

MANUAL DE MARCA

*Consultora en
Comunicación Digital*



Índice

Introducción..... 5

Historia..... 6

**1. Normalización
de la marca..... 7**

1.1. Morfología del logotipo

1.2. Márgenes de seguridad

1.3. Usos indebidos

1.4. Tipografías

1.5. Usos cromáticos

1.6. Modos de color

1.7. Versiones cromáticas

1.8. Propuesta pluma

1.9. Aplicación de fondos

**2. Sistemas
de identidad..... 19**

2.1. Aplicación en redes
sociales

2.2. Piezas institucionales

Introducción

Este manual se creó para consolidar la identidad de *Gurisa*, con la finalidad de respetar cada parámetro de uso para su representación y difusión.

Gurisa es consultora especializada en Comunicación Digital para instituciones públicas y privadas ubicada en la Ciudad de La Plata.

Nació del valor de ofrecer un plan completo de estrategias a PyMes, que abarquen: el enfoque, la intervención y solución de sus problemas de comunicación interna, externa, de identidad y de imagen, añadiendo conocimientos de publicidad y marketing asegurando a su vez la adaptabilidad según la organización/cliente.

Historia

Gurisa Consultora en Comunicación Digital, integrada por tres mujeres licenciadas en Comunicación Social con orientación en Planificación Comunicacional, nace si se quiere como un juego propuesto por la cátedra de Sistema Productivo en el año 2019, en donde previo a empezar a trabajar con una PyMe se les invito como grupo a constituirse como consultora primeramente.

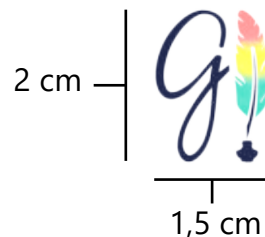
Luego se convirtió en un sueño mientras las integrantes transitaban el último año de carrera. Un sueño que las empujaba a pen-

sarse, a un grupo de amigas que se conocieron gracias a esta profesión, como un grupo consolidado que tenía su propia empresa.

Comenzaron con una idea que a lo largo del trayecto se fue modificando por cuestiones personales y por la pandemia a nivel mundial.

El COVID-19, les hizo reorientar el camino y llevarlo para el lado de la digitalización, entendiendo que el contexto inevitablemente requiere de la tecnología para seguir funcionando y no quedarse atrás si se quiere progresar en los distintos rubros.

Normalización de la marca



1. Normalización de la marca

Propuesta sugerida

La propuesta sugerida es horizontal.
El mínimo tamaño de uso es:
2,5 cm x 4 cm.

Si se utiliza esta medida de preferencia eliminar el subtítulo: "Consultora en Comunicación Digital", ya que pierde legibilidad.

Propuesta secundaria (isotipo)

Esta propuesta es una simplificación del logotipo que se utilizará de manera opcional como marca de agua o si se disminuye el tamaño mínimo de la propuesta sugerida.

1. Normalización de la marca

1.1. Morfología del logotipo

Para la construcción del signo marcario se tomaron en cuenta dos características que identifican a la consultora:

La **adaptabilidad** se desarrollo a partir de una tipografía con trazos orgánicos y fluídos.

La **planificación** se tradujo en la pluma con el tintero representan la planificación, ya que son elementos primordiales a la hora de organizar ideas y redactar investigaciones para las estrategias comunicacionales.

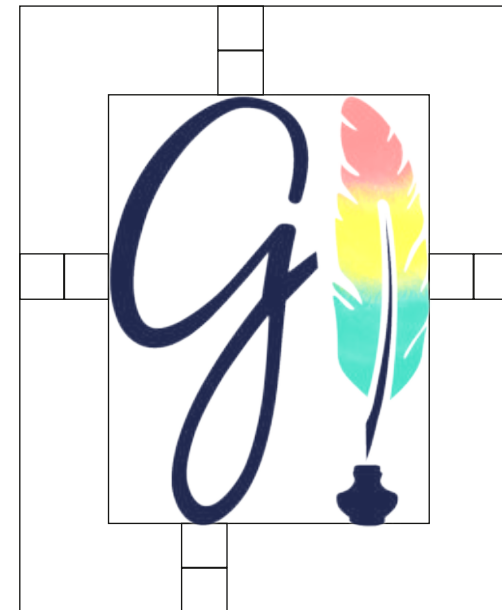


1. Normalización de la marca

1.2. Márgenes de seguridad



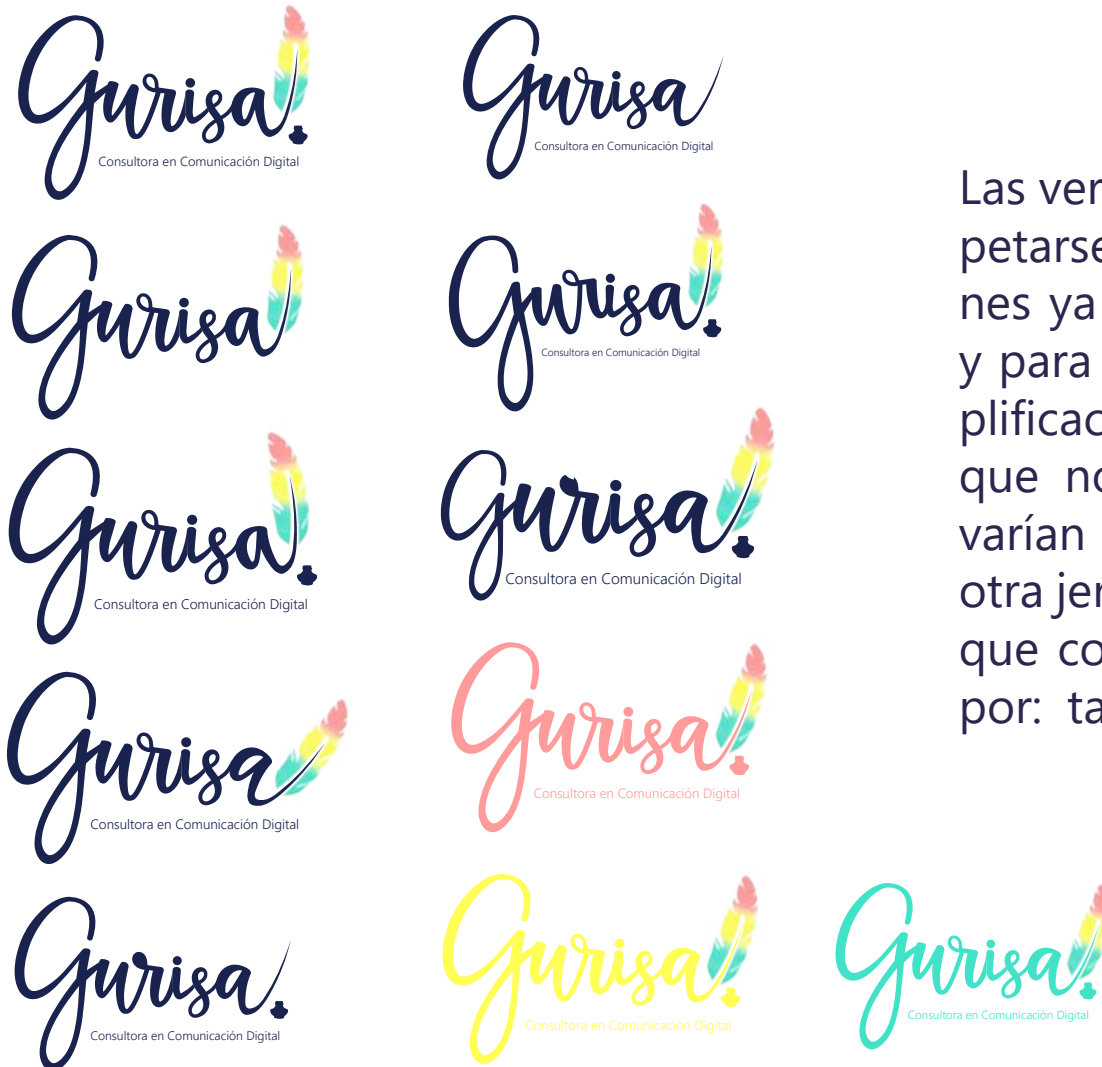
Márgen de seguridad



Márgen de seguridad

1. Normalización de la marca

1.3. Usos indebidos



Las versiones sugeridas deben respetarse con todas sus proporciones ya establecidas anteriormente y para ello, se presenta una ejemplificación de algunas opciones que no deben realizarse, ya que varían su composición dándole otra jerarquización a los elementos que componen el logotipo ya sea por: tamaños, ubicación, orientación y color.

1. Normalización de la marca

1.4. Tipografías

Olivia

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNO

PQRSTUVWXYZ

0123456789°!?"#\$%&/(){}="*-,;:<>|

Segoe UI

abcdefghijklmnopqr

stuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNO

PQRSTUVWXYZ

0123456789°!?"¿#\$%

&/(){}="*[_-,;:<>|

Las tipografías utilizadas para la creación del logotipo se desarrollaron con variantes (Segoe UI) de las mismas o modificaciones en la misma (Olivia).

1. Normalización de la marca

1.5. Usos cromáticos

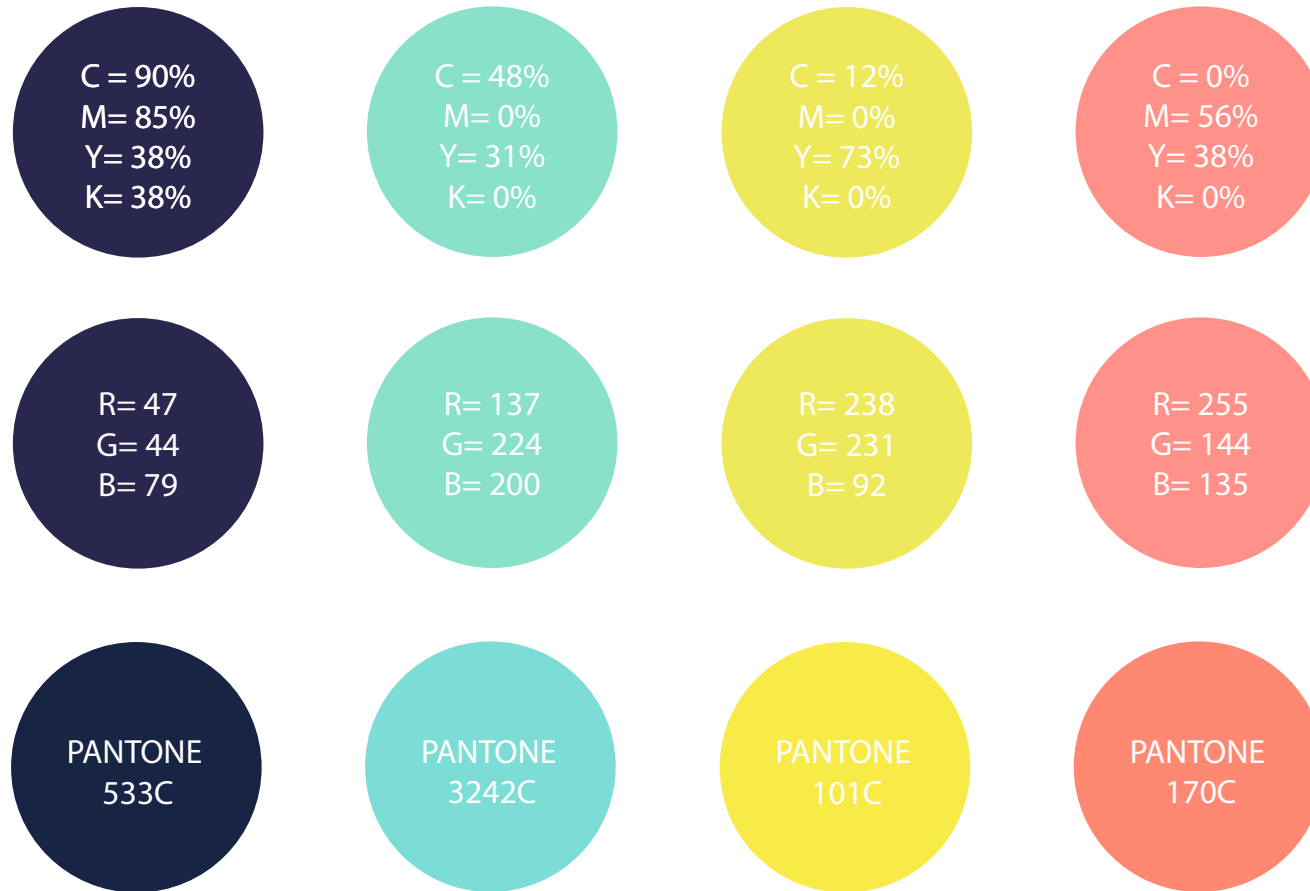


El logotipo está compuesto por cuatro colores:

- Azul marino (#2F2C4F)
- Cian (#89E0C8)
- Amarillo (#EEE75C)
- Rosa (#FF9087)

1. Normalización de la marca

1.6. Modos de color



1. Normalización de la marca

1.7. Versiones monocromáticas



1. Normalización de la marca

1.8. Propuesta Pluma



Versión positiva



Versión negativa

1. Normalización de la marca

Aplicación sobre fondos - Usos adecuados



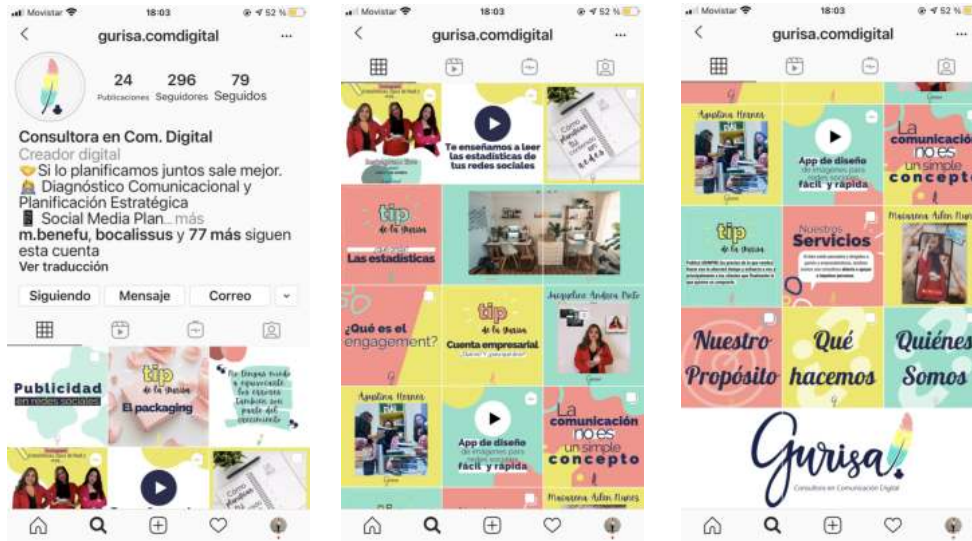
1. Normalización de la marca

Aplicación sobre fondos - Usos indebidos



La aplicación del logotipo en fondos texturados no es recomendable, porque dificulta la legibilidad del mismo. Sin embargo, el isotipo si puede aplicarse respetando la paleta cromática del isotipo y tomando en cuenta las tonalidades del fondo.

Sistema de identidad



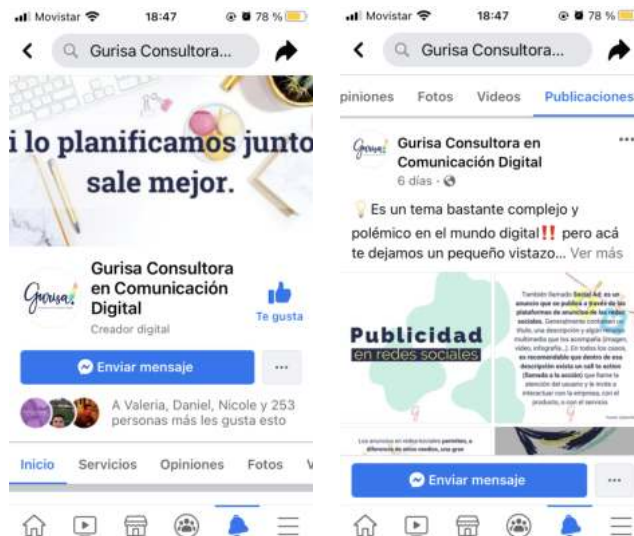
2. Sistema de identidad

Aplicación en redes sociales

Para redes sociales como Instagram y Facebook se agregan dos tipografías más:

Raleway

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
 UVWXYZ
 0123456789
 ,;:_-°!¿?"#\$%&/()="*[]{}



Roboto Slab

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMMNOPQRSTU
 VWXYZ
 0123456789
 ,;:_-¡!¿?"#\$%&/()="*[]{}

2. Sistema de identidad

Piezas institucionales

Hojas membretadas

Formato: A4 (21x29,7
cm)



Tintas a utilizar



2. Sistema de identidad

Piezas institucionales

Tarjeta de presentación

Formato: 9 x 5,5 cm

Versión para Gualeguaychú



Versión para La Plata



Tintas a utilizar





2. Sistema de identidad

Piezas institucionales

Tarjeta de presentación

Formato: 22,5x11,5 cm

Tintas a utilizar



Exterior

2. Sistema de identidad

Piezas institucionales

Contra portada



Portada

Carpeta

Formato: 50x39 cm

Tintas a utilizar



Interior

2. Sistema de identidad

Piezas institucionales

Carpeta

Formato: 50x39 cm

Tintas a utilizar

#2F2C4F

PANTONE
533C



Edición: noviembre 2020
Lugar: La Plata, Buenos Aires

