

MANUAL DE IDENTIDAD · V2.0



Dra. Marilyn Mares
MEDICINA ESTÉTICA

Antes que estético, *somos médicos.*



Identidad vigente · 2 de agosto de 2026 · Guadalupe, N.L.

Sistema rose gold metálico — sustituye a la paleta plana de julio.

Medicina estética que *explica antes de tratar.*

La Dra. Marilyn Mares no vende procedimientos: explica por qué se indican. La marca comunica desde la evidencia — qué dice la ciencia, qué se decide en valoración y qué no promete — con una estética suave, cálida y editorial.

Ética

Se indica lo que el caso necesita, no lo que está de moda.

Ciencia

Cada afirmación se apoya en literatura y en criterio clínico.

Seguridad

Valoración primero: anatomía, objetivos, expectativas reales.

Resultados

Naturales y medibles, nunca garantizados ni exagerados.

Cálida · Editorial · Científica · Femenina · Premium sin ostentación

Facial y corporal, con criterio médico.

La comunicación agrupa el catálogo en estas áreas. El detalle de cada técnica y sus precios vive en el catálogo interno, no en el manual.

Injectables

Toxina botulínica, ácido hialurónico, bioestimuladores de colágeno, PDRN, NCTF, enzimas lipolíticas.

Faciales

Protocolos de limpieza, hidratación y regeneración cutánea.

Láser

NaturaPeel, Q-Switch Nd:YAG y depilación láser.

Corporales

Liftera (lifting sin cirugía) y paquetes corporales.

Despigmentantes

Manejo de manchas y melasma con protocolo médico.

Micropigmentación

Diseño y técnica aplicada al rostro.

Regla de marca: por default se comunican **activos**, no marcas comerciales. El uso de nombres comerciales (Sculptra, Radiesse, Hidrafacial, dermapen) es una excepción autorizada solo en promociones y bajo instrucción explícita.

Un rostro de una sola línea y su firma.



Composición oficial

El logotipo es una pieza fija: la ilustración de rostro a una línea, la firma **Dra. Marilyn Mares** en serif itálico y, debajo, **MEDICINA ESTÉTICA** en mayúsculas con tracking amplio.

No se rehace escribiendo el nombre con otra tipografía, ni se usa la firma sin la bajada, ni el rostro solo como ícono.



TINTA SOBRE CREMA



PALO DE ROSA SOBRE
BLUSH



CREMA SOBRE TINTA

Área de protección

Dejar libre, alrededor del logotipo, un espacio equivalente a la altura de la ilustración del rostro.

Tamaño mínimo

No usar por debajo de 150 px de ancho digital: por debajo de eso, MEDICINA ESTÉTICA deja de leerse.

Fondos

Tinta sobre crema o blush; crema sobre tinta o sobre fotografía oscura y limpia. Nunca sobre la zona con moléculas o brillos.

DESCARGAS · PNG CON FONDO TRANSPARENTE

Logotipo · tinta ↓

Logotipo · palo de rosa ↓

Logotipo · crema ↓

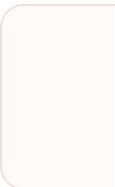
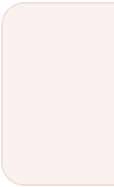
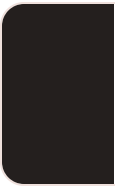
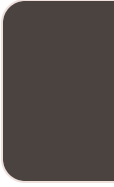


Dra. Marilyn Mares

MEDICINA ESTÉTICA

Versión metálica. Es la que se usa en web y en el bio: el logo se pinta con el degradado de marca y lleva el barrido de luz. En Canva se arma con el logo en tinta y encima un degradado rose gold en modo *superponer*, más un destello en diagonal. Nunca sobre una cara ni sobre fotografía con textura.

Crema, tinta y un metal rosado que aparece cuando algo importa.

 Rose gold #C87F80 · rgb(200,127,128) Color de marca: palabras clave, íconos y acentos.	 Rose gold profundo #AE6668 · rgb(174,102,104) Hover, bordes y texto sobre fondo claro.
 Rose gold pálido #F5D9D5 · rgb(245,217,213) Bordes de tarjeta, píldoras y badges.	 Crema papel #FDFAF7 · rgb(253,250,247) Fondo principal.
 Champagne #FBF2F0 · rgb(251,242,240) Secciones alternas y bloques suaves.	 Tinta #241F1E · rgb(36,31,30) Titulares.
 Tinta texto #4A4340 · rgb(74,67,64) Texto corrido, peso 400.	 Tinta secundaria #6B625E · rgb(107,98,94) Bajadas y notas.
70 · CREMA 20 · METAL 10 · TINTA	

El metal de marca

Antes que estético, somos médicos.

Así se ve el metal en un bloque: sube a luz, baja a cuerpo y vuelve a destellar.

No es un degradado de dos tonos — eso es lo que lo hace ver caro:

```
linear-gradient(118deg,#F7D8D2 0%,#DFA09E 20%,#C4787A 46%,#EFC0BA 62%,#CE8788 82%,#F3D3CD 100%)
```

El barrido de luz. Una banda blanca al 42% cruza en diagonal cada ~6 s (arriba lo estás viendo). En historias y video: **una sola pasada de 0.9 a 1.2 s por escena**, de la esquina inferior izquierda a la superior derecha. Nunca en bucle rápido ni sobre texto pequeño.

Cada marca tiene su metal; todos tienen la misma luz.

Cuando una pieza habla de un producto, el fondo, el número o el precio toman **su** metal — y la identidad de la doctora se sostiene en el logotipo y el pie. Todos comparten la misma física de luz, por eso se ven hermanos aunque el color cambie.

 Rose gold (marca) #C4787A	 Botox / toxina #6B4E8F
 NYX (labios) #C9A227	 Radiesse #1D6A93
 Sculptra #A81A5B	 Profhilo / Mesoheal #4C7A4E
 HArmonyCa #2B3A78	 Crystal Healer PN+ #137A70
 Rejuran #3F4A52	 NCTF / Filorga #B2373C
	

 Cosmelan #2E6B92	 Enzimas lipolíticas #9A6222
 Aparatología (Liftera, Zionic, láser) #2F3438	 TiZO #0E7FA8
 Colorescience #0F6E68	 HD Cosmetic #1F1F22
 PDRN / exosomas #6E4A9E	 Glass skin #2C3E63
 Faciales de la casa #B0655C	 Gift card #7A6A3F

Una pieza = un metal. Si la promoción combina dos productos, manda el principal y el otro entra solo como fotografía. Para un producto nuevo: toma el color de su empaque como cuerpo y aplica el patrón 86% luz → 48% luz → cuerpo → 70% luz → 10% sombra → 82% luz.

Serif con aire, sans que se lee sin esfuerzo.

DISPLAY · CORMORANT GARAMOND

Tu piel te está

contando algo.

Titulares, precios y nombres de tratamiento. Pesos 300 a 600; la palabra que carga el mensaje va en *itálica* rose gold.

Aa 36 · titular

Aa 24 · subtítulo

Aa 20 · acento itálico

TEXTO Y ETIQUETAS · POPPINS

MEDICINA ESTÉTICA

Cuerpo, botones y etiquetas. En mayúsculas siempre con tracking amplio; en texto corrido, **peso 400**.

Texto corrido · interlínea 1.75

ETIQUETA 11 PX · TRACKING
.24 EM

ACENTO · PINYON SCRIPT

promociones

Una palabra por pieza, nunca una frase entera. Va dentro de un titular serif, no sola.

ACCESIBILIDAD

18.5 px mínimo

Sus pacientes de 50 y 60 años usan lentes. En web el cuerpo nunca baja de **18.5 px** y el peso 300 se reserva para titulares grandes.

Movimiento de firma: titular serif + una palabra en script rose gold + una línea corta en mayúsculas espaciadas. Es la estructura que se repite en portadas, cierres y llamados a la acción.

Explica, no promete.

Docente

Primero el
porqué; el
procedimiento
viene después.

Honesta

Dice también lo
que la evidencia
todavía no
sostiene.

Cálida

Habla de tú, sin
infantilizar ni
presionar.

Concluyente

Cierra en
valoración, no
en "precio
desde".

“No hay técnica *mejor*. Hay técnica *indicada* para ti.”

Nunca: resultados garantizados, antes/después sin contexto clínico, comparaciones entre pacientes, ni prometer que un tratamiento estético resuelve un padecimiento médico o psiquiátrico.

Piel real, luz suave, rosa como atmósfera.

Retrato limpio con luz difusa, piel sin sobre-retoque y fondo crema. Los renders de moléculas y burbujas en rosa se usan como atmósfera en las esquinas, nunca encima del texto.



Portada de campaña: titular editorial, logotipo arriba y moléculas fuera del bloque de texto.



Manifiesto: fotografía de consulta, texto a la izquierda, firma de la doctora al pie.



Dra. Marilyn Mares
MEDICINA ESTÉTICA

Tu piel te está contando algo.



¿Y si aprendemos
a escucharla?

Jerarquía completa: tinta + palo de rosa, filete dorado con la estrella * y cierre en itálica.

Así se ve en Instagram y Facebook.

Foto de perfil oficial: la doctora en la recepción de Veraiza con vestido rosa, cara en el tercio superior para que luzca en el círculo. Portada de Facebook con el sistema rose gold, sin foto. Toca cualquiera para descargarla.



Foto de perfil · opción 1 · 1080×1080



Foto de perfil · opción 2 · 1080×1080



Portada de Facebook · 3280×1248 (el doble de 1640×624) · todo el texto dentro de la zona que se ve en celular

Consistencia sin volver la marca rígida.

✓ Sí

- Dejar aire: el fondo crema es parte del diseño.
- Una sola palabra en palo de rosa por titular.
- Usar la estrella * con filetes como separador.
- Incluir cédulas y permiso en toda pieza publicitaria.
- Cerrar en “agenda tu valoración”.

× No

- Usar la paleta anterior taupe/greige con oro como base.
 - Reescribir el logotipo con otra tipografía o separar sus partes.
 - Poner texto encima de las moléculas o de los brillos.
 - Titulares en mayúsculas sostenidas en la sans.
 - Prometer resultados o usar lenguaje de oferta agresiva.
-

Lo que toda pieza publicitaria debe traer.

La comunicación de la doctora es publicidad de servicios médicos: los registros y las cédulas no son opcionales.

CÉDULA PROFESIONAL

10371944

CÉDULA DE ESPECIALIDAD

15386381

Disclaimer obligatorio: “Los resultados pueden variar según cada paciente.”

Formación: Médico Cirujano y Partero (UANL) · Especialidad en Estética Facial y Corporal (Universidad Kirei).

 **Importante:** el permiso de publicidad de Veraiza Medical Center es del centro y **no se usa** en piezas de la doctora. En sus piezas van sus cédulas.

Dónde vive la marca.

WhatsApp

818 024 12 11

Instagram

@dra.marilynmares

Teléfono

813 100 30 35

Facebook

Pendiente de confirmar

Consultorio

Veraiza Medical Center · Av. Linda
Vista 314, Col. Linda Vista,
Guadalupe, N.L.

Dra. Marilyn Mares · Manual de identidad v1.0 — 30 de julio de 2026.

Identidad tomada del sistema visual vigente en Canva ("Posts de agosto"). Cualquier pieza nueva se construye con este documento. Dudas: Vector89.