



Manual de Construcción y normas  
básicas de uso de la marca **Espacio Salud**

SANTA CRUZ DE TENERIFE  
5 de julio de 2016



**y...manera**  
SERVICIO DE DISEÑO GRÁFICO

La Imagen Institucional o corporativa de una empresa u organismo es el resultado de la lectura, consciente o inconsciente, que hace el público de la información que emite dicha entidad acerca de sí misma y de su relación con el público: los beneficios y el valor diferencial de sus productos o servicios, el estilo de su relación con el público, su modelo de organización y, en general, su ubicación en el tejido social.

El valor que cobran los medios gráficos en la configuración de esa Imagen Corporativa proporcionan un gran valor semiológico a rótulos, folletos, impresos, vehículos, páginas web y principalmente a la unidad de imagen proyectada hacia el público, que normalmente viene presidida por lo que comúnmente llamamos marca gráfica o, más propiamente, **identificación visual básica**.

La existencia de una **identidad visual corporativa** adecuada y congruentemente difundida otorgarán mayor peso específico a la institución portadora en el tejido social, contribuyendo a que ciudadanos y autoridades tengan presente su valor en tanto que institución a través de la que se canalizan múltiples voluntades.

El objetivo del presente manual consiste en crear e implantar la identidad visual básica mediante la que identificar el conjunto de valores sociales y características de **Espacio Salud**, empresa cuya actividad se orienta a la atención de la salud.



La marca **Espacio Salud** consta de un símbolo y un logotipo que se relacionan de una única e inalterable forma, que se muestra a continuación.

Se establecen dos versiones; una centrada y otra apaisada que se emplearán según convenga dependiendo del espacio disponible en cada aplicación.



## La Marca Gráfica

### Lema

El logotipo podría ir acompañado de un lema como en el ejemplo que se muestra a continuación. Para el lema se deberá emplear la tipografía "Silo-Soft Bold" con el mismo color que aparezca la palabra "salud". Mostramos también la posición que deberá llevar en cada una de las versiones; centrada y apaisada.

6



espaciosalud  
odontología



espaciosalud  
odontología

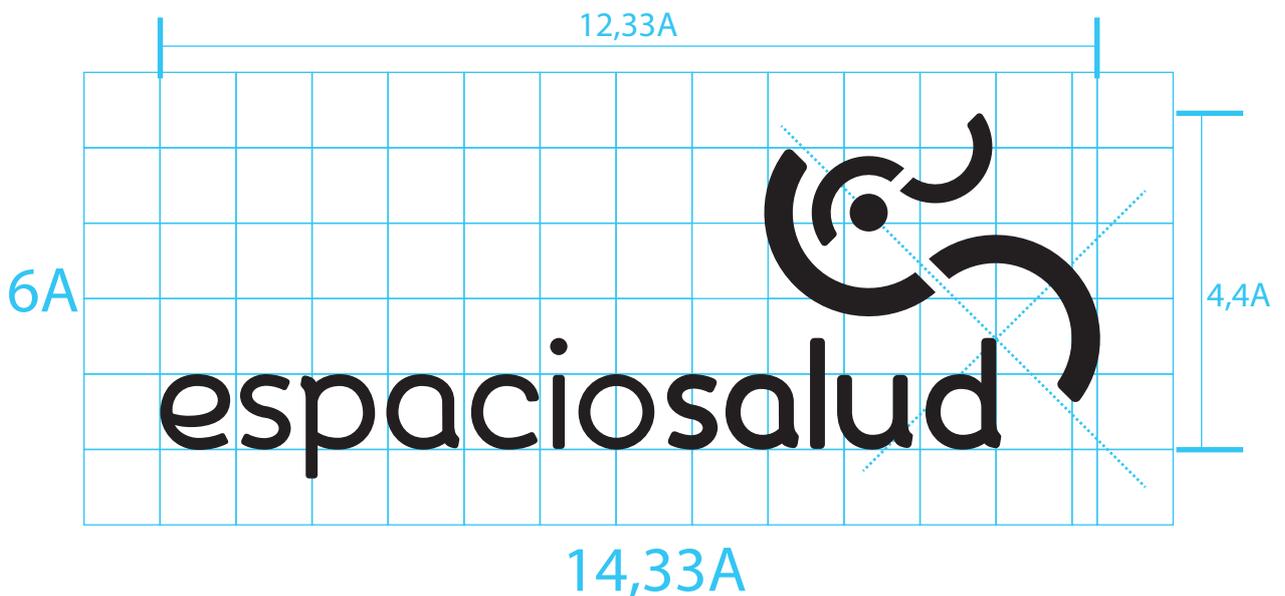
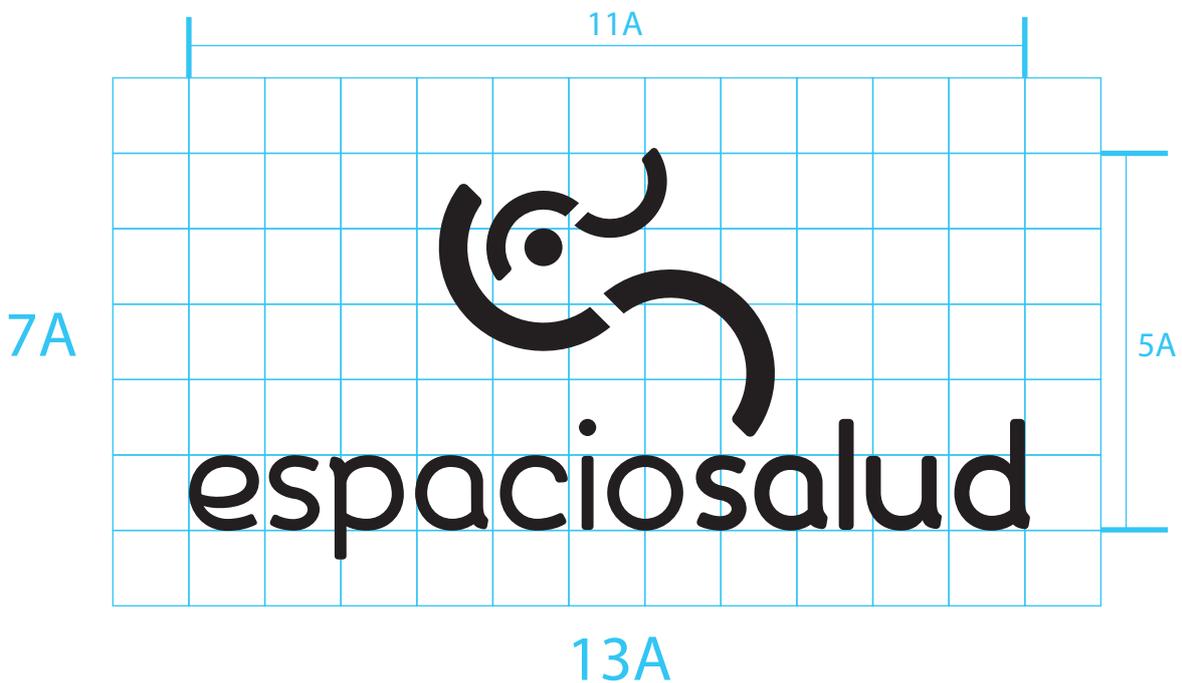
Abajo se describen las dimensiones de la marca gráfica centrada sobre una retícula.

La magnitud **A**, representa la pauta constructiva de la marca gráfica. Todas las magnitudes se expresan como múltiplos o fracciones de esa unidad. A es igual a la altura de la equis minúscula (x) de la tipografía corporativa utilizada en el lema.

## Construcción de la Marca

La Marca en la retícula

7



## Construcción de la Marca

### El Símbolo

8

El símbolo puede ser utilizado autónomamente como identificador de la entidad a la que representa, sin necesidad de que éste se acompañe del logotipo (expresión tipográfica de la marca).

Distinguimos dos posibles usos del símbolo: uno que llamaremos “símbolo con ciclos” y otro que llamaremos sencillamente “símbolo”.

Las magnitudes del símbolo son expresión de una relación proporcional a la magnitud **A**, que se expresa en la página siguiente.

El símbolo carece de área de protección puesto que puede utilizarse en múltiples contextos retóricos.



3,9 A

4,5 A

Ya sea con o sin slogan, la marca siempre debe disfrutar de una zona de protección alrededor de sí misma. Su tamaño mínimo es equivalente a la magnitud **A**, aplicada a todos los márgenes: superior-inferior e izquierda-derecha.

Cualquier uso de la marca debe habilitar esta zona con el fin de preservar su valor identificativo, aislándola de otros textos, imágenes, marcas o del escaso margen de los soportes sobre los que se aplica.

## Construcción de la Marca

Área de protección de la marca



## Colores de la Marca

Formulaciones para distintos soportes y técnicas de representación de la Marca y lema

10



PANTONE® SOLID COATED	3285 C	3285 C (75%)	248 C
PANTONE® SOLID UNCOATED	3285 U	3285 U (75%)	248 U
CMYK	<b>C</b> 98 <b>M</b> 0 <b>Y</b> 57 <b>K</b> 0	<b>C</b> 73 <b>M</b> 0 <b>Y</b> 43 <b>K</b> 0	<b>C</b> 46 <b>M</b> 100 <b>Y</b> 0 <b>K</b> 0
RGB	<b>R</b> 0 <b>G</b> 149 <b>B</b> 129	<b>R</b> 35 <b>G</b> 178 <b>B</b> 165	<b>R</b> 155 <b>G</b> 24 <b>B</b> 137
Hexadecimal (HTML)	#009581	#23B2A4	#9B1889
RAL	RAL 6029 (Verde Menta)		RAL 4008 (Violeta señales)
Vinilo Oracal®	Serie 751-062 (Verde claro)		Oracal 751-077 (Magenta Intenso)
Vinilo 3M™	Scotchcal™ 50-745 Bright Green		Scotchcal™ 50-63 Magenta

**Versiones  
Autorizadas de la  
marca**

Versiones monocromáticas  
en positivo y negativo



**Colores corporativos**

Pantone 3285 C · 75% Pantone 3285 C · Pantone 248 C



**Colores corporativos**

Pantone 3285 C y 75% Pantone 3285 C



**Escala de grises**

Pantone Black en masa y al 75% de trama

Esta fuente ha sido utilizada para la construcción del logotipo. Dos pesos diferentes de la misma familia tipográfica componen la expresión "Espacio Salud".

Silo Soft ExtraLight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Silo Soft Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Silo Soft Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Silo Soft SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Silo Soft Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Silo Soft ExtraBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Las magnitudes expresadas en esta lámina indican los tamaños mínimos de uso de la marca. Estos tamaños aseguran la correcta legibilidad del logotipo y las expresiones asociadas, así como la idónea identificación de todos los elementos que componen la marca gráfica.

## Versiones autorizadas de la Marca

Tamaños mínimos

13



## Usos Incorrectos de la Marca

Colores, alteraciones y deformaciones

14

\* Serán tolerables aquellas alteraciones producidas en contextos retóricos que lo aconsejen, como por ejemplo en procesos de interpretación tridimensional o animada de la marca. En lo relativo a las animaciones, se recomienda que los procesos de alteración culminen con una correcta aplicación de la marca, en cualesquiera de las versiones o usos reconocidos en el presente manual.



- Alterar total o parcialmente los colores de la marca



- Alterar la relación gráfica de los elementos de la marca por otras disposiciones no reconocidas en este manual



- Utilizar la marca en líneas



- \* Deformar, sesgar y/o rotar la marca de forma arbitraria





**y...manera**

SERVICIO DE **DISEÑO GRÁFICO**

Y...manera, Servicio de Diseño Gráfico, S.L.  
Avda. Alonso Fernández de Lugo, 4, 3ºB  
Urb. El Mayorazgo · 38300 La Orotava  
Tel.: 922 336 766 · Fax: 922 336 788  
mail@ymanera.com

**[www.ymanera.com](http://www.ymanera.com)**