

BRANDBOOK AGOSTO 2025

FCh FUNDACIÓN
CHILE®

A woman with long brown hair, wearing a white dress with large black and green floral patterns, is running away from the camera through a field of tall, golden wheat. Her arms are outstretched, and her hair is blowing in the wind. In the background, several large white wind turbines are visible against a clear blue sky. The scene is captured in warm, golden light, suggesting late afternoon or early morning.

Acompáñanos a descubrir el
Chile que nos moverá mañana

somos FCh

Índice de contenidos

- QUIÉNES SOMOS 4
- NUESTROS DESAFÍOS ESTRATÉGICOS 5

FCh[®]

01 CAPÍTULO

IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA



- LOGOTIPO 7
 - ZONA DE SEGURIDAD 8
 - USOS NO PERMITIDOS 9
- PALETA CRÓMATICA 10
 - COLOR CORPORATIVO 11
 - COLORES COMPLEMENTARIOS 12
 - GRADIENTE 13
 - COMBINACIONES 14
 - USO DE COLOR EN LOGOTIPO 14
- CO-BRANDING 16
 - CORPORATIVO FCh 17
 - EJEMPLOS DE CO-BRANDING 18
 - INICIATIVAS + FCh 19
 - EJEMPLOS DE CO-BRANDING 19
- TIPOGRAFÍA 20
 - CORPORATIVA 21
 - EJEMPLOS DE VISUALIZACIÓN 22
 - ALTERNATIVA 23
- ICONOGRAFÍA Y FORMAS 24
 - EJEMPLOS DE ICONOGRAFÍA 25
- FOTOGRAFÍA 26-28
 - EJEMPLOS POR CATEGORÍA 26-28

02 CAPÍTULO

APLICACIONES Y MATERIAL CORPORATIVO



- ESPACIOS E INFRAESTRUCTURA 31-32
- MERCHANDISING 33
- USO DE LOGO EN DIGITAL 34-35
- PAPELERÍA 36
- PLANTILLAS CORPORATIVAS 37

Somos una institución pública privada sin fines de lucro

Impulsamos la transformación de Chile hacia el desarrollo sostenible. Nuestros socios son el Estado de Chile y BHP.



Durante **casi 50 años**, hemos abordado desafíos críticos mediante el diseño e implementación de soluciones de alto impacto.

Nuestros desafíos estratégicos

Actualmente, nuestro trabajo se centra en **tres focos claves**: enfrentar el cambio climático, promover el desarrollo económico sostenible y justo, y el desarrollo humano inclusivo.

DESAFÍO 1

Enfrentando el cambio climático



DESAFÍO 2

Desarrollo económico, sostenible y justo



DESAFÍO 3

Desarrollo humano inclusivo



01

CAPÍTULO

01

IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

- LOGOTIPO
- COLOR
- CO-BRANDING
- TIPOGRAFÍA
- ICONOGRAFÍA Y FORMAS
- FOTOGRAFÍA

Logotipo

El logotipo de **Fundación Chile** está formado por el isotipo, representado por las letras **FCh**, y el nombre **Fundación Chile**. Para el nombre se utilizó la tipografía Rubik en mayúscula, junto al ícono de marca registrada, según la legislación chilena vigente correspondiente a la inscripción de marcas.

La proporción entre el *isotipo* y el nombre se definió para facilitar la lectura y dar personalidad a la marca.

Para asegurar la correcta aplicación, se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- El logotipo siempre se utilizará en color naranja, **Pantone 021 C**. Solo en casos especiales de co-branding, en donde el logotipo acompañe a una *iniciativa o submarca FCh* se utilizará el color **Pantone 2189 C**, revisa los detalles y lineamientos en [pág. 19](#) y [20](#).
- Cuando se mencione a **Fundación Chile** en texto, debe usarse como nombre completo o solo **FCh**, asegurando en este caso que la "h" vaya siempre en minúscula.

En el [capítulo 2](#) de este Brandbook puedes revisar referencias y ejemplos de aplicación del logo en sus distintas versiones.

Descargar logotipo aquí 

USO PRINCIPAL DE LOGOTIPO



VERSIÓN HORIZONTAL



VERSIÓN VERTICAL



VERSIÓN REDUCIDA

Logotipo

Zona de seguridad

Para resguardar la legibilidad y proporcionalidad del logotipo FCh en la composición gráfica, se usará la letra "F" como medida mínima de distancia entre logotipos. Se pueden usar dos letras F en casos complejos de legibilidad. Este lineamiento facilitará la composición en casos de co branding.



Logotipo

Usos no permitidos

El logotipo de **Fundación Chile** es el mayor activo de nuestra identidad visual, y solo debe utilizarse en sus tres versiones autorizadas. Por lo tanto, está prohibido alterar o modificar el nombre o los elementos que lo componen.

El objetivo de restringir las aplicaciones incorrectas del logo es lograr una coherencia en la comunicación, asegurar la legibilidad de los componentes y una correcta recepción del mensaje.

Como referencia, considerar los siguientes ejemplos:

El uso del logotipo FCh, en cualquiera de sus tres versiones, como parte de la identidad visual de un proyecto o iniciativa, debe ser revisada y autorizada por el área de Comunicaciones y Marketing FCh.



⊗ No intervenir el orden ni las proporciones de los elementos del logotipo.



⊗ No utilizar logotipo en contorno, pues perjudicará la lectura del nombre.



⊗ No usar el logotipo en colores que estén fuera de la paleta de colores corporativa.



⊗ No distorsionar el logotipo.



⊗ No aplicar gradientes al logotipo.



⊗ No mostrar logotipo en 3D.

Color

Corporativo

El color corporativo es el naranja. Cuando se aplique con tinta directa se debe usar el **Pantone 021 C** (Pantone Solid Coated). Y en los casos donde no sea posible la aplicación de tinta directa, se utilizarán los valores CMYK extraídos del Pantone 021 CP.

El color naranja será la base para el logotipo y el material gráfico corporativo. Siempre que sea posible, el logotipo en color naranja se aplicará sobre fondo blanco. Y sobre fondos de color o fotografías, usaremos la versión en blanco, asegurando así una óptima legibilidad y contraste.

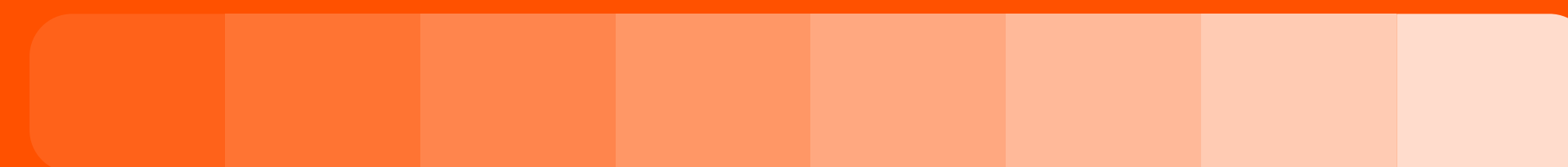
Para aumentar las opciones cromáticas, se podrá usar el mismo color Pantone 021 C en distintos porcentajes de opacidad, además de los colores incluidos en la [página siguiente](#).

El color corporativo naranja, también será la base para todo el material merchandising que se desarrolle, potenciando así la identidad de marca. Para ver ejemplos, por favor ir a la página 20.

Naranja pionero

PANTONE ORANGE 021 C
RGB 254/80/0
#FE5100

Pantone
Solid
Coated



PANTONE ORANGE 021 CP
CMYK 0/74/100/0

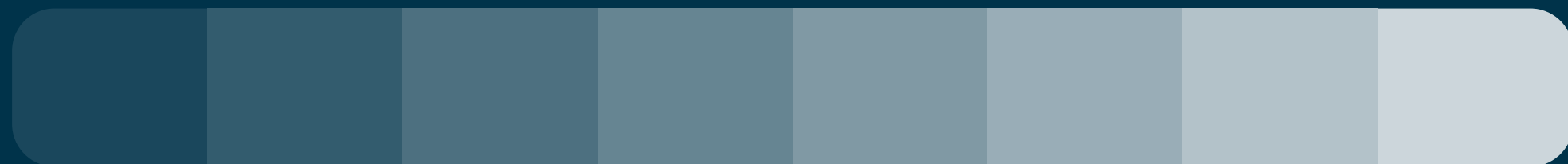
Pantone
Color
Bridge
Coated

Colores Complementarios

Azul marengo

PANTONE 2189 C
RGB 0/51/73
#00334A

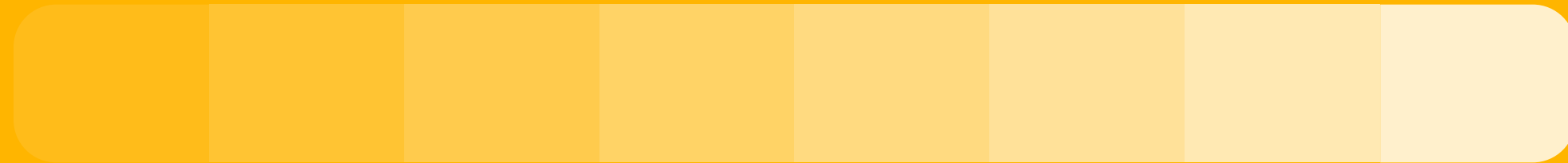
Se utiliza en frases, párrafos de texto, mobiliario, material gráfico y presentaciones corporativas.



Amarillo innova

PANTONE 7549 C
RGB 255/182/0
#FFB600

Con este color buscamos diversificar los tonos asociados al naranja corporativo. Lo usamos también para formar el gradiente que aparece en la siguiente página.



Black

PANTONE BLACK 6 C
RGB 16/24/32
#101820

Gris perla

PANTONE 656 C
RGB 221/229/237
#DDE5ED

Gradiente

* **Importante:**

Para evitar discrepancias cromáticas al formar el gradiente, se debe usar el código de color correspondiente a cada sistema de visualización: código CMYK para material impreso, y RGB para visualización digital.

Naranja pionero

PANTONE ORANGE 021 CP
CMYK 0/74/100/0
RGB 223/92/22
#DF5C16

Amarillo innova

PANTONE 7549 C
RGB 255/182/0
#FFB600

Colores Combinaciones

Al combinar la paleta cromática en material comunicacional, priorizaremos siempre la legibilidad. No mezclaremos colores saturados, brillantes ni oscuros de forma que dificulte la lectura. Acá se establecen algunas combinaciones de los colores corporativos:

Revisa la [siguiente página](#) para confirmar la combinación de color en la que puede ser utilizado el logotipo corporativo de FCh, y así resguardar su legibilidad.

Nos movemos en la incertidumbre, **descubriendo hoy el Chile de mañana**

Nos movemos en la incertidumbre, **descubriendo hoy el Chile de mañana**

Nos movemos en la incertidumbre, **descubriendo hoy el Chile de mañana**

* Sobre fondo amarillo, podemos optar por usar texto en color azul marengo, o texto blanco pero en versión bold de la fuente, así aseguramos la legibilidad.

Nos movemos en la incertidumbre, **descubriendo hoy el Chile de mañana**

Nos movemos en la incertidumbre, **descubriendo hoy el Chile de mañana**

Nos movemos en la incertidumbre, **descubriendo hoy el Chile de mañana**

Nos movemos en la incertidumbre, **descubriendo hoy el Chile de mañana**

Nos movemos en la incertidumbre, **descubriendo hoy el Chile de mañana**

Nos movemos en la incertidumbre, **descubriendo hoy el Chile de mañana**

Nos movemos en la incertidumbre, **descubriendo hoy el Chile de mañana**

FCh FUNDACIÓN
CHILE®

FCh FUNDACIÓN
CHILE®

FCh FUNDACIÓN
CHILE®

FCh FUNDACIÓN
CHILE®

FCh FUNDACIÓN
CHILE®

FCh
FUNDACIÓN CHILE®

FCh FUNDACIÓN
CHILE®

FCh®

FCh
FUNDACIÓN CHILE®

FCh FUNDACIÓN
CHILE®

FCh®

Co-branding

Corporativo FCh

Para casos de co-branding corporativo, se usará la versión a color del logotipo de Fundación Chile y se decidirá la versión –vertical u horizontal– dependiendo de los logotipos que lo acompañarán. En cualquier caso se dará prioridad a la versión horizontal del logotipo, asegurando siempre la legibilidad.

Como medida de distancia entre logotipos se usarán dos letras "F".

Ejemplo 1. Uso de logotipo en versión horizontal



Ejemplo 2. Uso de logotipo en versión vertical



Co-branding Corporativo FCh

EJEMPLOS >

Lanzamiento:
Iniciativa Net Zero y Naturaleza Positiva en Chile

LIBERAR:

FINANCIAR:

IMPLEMENTAR:

EJECUTAR:

Demo Day
Climate Innovation Startups

CESCO WEEK
 - STGO 2024

Jueves 18 de abril
 8:30 a 12:00 hrs.
 Fundación Chile, Av. Parque Antonio Ruiz sur 4565, Vitacura.

VI SEMINARIO DE SUSTENTABILIDAD:
Valor social en minería

ORGANIZAN:

startup
 lab.01

PARA TENER EL MEJOR LAB

Cuéntanos lo que necesitas para crecer como startup de base científica-tecnológica

[ESCRÍBENOS AQUÍ](#)

Te esperamos el **9, 10 y 11** de julio 2025.

Coquimbo, Chile

Expertos internacionales, talleres y generación de redes.
 País invitado: **México**

Co-branding

Iniciativas + FCh

Fundación Chile impulsa diversas iniciativas, programas y proyectos a nivel nacional.

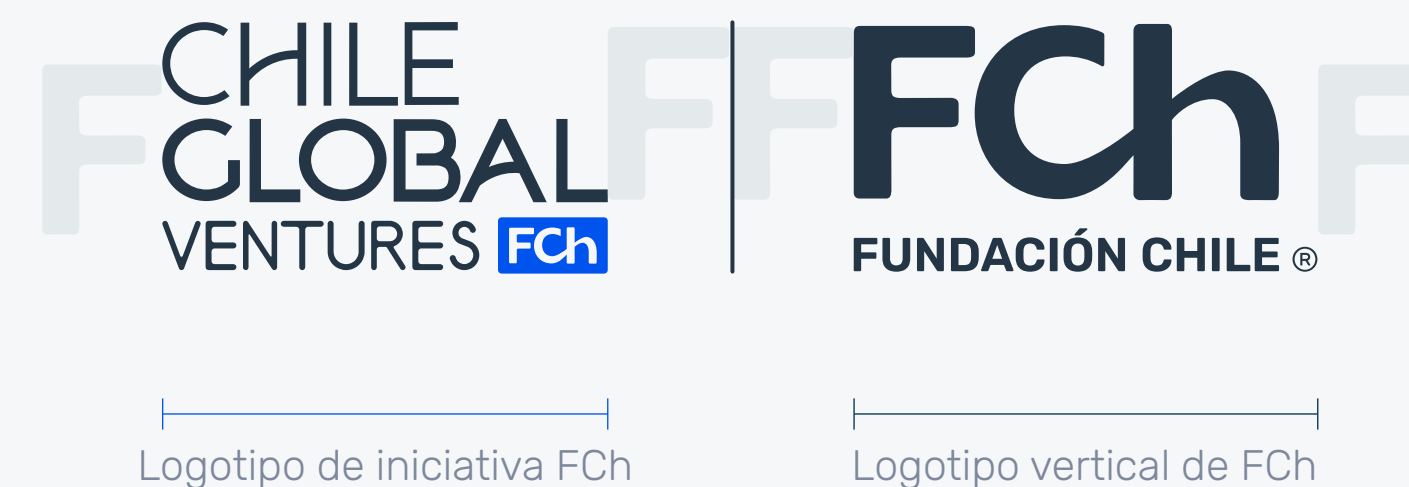
Para fortalecer su presencia institucional, las iniciativas pueden **incorporar el logotipo corporativo FCh** en alguna de sus piezas gráficas, como parte de su identidad visual.

En estos casos, el logotipo de la iniciativa, o área, debe ubicarse siempre al lado izquierdo, otorgándole protagonismo, mientras que el logotipo de Fundación Chile se posicionará al lado derecho en su versión azul marengo corporativo.

Ejemplo 1. Uso de logotipo en versión horizontal



Ejemplo 2. Uso de logotipo en versión vertical



* Las dimensiones y proporciones del logotipo de la iniciativa determinarán la elección de la versión del logotipo FCh que se usará al lado derecho –vertical u horizontal–, procurando siempre mantener la legibilidad.

Co-branding Iniciativas + FCh

EJEMPLOS >



Otra opción para generar presencia institucional de Fundación Chile en sus marcas propias es agregando la frase **somos FCh**, o las siglas **FCh**, como parte del logotipo.

Esta decisión se definirá al momento de crear la identidad visual de un nuevo proyecto, y cuando se aplique un restyling al logotipo de proyectos existentes.

somos FCh



Tipografía Corporativa

Rubik

RUBIK LIGHT

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+-

RUBIK REGULAR

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+-

RUBIK BOLD

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+-**

RUBIK EXTRABOLD

**ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+-**

RUBIK LIGHT ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+-*

RUBIK ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+-*

RUBIK BOLD ITALIC

***ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+-***

RUBIK EXTRABOLD ITALIC

***ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+-***

Tipografía

Corporativa

Rubik Semibold
54 pt.

Algunos ejemplos de visualización

Rubik Regular
36 pt.

Explit qui resedis um inctur as nist, mosa dolorum

Rubik Light
18 pt.

Explit qui resedis um inctur as nist, nonsequias mosa dolorum. Met ad et molo eum quos voluptatem simo dolup tate doluptaquia voluptisimin cuptur sam cullor sit.

Eum aut hilles rendenimi, quiaeseque sint am que evers pere, utata nimod esequiation endelitioste dis res volupie ndendi con nobit quam fuga.

¿Odi quam volorep tatur? Usaes eos nem. Ent ipid es pratio ditatur maiorit rem endelitioste dis res volupie.

Rubik Bold
20 pt.

Explit qui resedis um inctur as nist, nonsequias mosa dolorum ipsum

Rubik Light
14 pt.

Explit qui resedis um inctur as nist, nonsequias mosa dolorumMet ad et molo eum quos voluptatem simos doluptate doluptaquia voluptisimin cuptur sam cullor sit captur noshya.

Eum aut hilles rendenimi, quiaeseque sint am que everspere, utata nimod esequiation endelitioste dis res volupie ndendi con nobit quam fuga. Ut faciату ritistotatur saperferum ea ipitat.

¿Odi quam volorep tatur? Usaes eos nem. Ent ipid es pratio ditatur maiorit rem endelitioste dis res volupie.

Perferum faceatemqui andit, to modis magnati aturerepe od quat omnimag natibus et plicid modi conse vendipsam, vendendi officipis comniendi ad expliquis ut fugit, optibus, tem que id eium qui officae laborection poratem quam, odi blantio. Cus ipit quae. Volores magnam que es dolesto.

Para definir el valor del interlineado a usar en títulos y párrafos de texto, **se aplicará la fórmula X+4**. Por ejemplo, si el tamaño del texto es 18, entonces el interlineado será 18+4, es decir 22 pt.

Tipografía

Alternativa

El uso de tipografías alternativas se aplicará cuando no sea posible asegurar el uso de la tipografía corporativa, por ejemplo, en web, mailing automatizados, formularios, documentos de ofimática y aplicaciones móviles.

Aptos

APTOS REGULAR

ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmno
 pqrstuvwxyz
 !".\$%&/()=?¿|@##ç÷“” ,+,-

APTOS BOLD

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷“” ,+,-

APTOS ITALIC

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷“” ,+,-

APTOS BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷“” ,+,-

Open Sans

OS REGULAR

ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmno
 pqrstuvwxyz
 !".\$%&/()=?¿|@##ç÷“” ,+,-

OS BOLD

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷“” ,+,-

OS REGULAR ITALIC

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷“” ,+,-

OS BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
!".\$%&/()=?¿|@##ç÷“” ,+,-

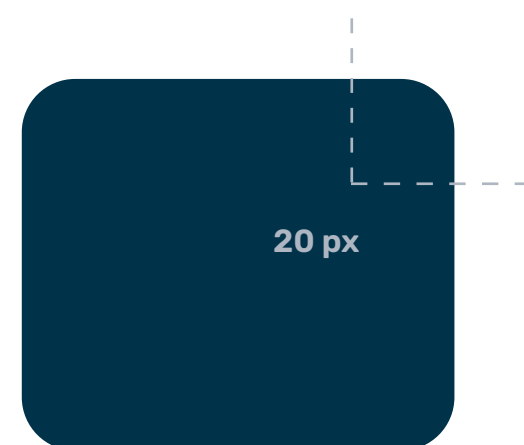
Iconografía y formas geométricas

Las **ilustraciones e íconos** que se utilicen tendrán un *estilo lineal*, sencillo, funcional y servirán como un complemento para el texto principal. El remate del trazo debe ser con el *extremo redondeado*.

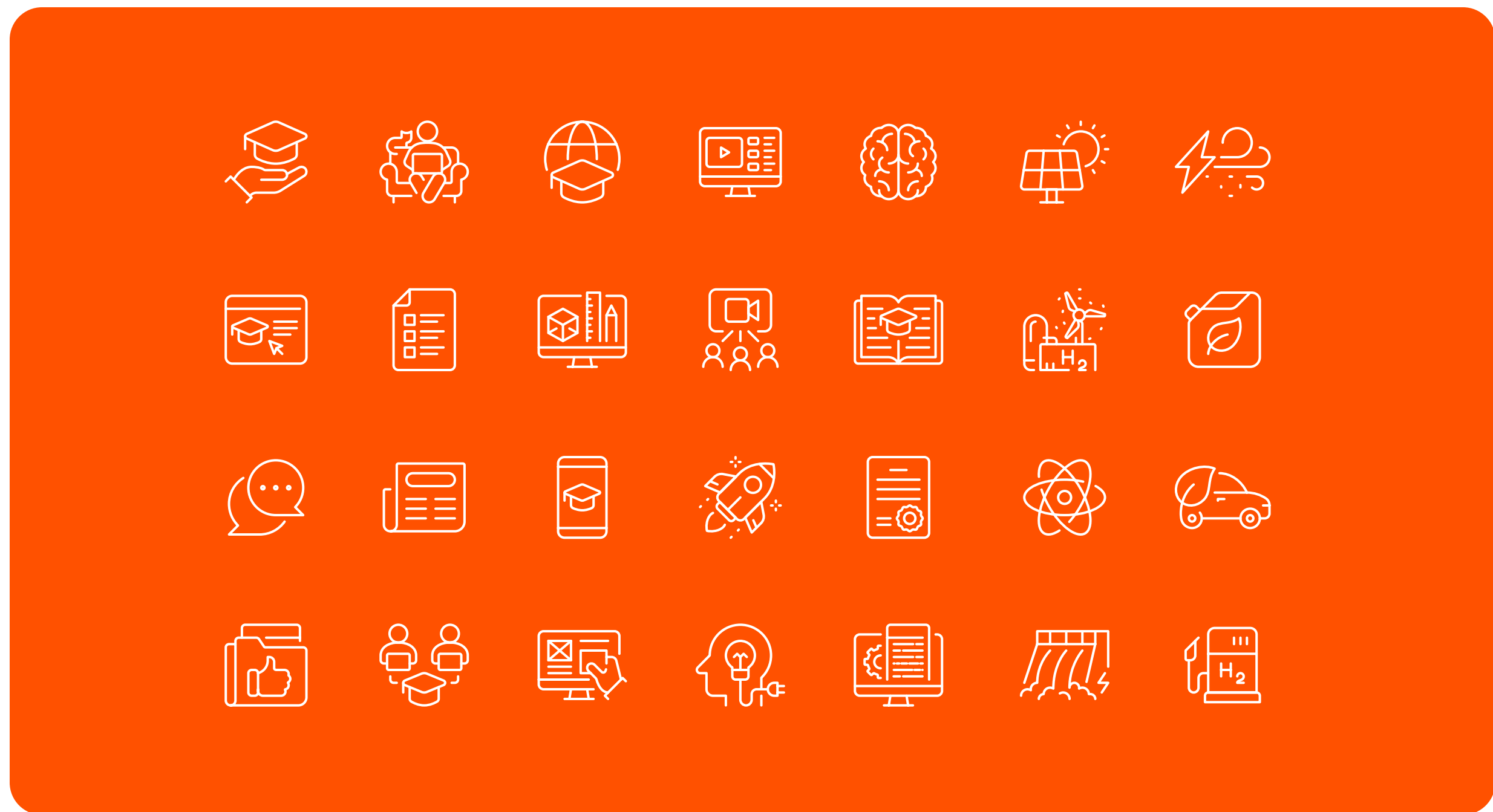
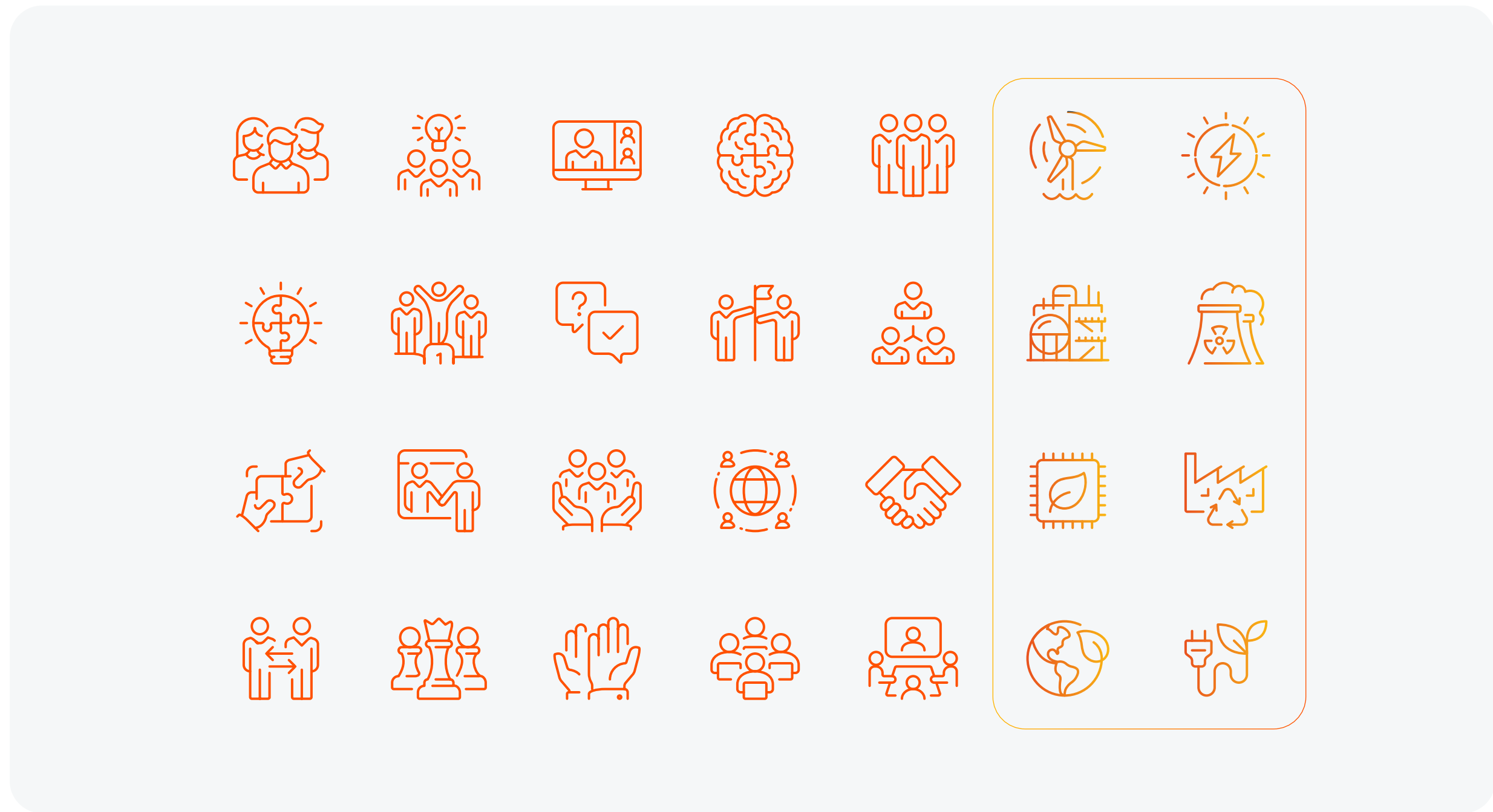
Se debe asegurar que el ícono o ilustración sea siempre en blanco, naranja o gradiente, sobre fondo naranja, blanco o alguno que asegure la legibilidad. El cuanto al grosor de la línea debe ser el mismo en toda la composición.

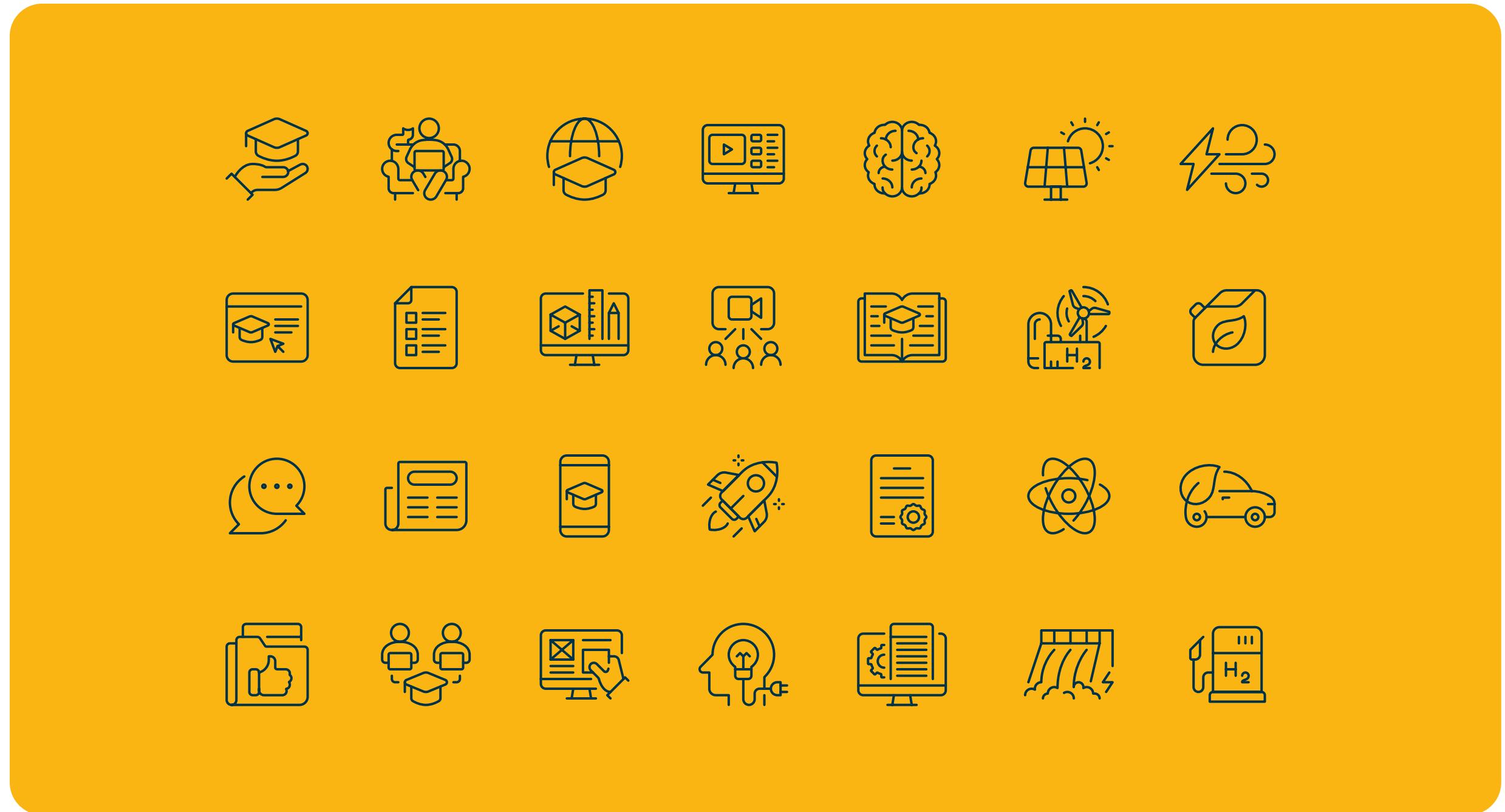
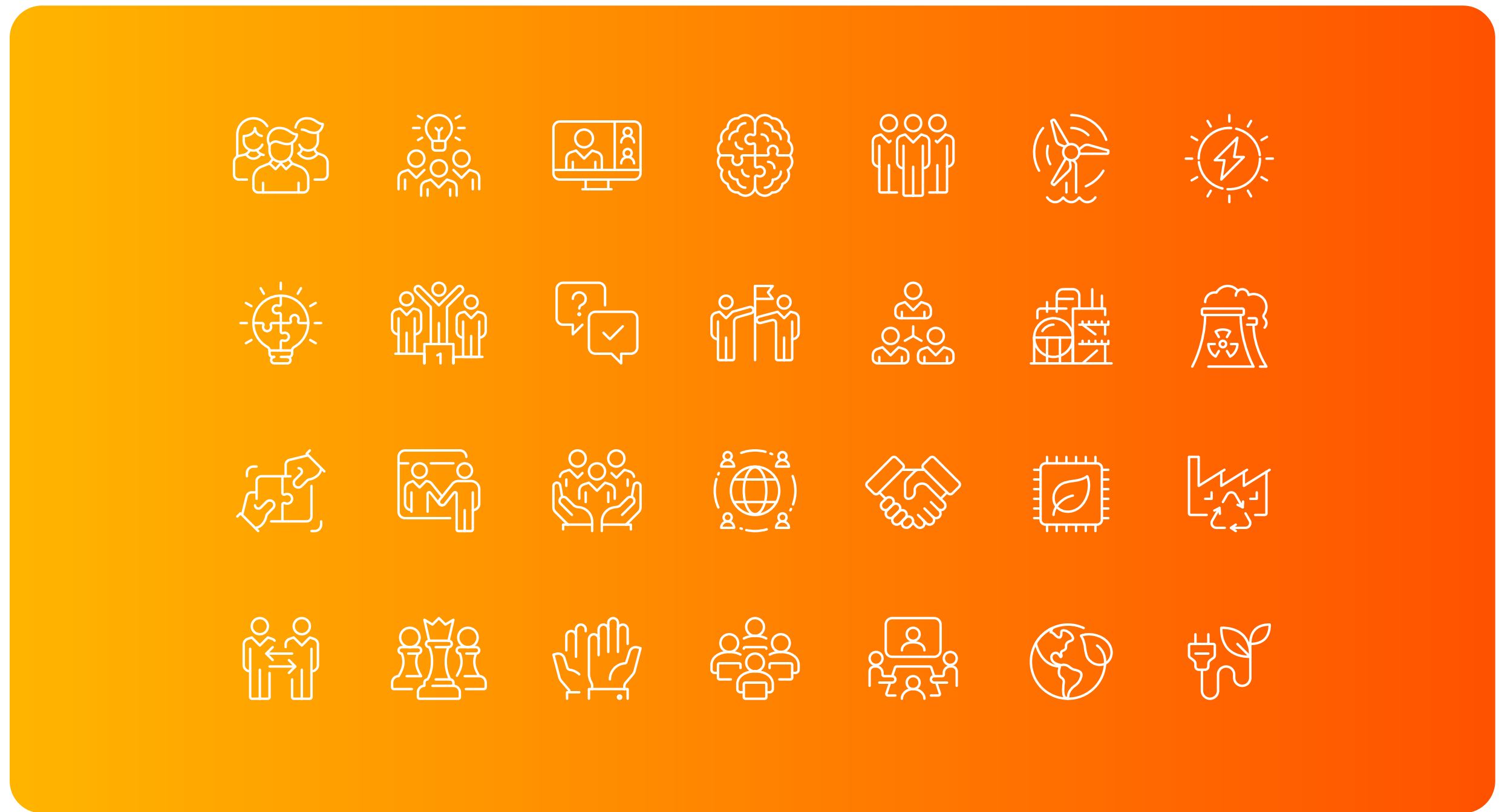
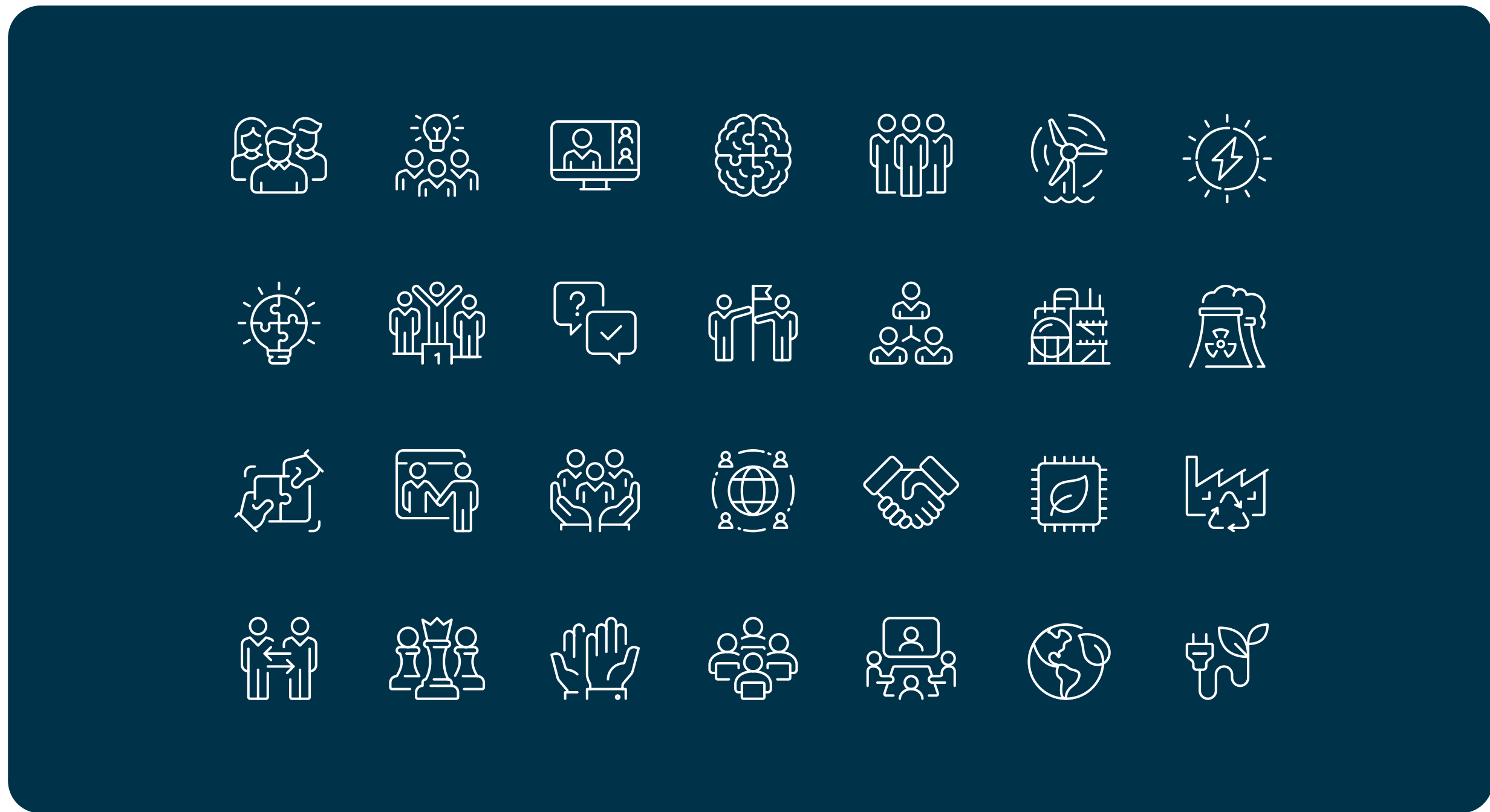
Las **formas geométricas** usarán terminaciones redondeadas. Esto aplica a material impreso y digital.

Para asegurar coherencia en esto, se deben aplicar vértices con un mínimo de 20 píxeles.



A continuación, se presentan algunos ejemplos y alternativas que sirven de guía al momento de seleccionar los íconos a utilizar en el contenido:





Fotografía

La fotografía es un gran aliado al momento de comunicar mensajes complejos, mostrar proyectos e iniciativas, y reflejar la esencia de Fundación Chile.

Por eso se debe asegurar siempre el uso de imágenes en alta calidad, considerando tres categorías:

- **Innovación, tecnología y futuro**
- **Territorio, naturaleza y urbanismo**
- **Personas, diversidad y cultura**

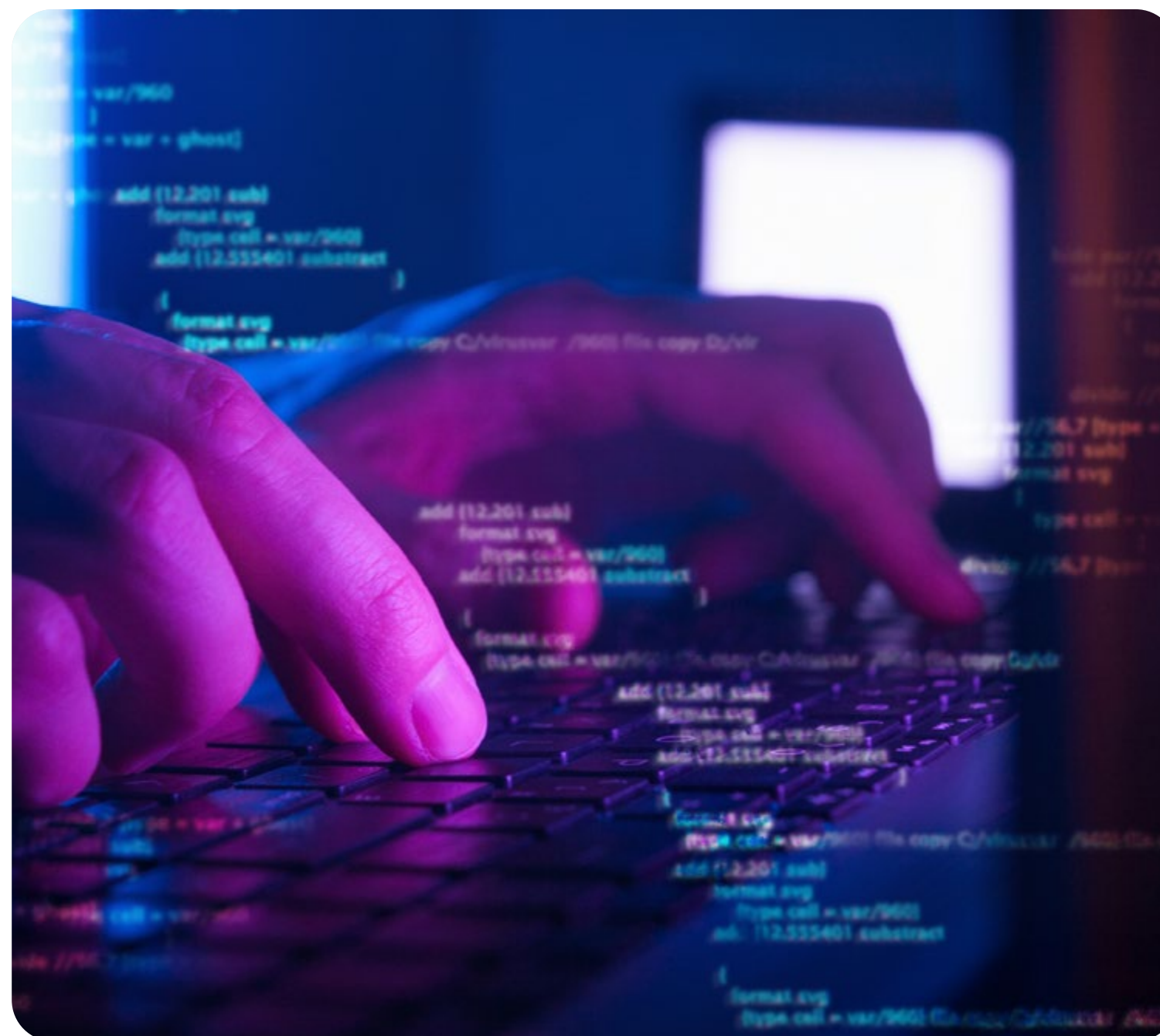
Se deben priorizar fotografías reales del territorio, producto o servicio, y complementar con imágenes conceptuales, descargadas desde banco de imágenes o generadas por IA (Inteligencia Artificial).



Fotografía

Innovación,
tecnología y
futuro

ALGUNOS EJEMPLOS:



Fotografía

Territorio,
naturaleza y
urbanismo

ALGUNOS EJEMPLOS:



Fotografía

Personas,
diversidad y
cultura

ALGUNOS EJEMPLOS:



02

CAPÍTULO

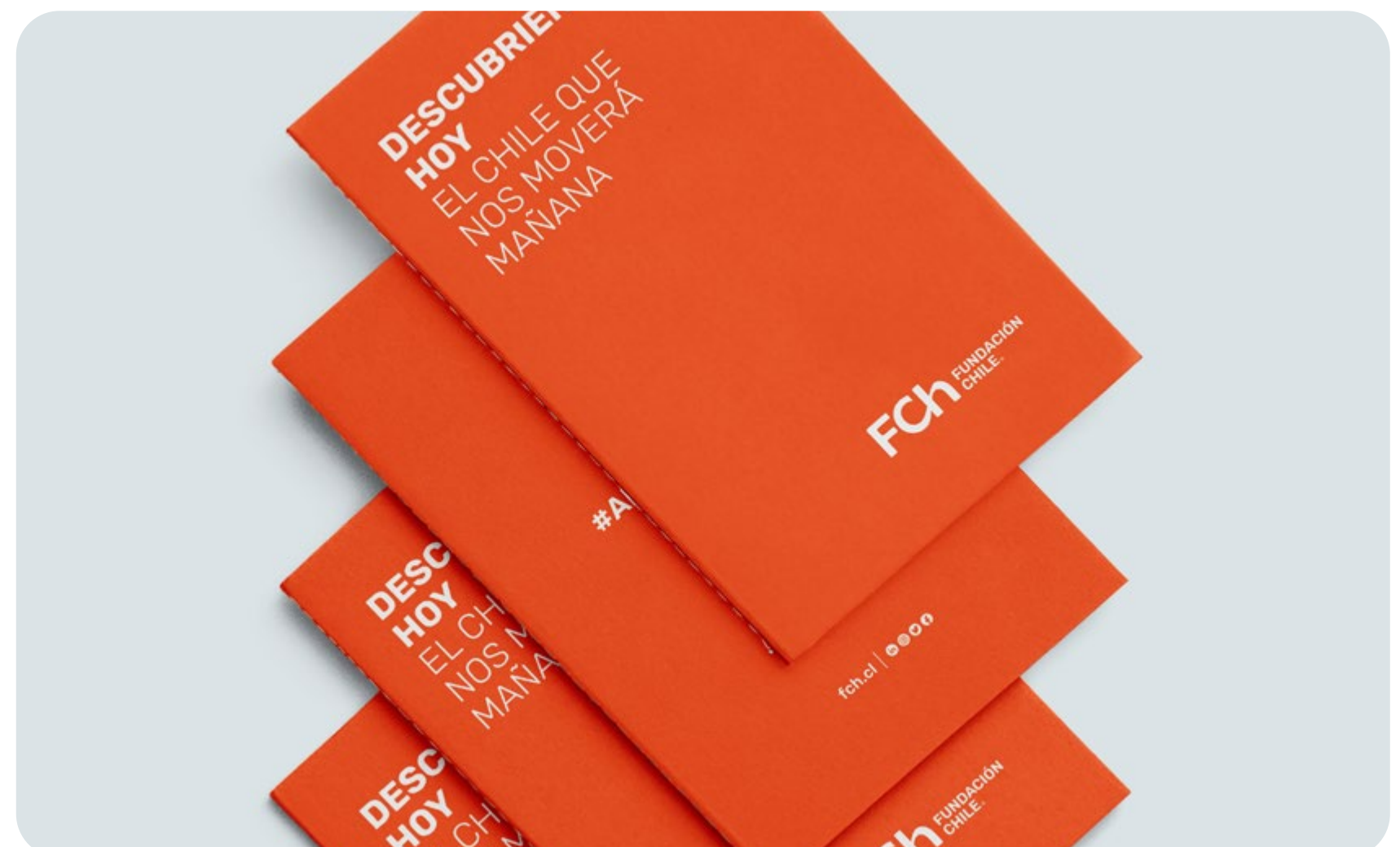
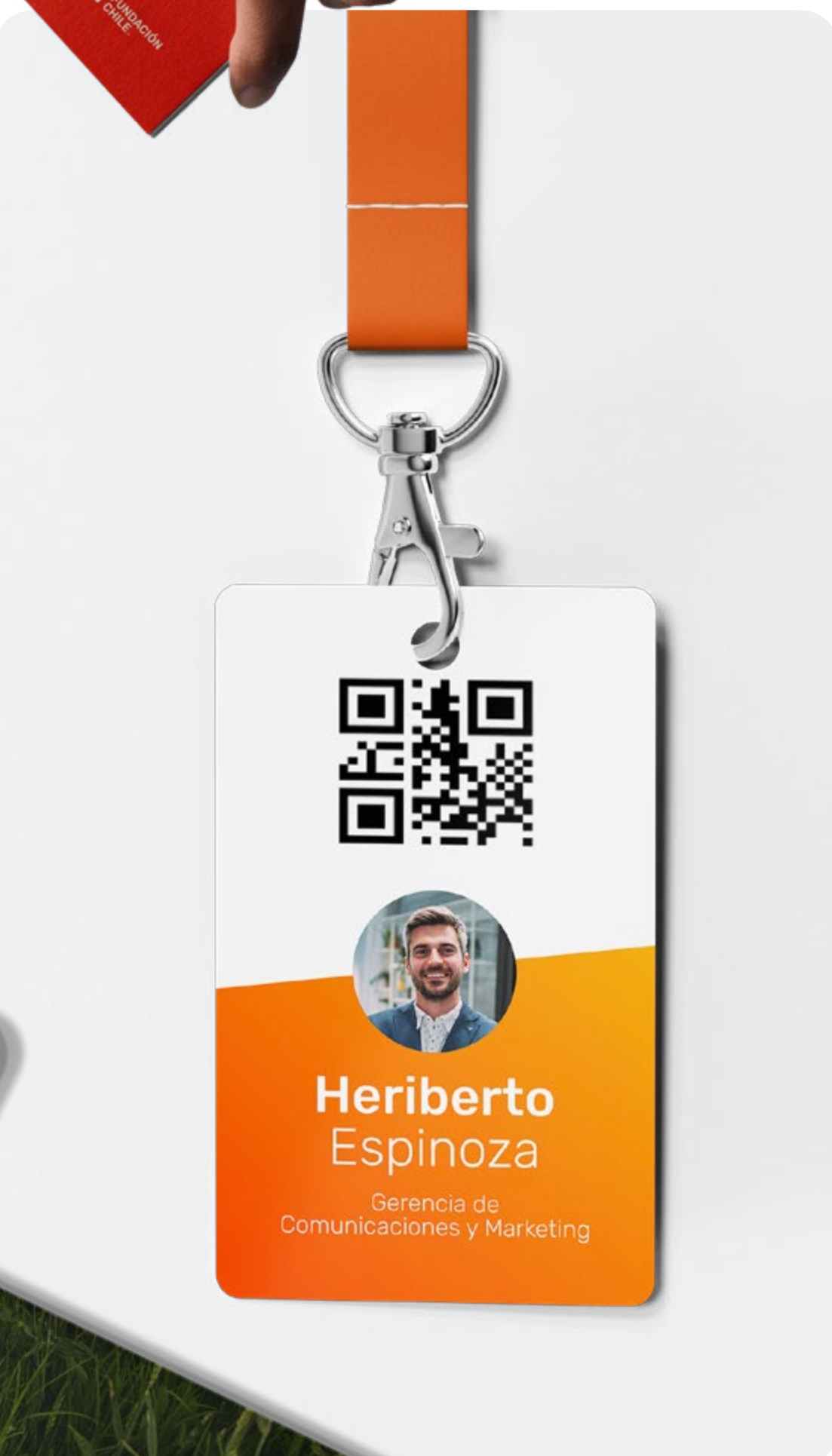
02

APLICACIONES DE MARCA

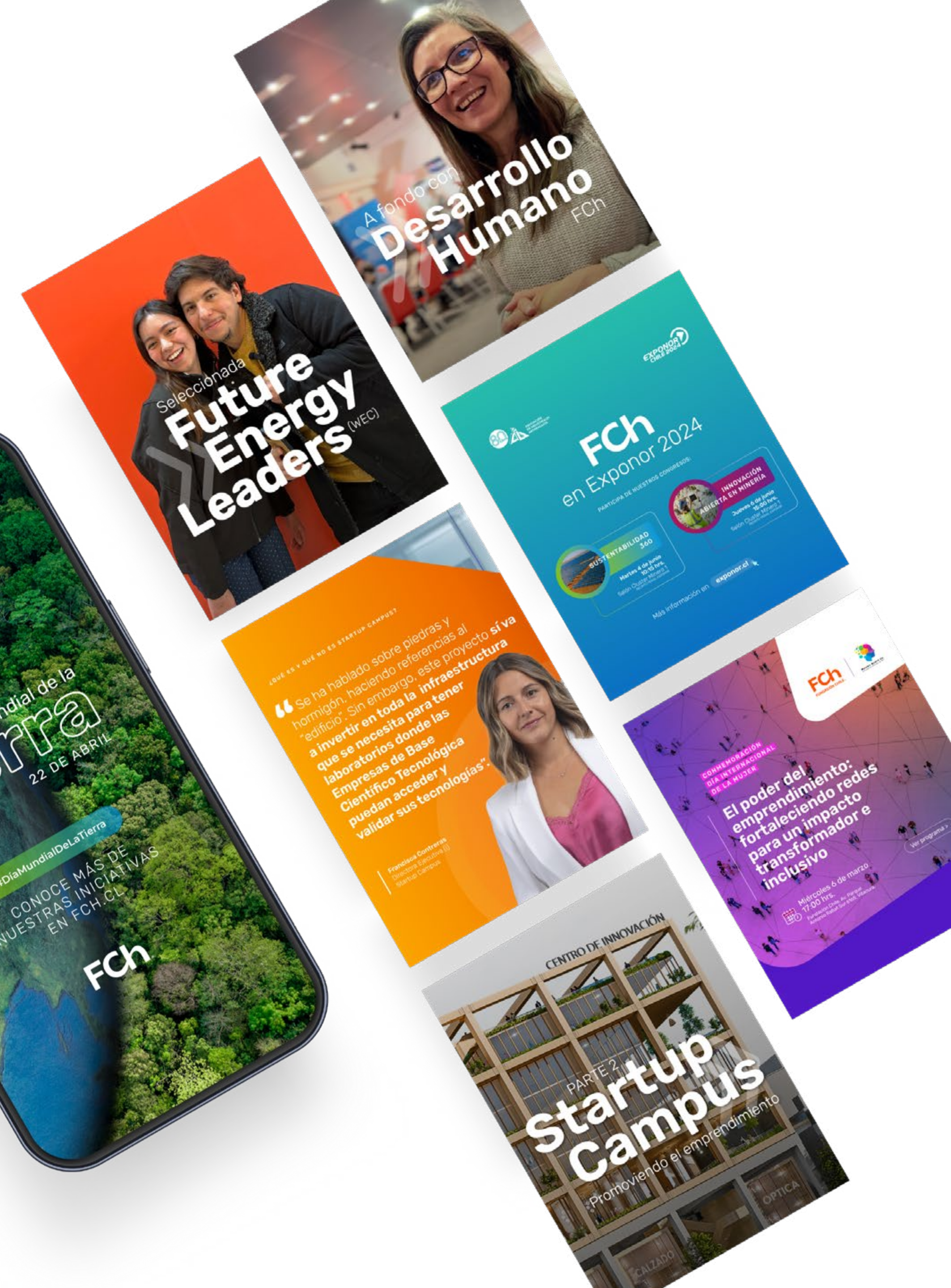
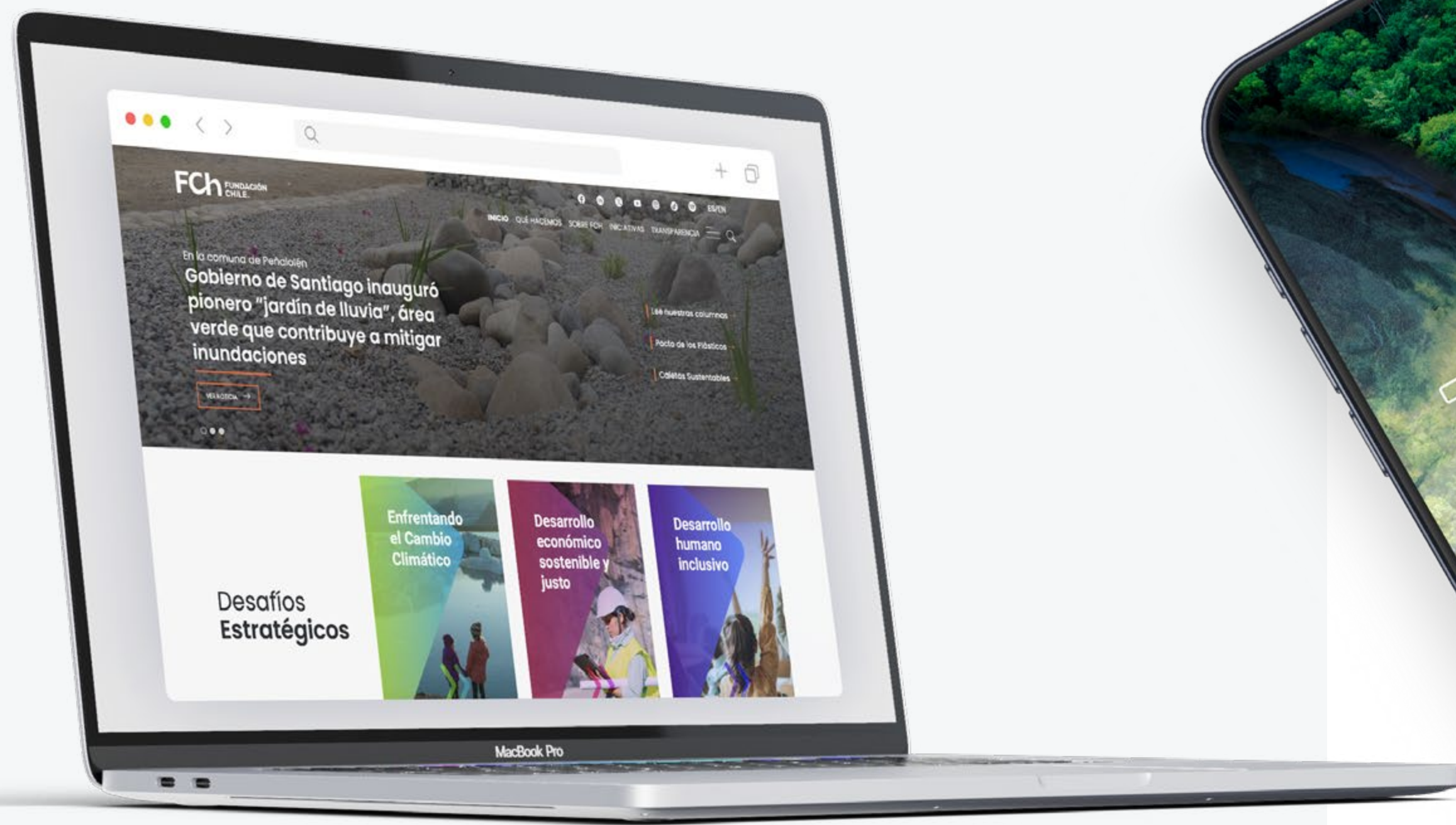
- ESPACIOS E
INFRAESTRUCTURA
- MERCHANDISING
- PAPELERÍA
- PLANTILLAS
- GUÍA DE ESTILO







Ejemplos de uso de logo en imágenes y publicaciones de redes sociales.





Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur stetuer adipi scing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna.



Lorem ipsum
Consec tetuer stetuer adipi scing elit, sed diam nonu.



Lorem ipsum
Consec tetuer stetuer adipi scing elit, sed diam nonu.



Lorem ipsum
Consec tetuer stetuer adipi scing elit, sed diam nonu.

37
TONELADAS

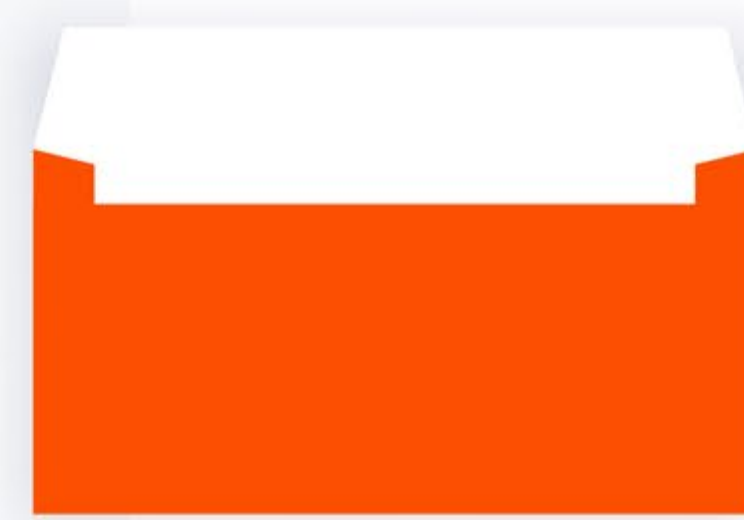
FCh.

Papelería Corporativa



En papelería corporativa, se priorizará:

- Color naranja FCh a página completa y como fondo
- Para la posición del logotipo, y dependiendo de la pieza gráfica a trabajar, se podrá elegir entre las cuatro esquinas o el centro del documento.
- Tipografía corporativa en color blanco, como tipo oración. Solo se usará en mayúscula cuando se quiera destacar el slogan.



BRANDBOOK AGOSTO 2025

FCh FUNDACIÓN
CHILE®

PARA CONSULTAS Y DUDAS, ESCRIBIR A CONTACTO@FCH.CL