

Manual de identidad Gráfica



Introducción	
Propósito y objetivos del Manual de Identidad Gráfica	04
Historia de la Facultad de Pesquería	05
Misión de la Facultad de Pesquería	06
Elementos de Identidad	08
Logo Fa.Pe	09
Versiones del logo	10
Espacio de aislamiento	11
Tamaño mínimo	12
Usos incorrectos	
Paleta de colores	
Colores primarios	14
Colores secundarios	16
Tipografía	
Familia tipográfica	18

Aplicaciones	
Estilo fotográfico	20
Social Media	21
Firmas electrónicas	22
Material impreso	
Papel A4 membretado. Full color	24
Papel A4 membretado. Monóchromo	25
Comunicados	26
Sobre. Full color	27
Sobre.Monóchromo	28
Sobre manila / bond A4. Full color	29
Glosario de Términos	30

INTRODUCCIÓN

Propósito y objetivos del Manual de Identidad Gráfica

La Comisión de Imagen de La Facultad de Pesquería crea este Manual de Identidad Gráfica con la finalidad de proteger y fortalecer la proyección uniforme de su identidad e imagen.

La Facultad de Pesquería contribuye al desarrollo sostenible de los sectores pesqueros del Perú, formando profesionales innovadores competitivos con compromiso social, así como generando y transfiriendo conocimiento resultante de la investigación básica y aplicada.

Para asegurar que la imagen de la facultad refleje de manera constante su identidad, es esencial contar con un manual de identidad gráfica que establezca pautas efectivas para su uso en diversas plataformas y contextos. Estas directrices no solo garantizarán la coherencia, sino que también contribuirán a la construcción de una imagen sólida y reconocible para los estudiantes, docentes, personal administrativo y la comunidad en general.

Este manual de identidad gráfica proporciona información detallada sobre los elementos que conforman nuestra marca, al tiempo que describe las normativas generales para su aplicación en una variedad de contextos y canales de comunicación. Su objetivo principal es servir como una herramienta útil para todos los involucrados, permitiendo mantener una imagen uniforme y sólida en todos nuestros esfuerzos de comunicación.

Historia de la Facultad de Pesquería

La Facultad de Pesquería de la Universidad Nacional Agraria La Molina fue creada el 06 de noviembre del año 1964, mediante Resolución N° 4234/UA. Entró en funcionamiento el 06 de enero de 1967, según Resolución N° 7543/UA. Tiene el programa de estudios de posgrado “Maestría en Acuicultura” y el programa de estudios de pregrado “Pesquería” con dos departamentos académicos:

- Acuicultura e Industrias Pesqueras.
- Manejo Pesquero y Medio Ambiente.

La Facultad de Pesquería está ubicada en el campus universitario la UNALM y ocupa un área total de 8,025 m². Su distribución comprende 970 m², área donde se sitúa el decanato, oficinas administrativas, Direcciones de Departamentos Académicos, oficinas de docentes, sala de audiovisuales, sala de reuniones, servicios higiénicos, Centro de documentación e Información Pesquera (CEDINPES) y almacén general de la Facultad; 455 m² donde se encuentran los laboratorios de Ingeniería, Procesos, Química de Recursos Hidrobiológicos, Microbiología, Acuicultura, Alimento vivo, Recursos Hidrobiológicos y Sanidad acuícola, y 360 m² en el sótano del laboratorio de acuicultura, donde se sitúan el taller de pesca y navegación, sala de colección de organismos acuáticos y museo. También incluye al Centro de Investigación Piscícola (CINPIS) de 6,240 m².

Adicionalmente cuenta como parte de la infraestructura de la Facultad de Pesquería:

- 20,000 m² en el campo UNALM – III, donde se está proyectando construir e implementar el Centro de Investigación e Innovación en Pesca y Acuicultura.
- Módulo de Enseñanza Embarcación pesquera UNA I – Don Fico.
- Laboratorio de conservas (en alianza con el Instituto de Desarrollo Agroindustrial (INDDA)).

Misión

Formar profesionales en el manejo y aprovechamiento de recursos hidrobiológicos, con competencias en calidad, gestión, investigación y responsabilidad social; contribuyendo con el desarrollo sostenible de la sociedad y el medio ambiente.

ELEMENTOS DE MARCA

Logo

El isologo de la Facultad de Pesquería debe ser entendido como la unión de texto y gráficos que representan de un logotipo y un isotipo, es decir, es un símbolo gráfico que combina una imagen (isotipo) y una palabra o letra (logotipo) para representar a la facultad de manera única y reconocible.

El texto y ícono conforman un grupo y no se representan por separados.



Versiones del Isologo



Espacio de aislamiento

El isologo necesita de un espacio de seguridad que lo rodee y no debe ser invadido por ningún elemento gráfico, así asegura una óptima visualización.



Tamaño mínimo

Para mantener la identidad visual y la correcta legibilidad de la marca se considerarán tamaños mínimos.
El tamaño mínimo permitido del logo será de 12,4 mm de largo y 12,4 mm de ancho. Tampoco se admitirá cualquier tipo de achatamiento o estiramiento o deformación.



12,4 mm

Usos incorrectos

El isologo se ubicará de manera horizontal, rechazando cualquier otra posición, siempre que no sea estrictamente necesario.
Su lectura será de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, no debe aplicarse volteada.



PALETA DE COLORES

Paleta de color

Color primario:
#155C8F

RGB:
R 21, G 92, B143

CMYK:
C 91.64%, M 59.77%, Y
20.81%, K 5.57%

100%

80%

60%

40%

20%

Paleta de color

Color secundario:

#55A5D4

RGB:

R 85, G 165, B 212

CMYK:

C 83.67%, M 17.25%,
Y 14.14%, K 0%

100%

80%

60%

40%

20%

Paleta de color

Color secundario:
#FFDE59

RGB:
R 255, G222, B 89

CMYK:
C 0%, M 18.18%, Y
78.31%, K 0%

100%

80%

60%

40%

20%

Paleta de color

color secundario:
#236B5C

RGB:
R 35, G 107, B 92

CMYK:
C 95.94%, M 45.29%,
Y 75.33%, K 7.14%

100%

80%

60%

40%

20%

Tipografía

Primaria

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Libre Franklin Bold

Secundaria

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Libre Franklin Medium

APLICACIONES

Estilo fotográfico

La identidad visual de una marca no se limita al logotipo y la tipografía. Se construye a partir de un conjunto de elementos visuales, entre ellos el estilo fotográfico, que nos ayuda a transmitir la personalidad de la marca mediante la fotografía.

- **Estilo natural:** En este caso, es recomendable resaltar la belleza natural del paisaje del campus. Puedes utilizar tonos frescos y serenos, como azules claros, verdes vibrantes y blancos puros. Estas tonalidades evocan una sensación de calma, frescura y tranquilidad, y ayudan a destacar el entorno natural y la importancia de la conservación.
- **Estilo dinámico** Para este concepto, puedes jugar con tonalidades más vivas y vibrantes que transmitan energía y entusiasmo. Puedes utilizar colores llamativos como naranjas, amarillos brillantes y azules intensos. Estas tonalidades ayudarán a resaltar la participación activa de la comunidad y agrega una dinámica a las imágenes.



Sin estilo



Con estilo



Sin estilo



Con estilo

Estilo Social Media

Estilo de redes sociales: Nuestro estilo de redes sociales combina tonalidades refrescantes y vibrantes para reflejar la conexión con el agua y el entorno marino. Utilizamos tonos de azul y celeste para transmitir calma y serenidad, junto con toques de verde que representan la naturaleza y la vegetación relacionadas con la pesca. Además, añadimos acentos de amarillo para agregar energía y vitalidad a nuestras publicaciones. Este equilibrio entre colores evoca un ambiente soleado y alegre en el campo de la pesquería, creando una imagen visualmente atractiva y coherente.



Firmas electrónicas

Un soporte importante en las comunicaciones internas y externas es el uso de correos electrónicos, para lo cual el isotipo de la Facultad deberá colocarse según el gráfico.

Nombre de la persona en Libre Franklin Medium a 12pts.

Cargo en Libre Franklin regular a 9 pts.

Cargo, Oficina, Facultad en Libre Franklin regular a 9 pts.

teléfono, telefax y/o e-mail en Libre Franklin regular a 9 pts.

Dr. Julio G. Gonzales Fernández
Decano
Decanato
Facultad de Pesquería
Av. La Molina s/n, Lima 12
Telf.: 614 7800, anexo 207
E-mail: fpesqueria@lamolina.edu.pe



Alma S. Ramirez
Personal administrativo
Decanato
Facultad de Pesquería
Av. La Molina s/n, Lima 12
Telf.: 614 7800, anexo 207
E-mail: fpesqueria@lamolina.edu.pe



MATERIAL IMPRESO

PIEZA GRÁFICA: Papel Membretado.

TAMAÑO: A4 (21 x 29,7 cm)

COLOR: Full Color

TIPO DE PAPEL: Bond 90 gr.



*La Molina, 07 de noviembre del 2023.
Resolución No. 193-23/Fa.Pe.*



614 7800, anexo 207



fpesqueria@lamolina.edu.pe



Av. La Molina s/n, Lima 12

PIEZA GRÁFICA: Papel Membretado.
TAMAÑO: A4 (21 x 29,7 cm)
COLOR: Monóchromo
TIPO DE PAPEL: Bond 90 gr.



*La Molina, 07 de noviembre del 2023.
Resolución No. 193-23/Fa.Pe.*



614 7800, anexo 207



fpesqueria@lamolina.edu.pe



Av. La Molina s/n, Lima 12

- Se respeta:
- Colores
 - Tipografía

La Molina, 07 de noviembre del 2023.
Resolución No. 193-23/Fa.Pe.



FACULTAD DE
PESQUERÍA



Programación del Mes de Tutoría

(Del 9 al 31 de Octubre)

¡Visualiza el poder que tienes como tutor!
Con solo 2 horas de tu tiempo, estás construyendo un camino hacia el éxito de tus estudiantes.

La Tutoría Pesquera es una oportunidad para fortalecer vínculos y cultivar un ambiente de apoyo y éxito en la universidad.

¡Tú haces la diferencia!

Recuerda...
El Reglamento General de la UNALM establece en su art. 480 como un deber docente

- Brindar tutoría a los estudiantes para orientarlos en su desarrollo profesional y académico.



SEMANA 2 (9 al 13 de oct.)

1. Identificación de los Estudiantes Tutorados y Conocimiento de su Situación Académica.
2. Envío de Invitación de Reunión de preferencia a Estudiantes en Riesgo Académico.



SEMANA 3 Y 4 (16 al 27 de oct.)

3. Interacción Tutor – Estudiante. (Presencial)
 - 3.1. Atención de Estudiantes con Notas Bajas.
 - 3.2. Atención de Estudiantes Regulares o con Alto Rendimiento Académico.



SEMANA 4 (23 al 31 de oct.)

4. Derivación a Orientación Avanzada (si es necesario)
5. Derivación a Orientación Especializada (solo si es necesario)
6. Generación de Reporte de cumplimiento por correo a la Unidad de Calidad y Acreditación y su Departamento Académico.

DECANATO



FACULTAD DE PESQUERÍA
UNALM

TUTORÍA

OBLIGATORIA

Tu futuro académico importa

¿Qué es la tutoría?

Es el acompañamiento y guía del docente tutor, mediante atención **personalizada**, durante la trayectoria académica de los estudiantes, desde su ingreso hasta la culminación de sus estudios.



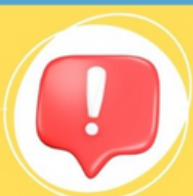
Digirido a:

Estudiantes Matriculados de todos los ciclos.
NOTA: Cada tutorado tiene asignado un docente tutor de carrera, esto puede visualizarse a través de la plataforma **MAIPI**, así como su situación académica.



Importante:

Contribuye en los siguientes aspectos:
Académico, Personal y Vocacional.



Reglamento:

Los estudiantes que presenten problemas académicos como **bica, trika, observación, suspensión u otros casos especiales** tienen la obligación de asistir a las sesiones de tutoría, para el resto de estudiantes la asistencia es opcional.

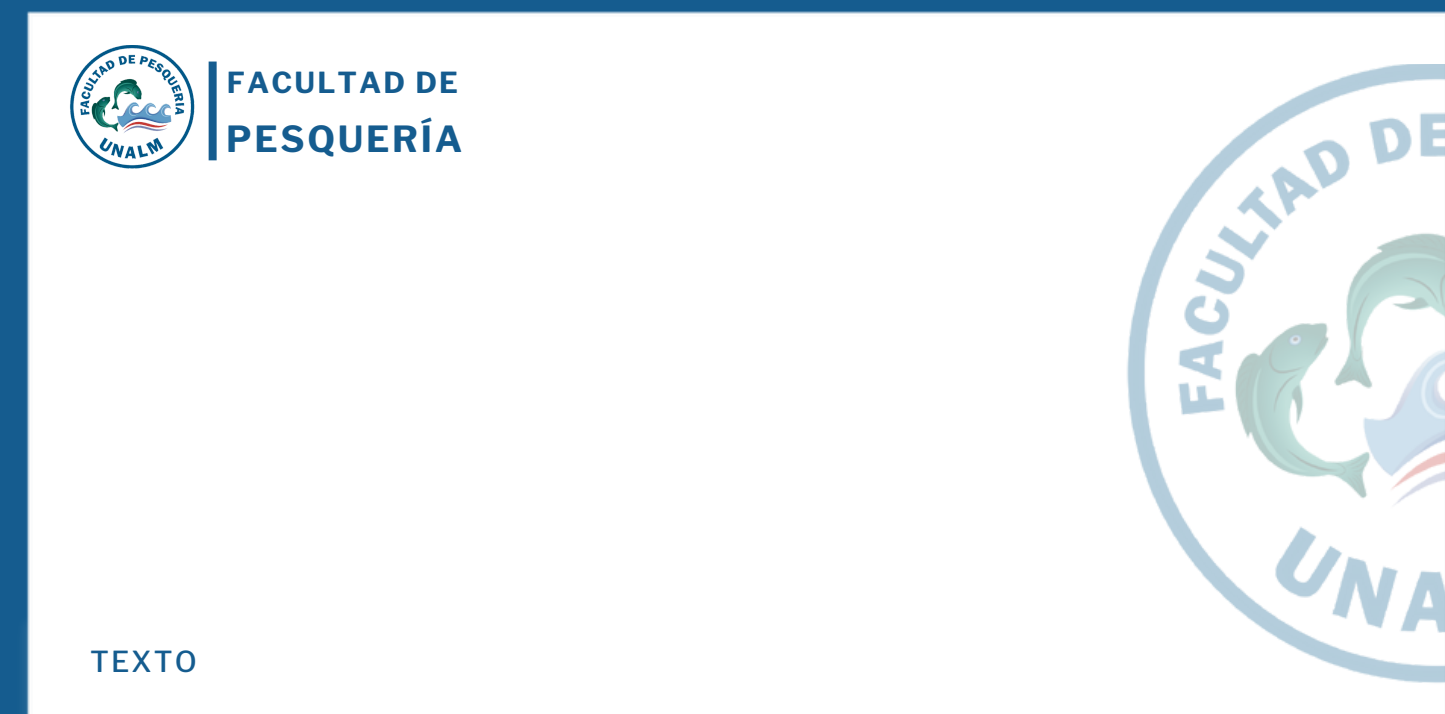
Artículo N°35 Reglamento UNALM.



DECANATO

PIEZA GRÁFICA: Sobre
COLOR: Full Color
TIPO DE PAPEL: Bond

La Molina, 07 de noviembre del 2023.
Resolución No. 193-23/Fa.Pe.



PIEZA GRÁFICA: Sobre Manila
COLOR: Full Color
TIPO DE PAPEL: A4 Bond

*La Molina, 07 de noviembre del 2023.
Resolución No. 193-23/Fa.Pe.*



PIEZA GRÁFICA: Sobre Manila
COLOR: Monóculo
TIPO DE PAPEL: A4 Bond

*La Molina, 07 de noviembre del 2023.
Resolución No. 193-23/Fa.Pe.*



Glosario de Términos

Identidad gráfica.-

Es la imagen visual de una organización que por medio de su gráfica, comunican y transmiten atributos y valores de dicha organización.

Imagen instucional.-

Es el “significado” de una empresa, es la presentación, personalidad que se va a reflejar ante los espectadores y de cómo estos la perciben.

Isologo.-

Representación visual en la que el logotipo y el isotipo se funden en un nuevo elemento indivisible. Esta suele ser una de las representaciones más frecuentes.

Isotipo.-

Representación gráfica de un símbolo de una marca sin mencionarla completamente. De acuerdo a su funcionamiento se clasifican en: monograma, anagrama, siglas, inicial, firma y pictograma. Representación frecuente de las marcas.

Logotipo.-

Disntintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una organización marca o producto. Dicho de otro modo, es la representación visual en base a una palabra o conjunto de palabras, solamente representada por una tipografía.

Marca.-

Es el conjunto de gráficos que representa y lo diferencia de otras instituciones y por ganizaciones, posicionándose en la mente del consumidor. Existe marca simple (compuesta por un nombre fonético, logotipo y una paleta de color), y marca mixta (compuesta por un símbolo más logotipo, un nombre fonético y una paleta de color).

Símbolo.-

Elemento gráfico que muestra la personalidad de una institución y le proporciona una identidad.

Tipografía.-

Es el conjunto de letras (fuentes tipográficas) que en diseño son utilizadas para comunicar un mensaje.

Social Media.-

Social media (redes sociales) es un término amplio que abarca las redes sociales. Por lo tanto, social media se refiere a todas las redes y medios que han surgido en los últimos años con el Internet.