

CONSEJO SUPERIOR ACUERDO No. 062 DE 27 DE NOVIEMBRE DE 2020

"Por el cual se adopta el Manual de Identidad Visual de la Fundación Universitaria Internacional de La Rioja-LINIR"

El Consejo Superior de la Fundación Universitaria Internacional de La Rioja – UNIR, en uso de sus atribuciones legales y estatutarias y en especial las conferidas en el artículo 26 de los Estatutos vigentes, y

CONSIDERANDO:

Que en el artículo 69 de la Constitución Política de Colombia y en el artículo 28 de la Ley 30 de 1992 se establece el principio de autonomía universitaria, por el cual las instituciones de educación superior pueden darse y modificar sus estatutos, designar sus autoridades académicas y administrativas, crear, organizar y desarrollar sus programas académicos, definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales, otorgar los títulos correspondientes, seleccionar a sus profesores, admitir a sus alumnos y adoptar sus correspondientes regímenes y establecer, arbitrar y aplicar sus recursos para el cumplimiento de su misión social y de su función institucional.

Que en desarrollo de las funciones adicionales establecidas en los Estatutos de la Fundación Universitaria Internacional de La Rioja-UNIR (art.26), el Consejo Superior tendrá la posibilidad de expedir y modificar los manuales que sean necesarios para el cabal cumplimiento de las actividades de la Institución.

Que la Fundación como institución universitaria de educación superior, en su propósito primordial de realizar un proceso formativo que respete la misión y visión institucional, así como los principios y valores establecidos tanto en sus Estatutos como en su Proyecto Educativo Institucional (PEI), requiere fortalecer y mantener una Identidad Institucional con elevado posicionamiento en el contexto académico y social, por lo que se hace necesario consolidar y afianzar la arquitectura de la marca UNIR, como un sello institucional que identifica a la Fundación Universitaria Internacional de La Rioja-UNIR ante la sociedad y la comunidad académica en general y en ese propósito, adicional al Protocolo de Comunicaciones que ya tiene formalizado, ha diseñado un Manual de Identidad Visual para garantizar un efectivo uso de la marca y de los canales y flujos de información necesario en el desarrollo de sus actividades académicas y administrativas.

Que el Consejo Superior en sesión ordinaria del 26 de noviembre de 2020 aprobó el Manual de Identidad Visual puesto a su consideración, como complemento a la Identidad Institucional de la Fundación Universitaria Internacional de La Rioja-UNIR.



CONSEJO SUPERIOR ACUERDO No. 062 DE 27 DE NOVIEMBRE DE 2020

"Por el cual se adopta el Manual de Identidad Visual de la Fundación Universitaria Internacional de La Rioja-LINIR"

En mérito de lo anteriormente expuesto,

ACUERDA:

ARTICULO PRIMERO: Adoptar el Manual de Identidad Visual como parte de la Identidad Institucional de la Fundación Universitaria Internacional de La Rioja-UNIR, el cual hará parte integral del presente Acuerdo.

ARTICULO SEGUNDO: El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición.

COMUNÍQUESE Y CUMPLASE

Dado en Bogotá D.C., a los veintisiete (27) días del mes de noviembre de dos mil veinte (2020).

HERNAN JAVIER PULIDO CARDOZO

Presidente

GLORIA STELLA MELO RODRIGUEZ

secretaria



Este manual de identidad visual corporativa es la única referencia válida sobre normas gráficas, con el fin de facilitar una correcta aplicación de los signos básicos de identidad de la Fundación Universitaria Internacional de La Rioja – UNII

1. Bienvenido

2. La Marca

- 2.1 Versión principal
- 2.2 Versión horizontal
- 2.3 Construcción de la marca
- 2.4 Área de seguridad
- 2.5 Versión en positivo
- 2.6 Versión en negativo fondo pantone 313
- 2.7 Versión en negativo fondo negro
- 2.8 Versión en negro
- 2.9 Tamaño mínimo

3. Colores Corporativos

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Matices
- 3.3 Colores secundarios y terciarios
- 3.4 Psicología del color

4. Tipografías Corporativas

- 4.1 Tipografías principales
- 4.2 Ejemplo de aplicación
- 4.3 Tipografías de sustitución

5. Offline

- 5.1 Hoja de carta A4
- 5.2 Sobre americano: 225x115 mm
- 5.3 Sobre bolsa 360 x 260 mm
- 5.4 Tarjetón: A6 105 x 148 mm
- 5.5 Tarjeta genérica 90 x 50 mm
- 5.6 Papelería: Dirección

6. Online

- 6.1 Marca web: aplicación en cabecera
- 6.2 RRSS: Linkedin, imagen de perfil
- 6.3 Firma email

7. Vigilada Mineducación

- 7.1 Aplicación en pie de página
- 7.2 Aplicación en Documento oficial





1. Bienvenido

El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de Fundación Universitaria Internacional de La Rioja - UNIR.

Como elementos constitutivos establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.



2. La Marca

Fundación Universitaria Internacional de La Rioja - UNIR es una empresa única, con una personalidad única.

La Fundación Universitaria Internacional de La Rioja – UNIR es una institución educativa de educación superior, organizada como una entidad sin ánimo de lucro, constituida bajo las leyes de la República de Colombia. Posee personería jurídica reconocida por el Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia. Sus Fundadores son la Universidad Internacional de La Rioja, S.A. (entidad de nacionalidad española) y Unir Rioja Colombia S.A.S. (entidad de nacionalidad colombiana).

La Fundación Universitaria Internacional de La Rioja – UNIR nace como solución educativa adaptada a los nuevos tiempos y a la sociedad colombiana del mundo actual. Acerca los estudios universitarios de manera virtual a quienes quieran acceder a estudios de Educación Superior de calidad.

2.1 Versión principal

Siempre que sea posible y como uso principal del logotipo se presentará la marca de la siguiente forma:



COLOMBIA

2.2 Versión horizontal

La aplicación horizontal del logotipo puede considerarse como dentro de la norma. Su uso debe limitarse a aquellos espacios donde no se pueda usar el logo principal.



2.3 Construcción de la marca

Sirviéndonos de una retícula podemos mantener las proporciones del logotipo corporativo para cualquier aplicación. Cada una de las cuadrículas (x) representa una unidad dentro del plano y el número total (tanto en la escala vertical como en la horizontal) representa el número de veces que dicha unidad está presente en las partes que componen la imagen.



2.4 Área de seguridad

Se entiende como área de seguridad el espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase e interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo e impidiendo, por tanto, su contaminación visual.

Proporcionar una zona de seguridad para el logotipo asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.



2.5 Versión en positivo

Siempre que sea posible el logotipo deberá ir sobre fondo blanco.



COLOMBIA



2.6 Versión en negativo

Uso exlusivo para fondo corporativo PANTONE 313



COLOMBIA



2.7 Versión en negativo

Uso exlusivo para fondo negro





2.8 Versión en negro

El logotipo de Fundación Universitaria Internacional de La Rioja - UNIR en negro, es una excepción. Su uso se reduce exclusivamente a aquellas ocasiones en las que sólo pueda imprimirse en una tinta.



COLOMBIA



2.9 Tamaño mínimo

El tamaño mínimo del logotipo se define como el menor tamaño al que puede ser reproducido conservando su adecuada visibilidad. Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea online o impreso.

Tamaño impreso

25 mm



9,75 mm

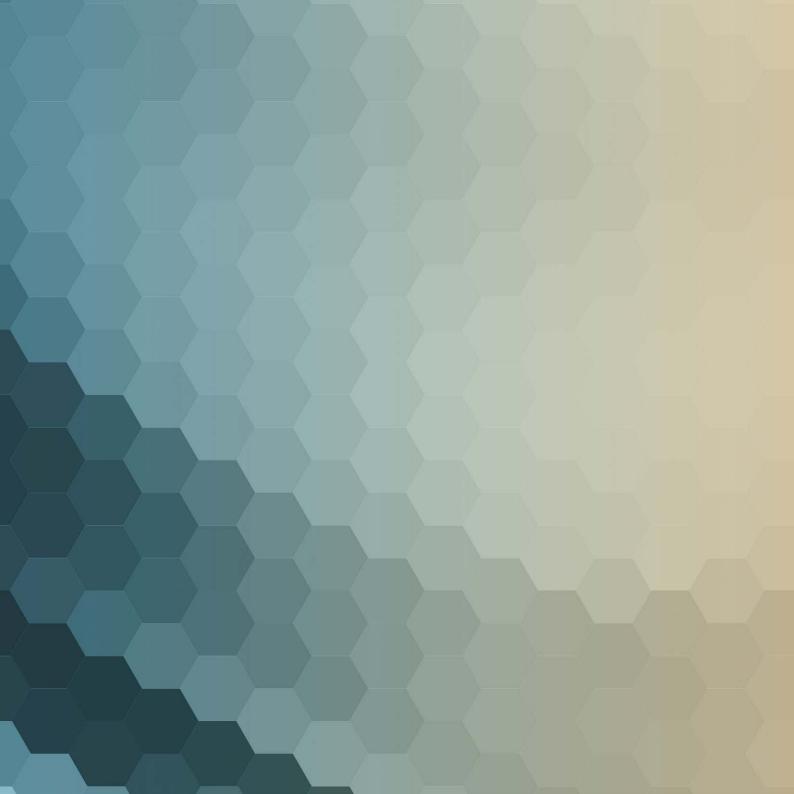
Tamaño online

100 px



39 px

COLOMBIA

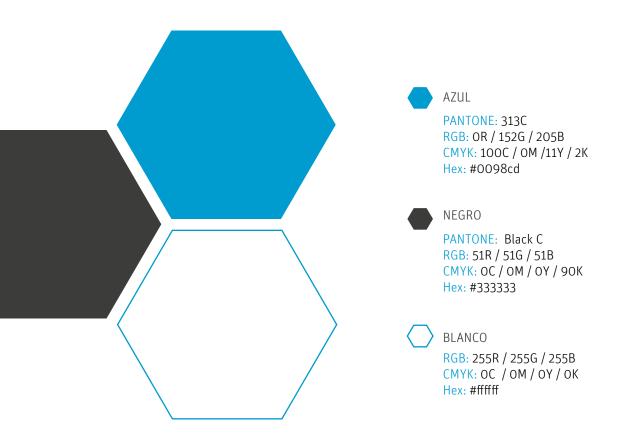


3. Colores Corporativos

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

En este apartado se establecen los colores corporativos y la gama de colores que ligados a la marca Fundación Universitaria Internacional de La Rioja - UNIR podrán usarse en los distintos soportes.

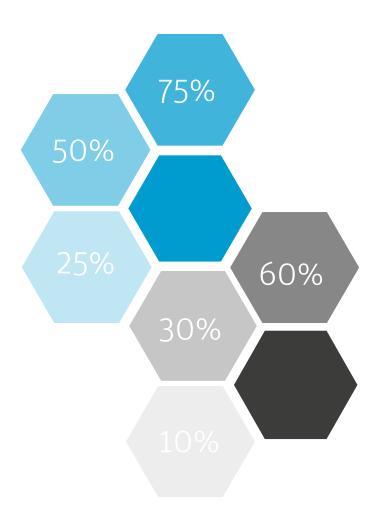
3.1 Colores principales



Colores corporativos -

3.2 Matices

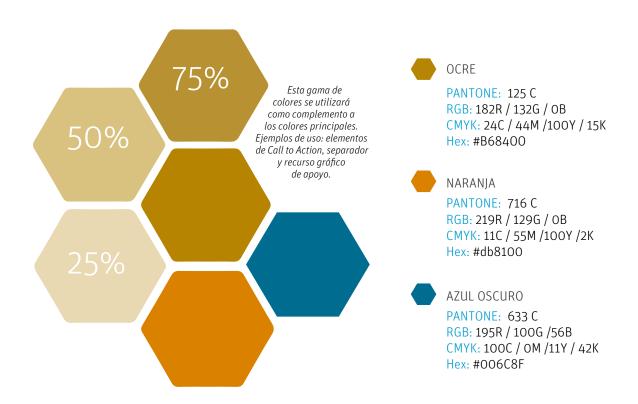
A partir de los colores principales se establece una gama de matices que pueden utilizarse para todas la piezas offline y online.

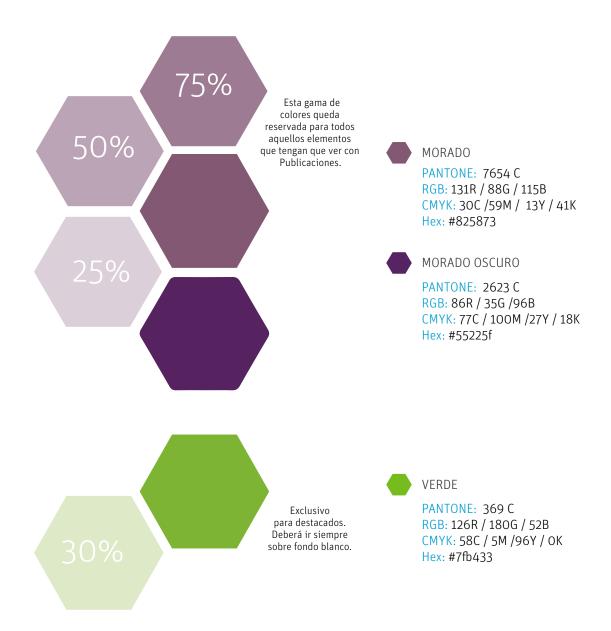


Colores corporativos -

3.3 Colores secundarios y terciarios

Como apoyo a los colores primarios se establece una gama complementaria para todas las aplicaciones gráficas, tanto offline como online.





3.4 Psicología del color



AZUL

El azul es inteligencia, verdad, sabiduría, espacio, inmortalidad, juventud, cielo y agua y también signica paz y quietud; actúa como calmante y al ser mezclado con blanco forma un matiz celeste que expresa pureza y fe. Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión.



NARANJA

El naranja combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo.

Produce la sensación de mayor aporte de oxígeno al cerebro, produciendo un efecto vigorizante y de estimulación de la actividad mental.



MORADO

Color asociado a la nobleza, espiritualidad, sabiduría, creatividad, independencia y dignidad. La combinación de los aspectos estables y calmantes del azul con las cualidades místicas y espirituales de morado, satisface la necesidad de tranquilidad en un mundo complejo, al tiempo que añade un toque de misterio y emoción, perfecto para un mundo editorial complejo y cargado de emociones.



VERDE

El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad.





4. Tipografías Corporativas

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a la marca.

Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante, no obstante se definirá una tipografía auxiliar para soportes informáticos. Tipografías corporativas -

4.1 Tipografías principales

Unit OT

La familia tipográfica corporativa de Fundación Universitaria Internacional de La Rioja - UNIR para los cuerpos de texto es la Unit OT y se establece como tipografía principal para su uso en todas las aplicaciones, tanto offline como online.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789;!¿?@#()/+/&%[]{};:



Unit OT Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789;!¿?@#()/+/&%[]{};:



Unit OT Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789;!¿?@#()/+/&%[]{};:



Unit OT Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789;!¿?@#()/+/&%[]{};:



Unit OT Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789¡!¿?@#()/+/&%[]{};:

Tipografías corporativas -

4.2 Ejemplo de aplicación

Las tipografías principales seguirán este patrón de aplicación

Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Titulos, subtítulos, h1, h2, h3, h4, h5, h6: Caecilia Lt Std

Texto: Unit Light

Tipografías corporativas -

4.3 Tipografías de sustitución

Arial

Dado que las tipografías Caecilia y UNIT no están instaladas por defecto en la mayoría de los ordenadores, se hace necesario la utilización de tipografías "de sistema".

Para estos casos, la familia tipográfica establecida para la práctica totalidad del medio online es la tipografía Arial.

El conjunto de tipografías que usaremos será la familia de la tipografía Arial.



Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789;!¿?@#()/+/&%[]{};:



Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789;!¿?@#()/+/&%[]{};:





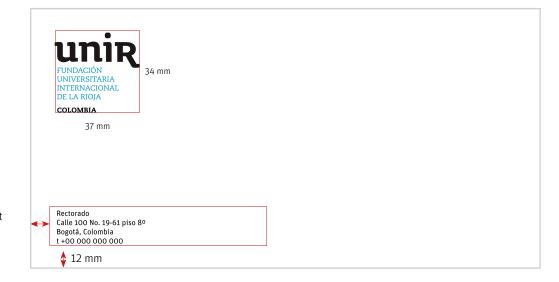
5. Offline

En este apartado se muestran las distintas aplicaciones de la marca en piezas impresas.

Hoja de carta - A4

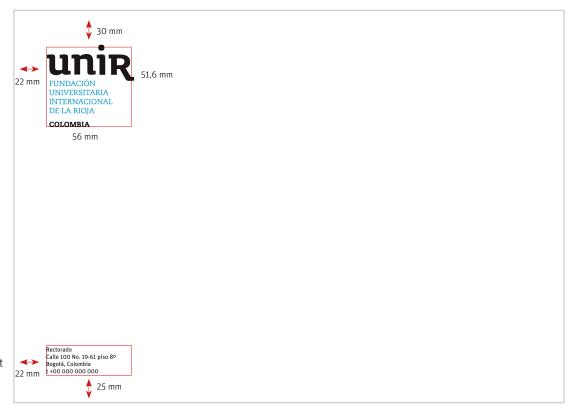
12 mm 12 mm 33,5 mm 35 mm Rectorado Calle 100 No. 19·61 piso 8º Bogotá, Colombia t +00 000 000 000 Unit Light 8pt **♦** 12 mm

Sobre americano: 225x115mm



Unit Light 9,5 pt

Sobre bolsa - 360 x 260 mm



Unit Light 11 pt

Tarjetón: A6-105 x 148mm





Aplicaciones graficas - Offline

Tarjeta genérica - 90 x 50 mm

Este modelo de tarjetas es la oficial para todo trabajador.





Ejemplo Tarjeta genérica

Calidad Europea

unir.edu.co



Antonio Tolbaños

Departamento de Postgrados antonio.tolbanos@unir.edu.co

COLOMBIA

Rectorado Calle 100 No. 19-61 piso 8º Bogotá, Colombia t +00 000 000 000 Aplicaciones gráficas - Offline

Papelería: Dirección

Existe una variante de Papelería Corporativa para uso exlusivo de Dirección. Únicamente lleva la dirección del Rectorado y se imprime en un papel distinto.





6. Online

Debido a la gran variedad y complejidad de las aplicaciones digitales se han creado diferentes manuales.

Aplicación Web Aplicación RRSS Aplicación Firma Email Aplicaciones gráficas - online

Marca Web

Aplicación marca en soporte Web Fundación Universitaria Internacional de La Rioja - UNIR



Aplicación de marca en cabecera web.



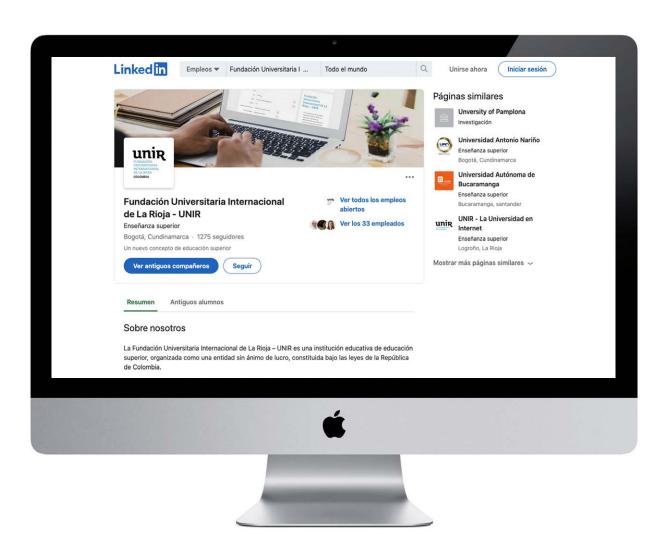
344 px



Aplicaciones gráficas - online

RRSS: Linkedin

Aplicación marca en soporte RRSS Fundación Universitaria Internacional de La Rioja - UNIR



Tamaño de imagen de perfil Linkedin



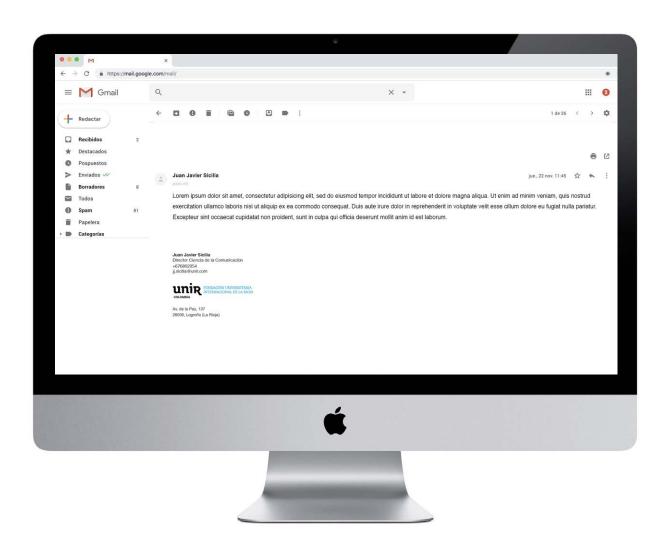
200px

200 px

Aplicaciones gráficas - online

Firma Email

Aplicación marca en soporte Firma Email Fundación Universitaria Internacional de La Rioja - UNIR

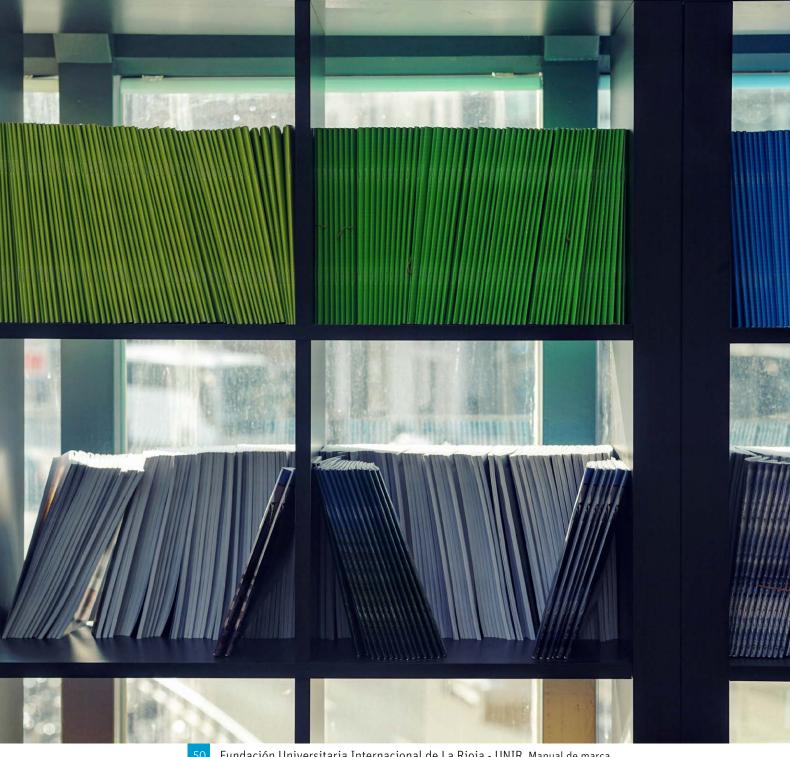


Tamaño de firma email



74px

406 px



Fundación Universitaria Internacional de La Rioja - UNIR. Manual de marca



7. Vigilada Mineducación

Las instituciones de educación superior están obligadas a emplear la advertencia **<<VIGILADA MINEDUCACION>>** de manera visible y clara en todas las piezas publicitarias que realicen en los medios de divulgación, tales como:

- 1. Televisión pública o privada.
- 2. Páginas web.
- 3. Afiches publicitarios.
- 4. Folletos.
- 5. Volantes.
- 6. Catálogos.
- 7. Pendones.
- 8. Vallas.
- 9. Prensa escrita y electrónica.
- 10. Redes sociales.
- 11. Cualquier artículo de mercadeo en el que se informe la existencia de la institución de educación superior, y la oferta y desarrollo de programas académicos.
- 12. Formatos de recibos de pago de derechos pecuniarios.
- 13. Documentos institucionales como constancias y certificados.

En los anuncios emitidos por radio, la información sobre la institución de educación superior deberá estar seguida de la expresión **<<institución** sujeta a inspección y vigilancia por el Ministerio de Educación Nacional>>. El mensaje deberá ser transmitido de manera clara y pausada para que pueda ser comprendida por los oyentes.

Aplicaciones advertencia "Vigilada Mineducación"

Pie de Página

Aplicación advertencia "Vigilada Mineducación" en pie de página del website Fundación Universitaria Internacional de La Rioja - UNIR



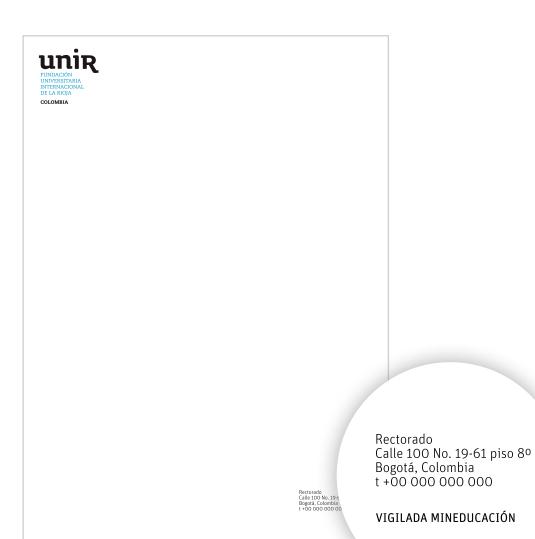




Aplicaciones advertencia "Vigilada Mineducación"

Documentos Oficiales

Aplicación advertencia "Vigilada Mineducación" en documentos oficiales Fundación Universitaria Internacional de La Rioja - UNIR



Tamaño de advertencia

VIGILADA MINEDUCACIÓN → Unit OT, Regular, 12 pt

