



# Manual de Identidad Corporativa

## Universidad Politécnica Salesiana





# Manual de Identidad Corporativa

## Universidad Politécnica Salesiana





# Índice

<b>1. Bienvenida</b> .....	5	<b>Online</b> .....	24
<b>2. Políticas de Comunicación</b> .....	6	7.7 Diapositivas .....	24
<b>3. Redes institucionales</b> .....	8	7.8 Firma correo electrónico .....	24
Red IUS .....	8	7.9 Video-streaming .....	25
Salesianos Ecuador .....	8		
<b>4. La marca UPS</b> .....	9	<b>8. Submarcas</b> .....	26
4.1 Construcción .....	10	8.1 Posgrados .....	26
4.2 Área de seguridad .....	11	8.2 Educación Continua .....	26
4.3 Tamaño mínimo .....	11	8.3 Editorial Abya-Yala UPS .....	26
4.4 Versión en positivo .....	12	8.4 StartUPS - Starlab - Emprendimientos .....	27
4.5 Versión en negativo .....	13	8.5 Grupos ASU .....	27
4.6 Usos incorrectos .....	14	8.6 Federación de Estudiantes-FEUPS .....	27
4.7 Uso en instancias universitarias .....	15		
4.8 Isotipo .....	16	<b>9. Publicaciones</b> .....	28
4.9 Acrónimo UPS .....	18	<b>Revistas Científicas</b> .....	28
		9.1 Alteridad .....	28
<b>5. Colores corporativos</b> .....	19	9.2 Ingenius .....	28
5.1 Colores principales .....	19	9.3 La Granja .....	28
5.2 Colores secundarios .....	19	9.4 Retos .....	29
		9.5 Sophia .....	29
<b>6. Tipografías corporativas</b> .....	20	9.6 Universitas .....	29
6.1 Tipografía principal .....	20		
6.2 Tipografía complementaria .....	20	<b>Publicaciones periódicas</b> .....	30
6.3 Tipografía de sustitución .....	20	9.7 NotiUPS .....	30
		9.8 Revista Utopía .....	30
<b>7. Aplicaciones gráficas</b> .....	21	9.9 Revista Juventud y Ciencia Solidaria .....	30
<b>Offline</b> .....	21		
7.1 Certificados .....	21	<b>10. Redes sociales</b> .....	31
7.2 Hoja membretada y sobre .....	22	<b>11. Manual de procedimientos</b>	
7.3 Tarjetas de presentación .....	22	<b>para eventos</b> .....	31
7.4 Carpeta .....	23		
7.5 Roll Up .....	23		
7.6 Backing .....	23		





Fabian Alvarez

# I. Bienvenida

El Manual de Identidad Corporativa de la Universidad Politécnica Salesiana es un documento que presenta lineamientos y guías para las distintas expresiones gráficas en formato físico y digital de nuestra marca con el propósito de construir una identidad visual consistente, homogénea que permita reconocernos y ser reconocidos de manera unívoca facilitando su integración en los distintos espacios de comunicación y difusión.

La marca Universidad Politécnica Salesiana constituye una carta de presentación en espacios internos, públicos o privados que se proyecta en entornos nacionales e internacionales. La línea de diseño que aquí se plantea sustenta las bases de una comunicación con identidad salesiana que impregna todas las acciones de la universidad abarcando redes institucionales, submarcas, revistas científicas, publicaciones periódicas, entre otras.

Este trabajo ha sido elaborado de manera cooperativa con las secretarías y direcciones técnicas de Comunicación y Cultura, Marketing y Admisiones y Gestión Web y Redes Sociales de las sedes Cuenca, Quito y Guayaquil. El aporte desde sus áreas de trabajo e investigación han permitido generar un marco normativo coherente e idóneo que afianza la presencia de la universidad en distintos entornos.

Secretaría Técnica de Comunicación y Cultura  
Universidad Politécnica Salesiana

## 2. Políticas de Comunicación

La Universidad Politécnica Salesiana se propone el ejercicio de una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa, participativa en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y sus propios símbolos; que sea dialogal, ética y plural, que integre a la comunidad universitaria y al mismo tiempo genere vínculos con la sociedad permitiendo difundir los logros de la comunidad universitaria a nivel nacional, regional e internacional especialmente en cuanto a su excelencia académica e investigativa con identidad salesiana.

Nuestra realidad institucional, caracterizada por su dinamismo y crecimiento sostenido, nos anima a actuar en este campo de manera dinámica, sintonizada con nuestros tiempos, públicos y gestionada de manera integrada y coordinada por las instancias correspondientes usando las herramientas que nos proporcionan las Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC).

En este contexto, se diseñan, planifican, gestionan, ejecutan y evalúan los procesos comunicativos con la participación de los actores universitarios en base a una gestión de responsabilidades compartidas.

- Las Políticas de Comunicación enmarcan acciones comunicativas internas y externas a través de la libre iniciativa basados en la defensa de la libertad de expresión y derecho a la comunicación.
- La organización y procesos de comunicación estarán en concordancia con la misión, visión y valores institucionales.
- Los procesos de comunicación se desarrollarán en el marco del cuadro de referencia de la Pastoral Juvenil Salesiana, como dimensión de la acción educativo-pastoral, como obra y campo de misión, como gestión de procesos y productos destinados a crear y reforzar ambientes comunicativos salesianos.



## DISCIPLINA DE LAS POLÍTICAS

Los servicios de comunicación serán de índole:

- **Informativa:** las noticias, eventos, anuncios, acuerdos o actividades que se generan en las diferentes instancias son difundidas en los medios institucionales de manera oportuna, precisa y contextualizada.
- **De conocimiento:** orientado a poner en común saberes, procesos, interpretaciones y explicaciones que inciden en el colectivo universitario.
- **Formativa:** se promueven iniciativas direccionadas a la capacitación de la comunidad universitaria y la sociedad en general.
- **Promocional:** se crean productos comunicativos destinados a difundir y posicionar por medios tradicionales, digitales y virtuales la oferta académica, servicios o actividades de impacto social de la universidad entre diferentes públicos.
- **De integración:** se emplea la comunicación para dar soporte a actividades orientadas a integrar a la comunidad universitaria.

\* Síntesis de las Políticas de Comunicación aprobadas por Consejo Superior - Resolución N° 226-12-2020-10-21



# 3. Redes institucionales

## SALESIANOS ECUADOR

Los Salesianos de Don Bosco es una congregación de clérigos y laicos que trabajan en sinergia en beneficio de los jóvenes, en especial de los más necesitados y vulnerables. Con una presencia a nivel mundial en 132 países, su trabajo está orientado a brindar a los jóvenes una educación integral, atravesada por la evangelización y actividades lúdicas, tal como lo hacía nuestro santo fundador San Juan Bosco en la Italia del siglo XIX.

La Universidad Politécnica Salesiana es parte de esta presencia salesiana en nuestro país, caracterizada por su dinamismo, creatividad y complejidad. Actualmente, existen 22 casas salesianas, 3 novicios y 158 hermanos salesianos en el Ecuador.



## RED IUS

Las Instituciones Salesianas de Educación Superior IUS son instituciones de educación superior de inspiración cristiana, orientadas por los valores del Evangelio y la pedagogía salesiana nacida del Sistema Preventivo vivido por Don Bosco. En cuanto tales, se caracterizan por ser comunidades académicas comprometidas con un proyecto institucional al servicio de los jóvenes, particularmente de los sectores populares, con una clara finalidad educativo-pastoral.

Las IUS agrupan a los centros de estudios superiores y de estudios terciarios no universitarios de los que la Congregación Salesiana es titular y responsable. Actualmente son una red de más de 94 instituciones en el mundo que se localizan en 22 países en los 5 continentes.



## 4. La marca UPS

La marca UPS está construida con unidad gráfica, en el isologo destaca el rostro de Don Bosco y el mapa del Ecuador, el texto del isologo muestra el nombre de la institución y país en el que funciona la universidad.



El isologo es el principal identificativo institucional del cual se desprende el isotipo, además de estos elementos visuales también se emplea el uso del acrónimo UPS.



En las siguientes páginas se detallará la construcción, usos permitidos, entre otros formatos de uso impresos y digitales.

# 4.1 Construcción

Con la ayuda de una retícula podemos mantener las proporciones del isologo institucional para cualquier aplicación. Cada una de las cuadrículas (x) representa una unidad dentro del plano.



Teniendo en cuenta las unidades de construcción los elementos que componen el isologo son:



**Globo terráqueo:** representa la presencia de la Congregación Salesiana en el mundo y la proyección de la universidad.



**Rostro de San Juan Bosco:** representa la identidad salesiana de la universidad.



**Mapa de Ecuador:** representa la presencia de la universidad a nivel nacional.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA  
**SALESIANA**  
ECUADOR

**Nombre de la institución:** detalla que es una universidad de formación politécnica, de carácter católico e índole salesiano.

\* Ninguno de estos elementos visuales podrán ser utilizados por separado para identificar a la institución

## 4.2 Área de seguridad

Entendemos como área de seguridad el espacio mínimo que debe existir entre el isologo y otros elementos visuales a su alrededor, de manera que no interfiera con la legibilidad.



## 4.3 Tamaño mínimo

Se determina el tamaño mínimo de uso del isologo con la finalidad de conservar su visibilidad de manera legible en los diferentes usos ya sea en soportes impresos o digitales.

Tamaño impreso

36,6 mm



Tamaño digital

104 px



## 4.4 Versión en positivo

El isologo deberá ser empleado sobre fondos blancos preferentemente. También puede ser usado en tonalidades pastel que permitan una adecuada legibilidad. En ningún caso el color de fondo podrá ser de tonalidad oscura.



Ejemplos:





## 4.5 Versión en negativo

En la aplicación del isologo en negativo se elimina el exceso de detalles, colores y gradientes utilizando una aplicación monocromática; de esta manera, se facilita la lectura e impresión del isologo en todo tipo de superficie sin afectar su visualización en cualquier formato y soporte.



El uso del isologo en negro se usará exclusivamente en formato impreso cuando solo se pueda emplear un color de tinta.



## 4.6 Usos incorrectos

No alterar las proporciones de los elementos del isologo



No alterar el orden de los elementos



No cortar y/o borrar ningún elemento



No estirar, distorsionar el logo



No modificar colores



No agregar elementos al isotipo



# 4.7 Uso en instancias universitarias

El nombre de la instancia irá siempre acompañado del isologo oficial tomando en cuenta las áreas de resguardo. Se acepta su aplicación en cualquier instancia universitaria en coordinación con las direcciones técnicas de Comunicación.

Ejemplos:



En disposición circular o cuadrada, deberá resaltar el nombre de la instancia acompañada siempre del isologo oficial. Este formato será usado solo para redes sociales de las instancias o souvenirs.



## 4.8 Isotipo

El isotipo se reserva para uso complementario y puede utilizarse como sello, marca de agua o a manera de detalle para documentos y/o souvenirs de la universidad, respetando la cromática y construcción establecidas. No podrá ser utilizado como identificativo principal.



El isotipo acompañado del nombre de la universidad y país en el que funciona de manera circular se usará exclusivamente para souvenirs (pisapapel, broches, padmouse, alfombras, escarapelas, detalles en vidrio para puertas o ventanas, mandiles de laboratorios).

Para su uso y aplicación debe consultarse a las direcciones técnicas de Comunicación de cada sede.



El uso de isotipo que se muestra a continuación se reserva exclusivamente para sellos institucionales; se debe respetar la disposición de elementos y solo se cambiará el nombre de la instancia académica. Para su uso y aplicación debe consultarse a las direcciones técnicas de Comunicación de cada sede.



## 4.9 Acrónimo UPS

El acrónimo UPS será empleado de manera exclusiva para letras gigantes en 3D y prendas de vestir. Su uso no reemplaza al isologo. Para diseño y aplicación debe consultarse a las direcciones técnicas de Comunicación de cada sede.

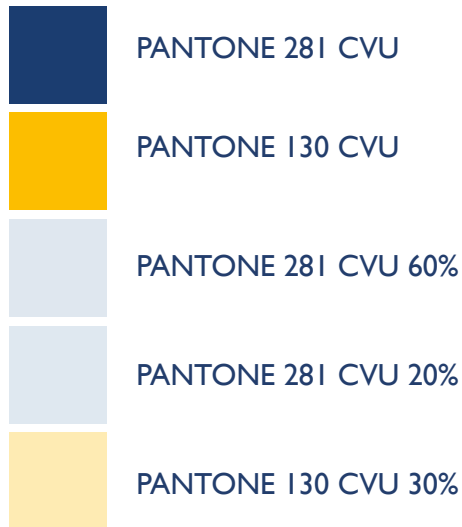




# 5. Colores corporativos

## 5.1 Colores primarios

Son aquellos que establecen la identidad visual de la UPS



## 5.2 Colores secundarios

Son aquellos que se emplean para la elaboración de productos comunicacionales digitales.

Textos



403F3B



807D7E

Fondos



F0F0F0



F3F7FB

Botones y fondos



0065B0



07508E

# 6. Tipografías corporativas

## 6.1 Tipografía principal

La estandarización de la tipografía aporta a la identidad, homogeneidad y armonía de la marca. Al igual que el isologo y sus colores, deben mantenerse de manera permanente; por esta razón, se establecerán otras tipografías con la finalidad de brindar frescura a los textos.

La tipografía oficial es Gill Sans

Regular	<b>Bold</b>
1234567890	<b>1234567890</b>
QWERTYUIOP	<b>QWERTYUIOP</b>
ASDFGHJKLÑ	<b>ASDFGHJKLÑ</b>
ZXCVBNM	<b>ZXCVBNM</b>

## 6.2 Tipografía complementaria

La tipografía complementaria es Roboto

Regular	Bold
1234567890	1234567890
QWERTYUIOP	QWERTYUIOP
ASDFGHJKLÑ	ASDFGHJKLÑ
ZXCVBNM	ZXCVBNM

## 6.3 Tipografía de sustitución

Tomando en cuenta que la tipografía Gill Sans y Roboto no vienen instaladas en el sistema por defecto en las computadoras, se hace necesario utilizar tipografías del sistema. Para estos casos la familia tipográfica que se empleará es: **Verdana**

Regular	<b>Bold</b>
1234567890	<b>1234567890</b>
QWERTYUIOP	<b>QWERTYUIOP</b>
ASDFGHJKLÑ	<b>ASDFGHJKLÑ</b>
ZXCVBNM	<b>ZXCVBNM</b>

# 7. Aplicaciones gráficas

Se usará este material impreso y digital en comunicados, invitaciones, resoluciones y otros formatos institucionales para comunicación interna y externa. Su emisión y registro se coordinará con las direcciones de Comunicación de cada sede, instancia desde donde se realiza el diseño previo a su difusión.

## Offline

### 7.1 Certificados

Los tipos de certificados se ajustan a estos tres modelos aprobados por el Consejo Superior de la UPS. Su emisión y registro corresponde únicamente a las instancias internas de la UPS.



## 7.2 Hoja membretada y sobre



## 7.3 Tarjetas de presentación



## 7.4 Carpeta



## 7.5 Roll Up



## 7.6 Backing

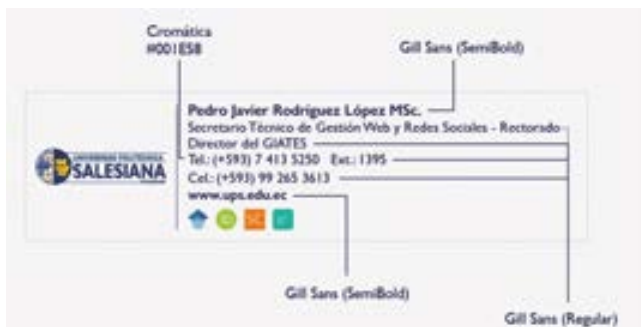


# Online

## 7.7 Diapositivas



## 7.8 Firma correo electrónico





## 7.9 Video-Streaming



**P. Juan Cárdenas Tapia, sdb**  
Rector Universidad Politécnica Salesiana



**P. Juan Cárdenas Tapia, sdb**  
Rector Universidad Politécnica Salesiana

# 8. Submarcas

Las submarcas de la Universidad Politécnica Salesiana mantienen identidad gráfica independiente. Deben ser aprobadas por el Consejo Superior de la UPS y estarán siempre acompañadas por el isologo para garantizar su pertenencia institucional.

## 8.1 Posgrados

POSGRADOS

## 8.2 Educación Continua



## 8.3 Editorial Abya-Yala UPS



## 8.4 StartUPS - StartLabs - Emprendimientos



## 8.5 Grupos ASU



## 8.6 Federación de Estudiantes-FEUPS



# 9. Publicaciones

## Revistas científicas

### 9.1 Alteridad

**ALTERIDAD**  
REVISTA DE EDUCACIÓN

### 9.2 Ingenius

**INGENIUS**  
Revista de Ciencia y Tecnología

### 9.3 La Granja

**LA GRANJA**  
REVISTA DE CIENCIAS DE LA VIDA

## 9.4 Retos



## 9.5 Sophia



## 9.6 Universitas



## Publicaciones periódicas

9.7 NotiUPS - Informativo de la Universidad Politécnica Salesiana

# NOTiUPS

9.8 Utopía - Revista de Pastoral Juvenil Universitaria

# Utopía

9.9 Juventud y Ciencia Solidaria - Revista de la Cátedra UNESCO  
Tecnología de apoyo para la inclusión educativa de la UPS.



REVISTA DIGITAL

Juventud y Ciencia Solidaria

En el camino de la investigación

# 10. Redes Sociales



@upsalesianaec

www.ups.edu.ec



# 11. Manual de procedimientos

## 11.1 Congreso nacionales e internacionales

- Contar con la autorización del Consejo Superior de la UPS.
- Planificación del evento y establecimiento del cronograma en conjunto con el coordinador académico de cuatro a seis meses antes de la realización del mismo.
- Creación del blog del evento en conjunto con el área de Sistemas y otras instancias institucionales.
- Las direcciones de Comunicación elaboran la línea gráfica impresa y digital, organizan la agenda de inauguración y clausura, cobertura y productos comunicacionales.

## 11.2 Presentación de libros

- Las presentaciones de libros y/o publicaciones editoriales deben ser solicitados vía Quipux al Editor General, quien posteriormente se encargará de informar al Vicerrectorado de Sede para que pueda coordinarse el evento.
- En caso de ser dentro de la UPS, se debe organizar en conjunto con la Dirección Técnica de Administración e Inventario. En caso de que sea fuera de la institución, organizar de manera autónoma.
- La Dirección de Comunicación elabora el diseño y difunde la invitación por canales internos y externos con al menos una semana de antelación. Esta instancia organiza el programa, coordina el guion, realiza la transmisión y la cobertura.
- Se recomienda que las presentaciones se realicen cuando los libros se encuentren en versión física.

## 11.3 Casas abiertas promoción carreras

Planificar el evento y establecer un cronograma al menos 35 días antes del día programado.

Determinar colegios invitados de acuerdo con el público objetivo.

Elaborar y enviar invitaciones 15 días antes del evento y luego coordinar la asistencia con los responsables de los colegios.

Desarrollar la línea gráfica y productos comunicativos promocionales impresos y digitales que aseguren el buen manejo de la imagen corporativa antes y durante el evento.

Realizar una retroalimentación e informe una vez realizado el evento.





