



Centro SaNe



ÍNDICE

1 Introducción

2 Marca

2.1 Elementos de la marca

2.2 Construcción de la marca

2.3 Versiones

2.4 Área segura y usos mínimos

3 Tipografía

3.1 Primarias

3.2 Secundarias

3.3 Justificación

4 Usos

4.1 Correctos

4.2 Incorrectos

5 Aplicaciones

5.1 Papelería y Merchandising

5.2 Redes

1 INTRODUCCIÓN

Centro SaNe surge en el año 2014 con Néstor y Sabina a la cabeza y un objetivo principal, deconstruir la medicina convencional. Se especializan en Medicina Tradicional China lo cual agrupa un sin fin de disciplinas, desde acupuntura, reflexología, digitupuntura, entre otras. La idea de crear una marca surge ante la necesidad de expandirse, "darse a conocer" en la zona y ampliar la vieja técnica del boca en boca.

Los valores del centro son

- Aportar a la salud integral de cada paciente
- Apostar a una medicina más natural
- Fomentar en las personas la paciencia con su cuerpo, con sus limitaciones y creencias
- Comprometerse en la formación constante, respetando y comprometiéndose constantemente con la práctica.

Estos valores son los que, la marca, pretenderá transmitir.

2 MARCA

La elección del nombre para la construcción de esta marca fue una toma de decisión muy importante. Asimismo "SaNe" implica una doble interpretación, por un lado, remite a la idea de sanación (especialmente interna) que se intenta construir. Por el otro, representan las dos primeras letras de los nombres de sus fundadores

- Sa (Sabina)
- Ne (Nestor)

Por su parte, la desición de la palabra "centro" tiene que ver con su perspectiva hacia el futuro como, además, un espacio de formación para futuros y futuras terapeutas.

Por su parte, el simbolo que funciona a modo de "Monograma" pretende, en primer lugar, realizar una simplicación del nombre y, en segundo lugar, representar uno de los símbolos más importantes dentro de la Medicina Tradicional China (MTC) el Ying y Yang



Centro SaNe

1.1 Elementos de la marca

Esta marca está compuesta por diversos elementos que, poseen características literales y simbólicas.

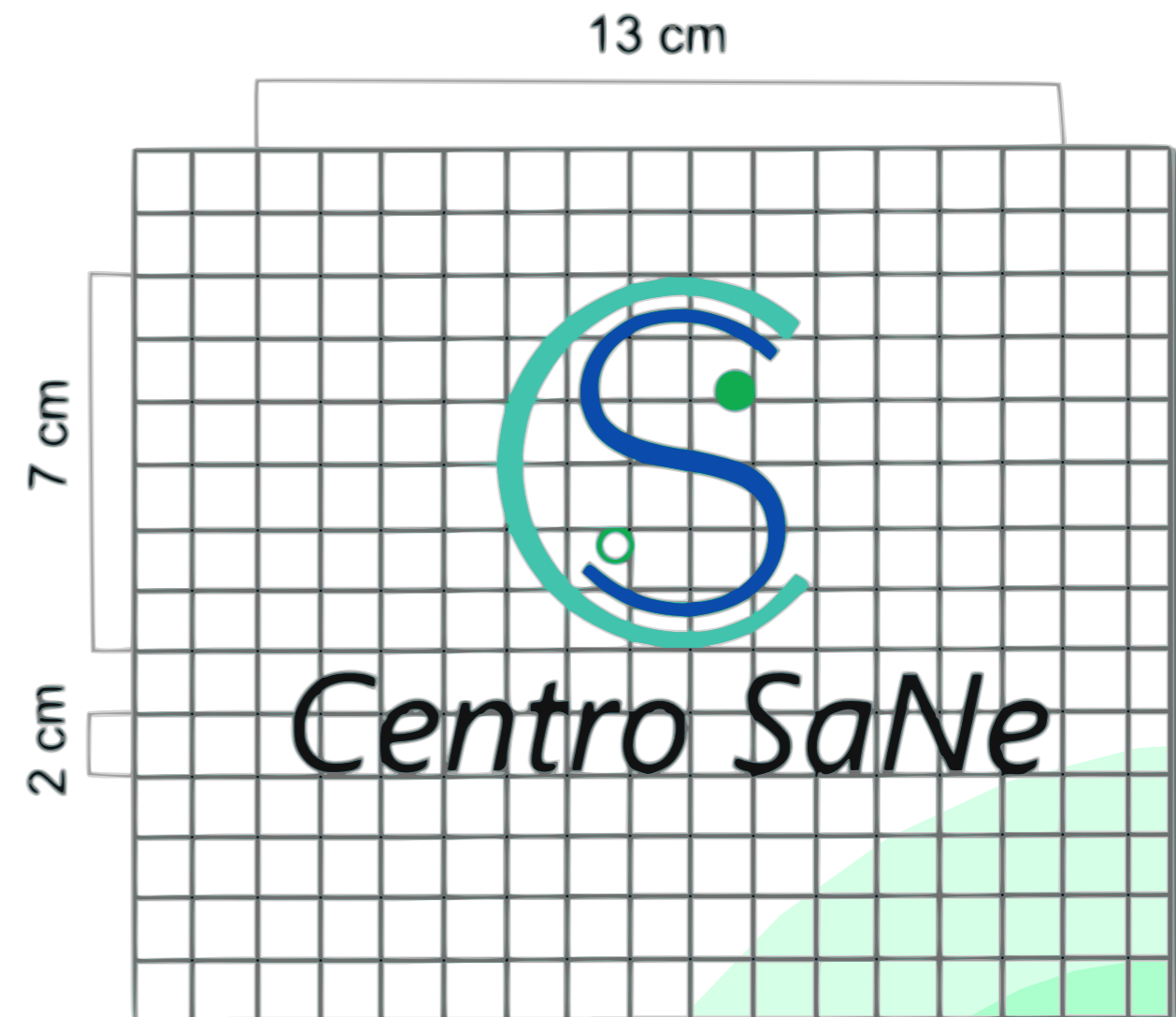
La "C" hace referencia a la inicial de "CENTRO", la "S" hace referencia a la inicial de "SaNe" pero su vez se cuenta con los dos puntos que en su integridad permite visualizar el "Ying y yang" aunque este no esté cerrado y posea variaciones. Por último, el texto "Centro SaNe" refuerza la identidad.



Centro SaNe

2.2 Construcción de la marca

En la construcción de la marca nos encontramos con el texto que mide 2 centímetros de alto, el logotipo 7 centímetros de alto y el conjunto 13 centímetros de ancho.



2.3 Versiones

Es posible encontrarse la marca de "Centro SaNe" en la versión principal, en escala de grises o en negativo, dependiendo la finalidad de la aplicación. (tenes en cuenta que estos son los usos correctos, no otros. Ver en punto 4)

Aplicación principal



Versión en escala de grises



Versión en negativo



2.4 Área segura y usos mínimos

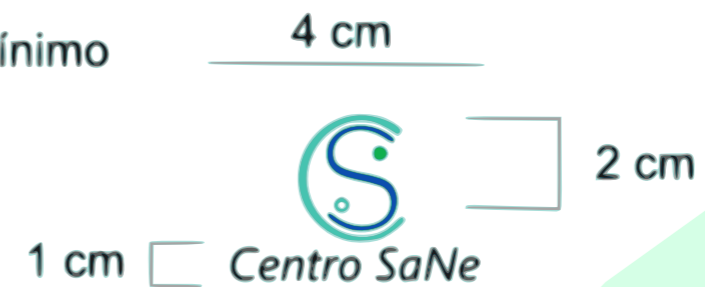
El área reservada para la seguridad de la marca debe ser respetada en cualquier caso sin excepción alguna.

El uso mínimo de la marca no puede ser menor a las medidas señaladas en la imagen.

Área de seguridad



Uso mínimo



3 TIPOGRAFÍA

La elección tipográfica de la presente marca implicó una búsqueda intencional ya que se considera fundamental a la hora de transmitir las ideas y valores del centro. Se buscaba construir una marca fina, bien definida pero a la vez delicada, este rasgo predomina en la construcción del símbolo. Además, se buscaba otorgarle un espacio importante al nombre del centro ya que se consideraba primordial para la identidad.

3.1 Tipografías Primarias

Para la construcción de la marca se utilizaron las siguientes tipografías.

Letras C y S: PalmBeach Trial

Texto "Centro SaNe": Segoe UI Italic

PalmBeach Trial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Segoe UI Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

3.2 Tipografías Secundarias

Para acompañar la marca, se recomienda utilizar la tipografía ARIAL, ya que oficiaría de elemento neutro y no opacaría la marca en sí.

Se puede utilizar en elementos formales como en informales.

En cualquier caso, la tipografía secundaria deberá ser una sans serif siguiendo la misma línea de la marca y se deberá prestar especial atención en el lugar y el tamaño de la misma.

ARIAL

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

0123456789

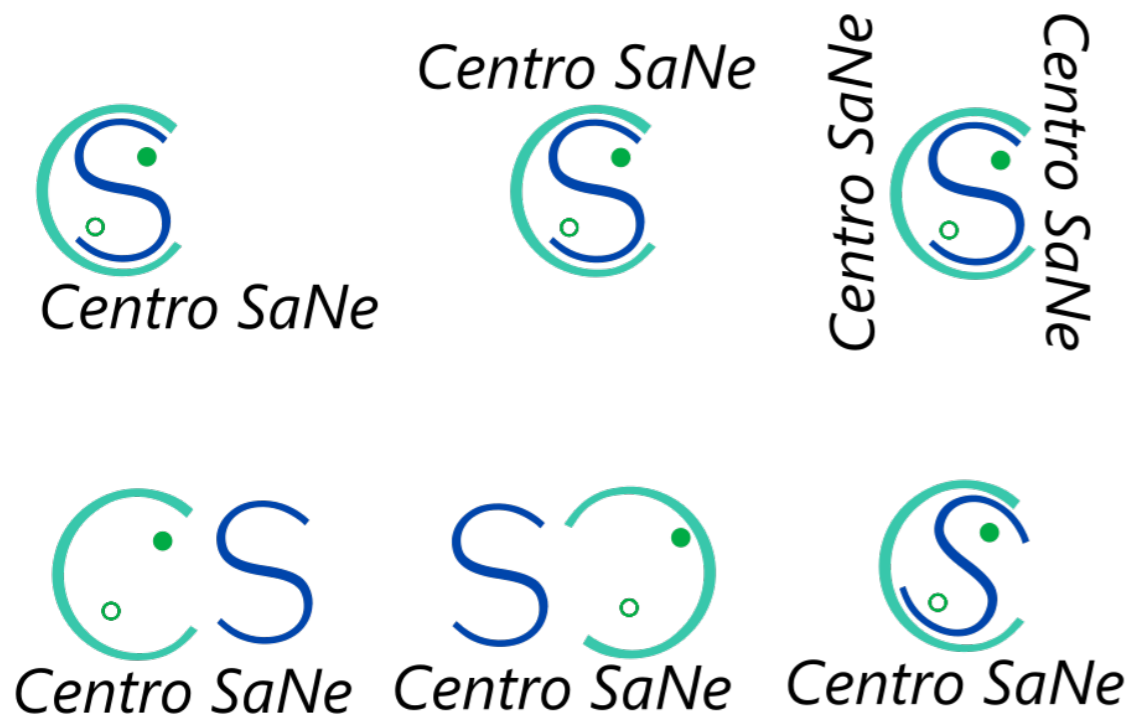
4 USOS

El propósito de la presenta marca es ser utilizada en distintos soportes para generar una pregnancia social. Por esta razón, resulta sumamente relevante considerar que no se puede aplicar en cualquier lugar de cualquier manera.

Las formas incorrectas de aplicación de la marca atentarían contra la misma y su objetivo principal.

4 Usos incorrectos

Ubicación de los elementos



Proporción y color



4 Usos correctos

Principal



Aplicación en color



5 APLICACIONES

A continuación se presentarán una variedad de lugares en donde la marca puede ser aplicada. Cabe aclarar que este repertorio no está cerrado y está sujeto a nuevas incorporaciones o incluso algunos cambios.

5.1 Aplicaciones papelería

Papel Carta



Sobre

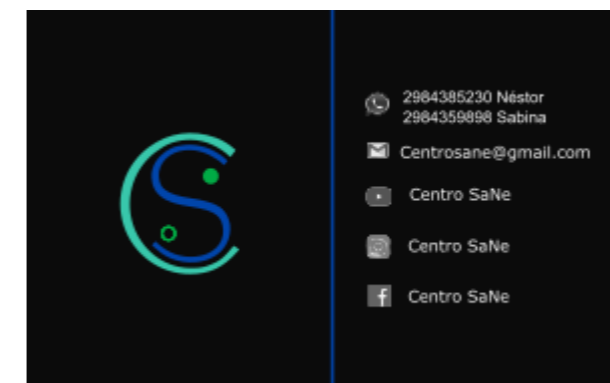


Belgrano 869 - General Roca - Rio Negro
CentroSane@gmail.com



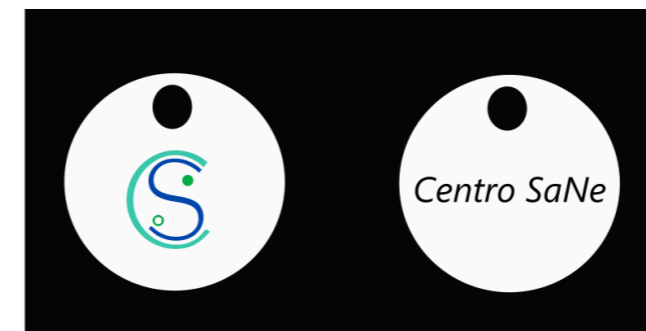
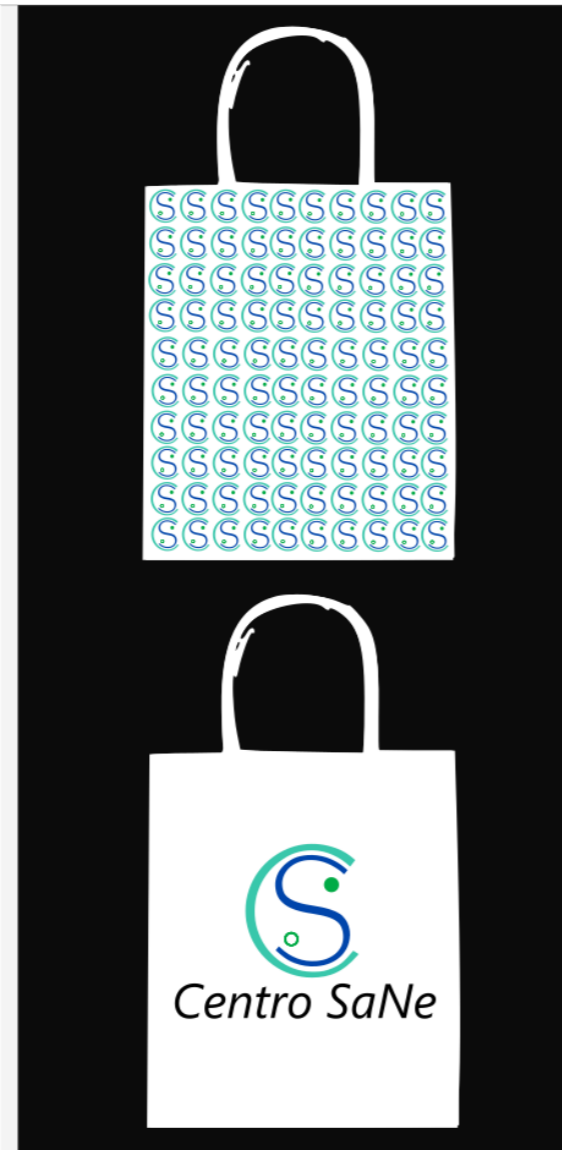
5.1 Aplicaciones papelería

Tarjeta personal



5.1 Aplicaciones papelería

Merchandising

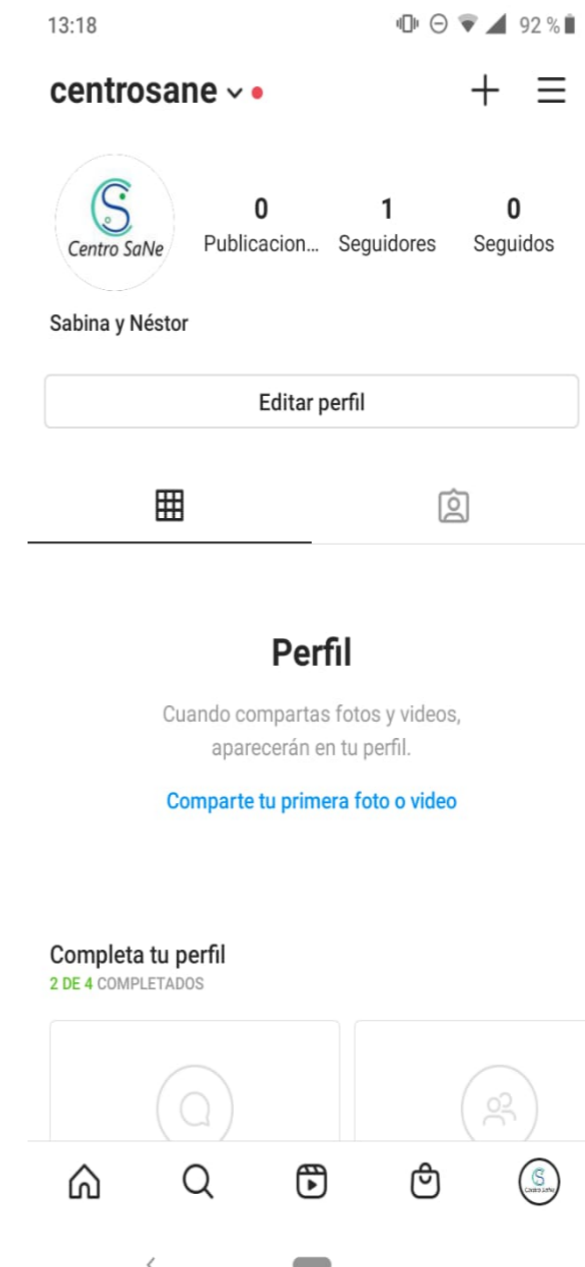


5.2 Aplicaciones redes

Facebook

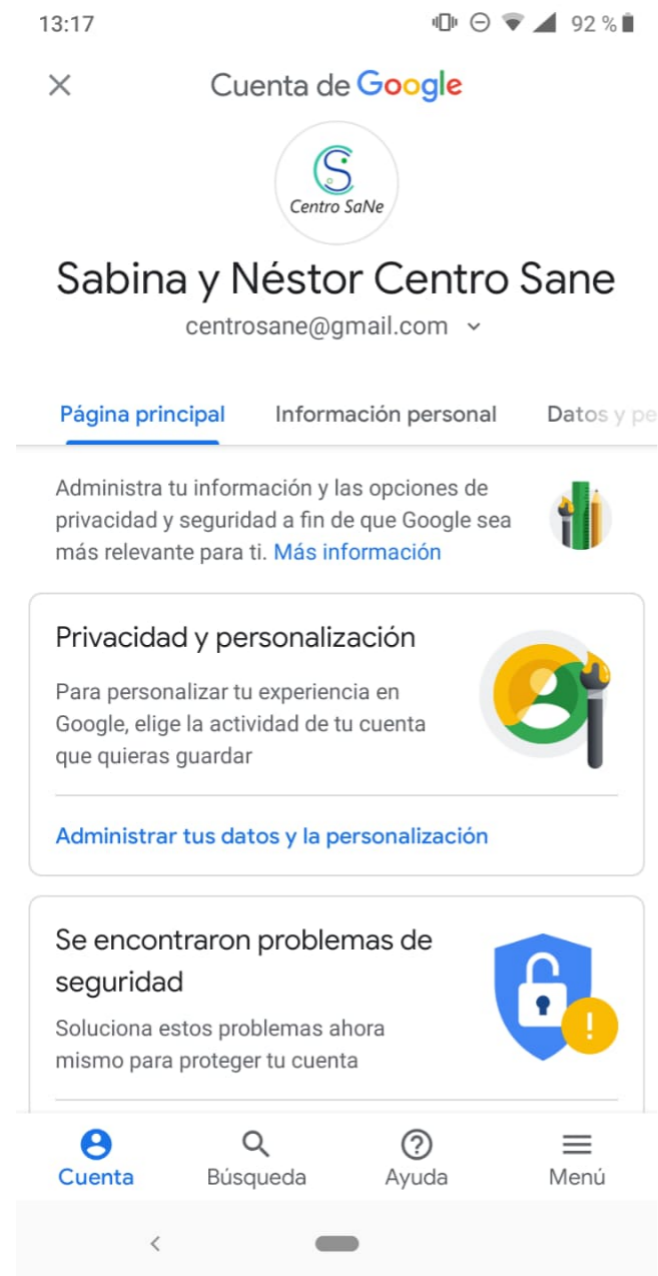


Instagram

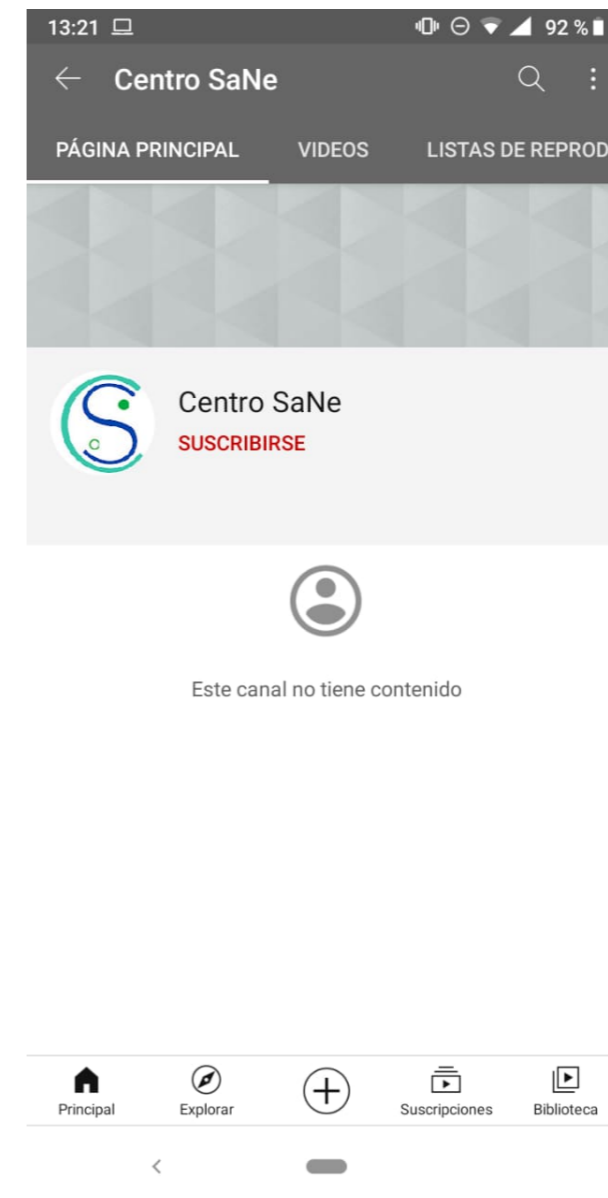


5.2 Aplicaciones redes

Gmail



YouTube



Manual de Marca "Centro SaNe"
Identidad y Diseño 2020
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales
Universidad Nacional del Comahue

