

# Manual de identidad visual

septiembre 2015



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 Universidad Internacional de La Rioja.

## 1. Bienvenido

## 2. Uso de esta guía

## 3. Valores y compromisos

- 3.1 Valores
- 3.2 Compromisos: Manifiesto UNIR

## 4. La Marca

- 4.1 Versión principal
- 4.2 Versión horizontal
- 4.3 Construcción de la marca
- 4.4 Área de Seguridad
- 4.5 Versión en positivo
- 4.6 Versión en negativo fondo pantone 313
- 4.7 Versión en negativo fondo negro
- 4.8 Versión en negro
- 4.9 Tamaño mínimo
- 4.10 Usos incorrectos
- 4.11 Claim
- 4.12 Firma
- 4.13 El nombre UNIR en texto
- 4.14 El nombre UNIR y las submarcas
- 4.15 Iconos corporativos

## 5. Arquitectura de la marca

### 5.1 Marcas Corporativas

- 5.1.1 UNIR México
- 5.1.2 UNIR Colombia y UNIR Perú
- 5.1.3 UNIR Escuela de Actores
- 5.1.4 UNIR Business School
- 5.1.5 Otras iniciativas institucionales
- 5.1.6 Versión sobre fondo corporativo
- 5.1.7 Versión en negativo

### 5.2 Marcas Comerciales

- 5.2.1 Master UNIR
- 5.2.2 UNIR Masterclass
- 5.2.3 UNIR Openclass
- 5.2.4 Versión sobre fondo corporativo
- 5.2.5 Versión en negativo

## 5.3 Fundación UNIR

- 5.3.1 Fundación UNIR
  - Submarcas de Fundación UNIR
- 5.3.2 Publicaciones
  - UNIR Editorial
  - UNIR revista
- 5.3.3 Versión sobre fondo corporativo
- 5.3.4 Versión en negativo

## 6. Colores Corporativos

- 6.1 Colores Principales
- 6.2 Colores Secundario

## 7. Tipografías Corporativas

- 7.1 Tipografías principales
- 7.2 Tipografías complementarias
- 7.3 Tipografías de sustitución

## 8. Aplicaciones Gráficas

### 8.1 OFFLINE

- Hoja de carta - A4
- Sobre americano: 220x110mm
- Sobre bolsa - 359,8 x 256,8 mm
- Tarjetón: A6 - 105 x 148mm
- Tarjeta genérica - 90 x 50 mm
- Tarjeta submarca - 90 x 50 mm
- Carpetas
- Roll Up
- Power Point
- Folleto oferta académica
- Papelería: Dirección

### 8.2 AUDIOVISUAL

### 8.3 ONLINE.

- RRSS: Twitter plantilla genérica y submarca
- Facebook plantilla genérica y submarca
- Cabecera genérica

*(manual de landings, mailings y banners)*



# 1. Bienvenido

El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de UNIR

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



## 2. Uso de esta guía

Este manual es la única referencia válida sobre normas gráficas. Su fin es facilitar una correcta aplicación de los signos básicos de identidad de UNIR

La consolidación de la imagen de UNIR necesita una especial atención a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.





# 3. Valores & Compromisos

En este apartado describimos aquellos elementos que mejor nos definen como marca.

Los **valores** reflejan lo que somos y se trasladan al exterior a través de cualquier canal de comunicación.

Los **compromisos** concretan los beneficios que nos diferencian.

## 3.1 Valores



01

Innovadora

UNIR es pionera en educación online. Siempre actualizada para adaptar las últimas tecnologías a la mejor metodología online.

02

Eficaz

Trabajamos y nos esforzamos en cada detalle para poder ofrecer una educación eficaz, desde la plataforma, a los contenidos, recursos y profesores.

03

Flexible

UNIR se adapta a los cambios y necesidades, tanto del entorno como de los alumnos.

# 04

## Exigente

Rigurosa, con una formación de calidad. Hay que esforzarse para superar cada asignatura con presencialidad, participación, trabajos y exámenes a un nivel universitario adecuado a cada Grado o Máster.

# 05

## Moderna

Somos la universidad de la vida moderna. Hemos adaptado la educación a la tecnología para hacer llegar la formación a cualquier rincón y persona, sea cual sea su situación física, personal o laboral. Nos adaptamos permanentemente a la evolución del entorno para estar a la última en tecnología y en oferta académica.

# 06

## Cercana

Somos online, no a distancia. UNIR rompe la barrera digital y cubre la distancia física con apoyo y seguimiento a través de las nuevas tecnologías y de grandes profesionales. Somos empáticos porque tenemos en cuenta las posibilidades y limitaciones de cada alumno y su vida laboral y personal a la hora de realizar el itinerario formativo.

# 07

## Comprometida

Todo el trabajo (metodología, profesores, tutores y plataforma) está orientado al éxito de nuestros alumnos. No se trata de tener muchos alumnos, sino de tener muchos graduados. Que no abandonen sus estudios.

## 3.2 Compromisos

Manifiesto UNIR

# Disfrutarás de un nuevo concepto de universidad online

ARTÍCULO 1 - Ponemos la tecnología al servicio de la educación para ofrecerte un método eficaz, innovador y personalizado. En nuestro campus virtual tendrás una educación flexible activa y constructiva. Vivirás la mejor experiencia de estudiar online, estés donde estés.





unir  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE  
INGENIERÍA

## Material de estudio

**Aula docente:** es el documento que recoge la información general de la asignatura. Se encuentra en el Aula Virtual.

- **Bibliografía básica**

Es imprescindible para seguir el curso, y su formato es muy variado (manual del mercado, manual propio de UNIR, apuntes, textos de manuales digitalizados, etc.).

- **CEDRO**

Una responsable de recursos digitalizados, de forma que los estudiantes pueden disponer de material digitalizado que respeta los derechos de autor.



Nombre:	Apellido:
Correo electrónico:	Contraseña:
Identificación:	Acciones:
Acciones:	Acciones:

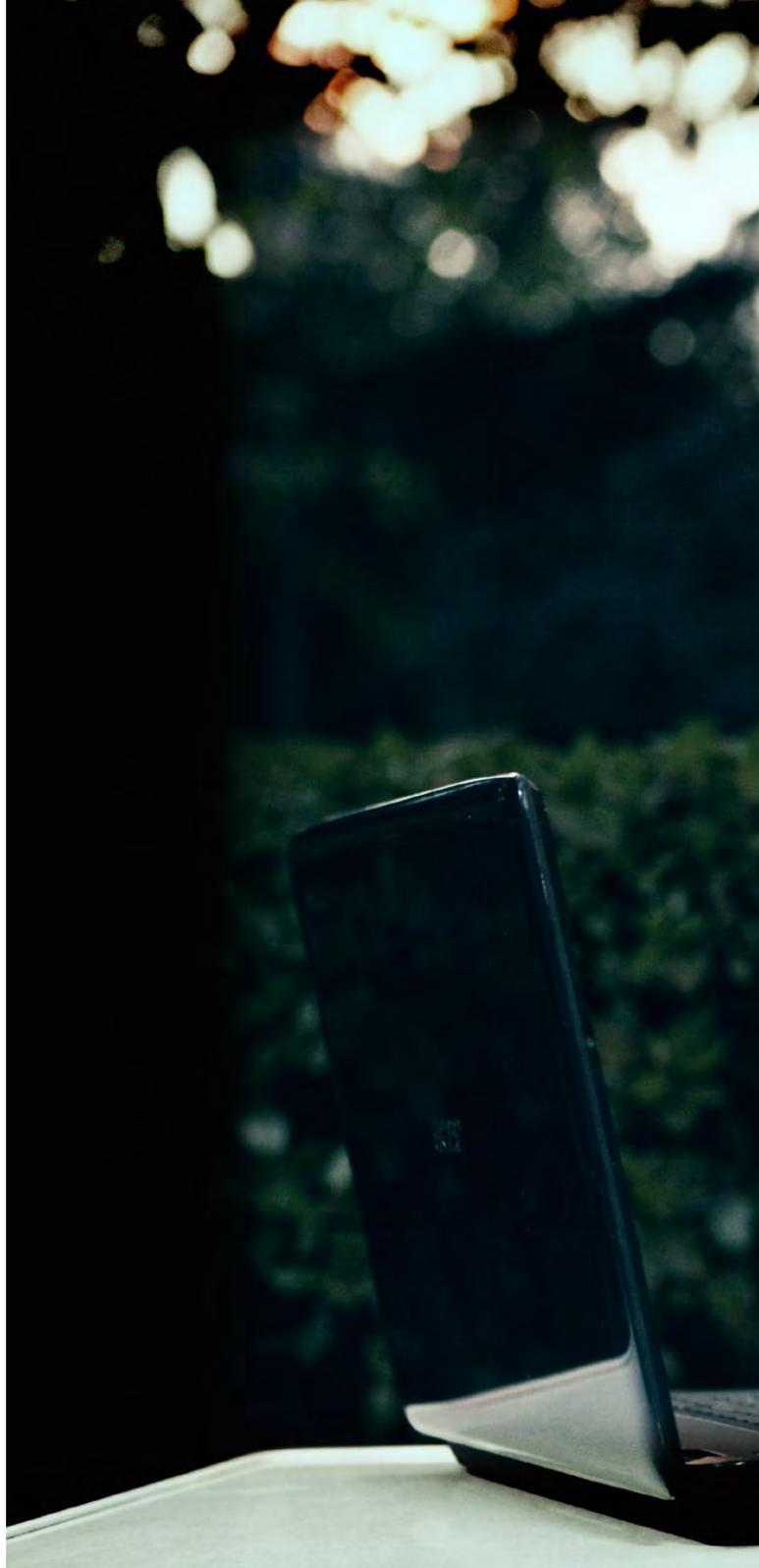
UNIR - UNIDAD PEDAGÓGICA UNIR



Manifiesto UNIR

# Irás a clase donde y cuando quieras

ARTÍCULO 2 - Asistirás a clases online en directo interactuando con tu profesor y tus compañeros. Y si no tienes tiempo, podrás ver las clases en diferido tantas veces como necesites.

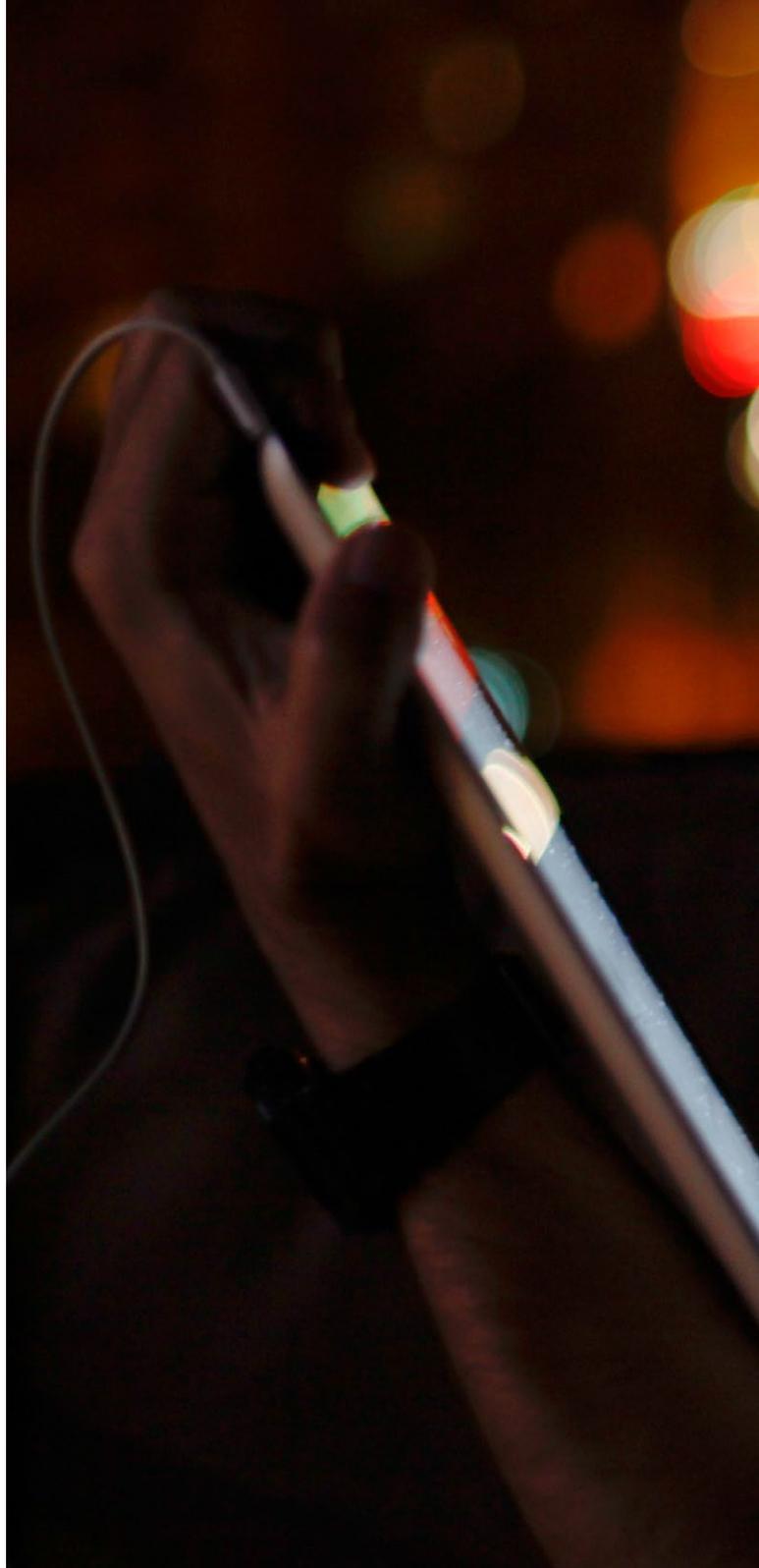




Manifiesto UNIR

# Jamás te sentirás solo

ARTÍCULO 3 - Contarás con el apoyo de un tutor personal desde el primer día, disponible por teléfono y por email. Recibirás una atención personalizada y un seguimiento constante para que no te quedes atrás.





Manifiesto UNIR

# Sólo tú marcarás el ritmo

ARTÍCULO 4 - Podrás diseñar tu propio itinerario formativo adaptándolo a las necesidades de tu vida profesional y personal. Nosotros nos adaptamos a tí, no al revés.





Manifiesto UNIR

# Tendrás una universidad privada a tu alcance

ARTÍCULO 5 - Dispondrás de una enseñanza de máxima calidad a precios competitivos en el ámbito de las universidades privadas. El sueño de alcanzar una educación superior universitaria está mucho más cerca de lo que imaginas.





Manifiesto UNIR

# Serás el primero en estar a la última

ARTÍCULO 6 - Te especializarás en las profesiones emergentes en cada momento. Además, tendrás acceso a clases magistrales con expertos en temas de máxima actualidad para que actualices tu perfil profesional.





Manifiesto UNIR

# No te rendirás a mitad de camino

ARTÍCULO 7 - Con tu esfuerzo y nuestro apoyo acabarás tus estudios y conseguirás tu título. Cuentas con el soporte constante de tu tutor y de tus profesores que te ayudan a alcanzar tu meta.

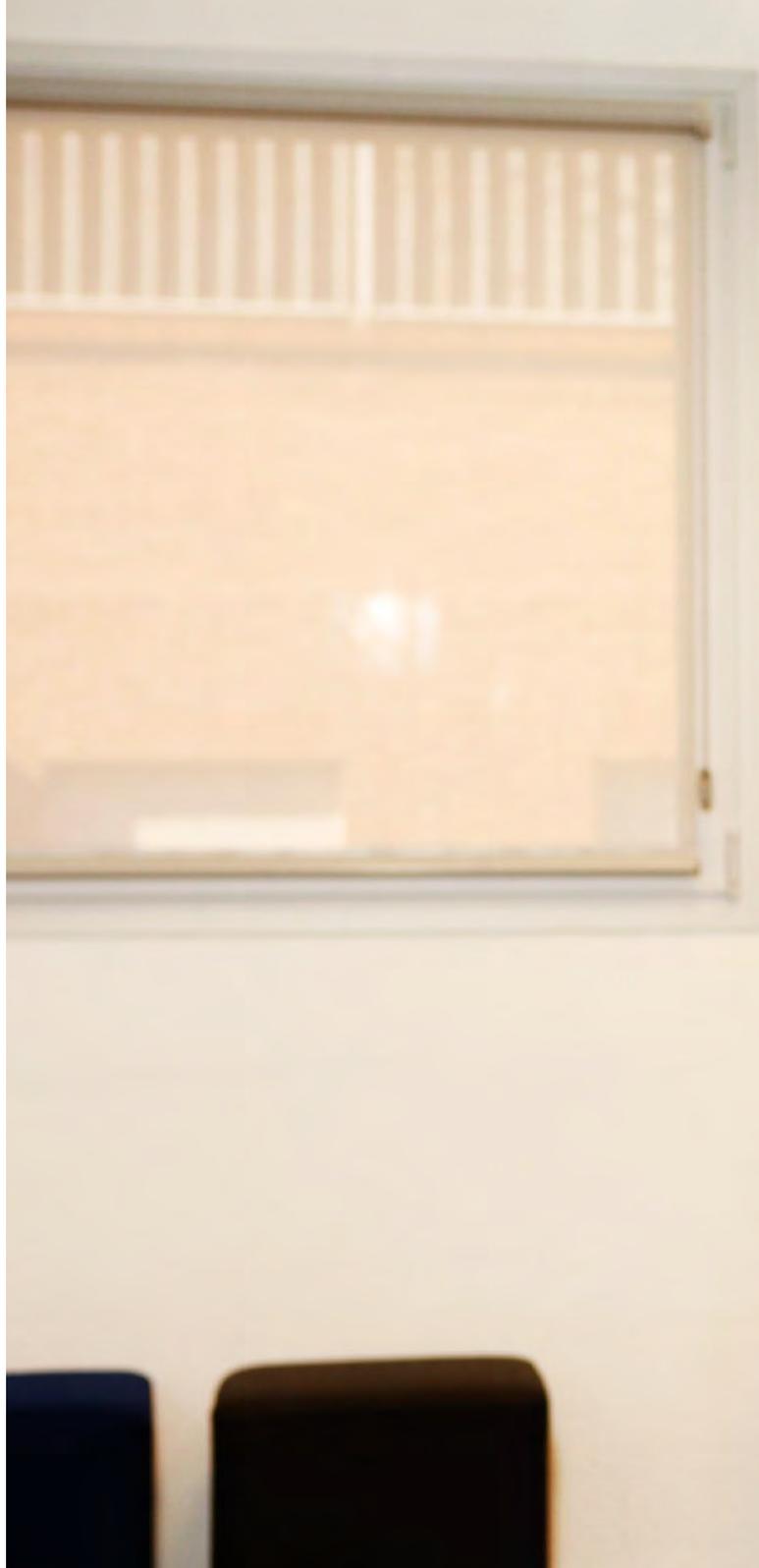


**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

Manifiesto UNIR

# Serás lo que las empresas buscan

ARTÍCULO 8 - Recibirás una educación pensada para la realidad profesional. Con un profesorado en activo, planes de estudios adaptados al mercado laboral y unos contenidos educativos prácticos saldrás preparado para afrontar el trabajo que buscas.





Manifiesto UNIR

# Nunca estarás demasiado lejos

ARTÍCULO 9 - Contarás con una sede de examen cerca. Tenemos varias sedes fijas y creamos nuevas en función de tus necesidades y demandas. Además si tienes que trasladarte, te ofrecemos facilidades para que puedas asistir a los exámenes.





Manifiesto UNIR

# Conectarás nada más entrar

ARTÍCULO 10 - Disfrutarás de una formación conectada y social. Utilizamos las mejores herramientas para que tengas una verdadera vida universitaria, en contacto directo con personas que tienen las mismas inquietudes e intereses que tú.





**UNIR**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**an**  
UNIVERSI  
INTERNAC  
DE LA RIO

# 4. La marca

UNIR es una empresa única,  
con una personalidad única

UNIR, Universidad Internacional de La Rioja forma parte del grupo Educativo PROEDUCA.

Proeduca es un grupo educativo especializado en la educación online, que desarrolla su actividad principalmente en España e Iberoamérica. Cuenta con dos universidades: la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) y la Universidad en Internet de México (UNIR México), y con una serie de empresas tecnológicas punteras dedicadas al ámbito educativo, como la española NTIC, InforFactory en Bolivia y eVirtual en Argentina. Además, Proeduca asume un compromiso activo con la cultura mediante la promoción de iniciativas teatrales y cinematográficas y la apuesta por el mundo editorial.

El objetivo de Proeduca es aprovechar el conjunto de sinergias resultante de la innovadora unión de universidades online con compañías que han desarrollado modelos de referencia en el sector de la tecnología aplicada a la enseñanza.

La marca -

## 4.1 Versión principal

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



La marca -

## 4.2 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.

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA **unir**

## 4.3 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.



La marca -

## 4.4 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.



La marca -

## 4.5 Versión en positivo

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



**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA



UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA **unir**

La marca -

## 4.6 Versión en negativo

Uso exclusivo para fondo corporativo PANTONE 313

**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA **unir**

La marca -

## 4.7 Versión en negativo

Uso exclusivo para fondo negro

**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA **unir**

La marca -

## 4.8 Versión en negro

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

**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA **unir**

La marca -

## 4.9 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



### Tamaño online



La marca -

## 4.10 Usos incorrectos

En general, cualquier uso distinto al especificado en las páginas anteriores se puede considerar uso incorrecto del logotipo.

En todo caso, no son usos correctos los que incluyen colores diferentes a los corporativos o su combinación indebida, los degradados y efectos y los fondos con imágenes.



Distorsionar el logotipo.



No respetar el área de seguridad.



Utilizar el logotipo sobre fondos no corporativos.



Utilizar el logotipo sobre imagen.



Utilizar el tagline a la derecha de UNIR.



Utilizar esta versión en vertical.

La marca -

## 4.11 Claim

“La Universidad en Internet” se usará como claim para formatos publicitarios: banner, roba, etc. y se colocará debajo del logotipo de UNIR (Más información en el Manual de Banners)



Versión principal



Versión en horizontal, para aquellos banners más horizontales dónde no se pueda usar la versión principal.

Para formatos más legibles se usará el claim fuera del área de seguridad del logotipo, permitiéndose cierta libertad.

## La Universidad en Internet

La marca -

## 4.12 Firma

“La Universidad en Internet” acompañará las cabeceras de webs, landing, mailings, piezas gráficas junto al logo.



La Universidad en Internet

## 4.13 El nombre UNIR en texto

El nombre UNIR se escribirá siempre en mayúsculas y en la misma tipografía del texto circundante. Nunca se usará el logotipo. No se usará el prefijo “la” antes de UNIR. Deberá ir siempre en color negro, o en su caso en el color 313, el azul corporativo de UNIR.

### UNIR, la Universidad Internacional de La Rioja



**100% online**, UNIR, la Universidad La Rioja, se distingue por un nuevo modelo de enseñanza universitaria donde los alumnos aprenden **en clase online a diario**, en la que participan de forma activa y activa. Más de **14.300 estudiantes** de ellos españoles y el **15% extranjero** en los cinco continentes, disfrutan de todas las herramientas tecnológicas que la tecnología hace posible.

La marca -

## 4.14 El nombre UNIR y las submarcas

En muchas ocasiones el nombre UNIR va acompañado de las submarcas en los textos de una web, landing, banners, emails. (En el apartado 4 se estudiará la creación de una submarca).

Las submarcas siempre deberán escribirse antes o después de la palabra UNIR con la primera inicial en mayúsculas y un espacio que separa UNIR de la submarca.

UNIR + Submarca



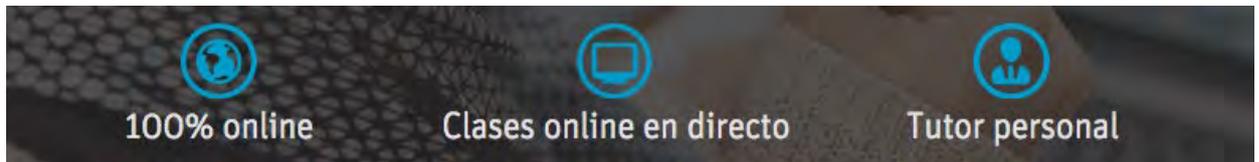
Inicial en Mayúsculas

Ej. UNIR Campus solidario  
UNIR Masterclass  
Master UNIR

La marca -

## 4.15 Iconos corporativos

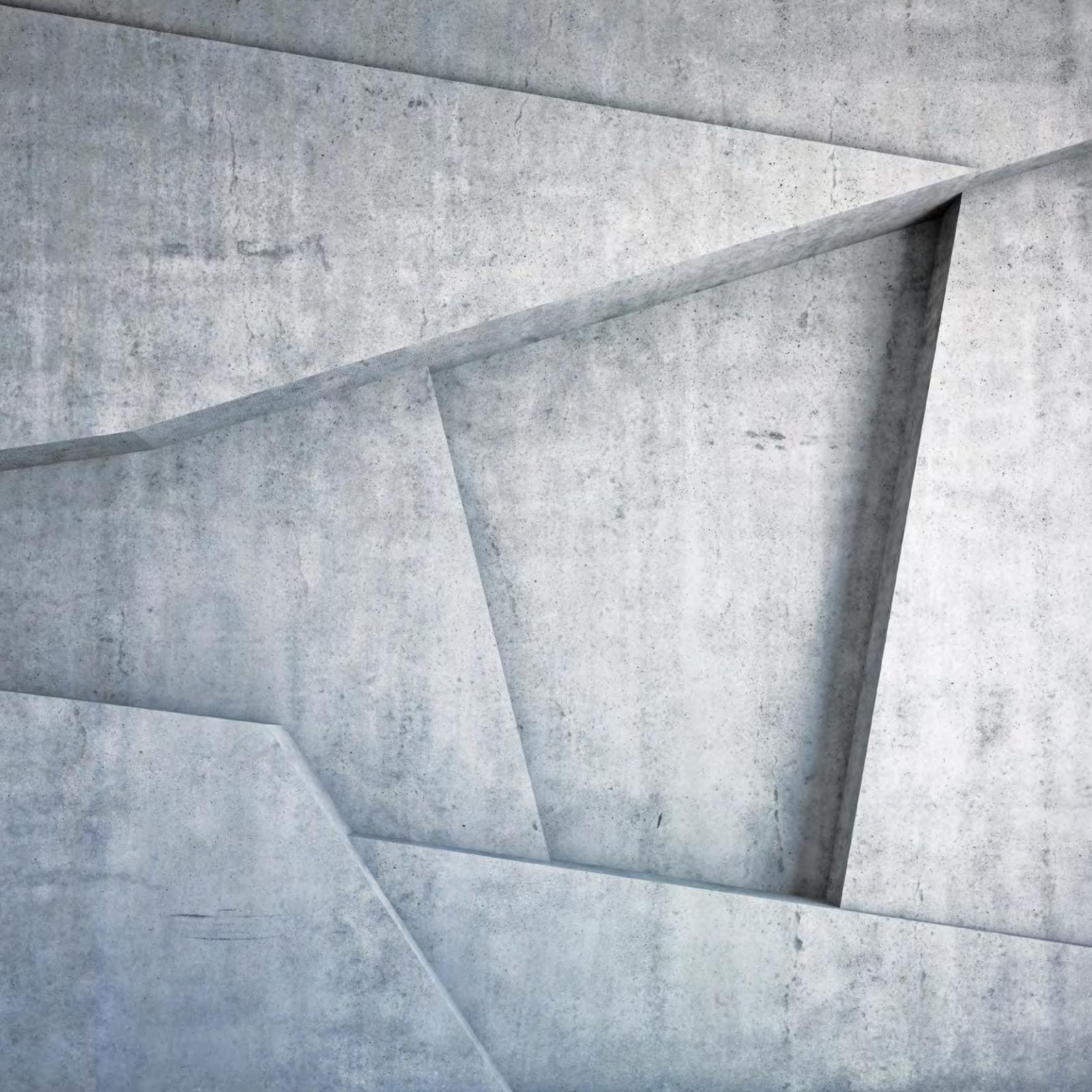
UNIR cuenta con 3 iconos que están presentes en la mayoría de los formatos de comunicación: landings, mailings, folletos etc. Deberán seguir siempre el mismo orden.



Otros iconos utilizados:







# 5. Arquitectura de la marca

Estructura de composición de marca y submarca.  
Convivencia de la marca con su firma correspondiente.

La creación de una submarca corresponde a la estrategia comercial de UNIR y queda reservada exclusivamente al Departamento de Marketing Corporativo de la compañía



## 5.1 Marcas corporativas

Son todas aquellas marcas y submarcas que están directamente ligadas a UNIR como entidad académica e institucional.

Todas ellas siguen la misma estructura y aplicación que el logotipo UNIR. El nombre sustituirá el tagline “Universidad Internacional de La Rioja”. Se mantendrá el tamaño a excepción de aquellos nombres que se les quisiera dar más importancia o no fuesen lo suficientemente visibles. Siempre irá colocado debajo de la marca como versión principal y en algunos casos tendrá su versión horizontal.



## 5.1.1 UNIR México

México mantiene la marca de UNIR, la Universidad Internacional de La Rioja como marca comercial. Para aquello que tenga que ver con documentación oficial se usará la marca UNIR México.

Marca comercial:



Marca oficial:



## Sello Calidad Universitaria Europea

El sello Calidad Universitaria Europea se utiliza exclusivamente en México como apoyo a la marca comercial y es una garantía de una formación óptima y de alto nivel de exigencia.

CALIDAD  
UNIVERSITARIA  
EUROPEA



## Aplicación con firma

La aplicación correcta del logo es con “La Universidad en Internet”. Para web deberá ir siempre acompañado del sello Calidad Universitaria Europea a la derecha. Para documentación oficial se utilizará la firma Universidad Internacional de La Rioja.

Firma para marca comercial ONLINE



## Aplicación con firma

La aplicación correcta del logo es con “La Universidad en Internet”. Para web deberá ir siempre acompañado del sello Calidad Universitaria Europea a la derecha. Para documentación oficial se utilizará la firma Universidad Internacional de La Rioja.

Firma para marca oficial



**unir**  
MÉXICO

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

Versión en vertical



**unir**  
MÉXICO

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

## 5.1.2 **LATAM** - UNIR Perú y UNIR Colombia

**unir**  
PERÚ

**unir**  
COLOMBIA

## Aplicación con firma

La aplicación correcta del logo es con la firma “Universidad Internacional de La Rioja” a la derecha. En formatos verticales, la firma podrá colocarse con cierta libertad pero siempre dentro del marco donde se encuentra la marca.

**unir**  
PERÚ

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**  
COLOMBIA

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**  
PERÚ

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**  
COLOMBIA

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

### 5.1.3 UNIR Escuela de Actores

La aplicación correcta del logo es con la firma “Universidad Internacional de La Rioja” a la derecha. En formatos verticales, la firma podrá colocarse con cierta libertad pero siempre dentro del marco donde se encuentra la marca.



UNIR Escuela de Actores cuenta con un teatro propio donde se realizan producciones de la propia Escuela de Actores.



## Aplicación con firma

La aplicación correcta del logo es con la firma “Universidad Internacional de La Rioja” a la derecha. En formatos verticales, la firma podrá colocarse con cierta libertad pero siempre dentro del marco donde se encuentra la marca.

ESCUELA DE  
ACTORES **unir**

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**espacio  
ESCUELA  
DE ACTORES

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**  
ESCUELA  
DE ACTORES

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

## 5.1.4 UNIR Business School

Sigue la estructura y composición de UNIR, Universidad Internacional de La Rioja permitiéndose las aplicaciones y variaciones del propio logo de UNIR.



unir  
BUSINESS  
SCHOOL



BUSINESS  
SCHOOL unir

## Aplicación con firma

La aplicación correcta del logo es con la firma “Universidad Internacional de La Rioja” a la derecha. En formatos verticales, la firma podrá colocarse con cierta libertad pero siempre dentro del marco donde se encuentra la marca.

BUSINESS  
SCHOOL **unir**

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

---

**unir**  
BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

## 5.1.5 Otras iniciativas institucionales: Facultades y Escuelas

Para otras iniciativas deberá seguirse el siguiente patrón en cabeceras:

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**

NOMBRE DE LA INICITIVA

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**

ESCUELA DE INGENIERÍA

En los demás casos, se usará junto con UNIR de la siguiente manera:

**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

ESCUELA DE  
INGENIERÍA

**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

FACULTAD DE  
CIENCIAS JURÍDICAS,  
SOCIALES Y HUMANIDADES

**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

FACULTAD DE  
EDUCACIÓN

## 5.1.6 Versión sobre fondo corporativo

Uso exclusivo para fondo corporativo PANTONE 313.

**unir**  
MÉXICO

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

CALIDAD  
UNIVERSITARIA  
EUROPEA



**unir**  
PERÚ

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**  
COLOMBIA

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**  
ESCUELA  
DE ACTORES

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**espacio  
ESCUELA  
DE ACTORES

**unir**  
BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

## 5.1.7 Versión en negativo

**unir**  
MÉXICO

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

CALIDAD  
UNIVERSITARIA  
EUROPEA



**unir**  
PERÚ

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**  
COLOMBIA

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**  
ESCUELA  
DE ACTORES

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unirespacio**  
ESCUELA  
DE ACTORES

**unir**  
BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA





Arquitectura de la marca -

## 5.2 Marcas comerciales

Son todas aquellas submarcas que están directamente ligadas a UNIR y cuyo fin es comercial

Todas ellas siguen una misma estructura y aplicación en los distintos sorportes. Acompañarán con la misma altura de la x en Caecilia Roman 55.



## 5.2.1 Master UNIR

master **unir**

## Aplicación horizontal y vertical

La aplicación correcta del logo es con la firma “Universidad Intenacional de La Rioja” a la derecha. En formatos verticales, la firma podrá colocarse con cierta libertad pero siempre dentro del marco donde se encuentra la marca.

master **unir**

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

---

master **unir**

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

## 5.2.2 UNIR Masterclass

**unir**masterclass

## Aplicación horizontal y vertical

La aplicación correcta del logo es con la firma “Universidad Intenacional de La Rioja” a la derecha. En formatos verticales, la firma podrá colocarse con cierta libertad pero siempre dentro del marco donde se encuentra la marca.

**unir**masterclass

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

---

**unir**masterclass

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

## 5.2.3 UNIR Openclass

**unir**openclass

## Aplicación horizontal y vertical

La aplicación correcta del logo es con la firma “Universidad Intenacional de La Rioja” a la derecha. En formatos verticales, la firma podrá colocarse con cierta libertad pero siempre dentro del marco donde se encuentra la marca.

**unir**openclass

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**openclass

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

## 5.2.3 UNIR Research

**unir**research

## Aplicación horizontal y vertical

La aplicación correcta del logo es con la firma “Universidad Intenacional de La Rioja” a la derecha. En formatos verticales, la firma podrá colocarse con cierta libertad pero siempre dentro del marco donde se encuentra la marca.

**unir**research

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**research

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

Arquitectura de la marca - Marcas Comerciales

## 5.2.4 Versión sobre fondo corporativo

Uso exclusivo para fondo corporativo PANTONE 313.

master **uniR**

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**uniR**masterclass

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**uniR**openclass

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**uniR**research

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

## 5.2.5 Versión en negativo

master **unir**

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**masterclass

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**openclass

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**research

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA



Arquitectura de la marca -

## 5.3 Fundación UNIR

Todas las submarcas que dependan de Fundación UNIR se construirán siguiendo la estructura de las marcas comerciales.

Siempre irán acompañadas de la firma Fundación UNIR, Universidad Internacional de La Rioja



Arquitectura de la marca -

## 5.3.1 Fundación UNIR

Aplicación en color y en blanco y negro. Uso general para todos los soportes impresos y digitales.



FUNDACIÓN  
**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA



FUNDACIÓN  
**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

## Aplicaciones

Fundación UNIR tal y como aparece a continuación se reserva para aquellos espacios donde obligatoriamente deben aparecer ambos logotipos.

**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

FUNDACIÓN UNIR

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA **unir**

FUNDACIÓN UNIR

Arquitectura de la marca - Fundación UNIR

## Submarcas de Fundación UNIR. Aplicación **horizontal** con firma

Todas las submarcas de Fundación UNIR deberán llevar la firma de Fundación UNIR tal y como aparece más abajo. Ejemplos de aplicación: cabeceras web, pdfs.

**unir**teatro

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**tv

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**campus solidario

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

Arquitectura de la marca - Fundación UNIR

## Submarcas de Fundación UNIR. Aplicación **vertical** con firma

Todas las submarcas de Fundación UNIR deberán llevar la firma de Fundación UNIR tal y como aparece más abajo. Ejemplos de aplicación: cabeceras web, pdfs.

**unir**teatro

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**tv

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**campus solidario

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

## 5.3.2 Publicaciones

Son todas aquellas marcas y submarcas que están directamente ligadas a UNIR pero que están destinadas a un fin de divulgación.

Todas ellas siguen la misma estructura que las marcas comerciales y aplicación en los distintos soportes. Siempre irán acompañadas de la firma Fundación UNIR, Universidad Internacional de La Rioja



## UNIR Editorial

El logotipo de UNIR Editorial deberá ir acompañado de la firma Fundación UNIR, Universidad Internacional de La Rioja. Pero dispone de cierta flexibilidad a la hora de colocarla.

**unir**editorial

---

**unir**editorial

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

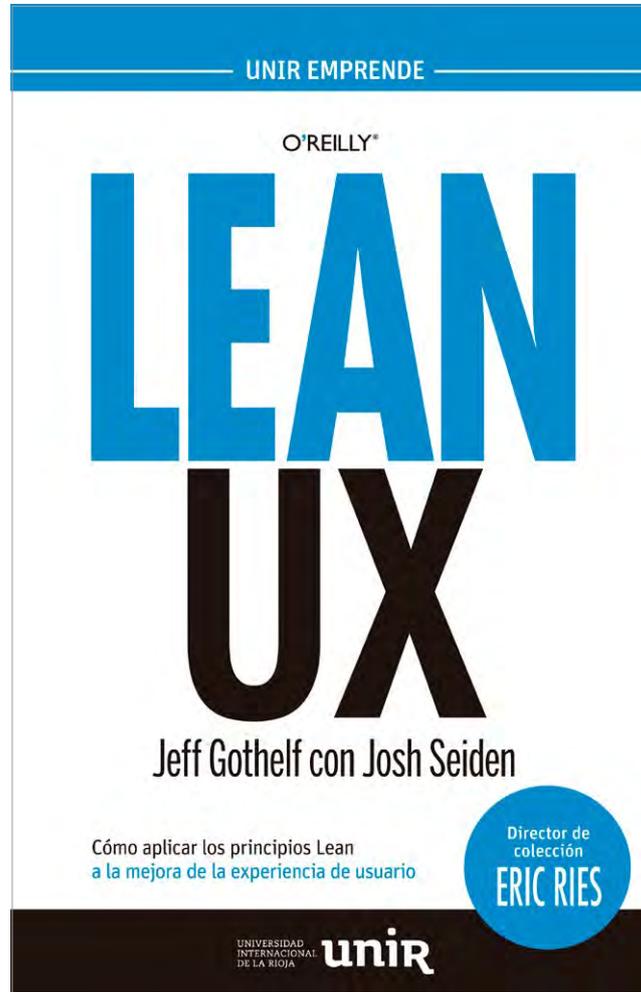
---

**unir**editorial

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

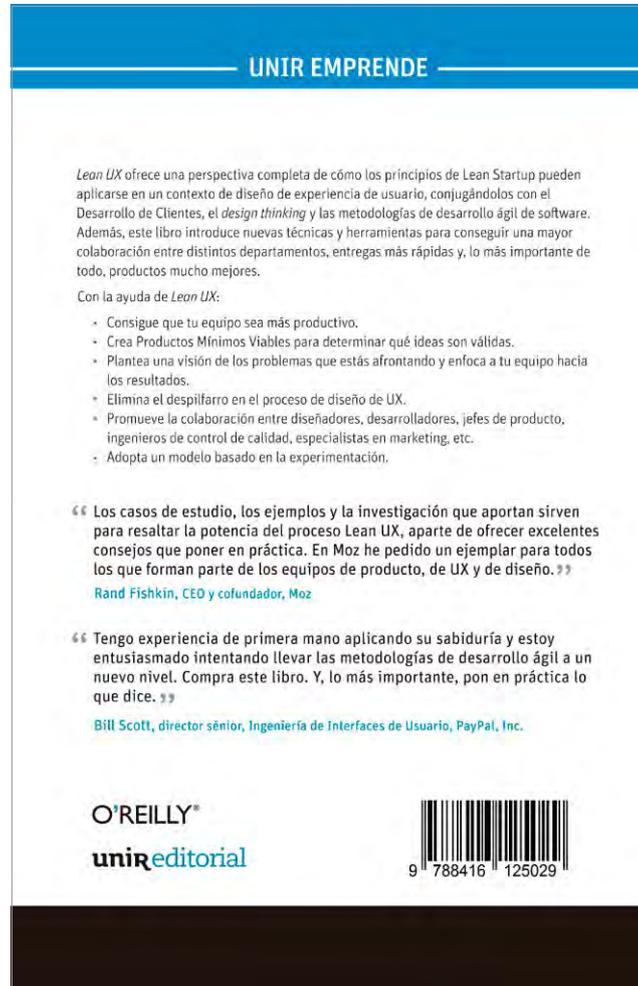
## UNIR Editorial

Para todas las publicaciones deberá estar presente el logotipo de UNIR en la frontal del libro



## UNIR Editorial

Para todas las publicaciones deberá estar presente UNIR Editorial en la contra del libro. En este caso se utiliza el logotipo sin la firma de Universidad Internacional de La Rioja al estar presente en la portada.



# UNIR Revista

El PANTONE 2623 es el color elegido para UNIR Revista.

**unir**revista

## Aplicación horizontal y aplicación vertical

La aplicación correcta del logo es con la firma “Fundación UNIR, Universidad Intenacional de La Rioja” a la derecha. En formatos verticales, la firma podrá colocarse con cierta libertad pero siempre dentro del marco donde se encuentra la marca.

**unir**revista

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

---

**unir**revista

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

Arquitectura de la marca - Fundación UNIR

## 5.3.3 Versión con fondo corporativo

Uso exclusivo para fondo corporativo PANTONE 313.

FUNDACIÓN  
**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

FUNDACIÓN UNIR

**unir**tv

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**teatro

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**campus solidario

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**editorial

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**revista

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

## 5.3.4 Versión en negativo

FUNDACIÓN **unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

FUNDACIÓN UNIR

**unir**tv

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**teatro

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**campus solidario

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**editorial

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

**unir**revista

FUNDACIÓN UNIR  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA



# unir

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

FUNDACIÓN

marcas comerciales

marcas corporativas



## MÉXICO

OFICIAL

COMERCIAL

Países

**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**  
MÉXICO

**unir**  
PERÚ

**unir**  
COLOMBIA

Otros

**unir**  
ESCUELA  
DE ACTORES

**unir**  
BUSINESS  
SCHOOL

master**unir**   **unir**masterclass   **unir**openclass   **unir**research

FUNDACIÓN  
**unir**  
UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

SUBMARCAS

**unir**teatro

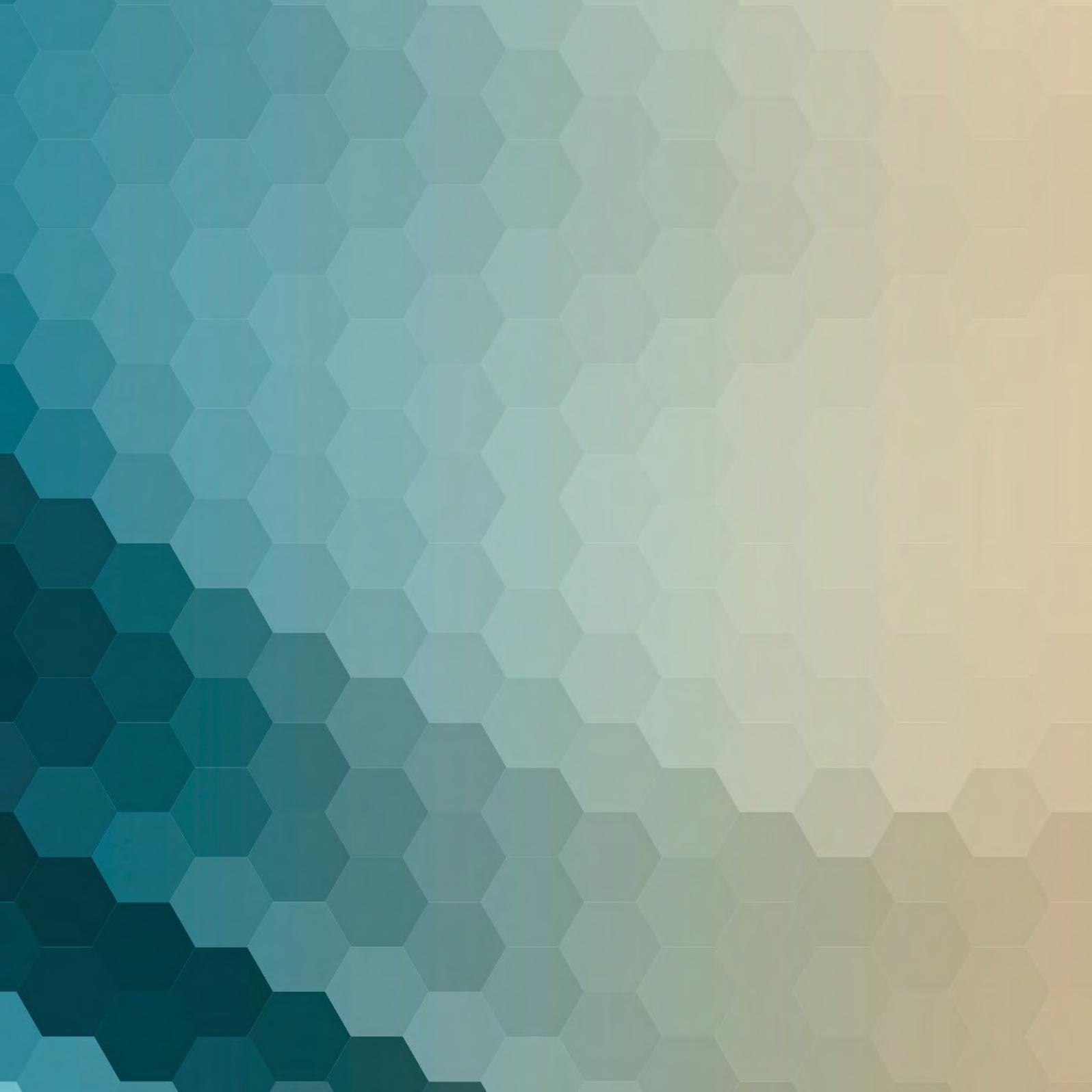
**unir**campus solidario

**unir**tv

PUBLICACIONES

**unir**editorial

**unir**revista



# 6. 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 UNIR podrán usarse en los distintos soportes.

## 6.1 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

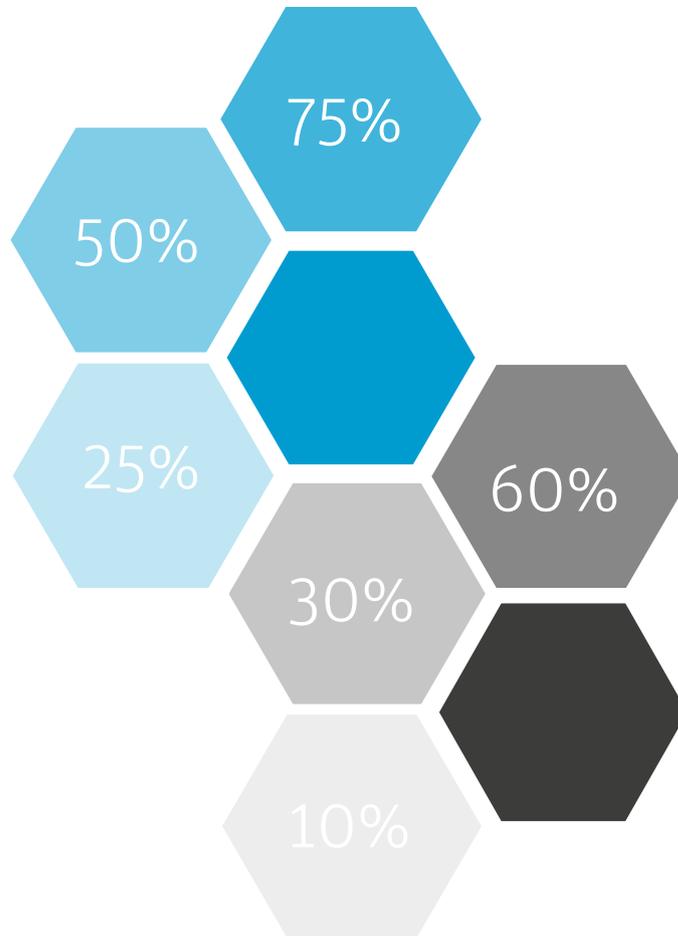
RGB: 255R / 255G / 255B

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

Hex: #ffffff

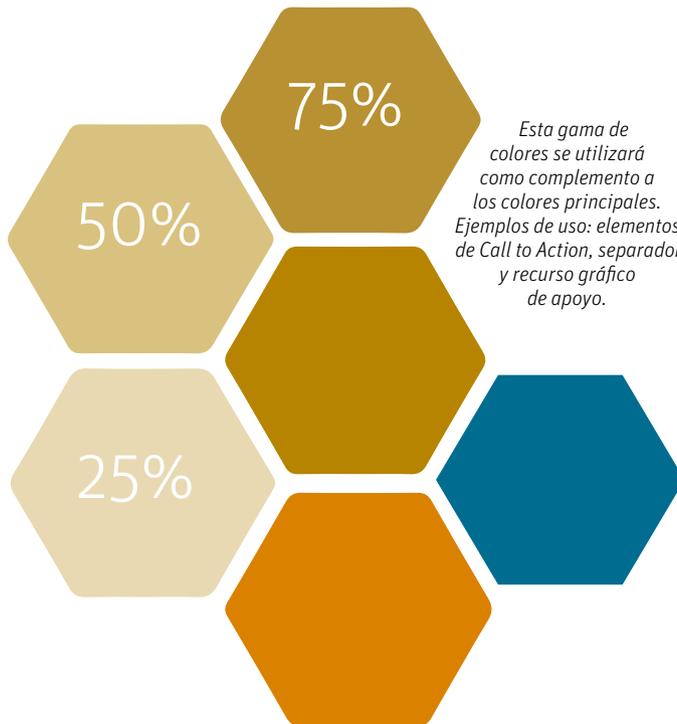
## 6.2 Matices

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

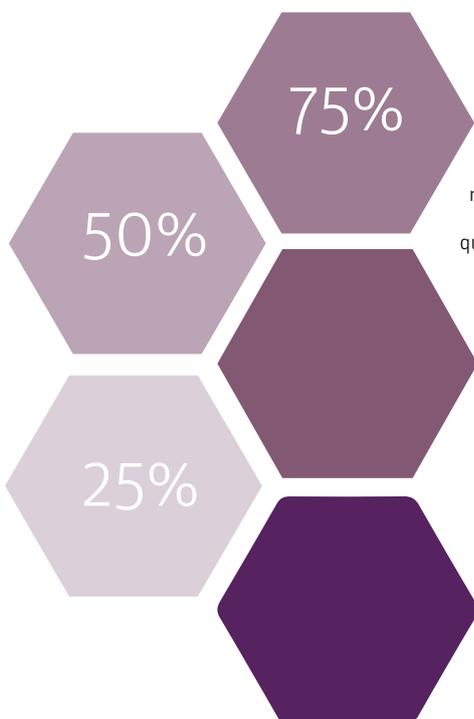


## 6.3 Colores secundarios y terciarios

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



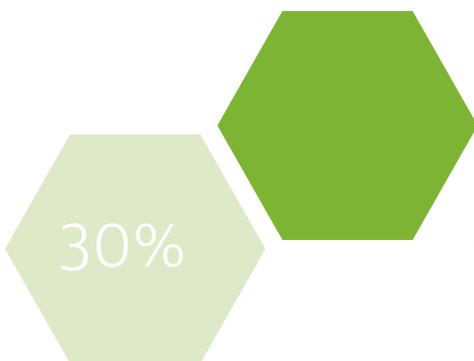
MORADO OSCURO

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

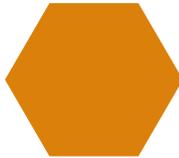
Hex: #7fb433

## 6.4 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.

MA  
PR  
A  
C  
LIB  
BT  
\*  
W  
U  
ST  
Z  
D  
O



A vertical photograph on the left side of the page shows a person sitting on a blue sofa, using a silver laptop. The person is wearing a white patterned top and white sneakers. The background is a plain, light-colored wall.

# 7. 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.

## 7.1 Tipografías principales

### Unit OT

La familia tipográfica corporativa de 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.



Aa

#### Unit OT Light

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



Aa

#### Unit OT Regular

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



Aa

#### Unit OT Medium

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

## Caecilia LT

La familia Caecilia LT, es la misma que aparece en el descriptivo/tagline de la marca principal. Siendo otra tipografía principal, se reserva únicamente para aplicaciones concretas: Titulares, Destacados y Enlaces web.



Aa

### Caecilia LT Std 45 Light

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



Aa

### Caecilia LT Std 55 Roman

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



Aa

### Caecilia LT Std 75 Bold

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

## 7.2 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.

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

Texto: Unit Light

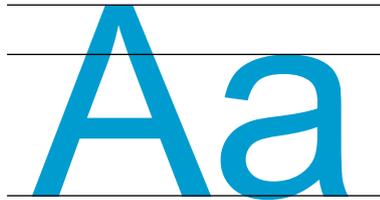
## 7.3 Tipografías de sustitución

### 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!;?@#()/+/&%[]{}::**





# 8. Aplicaciones

A continuación se muestran diferentes piezas donde se siguen unos patrones de identidad visual y una estructura de los elementos y la marca que deberán ser tenidos en cuenta para el desarrollo de nuevas piezas.



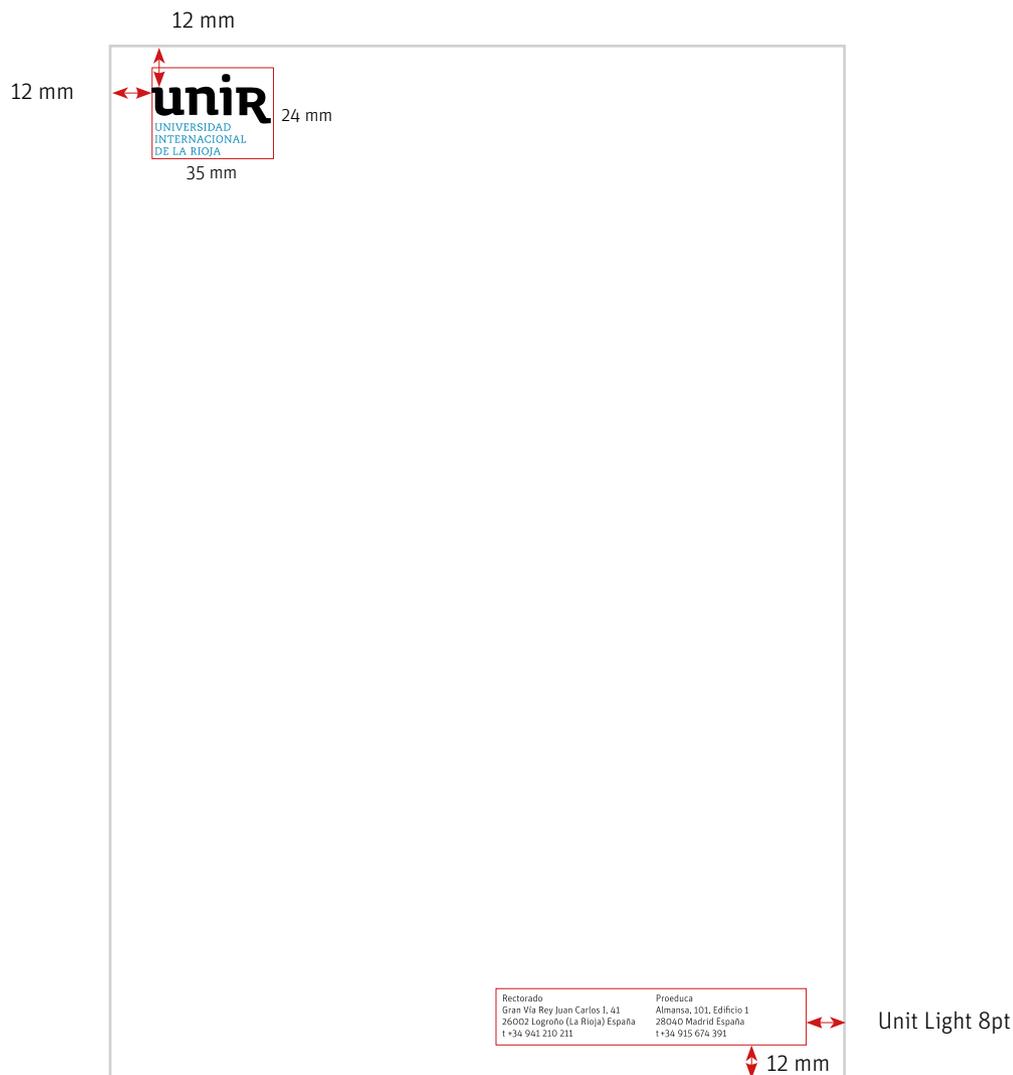


Aplicaciones gráficas -

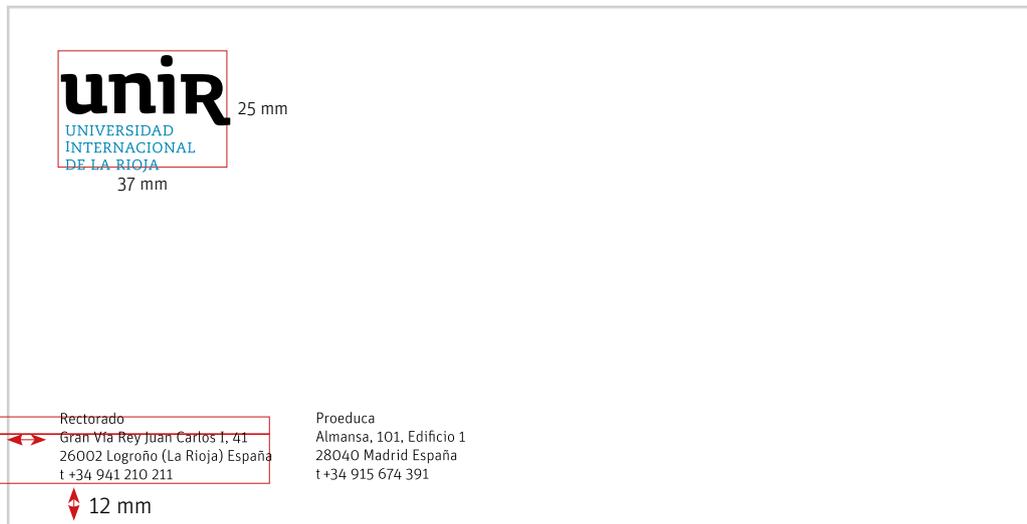
# 8.1 Offline

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

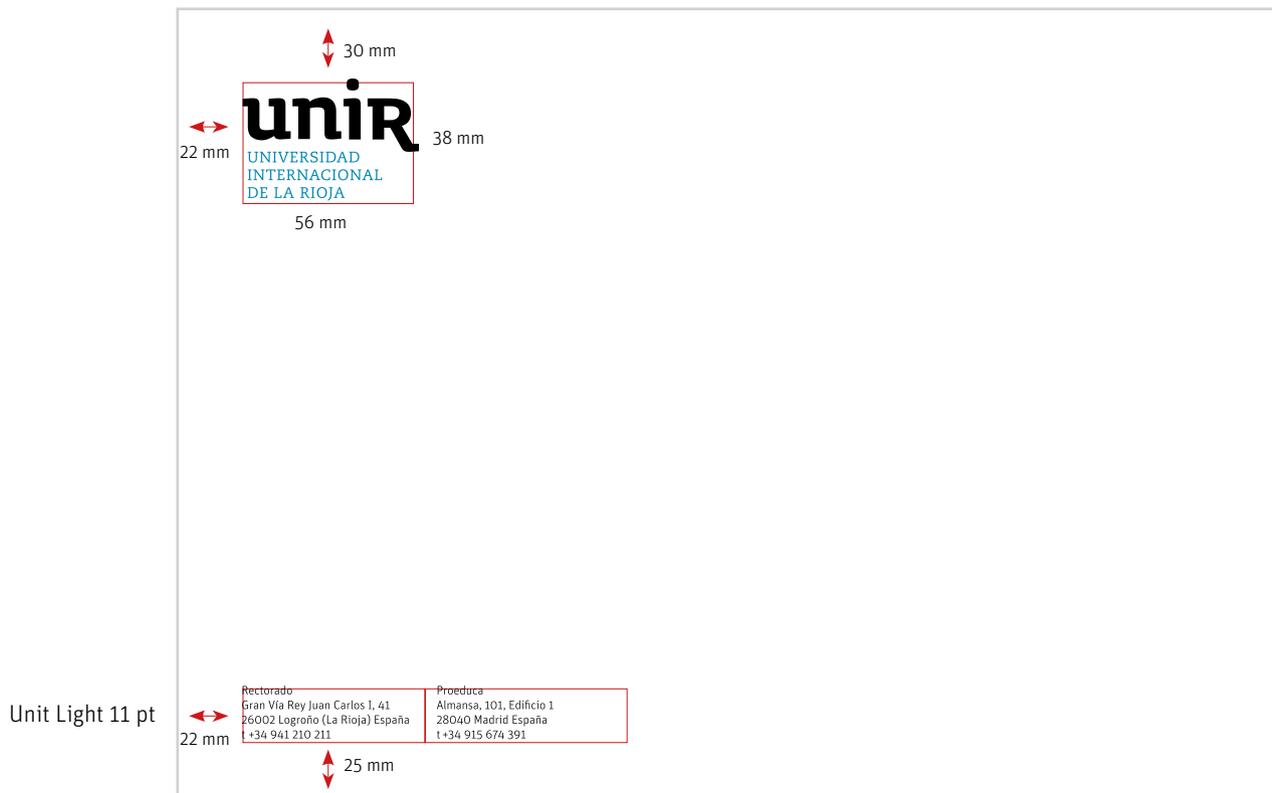
# Hoja de carta - A4



# Sobre americano: 225x115mm



# Sobre bolsa - 360 x 260 mm

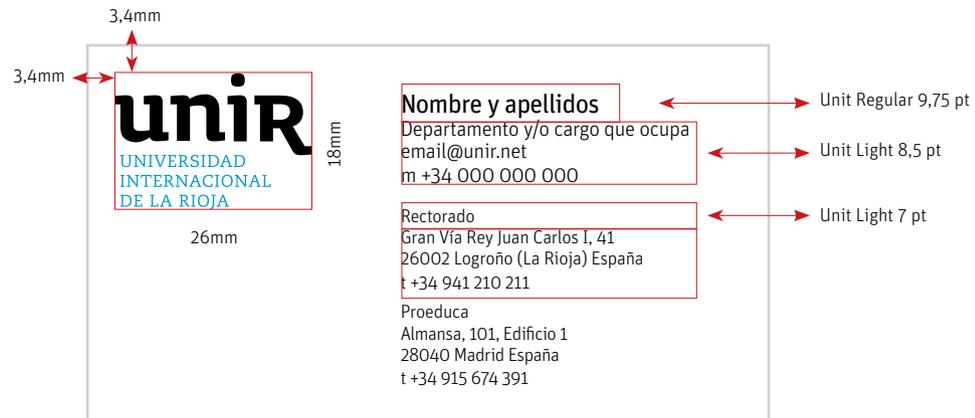
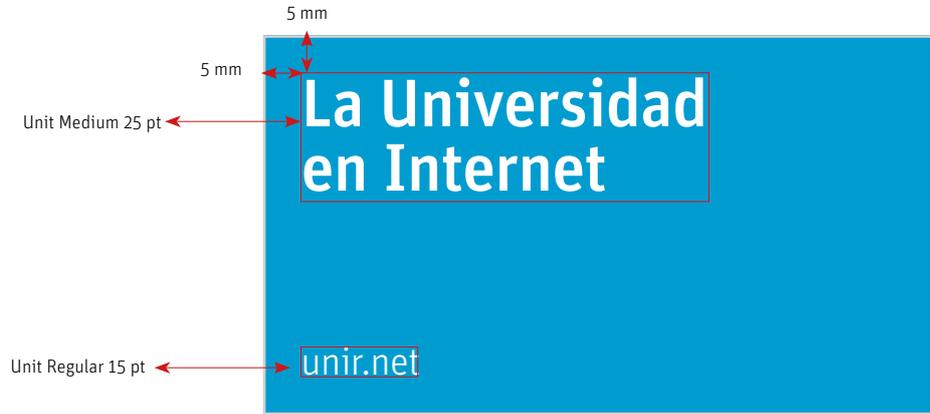


# Tarjetón: A6-105 x 148mm y 210 x150mm



# Tarjeta genérica - 90 x 50 mm

Este modelo de tarjetas es la oficial para todo trabajador.

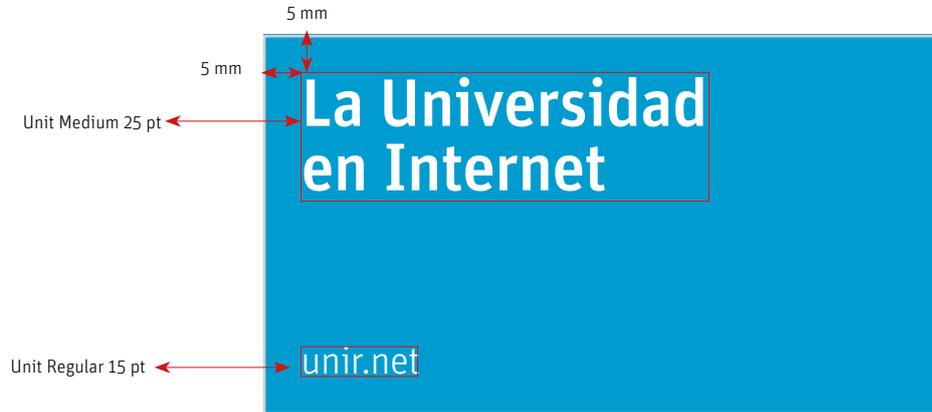


## Ejemplo Tarjeta genérica



# Tarjeta submarca - 90 x 50 mm

Se usará la tarjeta genérica pero con una modificación. En el espacio reservado para el cargo se pondrá también la submarca a la que pertenece, únicamente como texto.



Sólo aquellos casos que dispongan de sede propia o que tengan una estrategia de marca difente podrán utilizar una tarjeta distinta a la planteada en este manual pero siempre se deberá consultar previamente con Departamento de Marca de UNIR.



Ejemplo Tarjeta SUBMARCA

# Carpeta - para formatos A4



# Rollup: 2000 x 850 mm



Aplicaciones graficas - Offline

# Presentación Powerpoint



Ver manual de uso del Power Point en la intranet.

**Título**

- ▶ **Lorem Ipsum**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



Pie de foto

 unir Título de la presentación 28/06/14 | 5

**Título de la presentación**

- ▶ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt.
- ▶ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt.
- ▶ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt.

 unir Título de la presentación 28/06/14 | 5

# Folleto: oferta académica: Tríptico





# 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.







Aplicaciones gráficas -

## 8.2 Audiovisual

La marca UNIR debe respetarse e implementarse en los medios audiovisuales.

# Estilo audiovisual

Los vídeos deben reflejar la imagen corporativa de UNIR y estar orientados a resaltar la envergadura de cada uno de sus pilares: **académico, social, cultural, solidario, emprendedor**... El lenguaje audiovisual empleado y los contenidos a incluir se estudian, consensuan y cuidan al detalle, segundo a segundo. Un editor profesional es el encargado de montar el vídeo en constante comunicación con el redactor. Todos los vídeos corporativos siguen unas pautas comunes:

Todos los vídeos encadenarán las imágenes con un efecto blur (desenfoque). Terminarán con el **Creative Commons** de la música más el **copy de UNIR** (año correspondiente).



Ejemplo de vídeo de UNIR.



Creative Commons



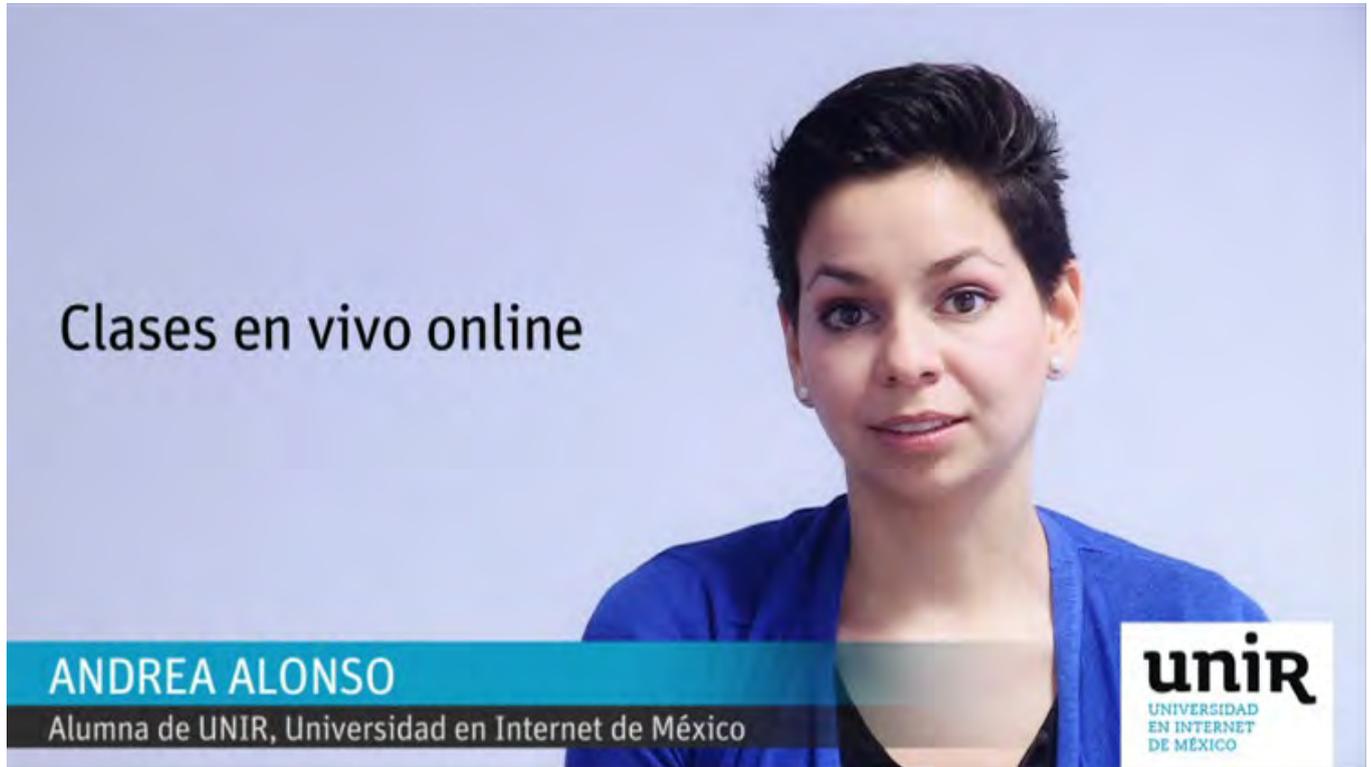
copyright UNIR

## Aplicaciones - Audiovisual

Para todas las piezas audiovisuales que tengan un Total (entrevista) habrá que rotular con el grafismo correspondiente de nombre+cargo.



Aquellos casos que se usen frases para reforzar el mensaje del vídeo, la tipografía será 'Unit regular'.



Aplicaciones gráficas - Digital

# Mosca audiovisual

UNIR, Universidad Internacional de La Rioja

Para todos los vídeos corporativos se usará el logo genérico.

Medidas disponibles: 1920x1080px; 1440x1080px; 520x576px



Aplicaciones gráficas - Digital

# Mosca audiovisual

Fundación UNIR

Para todos los vídeos patrocinados o con la colaboración de Fundación UNIR, o aquellas submarcas que dependan directamente llevarán el logo de Fundación UNIR. Medidas disponibles: 1920x1080px; 1440x1080px; 520x576px



Aplicaciones gráficas - Digital

# Mosca audiovisual

UNIR Business School

Los vídeos de la Escuela de Negocios llevarán su propio logotipo.  
Medidas disponibles. 1920x1080px; 1440x1080px; 520x576px



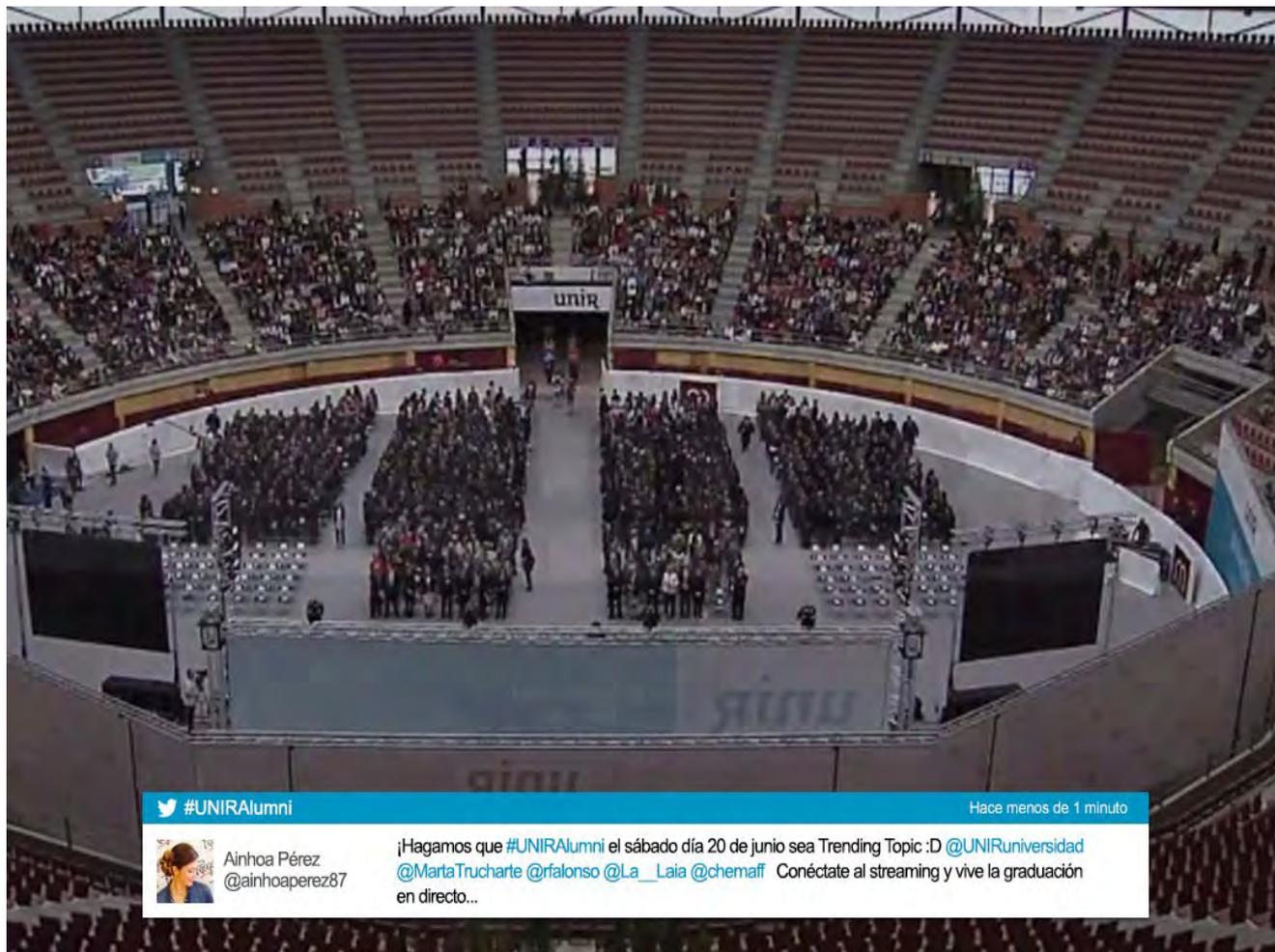
# Clases Magistrales

Las clases magistrales tienen su propia plantilla. Está compuesta por 4 áreas distintas: Para el título de la clase, espacio para el profesor, el área destinada a la presentación de las clases y por último el pie con el logotipo de UNIR.

The image shows a template for a Master Class slide, divided into four distinct areas:

- Top Left:** A blue header bar containing the text "Título de la clase" (Class Title).
- Top Right:** A light blue header bar containing the text "Pr. Dr. Nombre Apellidos" (Prof. Dr. Name Surnames).
- Center:** A large white rectangular area with a thin grey border, containing the text "ESPACIO DESTINADO A LA PRESENTACIÓN" (SPACE DESTINED FOR PRESENTATION).
- Right Side:** A vertical photograph of a man with dark hair and a beard, wearing a light blue button-down shirt, standing with his arms crossed.
- Bottom:** A dark blue footer bar containing the text "UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA" and the "unir" logo.

# Twitter en eventos



#UNIRAlumni

Hace menos de 1 minuto



Ainhoa Pérez  
@ainhoaperez87

¡Hagamos que #UNIRAlumni el sábado día 20 de junio sea Trending Topic :D @UNIRuniversidad @MartaTrucharte @rfalonso @La\_Laia @chemaff Conéctate al streaming y vive la graduación en directo...





Aplicaciones gráficas -

## 8.3 Online

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

Manual de Landings  
Manual de Mailings  
Manual de Banners

Aplicaciones gráficas - online

# RRSS: Twitter UNIR: genérica

El twitter genérico de UNIR, La Universidad Internacional de La Rioja, se compone de los siguientes elementos:



1

Background Twitter genérico: Tamaño de imagen 1500x500px.



2

El Avatar de UNIR: logo UNIR, Tamaño de imagen 500x500px.



Aplicaciones gráficas - online

# RRSS: Plantilla Twitter - submarca

La plantilla de twitter para las submarcas se se compone de los siguientes elementos:



1

Background Twitter: Imagen representativa de UNIR Campus Solidario. Tamaño de imagen 1500x500px.



2

Avatar: Los avatares de twitter para las submarcas de UNIR, debido al tamaño y poco espacio que se dispone se permite la siguiente excepción. El nombre irá debajo de UNIR.



# RRSS: Plantilla Facebook - genérica

La plantilla de facebook se se compone de los siguientes elementos:



1

Imagen de portada: Foto correspondiente a la graduación. Tamaño de la imagen: 851x315px



2

Los avatares de facebook para las submarcas de UNIR, sucede lo mismo que en twitter. Debido al tamaño y poco espacio que se dispone se permite la siguiente excepción. El nombre irá debajo de UNIR. Tamaño de imagen: 180x180px

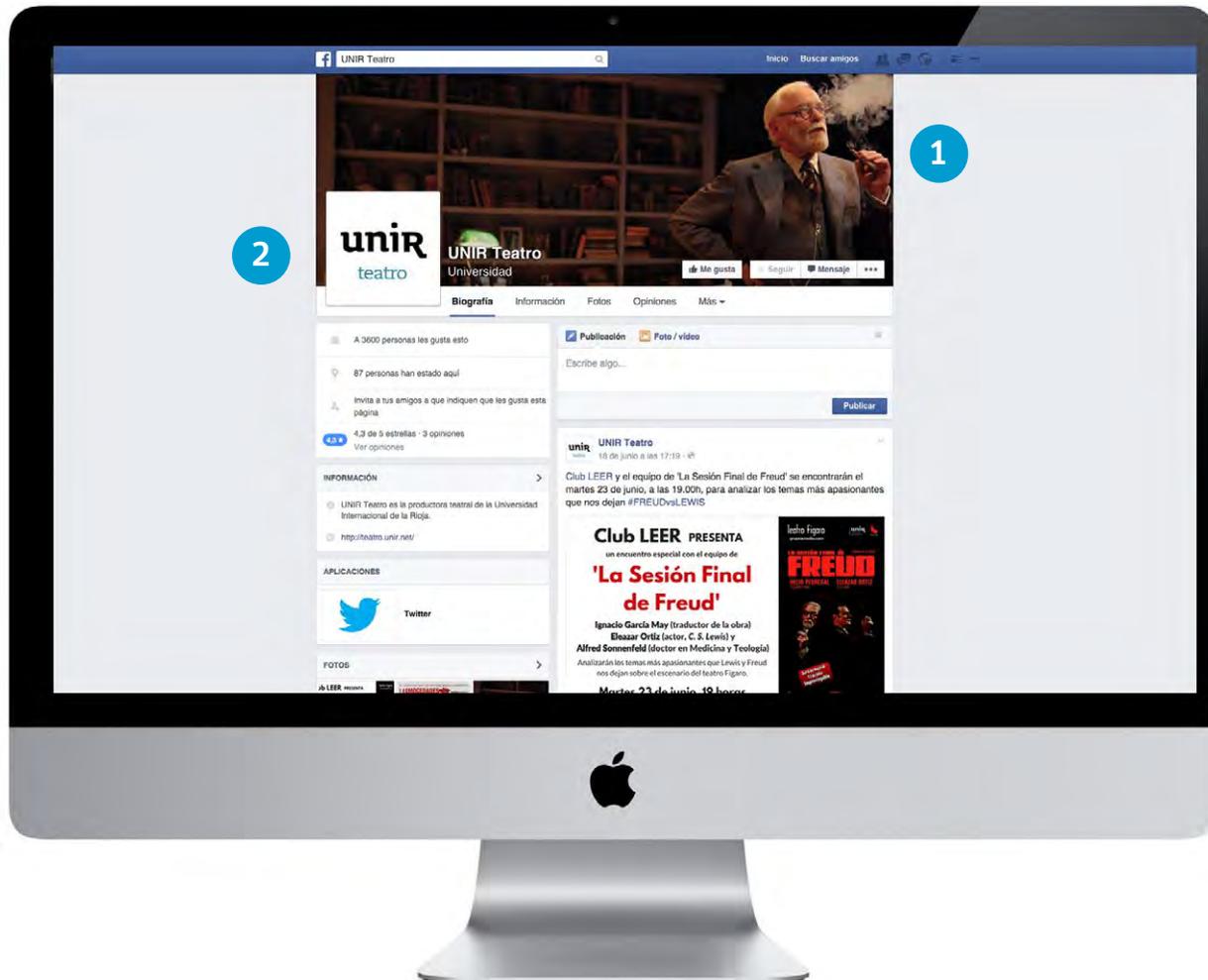


marca

Aplicaciones gráficas - online

# RRSS: Plantilla Facebook - submarca

La plantilla de facebook para las submarcas se compone de los siguientes elementos:



- 1 Imagen de portada: Foto referente a la marca. Tamaño de la imagen: 851x315px



- 2 Los avatares de facebook para las submarcas de UNIR, sucede lo mismo que en twitter. Debido al tamaño y poco espacio que se dispone se permite la siguiente excepción. El nombre irá debajo de UNIR. Tamaño de imagen: 180x180px



Aplicaciones gráficas - online

# Cabecera genérica

La cabecera, común a todas las webs de UNIR, está formada por los siguientes elementos:

1

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

**unir**

La Universidad en Internet

2

3

- 1 Espacio destinado a los Logotipos.



- (1) Logo principal  
(2) Firma que deberá acompañar al logotipo.
- width: 1280 px  
height: 80px
- (2)

- 2 **TOOLBAR:** Barra destinada a RRSS, elementos de contacto, idioma, buscador



- (1) Teléfono de contacto  
(2) Buscador  
(3) Acceso al Campus Virtual  
(4) Listado de webs de UNIR  
(5) Idioma
- width: 1280 px  
height: 27px

- 3 **NAVBAR:** Menú principal de la web



width: 1280 px  
height: 60px