

MANUAL DE

Identidad institucional

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN - FACULTAD POLITÉCNICA

CONTENIDO

	Introducción
4	FP-UNA
5	Marca corporativa
6	Área de seguridad
6	Límite de reducción
7	Tipografías corporativas
8	Padrón cromático
9	Versiones cromática y monocromática
10	Padrón fotográfico
11	Usos correctos
12	Usos incorrectos
13	Aplicaciones de marca institucional



INTRODUCCIÓN

Este manual corporativo tiene como finalidad ser una guía para todas las personas responsables de articular o utilizar el isologo de la Facultad Politécnica, ya que en el presente manual se reúnen los lineamientos básicos para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca institucional, considerando: el color, relación de tamaños permitidos, tipo de letra, entre otros.

De modo que se mantenga la misma línea de presentación y coherencia al momento de implementar el isologo sobre diferentes soportes.

El correcto uso del isologo permitirá una favorable identificación de la institución educativa y evitará errores o que no se vea legible al momento de implementarla.

Por tanto, todos los puntos establecido en esta guía deberán respetarse. ■

MISIÓN

En la facultad Politécnica de la Universidad Nacional de Asunción

- Formamos profesionales de excelencia, en las áreas de tecnología, ciencias aplicadas y gestión.
- Proveemos proyectos de investigación, de desarrollo tecnológico e innovación.
- Desarrollamos actividades de extensión, para responder a las demandas del entorno globalizado y contribuir al crecimiento sostenible del país. ■

VISIÓN

Ser reconocida como una Institución Educativa con proyectos y programas académicos, de investigación y de extensión, con alto impacto en el desarrollo del país y de la región. •

VALORES

Excelencia

Compromiso

Respeto

Honestidad

Responsabilidad

Solidaridad

Transparencia



MARCA CORPORATIVA



- **ISOTIPO:**
Es la parte simbólica de la marca (la marca es reconocida sin el texto).



- **IMAGOTIPO:**
Logo, que significa *palabra*.
La marca se identifica por el texto o siglas.

LA MARCA

Es un imagotipo (combinación de imagen y texto), los elementos pueden funcionar por separado, solo en caso que sea necesario y considerando los usos permitidos de la marca.

El isotipo, es una síntesis de la escultura alegórica ideada, diseñada y elaborada por Hugo Pistilli, artista plástico paraguayo.

Representa la relación entre la ciencia y la tecnología: en la mente del científico tiene lugar la gestación de una idea, representada por la rueda diseñada sobre la frente del mismo. El científico comunica su idea al tecnólogo sobre el descubrimiento realizado, para que éste lo plasme en la realidad, de forma tangible y útil. ■

PADRÓN CROMÁTICO



C:82 M:58 Y:0 K:30



R:59 G:89 B:141



PANTONE 7685C

LOS COLORES INSTITUCIONALES PRINCIPALES

- **Azul:** es un color frío, fácil de recordar. Transmite inteligencia, fiabilidad, confianza, seguridad y armonía.
- **Blanco:** es un color positivo y estimulante.

Las referencias de color son los especificados según el soporte en el cual se aplicaría la marca.

EJEMPLOS:

CMYK: para impresión.

RGB: para pantalla.

Pantone: para impresión Offset (Imprenta).

Los valores de los colores institucionales deberán ser respetados, ya que son una de las características de la identidad.

VERSIONES CROMÁTICA Y MONOCROMÁTICA



Versión Principal



Versión Lineal
color institucional



Versión - Fondo
color institucional



Versión Positiva
Fondo claro



Versión Lineal
en negro



Versión Negativa
Fondo oscuro

Siempre que sea posible se aplicará la marca institucional con los colores principales.

Cuando no sea posible, por razones técnicas, se utilizará la versión monocromática, siempre aplicando sobre los colores corporativos o en las versiones en blanco y negro.

En caso de que se necesite utilizar la marca sobre fondos no corporativos o imágenes relacionadas a la institución, la misma deberá aplicarse en blanco o negro considerando siempre el contraste entre texto - imagen para mantener la legibilidad.

PADRÓN FOTOGRÁFICO

La marca podrá ser aplicada sobre imágenes (alumnos, edificios de la institución, instantáneas de eventos, entre otros) siempre que estén relacionadas a la institución y que permitan reforzar la identidad, como se muestran en los ejemplos.

Además, las versiones a aplicar sobre las imágenes deben visualizarse y ser legibles.



Fotos archivo FP-UNA.

USOS CORRECTOS

El imagotipo tiene unas medidas y proporciones determinadas, considerando los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

Por tanto, en ningún caso se harán modificaciones de la marca, en cuanto a tamaños y proporciones que no tengan relación a lo establecido. También se deberán respetar las alineaciones o disposiciones permitidas para el isologo, en especial cuando se deba aplicar con el escudo de la UNA o de otra entidad/evento.



Isologo Vertical



Isotipo solo para aplicaciones excepcionales.



Versión: alineación centrada con colores institucionales.



Versión: alineación centrada sobre fondo de color oscuro, institucional.



Versión horizontal sobre fondo blanco con el escudo de la UNA (ubicar a la derecha del isologo institucional).



Versión horizontal sobre fondo oscuro con el escudo de la UNA.



Versión a color y cuando se deba aplicar con logos de eventos o alguna entidad.

USOS INCORRECTOS

La marca institucional podrá ser aplicada respetando las versiones permitidas que están especificadas en las páginas anteriores para evitar errores o usos incorrectos de la misma y no se deberán aplicar como en los ejemplos o similares, que se muestran a continuación.

-  **NO** deformar el imagotipo estrechando o ensanchando.
-  **NO** cortar el imagotipo o reducir en versiones y tamaños no establecidos.
-  **NO** aplicar porcentajes de color que reduzcan su visibilidad.



-  **NO** utilizar colores que no sean institucionales.
-  **NO** a cambiarla orientación de la marca, de forma que pierda legibilidad al leer.



-  **NO** usar tipografías no institucionales o aplicar alineados distintos a los estipulados.
-  **NO** utilizar el escudo antiguo de la facultad.



-  **NO** se deberá aplicar ninguna versión de la marca sobre imágenes que no tengan relación a la Institución.



APLICACIONES DE MARCA INSTITUCIONAL

PAPELERÍA

▪ TARJETA PERSONAL INSTITUCIONAL

Medidas: 90mmx50mm



Tarjeta frente.

DATOS (carilla frontal): Imagotipo de la Institución

1. Nombre y apellido director o funcionario.
2. Cargo del director o funcionario.
3. Área del director o funcionario.
4. Correo institucional.
5. Teléfono institucional o celular (si es necesario).
6. Nombre de la institución (esto es necesario que aparezca siempre) para saber que representa a la FP-UNA.



Tarjeta dorso.

DATO (carilla dorso):

1. Código QR del sitio web institucional.

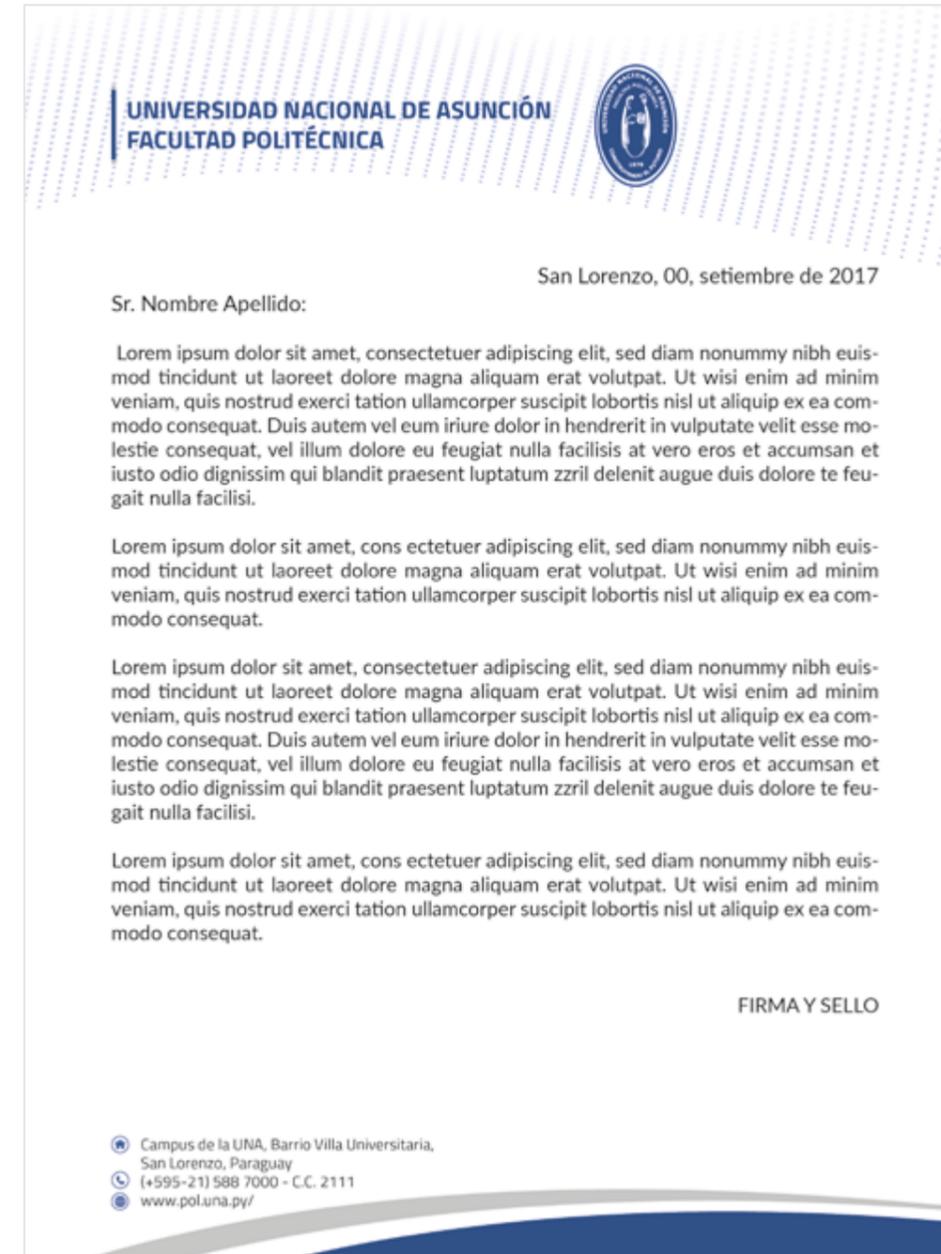
Obs.:

El dorso de la tarjeta es opcional imprimir.

PAPELERÍA

▪ HOJA MEMBRETADA

Medidas: 210mmx297mm



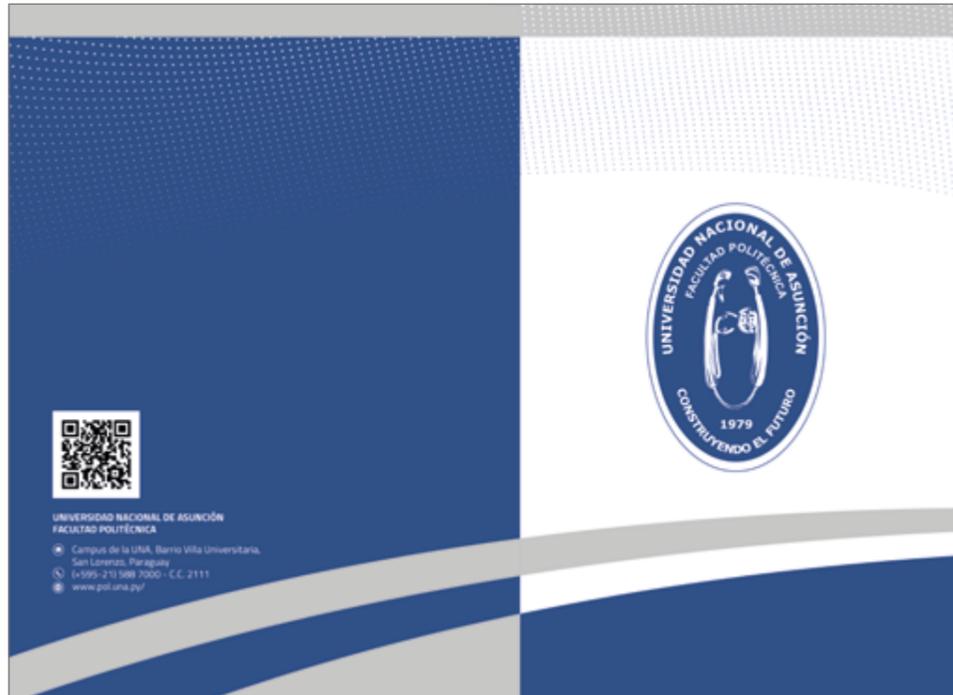
Observaciones:

- Este diseño de hoja membretada sería para usos como: gacetillas o invitaciones institucionales, no así para uso como documentos, los cuales cuentan con una manual normalizado de la producción documental.
- La normativa del Archivo de la Facultad se puede consultar en: <https://goo.gl/o5NgtE>
- Los manuales están disponibles en: <https://goo.gl/nXkGPA>

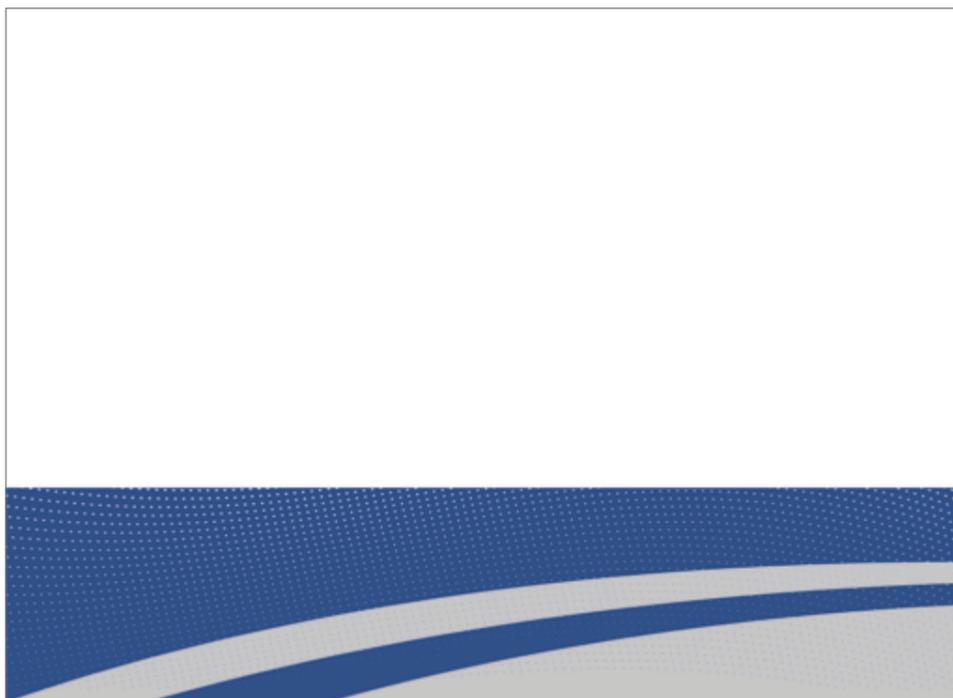
PAPELERÍA

▪ CARPETA INSTITUCIONAL

Medidas: 470mmx340mm (abierta)



Carpeta frente.



Carpeta dorso (solapa).

FORMATOS DE GRÁFICAS

▪ AFICHE INSTITUCIONAL

Medidas: 210mmx297mm

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN - FACULTAD POLITÉCNICA

WORKSHOP INTERNACIONAL
"ENERGÍA Y DESARROLLO"

DISERTANTES

- **Lindsay Stringer:**
Profesora de Medio Ambiente y Desarrollo, Instituto de Investigación de Sostenibilidad, Escuela de Tierra y Medio Ambiente, Universidad de Leeds.
- **Dr. Victorio Oxilia | Dr Gerardo Blanco | M.A. Cecilia Llamosas**
Miembros del GISE.
- **M.A. Carlos Olmedo | Univ. María del Mar Scavone**
Miembros de la Red de Jóvenes Investigadores.

TEMAS:

- "Un nuevo marco para permitir resultados equitativos: resiliencia y enfoques de nexos combinados".
- "Renegociación del tratado de Itaipú: energía para el desarrollo sostenible" - Estrategias para aprovechar la energía para el desarrollo sostenible.

PRESENTACIÓN DE PROYECTOS:

- "Análisis del régimen de formación y distribución de royalties por generación de hidroelectricidad - Caso Itaipu".
- "El potencial de la energía para desencadenar los resultados de desarrollo en Paraguay: políticas nacionales de energía y su alineación con los ODS".

REGISTRARSE ENVIANDO
Nombre, Carrera y Número de Cédula a dahianazorrillo@gmail.com

¡CUPOS LIMITADOS!

NOVIEMBRE
Jueves 01

HORA
16:00 - 19:00

LUGAR
D50 Bloque D,
Facultad Politécnica - UNA
Campus Universitario, San Lorenzo.

ORGANIZAN: GIS
APOYAN: CONACYT Proyecto: INV 15 531

PARTICIPA: UNIVERSITY OF LEEDS

CONTACTO
Cecilia Llamosas | cilamosas@pol.una.py | 0981 824 279
www.pol.una.py

DATOS:

1. Encabezado: Universidad Nacional de Asunción - Facultad Politécnica.
2. Pie de página: escudo institucional y logotipos de las redes sociales.
 - 2.1. Contacto: nombre y apellido del responsable, correo institucional, número para contacto.
 - 2.2. Enlace al sitio web institucional.

FORMATOS DE GRÁFICAS

■ CERTIFICADO INSTITUCIONAL

Medidas: 297mmx210mm



DATOS:

1. Encabezado: Universidad Nacional de Asunción - Facultad Politécnica y logotipos institucionales.
Obs.: En caso que se deban aplicar otras marcas no institucionales y si no existe algún manual que indique su aplicación en cuanto a la ubicación del mismo, se aplicará la ubicación según la pág.11 de este manual.

2. Indicativo: si es certificado o reconocimiento otorgado.

3. Participante: nombres y apellidos del/los participante/s o disertante/s, los mismos deben ser filtrados, ordenados y proveídos por el responsable del evento en un archivo Excel.

4. Texto: relacionado al certificado o reconocimiento del evento (es recomendado que el texto sea proveído por el responsable o solicitar a comunicación el modelo de texto).

5. Lugar y fecha: según el lugar y la fecha dónde se realizó el evento.

6. Pie de página: nombre y apellido de los firmantes y cargo y/o institución de los mismos.

FORMATOS DE GRÁFICAS

■ BANNER INSTITUCIONAL

Medidas: 850x2000 mm (el tamaño puede variar según el proveedor).



Banner roll up institucional.

FORMATOS DE GRÁFICAS

▪ BANNER INSTITUCIONAL

Medidas: 850x2000 mm (el tamaño puede variar según el proveedor)



Banner roll up institucional, para carreras o grupos de investigación.

DATOS:

1. Encabezado: en el mismo deberá aparecer (como se muestran en las imágenes) siempre que el póster esté relacionado a alguna carrera de la FP-UNA o a los grupos de investigación, para que estén identificados y relacionados a la institución.
2. Icono o logotipo relacionado a la carrera o grupo de investigación.
3. Pie de página: el enlace al sitio web de la facultad o al del grupo de investigación (dependiendo del caso). Los números u otros datos se evitan colocar aquí, considerando que se pueden modificar.

FORMATOS DE GRÁFICAS

▪ BACKPODIUM INSTITUCIONAL

Medidas: 5000mmx2500mm (el tamaño puede variar según el proveedor).



Backpodium institucional, para carreras o grupos de investigación (2000x3000mm).

Obs.:

1. Encabezado: en el mismo deberá aparecer (como se muestran en las imágenes) siempre que el backpodium esté relacionado a alguna carrera de la FP-UNA o a los grupos de investigación, para que estén identificados y relacionados a la institución.

MERCHANDISING

■ BANDERA INSTITUCIONAL

Medidas: 1400mmx900mm



MERCHANDISING

Los ejemplos de elementos promocionales expuestos a continuación permiten demostrar como se debería aplicar el isologo oficial de la Facultad, considerando el color del material y las medidas recomendadas para mantener la legibilidad del isologo.



Taza, versión lineal (los tamaños deben ser considerados según los límites de reducción, pág. 6).



Hoppy, versión lineal (los tamaños deben ser considerados según los límites de reducción, pág. 6).



Bolígrafo y lápiz, versión lineal (los colores deben ser considerados según la paleta cromática institucional).



Cartuchera (los tamaños deben ser considerados según los límites de reducción, pág. 6).

MERCHANDISING

Los ejemplos de elementos promocionales expuestos a continuación permiten demostrar como se debería aplicar el isologo oficial de la Facultad, considerando el color del material y las medidas recomendadas para mantener la legibilidad del isologo.



Quepi, versión lineal (los tamaños deben ser considerados según los límites de reducción, pág. 6).

Bolso, versión lineal (los tamaños deben ser considerados según los límites de reducción, pág. 6).



Remera (los tamaños deben ser considerados según los límites de reducción, pág. 6).

MARCA ALTERNATIVA



LA MARCA

Es un logotipo (logo=palabra), la marca se identifica por las letras que la conforman. El mismo, tiene la sigla abreviada de la Facultad Politécnica de la Universidad Nacional de Asunción (FP-UNA) y se complementa con unos trazos de colores patrios, en la última letra.

Esta marca alternativa, había sido diseñada con el fin de aplicarla con menos detalles en materiales menos formales o usos digitales como el pie de página del post institucional o similares, a diferencia de la aplicación de la marca institucional oficial y que se aplica en documentos o materiales más formales.■

Obs.: por lo general, lo ideal es que cualquier aplicación sea solicitada o consultada al correo: comunicacion@pol.una.py, con los encargados del área de Comunicación de la FP-UNA, de modo a conocer las características del pedido, la finalidad y determinar el uso correcto de la imagen institucional.



Manual de Identidad Institucional de la FP-UNA.
Aprobado por Resolución N° 0114/2021

Material elaborado por la Oficina de Comunicación
FP-UNA. DCCP
Este material se terminó de editar en diciembre de
2019.

Diseño de marcas:
Oficina de Comunicación, FP-UNA

Diagramación del manual:
LDI. Claudia Maldonado



www.pol.una.py