

Manual de Marca



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

Manual de Marca



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

Contenidos

1. ESTRATEGIA

- 1.1 Esencia
- 1.2 Posicionamiento
- 1.3 Personalidad
- 1.4 Valores
- 1.5 Identidad Verbal
 - Mensaje
 - Tono de voz

2. LA MARCA Y SU ARQUITECTURA

- 2.1 Grupo Gamma
 - Versión principal
 - Versión secundaria
 - Código cromático
 - Grillas Constructivas
 - Aplicación sobre fondos de color
 - Aplicación a 1 tinta
 - Aplicación a escala de grises
- 2.2 Unidades Prestacionales
- 2.3 Departamentos Médicos y de Gestión
- 2.4 Servicios y Comités
- 2.5 Otras marcas del grupo
- 2.6 Reducciones mínimas
- 2.7 Usos incorrectos

3. GRAFICA COMPLEMENTARIA

- 3.1 Supergraphic
- 3.2 Colores complementarios
- 3.3 Tipografías complementarias
- 3.4 Tipos de imágenes

1. ESTRATEGIA DE MARCA

La Estrategia de una Marca define su rumbo y describe cuáles son los principios y convicciones que la ayudarán a seguir el horizonte deseado. Está pensada para sus audiencias, buscando destacarse en el entorno competitivo.

Permite saber 'quién soy', y en consecuencia, 'cómo tengo que actuar'.

Permite alinear a todos y a todo detrás de una misma identidad, generando un sentido de pertenencia.

Es la guía para desarrollar todas las acciones de marketing y comunicación interna y externa de la marca.

Ayuda a darle unicidad y consistencia a todos los puntos de contacto de la marca con sus audiencias.

Ayuda a construir la marca en el largo plazo. Al incorporarla a la organización, permite vivir la marca internamente, para luego expresarla hacia afuera, entregando la promesa de marca deseada .



1.1 Esencia

Es la forma más simple de definir la marca.
Debe ser apropiable y diferenciadora.
Debe ser lo suficientemente inspiradora.

Grupo Gamma

La mejor experiencia en salud

1.2 Posicionamiento

¿Cómo queremos que nos vea nuestro público?

¿Cómo nos ubicamos en la mente de la audiencia en el contexto competitivo?

Enfatiza las características que distinguen a la marca de sus competidores y la hacen atractiva para el público.

Para todas las personas que valoran
una mejor prestación médica.

Grupo Gamma es la Red Integrada que pone
en primer lugar las necesidades de sus pacientes
para ofrecer una experiencia diferente
en servicios de salud.

1.3 Personalidad

Son características especialmente emocionales y actitudinales.

La personalidad se transmite a través de todas las expresiones de la marca (las comunicaciones, publicidad, promociones, etc.) y puntos de contacto con sus clientes.

- ES...

Médico
Íntegro
Apasionado
Humano
Exigente
Eficiente
Coherente
Firme
Visionario
Confiable



1.3 Personalidad

Son características especialmente emocionales y actitudinales.

La personalidad se transmite a través de todas las expresiones de la marca (las comunicaciones, publicidad, promociones, etc.) y puntos de contacto con sus clientes.

- NO ES...

Informal
Amiguero
Masivo
Exagerado
Improvisado
Disperso
Desinteresado
Sensacionalista



1.4 Valores

Pilares Estratégicos

1. Integrados como equipo
2. Enfocados en nuestros pacientes
3. En evolución constante
4. Con “Cultura Gamma”
5. Garantizando seguridad

1.4 Valores

1. Integrados como equipo

La unión nos fortalece.

Como Red Integrada de salud incentivamos la comunicación y colaboración entre nuestro cuerpo médico y no-médico. La integración y coordinación nos permite brindar el mejor servicio, con la mayor eficiencia.

**Nuestra Red Integrada complementa capacidades,
potencia el saber y beneficia a nuestros pacientes.**

A close-up photograph showing several hands from different people reaching towards a central point where they are stacking green, rectangular blocks. The hands are of various skin tones and are wearing different types of clothing, including white shirts and a grey suit jacket. The blocks are stacked vertically, with some hands holding them steady while others are in the process of placing or adjusting them. The background is blurred, focusing attention on the hands and the blocks.

Integrados como equipo

1.4 Valores

2. Enfocados en nuestros pacientes

Las personas siempre están primero.

El cuidado de nuestros pacientes supone comprensión, sensibilidad de saber escuchar y explicar. Estamos atentos a las verdaderas necesidades individuales.

Porque nos involucramos podemos acompañar mejor a nuestros pacientes.



Enfocados en nuestros pacientes

1.4 Valores

3. En evolución constante

Buscamos con entusiasmo generar cambios.

La evolución es en Grupo Gamma el eje principal de transformación para el crecimiento científico y tecnológico. Damos lugar a la investigación, la capacitación y el desarrollo de quienes conforman nuestro grupo.

Con foco en la medicina y en el bienestar de las personas (nos) proyectamos hacia el futuro.



En evolución constante

1.4 Valores

4. Con Cultura Gamma

Nos diferencia la forma de hacer las cosas.

Los que formamos parte de Grupo Gamma estamos comprometidos en buscar constantemente la mejor calidad en todos los aspectos. Es un proceso que nace desde adentro y se refleja hacia fuera.

Cada uno, desde su lugar y función, tiene día a día el objetivo de dar más /de hacer las cosas mejor.



Con Cultura Gamma

1.4 Valores

5. Garantizando seguridad

Brindamos absoluta tranquilidad a nuestro equipo, pacientes y clientes.

Trasciende la excelencia del cuerpo médico o la última tecnología, la seguridad del paciente se logra a través de un sistema de seguimiento de procesos, que reduce riesgos y determina estándares para la prestación.

Nuestros procesos unificados y criterios comunes garantizan resultados.



Garantizando seguridad



1.5 Identidad verbal

Introducción

Es tan importante lo que decimos, como el modo en que lo hacemos.

La Marca, al comunicarse con sus audiencias, tanto en forma oral como en forma escrita, también define su identidad.

La identidad verbal debe ser consistente, y por sobre todo debe ser coherente con la estrategia de la marca, con su esencia.

A continuación se definen algunas pautas:

- Mensaje: qué decimos > Palabras clave
- Tono de Voz: cómo lo decimos > Atributos

1.5 Palabras clave

Banco de palabras.

Son conceptos fundamentales para el Grupo, son aquellas palabras/ conceptos que siempre deben estar presentes en las comunicaciones del Grupo. Surgen de nuestra estrategia de marca, de nuestra esencia.

Experiencia
Mejor | mejorar
Salud | medicina
Calidad
Bienestar
Equipo | Colaboración | Complemento
Comunicación
Servicio
Eficiencia
Red Integrada | Integración | integrados
Potencia
Dedicación | Cuidado | Necesidades individuales
Nuestros pacientes
Comprensión | Sensibilidad
Acompañar | Involucrarse
Cultura Gamma
Diferente
Compromiso
Evolución | Búsqueda | Crecimiento | superarse
Entusiasmo
Futuro | Avance | Proyección
Investigación
Capacitación | Desarrollo
Enfocados
Tecnología | Profesionales
Seguridad | Garantía | Tranquilidad
Excelencia
Procesos
Unificado | Criterios comunes
Resultados
Innovación | Visión

La mejor experiencia en salud

1.5 El tono de voz: cómo lo decimos

El tono puede cambiar totalmente un mensaje. Está alineado y permite reforzar la personalidad de marca. Son una serie de atributos que definen “como” nos comunicamos.

Los atributos del tono de voz de Grupo Gamma son:

• Empatía

Público en general: Nuestras comunicaciones tienen que mostrar que conocemos y entendemos las necesidades de nuestros clientes. Tenemos que hablarles de un modo amable y cercano, con información relevante a un nivel de profundidad pensado para la/s persona/s a la/s que nos dirigimos.

Médicos: entender también sus exigencias y necesidades. Reflejar nuestro conocimiento con un lenguaje técnico/científico, acompañado de números, resultados, etc. Desafiar sus conocimientos, ser referente.

Textos que involucren emocionalmente (especialmente pacientes).
Expresiones que demuestren conexión con ellos.

Vocabulario familiar para cada público.
Con los médicos, hablar su mismo “idioma” (terminología)

• Transparencia y compromiso

Tenemos que tener un lenguaje simple, transparente, con un modo directo y llano. Debemos reflejar con seriedad y respeto nuestro compromiso con nuestros clientes, mostrándonos auténticos.

Ser objetivos y creíbles.

Frases cortas y claridad en el discurso.

Facilitar la lectura para ser confiables.

• Profesional amigable

Somos un gran grupo de calificados profesionales, pero no somos distantes, estamos involucrados.

Textos escritos en primera persona plural (nosotros)

1.5 El tono de voz: cómo lo decimos

El tono puede cambiar totalmente un mensaje. Está alineado y permite reforzar la personalidad de marca. Son una serie de atributos que definen “como” nos comunicamos.

• Decididamente integrados

Nunca priorizar las partes por sobre el todo.

Hablamos primero de Grupo Gamma, después hacemos referencia a centros, médicos, servicios, tratamientos específicos.

• Hablando al futuro

Somos un grupo visionario y dinámico, estamos constantemente mejorando, podemos concretar acciones, y definir acciones a futuro.

Voz activa
Evitar gerundios (acciones que nunca se concretan)
Contar acciones realizadas o comunicar acciones concretas a futuro.
Ser innovador, no rupturista. Combinar experiencia y creatividad.
Tono optimista.

1.5 Ejemplos

Texto /Contenidos para pacientes

Cumbres Terapia Radiante está incorporando tecnología de vanguardia que permitirá desarrollar IMRT con multileaf, brindando así el mayor nivel de seguridad al minimizar la radiación en el tejido sano.

Conozca las ventajas en: www.grupogamma.com



"No olvide hacerse 1 mamografía por año...



Grupo Gamma presenta el Servicio de Medicina Reproductiva, que se convierte en el más moderno del interior de la Argentina. Estamos incorporando la última tecnología, y aplicando procedimientos de vanguardia por los profesionales más reconocidos.



Para cada problema de salud estamos ofreciendo una propuesta adecuada de servicios.



SI

En Grupo Gamma incorporamos tecnología de vanguardia que nos permite desarrollar IMRT con multileaf, y garantizar el mayor nivel de seguridad para nuestros pacientes al minimizar la radiación en el tejido sano.

Conocé las ventajas en: www.grupogamma.com

"No te olvides, 1 vez al año, hacete una mamografía...

Grupo Gamma presenta al más moderno Servicio de Medicina Reproductiva del interior de la Argentina, con la última tecnología, procedimientos de vanguardia y la experiencia de su equipo de profesionales altamente reconocidos.

Priorizamos las necesidades de nuestros pacientes para ofrecer una experiencia diferente en servicios de salud.

1.5 Ejemplos

PACIENTES

Tipos de cáncer de mama

- **Carcinoma ductal:** es el más frecuente, ya que representa alrededor del 90% de los casos. Se origina en los conductos que llevan la leche hasta el pezón.
- **Carcinoma lobuililar:** se origina en los conductos de los lobuililos mamarios, que son las glándulas donde se produce la leche.

...

"A vos, que sos nuestro paciente..."

MÉDICOS

Las características moleculares llevaron a que el cáncer de mama se clasifique en los siguientes cinco subtipos distintos:

- Tipo basal
- HER2+
- Normal
- Luminal A
- Luminal B

...

"A Ud., que conforma nuestro equipo..."

FINANCIADORES

"A Ud., que confía en nuestro grupo..."

Para lograr que la comunicación sea apropiada debe responder a estas 3 preguntas:

1- ¿Por qué lo estás diciendo?

En primer lugar, hay definir claramente cuál es el propósito u objetivo de la comunicación.
Si el objetivo es claro para Grupo Gamma también lo va a ser para su audiencia.

2- ¿Dónde lo estás diciendo?

Pensar cuál va a ser el soporte o medio en el que se va a comunicar.
El tono que se utiliza para escribir un aviso, no es el mismo que se usa para comunicar en una carta o en un folleto

3- ¿A quién te estás dirigiendo?

Grupo Gamma tiene diferentes targets.
En cada caso se debe considerar cuál es el target objetivo de la comunicación:

- Médicos y financiadores:	se requiere un lenguaje más técnico-profesional.	Mensaje personalizado: hablar de Usted.
- Pacientes:	se requiere un mensaje simple y claro, apelar más a las emociones sin dejar de ser profesional.	Mensaje personalizado: hablar de vos.

1.5 “Grupo Gamma” como texto

A continuación quedan establecidos algunos criterios para la utilización de la denominación de la marca como texto.

1.

Cuando se menciona la marca dentro de un párrafo no se coloca el isologotipo, sino que simplemente se escribe "Grupo Gamma". *
Es texto, no es una imagen. Toma la tipografía del texto. Puede ir destacado en negrita si se lo considera necesario.

2.

Al referirse en el texto a la marca, deberá ser siempre como "Grupo Gamma", no utilizar "El Grupo Gamma". *

3.

Al referirse al grupo como sustantivo, se agrega el artículo pero grupo va en minúscula, ya que deja de ser nombre propio.

(*) Las comillas sirven solo para remarcar el ejemplo. En el texto no debe utilizarse Grupo Gamma entre comillas.

Esencia de Marca	La mejor experiencia en salud				
Posicionamiento de Marca	Para todas las personas que valoran una mejor prestación médica. Grupo Gamma es la Red Integrada que pone en primer lugar las necesidades de sus pacientes para ofrecer una experiencia diferente en servicios de salud.				
Personalidad de Marca	Médico, Íntegro, Apasionado, Humano, Exigente, Coherente, Eficiente, Firme, Visionario, Confiable				
Pilares de la Marca	Integrados como equipo La unión nos fortalece. Nuestra red complementa capacidades, potencia el saber y beneficia a nuestros pacientes.	Enfocados en nuestros pacientes Las personas siempre están primero. Porque nos involucramos podemos acompañar mejor a nuestros pacientes.	En evolución constante Entusiasmo por generar cambios, búsqueda. Con foco en la medicina y en el bienestar de las personas nos proyectamos hacia el futuro.	Con "Cultura Gamma" Nos diferencia la forma de hacer las cosas. Cada uno, desde su lugar y función, tiene día a día el objetivo de dar lo mejor / de hacer las cosas mejor.	Garantizando Seguridad Brindamos absoluta tranquilidad a nuestro equipo, pacientes y clientes. Nuestros procesos unificados y criterios comunes garantizan resultados.
Identidad Verbal	Define Palabras Clave del Mensaje		Define atributos del Tono de Voz		

2. LA MARCA Y SU ARQUITECTURA

La arquitectura de marca es un sistema que estructura y clarifica la oferta de servicios y productos para su audiencia.

Establece la relación y el vínculo entre la marca madre y sus “unidades de negocios” (submarcas), dejando preparado el escenario para la expansión.



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

Unidades
Prestacionales
(UP)

INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO AMBULATORIO

CUMBRES
TERAPIA RADIANTE

GAMMALAB
ALTA COMPLEJIDAD ANALÍTICA

LAS VERTIENTES
CENTRO MÉDICO

SANATORIO LOS ARROYOS

HOSPITAL PRIVADO DE ROSARIO

Departamentos

DEPARTAMENTOS MEDICOS

DEPARTAMENTOS DE GESTION

Servicios y Comités

Servicios

Comités

2.1 Grupo Gamma

Versión Principal - Positivo color

Se utilizará la versión positiva color del identificador sobre fondo blanco como principal aplicación de la Identidad Visual. Los colores que se utilizarán en el Identificador son Negro y verde PANTONE 336 C. Toda la comunicación / mensajes generales llevan la firma de Grupo Gamma. Siempre que no haya limitaciones se debe aplicar esta versión del isologotipo (versión principal a color, completa).



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

2.1 Grupo Gamma

Versión Secundaria. Aplicación centrada

Esta aplicación deberá sólo ser utilizada en aquellos casos donde las características del soporte dificulten el uso de la versión principal.



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

2.1 Grupo Gamma

Código cromático

El Código Cromático establece los colores de Grupo Gamma. Dichos colores son parte de la Identidad y deben ser considerados como tal, no pueden ser reemplazados por colores similares ni distorsionados en su composición. Para mantener la tonalidad de sus colores establecemos tablas de equivalencias de acuerdo al sistema donde deban implementarse, ya sea el de tintas especiales, cuatricromía, RGB o html.

Paleta Principal	PANTONE	CMYK	RGB	HTML
	PANTONE 336 C	C:95 - M:11 - Y:70 - K:44	R: 0 - G: 102 - B: 79	#00664F
	PANTONE BLACK C	C: 0 - M: 0 - Y: 0 - K: 100	R: 44 - G: 42 - B: 41	#2C2A29

Los códigos y equivalencias para establecer los valores estan tomados del catálogo Pantone (The Plus Series, Color Bridge Coated).

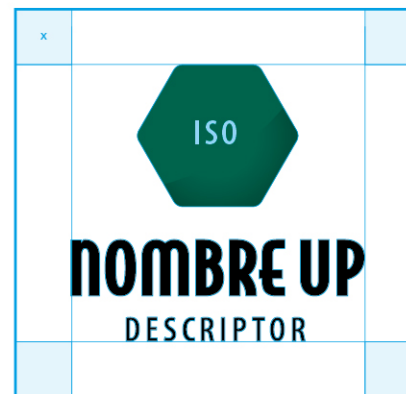
2.2 Grillas Constructivas

Área de Reserva

Se ha establecido el área de reserva para preservar el identificador. La unidad de medida será el módulo generado por la altura del texto principal. El área de reserva mínima será de 1 módulo de cada lado.



GRUPO GAMMA



2.1 Grupo Gamma

Aplicación color sobre fondos

El isotipo se utilizará preferentemente sobre fondo blanco o sobre la paleta secundaria de color establecida en este manual.

El fondo de color deberá ser pleno al menos en el área de reserva de la marca de modo que no afecte su legibilidad.

Las demás marcas de grupo siguen los mismos criterios de aplicación que se detallan en las páginas 51-54.



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

2.1 Grupo Gamma

Aplicación a 1 tinta color

Para aquellos casos en los que hay limitaciones de colores, existe una la aplicación a 1 tinta, en el verde PANTONE 336C. Esta versión puede funcionar en positivo o negativo (en blanco sobre dicho color).



2.1 Grupo Gamma

Aplicación a 1 tinta blanco y negro

Cuando no es posible aplicar el isotipo a 1 tinta en verde PANTONE 336C, deberá aplicarse en blanco y negro o escala de grises.



2.1 Grupo Gamma

Aplicación a 1 tinta escala de grises

Para la aplicación en escala de grises se deberá tener en cuenta que el valor de negro no puede ser inferior al 50%.



2.1 Grupo Gamma

Aplicación a 1 tinta sobre otros fondos de color

Sobre otros fondos de color es preferible aplicar la versión en blanco, porque resulta más neutra en las diferentes combinaciones.



2.2 Unidades Prestacionales



INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO AMBULATORIO



CUMBRES
TERAPIA RADIANTE



GAMMALAB
ALTA COMPLEJIDAD ANALÍTICA



LAS VERTIENTES
CENTRO MÉDICO



SANATORIO LOS ARROYOS

2.2 Unidades Prestacionales

Versión Secundaria. Aplicación centrada



INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO
AMBULATORIO



CUMBRES
TERAPIA RADIANTE



GAMMALAB
ALTA COMPLEJIDAD
ANALÍTICA



LAS VERTIENTES
CENTRO MÉDICO



SANATORIO LOS ARROYOS

2.2 Unidades Prestacionales

Versión Secundaria. Aplicación centrada



INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO
AMBULATORIO



CUMBRES
TERAPIA RADIANTE



GAMMALAB
ALTA COMPLEJIDAD
ANALÍTICA



LAS VERTIENTES
CENTRO MÉDICO

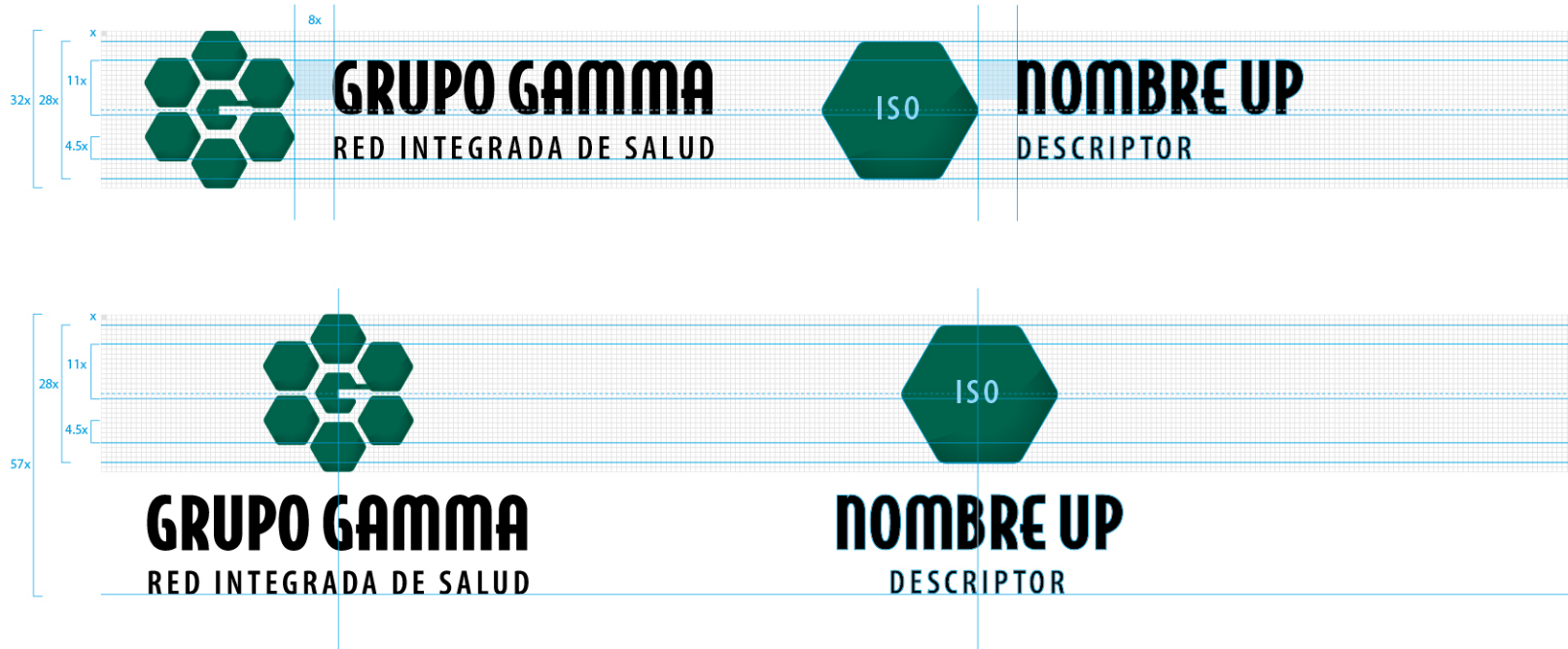


**SANATORIO
LOS ARROYOS**

2.1 Grillas constructivas

Las grillas exponen datos constructivos del isotipo de las Instituciones y sus proporciones con respecto al de Grupo Gamma.

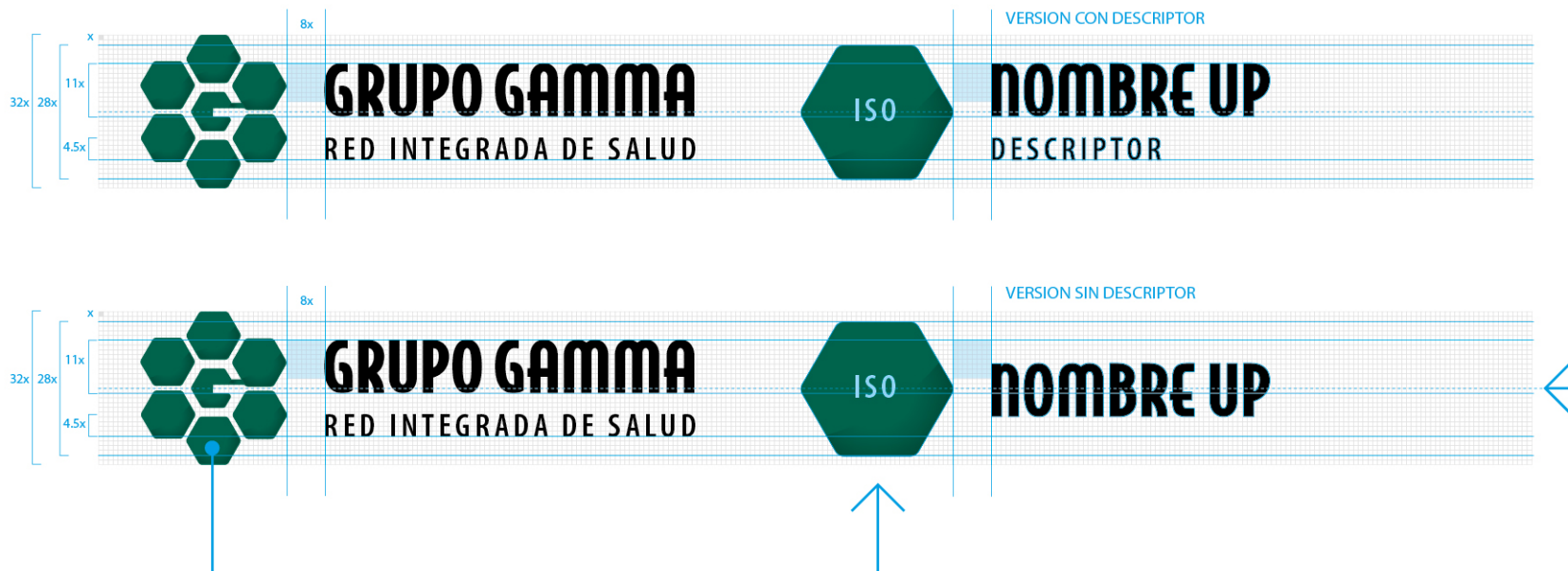
De este modo, quedan establecidos los criterios para la construcción de cualquier marca adicional que pueda surgir en el futuro para el grupo.



La proporción de tamaño entre isotipo y logotipo siempre se mantiene.

2.2 Unidades Prestacionales

Grilla constructiva



Tipografía Institución: Bodega Sans Black Old Style, May.
Tipografía Descriptor: Myriad Pro Semibold Condensed, May., Tracking 125*

(*) Sólo Instituto Gamma tiene un ajuste óptico en el tracking de su descriptor para evitar una línea de texto tan extensa, que complica su aplicación.

2.2 Unidades Prestacionales

Comunicación desde la UP

En aquellos casos donde la comunicación es de la UP, lleva la firma de la UP antecedida del isologotipo de Grupo Gamma, según las proporciones y distancia que a continuación se detallan.



GRUPO GAMMA



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO AMBULATORIO

2.2 Unidades Prestacionales

Comunicación desde la UP - Aplicación vertical

Esta aplicación deberá sólo ser utilizada en aquellos casos donde las características del soporte dificulten el uso de la versión principal.
No es posible combinar un islogotipo apaisado con uno vertical.



GRUPO GAMMA



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO
AMBULATORIO

2.2 Unidades Prestacionales

Comunicación desde la UP

EJEMPLOS:



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



CUMBRES
TERAPIA RADIANTE



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



GAMMALAB
ALTA COMPLEJIDAD ANALÍTICA



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



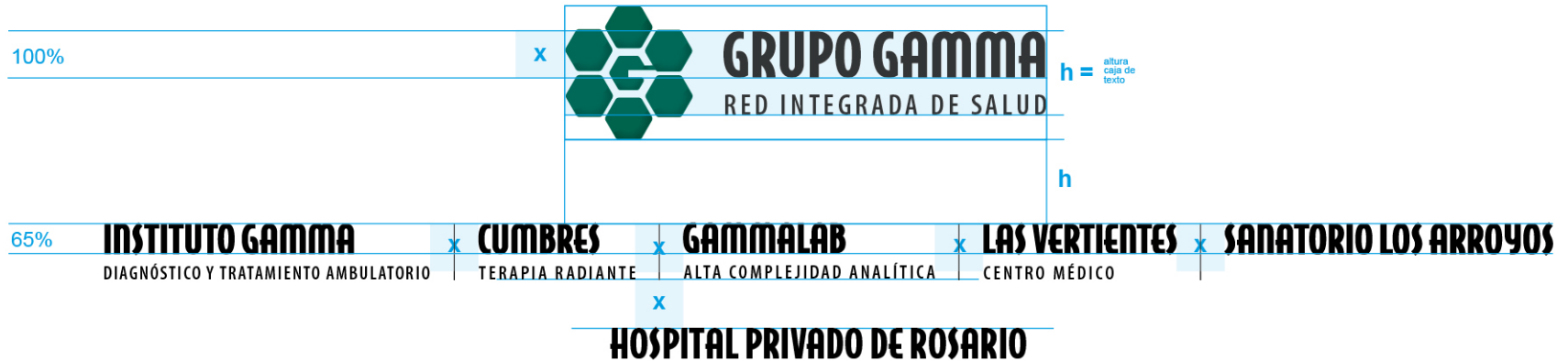
LAS VERTIENTES
CENTRO MÉDICO

2.2 Unidades Prestacionales

Comunicación desde Grupo Gamma / Construcción Red Integrada

En aquellos casos donde la comunicación es de Grupo Gamma, pero con la intención de reforzar el concepto de "Red Integrada", lleva la firma de Grupo Gamma, seguida de todos los logotipos de las UP's (sin Isotipo) organizadas según el criterio que se marca a continuación.

Pueden quedar distinto número de UP's en cada línea. Si por limitaciones de espacio surgiera la necesidad, se puede organizar en 2 líneas de 3 UP's o en 3 líneas inclusive.



2.2 Unidades Prestacionales

Comunicación desde Grupo Gamma / Construcción Red Integrada

En aquellos casos donde la comunicación es de Grupo Gamma, pero con la intención de reforzar el concepto de “Red Integrada”, lleva la firma de Grupo Gamma, seguida de todos los logotipos de las UP’s (sin Isotipo) organizadas según el criterio que se marca a continuación.

Pueden quedar distinto número de UP’s en cada línea. Si por limitaciones de espacio surgiera la necesidad, se puede organizar en 2 líneas de 3 UP’s o en 3 líneas inclusive.



INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO AMBULATORIO

CUMBRES
TERAPIA RADIANTE

GAMMALAB
ALTA COMPLEJIDAD ANALÍTICA

LAS VERTIENTES
CENTRO MÉDICO

SANATORIO LOS ARROYOS

HOSPITAL PRIVADO DE ROSARIO

2.3 Departamentos Médicos y de Gestión

Construcción

A partir de este nivel la construcción es estrictamente tipográfica, debiendo mantener el estilo, pero con mayor flexibilidad para la aplicación.

EJEMPLOS:

DEPARTAMENTO DE MEDICINA INTERNA

Tipografía: Myriad Pro Semibold Condensed, May., Tracking 125

**DEPARTAMENTO
DE MEDICINA
INTERNA**

**DEPARTAMENTO
DE MEDICINA
INTERNA**

**DEPARTAMENTO
DE MEDICINA
INTERNA**

2.3 Departamentos Médicos y de Gestión

Relación con Grupo Gamma - Firma

En el caso en que funciona junto a Grupo Gamma el uso es uno solo, no es flexible.

EJEMPLO EN 3 LÍNEAS:



EJEMPLO EN 2 LÍNEAS:



2.4 Servicios y Comités

Construcción

A partir de este nivel la construcción es estrictamente tipográfica, debiendo mantener el estilo, pero con mayor flexibilidad para la aplicación.

EJEMPLO:

Servicio de Medicina Reproductiva

Tipografía: Myriad Pro Semibold Condensed, May./Min., Tracking 0

Servicio
de Medicina
Reproductiva

Servicio
de Medicina
Reproductiva

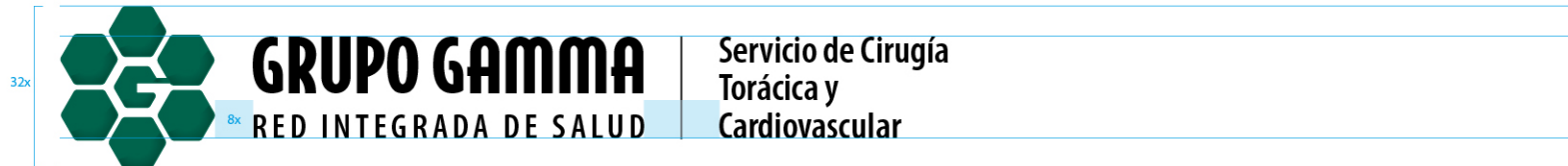
Servicio
de Medicina
Reproductiva

2.4 Servicios y Comités

Relación con Grupo Gamma - Firma

En el caso en que funciona junto a Grupo Gamma el uso es uno solo, no es flexible.

EJEMPLO EN 3 LÍNEAS:



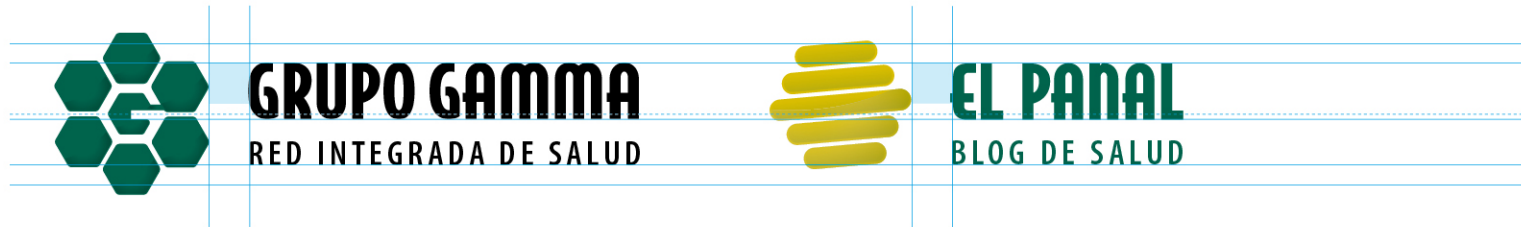
EJEMPLO EN 2 LÍNEAS:



2.5 Otras marcas del Grupo

Blog

El Panal es el blog de Grupo Gamma. Se adecuó la marca a los criterios generales de construcción.



2.6 Reducciones mínimas

Versión marginada

El isotipo de Grupo Gamma y sus unidades prestacionales podrán reducirse sin grandes limitaciones*.

Cuando la línea del descriptor sea menor a 1.3 mm los isotipos funcionarían sin ella (aplicar según criterios para marcas sin descriptor mencionados en este manual), y en su versión plana (sin degradés).

Para reducciones extremas, la caja de texto no podrá ser menor a 1.6 mm de altura.



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO AMBULATORIO

1.3 mm



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO AMBULATORIO

1.6 mm



GRUPO GAMMA



INSTITUTO GAMMA

(*) Las principales limitaciones van a estar determinadas por el sistema de impresión. Es importante verificar en cada caso con el proveedor. La aplicación a 1 tinta en negativo presenta más limitaciones, la línea del descriptor no debería ser menor a 1.3 mm.

2.6 Reducciones mínimas

Versión centrada



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

1.3 mm



GRUPO GAMMA

1.6 mm



INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO
AMBULATORIO



INSTITUTO GAMMA
DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO
AMBULATORIO



INSTITUTO GAMMA

2.7 Usos incorrectos

No se podrá alterar el color, tamaño, proporción y orden de los elementos que componen el Identificador de Grupo Gamma en ninguna de sus versiones.



No distorsionar la proporción del identificador



No reemplazar la tipografía, tanto del logo como del descriptor



No alterar la ubicación de ninguno de los elementos que forman el Identificador



No cambiar los colores del Identificador



No distorsionar la proporción de los elementos



No utilizar sombras ni degradados, que no esten contempladas en este manual.

3. GRAFICA COMPLEMENTARIA

La Gráfica Complementaria se compone de todos aquellos elementos visuales que acompañan a la marca y que contribuyen a crear la imagen de marca en su sentido más amplio, permitiendo su reconocimiento aún prescindiendo del isologotipo propiamente dicho.

3.1 Supergraphic

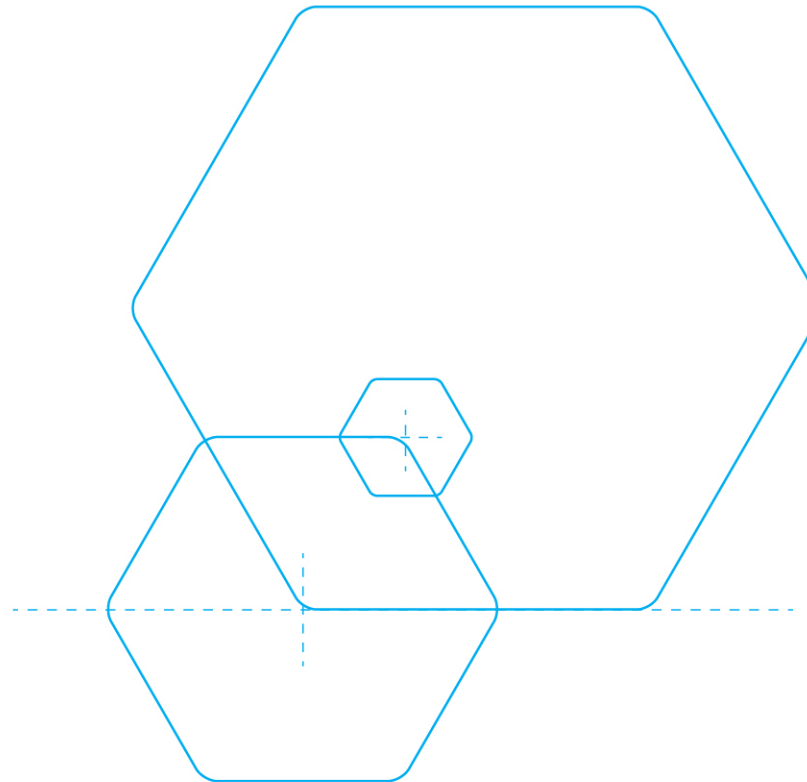
Grilla constructiva

Los supergraphics son recursos gráficos que acompañan a la marca, acentuando las características propias.

Suelen surgir de elementos propios de la marca. Es por eso que a largo plazo y con un uso consistente, construyen la imagen de marca.

Cuanto más vinculados estén al isologotipo, más apropiables resultan.

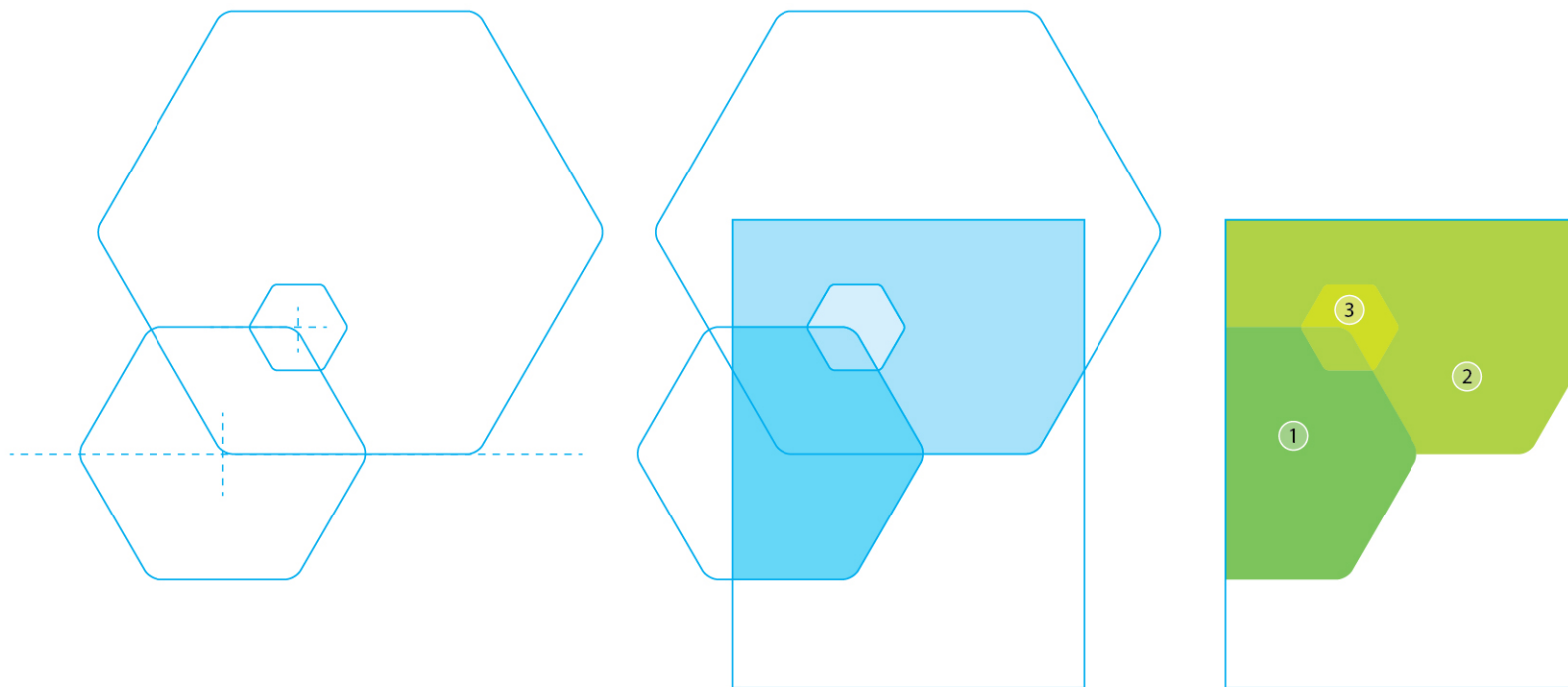
La grilla expone algunos de los datos constructivos del supergraphic.



3.1 Supergraphic

Grilla constructiva

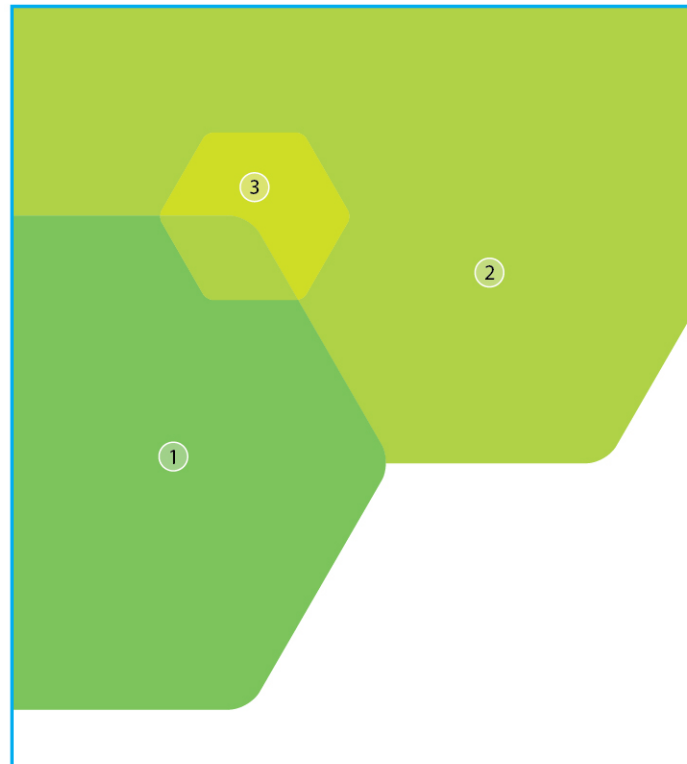
Pueden utilizarse como fondos, áreas de contención, tramas, etc.



3.1 Supergraphic

Forma básica

Esta forma está definida y compuesta por 3 partes. Se puede utilizar con diferentes criterios que se detallan a continuación.



3.1 Supergraphic

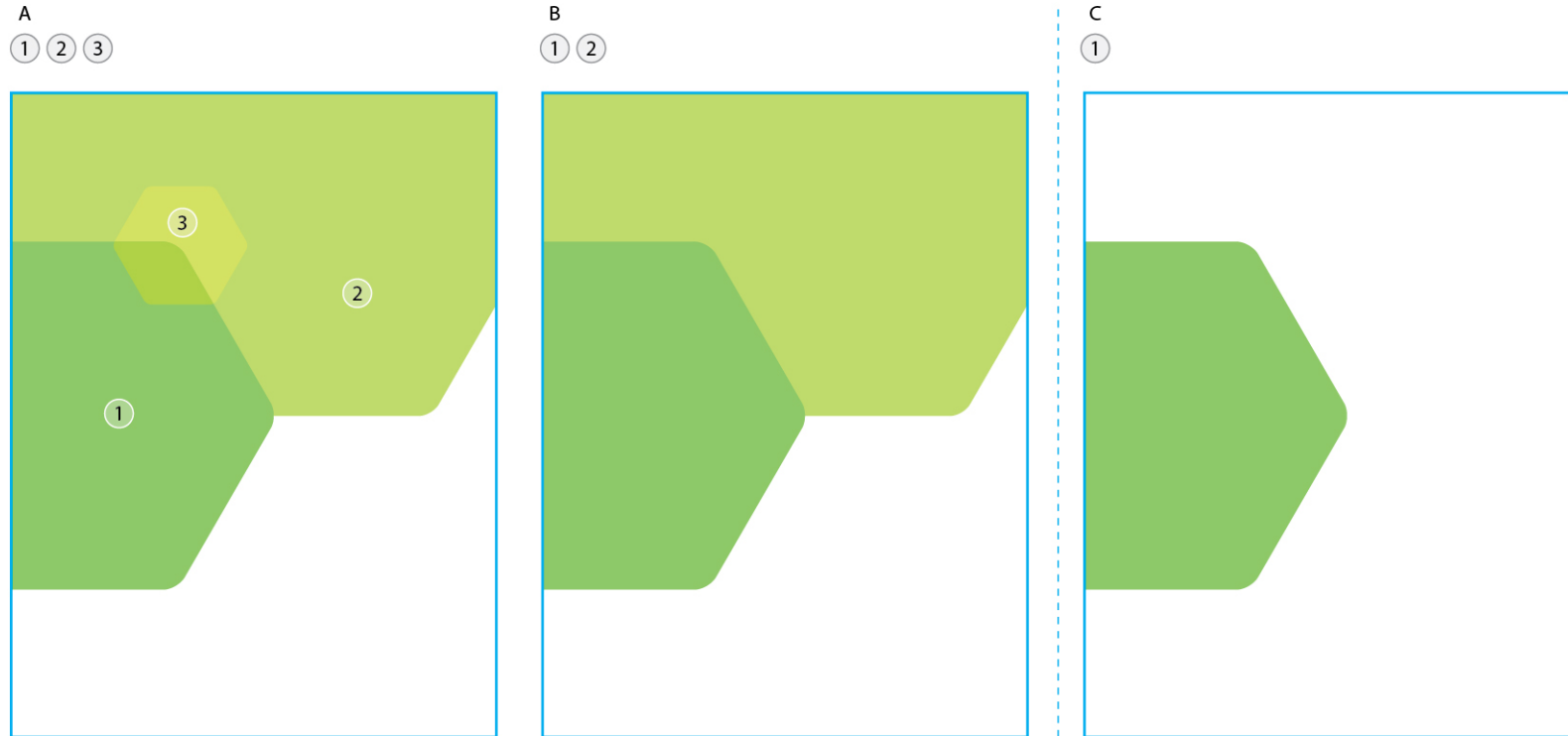
Criterios de aplicación - Partes

No es necesario que siempre estén presentes las 3 partes que conforman el Spergraphic.

La parte 3 es complementaria, funciona como un detalle de color y se puede prescindir de ella, o trabajarla en forma independiente tomando cualquier lugar.

Los escenarios ideales son al A y B, donde al menos dos de las tres partes están presentes.

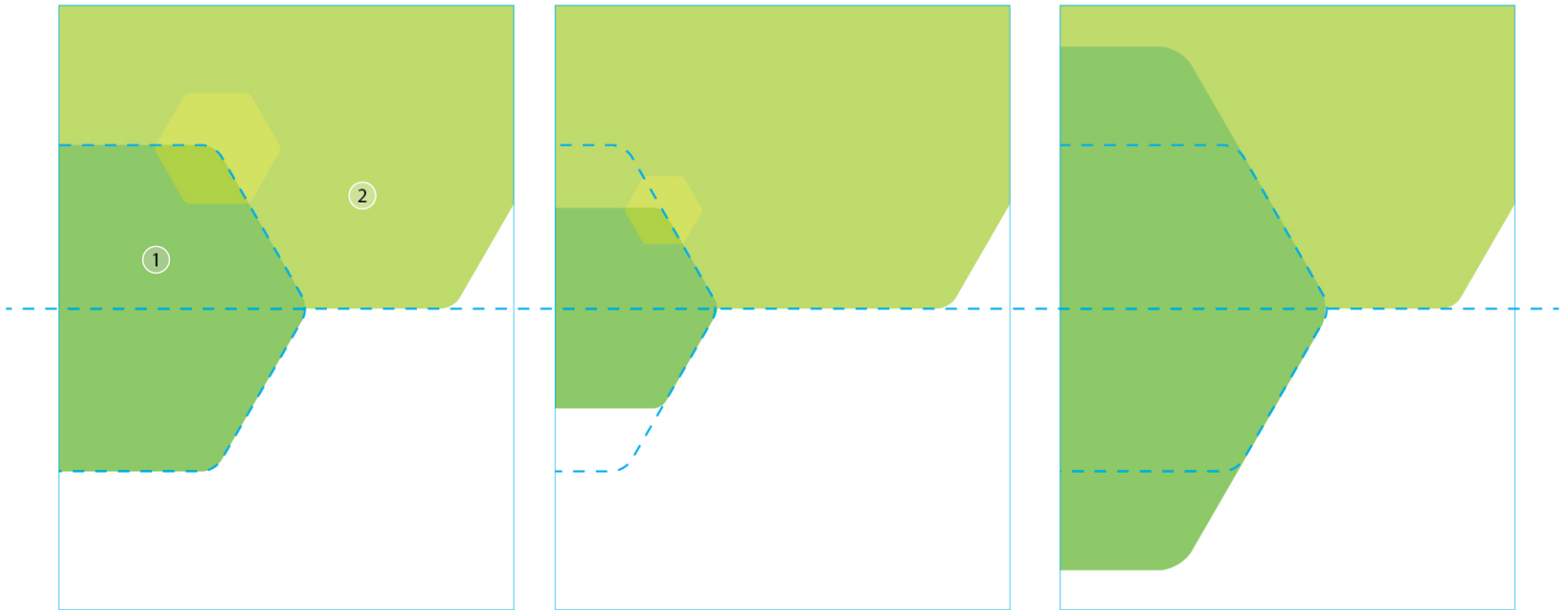
El escenario C (una sola parte) es igualmente una opción válida si la pieza lo requiere.



3.1 Supergraphic

Criterios de aplicación - Proporciones

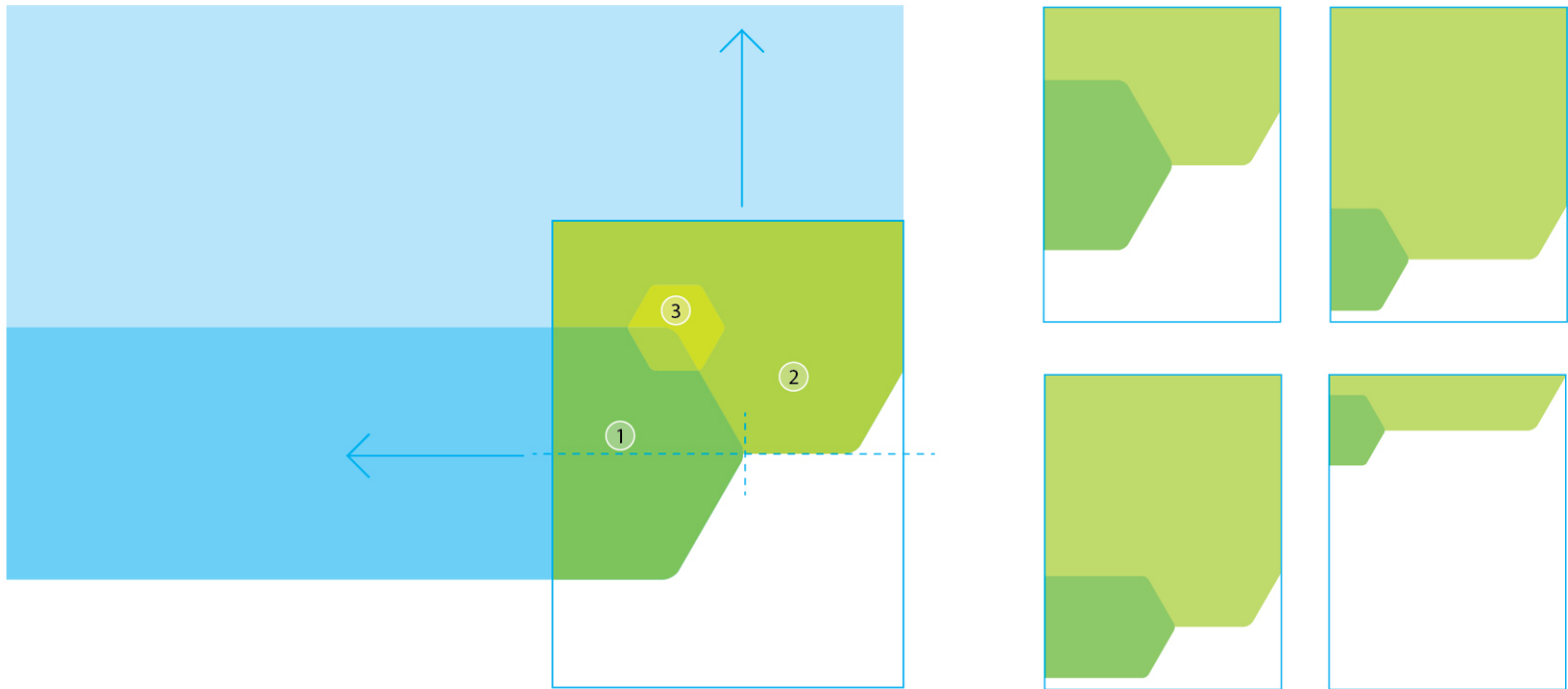
Cada una de las partes podrá variar su proporción con respecto al resto, pero lo que no se puede modificar es el eje de alineación entre ellas. El vector fundamental acá es el eje horizontal, que siempre debe ser el centro de la Parte 1 y la base de la Parte 2. Esta regla es inamovible. La relación de tamaños entre 1 y 2 puede variar.



3.1 Supergraphic

Criterios de aplicación - Encuadres más abiertos

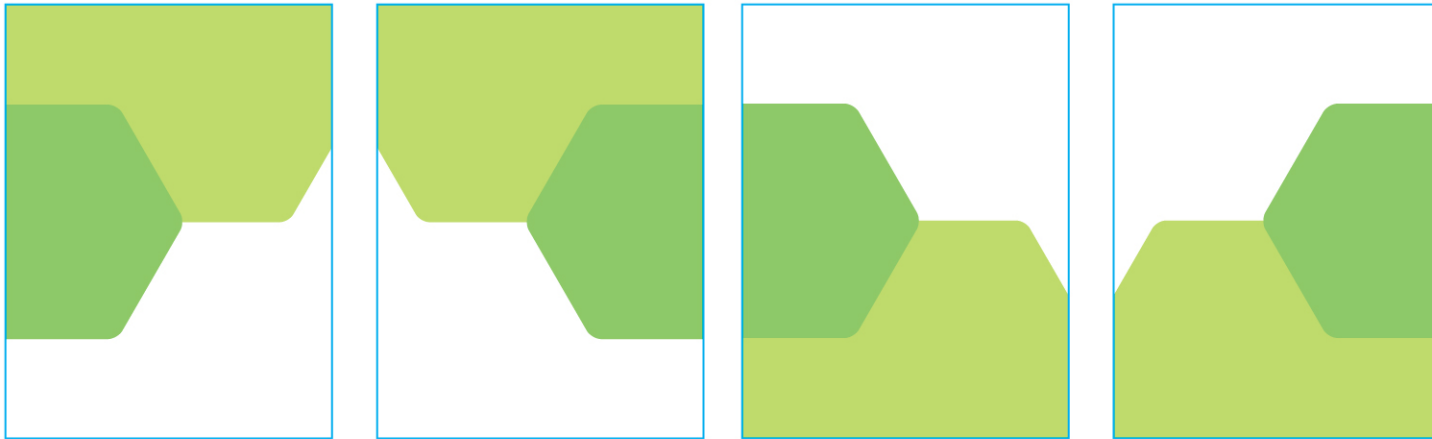
Cada una de las partes podrá variar su proporción con respecto al resto, pero lo que no se puede modificar es el eje de alineación entre ellas. El vector fundamental acá es el eje horizontal, que siempre debe ser el centro de la Parte 1 y la base de la Parte 2. Esta regla es inamovible. La relación de tamaños entre 1 y 2 puede variar.



3.1 Supergraphic

Orientación

El Supergraphic en su forma básica es la aplicación por excelencia, pero está permitido el uso con cualquier orientación.



3.2 Colores complementarios

Paleta secundaria y terciaria.

Aquí se designan una serie de colores complementarios de referencia, aunque no son los únicos permitidos.

Los colores complementarios por excelencia son los verdes: P 375C y P 369C, y el Gris: P Cool Gray 2 o en su reemplazo Plata (P 877).

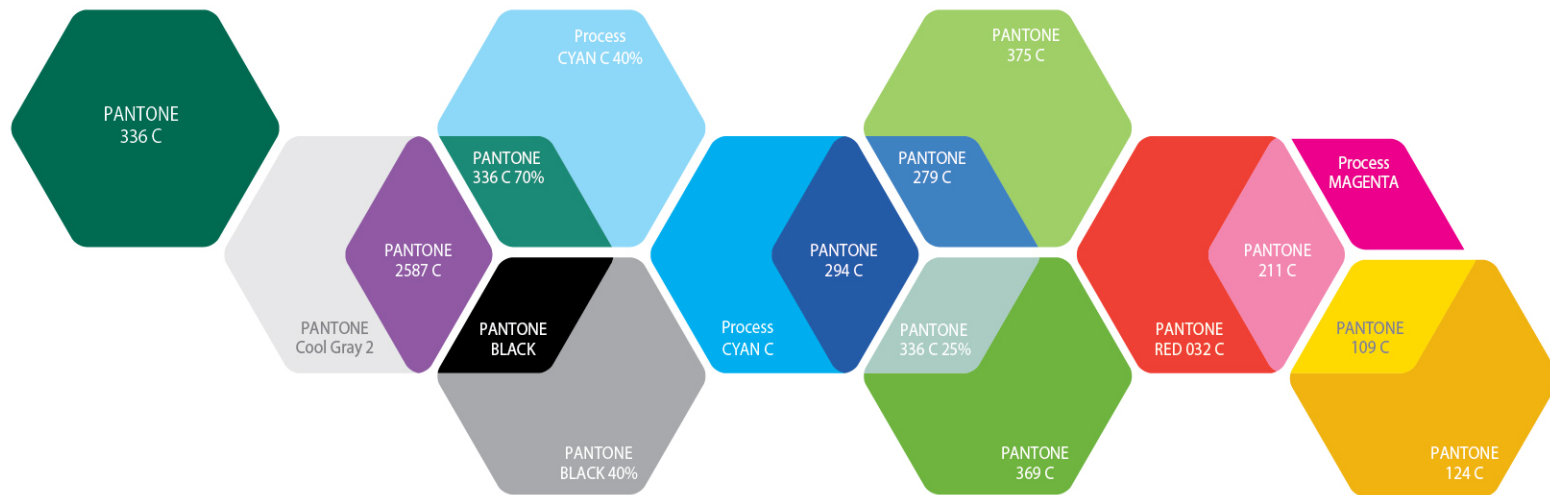
Estos sí no se pueden alterar. (Paleta secundaria)

Grupo Gamma utilizará como colores complementarios, los colores de la paleta principal en sus diferentes porcentajes y todos aquellos que por su contraste agreguen vitalidad y frescura a la marca. (Paleta terciaria)

PALETA PRINCIPAL	PALETA SECUNDARIA			PALETA TERCIARIA				
PANTONE 336 C	PANTONE Cool Gray 2 (PANTONE 877)	PANTONE 375 C	PANTONE 369 C	Process CYAN C 40%	Process CYAN C	PANTONE RED 032 C	PANTONE 124 C	PANTONE
	C:0 - M:0 Y:0 - K:10	C:46 - M:0 Y:90 - K:0	C:68 - M:0 Y:100 - K:0	C:40 - M:0 Y:0 - K:0	C:100 - M:0 Y:0 - K:0	C:0 - M:86 Y:63 - K:0	C:0 - M:30 Y:100 - K:0	CMYK
	R: 230 G: 231 - B: 232	R: 151 G: 215 - B: 0	R: 100 G: 167 - B: 11	R: 142 G: 216 - B: 248	R: 0 G: 159 - B: 223	R: 239 G: 51 - B: 64	R: 234 G: 170 - B: 0	RGB
	# D0D0CE	# 97D700	# 64A70B	# 8ED8F8	# 009FDF	# EF3340	# EAAA00	HTML

3.2 Colores complementarios

Paleta secundaria y terciaria.



3.3 Tipografías complementarias

La familia tipográfica complementaria es la “Myriad Pro”, preferentemente en su versión “Condensed”. Es una familia de alta legibilidad y mucha versatilidad.

Myriad Pro Condensed

Abc123

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
yz 0123456789: @/ > <

Myriad Pro Condensed Light - Italic
Myriad Pro Condensed - Italic
Myriad Pro Semibold Condensed - Italic
Myriad Pro Bold Condensed - Italic
Myriad Pro Black Condensed - Italic

Myriad Pro

Abc123

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
yz 0123456789: @/ > <

Myriad Pro Light - Italic
Myriad Pro Regular - Italic
Myriad Pro Semibold - Italic
Myriad Pro Bold - Italic
Myriad Pro Black - Italic

3.4 Tipos de imágenes

El tono de las imágenes debe ser relajado y amigable, priorizando siempre que se pueda, la presencia o impronta humana. Se pueden “humanizar” las imágenes incluyendo personas, incluyendo algún encuadre de las mismas o simplemente sugiriéndolas. El uso de imágenes conceptuales y la asociación a la naturaleza / aire libre / bienestar son preferibles.

En el caso de comunicaciones médicas o a financiadores se priorizará cumplir con el objetivo de comunicación e incluir las imágenes técnicas o de infraestructura necesarias.

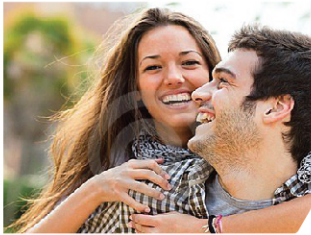
Se valorará que haya siempre algún detalle de color verde.

Se utilizarán imágenes con una dominante de tonos frescos, luminosos*, preferentemente utilizando planos medios o primeros planos o detalles.

Se priorizarán imágenes con fondo, incluidas dentro de las estructuras que plantea el sistema e imágenes recortadas sobre fondo blanco para los detalles.

(*) En el caso de imágenes científicas o técnicas, puede haber una predominancia del negro y grises. Se deberá buscar en este caso que las imágenes siempre sean actuales e innovadoras.

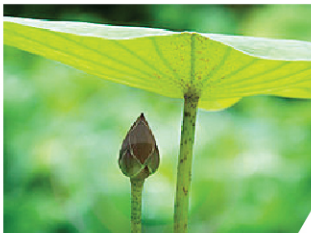
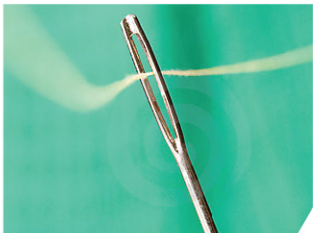
3.4 Tipos de imágenes



ENCUADRES / Sugieren presencia humana

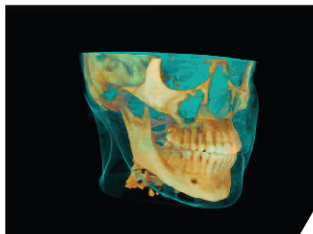
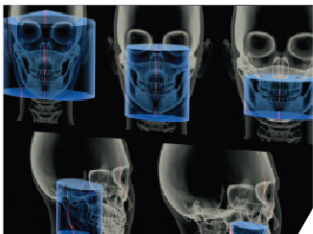


CONCEPTUALES



3.5 Tipos de imágenes

Médicas



4. USOS Y APLICACIONES

La Gráfica Complementaria se compone de todos aquellos elementos visuales que acompañan a la marca y que contribuyen a crear la imagen de marca en su sentido más amplio, permitiendo su reconocimiento aún prescindiendo del isologotipo propiamente dicho.

4.1 Folletos

Folletos con imagen



4.1 Folletos

Folletos solo texto



4.1 Folletos

Folletos opciones

Corporativos



Acciones específicas



4.2 Avisos



4.2 Avisos



4.2 Avisos Ejemplos



Lorem ipsum dolor sit amet ut visit

En Terapia Radiante Cuidados de Grupo Gamma, somos hoy el más moderno centro de tratamiento oncológico de la región.


Incorporamos tecnología de vanguardia que permite disminuir el nivel de molestias, brindando así el mayor nivel de seguridad para nuestros pacientes al minimizar la radiación en el tejido sano.

Consultá tu visita en: www.grupogamma.com

GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

CUMBRES
TUMORES ASISTIDOS

Resistencia 1745 (22000) MZ, Rosario, Argentina. Tel: (0341) 483 1000 / 483 3400

Lorem ipsum dolor sit amet ut visit

En Terapia Radiante Cuidados de Grupo Gamma, somos hoy el más moderno centro de tratamiento oncológico de la región.

Incorporamos tecnología de vanguardia que permite disminuir el nivel de molestias, brindando así el mayor nivel de seguridad para nuestros pacientes al minimizar la radiación en el tejido sano.

Consultá tu visita en: www.grupogamma.com

GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

Resistencia 1745 (22000) MZ, Rosario, Argentina. Tel: (0341) 483 1000 / 483 3400



Lorem ipsum dolor sit amet ut visit

En Terapia Radiante Cuidados de Grupo Gamma, somos hoy el más moderno centro de tratamiento oncológico de la región.

Incorporamos tecnología de vanguardia que permite disminuir el nivel de molestias, brindando así el mayor nivel de seguridad para nuestros pacientes al minimizar la radiación en el tejido sano.

Consultá tu visita en: www.grupogamma.com

GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

Resistencia 1745 (22000) MZ, Rosario, Argentina. Tel: (0341) 483 1000 / 483 3400



Lorem ipsum dolor sit amet ut visit

En Terapia Radiante Cuidados de Grupo Gamma, somos hoy el más moderno centro de tratamiento oncológico de la región.

Incorporamos tecnología de vanguardia que permite disminuir el nivel de molestias, brindando así el mayor nivel de seguridad para nuestros pacientes al minimizar la radiación en el tejido sano.

Consultá tu visita en: www.grupogamma.com

GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

Resistencia 1745 (22000) MZ, Rosario, Argentina. Tel: (0341) 483 1000 / 483 3400

4.2 Avisos

Ejemplos



Lorem ipsum dolor sit amet ut visit

En Terapia Radiante Cumbres de Grupo Gamma, somos hoy el más moderno centro de tratamiento oncológico de la región.

Incorporamos tecnología de vanguardia que permite desarrollar IMRT con multileaf, brindando así el mayor nivel de seguridad para nuestros pacientes al minimizar la radiación en el tejido sano. Conocé las ventajas en: www.grupogamma.com

 **GRUPO GAMMA**
RED INTEGRADA DE SALUD

Riohacha 1745 (S2000EMI), Rosario, Argentina. Tel: (0341) 485 1000 / 485 2400



Lorem ipsum dolor sit amet ut visit

En Terapia Radiante Cumbres de Grupo Gamma, somos hoy el más moderno centro de tratamiento oncológico de la región.

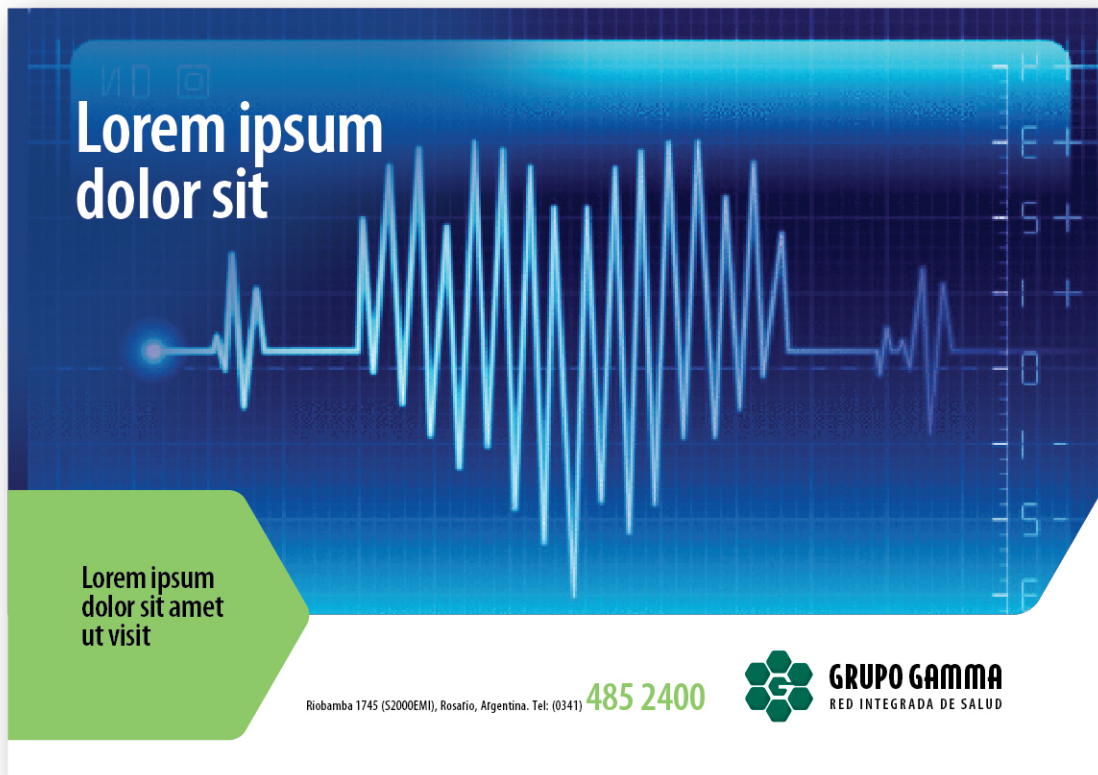
Incorporamos tecnología de vanguardia que permite desarrollar IMRT con multileaf, brindando así el mayor nivel de seguridad para nuestros pacientes al minimizar la radiación en el tejido sano. Conocé las ventajas en: www.grupogamma.com

 **GRUPO GAMMA**
RED INTEGRADA DE SALUD

Riohacha 1745 (S2000EMI), Rosario, Argentina. Tel: (0341) 485 1000 / 485 2400

4.2 Avisos

Ejemplos




Three small square icons (a square, a circle, and a square) are positioned above the text.

Lorem ipsum dolor sit

Lorem ipsum dolor sit amet ut visit

Riobamba 1745 (S2000EMI), Rosario, Argentina. Tel: (0341) **485 2400**

 **GRUPO GAMMA**
RED INTEGRADA DE SALUD

4.2 Avisos

Ejemplos



4.2 Avisos

Ejemplos



Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet ut visit

Riobamba 1745 (S2000EMI), Rosario, Argentina. Tel: (0341) **485 2400**

 **GRUPO GAMMA**
RED INTEGRADA DE SALUD

4.3 Carpeta

Ejemplos



4.3 Carpeta

Ejemplos



4.4 Papelería

Tarjeta Personal 1 - 86 x 51 mm.



4.4 Papelería

Tarjeta Personal 1 - 86 x 51 mm.



4.4 Papelería

Papel Membrete
Grupo Gamma

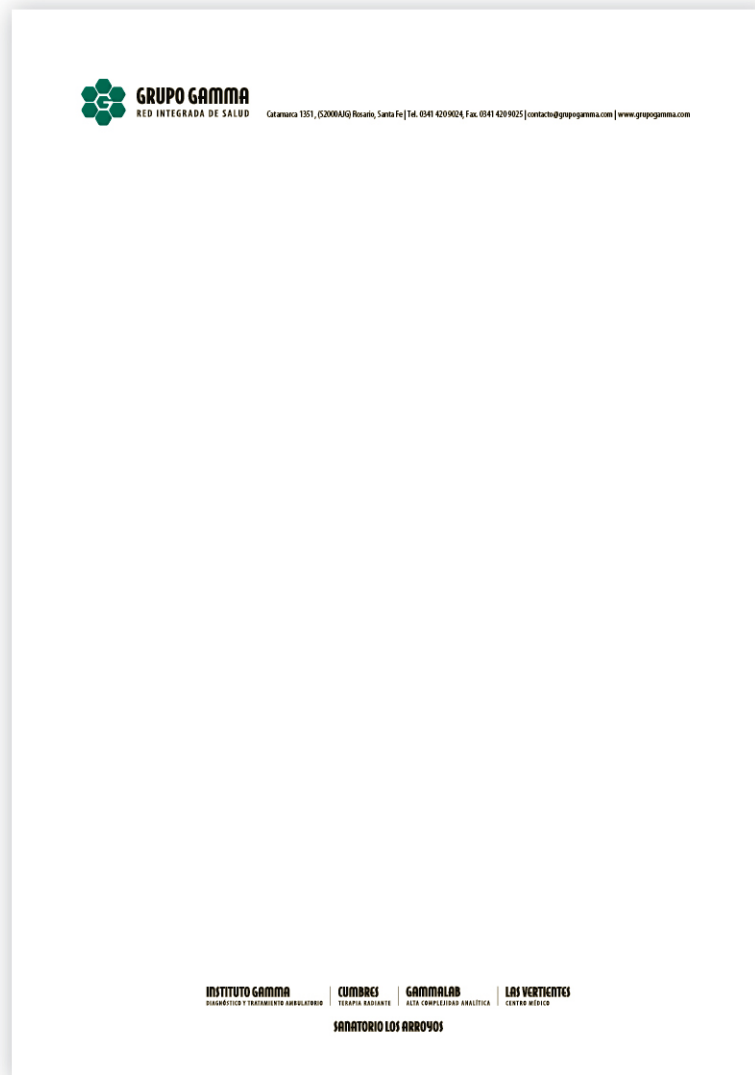


GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

Catamarca 1351, (52000A3G) Rosario, Santa Fe | Tel. 0341 420 9024, Fax. 0341 420 9025 | contacto@grupogamma.com | www.grupogamma.com

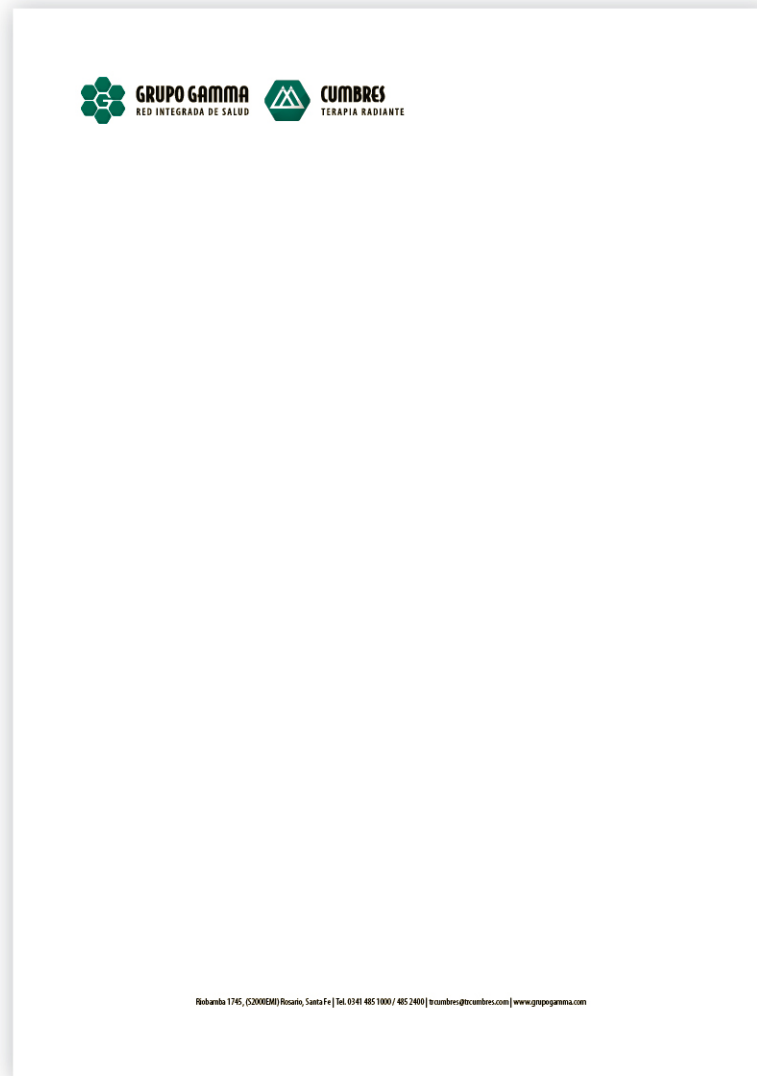
4.4 Papelería

Papel Membrete
Grupo Gamma con UP's



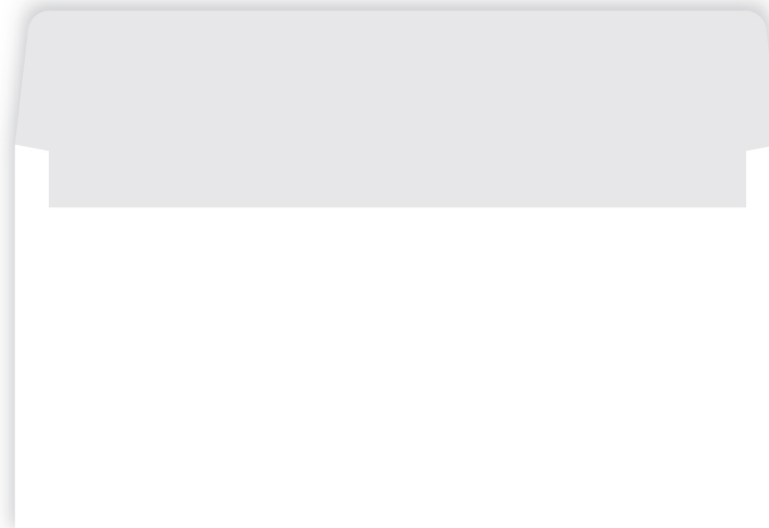
4.4 Papelería

Papel Membrete
UP



4.4 Papelería

Sobre



4.4 Papelería

Sobre pre-armado

2 Tintas



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

Cotamarca 1351, (S2000AIG) Rosario, Santa Fe | Tel. 0341 420 9024, Fax: 0341 420 9025 | contacto@grupogamma.com | www.grupogamma.com



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD



CUMBRES
TERAPIA RADIANTE

Rioabamba 1745, (S2000EM) Rosario, Santa Fe | Tel. 0341 485 1000 / 485 2400
trcumbres@trcumbres.com | www.grupogamma.com

4.5 Información de contacto

Modulación en 1 línea

Siendo esta información que aparece en casi todas las piezas gráficas y con el fin de tener una mayor coherencia se detallan a continuación criterios de aplicación de la información de contacto.

Relación de tamaño del texto de contacto e Isologotipo

El cuerpo del Descriptor "Red Integrada de Salud" del Isologotipo debe ser al menos igual (caja mayúsculas) que el cuerpo del texto de contacto.

En aquellos casos en que se necesite un Isologotipo más grande, está permitido, manteniendo correctamente los módulos de separación entre Isologotipo y texto de contacto.

CONTACTO EN 1 LÍNEA CON LOGO:

Dirección, (S2000ABC) Rosario, Santa Fe | Tel: (0341) 123 4567, Fax: (0341) 123 4567 | mail@institucion.com | www.grupogamma.com

Tipografía general:

Myriad Pro Condensed, May./Min., Tracking 25

Barras separan "temas" Comas separan "items" dentro de un mismo "tema"



Dirección, (S2000ABC) Rosario, Santa Fe | Tel: (0341) 123 4567, Fax: (0341) 123 4567 | mail@institucion.com | www.grupogamma.com



CONTACTO EN 1 LÍNEA SIN LOGO:

Dirección, (S2000ABC) Rosario, Santa Fe | Tel: (0341) 123 4567, Fax: (0341) 123 4567 | mail@institucion.com | www.grupogamma.com

4.5 Información de contacto

Modulación en 2 líneas

Siendo esta información que aparece en casi todas las piezas gráficas y con el fin de tener una mayor coherencia se detallan a continuación criterios de aplicación de la información de contacto.

CONTACTO EN 2 LÍNEAS CON LOGO:

Dirección, (S2000ABC) Rosario, Santa Fe | Tel: (0341) 123 4567
mail@institucion.com | www.grupogamma.com



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

Dirección, (S2000ABC) Rosario, Santa Fe | Tel: (0341) 123 4567
mail@institucion.com | www.grupogamma.com



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

4.5 Información de contacto

Modulación con destacado

Siendo esta información que aparece en casi todas las piezas gráficas y con el fin de tener una mayor coherencia se detallan a continuación criterios de aplicación de la información de contacto.

CONTACTO CON DESTACADO:

2.5 x 

Tipografía general: *Negro*

Myriad Pro Condensed, May./Min., Tracking 25

Tipografía destacado: *Verde Gamma **

Myriad Pro Semibold Condensed, May./Min., Tracking 25

(*) El color Verde Gamma como destacado, puede reemplazarse en su defecto por el color destacado utilizado en la pieza.

4.5 Información de contacto

Modulación con destacado - aplicación vertical

Siendo esta información que aparece en casi todas las piezas gráficas y con el fin de tener una mayor coherencia se detallan a continuación criterios de aplicación de la información de contacto.

CONTACTO CON DESTACADO

Alineado vertical
Separación mínima:



www.grupogamma.com
Entre Ríos 330, (S2000CRF) Rosario, Santa Fe | igamma@igamma.com



www.grupogamma.com
Entre Ríos 330, (S2000CRF) Rosario, Santa Fe | igamma@igamma.com



4.5 Información de contacto

Modulación con destacado - aplicación apaisada

Siendo esta información que aparece en casi todas las piezas gráficas y con el fin de tener una mayor coherencia se detallan a continuación criterios de aplicación de la información de contacto.

CONTACTO CON DESTACADO E ISOLOGOTIPO:
EN 1 LÍNEA

Riobamba 1745 (S2000EMI), Rosario, Santa fe | www.grupogamma.com | Tel: (0341) **485 2400**



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

Riobamba 1745 (S2000EMI), Rosario, Santa fe | www.grupogamma.com | Tel: (0341) **485 2400**



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

CONTACTO CON DESTACADO E ISOLOGOTIPO:
EN 2 LÍNEAS

Central de Turnos: **440 8000** | Conmutador: **440 9090**

Entre Ríos 330, (S2000CRF) Rosario, Santa Fe | igamma@igamma.com | www.grupogamma.com



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

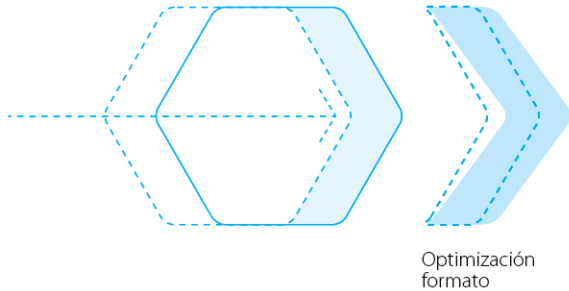
Central de Turnos: **440 8000** | Conmutador: **440 9090**

Entre Ríos 330, (S2000CRF) Rosario, Santa Fe | igamma@igamma.com | www.grupogamma.com



GRUPO GAMMA
RED INTEGRADA DE SALUD

4.6 Señalización



➤ **Análisis Clínicos**
➤ **Hematología**
◀ **Anatomía
Patológica**

Tipografía
Myriad Pro Semibold
Mayúscula / Minúscula
Tracking: 0

4.6 Señalización

Ejemplos



4.6 Señalización

Ejemplos



4.6 Señalización

Ejemplos



4.6 Señalización

Ejemplos



