



Manual de marca.

Nota: Debido a la falta de control sobre el resultado de impresión, ya que depende de terceras personas y dispositivos, los colores y tamaños demostrados pueden variar de su intención original.







Introducción

La marca lugar generalmente es confundida con una marca turística, pero su función no es la de vender el espacio que representa sino de identificar al lugar, en este caso a la ciudad de Cuenca, y de respaldar y avalar todo lo que existe, sucede, se produce dentro de la ciudad y la comunicación hacia sus ciudadanos.

El diseño de la marca de la ciudad de Cuenca no surge de imprevisto sino de una necesidad evidenciada por las diferentes oportunidades aprovechadas por las administraciones de la ciudad para implantar su marca como la cara de la ciudad. Iniciativa que tiene garantizada su decadencia por los obligatorios cambios de administración perjudicando la imagen de la ciudad.

Dentro del proceso de desarrollo se identificó una condición importante con la que debe desempeñarse esta marca que es ser lo más flexible posible. Además se prevee la adopción de la marca por la entidad de la alcaldía, a pesar de que esto depende de decisiones externas a la marca de Cuenca.

El presente manual sirve de guía para explicar los usos con el que deberá desarrollarse las aplicaciones de su identificador gráfico. estas guías son importantes seguir para evitar usos erróneos.

Esta marca sobre todo es de la ciudad hacia sus ciudadanos y no para ser usada para representar alguna administración



El identificador gráfico



CUE
CUENCA

CUE

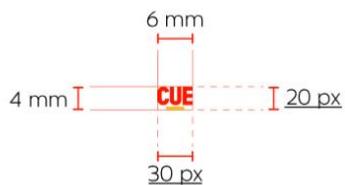
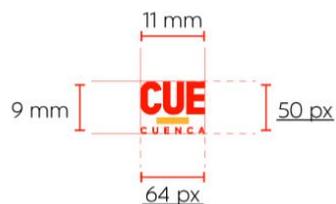
Identificador principal

La versión vertical o central del identificador de la marca será la primera opción a usarse en todas las aplicaciones de marca.

Identificador símbolo

El símbolo de la marca (imagen inferior) se usará cuando el espacio para aplicar la marca sea muy reducido.

CUE
CUENCA



Tamaño mínimo

La marca deberá estar preparada estar presente en diferentes aplicaciones de gran variedad de tamaños, donde debe garantizar su funcionamiento. Las aplicaciones no deberán reducirse más de lo especificado en esta página.





Área de protección

Para asegurar la legibilidad para cada tipo de identificador, debe ser rodeado por un espacio vacío mínimo, de este modo se protegerá de competir con otros elementos visuales. El área de protección se resuelve a través 2 veces la altura de la barra del símbolo equivalente a la medida **X**.





CUE
CUENCA

Identificador para troquel

En situaciones que requieran el uso de troqueles, el identificador principal puede causar problemas, para lo que se dispone de esta versión que se distingue por poseer la letra A del logotipo modificada.

CUE
CUENCA



Elementos gráficos



Color primario

C: 0 R: 255
M: 90 G: 25
Y: 100 B: 0
K: 0 #FF1900

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

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

Color secundario

C: 10 R: 207
M: 100 G: 9
Y: 100 B: 0
K: 10 #CF0900

C: 0 R: 255
M: 25 G: 191
Y: 100 B: 0
K: 0 #FF1900

C: 0 R: 252 M: 30 G: 179 Y: 30 B: 152 K: 0 #FCB398	C: 35 R: 114 M: 95 G: 10 Y: 90 B: 8 K: 30 #720A08	C: 0 R: 255 M: 25 G: 235 Y: 100 B: 166 K: 0 #FFEBA6	C: 0 R: 152 M: 25 G: 103 Y: 100 B: 23 K: 0 #986717
---	--	--	---

Cromática principal

Los colores corporativos de la marca se obtienen de la bandera de Cuenca. Adjunto se puede consultar sus equivalencias en diferentes estándares de color utilizados para impresión y aplicación digital.





Cromática principal

De esta forma funcionará el identificador sobre un fondo de su color primario y sobre un fondo de su color secundario. También se muestra como se debe aplicar el identificador sobre fondos de color claro y de color oscuro.





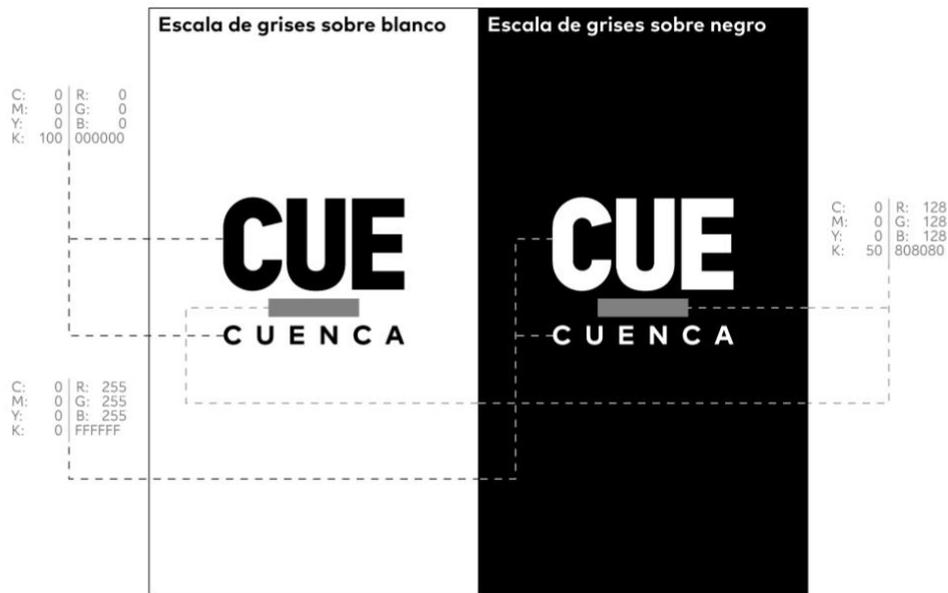
<p>C: 0 R: 191 M: 25 G: 236 Y: 100 B: 107 K: 0 #BFEC6B</p>	<p>C: 30 R: 171 M: 0 G: 249 Y: 5 B: 254 K: 0 #ABF9FE</p>
<p>C: 55 R: 114 M: 0 G: 223 Y: 100 B: 12 K: 0 #72DF0C</p>	<p>C: 90 R: 14 M: 40 G: 110 Y: 0 B: 244 K: 0 #0E6EF4</p>
<p>C: 80 R: 44 M: 30 G: 95 Y: 70 B: 66 K: 15 #2C5F42</p>	<p>C: 95 R: 9 M: 50 G: 80 Y: 10 B: 150 K: 0 #095096</p>
<p>C: 5 R: 250 M: 40 G: 150 Y: 5 B: 207 K: 0 #FA96CF</p>	<p>C: 30 R: 176 M: 15 G: 194 Y: 5 B: 212 K: 0 #B0C2D4</p>
<p>C: 20 R: 199 M: 95 G: 14 Y: 0 B: 244 K: 0 #BE0EF4</p>	<p>C: 5 R: 245 M: 45 G: 237 Y: 80 B: 37 K: 0 #F68725</p>
<p>C: 45 R: 140 M: 95 G: 12 Y: 0 B: 220 K: 0 #8C0CDC</p>	<p>C: 30 R: 148 M: 55 G: 84 Y: 90 B: 9 K: 20 #945409</p>

Cromática Secundaria

En la mayoría de situaciones se deberá resolver lo que se produzca mediante la cromática principal de la marca, pero en situaciones donde sea necesario el apoyo de otros colores se aplicarán los detallados acá. Su uso debe ser esencialmente para casos puntales de manera extraordinaria y en cantidades reducidas.

Es importante evitar el uso del identificador sobre cualquiera de estos colores





Aplicación escala de grises

Al usar el identificador en medios que solo permitan sureproducción en escala de grises, utilizar los valores demostrados.

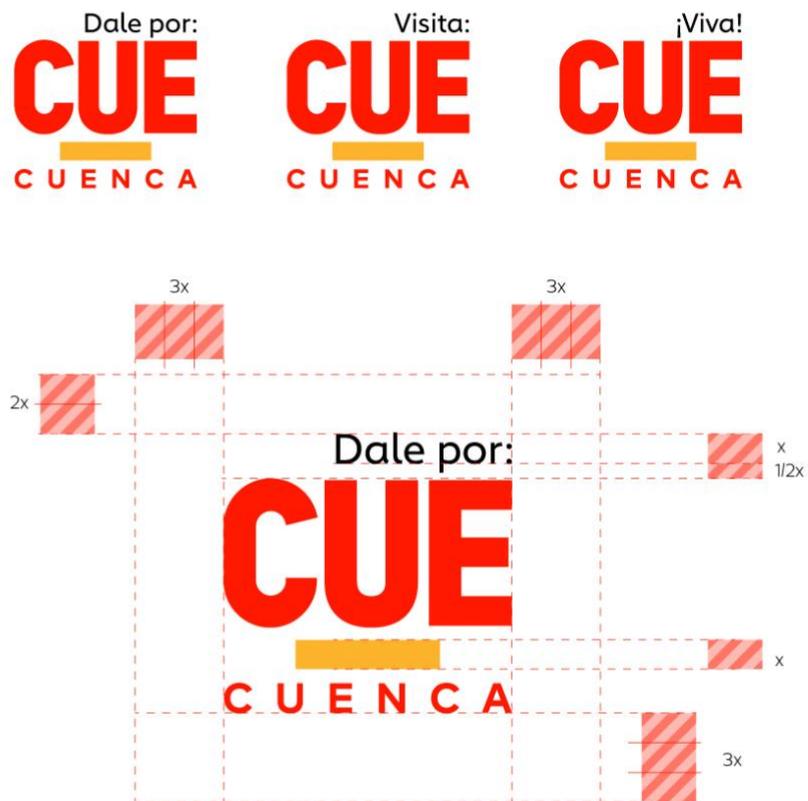




Now Alt. Black	Latina Black
Now Alt. Black Italic	Latina Black Italic
Now Alt. Heavy	Latina Bold
Now Alt. Heavy Italic	Latina Bold Italic
Now Alt. Bold	Latina Semibold
Now Alt. Bold Italic	Latina Semibold Italic
Now Alt. Regular	Latina Regular
Now Alt. Regular Italic	Latina Regular Italic
Now Alt. Light	Latina Light
Now Alt. Light Italic	Latina Light Italic

Tipografía

La tipografía principal de la marca será **NOW ALT.**, esta se usará en títulos y subtítulos, mientras la tipografía secundaria es **LATINA**, es usará para cuerpos de texto principalmente.



Identificador más redacción

Habrà situaciones en que el identificador deba ser precedido por una línea de redacción para apoyar las inteciones del mensaje. En estas situaciones la redacción deberá mantenerse corto y se recomienda usar minúsculas.

La redacción no deberá sobrepasar el ancho del identificador principal y tendrá el mismo alto que la barra del símbolo, situado a la mitad de la altura de la barra sobre el símbolo.

Su área de protección es: por los márgenes izquierdo, derecho e inferior igual a 3 veces el alto de la barra de símbolo, mientras por lo el margen superior es solo 2 veces la altura de la barra del símbolo.





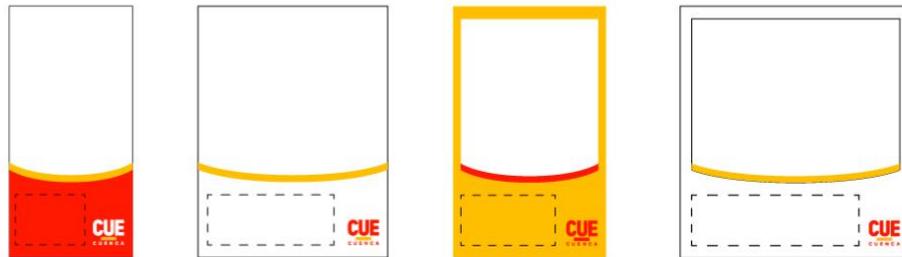
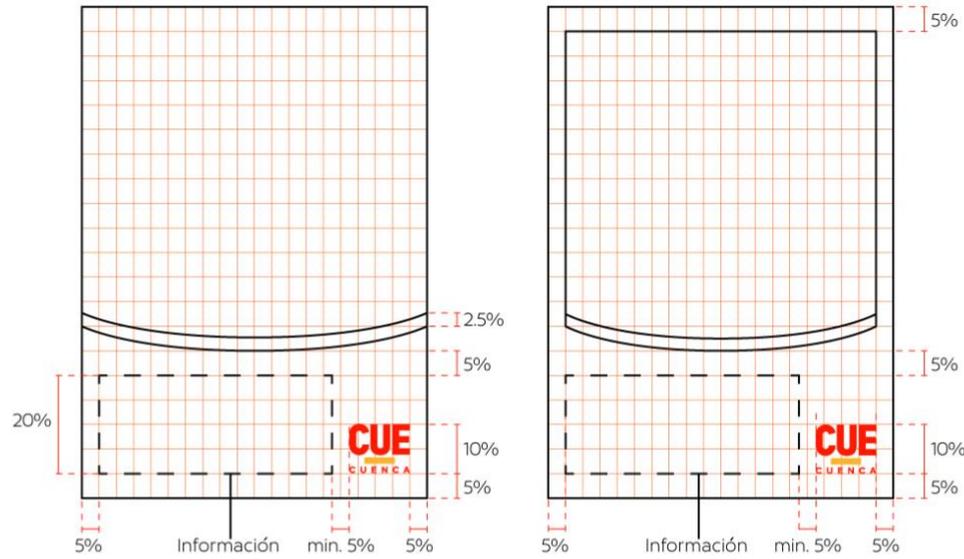
Métodos de reproducción

Para aplicarse la marca sobre soportes con diferentes características y materiales la marca se deberá aplicar según lo indicado. En materiales sólidos cuando sea conveniente usar el material original sin los colores de la marca, se deberá mantener la forma del identificador.





Aplicaciones

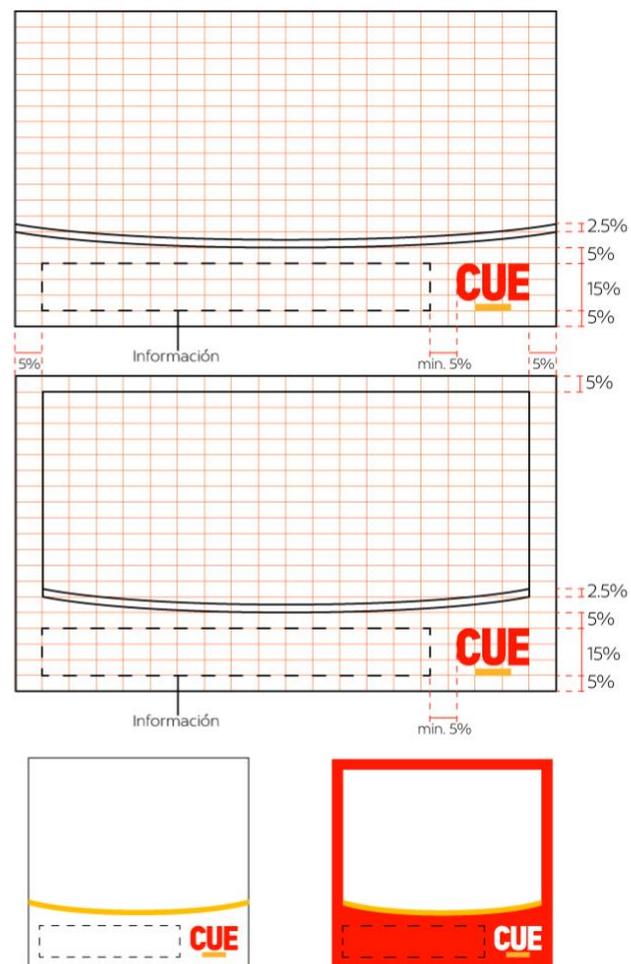


Soportes verticales

Según lo estudios, no hay un estándar de soportes para la marca y además varía según los cambios de administraciones, de manera que los diferentes soportes verticales se basarán en los modelos presentes, de esta forma podrán adaptarse diferentes extensiones horizontales según sea la necesidad. El rectángulo superior podrá albergar textos o imágenes de acuerdo a la situación, mientras el rectángulo inferior solo albergará textos.

El color de la barra deberá coincidir con la barra del símbolo.



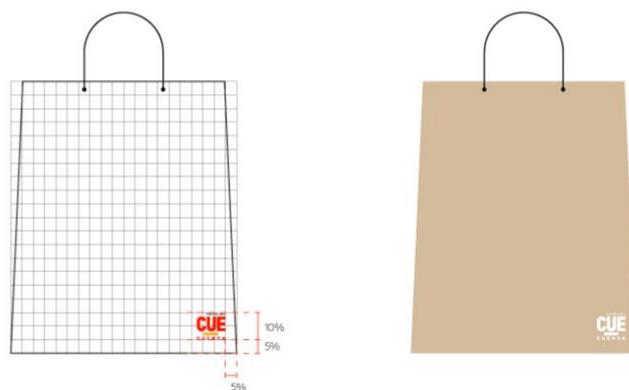


Soportes horizontales

De igual manera los soportes horizontales tampoco cuentan con un estandar y mediante la guía presente podrán adaptarse a diferentes circunstancias utilizando la parte superior para imágenes o texto, y el recuadro inferior solo para texto, acompañado por el identificador secundario.

En situaciones complejas donde el identificador ocupe espacio necesario para la información textual, se puede recurrir a los identificadores símbolo o principal como última opción.





Aval a productos locales

De igual manera la marca debe ser capaz de avalar los productos que se elaboren dentro de la ciudad para marcar su procedencia y que así lo deseen, en esos casos se usará el identificador acompañado de la redacción "Hecho en:".

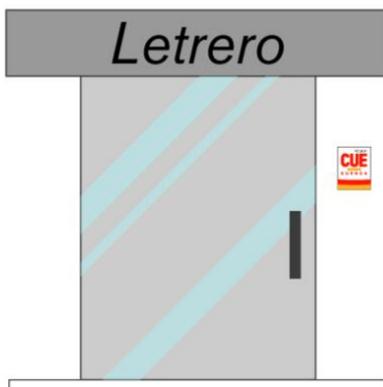
En total su alto no debe ubicarse al 5 por ciento de los márgenes derecho e inferior con un tamaño del 10% del alto total de donde se aplique, siempre teniendo presente los tamaños mínimos y áreas de protección.

Es crucial garantizar su contraste.





Local independiente



Locales conjuntos

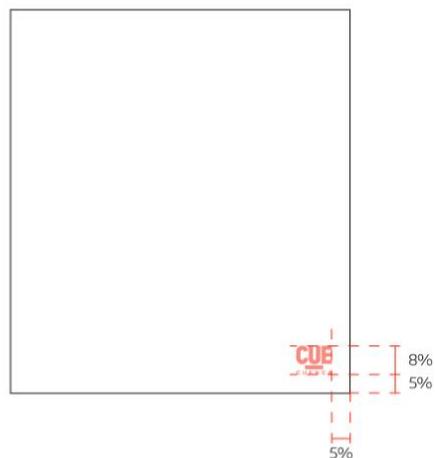


Aval a negocios locales

Los negocios que decidan adoptar la imagen de la ciudad en sus establecimientos podrán hacerlo mediante una aplicación que se colocará en la entrada de su local.

Esta aplicación no se deberá colocar junto antes del logo del negocio ni en su letrero, se colocará a la altura de los ojos,





Redes sociales

La presencia de la marca en este medio debe darse de manera limitada. Lo preferencial será que sus imágenes no lleven el identificador, o lo coloquen de manera muy sutil como los ejemplos de la izquierda y del centro. Pero en situaciones muy peculiares, que debe ser usadas con la menor frecuencia posible, se podrán usar el recurso de la derecha.





Cierre videos

Los videos emitidos por entidades de la ciudad deberán ser avalados por el identificador de la marca de Cuenca con su presencia al final mediante la animación de esta página.

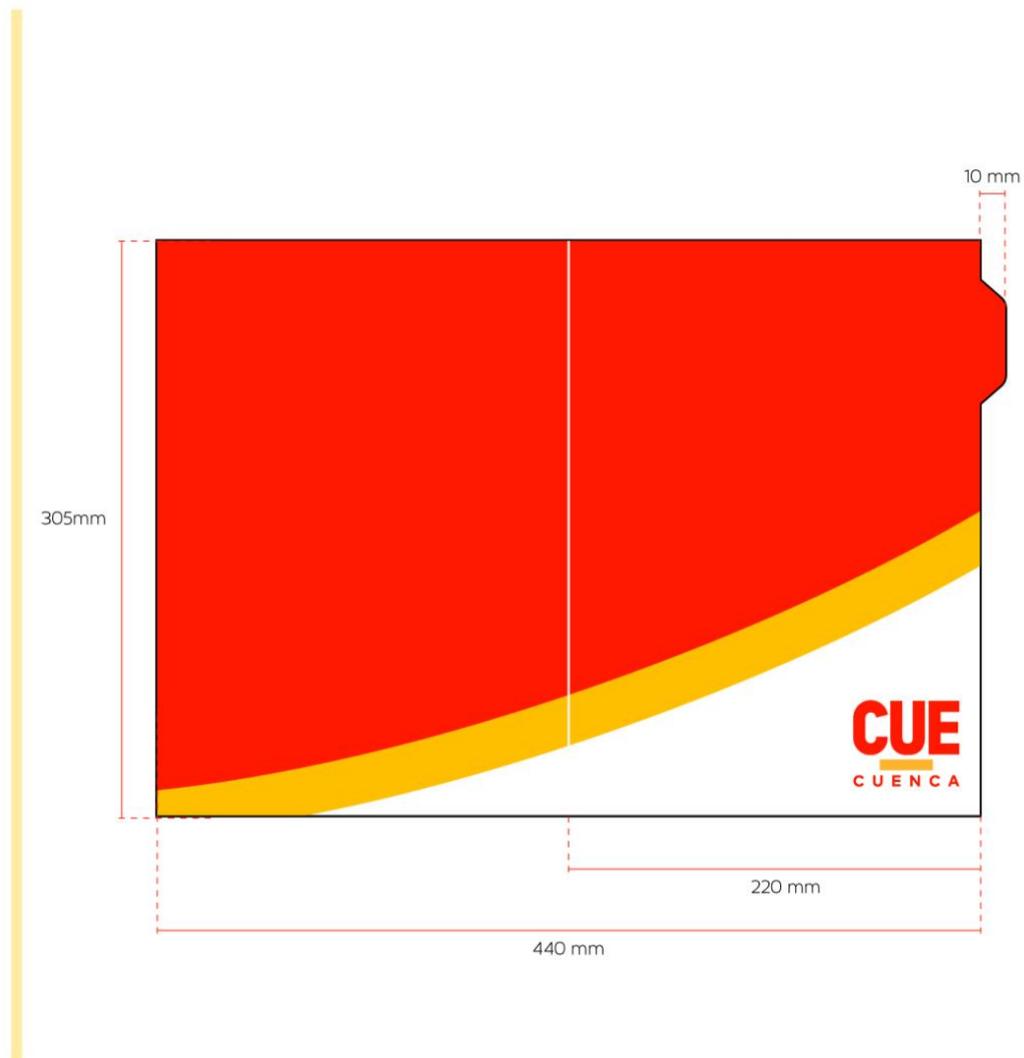




Merchandising

Las mercancías que deseen llevar la marca deberán garantizar la lectura su lectura tomando en cuenta las diferentes guías previamente explicadas a lo largo de este documento





Carpetas

Las carpetas deberán seguir los lineamientos expuestos en estas páginas





Letreros urbanos

Para los nuevos soportes de marca que se instalen dentro de la ciudad se deberá ser acorde a la zona en los que son ubicados.



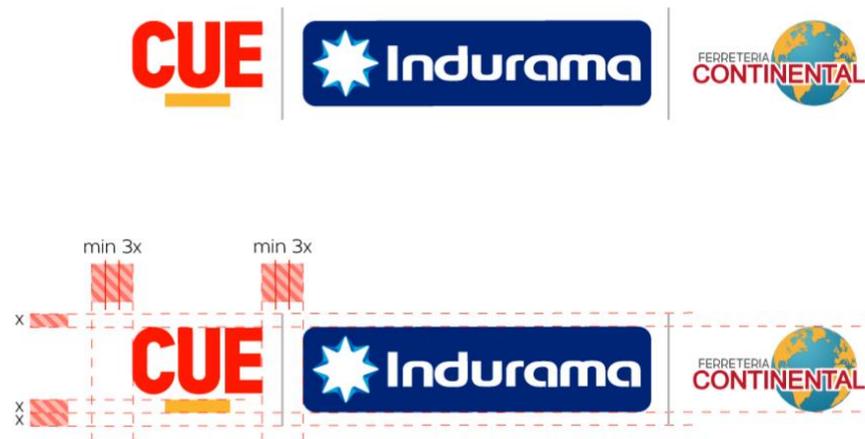


Instalación urbana de marca

Al crear una versión volumétrica de la marca para instalarla en la ciudad, se debe mantener la silueta del identificador mientras el espacio interno del volumen deberá apoyar visualmente el ambiente donde sea ubicada tomando rasgos de la zona.

Es primordial evitar aplicar la versión original de cualquier identificador sin considerar el ambiente.





Cobranding empresas privadas

También habrán situaciones en las cuales la ciudad junto a empresas que no son parte de la organización de Cuenca, sino son empresas privadas, en esos casos se debe respetar una distancia mínima de 3 veces el alto de la barra del símbolo, medida X.





Cobranding institucional

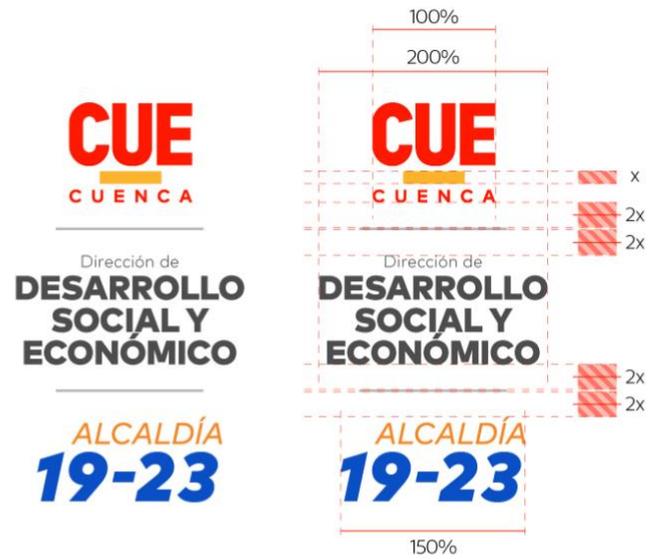
Las aplicaciones de este punto en adelante serán imprescindibles en el caso que la entidad administrativa llegase a buscar adoptar la marca de la ciudad y adjuntar su aval en sus comunicaciones y obras. Es importante tener en cuenta que no reemplazará a la marca de la administración.

En dichas situaciones para avalar las acciones de diferentes entidades de la ciudad deberán ser acompañadas por el identificador de la marca. La secuencia de las marcas será equivalente a su durabilidad. Siendo primero la ciudad, luego la entidad y finalmente la alcaldía de turno.

Es importante que esté presente la alcaldía.

En el caso de acompañarse por una entidad con mayor jerarquía que la ciudad, esta deberá ir antes que la marca de Cuenca.





Cobranding institucional

Cuando sea necesario una organización vertical se usará la misma lógica previamente explicada





Portada de presentación



Portada capítulo



Portada capítulo con imagen



Contenido



Información

Presentaciones digitales

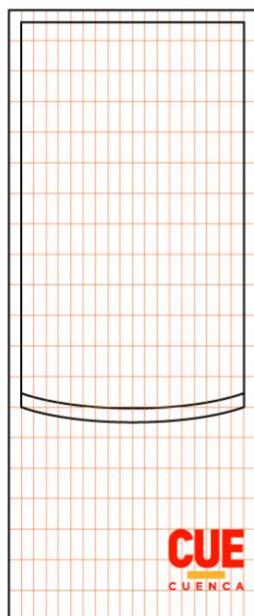
Las presentaciones digitales deberán seguir los esquemas presentados en esta página.

La **portada** deberá contener presente las entidades responsables de la presentación bajo un título fuerte.

Las **portadas de cada capítulo** usarán el título de cada capítulo al centro, y en la esquina superior izquierda deberá ir el nombre o título de la presentación. Si la portada es complementada por una imagen esta deberá ser ubicada en la mitad derecha de la pantalla mediante una franja separadora.

Para las pantallas que contengan **contenido** deberán tener siempre presente el título de la presentación acompañado por el nombre del capítulo, y las entidades responsables de la presentación.

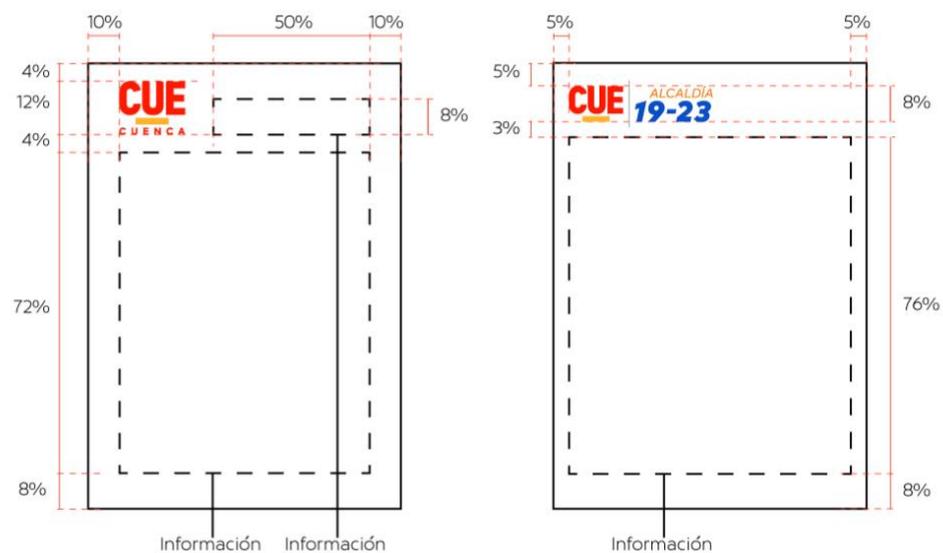




Soportes independientes

Distintos soportes que permitan evidenciar a cada entidad componente de la ciudad estar presente en diferentes situaciones no deben ser compartidos con la presencia de la marca administrativa. Ambas deben ser avalados por la marca lugar de Cuenca por separado.





Papelería

Para que la marca funcione correctamente se han identificado dos tipos de papeles necesarios: la papelería que emite la ciudad a los ciudadanos y que carencia de la marca de la administración no afecta el mensaje, estos usarán el modelo de la izquierda dando relevancia a la presencia de la ciudad. Y el otro tipo son en los que es estrictamente indispensable la presencia de la alcaldía para expresar que lo que se comunica es de su procedencia.

Las muestras de esta página son guías para aplicarse en papel de estandar A3 a A5.

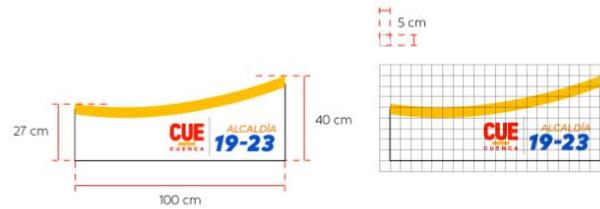




Tarjetas

La información para cada tarjeta deberá seguir los lineamientos en esta página





rótulo trabajos urbanos

De igual manera los letreros que comunican a la ciudadanía que se están realizando trabajos en la zona deberán utilizar una placa que se renueve para cada periodo administrativo y se vuelva a fijar en el letrero y duren lo mismo que la gestión de turno.

Este tipo de soluciones es necesaria para dar crédito al trabajo de cada administración

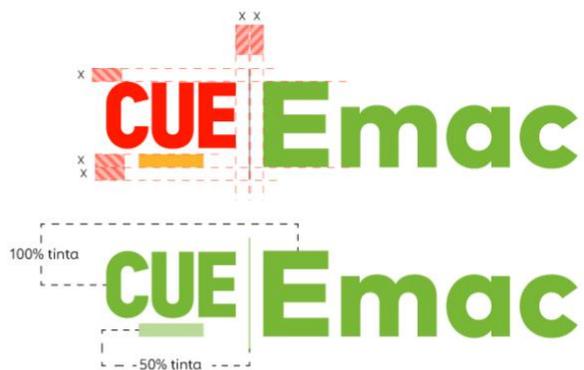




Letreros urbanos

Existe la posibilidad que los diferentes letreros con información de trabajos urbanos sean trasladados de un sitio a otro para mostrar otra información. Por este motivo la marca de la ciudad deberá ser incorporado de la manera que ha sido detallada en esta página, así se proveera flexibilidad para los diferentes tamaños en los que se pueda usar en el futuro.





Cobranding empresas públicas

De igual manera la marca debe estar lista para cuando las empresas municipales decidan adoptar la imagen de la ciudad. Estas adoptaran la tipografía principal de la marca de Cuenca para reforzar la consistencia.

La lógica para adjuntar otras entidades será la misma previamente explicada. Las empresas públicas ya tienen una imagen consolidada mediante un color distintivo, en casos de uso monocromático los componentes tipográficos usarán el 100% del color de la empresa pública y las barras serán al 50%.

Al usar sobre su color corporativo se usarán ambos identificadores en blanco a excepción de la barra de la marca de Cuenca, esta permanecerá en su propio color. Si es necesario el uso monocromático sobre su color corporativos los componentes tipográficos se plasmarán en blanco mientras las barras usarán el color corporativo de la empresa pública al 50% de su tinta.





Usos incorrectos

Para un correcto funcionamiento es indispensable que los lineamientos en este manual sean respetados en lo posible. Pero si fuera necesario una aplicación del identificador de cierta manera que no ha sido cubierta por cuestiones de temporalidad, contexto, legislaciones, etc. los usos detallados en esta página sirven para ejemplificar como no debe ser usado.



