



Universidad Nacional del Callao
Licenciada por Resolución N° 171-2019-SUNEDU/CD

Secretaría General

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

Callao, 17 de junio de 2024

Señor

Presente.-

Con fecha diecisiete de junio de dos mil veinticuatro, se ha expedido la siguiente Resolución:

RESOLUCIÓN RECTORAL N° 264-2024-R.- CALLAO, 17 DE JUNIO DE 2024.- LA RECTORA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO:

Visto el Oficio N° 219-2024-UNAC/OCII (Expediente N° 2070604) del 10 de mayo de 2024, por medio del cual la directora de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional de la Universidad Nacional del Callao remite la propuesta de Directiva que regula la proyección de la Imagen Institucional y Corporativa de la Universidad Nacional del Callao.

CONSIDERANDO:

Que, el cuarto párrafo del artículo 18 de la Constitución Política del Perú, establece que *“Cada universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios estatutos en el marco de la Constitución y de las leyes”*; concordante con el artículo 1 de la Ley N° 31520, ley que reestablece la autonomía y la institucionalidad de las Universidades Peruanas;

Que, conforme a lo establecido en el artículo 8 de la Ley Universitaria N° 30220, el Estado reconoce la autonomía Universitaria, la misma que se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la acotada Ley y demás normativa aplicable, autonomía que se manifiesta en los regímenes: normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico;

Que, los artículos 119 y 121, numeral 121.3 del Estatuto de la Universidad Nacional del Callao, concordantes con los artículos 60 y 62, numeral 62.2 de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, establecen que el Rector es el personero y representante legal de la Universidad, teniendo entre sus atribuciones, dirigir la actividad académica de la Universidad y su gestión administrativa, económica y financiera, de conformidad con lo establecido en el Estatuto y los Reglamentos vigentes;

Que, mediante los Oficios N°s 104, 210 y 219-2024-UNAC/OCII del 19 de marzo, 06 y 10 de mayo de 2024, respectivamente, la directora de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional remitió la propuesta de Directiva que regula la proyección de las imagen institucional y corporativa de esta Casa Superior de Estudios, documento que tiene como objetivo establecer las disposiciones que regulen la adecuada comunicación y gestión de la imagen institucional y corporativa de la Universidad Nacional del Callao - UNAC;

Que, con Oficio N° 633-2024-OPP del 04 de abril de 2024, informó que *“Asimismo, la Unidad de Modernización y Estadística mediante el Informe N° 044-2024-OPP/UM-UNAC menciona que la propuesta de actualización de la Directiva se encontraría dentro del marco de sus funciones de la Oficina Comunicación e Imagen Institucional, según el Artículo 43 del ROF, por lo que no presentaría observaciones ni demandaría la asignación de nuevos recursos, por lo que se otorga opinión técnica favorable, sin embargo es necesario la opinión de su despacho con la finalidad de evaluar su articulación con el Sistema de Gestión modificado recientemente y alineado a la norma ISO.”*;

Que, por Oficio N° 218-2024-OGC/R/UNAC/VIRTUAL del 02 de abril de 2024, la directora de la Oficina de Gestión de la Calidad informó que *“(…) habiendo realizado la revisión de la DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC, se indica que este*





Universidad Nacional del Callao
Licenciada por Resolución N° 171-2019-SUNEDU/CD

Secretaría General

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

cumple con la normativa vigente; así mismo se indica la codificación la cual ya fue registrada en la lista maestra de documentos: CODIGO: E.PIN.02-DR-01”;

Que, al respecto la jefa de la Oficina de Asesoría Jurídica, mediante Informe Legal N° 472-2024-OAJ del 23 de abril de 2024, evaluados los actuados, informó que “(...) *ha realizado la revisión de la base normativa de la DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC; en el marco de sus competencias establecidas en el Reglamento de Organización y Funciones de la UNAC, señalando una serie de recomendaciones detalladas en el numeral 2.10 del presente Informe respecto a la base legal de la propuesta en mención; considerando que la misma se encuentra conforme al marco normativo de esta Casa Superior de Estudios (...)*”; por lo que opinión que “*PROCEDE LA APROBACIÓN de la DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC, remitiéndose los actuados a la SECRETARIA GENERAL para la emisión del acto resolutivo correspondiente y de considerarlo pertinente la recomendación que se detalla en el numeral 2.10 del presente Informe.*”;

Que, el artículo 6 numeral 6.2 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General señala que el acto administrativo puede motivarse mediante la declaración de conformidad con los fundamentos y conclusiones de anteriores dictámenes, decisiones o informes obrantes en el expediente, a condición de que se les identifique de modo certero, y que por esta situación constituyan parte integrante del respectivo acto;

Estando a lo glosado; a lo opinado, expuesto, argumentado en el Oficio N° 633-2024-OPP del 04 de abril de 2024; al Informe N° 0045-2024-OPP/UM-UNAC del 05 de abril de 2024; al Oficio N° 218-2024-OGC/R/UNAC/VIRTUAL del 02 de abril de 2024; al Informe Legal N° 472-2024-OAJ de fecha 23 de abril de 2024; al Oficio N° 219-2024-UNAC/OCII del 10 de mayo de 2024, a la documentación sustentatoria en autos y en uso de las atribuciones que le confieren los artículos 119 y 121 del Estatuto de la Universidad Nacional del Callao, concordantes con los artículos 60 y 62, numeral 62.2 de la Ley Universitaria, Ley N° 30220;

RESUELVE:

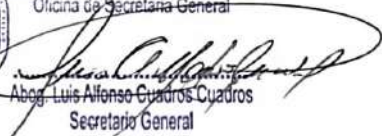
1° APROBAR, la **DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA** de la Universidad Nacional del Callao, de conformidad a la propuesta remitida por la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional de esta Casa Superior de Estudios, la misma que está revisada y autorizada por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, la Oficina de Gestión de la Calidad y la Oficina de Asesoría Jurídica, que se adjunta y forma parte de la presente Resolución.

2° TRANSCRIBIR la presente Resolución a los Vicerrectores, Facultades, Escuela de Posgrado, dependencias académicas administrativas, gremios docentes, gremios no docentes, para conocimiento y fines consiguientes; disposición a cargo de la Secretaría General, que en atención a ello suscribirá la presente.

Regístrese, comuníquese y archívese.

Fdo. Dra. **ARCELIA OLGA ROJAS SALAZAR**.- Rectora de la Universidad Nacional del Callao.- Sello de Rectorado.-

Fdo. Abog. **LUIS ALFONSO CUADROS CUADROS**.- Secretario General.- Sello de Secretaría General.-
Lo que transcribo a usted, para su conocimiento y fines consiguiente.

 UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
Oficina de Secretaría General

Abog. Luis Alfonso Cuadros Cuadros
Secretario General

cc. Rectora, Vicerrectores, Facultades, EPG, dependencias académico-administrativas,
cc. gremios docentes, gremios no docentes y archivo.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

Oficina de Comunicación e Imagen Institucional



DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC

Aprobado por Resolución N° 264-2024-R del 17 de junio de 2024

CALLAO 2024





POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL

PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL		
DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC		
Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024	Página: 2 de 13

CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	SECCION DEL DOCUMENTO	DESCRIPCION DEL CAMBIO
01	--	Elaboración del documento



	POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL		
	PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	
	DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC	
	Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024 Página: 3 de 13

ÍNDICE

	Página
I. OBJETIVO	04
II. ALCANCE	04
III. BASE LEGAL	04
IV. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS	04
V. RESPONSABILIDADES	05
VI. DISPOSICIONES GENERALES	06
VII. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS	11
VIII. DISPOSICIONES TRANSITORIAS	11
IX. ANEXOS	13



	POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL			
	PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC		
	Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024	Página: 4 de 13

I. OBJETIVO

Establecer las disposiciones que regulen la adecuada comunicación y gestión de la imagen institucional y corporativa de la Universidad Nacional del Callao - UNAC.

II. ALCANCE

La presente Directiva es de aplicación obligatoria por todas las dependencias académico-administrativas que conforman la UNAC.

III. BASE LEGAL

- 3.1 Constitución Política del Perú
- 3.2 Ley N°30220 – Ley universitaria y modificatorias
- 3.3 Texto único ordenado de la Ley N° 27444 – Ley del Procedimiento Administrativo general aprobado por el Decreto Supremo N°004-2019-JUS.
- 3.4 Texto único ordenado de la Ley N°27806, Ley de Transparencia y acceso a la información aprobada por Decreto Supremo N°021-2019-JUS.
- 3.5 Instructivo de Elaboración de documentos aprobado con Resolución de Consejo Universitario N°218-2023-CU.
- 3.6 “Ley 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado, publicada el 30 de enero del 2002 y sus modificatorias”.
- 3.7 “Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, publicada el 15 de agosto del 2006”.
- 3.8 “Decreto Supremo N° 003-2008-PCM, Decreto Supremo que establece la prohibición del uso de la denominación de los Ministerios y Organismos Públicos Descentralizados, así como de las siglas y logos institucionales, sin la autorización respectiva, publicado el 18 de enero del 2008”.
- 3.9 Reglamento de Organización y Funciones de la Universidad Nacional del Callao aprobado con Resolución de Consejo Universitario N°097-2021-CU y modificatorias.
- 3.10 Estatuto de la Universidad Nacional del Callao aprobado mediante Resolución N° 02-2015-AE-UNAC de fecha 02 de julio de 2015 y modificatorias.

IV. DEFINICIONES Y SIGLAS

- 4.1 **Imagen Institucional.-** Se refiere a cómo la ciudadanía va a percibir y reconocer gráficamente a la UNAC. Una imagen institucional se diseña para ser atractiva, efectiva y funcional al público de modo que pueda causar interés entre los usuarios que visitan nuestras sedes académico – administrativas.
- 4.2 **Imagen Corporativa.-** Este concepto se refiere al conjunto de opiniones y cómo se percibe la identidad visual ofrecida por parte de la universidad según su público objetivo y grupos de interés. La finalidad de ésta es transmitir de forma precisa y coherente la razón de ser de la universidad para su rápida y adecuada identificación.
- 4.3 **Logotipo.-** El logotipo de la UNAC es único, reconocible y contribuye a una correcta identificación y diferenciación de la marca. Su diseño refleja la personalidad de la institución y nos inspira a brindar lo mejor de nosotros en beneficio del ciudadano y de la comunidad en su conjunto.





POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL

PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL		
DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC		
Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024	Página: 5 de 13

- 4.4 **Imagotipo.-** Es la parte icónica de la marca, constituido por el emblema conformado por el escudo y demás elementos gráficos de la universidad y proyecta los colores corporativos de la marca UNAC.
- 4.5 **Identidad institucional.-** Se refiere a los diversos materiales impresos, digitales y audiovisuales a través de los cuales se van a difundir, entre los diversos usuarios de la UNAC, los productos y servicios de la institución tanto interna como externamente.
- 4.6 **Signos distintivos.-** Los signos distintivos son aquellos elementos de la UNAC que van a tener la capacidad de ser identificados, por ser servicios o productos propios de otros existentes en el mercado. Son el medio para acercarnos y ser reconocidos por nuestros usuarios y evitar confusión en el mercado con respecto de sus competidores. (Mayor desarrollo en el Anexo 01).
- 4.7 **OCII.-** Son las siglas referidas a la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional.
- 4.8 **Rebranding.-** Cambio de imagen o rediseño de identidad.
- 4.9 **Merchandise.-** Producto publicitario de la institución que refuerza el marketing de la universidad.
- 4.10 **Mailings.-** Remisión de correos electrónicos con diseño atractivo cuya finalidad es promocionar productos y servicios ofrecidos por la institución.

V. DISPOSICIONES GENERALES

- 5.1 La presente directiva establece las acciones a realizarse cuando las dependencias académico - administrativas elaboren piezas gráficas, material promocional o cualquier otro material institucional que sea utilizado para la difusión de los productos y servicios que brinda la UNAC, así como para la difusión de las actividades académicas institucionales (dirigidas a público interno o externo) y de difusión o promoción de la parte cultural y académica, con el fin de proyectar una imagen institucional y corporativa uniforme a nivel nacional e internacional. Para ello, tiene como anexo el Manual de Política Institucional, en adelante el Manual.
- 5.2 El Manual se establece como un libro de marca que responde a la nueva identidad y tendencia visual de la UNAC, permitiendo su posicionamiento y diferenciación a través de una personalidad e identidad única.
- 5.3 El Manual contiene el uso correcto y único del imagotipo, colores, gráficas, íconos, formas, señaléticas y tipografías; así como la aplicación de la identidad en formatos gráficos y audiovisuales de uso interno, publicaciones, piezas, material promocional, institucional, entre otros, por lo que es de uso obligatorio en las dependencias de la universidad al momento de elaborarlo.



	POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL			
	PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC		
	Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024	Página: 6 de 13

- 5.4 La Oficina de Comunicación e Imagen Institucional – OCII, será la encargada de brindar el soporte respectivo a las unidades de comunicación a nivel institucional, en lo referido al contenido del presente Manual.

5.5 De la imagen institucional

La identidad de marca plasma la personalidad de la UNAC: una solidez y una seguridad que se han consolidado con el tiempo, logrando humanizar y generar una universidad con rostro humano.

En consonancia con la comunicación externa que se busca proyectar, es necesario precisar que, en toda la información producida por dependencias de la UNAC, destinada a promover nuestros servicios, se utilizará el nombre: UNAC y Universidad Nacional del Callao y/o el escudo más la dependencia involucrada. Mayor información en el anexo 01.

5.6 De la adaptación de la imagen institucional

La OCII, es el órgano responsable de replantear la imagen institucional de la UNAC de acuerdo a las nuevas tendencias con la finalidad de lograr una adecuada adaptación en el tiempo, y así establecer un rebranding previa evaluación y aprobación.

VI. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

6.1 Del uso adecuado del nombre de la UNAC

Para efectos del logo y de acuerdo al ítem 2.12 del Manual, el nombre de la institución se escribirá en letras altas: "UNAC".

Para efectos de textos en documentos, cartas, notas de prensa, comunicados, entre otros, se escribirá "UNAC", y en altas y bajas se escribirá, Universidad Nacional del Callao. De acuerdo a lo establecido en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, que especifica que, cuando las siglas no exceden de 4 letras y es leíble se escriben en altas.

6.2 De la tipografía institucional

La tipografía es la voz impresa de la marca, por lo tanto, su uso debe ser coherente en todas las aplicaciones para mantener la identidad de la UNAC, de acuerdo con los ítems 3.5 y 3.6 del Manual.

6.3 De los formatos gráficos (papelería, banderola, formato de publicaciones, piezas gráficas)

En el caso de los formatos gráficos, con excepción del boletín institucional, memoria institucional, revista institucional, página web y determinadas piezas gráficas, la OCII enviará la plantilla del diseño del material propuesto en el Manual para que, de ser necesario, los encargados de comunicación de las dependencias académico - administrativas, o los que hagan las veces de, realicen la adaptación correspondiente en función de su necesidad sin modificar el diseño, pudiendo modificar información como dirección, datos de contacto, entre otros; y asimismo gestionen su impresión correspondiente, de acuerdo con el ítem 5.1 del Manual.



	POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL			
	PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC		
	Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024	Página: 7 de 13

No está permitido el uso o aplicación de material que distorsione la imagen corporativa de la institución. (Mayor detalle en el Anexo 01).

6.4 De la folletería y afiches

La OCII evaluará el diseño de la folletería y afiches a utilizar para la correcta difusión de los servicios académico - administrativos o de nuevos productos o servicios, bajo los parámetros de diseño y contenido uniformes establecidos en el Manual, de acuerdo con los ítems 4.5 y 4.6 del Manual.

Respecto del contenido de la información de índole académico - cultural, la OCII debe coordinar para la respectiva aprobación del contenido de afiches y folletería que publiciten nuevos servicios o productos.

Los afiches y folletería propuestos por las dependencias que por su naturaleza y función requieren la atención de servicios de publicidad y difusión, deberán ser evaluados y validados por la OCII.

La elaboración de material impreso sobre un evento o servicios que no esté contemplado dentro de lo señalado en el párrafo anterior, como: inauguración de una nueva oficina, seminarios, afiches sobre congresos u otros de similar característica que sean necesarios elaborar, también será coordinado y aprobado por la OCII.

6.5 De las publicaciones

La OCII, tal como se especifica en párrafos anteriores, facilitará las plantillas para el esquema y diseño en publicaciones como: la memoria anual, el informe de gestión de las dependencias académico - administrativas, boletín institucional, revistas y otras publicaciones, tanto de índole impreso como digital, las cuales debe ser puesta a consideración de la Alta Dirección.

Solo bajo la supervisión de la OCII, las dependencias académicas – administrativas, que componen la UNAC, podrán elaborar y editar publicaciones de carácter informativo institucional, las cuales deberán ser aprobadas por dicha oficina.

En el caso de que alguna dependencia académico – administrativa, solicite que su publicación sea difundida o compartida en las redes sociales principales y oficiales de la UNAC (siempre y cuando estas cumplan el requisito estipulado en el inciso 6.13), estas deberán requerirlo a la OCII, de acuerdo al inciso 8.2.2.

6.6 Del material promocional institucional (Merchandise)

El material promocional institucional es elaborado para la promoción directa de los servicios académicos y culturales y será distribuido en las diferentes campañas y eventos relacionados a la difusión de dichas actividades.



	POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL			
	PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC		
	Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024	Página: 8 de 13

Deberá de confeccionarse en características uniformes con base en el Manual y la aprobación de las muestras deberá ser coordinada con la OCII.

Las dependencias académico - administrativas deben programar y determinar, oportunamente, la cantidad de material promocional a elaborar de acuerdo a sus necesidades y con relación a los diseños proporcionados por la OCII.

6.7 Del logotipo a un solo tono (negro)

El logotipo institucional es único, reconocible y contribuye a una correcta identificación y diferenciación de la marca. Su diseño refleja la personalidad de la institución y nos inspira a brindar lo mejor de nosotros en beneficio del usuario.

La versión a una tonalidad, con base en el Manual, se utilizará cuando por temas técnicos no pueda ser aplicado a todo color, como publicaciones en b/n, monocromáticas, etc.

La versión a una tonalidad se utilizará cuando por razones técnicas solo se permita la impresión de un color plano, como: serigrafías, material promocional, impresiones pequeñas, etc. de acuerdo con el ítem 2.4 del Manual.

6.8 De las campañas publicitarias

Las campañas publicitarias son ejecutadas únicamente a través de la OCII, de acuerdo a lo indicado en el Reglamento de Organización y Funciones de la UNAC, Art. 43, Inc. F, y están orientadas a difundir los diversos servicios y productos que la institución pone a disposición de los ciudadanos, así como a consolidar la imagen de la UNAC a nivel nacional e internacional (posicionamiento), a través de la transmisión y publicación de diversos mensajes, de acuerdo con el ítem 4 del Manual.

Cada campaña publicitaria se desarrolla con base en una estrategia creativa distinta, sin embargo, las piezas gráficas y audiovisuales que van a formar parte de la campaña deben elaborarse en función al Manual y deberán contar con la supervisión de la OCII.

6.9 De los programas de difusión de las oficinas académico - administrativas

Las campañas de difusión de las oficinas académico – administrativas, son organizadas y ejecutadas por dichas oficinas. La difusión de las campañas de responsabilidad social es propia de las dependencias que la organizan. El material promocional a repartir entre los asistentes debe cumplir los lineamientos que establece el ítem 4.7 del Manual.

En caso que exista la necesidad de elaborar algún tipo de material promocional que no figure en el Manual, se debe realizar la consulta a la OCII indicando material y diseño, para la aprobación respectiva.



	POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL			
	PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC		
	Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024	Página: 9 de 13

6.10 De los avisos de carácter administrativo

Son considerados avisos de carácter administrativo aquellos que tienen como propósito informar respecto de: convocatorias, concursos, notificaciones, adjudicaciones, comunicados, entre otros similares; y serán elaborados de acuerdo al Manual.

6.11 Del portal web institucional

La OCII, es la encargada de administrar y actualizar el portal web institucional, a fin de garantizar altos estándares de contenido y calidad que permita a todos los usuarios el acceso a la información y a los diversos servicios que brinda la institución, en forma inclusiva y democrática.

La OCII deberá de comunicar a la dependencia las adecuaciones gráficas y de texto en el portal web institucional en correspondencia con el Manual, de ser el caso.

6.12 De la firma para correo electrónico institucional y las presentaciones de Power Point u otros programas de presentación (Nivel interno y externo)

La plantilla para las presentaciones en Power Point (PPT) institucional u otros programas de presentación, así como el diseño de la firma para correo electrónico se encuentran en el ítem 4.7 del Manual.

La OCII es la encargada de coordinar el desarrollo e implementación de la firma para correo electrónico en coordinación con la Oficina de Tecnologías de la Información - OTI, de ser necesario.

La plantilla de PPT y la firma para correo electrónico son de uso obligatorio por todos los funcionarios que tengan una cuenta de correo electrónico autorizada y realicen presentaciones de PPT, ya sea a nivel interno como externo.

6.13 De las cuentas institucionales en redes sociales

Solo está permitido tener una cuenta institucional por red social, las mismas que serán administradas por la OCII. En estas cuentas se brindará información de los servicios, programas, horarios de atención, campañas y demás información de interés de la institución. Los diseños se pueden renovar según las tendencias, sin embargo, deben mantener un contenido en forma y fondo supervisado por la OCII.

Con relación a las redes sociales de las dependencias académicas – administrativas, estas deben ceñirse gráfica y audiovisualmente al Manual y el contenido vertido en las mismas, será de entera responsabilidad de sus autores.

Para tal efecto, cada dependencia académico – administrativa deberá de comunicar a la OCII su red social oficial.



	POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL		
	PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	
	DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC	
	Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024 Página: 10 de 13

6.14 De las herramientas y/o publicaciones electrónicas.

De presentarse la necesidad de elaboración de publicaciones web o herramientas electrónicas, estas deben de llevar el logotipo y los colores institucionales establecidos en el Manual, siendo la OCII la encargada de definir y/o aprobar los diseños, a nivel de imagen corporativa, de dichas herramientas y/o publicaciones electrónicas de acuerdo con el numeral 5.8 del Manual.

6.15 De los formularios

El diseño gráfico de los formularios o fichas podrá ser elaborado por la OCII a solicitud del área correspondiente, con base en la identidad corporativa establecida en el Manual, debiendo llevar, de manera obligatoria, el logotipo institucional establecido en el mencionado Manual.

6.16 De los comunicados de prensa

Los comunicados de prensa que emita la UNAC, serán difundidos a los medios de comunicación si fuera el caso, teniendo en consideración el formato que sobre el particular aparece en el Manual. Este tipo de información será publicada sin incurrir en gasto alguno a la institución, por tratarse de información de interés general.

Cualquier elemento de difusión en mención, deberá ser filtrada en corrección de texto tanto gramatical como de estilo.

La tipografía a utilizar está establecida en el ítem 5.6 del Manual.

6.17 De la señalización de los espacios de la UNAC

Los ambientes donde se realizan actividades académico – administrativas, deberán estar acordes a lo indicado en la sección “identificación visual de ambientes de la UNAC”, del Manual.

6.18 De los sellos institucionales.

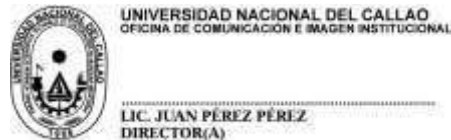
Todas las dependencias de la Universidad Nacional del Callao, de conformidad con su ROF, aprobado mediante Resolución N.º 306- 2022, publicado el 30 de diciembre de 2022 que aprueba el texto mejorado del ROF, usarán un sello oficial con el escudo de la universidad y la inscripción Universidad Nacional del Callao, de acuerdo al siguiente modelo:



	POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL		
	PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	
	DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC	
	Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024 Página: 11 de 13

6.19 Para la identificación de los cargos:

Estos se denominarán de conformidad con lo establecido en el Reglamento de Organización y Funciones o en la norma legal correspondiente, indicando nombre y apellido, cargo, área, lugar, Universidad Nacional del Callao y el escudo. Para lo cual señalamos a continuación algunos ejemplos:



6.20 Del material impreso en telas.

Toda impresión en cualquier tipo de material textil (banderolas, estandartes, gorras, polos, chalecos, etc.), debe respetar el diseño del logotipo y los colores institucionales establecidos en el Manual. La OCII será la encargada de definir o aprobar los diseños que se presenten al respecto que no estén presentes en el Manual.

VII. RESPONSABILIDADES

- 7.1 Son responsables del cumplimiento de la presente Directiva, las autoridades universitarias (rector, vicerrectores, decanos, directores y jefes), así como las unidades orgánicas de la UNAC.
- 7.2 La OCII, es la responsable de mantener actualizado la presente norma y supervisar su cumplimiento en todos los extremos.

VIII. DISPOSICIONES TRANSITORIAS

8.1 Del periodo de adecuación.

Las dependencias académico - administrativas dispondrán del presente ejercicio 2024 para implementar la señalética y todo lo indicado en el Manual, así como para agotar el stock de papelería, folletería y material promocional con la identidad gráfica corporativa anterior que se encuentre disponible en sus almacenes y oficinas.



	POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL		
	PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	
	DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC	
	Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024 Página: 12 de 13

8.2 Del periodo para la recepción y revisión del material gráfico audiovisual y de contenido textual y gramatical de las oficinas académico – administrativas

8.2.1 Del material audiovisual.- El material audiovisual será elaborado por las dependencias académico – administrativas y de entera responsabilidad de las mismas. Dicho material deberá ser entregado a la OCII para su supervisión y Vº Bº.

Por su parte, la OCII estará en condición de revisar el material en el lapso de dos (2) días calendario.

El material audiovisual deberá estar regido a lo estipulado en el Manual.

8.2.2 De los gráficos digitales.- El material gráfico digital, será elaborado por las dependencias académico – administrativas y de entera responsabilidad de las mismas. Dicho material deberá ser entregado a la OCII para su supervisión y Vº Bº.

Por su parte, la OCII estará en condición de revisar el material en el lapso de un (1) día calendario.

El material gráfico digital deberá estar regido a lo estipulado en el Manual.

8.2.3 De la folletería.- El material de folletería impresa, será elaborado por las dependencias académico – administrativas y de entera responsabilidad de las mismas. Dicho material deberá ser entregado a la OCII para su supervisión y Vº Bº. La revisión de la folletería tendrá que ser sometida a los siguientes filtros: revisión gramatical y corrección de estilo y estará regido a lo estipulado en el Manual.

Por su parte, la OCII estará en condición de revisar el material de folletería en el lapso de tres (3) días calendario.

8.2.4 Del merchandise.- El material de merchandise, será elaborado por las dependencias académico – administrativas y de entera responsabilidad de las mismas. Dicho material deberá ser entregado a la OCII para su supervisión y Vº Bº. La revisión del merchandise tendrá que regirse a los parámetros del Manual.

Por su parte, la OCII estará en condición de revisar el material de merchandise en el lapso de cuatro (4) días calendario.

La ejecución material antes estipulado estará sujeto a la fecha de recepción, por parte de la OCII, del envío de la solicitud que las dependencias académico – administrativas tengan que hacer. El pedido será a través de documento vía SGD u oficio.



	POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL			
	PROCESO NIVEL 1	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	DIRECTIVA QUE REGULA LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE LA UNAC		
	Código: E.PIN.02-DR-01	Versión: 01	Fecha: 17/06/2024	Página: 13 de 13

8.3 Del periodo para la solicitud de cobertura de actividades protocolares

La OCII solicitará, a las dependencias académico administrativas, las actividades programadas durante el año. Esta solicitud se realizará en el mes de diciembre, las que serán ejecutadas el siguiente año.

En el caso de que las dependencias académico – administrativas, presenten actividades protocolares y no hayan sido estipuladas en sus solicitudes, estas deberán de ser comunicadas a la OCII con 10 días de anticipación, con la finalidad de prever cualquier cruce de actividades y tener una pauta dentro del cuadro de comisiones.

IX. ANEXOS

Anexo N.º 01: Manual de política de imagen institucional de la UNAC.





Universidad
Nacional del
Callao

Manual de identidad institucional y corporativa

Universidad Nacional del Callao



**Universidad
Nacional del
Callao**

PROPÓSITO DEL USO DEL MANUAL

El propósito de este manual es la gestión de la marca, para obtener una imagen coherente de la misma y trasladar una imagen profesional de la universidad hacia su público objetivo.



1. VALORES / MISIÓN Y VISIÓN



**Universidad
Nacional del
Callao**

MISIÓN

“Brindar formación profesional altamente calificados a los estudiantes universitarios, para el desarrollo sostenible del país, con un enfoque científico, tecnológico, humanístico, emprendedor, competitivo y con responsabilidad social”.

VISIÓN

“Ser una universidad acreditada y con liderazgo a nivel nacional e internacional, con docentes altamente competitivos calificados y con infraestructura moderna, que se desarrolla en alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas”.

A person's hands are shown working on a tablet and a smartphone. The person is wearing a light-colored shirt. The background is a blue gradient. The text "2. USO DE LOGO INSTITUCIONAL" is overlaid in white.

2. USO DE LOGO INSTITUCIONAL

2.1 USO PRINCIPAL

Versión principal del logo la cual no se debe modificar y será usada de forma oficial. A partir de la versión principal, tendremos las variaciones y sus principales usos.



Universidad Nacional del Callao

2.2 CONSTRUCCIÓN DEL USO PRINCIPAL

La construcción de la versión principal del logo se muestra de una manera proporcional, tanto en espacios como en proporción de tamaño. Estos parámetros respetan la construcción de un logo.



2.3 COLORES PRINCIPALES DEL LOGO

Los colores principales del logo los cuales se usarán para sus variaciones y aplicaciones.



Universidad Nacional del Callao

#008dce

CMYK

C 80
M 32
Y 0
K 0

RGB

R 0
G 141
B 206

#3ac8d6

CMYK

C 65
M 0
Y 20
K 0

RGB

R 58
G 200
B 214

#ffdd14

CMYK

C 0
M 10
Y 90
K 0

RGB

R 255
G 221
B 20

2.4

COLORES ALTERNOS DEL LOGO

El logo tiene sus variaciones en cuanto a color, los cuales parten de los colores inicialmente estipulados y también de su versión en b/n.



**Universidad
Nacional del
Callao**



**Universidad
Nacional del
Callao**



**Universidad
Nacional del
Callao**



**Universidad
Nacional del
Callao**



**Universidad
Nacional del
Callao**



**Universidad
Nacional del
Callao**

2.5 ÁREA DE PROTECCIÓN DEL LOGO

El área de protección del logo es el espacio el cual debe respetarse al momento de colocarlo en una zona llena de información. Este espacio se da de forma proporcional usando uno de los elementos del logo.



2.6 TAMAÑOS PARA EL USO DE LOGO

Los tamaños del uso del logo se estipulan para su mayor legibilidad. Estos tamaños tienen un máximo de 25mm, y un mínimo de 10mm.



**Universidad
Nacional del
Callao**

25 mm



**Universidad
Nacional del
Callao**

20 mm



**Universidad
Nacional del
Callao**

15 mm



**Universidad
Nacional del
Callao**

10 mm

2.7

USO DEL LOGO EN FONDOS

Las variaciones de logos se podrán usar en diferentes fondos, siempre respetando el área de protección y usando colores propios de la línea gráfica establecida.



2.8 USO INCORRECTO DEL LOGO

El logo se debe respetar en cuanto a uso y funcionalidad, en este caso presentamos las formas en las cuales el logo NO debe ser usado en las diferentes plataformas en donde se coloque.



Cambiar los espaciados



Girar el logo



Cambiar las proporciones



Cambiar la orientación



Desproporcionar el logo



Cambiar los colores institucionales



Usar sombreado



Usar contorno sólido



Usar trazo en el logo



Encapsular el logo



No usar los elementos solos



No cambiar tamaño de fuente

2.9 USO DEL LOGO VERTICAL

Variación del logo para formatos
verticales.



**Universidad
Nacional del Callao**

2.10 LOGO VERTICAL COLORES ALTERNOS

La variación del logo para formatos verticales consta de sus variaciones de color, respetando sus colores institucionales.



**Universidad
Nacional del Callao**



**Universidad
Nacional del Callao**



**Universidad
Nacional del Callao**



**Universidad
Nacional del Callao**



**Universidad
Nacional del Callao**

2.10 USO DEL LOGO HORIZONTAL

Variación del logo para formatos
horizontales.



Universidad Nacional del Callao

2.11

LOGO HORIZONTAL COLORES ALTERNOS

El logo también tiene su variación horizontal para usos en plataformas horizontales.



Universidad Nacional del Callao



Universidad Nacional del Callao



Universidad Nacional del Callao



Universidad Nacional del Callao



Universidad Nacional del Callao

2.12 USO DEL LOGO PUBLICITARIO

El logo tiene su variación publicitaria, la cual se usará para una lectura rápido y rápida pregnancia de la marca UNAC.

Esta variación consta del escudo institucional y las siglas UNAC.



UNAC

2.12 LOGO PUBLICITARIO COLORES ALTERNOS

EL logo para usos publicitarios tiene una variación de colores, siempre respetando los colores institucionales del mismo.



2.13 LOGOS INTERNOS DE OFICINAS

Para uso interno, cada oficina constará de su logo, el cual está compuesto de las siglas de su oficina, acompañado de un recurso gráfico y el nombre completo de la misma.

OCII [•] Oficina de Comunicación
e Imagen Institucional

OAJ [•] Oficina de Asesoría
Jurídica

OGC [•] Oficina de Gestión
de la Calidad

SG [•] Secretaría
General

OCRI [•] Oficina de Cooperación
y Relaciones Internacionales

DIGA [•] Dirección General
de Administración

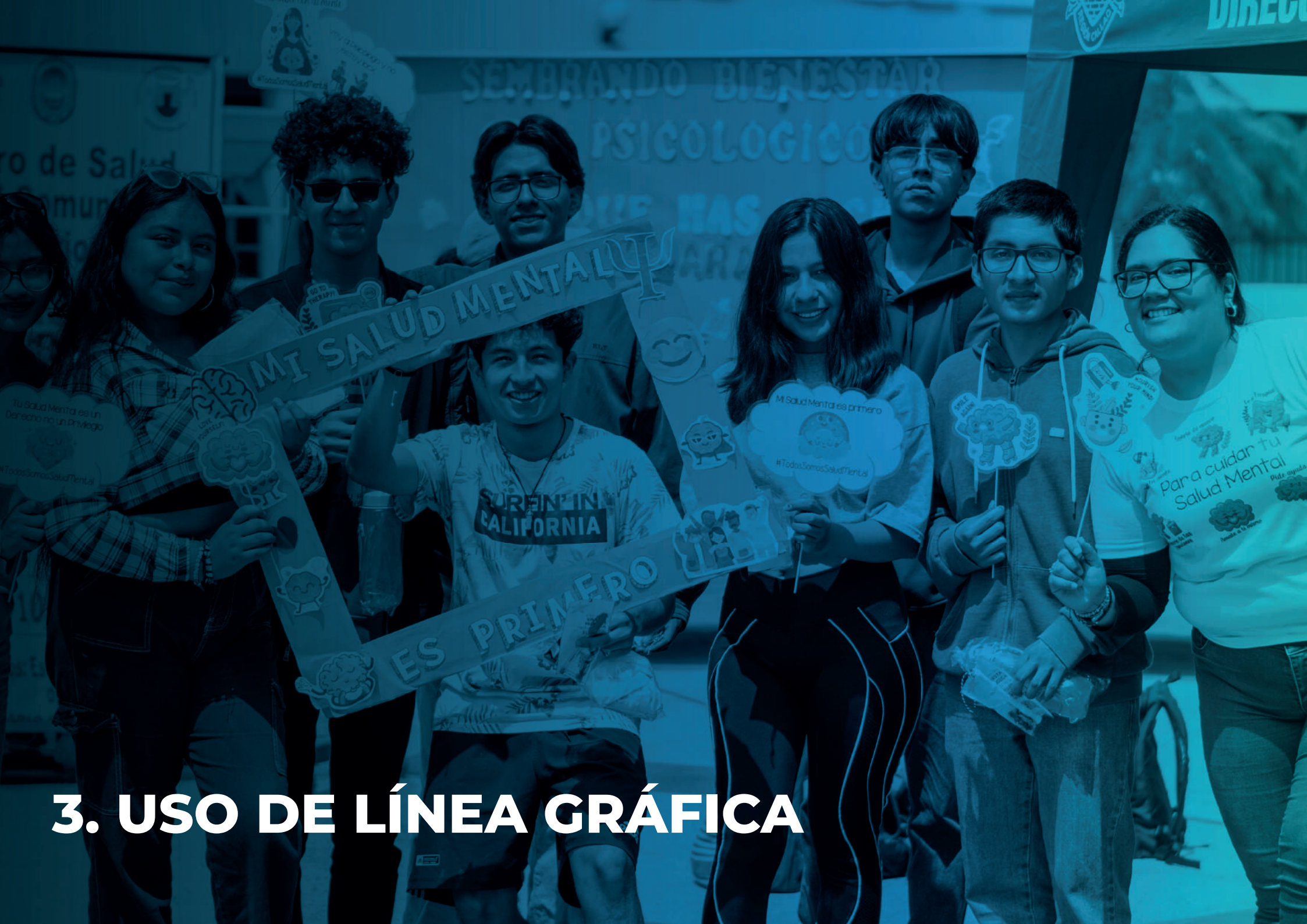
OPP [•] Oficina de Planeamiento
y Presupuesto

OTI [•] Oficina de Asesoría
Jurídica

2.14 LOGOS INTERNOS DE FACULTADES

Para uso interno, cada facultad constará de su logo, el cual está compuesto de las siglas de su facultad, acompañado de un recurso gráfico y el nombre completo de la misma.





3. USO DE LÍNEA GRÁFICA

3.1 COLORES INSTITUCIONALES PRINCIPALES

La UNAC cuenta con dos colores principales para la línea gráfica establecida, los cuales estarán presentes en la mayoría de plataformas y/o gráficas realizadas.

#008dce	CMYK		RGB	
	C	80	R	0
	M	32	G	141
	Y	0	B	206
	K	0		
#ffdd14	CMYK		RGB	
	C	0	R	255
	M	10	G	221
	Y	90	B	20
	K	0		

3.2 COLORES INSTITUCIONALES SECUNDARIOS

La UNAC cuenta con tres colores secundarios para la línea gráfica establecida, los cuales estarán presentes en las plataformas y/o piezas gráficas pertinentes.

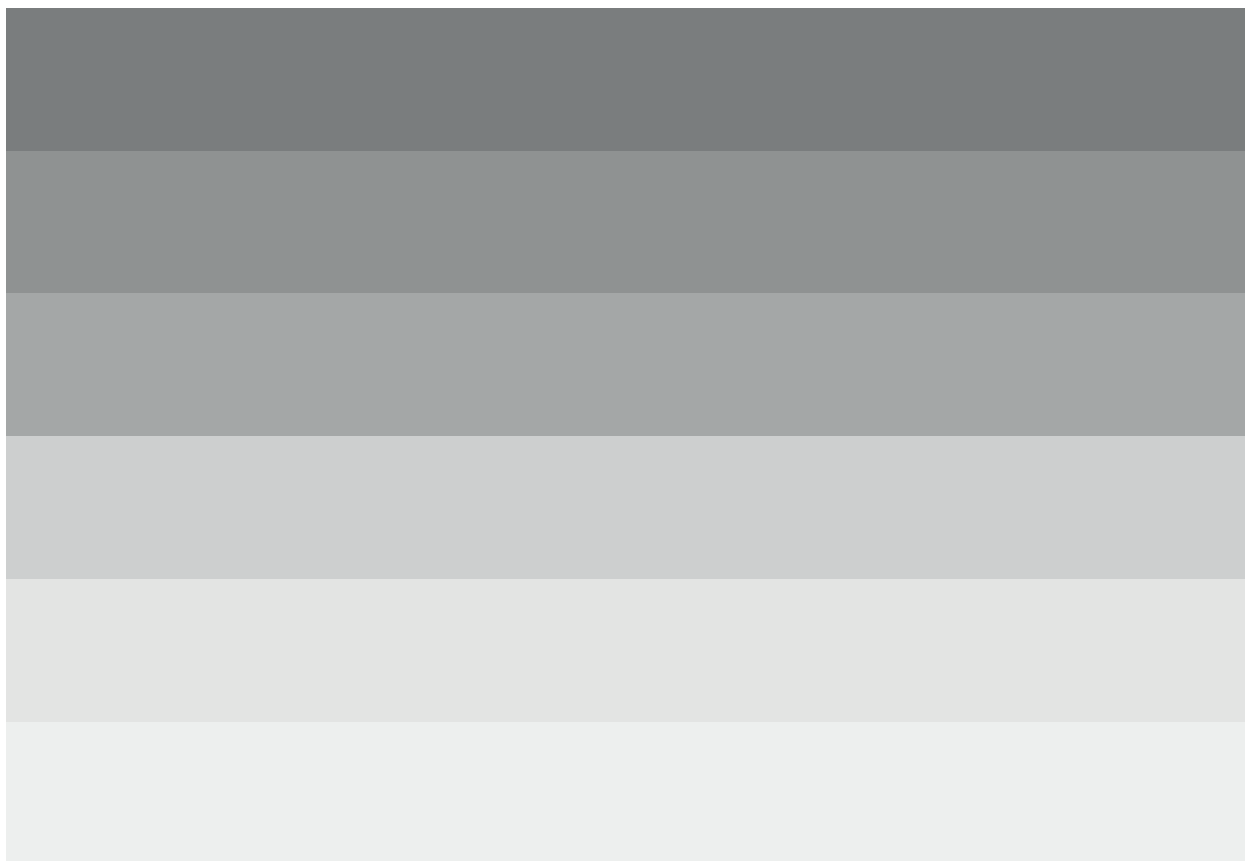
Esta gama de colores secundarios son usados para complemento, y así tener una armonía de colores en las piezas gráficas.

#008dce	CMYK C 65 M 0 Y 20 K 0	RGB R 58 G 200 B 214
#008dce	CMYK C 91 M 52 Y 34 K 21	RGB R 7 G 90 B 119
#008dce	CMYK C 97 M 62 Y 48 K 49	RGB R 3 G 58 B 73

3.3

COLORES COMPLEMENTARIOS

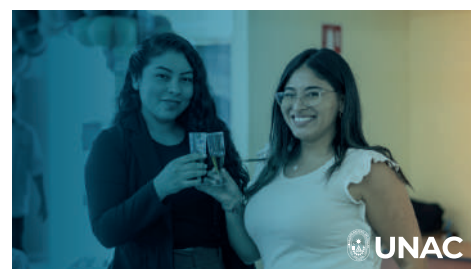
Los grises serán usados como colores complementarios para las plataformas y/o piezas gráficas establecidas.



3.4 RECURSOS GRÁFICOS

Los recursos gráficos para las piezas gráficas y/o plataformas establecidas, constan de colores sólidos usando los colores principales y secundarios, o bien usando duotonalidad entre los colores establecidos.

Esto con el fin de crear una línea gráfica limpia e identificable.



3.5 TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

La tipografía principal establecida es MONTERRAT, la cual se adapta a cualquier tipo de plataforma y tiene una amplia gama de variaciones de su misma fuente.

Esta tipografía será usada para todas las plataformas y/o piezas gráficas establecidas.

Montserrat

qwertyuiopasdfghjklñzxcvbnm
0123456789;,:_-'!¿?"#\$%&/()=

Montserrat ExtraLight

Montserrat Thin

Montserrat ExtraLight Italic

Montserrat Thin Italic

Montserrat Light

Montserrat Light Italic

Montserrat Regular

Montserrat Italic

Montserrat Medium

Montserrat Medium Italic

Montserrat SemiBold

Montserrat SemiBold Italic

Montserrat Bold

Montserrat Bold Italic

Montserrat ExtraBold

Montserrat ExtraBold Italic

Montserrat Black

Montserrat Black Italic

3.6 TIPOGRAFÍA ALTERNATIVA

En caso no se tenga acceso a la tipografía principal, se puede utilizar ARIAL como tipografía secundaria, la cual se usará para textos de refuerzo.

Arial

qwertyuiopasdfghjklñzxcvbnm
0123456789;:,. _-!¡¿? ”#\$%&/()=

Arial Narrow

Arial Narrow Italic

Arial Narrow Bold

Arial Narrow Bold Italic

Arial Regular

Arial Italic

Arial Bold

Arial Bold Italic

Arial Black

4. USO PUBLICITARIO

 Universidad
Nacional del Callao

NO AL HOSTIGAMIENTO
SEXUAL
— EN LA UNAC

"Porque reconocerlo, denunciarlo y
sancionarlo es la única forma de evitarlo".

4.1 BANNERS INSTITUCIONALES

Los banners institucionales con el uso del logo institucional serán usando el logo en su variación vertical (para una mejor lectura del banner) y tendrá para usar variantes de color sólido, duotonalidad y fondo blanco con recursos gráficos.



4.2 BANNERS ADMINISTRATIVOS

Los banners institucionales administrativos se usarán con el logo interno de las mismas en formato vertical, y tendrá para usar variantes de color sólido, duotonalidad y fondo blanco con recursos gráficos.



4.3 BANNERS FACULTADES

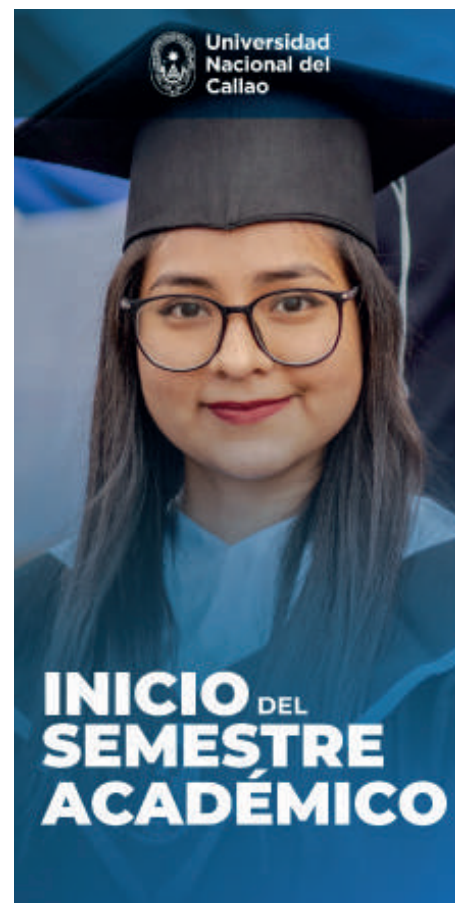
Los banners institucionales de facultades se usarán con el logo interno de las mismas en formato vertical, y tendrá para usar variantes de color sólido, duotonalidad y fondo blanco con recursos gráficos.



4.4 BANNERS PUBLICITARIOS

Los banners publicitarios para usos diversos de campañas, eventos y más, se usarán con las siguientes composiciones establecidas.

Los colores e imágenes pueden variar, siempre respetando los colores institucionales establecidos.



4.4

GIGANTOGRAFÍAS PUBLICITARIAS

Las gigantografías siempre tendrán presente los elementos gráficos establecidos en este manual, tales como colores institucionales, tipografía principal y logos.

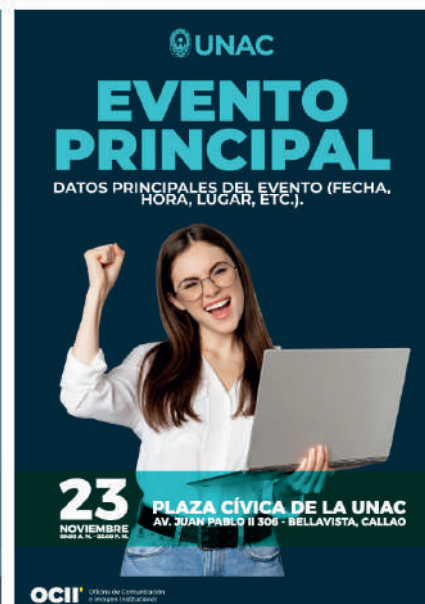
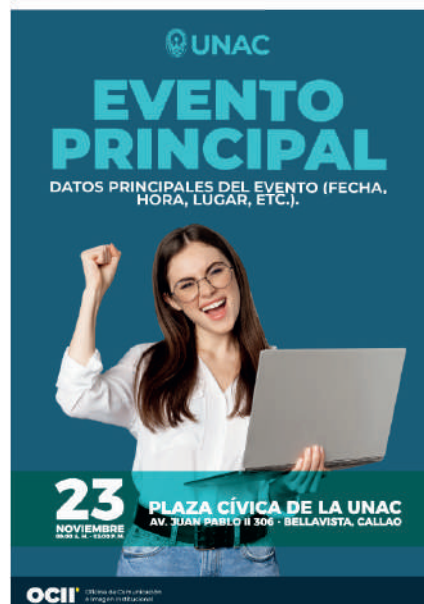
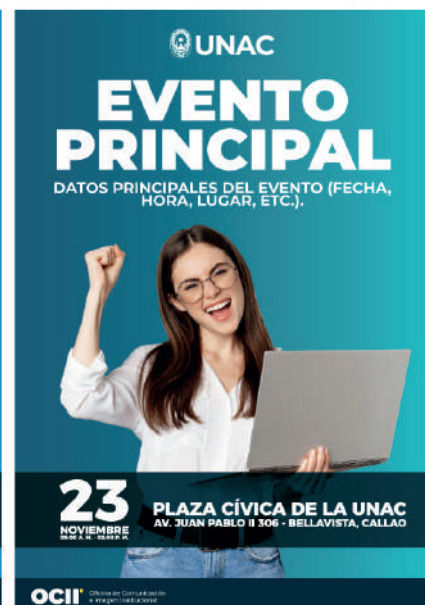
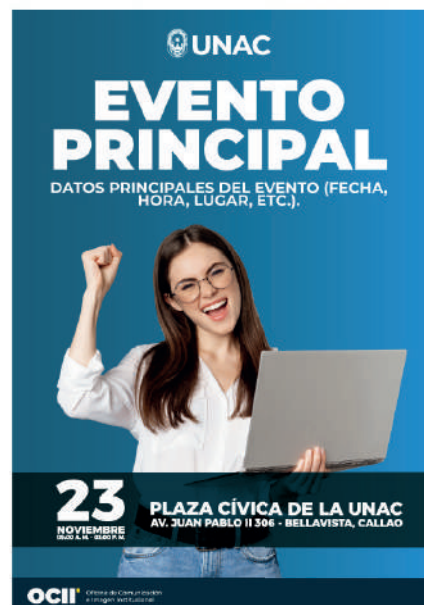
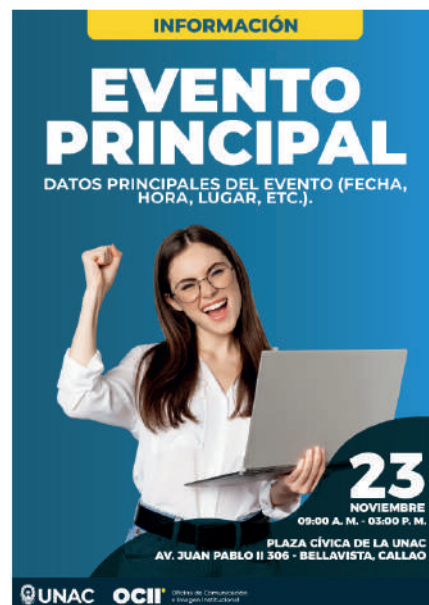
El uso correcto para un diseño limpio de los banners es usando colores solidos y/o duotonalidad para sus fondos, además de pastillas para reforzar los elementos gráficos.



4.5 AFICHES PUBLICITARIOS

Los afiches siempre tendrán presente los elementos gráficos establecidos en este manual, tales como colores institucionales, tipografía principal y logos.

El uso correcto para un diseño limpio de los afiches es usando colores solidos y/o duotonalidad para sus fondos, además de pastillas para reforzar los elementos gráficos.



4.6 VOLANTES PUBLICITARIOS

Los volantes siempre tendrán presente los elementos gráficos establecidos en este manual, tales como colores institucionales, tipografía principal y logos.

El uso correcto para un diseño limpio de los volantes es usando colores spolidos y/o duotonalidad para sus fondos, además de pastillas para reforzar los elementos gráficos.



4.7 PRESENTACIONES POWER POINT

Las presentaciones en Power Point constan de una carátula con una foto de la universidad de fondo, y el título de la exposición junto con el ponente para poder editarlo.

Los fondos de la información son dos, dependiendo del tipo de información que se va a dar.





5. USO DE IDENTIDAD DIGITAL

5.1 PIEZAS GRÁFICAS PARA REDES

Plantilla de piezas gráficas para redes
con los elementos gráficos establecidos
en el manual.



5.2 SALUDOS PARA REDES SOCIALES

Plantilla de piezas gráficas para saludos en redes con los elementos gráficos establecidos en el manual.



5.3 EFEMÉRIDES PARA REDES SOCIALES

Plantilla de piezas gráficas para efemérides en redes con los elementos gráficos establecidos en el manual.



5.4 VARIACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS

Plantilla de las variaciones de piezas gráficas para redes con los elementos gráficos establecidos en el manual.



5.5 USO CORRECTO DE PIEZAS GRÁFICAS

El uso correcto de las piezas gráficas es respetando los elementos gráficos establecidos en este manual (colores, tipografías, logos, etc.), además de usar una lectura y composición adecuadas para las piezas gráficas.



5.6 COMUNICADOS

Plantilla de comunicados que se usarán para las diferentes oficinas, facultades y divulgación de información de interés.



Universidad
Nacional del Callao

OCIR: Oficina de Comunicación e Imagen Institucional

COMUNICADO N° 012-2023-URH

Al personal docente y administrativo que ya recogieron sus uniformes y que hubiera que hacer algún entalle, se les informa que la empresa encargada estará tomando las nuevas medidas de entallado en las siguientes y únicas fechas:

Fecha	Hora	Lugar
Viernes 01 de diciembre	9:00 - 13:00 hrs 14:00 - 17:00 hrs	Unidad de Recursos Humanos (Av. Sáenz Peña 1066)
Lunes 04 y martes 05 de diciembre	9:00 - 13:00 hrs 14:00 - 17:00 hrs	Biblioteca Central

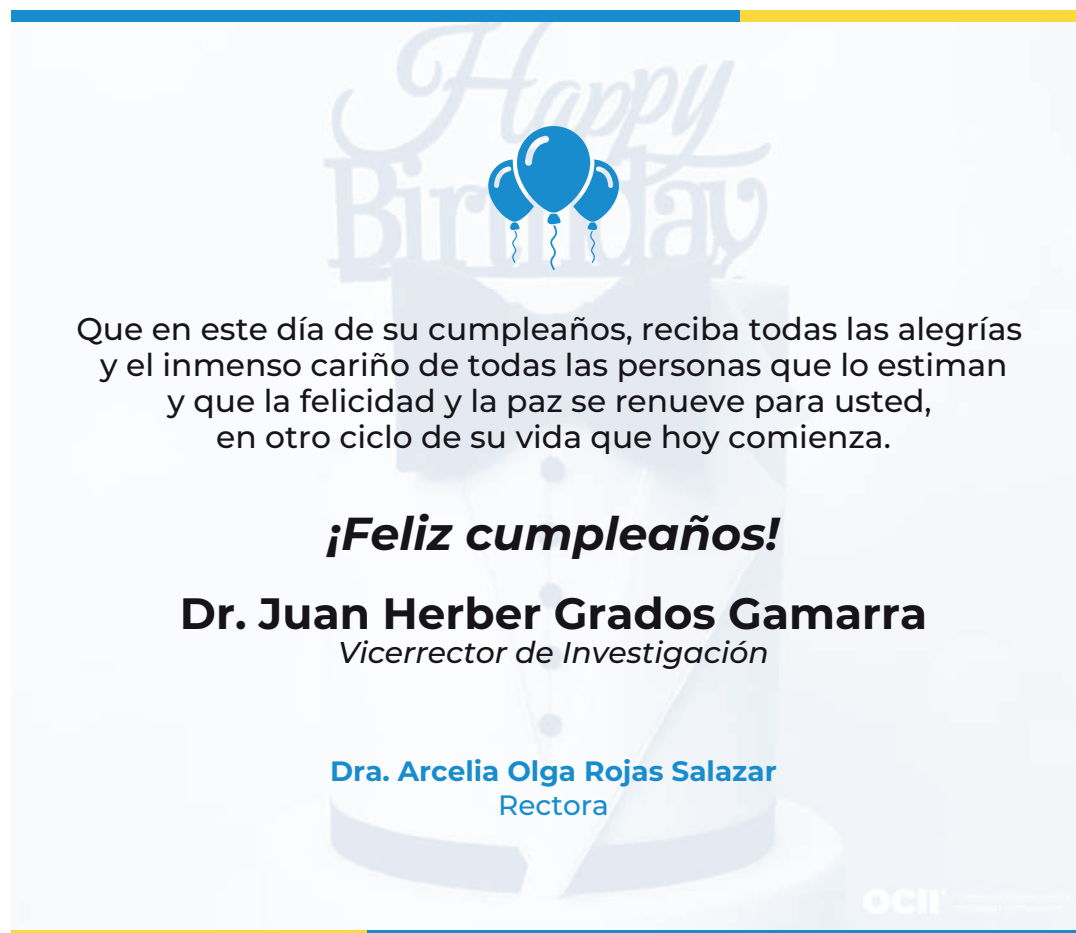
Martes, 28 de noviembre de 2023.



Unidad de
Recursos Humanos

5.6 CUMPLEAÑOS

Plantilla para saludos de cumpleaños
de autoridades, administrativos y
docentes.



5.7 PIEZAS GRÁFICAS PERSONALIZADAS

Habrán piezas gráficas las cuales se podrán personalizar según el mensaje y/o campaña que se quiera divulgar, siempre y cuando respetando colores, tipografías y gráficos.



5.8 MAILINGS

Mailings para la página web y correos en los cuales se dará información de interés.

Estos mailings respetarán los colores institucionales y tipografías.



5.9 PERFIL PARA REDES

Los perfiles para Redes Sociales constarán del uso del escudo institucional, junto con un contorno en degradado. Este contorno puede variar según lo que se quiera transmitir por fecha.





6. ESTILOS FOTOGRÁFICOS

6.1 FOTOGRAFÍAS PARA COBERTURAS

Las fotografías para coberturas deben ser lo más espontáneas posibles en cuanto a concepto que se quiere vender, siempre resaltando el concepto de la universidad: "Una universidad con rostro humano".

Las fotografías de cobertura, a más naturales, más transmiten la idea central de la universidad, por ende serán más ligadas al concepto general.



6.2 COMPOSICIÓN DE FOTOS PARA COBERTURA

Las fotografías para coberturas, si bien se busca ser naturales en cuanto a concepto, deben tener una composición acorde a los correctos usos fotográficos establecidos, además de transmitir según cada composición (plano) una idea del momento de la foto.



Fotografía de campo cerrado



Fotografía de campo abierto



Fotografía de plano americano



Fotografía de primer plano

6.3 FOTOGRAFÍAS PARA SESIONES

Las fotografías para sesiones se estandarizarán para toda la plana docente, administrativa y autoridades de la institución, esto con la finalidad de uniformizar las fotografías que se usarán para distintos materiales específicos como papelería, publicidad, identificaciones, etc.

El plano a usar será el plano americano, y se detalla la forma de uniformización de los modelos y fotografías.



Pauta para los Modelos:

Correctamente vestidos.
(Accesorios y medallas)

Caballeros:

- Cabello ordenado.
- Barba afeitada.
- Rostro libre de brillo.
-

Damas:

- Cabello ordenado.
- Maquillaje apropiado.
- Aretes y joyas apropiadas.
- Rostro libre de brillo
-

6.4 ELEMENTOS PARA LAS FOTOS

Las fotografías a usar constarán de pastillas las cuales tendrán los logos pertinentes de la universidad, oficina y autoridad en ejercicio.



Pastilla para fotografías



7. IDENTIFICACIÓN VISUAL DE AMBIENTES DE LA UNAC

7.1 SEÑALÉTICAS GENERALES

Son el uso de colorimetría para
odentificar los espacios en la
universidad, respetando los parámetros
establecidos en el manual.



7.2 SEÑALÉTICAS PARA OFICINAS

Son el uso de colorimetría y fuentes identificando los espacios de la universidad, de tal manera que sean visualmente agradables y de fácil lectura.

