

Manual de identidad visual

Mayo 2022

unir FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
INTERNACIONAL DE LA RIOJA

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 – UNIR

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:



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.



La marca -

2.6 Versión en negativo

Uso exclusivo para fondo corporativo PANTONE 313

unir
FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
INTERNACIONAL
DE LA RIOJA

unir FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
INTERNACIONAL DE LA RIOJA

La marca -

2.7 Versión en negativo

Uso exclusivo para fondo negro

unir
FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
INTERNACIONAL
DE LA RIOJA

unir FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
INTERNACIONAL DE LA RIOJA

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.

unir
FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
INTERNACIONAL
DE LA RIOJA

unir FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
INTERNACIONAL DE LA RIOJA

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



Tamaño online

100 px





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



AZUL

PANTONE: 313C

RGB: 0R / 152G / 205B

CMYK: 100C / 0M / 11Y / 2K

Hex: #0098cd



NEGRO

PANTONE: Black C

RGB: 51R / 51G / 51B

CMYK: 0C / 0M / 0Y / 90K

Hex: #333333



BLANCO

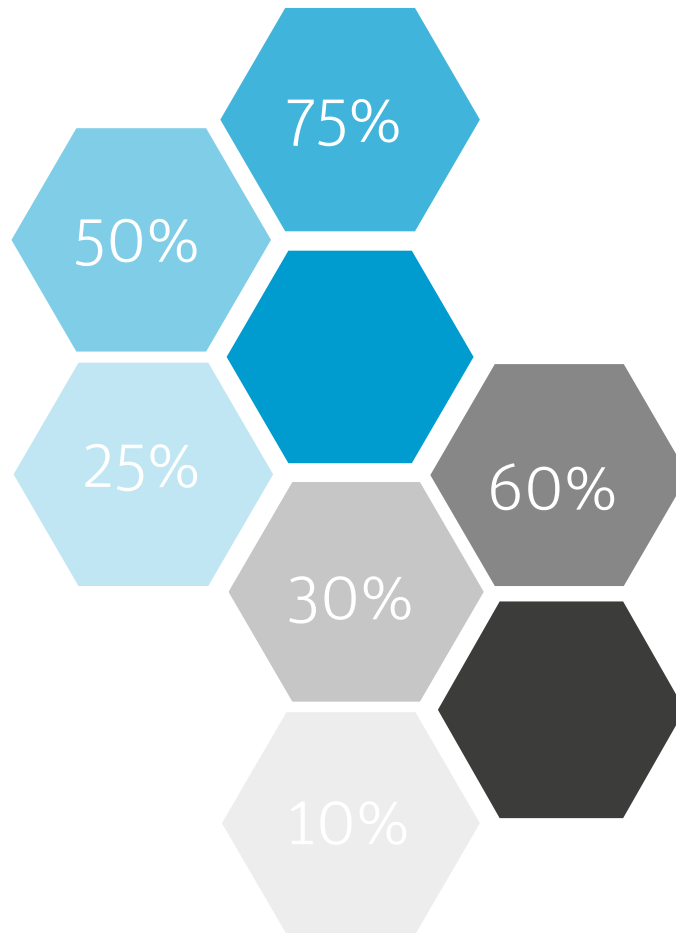
RGB: 255R / 255G / 255B

CMYK: 0C / 0M / 0Y / 0K

Hex: #ffffff

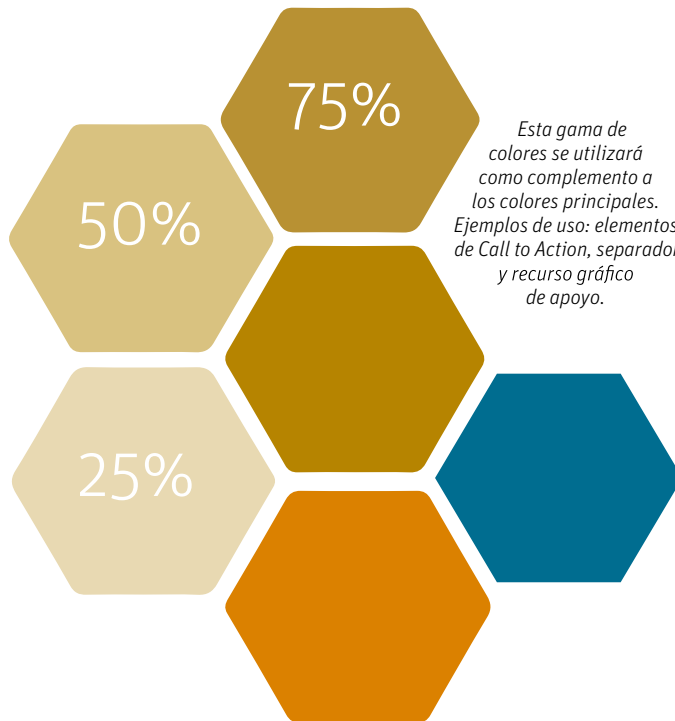
3.2 Matices

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



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.



OCRE

PANTONE: 125 C
RGB: 182R / 132G / 0B
CMYK: 24C / 44M / 100Y / 15K
Hex: #B68400



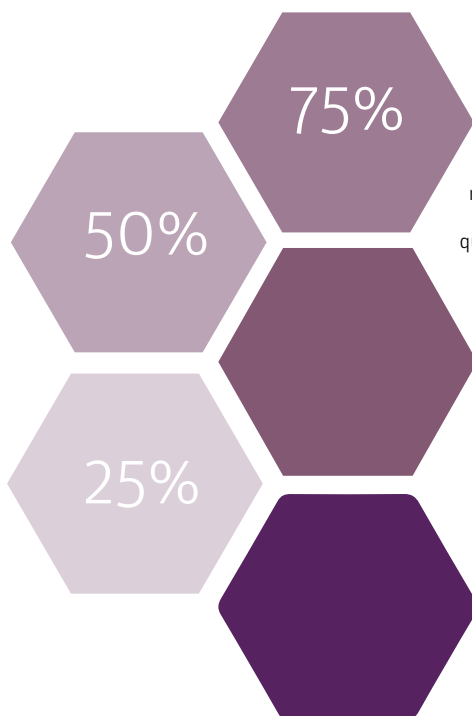
NARANJA

PANTONE: 716 C
RGB: 219R / 129G / 0B
CMYK: 11C / 55M / 100Y / 2K
Hex: #db8100



AZUL OSCURO

PANTONE: 633 C
RGB: 195R / 100G / 56B
CMYK: 100C / 0M / 11Y / 42K
Hex: #006C8F



Esta gama de colores queda reservada para todos aquellos elementos que tengan que ver con Publicaciones.



MORADO

PANTONE: 7654 C

RGB: 131R / 88G / 115B

CMYK: 30C / 59M / 13Y / 41K

Hex: #825873



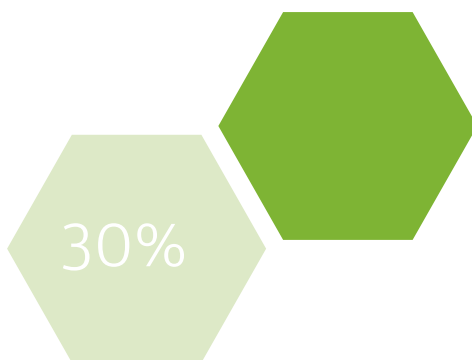
MORADO OSCURO

PANTONE: 2623 C

RGB: 86R / 35G / 96B

CMYK: 77C / 100M / 27Y / 18K

Hex: #55225f



Exclusivo para destacados. Deberá ir siempre sobre fondo blanco.



VERDE

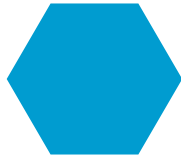
PANTONE: 369 C

RGB: 126R / 180G / 52B

CMYK: 58C / 5M / 96Y / OK

Hex: #7fb433

3.4 Psicología del color



AZUL

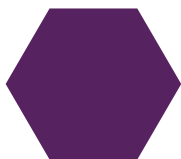
El azul es inteligencia, verdad, sabiduría, espacio, inmortalidad, juventud, cielo y agua y también significa paz y quietud; actúa como calmante y al ser mezclado con blanco forma un matiz celeste que expresa pureza y fe. Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión.



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.



A vertical photograph on the left side of the page shows a person's legs and hands. They are sitting on a blue sofa, wearing white sneakers and a white patterned top. They are using a silver laptop that is resting on their lap. The background is a plain, light-colored wall.

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.

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.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789¡!¿?@#()/+/&%[]{};:

Aa

Unit OT Light

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

Aa

Unit OT Regular

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

Aa

Unit OT Medium

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

Aa

Unit OT Medium

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

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

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.

Aa

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#()/+&%[]{};:

Aa

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#()/+&%[]{};:

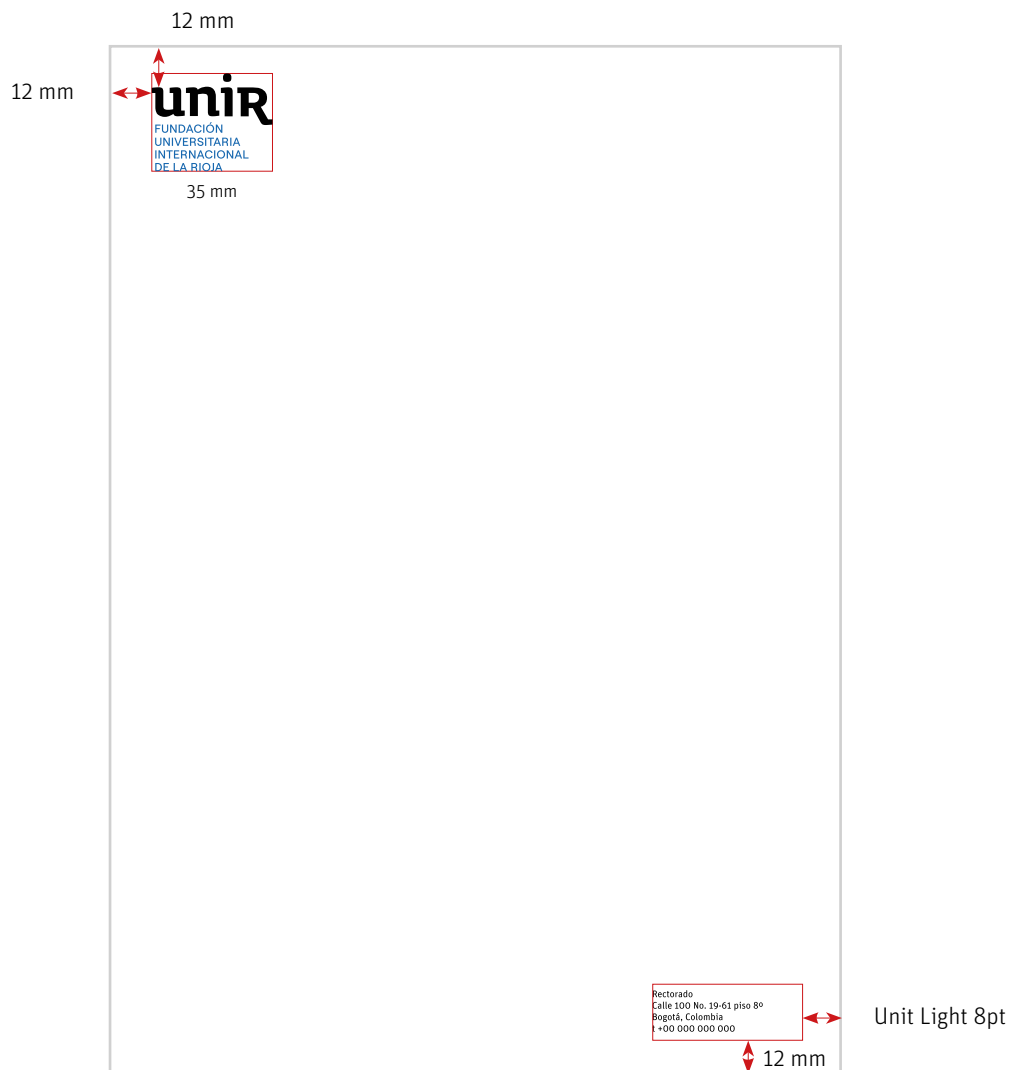




5. Offline

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

Hoja de carta - A4



Sobre americano: 225x115mm



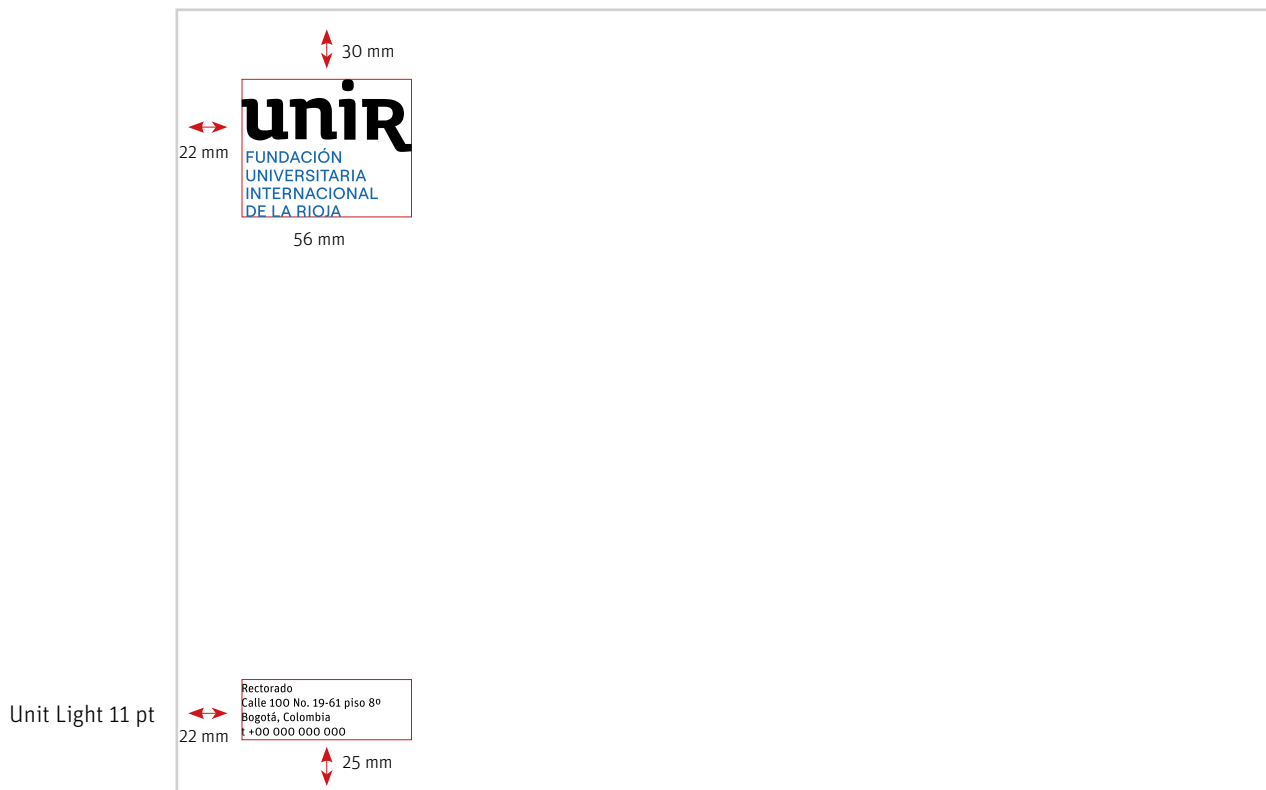
37 mm

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

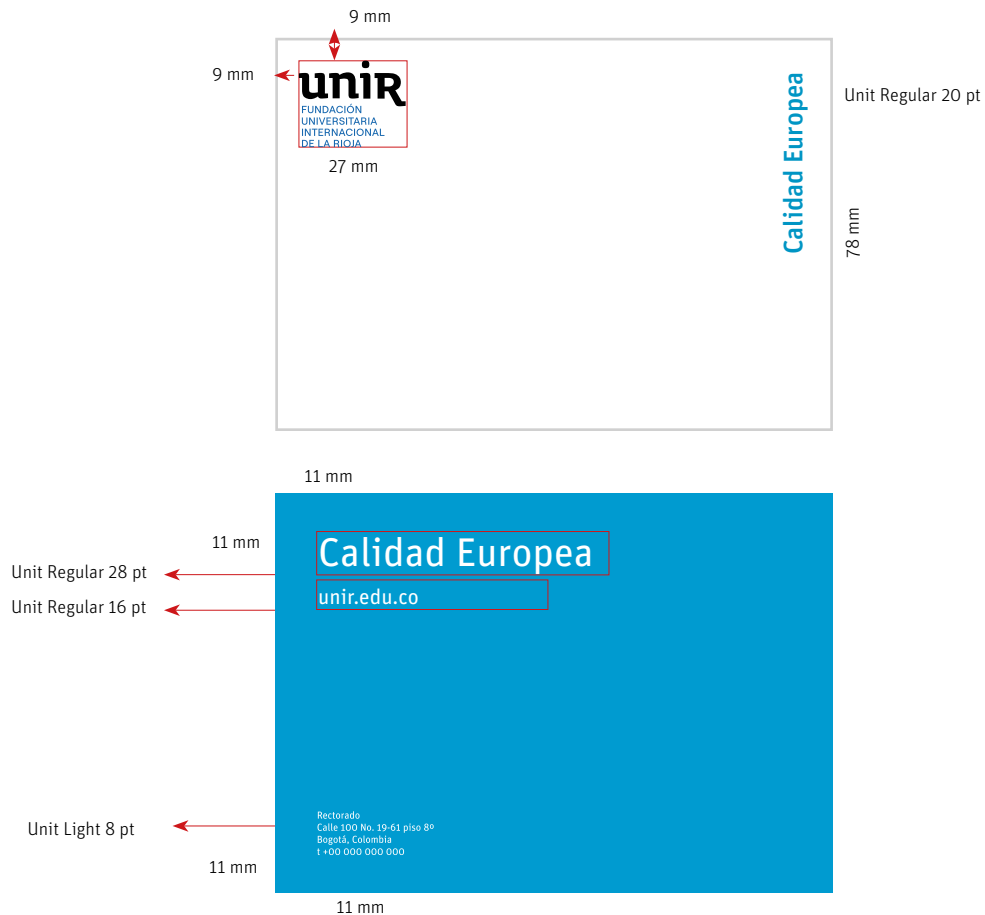
12 mm

Unit Light 9,5 pt

Sobre bolsa - 360 x 260 mm

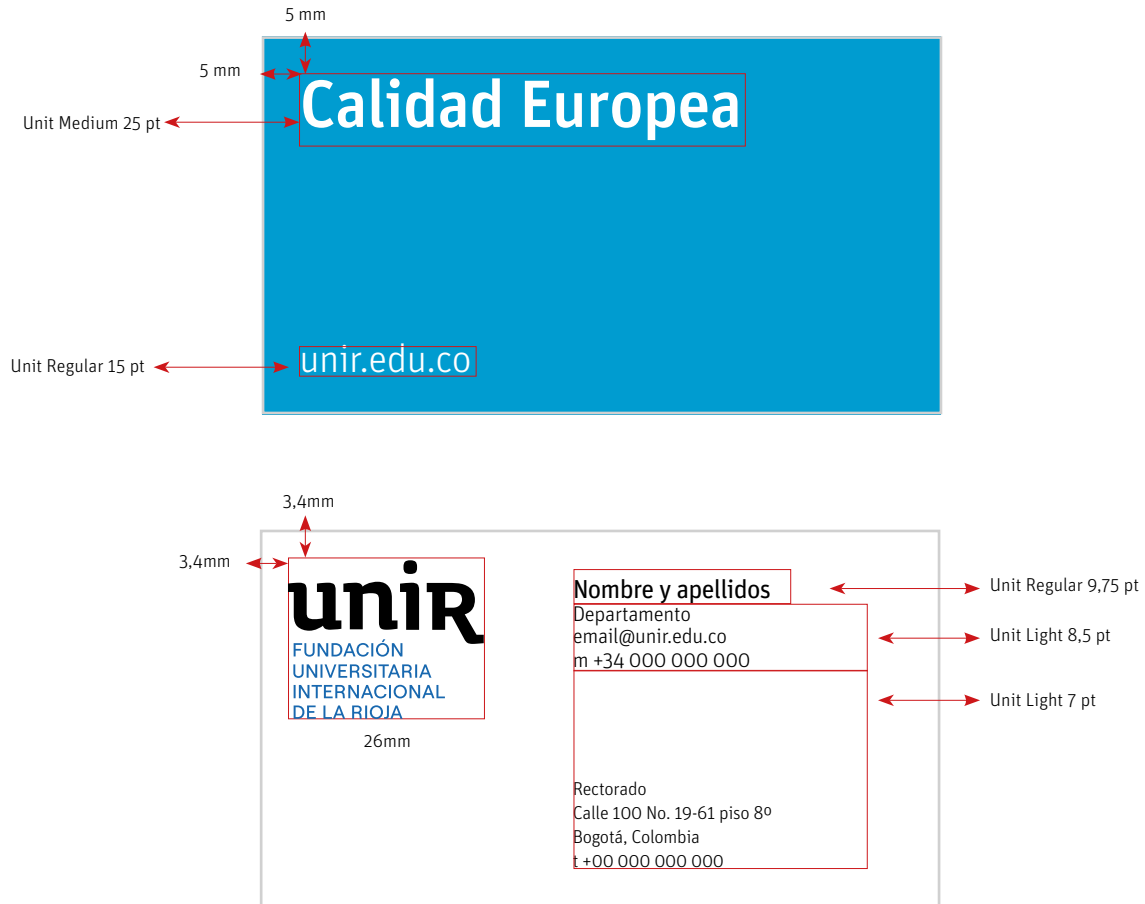


Tarjetón: A6-105 x 148mm



Tarjeta genérica - 90 x 50 mm

Este modelo de tarjetas es la oficial para todo trabajador.



Ejemplo Tarjeta genérica



Papelería: Dirección

Existe una variante de Papelería Corporativa para uso exclusivo 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.



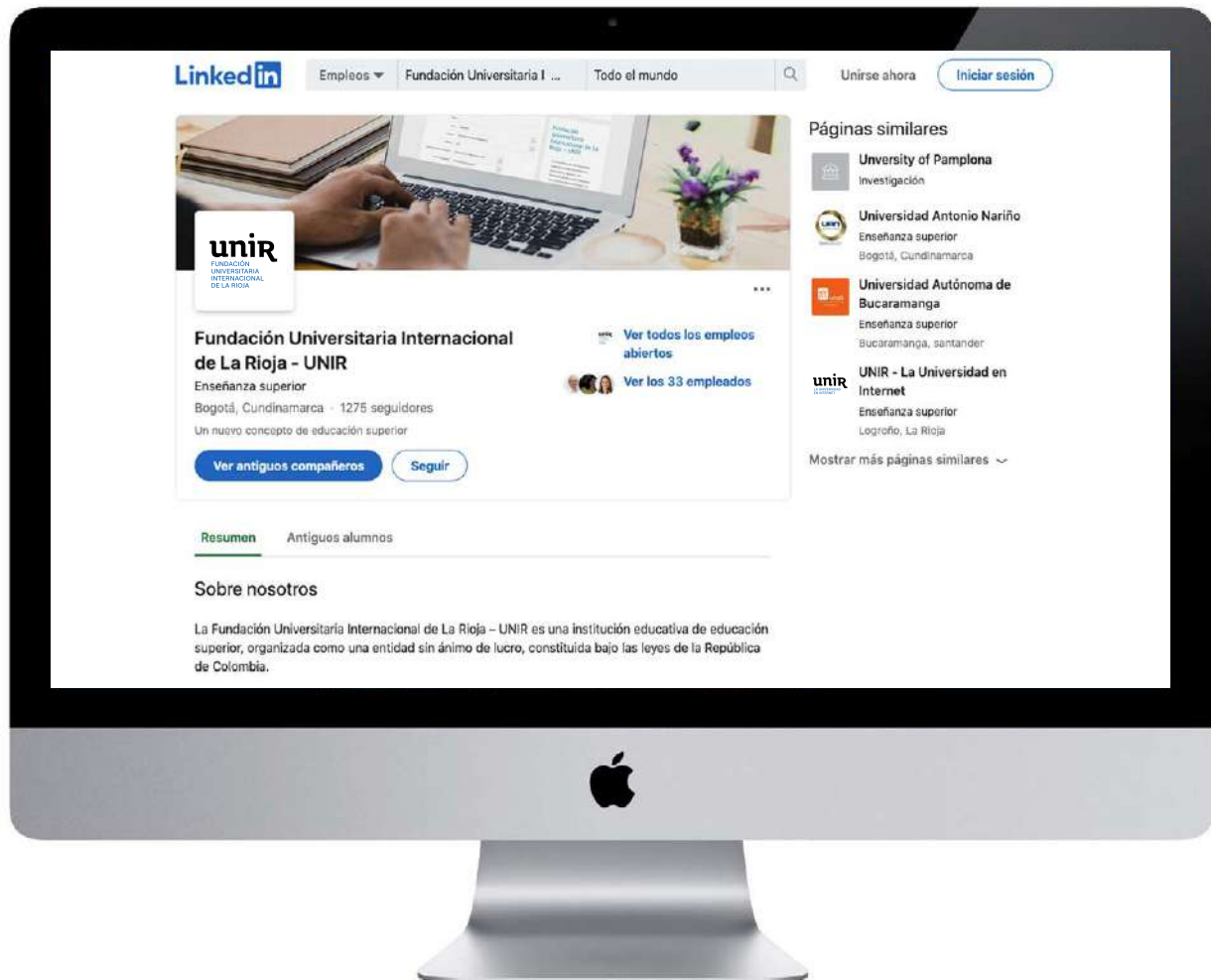
344 px



Aplicaciones gráficas - online

RRSS: LinkedIn

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



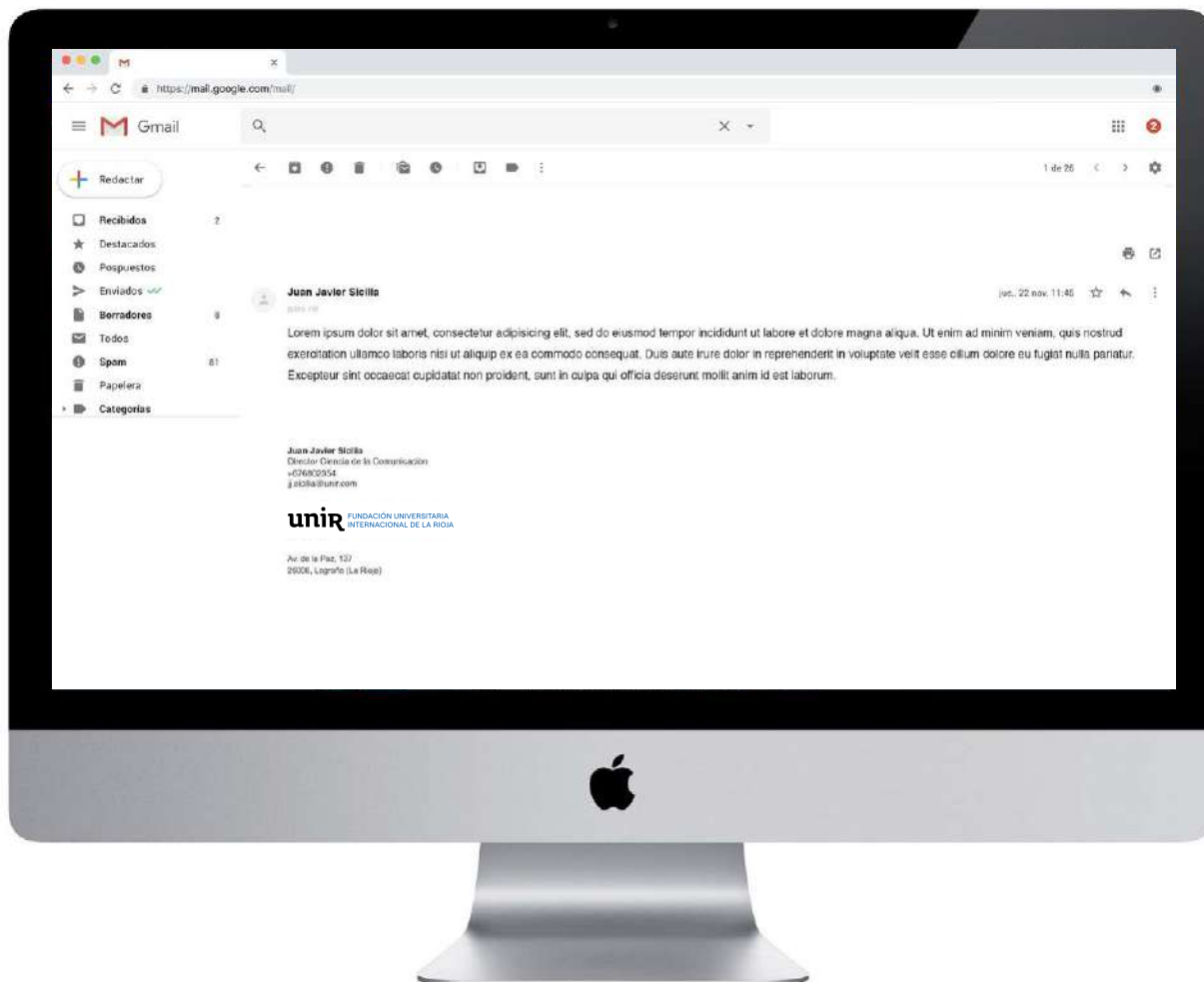
Tamaño de imagen de perfil LinkedIn



200 px

Firma Email

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



Tamaño de firma email



406 px





7. Vigilada Mineducación

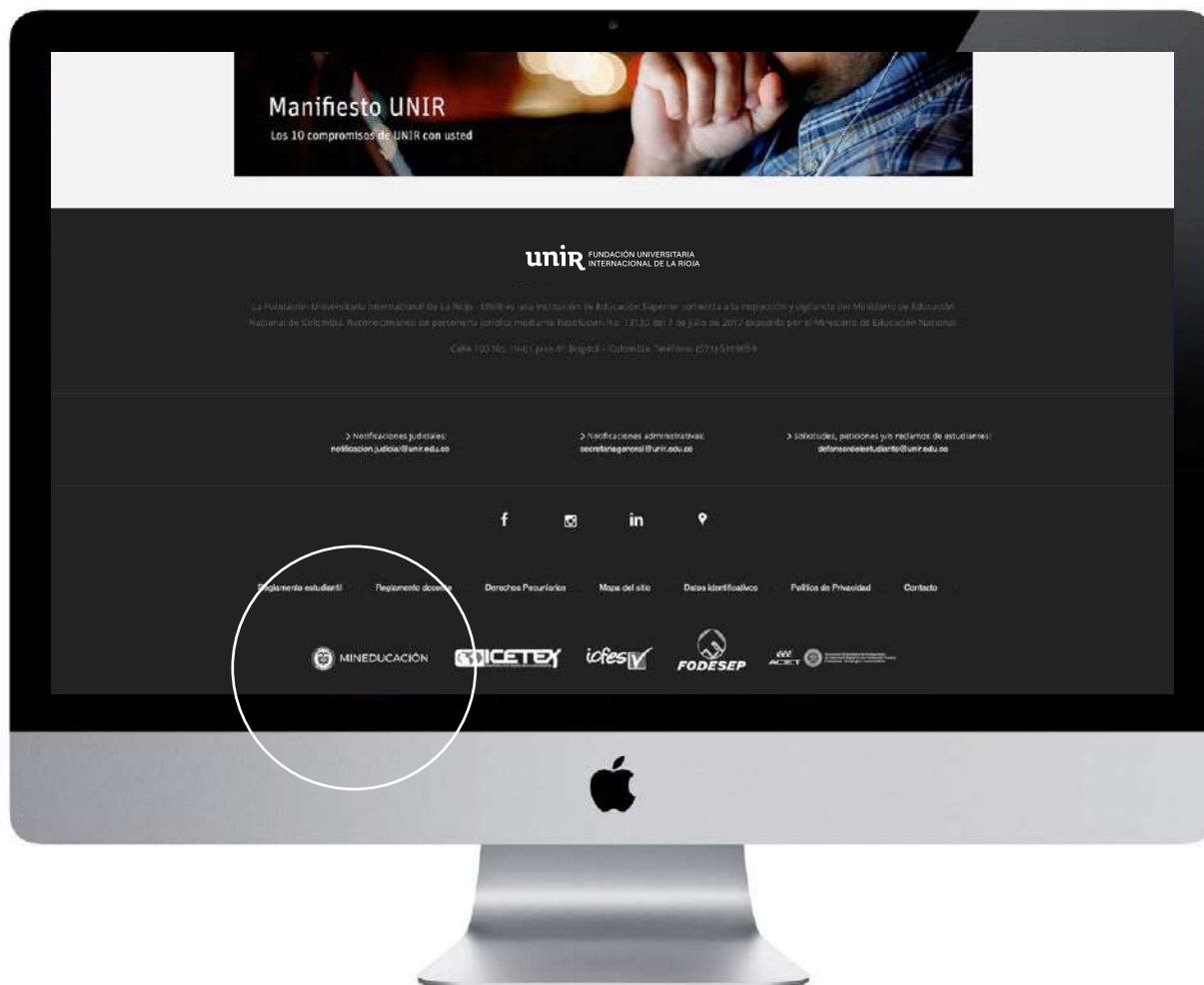
Las instituciones de educación superior están obligadas a emplear la advertencia <<**VIGILADA MINEDUCACION**>> de manera visible y clara en todas las piezas publicitarias que realicen en los medios de divulgación, tales como:

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.

Pie de Página

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





MINEDUCACIÓN

Documentos Oficiales

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

unir
FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
INTERNACIONAL
DE LA RIOJA

Rectorado
Calle 100 No. 19-61
Bogotá, Colombia
t +00 000 000 000

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

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Tamaño de advertencia

VIGILADA MINEDUCACIÓN



Unit OT, Regular, 12 pt

unir

FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
INTERNACIONAL
DE LA RIOJA