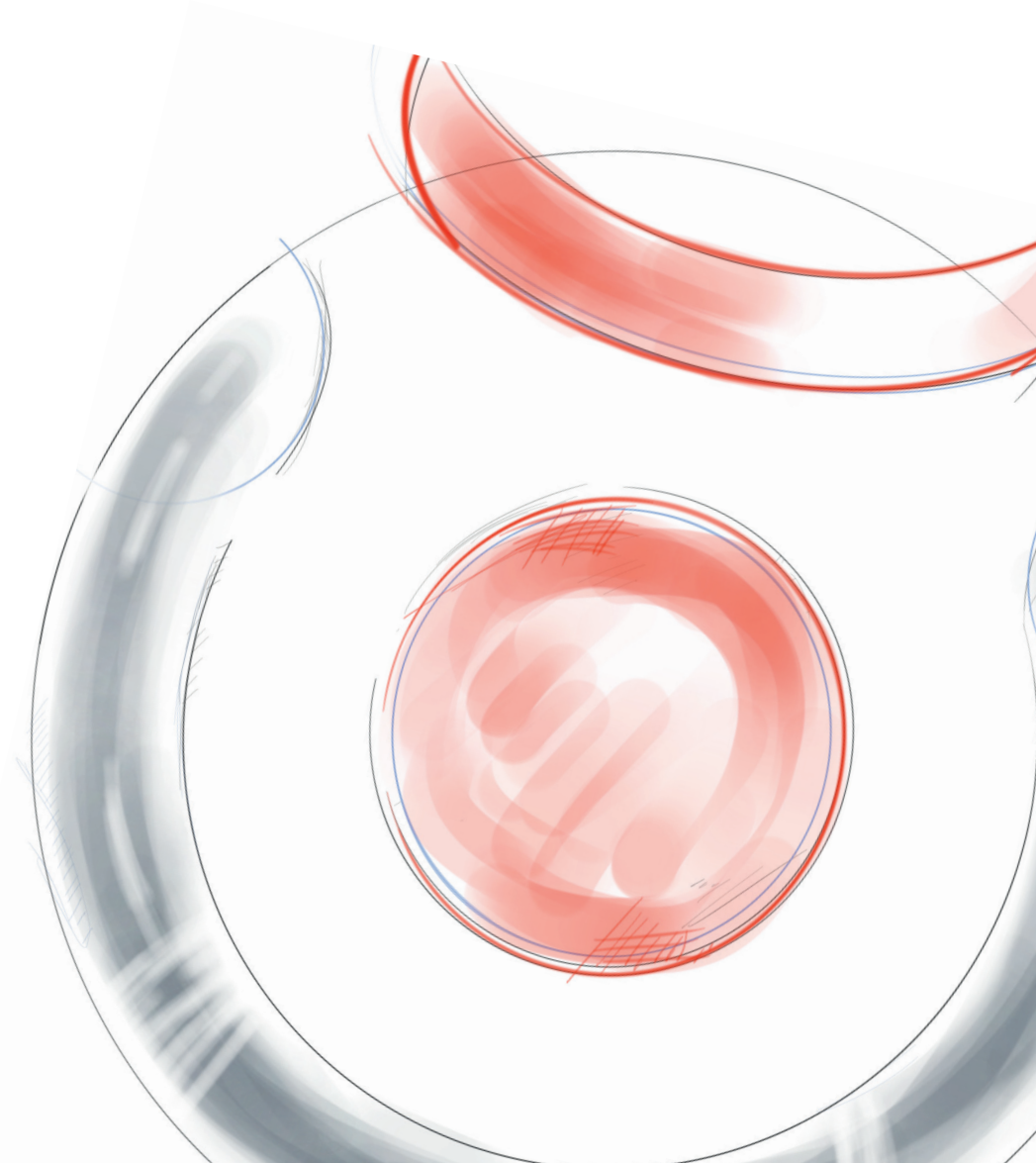




Manual de Identidad

Elementos básicos





Innovación, fiabilidad, energía: estos son los elementos distintivos de la marca, conceptualizados en un logo de estilo sencillo y lineal.

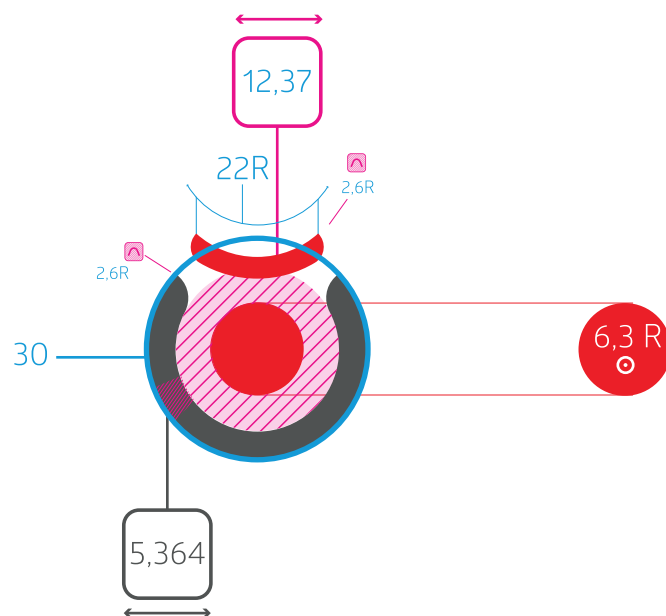
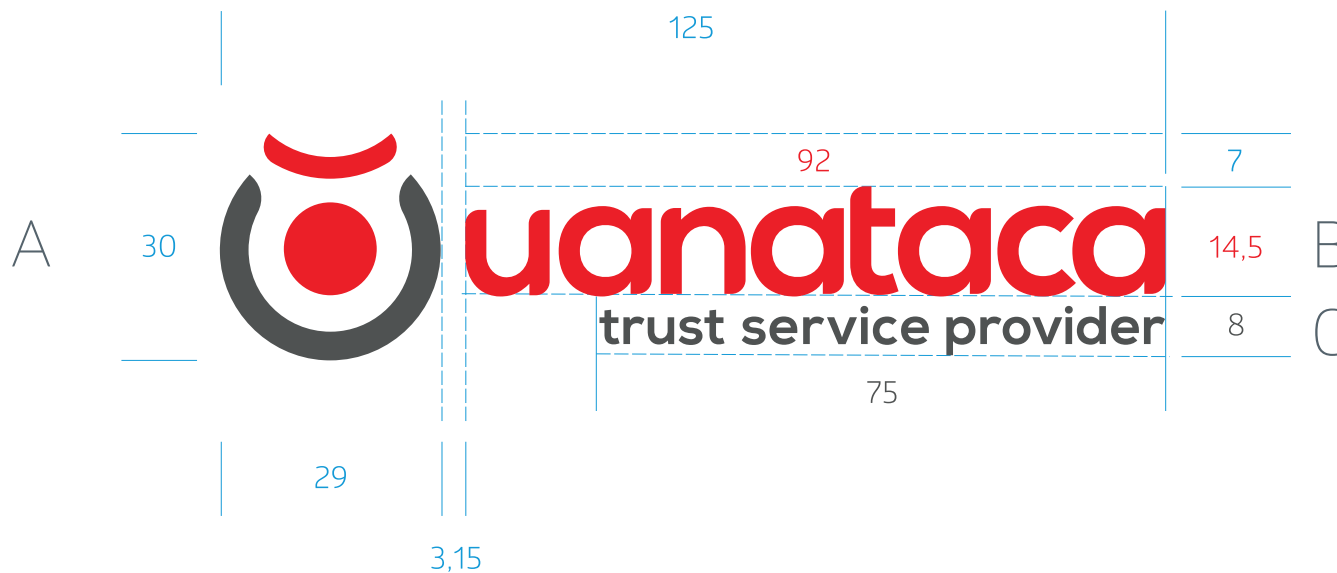
El elemento semi-circular, además de recordar la letra inicial de la marca, fue elegido como una metáfora de protección: un cofre que atesora un contenido valioso. Uanataca sitúa en el centro de su mundo la identidad digital. Al mismo tiempo, el acento superior simboliza la silueta de un toro estilizado, que representa el espíritu determinado y enérgico de la marca, como concepto opuesto a la idea de protección y seguridad.

Así como por el signo gráfico, el logo también consta de un componente textual. La palabra Uanataca fue acuñada para expresar dinamismo, armonía y al mismo tiempo rigor, cualidades evidenciadas por el carácter tipográfico, signo de modernidad y sencillez.

La marca va acompañada del pay off trust service provider para fortalecer su identidad. La composición de color rojo/gris también juega un papel fundamental en la definición de la identidad de la marca, en un equilibrio entre energía y linealidad.

Marca/Logo

La marca/logo “Uanataka ” es el elemento básico del sistema de identidad visual y está formado por tres elementos: el signo gráfico (A), la palabra Uanataka (B) y el pay off Trust Service Provider (C).



logo completo

Logo completo

pictograma / flash / logótipo

La versión completa de la marca/logo es la formada por pictograma, logotipo y pay off. Como alternativa a la versión completa, la marca/logo se puede utilizar representando singularmente los siguientes componentes:

- Pictograma: signo gráfico de identificación de la marca;
- Flash: detalle parcial del signo gráfico utilizado como elemento decorativo en documentos o material de otro tipo;
- Logótipo: palabra de identificación de la marca.



pictograma



flash



logótipo

uanataka

Versiones de la marca/logo

La versión principal de la marca/logotipo es la versión de color positivo. La marca/logotipo se puede utilizar, para necesidades particulares, en blanco y negro.

En fondos de color oscuro o fondos fotográficos oscuros en color o en blanco y negro, deberá usar la versión negativa.

No se permiten otros colores.

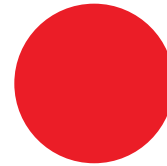
La reproducción de la marca/logotipo debe realizarse utilizando solo medios digitales. Se deben evitar absolutamente las copias reproducidas de otras fuentes o de los ejemplos que se muestran en las siguientes tablas.



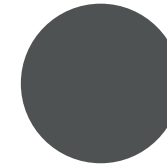
Colores



CYMK



C=1, M=100, Y=96, K=0



C=59, M=49, Y=49, K=42

PANTONE

none

none

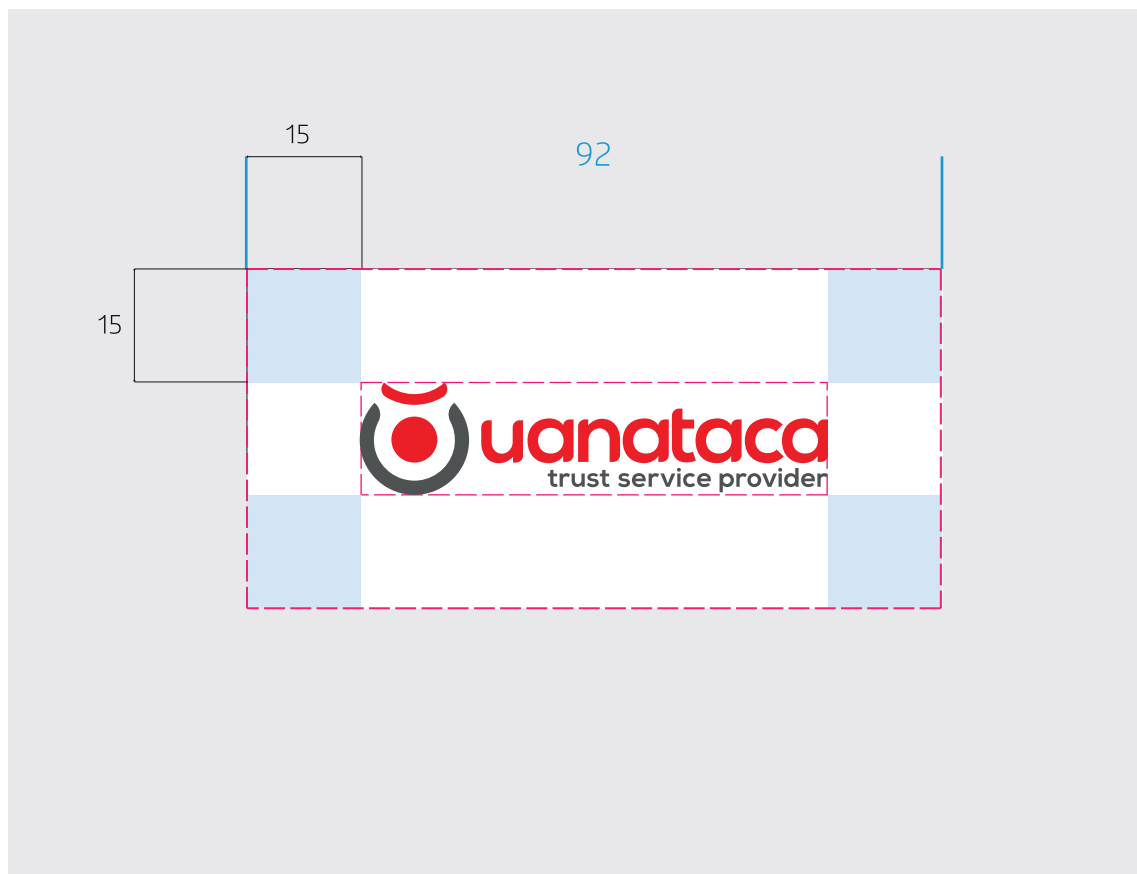
Área de respeto

La legibilidad de la marca/logotipo es mayor si el espacio alrededor es lo suficientemente grande.

La tabla muestra el espacio mínimo que debe respetarse entre la marca/logotipo y cualquier otro elemento compositivo, como textos, fotografías e ilustraciones.

Aunque el espacio indicado es el recomendado para utilizar como espacio mínimo, deberá aumentarse cuando sea posible.

Se permiten algunas excepciones, donde las restricciones de espacio no permiten respetar el área mínima (por ejemplo, en algunas aplicaciones de formularios).



Dimensión mínima de legibilidad, alineaciones de los textos

La legibilidad de la marca/logo es óptima también en un tamaño pequeño, sin embargo, nunca deberá ser inferior al tamaño mínimo indicado aquí (expresado en milímetros).

Cuando la marca / logotipo se coloca junto a un texto, es aconsejable seguir los criterios de diseño indicados a la derecha. Hay dos tipos de alineación: horizontal y vertical.

Entre la marca/logo y los elementos tipográficos, siempre se debe considerar el área mínima de respeto indicada.

62



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,



euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis

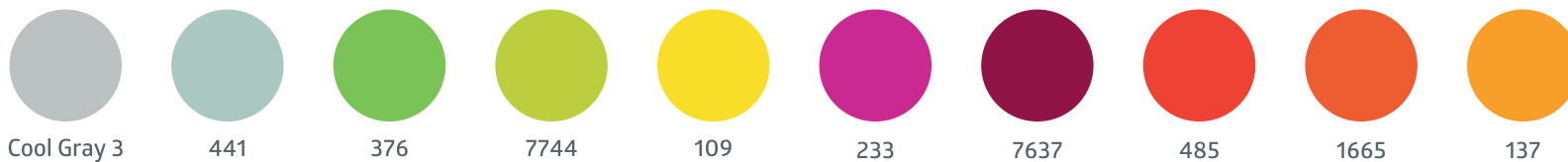
Flash

El flash de la marca/logo es un elemento decorativo de apoyo que, sin embargo, nunca debe reemplazar el uso de la marca/logo completo.

Al ser un elemento decorativo, se permite el uso de otros colores, además de los institucionales. El flash puede utilizarse en la versión de color positivo, o en negativo en un fondo de color (ver la siguiente tabla).



Ejemplos de aplicación del flash



Ejemplos de aplicación del flash



20%
20%



Nero - 10%



Nero - 10%
Nero - 20%

Tipo de letra

La fuente lineal Ubuntu debe usarse en todos los materiales impresos y en diferentes canales de comunicación.

Ubuntu

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,.,:?!'"/()&@€£\$%°*

Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

Italic

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890*

Bold

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz**

Bold Italic

***AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz***

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,.,:;?!'"/()&@€£\$%°*

Tipo de letra alternativo 1/2

Las fuentes lineales Lato y Arial se pueden utilizar para todos los materiales de producción propia y cotidiana, como presentaciones PPT, documentos de Word, correos, etc.

Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

Italic

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890*

Bold

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz**

Bold Italic

***AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz***

Lato

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,.;:?!'"/()&@€£\$%°*

Tipo de letra alternativo 2/2

Las fuentes lineales Lato y Arial se pueden utilizar para todos los materiales de producción propia y cotidiana, como presentaciones PPT, documentos de Word, correos, etc.

Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

Light Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890

Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

Bold Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvW
wXxYyZz