



Manual de Identidad Visual

Versión 06 - 2023 / Diciembre 29 de 2023



El manual de identidad visual está creado para dar a conocer las pautas de uso del logo del INSTITUTO NACIONAL DE SALUD y proporcionar instrucciones para su aplicación en formatos impresos y digitales.

Seguir las normas que esta herramienta presenta, es indispensable para mantener la unidad visual de la marca INS, de esta manera se proyecta y fortalece el concepto estético y argumentativo por la que el imagotipo fue creado.

Esta guía va dirigida a comunicadores, colaboradores, pares y aliados que requieran aplicar la marca en todo tipo de soportes físicos, audiovisuales o interactivos.



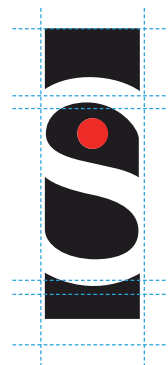
la marca

EL isotipo que identifica visualmente al INSTITUTO NACIONAL DE SALUD fue diseñado por uno de los pioneros del diseño gráfico en Colombia, el arquitecto Dicken Castro.

La composición creada por Castro se ha preservado durante años en el Instituto y cuenta con una recordación significativa por parte de los usuarios de la marca.

La concepción del isotipo partió de las teorías de la percepción de *La Gestalt* en la que se sostiene que las figuras realizadas desde formas geométricas planas, tienen una mayor recordación en la visual del espectador.

El **rectángulo** es construido a partir de tres cuadrados, la “S” tuvo un refinamiento, pero se mantiene la concepción inicial de Castro, así como el **punto rojo** que según Dicken hace las veces de **usuario** y representa la **misión del Instituto**, este elemento mantiene el peso visual y se sitúa estratégicamente en el total del modelo.



Isotipo

El **símbolo** se empleará únicamente en piezas pequeñas donde no se alcance a visualizar el nombre del Instituto o en ocasiones particulares en marca de agua.



Imagotipo

El logosímbolo (**símbolo** + **logotipo**) se aplicará en casi el total de las piezas gráficas tanto digitales como impresas.



La tipografía con la que está construido el logotipo INS es la **Spectrum Regular** en su versión **versalitas** (iniciales un poco más grandes); un tipo de letra con *serifas* (pequeños adornos en los extremos de los caracteres).

La tipografía institucional complementaria será la **Poppins** en sus variantes *Light, Regular, Medium, SemiBold y Bold*; al tener esta familia de letras tan versátil, se generan múltiples posibilidades de diseño. Se usará en títulos, subtítulos y texto corrido en piezas gráficas digitales e impresas.

La constante utilización de una misma familia tipográfica, favorece el inmediato reconocimiento de todas las comunicaciones del INSTITUTO NACIONAL DE SALUD - INS.



* Esta versión abreviada se empleará únicamente en piezas pequeñas donde no se alcance a visualizar el nombre del Instituto.

Aa

Poppins Bold

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa

Poppins Medium

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa

Poppins Regular

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Tamaño mínimo de reproducción

El valor “x” establece la unidad de medida, así aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



- La altura mínima que debe tener el logo principalmente en piezas impresas es de 2 cm. en caso requerirse un tamaño menor a ésta, se usará el logotipo abreviado.
- Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 57 pixeles de alto.
- En sistemas con bajos valores de contraste (relieves, grabados) se recomienda valores muy superiores, atendiendo los criterios técnicos de reproducción y legibilidad.

Área de reserva

La distancia mínima que debe tener el logo con respecto a otros logos o cualquier otro elemento gráfico, es de 1 cm.



Respetar esta área de resguardo evitará que la marca sea invadida por elementos que también están en la composición gráfica.

El respeto por la escala o proporción de la marca en una pieza gráfica permite la lectura y la no distorsión de los elementos que la componen. Estos parámetros deben seguirse de manera estricta.

Una línea



Dos líneas



Tres líneas



Con el fin de responder al propósito de manejar una sola imagen de carácter nacional y corporativa, **debe primar siempre la marca INS sobre los créditos de las direcciones, subdirecciones y grupos internos**, en otras palabras; el logosímbolo INS se utilizará de manera única y se señalará en orden descendente, quién elaboró el documento / pieza gráfica o quien organiza un evento / actividad, cuando así se requiera.

Los textos estarán justificados a la izquierda y centrados con respecto al símbolo. La **primera línea** se destinará para las direcciones, la **segunda** para subdirecciones y la **tercera** para los grupos, si se requiere.

Se mantiene la tipografía institucional **Poppins** con sus variantes **regular en mayúscula** para designar las DIRECCIONES MISIONALES O TÉCNICAS, en las siguientes líneas sus derivados con la fuente tipográfica **Poppins regular Tipo Título** y se resaltará en **bold** (negrita) **Tipo Título**, la subdirección o grupo responsable.

* Los créditos internos únicamente irán como textos.



identificadores

Uso cromático

La marca INS deberá ser representada en su color corporativo siempre que sea posible, es decir en su **versión en positivo**, pero para lograr COMPLETA LEGIBILIDAD del imagotipo sobre FONDO OSCURO O NEGRO, debe existir la instrucción clara de cómo usarlo en **la versión negativo**.



VERSIÓN POSITIVO



VERSIÓN NEGATIVO



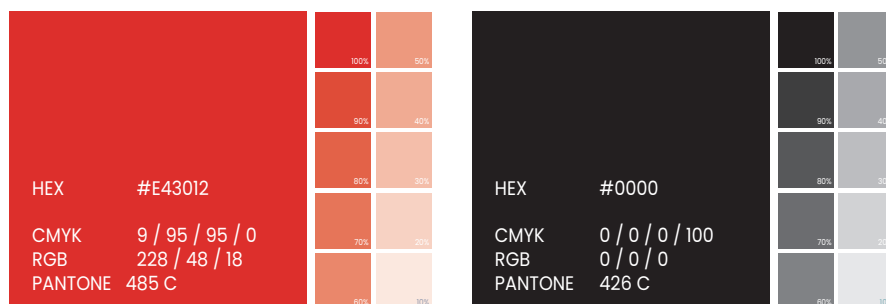
VERSIÓN UNA TINTA



* Esta versión monocromática del logo, solo se usará en casos puntuales que por necesidades de reproducción se limita la aplicación corporativa de la marca INS.

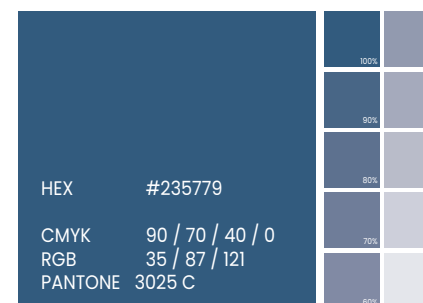
Arquitectura del color

La paleta de color básica de la marca INS surge del imagotipo concebido por Dicken Castro, que se busque tenga posibilidades de uso con los matices que de estos tonos primarios se originen.

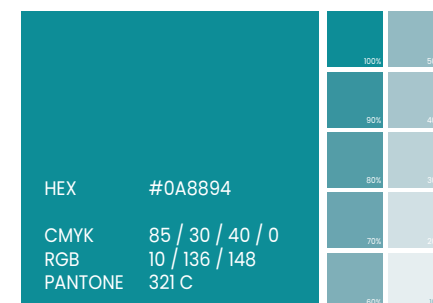


Los tonos designados para la paleta complementaria identifican los **6 objetivos misionales** del INSTITUTO NACIONAL DE SALUD, con el fin de identificar a primera vista el área que está realizando la pieza gráfica.

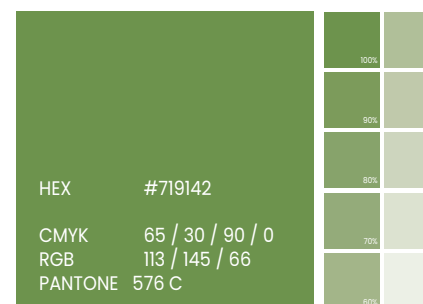
Estos tintes y sus matices permiten flexibilidad y variación en aplicaciones digitales e impresas.



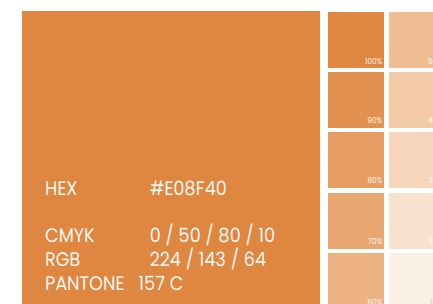
OBSERVA



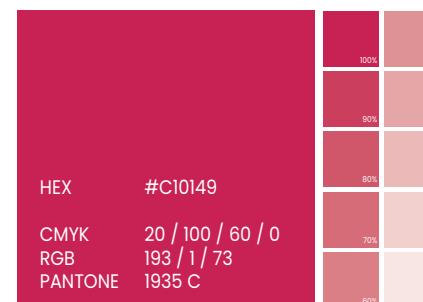
COORDINA



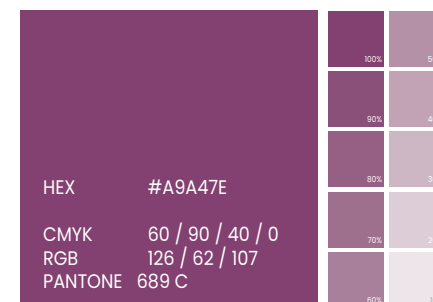
PRODUCE



INVESTIGA



VIGILA

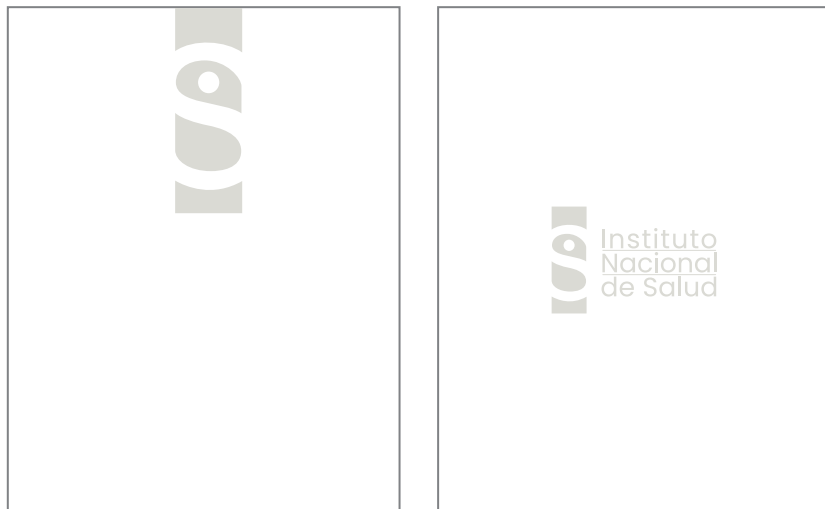


CAPACITA

Usar el **imagotipo** en marca de agua funciona para acompañar piezas gráficas internas (membrete, presentaciones, certificados, entre otros), de la misma manera se pueden ambientar aplicando el **grafismo** con el que fue construido el logo vigente de Gobierno Nacional.

La repetición de estos elementos posicionan o fortalecen la identidad de marca en las diferentes piezas que se elaboren.

fondo opcional - Instituto Nacional de Salud



fondo opcional - Colombia Potencia de la Vida



La disposición correcta del logotipo INS será en la **esquina inferior derecha**, debido a que el Instituto hace parte del Ministerio de Salud.

Solo se usarán dos logos (Potencia de la Vida y el logo INS) en caso que el diseño esté saturado de elementos y no haya espacio para incluir el logo de Ministerio de Salud.

Se debe mantener el área de reserva entre el logo Potencia de la Vida y Ministerio de Salud. No se ubicará ningún logo adicional o ícono que identifique una marca o área.

