

El cementerio de **las marcas**

Lo que pudo ser y no fue



IDENTIDAD CORPORATIVA
DE **DOMUSDENTAL**

PROPUESTAS DE MARCA GRÁFICA
I 2013

#7

EDITA SÍGARIS, COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING

Proyecto: Creación y gestión de marca

Cliente: Domusdental

Año: 2013

Aplicaciones de marca:

- Papelería corporativa
- Página web
- Estrategia de comunicación
- Campaña de lanzamiento
- Catálogo corporativo

Agencia: Sígaris

+ INFO DEL PROYECTO

«¿Por qué debo tener una marca?»

En esta ocasión la pregunta la planteamos desde la agencia para explicar por qué **es necesaria la marca**. Desde la experiencia respondemos que la marca es una herramienta para alcanzar los objetivos marcados y que aporta beneficios. Uno de estos beneficios es a la vez la función principal de la misma: la **diferenciación**.

Diferencia a su propietario en el entorno donde actúa (aunque el concepto de entorno debemos olvidarlo o al menos replantearlo desde hace unos años) y dentro de su sector.

Partiendo de esta función/beneficio se desprende otro beneficio: **aporta valor** en términos económicos y emocionales por la conexión y fidelidad que puede conseguir con el público.

Ahora, por un momento, imaginemos que queremos estar en buena forma física, sabemos que debemos invertir tiempo, algo de dinero y mucho trabajo para llegar a ello. Al cabo de un tiempo el beneficio lo veremos reflejado en el espejo. En el caso de la marca pasa lo mismo, hay que trabajar e invertir. Para que la marca dé beneficios hay que **trabajar, darle contenido, cuidarla y exponerla correctamente**.
Éso es **branding**.

¿Cómo comenzar? Primero definir el concepto, fin y personalidad de la marca y luego darle forma gráficamente cuidando que técnicamente sea efectiva para ser usada en cualquier momento y situación».

«**Domusdental**» es una **clínica dental** situada en el paseo marítimo de A Coruña a pocos metros de la Casa del Hombre conocida como la Domus y diseñada por el arquitecto japonés Arata Isozaki, se trata de un museo científico dedicado al cuerpo humano.

Este proyecto, Domusdental, lo comenzamos desde la obra del local trabajando mano a mano con el estudio de arquitectura que proyectó la clínica, la constructora y por supuesto con su fundador, Pablo González.

La experiencia de años de Pablo González ejerciendo su profesión en diferentes clínicas de Europa hizo que el proyecto estuviese prácticamente definido cuando llegó a nosotros. El nombre con el que teníamos que trabajar para crear la marca vino dado por el cliente. **Partiendo del nombre, de la personalidad del Dr. Pablo, del proyecto arquitectónico y del interiorismo comenzamos a diseñar una marca que debía de ser sobria y sólida para el sector sanitario.**

Propuesta de logotipo.

El símbolo es una representación del peculiar perfil en forma de vela de barco de la casa del hombre Domus del arquitecto Arata Isozaki.

El logotipo, la parte verbal emplea una tipografía sans serif en caja alta que recuerda a la empleada en los titulares de prensa escrita, que imprime carácter y permite muy buena lectura hasta tamaños muy reducidos.



Variante de la propuesta 1 donde se integran en una mancha de color símbolo y logotipo y donde el protagonismo recae en el nombre de la clínica dental.

DOMUSDENTAL 

Logotipo más símbolo.

El símbolo tiene un doble significado: está inspirado en los soportales del edificio donde está situada la clínica y a la vez es el perfil de los dientes incisivos.

El logotipo está compuesto por una tipografía serif de trazo regular que combina caja alta y baja.



Versión de la propuesta 3 en la que el símbolo se presenta con el trazo exterior pasando a ser un apoyo para el logotipo que se lleva el protagonismo.



Logotipo más símbolo.

El símbolo de esta propuesta es una ilustración del perfil de la emblemática Domus de A Coruña. Un estilo de ilustración más orgánico que la propuesta 1.



La elección

Palabra de cliente

«El logo elegido muestra pureza, solidez y diseño.

Al no tener complejidad visual me resultó atemporal que es lo que uno busca cuando inicia un proyecto que quiere que se perpetúe en el tiempo»

Pablo González Esmorís / Fundador y director médico de Domusdental



Aplicaciones

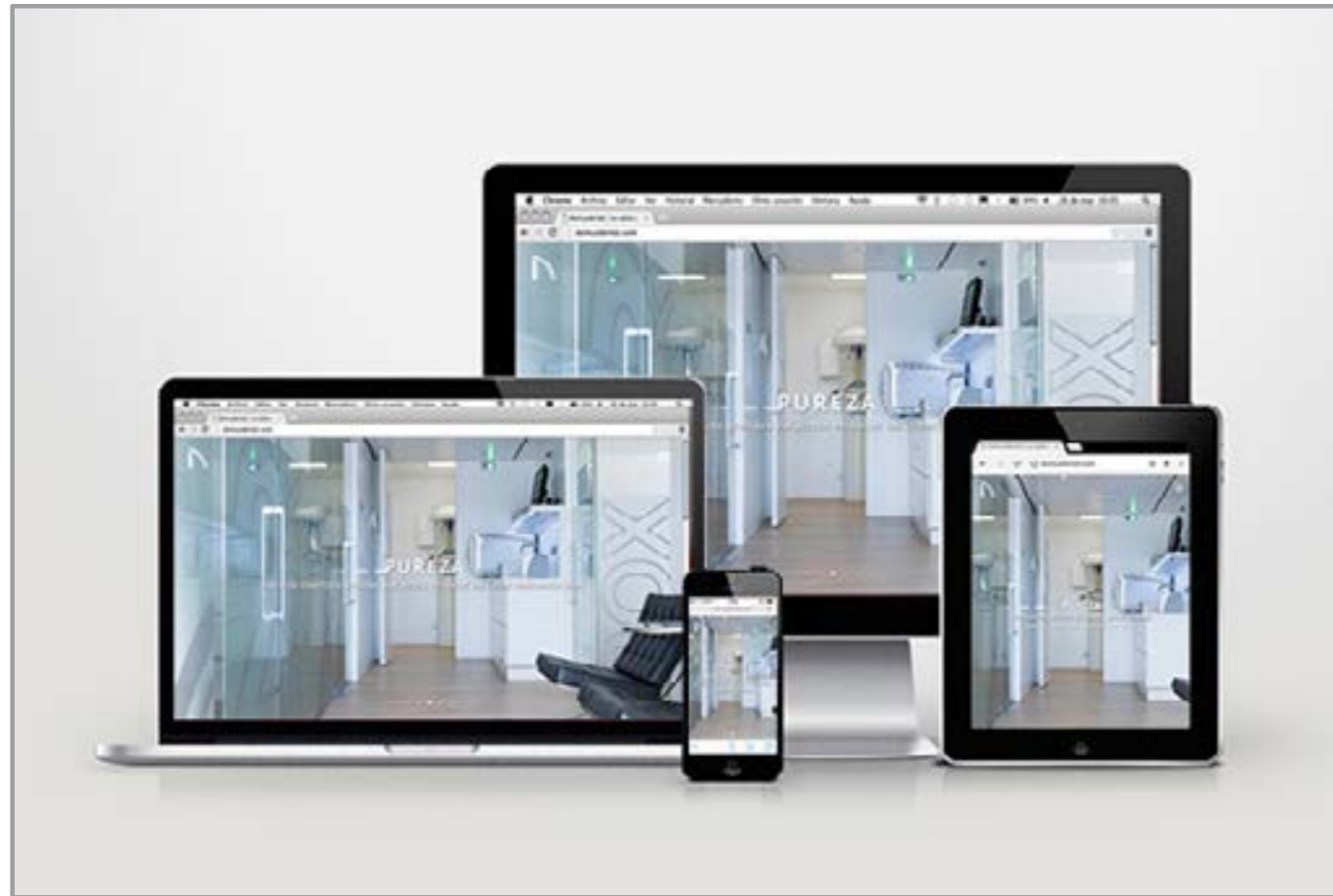


Rótulo de fachada de acero inox
Zona de recepción y sala de espera de la clínica



Papelería corporativa: papel carta, tarjeta de visita, tarjeta de citas, recetario, sobres DL, C5 y C4
Catálogo corporativo

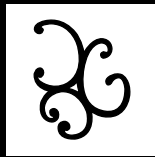
Aplicaciones



Página web corporativa



Campaña de lanzamiento de la clínica . Regalo destinado a pacientes y visitantes
Bolsa corporativa



SÍGARIS, AGENCIA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING

WWW.SIGARIS.ES