

LINEAMIENTOS BÁSICOS  
**MANUAL**  
**DE**  
**IDENTIDAD**



**SANMARTÍN**  
Fundación Universitaria

W  
C  
I  
D  
N  
I

## IDENTIDAD VISUAL

- › Logotipo
- › Construcción geométrica
- › Área de seguridad
- › Variaciones del logo
- › Tamaños mínimos
- › Isotipo
- › Positivo y negativo
- › Paleta de color
- › Tipografía
- › Elementos gráficos
- › Usos incorrectos

## APLICACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL

- › Co-Branding
- › Merchandising
- › Audiovisuales
- › Señalética
- › Avisos de fachada
- › Otras aplicaciones

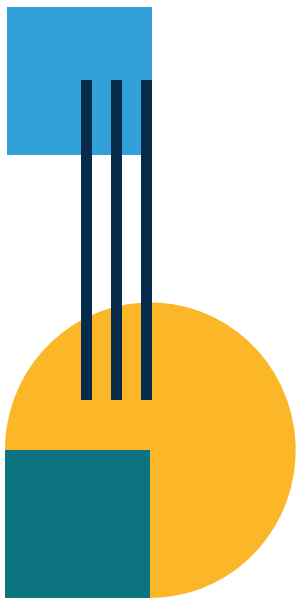
# INTRODUCCIÓN

Este manual establece las directrices para la identidad institucional de la Fundación Universitaria San Martín. Incluye tanto los elementos intangibles, representados por su narrativa, como los elementos tangibles, descritos en una guía que detalla las normas para la correcta aplicación y uso de sus recursos gráficos y visuales.

El objetivo principal es proporcionar los criterios necesarios para gestionar una identidad veraz, sólida, coherente y unificada, que refleje de manera consistente los objetivos, valores, misión y visión de la Fundación, tanto en su imagen como en su discurso.

Las normas y disposiciones contenidas en este documento son de cumplimiento obligatorio y aplican a todas las comunicaciones institucionales, ya sean internas, externas o publicitarias. Estas disposiciones abarcan todos los medios y canales formales de difusión, así como los diferentes entornos donde se desarrolla la actividad institucional.

Este manual es una herramienta clave para garantizar una mejor coordinación y mayor uniformidad en las comunicaciones de la institución.





# IDENTIDAD VISUAL

Los elementos gráficos y visuales que identifican a la Fundación Universitaria San Martín son reflejo y parte integral del proceso de renovación y transformación institucional.

Adoptada el 10 de abril de 2018 y ratificada el 15 de agosto de 2019 mediante el Acuerdo N° 20 del Consejo Superior, nuestra imagen representa una nueva etapa en la historia de la Fundación y se ha consolidado como una marca sólida y única en el sector de la educación superior en Colombia.

La imagen institucional simboliza nuestro compromiso con la formación integral, la vocación humanística, y la búsqueda constante de excelencia y calidad académica.

La identidad visual de la Fundación Universitaria San Martín comprende una serie de elementos representativos que nos hacen inmediatamente reconocibles.



# SANMARTÍN

## Fundación Universitaria

La San Martín es una marca fresca, joven e incluyente. El color azul se conserva, porque representa nuestro origen y la experiencia del pasado, que nos enseñó un nuevo punto de partida. El color verde, representa la esperanza y confianza en un futuro que somos capaces de construir.

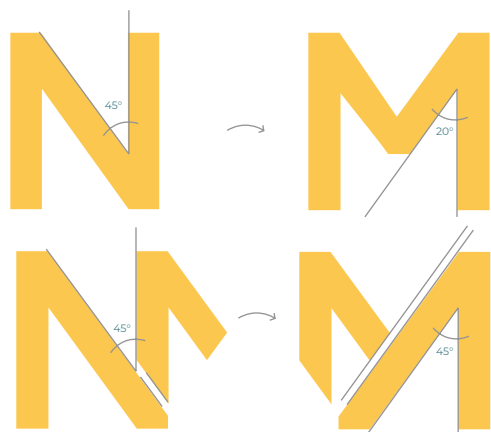
El color amarillo, representa la riqueza del conocimiento que somos capaces de producir y de transferir, el cual será la base de nuestro progreso.

El entramado es la unión de las letras N y M, el cual representa la alianza de toda la comunidad académica que comparten los mismos principios y valores.

# CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA



Tag name



Isotipo

# ÁREA DE SEGURIDAD



Se define el área segura utilizando la altura del Isotipo “NM” como unidad de medida. Esta área de protección asegura que el logotipo mantenga su legibilidad y visibilidad al evitar que otros elementos gráficos o textos se acerquen demasiado. Respetar esta zona garantiza el reconocimiento en cualquier aplicación y facilita su reconocimiento en distintos formatos y tamaños.



# VARIACIONES DEL LOGO



Las variaciones de color del logo aseguran su adaptabilidad a diferentes contextos y fondos, sin perder su identidad visual. La paleta principal se debe emplear en la mayoría de las aplicaciones, garantizando una representación fuerte y reconocible.

# TAMAÑOS MÍNIMOS



Se recomienda utilizar el LOGOTIPO a un tamaño mínimo como se establece a continuación, esto con el fin de garantizar legibilidad a la hora de su impresión y en cualquier medio digital. Hay que considerar que para proceder a la aplicación o reducción de la marca, habrá de hacerse de forma proporcional para no deformar la composición y el conjunto visual.

# ISOTIPO



La unión entre las letras N y M representa el vínculo de todos los estamentos que conforman la comunidad académica de la Fundación Universitaria San Martín, en el propósito mayor de formar individuos que se comprometen responsablemente consigo mismos para construirse como personas y ciudadanos.



# POSITIVO Y NEGATIVO

**SANMARTÍN**  
Fundación Universitaria

**SANMARTÍN**  
Fundación Universitaria

El logotipo en su versión positiva (fondo claro con texto en negro) es ideal para su uso en soportes donde predominan los fondos blancos o claros.

La tipografía en negro destaca claramente y asegura una alta legibilidad, manteniendo la formalidad y profesionalismo de la institución.

La versión en negativo (fondo negro con texto en blanco) es perfecta para aplicaciones donde se necesiten fondos oscuros o más formales. Este tipo de aplicación en negativo suele usarse en casos donde se necesita un enfoque más elegante o sobrio, como en documentos institucionales o aplicaciones digitales que requieren un enfoque más serio.

# PALETA DE COLOR



**Verde:** Representa la esperanza de la comunidad académica en el futuro que ella misma se proveerá a través de la formación de las nuevas generaciones. Simboliza el vínculo con el futuro y el progreso de la comunidad académica y de la sociedad en general.

**Amarillo:** Este color significa para la institución la riqueza que proviene de la diversidad, pluralidad y flexibilidad de su comunidad académica, y el compromiso de, en la búsqueda de sus objetivos y en el marco de sus principios y valores, el logro de su misión y su visión por el bien de la sociedad.

**Azul:** Este color refleja el carácter fresco, joven e incluyente de la Fundación Universitaria San Martín. Se mantiene como un símbolo de nuestro origen y tradición, representando la experiencia del pasado que nos ha forjado. A través de este color, reafirmamos el aprendizaje adquirido y la fortaleza que hemos desarrollado, marcando un nuevo punto de partida hacia el futuro.

#2a727c

C 80%  
M 35%  
Y 41%  
K 20%

R 42  
G 114  
B 124

#ffb90b

C 0%  
M 32%  
Y 92%  
K 0%

R 255  
G 185  
B 11

#0a2e4c

C 100%  
M 79%  
Y 43%  
K 42%

R 10  
G 46  
B 76

#ECEBEC

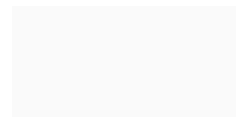
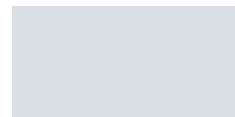
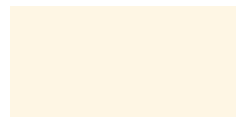
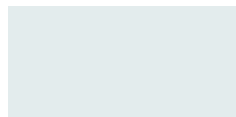
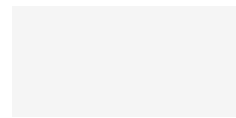
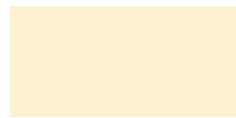
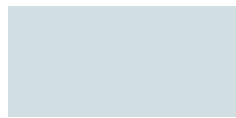
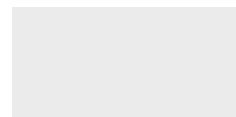
C 9%  
M 7%  
Y 7%  
K 0%

R 236  
G 235  
B 236

#FFFFFF

C 0%  
M 0%  
Y 0%  
K 0%

R 255  
G 255  
B 255



# TIPOGRAFÍA

F  
E  
S  
M

Mm

Ss

Aa

Rr

Tt

Íí

Nn

**Montserrat Light:** Ofrece una apariencia ligera y moderna, ideal para contenidos de apoyo que necesitan un toque más suave.

**Montserrat Regular:** Equilibrada y legible, es adecuada para textos corridos o cuerpos de texto extenso.

**Montserrat Medium:** Proporciona mayor peso que Regular, perfecta para resaltar partes clave sin perder claridad en textos corridos.

**Montserrat Semi Bold:** Un poco más gruesa, adecuada para subtítulos o palabras clave dentro del texto sin ser demasiado dominante.

**Montserrat Bold:** Ideal para títulos y subtítulos que requieren énfasis moderado y fuerza visual.

**Montserrat Extra Bold:** Aporta mayor contundencia y es perfecta para títulos principales o encabezados destacados.

**Montserrat Black:** La más pesada, perfecta para títulos importantes que necesitan gran impacto visual.

Aa **FAMILIA**  
Bb

CcDd

EeFf

IiJjKk

LlMm

NnOo

GgHh

Ññ

Qq

RrSs

Tt

Vv

Xx

Uu

Ww

Yy

Zz



1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



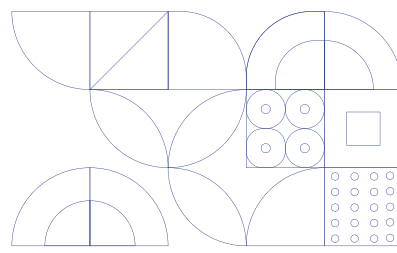
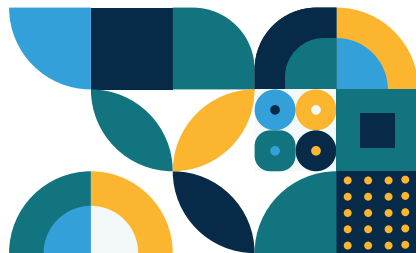
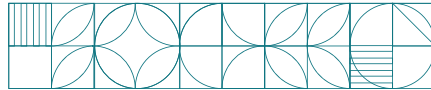
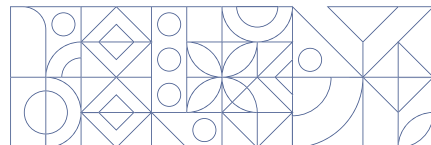
Montserrat Light  
Montserrat Regular  
Montserrat Medium  
Montserrat SemiBold  
**Montserrat Bold**  
**Montserrat ExtraBold**  
**Montserrat Black**



Montserrat es una tipografía sans-serif moderna inspirada en los antiguos carteles y letreros de la tradicional zona del barrio de Montserrat en Buenos Aires, Argentina. Es conocida por su elegancia y legibilidad, con líneas limpias y formas geométricas. Es ideal para usar en materiales de marketing y comunicación, que buscan proyectar una imagen moderna y accesible, lo que la hace adecuada para entornos académicos.



# ELEMENTOS GRÁFICOS



Los entramados institucionales representan un elemento gráfico distintivo que simboliza la unión y cohesión de toda la comunidad institucional. Este diseño se deriva y/o toma parte de la intersección de las letras “N” y “M” presentes en el logotipo, formando patrones que refuerzan la identidad visual de la Fundación.

Estos entramados se deben utilizar para resaltar y enriquecer las aplicaciones gráficas, como fondos decorativos o detalles en materiales impresos y digitales.

# USOS INCORRECTOS



**SANMARTÍN**  
Fundación Universitaria

En ningún caso rotar el logotipo



**SANMARTÍN**  
Fundación Universitaria

No usar degradado



**SANMARTÍN**  
Fundación Universitaria

No deformar el logotipo



**SANMARTIN**  
Fundación Universitaria

El uso del logotipo, restringe por completo usarlo sin el tagline



**SANMARTIN**  
Fundación Universitaria

Cuando el logotipo se use en fotografía garantizar su legibilidad, para tal caso usar a una sola tinta y en blanco o negro



**SANMARTIN**  
Fundación Universitaria

No usar colores diferentes a los ya establecidos en el manual de marca



# USOS INCORRECTOS





















---




---







---




---







---




---



# APLICACIONES DE LA IDENTIDAD VISUAL

Las aplicaciones de la identidad visual de la Fundación Universitaria San Martín son ilimitadas y debe mantenerse consistente en todos los formatos y canales de comunicación, ya sean digitales, impresos, audiovisuales, promocionales u otros acá no relacionados.

Este capítulo presenta las disposiciones y guías necesarias para la correcta aplicación de los elementos gráficos, asegurando una presencia uniforme, profesional y reconocible.

En caso de dudas sobre la aplicación de la identidad visual, por favor escribir a:

**[comunicacionesfusm@sanmartin.edu.co](mailto:comunicacionesfusm@sanmartin.edu.co)**



# CO-BRANDING

Se refiere a la presencia conjunta de dos o más logos de organizaciones externas y distintas a la Fundación Universitaria San Martín, en piezas gráficas o audiovisuales producidas por la institución.

## Espacio y cantidad de logos:

El espacio dedicado a los logos es variable según la cantidad de marcas involucradas. Siempre debe ir primero el logo de la Fundación Universitaria San Martín y luego cada logo, separado por una línea vertical. Si los logos son más de cinco (5), se deben organizar en dos o más renglones, asegurando una disposición limpia y legible.



**Proporción:** Todos los logos deben mantener la misma proporción de altura que el logo de la Fundación Universitaria San Martín, respetando su relevancia y jerarquía.

# MERCHANDISING



# BOLÍGRAFO



# LIBRETA





**GORRA**



# AUDIOVISUALES

Los créditos audiovisuales son esenciales para reconocer y dar visibilidad a las personas y equipos que participan en las producciones institucionales de la Fundación Universitaria San Martín. Para garantizar uniformidad y profesionalismo, deben seguir estrictamente las directrices de este manual.

Es fundamental que los créditos mantengan un diseño limpio y legible, utilizando la tipografía institucional aprobada. Los nombres y roles deben presentarse de forma clara y ordenada, asegurando que sean fácilmente reconocibles. Además, la disposición de los créditos debe alinearse con las prácticas estándar de la industria audiovisual, reflejando el compromiso de la Fundación con la calidad y la excelencia.

En todas las piezas audiovisuales es obligatorio incluir las cortinillas de apertura y cierre definidas por la Coordinación de Comunicaciones Institucionales. Solicitarlas al correo:

[comunicacionesfusm@sanmartin.edu.co](mailto:comunicacionesfusm@sanmartin.edu.co)



# SEÑALETICA

La señalética institucional está diseñada para garantizar la orientación eficiente y la fácil identificación de los espacios dentro de las instalaciones.

Cada pieza de señalización sigue un esquema visual coherente que refuerza la identidad de la institución, utilizando los colores, tipografías y elementos gráficos establecidos en este manual.

Las indicaciones deben ser claras y legibles, respetando las proporciones y el diseño definidos. Se deben usar materiales de alta calidad y acabados adecuados para asegurar la durabilidad y visibilidad de las señales, tanto en interiores como en exteriores. Se deben respetar las áreas de reserva y la correcta ubicación del logotipo para mantener la uniformidad visual.



# LUGARES Y OFICINAS

13 x 24,5 cm



## PLANO TÉCNICO

# BAÑO



# PLANO TÉCNICO

# SALONES



# PLANO TÉCNICO

# AVISOS DE FACHADA

Los avisos de fachada son elementos visuales esenciales que refuerzan la presencia institucional de la Fundación Universitaria San Martín en sus espacios físicos. Para garantizar un diseño estético y funcional, estos avisos deben ser fabricados con materiales de alta calidad, como acrílico con acabado mate, y tener un grosor mínimo de 2,5 cm, lo que asegura su durabilidad y resistencia a las condiciones ambientales.



La ubicación de los avisos debe seguir las directrices de visibilidad y legibilidad, respetando las áreas de reserva del logotipo y manteniendo la coherencia con la identidad visual establecida en este manual. Además, es fundamental que el diseño conserve la simplicidad y claridad para facilitar la identificación de la institución por parte del público.

**SAMARTÍN**  
Fundación Universitaria





# OTRAS APLICACIONES: UNIFORME

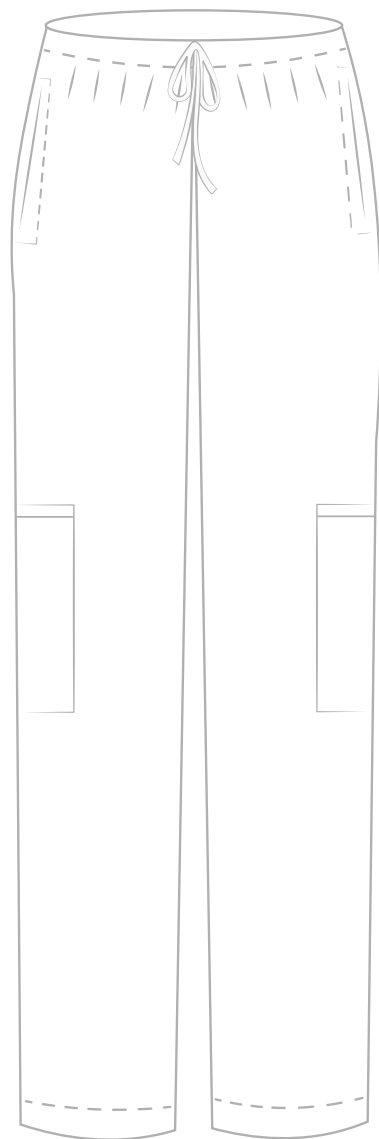
Para el adecuado desarrollo de las actividades académicas, formativas y de práctica, algunos programas ofrecidos por la Fundación Universitaria San Martín requieren que estudiantes y/o docentes utilicen uniformes, batas, overoles u otras prendas específicas.

La decisión sobre la necesidad de estas prendas corresponderá a los decanos de cada facultad, quienes deberán deliberarlo en el marco del Consejo de Facultad. Una vez tomada la decisión, la solicitud se presentará a la Coordinación de Comunicaciones, área responsable de asegurar el cumplimiento de las disposiciones de este manual en el diseño de la prenda de vestir. Posteriormente, la solicitud será sometida a revisión y aprobación por parte del Comité de Comunicaciones.

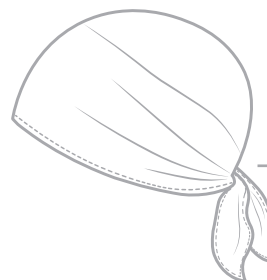
A continuación, se dan los lineamientos que se deben tener en cuenta en el diseño y producción de este tipo de prendas.



# UNIFORME



2 Bolsillos internos  
2 Bolsillos laterales con  
tapa 21 x 20cm



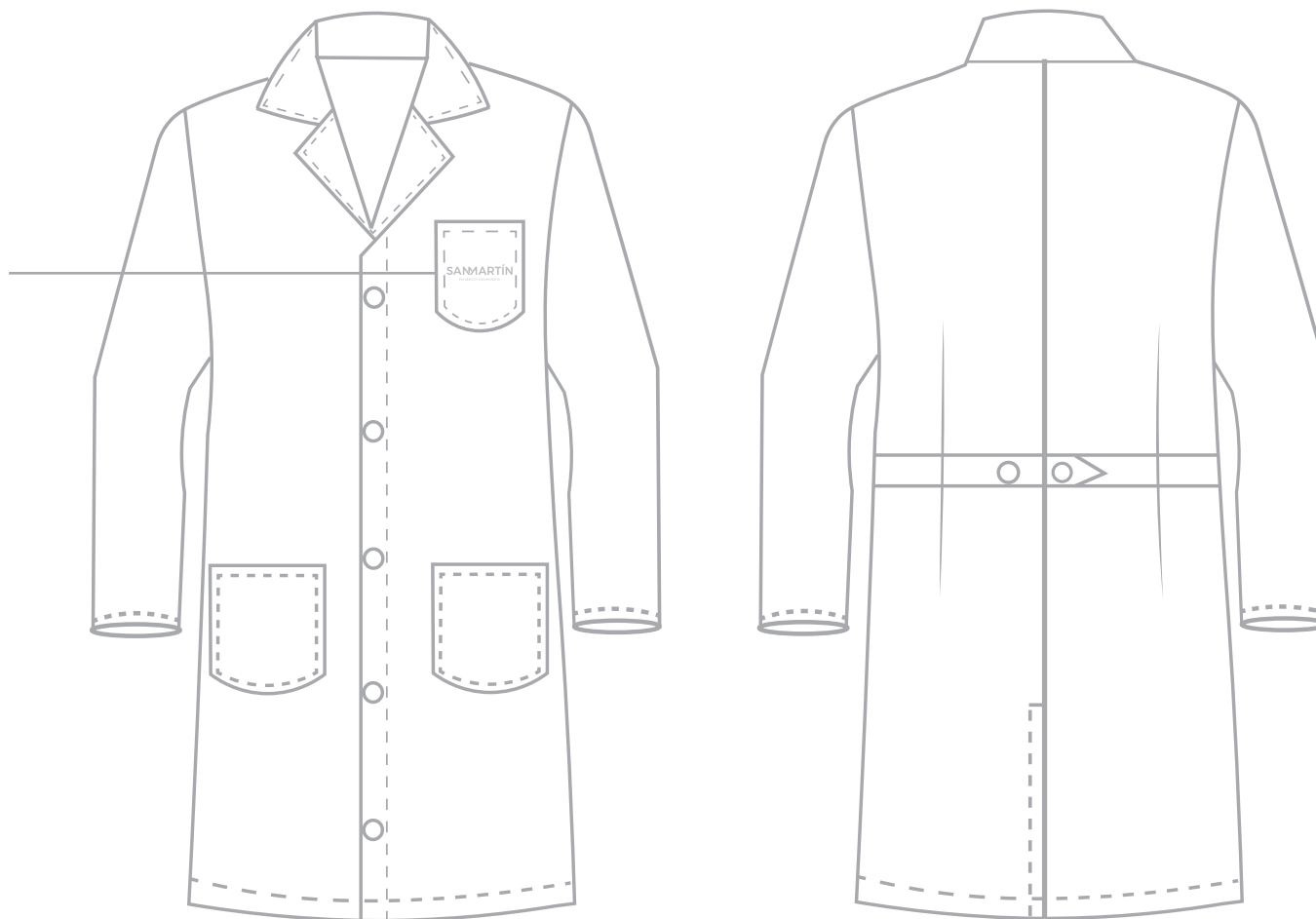
Corro Odontología



Camisa con Cuello  
V bolsillo al lado  
izquierdo

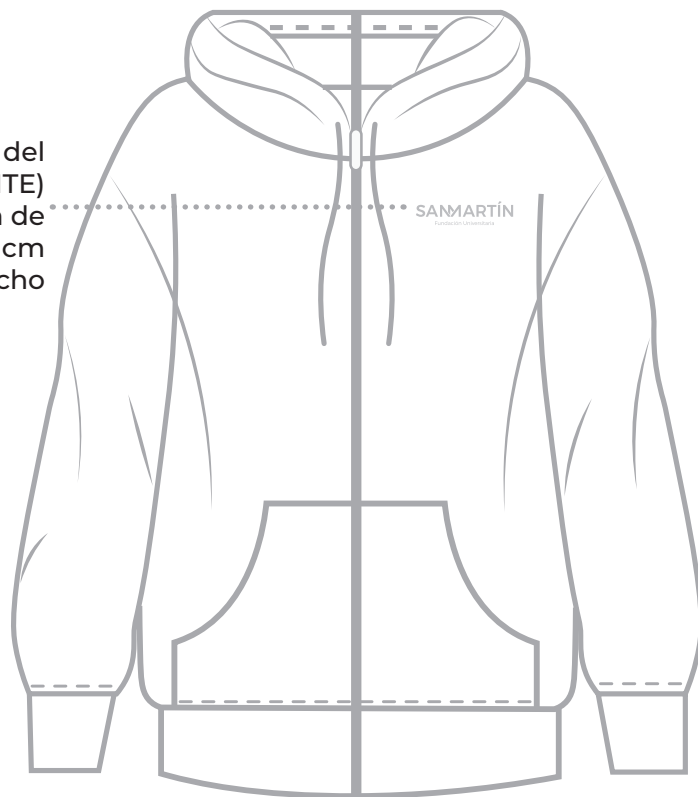
El tamaño del  
logotipo bordado  
es de 9 cm x 2 cm  
de ancho.

Bata Gabardina  
Tempo el tamaño  
del logotipo es de  
10 cm x 2,5 cm



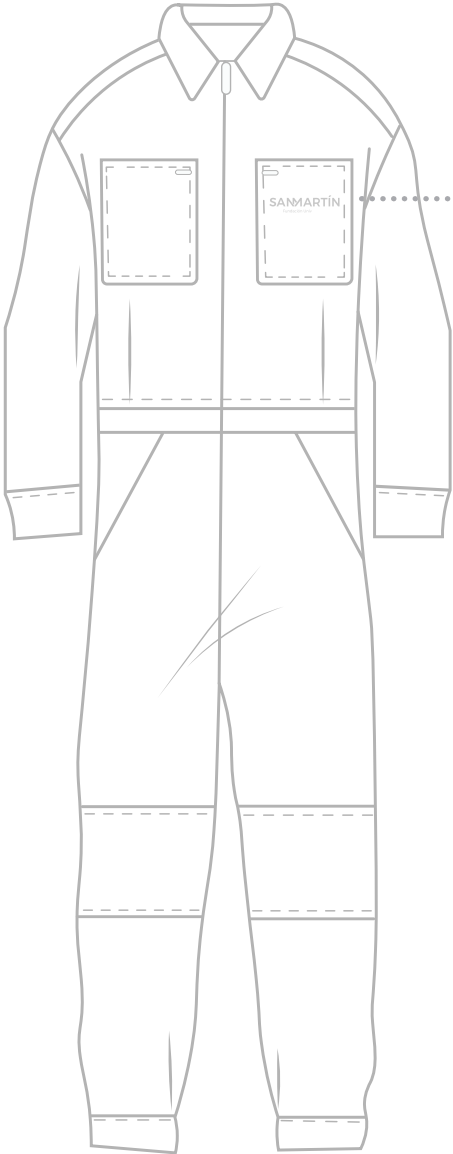
# CHAQUETA

El tamaño del  
logotipo (FRENTE)  
es de 9 cm de  
largo x 2 cm  
de ancho



El tamaño del  
logotipo (ATRÁS)  
es de 13 cm de largo  
x 2,5 cm de ancho

# OVEROL MVZ



El tamaño del logotipo es de 10 cm x 2,5 cm

