

# LINEAMIENTOS GRÁFICOS

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE



## OBJETIVO

Este manual fue creado como una guía de aplicación de la imagen institucional de nuestra Facultad.

Su objetivo principal es establecer lineamientos para la correcta aplicación de la marca, estandarizando elementos gráficos y, por consiguiente, alinear las comunicaciones, para que éstas sean fácilmente reconocidas tanto interna como externamente, entregando un mensaje consistente, cohesionado y claro, contribuyendo así al éxito de la marca Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.

Este manual es un instrumento de apoyo para todos los responsables de difundir, crear y fortalecer la imagen institucional de nuestra facultad, por ende, reúne las herramientas básicas que definen los usos correctos e incorrectos de la marca.

## CASOS EXCEPCIONALES

En los casos que no sea aplicable la marca en sus versiones aprobadas, las aplicaciones identificadas bajo esta categoría, deberán ser previamente aprobadas por la Dirección de Comunicaciones de la Facultad.

## ANTECEDENTES DE LA MARCA

Facultad de Economía y Negocios es el nombre de la Facultad fundada en 1934.

En el año 2005 la Facultad experimentó un cambio de nombre, y así mismo, los elementos gráficos de marca tuvieron una evolución, a través de un proceso participativo, integrado y técnico, realizado entre los años 2004 y 2005.

En este proceso de cambio participaron ex alumnos, profesores, personal de colaboración y consultores externos, además de las instancias máximas de la Facultad y de la Universidad.

La evolución de nombre de Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA) a Facultad de Economía y Negocios buscaba tres objetivos principales: a) acortar el nombre de modo de facilitar su recordación en la aplicación en piezas promocionales y usos oficiales, b) reflejar de mejor manera las dos disciplinas centrales que se cultivan en la Facultad y c) ser consistentes con su denominación global –en este caso Economía y Negocios-.

En esta transformación, se estableció como isotipo el escudo oficial de la Universidad de Chile (suprimiéndose el uso de otros isotipos que se utilizaban indistintamente como el edificio Torre 25, el edificio Casa Central, la U –similar a la del Club de la Universidad de Chile-), se unificaron las múltiples tipografías en una sola, la tipografía Óptima (de líneas más modernas pero con

el elementos de tradición y fortaleza) y se precisó el **color corporativo azul** como color principal institucional.

Adicionalmente se definió como **lema** la frase: EXCELENCIA + VISIÓN GLOBAL, que representa los valores centrales de la facultad, y se determinaron dos elementos de marca secundarios como lo son el uso de un **color auxiliar**: el rojo (utilizado en algunos elementos de marca como por ejemplo las camisetas deportivas en campeonatos internos, o para usos internacionales, en que la facultad además del azul, el rojo es un elemento de reconocimiento para Chile) .

Por otra parte se estableció una jerarquía de marcas en que se privilegió la marca de la Facultad por sobre las demás.

# MARCA FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

## ISOLOGO CORPORATIVO



El estilo de la tipografía e isotipo utilizados, el lema, y los colores corporativos, representan los principios de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile y buscan aportar a transmitir sus atributos principales de tradición y compromiso con la excelencia en el área hacia el futuro, una visión integral e internacional del mundo.

**El isologo está compuesto por 2 elementos, estos son:**

**Logotipo:** cuyo contenido se divide en 2 textos, texto 1: Facultad de Economía y Negocios, texto 2: Universidad de Chile, con proporciones y ubicación que siguen un orden de uno respecto al otro.

En su diagramación, el nombre UNIVERSIDAD DE CHILE está balanceado en tamaño y enmarca el nombre de la Facultad en que se refuerza las áreas disciplinarias ECONOMÍA Y NEGOCIOS.

**Isotipo:** el cual representa el escudo de la Universidad de Chile.

La conjugación entre el isotipo y logotipo es lo que denominamos: **isologo.**

# MARCA FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

## ISOLOGO CORPORATIVO: CONSTRUCCIÓN



La red dimensional define la relación proporcional entre los elementos que componen la marca.

Se estructura la marca Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile, en una red isométrica. Esta red permite ampliaciones y reducciones de la marca manteniendo su proporcionalidad y evitando distorsiones.

# MARCA FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

## LEMA

### **EXCELENCIA + VISIÓN GLOBAL**

Nuestra Facultad cuenta con el lema:

**Excelencia + Visión Global**

Estos dos puntos representan nuestra misión como Facultad.

La tipografía utilizada en esta bajada es PT Sans.

# MARCA FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

## ÁREA DE RESERVA



Con motivo de garantizar la óptima aplicación y percepción del isologo en los distintos soportes y formatos, se ha definido un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a textos y otros elementos gráficos próximos.

El tamaño mínimo del área de seguridad alrededor del isologo es de 5 mm de ancho.

# MARCA FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

## REDUCTIBILIDAD



Para facilitar la lectura de la marca, sus aplicaciones deben respetar el tamaño mínimo acá indicado para cada uno de los logos.

La dimensión más pequeña para el isologo Facultad es de 2,5 cms o 25 mm de ancho. Este tamaño mínimo corresponde a la medida máxima designada para las tarjetas de visita.

En el caso de la bajada Excelencia + Visión Global, la dimensión límite es de 2 cms o 20 mm.



# MARCA FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

## USO EN BLANCO Y NEGRO



En la presente página se establece el uso del isologo principal y del isologo abreviado, siendo utilizado únicamente en soportes que no permitan el uso del color corporativo definido.

Esta versión sólo admite el color negro como filete (ejemplo 1) o como fondo (ejemplo 2).

Adicionalmente se admite el color negro en aplicaciones directas en soportes especiales como, por ejemplo, cuños para merchandising corporativo.

# TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

## TIPOGRAFÍA LOGOTIPO

### OPTIMA DEMI BOLD

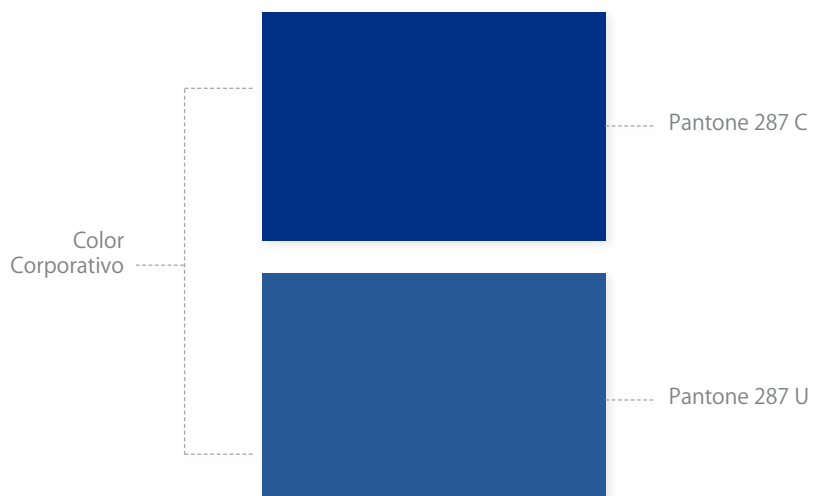
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## TIPOGRAFÍA LEMA

### PT SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## COLORES CORPORATIVOS PANTONE



### COLOR CORPORATIVO PANTONE PARA IMPRESIÓN

El color representa la identidad de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Considerando los diferentes soportes en los cuales se trabajará el color corporativo es el **Pantone 287 C**.

Esta nomenclatura corresponde a su aplicación en papeles **couché**, que son papeles recubiertos.

Para papelería regular, es decir **papeles no recubiertos**, el color es el **Pantone es el 287 U**.

### COLORES AUXILIARES

El color auxiliar, que se utiliza en una proporción mínima, es el color **Pantone 186 C** en el caso de utilizar papeles recubiertos, y el color **Pantone 186 U** en el caso de papeles no recubiertos como opalina, bond, cartulina, entre otros.

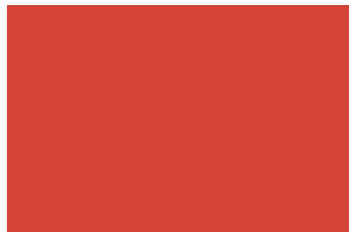
La proporción máxima de uso del color auxiliar es de un 15% de un 100% de la imagen.

También están permitidos, como color auxiliar, el uso de **tinta color plata** o **folia plata** para alguna aplicación destacada, escala de grises y escala de azules, contemplando el color cyan.

# COLORES CORPORATIVOS CMYK - RGB - HEX



C100  
M75  
Y2  
K18



C2  
M100  
Y85  
K6

## COLOR CORPORATIVO EN CMYK

El color Pantone traducido en CMYK es **100, 75, 2, 18**

## COLOR CORPORATIVO EN HTML

**#003087**

## COLOR CORPORATIVO EN RGB

**0, 48, 135**

## COLOR AUXILIAR EN CMYK

El color Pantone traducido en CMYK es **2, 100, 85, 6**

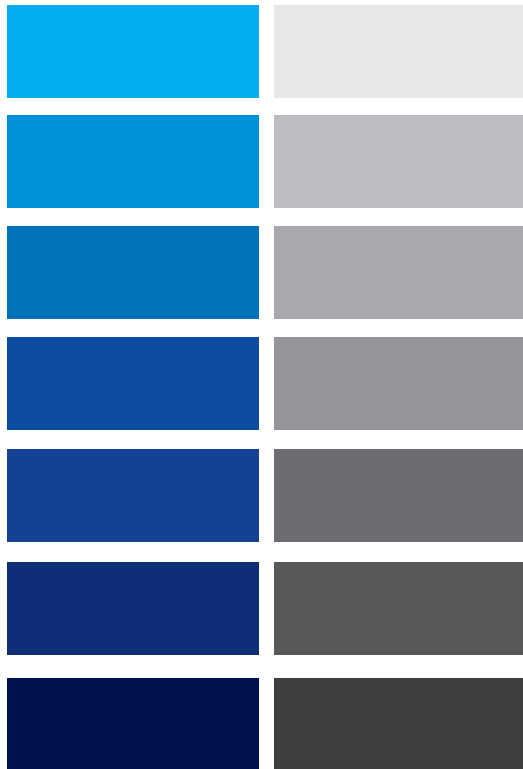
## COLOR AUXILIAR EN HTML

**#C8102E**

## COLOR AUXILIAR EN RGB

**200, 16, 46**

## GAMA DE AZULES Y GRISES COMO COLORES AUXILIARES



La gama de azules, cyan y grises están permitidos como colores auxiliares para las diferentes gráficas.

La proporción máxima de uso del color auxiliar es de un 15% de un 100% de la imagen.

# USOS DE LA MARCA

## ISOLOGO FACULTAD CONJUGADO CON OTRAS MARCAS

Ejemplo correcto uso



El uso de **otro logotipo o isologo en conjunto con nuestra marca Facultad**, no debe superar más del 70% del tamaño de nuestro isologo institucional. Asimismo, no deberá superar bajo ningún punto de vista, una mayor superficie gráfica con respecto a nuestro isologo corporativo.

**El uso del logo de Facultad es mandatorio y omitirlo es considerado un uso incorrecto**, por ende siempre debe ir acompañando a todas las marcas pertenecientes a nuestra Facultad de manera destacada.

Ejemplo uso incorrecto



# USOS DEL COLOR

## COLORES NO PERMITIDOS

Usos de color prohibidos



El color institucional y la implementación del uso del color deberá ser riguroso.

El isologo podrá ir sobre el color corporativo 287c, sobre sus gradientes y sobre el color auxiliar plata o folia plata.

En esta página veremos a modo de ejemplo los colores o aplicaciones incorrectas de nuestra marca, seguidas por las correctas.

Usos de color permitidos

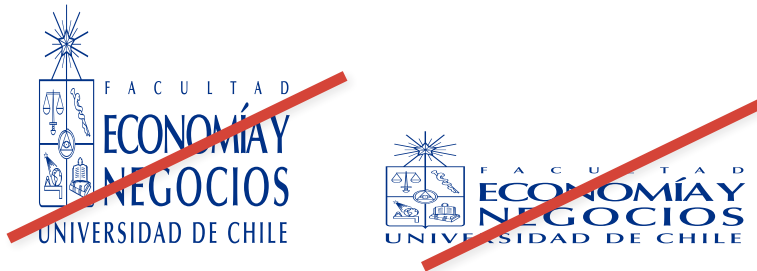


# USOS INCORRECTOS DE LA MARCA

## USOS PROHIBIDOS



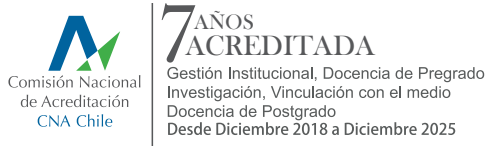
La identidad corporativa del isologo de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile no deberá ser modificada en ningún caso. La aplicación de **tamaño, tipografía, color y proporción** deberá ser respetada a modo de proteger la integridad de nuestra marca.





# USOS LOGOS ACREDITACIÓN

## USOS OBLIGATORIOS ACREDITACIÓN



El artículo 48 de la ley 20.129 establece que el uso del logo en medios y piezas publicitarias es de carácter **obligatorio**.

Estas piezas gráficas contemplan mailings avisos de revistas, stands, pendones, vallas de publicidad en vía pública, entre otros soportes.

Bajo este mismo artículo, programas y carreras FEN, en el caso de estar acreditados, **deberán exhibir su propia acreditación**, estableciendo:

- años de acreditación
- áreas de conocimiento
- hasta qué año están acreditados

AACSB es una acreditación internacional que acredita tanto a la facultad como a **TODOS** sus programas impartidos.

En el caso de AMBA, es una acreditación internacional con altos estándares que, acredita a todos los programas de **MBA** impartidos por la FEN UCHILE.

Estos 3 logos (CNA - AACSB - AMBA) anteriormente señalados deben ser diagramados siempre en conjunto.

# USOS LOGOS ACREDITACIÓN

## RESTRICCIONES PARA CADA PROGRAMA

De acuerdo a lo indicado en la circular N° 19 de la Comisión Nacional de Acreditación, en el caso de la promoción de un programa en particular de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, se debe considerar las siguientes indicaciones:

Para aquellas carreras o programas de pre y postgrado que estén acreditadas debe usar el logo de la CNA o agencia acreditadora respectiva, indicando la cantidad de años, la vigencia (indicando mes y año).

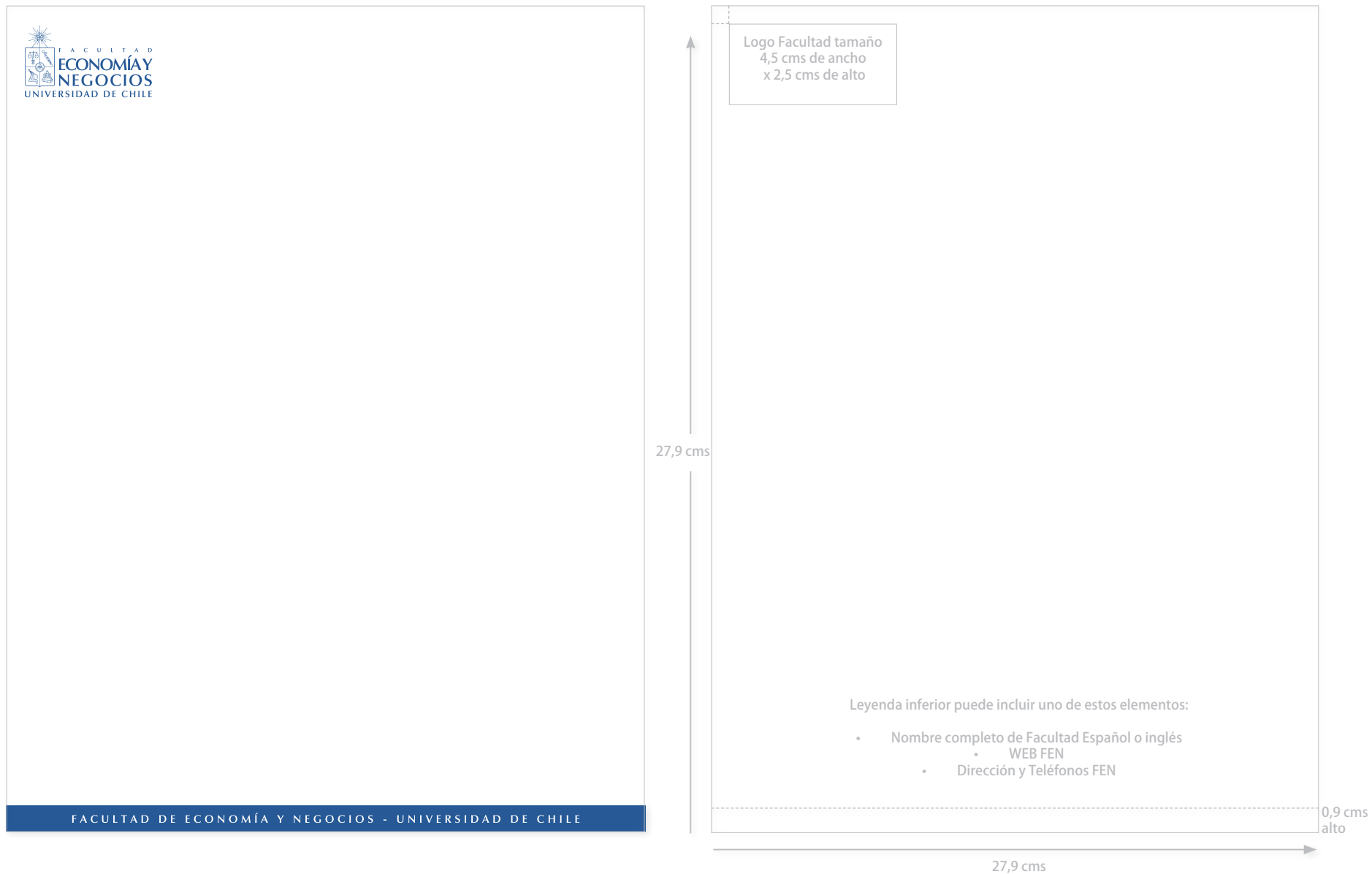
En el caso de aquellas carreras o programas de pre y postgrado que estén no acreditadas (es decir, que cuentan con proceso de acreditación previo) y que han iniciado un proceso de evaluación deben informar mediante de la siguiente frase: "En proceso de evaluación - No Acreditada"



## IMPRESIÓN

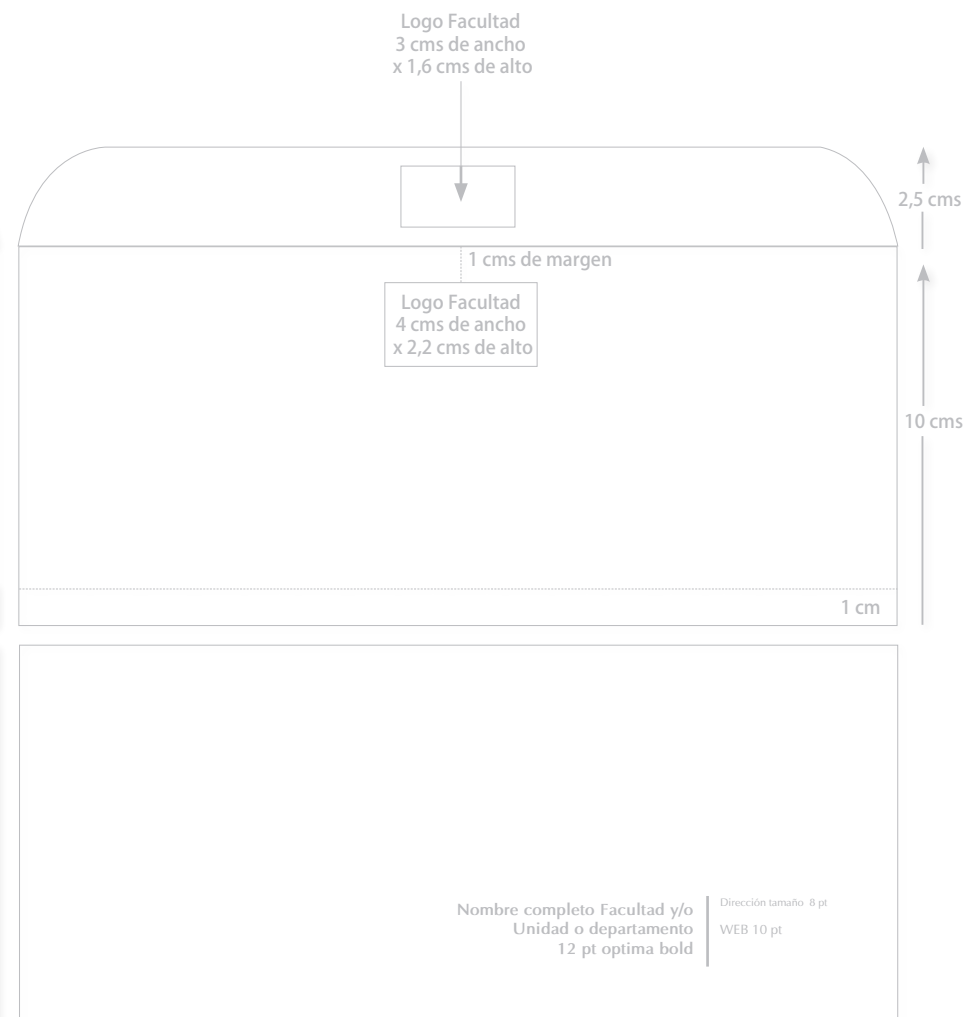
# PAPELERÍA

HOJA CARTA - SOBRES / PANTONE 287 U



# PAPELERÍA

HOJA CARTA - SOBRES / PANTONE 287 U

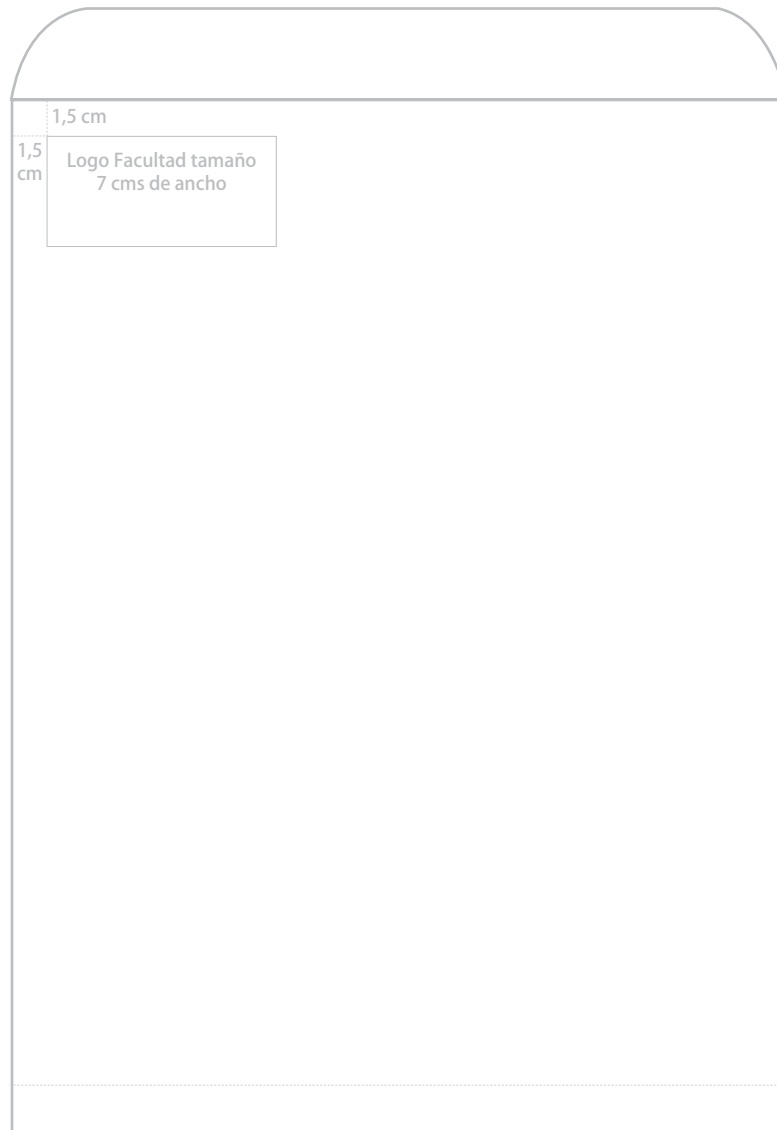


# PAPELERÍA

SOBRE OFICIO - SACO / PANTONE 287 U



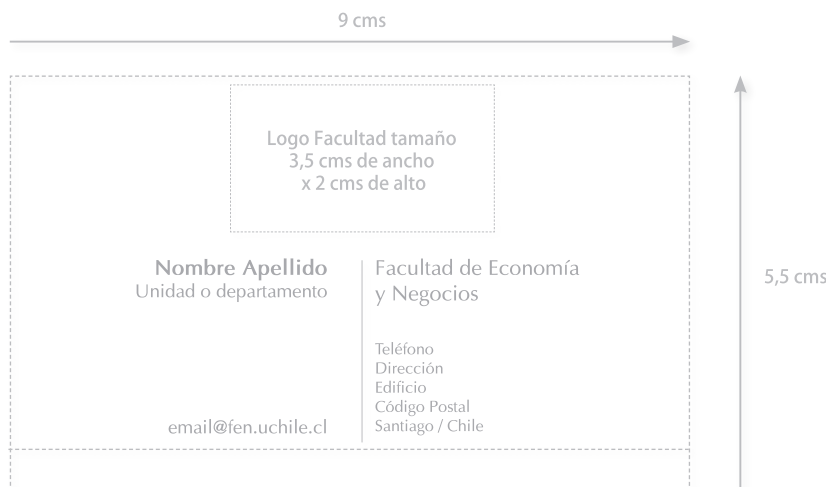
## SOBRE OFICIO - SACO / PANTONE 287 U



# PAPELERÍA

## TARJETAS DE PRESENTACIÓN

### ESTRUCTURA DE DIAGRAMACIÓN

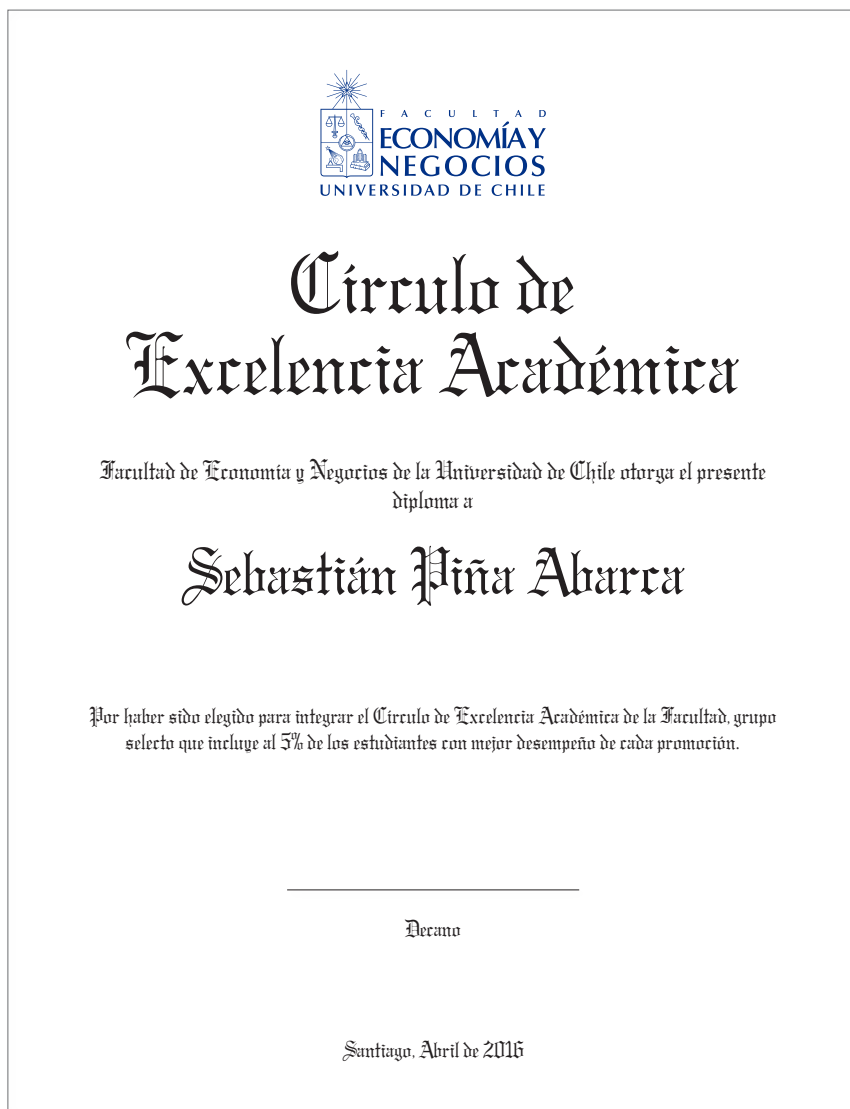


La tarjeta de presentación va impresa por tiro en español y, si fuera necesario en inglés, debe ser impresa también por retiro. Tiene un tamaño de 9,5 cms de ancho x 5,5 cms de alto. La tipografía del nombre y apellido es Optima Bold tamaño 8 pt Bold. En el caso de la unidad o departamento y e-mail, el tamaño es de 7 pt en Optima Regular. Para los datos de teléfono, código postal y ciudad, el tamaño de la tipografía es 6 pt.





## DIPLOMAS



Los diplomas otorgados por la Facultad, deben utilizar el isologo al centro. En el caso de querer diagramar otro logo, se deben dejar ambos en la parte superior.

## AVISOS IMPRESOS

Todos los avisos impresos deberán llevar en su parte superior de manera destacada el isologo de: Facultad, Postgrado o Alumni.

En la parte inferior deben ir los logos de las acreditaciones pertinentes y web de Facultad o Página que direcciona al Programa contenido dentro del avisaje.





## SOPORTES DIGITALES

## SITIOS WEB

Todos los sitios Web de la Facultad deberán tener en su URL:  
fen.uchile.cl

**85 años**  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS  
UNIVERSIDAD DE CHILE

FEN UCHILE

buscar... Q

QUIENES SOMOS ▾ PROGRAMAS ▾ ACADÉMICOS & INVESTIGACIÓN ▾ COMUNIDAD FEN ▾ CONTACTOS

**¡Nuevamente**  
**n°1 INGENIERÍA COMERCIAL**  
**FEN.UCHILE**  
SÉPTIMO AÑO LIDERANDO EL RANKING

Ranking 2018 **América** economía

**¿Quieres estudiar en la mejor Facultad de Economía y Negocios de Chile?**

Conoce nuestras carreras de [Pregrado](#) y programas de [MBA](#), [Magíster](#), [Doctorado](#) y [Educación Ejecutiva](#).

**FEN es líder en investigación gracias a que tiene a los mejores Académicos del país**

Conoce sus publicaciones y nuestros [Centros de Investigación](#).

**SI ERES:**

- [Alumno Pregrado >](#)
- [Alumno Postgrado >](#)
- [Alumni >](#)
- [Funcionario >](#)
- [HeadHunter >](#)
- [Prensa](#)

**Noticias**

**Eventos**

27 MAR Charla Informativa Magíster en Análisis Económico

28 MAR Conferencia Grupo de Política Monetaria - Marzo 2019

## HEADER SITIO WEB

En el caso del header, este deberá ser igual para todos los sitios y subsitios de la Facultad de Economía y Negocios.

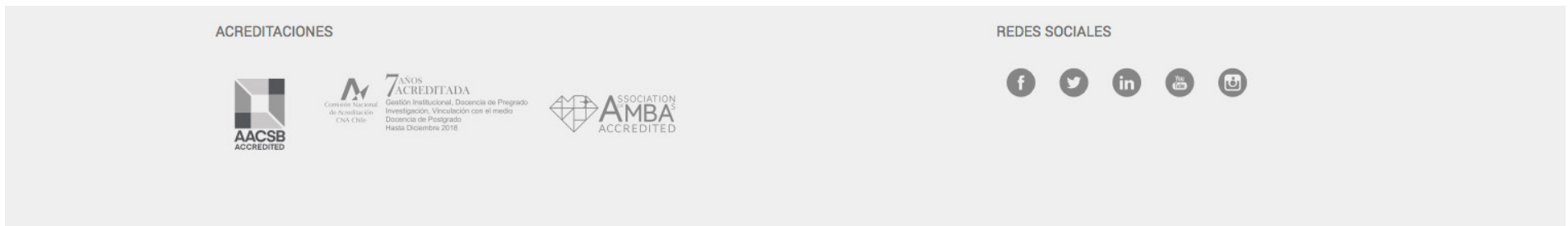
En su parte superior derecha, siempre deberá contar con un link a:

- Facultad de Economía y Negocios UCHILE
- Universidad de Chile
- En su lado izquierdo, el logo de Facultad, Postgrado o Alumni.



## FOOTER SITIO WEB

Los logos de acreditación y redes sociales deben estar contenidos en el footer de color gris #EFEFEF



## INFORME DE INCLUSIÓN FINANCIERA EN CHILE 2019

La Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile tiene el agrado de invitarlo al lanzamiento de la segunda versión del “Informe de Inclusión Financiera en Chile 2019” realizado por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras - SBIF.

El informe será presentado por el Superintendente Mario Farren y contará además con la participación del Ministro de Hacienda Felipe Larraín el próximo **jueves 28 de marzo** a las **09:30 hrs.**, auditorio PwC de Facultad de Economía y Negocios (Diagonal Paraguay 205, Santiago).

**Bienvenida**

José De Gregorio  
Decano FEN UCHILE

**Presentan**

Felipe Larraín  
Ministro de Hacienda

Mario Farren  
Superintendente de Bancos e Instituciones Financieras

**Programa**

- 09:30 hrs. Acreditación y Coffee
- 09:45 hrs. Bienvenida Decano FEN José De Gregorio
- 09:55 hrs. Presentación del informe

**JUE 28 MAR 09:30 hrs. AUDITORIO PWC**

[Inscríbete Aquí](#)

DISEÑO Y DIFUSIÓN  
OFICINA DE COMUNICACIONES Y RRPP

Ejemplo Comunicación externa

## CONOZCAMOS NUESTRA HUELLA DE CARBONO

Estimada comunidad FEN:

En el contexto del proceso de acreditación de la FEN como Campus Sustentable, los invitamos a contestar esta breve encuesta para realizar nuestra medición de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), es decir, la Huella de Carbono Corporativa y así poder evaluar e implementar mejores prácticas que contribuyan a hacer una FEN cada vez más sustentable.

[Ir a la Encuesta](#)

DISEÑO Y DIFUSIÓN  
OFICINA DE COMUNICACIONES Y RRPP

Ejemplo Comunicación interna