

# Manual de identidad de marca

Marzo | 2025

# Contenido

## Identidad visual

- Logotipo
- Cobranding
- Color
- Tipografía
- Estilo fotográfico
- Iconografía
- Tagline
- Logotipo “45 Aniversario”
- Arquitectura de marca
- Mascota “Andy”
- Composición
- Aplicaciones

# Identidad visual

# Logotipo

# Concepto

Cada rueda representa un ciclo de aprendizaje y desarrollo, mientras que el engrosamiento gradual de las líneas ilustra la expansión del conocimiento y la madurez que nuestros estudiantes experimentan a lo largo de su trayectoria académica.

Cada línea refleja también la transformación y la expansión continua a nivel organizacional generando redes comunitarias de alto valor. El diseño evoca movimiento y avance, sugiriendo que el proceso educativo es dinámico y en constante evolución.

El azul es un nuevo azul intensificado que va acorde a los lineamientos de vanguardia e innovación y la tipografía en minúsculas evoca una comunicación más cercana y fluida.



## Versión principal Sin descriptor

La versión principal del logotipo es la horizontal. Según sea necesario puede aplicarse en positivo o negativo.

**Positivo:** símbolo y tipografía en color Azul Icesi Pantone 2131 C, sobre fondo color blanco.

**Negativo:** símbolo y tipografía en color blanco, sobre fondo color Azul Icesi Pantone 2131 C.

### Usos:

- Solo se usa en material de comunicación interna.



## Versión vertical Sin descriptor

Cuando por cuestiones de espacio no sea conveniente aplicar la versión principal del logotipo, es posible utilizar la versión vertical.

**Positivo:** símbolo y tipografía en color Azul Icesi Pantone 2131 C, sobre fondo color blanco.

**Negativo:** símbolo y tipografía en color blanco, sobre fondo color Azul Icesi Pantone 2131 C



**Versión en  
blanco y negro  
Sin descriptor**

Solo por cuestiones técnicas es posible  
usar la versión en blanco y negro del  
logotipo.



# Área de reserva Sin descriptor

El logotipo debe estar rodeado de un espacio libre donde no debe intervenir ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico.

Este espacio se denomina área de reserva y está definida como “X”, que equivale al tamaño de la altura de la letra “I” del logotipo.



# Área de reserva reducida

## Sin descriptor



En los casos donde el espacio es muy reducido para colocar el logotipo se puede reducir el área de reserva.

El área de reserva reducida equivale a  $\frac{1}{2}$  de "X".



# Tamaño mínimo

## Sin descriptor

Formatos impresos



Para asegurar la máxima legibilidad del logotipo en sus diferentes versiones, se definió el tamaño mínimo en el cual puede aplicarse tanto en formatos impresos como digitales.



Formatos digitales



## Usos incorrectos

En el logotipo no se debe:

1. Cambiar la orientación original.
2. Modificar el orden de los elementos.
3. Alterar la proporción entre tipografía y símbolo.
4. Deformar o distorsionar.
5. Sustituir la palabra Icesi.
6. Reemplazar la tipografía.
7. Reproducir en línea de contorno.
8. Emplear efectos (como sombras).
9. Aplicar en un color no permitido.



# Aplicación sobre fondos y materiales

Para garantizar la legibilidad del logotipo en su aplicación, se han definido los fondos y materiales permitidos:

1. La versión positiva debe aplicarse únicamente sobre fondo color blanco.
2. La versión negativa debe aplicarse exclusivamente sobre fondo Azul Icesi.
3. Si el fondo es una imagen, el logotipo solo puede aplicarse en áreas libres de ruido visual.
4. Puede aplicarse sobre vidrio.
5. Puede aplicarse sobre metal en bajo relieve, siempre y cuando este sea plateado.
6. Puede aplicarse sobre concreto o piedra gris en bajo relieve.

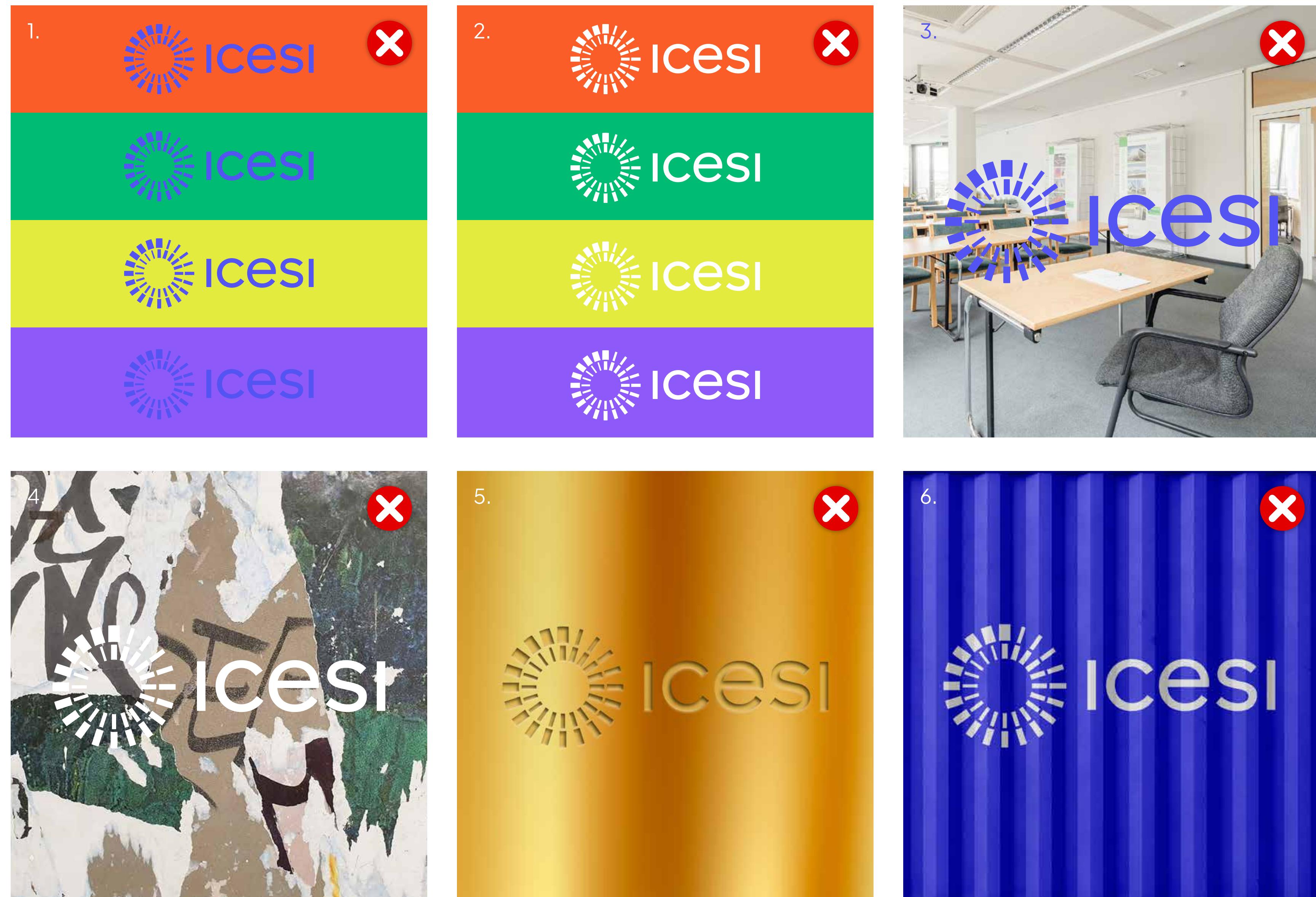


# Aplicación sobre fondos y materiales

## Usos incorrectos

El logotipo no se debe aplicar:

1. Sobre fondos de colores pertenecientes a la paleta complementaria con logo azul.
2. Sobre fondos de colores pertenecientes a la paleta complementaria con logo blanco
3. Sobre áreas con excesivo ruido visual.
4. Sobre texturas que dificulten su legibilidad.
5. Sobre metales dorados.
6. Sobre superficies cuyo relieve distorsione el logotipo.



# Versión principal

## Con descriptor

La versión principal del logotipo es la horizontal. Según sea necesario puede aplicarse en positivo o negativo.

**Positivo:** símbolo y tipografía en color Azul Icesi Pantone 2131 C, sobre fondo color blanco.

**Negativo:** símbolo y tipografía en color blanco, sobre fondo color Azul Icesi Pantone 2131 C.

### Usos:

- En todos los materiales de comunicación comercial.
- Comunicación institucional.
- En redes sociales.
- Aplicaciones digitales.



## Versión vertical Con descriptor

Cuando por cuestiones de espacio no sea conveniente aplicar la versión principal del logotipo, es posible utilizar la versión vertical.

**Positivo:** símbolo y tipografía en color Azul Icesi Pantone 2131 C, sobre fondo color blanco.

**Negativo:** símbolo y tipografía en color blanco, sobre fondo color Azul Icesi Pantone 2131 C



**Versión en  
blanco y negro  
Con descriptor**

Solo por cuestiones técnicas es posible  
usar la versión en blanco y negro del  
logotipo.



# Área de reserva Con descriptor

El logotipo debe estar rodeado de un espacio libre donde no debe intervenir ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico.

Este espacio se denomina área de reserva y está definida como "X", que equivale al tamaño de la altura de la letra "I" del logotipo.



# Área de reserva reducida

## Con descriptor

En los casos donde el espacio es muy reducido para colocar el logotipo se puede reducir el área de reserva.

El área de reserva reducida equivale a  $\frac{1}{2}$  de "X".



# Tamaño mínimo

## Con descriptor

Para asegurar la máxima legibilidad del logotipo en sus diferentes versiones, se definió el tamaño mínimo en el cual puede aplicarse tanto en formatos impresos como digitales.

Formatos impresos



Formatos digitales



# Usos incorrectos

En el logotipo no se debe:

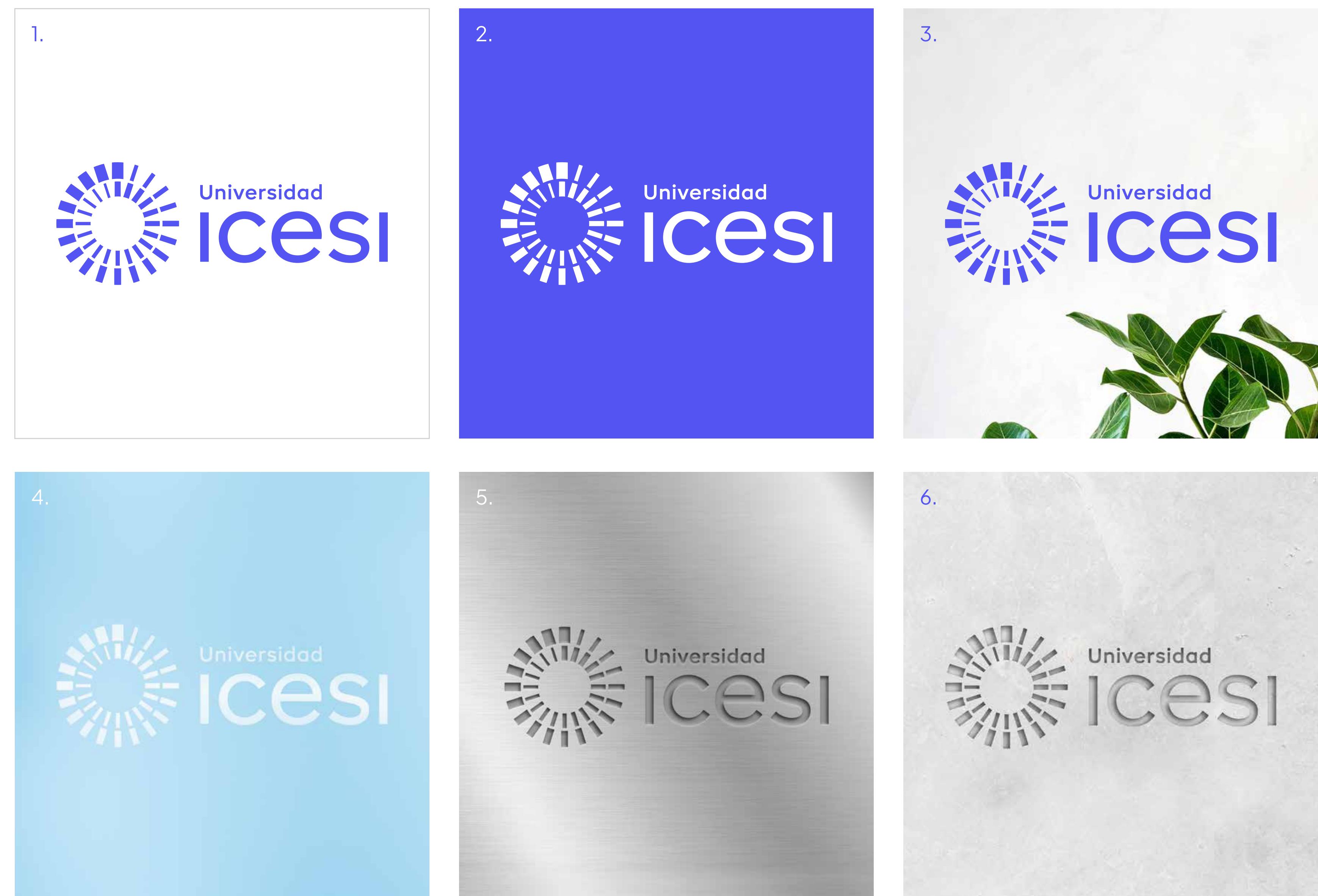
1. Cambiar la orientación original.
2. Modificar el orden de los elementos.
3. Alterar la proporción entre tipografía y símbolo.
4. Deformar o distorsionar.
5. Sustituir la palabra Universidad y/o Icesi.
6. Reemplazar la tipografía.
7. Reproducir en línea de contorno.
8. Emplear efectos (como sombras).
9. Aplicar en un color no permitido.



# Aplicación sobre fondos y materiales

Para garantizar la legibilidad del logotipo en su aplicación, se han definido los fondos y materiales permitidos:

1. La versión positiva debe aplicarse únicamente sobre fondo color blanco.
2. La versión negativa debe aplicarse exclusivamente sobre fondo Azul Icesi.
3. Si el fondo es una imagen, el logotipo solo puede aplicarse en áreas libres de ruido visual.
4. Puede aplicarse sobre vidrio.
5. Puede aplicarse sobre metal en bajo relieve, siempre y cuando este sea plateado.
6. Puede aplicarse sobre concreto o piedra gris en bajo relieve.



# Aplicación sobre fondos y materiales

## Usos incorrectos

El logotipo no se debe aplicar:

1. Sobre fondos de colores pertenecientes a la paleta complementaria con logo azul.
2. Sobre fondos de colores pertenecientes a la paleta complementaria con logo blanco
3. Sobre áreas con excesivo ruido visual.
4. Sobre texturas que dificulten su legibilidad.
5. Sobre metales dorados.
6. Sobre superficies cuyo relieve distorsione el logotipo.



# Cobranding

# Colaboración con otra marca

Cobranding son aquellos casos donde se colabora de manera estratégica con otras marcas para trabajar juntas.



LOGO

# Lineamientos de colaboración

Cuando el cobranding es entre Icesi y una marca más, los logotipos se deben colocar como lo establece el siguiente diagrama.



# Escenarios de cobranding

Existen diferentes escenarios de cobranding que dependen del nivel de participación en la alianza.

Colaboración al mismo nivel con otra marca.



El material es neutro y no se usa de manera predominante el estilo visual de ninguna de las dos marcas.

Participación de varias marcas.



Se debe respetar el logotipo de todos los participantes y el estilo visual no corresponde a ninguna marca de la alianza.

Icesi lidera la colaboración.



Los materiales de comunicación se basan en la identidad de marca de Icesi.

La otra marca lidera la colaboración.



Los materiales de comunicación se basan en la identidad de la otra marca.

# Color

# Paleta principal

La paleta principal de Icesi está compuesta por dos colores: Azul Icesi y blanco.

## Nota

1. Para tener un manejo preciso y uniforme del color es necesario trabajar con el **perfil de color Adobe RGB**.

2. Para obtener un color preciso en **pinturas para pared**, se debe solicitar al proveedor que realice un proceso de tintometría.



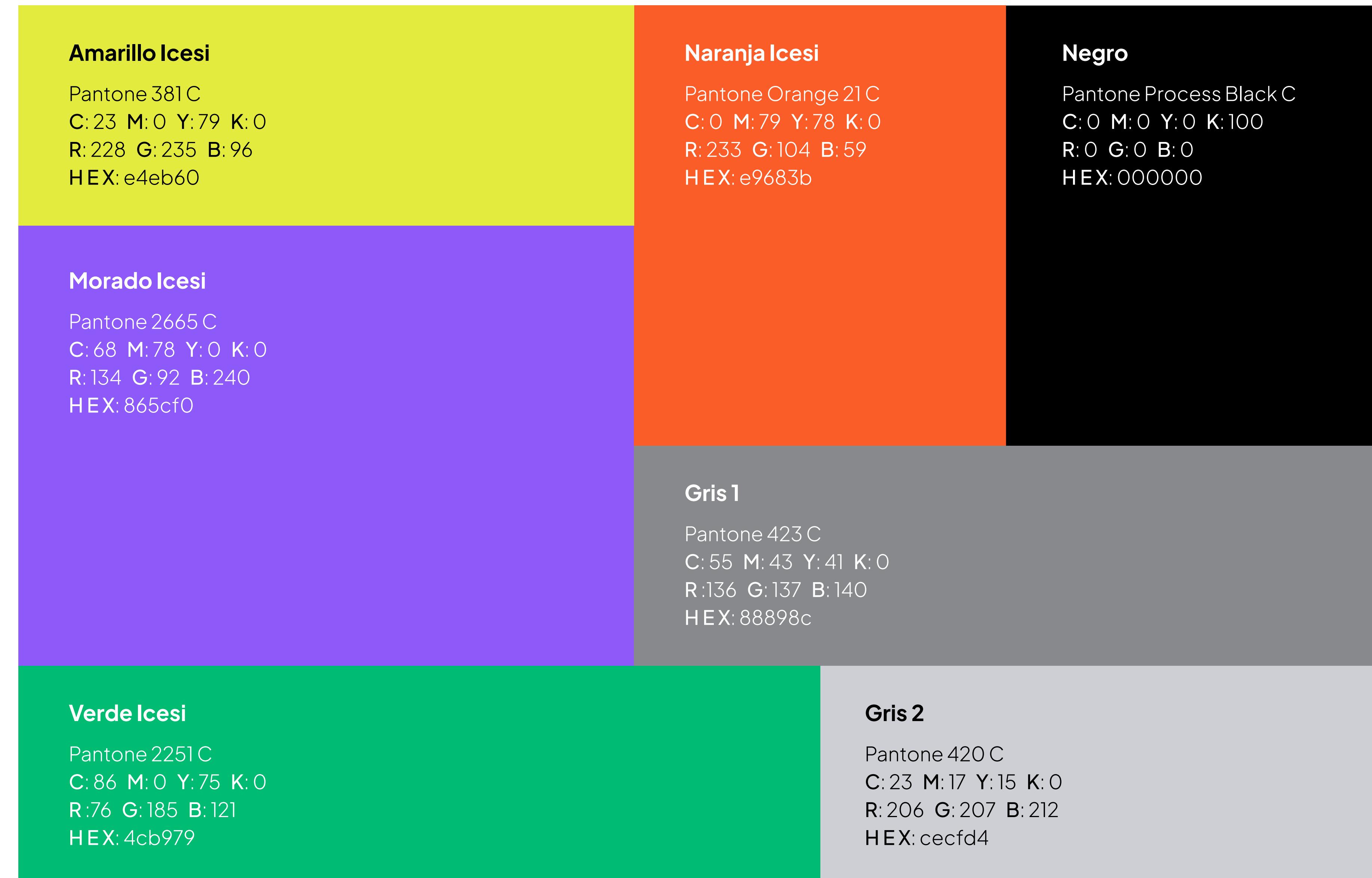
# Paleta complementaria

La paleta complementaria funciona como apoyo a la principal y nunca se aplica de manera independiente a ésta. Su uso ayuda a generar una comunicación más versátil, dinámica y diferenciar secciones de información.

## Nota

1. Para tener un manejo preciso y uniforme del color es necesario trabajar con el **perfil de color Adobe RGB**.

2. Para obtener un color preciso en **pinturas para pared**, se debe solicitar al proveedor que realice un proceso de tintometría.



# Tipografía

## Tipografía principal

La tipografía principal Plus Jakarta Sans, se acopla muy bien a la identidad de la marca. El buen contraste entre sus trazos la hace una tipografía con muy buena legibilidad tanto en textos grandes como en pequeños. Su amplia variedad de pesos permite generar textos dinámicos.

### Nota:

1. El uso de la **tipografía en itálicas** solo debe aplicarse en los casos indicados por la RAE, entre los cuales se destacan:

- Palabras de otras lenguas.
- Palabras y locuciones en latín.

2. El uso de **mayúsculas sostenidas** solo debe utilizarse para resaltar en algunos casos, titulares o nombres de iniciativas:

- Titulares de no más de tres palabras.
- Nunca para frases o cuerpos de texto.

### Usos:

Anuncios | Impresos | Animaciones |  
Material Pop | Banners | Aplicaciones  
digitales | Página web.



Aún cuando la tipografía Plus Jakarta Sans es de uso libre es muy importante verificar las licencias de uso comercial de la misma.

# Plus Jakarta Sans

## Aa

ExtraLight

## Bb

Light

## Cc

Regular

## Dd

Medium

## Ee

SemiBold

## Ff

Bold

## Gg

ExtraBold

## Tipografía alterna

Se eligió la tipografía Arial como la tipografía alterna. Su uso se limita a casos de comunicación interna donde los documentos tengan que ser generados con programas de Microsoft Office.

# Arial

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
% # ! \$ & / ( ) = ? + - \* °

Regular

**Bold**

**Usos:**  
Presentaciones PPT | Documentos en Word | Contenido de e-mails.

# Aplicación

Para tener un manejo unificado y coherente de la tipografía se deben de tomar en cuenta los siguientes lineamientos.

## Título

### Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation.

1. La jerarquía del texto se puede lograr con el uso de distintos pesos.

Dividunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit aliquip ex ea commodo consequat. Etiam vel eum iriure dolor in hendrerit, velit esse molestie consetetur.

4. Los textos deben alinearse a la izquierda.

**Adipinem scing elit se  
nie diam noyie tincid**

2. Los titulares pueden aplicarse en color morado, siempre y cuando sea legible.

**Dolor sit amet, conse  
ting elit, sed diam.**

5. Solo se pueden alinear textos al centro para destacar información breve.

**Exeri mation aope**

3. El texto se puede aplicar sobre fondos de color, siempre que sea legible.

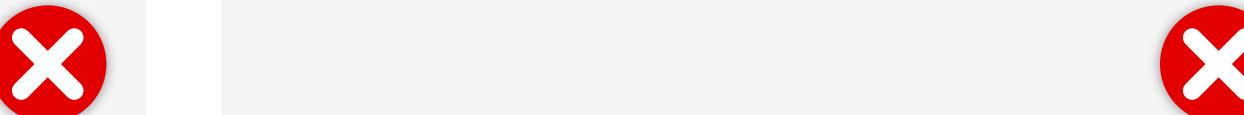
**Lorem ipsum dolo  
adipiscing elit, se  
tincidunt ut labore  
voluptat. Ut wisi e  
nostrud exerci tation**

## Usos incorrectos



Dincidunt ut laoreet dolore magna  
volutpat. Ut wisi enim ad minim ve  
nostrud exerci tation ullamcorper  
nisl ut aliquip ex ea commodo co  
autem vel eum iriure dolor in hen  
tate velit esse molestie conset.

1. No se debe usar otra tipografía que no sea la de la marca.



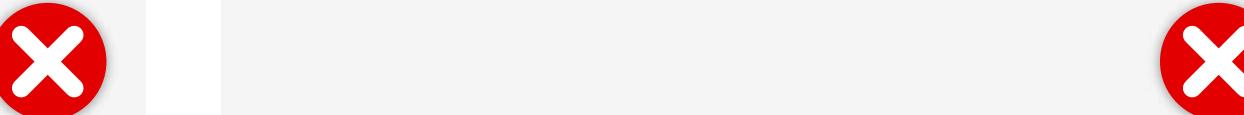
**Adipinem scing elit se  
nie diam noyie tincid**

2. No se debe aplicar el texto en colores que afecten la legibilidad.



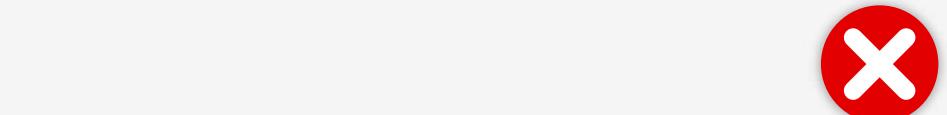
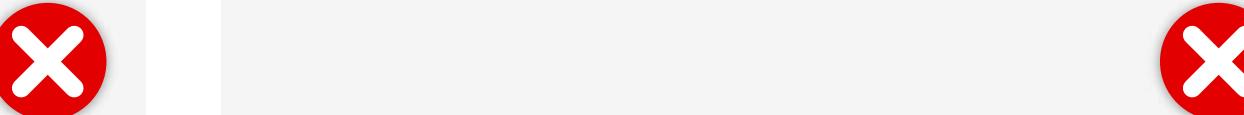
Dincidunt ut laoreet dolore magna  
volutpat. Ut wisi enim ad minim ve  
nostrud exerci tation ullamcorper  
nisl ut aliquip ex ea commodo co  
autem vel eum iriure dolor in hen  
tate velit esse molestie conset.

4. No se debe alinear el texto a la derecha.



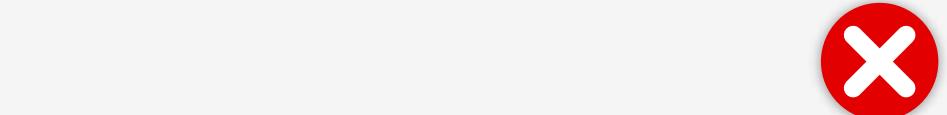
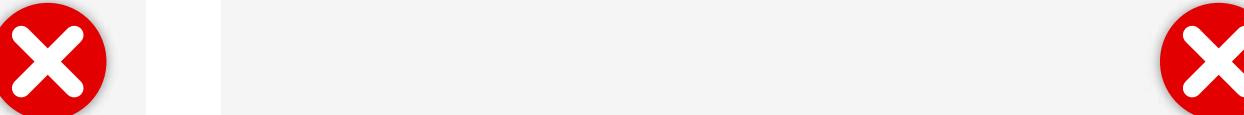
**Dolor sit amet, consete  
scing elit, sed diam ullam oper  
nisl ut aliquip ex ea como  
autem vel eum iriure  
tate velit esse molestie set.**

5. No usar la alineación al centro para textos largos.



**Exeri mation aope**

3. No se deben combinar colores de fondo y tipografía que no contrasten.



**Lorem ipsum dol  
adipiscing elit, se  
tincidunt ut laoree  
volutpat. Ut wisi e  
nostrud exerci t**

6. No se debe aplicar un interlineado muy cerrado.

# Estilo fotográfico

# Personas

Es importante reflejar la diversidad y los valores del alumnado, docentes y personal administrativo. Las personas deben mostrar poses naturales con una actitud positiva.



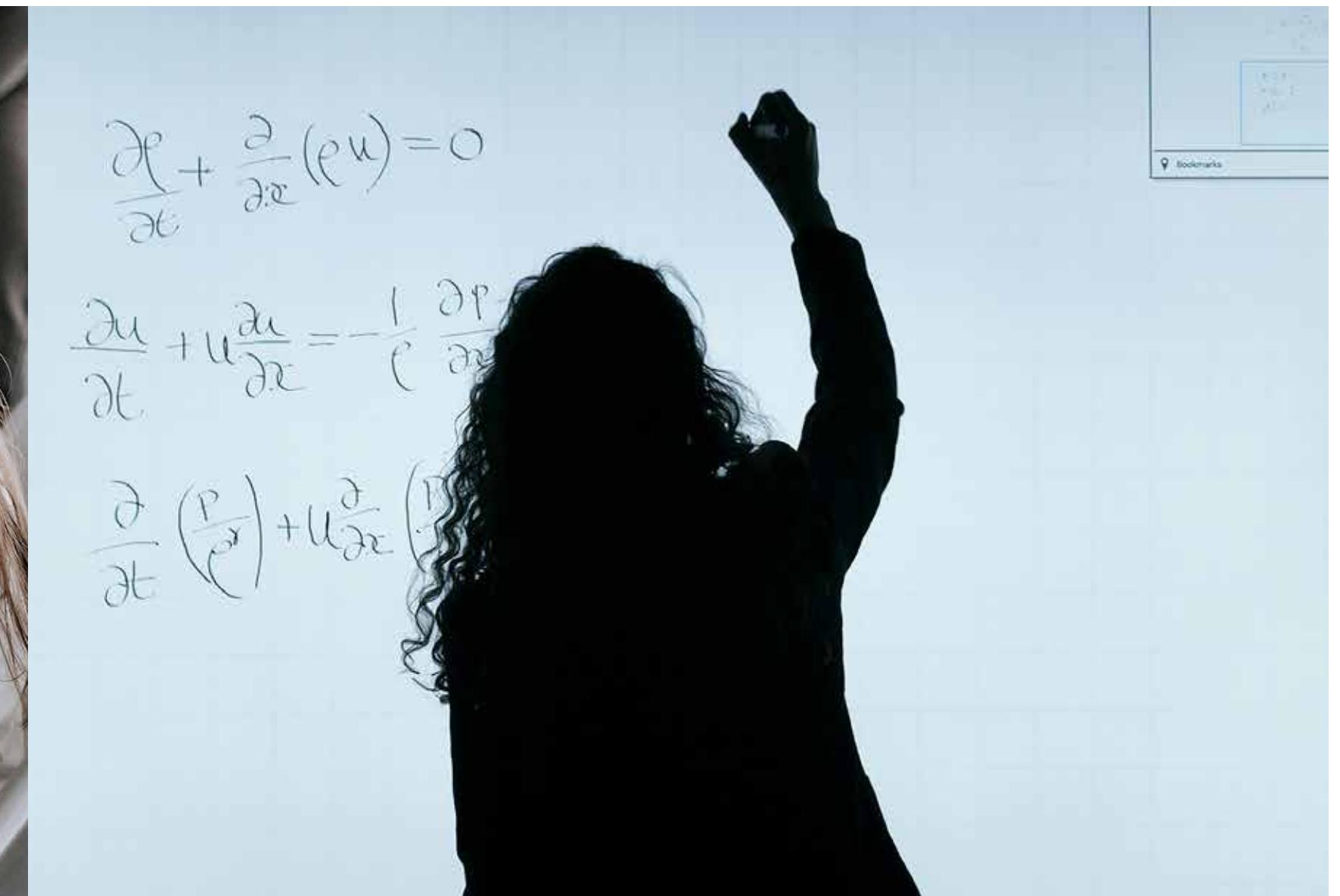
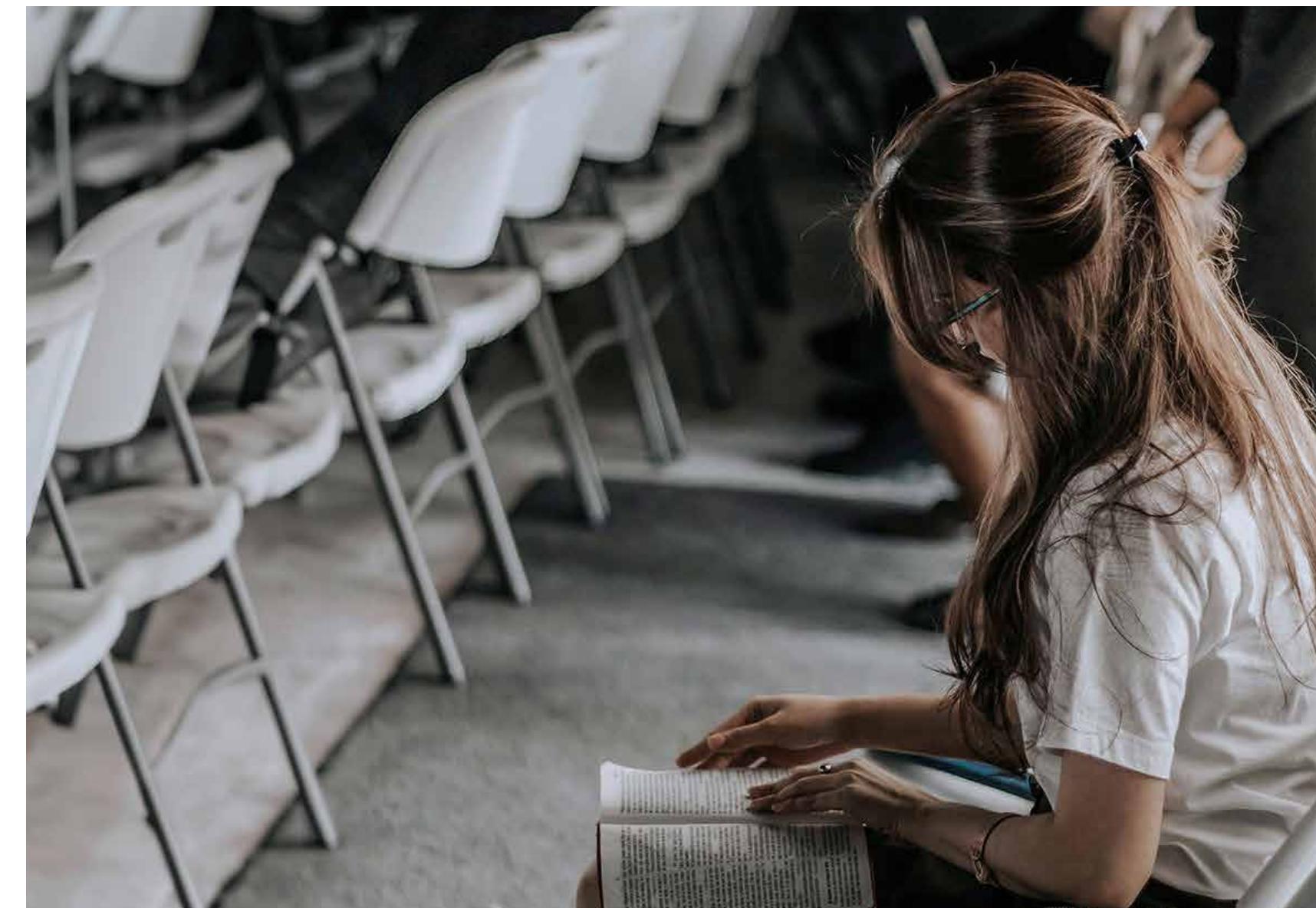
# Grupos

El trabajo colectivo es un elemento muy importante dentro de la vida universitaria. Los grupos de personas deben mostrar una interacción cordial.



# Actividades

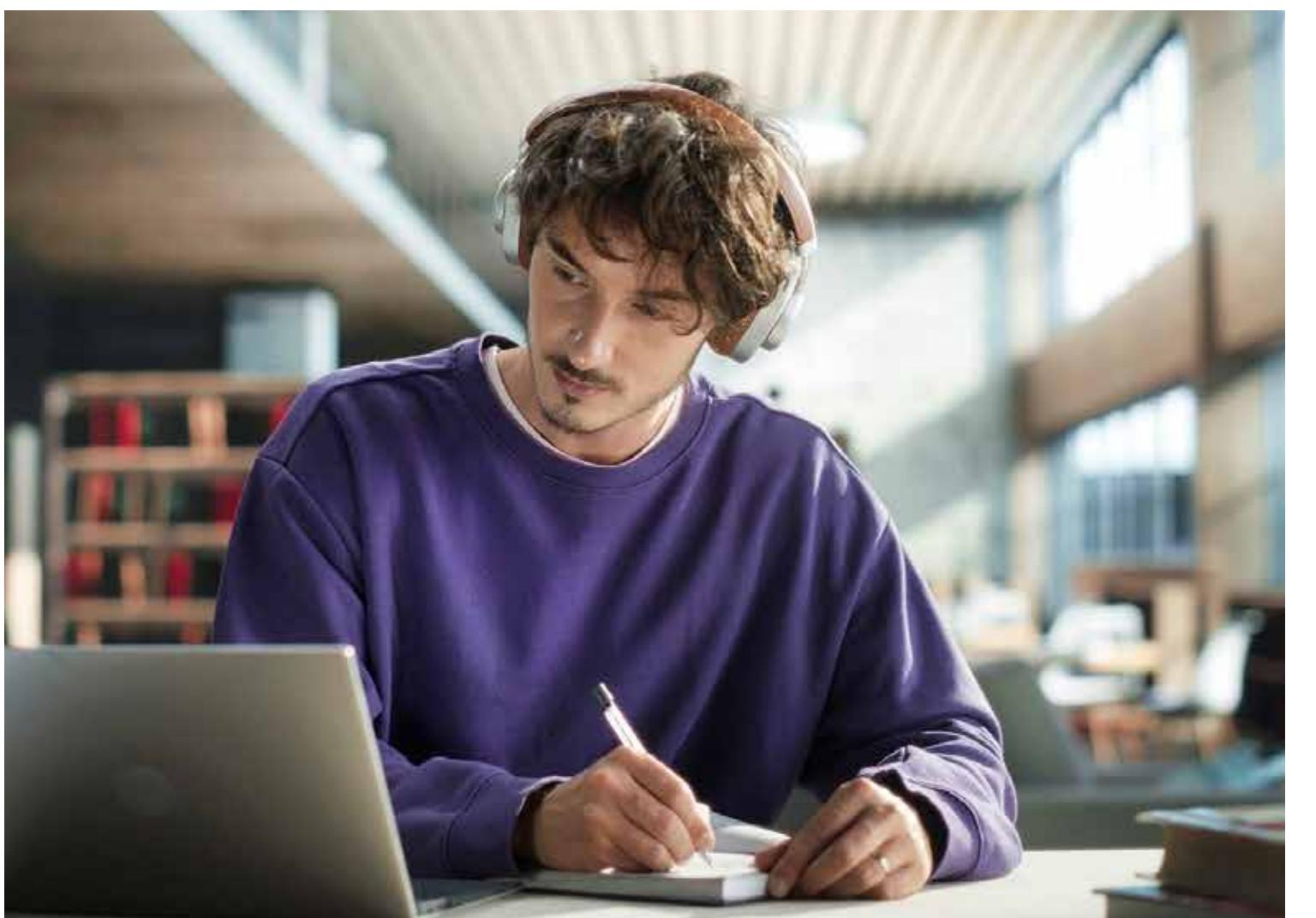
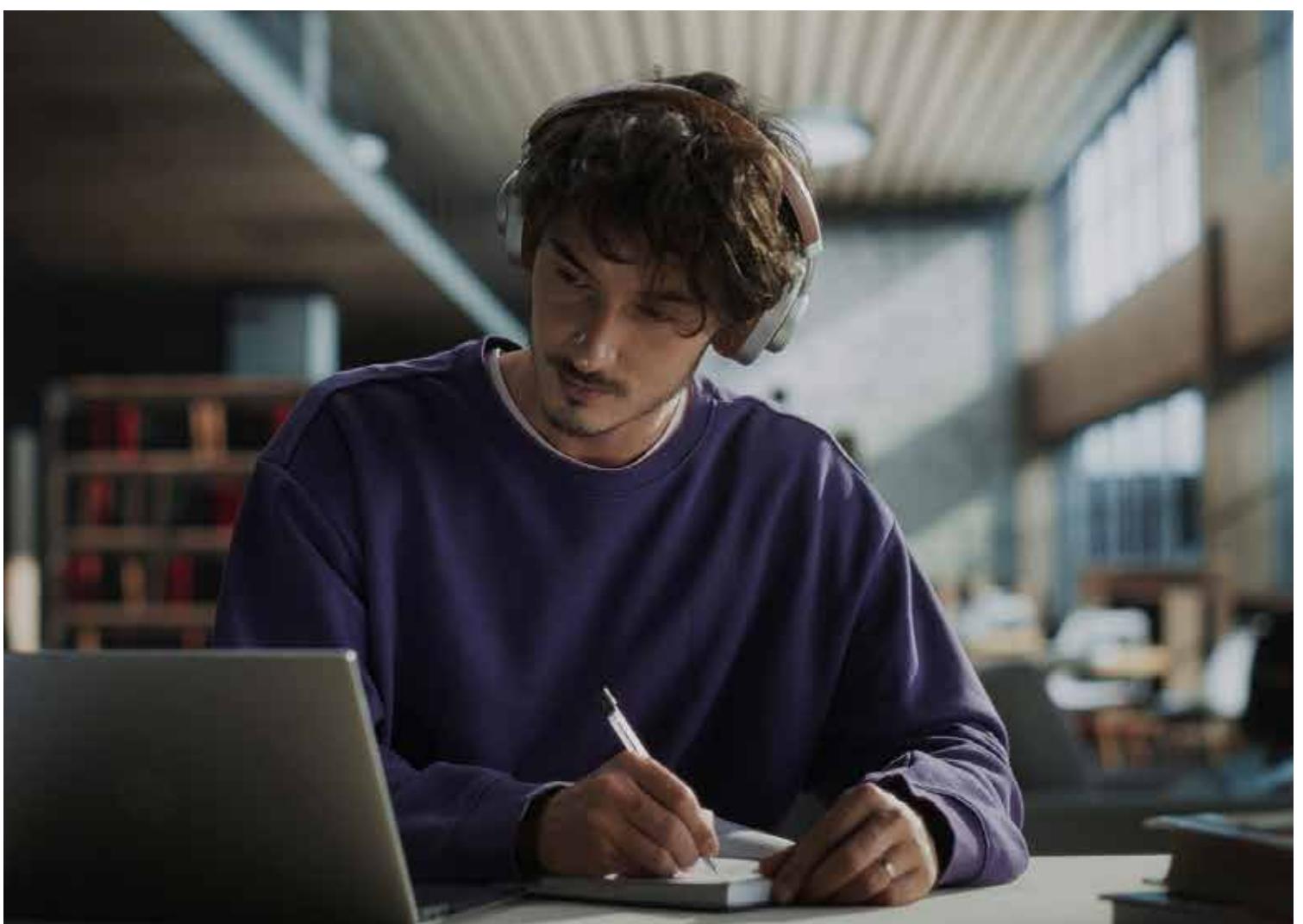
Es importante mostrar las actividades que se desarrollan dentro del campus y representar las actividades que desempeñarán en un futuro los estudiantes.



## Retoque Iluminación

Para mantener un estilo visual uniforme todas las imágenes deben tener un tratamiento y cualidades similares en iluminación y tonalidad como se muestra en los ejemplos de esta página y la siguiente.

En caso de que las imágenes no cumplan con las características necesarias, deben ser retocadas para adecuarlas al estilo visual de la marca.



# Retoque

## Saturación

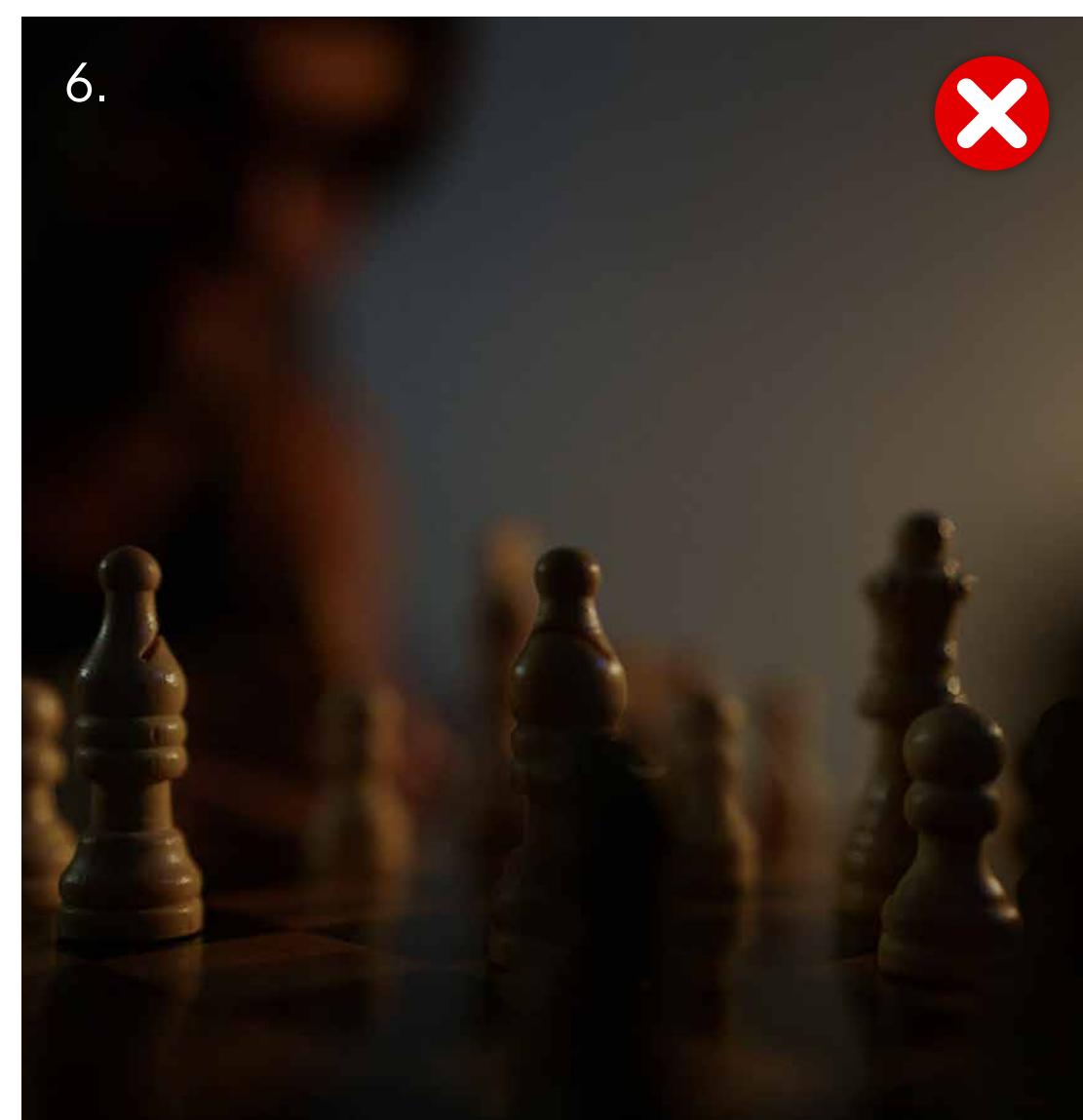
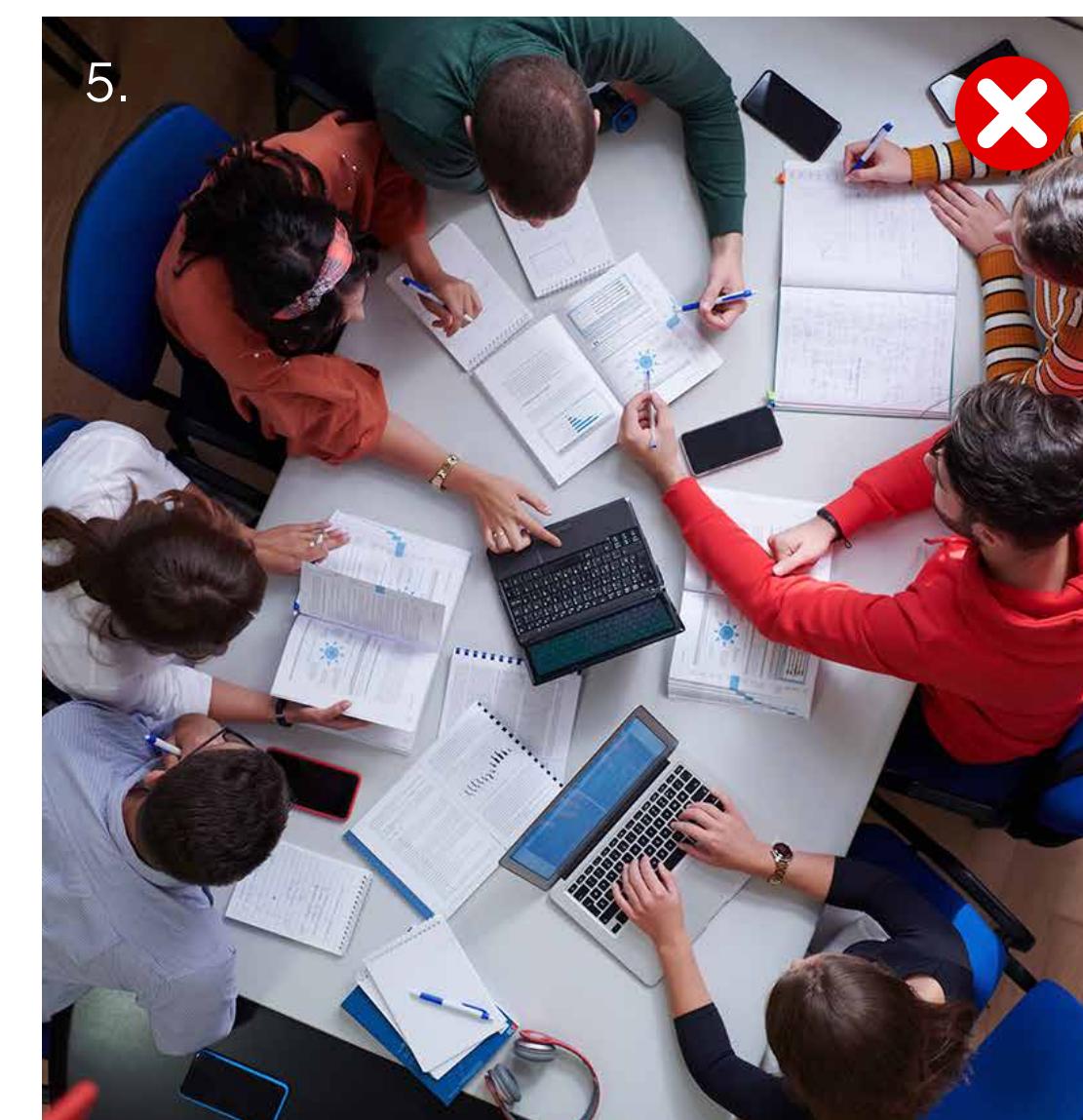
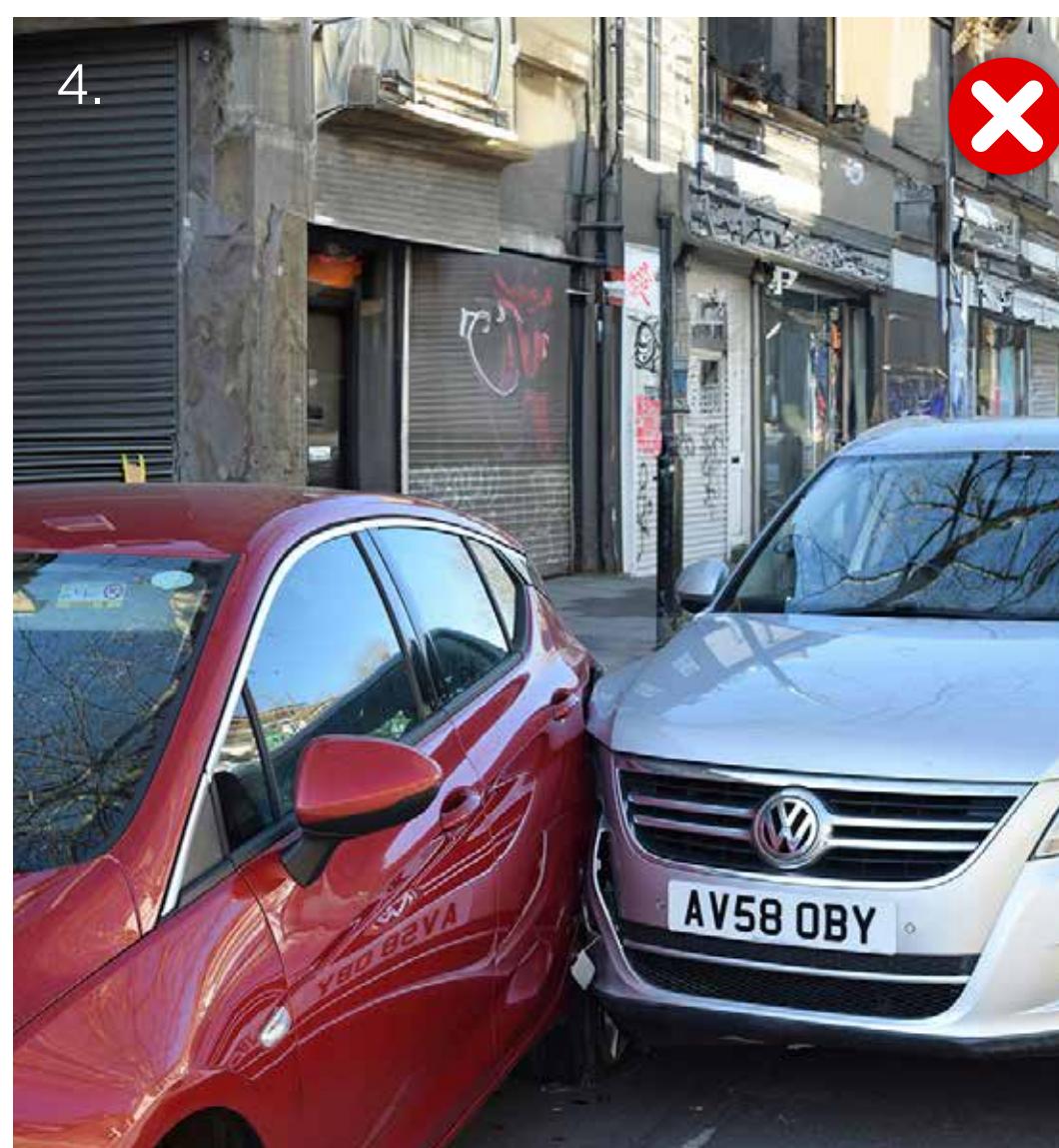
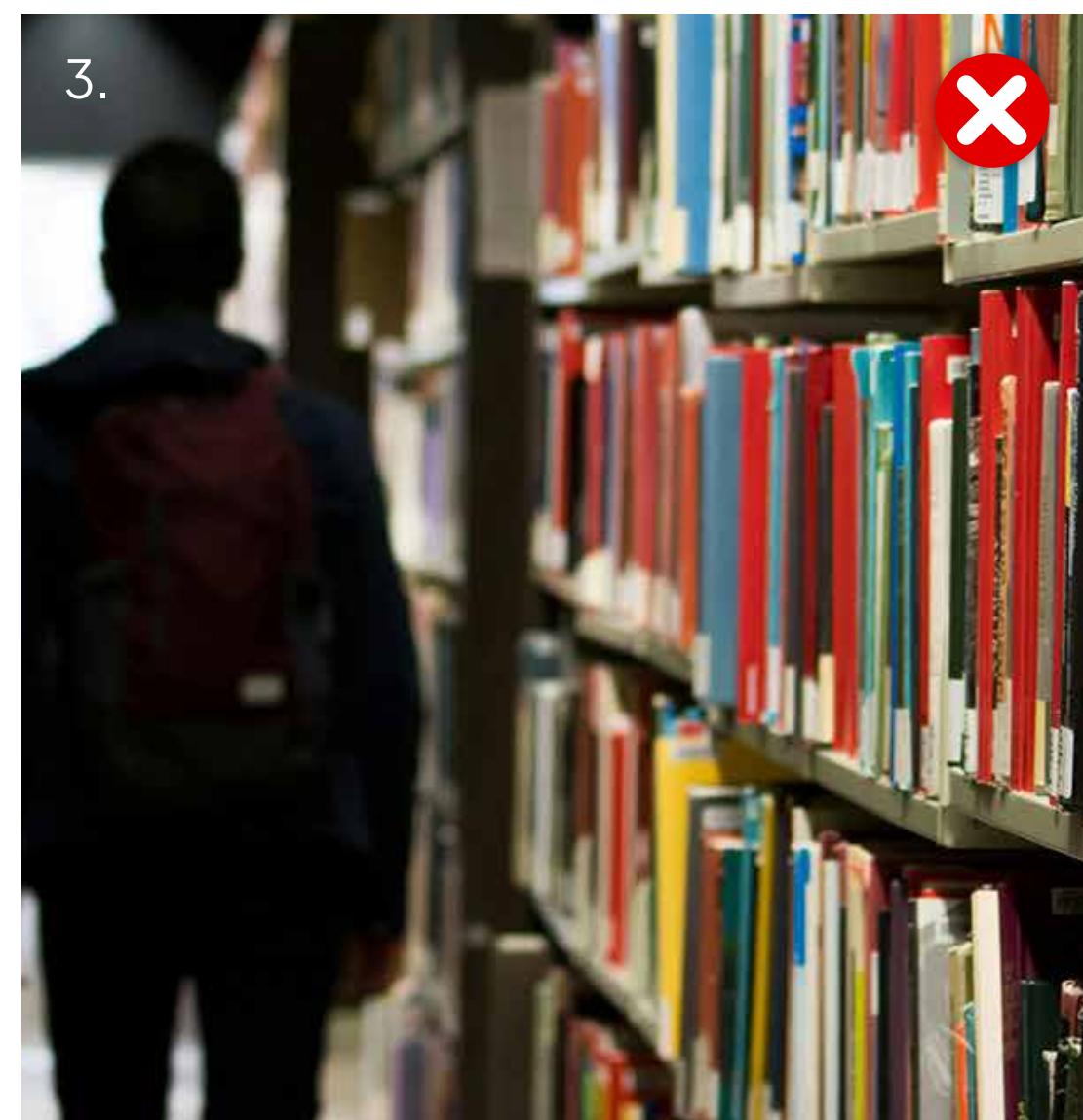
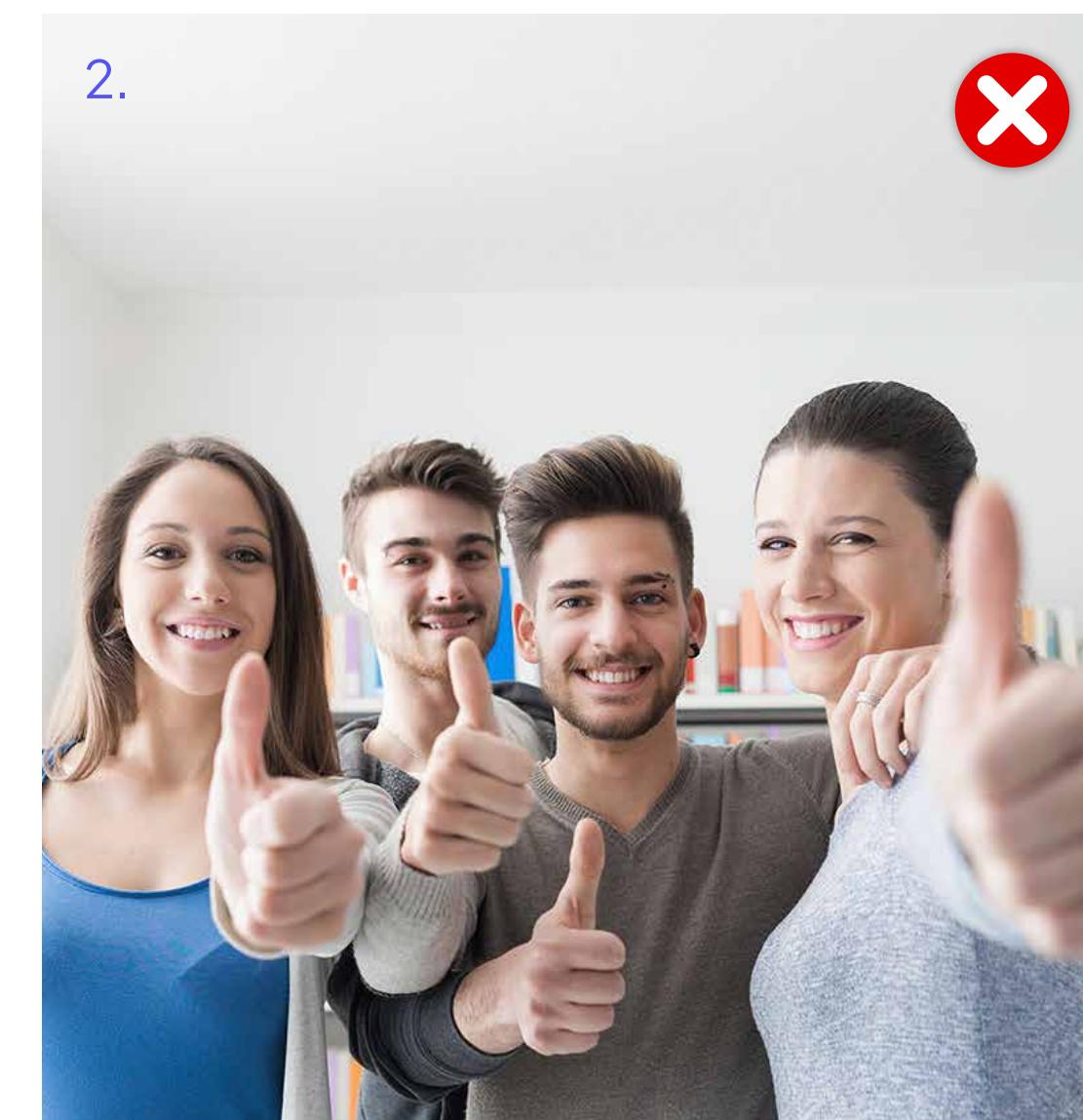
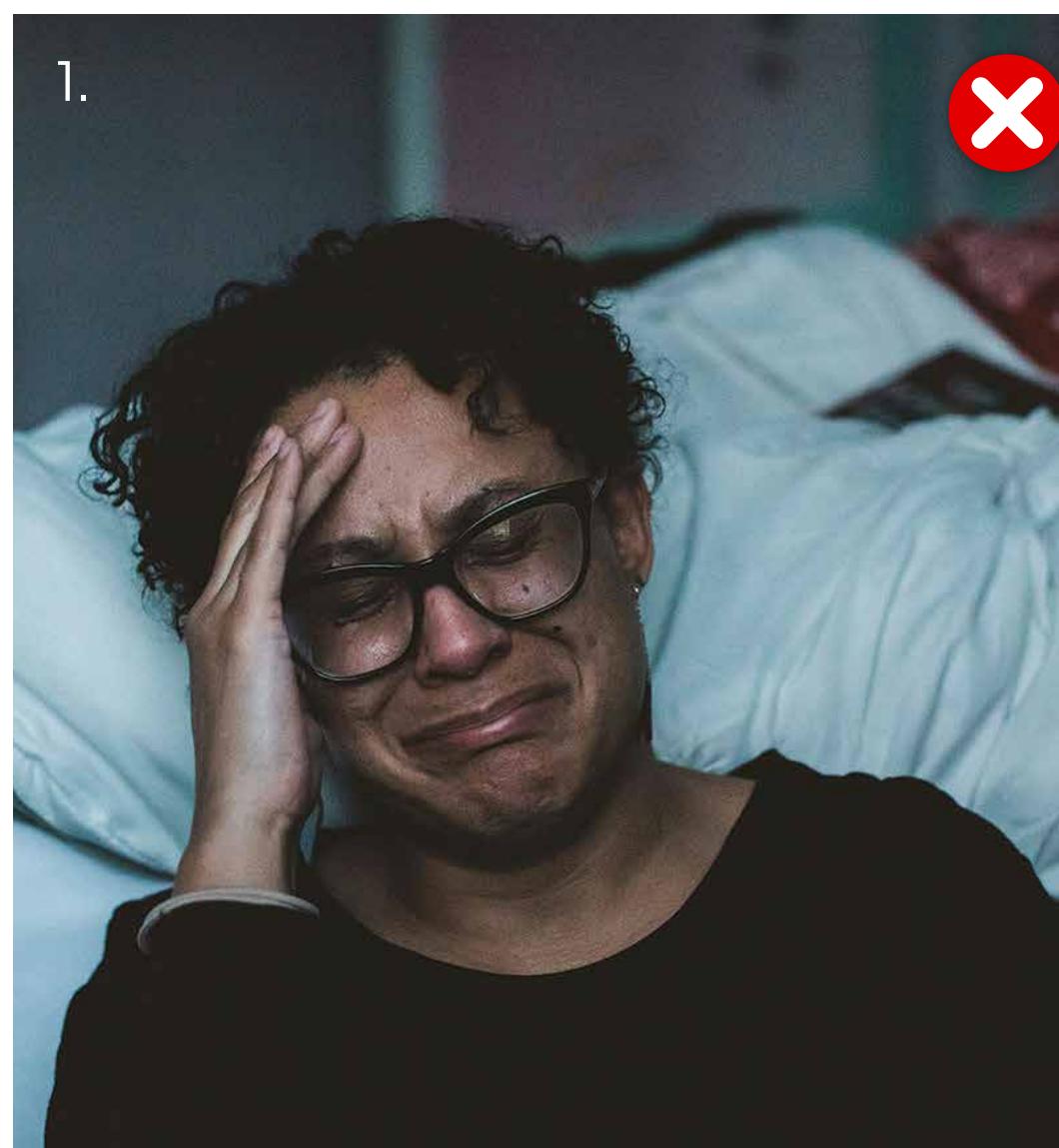
Las imágenes deben tener una saturación ligeramente baja, hacia tonos grises.



# Usos incorrectos

Las imágenes no deben:

1. Mostrar momentos negativos.
2. Ser muy posadas.
3. Estar saturadas de elementos.
4. Estar fuera de contexto.
5. Tener encuadres complejos y poco atractivos.
6. Tener mala iluminación.



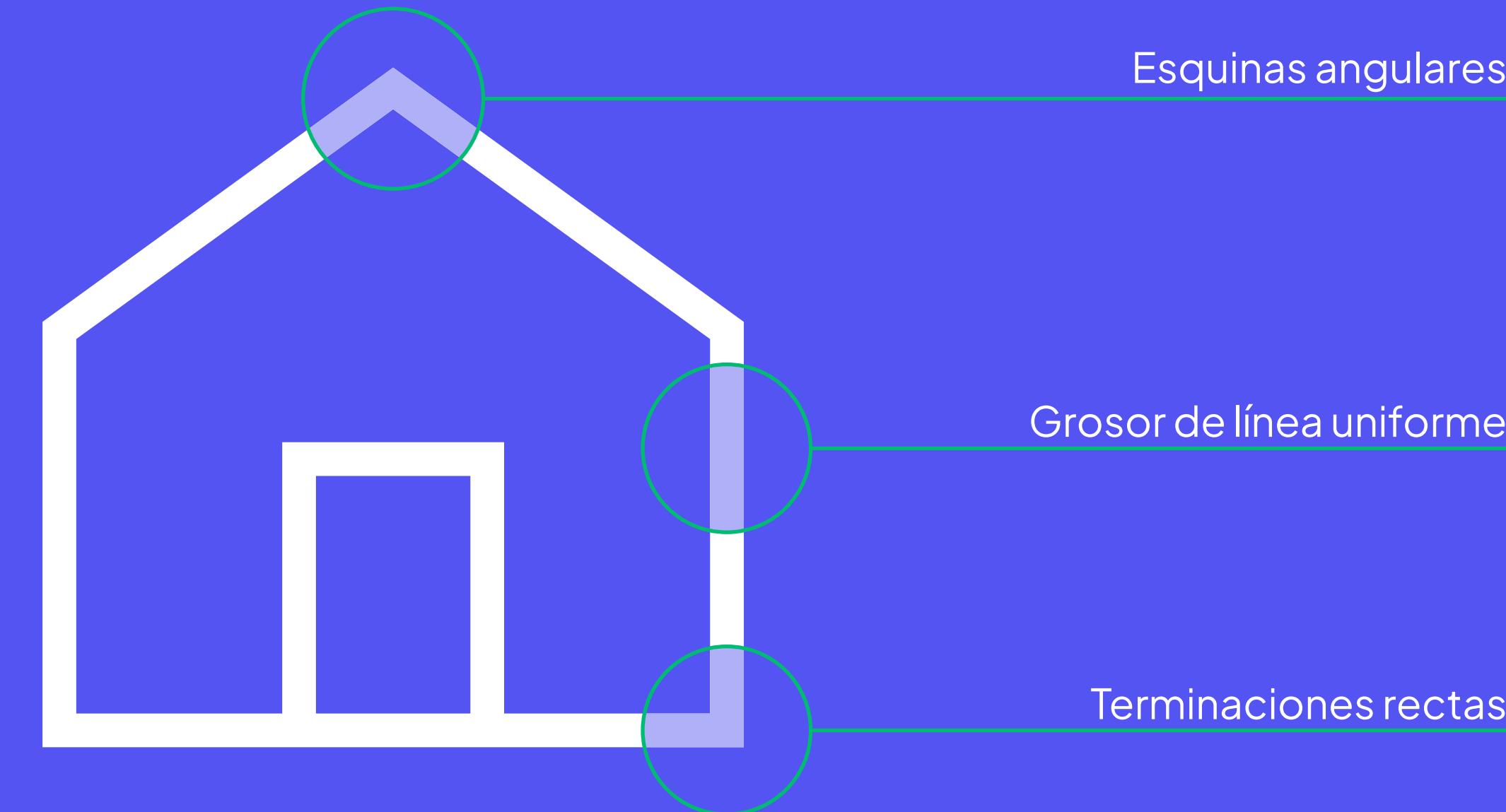
# Iconografía

# Íconos funcionales

## Construcción

El estilo de íconos fue desarrollado acorde a la identidad de la marca.

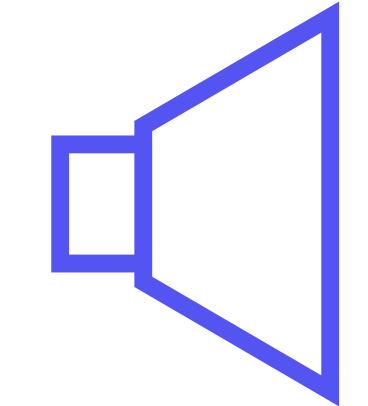
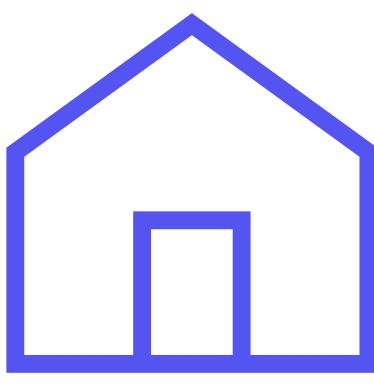
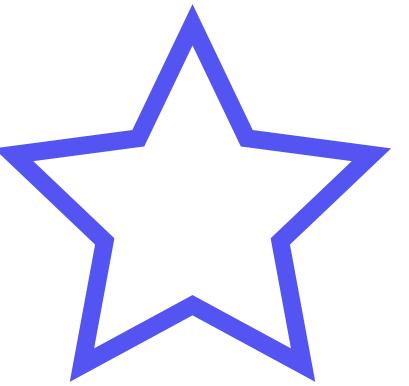
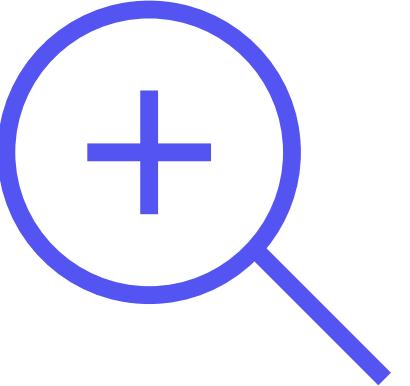
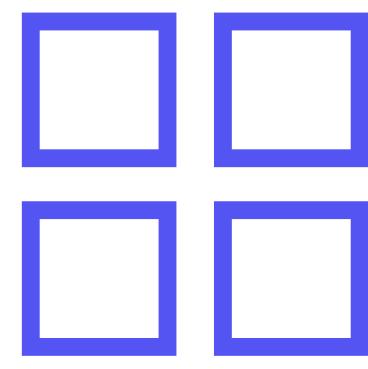
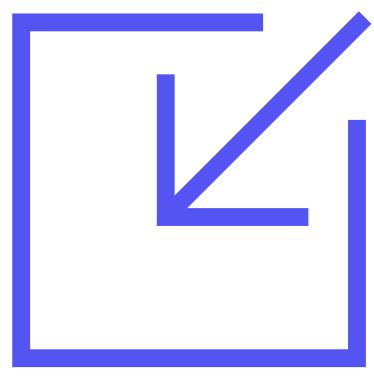
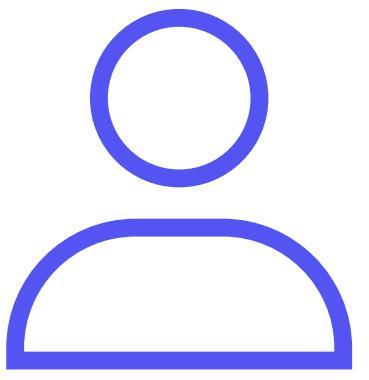
Para mantener un estilo uniforme en el uso y la creación de nuevos íconos, es necesario seguir los lineamientos de construcción establecidos.



# Íconos funcionales

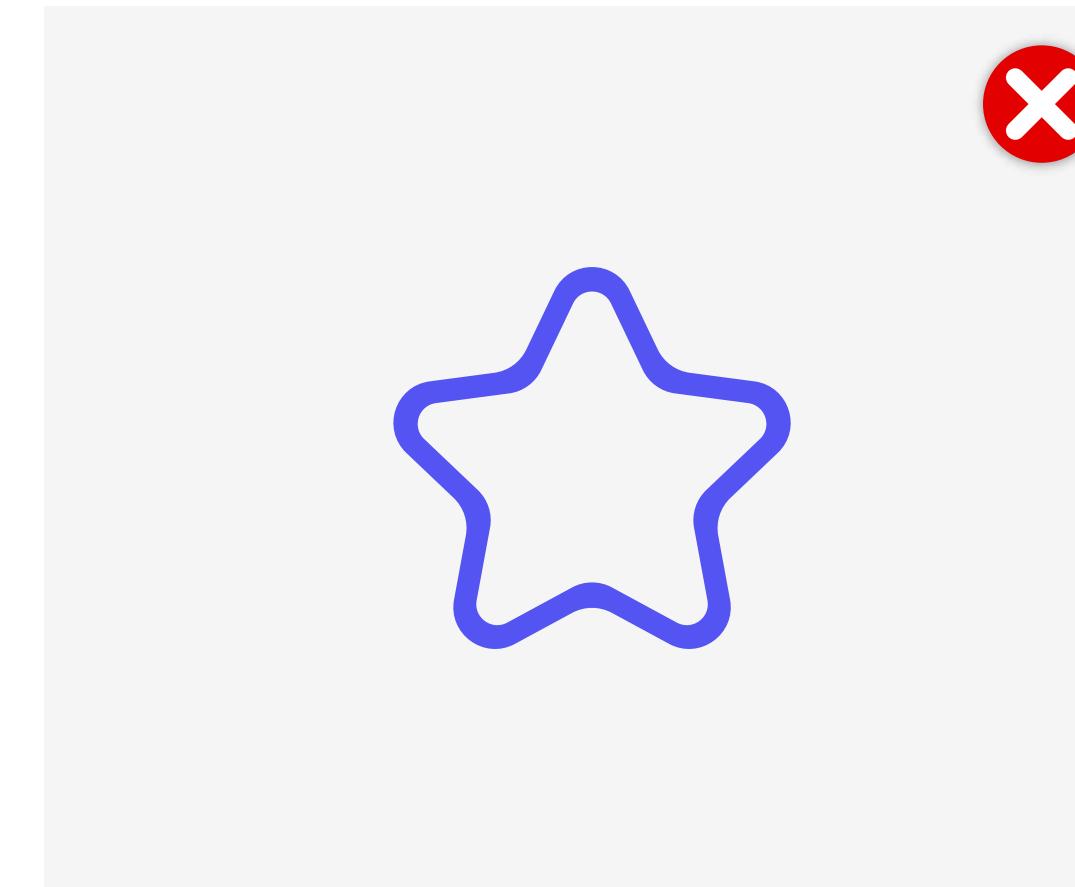
## Ejemplos

Los íconos deben ser sencillos y contundentes con su significado. Sirven para reforzar el mensaje a comunicar.



# Íconos funcionales

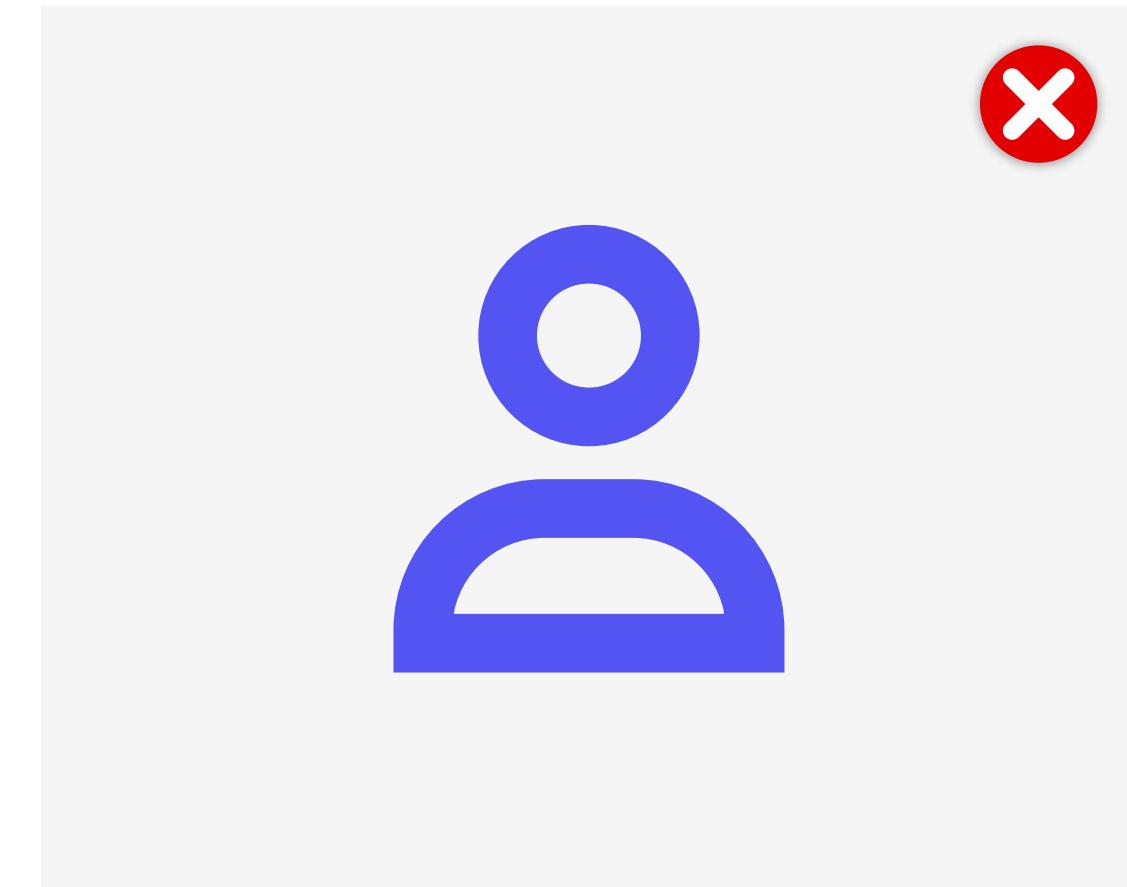
## Usos incorrectos



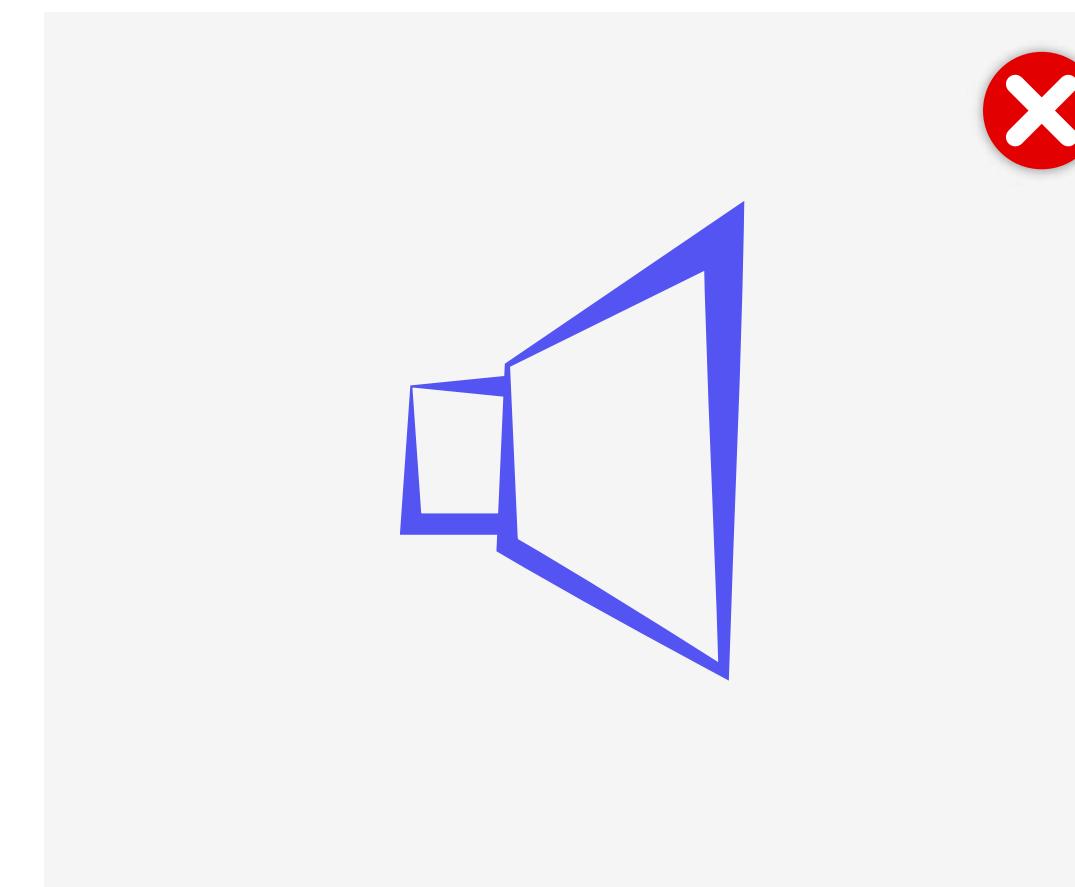
1. No deben desarrollarse con esquinas o terminaciones curvas.



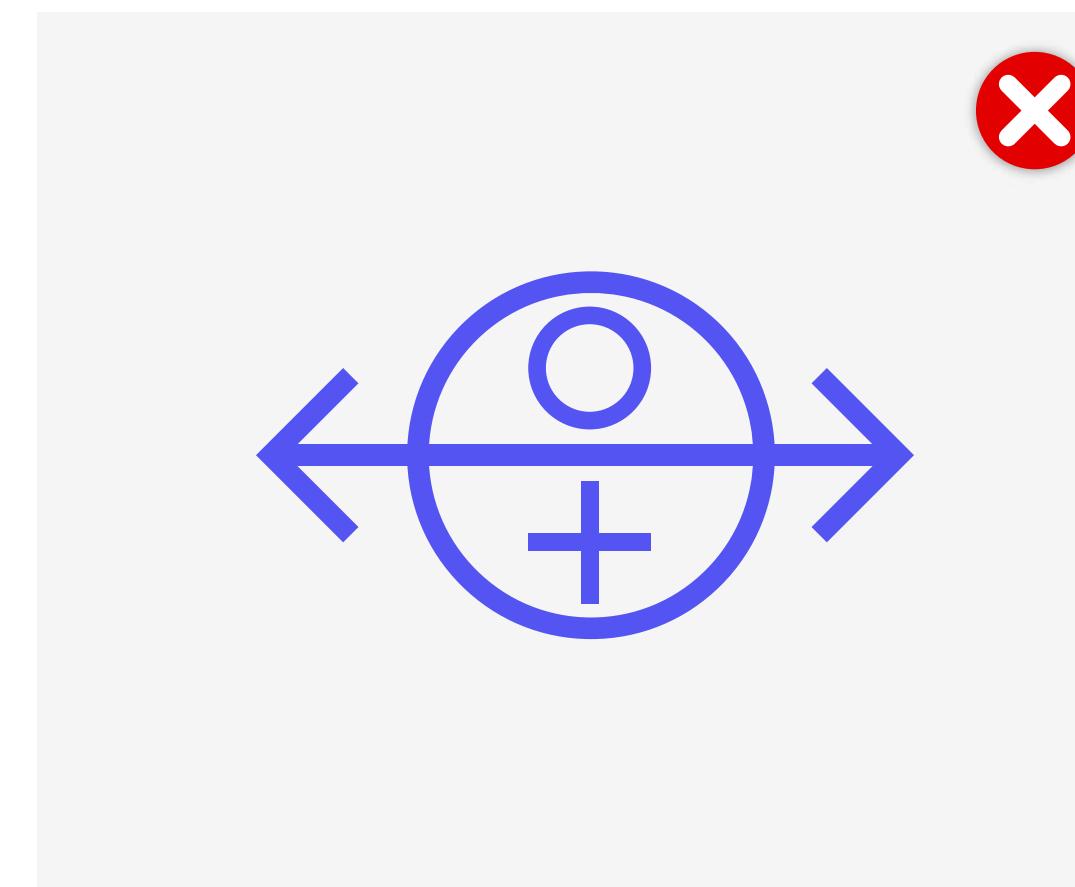
2. No deben aplicarse en plasta de color.



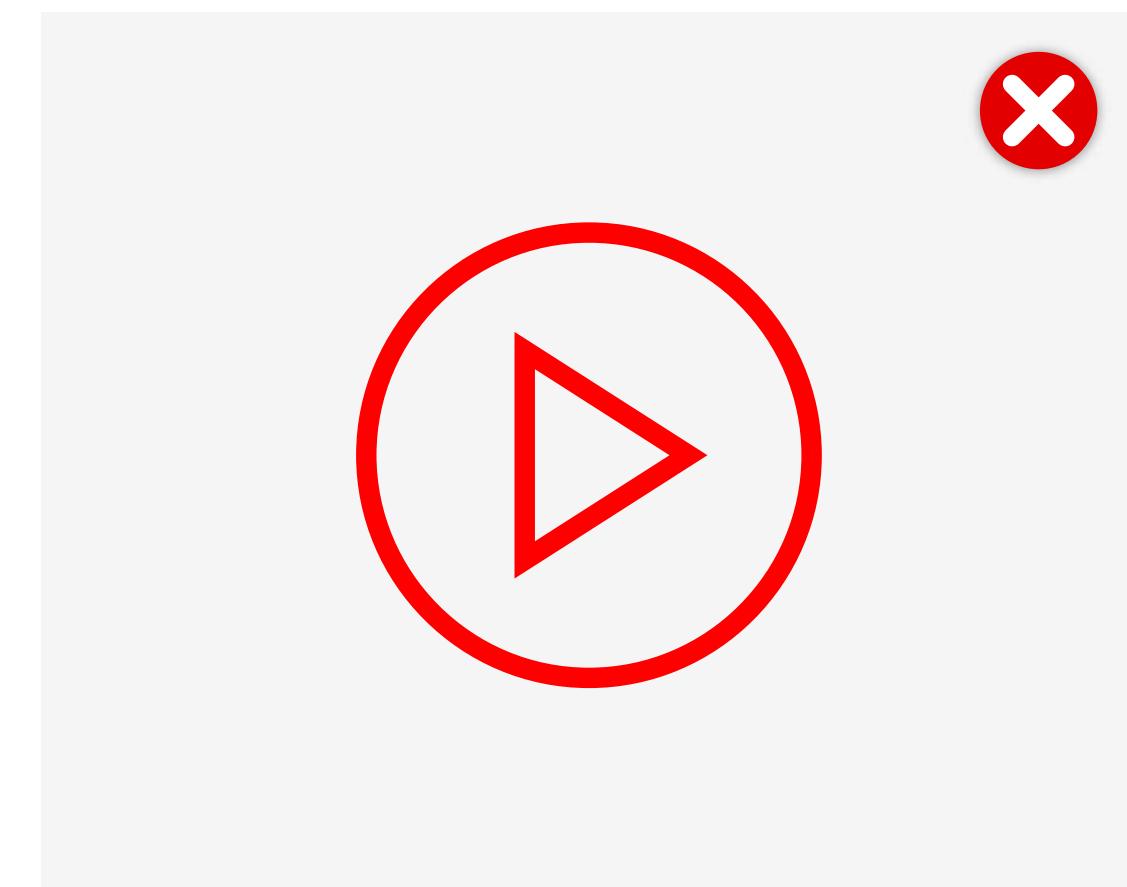
3. El grosor de la línea no deber ser demasiado grueso.



4. El grosor de la línea no debe ser irregular.



5. No se deben usar íconos con significados ambiguos o poco entendibles.



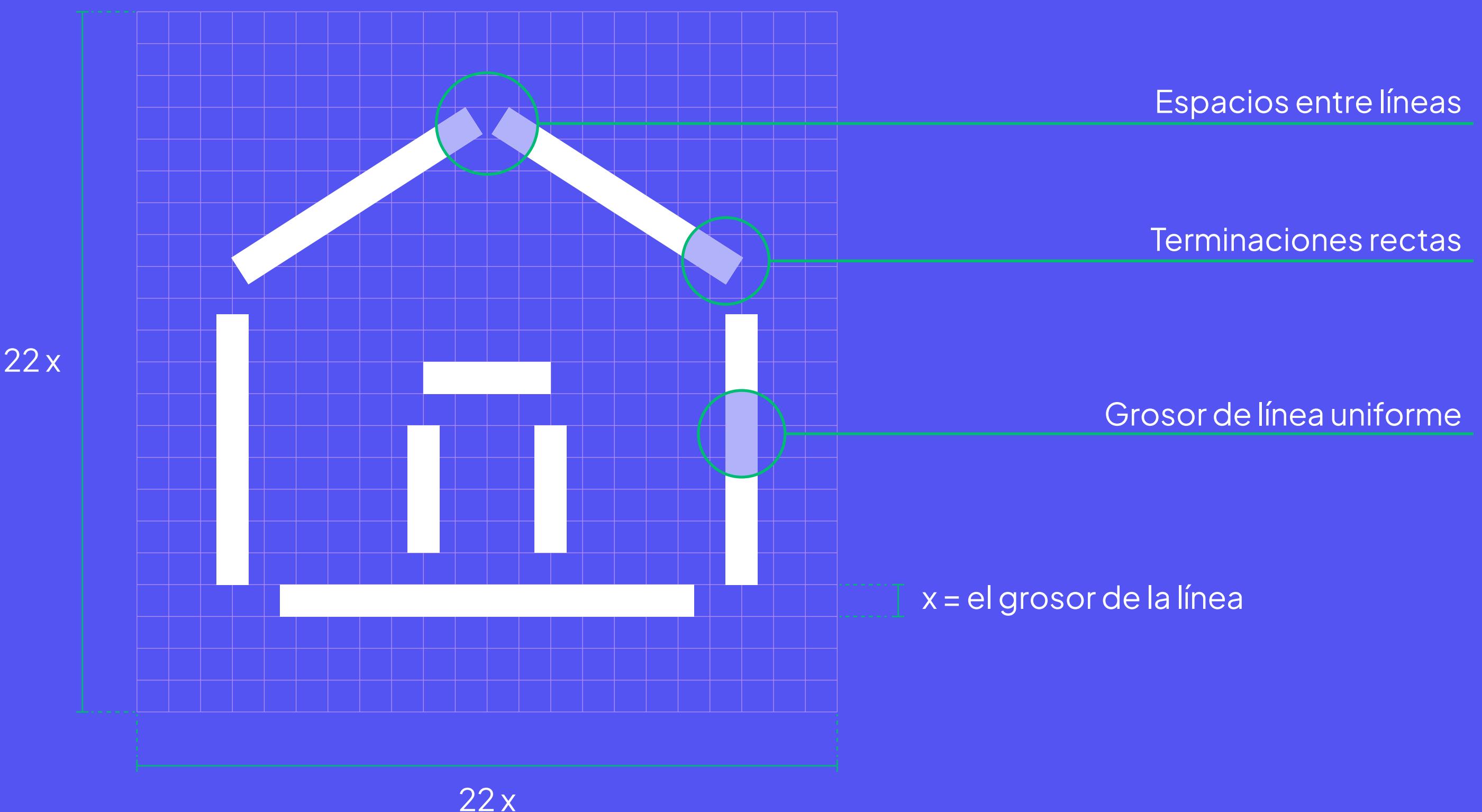
6. No se deben aplicar en colores que no sean de la paleta de la marca.

# Íconos expresivos

## Construcción

Estos íconos permiten generar composiciones visualmente más llamativas. Mantienen coherencia visual con los íconos funcionales y el estilo visual de la marca.

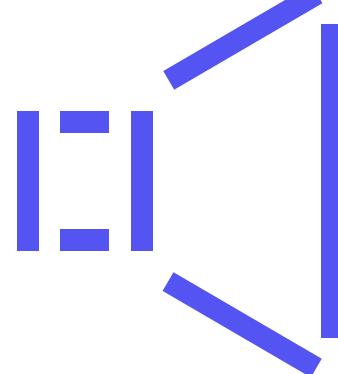
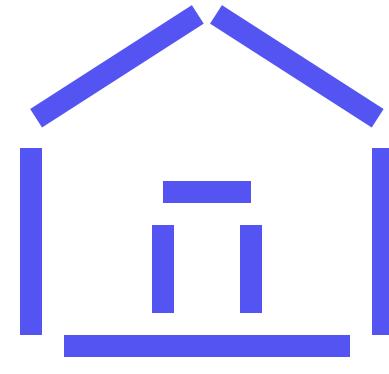
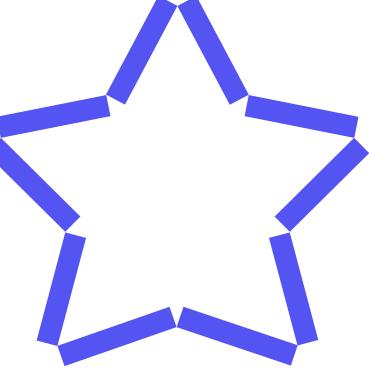
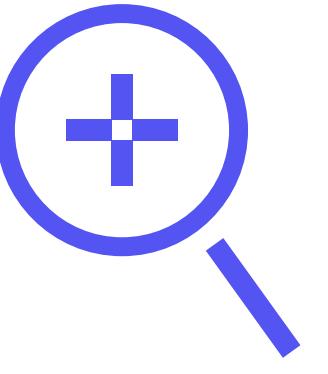
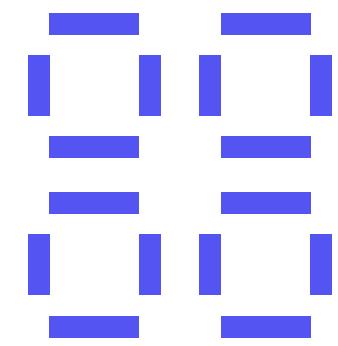
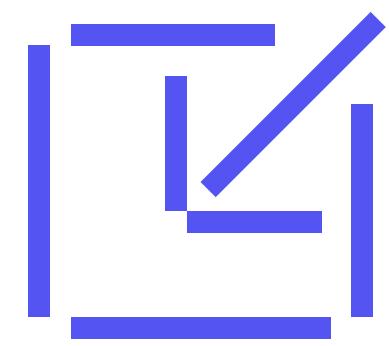
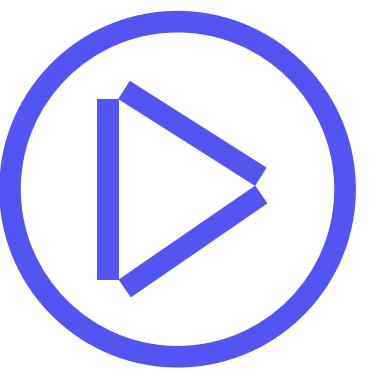
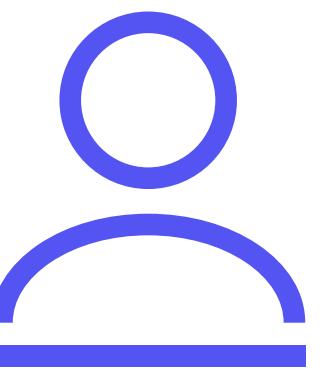
Para conservar un estilo uniforme en el uso y la creación de nuevos íconos es necesario seguir los lineamientos de construcción establecidos.



# Íconos expresivos

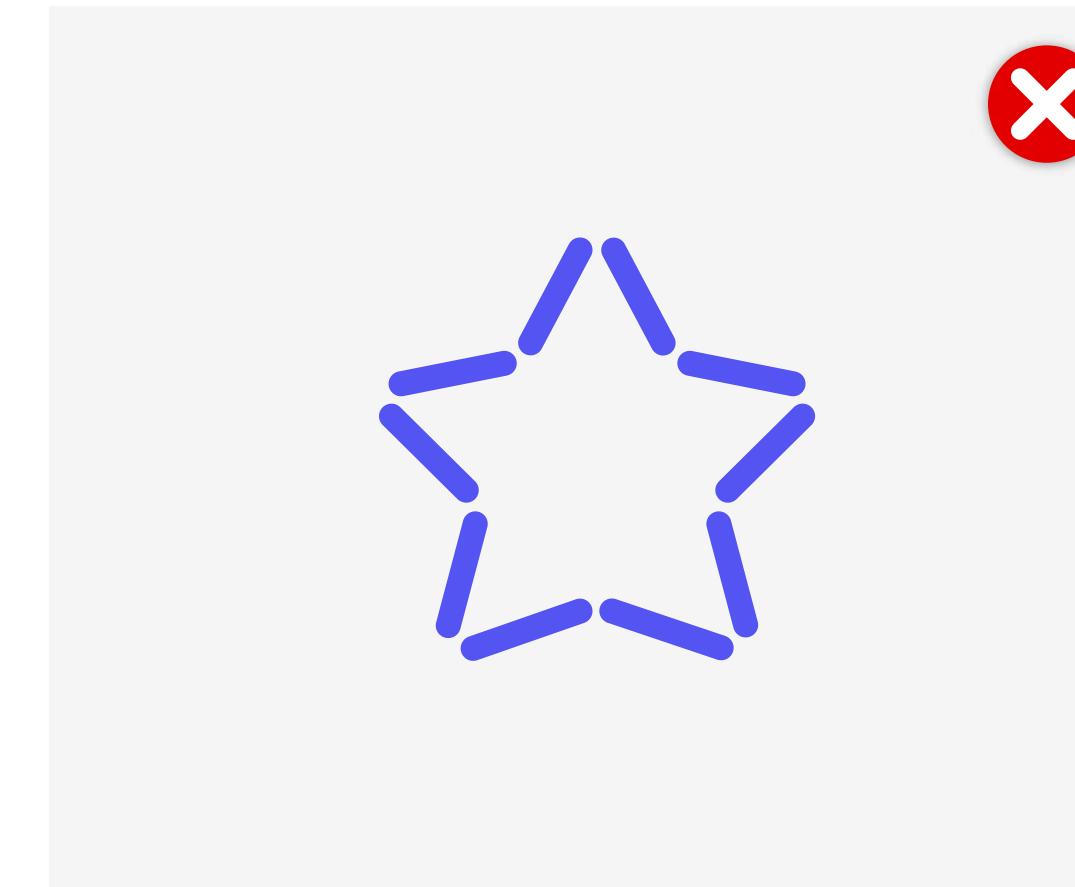
## Ejemplos

Aunque su construcción es más detallada que los íconos funcionales también deben ser claros y contundentes con su significado.

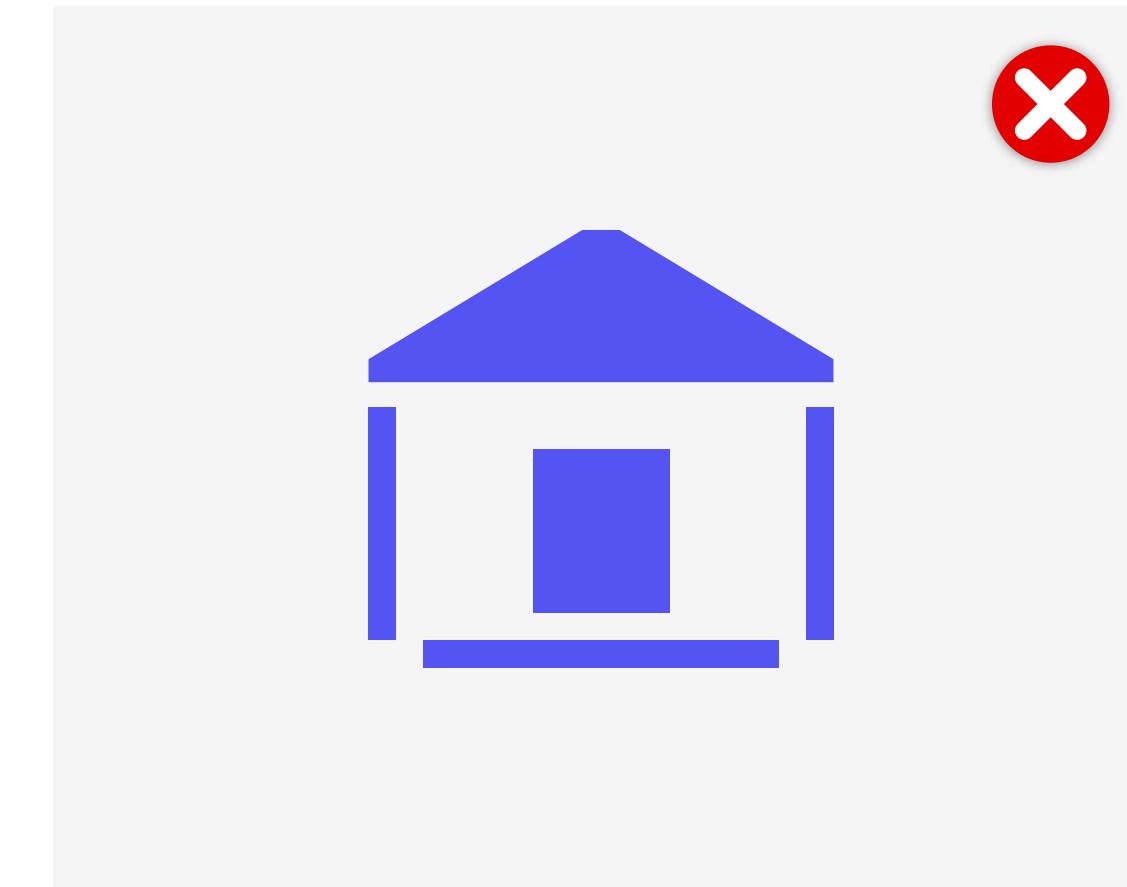


# Íconos expresivos

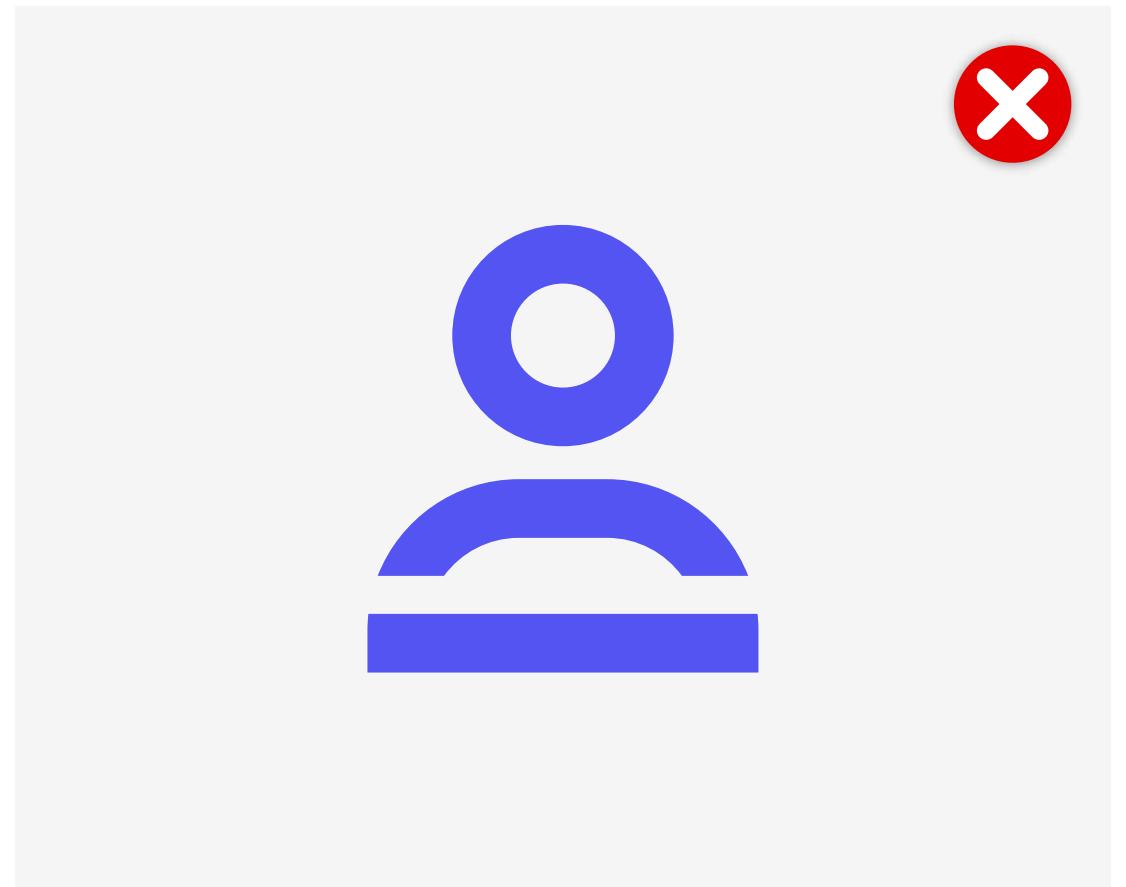
## Usos incorrectos



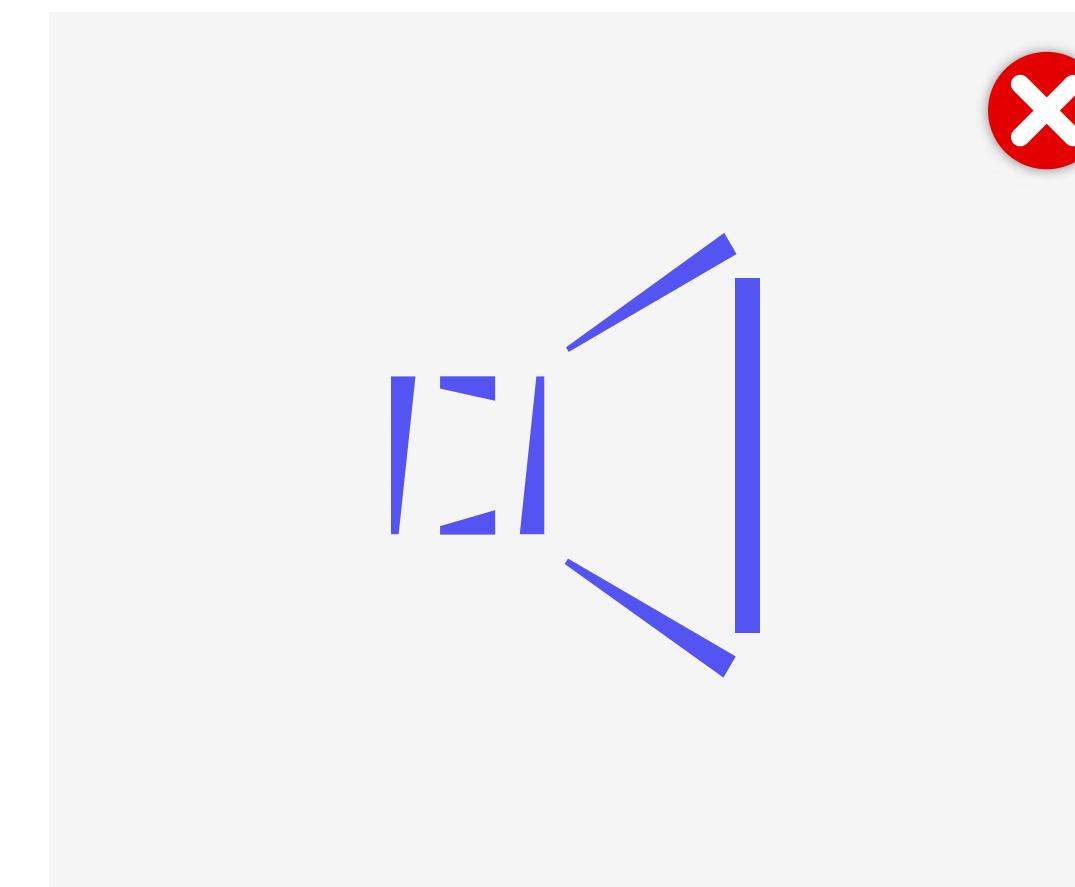
1. Las terminaciones de los trazos no deben ser redondeadas.



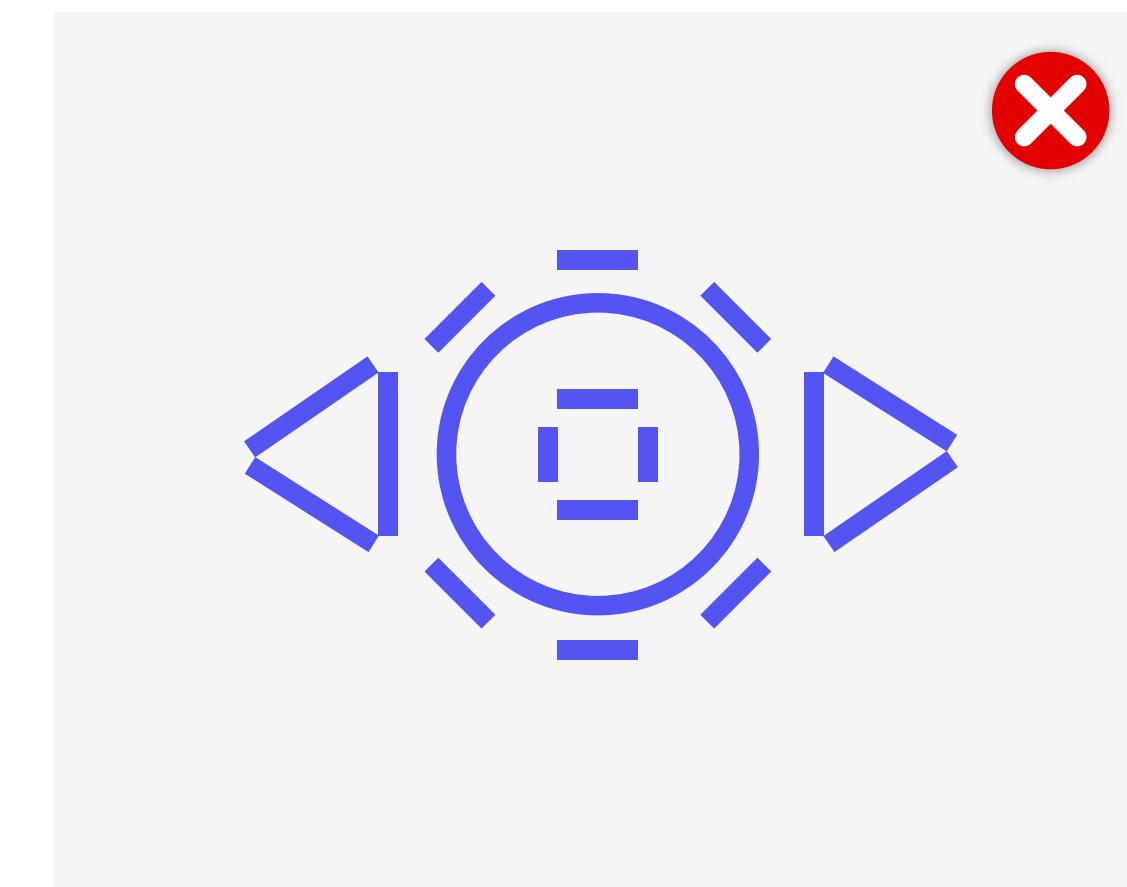
2. No deben aplicarse partes en plasta de color.



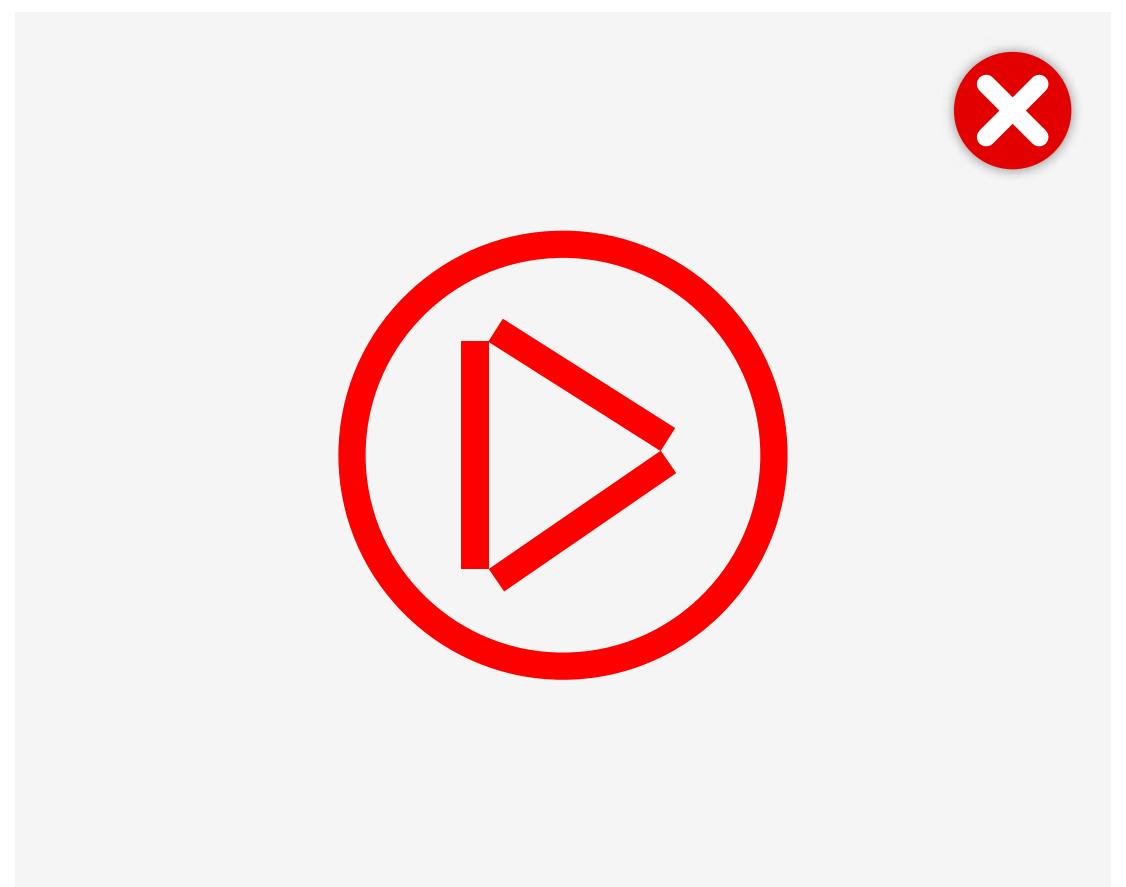
3. El grosor de la línea no debe ser demasiado grueso.



4. El grosor de la línea no debe ser irregular.



5. No se deben usar íconos con significados ambiguos o poco entendibles.



6. No se deben aplicar en colores que no sean de la paleta de la marca.

# Tagline

## Nuestro Tagline

Nuestro tagline es una frase breve, directa e inspiradora que refleja la esencia de la marca.

**Llega más lejos**

# ¿Cuándo se usa el tagline?

El tagline es un recurso que debe emplearse de manera adecuada y en los espacios apropiados para mantener su relevancia estratégica.

A continuación, se presentan gráficos que ilustran los usos correctos e incorrectos del tagline.

## Cuando SÍ usar el tagline

Piezas que impulsen el posicionamiento de manera directa, incrementen el *top of mind* y representen la visión de la universidad.

Campañas institucionales de productos o servicios, convocatorias, marketing de atracción.

Ejemplo:

- Lanzamiento de un programa nuevo.
- Eventos para estudiantes de colegio.



## Cuando NO usar el tagline

- Mensajes informativos.
- Cobranding y alianzas.
- Promociones y eventos externos.



# Aplicación

## Ubicación

Para homologar la aplicación del tagline, este debe ubicarse únicamente según lo especificado en los diagramas siguientes.



# Usos incorrectos



# Logotipo “45 Aniversario”

## Versión principal

Con motivo del 45° aniversario de Icesi, se creó un gráfico especial. Este gráfico está disponible en versiones positiva y negativa, y debe aplicarse exclusivamente en los colores oficiales de la marca.



## Versión en blanco y negro

La versión en blanco y negro debe  
utilizarse únicamente por razones técnicas.

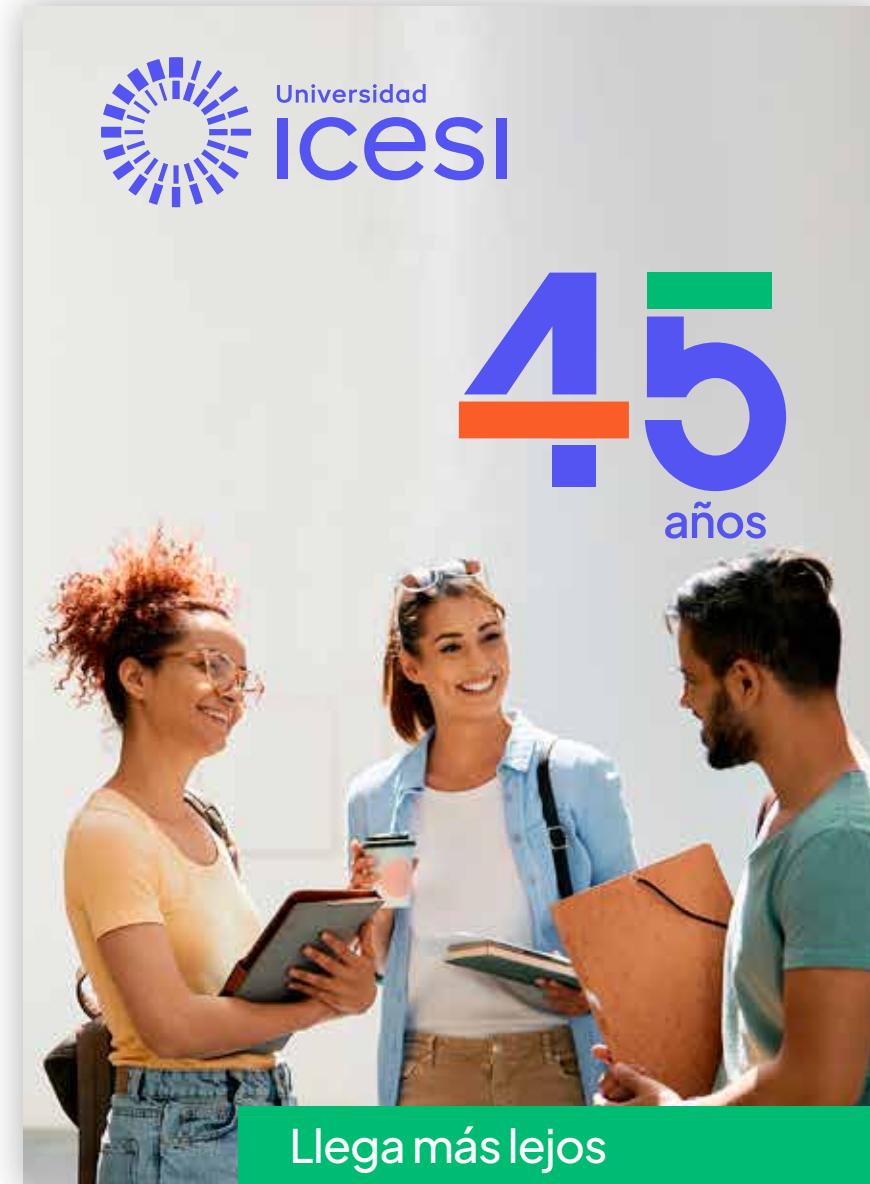
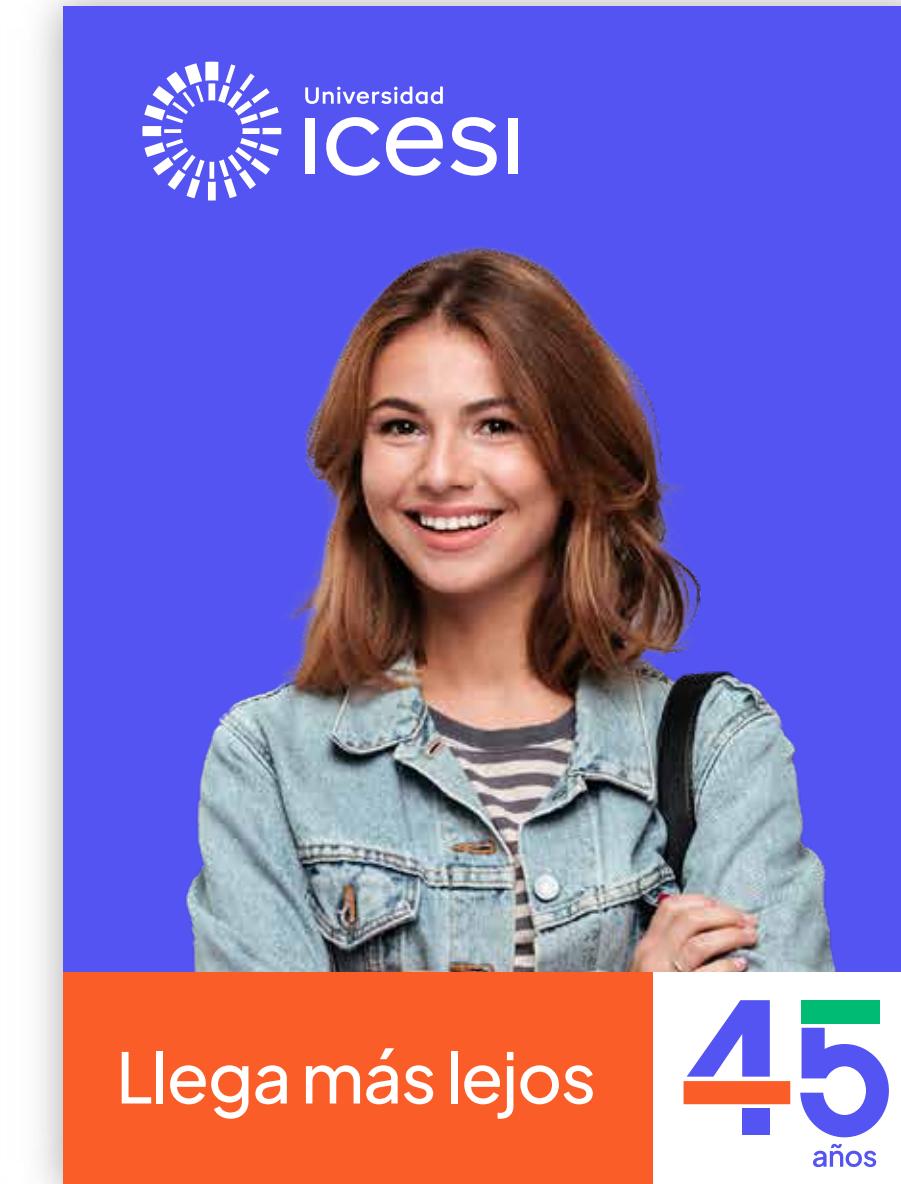
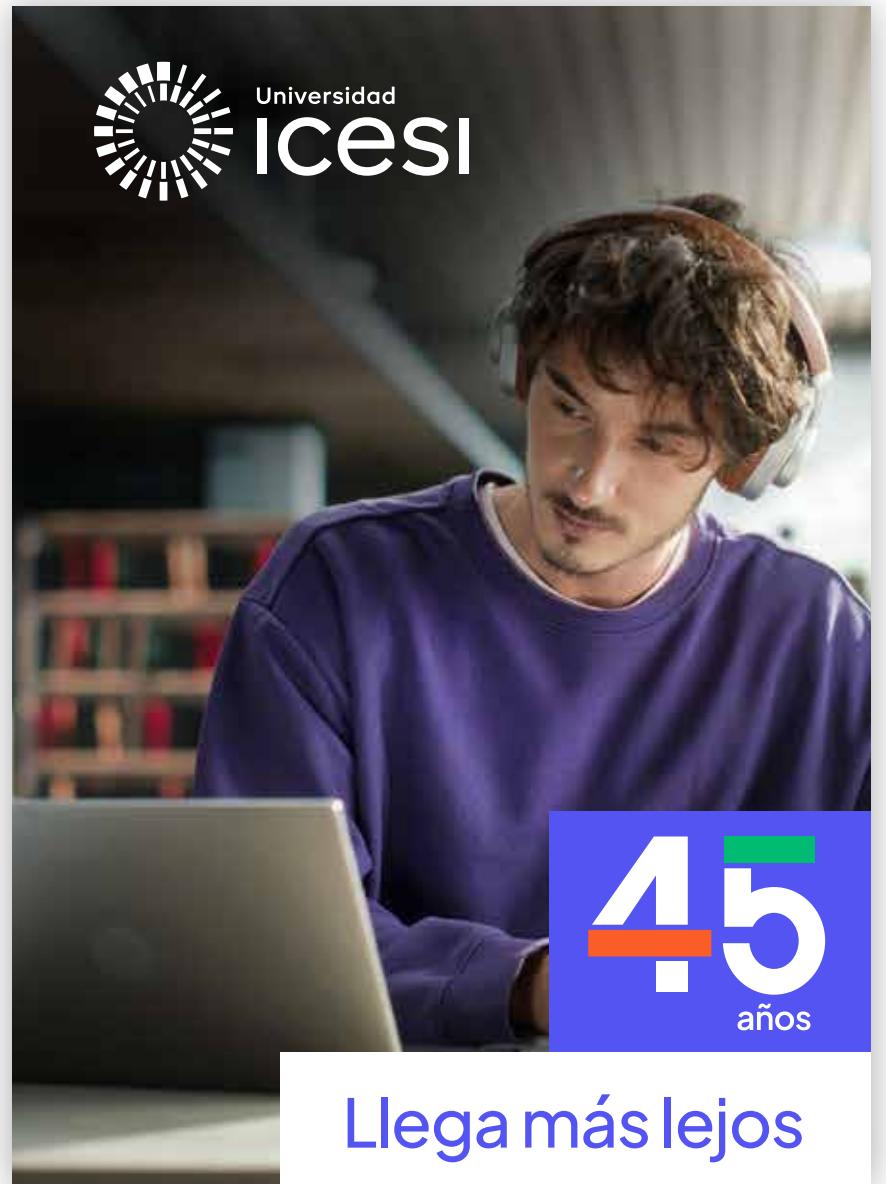


# Construcción

Para garantizar la uniformidad en su aplicación, el diagrama siguiente detalla los lineamientos y proporciones que deben respetarse en su construcción.



# Aplicación Ejemplos



# Arquitectura de marca

# Matriz de la arquitectura de marca

Masterbrand  
Nivel corporativo  
Rol institucional



Facultades	Facultad de Ciencias de la Salud	Facultad de Ciencias Humanas	Facultad de Negocios y Economía	Facultad Barberi de Ingeniería, Diseño y Ciencias Aplicadas	Decanatura de Innovación Educativa y Fortalecimiento del PEI
Escuelas	Escuela de Educación, Creación y Cultura	Escuela de Derecho, Gobierno y Globalización	Escuela de Psicología, Intervención y Comportamiento	Escuela de Ciencias Aplicadas e Industria Sostenible	Escuela de Tecnología, Diseño e Innovación
Centros	312 Centro de Producción Creativa	BIOINC Centro de I+D+i para una Bioeconomía Circular y Sostenible	CAPSI Centro de Atención Psicológica	CEAF Centro de Estudios Afrodiaspóricos	EDUTEKA Centro de Innovación Educativa y TIC
	CIENFI Centro de Investigación en Economías y Finanzas	CITRADI Centro Interdisciplinario para la Transformación Digital e IA	HUB Centro de Desarrollo de Negocios	YUNUS Centro para la Innovación Social	INNLAB Centro de Innovación
	PROESA Centro de Estudios en Protección Social y Economía de la Salud	CIACER Centro de Investigaciones en Anomalías Congénitas y Enfermedades Raras	CIRAT Centro de Investigación en Reumatología, Autoinmunidad y Medicina Traslacional	CIES Centro de Estudios Interdisciplinarios Jurídicos, Sociales y Humanistas	POLIS Centro de Estudios del Bienestar
Unidades	LEO Unidad de Apoyo para el Aprendizaje de la Lectura, la Escritura y la Oralidad	ELC Unidad para el Aprendizaje del Inglés	CAMBAS Unidad de Apoyo para el Aprendizaje de las Matemáticas y Estadísticas		Centro de Talento
Observatorios	OEM Observatorio para la Equidad de las Mujeres	ORE Observatorio de Realidades Educativas	KAIRÓS Observatorio para la Sostenibilidad Empresarial		
Laboratorios, Programas, Grupos y Consultorios	Laboratorio Etnográfico	Programa de Estudios de Género		Laboratorio de Medicina Translacional en Cuidado Intensivo y Cirugía Experimental	
	Laboratorio de Instrumentación Química	Programa de Estudios de la Alianza del Pacífico			
Otros	Syri	Tienda	Bienestar Universitario		

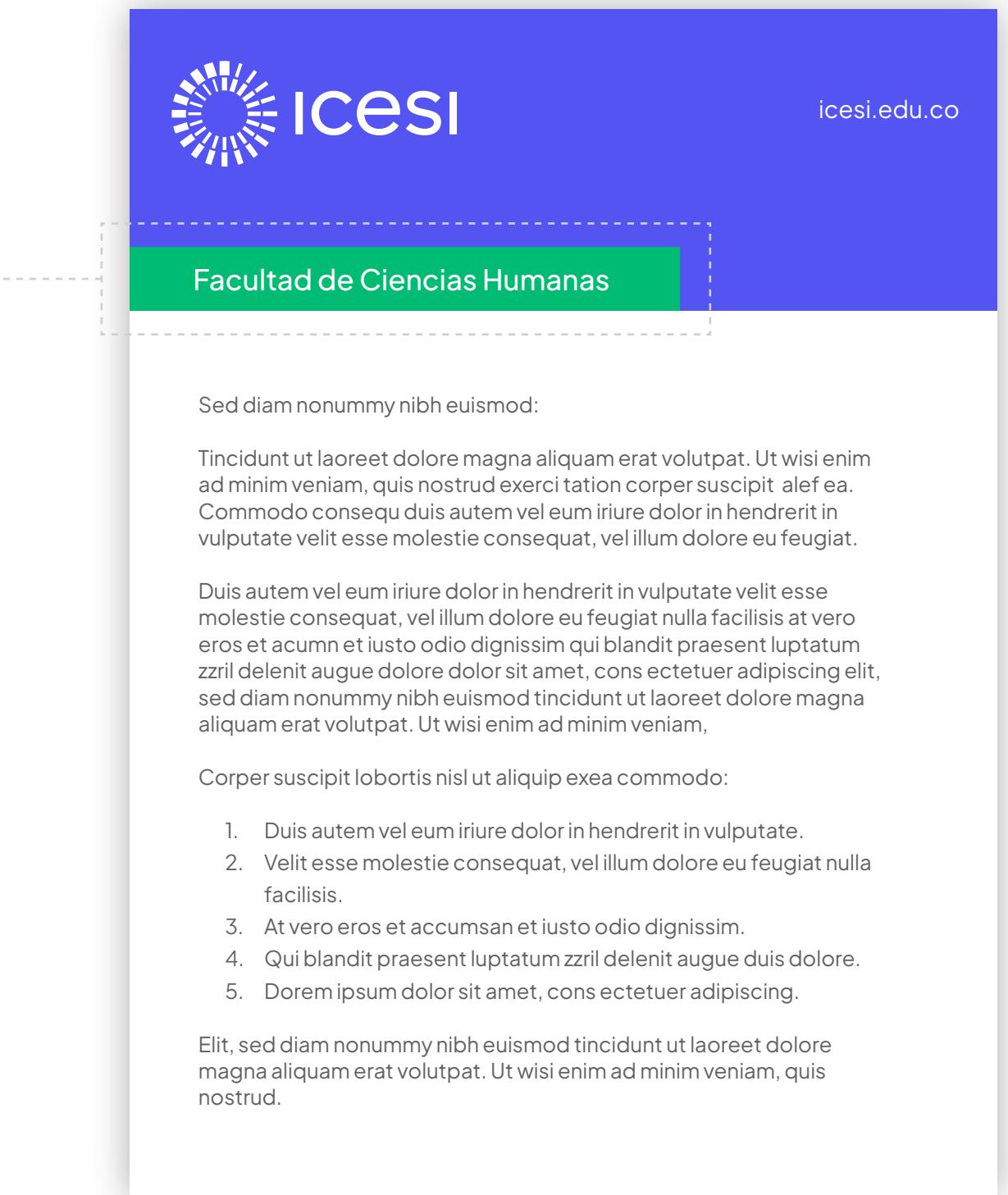
Matriz general que cuenta con versión ampliada por facultad

# Facultades (Core académico)

La primera categoría de la arquitectura de marca es el “Core académico”.

Criterios para esta categoría:

- No se deben crear logotipos para las unidades principales de la Universidad (facultades, oficinas, departamentos y programas).
- El nombre de la actividad no debe utilizar siglas ni contracciones.



# Facultades (Core académico)

## Construcción del descriptor

Para mantener uniformidad en la aplicación y homologar visualmente los descriptores del “Core académico” es necesario seguir los lineamientos que se muestran en el diagrama.

Nombre de la actividad en tipografía Plus Jakarta Sans Medium, debe estar centrado vertical y horizontalmente.

Usar márgenes balanceados, que no sean excesivamente pequeños o grandes.

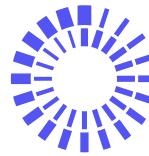


Forma contenedora rectangular en colores de la marca a excepción de los grises.



# Facultades (Core académico)

## Ejemplos



**ICESI**

## Departamento de Humanidades

Sed diam nonummy nibh euismod:

Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation corpor suscipit alef ea. Commodo consequa duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et acum et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dolore dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,

Corper suscipit lobortis nisl ut aliquip exea commodo:

1. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate.
2. Velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.
3. At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim.
4. Qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore.
5. Dorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing.

Elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud.

 **ICESI**

icesi.edu.co

## Oficina de Apoyo Financiero

Sed diam nonummy nibh euismod:

Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatione corporis suscipit alef ea. Commodo consequat duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et acum et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dolore 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,

Corporis suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo:

1. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate.
2. Velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.
3. At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim.
4. Qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore.
5. Dorem 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.

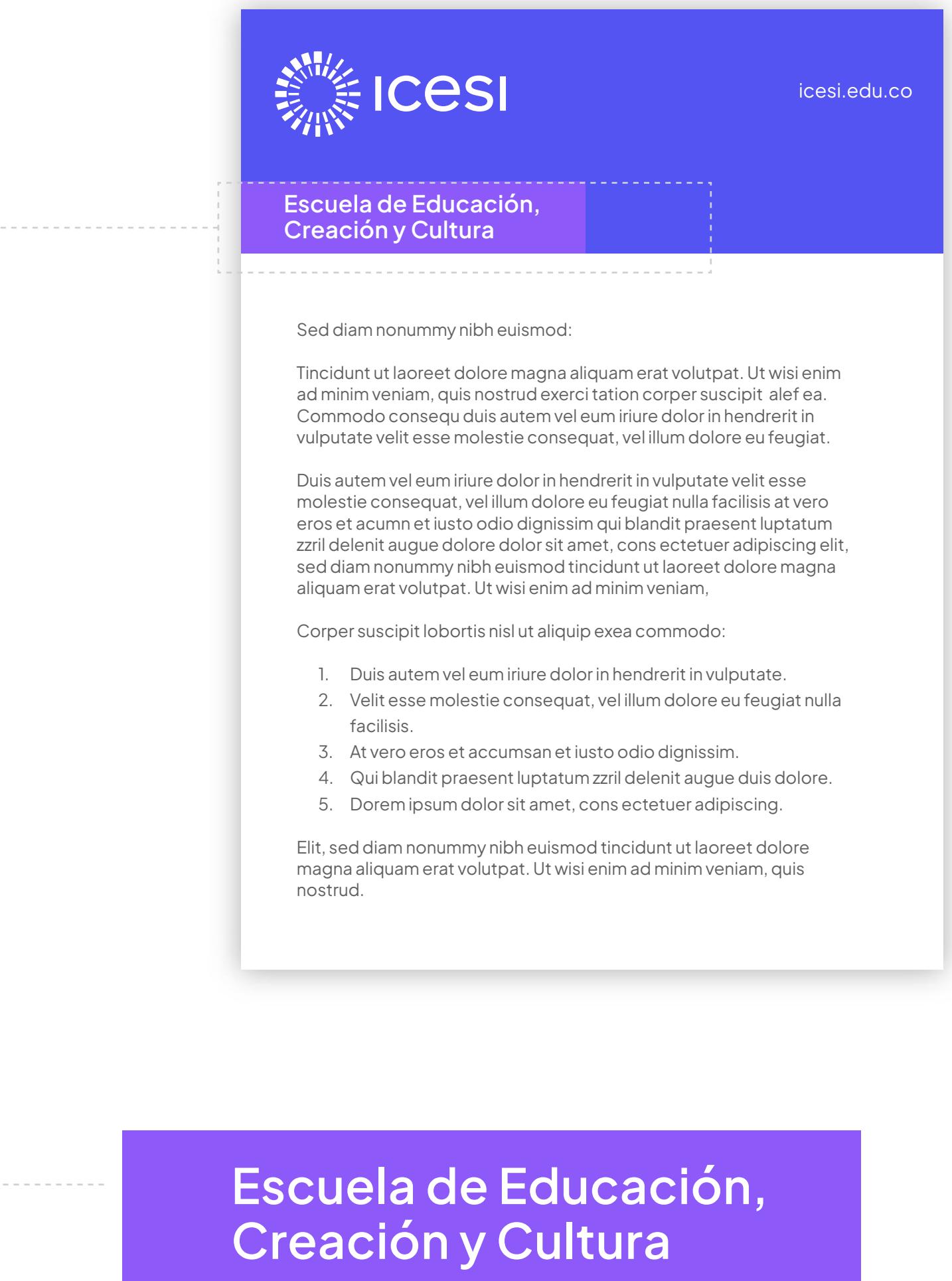
## Facultad de Negocios y Economía

# Escuelas (Core académico)

La primera categoría de la arquitectura de marca es el “Core académico”.

Criterios para esta categoría:

- No se deben crear logotipos para las unidades principales de la Universidad (facultades, oficinas, departamentos y programas).
- El nombre de la actividad no debe utilizar siglas ni contracciones.



Sed diam nonummy nibh euismod: Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation corpor suscipit alef ea. Commodo consequa duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et acum et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dolore dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud lobortis nisl ut aliquip exea commodo: 1. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate. 2. Velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis. 3. At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim. 4. Qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore. 5. Dorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing. Elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud.

**Escuela de Educación, Creación y Cultura**

# Escuelas (Core académico)

## Construcción del descriptor

Para mantener uniformidad en la aplicación y homologar visualmente los descriptores del “Core académico” es necesario seguir los lineamientos que se muestran en el diagrama.

Nombre de la actividad en tipografía Plus Jakarta Sans Medium, debe estar centrado vertical y horizontalmente.

Usar márgenes balanceados, que no sean excesivamente pequeños o grandes.

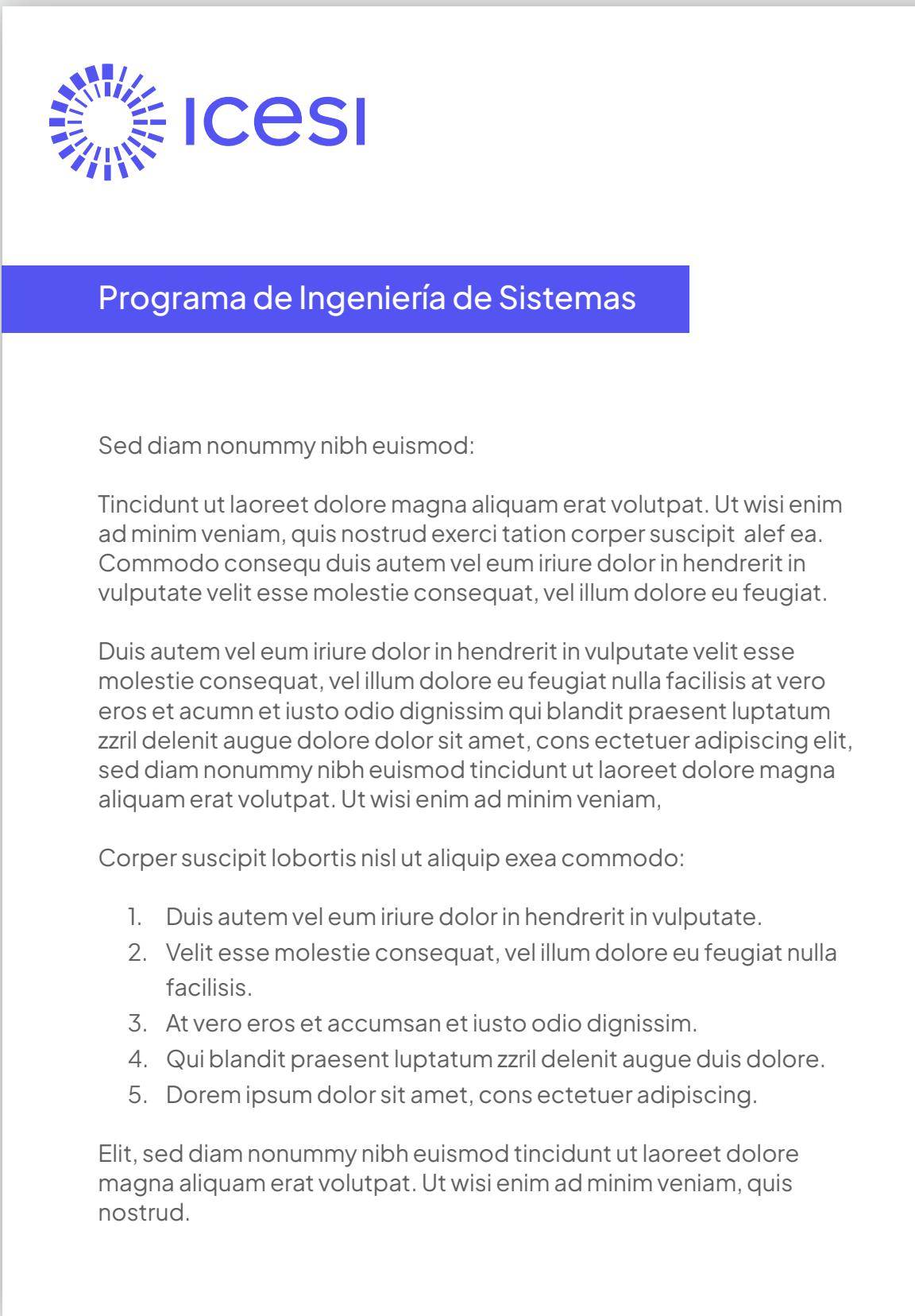
# Escuela de Educación, Creación y Cultura

Forma contenedora rectangular en colores de la marca a excepción de los grises.



# Escuelas (Core académico)

## Ejemplos



**ICESI**

Programa de Ingeniería de Sistemas

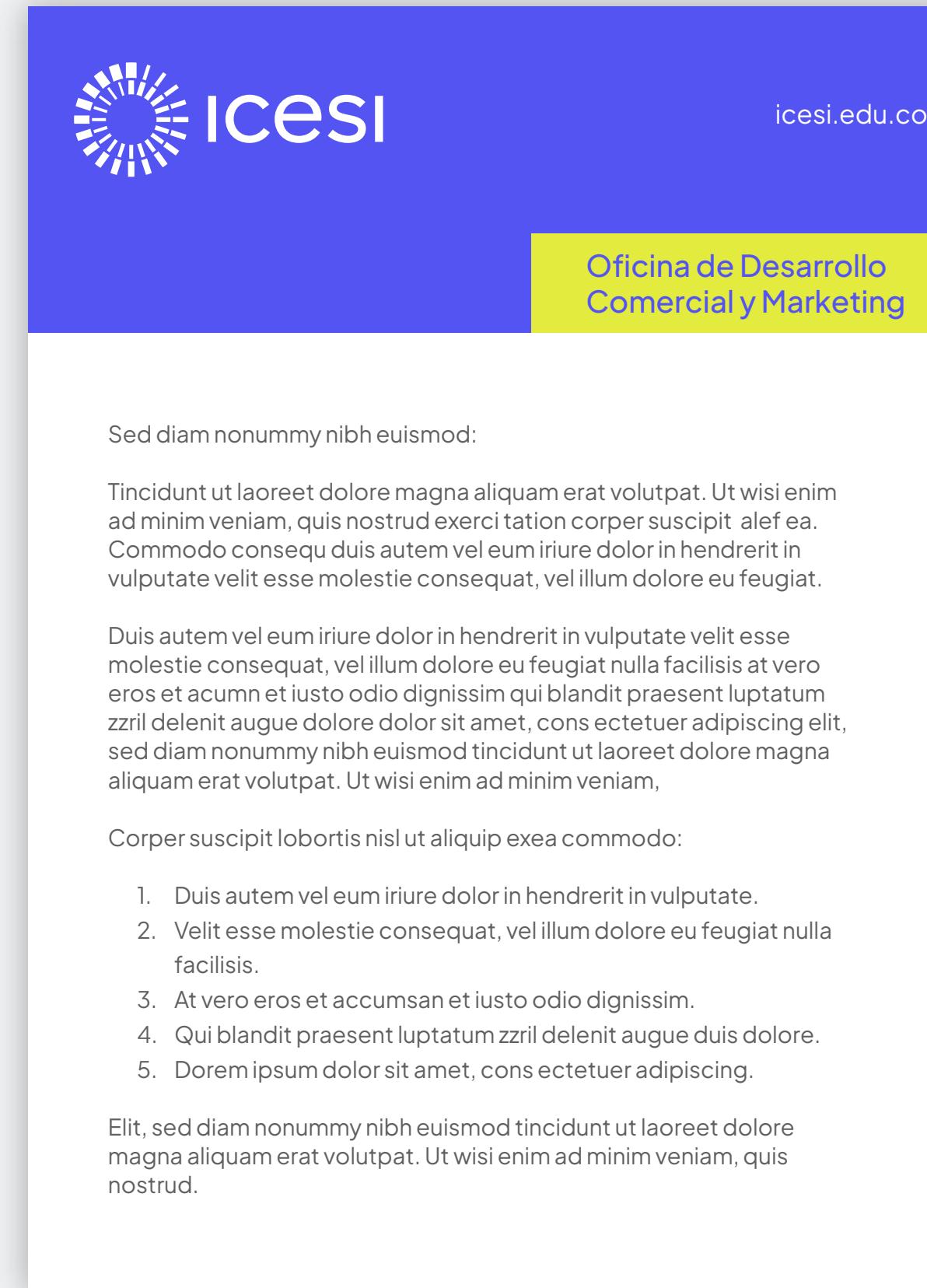
Sed diam nonummy nibh euismod:

Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatione corporis suscipit alef ea. Commodo consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et acum et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dolore dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,

Corporis suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo:

1. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate.
2. Velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.
3. At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim.
4. Qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore.
5. Dorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing.

Elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud.



**ICESI**

icesi.edu.co

Oficina de Desarrollo Comercial y Marketing

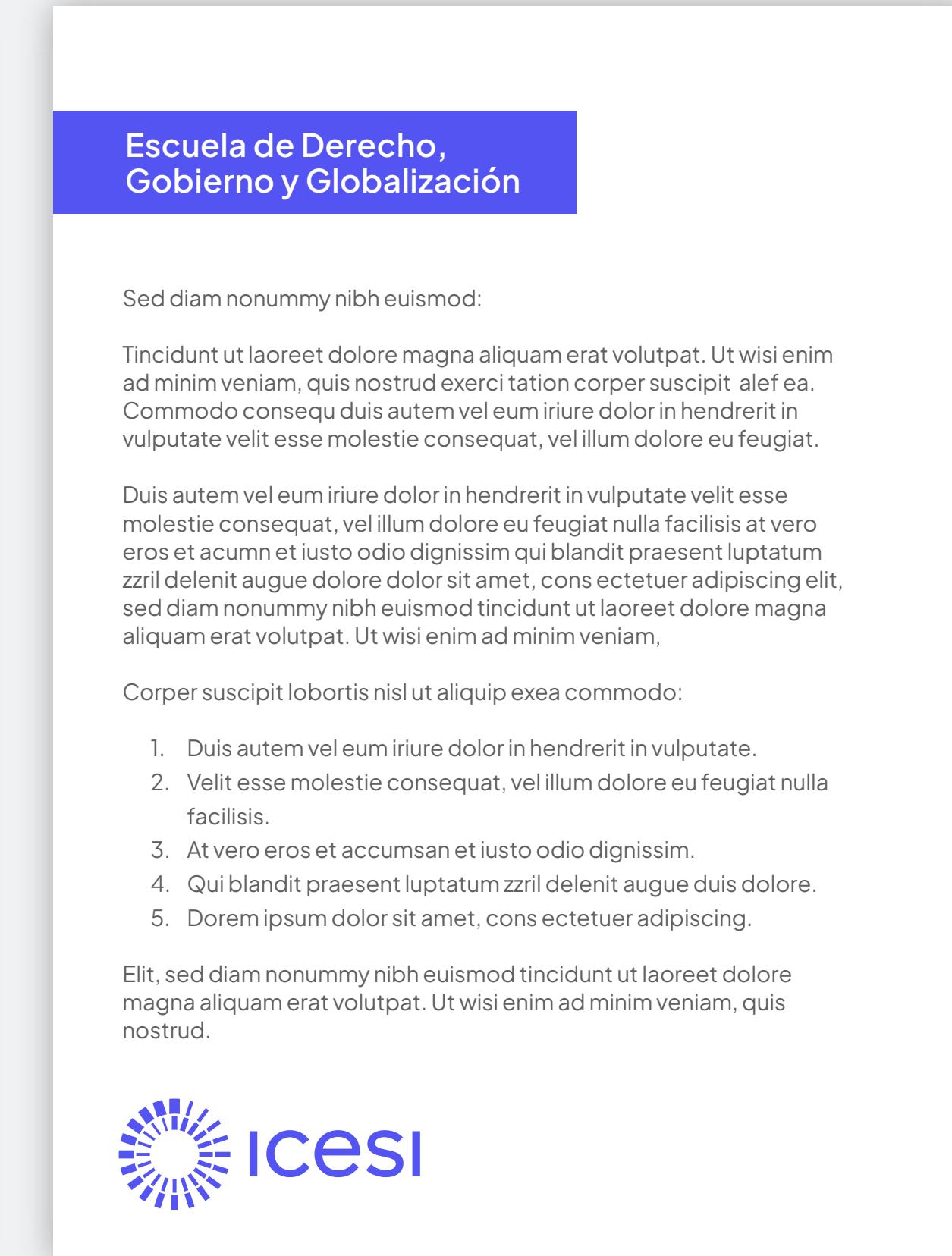
Sed diam nonummy nibh euismod:

Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatione corporis suscipit alef ea. Commodo consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et acum et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dolore dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,

Corporis suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo:

1. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate.
2. Velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.
3. At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim.
4. Qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore.
5. Dorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing.

Elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud.



**Escuela de Derecho, Gobierno y Globalización**

Sed diam nonummy nibh euismod:

Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatione corporis suscipit alef ea. Commodo consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et acum et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dolore dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,

Corporis suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo:

1. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate.
2. Velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.
3. At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim.
4. Qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore.
5. Dorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing.

Elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud.

**ICESI**

# Centros y observatorios

## Descriptor solo

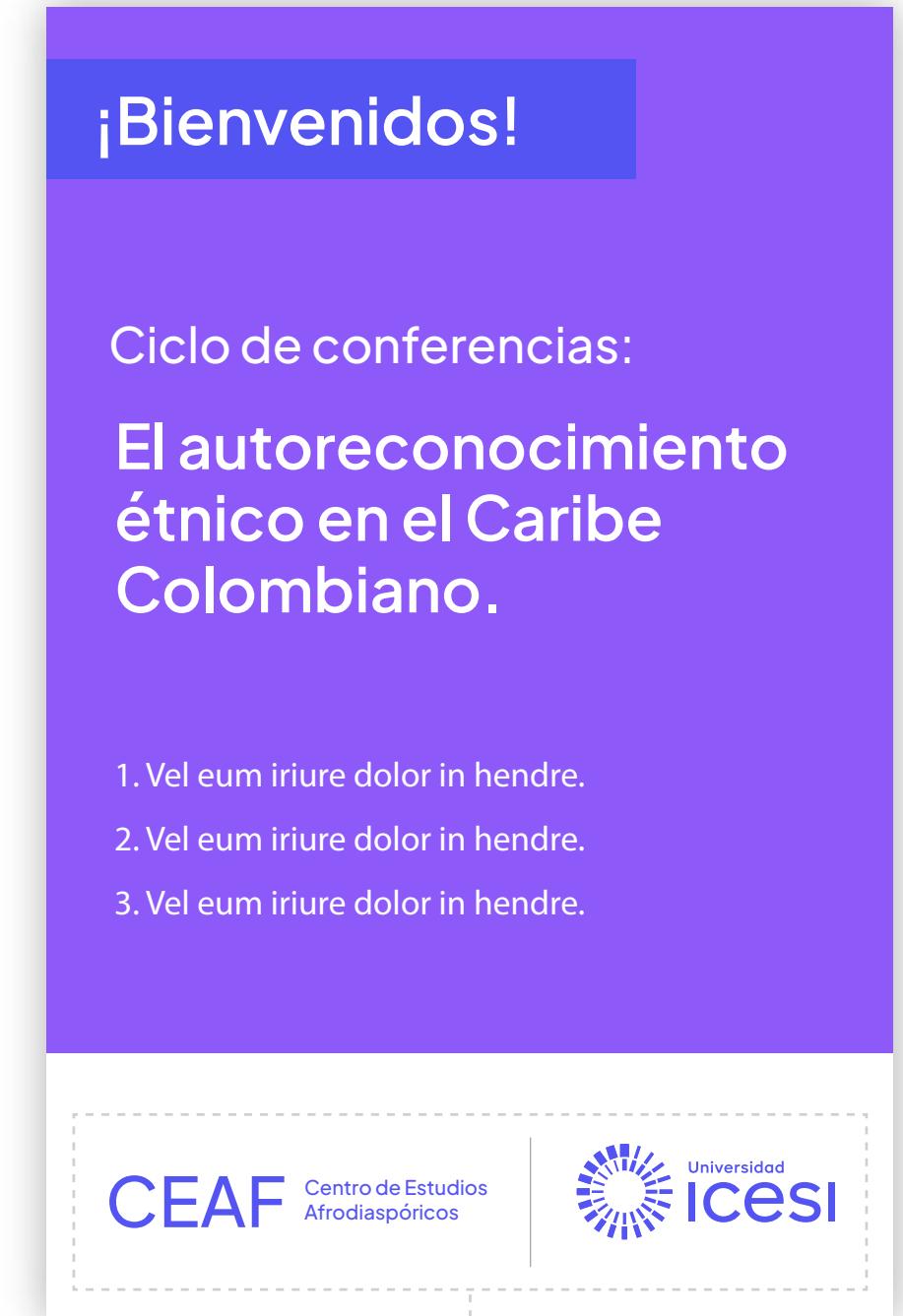


Criterios para esta categoría:

- Se pueden usar las siglas del nombre del centro u observatorio.
- Ningún centro u observatorio debe tener un símbolo propio.
- Cuando el centro u observatorio **participe en un evento externo de forma independiente**, se debe utilizar el "lock-up", donde las siglas y el nombre van atados al logotipo.
- Para un nombre genérico, se debe incluir la palabra "centro" u "observatorio".  
Ejemplo: HUB (siglas) - Centro (palabra) de Desarrollo de Negocios.

**CEAF** Centro de Estudios  
Afrodisíacos

## Descriptor con logotipo



**CEAF** Centro de Estudios  
Afrodisíacos

**ICESI** Universidad

# Centros y observatorios

## Construcción del descriptor

Existen 2 opciones de uso del descriptor.

### Descriptor solo

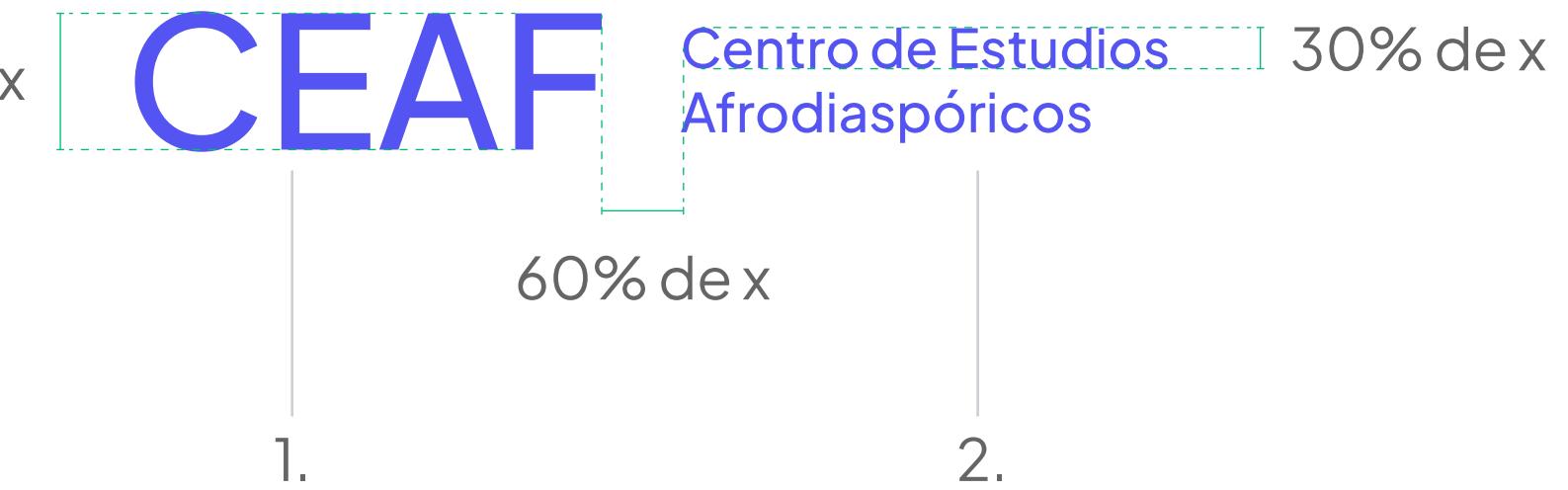
Según la importancia de la actividad ésta puede llevar las siglas del nombre.

1. Las siglas de la actividad deben de ir del lado izquierdo, escritas en mayúsculas sostenidas y en tipografía Plus Jakarta Sans Médium.
2. El nombre de la actividad debe escribirse en tipografía Plus Jakarta Sans Médium.

### Descriptor con logotipo

1. Si el descriptor lleva siglas éste se debe colocar del lado izquierdo. En caso de no usar siglas se coloca del lado derecho.
2. El descriptor y el logotipo deben de estar separados por una línea vertical delgada de color Gris 1 Pantone 423 C.
3. Se debe usar la versión horizontal del logotipo.

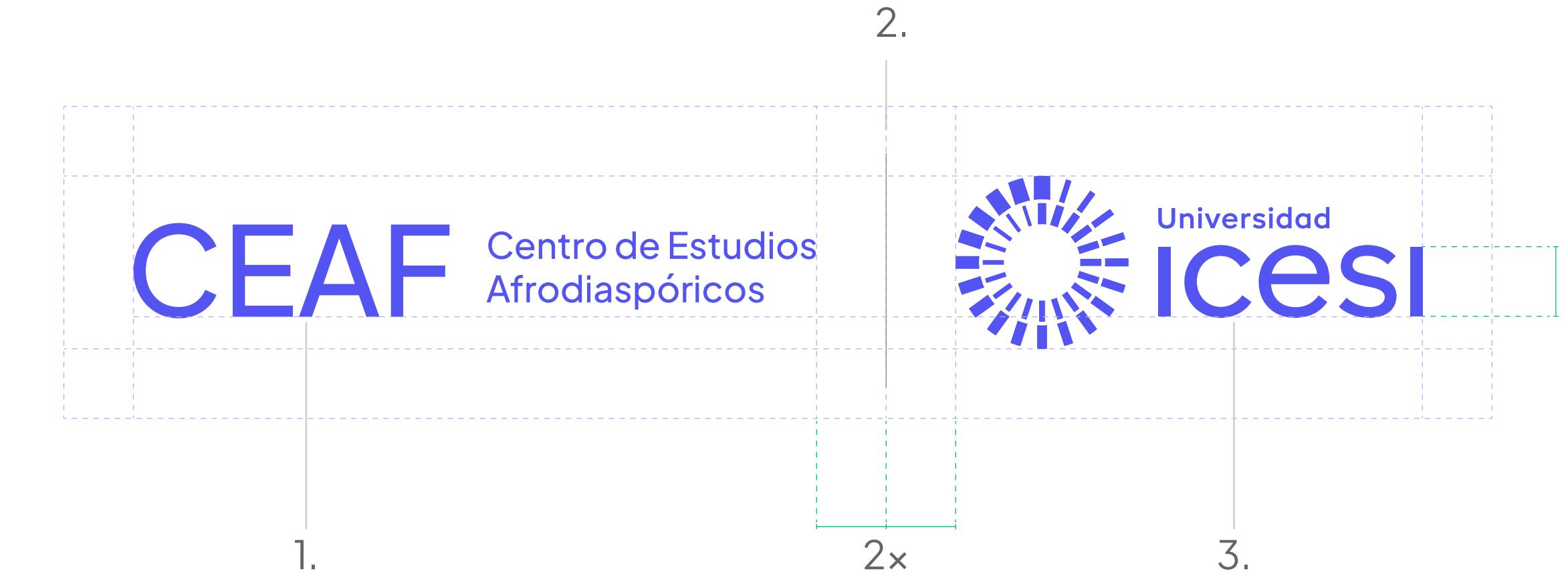
### Descriptor solo



El descriptor debe de ir en color Azul Icesi Pantone 2131 C o en color blanco si es que se aplica sobre algún fondo de color.



### Descriptor con logotipo



El descriptor debe de ir en color Azul Icesi Pantone 2131 C o en color blanco si es que se aplica sobre algún fondo de color.



# Centros y observatorios

## Ejemplos

**CEAF** Centro de Estudios Afrodispóricos

Ciclo de conferencias:  
**El autoreconocimiento étnico en el Caribe colombiano.**

Sed diam nonummy nibh euismod:  
Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation corpor suscipit alef ea. Commodo consequa duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat.  
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et acum et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dolore dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,  
**Corper suscipit lobortis nisl ut aliquip exea commodo:**  
1. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate.  
2. Velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.  
3. At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim.

4   Diciembre	Vel eum iriure dolor in hende.	Salón 203 Edificio B
7   Diciembre	Vel eum iriure dolor in hende.	Salón 203 Edificio B
12   Diciembre	Vel eum iriure dolor in hende.	Salón 203 Edificio B

 Universidad  
**ICESI**

**ORE** Observatorio de Realidades Educativas

Ponencia:  
**Economía formal en la ciudad.**

Por Lina Martínez  
Directora

Sed diam nonummy nibh euismod:  
Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation corpor suscipit alef ea. Commodo consequa duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat.  
Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation corpor suscipit alef ea. Commodo consequa duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat.

**LOREM IPSUM DOLOR SET**

Consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud uscipit alef ea. Commodo consequa duis

 Universidad  
**ICESI**

[f](#) [x](#) [@](#) [y](#) [d](#)

**¡Bienvenidos!**

Ponencia:  
**Economía formal en la ciudad.**

Por Lina Martínez  
Directora

1. Vel eum iriure dolor in hende.  
2. Vel eum iriure dolor in hende.  
3. Vel eum iriure dolor in hende.

**ORE** Observatorio de Realidades Educativas

 Universidad  
**ICESI**

# Laboratorios, Programas, Grupos y Consultorios

## Descriptor solo



Criterios para esta categoría:

- No se permiten nombres propios ni siglas. Se deben utilizar nombres genéricos - descriptivos.
- Ningún laboratorio, programa, grupo o consultorio tendrá un símbolo propio.
- Cuando el laboratorio, programa, grupo o consultorio **participe en un evento externo de forma independiente**, se debe utilizar el "lock-up", donde el nombre va atado al logotipo.

## Descriptor con logotipo



Laboratorio de  
Instrumentación Química

Universidad  
**ICESI**

Laboratorio de  
Instrumentación Química

# Laboratorios, Programas, Grupos y Consultorios

## Construcción del descriptor

Existen 2 opciones de uso del descriptor.

### Descriptor solo

1. El nombre de la actividad debe escribirse en tipografía Plus Jakarta Sans Médium.

### Descriptor con logotipo

1. El logotipo debe de ir del lado izquierdo y se debe usar la versión horizontal.
2. El logotipo y el descriptor deben de estar separados por una línea vertical delgada de color Gris 1 Pantone 423 C.

### Descriptor solo

Laboratorio de  
**Instrumentación Química**

1.

El descriptor debe de ir en color Azul Icesi Pantone 2131 C o en color blanco si es que se aplica sobre algún fondo de color.



### Descriptor con logotipo

2.



El descriptor debe de ir en color Azul Icesi Pantone 2131 C o en color blanco si es que se aplica sobre algún fondo de color.



# Laboratorios, Programas, Grupos y Consultorios

## Ejemplos

Laboratorio de  
**Instrumentación Química**

Charla:  
**El futuro de  
la sostenibilidad**



Sed diam nonummy nibh euismod:  
Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation  
corper suscipit alef ea. Commodo consequa duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse  
molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat  
nulla facilisis at vero eros et acum et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dolore  
dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna  
aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,

**Detalles del evento:**  
📅 Fecha: 21 de octubre - 7 de noviembre  
🕒 Horario: 9:00 am - 12:00 pm / 2:00 pm - 5:00 pm  
📍 Lugar: Biblioteca Departamental del Valle del Cauca.

**Investigadores principales:**  
Carlos Humberto Araujo Mejía  
Daniela Castellanos Montes

  
Universidad  
**ICESI**

# Mascota “Andy”

# Personajes

La mascota universitaria 'Andy', junto a sus amigos, representa los valores y el propósito de la Universidad Icesi. Es un símbolo de orgullo y de conexión para toda la comunidad.

Se puede usar de manera física en eventos de interés general y, además, en canales digitales, ya sea de forma animada en 2D o estática en formato de caricatura ilustrada.

Andy no tiene sexo, no pertenece a ninguna facultad, sino que es la mascota que representa a toda la comunidad Icesi.

## Nota:

En caso de tener dudas respecto al uso de las mascotas contacte a la oficina de comunicaciones.

Andy



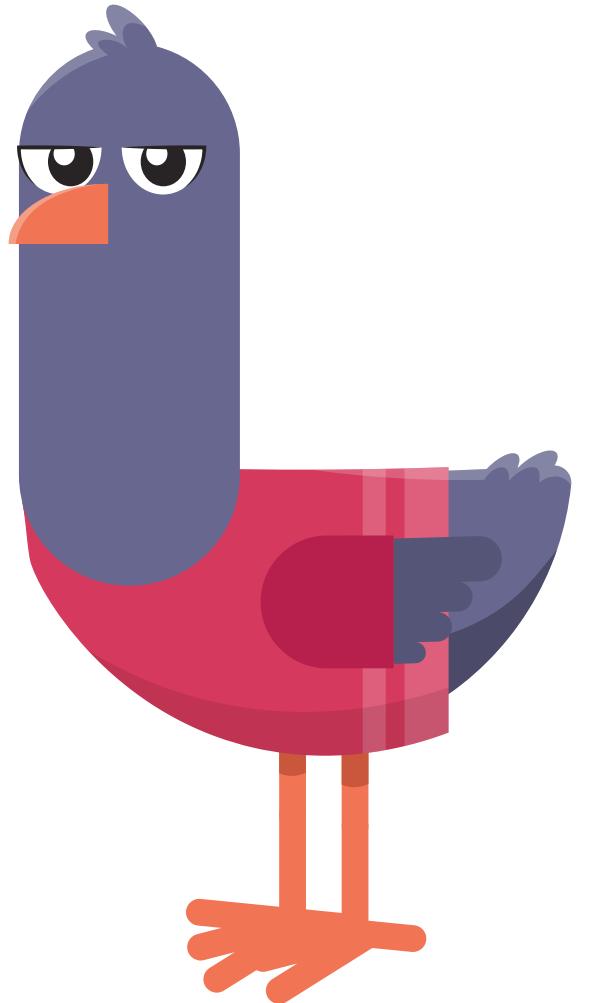
Izzy



Zary



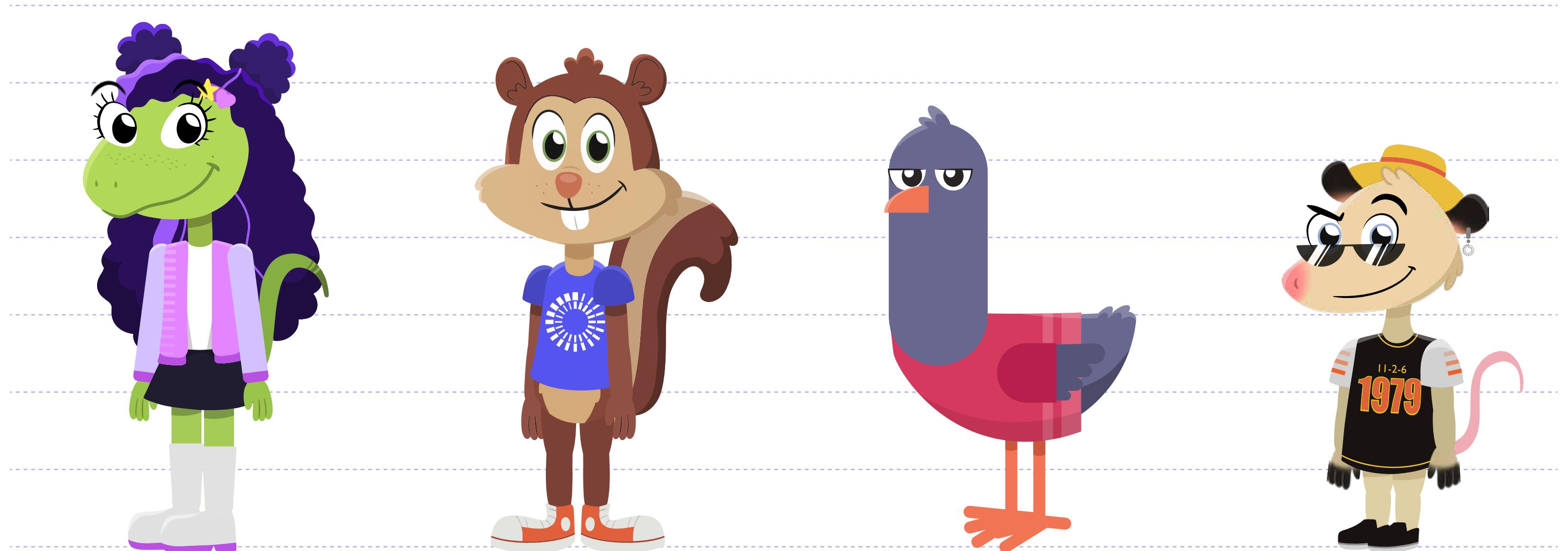
Pigy



# Personajes

## Proporción de tamaño

Andy y sus amigos tienen un diseño estandarizado que incluye colores específicos, proporciones y elementos gráficos que no deben alterarse.



## Personajes

### Andy con línea de contorno

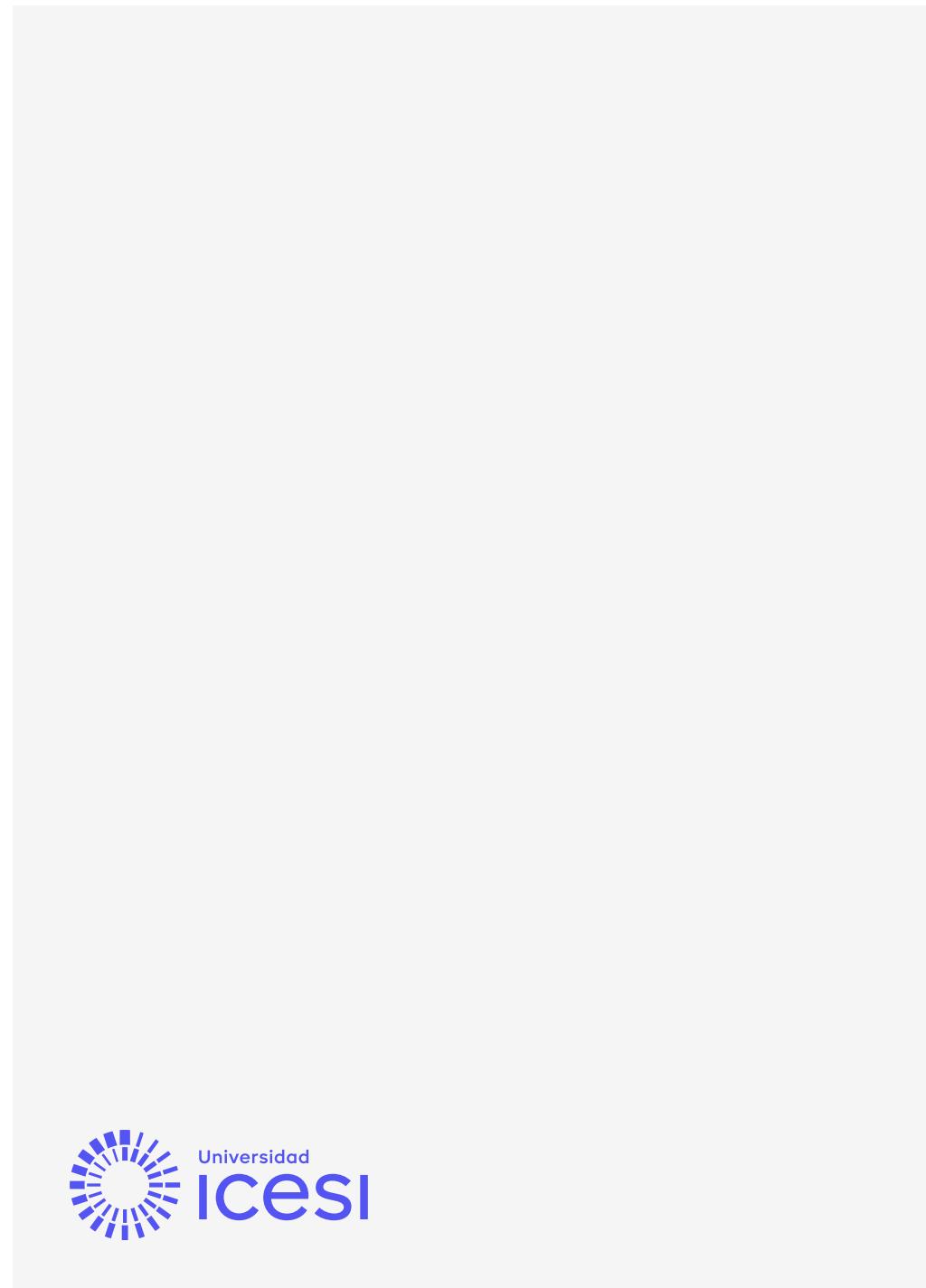
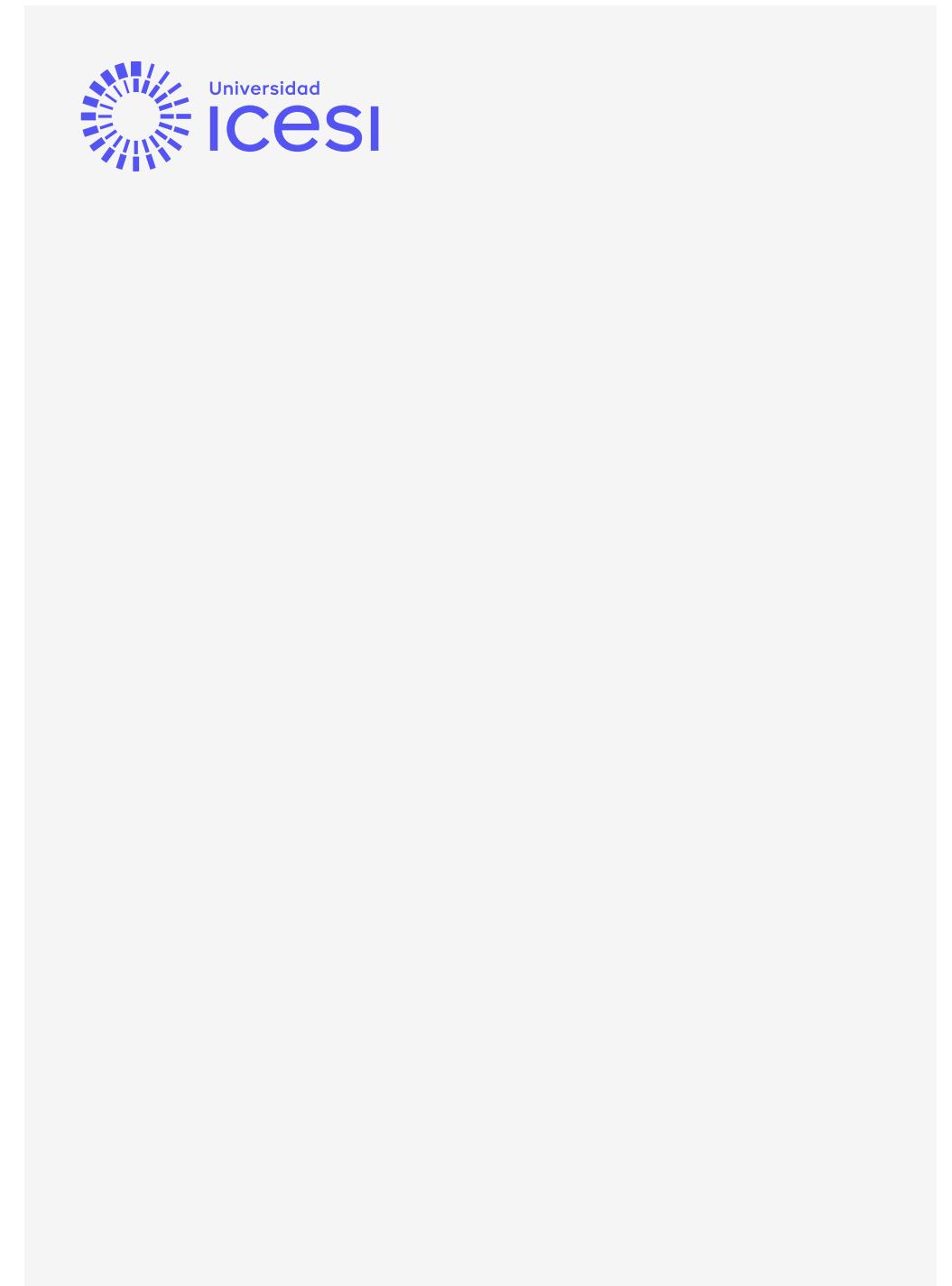
Existe una versión de Andy con línea de contorno. Esta versión únicamente puede ser utilizada en materiales impresos desarrollados por la oficina de comunicaciones.



# Composición

# Ubicación del logotipo

El logotipo se debe ubicar en la parte superior o inferior del costado izquierdo del formato.

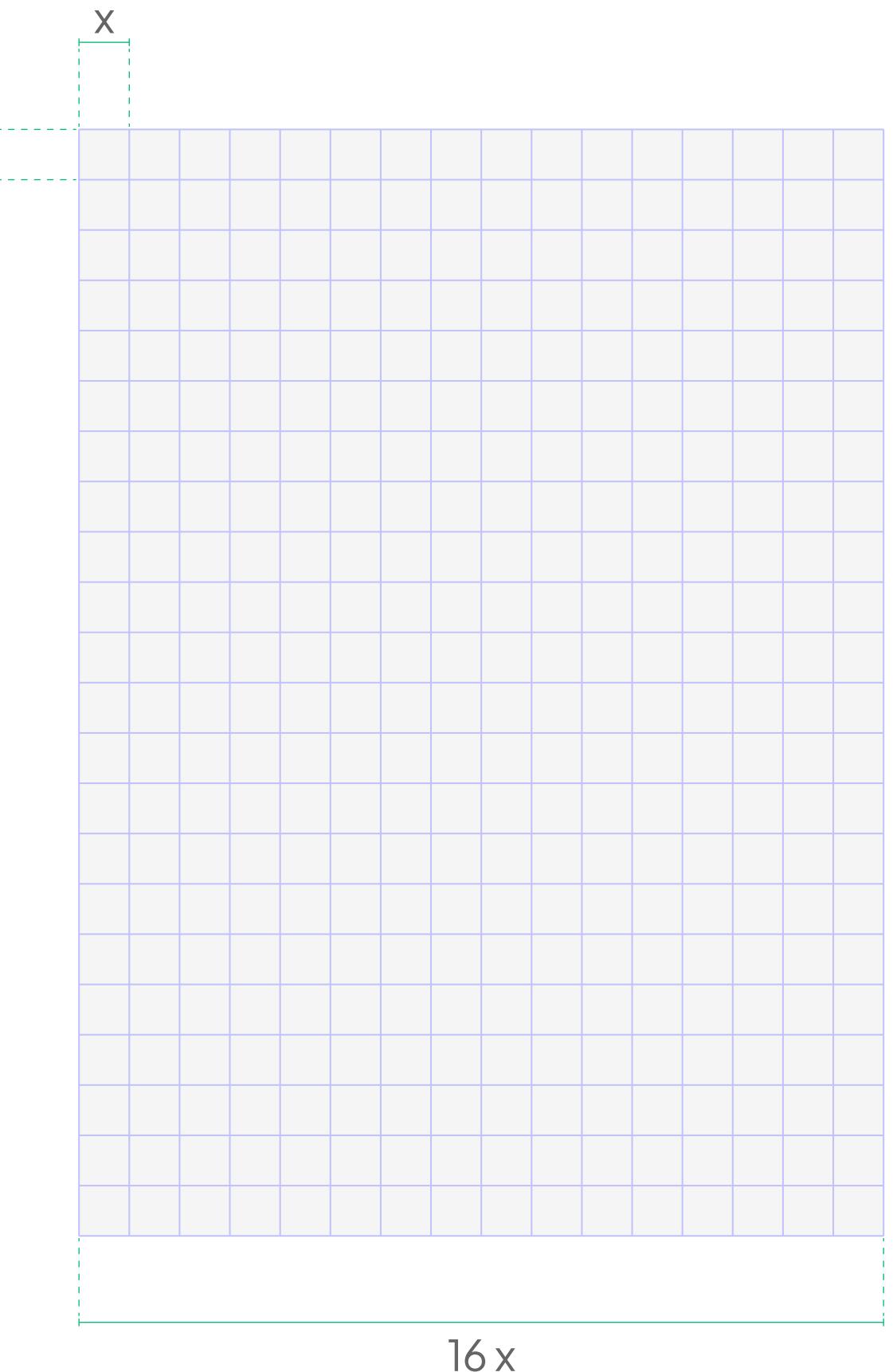


# La retícula

La retícula va a permitir que se puedan colocar diferentes elementos de una manera ordenada y constante en los distintos formatos de los materiales de comunicación.

Para generar la retícula se debe dividir en 16 cuadrados el lado más corto del formato y esto replicarlo a lo largo.

Formatos verticales

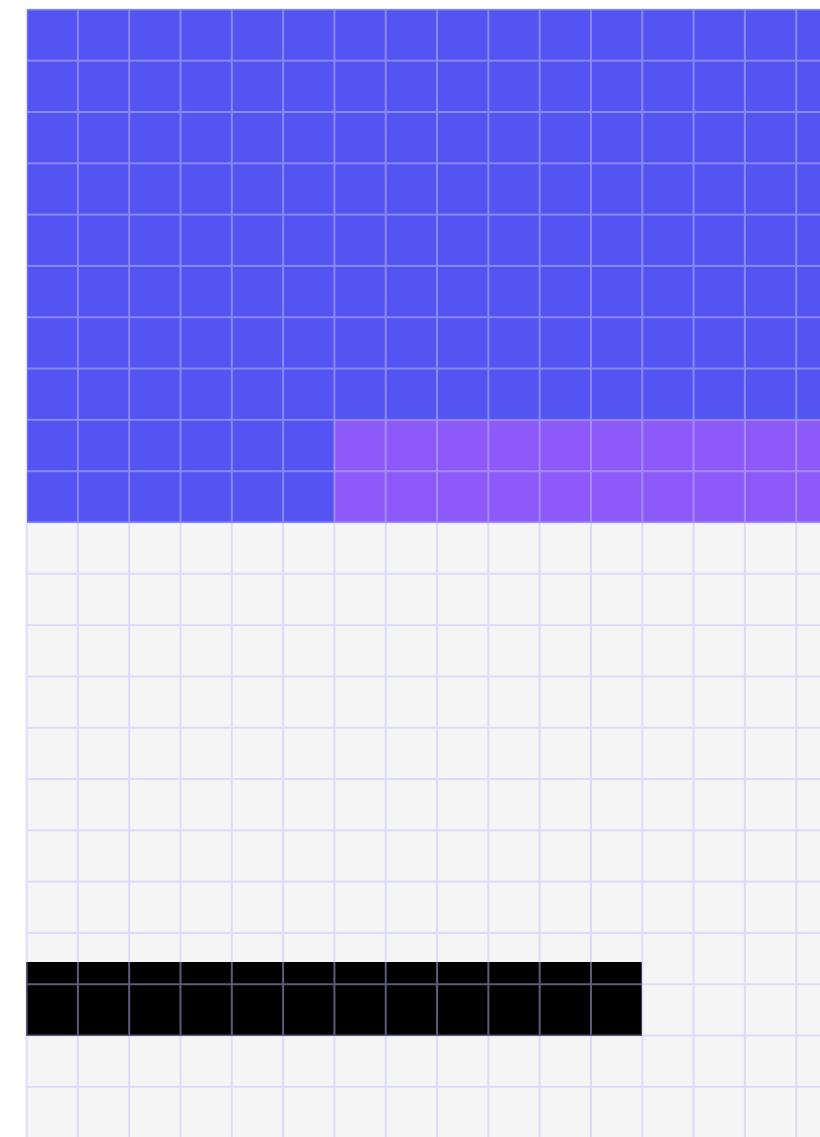
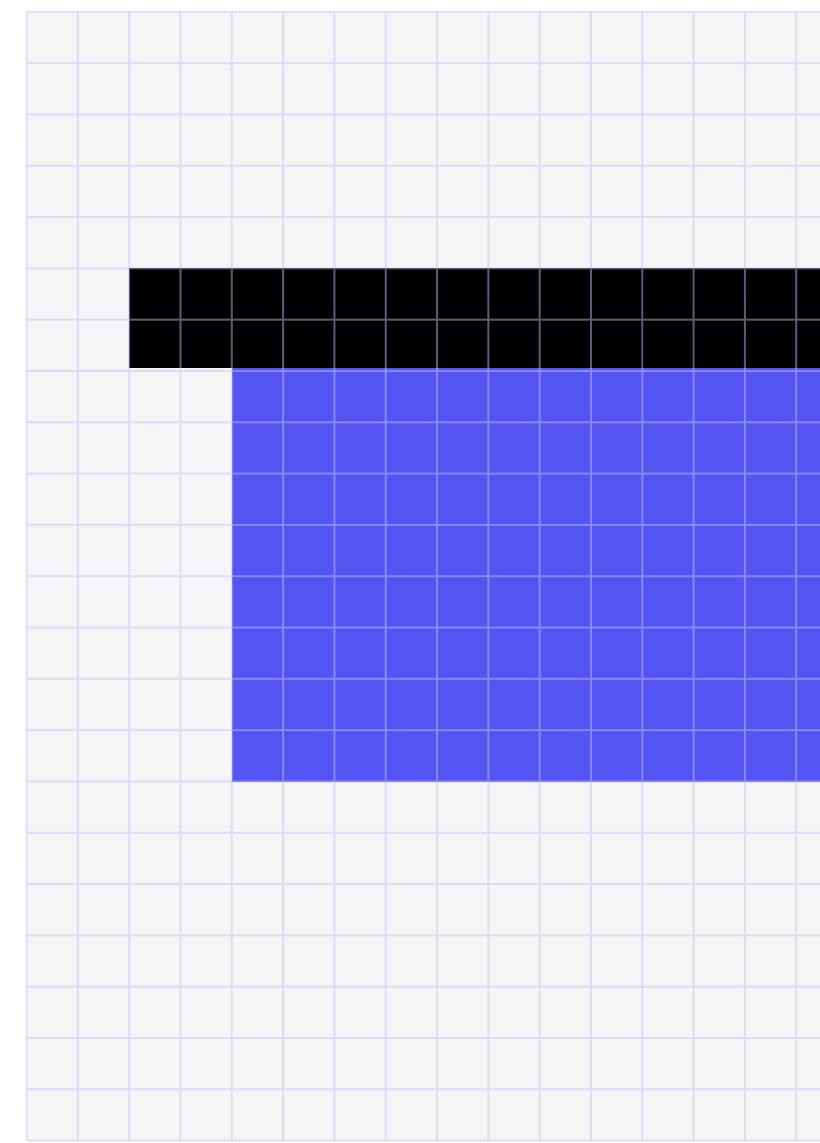
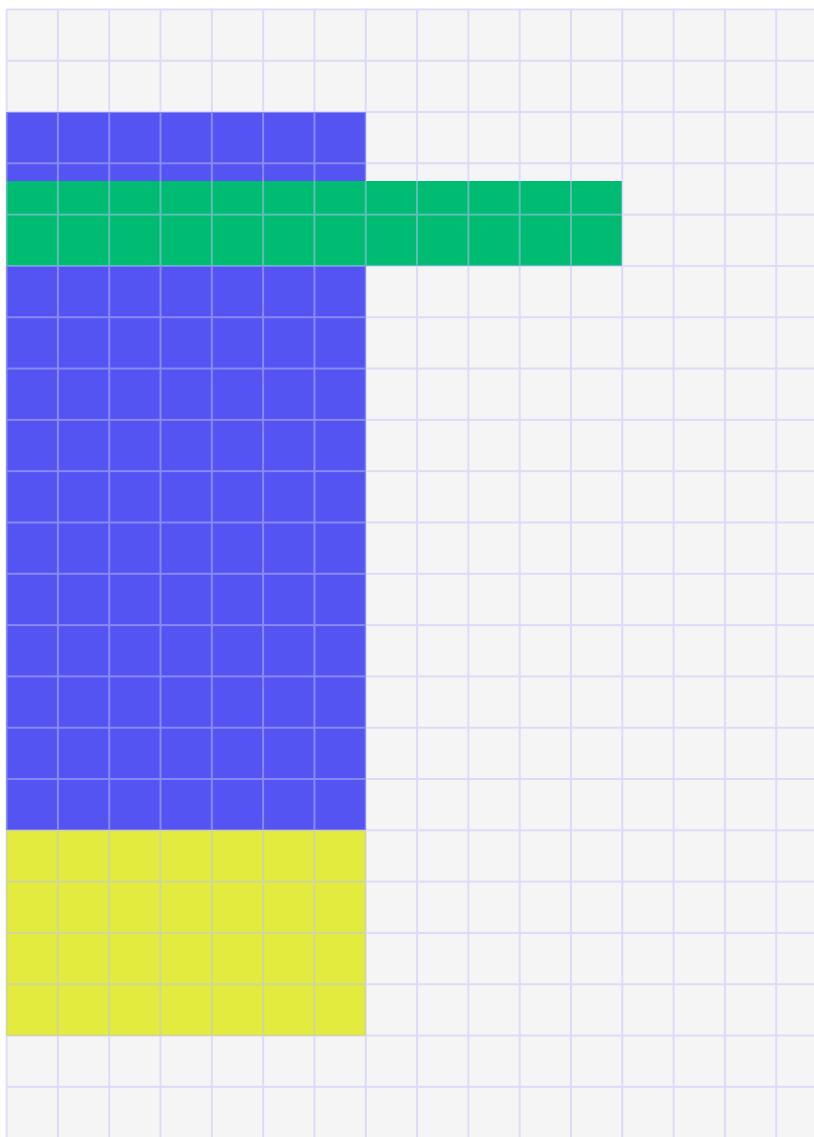
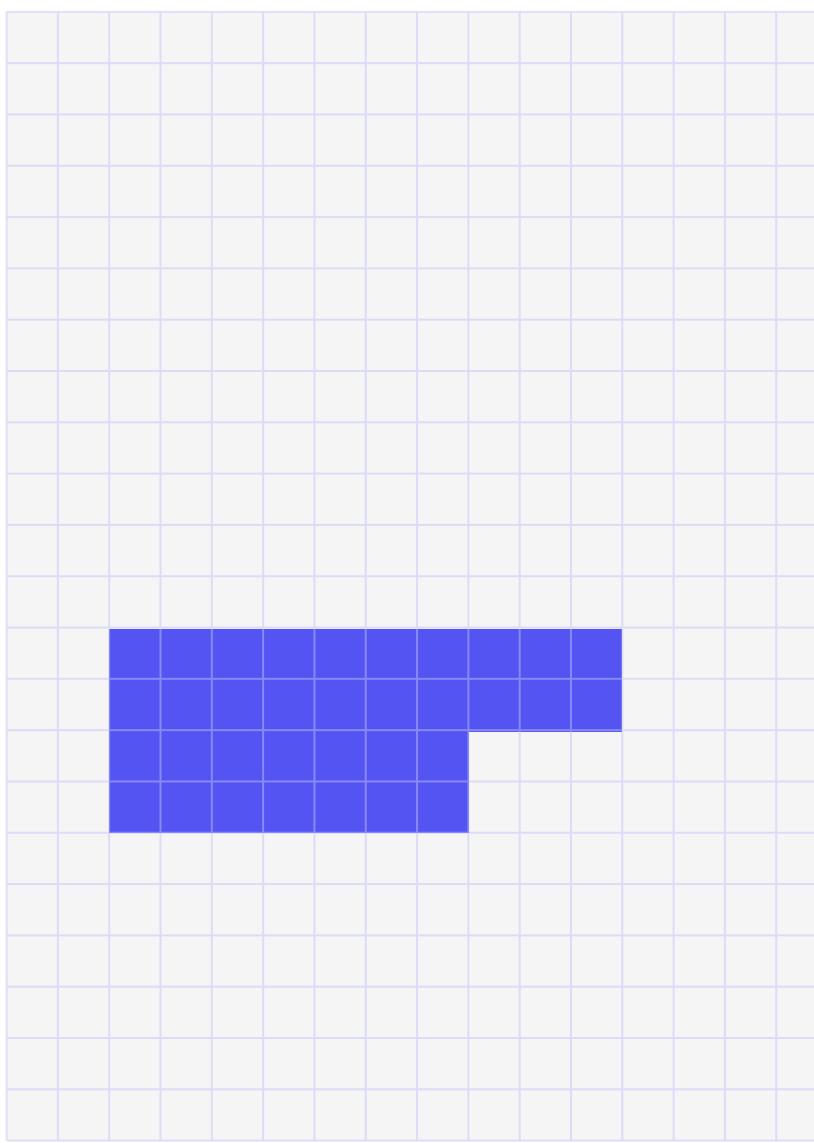
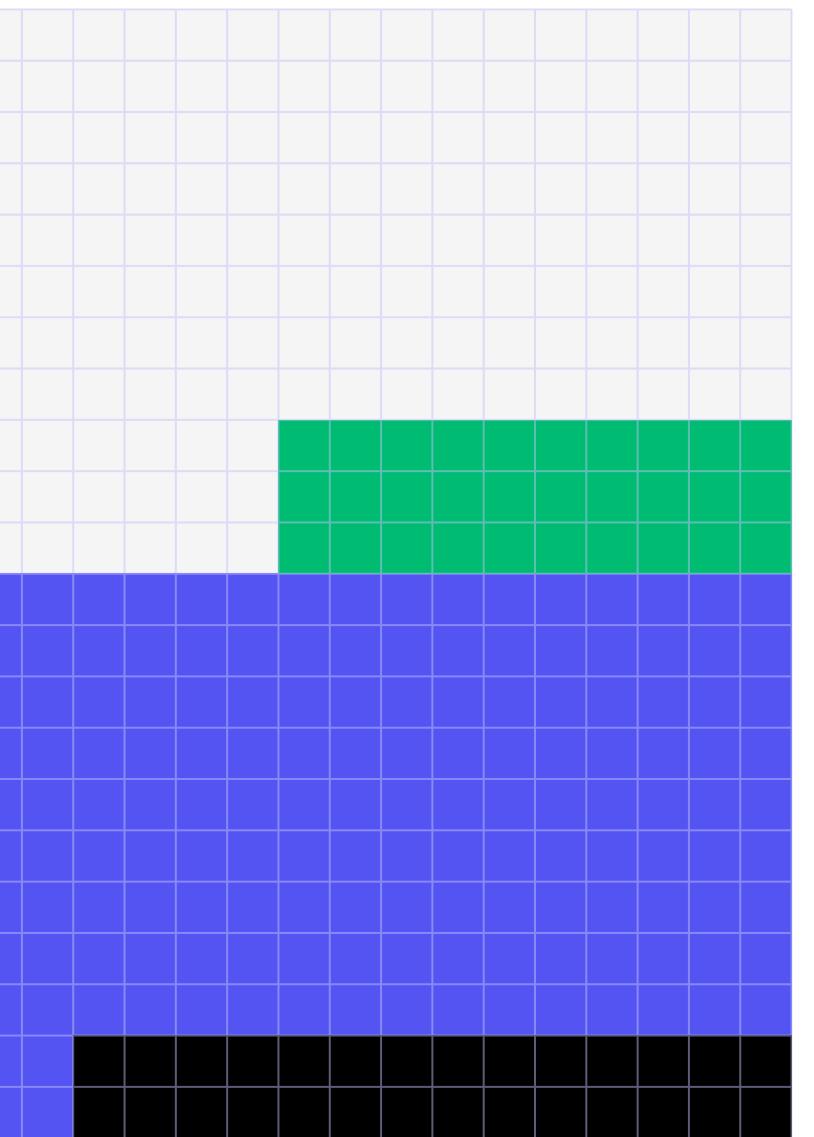
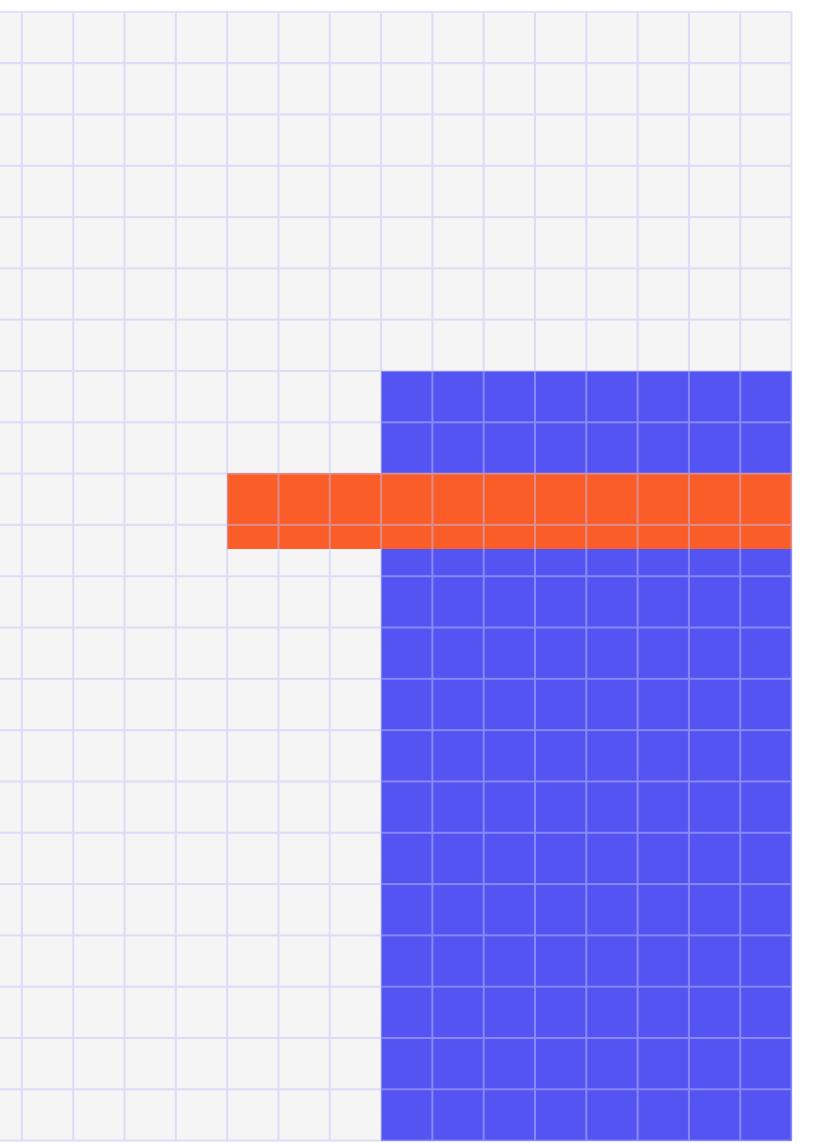


Formatos horizontales



# Diagramación con bloques de color

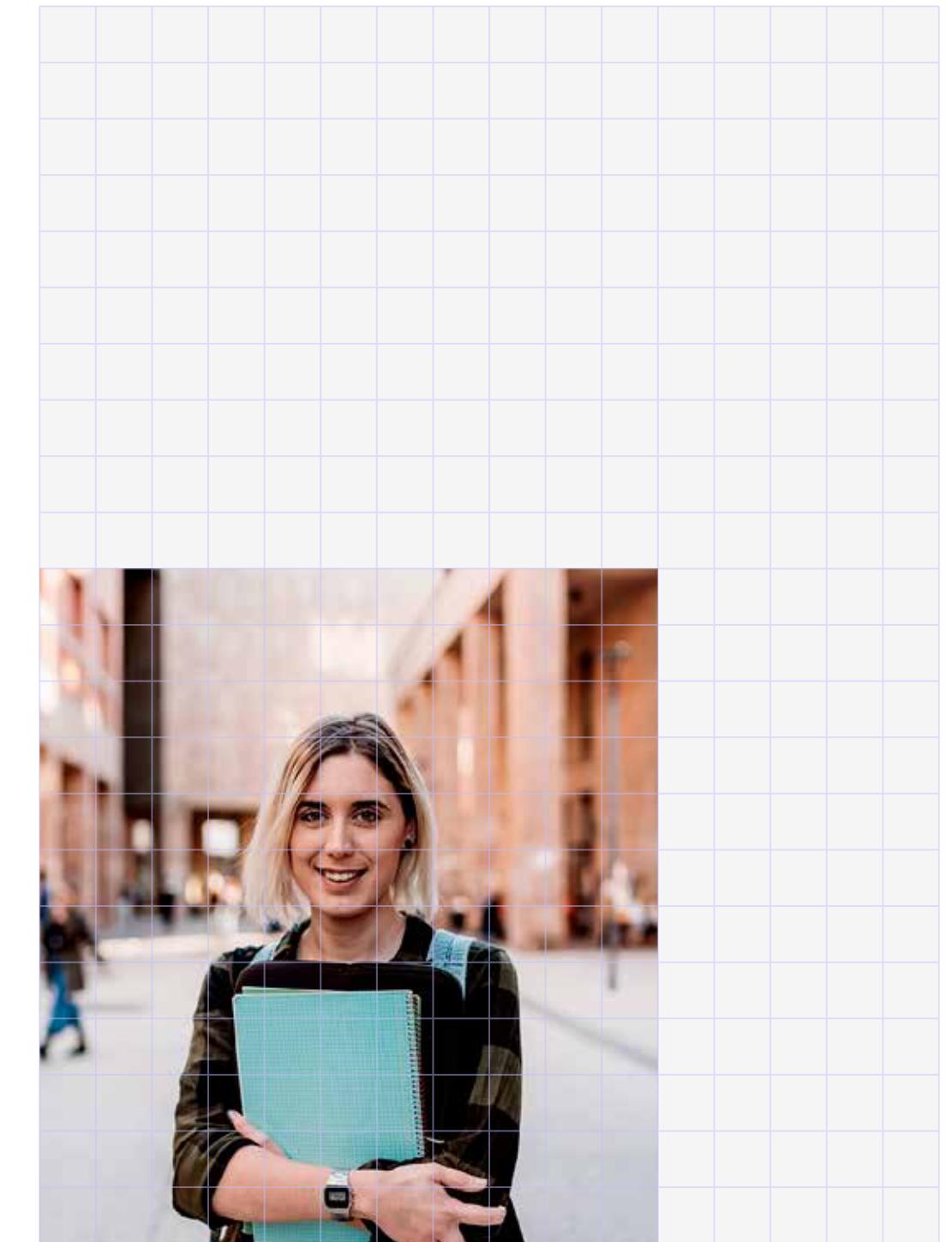
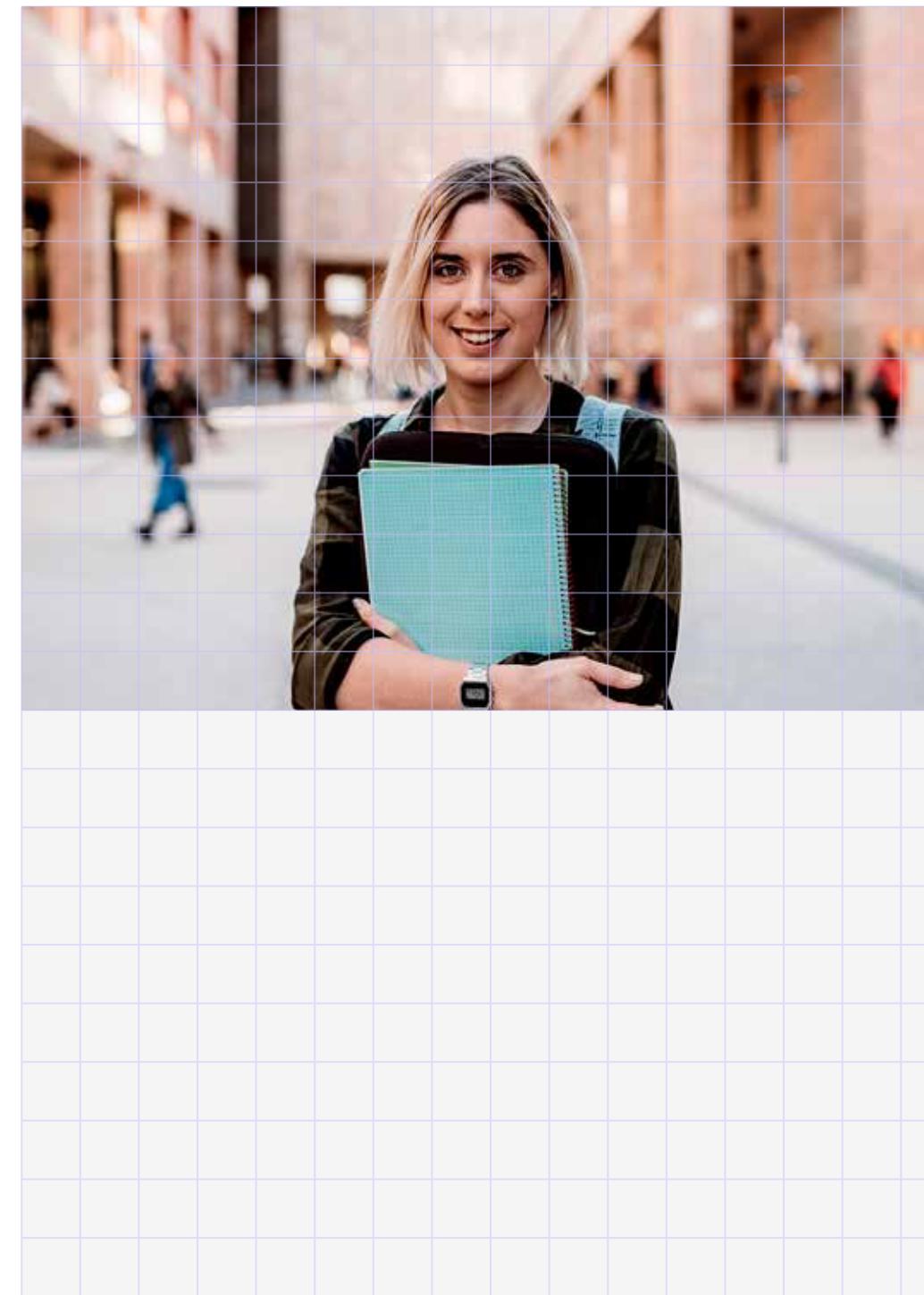
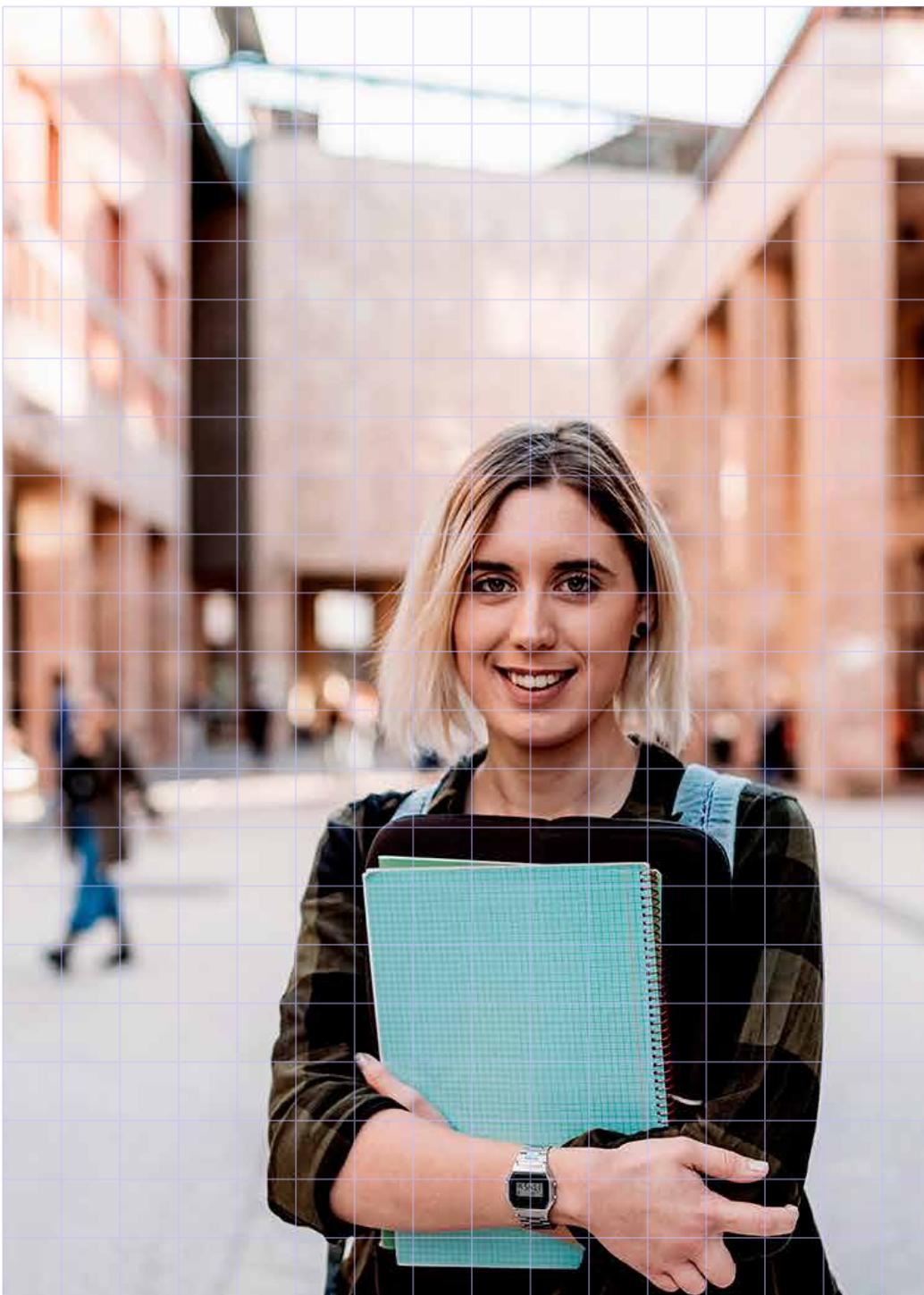
Los bloques de color permiten generar diferentes espacios de información y crear una comunicación dinámica. La retícula debe usarse para colocar los bloques en el espacio del formato.



# Diagramación de imágenes

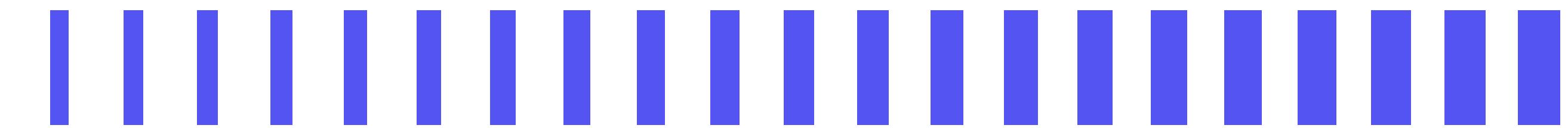
Las imágenes pueden ir totalmente rebasadas al formato o solo en algunos costados.

La retícula sirve como guía para el encuadre y colocación de las fotografías.



# Cenefa

Este recurso gráfico se basa en las formas del símbolo del logotipo. La cenefa sirve para generar materiales versátiles y con mayor reconocimiento de marca.

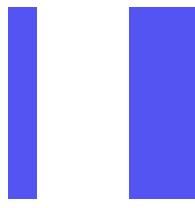


# Cenefa

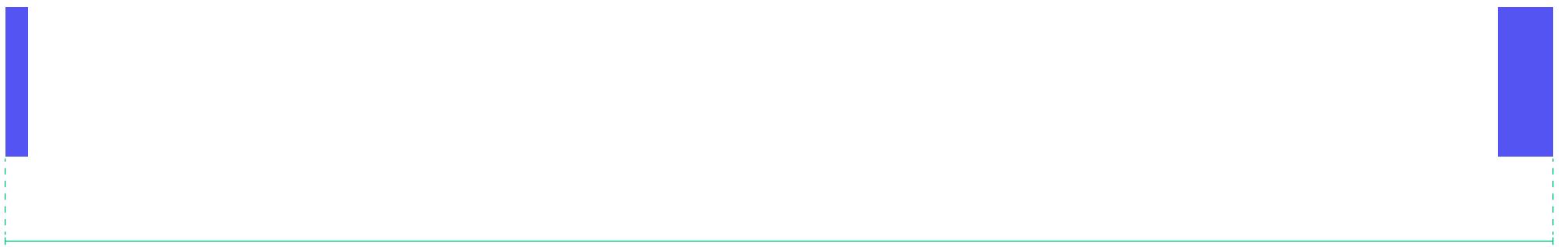
## Construcción

Para construir correctamente este recurso visual es necesario seguir los siguientes lineamientos.

1. Construir dos rectángulos de la misma altura y color. Un rectángulo debe tener un ancho delgado, mientras que el otro debe ser al menos el doble de ancho que el primero

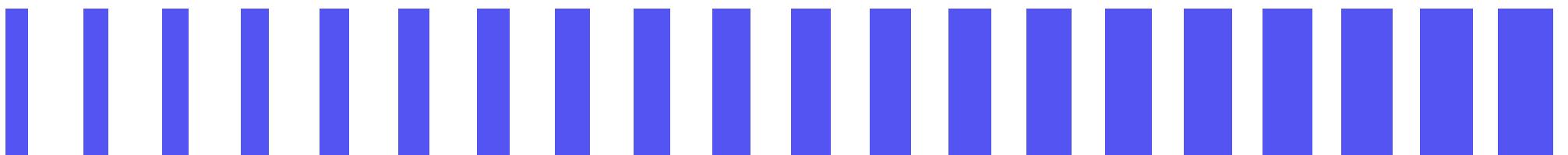


2. Coloca cada rectángulo en los extremos opuestos de la longitud final que deberá tener la cenefa.



Longitud final de la cenefa

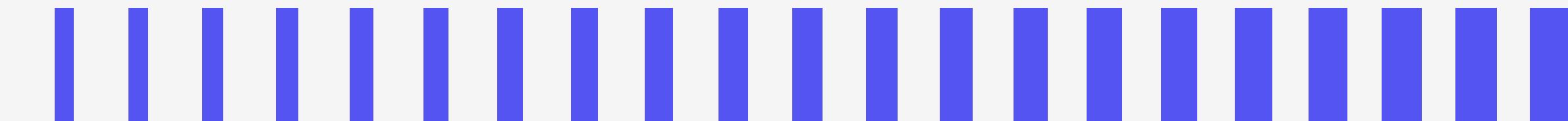
3. Deberás colocar rectángulos intermedios en los que el grosor aumente de manera progresiva hasta llegar al rectángulo más ancho.



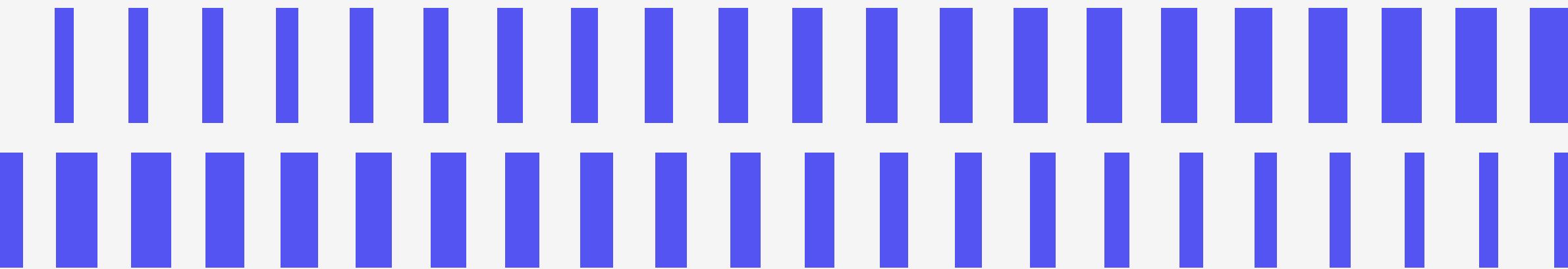
# Cenefa Estilos

La cenefa se puede aplicar en dos estilos: simple y doble. Según las características del material y el espacio disponible, se puede aplicar cualquiera de las dos opciones.

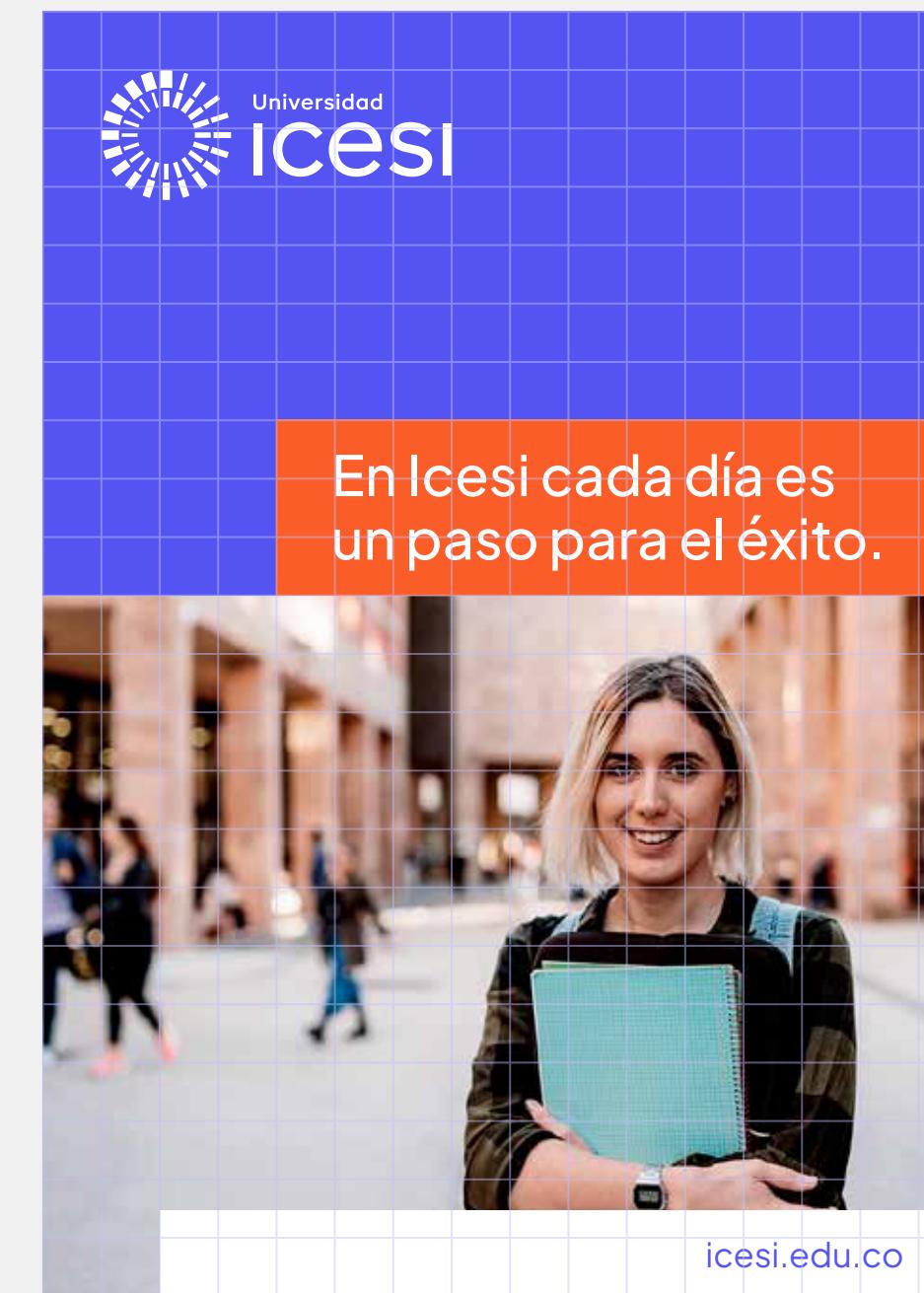
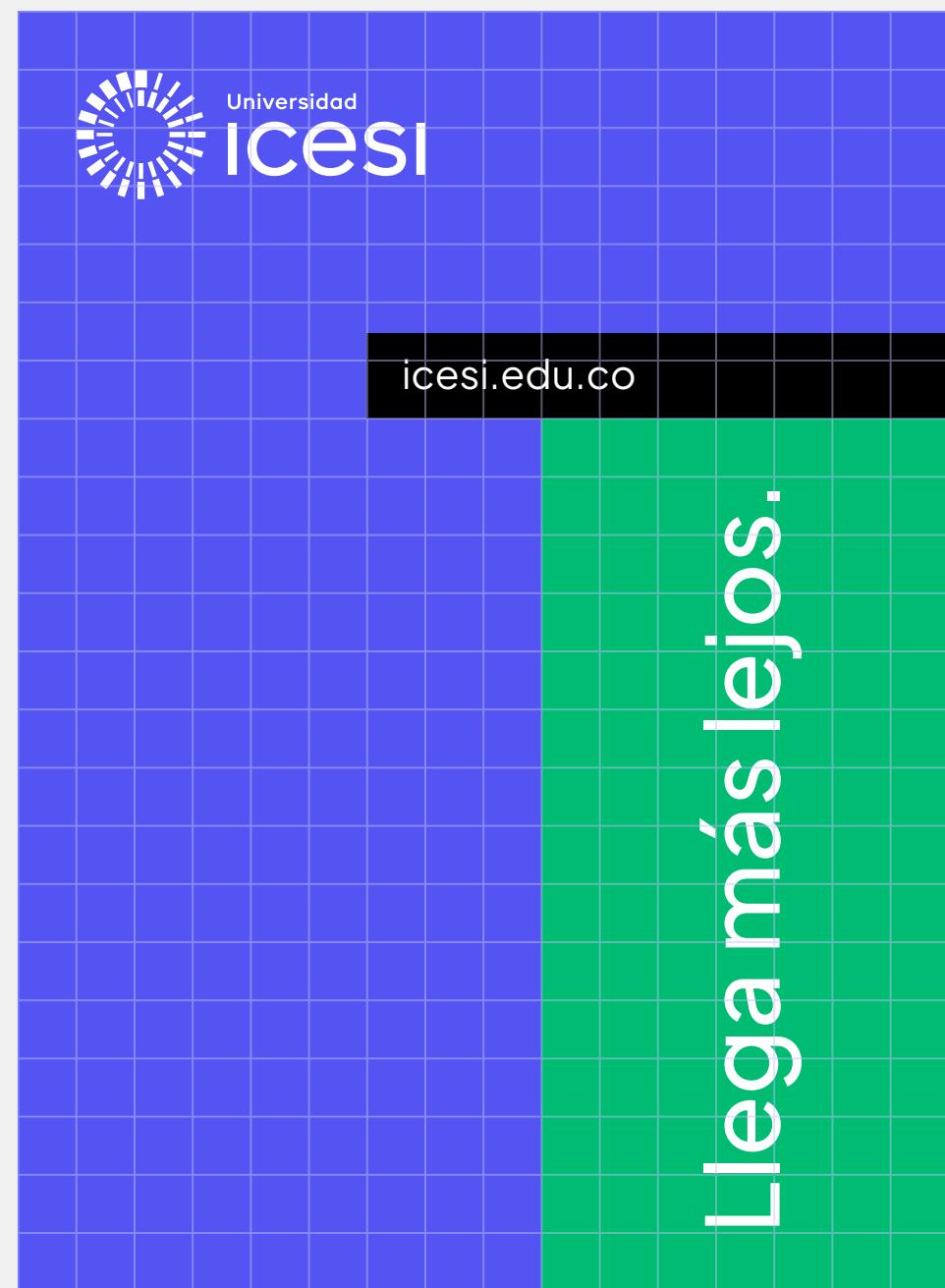
Cenefa simple.



Cenefa doble.



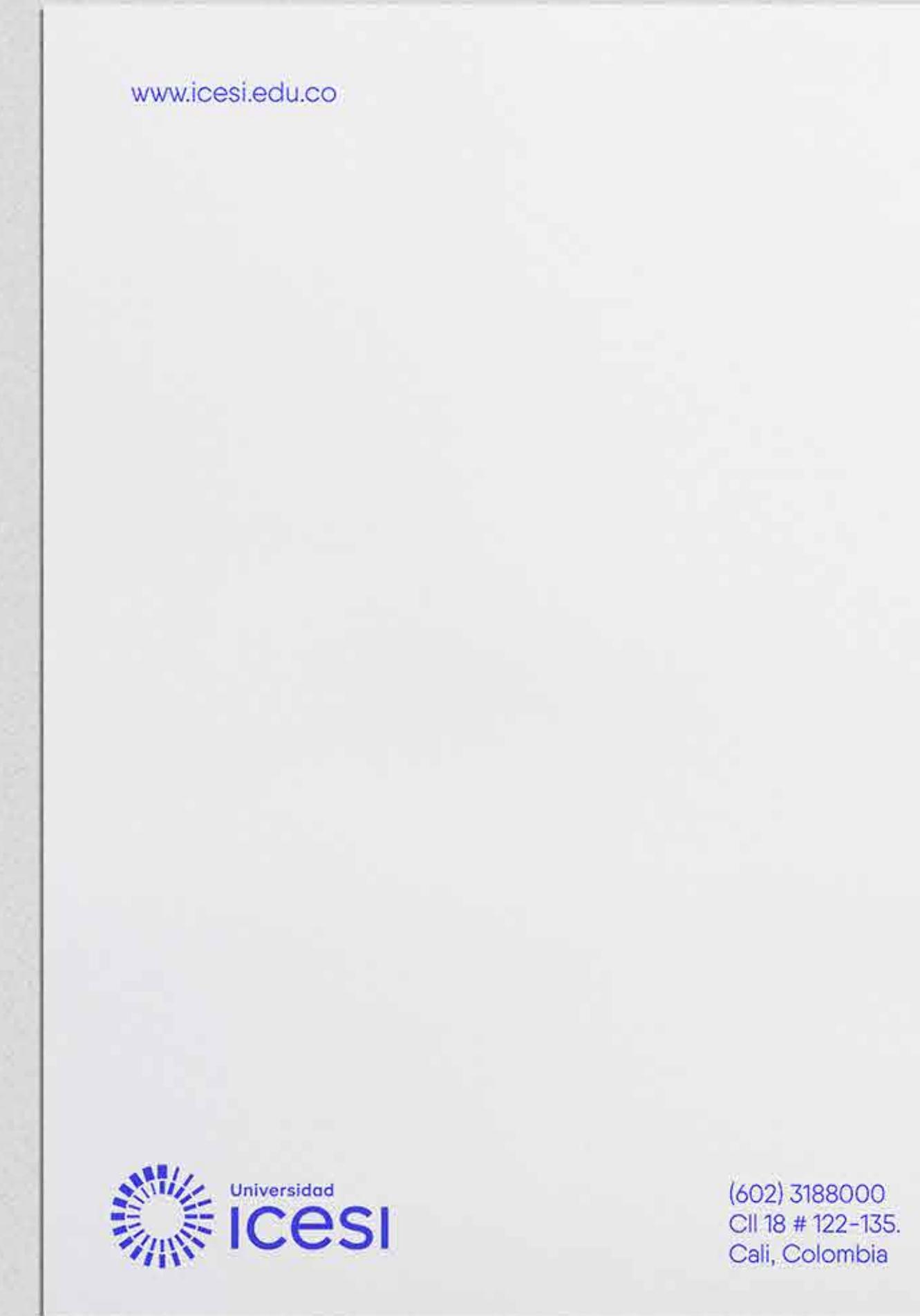
# Ejemplos de composiciones



# Aplicaciones

Aplicaciones impresas

## Papelería



## Editorial



## Avisos



Universidad  
**ICESI**

icesi.edu.co

Posgrados

Maestría en Inteligencia  
Artificial Aplicada

This advertisement for the Master's degree in Applied Artificial Intelligence features a man in a lab coat and glasses working on a robotic arm. The background is a laboratory setting with blue lighting. The text on the right side of the image includes the university's name, website, degree level, and the name of the program.



Universidad  
**ICESI**

icesi.edu.co

Posgrados

**Luis Carlos Cardona Ruiz**  
Director CEO Indoor Cycling Latam

This advertisement for a postgraduate program features a cyclist riding on a road. The text on the right side of the image includes the university's name, website, degree level, and the name and title of the director.

## Avisos



Universidad  
**ICESI**

2º Congreso de Bioeconomía

Del 3 al 5 de octubre del 2024

icesi.edu.co

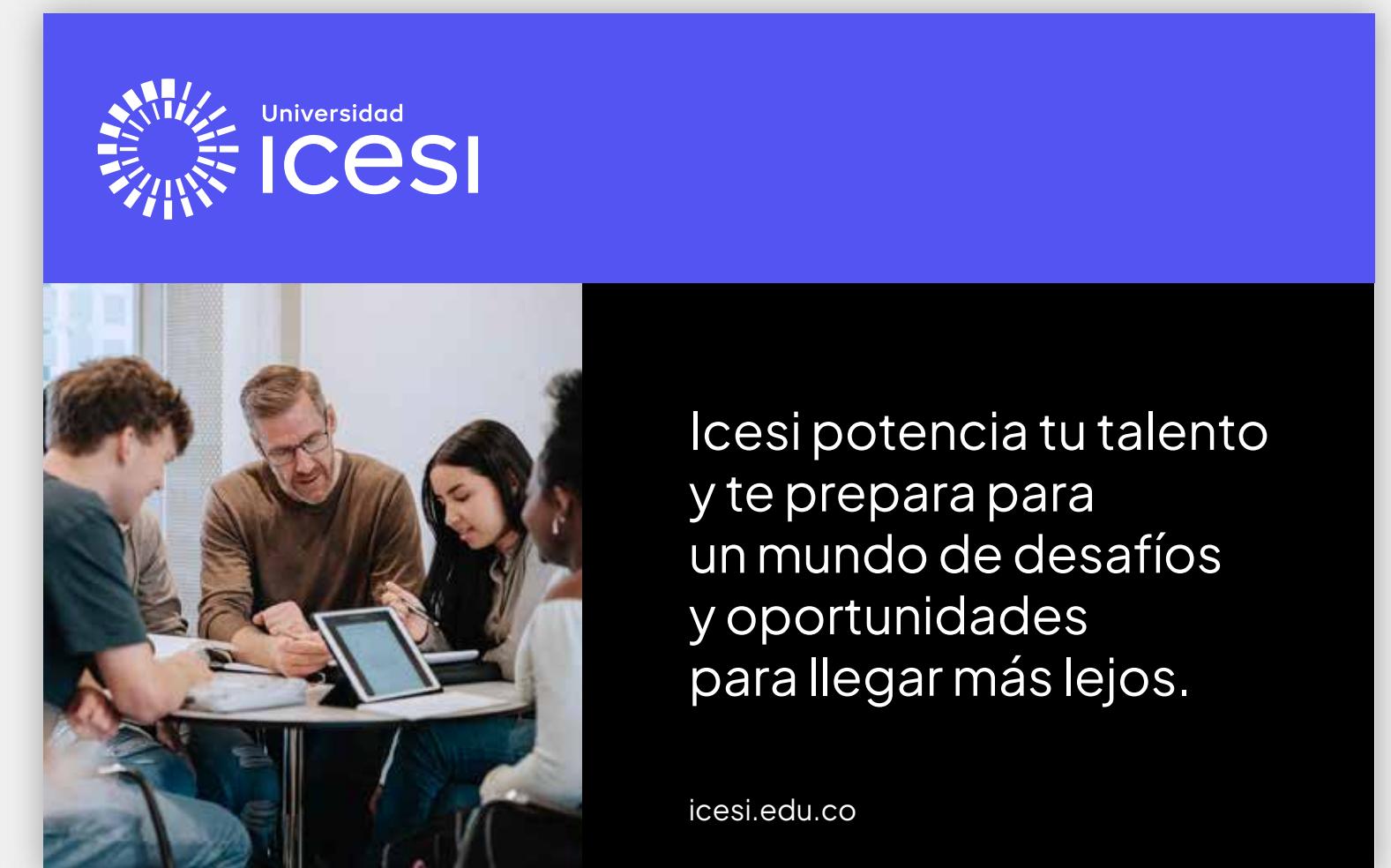


Universidad  
**ICESI**

**Beca**  
Watson Marlow

Para mujeres afrocolombianas del Valle y del Pacífico.  
Postúlate

icesi.edu.co



Universidad  
**ICESI**

Icesi potencia tu talento y te prepara para un mundo de desafíos y oportunidades para llegar más lejos.

icesi.edu.co

## Avisos



The advertisement features a blue header with the ICESI logo and text, a central image of a student in a hoodie and headphones, and a green sidebar with program information.

**Universidad  
ICESI**

**Programa de  
Economía Aplicada**

[icesi.edu.co](http://icesi.edu.co)

Publicidad exterior



Llega más lejos

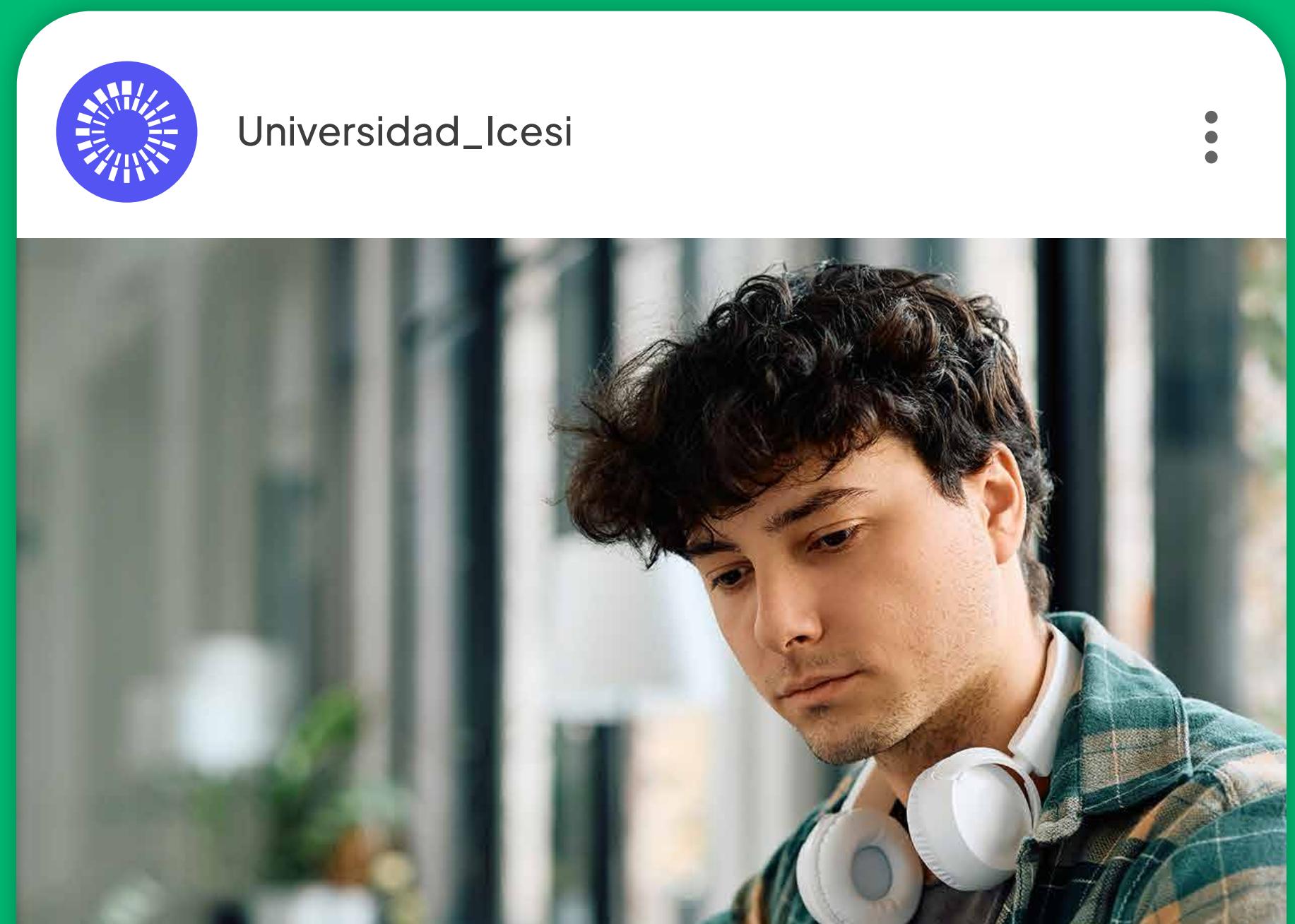
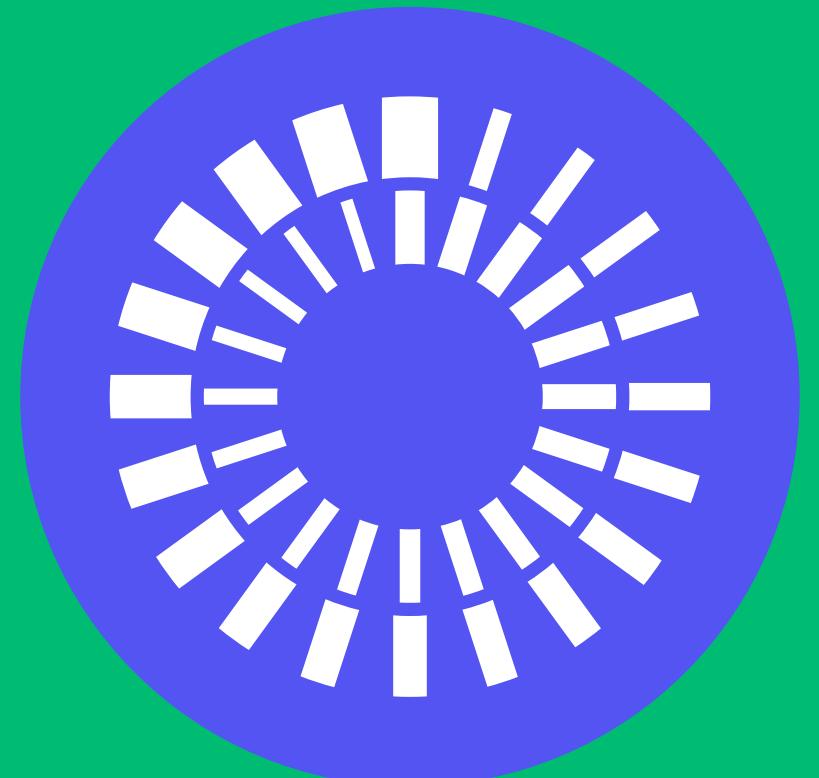
[icesi.edu.co](http://icesi.edu.co)

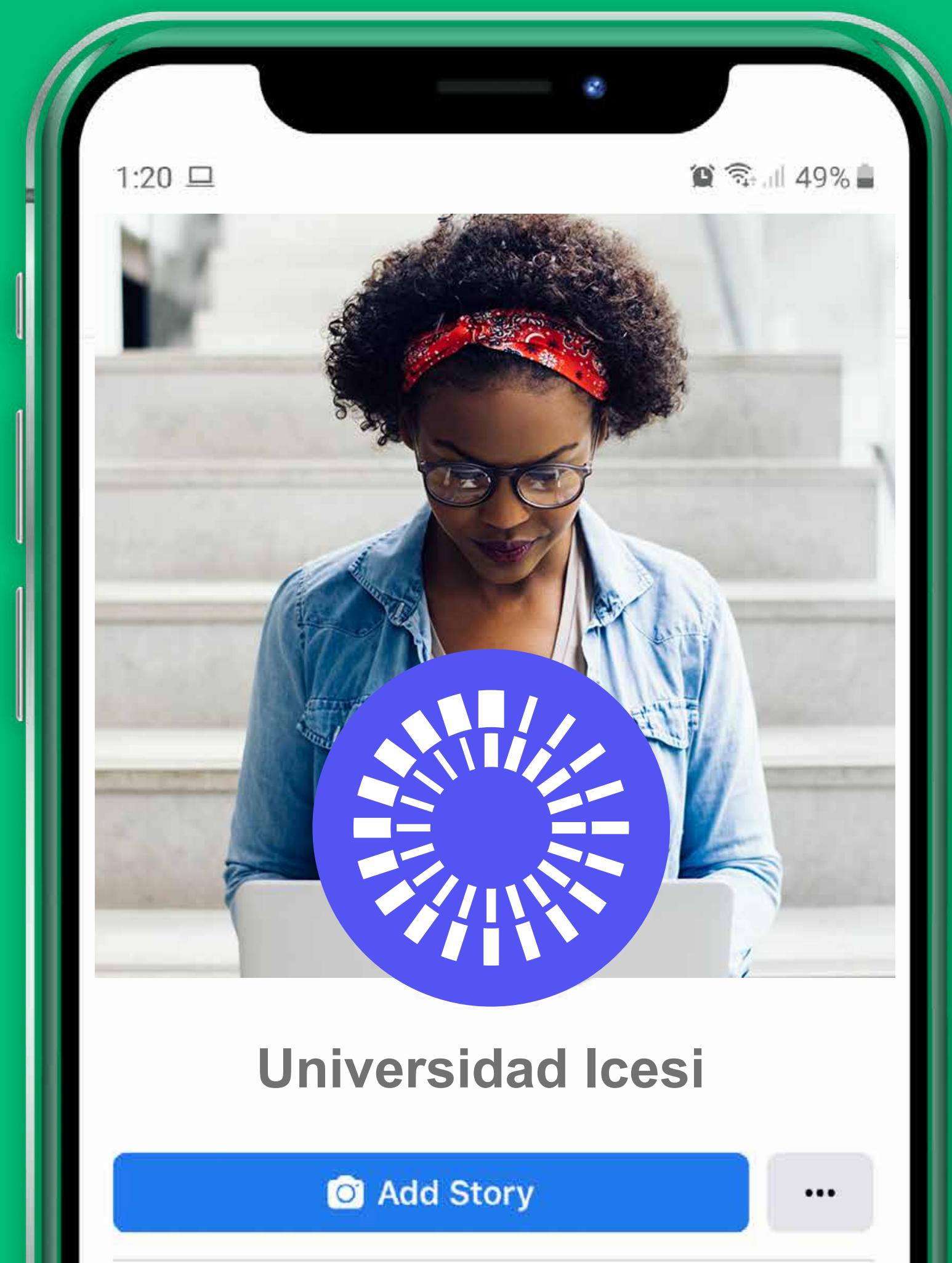
# Diplomas



Llega más lejos

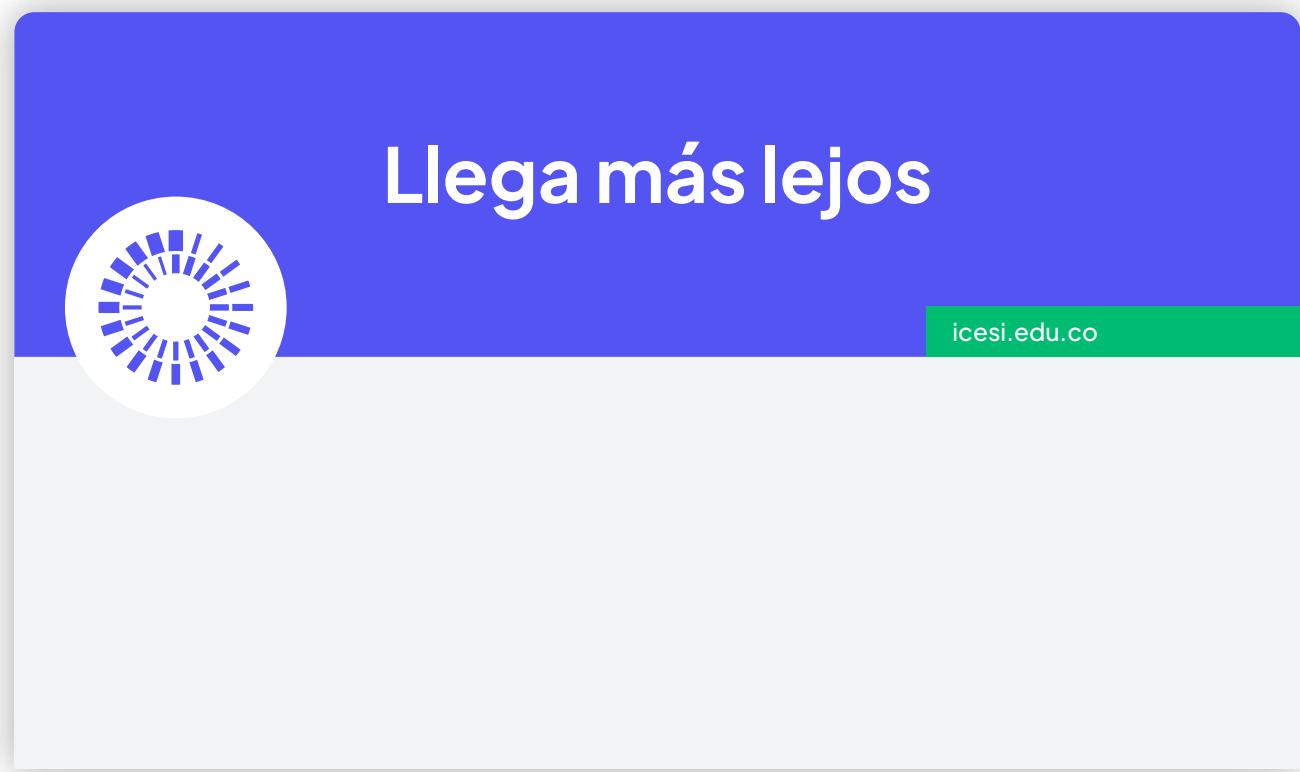
Aplicaciones digitales



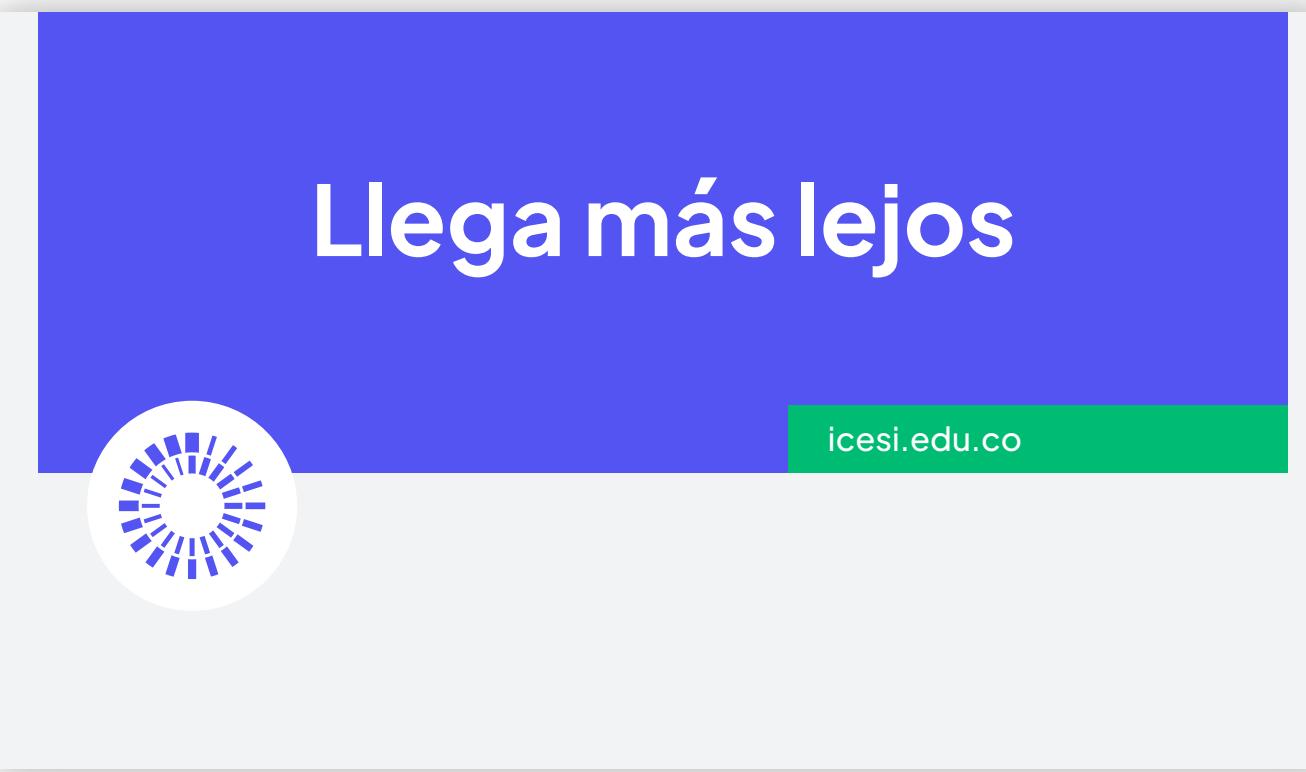


## Portada de redes sociales

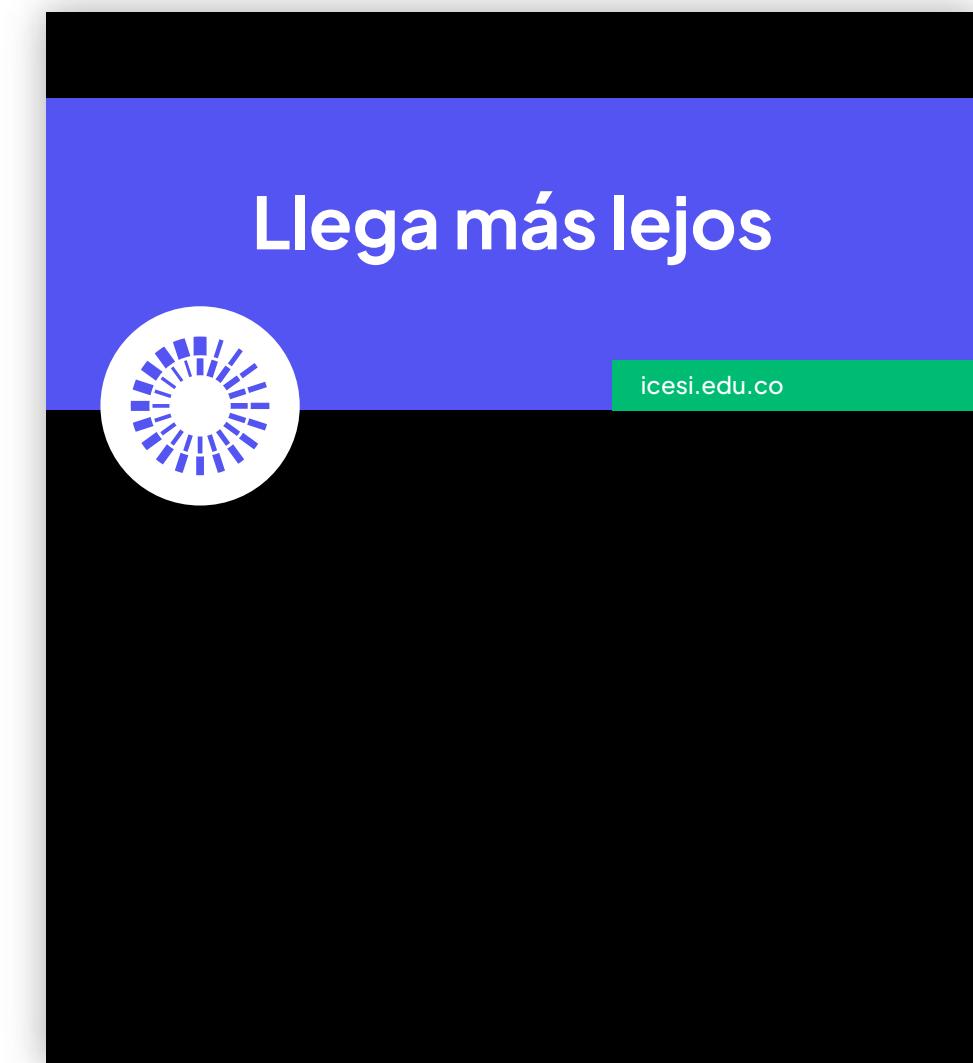
Linkedin



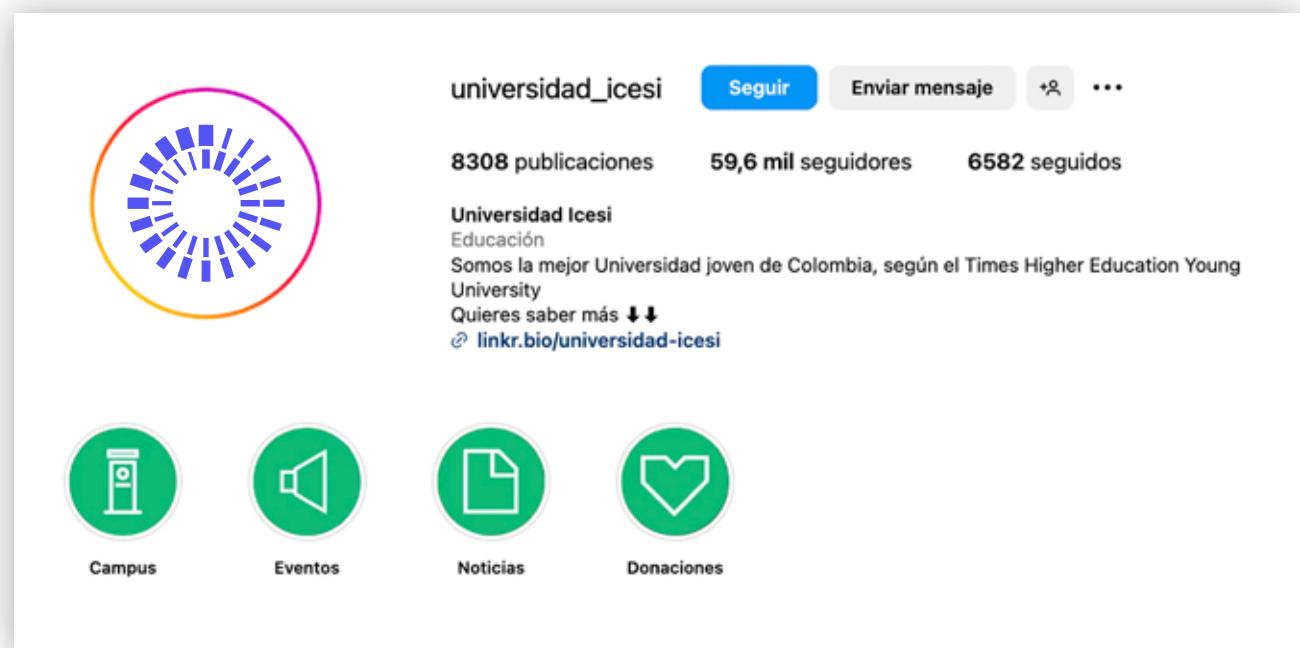
Facebook



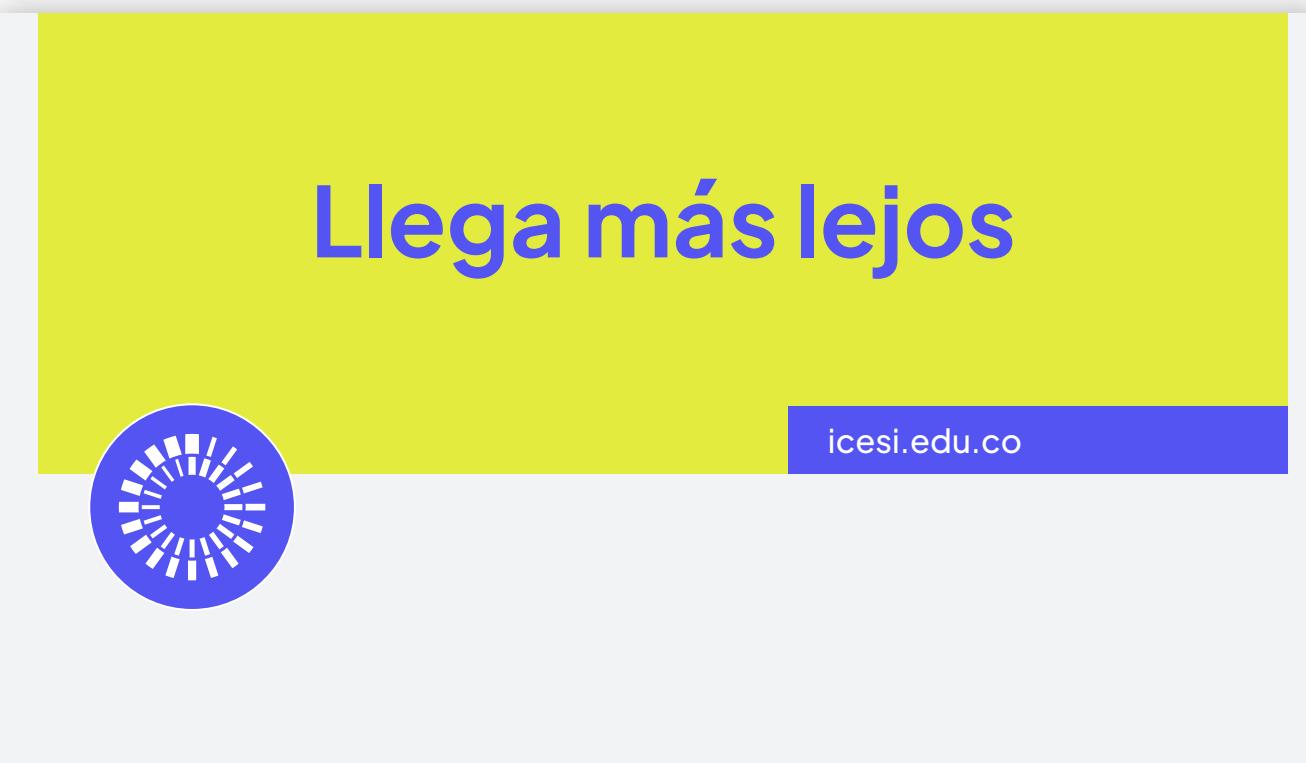
X (twitter)



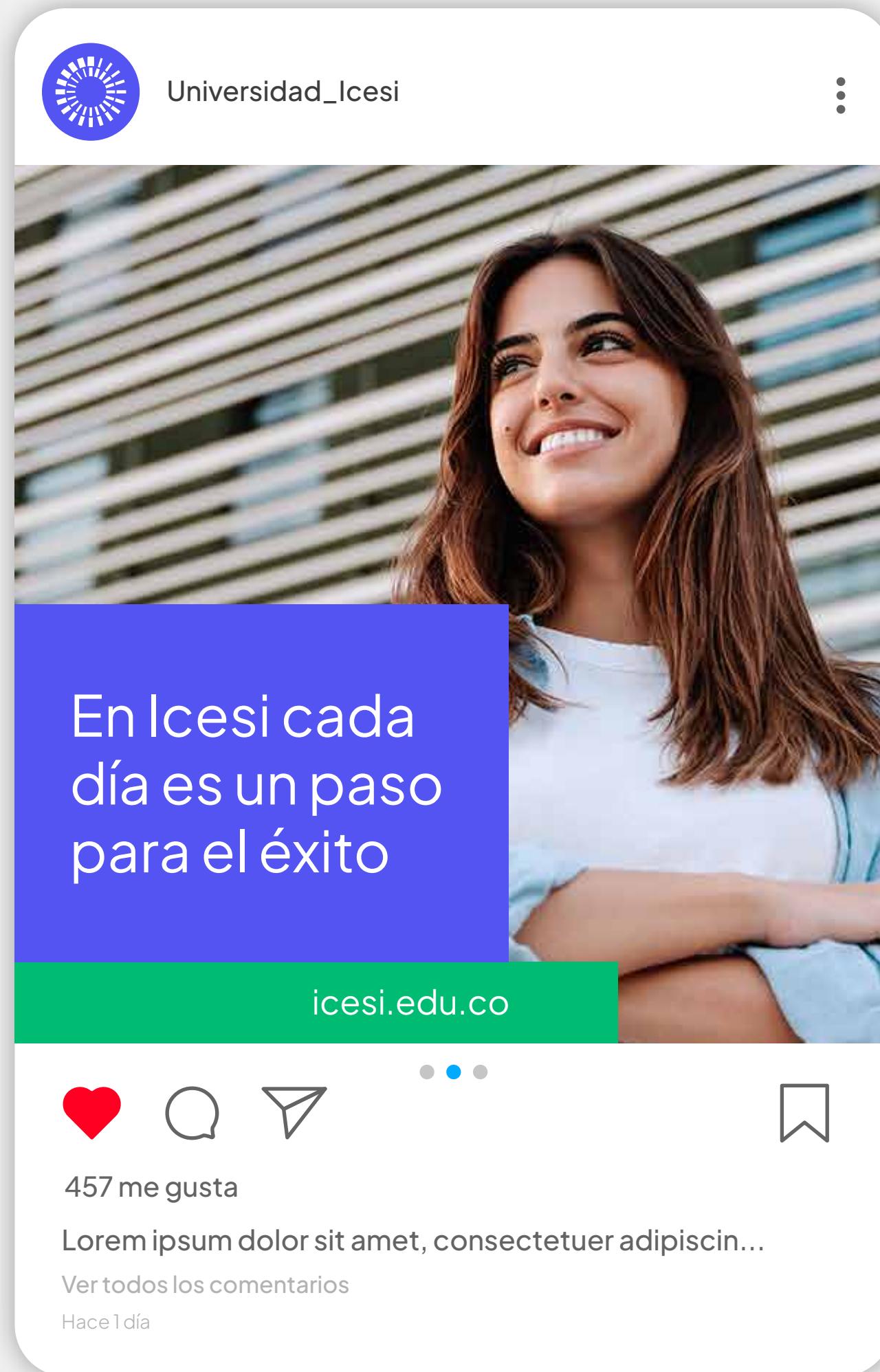
Instagram



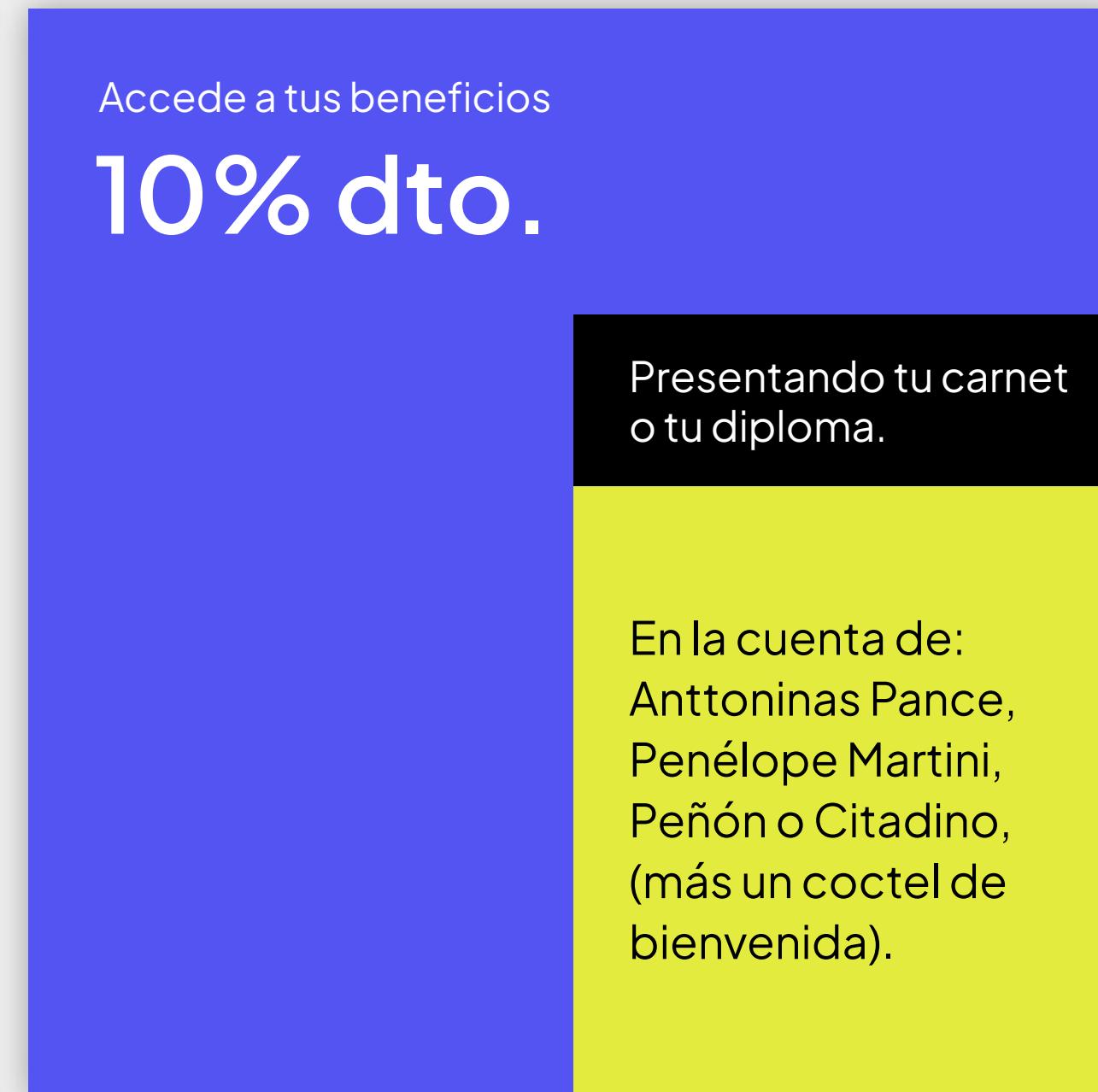
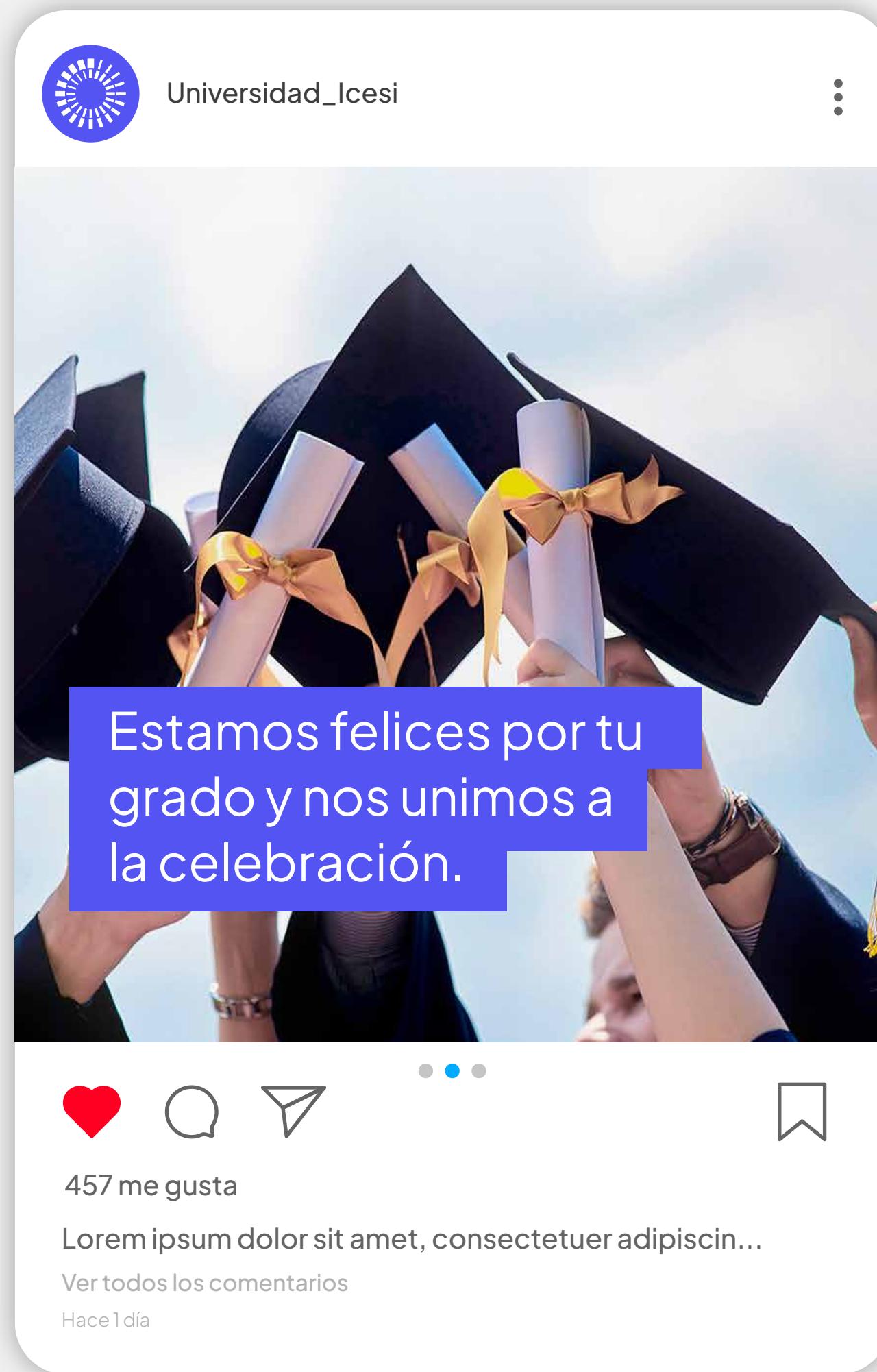
Facebook Somos Icesi



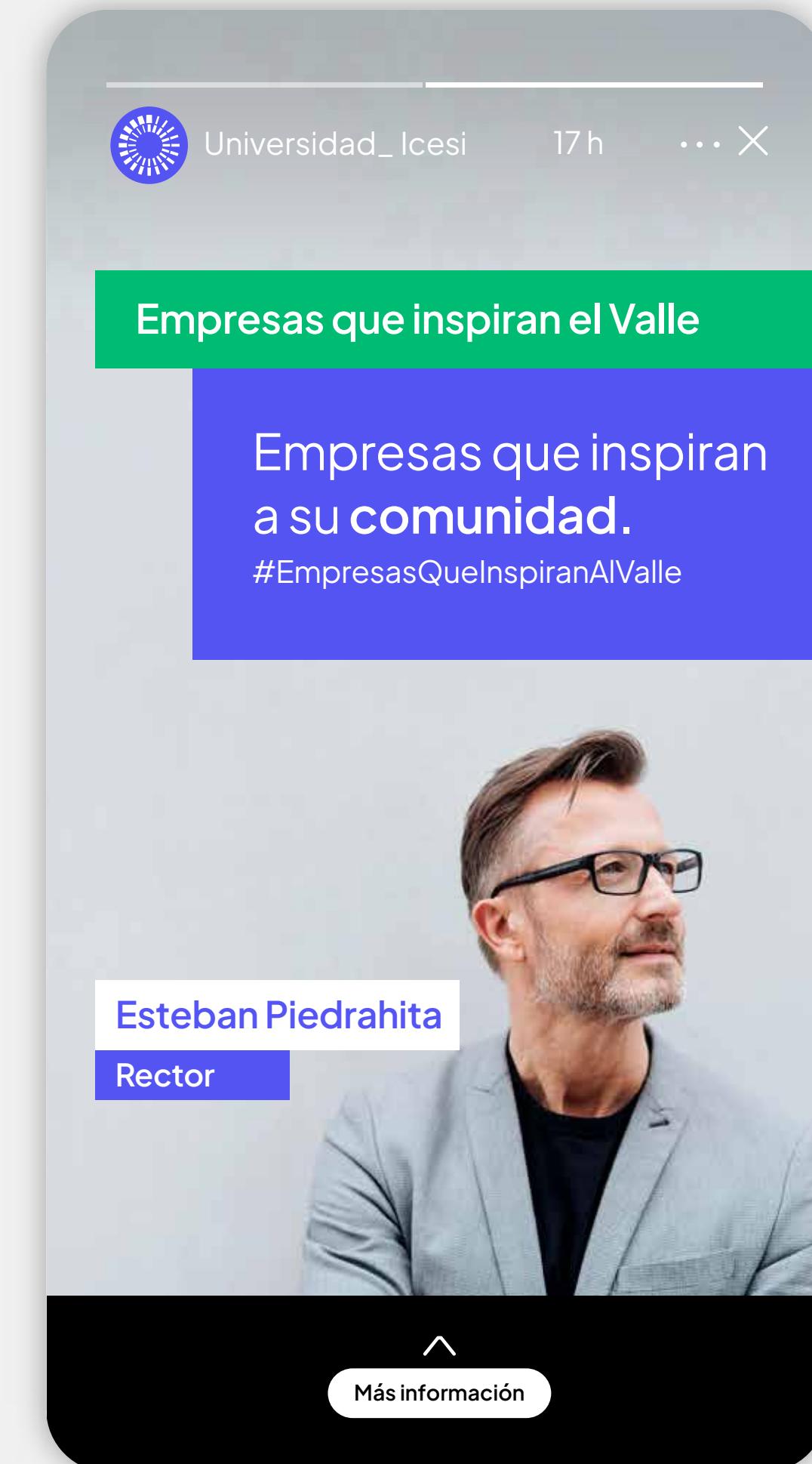
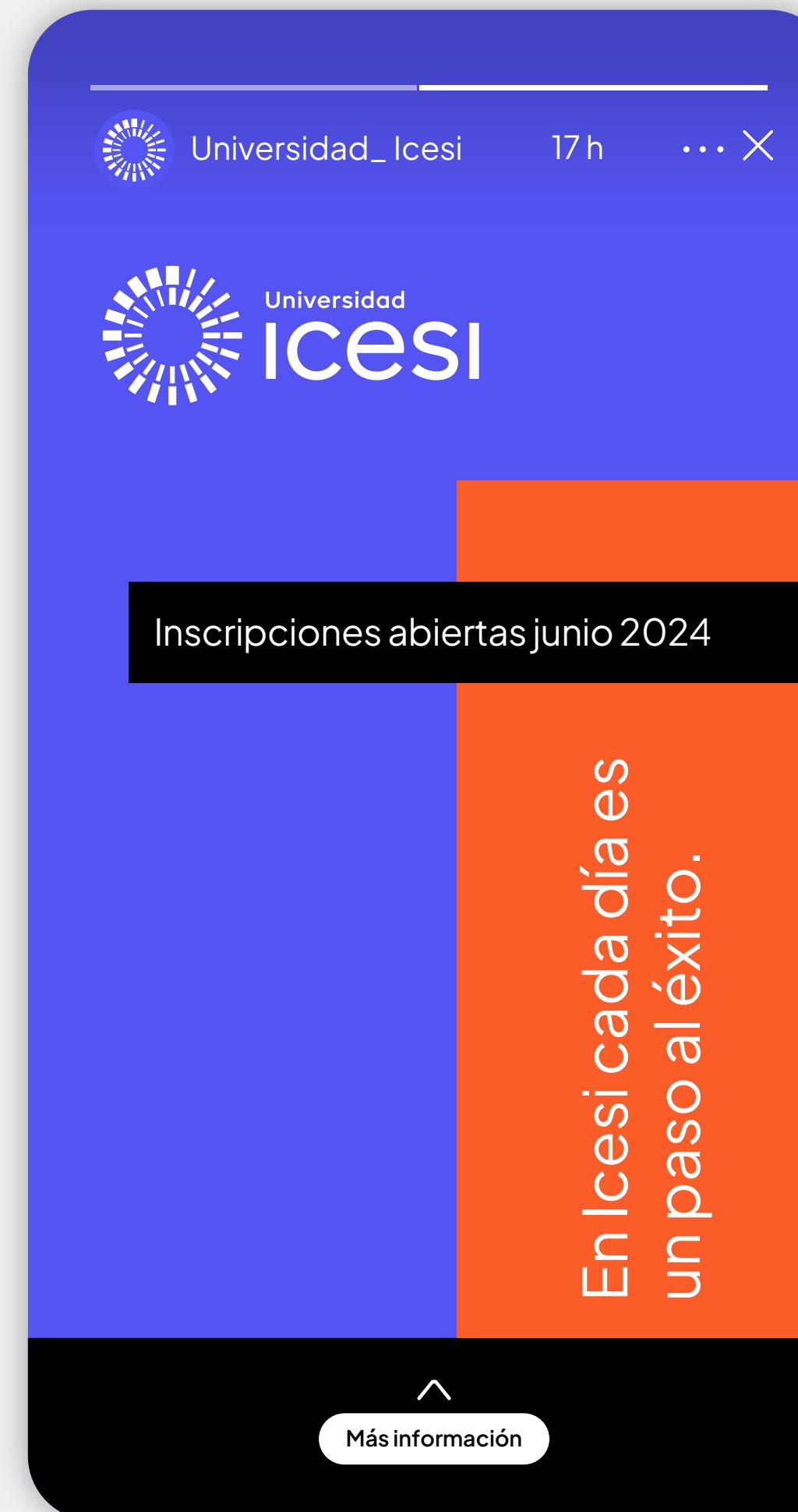
## Redes sociales

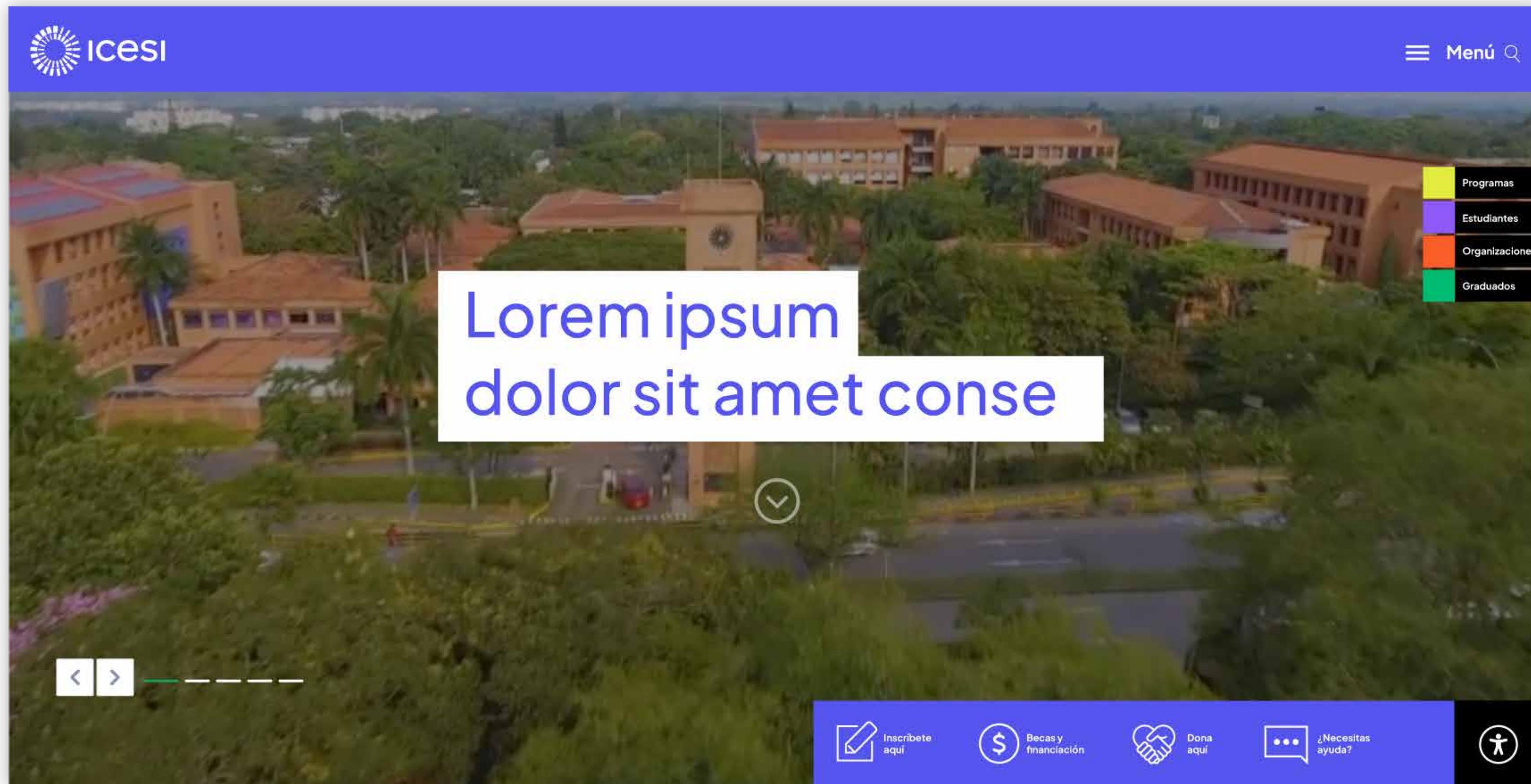


## Redes sociales | Carrusel



## Redes sociales | Historias





El sitio web debe ser intuitivo y fácil de navegar. La estructura y gestión de la información deben apoyarse en los recursos visuales de la marca para generar una comunicación clara.

## Página web | Internas

The image shows the homepage of the ICESI website. At the top left is the ICESI logo. To the right is a navigation bar with a menu icon and the text "Menú". Below the header is a large banner image of two students, a boy and a girl, smiling and looking at a laptop. Overlaid on the banner is a yellow box containing the word "Estudiantes". To the left of the banner is a black sidebar with the word "Estudiantes". Above the banner, there are three circular arrows with the text "Lorem ipsum" repeated three times. To the right of the banner is a vertical sidebar with a color-coded menu: yellow for "Programas", purple for "Estudiantes" (which is highlighted), orange for "Organizaciones", and green for "Graduados". At the bottom of the page are several footer links: "Inscríbete aquí", "Becas y financiación", "Dona aquí", "¿Necesitas ayuda?", and a person icon.

ICESI

Menú

# Lega más lejos

>Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor

## Ranking nacionales y mundiales

Nuestra excelencia es validada a nivel nacional y mundial. Siempre buscamos ser la mejor opción para tu futuro.

Nº1  
En Suroccidente

Nº1  
En Colombia

Nº1  
En Latinoamérica

✓ No. 4 en Colombia Según análisis del RANKING SABER PRO 2022 global por institución (incluyendo todas sus sedes).

✓ Times Higher Education (THE), ranking THE World University Rankings 2023 La Universidad Icesi quedó entre las mejores del mundo, según la firma.

Inscríbete  
aquí

Becas y  
financiación

Dona  
aquí

¿Necesitas  
ayuda?

ICESI

Menú

### Cannabis – EC

Una mirada integral desde el terreno hasta el mercado.

\$3.350.000  
Valor del semestre

85 horas

[Conoce más](#)

Becas y financiación

### Coaching Personal y Organizacional – EC

Conciencia y aprendizaje en el liderazgo

\$3.755.000  
Valor del semestre

90 horas /4 semanas

[Conoce más](#)

Becas y financiación

### Domina Power BI: De Cero a Experto en Power BI – EC

Domina todo el potencial de Power BI y conviértete en el referente de tu organización para la toma de decisión.

\$3.360.000  
Valor del semestre

2 meses

[Conoce más](#)

Becas y financiación

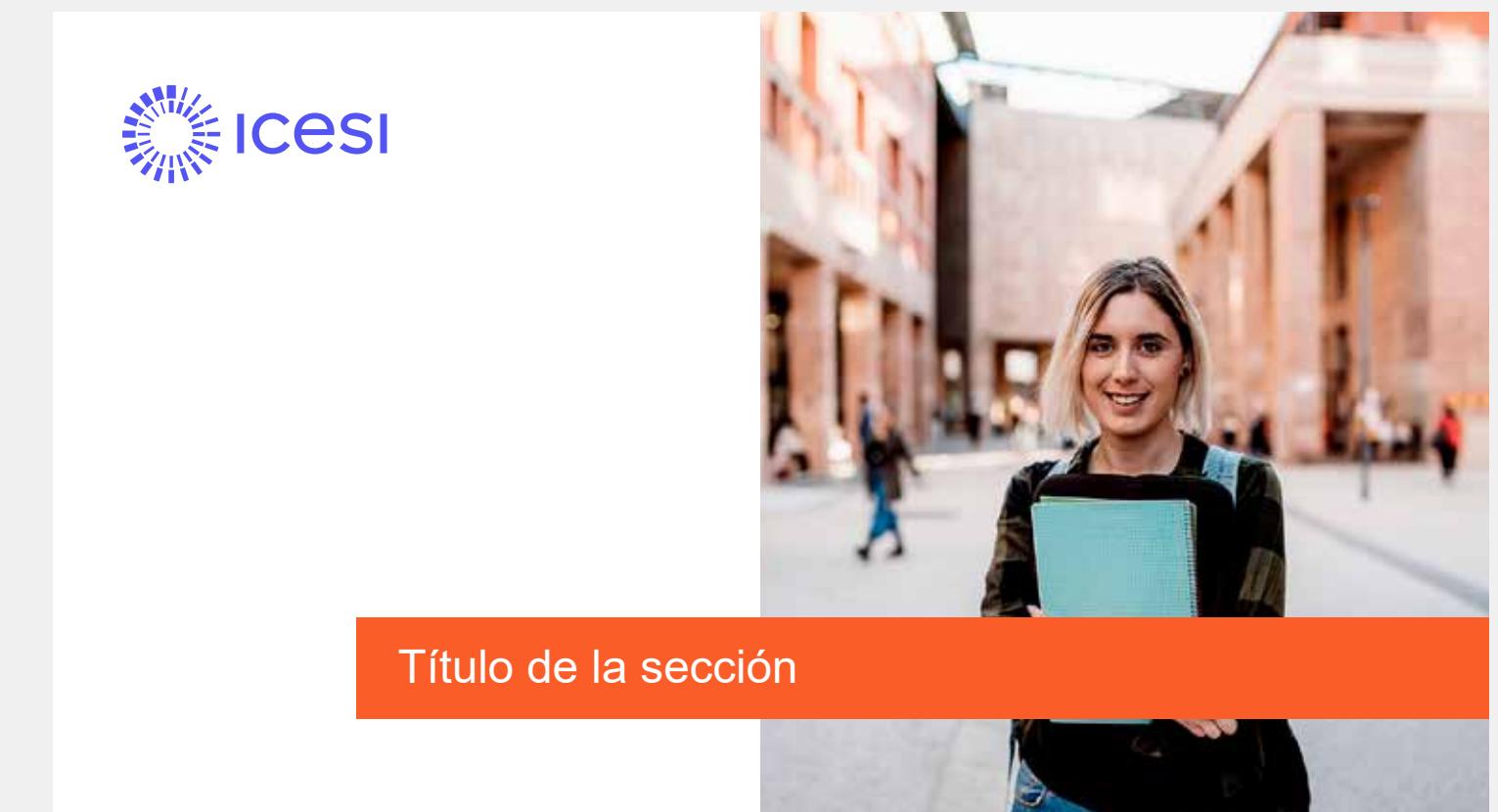
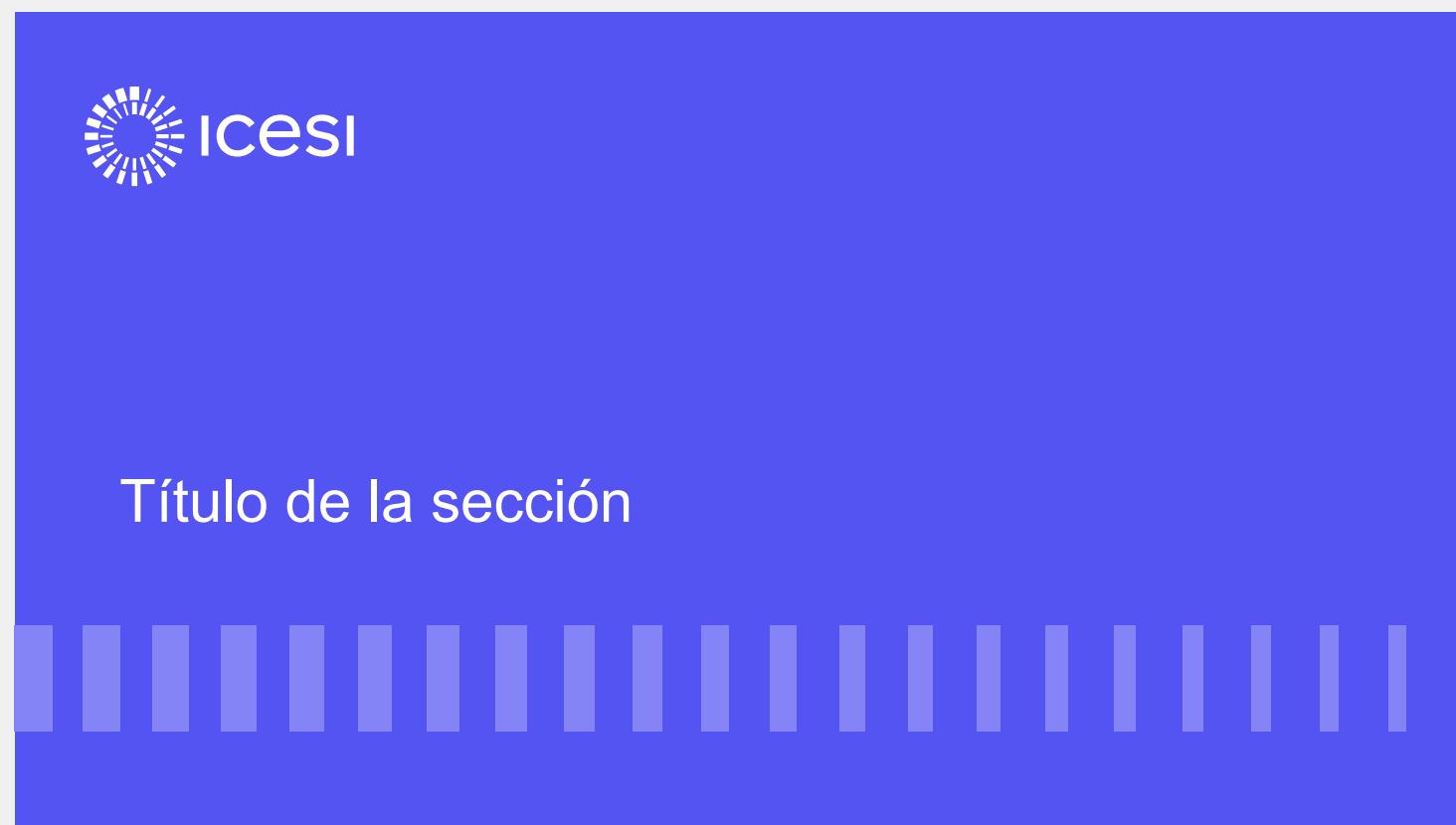
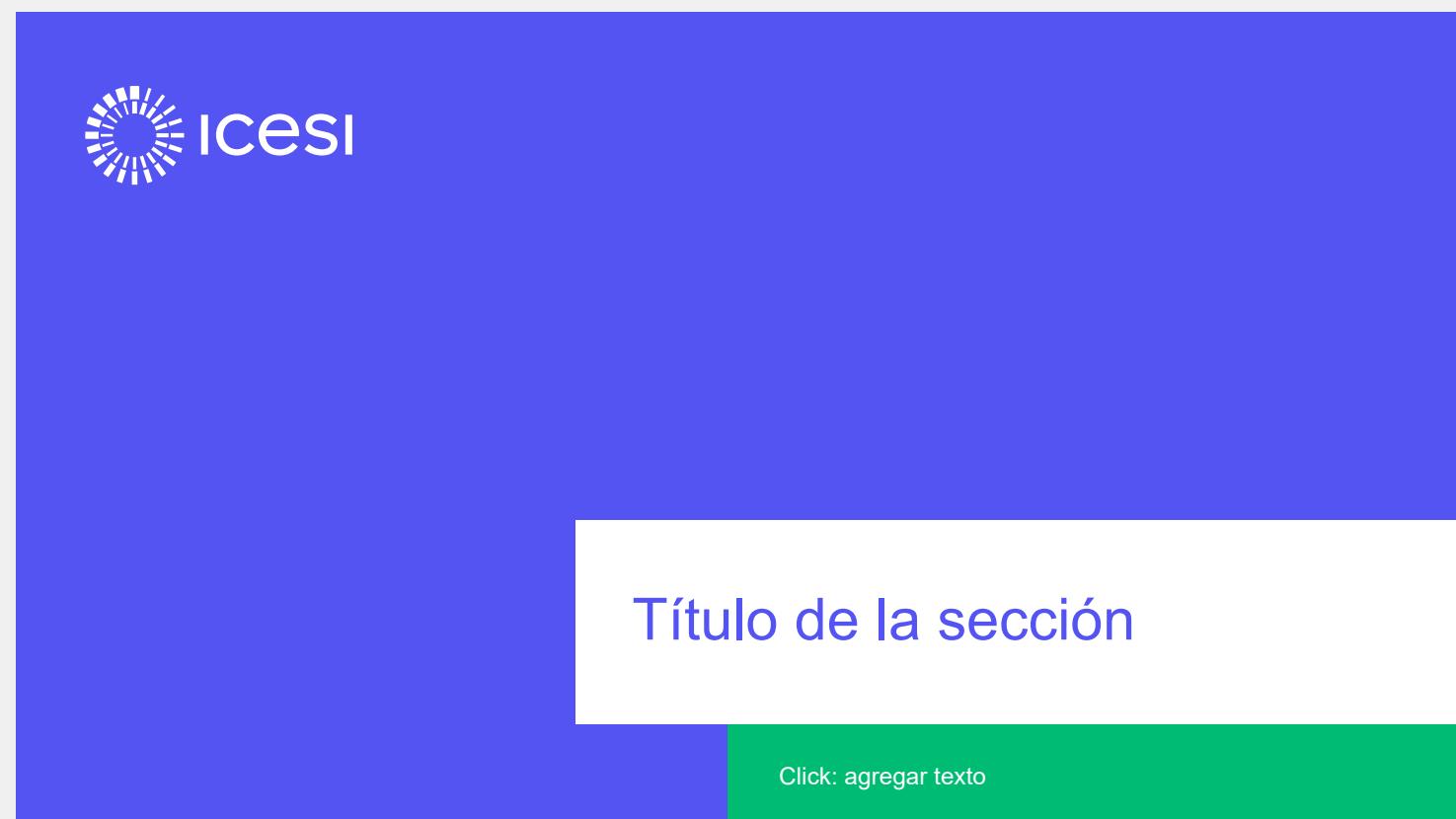
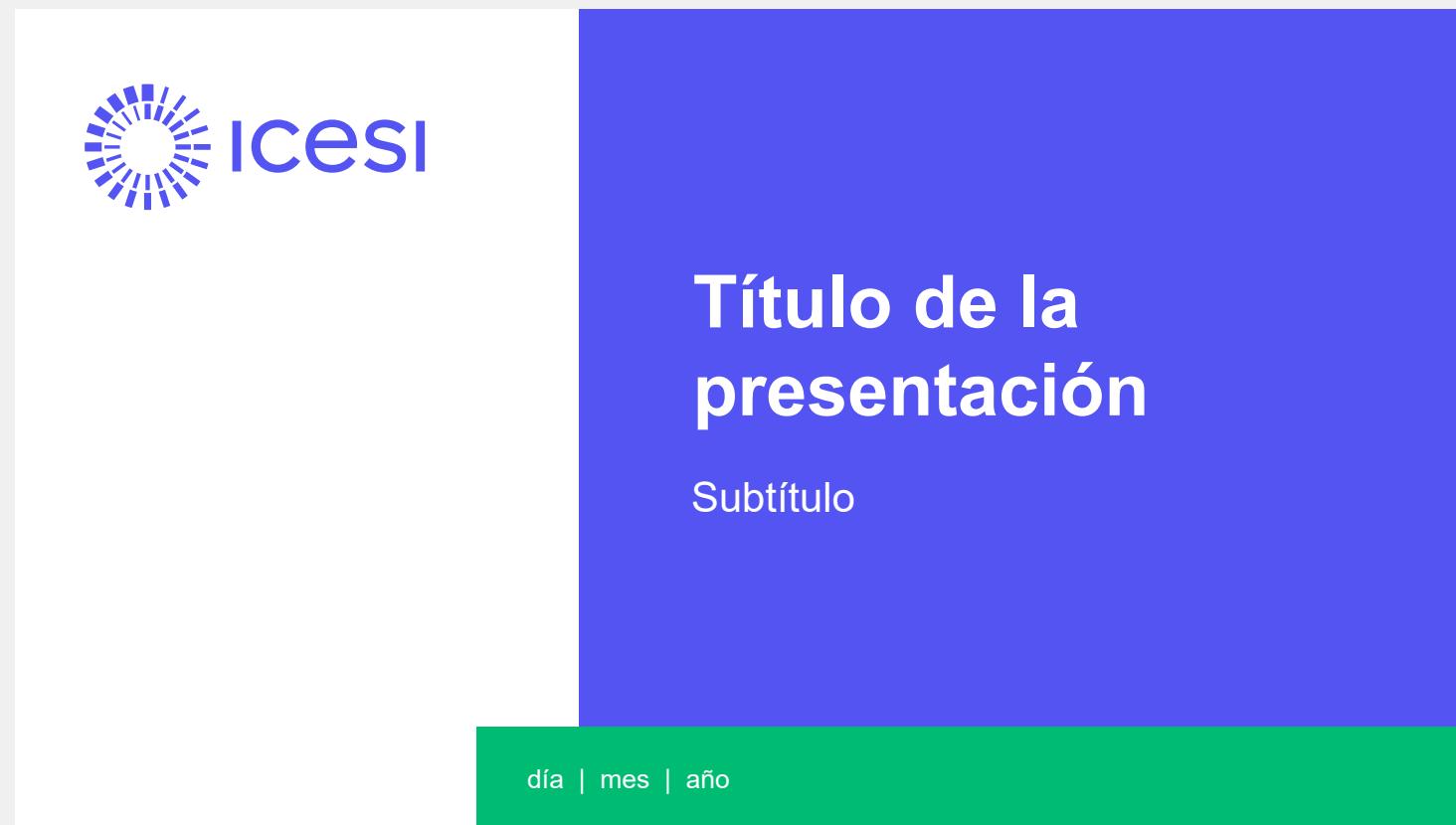
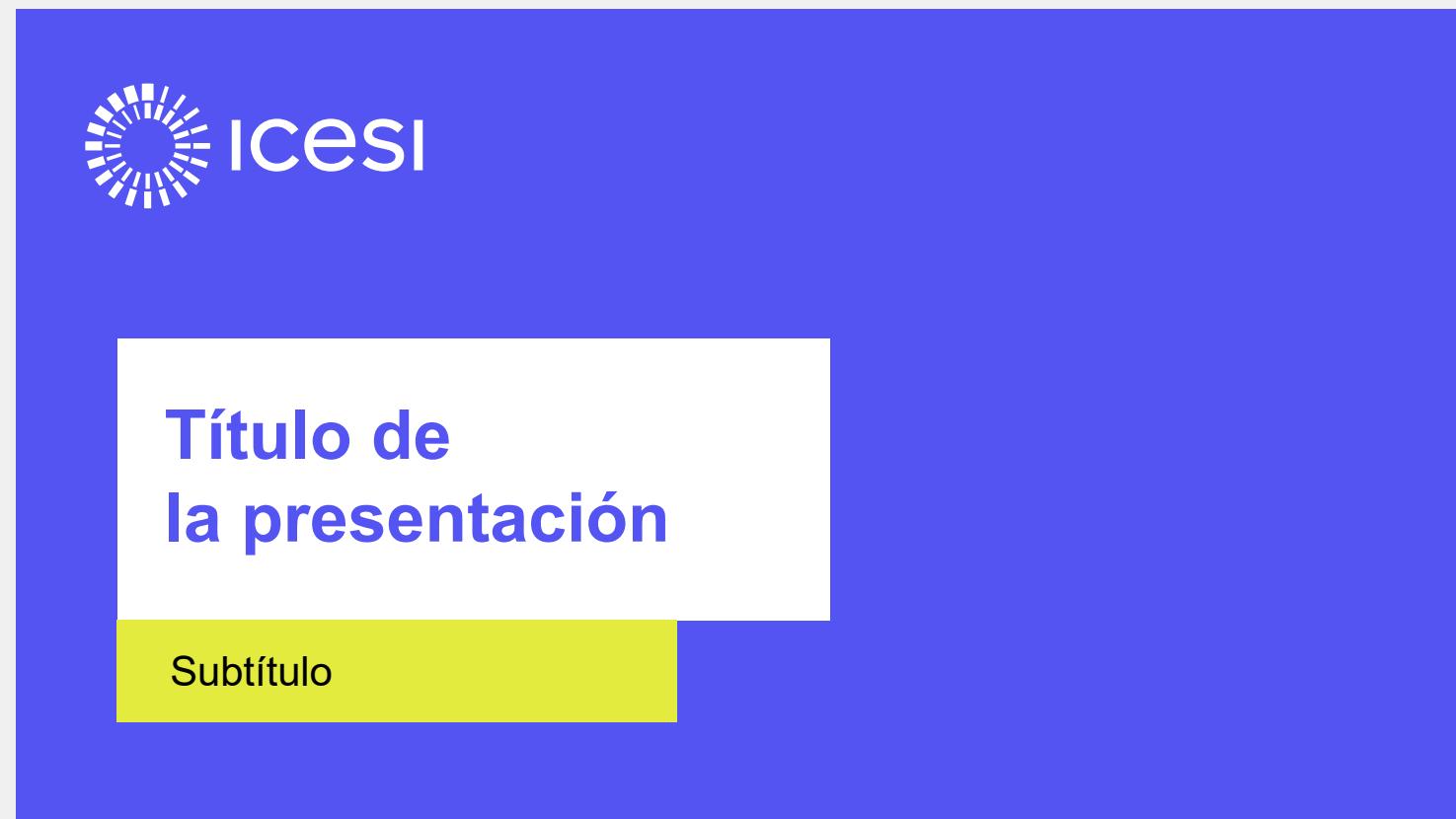
Inscríbete  
aquí

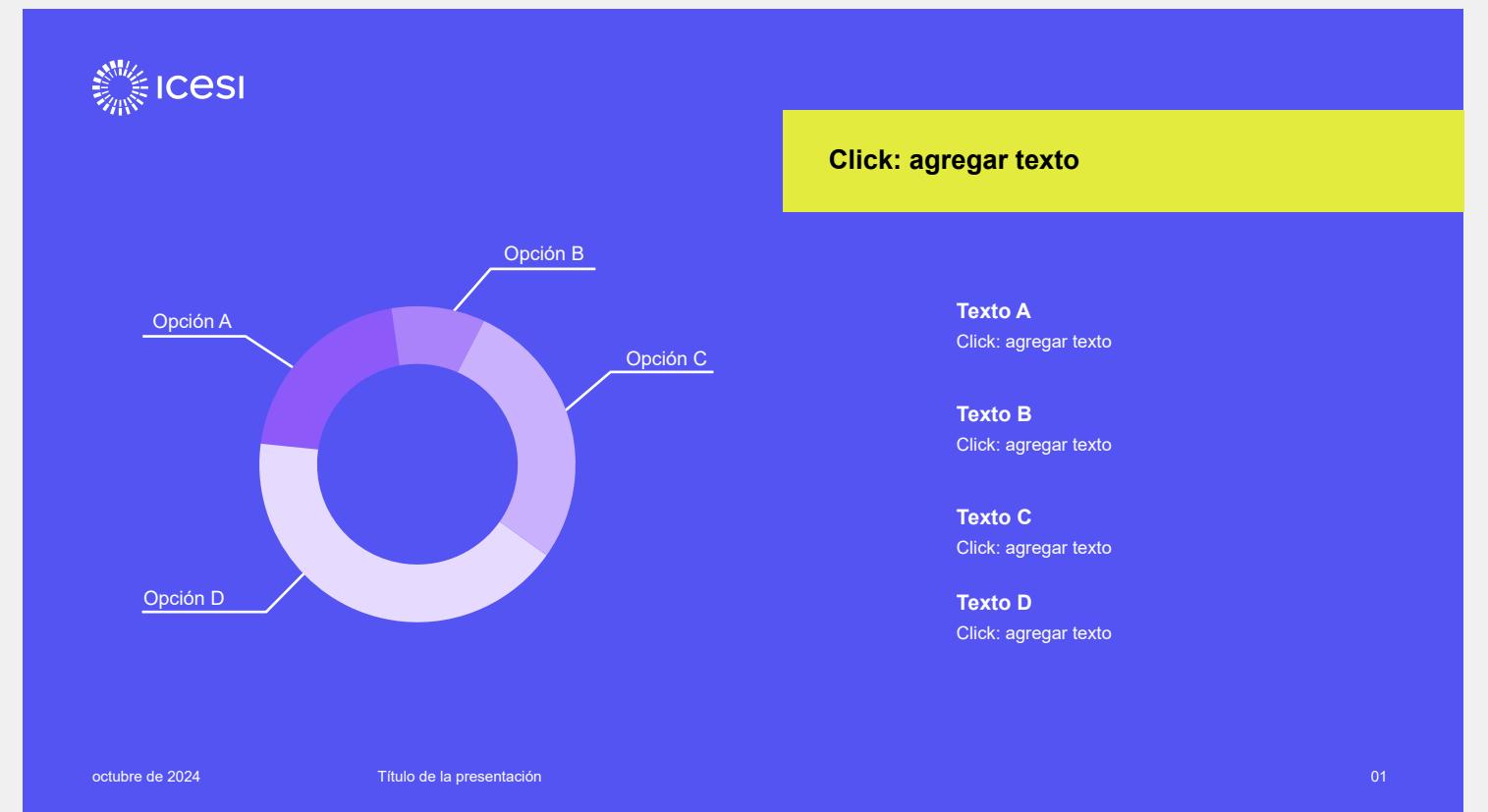
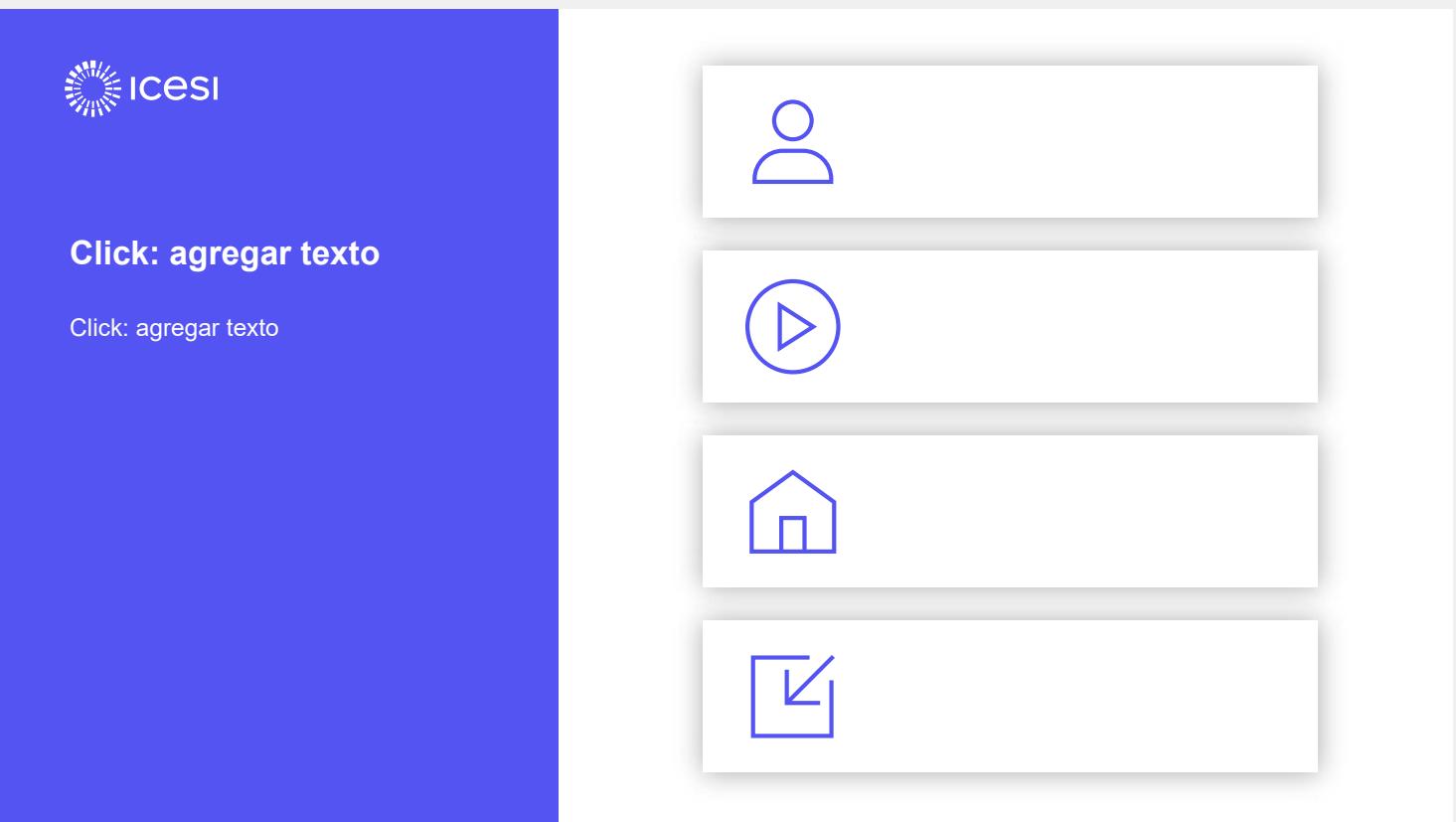
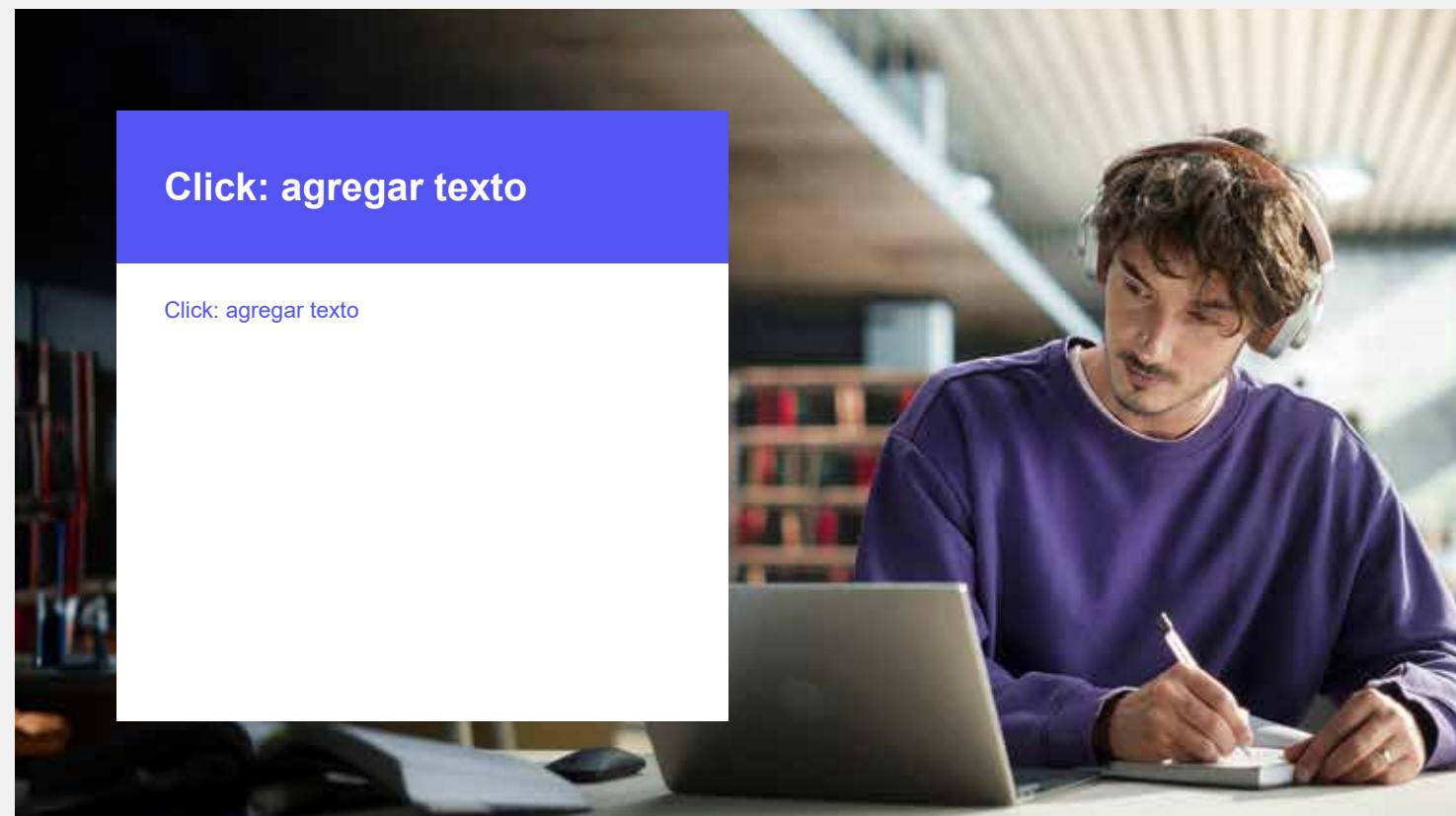
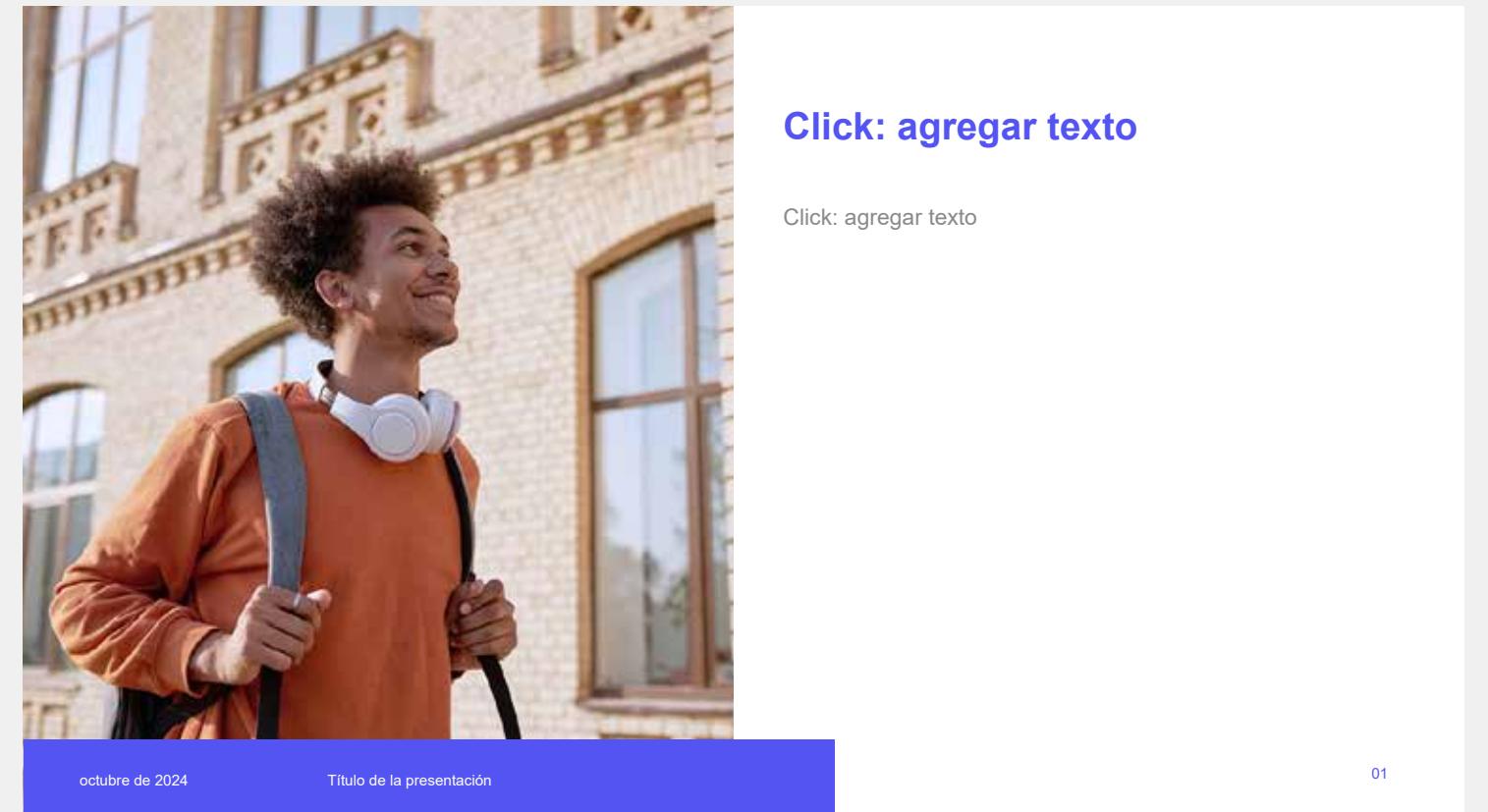
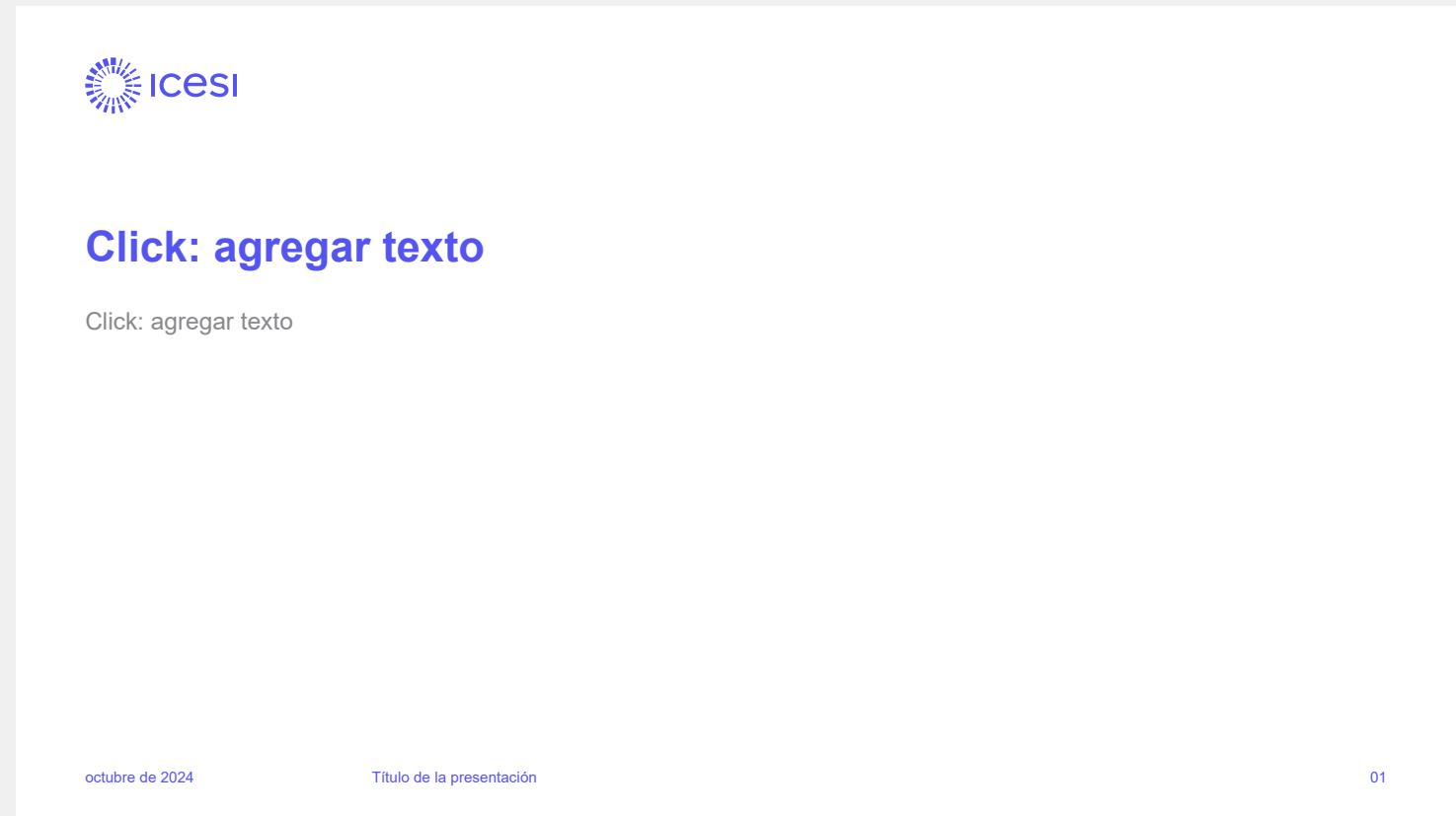
Becas y  
financiación

Dona  
aquí

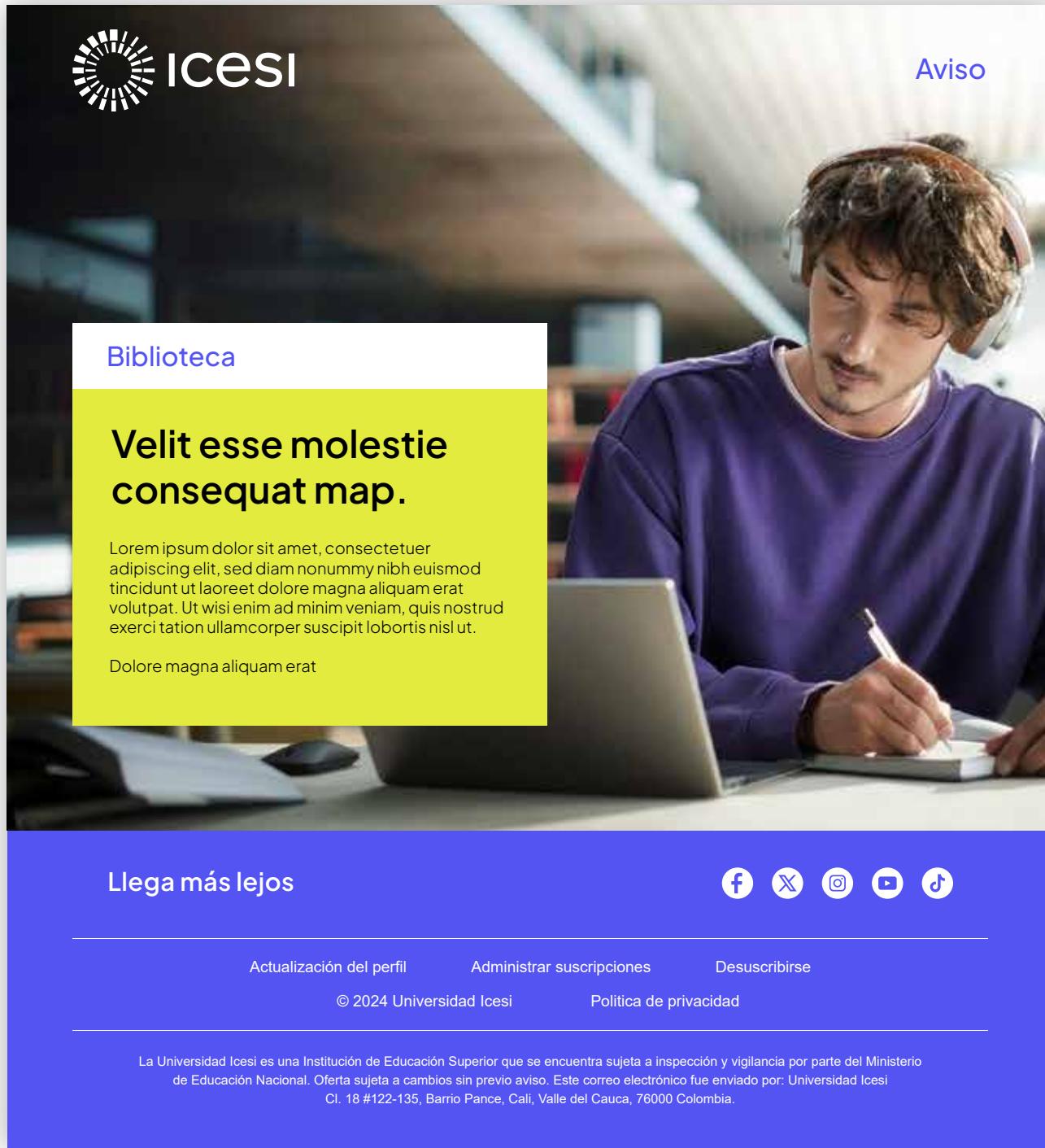
¿Necesitas  
ayuda?

## PPT | Portadas - Separadores





## Mailing



**ICESI**

Comunicado institucional

Aviso

Estimada comunidad universitaria,

Nos encontramos en una **etapa de estabilización del nuevo portal web** de la universidad y somos conscientes que algunos Centros aún no cuentan con una presencia activa en este espacio. Queremos asegurarles que estamos trabajando en la planificación para la inclusión de los mismos.

El trabajo de implementación de los Centros está proyectado para el **primer trimestre de 2025**. Durante este tiempo, los estaremos convocando e informando de los avances y pasos a seguir.

Agradecemos su paciencia y colaboración mientras trabajamos para consolidar este importante paso en la modernización de nuestra plataforma digital.

Quedamos atentos a cualquier duda o inquietud.

Cordialmente,  
Oficina de Comunicaciones

Llega más lejos

Actualización del perfil    Administrar suscripciones    Desuscribirse

© 2024 Universidad Icesi    Política de privacidad

La Universidad Icesi es una Institución de Educación Superior que se encuentra sujeta a inspección y vigilancia por parte del Ministerio de Educación Nacional. Oferta sujeta a cambios sin previo aviso. Este correo electrónico fue enviado por: Universidad Icesi Cl. 18 #122-135, Barrio Pance, Cali, Valle del Cauca, 76000 Colombia.

Comunicado institucional

Consejo Estudiantil

# Landit praesent luptatum delei

Sed diam nonummy nibh euismod:

Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation corpor suscipit alef ea. Commodo consequa autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et acum et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dolore dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,

Elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud.

Haz click

Llega más lejos

Actualización del perfil    Administrar suscripciones    Desuscribirse

© 2024 Universidad Icesi    Política de privacidad

La Universidad Icesi es una Institución de Educación Superior que se encuentra sujeta a inspección y vigilancia por parte del Ministerio de Educación Nacional. Oferta sujeta a cambios sin previo aviso. Este correo electrónico fue enviado por: Universidad Icesi Cl. 18 #122-135, Barrio Pance, Cali, Valle del Cauca, 76000 Colombia.

El mailing es una herramienta clave para la comunicación directa con la audiencia. Se pueden utilizar diferentes plantillas según el tipo y la cantidad de información, pero siempre deben seguir los lineamientos establecidos en este manual."

# Mailing

# Magna aliquam erat volutpat

Ingeniería, Diseño y Ciencias Aplicadas

Sed diam nonummy nibh euismod: Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation corpor suscipit alef ea. Commodo consequat autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et acum et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dolore dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercit tation corpor suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea. Commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat

**Corper suscipit lobortis nisl ut aliquip exea commodo:**

1. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate.
2. Velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.
3. At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim.
4. Qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duius dolore.
5. Dorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing.

Elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercit tation corpor suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea.

[Haz click](#)

**Llega más lejos**

Actualización del perfil    Administrar suscripciones    Desuscribirse

© 2024 Universidad Icesi    Política de privacidad

La Universidad Icesi es una Institución de Educación Superior que se encuentra sujeta a inspección y vigilancia por parte del Ministerio de Educación Nacional. Oferta sujeta a cambios sin previo aviso. Este correo electrónico fue enviado por: Universidad Icesi Cl. 18 #122-135, Barrio Pance, Cali, Valle del Cauca, 76000 Colombia.

# Suscipit lobortis nisl ut alicuam

Ciclo de conferencias | Ciencias Humanas | Psicología



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

**Calendario | Diciembre**

4   Diciembre	Vel eum iriure dolor in hendre.
7   Diciembre	Vel eum iriure dolor in hendre.
12   Diciembre	Vel eum iriure dolor in hendre.
21   Diciembre	Vel eum iriure dolor in hendre.
22   Diciembre	Vel eum iriure dolor in hendre.
26   Diciembre	Vel eum iriure dolor in hendre.
29   Diciembre	Vel eum iriure dolor in hendre.

Sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercit tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea.

[Haz click](#)

# Gigantes perdidos: El legado del río

Exposición | Muestra interactiva, arqueológica y paleontológica



En la biblioteca departamental

Estimada comunidad Icesi,

Nos complace invitarte a ser parte de una experiencia inolvidable: la exposición "Gigantes perdidos: El legado del río", una muestra interactiva e inmersiva que explora la megaflora del Valle del Cauca y los primeros pobladores de nuestra región. Organizada por la Universidad Icesi en colaboración con la Biblioteca Departamental del Valle del Cauca, el Centro Interdisciplinario para la transformación digital & la IA-Citrad y otras instituciones, esta exposición te llevará en un fascinante viaje al pasado.

**¿Qué encontrarás en la exposición?**

Sumérgete en el mundo del Valle del Cauca prehistórico y descubre cómo gigantes como los mastodontes habitaban nuestras tierras. A través de reconstrucciones en impresión 3D, réplicas de herramientas antiguas y estaciones interactivas, aprenderás sobre los cambios climáticos que moldearon nuestro entorno y la coexistencia entre humanos y megaflora.

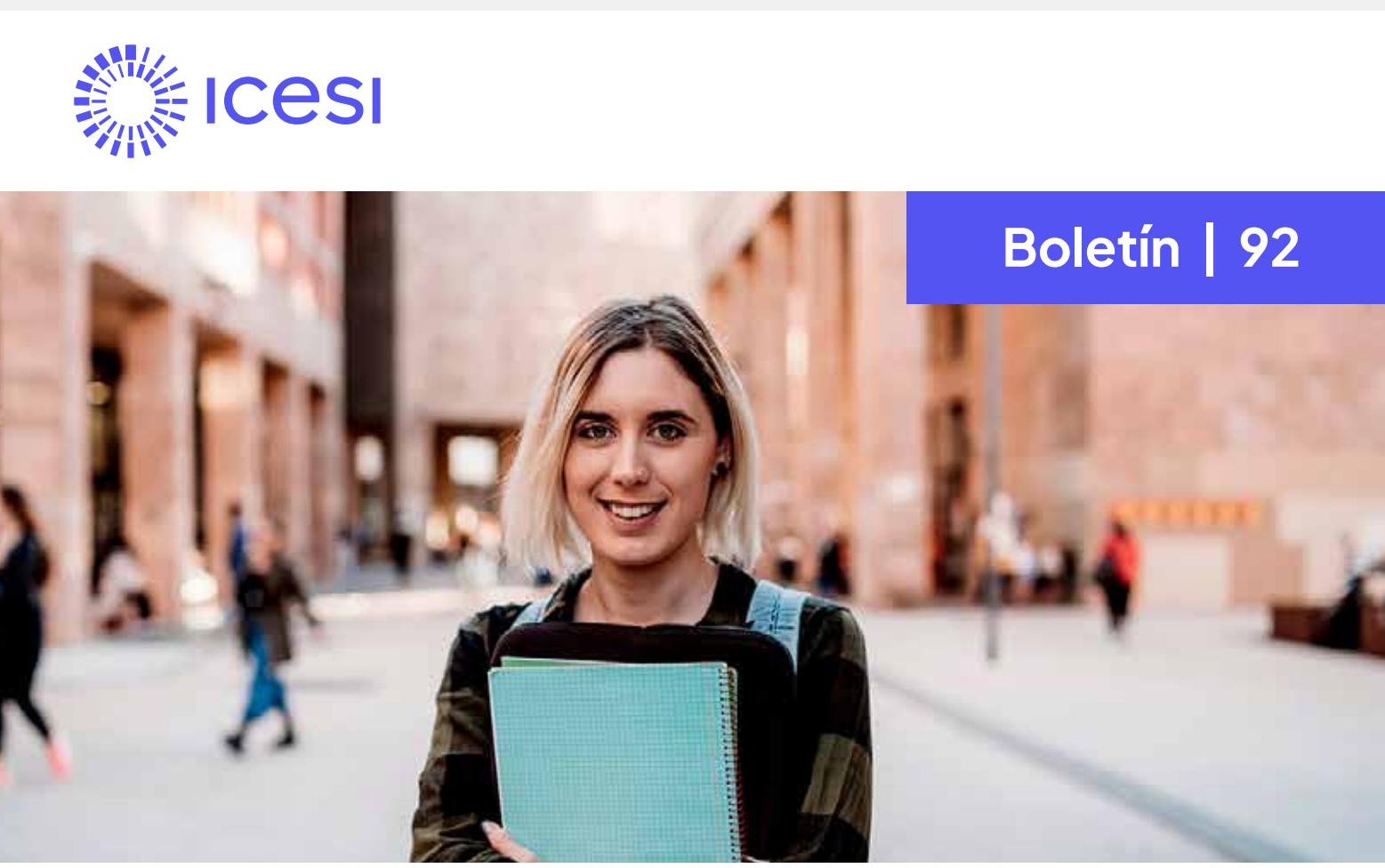
**¡Una aventura educativa para toda la familia!**

**¿Por qué no puedes perderte este evento?**

- **Accede a descubrimientos fósiles únicos:** Conoce los hallazgos paleontológicos más importantes de la región.
- **Conecta el pasado con el presente:** Aprende sobre la extinción de especies y la adaptación humana a través de una experiencia tecnológica inmersiva.
- **Fomenta tu conocimiento:** sobre el patrimonio arqueológico y paleontológico del Valle del Cauca.

**Detalles del evento:**

# Boletín digital



**ICESI**

**Boletín | 92**

## Boletín Icesi Nos Une

Consectetuer 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 molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat



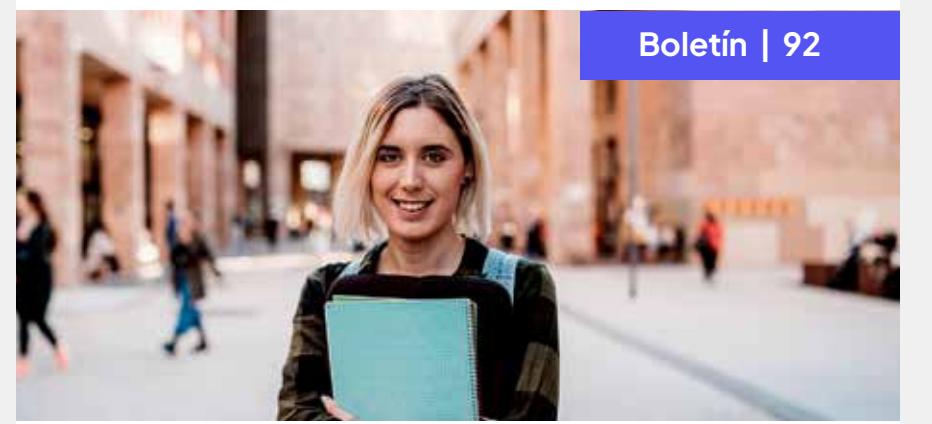
**Campus**



**Reconocimientos**

Consectetuer 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.

Consectetuer 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.



**ICESI**

**Boletín | 92**

## Boletín Icesi Nos Une

Consectetuer 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 molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat



**Campus**



**Reconocimientos**

Consectetuer 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 molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat



**Negocios y economía**

Consectetuer 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 molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat

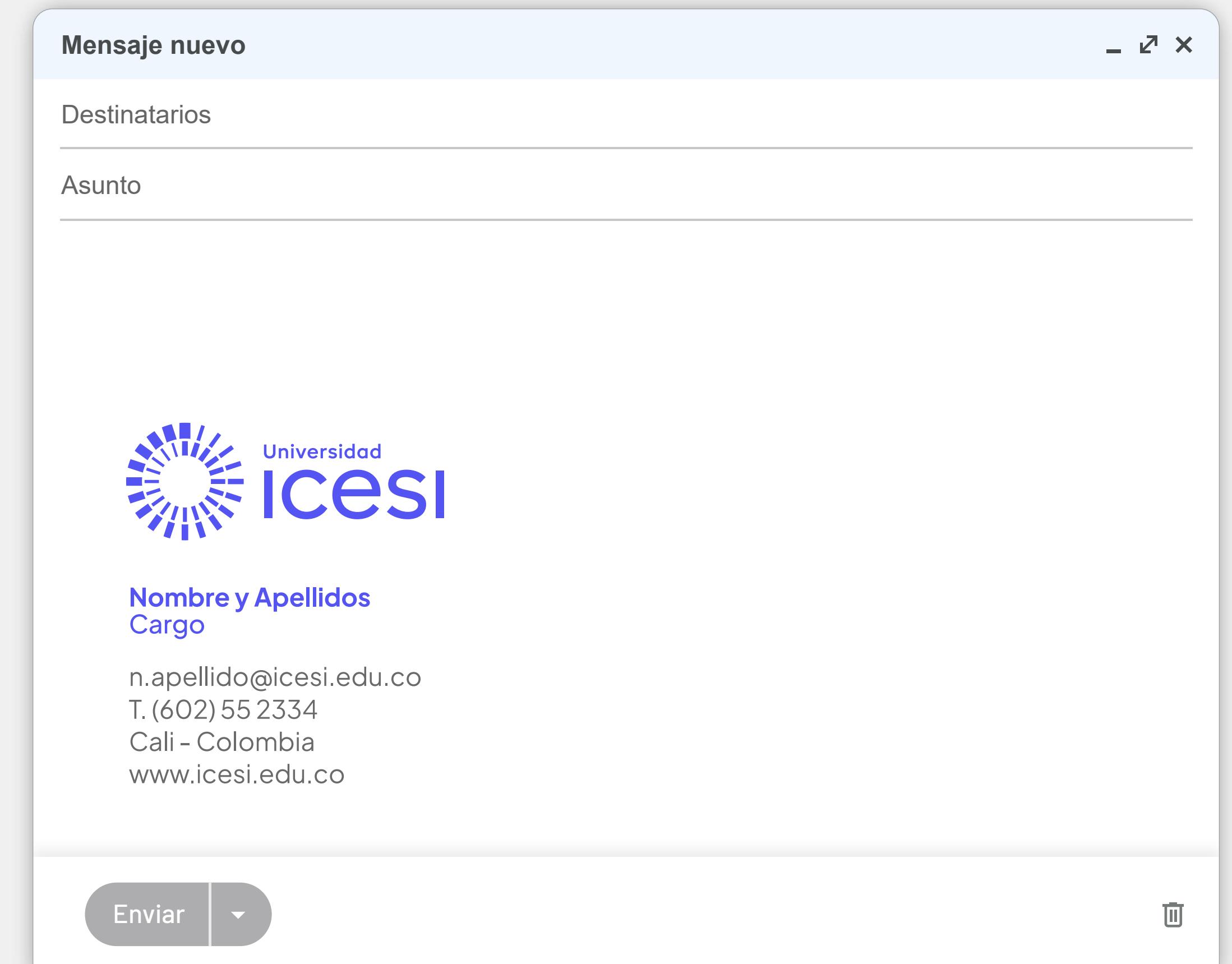
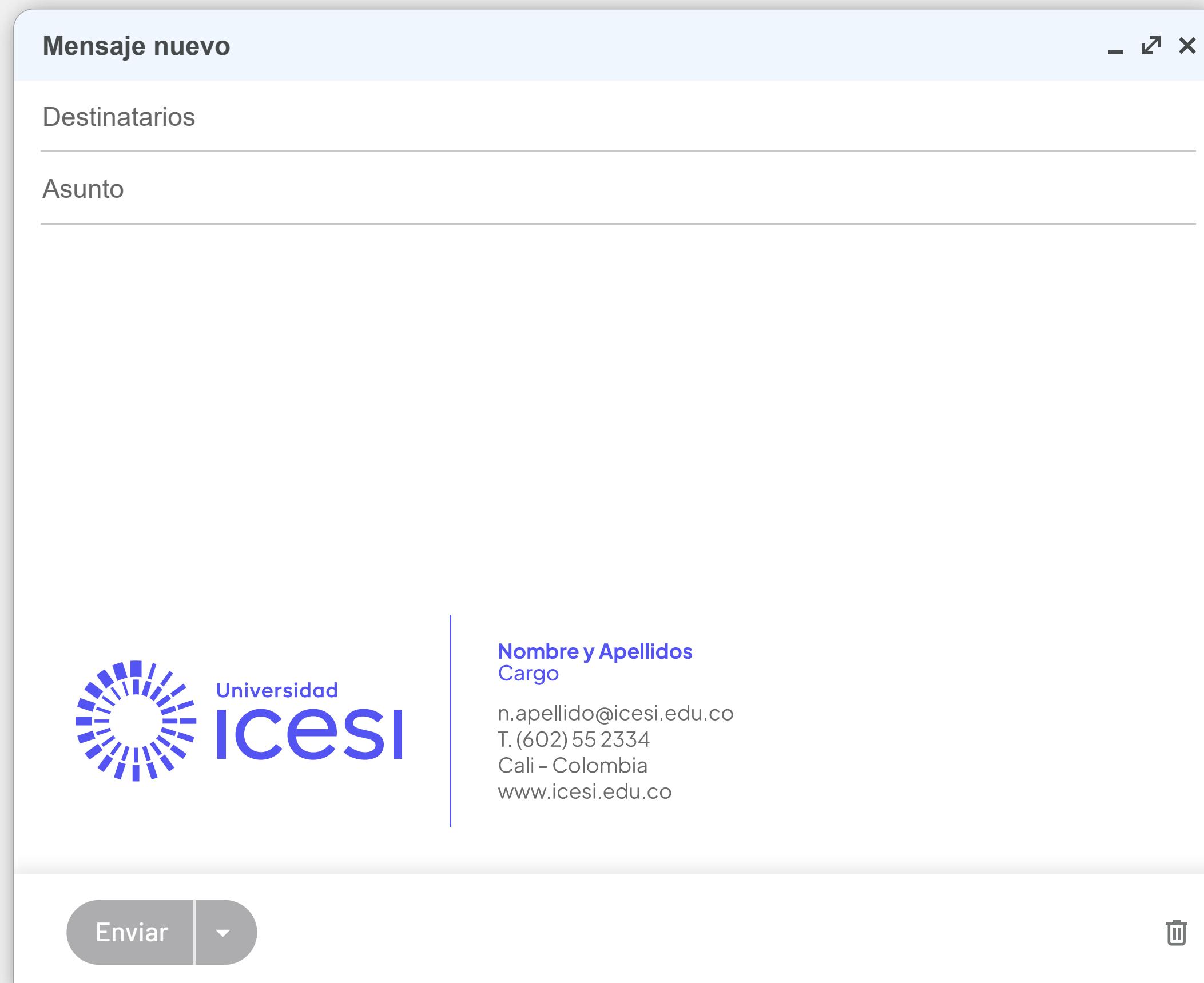
**Llega más lejos**

[Actualización del perfil](#) [Administrar suscripciones](#) [Desuscribirse](#)

© 2024 Universidad Icesi. Política de privacidad

La Universidad Icesi es una Institución de Educación Superior que se encuentra sujeta a inspección y vigilancia por parte del Ministerio de Educación Nacional. Oferta sujetos a cambios sin previo aviso. Este correo electrónico fue enviado por Universidad Icesi. Of. 19 #722-162, Bernal Ponce, Cali, Valle del Cauca, 770001 Colombia.

## Firma de correo



## Firma de correo Construcción

Versión 1



Versión 2



1. Logotipo en horizontal versión positivo.
2. Línea delgada en color Azul Icesi.
3. NOMBRE de la persona escrito en Jakarta Plus Sans Bold y en color Azul Icesi.
4. CARGO de la persona escrito en Jakarta Plus Sans Medium y en color Azul Icesi.
5. DATOS de contacto escritos en Jakarta Plus Sans Regular y en color gris.

1. Logotipo en horizontal versión positivo.
2. NOMBRE de la persona escrito en Jakarta Plus Sans Bold y en color Azul Icesi.
3. CARGO de la persona escrito en Jakarta Plus Sans Medium y en color Azul Icesi.
4. DATOS de contacto escritos en Jakarta Plus Sans Regular y en color gris.

Mercadeo



Universidad **ICESI**

Cuéntale al mundo que eres

# ORGULLOSAMENTE **ICESISTA**

¡Gánate un kit Icesi!  
Por referir a un amigo, familiar o conocido.

Contáctanos aquí



Universidad **ICESI** Llega más lejos

## Icesi para ti

Vive una experiencia única  
explora, descubre, elige

Te esperamos en los retos  
en el campus Icesi para 11° y 12°



16 de septiembre  
7:30 a.m. - 1:00 p.m.  
Campus Universidad Icesi



**INN**  
INNTERACTIVA 25

## Auténticos de naturaleza única

Te damos la bienvenida

Sábado 19 de octubre  
7:30 a.m. - 3:00 p.m.  
Campus Universidad Icesi

Universidad **ICESI** | COP16 COLOMBIA



Universidad  
**ICESI**

Llega más lejos

**Gira Icesi**

Vive la experiencia de la Universidad Icesi en tu ciudad

Buenaventura - Bogotá - Popayán - Pasto

¡Espéranos pronto!

#icesiConectaConTuCiudad



Universidad  
**ICESI**

Facultad de Negocios y Economía

CHARLAS VIRTUALES

**Market Talks**

3 días de inmersión en las últimas tendencias del marketing.

**AGOSTO 20, 21 Y 22**

Charlas virtuales

6 p.m. a 8 p.m.



Universidad  
**ICESI**

Posgrados

# Sesiones de **Financiación**

Descubre las opciones de financiación que te conectarán con tu futuro.

Elige tu maestría, especialización o doctorado y descubre las múltiples facilidades financieras que tenemos para ti.

Sesión virtual Jueves 20 de junio  
5:00 p.m.





Universidad  
**ICESI**

Llega más lejos

# Educación **CONTINUA**

Potencia tu futuro  
¡Aprende, crece y lidera!

Conoce nuestros cursos, diplomados y certificaciones



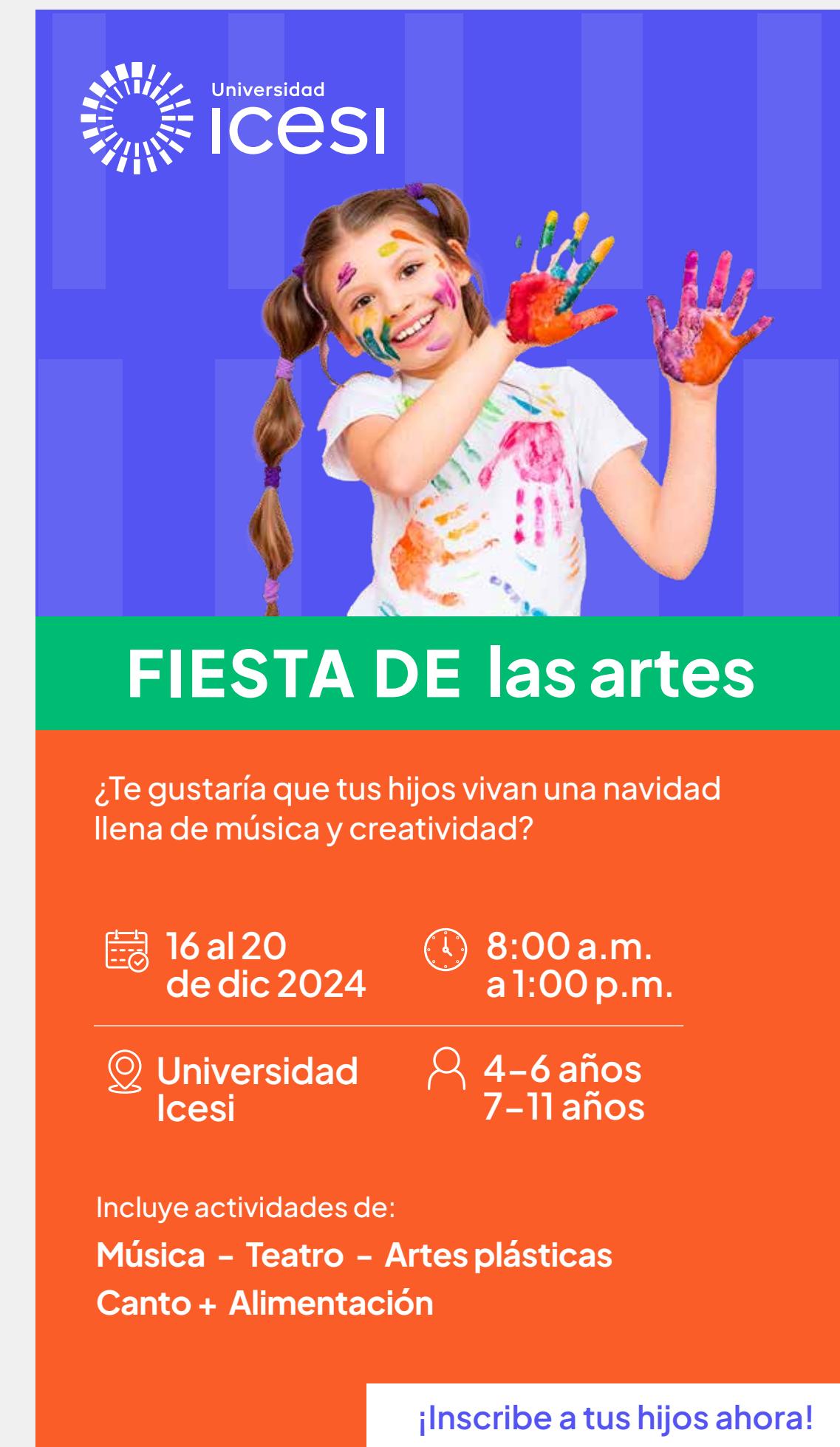
Certificación en

## Desarrollo de aplicaciones web basadas en microservicios

Construye el futuro de la web con  
microservicios: Innovación, escalabilidad  
y eficiencia a tu alcance.

Horas: 50 – Modalidad Online

Universidad  
**ICESI** | **PERFICIENT**



Universidad  
**ICESI**



## FIESTA DE las artes

¿Te gustaría que tus hijos vivan una navidad  
llena de música y creatividad?

📅 16 al 20  
de dic 2024      🕒 8:00 a.m.  
a 1:00 p.m.

📍 Universidad  
Icesi      👤 4-6 años  
7-11 años

Incluye actividades de:  
Música – Teatro – Artes plásticas  
Canto + Alimentación

¡Inscribe a tus hijos ahora!

## Mercadeo

### Usos incorrectos



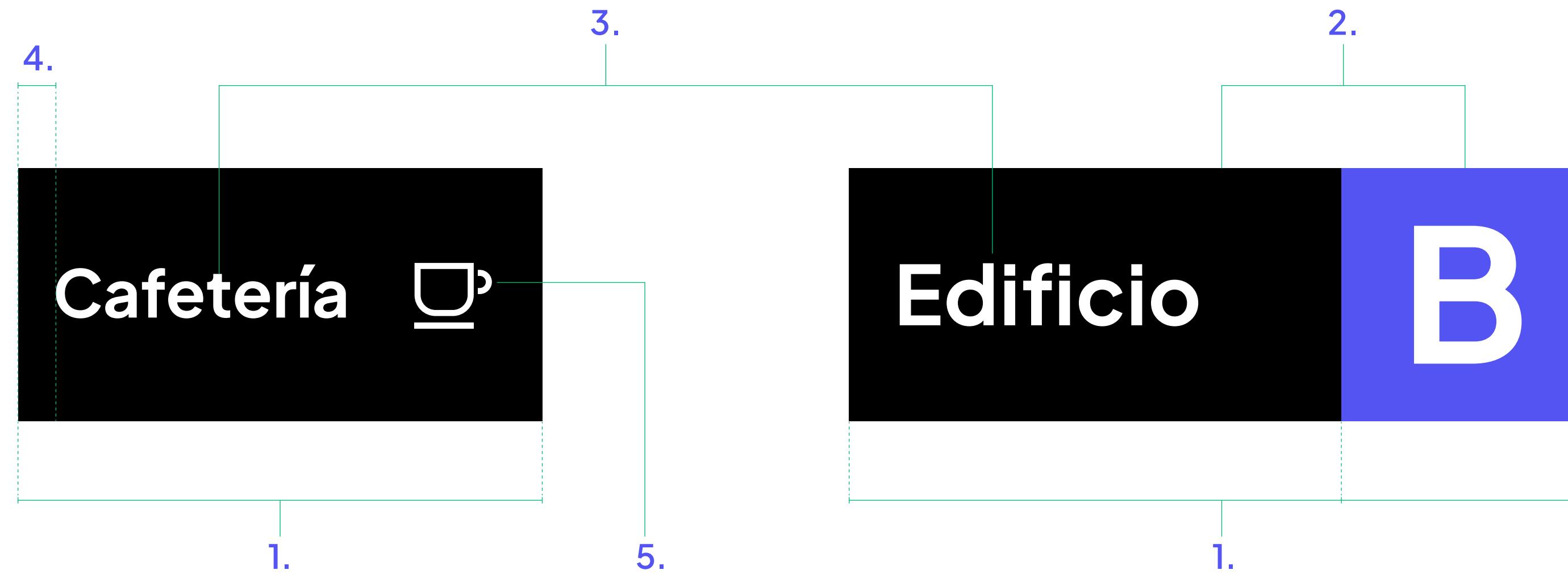
Para desarrollar los materiales de mercadeo, se deben seguir los lineamientos establecidos en este manual. Es muy importante no crear logotipos, símbolos ni gráficos específicos para las iniciativas de la marca.

## Señalización

Las referencias presentadas son una base general, la información detallada se encuentra en el manual de señalización de la Universidad Icesi

## Señalización Interna

### Elementos



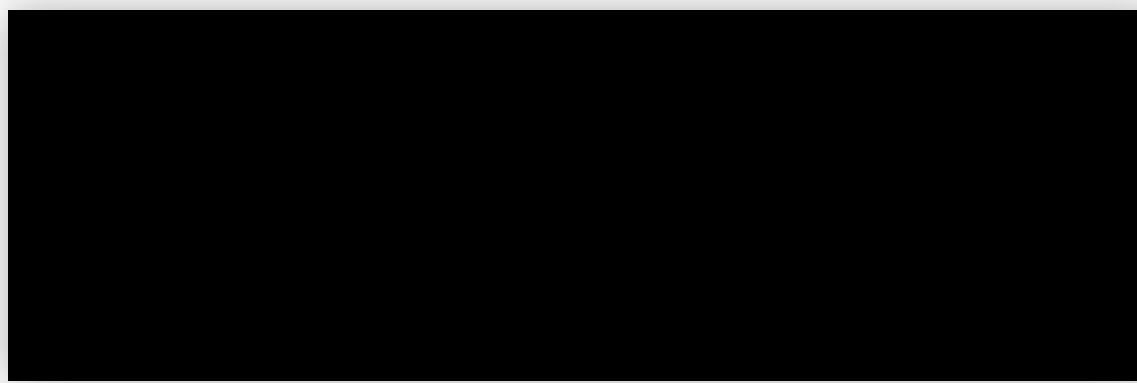
Los materiales de señalización deben tener en cuenta los siguientes elementos para su desarrollo:

1. Formato | División del espacio
2. Color.
3. Tipografía.
4. Márgenes.
5. Íconos.

## Señalización Interna

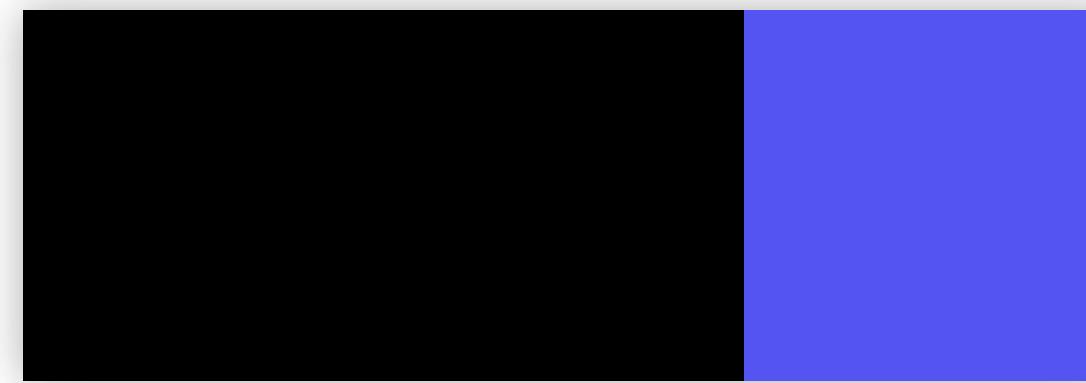
Formatos | división del espacio

1 segmento



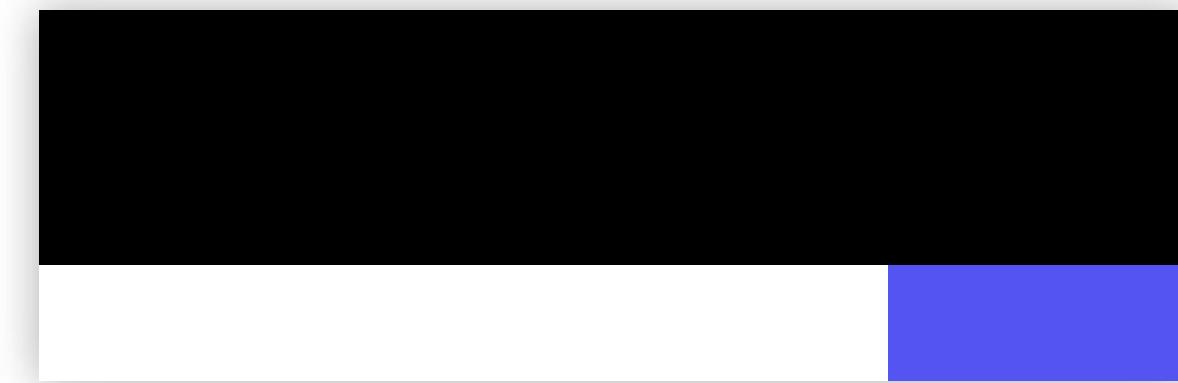
Edificio Tecnoquímicas

2 segmentos



Edificio B

3 segmentos



Recepción

Edificio Tecnoquímicas

T105

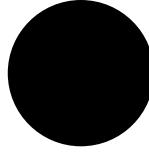
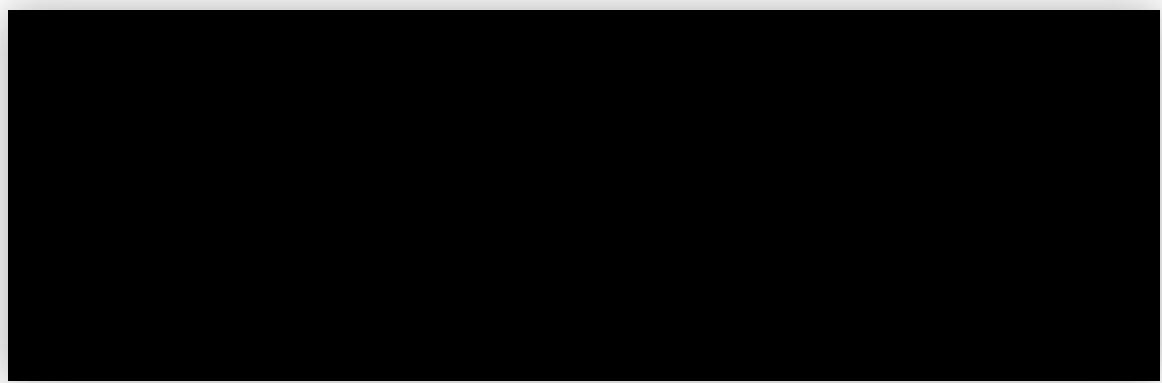
Cuando sea necesario segmentar los elementos de información, es posible dividir el señalamiento en diferentes áreas.

El máximo permitido es de tres segmentos por señalamiento.

## Señalización Interna

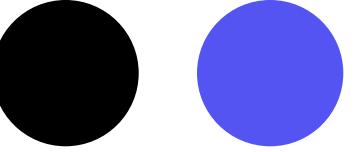
### Color

1 segmento



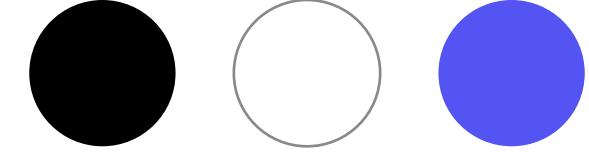
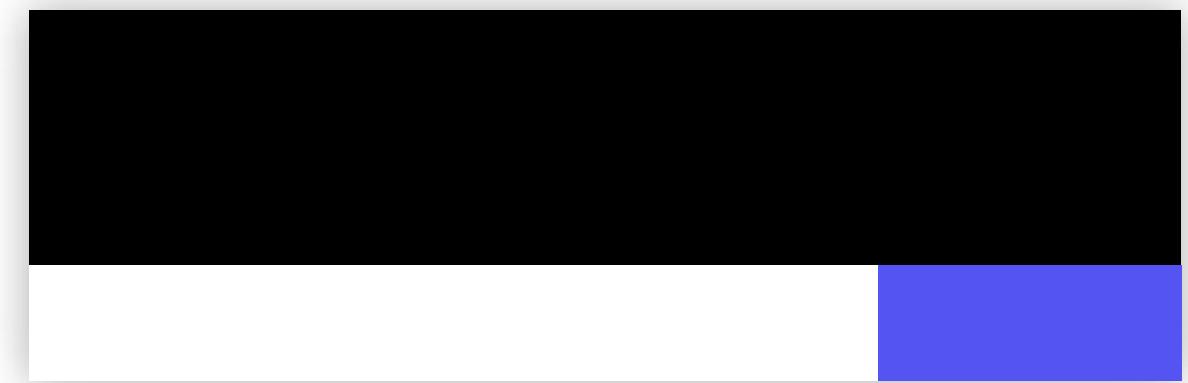
Fondo en color negro.

2 segmentos



Fondo principal en color negro.  
Segundo segmento en color Azul Icesi.

3 segmentos

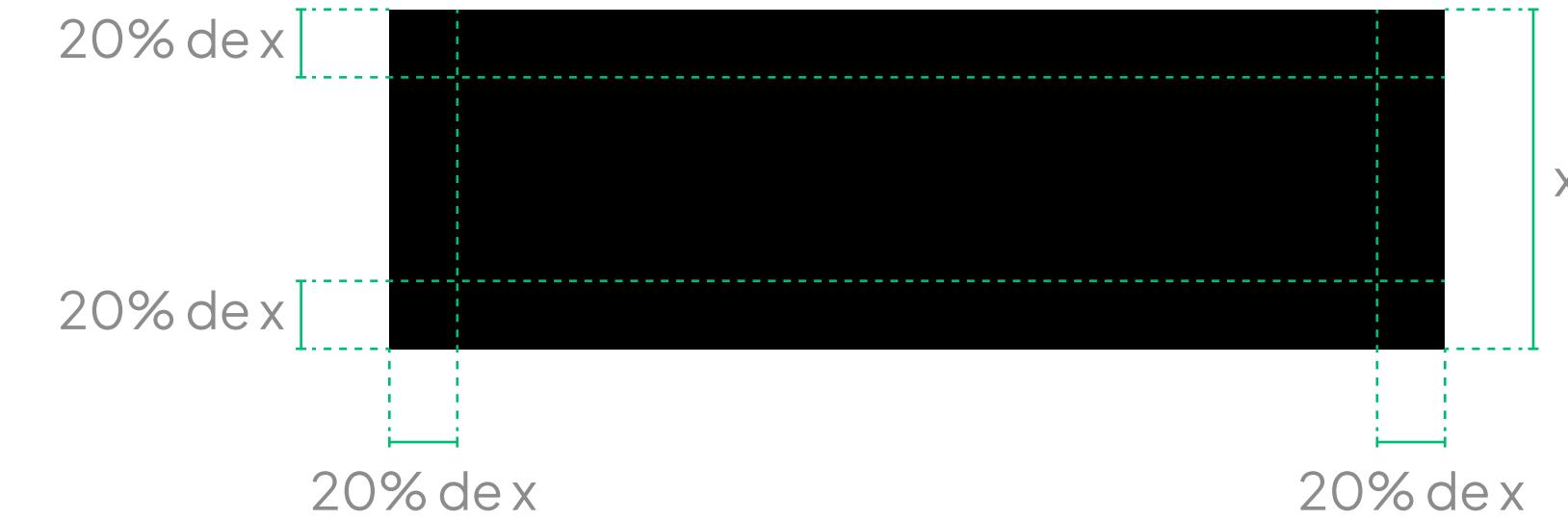
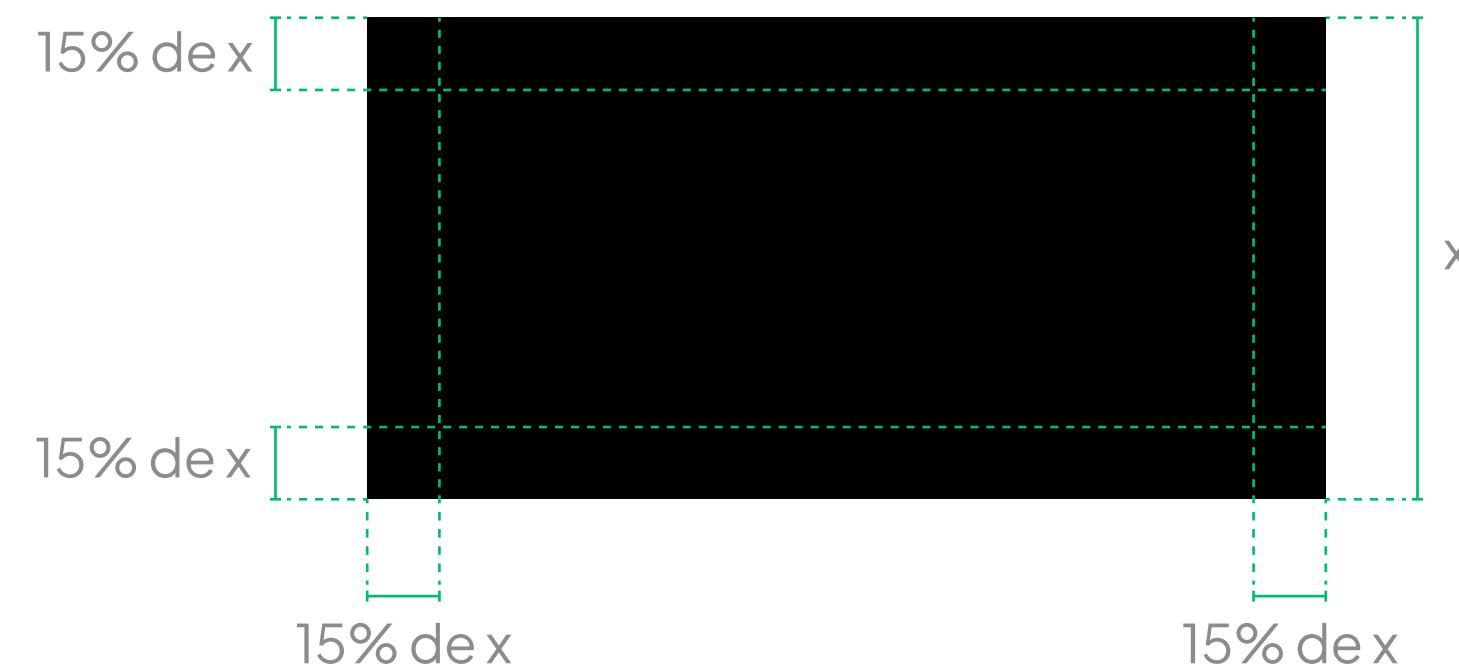


Fondo principal en color negro.  
Segundo segmento en color blanco.  
Tercer segmento en color Azul Icesi.

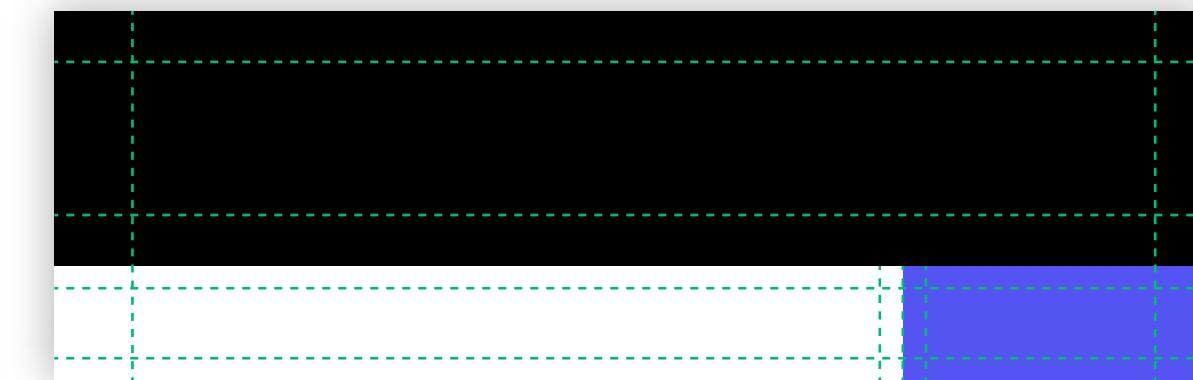
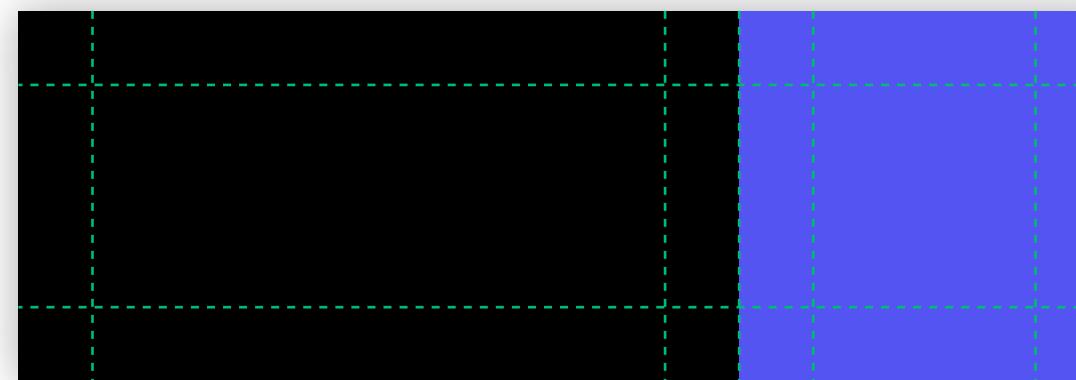
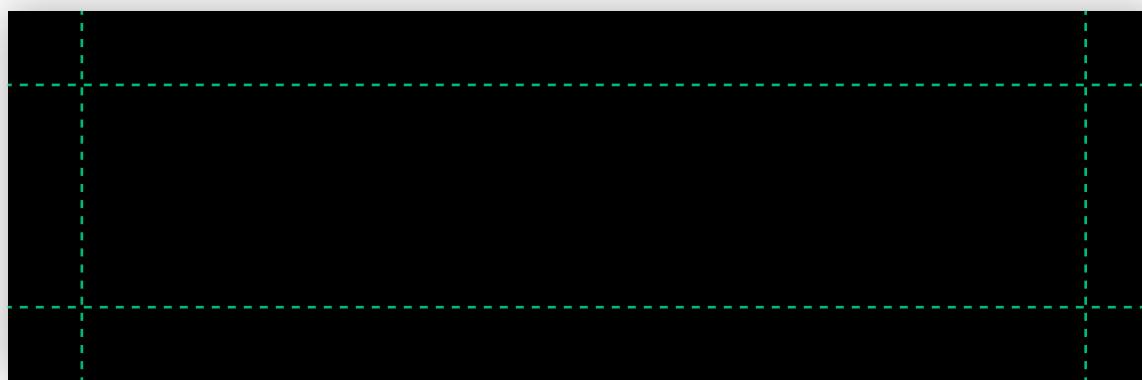
Los colores utilizados en los señalamientos deben pertenecer a las paletas de color aprobadas en este manual de identidad.

## Señalización Interna

### Márgenes



### Ejemplos de márgenes en distintos formatos



Para mantener la uniformidad y una lectura cómoda, se deben implementar márgenes en el contorno de los señalamientos. En el área de los márgenes no debe colocarse ningún elemento.

El área del margen debe representar entre el 15% y el 20% del lado más corto del señalamiento.

## Señalización Interna

Tipografía – alineación de texto

# Plus Jakarta Sans

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

ExtraLight

Light

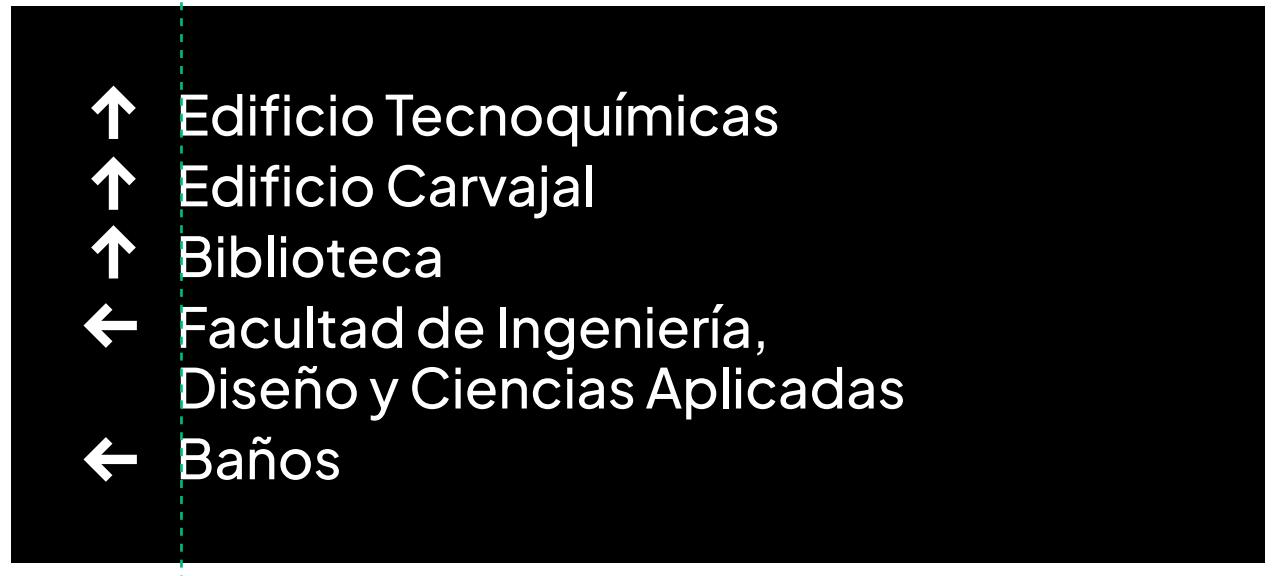
Regular

Medium

SemiBold

Bold

ExtraBold



↑ Edificio Tecnoquímicas  
↑ Edificio Carvajal  
↑ Biblioteca  
← Facultad de Ingeniería,  
Diseño y Ciencias Aplicadas  
← Baños



Relaciones  
Internacionales

Edificio B

La única tipografía que se puede utilizar en la señalización es la Plus Jakarta Sans.

Los textos en los señalamientos siempre deben alinearse a la izquierda.

## Señalización Interna

### Tipografía – alineación (casos especiales)

#### Alineación al centro



En casos donde la información sea muy breve y el área donde se coloca sea cuadrada.

La alineación de los textos al centro o a la derecha solo debe aplicarse cuando esto mejore la lectura de la información.

#### Alineación a la derecha



Cuando el señalamiento sea 'saliente' y de doble vista (con la misma información), un lado debe alinearse a la izquierda y el otro a la derecha.

## Señalización Interna Íconos



El ícono debe mantener una  
proporción equilibrada con  
el texto que lo acompaña.

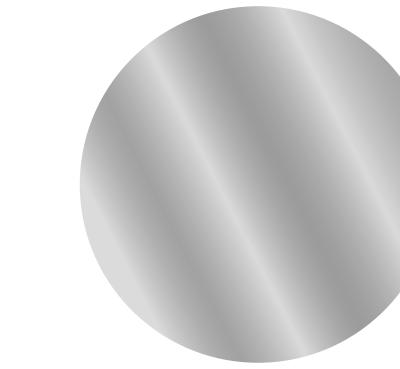
El uso de íconos debe ser limitado y solo como un elemento  
para reforzar el mensaje.

Los íconos utilizados deben seguir los lineamientos de  
construcción establecidos en el manual de marca.

Volumétrico



## Volumétrico plateado



El logotipo se debe fabricar con un material metálico - plateado.

### Diagrama del volumétrico (montado sobre pared)

Vista frontal



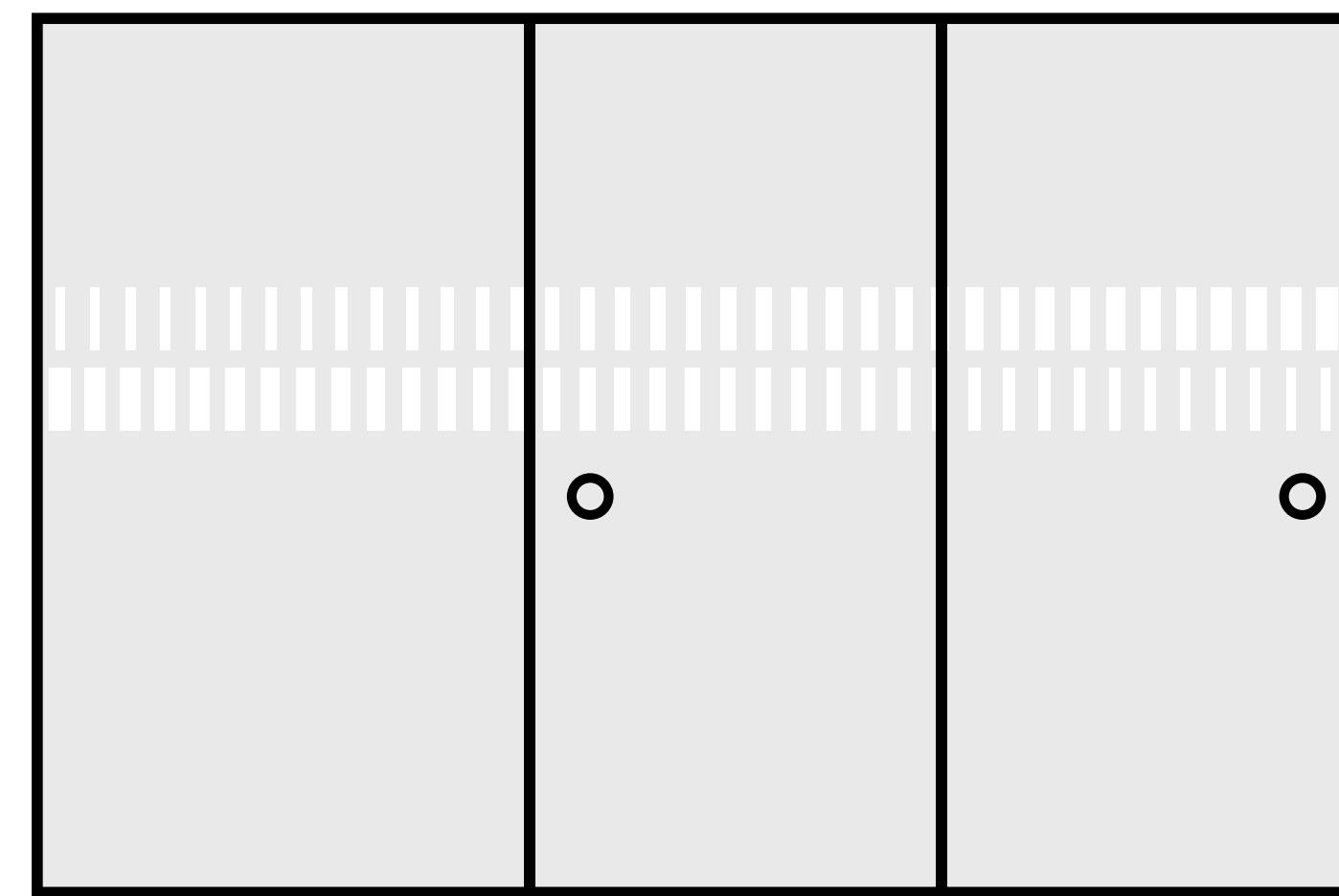
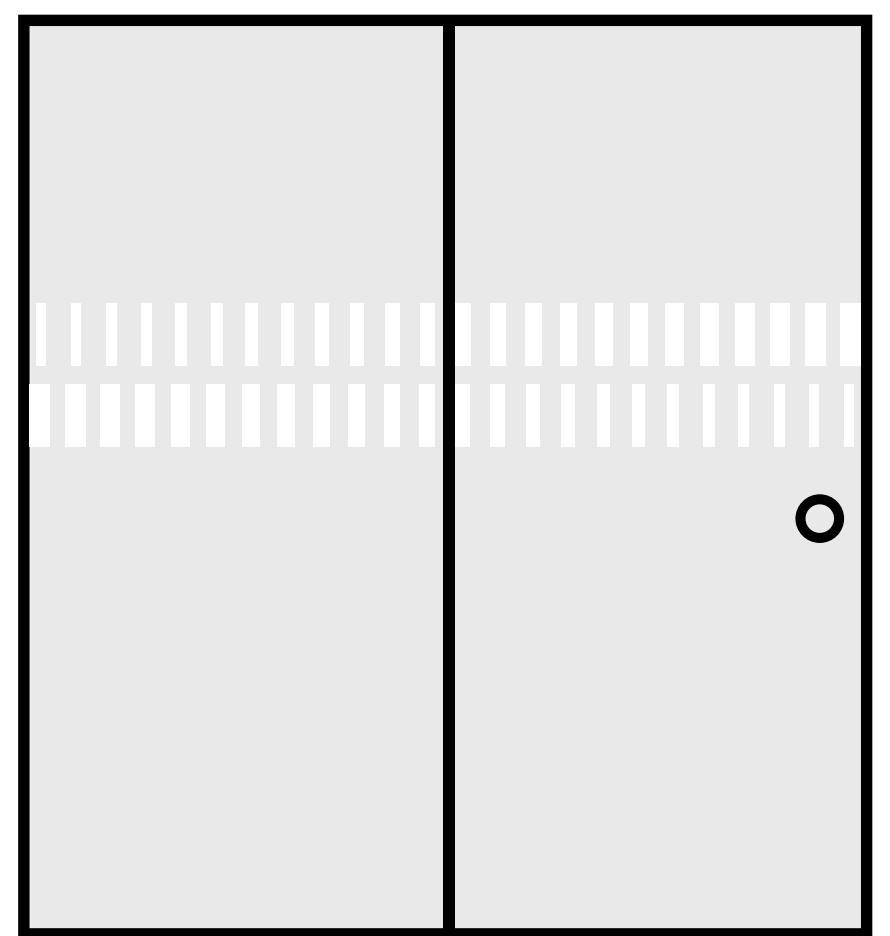
Vista lateral

Volumétrico plateado

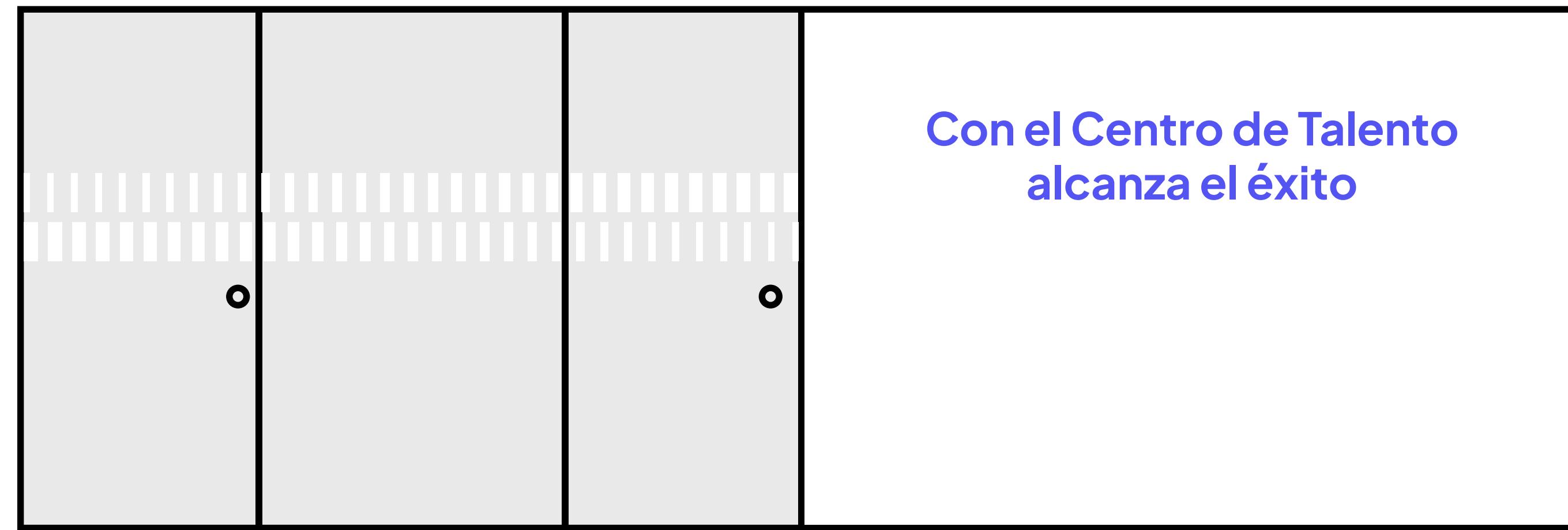
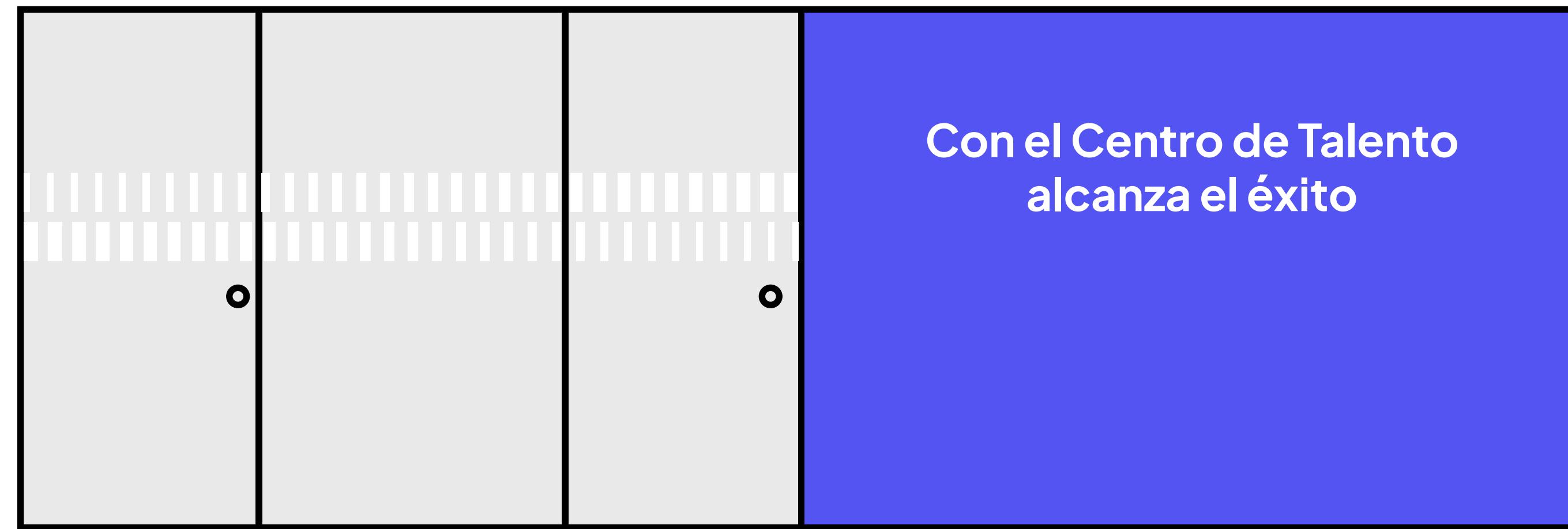
Vista en perspectiva

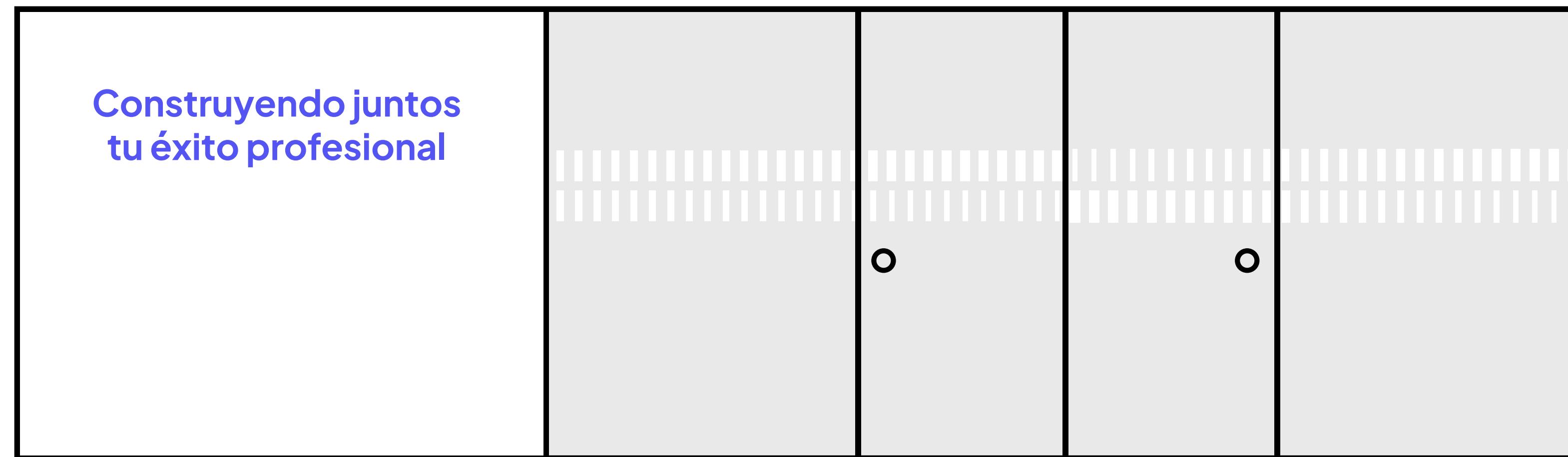
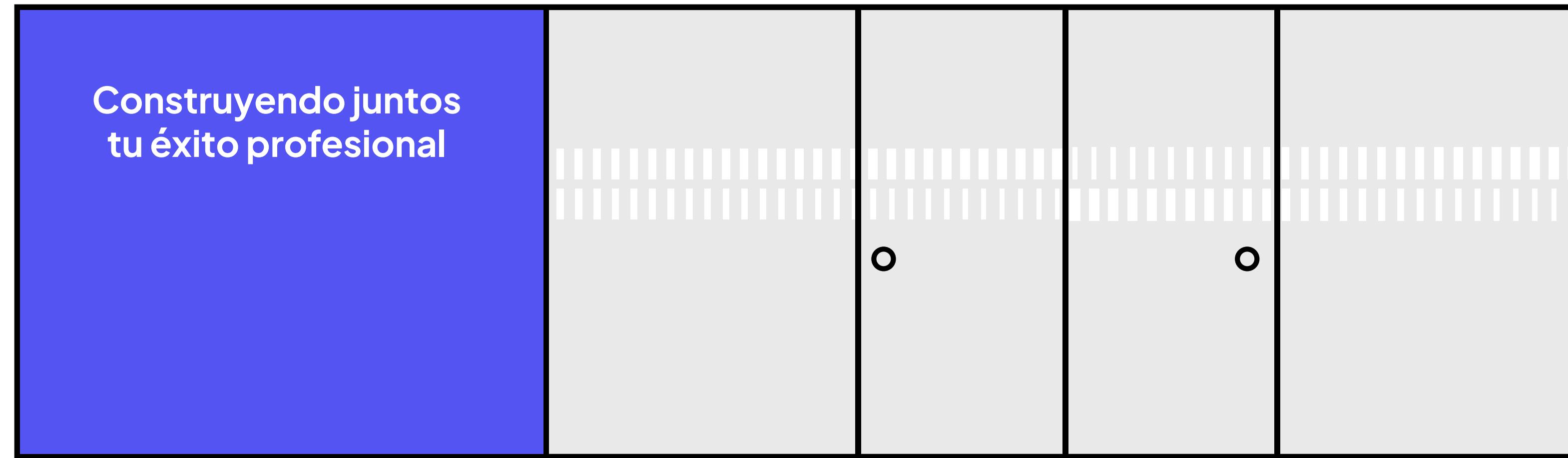


## Vidrieras



## Vidrieras





## Promocionales

Puedes encontrar diferentes productos promocionales en Tienda Icesi o solicitar diseño de un nuevo producto en la Oficina de Comunicaciones.

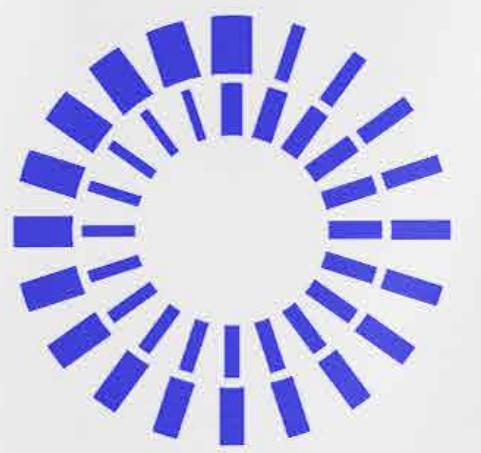






Banderas

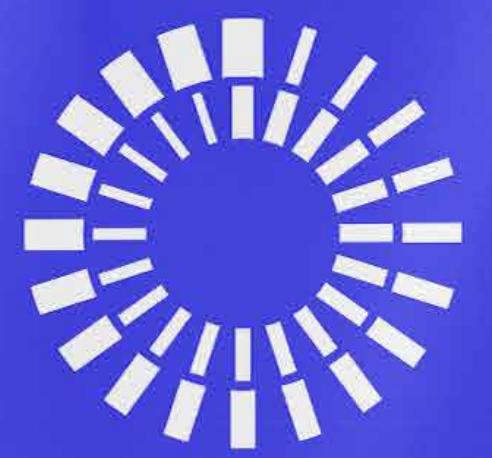




Universidad  
**ICESI**

[icesi.edu.co](http://icesi.edu.co)

Llega más lejos



Universidad  
**ICESI**

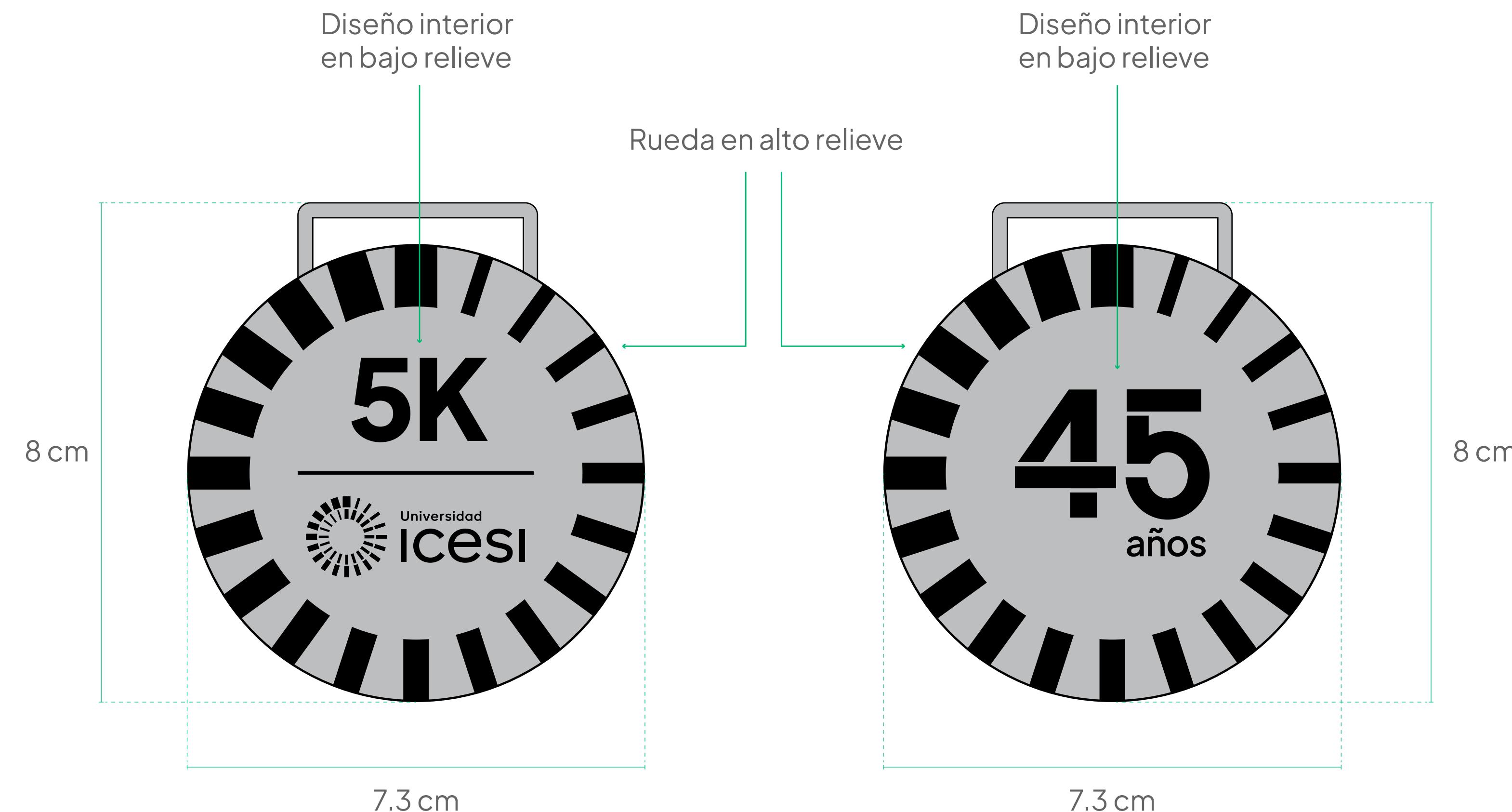
[icesi.edu.co](http://icesi.edu.co)

Llega más lejos

## Medallas



## Medallas | Especificaciones



## Logotipo vintage

Versión 1



Versión 2



Versión 3



El logotipo Vintage de Icesi evoca la historia y tradición de la institución. Existen tres versiones, y se debe aplicar aquella que mejor se adapte al formato y material en el que se utilice.

Este logotipo debe implementarse únicamente en materiales promocionales de la marca.

**Logotipo vintage**  
Área de reserva



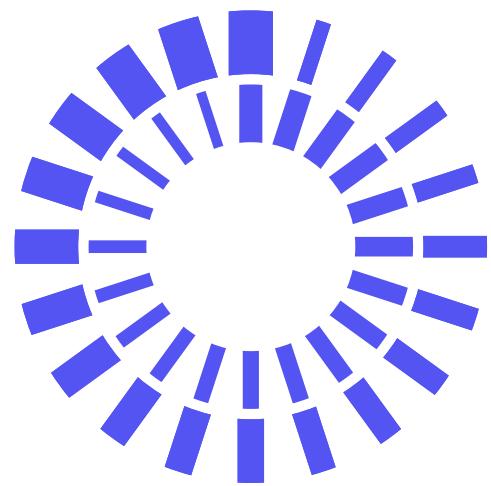
El logotipo debe estar rodeado de un espacio libre donde no debe intervenir ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico.

Este espacio se denomina área de reserva y está definida como "X", que equivale al tamaño del ancho de la palabra "Since" del logotipo.

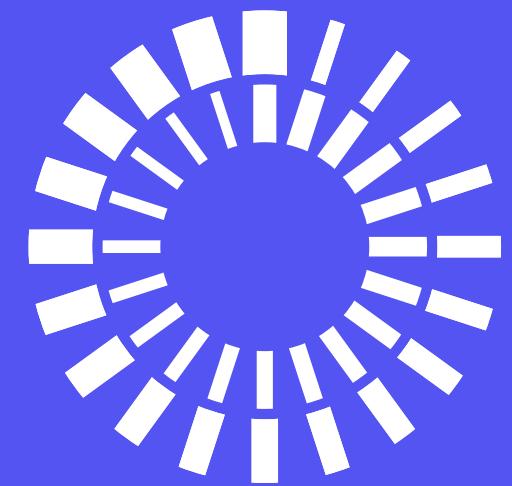
Uniformes

## Uniformes

Logotipo para bordados en tela



Universidad  
**ICESI**



Universidad  
**ICESI**

El logotipo aplicado en los uniformes debe ir bordado, por lo que se ha desarrollado una versión especial para este uso. Dicha versión incluye adaptaciones que mejoran la legibilidad y facilitan su aplicación sobre distintos tipos de tela.

### Nota:

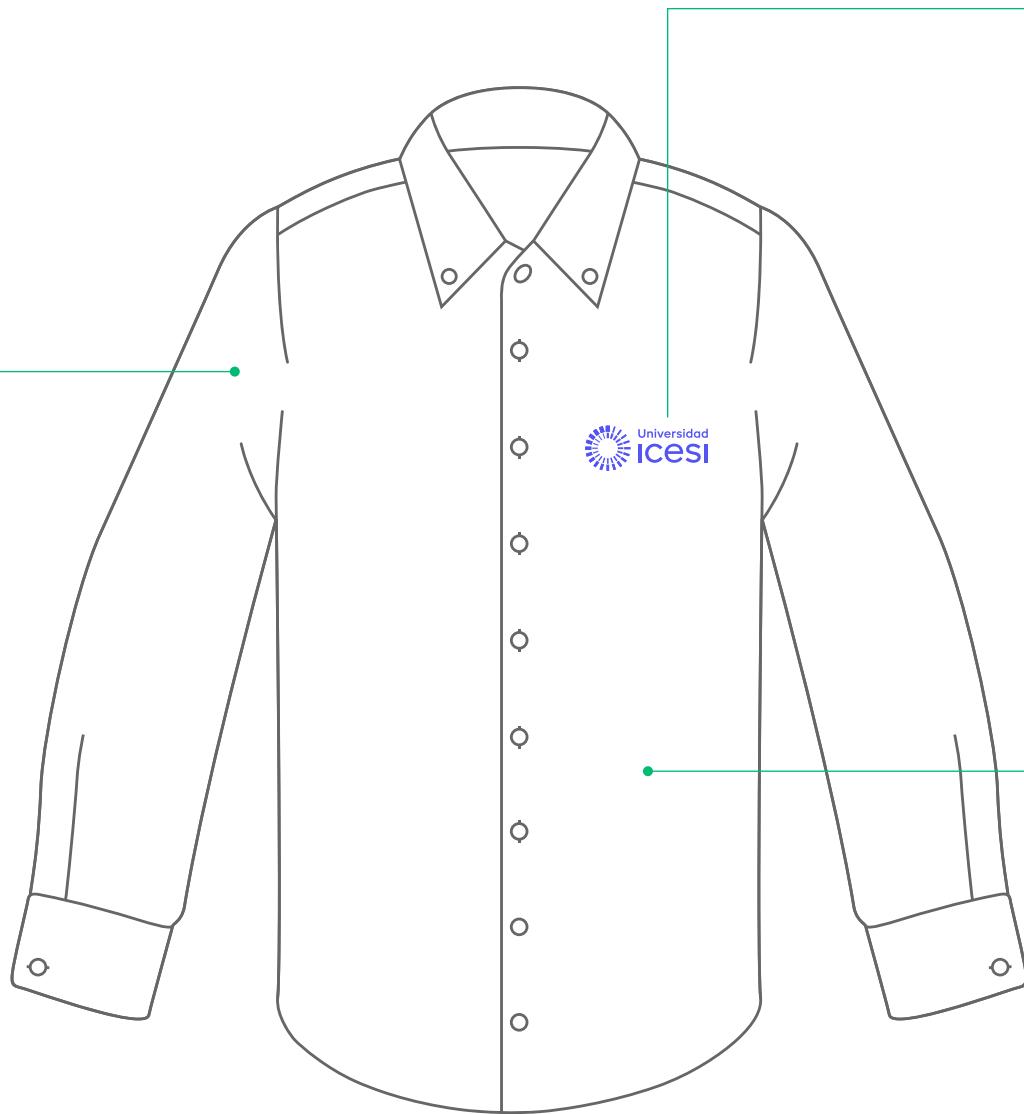
No se debe recrear esta versión del logotipo.  
Use solo los archivos aprobados.

# Uniformes

## Lineamientos básicos

### Tela - Material

- Debe ser resistente y duradero.
- De fácil cuidado.
- Tiene que ser cómodo.



La presentación y el cuidado de los uniformes son esenciales para reflejar respeto y orgullo hacia la institución. Por ello, su diseño e implementación deben ajustarse a los lineamientos establecidos en el manual.

### Logotipo

- Solicitar a la oficina de comunicaciones la versión del logotipo especialmente adaptada para uso en textiles.
- Aplicarlo principalmente en color Azul Icesi.
- El logotipo debe ser bordado.

### Color

- Usar principalmente colores claros y/o neutros.
- La selección de colores debe facilitar la lectura de elementos como el logotipo.
- En caso de utilizar colores por programa académico, se deben emplear únicamente los asignados y aprobados para cada caso.

### Nota:

Se recomienda adquirir los uniformes en la tienda Icesi.

**Uniformes**  
Camisa | Mujer



**Uniformes**  
Camisa | Hombre



**Uniformes – dependencias**  
Logotipo para bordados en tela



**Dependencia**

En algunas ocasiones los uniformes pueden incluir el nombre de las dependencias, como en el caso de ciertas facultades. Para estas situaciones, se desarrolló una versión especial del logotipo que incorpora el nombre de la dependencia.



**Dependencia**

**Nota:**  
No se debe recrear esta versión del logotipo.  
Use solo los archivos aprobados.

## Uniformes - dependencias



### Logotipo

- Debe de ir bordado sobre la tela.
- Tiene que aplicarse en el color que ofrezca la mayor legibilidad posible.
- El nombre de la dependencia debe de estar bordado y escrito con la tipografía Arial Bold.

### Color

- El color del uniforme debe ser exclusivamente el aprobado para cada programa académico.

Es posible utilizar colores específicos en los uniformes para diferenciar los distintos programas académicos. Es necesario verificar cuáles son los colores designados para cada programa.

**Nota:**  
Se recomienda adquirir los uniformes en la tienda Icesi.

## Uniformes - dependencias Química Farmacéutica



### 1°al 6° semestre

- Color: Azul Turquí 193921
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Clororesistente



### 7°al 10° semestre

- Color: Verde Hade 194524
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Clororesistente



Vista en detalle del logotipo.

## Uniformes - dependencias Medicina Veterinaria y Zootecnia



### 1° al 5° semestre

- Color: Gris 194220
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Tela: Antifluido clororesistente



### 6° al 10° semestre

- Color: Gris 154101
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color negro
- Tela: Antifluido clororesistente



Vista en detalle del logotipo.

## Uniformes - dependencias Medicina



### 1° al 3° semestre

- Color: Gris Metal 194316
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Clororesistente



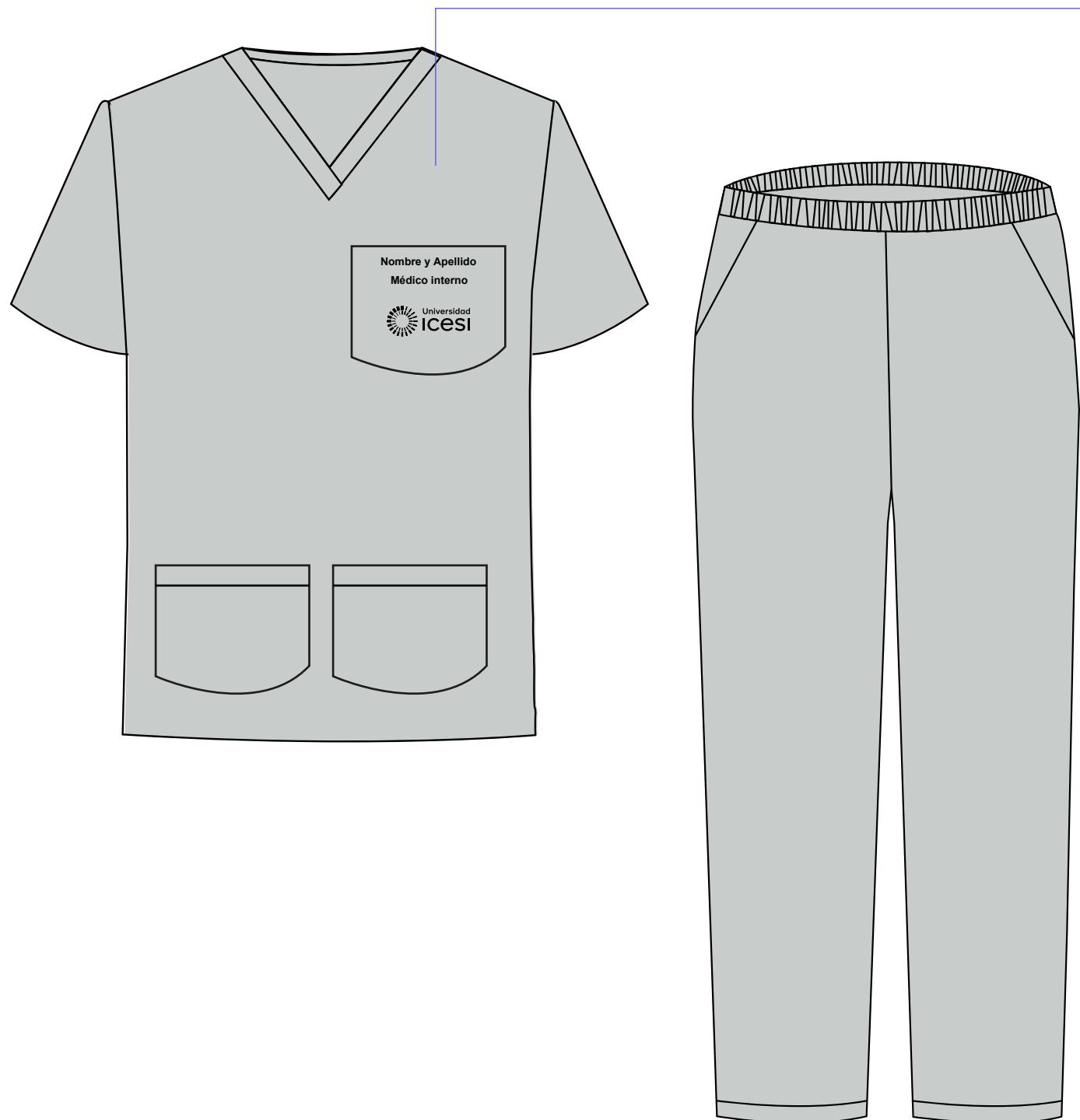
### 4° al 10° semestre

- Color: Vino Tinto 191524
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Clororesistente



Vista en detalle del logotipo.

## Uniformes - dependencias Medicina



Nombre y Apellido  
Médico interno

Universidad  
**ICESI**

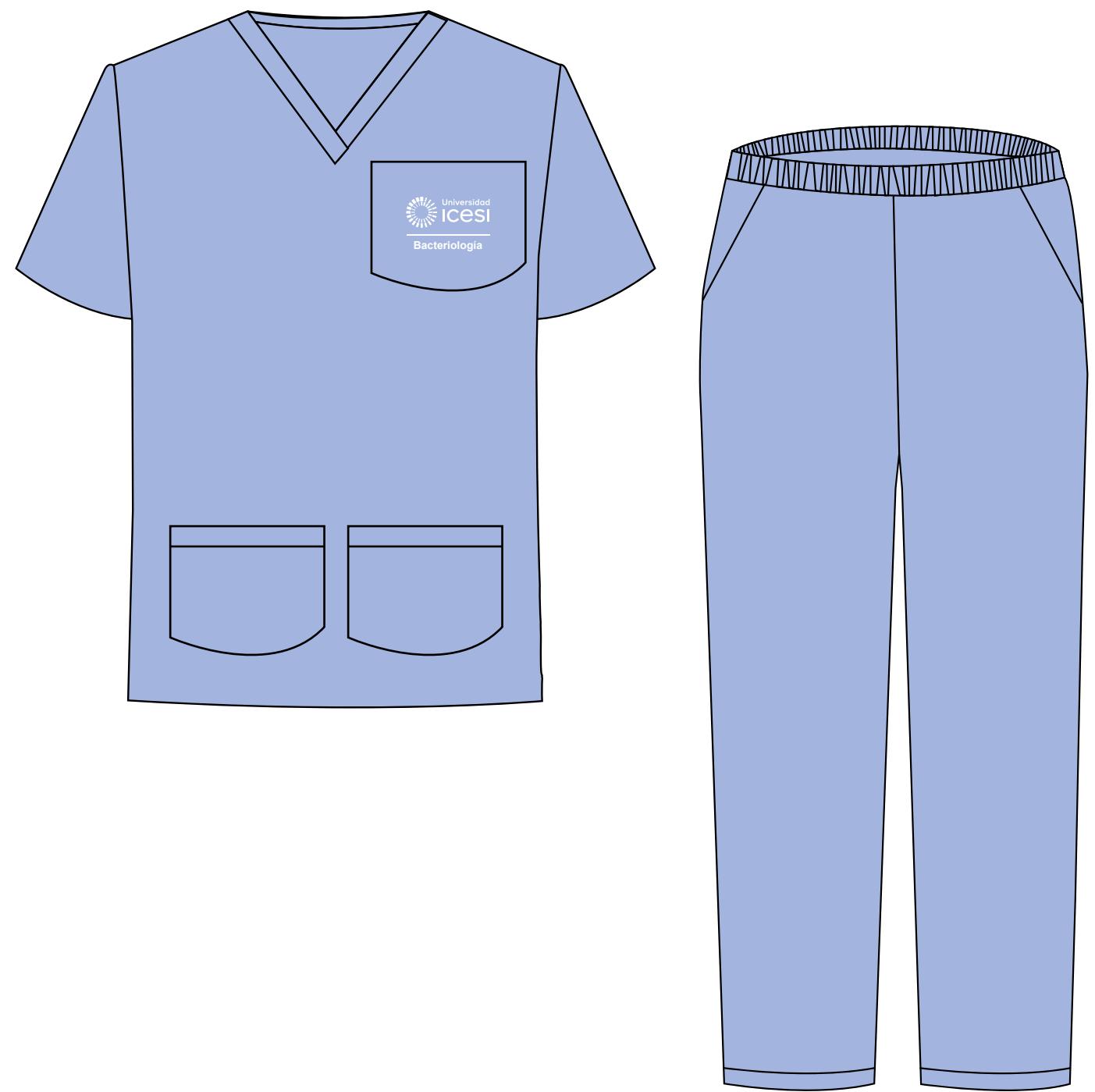
Vista en detalle del logotipo.

Bolsillo Superior Izquierdo marcado con:  
Palabras:  
Nombre y Apellido  
Médico Interno

### 11° al 12° semestre

- Color: Gris Claro 134303
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color Negro
- Base: Clororesistente

Uniformes - dependencias  
**Bacteriología**



**1° al 5° semestre**

- Color: Azul violeta 183935
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Clororesistente



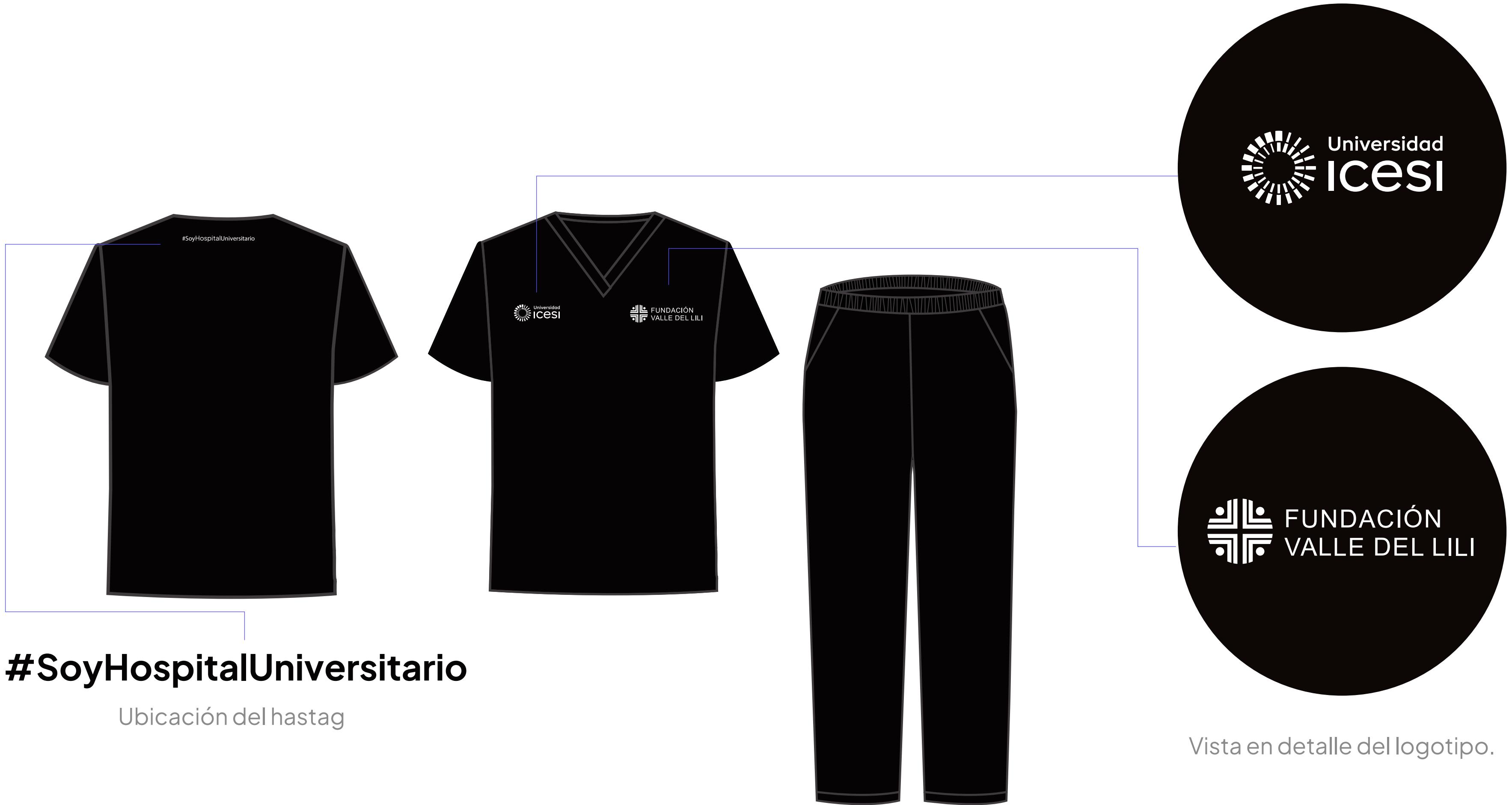
**6° al 10° semestre**

- Color: Morado 193542
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Clororesistente



Vista en detalle del logotipo.

## Uniformes - Posgrados



- Color: negro194005
- Logotipo y nombre del programa : Bordados en color blanco.
- Base: 32009
- Uso del hashtag #Soy HospitalUniversitario en la parte de atrás

Para obtener información sobre la gestión de la marca o adquirir versiones digitales autorizadas de sus aplicaciones, puedes contactar a la Oficina de Comunicaciones de la Universidad Icesi.

Consulta el manual completo en este link:  
<https://www.icesi.edu.co/la-universidad/>

Únete en Teams al grupo **Gestores de Marca** y sé parte de la red de apoyo de marca de la Universidad.