

	RESOLUCIÓN	Código: GJU– FR - 01
		Versión 01
		Página 1 de 3

1000

RESOLUCIÓN N 059 DE 2026

POR MEDIO DE LA CUAL SE ACTUALIZA Y ADOPTA EL MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN GILBERTO ECHEVERRI MEJÍA

LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE LA CORPORACIÓN GILBERTO ECHEVERRI MEJIA

En ejercicio de sus facultades legales y conforme a los artículos 35 y 37 de los estatutos de la organización y

CONSIDERANDO:

- I. Que la Corporación Gilberto Echeverri Mejía es una entidad mixta sin ánimo de lucro, descentralizada indirecta del orden departamental, perteneciente a la Rama Ejecutiva, integrada, entre otros corporados, por la Fundación EPM, la Gobernación de Antioquia y el Instituto para el Desarrollo de Antioquia —IDEA—, cuyo objeto consiste en gerenciar la política de educación terciaria —educación superior y educación para el trabajo y el desarrollo humano— para los habitantes del departamento de Antioquia, conforme a los planes de desarrollo municipales y departamentales, mediante estrategias, programas, proyectos y actividades orientadas a promover el acceso, la permanencia y la graduación en programas académicos de este nivel educativo.
- II. Que, para el cumplimiento de su objeto misional, la Corporación podrá promover y consolidar alianzas estratégicas público-privadas, así como celebrar convenios y contratos con entidades nacionales e internacionales que contribuyan al fortalecimiento de la educación terciaria en el departamento de Antioquia.
- III. Que, mediante la reforma especial que consta en el acta número 25 de junio de 2020 y registrada ante la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia el 08 de julio de 2020, en el libro I, bajo el número 1404, se llevó a cabo el cambio de denominación institucional de “Corporación para el Fomento de la Educación Superior” a “Corporación Gilberto Echeverri Mejía”, con el propósito de fortalecer el posicionamiento institucional y consolidar la identidad de la entidad en el territorio departamental.

+(57) (4) 540 90 40 / 01 8000 413522

Edificio Estación Medellín - Ferrocarril de Antioquia
Carrera 52 n° 43 - 31, Oficinas 204 y 205, Medellín, Antioquia
www.corporaciongilbertoecheverri.gov.co



Fundación **epm**



	RESOLUCIÓN	Código: GJU– FR - 01
		Versión 01
		Página 1 de 3

- IV. Que corresponde a la Corporación, a través de sus procesos y estrategias de comunicación institucional, garantizar la adecuada gestión de la comunicación externa e interna, fortaleciendo el posicionamiento, reconocimiento y apropiación de la identidad institucional ante sus públicos de valor.
- V. Que la imagen institucional constituye un activo estratégico para la Corporación, en tanto permite consolidar una identidad visual clara, coherente y reconocible, facilitando la apropiación institucional, el fortalecimiento reputacional y la articulación de los mensajes dirigidos a la ciudadanía y demás grupos de interés.
- VI. Que el adecuado uso de la imagen institucional contribuye al fortalecimiento de la confianza, la credibilidad y la transparencia institucional, permitiendo proyectar una comunicación alineada con los principios, valores y objetivos misionales de la Corporación.
- VII. Que una identidad visual sólida y técnicamente estructurada favorece el posicionamiento y diferenciación de la entidad frente a otros actores del sector educativo y público, destacando sus atributos institucionales, su carácter territorial y su compromiso con la transformación social mediante el acceso a la educación terciaria.
- VIII. Que la definición de lineamientos relacionados con logotipo, isotipo, tipografías, colores, aplicaciones gráficas y piezas institucionales facilita una comunicación efectiva, coherente y homogénea en los diferentes medios, soportes y escenarios de interacción institucional.
- IX. Que una imagen institucional alineada con los valores organizacionales y adaptada a las dinámicas contemporáneas de comunicación fortalece la relación de confianza y permanencia con los diferentes públicos de valor de la Corporación.
- X. Que, en atención a los objetivos misionales de la entidad y a la necesidad de garantizar una representación visual coherente, uniforme y técnicamente estructurada de las campañas, programas, proyectos y contenidos institucionales, se hace necesaria la actualización integral del Manual de Imagen Institucional de la Corporación Gilberto Echeverri Mejía.

	RESOLUCIÓN	Código: GJU– FR - 01
		Versión 01
		Página 1 de 3

- XI. Que la actualización del Manual de Imagen Institucional responde a la necesidad de fortalecer el posicionamiento estratégico de la Corporación, modernizar su sistema de identidad visual y consolidar una comunicación pública alineada con las dinámicas contemporáneas de interacción institucional, transformación digital y relacionamiento con la ciudadanía.
- XII. Que el nuevo Manual de Imagen Institucional incorpora lineamientos técnicos, conceptuales y gráficos orientados a garantizar la correcta aplicación de la marca institucional en medios impresos, digitales, audiovisuales, publicitarios y de gran formato, promoviendo criterios de coherencia visual, accesibilidad, legibilidad, recordación y apropiación institucional.
- XIII. Que la actualización incorpora una nueva estructura de identidad visual basada en un sistema de imagotipo conformado por isotipo y logotipo, diseñado bajo principios contemporáneos de branding institucional y comunicación estratégica.
- XIV. Que el isotipo institucional adopta como elemento central una cometa proyectada hacia la derecha, concebida como representación simbólica del impulso, la transformación social, la esperanza, el acompañamiento educativo y el desarrollo territorial, integrando además elementos gráficos alusivos a la ruralidad y al territorio antioqueño.
- XV. Que el logotipo institucional fue actualizado mediante la implementación de la familia tipográfica “Neufreit”, fortaleciendo la legibilidad, adaptabilidad y reconocimiento visual de la marca institucional en diferentes soportes y formatos de comunicación.
- XVI. Que el Manual adopta una arquitectura cromática institucional compuesta por colores principales y complementarios alineados con los valores y propósitos de la entidad, transmitiendo conceptos asociados a confianza, cercanía, liderazgo, educación, transformación social y desarrollo territorial.
- XVII. Que el Manual establece disposiciones técnicas relacionadas con proporciones, áreas de protección, tamaños mínimos, aplicaciones permitidas, usos restringidos y convivencia de marca, garantizando la integridad visual y correcta implementación de la identidad institucional.

	RESOLUCIÓN	Código: GJU– FR - 01
		Versión 01
		Página 1 de 3

- XVIII. Que el documento incorpora lineamientos específicos para la aplicación de estrategias de cobranding y convivencia gráfica con entidades aliadas y corporados, especialmente con la Gobernación de Antioquia, IDEA y Fundación EPM, garantizando la adecuada jerarquización visual de las marcas institucionales concurrentes.
- XIX. Que, como parte del proceso de fortalecimiento institucional y posicionamiento de marca, se incorpora la denominación de uso “CorpoGEM” como estrategia de lifting de marca, manteniendo la denominación jurídica “Corporación Gilberto Echeverri Mejía”, pero facilitando su apropiación comunicacional y adaptabilidad en entornos digitales y campañas institucionales.
- XX. Que el Manual de Imagen Institucional estandariza aplicaciones gráficas para piezas impresas, digitales, audiovisuales, señaléticas, publicitarias, de gran formato, indumentaria institucional y elementos P.O.P., fortaleciendo la coherencia visual de la Corporación en todos sus canales de comunicación.
- XXI. Que el Manual de Imagen Institucional fue elaborado conforme a las disposiciones contenidas en la Ley 2345 de 2023 “Chao Marcas” y en armonía con las orientaciones emitidas por la Gerencia de Comunicaciones de la Gobernación de Antioquia, en el marco de la estrategia “Por Antioquia Firme”.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO. Adoptar y aprobar el Manual de Imagen Institucional de la Corporación Gilberto Echeverri Mejía, como documento oficial que establece los lineamientos técnicos, gráficos y conceptuales para el uso adecuado de la identidad institucional de la entidad.

ARTÍCULO SEGUNDO. El Manual de Imagen Institucional constituye el instrumento oficial que reúne las directrices y herramientas necesarias para la correcta aplicación gráfica y comunicacional de la marca institucional de la Corporación Gilberto Echeverri Mejía en todos los medios, soportes y escenarios de comunicación institucional.

	RESOLUCIÓN	Código: GJU– FR - 01
		Versión 01
		Página 1 de 3

ARTÍCULO TERCERO. La socialización, implementación, seguimiento y verificación del cumplimiento del Manual de Imagen Institucional estará a cargo del proceso de Comunicaciones de la Corporación Gilberto Echeverri Mejía y del equipo designado para tal fin.

ARTÍCULO CUARTO. Todas las dependencias, servidores, colaboradores, contratistas y aliados institucionales que elaboren, diseñen, produzcan o difundan piezas gráficas, audiovisuales, digitales, publicitarias o comunicacionales en nombre de la Corporación deberán dar cumplimiento obligatorio a las disposiciones contenidas en el Manual de Imagen Institucional adoptado mediante la presente resolución.

ARTÍCULO QUINTO. La versión 2026 del Manual de Imagen Institucional de la Corporación Gilberto Echeverri Mejía rige a partir de la expedición de la presente resolución y deroga las disposiciones internas que le sean contrarias.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Medellín, a los 17 días del mes de julio de 2026.



FELIPE ANDRÉS GIL BARRERA

Director Ejecutivo

Corporación Gilberto Echeverri Mejía.

Transcriptor: Yésica Natalia Gómez Gómez - Comunicadora 

Revisó: Luis Sebastián Alzate Montenegro – Contratista de apoyo jurídico 

Anexos: Manual de imagen institucional.



Firmado por:
Treda Solutions Sas
2026/07/17 03:24:30:532



Nombre del documento: RESOLUCION_059-2026 - MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA 2026 -
Copia.pdf
Hash del documento: 854bce2919f34aac93e661ddd208789b
Fecha de creación: viernes, 17 julio 2026 15:24



Nombre completo: F.A.G.B.
Correo: di***@***ov.co
Celular: +57 *****47
Método de autenticación: OTP Email
Código OTP: 4294
Fecha de firma: viernes, 17 julio 2026 15:24
IP Firmante: 177.***.230.210



Manual de Identidad Corporativa 2026



Fundación **epm**



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA
República de Colombia

Presentación

- **Presentación.** Página 3
- **Filosofía institucional.** Página 4
 - Nuestra misión. Página 5
 - Nuestra visión. Página 5
 - Principios institucionales. Página 6
 - Valores institucionales. Página 6
- **Identidad visual.** Página 7
 - Estructura. Página 8
- **Aplicaciones y proporciones.** Página 10
 - Aplicaciones. Página 11
 - Proporciones. Página 12
- **Color.** Página 13
 - Principales. Página 14
 - Complementarios. Página 16
- **Tipografías.** Página 17
 - Principal. Página 18
 - Complementarias. Página 19
- **Cobranding.** Página 20
- **Denominación del uso de CorpoGEM.** Página 23
 - Lifting de marca. Página 24
- **Otras aplicaciones.** Página 25
 - Sobre color. Página 26
 - Sobre fotos. Página 27
 - Usos no permitidos. Página 28
- **Aplicación de marca sobre piezas impresas.** Página 29
 - Membretes. Página 30
 - Cuaderno. Página 31
 - Portada y contraportada para documentos. Página 32
 - Carpeta. Página 33
 - Afiche y volante. Página 34
 - Carné. Página 35
- **Aplicación de marca sobre piezas digitales.** Página 36
 - Firma digital. Página 37
 - Fondo de escritorio. Página 38
 - Plantilla de presentaciones. Página 39
 - E-cards. Página 40
 - Banners sitio web. Página 41
 - Mentes. Página 42
 - Favicon. Página 43
- **Aplicación de marca en gran formato.** Página 44
 - Pendón. Página 45
 - Valla. Página 46
- **Aplicación de marca en indumentaria y P.O.P.** Página 47
 - Gorras. Página 48
 - Camisa tipo polo. Página 49
 - Camisa tipo oxford. Página 50
 - Lapiceros. Página 51
 - Mugs. Página 52

Presentación

Hola.

Este Manual reúne las herramientas fundamentales para el correcto uso y aplicación de marca de la **Corporación Gilberto Echeverri Mejía -Corpo GEM-** y ha sido concebido como una guía práctica para quienes tienen la responsabilidad de interpretarla, articularla, comunicarla y difundirla en sus distintas expresiones. Constituye la base para la implementación coherente del sistema de identidad en todos los mensajes visuales, impresos, audiovisuales, digitales y tridimensionales producidos por la Institución; en consecuencia, el cumplimiento riguroso de sus lineamientos garantiza claridad, unidad y efectividad en la comunicación, tanto hacia el público externo como al interior de la organización.

Para su elaboración se tuvo en cuenta la **Ley 2345 de 2023** “*Chao Marcas*”, así como las orientaciones de la **Gerencia de Comunicaciones de la Gobernación de Antioquia**, en el marco de la estrategia *Por Antioquia Firme*. Su aplicación adecuada y consciente contribuirá al logro de los objetivos estratégicos de posicionamiento, identificación y fortalecimiento de la comunicación institucional.

Filosofía institucional

Nuestra misión

Nos mueve lo que hacemos.

Facilitar el acceso equitativo y la permanencia exitosa en la educación terciaria en Antioquia, en estrecha coordinación con el Estado, el sector productivo, la academia y la sociedad civil, con el propósito de impulsar un desarrollo integral del territorio y fortalecer el bienestar, al tiempo que se forma personal humano cualificado para liderar y contribuir al progreso del departamento.

Nuestra visión

Hacia dónde vamos.

Para el año 2040, la Corporación Gilberto Echeverri Mejía será reconocida como una entidad líder en la promoción de la educación terciaria en Antioquia, contribuyendo activamente al desarrollo de un ecosistema educativo dinámico, flexible y equitativo y afianzando su papel como motor de desarrollo y progreso territorial.

Principios institucionales

Los principios institucionales constituyen el marco ético y operativo que orienta el comportamiento, la toma de decisiones y la actuación de la Corporación. Estos principios garantizan coherencia, calidad, legalidad y responsabilidad en el desarrollo de todas las actividades institucionales:

- Integridad Operativa
- Reconocimiento de la Diversidad
- Compromiso Proactivo
- Eficiencia Responsable
- Equidad Institucional

Valores institucionales

Los valores institucionales orientan la cultura organizacional y definen las conductas esperadas en la relación con servidores, colaboradores, beneficiarios y la ciudadanía en general. Estos valores son:

- Justicia
- Honestidad
- Respeto
- Diligencia
- Compromiso

Identidad visual

Imagotipo

El imagotipo es un signo gráfico que combina un símbolo (icono o imagen) y un elemento tipográfico con el nombre de la marca, diseñados para funcionar juntos como una unidad de identidad visual. A diferencia de otros sistemas, como el isotipo (solo símbolo) o el logotipo (solo texto), en el imagotipo ambos elementos se presentan de forma diferenciada pero coordinada, lo que permite reconocer simultáneamente el icono y la denominación verbal de la organización.

Estructura

Isotipo

El isotipo presenta una propuesta simbólica centrada en una cometa proyectada hacia la derecha como expresión de impulso, avance y proyección social. Este elemento gráfico remite a ideas de libertad, sueños, esperanza y acompañamiento, y funciona como metáfora del proceso educativo: una figura que se eleva y avanza, pero permanece conectada a tierra mediante un hilo, simbolizando el respaldo permanente de la Corporación en los procesos formativos y el acompañamiento constante a sus beneficiarios.

El trazo orgánico que configura la cola de la cometa se integra visualmente en forma de montañas, evocando la ruralidad de Antio-



quia y la riqueza cultural y geográfica del departamento. Esta solución gráfica aporta un carácter humano, cercano y sensible a la identidad, diferenciándola de estéticas excesivamente rígidas o corporativas, y reforzando el vínculo entre educación, región y transformación social, en línea con buenas prácticas de identidad visual presentes en manuales de entidades públicas colombianas.

Estructura

Logotipo

El logotipo corresponde a la construcción gráfica del nombre institucional y se desarrolla a partir de la familia tipográfica *sans-serif*: **Neufreit**. Una fuente contemporánea diseñada para proyectos de *branding* que se caracteriza por su claridad, equilibrio y estética moderna, ideal para logotipos y aplicaciones digitales. Sus formas limpias y bien definidas aportan legibilidad y solidez, cualidades especialmente adecuadas para una entidad pública y educativa que requiere reconocimiento claro en múltiples soportes.

La palabra **"CORPO"** se presenta en mayúsculas y en un peso más ligero, funcionando como descriptor institucional y generando

CORPO
GEM

contraste visual frente a las siglas **"GEM"**, que se construyen en su versión *ExtraBold* para otorgarles mayor protagonismo y jerarquía dentro de la composición. Esta combinación tipográfica refuerza la estructura visual del conjunto y mejora la recordación del nombre, siguiendo buenas prácticas en diseño de logotipos tipográficos que recomiendan el uso de *sans serif* modernas para proyectar dinamismo, actualidad y confianza.

Aplicaciones y proporciones

La proporción define la relación de tamaño y equilibrio entre los elementos del imago tipo y el espacio que ocupa dentro de una composición. Su correcta aplicación asegura estabilidad visual, legibilidad y coherencia, factores esenciales para que la identidad se perciba consistente en distintos formatos y soportes.

Aplicaciones

Positivo y Negativo

Las versiones en positivo y negativo se utilizan cuando el imagotipo debe aplicarse en una sola tinta, como sellos, marcaciones institucionales o reproducciones monocromáticas. En fondos claros, se empleará en una tinta oscura para garantizar contraste; en fondos oscuros, deberá aplicarse en blanco para asegurar una visibilidad adecuada. No se permite el uso de efectos como degradados, biselados, sombras, texturas o tramas que alteren la integridad y coherencia de la identidad visual.



Positivo a color
Degradado



Positivo a color
Colores planos



Positivo a una tinta



Negativo

Proporciones

Área de protección

El imagotipo debe conservar un área mínima de reserva equivalente a la altura de la letra “G” escalada al 50%. Este espacio debe mantenerse libre de textos, imágenes, logotipos u otros elementos gráficos, con el fin de preservar su legibilidad, jerarquía e integridad visual.

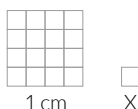
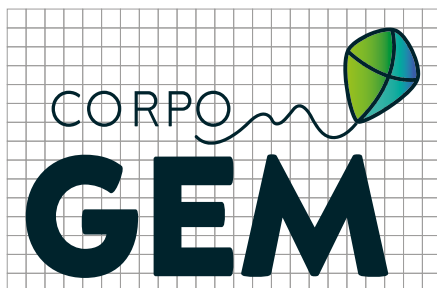


Tamaño mínimo

Para garantizar una lectura correcta, el imagotipo no debe utilizarse por debajo de 1,5 cm de ancho en piezas impresas ni por debajo de 42 px de ancho en medios digitales.

Planimetría

En la construcción técnica del imagotipo, la unidad de medida se representa mediante la variable “x”, que funciona como módulo base para definir dimensiones y relaciones internas. La retícula muestra cuántas veces se replica “x” en cada componente, asegurando precisión y consistencia en todas las reproducciones.



Color

La paleta cromática es un elemento clave de la identidad visual, ya que el uso consistente y estratégico del color refuerza el reconocimiento, transmite valores y ayuda a crear una conexión emocional con la audiencia. En el caso de una corporación dedicada a fomentar la educación terciaria, los colores elegidos deben apoyar mensajes de confianza, crecimiento, estabilidad y oportunidades de futuro, alineados con su propósito de ampliar el acceso y acompañar las trayectorias educativas de los jóvenes.

Principales

#01232b

R: 1. G: 35. B:
43 | C: 98%. M:
19%. Y: 0%. K:
83%.

Azul oscuro

Los azules muy oscuros, casi negros, se emplean con frecuencia para comunicar seriedad, rigor y autoridad, especialmente en identidades institucionales que gestionan recursos y toman decisiones estratégicas. Para la Corporación, este color representa firmeza en la gestión, responsabilidad en el manejo de los programas y confianza en la estructura que soporta los procesos de acceso y permanencia en educación terciaria.

#365ca7

R: 54. G: 92. B:
167 | C: 68%.
M: 45%. Y: 0%.
K: 35%.

Azul rey

El azul rey se asocia con profesionalismo, liderazgo y reconocimiento, y suele utilizarse cuando se quiere proyectar una imagen sólida pero más visible y cercana que los tonos casi negros. En esta identidad, el azul rey refuerza la idea de una corporación referente en el ecosistema de educación terciaria, que inspira respeto y, al mismo tiempo, se muestra activa y presente en la conversación pública.

#00a99c

R: 0. G: 169. B:
156 | C: 100%.
M: 0%. Y: 8%.
K: 34%.

Azul marino

El azul claro o azul marino se vincula con apertura, cercanía, calma y optimismo, cualidades muy utilizadas en contextos educativos y de acompañamiento formativo. En la identidad de la Corporación, este tono comunica accesibilidad, cercanía con los jóvenes y confianza en el futuro que pueden construir a través de las oportunidades que se les ofrecen.

Principales

#81ba27

R: 129. **G:** 186.
B: 39 | **C:** 31%.
M: 0%. **Y:** 79%.
K: 27%.

Verde lima

El verde lima se asocia con energía, renovación y optimismo, cualidades que conectan con la idea de activar el potencial de las personas y motivarlas a dar el siguiente paso en su formación. En la Corporación, este tono simboliza esperanza, oportunidades y el impulso transformador que ofrece el acceso a la educación terciaria, reforzando la idea de crecimiento personal y construcción de proyectos de vida.

#009639

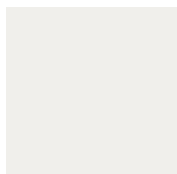
R: 0. **G:** 150. **B:** 57 | **C:** 100%.
M: 0%. **Y:** 62%.
K: 41%.

Verde oscuro (Verde Antioquia)

Los verdes profundos suelen relacionarse con madurez, estabilidad y procesos de desarrollo sostenido, aportando sensación de equilibrio y confianza. En este manual, el verde oscuro refuerza conceptos de formación sólida, continuidad de las trayectorias educativas y acompañamiento a largo plazo, manteniendo una presencia sobria y cercana.

Complementarios

Además de los colores institucionales, se define una paleta complementaria que acompaña gráficamente campañas y piezas estratégicas, aportando flexibilidad y dinamismo sin comprometer la coherencia visual. Estos tonos se derivan de un moodboard construido a partir del histórico de comunicaciones de la Corporación y del uso de color en sus canales digitales, y sirven como apoyo para destacar mensajes específicos, líneas de programas o momentos clave del calendario de gestión.



#f0efeb

R: 249. G: 239. B: 235. | C: 0%. M: 0%. Y: 2%. K: 6%.



#b062c6

R: 176. G: 98. B: 198. | C: 11%. M: 51%. Y: 0%. K: 22%.



#6323d0

R: 99. G: 35. B: 208. | C: 52%. M: 83%. Y: 0%. K: 18%.



#2c1770

R: 44. G: 23. B: 112. | C: 61%. M: 79%. Y: 0%. K: 56%.



#504293

R: 80. G: 66. B: 147. | C: 46%. M: 55%. Y: 0%. K: 42%.



#3266cc

R: 50. G: 102. B: 204. | C: 75%. M: 50%. Y: 0%. K: 20%.



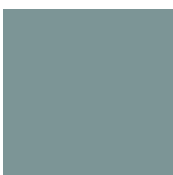
#053239

R: 5. G: 50. B: 57. | C: 91%. M: 12%. Y: 0%. K: 78%.



#188592

R: 24. G: 133. B: 146. | C: 84%. M: 9%. Y: 0%. K: 43%.



#7c9596

R: 124. G: 149. B: 150. | C: 17%. M: 1%. Y: 0%. K: 41%.



#5eb030

R: 94. G: 176. B: 48. | C: 47%. M: 0%. Y: 73%. K: 31%.



#fdc543

R: 253. G: 197. B: 67. | C: 0%. M: 22%. Y: 74%. K: 1%.



#e56634

R: 229. G: 102. B: 52. | C: 0%. M: 55%. Y: 77%. K: 10%.



#f36155

R: 243. G: 97. B: 85. | C: 0%. M: 60%. Y: 65%. K: 5%.



#894593

R: 137. G: 69. B: 147. | C: 7%. M: 53%. Y: 0%. K: 42%.

Tipografías

Principal

La familia tipográfica **Neufreit** constituye la tipografía oficial de la marca y se reserva exclusivamente para la construcción del logotipo y sus aplicaciones directas, garantizando coherencia, identidad y reconocimiento visual. Neufreit es una sans serif contemporánea, diseñada para proyectos de branding, que se caracteriza por su claridad, equilibrio y estética moderna, cualidades que la hacen especialmente adecuada para logotipos y encabezados en entornos impresos y digitales.

Neufreit Regular

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!"#\$%&'()*+,-./:;<=>?@[]^_`

Neufreit Extra Bold

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!"#\$%&'()*+,-./:;<=>?@[]^_`

Complementarias

Con el fin de asegurar versatilidad y correcta implementación en distintos formatos, se definen las siguientes tipografías de apoyo:



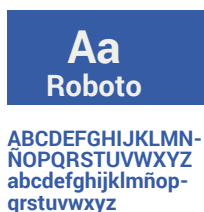
Recomendada para presentaciones institucionales y documentos oficiales (memorandos, resoluciones, plantillas internas), por su amplia disponibilidad y buena legibilidad en ofimática.



Se utilizará en piezas de diseño, tanto impresas como digitales. Futura es una sans serif geométrica, asociada a modernidad, funcionalidad y síntesis formal, muy utilizada en titulares y recursos gráficos por su carácter limpio y contemporáneo.



Recomendada para textos extensos o de lectura continua (documentos, boletines, PDFs y materiales diseñados), gracias a su equilibrio entre sobriedad y cercanía, y a su alta legibilidad en pantalla y papel.



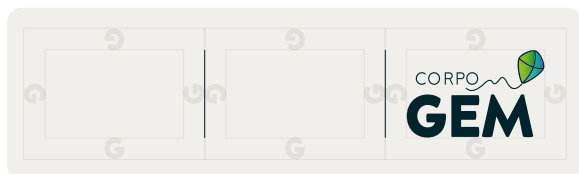
En el sitio web oficial se emplea la familia Roboto, una sans serif diseñada por Google para entornos digitales, reconocida por su excelente legibilidad en pantallas, variedad de pesos y estética limpia, lo que la convierte en una de las fuentes más utilizadas en interfaces web y móviles.

Cobranding

Cuando sea necesario integrar imagotipos, isologos o logotipos de otras entidades en una pieza gráfica, estos deberán mantener una proporción equilibrada respecto a la marca institucional, respetar sus áreas de protección y seguir los lineamientos de cada manual de identidad. Esto garantiza composiciones armónicas, legibles y coherentes en aplicaciones conjuntas de marca.

Cobranding

Cuando la Corporación actúe como marca protagonista y deba presentarse junto a varios imatipos, isologos o logotipos de otras entidades, su imatipo se ubicará preferiblemente en el costado derecho de la composición. En todos los casos deberá conservar el área de protección y las distancias mínimas definidas en este Manual, asegurando que su lectura y jerarquía no se vean afectadas.



En las piezas donde la marca se presente junto a la Gobernación de Antioquia, la Corporación se ubicará al lado izquierdo del conjunto de logos. El tamaño relativo y las áreas de protección se ajustarán conforme a lo establecido en el Manual de Identidad Gráfica de la Gobernación de Antioquia (p. 23, “Uso de imagen institucional y descentralizadas”), garantizando que se cumplan las jerarquías visuales definidas para marcas descentralizadas.



Cobranding

Cuando la pieza incluya las marcas de la junta directiva —IDEA, Fundación EPM y Gobernación de Antioquia— la marca institucional también se ubicará al lado izquierdo, alineándose con las pautas de convivencia de marcas públicas. Las áreas de protección y los tamaños deberán aplicarse de acuerdo con lo indicado en el Manual de Identidad Gráfica de la Gobernación de Antioquia (p. 23, “Uso de imagen institucional y descentralizadas”), de forma que se preserve la coherencia, el equilibrio y la correcta jerarquización de todas las identidades presentes.



Denominación del uso de CorpoGEM

Lifting de marca

La denominación de uso CorpoGEM se enmarca en una estrategia de lifting de marca, entendida como una actualización que mantiene la esencia de la identidad, pero moderniza su expresión visual y verbal para hacerla más relevante y competitiva, sin implicar un cambio radical ni una nueva marca desde cero. En branding, este tipo de ajustes se recomienda cuando la marca es reconocida, pero necesita optimizar su recordación, adaptarse mejor a entornos digitales o conectar con públicos más jóvenes a través de nombres más breves y memorables.

En este contexto, “Corporación Gilberto Echeverri Mejía” se conserva como denominación jurídica e institucional, mientras que Corpo GEM se adopta como nombre de uso, construido a partir de las siglas del nombre completo. Esta síntesis verbal es más corta, sonora y fácil de pronunciar y escribir, lo que facilita su uso en redes sociales, hashtags, campañas y conversaciones cotidianas, manteniendo el vínculo con la identidad original pero adaptándola a los códigos de comunicación propios de los entornos digitales y juveniles.

#CorpoGEM

Otras aplicaciones

Sobre color



Sobre fotos



Usos no permitidos

El imagotipo debe reproducirse siempre completo, en su forma, proporciones y colores originales, siguiendo las especificaciones técnicas del presente manual. Cualquier desviación compromete la integridad y reconocimiento de la identidad institucional.

No se permite:



Cambiar la orientación original (rotar o inclinar).



Modificar el orden o composición de los elementos.



Alterar las proporciones entre tipografía e isotipo.



Deformar, distorsionar o estirar cualquier elemento.



Reemplazar la tipografía Neufreit por otra fuente.



Sustituir palabras o siglas por otros nombres.



Aplicar colores fuera de la paleta oficial aprobada.



Usar contornos, líneas de borde o siluetas vacías.



Agregar efectos, sombras, biselados, texturas o degradados.



Descomponer, separar o desplazar elementos individuales.

Aplicación de marca sobre piezas impresas

Membretes

Hoja Carta

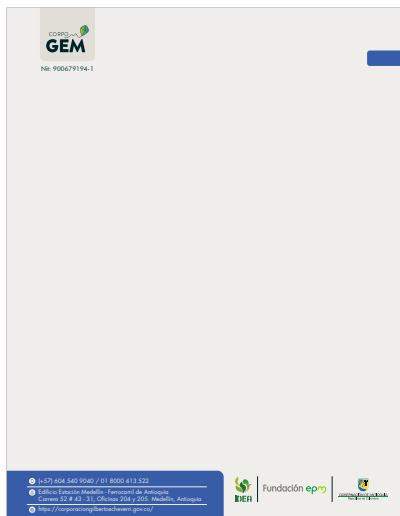
Tamaño: 21.5 x 28 cm.

Hoja Oficio

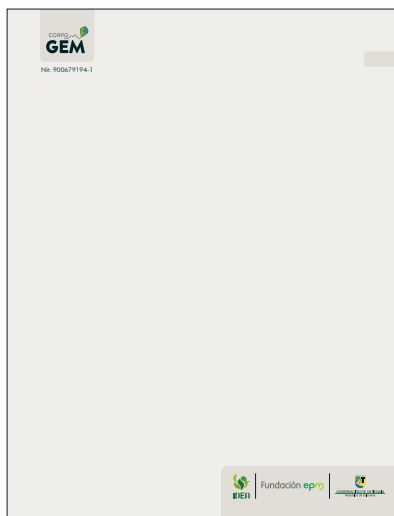
Tamaño: 21.5 x 35.5 cm.

Texto

Estilo y tamaño de fuente sugerido: Calibri 12 puntos.



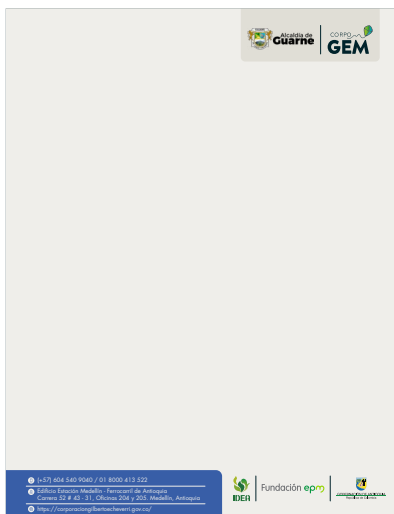
Memebrete 1



Memebrete sencillo

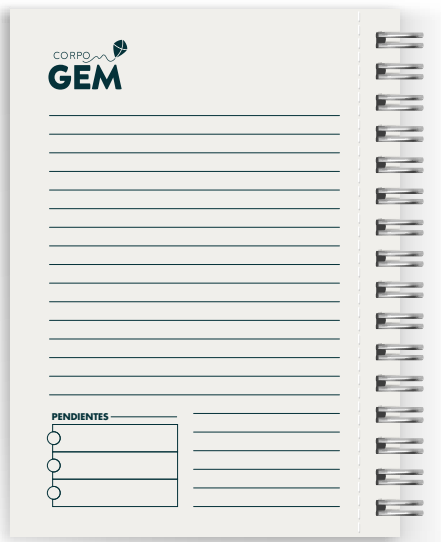
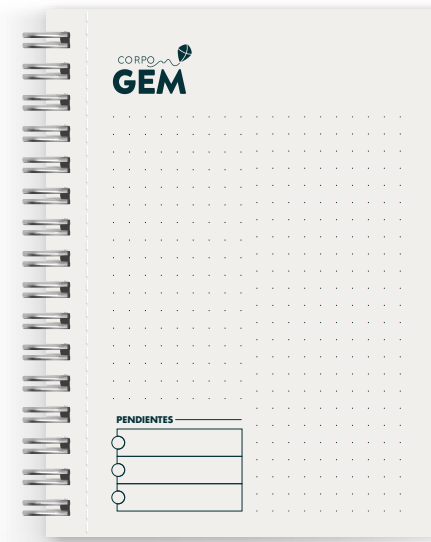
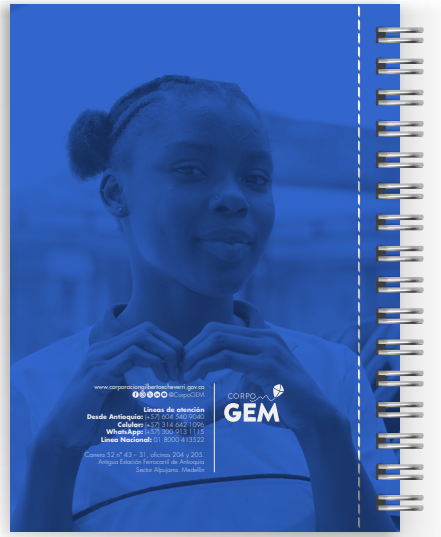
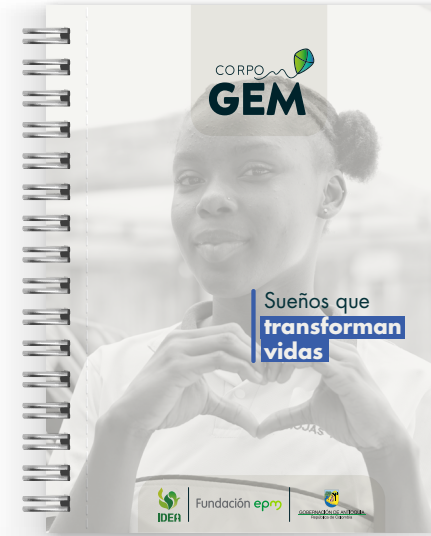


Memebrete resoluciones



Memebrete cobranding

Cuaderno



Portada y contraportada para documentos

Así se manejaría la marca en las portadas para documentos oficiales, libros, cuadernos, entre otras.



Ejemplo

Carpeta



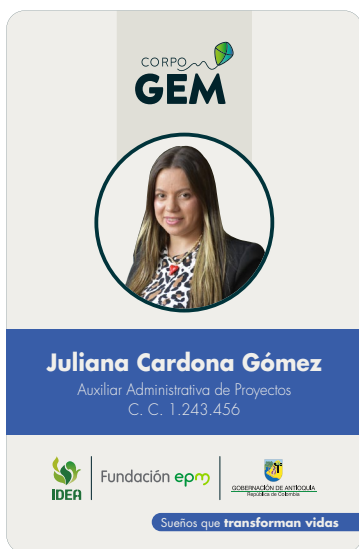
Afiche y volante

Tamaño de afiche: 30 x 43 cm.

Tamaño volante: 14 x 21 cm.



Carné



Tamaño:
5,5 x 8,5 cm.



Aplicación de marca sobre piezas digitales

Firma digital

Tamaño:

1000 x 384 px.



► Enviar ▼ De: diseño@corporaciongilbertocheverri.gov.co ▼ Sin etiqueta ▼

Para: CCO

CC:

Agregar un asunto Borrador guardado a las 16:16

CORPO GEM

Juliana Cardona Gómez ●

Auxiliar Administrativa de Proyectos

auxiliarproyectos@corporaciongilbertocheverri.gov.co

(+57) 604 540 9040 / 01 8000 413 522

Edificio Estación Medellín - Ferrocarril de Antioquia
Carrera 52 # 43 - 31, Oficinas 204 y 205, Medellín, Antioquia

<https://corporaciongilbertocheverri.gov.co/>

IDEA | Fundación **epm** | GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA
República de Colombia

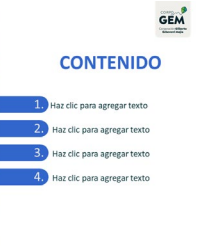
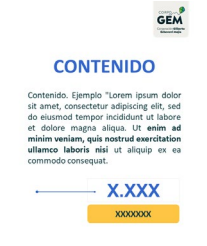
Sueños que **transforman vidas**

Fondo de escritorio

Tamaño:
1920 x 1080 px.



Plantilla de presentaciones



E-cards



Tamaños:

Ecard 1080 x 1350 px.

Story 1080 x 1920



Banners sitio web



Tamaño banner escritorio:
1536 x 720 px.



Tamaño banner movil:
828 x 726 px.

Interfaz del sitio web

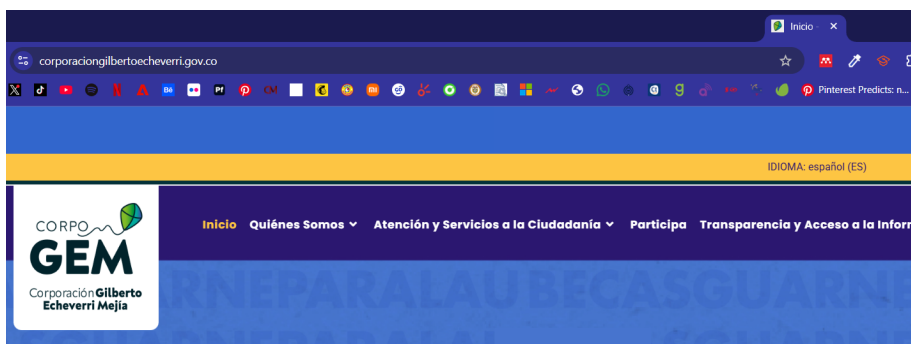


Mentes



Favicon

Aquí es en el único lugar donde se permite el uso del isotipo sin el logotipo.



Aplicación de marca en gran formato

Pendón



Tamaño: 100 x 200 cms.



Valla



Aplicación de marca en indumentaria y P.O.P

Gorras



Camisa tipo polo



Camisa tipo oxford



Lapiceros



Mugs



www.corporaciongilbertoecheverri.gov.co

     @CorpoGEM

Líneas de atención

Desde Antioquia: (+57) 604 540 9040

Celular: (+57) 314 642 1096

WhatsApp: (+57) 300 913 1115

Línea Nacional: 01 8000 413522

Carrera 52 n° 43 – 31, oficinas 204 y 205.
Antigua Estación Ferrocarril de Antioquia
Sector Alpujarra. Medellín



Fundación 



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA
República de Colombia