



Nuna

MANUAL DE IDENTIDAD

“MOLDEAMOS LA FELICIDAD DE TU HOGAR”

Índice

1

Identificadores de marca

1. Logotipo
2. Márgenes seguros del logo
3. Versiones del logo
4. Configuraciones del logotipo
5. Ícono de APP
6. Paleta de color
7. Tipografías

2

Normas para el buen uso de la marca

1. Usos correctos del logotipo
2. Usos incorrectos del logotipo

3

Elementos de soporte

1. Formas Básicas
2. Estilo Iconográfico
3. Tramado

4

Aplicación gráfica

1. Piezas gráficas

01

**IDENTIFICADORES
DE MARCA**



1.LOGOTIPO

Taza en forma de mano
referente a la idea de
brindar apoyo emocional
con la cerámica
y por el proceso
de moldeado



Sol en forma de espiral
que transmite la felicidad,
confort y transformación
personal, espiritual
a través del tiempo

Logo basado en cerámica familiar
antigua para causar nostalgia y calidez

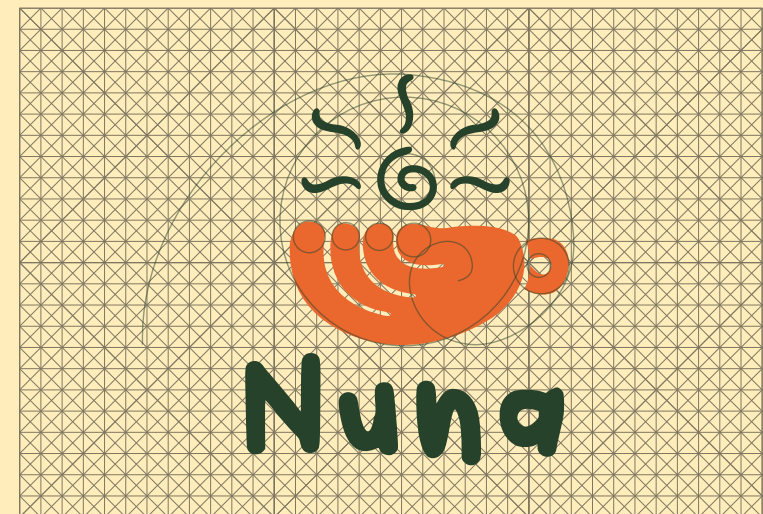
2.MÁRGENES SEGUROS DEL LOGO

Para garantizar la correcta visibilidad del logo se ha establecido un área de restricción por el ancho de la letra “a” de la palabra Nuna



2.1 CONSTRUCCIÓN DEL LOGO

Para su construcción se seguirán las pautas determinadas por la retícula y la proporción áurea.



**3.VERSIÓN
MONOCROMÁTICA
DEL LOGO**



**3.1 VERSIÓN
EN NEGATIVO
Y POSITIVO**



4. CONFIGURACIONES EN VERTICAL

El logotipo se va a usar en diferentes plataformas y productos maximizando su impacto visual, utilidad y adaptabilidad.



4.1. CONFIGURACIONES EN HORIZONTAL

El logotipo se va a usar en diferentes plataformas y productos maximizando su impacto visual, utilidad y adaptabilidad.

Nuna

5. ÍCONO DE APP



Versión de logotipo Nuna simplificado y establecido para aplicaciones.

Se usa solo la taza en forma de mano para mantener la esencia de la marca y no sobresaturar la visión del público.

6. PALETA DE COLORES

di



PRIMARIOS

CYMK
#264329

RGB
#26422B

CYMK
#C9581C

RGB
#F76827

CYMK
#F2DFAD

RGB
#FFEDBB

CYMK
#DDB82E

RGB
#FFBF2B

CYMK
#A7CCE5

RGB
#BBDEF9

**SECUNDARIOS
Y ACENTO**

7. TIPOGRAFÍAS

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i
j k l m n o p q r
s t u v w x y z

Aa

Winkle

TIPOGRAFÍA PRIMARIA

Usada principalmente para el logo.
Expresa calidez, ternura y otorga
reconocimiento inmediato a la marca.

7. TIPOGRAFÍAS

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i
j k l m n o p q r
s t u v w x y z

Aa

Work Sans

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Usada principalmente para títulos
o cuerpos de texto.

Es legible, moderna y fácil de leer

02

**NORMAS
PARA EL BUEN USO
DE LA MARCA**



1. LOGOTIPO USOS CORRECTOS

El logotipo puede aplicarse de las siguientes formas siempre y cuando se mantenga su legibilidad, tipografía y colores.



original vertical



monocromático
anaranjado



monocromático
verde



original horizontal



sobre fondo claro



sobre fondo oscuro

1.1 USOS INCORRECTOS

Los logos incorrectos mostrados hacen referencia a versiones mal aplicadas.



no cambiar la posición de la tipografía



no modificar la inclinación del logo



no cambiar la posición de los elementos



no usar colores claros sobre fondos claros



no cambiar la tipografía



no cambiar los colores

03

**ELEMENTOS DE
SOPORTE**





1. FORMAS BÁSICAS

Formas que presentan el estilo de la marca “Nuna”, derivadas del logotipo principal.

Elaboradas para emplear en diversos elementos visuales.

Son parte de la identidad visual de la marca y deben ser empleados correctamente sin realizar deformaciones.

A partir de dichas formas nacen los patrones o tramados.

2. ESTILO ICONOGRÁFICO

Iconos básicos para cubrir las necesidades de la marca.



Piezas



Tienda



Información



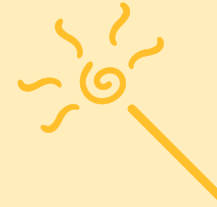
Compras



Talleres



Hora



Personalizados

3. TRAMADO



3. TRAMADO



04

APLICACIÓN
GRÁFICA



1. PIEZAS GRÁFICAS

LINEAMIENTOS

Cada elemento visual de la marca debe ser dinámico y alegre, para ello se deben usar las formas básicas siguiendo sus respectivos lineamientos.

Se deben cuidar los espacios y la limpieza, no se debe llegar a la saturación de elementos ni al uso de colores y tipografías inadecuadas.

En cuanto al uso de la fotografía, estas pueden ser aplicadas siempre y cuando muestren escenas cálidas de hogar, conexión, espiritualidad o muestren piezas del rubro de la marca.

Las fotografías deben ser en tonos claros para mantener la esencia de la marca y transmitir lo que se desea.

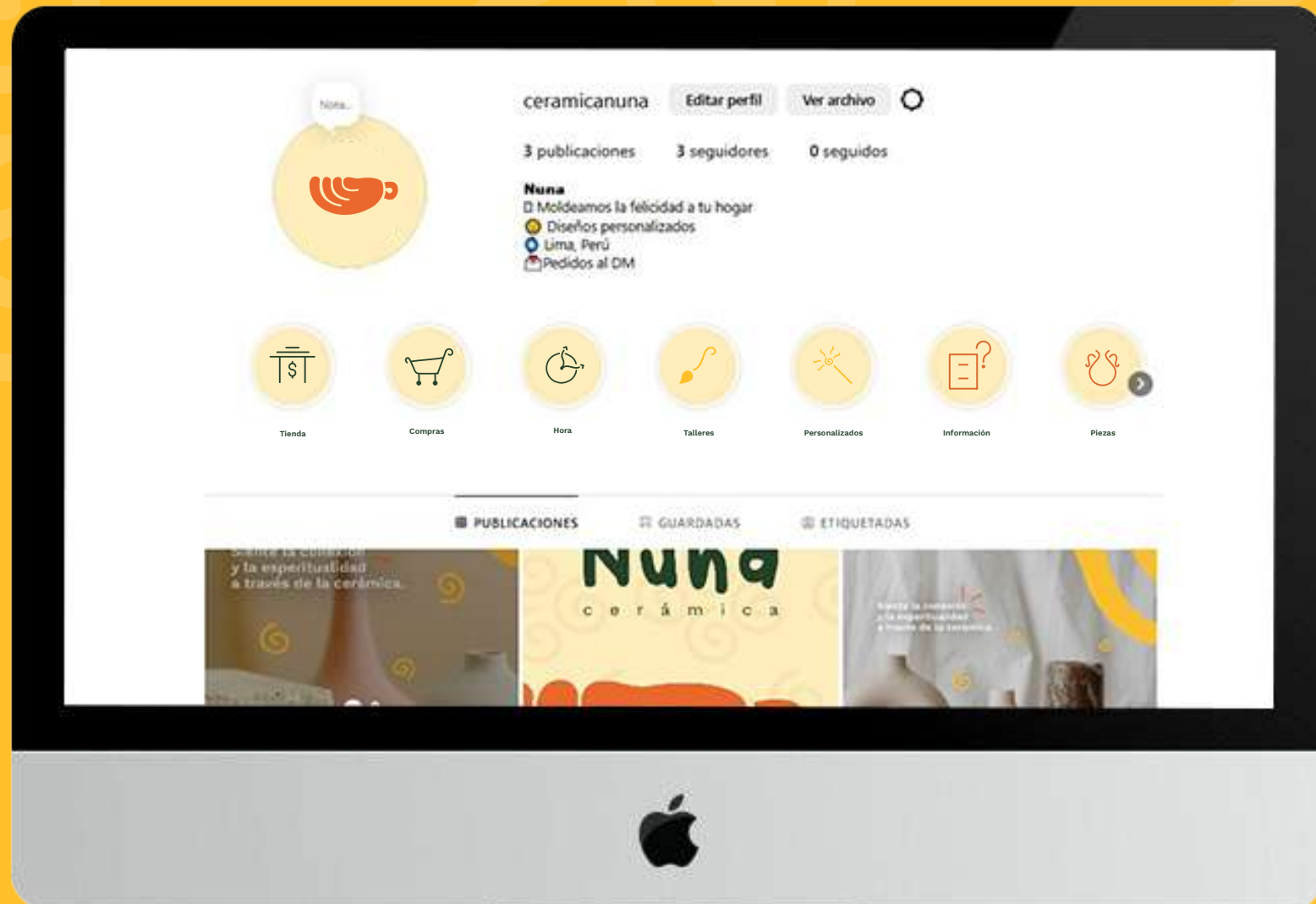
A continuación algunos ejemplos de piezas gráficas que muestran el funcionamiento de la marca en distintos medio de comunicación.

Es importante recalcar que se puede explorar con las piezas según las necesidades requeridas y siguiendo debidamente los lineamientos establecidos.

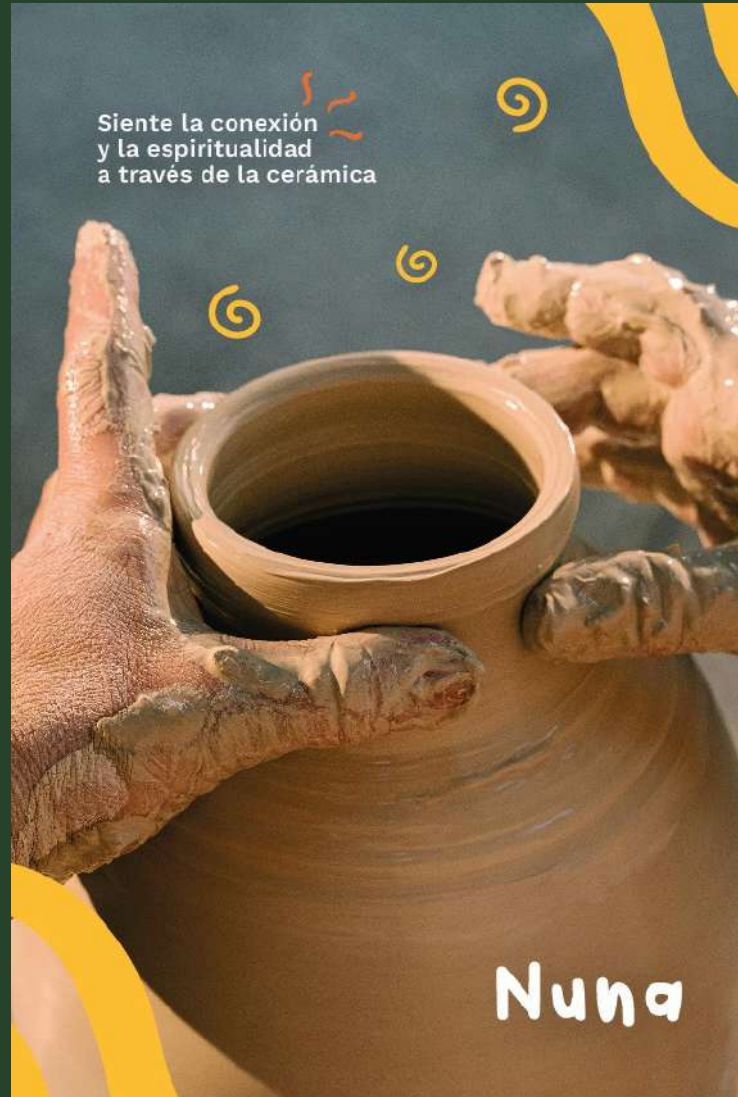
a. Instagram



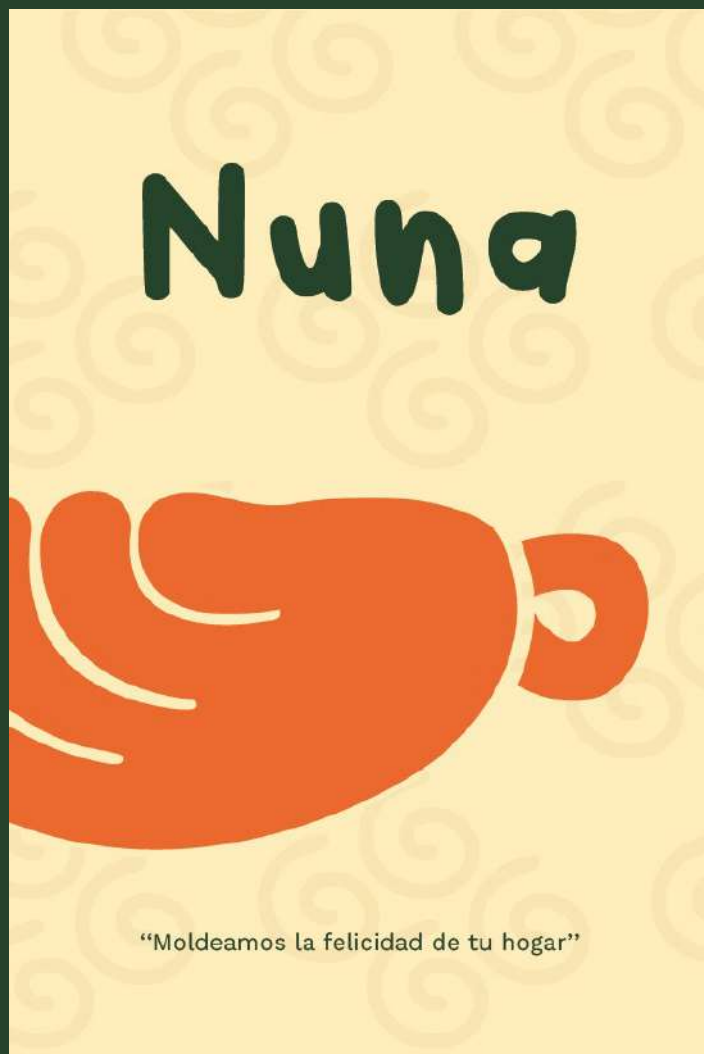
a. Instagram



b. Afiche para vía pública



b. Afiche para vía pública



c. Valla publicitaria

Siente la conexión
y la espiritualidad
a través de la cerámica



d. Merchandising





MOLDEA
"FELICIDAD"



MOLDEA
"FELICIDAD"





e. Packanging



GRACIAS.

