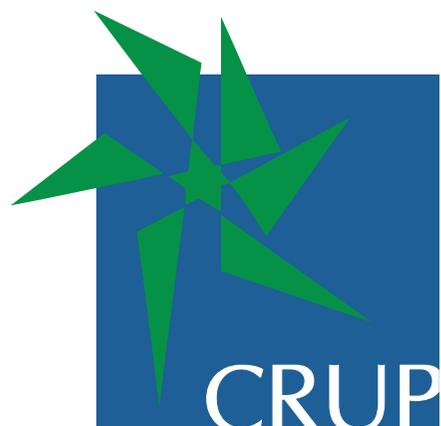


2019 / 20

MANUAL DE MARCA

CONSEJO DE RECTORES DE UNIVERSIDADES PRIVADAS



**Consejo de Rectores de
Universidades Privadas**

Montevideo 1910, PB
C1021AAH Buenos Aires
Argentina

Tel : +54 11-4811-6435
Email : info@crup.org.ar
Web : www.crup.org.ar

INTRODUCCIÓN

SOBRE ESTE MANUAL

Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de CRUP. Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

El manual debe ser por tanto una herramienta presente en todas las aplicaciones de la imagen corporativa.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

Las piezas que se encuentran en este manual no deben ser utilizadas como originales. Los originales para producción deben solicitarse al Departamento de Prensa y Comunicación Institucional del CRUP.

TABLA DE CONTENIDOS

01. EL LOGO	EL LOGO	01
	CONSTRUCCIÓN	02
	MEDIDAS	03
	VARIACIONES	04
02. TIPOGRAFÍA	FUENTE PRINCIPAL	01
	FUENTE SECUNDARIA	02
03. COLORES	COLORES	01
	COLORES COMPLEMENTARIOS	02
04. USOS NO CORRECTOS	EJEMPLOS INCORRECTOS	01
05. UNIDADES DE VINCULACIÓN ACADÉMICA	ARTICULACIÓN	01
	LOGOTIPO CON LAS SUBÁREAS	
06. APLICACIONES	HOJAS MEMBRETADAS	01
	TARJETAS PERSONALES	02
	OTROS MATERIALES	03 / 04

- ✓ El Logo
- ✓ Construcción
- ✓ Medidas
- ✓ Variaciones

01

El Logo

El logo CRUP está asociado a los conceptos de dinamismo, movimiento, acción, conexión representados gráficamente con la idea y forma de "Molino de viento": máquina que emplea la energía del viento (eólica) para diferentes tareas. Esta energía proviene de la acción de la fuerza del viento sobre unas aspas oblicuas unidas a un eje común. El eje giratorio se puede conectar a varios tipos de maquinaria para moler grano, bombear agua o generar electricidad.

De esta forma el logo habla de la adaptación de la institución a los diferentes tiempos del país, avanzar y adaptarse a esos tiempos, para generar energía nueva en cumplimiento de sus objetivos, trabajando en conjunto y en unidad.

01. EL LOGO

Versión principal

La marca CRUP se configura como un isologotipo, es decir, una imagen y un texto que están unidos en un mismo símbolo o identificador gráfico. Está basado en la tipografía Optima, una tipografía de palo seco que transmite valores de racionalidad y equilibrio. El trazo neutro favorece su adaptación en cualquier situación.

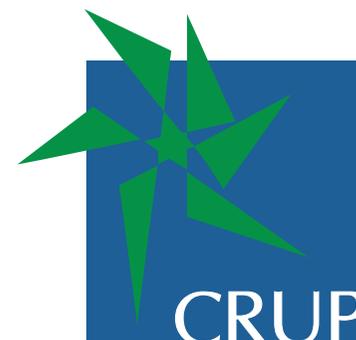
01 // Identificador visual

El identificador visual de la marca CRUP es un isologotipo, lo que significa que está compuesto por dos elementos que conforman un todo unificado imagen y tipografía.

- El logotipo: forma gráfica del nombre, diferenciado por estilo tipográfico y color.
- El isotipo: símbolo de la marca, "molino de viento" vinculado a los conceptos de dinamismo, movimiento, acción, conexión. Las formas triangulares se inscriben dentro de un cuadrado el cual representa estabilidad y orden. Las líneas rectas que conforman el logotipo se vinculan a la tecnología, la formalidad y la seriedad.

02 // Leyenda Logotipo

01 // Logotipo



Consejo de Rectores de
Universidades Privadas

02 // con leyenda



02 // sin leyenda



02. CONSTRUCCIÓN

A. Modulaci3n

El logotipo se inscribe y construye sobre una superficie modular proporcional al valor X.

Se establece como unidad de medida, de esta manera, aseguramos la correcta proporci3n de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

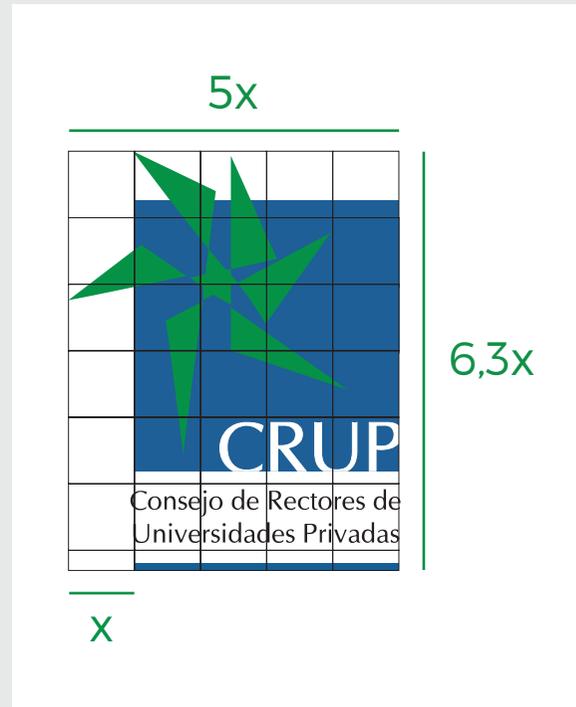
B. 1rea de protecci3n

Se ha establecido un 1rea de protecci3n en torno al logotipo.

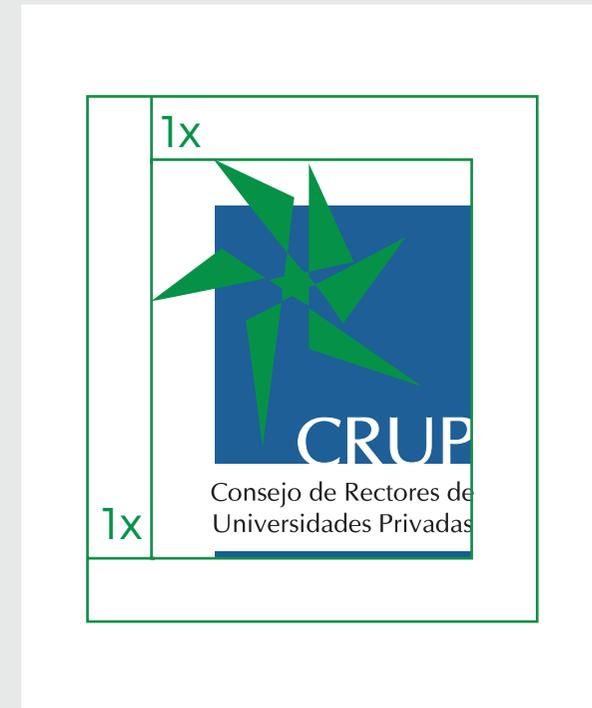
Esta 1rea deber1 estar exenta de elementos gr1ficos que interfieran en la percepci3n y lectura de la marca.

La construcci3n del 1rea de respeto queda determinada por la medida "X". Siempre que sea posible, es preferible aumentar al m1ximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la p1gina (textos e im1genes).

A.



B.



03. MEDIDAS

Disminuciones

Tamaños mínimos de reproducción.

Desde un tamaño máximo ilimitado, se establecen unos tamaños mínimos de reproducción impresa y digital.

01 // Impresión:
OFFSET / SERIGRAFÍA

02 // Resolución:
WEB / VIDEO

01 // con y sin leyenda



30 mm



18 mm

02 // con y sin leyenda



123 px



73 px

04. VARIACIONES

Versiones

Como norma general, la marca no debe reproducirse nunca sobre fondos de color que comprometan su visibilidad. En esta página mostramos como se debe reproducir la marca sobre fondos de color, utilizando según el caso las versiones de la marca en su color corporativo o en negativo.

Versión principal



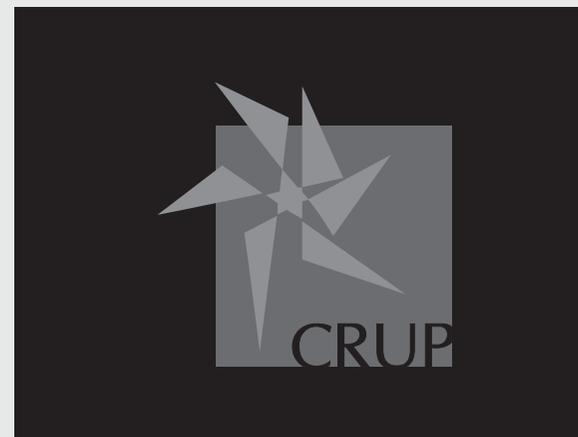
Versión principal negativo



Versión blanco y negro



Versión blanco y negro negativo



- ✓ Fuente Principal
- ✓ Fuente Secundaria

02

Tipografía

Las tipografías, al igual que el color, transmiten unas emociones y sensaciones distintas. Para la marca CRUP, la tipografía Optima se adecúa al concepto que se quiere transmitir, además de destacarse por ser bastante neutra y adaptarse muy bien en cualquier situación. Se trata de una tipografía muy elegante y legible, mezcla entre la objetividad de los tipos de palo seco y el estilo y claridad de las letras con serif.

01. FUENTE PRINCIPAL

Optima

Optima es una tipografía de origen alemán diseñada por Hermann Zapf en 1958. Elegante y legible, es una mezcla entre la objetividad de los tipos de palo seco y el estilo y la claridad de las letras con serif.

Optima en principio se parece a las tipografías clásicas o romanas. Sin embargo, sus trazos están delicadamente alargados y tan solo se observan algunas características de los tipos de letra con serifas.

La idea base de la tipografía Optima era desarrollar una tipografía que mezclase los rasgos de una sans serif con los rasgos de las tipografías clásicas. El resultado fue una tipografía de asta modulada.

Link para descargar

www.cufonfonts.com/font/optima

Fuente primaria

Optima
AaBbCcDdFfGgHh
123456789@!\$%&#

Light Italic

*ABCD FEGHIJKLM
NOPQRSTU VWXZ
0123456789*

Regular

ABCD FEGHIJKLM
NOPQRSTU VWXZ
0123456789

Medium

ABCD FEGHIJKLM
NOPQRSTU VWXZ
0123456789

Medium

ABCD FEGHIJKLM
NOPQRSTU VWXZ
0123456789

02. FUENTE SECUNDARIA

Helvetica LT Sdt

Cada fuente de la familia Helvetica consiste en familias individuales que hacen que el espectro sea muy amplio.

A medida que la fuente se hizo más popular, los pesos, las alturas y los anchos de los trazos se modificaron para crear derivaciones para diferentes propósitos. Entre estas derivaciones se encuentra Helvetica LT Std, que emplea movimientos muy ligeros. El ancho y el peso reducidos le dan a la fuente un atractivo único que la hace favorable para varios trabajos de diseño.

Link para descargar

www.cufonfonts.com/font/helvetica-neue-lt-std

Secondary fonts

Helvetica LT Sdt
AaBbCcDdFfGgHh
123456789@!\$%&#

Light
ABCDFEGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Regular
ABCDFEGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bold
ABCDFEGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Light Condensed
ABCDFEGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Condensed
ABCDFEGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bold Condensed
ABCDFEGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

- ✓ Colores
- ✓ Fondos de color

03

Colores

El color es un componente fundamental de la identidad visual de CRUP y contribuye de manera esencial a sistematizar sus comunicaciones.

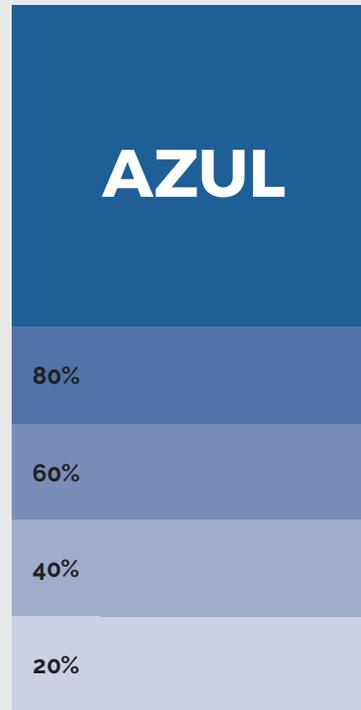
Para garantizar la correcta reproducción de la marca en diferentes soportes, recogemos en esta sección las diferentes composiciones y tramas de los colores corporativos. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éstos, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.

COLORES

Colores Principales

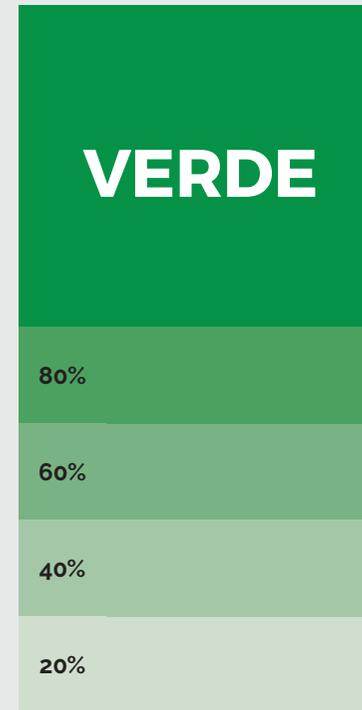
Las referencias de color de Realcup son los Pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.

Se presentan, también, los posibles usos sobre diferentes fondos de color y se especifican las denominaciones y composición de los colores de esa paleta cromática de acuerdo con el código Pantone, el sistema de tintas transparentes de impresión (CMYK), el sistema de luz aditiva (RGB) y el sistema hexadecimal (HEX).



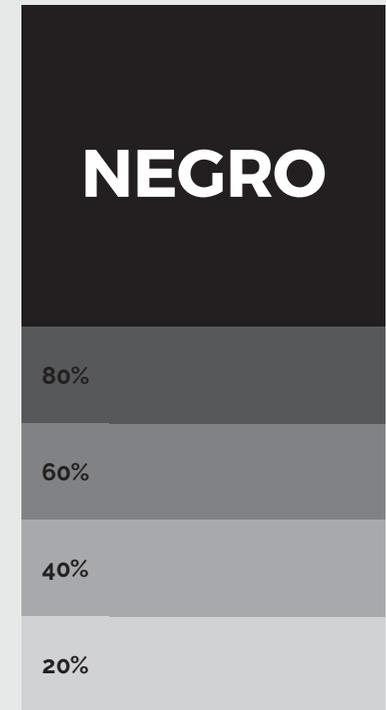
CÓDIGO DE COLOR

CMYK : C093 M065 Y017 K002
 Pantone : 2728C
 RGB : R027 G088 B146
 Web : #1b5892



CÓDIGO DE COLOR

CMYK : C089 M016 Y100 K005
 Pantone : 2421C
 RGB : R000 G138 B057
 Web : #008a39



CÓDIGO DE COLOR

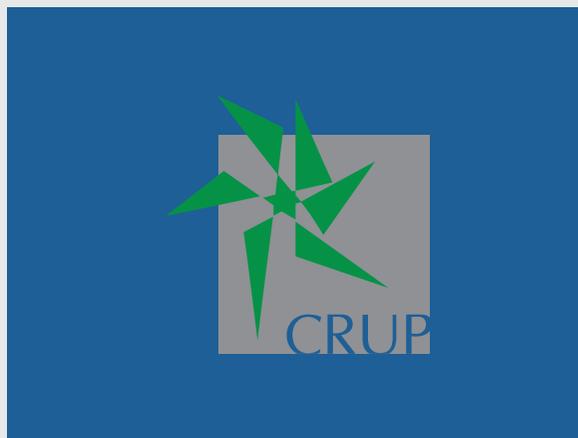
CMYK : C000 M000 Y000 K100
 Pantone : Process Black C
 RGB : R039 G037 B031
 Web : #27251F

FONDOS DE COLOR

Aplicación sobre fondos de color

Cuando el logotipo actúe sobre un fondo no blanco deberá aplicarse, según el caso con el lema o descripción en blanco o en negro, garantizando, en cada caso, el contraste óptimo que asegure su buena legibilidad.

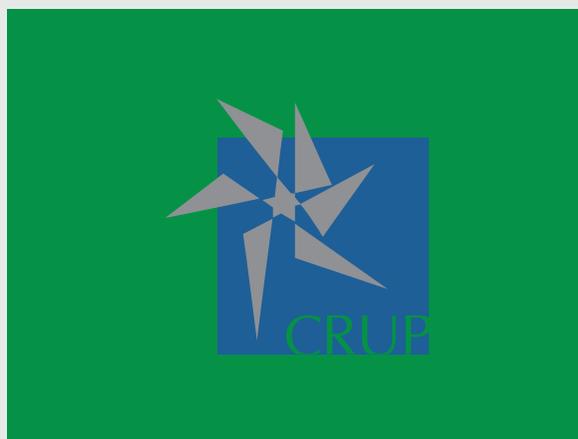
Azul Institucional



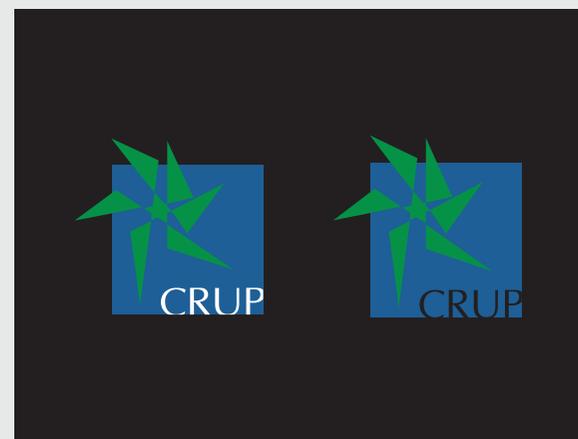
Fondo gris



Verde Institucional



Fondo Negro



04

Usos no correctos

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca CRUP se tienen que seguir una serie de normas genéricas. El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

01. USOS INCORRECTOS

Ejemplos:

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

A. Aplicación incorrecta del color

El logotipo no podrá aplicarse en otros colores que no sean los institucionales o escala de grises.

B. Ubicación de los elementos

No se podrá alterar, de ninguna manera, la posición de los elementos del logo.

C. Deformación

No se podrá condensar ni expandir la proporción general del logotipo.

D. No girar (diagonal)

A. Aplicación incorrecta color



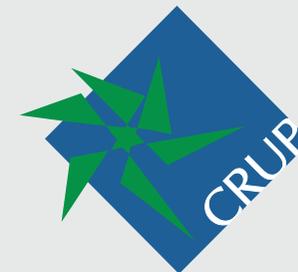
B. La ubicación de los elementos no puede variar



C. Deformación



D. No girar (diagonal)



Atención:

Para evitar incurrir en errores se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

01. USOS INCORRECTOS

Versiones no permitidas del logotipo

Es necesario tener en cuenta los usos incorrectos más frecuentes que puede sufrir el logotipo a los efectos de evitarlos.

Estos ejemplos sirven como referencia de los usos no permitidos del logotipo del CRUP.

E. Tipografías incorrectas

La tipografía no podrá ser reemplazada por otra similar o diferente.

F. Tamaños incorrectos

No se podrán alterar las proporciones de tamaño establecidas entre los elementos.

G. No quitar elementos

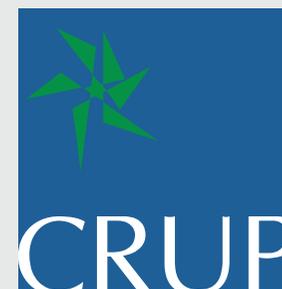
No se podrán quitar elementos constitutivos del logotipo.

H. Evitar el uso de archivos de mala calidad

E. Tipografías incorrectas



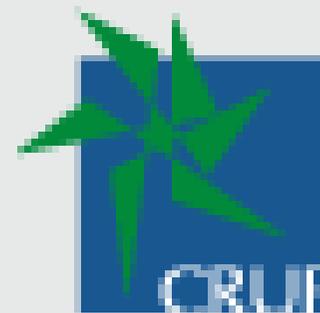
F. Tamaños incorrectos



G. No quitar elementos



H. Evitar el uso de archivos de mala calidad





05

Unidades de Vinculación Académica

Se presenta aquí la fórmula para articular el logotipo del CRUP con los identificadores de las subáreas con las que interactúa habitualmente.

01. UNIDADES DE VINCULACIÓN ACADÉMICA

Mapa general de todas las áreas vinculadas al logo del CRUP.

En esta página se presenta, a modo de síntesis o guía rápida, el repertorio de todas las articulaciones del logo del CRUP con los identificadores de las diferentes unidades académicas.

Todas las versiones están elaboradas con base a las proporciones de la tipografía Optima nova LT Pro Demi Condensed (el nombre completo del área) y Optima nova LT Pro Medium Condensed (las iniciales del área).

No está permitido, en ninguna circunstancia, aplicar este logotipo sin partir del original electrónico provisto por el CRUP.



Estas versiones sirven como modelos para la construcción de futuros identificadores de áreas.



- ✓ Hoja Membretada
- ✓ Tarjetas Personales
- ✓ Otros Materiales

06

Aplicaciones

Una organización proyecta su imagen, tanto hacia el exterior como hacia las personas que la integran, en el modo como se comunica. El estilo, la coherencia formal, la constancia en las comunicaciones de una compañía definen, en último término, su personalidad, la identidad corporativa que hace identificable a una empresa entre el universo de empresas y servicios del mercado.

En esta sección se presentarán algunos ejemplos aplicables de la marca sobre distintos soportes y piezas gráficas.

01. HOJA MEMBRETADA

Papelería

A continuación se recogen los elementos más comunes de papelería que empleará CRUP para comunicarse con sus audiencias (Papelería Comercial) y también los elementos más comunes de papelería interna.

Formato

A4 210x297 mm

Soporte

Papel tipo: obra alisado

Gramaje: aproximadamente 80 / 90g

Colores

Colores Institucionales o versión escala de grises.



02. TARJETAS PERSONALES

Formato

90 x 50 mm

Soporte

Papel tipo: ilustración mate u opalina mate
Gramaje: aproximadamente 260g

Colores

Colores Institucionales.

Tipografías

Nombre y apellido en Optima Normal 8/10
Cargo y en Optima Italic 8/9
Datos de contacto en Helvetica LT Std Italic 8/9 ó
Optima nova LT Pro Light Condensed.



03. OTROS MATERIALES INSTITUCIONALES

En casos excepcionales, referidos a objetos de merchandising exclusivamente que requieran la aplicación de la marca en tamaños menores a las máximas reducciones aconsejadas, podrá aplicarse de manera autónoma la aclaración Consejo de Rectores de Universidades Privadas o el logotipo CRUP sin leyenda.

En ambos deberán aplicarse las mismas formas tipográficas que se articulan en la fórmula logotípica completa. Fuera de estas circunstancias (en tamaños mayores a 25 mm de ancho o a 7 mm de alto) y tipos de piezas, no está permitido el uso autónomo de la aclaración Consejo de Rectores de Universidades Privadas sin ser acompañado del logotipo.

La versión horizontal del logotipo sólo esta permitida en los casos en los que las dimensiones pequeñas no generan el reconocimiento del logotipo en su versión original.



04. BOLSAS INSTITUCIONALES

Se intentará aplicar el logotipo sobre fondos blancos siempre que sea posible, ya que sus colores impactan mejor sobre fondos claros.

En caso de utilizarse sobre fondo oscuro, se recomienda utilizar la paleta cromática correspondiente a los colores institucionales.



CMYK : C093 M065 Y017 K002
Pantone : 2728C



CMYK : C089 M016 Y100 K005
Pantone : 2421C





Consejo de Rectores de
Universidades Privadas