



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

CONSEJO UNIVERSITARIO

RESOLUCIÓN N° 479-2022-CU

Lambayeque, 12 de octubre del 2022

VISTO:

El Oficio N° 41-2022-UNPRG/R-OCeII-JAHW, de fecha 20 de junio de 2022, presentado por Jefe de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (Expediente N° 2572-2022-SG).

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 18° de la Constitución Política del Perú señala que cada universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico; y que las universidades se rigen por sus propios estatutos en el marco de la Constitución y de las leyes.

Que, el artículo 8° de la Ley N° 30220, Ley Universitaria, y el artículo 9° del Estatuto de la Universidad señalan que el Estado reconoce la autonomía universitaria, la misma que es inherente a las universidades y se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la ley universitaria y las demás normas aplicables.

Que, mediante Resolución N° 020-2021-CU, de fecha 23 de enero de 2021, se resuelve aprobar el Reglamento de Organización y Funciones (ROF-2020) de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque.

Que, el artículo 41°, del Reglamento de Organización y Funciones, establece que la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional es el órgano de asesoramiento responsable de diseñar, organizar y ejecutar la difusión de la información y actividades desarrolladas por la Universidad, establecer canales de comunicación interna y externa y promover relaciones interinstitucionales.

Que, el artículo 42°, del Reglamento de Organización y Funciones, establece que la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, tiene como funciones las siguientes: a. Programar, coordinar y ejecutar la difusión de la información, eventos académicos y administrativos desarrollados por las unidades orgánicas de la universidad. b. Desarrollar actividades de marketing institucional conducentes a lograr la preservación de la buena imagen y el posicionamiento de la Institución ante la sociedad. c. Conducir el protocolo en todos los actos oficiales. d. Desarrollar acciones que fomenten la comunicación interna. e. Actualizar la información contenida en la página web de la Universidad, en los temas de su competencia. f. Las demás funciones que le asigne el Rectorado.

Que, en ese contexto, el jefe de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, mediante Oficio N° 41-2022-UNPRG/R-OCeII-JAHW, manifiesta que en atención a la reunión llevada a cabo el día 16 de junio de 2022, se dispuso remitir la guía de identidad visual con el objetivo de estandarizar el uso del logo, colores y otros elementos visuales de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, para ser aplicados en los documentos administrativos, de gestión y de comunicación en el medio online y offline, esta guía recoge los principales elementos gráficos de la marca de nuestra Universidad.

Que, la Guía de Identidad Visual, define un sistema de conceptos básicos: formas, figuras y colores, que permiten el desarrollo de una personalidad única para la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. La aplicación consistente de los lineamientos, aquí contenidos, asegura el mantenimiento de la identidad visual de la marca, garantiza su correcto reconocimiento y, en definitiva, contribuye a su éxito. Esta guía tiene la finalidad de dar pautas generales que ayudarán a la definición y solución de problemas, partiendo siempre del respeto hacia los principios de identidad de la marca.

Que, el Consejo Universitario en la Sesión Extraordinaria Virtual N° 032-2022-CU, de fecha 12 de octubre de 2022, acordó aprobar la Guía de Identidad Visual de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

UNIVERSIDAD NACIONAL
SECRETARIA
GENERAL
PEDRO RUIZ GALLO



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO CONSEJO UNIVERSITARIO

RESOLUCIÓN N° 479-2022-CU


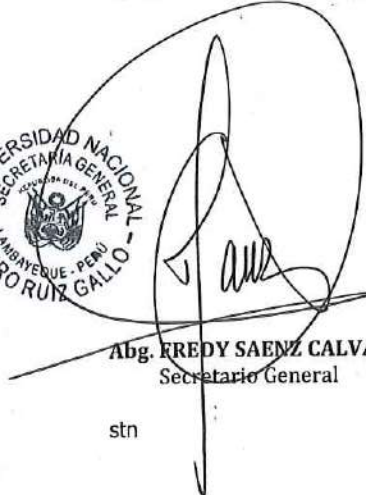
Lambayeque, 12 de octubre del 2022

Que, en uso de las atribuciones conferidas al Rector en el artículo 62.1 de la Ley Universitaria y el artículo 24.1 del Estatuto de la Universidad.

SE RESUELVE:

Artículo 1º.- aprobar la GUÍA DE IDENTIDAD VISUAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO, documento que en anexo, forma parte integrante de la presente resolución.



Artículo 2º.- Dar a conocer la presente resolución al Vicerrector Académico, Vicerrector de Investigación, Dirección General de Administración, Oficina de Planeamiento y Presupuesto, Unidad de Recursos Humanos, Oficina de Asesoría Jurídica, Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, Órgano de Control Institucional, y demás instancias correspondientes.



Abg. FREDY SAENZ CALVAY
Secretario General

stn

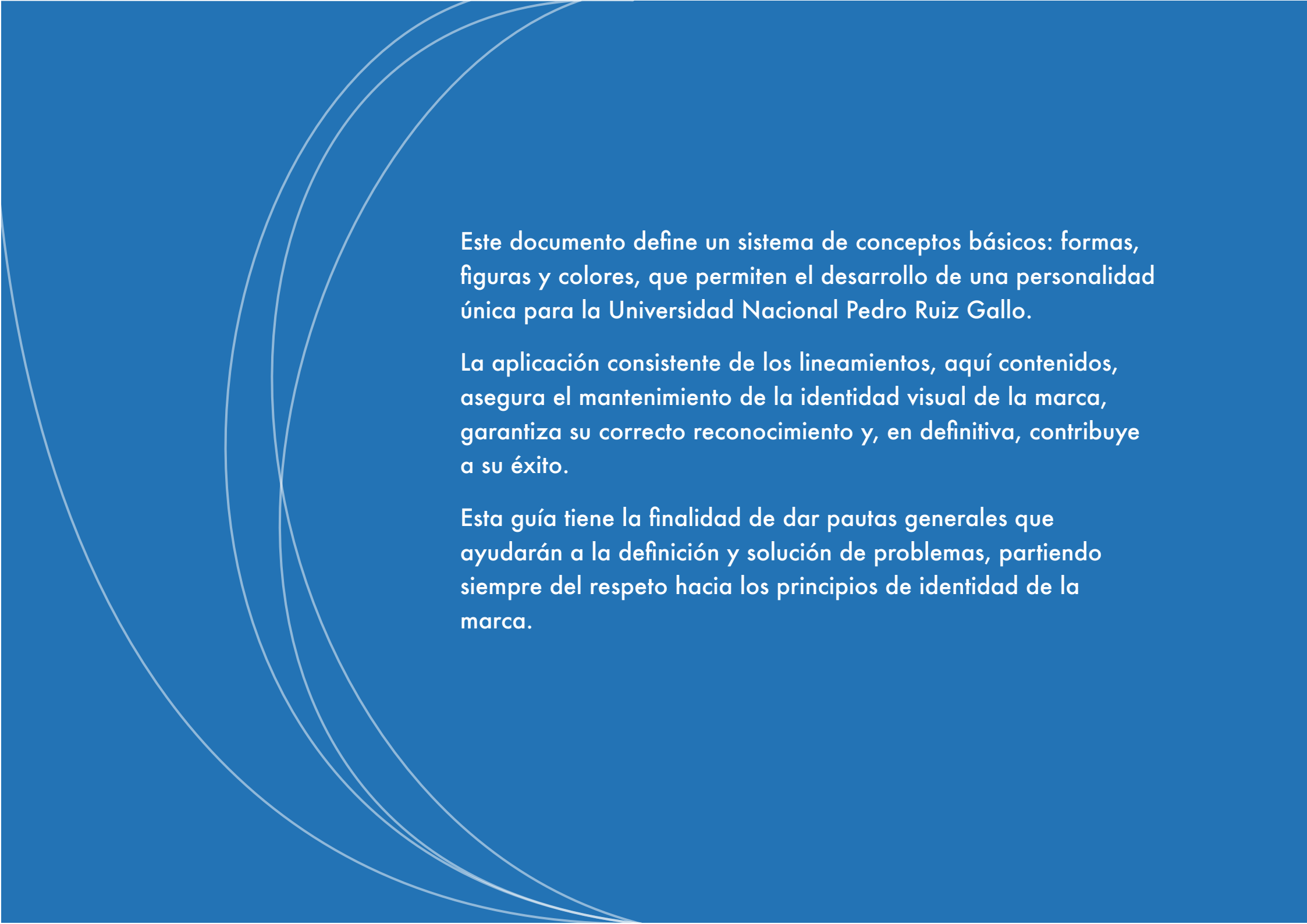
REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



Dr. ENRIQUE WILFREDO CARPENA VELASQUEZ
Rector



Guía de Identidad Visual



Este documento define un sistema de conceptos básicos: formas, figuras y colores, que permiten el desarrollo de una personalidad única para la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

La aplicación consistente de los lineamientos, aquí contenidos, asegura el mantenimiento de la identidad visual de la marca, garantiza su correcto reconocimiento y, en definitiva, contribuye a su éxito.

Esta guía tiene la finalidad de dar pautas generales que ayudarán a la definición y solución de problemas, partiendo siempre del respeto hacia los principios de identidad de la marca.

NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD

**UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO**

Consideramos necesario fortalecer la política de comunicación con el logo y el nombre de nuestra universidad "Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo", de esta manera, buscamos, a través de una nueva mirada, trazar un futuro construido de manera conjunta y hacer más conocida a la universidad.



1 IDENTIDAD VISUAL

EL IMAGOTIPO / MARCA

El imagotipo se desarrolló a partir del imagotipo anterior (del 2020 conmemorando los 50° aniversario), la cual posee concepto cultural como es el tumi de oro, herramienta utilizada durante nuestros antepasados la cual representa profundamente la cultura mochica

El tumi de oro: El tumi es un tipo de cuchillo ceremonial usado principalmente por civilizaciones costeras de los Andes precolombinos, siendo posteriormente adoptado y expandido por los incas tras su anexión al imperio. Habitualmente está formado por una sola pieza metálica. El mango de un tumi tiene forma rectangular o trapezoidal. Aunque su longitud es variable, esta siempre excede el ancho de una mano. En uno de los extremos del mango está la marca característica de los tumis: una hoja cortante en forma semicircular | de media luna (donde el lado curvo es el que tiene el filo y el lado recto es perpendicular al mango).

TUMI DE ORO:
Herramienta que se relaciona con la región Lambayeque



**UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO**

TIPOGRAFÍA:
Solidez, confianza y estabilidad. Nombre de un gran personaje peruano

CONSTRUCCIÓN Y ÁREA SEGURA

Es importante respetar las proporciones de construcción que están definidas en este manual.

Cuanto más espacio exista alrededor del imagotipo, mayor será su impacto y su preeminencia. Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área de resguardo que deberá respetarse en su aplicación.

Respetar este espacio es de fundamental importancia para preservar el impacto y el valor de la marca.

Además, se presenta el tamaño mínimo en el que el imagotipo puede aplicarse (2 cm) para evitar comprometer su correcta legibilidad.



VARIANTES DE IMAGOTIPO

En algunas ocasiones y por tema de formato se necesitará el uso de imagotipo en otras variantes.



**UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO**



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
PEDRO
RUIZ
GALLO**

PALETA CROMATICA

Para la constitución del sistema de identidad visual, se han seleccionado, especialmente, cuatro colores que combinados con el blanco, contribuirán a la construcción de una imagen de marca sólida y coherente.

Azul: color que se relaciona a la inteligencia, comunicación, verdad y la lógica.

Celeste: color relacionado a la responsabilidad.

Amarillo: color que emana la alegría, originalidad, energía y la inteligencia.

Gris: se relaciona con la neutralidad y la imparcialidad.



#7BD2E6
R 123 - G 211 - B 321
C 47 - M 9 - Y 0 - K 9



#FFC300
R 255 - G 195 - B 0
C 0 - M 24 - Y 100 - K 0



#2873B4
R 40 - G 115 - B 180
C 78 - M 36 - Y 0 - K 29



#747474
R 116 - G 116 - B 116
C 0 - M 0 - Y 0 - K 55



TIPOGRAFÍA DEL ISOLOGO

La familia tipográfica de la marca de gestión es la “Futura”, una tipografía elegante y sólida que presenta un carácter simple y funcional, que colabora en generar un sistema visual reconocible. Para el imagotipo se utilizaron las variables bold y media.

Futura - bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Futura - media
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890



**UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO**

SOBRE FONDO DE COLOR

En ocasiones, el imago tipo se podrá utilizar no solo en fondo blanco, sino en fondos de color. Estos colores son los mismos definidos en el manual como los que identificarán a la marca.

El imago tipo tendrá una variación de color para que ningún elemento se pierda sobre el fondo.



SOBRE FOTOGRAFÍA

Del mismo modo, el imago tipo tendrá una variación de color para que ningún elemento se pierda sobre el fondo cuando se use sobre fotografías.



VERSIÓN POSITIVO / NEGATIVO



USOS INCORRECTOS

A modo de ejemplo, se presentan algunos usos incorrectos del imago tipo. El responsable de diseño de las piezas deberá detectar otros usos incorrectos a fin de evitar aplicaciones que puedan dañar el sistema de identidad visual propuesto.

1. No modificar tamaños, ni formas.
2. No obviar elementos gráficos del imago tipo.
3. No modificar los colores, ni tampoco aplicar degradé.
4. No inclinar.
5. No cambiar de posición los elementos.
6. No alterar la tipografía.
7. No aplicar efectos 3d u otro efecto.
8. No colocar sombras.
9. No colocar fondos de color que no sean parte del sistema de color.



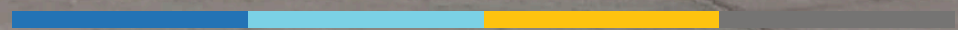
UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO



1	 UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO	×	2	 UNIVERSIDAD PEDRO RUIZ GALLO	×
3	 UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO	×	4	 UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO	×
5	UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO 	×	6	 UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO	×
7	 UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO	×	8	 UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO	×
9	 UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO		×		



2 APLICACIONES

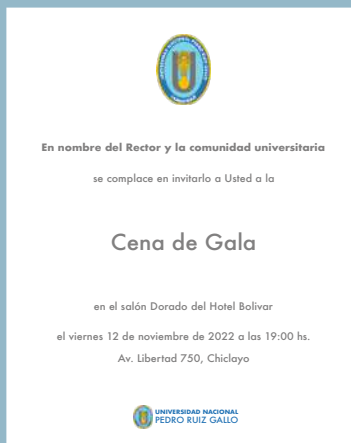


PAPELERIA



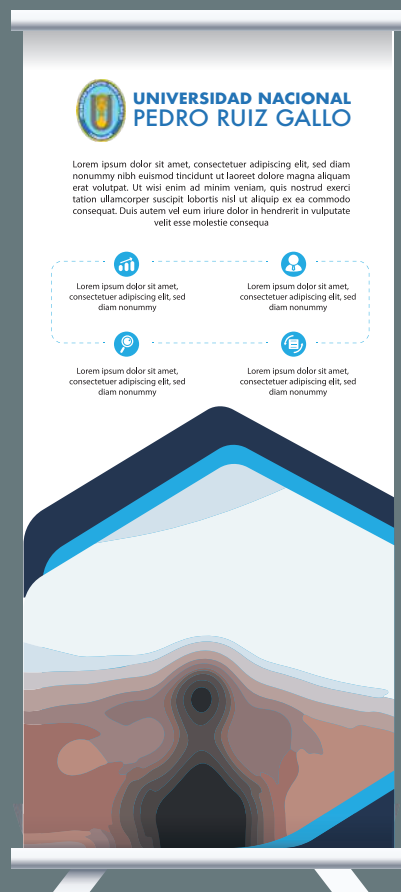
ELEMENTOS PROTOCOLARES

INVITACIÓN



GAFETE

ROLL SCREEN



DIGITAL

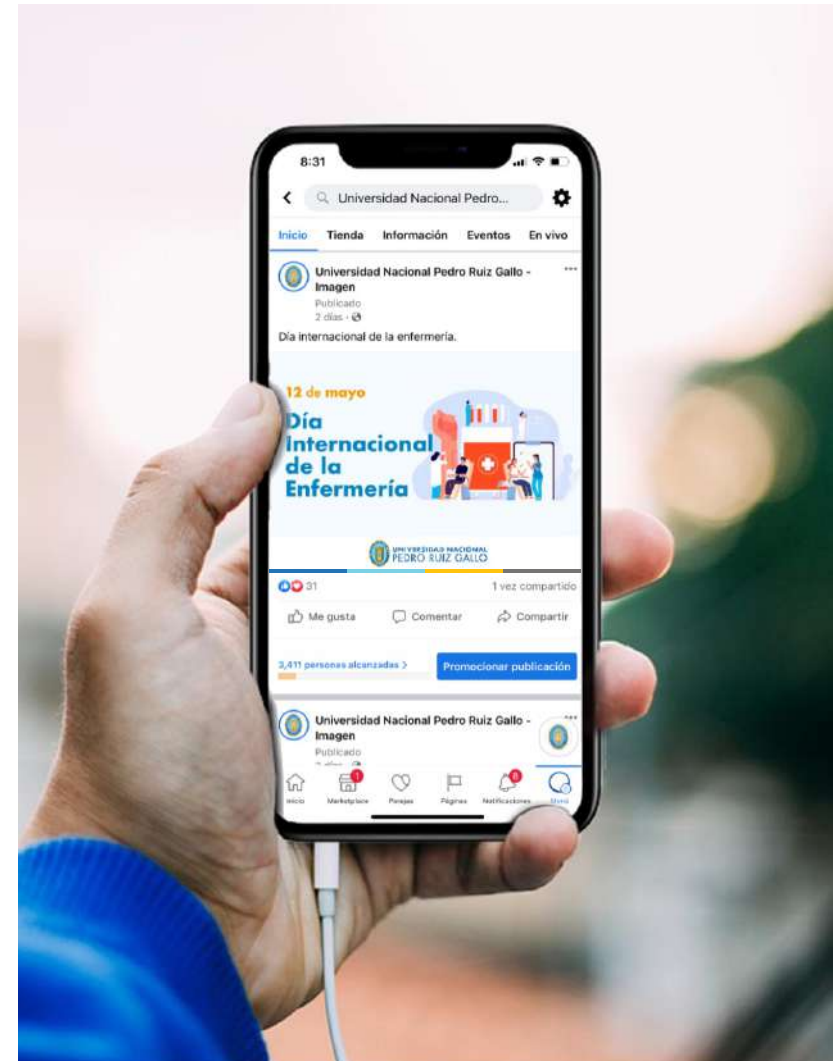
POST (1080X1080)



HISTORIA (1080X1920)



POST TWITTER (1024X575)



VIDEO



MERCHANDISING



MERCHANDISING





**UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO**