



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.

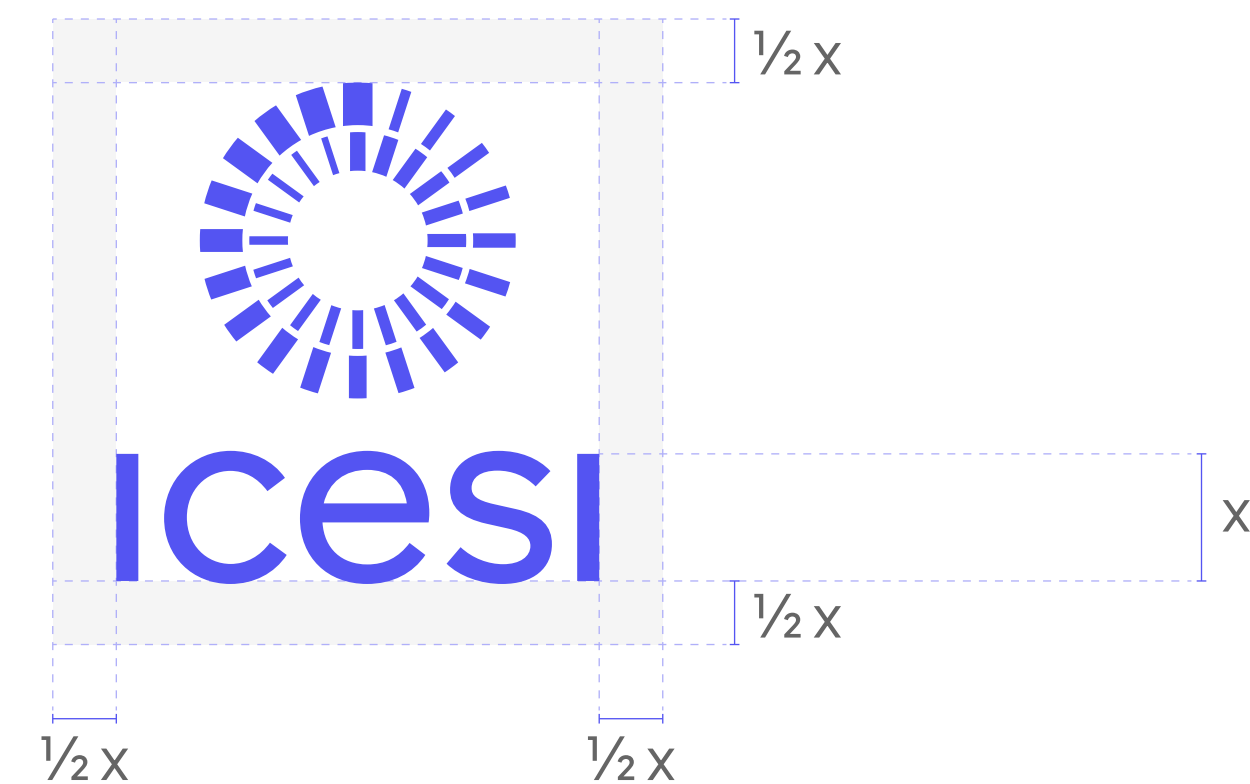


Área de reserva reducida

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

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 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.

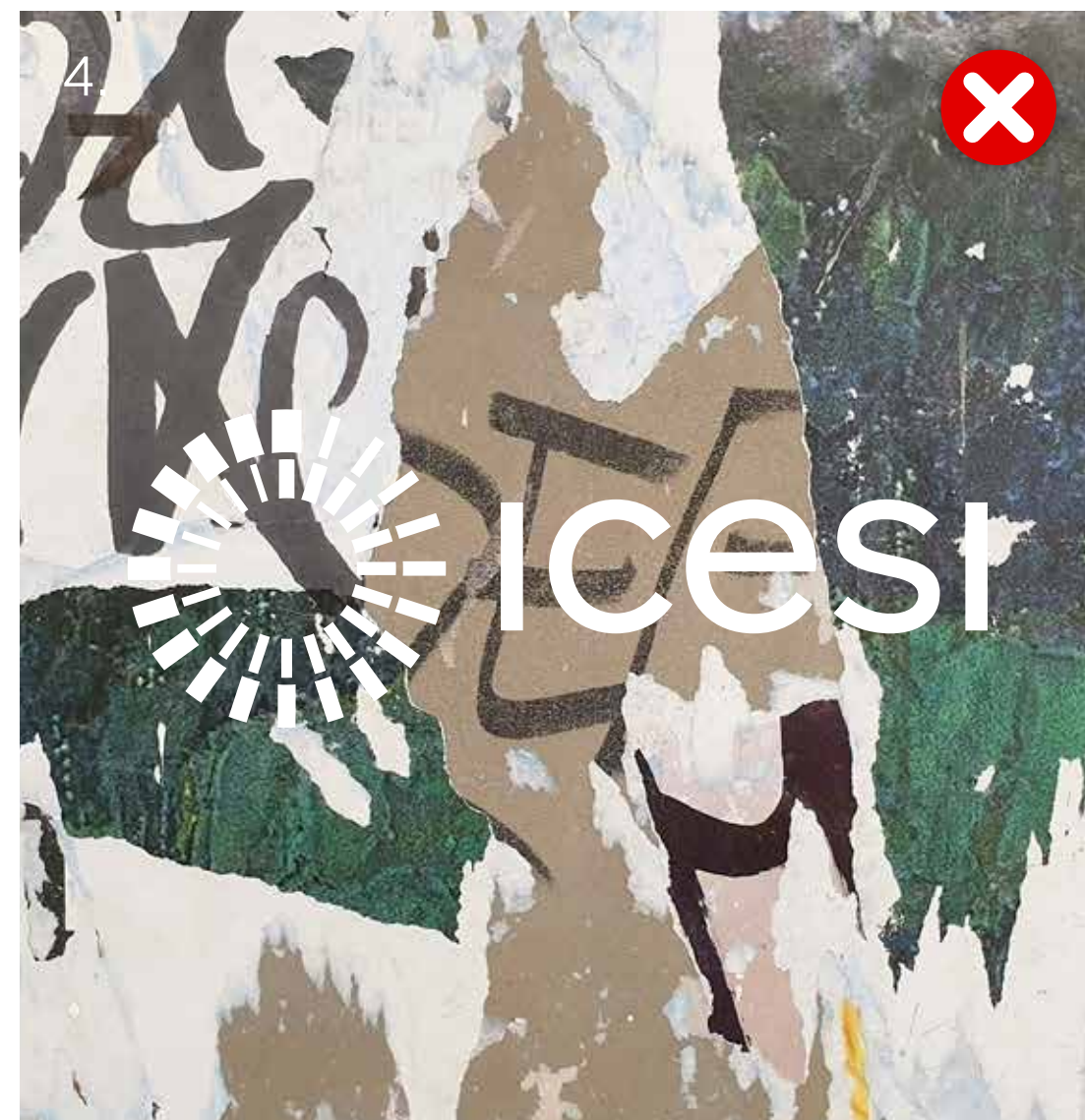
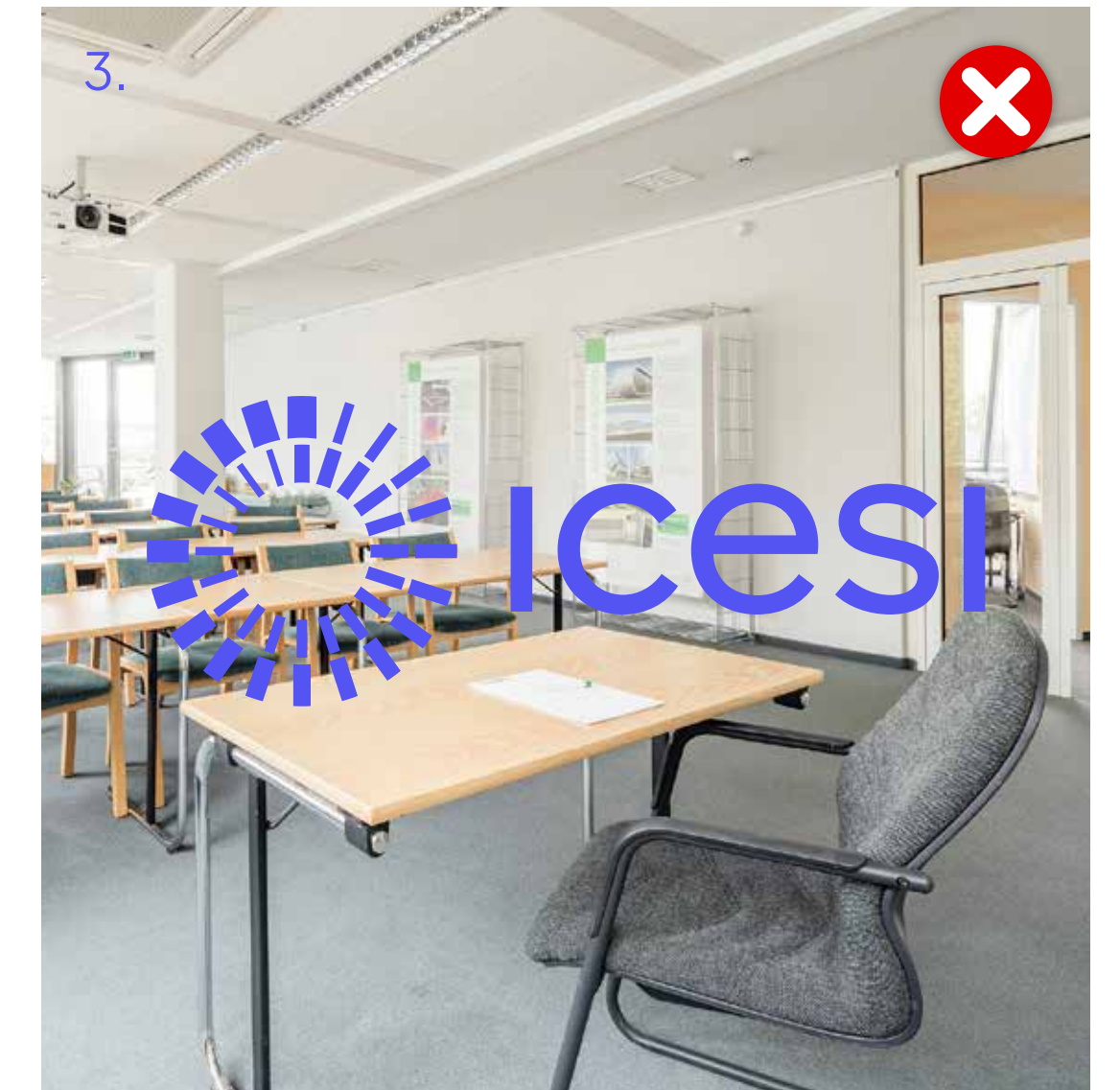
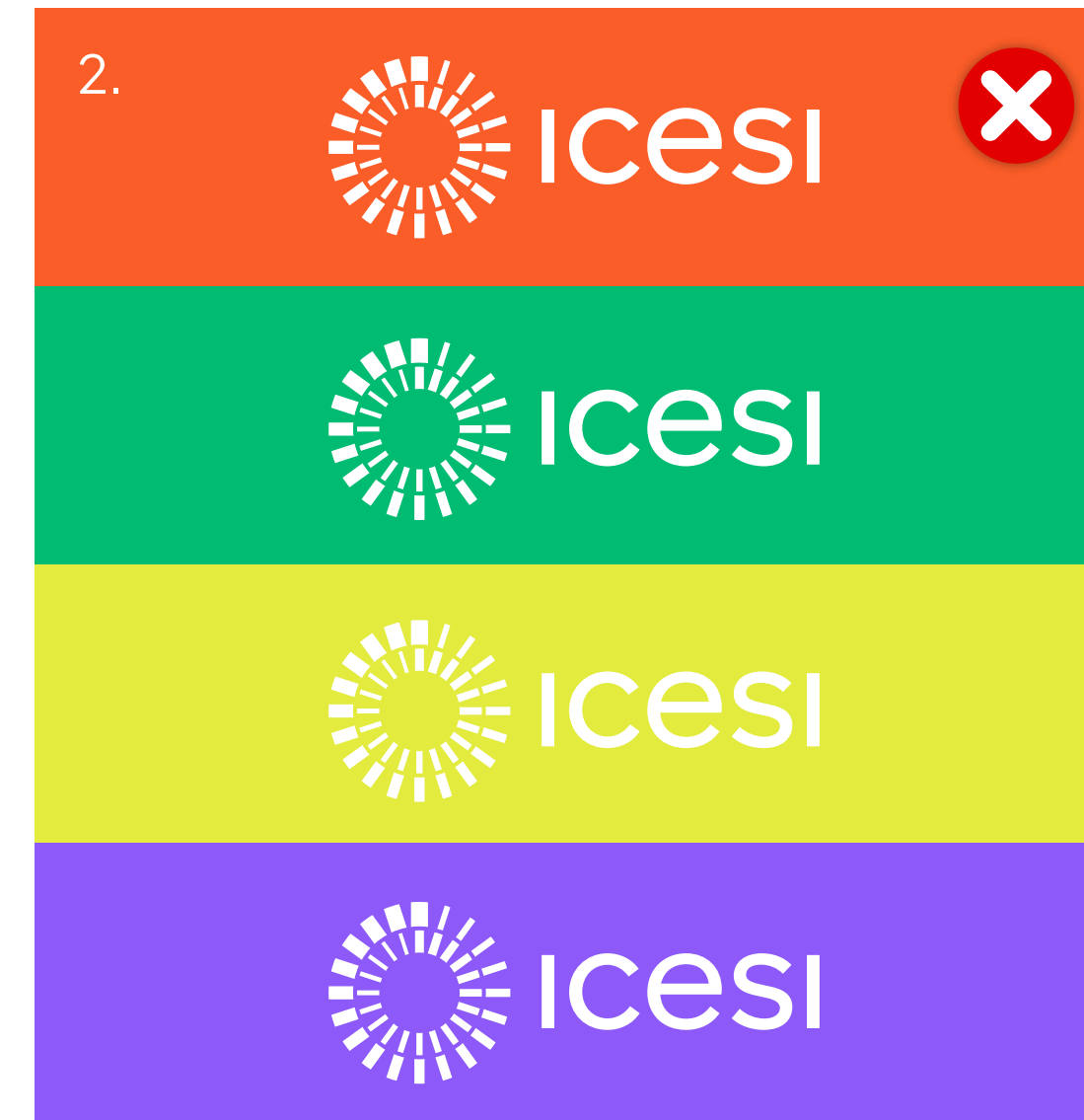
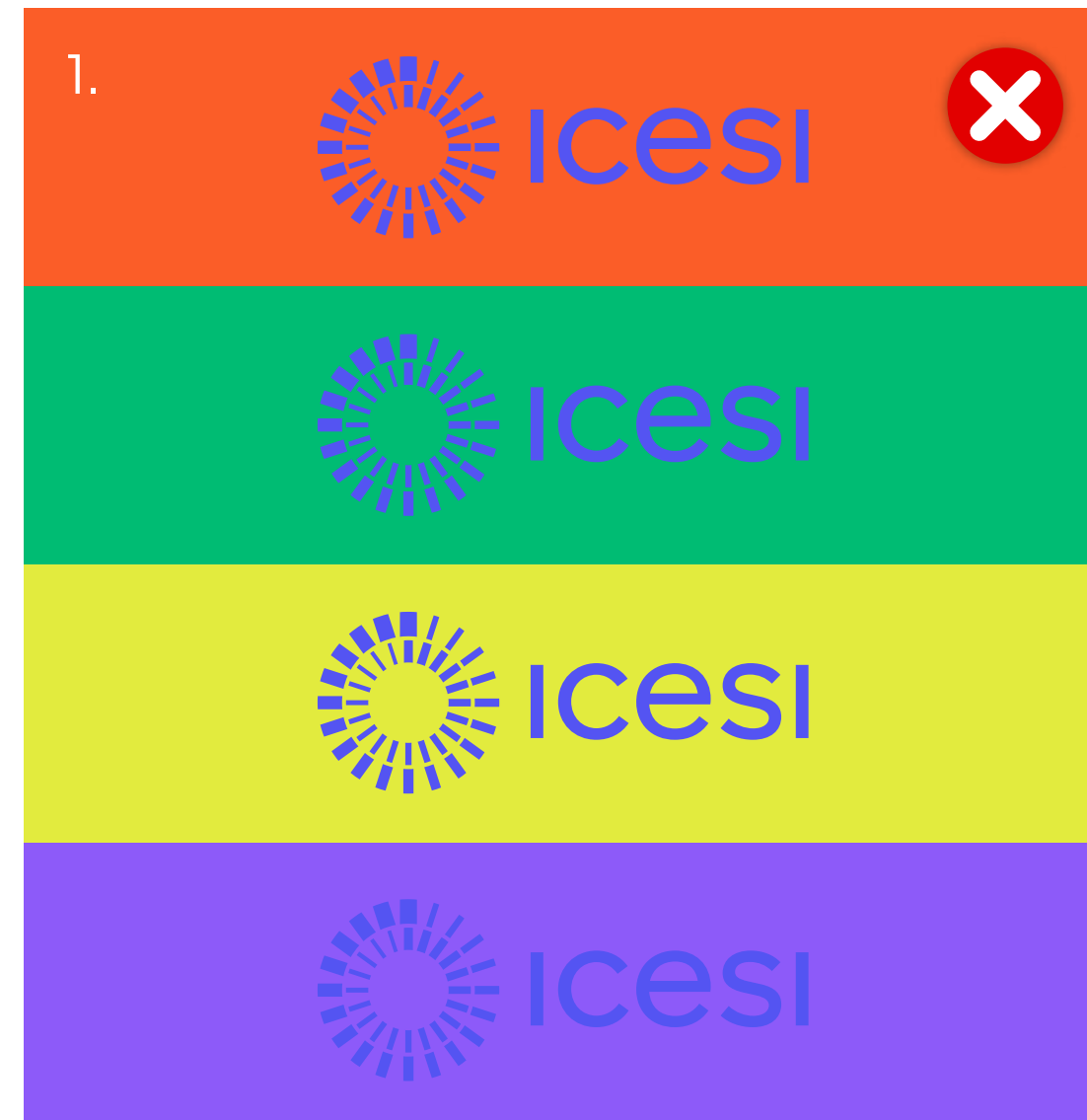


Aplicación sobre fondos y materiales

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.

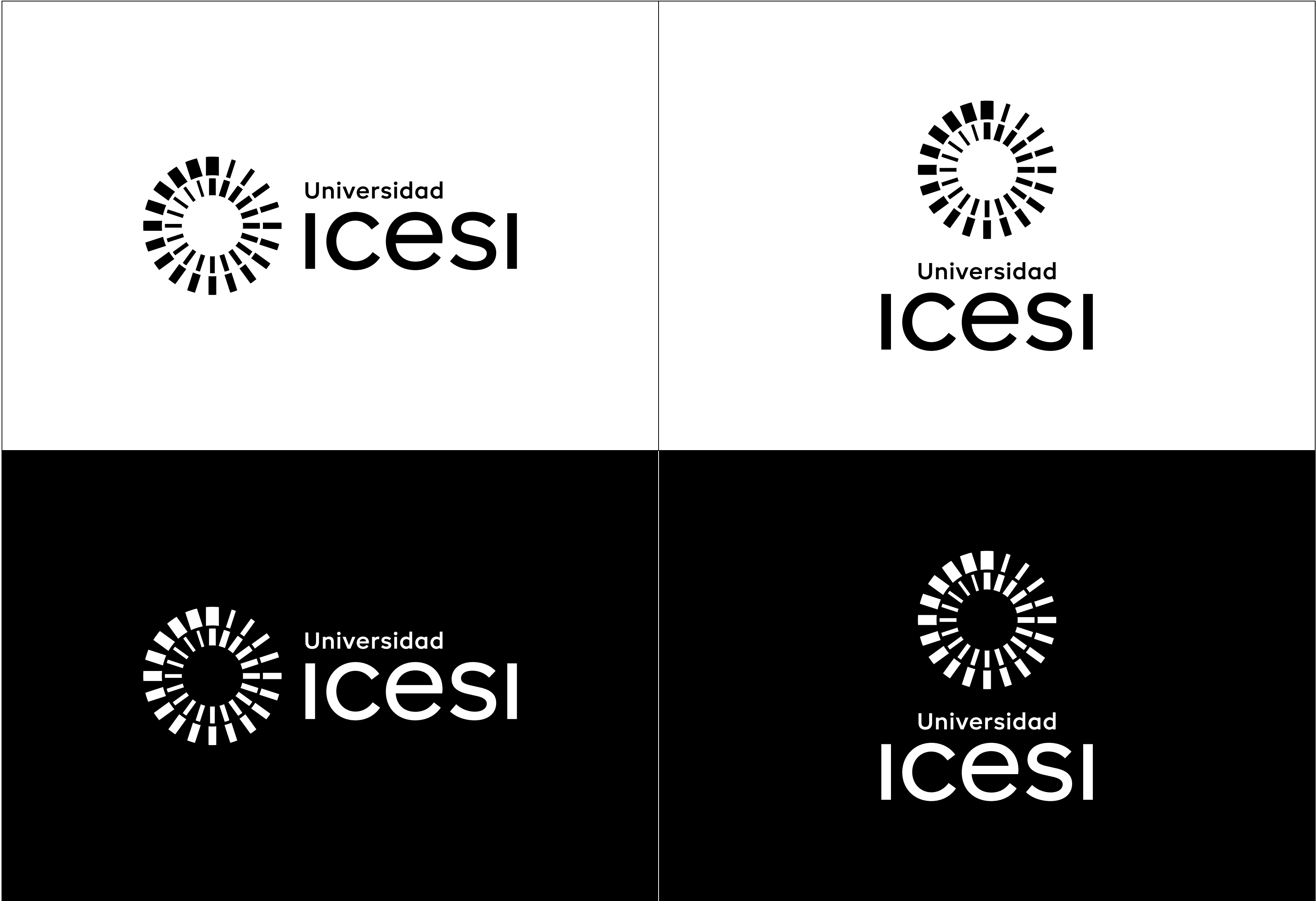
Positivo: símbolo y tipografía en color Azul Icesi Pantone 2131 C, sobre fondo color blanco.

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.

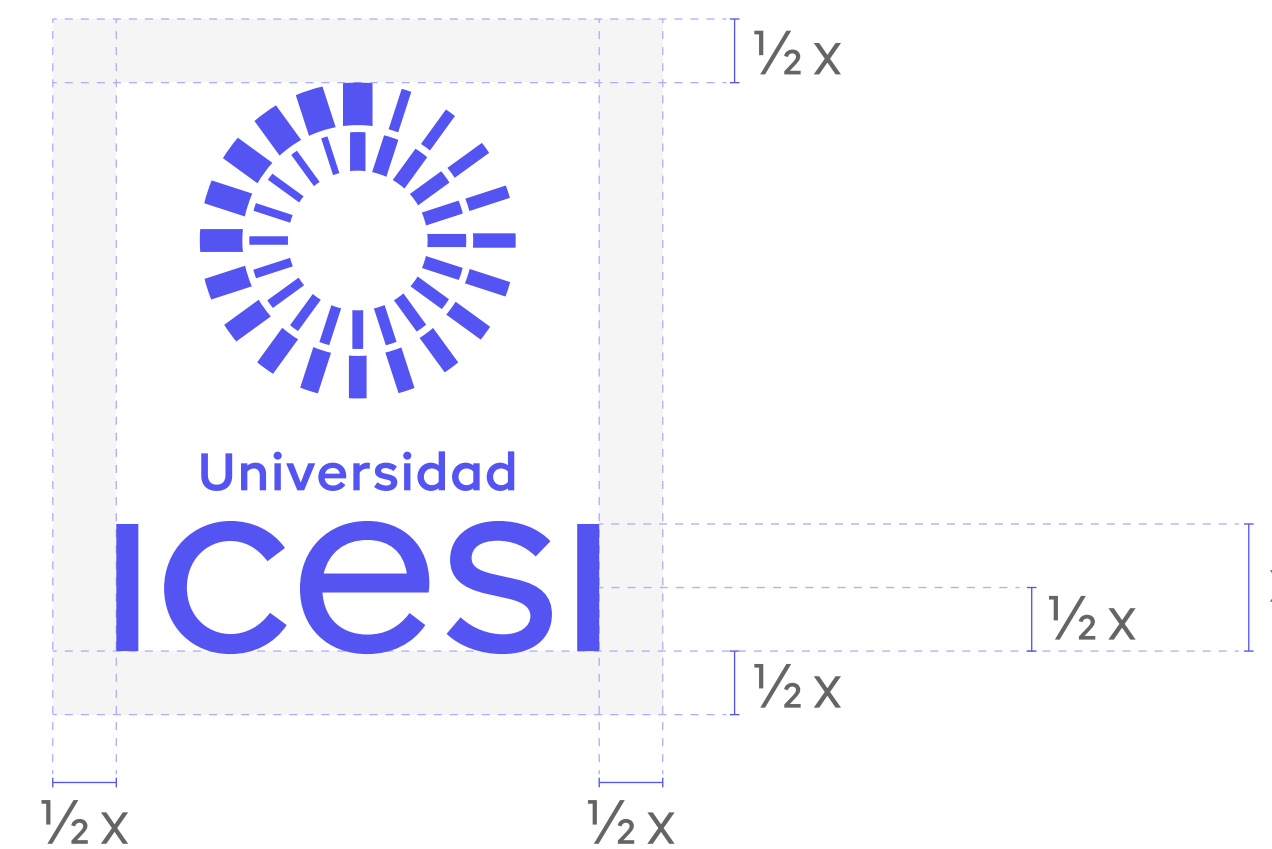


Área de reserva reducida

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.

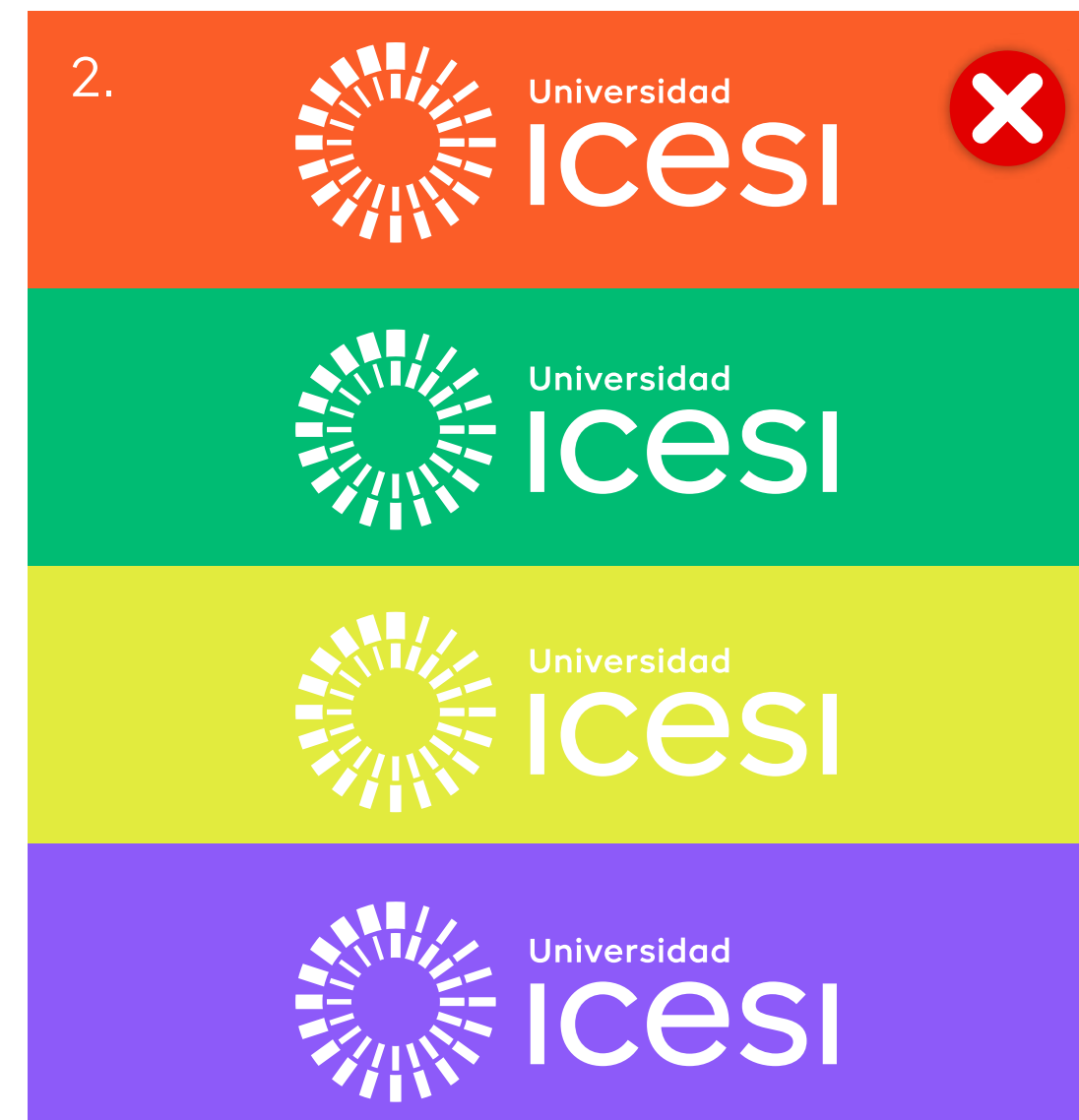


Aplicación sobre fondos y materiales

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.



Lineamientos de colaboración

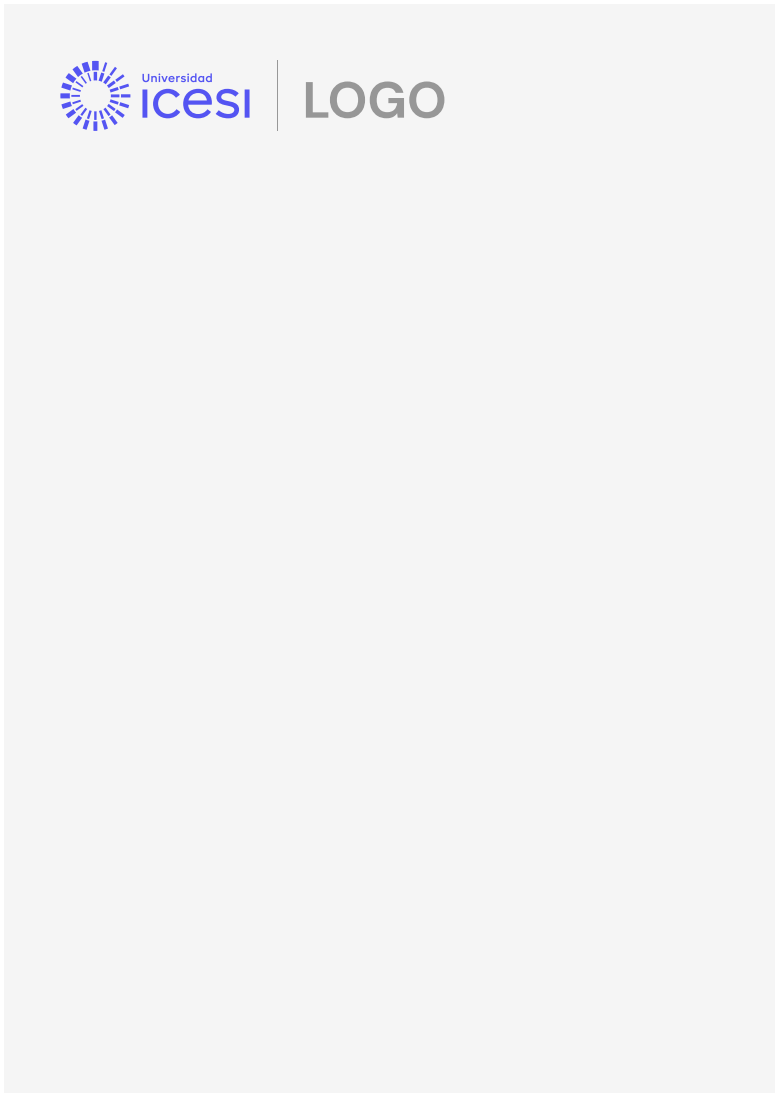
Cuando el cobranding es entre Icesi y una marca más, los logotipos se deben colocar como lo establece el siguiente diagrama.



Escenarios de cobranding

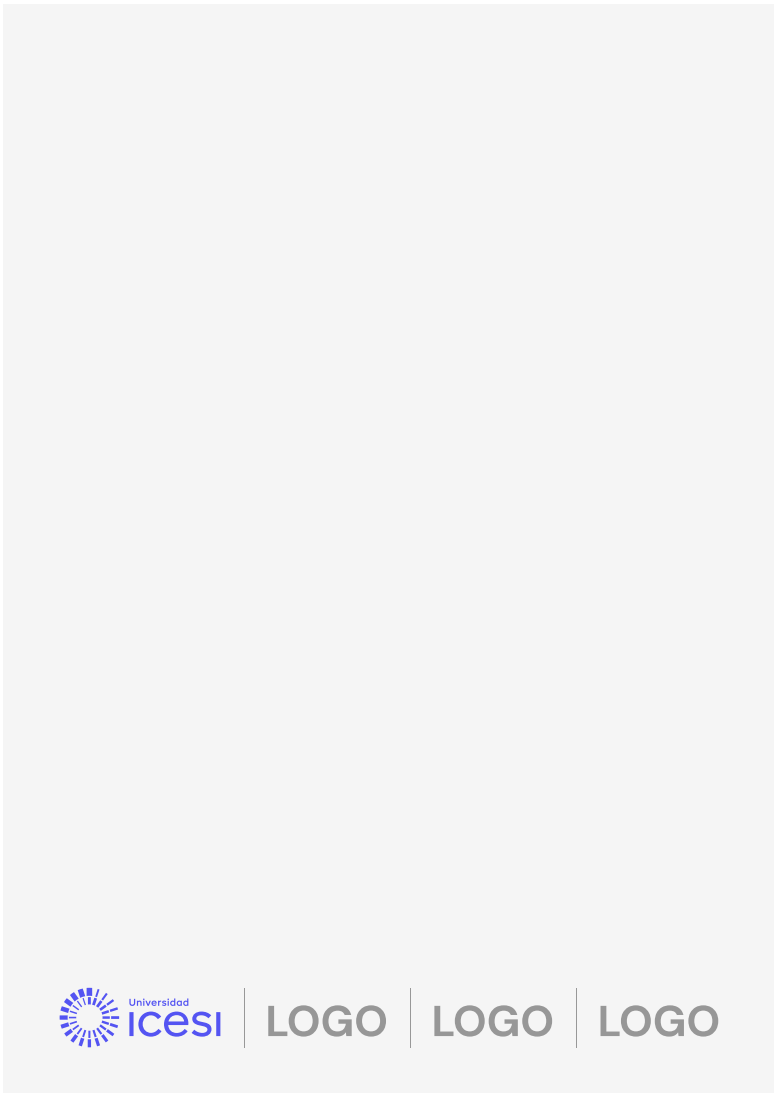
Existen diferentes escenarios de cobranding que dependen del nivel de participación en la alianza.

Colaboración al mismo nivel con otra marca.



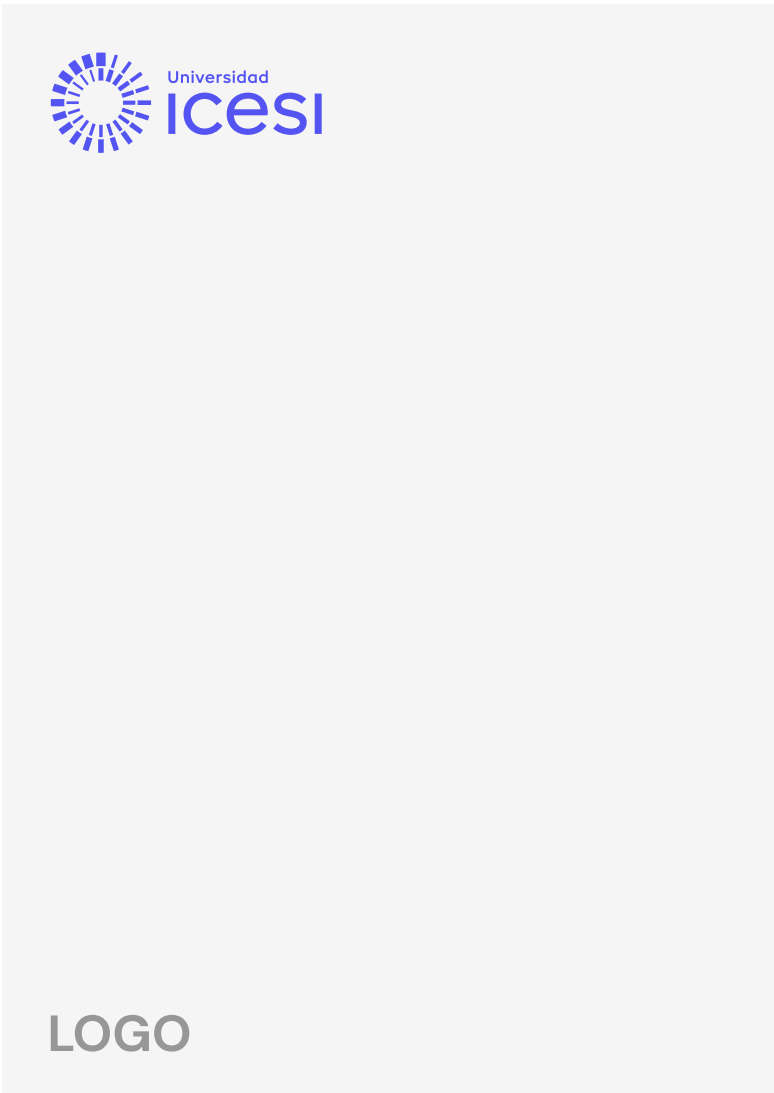
El material es neutro y no se usa de manera predominante el estilo visual de ninguna de las dos marcas.

Participación de varias marcas.



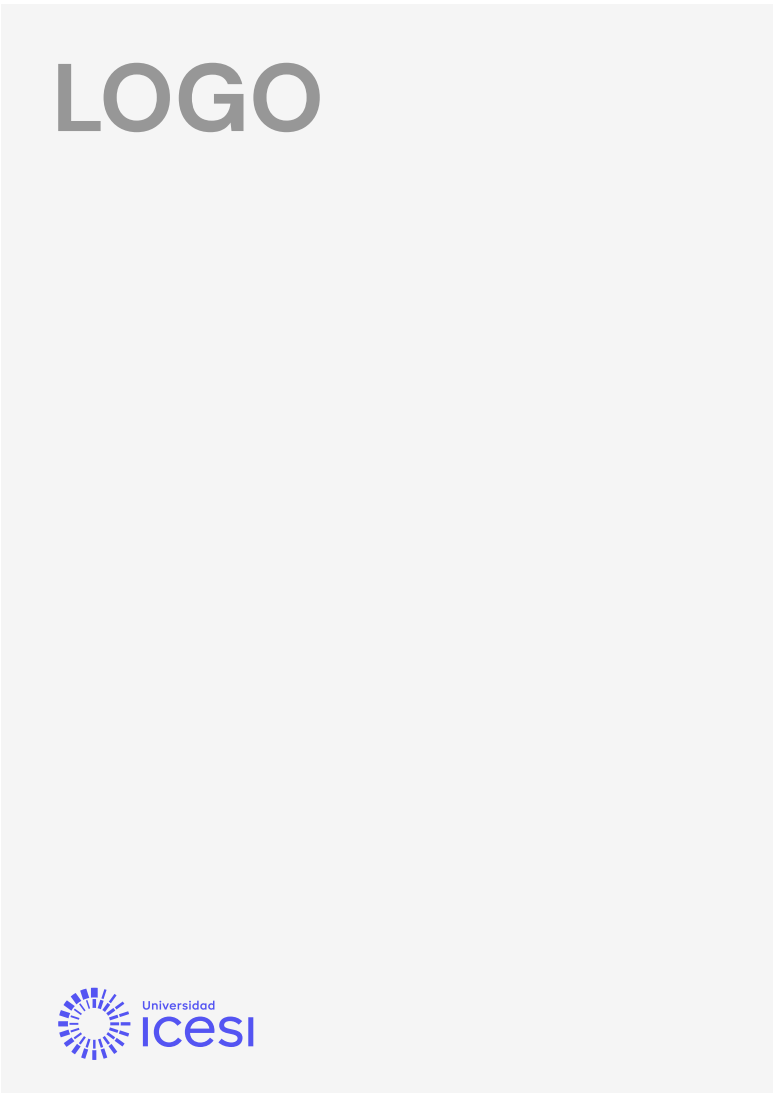
Se debe respetar el logotipo de todos los participantes y el estilo visual no corresponde a ninguna marca de la alianza.

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.

<div>Azul Icesi</div> <div><div>Pantone 2131 C</div><div>C: 83 M: 78 Y: 0 K: 0</div><div>R: 84 G: 84 B: 233</div><div>HEX: 5454e9</div></div>	<div>Blanco</div> <div><div>C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0</div><div>R: 255 G: 255 B: 255</div><div>HEX: fffffff</div></div>
---	---

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.

<div>Amarillo Icesi Pantone 381 C C: 23 M: 0 Y: 79 K: 0 R: 228 G: 235 B: 96 HEX: e4eb60</div>	<div>Naranja Icesi Pantone Orange 21 C C: 0 M: 79 Y: 78 K: 0 R: 233 G: 104 B: 59 HEX: e9683b</div>	<div>Negro Pantone Process Black C C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100 R: 0 G: 0 B: 0 HEX: 000000</div>
<div>Morado Icesi Pantone 2665 C C: 68 M: 78 Y: 0 K: 0 R: 134 G: 92 B: 240 HEX: 865cf0</div>	<div>Gris 1 Pantone 423 C C: 55 M: 43 Y: 41 K: 0 R: 136 G: 137 B: 140 HEX: 88898c</div>	
<div>Verde Icesi Pantone 2251 C C: 86 M: 0 Y: 75 K: 0 R: 76 G: 185 B: 121 HEX: 4cb979</div>	<div>Gris 2 Pantone 420 C C: 23 M: 17 Y: 15 K: 0 R: 206 G: 207 B: 212 HEX: cecfd4</div>	

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.

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

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

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 neque diam nunc tincidunt. Ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, ut nostrud exerci tation.

Adipinem scing elit se
nie diam noyie tincid

Exerimatio aope

- 1. La jerarquía del texto se puede lograr con el uso de distintos pesos.
- 2. Los titulares pueden aplicarse en color morado, siempre y cuando sea legible.
- 3. El texto se puede aplicar sobre fondos de color, siempre que sea legible.

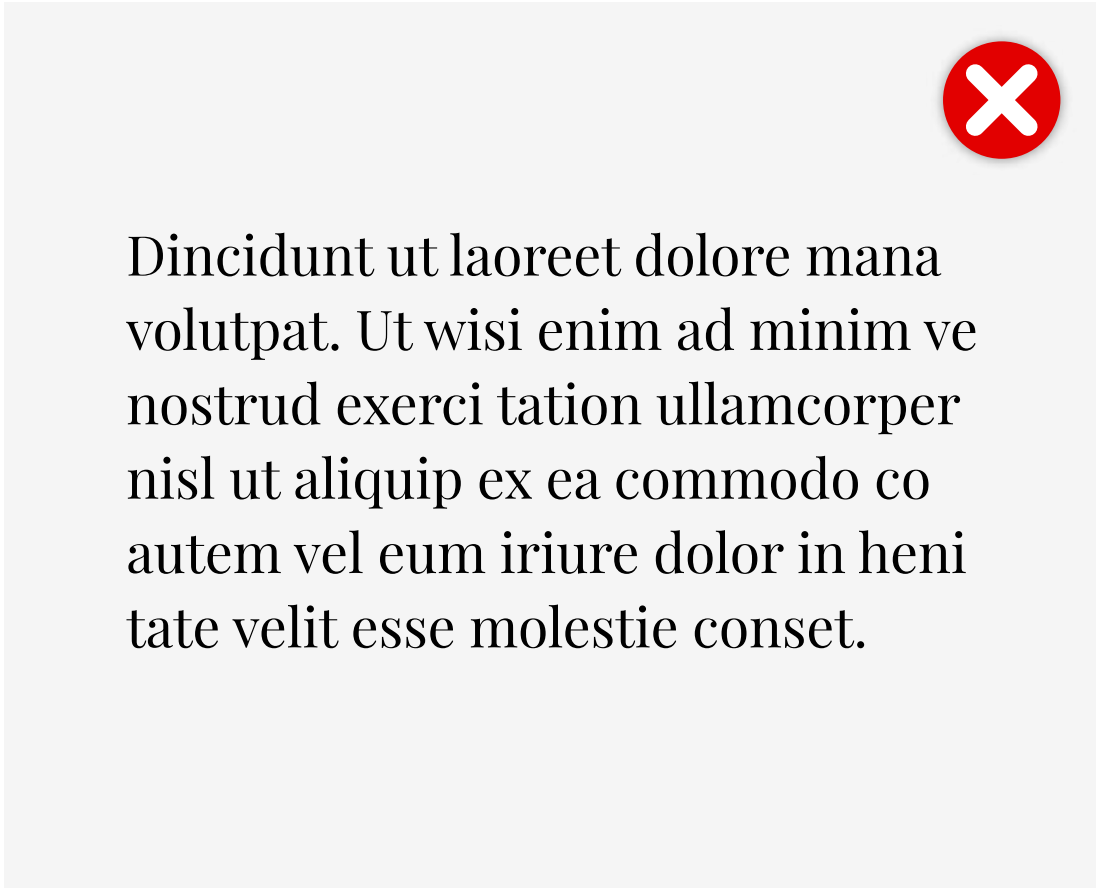
Dincidunt ut laoreet dolore magna
volutpat. Ut wisi enim ad minim ve
nostrud exerci tation ullamcorper
nisi ut aliquip ex ea commodo co
autem vel eum iriure dolor in heni
tate velit esse molestie conset.

Dolor sit amet, consete
scing elit, sed diam.

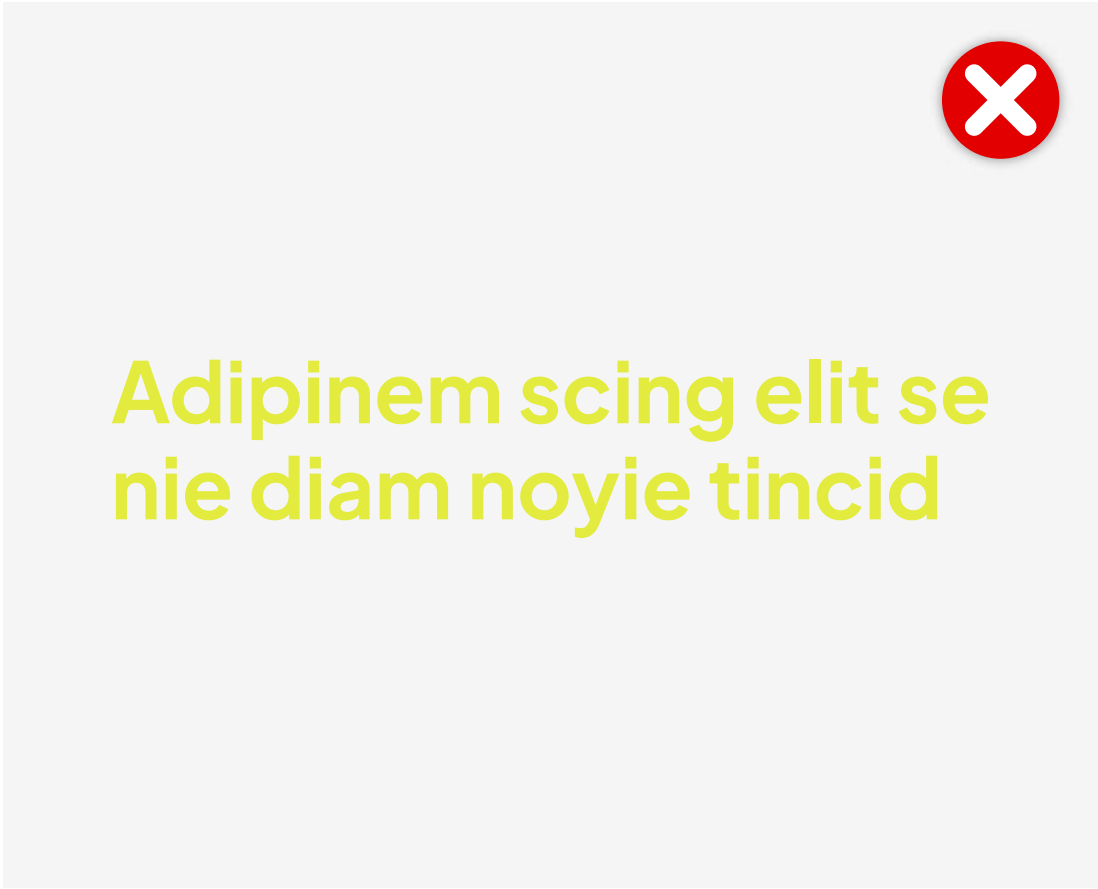
Lorem ipsum dolor
adipiscing elit, se
tincidunt ut laoree
volutpat. Ut wisi e
nostrud exerci tat

- 4. Los textos deben alinearse a la izquierda.
- 5. Solo se pueden alinear textos al centro para destacar información breve.
- 6. El interlineado debe de ser balanceado para generar una lectura cómoda.

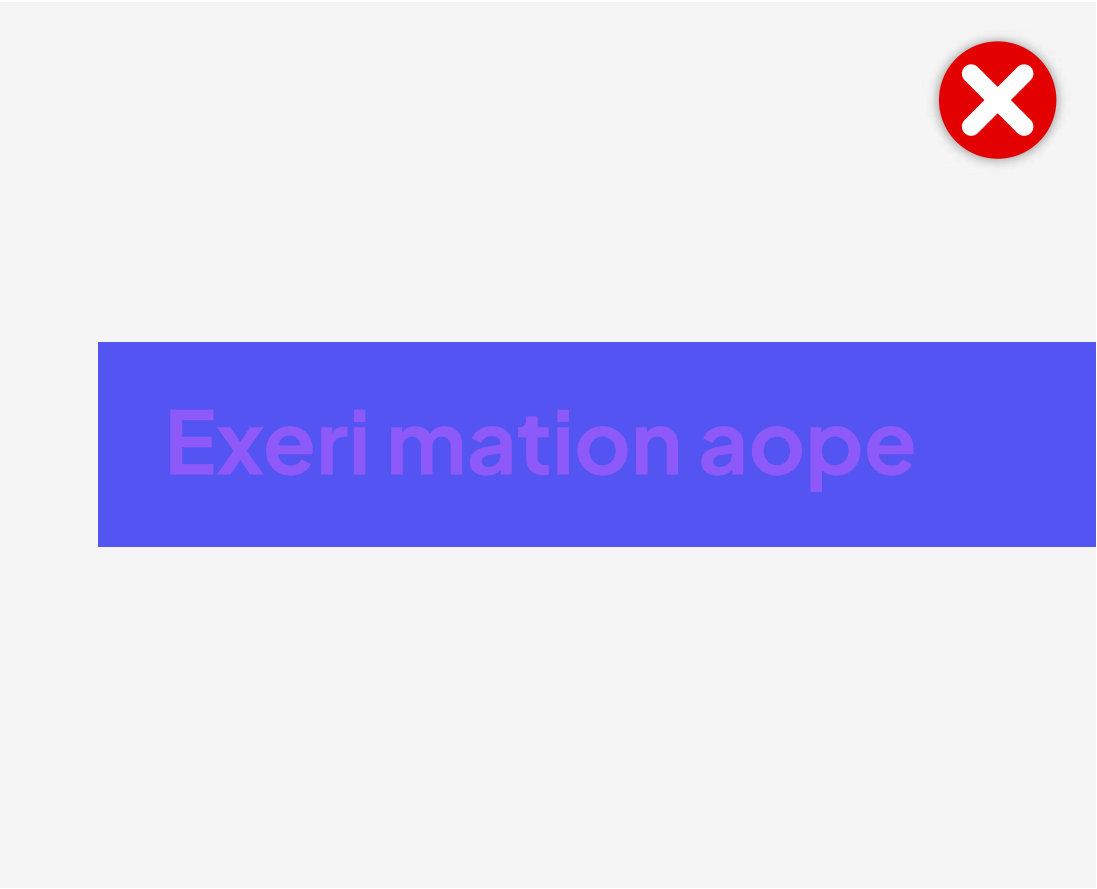
Usos incorrectos



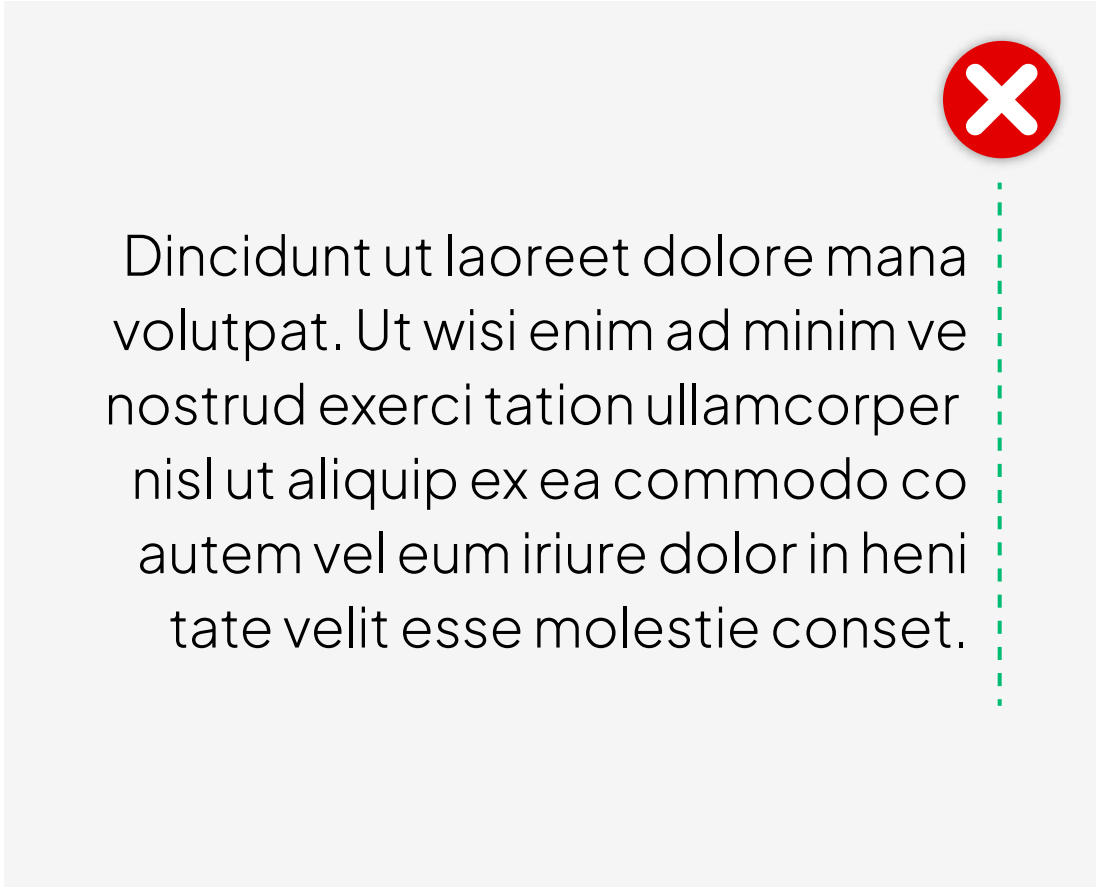
1. No se debe usar otra tipografía que no sea la de la marca.



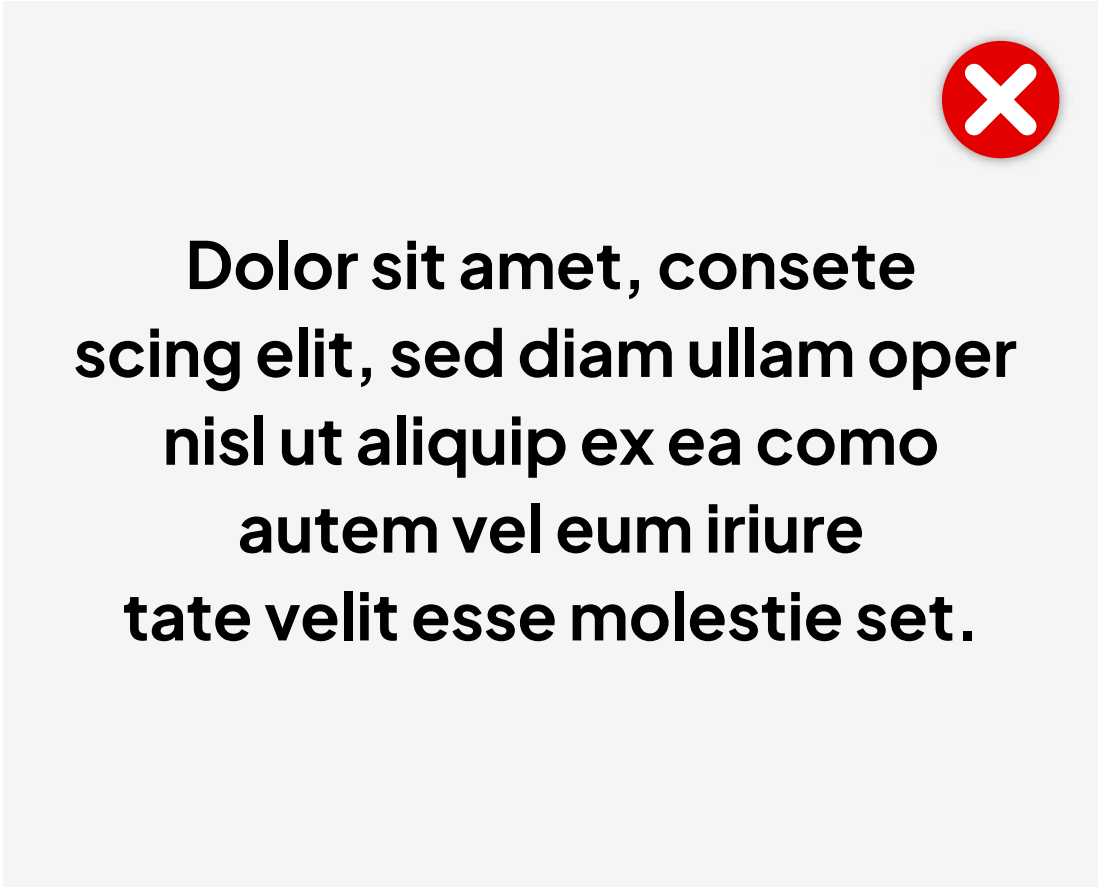
2. No se debe aplicar el texto en colores que afecten la legibilidad.



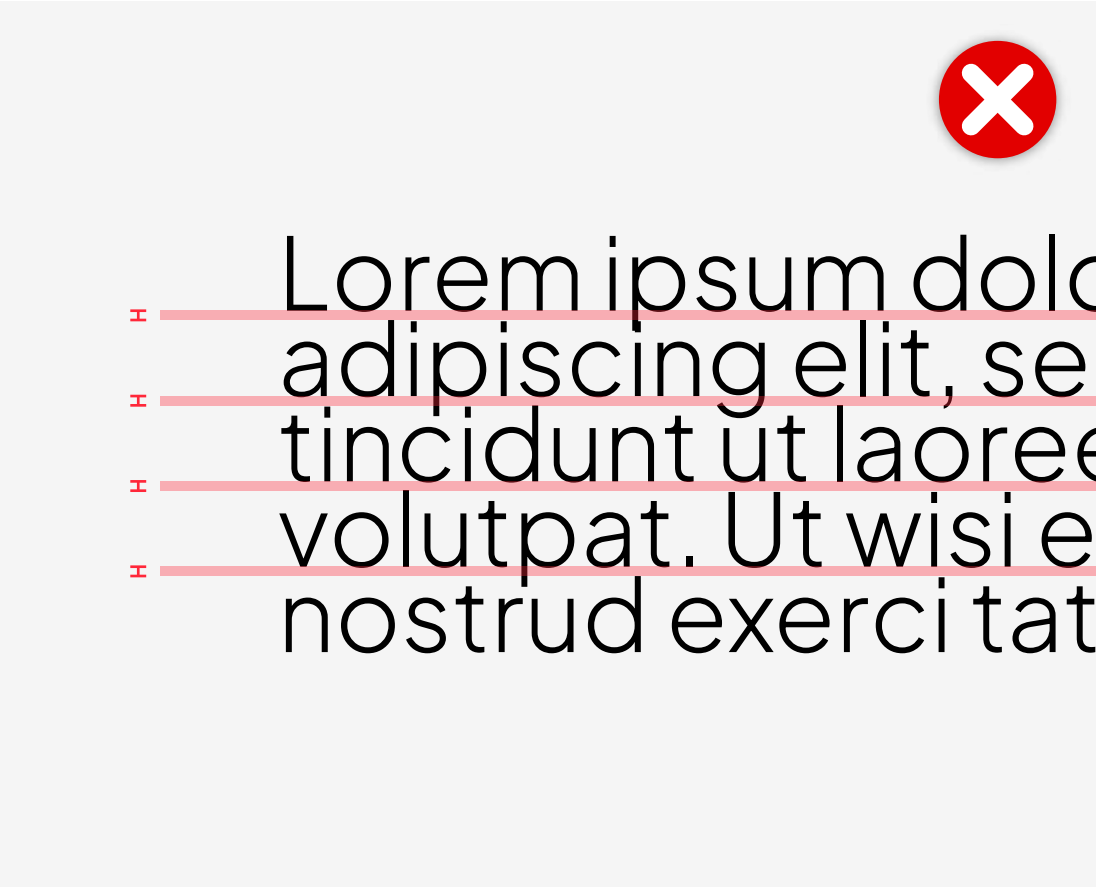
3. No se deben combinar colores de fondo y tipografía que no contrasten.



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



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



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.



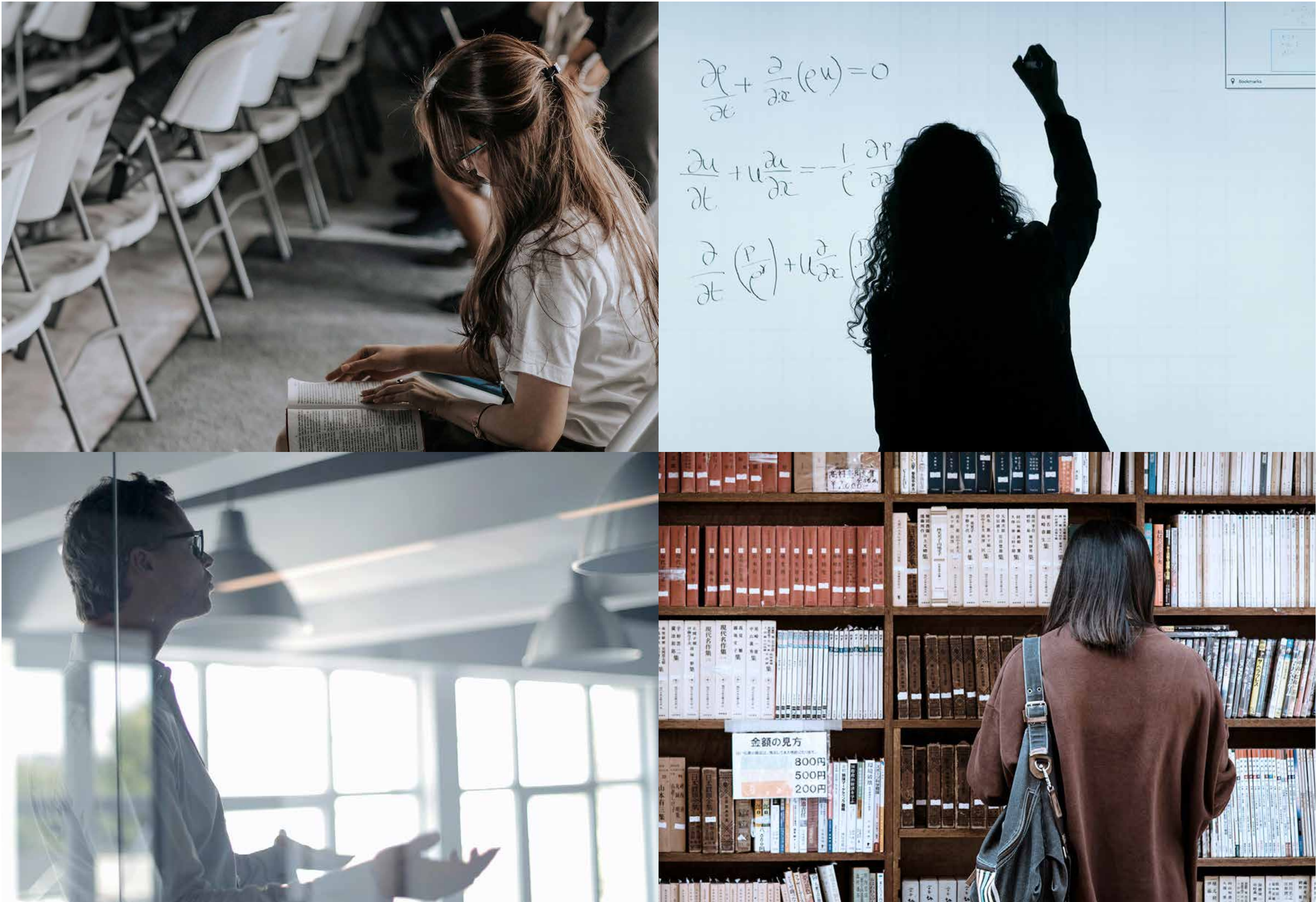
Grupos

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

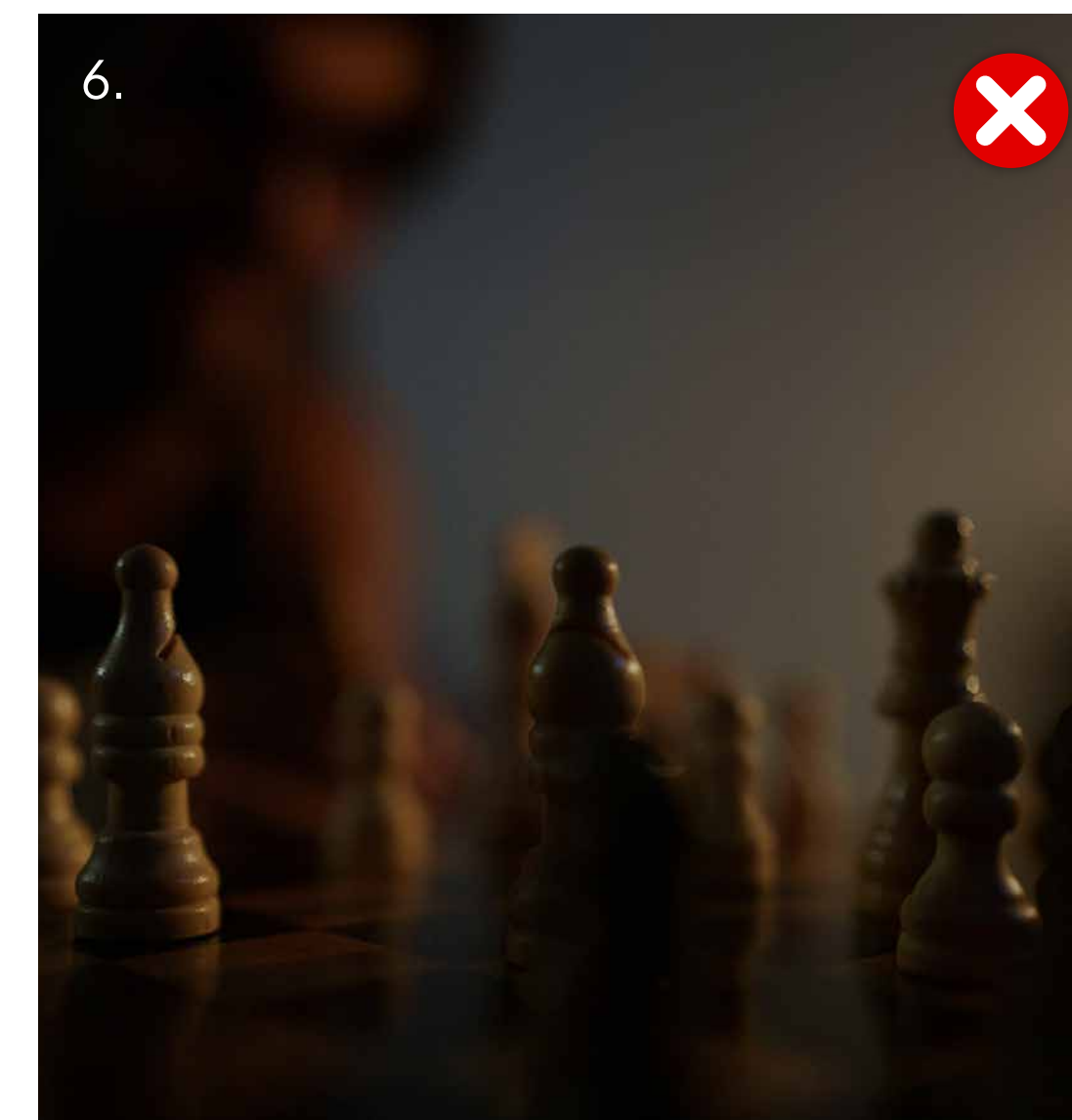
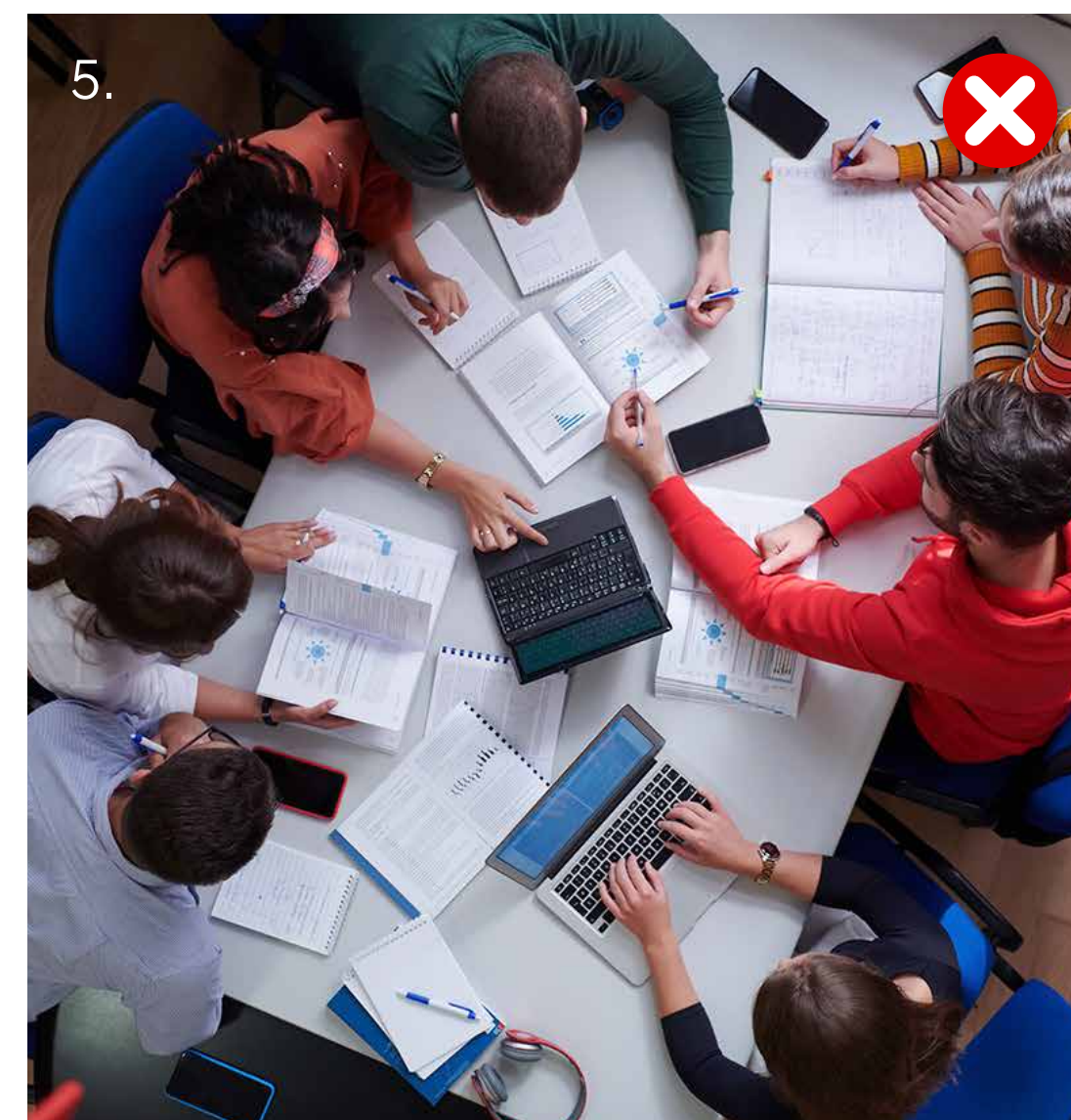
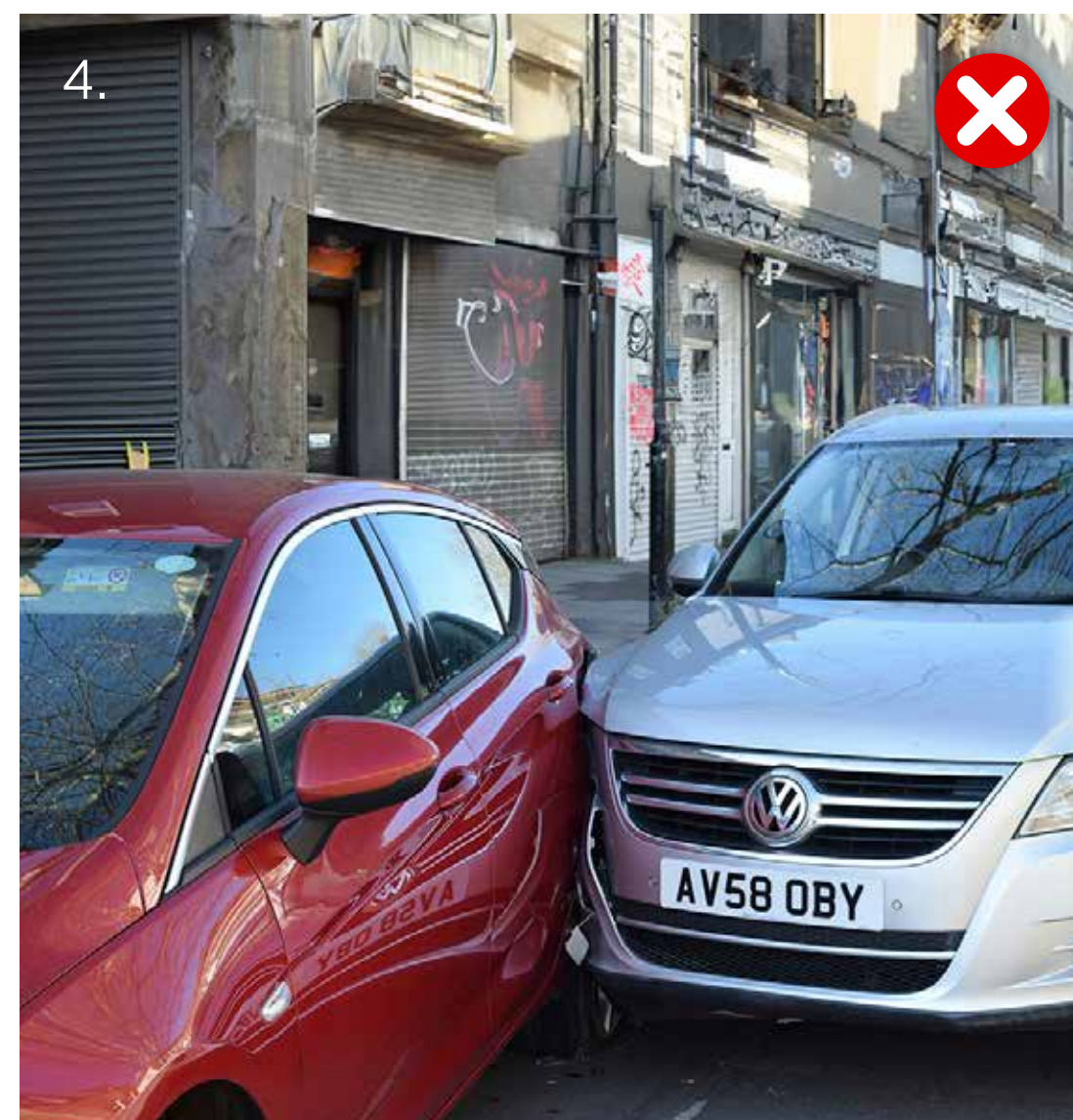
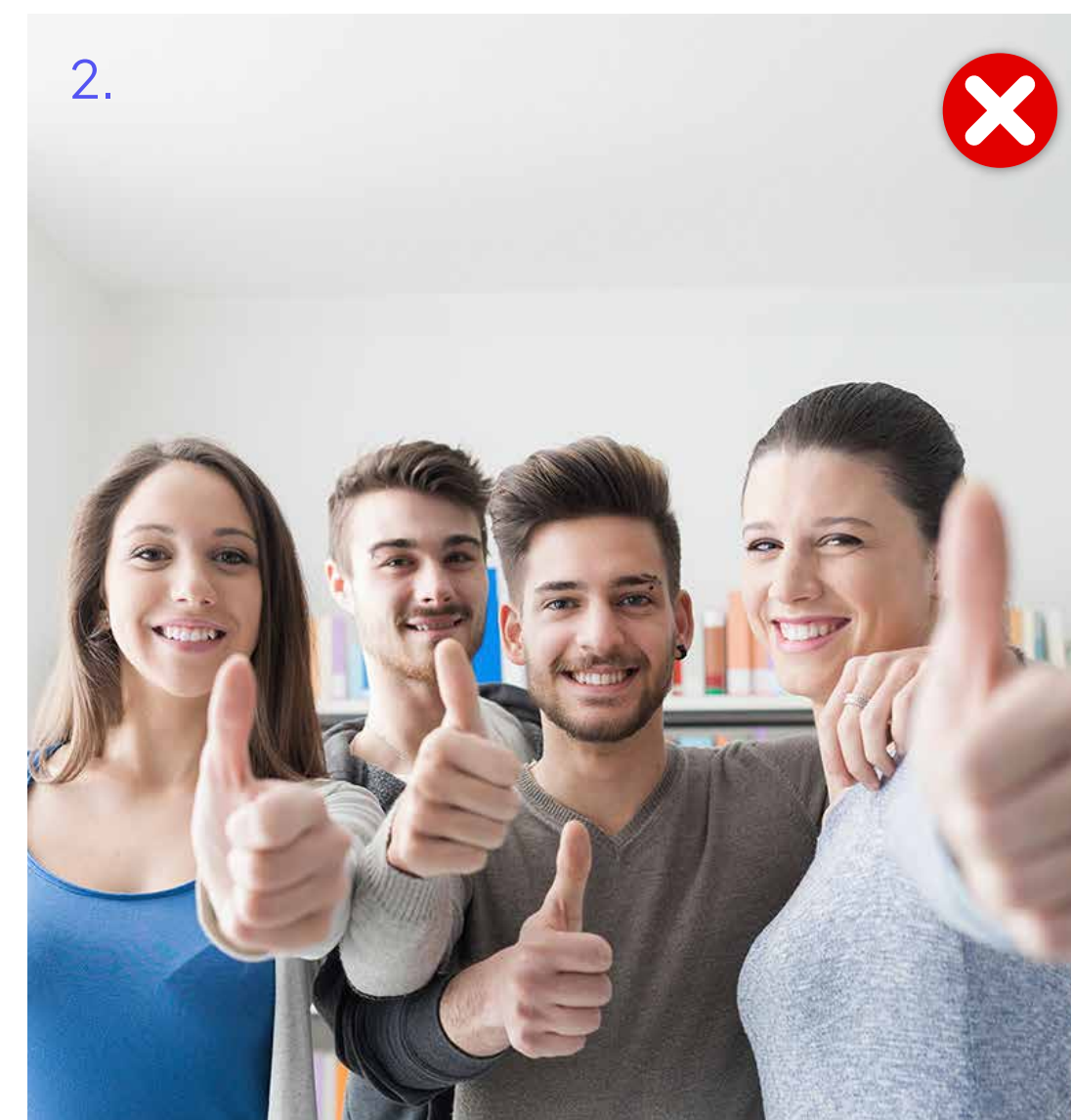
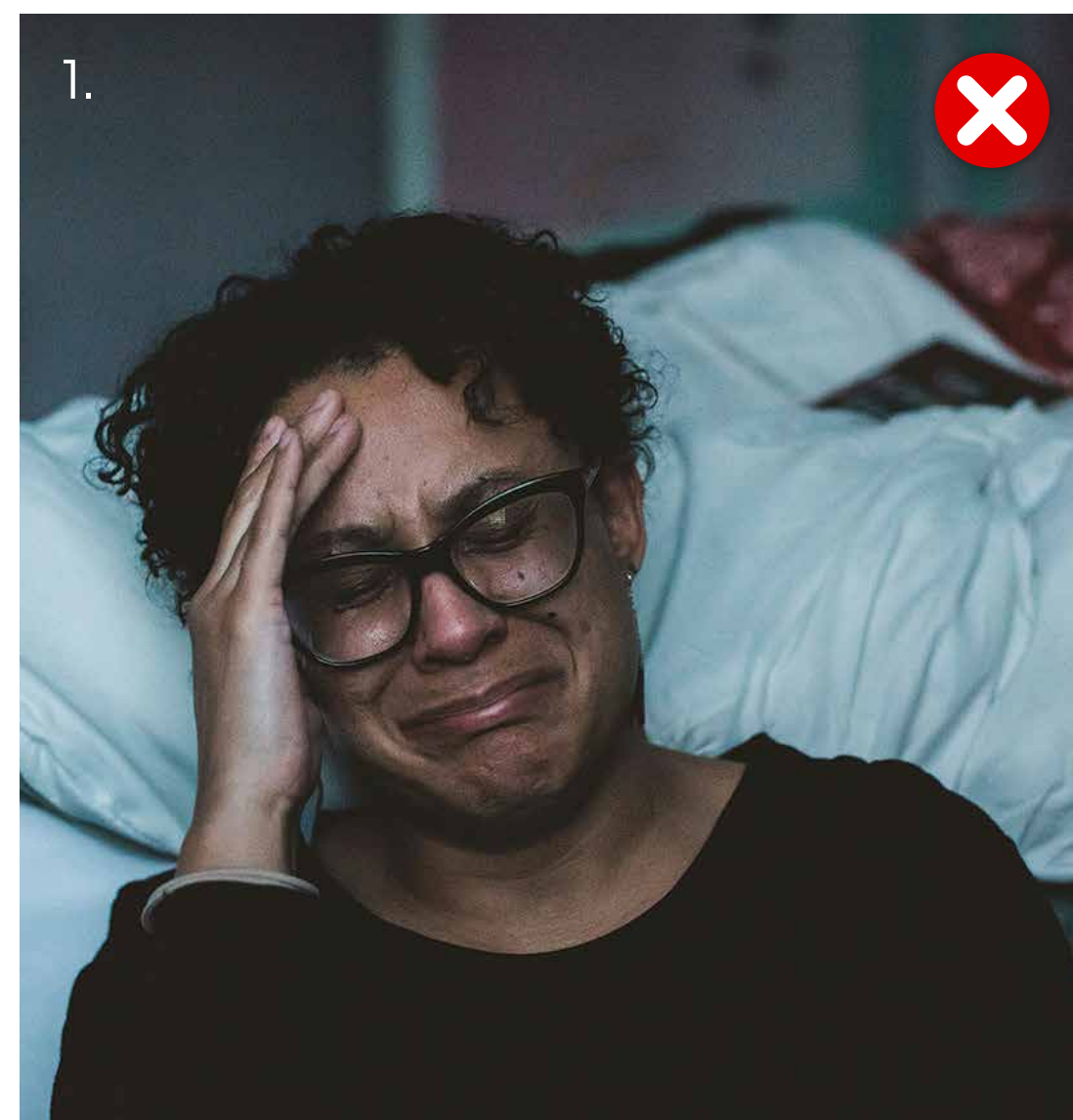
Las imágenes deben tener una saturación ligeramente baja, hacia tonos grises.



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.



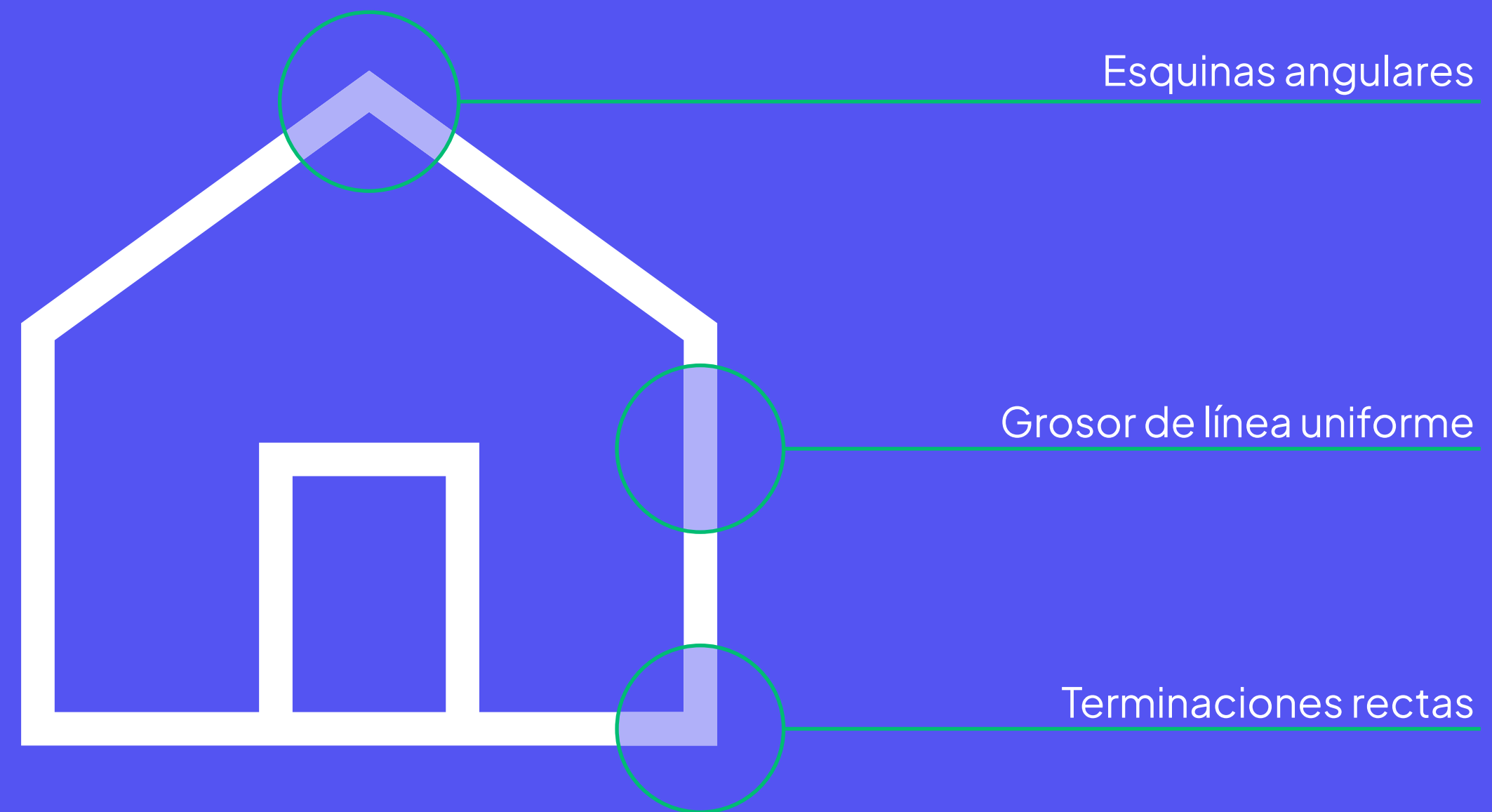
Iconografía

Íconos funcionales

Construcción

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

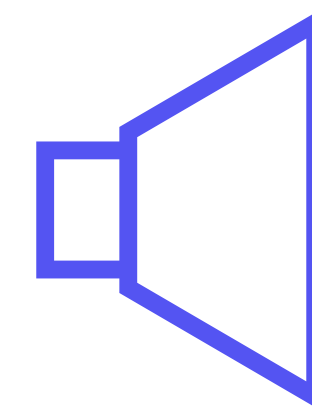
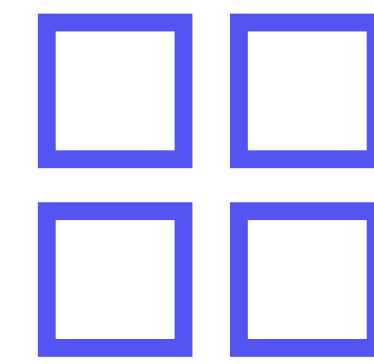
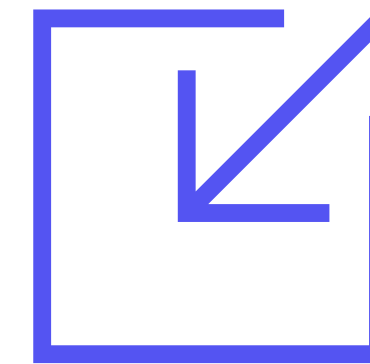
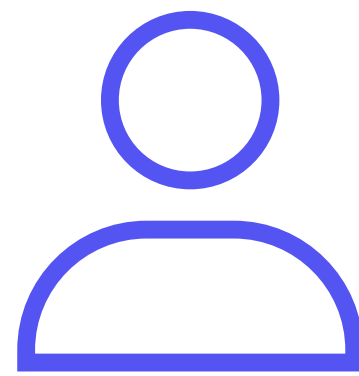
Para mantener un estilo uniforme en el uso y la creación de nuevos íconos, es necesario seguir los lineamientos de construcción establecidos.



Íconos funcionales

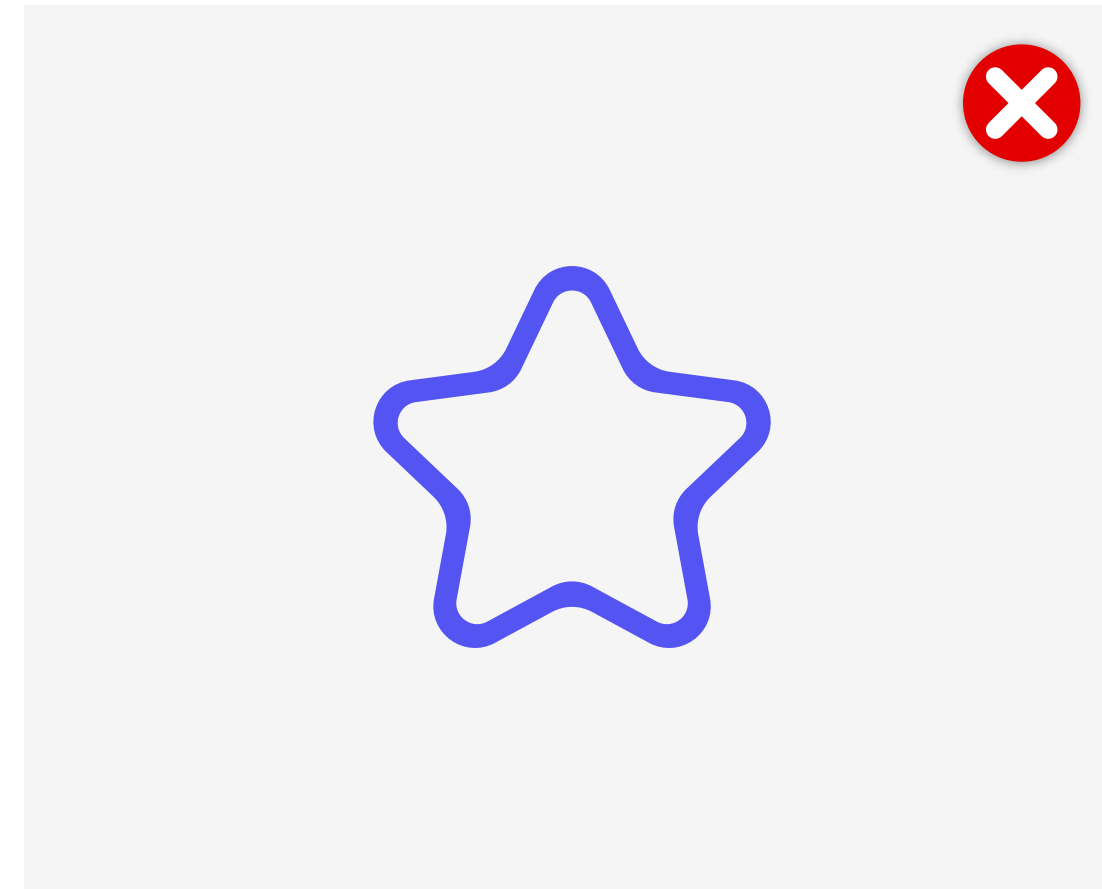
Ejemplos

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



Íconos funcionales

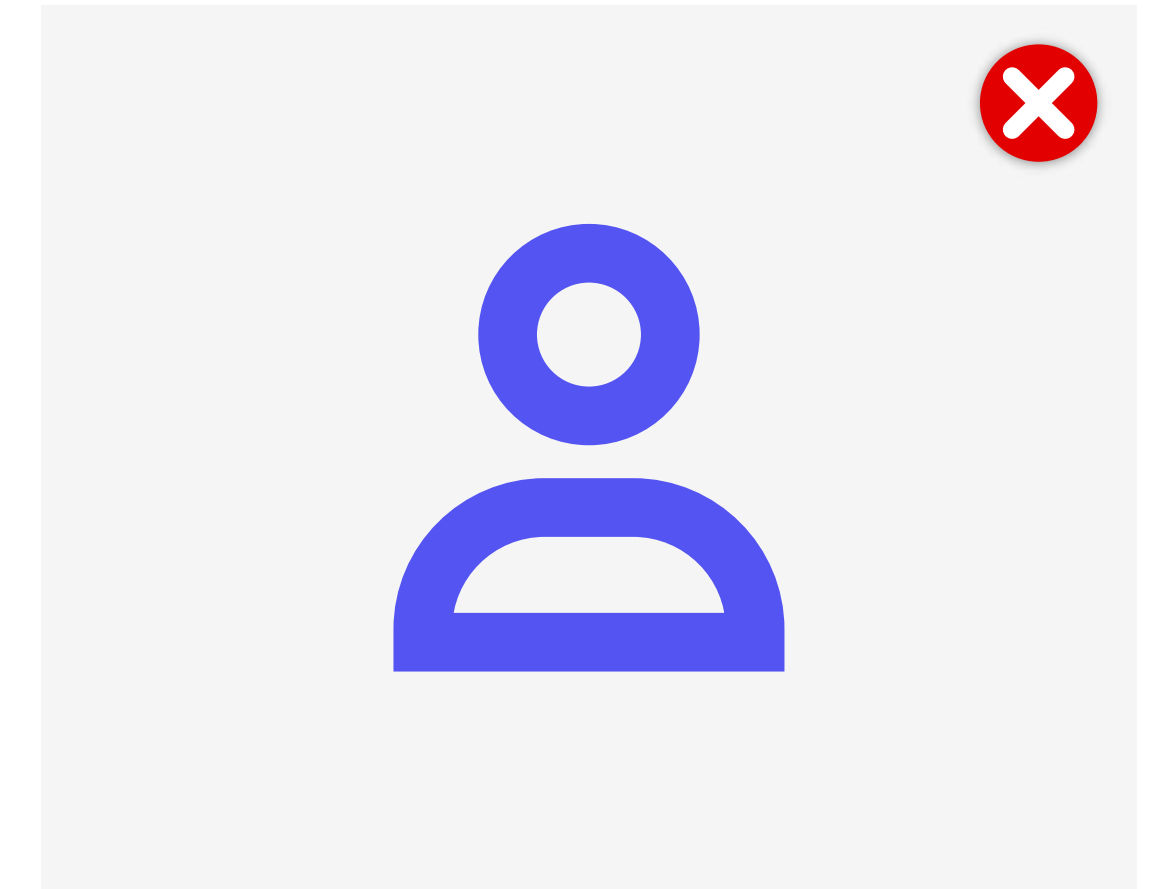
Usos incorrectos



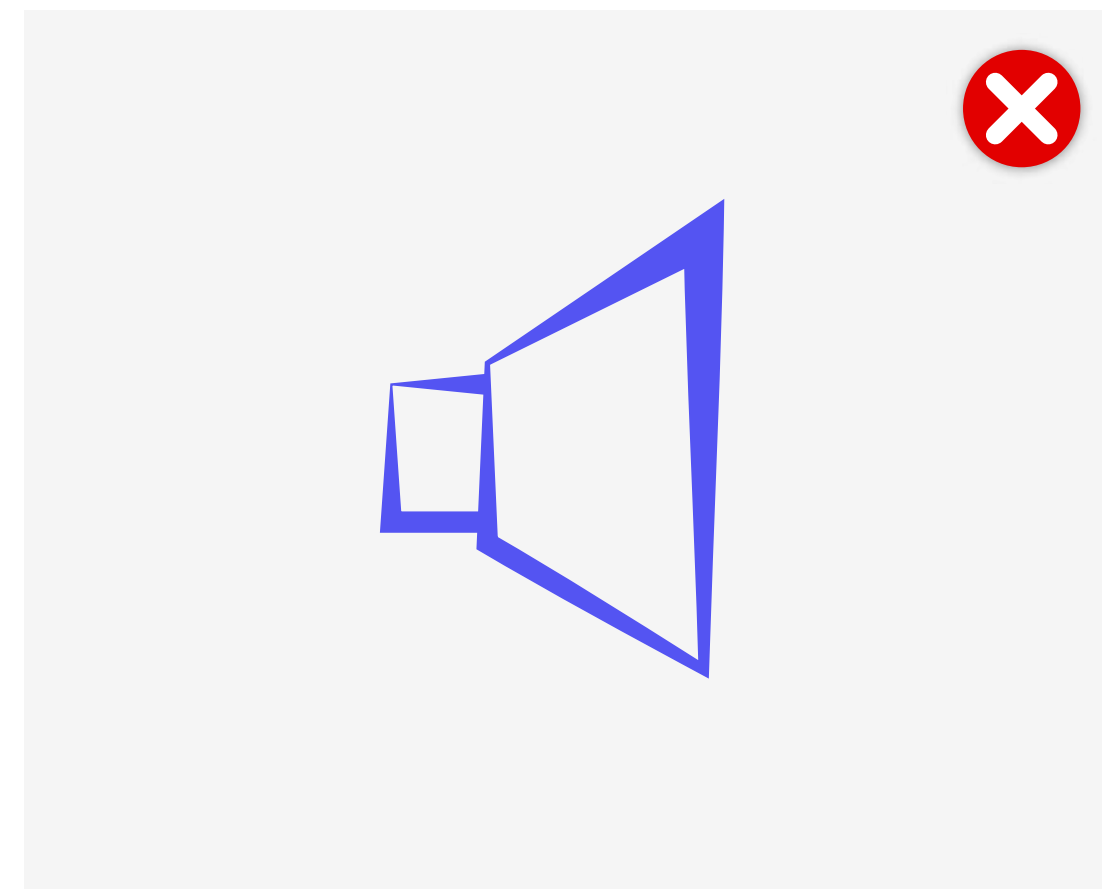
1. No deben desarrollarse con esquinas o terminaciones curvas.



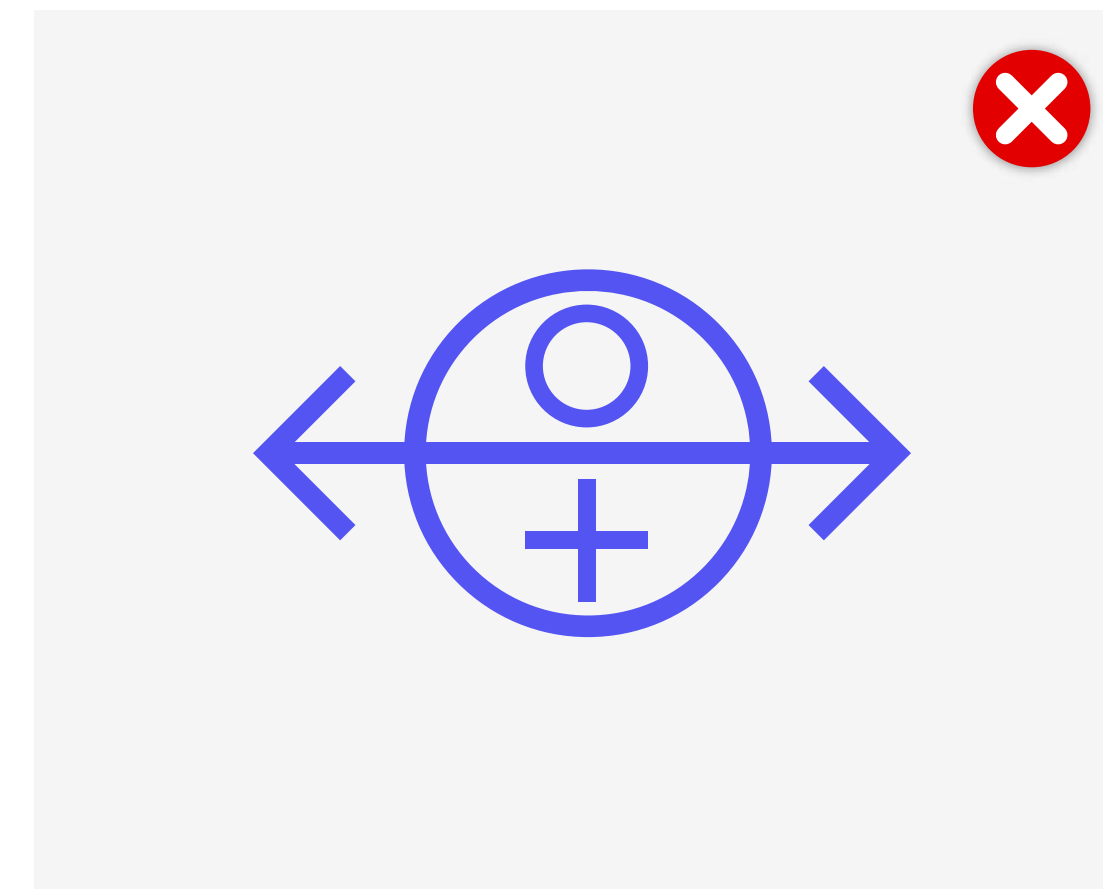
2. No deben aplicarse en plasta de color.



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.



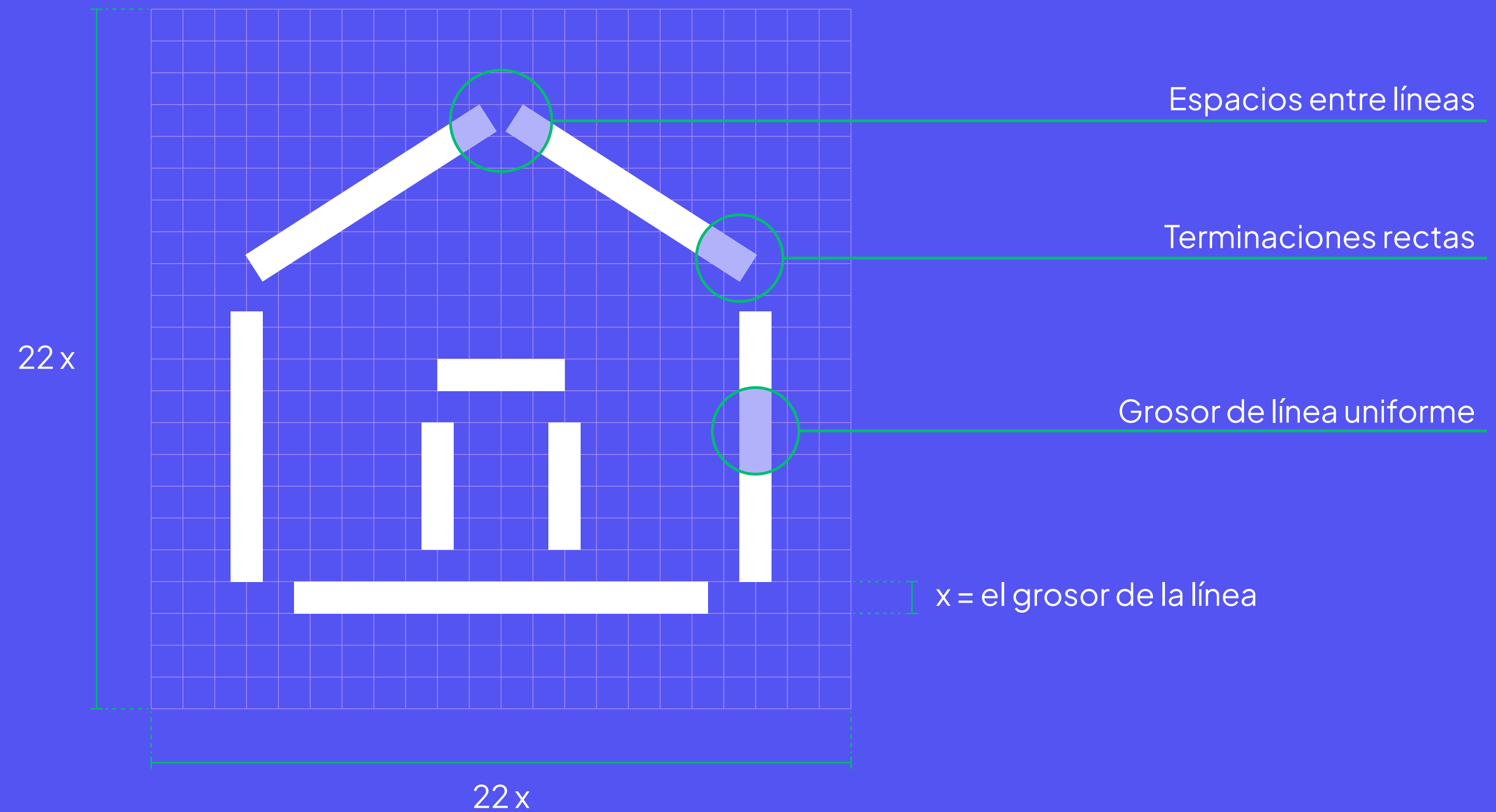
6. No se deben aplicar en colores que no sean de la paleta de la marca.

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.

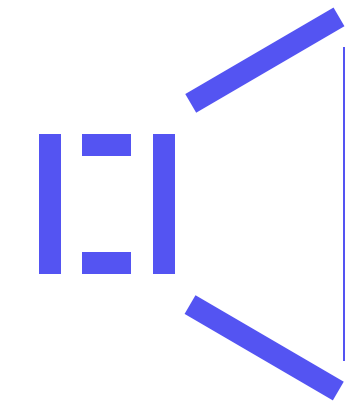
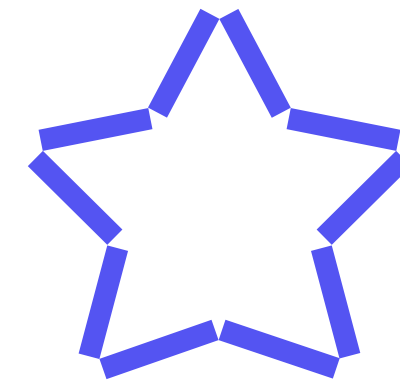
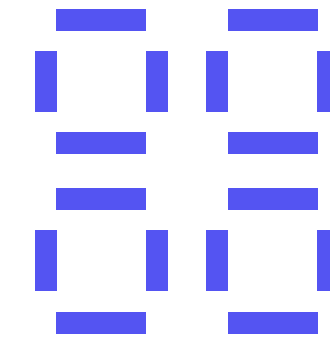
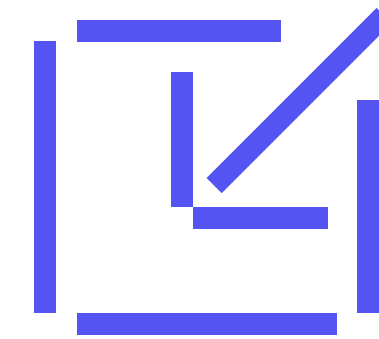
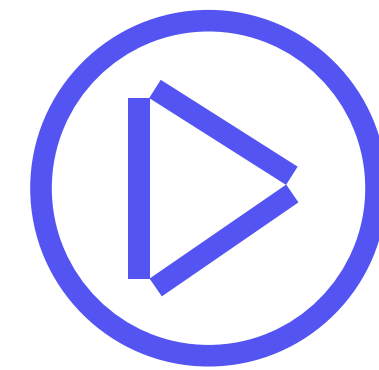
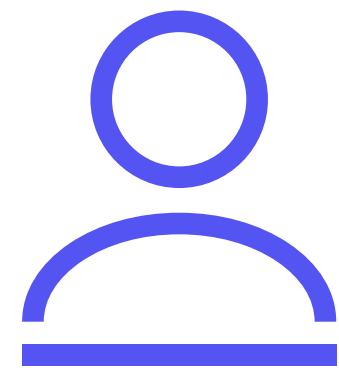
Para conservar un estilo uniforme en el uso y la creación de nuevos íconos es necesario seguir los lineamientos de construcción establecidos.



Íconos expresivos

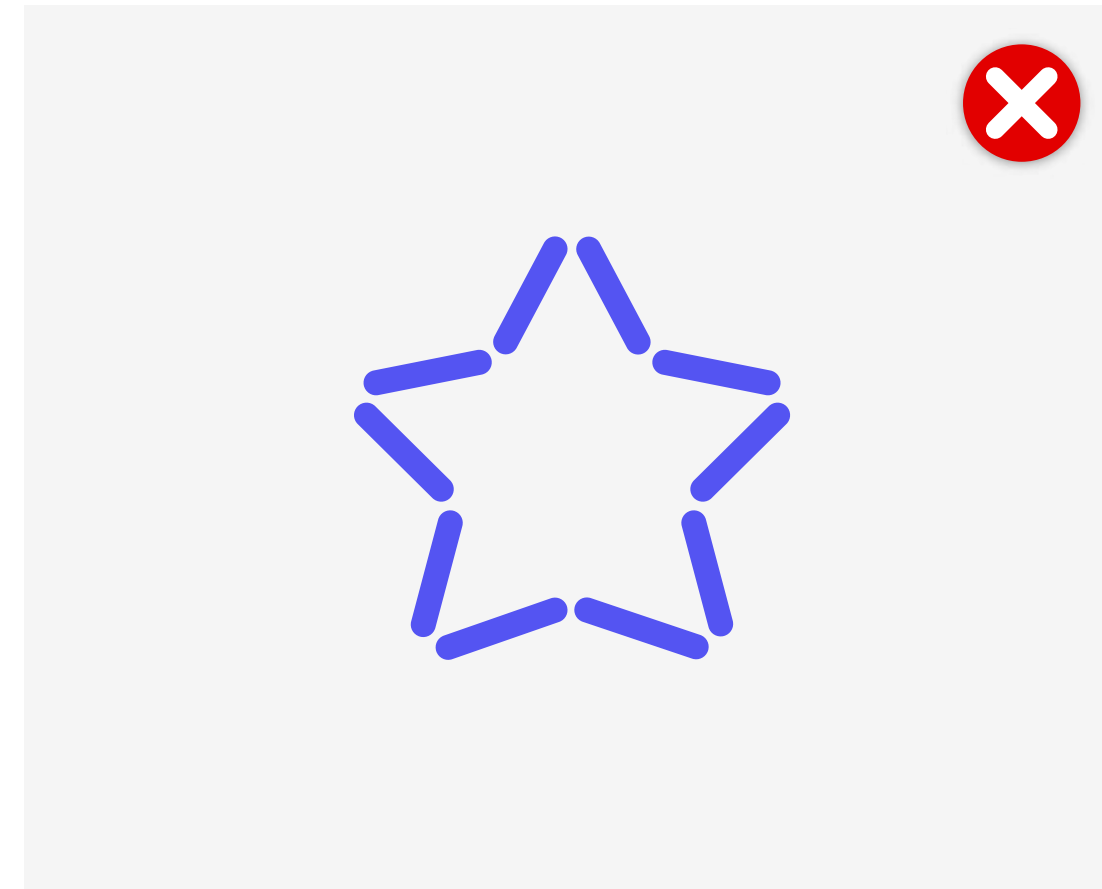
Ejemplos

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

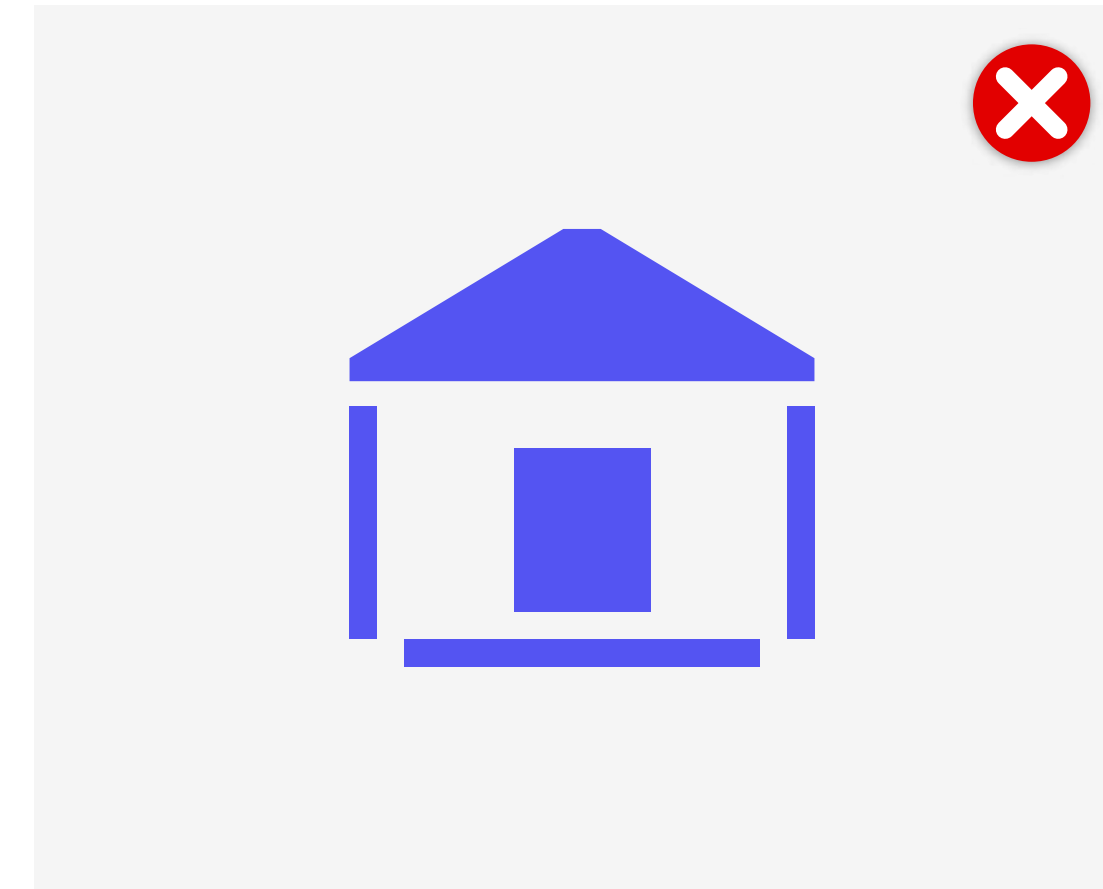


Íconos expresivos

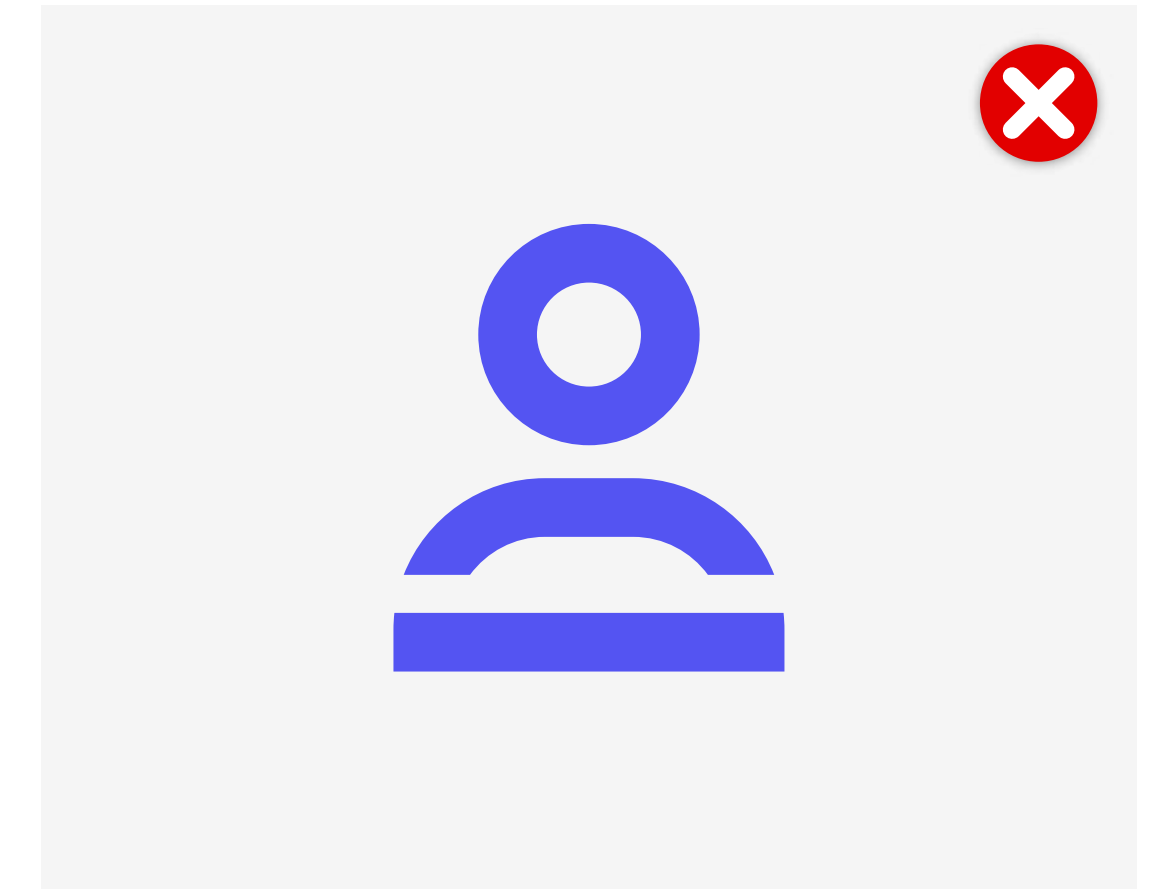
Usos incorrectos



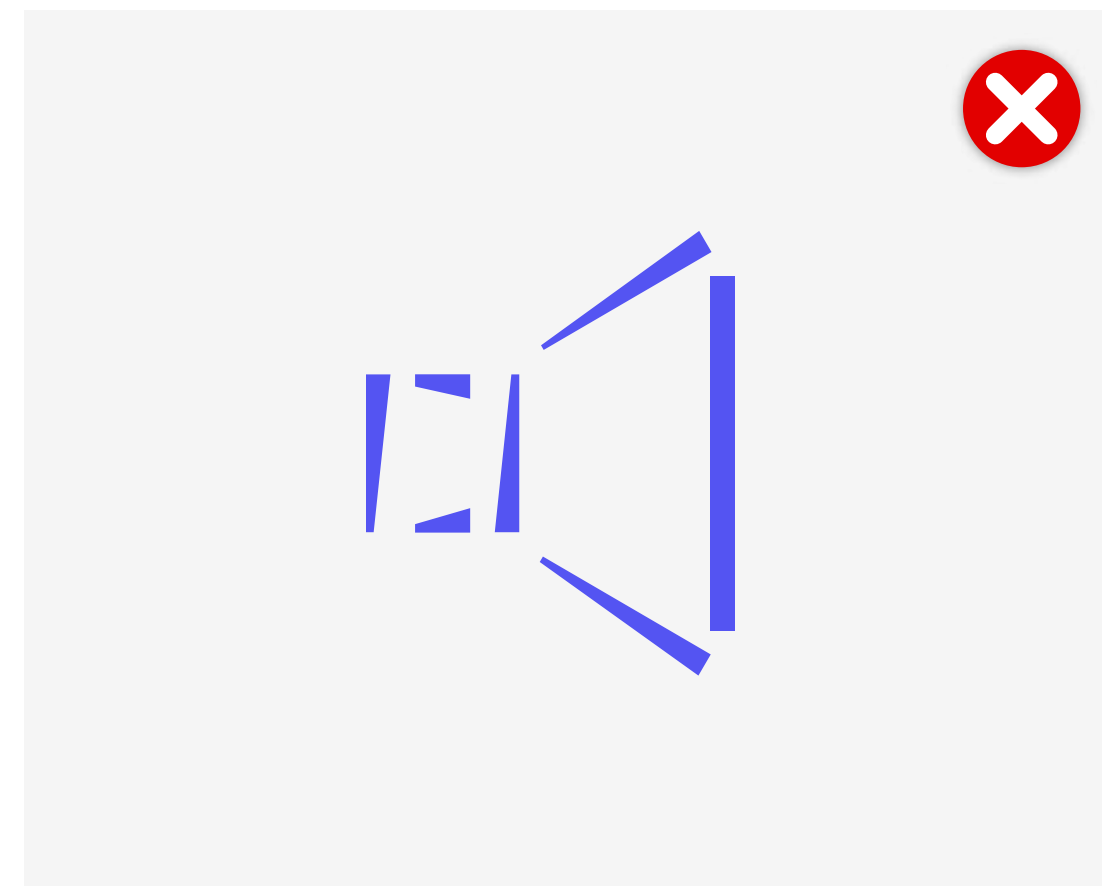
1. Las terminaciones de los trazos no deben ser redondeadas.



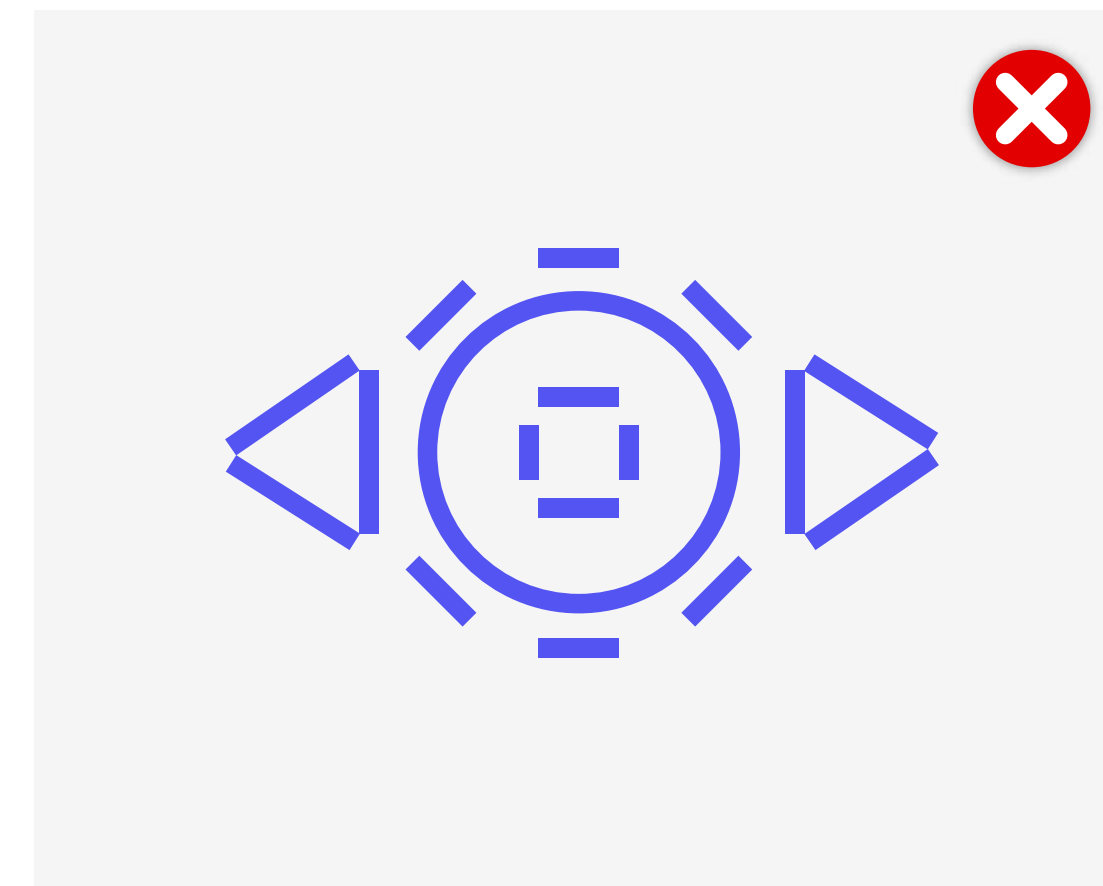
2. No deben aplicarse partes en plasta de color.



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.

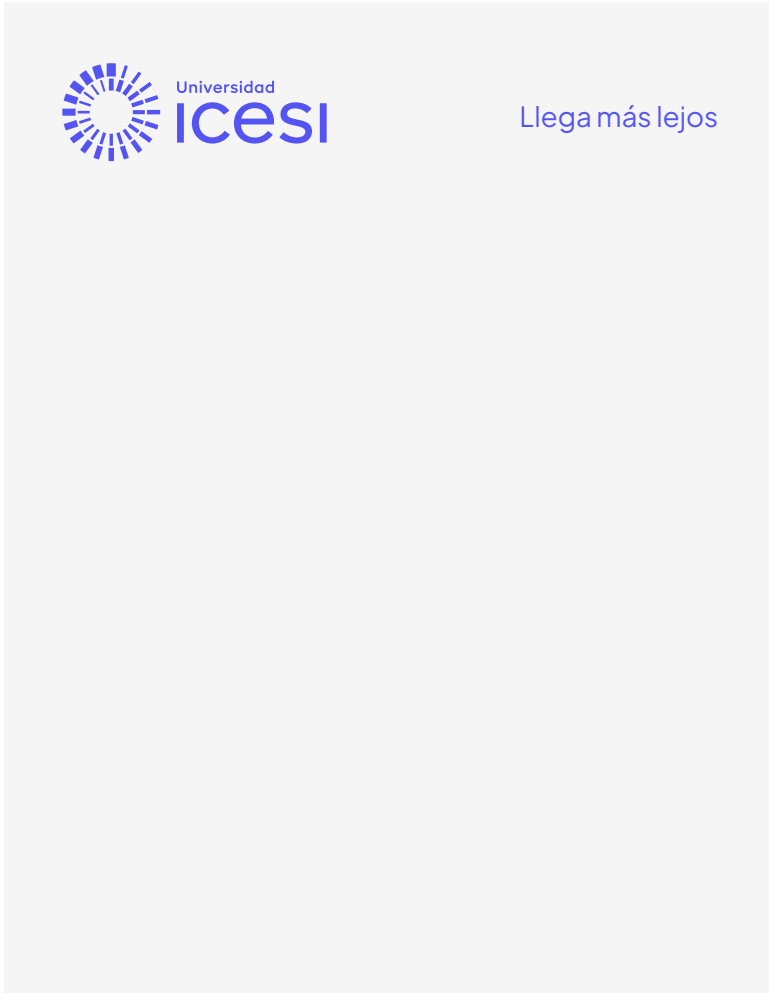


Cuando **NO** usar el tagline

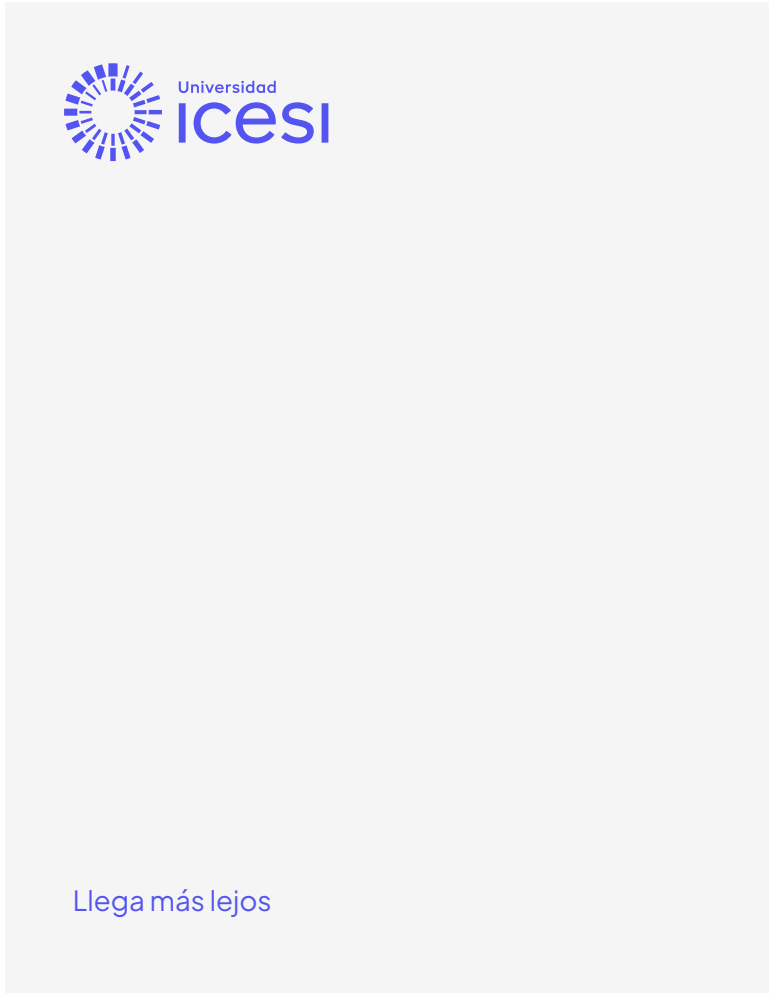
- Mensajes informativos.
- Cobranding y alianzas.
- Promociones y eventos externos.

Aplicación Ubicación

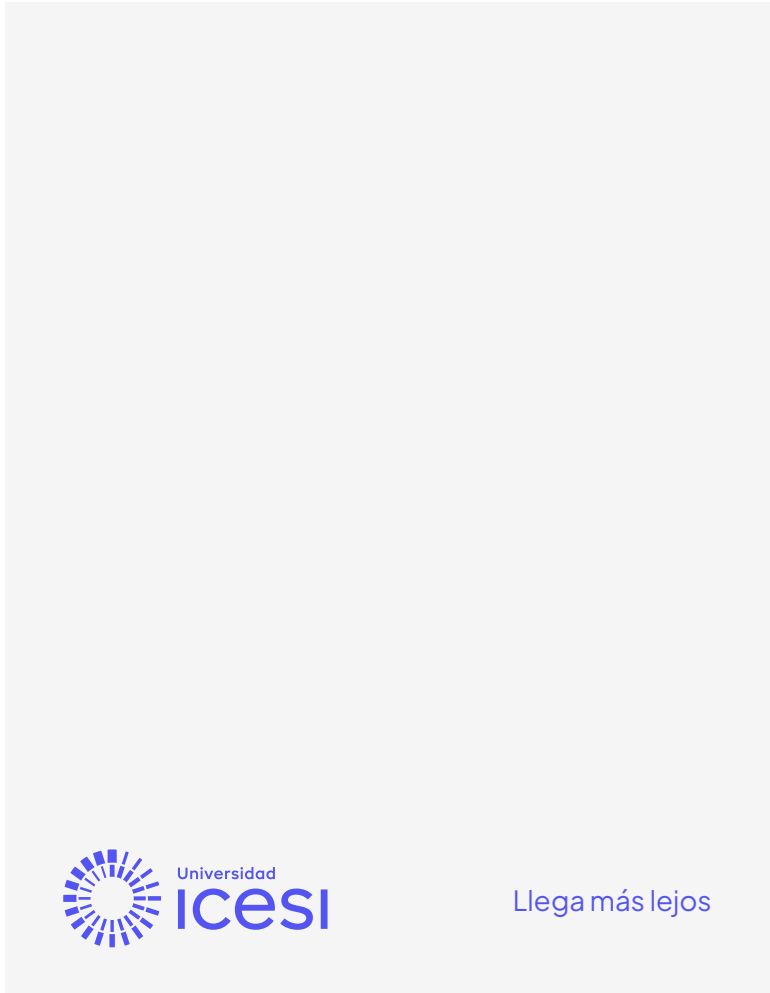
Para homologar la aplicación del tagline, este debe ubicarse únicamente según lo especificado en los diagramas siguientes.



1. Al costado contrario del logotipo.



2. Abajo firmando la pieza

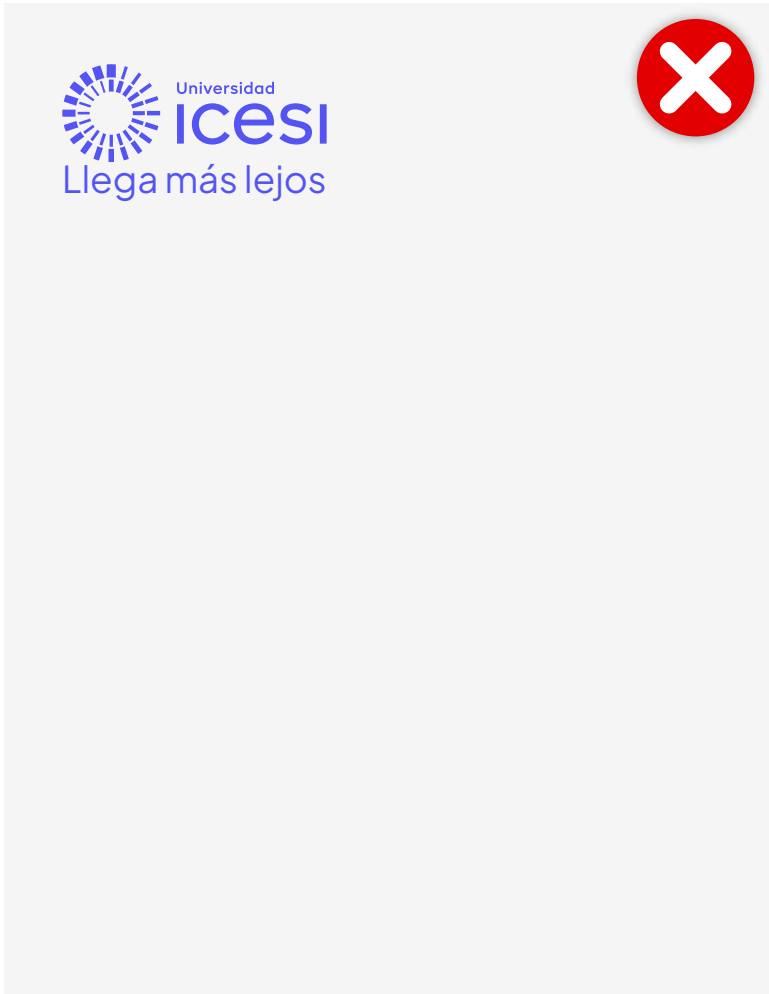


3. Al costado contrario del logotipo.

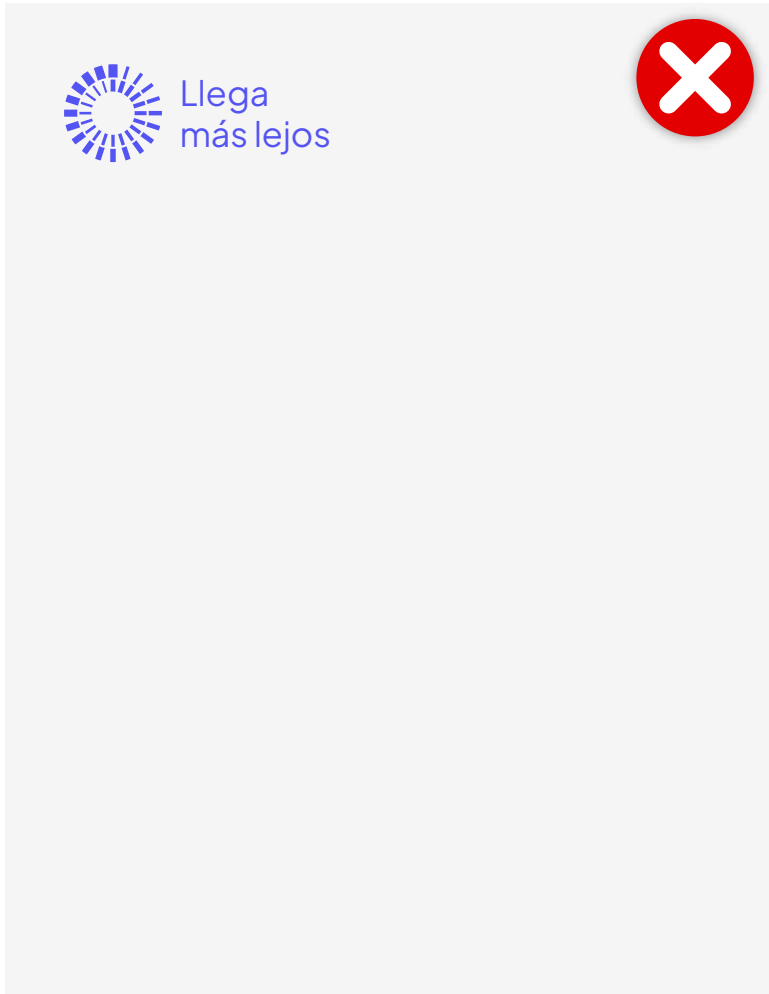


4. Finalizando un cuerpo de texto.

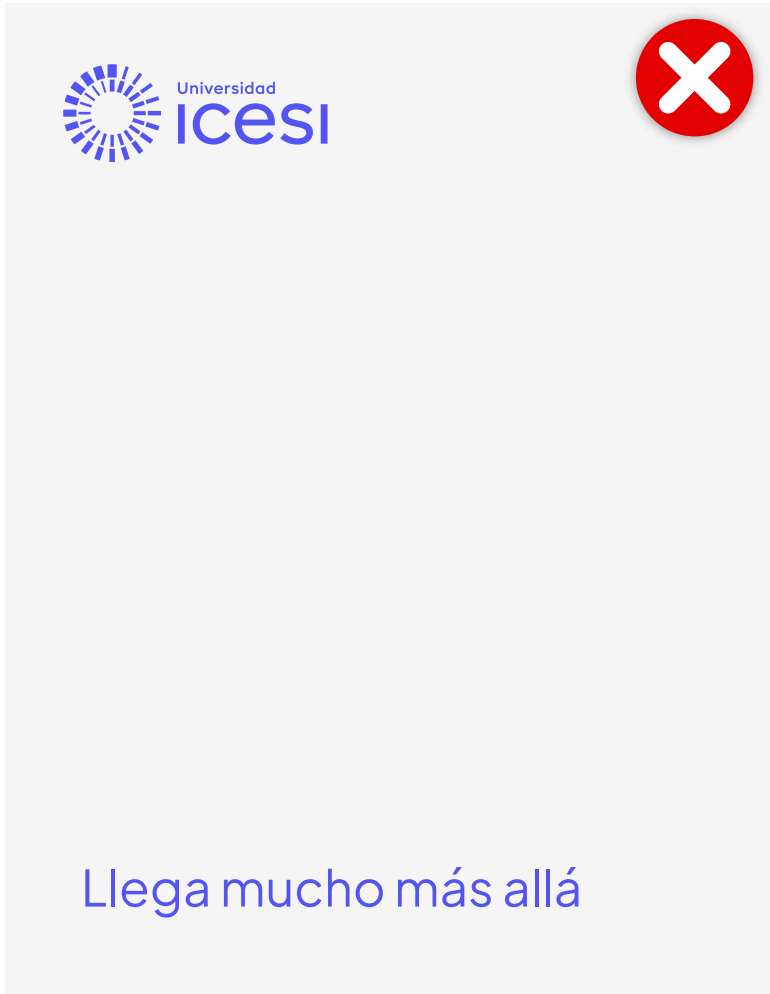
Usos incorrectos



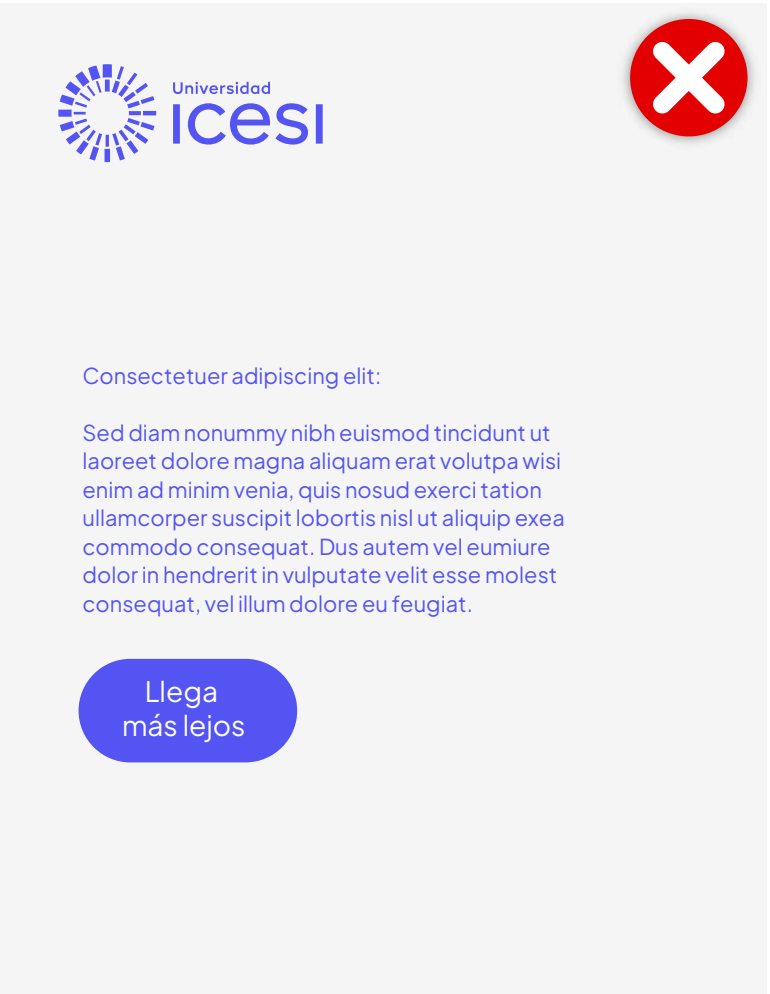
1. No debe ir atado al logotipo.



2. No debe reemplazar elementos del logotipo.



3. No se debe cambiar por frases similares.



4. No se debe usar con formas contenedoras.

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.



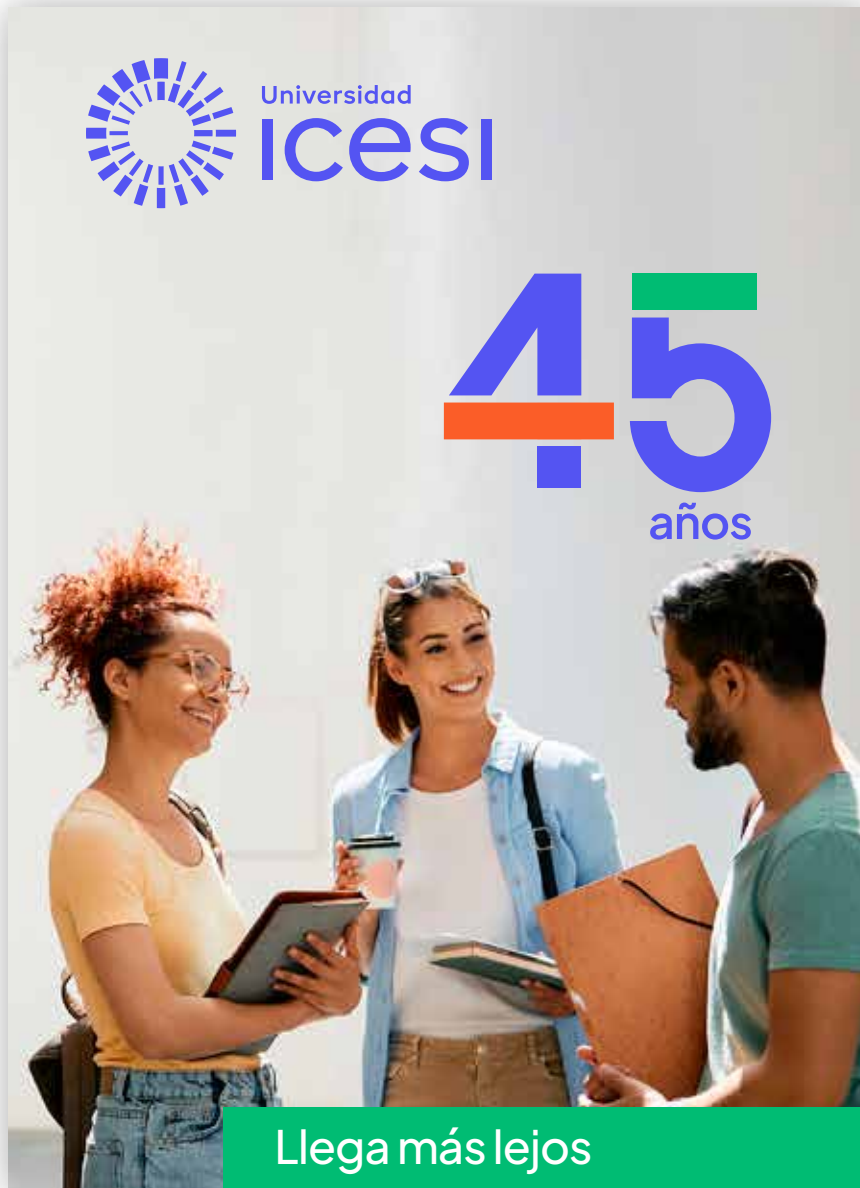
Construcción

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 <small>Centro de Producción Creativa</small>		BIOINC <small>Centro de I+D+i para una Bioeconomía Circular y Sostenible</small>		CAPSI <small>Centro de Atención Psicológica</small>		CEAF <small>Centro de Estudios Afrodiaspóricos</small>		EDUTEKA <small>Centro de Innovación Educativa y TIC</small>		INNLAB <small>Centro de Innovación</small>	
	CIENFI <small>Centro de Investigación en Economías y Finanzas</small>		CITRADI <small>Centro Interdisciplinario para la Transformación Digital e IA</small>		HUB <small>Centro de Desarrollo de Negocios</small>		YUNUS <small>Centro para la Innovación Social</small>		CIES <small>Centro de Estudios Interdisciplinarios Jurídicos, Sociales y Humanistas</small>		POLIS <small>Centro de Estudios del Bienestar</small>	
	PROESA <small>Centro de Estudios en Protección Social y Economía de la Salud</small>		CIACER <small>Centro de Investigaciones en Anomalías Congénitas y Enfermedades Raras</small>		CIRAT <small>Centro de Investigación en Reumatología, Autoinmunidad y Medicina Traslacional</small>		Centro de Liderazgo y Coaching Pandora				Centro de Talento	
Unidades	LEO <small>Unidad de Apoyo para el Aprendizaje de la Lectura, la Escritura y la Oralidad</small>		ELC <small>Unidad para el Aprendizaje del Inglés</small>		CAMBAS <small>Unidad de Apoyo para el Aprendizaje de las Matemáticas y Estadísticas</small>							
Observatorios	OEM <small>Observatorio para la Equidad de las Mujeres</small>		ORE <small>Observatorio de Realidades Educativas</small>		KAIRÓS <small>Observatorio para la Sostenibilidad Empresarial</small>							
Laboratorios, Programas, Grupos y Consultorios	Laboratorio Etnográfico		Programa de Estudios de Género									
	Laboratorio de Instrumentación Química		Programa de Estudios de la Alianza del Pacífico				Laboratorio de Medicina Traslacional en Cuidado Intensivo y Cirugía Experimental					
Otros	Syri		Tienda		Bienestar Universitario							

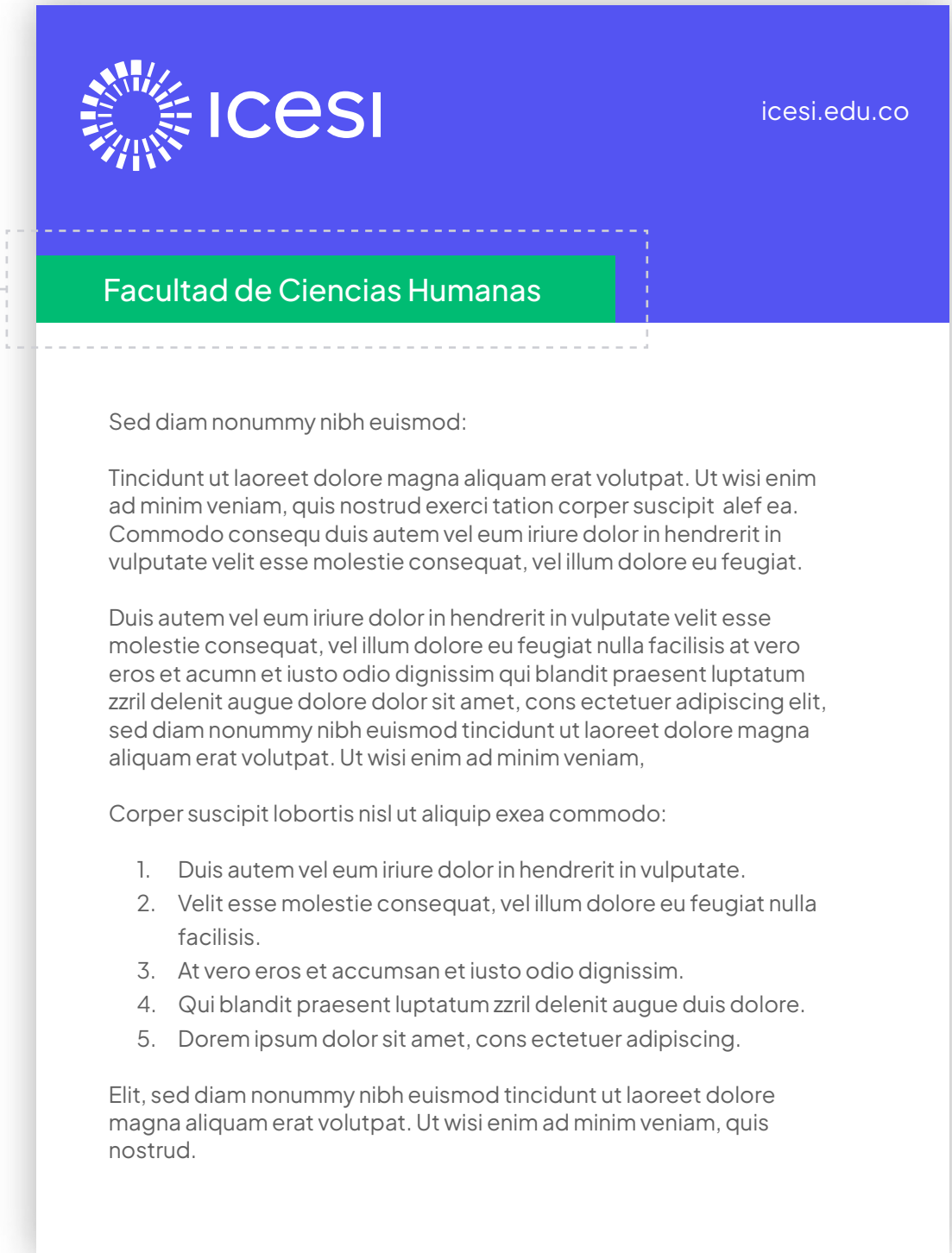
Matriz general que cuenta con versión ampliada por facultad

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.



Facultad de Ciencias Humanas

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



Departamento de Humanidades

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 consequ 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 acumn 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.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 tation corper suscipit alef ea. Commodo consequ 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 acumn 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.

Facultad de Negocios y Economía

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 consequ 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 acumn 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.

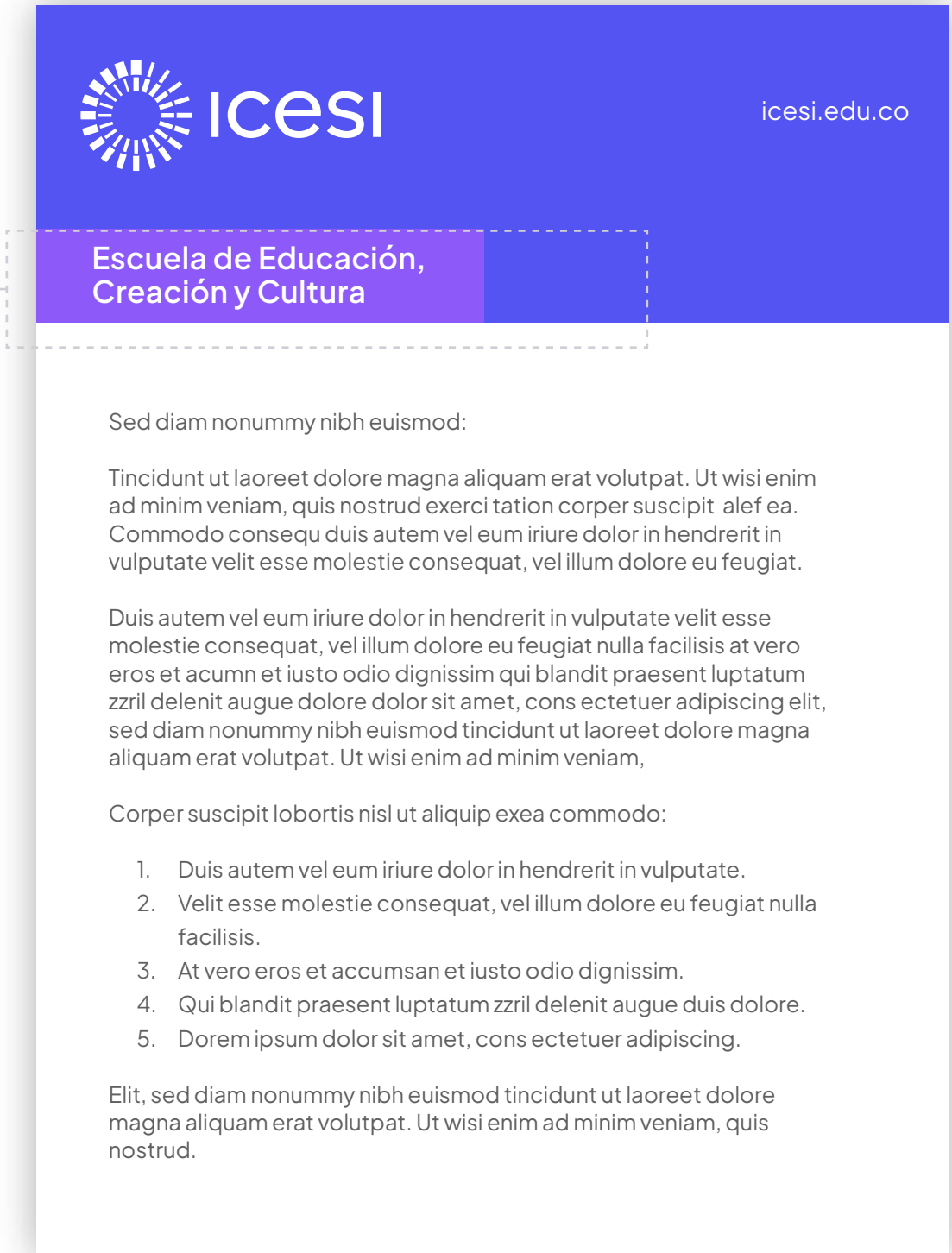


Escuelas (Core académico)

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.



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.



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



Escuelas (Core académico) Ejemplos



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 tation corper suscipit alef ea. Commodo consequ 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 acumn 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.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 tation corper suscipit alef ea. Commodo consequ 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 acumn 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.

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 tation corper suscipit alef ea. Commodo consequ 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 acumn 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.



Centros y observatorios

- 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.

Descriptor solo

CEAF

Centro de Estudios Afrodiaspóricos

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 corper suscipit alef ea. Commodó consequ 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 corper suscipit alef ea. Commodó consequ duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat.

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

Universidad Icesi

CEAF

Centro de Estudios Afrodiaspóricos

Descriptor con logotipo

¡Bienvenidos!

Ciclo de conferencias:

El autoreconocimiento étnico en el Caribe Colombiano.

1. Vel eum iriure dolor in hendre.

2. Vel eum iriure dolor in hendre.

3. Vel eum iriure dolor in hendre.

CEAF

Centro de Estudios Afrodiaspóricos

Universidad Icesi

CEAF

Centro de Estudios Afrodiaspóricos

Universidad Icesi

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.

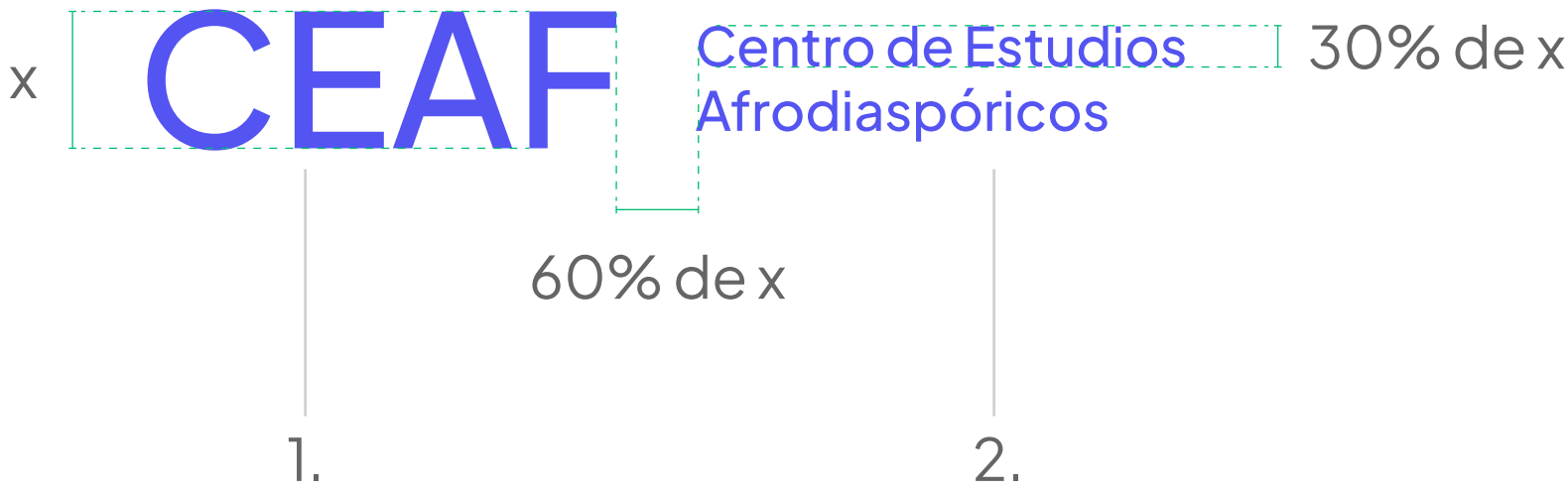
1. Las siglas de la actividad deben de ir del lado izquierdo, escritas en mayúsculas sostenidas y en tipografía Plus Jakarta Sans Médium.
2. El nombre de la actividad debe escribirse en tipografía Plus Jakarta Sans Médium.

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.

ARQUITECTURA DE MARCA

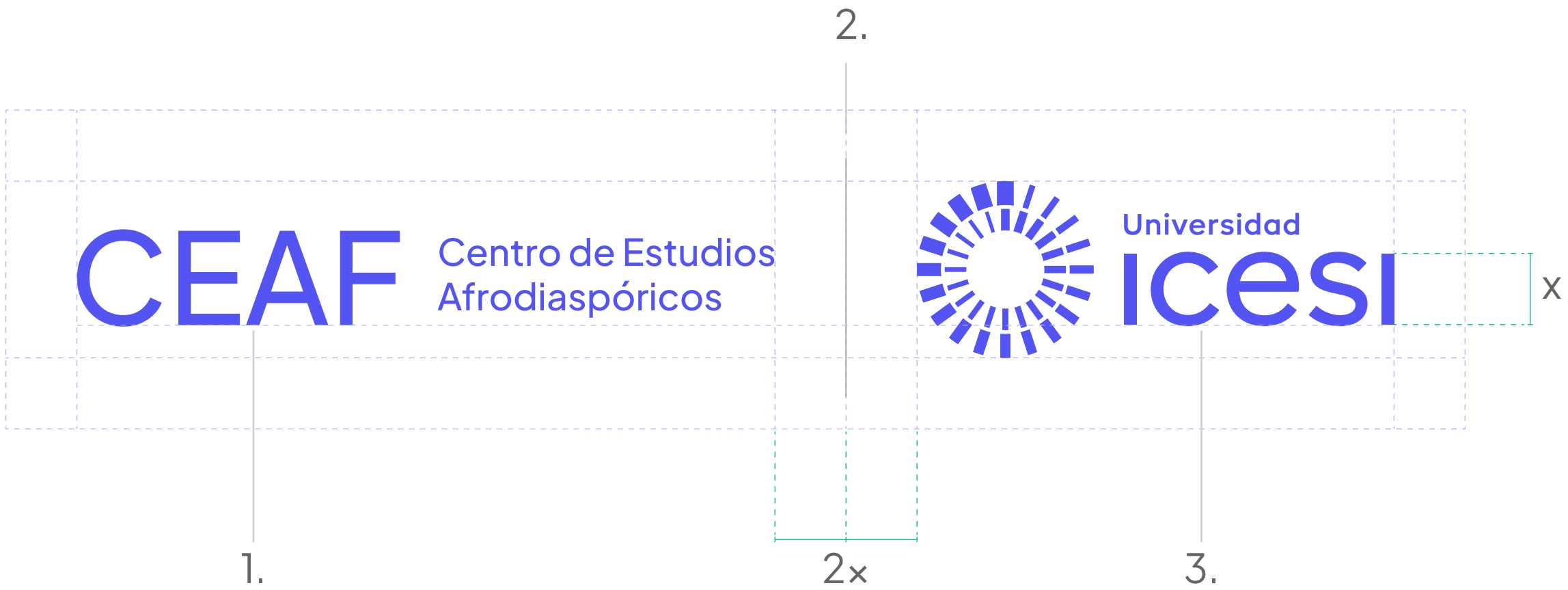
Descriptor solo



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 Afrodiaspóricos

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 corper suscipit alef ea. Commod

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

Corper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex

4 | Diciembre

Vel eum iriure dolor in hendre.

Salón 203 Edificio B

7 | Diciembre

Vel eum iriure dolor in hendre.

Salón 203 Edificio B

12 | Diciembre

Vel eum iriure dolor in hendre.

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 corper suscipit alef ea. Commod

Tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation corper suscipit alef ea. Commod

>Lorem ipsum dolor set

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



Universidad Icesi



¡Bienvenidos!

Ponencia:

Economía formal en la ciudad.

Por Lina Martínez

Directora


1. Vel eum iriure dolor in hendre.

2. Vel eum iriure dolor in hendre.

3. Vel eum iriure dolor in hendre.

ORE

Observatorio de Realidades Educativas



Universidad Icesi

Laboratorios, Programas, Grupos y Consultorios

Criterios para esta categoría:

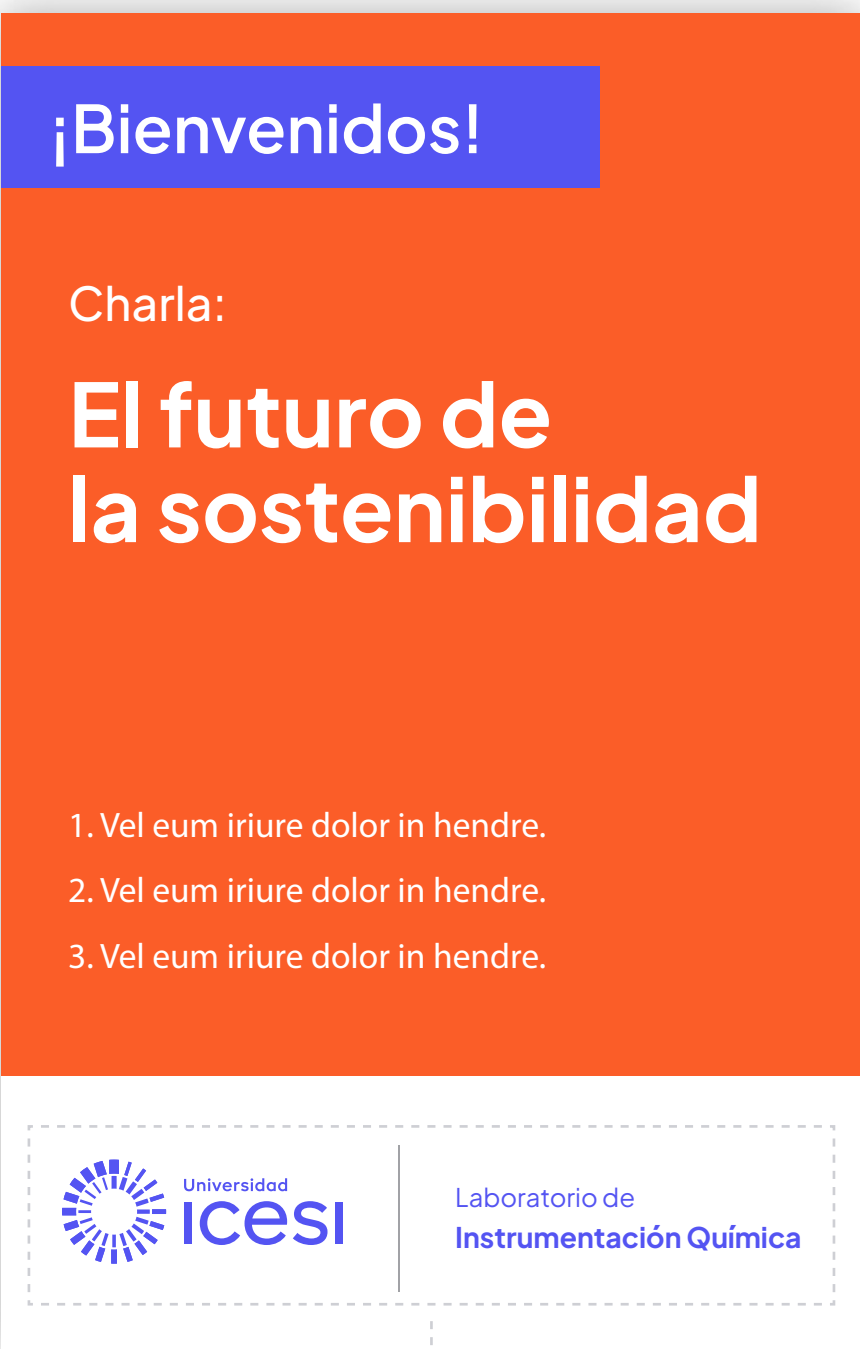
- No se permiten nombres propios ni siglas. Se deben utilizar nombres genéricos – descriptivos.
- Ningún laboratorio, programa, grupo o consultorio tendrá un símbolo propio.
- Cuando el laboratorio, programa, grupo o consultorio **participe en un evento externo de forma independiente**, se debe utilizar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

Descriptor solo



Laboratorio de
Instrumentación Química

Descriptor con logotipo



Laboratorio de
Instrumentación Química

Laboratorios, Programas, Grupos y Consultorios Construcción del descriptor

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.



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 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.



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. Commodu consequ 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



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 comunicad Icesi.

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

Andy



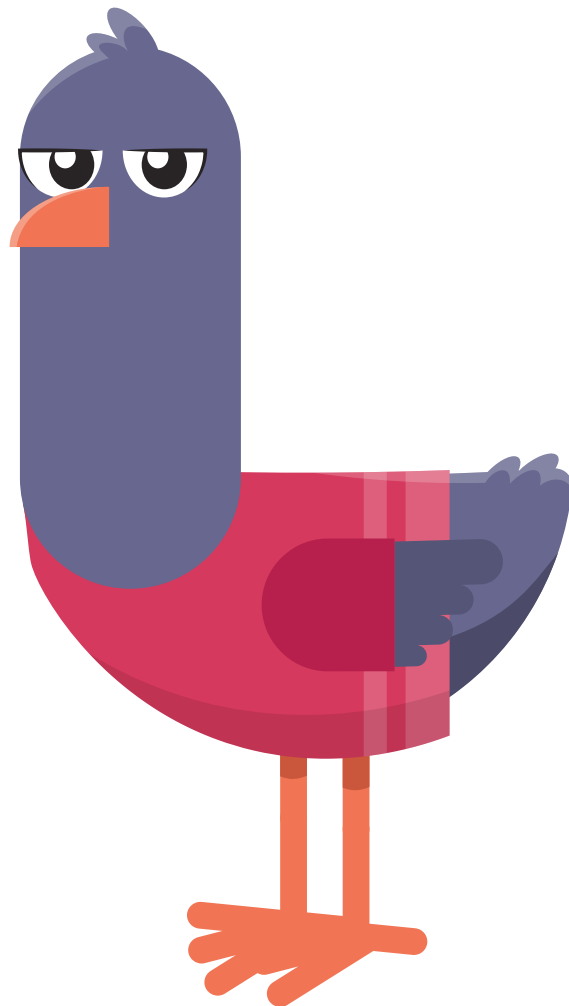
Izzy



Zary



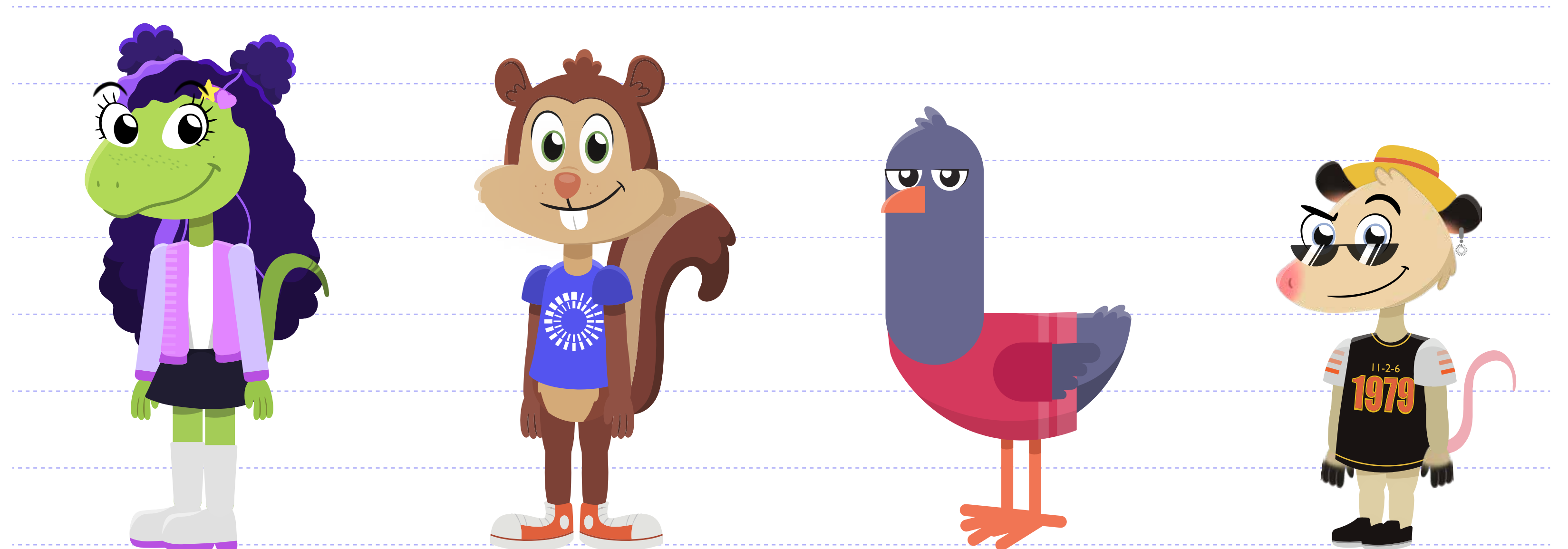
Pigy



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

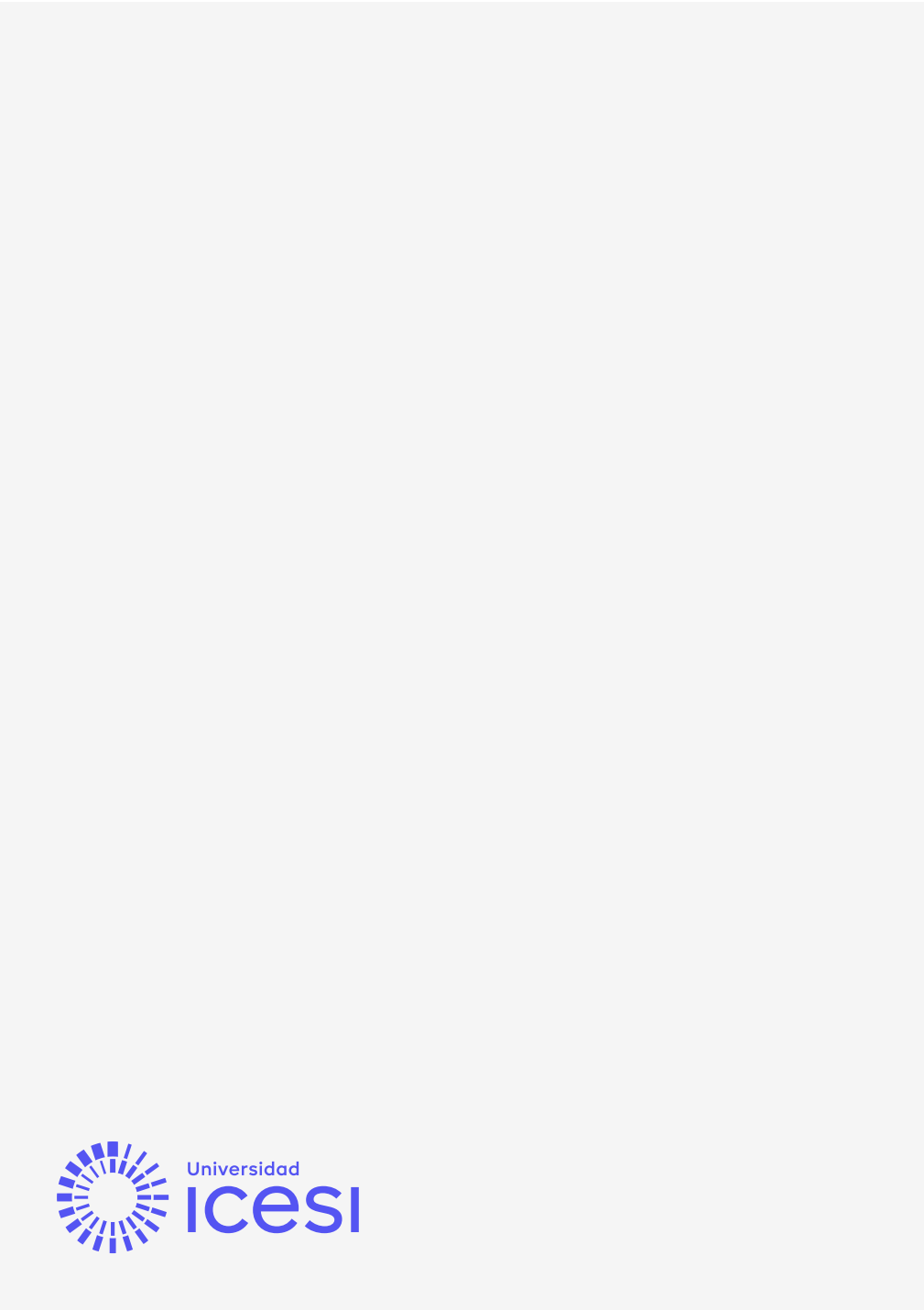
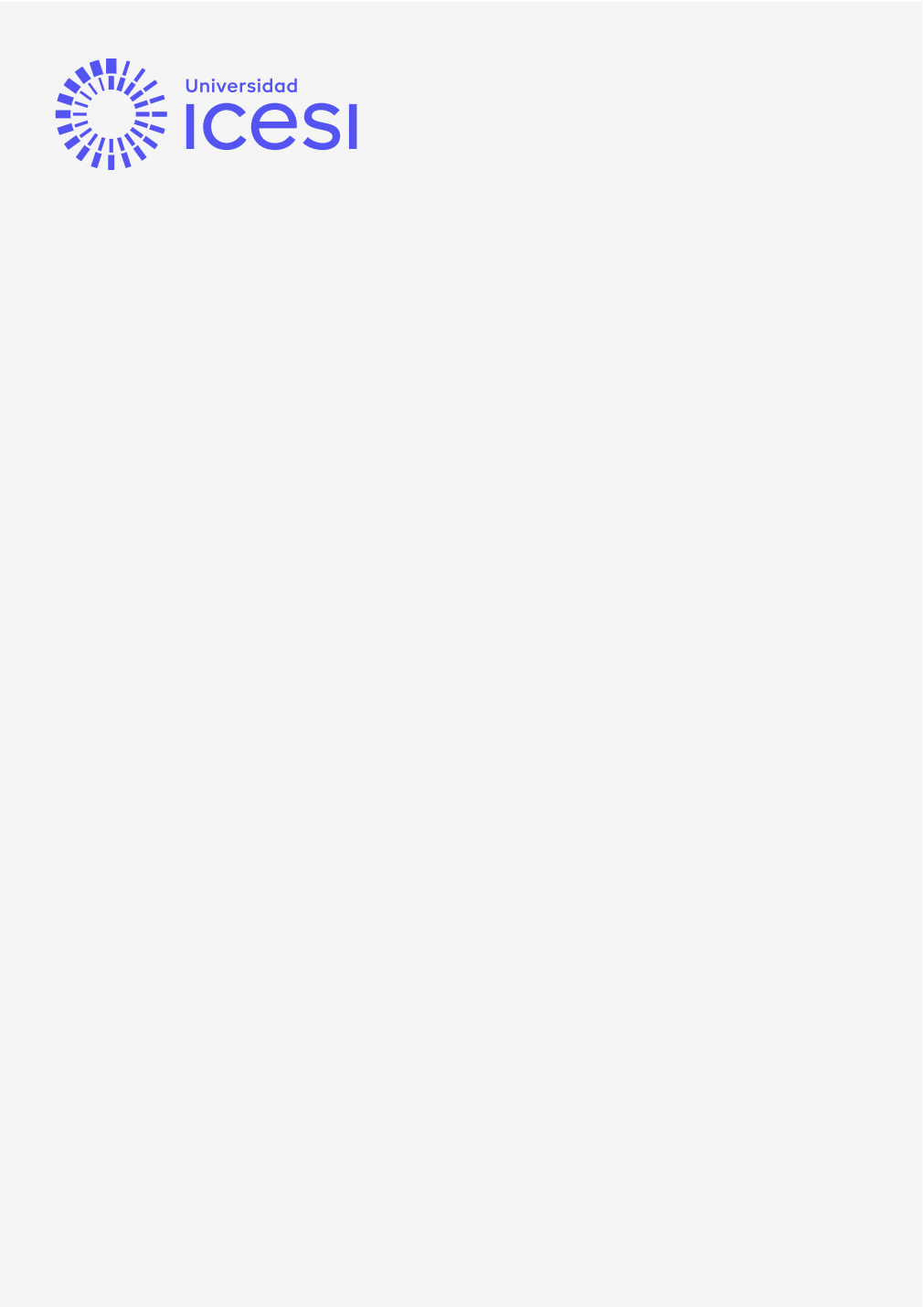
Existe una versión de Andy con línea de contorno. Esta versión únicamente puede ser utilizada en materiales impresos desarrollados por la oficina de comunicaciones.



Composición

Ubicación del logotipo

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

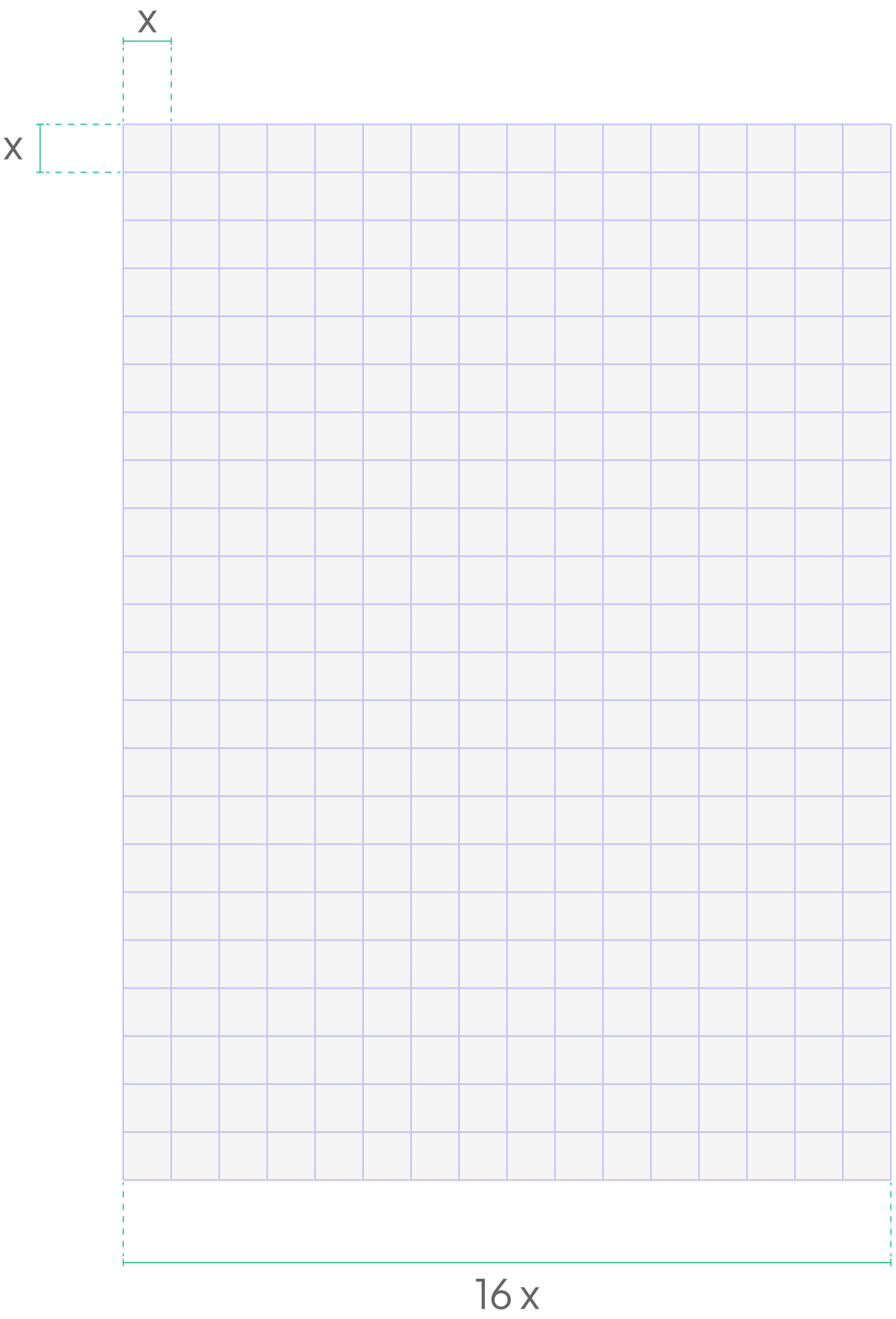


La retícula

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

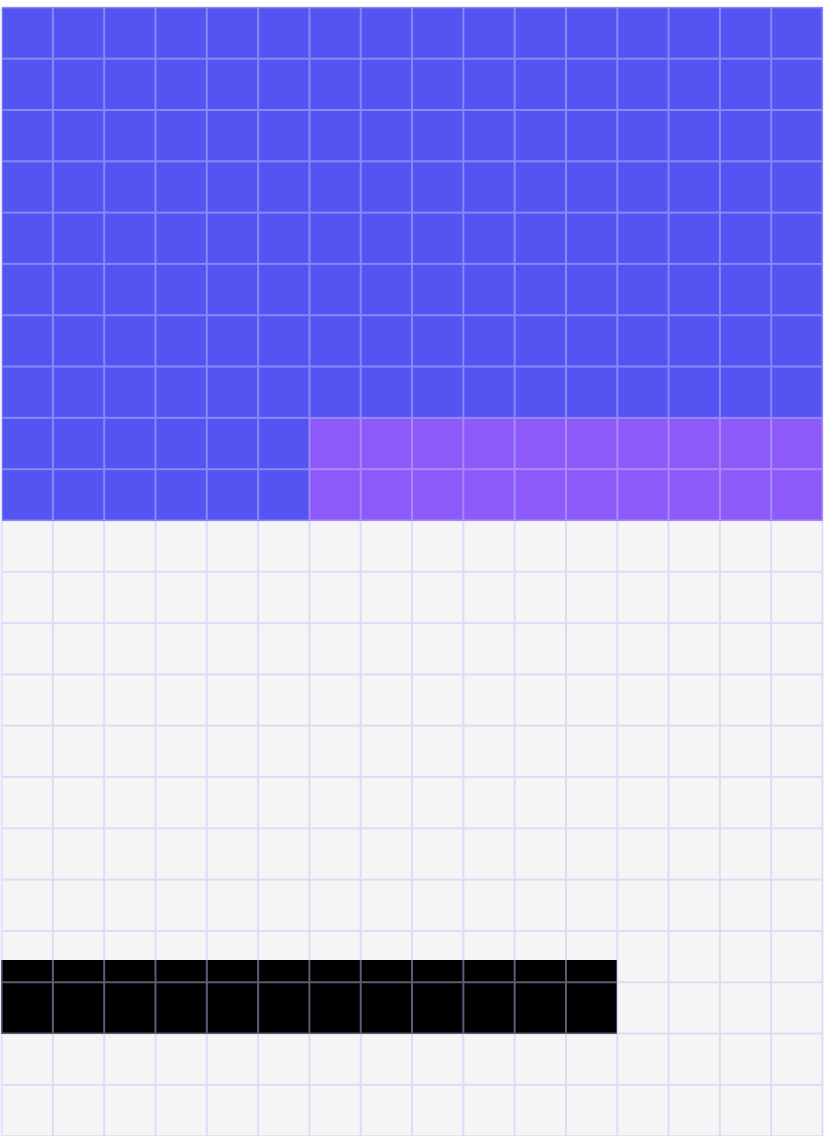
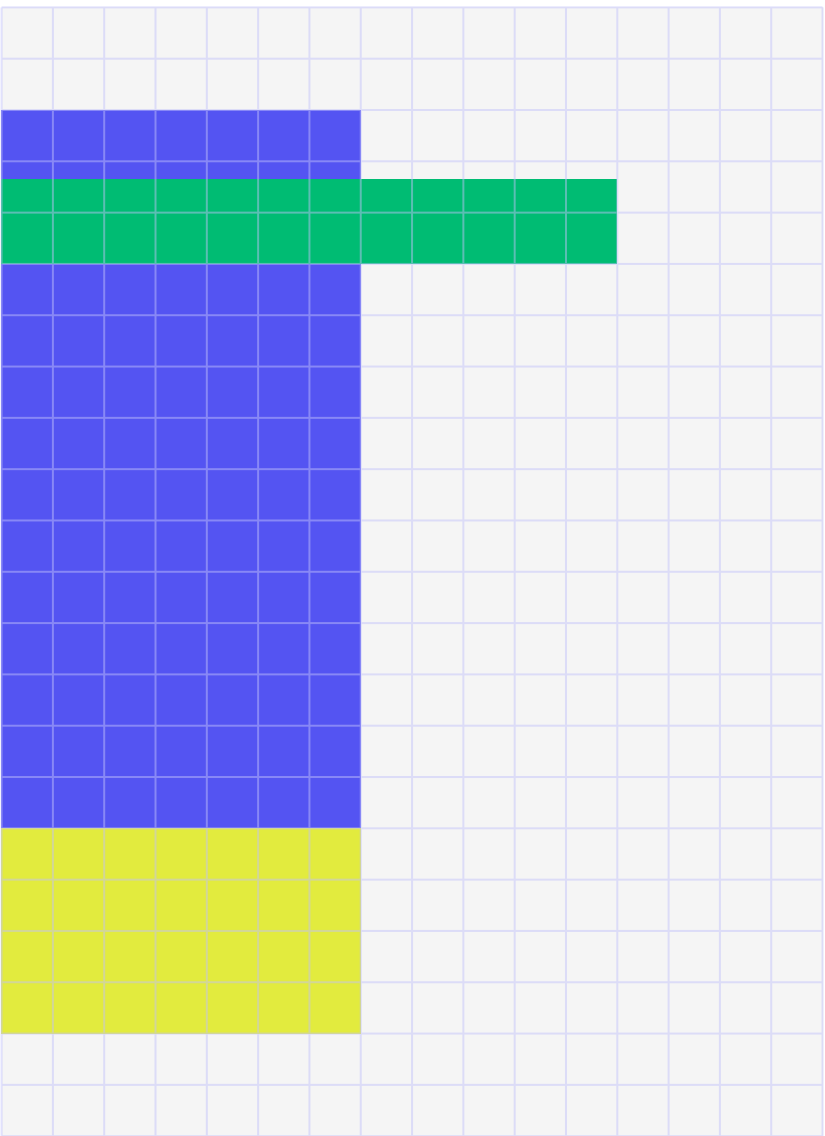
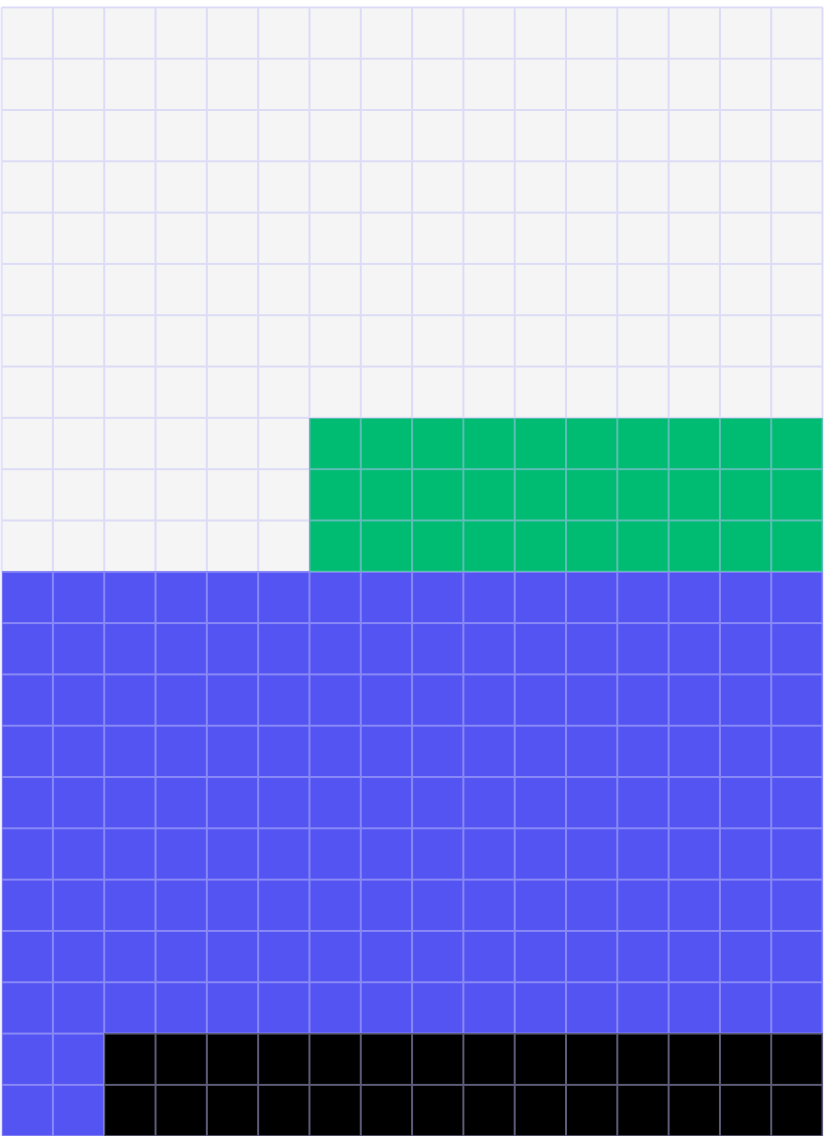
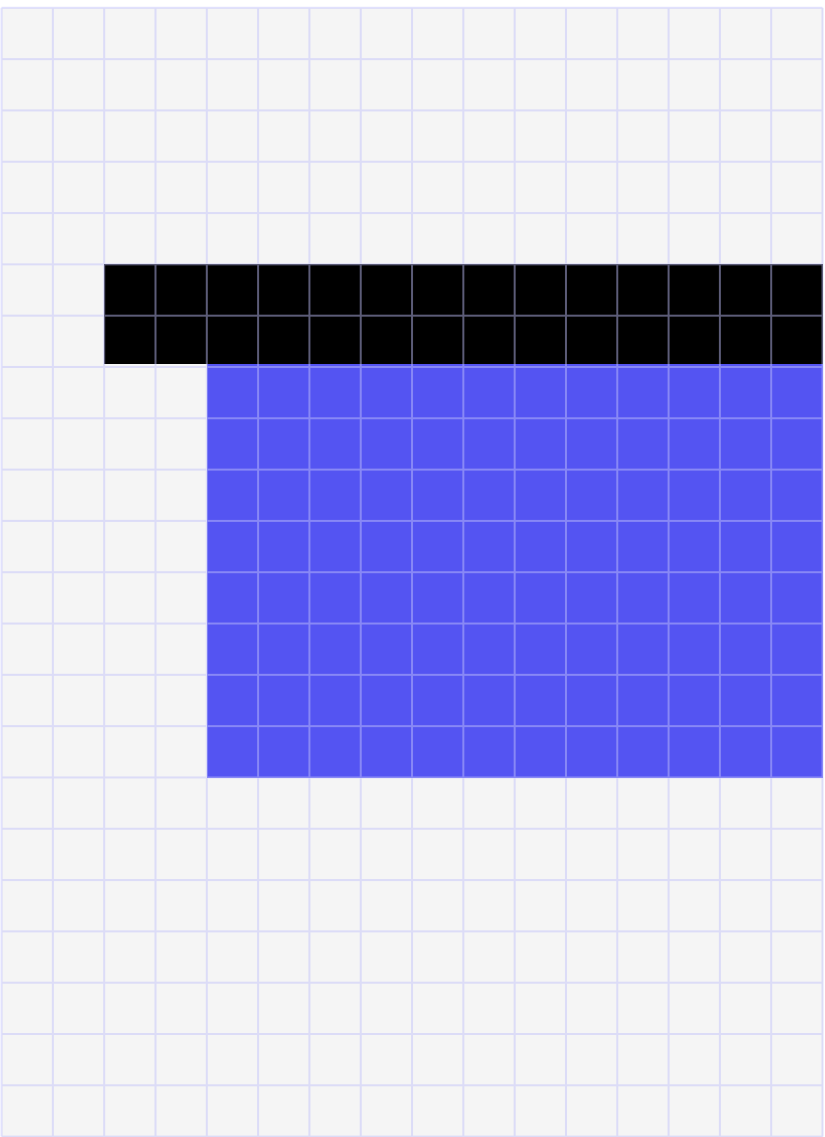
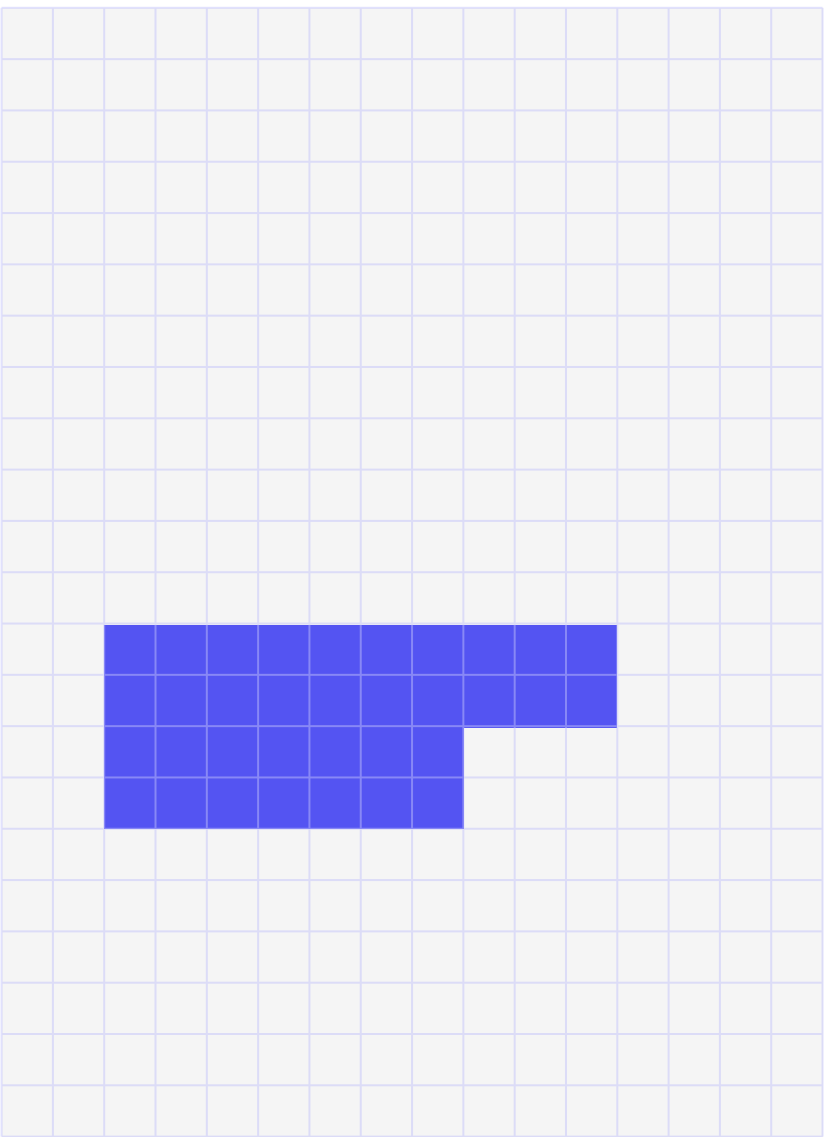
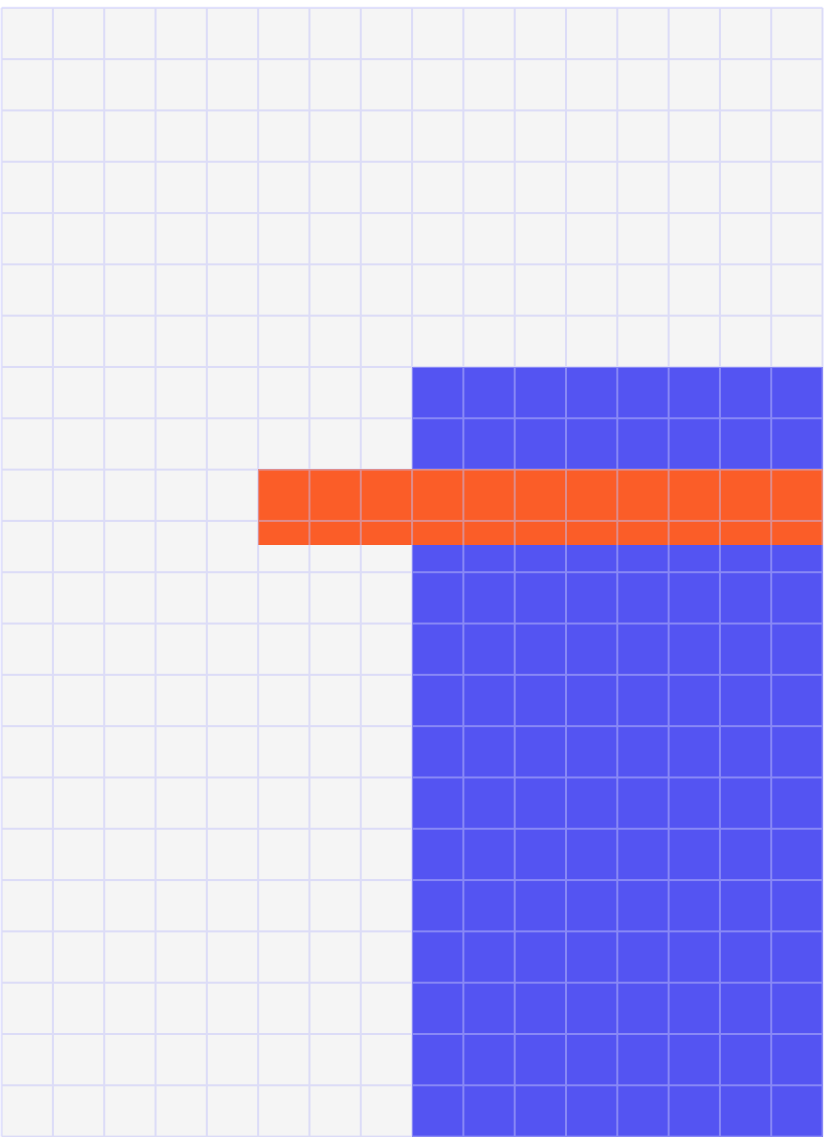


Formatos horizontales



Diagramación con bloques de color

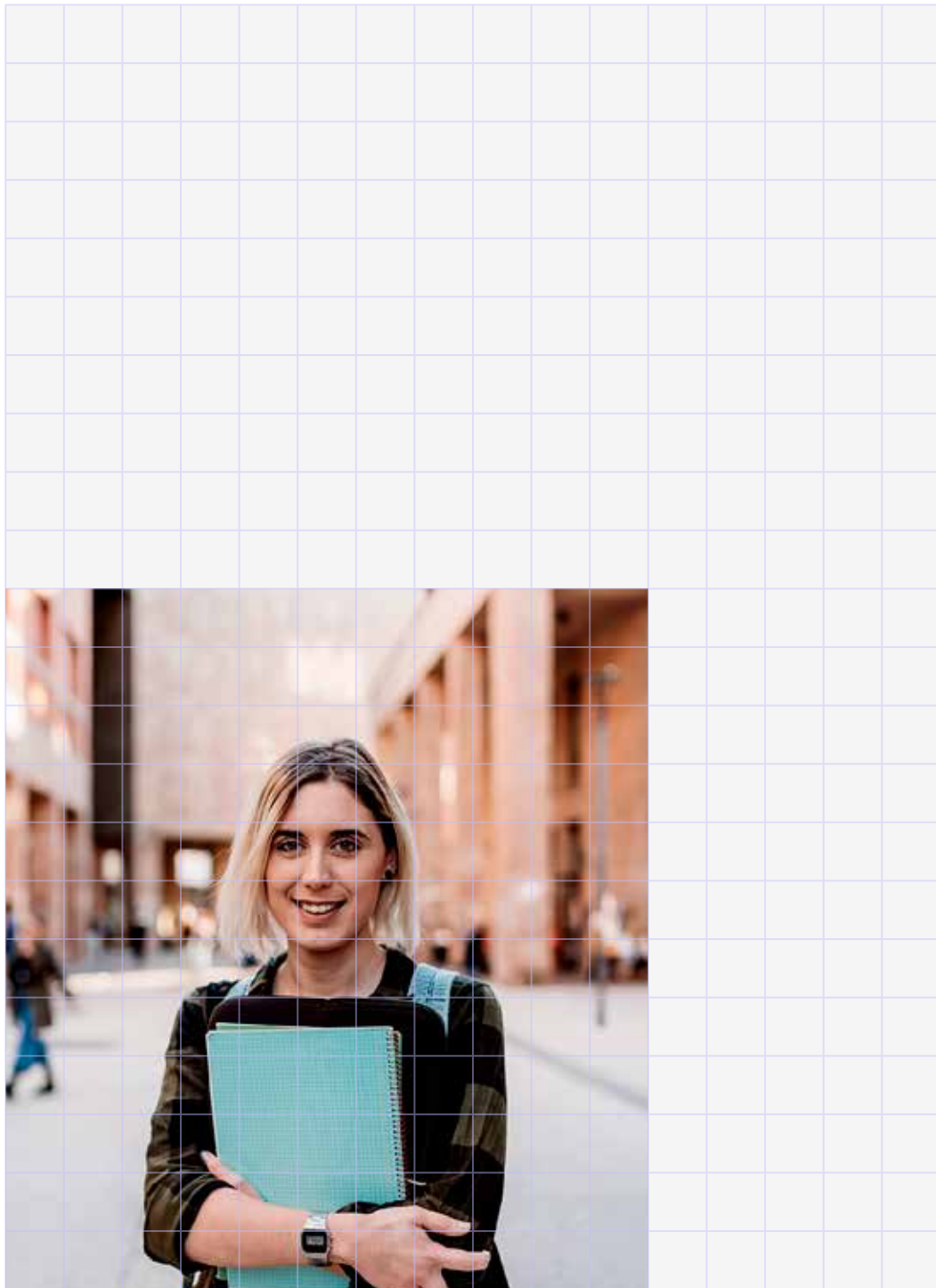
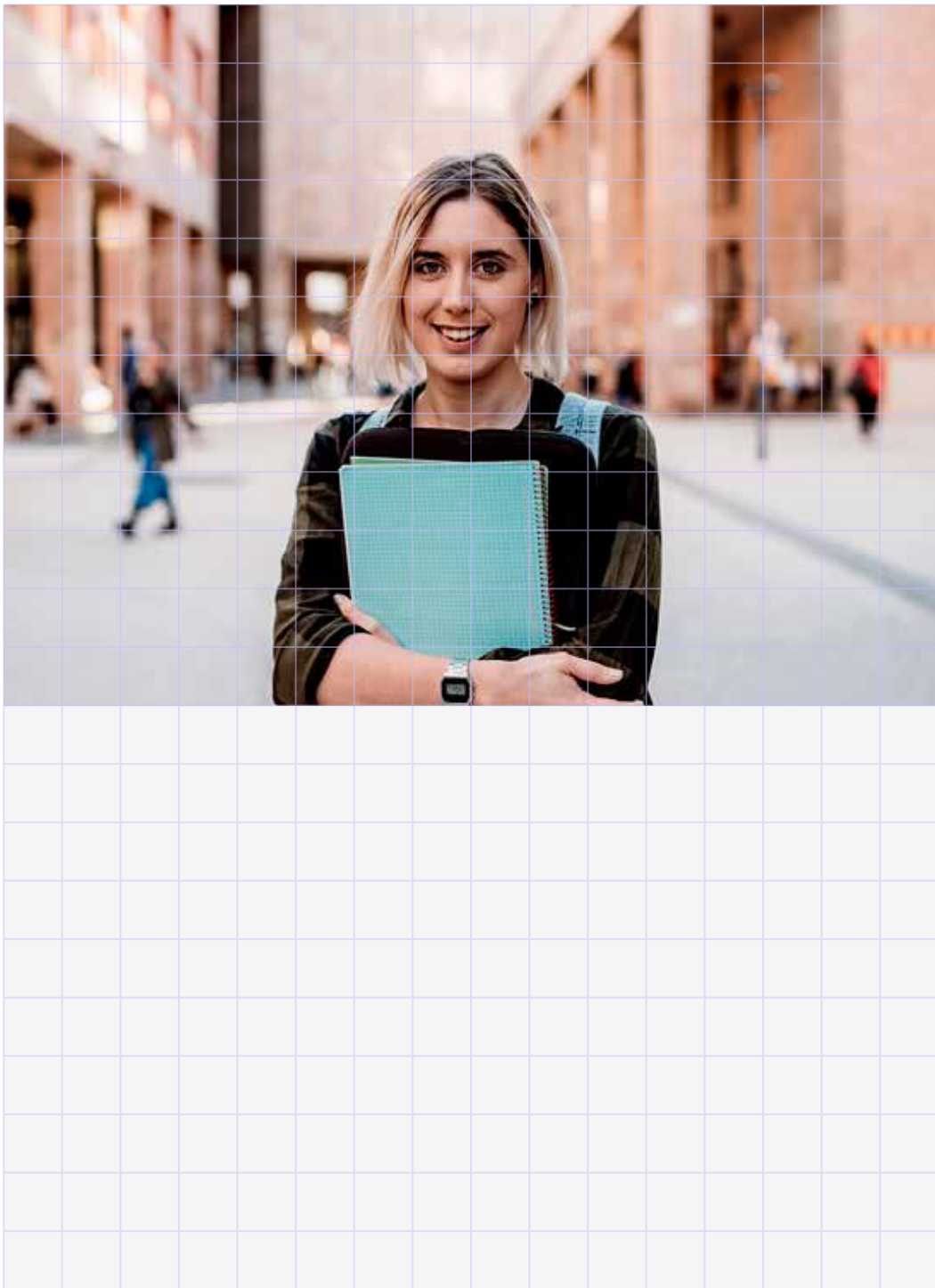
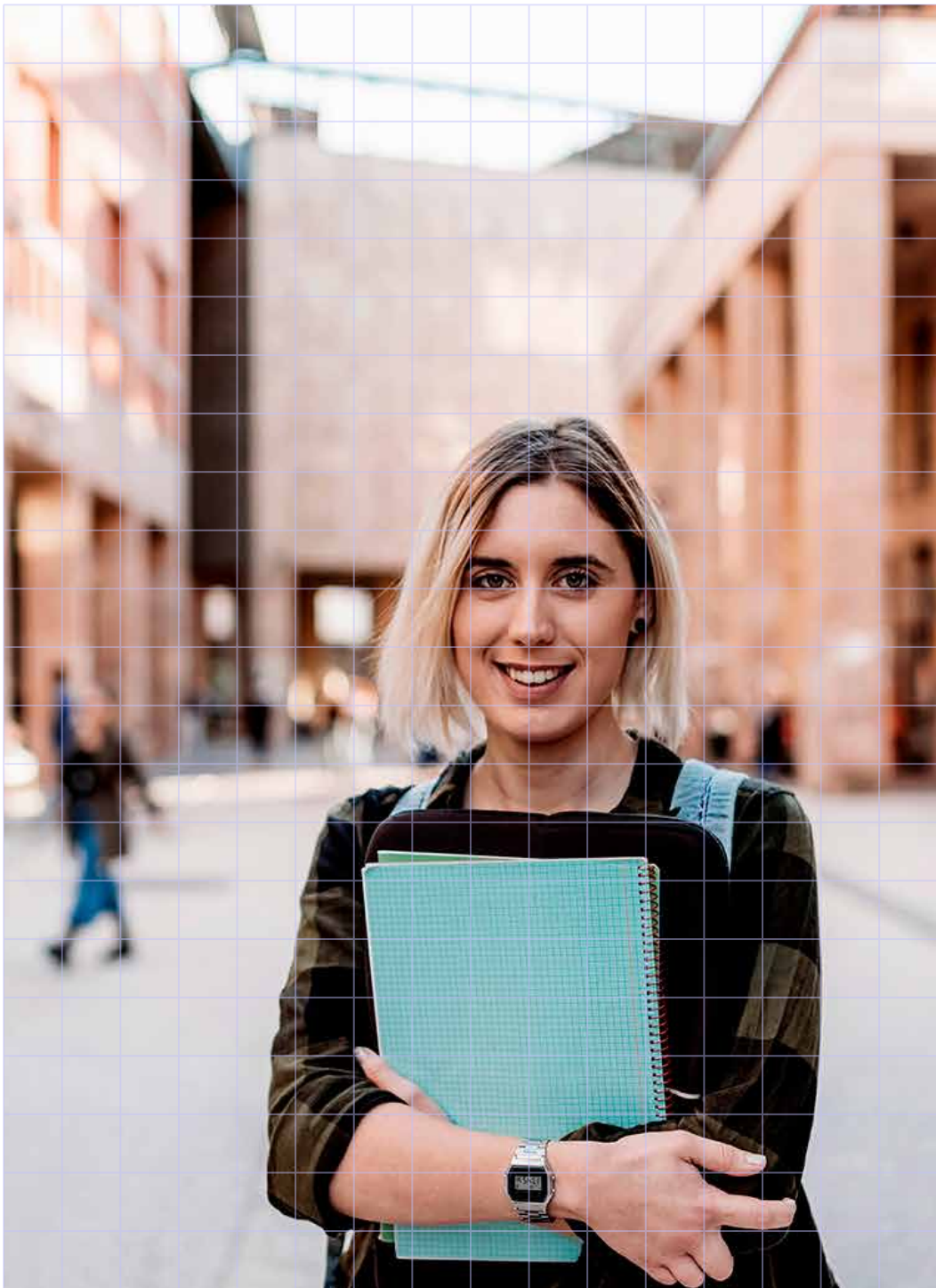
Los bloques de color permiten generar diferentes espacios de información y craer una comunicación dinámica. La retícula debe usarse para colocar los bloques en el espacio del formato.



Diagramación de imágenes

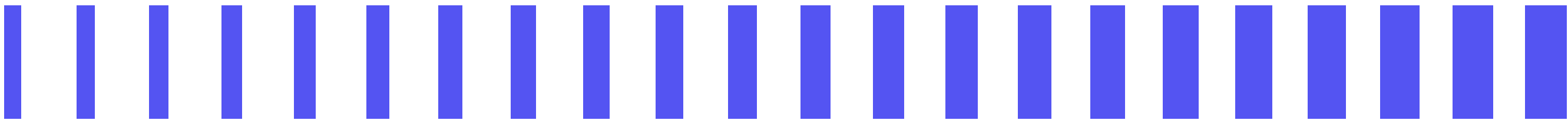
Las imágenes pueden ir totalmente rebasadas al formato o solo en algunos costados.

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.

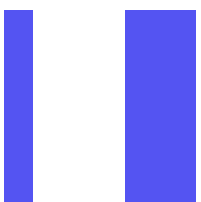


Cenefa

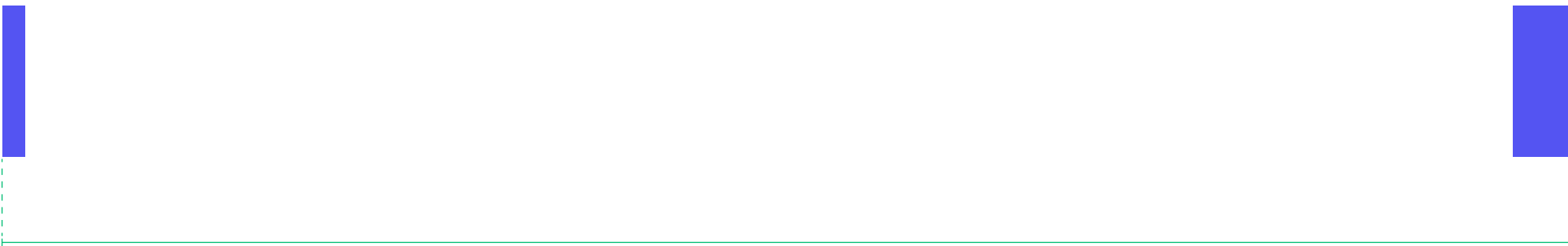
Construcción

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

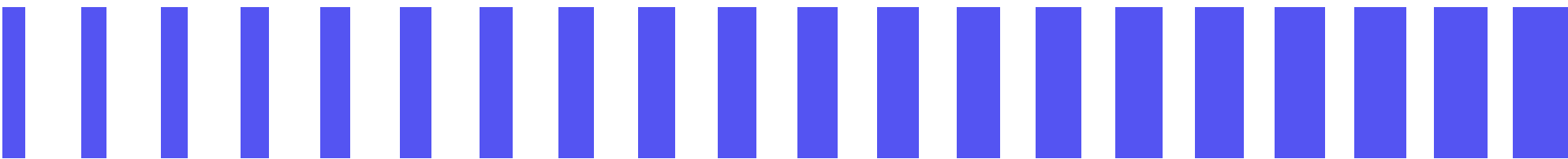


2. Coloca cada rectángulo en los extremos opuestos de la longitud final que deberá tener la cenefa.



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.

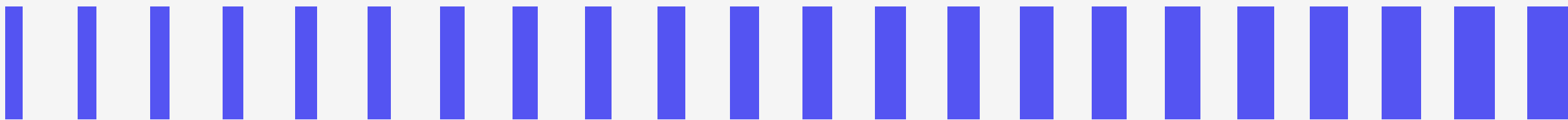


Cenefa

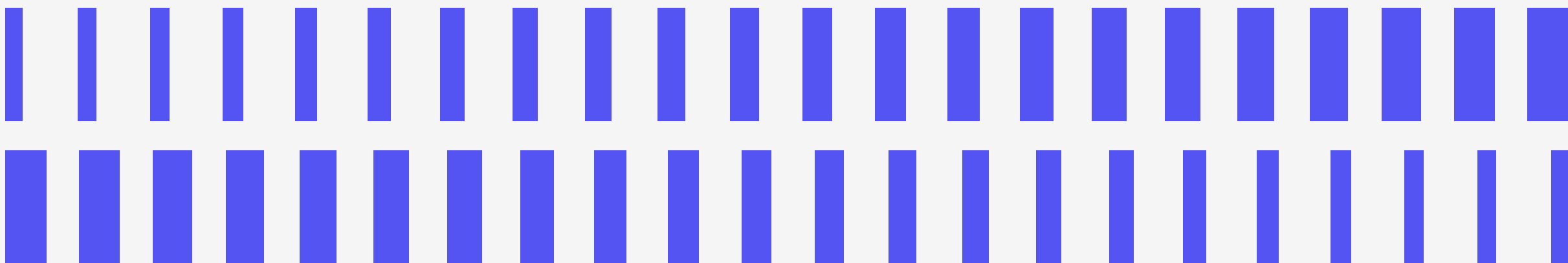
Estilos

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.

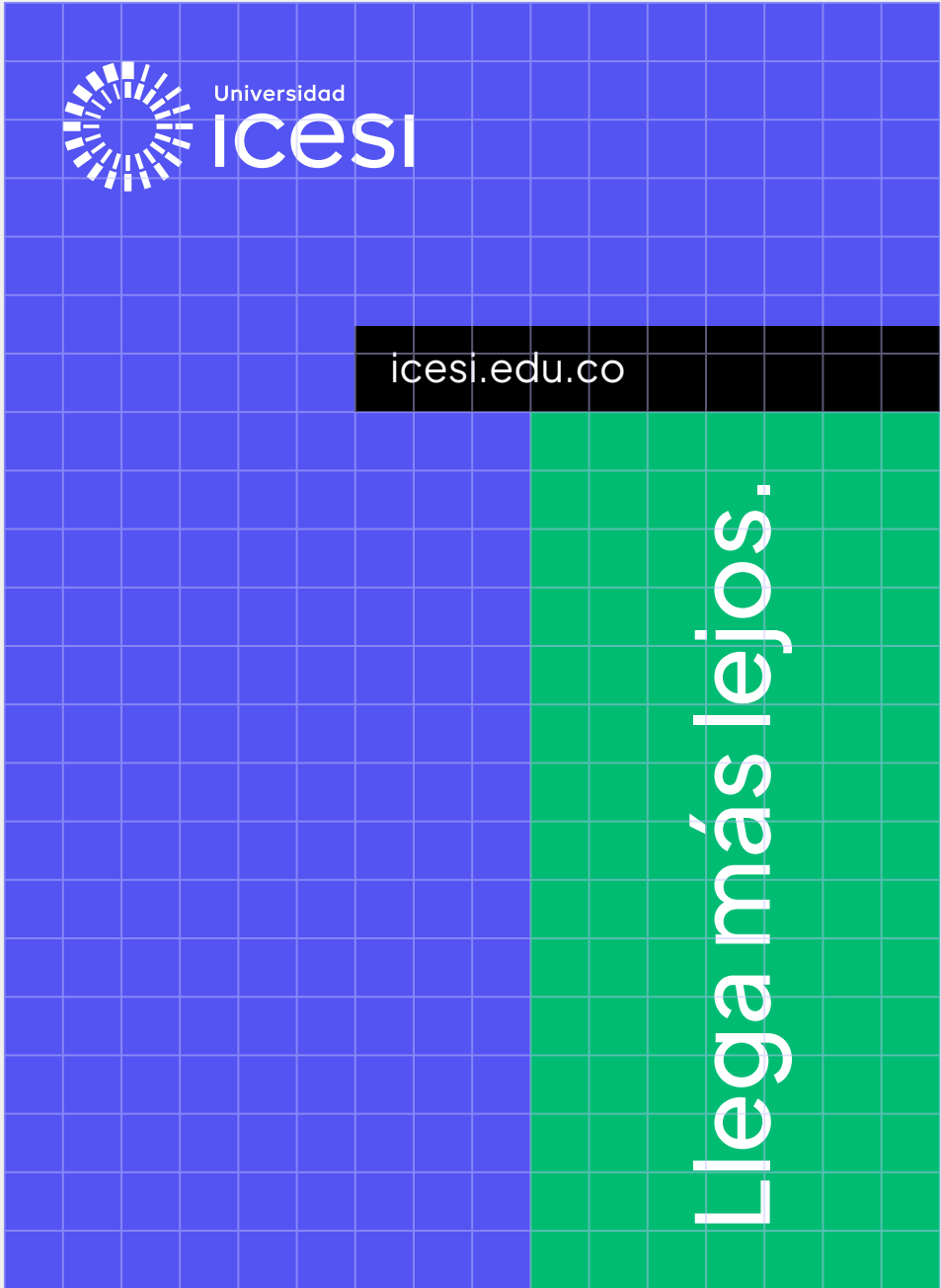
Cenefa simple.



Cenefa doble.



Ejemplos de composiciones



Aplicaciones

Aplicaciones impresas

Papelería







Universidad
Icesi

icesi.edu.co

Posgrados



Maestría en Inteligencia Artificial Aplicada



Universidad
Icesi

icesi.edu.co

Posgrados



Luis Carlos Cardona Ruiz
Director CEO Indoor Cycling Latam

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



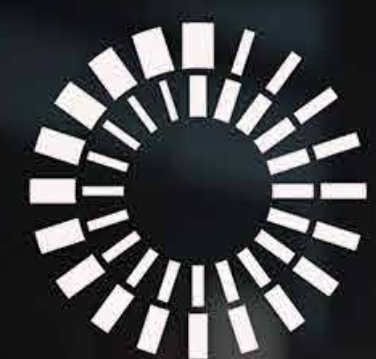
Universidad
icesi



Programa de
Economía Aplicada

icesi.edu.co

Publicidad exterior



Universidad
icesi

Llega más lejos

icesi.edu.co

Diplomas



Universidad
Icesi

OTRO LOGO

La Universidad Icesi y Cementos San Marcos

otorgan a

Ana Sofía Camayo Santacruz

Un reconocimiento por su compromiso, perseverancia
en la consecución de sus objetivos académicos y por haber obtenido la

Beca Icesi Transforma contigo – Cementos San Marcos

Se entrega en Santiago de Cali el 23 de octubre de 2024

Esteban Piedrahita Uribe

Rector
Universidad Icesi

xxxxxxxxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxx
Cementos San Marcos



Universidad
Icesi

OTRO LOGO

La Universidad Icesi y Cementos San Marcos

otorgan a

Ana Sofía Camayo Santacruz

Un reconocimiento por su compromiso, perseverancia
en la consecución de sus objetivos académicos y por haber obtenido la

Beca Icesi Transforma contigo – Cementos San Marcos

Se entrega en Santiago de Cali el 23 de octubre de 2024

Esteban Piedrahita Uribe

Rector
Universidad Icesi

xxxxxxxxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxx
Cementos San Marcos



Universidad
Icesi

OTRO LOGO

La Universidad Icesi y Cementos San Marcos

otorgan a

Ana Sofía Camayo Santacruz

Un reconocimiento por su compromiso, perseverancia
en la consecución de sus objetivos académicos y por haber obtenido la

Beca Icesi Transforma contigo – Cementos San Marcos

Se entrega en Santiago de Cali el 23 de octubre de 2024

Esteban Piedrahita Uribe

Rector
Universidad Icesi

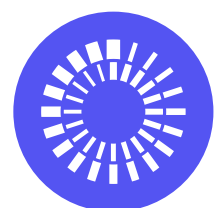
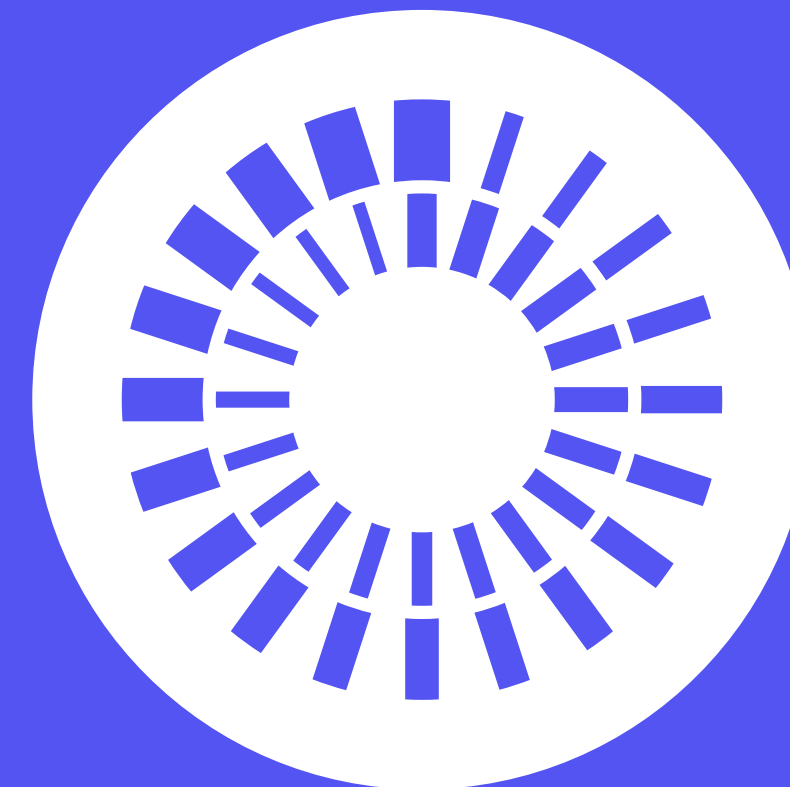
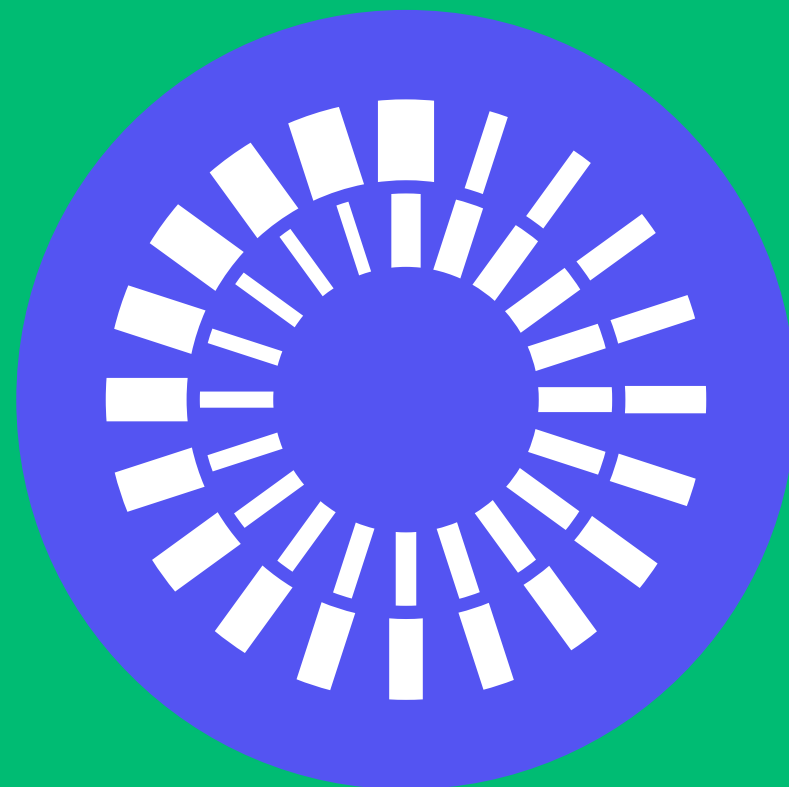
xxxxxxxxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxx
Cementos San Marcos

Llega más lejos

icesi.edu.co

Aplicaciones digitales



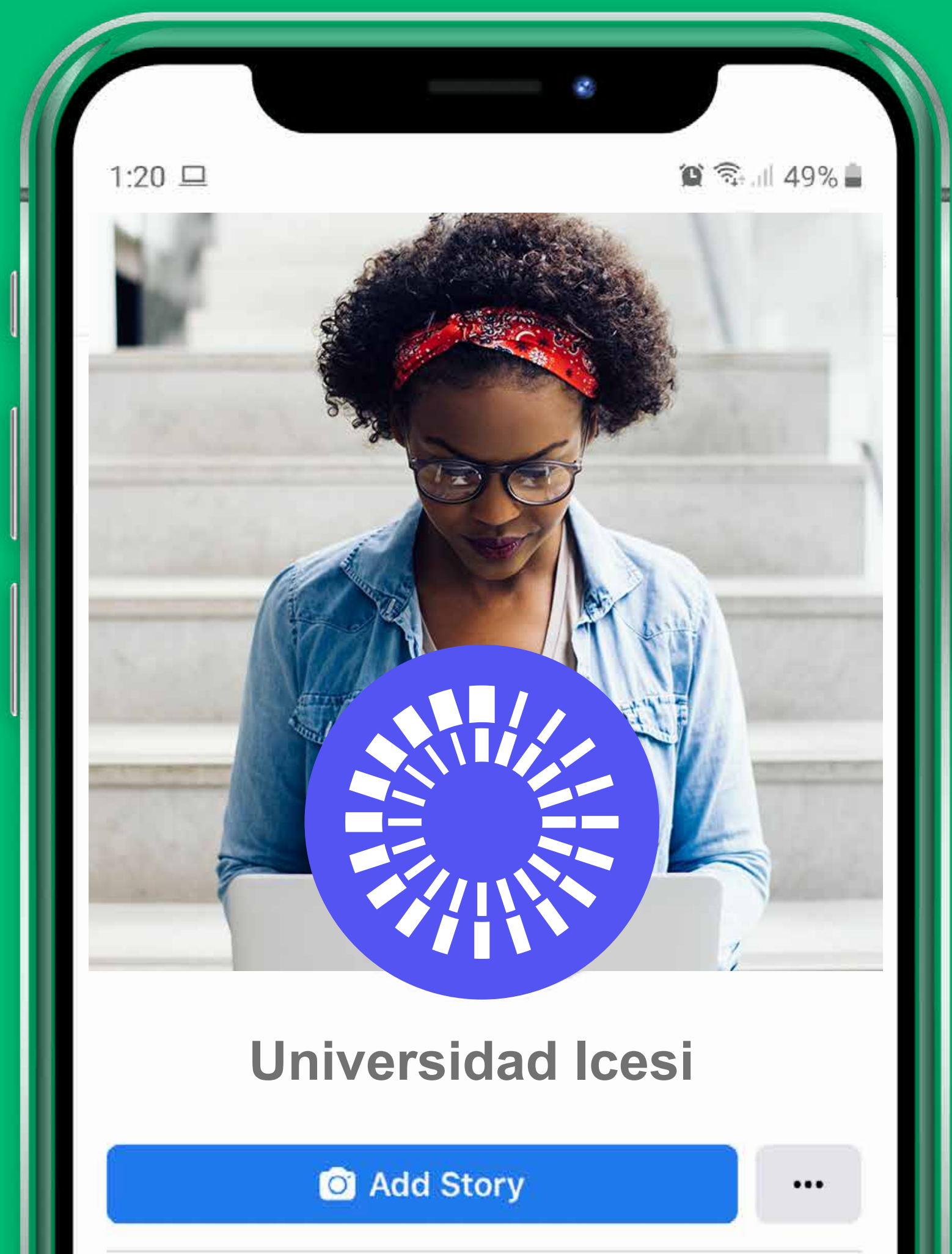
Universidad_Icesi



Universida

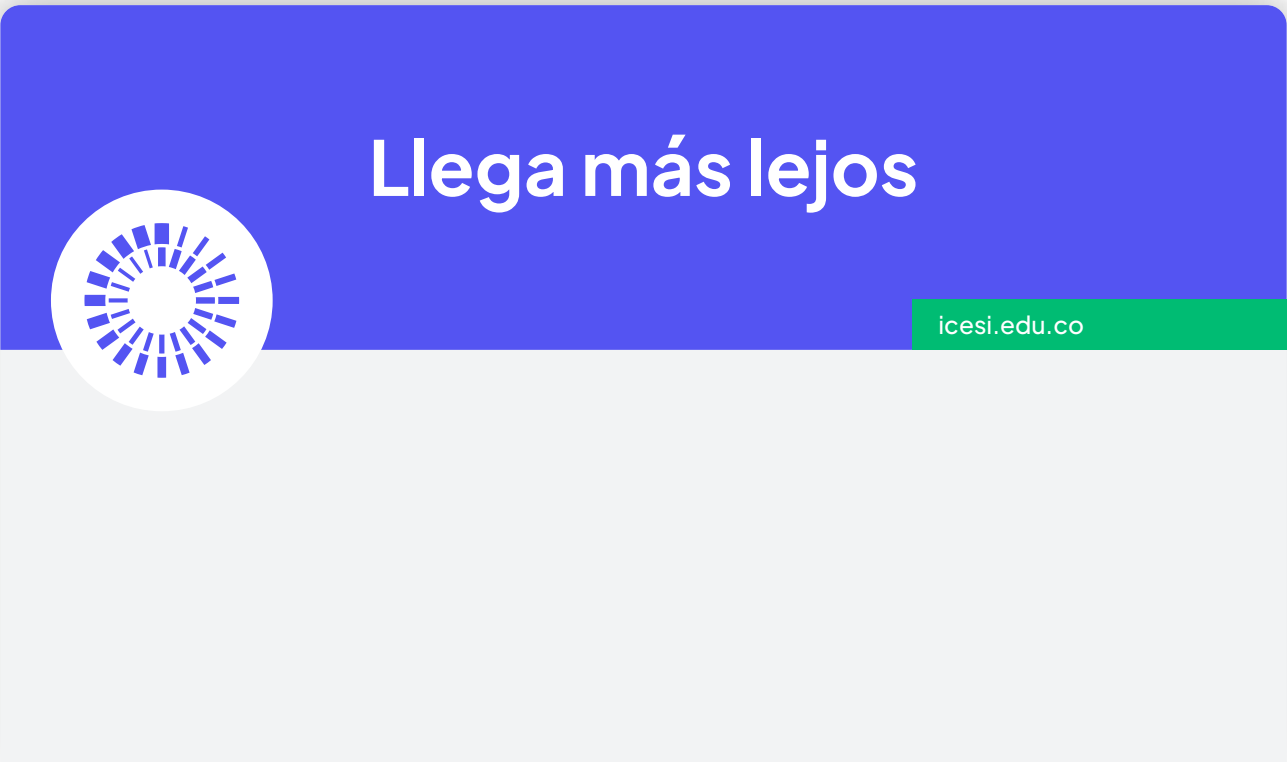


icesi.e

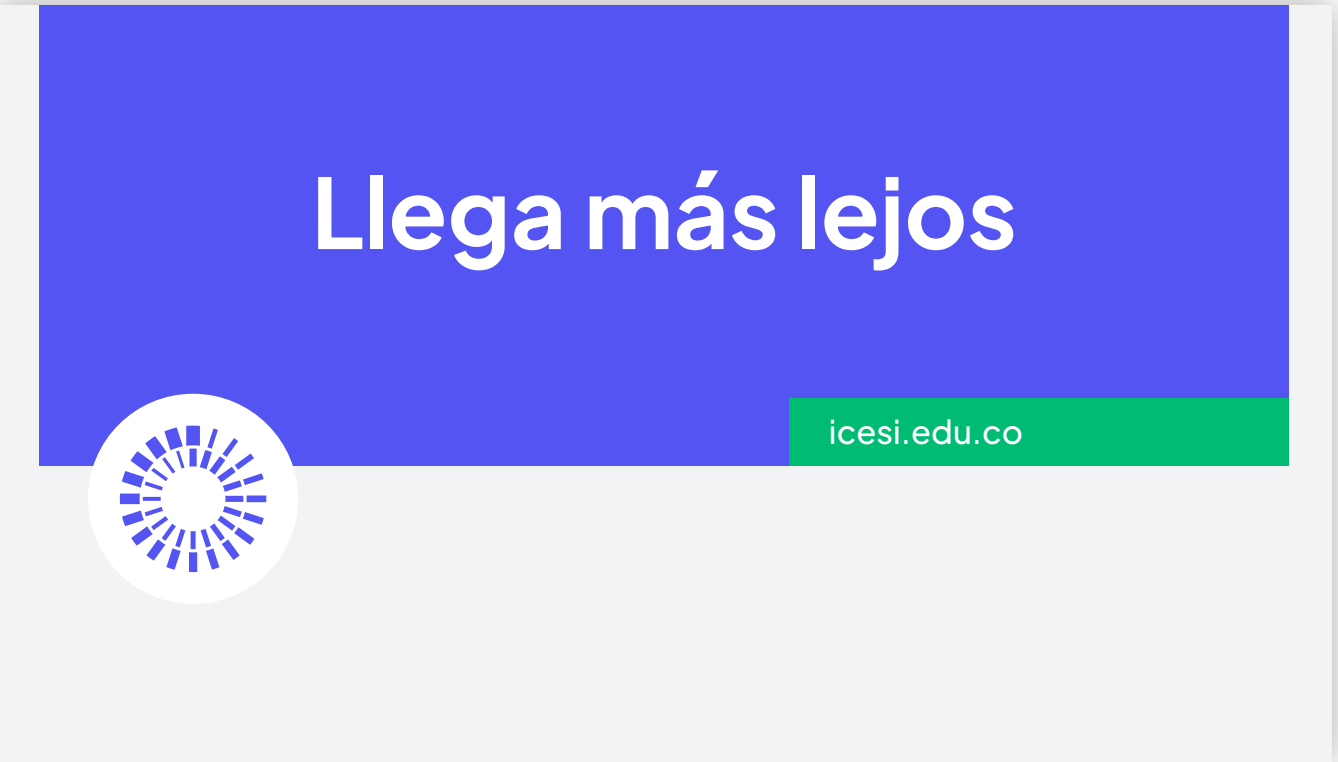


Portada de redes sociales

Linkedin



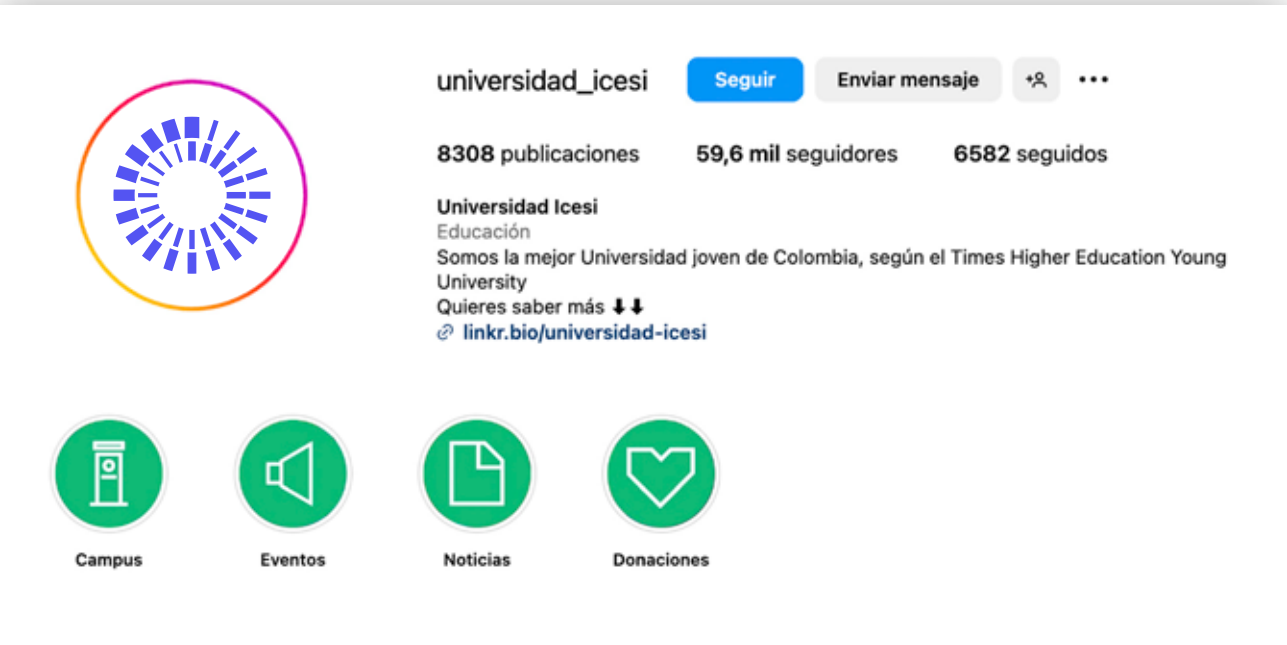
Facebook



X (twitter)



Instagram



Facebook Somos Icesi



Redes sociales

Universidad_Icesi



En Icesi cada día es un paso para el éxito

icesi.edu.co





457 me gusta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing...

Ver todos los comentarios






Hace 1 día

Universidad_Icesi

Universidad
icesi

icesi.edu.co

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



457 me gusta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing...

Ver todos los comentarios

Hace 1 día

Universidad_Icesi



Inscripciones abiertas
junio 2025




457 me gusta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing...

Ver todos los comentarios

Hace 1 día

 Universidad_Icesi



Estamos felices por tu grado y nos unimos a la celebración.



457 me gusta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing...

Ver todos los comentarios

Hace 1 día

Accede a tus beneficios

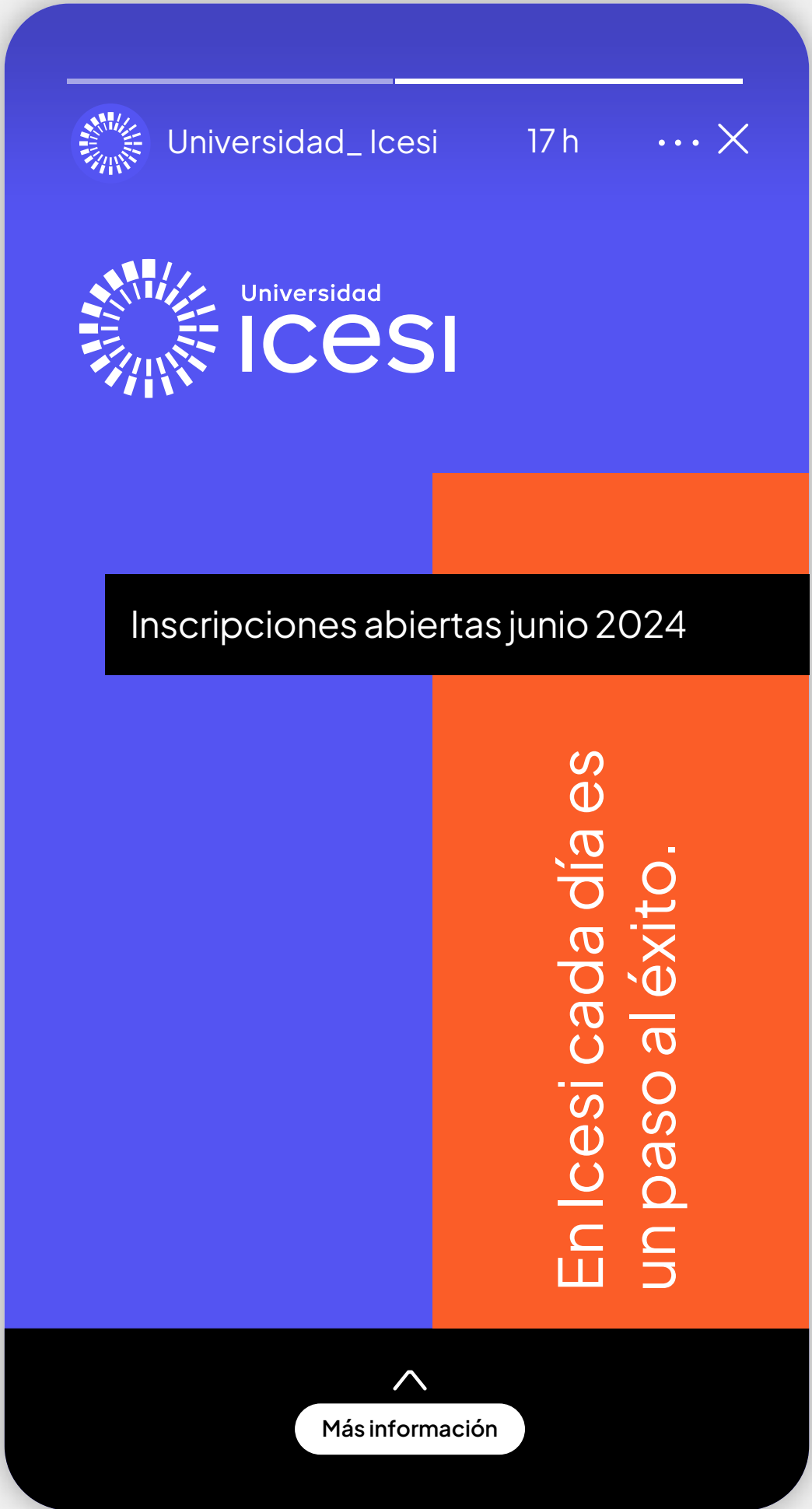
10% dto.

Presentando tu carnet o tu diploma.

En la cuenta de:
Anttoninas Pance,
Penélope Martini,
Peñón o Ciudadino,
(más un coctel de bienvenida).

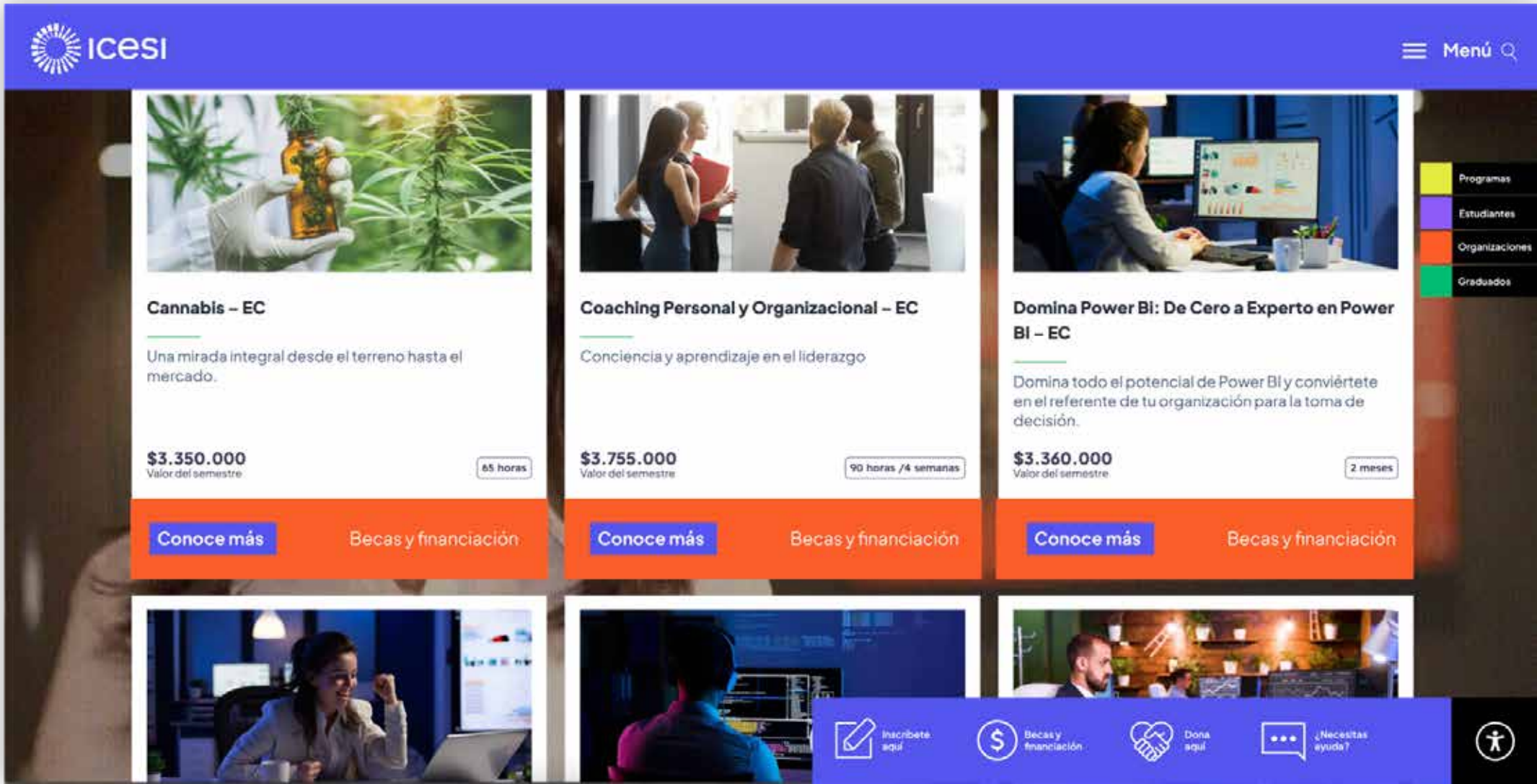
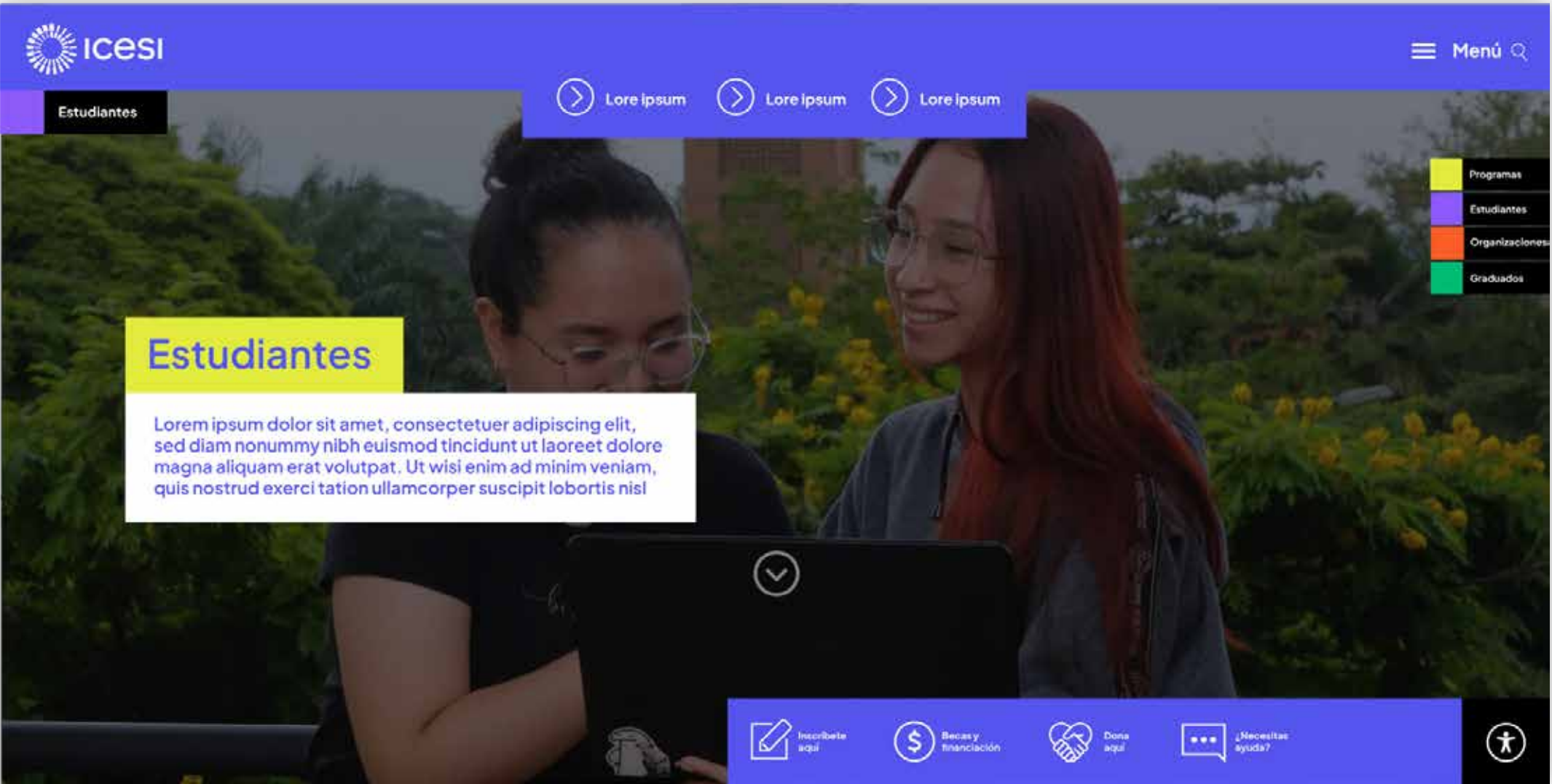
 Universidad
Icesi

#OrgulloIcesista





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.



PPT | Portadas – Separadores



Título de la presentación


Subtítulo



Título de la presentación

Subtítulo


día | mes | año




Título de la presentación

Subtítulo


día | mes | año



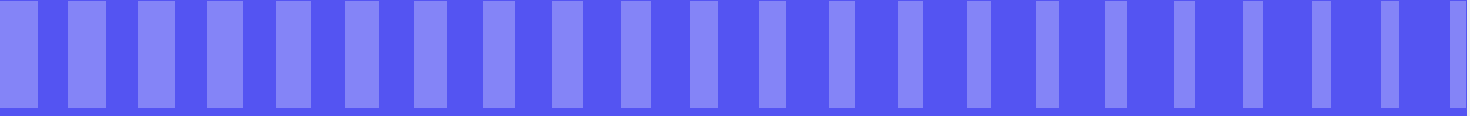


Título de la sección

Click: agregar texto



Título de la sección





Título de la sección





Click: agregar texto

Click: agregar texto

octubre de 2024

Título de la presentación

01




Click: agregar texto

Click: agregar texto

octubre de 2024

Título de la presentación

01



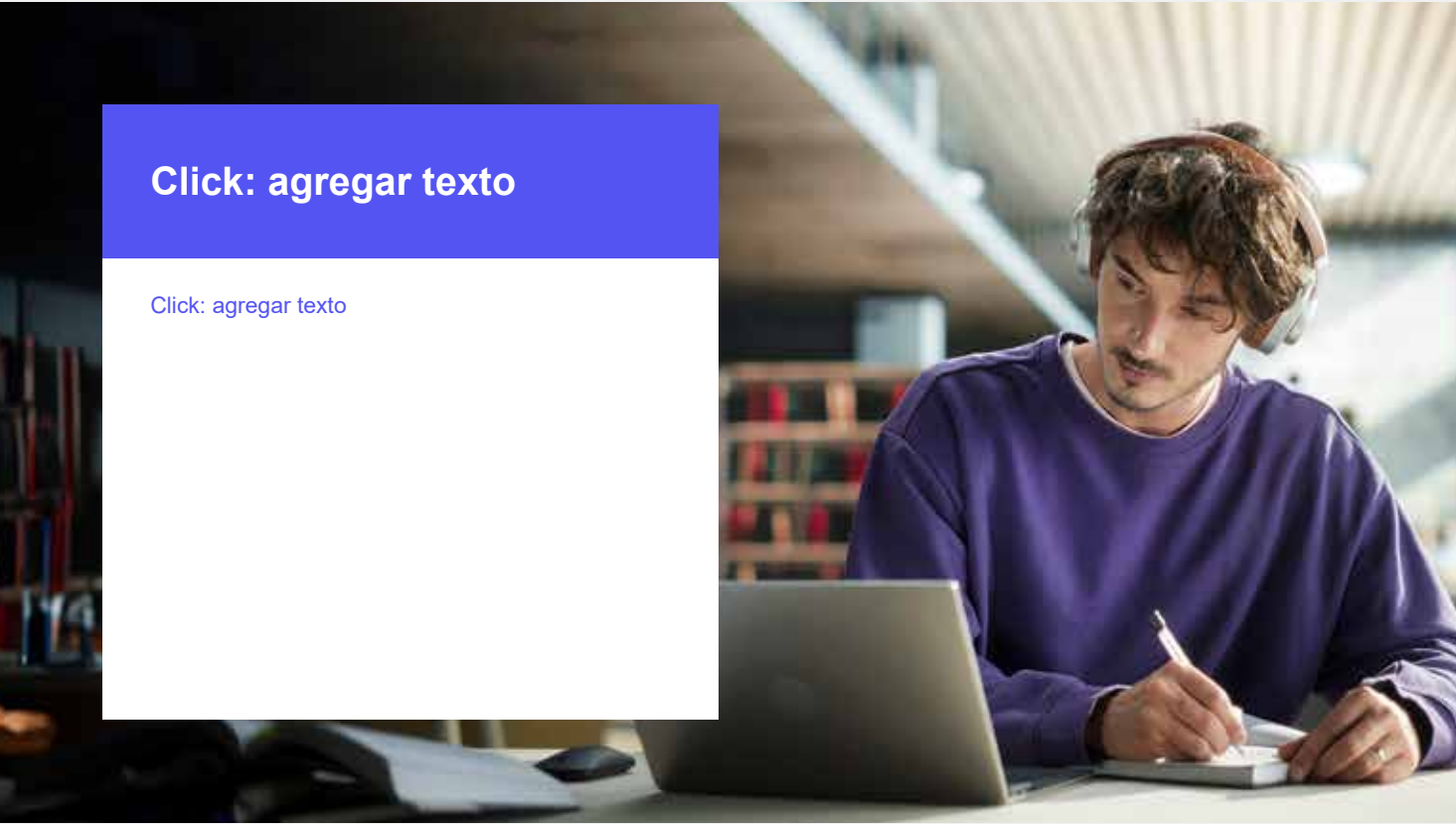
Click: agregar texto

Click: agregar texto

octubre de 2024


Título de la presentación

01




Click: agregar texto


Click: agregar texto





Click: agregar texto


Click: agregar texto











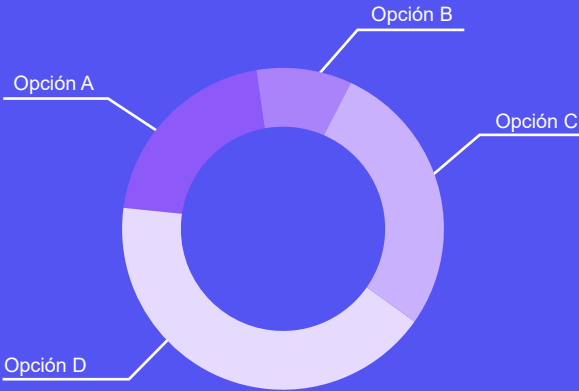
Click: agregar texto

Texto A
Click: agregar texto

Texto B
Click: agregar texto

Texto C
Click: agregar texto

Texto D
Click: agregar texto

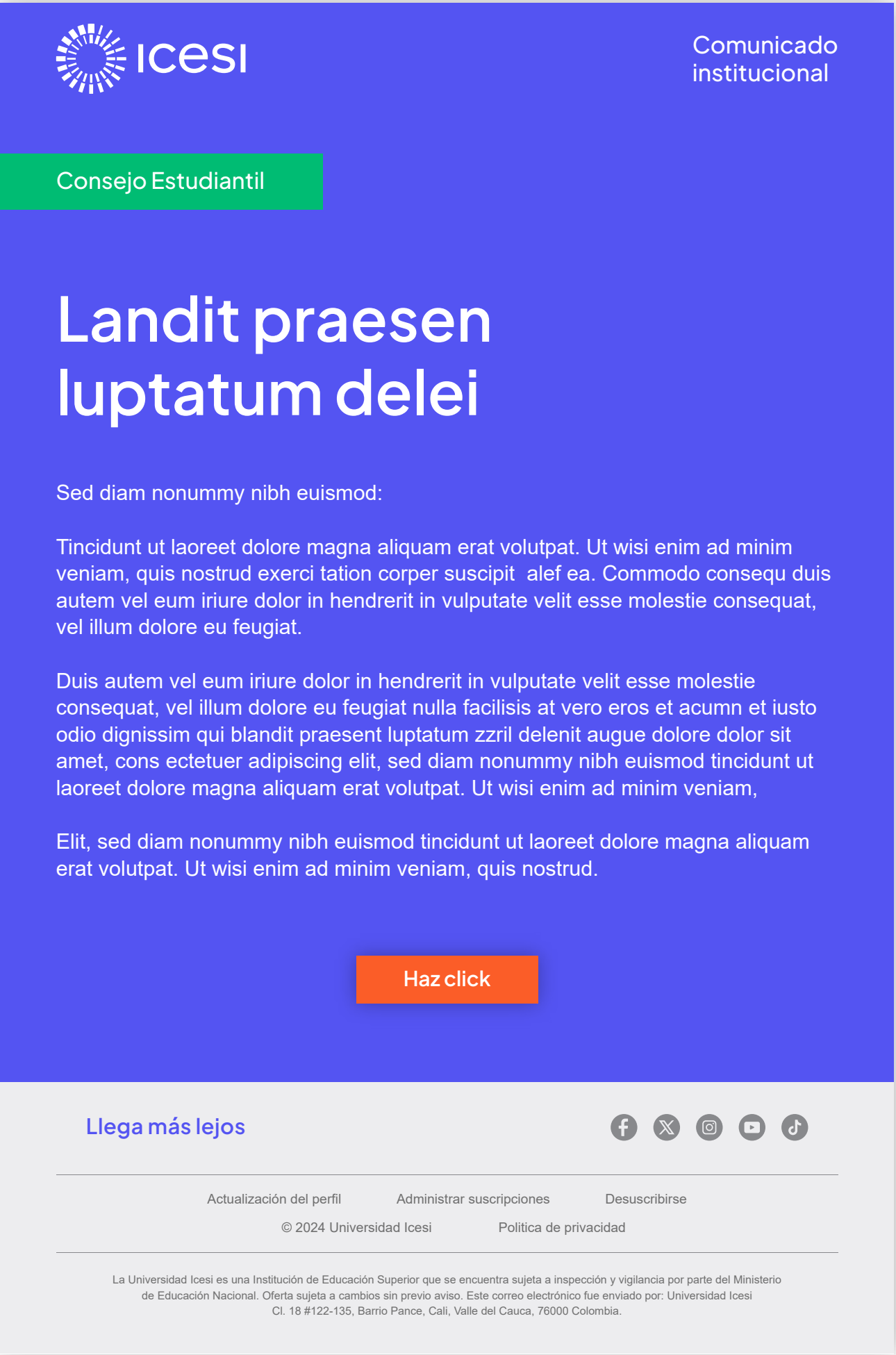
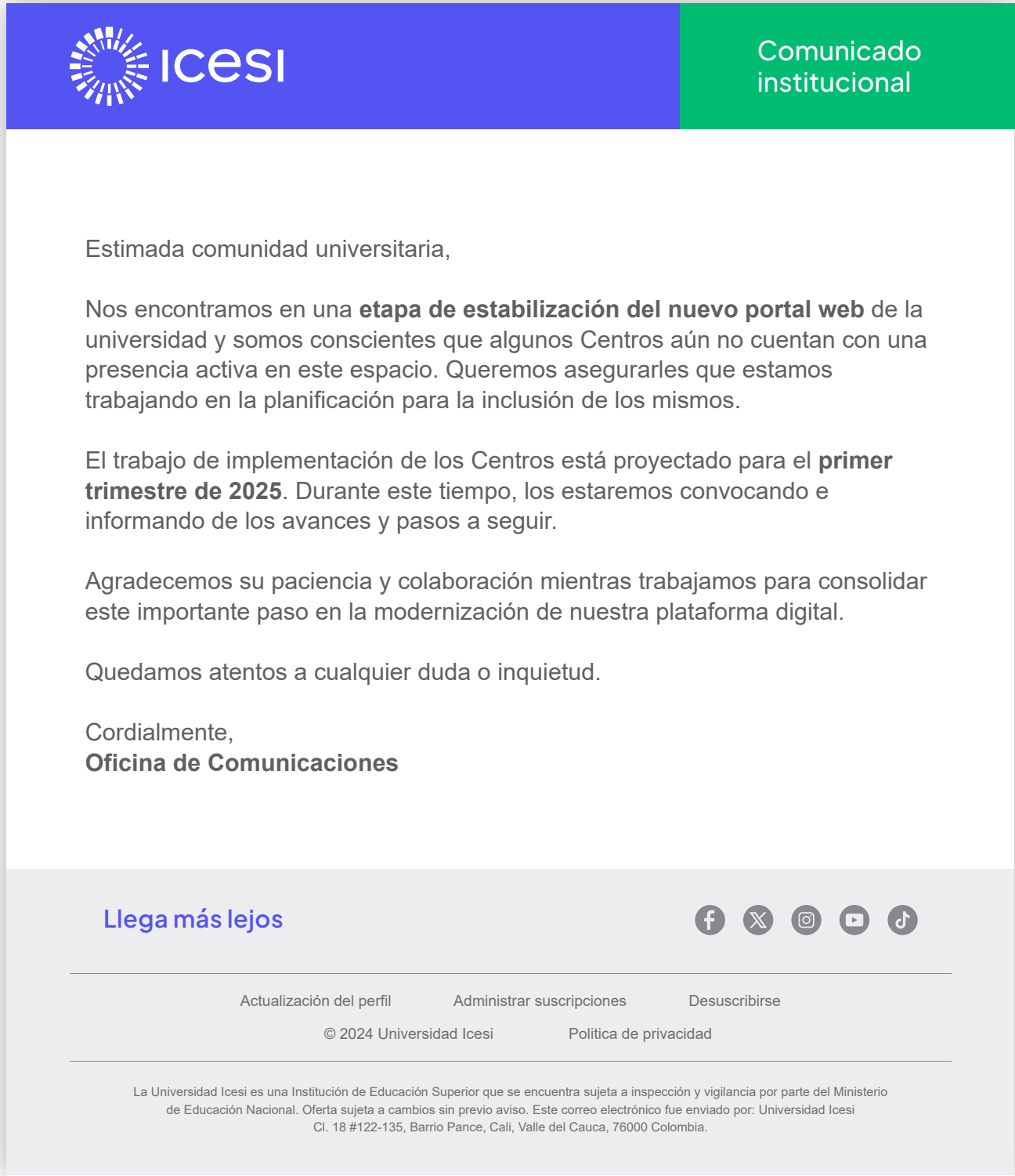
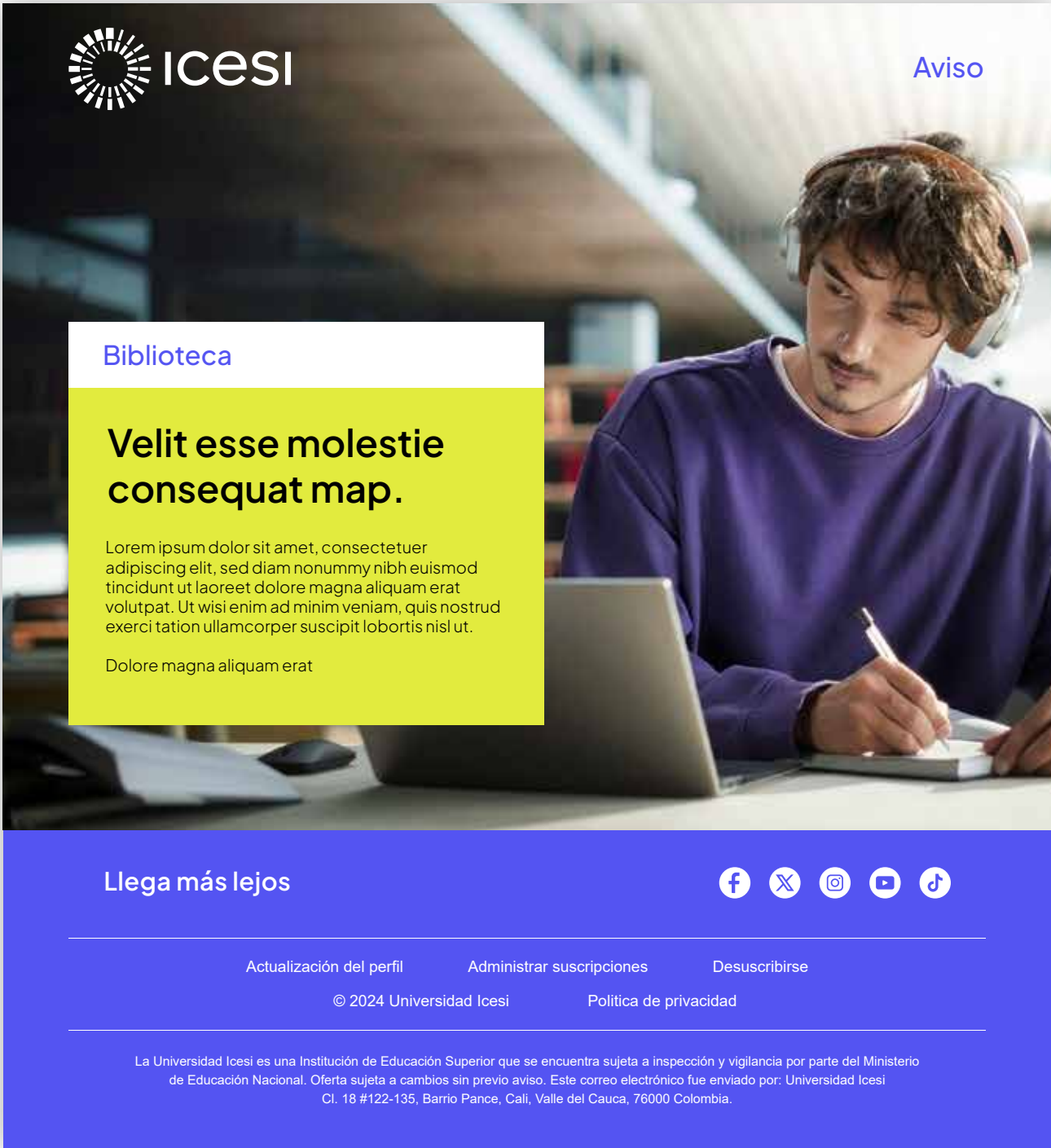


octubre de 2024

Título de la presentación

01

Mailing



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."

ICESI

Convocatoria

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 corper suscipit alef ea. Commodó consequé 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 acumn 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:

- 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 accumsan et iusto odio dignissim.
- Qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore.
- 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.

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.

ICESI

Ciclo de conferencias

Ciencias Humanas | Psicología

Suscipit lobortis nisl ut alicuam

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 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

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 exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip.

Haz click

ICESI

Exposición

Muestra interactiva, arqueológica y paleontológica

Gigantes perdidos: El legado del río

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 megafauna 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-Citradi 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 megafauna.

¡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:

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.



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



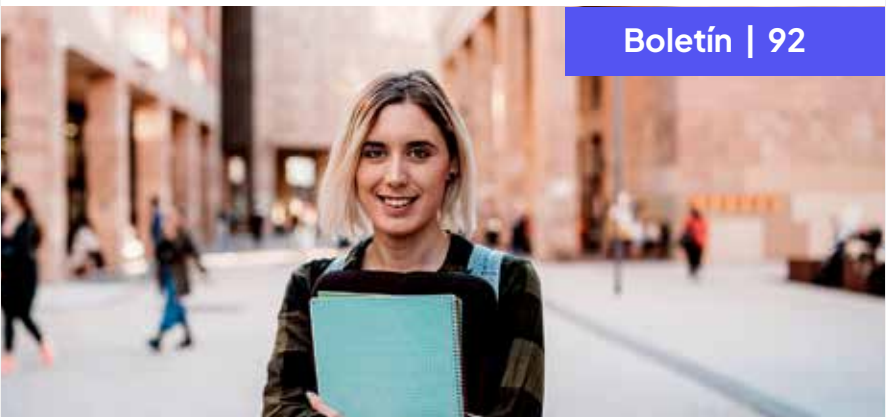
Campus



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

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



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 exea.

Commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu.

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 exea.

Commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu.



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 exea.

Commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu.

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 #123-135, Barrio Parícuti, Cali, Valle del Cauca, 76000 Colombia.

Firma de correo

Mensaje nuevo

Destinatarios

Asunto

Universidad

Icesi

Nombre y Apellidos

Cargo

n.apellido@icesi.edu.co

T. (602) 55 2334

Cali - Colombia

www.icesi.edu.co

Enviar

Mensaje nuevo

Destinatarios

Asunto

Universidad

Icesi

Nombre y Apellidos

Cargo

n.apellido@icesi.edu.co

T. (602) 55 2334

Cali - Colombia

www.icesi.edu.co

Enviar

Firma de correo
Construcción

Versión 1



- 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.

Versión 2



- 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



Cuéntale al mundo que eres

ORGULLOSAMENTE ICESISTA

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



[Contáctanos aquí](#)



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



ININTERACTIVA 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

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





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



INN
INTERACTIVA

The logo features the word "INN" in large, bold, multi-colored letters (green, blue, and purple) above the word "INTERACTIVA" in a smaller, dark blue, sans-serif font. A red diagonal line is drawn across the entire logo.



ORGULLOSAMENTE
ICESISTA

The logo features a stylized sunburst icon above the word "ORGULLOSAMENTE" in a small, dark blue, sans-serif font, and the word "ICESISTA" in a large, bold, white, sans-serif font inside a dark blue rectangular box. A red diagonal line is drawn across the entire logo.



Icesi
PARA
Ti

The logo features the word "Icesi" in a large, yellow, cursive font, the word "PARA" in a bold, purple, sans-serif font, and the word "Ti" in a yellow, cursive font. A red diagonal line is drawn across the entire logo.



GIRA
ICESI

The logo features the word "GIRA" in a large, bold, blue, sans-serif font with a white outline, and the word "ICESI" in a smaller, bold, blue, sans-serif font inside a dark blue rectangular box. A red diagonal line is drawn across the entire logo.



Sesiones de
Financiación

The logo features the words "Sesiones de" in a small, white, sans-serif font inside a blue rounded rectangle, and the word "Financiación" in a large, bold, black, cursive font. A red diagonal line is drawn across the entire logo.



MARKETKS
AGOSTO
20, 21 Y 22

The logo features the word "MARKETKS" in a large, bold, black, sans-serif font, with "AGOSTO" in a smaller, bold, black, sans-serif font below it, and the dates "20, 21 Y 22" in a small, white, sans-serif font at the bottom. A red diagonal line is drawn across the entire logo.

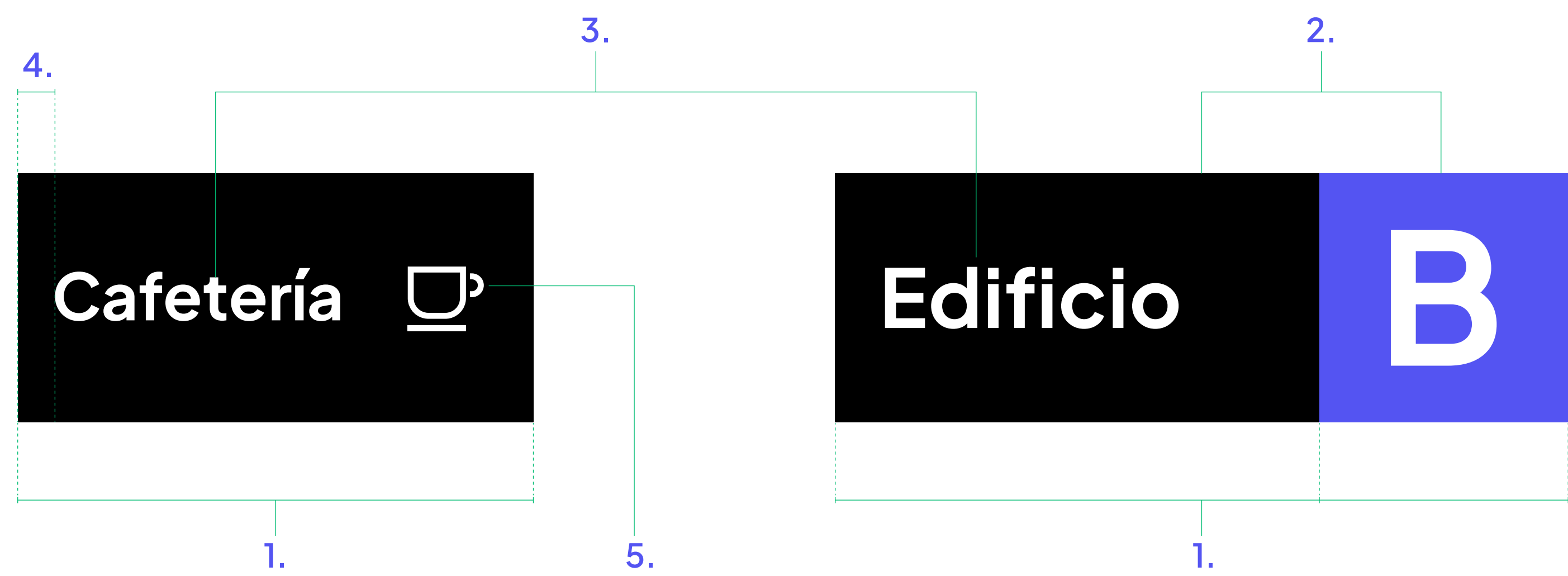
Para desarrollar los materiales de mercadeo, se deben seguir los lineamientos establecidos en este manual. Es muy importante no crear logotipos, símbolos ni gráficos específicos para las iniciativas de la marca.

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



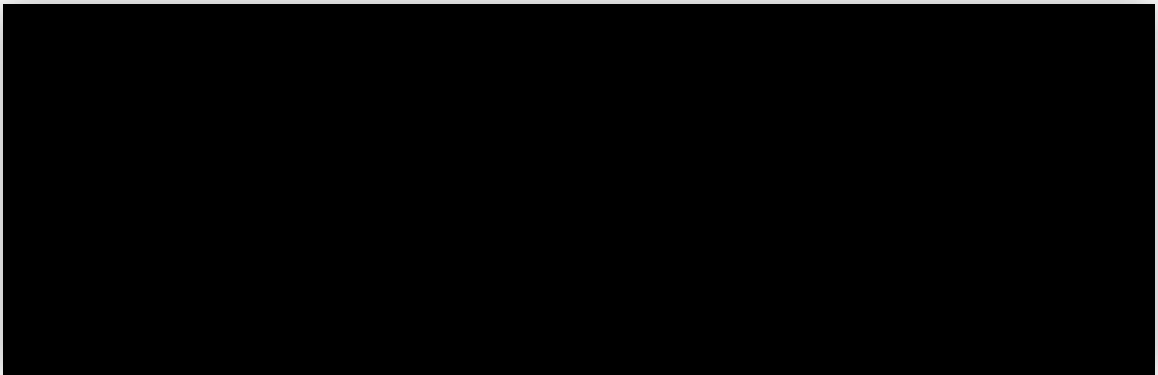
Los materiales de señalización deben tener en cuenta los siguientes elementos para su desarrollo:

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

Señalización Interna

Formatos | división del espacio

1 segmento



2 segmentos



3 segmentos



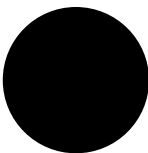
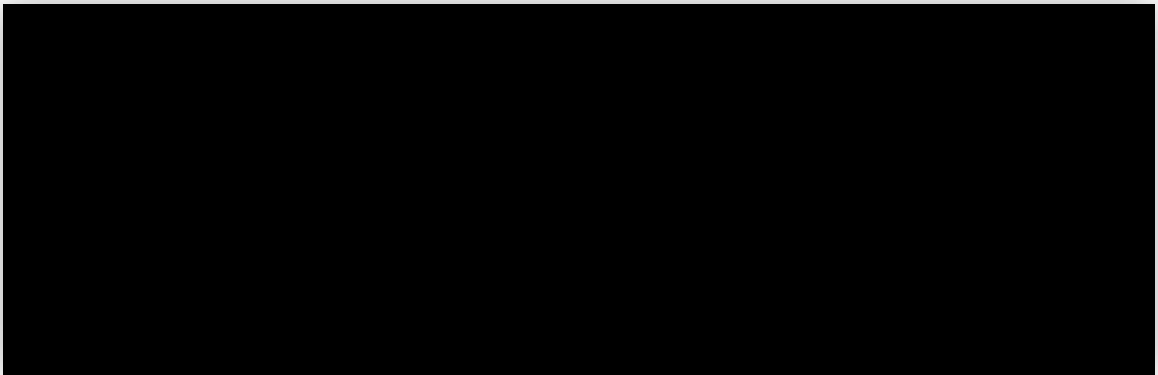
Cuando sea necesario segmentar los elementos de información, es posible dividir el señalamiento en diferentes áreas.

El máximo permitido es de tres segmentos por señalamiento.

Señalización Interna

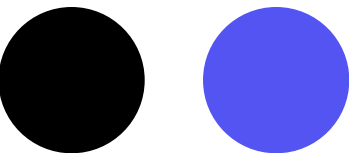
Color

1 segmento



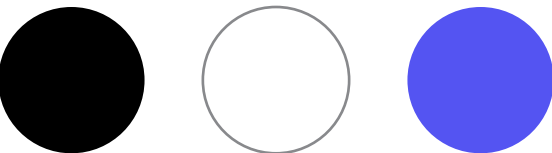
Fondo en color negro.

2 segmentos



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

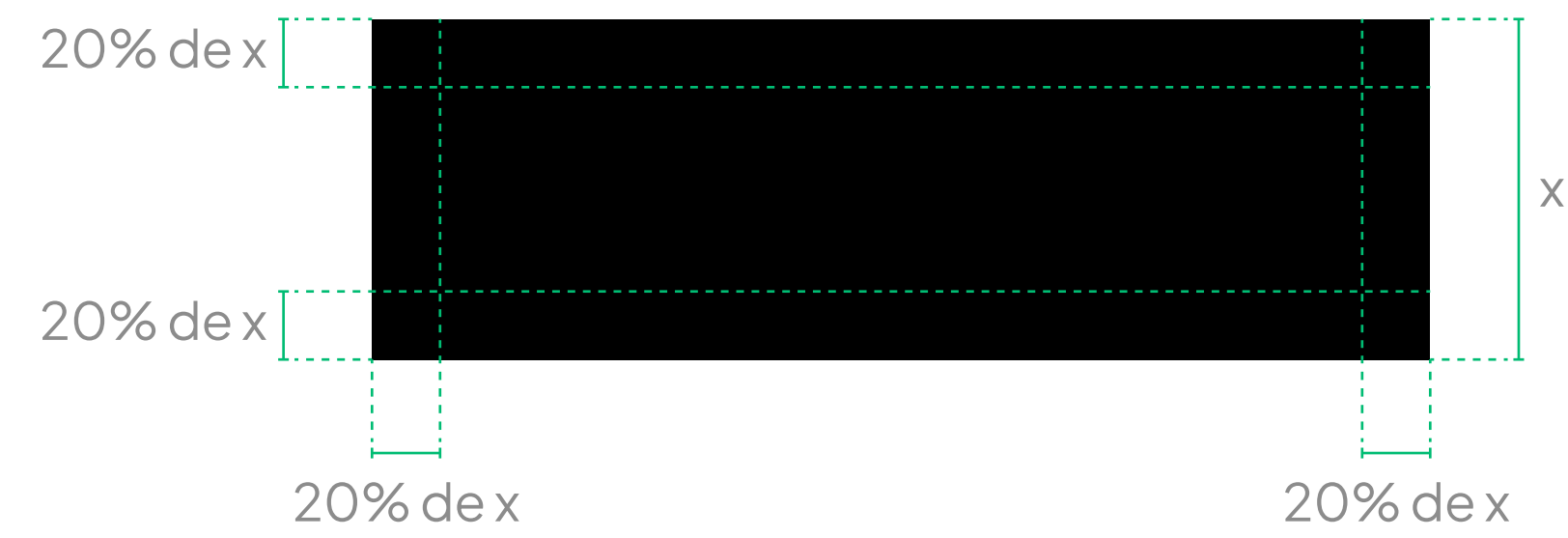
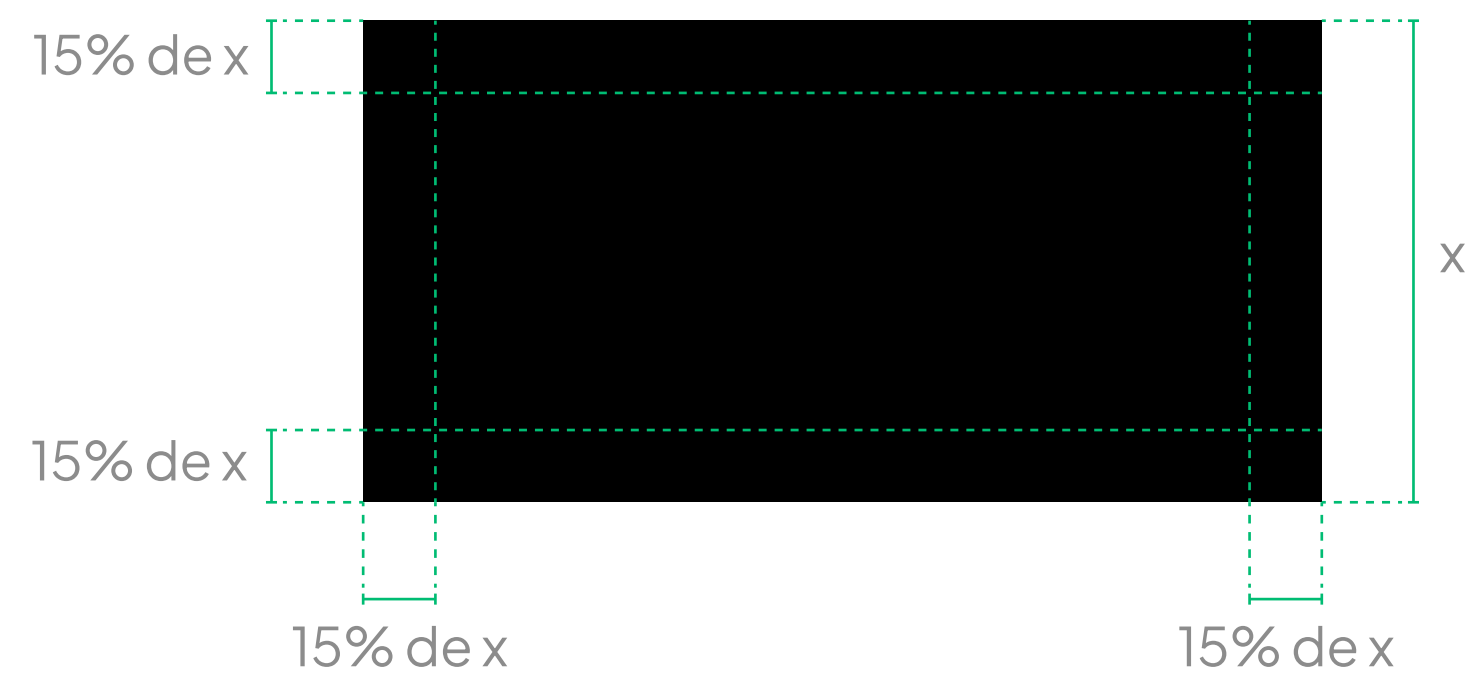
3 segmentos



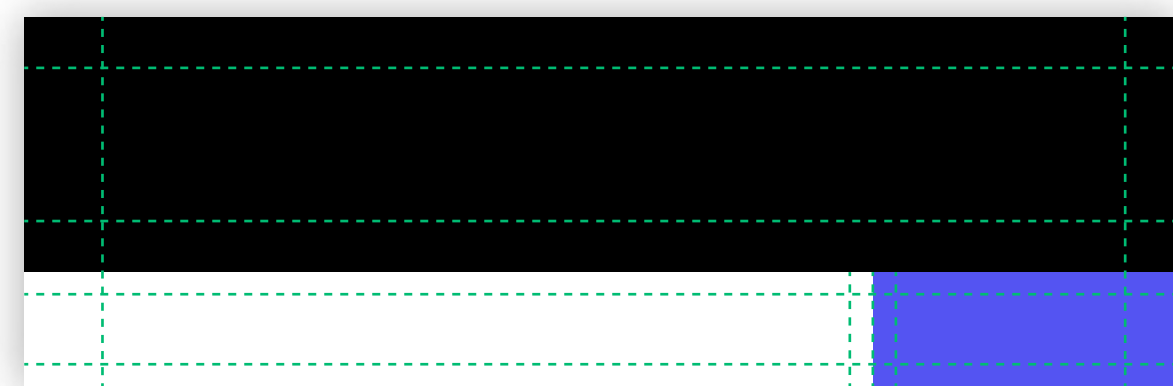
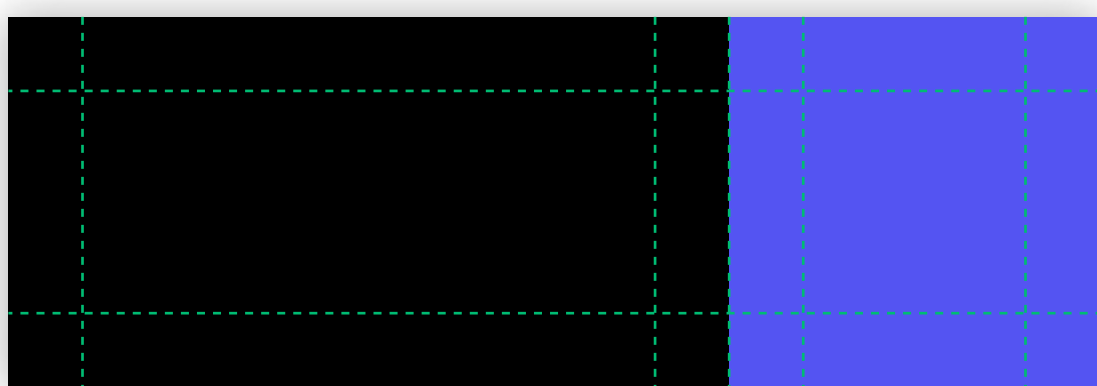
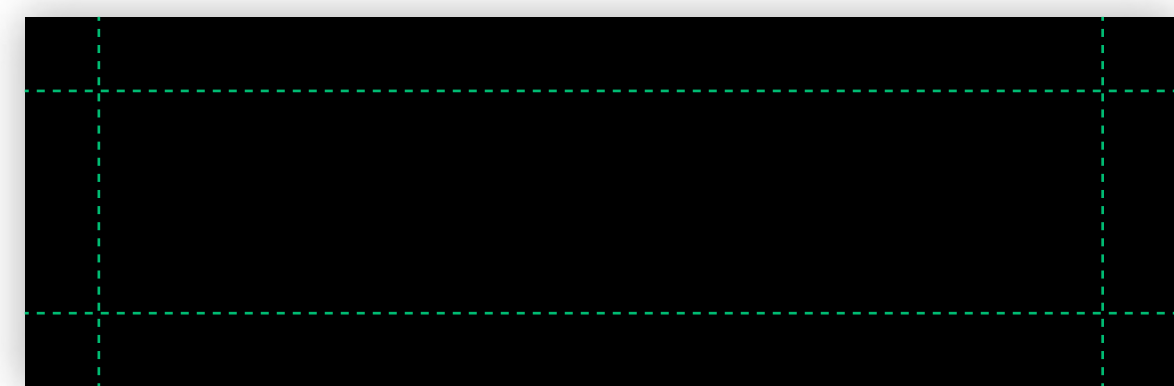
Fondo principal en color negro.
Segundo segmento en color blanco.
Tercer segmento en color Azul Icesi.

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.

Plus Jakarta Sans

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

ExtraLight Light Regular Medium SemiBold Bold ExtraBold

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

↑ Edificio Tecnoquímicas

↑ Edificio Carvajal

↑ Biblioteca

← Facultad de Ingeniería,
Diseño y Ciencias Aplicadas

← Baños

Relaciones
Internacionales

Edificio B

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

Señalización Interna

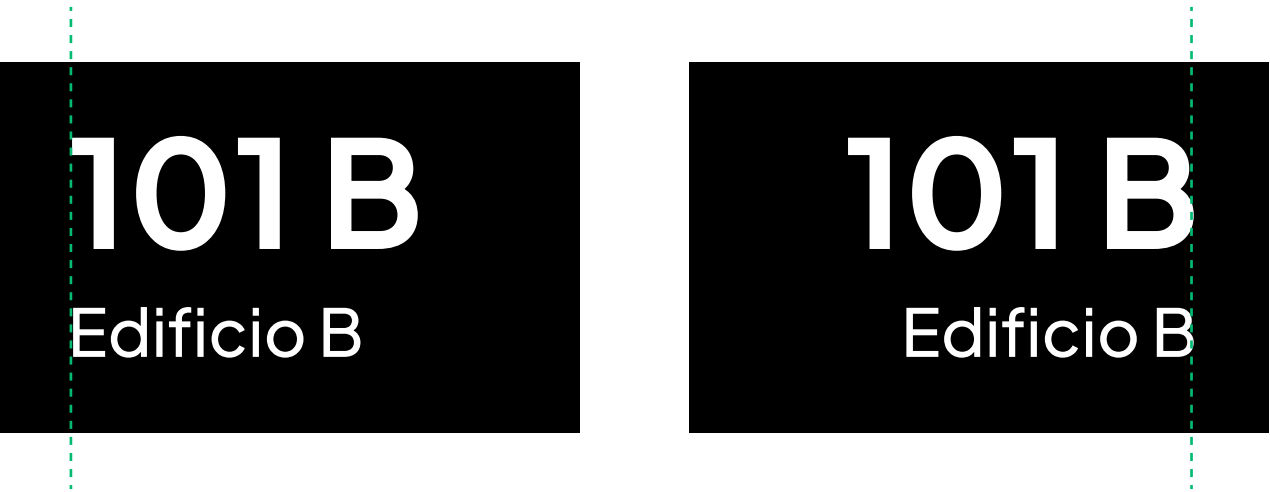
Tipografía - alineación (casos especiales)

Alineación al centro



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

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.

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

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

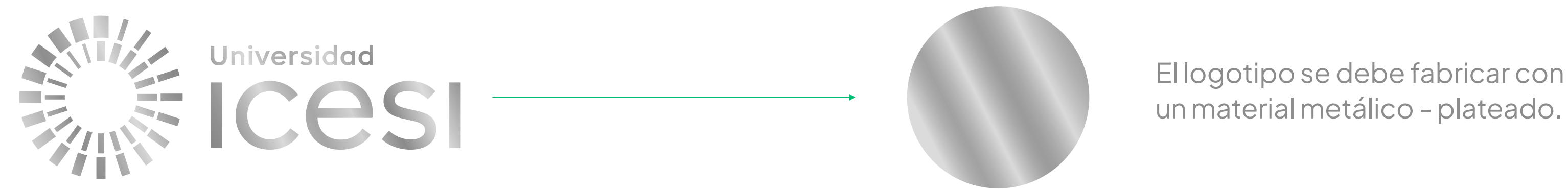
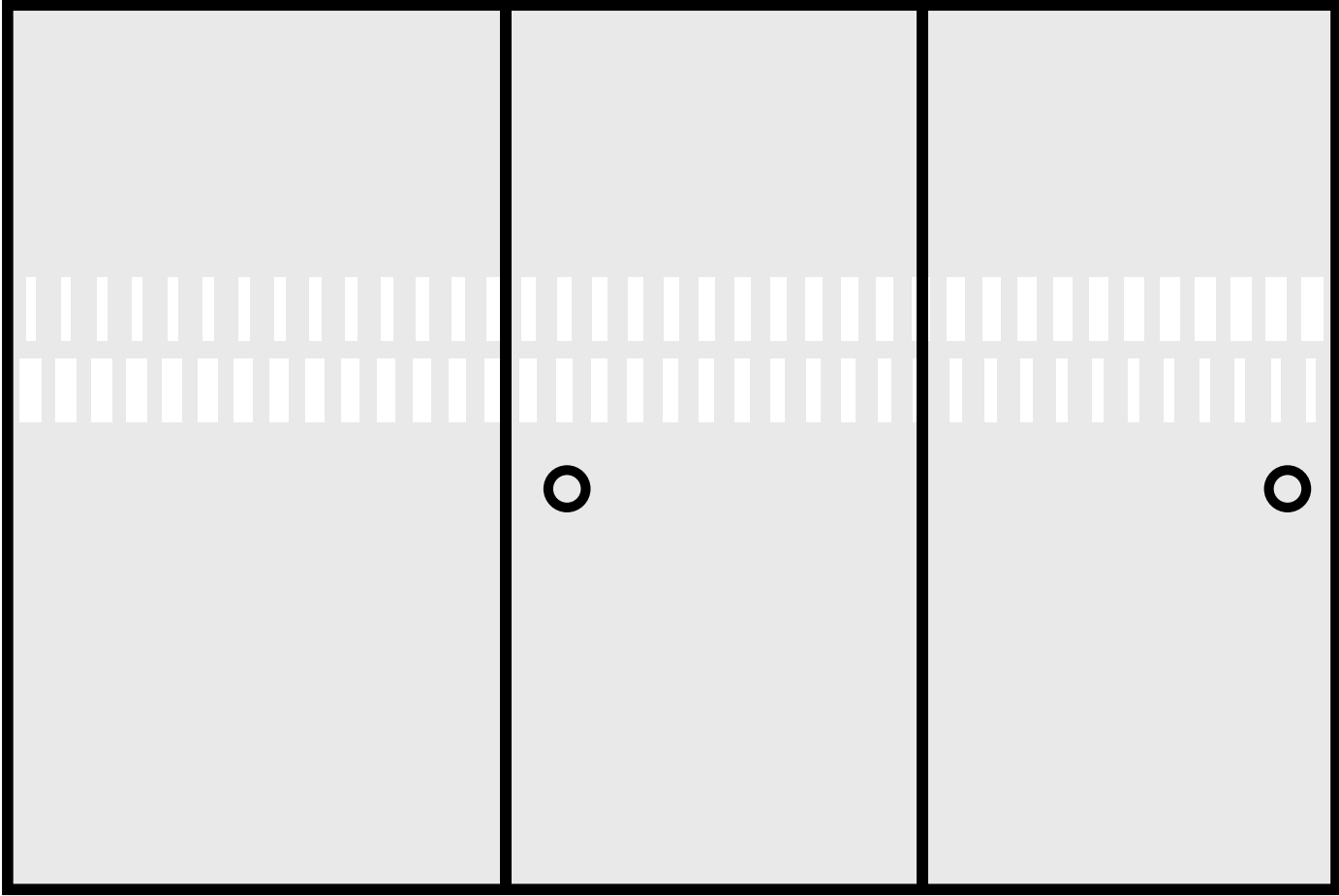
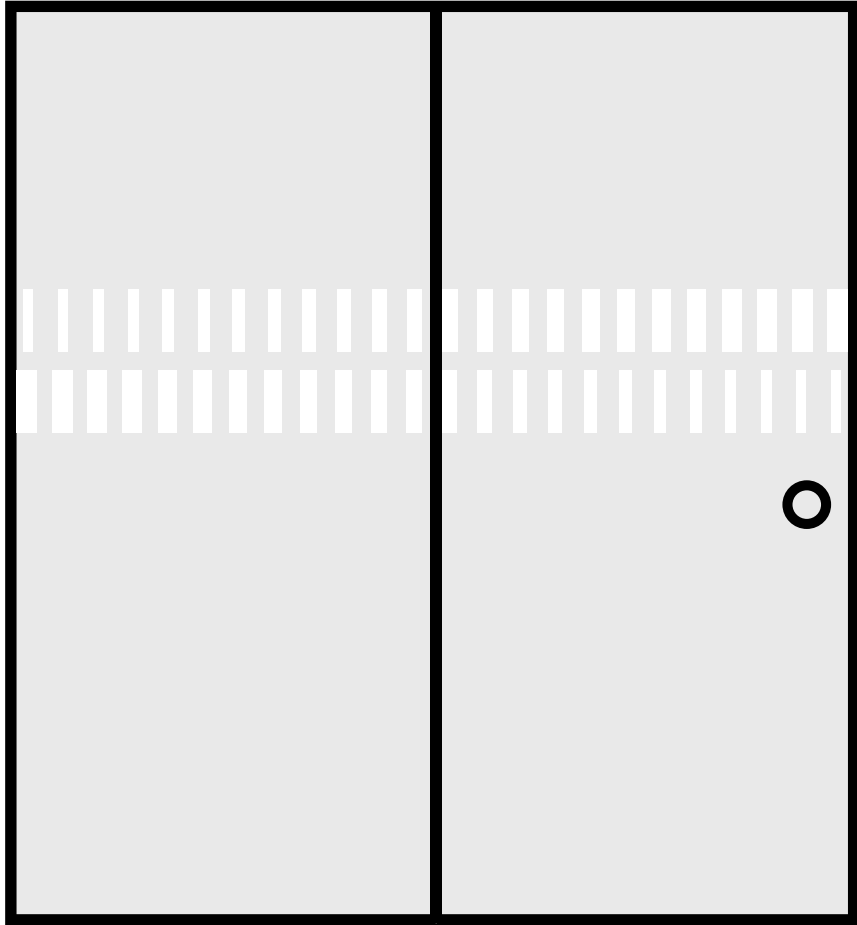


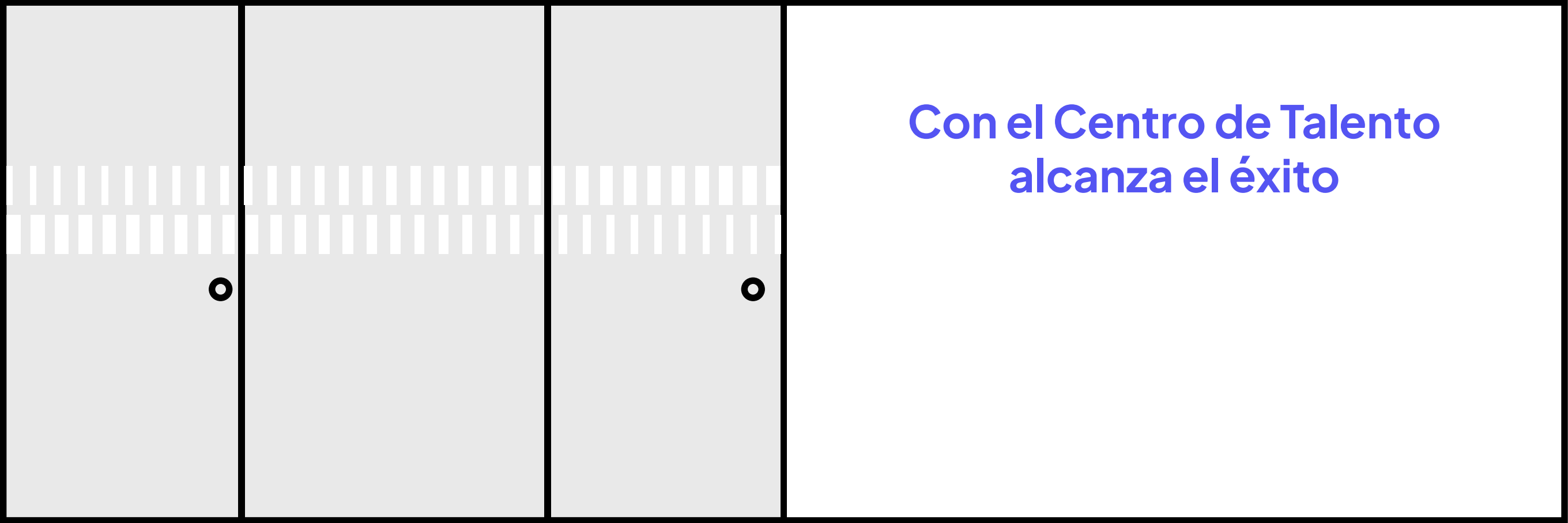
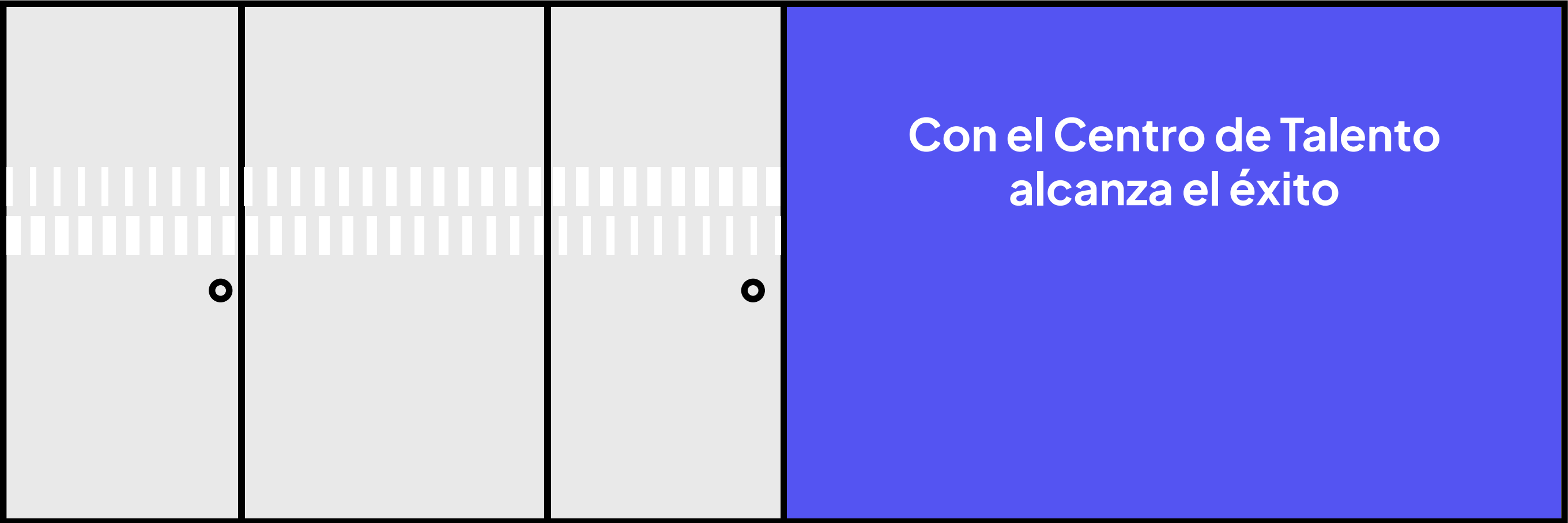
Diagrama del volumétrico (montado sobre pared)

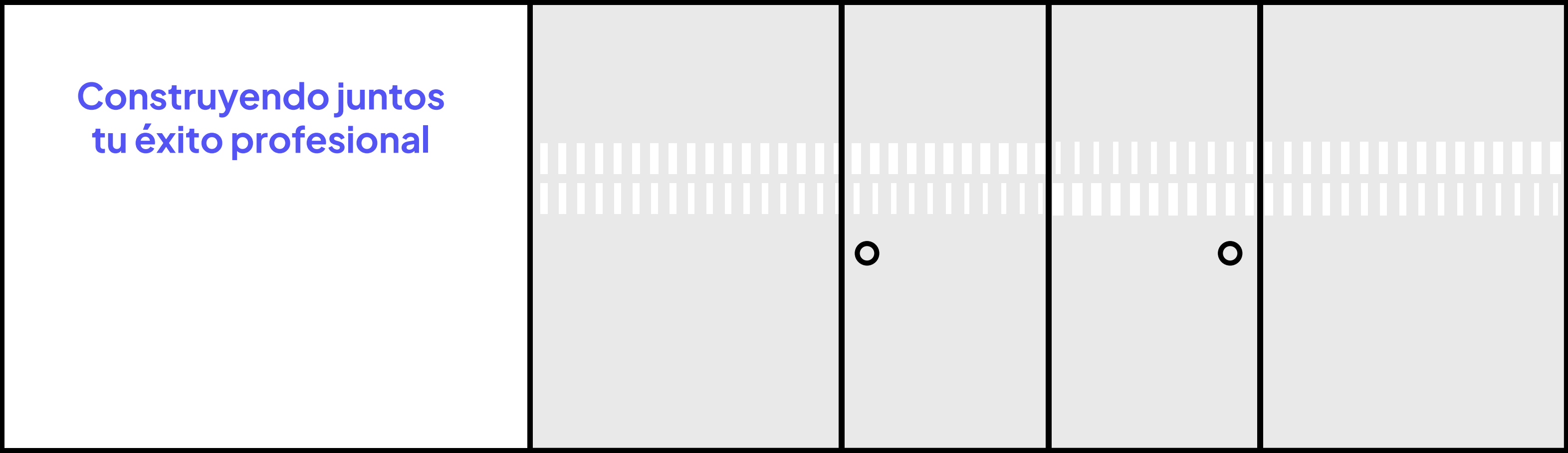
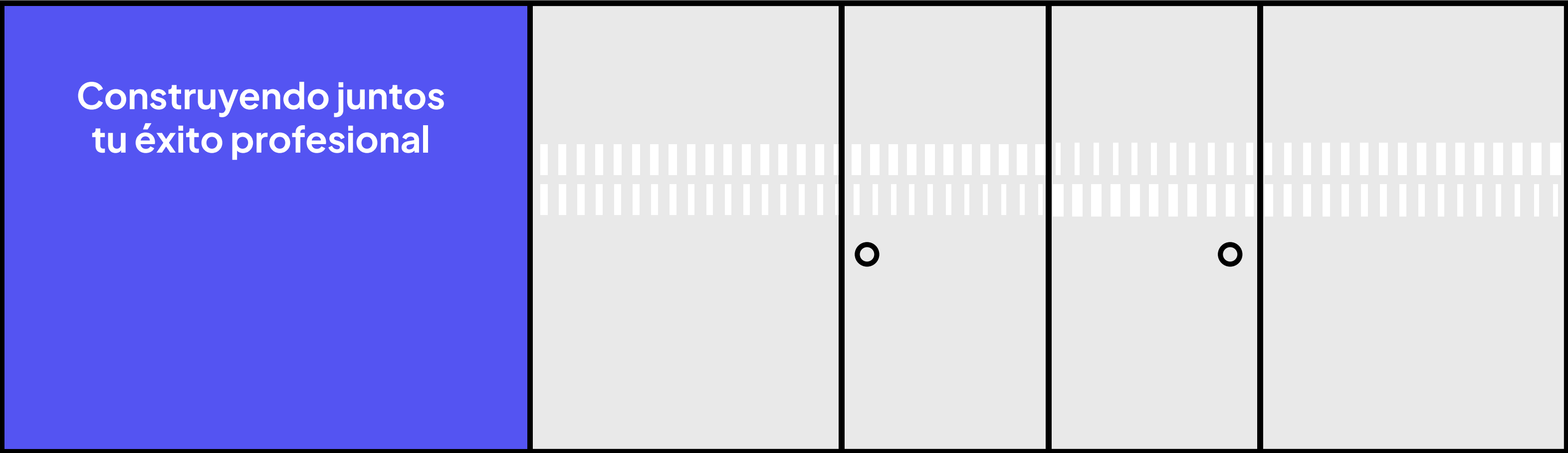


Vidrieras



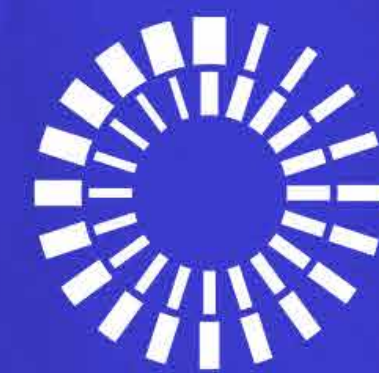
Vidrieras





Promocionales

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



Universidad
Icesi





Banderas





icesi.edu.co

Llega más lejos



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



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:

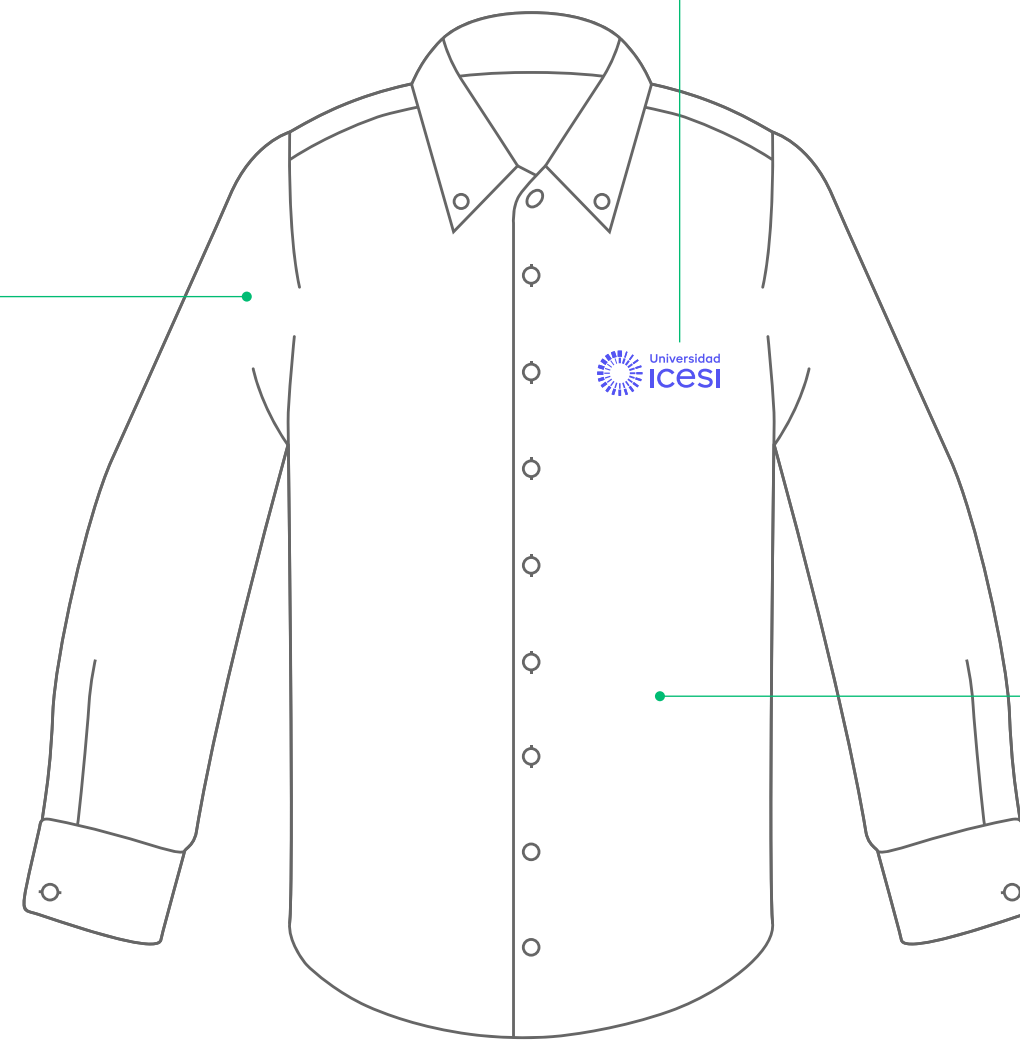
No se debe recrear esta versión del logotipo.
Use solo los archivos aprobados.

Uniformes

Lineamientos básicos

Tela – Material

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



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.

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.

Nota:

Se recomienda adquirir los uniformes en la tienda Icesi.

Uniformes
Camisa | Mujer



Uniformes
Camisa | Hombre



Uniformes – dependencias

Logotipo para bordados en tela



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.

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

Uniformes – dependencias



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.

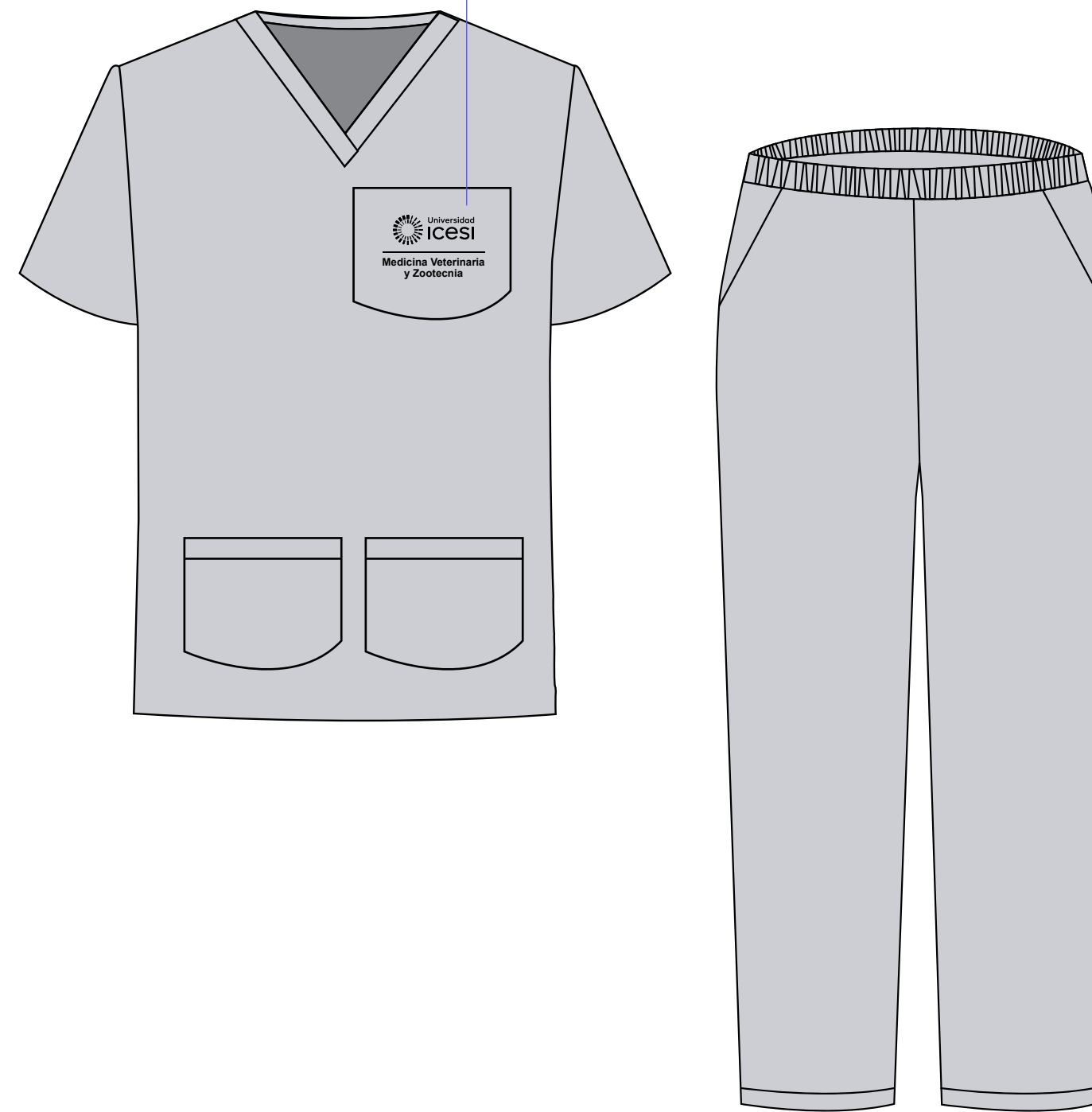
Uniformes – dependencias

Medicina Veterinaria y Zootecnia



1° al 5° semestre

- Color: Gris 194220
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Tela: Antifluído cloro resistente



6° al 10° semestre

- Color: Gris 154101
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color negro
- Tela: Antifluído cloro resistente



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

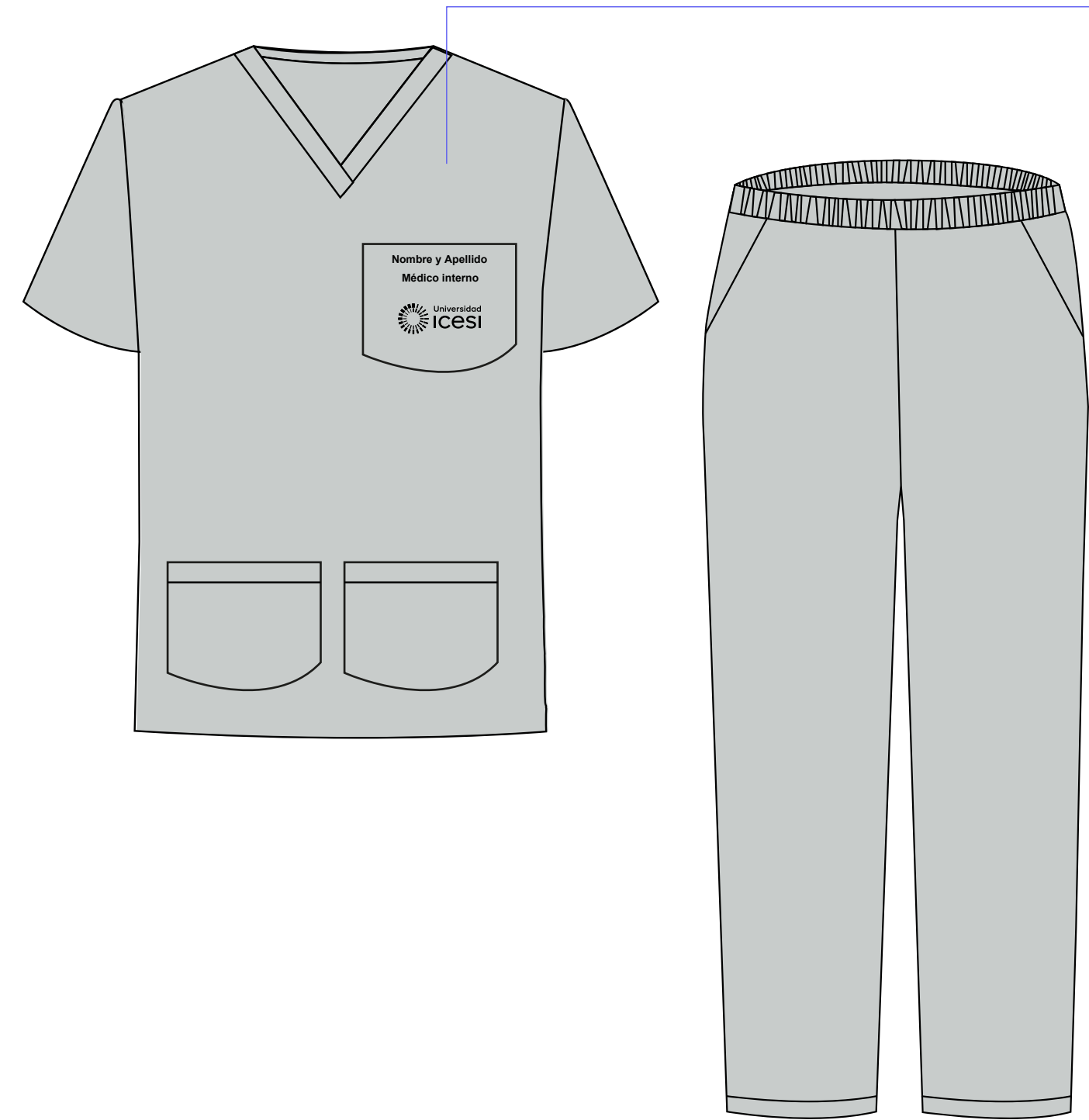
- Color: Vino Tinto 191524
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Clororesistente



Vista en detalle del logotipo.

Uniformes – dependencias

Medicina



Vista en detalle del logotipo.

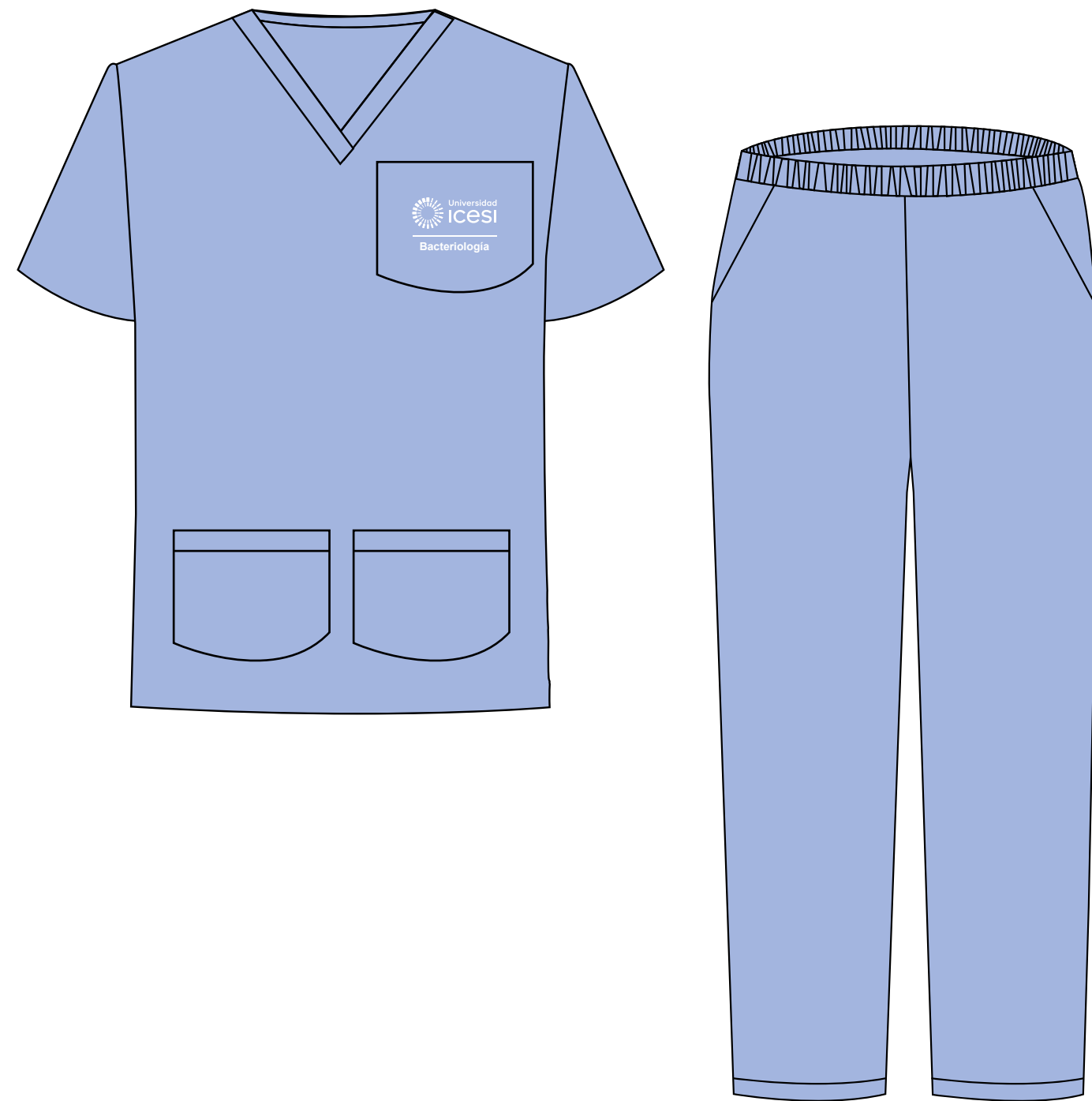
Bolsillo Superior Izquierdo marcado con:
Palabras:
Nombre y Apellido
Médico Interno

11° al 12° semestre

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

Uniformes - dependencias

Bacteriología



1° al 5° semestre

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



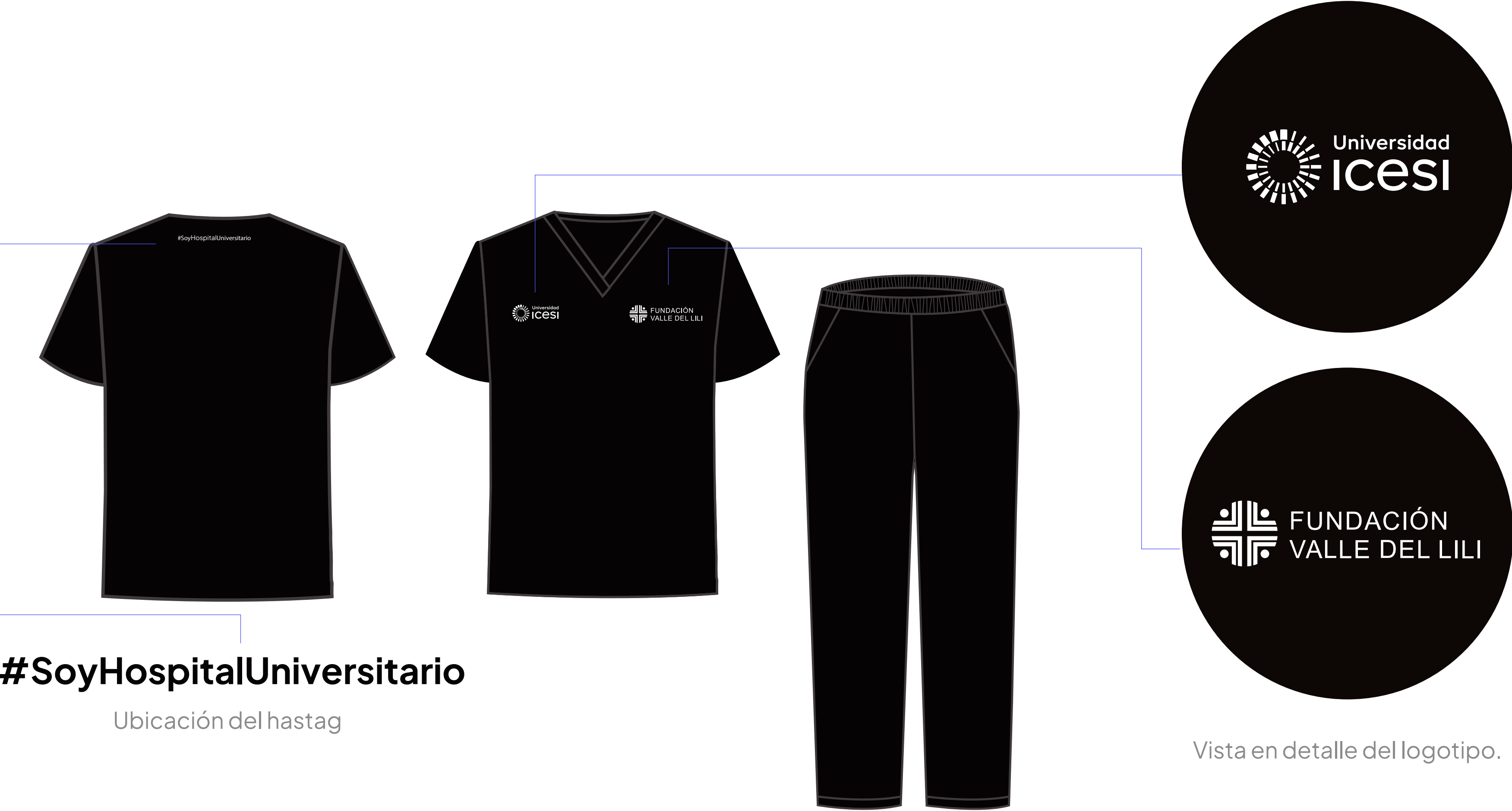
6° al 10° semestre

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



Vista en detalle del logotipo.

Uniformes – Posgrados



#SoyHospitalUniversitario

Ubicación del hastag

Vista en detalle del logotipo.

- Color: negro194005
- Logotipo y nombre del programa : Bordados en color blanco.
- Base: 32009
- Uso del hastag #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.