IEBS BUSINESS SCHOOL

MANUAL DE MARCA
PARA PARTNERS



VERSIÓN 2.0
2025

USO EXCLUSIVO
Partners autorizados

CONFIDENCIAL
No distribuir sin permiso

BIENVENIDO A LA FAMILIA IEBS

Este documento recoge todo lo que necesitas para comunicar la marca IEBS de forma correcta en tu actividad como partner. Úsalo como referencia cada vez que vayas a crear cualquier pieza de comunicación donde aparezca nuestra marca.

Si tienes alguna duda, contacta con tu persona de referencia en IEBS antes de publicar. Así nos aseguramos de que todo salga bien.

CONTENIDO DE ESTE MANUAL

1. QUIÉNES SOMOS
Propósito, valores y personalidad de marca

2. LOGOTIPO
Versiones y usos correctos e incorrectos

3. PALETA DE COLOR
Paleta principal, secundaria y normas de uso

4. TIPOGRAFÍA
Familias tipográficas y jerarquía visual

5. VOZ Y TONO
Cómo hablamos y cómo escribimos

6. LO QUE PUEDES HACER
Aplicaciones permitidas para partners

7. LO QUE NO PUEDES HACER
Usos prohibidos y errores habituales

8. CONTACTO
A quién acudir cuando tengas dudas

1. QUIÉNES SOMOS

QUEREMOS EVOLUCIONAR EL MUNDO, EVOLUCIONANDO LA EDUCACIÓN

En IEBS creemos que la educación es mucho más que una caja de herramientas. Creemos en el potencial de las personas para cambiar el mundo. Por eso nuestra filosofía de formación es continua, accesible y responsable — diseñada para que nuestros alumnos no solo aprendan, sino que lideren.

1. QUIÉNES SOMOS

NUESTROS DOS PILARES

Lo que ya somos

70% INNOVACIÓN

Académica, tecnológica, experiencial y social. La innovación no es una palabra de moda para nosotros: es la forma en que pensamos y actuamos en todo lo que hacemos.

Hacia donde vamos

30% LIDERAZGO

Humanista, inclusivo e inspiracional. Un liderazgo alejado del elitismo, accesible para todos, que lidera con el ejemplo y genera impacto positivo.

1. QUIÉNES SOMOS

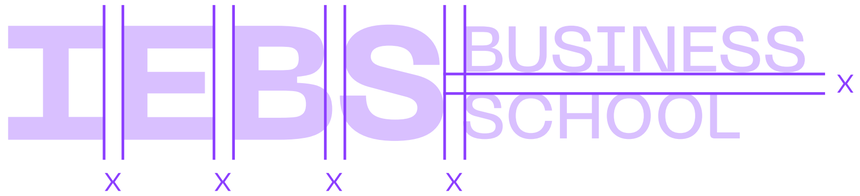
NUESTRA PERSONALIDAD

Cuando comunicas bajo la marca IEBS, transmites estos ocho atributos. Son la base de cualquier mensaje, diseño o contenido que crees como partner:

HONESTA ✦ CERCANA ✦ CURIOSA ✦ INSPIRADORA ✦
EXCLUSIVA ✦ VISIONARIA ✦ DISRUPTIVA ✦ AMBICIOSA

2. LOGO TIPO

NUESTRA
IDENTIDAD



El logotipo de IEBS es el **elemento más reconocible de nuestra marca**. Úsalo siempre en su forma original, sin modificaciones. Tienes acceso a los archivos oficiales en el pack de assets que te hemos enviado.

IEBS BUSINESS SCHOOL

IEBS
BUSINESS
SCHOOL

2. LOGO TIPO

VARIACIONES PRINCIPALES

SIN DENOMINACIÓN





CON DENOMINACIÓN
– PRINCIPALES





CON DENOMINACIÓN
– DECLINACIONES









DECLINACIONES
DIGITALENT





2. LOGO TIPO

VERSIONES DISPONIBLES

Versiones principales

Aplicables a todas las variaciones de formato del logo. **Cualquier otra variación de combinación de colores entre logo y fondo no es aceptable.**



2. LOGO TIPO

VERSIONES DISPONIBLES

Versiones secundarias

Aplicables a todas las variaciones de formato del logo. **Cualquier otra variación de combinación de colores entre logo y fondo no es aceptable.**



2. LOGO TIPO

VERSIONES DISPONIBLES

Sobre fotografía

Aplicables a todas las variaciones de formato del logo. **Para uso sobre fotografía se debe conseguir un buen nivel de contraste y accesibilidad.**







2. LOGO TIPO

PADDING: MÁRGENES DE SEGURIDAD

Sin importar de qué variación del logo se trate, **siempre hay que dejar un márgen equivalente a la altura/ anchura de un módulo.**

Esa distancia deberá respetarse entre el mismo logo y cualquier otro elemento gráfico colindante.





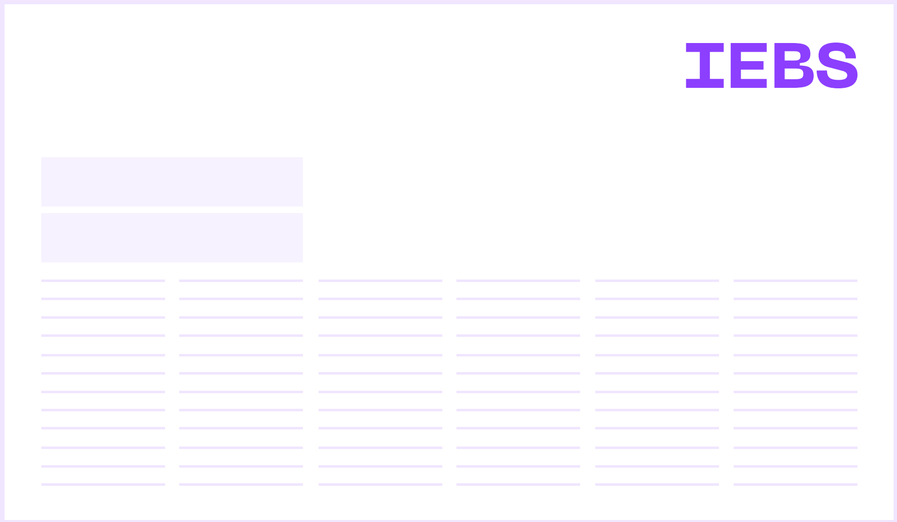
SALVO FOTOGRAFÍAS O MARCOS DE GRAN TAMAÑO, OTROS ELEMENTOS GRÁFICOS NO DEBEN PISAR NUNCA LA ZONA DE PADDING BLANCO

2. LOGO TIPO

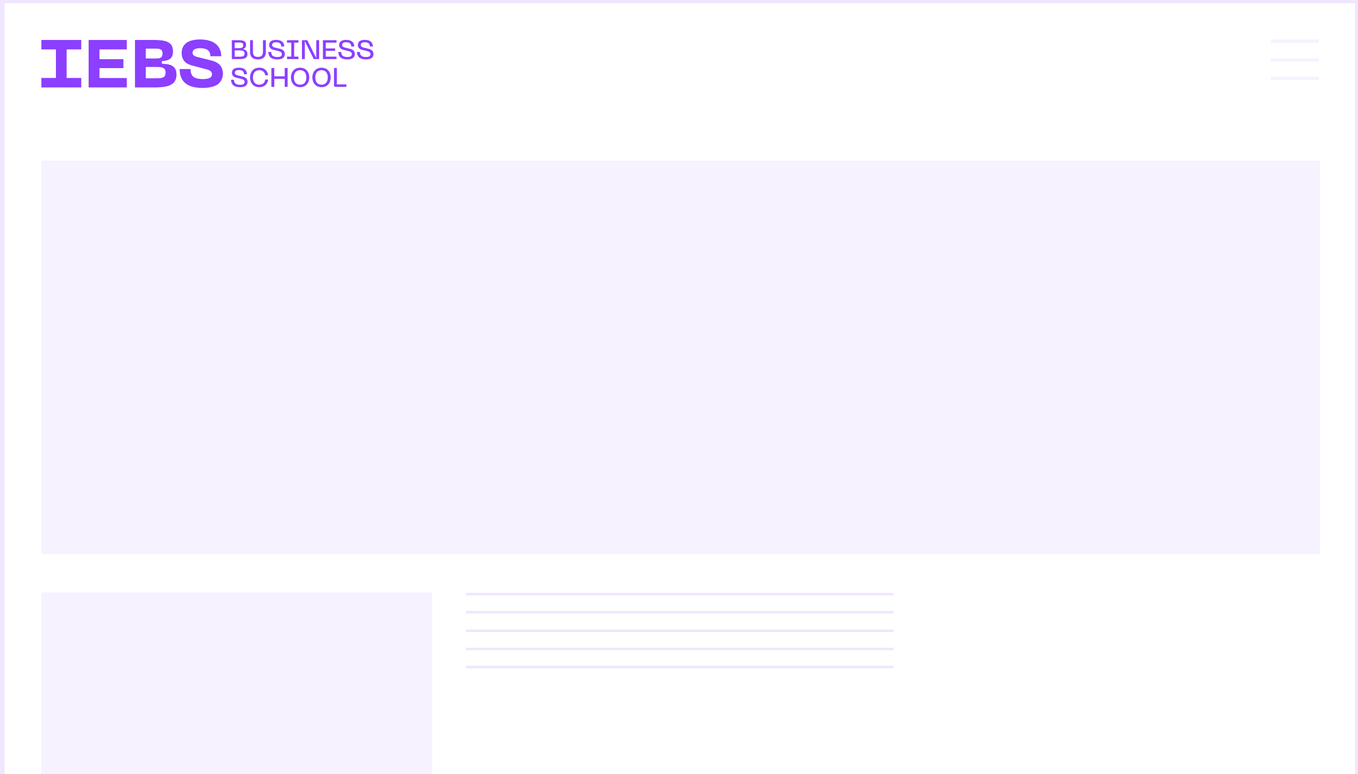
POSICIÓN EN LA PÁGINA O EN LA PANTALLA

Sin importar de qué variación del logo se trate, siempre hay que tratar de colocar el logo en una de **las esquinas de la página.**

Su naturaleza modular y su forma de caja invita especialmente a encajar en las esquinas.









3. PALETA DE COLOR

COLORES PRINCIPALES

El purple-IEBS y purple-100 son los colores que **definen visualmente la marca**.

El **blanco es igual de importante**: es el color que le da luz y claridad a todo. Úsalos siempre como base.



3. PALETA DE COLOR

SALMON
#FFC89A

TURQUOISE
#BDFFF6

SALMON–DARK
#FE5C73

TURQUOISE–DARK
#8C40FF

COLORES SECUNDARIOS

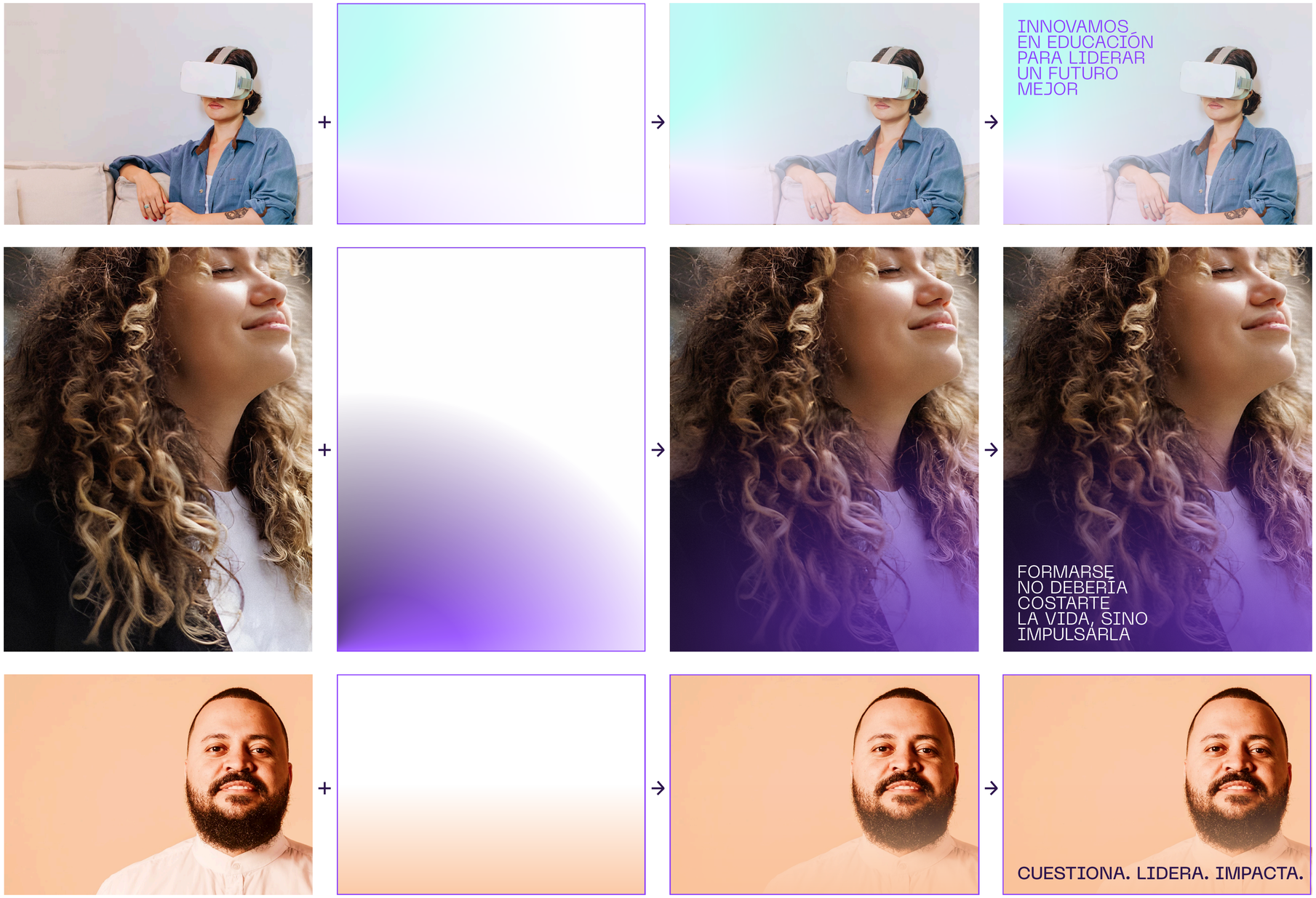
Estos colores dan riqueza visual y comunicativa, engaman muy bien con el violeta IEBS y se alinean bien con valores tecnológicos

3. PALETA DE COLOR

USO DEL DEGRADADO EN FOTOGRAFÍAS

Con tal de alinear visualmente las fotografías a la paleta de la marca, se proponen una serie de superposiciones de color que – variando sus niveles de transparencia – se integrarán de manera natural.

Estos degradados u ‘overlays’, además de dotar de más fuerza visual a cualquier pieza, la dotarán de una mayor legibilidad y accesibilidad en la información que quiera superponerse (textos, logos, botones, etc.)



4. TIPOGRAFÍA

FORMACIÓN A TU MEDIDA

Elige qué es lo que quieres aprender y realiza la formación desde cualquier lugar, en cualquier plataforma y sobretodo en cualquier momento, para adaptar así los estudios a tus horarios

Somos una escuela nativa digital, joven, fresca y renovada. Tenemos un catálogo formativo a la vanguardia y nos hemos consolidado como la mejor escuela de negocios online en los ránkings más prestigiosos como los del CSIC o el Ranking Iberoamericano.

Somos una escuela exclusivamente online y centramos todos nuestros esfuerzos en investigar y desarrollar nuestra metodología para innovar y aplicar las mejores prácticas, frente a la mayoría de escuelas que siguen enseñando de manera tradicional.

Apostamos al 100% por la innovación como estrategia de cambio porque somos la única escuela que impulsa la actitud emprendedora de nuestros alumnos, ante la vida y en sus propias empresas. Te vamos a apoyar de principio a fin.

TÍTULOS

Siempre **PP Neue Machina**

Interlineado 90%

Solo en la versión Inktrap: Regular o Bold para destacar alguna palabra

Siempre en mayúsculas

SUBTÍTULOS / DESTACADOS

Siempre **PP Editorial New**

Interlineado 120-130%

Cuerpo máximo recomendado en proporción a titulares/cabeceras: 50%

GRUESO DEL TEXTO / TODOS LOS USOS

Siempre en Work Sans, peso Regular o Semibold para desctacar palabras

Interlineado 120%

Cuerpo máximo recomendado en proporción a titulares/subtítulos/destacados: 60%

5. VOZ Y TONO

LA VOZ DE IEBS

La voz de una marca debe ser siempre **única, diferencial, coherente y homogénea.**

Además, la voz de IEBS, es:

Honesta

al transmitir transparencia y confianza en cada mensaje

Cercana

porque conectamos de manera auténtica y empática con nuestra audiencia

Curiosa

ya que refleja un interés genuino y constante por innovar

Inspiradora

motivando a los demás desde el conocimiento y la innovación

5. VOZ Y TONO

HONESTA

Una voz directa, sin artificios ni filtros. Somos auténticos y transparentes como una conversación con un amigo.

Buscamos conectar desde la claridad, con frases cortas y evitamos usar palabras vacías o muy manidas.

NO

~~AMBIGUA~~

~~DEMASIADO TÉCNICA~~

~~DISTANTE~~
~~INSÍPIDA~~

~~"Somos la mejor escuela que transformará tu vida profesional aprovechando todo tu potencial y generando sinergias estratégicas."~~

SÍ

CLARA
AUTÉNTICA

COMPRENSIBLE
ACCESIBLE

HUMANA
CERCANA

"Te ofrecemos una formación práctica, impartida por profesionales en activo que comprenden el mercado y sus retos."

5. VOZ Y TONO

CERCANA

Una voz empática que conecta con las personas. Somos accesibles, inclusivos y siempre dispuestos a ponernos en el lugar del otro para generar confianza y comprensión. Sin tecnicismos innecesarios.

NO

~~ELITISTA~~

~~FORMAL~~

~~GENERALISTA~~

~~“Nuestros programas están diseñados para que puedas aprender de forma práctica y adquirir las competencias necesarias para destacar en el mercado laboral actual.”~~

SÍ

ACCESIBLE

EMPÁTICA
COMPRENSIVA

INSPIRADA EN EL USUARIO

"Hemos diseñado nuestros programas para que aprendas de manera práctica todo lo que necesitas saber para liderar tu sector."

5. VOZ Y TONO

CURIOSA

Una voz exploradora y abierta que invita a cuestionar, descubrir y aprender. Somos inconformistas e innovadores. Compartimos lo que descubrimos para inspirar a otros.

NO

~~COMFORMISTA~~
~~TRADICIONAL~~

~~ESTÁTICA~~
~~RÍGIDA~~

~~PREDECIBLE~~



~~"En esta clase se analiza cómo ha evolucionado el marketing de contenidos, empezando por la era anterior a Internet hasta la llegada de los buscadores."~~

SÍ

PROACTIVA
CREATIVA

ENFOCADA A LA INNOVACIÓN

APASIONADA POR DESCUBRIR



"¿Te has preguntado cómo ha cambiado el marketing de contenidos? Lo analizamos en nuestra próxima clase. Apúntate y descúbrelo."

5. VOZ Y TONO

INSPIRADORA

Una voz motivadora que incentiva la acción y el liderazgo. Inspiramos a través de ejemplos reales, conocimiento práctico y un lenguaje positivo que demuestra que la evolución y el progreso son posibles.

NO

~~SUPERFICIAL~~
~~EXAGERADA~~

~~INALCANZABLE~~

~~ABSTRACTA~~



~~"IEBS, la Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores nace en el año 2009 para ofrecer una alternativa a las escuelas de negocios tradicionales."~~

SÍ

MOTIVADORA

POSITIVA

REAL
CONCRETA



"Redefinimos la educación ejecutiva desde 2009. Te preparamos para liderar en un mercado en constante evolución."

5. VOZ Y TONO

EL TONO DE IEBS

El tono es la manera en la que ajustamos nuestra voz para comunicarnos en diferentes contextos. La voz de IEBS se adaptará según:

El interlocutor

porque no es lo mismo comunicarse con el profesorado o con un potencial alumno

La situación

ya que la empatía hacia el interlocutor modula nuestro lenguaje

El Canal

porque conectamos de manera auténtica y empática con nuestra audiencia

5. VOZ Y TONO

REDES SOCIALES

En redes sociales buscamos conectar emocionalmente con la audiencia, fomentando la interacción y la conversación, adaptándonos siempre al formato y el contexto de cada plataforma.

Por ello nuestro tono en estas plataformas es dinámico, cercano y accesible.

NO

~~DISTANTE~~

~~FORMAL~~

~~COMERCIAL~~



~~"IEBS te ofrece cursos de calidad para mejorar tus habilidades profesionales."~~

SÍ

CERCANO
HUMANO

INSPIRADOR
MOTIVADOR

ENFOCADO EN LAS NECESIDADES DE USUARIO

5. VOZ Y TONO

PÁGINA WEB

El sitio web es un punto de contacto clave, por lo que sus textos deben ser directos, persuasivos y reflejar el valor diferencial de IEBS.

La prioridad es escribir para las personas con fluidez y autenticidad, integrando el SEO de forma natural. Para generar confianza y credibilidad, el tono debe mantenerse claro y profesional.

NO

~~TECNICISMOS INNECESARIOS~~

~~EXAGERADO~~
~~AMBIGUO~~

~~FRASES LARGAS Y COMPLICADAS~~



~~"Revolucionamos la educación para profesionales con un modelo de aprendizaje innovador basado en la práctica y el trabajo en equipo con el seguimiento de mentores."~~

SÍ

CLARO
DIRECTO

INSPIRADOR
ACCESIBLE

FRASES CORTAS Y PRECISAS



"Ofrecemos formación práctica y colaborativa, impartida por profesionales en activo para que adquieras habilidades reales y aplicables desde el primer día."

6. LO QUE SE PUEDE HACER

USOS PERMITIDOS PARA PARTNERS

Como partner autorizado de IEBS puedes usar la marca en los contextos que se detallan a continuación, siempre siguiendo esta guía y con los assets oficiales que te hemos proporcionado.



- **Mencionar que eres partner oficial de IEBS en tu web, perfil de redes sociales y materiales de presentación.**
- **Usar el logotipo oficial en los materiales de co-marketing previamente acordados con IEBS.**
- **Incluir el logotipo en emails o newsletters que hagan referencia directa a la colaboración.**
- **Referenciar los programas y cursos de IEBS con el nombre y descripción oficial.**
- **Citar el contenido de IEBS con la atribución correcta ('Fuente: IEBS School').**
- **Usar los assets gráficos incluidos en el pack de partner (imágenes, banners, plantillas).**

Antes de publicar recuerda

- ¿He usado el logotipo oficial del pack de assets?
- ¿Los colores que aparecen son los de la paleta oficial?
- ¿El tono del texto es cercano, claro y sin exageraciones?
- ¿He respetado la zona de protección alrededor del logotipo?
- ¿He consultado con IEBS si hay alguna duda?

7. LO QUE NO SE PUEDE HACER

USOS NO PERMITIDOS

Estas restricciones existen para proteger la integridad de la marca IEBS y la confianza que nuestros alumnos y el mercado depositan en ella.

Si tienes dudas sobre un uso concreto, consulta antes de publicar.

- **Modificar el logotipo de cualquier forma: colores, proporciones, efectos, rotación o elementos añadidos.**
- **Usar la marca IEBS para promocionar productos o servicios que no estén directamente relacionados con la colaboración acordada.**
- **Crear materiales que puedan dar a entender que eres parte del equipo interno de IEBS o que hablas en nombre de IEBS.**
- **Usar la marca en contextos que contravengan los valores de IEBS: elitismo, exclusión, desinformación o contenido de baja calidad.**
- **Usar versiones antiguas del logotipo (anteriores a 2021) sin autorización.**
- **Crear piezas que mezclen el logotipo de IEBS con otros logotipos de forma que puedan generar confusión.**
- **Publicar contenido en nombre de IEBS o que implique una posición oficial de IEBS sin autorización previa.**

¿No estás seguro? Consulta antes de publicar.

Es mucho más fácil resolver una duda antes de publicar que corregir una pieza después de que ya está en circulación. Tu persona de contacto en IEBS está aquí para ayudarte.

8. CONTACTO & RECURSOS

¿TIENES DUDAS? HABLEMOS

Este manual cubre los casos más habituales, pero sabemos que siempre pueden surgir situaciones concretas que necesitan una respuesta personalizada. Para cualquier consulta sobre uso de marca, tienes estos canales:

marketing@iebschool.com

www.iebschool.com



IEBS BUSINESS SCHOOL

GRACIAS POR SER PARTE DE LA FAMILIA IEBS.

Queremos evolucionar el mundo, evolucionando la educación.

VERSIÓN 2.0
2025

USO EXCLUSIVO
Partners autorizados

CONFIDENCIAL
No distribuir sin permiso