

# Proyecto

# **Arquitectura**

# **de Marca**

Facultad de Derecho



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE



# Presentación

Desde el año 2010 la Universidad ha estado trabajando en un proyecto de arquitectura de marca que ha consistido, a grandes rasgos, en el análisis de las más de 300 marcas existentes al interior de la UC, y en la construcción de una propuesta para ordenarlas y sistematizarlas, buscando sinergias entre ellas y la optimización de la marca corporativa.

Este estudio fue presentado y aprobado por el Honorable Consejo Superior el 23 de marzo de 2012. El organismo dio el vamos para su implementación en todas las áreas de la Universidad.

En este informe encontrará el resumen del documento “Arquitectura de Marca UC” elaborado en conjunto con la empresa FutureBrand, los esquemas de la arquitectura de marca de la Universidad y de la Facultad de Derecho, además de las marcas y sus manuales de uso.

Esperamos que estos documentos le sean de utilidad para aplicar eficazmente esta normativa en su unidad.

Reciba un afectuoso saludo,

**Ignacio Sánchez Díaz**

Rector



# Índice

## I /

Resumen del marco teórico del proyecto de Arquitectura de Marca de la UC y las categorías de marca. **Página 9**

## II /

Esquema de arquitectura de la marca de la UC y de la Facultad de Derecho. **Página 24**

## III /

Marcas de la Facultad de Derecho y metodología de uso  
(Incluye CD con archivos).

- 1/ Categoría **Marca madre o monolítica**. **Página 31**
- 2/ Categoría **Marca madre o monolítica modificada**. **Página 40**
- 3/ Categoría **Submarca**. **Página 48**
- 4/ Categoría **Marca Independiente**. **Página 59**
- 5/ Denominaciones. **Página 60**

## IV /

Proceso de creación de marca. **Página 65**

## V /

Cobranding. **Página 69**

## Anexo /

Piezas corporativas obligatorias. **Página 73**





Resumen del marco teórico  
del proyecto de Arquitectura  
de Marca de la UC  
y las categorías de marca



# Desafío

Optimizar la marca de la UC,  
por medio de ordenar  
y fortalecer el uso en términos  
de imagen gráfica.

# Algunas de las marcas actuales de la Universidad







Escuela de Psicología



CENTRO DE POLÍTICAS PÚBLICAS UC



Departamento de Asistencia Socioeconómica  
Avudándote a conseguir tus metas



¡instantáneo!



FACULTAD DE MATEMÁTICAS





**+ más de 300 marcas...**

# El proyecto

**Proyecto branding**

Pontificia Universidad  
Católica de Chile.  
Septiembre de 2009 -  
agosto de 2010.

## Objetivos

- Elaborar un proyecto de arquitectura de marca, que es un elemento integral y fundamental de la estrategia de marca de una organización.
- Entregar los elementos para ordenar el uso de la marca en términos gráficos.
- Facilitar el alineamiento y el compromiso de la institución con su imagen gráfica.

## Asesoría

- Se contó con la asesoría de FutureBrand, filial de Compañías Interpublic Group. Lidera consultorías en branding, con presencia en más de 24 ciudades alrededor del mundo.
- Algunos clientes globales y locales:
  - RMIT (*Royal Melbourne Institute of Technology*)
  - Líder
  - McKay
  - UPS
  - GM
  - Mastercard

# Desarrollo del proyecto

- Se hizo un levantamiento y análisis de todas las marcas existentes.
- Se entrevistó a 80 autoridades, académicos y funcionarios de la UC, responsables de diversos productos y servicios.
- Se estructuraron las marcas según los filtros del modelo:
  - Objetivo para el cual fue desarrollado el servicio o producto
  - Público objetivo al cual quiere dirigirse
  - Porcentaje de la UC en el patrimonio
- Se definieron, a partir del modelo, los 5 tipos de marcas existentes en la UC, más sus denominaciones.
- Se revisó y validó la propuesta.

# Marco teórico y estructura del proyecto

Categorías de marcas de la UC según presencia de la marca madre:



**Marca madre  
o monolítica**

**Marca madre o monolítica  
modificada**

**Marca madre  
o monolítica**

The diagram consists of a large rectangular frame. On the left side of the frame is a large orange circle containing the text 'Marca madre o monolítica'. On the right side is a large orange circle containing the text 'Marca madre o monolítica', with a smaller light green circle overlapping its bottom-right corner containing the text 'Descriptor'. Above the frame, a horizontal yellow line starts with a yellow circle containing a white plus sign. Below this line are two columns of text: 'Marca madre o monolítica' and 'Marca madre o monolítica modificada'.

**Marca madre  
o monolítica**

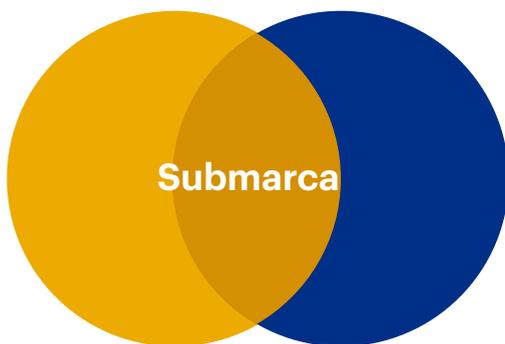
**Descriptor**

---

**Submarca**

**Marca  
endosada**

**Marca  
independiente**



# Definición de las categorías de marca del proyecto

Categoría

## Marca madre o monolítica

Es la marca principal, la promesa corporativa adecuada para todas las audiencias.



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

Categoría

## Marca madre o monolítica modificada

Se usa solo para clarificar el concepto de cada línea de la marca madre, con un descriptor que la modifica.



FACULTAD DE ARTES  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE CHILE

Categoría

## Submarca

Las submarcas cuentan con una promesa diferente, pero relacionada, logrando una imagen de marca propia pero asociada a la vez.

Existe un vínculo interdependiente entre la submarca y la marca madre.

**DECON UC**

Servicios profesionales  
en Construcción

Categoría

### **Marca endosada**

Servicio que posee una promesa diferente a la marca madre.

La marca tiene un rol protagónico en relación con la marca madre.

La marca corporativa apoya esta marca y le concede estatus.



De la Pontificia Universidad  
Católica de Chile

Categoría

### **Marca independiente**

La marca es clave en la mente del consumidor y se sustenta por sí sola.



### **Denominación (no es marca)**

Es solo un nombre descriptivo.

Nombres de los departamentos de la estructura interna

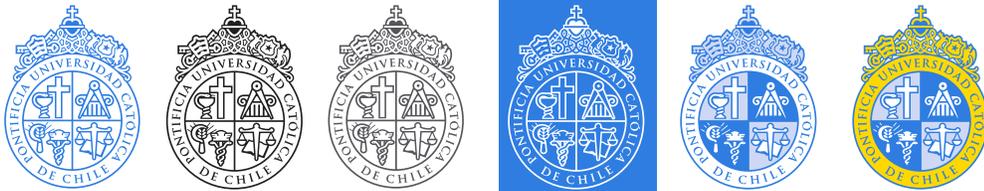
Es solo una señalética.

Se puede usar en conjunto con la marca madre.

Magíster  
**Comunicación  
Estratégica**

# Elementos gráficos de la marca

Isotipo



Logotipo

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

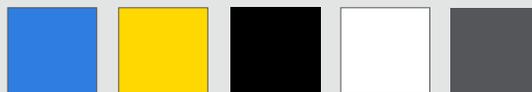
Tipografía

TRAJAN

Tipografía secundaria  
(recientemente incorporada)

Graphik

Paleta cromática



Sigla

UC

# Elementos gráficos para la construcción de marcas por categoría

	Marca madre o monolítica modificada	Submarca	Marca Endosada	Marca Independiente
OBLIGACIÓN DE USO	 <p>PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE</p> <p><b>TRAJAN</b></p> 	<p><b>UC</b></p> <p><b>TRAJAN</b></p> <p><b>Graphik</b></p> 	<p>Endoso tipográfico:</p> <p>Pontificia Universidad Católica de Chile</p>	
PROHIBICIÓN DE USO	<p><b>UC</b></p> <hr/> <p><b>Excepción</b> Solo aplicable en elementos de merchandising</p>	 <p>PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE</p>	 <p>PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE</p> <p><b>TRAJAN</b></p> <p><b>UC</b></p> <p><b>Graphik</b></p> 	 <p>PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE</p> <p><b>TRAJAN</b></p> <p><b>UC</b></p> <p><b>Graphik</b></p> 





Esquema de arquitectura  
de la marca de la UC  
y de la Facultad de Derecho

# Esquema de arquitectura de la marca de la UC

Ver PDF “Esquema de marca UC”  
adjunto en CD

Ver PDF “Esquema de marca UC”  
adjunto en CD

# Esquema de arquitectura de la marca de la Facultad de Derecho

Ver PDF “Esquema de marca FD”  
adjunto en CD

Ver PDF “Esquema de marca FD”  
adjunto en CD





Marcas de la Facultad  
de Derecho y metodología  
de uso



# 1/ Categoría Marca madre o monolítica



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

Versión  
color



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

Versión  
monocolor  
llena



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

Versión  
lineal

## Aplicación de texto al escudo

Cuando la altura del escudo es de 8 cms. o menos, este **debe ir siempre acompañado del texto**, tal como a continuación se señala.

Texto en mayúscula Trajan bold.

Espacios horizontal y vertical entre texto y escudo son equivalentes a altura de mayúscula.

Tamaño del texto: mayúscula cabe 12 veces en la altura del escudo.



Al usar el escudo lineal, **el texto se debe aplicar en el mismo color del escudo**: Pantone 2727, negro, Pantone Cool Grey 11 o blanco.



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

Al usar el **escudo monocolor lleno**, el texto se debe aplicar en el Pantone 2727.



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

Al usar el **escudo en color**, el texto se debe aplicar en el Pantone 2727.



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

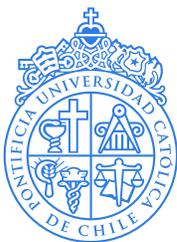
## Aplicación de tamaños para la marca madre o monolítica



## Diagramaciones permitidas para la marca madre o monolítica

Estas diagramaciones pueden utilizarse con cualquiera de las variantes del escudo UC.

1.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

---

2.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

---

3.



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

---

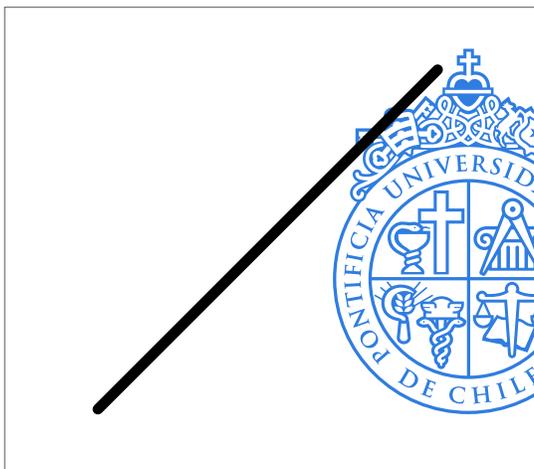
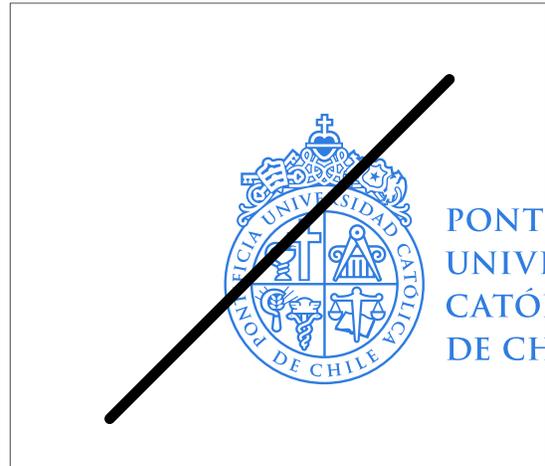
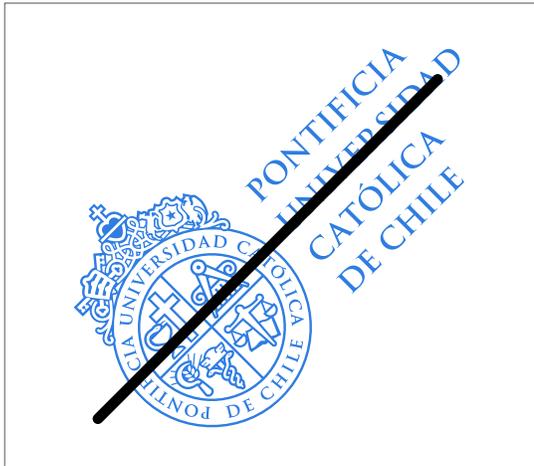
4.



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

---

**No está permitido** usar la marca en forma girada, cortada, como sello de agua o con texto sobrepuesto.



## Marca madre o monolítica con escudo lineal

Pantone 2727, Pantone Cool Grey 11, negro y blanco, **únicos colores autorizados.**



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE



Pantone 2727



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE



Negro



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE



Pantone Cool Grey 11



Blanco

Se recomienda privilegiar la utilización del escudo en su versión lineal, especialmente cuando se aplica en soportes nobles tales como acero inoxidable, bronce u otros.  
Las otras versiones (color y monocolor lleno) deben utilizarse solo excepcionalmente.

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad del escudo y el texto.



## Marca madre o monolítica con escudo color

Pantone 2727 y Pantone 108. **Se aplica solo sobre fondo blanco.**



Pantone 2727



25% Pantone 2727



Pantone 108



Se recomienda privilegiar la utilización del escudo en su versión lineal, especialmente cuando se aplica en soportes nobles tales como acero inoxidable, bronce u otros. Las otras versiones (color y monocolor lleno) deben utilizarse solo excepcionalmente.

# Marca madre o monolítica con escudo monocolor lleno

Pantone 2727. **Se aplica solo sobre fondo blanco.**



Pantone 2727



Se recomienda privilegiar la utilización del escudo en su versión lineal, especialmente cuando se aplica en soportes nobles tales como acero inoxidable, bronce u otros.  
Las otras versiones (color y monocolor lleno) deben utilizarse solo excepcionalmente.



# Aplicación de tamaños para la marca de la Facultad de Derecho



El isotipo no debe medir menos  
de 2 cms. de alto.

# Diagramaciones permitidas para la marca de la Facultad de Derecho

Estas diagramaciones pueden utilizarse con cualquiera de las variantes del escudo UC.

1.



**FACULTAD DE DERECHO**  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

---

2.



**FACULTAD DE DERECHO**  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE CHILE

---

3.



**FACULTAD DE DERECHO**  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

---

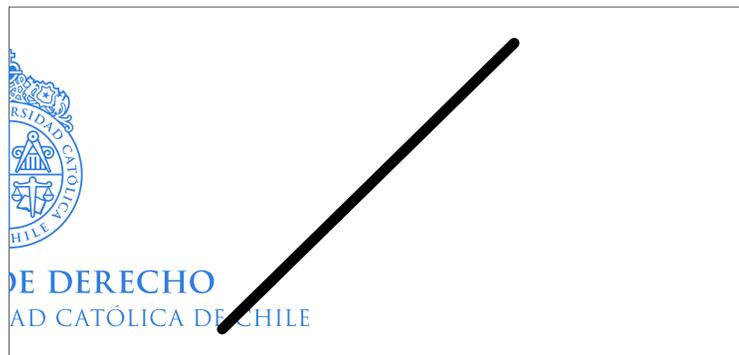
4.



**FACULTAD DE DERECHO**  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE CHILE

---

**No está permitido** usar la marca en forma girada, cortada, como sello de agua o con texto sobrepuesto.



# Marca de la Facultad de Derecho con escudo lineal

Pantone 2727, Pantone Cool Grey 11, negro y blanco, **únicos colores autorizados.**



**FACULTAD DE DERECHO**  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE



Pantone 2727



**FACULTAD DE DERECHO**  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE



Negro



**FACULTAD DE DERECHO**  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE



Pantone Cool Grey 11



Blanco

Se recomienda privilegiar la utilización del escudo en su versión lineal, especialmente cuando se aplica en soportes nobles tales como acero inoxidable, bronce u otros.  
Las otras versiones (color y monocolor lleno) deben utilizarse solo excepcionalmente.

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad del escudo y el texto.



# Marca de la Facultad de Derecho con escudo color

Pantone 2727 y Pantone 108. **Se aplica solo sobre fondo blanco.**



**FACULTAD DE DERECHO**  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE



Pantone 2727



25% Pantone 2727



Pantone 108



Se recomienda privilegiar la utilización del escudo en su versión lineal, especialmente cuando se aplica en soportes nobles tales como acero inoxidable, bronce u otros. Las otras versiones (color y monocolor lleno) deben utilizarse solo excepcionalmente.

# Marca de la Facultad de Derecho con escudo monocolor lleno

Pantone 2727. **Se aplica solo sobre fondo blanco.**



FACULTAD DE DERECHO  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE



Pantone 2727



25% Pantone 2727



Se recomienda privilegiar la utilización del escudo en su versión lineal, especialmente cuando se aplica en soportes nobles tales como acero inoxidable, bronce u otros.  
Las otras versiones (color y monocolor lleno) deben utilizarse solo excepcionalmente.

# 3/ Categoría Submarca



**Alumni UC**  
Derecho

**Capacitación UC**  
Derecho



**Pastoral UC**  
Derecho

**Mercado  
Laboral UC**  
Derecho

**Centro UC**  
Estudios Internacionales  
CEIUC



**Centro UC**  
Derecho y Religión

**Centro UC**  
Libre Competencia  
Propiedad Intelectual e Industrial  
Consumidor y Regulación



**Centro UC**  
de la Familia

**Centro UC**  
Negociación



1 Pantone Cool Grey 11  
Pantone 2727  
Tipografía Graphik variante  
semibold y regular



2 Pantone 2727



3 Negro

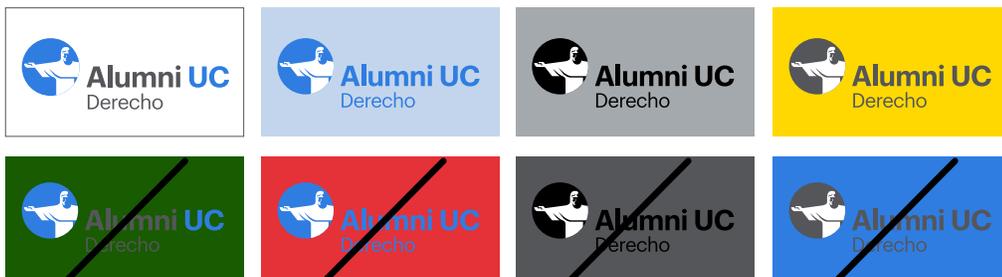


4 Pantone Cool Grey 11



La marca nº 1 solo debe ir sobre fondo blanco.

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad del texto.



# Capacitación UC

## Derecho

1) Pantone Cool Grey 11  
Pantone 2727  
Tipografía Graphik variante  
semibold y regular

**Capacitación UC**  
Derecho

2) Pantone 2727

**Capacitación UC**  
Derecho

3) Negro

**Capacitación UC**  
Derecho

4) Pantone Cool Grey 11

**Capacitación UC**  
Derecho

5) Blanco

**Capacitación UC**  
Derecho

La marca n° 1 solo debe ir sobre fondo blanco.

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad del texto.





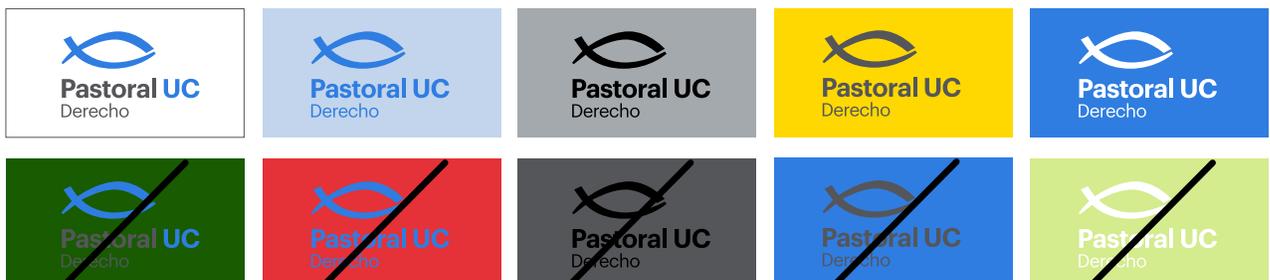
# Pastoral UC

## Derecho

<p>1 Pantone Cool Grey 11 Pantone 2727 Tipografía Graphik variante semibold y regular</p>	 <b>Pastoral UC</b> Derecho
<p>2 Pantone 2727</p>	 <b>Pastoral UC</b> Derecho
<p>3 Negro</p>	 <b>Pastoral UC</b> Derecho
<p>4 Pantone Cool Grey 11</p>	 <b>Pastoral UC</b> Derecho
<p>5 Blanco</p>	

La marca nº 1 solo debe ir sobre fondo blanco.

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad del texto.



# Mercado Laboral UC

Derecho

1) Pantone Cool Grey 11  
Pantone 2727  
Tipografía Graphik variante  
semibold y regular

**Mercado  
Laboral UC**  
Derecho

2) Pantone 2727

**Mercado  
Laboral UC**  
Derecho

3) Negro

**Mercado  
Laboral UC**  
Derecho

4) Pantone Cool Grey 11

**Mercado  
Laboral UC**  
Derecho

5) Blanco

**Mercado  
Laboral UC**  
Derecho

La marca n° 1 solo debe ir sobre fondo blanco.

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad del texto.



# Centro UC

## Estudios Internacionales CEIUC

1	Pantone Cool Grey 11 Pantone 2727 Tipografía Graphik variante semibold y regular	<b>Centro UC</b> Estudios Internacionales CEIUC
2	Pantone 2727	<b>Centro UC</b> Estudios Internacionales CEIUC
3	Negro	<b>Centro UC</b> Estudios Internacionales CEIUC
4	Pantone Cool Grey 11	<b>Centro UC</b> Estudios Internacionales CEIUC
5	Blanco	<b>Centro UC</b> Estudios Internacionales CEIUC

La marca nº 1 solo debe ir sobre fondo blanco.

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad del texto.





1) Pantone Cool Grey 11  
Pantone 159  
Tipografía Graphik variante  
semibold y regular



2) Negro



3) Pantone Cool Grey 11



4) Blanco



La marca n° 1 solo debe ir sobre fondo blanco.

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad del texto.



# Centro UC

## Libre Competencia

### Propiedad Intelectual e Industrial

### Consumidor y Regulación

<p>1 Pantone Cool Grey 11 Pantone 2727 Tipografía Graphik variante semibold y regular</p>	<p><b>Centro UC</b> Libre Competencia Propiedad Intelectual e Industrial Consumidor y Regulación</p>
<p>2 Pantone 2727</p>	<p><b>Centro UC</b> Libre Competencia Propiedad Intelectual e Industrial Consumidor y Regulación</p>
<p>3 Negro</p>	<p><b>Centro UC</b> Libre Competencia Propiedad Intelectual e Industrial Consumidor y Regulación</p>
<p>4 Pantone Cool Grey 11</p>	<p><b>Centro UC</b> Libre Competencia Propiedad Intelectual e Industrial Consumidor y Regulación</p>
<p>5 Blanco</p>	<p><b>Centro UC</b> Libre Competencia Propiedad Intelectual e Industrial Consumidor y Regulación</p>

La marca nº 1 solo debe ir sobre fondo blanco.

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad del texto.





- 1) Pantone Cool Grey 11  
 Pantone 2727  
 Pantone 108  
 Tipografía Graphik variante  
 semibold y regular



- 2) Pantone 2727



- 3) Negro



- 4) Pantone Cool Grey 11



La marca n° 1 solo debe ir sobre fondo blanco.

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad del texto.



# Centro UC

## Negociación

1 Pantone Cool Grey 11  
Pantone 2727  
Tipografía Graphik variante  
semibold y regular

**Centro UC**  
Negociación

2 Pantone 2727

**Centro UC**  
Negociación

3 Negro

**Centro UC**  
Negociación

4 Pantone Cool Grey 11

**Centro UC**  
Negociación

5 Blanco

**Centro UC**  
Negociación

La marca nº 1 solo debe ir sobre fondo blanco.

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad del texto.



## Uso de submarca

Se usa la marca de manera significativa en el soporte, es la responsable de la información y se utiliza sin la marca madre o monolítica modificada.



**Encuentro  
anual**

# 4/ Categoría Marca Independiente

Centro de Alumnos

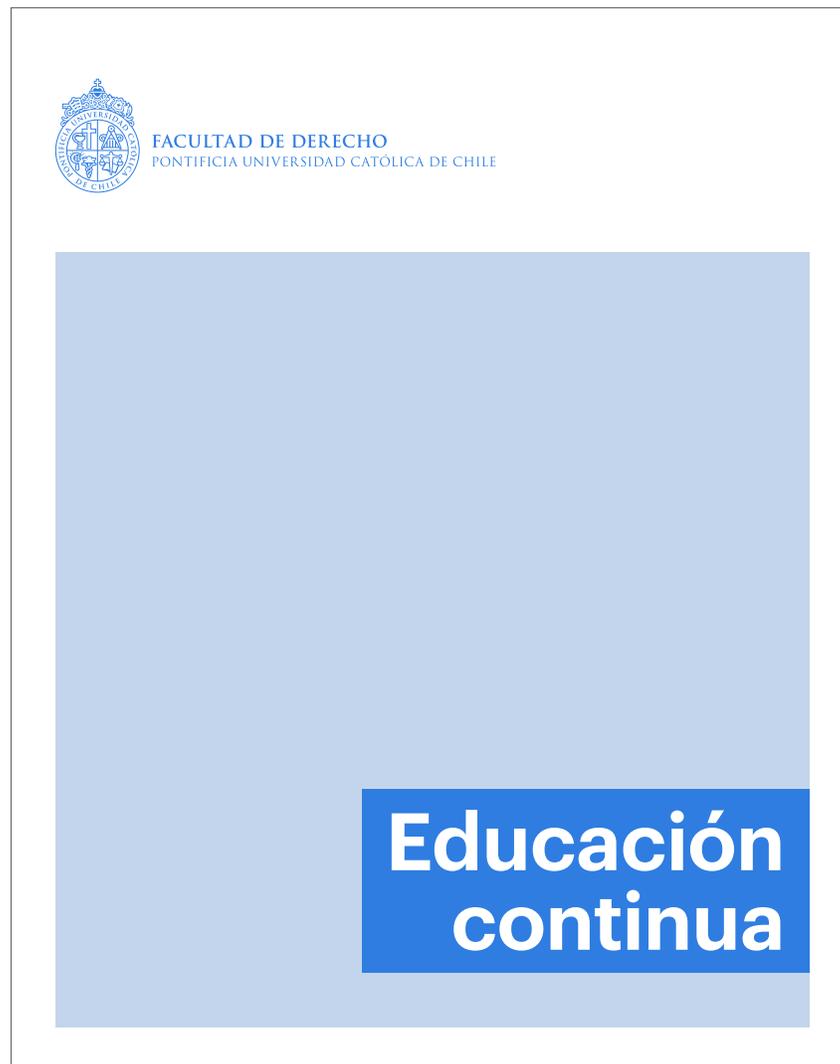


## 5/ Denominaciones

Dirección de Asuntos Estudiantiles  
Dirección de Investigación  
Dirección de Postgrado  
Dirección de Extensión  
Subdirección de Asuntos Económicos y Administrativos  
Departamento de Derecho Canónico  
Departamento de Derecho Económico, Tributario y Comercial  
Departamento de Derecho Internacional  
Departamento de Derecho Penal  
Departamento de Derecho Privado  
Departamento de Derecho Procesal  
Departamento de Derecho Público  
Departamento de Derecho del Trabajo y Seguridad Social  
Departamento de Fundamentos del Derecho  
Departamento de Práctica y Asistencia Legal (DEPAL)  
Magíster en Derecho, LLM  
Magíster en Derecho de la Empresa, LLM Internacional  
Doctorado en Derecho  
Programa de Derecho Administrativo Económico  
Programa de Derecho de Seguros  
Revista Chilena de Derecho  
Revista de Derecho Administrativo - Redad  
Publicaciones Derecho  
Revista Derecho  
Memoria Derecho  
Talento + Inclusión  
Redes Derecho  
Seminarios  
Academia Laboral. Departamento de Derecho  
del Trabajo y Seguridad Social  
Centro de Negociación  
Centro de Libre Competencia  
Propiedad Intelectual e Industrial  
Consumidor y Regulación

## Uso de denominaciones

Se usan como textos y considerando que la marca que se hace responsable de la denominación, está presente de manera significativa en el soporte.





# **IV /**

Proceso de creación  
de marca



# Proceso de creación de marca

El diseño de las marcas relacionadas a la Universidad se ha centralizado en el Departamento de Diseño Corporativo. Por lo tanto, para la creación de una de ellas, se debe solicitar una reunión con Magdalena del Rio, directora de Marketing y Soledad Hola, directora de Diseño Corporativo, quienes, en conjunto con la unidad, seguirán el siguiente proceso:

1. Describir el producto o servicio, con sus objetivos, segmentación, patrimonio y tipo de gestión.
2. Categorizar el producto o servicio según el modelo de arquitectura de marca de la UC.
3. Desarrollar las propuestas de diseño según la categoría.
4. Elaborar los manuales de normas de uso de las marcas aprobadas.
5. Capacitar sobre su uso a los equipos de trabajo.
6. Seguimiento del buen uso y aplicación de las marcas.

Magdalena del Rio  
Directora de Marketing  
Vicerrectoría Económica y de Gestión  
Alameda 406, piso 4  
Tel. 22354 2906  
mdelrioco@uc.cl

Soledad Hola  
Directora Departamento de Diseño Corporativo  
Vicerrectoría de Comunicaciones y Educación Continua  
Alameda 340, piso 3  
Tel. 22354 6556  
mhola@uc.cl



**v /**

Cobranding



# Cobranding

Se entiende por cobranding la aplicación de dos o más marcas de diferentes instituciones, en igual jerarquía, en una pieza gráfica.

## Cobranding externo

Corresponde a casos de empresas o instituciones no ligadas a la UC.

Cuando la UC desarrolla un proyecto con otra institución en la misma jerarquía, las marcas deben aplicarse en igual proporción y equivalente ubicación dentro del soporte.



## Cobranding interno

Cuando dos o más unidades de la UC desarrollan un proyecto en la misma jerarquía, debe aplicarse la marca madre y los nombres de cada unidad deben ir en texto de igual proporción y equivalente ubicación dentro del soporte.



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

Seminario

Nuevos **desafíos e impacto  
del envejecimiento**  
y la creciente dependencia  
de la población mayor  
en la familia y la sociedad

Facultad de Educación  
Escuela de Psicología  
Centro UC de Geriatría y Gerontología

**Anexo /**



# Piezas corporativas obligatorias

## Para marca madre o monolítica

Las unidades representadas por la marca madre o monolítica deben de utilizar la **versión corporativa** de las siguientes piezas gráficas:

Pieza gráfica	Cómo obtenerla
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carpeta corporativa</li> <li>• Hoja carta original</li> <li>• Sobre americano blanco</li> <li>• Sobre oficio blanco</li> <li>• Sobre oficio café</li> <li>• Sobre saco oficio blanco</li> <li>• Sobre saco oficio café</li> <li>• Sobre medio oficio blanco</li> <li>• Sobre medio oficio café</li> <li>• Sobre ¼ oficio blanco</li> </ul>	<p>Estas piezas gráficas son vendidas por la administración de cada campus. Para adquirirlas, se debe llenar el formulario "Solicitud de impresos" que aparece en el sitio de la Dirección de Infraestructura (<a href="http://www7.uc.cl/www_orga/infraest/">http://www7.uc.cl/www_orga/infraest/</a>), en el campus correspondiente.</p>
Tarjeta de visita corporativa	Se debe solicitar al Departamento de Diseño Corporativo.
Pendón corporativo	Se debe solicitar al Departamento de Diseño Corporativo, que entregará un documento PDF para construirla en forma individual.
Firma de correo electrónico	Se deben solicitar al Departamento de Diseño Corporativo.
Logotipo para Facebook y avatar para Twitter	Se deben solicitar al Departamento de Diseño Corporativo.
Aplicación de marca en fachada	Se deben solicitar al Departamento de Diseño Corporativo.

### Departamento de Diseño Corporativo

Soledad Hola

Directora

Vicerrectoría de Comunicaciones y Educación Continua

Alameda 340, piso 3

Tel. 22354 6556

mhola@uc.cl

## Para marca monolítica modificada y modificada de la Facultad

Las unidades académicas representadas por la marca madre o monolítica modificada (facultades, escuelas e institutos) pueden utilizar la versión corporativa con marca madre o solicitar el diseño con la **marca monolítica modificada** de las siguientes piezas gráficas corporativas al Departamento de Diseño Corporativo.

### Piezas gráficas corporativas

- Carpeta
- Hoja carta original
- Sobre americano blanco

---

Tarjeta de visita corporativa

---

Pendón corporativo

---

Firma de correo electrónico

---

Logotipo de Facebook y avatar de Twitter

#### **Departamento de Diseño Corporativo**

**Soledad Hola**

*Directora*

Vicerrectoría de Comunicaciones y Educación Continua

Alameda 340, piso 3

Tel. 22354 6556

mhola@uc.cl

## Para submarcas

Las unidades representadas por submarcas deben solicitar el diseño de sus piezas gráficas corporativas al Departamento de Diseño Corporativo.

### Piezas gráficas corporativas

- Carpeta
- Hoja carta original
- Sobre americano blanco

---

Tarjeta de visita corporativa

---

Pendón corporativo

---

Firma de correo electrónico

---

Logotipo de Facebook y avatar de Twitter

#### **Departamento de Diseño Corporativo**

**Soledad Hola**

*Directora*

Vicerrectoría de Comunicaciones y Educación Continua

Alameda 340, piso 3

Tel. 22354 6556

mhola@uc.cl