

# MANUAL DE IDENTIDAD **CORPORATIVA**





Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca Social Grow en todas sus posibles expresiones. Responde a la necesidad de asegurar la correcta aplicación de los elementos de la Identidad Visual Corporativa.

Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso de la marca Social Grow contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma y aumentar el grado de recordación simbólica de cada uno de sus elementos.

Este manual no pretende restringir la creatividad de la organización, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas, con objetivos claros de comunicación y proyectando la marca con solidez. Es un trabajo de equipo, en el que todos participamos para hacer de Social Grow una gran marca.

# TABLA DE CONTENIDOS

## 1. ESTRUCTURA DEL LOGOTIPO

1. PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL LOGOTIPO
2. ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN
3. ÁREA DE PROTECCIÓN
4. VERSIONES A COLOR

## 2. TIPOGRAFÍA

1. TIPOGRAFÍA PRINCIPAL
2. TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

## 3. COLOR

1. COLORES PRINCIPALES
2. COLORES SECUNDARIOS
3. COLORES NEUTROS
4. USOS RECOMENDADOS
5. USOS NO RECOMENDADOS

## 4. USABILIDAD

1. USOS PERMITIDOS
2. USOS INCORRECTOS
3. VARIACIONES MÍNIMAS DE TAMAÑO
4. RECURSOS GRÁFICOS

## 5. APLICACIONES

1. WEB Y REDES
2. MARKETING
3. PAPELERÍA



# 1. ESTRUCTURA DEL LOGOTIPO

## 1.1 PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL LOGOTIPO

El logotipo como representación gráfica de la marca está formado por la construcción tipográfica de los caracteres que componen la palabra “Social Grow”, la representación gráfica de dos formas orgánica reflejadas en diferentes tamaños y la frase “Reputation management”, que sirve a modo de aclaración del servicio principal que ofrece la empresa.

Social Grow utilizará el logotipo con el fin de dar más énfasis y recordación al nombre de la entidad para generar mayor posicionamiento dentro del campo tecnológico.

Dentro de las variables de uso está la posibilidad de usar sólo el símbolo (en los casos donde el logotipo se encuentre presente de otra forma), con el objetivo de generar pregnancia y recordación de la marca.

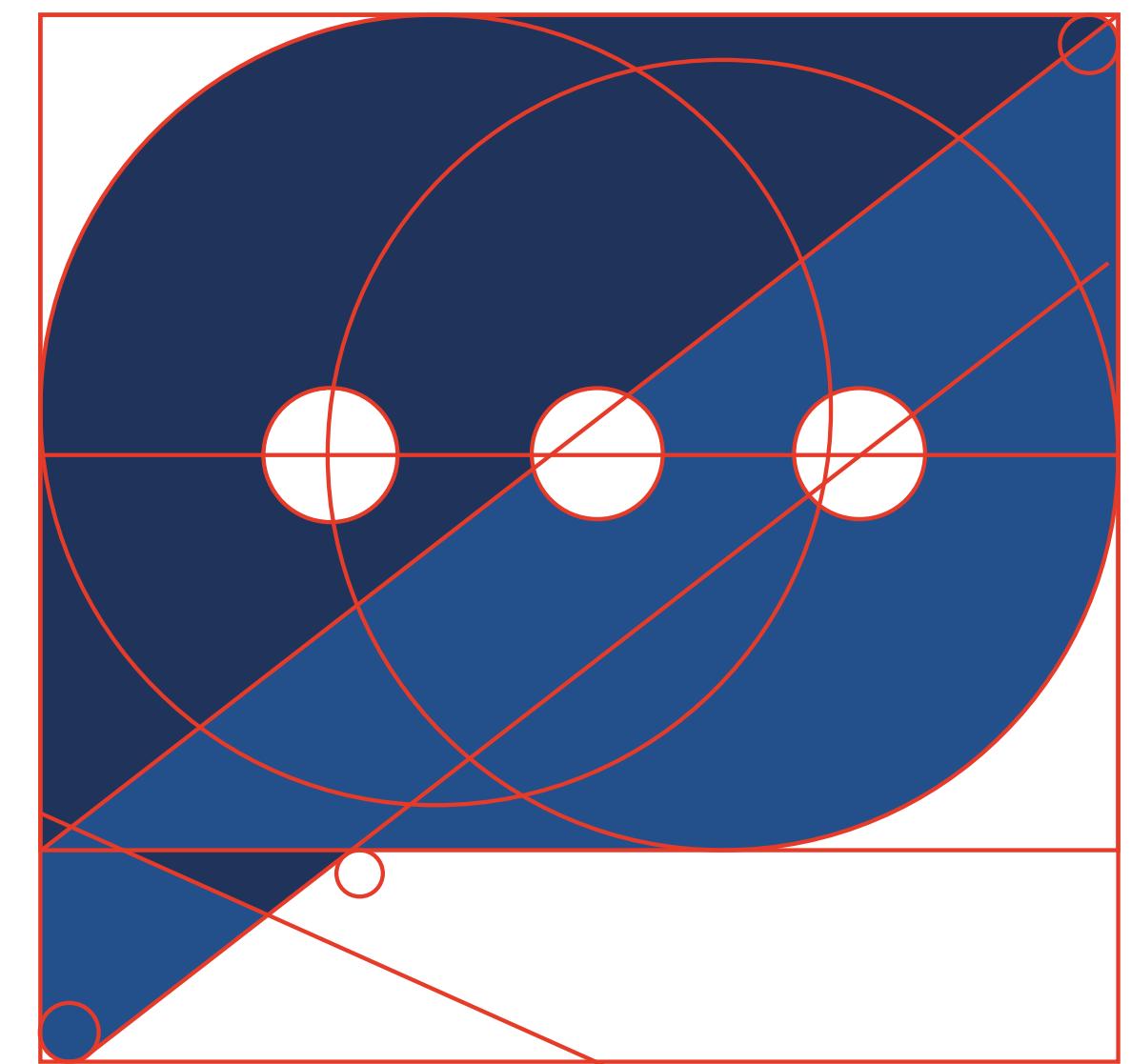
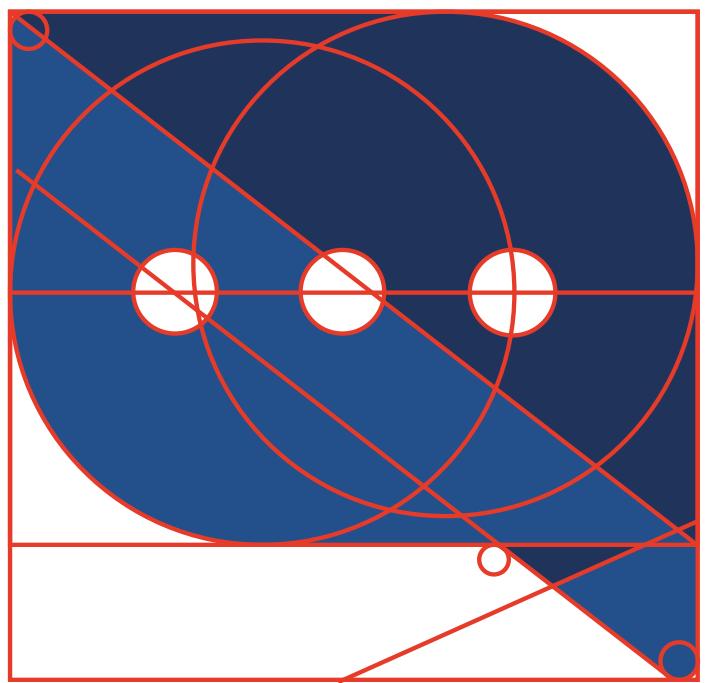
Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Social Grow, se deberán seguir una serie de normas genéricas.



## 1.2 ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN

### ISOTIPO

El isotipo se desarrolla a partir de líneas verticales, horizontales y círculos para dar este aspecto orgánico y desestructurado.



## 1.2 ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN

### LOGOTIPO + BAJADA

El logotipo se reduce a la palabra Social Grow con la tipografía EXO en su variable bold y regular, y su eslogan “reputation management” en la misma tipografía en variante medium y con un ajuste del interletrado.



## 1.3 ÁREA DE PROTECCIÓN

El área de protección es un espacio alrededor del logotipo que se debe respetar y no puede ser invadido por otros elementos gráficos, textos, imágenes y fotografías y corresponde al tamaño de un módulo.



## 1.4 VERSIONES A COLOR



### VERSIÓN COLOR

La versión en color se utilizará en los colores institucionales azul, azul medio y naranja. NO se debe reproducir en otros colores externos. Puede aplicarse sobre blanco y sobre fotografías de ciertas características (ver COLOR - USOS)



### VERSIÓN NEGATIVA

La versión en negativo sólo puede utilizarse en BLANCO y GRIS, y no en otro color institucional ni externo. Se puede utilizar sobre colores corporativos y sobre fotografías de ciertas características (ver COLOR - USOS)



### VERSIÓN GRISES

La versión en escala de grises se utilizará sólo cuando existan limitaciones de impresión.



## 2. TIPOGRAFÍA

## 2.1 TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

### EXO 2

Eso es un tipo de letra geométrica - sana serif contemporánea que trata de transmitir un sentimiento tecnológico y futurista manteniendo un diseño elegante.

La misma se utilizará tanto en títulos, subtítulos, como en algunos textos largos (en piezas determinadas).

Se podrán utilizar las variables que se presentan a continuación en sus versiones regular e itálica.

Está prohibido escribir textos largos en mayúscula ya que dificulta su lectura. En caso de querer resaltar textos usando la mayúscula y sin variables tipográficas, no deben ser de más de 5 líneas de extensión.

Social Grow

*Social Grow*

Social Grow

*Social Grow*

Social Grow

*Social Grow*

Social Grow

*Social Grow*

**Social Grow**

***Social Grow***

**Social Grow**

***Social Grow***

**Social Grow**

***Social Grow***

**Social Grow**

***Social Grow***

<https://fonts.google.com/specimen/Exo+2?query=exo+2>

## 2.2 TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

### LATO

Los detalles semi-redondos de las letras le dan una sensación de calidez, mientras que la estructura fuerte proporciona estabilidad y seriedad, con un dejo de amabilidad.

La misma se utilizará tanto en textos corridos en medios electrónicos como impresos. El cuerpo mínimo permitido es 9 pt.

*Social Grow*

*Social Grow*

*Social Grow*

*Social Grow*

**Social Grow**

**Social Grow**

**Social Grow**

**Social Grow**

**Social Grow**

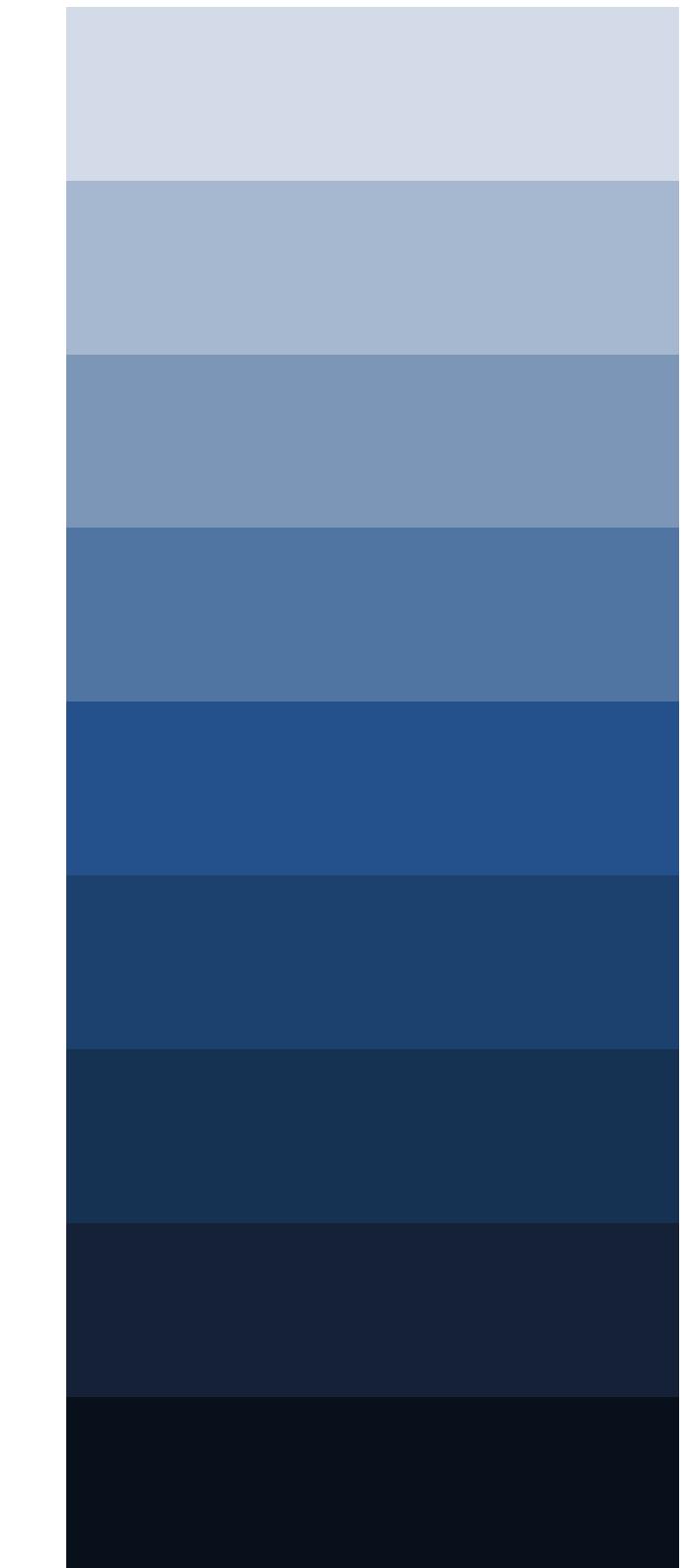
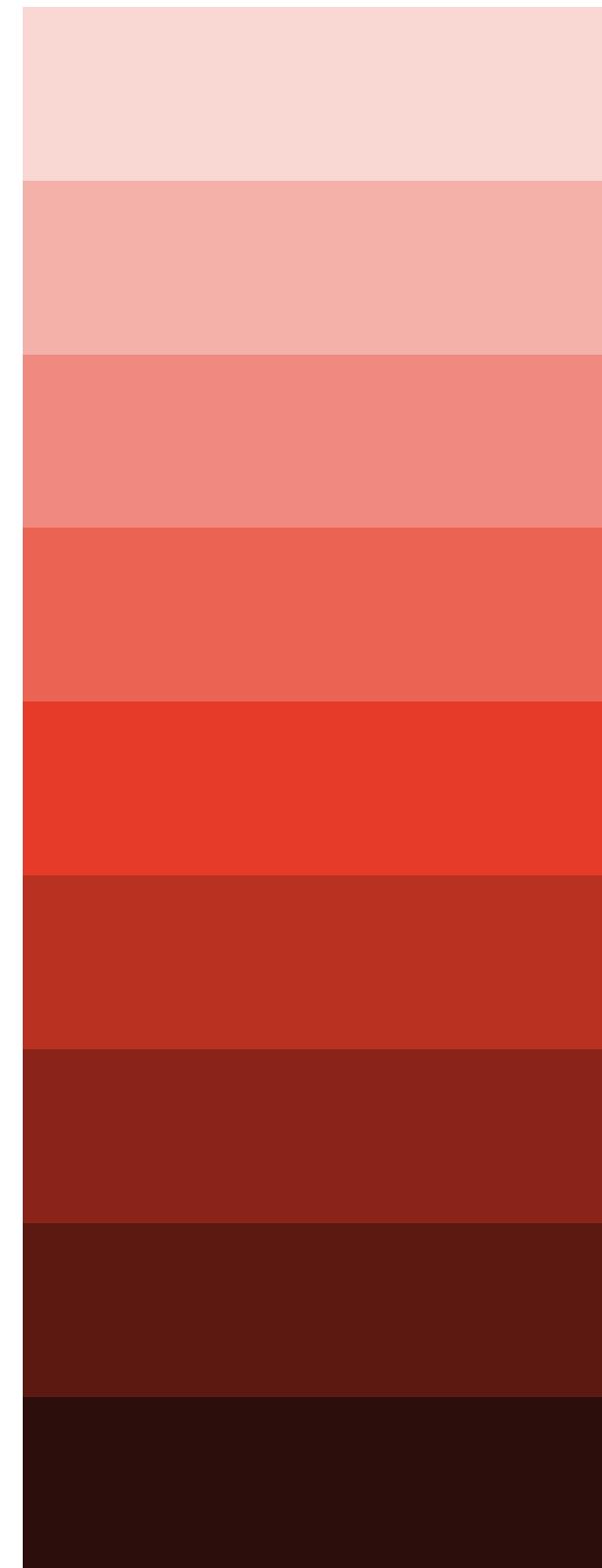
**Social Grow**

<https://fonts.google.com/specimen/Lato?query=lato>

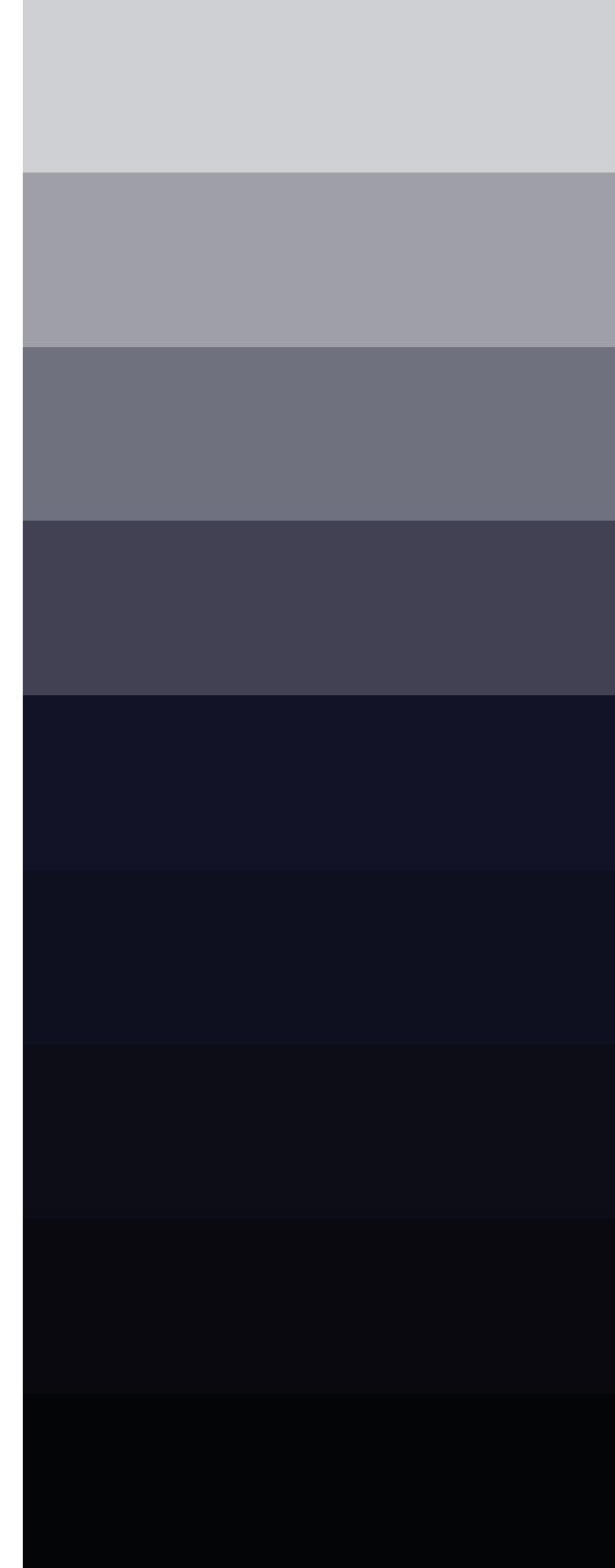


### 3. COLOR

### 3.1 COLORES PRIMARIOS



## 3.2 COLORES SECUNDARIOS



R: 17  
G: 18  
B: 40

C: 100%  
M: 92%  
Y: 44%  
K: 72%

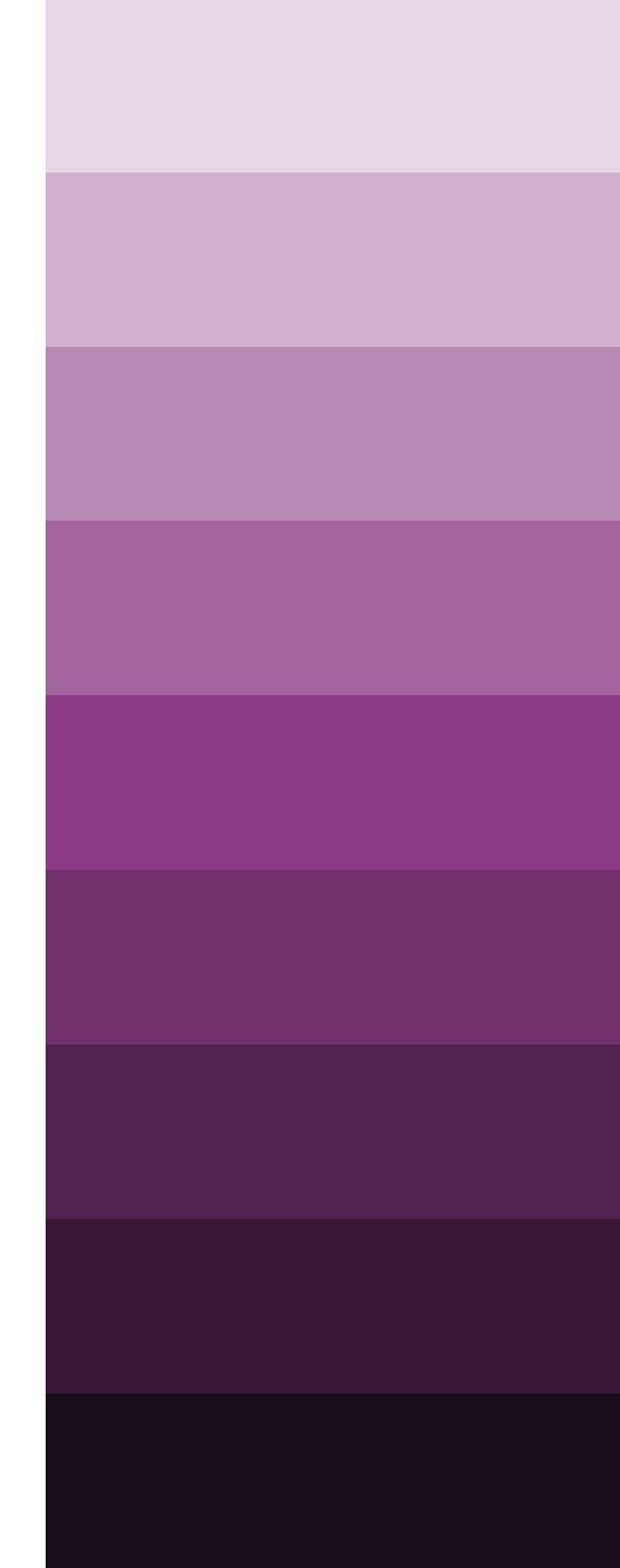
#111228



R: 246  
G: 207  
B: 114

C: 5%  
M: 20%  
Y: 64%  
K: 0%

#F6CF72



R: 140  
G: 60  
B: 135

C: 55%  
M: 87%  
Y: 8%  
K: 1%

#8C3C87

### 3.3 COLORES NEUTROS



R: 0  
G: 0  
B: 0  
  
C: 100%  
M: 100%  
Y: 100%  
K: 100%  
  
#000000



R: 151  
G: 150  
B: 151  
  
C: 42%  
M: 33%  
Y: 33%  
K: 12%  
  
#979697



R: 255  
G: 255  
B: 255  
  
C: 0%  
M: 0%  
Y: 0%  
K: 0%  
  
#FFFFFF

### 3.4 USOS RECOMENDADOS



### 3.5 USOS NO RECOMENDADOS





## 4. USABILIDAD

## 4.1 USOS PERMITIDOS

### ISOLOGOTIPO COMPLETO

Versión principal del logotipo con la descripción. Se debe usar como primera opción en cualquier pieza gráfica, portada, contraportada, carátula y papelería corporativa, siempre respetando la legibilidad.

Su carácter descriptivo permite fácilmente entender la razón social de la organización.



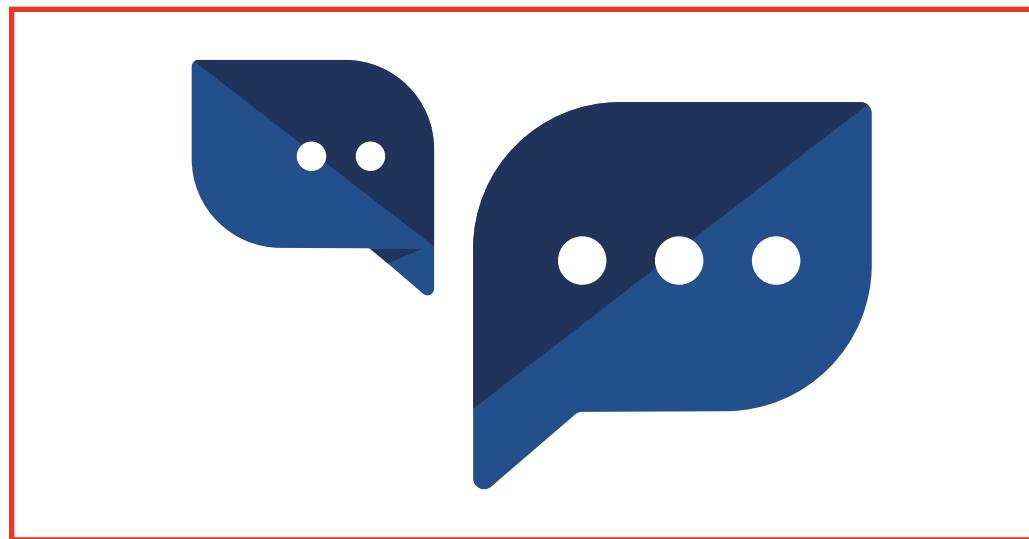
### ISOLOGOTIPO

Se recomienda el uso de esta versión del logotipo cuando se repita en una misma pieza gráfica, por ejemplo cuando se sitúa en todas las páginas de un catálogo y ya se ha utilizado la versión completa en la portada.

Esta opción es ideal cuando el tamaño del isologotipo debe ser más pequeño.



## 4.2 USOS INCORRECTOS



### ISOTIPO

No se debe utilizar el isotipo solo porque no permite el reconocimiento de la marca.



### ROTACIONES

No se debe rotar o inclinar el logotipo dentro de un diseño.



### DESCOMPOSICIÓN

No está permitido descomponer, desplazar o mover un elemento dentro del logotipo.



### USO VERTICAL

Se debe evitar el uso vertical del isologotipo.



### BORDES Y SOMBRA

No está permitido el uso de bordes y sombras.



### ALTERACIONES

No se puede hacer alteraciones en la disposición de los elementos que componen el logotipo e isotipo.



### VARIACIONES

No es recomendable usar variaciones que no se respetan las proporciones y espacios legales establecidos.



### TIPOGRAFÍA

No está permitido el uso de la tipografía como logotipo sin estar el isotipo incluido ya que el logotipo completo representa la marca.

## 4.3 VARIACIONES MÍNIMAS DE TAMAÑO

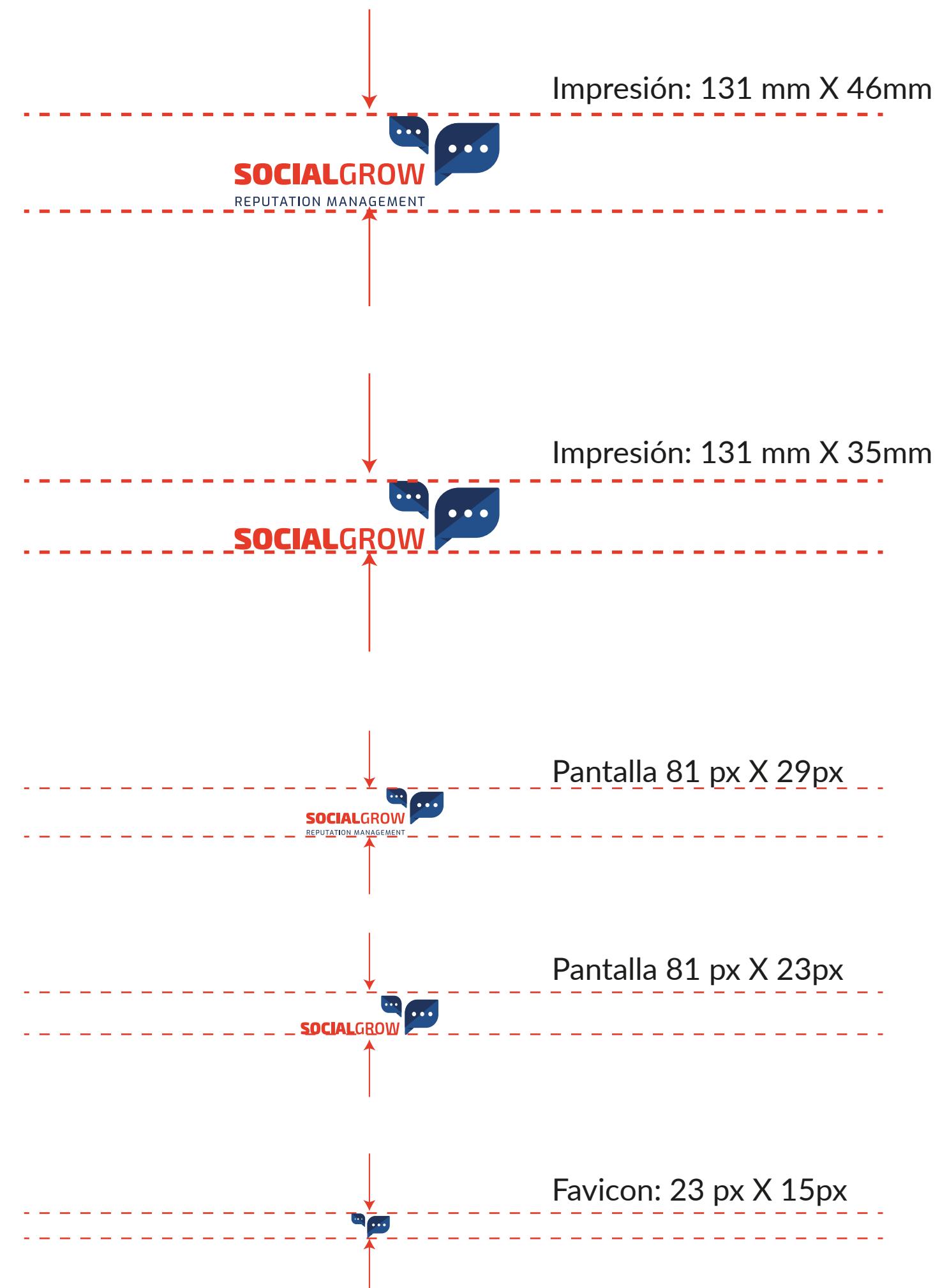
Los tamaños mínimos de reproducción establecidos para impresión y pantalla varían de acuerdo con cada una de las versiones del isologotipo.

En relieve y grabados se aconseja un mayor tamaño con el fin de asegurar la reproducción y la legibilidad.

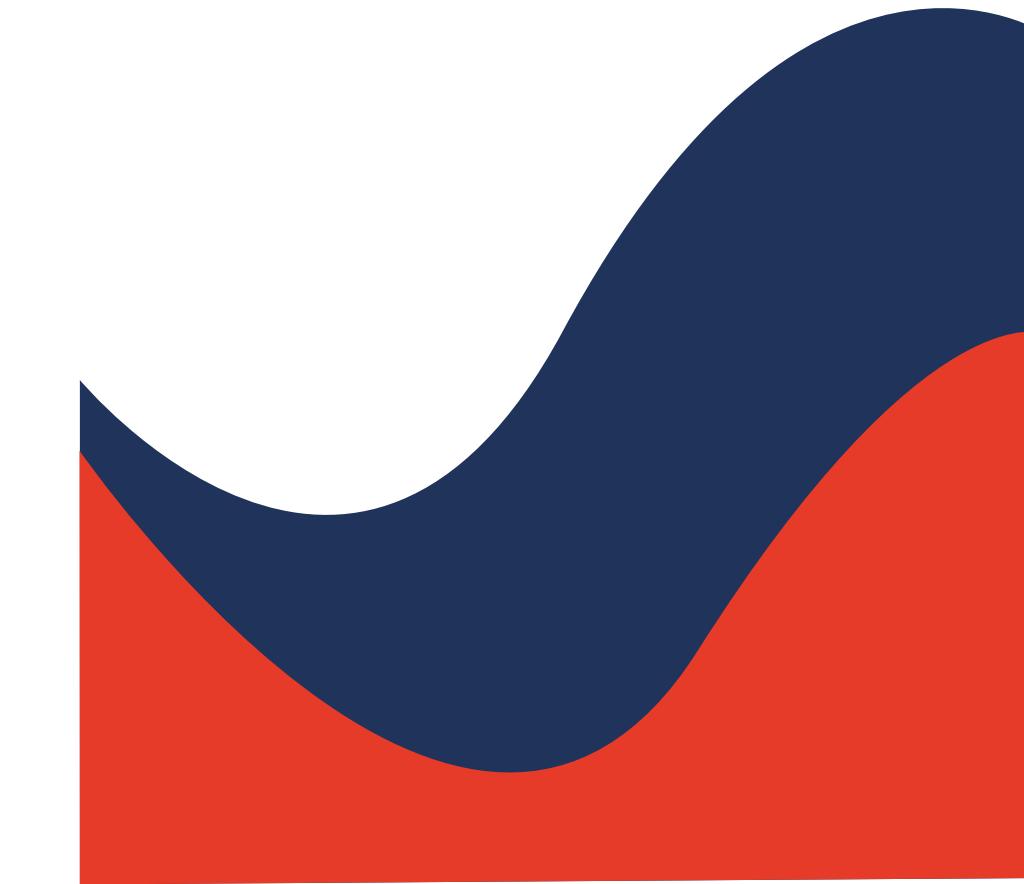
El isologotipo se debe reproducir en lo posible en la versión completa.

El isologotipo no debe utilizarse en un tamaño más pequeño que los presentados aquí, ya que ello compromete su legibilidad.

Sólo para el uso de Favicon está permitido el isotipo.



## 4.4 RECURSOS GRÁFICOS



### TRAMAS

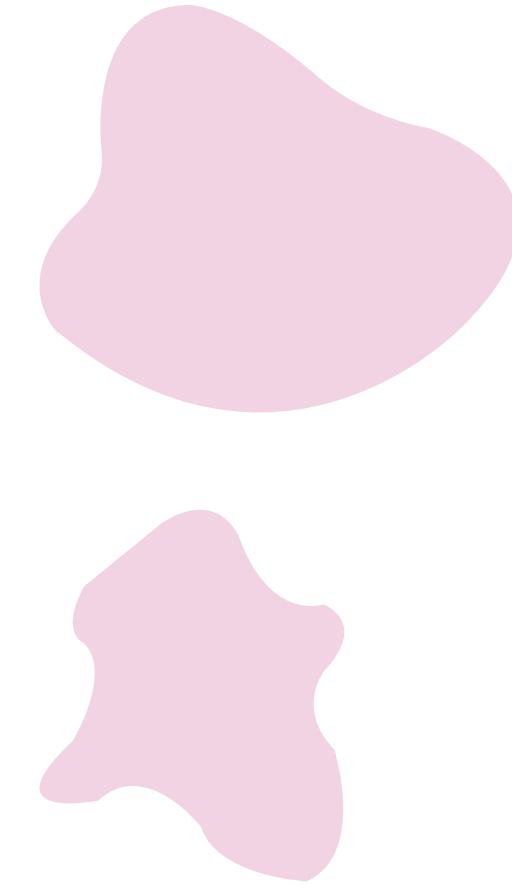
La trama consiste en una repetición del isotipo. Éste se debe usar en sus colores originales en una opacidad del 10%. Es un elemento decorativo y representativo.

### ONDAS

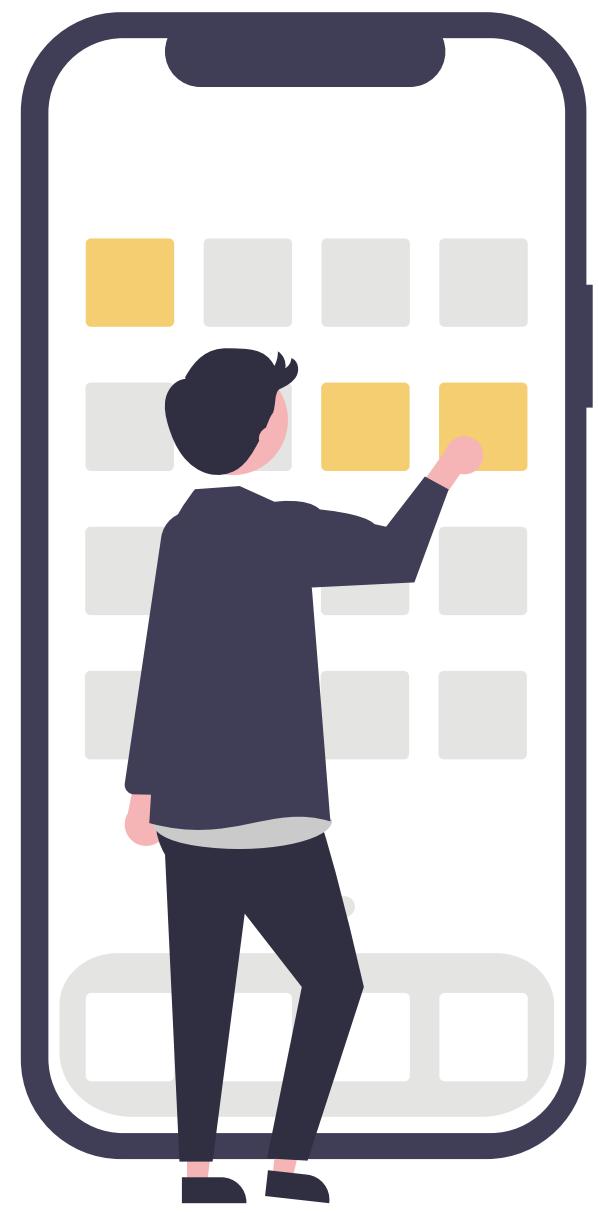
Las ondas se deben usar en los colores principales. Como variante, se pueden usar éstos en baja saturación para que no sean invadidas en el caso que se necesite resaltar o diferenciar alguna información.

### BLOPS

Los blops son elementos decorativos que se deben usar en los colores principales o secundarios de baja saturación o bien van a servir para recortar imágenes.



## 4.4 RECURSOS GRÁFICOS



### ILUSTRACIONES

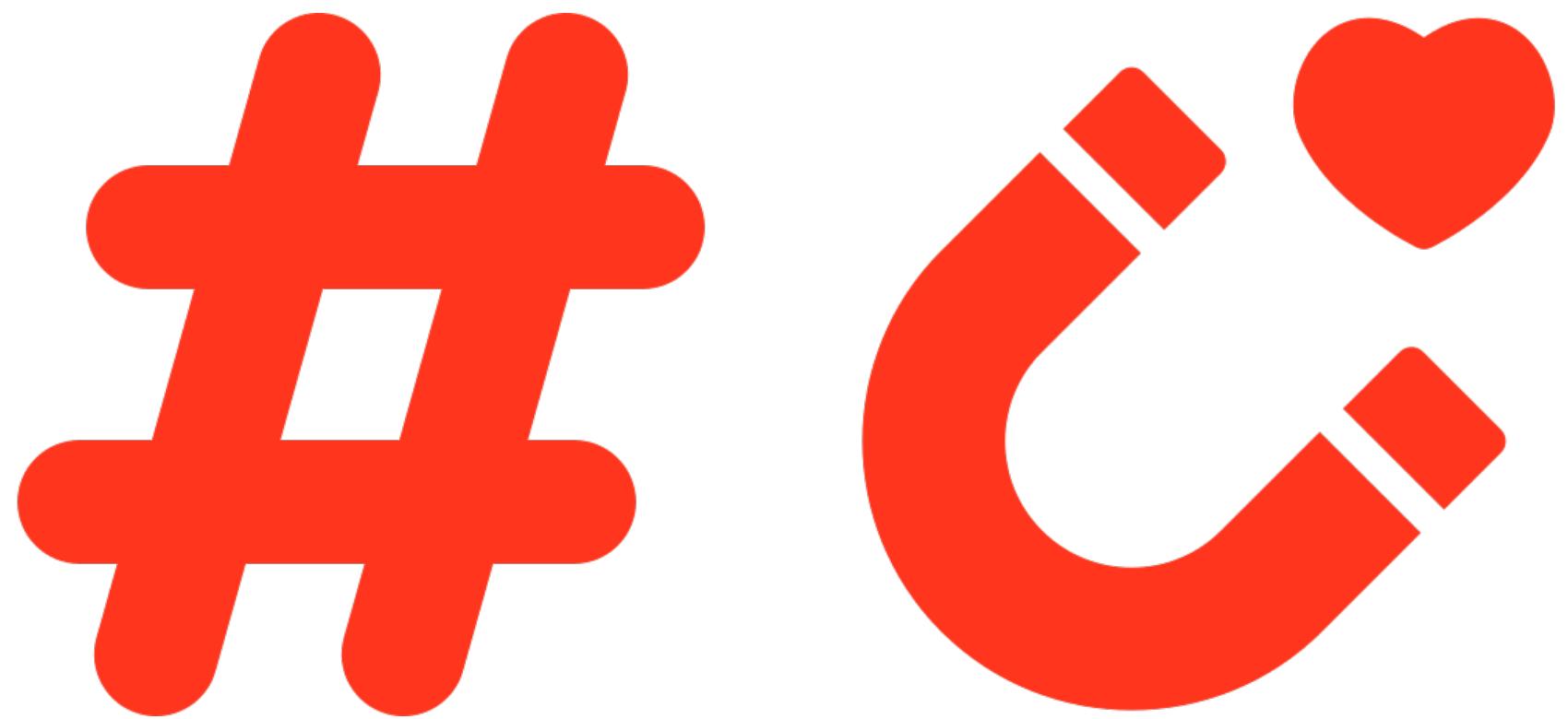
Las ilustraciones deben ser planas y sin sombras. Se pueden usar tanto en colores primarios como secundarios, para generar contraste.

## 4.4 RECURSOS GRÁFICOS

LINEALES



RELLENOS



ICONOGRAFÍA

La iconografía se debe usar en los colores principales y debe ser de un sólo tipo, sean todas lineales o todas rellenas. Es un sistema abierto que permite la incorporación de nuevos elementos, respetando las características de diseño de cada grupo.



## 5. APLICACIONES

## 5. APLICACIONES

Para evitar resultados no deseados en la puesta en uso de la marca Social Grow en diferentes soportes, se deben seguir una serie de normas genéricas.

Ordenar y aplicar de forma correcta el isologotipo es garantía de que se transmitirá perfectamente lo que se quiere comunicar desde la marca.

## 5.1 WEB Y REDES



▶ POSTEOS PARA RRSS

## 5.2 MARKETING



CARTELERÍA EN VÍA PÚBLICA

## 5.2 MARKETING



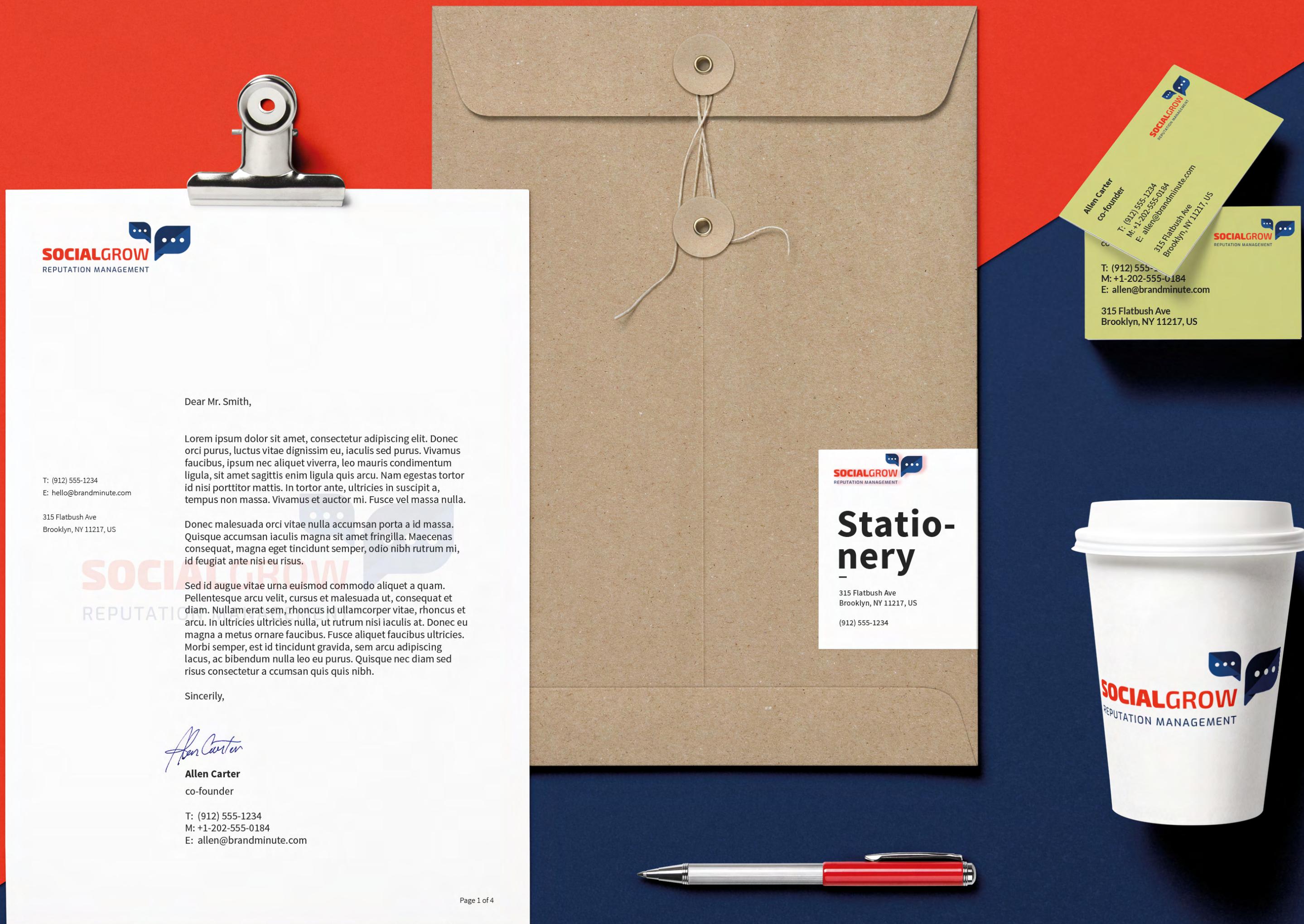
CARTELERÍA EN VÍA PÚBLICA

## 5.2 MARKETING

CARTELERÍA EN VÍA PÚBLICA



## 5.3 PAPELERÍA



- ▶ CUALQUIER CONSULTA SOBRE ESTE MANUAL, CONTACTAR A:  
[milagros@cuutm.com](mailto:milagros@cuutm.com)
  
- ▶ ELEMENTOS GRÁFICOS DISPONIBLES EN:  
[Aceleradora InkuA - Diseño](#)