

# BRANDBOOK

2023

SABINA

X O E O A T L



dard©s  
Agencia de Marketing

Este manual fue diseñado por la agencia DARDOS  
PUBLICIDAD en el año 2023 para **SABINA**.

# CONTENIDO



Introducción



Normatividad



Identidad



Aplicaciones



Glosario



# INTRODUCCIÓN



# INTRODUCCIÓN

En el presente documento, tiene como objetivo establecer, definir y aclarar los elementos primarios y secundarios de la identidad corporativa como un sistema de identificación de la empresa **SABINA**, por esta razón es importante seguir y cumplir plenamente con los parámetros aquí establecidos, para lograr una constancia en la identidad visual de la marca y así mismo sea definida en su totalidad en los diferentes entornos gráficos en los que sea aplicada, sea en medios impresos, digitales y publicitarios.

El manual de identidad es una herramienta de referencia y trabajo para todos los responsables del uso adecuado de nuestra marca. Este manual proporciona información sobre la identidad visual global, por lo que se recomienda leer todo el contenido del manual cuidadosamente y seguir cada una de las pautas descritas en las secciones de interés.

El uso correcto de los símbolos y elementos gráficos incluidos en este manual está bajo la supervisión de la dirección creativa de **SABINA**



**NORMATIVIDAD**

## SÍMBOLO

Es una parte de nuestro logo que puede ser utilizado como elemento gráfico de manera independiente sin el wordmark (marca normativa).

El símbolo debe ser utilizado tal como es proporcionado en los archivos matrices y no puede ser alterado de ninguna manera.



## MARCA NORMATIVA

O wordmark es una parte de nuestro logo que muestra el nombre de nuestra compañía sin el símbolo.

El wordmark o marca normativa emplea una firma tipográfica que no puede ser reemplazado con otro tipo de fuente.

El wordmark o marca normativa debe ser empleado tal y como es proporcionado en los archivos matrices.

# SABINA



## **VERSIÓN PRINCIPAL**

Es la versión idónea para todos los materiales y comunicaciones, un componente clave y una de las partes más visibles de nuestra identidad o marca.

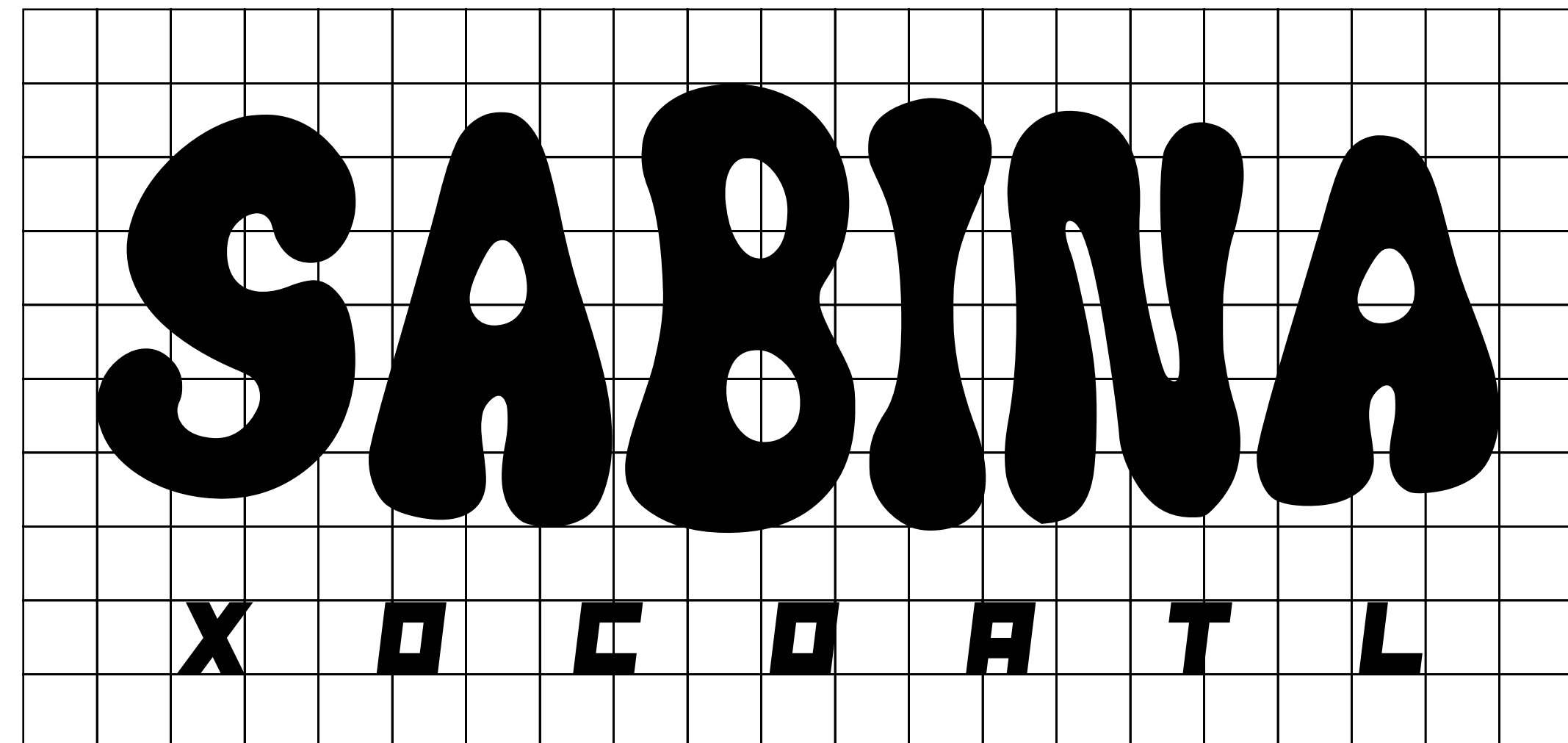
El logo debe ser utilizado tal y como viene proporcionado, y no debe ser alterado de ninguna manera.



**X O C O A T L**

## 02.4 RETÍCULA DE CONSTRUCCIÓN

La construcción es cuadrícula, es usada en aquellas ocasiones en la que es necesario verificar las distancias entre los elementos del logo, la cuadrícula nos permite verificar que el logo debe ser reproducido o recreado a partir de esta cuadrícula.



## 02.5 ÁREA DE PROTECCIÓN

El espacio en blanco ha sido establecido para asegurar la visibilidad y el impacto del logo y otros elementos gráficos, como imágenes u otros logotipos, nos aseguramos que nuestra marca aparecerá sin ningún tipo de obstrucción y distintamente separado de otros elementos gráficos.



## 02.6 TAMAÑO MÍNIMO DE REDUCCIÓN

El tamaño mínimo de reducción es la versión mínima a la que podemos reducir nuestro identificador corporativo y garantizar su legibilidad. Cuando se usan técnicas de impresión de baja calidad como la serigrafía, es recomendable usar el logo a un tamaño más grande.



SABINA  
XOCOTL

3 cm



SABINA  
XOCOTL

6 cm



SABINA  
XOCOTL

9 cm



SABINA  
XOCOTL

12 cm

## DE.F USOS INCORRECTOS

En general, cualquier uso distinto al especificado en las páginas anteriores de esta guía de normatividad se puede considerar como un uso incorrecto del logo.

En todo caso, no son usos correctos los que incluyen colores diferentes a los corporativos o su combinación indebida, uso de degradados, efectos como sombras inapropiadas o fondo de colores que no presenten un contraste apropiado, a continuación, mostramos algunos ejemplos de usos incorrectos.

- a** Cambios de color al logo.
- b** Cambio de posición de los elementos.
- c** Uso de distorsiones o transformaciones.
- d** Aplicación de efectos o sombras o sombras indebidas.
- e** Cambio o uso de tipografías en el logotipo.
- e** Escalado desproporcionados.





## 03.1 PALETA DE COLOR PRINCIPAL

La paleta de color principal es la encargada de hacer reconocible de manera instantánea nuestra marca. Cuando se aplica de manera consistente, nuestros colores corporativos, otorgan un fuerte vínculo visual en nuestros materiales y comunicaciones, a su vez, diferencia nuestra empresa de nuestros competidores.

**Pantone** 2395 C

**HEX** 00CE2F

**RGB** 206, 0, 159



**PANTONE**  
MEDIUM VIOLET-RED



## PALETA DE COLOR PRINCIPAL

**Pantone** 292 C

**HEX** 65B2E8

**RGB** 101, 178, 232



**PANTONE**  
BLUE JEANS



**SABINA**

Manual de Identidad Corporativa

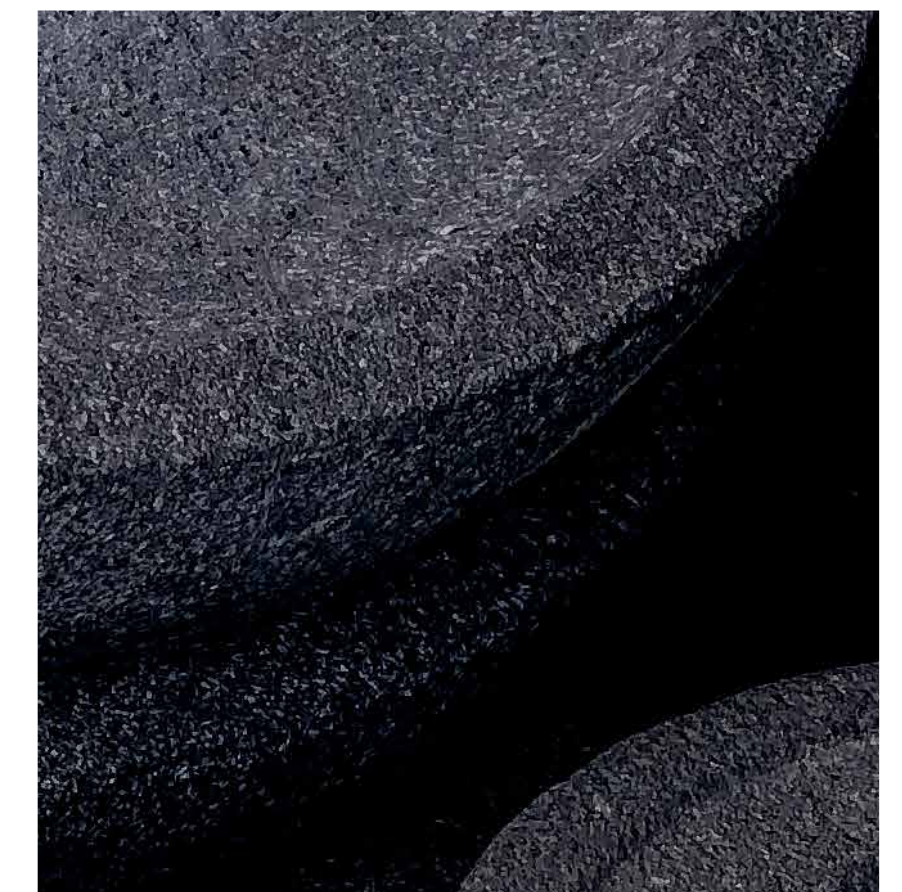


## PALETA DE COLOR PRINCIPAL

**Pantone** 644 C

**HEX** 1D252C

**RGB** 29, 37, 44



**PANTONE**  
DARK GUNMETAL

## **03.2** TIPOGRAFÍA

Las fuentes tipográficas son una parte fundamentalmente de nuestro estilo visual que ayuda a conseguir un aspecto consistente a través de nuestros materiales. La fuente principal debe ser usada para todo tipo de comunicación, ya sea impresa o digital.

Principales

# Azaleda

Aa Bb Cc Dd Cc Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss  
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

# NAU SEA

AA BB CC DD CC EE FF GG HH II JJ  
KK LL MM NN OO PP QQ RR SS  
TT UU VV WW XX YY ZZ

1234567890 @#%./[]

**03.2 TIPOGRAFÍA**

Secundaria

# Work Sans

Aa Bb Cc Dd Cc Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss  
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

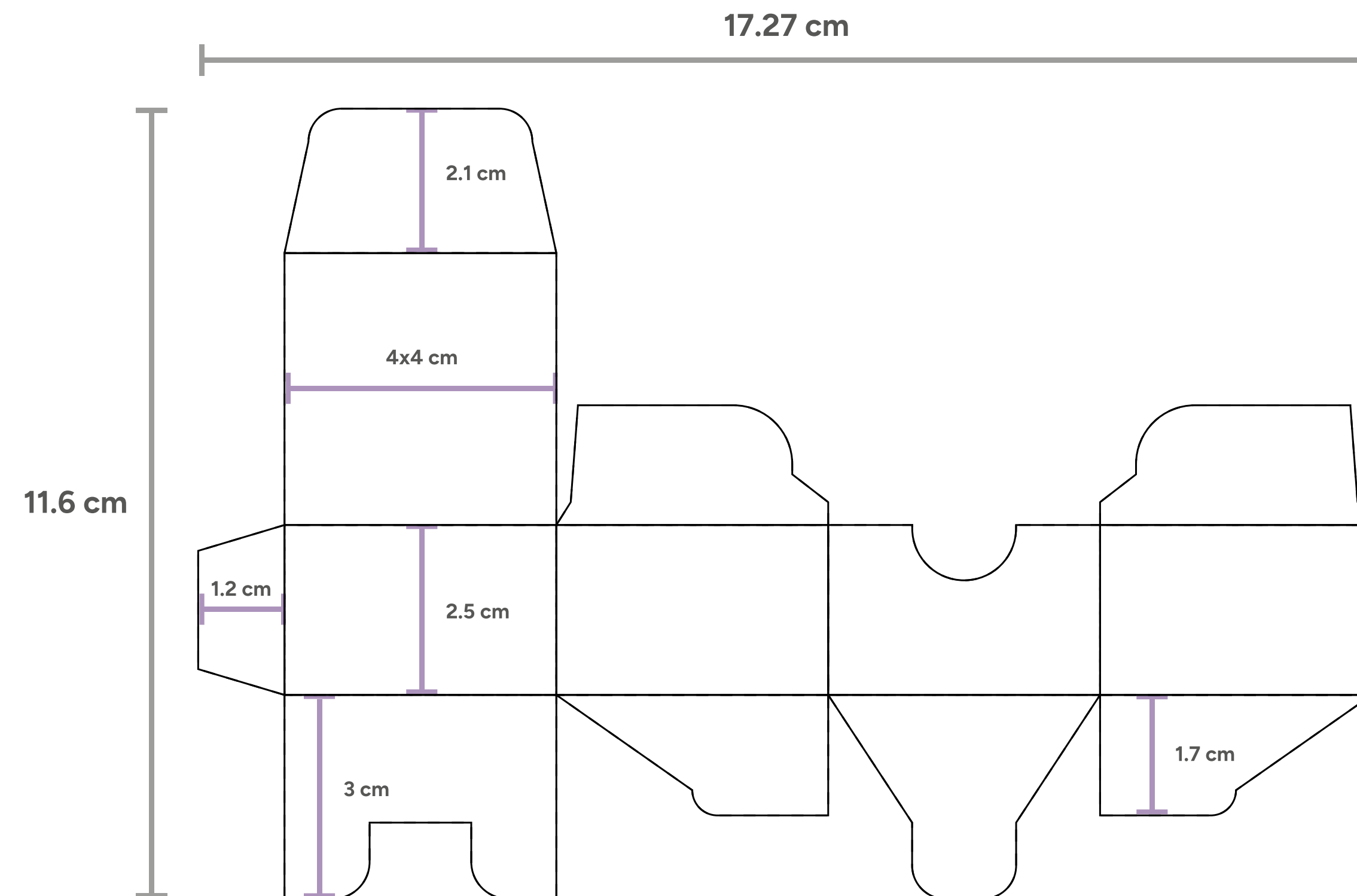
1234567890 @#%/ (=



# APLICACIONES



## 04.1 CAJA



A large, stylized graphic consisting of two overlapping, slanted rectangular shapes in a vibrant pink color. The word "GLOSARIO" is written in a bold, white, rounded, sans-serif font across the center of these shapes. The letters are slightly offset, creating a layered effect. The background of the entire page is a dark, muted blue-grey.

# GLOSARIO

## Logotipo

El logotipo es un diseño gráfico que representa la imagen corporativa e identidad visual de una marca.

## Branding

También conocido como gestión de marca, está conformado por un conjunto de acciones relacionadas con el posicionamiento, el propósito y los valores de una marca. Su objetivo es crear conexiones conscientes e inconscientes con el público para influir en sus decisiones de compra.

## RGB

Es la composición del color en términos de la intensidad de los colores primarios de la luz.

## CMYK

En las imágenes impresas por una impresora de tinta doméstica o industrial, o una imprenta offset, los colores se crean en CMYK (Cyan, Magenta, Yellow y Black), que son los colores de las tintas que tiene la impresora.

## Tipografía

La tipografía es el arte y la técnica en el manejo y en la selección de tipos para crear trabajos de impresión.

## Retícula

La retícula es un elemento de composición que tiene toda publicación, es una regla invisible para el espectador, pero visible para quien diseña. Es una base sobre la que se puede trabajar y donde aplicar los elementos que componen la publicación

## Pantone

El sistema Pantone es una guía de colores que están identificados con un código. La primera se publicó en 1963, con el objetivo de crear «un lenguaje cromático universal que permita a marcas y productores tomar decisiones críticas relativas al color en todas las fases del flujo de trabajo».



