



DANEVA

MANUAL DE MARCA

Versión 2.1



DANEVA

MEDICINA ESTÉTICA SELECTA

La función de este manual es ser la única guía y referencia para todos aquellos involucrados en la administración e implementación de la comunicación visual de DANEVA. El seguimiento estricto de dichas pautas, garantizará un estándar de rendimiento adecuado de la identidad visual del organismo.

La imagen institucional es uno de los principales activos de cualquier organización y debe ser preservada con celo y rigor. La identidad visual, por lo tanto, debe ser administrada con los mismos recaudos.

La efectividad en el diseño, programación y gerenciamiento redunda en los siguientes beneficios:

- > Adecuado correlato visual al discurso institucional.
- > Coherencia y solidez en la construcción marcaría.
- > Univocidad de todos los actuantes en su implementación (y efectividad en su control y evaluación).
- > Optimización de tiempos y economía de recursos, gracias a la sistematización de soluciones.

---

*En esta documentación se han previsto las situaciones más frecuentes de la comunicación institucional de DANEVA. Ante situaciones no contempladas deberá consultarse al profesional que desarrolló la marca o a cualquier otra persona/estudio calificado pertinente.*

---

Los elementos de esta marca tienen funcionamiento autónomo, pero sólo en el logotipo que posee el nombre fonético, en las aplicaciones en casos excepcionales. En el caso del isotipo no es recomendable el uso por separado.

VARIABLE A	ISO-LOGOTIPO
	<i>ISOTIPO</i>
<p>DANEVA</p>	<i>LOGOTIPO</i>
<p>MEDICINA ESTÉTICA SELECTA</p>	<i>LEMA</i>



Tamaño mínimo  
Esta configuración de la marca (variable A) no debe reproducirse a un tamaño inferior a (20 x 11,5) mm.

La marca presenta una alternativa secundaria de configuración (variable B) que le otorgan versatilidad a la marca, sin afectar la consistencia y univocidad de la identidad visual.

Las mismas deberán seleccionarse según las características del espacio soporte, siempre y cuando sea inconveniente la utilización de la variable principal en el proyecto a desarrollar.

VARIABLE B



Tamaño mínimo

Esta configuración de la marca (variable B) no debe reproducirse a un tamaño inferior a (30 x 6,5 ) mm.

El diseño de la identidad visual de DANEVA busca generar identificadores de alta calidad gráfica y muy buena reproducción. Todos los elementos integrantes de la marca se vinculan por un sistema de relaciones y proporciones lógicas que permiten obtener un conjunto organizado, armónico y con un muy buen rendimiento gráfico.



VARIABLES CROMÁTICAS



color Daneva  
\*PANTONE: 3262 C / 3262 U  
\*Impresiones a 4 colores:  
C:76, M:0, Y:38, K:0.  
\*RGB: R:0, G:176, B: 173

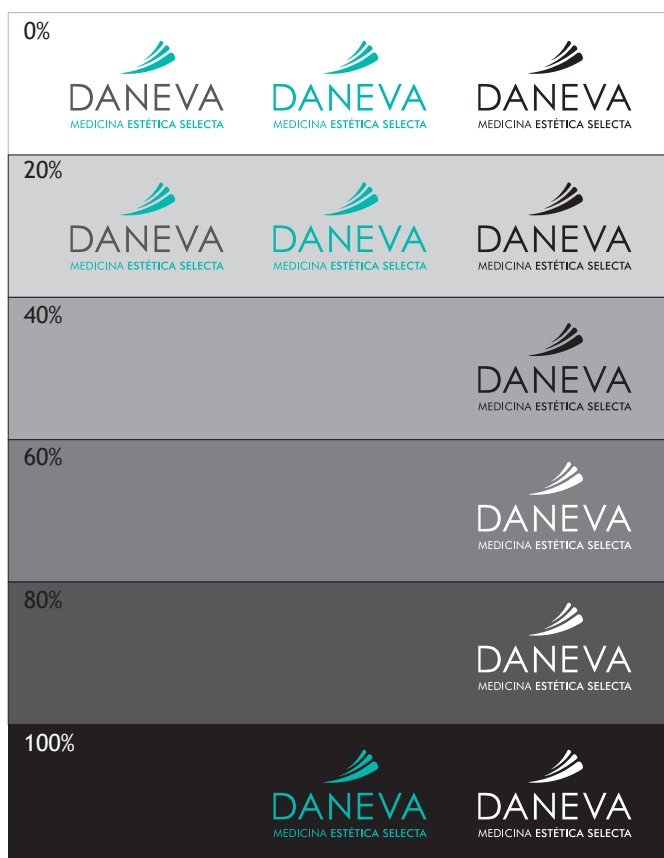


Gris  
\*Impresiones a 4 colores:  
C:0, M:0, Y:80, K:0.  
\*RGB: R:50, G:50, B:50

Este desarrollo de identidad visual contempla tres opciones cromáticas de la marca, para garantizar el máximo rendimiento en cualquier situación de reproducción. Estas variantes deben combinarse con las tres configuraciones ya descritas (A y B). Es muy importante seguir estrictamente la normativa siguiente para usar esta marca con eficiencia.

<p>1</p> 		 <p>Variable 1 Aplicable en reproducciones full color de alta calidad, en reproducciones a dos tintas y en medios digitales y/o audiovisuales.</p>
<p>2</p> 		<p>Variable 2 Aplicable en reproducciones monocromáticas en el color institucional.</p>
<p>3</p> 		<p>Variable 3 Aplicable en situaciones en las cuales no sea posible el uso de las Variables 1 o 2.</p>

La marca DANEVA debe aplicarse sobre fondo blanco, o en su defecto, negro al 100%. Estos fondos neutros optimizan el contraste y la visualización de los colores, lo que redunda en una mejor percepción de los signos identificadores.



**Fondos neutros intermedios**

Las variables cromáticas 1 y 2 sólo podrán aplicarse sobre fondo blanco y negro en 20%. Para los casos de luminosidad intermedia deberá utilizarse la variable 3, siguiendo el criterio de uso expuesto en el presente cuadro.



**Fondos fotográficos y fondos saturados.**

Para aplicaciones sobre fotografías, fondos de color y casos dudosos, deberá utilizarse únicamente la variable 3 en positivo o negativo, de acuerdo con la luminosidad del soporte. Deberá preservarse el máximo contraste del isologotipo, en blanco (K 0%) o negro (K 100%), según corresponda.



Todas las comunicaciones visuales del organismo deberán ser compuestas con dicha fuente, pudiendo hacer uso de cualquiera de sus variables de acuerdo con los requerimientos que exija cada proyecto.

Para la construcción del logotipo

Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$^&

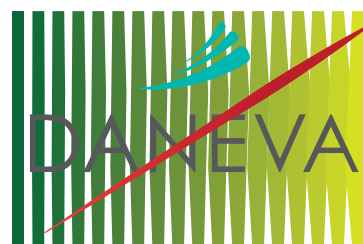
Para el denominador y textos de diferentes soportes

Futura Bk BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$ ^ &

Futura Md BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$ ^ &



- No modifique la tipografía del logo.
- No cambie los colores del logo.
- No distorsione el logo.
- No coloque el logo sobre otros elementos gráficos.
- No agregue contornos.
- No realice producciones del logo a un color en ningún tono fuera de los colores indicados aquí o su versión en Negro.
- No aplique efectos ni coloque imágenes en el logo.
- No aplique el logo sobre fondos estampados.
- No coloque el logo sobre imágenes recargadas que pudieran comprometer la legibilidad.
- No intente embellecer el logo.

La utilización de la marca en distintas situaciones de comunicación implica que frecuentemente deberá convivir con otros elementos dentro del mismo plano. Para evitar la interferencia de los mismos, debe respetarse un espacio exclusivo, libre de objetos visualmente competitivos. A continuación, se describe la configuración de dicha área, cuyas proporciones se deducen de las dimensiones de la marca.

### VARIABLE A



### VARIABLE B



La combinación de las variables de agrupamiento y de color, genera una paleta de signos marcarios completa y versátil, que permite resolver cualquier problema relativo a la identidad visual del organismo sin afectar el rendimiento ni su calidad gráfica. La codificación alfanumérica de cada variable permite tanto al usuario como al administrador del sistema, un método simple para identificar la opción necesaria para cada proyecto.

A1 	B1 
A2 	B2 
A3 	B3 



Este MANUAL de MARCA fue realizado por  
Victor Hugo Barrios, Matrícula Técnica N° 056  
Colegio de Diseñadores Gráficos de Misiones  
<http://www.cdgm.org.ar>

  
[www.neuraldg.com.ar](http://www.neuraldg.com.ar)