



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE JAÉN

Creada por Ley N° 29304

Resolución de Consejo Directivo N° 002-2018-SUNEDU/CD

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE JAÉN

## Resolución N° 053-2022-CO-UNJ Jaén, 17 de febrero del 2022

**VISTO:** El Acuerdo de Sesión Ordinaria del 16 de febrero del 2022, Oficio N° 010-2022-OGII-UNJ/P de fecha 16 de febrero del 2022 "Manual de Identidad Corporativa de la Universidad Nacional de Jaén 2022", y;

### **CONSIDERANDO:**

Que, el artículo 18° de la Constitución Política del Perú establece "(...). 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 las Leyes";

Que, el artículo 29° de la Ley Universitaria N° 30220, señala que "aprobada la Ley de creación de una universidad pública, el Ministerio de Educación (MINEDU), constituye una Comisión Organizadora (...), que tiene a su cargo la aprobación del estatuto, reglamentos y documentos de gestión académica y administrativa de la universidad (...);

Que, el artículo 29 de la Ley Universitaria N.° 30220 Comisión Organizadora señala que "Aprobada la ley de creación de una universidad pública, el Ministerio de Educación (MINEDU), constituye una Comisión Organizadora, tiene a su cargo la aprobación del estatuto, reglamentos y documentos de gestión académica y administrativa de la universidad, formulados en los instrumentos de planeamiento, así como su conducción y dirección hasta que se constituyan los órganos de gobierno que, de acuerdo a la presente Ley, le correspondan";

Que, en el artículo 53° del Estatuto de la Universidad Nacional de Jaén, aprobado con Resolución 304-2020-CO-UNJ de fecha 29 de septiembre del 2020, precisa la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, es el órgano de asesoría dependiente del Rectorado; responsable de conducir los procesos de comunicación social para el posicionamiento de la imagen institucional y la interacción con instituciones públicas, privadas, nacionales y extranjeros. El Jefe de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional es designado por el Consejo Universitario a propuesta del Rector;

Mediante Resolución N° 574-2019-CO-UNJ de fecha 03 de diciembre del 2019, de aprobó el Manual de Identidad Visual de la Universidad Nacional de Jaén;

Que, con Oficio N° 010-2022-PGII-UNJ/P de fecha 16 de febrero del 2022, el Jefe de la Oficina de Imagen Institucional solicita al Presidente de la Comisión Organizadora, la aprobación del Manual de Identidad Corporativa de la Universidad Nacional de Jaén – 2022, en el cual se ha realizado algunas modificaciones, con el objetivo de mejorar aplicación de la marca UNJ en las diversas plataformas del medio online y off line;

Que, en sesión Ordinario de Comisión Organizadora de fecha 16 de febrero del 2022, los miembros de la Comisión Organizadora de la Universidad Nacional de Jaén, acordaron por unanimidad, aprobar el Manual de Identidad Corporativa de esta Institución.

Que, en uso de las atribuciones conferidas al Presidente de la Comisión Organizadora de la Universidad Nacional de Jaén contenidas en la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de esta Casa Superior de Estudios;

### **SE RESUELVE:**

**ARTICULO PRIMERO.- APROBAR** el Manual de Identidad Corporativa de la Universidad Nacional de Jaén 2022, el mismo que en anexo forma parte de la presente Resolución.

**ARTICULO SEGUNDO.- DEJAR SIN EFECTO** toda norma que se oponga a la presente resolución.

**ARTICULO TERCERO.- NOTIFICAR** la presente Resolución a los interesados y a las instancias corresponden para su conocimiento y fines.

**REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y PUBLIQUESE.**



  
**Dr. Oscar Andrés Gamarra Torres**  
Presidente



  
**Abg. Jean Ebere Cruz Iglesias**  
Secretario General



UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE JAÉN

MANUAL DE

# IDENTIDAD CORPORATIVA

2022

**Comisión Organizadora de la UNJ**

Dr. Oscar Andres Gamarra Torres  
Presidente

Dr. Abner Milán Barzola Cárdenas  
Vicepresidente Académico

Dr. Víctor Benjamín Carril Fernández  
Vicepresidente de Investigación

**Oficina de Comunicación e Imagen Institucional**

Mg. Yván Fernández Villalobos - Jefe  
Lic. Lina Lesli Ruiz Navarrete - Especialista en Comunicación  
Bach. Edwin Valery Zapata Carbonell - Productor Audiovisual  
Tec. Alex Hernán Castillo Sánchez - Diseñador Gráfico

**Manual de Identidad Corporativa - 2022**

Dirección: Km. 24 de la carretera Jaén - San Ignacio

[www.unj.edu.pe](http://www.unj.edu.pe)

Redes sociales oficiales: @unjperu



UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE JAÉN

MANUAL DE

# IDENTIDAD CORPORATIVA

2022

# ÍNDICE GENERAL

Presentación.....	01
Filosofía Institucional.....	02

## 1 | UNIVERSIDAD NACIONAL DE JAÉN - UNJ

1.1. Composición de la marca.....	04
1.2. Papelería institucional.....	16
1.3. Material protocolar.....	25
1.4. Merchandising.....	35
1.5. Aplicaciones publicitarias.....	47
1.6. Aplicaciones <i>on line</i> .....	55

## 2 | APLICACIONES DE LA MARCA

1.1. Simbología.....	65
----------------------	----

# PRESENTACIÓN

*La identidad visual es la expresión de la personalidad de una institución, la define visualmente y la diferencia de las demás. Con esta poderosa herramienta podemos transmitir a nuestro público el carácter, esencia y valores fundamentales, es decir, transmitir nuestra filosofía.*

El Manual de Identidad Visual Corporativa es una guía, cuyo objetivo es difundir los criterios de aplicación y buen manejo de la imagen institucional de la Universidad Nacional de Jaén a través de las diversas plataformas, medios gráficos y otros elementos en los que se muestran los usos correctos. Además, servirá de guía para otras instituciones que participan en trabajos colaborativos y deseen usar su imagen, de esta forma, se asegura la aplicación correcta de la imagen institucional.

Para crear armonía, homogeneidad y estética en el uso de los diversos elementos y colores institucionales que conforman la imagen de la UNJ es necesario el estricto cumplimiento de las especificaciones y condiciones que se exponen en este manual, siendo de aplicación obligatoria en el diseño de papelería corporativa, medios gráficos de difusión y soportes publicitarios.

En el primer punto de este manual se expone la composición del logotipo: elementos, colores, tipografía, construcción geométrica, alienación y espacio vital, tamaño máximo/mínimo, usos correctos e incorrectos del logotipo. En el segundo punto, se presenta la propuesta de diseño de papelería corporativa. En el tercer punto, se exhibe el material para actos protocolares. En el cuarto punto, se propone el merchandising, material que permitirá promocionar a la institución. En el quinto punto, se explica la aplicación de la marca en plataformas publicitarias. Finalmente, en el sexto punto, desarrollamos la propuesta del uso de la marca en las aplicaciones *on line*.

Se precisa que en este manual se presentan los lineamientos y propuestas en el manejo de la identidad visual de la UNJ, pero que de ninguna manera se pretende coartar la libertad de ideas o rechazar las oportunidades de innovación o propuestas para seguir creando nuevos productos de difusión; siempre y cuando se tenga en cuenta y adopten los criterios generales del uso del logo y colores corporativos expuestos.

# FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

*La filosofía de una institución es el conjunto de ideas concebidas y expresadas por cada uno de los integrantes de la misma. Es la expresión, la razón de ser de cada institución, son los valores, las virtudes, lo que hace que se diferencie de los demás. La filosofía se convierte en el ADN de una institución.*

## ¿Quiénes somos?

Somos una comunidad académica orientada a la investigación y a la docencia que brinda formación profesional, humanística, científica y tecnológica a los estudiantes; con responsabilidad social, innovación, competitividad, emprendimiento, para contribuir al desarrollo sostenible del país.

## ¿A dónde queremos llegar?

Formamos líderes con competencias científicas, tecnológicas y humanísticas para transformar la realidad con innovación y sostenibilidad en el contexto internacional.

## Nuestros valores

- Mejoramiento continuo de la calidad académica.
- Espíritu crítico y de investigación.
- Creatividad e investigación.
- Interés superior del estudiante.
- Pertinencia de la enseñanza e investigación con la realidad social.
- Rechazo a toda forma de violencia, intolerancia y discriminación.

**1 | UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE JAÉN - UNJ**

# 1.1 Composición de la marca

En esta primera parte del **Manual de Identidad Corporativa** se expone la fundamentación y composición del imagotipo institucional de la UNJ.

Este apartado está centrado en explicar la composición y elementos del imagotipo, construcción geométrica y alienación, espacio vital, pantone institucional, tipografía, usos correctos e incorrectos.

La información expuesta nos permitirá conocer de forma general la aplicación del imagotipo y su uso adecuado en las diversas aplicaciones que se expresarán más adelante.

## 1.1.1. Marca Institucional

La marca de la Universidad Nacional de Jaén - UNJ está compuesta por:

- Imagotipo
- Frase distintiva.

El imagotipo está conformado por:

- Las siglas distintivas de la UNJ.
- Inscripción: "Universidad Nacional de Jaén"

Es importante mencionar que el imagotipo podrá ser usado en forma vertical y horizontal, tal como se expondrá en el apartado *"Usos correctos del imagotipo"*. Para la orientación horizontal, se usará la línea separadora en casos en donde se deberá identificar alguna área, departamento, facultad, posgrado, etc.

Otro de los recursos que serán parte de la marca institucional es la frase distintiva. En esta nueva versión del **Manual de Identidad Corporativa** se ha establecido la siguiente frase institucional: **Solidaria - Saludable - Sostenible**.

En lo que respecta a la frase distintiva, deberá acompañar al imagotipo cuando sea necesario.

Todas las aplicaciones y uso de la marca institucional se expondrán a continuación.



**SOLIDARIA - SALUDABLE - SOSTENIBLE**

## 1.1.2. Construcción geométrica y alienación

El imagotipo se ha elaborado siguiendo estrictamente una estructura geométrica, de tal forma que le brinde a la marca un peso visual compositivamente equilibrado y estilizado.

La inscripción UNIVERSIDAD NACIONAL DE JAÉN deberá ser escrito con letra mayúscula, centrado y en negrita.

Las siglas están definidas en proporción, silueta y color.



### 1.1.3. Espacio vital del imagotipo

El espacio vital de una marca es fundamental, ya que con ello se evita que la marca sea invadida por aplicativos externos que puedan perjudicar su visibilidad y armonía.

Es importante establecer un margen que salvaguarde la formación del imagotipo de la UNJ; por ello, el área segura no debe ser invadida por ningún texto y otro elemento.

La medida del espacio vital del imagotipo está representado por la letra "A" la cual es equivalente a 2 c.m.



### 1.1.4. Tamaño mínimo y máximo

**Máximo:**

No existe restricción en cuanto al tamaño máximo con el que se pueda usar el imagotipo institucional.

**Mínimo:**

Debe ser escalado a proporción con un mínimo de 2 c.m.

Siempre y cuando se asegure una visualización de calidad debido a la complejidad de los elementos.



## 1.1.5. Usos correctos

El uso correcto de la marca es fundamental ya que permite la adecuada visualización del imagotipo, asegurando su correcta legibilidad.

A continuación se detalla el uso correcto del imagotipo institucional en las diferentes versiones según:

- Versiones principales.
- Versiones cromáticas.
- Silueta.

### Usos según ubicación:



### Usos cromáticos permitidos:



Usos cromáticos sobre tonalidades oscuras:



Usos cromáticos sobre tonalidades claras:



Usos únicos de las siglas:



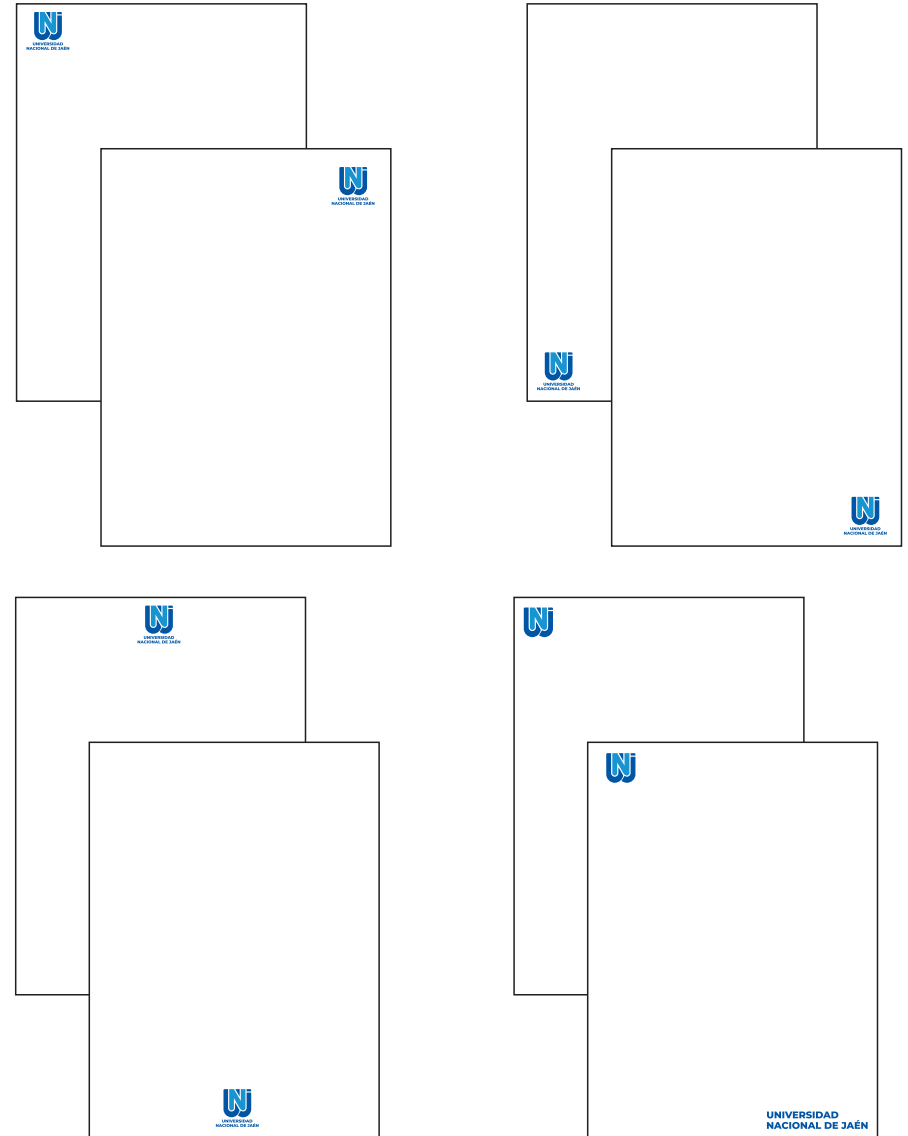
## Usos correctos en cuanto a la ubicación de la marca en documentos:

Es importante definir la ubicación de la marca de la institución en documentos ya que ello permite visibilizar el imago tipo.

La marca puede ser aplicada en las esquinas superiores e inferiores, ya sea de forma vertical u horizontal, centrado o únicamente siglas e inscripción independientemente.

Se debe tener en consideración que la ubicación de la marca deberá respetar los márgenes establecidos en el documento.

Estos lineamientos se tomarán en cuenta cuando se trabaje con el imago tipo en la orientación horizontal.



## 1.1.6. Usos Incorrectos

A continuación presentamos una lista de los usos incorrectos que afectan al imagotipo institucional, ocasionando con ello que la integridad visual, la visibilidad y la legibilidad del mismo sea afectada por deformación o distorsión y otros.

Se debe tener en consideración que cualquier disposición o fondo que no permita la correcta visualización del imagotipo, o que no lleve una correlación o contraste en el color deberá ser nuevamente conceptualizado.

### Por deformación:



### Cambio de tipografía o alienación:



### Fondos no adecuados:

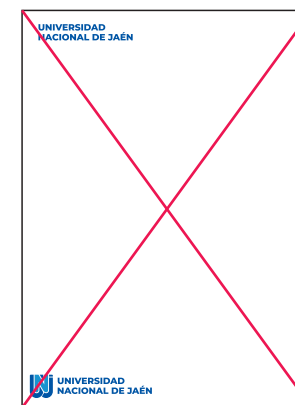
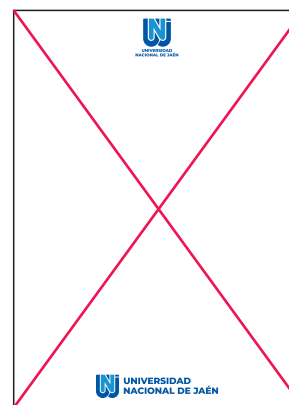
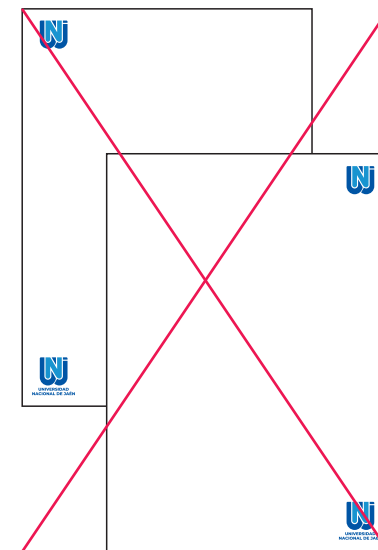
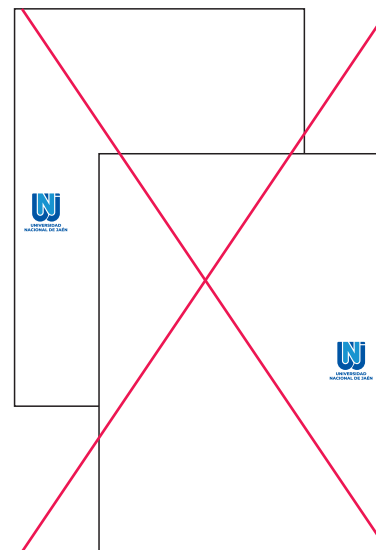


*\* Es necesario precisar que en caso el producto a desarrollar no permita el uso debido de la marca de la UNJ, recomendamos ponerse en contacto con la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional de la UNJ.*

### Usos incorrectos en cuanto a la ubicación de la marca en documentos:

Se debe tener en cuenta que la visibilidad de la marca en un documento no necesariamente tiene que ver con la aglomeración o repetición del imagotipo.

No se permite usar la marca en la distribución que se muestra a continuación.



## 1.1.7. Pantone institucional

Definir los colores institucionales es una decisión crucial para lograr que una marca pueda expresar su filosofía.

Para el caso de la Universidad Nacional de Jaén - UNJ se ha definido los siguientes colores de la paleta cromática:

### **-Azul y sus variaciones a celeste:**

Según la psicología de los colores el azul, es un color que se asocia a los pensamientos de seguridad, tranquilidad, equilibrio, protección, confianza, entre otros aspectos. Para el caso de la UNJ ha sido considerado por su innovación, tecnología y se asocia a la ciencia.

### **-Amarillo y sus derivaciones.**

Este color se asocia a la juventud, belleza, optimismo, madurez y otros aspectos psicológicos.

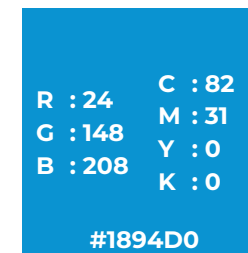
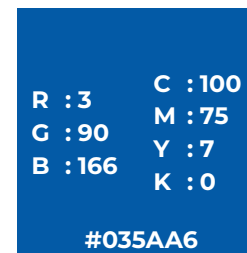
Para el caso de la UNJ este color fue elegido como secundario y en complemento al color principal (azul celeste y blanco), ya que es un color cálido y brinda equilibrio a los colores fríos.

Además, según su significado, el color amarillo está estrechamente relacionado al conocimiento e inteligencia.

### **-Blanco:**

Este color es básico y fundamental para las transiciones y manejo del espacio en los diseños, nos permite hacer degradados y brindar equilibrio.

### Colores principales:



### Colores secundarios - complementos:



## 1.1.8. Tipografía

### Familia Montserrat

El tipo de letra elegida es una propuesta de fácil legibilidad y compatible para trabajar las diversas propuestas gráficas de la UNJ.

Esta tipografía es innovadora ya que no está dentro de la cartera convencional de tipografías.

A continuación detallamos sus variaciones permitidas.

Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	Aa	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

## 1.1.9. Recursos gráficos complementarios

Consideramos que nuestra marca deberá utilizar todos los recursos visuales y comunicaciones necesarios para reforzar, complementar y posicionar a la UNJ.

Por tal motivo, es fundamental definir algunos íconos, símbolos y demás recursos gráficos que nos permitan complementar el mensaje de la institución y su filosofía.

Para elaborar esta biblioteca gráfica se ha tenido en consideración todos los medios posibles de difusión en el ámbito *on line* como *off line*.

El uso de estos recursos no deben confundirse con el imago tipo ya que se estaría desnaturalizando su aplicación. El objetivo del uso de estos recursos gráficos es reforzar y elaborar conceptos comunicativos para contribuir con la mejor comprensión de los mensajes.

Los recursos expuestos a continuación se convertirán en un recursos fundamental para la elaboración y conceptualización de materiales protocolares y publicitarios.

Esta biblioteca gráfica no limita el uso de otros símbolos o recursos, pero si establecen una línea gráfica.

### Iconos que refuerzan el slogan:



## 1.2 Papelería institucional

En este punto se desarrollarán las propuestas de papelería corporativa y la aplicación de la marca en la misma, respetando los lineamientos en cuanto a paleta de colores, tipografía y usos correctos del imagotipo. Además, se expone en cada material el uso y aplicación que tendrán.

Es fundamental que se cuente con un diseño estandarizado sobre la papelería ya que ello permite fortalecer la imagen institucional.

A continuación, se expone las propuestas de hoja membretada interna y externa, sobres, carpetas, tarjetas de presentación, fotochek y sellos.





## 1.2.3. SOBRES INSTITUCIONALES

### Modelo Americano

El sobre membretado es un material de uso exclusivo de la UNJ. Responde a la necesidad de emitir documentos oficiales fuera de la institución.

El sobre membretado se caracteriza por el uso del imagotipo e información de contacto; además, de poseer un diseño exclusivo.

### Especificaciones técnicas:

- **Formato:** sobre americano
- **Tamaño:** 11 cm. x 22 cm.
- **Color base:** blanco
- **Material:** estándar
- **Gramaje:** 90 - 110 gr.
- **Impresión:** tira
- **Color:** full color (cuatricromía - CMYK)

### Importante:

- El sobre deberá poseer el espacio correspondiente para los datos del destinatario.



## Sobre C4 - documento A4

El sobre membretado es un material de uso exclusivo de la UNJ. Responde a la necesidad de emitir documentos oficiales fuera de la institución.

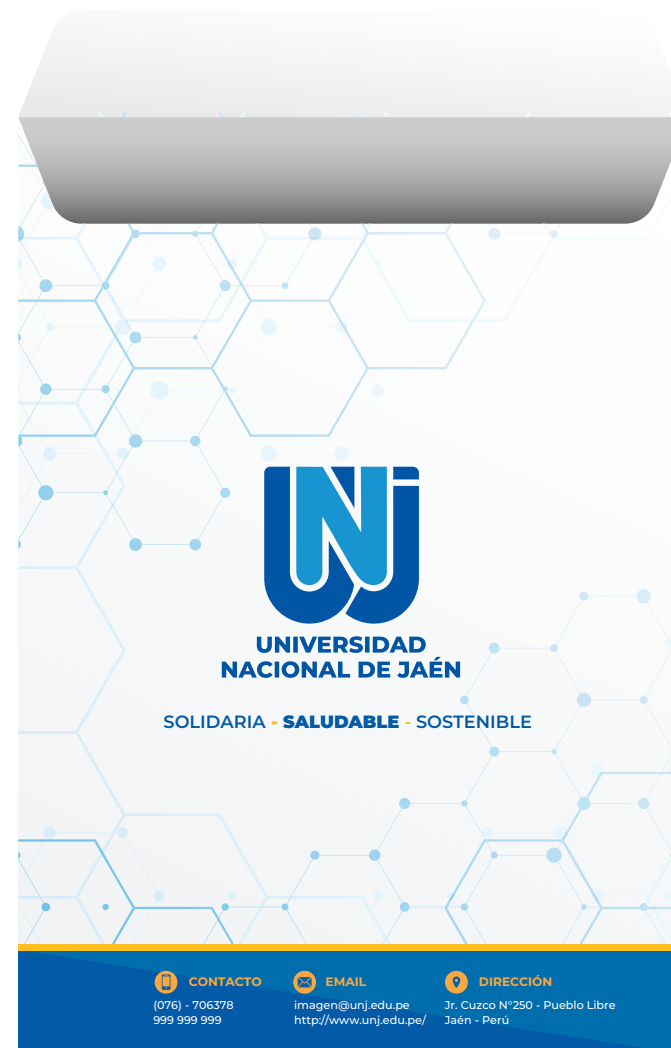
El sobre membretado se caracteriza por el uso del imago tipo e información de contacto; además, de poseer un diseño exclusivo.

### **Especificaciones técnicas:**

- **Formato:** sobre manila A4
- **Tamaño:** A4
- **Color base:** blanco
- **Material:** estándar
- **Gramaje:** 90 - 110 gr.
- **Impresión:** tira
- **Color:** full color (cuatricromía - CMYK)

### **Importante:**

- Este diseño será aplicado en las demás réplicas de sobres en los diversos tamaños que se necesiten como A5, oficio, etc.



## 1.2.4. TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Las tarjetas personales de presentación serán otorgados a las autoridades universitarias, funcionarios, servidores público y docentes.

### **Especificaciones técnicas:**

- **Formato:** tarjeta
- **Tamaño:** 5.5cm.x9 cm.
- **Color base:** blanco
- **Material:** estándar
- **Acabado:** mate
- **Gramaje:** 130 -150 gr.
- **Impresión:** tira
- **Color:** full color (cuatricromía - CMYK)



## 1.2.5. Carpetas institucionales

Las carpetas oficiales son aquellos fólderes con diseño distintivo de la institución, cuyo uso y función responde a la necesidad de uniformizar la imagen corporativa, facilitar el traslado de documentos y lograr representatividad en eventos protocolares y académicos.

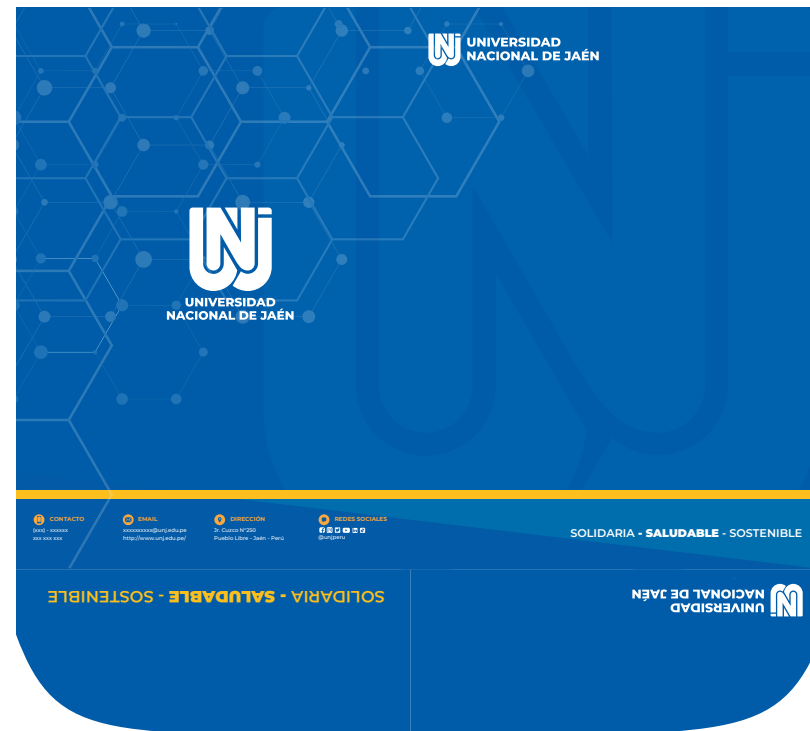
Este documento contiene elementos que ayudan a diferenciar la papelería institucional y un diseño especial que se detalla a continuación.

### **Especificaciones técnicas:**

- **Formato:** carpeta
- **Tamaño:**
  - Abierto: 47.5 cm. x 32 cm.
  - Cerrado: 23 cm. x 32 cm.
  - Fuelle: 1.5 cm.
- **Color base:** azul
- **Material:** estándar
- **Gramaje:** 298 - 350 gr.
- **Impresión:** tira - retira
- **Color:** full color (cuatricromía - CMYK)
- **Boisillo:** 02 interno

### **Importante:**

Este diseño se podrá adaptar a los requerimientos de material personalizado para eventos institucionales y otros. Para asesoría comunicarse con la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional.



## 1.2.6. IDENTIFICADORES INSTITUCIONALES

El *fotocheck* será utilizado únicamente por el personal administrativo y docente de la UNJ. Deberán portarlo en un lugar visible de la vestimenta. Servirá como registro y/o control de asistencia.

Este documento deberá estar firmado por la autoridad universitaria principal.

### **Especificaciones técnicas:**

- **Tamaño:** 8.5 cm.x5.5 cm.
- **Material:** PVC
- **Acabado:** mate
- **Impresión:** frontal full color
- **Color:** full color (cuatricromía - CMYK)
- **Firma:** digital
- **Adicional:** QR

### **Porta documento:**

- **Material:** acrílico transparente
- **Adicional:** correa tipo yoyo



## 1.2.7. SELLOS INSTITUCIONALES

### Sello circular de dependencias:

-Tamaño: 2.5cm.x2.5cm.



### Sello rectangular posfirma:

-Tamaño: 2 cm. alto x 3.8 cm. ancho



Dr. Mg. Lic./Nombre y apellidos  
Presidente de Comisión Organizadora



Dr. Mg. Lic./Nombre y apellidos  
Vicepresidente Académico



Dr. Mg. Lic./Nombre y apellidos  
Vicepresidente de Investigación

### Sello rectangular posfirma:

-Tamaño: 2 cm. alto x 3.8 cm. ancho



## 1.3 MATERIAL PROTOCOLAR

En este espacio se expondrán las propuestas de los recursos materiales que se deberán tener en cuenta para la puesta en escena de conferencias, eventos institucionales, conferencias de prensas, etc.

Este material con *branding* nos permitirá difundir y posicionar la marca de la UNJ, permitirá su identificación en los diversos eventos y se proyecta que la marca siempre esté ubicada en espacios que sean de fácil visualización en los productos comunicativos como fotografías y videos.

## 1.3.1. CARPETA PROTOCOLAR

Este material es de uso exclusivo para la entrega de aquellos reconocimientos que son de suma importancia; además, deberá ser usado para la firma de convenios con otras instituciones, condecoraciones, entrega de diplomas, entre otros afines.

### **Especificaciones técnicas:**

- **Formato:** carpeta
- **Tamaño:** 22.5 cm. x 32.5 cm.
- **Color:** azul oscuro
- **Material:** cuero o cuerina

### **Observaciones:**

Todos los elementos distintivos de la institución deberán estar en relieve.



## 1.3.2. PIN INSTITUCIONAL

Este material protocolar será entregado en ceremonias institucionales importantes.

Deberán portarlo las autoridades, coordinadores de carrera, directores, funcionarios y servidores públicos.

Este pin distintivo también podrá ser otorgado a aquellos personajes que sean reconocidos por la institución.

Las medidas del pin son referentes a: 3.5 cm. x 2 cm.  
Son bañados en oro y de alta calidad.

El diseño a alto relieve de las siglas e inscripción deberán ser tallados en alta calidad para evitar su deterioro.



### 1.3.3. TARECOS

Este material deberá ser usado en ceremonia y eventos oficiales de la institución. Sirve como identificador de ubicaciones en la mesa central, estableciendo un orden jerárquico entre las autoridades.

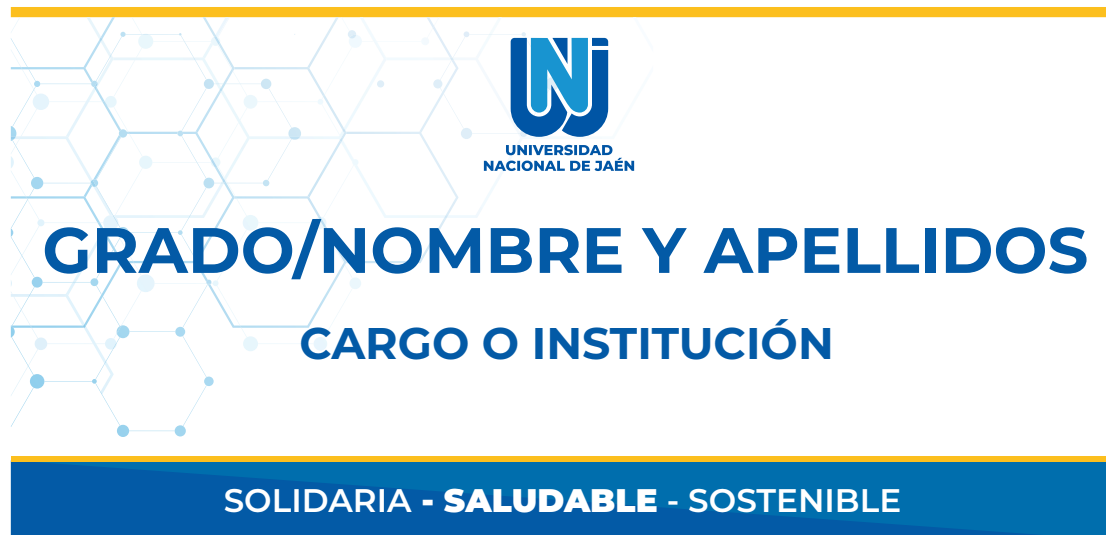
**Especificaciones técnicas:**

**Acrílico:**

- **Material:** fibra de vidrio comprimido de calidad.
- **Tamaño:** 30cm. x 15.5 cm.

**Hoja interior:**

- **Tamaño:** 30 cm. x 15.5 cm.
- **Color base:** blanco
- **Material:** cuoché
- **Gramaje:** 130 - 150 gr.
- **Impresión:** full color (CMYK)



### 1.3.3. ESTANDARTE

Bandera utilizada para resaltar la presencia de la institución en eventos y ceremonias protocolares.

El diseño del estandarte responde a la línea gráfica de la imagen visual de la marca.

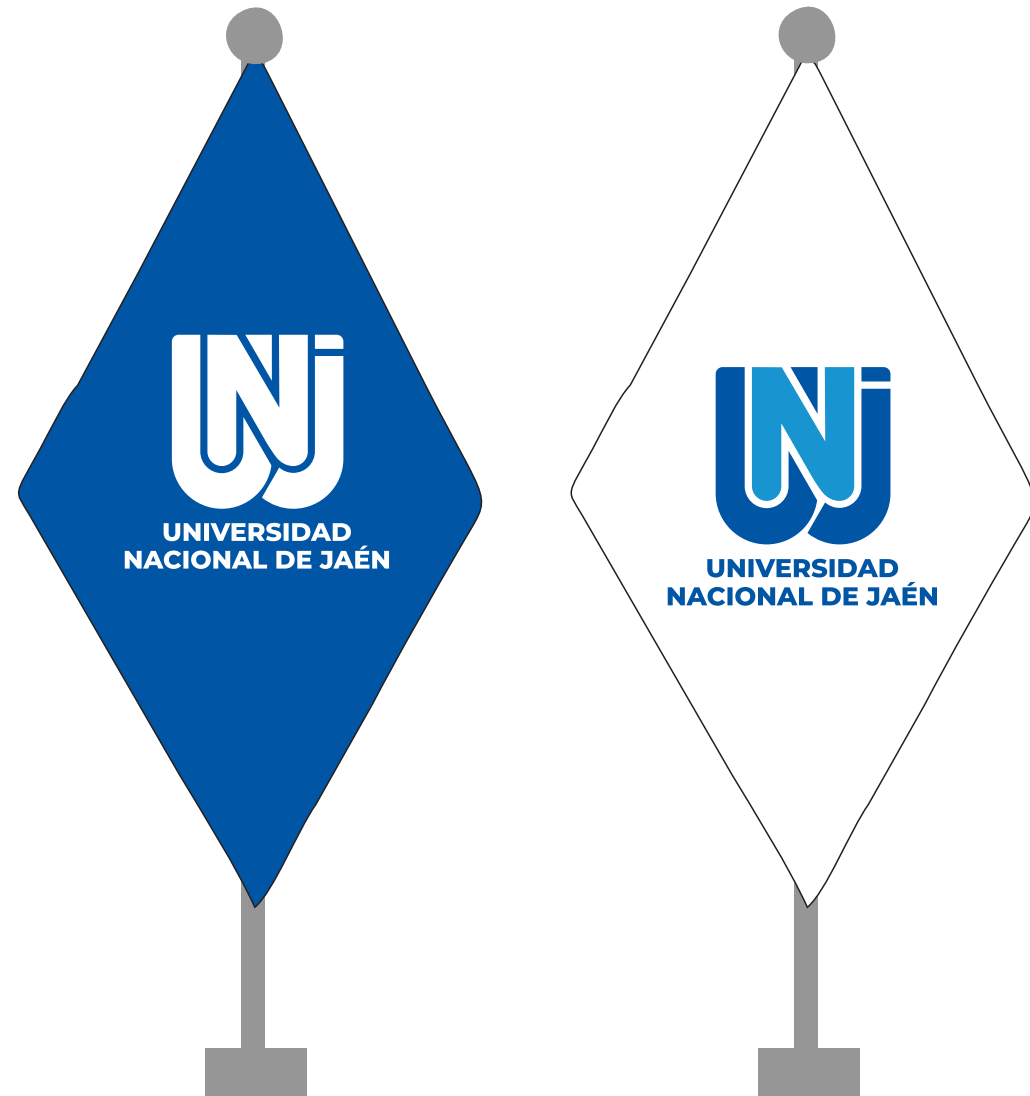
El estandarte, así como la bandera nacional, deberán estar presentes en todas las ceremonia que organice la institución, considerando siempre la siguiente ubicación:

Estandarte (lado izquierdo)

Bandera Nacional (lado derecho)

#### **Especificaciones técnicas:**

- **Tamaño:** 1.40 m. x 0.90 cm.
- **Material:** tela de raso grueso de buen acabado.
- **Color base:** blanco y azul
- El imago tipo deberá ser bordado, de fino acabado y respetando las medidas reglamentarias expuestas en el manual.
- En los bodes del estandarte se aceptará el uso de filamentos dorados.
- El asta del estandarte deberá ser de madera con una altura de 2 m.



## 1.3.4. MESA PROTOCOLAR

Es importante que la institución cuente con una mesa central para la realización de eventos oficiales, conferencias y otros. A continuación se estipula las características que deberá tener.

### **Especificaciones técnicas:**

**- Tamaño:**

Largo: 4 m.  
Ancho: 0.60 m.  
Alto: 0.80 m.

**- Color base:** blanco

**- Material:** milamine o madera



## 1.3.5. ATRIL

Este material es netamente protocolar, posición que ocupa el maestro de ceremonia, autoridades y ponentes en el momento de referirse al público.

Este material es fundamental para poder posicionar la marca en las fotografías y videos institucionales.

### **Especificaciones técnicas:**

**- Tamaño:**

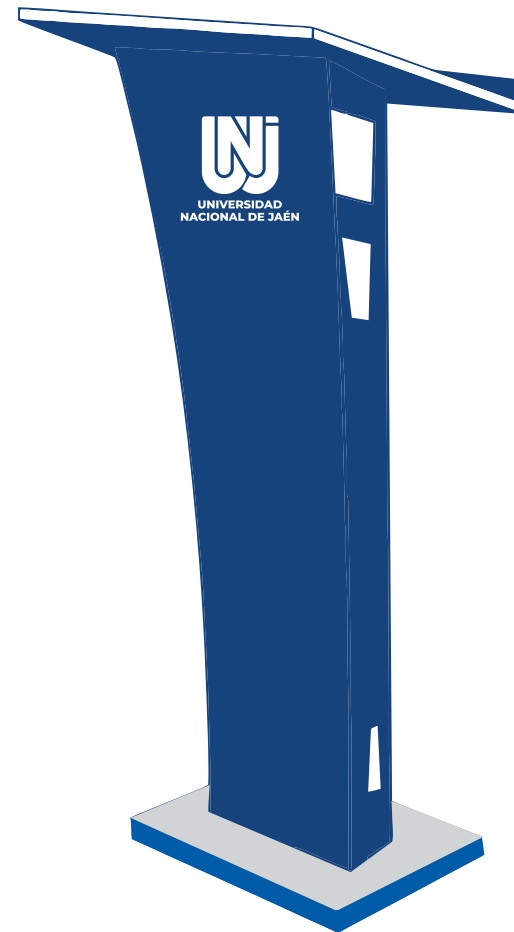
Alto: 1.20 m.

Ancho: 0.30 cm.

**- Material:** milamine, madera o acrílico.

**- Color base:** blanco y azul

- El imago tipo deberá ser estampado full color (CMYK), o trabajado en alto relieve en el material usado para la base.



## 1.3.6. ROLL SCREAM

Estructura que se usa para resaltar la presencia de la UNJ en los diversos eventos y actividades en las cuales la institución organiza o participa.

Es importante que su ubicación sea a lado derecho entre los 3 primeros lugares , ello en consideración al tipo de involucramiento en las actividades.

### **Especificaciones técnicas:**

**- Tamaño:**

Largo: 2 m.

Ancho: 1 m.

**- Color base:** blanco

**- Material:** lona banner de PVC

**- Acabado:** mate con recorte a ras en los bordes

**- Impresión:** full color (CMYK)

**- Resolución:** 1440dpi



## 1.3.7. TRAMAS DE MULTIPLICIDAD Y FONDO SIMPLE

Esta estructura cumple diversas funciones en los eventos protocolares como también en la categoría de medios de publicidad (vallas), usar fondo de conferencias de prensas, grabaciones de anuncios y comunicados, fotografías, etc.

### **Especificaciones técnicas:**

- **Tamaño:** Alto: 4 m.  
Ancho: 1.50 m.
- **Material:** acrílico o milamine o lonna
- **Color base:** blanco y azul
- **Acabado:** mate con corte a ras en los bordes.
- **Impresión:** full color (CMYK)
- **Resolución:** 1440 dpi



## 1.3.8. BACK PARA EVENTOS



# 1.4 MERCHANDISING

Los artículos promocionales permiten posicionar la marca de la UNJ, este material será distribuido al público en los diversos eventos en los que participe la institución. La elaboración de cada uno de los artículos deberá de realizarse previa coordinación con la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, con el objetivo de evitar problemas en el resultado final de cada uno de los productos y sobre todo salvaguardar el correcto uso de la marca y aprovechar cada uno de los recursos para posicionar a la institución.

Las propuestas contempladas en este manual no cierra la posibilidad de realizar otro tipo de material promocional; así como tampoco, es la elaboración de material que requieran las autoridades.

Es importante mencionar que este manual es una guía para el uso de la marca.

## 1.4.1. POLOS PROMOCIONALES

### Modelo con cuello

#### ***Especificaciones técnicas:***

- **Modelo:** camisero
- **Color:** blanco - azul/azul
- **Material:** algodón piqué
- **Bordado:** imago tipo bordado en alta calidad
- **Detalles:** fino acabado, botones, bolsillo.
- **Variaciones:**

Si el polo es usado para promocionar algún programa o evento de la institución, este deberá ser colocado a lado derecho con las mismas características de bordado que la del logo.



## Modelo sin cuello

### ***Especificaciones técnicas:***

- **Modelo:** polo sin cuello
- **Color:** blanco
- **Material:** algodón alta calidad
- **Imagotipo:** sublimado
- **Detalles:** fino acabado, full color
- **Variaciones:**

Este modelo de polo puede variar el color base de blanco a azul. También se le puede agregar la denominación de algún evento, teniendo en cuenta que la ubicación deberá estar en asimetría y estética adecuada al imagotipo institucional.



## 1.4.2. CHALECOS

### Modelo con cuello

#### ***Especificaciones técnicas:***

- **Modelo:** chaleco tipo reportero
- **Color:** blanco - azul/azul
- **Material:** tela drill
- **Forro:** popelina
- **Bordado:** imagotipo y frase en la parte posterior
- **Detalles:**

Cuatro bolsillos.  
Cierre grueso.  
Todos los refuerzos uniones (doble costura)

#### **- Variaciones:**

Si el chaleco es usado para promocionar algún programa o evento de la institución, este deberá ser colocado a lado derecho con las mismas características de bordado que la del logo.



### 1.4.3. GORROS



### 1.4.4. TAZAS



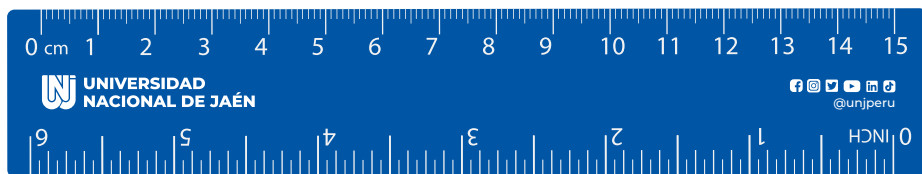
### 1.4.5. TOMA TODO



## 1.4.6. LAPICEROS Y LÁPIZ



## 1.4.7. REGLA DE 15 Y 30 CM.



## 1.4.6. CUADERNO DE APUNTES

Libreta oficial de la institución la cual será distribuida para: autoridades, colaboradores, docentes, estudiantes, egresados y público en general.

Este cuaderno será usado como material de escritorio; así como también, como material publicitario para activaciones y otros.

### ***Especificaciones técnicas:***

#### ***Portada y contraportada:***

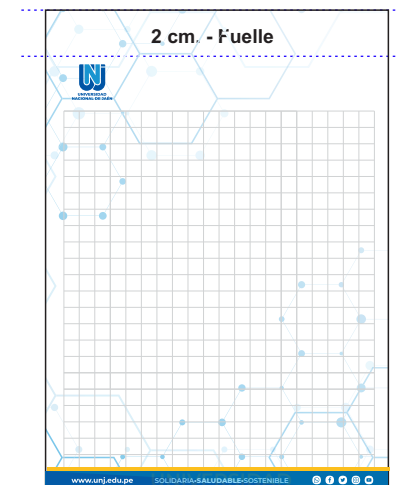
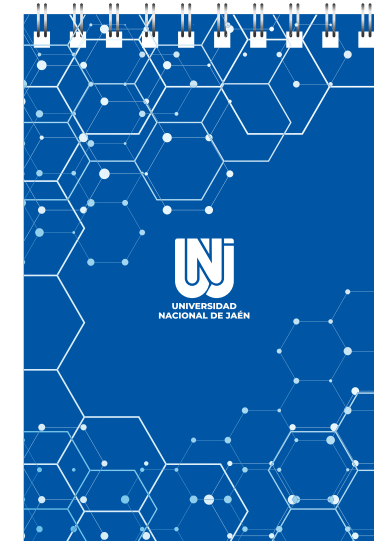
- **Tamaño:** 15 cm. x 21 cm.
- **Color base:** blanco y azul
- **Material:** tapa cartón
- **Impresión:** tira
- **Gramaje:** 3 mm.
- **Color:** full color (CMYK)

#### ***Páginas interiores:***

- **Tamaño:** 14.5 cm. x 20.5 cm.
- **Color base:** blanco
- **Material:** estándar
- **Cantidad:** 100 hojas
- **Impresión:** tira - retira
- **Gramaje:** 90 - 110 gr.
- **Color:** full color (CMYK)

#### ***Anillado:***

- **Fuelle:** 2 cm.
- **Ubicación:** superior o costado
- **Color:** dorado



## 1.4.7. SEPARADORES



## 1.4.8. MOUSE PAD



## 1.4.9. BRAZALETE PROMOCIONAL DE GOMA



## 1.4.10. LLAVEROS PROMOCIONALES



## 1.4.11. BOLSAS INSTITUCIONALES



## 1.4.12. USB PROMOCIONAL - CAPACIDAD DE 16 Y 32



## 1.4.13. BANCO DE ENERGÍA



## 1.4.14. MOCHILAS - MALETINES - OTROS



# 1.4.11. CALENDARIOS: PARED - ESCRITORIO




2020

ENERO	FEBRERO	MARZO
dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.	dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.	dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.
1 2 3 4	1	1 2 3 4 5 6 7
5 6 7 8 9 10 11	2 3 4 5 6 7 8	8 9 10 11 12 13 14
12 13 14 15 16 17 18	9 10 11 12 13 14 15	15 16 17 18 19 20 21
19 20 21 22 23 24 25	16 17 18 19 20 21 22	22 23 24 25 26 27 28
26 27 28 29 30 31	23 24 25 26 27 28 29	29 30 31
ABRIL	MAYO	JUNIO
dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.	dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.	dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.
1 2 3 4	1 2	1 2 3 4 5 6
5 6 7 8 9 10 11	3 4 5 6 7 8 9	7 8 9 10 11 12 13
12 13 14 15 16 17 18	10 11 12 13 14 15 16	14 15 16 17 18 19 20
19 20 21 22 23 24 25	17 18 19 20 21 22 23	21 22 23 24 25 26 27
26 27 28 29 30	24 25 26 27 28 29 30	28 29 30
	31	
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.	dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.	dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.
1 2 3 4	1	1 2 3 4 5
5 6 7 8 9 10 11	2 3 4 5 6 7 8	6 7 8 9 10 11 12
12 13 14 15 16 17 18	9 10 11 12 13 14 15	13 14 15 16 17 18 19
19 20 21 22 23 24 25	16 17 18 19 20 21 22	20 21 22 23 24 25 26
26 27 28 29 30 31	23 24 25 26 27 28 29	27 28 29 30
	30 31	
OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.	dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.	dom. lun. mar. mié. jue. vie. sáb.
1 2 3	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5
4 5 6 7 8 9 10	8 9 10 11 12 13 14	6 7 8 9 10 11 12
11 12 13 14 15 16 17	15 16 17 18 19 20 21	13 14 15 16 17 18 19
18 19 20 21 22 23 24	22 23 24 25 26 27 28	20 21 22 23 24 25 26
25 26 27 28 29 30 31	29 30	27 28 29 30 31


www.unj.edu.pe

01 ENE 22



UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE JAÉN

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
30	31					1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

[www.unj.edu.pe](http://www.unj.edu.pe)



# 1.5 APLICACIONES PUBLICITARIAS

Recurrir a soportes publicitarios convencionales es uno de los recursos comunicacionales que continúan siendo un éxito en el momento de montar una escenografía y brandear un determinado ambiente.

En este apartado conoceremos la correcta aplicación de la marca de la UNJ en todos los soportes publicitarios como: señalética, módulos informativos, tótem, vallas publicitarias estáticas y móviles, carteles, movilidad institucional, fondo de pantalla, etc.

Es importante mencionar que se puede incorporar y usar otros recursos que se consideren necesarios para promocionar la marca UNJ.

## 1.5.1. SEÑALÉTICA

### SEÑALÉTICA INTERNA

#### Oficinas administrativas y de Centros de Producción:



#### AULAS Y LABORATORIOS

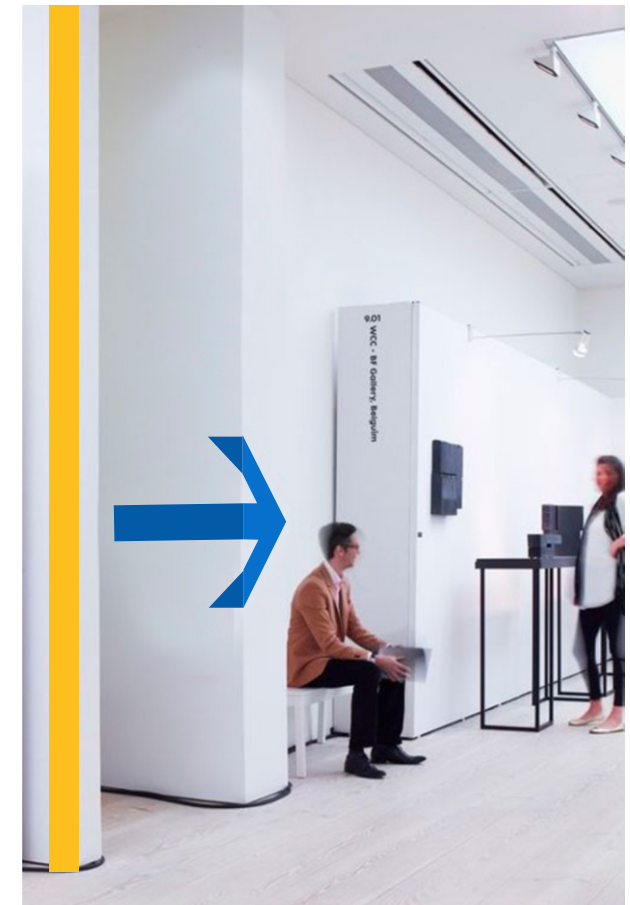


#### ESPACIOS COMUNES CERRADOS



## SEÑALÉTICA INTERNA

### Señalética de servicios básicos - iconos - identificadores



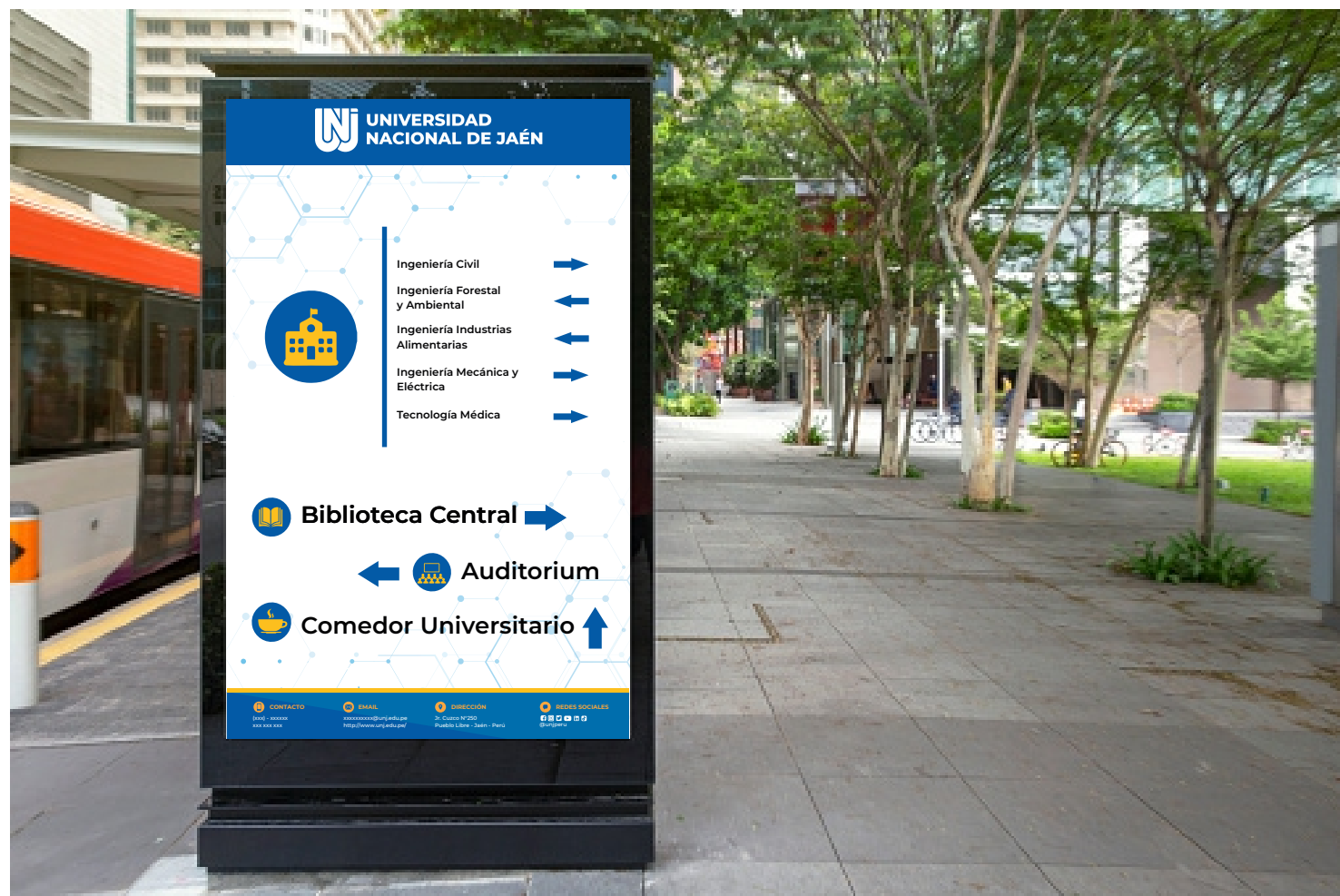
## SEÑALÉTICA EXTERNA

### Valla de ubicación:



## SEÑALÉTICA EXTERNA

### Muppis de ubicación:



## 1.5.2. PLATAFORMAS PUBLICITARIAS

### MÓDULOS



### VALLAS PUBLICITARIAS:



MOVILIDAD

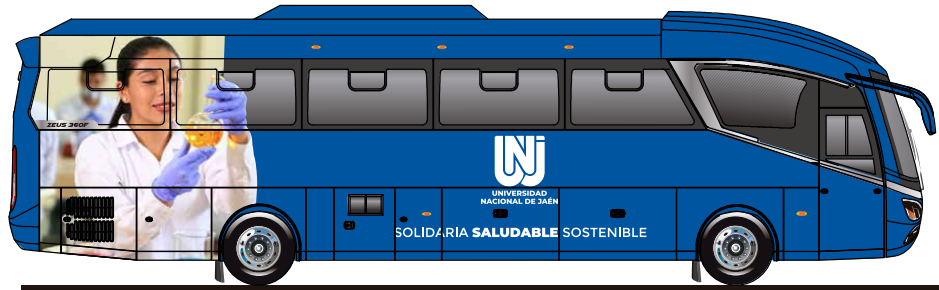


## BUSES UNIVERSITARIOS



POSTERIOR

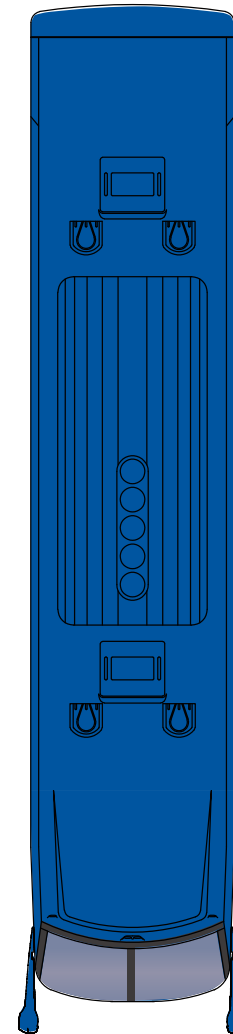
FRONTAL



VISTA LATERAL DERECHA (COPILOTO)



VISTA LATERAL IZQUIERDA (COPILOTO)



VISTA TECHO

# 1.6 Aplicaciones online

Una de las tendencias - de estos últimos años - es el desarrollo de la imagen institucional dentro del entorno *on line*.

Migrar del entorno físico a un espacio virtual supone el cuidado y tino para manejar y desarrollar la marca de una institución o empresa, ello con el objetivo de posicionarla.

Es importante desarrollar una línea gráfica clara y sencilla para lograr transmitir la filosofía institucional y cultura organizacional.

En este apartado conoceremos los lineamientos para el correcto uso de la marca de la UNJ en un entorno netamente virtual, sabiendo que se deberá adaptar el contenido a las diversas plataformas que usaremos.

## 1.6.1. EMAIL

### FIRMAS DE EMAIL DE AUTORIDADES - FUNCIONARIOS Y SERVIDORES PÚBLICOS

Implementar un esquema de firma para email institucional es fundamental para expresar una buena imagen corporativa.

A través de este manual presentamos la propuesta de firma para los correos institucionales.



**Nombre y apellidos completos**

**Cargo que ocupa**

**N° de celular institucional**

**Email: [imagen@unj.edu.pe](mailto:imagen@unj.edu.pe)**

**Web: [www.unj.edu.pe](http://www.unj.edu.pe)**

**Síguenos en:**



## REDES SOCIALES - PROPUESTA GENERAL

### FACEBOOK:

Actualmente la UNJ ha desarrollado su presencia en redes sociales como: *Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Linkedn, etc.* En este manual desarrollaremos las especificaciones de las redes principales de la UNJ.

Estas redes sociales nos permiten segmentar al público y por ende hacer el tratamiento respectivo del contenido de mensaje, según la malla de contenidos estructurado por la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional.

A continuación presentamos la propuesta general del uso de la marca en Facebook.

#### **Tamaños de imágenes:**

##### **Perfil: (formato PNG)**

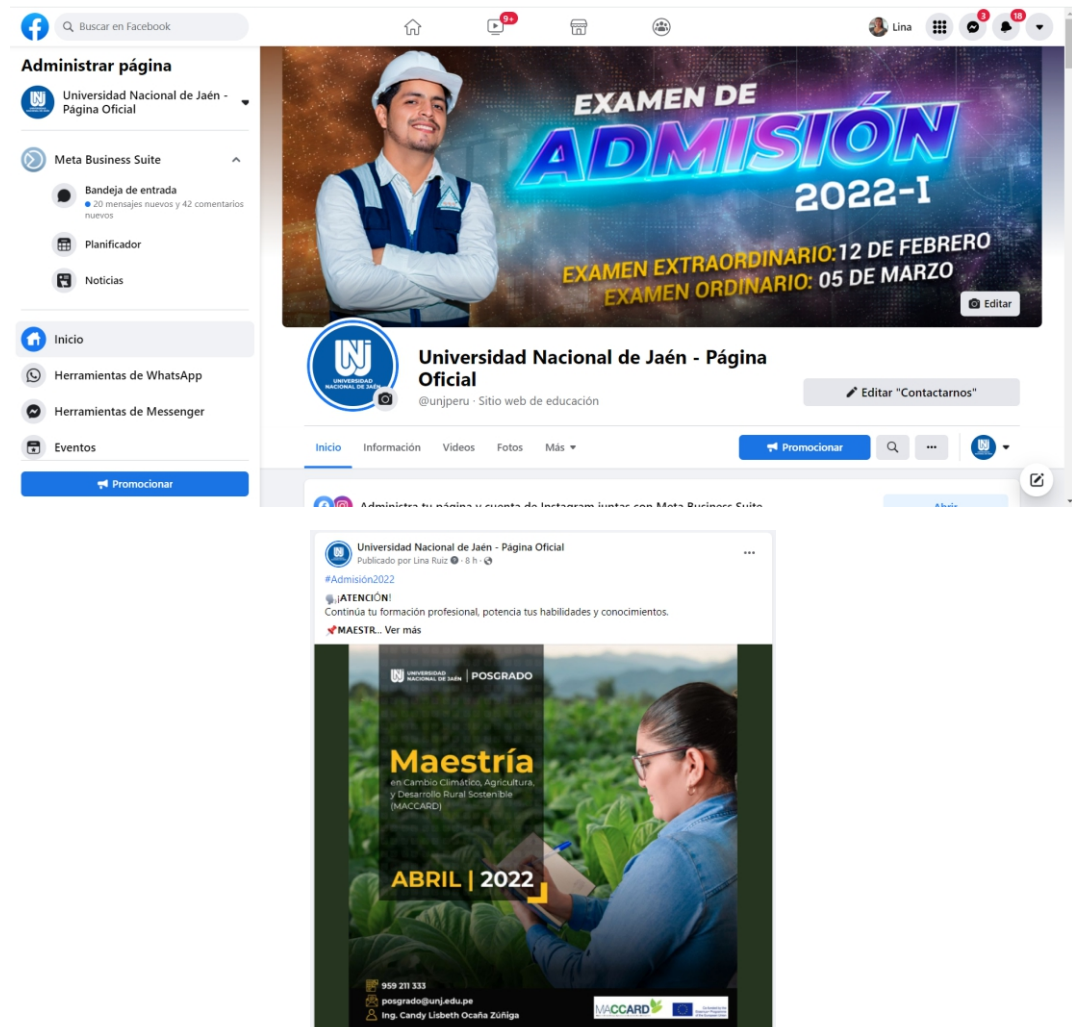
- 170 x 170 px. (computadora)
- 128 x 128 px. (versión móvil)

##### **Portada: (formato PNG)**

- 820 X 312 px. (computadora)
- 550 x 315 px (versión móvil)

##### **Feed: (formato PNG)**

- 1200 x 1200 (versión computadora y móvil)



## INSTAGRAM:

Recordemos que el *Instagram* es una red social que nos permite interactuar y promocionar la marca de la UNJ llegando un público estrictamente segmentado. A continuación mostramos las siguientes especificaciones técnicas:

### **Tamaños de imágenes:**

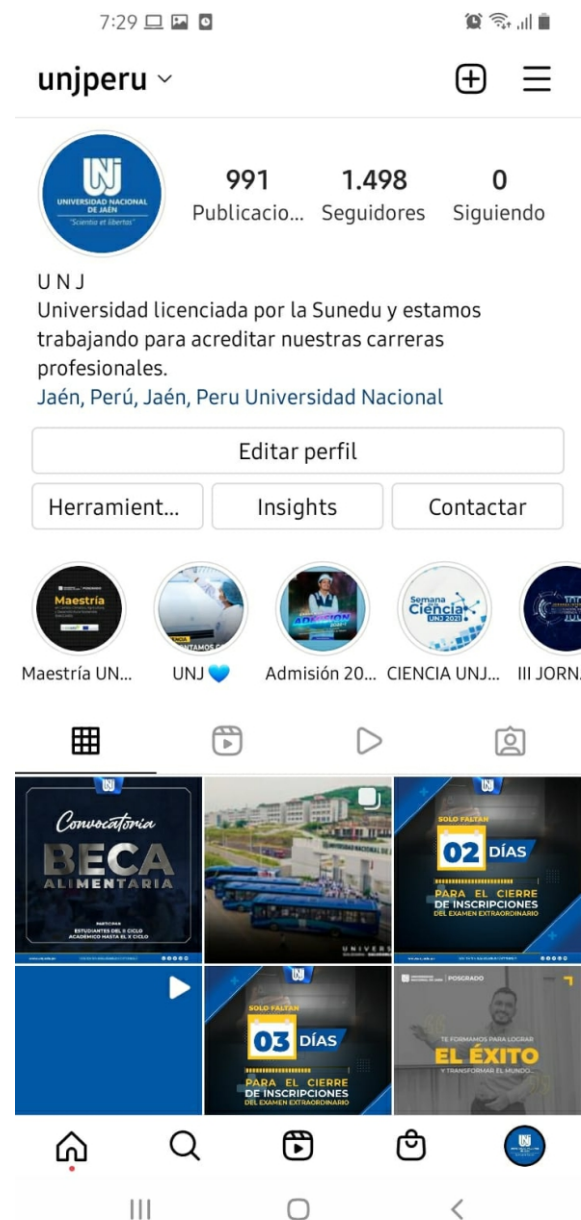
- Tamaño foto Instagram oficial: 110 x 110 píxeles
- Medida recomendada: 180 x 180 píxeles
- Tamaño fotos cuadradas: 1080 x 1080 píxeles o 640 x 640 píxeles. El tamaño máximo es de 2048 x 2048 píxeles.
- Tamaño fotos horizontales: 1080 x 566 píxeles o 600 x 400 píxeles.
- Tamaño fotos verticales: 1080 x 1350 píxeles o 600 x 749 píxeles

### **Tamaños de los videos:**

- Tamaño vídeos cuadrados: 600 x 600 píxeles
  - Tamaño vídeos horizontales: 600 x 315 píxeles
  - Tamaño vídeos verticales: 600 x 750 píxeles
- La resolución es de 640 x 640 píxeles y la duración de entre 3 y 60 segundos.

### **Tamaño Instagram Stories**

- Tamaño de los vídeos para Instagram Stories: 750 x 1334 píxeles.
  - Tamaño foto historias Instagram: 750 x 1334 píxeles.
- En este caso la duración de los vídeos de tu historia puede ser de un máximo de 10 segundos.



## TWITER

En esta red social las imágenes cobran enorme importancia, por tanto, las publicaciones que se realicen deberán estar enfocadas en crear interacción de manera clara y directa.

**Foto de perfiles:** La dimensión que se recomienda es de 400 x 400 píxeles, con un peso no mayor a 2 MB.

**Cabecera:** Se recomienda utilizar una imagen de 1024 x 280 px con un peso no mayor a 5 MB.

**Imagen para un tweet:** La medida recomendada es de 1024 x 512 píxeles, y nunca inferior a 600 x 335 px.

**Tweet con imagen y link:** Se recomienda subir una imagen que tenga un ancho mínimo de 600 px, y con una proporción de 16:9.

**Tweet Card:** El tamaño recomendado debe de ser de 800 x 800 px para tamaño cuadrado, y de 800 x 418 px para una imagen horizontal.

**Anuncio con varias imágenes:** 1200 x 670 px.



## LINKEDIN:

En esta red social es de suma importancia mantener una imagen corporativa mucho más trabajada, ya que esta red social es un espacio cuyos perfiles de los usuarios es de sentido profesional y laboral. LinkedIn se convierte en el mejor aliado de los centros de producción y Escuela de Posgrado de la UNJ.

**Imagen de perfil:** El tamaño óptimo es entre 400 x 400 px y 7680 x 4320 píxeles.

**Imagen de portada personal:** Tamaño recomendado de 1584 x 396 px.

**Logo de empresa:** Tamaño recomendado de 300 x 300 píxeles.

**Imagen de portada para páginas de empresa:** Tamaño recomendado de 1536 x 768 px.

**Imagen de portada de un grupo:** Tamaño recomendado de 1776 x 444 px.

**Imagen con una URL:** El tamaño recomendado es de 1200 x 627 píxeles.

**Imagen post:** Tamaño recomendado de 1200 x 627 px.



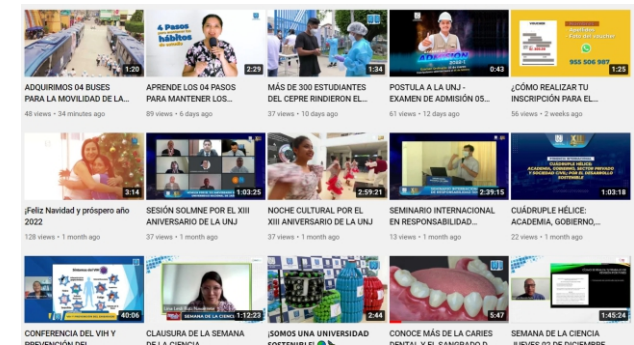
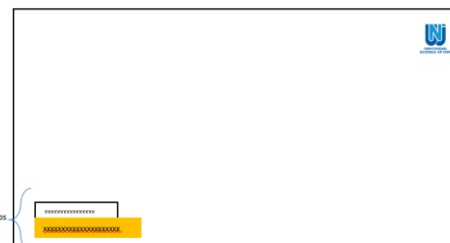
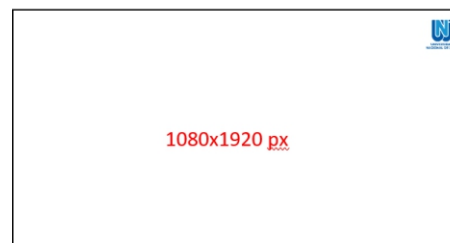
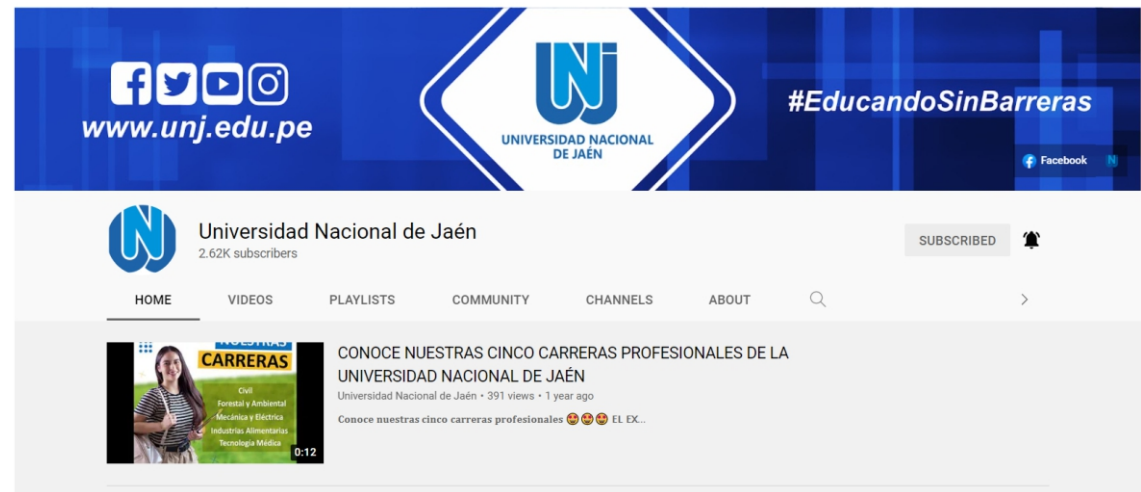
## YOUTUBE

Esta plataforma nos permite difundir la producción audiovisual de la UNJ. Este espacio funciona como canal y por ende nos permite subir a la nube videos informativos, corporativos y promocionales.

**Medidas video:** 1080 x 1920 px

### RECOMENDACIONES:

- Elaboración de una plantilla o careta.
- El imago tipo estará ubicado en la parte superior margen derecho.
- Los cintillos estarán ubicados en la parte inferior izquierda.



## RECOMENDACIONES PARA EL USO DE LA MARCA UNJ EN LAS REDES SOCIALES:

Es importante reconocer que las plataformas del medio *on line* se transforman en el mejor aliado para difundir información institucionales y llegar a públicos segmentados.

Para la correcta gestión y administración de las redes sociales de la UNJ compartimos las siguientes recomendaciones:

1. Es importante gestionar y planificar los contenidos a publicar a través de la malla o parrilla de contenidos.
2. La descripción deberá ser precisa, con información exacta del evento o actividad.
3. Es importante realizar publicaciones que llamen a la acción y tengan un balance de objetivos de marketing.
4. Uso de *emojis* sin llegar abusar de los mismos.
5. Los hashtag están planteados en el formato de malla de contenidos, siendo reiterativos los siguientes: #SomosUNJ #Universidad3S #MINEDU #DIGESU #SUNEDU. Los hashtag no deberán superar a los 15 citados.
6. Si se comparten links deberán ser los más cortos posibles.
7. Las imágenes compartidas deberán seguir una sola línea gráfica según lo expuesto en el manual y sin saturar en el texto.
8. Promover el vínculo entre redes sociales institucionales según el modelo RADAR.
9. Usar todos los recurso (sticker, encuestas, preguntas, etc) predefinidos en las redes. Así como también, el uso de publicaciones en historias.

## 1.6.2. PRESENTACIONES DIGITALES

### POWER POINT

Mantener una plantilla para productos realizados en Power Point es importante ya que permite uniformizar la línea gráfica en las presentaciones.

- 01: Portada
- 02: Presentación: título + información precisa
- 03: Sub portada para subtítulos + breve descripción
- 04: Subtítulos y texto
- 05: Texto + imagen
- 06: Imagen general + datos
- 07: Texto + gráficos o listado
- 08: Pantalla de agradecimiento
- 09: Pantalla final + información de contacto

### **Especificaciones:**

- El formato que se mantendrá es 16/9.
- Tipo de letra: Monsterrat (variaciones según el manual).
- Tamaño de letra:
 

Título:	20
Subtítulos:	16
Texto:	12
- Imágenes en formato PNG



## **2 | APLICACIÓN DE LA MARCA**

**Facultades - Escuelas Profesionales**

**Institutos de Investigación**

**Escuela de Posgrado**

## **2.1 SIMBOLOGÍA**

## 2.1.1. Marca Principal

Cuando el imatipo tenga que acompañar a la denominación de una facultad, departamento, institutos y otros, éste deberá colocarse en orientación horizontal.

La inscripción “Universidad Nacional de Jaén” está ubicado en una sola línea en su formato original y debajo lo acompañará la inscripción que responde al nombre o denominación del área que se requiera. La misma deberá estar plasmada en dos líneas.

En esta variación de la estructura del imatipo se podrá percibir el peso tipográfico que separa y jerarquiza el sentido de la misma:

- Peso visual liviano para referir a la Facultad y peso visual contundente para el área al que se quiere hacer referencia.

- Se trabaja, según la paleta de colores institucional, las variaciones azul y celeste.

- Es importante considerar los espacios vitales para propiciar la correcta visualización de los componentes.

\* Importante:

Las siglas deberán adaptarse a las dimensiones que se adquieran según la distribución de las palabras en sentido horizontal.



En el caso de los Institutos de Investigación con los que cuenta la UNJ se plantea dos usos y aplicaciones, las cuales corresponden al uso de siglas y denominación completa.

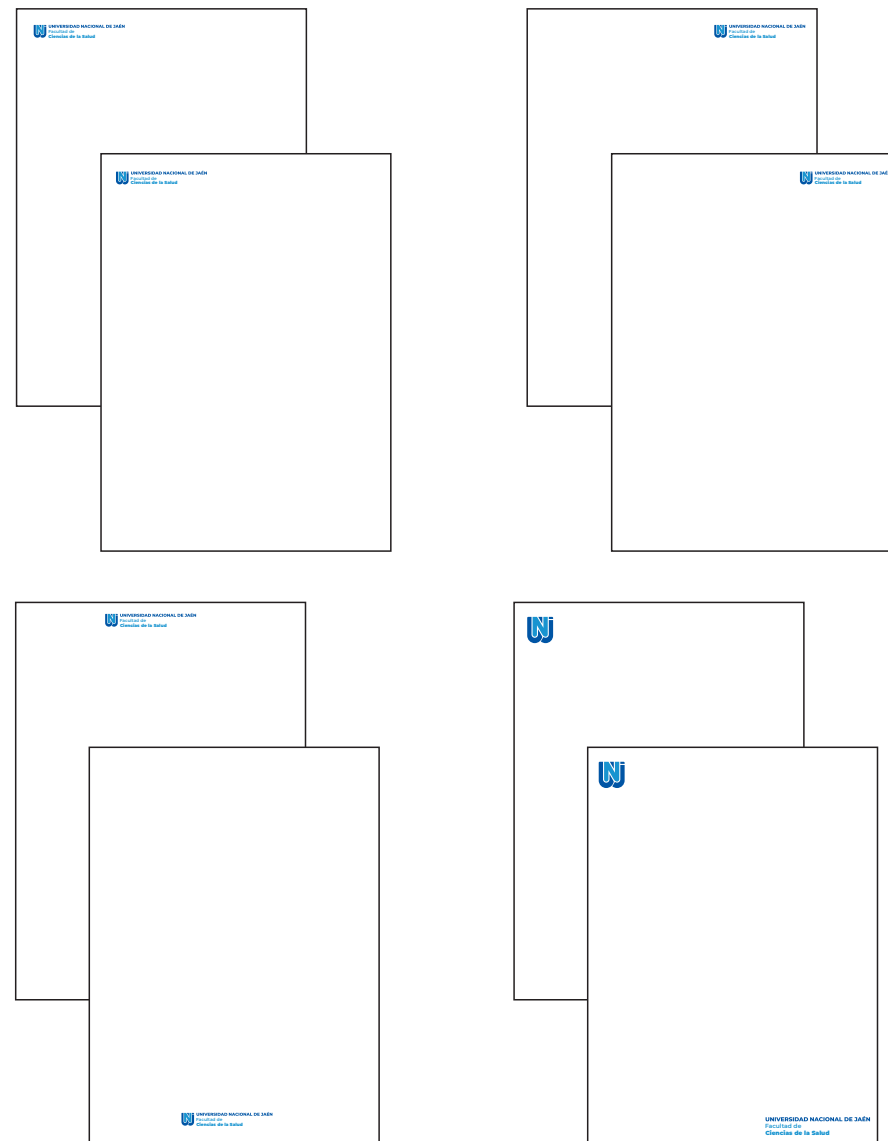


## Usos correctos en cuanto a la ubicación de la marca en documentos:

En la primera parte de este Manual de Identidad Visual Corporativa se estableció la ubicación del imagotipo de la UNJ en documentos oficiales.

En este apartado definiremos la aplicación de la marca + denominación según sea el caso.

Se debe considerar que la disposición del imagotipo será en horizontal y que se puede recurrir al uso independiente de las siglas.





Para consultas y asesoría:

Oficina de Comunicación e Imagen Institucional  
[imagen@unj.edu.pe](mailto:imagen@unj.edu.pe)

