

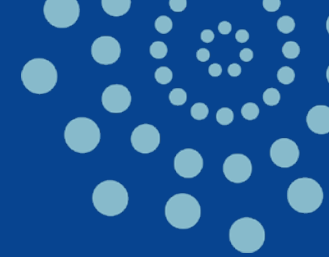
The background of the image features a collection of laboratory glassware, including a round-bottom flask, a conical flask, a graduated cylinder, and a beaker with a glass rod, all containing liquids. The scene is set against a gradient background transitioning from red on the left to blue on the right. The glassware is semi-transparent and reflected on a surface below.

IBSAL

Instituto de Investigación
Biomédica de Salamanca

Manual de Identidad Corporativa

Índice



Introducción	Pág. 03	Mundo gráfico de la marca	Pág. 27
Filosofía de marca	Pág. 04	Recursos gráficos corporativos	Pág. 28
Misión, visión y valores	Pág. 05	Semicírculos y rectángulos	Pág. 29
Identidad Visual	Pág. 06	Espiral	Pág. 30
Logotipo	Pág. 07	Aplicaciones de la marca	Pág. 31
Versión principal	Pág. 08	Carta estándar	Pág. 32
Isotipo	Pág. 09	Sobre americano	Pág. 33
Versión en negativo	Pág. 10	Tarjeta de visita	Pág. 34
Área de seguridad	Pág. 11	Firma Digital Email	Pág. 36
Tamaño mínimo	Pág. 12	Roll-up	Pág. 37
Usos incorrectos de la marca	Pág. 13	Redes Sociales	Pág. 38
Colores corporativos	Pág. 14	Tazas	Pág. 39
Colores principales de la marca	Pág. 15	Bolígrafos	Pág. 40
Colores secundarios de la marca	Pág. 16	Lanyards	Pág. 41
Degradados de colores	Pág. 17	Carpetas	Pág. 42
Degradados de la marca	Pág. 18		
Tipografía	Pág. 19		
Tipografía principal y de apoyo	Pág. 20		
Tipografía secundaria para titulares	Pág. 21		
Iconografía	Pág. 22		
Iconografía en positivo	Pág. 23		
Iconografía en negativo	Pág. 25		

Introducción

Este manual es un recurso esencial diseñado para guiar y alinear todos los aspectos visuales y comunicativos de la identidad corporativa. Este manual ha sido cuidadosamente elaborado para garantizar que cada elemento de la marca refleje de manera precisa y consistente los valores fundamentales que definen IBSAL.

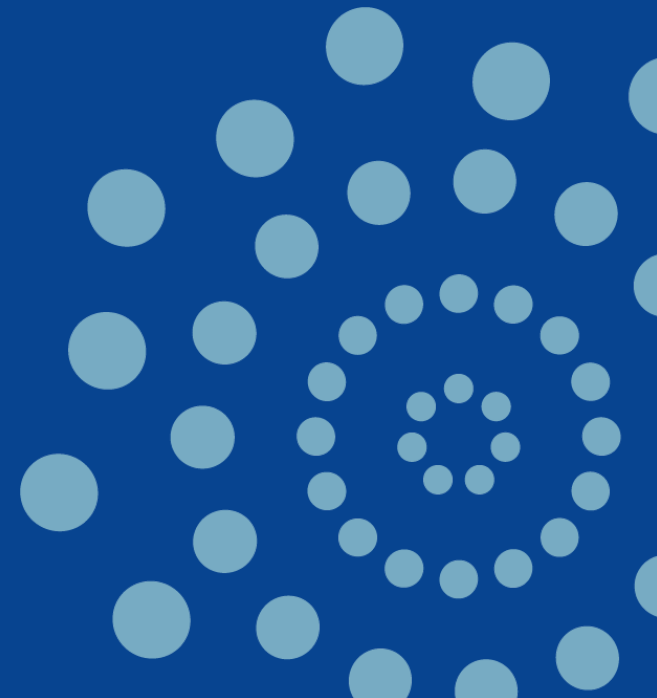
Una identidad bien definida fortalece la percepción de confianza y profesionalismo entre nuestros socios, clientes, y la comunidad científica en general. Este manual está diseñado para proporcionar las herramientas y directrices necesarias para mantener esa coherencia y asegurar que cada punto de contacto con nuestra marca se gestione con la máxima precisión y cuidado.

La identidad de marca de IBSAL no es solo un conjunto de colores, logotipos y fuentes; es una representación visual y verbal de quiénes son y qué representa. Es el reflejo de la misión de impulsar el progreso científico, la visión de liderazgo en innovación, y los valores de integridad, excelencia y colaboración. Cada componente de este manual está destinado a capturar y comunicar estos principios de manera efectiva.

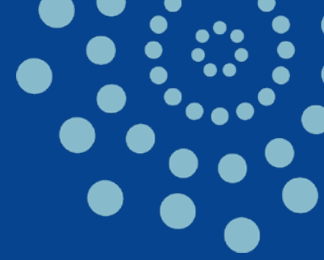
Este documento abarca desde los elementos más básicos, como la correcta aplicación de nuestro logotipo y paleta de colores, hasta las directrices más detalladas. Todo esto con el objetivo de garantizar que la marca sea percibida de manera uniforme y coherente en todos los contextos y plataformas, ya sea en una presentación académica, en nuestro sitio web, en publicaciones de investigación, o en redes sociales.



Filosofía de marca



Misión, visión y valores



MISIÓN

Potenciar la investigación traslacional fomentando la sinergia entre grupos clínicos y básicos, partiendo de modelos de grupos traslacionales ya existentes, así como optimizar los recursos a través de servicios comunes y estructuras de gestión más eficientes.

VISIÓN

Convertirse en el Instituto de Investigación Sanitario de referencia de Castilla y León y área noroeste de Portugal y ser referente internacional en Cáncer y Neurociencias y Cardiovascular y progresivamente en otras áreas potenciales.

Contribuir a la consolidación del Campus Biosanitario de Salamanca y otro tejido empresarial a dicho campus.

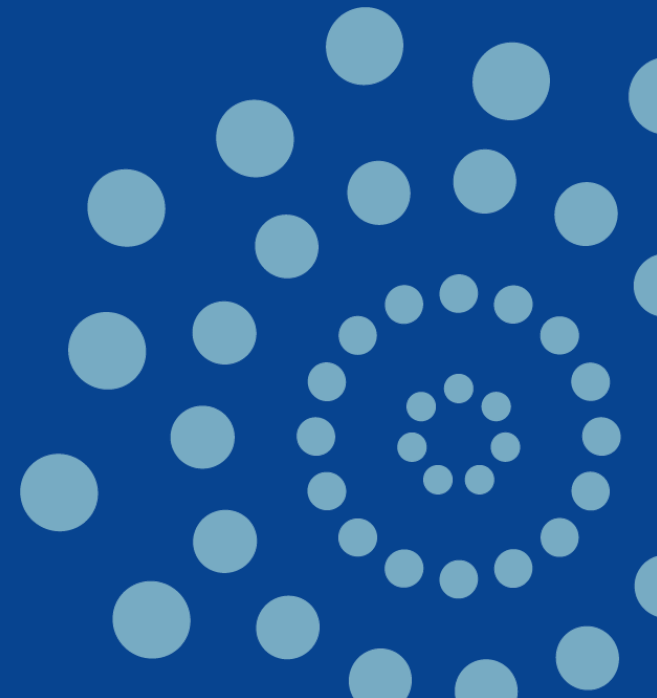
Actuar como agente impulsor y difusor del conocimiento de la investigación y la innovación en el ámbito biomédico actuando como facilitador de la transferencia de conocimientos científicos y tecnológicos de la actividad investigadora al proceso asistencial.

VALORES

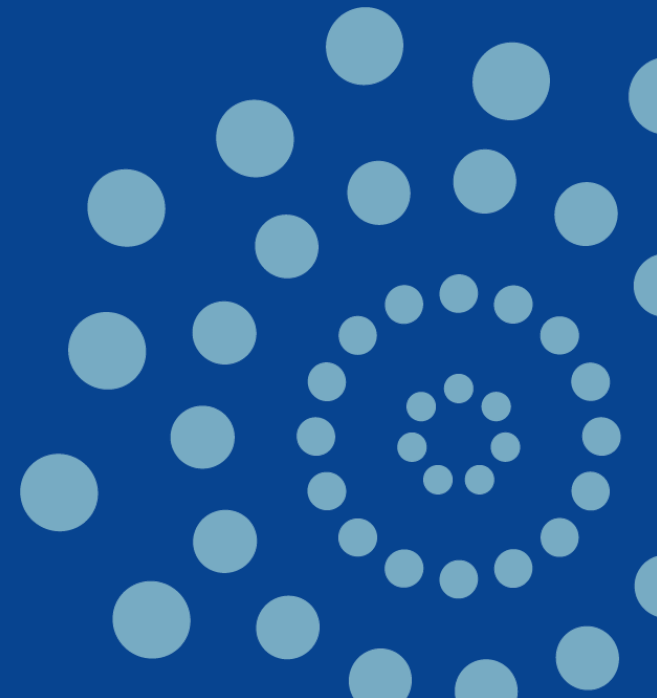
- Entorno biosanitario singular, con máxima proximidad de Centros monográficos/ Facultades/Hospital Universitario.
- Construcción del Hospital de nueva planta.
- Experiencia contrastada en investigación traslacional.
- Capacidad de liderazgo.
- Optimización en el uso de los recursos.
- Orientación a la innovación y a la excelencia.
- Transparencia, cooperación y compromiso con la ciudadanía y profesionales.
- Capacidad de difusión y transferencia del conocimiento.



Identidad Visual



Logotipo



Logotipo



VERSIÓN PRINCIPAL

Se realiza la versión principal corporativa de la marca principal. Haciendo un restyling del logo anterior llegamos al **logotipo principal** que está compuesto por:

- La palabra IBSAL en tipografía Times New Roman. Aquí la "I" es quien le da la identidad diferenciadora dividiendo la letra en los dos colores principales y creando una diferenciación en forma en el punto.
- La descripción de las siglas abajo con tipografía Open Sans Semibold en el color rojo corporativo.
- La espiral de la derecha que simboliza el botón Charro salmantino jugando con los círculos de manera que tengan una similitud molecular.

Estos 3 componentes tienen una relación exacta entre ellos que ha sido diseñada cuidadosamente para representar a IBSAL en numerosos soportes y vías de comunicación.

Isotipo

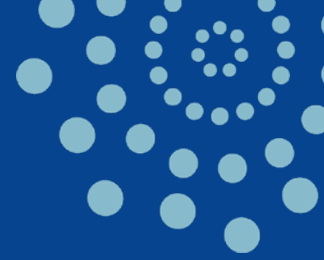


ISOTIPO

El isotipo es la representación gráfica de la marca y deberá ser reconocida sin el texto cuando se aplique de forma aislada.

Este concepto es importante porque, considerando el objeto Ibsal será una variedad muy utilizada en pequeños espacios o en redes sociales, o en cualquier soporte que necesite un tamaño 1:1 por ejemplo el Favicon (icono que representa a la marca y que aparece en la pestaña de los navegadores).

Versión en negativo

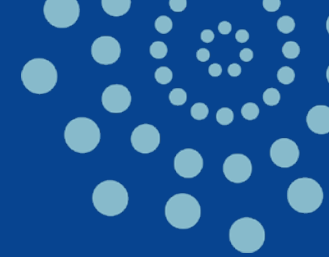


VERSIÓN EN NEGATIVO

Para preservar siempre el valor de la marca frente a posibles fondos se ha creado la versión en negativo para poder aplicarlo sobre fondos de colores corporativos o sobre fondos de imágenes.



Área de seguridad



ÁREA DE SEGURIDAD

El área de seguridad es el espacio que se debe dejar en blanco alrededor de la marca obligatoriamente para asegurar su independencia. Este espacio que protege el logotipo es el de la longitud de la letra "I". De esta forma se respeta la misma medida por igual alrededor de todo el logotipo.

La realidad de la zona de protección representa los espacios mínimos que han de conservarse diáfanos para la marca cuando vaya acompañada de cualquier recurso y conviva con ilustraciones y/o fotografías.

Tamaño mínimo

PARA IMPRESIÓN



25mm

PARA DIGITAL



95 pix

TAMAÑO MÍNIMO

Para conservar la claridad y la fuerza visual de la marca, se ha establecido una talla mínima para productos impresos y digitales.

Si el logotipo se utiliza para imprimir en merchandising o artículos como bolígrafos o llaveros, que requieren que la marca se imprima en un tamaño más pequeño que el tamaño indicado, entonces se debe hacer tan grande como sea posible en el área de impresión.

Usos incorrectos de la marca



No deformar verticalmente



No utilizar colores no corporativos



No girar



No utilizar el logo en positivo sobre fondos de poco contraste o sobre degradados.



No deformar horizontalmente



Utilizar la tipografía correcta



Respetar el área de seguridad



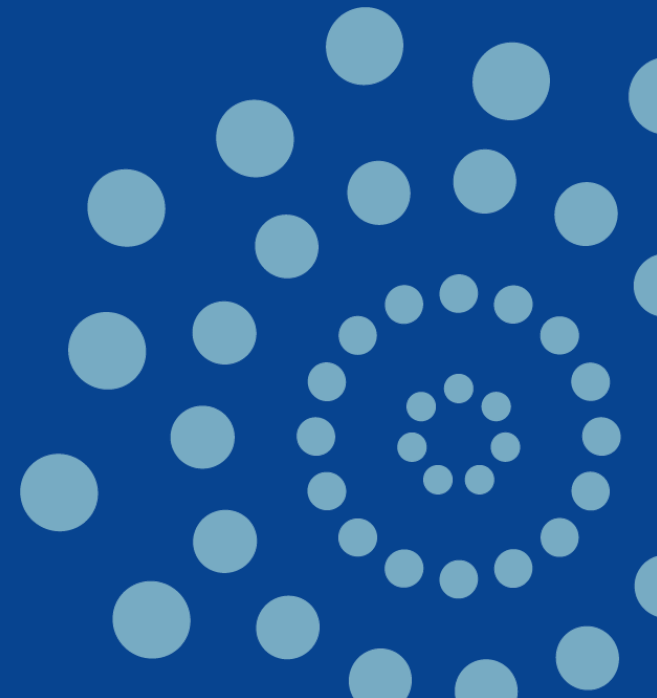
No utilizar versiones antiguas del logo

USOS INCORRECTOS DE LA MARCA

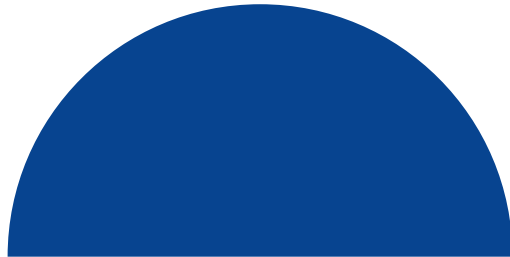
Se recomienda no hacer estas aplicaciones con el fin de conservar la identidad correcta de la marca. Cualquier uso incorrecto que se de a la marca repercutirá en la pérdida de fuerza del mensaje y también de la empresa.

En esta página se muestran algunos de los ejemplos considerados inaceptables de la marca.

Colores corporativos



Colores corporativos



AZUL IBSAL

CMYK (100, 79, 0, 14)
RGB (0, 60, 140)
Hex (#003C8C)



ROJO IBSAL

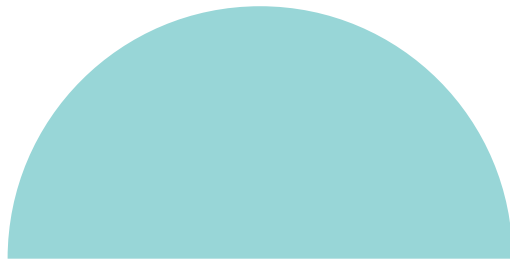
CMYK (0, 100, 100, 0)
RGB (218, 37, 29)
Hex (#DA251D)

COLORES PRINCIPALES DE LA MARCA

La marca principal debe ser diferenciadora. Todas las reproducciones necesarias seguirán la norma de color que se adjunta en este manual. Cualquier aplicación fuera de los códigos propuestos es una alteración fuera de la norma y por tanto, dañará la imagen y el sentido de la marca.

Los colores corporativos básicos para la reproducción de los signos de identidad están basados en los valores Pantone, que tienen equivalentes en cuatricromía CMYK, en digital RGB y hexadecimal.

Colores corporativos



AZUL MOLECULAR

CMYK (32, 0, 13, 15)
RGB (168, 218, 219)
Hex (#A8DADB)



GRIS CIENTÍFICO

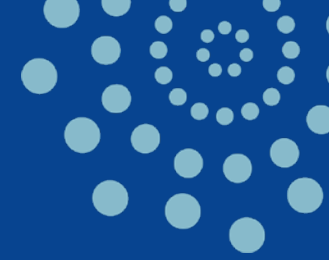
CMYK (4, 2, 4, 8)
RGB (217, 217, 214)
Hex (#D9D9D6)

COLORES SECUNDARIOS DE LA MARCA

Empleamos una paleta de colores secundaria para apoyar nuestra paleta principal. Se compone del azul verdoso y un gris suave. Esto proporciona estabilidad y flexibilidad a nuestra combinación de colores.

Los colores secundarios se pueden utilizar como color dominante en una pieza de diseño, sin embargo, los colores principales también debería aparecer al unísono con él, para mantener la coherencia visual de la marca.

Colores corporativos

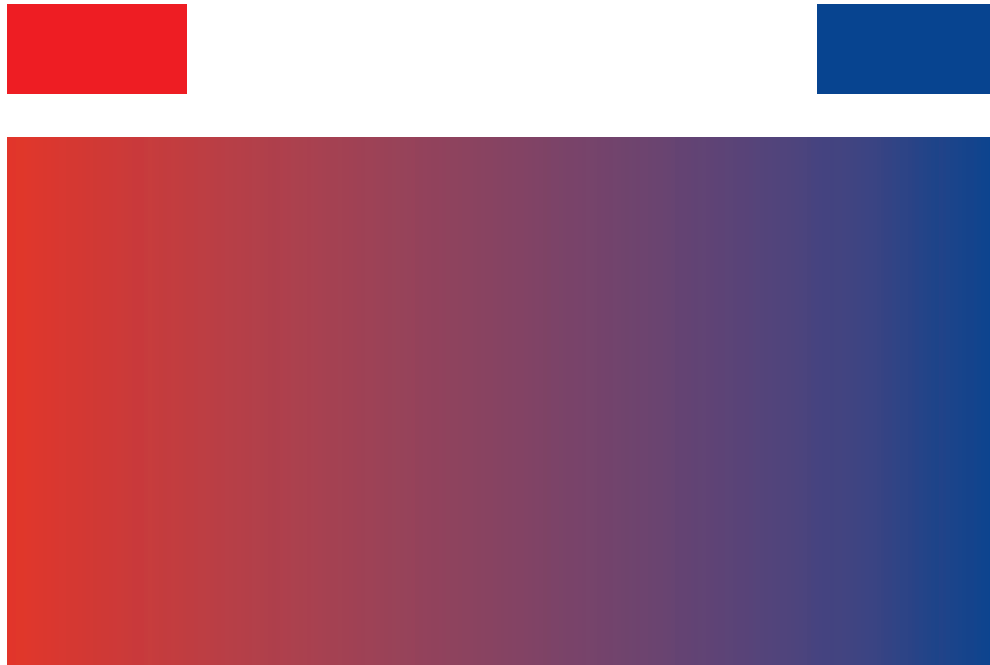
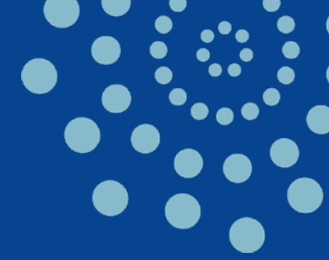


DEGRADADO DE COLORES

Todos los colores corporativos podrán reproducirse al 100% o solo en otros porcentajes si las necesidades de diseño lo requieren.

Este apartado es necesario que sea tratado con control y mesura y no se abuse de su utilización.

Colores corporativos

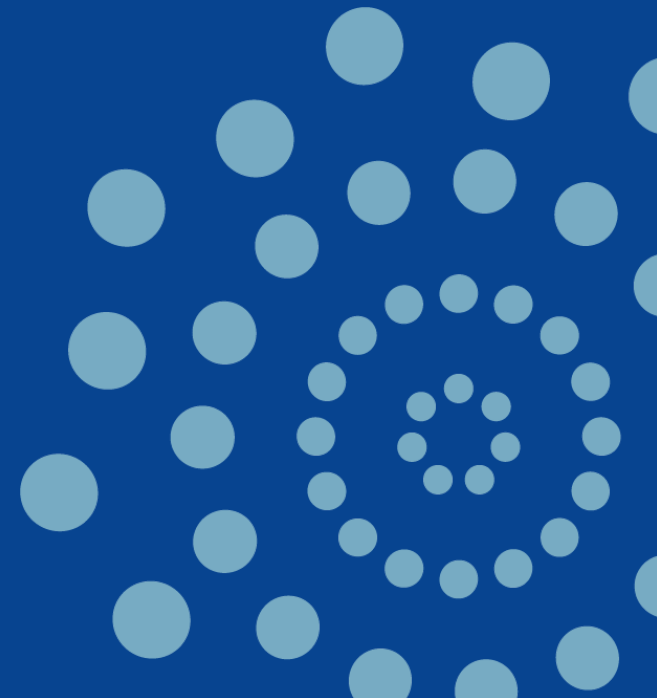


DEGRADADO DE LA MARCA

También es posible el uso de degradado de colores jugando con los colores corporativos. Aquí se ve un ejemplo de degradado con el azul y el rojo corporativo.

Este tipo de degradados se utilizarán tanto para piezas digitales, como web o impresas.

Tipografía



Tipografía

OPEN SANS LIGHT

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%€*!?

OPEN SANS MEDIUM

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%€*!?

OPEN SANS EXTRA BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVWXYZ**
1234567890!@#\$%€*!?

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

La tipografía es una parte muy importante de la identidad de marca, el uso consistente de esta es esencial para ayudar a establecer un reconocimiento profesional.

La tipografía principal es OPEN SANS, dándole a la marca profesionalidad junto a una mirada elegante, sencilla y seria. Es una familia tipográfica con 12 pesos. Esta tipografía podrá ser usada tanto en titulares como en textos.

TIPOGRAFÍA DE APOYO

En el caso de no poder obtener esta tipografía la utilizada será la Corbel (Microsoft).

Tipografía

MONTSERRAT MEDIUM

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

1234567890!@#\$%€*!?

MONTSERRAT SEMIBOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

1234567890!@#\$%€*!?

MONTSERRAT BLACK

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

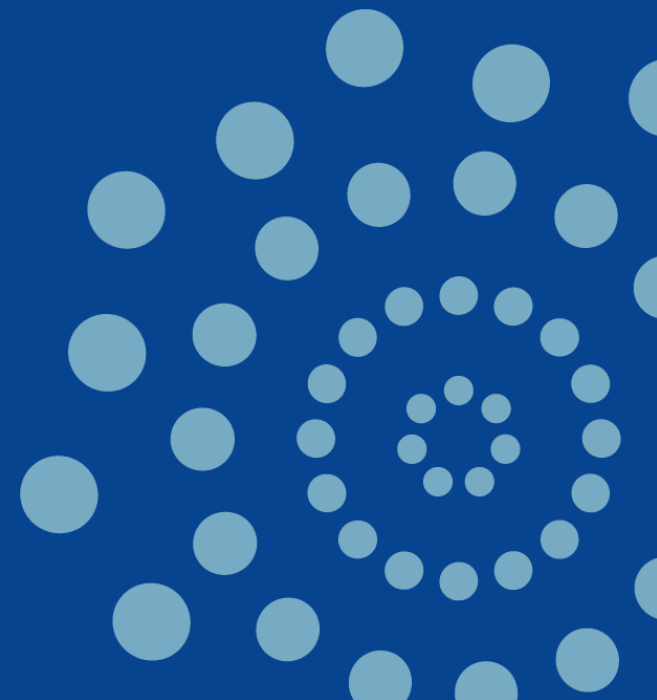
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

1234567890!@#\$%€*!?

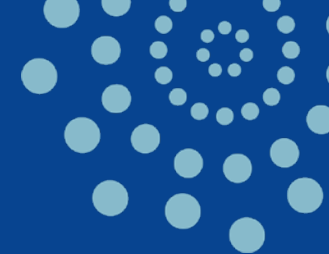
TIPOGRAFÍA SECUNDARIA PARA TITULARES

La tipografía Montserrat será utilizada como complemento a la tipografía principal para titulares, citas, o elementos que queramos destacar dentro de los diseños.

Iconografía



Iconografía



ICONOGRAFÍA

Iconografía en positivo utilizada tanto para diseños online como offline.

Iconografía



Área de Cáncer



Área de Cardiovascular, Renal y Respiratorio



Área de Neurociencias



Área de Terapia Genética y Celular y Transplantes



Área de Atención Primaria, Salud Pública y Farmacología

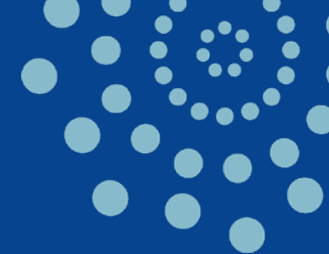


Área de Enfermedades Infecciosas, Inflamatorias y Metabólicas

ICONOGRAFÍA

Iconografía en negativo utilizada para la identificación de cada área de trabajo en el Instituto Ibsal.

Iconografía



ICONOGRAFÍA

Iconografía en positivo utilizada tanto para diseños online como offline.

Iconografía



Área de Cáncer



Área de Cardiovascular, Renal y Respiratorio



Área de Neurociencias



Área de Terapia Genética y Celular y Transplantes



Área de Atención Primaria, Salud Pública y Farmacología

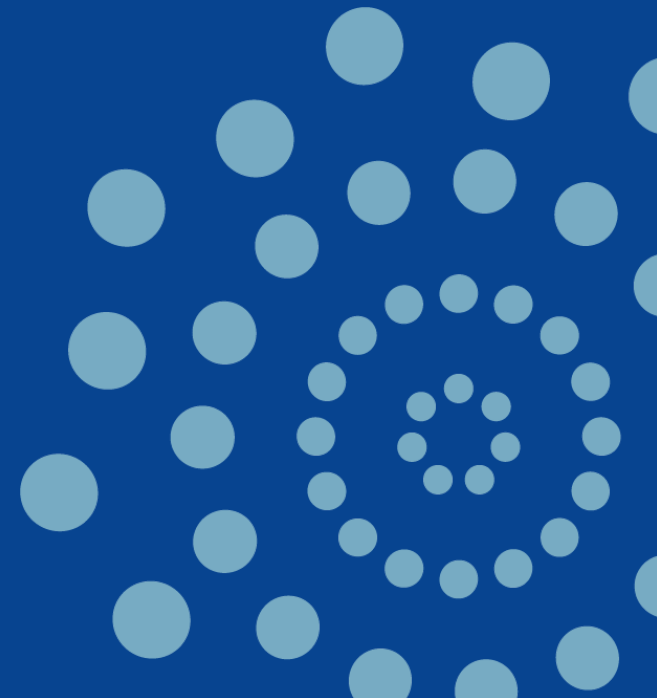


Área de Enfermedades Infecciosas, Inflamatorias y Metabólicas

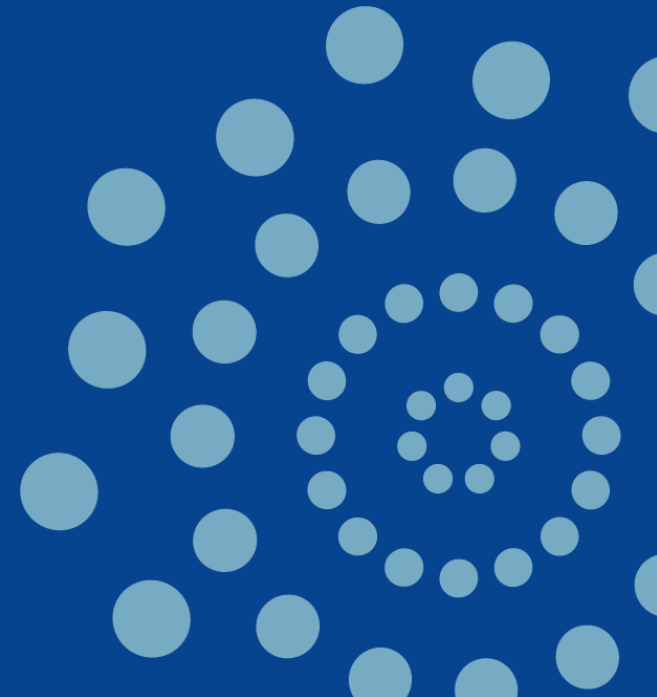
ICONOGRAFÍA

Iconografía en negativo utilizada para la identificación de cada área de trabajo en el Instituto Ibsal.

Mundo gráfico de la marca



Recursos gráficos corporativos



Recursos gráficos corporativos



SEMICÍRCULOS Y RECTÁNGULOS

Los elementos que utilizaremos para crear el mundo gráfico de esta serán, entre otros, los semicírculos que componen la "I" del logo y rectángulos.

Todos los elementos se pueden utilizar como máscaras de recorte o como elemento con los colores corporativos que acompañen a las imágenes.



Recursos gráficos corporativos

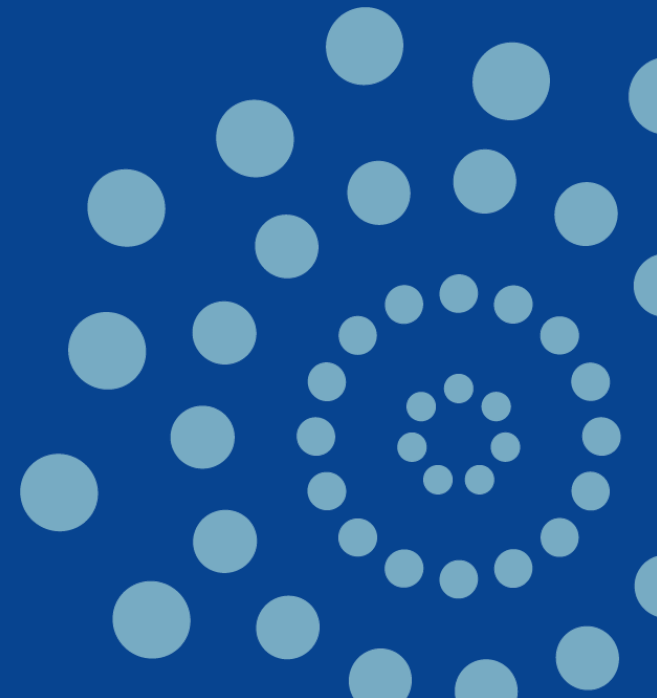


ESPIRAL

Otro de los elementos que acompañan gráficamente a la marca es la espiral del logotipo, que pueden acompañarle en cualquiera de los colores corporativos, con o sin transparencia.



Aplicaciones de la marca



Aplicaciones de la marca

2 cm



29,7 cm

Pauta de plegado

Pauta de plegado

Pauta de plegado

CARTA ESTÁNDAR

Se indican las proporciones gráficas que definen la estructura exacta y correcta de la carta estándar. La espiral se utilizará como marca de agua con una opacidad menor al 5%.

Tamaño: A4 (21 cm x 29,7 cm)

Colores: Corporativos CMYK.

Tipografía: Open Sans (o Corbel en el caso de no poder acceder a la tipografía)

Aplicaciones de la marca



SOBRE AMERICANO

Se indican las proporciones gráficas que definen la estructura exacta y correcta del sobre DL americano sin ventana.

Formato: Americano 110 mm x 220 mm

Colores: Corporativos CMYK.

Tipografía: Open Sans (o Corbel en el caso de no poder acceder a la tipografía)

Aplicaciones de la marca



TARJETA DE VISITA OPCIÓN 1

En este apartado se indica las proporciones gráficas que definen la tarjeta de visita.

Formato: 85 mm x 55 mm

Papel: Cartulina

Colores: Corporativos CMYK.

Tipografía: Open Sans (o Corbel en el caso de no poder acceder a la tipografía)



Aplicaciones de la marca



TARJETA DE VISITA OPCIÓN 2

En este apartado se indica las proporciones gráficas que definen la tarjeta de visita.

Formato: 85 mm x 55 mm

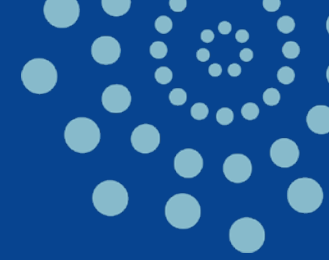
Papel: Cartulina

Colores: Corporativos CMYK.

Tipografía: Open Sans (o Corbel en el caso de no poder acceder a la tipografía)



Aplicaciones de la marca



FIRMA DIGITAL EMAIL




NOMBRE Y APELLIDO

Unidad y Departamento

Edificio Virgen de la Vega, 10.ª planta

Pº de San Vicente, 58-182. 37007 Salamanca

 612 - 345 - 678

 email@ibsal.es

Aplicaciones de la marca



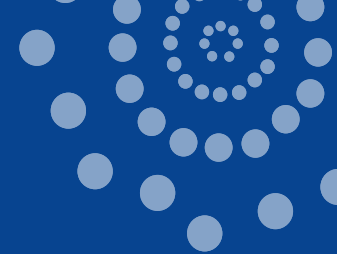
ROLL-UP

Aplicaciones de la marca

REDES SOCIALES



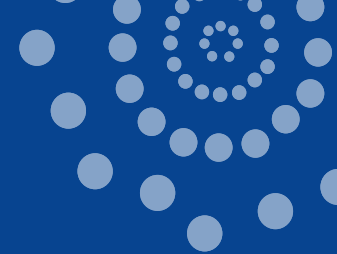
Aplicaciones de la marca



TAZAS



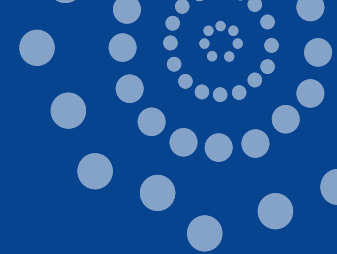
Aplicaciones de la marca



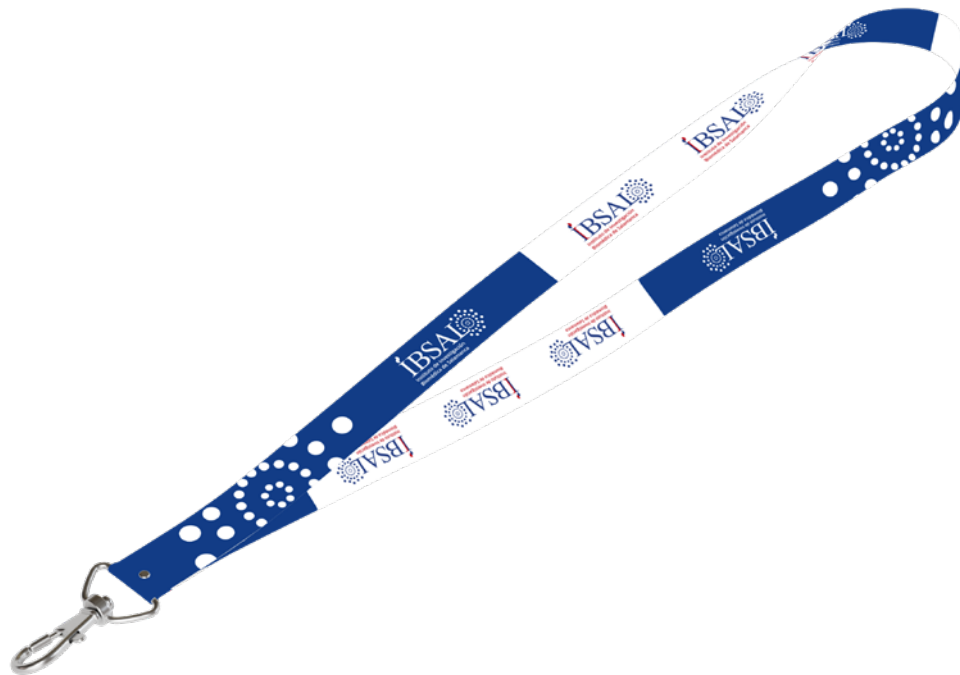
BOLÍGRAFOS



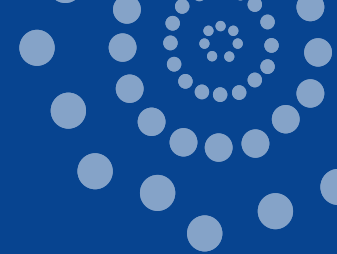
Aplicaciones de la marca



LANYARDS



Aplicaciones de la marca



CARPETAS



The background features a collection of laboratory glassware including a round-bottom flask, a conical flask, a graduated cylinder, and a beaker with a glass rod, all set against a gradient background transitioning from red on the left to blue on the right. The glassware is semi-transparent and reflected on a surface below.

IBSAL

Instituto de Investigación
Biomédica de Salamanca