

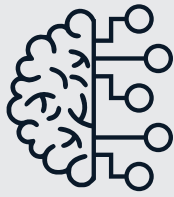


NEUROVIA LABS

GUÍA DE MARCA

LA MARCA

Una sola marca: el cerebro completo, con su circuito, y el nombre en Saira SemiCondensed Black. Existe en tres disposiciones. Todas son la misma marca; la que se usa depende del espacio, no del gusto.



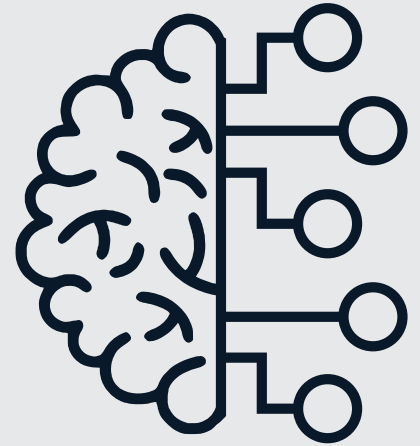
NEUROVIA LABS

Horizontal. La versión principal. Encabezado del sitio, firma de correo, banner, franja de patrocinador, portada de deck. Cuando no haya razón para otra, es esta.



NEUROVIA LABS

Apilada. Formatos cuadrados o verticales: portada de propuesta, camiseta, avatar de redes, sello en una lámina.



Marca sola. Cuando el nombre ya está escrito al lado o en la misma pieza. Mínimo 48 px de alto en pantalla, 12 mm impresa.



NEUROVIA LABS

En blanco. Sobre navy o sobre fotografía oscura. En el sitio, que es navy, es la versión que se ve casi siempre. Es la única otra forma en que la marca cambia de color.

NEUROVIA LABS

Solo el nombre. Casi nunca. Existe por si un tercero lo exige (un patrocinador que ya lleva el ícono aparte). No es una versión para elegir.

ESPACIO Y TAMAÑO

Alrededor de la marca se deja libre, como mínimo, el diámetro de uno de los círculos del circuito, por cada lado. Nada de texto, bordes, otros logos ni fotografía en esa zona.



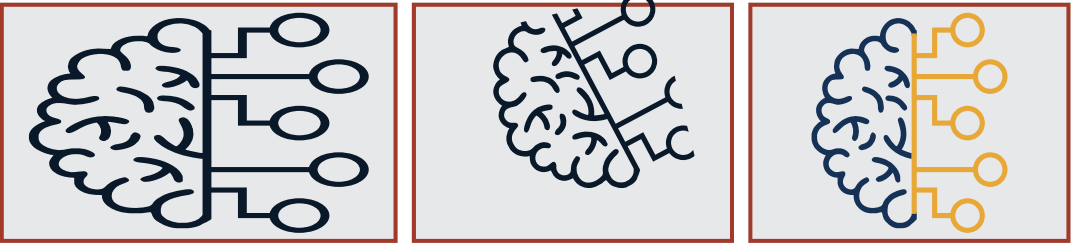
La línea punteada marca la zona libre mínima. En una tarjeta o un gafete conviene el doble.

Pieza	Mínimo en pantalla	Mínimo impresa
Horizontal	140 px de ancho	35 mm de ancho
Apilada	110 px de ancho	28 mm de ancho
Marca sola	48 px de alto	12 mm de alto

Por debajo de esos tamaños los pliegues del cerebro se cierran y la marca se vuelve una mancha. Ahí entra la versión para íconos, que está más abajo.

LO QUE NO SE HACE

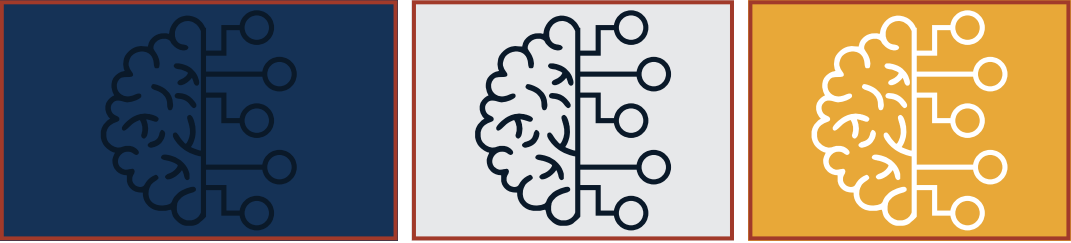
Cada uno de estos está dibujado a propósito para que se reconozca el error. Si una pieza se parece a alguno, se rehace.



Estirar o comprimir.

Rotar.

Colorear por partes.



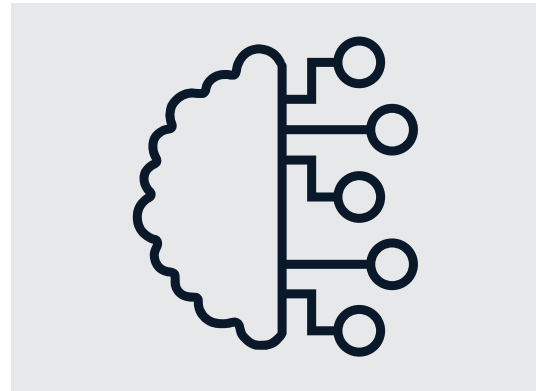
Navy sobre navy 3: no contrasta. Sobre cualquier navy va en blanco.

Sombras, degradados, contornos, efectos.

Blanco sobre oro: contraste 2,1. Ilegible.

ÍCONOS

Para favicon, ícono de app y cualquier cosa por debajo de 48 px existe una versión reducida: el contorno exterior del cerebro y el circuito, sin ningún pliegue interno, con trazo más grueso. No es una alternativa de la marca. Es su versión de emergencia para tamaños en los que la marca completa no funciona.



Favicon. Oro sobre navy, esquinas redondeadas. Es el único lugar donde la marca va en oro; en todo lo demás es navy o blanco.

Reducida en un color. Por si un ícono la pide en tinta o en blanco, sin fondo.



16 px (×4)



32 px (×3)



180 px

16 px es el piso. A ese tamaño el circuito se pierde y queda el cerebro reconocible. Ninguna versión lo arregla; es lo que caben 16 píxeles.

COLOR

La paleta es la del sitio. Cuatro colores hacen la marca; el resto son apoyo y funcionales, y están aquí para que el sitio, las propuestas y la imprenta usen los mismos valores. Los CMYK son una conversión aproximada: la imprenta los valida con su perfil, y el navy va como negro enriquecido, no como negro plano.

De marca

Navy #0A1929 RGB 10 25 41 CMYK 76 39 0 84	Oro #E8A838 RGB 232 168 56 CMYK 0 28 76 9	Claro #F4F4F9 RGB 244 244 249 CMYK 2 2 0 2	Blanco #FFFFFF RGB 255 255 255 CMYK 0 0 0 0
---	---	--	---

De apoyo — para fondos y jerarquía sobre navy

Navy 2 #0C2238 RGB 12 34 56 CMYK 79 39 0 78	Navy 3 #153256 RGB 21 50 86 CMYK 76 42 0 66	Oro claro #F0C060 RGB 240 192 96 CMYK 0 20 60 6	Atenuado #969CA6 RGB 150 156 166 CMYK 10 6 0 35
---	---	---	---

De apoyo — para documentos sobre blanco

Gris #6C757D RGB 108 117 125 CMYK 14 6 0 51	Niebla #E7E8EA RGB 231 232 234 CMYK 11 0 8
---	--

Color	Para qué	Para qué no
Navy	Fondo de todo el sitio; la marca y el texto sobre blanco; fondos oscuros en impreso	—
Oro	Acento: botones, enlaces, un dato destacado, la marca en el favicon. Con oro claro forma el único degradado permitido (135°, oro → oro claro)	Grandes superficies; texto largo; la marca fuera del favicon; texto blanco encima
Claro	Texto principal sobre navy	Fondos en impreso: ahí es blanco
Blanco	Fondo de documentos e impresos; la marca en negativo	Texto sobre oro
Navy 2	Fondo alternativo para separar secciones (blog, casos)	Texto
Navy 3	Bordes, tarjetas, botones secundarios, texto secundario sobre blanco	Fondo de la marca en navy
Atenuado	Texto secundario sobre navy. En web equivale a blanco al 60 %	Texto sobre blanco
Gris	Texto secundario en documentos sobre blanco	Sobre navy
Niebla	Líneas, tablas, fondos de sección en documentos sobre blanco	Texto

Funcionales del sitio

Existen en el producto y no son de marca: no van en logos, portadas ni impresos. **Azure** #3E8FD6 acento secundario y categoría del blog; **Teal** #2FBFB3 acento

terciario y estados completados; **Éxito** #4ADE80 en formularios; **WhatsApp** #3FCC8B solo para esa categoría; **Error** #EF4444 . Los colores del diagnóstico de madurez (naranja, azules) son semánticos de esa herramienta y quedan fuera de esta guía.

Contraste para texto (WCAG)

Combinación	Ratio	Texto normal	Texto grande
Navy sobre blanco · blanco sobre navy	17,7	Pasa	Pasa
Claro sobre navy	16,2	Pasa	Pasa
Navy sobre niebla	14,5	Pasa	Pasa
Navy 3 sobre blanco	12,9	Pasa	Pasa
Claro sobre navy 3	11,8	Pasa	Pasa
Oro sobre navy · navy sobre oro	8,5	Pasa	Pasa
Teal sobre navy	7,8	Pasa	Pasa
Atenuado sobre navy	6,4	Pasa	Pasa
Oro sobre navy 3	6,2	Pasa	Pasa
Azure sobre navy	5,2	Pasa	Pasa
Gris sobre blanco	4,7	Pasa (AA)	Pasa
Blanco sobre oro	2,1	No	No

En el sitio, el texto secundario está escrito como blanco al 60 % (`text-white/60`). Está bien: da el mismo 6,4. Lo que no conviene es bajar de 55 %.

SAIRA SEMICONDENSED BLACK

La letra de la marca, y por eso la de los títulos grandes: portadas, encabezados de sección, el titular de una lámina o de una página del sitio. Siempre en mayúsculas, siempre en peso 900, siempre corta. Nunca en párrafos ni en interfaz.

Inter Regular, Medium y Semibold — para todo lo demás

Texto corrido, tablas, botones, formularios, correos, propuestas. Regular (400) para leer, Medium (500) para subtítulos y énfasis, Semibold (600) para botones, etiquetas y títulos pequeños dentro de la interfaz. No se cargan ni se usan Bold (700) ni Extrabold (800): donde parezca que hace falta más peso, el título sube a Saira o baja a Semibold.

Uso	Fuente	Tamaño de referencia
Título de portada, hero del sitio	Saira SemiCondensed 900, mayúsculas	48–84 px · 36–60 pt
Título de sección o de página	Saira SemiCondensed 900, mayúsculas	28–40 px · 20–28 pt
Título dentro de contenido, tarjeta	Inter 600	18–22 px · 14–16 pt
Subtítulo, énfasis	Inter 500	16–18 px · 12–14 pt
Párrafo	Inter 400	16–17 px · 10,5–11 pt · interlínea 1,5
Botón, etiqueta	Inter 600	14–15 px
Nota, pie, tabla	Inter 400	13–14 px · 9 pt

En el sitio, Saira SemiCondensed reemplaza a Geist como fuente de títulos; Geist venía con la plantilla de Next.js y nadie la eligió. Inter se carga en 400, 500 y 600 únicamente. Si en un documento no se puede instalar la fuente (Word compartido, correo), se usa la que haya y no se finge: mejor Arial que un intento de Inter mal cargado. Los logos no dependen de ninguna fuente: el texto ya está convertido a trazados.

Todo está en `neurovia-logo-final.zip`. Dos carpetas, una regla: si va a medir más de 48 px viene de `logo/`; si menos, de `favicon/`.

Archivo	Qué es	Cuándo
<code>logo/neurovia-logo-horizontal.svg</code>	Marca + nombre en una línea	Uso principal. Web, correo, banner, deck
<code>logo/neurovia-logo-stacked.svg</code>	Marca + nombre en dos líneas	Formatos cuadrados o verticales
<code>logo/neurovia-mark.svg</code>	Solo la marca	Cuando el nombre ya está al lado
<code>logo/neurovia-wordmark.svg</code>	Solo el nombre	Solo si un tercero lo exige
<code>logo/*-white.svg</code>	Las mismas piezas en blanco	Sobre fondo oscuro o foto
<code>logo/*.pdf</code>	Vector para imprenta	Lo que se envía a imprimir. RGB; pedir CMYK con negro enriquecido si lo requieren
<code>logo/*-4000px.png</code> , <code>*-1500px.png</code>	Raster con fondo transparente	Solo donde no acepten vector: Word, correo, plataformas de terceros
<code>favicon/favicon.svg</code>	Ícono, oro sobre navy	Favicon en navegadores modernos
<code>favicon/favicon-512.png</code>	Ícono	Android, PWA, manifest
<code>favicon/favicon-180.png</code>	Ícono	Apple touch icon
<code>favicon/favicon-32.png</code> , <code>-16.png</code>	Ícono	Favicon clásico
<code>favicon/mark-small-mono.svg</code>	Versión reducida en un color	Íconos que la necesiten en tinta o blanco

Qué es geometría y qué es trazado

El circuito —columna, cinco ramas, cinco círculos— y el nombre son geometría exacta: círculos matemáticos, líneas ortogonales, tipografía compuesta sobre línea base. El contorno del cerebro es un trazado vectorial del dibujo original, llevado al mismo grosor de trazo; es orgánico y su irregularidad no se ve a ningún tamaño de uso. Si más adelante el cerebro se redibuja como geometría construida, se reemplaza solo esa pieza y todo lo demás queda igual.