

MANUAL DE IDENTIDAD · V1.0



**Explicar el cáncer con calma es parte del
tratamiento.**

Identidad vigente · 31 de julio de 2026 · Monterrey y Reynosa

Alta especialidad, trato de consultorio chico.

El Dr. Javier Hernández es **oncólogo médico con alta especialidad en cáncer de mama por el INCan**, la institución de referencia nacional. La marca sostiene dos cosas al mismo tiempo: el peso de esa formación y la calma de un médico que se sienta a explicar.

Riguroso

Cada afirmación se puede sostener con evidencia y con formación verificable.

Sereno

Ni alarma ni falsa promesa: información clara en un momento difícil.

Cercano

Atención individualizada. La paciente entiende su caso, no un folleto.

Digno

Se habla de cáncer sin morbo, sin lástima y sin estética de campaña.

Oro discreto · Crema · Rosa listón · Tinta

Cáncer de mama al centro, oncología médica alrededor.

La comunicación siempre lidera con cáncer de mama —es la alta especialidad— y menciona el resto como respaldo de que se trata de un oncólogo médico completo.

Cáncer de mama

Alta especialidad por el Instituto Nacional de Cancerología (INCan). Es el eje de toda la comunicación.

Cáncer de colon y recto

Oncología médica

Cáncer de estómago

Oncología médica

Cáncer de pulmón

Oncología médica

Cáncer de ovario

Oncología médica

Cáncer cervicouterino

Oncología médica

Otros tumores sólidos

Valoración caso por caso

Médico Cirujano y Partero

Formación de base

Especialidad en Oncología Médica

Cédula 15136127

Alta Especialidad en Cáncer de Mama

INCan

Nunca se publican costos de consulta ni de tratamiento en piezas de marca: se confirman por WhatsApp según sede y horario.

Un isotipo que es silueta, luna y laurel.



Composición oficial

El isotipo —silueta de mama trazada como luna creciente, rodeada de laurel— va a la izquierda. A la derecha, **DR. JAVIER HERNÁNDEZ** en serif de alto contraste en mayúsculas, con filete y la bajada **ONCOLOGÍA MÉDICA · ALTA ESPECIALIDAD EN CÁNCER DE MAMA.**

El degradado dorado es parte del logo: no se sustituye por un oro plano salvo en impresión a un solo color.



ORO SOBRE CREMA



BLANCO SOBRE TINTA



ISOTIPO · USO MÍNIMO

Área de protección

Dejar libre, alrededor del logotipo, un espacio equivalente al ancho del isotipo.

Tamaño mínimo

No usar el logotipo completo por debajo de 200 px de ancho digital: la bajada deja de leerse. Más chico, solo el isotipo.

Fondos

Oro sobre crema o blanco; blanco sobre tinta o fotografía oscura y limpia. Nunca oro sobre rosa saturado.

Logotipo · oro ↓

Logotipo · blanco ↓

Isotipo · oro ↓

04 · SISTEMA DE COLOR

Crema que calma, oro que respalda.

Oro

#C4A35A · rgb(196,163,90)

Color de marca. Logo, acentos, filetes.

Oro profundo

#B0914C · rgb(176,145,76)

Texto sobre crema, hover, detalles finos.

Crema

#FAF6EF · rgb(250,246,239)

Fondo claro principal.

Crema profunda

#F5EFE7 · rgb(245,239,231)

Bloques alternos y separaciones.

Rosa listón

#F4D7CC · rgb(244,215,204)

Acento de cáncer de mama. Nunca dominante.

Tinta

#1A1A1A · rgb(26,26,26)

Texto, fondos oscuros, portada.

70 · CREMA

20 · TINTA

10 · ORO

El rosa listón vive dentro del 10% de acento junto al oro: identifica el tema de mama, no es un color de fondo. Una pieza entera en rosa se lee como campaña genérica, no como consultorio.

Una sans con autoridad, otra con paciencia.

DISPLAY · MANROPE

Detección temprana.

Titulares y cifras. Peso 700–800 con tracking cerrado (–0.025em). Nunca en versalitas ni con sombra.

Aa 34 · título

Aa 24 · subtítulo

Aa 19 · destacado

TEXTO · INTER

Te explico tu caso con calma.

Texto corrido, datos clínicos, cédulas y formularios. Peso 300–500, interlínea generosa (1.6–1.7) porque son textos que se leen preocupado.

Texto corrido 15 px · interlínea 1.68

ETIQUETA 11 PX · TRACKING .16EM

El serif de alto contraste del logotipo es exclusivo del logo. No se usa para titulares ni se reescribe el nombre con otra tipografía.

La voz de quien ya dio esta noticia muchas veces.

Clara

Frases cortas. Un término técnico por vez, siempre traducido.

Serena

Sin signos de alarma, sin mayúsculas gritadas, sin cuenta regresiva.

Honesta

Se explica lo que se sabe y lo que depende de estudios. Nunca se promete un desenlace.

Útil

Toda pieza termina en un paso concreto: agenda tu valoración.

“Explicar el cáncer con calma es parte del tratamiento.”

Nunca: prometer curación o supervivencia, usar miedo como gancho, mostrar testimonios de pacientes identificables, comparar contra otros médicos o instituciones, ni presentar la consulta como un producto en oferta.

El médico se ve, la paciente se protege.

Retrato real del doctor, luz suave y natural, fondo neutro. Las pacientes se representan con dignidad: manos, gestos, listones, nunca rostros de pacientes reales ni imágenes clínicas explícitas.



Retrato oficial: bata, mirada directa, luz suave.



Fotografía de portada: ambiente cálido, sin estética de campaña.

Prohibido: bancos de imágenes con modelos llorando, cintas rosas gigantes, filtros fríos de hospital y cualquier foto de paciente sin consentimiento por escrito.

Consistencia sin volver la marca rígida.

✓ Sí

- Liderar con cáncer de mama y respaldar con la formación del INCan.
- Dejar aire: el diseño respira más de lo que llena.
- Combinar Manrope en titulares con Inter en texto.
- Usar el rosa listón como acento, junto al oro.
- Incluir cédulas y disclaimer en toda pieza publicitaria.

× No

- Prometer resultados, curación o tiempos de recuperación.
 - Deformar, rotar, recolorar o poner sombra al logotipo.
 - Reescribir el nombre con otra tipografía en vez de usar el logo.
 - Usar el rosa como color dominante de una pieza.
 - Publicar precios de consulta o de tratamiento.
-

Publicidad médica: lo que no es negociable.

Datos que deben aparecer

- Cédula Médico General: 12199211
- Cédula Oncología Médica: 15136127
- Alta Especialidad en Cáncer de Mama por el Instituto Nacional de Cancerología (INCan).
- Sedes de atención: Monterrey, N.L. (lunes a viernes) y Reynosa, Tamps. (sábados).

Disclaimer obligatorio en publicidad: "Los resultados pueden variar en cada paciente. La información de este material es de carácter divulgativo y no sustituye una valoración médica."

Toda pieza pagada debe cumplir la regulación COFEPRIS de publicidad médica: sin promesas de resultados, sin testimonios de pacientes, sin comparativos contra otros profesionales y con las cédulas visibles. Ante la duda, no se publica: se consulta primero.

Dónde vive la marca.

WhatsApp

+52 81 2581 3073

Instagram

@drjavier.cancerdemama

Sitio web

drjavierhernandez.mx

Facebook

/drjavier.cancerdemama

Sitio en inglés

drjavierhernandez.mx/en

TikTok

@drjavier.cancerdemama

Correo

jhernandez@oncologia.org.mx

Dr. Javier Hernández · Manual de identidad v1.0 — 31 de julio de 2026.

Construido a partir del sistema visual de drjavierhernandez.mx. Cualquier pieza nueva se hace con este documento. Dudas: Vector89.