



compensar

fundación  
universitaria

# Manual de identidad

Fundación Universitaria Compensar




# **1. UCompensar Institucional**

---



## Propósito Superior

“ Transformamos a la persona y al **sector productivo** con **pasión**, a través de un modelo de **educación** flexible, pertinente y sostenible que genera **valor** a la **sociedad** y a Compensar. ”



# Ejes estratégicos



## Modelo Universidad - Empresa

Un modelo desarrollado a partir de la sinergia entre universidad-empresa -caja, que genera capacidades y competencias en las personas y fortalezca la productividad empresarial, a través de una generación mutua de valor a partir de modelos de innovación, procesos formativos y soluciones a la medida, en búsqueda de relaciones a largo plazo.



## Articulación con Compensar

Fortalecer la articulación con Compensar mediante relaciones sólidas y sostenibles a mediano y largo plazo, alineando objetivos y recursos para potenciar el impacto en el ámbito educativo y en otros frentes estratégicos. Este compromiso se traduce en el desarrollo de iniciativas integrales que impulsen la colaboración con empresas, afiliados y demás grupos de interés, generando valor compartido y contribuyendo al crecimiento y bienestar de todas las partes involucradas.



## Posicionamiento:

Ser un referente de calidad y pertinencia dentro del sector académico y empresarial, a partir de su enfoque en el modelo Universidad - Empresa, que genera valor en los grupos de interés respondiendo a sus expectativas y necesidades, que apalanca el crecimiento.



## Bienestar, cultura, cambio

Desarrollar un ambiente innovador y dinámico que promueva los comportamientos que facilitan el cumplimiento del propósito superior, la participación activa de la comunidad en los procesos de transformación, el sentido pertenencia, la excelencia organizacional y el bienestar de nuestra comunidad.



## Fortalecimiento de capacidades y excelencia

Potenciar a UCompensar como una institución educativa de vanguardia y excelencia en la gestión que transforma a personas y empresas a través de un proyecto educativo flexible y pertinente enfocado hacia la productividad y empleabilidad.

# Atributos UCompensar

Es el compromiso con la Universidad de cumplir y participar oportunamente garantizando los resultados esperados y el alcance estratégico de manera ética para transformar vidas.

*Pasión por el logro*



Es la confianza y satisfacción de estudiantes, empresas, aliados y colaboradores con nuestro modelo de educación integral de alta calidad que transforma vidas.

*Excelencia*



Nuestro compromiso de atender con eficacia las necesidades de nuestra comunidad educativa y aliados, ofreciendo soluciones oportunas y transformadoras.

*Servicio*



*Inclusión*

Es la capacidad de generar acceso a la educación integral de alta calidad a todas las personas y empresas que deseen y las oportunidades del sector productivo para todo el mundo teniendo en cuenta las múltiples realidades sociales para aportar en la transformación de vidas.

*Innovación*

Es la transformación continua desde el desarrollo, modelo educativo, los procesos y la tecnología para generar capacidades a empresas, estudiantes y colaboradores.



## 2. Plataforma de Marca

---

# Propósito de marca/

Nuestro propósito inspira a la organización y a sus grupos de interés. Define el ¿para qué existimos? Es retador, mira hacia adelante y expresa lo que la marca desea ser en el futuro. Como Fundación de Compensar, somos parte de la transformación y contribuimos a la prosperidad colectiva, pero lo hacemos de una forma especial:

→ **En La Fundación Universitaria Compensar “VIVIMOS PARA CREAR UN TERRITORIO DE FUTURO”.**

## Territorio de futuro

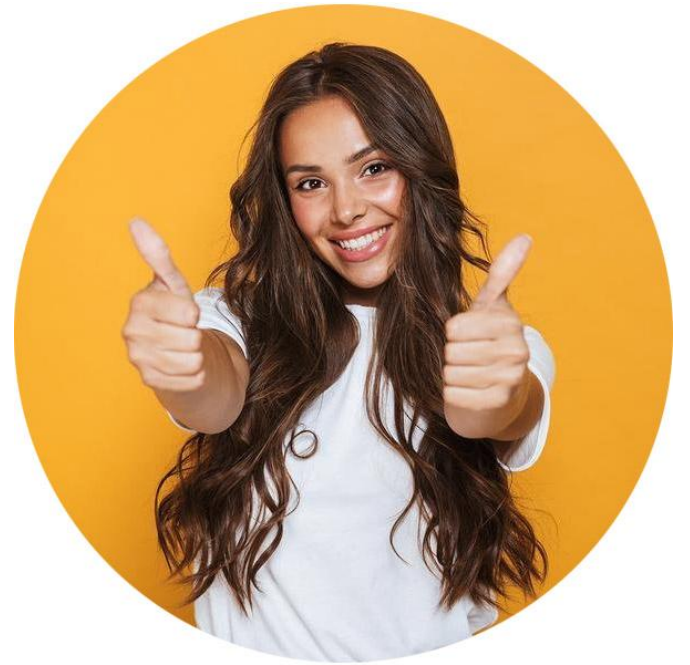
Un ecosistema Vital.  
Una dimensión  
COLaborativa.  
Un lugar de encuentro,  
donde todos son  
bienvenidos.

# Esencia de marca/

Nuestra esencia es esa definición consciente que nos permite afianzar lo que somos. Responde a ¿quién soy como marca?.

→ **¡Somos un líder transformador!**

Trabajamos por generar una visión compartida y transversal de nuestro propósito. Así multiplicamos el impacto de lo que hacemos.



# Valores de marca/

**Nuestros Valores de marca, son la base para sustentar nuestra propuesta de valor en el mercado.**

**Atractiva** empática, cercana y tremendamente relacional. Promueve experiencias estimulantes.

**Abierta** de ideas plurales. Impulsada por la creatividad y la innovación. Actualizada y siempre en evolución.

**Vinculante** líder natural, articuladora. Con capacidad de traducir una visión en un sueño colectivo, relevante para muchos.

**Visionaria** orientada por estrategias de futuro que nutren el camino y permiten construir un trabajo colaborativo estructurado.

**Realizadora** determinada al logro, apasionada por resultados, eficaz. Sus indicadores expresan su seriedad y compromiso.



# Personalidad de marca/

Los rasgos de personalidad, son características intrínsecas de la marca, la definen, la estructuran, la determinan, la adjetivan.

→ **Somos de personalidad atractiva, carismática, visionaria. Generamos credibilidad en nuestros proyectos, logrando que otros los compartan y hagan suyos. Sumamos, invitamos a otros con una energía creativa contagiosa.**

Somos protagonistas, nuestro liderazgo es natural. Inspiramos y nos inspiran otros; somos promotores de visiones colectivas, de esas que promueven cambios, porque muchos las sienten como propias.

Estamos en movimiento; siempre avanzando. Nos nutre una energía creativa contagiosa que se refleja en la sonrisa permanente instalada en nuestro rostro.

Al estilo del mejor entrenador, somos maestros en el arte de fijar metas y consolidar resultados con el esfuerzo de muchos. Cuando conquistamos la cima, el logro es de todos.

Nos movemos con la confianza de un influenciador reconocido. Trabajamos en equipo, en redes articuladas, porque así se multiplica el efecto de lo que hacemos.

Y como grandes anfitriones, invitamos, sumamos, convocamos. Nos verán dar la bienvenida a todos para crear ese lugar conocido como un Territorio de Futuro.



# Mensaje central/

Mensaje que desarrolla las ideas centrales de marca y que debe ser activamente comunicado

→ **En La Fundación Universitaria Compensar nos definimos como parte de un gran ecosistema. Nuestro compromiso es nutrirlo, trabajar de la mano de muchos y vincular a otros, para convertirlo en un “TERRITORIO DE FUTURO”, ese que transforma vidas, ese que impacta el desarrollo social. Bienvenidos todos.**

## ¿Cómo es este territorio de futuro?

- Es un ecosistema vital. Un espacio que reúne empresas, instituciones públicas y privadas, cooperantes, profesores, consejeros, expertos, alumnos y emprendedores.
- Una dimensión colaborativa, gracias a la amplificación del factor CO: COrrresponsabilidad, COcreación y COoperación.
- Un lugar de encuentro de la teoría y la práctica, los sueños y las oportunidades, las ideas y el emprendimiento.

# Tono de comunicación/

Tres tonos describen nuestro estilo de comunicación:

**Tono cercano:** expresamos nuestra empatía y demostramos genuino interés por los otros que conforman nuestro ecosistema.

**Tono inspirador:** comunicamos nuestros sueños y una visión atractiva para muchos. Invitamos a otros con un estilo de liderazgo muy creativo. Buscamos participar y generar sentido de equipo en todo lo que hacemos. Integramos testimonios de vida.

**Tono realizador:** evidenciamos resultados, logros, cumplimiento de metas, siempre. También expresamos compromiso con indicadores. Nos mueve un sentido de logro, propio de nuestra cultura.



# Estilo de comunicación/

Nuestro estilo:

Usamos la primera persona del plural, NOSOTROS, con preferencia sobre cualquier forma o persona.

Somos buenos "TUTEANDO", lo sabemos hacer, pero cuando es indicado, por ejemplo en un Informe de Gestión, pasamos naturalmente a las formas más clásicas.

En la cotidianidad tenemos un estilo directo, de textos breves e ideas concisas, ideales para ambientes digitales.

Los números y los indicadores que expresan resultados, son nuestra gran herramienta de posicionamiento. Pero entendemos que las historias de vida son poderosas porque humanizan nuestras cifras.

# Política de comunicación/

Evitaremos el uso de imágenes, textos, expresiones visuales o auditivas o representaciones que no correspondan a la realidad del producto en lo relacionado con su funcionamiento o características;

Nuestra comunicación no tendrá imágenes o información de contenido sexual, violento, discriminatorio o que promueva conductas contrarias a la moral y a las buenas costumbres; No tendrá imágenes o información relacionadas con el consumo de estupefacientes y/o bebidas alcohólicas, salvo que se trate de campañas de prevención;

No usaremos imágenes, textos, expresiones visuales o auditivas o representaciones que sugieran al niño, niña y/o adolescente, que no adquirir o usar un producto, puede generar efectos tales como rechazo social o falta de aceptación por parte de un grupo.



## 2. Identidad verbal

---

# Frase de marca/

Usos no autorizados

Como eslogan, debajo del logotipo



# Palabras claves/

Tenemos un grupo de palabras y expresiones claves, inscritas dentro del concepto que desarrolla nuestro propósito, que deben incorporarse a los textos, dentro del texto corrido, en títulos, entradillas o destacados.

**Bienvenidos todos**

**Visión compartida**

**Logros comunes**

**Nutrimos nuestro ecosistema vital**

**Somos centro. Lugar de encuentro**

**Promovemos el trabajo colaborativo**

**Estamos orientados por el futuro**

**Inspiramos. Nos inspiran.**

**El cambio es nuestra constante**

**Estamos en evolución**

**Avanzamos, siempre**

**Imprimimos el Factor CO**

- **CO**responsabilidad
- **CO**creación
- **CO**operación

**Sumamos, trabajamos en equipo**

**Trazamos objetivos comunes**

**Nos movemos en redes articuladas**

**Lugar de encuentro de:**

- **La teoría y la práctica**
- **los sueños y las oportunidades**
- **las ideas y el emprendimiento**



## 2. Identidad visual

### El logotipo



# Definición/

Nuestro logosímbolo fue creado por el diseñador colombiano Dicken Castro justo para el nacimiento de Compensar en 1978. En su origen representaba la idea de equilibrio y compensación. Los 6 círculos evocan la letra C, y están dispuestos de tal forma que uno equilibra al otro, así que al retirar cualquiera de ellos el conjunto pierde balance, simbolizando la **forma cómo las empresas, aportan mutuamente** al logro de un objetivo común.

Hoy nuestro símbolo ha adquirido nuevos significados, y traduce la ambición de crear una plataforma de Bienestar Integral, en la que la educación es un pilar central.

En esta plataforma, el ser humano es el eje y centro de múltiples círculos virtuosos que construimos cooperando y trabajando en equipo con otros.



# Planimetría/

Nuestro logosímbolo se construyó bajo una geometría que determina sus trazos y se inscribe en una planimetría, como se observa en las imágenes.

Sin embargo, presentamos esta información a título informativo porque nuestro logosímbolo **NO SE PUEDE REDIBUJAR**. Para su reproducción se utilizarán únicamente los archivos electrónicos que contienen las versiones autorizadas.

La planimetría está hecha sobre una retícula con medidas en X ( $X = 1$ ).

La medida "X" equivale al diámetro de un círculo en el símbolo y la medida "y" equivale a la altura de la letra "a" del nombre compensar.

El espesor de la línea divisoria es el equivalente a  $1/10 x$ .



Usa siempre los archivos  
originales electrónicos.



## Versión preferencial horizontal



## Versión preferencial vertical



# Área de protección/

El área de protección es la zona mínima libre exigida alrededor del logotipo. Su función es evitar que lo invadan elementos ajenos (texto, fotografías u otros símbolos).

Hemos definido un área de protección de 1X. Este espacio debe quedar libre alrededor de todo el logotipo. La medida "X" equivale al diámetro de un círculo en el símbolo



Los archivos electrónicos disponibles en nuestra central de marca, ya tienen incorporada esta área de protección.



Versión preferencial horizontal



Versión preferencial vertical



# Tamaño mínimo/

El tamaño mínimo autorizado para la reproducción de nuestro logotipo permite una clara lectura de todos los elementos y varía según los medios en los que se utilice nuestra identidad.



Para marcar lápices, bolígrafos,  
memorias usb y otros artículos pequeños,  
usa la versión preferencial.



---

	<b>PARA MEDIOS IMPRESOS</b>	<b>PARA MEDIOS DIGITALES</b>
Versión preferencial	27,3mm X 4mm	137px X 20px
Versión vertical	13mm X 10,5mm	52px X 64px

# Usos autorizados/

Estos son los usos autorizados de nuestro logotipo.

Cualquier otro uso excepcional debe ser consultado con el guardián de marca. Estos casos se presentan mayoritariamente cuando hay en presencia de Compensar con otras marcas compartidas en eventos liderados por un tercero.



Usa siempre los archivos  
originales electrónicos.



Logotipo sobre blanco



Logotipo sobre naranja



Logotipo sobre  
Negro al 20%



# Usos autorizados/

## Usos autorizados restringidos

Logosímbolo sobre  
Negro al 60%



Logosímbolo en  
blanco y negro



Usa siempre los archivos  
originales electrónicos.

# Usos no autorizados/

Consideramos no autorizado, todo uso que contradice, cambia, reinterpreta o viola alguna de las normas establecidas en este manual.


Estos son solo algunos ejemplos de usos no autorizados:

1. Aplicar el logotipo sobre fondos no permitidos.
2. Aplicar al logotipo efectos (sombras, destellos, relieves, etc...)
3. Aplicar el logotipo en naranja sobre negro 60%
4. Aplicar el logotipo en gris sobre fondo negro.
5. Aplicar el símbolo gris.
6. Aplicar el logotipo en colores no autorizados.
7. Aplicar el logotipo en blanco sobre fondos no autorizados.
8. Cambiar la tipografía del logotipo.
9. Girar o distorsionar el logotipo.
10. Cambiar la posición de los elementos del logotipo.
11. Aplicar elementos decorativos al logotipo
12. Aplicar solo el símbolo.



Antes de emprender un trabajo de diseño, revisa los usos autorizados que estarán actualizados en nuestra central de marca.

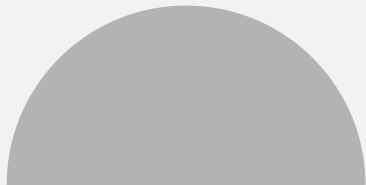




## 2. Identidad visual

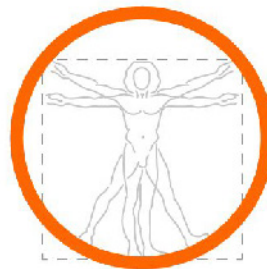
### El círculo

---

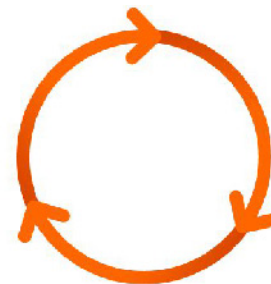


# SIGNIFICADO DEL CÍRCULO

- El círculo naranja es el elemento rector de nuestra identidad. Lo usamos para construir nuestro universo visual, como un poderoso vehículo de que expresa nuestro posicionamiento.
- Su significado:
  - Es la expresión sintetizada del ser humano, desde que Leonardo da Vinci lo estableció.
  - Simboliza nuestra capacidad de generar valor a través de procesos que al enlazarse crean un círculo virtuoso.
  - Evoca el concepto de integralidad evidenciando una visión 360°.
  - Nos representa como una Organización que promueve el encuentro de personas que comparten intereses. Un ecosistema vital.



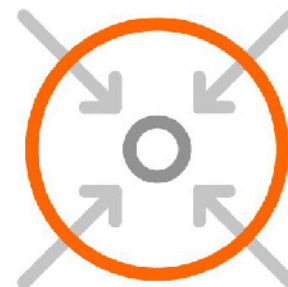
Hombre de Vitrubio



Círculo virtuoso



Visión holística

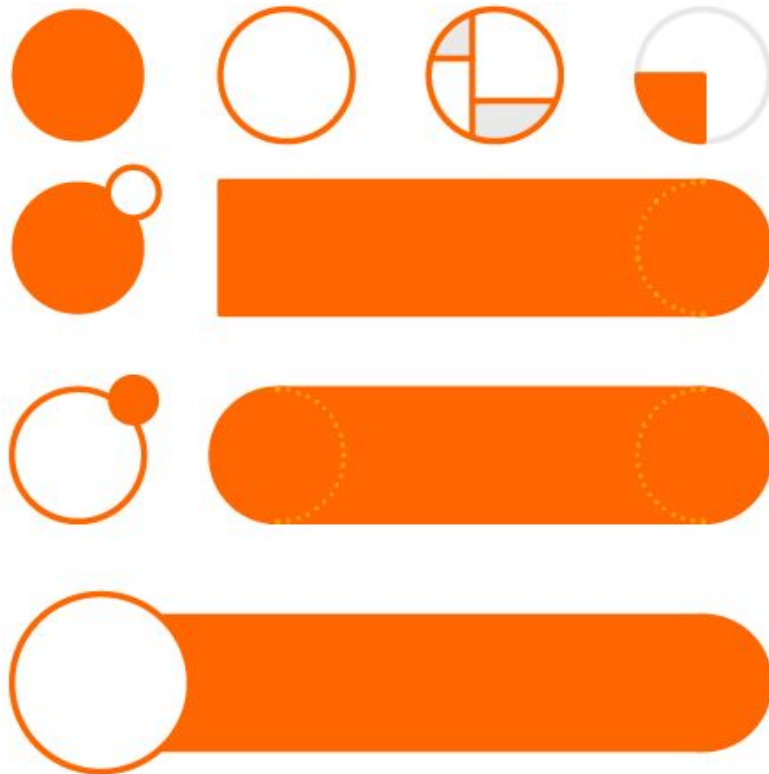


Lugar de encuentro

## Usos

En toda nuestra comunicación usaremos el círculo de múltiples formas: como contenedor, lleno, en sectores, uno o varios, en cortes, con formas redondeadas.

Igualmente usamos elementos gráficos que surgen del círculo y sus diferentes cortes, para generar destacados, gráficos, marcar páginas, entre otras aplicaciones.



# Colores corporativos /

El color principal de nuestra identidad corporativa es el naranja. Es el color de nuestro símbolo y el eje de las armonías de color que nos ayudarán a darle identidad a nuestra comunicación.

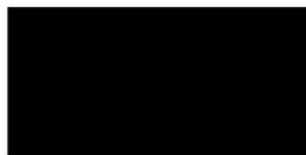
El naranja, el negro, el gris y el blanco, son parte esencial de nuestra paleta corporativa. Con ellos creamos las principales aplicaciones de nuestra marca.



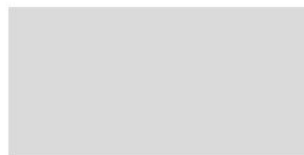
Usa las equivalencias  
según el siguiente cuadro.



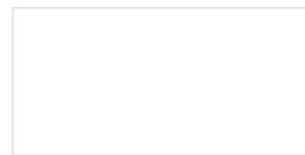
<b>PANTONE</b>	166C
<b>CMYK</b>	0 - 74 - 100 - 0
<b>RGB</b>	230 - 80 - 0
<b>HEX</b>	#FF6600
<b>RAL</b>	2004



<b>PROCESS BLACK</b>	100%
<b>CMYK</b>	0 - 0 - 0 - 100
<b>RGB</b>	0 - 0 - 0
<b>HEX</b>	#000000
<b>RAL</b>	9005

















<b>PROCESS BLACK</b>	20%
<b>CMYK</b>	0 - 0 - 0 - 20
<b>RGB</b>	218 - 218 - 218
<b>HEX</b>	#DADADA
<b>RAL</b>	7047



<b>BLANCO</b>	
<b>CMYK</b>	0 0 0 0
<b>RGB</b>	255 255 255
<b>HEX</b>	#FFFFFF
<b>RAL</b>	9016

## Armonía 5

Esta armonía de color debe utilizarse para portafolios y las presentaciones directivas y de Afiliación Corporativa.

													
#f79ab9	#f7d8a4	#f7a400	#ff6600	#e60064	#7c6eb0	#5890c6	#243455	#72207e	#a8cfd9	#00adba	#b4dac3	#95c11f	#00a547
R: 248 G: 154 B: 186	R: 247 G: 216 B: 164	R: 247 G: 164 B: 0	R: 235 G: 93 B: 11	R: 230 G: 0 B: 100	R: 124 G: 110 B: 176	R: 88 G: 144 B: 198	R: 36 G: 52 B: 85	R: 114 G: 32 B: 126	R: 168 G: 207 B: 221	R: 0 G: 171 B: 183	R: 180 G: 218 B: 195	R: 149 G: 193 B: 31	R: 0 G: 165 B: 71
C: 0 M: 52 Y: 6 K: 0	C: 0 M: 15 Y: 40 K: 4	C: 0 M: 41 Y: 100 K: 0	C: 0 M: 74 Y: 100 K: 0	C: 0 M: 100 Y: 30 K: 0	C: 60 M: 60 Y: 0 K: 0	C: 68 M: 35 Y: 5 K: 0	C: 95 M: 79 Y: 38 K: 35	C: 67 M: 100 Y: 0 K: 5	C: 35 M: 3 Y: 8 K: 7	C: 80 M: 0 Y: 30 K: 0	C: 35 M: 0 Y: 30 K: 0	C: 50 M: 0 Y: 100 K: 0	C: 81 M: 0 Y: 92 K: 0





# **Concepto y Key visual**

## **Campaña 2024 - 2025**

---

# Concepto

**Nuestro concepto  
estratégico**

Conectamos Educación, bienestar y  
desarrollo empresarial.

**Nuestro Slogan**

Experiencias educativas que te  
conectan con el mundo empresarial.

**Nuestro cta**

Experimenta y conecta con el mundo  
empresarial.

# Propuesta Clain

*Experimenta y conecta*  
con el mundo empresarial

# Tipografía

## Gilroy Family

Ultralight

Medium

Light

**Bold**

Regular

**Heavy**

Una tipografía Sans Serif, fuerte, robusta y directa que comunica nuestro concepto de campaña de manera efectiva. Esta familia tipográfica debía contar con diferentes valores tipográficos, es por eso que contamos con fuentes bold, regular, heavy, etc., todo para cubrir las necesidades de comunicación de las piezas que ejecutemos.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
 Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

## Pacifico

La tipografía Pacifico nos aporta un carácter distintivo y logra transmitir el espíritu de nuestra campaña con claridad y fuerza. Esta tipografía hace parte de la caja de herramientas compartida desde Compensar para la Fundación Universitaria Compensar y será usada en textos cortos que requieran ser resaltados.

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz*

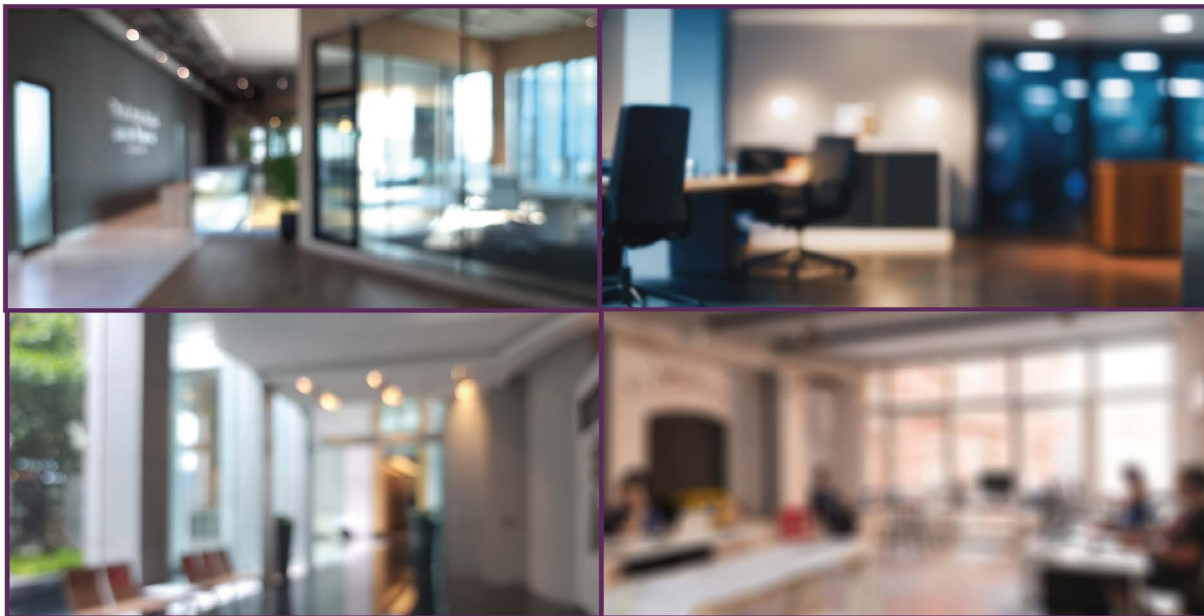


# Fotografía

Aspiramos a que nuestras fotografías capturen y comuniquen la vivencia de nuestros estudiantes, quienes son los actores principales en el cambio social a través de la educación, mediante el modelo universidad - empresa. Para lograrlo, es esencial que:

Las fotografías reflejen a individuos auténticos que interactúan en contextos del ámbito educativo y productivo.

Las expresiones de las personas en las imágenes evoquen liderazgo, alegría y un sentido de empoderamiento.



## Fondos

Nuestras fotografías son testimonios visuales de la unión entre nuestra educación y el mundo empresarial. Capturan los entornos reales en los que nuestros estudiantes se desenvuelven, mostrando cómo son los verdaderos protagonistas del cambio social a través de la educación. Cada imagen refleja la autenticidad de individuos inmersos en contextos empresariales, transmitiendo un mensaje de excelencia, pasión por el logro, inclusión e innovación, atributos que inspiran y fortalecen nuestra misión como Institución.

# Elementos gráficos

Nuestra identidad visual de campaña se alinea estrechamente con nuestro logotipo. Elementos visuales, como los círculos adoptados como elemento central, simbolizan nuestra sólida conexión y compromiso con el sector empresarial. Al implementar métodos creativos que incorporan formas circulares y curvas de manera impactante, queremos resaltar la forma en que nuestro modelo educativo se adapta y responde a las necesidades cambiantes del mundo empresarial.



# Paleta de color

## Generales



## Facultades

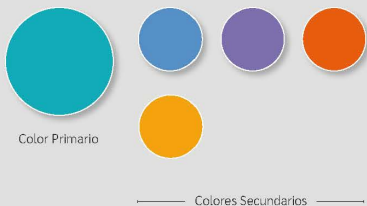
### Facultad de Ingeniería



#### Facultad de Ingeniería:

Seleccionamos una paleta de colores que transmite seriedad, profesionalismo, energía, creatividad, optimismo y excelencia. Unos de estos tonos aportan equilibrio, calidez, frescura y una nota a tecnología.

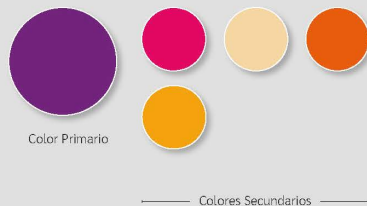
### Escuela de Negocios



#### Escuela de negocios:

Seleccionamos una paleta de colores que transmite su enfoque en la innovación y el liderazgo en el ámbito empresarial, de los negocios y las finanzas, además transmite confianza y serenidad y originalidad.

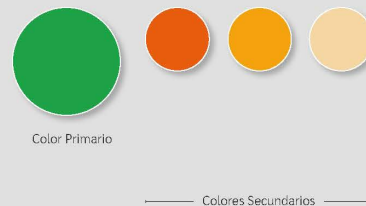
### Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación



#### Ciencias Sociales y de la Educación:

Seleccionamos una paleta de colores que refleja su compromiso con la diversidad, la pasión por el aprendizaje, la comunicación, la creatividad y la importancia de la innovación social.

### Técnicos Laborales



#### Técnicos Laborales:

Seleccionamos una paleta de colores que hacen parte de la armonía de color establecida desde Compensar y que contrasta de manera efectiva.

# Piezas generales

Estudia un  
**Pregrado**  
presencial o virtual

*Experimenta y conecta*  
con el **mundo empresarial**

**10% dto.\***  
para **afiliados a**  
**Compensar**

*\*Aplican términos y condiciones*

**Inscripciones abiertas**

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Banner

compensar | fundación universitaria

Estudia un **Pregrado** presencial o virtual

**10% dto.\*** para **afiliados a Compensar**

\*Aplican términos y condiciones

**Inscripciones abiertas**

*Experimenta y conecta* con el mundo empresarial

VIGILADA MINEDUCACIÓN

compensar | fundación universitaria

Estudia un **Pregrado** presencial o virtual

**10% dto.\*** para **afiliados a Compensar**

\*Aplican términos y condiciones

**Inscripciones abiertas**

*Experimenta y conecta* con el mundo empresarial

VIGILADA MINEDUCACIÓN



compensar | fundación universitaria

Estudia un **Pregrado** presencial o virtual

**10% dto.\*** para afiliados a Compensar  
\*Aplican términos y condiciones

Inscripciones abiertas

Experimenta y conecta con el mundo empresarial.

VIGILADA MINEDUCACIÓN

**Pregrado**



compensar | fundación universitaria

Estudia la especialización en **Contabilidad y Auditoría en Entornos Digitales**  
Resolución: 29769 del 29 diciembre de 2017

**10% dto.\*** para afiliados a Compensar  
\*Aplican términos y condiciones

Inscripciones abiertas

Experimenta y conecta con el mundo empresarial.

VIGILADA MINEDUCACIÓN

**Especializaciones**

# Piezas Facultades



**compensar** | fundación universitaria

Estudia  
**Ingeniería de Software**

**10% dto.\***  
para afiliados a  
**Compensar**  
\*Aplican términos y condiciones

Inscripciones abiertas

VIGILADA MINEDUCACIÓN

*Experimenta y conecta*  
con el **mundo empresarial**

Resolución: 16849 del 18 de septiembre 2023 SNIES: 111667

**Ingeniería**



**compensar** | fundación universitaria

Estudia un  
**Administración de Empresas**

Resolución: 20769 del 29 diciembre de 2017/SNIES: 101449

**10% dto.\***  
para afiliados a  
**Compensar**  
\*Aplican términos y condiciones

Inscripciones abiertas

*Experimenta y conecta*  
con el **mundo empresarial**

Resolución: 16849 del 18 de septiembre 2023 SNIES: 111667

**Negocios**

compensar | fundación universitaria

## Estudia Diseño Visual

**10% dto.\***  
para afiliados a  
Compensar  
\*Aplican términos y condiciones

Inscripciones abiertas

Conectamos con el mundo empresarial.

Resolución: 29789 del 29 diciembre de 2017 / SNIES: 101449

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Educación

compensar | fundación universitaria

## Estudia Técnico Laboral en Auxiliar Administrativo

Resolución: 29789 del 29 diciembre de 2017

**10% dto.\***  
para afiliados a  
Compensar  
\*Aplican términos y condiciones

Inscripciones abiertas

Experimenta y conecta con el mundo empresarial.

Resolución: 29789 del 29 diciembre de 2017 / SNIES: 101449

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Técnico laboral



## 2. Identidad visual

### Las tipografías

---

## Tipografía corporativa

### Sarabun

Es nuestra tipografía corporativa. Es una familia de fuentes del tipo “sans-serif” o palo seco. La hemos elegido como fuente principal para uso en títulos, cuerpo de texto, entradillas, pie de fotos e infográficos en todas nuestras piezas de comunicación impresas y digitales. Usaremos Sarabun en nuestros portales, páginas web, aplicativos digitales y en nuestro entorno multimedial.

Para nuestro sistema de identidad basado en el círculo, Sarabun es una gran elección. Aunque sus formas son geométricas, no son rígidas porque tiene curvas abiertas que le confieren soltura a cada letra.

Es una fuente de libre descarga. Está disponible como fuente de Google para usarse en web.

Aa

Thin

*Thin Italic*

Light

*Light Italic*

Regular

Medium

*Medium Italic*

**Bold**

**Extra Bold**

***Extra Bold Italic***

## Tipografía secundaria

### Alegreya

Una fuente de apoyo, ideal para medios editoriales y publicaciones que requieran un aspecto más formal en la marca. Se puede usar en grandes proporciones para titulares de portafolios o presentaciones digitales.

Es una fuente de libre descarga. Está disponible como fuente de Google para usarse en web.

### Alegreya Sans

Usada principalmente para medios que requieran una fuente muy legible y simple. Su versión light es eficaz para el uso en formato pequeño.

The image shows the letters 'Aa' in a bold, orange, sans-serif font. The letters are stylized with a small square cutout in the center of the 'A' and 'a'. A vertical orange line is positioned to the right of the letters.

Thin  
Thin Italic  
Light  
Light Italic  
Regular  
Regular Italic  
Medium  
Medium Italic  
Bold  
Bold Italic  
Extra Bold  
Extra Bold Italic

The image shows the letters 'Aa' in a bold, orange, sans-serif font. The letters are stylized with a small square cutout in the center of the 'A' and 'a'. A vertical orange line is positioned to the right of the letters.

Thin  
Thin Italic  
Light  
Light Italic  
Regular  
Regular Italic  
Medium  
Medium Italic  
Bold  
Bold Italic  
Extra Bold  
Extra Bold Italic

## Tipografía complementaria

Estas fuentes son ideales para complementar el uso de la tipografía corporativa y secundaria.

Se utilizan en titulares, textos cortos que necesiten destacarse y para darle armonía e identidad a las piezas gráficas.

**Aa**

Mali

*Aa*

Pacifico

*Aa*

Magical Holiday

*Aa*

Misses

**Aa**

Comfortaa

*Aa*

Sarabun

**Aa**

Abril Fatface

**Aa**

Zil Semi Slab

•



## 2. Identidad visual

### Las imágenes

---

# FOTOGRAFÍAS E IMÁGENES/

Para la producción de fotografías y videos seguiremos estos lineamientos:

- Las personas estarán al centro de impacto visual (CIV), **su sello será la sonrisa.**
- Recrearemos situaciones reales en nuestras sedes, en las que veremos preferentemente grupos integrados por estudiantes, cooperantes, profesores, directivos.
- Las sedes de la Fundación Universitaria y las sedes Integrales de Compensar serán el complemento de la comunicación.
- Evitaremos fotografías en estudio, excepto que esta sea la intención.
- Usaremos ilustraciones realistas solo para mostrar proyectos en construcción.
- La inclusión será un hecho, al mostrar personas de capacidades especiales asumiendo actividades o tareas cotidianas.
- Usaremos imágenes de bancos de fotos y de video, solo si es necesario y conservando las características descritas en esta sección.
- Reproduciremos las armonías de color de nuestra marca en la utilería, vestuario, calzado.



**NOTA: fotos de referencia.**



# Cobranding

---

## CO-Branding

Especificamos los lineamientos de diagramación de piezas con co-branding.

Cuando la Fundación Univesitaria Compensar participa de alianzas o convenios, la aplicación del logo será en paridad de tamaño y condiciones, preferiblemente al costado derecho.

### Vertical



### Horizontal



Tu Marca  fundación universitaria

¡Estás a un **paso de estudiar** en **UCompensar** y tenemos una **gran noticia para ti!**

Desde la Fundación Universitaria Compensar nos complace informarte que puedes iniciar clases el 4 de febrero, mientras formalizas tu matrícula.

**Plazo para realizar el pago de tu semestre: 10 de febrero.**

Bogotá Sede Teusaquilla / Av. Calle 32 No.17-30  
Nuevo Campus Av. Carrera 68 # 68B 45 / PBX: 338 06 66  
[www.ucompensar.edu.co](http://www.ucompensar.edu.co)  
f | @ | in | y

Afiche: 50 x 35 cm

# Ejemplos CO-Branding

Territorio mipyme | UCompensar | UCompensar fundación universitaria

Estimado(a) empresario(a),  
¡impulsa el crecimiento de su PYME con  
nuestros Laboratorios de Innovación!

Creemos en el potencial de su empresa. Por eso,  
queremos acompañarlo en la elaboración de prototipos  
de baja resolución que le permita:

- ✓ Aumentar sus ventas
- ✓ Optimizar procesos
- ✓ Reducir riesgos
- ✓ Crear productos y servicios innovadores
- ✓ Tomar mejores decisiones

¿Cómo lo hacemos?

A través de una metodología de prototipado digital, lo guiaremos en  
un proceso creativo para desarrollar soluciones innovadoras a  
medida para su negocio. Nuestros expertos le brindarán el apoyo y  
las herramientas necesarias para que pueda:

- Identificar sus mayores desafíos.
- Generar ideas disruptivas.
- Crear prototipos funcionales.
- Validar tus ideas con clientes potenciales.

No pierda esta oportunidad única de  
impulsar su MIPyme hacia el futuro.

Para más información  
[Ingrese aquí](#)

Atentamente, territorio MIPyme y UCompensar.

Bogotá Sede Principal / Av. Calle 32 No. 17 - 30 / PBX: 338 06 66  
ucompensar.edu.co

f i l n y

Mailing: 640 px de ancho

¡La Feria  
Expo Estudiante  
se acerca!

El mundo de oportunidades educativas  
que te ofrece UCompensar, te espera.  
Este 29, 30, 31 de octubre y 1 de noviembre

Lugar: Corferias | Pabellón 6  
Stand 516

Tu Marca | UCompensar | fundación universitaria

Banner

Tu Marca | UCompensar | fundación universitaria

¡El momento  
es ahora!

Inscribe tus materias  
y realiza el pago de  
tu matrícula con  
valor ordinario antes  
del 5 de febrero.

Tu Marca | UCompensar | fundación universitaria

Piezas redes sociales

Tu Marca | UCompensar | fundación universitaria

Conoce el calendario  
académico de las  
Pruebas Saber 2025-1

Tu Marca | UCompensar | fundación universitaria



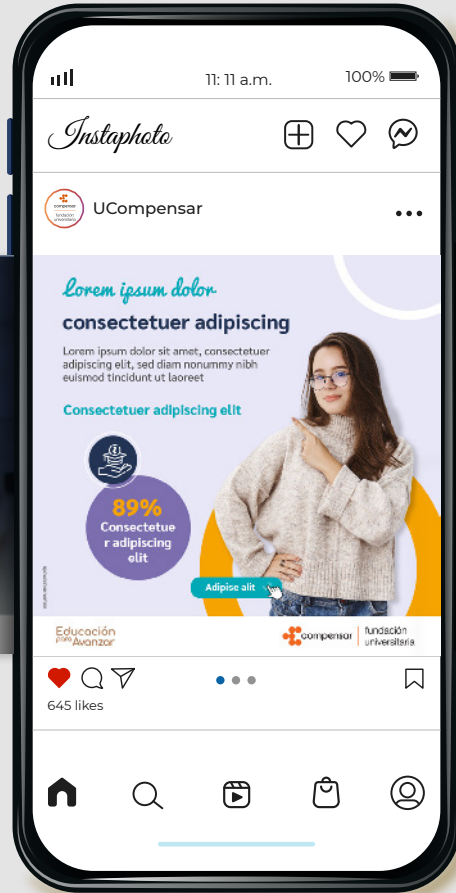
**Digital**



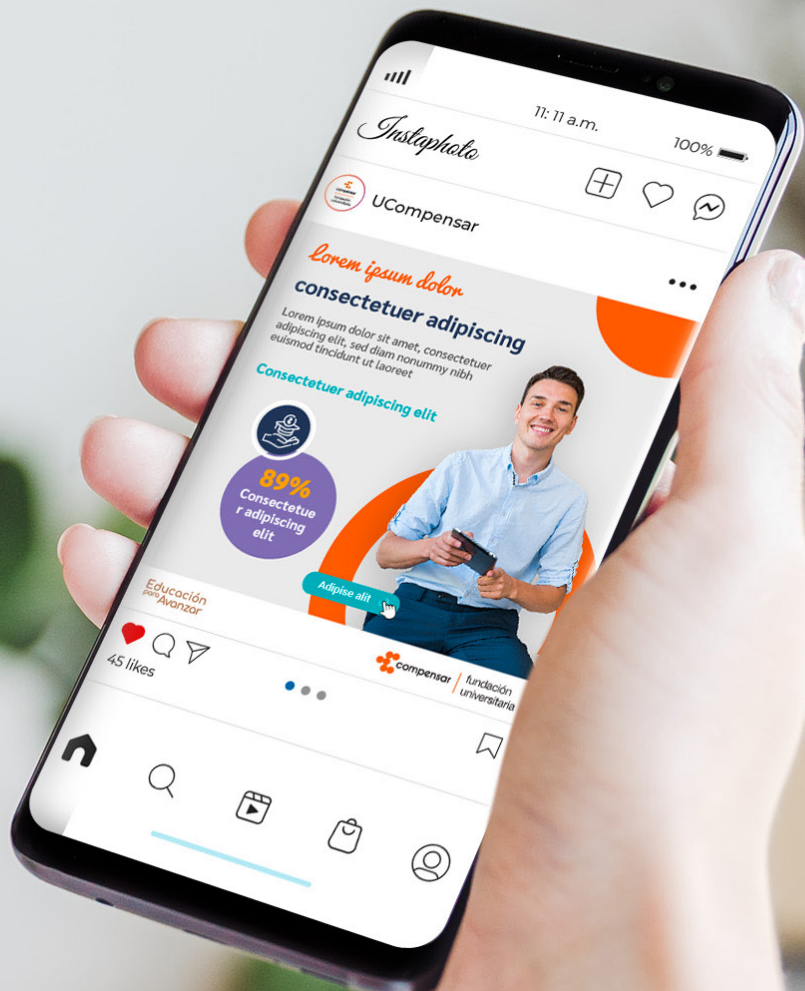
# Diseño Digital



# Diseño Digital



# Diseño Digital

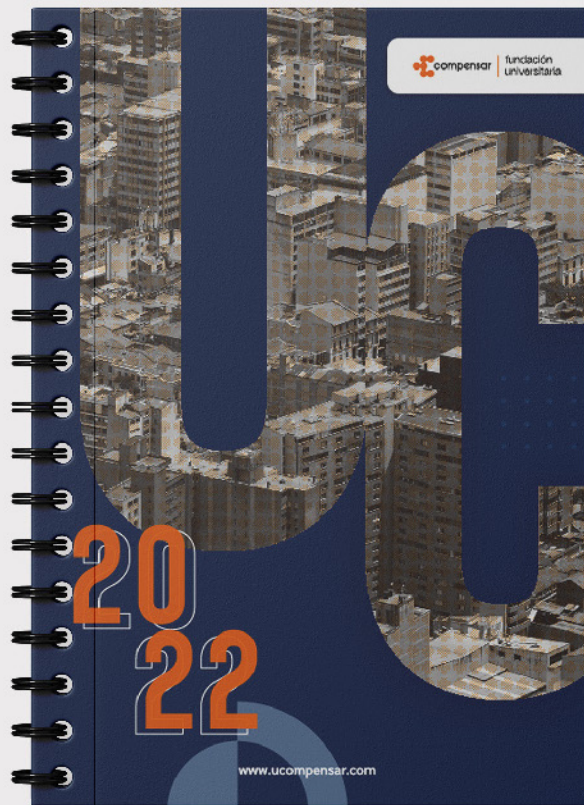




# Merchandising



# Agenda Institucional



## Merchandising



## Diploma tipo



Fundación Universitaria Compensar con personería jurídica N° 29635 del 23 de diciembre de 1991,  
resolución 2154 del 10 de septiembre de 2004 y resolución 17454 del 2 del noviembre de 2010 del Ministerio de Educación Nacional.

En nombre de la República de Colombia confiere a:

**Alejandro Francisco Castiblanco de las Casas**

C.C. 1.026.296.137 de Bogotá, D.C.

El título de:

**Técnico Profesional en Operaciones Administrativas  
y Financieras de la Salud**

Aprobación Ministerio de Educación Nacional N° 122048

Bogotá D.C. 21 de septiembre del año 2019



Rector



Secretario General



## Firma Correo



**Mónica Lorena Prada Caviedes**

Líder de Sistemas de Gestión  
Planeación y Aseguramiento

**Email:** [mlpradac@ucompensar.edu.co](mailto:mlpradac@ucompensar.edu.co)

**Celular:** 314 4904953

Av. Calle 32 No. 17-30 | [ucompensar.edu.co](http://ucompensar.edu.co)



Av. Calle 32 No. 17 – 30  
PBX: 555 82 10  
ucompensar.edu.co  
Bogotá, D.C. - Colombia

---

**Fundación Universitaria Compensar**

