



Manual de Identidad Visual

Función de Marca y
Directrices de Diseño Corporativo.

2da. Versión
Noviembre 2016



Manual de Identidad Visual Nur

RECTOR

Mg. William Shoae Baker

ELABORACIÓN DEL MIV

Jhonny Ovando Torrico

Dirección Institucional

Av. Cristo Redentor N°100

Casilla N° 3273

Telf.: (591-3) 3 363939

Fax: (591-3) 3 331850

Web.: www.nur.edu

E-mail: info@nur.edu

Santa Cruz de la Sierra, Bolivia

Nuestra Filosofía

La Universidad Nur visualiza una sociedad futura fundamentada en principios morales y sociales de carácter universal, los que forman parte de la herencia espiritual de la humanidad; una sociedad transformada de tal forma que las estructuras sociales, sean del Estado, del sector privado y de la sociedad civil, promuevan procesos para un desarrollo sostenible que tenga al ser humano como el enfoque central; una sociedad en la cual los conocimientos científicos y tecnológicos serán usados de manera responsable y justa al servicio del bien común.

Respondiendo a esta visión, la Nur define su Misión y Visión Institucional:

MISIÓN

Es: "Contribuir a un proceso educativo que facilite la transformación individual y social por medio del desarrollo de las capacidades humanas, fomentando una coherencia dinámica entre las dimensiones intelectuales, espirituales y físicas para el establecimiento de una sociedad justa, pacífica y armoniosa".

VISIÓN

Se visualiza a la Universidad Nur como un modelo educativo digno de replicar, por ser una institución educativa orientada al aprendizaje, al desarrollo de capacidades de capacidades de liderazgo moral y a la promoción de la paz y la unidad; por responder en forma genuina a las necesidades de la sociedad a través de sus programas académicos y de interacción social; por el fomento de la cultura de investigación y el uso racional de la tecnología apropiada; por ofrecer oportunidades a los académicos, administrativos y estudiantes para expresar sus iniciativas individuales y desarrollar su creatividad; por la cooperación y la coordinación dinámica entre sus distintos componentes y por autosostenibilidad y el reconocimiento de sus programas a nivel nacional e internacional.

POLÍTICA DE CALIDAD

La Universidad Nures una organización de educación orientada al aseguramiento de la formación integral de sus estudiantes. Comprometida con la mejora continua, con calidad académica en todos sus programas, cuenta con profesionales altamente calificados y es eficiente en su gestión.

Contenido

01 Introducción

01. Presentación	09
02. Base Conceptual	12
03. Políticas de Uso	14

02 Sistema de Identificación

01. Marca Institucional	18
02. Isologotipo	19
03. Aplicación en fondos primarios	20
04. Aplicación en fondos secundarios	21
05. Aplicaciones no autorizadas	22
06. Aplicaciones en blanco y negro	24
07. Retícula de construcción gráfica	26
08. Proporciones - Tamaños definidos	28
09. Colores Institucionales	30
10. Tipografías Institucionales	32
11. Uso para otras áreas	36

03 Iconografía ISO 9001

01. Marca de Certificación	44
02. Iconografía de Certificación Nur	46
03. Slogan con leyenda de certificación	47
04. Iconografía de Certificación ISO 9001:2008	49

04 Diseño Institucional

01. Hoja Membretada	52
02. Tarjeta de Presentación	53
03. Sobres Membretados	54
04. Carpeta Institucional	56
05. Diseño Base para Formularios	57
06. Etiqueta CD/DVD	58
07. Página Web	59

01

Introducción

Presentación

El Manual de Identidad Visual de la Universidad Nur, reúne todos los estándares de diseño y de identidad corporativa necesarios para establecer un mensaje visual claro y definido que se pueda aplicar a todos las piezas comunicacionales y/o soportes que se utilicen para la difusión interna y externa de la Identidad Visual.

Por tanto, este documento suministra las disposiciones para el uso apropiado del isologotipo, su ubicación, tamaño y tipos de fuentes. Es la herramienta que regula el uso correcto de la imagen visual, toda vez que presenta una clara identidad tipográfica, geométrica y cromática.

La aplicación de este manual y el cumplimiento a la norma visual, es de estricta responsabilidad de los Departamentos de Comunicación, Comercial y el Área de Diseño Gráfico.

Base Conceptual

La Identidad Corporativa hace referencia al concepto estratégico para posicionar a una institución. Exige identificar y definir los rasgos de identidad, integrarlos y conducirlos a la estrategia establecida de manera congruente, puesto que toda empresa o institución tiene una personalidad o identidad corporativa. Esta identidad se transmite mediante cualquier acto comunicacional de la empresa.

La Identidad Visual, es un componente de la Identidad Corporativa, pero no el único: la identidad de una empresa abarca más que su dimensión visual. La

Identidad Corporativa se compone de gran cantidad de características que necesitan ser clarificadas y estructuradas, incluyendo la orientación, la filosofía y la comunicación.

Sólo un análisis estructurado, y bien definido puede conducir a una clarificación de la personalidad corporativa y a la diferenciación clara de la competencia. Un programa de identidad corporativa es sobre todo una herramienta de gerencia, que ayuda a identificar y a manejar sistemáticamente las estructuras y la personalidad de una empresa.

Las metas antedichas pueden ser alcanzadas solamente si la identidad corporativa se convierte en el principio de guía para todas las actividades de la empresa. Considerado de este ángulo, la identidad se refiere no solamente a una carpeta o a los folletos, sino que implica una relación armoniosa entre todas las actividades comunicacionales. Todo lo que la empresa hace y dice amplía su identidad, consolidándola o debilitándola.

Por esta razón todas las divisiones de una empresa deben reflejar valores y objetivos comunes. Esto se aplica especialmente a la calidad y al diseño de productos y servicios, la arquitectura de los edificios de compañía, del contenido y del diseño formal de los medios de comunicación, así como las acciones internas y externas de la empresa. Cada departamento es parte de un conjunto y afecta las otras piezas, puesto que la empresa se comunica a través de todo que lo hace o no hace, las veinticuatro horas del día.

Políticas de Uso

La importancia de la imagen institucional radica en servir como lazo unificador y motivador entre la Universidad Nur y su público.

Todas las acciones establecidas en las estrategias de comunicación y marketing de los servicios de la Universidad deben partir de la reproducción fiable de la identidad, puesto que toda acción debe orientarse a sostener, acrecentar y fortalecer los liderazgos de la organización, buscando posicionar a la Universidad conforme a su definición de imagen deseada.

Este manual de identidad institucional es la herramienta estratégica para conservar una imagen gráfica uniforme y única, que constituya desde un elemento distintivo con atracción visual, hasta un trabajo de fácil impresión.

El presente compendio es una guía para la correcta aplicación de esta identidad, contiene lineamientos verbales y visuales, proporciones, sistemas cromáticos, tipografías corporativas y complementarias además de elementos gráficos auxiliares. Es necesario seguir cuidadosamente las instrucciones del mismo, no es admisible ningún cambio en las especificaciones de este manual sin autorización previa.

La estructura gráfica del isologotipo (colores, tipografía, proporciones y aplicaciones) son los puntos más susceptibles de incorrecta reproducción, por lo que se recomienda especial atención.

Toda duda relacionada con el uso de este manual, deberá consultarse con el Área de Diseño Gráfico de la Universidad Nur.

1. El isologotipo Nur debe ser aplicado según las especificaciones del presente manual.
2. Los colores corporativos son azul, dorado y blanco según las especificaciones de pantone o cuatricromía que se especifcan.
3. La papelería y las aplicaciones respetarán los colores institucionales.
4. No se podrán utilizar tramas de fondo, siendo estos un ruido visual.
5. La tipografía del logotipo y de las referencias no podrán ser modificadas.
6. La tipografía complementaria será utilizada en textos de todos los artes diseñados, archivos institucionales y toda aplicación.
7. Se recomienda pedir prueba de colores de los materiales y/o realizar la aprobación antes de impresión o aplicación.
8. Es responsabilidad del departamento que elebore materiales gráficos, respetar y hacer respetar la normativa visual.
9. El Área de Diseño Gráfico es responsable de proporcionar lineamientos de la identidad visual con previa autorización.
10. El incumplimiento de las normas visuales será sancionado según reglamento interno.

02

Sistema de
Identificación

Marca Institucional

La marca de la Universidad Nur, es una construcción formada por la Nur, palabra procedente de “luz” en árabe (sol), que denota “luz del saber”, reflejado en sus servicios; la formación integral de profesionales en Bolivia.

Isotipo.

Elemento gráfico que simboliza la empresa que contribuye a mejorar la identificación.

**Logotipo.**

Elemento visual tipográfico que da nombre a la institución.

UNIVERSIDAD NUR**Isologotipo.**

Combinación de Isotipo y Logotipo





**APLICACIÓN
EN FONDOS
PRIMARIOS**
Fondo Blanco
Isologotipo Nur
en color dorado



**APLICACIÓN
EN FONDOS
PRIMARIOS**
Fondo Azul
Isologotipo Nur
en color dorado

**APLICACIÓN
EN FONDOS
SECUNDARIOS**
Bits/Imágenes
El isologotipo
Nur se aplicará
en color blanco
para evitar un
ruido visual y
una asimetría
cromática.

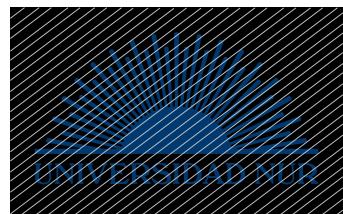


**APLICACIÓN
EN FONDOS
SECUNDARIOS**
Otros
Fondos Sólidos
El isologotipo
Nur se aplicará
en color blanco
para evitar un
ruido visual y
una asimetría
cromática.



Aplicaciones No Autorizadas





Aplicación en Blanco y Negro

MONOCROMO POSITIVO

El isologotipo Nur se aplicará sobre fondos claros a una sola tinta, por defecto negro



MONOCROMO NEGATIVO

El isologotipo Nur se aplicará sobre fondos oscuros en negativo, por defecto blanco



Monocromático Positivo



75 %

50 %

25 %

CMYK: 100c|100m|100y|100k

RGB: 0r|0g|0b

Pantone: Proc. Black PC

Web: #000000

Monocromático Negativo



50 %

75 %

100 %

CMYK: 0c|0m|0y|0k

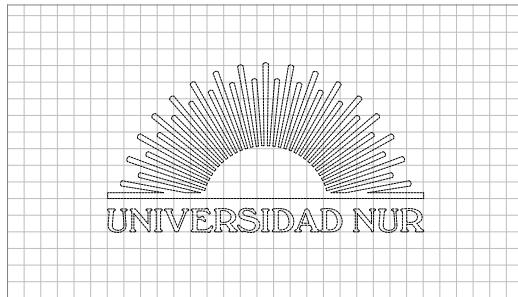
RGB: 255r|255g|255b

Web: #ffffff

Retícula de construcción gráfica

GRILLA DE REPRODUCCIÓN

Reticulado Uniforme



Reticulado con relleno



Proporciones

REPRODUCCIÓN X% mm.



Escala X%

Tamaños definidos



Tamaño grande: 6 x 3,2 cm.



Tamaño normal: 4,5 x 2,4 cm.



Tamaño medio: 3 x 1,6 cm.



Tamaño mínimo: 1,8 x 1 cm.

Colores Institucionales

Dorado



75 %

50 %

25 %

CMYK: 17c|32m|87y|7k

RGB: 200r|160g|63b

Pantone: Metallic 871C

Web: #c8a03f

Azul



75 %

50 %

25 %

CMYK: 100c|70m|50y|40k

RGB: 0r|57g|111b

Pantone: Pantone 295C

Web: #00396f

Celeste



75 %

50 %

25 %

CMYK: 100c|0m|0y|0k**RGB:** 0r|156g|221b**Pantone:** Proc. Cyan PC**Web:** #009cd

Blanco



75 %

50 %

25 %

CMYK: 0c|0m|0y|0k**RGB:** 255r|255g|255b**Web:** #ffffff

Tipografías Institucionales

FUENTE PRIMARIA
WINDSOR

CREADOR:
ELEISHA PECHEY

W I N D S O R

Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Cursiva

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

TIPO DE EJEMPLOS
WINDSOR

Números

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Caracteres
Especiales

! “ § \$ % & / () = ? ` ; : i “ ¶ ¢ [] | { } ≠ ¤ ‘
« ∑ ® † Ω ” ø π • ± ‘ æ œ @ Δ ° ª © f ð , å ¥ ≈ ç

C A M B R I A

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Bold

FUENTE
SECUNDARIA SERIF
CAMBRIA

CREADOR:
JELLE BOSMA,
STEVE MATTESON Y
ROBIN NICHOLAS

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Bold Italic

-

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Italic

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Números

TIPO DE EJEMPLOS
WINDSOR

! " § \$ % & / () = ? ` ; : ¡ “ ¶ ¢ [] | { } ≠ ¡ ‘ Caracteres Especiales
 « ∑ ® † Ω ” ø π • ± ‘ æ œ @ Δ ³ ª © f ð , å ¥ ≈ ç

FUENTE
SECUNDARIA
SAN SERIF

VISTA SANS

CREADOR:
XAVIER DUPRÉ

V I S T A • S A N S

Black

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

TIPO DE EJEMPLOS
WINDSOR

Números

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Caracteres Especiales

! “ § \$ % & / () = ? ` ; : i “ ¶ ¢ [] | { } ≠ ¢ ‘
« Σ ® † Ω ” Ø π • ± ‘ æ œ @ Δ ° ª © f ð , å ¥ ≈ ç

Uso para otras áreas

APLICACIÓN COLEGIO DE POSTGRADO

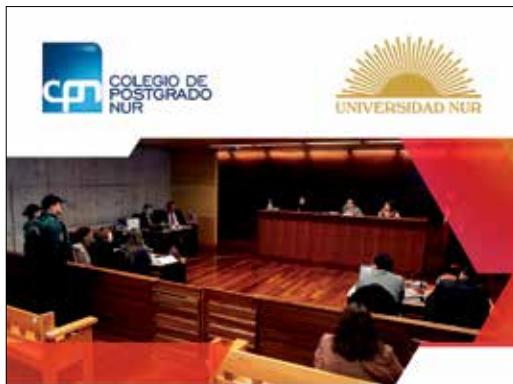
El isologotipo Nur se aplicará a la derecha del isologotipo del Colegio de Postgrado Nur en el caso de aplicaciones de manera horizontal y debajo del isologotipo de Nur en aplicaciones verticales.

Horizontal



Vertical





Ejemplo: Horizontal

Ejemplo: Vertical

Uso para otras áreas

APLICACIÓN CENTRO DE IDIOMAS NUR

El isologotipo del Centro de Idiomas Nur se aplicará siempre acompañado del isologotipo de Nur

Horizontal



Vertical





Ejemplo: Vertical



Ejemplo: Horizontal

Logotipo años Nur

Se modificará anualmente.

APLICACIÓN SOBRE FONDOS



Fondo: Blanco



Fondo: Azul



Otros fondos

FIRMAS



Slogan Nur

Construcción tipográfica: Frutiger STd 45 light



Fondo: Blanco



Fondo: Azul



Otros fondos

03

Iconografía de
Certificación a la
Calidad ISO 9001

Marca de Certificación ISO 9001

La marca que acredita la certificación ISO 9001, emitiva por TÜV Rheinland, se aplicará en toda pieza gráfica institucional digital e impresa.

APLICACIÓN RECOMENDADA POR EL MANUAL DE MARCA ISO 9001



Altura mínima: 3 cm.
(Manual de uso de la marca de Certificación)

TÜVdotCOM, es la marca que contiene el número de identificación.

TÜV Rheinland,Cert es la marca que emite el centro de certificación para sistemas de gestión, contiene el logo TÜVdotCOM correspondiente y la norma certificada.

Azul



75 %

50 %

25 %

CMYK: 100c|43m|0y|0k

RGB: 0r|110g|179b

Pantone: Pantone 300C

Web: #006eb3

Negro



75 %

50 %

25 %

CMYK: 0c|0m|0y|100k

RGB: 33r|25g|21b

Pantone: Pantone Black

Web: #211915

Iconografía de Certificación Nur

ISOLOGOTIPO

Este diseño se utilizará sólo cuando se inserte de forma individual la marca Nur.

Complemento al isologotipo institucional con el denominativo ISO 9001:2008; lado derecho dentro un círculo con trazo.



Slogan con Leyenda de Certificación

Rediseño de Slogan para aplicaciones junto a la marca de Certificación de Calidad ISO 9001:2008

formamos
agentes
de
cambio
con calidad certificada

Iconografía de Certificación ISO 9001:2008

SLOGAN Y MARCA ISO 9001

Complemento de la marca de Certificación ISO 9001:2008 al slogan Nur.

Este diseño se aplicará junto al isologotipo Nur (sin sello ISO 9001), en documentos institucionales, piezas gráficas, etc., en soportes digitales e impresos.



Fondo: Blanco



Fondo: Azul



Otros Fondos

HOJA MEMBRETADA

TAMAÑO: 21.5 x 28 cm / carta



TARJETA DE PRESENTACIÓN

TAMAÑO: 8.5 x 5 cm



Reverso



Anverso

SOBRE AMERICANO

TAMAÑO: 22.5 x 11.5 cm



Av. Cristo Redentor N° 100
Casilla N° 3273
Telf.: (591-3) 3 363939
Fax: (591-3) 3 331850
www.nur.edu
Santa Cruz de la Sierra, Bolivia



SOBRE CARTA / TIPO MANILA

TAMAÑO: 22 X 30 cm.

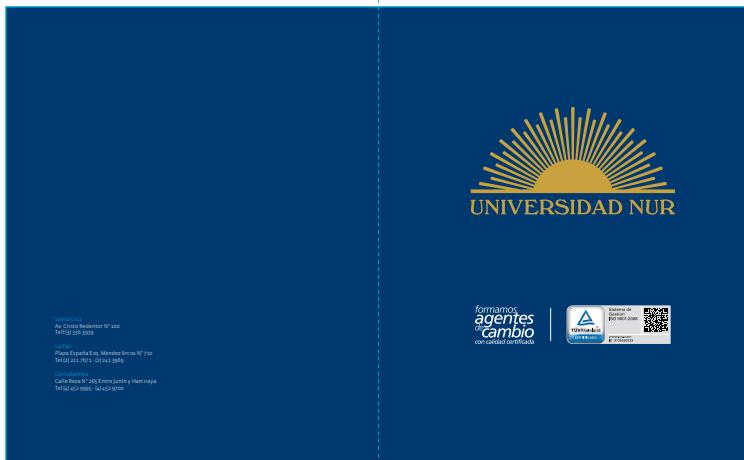


Av. Cristo Redentor N° 100
Casilla N° 3273
Telf.: (591-3) 3 369393
Fax: (591-3) 3 331850
www.nur.edu
Santa Cruz de la Sierra, Bolivia



FOLDER / CARPETA INSTITUCIONAL

TAMAÑOS: Carta 44 x 28 cm. / Oficio: 44 x 34 cm.



Anverso



Reverso

DISEÑO BASE PARA FORMULARIOS

TAMAÑO: De acuerdo a contenido

 UNIVERSIDAD NUR	NOMBRE DEL FORMULARIO	Nº 0001
		Código
Departamento:	Nombre:	
Email:	Teléfono / Int.:	Cel.:
Justificación:		
Uso final:		

CONTENIDO

Fecha de emisión: _____ Pág. 1 de ...

ETIQUETA CD / DVD

TAMAÑO: 12 x 12 cm



PÁGINA WEB

Cuadrícula Horizontal

The screenshot shows the homepage of the Universidad Nur website. At the top left is the university's logo, featuring a stylized sun rising over mountains, with the text "UNIVERSIDAD NUR" below it. On the right side of the header, there are logos for "formando agentes de cambio" and "con certificación UNICEF". Below the header, there is a large image of a young woman wearing a blue and white striped scarf, standing in front of a brick wall. To the left of the image, there is a section titled "PROPOSITO EDUCATIVO" which includes a detailed paragraph about the university's mission and values. Below this, there is another section titled "POLÍTICA DE CALIDAD" with a paragraph about quality standards. At the bottom left of the page, there is a small note indicating the code and revision number: "Código PSGC01 - Revisión 1".



CONTACTO:

- 📍 Av. Cristo Redentor N° 100
- ✉️ Casilla N° 3273
- 📞 Telf.: (591-3) 3 363939
- 📠 Fax: (591-3) 3 331850
- 🌐 www.nur.edu
- 📍 Santa Cruz de la Sierra, Bolivia

