



# Manual de identidad de marca

Febrero 2026

# 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.

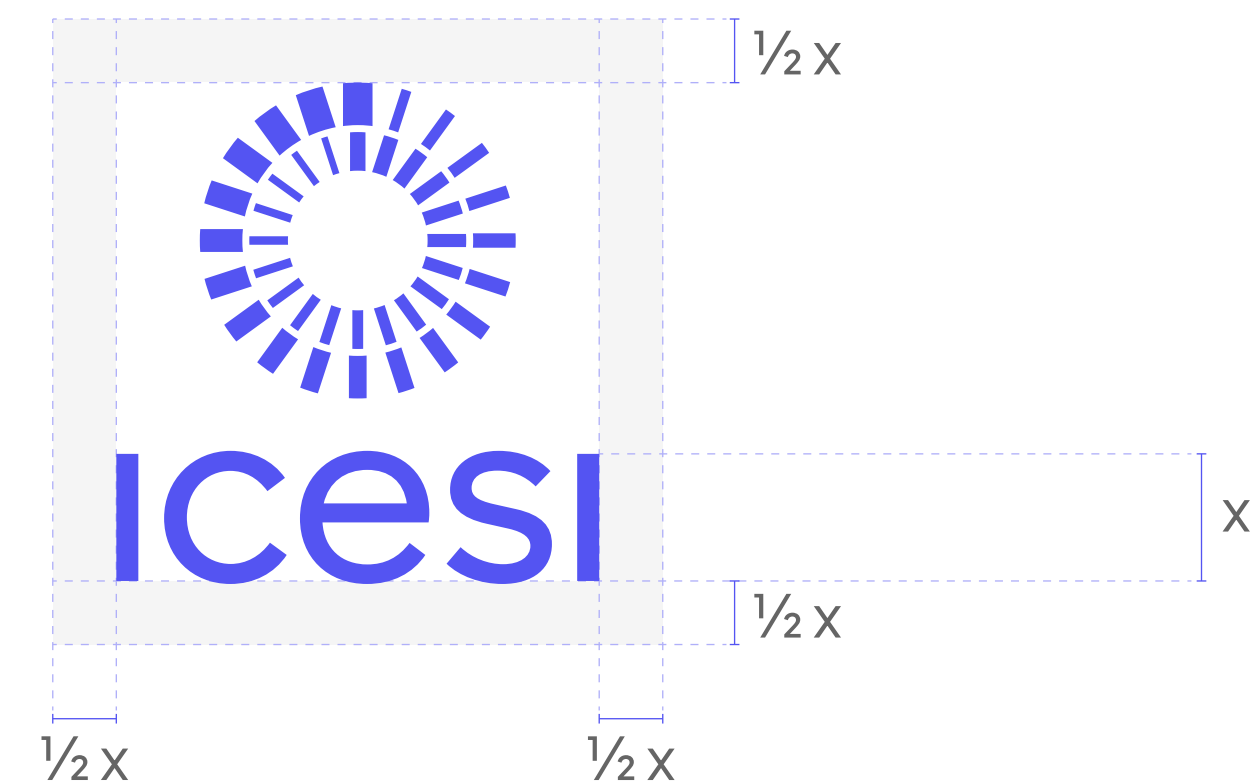


# Área de reserva reducida

## 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



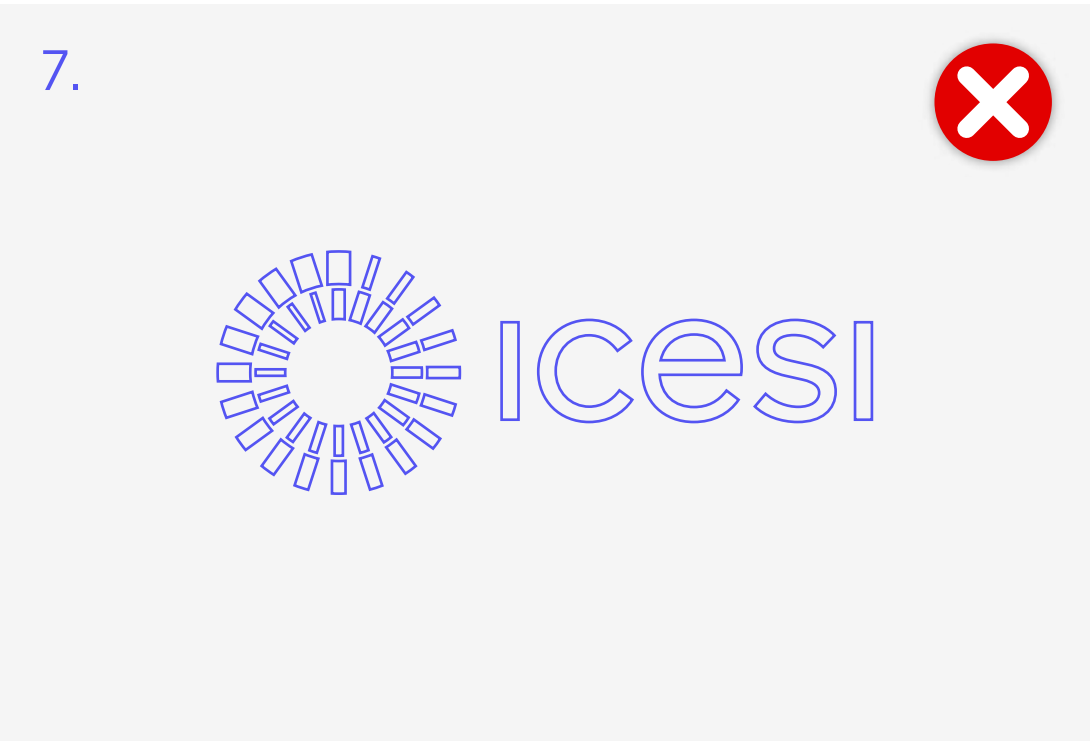
### Formatos digitales



# 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.



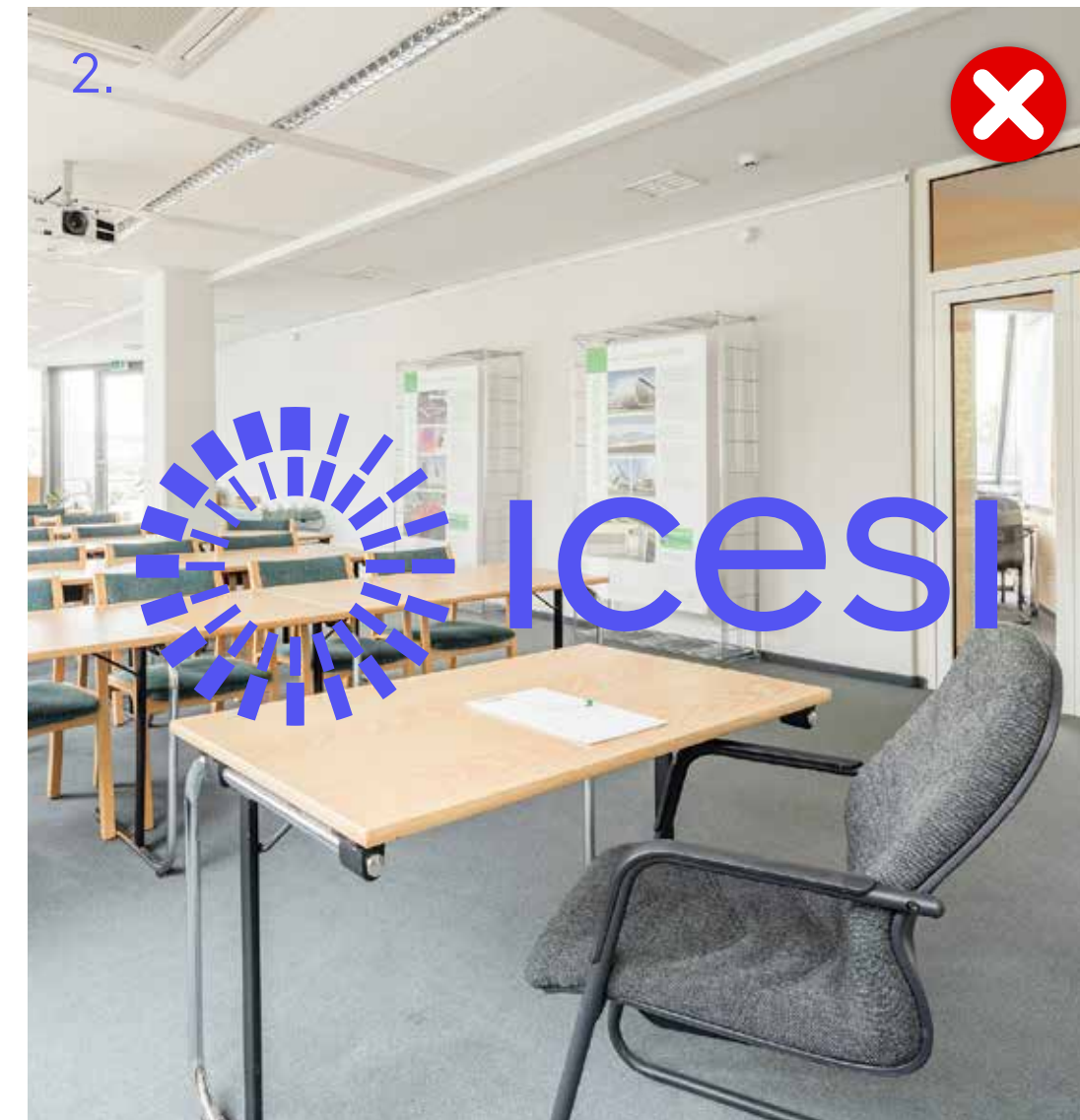
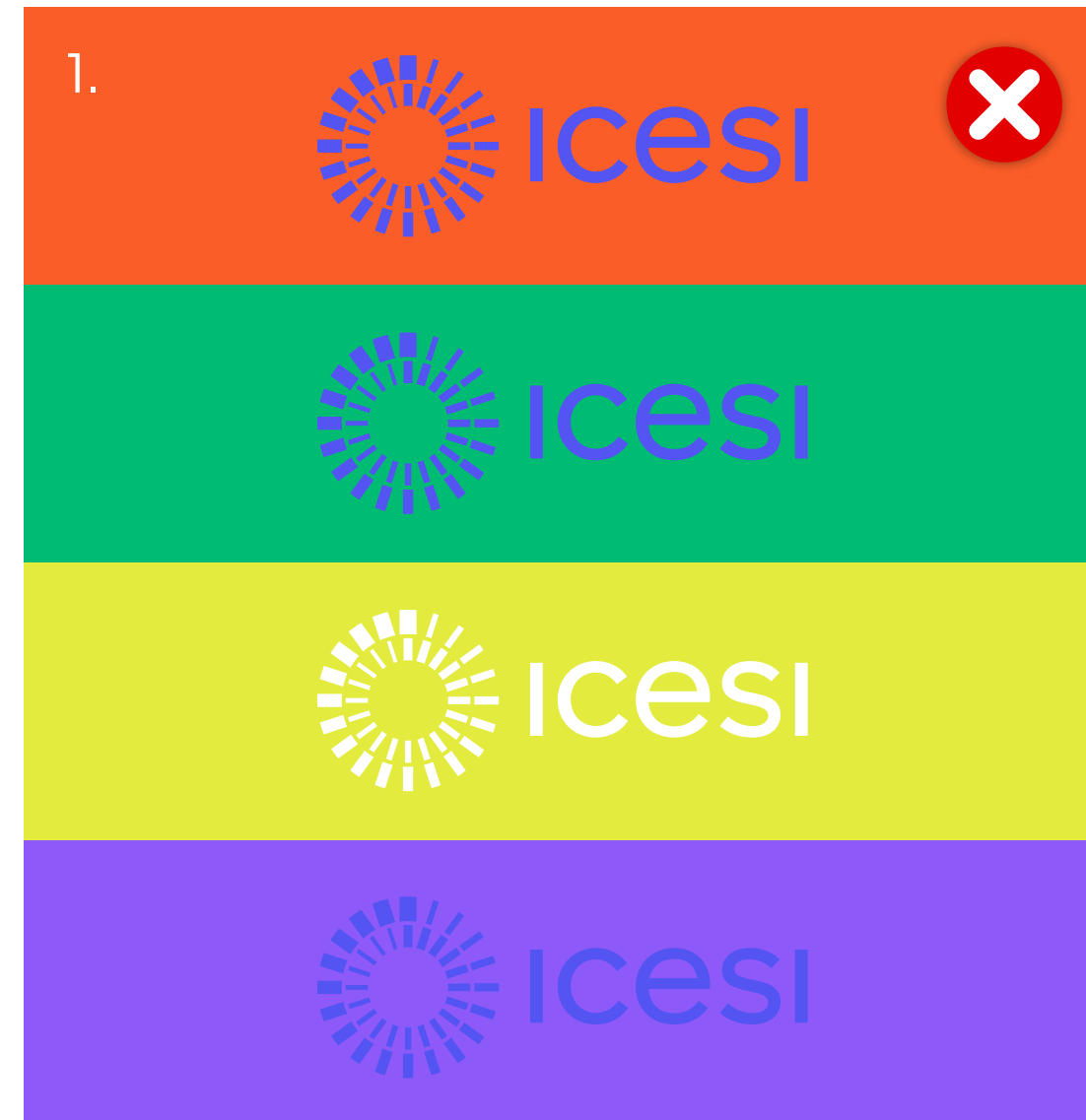


# Aplicación sobre fondos y materiales

## 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.

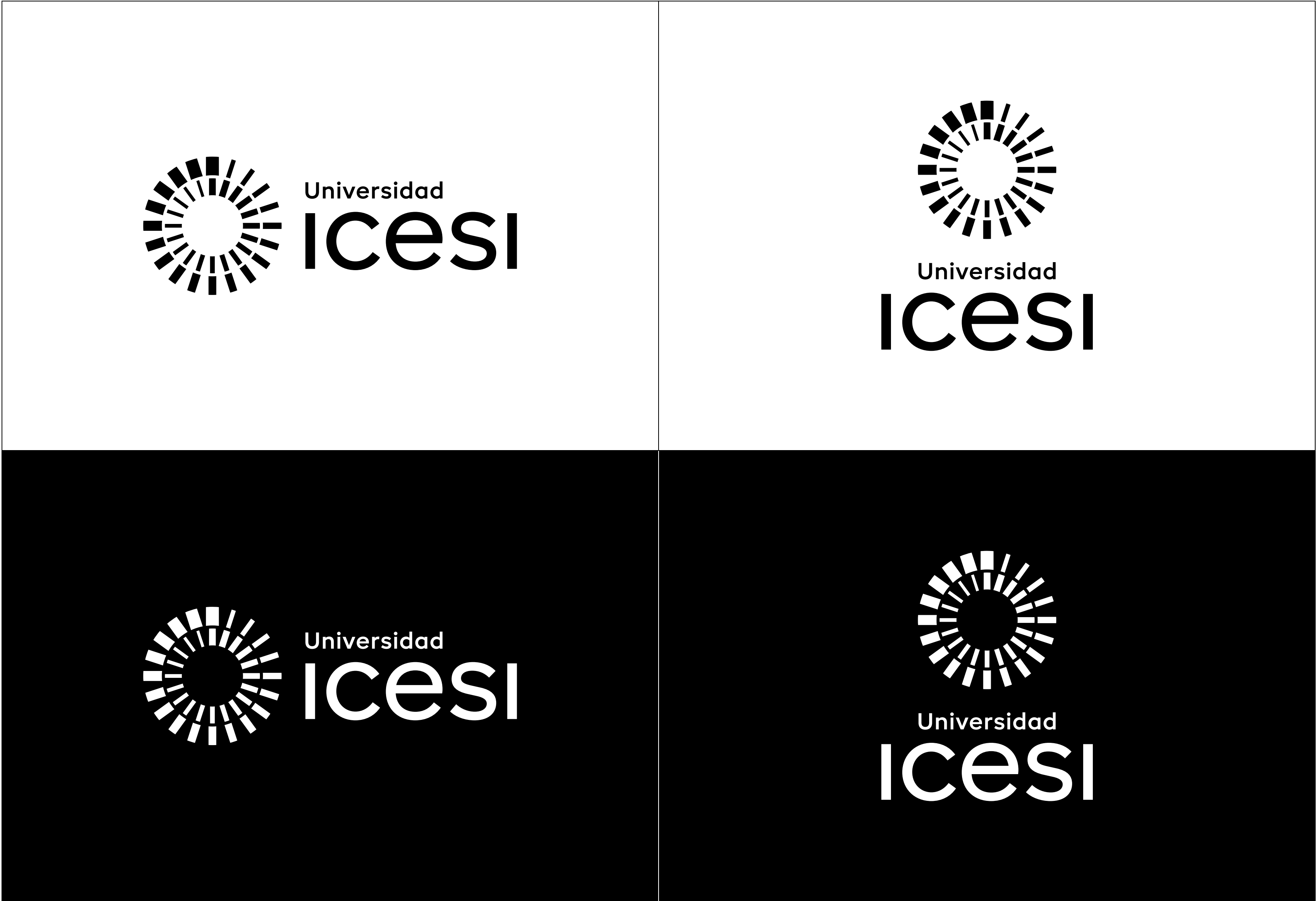
**Positivo:** símbolo y tipografía en color Azul Icesi Pantone 2131 C, sobre fondo color blanco.

**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.



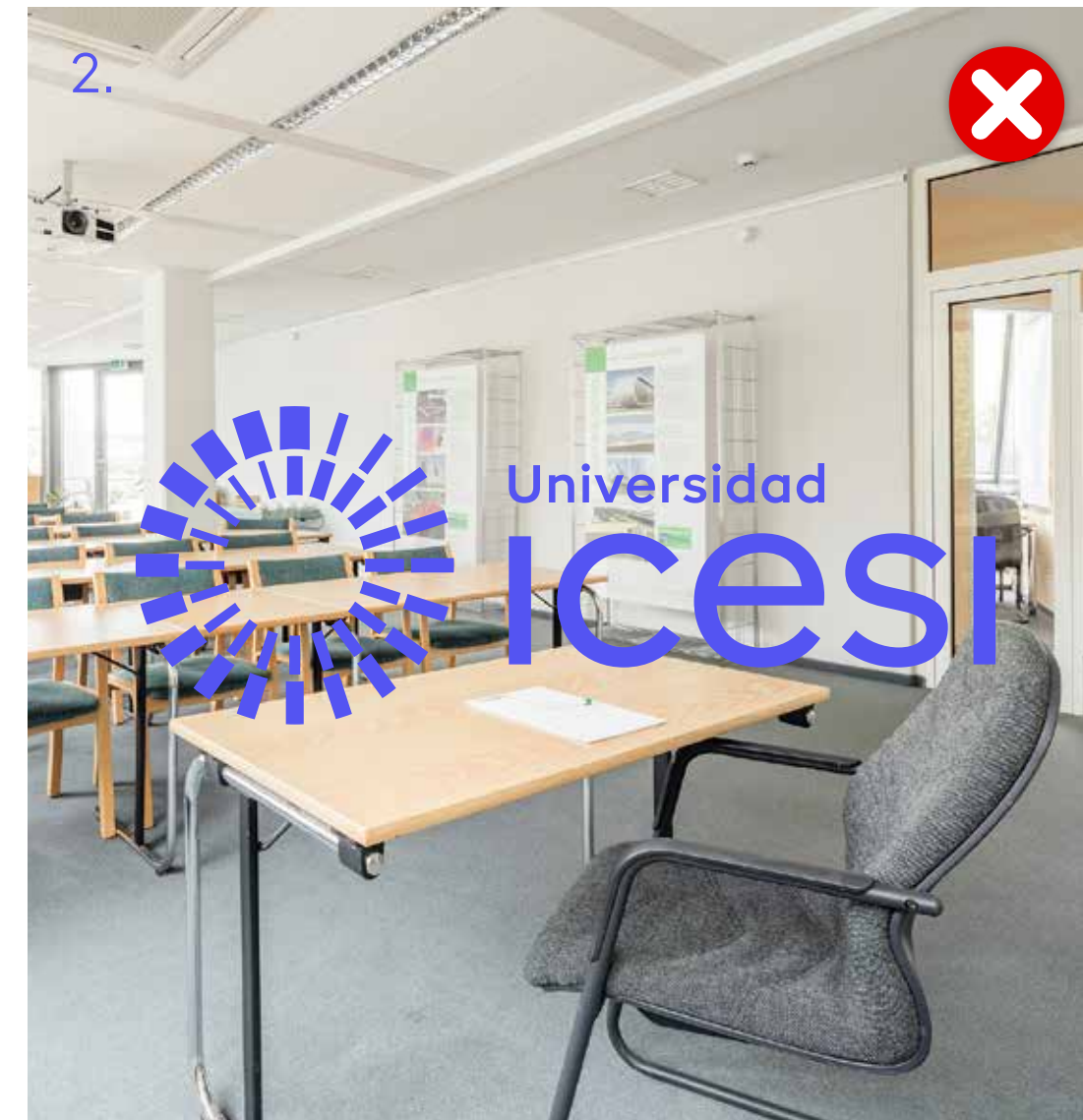
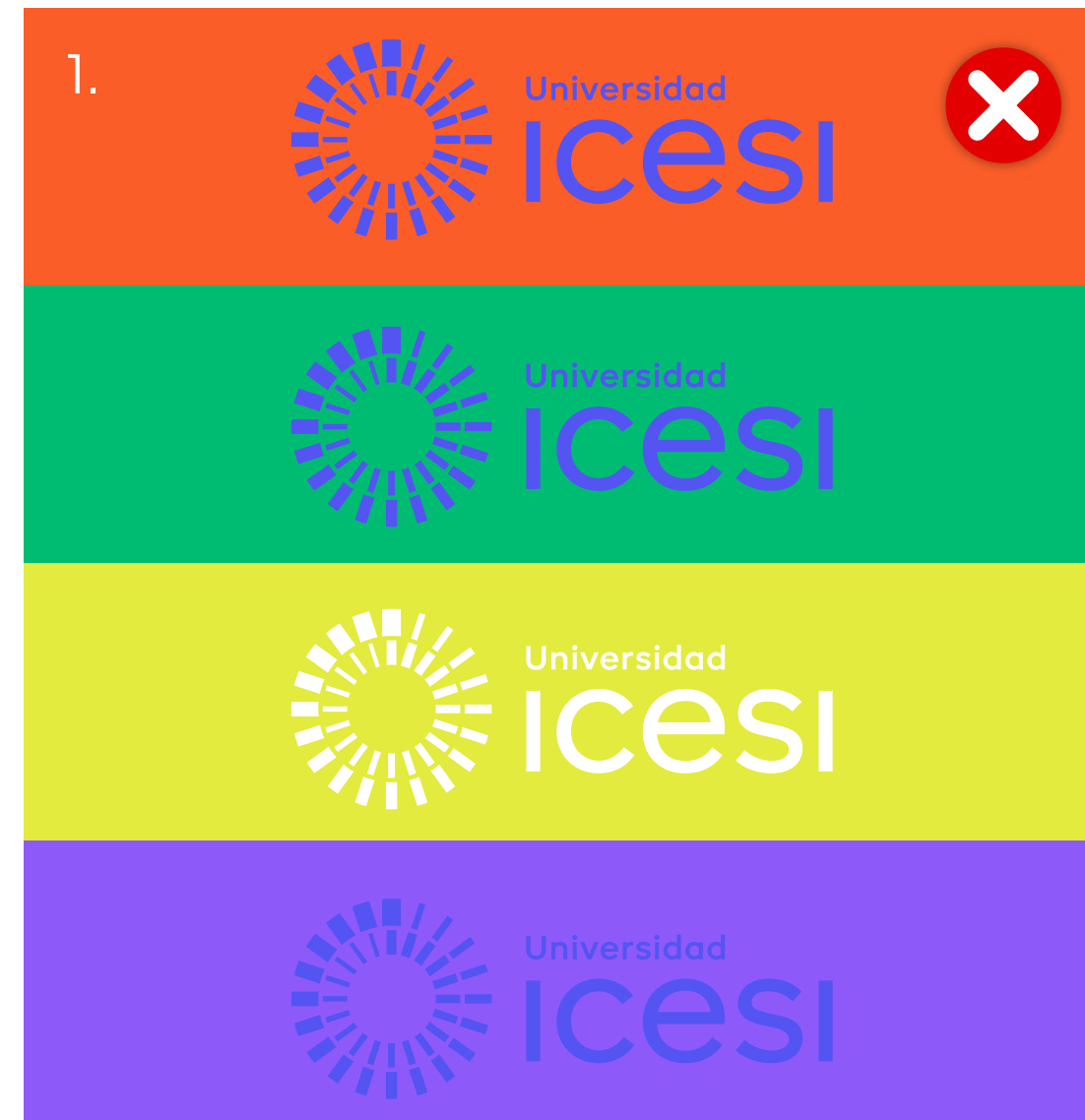


# Aplicación sobre fondos y materiales

## 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 (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.

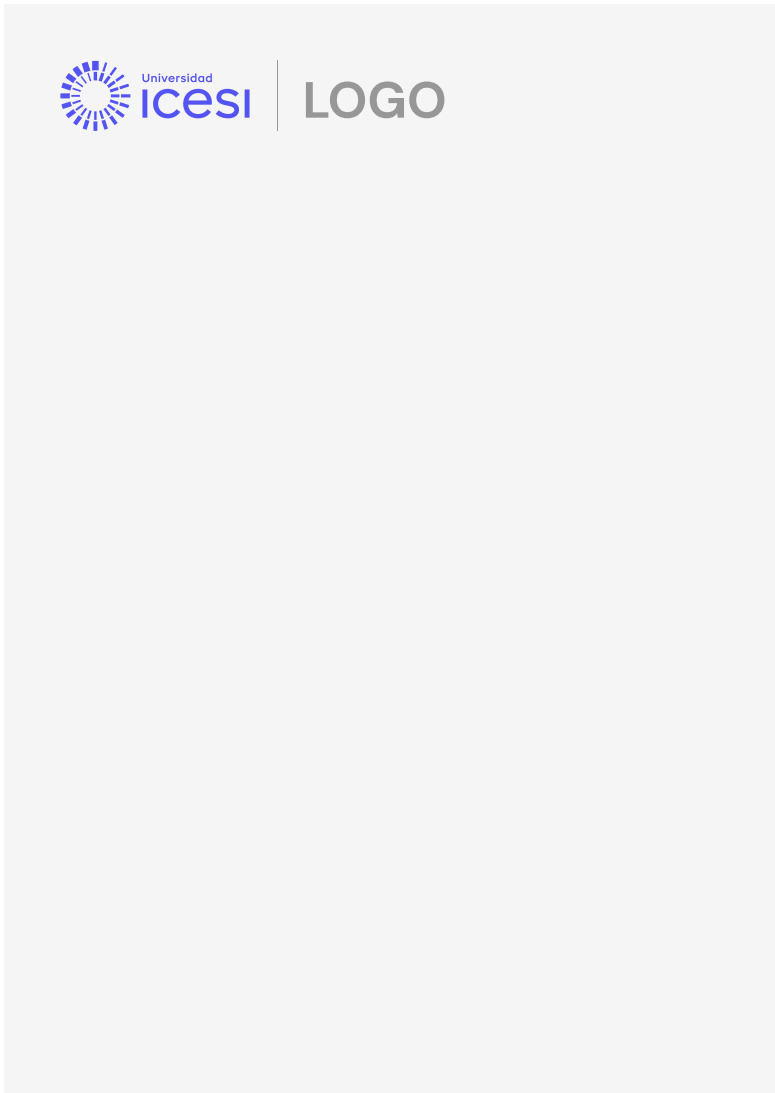




# Escenarios de cobranding (Externo)

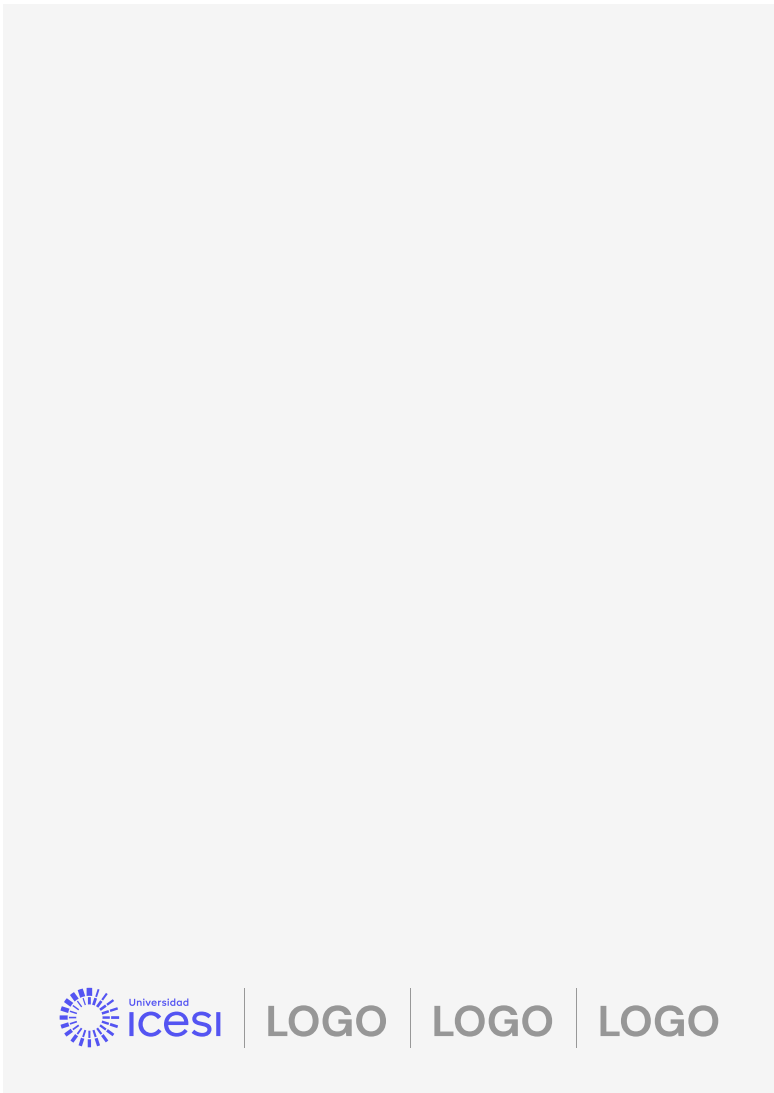
Existen diferentes escenarios de cobranding que dependen del nivel de participación en la alianza.

Colaboración al mismo nivel con otra marca.



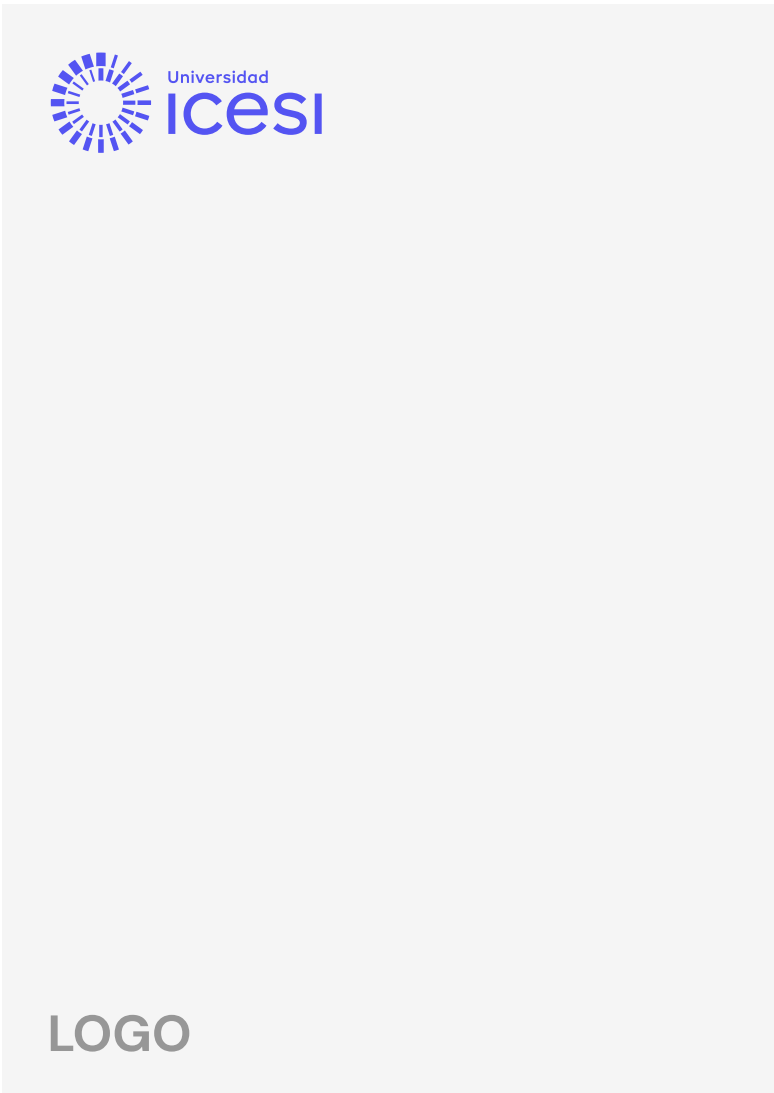
El material es neutro y no se usa de manera predominante el estilo visual de ninguna de las dos marcas.

Participación de varias marcas.



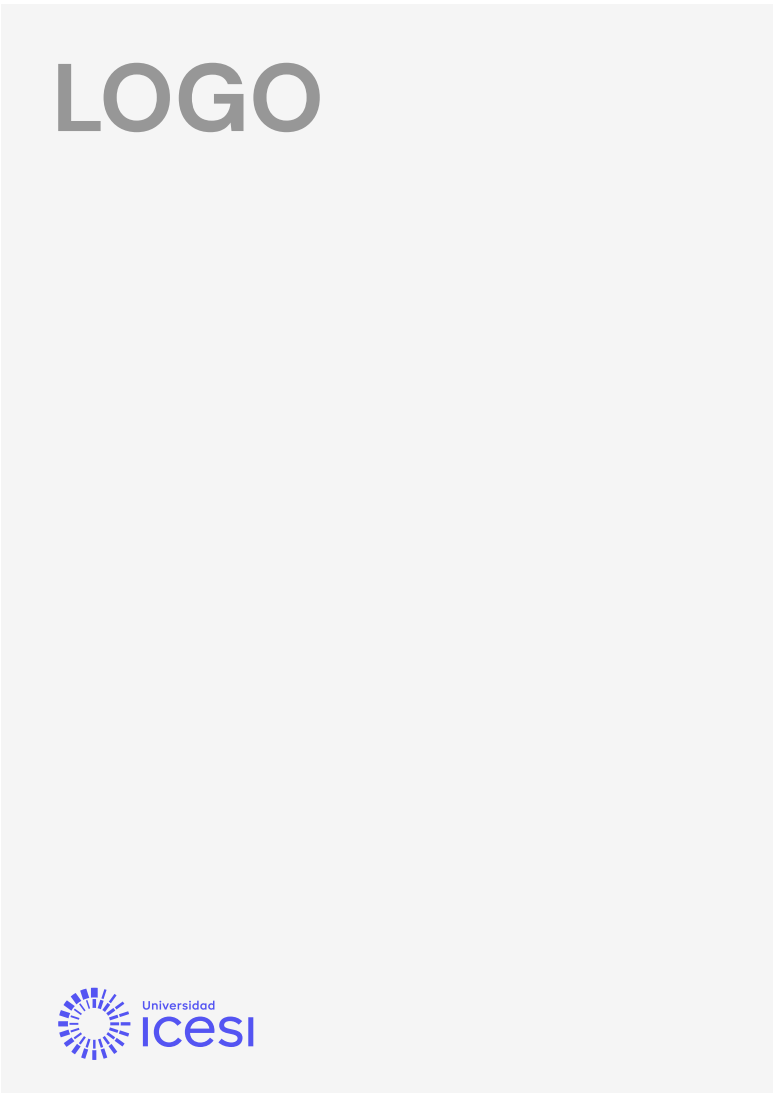
Se debe respetar el logotipo de todos los participantes y el estilo visual no corresponde a ninguna marca de la alianza.

Icesi lidera la colaboración.



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

La otra marca lidera la colaboración.



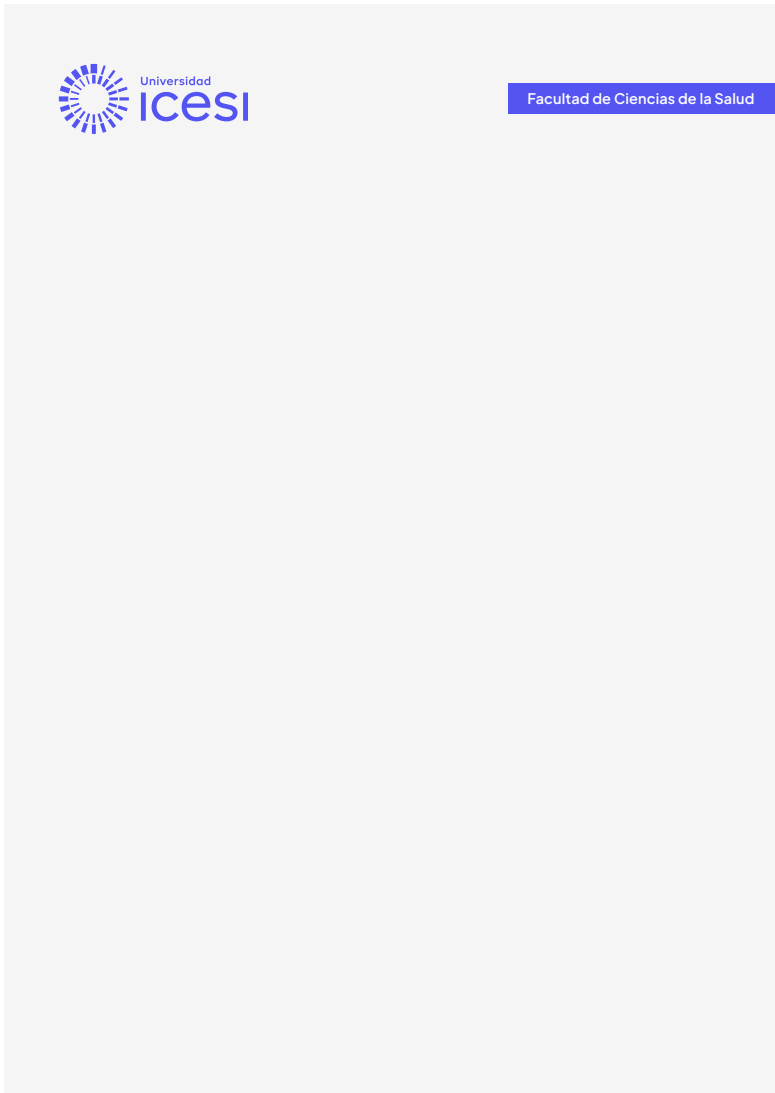
Los materiales de comunicación se basan en la identidad de la otra marca.



# Cobranding (Interno)

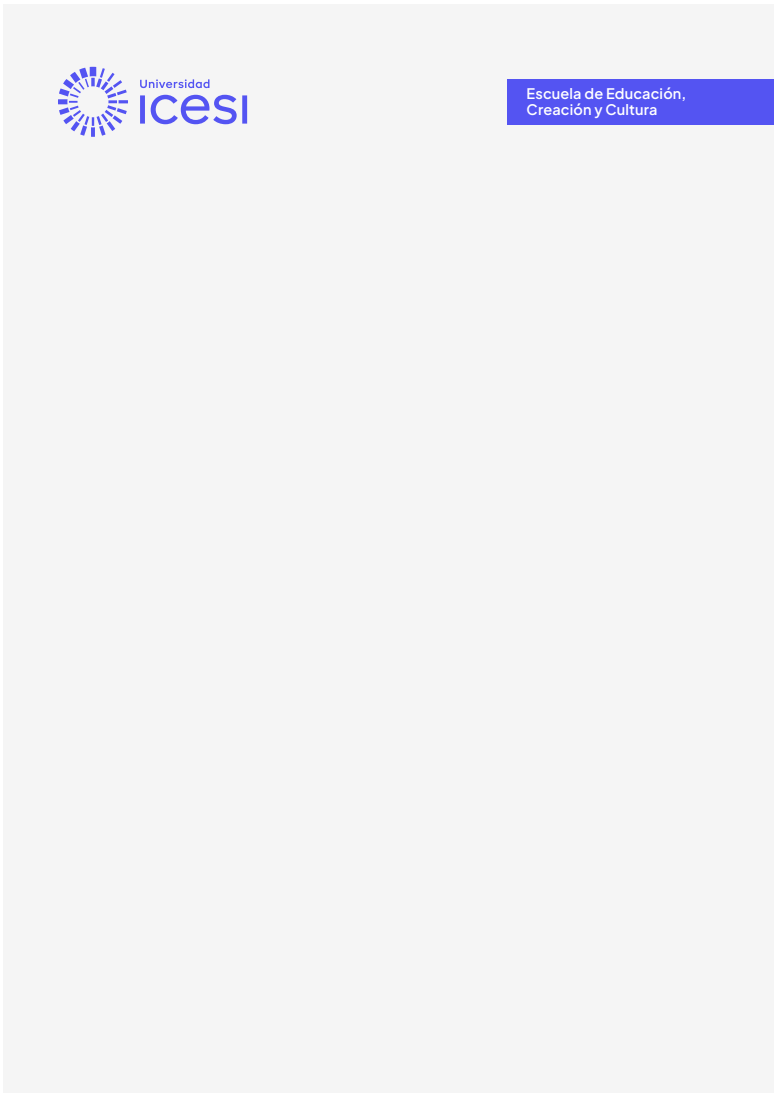
Existen diferentes escenarios de cobranding que dependen del nivel de participación en la alianza.

## Facultades



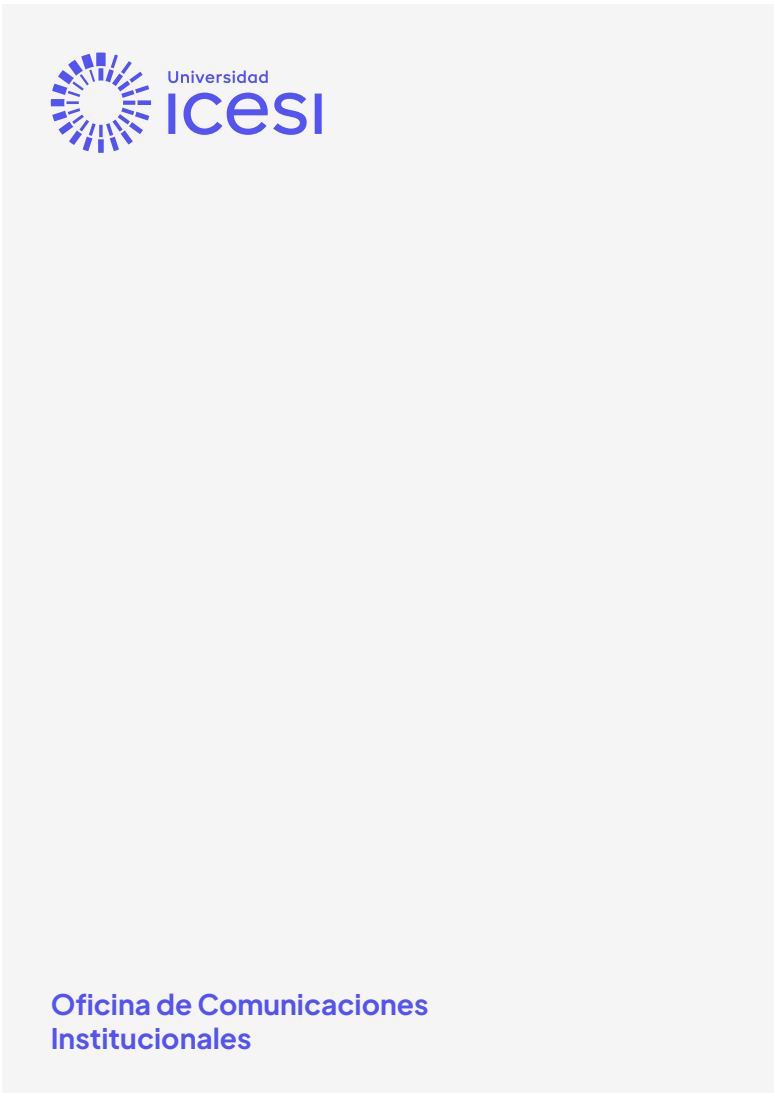
El descriptor de las facultades debe utilizarse al lado opuesto del logo y sobre una barra de color.

## Escuelas



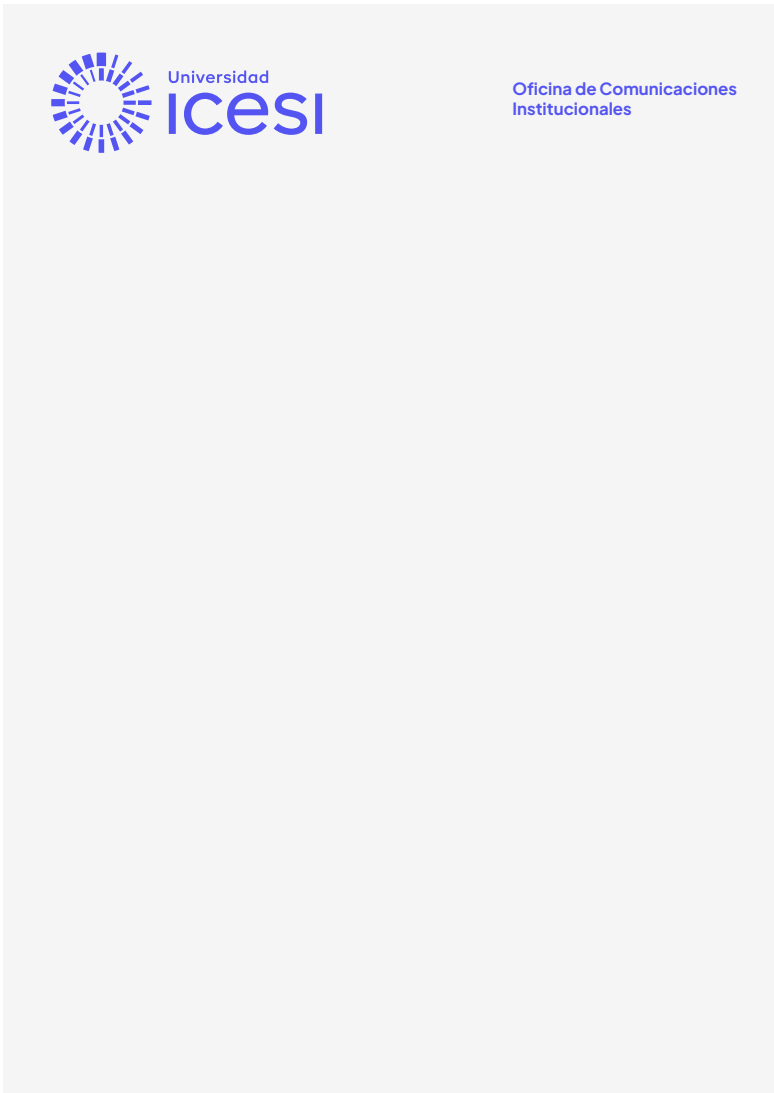
El descriptor de las escuelas debe utilizarse al lado opuesto del logo y sobre una barra de color.

## Oficinas, programas, departamentos y areas



Las oficinas no usarán el descriptor junto al logo, sino que lo usaran al lado opuesto o en la parte de abajo alineado a la izquierda.

## Oficinas, programas, departamentos y areas



Las oficinas no usarán el descriptor junto al logo, sino que lo usaran al lado opuesto o en la parte de abajo alineado a la izquierda.

# 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></div></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></div></div> <div><div>C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0</div><div>R: 255 G: 255 B: 255</div><div>HEX: ffffff</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><b>Amarillo Icesi</b><br/>Pantone 381 C<br/>C: 23 M: 0 Y: 79 K: 0<br/>R: 228 G: 235 B: 96<br/>HEX: e4eb60</div> | <div><b>Naranja Icesi</b><br/>Pantone Orange 21 C<br/>C: 0 M: 79 Y: 78 K: 0<br/>R: 233 G: 104 B: 59<br/>HEX: e9683b</div> | <div><b>Negro</b><br/>Pantone Process Black C<br/>C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100<br/>R: 0 G: 0 B: 0<br/>HEX: 000000</div> |
| <div><b>Morado Icesi</b><br/>Pantone 2665 C<br/>C: 68 M: 78 Y: 0 K: 0<br/>R: 134 G: 92 B: 240<br/>HEX: 865cf0</div>  | <div><b>Gris 1</b><br/>Pantone 423 C<br/>C: 55 M: 43 Y: 41 K: 0<br/>R: 136 G: 137 B: 140<br/>HEX: 88898c</div>            |                                                                                                                  |
| <div><b>Verde Icesi</b><br/>Pantone 2251 C<br/>C: 86 M: 0 Y: 75 K: 0<br/>R: 76 G: 185 B: 121<br/>HEX: 4cb979</div>   | <div><b>Gris 2</b><br/>Pantone 420 C<br/>C: 23 M: 17 Y: 15 K: 0<br/>R: 206 G: 207 B: 212<br/>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 nibh diam. Ut wisi enim ad minim veniam, quis 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.

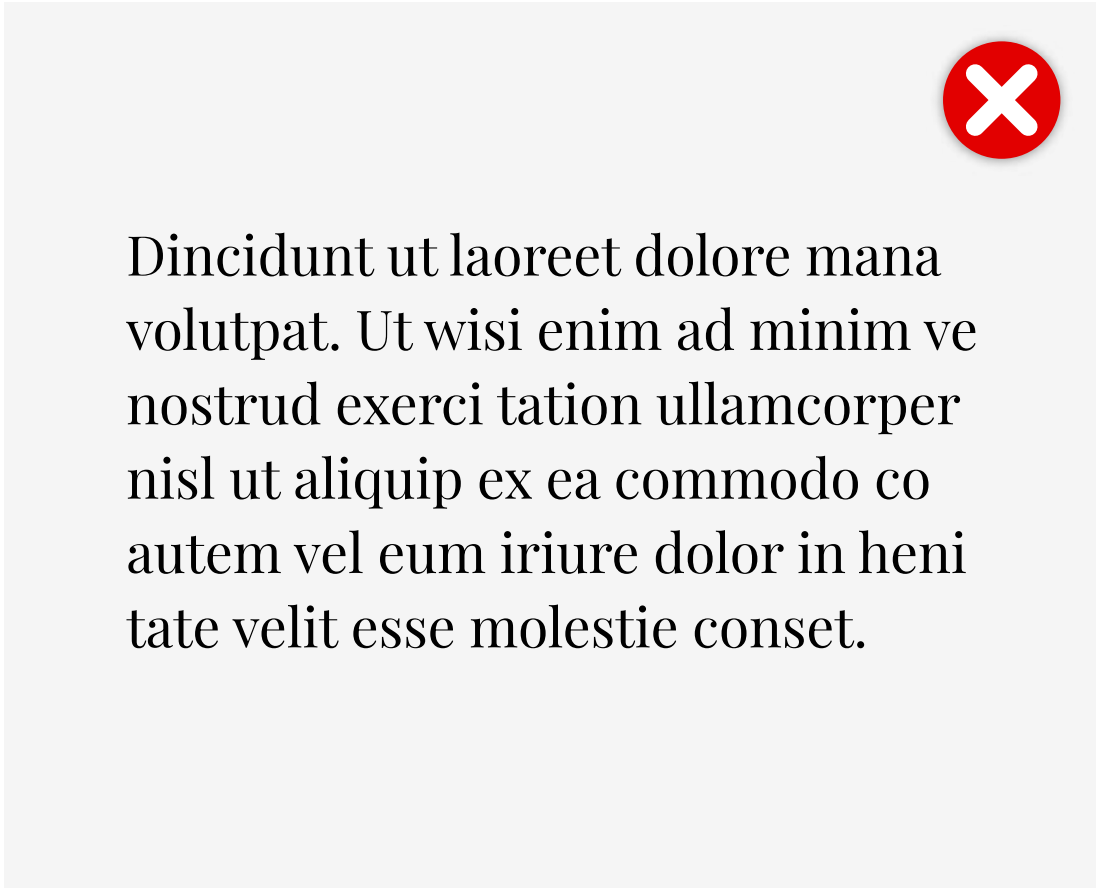
Dincidunt ut laoreet dolore magna  
volutpat. Ut wisi enim ad minim ve  
nostrud exerci tation ullamcorper  
nisl ut aliquip ex ea commodo co  
autem vel eum iriure dolor in heni  
tate velit esse molestie conset.

Dolor sit amet, consete  
scing elit, sed diam.

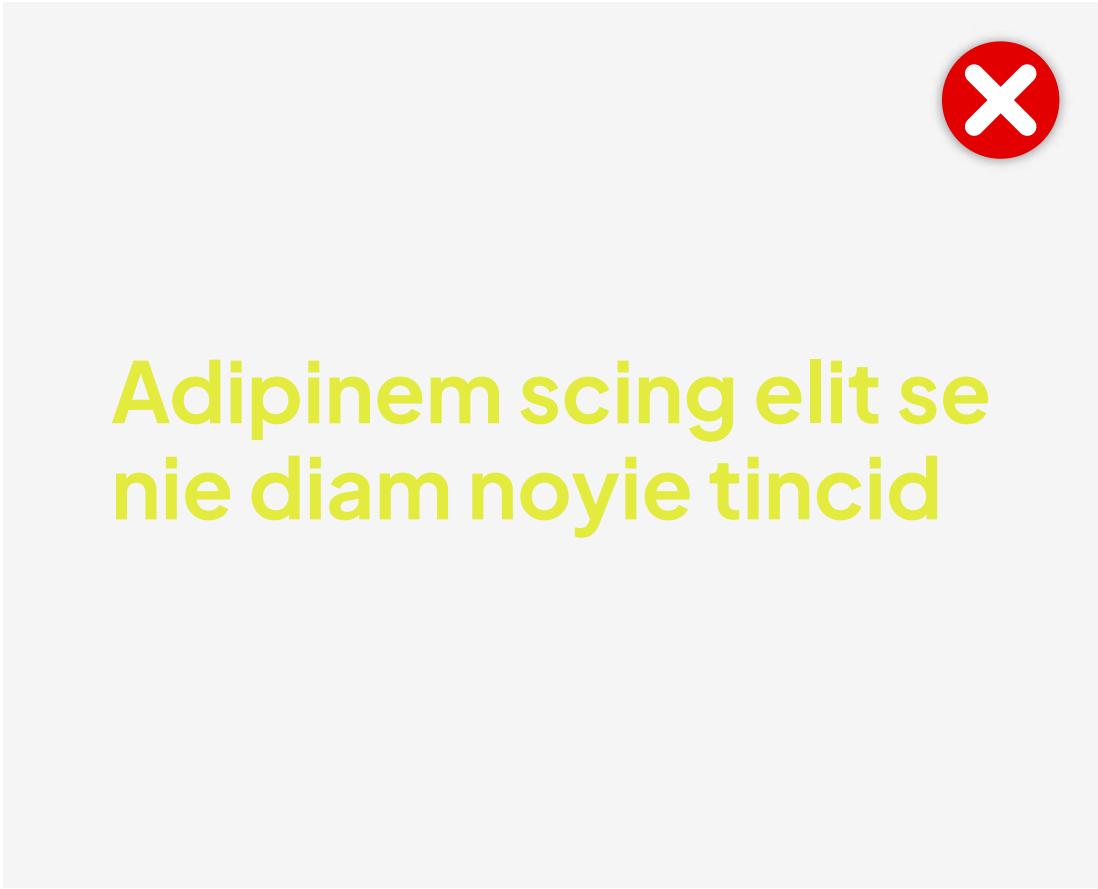
Lorem ipsum dolor  
adipiscing elit, se  
tincidunt ut laoree  
volutpat. Ut wisi e  
nostrud exerci tat

- 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.

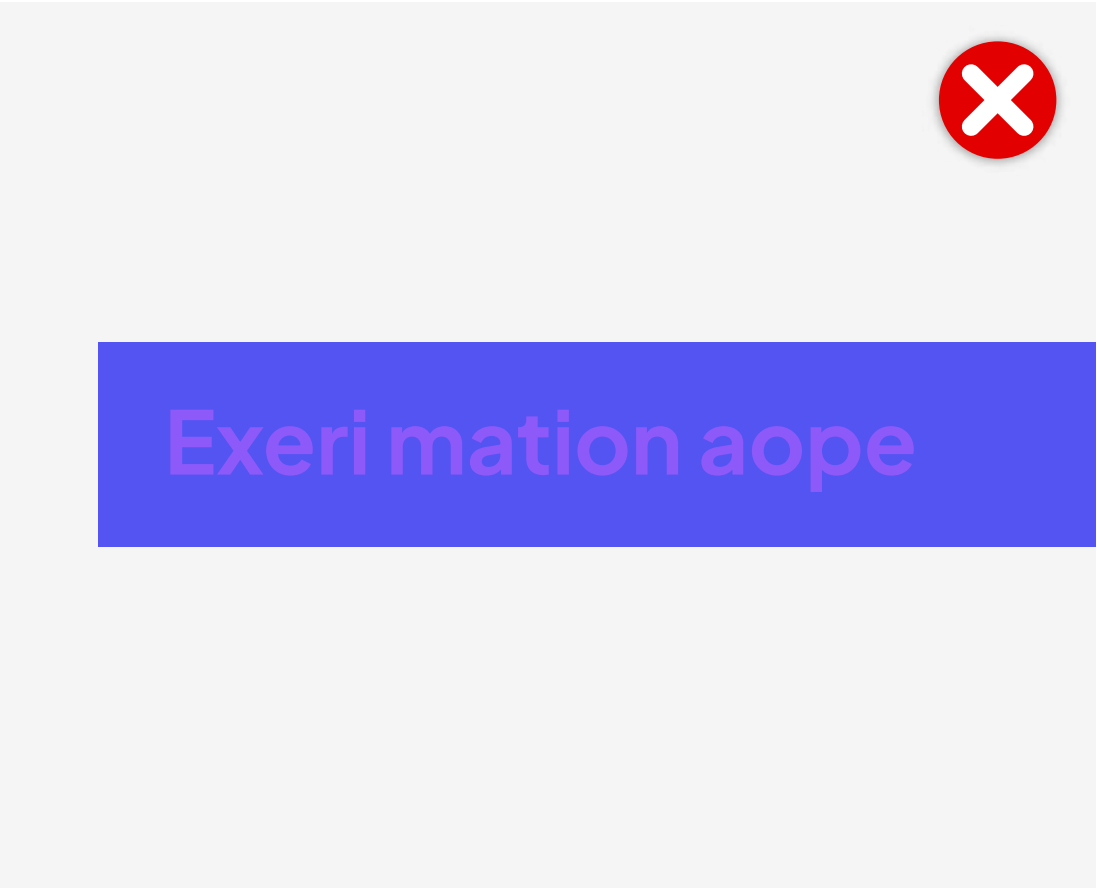
# Usos incorrectos



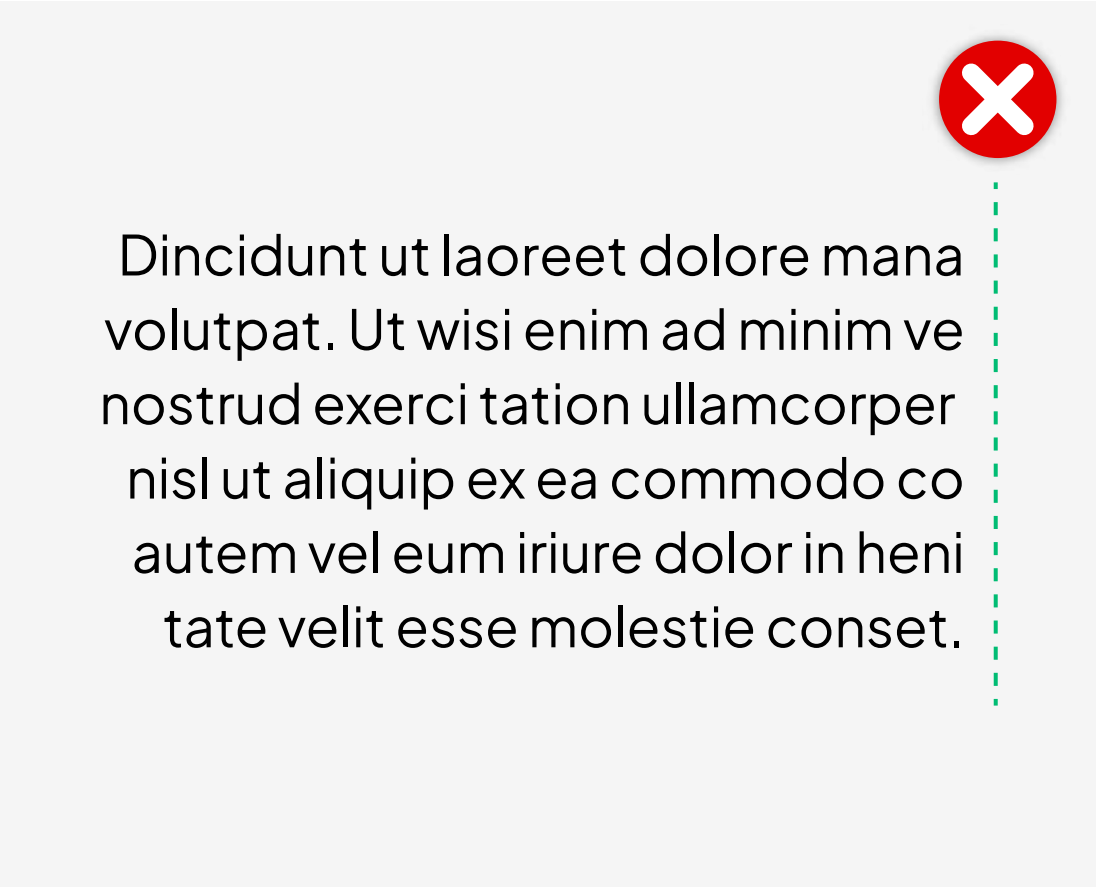
1. No se debe usar otra tipografía que no sea la de la marca.



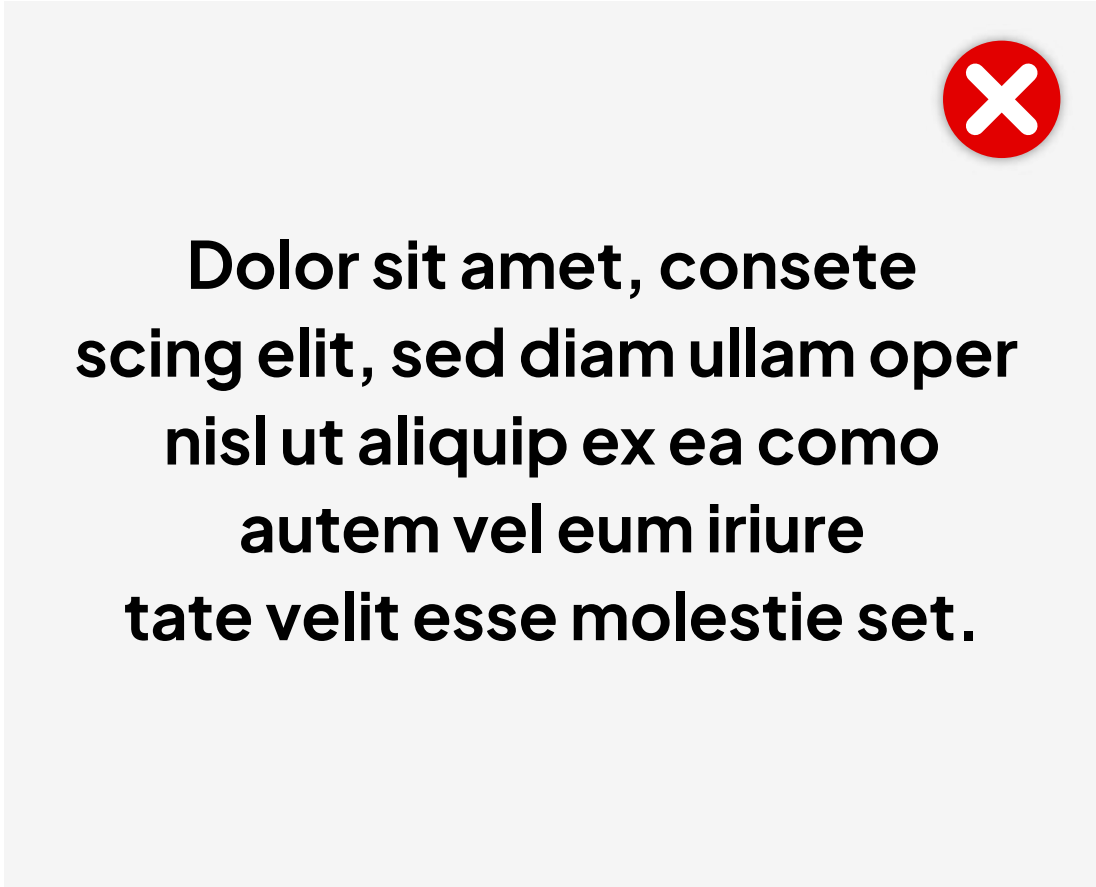
2. No se debe aplicar el texto en colores que afecten la legibilidad.



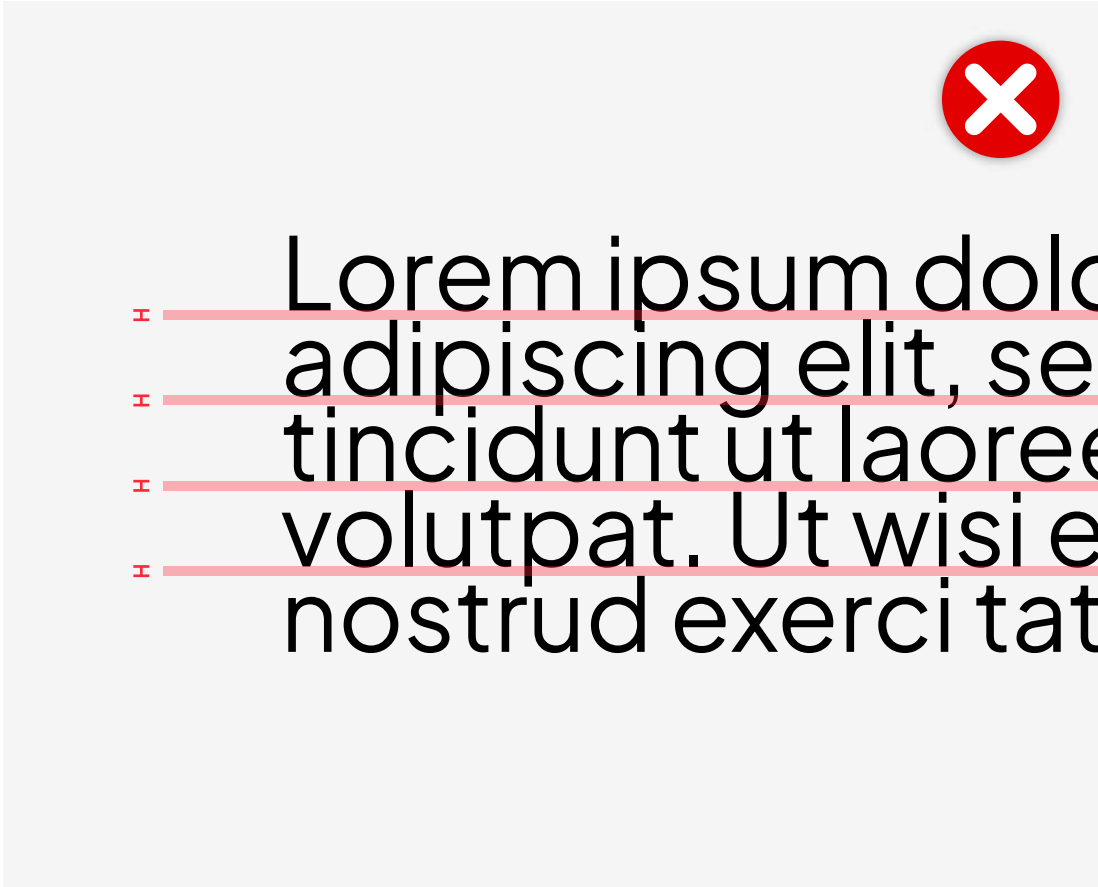
3. No se deben combinar colores de fondo y tipografía que no contrasten.



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.



7. No se debe usar mayúscula sostenida



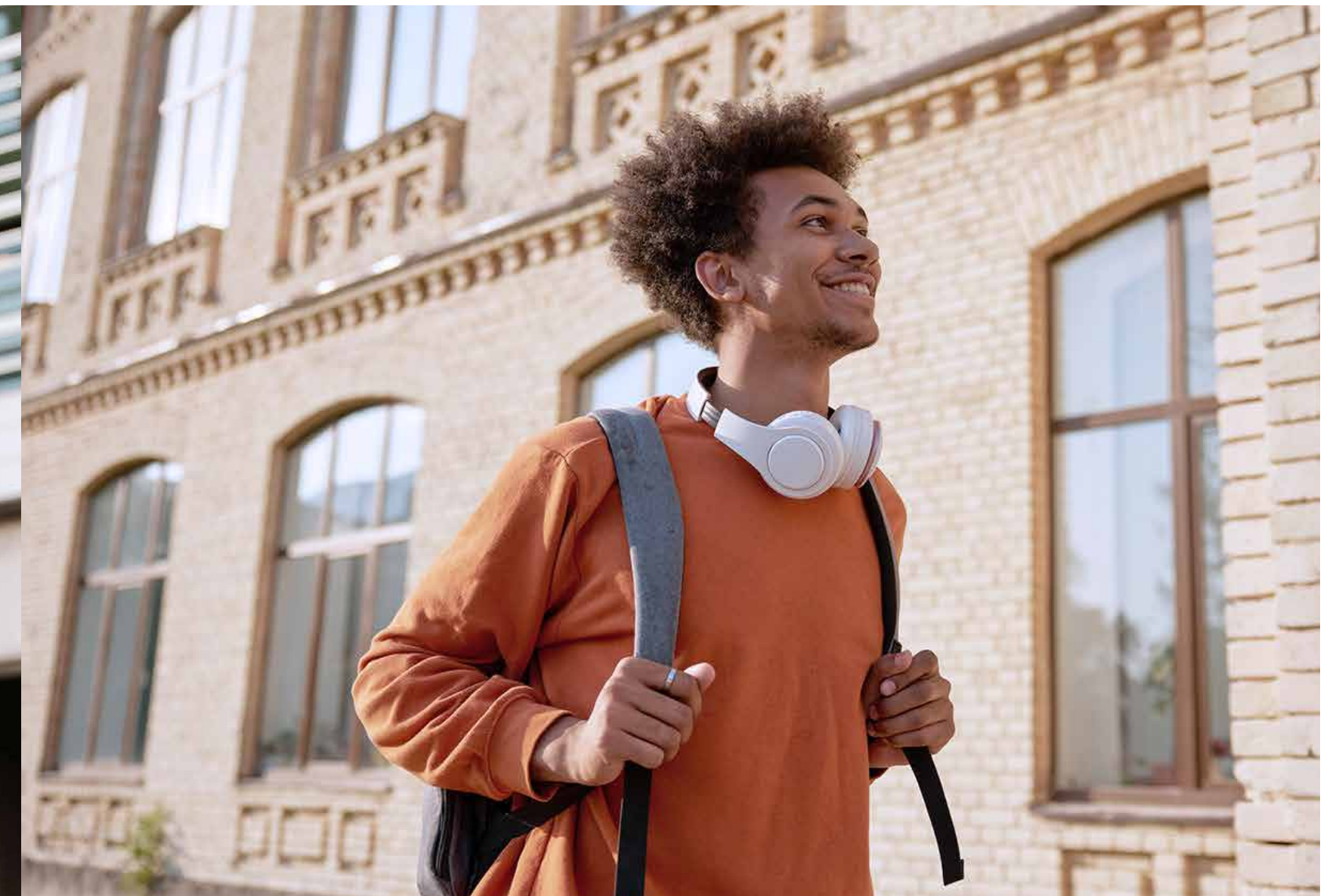
# Estilo fotográfico



# 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.

- Solamente se podrán utilizar fotografías con personas reales, no se utilizan ilustraciones.





# Grupos

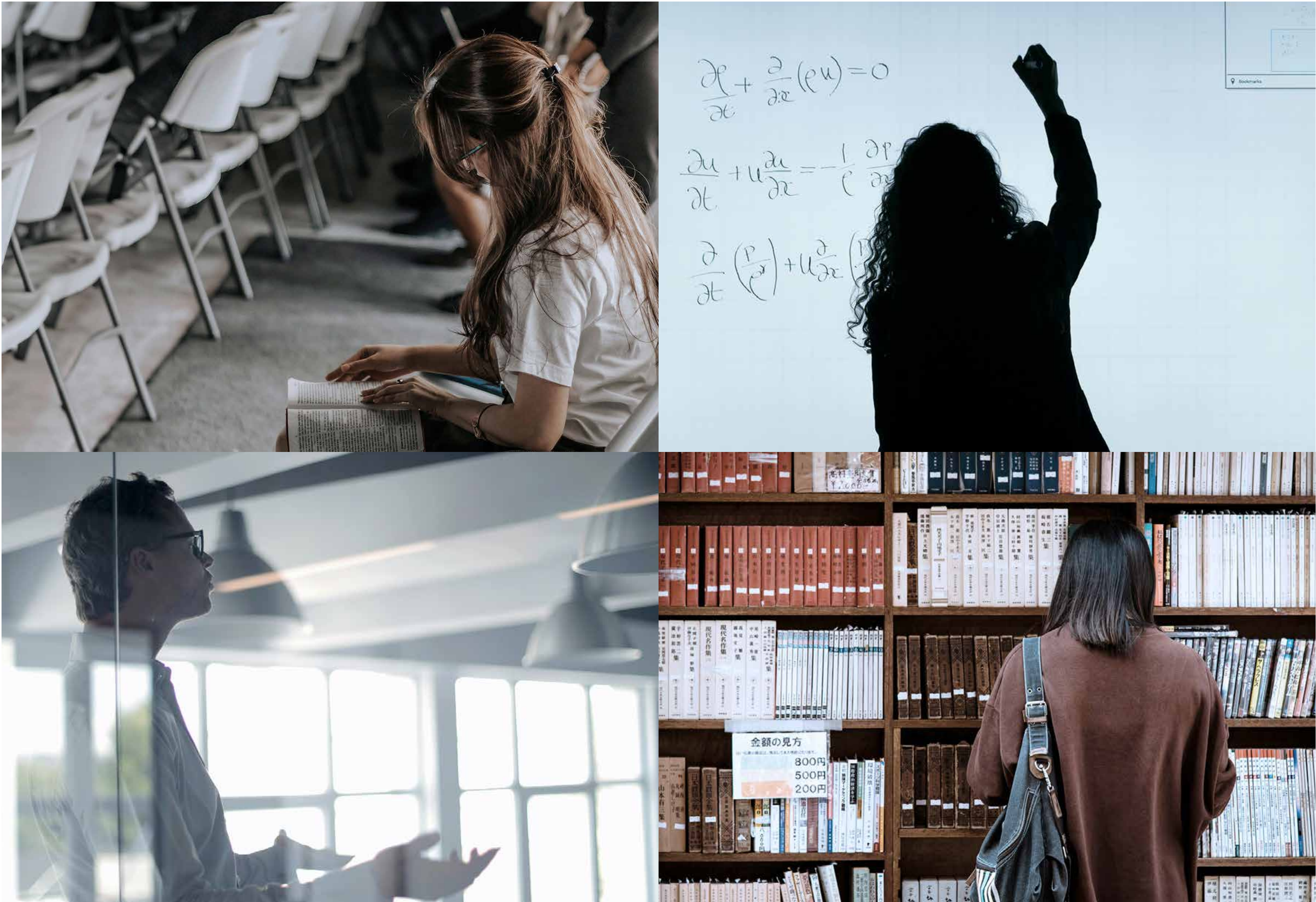
El trabajo colectivo es un elemento muy importante dentro de la vida universitaria. Los grupos de personas deben mostrar una interacción cordial.





# 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

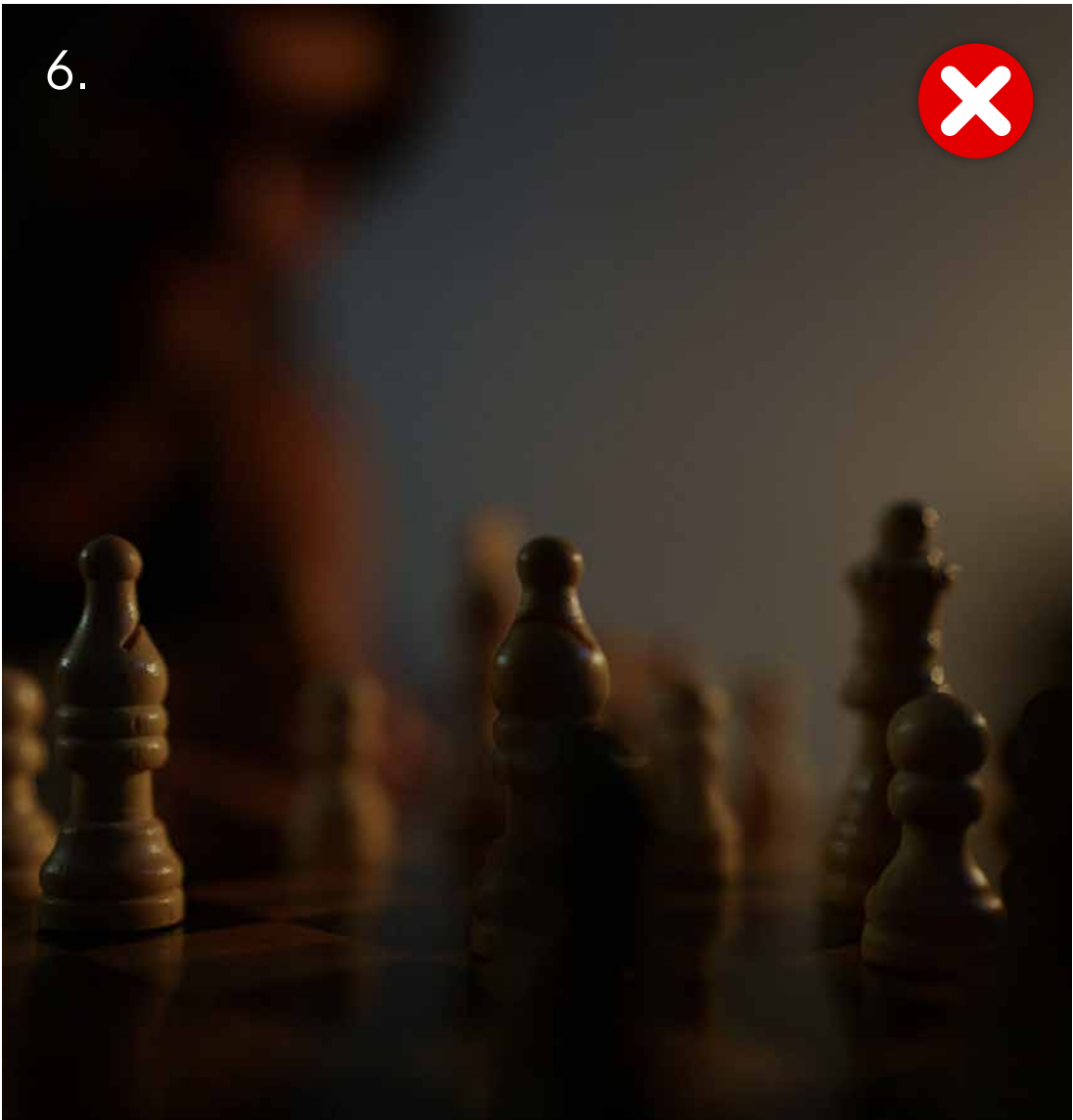
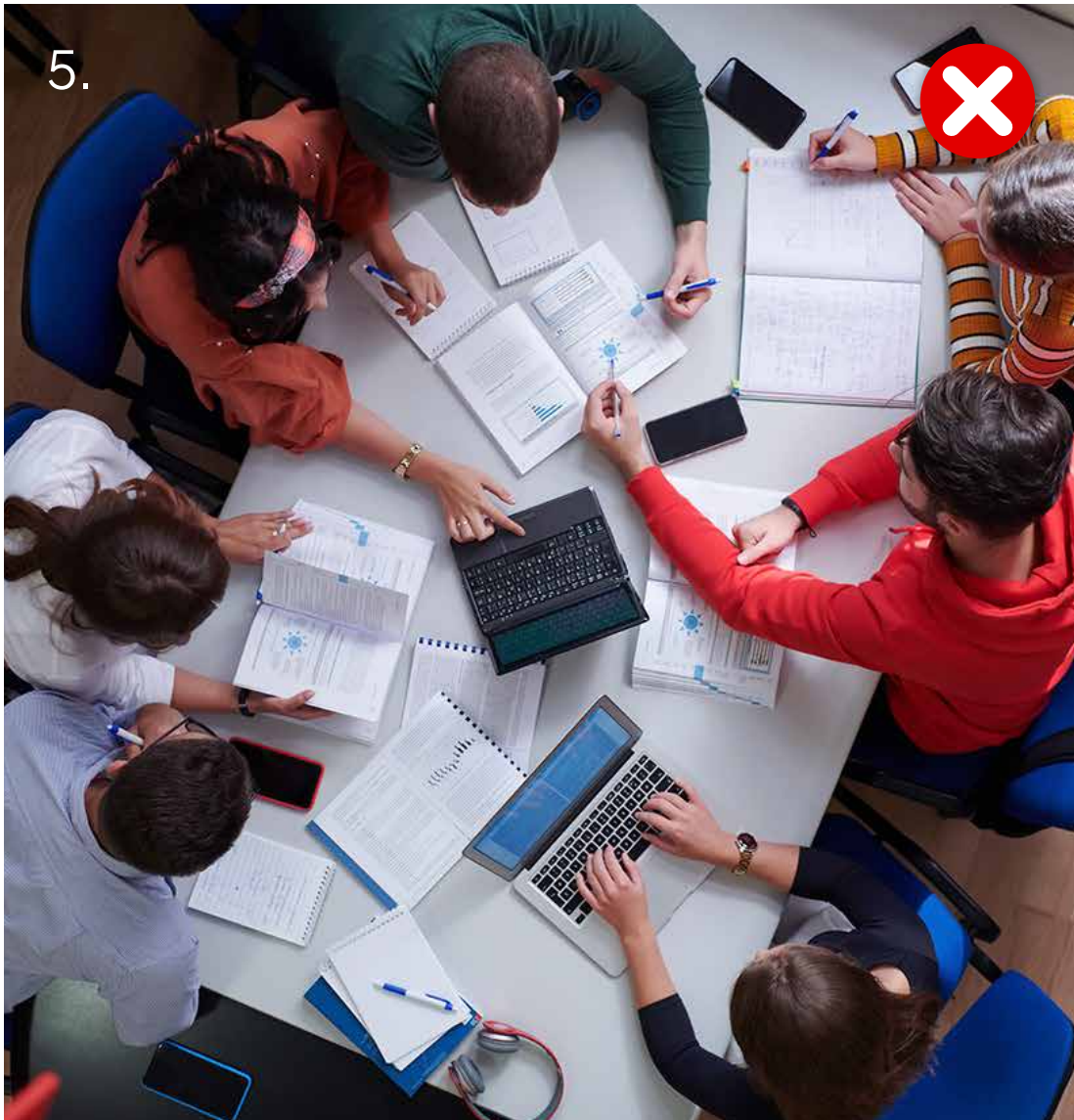
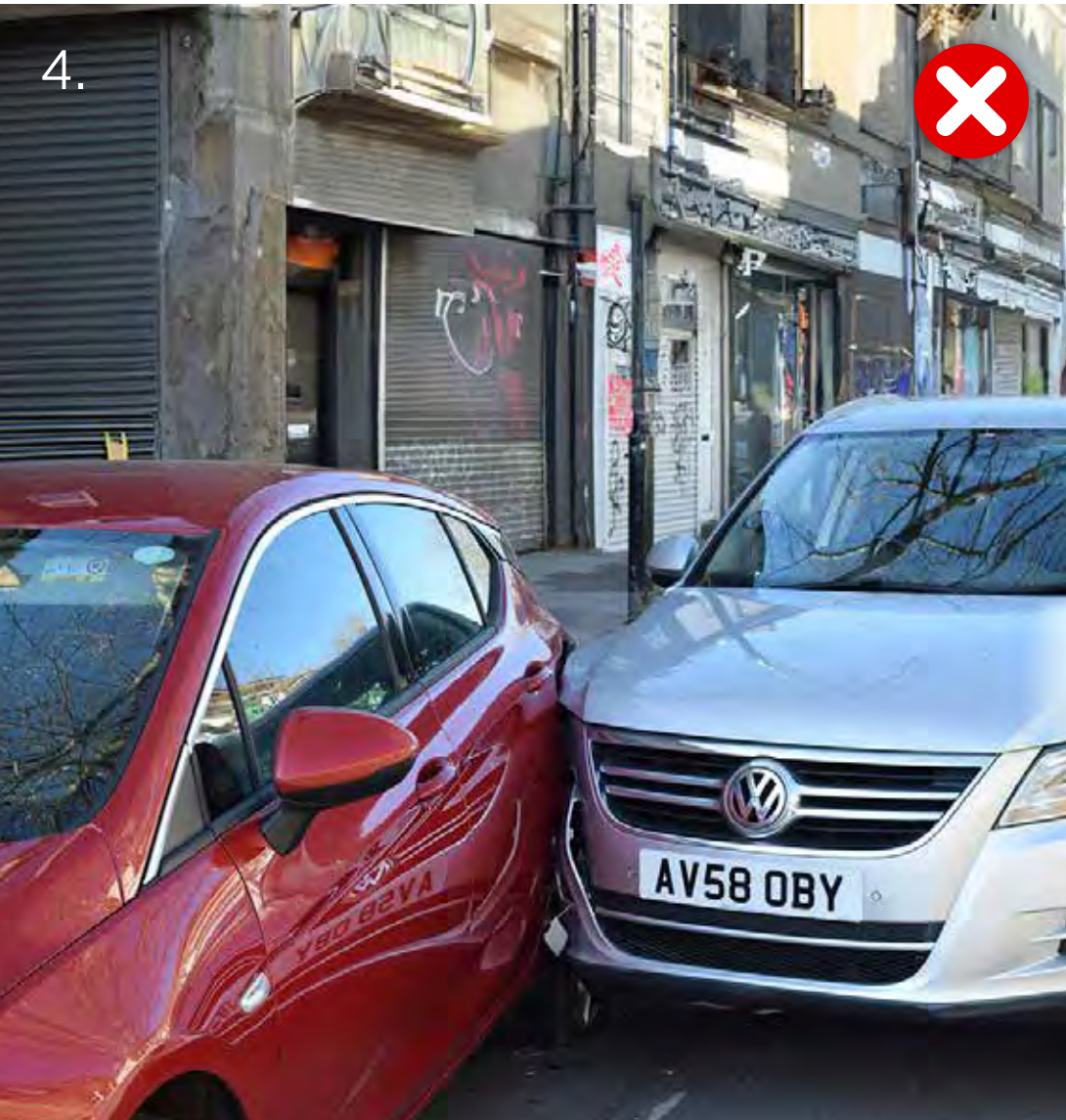
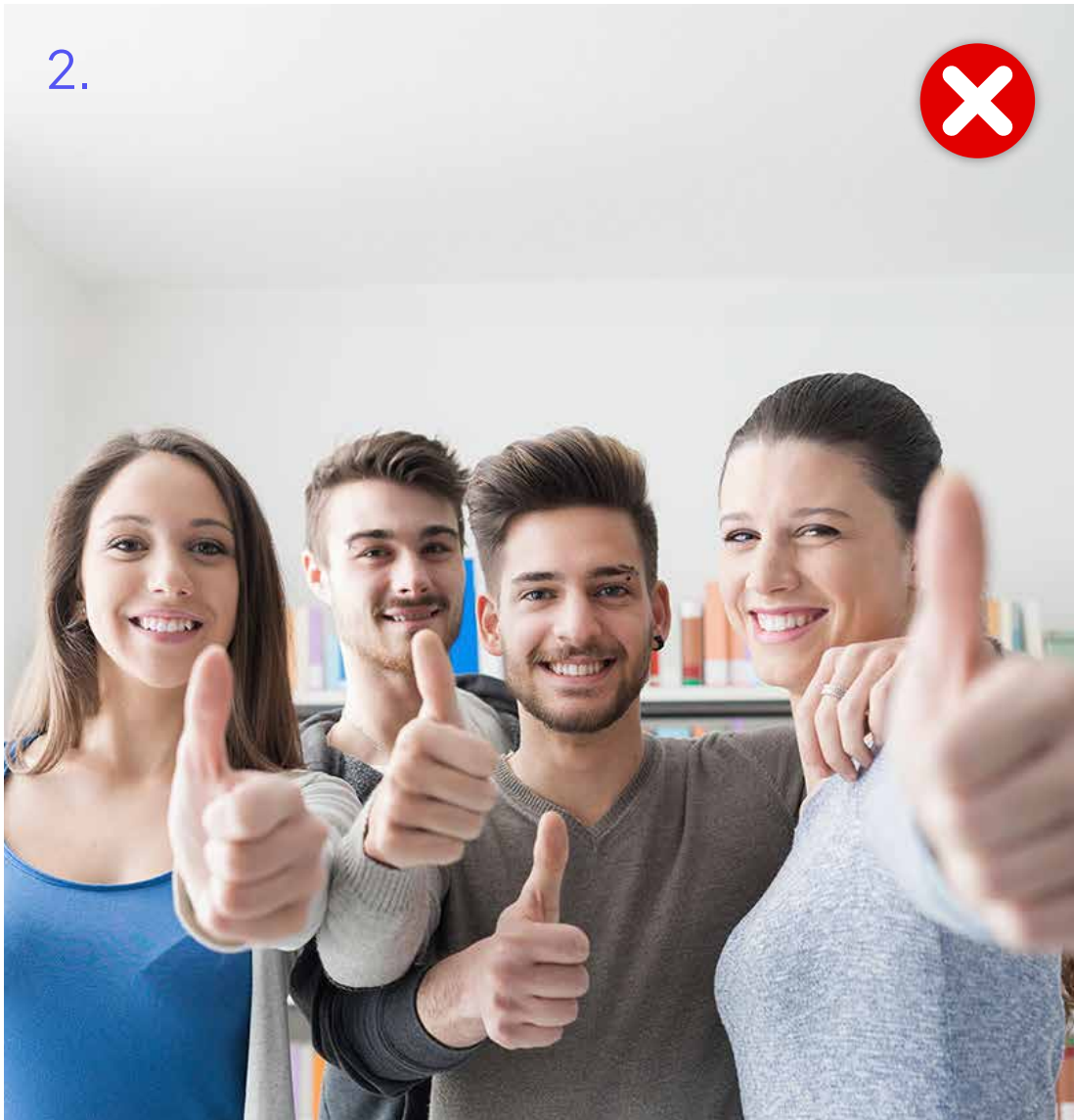
Las imágenes deben tener una saturación ligeramente baja, hacia tonos grises.





# 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.





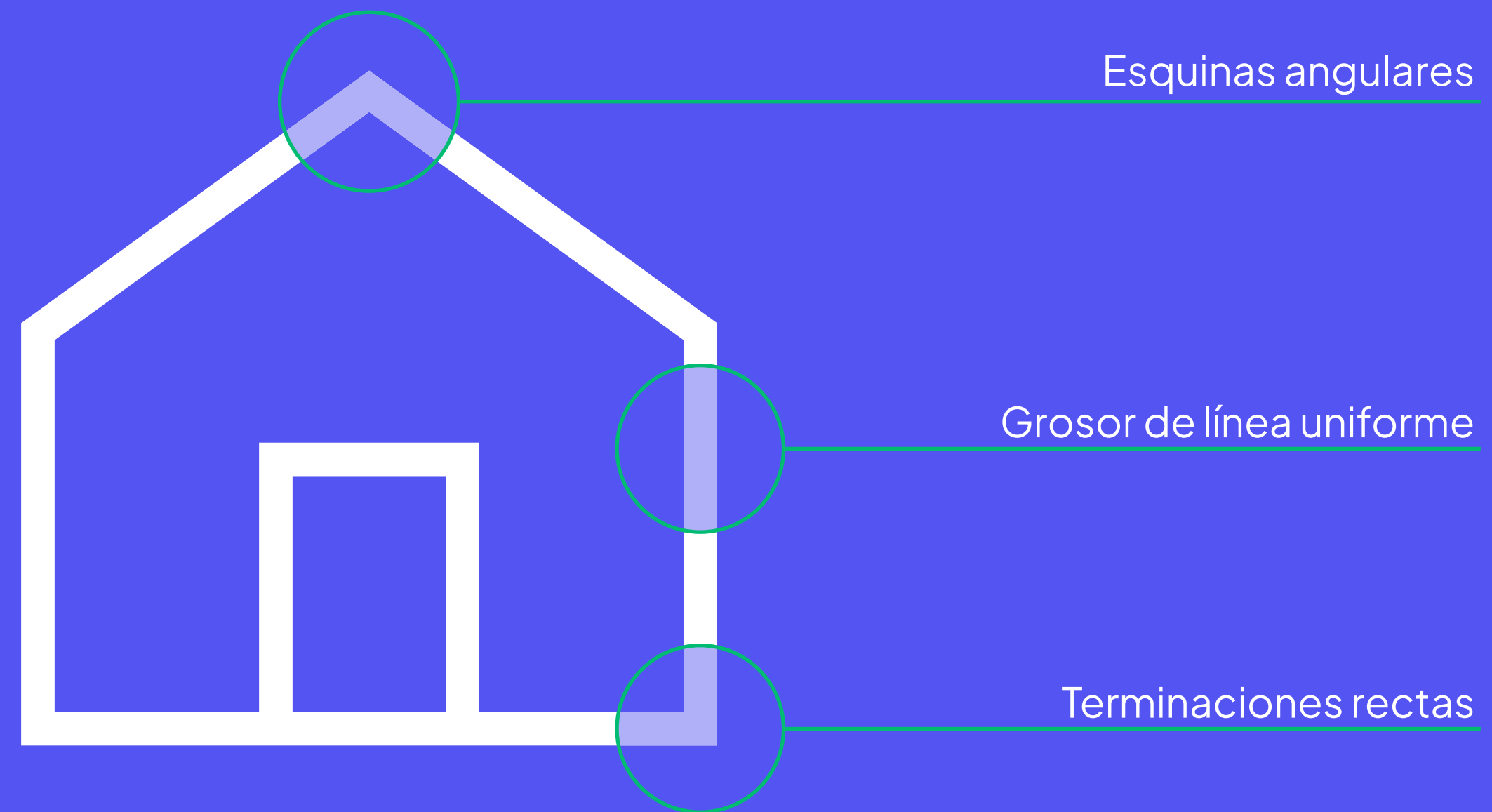
# Iconografía

# Íconos funcionales

## Construcción

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

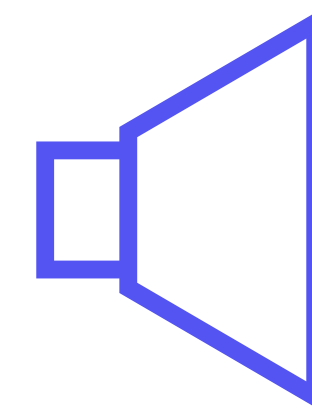
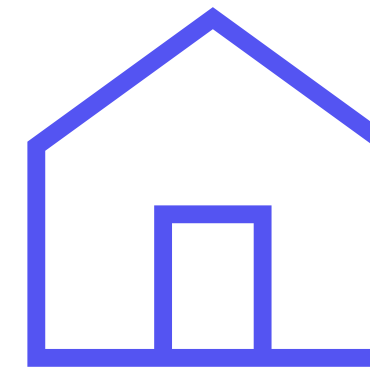
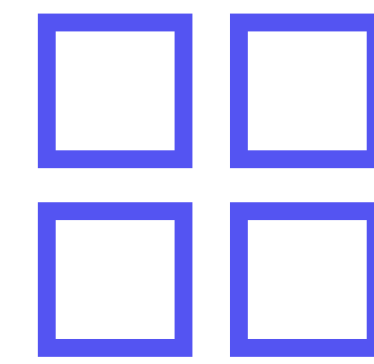
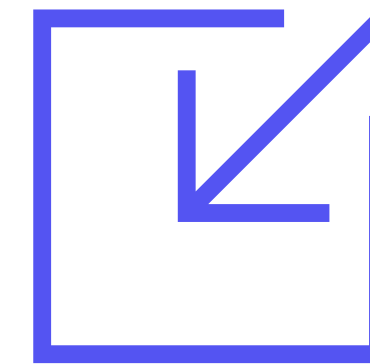
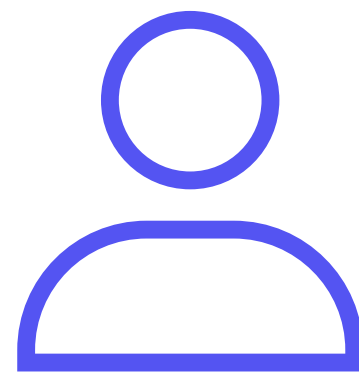
Para mantener un estilo uniforme en el uso y la creación de nuevos íconos, es necesario seguir los lineamientos de construcción establecidos.



# Íconos funcionales

## Ejemplos

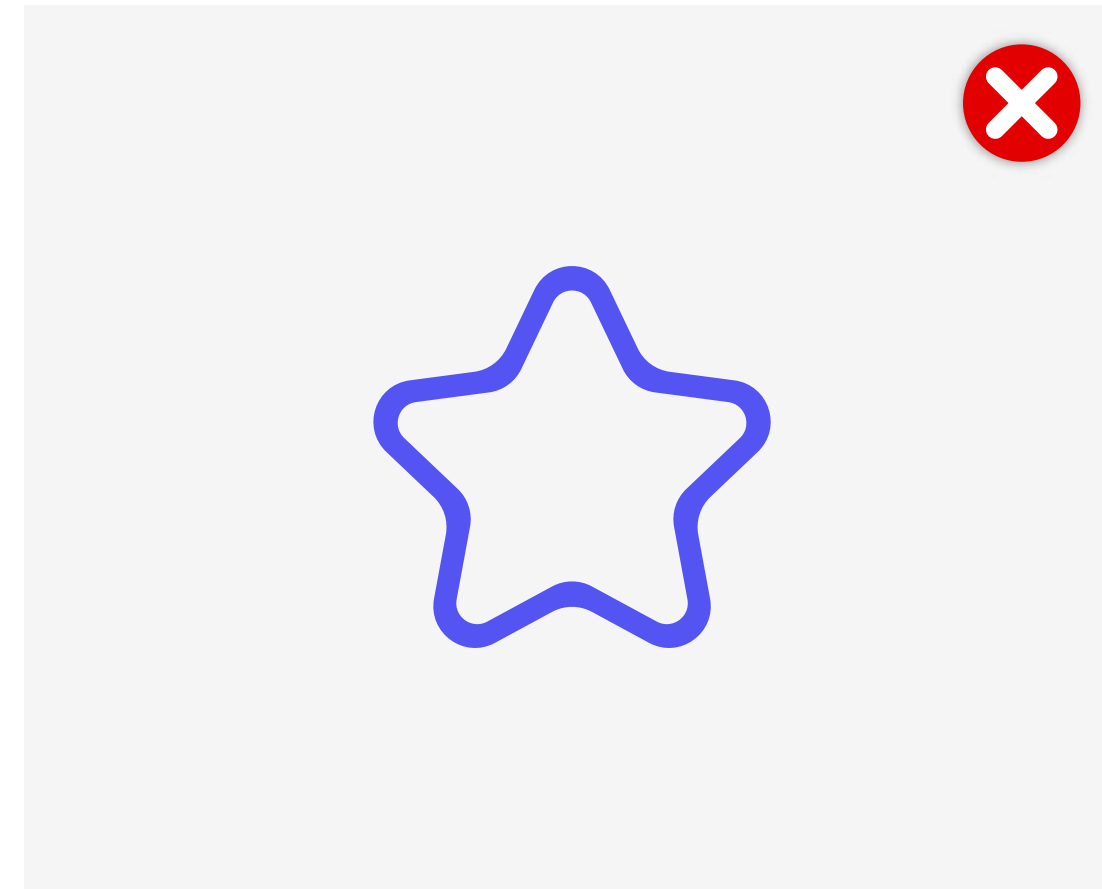
Los íconos deben ser sencillos y contundentes con su significado. Sirven para reforzar el mensaje a comunicar.





# Íconos funcionales

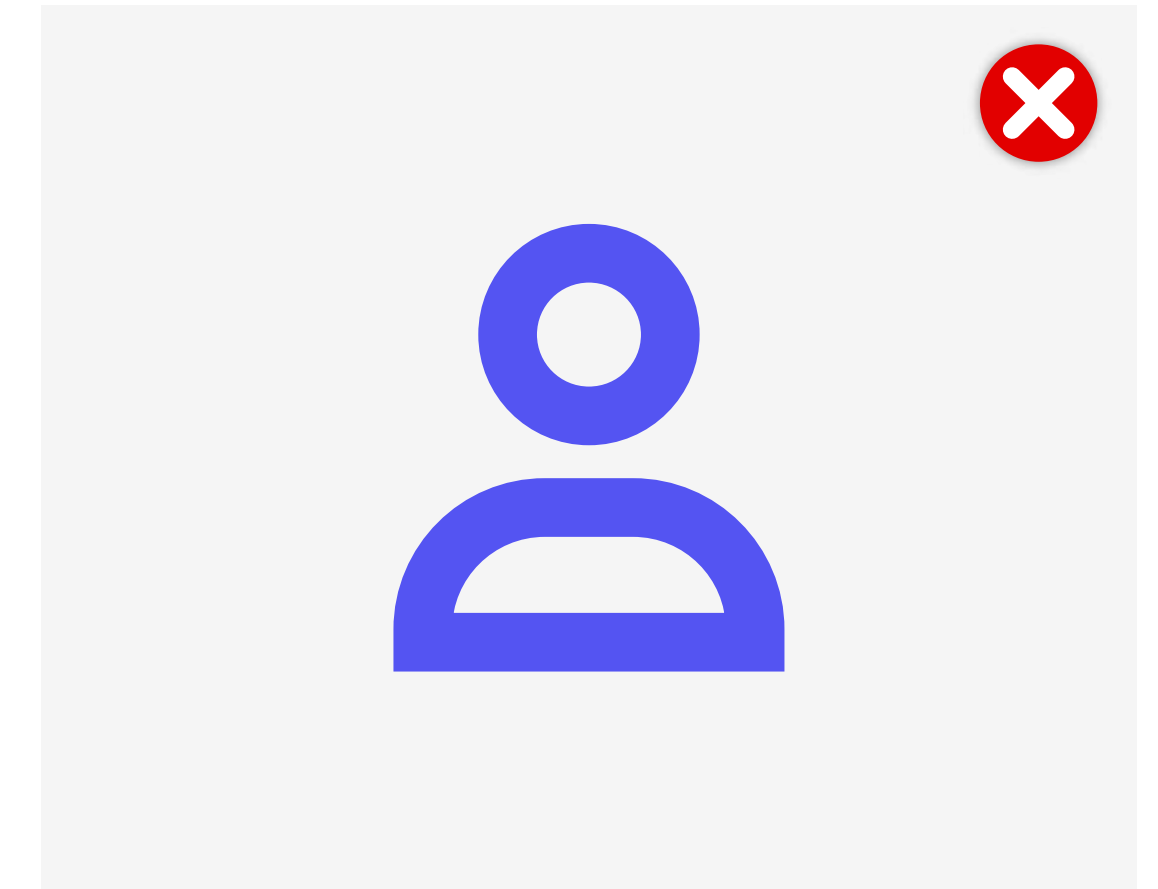
## Usos incorrectos



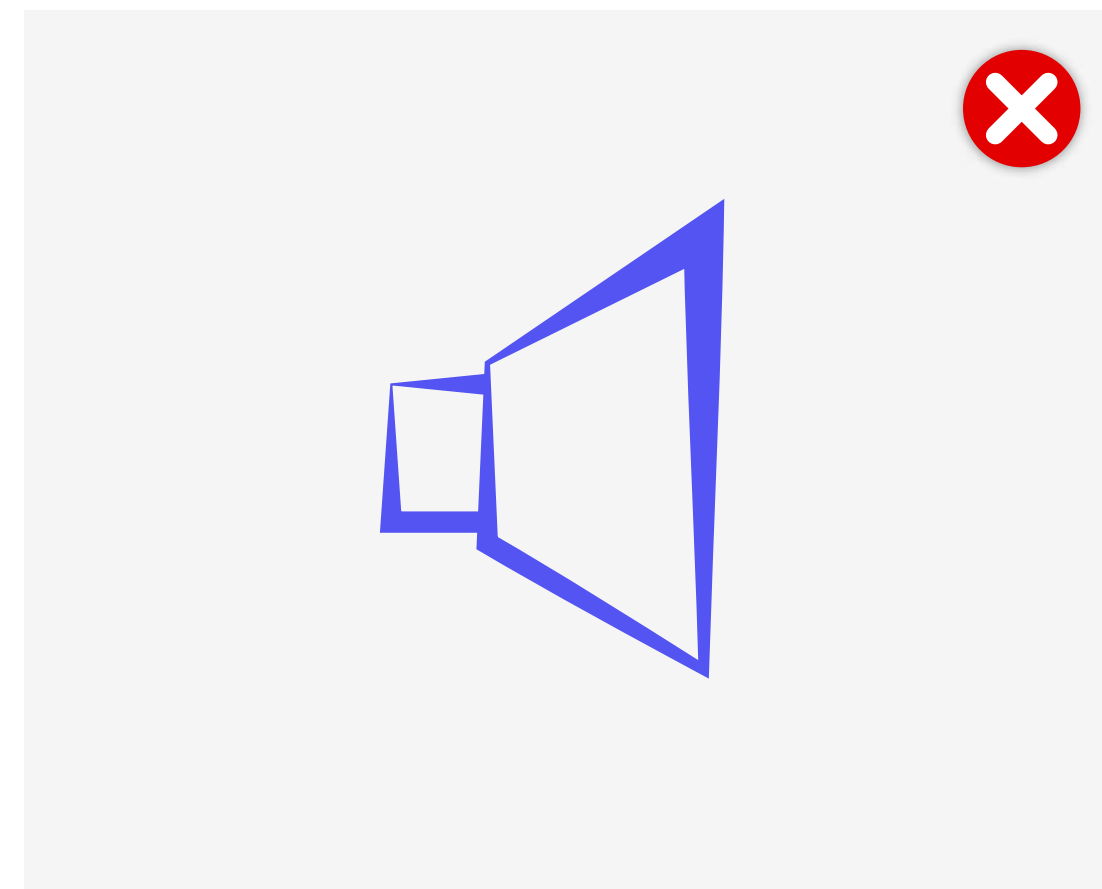
1. No deben desarrollarse con esquinas o terminaciones curvas.



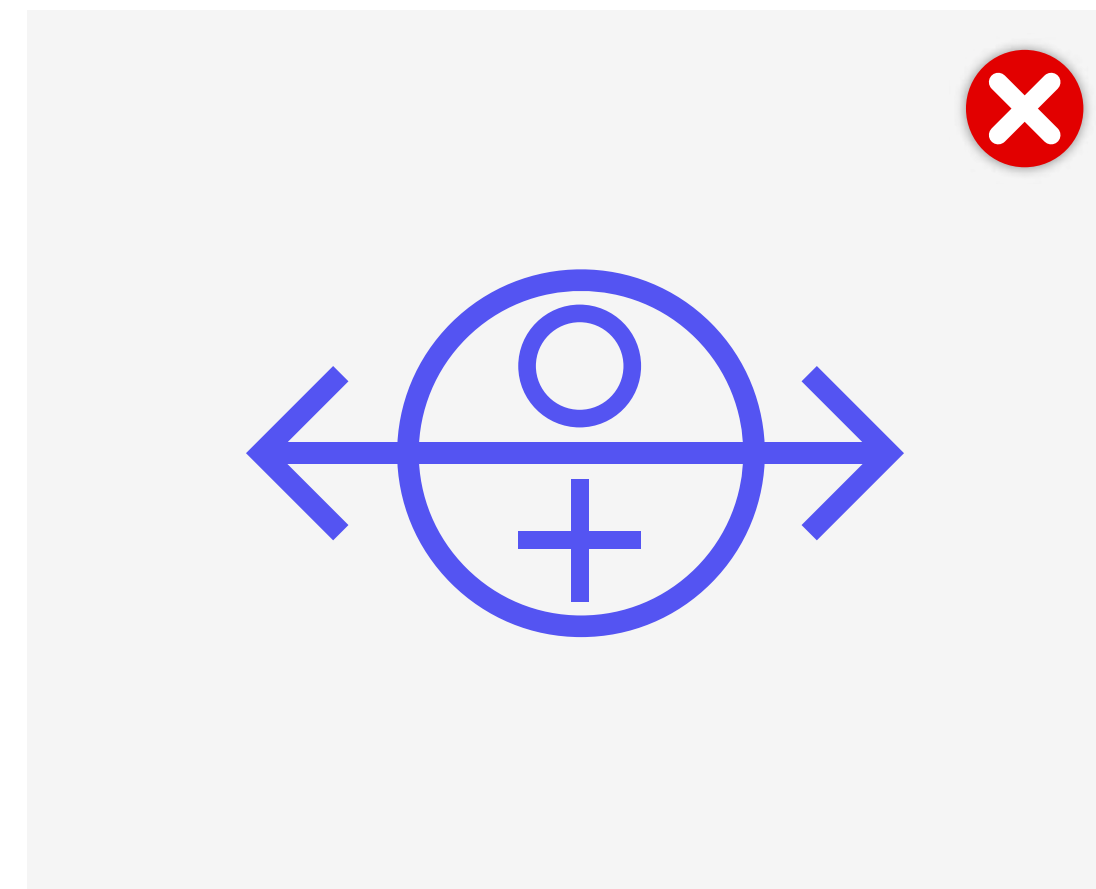
2. No deben aplicarse en plasta de color.



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.

# 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.

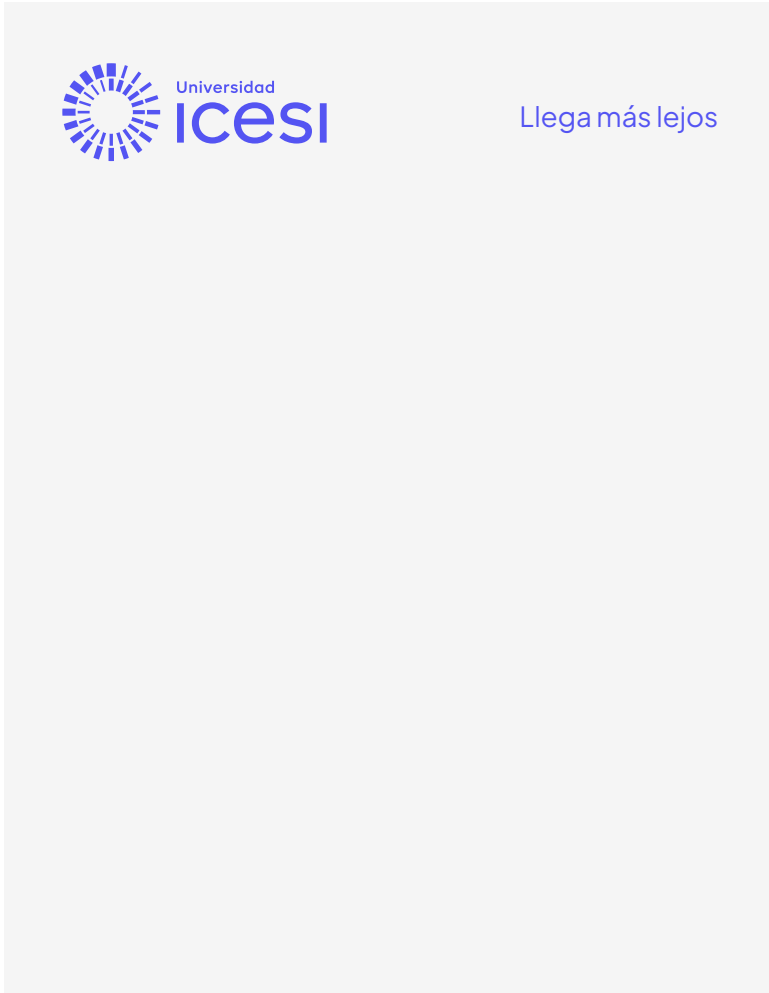


## Cuando **NO** usar el tagline

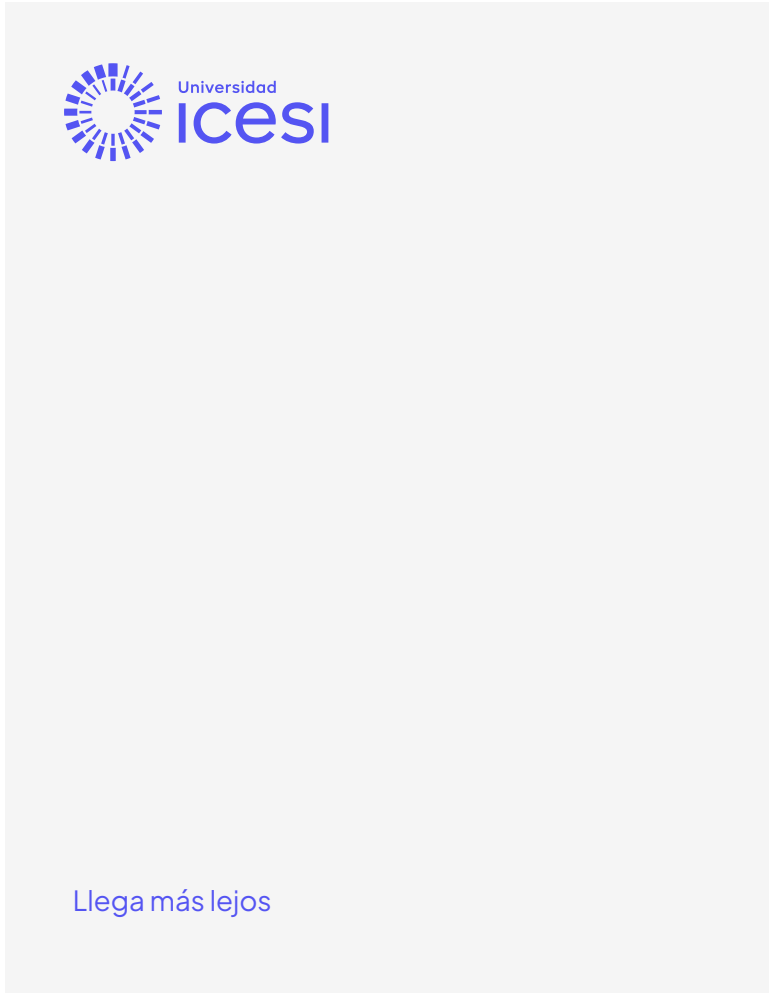
- Mensajes informativos.
- Cobranding y alianzas.
- Promociones y eventos externos.

# Aplicación Ubicación

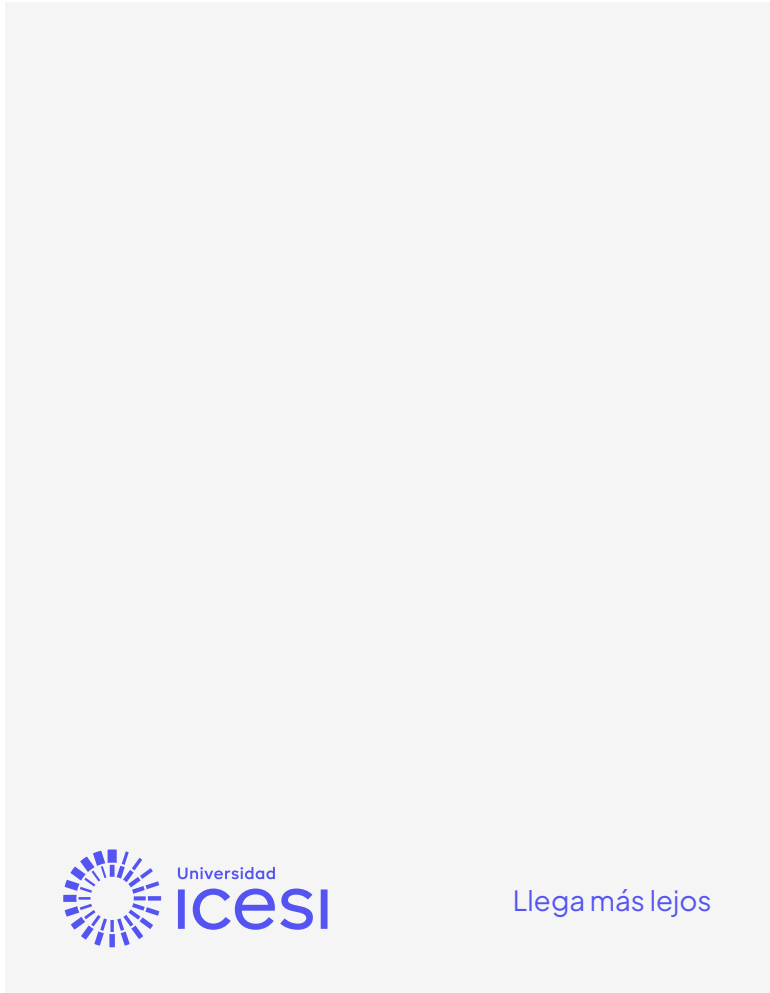
Para homologar la aplicación del tagline, este debe ubicarse únicamente según lo especificado en los diagramas siguientes.



1. Al costado contrario del logotipo.



2. Abajo firmando la pieza

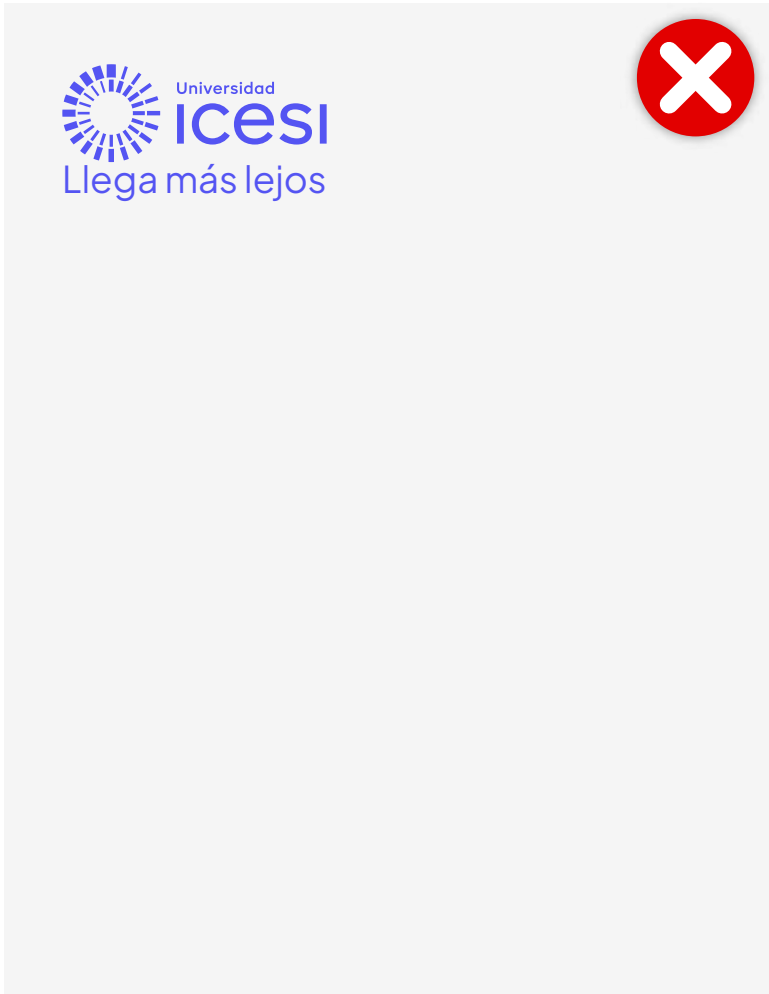


3. Al costado contrario del logotipo.

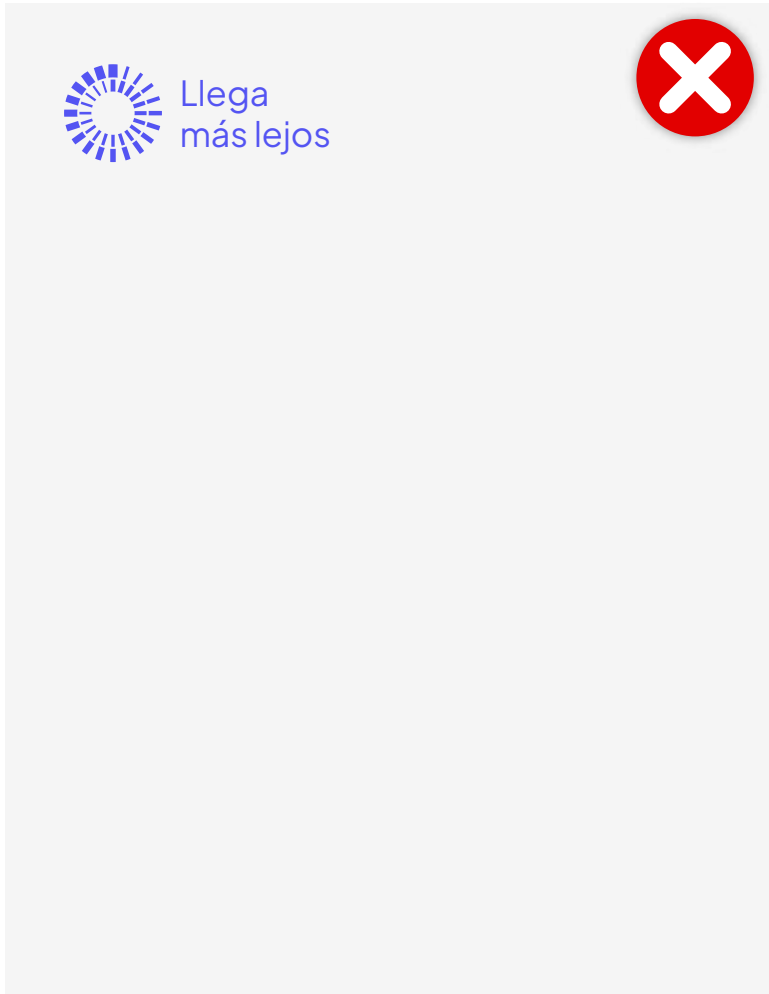


4. Finalizando un cuerpo de texto.

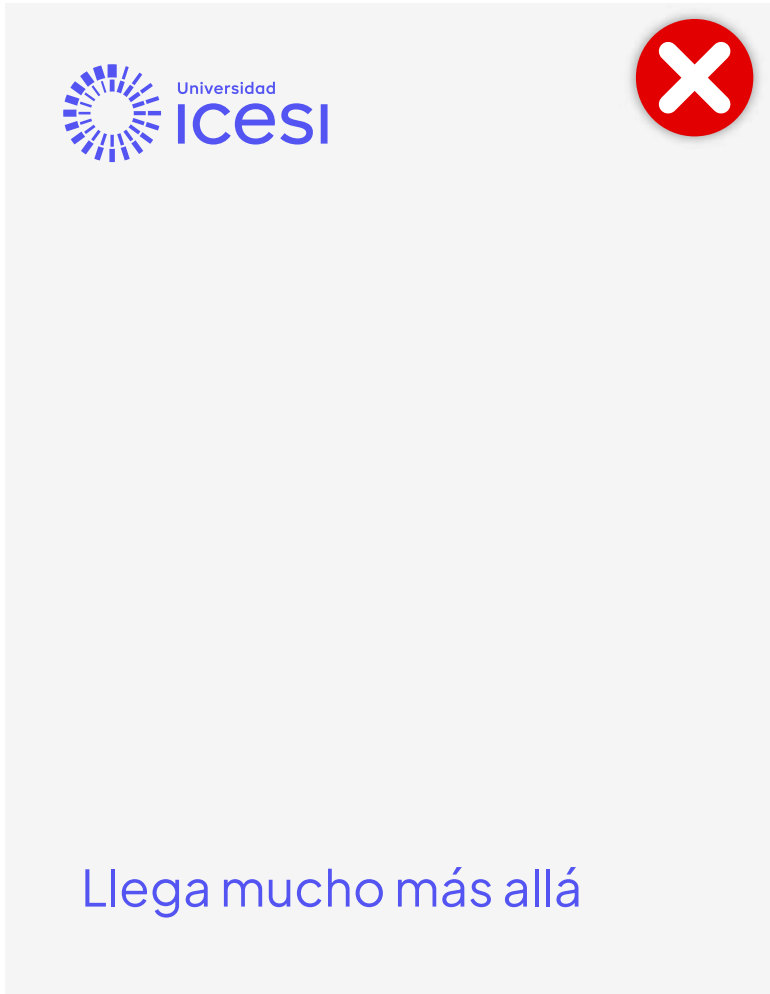
# Usos incorrectos



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.



# 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 Isaac Gilinski                                                      |  | 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 Psicosocial</small>                                                 |  | CEAF <small>Centro de Estudios Afrodiaspóricos</small>                            |  | EDUTEKA <small>Centro de Innovación Educativa y TIC</small>                                 |  |
|                                                | CIENFI <small>Centro de Investigación en Economías y Finanzas</small>                            |        | CITRADI <small>Centro Interdisciplinario para la Transformación Digital e IA</small>         |  | HUB <small>Desarrollo de Negocios</small>                                                           |  | YUNUS <small>Centro para la Innovación Social</small>                             |  | CIES <small>Centro de Estudios Interdisciplinarios Jurídicos, Sociales y Humanistas</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                                                    |  | 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 Translacional en Cuidado Intensivo y Cirugía Experimental |  |                                                                                             |  |
| Otros                                          | Syri                                                                                             | Tienda | Bienestar Universitario                                                                      |  |                                                                                                     |  |                                                                                   |  |                                                                                             |  |

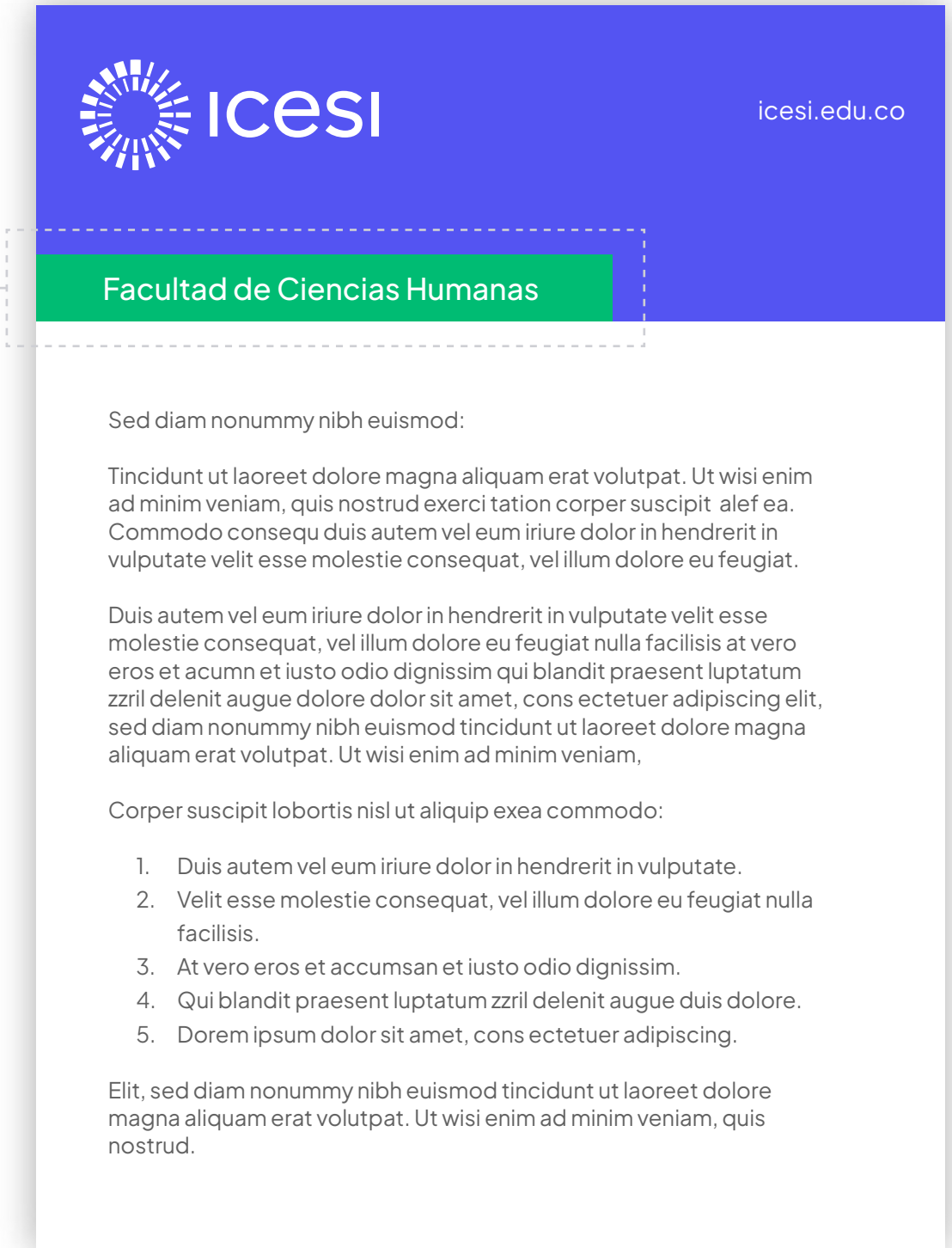
Matriz general que cuenta con versión ampliada por facultad

# 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 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.



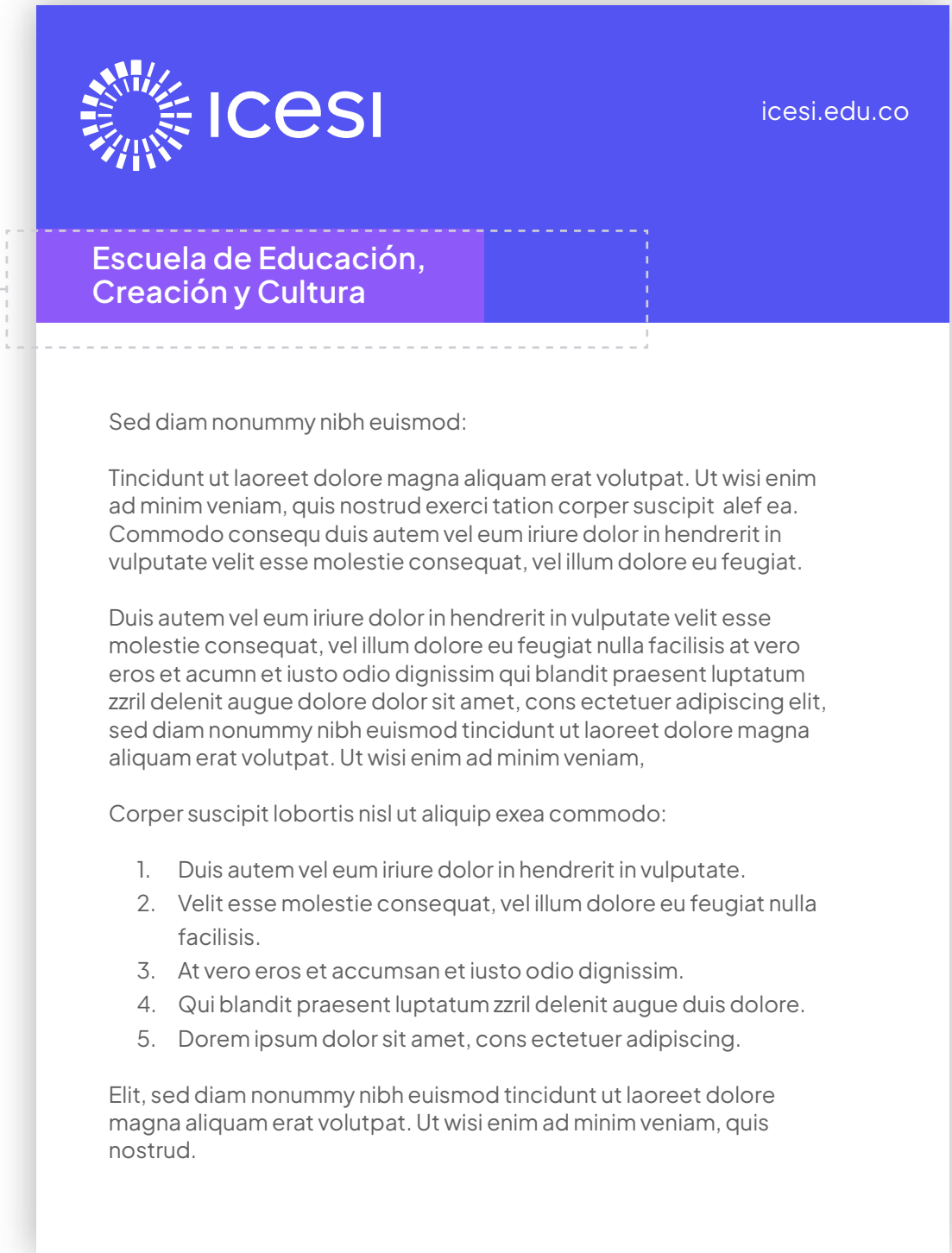


# Escuelas (Core académico)

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.



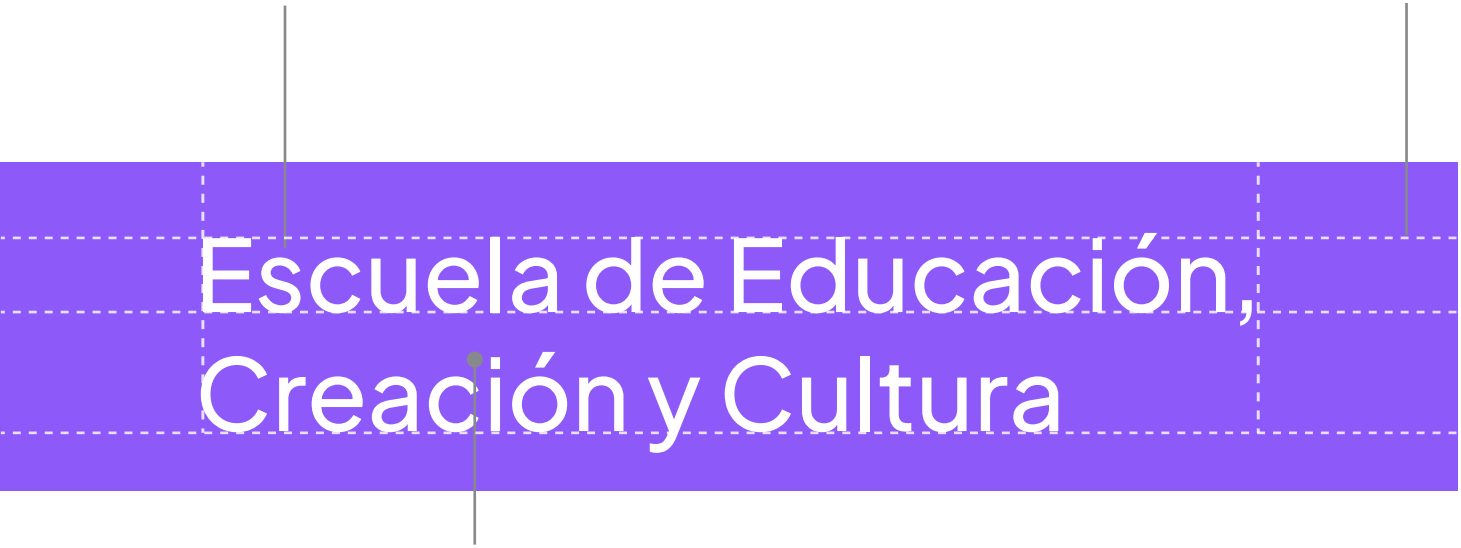
Escuela de Educación,  
Creación y Cultura

# 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

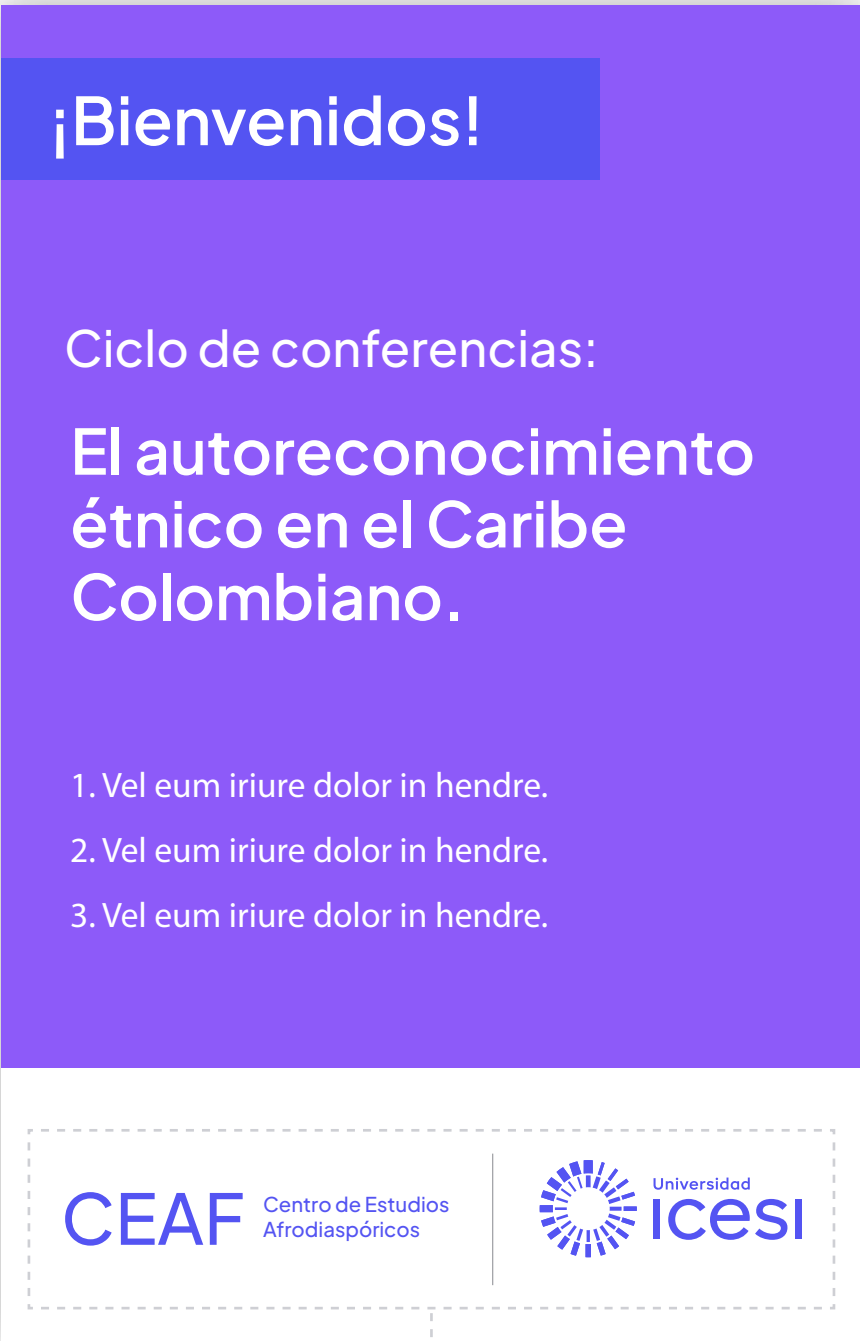
- Criterios para esta categoría:
- Se pueden usar las siglas del nombre del centro u observatorio.
  - Ningún centro u observatorio debe tener un símbolo propio.
  - Cuando el centro u observatorio **participe en un evento externo de forma independiente**, se debe utilizar el "lock-up", donde las siglas y el nombre van atados al logotipo.
  - El centro HUB no lleva nomenclatura de centro ya que HUB en inglés también significa centro y sería una repetición.

Descriptor solo



CEAF Centro de Estudios Afrodiaspóricos

Descriptor con logotipo



CEAF Centro de Estudios Afrodiaspóricos





# 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.

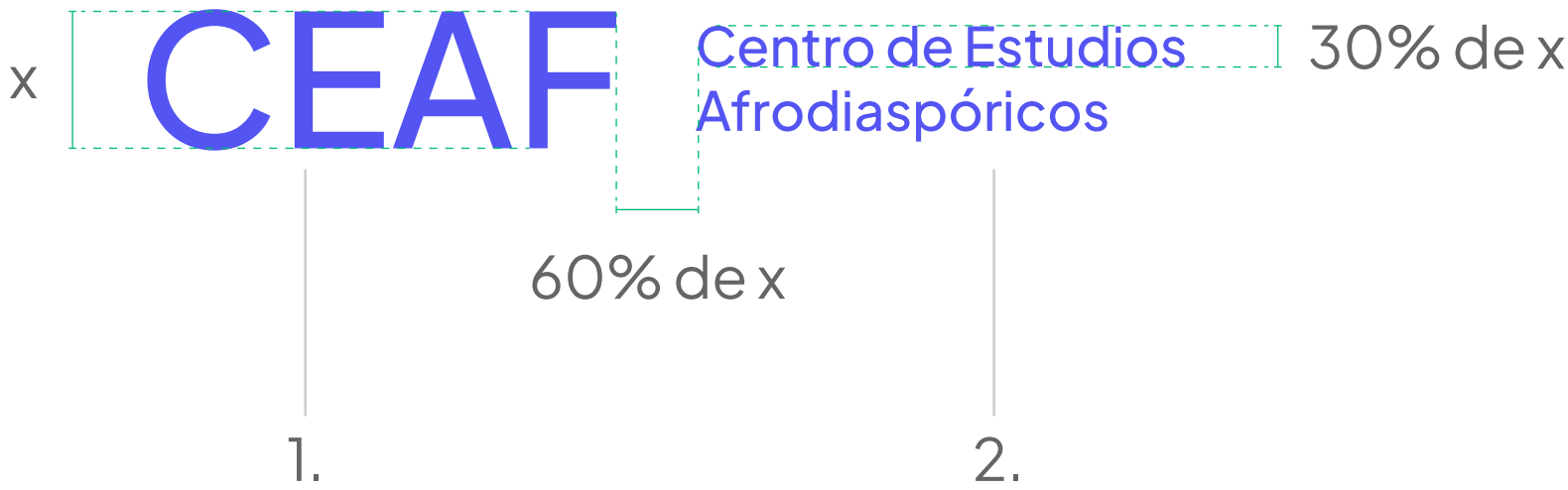
1. Las siglas de la actividad deben de ir del lado izquierdo, escritas en mayúsculas sostenidas y en tipografía Plus Jakarta Sans Médium.
2. El nombre de la actividad debe escribirse en tipografía Plus Jakarta Sans Médium.

### 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

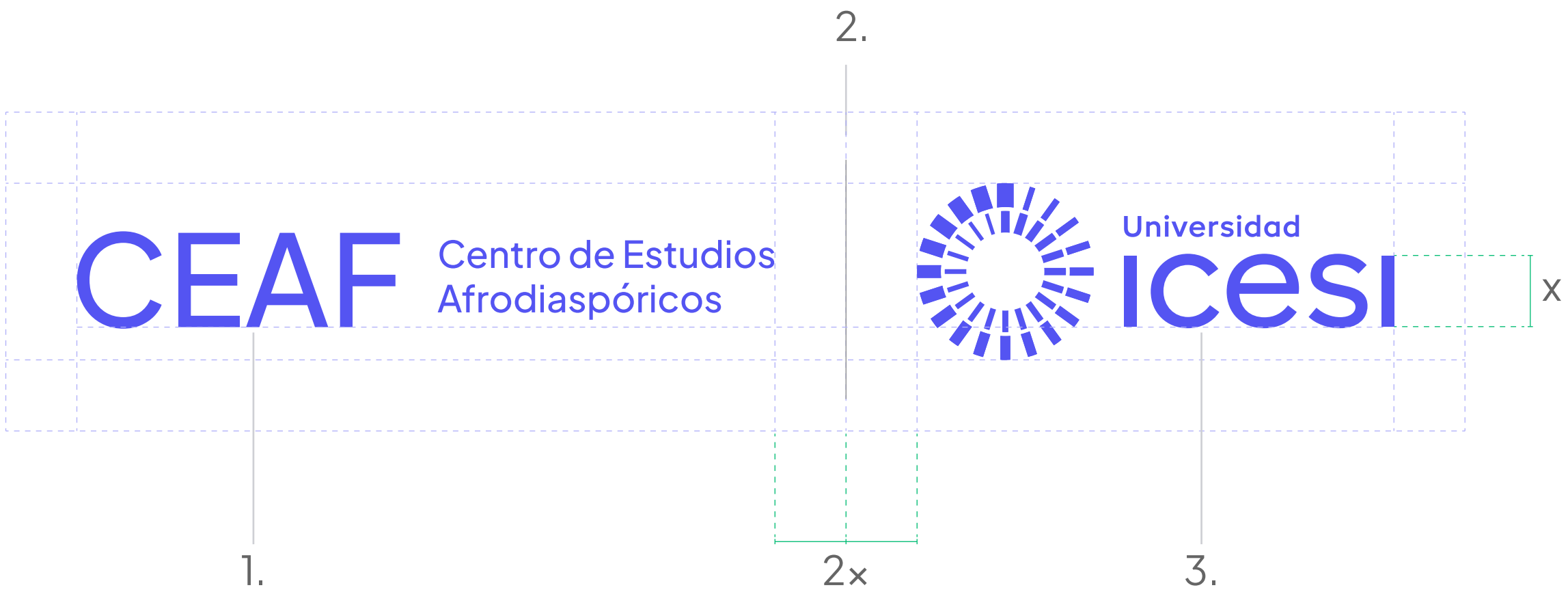
### Descriptor solo



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

# Laboratorios, Programas, Grupos y Consultorios

Criterios para esta categoría:

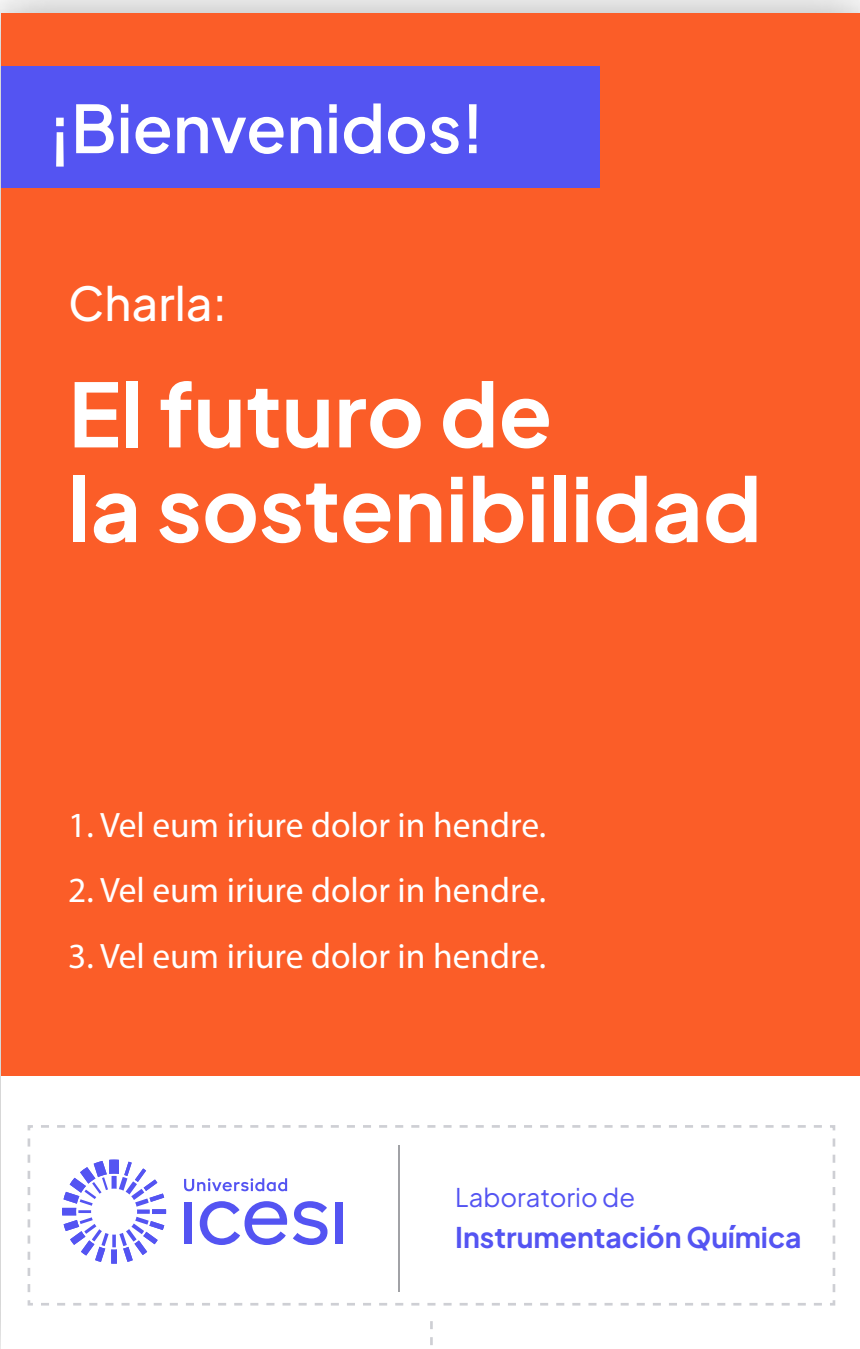
- No se permiten nombres propios ni siglas. Se deben utilizar nombres genéricos – descriptivos.
- Ningún laboratorio, programa, grupo o consultorio tendrá un símbolo propio.
- Cuando el laboratorio, programa, grupo o consultorio **participe en un evento externo de forma independiente**, se debe utilizar 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 dui autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat.

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

**Detalles del evento:**

 Fecha: 21 de octubre - 7 de noviembre

 Horario: 9:00 am - 12:00 pm / 2:00 pm - 5:00 pm

 Lugar: Biblioteca Departamental del Valle del Cauca.

**Investigadores principales:**

Carlos Humberto Araujo Mejía  
Daniela Castellanos Montes



Universidad  
**ICESI**

# Mascota “Andy”

# Personajes

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

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

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

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

Andy



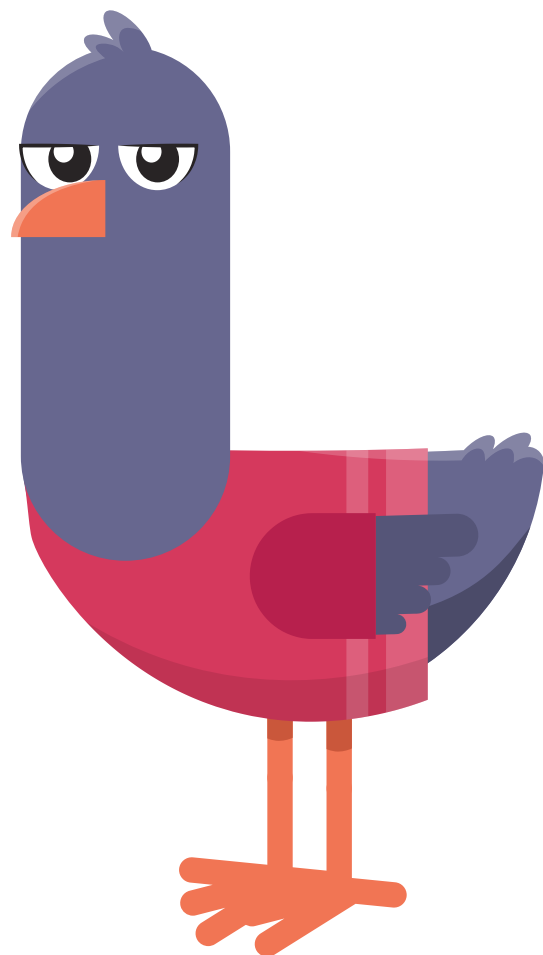
Izzy



Zary



Pigy



Batzy

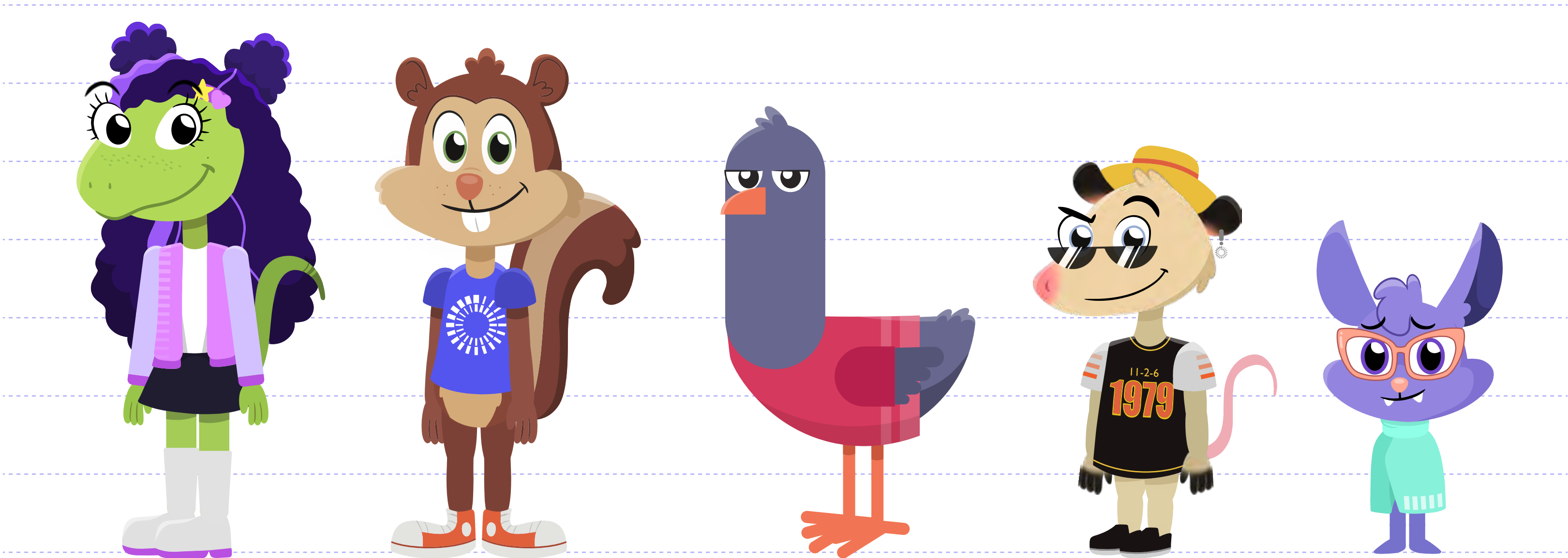




# Personajes

## 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.



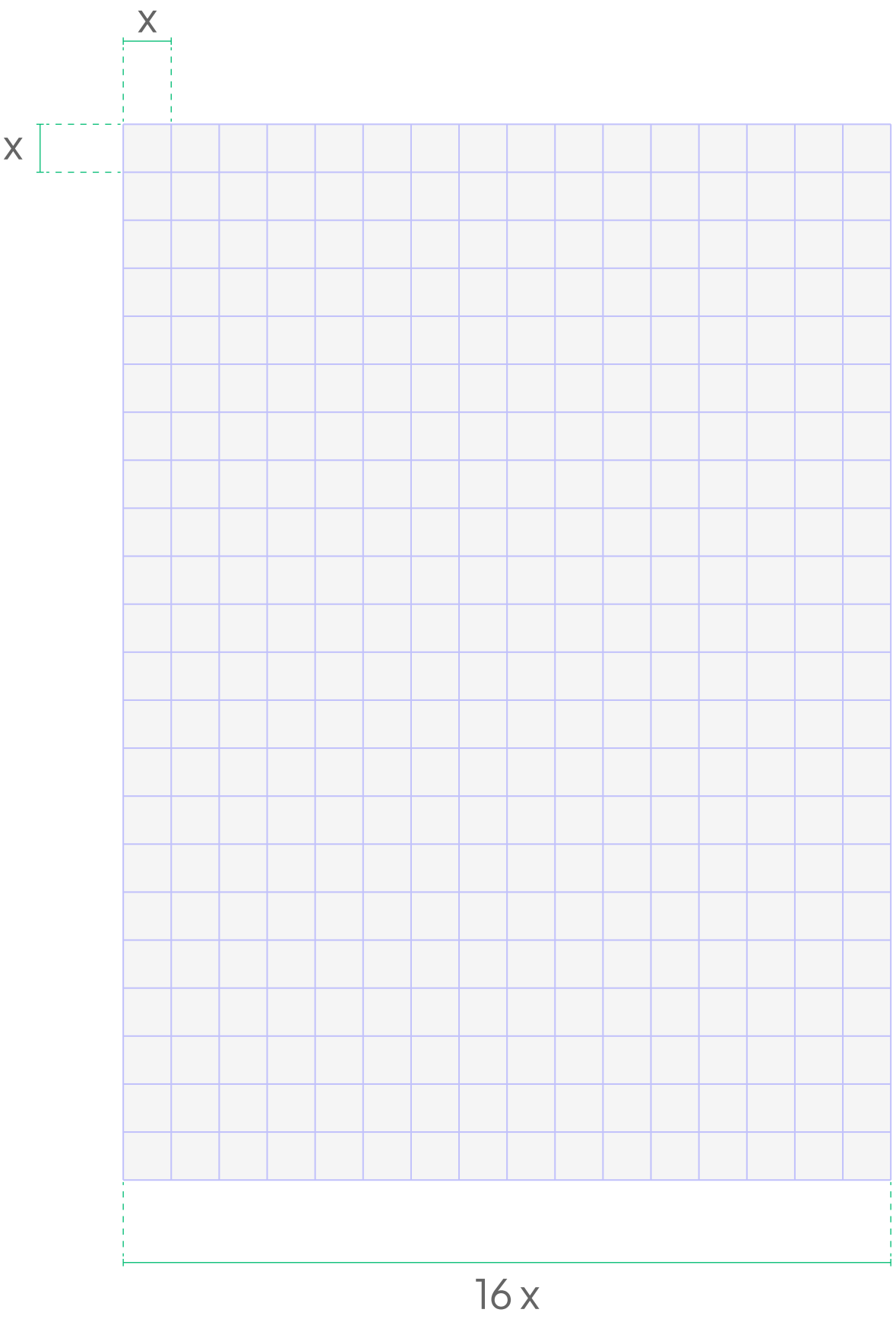


# La retícula

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



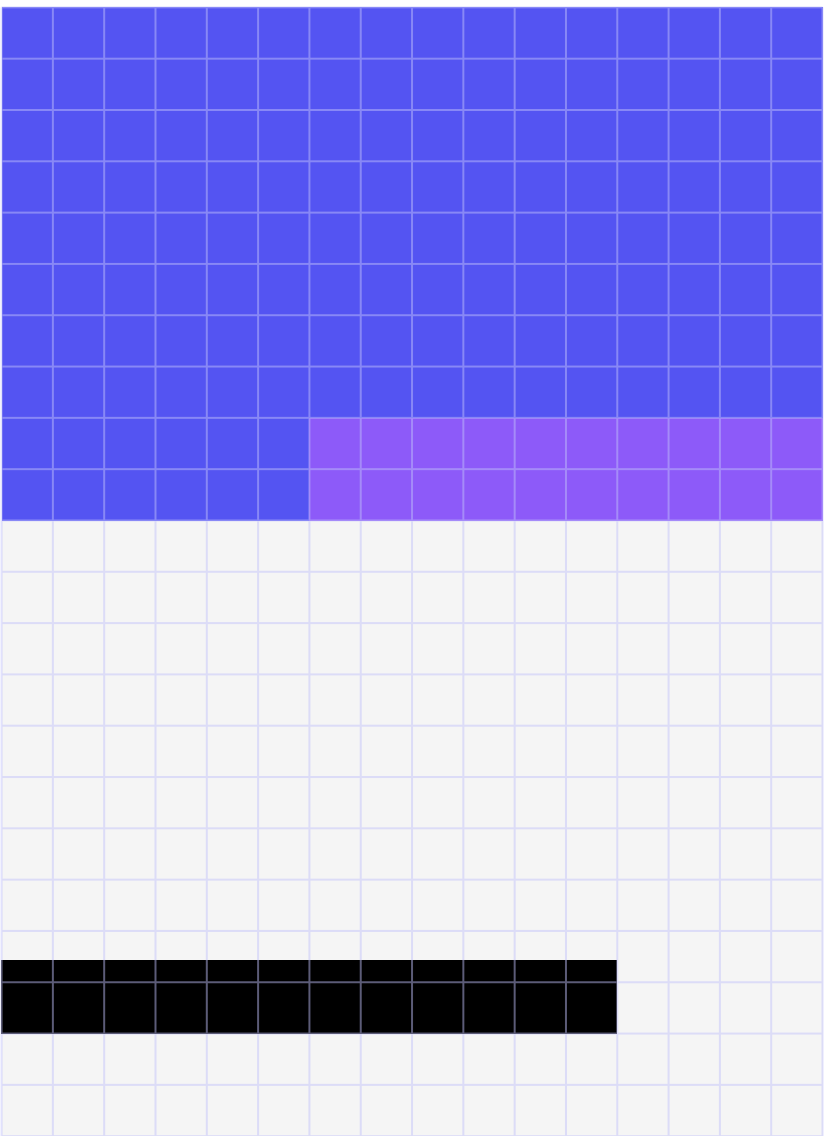
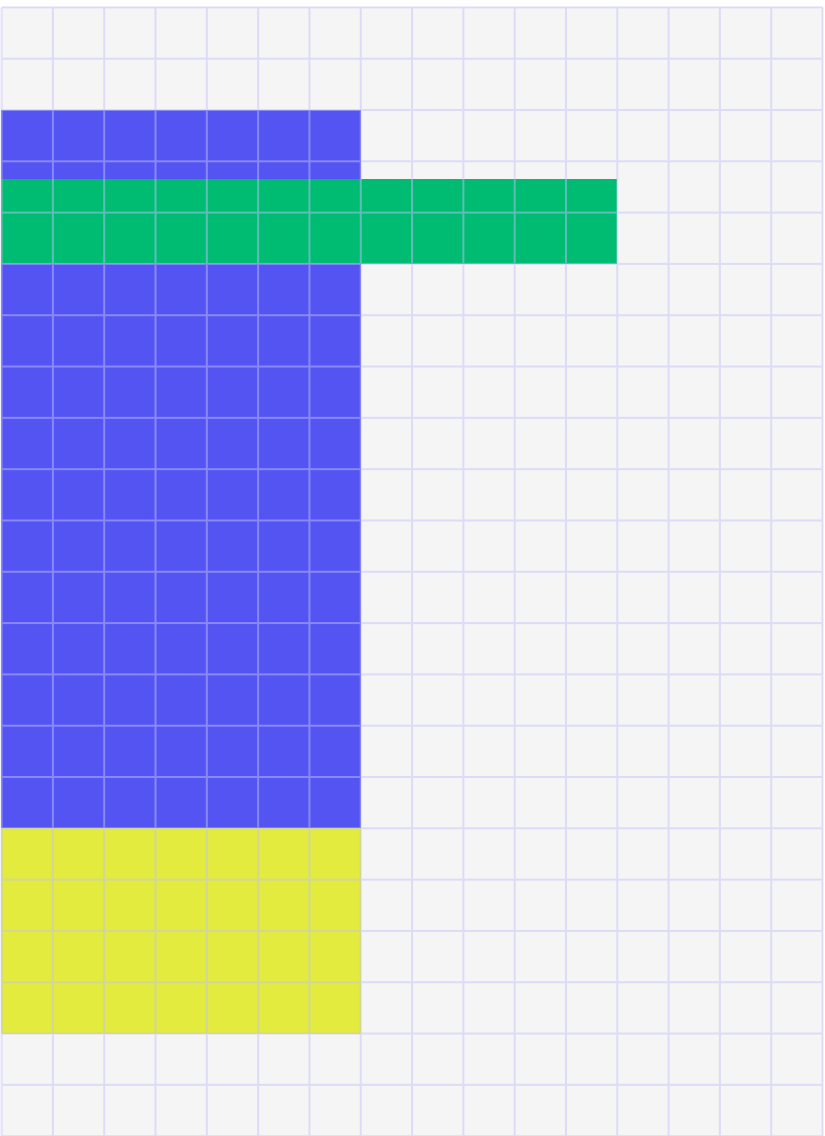
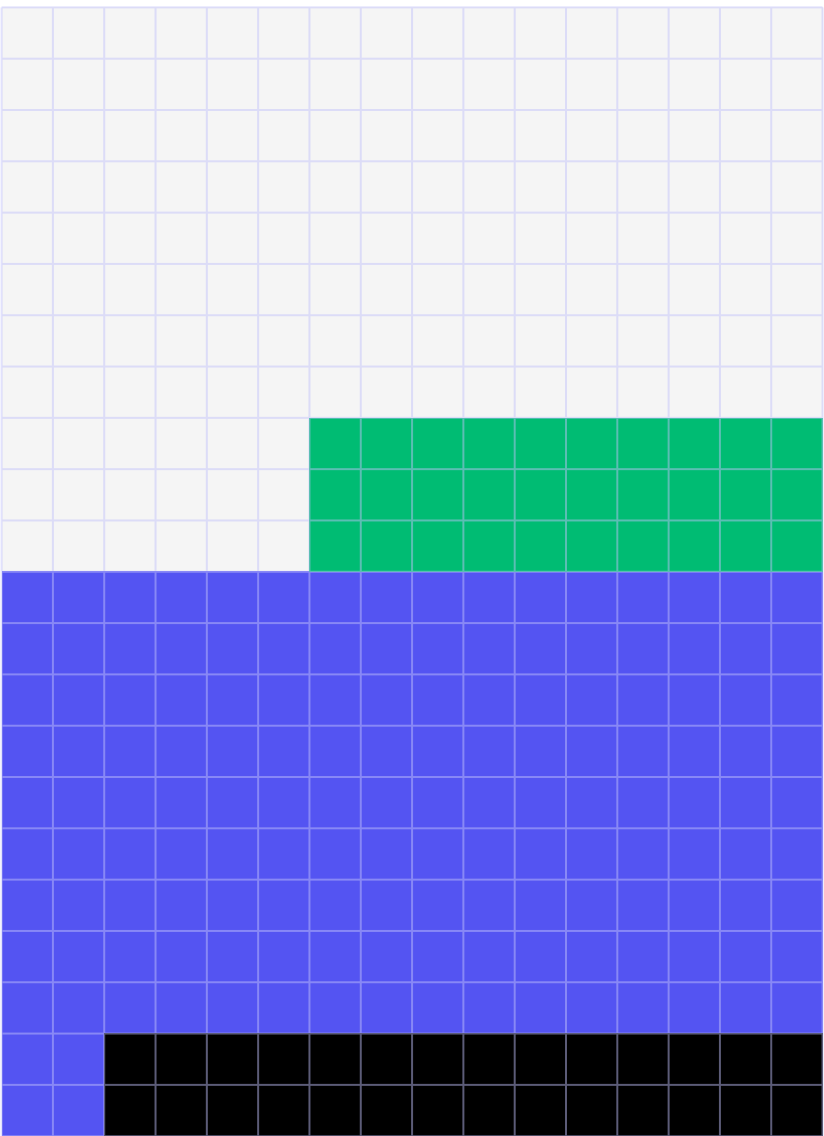
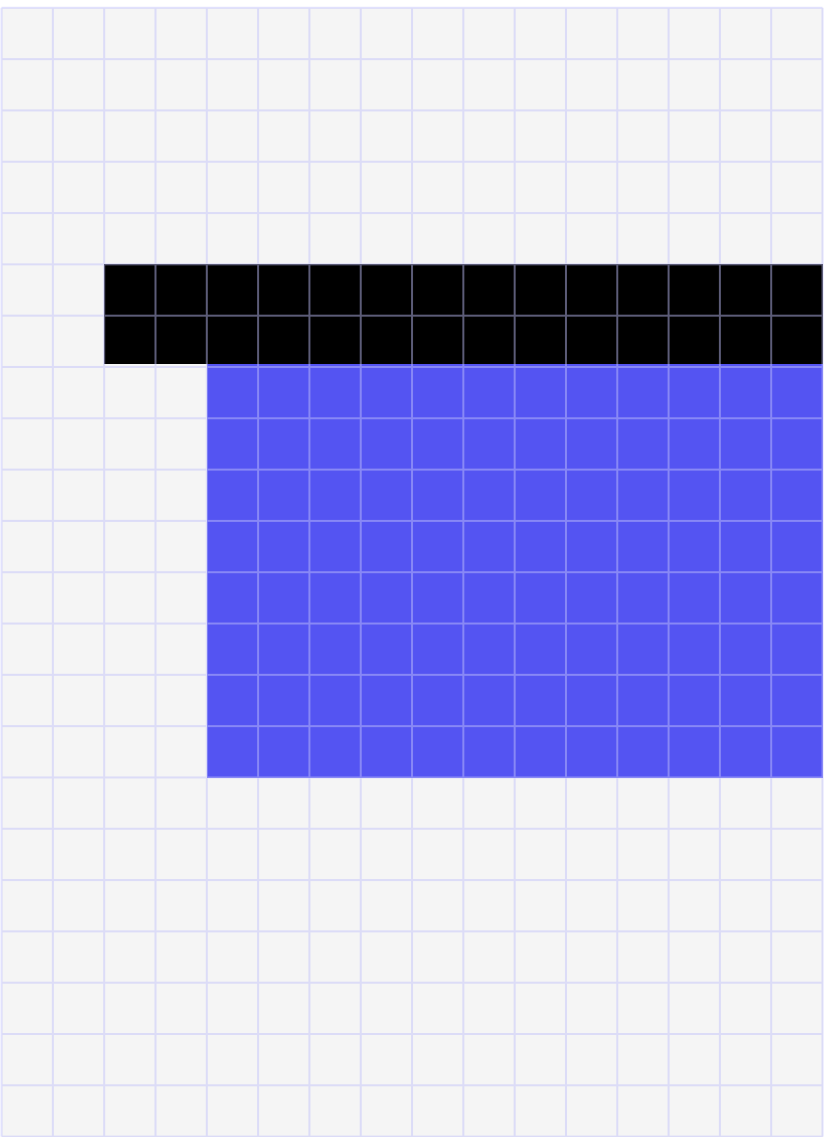
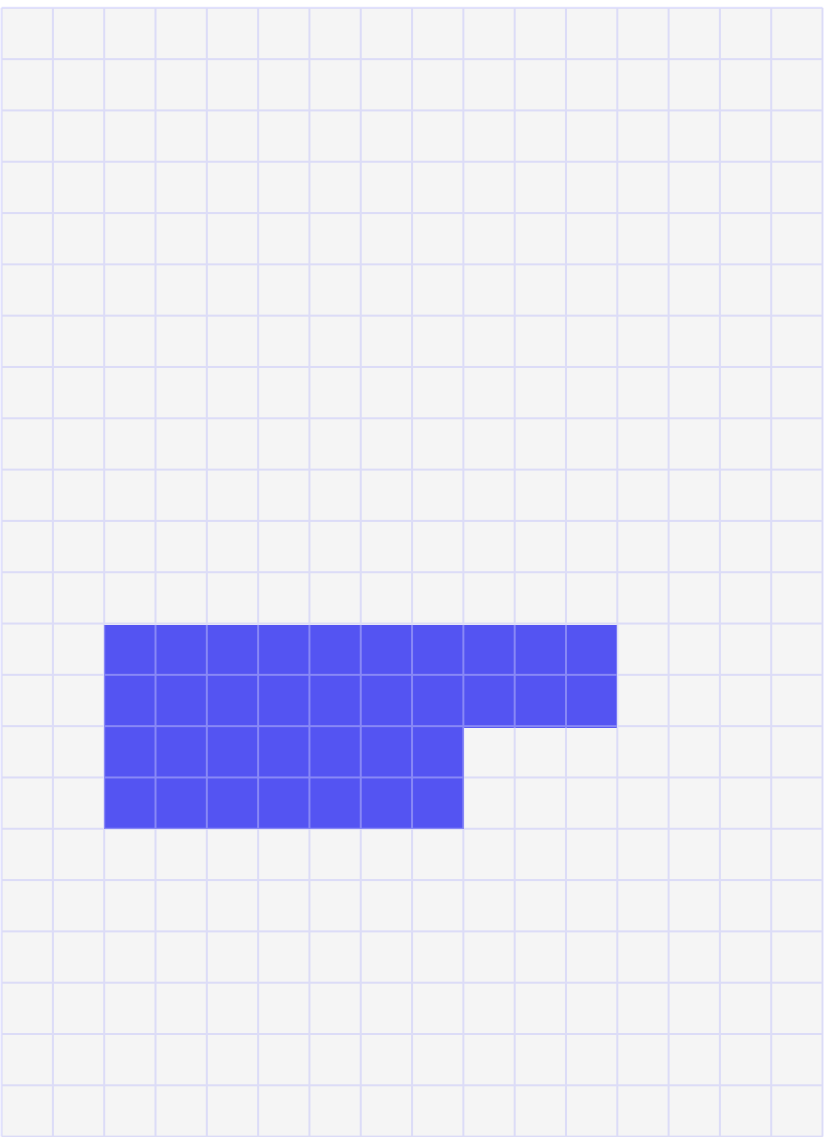
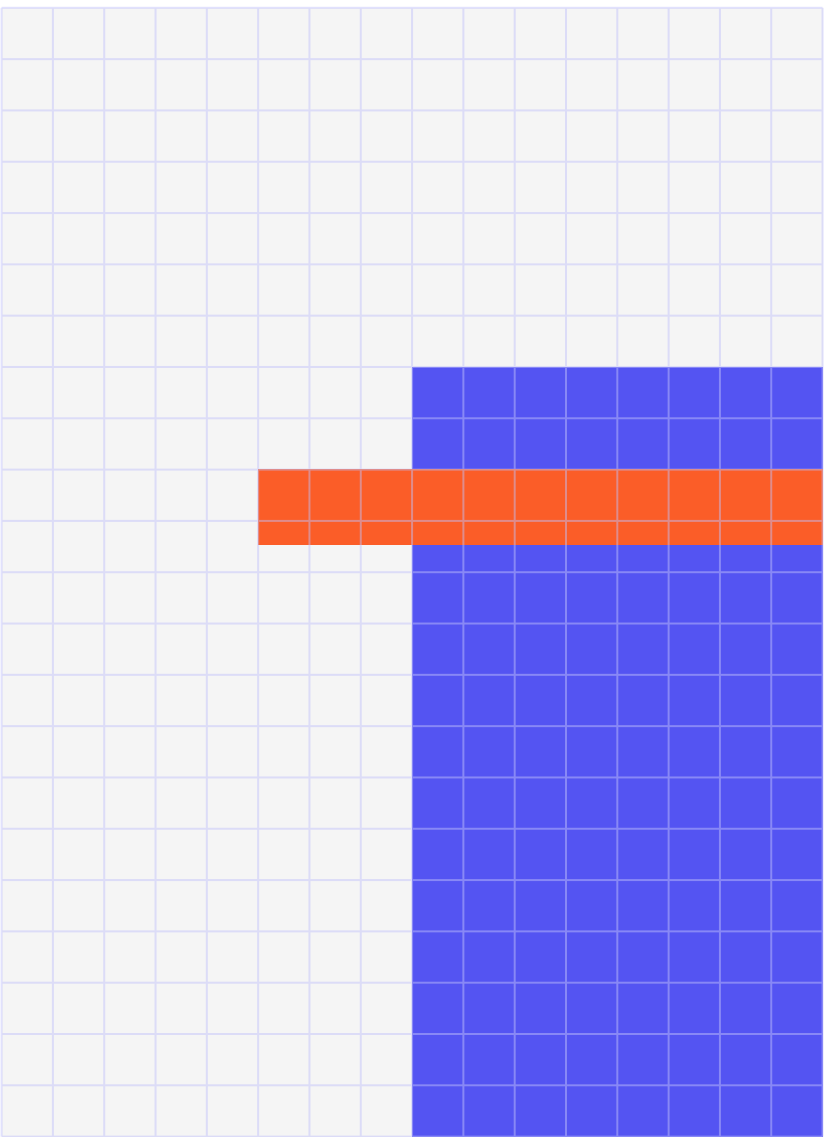
Formatos horizontales





# Diagramación con bloques de color

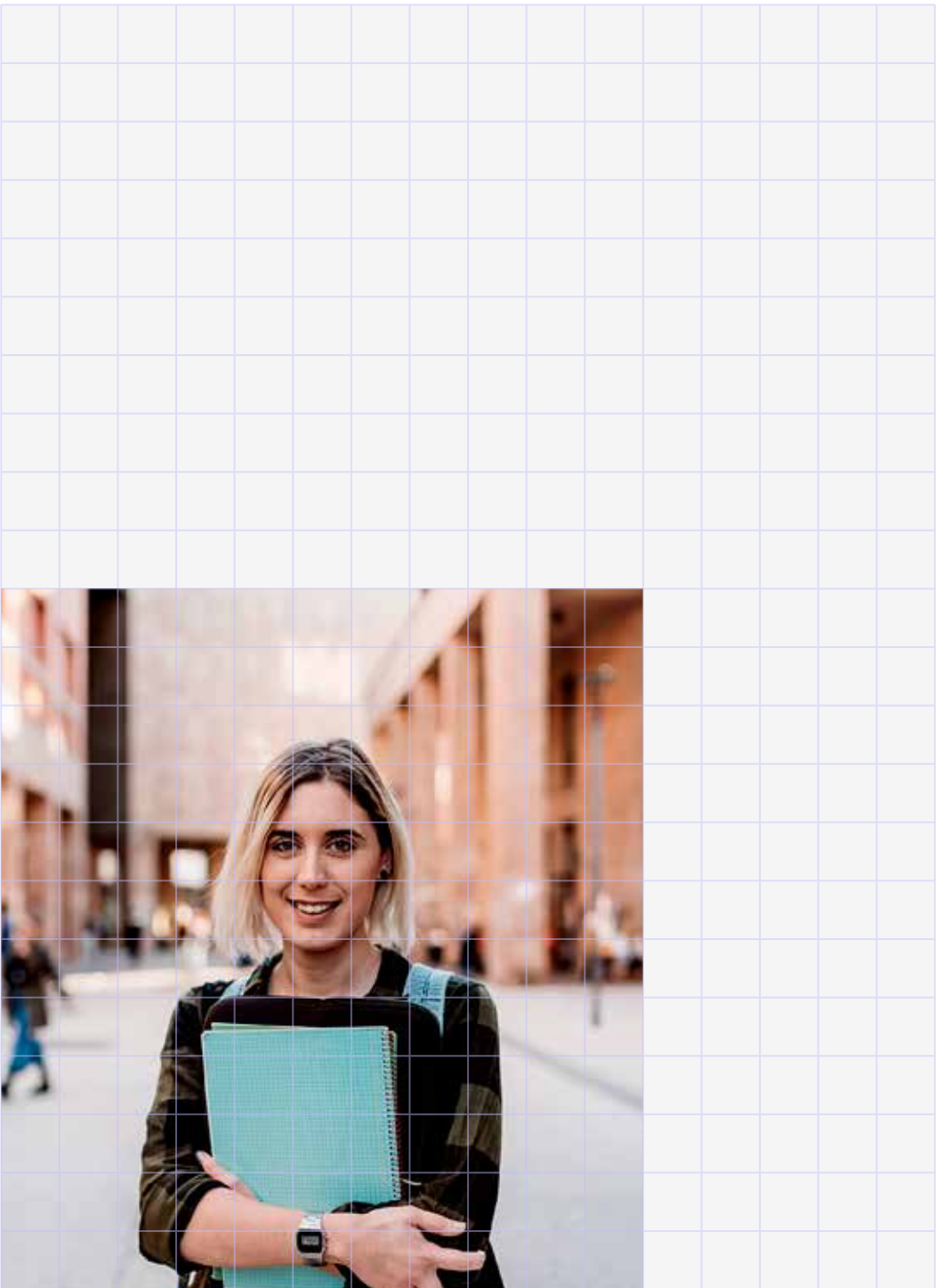
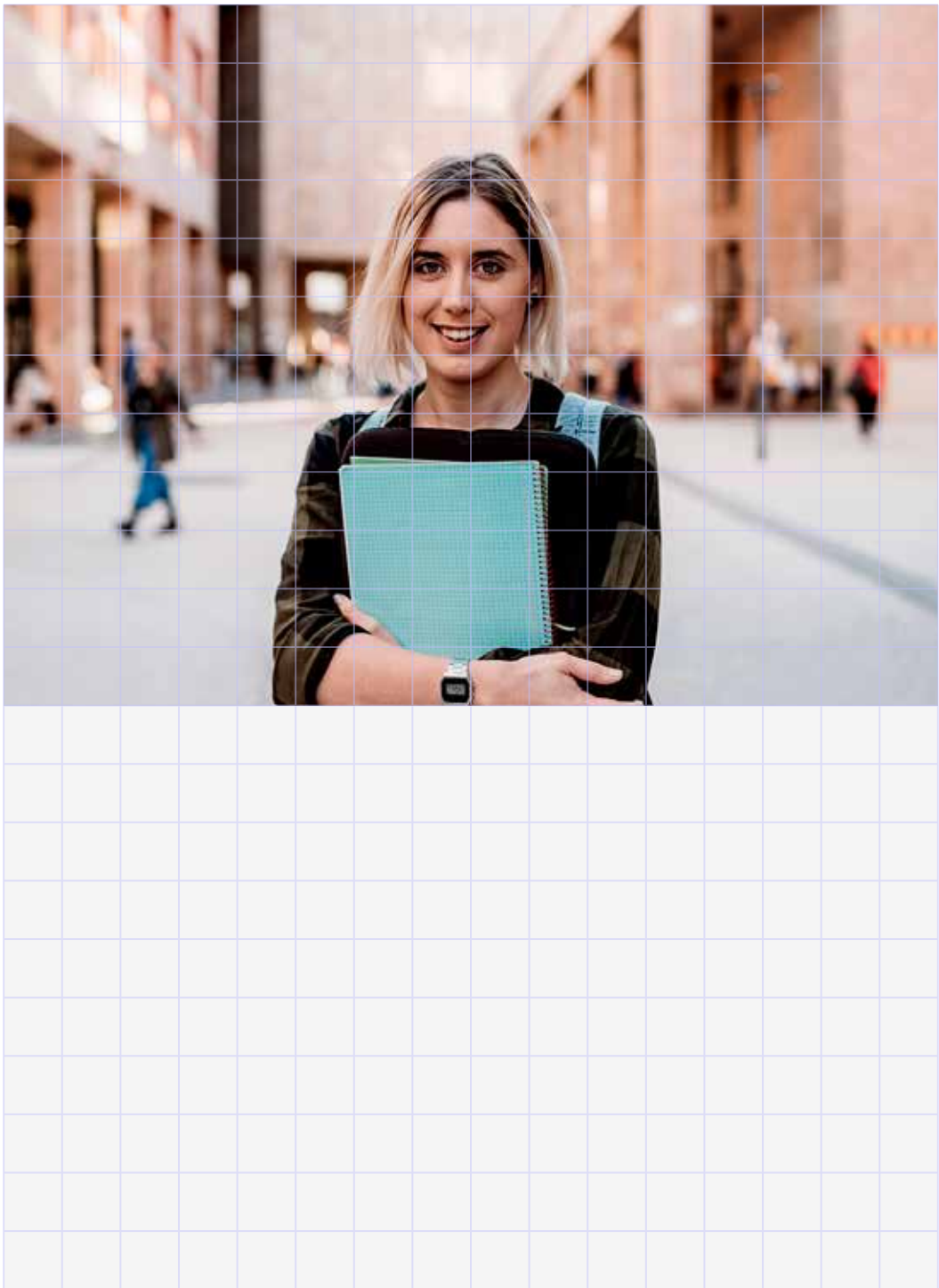
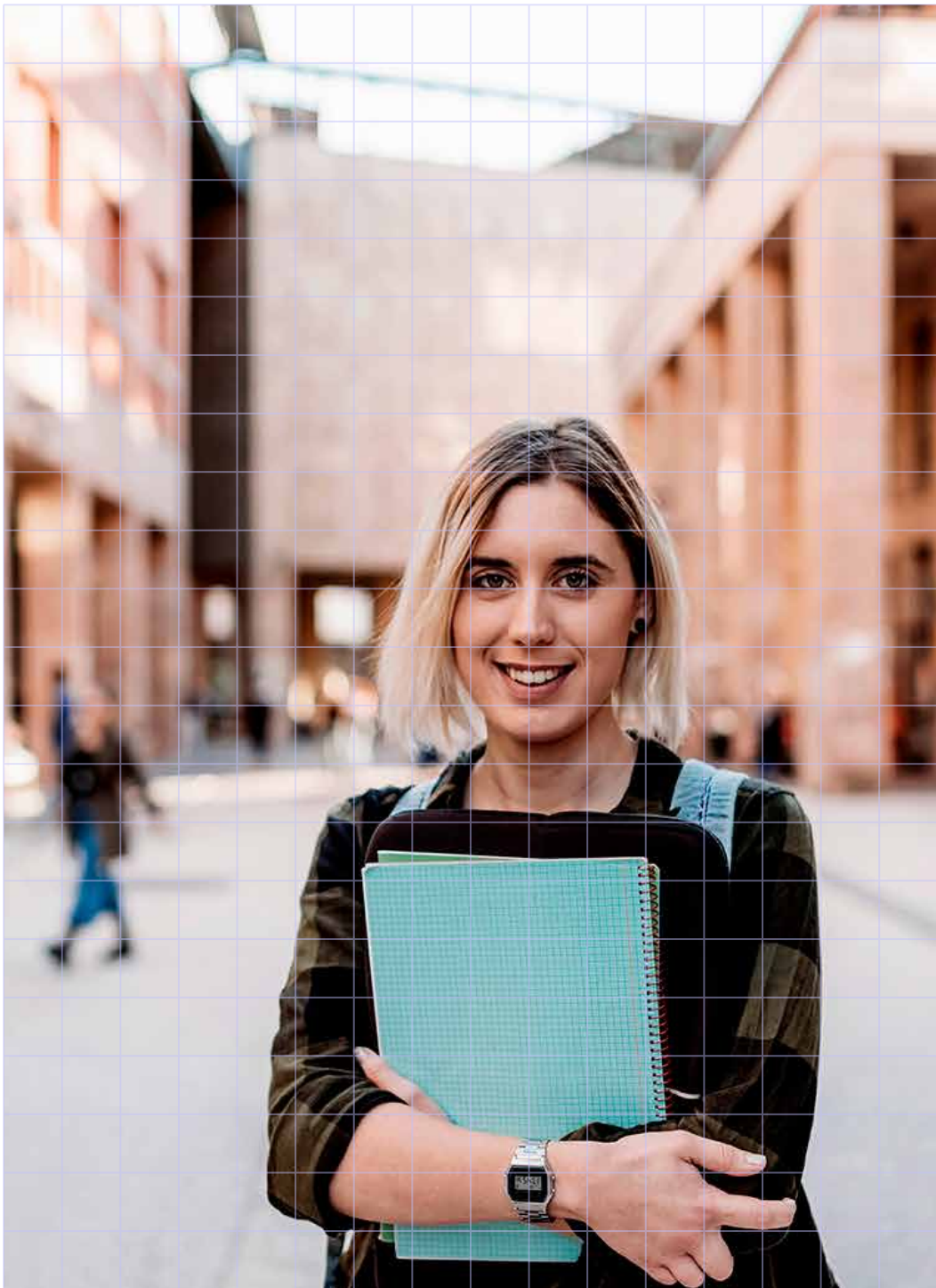
Los bloques de color permiten generar diferentes espacios de información y craer una comunicación dinámica. La retícula debe usarse para colocar los bloques en el espacio del formato.



# Diagramación de imágenes

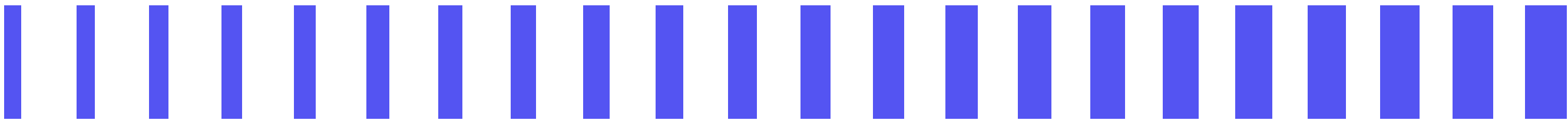
Las imágenes pueden ir totalmente rebasadas al formato o solo en algunos costados.

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.



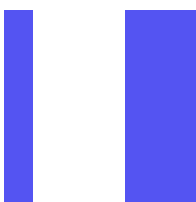


# Cenefa

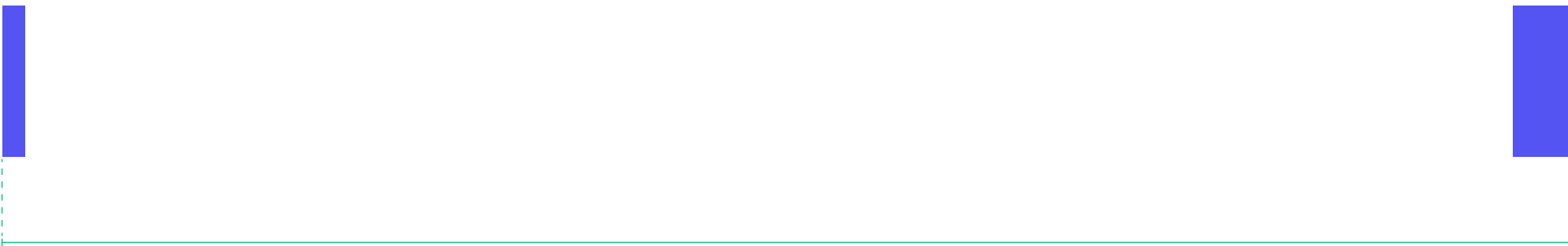
## Construcción

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

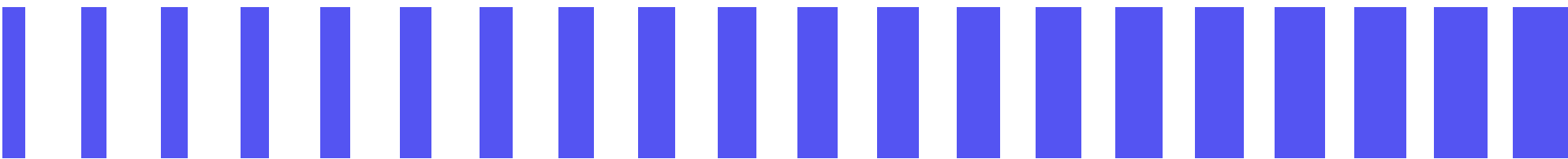


2. Coloca cada rectángulo en los extremos opuestos de la longitud final que deberá tener la cenefa.



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

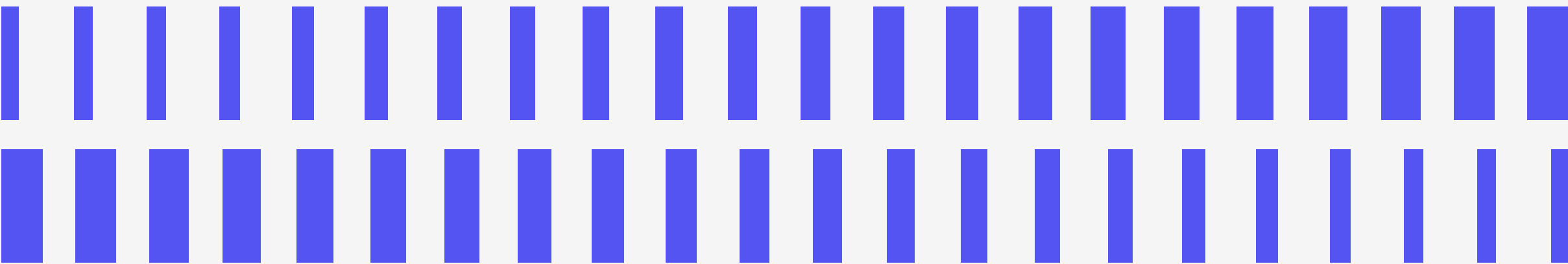
## Estilos

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.

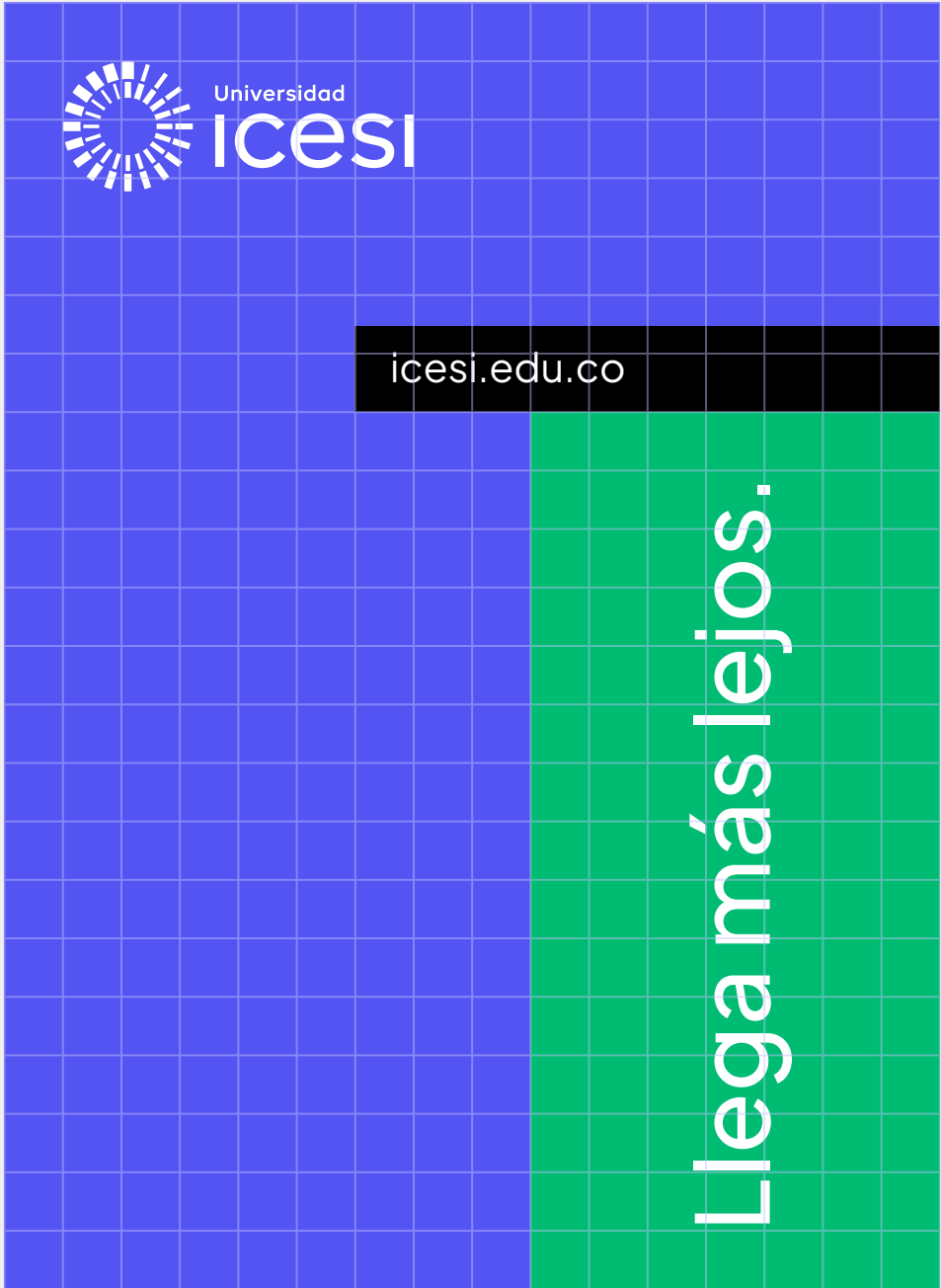
Cenefa simple.



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](https://icesi.edu.co)



Universidad  
**Icesi**

Beca  
Watson Marlow

Para mujeres  
afrocolombianas  
del Valle  
y del Pacífico.  
Postúlate



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





Universidad  
**icesi**

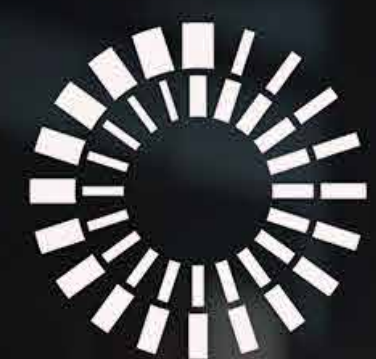


Programa de  
Economía Aplicada

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



Publicidad exterior



Universidad  
**icesi**

Llega más lejos

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



Diplomas



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



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



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

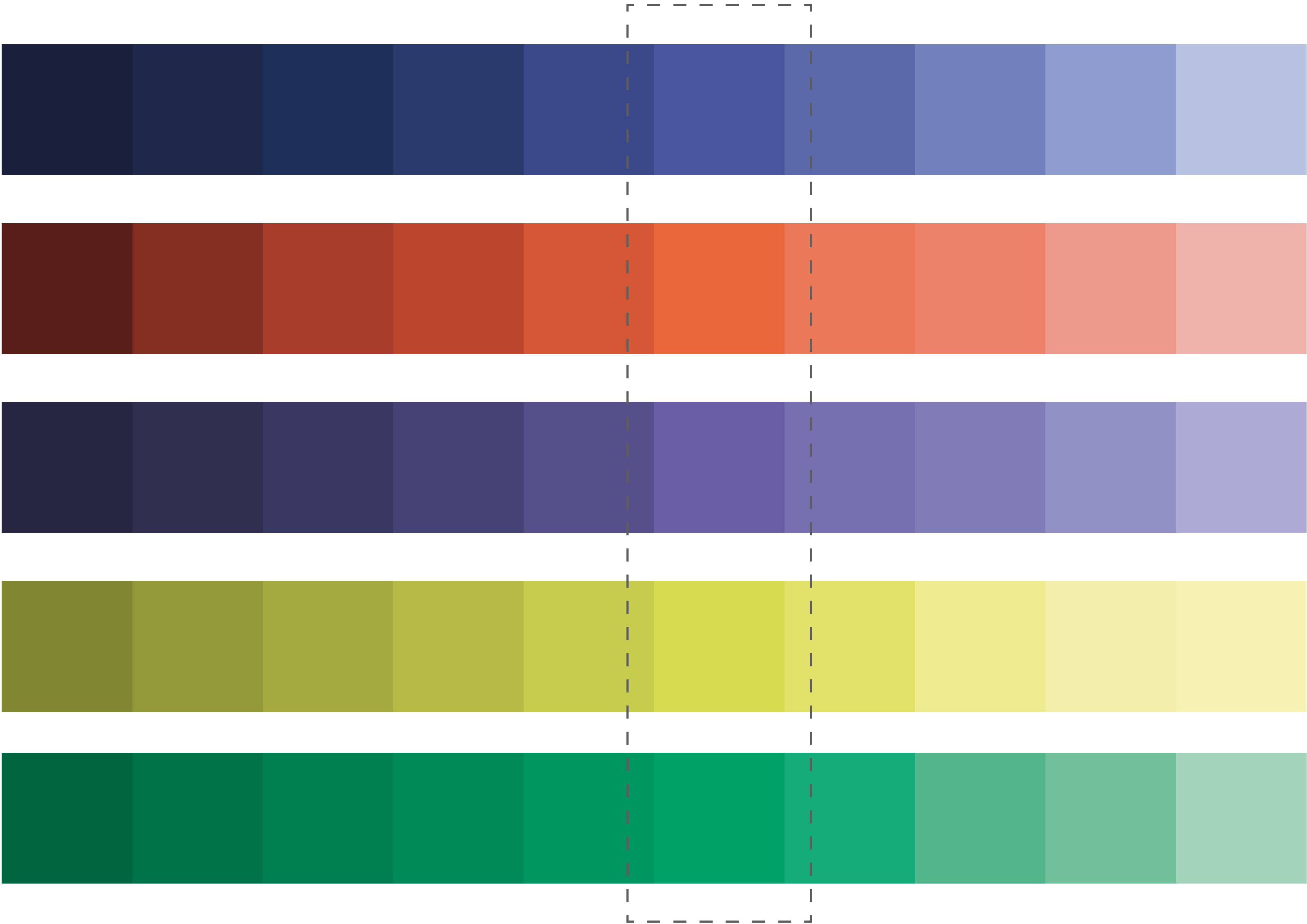
Llega más lejos

icesi.edu.co

Aplicación en pintura



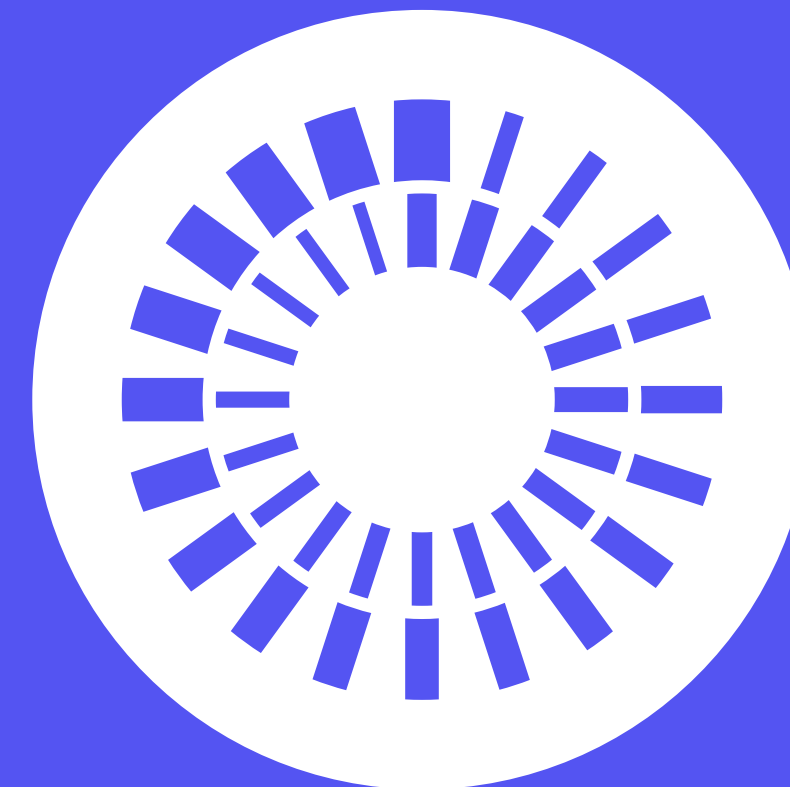
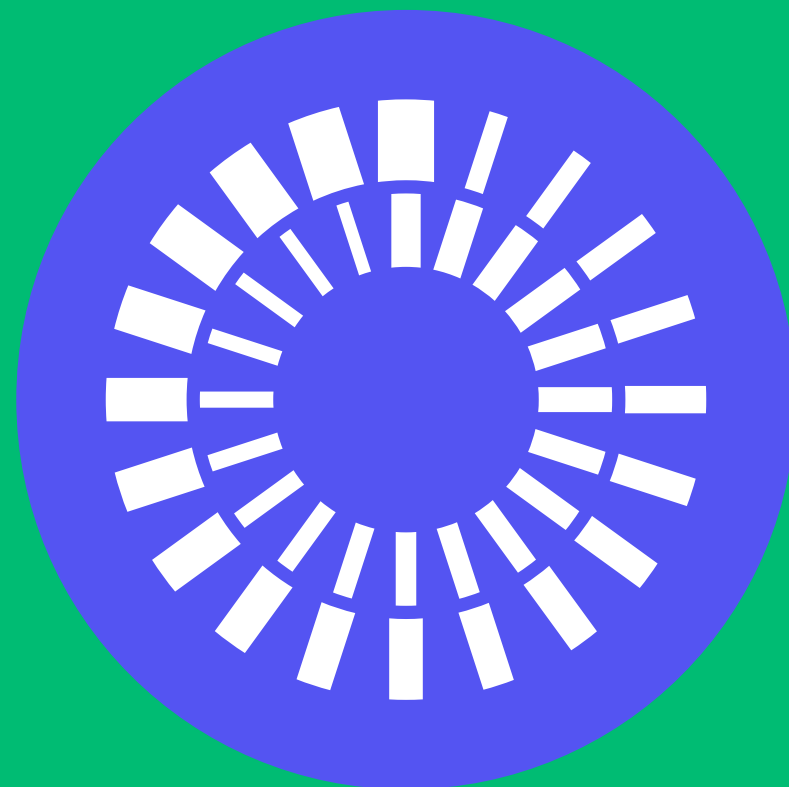
Escalas de color



Estas aplicaciones no forman parte de la paleta de color principal ni complementaria del manual.

Su uso es exclusivo para la revisión de tonos de pintura en proyectos de adecuación de espacios, permitiendo ajustar la intensidad (más claro o más oscuro) respecto a los colores oficiales. Cualquier aplicación de estos tonos debe contar con el visto bueno del equipo de Comunicaciones.

Aplicaciones digitales



Universidad\_Icesi

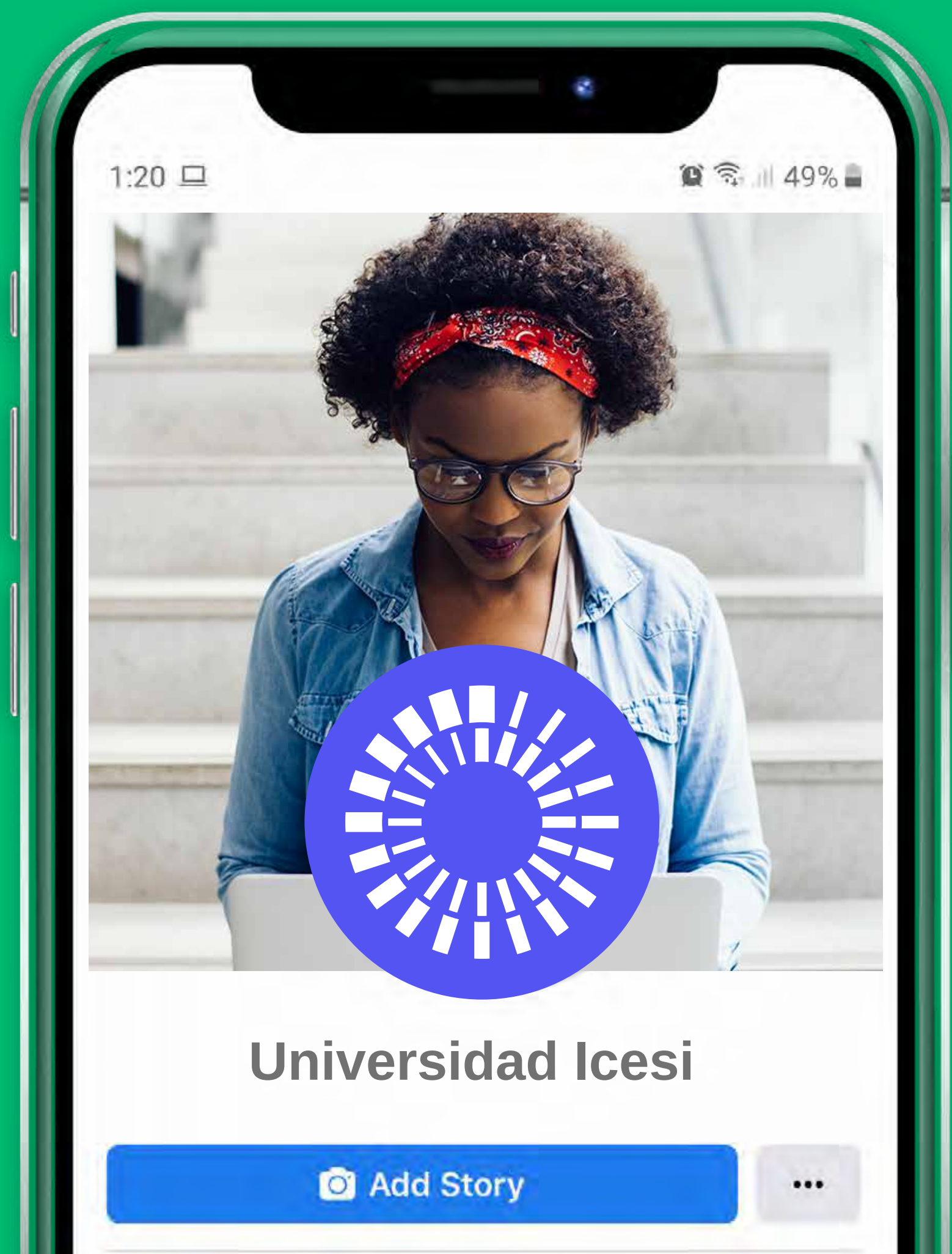


Universida



icesi.e

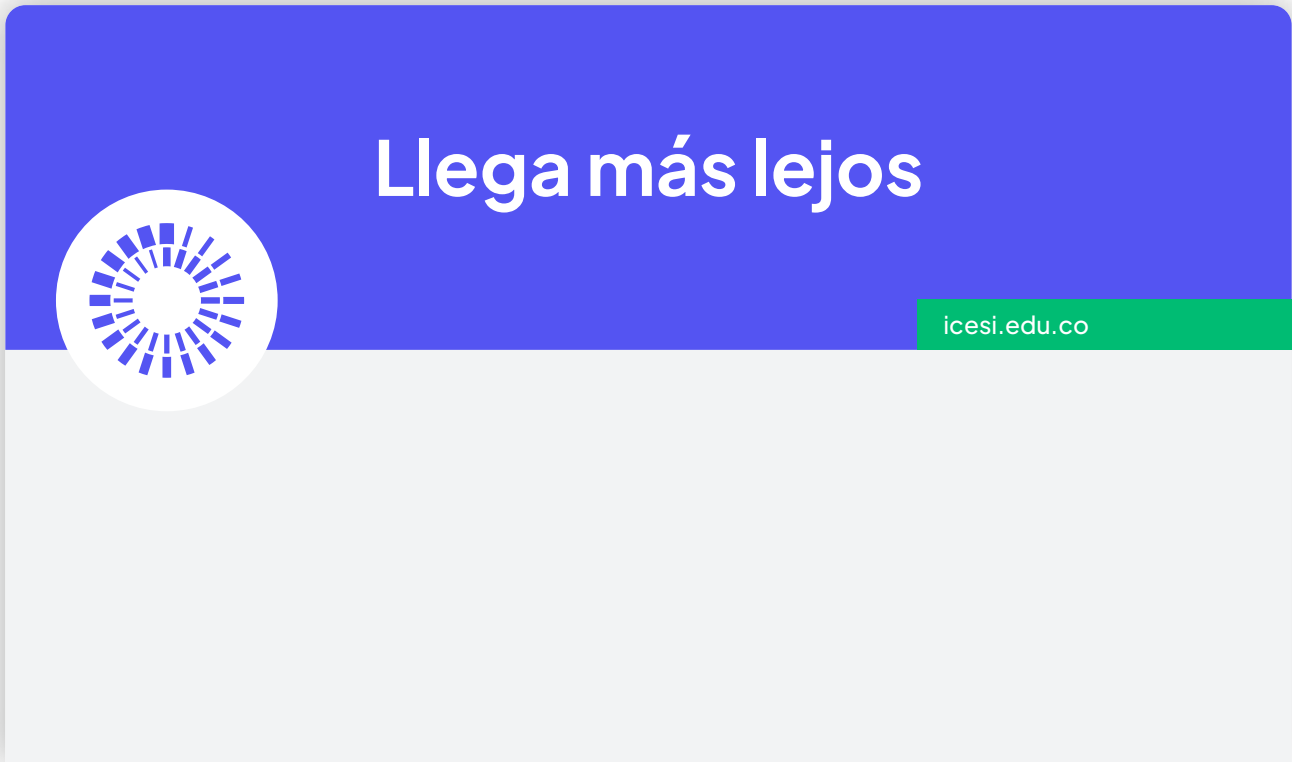




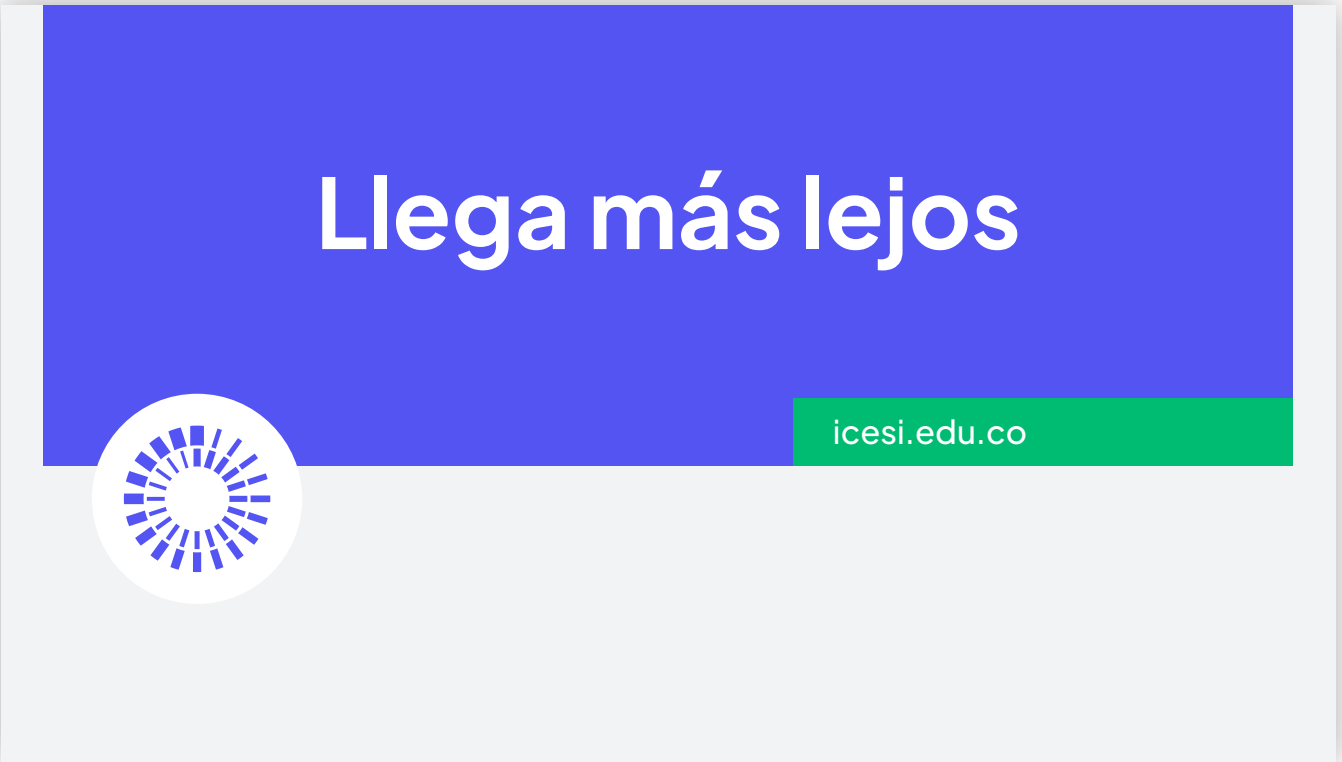


Portada de redes sociales

Linkedin



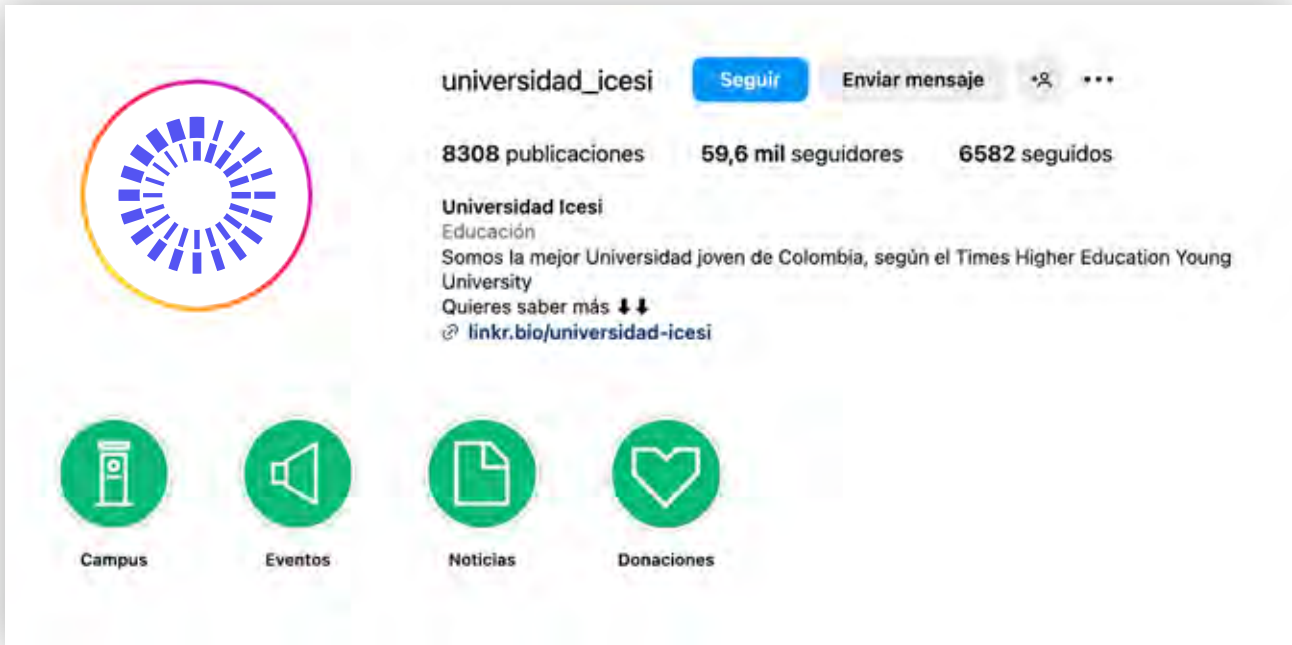
Facebook



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

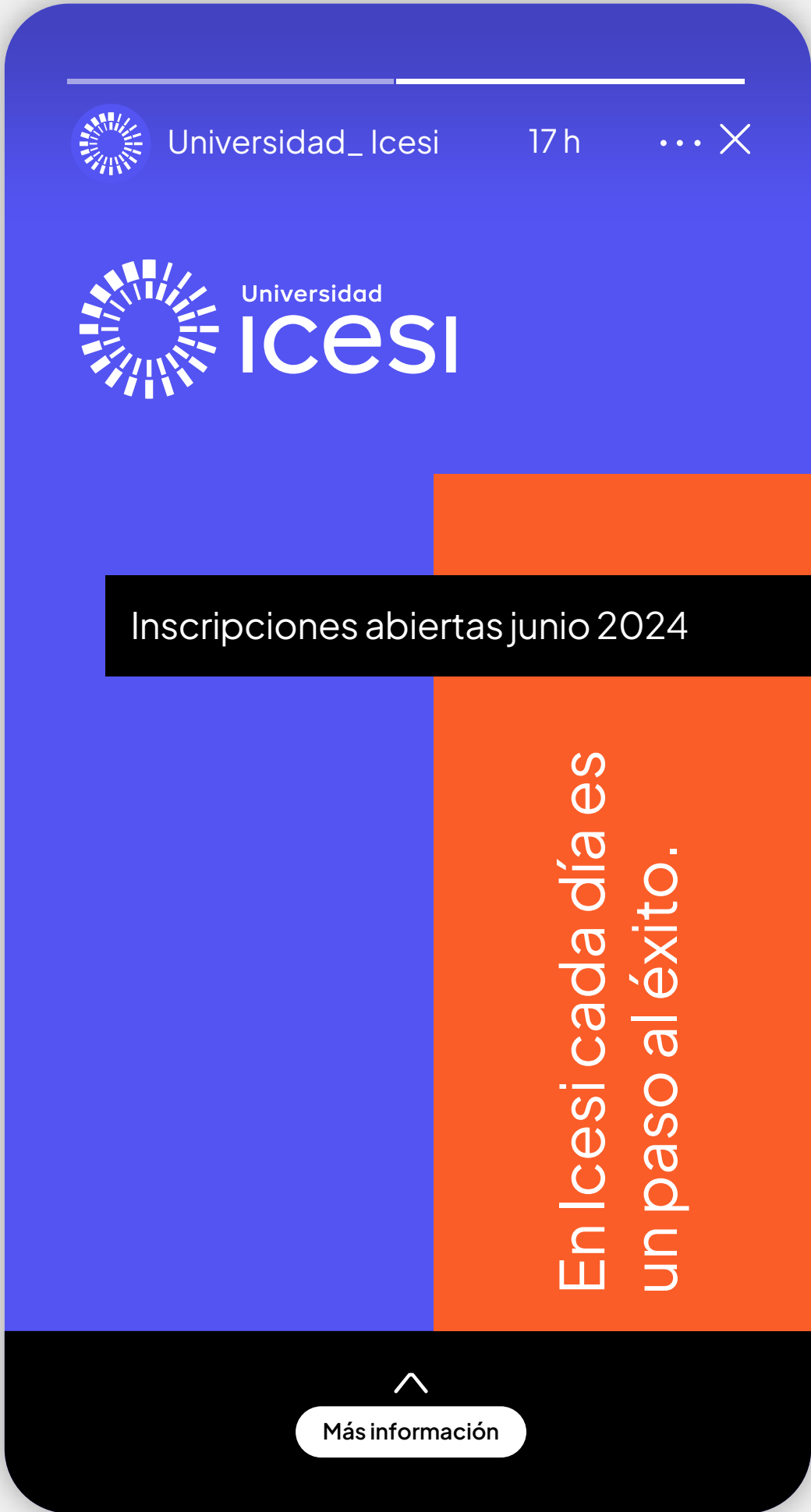
10% dto.

Presentando tu carnet o tu diploma.

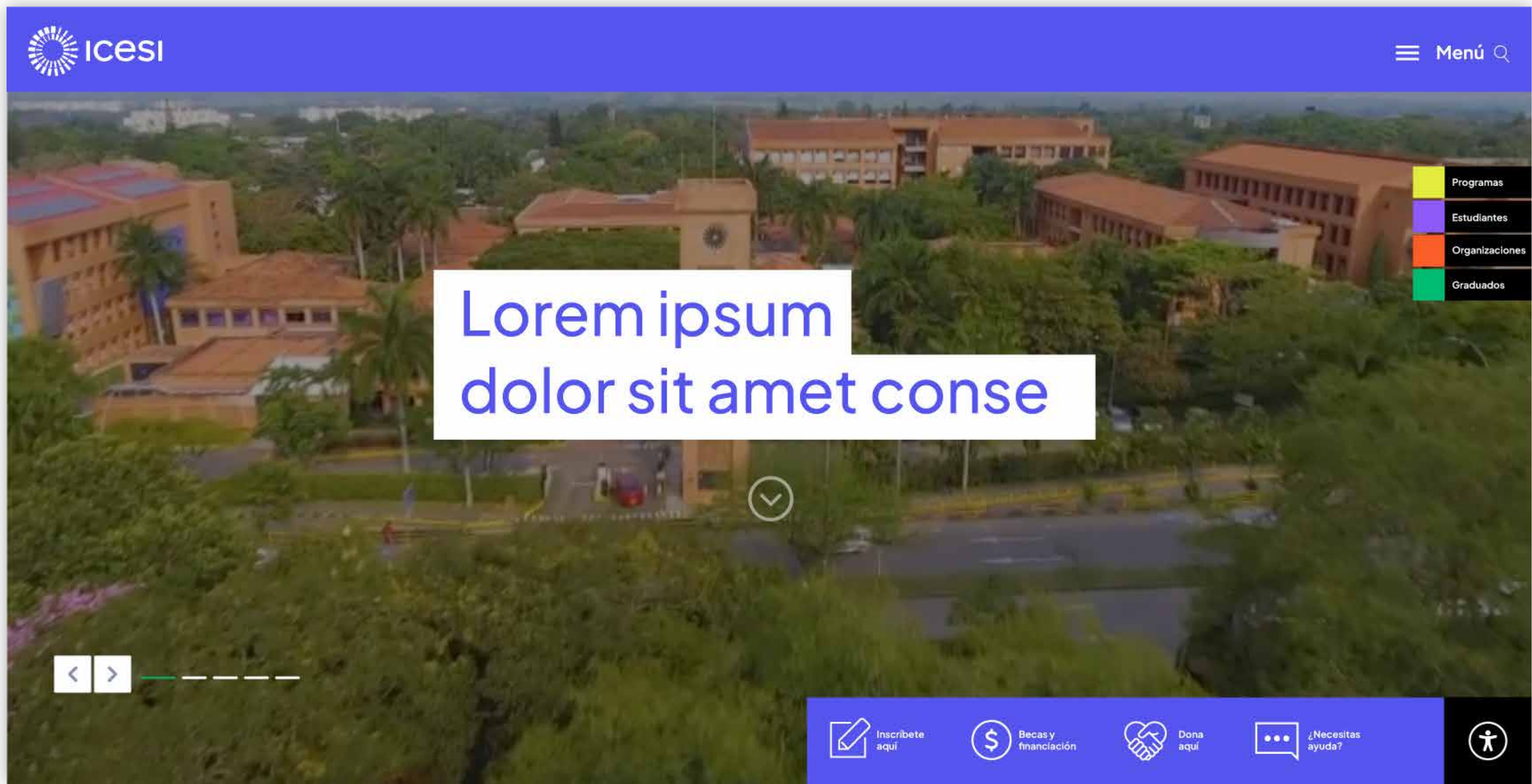
En la cuenta de:  
Anttoninas Pance,  
Penélope Martini,  
Peñón o Citadino,  
(más un coctel de bienvenida).

 Universidad  
**Icesi**

#OrgulloIcesista

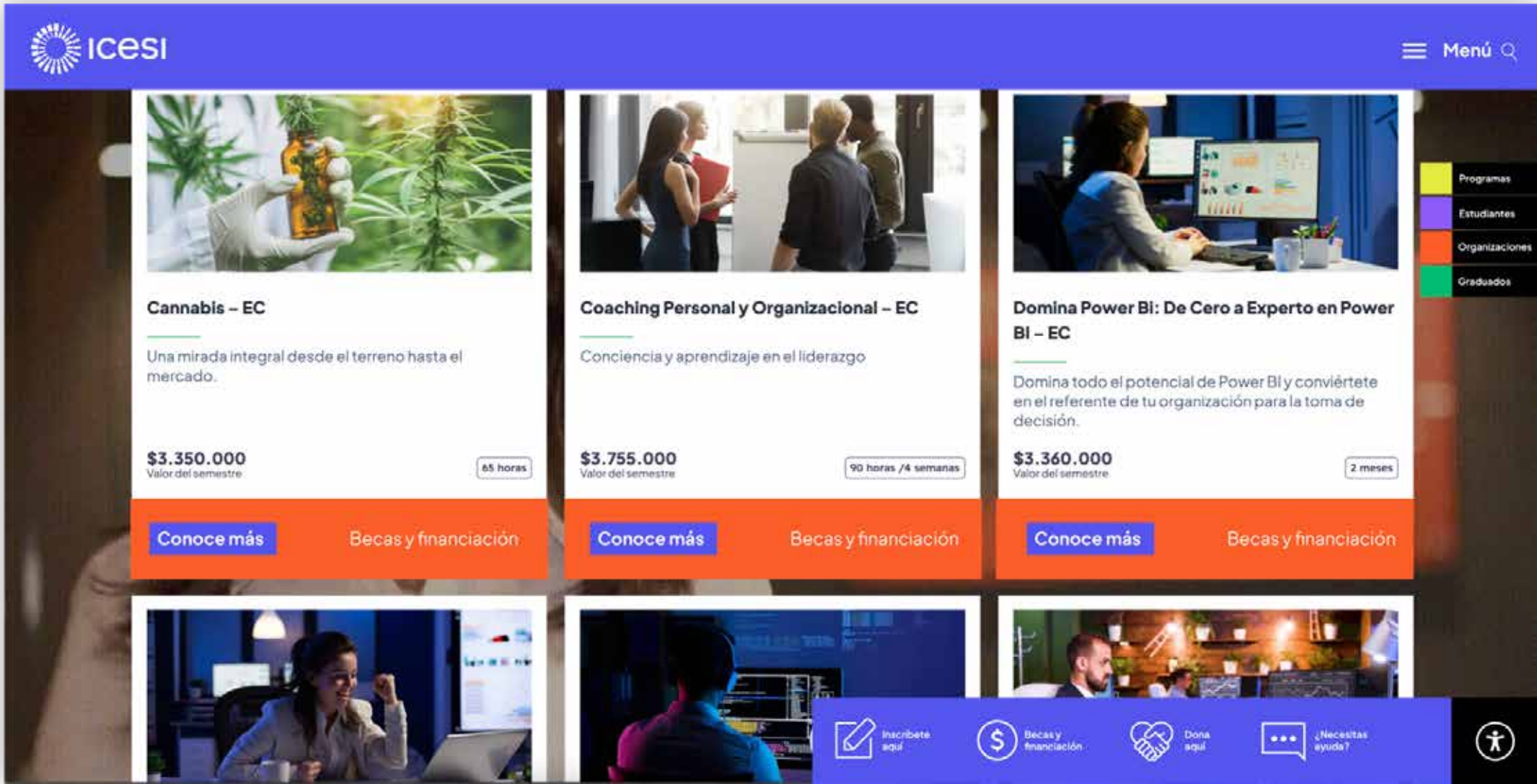
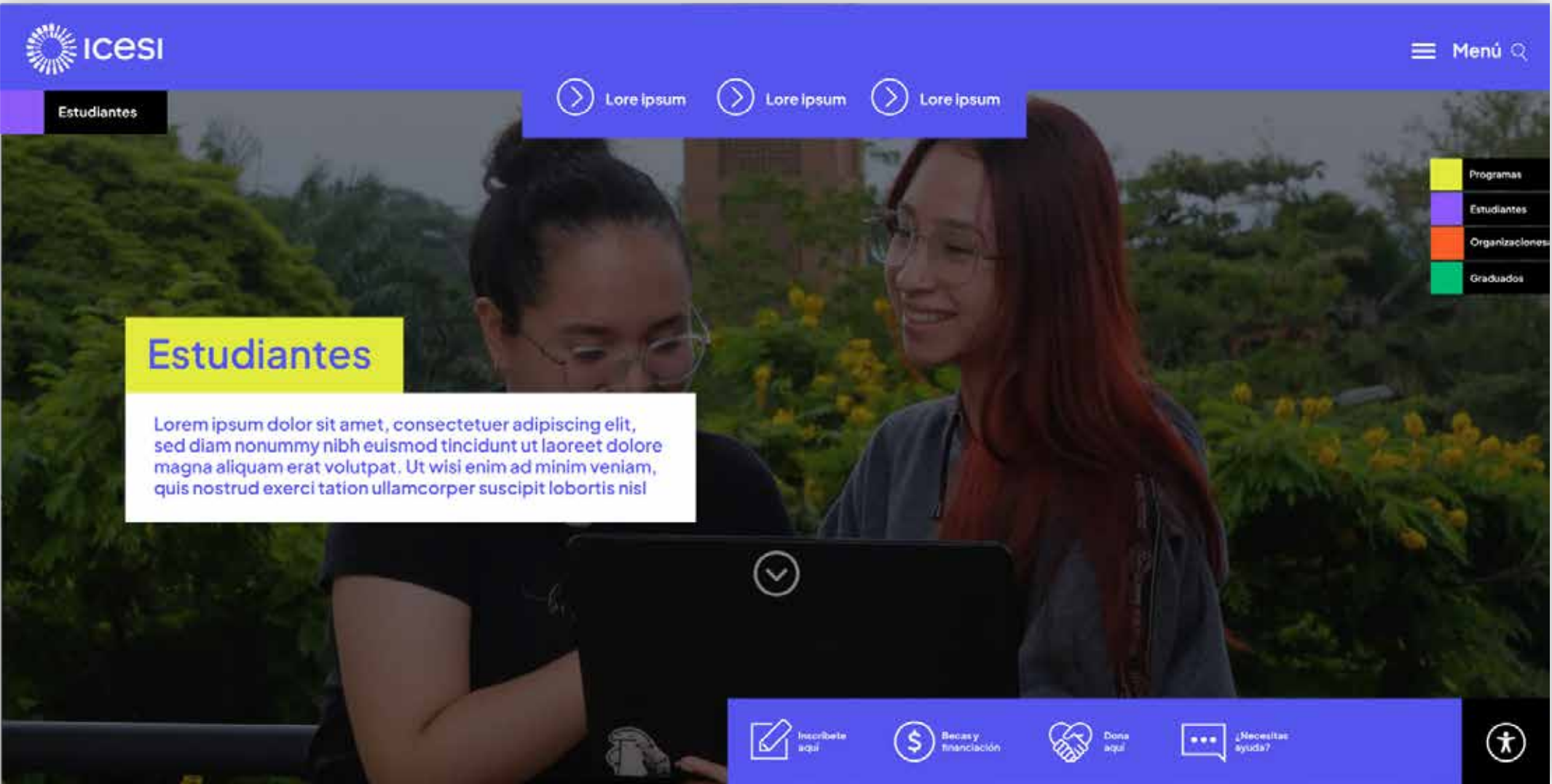






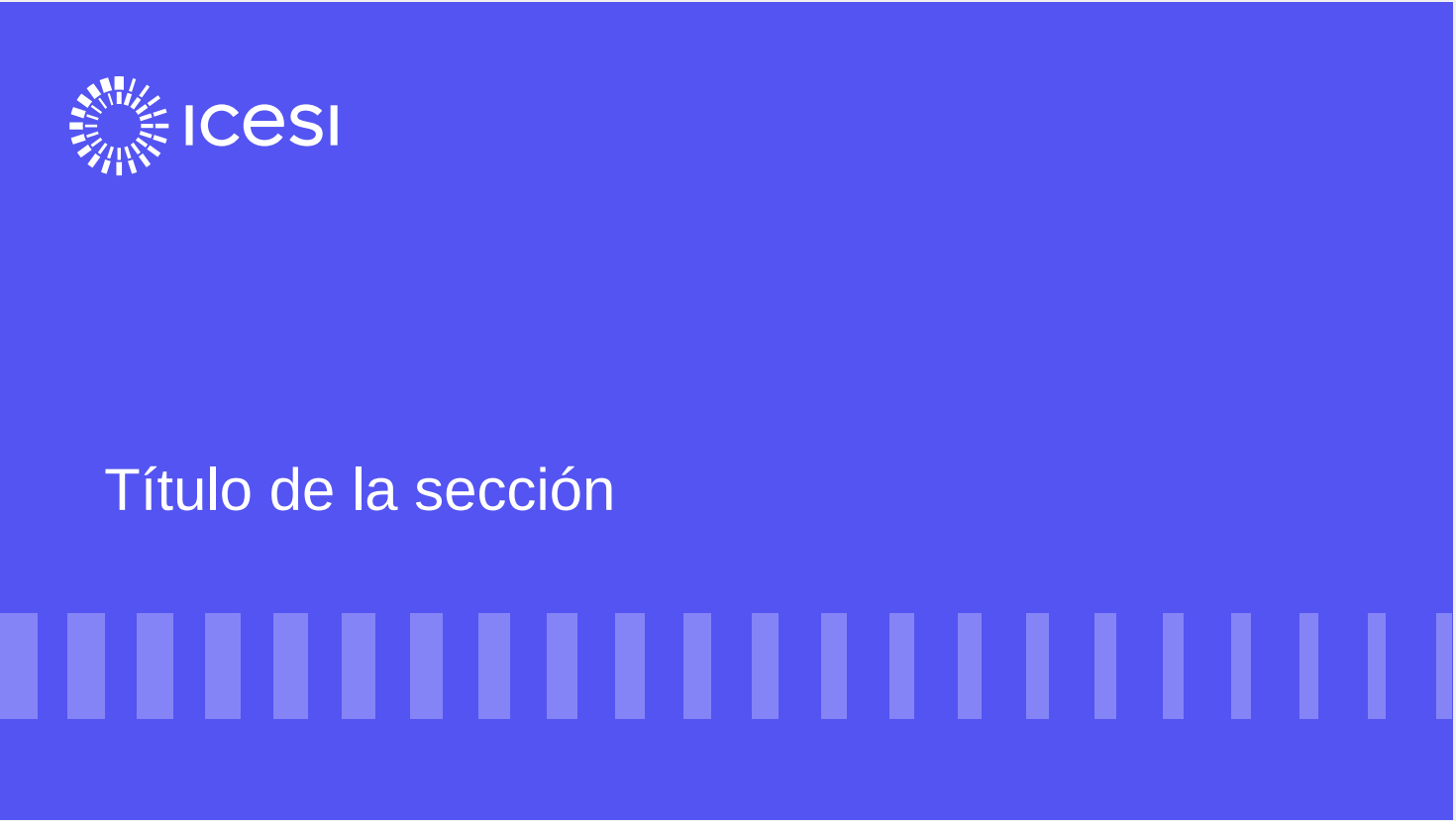
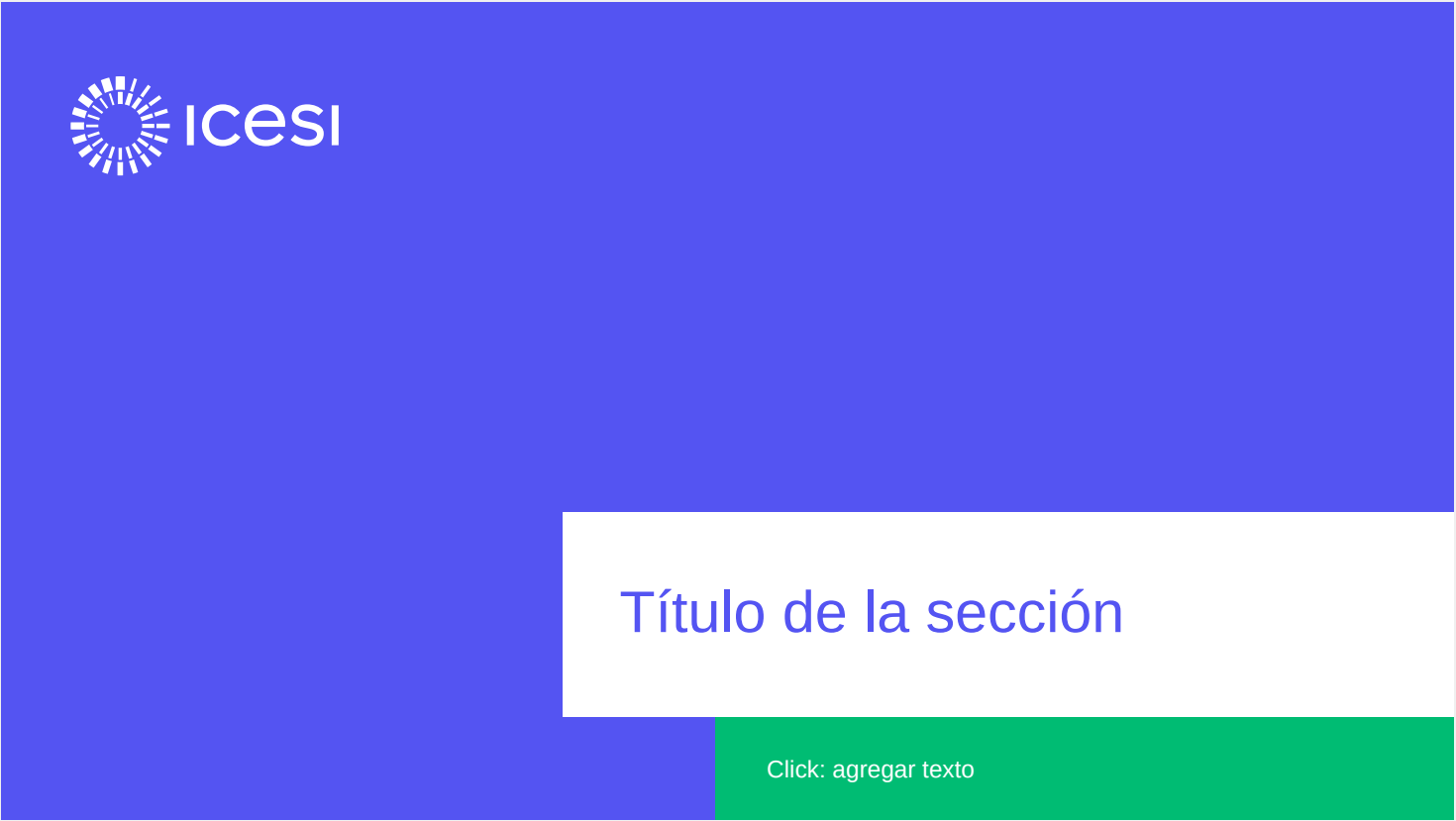
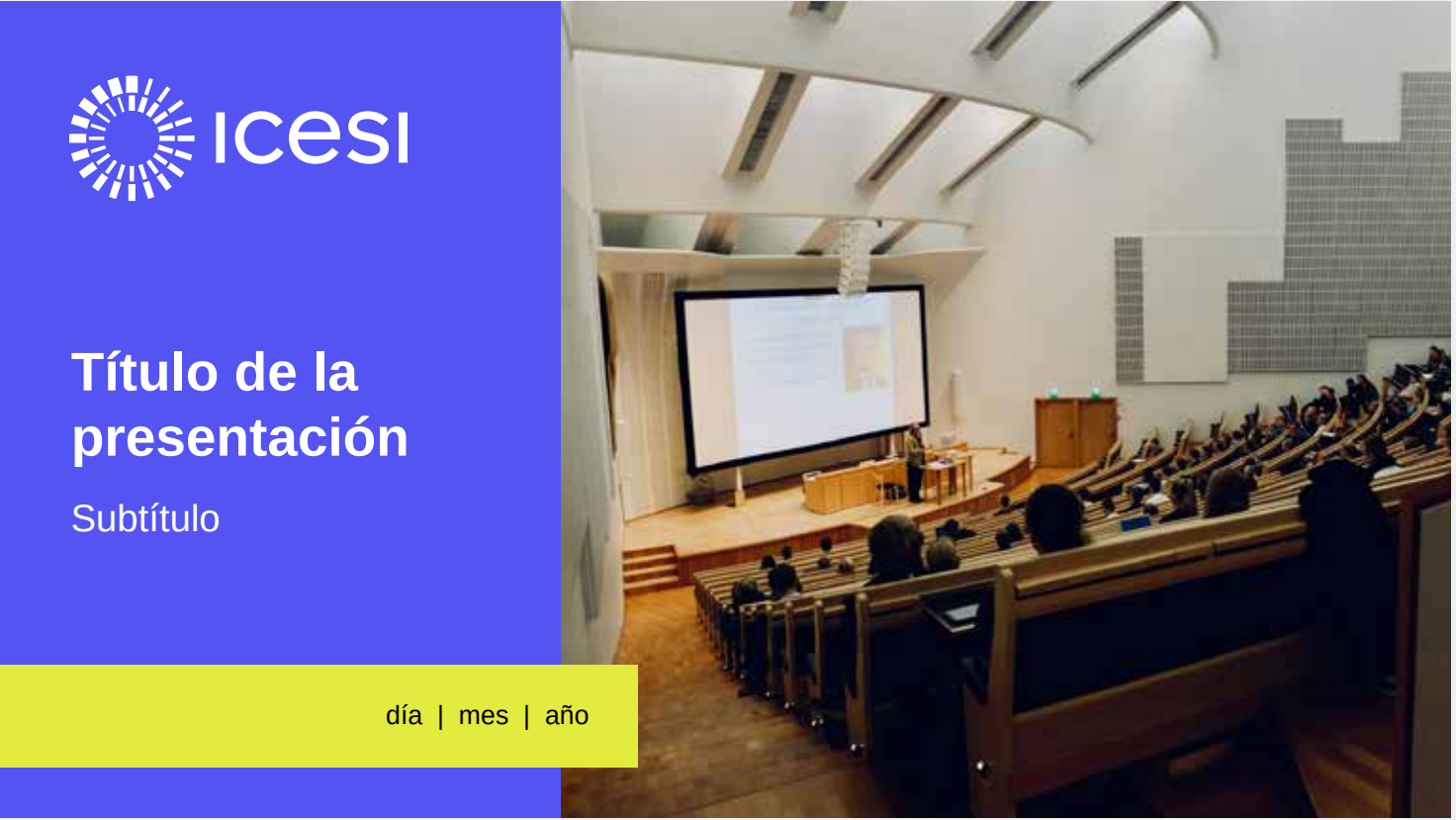
El sitio web debe ser intuitivo y fácil de navegar. La estructura y gestión de la información deben apoyarse en los recursos visuales de la marca para generar una comunicación clara.







PPT | Portadas – Separadores



PPT | Internas



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



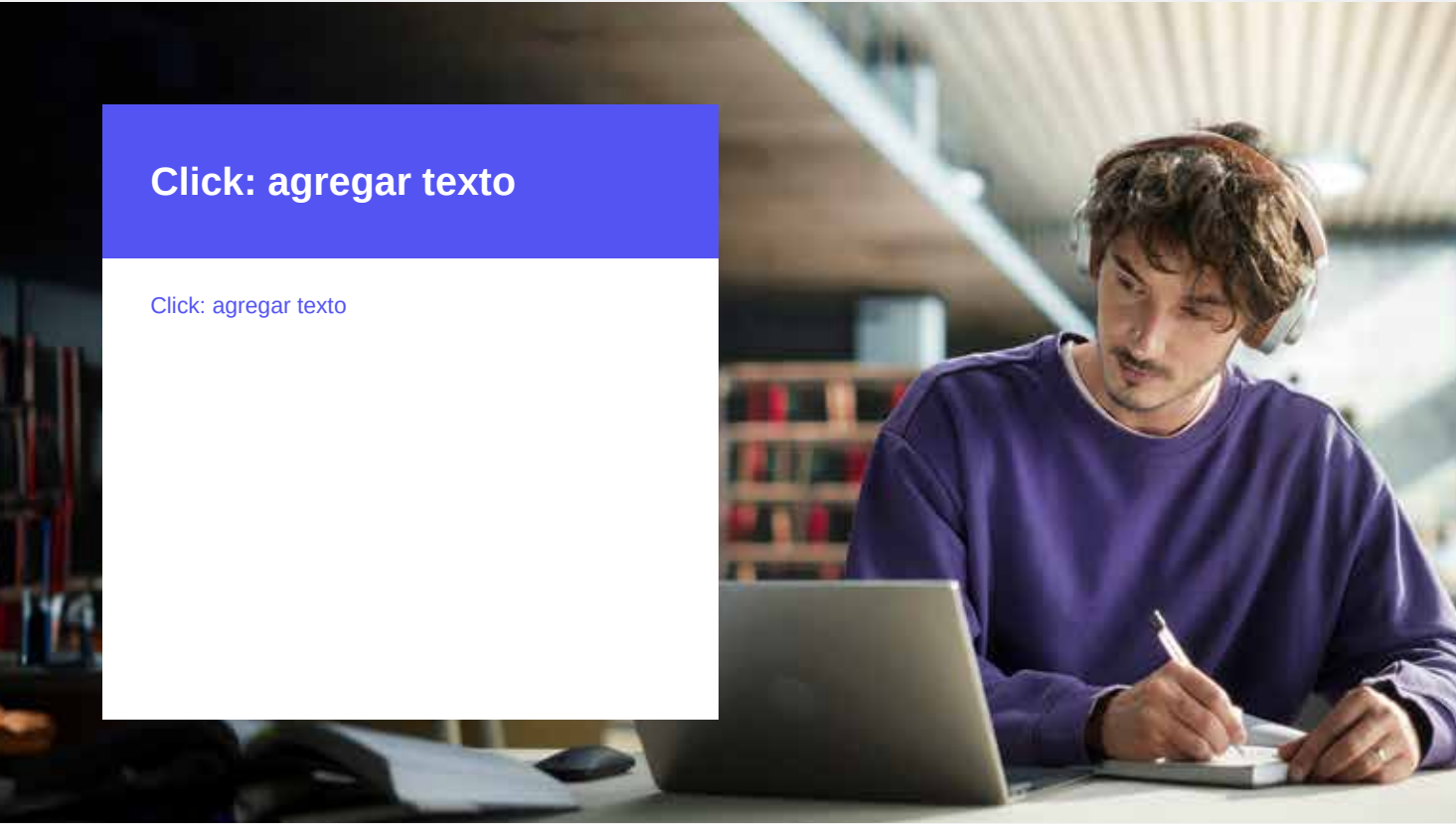
Click: agregar texto

Click: agregar texto

octubre de 2024

Título de la presentación

01



Click: agregar texto

Click: agregar texto



Click: agregar texto

Click: agregar texto



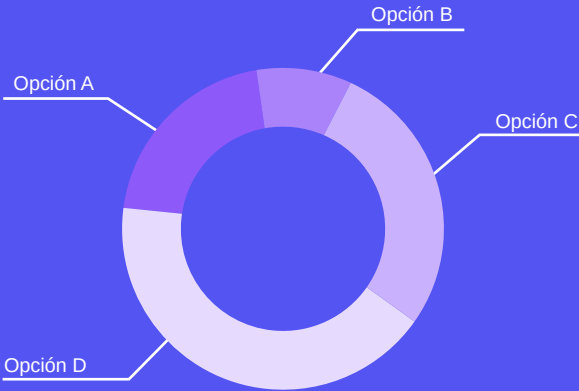








Click: agregar texto



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

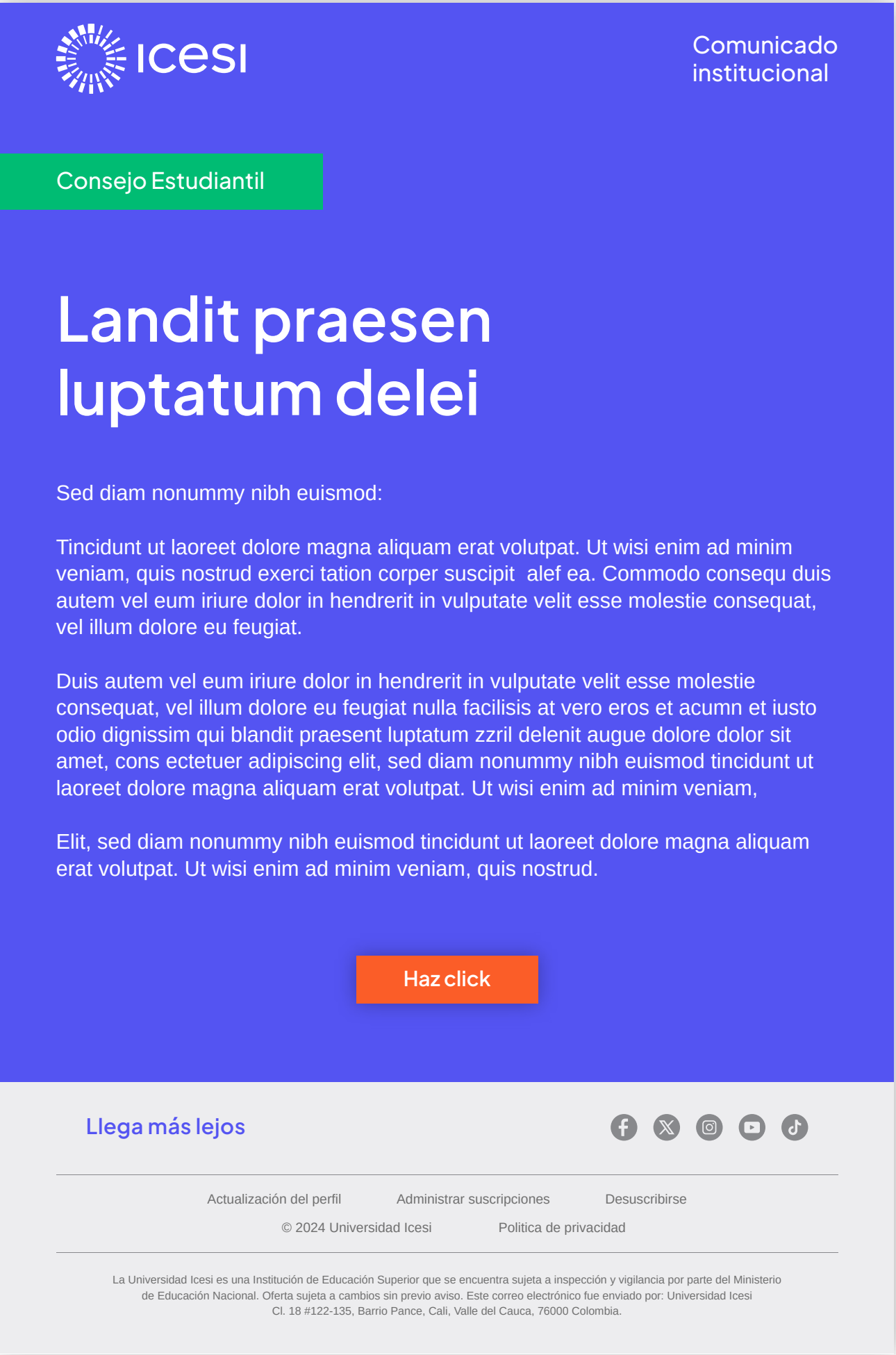
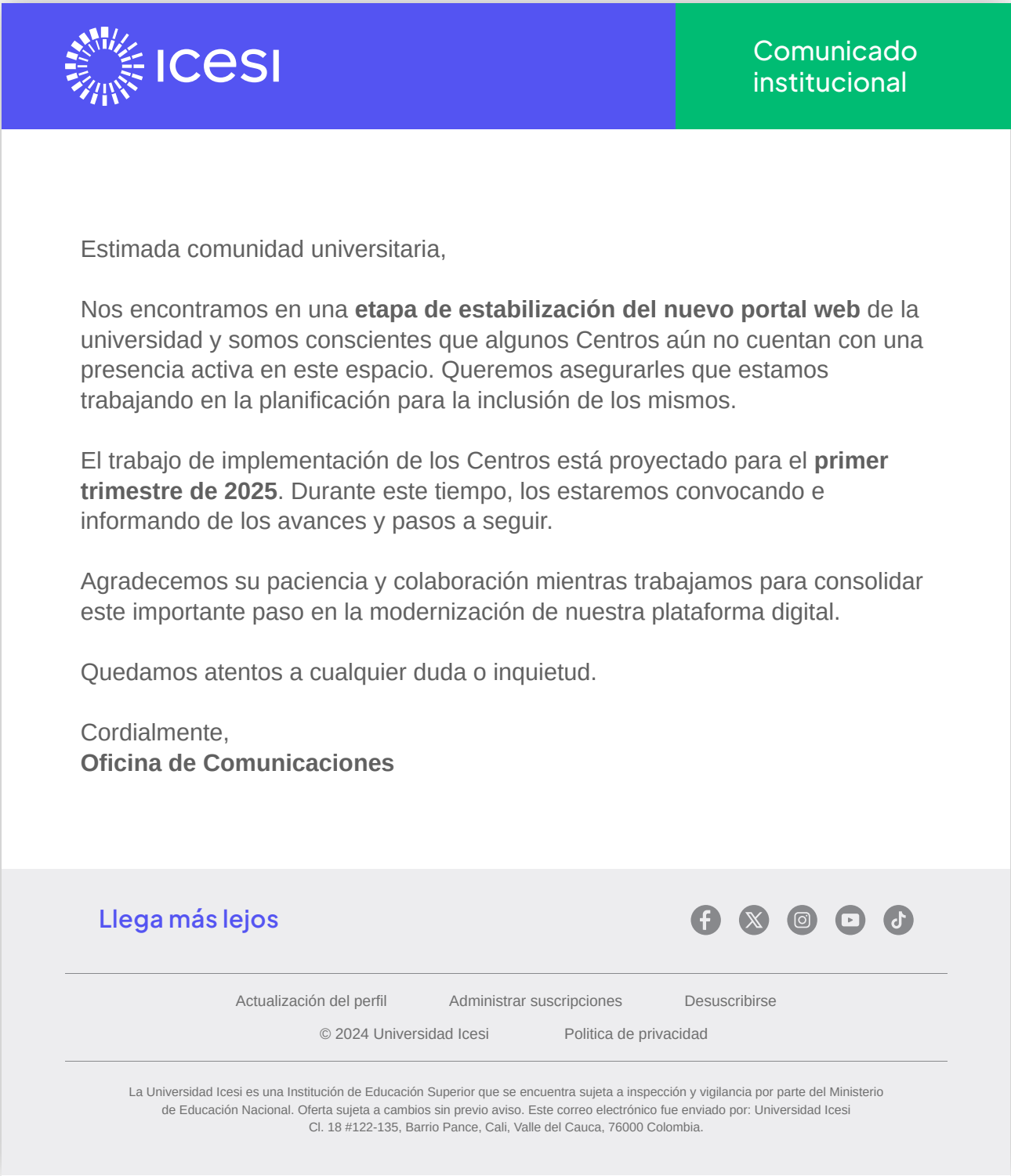
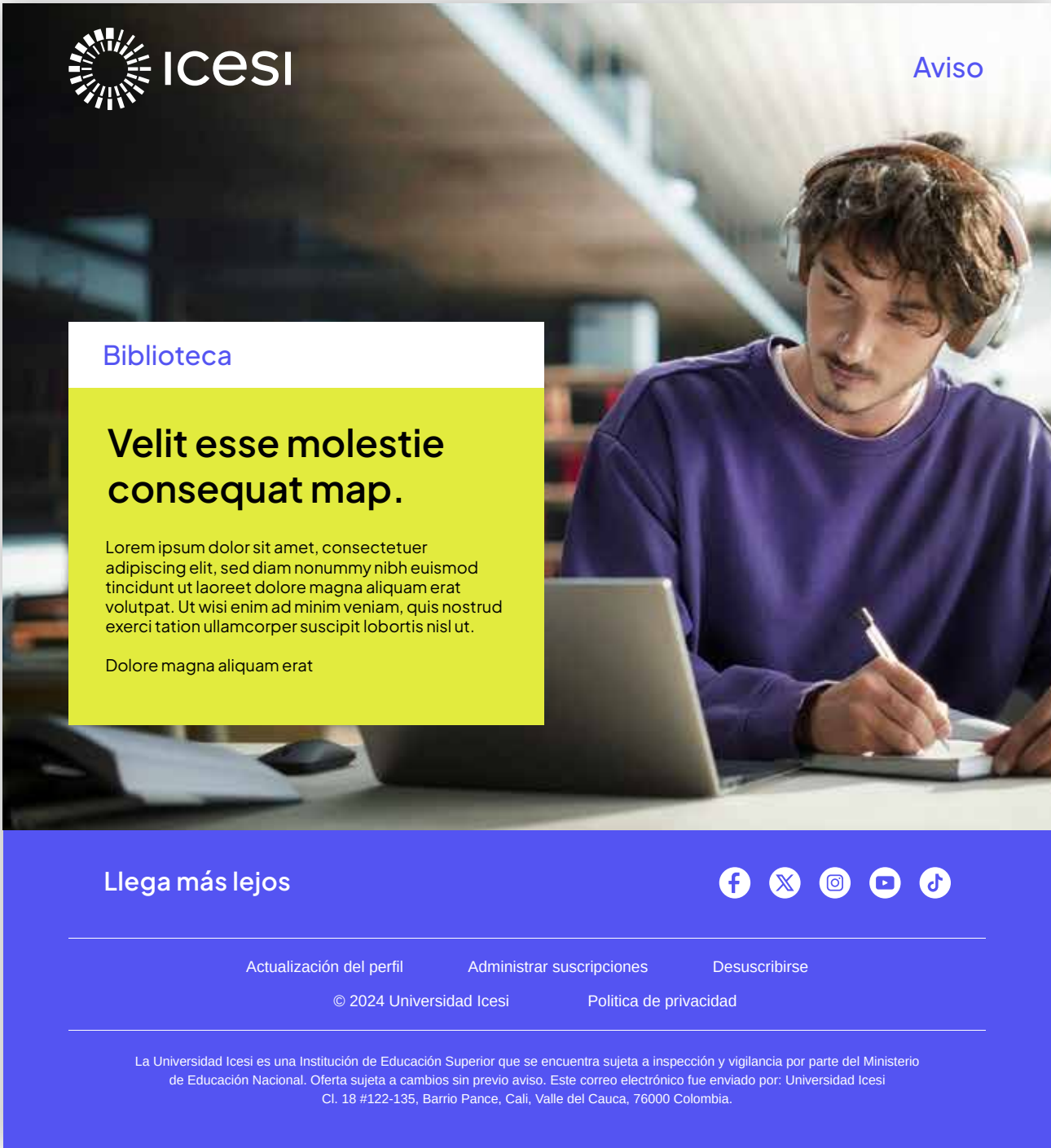
01





El descriptor de aniversario no es un logo y debe usarse de manera independiente del logo icesi (lado opuesto).  
Esta reservado para programas y centros que lo necesiten.

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. 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:**

- 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:**







Boletín | 92

Boletín Icesi Nos Une

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

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



Campus



Reconocimientos

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

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 | 92

Boletín Icesi Nos Une

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

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



Campus



Reconocimientos



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. Otorga sujeta a cambios sin previo aviso. Este correo electrónico fue enviado por: Universidad Icesi  
Cl. 18 #122-135, 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

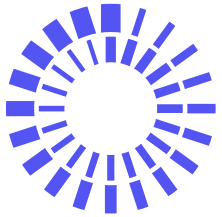
www.icesi.edu.co

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.



Firma de correo  
Facultad de Negocios y Economía  
Isaac Gilinski

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

Firma de correo

Facultad Barberi de Ingeniería,  
Diseño y Ciencias Aplicadas

Mensaje nuevo

Destinatarios

Asunto

Universidad  
Icesi

ABET

Engineering  
Accreditation  
Commission

Nombre y Apellidos

Cargo

Facultad Barberi de Ingeniería,  
Diseño y Ciencias Aplicadas  
n.apellido@icesi.edu.co  
T. (602) 55 2334  
Cali - Colombia  
www.icesi.edu.co

Enviar

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



**INN**teractiva 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 Isaac Gilinski



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 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 purple rectangular box. A red diagonal line is drawn across the logo.



Icesi  
PARA  
Ti

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



MAR  
KET  
KS  
AGOSTO  
20, 21 Y 22

The logo features the word "MARKETKS" in a bold, black, sans-serif font, with "MAR" and "KET" stacked vertically. The word "AGOSTO" is written vertically on the right side, and "20, 21 Y 22" is written at the bottom. A red diagonal line is drawn across the logo.

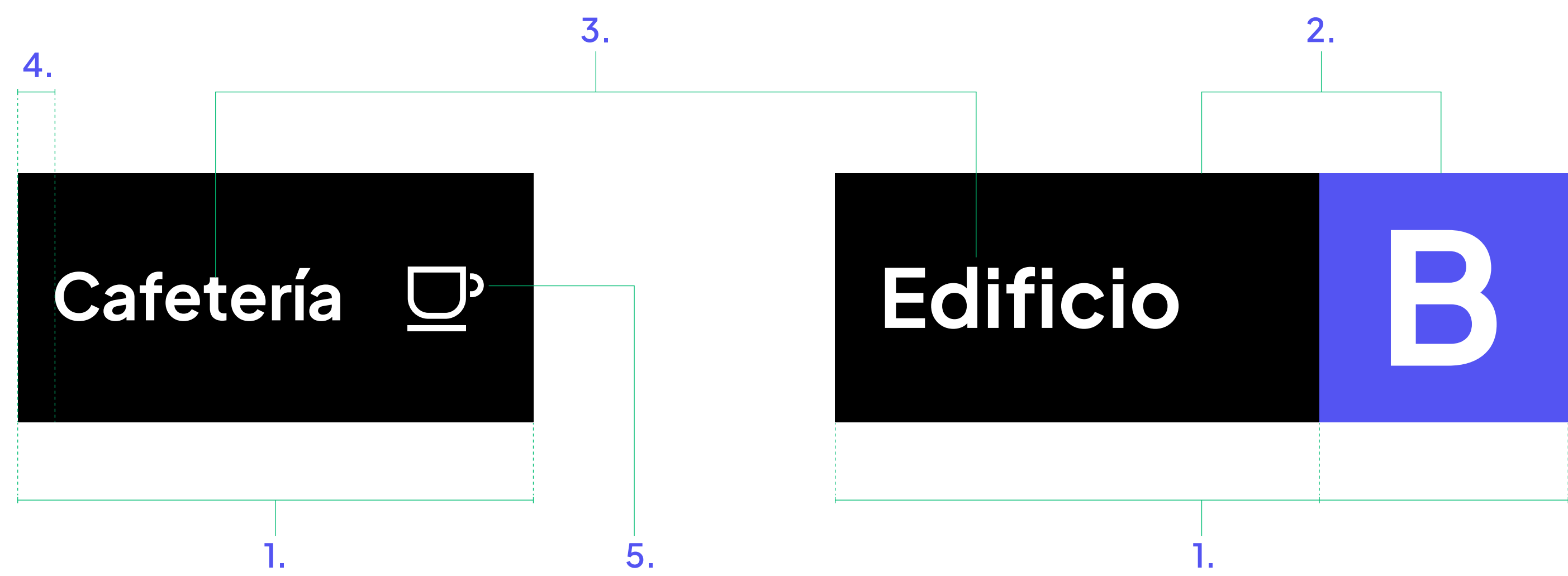
Para desarrollar los materiales de mercadeo, se deben seguir los lineamientos establecidos en este manual. Es muy importante no crear logotipos, símbolos ni gráficos específicos para las iniciativas de la marca.

## 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



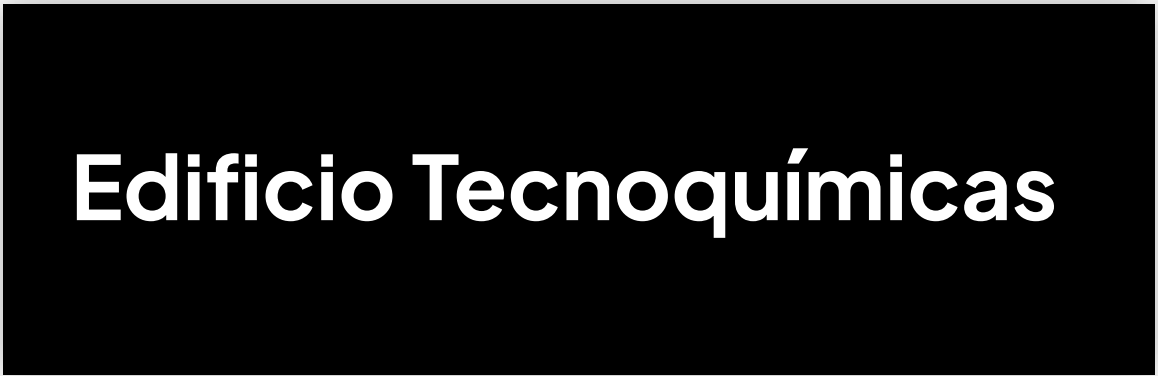
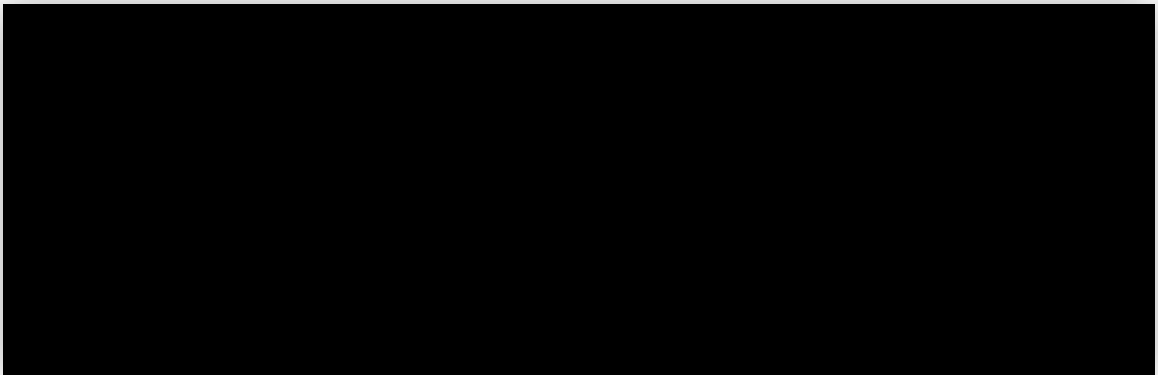
Los materiales de señalización deben tener en cuenta los siguientes elementos para su desarrollo:

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



Señalización Interna  
Formatos | división del espacio

1 segmento



2 segmentos

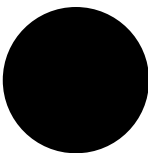
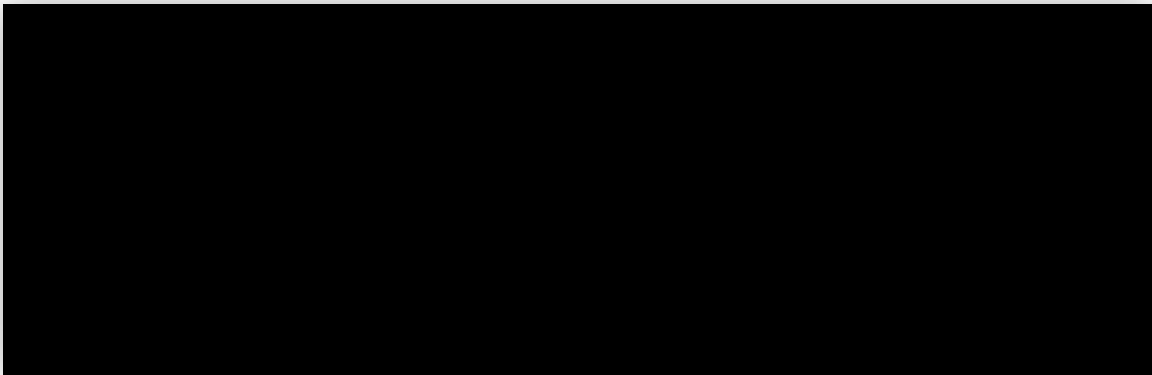


Cuando sea necesario segmentar los elementos de información, es posible dividir el señalamiento en diferentes áreas.  
El máximo permitido es de dos segmentos por señalamiento.

Señalización Interna

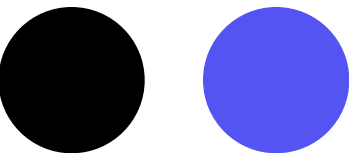
Color

1 segmento



Fondo en color negro.

2 segmentos

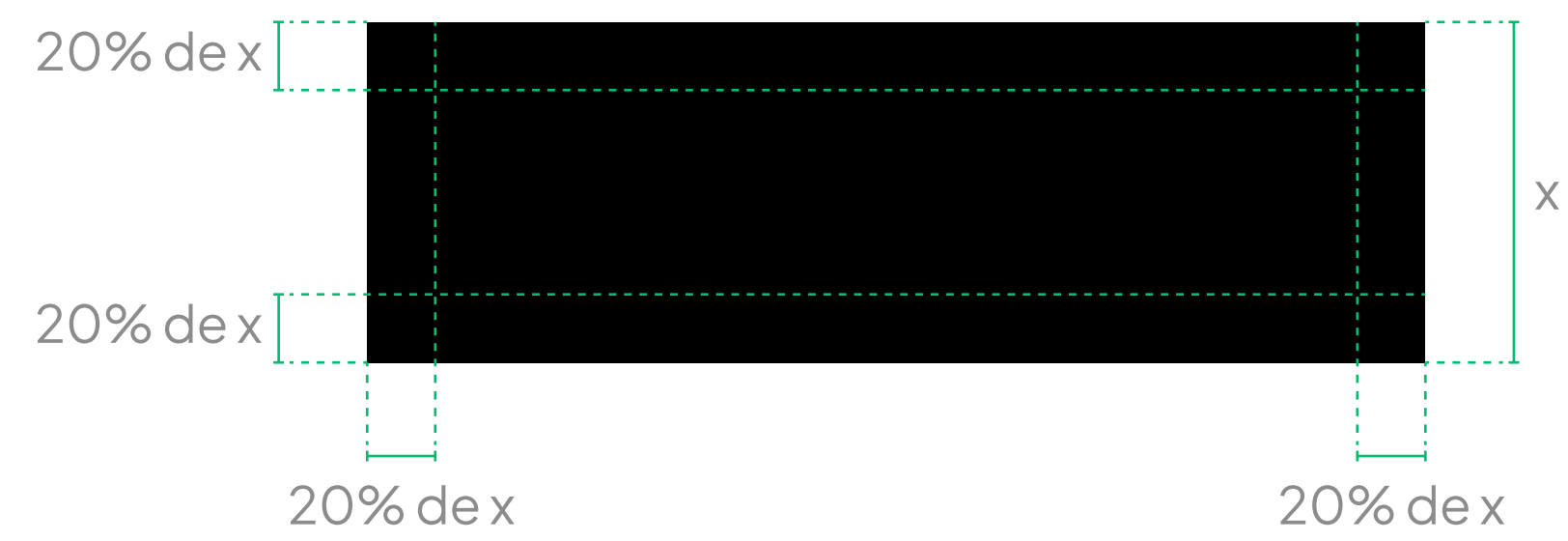
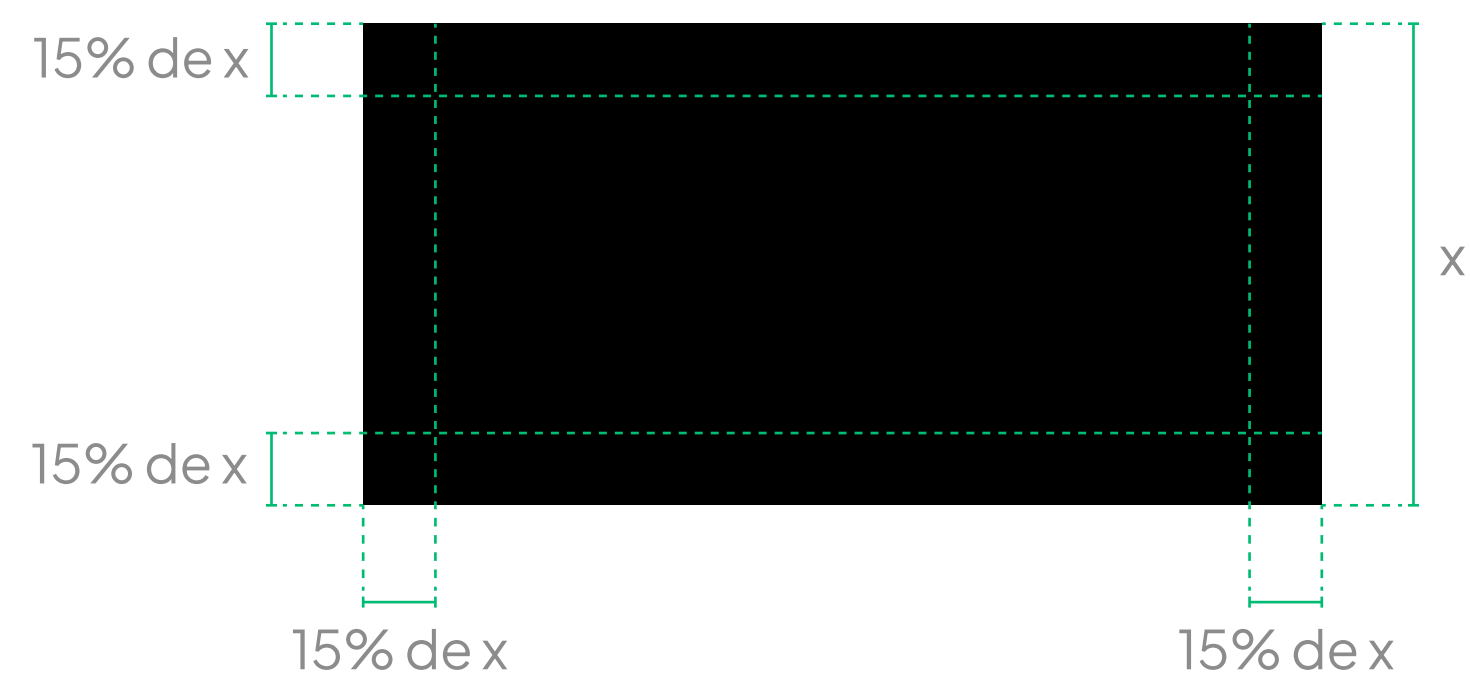


Fondo principal en color negro.  
Segundo segmento en color Azul Icesi.

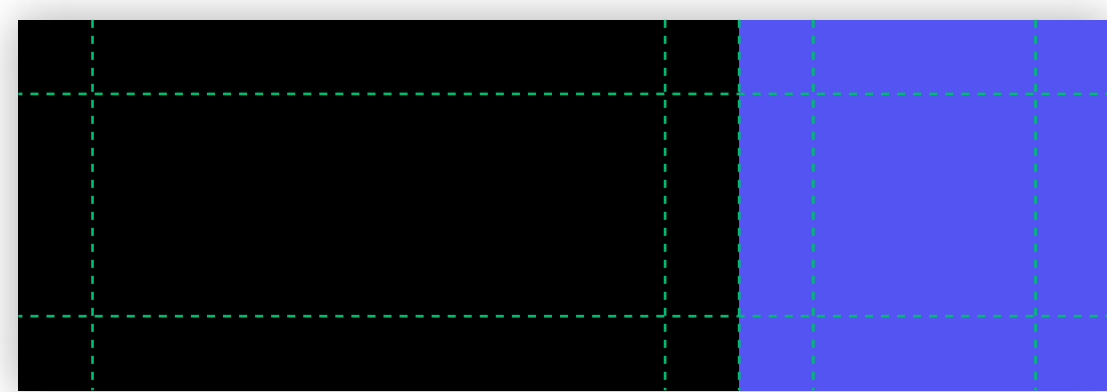
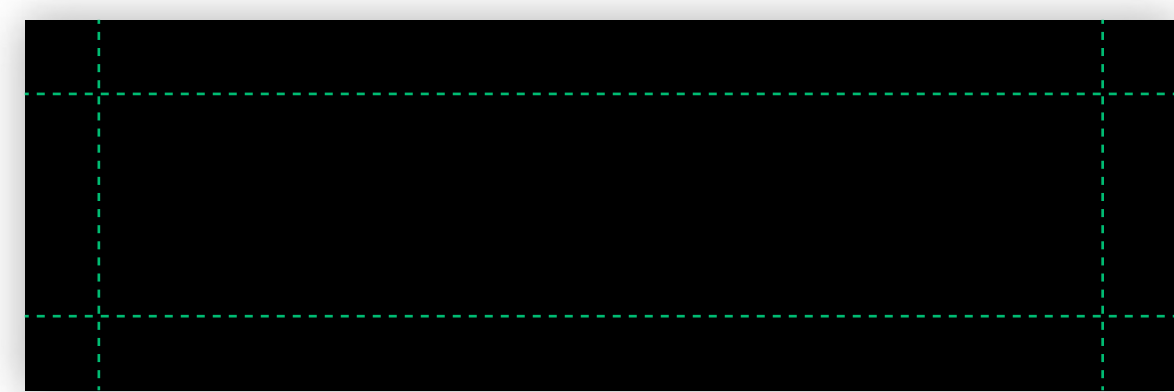
Los colores utilizados en los señalamientos deben pertenecer a las paletas de color aprobadas en este manual de identidad.

# 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

ExtraLight

Bb

Light

Cc

Regular

Dd

Medium

Ee

SemiBold

Ff

Bold

Gg

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

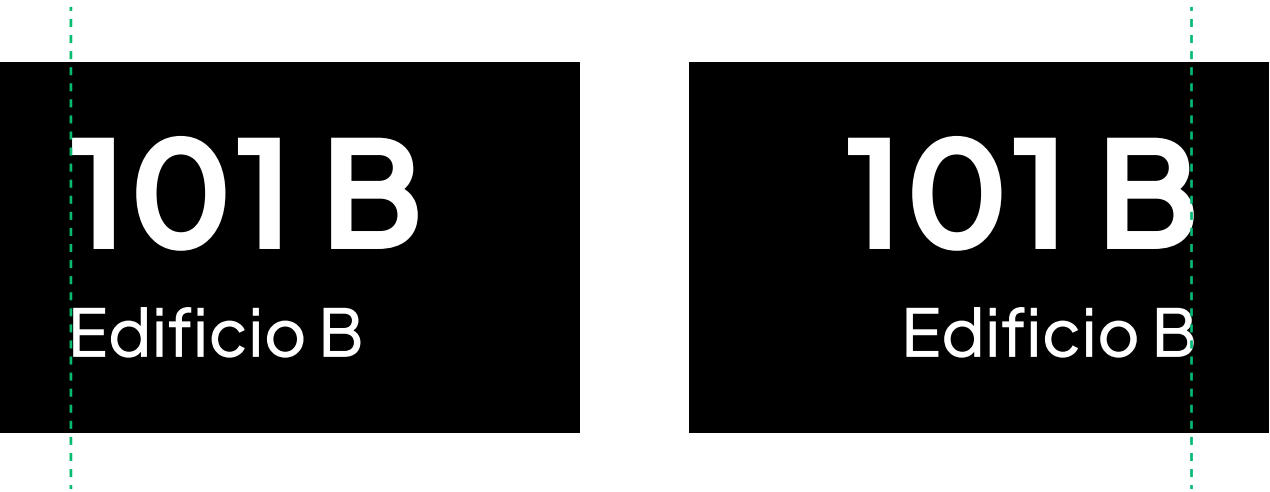
Tipografía - alineación (casos especiales)

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.



# Señalización Interna

## Directorios

La implementación de directorios requiere la aprobación de Campus y de Comunicaciones, quienes revisarán la pertinencia técnica y visual de la pieza.

Este tipo de señalética aplica para facultades con espacios dispersos dentro del campus o en áreas de uso compartido entre diferentes dependencias.

Edificio

Fundación Valle del Lili

Piso 1

Laboratorios generales de ciencias

Laboratorios de:

- Medicina transaccional en cuidado intensivo y cirugía experimental
- Fisiología
- Fisiología animal
- Microbiología molecular

Enfermería

Piso 2

Laboratorios generales de ciencias

Laboratorios de:

- Microscopía
- Productos naturales
- Síntesis orgánica y polímeros - I
- Síntesis orgánica y polímeros - II

Almacén de laboratorios

Piso 3

Laboratorios de:

- Central de mezclas simuladas
- Tecnología farmacéutica - I
- Tecnología farmacéutica - II
- Instrumentación química (LIQ)
- Técnicas analíticas aplicadas
- Ecología animal y de humedales
- Ecología
- Zoología

Consultorio de información y monitoreo de medicamentos del Pacífico, procesamiento de datos en farmacia asistencial

Piso 4

Laboratorio general de ciencias

Laboratorios de:

- Biología molecular y bioanálisis
- Genómica
- Inmunología
- Ciencias morfológicas
- Tanatopraxia
- Fisiología médica
- Microscopía

Banco de huesos y tejidos

Herbario

Colección zoológica

Piso 5

Facultad de Ciencias de la Salud

Facultad Barberi de Ingeniería, Diseño y Ciencias Aplicadas

Laboratorios de:

- Biología molecular y biotecnología
- Bioseguridad nivel 2/3
- Biofarmacia y biocosmética
- Diseño y formulación de productos farmacéuticos
- Física experimental I
- Física experimental II
- Hardware y sistemas embebidos
- Química computacional

Facultad de Negocios y Economía

Isaac Gilinski

Edificio A (Tecnoquímicas)

Piso 1

Laboratorio financiero

Marketing zone

Edificio B

Bloque 1

Piso 1

Maestrías y especializaciones

Departamentos académicos:

- Gestión organizacional
- Mercadeo, emprendimiento e internacionalización
- Estudios contables y financieros

POLIS Centro de Estudios del Bienestar

Piso 2

Decanatura facultad

Oficina de mejoramiento continuo

Departamento de economía

Doctorado y maestrías de investigación

Centro Liderazgo y Coaching Pandora

Bloque 2

Piso 1

Pregrados

HUB Desarrollo de Negocios

Piso 2

CIENTI Centro de Investigación en Economía y Finanzas

PROESA Centro de Estudios en Protección Social y Economía de la Salud

Edificio C

Piso 1

HUB Desarrollo de Negocios

DDB Lab

Piso 3

Coworking doctorado y maestría de investigación

A

HUB Desarrollo de Negocios

B

DDB Lab

C

101 C - INNLAB Centro de Innovación

D

HUB Lab

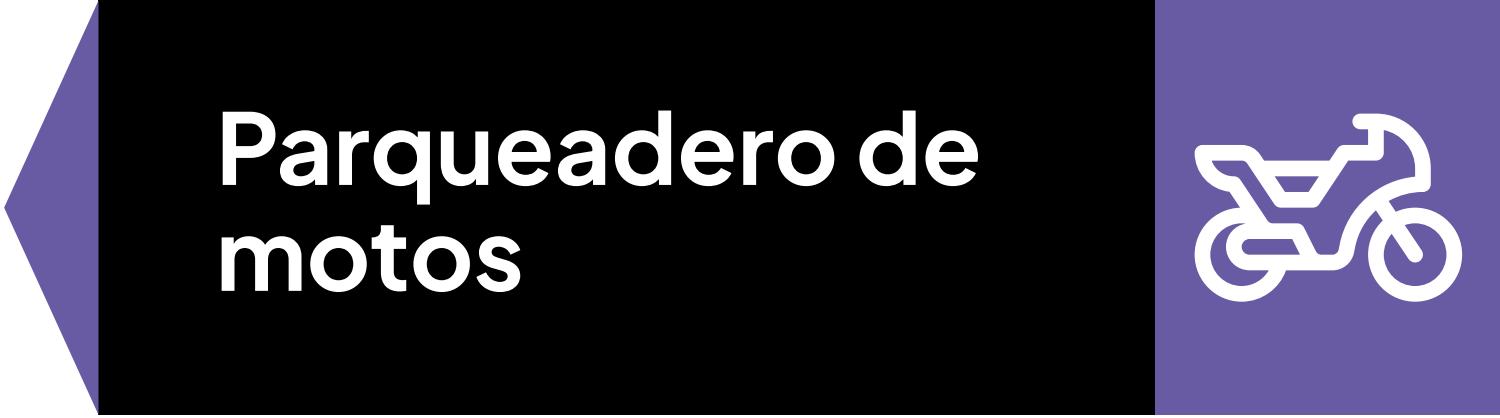
Facultad de Negocios y Economía

Isaac Gilinski

Facultad Barberi de Ingeniería,

Diseño y Ciencias Aplicadas

Señalización Interna  
Banderines



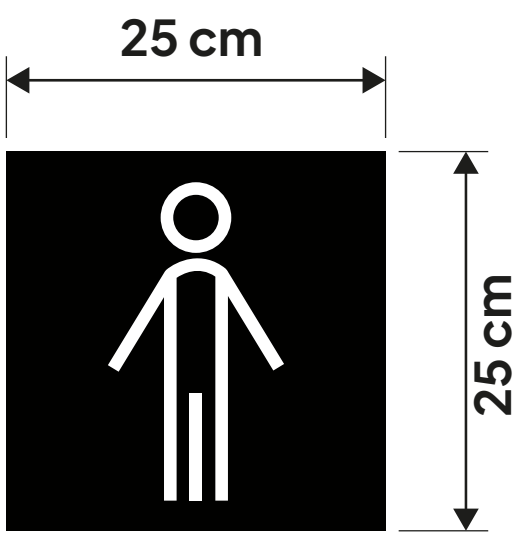
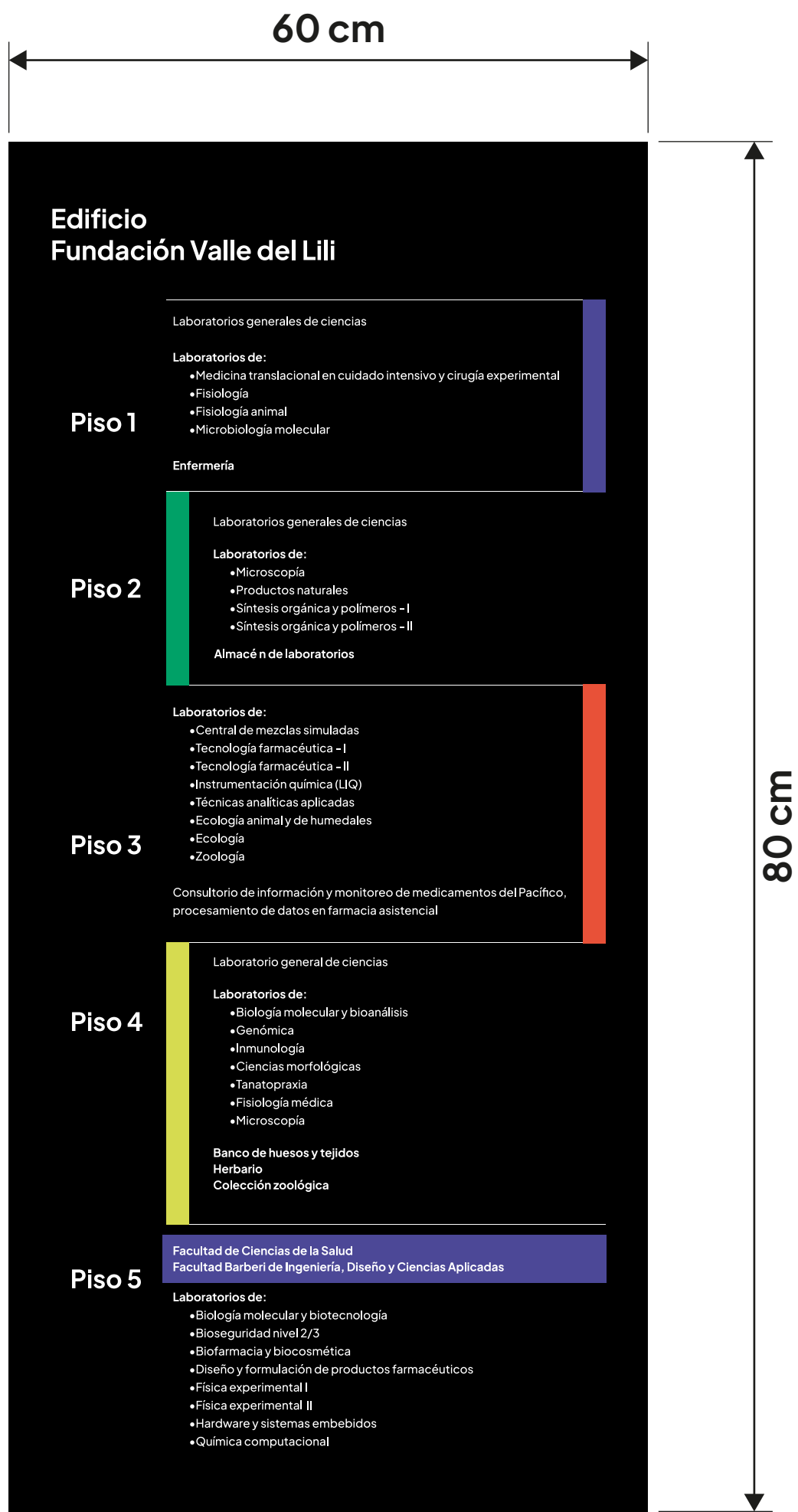
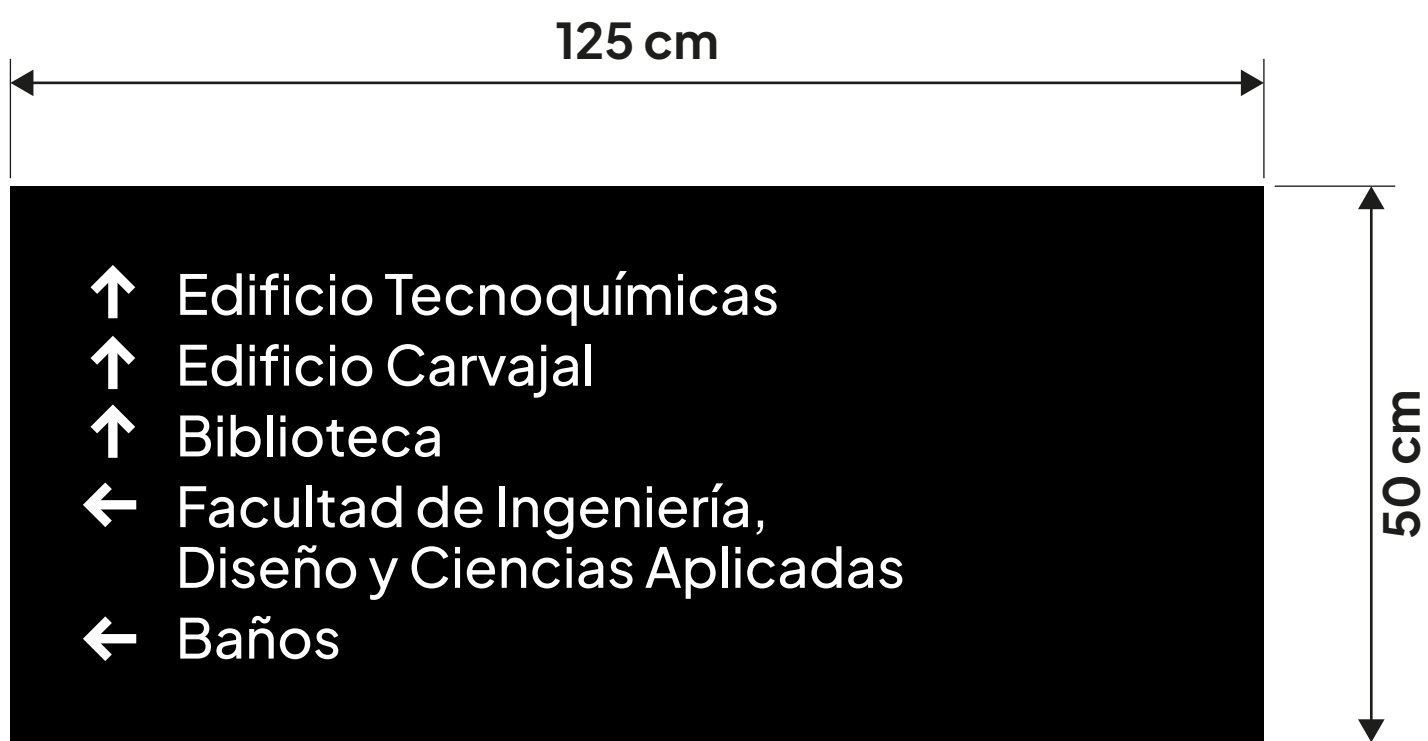
- Identificación de edificios.
- Espacios deportivos.
- Auditorios.
- Parqueaderos.

El uso de este tipo de señalética debe contar con la aprobación previa de las oficinas de Campus y de Comunicaciones.

Se entiende como una solución para espacios abiertos donde no sea viable la instalación de señalética de pared o colgante. Para facilitar la orientación, se establece el siguiente código de color:

Señalización Interna

Medidas



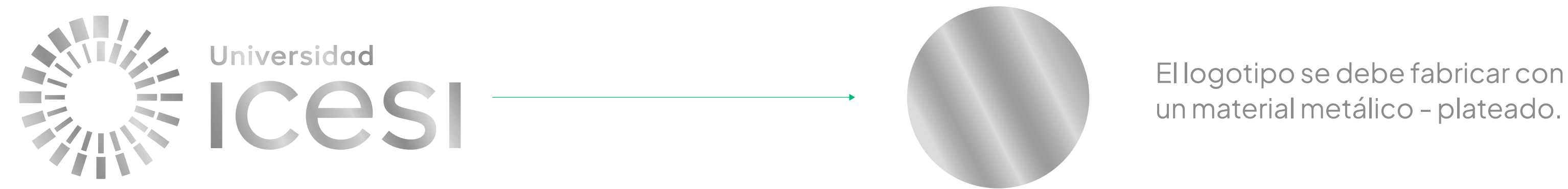


Volumétrico





Volumétrico plateado



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

Diagrama del volumétrico (montado sobre pared)

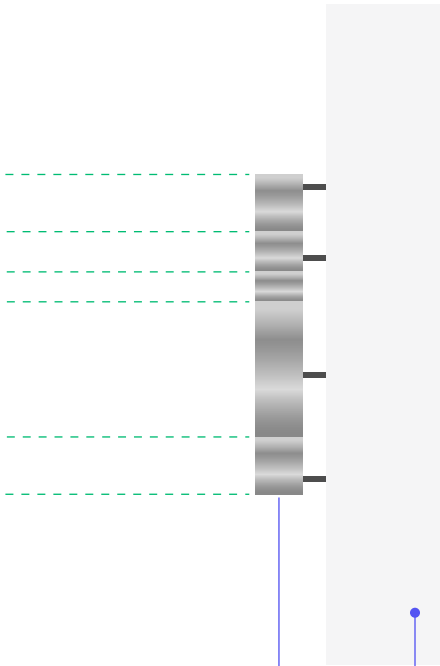
Vista frontal



Volumétrico plateado

Pared

Vista lateral



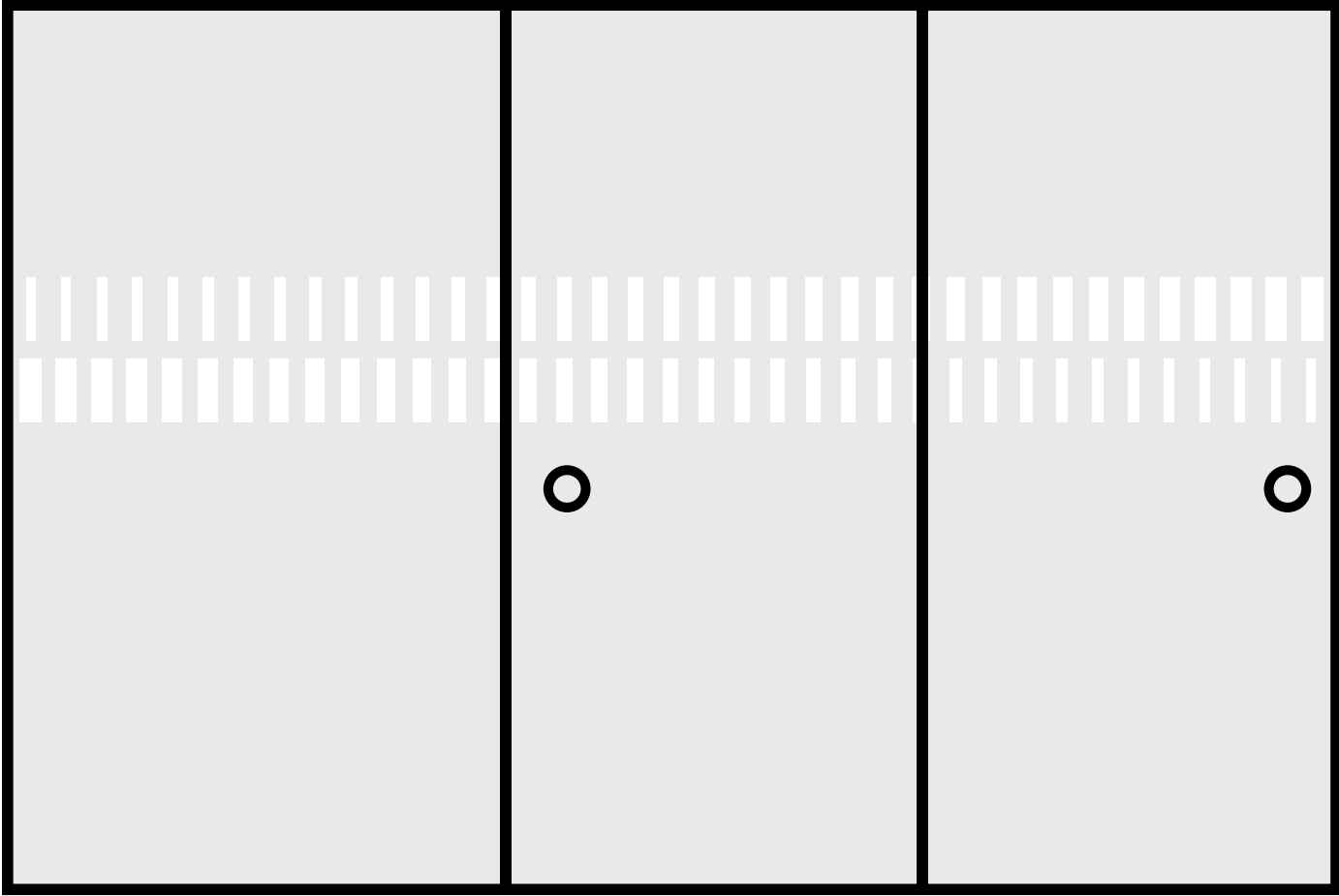
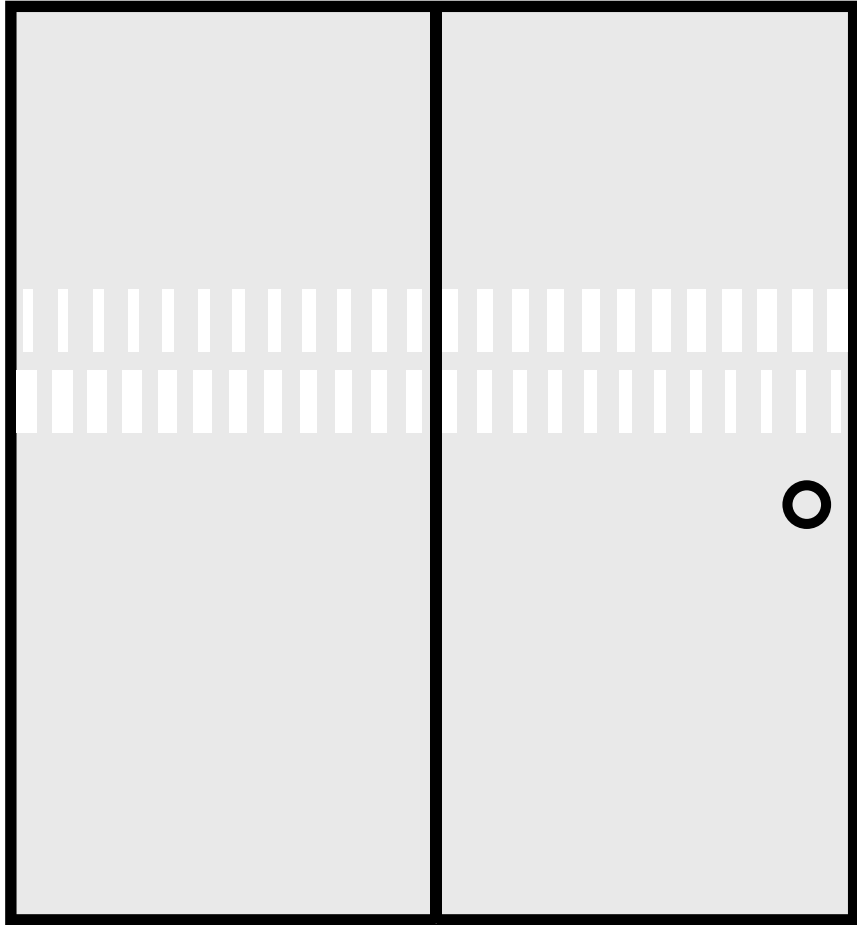
Volumétrico plateado

Pared

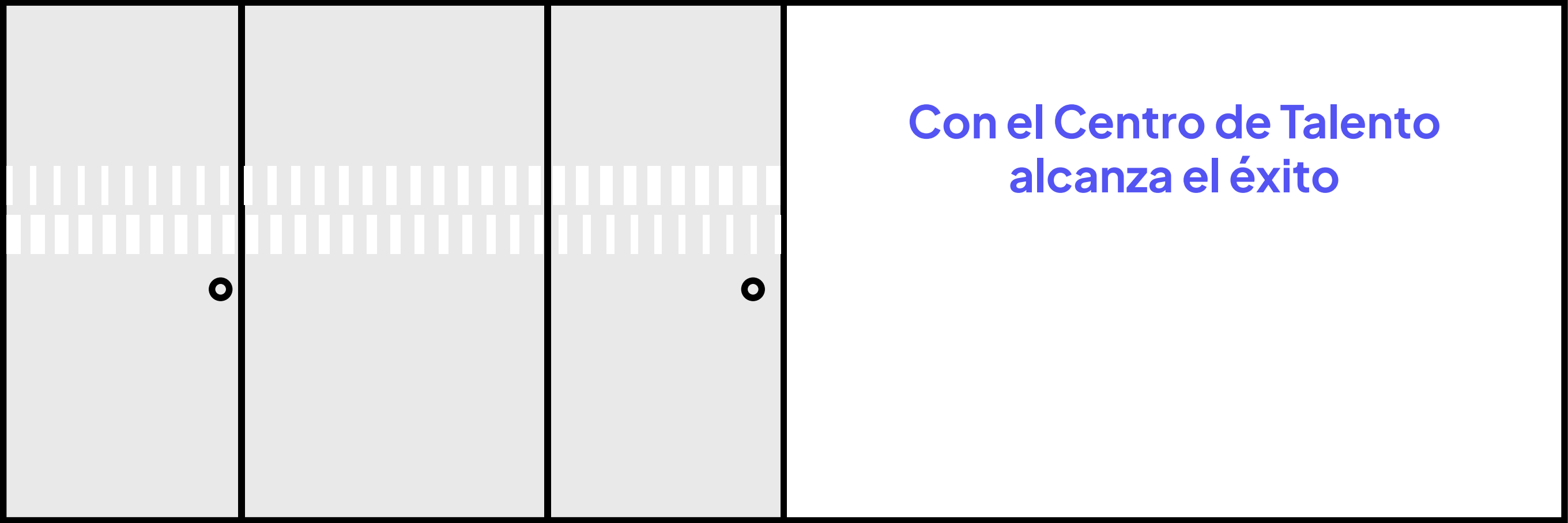
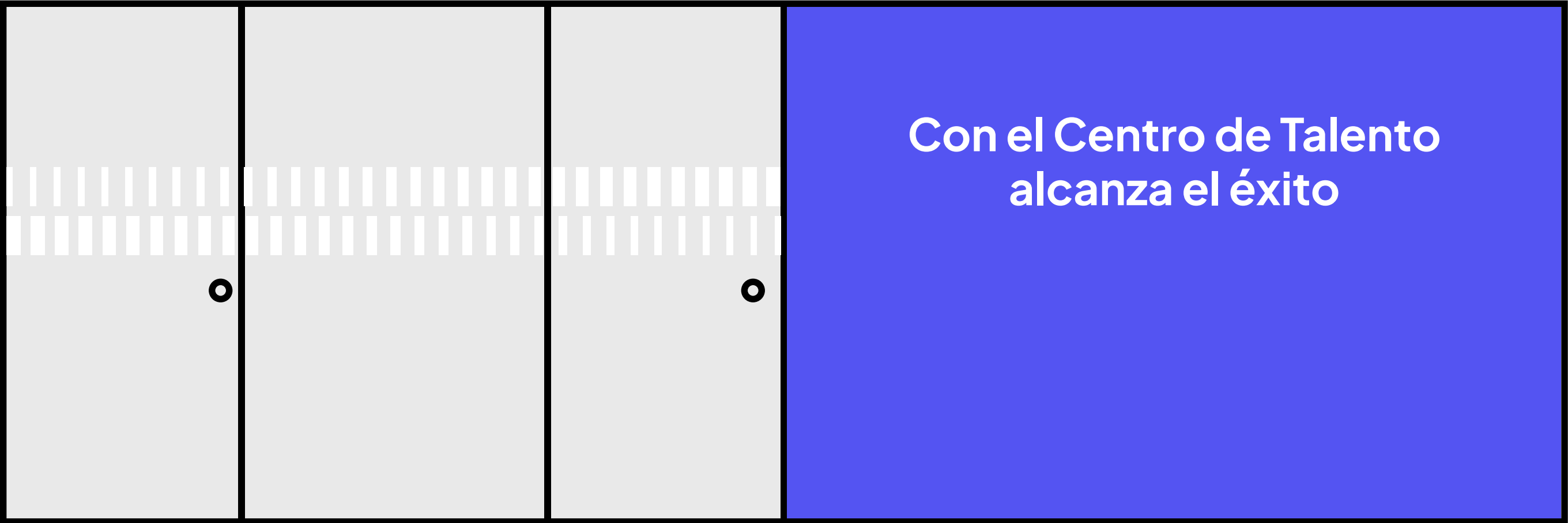
Vista en perspectiva



Vidrieras

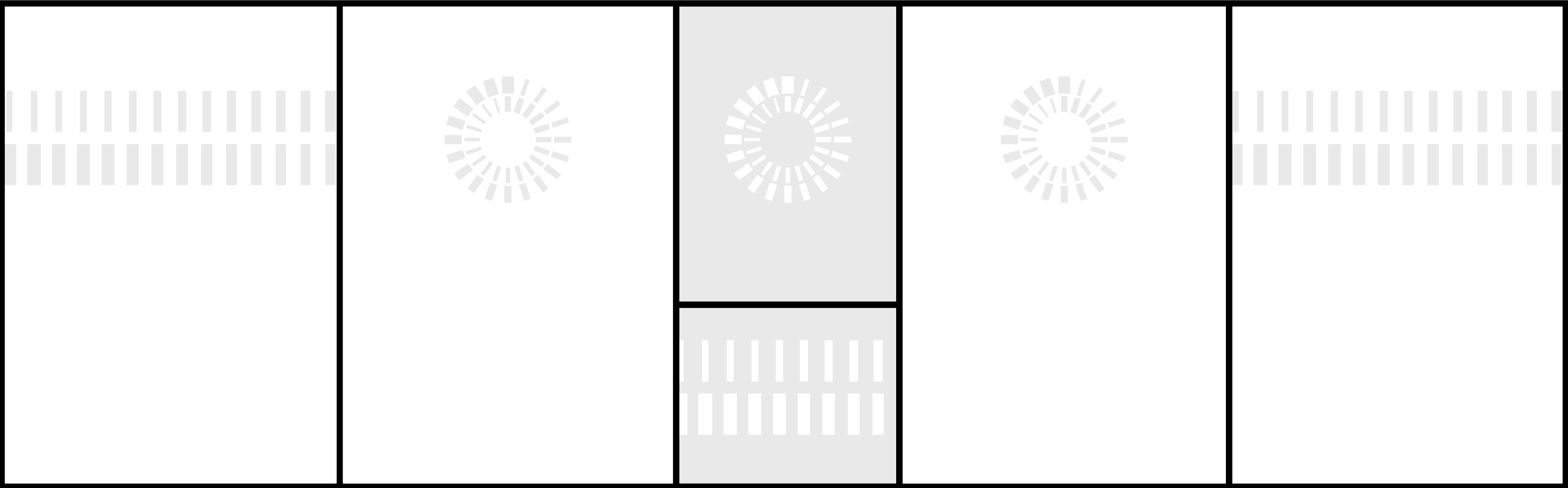


Vidrieras

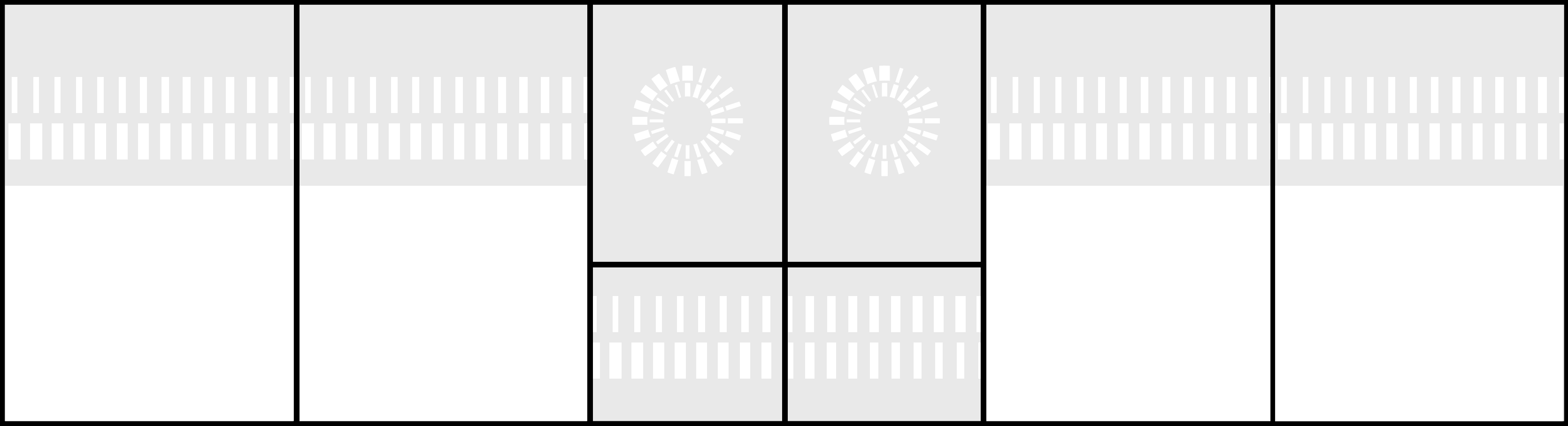




Vidrieras y puertas

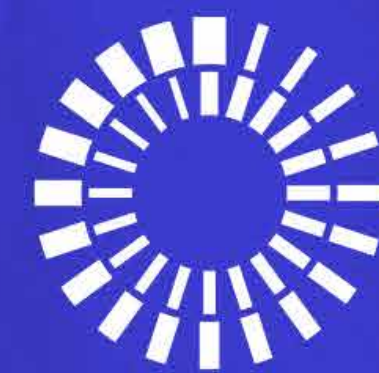


Exterior oficinas



# Promocionales

- Para toda pieza impresa, el proveedor debe entregar una prueba física de color y compararla con una Pantonera vigente (Solid Coated o Uncoated, según el sustrato).
- Solo se aprueba el tiraje cuando el tono coincide con la paleta de color.
- La prueba debe evaluarse sobre el sustrato final o equivalente y la muestra aprobada debe conservarse como referencia para reimpressiones.



Universidad  
**Icesi**







Banderas







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

Llega más lejos





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

Llega más lejos



## Medallas



Medallas | Especificaciones





Logotipo vintage

Versión 1



Versión 2



Versión 3



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

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

Logotipo vintage  
Área de reserva



El logotipo debe estar rodeado de un espacio libre donde no debe intervenir ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico.  
Este espacio se denomina área de reserva y está definida como “X”, que equivale al tamaño del ancho de la palabra “*Since*” del logotipo.

## Uniformes

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.

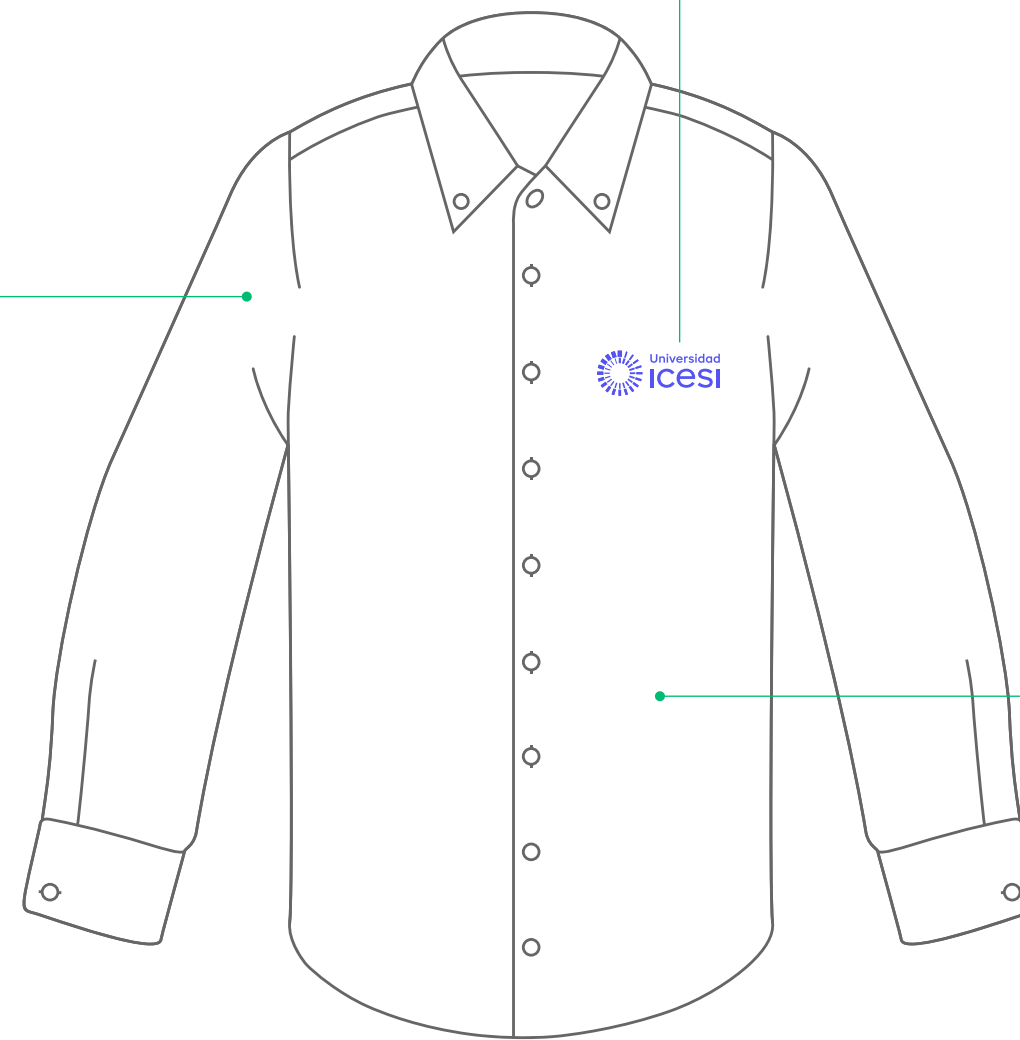


## Uniformes

### 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.
- El logotipo debe ir a la izquierda del pecho.

#### 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 – programas Química Farmacéutica



### 1° al 6° semestre

- Color: Azul Turquí 0586
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Stretch cloro resistente antifluído.



### 7° al 10° semestre

- Color: Verde Hade 6813
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Stretch cloro resistente antifluído.



Vista en detalle del logotipo.



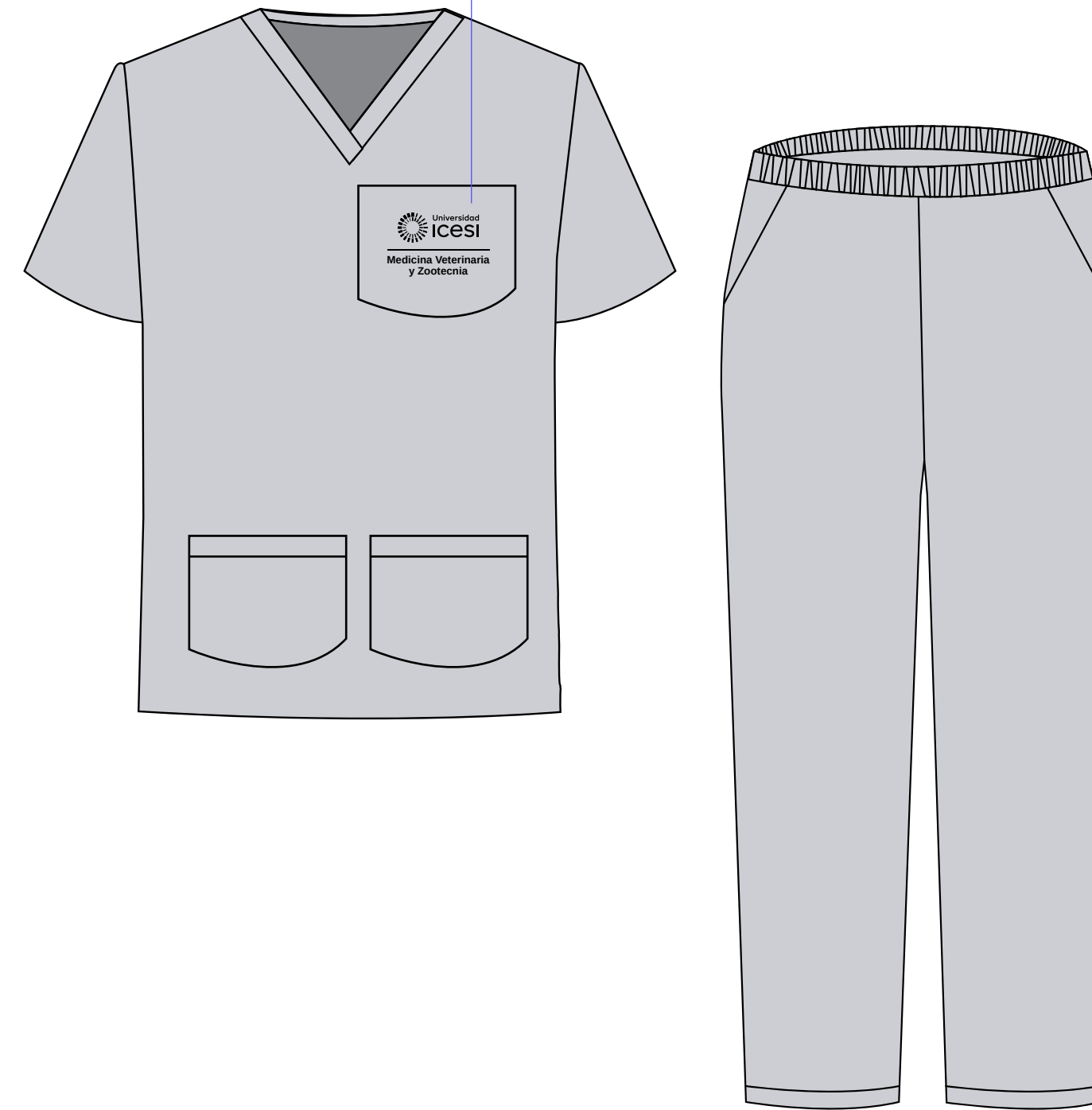
## Uniformes – programas

### Medicina Veterinaria y Zootecnia



#### 1° al 5° semestre

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



#### 6° al 10° semestre

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



Vista en detalle del logotipo.

## Uniformes – programas Medicina



### 1° al 3° semestre

- Color: Gris Metal 51735
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Stretch cloro resistente antifluído.



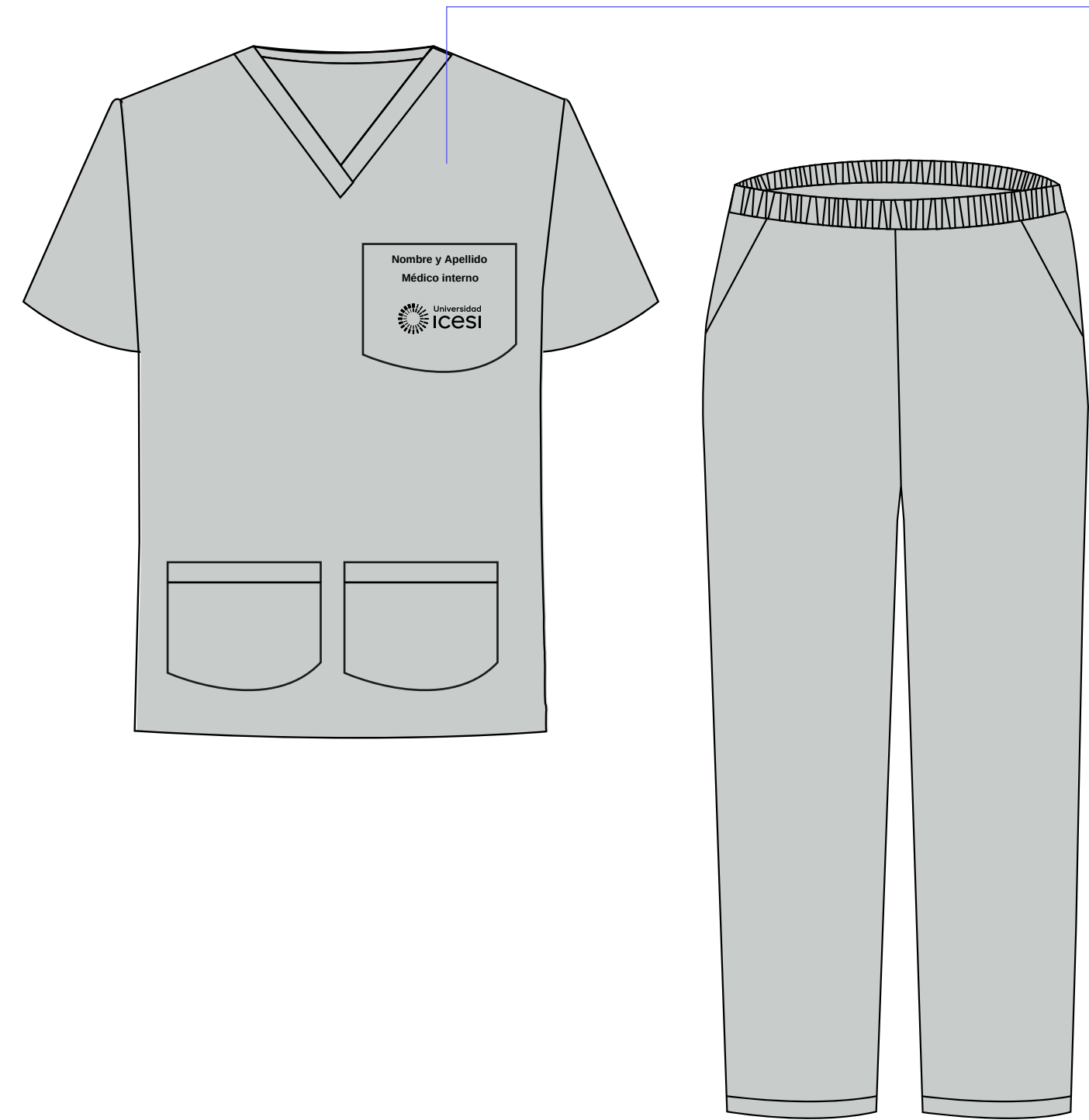
### 4° al 10° semestre

- Color: Vino Tinto 1047
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Stretch cloro resistente antifluído.



Vista en detalle del logotipo.

Uniformes – programas  
**Medicina**



Vista en detalle del logotipo.

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

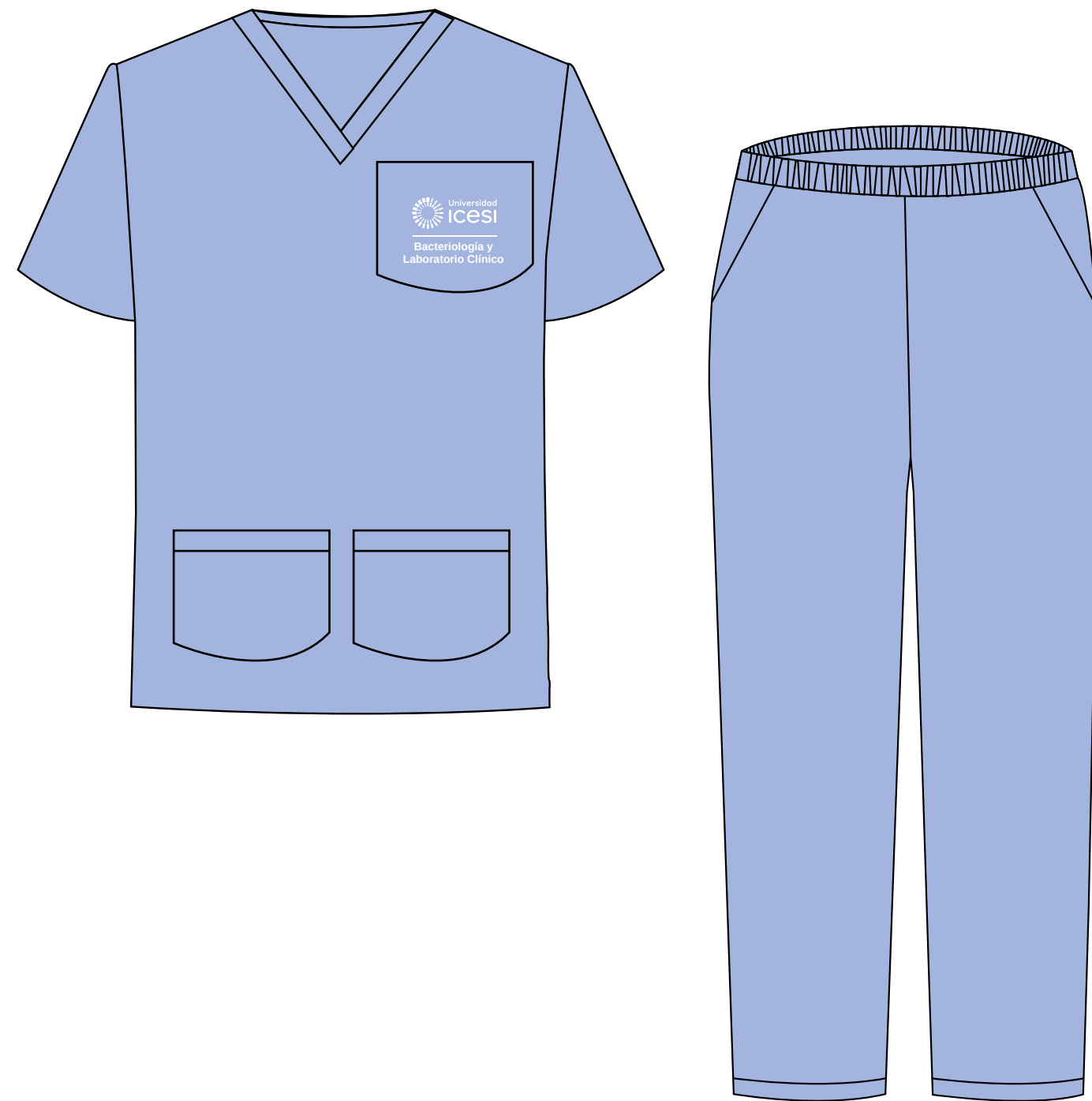
11° al 12° semestre

- Color: Gris Claro 9353
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color Negro
- Base: Stretch cloro resistente antifuído.



## Uniformes – programas

### Bacteriología y Laboratorio Clínico



#### 1° al 5° semestre

- Color: Azul violeta 52324
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Stretch cloro resistente antifluído.



#### 6° al 10° semestre

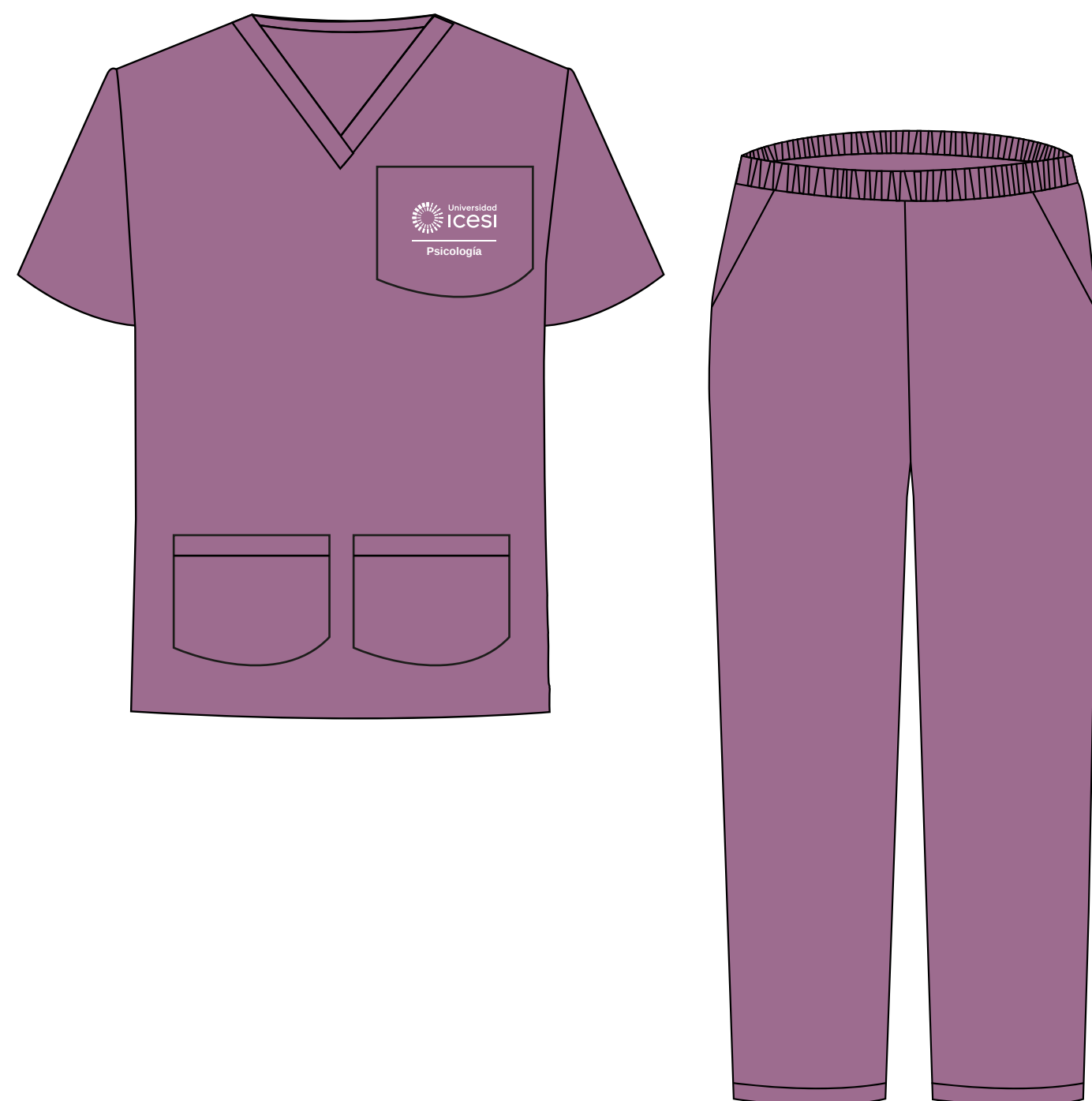
- Color: Morado 4859
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Stretch cloro resistente antifluído.



Vista en detalle del logotipo.

## Uniformes – programas

### Psicología



#### 1° al 5° semestre

- Color: Cerezo 40286.
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Stretch cloro resistente antifluído.



#### 6° al 10° semestre

- Color: verde sábila 60851
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Stretch cloro resistente antifluído.



Vista en detalle del logotipo.

## Uniforme

### Maestría en Neuropsicología Clínica



Vista en detalle del logotipo.

- Color: Azul violeta 194524
- Logotipo y nombre del programa: Bordados en color blanco
- Base: Stretch cloro resistente antifluído.



Uniforme

Especializaciones Médico Quirúrgicas



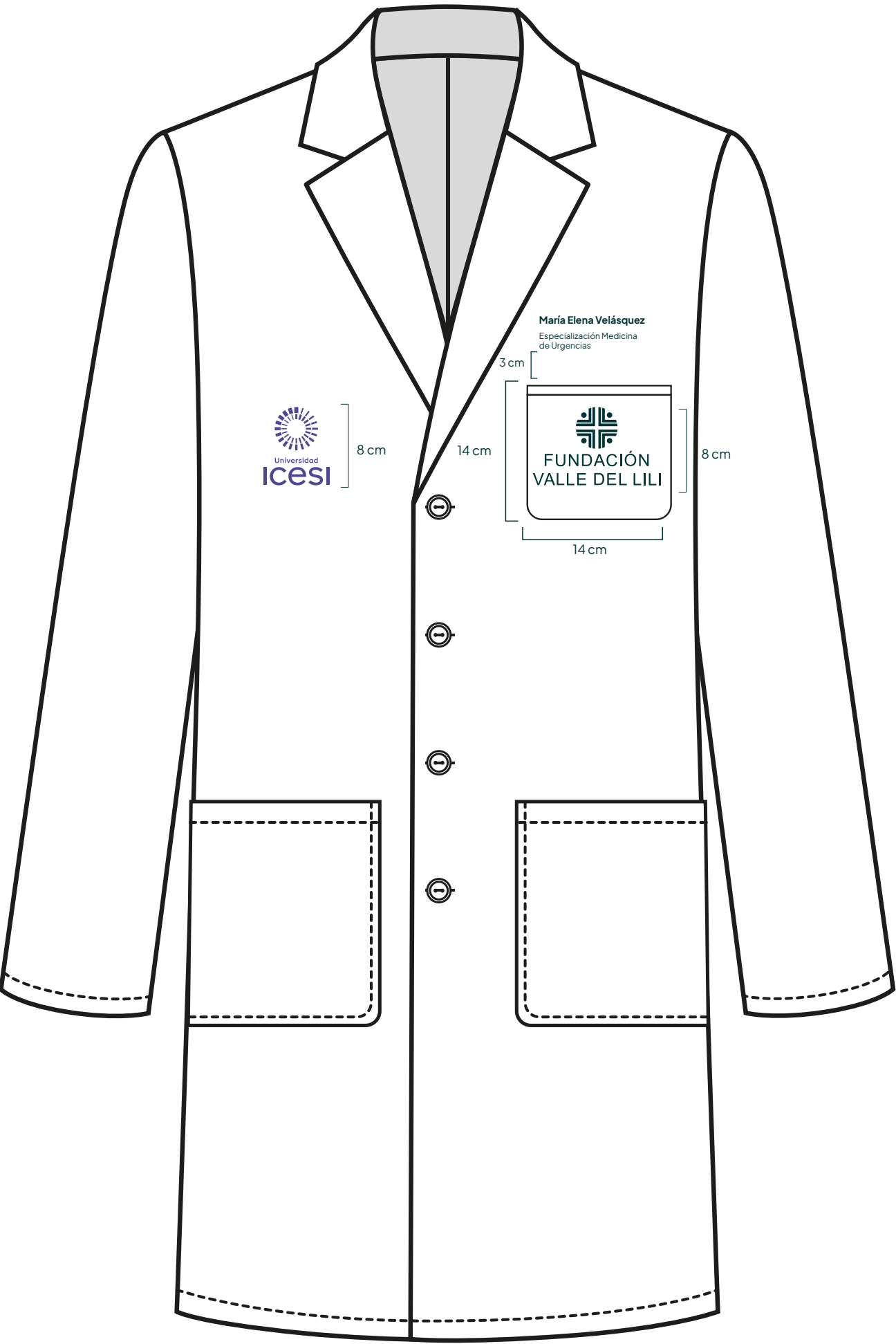
#SoyHospitalUniversitario

Ubicación del hastag

Vista en detalle del logotipo.

- Color: negro 194005
- Logotipo y nombre del programa : Bordados en color blanco.
- Base: Stretch cloro resistente antifluido.
- Uso del hastag #Soy HospitalUniversitario en la parte de atrás

# Batas de laboratorio



Para las batas se deben seguir los siguientes lineamientos de bordado:

**Logotipo Icesi:** Ubicado al lado izquierdo.  
**Fundación Valle del Lili:** Ubicado al lado derecho.  
**Dimensiones:** Ambos logos deben mantener un alto de 8 cm y estar alineados a la misma altura.

El nombre debe colocarse a una distancia de 3 cm por encima del bolsillo, asegurando que no sea obstruido por elementos decorativos o funcionales como lapiceros.



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

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 enlace:  
<https://www.icesi.edu.co/la-universidad/>