



# UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

Manual de Identidad Corporativa  
Identidad visual

Febrero de 2020



<b>Portada</b>	<b>01</b>
<b>0.00 Índice</b>	<b>03</b>
<b>0.01 Introducción</b>	<b>04</b>
<b>Elementos Base de la Identidad</b>	<b>05</b>
1.00 Introducción	06
1.01 Terminología básica	07
1.02 Construcción y estructura	08
1.03 Marca. Versión principal	09
1.04 Marca. Versión secundaria	10
1.05 Marca. Versión monocromática	11
1.06 Tipografía Corporativa	12
1.07 Área de cortesía y reducción	13
1.08 Usos no permitidos	14
1.09 Colores Corporativos	15
1.10 Test de reducción	16
1.11 Convivencia con organismos	18
1.12 Convivencia con marcas	20
<b>Aplicaciones Papelería Corporativa</b>	<b>21</b>
2.00 Introducción	22
2.01 Normativa de papelería	23
2.02 Carta A4	24
2.03 Carta A4. Normas de mecanografía	25
2.04 Tarjeta de visita	26
2.05 Carpeta Corporativa	27
2.06 Sobre Americano	28
2.07 Sobre C5	29
2.08 Sobre C4	30
2.09 Sello	31
<b>Aplicaciones Material Impreso</b>	<b>32</b>
3.00 Introducción	33
3.01 Libreta A5	34
3.02 Flyer	35
3.03 Catálogo Corporativo	36
3.04 Cartel	39
<b>Aplicaciones Formatos Electrónicos</b>	<b>40</b>
4.00 Introducción	41
4.01 Infomail	42
4.02 Firma correo electrónico	43
4.03 RR.SS	44
<b>Aplicaciones Merchandising</b>	<b>45</b>
5.00 Introducción	46
5.01 Piezas textil. Polos y Bolsa Deporte	47
5.02 Bolígrafo	50
5.03 Pendrive	51
<b>Formatos y soportes de identificación y personalización</b>	<b>52</b>
6.00 Introducción	53
6.01 Display	54
6.02 Banderola	55
6.03 Pop Up	56

#### Introducción

La Universidad de Almería, ha llevado a cabo un rediseño global de su Identidad Corporativa con el objetivo de proyectar su imagen a la comunidad universitaria, la sociedad y el tejido empresarial, fijando los elementos que componen su imagen y estableciendo una imagen visual moderna y acorde a su misión y valores.

La finalidad de este manual es la de describir, de manera clara, la identidad corporativa de Universidad de Almería, y la de explicar cómo debe desarrollarse esa identidad en las diferentes aplicaciones comunicativas necesarias para poder ser una entidad dotada de una gestión innovadora en continua mejora hacia la excelencia.

#### Manual de Identidad Corporativa

Un manual de imagen corporativa presenta y gira en torno a una marca o signo.

No sólo basta con reglar la utilización de la marca, sino que se pretende normalizar y homogeneizar los parámetros gráficos de Universidad de Almería, con el fin de definir una estructura de comunicación para que la identidad gráfica de la entidad sea lo más coherente posible y así, poder explotar el potencial de la identidad.

Debidamente aplicado, este manual de identidad, asegura la consecución de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable.

# 1

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual  
**Elementos base de la identidad**

### Introducción

En este apartado se desarrollan las normativas de estructuración gráfica y cromática del logotipo de la Universidad de Almería.

Estas páginas definen los elementos base de identidad: el símbolo, la marca en sus diferentes versiones, los colores corporativos y las tipografías.

En los siguientes epígrafes se exponen, mediante ejemplos ilustrativos, las normativas y criterios gráficos de diseño, construcción, composición y reproducción de los signos de identidad, así como las normativas tipográficas.

Este apartado debe consultarse por las personas que intervengan en la realización de cualquier elemento de comunicación en los que aparezca esta marca institucional. Y debe cumplir estrictamente las normas aquí descritas, ya que cualquier cambio no autorizado en la composición gráfica o los colores, supondría una distorsión de la imagen corporativa establecida por Universidad de Almería.

---

### Sumario

- 1.00 Introducción
- 1.01 Terminología básica
- 1.02 Construcción y estructura
- 1.03 Marca. Versión principal
- 1.04 Marca. Versión secundaria
- 1.05 Marca. Versión monocromática
- 1.06 Tipografía Corporativa
- 1.07 Área de cortesía y reducción
- 1.08 Usos no permitidos
- 1.09 Colores Corporativos
- 1.10 Test de reducción



Elementos de imagen que conforman la marca de identidad Universidad de Almería.

Como introducción al desarrollo de las normas específicas de diseño, cromatismos, tipografía y construcción gráfica, se presentan en esta página, de forma conjunta, los elementos base que constituyen el eje del sistema de identificación establecido, así como sus definiciones correspondientes.



UNIVERSIDAD  
DE ALMERÍA



Caudex  
abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPNOPQRSTUVWXYZ

**Signo:**

Signo gráfico identificativo de Universidad de Almería, consiste en una composición circular que integra un sol, basado en el sol de Portocarrero, bordeado por el lema «in lumine sapientia».

**Forma verbal:**

Es el diseño tipográfico de la denominación corporativa, está compuesto por la familia tipográfica Caudex. Formando un bloque con determinadas proporciones que aportan solidez.

**Color:**

El color corporativo es el Pantone 653 C

**Alfabeto:**

Es el alfabeto correspondiente a la tipografía Caudex, utilizada en la composición.

El diseño y composición de la marca de la Universidad de Almería se ajusta a esta rejilla, reglado por una serie de proporciones que aportan un sentido estructural a la marca.

Es de gran importancia mantener en todo momento estas proporciones, que son las que impedirán que la marca sea aplicada en forma errónea.



Versión horizontal



Versión vertical

Como norma general las aplicaciones principales será las presentadas en ésta página, dado que actúan de mejor forma en todo tipo de formatos, aportando mayor legibilidad y una estructura firme.

Estas son las aplicaciones formales y cromáticas principales, son las que se deben utilizar en todo momento salvo situaciones especiales, en las cuales se utilizará alguna de las versiones contempladas posteriormente.



Versión horizontal



Versión vertical

En esta página se muestran las aplicaciones secundarias del logotipo de la Universidad de Almería.

Estas aplicaciones serán utilizadas en situaciones especiales, siempre y cuando el fondo sea el color corporativo Pantone 653 C.



Versión horizontal



Versión vertical

En esta página se muestran las aplicaciones monocromáticas del logotipo de la Universidad de Almería.

Estas aplicaciones serán utilizadas en situaciones en las que no sea posible usar las variaciones anteriores.



UNIVERSIDAD  
DE ALMERÍA

Versión horizontal



UNIVERSIDAD  
DE ALMERÍA

Versión vertical



La tipografía es un factor clave que contribuye a crear una estética diferenciadora para nuestra identidad.

Caudex es la fuente con la que se ha construido el logotipo y no puede alterarse en ningún caso. Su uso es exclusivo para este elemento.

**Aa**  
 CADEX REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789

La familia Catamarán es la tipografía corporativa oficial y siempre debe considerarse como la primera opción a utilizar en cualquier material que se desarrolle (documentos, papelería, merchandising, etc.).

**Aa**  
 CATAMARÁN REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789

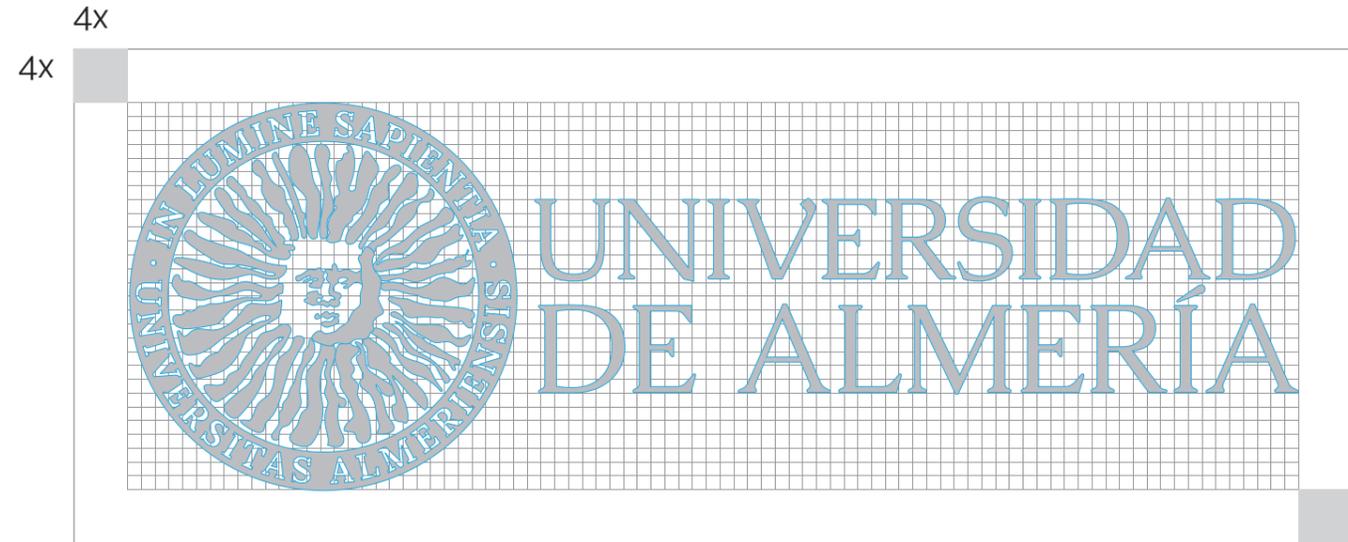
Arial es la fuente seleccionada únicamente para desarrollar material o diseños electrónicos que no admitan la tipografía corporativa como, por ejemplo, los emails, o cuando existan claras limitaciones de diseño.

**Aa**  
 ARIAL REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789

Siempre que se reproduzca este logotipo, se deberá respetar un área de cortesía perimetral en la que no podrá existir ningún otro tipo de elemento gráfico o textual, para preservar la correcta legibilidad y mantener la imagen de marca establecida por la Universidad de Almería.

En esta página se señalan los tamaños exactos del área de cortesía, en proporción al logotipo en sus dos variantes principales, que debe respetarse en todo tipo de aplicaciones.



La marca solo deberá reproducirse dentro las normas de este manual. En términos generales, nunca se deben descomponer los elementos que la componen, ni utilizar colores que no sean los señalados aquí, ni mucho menos aplicar la marca con efectos de color, trama o cualquier otro tipo de grafismos.

Tampoco se debe deformar, inclinar o desproporcionar ni total ni parcialmente.

Estos son algunos de los ejemplos que muestran los usos no correctos de la marca, que de ninguna manera serán permitidos, sea cual sea el tipo de comunicación.





El color es un componente fundamental de la identidad visual del logotipo de la Universidad de Almería y contribuye de manera esencial a sistematizar sus comunicaciones y difundir su imagen de marca.

El usuario de este manual es el responsable de que se aplique y reproduzca correctamente. El color corporativo, según los diferentes sistemas de definición cromática es:



**Pantone**  
Pantone 653C

**CMYK**  
86-59-19-4

**RGB**  
49-96-148

**HTML**  
#316094

El tamaño mínimo del logotipo se define como el menor tamaño al que puede ser reproducido éste, conservando su adecuada visibilidad.

En esta página se señalan los tamaños mínimos de reproducción determinados para la marca.



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

200mm



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

100mm



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

75mm



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

50mm



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

25mm

El tamaño mínimo del logotipo se define como el menor tamaño al que puede ser reproducido éste, conservando su adecuada visibilidad.

En esta página se señalan los tamaños mínimos de reproducción determinados para la marca.



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

100mm



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

75mm



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

50mm



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

30mm



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

20mm

La convivencia es una recomendación de uso para la variedad de situaciones en las que será necesario hacer convivir el logotipo de la Universidad de Almería con marcas, nombres de unidades, organismos, etc. Estas indicaciones de distancias, proporciones y dimensiones garantizan en varios aspectos el correcto uso del logotipo en este caso, pero las ubicaciones de los elementos pueden variar según las piezas a criterio del diseñador.

– Organismos

La fuente que se usará para los textos de la convivencia será la tipografía corporativa Catamarán Regular, sin efectos y en el mismo color que el logotipo.

La separación entre el logo y los textos puede llevar barra o no, y los tamaños variarán en función de la longitud del texto. Logo, barra y demás elementos irán alineados al centro.

En el caso de la separación mínima, deberá llevar barra de separación cuya altura será igual a la del logotipo y el margen será una unidad de área de cortesía contra el logo y otra contra el texto. Si la separación es mayor, la barra se elimina.



Separación mínima: área de cortesía + barra + área de cortesía + texto



Sin barra

La separación del conjunto respecto a cualquier otro elemento será 2 unidades de área de cortesía como mínimo.



Se recomienda el uso del logotipo en versión horizontal.

El uso de la versión vertical de la marca se destinaría sólo a espacios donde no pueda aplicarse la versión horizontal o cuando en relación con otros logotipos mejore la posición o visualización de la marca.

En los casos que sea necesario usar el logotipo vertical, las normas de convivencia son las mismas que la versión horizontal.



Vicerrectorado de Comunicación  
y Extensión Universitaria



Rectorado

Separación mínima: área de cortesía + barra + área de cortesía + texto



Vicerrectorado de Comunicación  
y Extensión Universitaria

La separación del conjunto respecto a cualquier otro elemento será 2 unidades de área de cortesía como mínimo.



Rectorado

Sin barra

- Marcas

Para la convivencia con otras marcas en cualquier material, impreso o digital, de la Universidad, el logotipo siempre será preferente, irá primero y todo alineado al centro.

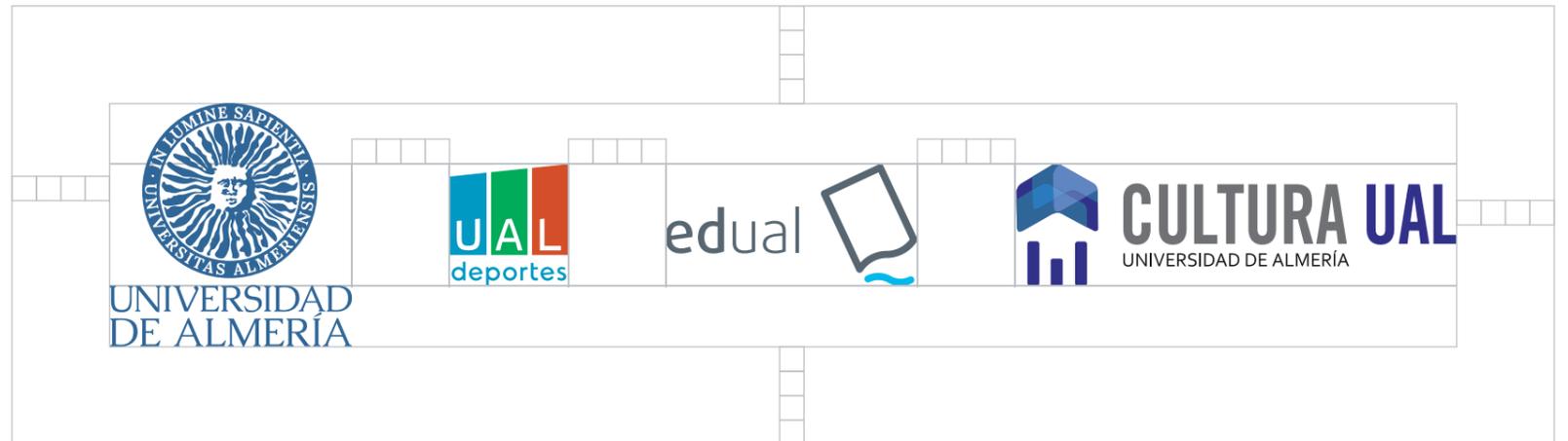
Para la versión horizontal los demás logotipos tendrán un 70% de altura con respecto al de la Universidad de Almería.



La separación entre logo y logo será 4 unidades de área de cortesía y la separación del conjunto respecto a cualquier otro elemento será 4 unidades de área de cortesía como mínimo.



Para la versión vertical los demás logotipos tendrán un 50% de altura con respecto al de la Universidad de Almería.



# 2

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual  
Aplicaciones Papelería Corporativa

### Introducción

En este apartado se desarrolla el diseño de la papelería corporativa de la Universidad de Almería.

La papelería constituye un medio importante de comunicación, utilizada diariamente en el desarrollo de su actividad, por lo que debe ser coherente con su imagen corporativa y cooperar en su difusión pública.

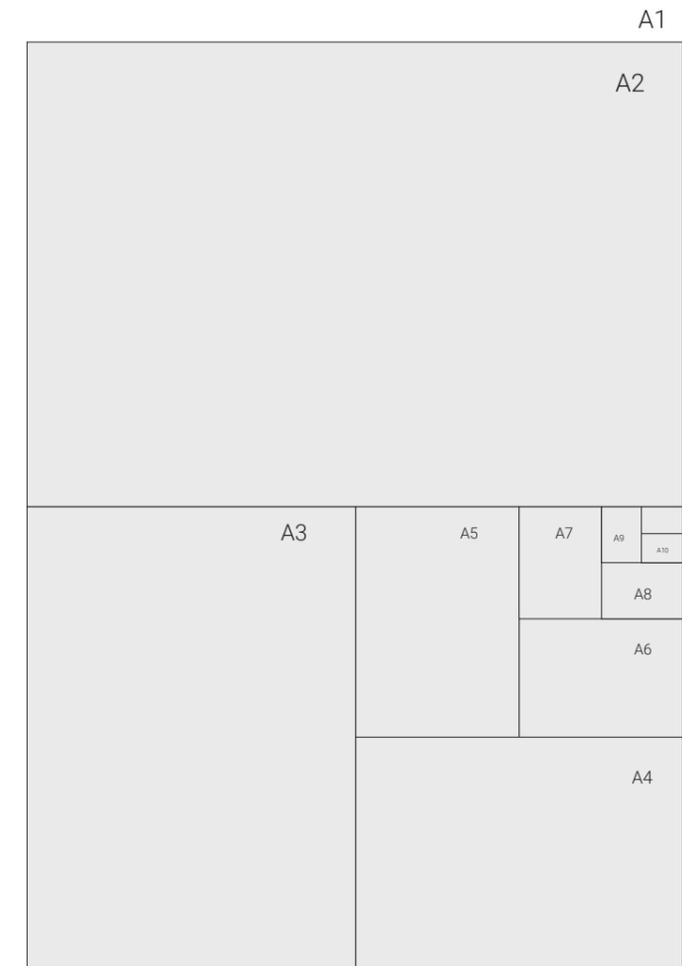
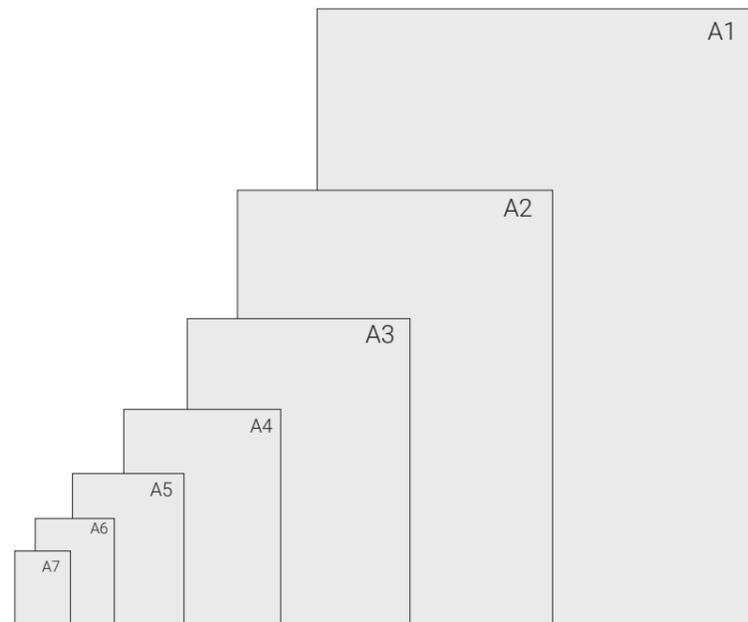
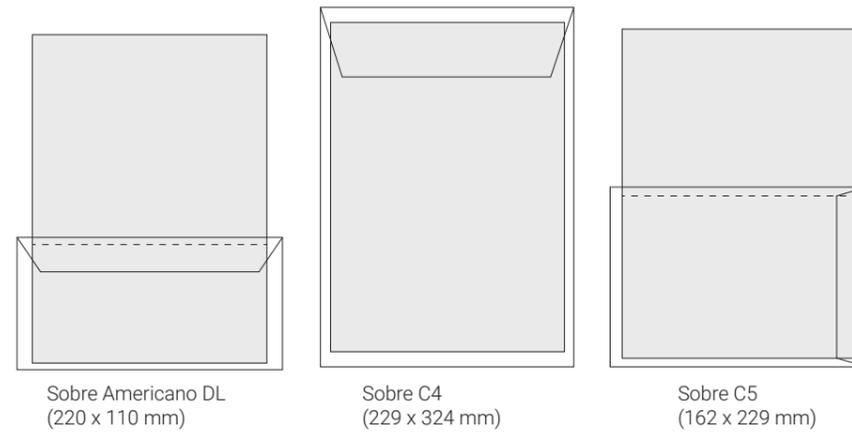
Este apartado de papelería e impresos contiene la normativa necesaria para la aplicación de los elementos base de la identidad y aporta criterios concretos de diseño, maquetación y composición para las diferentes piezas.

---

### Sumario

- 2.00 Introducción
- 2.01 Normativa de papelería
- 2.02 Carta A4
- 2.03 Carta. Normas de mecanografía
- 2.04 Tarjeta de visita
- 2.05 Carpeta Corporativa
- 2.06 Sobre Americano
- 2.07 Sobre C5
- 2.08 Sobre Bolsa C4
- 2.09 Sello

A continuación, se recogen los elementos más comunes de papelería que empleará la Universidad de Almería, que deberán personalizarse según las normas descritas en este apartado.



Regla de formatos:  
 Todo formato se obtiene partiendo en dos el inmediato superior.  
 La relación de sus superficies es, por tanto, de 1:2.

- Formato  
A4 (210 x 297 mm)

- Datos pie de página  
Catamarán Regular 8 pt 100% tinta negra  
Alineación izquierda

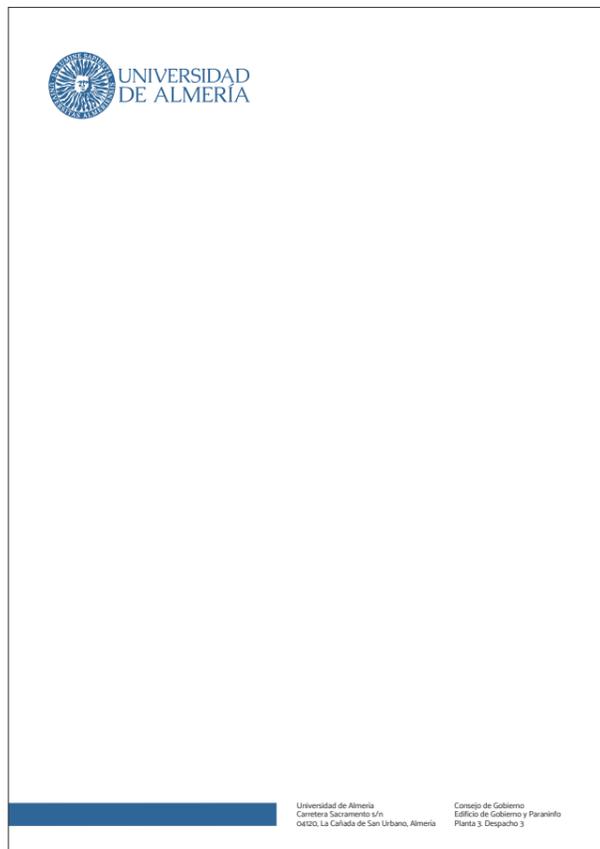
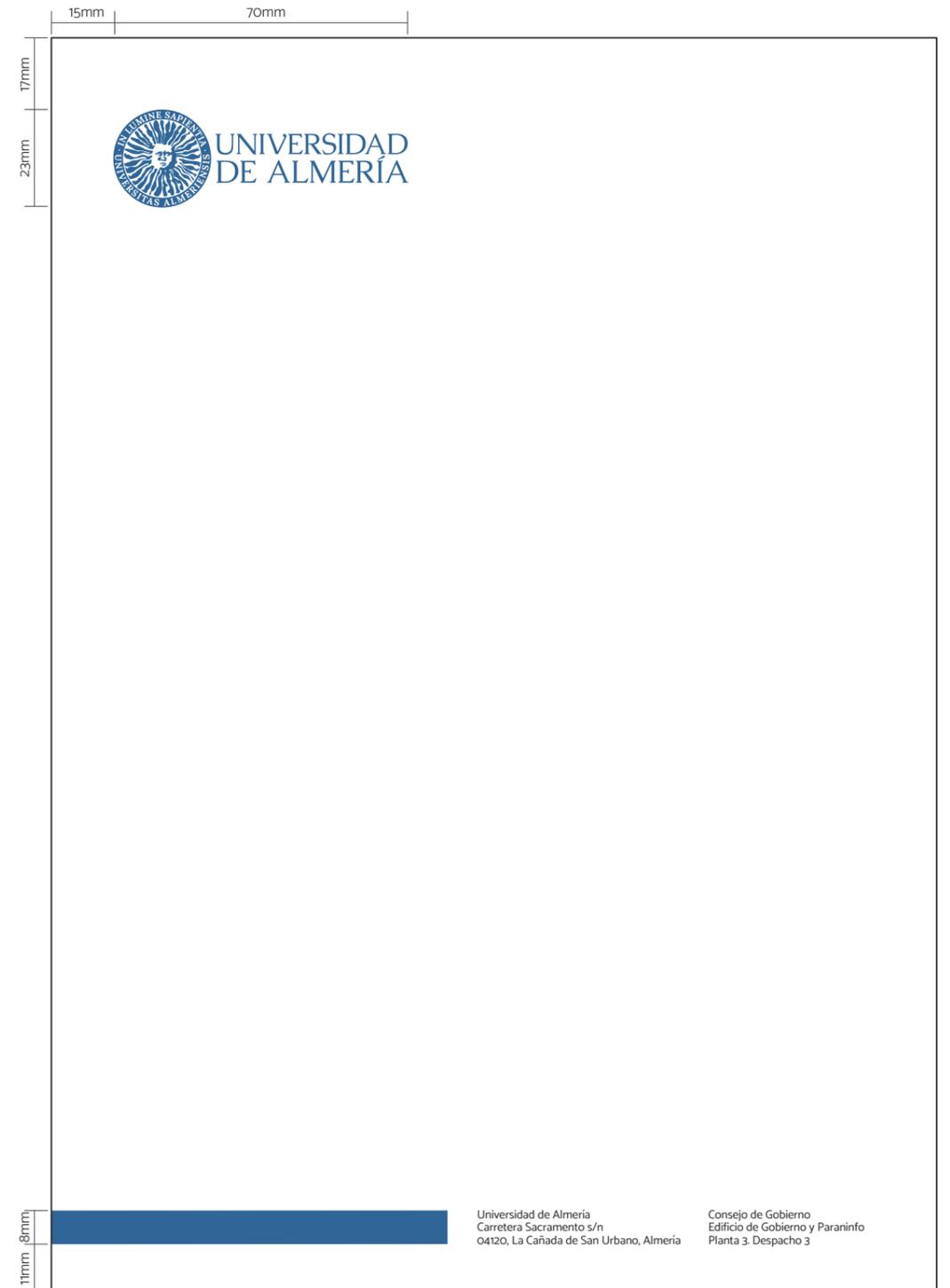


Imagen reducida al 70%.  
Medidas en milímetros.



– Formato  
A4 (210 x 297 mm)

– Texto  
Catamarán Regular 12 pt  
Interlineado de 13 pt  
Color negro 100%

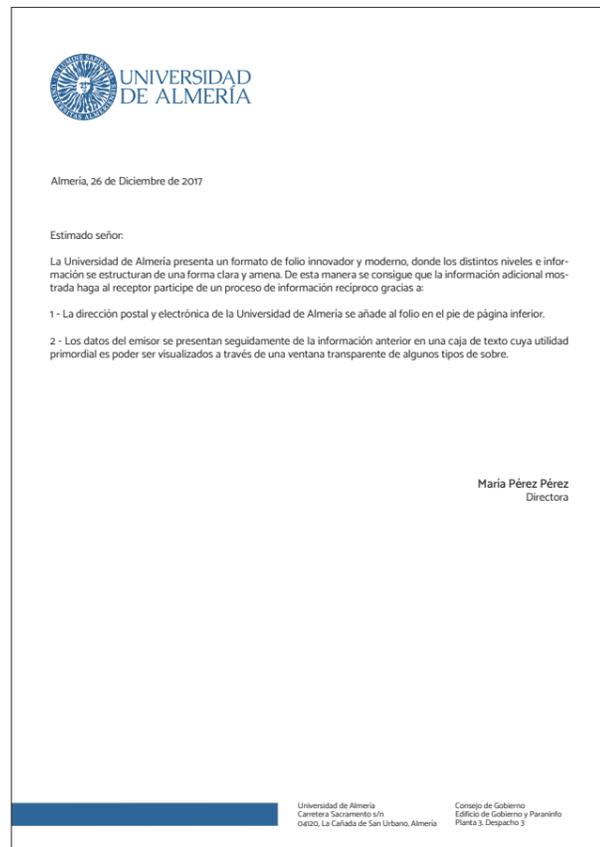
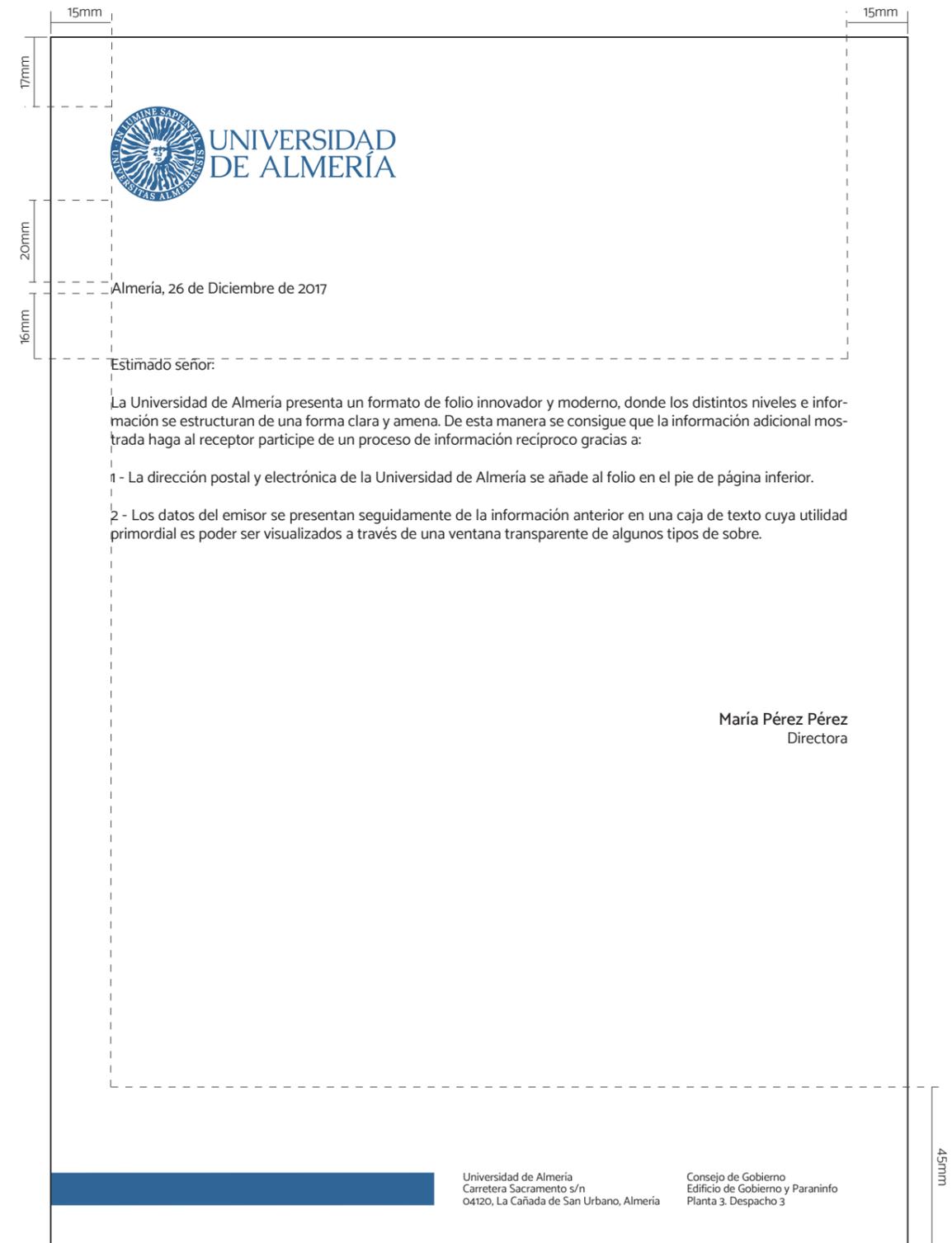


Imagen reducida al 70%.  
Medidas en milímetros.



– Formato  
85 x 55 mm

– Texto  
Nombre:  
Catamarán Regular, 10pt. Pantone 7546C  
Apellido:  
Catamarán Regular 10pt. Pantone 7546C  
Cargo:  
Catamarán Regular 8pt. Pantone 653C  
Teléfono y e-mail:  
Catamarán Regular 8pt. Pantone 653C  
Dirección:  
Catamarán Regular 7pt. Pantone 653C  
Reverso: Pantone 653C, logotipo contratipo blanco  
Teléfono y URL:  
Catamarán Regular 7pt. Color Blanco

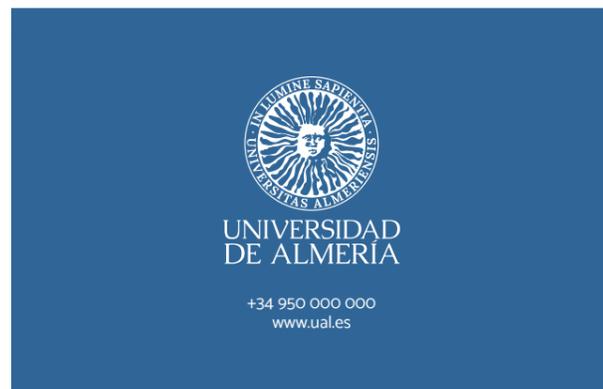
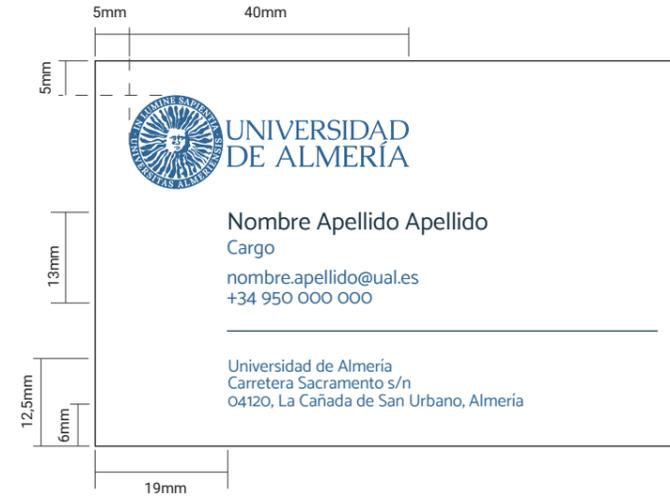


Imagen al 100%.  
Medidas en milímetros.

- Formato  
220 x 310 mm

- Datos  
Web: Catamarán Regular, 19pt. Color Negro 70%  
Datos Trasera: Catamarán Regular, 10pt. Color Negro 70%  
Justificación izquierda

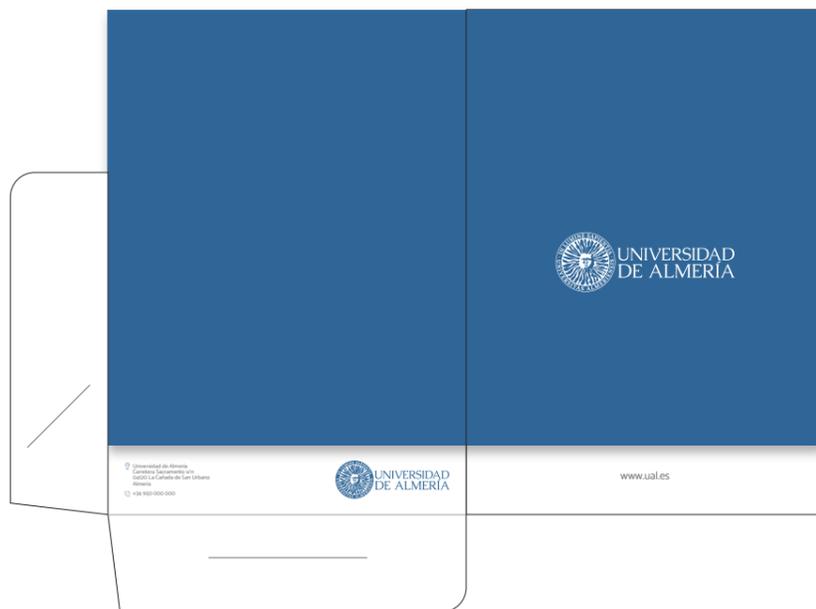


Imagen al 50%.  
Medidas en milímetros.

- Formato  
220 x 110 mm

- Datos  
Pastilla Pantone 653C  
Catamarán Regular 8pt, iL 8,5 Blanco.  
Justificación izquierda

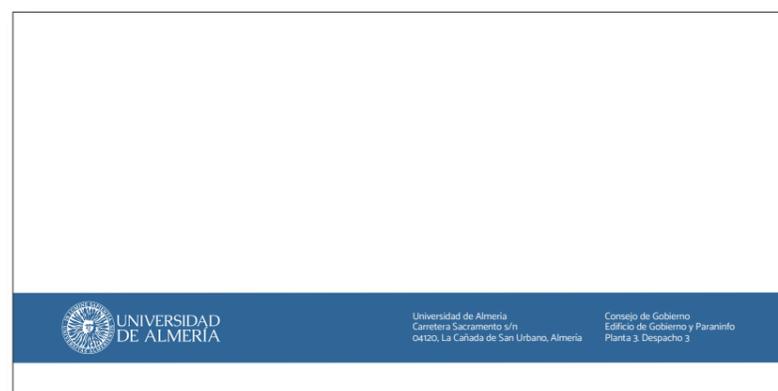
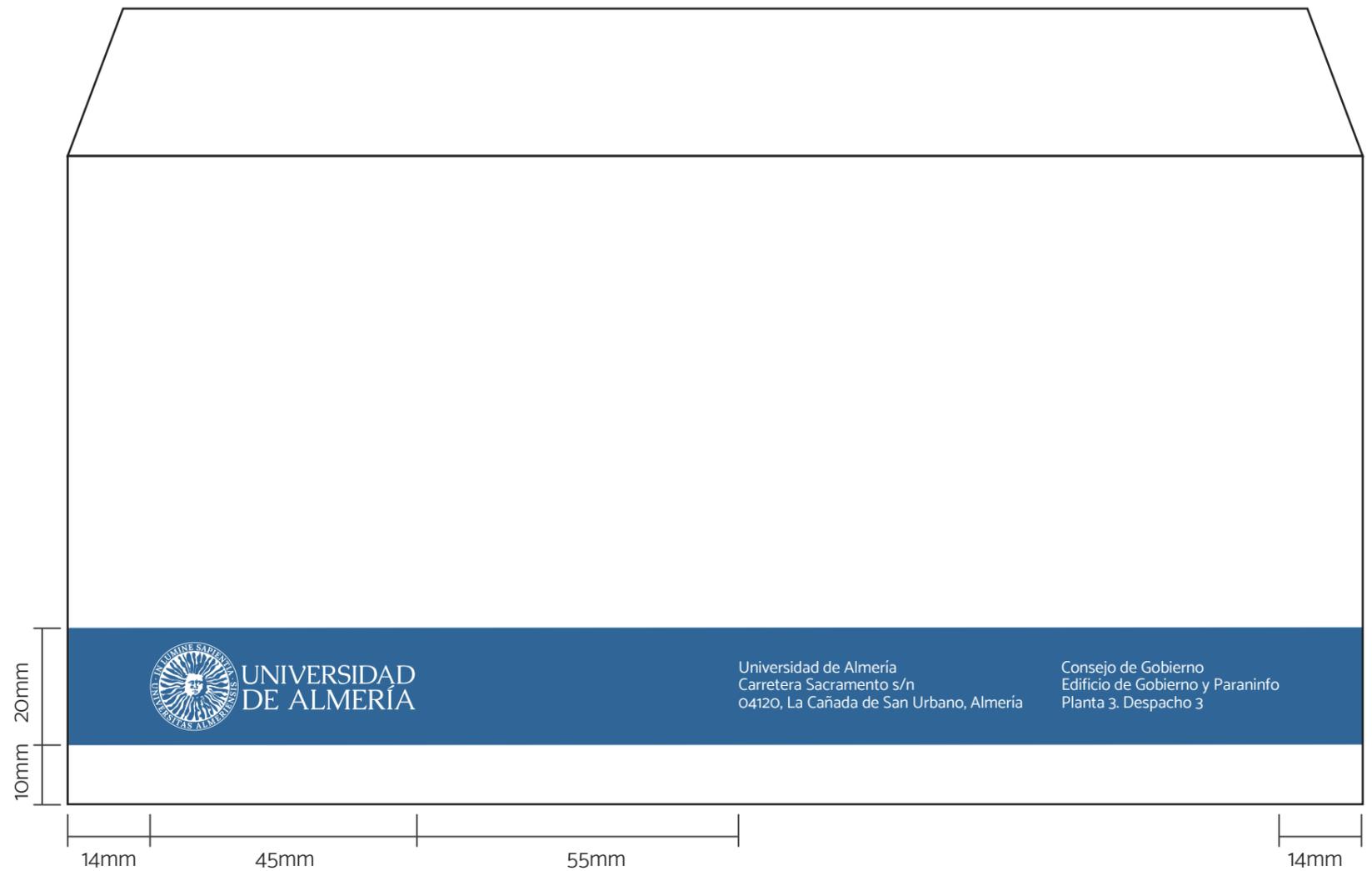


Imagen al 50%.  
Medidas en milímetros.

- Formato  
162 x 229 mm
- Datos  
Pastilla Pantone 653C  
Catamarán Regular 9pt, IL 9,59 Blanco.  
Justificación izquierda

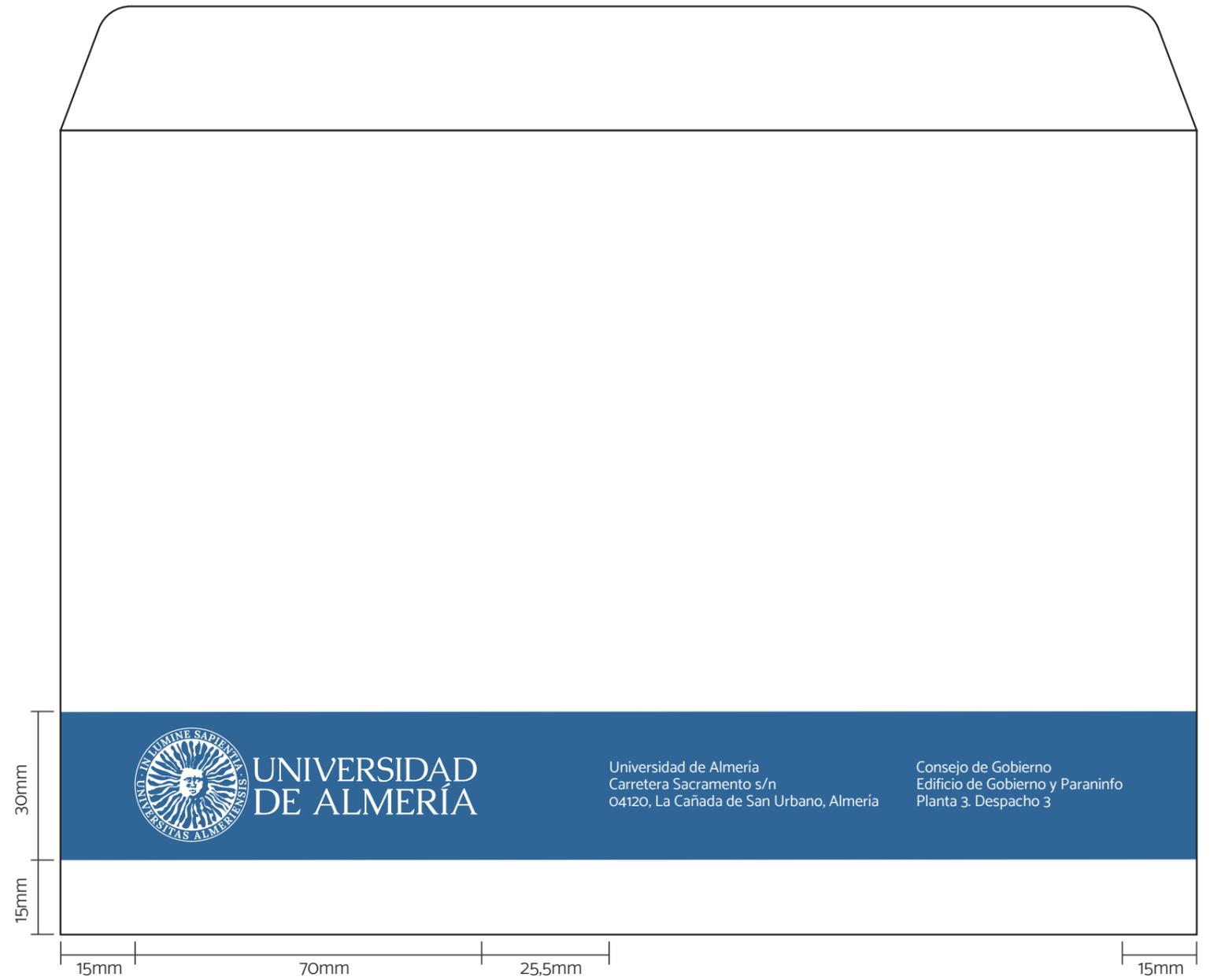
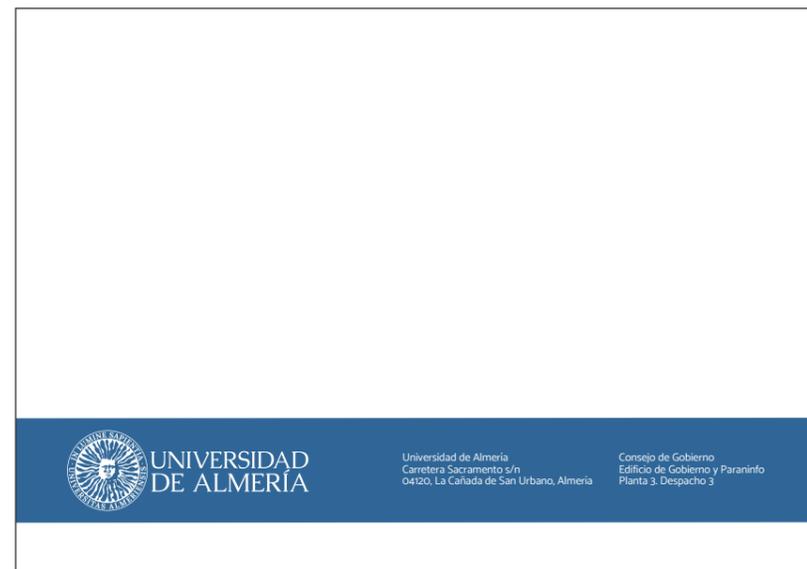


Imagen al 50%.  
Medidas en milímetros.

- Formato  
229 x 324 mm

- Datos  
Pastilla Pantone 653C  
Catamarán Regular 9pt, iL 9,59 negro 100%.  
Justificación izquierda

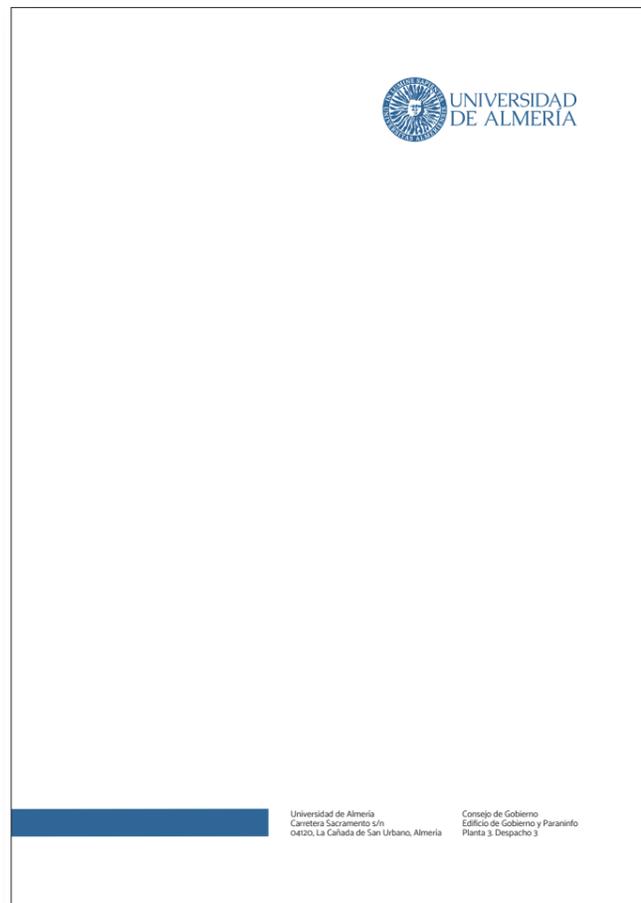


Imagen al 40%.  
Medidas en milímetros.



– Formato  
40 x 45 mm

– Datos  
Logotipo Pantone 653C  
Catamarán Regular 6pt, iL 6 negro 100%.  
Justificación centrada



Imagen al 100%.  
Medidas en milímetros.

# 3

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual  
**Aplicaciones Material Impreso**

### Introducción

Los materiales impresos de la Universidad de Almería, deben ser considerados como un elemento fundamental de la comunicación y un motor de imagen corporativa que se debe de integrar perfectamente con los criterios de diseño empleados en su identidad.

En este apartado se proponen ejemplos de aplicación de piezas usando soportes estandarizados, que al desarrollarse deberán adaptarse a sus medidas y funciones definitivas, pero siempre siguiendo los criterios aquí señalados.

En las diferentes piezas se incorporan elementos de diseño, que son armónicos con la imagen general y aportan capacidad comunicadora al mensaje. Todas las piezas que se desarrollen en los materiales impresos de la Universidad de Almería deberán emplear estos recursos creativos adaptados a las necesidades específicas de la pieza.

---

Sumario
3.00 Introducción
3.01 Libreta A5
3.02 Flyer
3.03 Catálogo Corporativo
3.04 Cartel

Ejemplo de Libreta A5 148 x 210 mm

- Portada

Logotipo: Color blanco, versión vertical

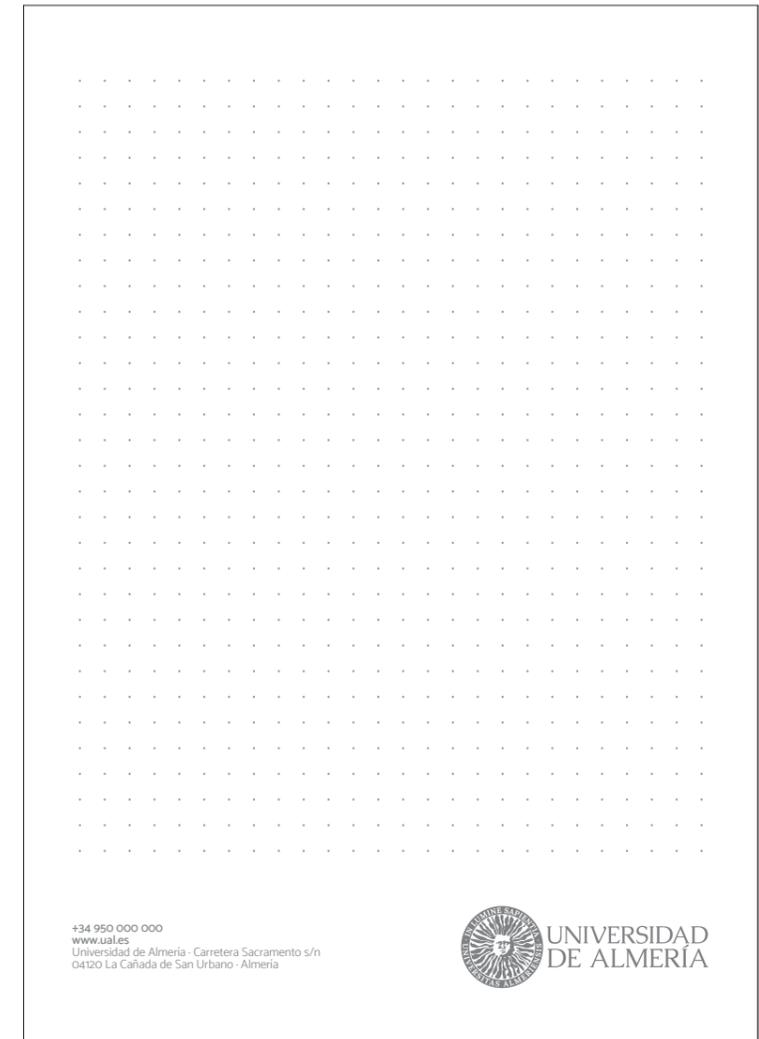
- Hoja Interior

Texto: Catamarán Light, 7pt, negro 60%

Logotipo: versión monocromática, horizontal



Portada



Hoja Interior

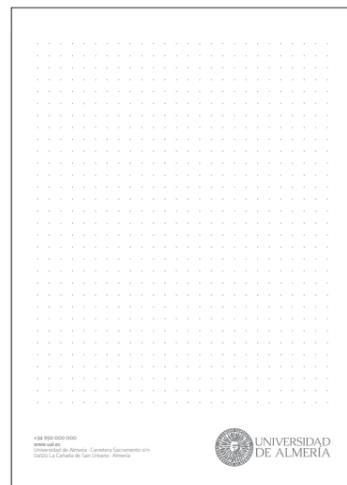


Imagen al 70%.  
Medidas en milímetros.

Ejemplo de Flyer 148 x 210 mm

Los elementos informativos de los actos se transmiten dentro de la caja azul. El título y la convocatoria componen el bloque principal y el texto o la información complementaria, componen el bloque secundario. Este elemento es fijo y deben ajustarse a la izquierda, quedando el fondo fotográfico que ilustra la convocatoria a la derecha.

- Tipografía

- Titulares: Catamarán Regular y Black, color Blanco
- Textos Lugar/Hora: Catamarán Regular, 10pt, color Blanco
- Textos Información: Catamarán Light, 9pt, color Blanco
- Teléfono, web y dirección: Catamarán Regular, 7pt, color Negro 60%

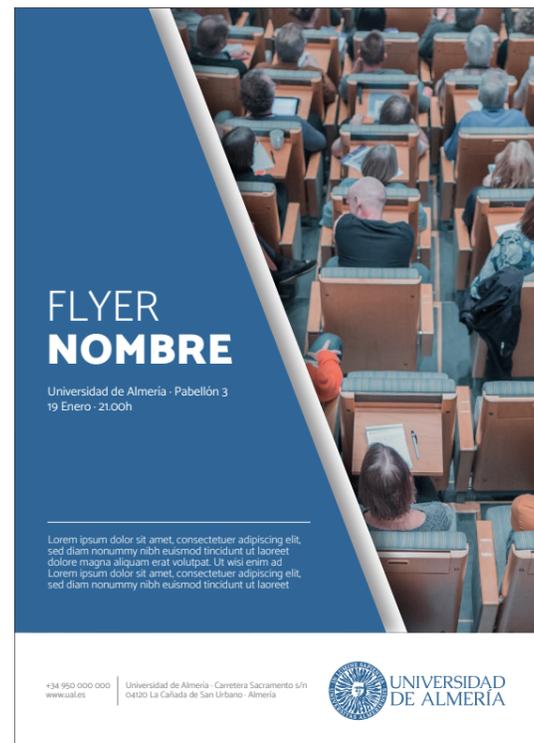


Imagen al 50%.  
Medidas en milímetros.

Ejemplo de Catálogo 297 x 210 mm

- Tipografía Portada

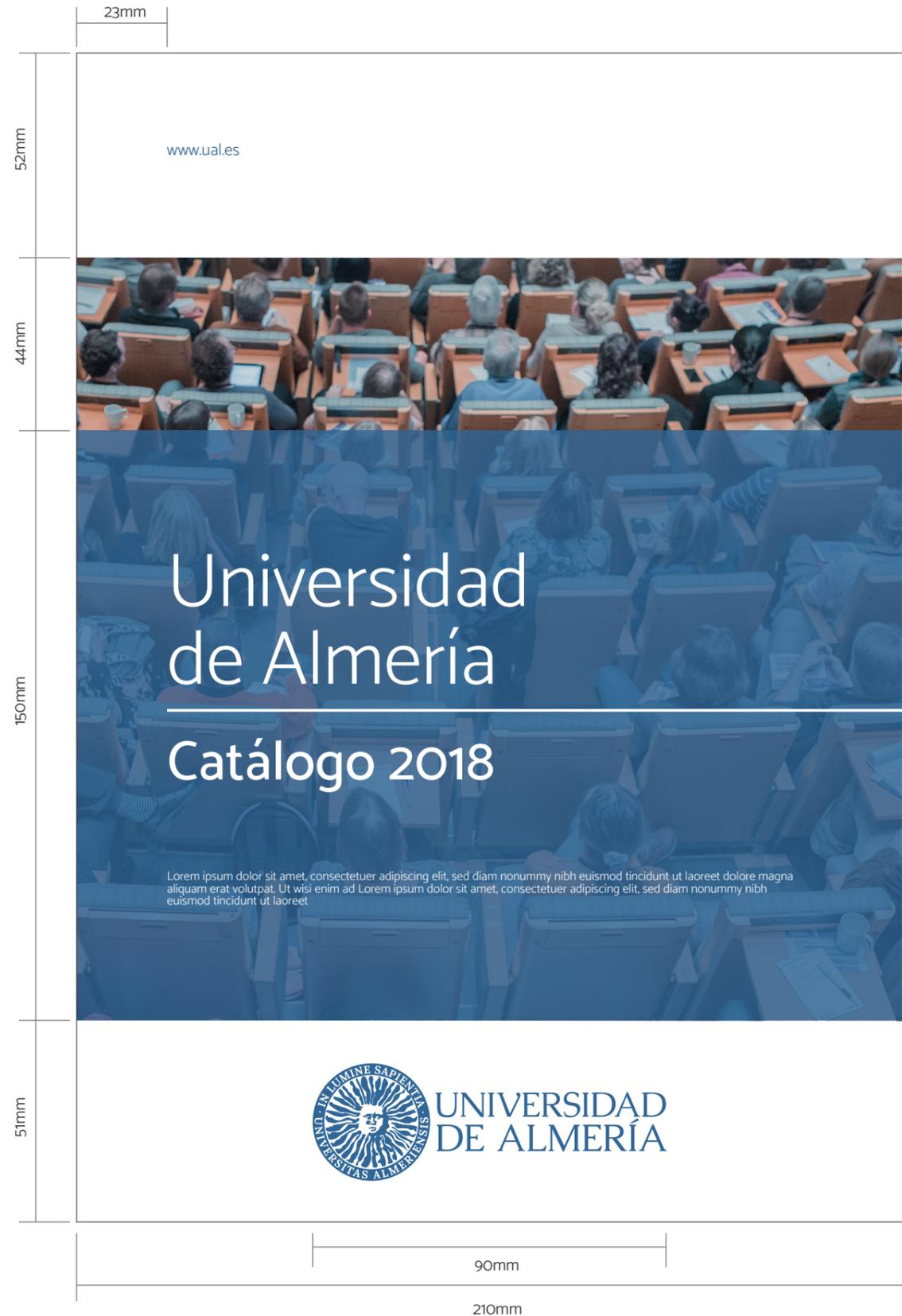
Web: Catamarán Light, 12pt, color Pantone 653C  
Texto 1: Catamarán Light, 55pt, color Blanco  
Texto 2: Catamarán Medium, 40pt, color Blanco  
Texto Información: Catamarán Light, 9pt, color Blanco

- Elementos

Pastilla color Pantone 653C, 80% opacidad.



Imagen al 70%.  
Medidas en milímetros.



Ejemplo de Catálogo 297 x 210 mm

– Tipografía Página Interior Izquierda

Título: Catamarán Medium y Light, 30pt, color Pantone 653C

Texto 1: Catamarán Semibold, 11pt, color Negro

Texto 2: Catamarán Regular, 11pt, color Negro

Paginación:

- Número: Catamarán Regular, 8pt, color Blanco

- Texto: Catamarán Thin, 8pt, color Blanco

– Tipografía Página Interior Derecha

Texto destacado: Catamarán Medium, 20pt, color Blanco

Titulares: Catamarán Medium, 12pt, color Blanco

Texto: Catamarán Light, 12pt, color Blanco

Paginación:

- Número: Catamarán Regular, 8pt, color Blanco

- Texto: Catamarán Thin, 8pt, color Blanco



Imagen al 50%.  
Medidas en milímetros.

Ejemplo de Catálogo 297 x 210 mm

– Tipografía Contraportada

Web, dirección y teléfono: Catamarán Regular, 10pt, color Negro 70%

– Elementos

Pastilla azul central, color Pantone 653C

Iconos, color Pantone 653C

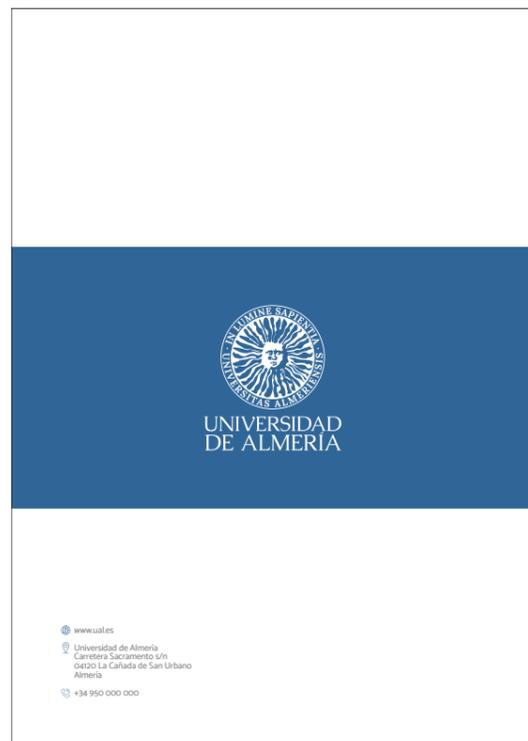
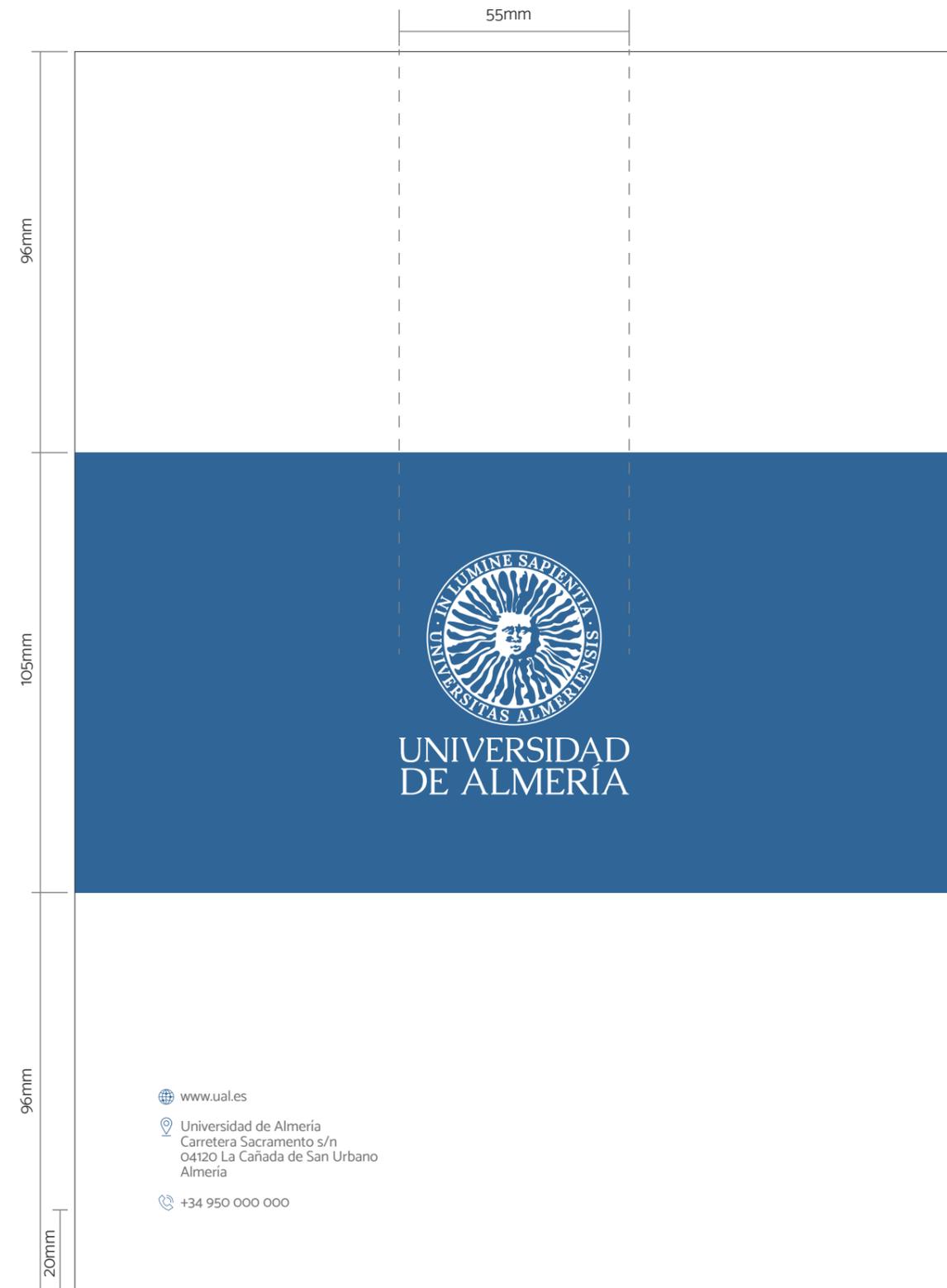


Imagen al 70%.  
Medidas en milímetros.



## Ejemplo de Cartel 500 x 700 mm

Los elementos informativos de los actos se transmiten dentro de dos cajas con transparencia. El título y la convocatoria componen la caja principal y el texto o la información complementaria, componen la caja secundaria. Estos dos elementos son móviles y deben ajustarse en función del fondo fotográfico que ilustra la convocatoria.

## – Variaciones

Cartel con 4 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:

Alto 1 : 0,4

Ancho 1 : 0,78

## – Tipografía

Titulares: Catamarán Medium

Textos: Catamarán Light

## – Transparencia

Cajas a un 75% de opacidad



Imagen al 70%.  
 Medidas en milímetros.

# 4

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual  
Aplicaciones Formatos Electrónicos

#### Introducción

Los formatos electrónicos de la Universidad de Almería, deben ser considerados como un elemento fundamental de la comunicación y mantener los criterios de diseño empleados en su identidad. Con el objetivo de crear una imagen firme y acorde con los valores propios de la universidad.

En este apartado se proponen ejemplos de formatos electrónicos usando soportes estandarizados, que al desarrollarse deberán adaptarse a sus medidas y funciones definitivas, pero siempre siguiendo los criterios aquí señalados.

---

Sumario
4.00 Introducción
4.01 Infomail
4.02 Firma correo electrónico
4.03 RR.SS

Ejemplo de Infomail 650 x 1134 px

– Tipografía

Titular: Catamarán Thin, 43pt y Catamarán Medium, 35pt, color Blanco  
Texto 1: Catamarán Thin, 11pt, color Negro 70%  
Títulos: Catamarán Thin, 22pt, color Pantone 653C  
Texto Bloques: Catamarán Thin, 11pt, color Negro 70%  
Texto Legal: Catamarán Thin, 9pt, color Blanco

– Elementos

Pastilla azul inicio: Pantone 653C, 80% opacidad  
Pastilla azul pie de página: Pantone 653C



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse

Titulo 1



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

[Leer más](#)



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

[Leer más](#)

Titulo 2



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

[Leer más](#)

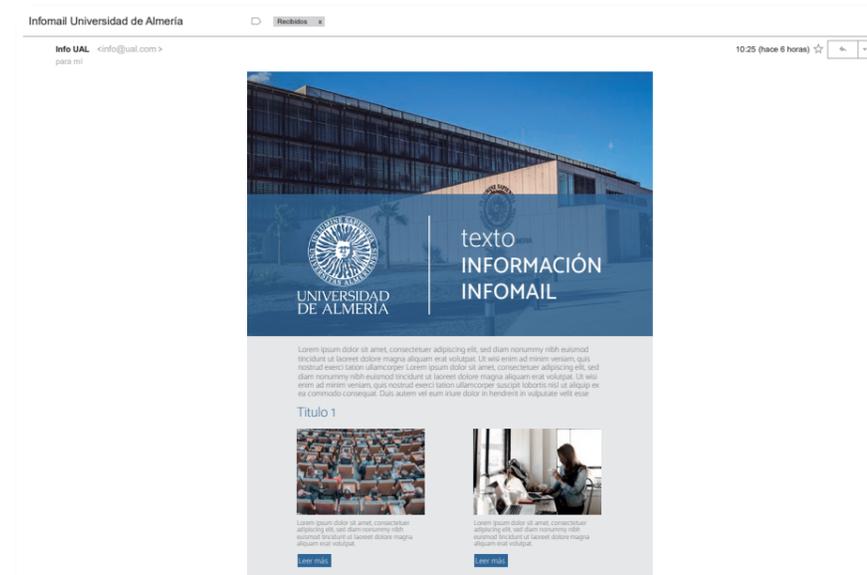
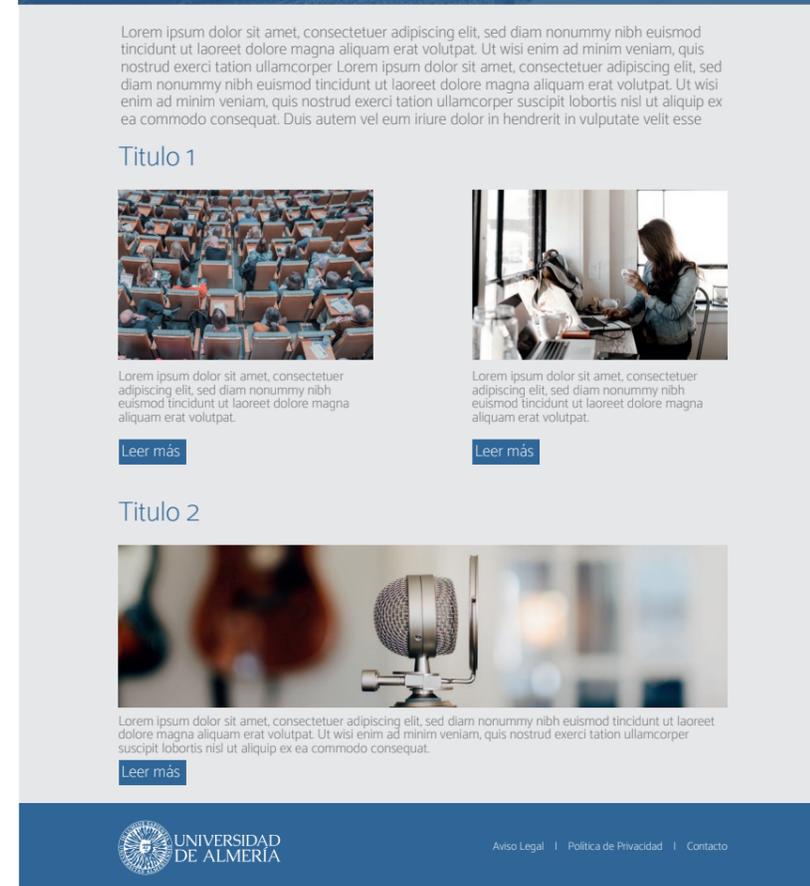


Imagen al 50%.



Ejemplo de Firma correo electrónico 400 x 150 px

– Tipografía

Nombre y Apellidos: Arial Bold, 14pt. Color #233646  
Cargo y Datos: Arial Regular, 12pt. Color #316296

Para la creación de firma de correo electrónico la Universidad de Almería dispone de una herramienta oficial online.

– Link al generador de firmas de email

<https://www.ual.es/direcciondecomunicacion/generador-de-firmas>



**Nombre Apellido Apellido**

Cargo

Despacho 0.00, Edificio

**Email:** [nombre@ual.es](mailto:nombre@ual.es)

**Teléfono:** +34 950 000 000

[www.ual.es](http://www.ual.es)

Universidad de Almería

Carretera Sacramento s/n

04120, La Cañada de San Urbano, Almería (España)

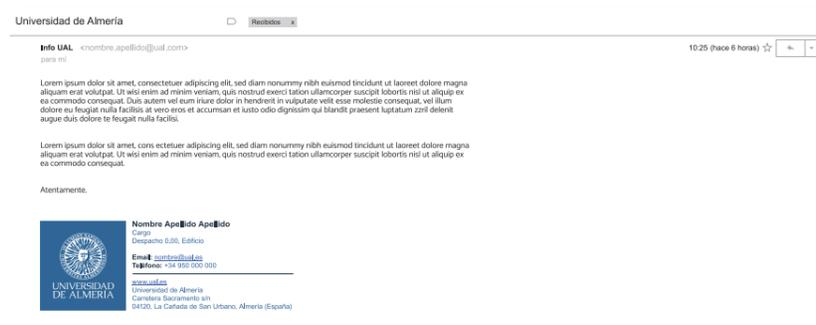


Imagen al 100%.

Ejemplo de RR.SS

- Twitter

Portada: 1500 x 500 px  
Perfil: 400 x 400 px

- Facebook

Portada: 820 x 312 px  
Perfil: 180 x 180 px



Twitter



Facebook

# 5

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual  
Aplicaciones Merchandising

#### Introducción

Las piezas de merchandising de la Universidad de Almería, deben ser considerados como elemento de la comunicación y mantener los criterios de diseño empleados en su identidad.

En este apartado se proponen ejemplos de aplicaciones de merchandising usando el logotipo de la Universidad de Almería en sus diferentes formatos, adaptándose a sus proporciones correctas y colores corporativos, manteniendo un estilo unificado.

---

Sumario
5.00 Introducción
5.01 Piezas textil. Polos y Bolsa Deporte
5.02 Bolígrafo
5.03 Pendrive

Ejemplo de Camiseta Blanca

– Medidas estándar

Hombro: 140 mm  
Manga: 180 mm  
Largo: 680 mm  
Ancho: 560 mm

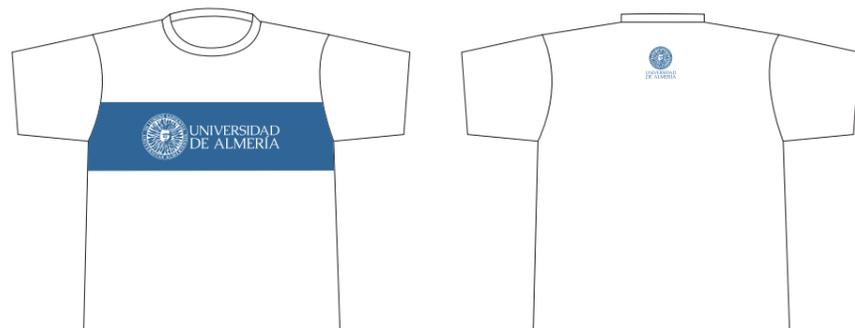
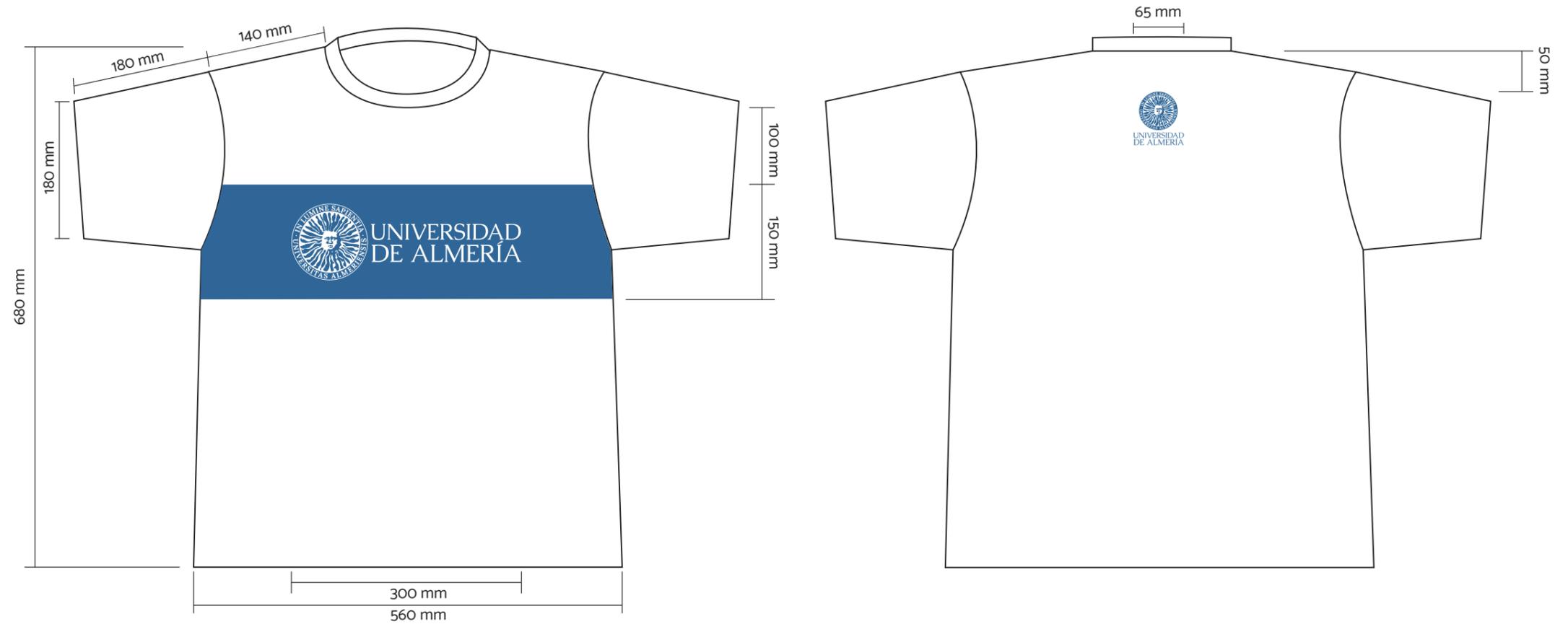


Imagen al 15%.

Ejemplo de Camiseta Azul Corporativo

- Medidas estándar

- Hombro: 140 mm
- Manga: 180 mm
- Largo: 680 mm
- Ancho: 560 mm



Imagen al 15%.

Ejemplo de Bolsa de Deporte

– Medidas estándar

Alto: 390 mm  
Largo: 530 mm  
Ancho: 270 mm



Imagen al 20%.

Ejemplo de Bolígrafo

– Medidas estándar

Alto: 390 mm  
Largo: 530 mm  
Ancho: 270 mm

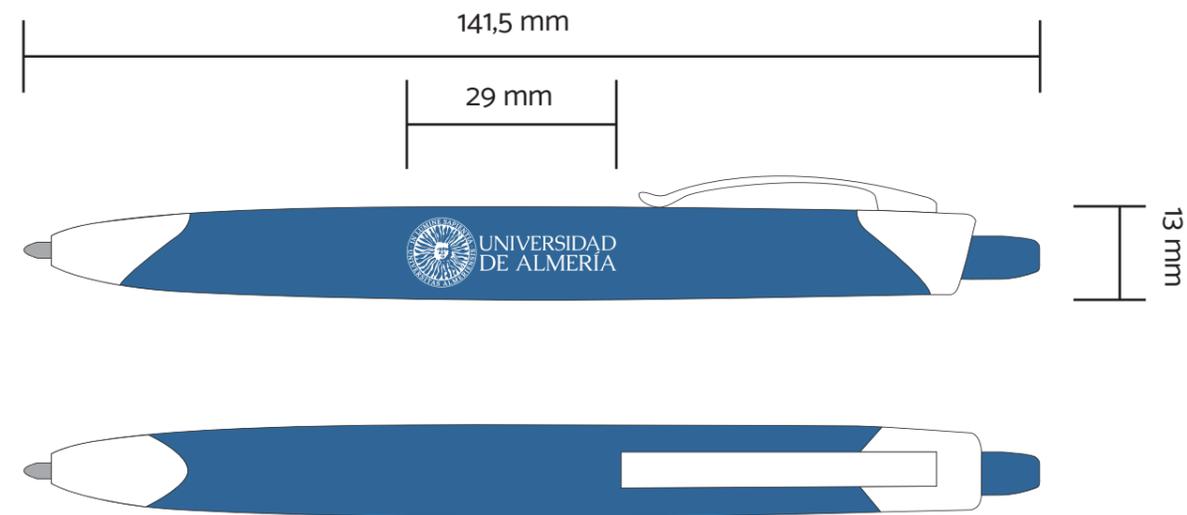


Imagen al 100%.

Ejemplo de Pendrive

- Medidas estándar

Alto: 19 mm  
Largo: 50 mm

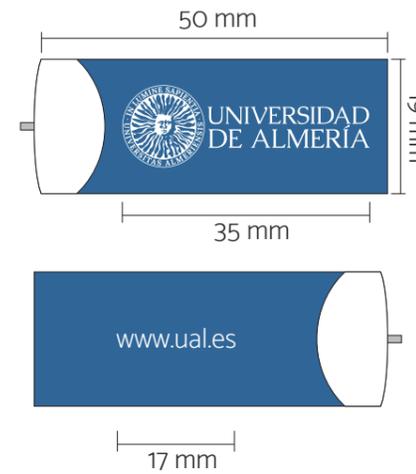


Imagen al 100%.

# 6

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual  
Formatos y soportes de identificación y personalización

#### Introducción

En este apartado se desarrolla el diseño de los formatos y soportes de identificación y personalización de espacios para las acciones de la Universidad de Almería.

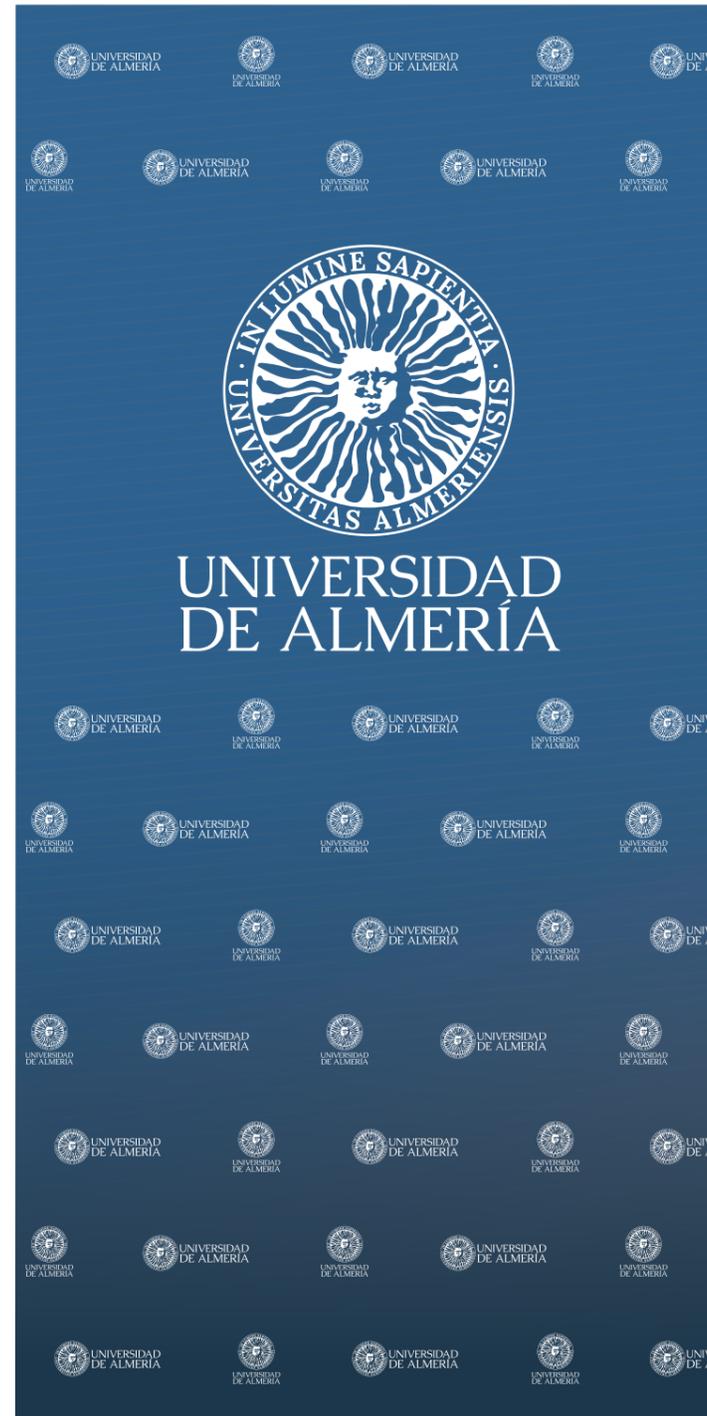
Son propuestas de diseño que permitirán el desarrollo de piezas cuya función principal será identificar un espacio físico o personalizarlo y decorarlo para la realización de actos y eventos.

Los formatos desarrollados aquí son estándares que deberán adaptarse a sus medidas y funciones definitivas, pero siempre siguiendo los criterios aquí señalados.

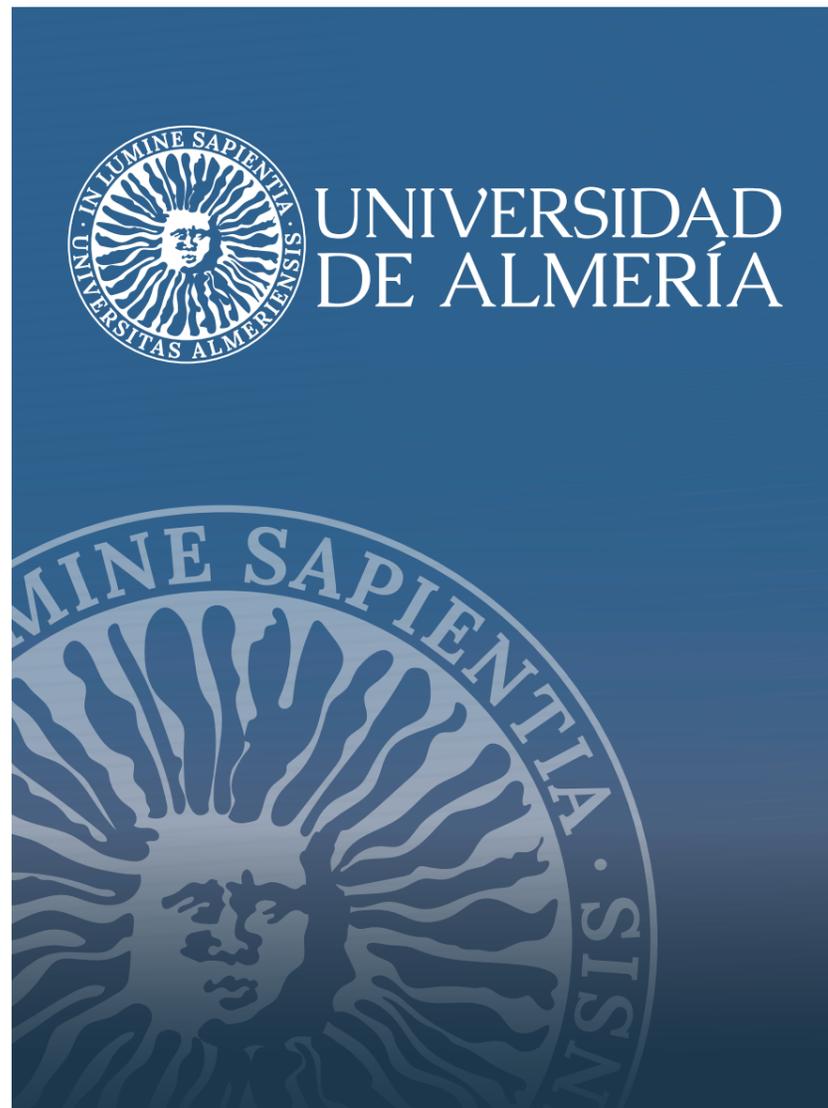
---

Sumario
6.00 Introducción
6.01 Display
6.02 Banderola
6.03 Pop Up

Ejemplo de Display 1 x 2



Ejemplo de Banderola 900 x 1200 mm



Ejemplo de Pop Up 4x3

– Medidas

Tamaño frontal: 299x225 cm.

Laterales: 34x225 cm.

Tamaño total: 367x225 cm.



Ejemplo de Pop Up 5x3

- Medidas

Tamaño frontal: 372,5x225 cm.

Laterales: 34x225 cm.

Tamaño total: 440,5x225 cm.





UNIVERSIDAD  
DE ALMERÍA