

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA



UniEspinal
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA



UniEspinal
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA

CONTENIDO

0. EL MANUAL

Porque El Manual

Logosímbolo Anterior / Historia y composición

1. ELEMENTOS CORPORATIVOS

1.1. Construcción del logotipo versión horizontal

1.2. Construcción del logotipo versión vertical

1.3. Composición

1.4. Tipografía

1.5. Área de seguridad del Logotipo

1.6. Regulación

1.7. Color del Logotipo

1.8. Otras versiones de color del Logotipo

1.9. Versiones primarias de color del Logotipo

1.10. Uso del Logotipo en versiones no corporativas

1.11. Uso del logotipo sobre fondos fotográficos o videos

1.12. Tamaños mínimos del Logotipo

1.13. Usos incorrectos del Logotipo

1.14. Cobranding

1.15. Uso de marca compartida

1.16. Marca SomosUniEspinal

1.17. Tipografía SomosUniEspinal

1.18. Colores SomosUniEspinal

1.19. Usos SomosUniEspinal

2. APLICACIONES

2.1. Estilo fotográfico

2.2. Ejemplos de aplicación / Papelería

2.3 Ejemplos de aplicación / Merchandising

2.4. Ejemplos de aplicación / Digital

2.5. Ejemplos de aplicación / Publicidad Exterior



0. EL MANUAL

***Expone indicaciones
y usos que garantizan la claridad
de la Identidad Visual de UniEspinal
agradecemos su atento seguimiento***

El presente Manual de Identidad Visual Corporativa establece las normas técnicas, gráficas y conceptuales que regulan el uso de la marca UniEspinal – Institución Universitaria.

Su finalidad es garantizar coherencia, consistencia y reconocimiento institucional en todos los puntos de contacto, asegurando una representación sólida, homogénea y profesional de la marca en cualquier soporte o entorno.

El cumplimiento de estas disposiciones es obligatorio para todas las dependencias, aliados estratégicos y proveedores que produzcan piezas de comunicación en nombre de la institución.

Logosímbolo Anterior

Historia y composición



El logosímbolo utilizado hasta el 2025 se componía de escudo y logotipo así;

Escudo: primer elemento que conforma el logosímbolo, se usaba de modo independiente de la tipografía si la ocasión lo ameritaba. Su distribución en cuanto a formas y colores era inalterable.

Logotipo; segundo elemento que conformaba el logosímbolo, podía ser usado de modo independiente del escudo si la ocasión lo ameritaba. Su alineación, distribución y color eran inalterables.

Con la llegada del 2026, y la apertura a cambiar de Institución Educativa a Institución Universitaria, además de estar acorde a las nuevas tendencias y necesidades del mercado se hacía necesario un cambio, que siguiera reflejando los valores de la marca así como conservar elementos importantes para la Institución como; el ser humano (estudiante) y sus colores distintivos.



1. ELEMENTOS CORPORATIVOS



1.1. Construcción del logotipo versión horizontal

Aquí se visualiza la construcción geométrica del logotipo, para su correcta aplicación es indispensable que se mantengan las proporciones del diseño.

La estructura y medidas no se pueden modificar bajo ninguna circunstancia, deben ser respetadas completamente.



1.2. Construcción del logotipo versión vertical

Para una correcta aplicación del logotipo es indispensable mantener las proporciones de construcción.

Aquí se ilustra la construcción geométrica de proporciones del logotipo.

La construcción está basada en la constante "X" que proviene del ancho de la letra "L" según se ilustra.

La estructura y medidas no se pueden modificar bajo ninguna circunstancia, respetándolas logramos consistencia en sus aplicaciones.



UniEspinal
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA

1.3. Composición

SIGNIFICADO DEL LOGOSÍMBOLO

UNIESPINAL – INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE EL ESPINAL

El logotipo de UniEspinal representa la esencia de la institución: la formación integral del ser humano como eje del desarrollo social y académico.

Concepto Central

El elemento protagonista del símbolo es una figura humana estilizada con los brazos abiertos, y un pie dando el paso por encima o hacia adelante (la forma de U azul en el isotipo), ubicada en el centro de una estructura circular. Esta figura simboliza:

- El estudiante como núcleo del proyecto educativo.
- La formación integral (intelectual, ética y social).
- La superación, el logro y la proyección hacia el futuro.
- La apertura institucional al conocimiento y a la comunidad.

La disposición ascendente y expansiva de la figura comunica crecimiento, impulso y transformación.

Estructura Circular

El círculo que envuelve la figura representa:

- Comunidad académica.
- Unidad e integración.
- Protección y acompañamiento institucional.
- Ecosistema de aprendizaje continuo.
- La construcción segmentada del círculo aporta dinamismo y movimiento, reflejando una institución en constante evolución y adaptación.

Síntesis Conceptual

El logotipo de UniEspinal comunica una institución que sitúa al ser humano en el centro de su misión, brindándole una estructura sólida de formación que impulsa su crecimiento, liderazgo y contribución a la sociedad.

Eastman Roman Trial

La tipografía **Eastman Roman Trial**, es una fuente robusta que es la utilizada para la frase/palabra “**UniEspinal**” transmite; confianza, cultura, criterio, estabilidad, sofisticación contenida y solidez institucional. Pero no se siente antigua ni pesada. Es más limpia y racional que una serif clásica tipo Garamond.

BEBAS NEUE

Bebas Neue es utilizada en el descriptor del logo “**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA**”. Por su construcción geométrica y peso visual transmite: seguridad, determinación, poder y actitud.

OSWALD Heavy / OSWALD DEMIBOLD OSWALD Extra Light

Tipografía Primaria - Títulos - Subtítulos - Párrafos

Empleada para texto corrido y usos digitales en todas las comunicaciones internas y externas, como pauta publicitaria, publicaciones en redes sociales, piezas comerciales, entre otros.

Myriad Pro Family

Tipografía de Sistema

Instalada por defecto en los sistemas operativos comerciales, se utiliza como reemplazo de las tipografías primarias cuando no puedan ser instaladas, especialmente en comunicaciones internas como presentaciones, facturas, cartas y documentos de gestión.



1.4. Tipografía

La tipografía es uno de los elementos clave a la hora de comunicar la personalidad de una marca ya que nos ayuda a visualizar los mensajes de la misma. Aplicada consistentemente, permite generar mayor impacto y recordación de la identidad.



1.5. Área de seguridad del Logotipo

De esta manera delimitamos una zona de seguridad o respeto, bajo la cual ningún elemento ajeno a la marca puede interferir o sobreponerse.

Cuando el logotipo se encuentre muy cerca al borde de una pieza gráfica, se debe tener muy presente esta área de seguridad.

1.6. Regulación

Vigilada Mineducación

La Resolución número 12220 de 2016 del Ministerio de Educación Nacional, resuelve en el artículo 4to que: “Las instituciones de educación superior están obligadas a emplear la advertencia “Vigilada Mineducación” de manera visible y clara en todas las piezas publicitarias que realicen en los medios de divulgación.

Por lo anterior, en toda pieza de publicidad y/o comunicación de UniEspinal deberá incluirse la frase “Vigilada Mineducación”, preferiblemente en la parte inferior del logo o en un lugar visible de la pieza.

La inclusión de esta advertencia es de carácter OBLIGATORIO en todas las piezas de comunicación y publicidad de la Institución Universitaria.

Tipografía, ubicación y tamaño del texto “Vigilada Mineducación”

Se recomienda que la expresión “Vigilada Mineducación” siempre esté cercana al logo de UniEspinal en cualquier pieza de publicidad y/o comunicación. Sin embargo se puede usar en cualquier lugar de la pieza siempre y cuando este aparezca de forma visible y legible. Para el caso particular de piezas gráficas en donde el logo de UniEspinal vaya acompañado de logos de otras universidades u organizaciones, la resolución establece que la frase “Vigilada Mineducación” debe ir en la parte inferior del logo. La fuente que se usa para esta frase es la **Euclid Circular A Semibold**, escrita en mayúsculas.



1. Rojo Uni

PANTONE 1788 C

CMYK: C: 0 / M: 99 / Y: 97 / K: 0
RGB: R: 237 / G: 33 / B: 39
HEX: #ed2127

2. Azul Espinal

PANTONE 2146 C

CMYK: C: 92 / M: 69 / Y: 15 / K: 11
RGB: R: 34 / G: 84 / B: 140
HEX: #23548c

3. Amarillo Arco

PANTONE 115 C

CMYK: C: 0 / M: 10 / Y: 91 / K: 0
RGB: R: 253 / G: 219 / B: 46
HEX: #fdbb2e

4. Azul Institución

PANTONE 295 C

CMYK: C: 100 / M: 90 / Y: 32 / K: 23
RGB: R: 31 / G: 49 / B: 99
HEX: #1f3163

5. Naranja Arco

PANTONE 1375 C

CMYK: C: 0 / M: 45 / Y: 100 / K: 0
RGB: R: 249 / G: 157 / B: 28
HEX: #f99d1c



1.7. Color del Logotipo

Significado Cromático

El sistema de color fortalece el mensaje conceptual del símbolo:

Rojo: energía, liderazgo, transformación y compromiso.

Azul: educación, confianza, institucionalidad, conocimiento y estabilidad.

Amarillo/Naranja: luz, esperanza, crecimiento y proyección al futuro.

La combinación cromática equilibra dinamismo y solidez, proyectando una institución cercana, activa y confiable.

Cualquier aplicación de colores en la marca no incluida o expuesta en este manual, se considera un uso incorrecto.



1.8. Otras versiones de color del Logotipo

Aquí se presentan las versiones completas de color del logotipo, que se deberán aplicar de acuerdo al contexto normativo o si hay alguna restricción en el medio que impida el uso del logotipo en versiones primarias.

Estas mismas versiones de color se aplican a la versión horizontal del logotipo.

VERSIÓN PRIMARIA HORIZONTAL POSITIVO



VERSIÓN PRIMARIA VERTICAL POSITIVO



VERSIÓN PRIMARIA HORIZONTAL NEGATIVO



VERSIÓN PRIMARIA VERTICAL NEGATIVO



1.9. Versiones primarias de color del Logotipo

Se desarrollaron las diferentes versiones de color del logotipo, creadas para que se pueda expresar en cualquier contexto preservando su lectura e identidad.

Se sugiere usar prioritariamente la versión primaria, si no hay ninguna restricción de producción o del medio.



Cuando la marca debe aplicarse en un contexto o fondo diferente de las comunicaciones de UniEspinal, con el fin de preservar una correcta lectura e interpretación de todos sus elementos, se deben utilizar las versiones primarias del logo, si el fondo o contexto es oscuro se deberá usar la versión en negativo o si el fondo o contexto es claro se debe usar la versión en positivo, también se podrá utilizar una versión a color del logo pero con outline blanco sobre cualquier fondo.

1.10. Uso del Logotipo en versiones no corporativas



1.11. Uso del logotipo sobre fondos fotográficos o videos

La marca puede aplicarse sobre imágenes, siempre que se asegure su legalidad y contraste. Debe ubicarse en zonas limpias, oscuras o con alto contraste, sin perder protagonismo.

Cuando sea necesario, se puede utilizar una grabación del azul institucional como fondo de apoyo para reforzar su visibilidad.

Se puede usar cualquier versión del logotipo, según el contexto y asegurando una correcta visualización.

**Fotografías de referencia, no están licenciadas para ser usadas.*



1.12. Tamaños mínimos del Logotipo

Los siguientes serán los tamaños mínimos recomendados para su aplicación. Ajustar la marca a tamaños inferiores afectará su visibilidad y le dará una lectura incorrecta a sus elementos.



✗ *Degradados en el texto*



✗ *Rotar el logo*



✗ *Agregar elementos*



✗ *Alterar las proporciones*



✗ *Cambiar o agregar colores*



✗ *Usar sombras o efectos*



✗ *Poner outlines innecesarios*



✗ *Combinar los grises con colores*

1.13. Usos incorrectos del Logotipo

No se puede perder el estilo, es por esto que es importante resaltar las aplicaciones incorrectas y tener muy presente qué no se debe tener con las marcas.



Con el apoyo de:



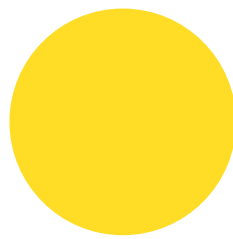
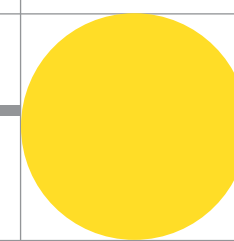
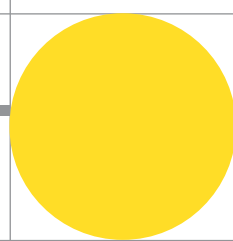
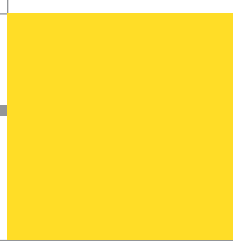
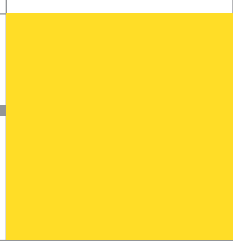
1.14. Cobranding

Cuando la Institución sea la entidad organizadora, su logotipo debe posicionarse en la parte superior de la pieza gráfica, los logotipos de entidades extremas que participan o apoyan las actividades, deben ubicarse siempre en la parte inferior centradas del formato asignado, respetando las proporciones de tamaño y la jerarquía visual entre todos los logos involucrados, garantizando una composición equilibrada.

Cuando se incluyan tres o más logotipos, se recomienda incorporar una franja blanca o un área de apoyo visual que asegure su correcta visibilidad y contraste, especialmente en fondos complejos o de color.



*Esquema de cobranding
para marcas aliadas
horizontales*



*Esquema de cobranding
para marcas aliadas
cuadradas o circulares*

1.15. Uso de marca compartida

Cuando hace parte de una alianza estratégica en el marco de un evento o actividad institucional, se utilizarán los logos en igualdad de posición.



*Esquema de cobranding
para marcas aliadas
verticales*



SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

1.16. Marca SomosUniEspinal

La marca **SomosUniEspinal**, surge como una estrategia comunicacional institucional orientada a fortalecer el sentido de pertenencia, cercanía e identidad entre los diferentes públicos que conforman la comunidad de la institución.

Se trata de un recurso gráfico y discursivo que facilita la interacción con estudiantes, egresados, docentes, administrativos, contratistas, padres de familia y demás grupos de interés, a través de un lenguaje emocional

y colectivo que promueve la apropiación cultural de la institución como un proyecto educativo común, sin comprometer los principios de neutralidad institucional definidos por la Ley 2345 de 2023.

Es un elemento complementario de posicionamiento institucional, enmarcado dentro de los criterios de legalidad, respeto, inclusión y neutralidad, promoviendo la participación y el orgullo institucional sin asociarse a símbolos, partidos o ideologías políticas o religiosas.

EASTMAN ROMAN TRIAL
Eastman Roman Trial

SomosUniEspinal
SomosUniEspinal

1.17. Tipografía **SomosUniEspinal**

La tipografía seleccionada para la marca **SomosUniEspinal** se caracteriza por su alta legibilidad y solidez estructural. En coherencia con la proyección visual de la marca, se eligió **Eastman Roman Trial**, una fuente versátil y atractiva que aporta equilibrio entre modernidad, elegancia y presencia institucional.

Cabe señalar que los puntos de las letras “i” en la palabra **UniEspinal** fueron modificados respecto a su versión original, pasando de forma cuadrada a circular. Este ajuste responde a la intención de aportar mayor calidez y cercanía visual, suavizando el carácter rígido de la tipografía y reforzando una percepción más humana y accesible de la marca.



SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

1.18. Colores SomosUniEspinal

Se ha pensado que nuestra marca se pueda adaptar a cualquier pieza gráfica o audiovisual y por ello se pueda utilizar toda la paleta de colores, solo debe dar contraste y resaltar dentro de la pieza.

1.19. Usos SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal

SomosUniEspinal





UniEspinal
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE EL ESPINAL

2. APLICACIONES

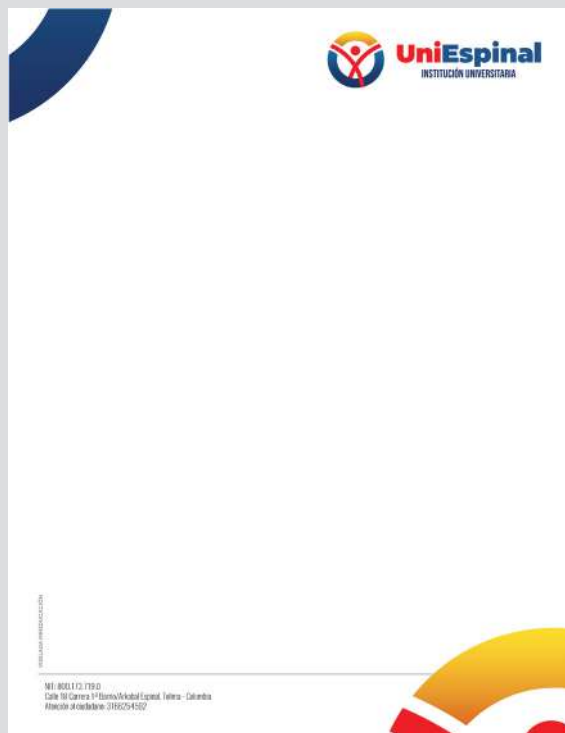


2.1. Estilo fotográfico

La selección fotográfica en las piezas de comunicación estará centrada siempre en exaltar a nuestros estudiantes y deben cumplir las siguientes características:

- Estudiantes de todas las razas y géneros.
- Expresiones en posiciones naturales realizando o evocando actividades académicas.
- Emociones positivas (alegría, diversión, conocimiento, concentración, etc.).
- Interacción con el entorno (instalaciones, institucionales, profesores y personal administrativo).

**Fotografías de referencia, no están licenciadas para ser usadas.*



Membrete Carta



Acta de Notas



Diploma Grado

2.2. Ejemplos de aplicación Papelería

Carné





2.3 Ejemplos de aplicación Merchandising

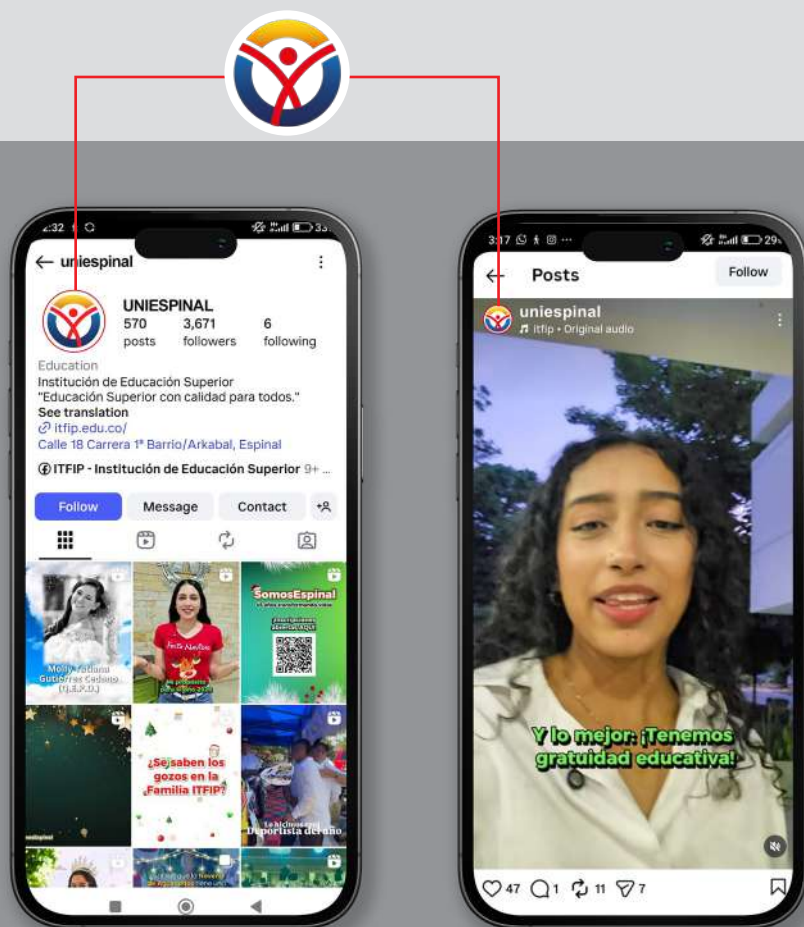


2.4. Ejemplos de aplicación Digital

La evolución de los entornos digitales y su consumo predominante a través de dispositivos móviles —como smartphones, tabletas y portátiles— exige sistemas de identidad visual altamente optimizados para escalas reducidas. En particular, las plataformas de redes sociales imponen formatos de visualización limitados que requieren máxima síntesis formal para garantizar legibilidad, reconocimiento y correcta reproducción.

En respuesta a estas condiciones, se establece como recomendación normativa el uso exclusivo del isotipo

del logotipo en aplicaciones de pequeña escala o entornos digitales restrictivos, asegurando así consistencia, claridad y eficiencia visual.





2.5. Ejemplos de aplicación Publicidad Exterior



