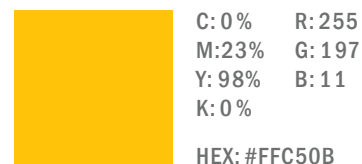
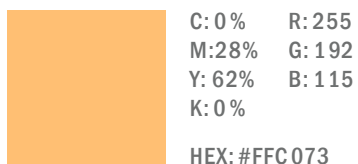
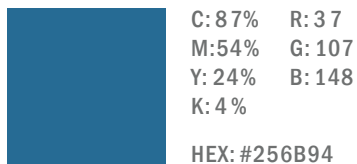


C: 0% R: 167%  
M: 0% G: 167%  
Y: 0% B: 167%  
K: 40%

HEX: #a7a7a7

## Colores Complementarios

El uso de una paleta de colores definida mantiene coherencia y uniformidad en las piezas de diseño que conformen la identidad visual.



## Uso en Blanco y Negro

Uso del logo en su versión blanco, escala de grises y negro



## Logo a un Color

Presentación del logo a un color en positivo y negativo.



## Tipografía

La tipografía presente en el logo, es un diseño único y singular con el objetivo exclusivo de dar identidad y diferenciación, por este motivo no admite alteraciones ni aplicaciones de otra forma que no sea la marca.

The image shows the word "REUNA" in a highly stylized, outlined font. The letters are thick and have a unique, rounded, and somewhat irregular shape. The 'R' is particularly large and rounded. The 'E' is also large and has a distinctive shape. The 'U' is simple and rounded. The 'N' is tall and narrow. The 'A' is also tall and narrow, with a triangular cutout in the center. The entire word is rendered in a white outline against a plain white background.

## Tipografía Corporativa

La tipografía primaria es FrankKlein en sus versiones Medium, Book y Bold. Sus diferentes variaciones dan un buen espectro de combinaciones para uso en impresos, publicidad, catálogos, señalización y material de divulgación, manteniendo la uniformidad en las piezas sin hacerla monótona o de difícil lectura.

### FrankKlein Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmopqrstuvwxyz  
1234567890 "#\$%&/()=¿?¡!\*"[\_::;,-{-}'+'

### FrankKlein Book

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmopqrstuvwxyz  
1234567890 "#\$%&/()=¿?¡!\*"[\_::;,-{-}'+'

### FrankKlein Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmopqrstuvwxyz  
1234567890 "#\$%&/()=¿?¡!\*"[\_::;,-{-}'+'

### FrankKlein Italic

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmopqrstuvwxyz*  
*1234567890 "#\$%&/()=¿?¡!\*"[\_::;,-{-}'+'*

## Tipografía Corporativa

Lo menos indicado para la uniformidad de las imágenes es cambiar de tipografía. Sin embargo, en el caso extremo de no estar disponibles las tipografías corporativas, se recurrirá al uso de la Arial como medida de excepción.

### Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 "#\$%&/()=¿?¡!\*"[ ]\_ : ; , . - { } ' + '

### Arial Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*1234567890 "#\$%&/()=¿?¡!\*"[ ]\_ : ; , . - { } ' + '*

### Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890 "#\$%&/()=¿?¡!\*"[ ]\_ : ; , . - { } ' + '**

### Arial Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***1234567890 "#\$%&/()=¿?¡!\*"[ ]\_ : ; , . - { } ' + '***



