



NACHINKO
CAMPOS DE AGAVE

Índice

1. Simbología básica de la marca

| | |
|-------------------------------|---|
| 1.1. Justificación | 4 |
| 1.2. Composición y variantes | 5 |
| 1.3. Tipografías | 6 |
| 1.3.1. Tipografía Corporativa | 6 |
| 1.3.2. Tipografía Auxiliar | 6 |
| 1.4. Colores | 7 |
| 1.4.1. Colores Corporativos | 7 |
| 1.4.2. Colores Auxiliares | 7 |
| 1.5. Elementos Auxiliares | 8 |

2. Normas de uso de marca

| | |
|--|----|
| 2.1. Retícula y área de restricción | 10 |
| 2.2. Tamaños mínimos | 12 |
| 2.2.1. Impresión | 12 |
| 2.2.2. Digital | 12 |
| 2.3. Usos permitidos | 13 |
| 2.3.1. Marca a color positivo y negativo | 13 |
| 2.3.2. Marca monocromática a color positivo y negativo | 13 |
| 2.3.3. Marca a blanco, negro y escala de grises | 14 |
| 2.3.4. Marca sobre fondos | 14 |
| 2.4. Usos no permitidos | 15 |
| 2.4.1. Aplicación incorrecta de color | 15 |
| 2.4.2. Deformación | 15 |
| 2.4.3. Composición incorrecta de elementos | 15 |
| 2.4.4. Fondo incorrecto | 15 |
| 2.4.5. Marca de agua | 16 |

3. Aplicaciones

| | |
|--|----|
| 3.1. Papelería | 18 |
| 3.1.1. Hoja membretada | 18 |
| 3.1.2. Tarjeta de presentación | 20 |
| 3.1.3. Carpeta | 22 |
| 3.1.4. Sellos | 24 |
| 3.2. Digital | 26 |
| 3.2.1. Foto de perfil y portada de Facebook | 26 |
| 3.2.2. Diseño de firma de correo | 27 |
| 3.2.3. Plantilla de presentación en power point 8 diapositivas | 28 |
| 3.3. Otros | 29 |
| 3.3.1. Aplicación en camisa | 29 |
| 3.3.2. Aplicación en playera | 30 |
| 3.3.3. Rotulación de coche | 31 |
| 3.3.4. Gorra | 32 |

dard[©]s

Este manual fue diseñado por la agencia Dardos publicidad en el año 2022 para NACHINKO

1. Simbología básica de la marca



1.1 Justificación

Este proyecto de marca fue realizado con dos ideas base: la representación de un agave y un diseño minimalista. De esta forma, se construyó un isotipo simple, de un solo elemento.

Los conceptos que se manejarón para este proyecto son:

Concepto objetivo. Agave. Representado evidentemente con el isotipo.

Concepto estilo. Minimalismo. Diseñado con formas simples, con líneas de un mismo trazo.



1.2. Composición y variantes

Isotipo o símbolo



Logo

NACHINKO

Tagline

CAMPOS DE AGAVE

La marca está compuesta por un isotipo (símbolo) que a futuro se piensa mantener como único identificador gráfico (luego de un proceso de pregnancy en la audiencia), también incluye el logo (el nombre de la marca) y el tagline (la frase breve que define el giro de la marca). Los elementos fueron separados solo para fines ilustrativos.

Marca principal



Marca secundaria



Sin embargo, y muy importante, el proyecto de marca también incluye variantes de composición. Estas le permite a la marca adaptarse en diferentes espacios, lo que evitará tener la necesidad de deformar la marca y así se mantendrá la coherencia de su comunicación.

1.3. Tipografías

Fira Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,:;!?"#\$%&/()=

Thin, *Thin Italic*, Extralight, *Extralight Italic*, Light, *Light Italic*, Regular, *Italic*, **Medium**, **Medium Italic**, **Semi-bold**, **Semibold Italic**, **Bold**, **Bold Italic**, **Extrabold**, **Extrabold Italic**, **Black**, **Black Italic**.

1.3.1. Tipografía Corporativa

Como tipografía Corporativa se eligió Fira Sans diseñado por Carrois Apostrophe. Esta familia de fuentes cuenta con una gran variedad que permite marcar jerarquías en la información, además de ser una tipografía minimalista, pero con un toque dinámico.

Libre Baskerville

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,:;!?"#\$%&/()=

1.3.2. Tipografía Auxiliar

Como tipografía Auxiliar está Libre Baskerville diseñado por Impallari Type, recomendados para usar en textos cortos como títulos, frases o datos breves.

1.4. Colores

| | | |
|---|--|---|
| <p>PANTONE 7467C Hex : 00a3ad Rgb : 0,163,173</p> | <p>PANTONE 483C Hex : 653024 Rgb : 101,48,36</p> | <p>PANTONE Black 6C Hex : 101820 Rgb : 16,24,32</p> |
|---|--|---|

1.4.1. Colores Corporativos

Se escogieron dos colores para este proyecto un azul verde (tinta PANTONE 7467C) que hace referencia al color del agave azul verde y un café rojizo (tinta PANTONE 483C) que representa la tierra de calidad.

1.4.2. Colores Auxiliares

Como color auxiliar se escogió el PANTONE Black 6C destinado para párrafos donde no implique algún diseño, solo información textual.

1.5. Elementos auxiliares



Fondo



Los elementos auxiliares son aquellos que ayudan a enriquecer el universo de la marca, es decir, son elementos que forman parte de la identidad y que se aplican para complementar visualmente los espacios donde la marca tiene que ver.



2. Normas de uso de marca



2.1. Retícula y área de restricción



La retícula es una guía de construcción de la marca, en donde se determina las alineaciones, proporciones y espacios entre los elementos. En este caso, la estructura se basó en una cuadrícula donde X es el tamaño base para determinar estos valores.



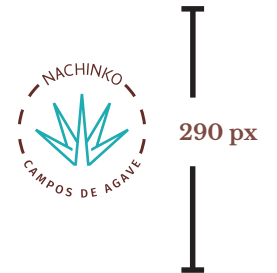
El área de restricción es un espacio de respeto que debe llevar alrededor de la marca y nos ayuda a evitar que pueda ser invadida por otros elementos, por lo tanto, es importante que tengamos en cuenta esto y lo apliquemos.

2.2. Tamaños mínimos

Con tagline



Con tagline



2.2.1. Impresión

La marca debe tener definido un tamaño mínimo para que pueda funcionar de manera óptima en sus aplicaciones. Por lo que es aconsejable seguir estas recomendaciones.

2.2.2 Digital

El tamaño mínimo digital varía respecto al tamaño del espacio de la publicación y del dispositivo por lo que esta recomendación está basada dentro de una imagen de 1080 x 1080px en un dispositivo móvil.

2.3. Usos permitidos

Color positivo



Monocromático positivo



Color negativo



2.3.1. Marca a color positivo y negativo

La marca está conformada originalmente por dos colores, el azul verde o tinta PANTONE 7467C y el cafe rojizo o PANTONE 483C, esta versión de marca para fondos blancos o claros. También puede ser posible que la marca se aplique sobre fondos oscuros, siempre y cuando se use la versión de color en negativo, como se muestra en el ejemplo.

2.3.2. Marca monocromática a color positivo y negativo

Marca monocromática en positivo podrá ser usada a una sola tinta de la corporativa, ya sea el azul verde o el cafe rojizo.

Blanco



Negro



Grises



2.3.3. Marca a blanco, negro y grises

Será permitido usar la marca en su versión a blanco o negro al 100%, siempre y cuando el caso de la aplicación sea muy demandante y los colores originales no ayudan a que la marca contraste.

La versión de escala de grises es una opción para hacer uso de contraste con una sola tinta, el café rojizo será remplazado por un negro al 90% y el azulverde por un negro al 70%.

2.3.4. Fondos

Será permitido usar la marca sobre fondos texturizados, siempre y cuando la marca no se pierda por falta de contraste o por elementos del fondo muy invasivos para la marca. En dado caso en que el fondo tenga mucho ruido para la marca, es importante colocar un filtro oscuro o claro para cuidar el espacio de la marca, o bien, recurrir a las versiones monocromáticas de la marca

2.4. Usos no permitidos

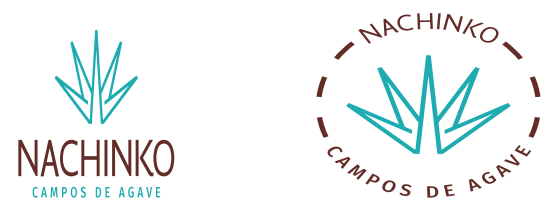
2.4.1. ❌



2.4.3. ❌



2.4.2. ❌



2.4.4. ❌



- 2.4.1. Aplicación incorrecta de color
- 2.4.2. Deformación
- 2.4.3. Composición incorrecta de elementos
- 2.4.4. Fondo incorrecto

Original ✓





2.4.5. Marca de agua

Será permitido usar la marca secundaria como marca de agua hasta en un 10% de su opacidad.

3. Aplicaciones



3.1. Papelería





3.1.1. Hoja membretada

El diseño de la hoja está basado en un tamaño carta de 21.59 cm x 27.94 cm a dos tintas.

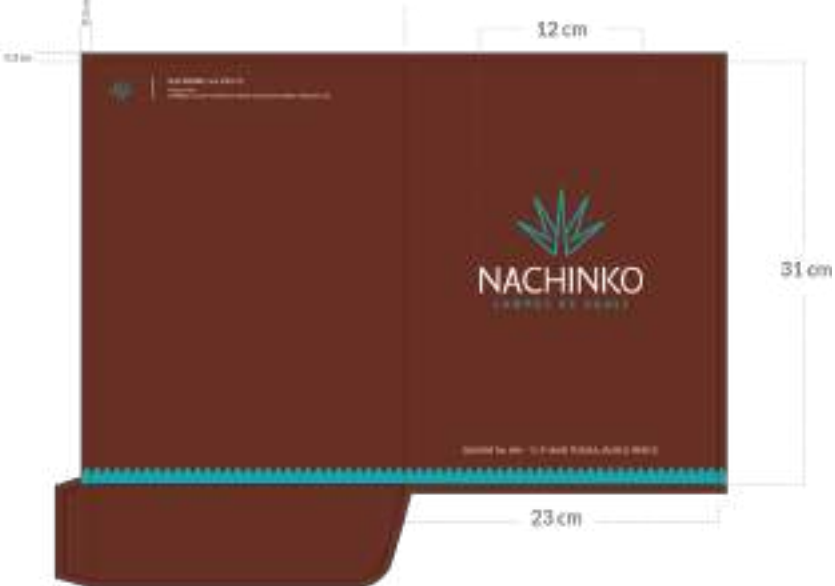
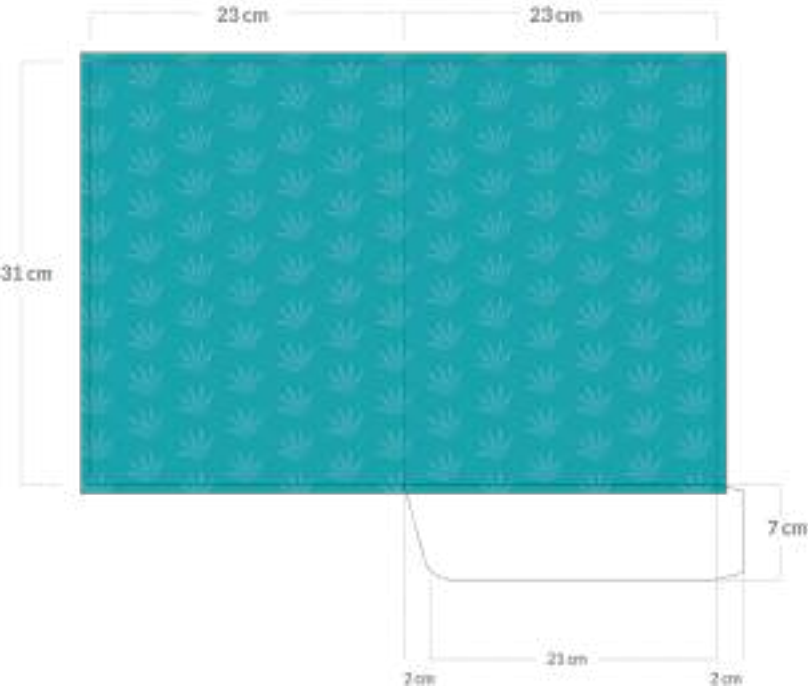




3.1.2. Tarjeta de presentación

El diseño de las tarjetas está basado en un tamaño de 9 cm x 5 cm a dos tintas.





3.1.3. Carpeta

El diseño de la carpeta está basado para el contenido de hojas tamaño carta. Esta está en dos tintas.



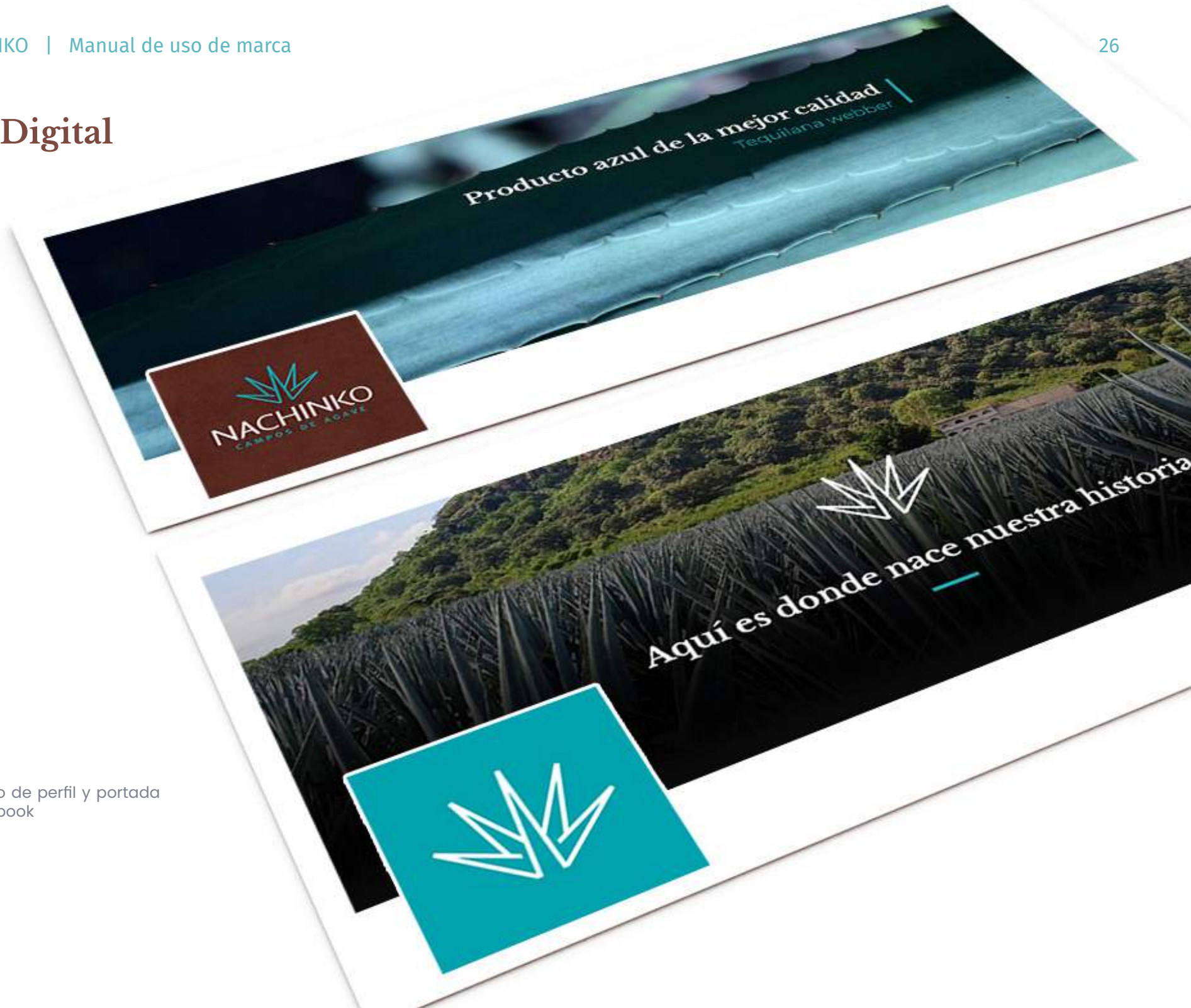




3.1.4. Sellos



3.2. Digital



3.2.1. Foto de perfil y portada de Facebook



3.2.2. Firma de correo electrónico

3.2.3. Plantilla de presentación en power point 8 diapositivas



3.3. Otros

3.3.1. Aplicación en camisa





3.3.2. Aplicación en playera



3.3.3. Rotulación de coche



3.3.4. Gorra