

**Manual de
uso de Marca**



Hospital Español
de Mendoza

Sección 1 - Institucional.

Introducción	03
Uso del Manual	03
Glosario	04
Manual de identidad visual	03
Imagen institucional	04
Imagen institucional	06
Isologotipo	06
Marca: núcleo	06
Tipografía corporativa	06
Colores corporativos	06
Soporte	
Marca y sus usos	06
Marca: núcleo	07
Grilla Constructiva · Marca núcleo	08
Grilla Constructiva · Isologotipo	09
Aplicaciones de la marca	
Forma	10
Color	11
Usos permitidos	
Marca	12
Sobre fotografía	13
Reducciones	13
Usos no permitidos	
Marca	14
Isotipo	15
Papelería Institucional	16
Papel Carta	17
Sobre	17
Tarjeta Personal	17
Recetarios	18
Anotadores	18
Carpeta	19

Sección 2 - Normativa

Normativa del Sistema	20
Tipografías Institucionales	21
Dax	21
Georgia	21
Marca	22
Papel Carta	23
Sobre	24
Tarjeta personal	25
Anotadores	25
Recetario a tres tintas	26
Recetario a una tinta	26
Carpeta	27

Sección 3 - Aplicaciones.

Indumentaria y promoción	28
Personal médico	29
Personal administrativo	30
Merchandising	31
Lapiceras	31
Parasol	31

Sección 4 - Anexo. Marca FHEM

Aplicación de marca	33
Aplicaciones no permitidas	33
Reducciones	33
Tipografías institucionales	34
Código de color	35
Código tipográfico	35

Un manual responde a la necesidad de asegurar la correcta aplicación de los elementos de la identidad visual corporativa de una entidad.

Se desarrolla tras un programa de diseño estudiado y planificado, para traducir la personalidad del hospital, dotándola de una imagen visual propia y bien diferenciada. Con el adecuado uso de los elementos de este manual se logrará preservar la identidad visual de la institución y aumentar el grado de recordación simbólica de cada uno de sus elementos.

Este manual será la guía en la tarea de que aplicar la marca de forma controlada para lograr armonía visual que se traducirá en una imagen unificada y coherente.

El uso adecuado de la marca en todas las piezas de comunicación es fundamental para crear una imagen consistente y duradera.

Los casos especiales o que ofrezcan dudas, deberán ser consultados directamente con el autor del manual. Pink Lab - Diseño gráfico (ver última página del manual).

El manual constituye un instrumento de consulta y trabajo para todas aquellas personas responsables de la utilización correcta de los símbolos del Hospital Español de Mendoza. Proporciona información de la identidad visual global por lo que se sugiere leer detalladamente todo el contenido del manual y seguir cada una de las indicaciones que se describen en los apartados de interés.

Una comunicación sin ambigüedades logra un mayor impacto y es una herramienta clave para el posicionamiento del hospital.

Este manual guiará la tarea de la aplicación de la marca en forma controlada para lograr una armonía visual que se traducirá en una imagen unificada y coherente.

Glosario

Manual de identidad

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad en el plano de diseño. Documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de la Institución. Se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca en los diferentes soportes internos y externos en especial aquellos que se mostrarán al público.

El manual describe los signos gráficos escogidos así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, etc. Se explica su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. Es un documento normativo que debe guiar las actuaciones de la Institución en materia de identidad corporativa. Pero, sobre todo, es un manual de consulta al que se debe acudir para conocer las posibilidades gráficas de la imagen visual del Hospital Español.

Imagen institucional

La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una institución. Es la imagen mental ligada a lo que ella representa.

Identidad Institucional

El conjunto de características específicas y personales de una entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorable de sí misma y la diferencian de las demás entidades. El término identidad institucional, por el que entendemos su carácter específico, implica todo lo que una institución representa: sus desarrollos, su comunicación, sus inmuebles, etc.

Marca: núcleo

Es el conjunto del isologotipo y del nombre que le sirve a una entidad, a un grupo de personas para representarse. Es parte de la identidad visual de una institución que combina la parte gráfica y la parte tipográfica.

La funcionalidad de la marca radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se quiere y para lograrlo se requiere el uso de colores y formas que contribuyan a su interpretación.

Una marca se convierte en una estructura gráfica organizada con criterio semiótico que busca transmitir un significado.

Isologotipo

Es el elemento visual de la identidad corporativa. Es un conjunto de elementos gráficos, de líneas, figuras geométricas y colores que hacen que la imagen pictográfica de la entidad sea única.

Un isologotipo, también llamado isologotipo, es un identificador gráfico que sirve para firmar las comunicaciones de una entidad (empresa, producto, servicio, institución, etc.) Un isologotipo se conforma por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual representado con signos tipográficos.

Las marcas que funcionan con el símbolo gráfico únicamente se conocen como isotipos, y las que funcionan únicamente con texto (que a su vez hace las veces de imagen gráfica), reciben el nombre de logotipos.

Tipografía corporativa

Tipo de fuente o letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la imagen institucional. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de identidad visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.

Colores corporativos

Son los colores determinados por la institución que van a representarlos. Son colores planos ubicados dentro de un registro de color, como PANTONE.

Por lo general estos colores son los únicos permitidos por la empresa para ser utilizados en cualquier elemento de promoción: papelería, señalización, publicaciones, uniformes, material POP, etc.

Soporte

Un soporte publicitario es cada uno de los subcanales de comunicación en los que se puede dividir un medio publicitario. Por ejemplo, en el caso de la televisión se podría considerar como soporte desde un canal hasta una pausa publicitaria en un día y una hora concreta.

También se entiende como la superficie sobre la que se aplica algo (papel, lona, tela, etc.)

Anclaje verbal

Cumple la función de anclar una imagen a un significado único.

**Marca y
sus usos**

Marca



El núcleo es la esencia de la marca. Es la conjugación de los elementos codificados que se diagraman, relacionan y coordinan para su correcta utilización y una eficaz comunicación. Los 4 elementos que conforman el núcleo son:

- Nombre de la marca
- Isologotipo
- Color
- Tipografías para textos complementarios

El núcleo permite una armonía, un sistema que sea perdurable en sus comunicaciones. La marca es el lazo más fuerte que nos une con la identidad de una empresa. Es la síntesis máxima de la identidad corporativa, principal capital que posee la institución, representada gráficamente a través del isologotipo.

Por este motivo es indispensable respetar la forma y proporciones así como el código tipográfico y los colores que se presentan a continuación.

Nombre

La denominación que utiliza la marca es Hospital Español de Mendoza. Por ningún motivo debe el de Mendoza de la aplicación de la marca.

Grilla constructiva

Es una retícula virtual, de carácter modular, que se utiliza para la racionalización de la marca, así como también para su eficaz confección permitiendo un uso eficiente de la misma en sus infinitas reproducciones sin ser deformada o alterada en forma arbitraria.

A continuación se muestra la construcción de los elementos del núcleo de la marca sobre una trama modular denominada cuadrícula.

Área de reserva

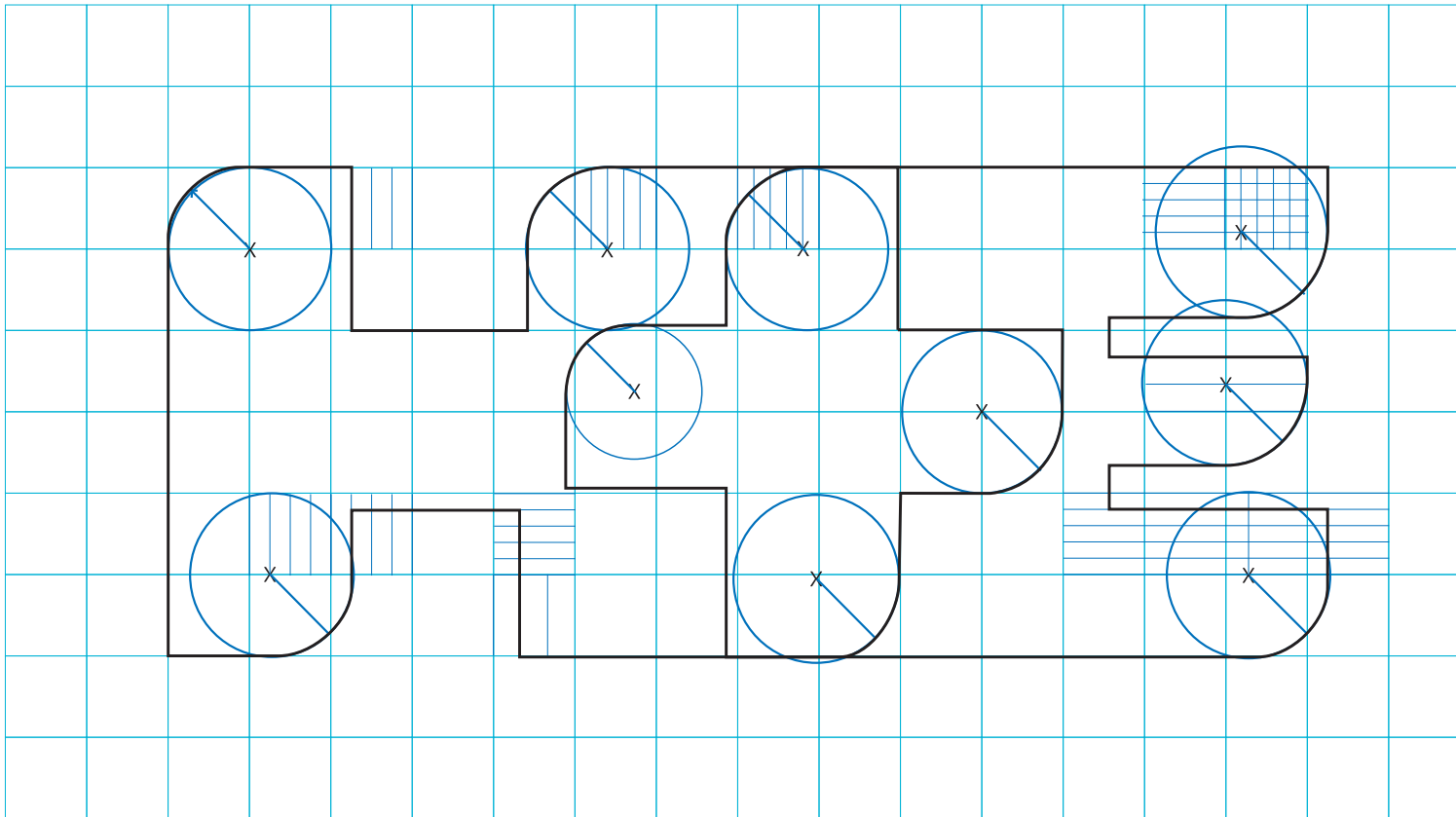
Es un espacio imaginario que rodea a la marca y que protegerá a la imagen de cualquier distracción visual. Este espacio **no debe** ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujo, etc.



A la izquierda se muestra la construcción de los elementos del isologotipo sobre una cuadrícula. La x señala el centro de los círculos, las flechas indican los radios de los mismos.

Área de reserva

Es un espacio imaginario que rodea el logo y que protegerá a la imagen de cualquier distracción visual. Este espacio no debe ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujo, etc.





Hospital Español
de Mendoza

1



Hospital Español
de Mendoza

2



Hospital Español
de Mendoza

3

Hospital Español
de Mendoza

4

La marca puede funcionar en distintos escenarios y soportes que puedan afectar su correcta aplicación y/o legibilidad. Para evitar inconvenientes se prevén distintos tipos de aplicación según la situación de uso de la marca.

1. Diagramación rectangular con isotipo magnificado:

Se aplicará en casos en que el isotipo deba reconocer por sobre el anclaje verbal en versiones pequeñas donde la identificación visual sea lo más importante.

2. Diagramación rectangular y cuadrada:

Se aplicará en casos en que el soporte tenga esas características.

3. Diagramación horizontal:

Se aplicará en casos en que el soporte sea excesivamente horizontal.

4. Diagramación vertical:

Se aplicará en casos en que el soporte sea excesivamente vertical, como una columna.



La codificación del color permite controlar las alteraciones que se producen por las condiciones tecnológicas: los distintos sistemas de impresión y los diferentes soportes de aplicación brillantes u opacos alteran los colores.

El color es un factor fundamental para la identificación de la marca. El isologotipo tiene su trayectoria, los colores amarillo y rojo remiten a la bandera española.

Este código cromático es un factor indispensable para su reconocimiento. Por esto ha sido convencionalizado y de esta manera se distingue con facilidad.

La versión color del isologotipo se utilizará en todos los casos posibles en que la emisión del mismo no sea un inconveniente. En caso de problemas de legibilidad o dificultad en la percepción del mismo, se implementará otra de las variables permitidas que fueron diseñadas como alternativas para resolver ciertos inconvenientes tanto de legibilidad como de percepción.

Marca en positivo

Positivo, 3 tintas: aplicación original se utilizará en todos los casos posibles. Papelería institucional, avisos publicitarios, gráfica vehicular, indumentaria, merchandising, etc.

Positivo, 2 tintas: esta versión se utilizará para impresiones económicas a dos tintas. La cruz del isotipo va calada y en ningún caso debe usarse un tramado de negro.

Positivo, 1 tinta: esta versión se aplicará en aquellos casos en que no se puede emitir el color o en publicaciones económicas a una tinta. Como fax, avisos publicitarios en diario, guía telefónica, fotocopias, etc.

Marca en negativo

La versión en negativo es una variable de aplicación de menor frecuencia. Se utilizará en aquellos casos en que el color del soporte sea del mismo color que la marca o en los casos en que el color de fondo plano perturbe la legibilidad del isologotipo.

Variaciones autorizadas de la marca



Aplicación en 3 tintas con área de reserva. Para aplicar sobre fondos que perjudiquen su legibilidad.



Aplicación 3 tintas.



Aplicación 2 tintas.



Aplicación 1 tinta.



Aplicación 1 tinta negativo, fondo negro.



Aplicación 1 tinta negativo, fondo rojo.



Aplicación 1 tinta negativo, fondo de color.

Variaciones autorizadas de la marca

Variaciones autorizadas sobre fotografía



Aplicación para fotografías complejas u oscuras.



Aplicación para fotografías claras o con espacio limpio para la aplicación de marca



Aplicación para fotografías blanco y negro complejas u oscuras.



Aplicación para fotografías blanco y negro claras o con espacio limpio para la aplicación de marca.

Reducciones



La reducción de la marca está limitada. Sus proporciones no deben ser menores a 15 mm de ancho.



Aplicación para reducciones



Versión de marca para casos excepcionales donde la reducción deba ser menor a 15 mm.

10 mm.

Variaciones no autorizadas de la marca



Hospital Español
de Mendoza



Hospital Español
de Mendoza



Hospital Español
de Mendoza



Hospital Español
de Mendoza



Hospital Español
de Mendoza



Hospital Español
de Mendoza

En ningún ya sea aplicación a una tinta o a 2 tintas la cruz debe usarse con negro tramado.

No cambiar diagramación de isologotipo a la derecha o a la izquierda respecto del anclaje verbal.



Hospital Español
de Mendoza

En ningún caso el anclaje verbal debe usarse en color rojo u otro color.



No usar la marca con transparencia en ningún caso sobre fotografía.



No calar en un fondo pleno claro el isologotipo y mantener el anclaje en negro.

Hospital Español
de Mendoza



Hospital Español
de Mendoza



No cambiar diagramación del anclaje verbal respecto del isotipo o cambiar la alineación del anclaje.



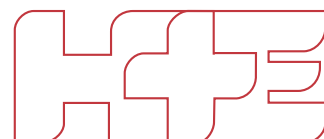
En la versión vertical no rotar el isotipo ni cambiar su diagramación respecto del anclaje.

Usos no permitidos

Variaciones no autorizadas del isologotipo



No estirar ni aplastar.



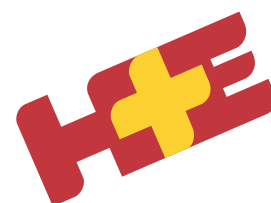
No utilizar el isotipo en contorno.



No utilizar transparencia para aplicar sobre fondo de color.



Intercambio de los colores institucionales en el isologotipo.



No rotar el isologotipo.



No aplicar sobre fondo vibrantes o que interfiera con la legibilidad de isotipo.

Nota: Para los casos en que el color de fondo genere mala legibilidad se utilizará la marca en negativo calada (blanca). Ver página [13]

**Papelería
Institucional**

Recetarios

Anotador

San Martín 965, Godoy Cruz - Mendoza, Argentina
Tel: (0261) 4490300 Fax: (0261) 4490300
mail: info@hespanol.com.ar
www.hespanol.com.ar

HE
Hospital Español
de Mendoza

Rp/

San Martín 965, Godoy Cruz - Mendoza, Argentina
Tel: (0261) 4490300 Fax: (0261) 4490300
mail: info@hespanol.com.ar
www.hespanol.com.ar

HE
Hospital Español
de Mendoza

Rp/

San Martín 965, Godoy Cruz - Mendoza, Argentina
Tel: (0261) 4490300 Fax: (0261) 4490300
mail: info@hespanol.com.ar
www.hespanol.com.ar

HE
Hospital Español
de Mendoza



San Martín 965, Godoy Cruz - Mendoza, Argentina
Tel: (0261) 4490300 Fax: (0261) 4490300
mail: info@hespanol.com.ar
www.hespanol.com.ar



**Normativa
del sistema**

Georgia / Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ % & ' @

Georgia / Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
*** - + , . - ; : # \$ % & ' @**

Georgia / Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
**** - + , . - ; : # \$ % & ' @***

Georgia / Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
** - + , . - ; : # \$ % & ' @*

Dax / Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ % & ' @

Dax / Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ % & ' @

Dax / Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ % & ' @

Dax / Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
*** - + , . - ; : # \$ % & ' @**

Dax / Extra bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
*** - + , . - ; : # \$ % & ' @**

Dax / Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
*** - + , . - ; : # \$ % & ' @**

Georgia

Tipografía de distribución gratuita. Se encuentra disponible por defecto en todos los sistemas operativos, además es una tipografía estándar para el uso en internet. Esta tipografía se utilizará para todas las comunicaciones formales y/o informativas del hospital. También se utilizará en las comunicaciones de promoción o publicitarias como para tipográfico con la tipografía DAX line Pro y se utilizará para todos los textos informativos o de datos duros. Se eligió este tipo de letra para que sea sencillo uniformar las comunicaciones que emiten, formal o informalmente, los distintos sectores del hospital.

Dax Line Pro

Esta tipografía es la que utiliza el anclaje verbal de la marca y se utilizará para todas las comunicaciones publicitarias en las que intervenga un equipo de comunicación designado que trabaje en base a las normas del presente manual. Se utilizará para titulares e información jerarquizada.

Marca

Código de color



Hospital Español
de Mendoza



PANTONE 1805 C

Composición CMYK

-  00
-  100
-  100
-  20

WEB: #BF311A



PANTONE 7406 C

Composición CMYK

-  00
-  20
-  100
-  00

WEB: #FFCF01



PANTONE Black C

Composición CMYK

-  00
-  00
-  00
-  100

WEB: #000000

Código tipográfico

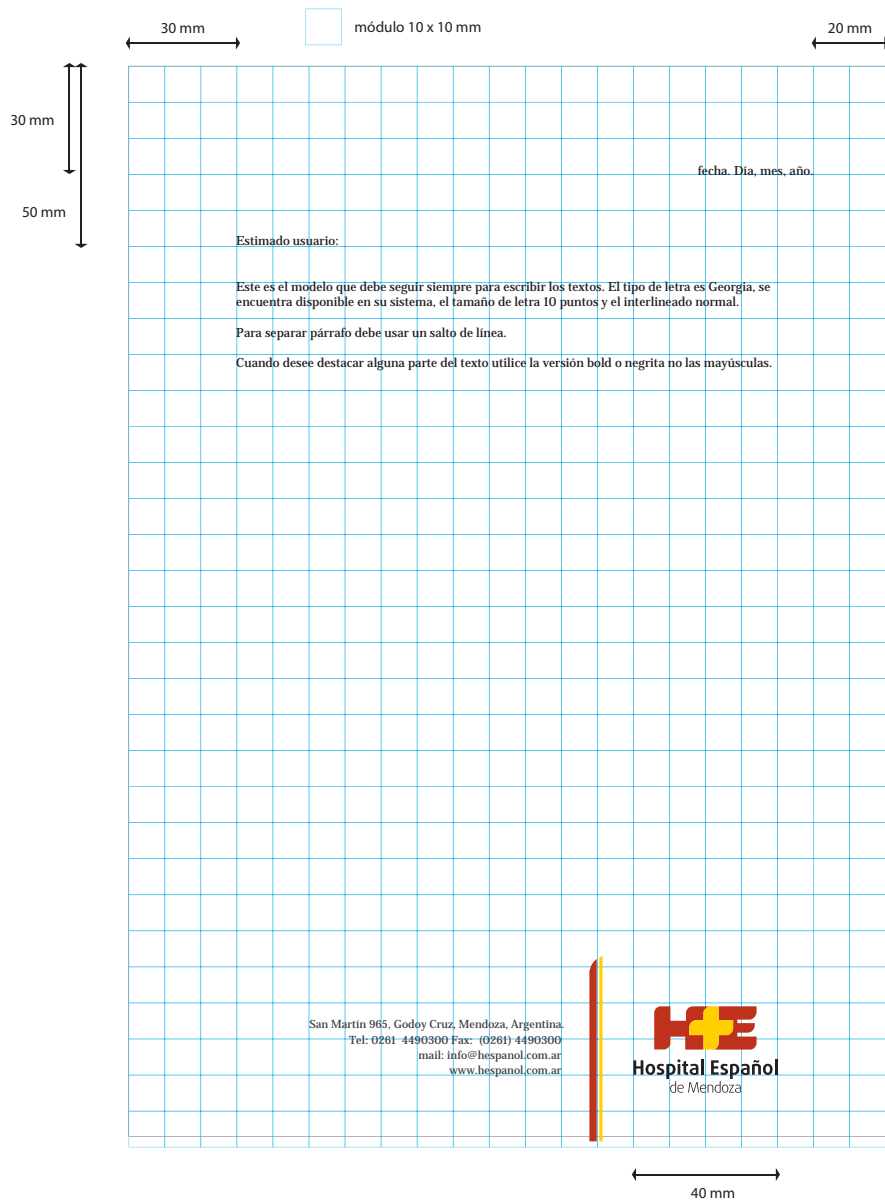
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " ' . \$ % & / () = ¿ ?
*** - + , . - ; : # \$ % & ' () = ¿ ?**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " ' . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ % & ' () = ¿ ?

Para el anclaje verbal se utilizaron las siguientes tipografías:

DAX - Bold: Para el nombre del Hospital.

DAX - Light : Para la denominación de lugar.



Papelería Institucional

Papelcarta

Formato: A4. 210 mm. x 297 mm.

Papel: Color spot liso maíz. 90 g / m²

Cantidad de tintas: 3/0

- PANTONE 1805 C
- PANTONE 7406 C
- PANTONE Black C

Código tipográfico

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " ' . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ ¡ @

El tipo de letra utilizado para la papelería es Georgia, es una tipografía de distribución gratuita por lo que está disponible en cualquier sistema.

Datos: Georgia regular cuerpo 9, interlineado 12.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " ' . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ ¡ @

Redacción de documento

Para redactar un documento la normativa es:

Tipo de letra: Georgia Regular.

Tamaño: 10 puntos.

Interlineado: normal.

Para separar párrafo usar un salto de línea.

Para destacar texto: Georgia Bold.

Papelería Institucional

Sobre

Formato: Oficio, 230 x 125 mm

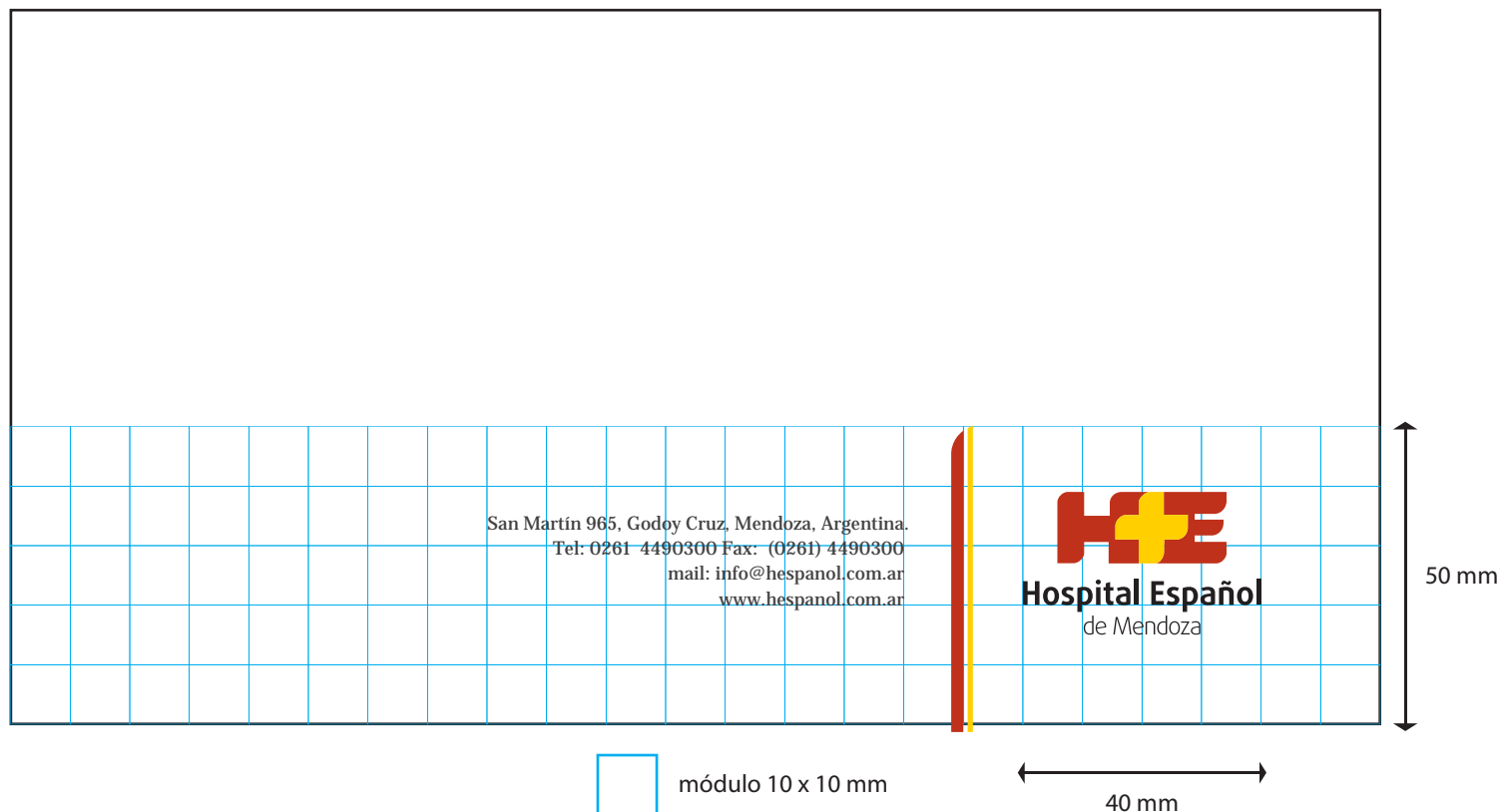
Papel: Color spot liso maíz. 90 g / m²

Cantidad de tintas: 3/0

 PANTONE 1805 C

 PANTONE 7406 C

 PANTONE Black C



Código tipográfico

El tipo de letra utilizado para la papelería es Georgia, es una tipografía de distribución gratuita por lo que está disponible en cualquier sistema.

Destinatarios: Georgia regular cuerpo 10.

Datos: Georgia regular cuerpo 9, interlineado 12.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

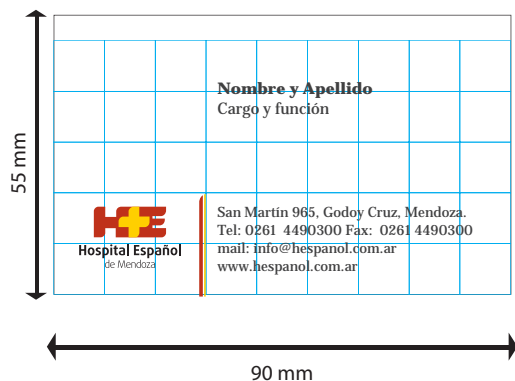
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?

* - + , . - ; : # \$ j @

Tarjeta personal

Formato: 90 mm. x 55 mm.
Papel: Color spot liso maíz. 250 g / m²
Cantidad de tintas: 3/0

- PANTONE 1805 C
- PANTONE 7406 C
- PANTONE Black C



módulo 10 x 10 mm

Códigotipográfico

El tipo de letra utilizado para la papelería es Georgia, es una tipografía de distribución gratuita por lo que está disponible en cualquier sistema.

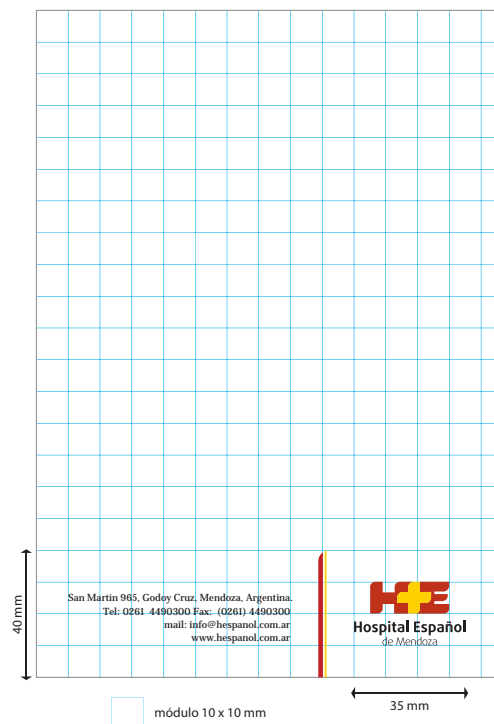
Nombre: Cuerpo 9 Georgia Bold.
 Cargo y función: Cuerpo 9 Regular.
 Datos: Cuerpo 8 regular, interlineado 10.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ j @

Anotador

Formato: A5. 148 mm. x 210 mm.
Papel: Obra. 90 g / m²
Cantidad de tintas: 3/0
 También puede utilizarse cuatricromía.

- PANTONE 1805 C
- PANTONE 7406 C
- PANTONE Black C



módulo 10 x 10 mm

Códigotipográfico

El tipo de letra utilizado para la papelería es Georgia, es una tipografía de distribución gratuita por lo que está disponible en cualquier sistema.

Datos: Georgia regular cuerpo 9, interlineado 12.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ j @

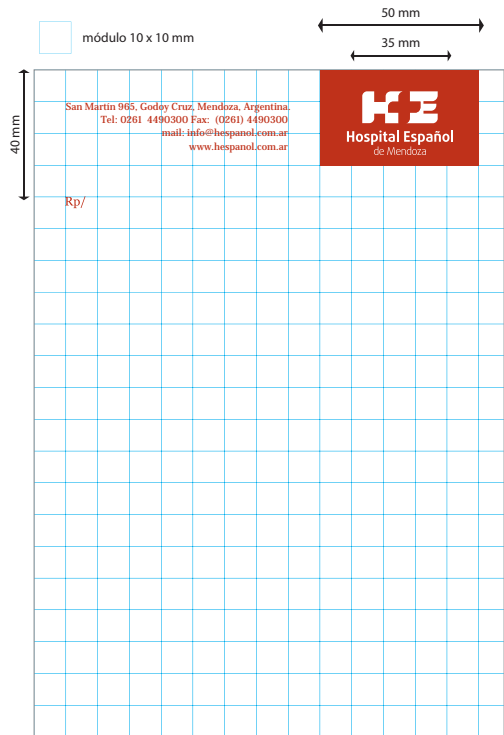
Papelería Institucional

Recetario 1 tinta.

Formato: A5. 148 mm. x 210 mm.

Papel: Obra 90 g / m²

Cantidad de tintas: 1/0



 PANTONE 1805 C

Códigotipográfico

El tipo de letra utilizado para la papelería es Georgia, es una tipografía de distribución gratuita por lo que está disponible en cualquier sistema.

Datos: Georgia regular cuerpo 9, interlineado 12.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ j @

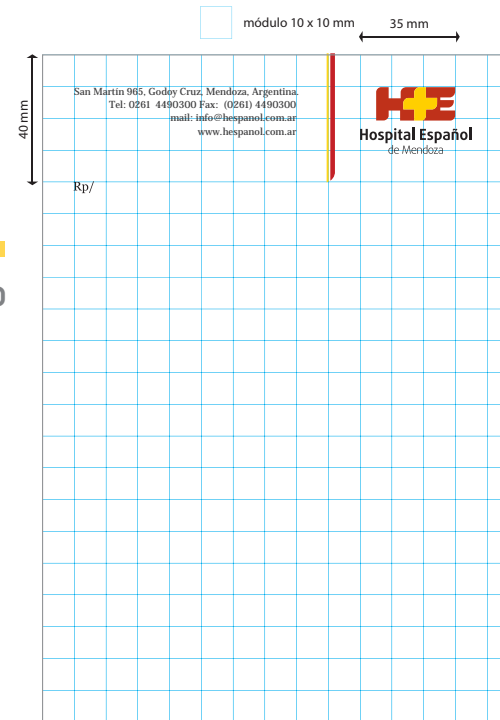
Recetario a tres tintas.

Formato: A5. 148 mm. x 210 mm.

Papel: Obra 90 g / m²

Cantidad de tintas: 3/0

También puede utilizarse cuatricromía.



 PANTONE 1805 C
 PANTONE 7406 C
 PANTONE Black C

Códigotipográfico

El tipo de letra utilizado para la papelería es Georgia, es una tipografía de distribución gratuita por lo que está disponible en cualquier sistema.

Datos: Georgia regular cuerpo 9, interlineado 12.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ j @

Papelería Institucional

Carpeta A4

Formato: 440 mm. x 310 mm.

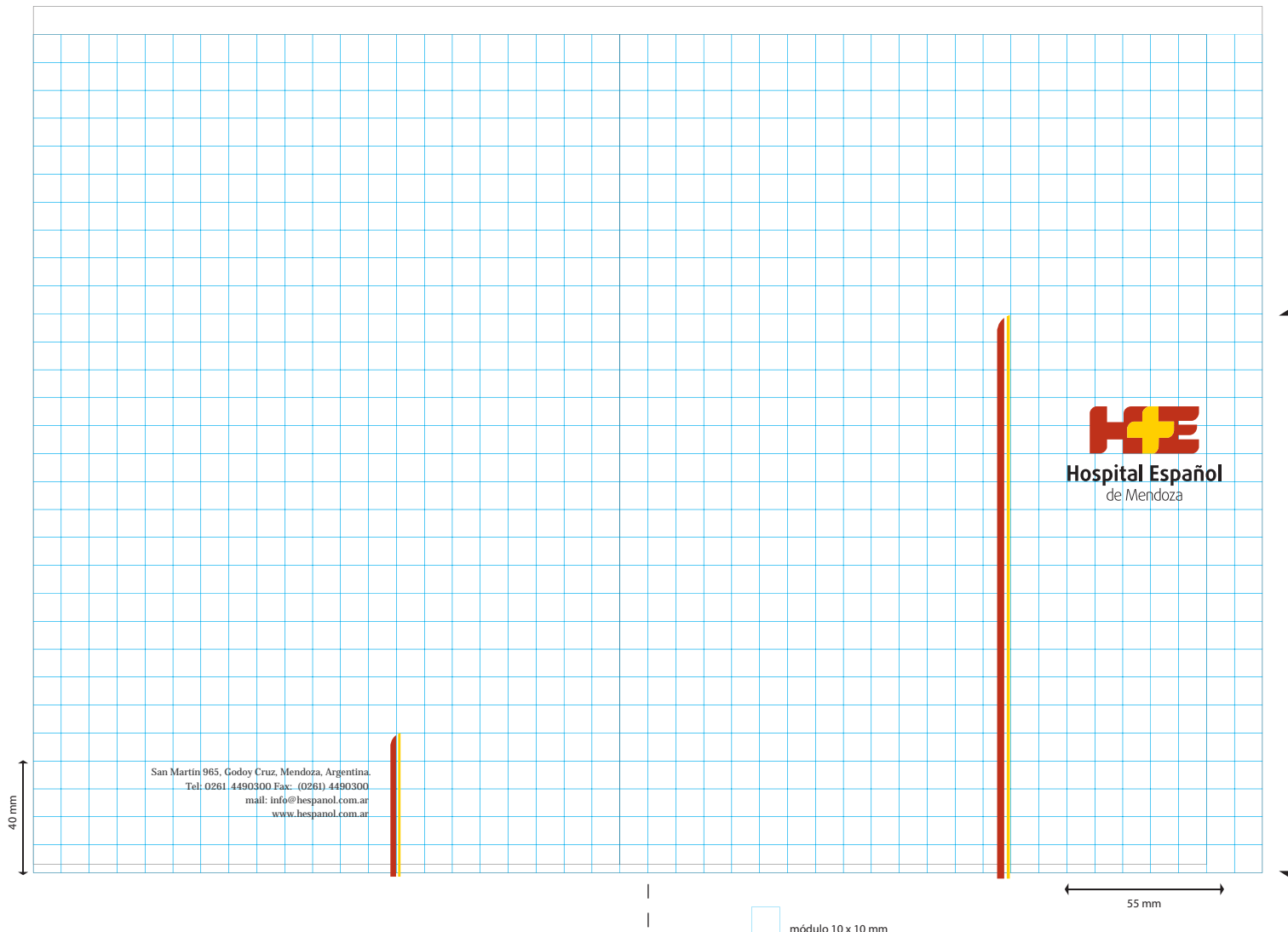
Papel: Color spot liso blanco. 220 gr. / m²

Cantidad de tintas: 3/0

 PANTONE 1805 C

 PANTONE 7406 C

 PANTONE Black C



Códigotipográfico

El tipo de letra utilizado para la papelería es Georgia, es una tipografía de distribución gratuita por lo que está disponible en cualquier sistema.

Datos: Georgia regular cuerpo 10, interlineado 14.

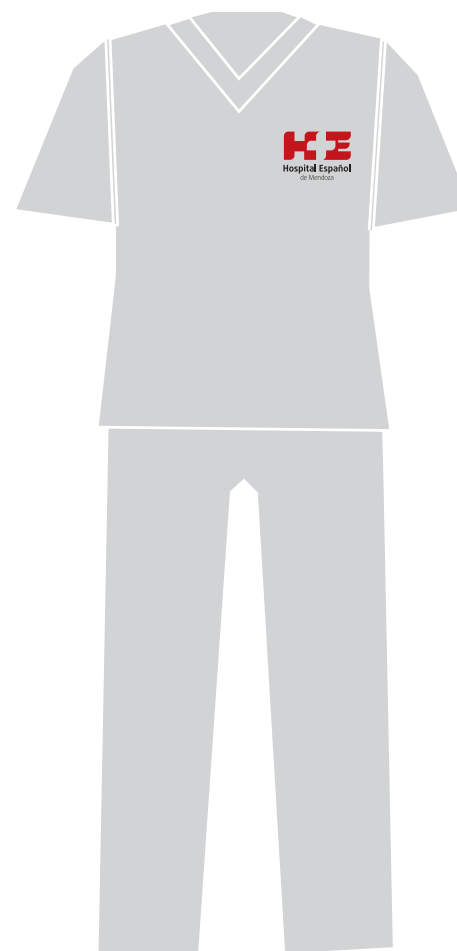
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
* - + , . - ; : # \$ ¡ @

**Indumentaria
y promoción**

Indumentaria

Cuerpo médico

En los casos en que el color de la tela perjudique a la legibilidad y por tanto a la percepción de la marca, deberá utilizarse otra variable de la misma siempre que responda a los usos permitidos.



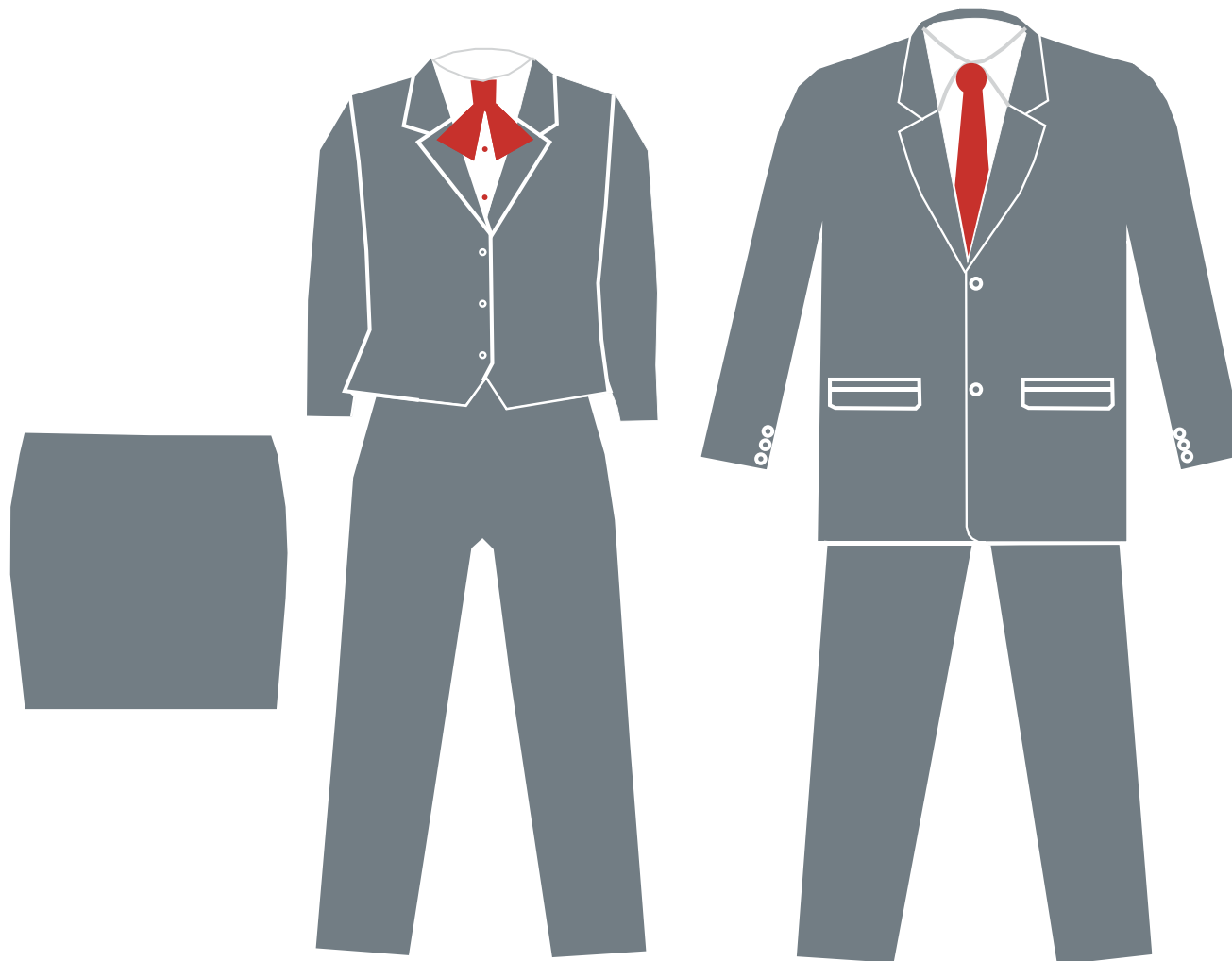
Cuerpo médico

Pin



El pin sirve como elemento distintivo e identificativo para el personal que no use el uniforme con la marca bordada.

Personal administrativo



Parasol

Lapiceras



Anexo.
Marca FHEM

Aplicación de marca



Positivo, 3 tintas: aplicación original se utilizará en todos los casos posibles.

Positivo, 2 tintas: esta versión se utilizará para impresiones económicas a dos tintas. La cruz del isotipo va calada y en ningún caso debe usarse un tramado de negro.

Positivo, 1 tinta: se aplicará en aquellos casos en que no se puede emitir el color o en publicaciones económicas a una tinta. Como fax, avisos publicitarios en diario, guía telefónica, fotocopias, etc.

Negativo, 1 tinta: La versión en negativo es una variable de aplicación de menor frecuencia.

Se utilizará en aquellos casos en que el color del soporte sea del mismo color que la marca o en los casos en que el color de fondo plano perturbe la legibilidad del isologotipo.

Reducciones



1,5 cm



1 cm



Georgia / Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ % & ' @

Georgia / Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
*** - + , . - ; : # \$ % & ' @**

Georgia / Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
**** - + , . - ; : # \$ % & ' @***

Georgia / Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
** - + , . - ; : # \$ % & ' @*

Dax / Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ % & ' @

Dax / Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ % & ' @

Dax / Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ % & ' @

Dax / Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
*** - + , . - ; : # \$ % & ' @**

Dax / Extra bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
*** - + , . - ; : # \$ % & ' @**

Dax / Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " . \$ % & / () = ¿ ?
*** - + , . - ; : # \$ % & ' @**

Georgia

Tipografía de distribución gratuita. Se encuentra disponible por defecto en todos los sistemas operativos, además es una tipografía estándar para el uso en internet. Esta tipografía se utilizará para todas las comunicaciones formales y/o informativas del hospital. También se utilizará en las comunicaciones de promoción o publicitarias como para tipográfico con la tipografía DAX line Pro y se utilizará para todos los textos informativos o de datos duros. Se eligió este tipo de letra para que sea sencillo uniformar las comunicaciones que emiten, formal o informalmente, los distintos sectores del hospital.

Dax Line Pro

Esta tipografía es la que utiliza el anclaje verbal de la marca y se utilizará para todas las comunicaciones publicitarias en las que intervenga un equipo de comunicación designado que trabaje en base a las normas del presente manual. Se utilizará para titulares e información jerarquizada.

Código de color



Composición CMYK

■ 00
■ 000
■ 000
■ 70

WEB: #6D6F71



Composición CMYK

■ 00
■ 100
■ 100
■ 20

WEB: #BF311A



Composición CMYK

■ 00
■ 20
■ 100
■ 00

WEB: #FFCF01



Composición CMYK

■ 00
■ 00
■ 00
■ 100

WEB: #000000

Código tipográfico

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
< > ! " ' . \$ % & / () = ¿ ?
*** - + , . - ; : # \$ ¡ @**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 < > ! " ' . \$ % & / () = ¿ ?
 * - + , . - ; : # \$ ¡ @

Para el anclaje verbal se utilizaron las siguientes tipografías:

DAX - Bold: Para el nombre del Hospital.

DAX - Light : Para la denominación de lugar.





->A« Alejandra Gómez Quiroga - cel. 261 156 425 008
m! Mariana Ruggeri - cel. 261 155 009 166

www.pinklab.com.ar
estudio@pinklab.com.ar
