MANUAL

DE IDENTIDAD CORPORATIVA

PARA *REDES SOCIALES*

Inacap

Este manual reúne las normas y herramientas esenciales para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca INACAP en todas sus redes sociales. Ha sido diseñado y pensado en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus plataformas digitales.

El correcto uso de la marca contribuirá a conseguir los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

ÍNDICE

01 | *Normas gráficas*

- Isologo corporativo
- Área de seguridad y reductibilidad
- Tipografía corporativa
- Tipografía secundaria
- Colores corporativos
- Recursos para piezas gráficas
- Uso tipográfico en piezas

02 | *Normas para el uso de marca*

- Terminología INACAP
- Aplicaciones correctas
- Aplicaciones incorrectas

03 | *Aplicaciones de la marca en RRSS*

- Layout
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Linkedin

01

NORMAS *GRÁFICAS*

ISOLOGO CORPORATIVO

El logotipo es el identificador de la marca, se utiliza en todas las aplicaciones.

El isologo corporativo oficial para uso en RRSS es el que nombra las tres Instituciones: Universidad Tecnológica de Chile INACAP, Instituto Profesional INACAP y Centro de Formación Técnica INACAP.

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE CHILE
INSTITUTO PROFESIONAL
CENTRO DE FORMACION TECNICA

ZONA DE SEGURIDAD

La zona de seguridad del Isologo establece el espacio blanco mínimo o área que se debe mantener sin elementos al momento de aplicar el logo.

Es importante respetar esta zona para potenciar la identidad de marca y su legibilidad.

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

• *Tipografía Principal*

Myriad Pro

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789¿?¡!(.:,;@$%&-_*·)

Myriad Pro Regular
Myriad Pro Condensed
Myriad Pro Condensed Italic
Myriad Pro Bold Condensed
Myriad Pro Italic

Myriad Pro SemiBold
Myriad Pro SemiBold Italic
Myriad Pro Bold
Myriad Pro Bold Italic

La tipografía corporativa es la familia Myriad Pro en sus versiones *Regular, Condensed, Condensed Italic, Bold Condensed, Bold Condensed Italic, Italic, Semibold, Semibold Italic, Bold y Bold Italic.*

Se utiliza para los títulos en las piezas gráficas y debe ir siempre en mayúscula.

• *Tipografía Secundaria*

Roboto

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789¿?¡!(.:,;@$%&-_*·)

Roboto Regular
Roboto Italic
Roboto Light
Roboto Thin
Roboto Thin Italic
Roboto Light Italic
Roboto Medium
Roboto Medium Italic
Roboto Bold
Roboto Bold Italic

Roboto Condensed Regular
Roboto Condensed Light
Roboto Condensed Italic
Roboto Condensed Bold
Roboto Condensed Bold Italic
Roboto Condensed Light Italic

La familia tipográfica secundaria es la **Roboto**, en sus versiones, *Regular, Italic, Bold, Bold Italic, Light y Light Italic, Thin, Thin Italic, Medium, Medium Italic,Condensed Regular, Condensed Light, Condensed Italic, Condensed Bold, Condensed Bold Italic, Condensed Light Italic.*

Se utiliza para texto informativo y/o descriptivo en mayúsculas y minúsculas.

COLORES CORPORATIVOS

• *Color Principal*

Permitido tanto para uso interno como externo, ligado a las comunicaciones, admisión, estudiantes y diferentes Carreras.

Se debe usar en todos los elementos relacionados a las marcas estratégicas, es decir, Instituciones, unidades de negocio, Sedes, INACAP virtual y Áreas de formación académica.

ROJO

R: 227
G: 5
B: 19

Web Color:
#E30513

• *Color Secundario*

Utilizado para comunicación corporativa como memorias anuales y rectoría, o cualquier comunicación de tono más serio.

Se debe usar en todos los elementos relacionados a las marcas de vinculación, es decir, Centro de Desarrollo para la Educación Media, Comunidad de Exalumnos, entre otros.

GRIS

R: 90
G: 91
B: 94

Web Color:
#5A5B5E

• *Color Secundario*

Color secundario, principalmente para textos y fondos.

BLANCO

R: 255
G: 255
B: 255

Web Color:
#FFFFFF

• *Color Secundario*

Color secundario, principalmente para textos y fondos.

NEGRO

R: 0
G: 0
B: 0

Web Color:
#000000

RECURSOS PARA PIEZAS GRÁFICAS

• *Fotografías*

Estilo fotográfico:

Fachadas

Las fotografías de las fachadas de las Sedes deben mostrar proyección y resaltar la arquitectura. Se debe cuidar la iluminación y encuadre de la toma.

Retratos de alumnos

Los retratos deben mostrar estudiantes alegres y en un entorno de trabajo o estudio, buscando abarcar todas las Áreas de INACAP.

Vida estudiantil

Las fotografías deben ser casuales, estudiantes en distintas actividades y lugares. Se privilegian las imágenes grupales.

Las imágenes se obtendrán de:
* Banco de imágenes INACAP
* Banco de Imágenes gratuitos: www.unsplash.com - www.pixabay.com

• *Recursos Vectoriales*

Ilustraciones:

Este tipo de recurso se utiliza para reforzar el concepto principal de la pieza gráfica y lograr que resulte más atractiva para el usuario.

Backgrounds:

Los backgrounds vectoriales se utilizan como complemento en piezas que requieran un fondo, como una alternativa a fondos con colores planos.

Íconos:

Los íconos se utilizan en piezas explicativas o informativas, con el fin de simplificar la información entregada.

Dónde conseguir vectores gratis:
* www-flaticon.com

USO TIPOGRÁFICO EN PIEZAS

- *Uso correcto de familias tipográficas*

Para los títulos de cada pieza utilizar la tipografía **Myriad Pro o Myriad Pro Condensed** regular y bold. Se utiliza para destacar palabras claves y siempre debe ir en mayúscula.

Para los textos descriptivos y/o informativos se debe utilizar la tipografía **Roboto o Roboto Condensed,** en mayúscula y minúscula.

• *Problemas de legibilidad*

Evitar el uso de tipografías sobre fondos que no contrasten con éstas, ya que afecta la legibilidad del texto.

Soluciones posibles:

1

2

02

NORMAS PARA
EL USO DE MARCA

TERMINOLOGÍA INACAP

• *Precisiones generales de redacción en RRSS:*

- **Todos los nombres propios van en mayúsculas:** personas, personas jurídicas, Instituciones públicas y privadas, países.

Ejemplos: *INACAP, INACAP Arica, Consejo Superior, Ministerio del Interior, Colegio Carmela Carvajal, Municipalidad de Antofagasta, Estados Unidos.*

- **Cargos y conceptos propios de INACAP van en mayúsculas:** Rector, Vicerrector, Sede, Director de Carrera, Carrera, Área, Director de Administración y Finanzas, Inacapinos, Centro de Emprendimiento.

- **Nombres de medios de comunicación van en mayúsculas**

Ejemplos: *La Tercera, Cooperativa.*

- **Títulos y nombres de autoridades van en mayúsculas**

Ejemplos: *Presidente de la República, Primer Ministro.*

- **Nombres de premios, distinciones y becas van en mayúsculas**

Ejemplos: *Beca Excelencia Académica, Beca Espíritu INACAP.*

El siguiente cuadro muestra cómo utilizar adecuadamente conceptos asociados a la Institución.

Ejemplo:

La palabra *INACAP* siempre debe estar escrita en las publicaciones y piezas gráficas en mayúscula.

Inacap » INACAP

CONCEPTO	TERMINOLOGÍA ACEPTADA
Profesores	Académicos y Profesores
Administrativos	Administrativos y/o Colaboradores
Enseñanza	Educar, formar
Alumnos	Estudiantes
Inacapinos	Inacapinos, estudiantes, Exalumnos
Egresados/Titulados	Exalumnos, egresados, Inacapinos
Instituto INACAP	Instituto Profesional INACAP
Centro de Formación INACAP	Centro de Formación Técnica INACAP
Universidad INACAP	Universidad Tecnológica de Chile INACAP
Campus	Sedes
Nombre de Sedes	INACAP Apoquindo; Sede Apoquindo de la Universidad Tecnológica de Chile INACAP; La Universidad Tecnológica de Chile INACAP y su Sede Apoquindo
Inacap	INACAP
Unidades de Inacap	Vicerrectoría Nacional de Sedes/Dirección de Relaciones Internacionales
Cargos	Vicerrector de la Sede/Director Académico de la Sede
Carreras	Carrera
Sala de Clases	Aula
Áreas de estudio	Área Académica
Nombre de Área Académica	Área Construcción
Ramos	Asignaturas
Clínica Mype	Clínica MyPE INACAP

APLICACIONES CORRECTAS

El logotipo de INACAP puede ser utilizado sobre los siguientes fondos, para que no afecte a su visibilidad y lectura. No está permitido usarlo sobre fotografías.

Versión oficial
Logotipo sobre fondo blanco.

Sobre fondo rojo INACAP
El logotipo completo debe ir en blanco.

Sobre fondo gris
El logotipo va en blanco y el isotipo en rojo.

Sobre fondo negro
El logotipo completo va en color blanco.
Solo para impresión en blanco y negro.

APLICACIONES INCORRECTAS

El logotipo INACAP no se puede utilizar sobre los fondos que se muestran a continuación.

No está permitido usar el logotipo sobre colores que no formen parte de la paleta INACAP.

No está permitido usar el logotipo sobre texturas.

No está permitido usar el logotipo sobre gráficas.

• *Usos incorrectos del logo*

Ninguna de las siguientes alteraciones del logo están permitidas.

Cambiar el color del isotipo o logotipo

Usar el logo completamente en rojo

Rotar el logo

Alterar la forma del isotipo y/o de la tipografía del logotipo

Cambiar las proporciones de logotipo

Usar el logotipo de forma lineal sin relleno

Cambiar la tipografía del logotipo

Alterar el orden de los elementos de logotipo

03

APLICACIONES DE LA ***MARCA EN RRSS***

LAYOUT

- *INACAP*

- *Centro de Desarrollo para la Educación Media*

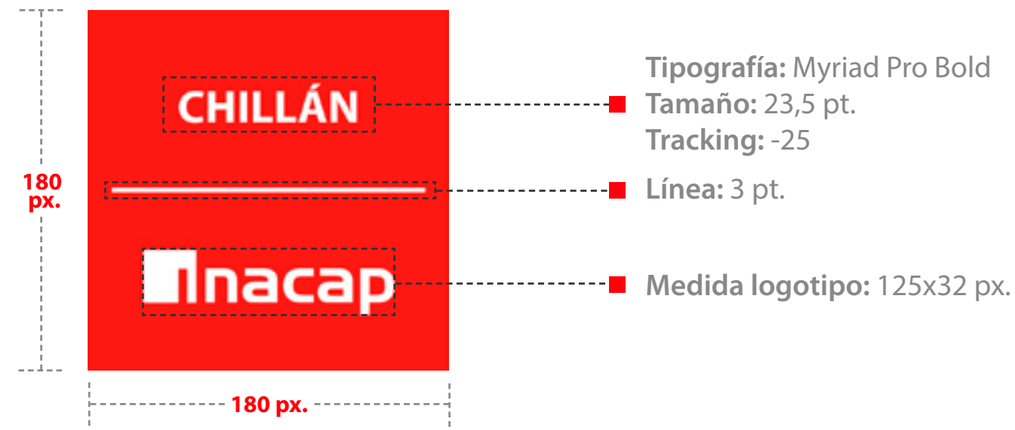
- *Centro de Emprendimiento INACAP*

FACEBOOK

• *Foto de perfil*

Debido a la existencia de varios perfiles vinculados a INACAP (cuentas de Sedes, Áreas, entre otras), es importante unificar el criterio gráfico en cuanto a composición, contribuyendo al posicionamiento de una identidad corporativa coherente con el manual de marca, tono y estilo de la Institución.

La imagen de perfil debe llevar el nombre de la cuenta o Sede en la parte superior de la imagen y el logotipo INACAP en la parte inferior como se muestra a continuación.



• *Portada*

Las portadas en redes sociales tienen gran visibilidad al momento de ingresar a una cuenta, es lo primero que se observa, por lo tanto se debe aprovechar esta oportunidad para destacar un contenido en particular.

• *Piezas gráficas*

Las piezas gráficas asociadas a campañas de la Institución son enviadas directamente por el departamento de Comunicaciones de INACAP o por la agencia de comunicación digital Creátika.

El material gráfico y contenido propio de cada Sede debe incluir el layout Institucional y ajustarse a las normas establecidas en este manual.

Medidas piezas gráficas

En Facebook utilizamos una medida estándar para todas las piezas de **800x800 px.**

• *Álbum de fotos*

Al publicar un álbum se debe incorporar el layout Institucional a la primera imagen.

Acá podemos observar que el layout solo se incorpora en la primera imagen del álbum.

• *Carrusel*

Las medidas correspondientes al formato "carrusel" o secuencia de fotos es de 800x800 px. Cada gráfica debe tener incorporado el layout Institucional y redireccionar a un landing particular (asociado a su contenido).

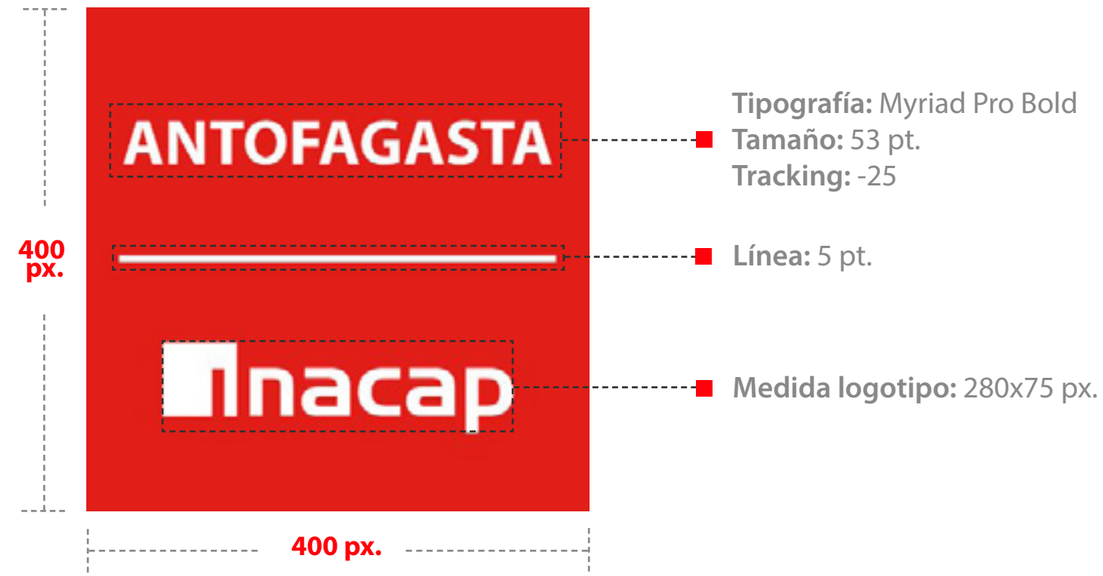
• *GIF/MP4*

La medida óptima para trabajar este tipo de formato es de 800x800 px. El material audiovisual debe incorporar el layout Institucional. En caso de que el material a publicar sea enviado por el departamento de comunicaciones o la agencia digital, se puede implementar sin ninguna intervención.

TWITTER

• *Foto de perfil*

La imagen de perfil debe llevar el nombre de la cuenta en la parte superior de la imagen y el logotipo INACAP en la parte inferior como se muestra a continuación.



• *Portada*

Las portadas en redes sociales tienen gran visibilidad al momento de ingresar a una cuenta, es lo primero que se observa, por lo tanto se debe aprovechar esta oportunidad para destacar un contenido en particular.

• *Piezas gráficas*

Las piezas gráficas asociadas a campañas de la Institución son enviadas directamente por el departamento de Comunicaciones de INACAP o por la agencia de comunicación digital Creátika.

El material gráfico y contenido propio de cada Sede debe incluir el layout Institucional y ajustarse a las normas establecidas en este manual.

Medidas piezas gráficas

En Twitter se utiliza una medida estándar para todas las piezas **1024x512 px.**

• *Fotos*

La plataforma Twitter aún no permite la publicación de álbum fotográfico. Solo permite implementar un promedio de 4 fotografías al momento de escribir un mensaje. Para este caso, se debe incorporar el layout Institucional a la primera imagen.

El layout solamente va en la primera imagen

• *GIF/MP4*

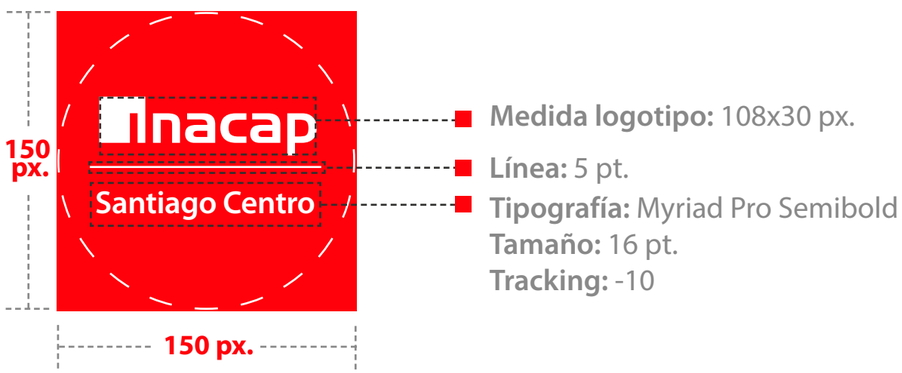
La medida óptima para trabajar este tipo de formato es de 1024x512 px. El material audiovisual debe incorporar el layout Institucional. En caso de que el material a publicar sea enviado por el departamento de comunicaciones o la agencia digital, se puede implementar sin ninguna intervención.

Las piezas en formato GIF o MP4 se realizan cuando la información es muy extensa, así se organiza mejor y la pieza no queda saturada, siendo más atractiva al tener movimiento.

INSTAGRAM

• *Foto de perfil*

La imagen de perfil debe llevar el nombre de la cuenta en la parte inferior de la imagen y el logotipo INACAP en la parte superior.



La imagen se verá en forma circular al subirla a la red.

• *Piezas Gráficas*

En Instagram se utiliza una medida estándar para todas las piezas **500x500 px.**

• *Fotos*

Instagram es un red social asociada a la publicación (en su mayoría) de fotografías, por lo tanto se recomienda que el contenido a relevar sea de vida universitaria, comunidad estudiantil, información y actividades coyunturales. Las fotografías no incluyen layout Institucional.

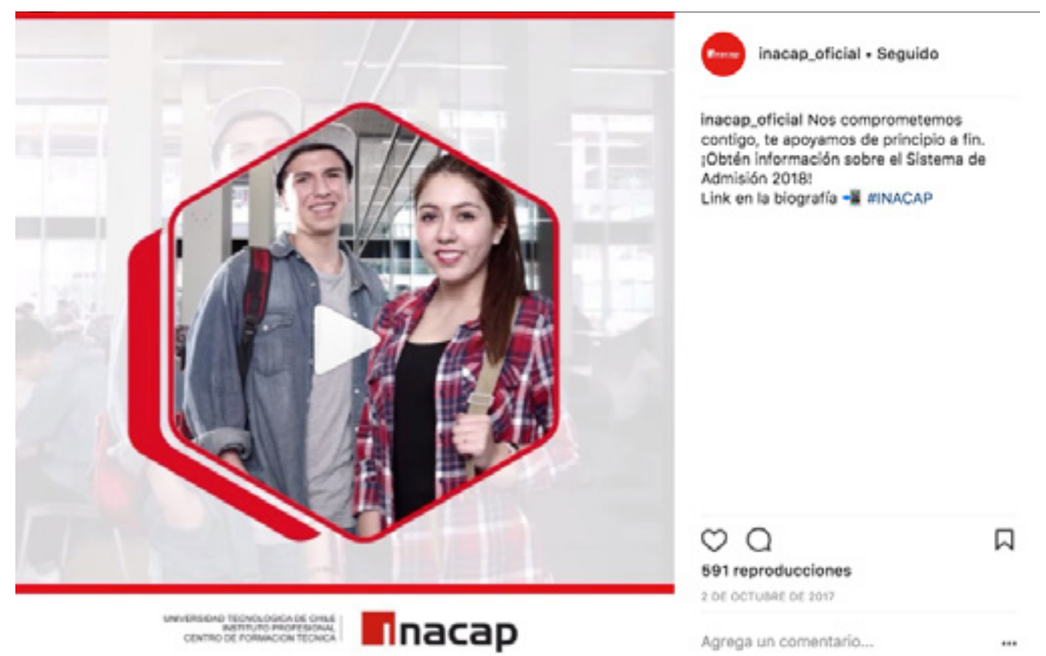
• *Álbum de fotos*

Instagram permite implementar un máximo de 10 fotografías en una sola publicación. Para este caso las imágenes no deben incluir el layout Institucional.

Al subir varias fotografías, aparecerá este ícono en la primera imagen.

• *MP4*

La medida óptima para trabajar este tipo de formato es de 500x500 px. El material audiovisual debe incorporar el layout Institucional. En caso de que el material a publicar sea enviado por el departamento de comunicaciones o la agencia digital, se puede implementar sin ninguna intervención.



• *Historias*

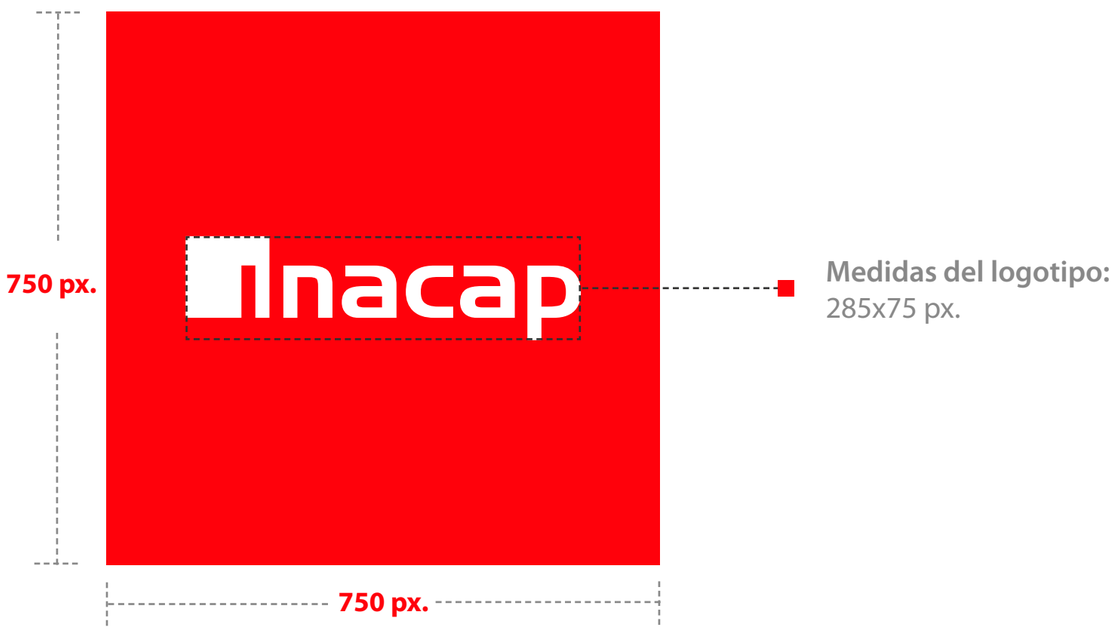
El formato de "Instagram Stories" o "Historias", permite compartir momentos y luego personalizarlos con textos, dibujos y emojis. Cada historia tiene una **duración cronológica de 24 horas**.

El uso de este formato tiene la función de cubrir actividades, congresos, seminarios, entre otros. En caso de que la historia sea una pieza gráfica, las medidas recomendadas son de 750x1334 px.

LINKEDIN

• *Foto de perfil*

La imagen de perfil debe llevar el logotipo INACAP en blanco, sobre un background rojo (colores Institucionales).



• *Portada*

Las portadas en redes sociales tienen gran visibilidad al momento de ingresar a una cuenta, es lo primero que se observa, por lo tanto se debe aprovechar esta oportunidad para destacar un contenido en particular.

396 px.

1584 px.

• *Piezas Gráficas*

Las piezas gráficas asociadas a campañas de la Institución son enviadas directamente por el departamento de Comunicaciones de INACAP o por la agencia de comunicación digital Creátika.

El material gráfico y contenido propio de cada Sede debe incluir el layout Institucional y ajustarse a las normas establecidas en este manual.

Medidas piezas:

En LinkedIn se utiliza una medida estándar para todas las piezas **1024x512 px.**

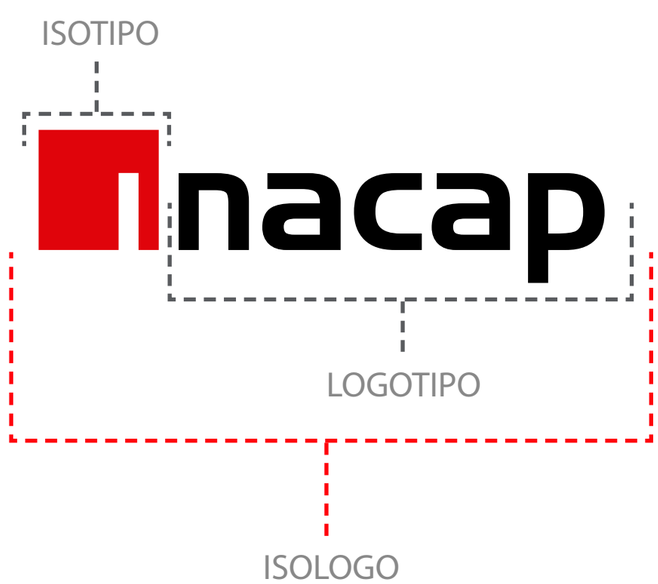
• *MP4*

La medida óptima para trabajar este tipo de formato es de 1024x512 px. El material audiovisual debe incorporar el layout Institucional. En caso de que el material a publicar sea enviado por el departamento de comunicaciones o la agencia digital, se puede implementar sin ninguna intervención.

GLOSARIO

GLOSARIO

• **Isologo:** Es la combinación del isotipo con el logotipo, es decir, el ícono o símbolo más el texto y ambas son indivisibles, por lo que no funcionan por separado.



• **Tipografía:** Es el tipo de fuente o "letra" utilizada.

• **Familia tipográfica:** La compone la tipografía con sus distintas variaciones, como bold, semibold, italic, etc.

• **Pieza Gráfica:** Es una composición visual, la cual puede tener distintos formatos, tales como: pieza estática o con movimiento (GIF/MP4), que son los que más se utilizan en las RRSS INACAP.

• **Isotipo:** Es el símbolo o ícono que acompaña a una marca, en el caso de INACAP es la "I".

• **Logotipo:** Es sólo la composición tipográfica dentro de la marca.

nacap