

MANUAL
DE MARCA



UNIVERSIDAD DE
LA SALLE



Educar para
pensar,
decidir y
servir

PRESIDENTE DEL CONSEJO SUPERIOR

Hno. Diego José Díaz Díaz

CONSEJO DE COORDINACIÓN

Hno. Niky Alexander Murcia Suárez, FSC
Rector

Hno. Cristhian James Díaz Meza, FSC
Vicerrector Académico

Hno. Diego Andrés Mora Arenas, FSC
Vicerrector de Promoción y Desarrollo Humano

Dra. Adriana Patricia López Velásquez
Vicerrectora Administrativa

Dra. Leonor Botero Arboleda
Vicerrectora de Investigación y Transferencia

Dra. Saray Yaneht Moreno Espinosa
Secretaria General

DIRECCIÓN EDITORIAL

Vicerrectoría de Promoción y Desarrollo Humano
Dirección de Comunicación y Mercadeo
Coordinación de Comunicación

PRODUCCIÓN EDITORIAL

Dr. Óscar Augusto Elizalde Prada
Director de Comunicación y Mercadeo

Adriana Garzón Morales
Coordinadora de Comunicación

Dora Milena Moreno Gamba
Diseñadora

Esperanza Rubiano Martínez
Diseñadora

Lorena Carolina Henao Castro
Diseñadora

Milton Arturo Ruiz Clavijo
Diseñador

Giovanny Alexander Pinzón Salamanca
Diseñador

REVISIÓN DE TEXTOS

Dr. Óscar Augusto Elizalde Prada
Adriana Garzón Morales
Lina Paola Zambrano Barreto

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Dora Milena Moreno Gamba

FOTOGRAFÍA

José Javier Torres Ortega

© Universidad de La Salle
Carrera 5 No. 59^a-55
Sede Chapinero. Bogotá DC.
www.lasalle.edu.co
comunicaciones@lasalle.edu.co

PRESENTACIÓN

En su trayectoria educativa la Universidad de La Salle ha asumido el compromiso de “Educar para pensar, decidir y servir”. La impronta educativa lasallista se expresa en la calidad de sus apuestas académicas, investigativas y de responsabilidad social, lo mismo que en sus valores, en sus símbolos y en su opción por el desarrollo humano integral y sustentable. Estos y otros elementos que definen nuestra identidad institucional se recogen en este Manual de marca, como resultado de un ponderado y cuidadoso proceso de creación interdisciplinar asumido por la Dirección de Comunicación y Mercadeo, a través de la Coordinación de Comunicación.

Conscientes de los dinamismos evolutivos de las marcas y de su necesaria adaptación a las necesidades institucionales, así como a la generación de impacto, recordación y posicionamiento, sin menoscabo de su genuina identidad, esta nueva edición del Manual de marca actualiza, amplía y reemplaza la versión que rige desde 2014.



PRESENTACIÓN

Al ofrecer los lineamientos gráficos que deben asumirse en la comunicación de la identidad de nuestra alma mater, estamos convencidos de la necesidad de acentuar la cultura del cuidado en el uso adecuado de nuestra marca, como capital intangible e invaluable que transmite lo que somos y hacemos como Universidad. Corresponde, por tanto, a cada miembro de la comunidad universitaria lasallista velar por el correcto empleo de la marca, las submarcas, los símbolos y el co-branding, tanto en las piezas gráficas de divulgación como en el ejercicio de promoción institucional en general. Para ello, en este manual se detallan criterios de uso, aplicaciones y recomendaciones para garantizar el empleo correcto de la marca en productos impresos, digitales o de otra índole.

Como lasallistas nos sentimos comprometidos con la comunicación de nuestra identidad institucional, hoy como ayer, porque sabemos que es buena noticia y que ¡La Salle marca la diferencia!

Hno. Diego Andrés Mora Arenas, FSC
Vicerrector de Promoción y Desarrollo Humano



NUESTRA MARCA



MARCA UNISALLE



NUESTROS SÍMBOLOS



CO-BRANDING



PAPELERÍA INSTITUCIONAL



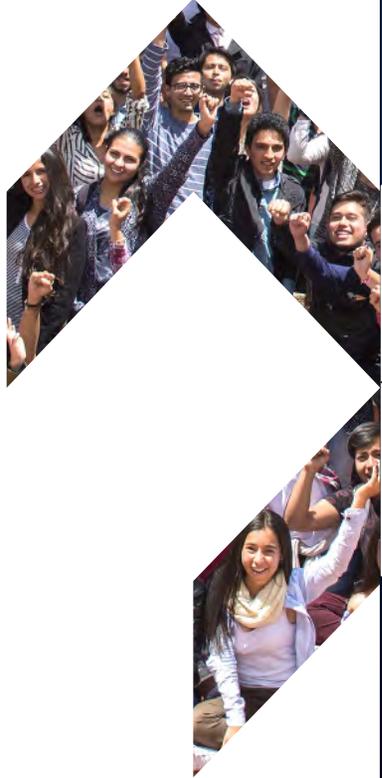
PIEZAS GRÁFICAS DE DIVULGACIÓN



PROMOCIÓN INSTITUCIONAL



NUESTRA MARCA



CONTENIDO

NUESTRA MARCA

Presentación de la marca	08
Visión de la marca	09
Construcción de la marca	10
Tipografía de la marca	11
Área de reserva	12
Escala mínima	13
Paleta cromática	14
Paleta secundaria	15
Paleta cromática facultades	16
Marca global	18
Aplicaciones:	
Escala de grises	19
A una tinta	20
Sobre fondo azul	21
Sobre fondo amarillo	22
En paleta secundaria	23
Sobre fotografía	24
Usos incorrectos	26
Tipografía complementaria	27

PÁGINA

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

PRESENTACIÓN

DE LA MARCA

La marca de la Universidad de La Salle busca responder con coherencia a una apuesta renovada que habla de una “nueva universidad” pero que se sostiene sobre la tradición y experiencia liderando procesos educativos.

El logotipo dice precisamente esto, “somos de La Salle”, somos una Universidad renovada y diferente sobre los pilares de la tradición y la experiencia en el liderazgo de procesos educativos. La estrella en el centro subraya que mantenemos como eje la tradición lasallista, integrada, inseparable, y constitutiva de la misión.

La estrella lasallista representa los valores rectores del Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas, y siempre será primordial en la proyección de la imagen de la Universidad, estos valores son: fe, fraternidad, servicio, compromiso y justicia.



Visibilizar nuestra marca como símbolo de transformación social y productiva del país, a través de la educación de alta calidad y el compromiso con la investigación pertinente y de impacto social.



CONSTRUCCIÓN

DE LA MARCA



La morfología del logotipo está desarrollada por la unión de dos elementos claves. El primero es el uso de la estrella lasallista en contra forma, conservando su color y geometría de cinco puntas, y el segundo es el tratamiento tipográfico logrado por el uso de dos fuentes tipográficas modernas: Baufra Demi-Bold (Universidad de) y Futura Lt BT (La Salle) con modificaciones formales.

El manejo gráfico de la letra A con la estrella es de uso exclusivo del logotipo, en ninguna circunstancia podrá utilizarse de manera independiente como elemento de diseño de ninguna pieza gráfica o producto.



Baufra DemiBold

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W X Y Z

Futura Lt Bt

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W X Y Z

Baufra DemiBold:

Tipografía humanista sans-serif, cuyo rasgo característico es su diseño geométrico combinado con un estilo orgánico.

Futura Lt BT:

Tipografía sans-serif del siglo XX, fuente reconocida por ser funcional y amigable.

Las fuentes aquí indicadas son de uso exclusivo del logotipo y está prohibido su uso para otros manejos gráficos o documentales.



ÁREA DE RESERVA



El logotipo posee un espacio de reserva el cual debe ser respetado para conservar su integridad y garantizar la perfecta legibilidad de la marca.

El área mínima de protección está dada por la unidad de medida (E) que corresponde al alto de la letra en la palabra UNIVERSIDAD.

La medida (E) debe ser respetada en cada uno de los cuatro lados del logotipo.



UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

PANTALLA 147 x 39 px

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

IMPRESOS 2,08 x 0,55 cm

ESCALA

MÍNIMA

Para garantizar la legibilidad de la marca, el logotipo no deberá ser reproducido en un formato inferior a 147 x 39 px para pantalla y 2,08 x 0,55 cm para impresos.



PALETA CROMÁTICA

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

PANTONE 540C

C 100	R 0	HTML
M 57	G 48	003057
Y 12	B 87	
K 66		

PANTONE 130C

C 0	R 242	HTML
M 32	G 169	F2A900
Y 100	B 0	
K 0		

La paleta está constituida por dos colores: azul (Pantone 540C) y amarillo (Pantone 130C).

Estos colores deberán usarse siempre que la marca se presente a color, ya sea en impresos o en digital.



PALETA SECUNDARIA

PANTONE 7706C-7706U

C 100 **R** 0 **HTML**
M 16 **G** 106 006A8E
Y 10 **B** 142
K 44

PANTONE 7713C-7713U

C 100 **R** 0 **HTML**
M 0 **G** 125 007D8A
Y 30 **B** 138
K 26

PANTONE 2995C-2995U

C 83 **R** 0 **HTML**
M 1 **G** 169 00A9E0
Y 0 **B** 224
K 0

PANTONE 2617C-2617U

C 84 **R** 71 **HTML**
M 99 **G** 10 470A68
Y 0 **B** 104
K 12

PANTONE 7622C-7622U

C 0 **R** 147 **HTML**
M 97 **G** 39 93272C
Y 89 **B** 44
K 45

PANTONE 1797C-1797U

C 2 **R** 203 **HTML**
M 97 **G** 51 CB333B
Y 85 **B** 59
K 7

PANTONE 1505C-1505U

C 0 **R** 255 **HTML**
M 56 **G** 105 FF6900
Y 90 **B** 0
K 0

PANTONE 110C-110U

C 2 **R** 218 **HTML**
M 22 **G** 170 DAAA00
Y 100 **B** 0
K 8

PANTONE 381C-381U

C 25 **R** 206 **HTML**
M 0 **G** 220 CEDC00
Y 98 **B** 0
K 0

PANTONE 105C-105U

C 13 **R** 137 **HTML**
M 18 **G** 122 897A27
Y 88 **B** 39
K 45

PANTONE 7552C-755U

C 19 **R** 115 **HTML**
M 42 **G** 83 73531D
Y 100 **B** 29
K 59

PANTONE 7742C-7742U

C 71 **R** 74 **HTML**
M 5 **G** 119 4A773C
Y 100 **B** 60
K 45

La paleta cromática secundaria aporta matices diferentes como complemento a la marca, podrá ser aplicada en elementos unificadores de diseño en piezas gráficas de mercadeo y documentos de uso interno (presentaciones institucionales, documentos de trabajo, etc.)



PALETA

CROMÁTICA FACULTADES

La paleta cromática de las facultades aporta un diferenciador visual entre áreas del conocimiento. Podrá ser aplicada de acuerdo con los objetivos de comunicación gráfica en elementos unificadores de diseño en piezas gráficas de mercadeo y documentos de uso interno (presentaciones institucionales, documentos de trabajo, etc.).

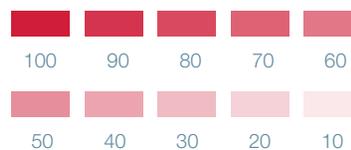
Los colores establecidos para cada facultad se muestran en el gráfico en las diferentes composiciones de color para reproducción impresa y digital.

También se plantean diferentes matices a partir de las variaciones porcentuales del mismo color.

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y DESARROLLO SOSTENIBLE-FEEDS

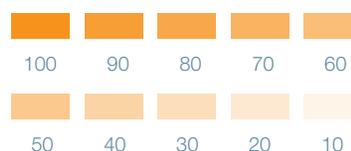
C 10 **R** 157 **HTML**
M 100 **G** 15 9D0F12
Y 80 **B** 18
K 5

PORCENTAJES DE OPACIDAD



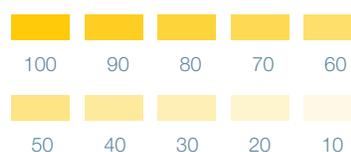
ESCUELA DE HUMANIDADES Y ESTUDIOS SOCIALES

C 0 **R** 243 **HTML**
M 50 **G** 146 F39200
Y 100 **B** 0
K 0



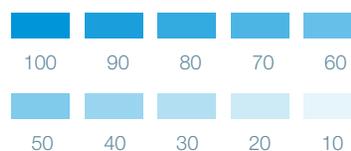
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

C 0 **R** 255 **HTML**
M 20 **G** 204 FFCC00
Y 100 **B** 0
K 0



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

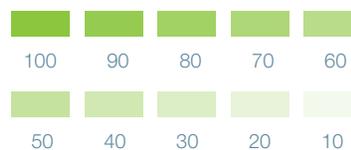
C 100 **R** 0 **HTML**
M 20 **G** 139 008BD2
Y 0 **B** 210
K 0



FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS

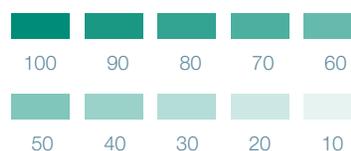
C 50 **R** 149 **HTML**
M 0 **G** 193 95C11F
Y 100 **B** 31
K 0

PORCENTAJES DE OPACIDAD



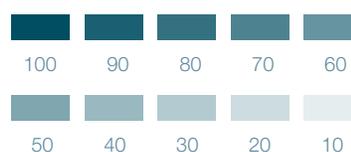
FACULTAD DE CIENCIAS DEL HÁBITAT

C 100 **R** 0 **HTML**
M 0 **G** 132 008470
Y 60 **B** 112
K 20



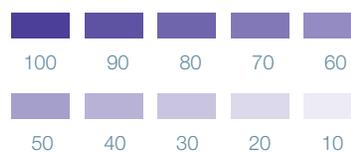
FACULTAD DE INGENIERÍA

C 90 **R** 0 **HTML**
M 0 **G** 73 00495E
Y 10 **B** 94
K 70



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS BÁSICAS

C 85 **R** 78 **HTML**
M 90 **G** 53 4E358C
Y 0 **B** 140
K 0



MARCA GLOBAL

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE
C O L O M B I A

La marca de la Universidad de La Salle está pensada para ser reproducida en contextos nacionales e internacionales, gracias al carácter global de la comunidad lasallista.

Para uso de la marca en el ámbito internacional será necesario incluir la palabra Colombia, la cual deberá tener una justificación completa con las palabras LA SALLE.



APLICACIÓN

EN ESCALA DE GRISES

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

PANTONE Process Black C 90%

C 0	R 60	HTML
M 0	G 60	3C3C3B
Y 0	B 59	
K 90		

PANTONE Process Black C 40%

C 0	R 178	HTML
M 0	G 178	B2B2B1
Y 0	B 177	
K 40		

La versión en escala de grises es una conversión de los colores originales a una tinta. En este caso la marca deberá ser reproducida al 90% de negro en reemplazo del color azul y 40% de negro para el color amarillo.



UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

APLICACIÓN A UNA TINTA

Esta versión permite implementar la marca en superficies o circunstancias donde solo se requiera una tinta, debido al tipo de reproducción. Por ejemplo, para sellos o documentos enviados por fax. El diseñador podrá usar esta versión según la pertinencia del caso.

Para este fin deberá ser reproducida al 100% de negro.



APLICACIÓN

SOBRE FONDO AZUL

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

La marca podrá ir sobre fondo de color azul (Pantone 540C). En este caso, deberá ser implementada en blanco a excepción de la letra (A), la cual deberá ser amarilla (Pantone 130C).



APLICACIÓN

SOBRE FONDO AMARILLO

La marca podrá ser usada sobre fondo de color amarillo (Pantone 130C). En este caso, deberá ser implementada en blanco.

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE



UNIVERSIDAD DE
LA SALLE



PANTONE 7706C-7706U

PANTONE 7713C-7713U

PANTONE 2617C-2617U

PANTONE 7622C-7622U

PANTONE 1797C-1797U

PANTONE 105C-105U

PANTONE 7552C-755U

PANTONE 7742C-7742U

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE



PANTONE 2995C-2995U

PANTONE 110C-110U

PANTONE 381C-381U

PANTONE 1505C-1505U

APLICACIÓN EN PALETA SECUNDARIA

Cuando se trabajen como fondo los colores de la paleta secundaria, la marca deberá ser implementada como se relaciona en esta página.

En los casos en que la letra "A" es amarilla, deberá ser en Pantone 130 C.

Los colores secundarios relacionados solo se podrán usar como color de fondo, nunca como color de la marca.



APLICACIÓN

SOBRE FOTOGRAFÍA



UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

Para la aplicación sobre fotografía, la marca se debe ubicar en zonas con poco ruido visual en su versión original.



APLICACIÓN

SOBRE FOTOGRAFÍA

En fotografías donde predominan los tonos oscuros, la marca deberá aplicarse en color blanco.



USOS INCORRECTOS

UNIVERSIDAD DE
LASALLE

1.

UNIVERSIDAD DE
LASALLE

2.

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

3.

UNIVERSIDAD DE
LASALLE

4.

UNIVERSIDAD DE
LASALLE

5.

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

6.

UNIVERSIDAD DE
LASALLE

7.

UNIVERSIDAD DE
LASALLE

8.

Estas son referencias que evidencian los usos incorrectos de la marca institucional. Es importante recordar que mantener la originalidad del logotipo y su correcta aplicación refleja el compromiso de la comunidad universitaria con nuestros valores, imagen y reputación.

1. No cambiar de tamaño ningún elemento.
2. No modificar los colores establecidos.
3. No cambiar la orientación ni el orden de los elementos.
4. No invertir los colores.
5. No cambiar la orientación de la estrella en la letra A.
6. No cambiar las fuentes.
7. No alterar la morfología.
8. No usar la letra A con la estrella como elemento de diseño de ninguna pieza gráfica o producto. Este manejo es de uso exclusivo del logotipo.



Helvética Neue Lt Std 45 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 , . (*) " ? ! % # &

Helvética Neue Lt Std 75 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 , . (*) " ? ! % # &

Helvética Neue Lt Std 47 Light Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 , . (*) " ? ! % # &

Helvética Neue Lt Std 47 Ligth Condensed Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 , . () " ? ! % # &*

Helvética Neue Lt Std 77 Ligth Condensed Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 , . (*) " ? ! % # &

La familia de tipografías complementarias establecida es la Helvética Neue Lt Std con sus diferentes variaciones: light, bold, condensed, itálica.

Podrá ser implementada para textos complementarios tales como datos de contacto o textos institucionales (cartas, certificaciones entre otros).

Para documentos de trabajo, presentaciones PPT, entre otros, se recomienda emplear Helvética Neue Lt STD Light. Esta familia de fuentes es de fácil acceso y uso para la comunidad universitaria en general, favorable para la construcción de documentos cada vez que se requiera.

