

▶ **MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL**  
Facultad de Ciencias Económicas | UNLP

Unidad de Comunicación Institucional  
Facultad de Ciencias Económicas | UNLP

▶ [comunicacionfce@econo.unlp.edu.ar](mailto:comunicacionfce@econo.unlp.edu.ar)

La Plata, JUNIO 2018

## INTRODUCCIÓN ◀

La imagen corporativa es el conjunto de atributos que percibe el público de una empresa, servicio, producto o marca y como lo posiciona en su mente. Es el reflejo de la institución, una buena imagen utilizada con coherencia, representa y comunica las cualidades y beneficios del organismo, permitiéndole diferenciarse.

Dentro del conjunto de recursos que ayudan a generar una imagen institucional estable se encuentra la marca gráfica o identificador corporativo. En su función denominativa la marca hace las veces de “firma” que indica el protagonismo de un sujeto institucional en el discurso permitiendo identificar al emisor del mensaje.

Para regular el uso y normalizar los elementos que construyen la identidad visual de la Facultad tanto en el contexto interno como externo, se pone en práctica el presente manual de marca que significa un elemento importante para conseguir una imagen pública, coherente, fuerte, positiva y satisfactoria.

Es fundamental para la correcta difusión de la imagen de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata el compromiso de todos los que conforman la comunidad universitaria a respetar este material y en consecuencia, la fidelidad a las normas que en él se establecen.

La obligatoriedad de uso del presente documento comprende también a quienes por alguna causa participen en la difusión de la identidad de la FCE; a los que ha de facilitarse el Manual para que el trabajo se ajuste a las normas aquí dispuestas. Los casos no contemplados en esta guía, o que causen dificultades o dudas en la aplicación de sus normativas deberán ser consultados a la Unidad de Comunicación Institucional de la Facultad.

MARCA ◀

La marca de la Facultad de Ciencias Económicas es el elemento que identifica a la Institución generando una imagen clara y sólida. Esta representación gráfica se basa en los atributos de trayectoria, solidez y formalidad, que son características propias de la casa de altos estudios.

El elemento gráfico se compone de un logotipo en el que se representa la sigla de la institución y su nombre completo.

Se acompaña de la marca de la Universidad Nacional de La Plata de acuerdo a la normativa de aplicación dispuesto por la Dirección de Comunicación Visual de dicha institución.



USO CON UNA  
SEGUNDA MARCA ◀

En presencia de un segundo logo, éste se aplicará a la izquierda.

El orden de jerarquía se establece de derecha a izquierda.



## SUBEMISORES ◀

Se entiende por subemisor el área de la Facultad identificada en su estructura orgánica secretaría, prosecretaría, departamento, instituto, etc.

Para el caso de los subemisores, el isologo de la Facultad contempla la utilización del elemento gráfico con un apartado donde se especifica el área de la Facultad que emite el mensaje.

Su aplicación se presenta en la versión principal y en su versión secundaria.

La aplicación está indicada para comunicaciones internas, afiches y demás comunicaciones externas donde la secretaría, prosecretaría, departamento o instituto sea el único emisor del mensaje u organizador en caso de eventos.

En el caso que exista más de un emisor por parte de la Facultad, se utilizará el logo mencionando las áreas participantes en formato de texto.

### VERSIÓN PRINCIPAL



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA

SECRETARÍA DE ASUNTOS ACADÉMICOS

### VERSIÓN SECUNDARIA

SECRETARÍA DE  
ASUNTOS  
ACADÉMICOS



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA

SUBEMISORES ◀  
DE TERCER NIVEL

> Proyectos de extensión

Los proyectos de extensión e investigación no pueden tener marca propia.

Se utiliza el logo de la Secretaría con el subemisor del proyecto y una imagen que acompaña la pieza.

Se cita el caso de proyectos ya realizados.

Las piezas de diseño que no provengan de la Unidad de Comunicación Institucional y que apliquen la imagen de la Facultad, deberán remitirse en forma previa al área, a efectos de verificar que se ajusten al Manual de Marca.

PROYECTO

Transformando  
el liderazgo



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA

SECRETARÍA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

## USOS GENERALES DEL COLOR

El color es un identificador de vital importancia visto que la adopción de una gama cromática determinada y estable permite diferenciar la imagen institucional y dotarla de personalidad tanto gráfica como visual.

El uso del color depende en gran medida del medio en el que se imprima. Por este motivo, y para reducir al mínimo los errores de color en la Marca se deberán usar, siempre que se pueda, las referencias Pantone que aseguran la reproducción correcta de los colores corporativos. De no ser posible se aplicará la marca en sus correspondencias en CMYK ó RGB según el caso.



PANTONE 315 C  
C:110 M:0 Y:18 K:42  
R:0 G:116 B:149

## ALTERNATIVAS CROMÁTICAS

Asimismo se establecen las versiones del logo a color y en blanco y negro, para su aplicación en diferentes soportes.

VERSIÓN COLOR PANTONE 7462C: 100% | NEGRO: 90%



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA

VERSIÓN BLANCO Y NEGRO NEGRO: 100%



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA

APLICACIÓN ◀  
SOBRE PLENOS

Para la aplicación de la marca en los casos de fondos que no sean blancos o fotografías, se aplicará la misma con un margen de resguardo.

APLICACIÓN SOBRE FONDO DE COLOR



■ Área de resguardo

Es de fundamental importancia que el isologo no tenga interferencias. Debe tener alrededor un área de seguridad en la que ningún elemento condicione, se superponga o compita con su lectura.

APLICACIONES ◀  
MÍNIMAS

Con el mismo criterio referido a su legibilidad se define un tamaño de 47 milímetros de ancho como mínimo para la reproducción de la marca.

En caso de ser necesarias aplicaciones menores a los 47 milímetros, la Unidad de Comunicación Institucional considerará la correcta aplicación del logo.



APLICACIONES  
INCORRECTAS

La identidad visual no deberá ser modificada en ningún caso, para evitar que se destruya la estructura sobre la cual está basada. A modo de guía, aquí se presentan algunas aplicaciones incorrectas que deberán evitarse para proteger la integridad de la marca.

NO CONDENSAR



NO EXPANDIR



NO ELIMINAR NINGÚN ELEMENTO



NO ALTERAR ESTRUCTURA



NO MODIFICAR COLORES



NO APLICAR DEGRADÉS



NO MODIFICAR TIPOGRAFÍA



NO APLICAR FONDOS COMPLEJOS



CONTENIDOS ◀  
MULTIMEDIALES

Para la generación de contenidos multimediales, (web, redes sociales, videos, entre otros) se deberá dar intervención a la Unidad de Comunicación Institucional para ser categorizada como oficial de la Facultad.

La Unidad otorgará la estética en materia de diseño y la administración de las herramientas podrá estar a cargo del área solicitante o de la Unidad, según el caso.

Los diseños multimediales que no provengan de la Unidad de Comunicación Institucional y que apliquen la imagen de la Facultad, deberán remitirse en forma previa al área, a efectos de verificar que se ajusten al Manual de Marca.

Portada FACEBOOK Institucional



Portada TWITTER Institucional



CONTENIDOS ◀  
MULTIMEDIALES

Portadas FACEBOOK de otras áreas



## CONCLUSIÓN

Este documento, elaborado por la Unidad de Comunicación Institucional de la Facultad, pretende conformar criterios mínimos a respetar para fortalecer la imagen institucional.

Se solicita la colaboración de todas las áreas para la aplicación de estos criterios.

El manual no es taxativo en cuanto a los contenidos, sino meramente enunciativo, el mismo podrá ir incorporando nuevas aplicaciones a medida que surjan nuevas necesidades.

.....  
Ante cualquier duda contactarse con:

### Unidad de Comunicación Institucional FCE

✉ [comunicacionfce@econo.unlp.edu.ar](mailto:comunicacionfce@econo.unlp.edu.ar)

☎ +54 (221) 423-6769/71/72 Int. 139

🌐 [www.econo.unlp.edu.ar](http://www.econo.unlp.edu.ar)

📘 [fceunlp](https://www.facebook.com/fceunlp)

📷 [economicas.unlp](https://www.instagram.com/economicas.unlp)

🐦 [economicas\\_unlp](https://twitter.com/economicas_unlp)

📺 [cseconomicasunlp](https://www.youtube.com/channel/UCsEconomicasUnlp)

📍 Calle 6 #777 | La Plata | Bs. As.