



Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**

# Manual de **Marca**

*[www.fucsalud.edu.co/colaboradores/manual](http://www.fucsalud.edu.co/colaboradores/manual)*



*Coordinación de Publicidad, Imagen y Marca  
Coordinación de Diseño  
Versión 1. 2021*

# Contenido

|                                  |           |  |  |  |  |
|----------------------------------|-----------|--|--|--|--|
| <b>Introducción</b>              | <b>4</b>  |  |  |  |  |
| ¿Qué es?                         | 5         |  |  |  |  |
| ¿Qué incluye?                    | 5         |  |  |  |  |
| Propósito de la gestión de marca | 6         |  |  |  |  |
| Este Manual está dirigido a      | 6         |  |  |  |  |
| Este Manual busca                | 7         |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Nuestra marca</b>             | <b>8</b>  |  |  |  |  |
| Concepto de marca - ADN FUCS     | 9         |  |  |  |  |
| Promesa de valor                 | 10        |  |  |  |  |
| ¿Quiénes somos?                  | 11        |  |  |  |  |
| Tabla de elementos FUCS          | 12        |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Elementos de marca</b>        | <b>15</b> |  |  |  |  |
| <b>Logo</b>                      | <b>16</b> |  |  |  |  |
| Uso principal                    | 17        |  |  |  |  |
| Uso secundario                   | 20        |  |  |  |  |
| Colores logo                     | 21        |  |  |  |  |
| Escala de grises                 | 22        |  |  |  |  |
| Alto contraste                   | 23        |  |  |  |  |
| Planimetría                      | 24        |  |  |  |  |
| Área de reserva                  | 25        |  |  |  |  |
| Tamaño mínimo                    | 26        |  |  |  |  |
| Usos no permitidos               | 27        |  |  |  |  |
| Mención FUCS                     | 28        |  |  |  |  |
| Tono de comunicación             | 29        |  |  |  |  |
| Ubicación                        | 31        |  |  |  |  |
| Sello Acreditación               | 32        |  |  |  |  |
| Símbolos dependencias FUCS       | 33        |  |  |  |  |
| Educación Continuada FUCS        | 35        |  |  |  |  |
| Código de comunicación FUCS      | 36        |  |  |  |  |
| FUCS                             | 37        |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Cobranding</b>                | <b>38</b> |  |  |  |  |
| Categoría A                      | 39        |  |  |  |  |
| Categoría B                      | 40        |  |  |  |  |
| Categoría C                      | 41        |  |  |  |  |
| FUCS + Marcas Grupo de San José  | 42        |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Color</b>                     | <b>43</b> |  |  |  |  |
| Paleta FUCS                      | 44        |  |  |  |  |
| Paleta facultades                | 45        |  |  |  |  |
| Paleta complementaria            | 46        |  |  |  |  |
| Usos                             | 47        |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Tipografía</b>                | <b>48</b> |  |  |  |  |
| Futura                           | 49        |  |  |  |  |
| Fuente secundaria Raleway        | 50        |  |  |  |  |
| Fuente secundaria Quicksand      | 51        |  |  |  |  |
| Usos                             | 52        |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Fotografía</b>                | <b>54</b> |  |  |  |  |
| Estilo fotográfico               | 55        |  |  |  |  |
| Fotografía de Campo              | 57        |  |  |  |  |
| Fotografía de Vida Universitaria | 60        |  |  |  |  |
| Fotografía Publicitaria          | 63        |  |  |  |  |
| Usos                             | 66        |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Video</b>                     | <b>67</b> |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Ilustración</b>               | <b>68</b> |  |  |  |  |
| Generalidad                      | 69        |  |  |  |  |
| Usos                             | 70        |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Iconografía</b>               | <b>73</b> |  |  |  |  |
| Construcción                     | 74        |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Patrón FUCS</b>               | <b>76</b> |  |  |  |  |
| Motivo                           | 77        |  |  |  |  |
| Patrón                           | 78        |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Sistema de diseño</b>         | <b>80</b> |  |  |  |  |
| ¿Qué es?                         | 81        |  |  |  |  |
| ¿Qué incluye?                    | 81        |  |  |  |  |
| Componentes                      | 82        |  |  |  |  |
| Despliegue                       | 83        |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>www. fucsalud.edu.co</b>      | <b>85</b> |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Aulas virtuales</b>           | <b>86</b> |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Redes</b>                     | <b>87</b> |  |  |  |  |
| <br>                             |           |  |  |  |  |
| <b>Publicidad</b>                | <b>88</b> |  |  |  |  |
| Comunicación interna             | 90        |  |  |  |  |
| Formatos institucionales         | 91        |  |  |  |  |

*Introducción*

# Introducción

# ¿Qué es?

**Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca FUCS en todas sus posibles expresiones.**

Ha sido desarrollado pensando en las necesidades de todos los responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes medios. El correcto y consistente uso de este, contribuirá a la consecución de los objetivos de posicionamiento y recordación que nos hemos planteado.

*Para que todo este esfuerzo aquí descrito pueda trascender, requerimos del trabajo en equipo de todos los que hacemos parte del uso y aplicación de la marca FUCS.*

# ¿Qué incluye?

Este manual es el resultado de un proceso estratégico y creativo que involucró a todos los responsables del uso de la marca a nivel institucional, con el fin de abordar cada uno de los escenarios en los que esta tiene presencia y así, lograr la idoneidad en cada una de sus aplicaciones.

*Este documento incluye recursos gráficos detallados para cada uno de los usos requeridos, aborda desde el manejo del color hasta las dimensiones mínimas permitidas del mismo en diferentes escenarios.*

**Propósito de la gestión de marca** \_\_\_\_\_  
**Sostener su valor en el tiempo,  
ratificándola como uno de los  
activos intangibles más relevantes  
para la Institución.**

**Este Manual está dirigido a** \_\_\_\_\_  
Equipos de comunicación, creativos, aliados estratégicos,  
gestores de contenido y relacionamiento al interior.

# Este Manual busca



## Aclarar

Cualquier duda relacionada con la aplicación gráfica de la marca, en favor de sus valores e identidad.



## Garantizar

El despliegue de creatividad de los usuarios dentro de los parámetros establecidos para afianzar los atributos de la marca.



## Empoderar/ Incentivar

A toda la comunidad FUCS de tal manera que se vuelvan embajadores y defensores de la marca.

*N u e s t r a m a r c a*

**Nuestra marca**

## Concepto de marca / ADN FUCS

# Tradición académica centenaria

Nuestra historia está íntimamente ligada al nacimiento de la Sociedad de Cirugía de Bogotá, creada en 1902 al término de la Guerra de los Mil Días por 10 médicos que se reunieron para sentar las bases de la asistencia médica de calidad al más necesitado y la enseñanza de Ciencias de la Salud con influencia de las escuelas europeas en la capital del país, ese es nuestro legado.

La Sociedad de Cirugía de Bogotá construye en 1925 el Hospital de San José, desde ese momento se convierte en referente nacional de formación para el área de la salud, en 1976 abre la Escuela de Ciencias de la Salud, que con el paso del tiempo pasaría a ser la Fundación Universitaria de Ciencias de la Salud - FUCS como es reconocida al día hoy. La FUCS nace como tributo a nuestros fundadores, pero no solo en el área de la medicina, también en las de instrumentación, fisioterapia, psicología, atención pre hospitalaria, enfermería, citohistología y administración de servicios de salud, mostrando que para ofrecer a la comunidad salud de calidad debe coexistir la interdisciplinariedad.

La calidad humana y el profesionalismo de nuestros egresados y docentes son el sello diferenciador de la FUCS, reconocida por su tradición académica centenaria y por una infraestructura hospitalaria propia, que se convierte en el escenario idóneo para la formación de excelencia de los futuros profesionales y especialistas de la salud.

---

**Ser FUCS es llevar una impronta que destaca a sus estudiantes y egresados en cada uno de los escenarios en los que debe hacer gala de sus habilidades prácticas y humanas.**

**El legado, la tradición, humanidad, calidad y herencia son características que ya transitan en su ADN...**

---

## *Promesa de valor*

# ¡La **FUCS** sabe de salud!

## **Salud**



*Nuestro origen.*

*Nuestro legado.*

*Nuestra historia.*

*Nuestro saber hacer.*

*Nuestra vocación.*

*Nuestro diferencial.*

*Nuestro ADN.*

*La razón de todo lo que hacemos.*

## *Nuestros valores*



# Tabla de elementos FUCS

Hemos creado un sistema estructural inspirado en la tabla periódica de elementos para reflejar nuestro organigrama.

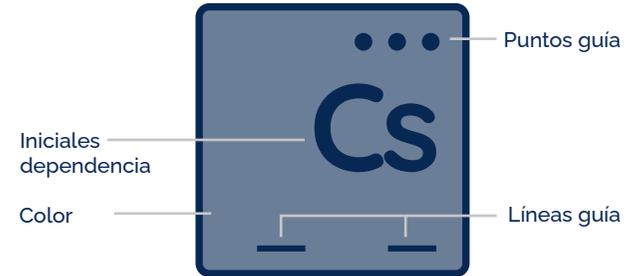
Cada dependencia es un elemento único e indispensable ya que su labor nutre, fortalece y representa la filosofía y los valores institucionales.



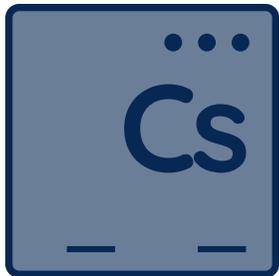


## Jerarquía de los elementos

Los símbolos de las dependencias se diferencian por su matiz de color y elementos gráficos según su posición dentro del organigrama siguiendo la clasificación a continuación:



## Categorización por áreas



- Consejo Superior
- Rectoría
- Rector Honorario



- Vicerrectorías



- Secretaría general
- Consejos
- Gerencia
- Divisiones
- Facultades
- Institutos
- Sistemas



- Laboratorios
- Oficinas
- Unidades
- Centros
- Coordinaciones
- Otros

*Elementos de marca*

# Elementos de marca

# Logo

El logo es la representación visual máxima de la marca FUCS, es el símbolo mayor que relata su excelencia y calidad en cada uno de los escenarios en donde esta requiere expresarse.

**La imagen representa la versión más orgánica y pura de la herencia recibida por la Sociedad de Cirugía de Bogotá – Hospital de San José.**

Es nuestro origen en esencia, aterrizado a la realidad de hoy, con una mirada en proyección hacia el futuro.

*Para lograr el posicionamiento deseado de la marca FUCS, el uso correcto de este LOGO debe ser permanente y consistente, de acuerdo a los parámetros y pautas para su uso planteadas en este documento.*



Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**



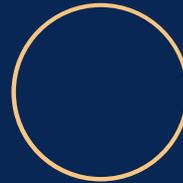
Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**



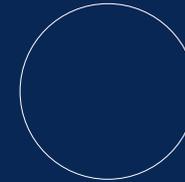
**Corona de laurel:** enmarca la victoria y tenencia del poder científico, gremial y económico. Históricamente los griegos usaban la corona de laurel como reconocimiento a los vencedores de la justas olímpicas.



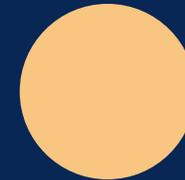
**Las granadas:** representan los deseos, la riqueza, fertilidad y constancia de aquellos que forjaron la historia de nuestra independencia.



**Círculo:** es la esencia de la vida misma, la continuidad de la línea no tiene principio ni fin.



**Azul:** transmite conocimiento, confianza, credibilidad.



**Dorado:** transmite excelencia, prestigio y éxito.

*Unidas estas virtudes, son los atributos que deseamos resaltar en nuestra comunidad ante la sociedad.*

**Una vida dedicada con éxito a la ciencia  
y un legado histórico de conocimiento.**

# Uso principal

El logo debe usarse en su versión horizontal, esta debe ser la primera opción en comunicación, respetando cada una de sus formas sin lugar a alteraciones de ningún tipo. Puede usarse en su versión sobre fondo blanco o fondo azul.



Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**

*Versión fondo azul*



Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**

*Versión fondo blanco*

# Uso secundario

Como opción secundaria y solo en casos excepcionales podrá usarse la versión vertical en su uso completo o reducido. Este uso es frecuente en co-branding, uniformes, merchandising, señalización, etc.



Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**



*Uso corporativo*



**FUCS**



*Uso reducido*

# Color

Los colores del LOGO FUCS deben usarse en modo CMYK para formatos impresos y RGB para medios digitales.

No se debe usar un perfil de color diferente ni alterar ninguno de los códigos aquí descritos ya que se incurriría en una mala aplicación de los mismos. Verifique antes de abrir un documento las condiciones de su mesa de trabajo.

*Perfil RGB: sRGB IEC61966-2.1*

*Perfil CMYK: Coated FOGRA27*



Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**



PANTONE 295C

C 100    R 9  
M 93    G 39  
Y 31    B 85  
K 31

#092755



PANTONE 149C

C 2    R 284  
M 26    G 198  
Y 55    B 128  
K 0

#F8C680



PANTONE 7578C

C 3    R 227  
M 73    G 99  
Y 78    B 59  
K 0

#E3633B



PANTONE 577C

C 39    R 175  
M 6    G 198  
Y 67    B 110  
K 0

#AFC66E

## Escala de grises

El logo FUCS puede usarse en versión escala de grises únicamente en hojas membrete que sean impresas a blanco y negro. En los demás casos deberá usarse la hoja membrete a color.



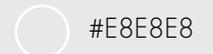
Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**



#4B4B4D  
C 0    R 75  
M 0    G 75  
Y 0    B 77  
K 85



#C6C7C8  
C 0    R 198  
M 0    G 199  
Y 0    B 200  
K 20



#E8E8E8  
C 0    R 232  
M 0    G 232  
Y 0    B 232  
K 8

## Alto contraste

El LOGO FUCS puede usarse en versión alto contraste, cuando por temas del formato así se requiera. Ej.: impresos a una tinta, marcación láser, vinilo de corte, entre otros.



Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**

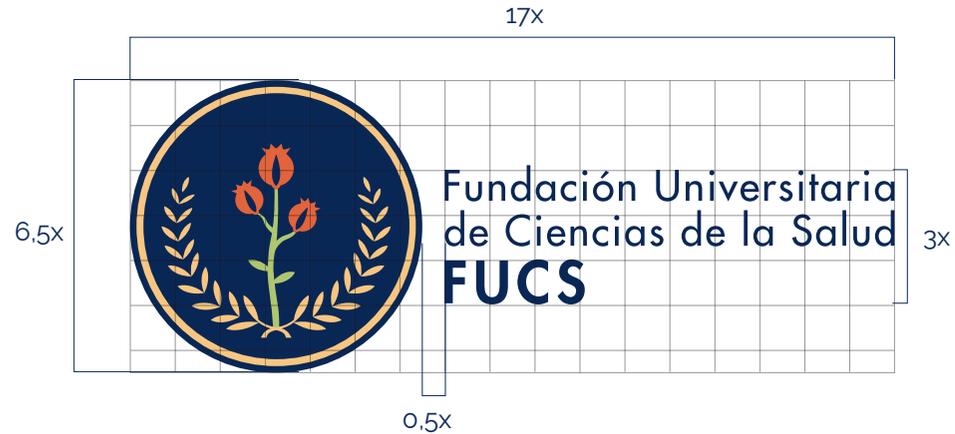


Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**

# Planimetría

El estudio de diseño comprende la estructura y proporcionalidad de nuestro logo, que tiene como medida base la altura de la caja tipográfica de las siglas FUCS.

*Uso principal*



**FUCS** x



*Uso corporativo*



*Uso reducido*

# Área de reserva

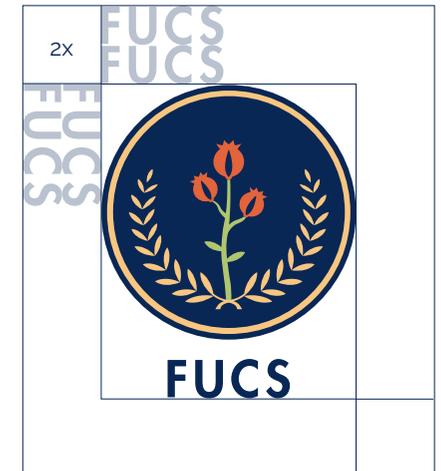
Asegurando que ningún elemento interfiera con la lectura del logo existe el área de reserva para el mismo, esta debe ser calculada duplicando la altura de la caja tipográfica de nuestra sigla FUCS alrededor del logo siguiendo el instructivo a continuación.

**FUCS** x

*Uso principal*



*Uso corporativo*



*Uso reducido*

# Tamaño mínimo

Existe un tamaño mínimo para el uso impreso y digital del logo, este garantiza su legibilidad y visualización correcta.

No existe un tamaño máximo siempre y cuando se mantenga la armonía y proporción del logo, este dependerá de la solicitud y el formato.



*Tamaño mínimo digital*



*Tamaño mínimo impreso*

# Usos no permitidos

Realice una revisión previa del tamaño y versión del logo que se requiere, NO manipule los artes originales y evite caer en estas u otras prácticas como las ejemplificadas en esta página.



*NUNCA recorte las siglas o el texto del escudo.*



*NUNCA intervenga los componentes del logo.*



*NUNCA use otros colores fuera de los descritos en este manual.*



*NUNCA estire, estreche o deforme las dimensiones del logo.*



*NUNCA gire el logo.*



*NUNCA añada otros elementos al logo.*



*NUNCA añada sombras, biseles o otros efectos visuales.*



*NUNCA redistribuya los elementos del logo*



*NUNCA intente recrear o cambiar la tipografía*



*NUNCA recurra a escaneados o archivos de baja calidad.*



*NUNCA usar sobre fotografías o fondos de color que afecten la lectura de la marca*

# Mención visual o auditiva

Cuando se menciona a la Institución tenga en cuenta las siguientes recomendaciones.

## Como primera mención y en escenarios formales

Fundación Universitaria de Ciencias de la Salud - FUCS

## Menciones seguidas a la anterior

FUCS

## NO use

- ✘ fundación universitaria de ciencias de la salud
- ✘ Fundación Universitaria De Ciencias De La Salud
- ✘ Fundación San José
- ✘ San José FUCS
- ✘ fucs
- ✘ F.U.C.S.
- ✘ La universidad

*Nuestro **tono de comunicación** es:*

- **Confiable** • **Científico** •
- **Académico** • **Joven** •
- **Cercano** •

Nuestro tono de comunicación **NO** es:

**× Anticuado** Tenemos un legado, pero *nos mantenemos actuales*.

**× Complicado** Somos inteligentes y claros, *no le ponemos barreras* a la comunicación.

**× Informal** Somos rigurosos y *precisos* a la hora de informar.

**× Cliché** Siempre hay nuevos caminos y maneras de hacer las cosas. *Somos creativos.*

**× Comercial** "¡Matricúlate YA!" *No hay lugar para esto.*

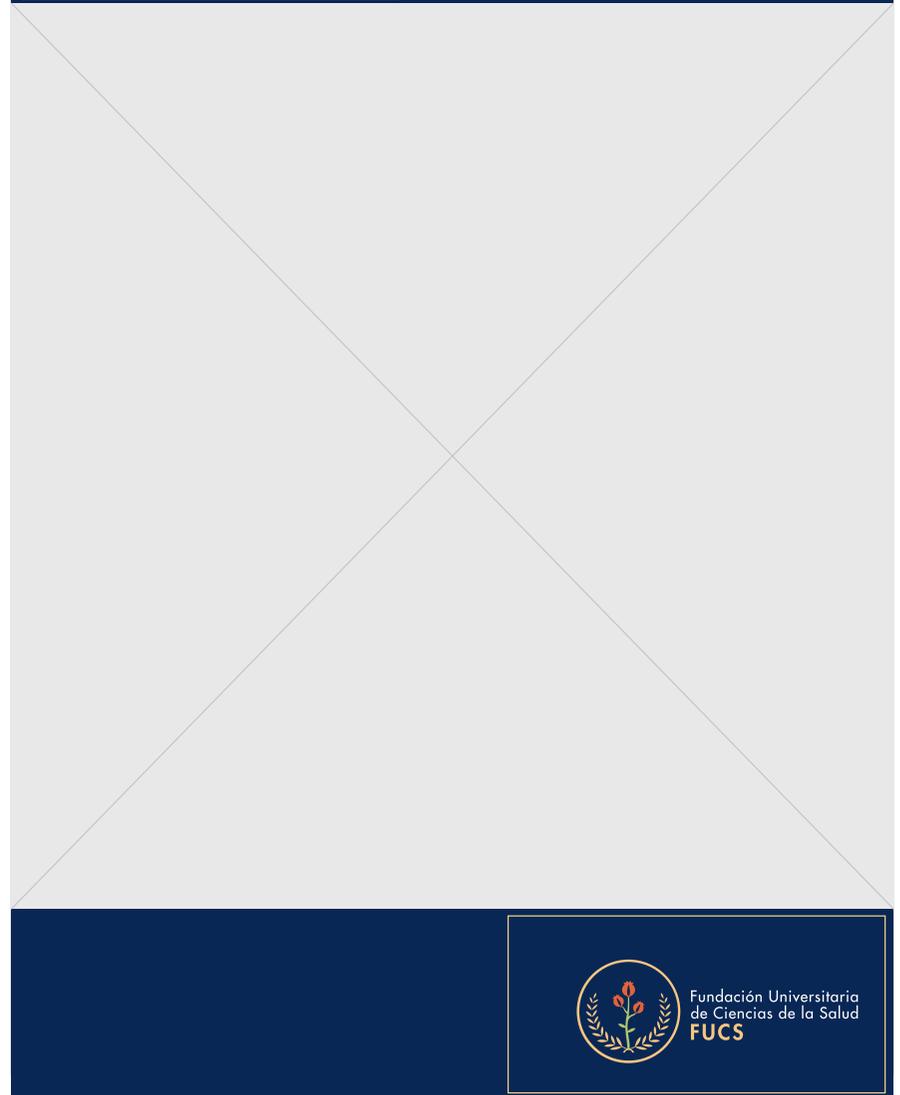
# Ubicación

El logo aparecerá en el encabezado de la pieza preferiblemente o en la parte inferior a manera de firma, debe estar justificado siempre en alguno de los extremos. Para comunicaciones de interés formal, este por excepción podrá estar centrado en la parte superior.

*Ubicación recomendada*



*Ubicación alterna*





Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**



## Sello acreditación

La Acreditación de Alta Calidad fue otorgada a la FUCS en el año 2019 y tiene una vigencia de cuatro, por esta razón se desarrolló un identificador que nos permitiera convertirlo en un sello de garantía visible para nuestras audiencias.

Se establecen tres escenarios para su uso que son descritos a continuación.

Nota: el sello de acreditación siempre debe estar acompañado de la información legal.



### Se usa el sello en:

- Oferta de programas académicos.
- Colaboración con otras IES que usen su sello de acreditación.
- Comunicaciones oficiales por parte de la FUCS.



# Símbolos elementos FUCS

La simbología utilizada para la diferenciación de las áreas no obedece a logos propios que puedan manejarse de manera independiente, estos símbolos siempre deberán estar acompañados del logo FUCS como sinónimo de cobertura respetando su proporción sin superar un tamaño de 3x.



Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**



Facultad de Ciencias  
del Movimiento



Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**



Facultad de Ciencias  
del Movimiento



3x



Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**



## Educación Continuada FUCS

La División de Educación Continuada es la única área al interior de la FUCS que cuenta con un logo propio registrado ante la Súper Intendencia de Industria y Comercio. Al ser una unidad de negocio asociada directamente a los servicios que presta la Institución siempre debe estar acompañado por el LOGO FUCS. El logo EDCO no debe superar el alto de la circunferencia de LOGO FUCS, tal y como se explica en la gráfica. El logo EDCO siempre deberá estar acompañado del logo ICONTEC de acuerdo a la norma.



# #Soy FUCS

## Código de comunicación

### #SoyFUCS

Nace como un código de comunicación que reafirma el sentido de pertenencia de nuestra comunidad. Es útil en comunicación digital y para uso como identificador principal en piezas gráficas de algunos grupos de interés. Su uso se recomienda para promoción de actividades culturales, deportivas y artísticas, merchandising entre otros.



# FUCS

## FUCS

Esta es la mínima expresión visual de nuestra marca. Es muy útil para espacios pequeños que no permiten lucir los elementos más reducidos del LOGO, ideal para canales digitales, fotos de perfil y moscas de vídeo.

Foto de perfil para redes



Alternativas colores PED



Responsabilidad  
ambiental y social



Excelencia  
académica



Sostenibilidad  
y crecimiento

# Co-Branding

**Se define como la alianza entre dos o más marcas para potenciar estrategias conjuntas.**

La jerarquía y relevancia de la marca FUCS dentro de la comunicación depende del rol que tenga en el proyecto, establecimos para efectos de claridad de este Manual, tres categorías:

**Categoría A.** FUCS como organizador.

**Categoría B.** FUCS como organizador o participante en igualdad de condiciones.

**Categoría C.** FUCS en calidad de participante.

**Categoría D.** FUCS + Marcas Grupo de San José.

## Categoría A. FUCS como organizador.

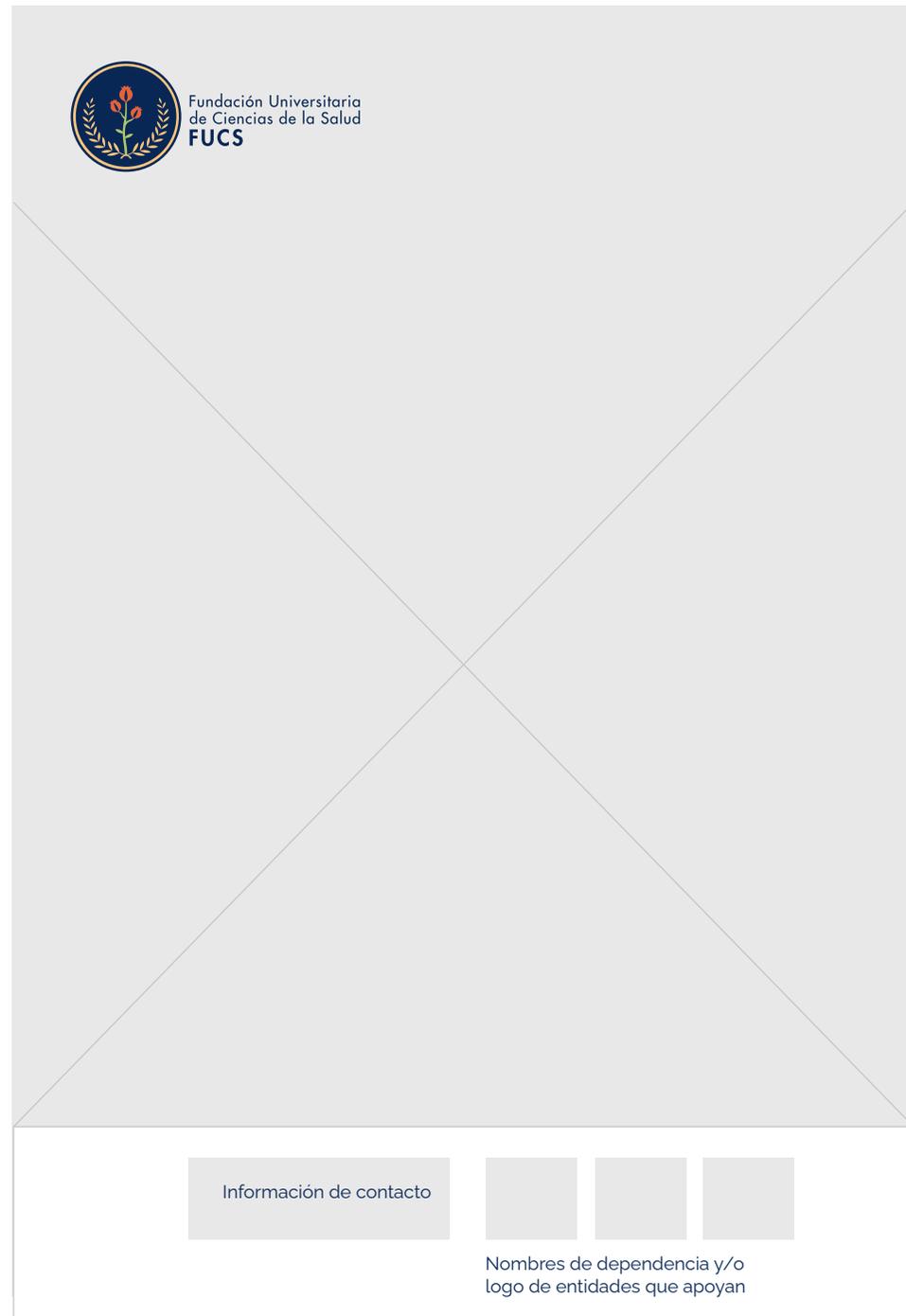
### La marca tiene control total sobre el manejo gráfico.

Siempre que la FUCS o alguna de sus dependencias organiza un evento el logo FUCS deberá ocupar la posición recomendada en el sistema de diseño, dentro del cuadrante superior.

El símbolo de las dependencias FUCS deberá aparecer al cierre de la pieza junto con la información de contacto.

Logos de participantes deberán ubicarse en el cuadrante inferior.

Los textos legales deben aparecer de manera legible al cierre de las piezas.



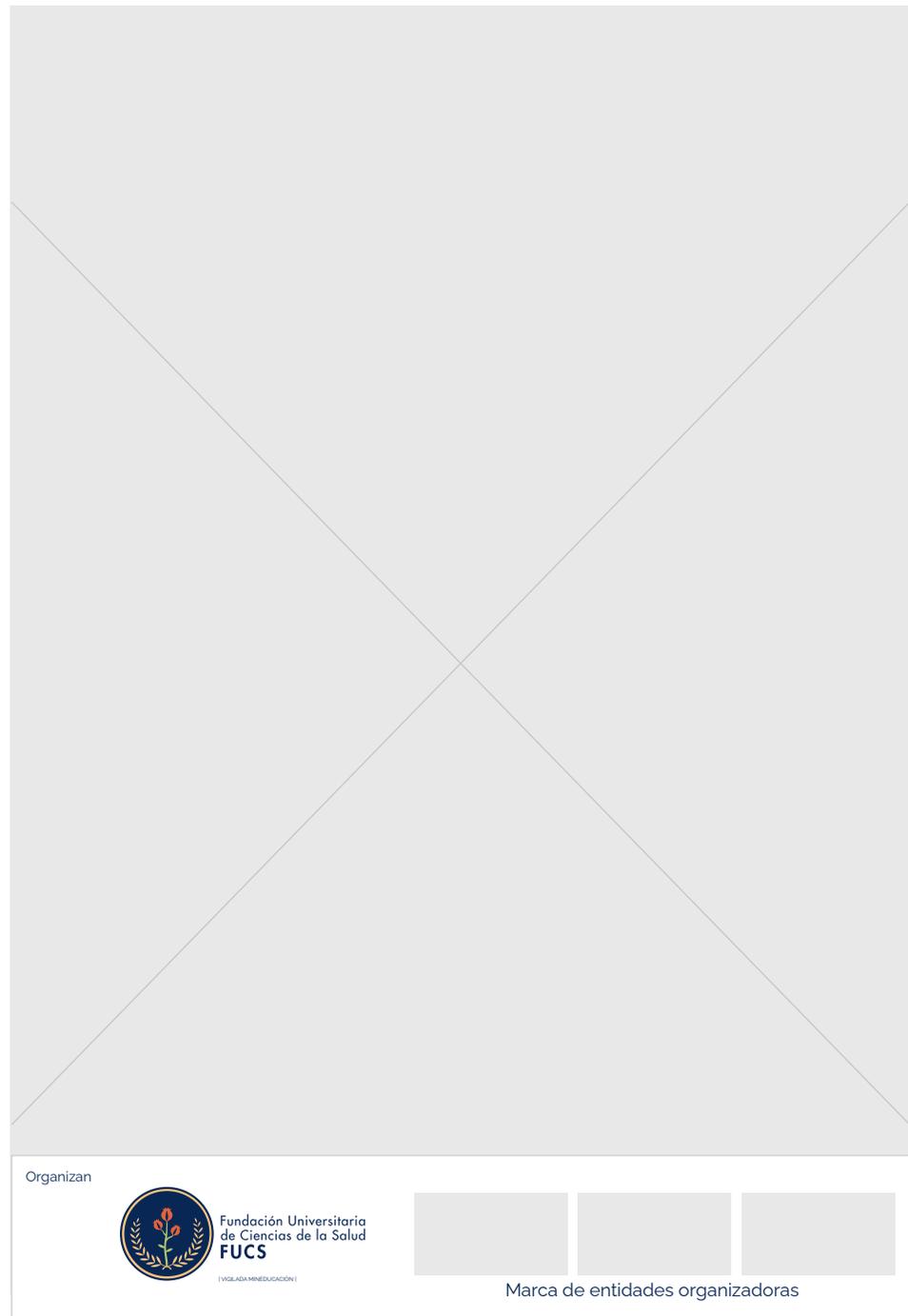
### **Categoría B. FUCS como organizador o participante en igualdad de condiciones.**

**El manejo gráfico de la FUCS debe ser supervisado y aprobado por su equipo de Comunicaciones.** Ninguna pieza podrá ser divulgada si esta no cuenta con visto bueno por parte de la Institución.

En este caso, solo está permitido el uso del logo principal, no deben aparecer los nombres o símbolos de las dependencias, sin importar que hagan parte de la organización del evento.

La ubicación del logo esta sujeta a la pauta de diseño del evento sin embargo nuestro logo debe mantenerse proporcionado visualmente con las diferentes marcas y respetando el área de reserva del mismo.

La expresión "Vigilada Mineducación" debe ser ubicada de forma legible según arte compartido.

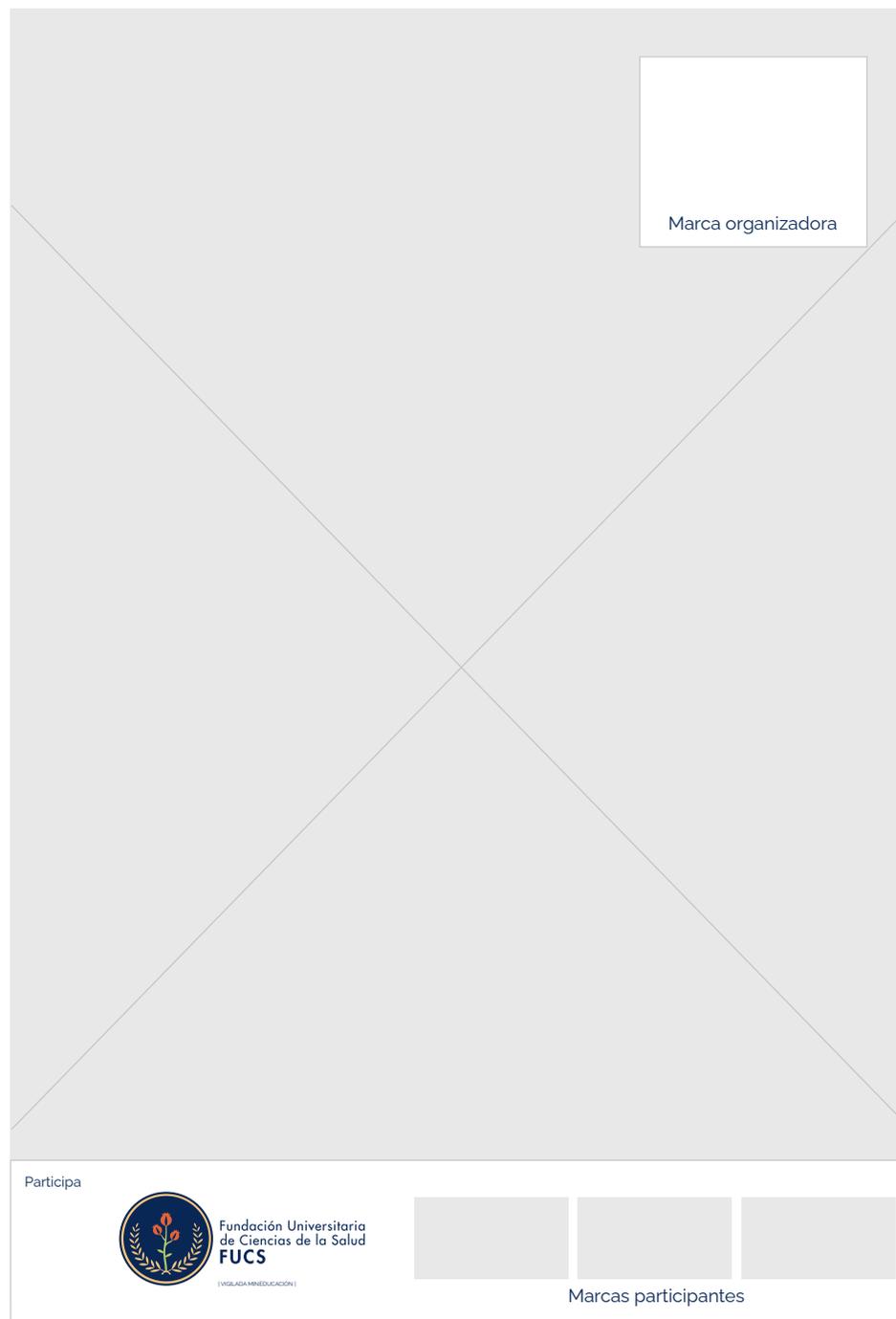


### **Categoría C. FUCS en calidad de participante.**

**El uso de la marca FUCS solo puede darse teniendo en cuenta los parámetros descritos en este Manual.**

La aplicación gráfica de la marca FUCS debe ser supervisada y aprobada por su equipo de Comunicaciones. Ninguna pieza podrá ser divulgada si esta no cuenta con visto bueno por parte de la Institución.

La FUCS será quién facilite los recursos gráficos requeridos por el desarrollador. El logo jamás deberá ser descargado u obtenido a través de otro medio.





SOCIEDAD DE CIRUGÍA DE BOGOTÁ  
HOSPITAL DE SAN JOSÉ

Colombia



Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**



HOSPITAL INFANTIL  
UNIVERSITARIO  
DE SAN JOSÉ

#### **Categoría D.**

#### **FUCS + Marcas Grupo de San José.**

Este será el orden de aparición de los logos de la FUCS cuando esté acompañada por los hospitales.

Su orden responde al orden de aparición o existencia de cada Institución.

# Color

**Los colores Institucionales son el reflejo de la historia y realidad FUCS, elevan su estatus y transmiten la dinámica de su constante crecimiento.**

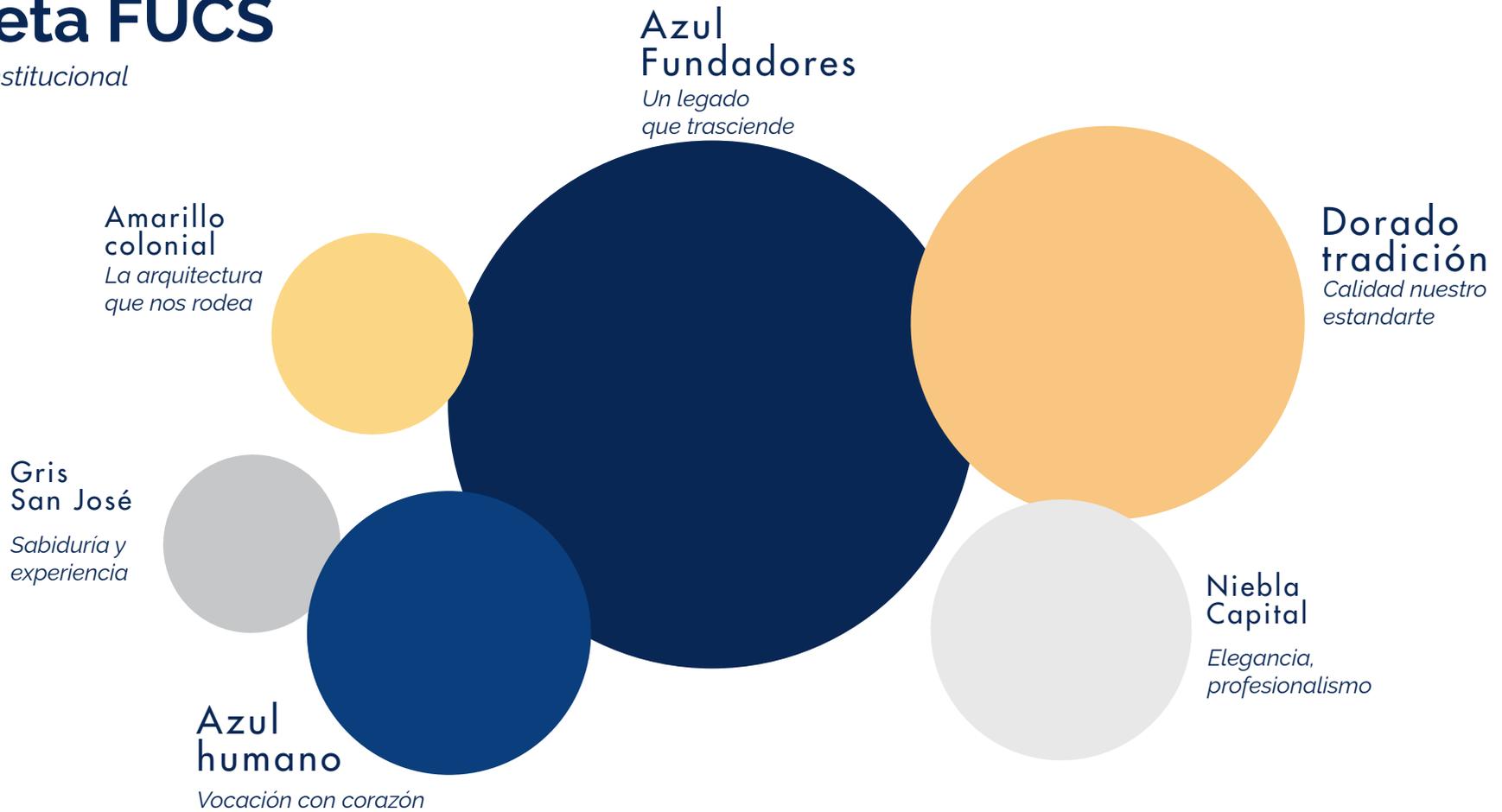
Tanto como el logo, la paleta de color es fundamental en la diferenciación de nuestra comunicación, y su uso correcto añade valor y consistencia a los códigos visuales de nuestra identidad.

Hemos asignado nombres a cada color de la paleta institucional, facilitando así su recordación y creando un vínculo más estrecho con la marca.

*Las bibliotecas de color están a disposición de los equipos creativos en archivo .cclibs*

# Paleta FUCS

*Paleta institucional*



**Amarillo colonial**  
*La arquitectura que nos rodea*

**Azul Fundadores**  
*Un legado que trasciende*

**Dorado tradición**  
*Calidad nuestro estandarte*

**Gris San José**  
*Sabiduría y experiencia*

**Niebla Capital**  
*Elegancia, profesionalismo*

**Azul humano**  
*Vocación con corazón*

● #C6C7C8  
C 0    R 198  
M 0    G 199  
Y 0    B 200  
K 20

● #FBD785  
C 2    R 251  
M 17    G 215  
Y 55    B 133  
K 0

● #0A3E7C  
C 97    R 10  
M 82    G 62  
Y 16    B 124  
K 5

● #092755  
C 100    R 9  
M 93    G 39  
Y 31    B 85  
K 31

● #F8C680  
C 2    R 248  
M 26    G 198  
Y 55    B 128  
K 0

● #E8E8E8  
C 0    R 232  
M 0    G 232  
Y 0    B 232  
K 8

# Paleta facultades

Las facultades de la FUCS tienen una diferenciación por color, esta le otorga identidad y carácter especial a su comunicación. También le permite a sus estudiantes mayor cercanía con su programa y Facultad. En el caso de posgrados, estos varían su color según el color de la Facultad.

El uso de estos colores solo complementa la paleta institucional.

## Facultad de Medicina



#51AFDE

|      |       |
|------|-------|
| C 65 | R 81  |
| M 14 | G 175 |
| Y 0  | B 222 |
| K 0  |       |

### Variable posgrados



#4564A7

|      |       |
|------|-------|
| C 79 | R 69  |
| M 62 | G 100 |
| Y 1  | B 167 |
| K 0  |       |

## Facultad de Ciencias Administrativas en Salud



#C7D053

|      |       |
|------|-------|
| C 30 | R 199 |
| M 4  | G 208 |
| Y 87 | B 83  |
| K 0  |       |

### Variable posgrados



#79B647

|      |       |
|------|-------|
| C 60 | R 121 |
| M 0  | G 182 |
| Y 87 | B 71  |
| K 0  |       |

## Facultad de Enfermería



#FFDE09

|      |       |
|------|-------|
| C 2  | R 255 |
| M 9  | G 222 |
| Y 91 | B 9   |
| K 0  |       |

### Variable posgrados



#FFE788

|      |       |
|------|-------|
| C 0  | R 255 |
| M 8  | G 231 |
| Y 56 | B 136 |
| K 0  |       |

## Facultad de Ciencias Sociales y de Educación



#F19300

|      |       |
|------|-------|
| C 1  | R 241 |
| M 51 | G 147 |
| Y 98 | B 0   |
| K 0  |       |

### Variable posgrados



#F8AE00

|       |       |
|-------|-------|
| C 0   | R 248 |
| M 37  | G 174 |
| Y 100 | B 0   |
| K 0   |       |

## Facultad de Tecnologías en Salud



#C5C6C8

|      |       |
|------|-------|
| C 0  | R 197 |
| M 0  | G 198 |
| Y 0  | B 200 |
| K 28 |       |

## Facultad de Instrumentación Quirúrgica



#665FA2

|      |       |
|------|-------|
| C 69 | R 102 |
| M 67 | G 95  |
| Y 0  | B 162 |
| K 0  |       |

## Facultad de Ciencias del Movimiento



#70BC92

|      |       |
|------|-------|
| C 60 | R 112 |
| M 0  | G 188 |
| Y 51 | B 146 |
| K 0  |       |

# Paleta complementaria

Es útil como apoyo en la comunicación de las áreas sustantivas FUCS. Se debe utilizar siempre bajo la jerarquía de la paleta institucional.

Bienestar



#5FBCB6

|      |       |
|------|-------|
| C 63 | R 95  |
| M 1  | G 188 |
| Y 32 | B 182 |
| K 0  |       |

Proyección Social



#3399FF

|      |       |
|------|-------|
| C 73 | R 51  |
| M 6  | G 153 |
| Y 10 | B 255 |
| K 0  |       |

Investigación



#169375

|      |       |
|------|-------|
| C 81 | R 22  |
| M 18 | G 147 |
| Y 61 | B 117 |
| K 0  |       |

Relaciones Internacionales



#E3633B

|      |       |
|------|-------|
| C 3  | R 227 |
| M 73 | G 99  |
| Y 78 | B 59  |
| K 0  |       |

Educación Continuada



#AFC66E

|      |       |
|------|-------|
| C 39 | R 175 |
| M 6  | G 198 |
| Y 68 | B 110 |
| K 0  |       |

Semilleros investigación



#43B18C

|      |       |
|------|-------|
| C 71 | R 67  |
| M 0  | G 177 |
| Y 54 | B 140 |
| K 0  |       |

Biblioteca



#F09200

|      |       |
|------|-------|
| C 1  | R 240 |
| M 51 | G 146 |
| Y 98 | B 0   |
| K 0  |       |

## Usos

A continuación presentamos algunos ejemplos del manejo de color, teniendo como base la paleta institucional y como apoyo uno de los colores de las áreas sustantivas, de esta manera se logran visuales variados pero consistentes con la identidad de la marca.

Ejemplo:



# Tipografía

La tipografía también es un distintivo visual para la marca, es nuestra voz escrita y bien usada, tiene la habilidad de transmitir mensajes de manera contundente.

**Las características de la fuente principal y las complementarias responden a la diversidad de los públicos a los que se dirige la marca.**

El uso de fuentes distintas a las aquí descritas, se dará en casos excepcionales en los que la comunicación lo requiera, este manejo es de uso exclusivo de los equipos creativos y de comunicación.

## Fuente principal

**Futura** es una fuente palo seco y de bases geométricas influenciada por la estética de la Bauhaus. Consta de 23 estilos que brindan una extensa variedad de pesos, su uso adecuado refleja el modernismo que perdura en el tiempo.

*Use Futura en los estilos acá relacionados, la familia de cuerpos condensados puede dificultar la lectura en bloques de texto*

# Futura Std

Aa Aa Aa Aa Aa

Aa Aa Aa Aa Aa

Light

Book

Medium

Heavy

**Bold**

ABCDEFGFG  
HIJKLMN  
OPQRST  
VWXYZ

abcdefghi  
jklmnopqr  
stvwxyz

0123456  
789

° ¡ ! " . \$ % & / ( )  
= ¿ ? \* ^ ` \_ : ; |  
# \ - ' + ` ç ' - ,

## Fuente secundaria

**Raleway** es una fuente tipográfica sin serifas de influencia neogrotesca. Es de fácil acceso pues hace parte del catálogo permitido de Google Fonts.

Sus formas elegantes, son de fácil lectura aún, en tamaños reducidos. Aún siendo neutral es ideal para textos destacados pero con personalidad.

# Raleway

|           |           |           |           |           |           |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Aa        | Aa        | Aa        | Aa        | Aa        | Aa        |
| <i>Aa</i> | <i>Aa</i> | <i>Aa</i> | <i>Aa</i> | <i>Aa</i> | <i>Aa</i> |
| Light     | Regular   | Medium    | SemiBold  | Bold      | ExtraBold |

ABCDEFG abcdefghi 0123456  
 HIJKLMN jklmnopqr 789  
 OPQRST stvwxyz  
 VWXYZ

°!":\$%&/()  
 =¿?\*"^" \_:|  
 #\~'+`ç´-.,

## Fuente secundaria

**Quicksand** es una fuente tipográfica con terminales redondeados y bases geométricas. Es de fácil acceso pues hace parte del catálogo permitido de Google Fonts.

Es una tipografía de personalidad cálida, aporta frescura a los textos destacados sin perder legibilidad aún, en textos de menor tamaño.

# Quicksand

Aa

Light

Aa

Regular

Aa

Medium

Aa

SemiBold

Aa

**Bold**

ABCDEFG abcdefghi 0123456  
 HIJKLMN jklmnopq 789  
 OPQRST rstvwxyz  
 VWXYZ

°|!".\$%&/()  
 =¿?\*^¨\_::|  
 #\¬'+`ç´-.,

## Usos

Reconozca los escenarios en los que debe usar las tipografías institucionales.

### Futura Std

- Documentos institucionales.
- Formatos internos.
- Certificaciones.
- Títulos de presentaciones.

### Raleway

- Texto de apoyo en presentaciones PPT.
- Documentos digitales.
- Textos extensos.

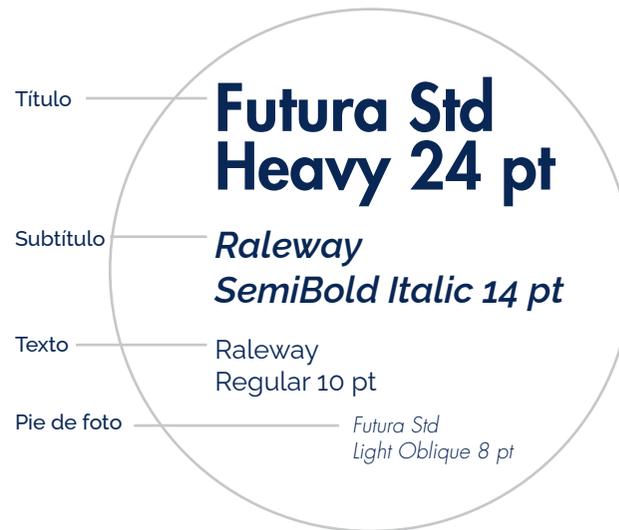
### Quicksand

- Texto de apoyo en presentaciones PPT.

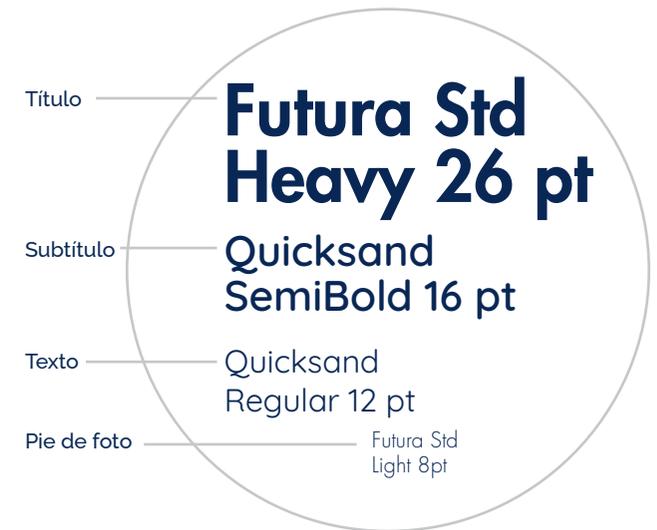
## Fusiones tipográficas

El uso correcto de las tipografías complementará el diseño, aportando consistencia a la comunicación en general.

Presentamos algunos ejemplos de las fusiones tipográficas que se pueden realizar.



*Institucional*



*Cercano*



*Académico*



*Joven*

# Fotografía

La fotografía es una herramienta visual poderosa que favorece y exalta la identidad, imagen y marca Institucional a nivel interno y externo.

**Cada imagen debe transmitir nuestro aspecto más humano y ético. El tono de la marca (confiable, científico, académico, joven, cercano) debe estar presente en todo lo que hacemos.**

Este capítulo le será de gran utilidad tanto para la captura de imágenes propias o en la selección y descarga de material de stock.

---

*Cuando la toma fotográfica es realizada con recursos propios, el área de Audiovisuales se encargará de la pre-pro y postproducción.*

*Cuando las imágenes sean realizadas por un externo, el coordinador de Publicidad, Imagen y Marca debe trabajar de la mano en todo el proceso de pre-pro y postproducción.*

*Mayor información - Lineamiento Fotografía (en construcción)*

# Estilo fotográfico

El estilo fotográfico FUCS es sólido pero flexible, siempre resalta el lado más humano de los protagonistas, la imagen debe ser limpia desde todo punto de vista, reflejar salud, cuidar todos los detalles de la composición, desde la luz, el encuadre, el entorno hasta los protocolos de bioseguridad de cada escenario.



Hemos clasificado el estilo fotográfico FUCS en tres categorías:

- **Fotografía de campo.**
- **Fotografía de vida universitaria.**
- **Fotografía publicitaria.**



## Fotografía de campo

Es la fotografía cotidiana en la acción, captura los momentos de nuestro saber hacer en escenarios de práctica reales.



## Fotografía vida universitaria

Hace referencia a las imágenes de las actividades del día a día, de la cultura institucional, los protagonistas son los miembros de la comunidad y su realidad. En esta categoría también entran la infraestructura y áreas físicas representativas de la FUCS.



## Fotografía publicitaria

Este estilo fotográfico es el utilizado como carta de presentación de la oferta académica FUCS, debe reflejar cada uno de los valores Institucionales y capturar la esencia misma del programa. Los modelos o protagonistas de estas imágenes deben ser de preferencia personajes reales, miembros de nuestra comunidad. Se caracterizan por sonrisas amables y miradas que transmitan sentimientos y emociones con la audiencia, siempre deben estar en locaciones o espacios propios FUCS y contar con la características mínimas de vestuario, protocolo y accesorios propios del profesional de la salud en el ejercicio de su labor.



A woman in a white lab coat is looking through a microscope in a laboratory setting. The image is overlaid with a dark blue tint. The background shows various laboratory equipment and shelves.

## Fotografía de campo

Para realizar este tipo de imágenes debemos tener rigurosidad extrema, ya que el sector de la salud exige protocolos en cada de los escenarios a los que se haga referencia. Aspectos como el uso de elementos de bioseguridad, maquillaje, cabello, vestuario, accesorios, deben ser supervisados por la persona a cargo de la realizaciones de las tomas.

Si tiene dudas con respecto a alguno de los criterios básicos para la ejecución, consulte con la Facultad o área solicitante.

*Capture la esencia de la realidad del personaje en acción*



Fotografía en acción, debe tener siempre a los protagonistas en el plano general. No olvide que para que una imagen sea publicada, debe contar con formato de autorización del uso de imagen.  
**[Descárguelo haciendo clic aquí.](#)**

# Evite



Encuadres hacia objetos



Imágenes subexpuestas



Fotos sobreexpuestas  
Sin contrastes entre planos



## Fotografía vida universitaria

La vida universitaria de nuestros estudiantes es diversa y dinámica, poder capturar la esencia misma del momento, exige un rigor documental que nos permita contar historias. Procure siempre conectar con la actividad y sus personajes para poder transmitir las emociones del evento a la audiencia.



# Evite



Fotos de instalaciones con poca iluminación



Malos encuadres



Fotografías sin lenguaje visual ni mensaje



Colores saturados

## Fotografía publicitaria

El objetivo de la fotografía publicitaria FUCS es la promoción, publicidad y venta de nuestra oferta académica, a través de imágenes que generen emociones memorables en el público, para esto es importante que cumplan con las siguientes características:

- Deben ser parte de nuestra comunidad (estudiantes, docentes, egresados y/o administrativos).
- Tener un buen registro fotográfico.
- Los modelos de este tipo de fotografía deben transmitir los valores y filosofía de la marca.
- Deben ser cercanos, confiables, profesionales y humanos.
- Deben estar avalados por la Facultad.
- Deben ser diversos en cuanto a género, raza y edad.
- La fotografía publicitaria exige detalle y limpieza visual desde todos los aspectos. Preste atención especial al espacio y recuerde que el personaje solo debe portar los elementos requeridos para realizar la acción. No permita exceso de accesorios, maquillaje o elementos que no correspondan a la imagen que se quiere reflejar.

No olvide que para que una imagen sea publicada, debe contar con formato de autorización del uso de imagen.

**[Descárguelo haciendo clic aquí.](#)**

# Si es...



## No es...



Felicidad desbordada, sin control



Imágenes cliché



Felicidad genérica, no transmite.



Diversidad forzada, sin inclusión

# Como usarla

## Recorte

Con precaución recorte la fotografía para lograr un acercamiento a la acción realizada por el sujeto y de paso eliminar posibles distractores, la meta siempre será conectar de forma efectiva con el espectador.

*Antes*



*Después*



## Corrección de color

Para lograr uniformidad en las fotografías y obtener ese tono de calidez es importante hacer las correcciones necesarias.

Desde Photoshop recomendamos los ajustes: equilibrio de color y el filtro de fotografía: warming filter (LBA) al 25%.

*Antes*



*Después*



# Video

El contenido en vídeo es una herramienta muy poderosa, refuerza el contenido, impacta, atrae, cautiva y posiciona. Ver una imagen en movimiento atrae y mantiene la atención de los usuarios, en un sentido estético es más atractiva y motiva al usuario a estar conectados.

Al igual que la fotografía, hay aspectos esenciales que deben cuidarse en cada uno de los procesos de la realización, como locación, encuadres, sonido, modelos, entre otros.

Se han creado recursos gráficos para vídeo que refuerzan la identidad visual alineados al sistema de diseño.

No olvide que para que un vídeo sea publicado, debe contar con formato de autorización del uso de imagen. **[Descárguelo haciendo clic aquí.](#)**

*Mayor información Lineamiento Video (en construcción)*



# Ilustración

**La ilustración es un recurso visual que nos permite reforzar la gráfica y el mensaje que busca transmitirse.**

El equipo de diseño ha desarrollado un estilo de ilustración propio que se alinea completamente a la identidad visual de la marca.

Biblioteca de ilustraciones con archivos disponibles para equipos creativos.

# Generalidades

Nuestros personajes se representan mediante figuras alargadas y posturas expresivas, cada disciplina y los escenarios se ilustran de una forma limpia, las composiciones de nuestras ilustraciones son compactas y con mucho aire.

El principal objetivo de la ilustración es complementar el mensaje, no opacarlo.



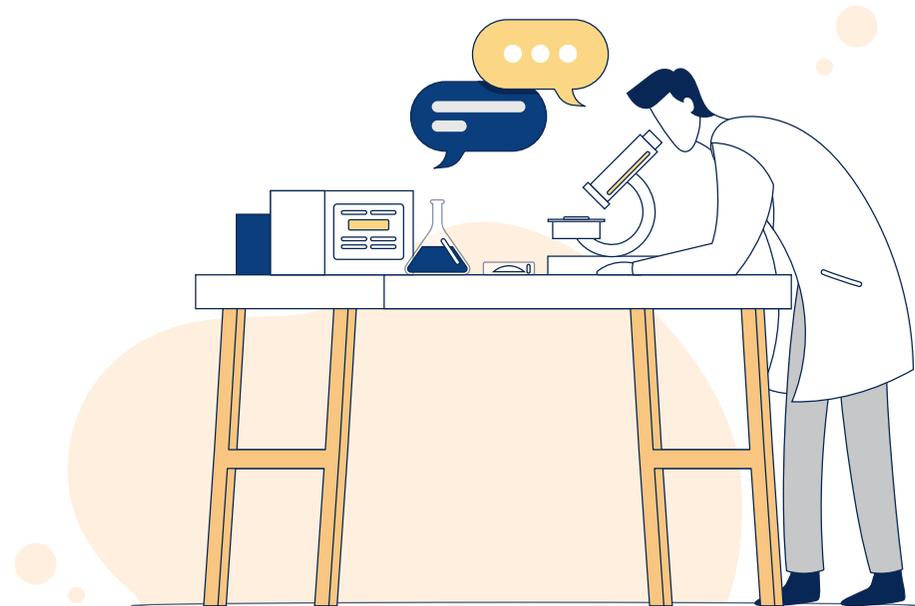
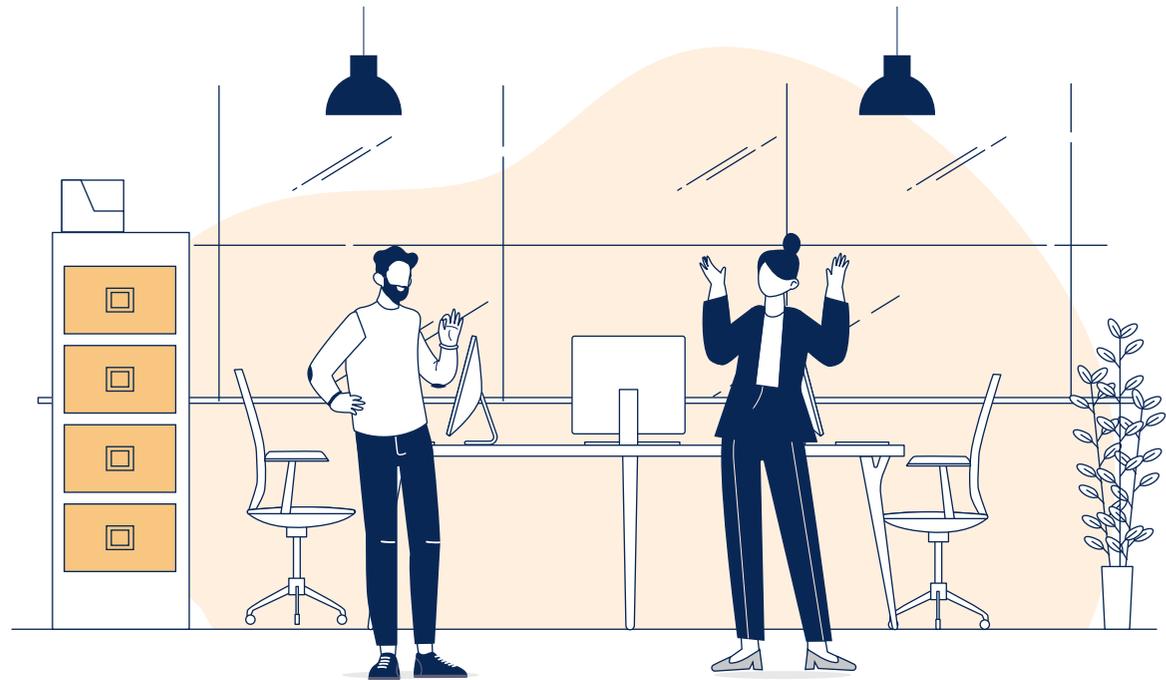
## Si es...

Las ilustraciones se apoyan en las paletas de color de la marca, esto facilita la creación de recursos para las diferentes necesidades de la institución.



## Si es...

Los espacios se mantienen coherentes y limpios, los detalles excesivos pueden competir con el mensaje.



# No es...



Ilustración infantil



Ilustración cliché



Compleja elaboración, detalle que opaca el mensaje

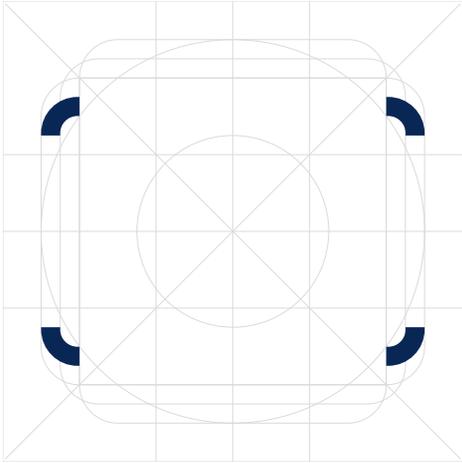
Para recursos de carácter pedagógico y de alojamiento en aulas virtuales la FUCS cuenta con una licencia de Vyond, esta debe ser usada únicamente para tal fin, Evite usarla para videos dirigidos a toda la comunidad.

# Iconografía

La familia de íconos de la marca es una colección única diseñada bajo una estructura definida, siendo fundamentalmente práctica para cubrir las necesidades de diseño de signos o símbolos.

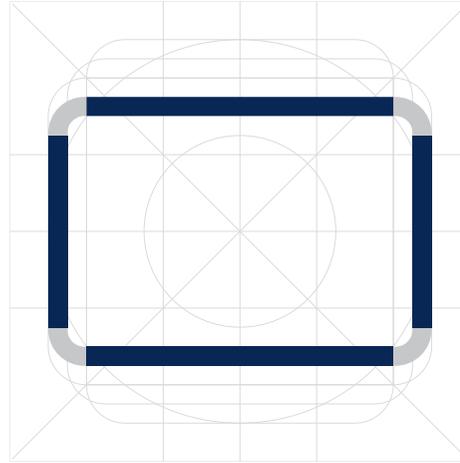
**En este, como en los demás aspectos gráficos mencionados, la coherencia es clave, ya que el uso correcto de cada símbolo aportará al sistema de diseño y reforzará la identidad visual de la marca.**

# Construcción

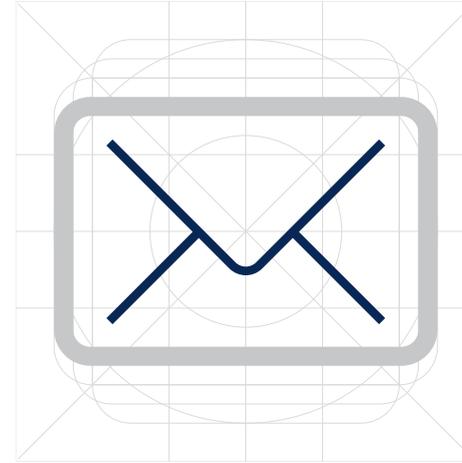


Para construir un ícono es esencial el uso de una retícula, de esta forma cada ícono tiene la misma estructura.

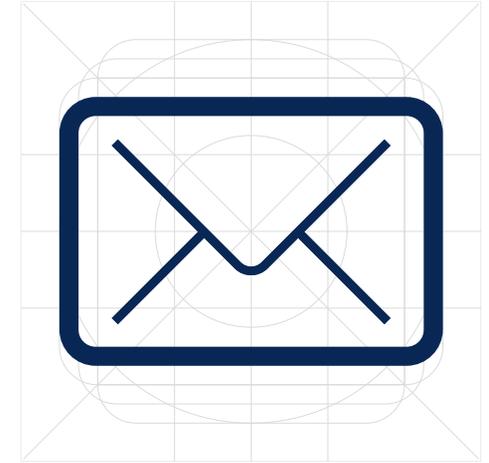
En este caso con la proyección de las curvas de la retícula creamos las esquinas.



Para construir líneas rectas utilizaremos de referencia el grosor de los espacios entre los cuadros.



Existen dos grosores de línea en los íconos. El trazo grueso siempre es el doble del fino.



Utilice el trazo mayor para las formas externas para crear un ícono más legible.



Biblioteca de íconos con +150 unidades disponibles para equipos creativos.

# Patrón FUCS

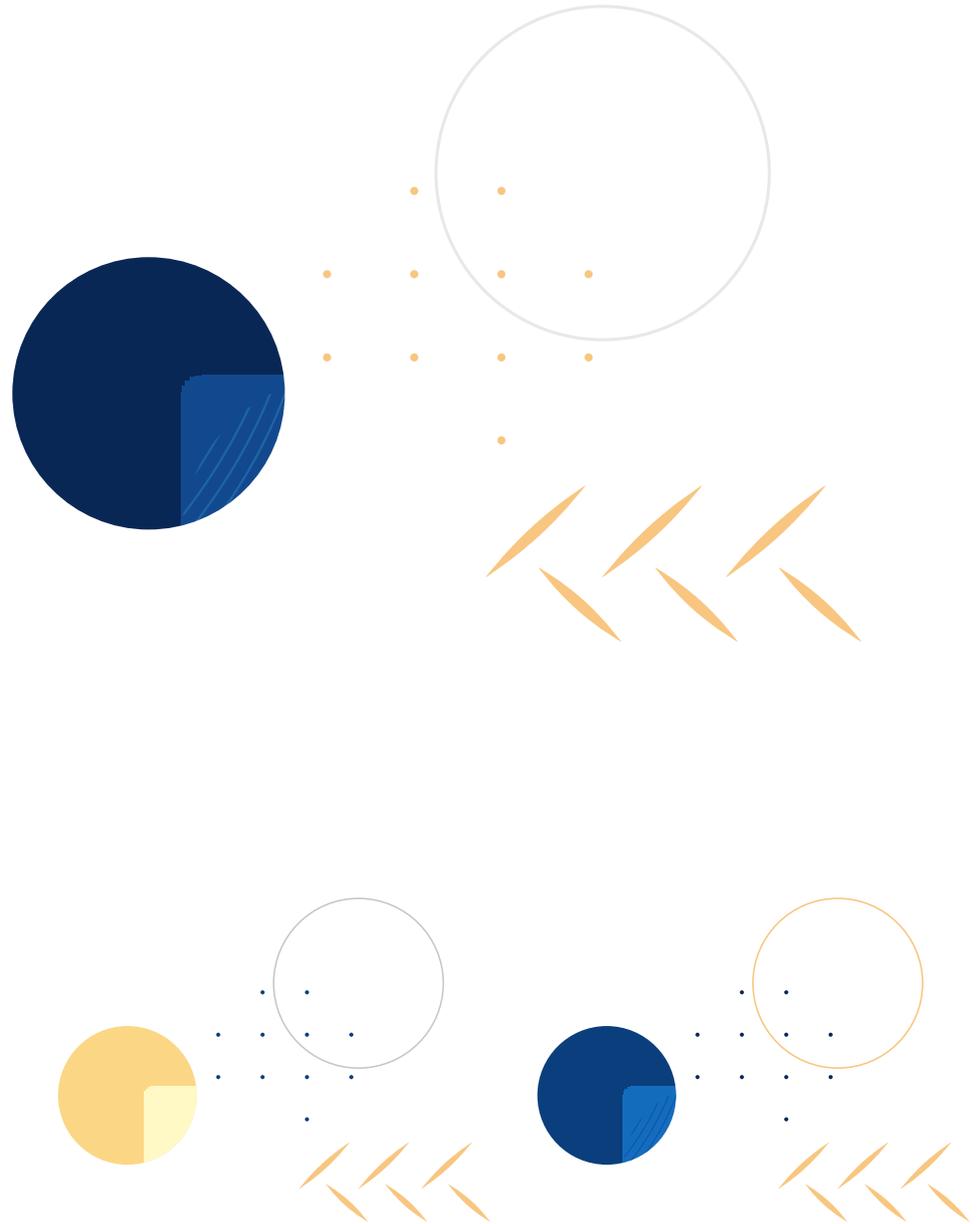
Las texturas o patrones son elementos gráficos complementarios que apoyan el sistema de diseño. Se ha creado un patrón bajo el concepto de la marca, que abstrae elementos del logo otorgándole un estilo único. Su aplicación va desde el uso textil hasta el diseño de interiores.

**La finalidad del patrón FUCS no es netamente decorativa, adicional al valor estético que otorga, su uso en los escenarios correctos ayuda a reforzar el carácter de la marca.**

# Motivo

El patrón se logra a partir de la creación del motivo, que nace de la unión de algunos elementos adyacentes al logo.

Aquí se pueden apreciar las hojas de laurel, una serie de puntos y líneas abstraídas del interior de las granadas y el círculo como la forma más elemental.



# Patrón

El patrón es la repetición del motivo, así se crean texturas para la marca ya sea sobre fondo blanco o fondo de paleta FUCS





*Sistema de diseño*

# Sistema de diseño

# ¿Qué es?

**Un sistema de diseño es el conjunto de activos fundamentales, logo, tipografía, color, imagen y todo aquello necesarios para desarrollar la comunicación de marca.**

En ocasiones para resolver un problema de diseño se pueden dar diferentes soluciones. Para la marca es necesario definir límites para no caer en piezas poco coherentes o recargadas.

# ¿Qué incluye?

La suma de los elementos visuales de la marca son la esencia de su identidad gráfica, el sistema se apalanca en una serie de guías o parámetros que permite a los equipos creativos desarrollar conceptos flexibles y dinámicos pero con cohesión.

# Componentes

Aquí es posible apreciar la suma de todos los elementos que conforman la identidad gráfica y visual FUCS.

Recuerde: no es necesario utilizar todos los recursos gráficos en una sola pieza de comunicación, usted puede hacer mezclas utilizando solo algunos de ellos y lograr transmitir la esencia de la marca sin caer en excesos.

Logo



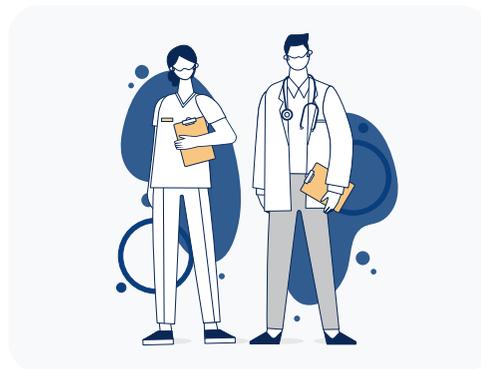
Color



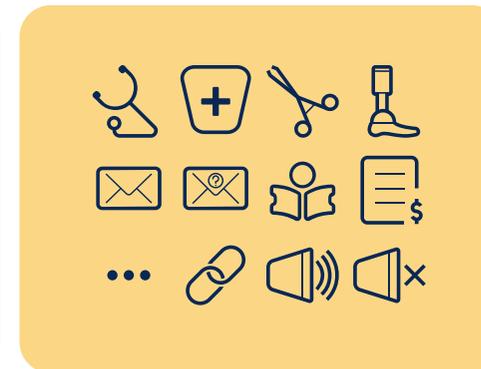
Tipografía



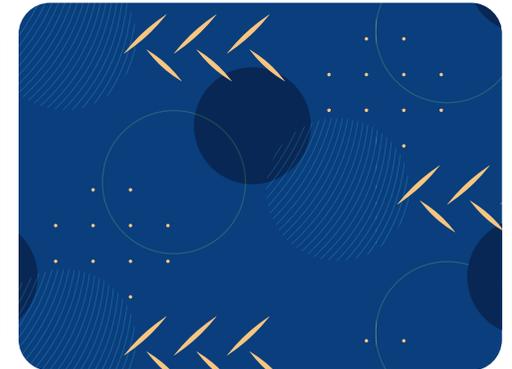
Fotografía



Ilustración

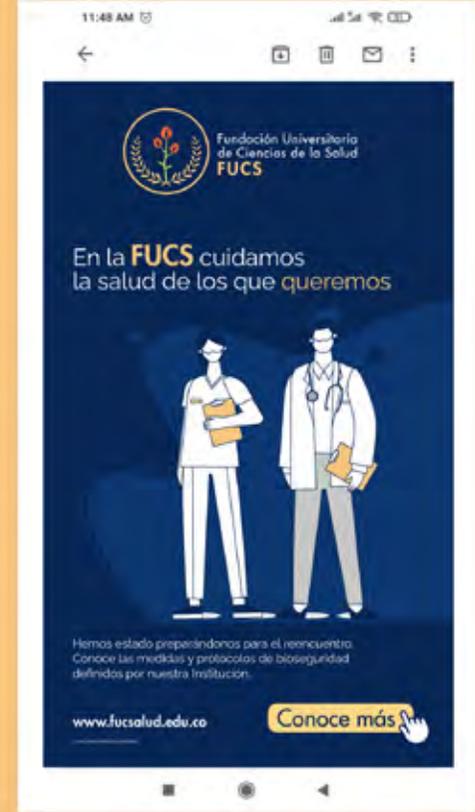


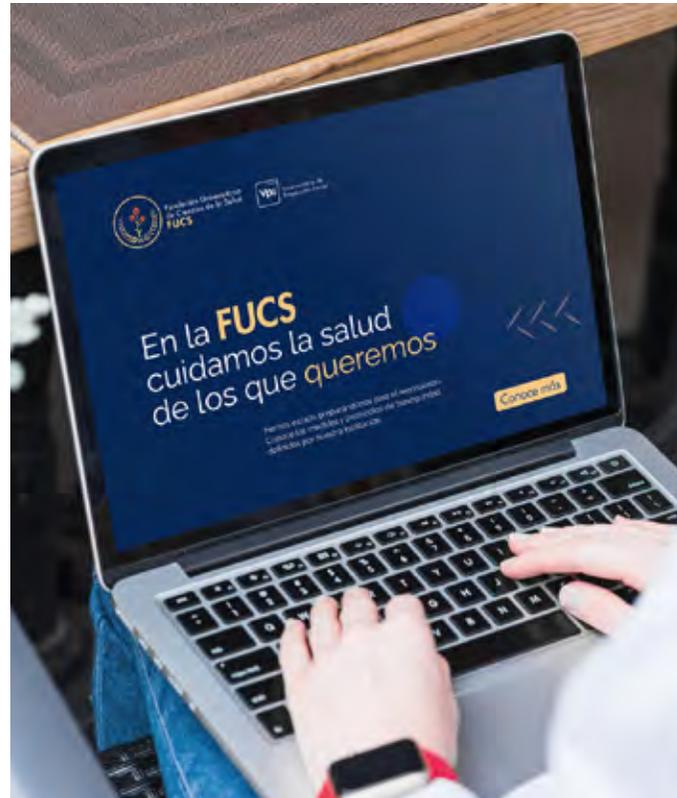
Iconografía



Patrón

# Despliegue





# Página Web

## www.fucsalud.edu.co

La Página Web FUCS, es un medio de comunicación dinámico y en constante evolución; este espacio virtual es una herramienta fundamental para la promoción de la oferta académica, como medio de comunicación sobre la realidad institucional, apoyo a los procesos de enseñanza y de gestión, entre otros.

Como cualquier otra plataforma Institucional, la página web debe estar alineada con todos los parámetros de marca establecidos.

Este espacio no permite la promoción de actividades diferentes a las relacionadas con el objeto Institucional. Cualquier tipo de acuerdo colaborativo que implique nuevas secciones, desarrollos y demás acciones con terceros, deberá contar con autorización previa del Comité de Asuntos Digitales.



Mayor información Reglamento de Asuntos Digitales

# Aulas virtuales

Aulas virtuales es el espacio en el que estudiantes y administrativos pueden capacitarse usando la plataforma LMS. Este espacio está diseñado para que la comunidad FUCS pueda alternar su aprendizaje entre la virtualidad y la presencialidad.

A la fecha existes tres modalidades:

**Posgrados virtuales:** dirigida a programas formales totalmente virtuales.

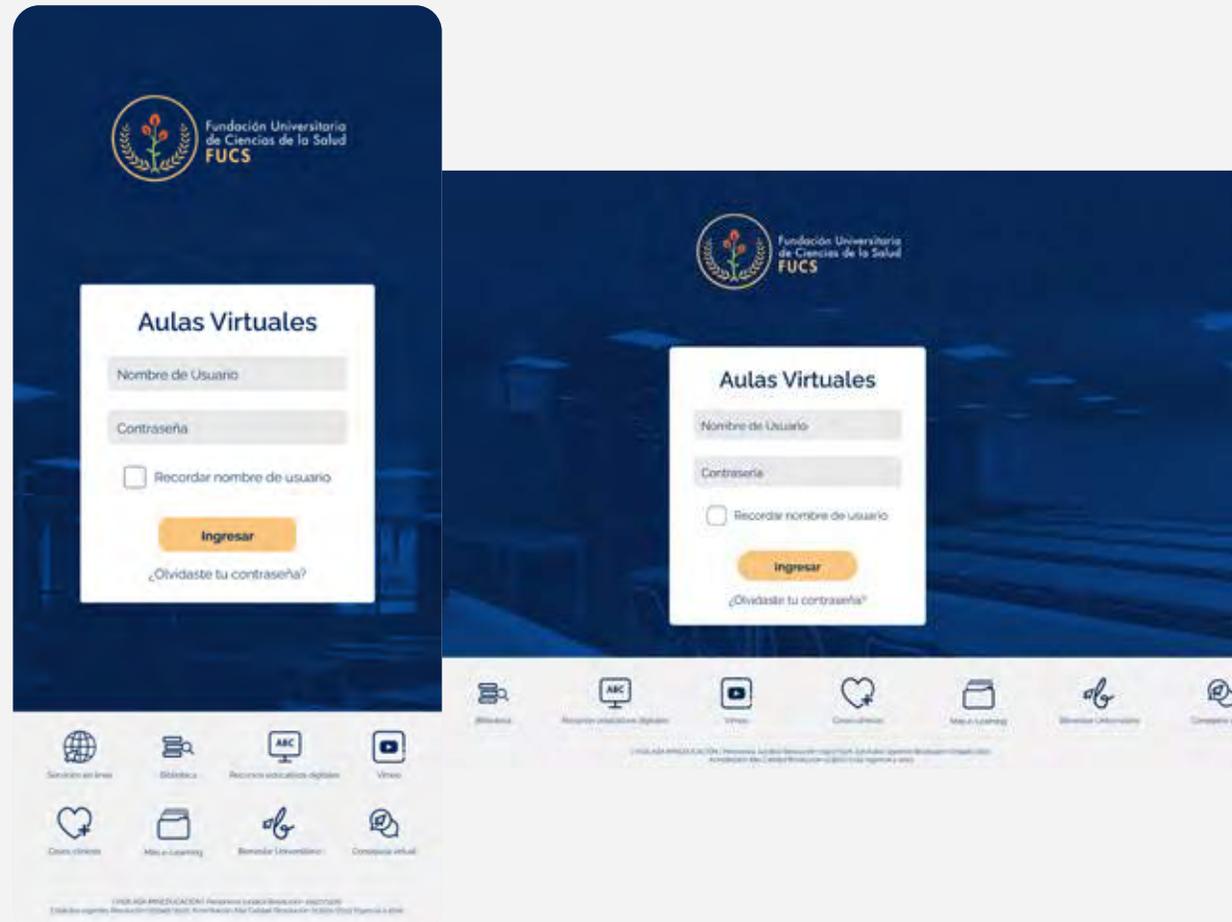
<https://virtual.fucsalud.edu.co/login/index.php>

**Aulas virtuales:** dirigida a estudiantes de pregrado, posgrado y educación continuada.

<https://cursos.fucsalud.edu.co/>

**Capacitación permanente:** dirigida a administrativos, docentes y estudiantes que deseen capacitarse con cursos abiertos a la comunidad FUCS.

<http://capacitacion.fucsalud.edu.co/login/index.php>



Mayor información *Lineamiento Aulas virtuales (en construcción).*

# Redes sociales

Las redes sociales son el canal digital más directo y cercano que tiene la FUCS para conectar con sus diferentes audiencias. Si bien cada plataforma maneja un tono y un lenguaje de comunicación diferente, este siempre debe reflejar la identidad de la marca y la filosofía Institucional.

Los contenidos de cada red social obedecen a la personalidad y carácter que cada una de ellas tiene, así como al público al que va dirigido. Al momento de crear y subir contenido, tenga en cuenta el tono que debe usar en cada una de ellas:

**Facebook:** informativo - cercano - académico.

**Instagram:** joven - confiable - cercano - informativo.

**LinkedIn:** académico - informativo - científico.

**Youtube:** confiable - académico - científico.



## Aplicaciones digitales

El desarrollo de aplicaciones digitales institucionales ya sea de carácter interno o externo, debe obedecer a una colaboración integral de los equipos creativos y tecnológicos correspondientes, en ese sentido, durante las fases de diseño y construcción de una aplicación FUCS, es fundamental la participación activa de la Oficina de Diseño, desde la perspectiva creativa y funcional institucional, así como único actor facilitador de los recursos gráficos que se requieran y garante del adecuado uso de nuestra marca en dicho desarrollo digital.

*Mayor información Reglamento de Asuntos Digitales*

# Publicidad

La pauta publicitaria de la FUCS se define como el conjunto de acciones pagas que buscan masificar los mensajes de la marca utilizando como plataforma los medios masivos de comunicación.

Para que el objetivo publicitario FUCS se cumpla, es necesario alinear de manera estratégica los objetivos de mercadeo y las necesidades de nuestros públicos. Una vez establecido esto, es posible definir:

**Concepto creativo.** Es la formulación de una idea de manera atractiva con la que se busca conectar al público con nuestra oferta de servicios.  
Ejem. *¡Salvar vidas es una gran decisión!*

**Línea gráfica.** Si bien cada campaña tiene un concepto creativo y un desarrollo gráfico asociado, este siempre debe reflejar la identidad visual FUCS, sin excepciones.

**Mix de medios.** Los medios elegidos deberán siempre ser afines con la marca y su filosofía, permitiendo que su tono sea el protagonista en cada escenario.



## Condiciones legales

La pauta publicitaria tiene condiciones especiales, de acuerdo a la normativa de promoción de programas académicos del Ministerio de Educación Nacional.

Para esto se exige siempre:

- LOGO FUCS acompañado de la expresión, Vigilada MinEducación.
- Oferta puntual de programas académicos, debe tener como mínimo CÓDIGO SINIES (si el tamaño de la pieza no permite más información).
- Si el formato lo permite debe contener la información legal completa del programa como se muestra en el ejemplo.

Tipo de formación

Lugar de desarrollo

Oferta + Modalidad + Duración +  
SNIES + Registro calificado y vigencia

Texto legal completo

| VIGILADA MINEDUCACIÓN | Personería Jurídica Resolución 10917/1976. Estatutos vigentes Resolución 021948/2020. Acreditación Alta Calidad Resolución 013601/2019 Vigencia 4 años.

Mayor información MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. RESOLUCIÓN No. 12220 20 junio de 2016 «Por la cual se regula la publicidad que realizan las instituciones de educación superior» Ver la norma completa aquí.

# Comunicación interna

## Solicitud de piezas para actividad o evento puntual

Si usted o su área requieren el desarrollo de una o más piezas gráficas y cuentan con la información necesaria, puede realizar su solicitud directamente a la Oficina de Diseño, Impresos y Publicaciones, ellos se encargarán de tramitar su requerimiento.



*impresos.publicaciones@fucsalud.edu.co*

## Desarrollo de campañas de comunicación interna

Si una o más áreas de la Institución requieren una estrategia de comunicación que les permita abordar y capturar la atención de un público más amplio en varias fases de trabajo, usted puede solicitar el apoyo de de la coordinación de Publicidad, Imagen y Marca para el desarrollo creativo e implementación de dicha campaña.



*mercadeo@fucsalud.edu.co*

# Formatos institucionales

## Administrativos

- *Hojas membrete*
- *Plantilla de Power Point*
- *Plantilla póster de investigación*
- *Firma de correo*

Disponibles en la página web a través del micrositio de colaboradores, ingrese con usuario y contraseña.

Las tarjetas de presentación, carpetas y sobres se realizan bajo solicitud a la Oficina de Diseño, la cual se encargará de la aprobación de muestras por parte de la Coordinación de Impresos.

Si requiere el arte del logo para eventos colaborativos la Oficina de Diseño es la autorizada para compartirle el arte, evite descargar el logo de otras fuentes (pantallazos, web entre otros).



[impresos.publicaciones@fucsalud.edu.co](mailto:impresos.publicaciones@fucsalud.edu.co)

## Estudiantes

- *Plantilla póster de investigación*

Disponibles en la página web a través del micrositio de estudiantes, ingrese con usuario y contraseña.

**Para que la marca FUCS se mantenga en el tiempo** y logre el reconocimiento y posicionamiento deseado, requiere que cada uno de los miembros de su comunidad la apropie, cuide y defienda en todos los espacios en los que tenga contacto con ella.

An abstract graphic design on a dark blue background. It features a large, light blue circle at the top left, a dark blue circle at the bottom left, and a large, light blue, textured shape resembling a stylized 'C' or a fan. Several small white dots are scattered around the circles, and several yellow, elongated, pointed shapes are at the bottom right.

Esta es una **invitación a enaltecer la marca que nos identifica y acoge**, elevemos al máximo nuestro sentido de pertenencia, con orgullo pongámosla en el lugar más privilegiado que existe, **nuestro corazón.**





Fundación Universitaria  
de Ciencias de la Salud  
**FUCS**