



Manual de identidad de marca

Facultad de Negocios y Economía
Isaac Gilinski

Contenido

Arquitectura de marca
Aplicaciones digitales
Cobranding
Estilo fotográfico

Arquitectura de marca

Matriz de la arquitectura de marca

Construcción nombres de Laboratorios, programas, grupos y consultorios

Siempre usar mayúsculas y minúsculas

Espacio entre líneas
no muy separados
entre sí

Plus Jakarta Regular

Laboratorio
Financiero

Plus Jakarta Bold o Semibold

Uso de
mayúsculas

~~LABORATORIO
FINANCIERO~~

Uso de espacios
largos entre líneas

~~Laboratorio
Financiero~~

Matriz de la arquitectura de marca

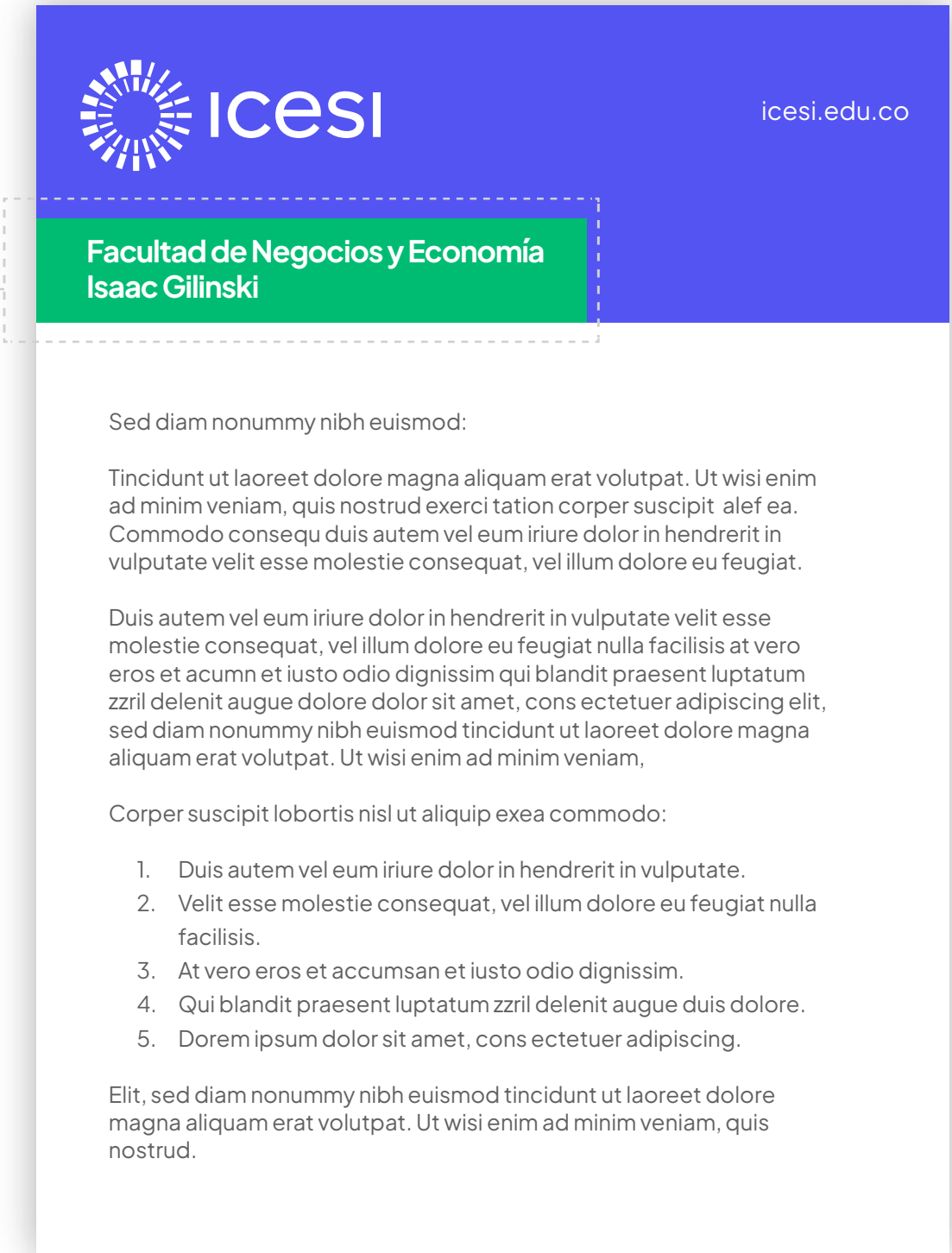
Masterbrand Nivel corporativo Rol institucional				
Facultades	Facultad de Negocios y Economía Isaac Gilinski		Gilinski School of Business and Economics	
Centros	CIENTFI Centro de Investigación en Economías y Finanzas	HUB Desarrollo de Negocios	POLIS Centro de Estudios del Bienestar	Centro de Liderazgo y Coaching
Observatorios y/o laboratorios	KAIRÓS Observatorio para la Sostenibilidad Empresarial		Laboratorio Financiero	

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."



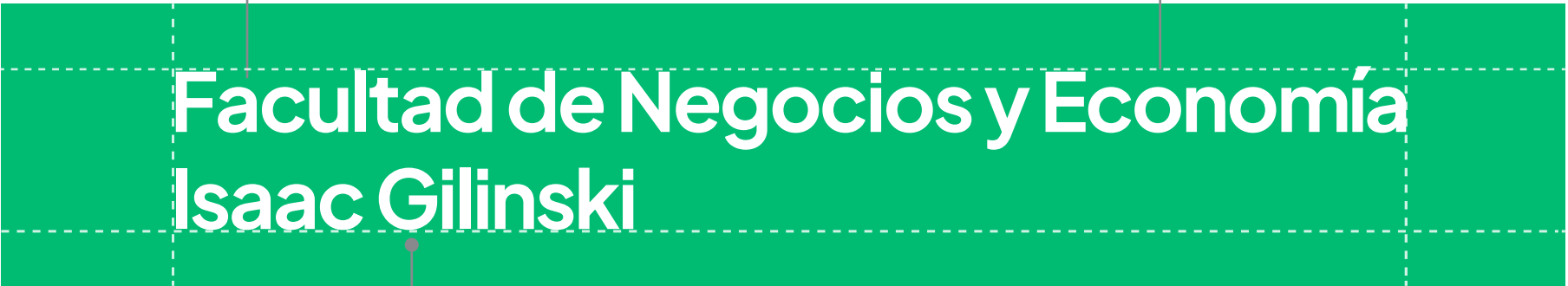
**Facultad de Negocios y Economía
Isaac Gilinski**

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 balanceadas, que no sean excesivamente pequeñas o grandes.



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



Facultades (Core académico) Ejemplos



Facultad de Negocios y Economía
Isaac Gilinski

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

Facultad de Negocios y Economía
Isaac Gilinski

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
Isaac Gilinski

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.
- El centro HUB no lleva nomenclatura de centro ya que HUB en inglés también significa centro y sería una repetición

Descriptor solo

CIENTFI

Centro de Investigación en Economías y Finanzas

Ciclo de conferencias:

Enfoques Multidisciplinarios para el mercado 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. Commodu 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. Commodu 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

f

x

@

y

d

CIENTFI

Centro de Investigación en Economías y Finanzas

Descriptor con logotipo

¡Bienvenidos!

Ciclo de conferencias:

Enfoques Multidisciplinarios para el mercado 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.

HUB

Desarrollo de Negocios

Universidad

icesi

HUB

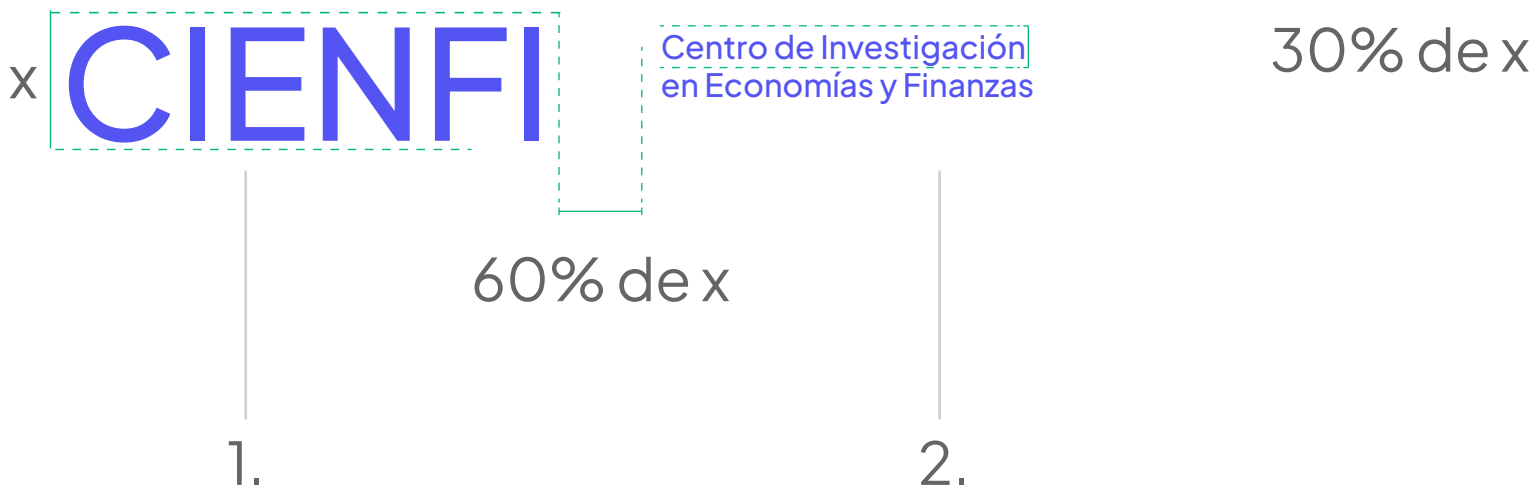
Desarrollo de Negocios

Universidad

icesi

Centros y observatorios construcción del descriptor

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.



Existen dos opciones de uso del descriptor.

Descriptor solo:

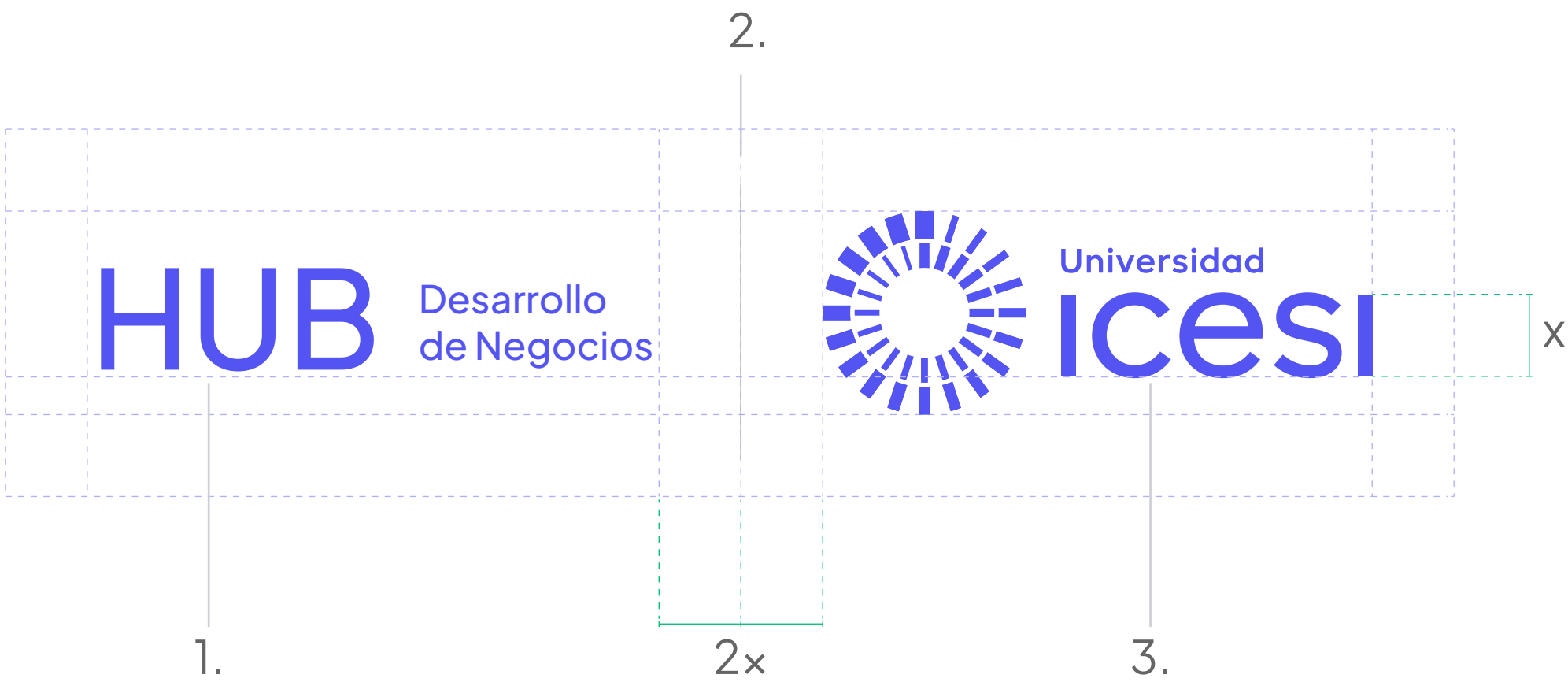
Según la importancia de la actividad ésta puede llevar las siglas del nombre.

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 este 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 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

KAIRÓS

Observatorio para la Sostenibilidad Empresarial

Ciclo de conferencias:

Enfoques Multidisciplinarios para la economía 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

KAIRÓS

Observatorio para la Sostenibilidad Empresarial

Ponencia:

Claves para una economía sostenible

Por Andrés Rodríguez

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 uscipit alef ea. Commod

Universidad Icesi



¡Bienvenidos!

Ponencia:

Claves para una economía sostenible

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.

KAIRÓS

Observatorio para la Sostenibilidad Empresarial

Universidad Icesi

ARQUITECTURA DE MARCA

Identidad Visual

Manual de identidad | Icesi

Aplicaciones digitales

Firma de correo

Mensaje nuevo

Destinatarios

Asunto

Universidad

Icesi

AACSB

ASSOCIATION

AMBA

Nombre y Apellidos

Cargo

Facultad de Negocios y Economía

Isaac Gilinski

n.apellido@icesi.edu.co

T. (602) 55 2334

Cali - Colombia

www.icesi.edu.co

Enviar

Identidad Visual

Manual de identidad | Icesi

Cobranding

Colaboración con otra marca (Externo)

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



Lineamientos de colaboración (Externo)

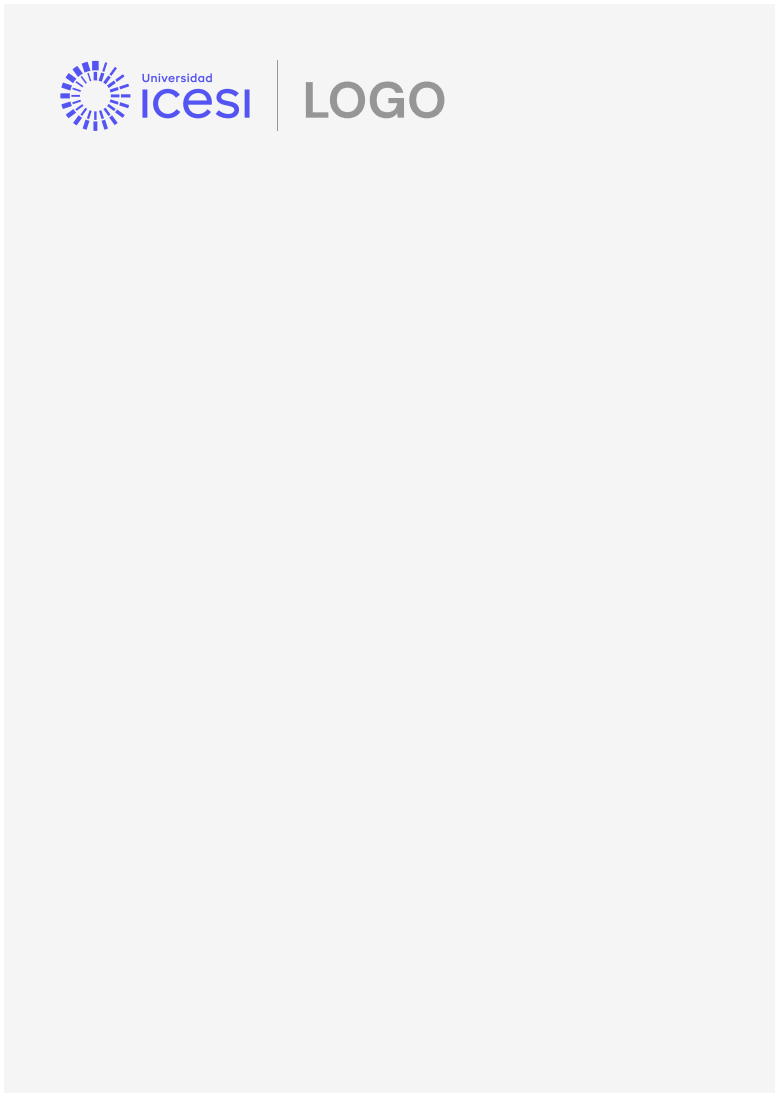
Cuando el cobranding es entre Icesi y una marca más, los logotipos se deben colocar como lo establece el siguiente diagrama.



Escenarios de cobranding (Externo)

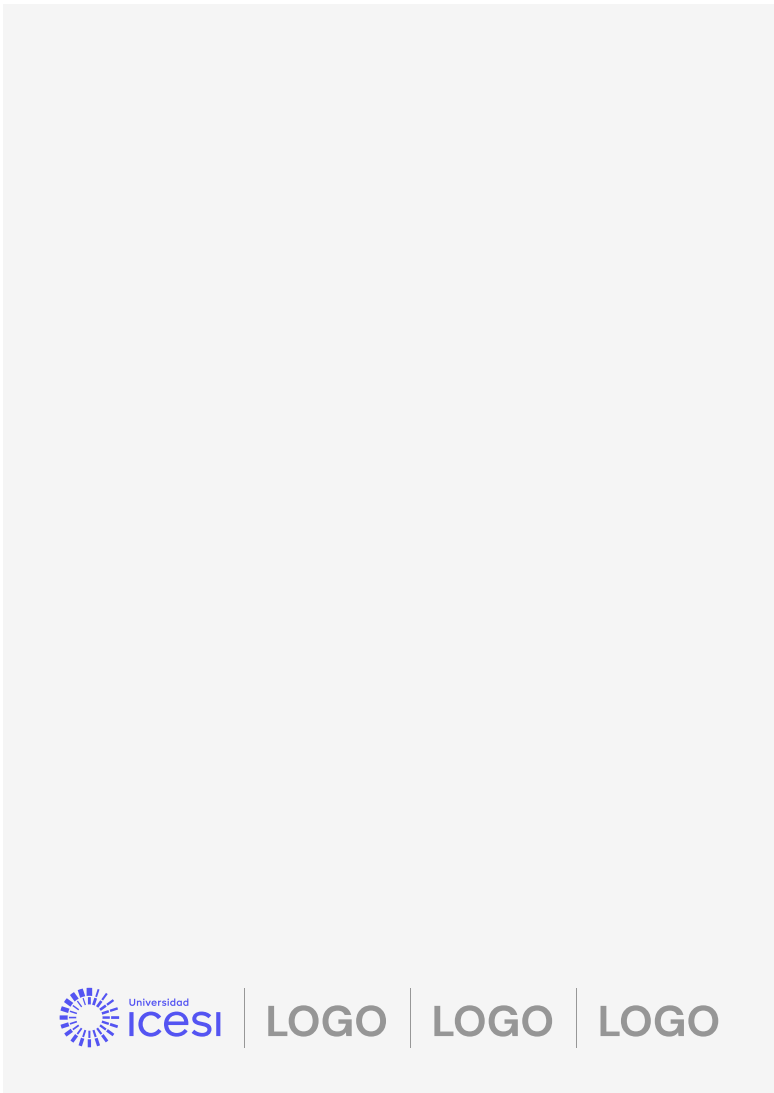
Existen diferentes escenarios de cobranding que dependen del nivel de participación en la alianza.

Colaboración al mismo nivel con otra marca.



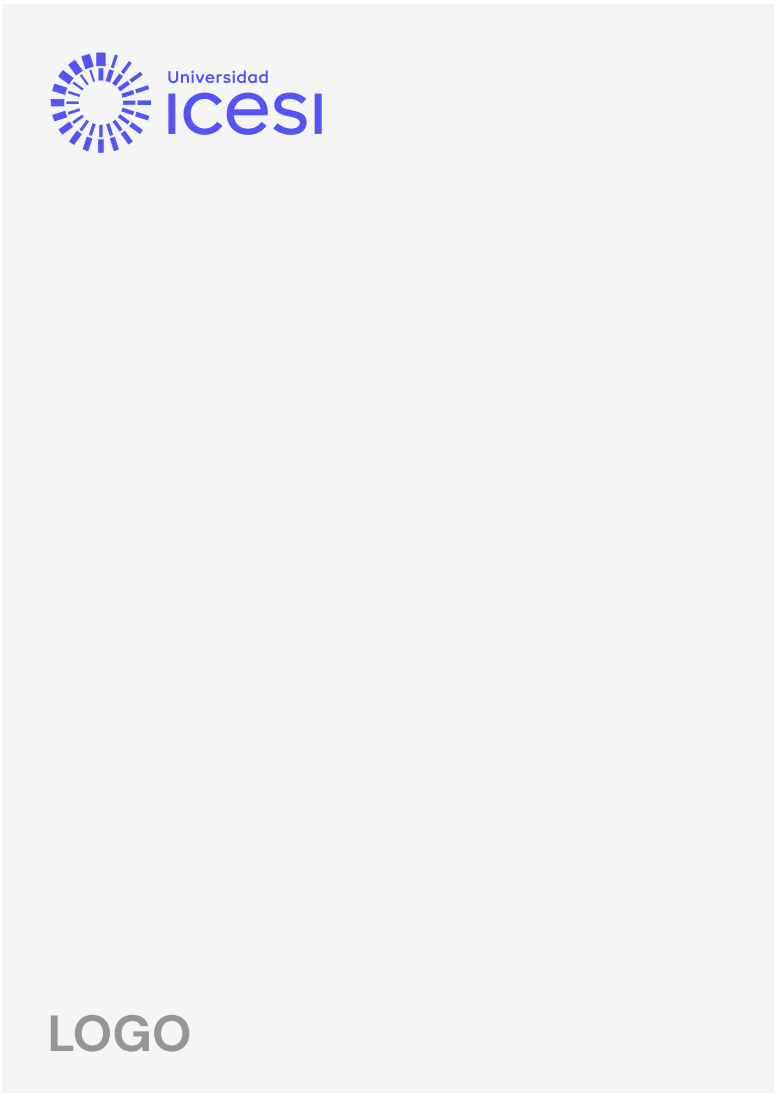
El material es neutro y no se usa de manera predominante el estilo visual de ninguna de las dos marcas.

Participación de varias marcas.



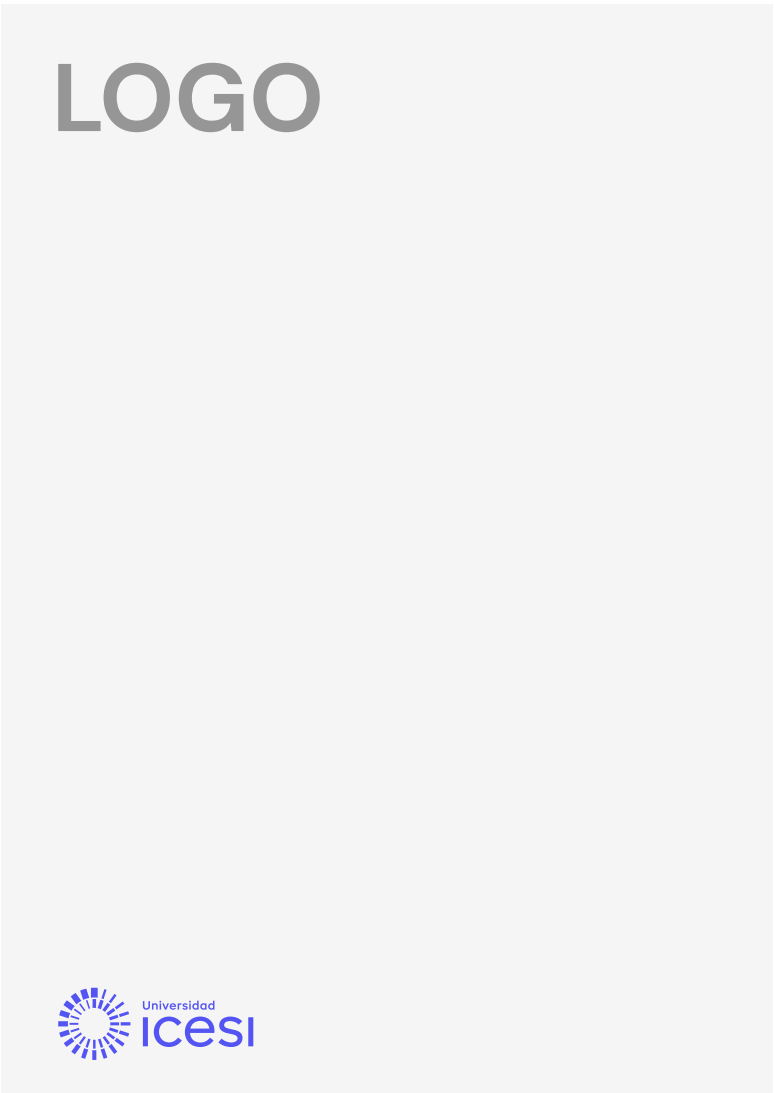
Se debe respetar el logotipo de todos los participantes y el estilo visual no corresponde a ninguna marca de la alianza.

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.

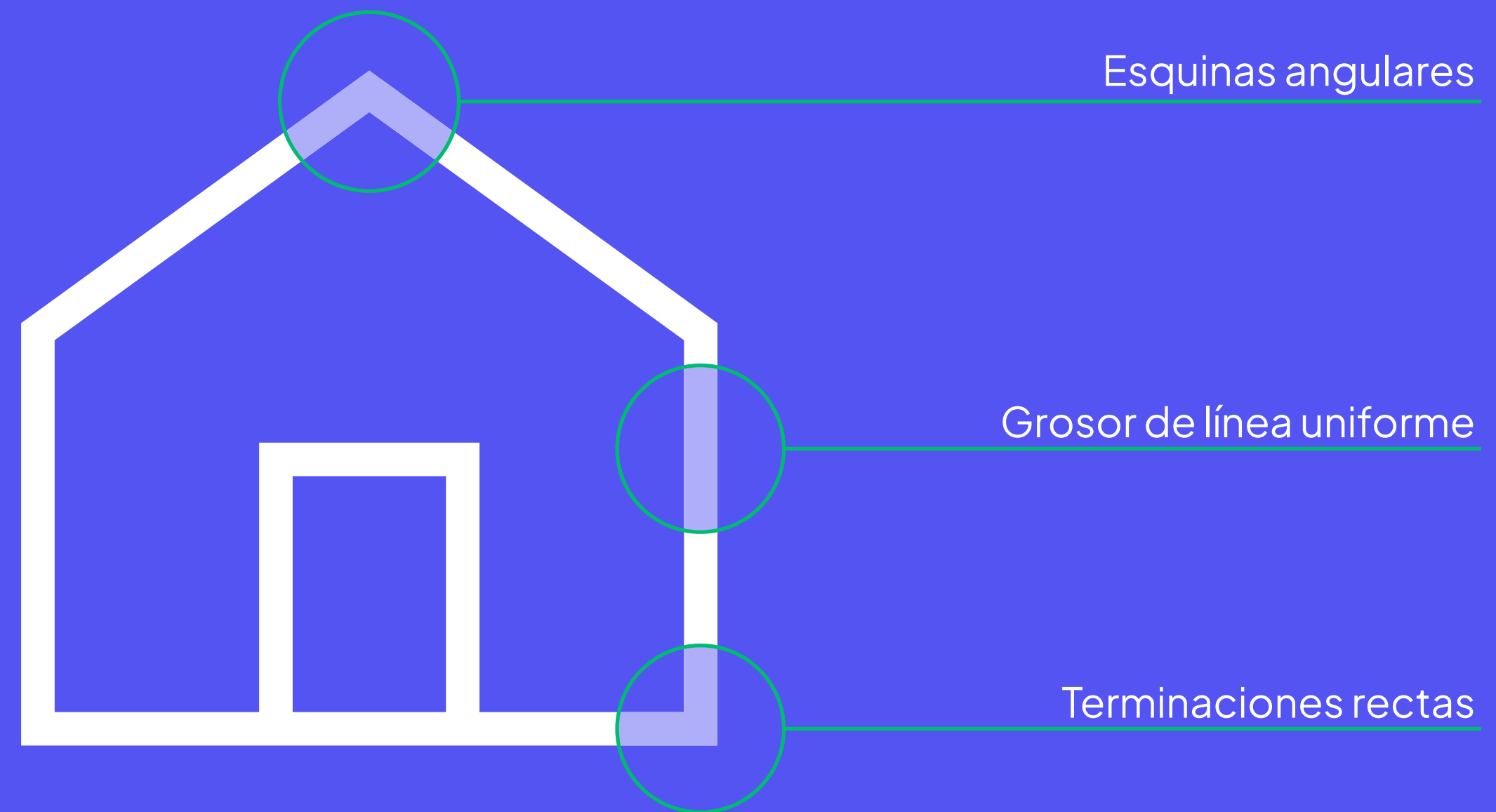
Iconografía

Íconos funcionales

Construcción

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

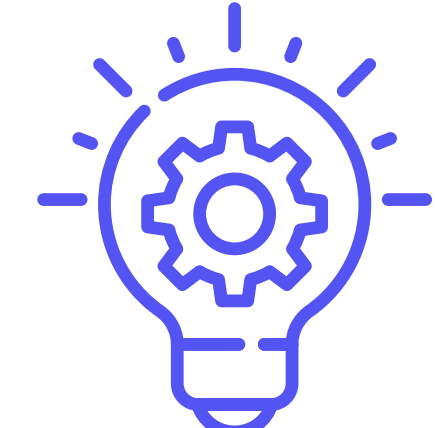
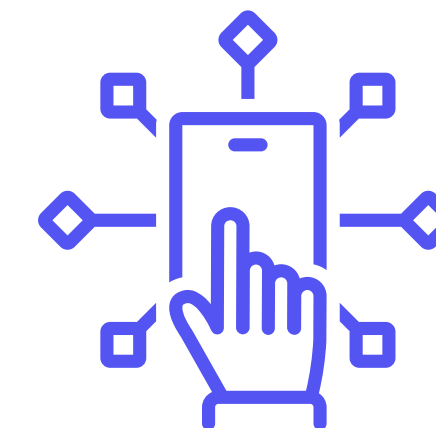
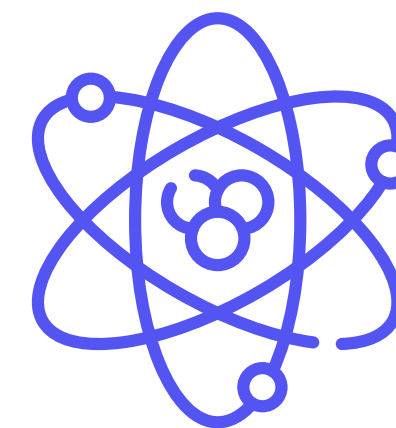
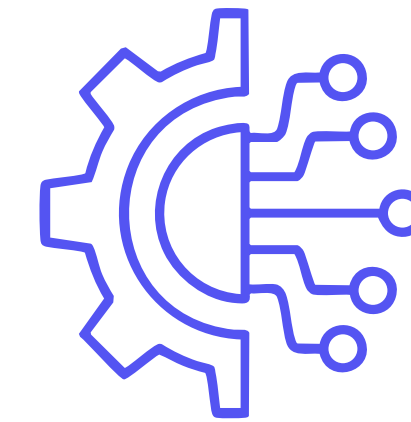
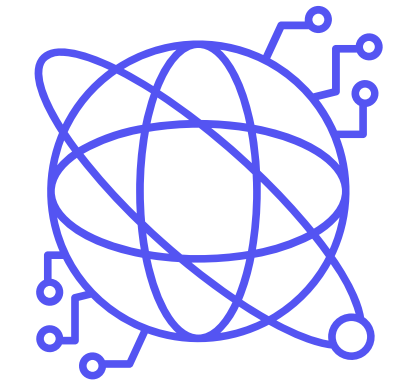
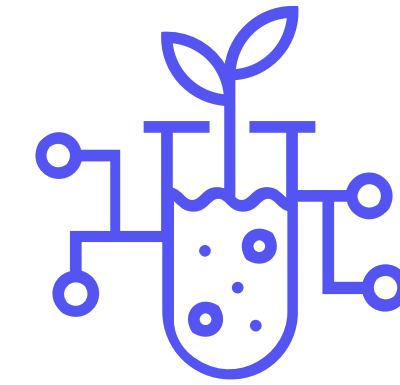
Para mantener un estilo uniforme en el uso y la creación de nuevos íconos, es necesario seguir los lineamientos de construcción establecidos.



Íconos funcionales

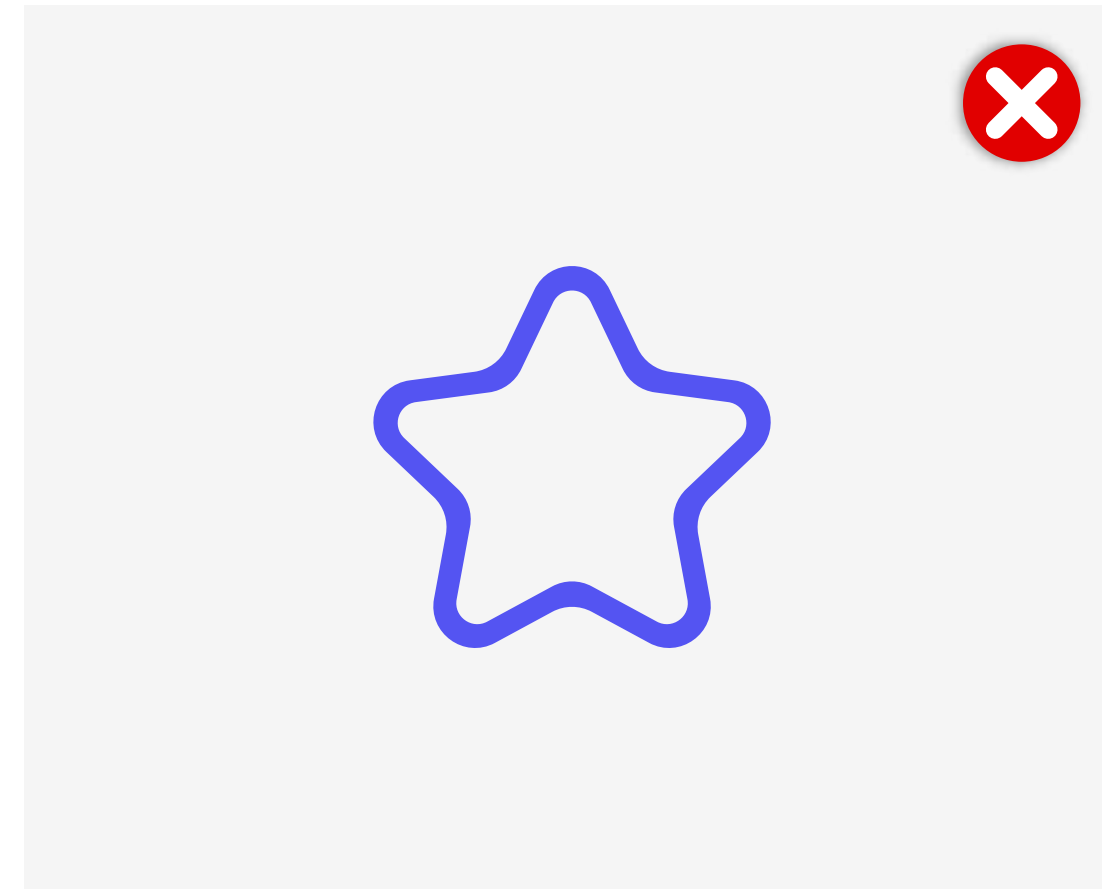
Ejemplos

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



Íconos funcionales

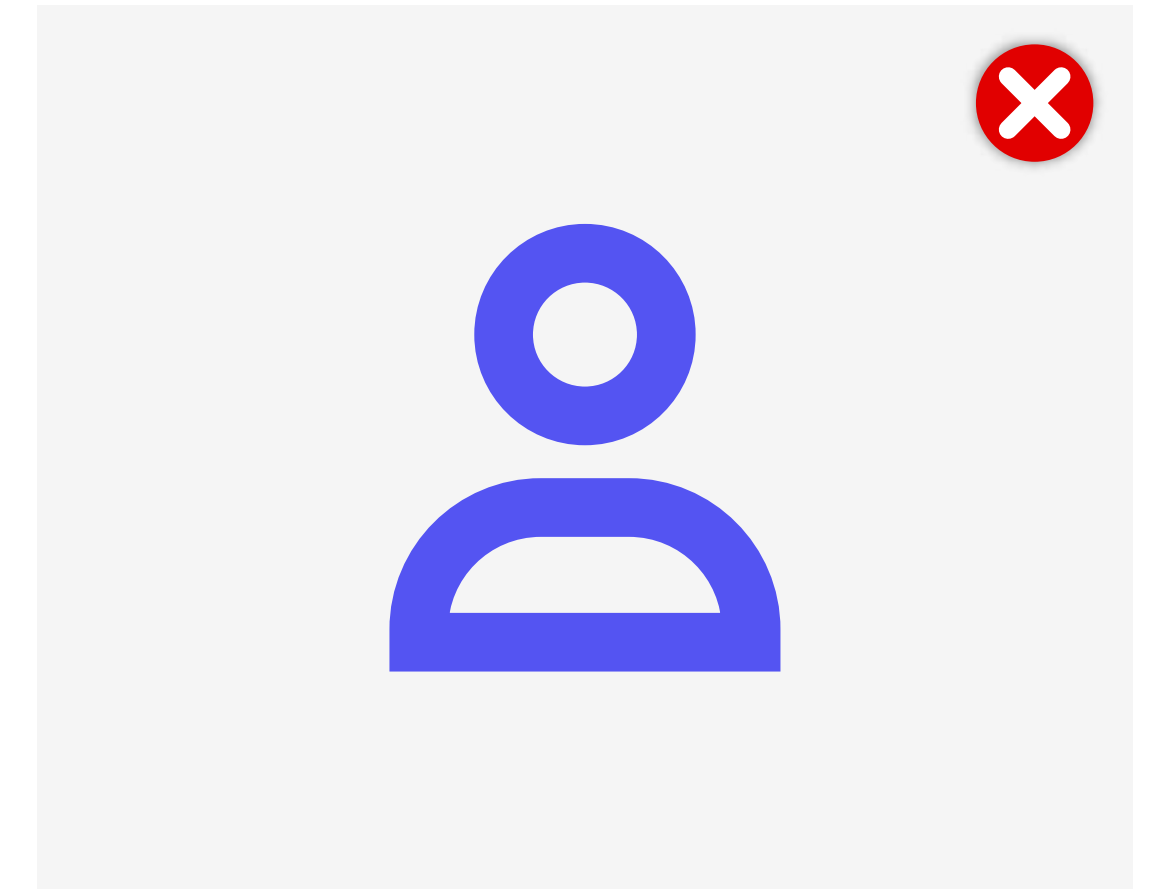
Usos incorrectos



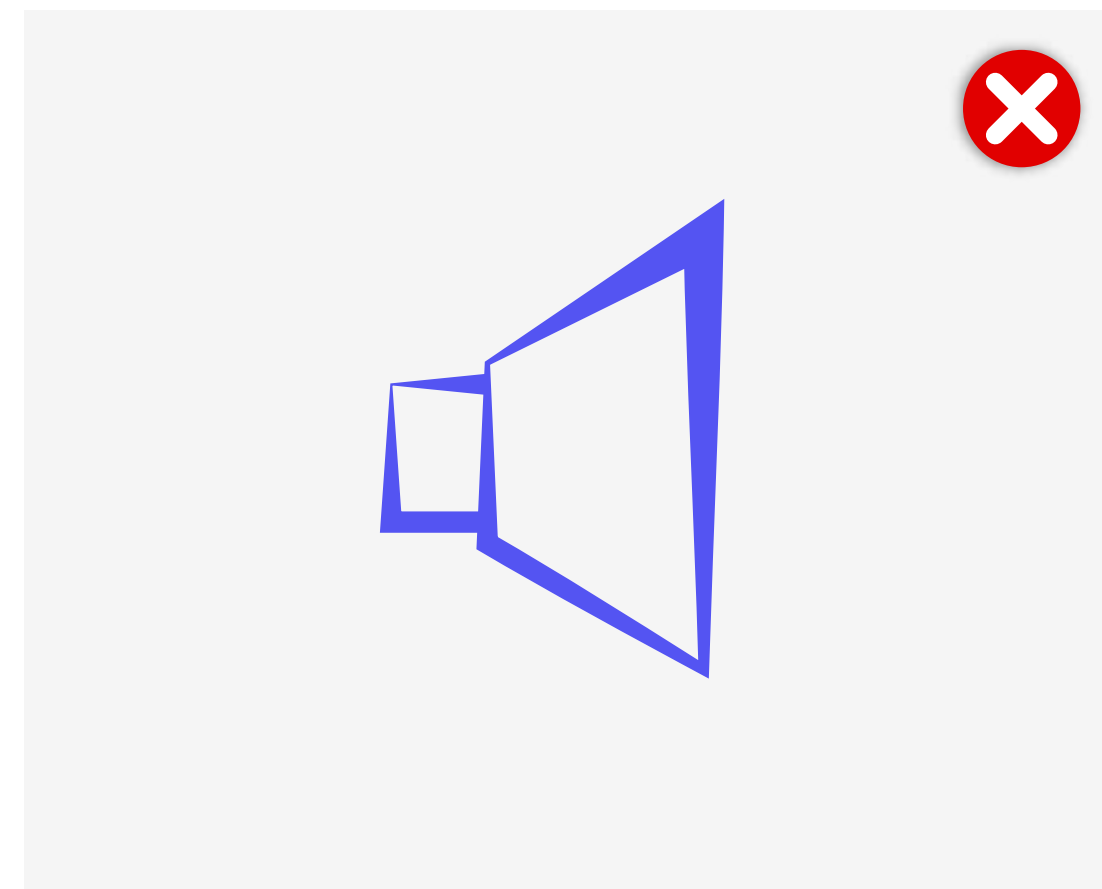
1. No deben desarrollarse con esquinas o terminaciones curvas.



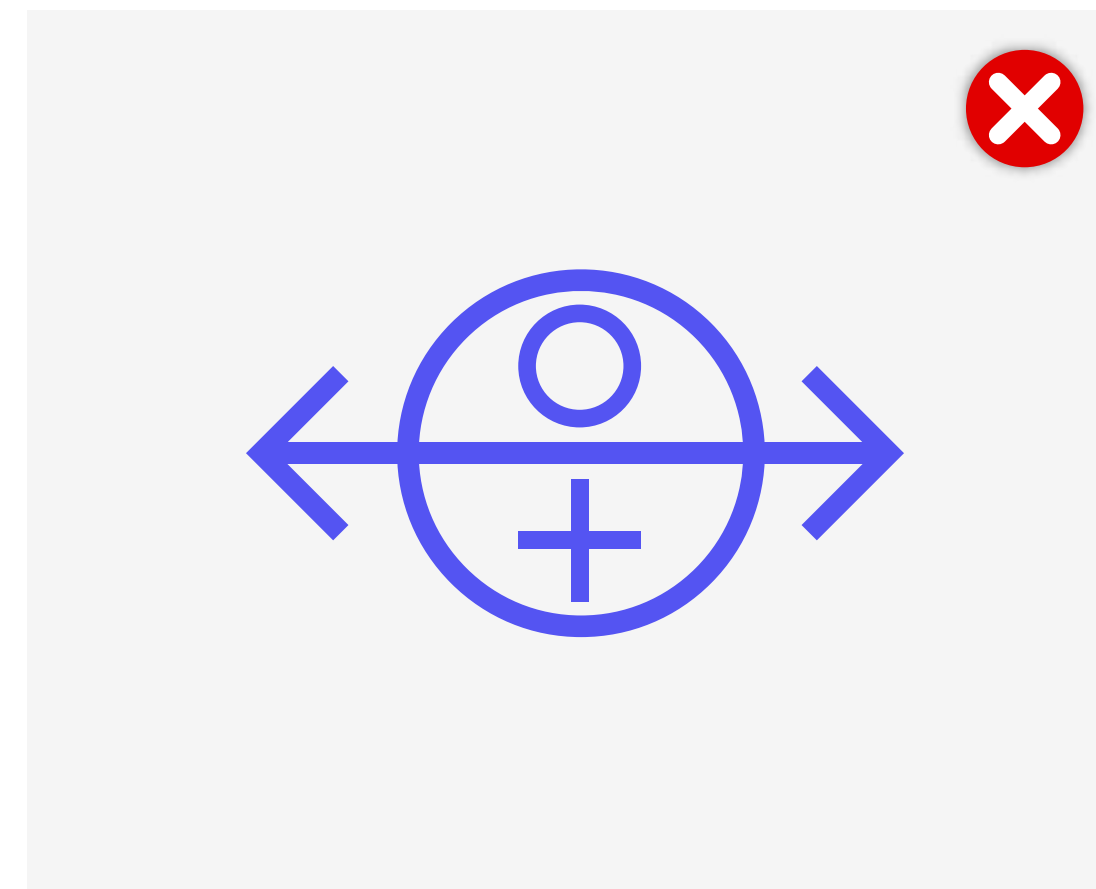
2. No deben aplicarse en plasta de color.



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.

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.



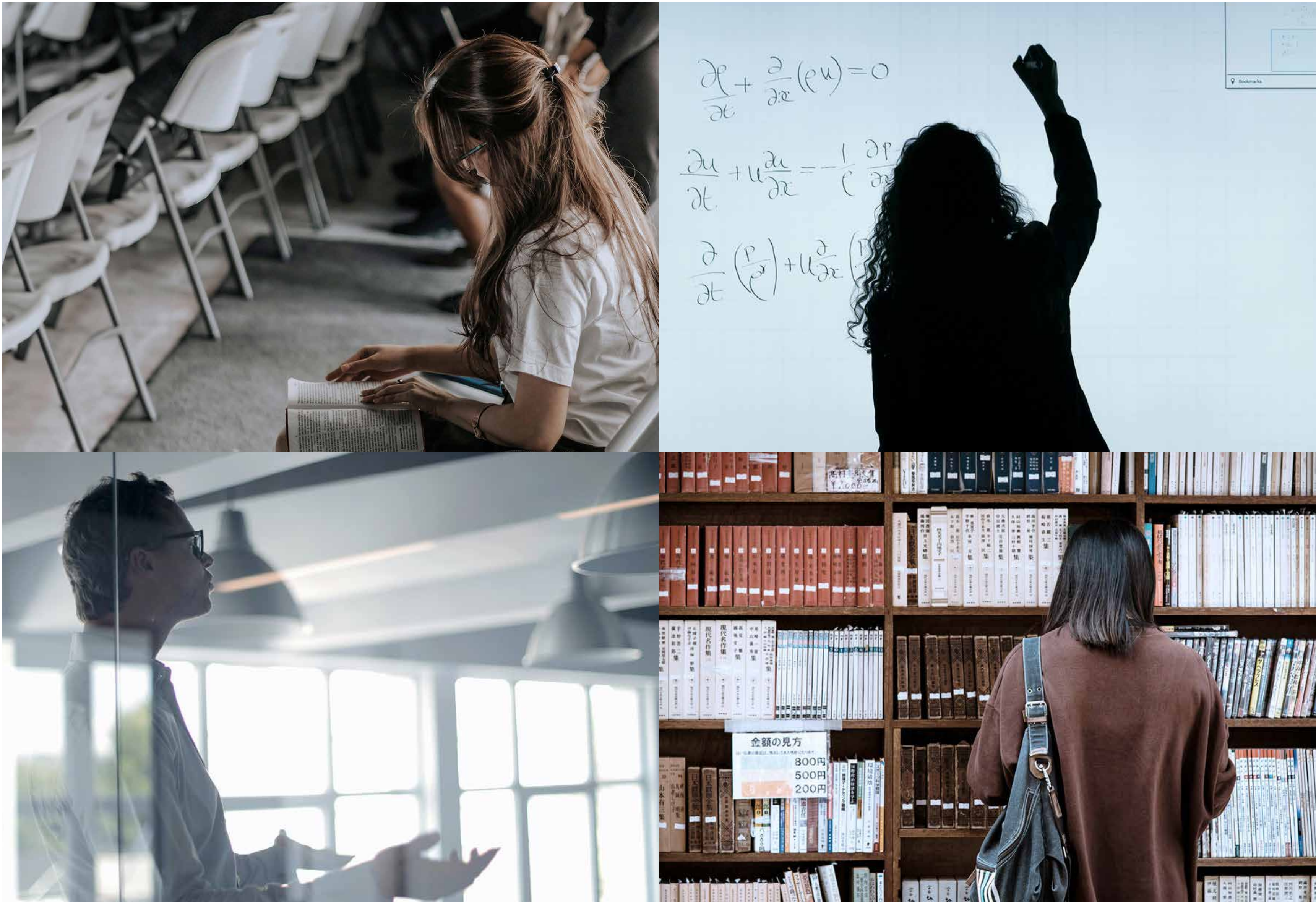
Grupos

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

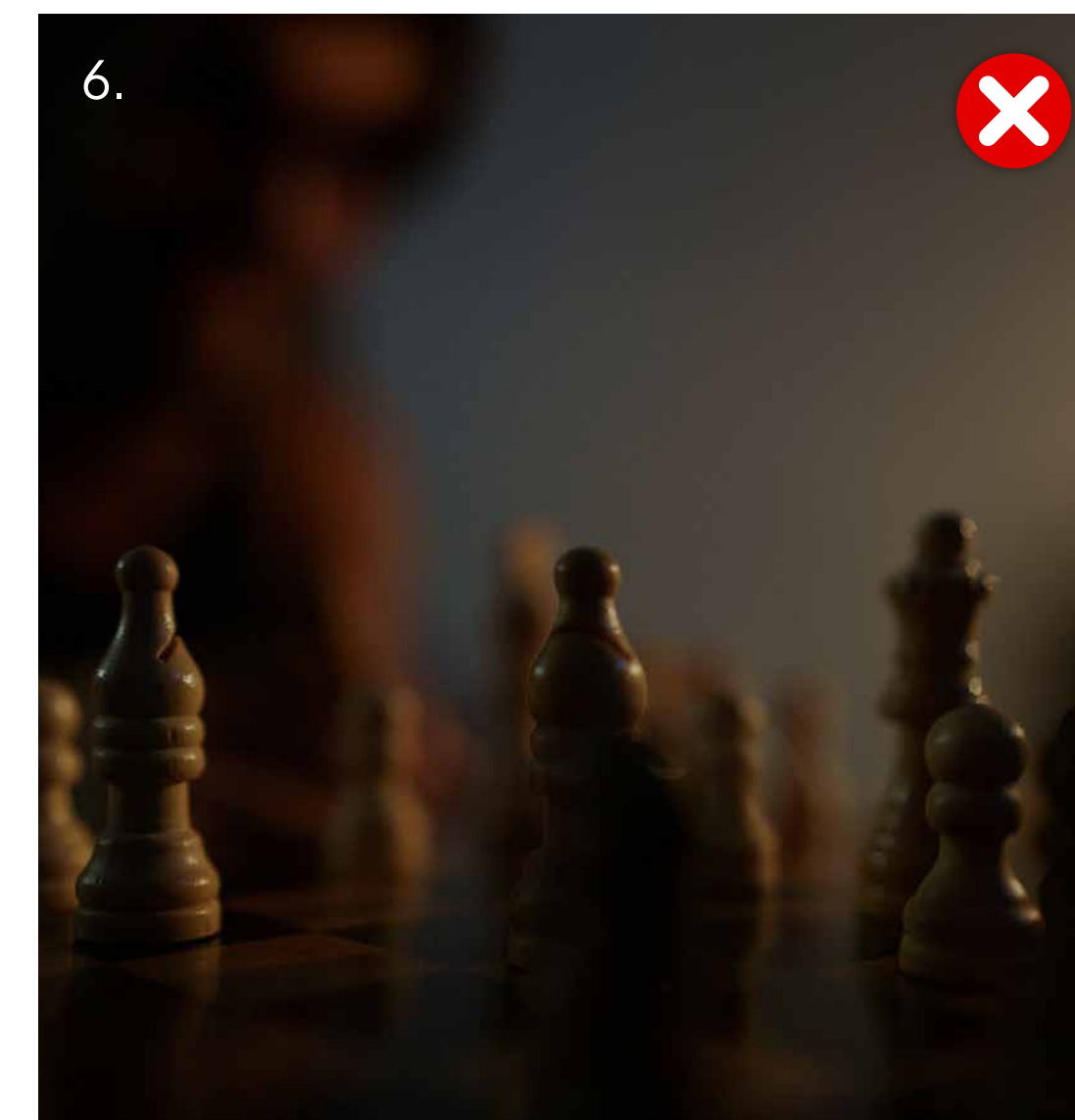
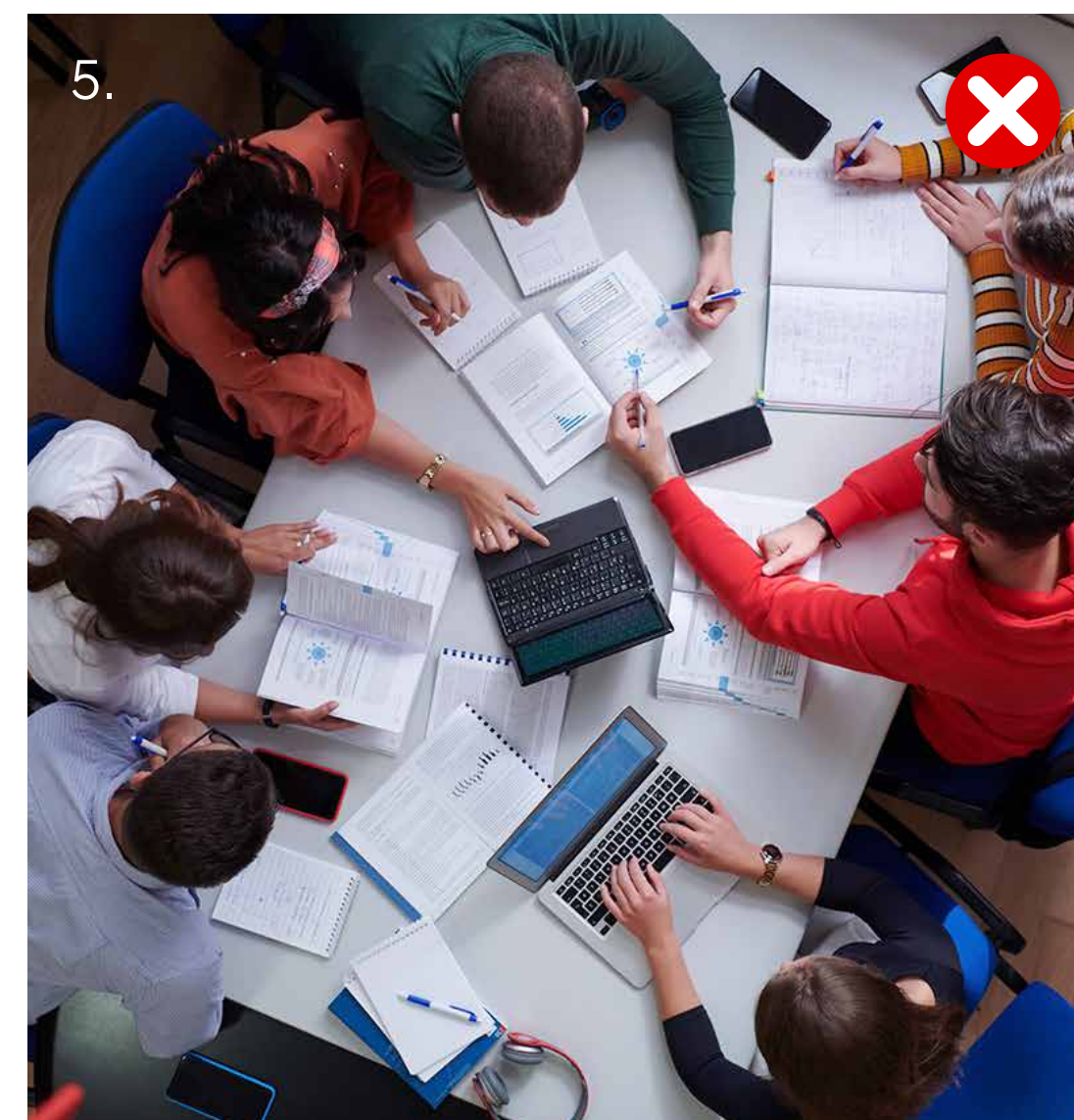
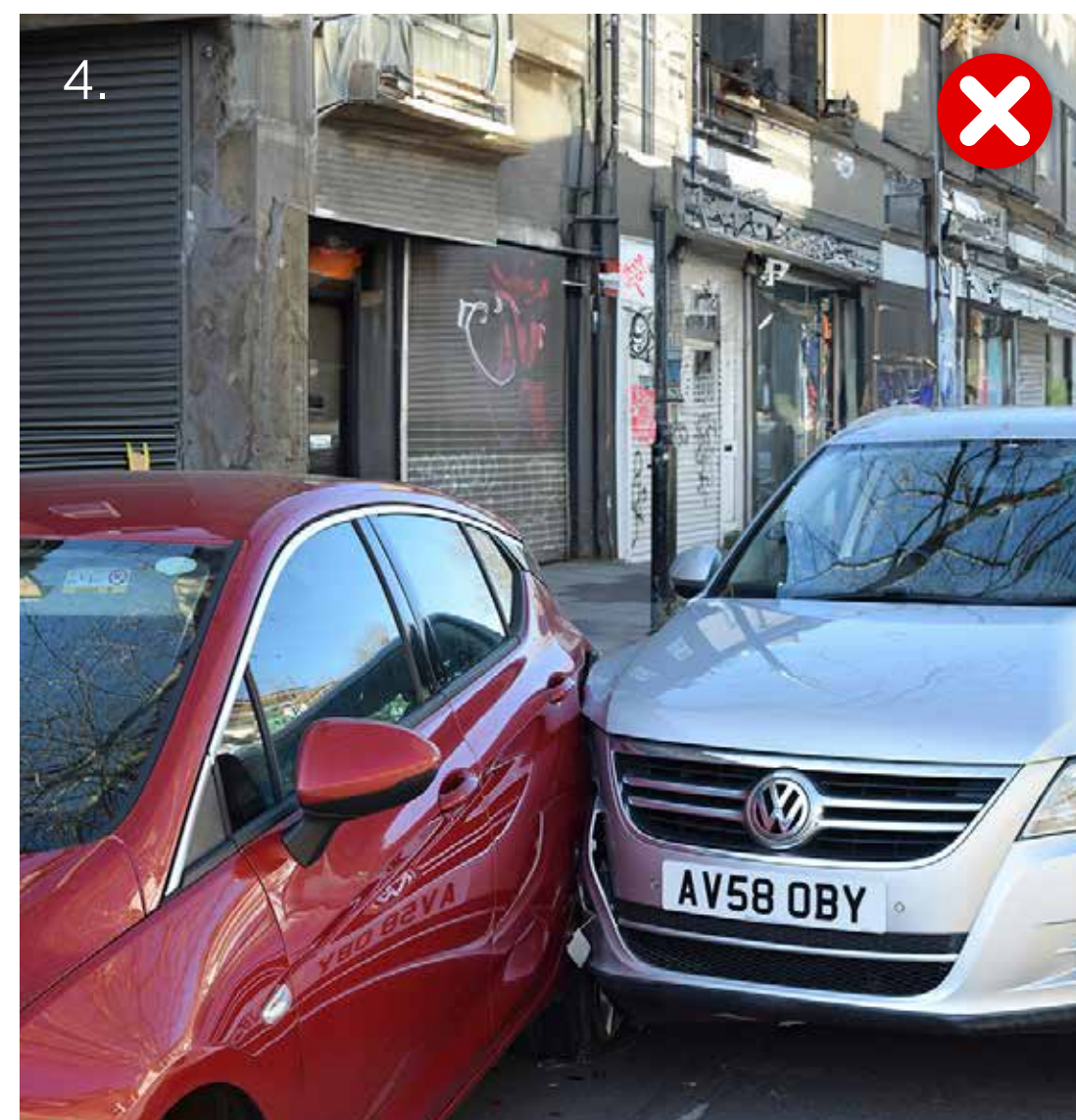
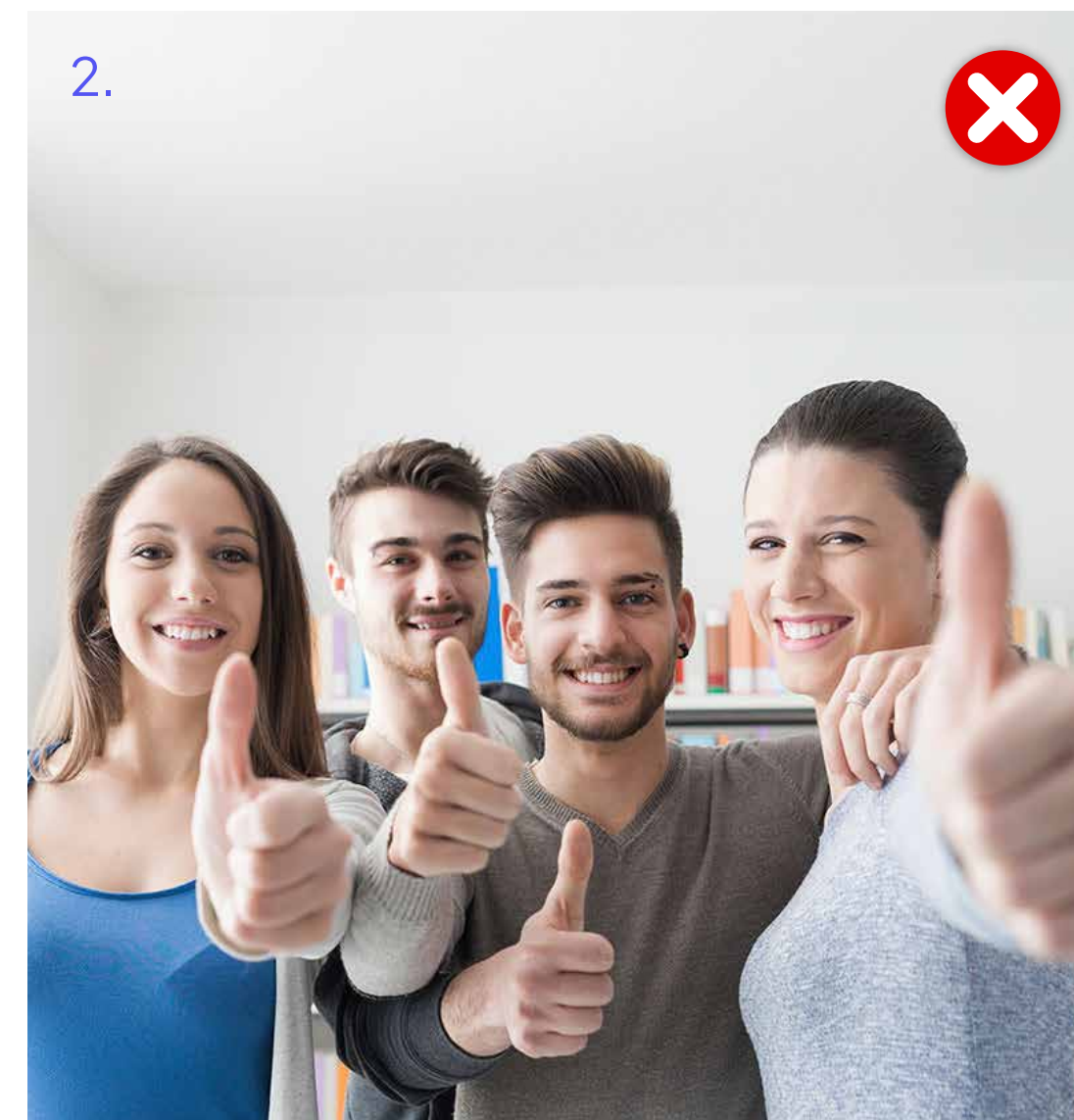
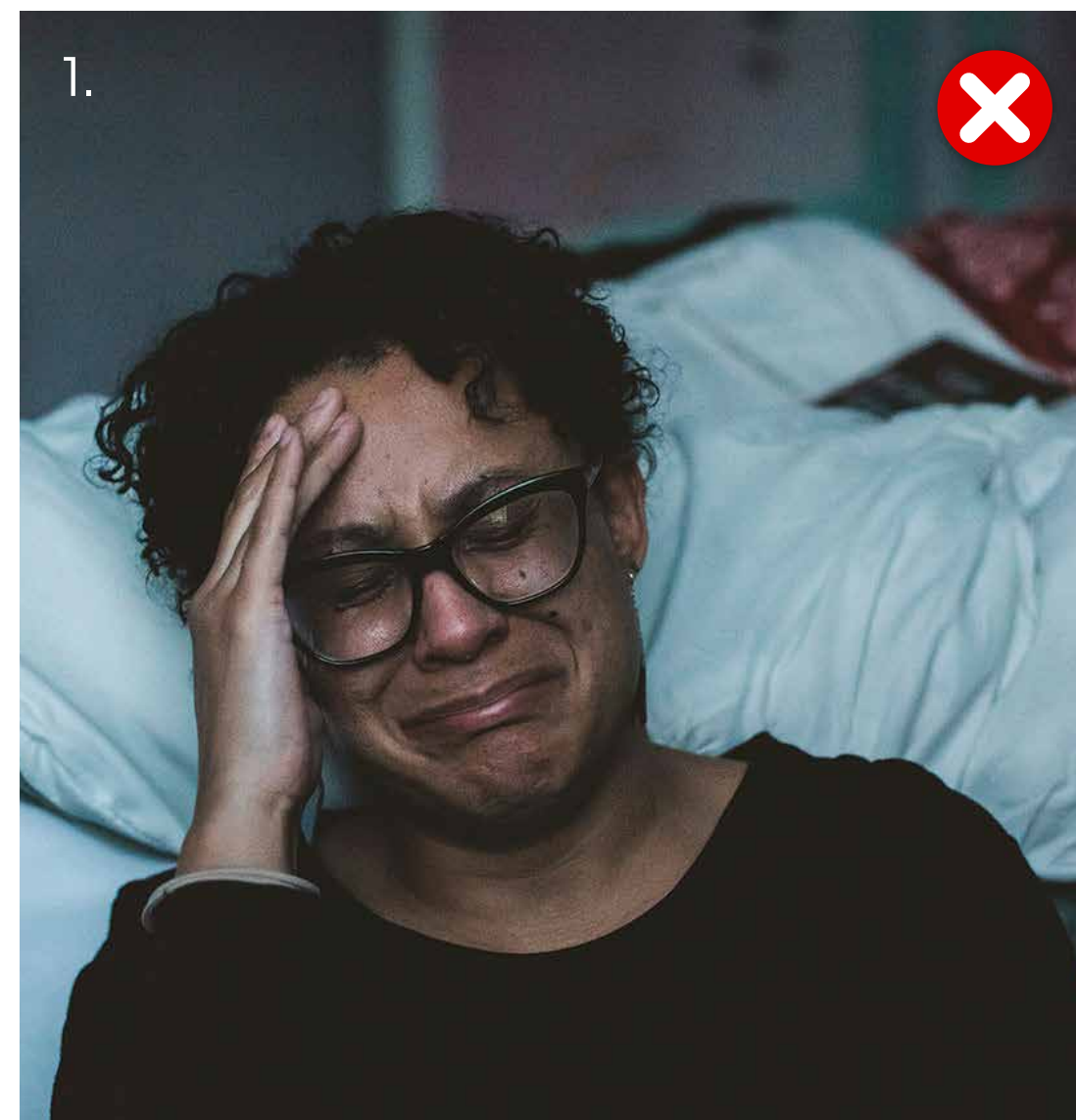
Las imágenes deben tener una saturación ligeramente baja, hacia tonos grises.



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.





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.