



¡Somos la marca Somos Digital y este es nuestro nuevo manual de identidad corporativa!

Si estás por aquí, nos conoces, ¡y eso ya nos hace felices!

En esta guía encontrarás nuestra estrategia de comunicación y las bases para aplicar nuestra marca de manera correcta y conseguir que la imagen de Somos Digital tenga coherencia en todos los soportes en los que se utilice. ¡Vamos!

Introducción

Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la esencia de la marca Somos Digital. Como elementos constitutivos de la misma establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías, las aplicaciones cromáticas, el tono de voz y los pilares sobre los que se han de construir sus comunicaciones.

Debidamente aplicado, este manual asegura la consecución de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable a la vez que optimiza la eficacia de sus comunicaciones.

Todos somos responsables de proteger la marca. Por ello te pedimos que te tomes el tiempo necesario para leer este documento íntegramente y entender así todas las normas antes de utilizar cualquiera de estos elementos.

Sobre este manual

¿Para qué sirve?

Este manual te ayudará a entender la esencia de la marca Somos Digital.

Con él podrás aprender sobre la idea de marca que nos define, los valores que seguimos y la personalidad que nos caracteriza.

Además, nos ayudará a garantizar que los elementos que conforman nuestra identidad se apliquen de forma correcta y coherente en todos nuestros mensajes y puntos de contacto.

Este manual será una herramienta esencial para que nuestra identidad mantenga siempre su fuerza.

¿Para quién es?

Este manual es para todos los que formamos parte de Somos Digital.

Es también para aquellos de los que, directa o indirectamente, depende la gestión y correcta aplicación de nuestra marca.

Cada uno de nosotros comparte la responsabilidad de proteger y cuidar nuestra marca. Solo mediante el esfuerzo común conseguiremos que, día a día, Somos Digital tenga una marca coherente, unificada y reconocida.

¿Cómo se utiliza?

En este documento encontrarás las pautas básica que marcan las líneas generales para el desarrollo del estilo visual y verbal de Somos Digital, así como para su implantación en las múltiples aplicaciones. Al ser un archivo PDF, te facilitará la búsqueda de los contenidos que necesites en cada momento.

Si necesitas información adicional a este manual puedes contactar con oficinatecnica@somos-digital.org

Índice

Logotipo	6	Redes Sociales	38
Tipografía	15	Papelería corporativa	44
Colores	18	Eventos	47
Key Visual	26	Merchandising	59
Layout	32	Identidad Verbal	66
Aplicaciones de la marca	36	Estilo fotográfico	71

Logotipo

Logotipo

Versión Principal

Según las características de producción podemos escoger entre las diferentes versiones de color y formato más apropiado.

La versión positiva tiene preferencia sobre el resto de versiones en aplicaciones oficiales. En este caso, se recomienda usar la versión acompañada por el tagline. La versión en negativo recomienda para piezas de comunicación con fondo de color.

Las normas recogidas en la presente página serán también aplicadas para la versión horizontal.

Versión en positivo



Versión en negativo



Versión blanco y negro en positivo



Versión blanco y negro en negativo



 **Uso restringido**
En este color, el logo pierde sentido y fuerza.

Logotipo

Versión Secundaria

En los formatos digitales, especialmente en las redes sociales, podrá utilizarse la versión degradada del logotipo. En estos casos siempre se empleará sin *tagline* y nunca para comunicaciones que se dirijan a instituciones u organismos oficiales.

Versión en positivo



Versión en negativo



Versión en positivo



Versión en negativo

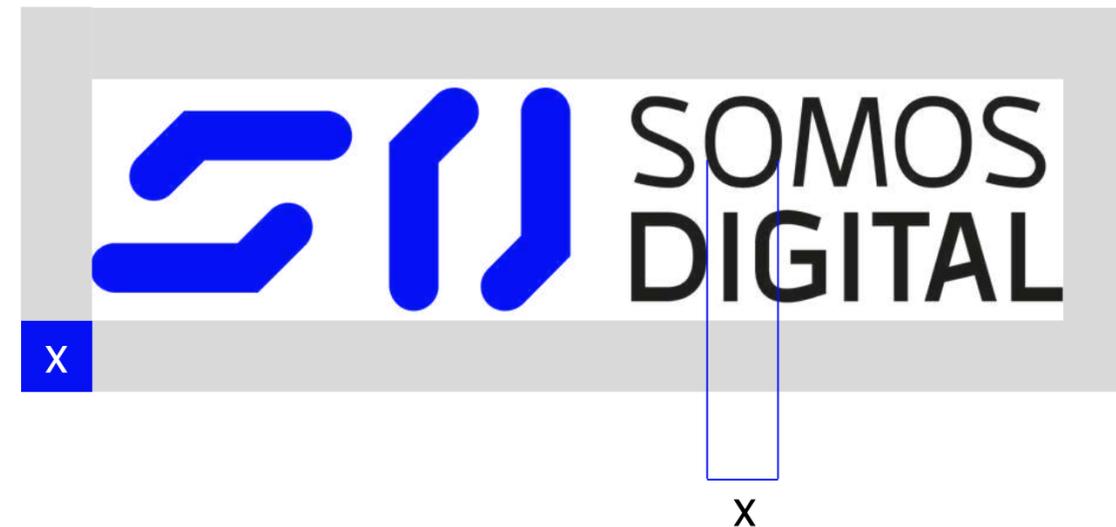


Logotipo

Área de Seguridad - Versión Horizontal

Este espacio se debe de respetar siempre. Ningún elemento ha de invalidarlo, ya que garantiza la legibilidad del logotipo y la atracción visual.

El área de seguridad está delimitado por el ancho de la letra "O". Esa medida se pasará a llamar X.



Logotipo

Área de Seguridad - Versión Vertical

Este espacio se debe de respetar siempre. Ningún elemento ha de invalidarlo, ya que garantiza la legibilidad del logotipo y la atracción visual.

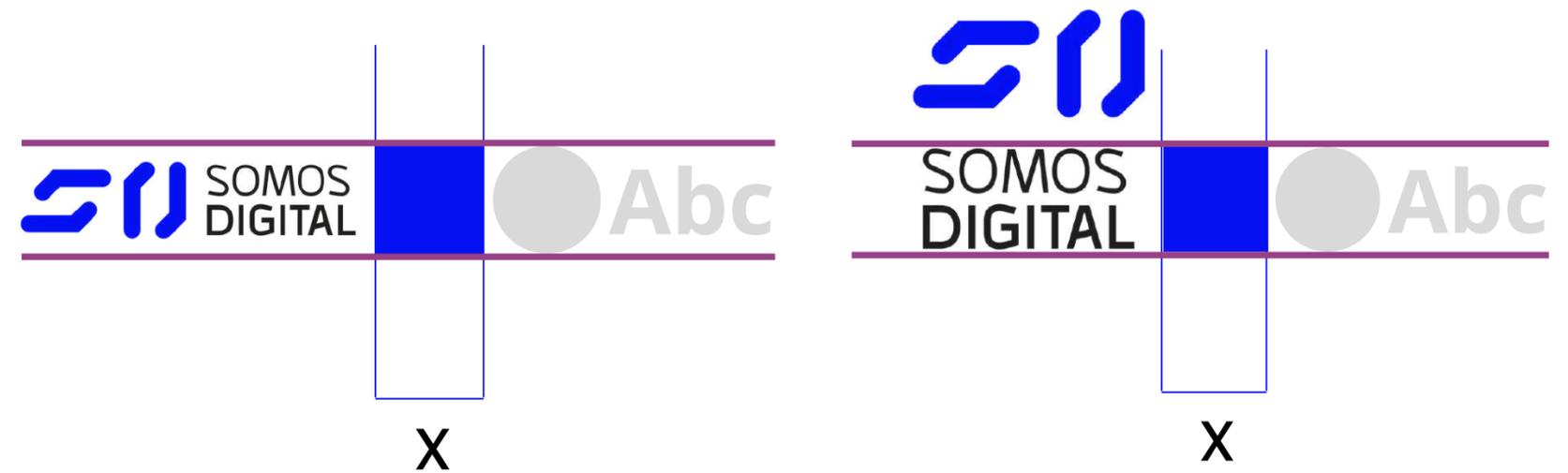
El área de seguridad está delimitado por el ancho de la letra "O". Esa medida se pasará a llamar X.



Logotipo

Co - Branding

Cuando nuestro logotipo deba aplicarse en conjunto al de otra marca, ya sea por patrocinio o por convivencia dentro de una comunicación, es necesario respetar el área de reserva, la cual determina la distancia entre los dos logotipos que deben ir juntos de forma horizontal.



Logotipo

Nomenclatura

Usa el arte final que mejor se adapte a las necesidades de aplicación. Hemos creado un sistema de nombres de archivos para ayudarte a elegir el más apropiado.

Los formatos digitales son:

AI: Adobe Illustrator

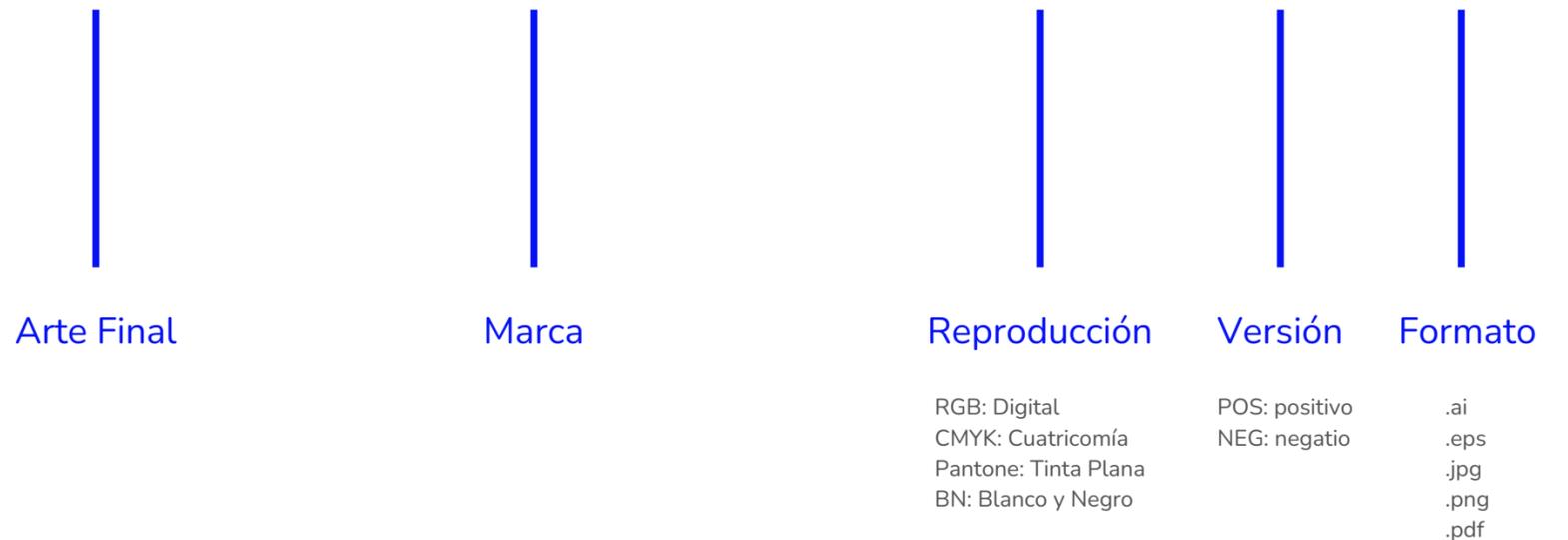
EPS: PostScript encapsulado

JPG: Imagen comprimida con fondo

PNG: Imagen comprimida sin fondo

PDF: Formato de documento portátil

AF_SOMOSDIGITAL_RGB_POS.eps



Logotipo

Versiones incorrectas

El imagotipo de Somos Digital debe ser usado bajo los parámetros descritos en este manual; el uso inadecuado desvirtúa su imagen y compromete la credibilidad de la marca, por lo cual no está permitido bajo ninguna circunstancia.

Los usos incorrectos que se muestran a continuación en este manual aplican igualmente para versiones de isótopo, logotipo e imagotipo en vertical.

No se cambiará la **UBICACIÓN** de ningún elemento del logotipo respecto a lo normalizado en este manual.

No se modificarán las **PROPORCIONES** de ningún elemento del logotipo respecto a lo normalizado en este manual.

No se usarán **COMBINACIONES DE COLOR** distintas a las normalizadas en este manual.

No se aplicarán **SOMBRAS** ni **MARCAS** al logotipo.

No se podrá cambiar su **TIPOGRAFÍA**

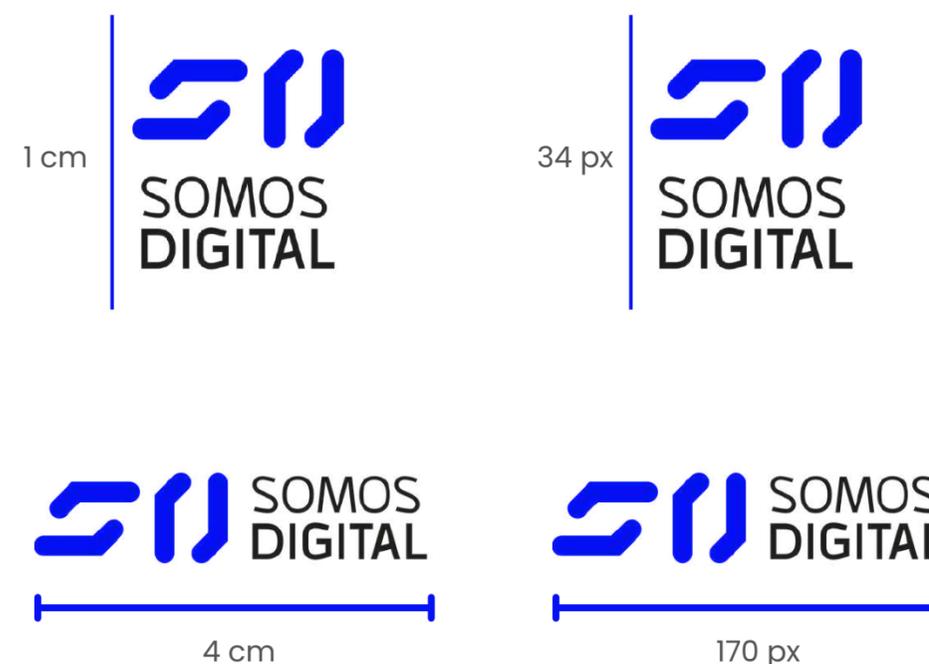
Logotipo

Tamaño mínimo reproducible

Para el imagotipo en horizontal, el tamaño mínimo de reducción es de 4 cm de ancho para impresión y 170 px de ancho para digital.

En el caso del formato vertical, se establece un tamaño mínimo reproducible de 1 cm de altura y de 34 px en formatos digitales.

Estos límites no deben modificarse para así tener un nivel adecuado.



Tipografía

Tipografía

Usos tipográficos

La familia tipográfica que se empleará para la creación del logotipo tiene por nombre **Berkslund**. Escogida por su modernidad, fuerza y dinamismo, es la única que se empleará para la elaboración del logotipo en la siguiente variedad de calibres: Berkslund, Berkslund Thin, Berkslund Light y Berkslund Bold.

Para el tagline que acompaña el logo se utilizará la familia tipográfica **Aller**, caracterizada por su sencillez, legibilidad y versatilidad. Se permite en siete estilos: Light regular e italic, Roman regular e italic, Bold regular e italic, y Display.

Light regular es el permitido para el tagline.

Berkslund Thin
Berkslund Light
Berkslund
Berkslund Bold

Aller Light
Aller Light Italic
Aller
Aller Italic
Aller Bold
Aller Bold Italic
ALLER DISPLAY

Tipografía

Usos tipográficos

Para el cuerpo de los documentos de texto la tipografía utilizada será Nunito en sus versiones light y regular. Cuando no esté disponible, rogamos que se pongan en contacto con nosotros para poder ofrecerles la alternativa que más se ajuste a nuestra marca.

————— [¿Quieres un consejo?](#) —————

Recomendamos usar los pesos más gruesos para títulos y los pesos más ligeros para texto base. Recomendamos no usar los dos pesos con más grosor dada su apariencia infantil ni el peso más ligero por su falta de legibilidad.

Light 300

Medium 500

Bold 700

Nunito Nunito **Nunito**

Light 300 Italic

Medium 500 Italic

Bold 700 Italic

*Nunito Nunito **Nunito***

Regular 400

SemiBold 600

ExtraBold 800

Nunito Nunito **Nunito**

Regular 400 Italic

SemiBold 600 Italic

ExtraBold 800 Italic

*Nunito Nunito **Nunito***

Colores

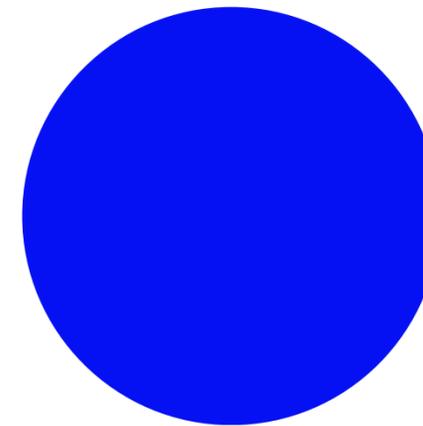
Colores

Paleta principal

El uso del color es un componente fundamental de la identidad visual de Somos Digital y contribuye de manera esencial a su identificación en las comunicaciones.

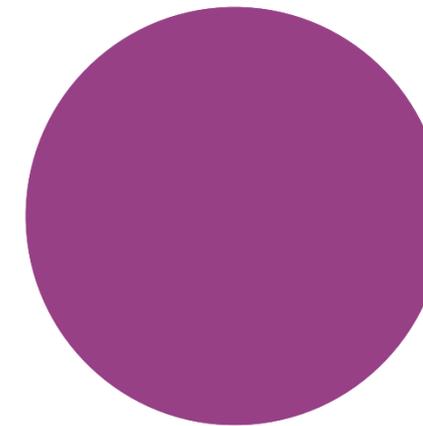
El Azul Digital es nuestro color corporativo principal, el cual se usa en combinación con uno o varios colores de la paleta principal como el Morado Digital o el Rosa Digital.

El **AZUL** transmite calma e inspira confianza y seguridad. Relacionado con las nuevas tecnologías, se asocia a la innovación. Además, el azul de tono más oscuro se vincula con la sofisticación y el compromiso.



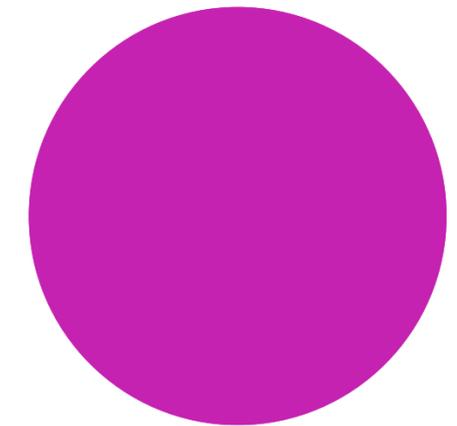
Azul Digital

HEX: #0611F3
RGB: 6, 17, 243
CMYK: 98%, 93%, 0%, 5%



Morado Digital

HEX: #974086
RGB: 151, 64, 148
CMYK: 0%, 58%, 2%, 41%



Rosa Digital

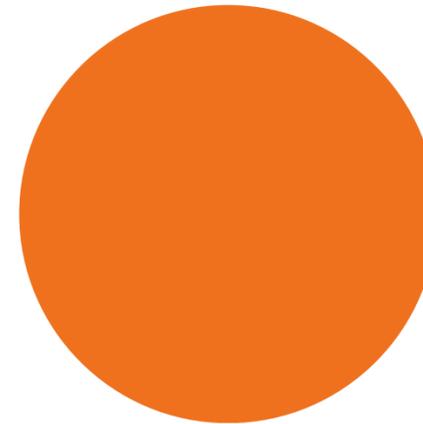
HEX: #C522B1
RGB: 197, 34, 177
CMYK: 0%, 83%, 10%, 23%

Colores

Paleta Secundaria

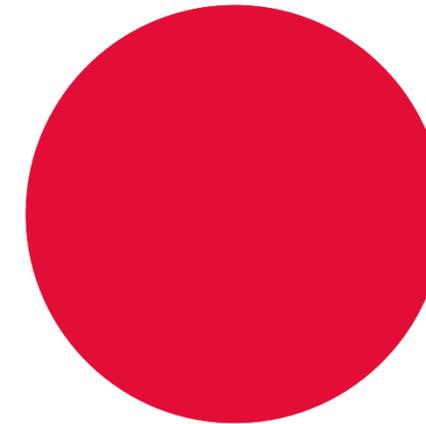
Nuestra paleta secundaria se usa siempre en conjunto con la paleta principal y en menor proporción. Se usará de forma exclusiva para identificar las diversas acciones que está llevando a cabo Somos Digital: REDES, DINAMIZADORES, CIUDADANOS, INFORMES, CURSOS Y EVENTOS.

- **Naranja:** energía, entusiasmo, confianza, éxito.
- **Rojo:** fuerza, crecimiento, iniciativa.
- **Morado:** autenticidad, verdad, sabiduría.



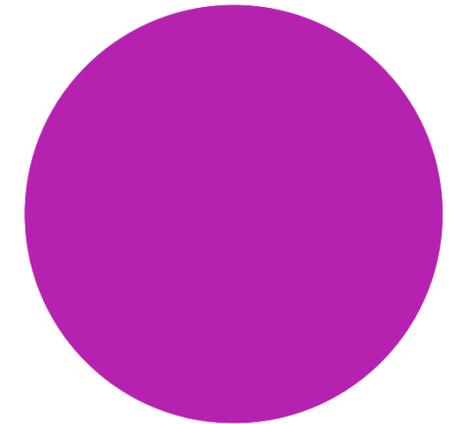
Redes

HEX: #EF711D
RGB: 239, 113, 29
CMYK: 0%, 53%, 88%, 6%



Dinamizadores

HEX: #E20E37
RGB: 226, 14, 55
CMYK: 0%, 94%, 76%, 11%



Ciudadanos

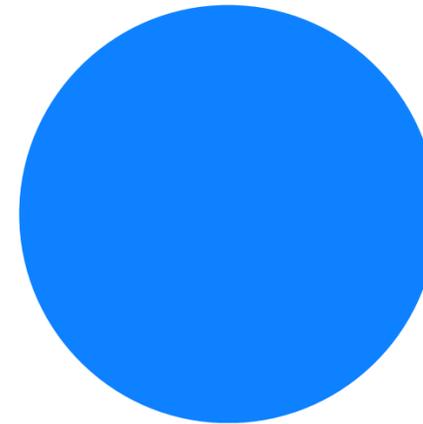
HEX: #B522B0
RGB: 181, 34, 176
CMYK: 0%, 81%, 3%, 29%

Colores

Paleta Secundaria

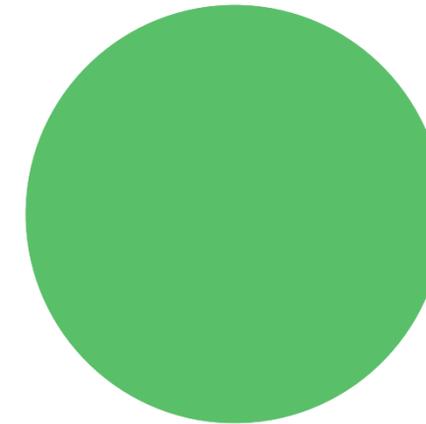
Nuestra paleta secundaria se usa siempre en conjunto con la paleta principal y en menor proporción. Se usará para identificar las diversas acciones que está llevando a cabo Somos Digital: REDES, DINAMIZADORES, CIUDADANOS, INFORMES, CURSOS y EVENTOS.

- **Azul:** confianza, seguridad.
- **Verde:** estabilidad, sostenibilidad.
- **Rosa:** calidez, comodidad.



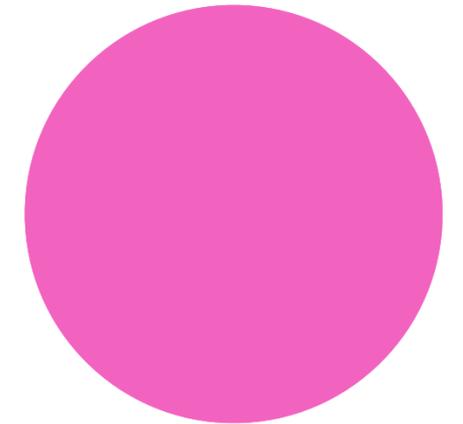
Informes

HEX: #0D81FF
RGB: 13, 130, 255
CMYK: 95%, 49%, 0%, 0%



Cursos

HEX: #5ABF69
RGB: 90, 191, 105
CMYK: 53%, 0%, 45%, 25%



Eventos

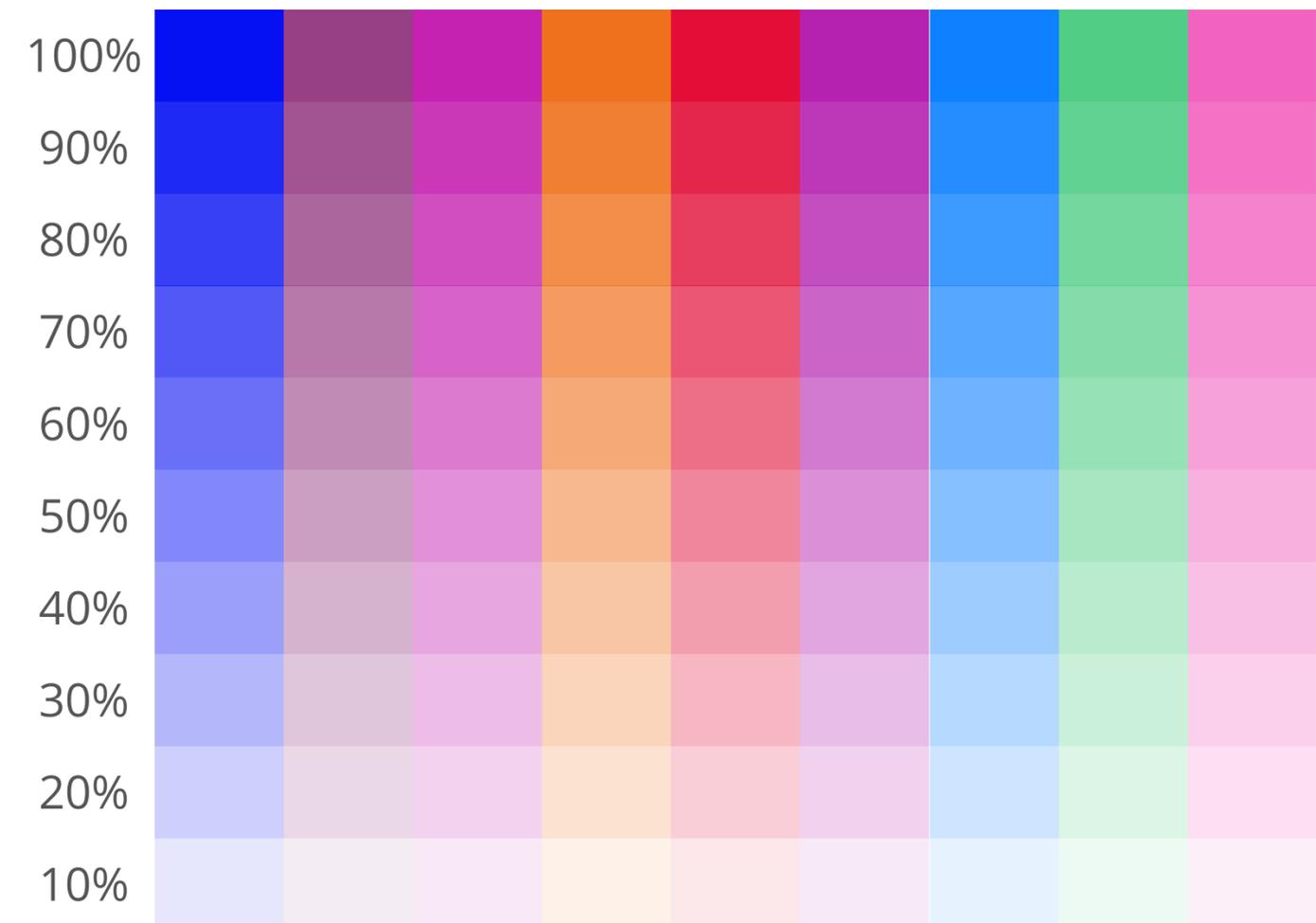
HEX: #F263C0
RGB: 242, 99, 223
CMYK: 0%, 59%, 8%, 5%

Colores

Paleta Ampliada

Para determinados soportes que requieren una gran diversidad de color, se permite el uso de la paleta ampliada, pero siempre que contenga los colores originales en una mayor proporción.

Esta paleta ha sido creada reduciendo el matiz de cada color en su respectivo porcentaje, de 100% a 10%.

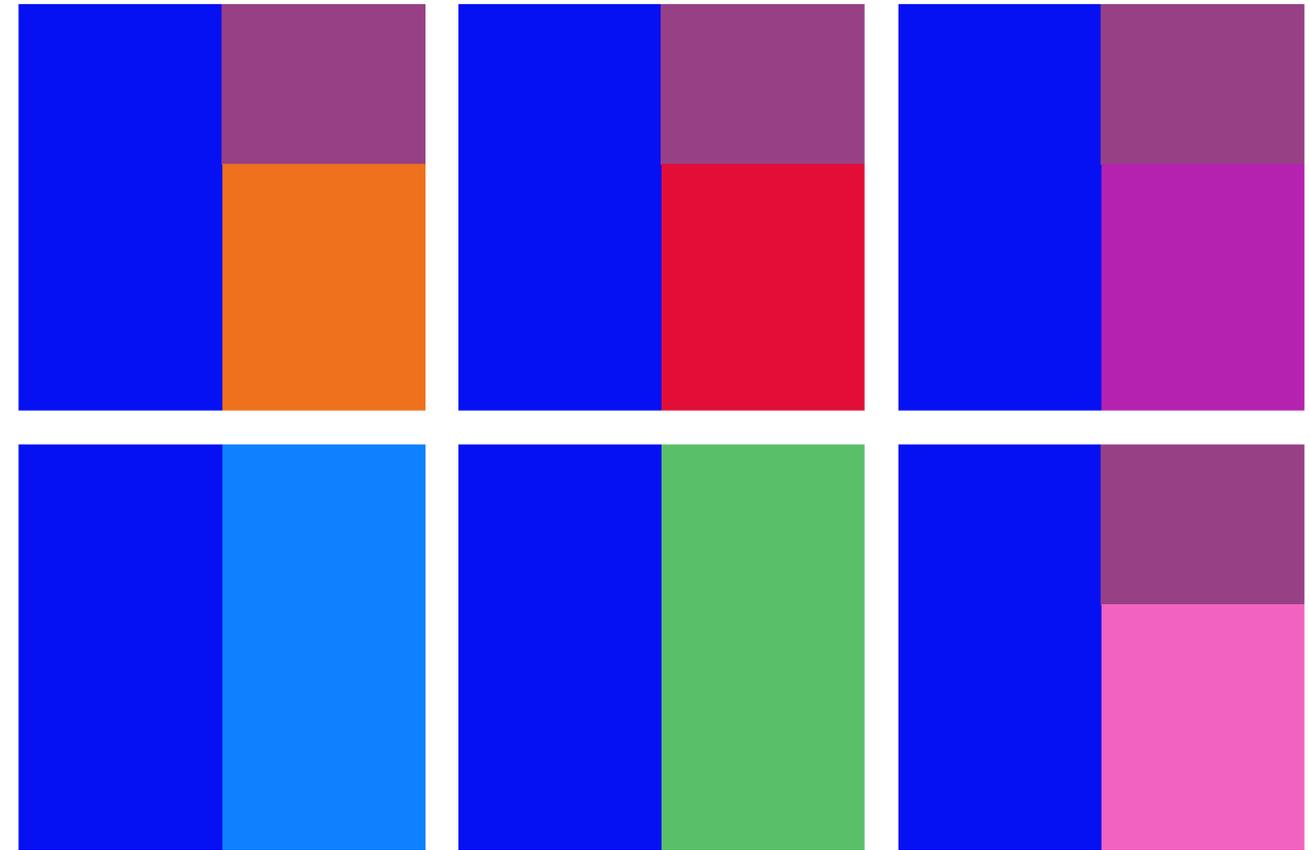


Colores

Combinaciones

Los colores principales tienen que estar presentes en todas las piezas gráficas.

Esta página debe utilizarse como guía para combinar los colores de forma correcta: el uso de colores secundarios puede ser mayor al mostrado en estas combinaciones si la composición lo requiere, siempre y cuando la proporción de uso de los colores principales sea mayor.



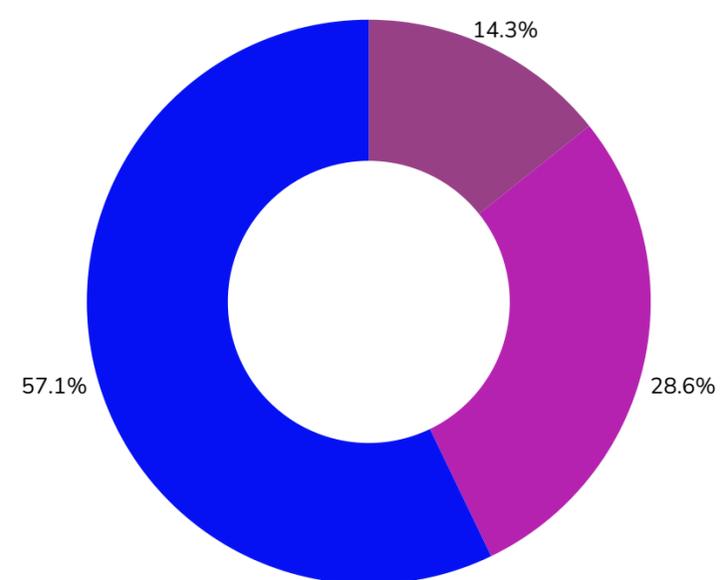
Colores

Proporción de uso

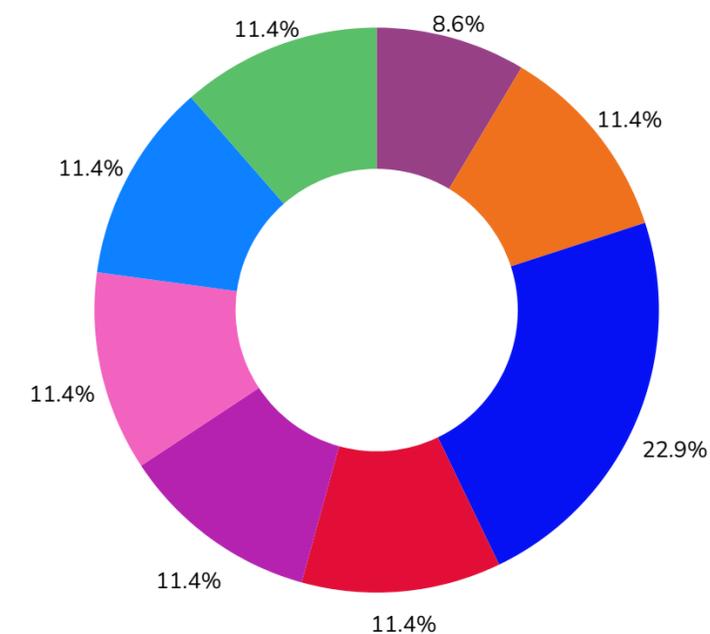
La proporción entre nuestros colores es también fundamental para construir la identidad de manera correcta y consistente.

El Azul Digital es nuestro color principal, y se usará en mayor proporción que los otros dos (necesarios para realizar las versiones en degradado).

Los colores secundarios tienen el mismo peso entre sí pero deben aplicarse en menor proporción en relación con los colores principales.



Colores principales
(entre ellos)



Colores principales + secundarios
(entre ellos)

Colores

Posibles usos del logotipo sobre colores corporativos

Nuestro logotipo ha sido diseñado para funcionar tanto en negativo, nunca en positivo, sobre nuestros colores corporativos. En materiales oficiales recomendamos su uso en positivo sobre fondo blanco y, nunca, en su versión degradada.

Esta página contiene, además, su uso sobre imágenes y sobre algunas de las versiones degradadas recogidas en el presente manual

Uso del logo sobre colores de la paleta



Uso del logo sobre imágenes



Uso del logo sobre colores degradados

Key Visual

Key Visual

Construcción

Para crear nuestro key visual nos inspiramos en las iniciales que componen nuestro logotipo.

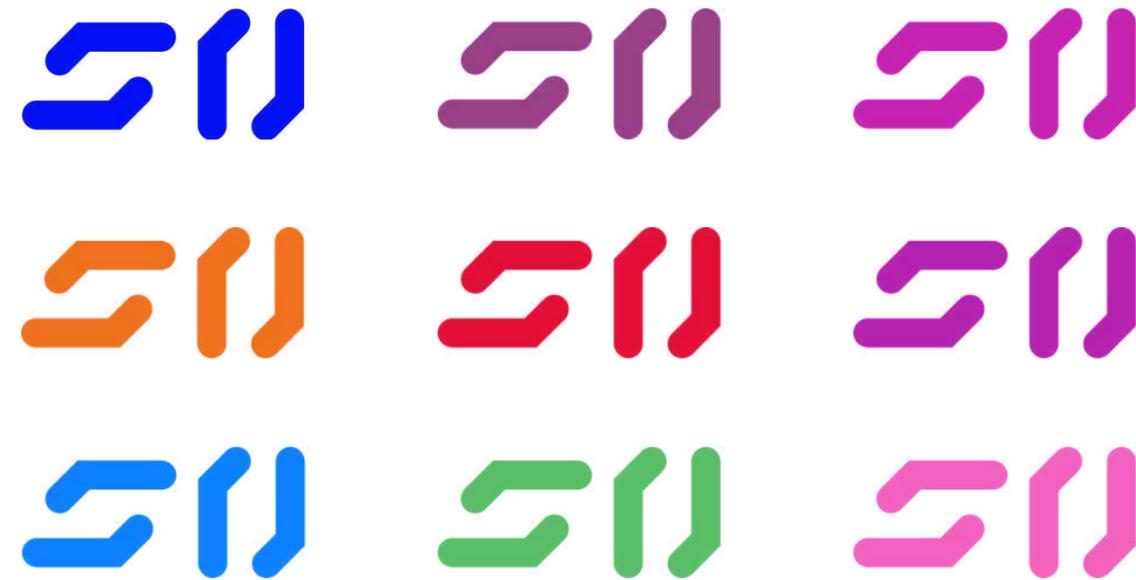
Nuestro símbolo está formado por el trazo de las iniciales convertidas, a su vez, en un paréntesis donde caben todas las entidades que forman parte de Somos Digital.



Key Visual

Construcción

Nuestro Key Visual se basa en la transformación hacia lo digital de las iniciales de nuestra entidad. Con ambas letras creamos una combinación de formas dinámicas, extensibles y fáciles de modificar y adaptar a cualquier formato de comunicación. Además, nos ofrece la posibilidad de combinar todos los colores de la marca en un mismo sistema, siguiendo las normas de combinaciones en este manual.





REDES



DINAMIZADORES



CIUDADANOS



EVENTOS



INFORMES

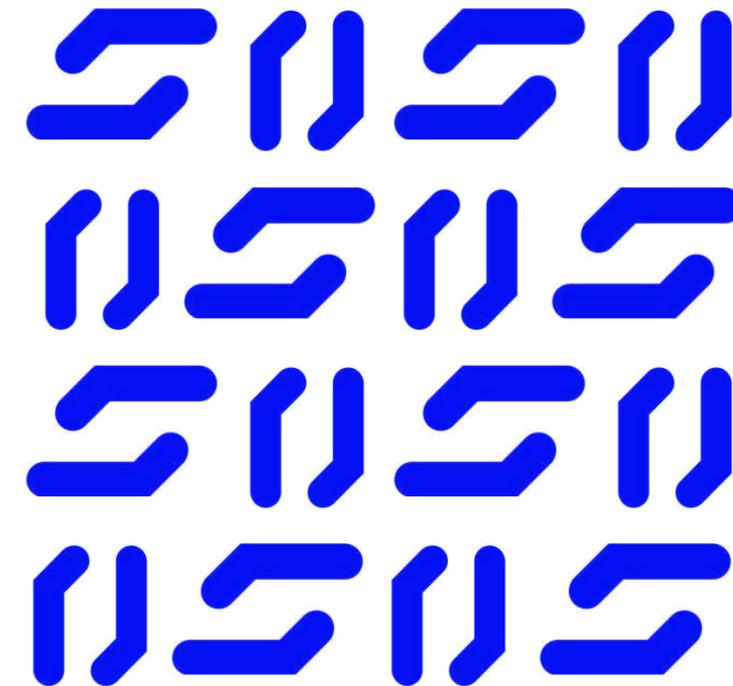


CURSOS

Patrón

Construcción

Nuestro patrón se construye con una de las partes esenciales de nuestra identidad: nuestras iniciales. Duplicamos esta forma para crear una trama extendible y dinámica, la cual se puede utilizar en determinadas aplicaciones de la marca.

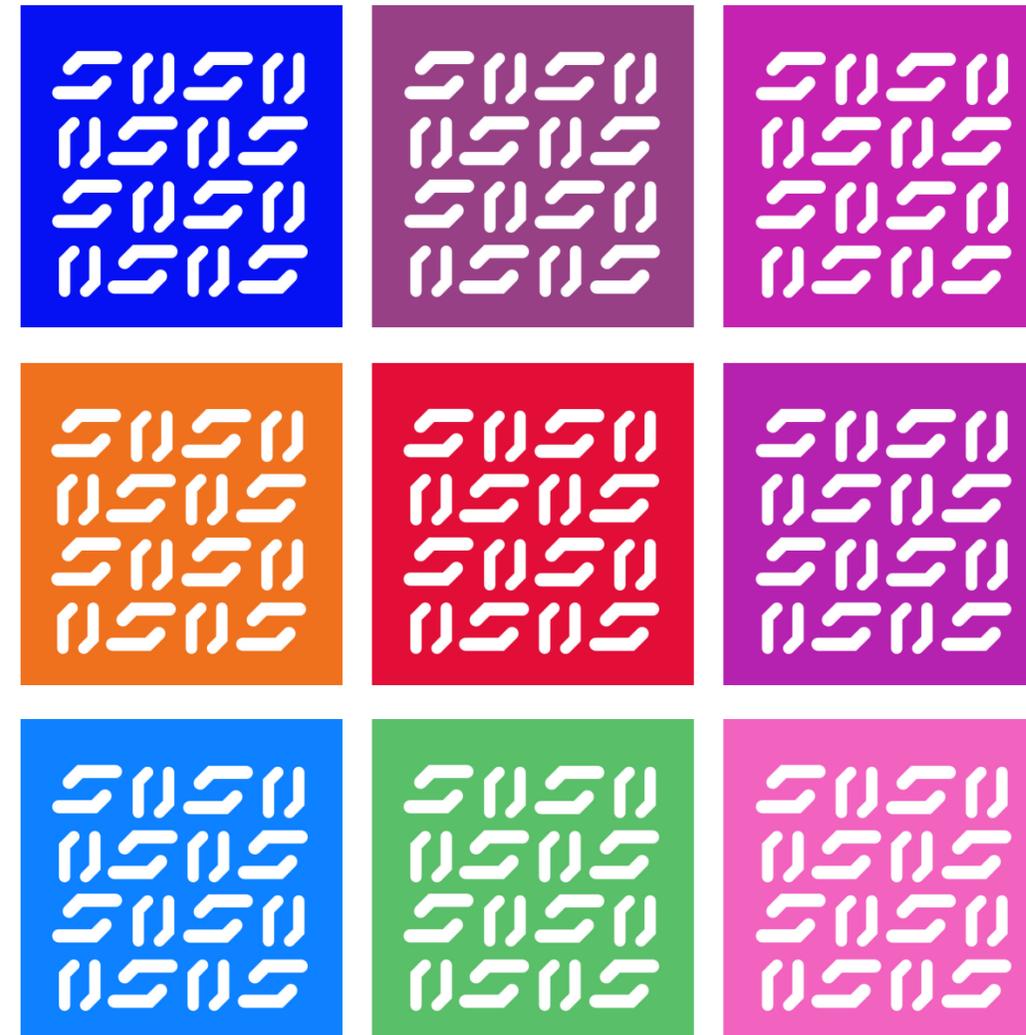


Patrón

Uso sobre colores

Esta página contiene una guía para el uso del patrón sobre los colores corporativos de la marca.

Dependiendo de la aplicación, también se permite el uso de la paleta ampliada para determinados usos.



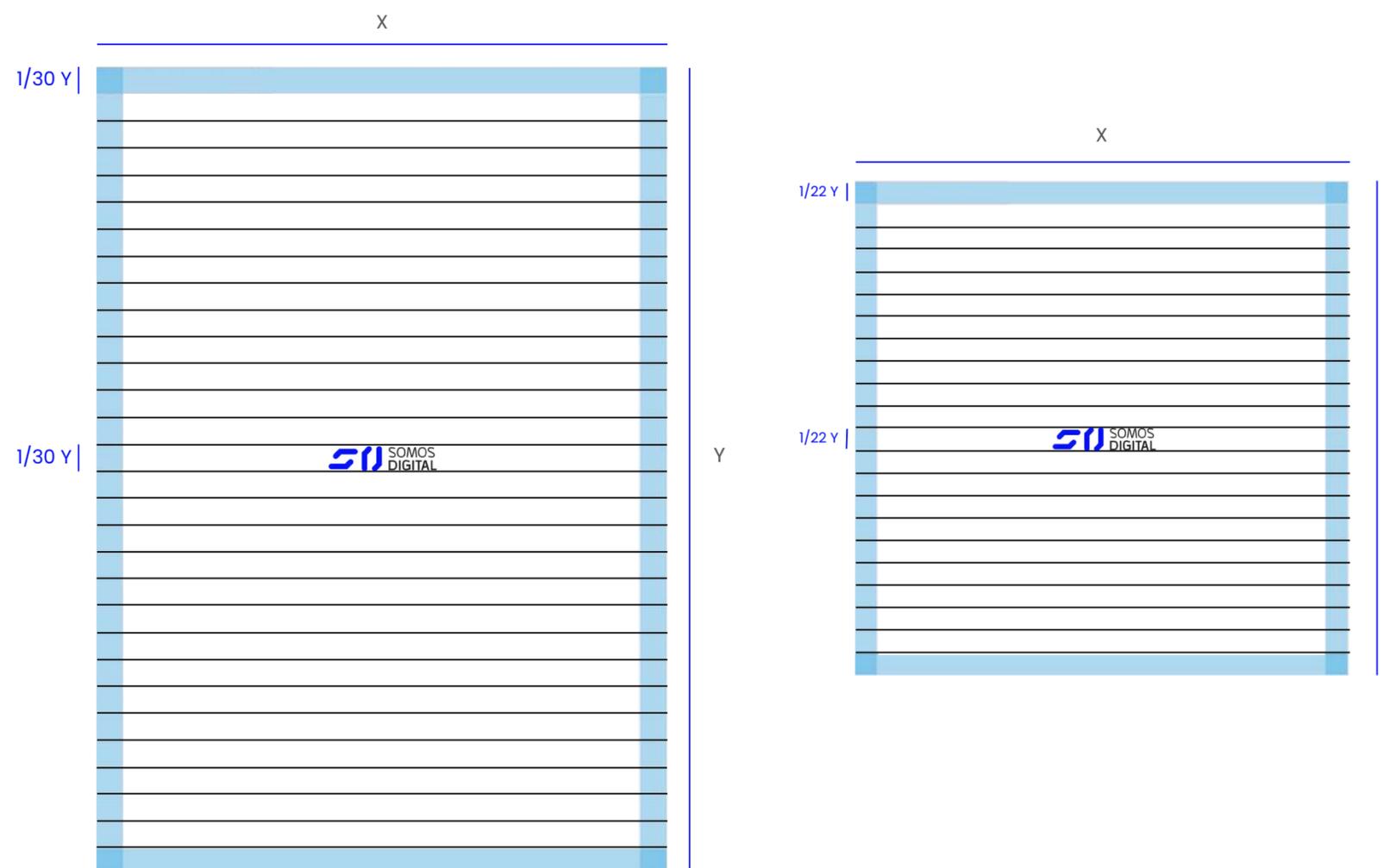
Layout

Layout

Tamaño del logotipo y márgenes

El primer paso al crear piezas de comunicación es calcular el tamaño del logotipo. En formatos verticales y horizontales, este tamaño se determina dividiendo el lado más largo de la pieza entre 30. En formatos cuadrados, el tamaño se determina dividiendo el lado entre 22.

Los márgenes tienen el mismo tamaño que el logotipo en su respectiva división

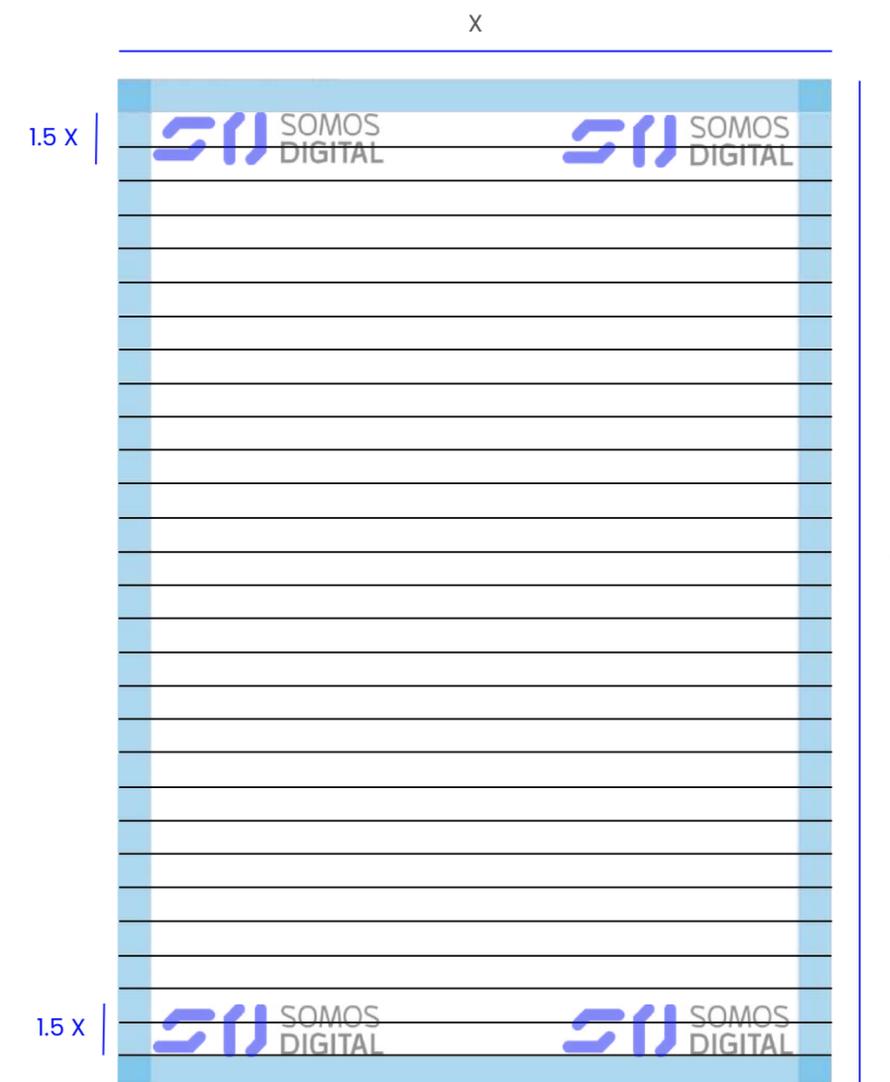


Layout

Colocación del logotipo

Dependiendo del tipo de composición en piezas de comunicación, el logotipo podrá colocarse en cualquier de las esquinas superiores e inferiores. Para que la composición tenga aire, el área de seguridad del logotipo no será suficiente, sino que será necesaria la multiplicación de este área x 1.5.

Debe tenerse en cuenta la división del lado para calcular el tamaño del logotipo.

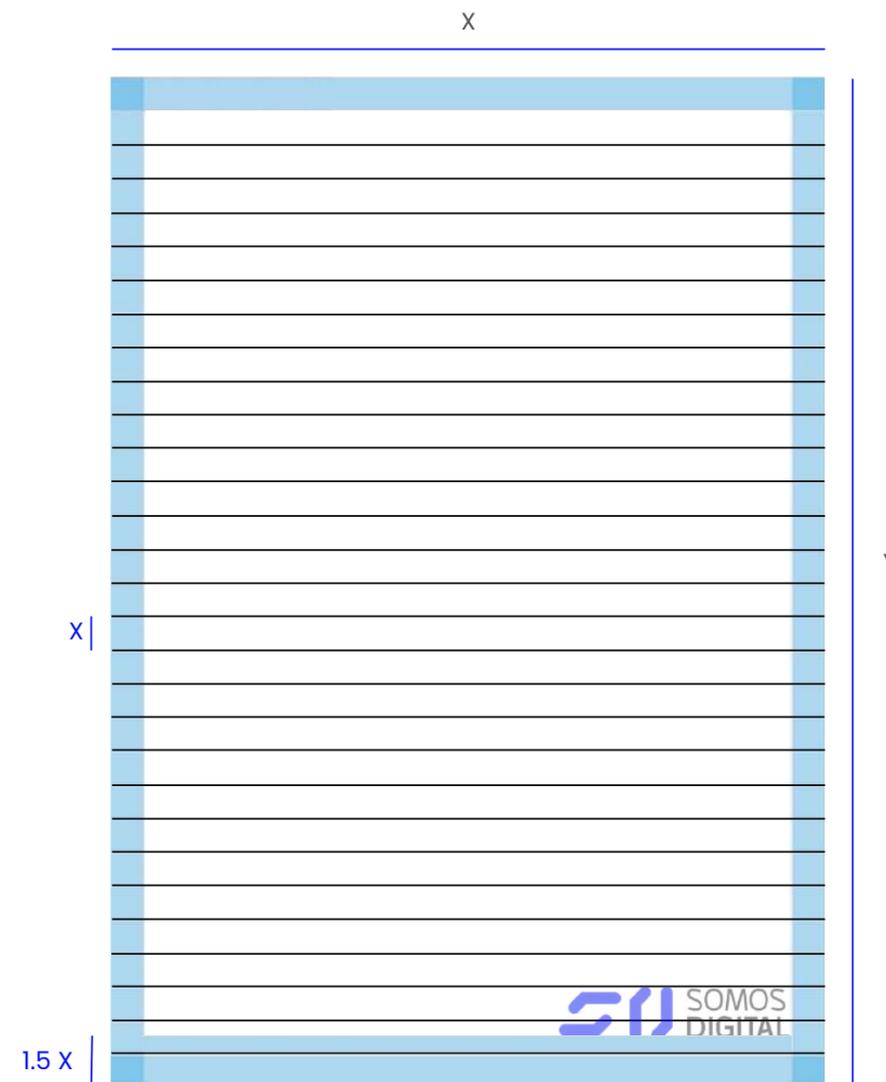


Layout

Retícula

Para formatos verticales de publicidad o de comunicación dividiremos la página en 30 filas. Después, ajustaremos los márgenes verticales, definidos por el área x del logotipo; los horizontales tienen como tamaño 1.5 x.

Posteriormente, colocaremos el logotipo en una de las esquinas pautadas dependiendo de la composición.



Aplicación de la marca en medios

Aplicación en medios

En estos formatos será importante que nuestra marca esté visible, que el logotipo tenga una buena legibilidad, y que esté muy dirigida la acción hacia dónde queremos llevar al espectador: página web, aplicación, etc.

En medios convencionales, dependiendo de la proporción, ajustaremos el diseño de manera que el mensaje principal sea el protagonista.

iRecuerda! Siempre cuidaremos la legibilidad de nuestra marca.



Redes Sociales

Redes Sociales

Avatar

Para conseguir una unidad en el uso de avatares en las diferentes plataformas de redes sociales, utilizamos el icono del logotipo.

La imagen debe estar ajustada a las dimensiones establecidas por esta red social. Es importante mencionar que Instagram recorta en forma de círculo las fotos de perfil, así que debemos cuidar que los detalles dentro de la imagen no se pierdan una vez realizado el recorte.



Redes Sociales

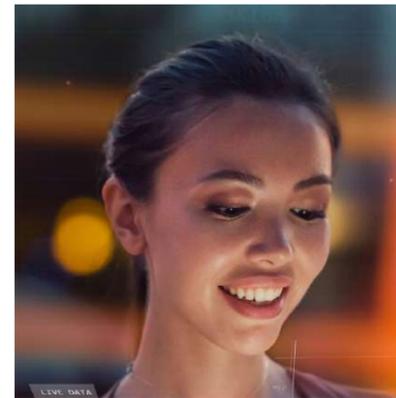
Formatos

Cuando subamos contenido en redes sociales, muchas veces tendremos que decidir entre diferentes relaciones de calidad aspecto 1:1, 4:5 y 9:16.

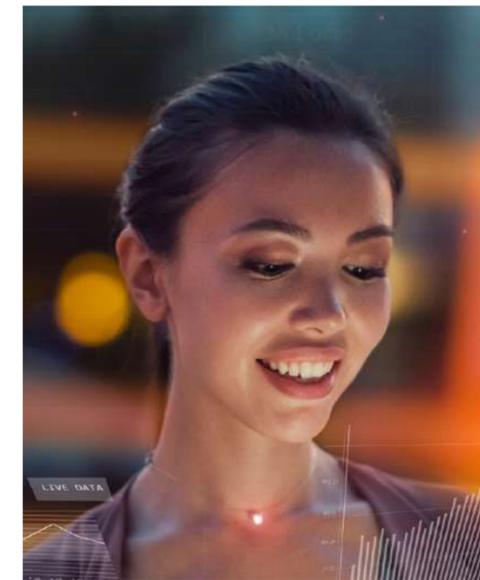
En el formato 1:1 centraremos la atención en el detalle.

En 4:5 añadiremos más información a la imagen.

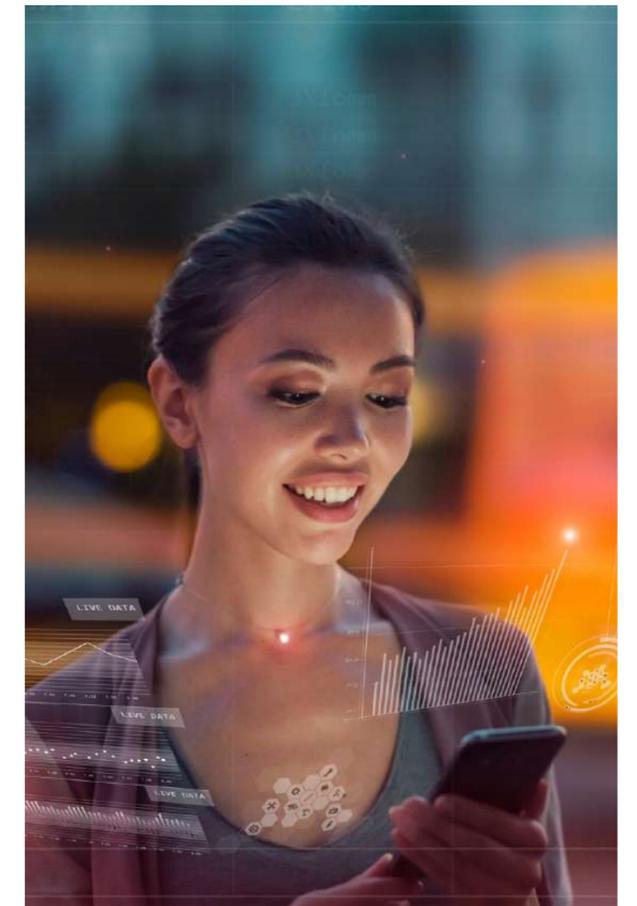
En 9:16 podremos abrir el encuadre y disfrutar de la fotografía al completo.



1:1



4:5



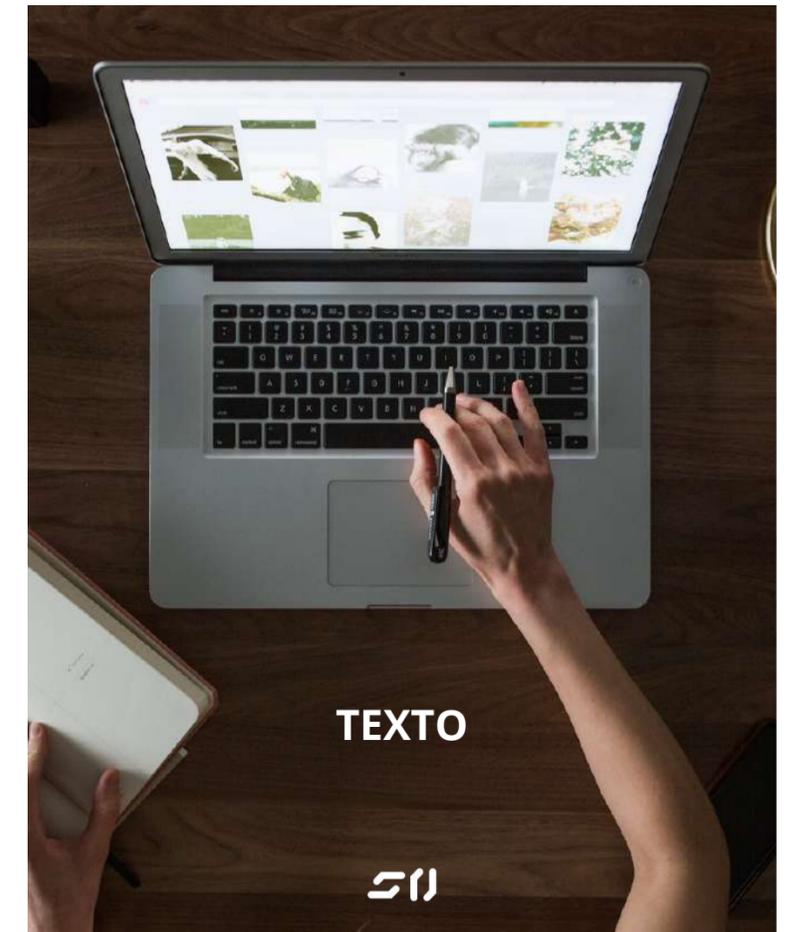
9:16

Redes Sociales

Composición

Dentro de nuestras redes sociales, las imágenes no tendrán por qué llevar el logotipo de Somos Digital. En el caso de que necesites que lo lleve, no te preocupes, puedes utilizar nuestra versión reducida.

Cuando la imagen tenga texto, intentaremos que siempre se encuentre lo más cercano a la esquina superior izquierda, al igual que nuestro orden de lectura. Si entorpeciera la visión de algunos de los elementos de la imagen, podrán utilizarse las esquinas inferiores.



Redes Sociales

Composición

Si la publicación en redes va a ser promocionada, utilizaremos el logo de la marca en su versión principal. Sin embargo, si se encuentra dentro de nuestro *feed* podremos usar la versión en positivo o en negativo.

Si la publicidad no es en stories sino que está en el feed, no debes preocuparte por las safe zones. Pero si quieres que funcionen realmente bien, intenta no cargar demasiado de texto la publicidad.



Marketing

Firma de correo electrónico

Una firma de correo electrónico es importante para la presentación de una imagen consistente de cara al público. Contaremos con un tipo de letra, color y tamaño específico para crear la firma oficial. El formato de firma de correo electrónico que utilizaremos en la campaña es el estándar para todos los correos electrónicos.

Tipo de letra

Poppins

Tamaño para el contenido

14 pt



Nombre Apellidos	Poppins 16 pt
Puesto de Trabajo	Poppins 14 pt
Teléfono	Poppins 14 pt
	Poppins 14 pt

Papelería corporativa

Papelería Cororativa

Papelería Corporativa

Formato: 55 x 90 mm

Papel: White / Matt coated 250 gr





Eventos

Eventos

Photocall

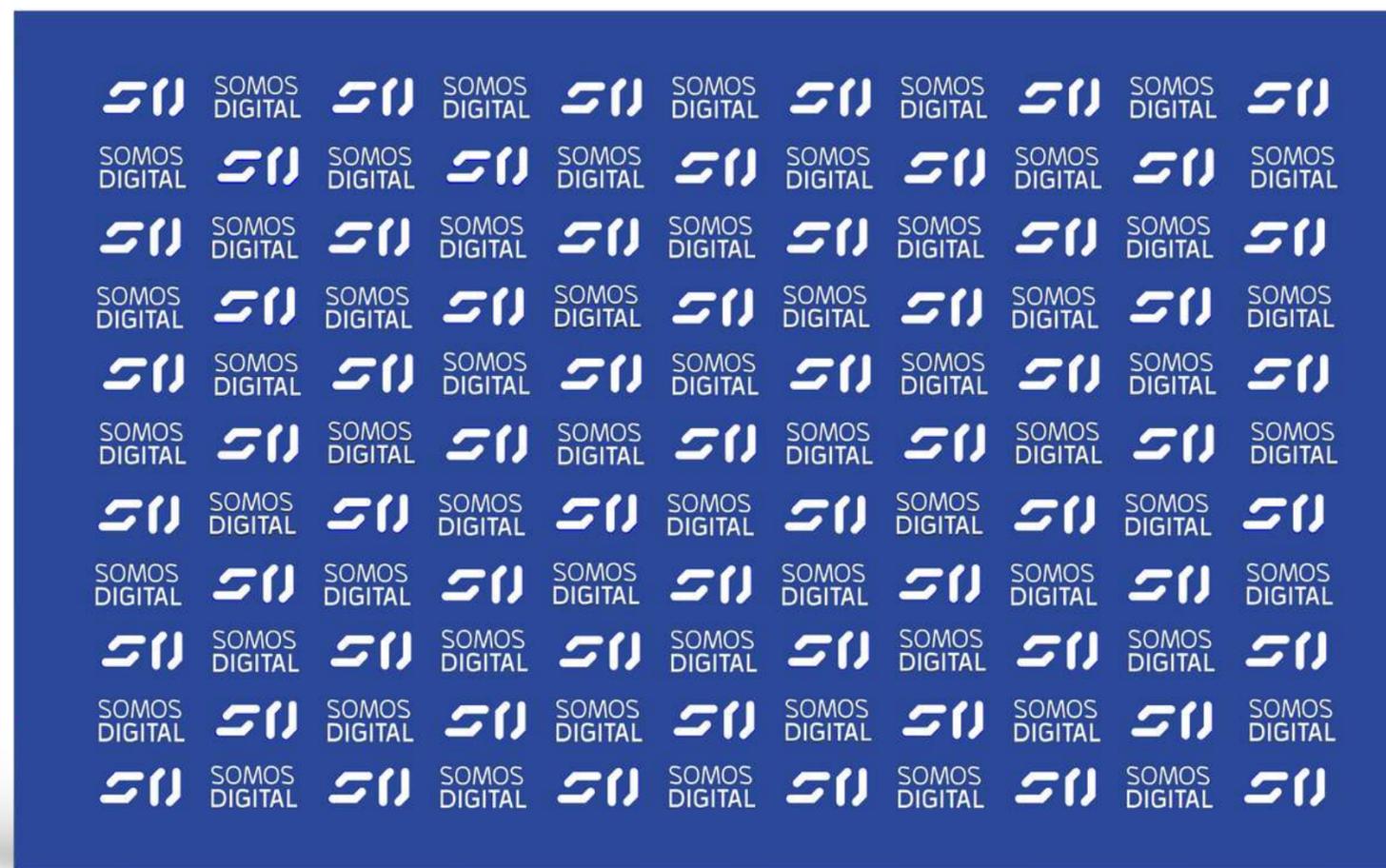
El photocall se puede imprimir en cualquier tamaño dependiendo del evento en el que sea colocado.



Eventos

Photocall

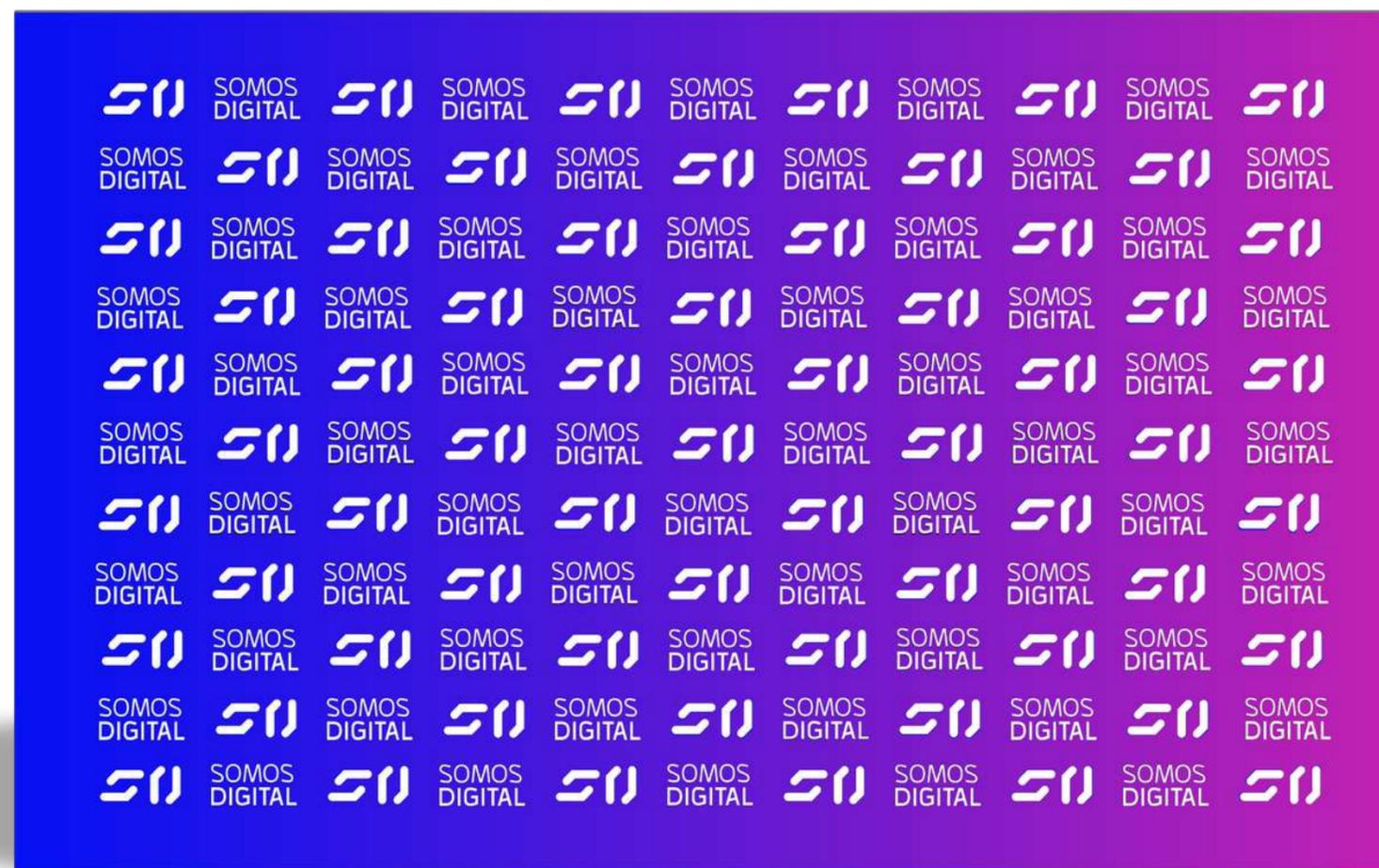
El photocall se puede imprimir en cualquier tamaño dependiendo del evento en el que sea colocado.



Eventos

Photocall

El photocall se puede imprimir en cualquier tamaño dependiendo del evento en el que sea colocado.



Eventos

Roll UP

Tamaño: 120 x 206 cm (47,48" x 81,34")

Lona impresión a una cara con brillo



Eventos

Roll UP

Tamaño: 120 x 206 cm (47,48" x 81,34")

Lona impresión a una cara con brillo



Eventos

Banderolas

Tamaño: 2,8 m (20,4"x 75,47")

Forma: pluma con mástil metálico

Impresión: color a doble cara



Eventos

Banderolas

Tamaño: 2,8 m (20,4"x 75,47")

Forma: pluma con mástil metálico

Impresión: color a doble cara



Eventos

Banderolas

Tamaño: 2,8 m (20,4"x 75,47")

Forma: pluma con mástil metálico

Impresión: color a doble cara



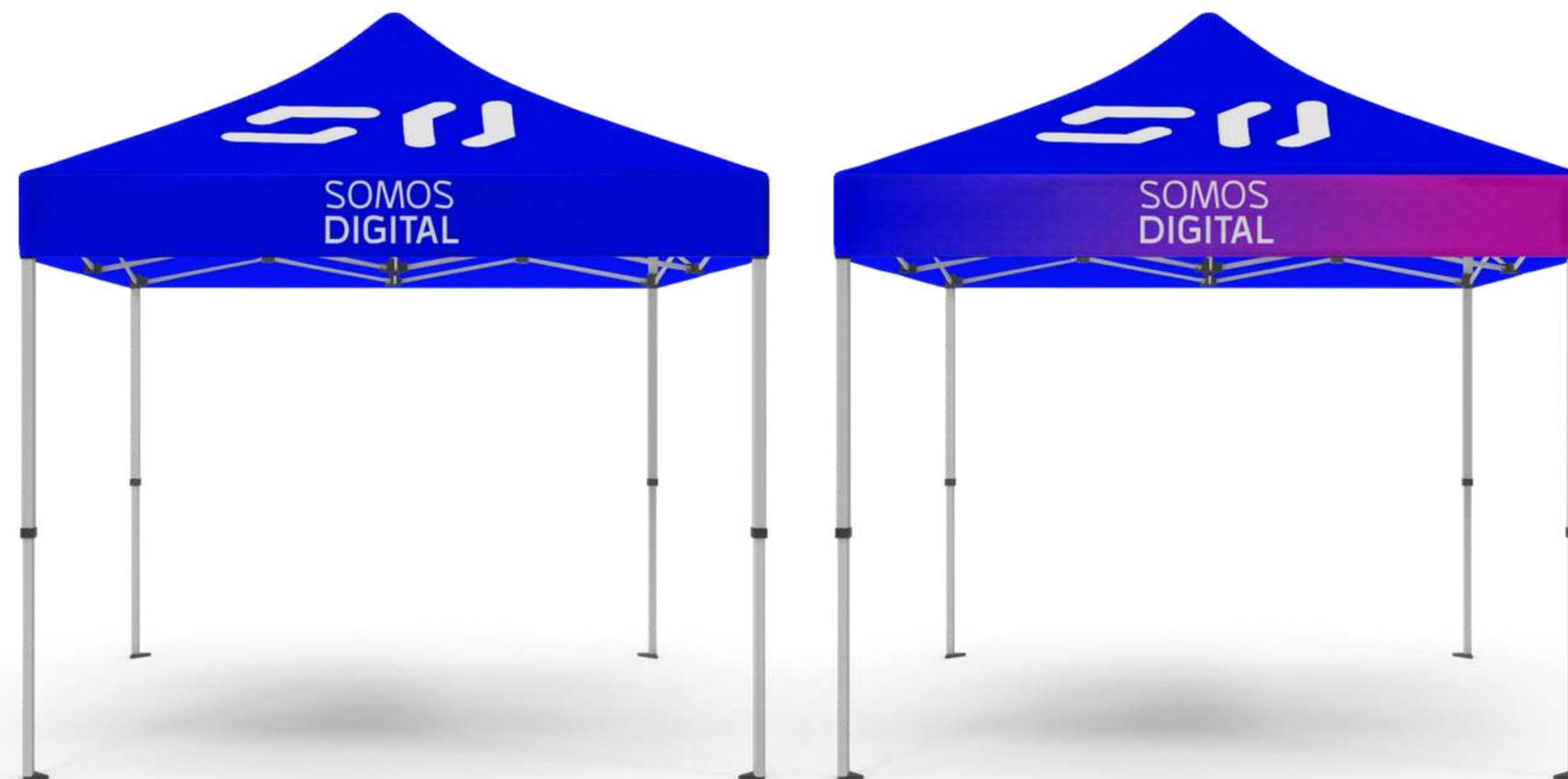
Eventos

Carpa

Carpa plegable con estructura de aluminio de peso ligero

Tamaño: 3x3 m.

Impresión: en cubierta



Eventos

Atril

Fabricado en contrachapado laminado de 19 mm en grafito.

Dimensiones (cuando está en uso): 60 x 55 x 115 cm (ancho x profundo x alto).



Eventos

Lanyard

Lanyard de línea nature fabricado en resistente poliéster 300D RPET, con gancho metálico giratorio.

Tamaño: 25 x 1.5 cm.

Impresión: doble cara



Merchandising

Merchandising

Bolígrafo

Prodir DS3 TMM-X Pieza en M02 White -
Matt Color de tinta: Azul oscuro Refill:
Floatin g Ball (plastic) 1.0 mm Impresión:
Tampo grafía (color)



Merchandising

Pendrive

Pendrive Toshiba TransMemory 0202

Capacidad: 16 GB / 32 GB / 64 GB.



Merchandising

Tote Bag

Tamaño: 38 x 42 cm

Peso: 140 g

Capacidad: 10 l

Material: 100% algodón



Merchandising

Cuaderno

Cuaderno A5

80 hojas

Cuadrícula 5x5



Merchandising

Fundas de Móvil

Medidas: dependerá del modelo de dispositivo móvil para el que se encargue.

Material: Hard Plastic Polyurethane (TPU)



Merchandising

Fundas de Airpods

Tamaño: varía en función del modelo.



Identidad Verbal

Identidad Verbal

Tono

Con el tono de la marca vamos a definir cómo hablamos y cómo transmitimos nuestro discurso.

Accesible

Nos adaptamos a ti, te lo contamos de forma sencilla. Porque no es lo mismo saber que saber contarlo.

Cercano y amigable

De quien se interesa por ti, por resolver tus dudas y ayudarte.

Directo

Sin rodeos, con claridad.

Identidad Verbal

Atributos

Esta página contiene los atributos de la marca Somos Digital. Estos atributos se aplicarán posteriormente a la creación del lenguaje.

Empática

Empatiza con la realidad del ciudadano e instituciones y sus necesidades formativas a la hora de diseñar programas y actividades.

Responsable

De principio a fin, demostrando su compromiso y cercanía.

Cercana

Cerca de ti y de tu realidad. Con la confianza creada entre quienes se atienden.

Guía

Marca el camino para recorrerlo juntos.

Creativa

En la búsqueda de soluciones.

Identidad Verbal

Lenguaje

Cercano



Un lenguaje humano, interactivo y natural que nos acerque a las personas.

Empático



Amable y comprensivo con las inquietudes de los ciudadanos e instituciones.

Suggerente



Siempre mostrando la mejor elección entre las múltiples posibilidades para garantizar la mejor adquisición de competencias digitales.

Optimista



Expresiones alegres y con actitud positiva,

Experiencia



Porque sabemos de qué hablamos; sabemos hacerlo y te ayudamos a conseguirlo.

Identidad Verbal

¿Cómo comunicamos?



De manera directa y amigable

- Hablamos en primera persona.
- Siempre hablamos en positivo.
- Si queremos expresar emoción, lo hacemos con exclamaciones.
- Hacemos a las personas protagonistas.



¿Y cómo no comunicamos?

- No hablamos en negativo.
- No sobreexclamamos las frases.
- No utilizamos palabras complejas.
- No utilizamos frases extremadamente largas.

Estilo fotográfico

Estilo fotográfico

Uso de fotografías

Si tenemos que utilizar imágenes de banco que nos representen a la hora de realizar contenido de la marca Somos Digital, trabajaremos imágenes luminosas, naturales, alegres y que generen confianza.

Y no lo olvides, ¡los protagonistas serán siempre las personas!

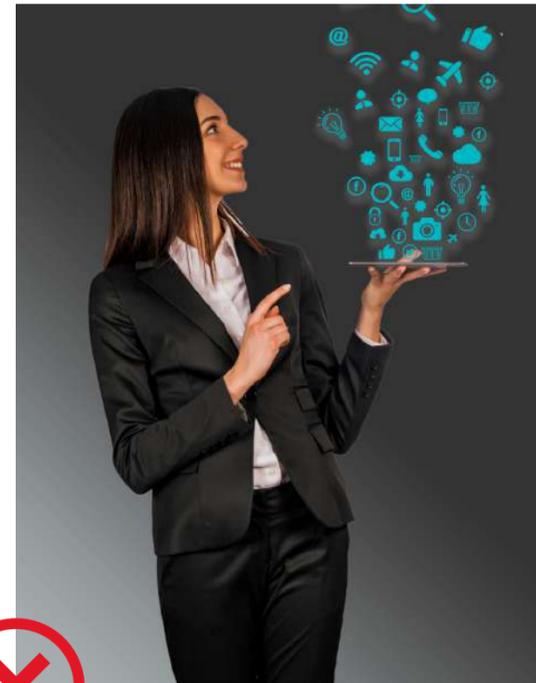




Estilo fotográfico

¿Qué evitaremos?

Los retratos forzados, demasiado estudiados o que no representen la naturalidad del momento. También evitaremos imágenes que no den información clara al espectador, como planos a contraluz o imágenes en las que los protagonistas estén de espaldas.





Gracias

Si tienes alguna duda sobre el contenido de este manual o sobre la aplicación de la marca en casos no contemplados aquí, contacta con el departamento de comunicación de Somos Digital.

oficinatecnica@somos-digital.org

