GUÍA
DE DISEÑO INSTITUCIONAL

Aquí encuentras lo indispensable para que cada pieza refleje la esencia de la Universidad Panamericana con claridad y consistencia.

Universidad Panamericana

USO DE TIPOGRAFÍA

FAMILIAS TIPOGRÁFICAS

Pana–
mericana

Tipografía primaria
Se utiliza en títulos, encabezados y descriptores.

Sera-
vek

Tipografía complementaria
Se utiliza en cuerpos de texto, párrafos y materiales de lectura extensa.

DIVISIÓN DE PALABRAS Y FRASES EN NIVELES

VE
RA
NO

Palabras sueltas
Pueden dividirse en 2 o 3 líneas con ligero desfase.
No es necesario que la división sea silábica pero es preferible.
No requiere uso de guion.

RETOS
Y OPOR-
TUNI-
DADES

Frases completas
La división debe ser silábica.
Si requiere uso de guion en las separaciones.
No puede haber más de dos separaciones por frase ni superar 5 líneas.
Si la frase es muy extensa, deben colocarse las palabras completas.

ELEGIR PALETA DE COLOR

COLOR PRINCIPAL:

Preparatoria	*Licenciatura*	*Posgrados*	*Alumni Institucional*
HEX/HTML: #002D72	HEX/HTML: #E61538	HEX/HTML: #00465E	HEX/HTML: #ba9357

Colores complementarios específicos:

COLORES COMPLEMENTARIOS GENERALES:

HEX/HTML: #ba9357		
Dorado	*Negro*	*Blanca*

ELECCIÓN DE PALETA DE COLOR

Universidad Panamericana

ESCUDO
La "firma oficial" de la universidad.
Documentos oficiales y certificaciones (ej títulos, diplomas).
Materiales con carácter ceremonial o académico formal.
Aplicaciones donde se requiere máxima representación institucional.

MARCA MADRE / MARCA COMERCIAL
Identidad principal en comunicación cotidiana.
Materiales de difusión general (flyers, redes sociales, carteles).
Piezas donde la universidad como institución es la que comunica (no una facultad específica).
Comunicaciones de alcance global (eventos abiertos, identidad corporativa).

PRODUCTOS
Representan unidades o proyectos internos (facultades, preparatorias, posgrados, institutos, centros, etc.).
El mensaje viene de una facultad o programa específico.
La comunicación necesita dar visibilidad a una unidad concreta sin perder la relación con la institución.
Se debe mantener su color asignado (ej. vino para Universidad, azul para Preparatoria, verde para Posgrado).
Utilizar jerarquía tipográfica definida en el manual.
No se mezclan colores de un Producto en otro.

SELECCIÓN DE IMÁGENES

LO QUE DEBE TENER UNA BUENA FOTO UP

Enfoque humano: personas al centro, mostrando comunidad, cercanía, calidez y vida universitaria. No se debe cubrir o oscurecer rostros con elementos decorativos.
Positividad y naturalidad: expresiones auténticas, momentos espontáneos, sin poses rígidas.
Luz natural: preferir ambientes luminosos, con contraste suave y cálido.
Ambiente de campus: escenarios que muestren espacios de la universidad, naturaleza y dinamismo estudiantil.
Color realista: colores vivos pero fieles a la realidad (sin filtros ni estilizaciones evidentes).
Calidad técnica: imágenes en alta resolución, sin ruido, desenfoques y con encuadres interesantes.

Recuerda que la presencia humana *es clave en nuestra identidad.*

CÓMO USAR TEXTURAS Y COMPLEMENTOS

TEXTURA DE ROBLE

Elemento decorativo secundario, con valor histórico e identitario.
En colores de la paleta institucional (principal o complementaria).
Como fondo o patrón decorativo en áreas limpias.
Puede recortarse o fragmentarse para adaptarse al formato, siempre cuidando no deformar las proporciones y usando cortes limpios y coherentes (que se entienda que es parte del Roble), como se puede ver en el ejemplo A, B, C, D.

TEXTURA DEL WORDMARK

Patrón tipográfico de apoyo.
Se construye repitiendo el wordmark "Panamericana".
Puede ampliarse o recortarse (ej. mostrar solo letras grandes o fragmentos).
Es un fondo decorativo, no un elemento principal.
Únicamente con colores de la paleta principal o complementaria.
Debe mantener un diseño sobrio y limpio, sin deformar, rotar, o utilizar tipografías diferentes a la Panamericana.

EL TAHALÍ

Elemento gráfico que da dinamismo y continuidad a la composición.
En colores de la paleta principal o complementaria.
Como franja que acompaña la composición, respetando jerarquía visual.
Puede atravesar imagen y fondo, siempre cuidando que no tape rostros ni elementos clave.

Checklist DISEÑOS UP

- *Usé tipografías institucionales (Panamericana / Seravek).*
- *La jerarquía tipográfica es clara.*
- *Si realicé división de palabras o frases, la hice con las consideraciones específicas.*
- *Apliqué la paleta de color correcta según el tipo de comunicación.*
- *Elegí el logotipo adecuado (Escudo / Marca Madre / Producto).*
- *Las fotografías muestran personas, luz natural y calidad técnica.*
- *Los complementos (Tahalí, Roble, Wordmark) se usaron según la paleta de colores correcta, sin deformarlos, sin topar elementos clave, y sin utilizarlos de forma excesiva (son recursos secundarios).*

Si todas las casillas están marcadas, lo más probable es que la pieza cumpla con el Manual de Marca UP.

Recursos adicionales DE AYUDA

Esto es lo esencial, si quieres profundizar más y acceder a materiales adicionales, visita la sección de Marca Institucional en nuestro sitio web.

VISITA MARCA INSTITUCIONAL

PODRÁS ACCEDER A:

Recursos descargables (tipografías, escudos y logotipos, texturas, imágenes, etc.).

Explicaciones más extensas de cómo utilizar los aspectos de nuestra marca.

Ejemplos de uso y videos explicativos.