



# Brand Guidelines

# Introducción

Estas normas han sido desarrolladas para garantizar que los elementos visuales que conforman esta identidad: imagotipo, colores, tipografía y los elementos del lenguaje complementario, sean aplicados de forma correcta y coherente en todas las piezas gráficas de la marca.

Este manual será la herramienta esencial para que la identidad mantenga su fuerza y no se diluya en el tiempo.

# Contenido

## 1.0 Isologo

- 1.1 Nuestra marca
- 1.2 Origen de isotipo
- 1.3 Líneas de construcción
- 1.4 Construcción de marca
- 1.5 Tamaño mínimo
- 1.6 Área de seguridad
- 1.7 Uso de marca: Aplicación sobre fondo de color
- 1.8 Uso de marca: Marca monocromática
- 1.9 Uso de marca: Aplicación correctas y Aplicaciones incorrectas

## 2.0 Colores

- 2.1 Paleta de color
- 2.2 Color de marca
- 2.3 uso de color

## 3.0 Tipografía

- 3.1 Tipografía
- 3.2 Jerarquía

## 4.0 Imágenes

- 5.1 Estilo fotográfico

## 5.0 Iconografía

- 5.1Iconografía

## 7.0 Aplicaciones

- 2.1 Etiqueta
- 2.2 Publicidad
- 2.3 Papelería
- 2.4 Redes sociales
- 2.5 Merchandising
- 2.6 Señalética

# Imagotipo

Se le llama imagotipo a la imagen gráfica que combina una imagen (isotipo) y una palabra o letra (logotipo). En esta sección mostraremos el isologo que representa a nuestra marca “Sierra Dorada”, indicando cómo exhibirla de forma correcta, con sus diferentes usos, origen, construcción, tamaños mínimos, espacio de seguridad y aplicaciones correctas e incorrectas. Es una guía para garantizar que nuestra identidad visual se aplique de forma concisa.

1.0

# 1.1 Nuestra marca

Uso principal



Sierra  
Dorada

Isotipo

Logotipo

Imagotipo

Imagotipo

Isotipo

Logotipo

Uso vertical



Sierra  
Dorada

Uso complementario



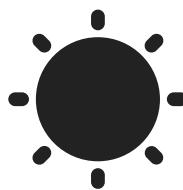
# 1.2 Origen de isotipo



Oso de anteojos

Animal representativo  
en la región Andina  
Tropical

+



Sol

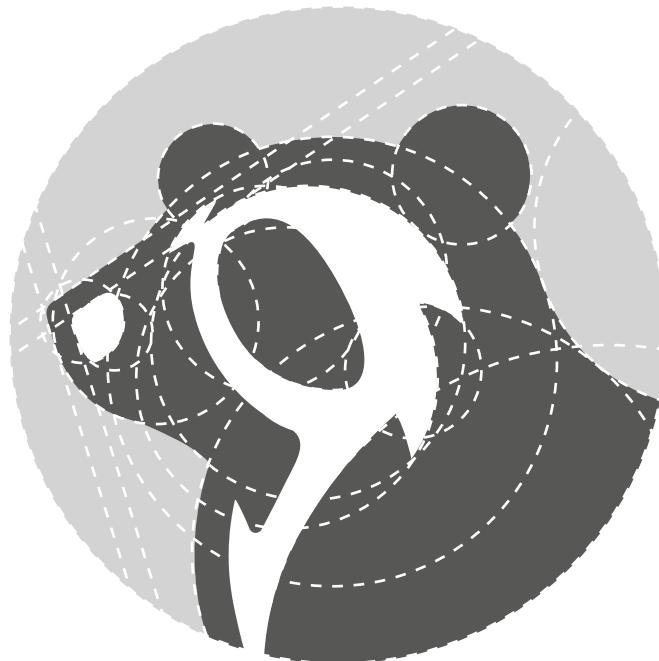
En la cultura Muisca (población  
indígena representativa de la  
historia de Cundinamarca)  
concebían al sol como una figura  
importante en sus creencias  
religiosas y mitos



Sierra Dorada

Símbolo que representa  
a la región de  
Cundinamarca y su  
historia

# 1.3 Líneas de Construcción



# 1.4 Construcción de marca



# 1.5 Tamaño mínimo

El tamaño mínimo permitido se define con el fin de garantizar la correcta legibilidad en todas las piezas gráficas.

Este tamaño mínimo aplica igualmente para todas las aplicaciones de color.



# 1.6 Área de seguridad

Se entiende como área de seguridad el espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo e impidiendo su contaminación visual.



# 1.7 Uso de marca: Aplicación sobre fondo de color



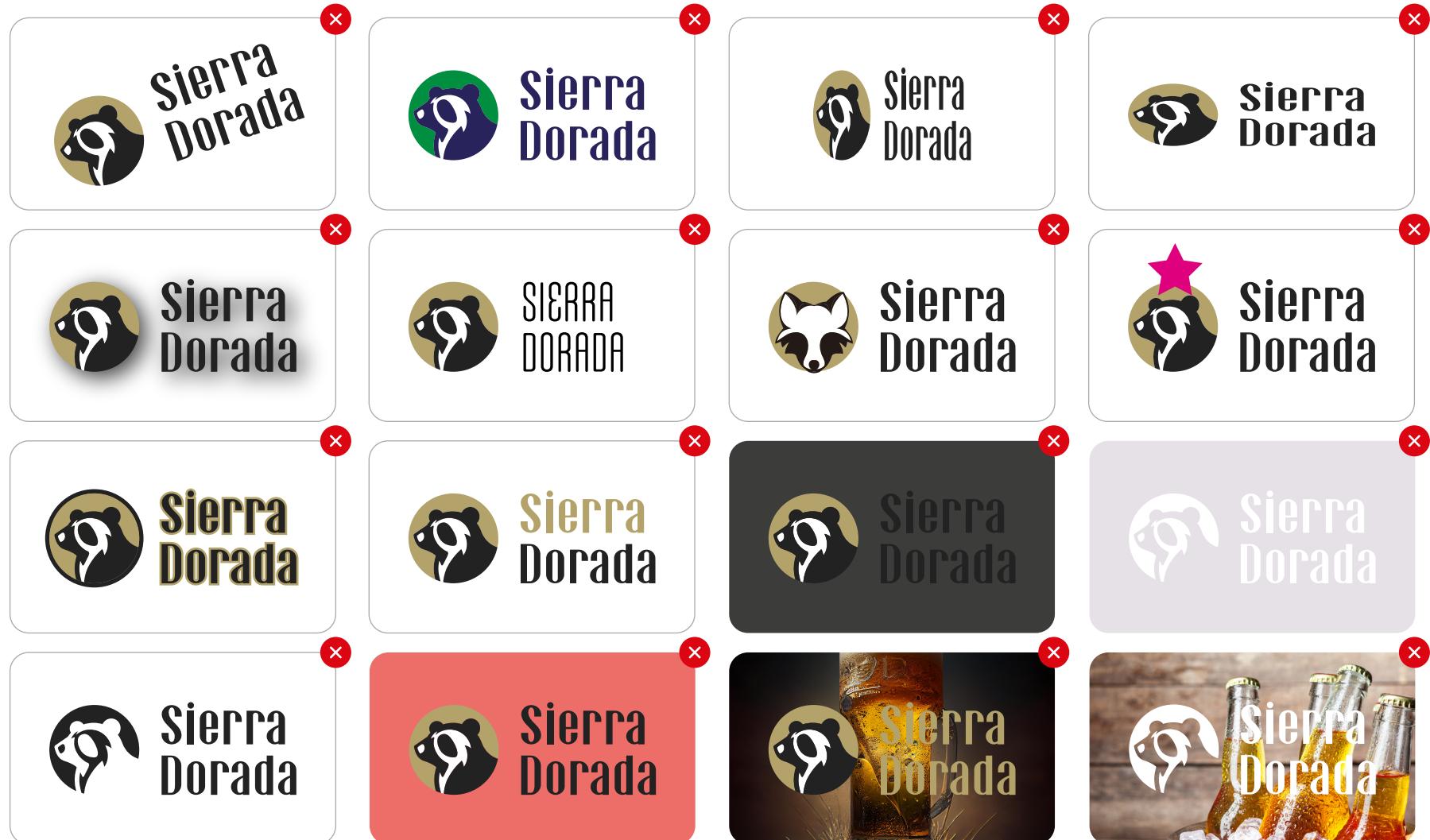
# 1.7 Uso de marca: Marca monocromática



# 1.7 Uso de marca: Aplicaciones correctas



# 1.7 Uso de marca: Aplicaciones incorrectas

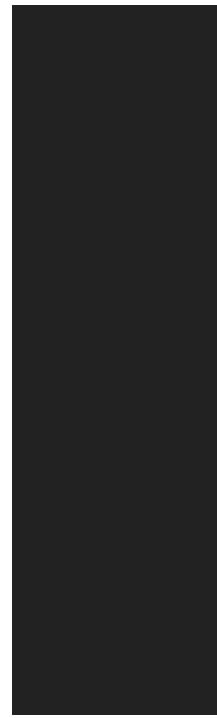
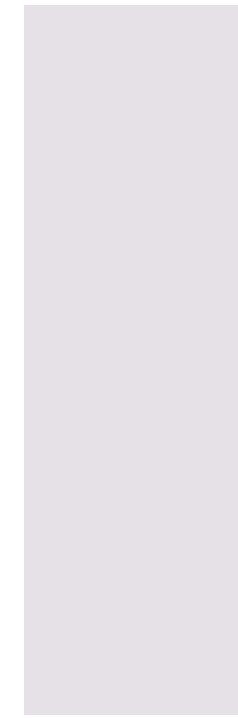


# Colores

Esta sección es la guía principal de la paleta de colores de nuestra marca, estableciendo las bases para una marca fuerte y consistente. La elección cuidadosa de colores refleja las características y valores fundamentales de nuestra marca. Estas no solo proveen de un atractivo visual a la marca, además comunican emociones y mensajes para nuestra audiencia.

2.0

# 2.1 Paleta de color

Primaria	Secundaria	Adicional				
						
Pantone: 4515 C Hex: #B3A269 RGB: 179, 162, 105 CMYK: 0, 9, 41, 30	Pantone: Neutral Black C Hex: #222223 RGB: 34, 34, 35 CMYK: 3, 3, 0, 86	Pantone: 663 C Hex: #E5E1E6 RGB: 229, 225, 230 CMYK 0, 2, 0, 10	Pantone: 4515 C Hex: #B3A269 RGB: 179, 162, 105 CMYK: 0, 9, 41, 30	Pantone: 3308 C Hex: #034638 RGB: 3, 70, 56 CMYK: 96, 0, 20, 73	Pantone: 222 C Hex: #6C1D45 RGB: 108, 29, 69 CMYK: 0,73, 36, 58	Pantone: Cool Gray 9C Hex: #75787B RGB: 117, 120, 123 CMYK: 5, 2, 0, 52

## 2.2 Color de marca

El color metálico “Dorado” es un color asociado a la abundancia, la prosperidad y el bienestar, así como a la energía masculina.

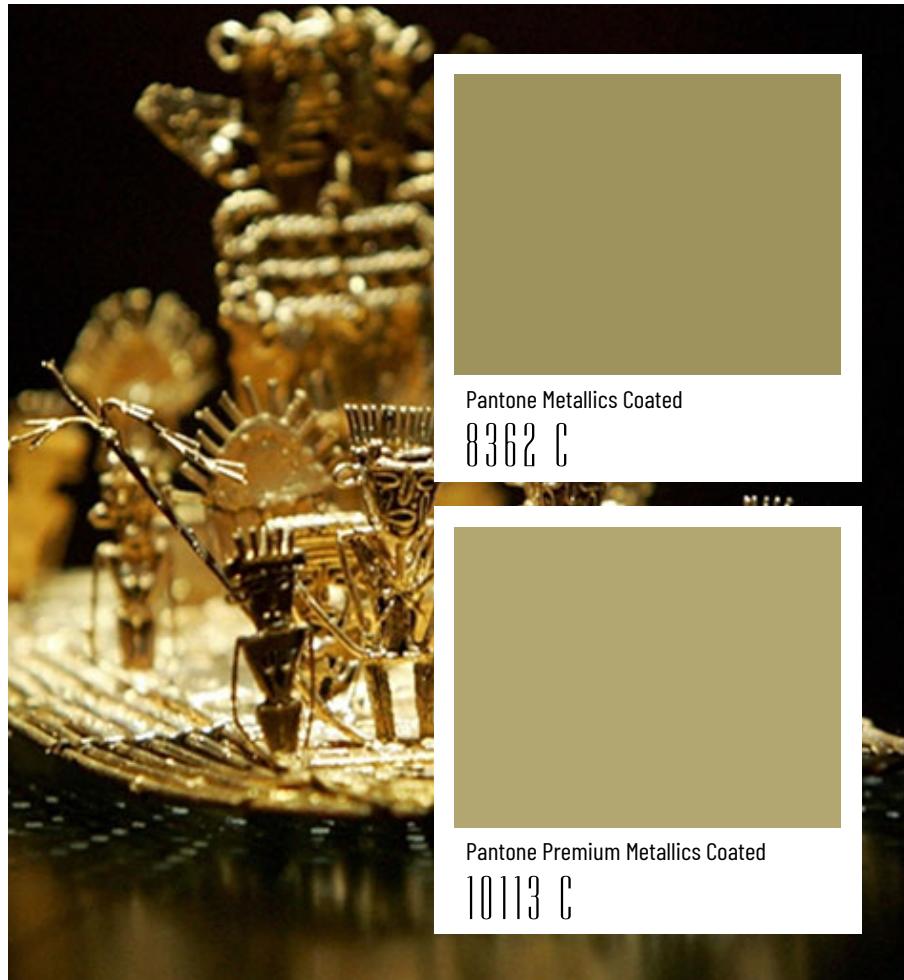
En el ámbito de los significados de los colores, el oro se considera un color positivo y optimista, con connotaciones de éxito, calidez y sabiduría.

En los espacios, productos y marcas este color se percibe como clásico, elegante, prestigioso y sofisticado.

Además, este color hace referencia al “oro”, mineral importante en la historia de la población Muisca.

Para el uso de tintas especiales metálicas recomendamos los pantones:

- **Pantone Metallics Coated:** 8362 C
- **Pantone Premium Metallics Coated:** 10113 C

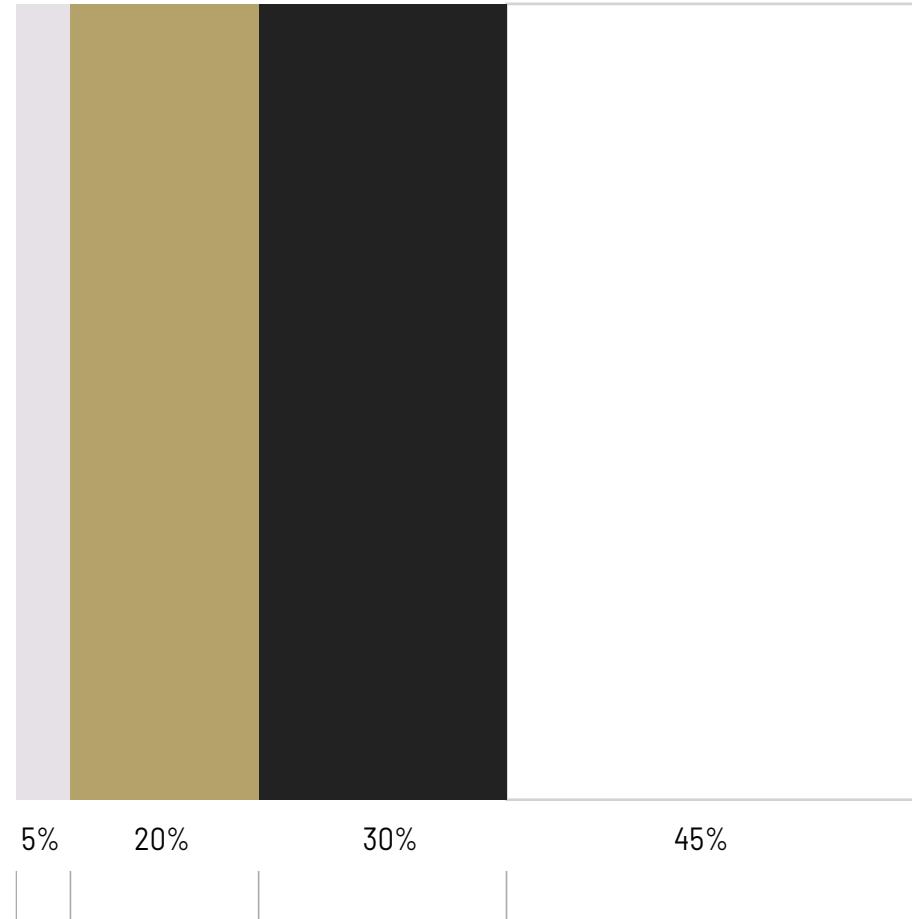


## 2.3 Uso del color

**Dorado**, utilizado como acento de color para destacar elementos gráficos clave y transmitir mensajes importantes. Este color captura la atención y agrega un toque clásico y elegante.

**Black Neutral**, empleado como color de fondo y para aplicaciones secundarias como fuentes y elementos gráficos.

**Blanco y Gris Claro**, sirven como un color neutro en diferentes contextos. Este puede aplicarse cuando se necesite garantizar la legibilidad o aplicaciones con un fondo limpio y minimalista.



# Tipografía

Este apartado delimita la unidad tipográfica en todos los materiales de la marca, estableciendo tipos de letra, estilos y tamaños. De esta forma garantizamos una gráfica consistente y equilibrada entre modernidad y elegancia.

3.0

# 3.1 Tipografía

Primaria

Aa

Títulos | Impreso y Digital

Dorsa

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

# \$ & \* { } + \_ " } : < : ?

Secundaria

Aa

Párrafos Impreso y Digital

Barlow

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  
# \$ & \* { } + \_ " } : < : ?

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  
# \$ & \* { } + \_ " } : < : ?

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  
# \$ & \* { } + \_ " } : < : ?

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  
# \$ & \* { } + \_ " } : < : ?

Secundaria

Aa

Textos Destacados | Impreso y Digital

Barlow Condensed

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  
# \$ & \* { } + \_ " } : < : ?

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  
# \$ & \* { } + \_ " } : < : ?

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  
# \$ & \* { } + \_ " } : < : ?

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  
# \$ & \* { } + \_ " } : < : ?

# 3.2 Jeraraquía

**Titular de Pantalla | Dorsa**

Tamaño: 175 pt | Tracking: 65

Hola.

---

**H1 | Dorsa**

Tamaño: 50 pt | Tracking: 65

Te damos la bienvenida.

---

**H3 | Dorsa**

Tamaño: 35 pt | Tracking: 70 pt

Descubre los sabores de la sierra.

---

**Subtítulo | Barlow Condensed**

Tamaño: 20 pt | Tracking: 0 pt

Cerveza con verdadero sabor.

---

**Párrafos | Barlow**

Tamaño: 18 pt | Tracking: 0 pt

Una explosión de sabor.

---

# Imágenes

Esta sección define el estilo de las imágenes que muestran la esencia y experiencia de la marca. Se delimita el estilo, encuadre y luz .

4.0

# 4.1 Estilo fotográfico

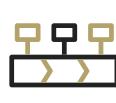


# Iconografía

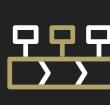
La iconografía de la marca agrega fuerza y vitalidad al lenguaje visual. Estos íconos son versátiles y pueden ser utilizados en una amplia gama de materiales, creando una imagen cohesiva y profesional para la experiencia de marca.

5.0

## 5.1 Iconografía



## 5.1 Iconografía



# Aplicaciones

Las aplicaciones abarcan una variedad de formatos, materiales y plataformas para dar vida a la marca y conectar con su audiencia de forma efectiva. Estos reflejan el estilo clásico, elegante y vanguardista por medio de diferentes puntos de contacto garantizando una experiencia de marca cohesionada y agradable.

6.0

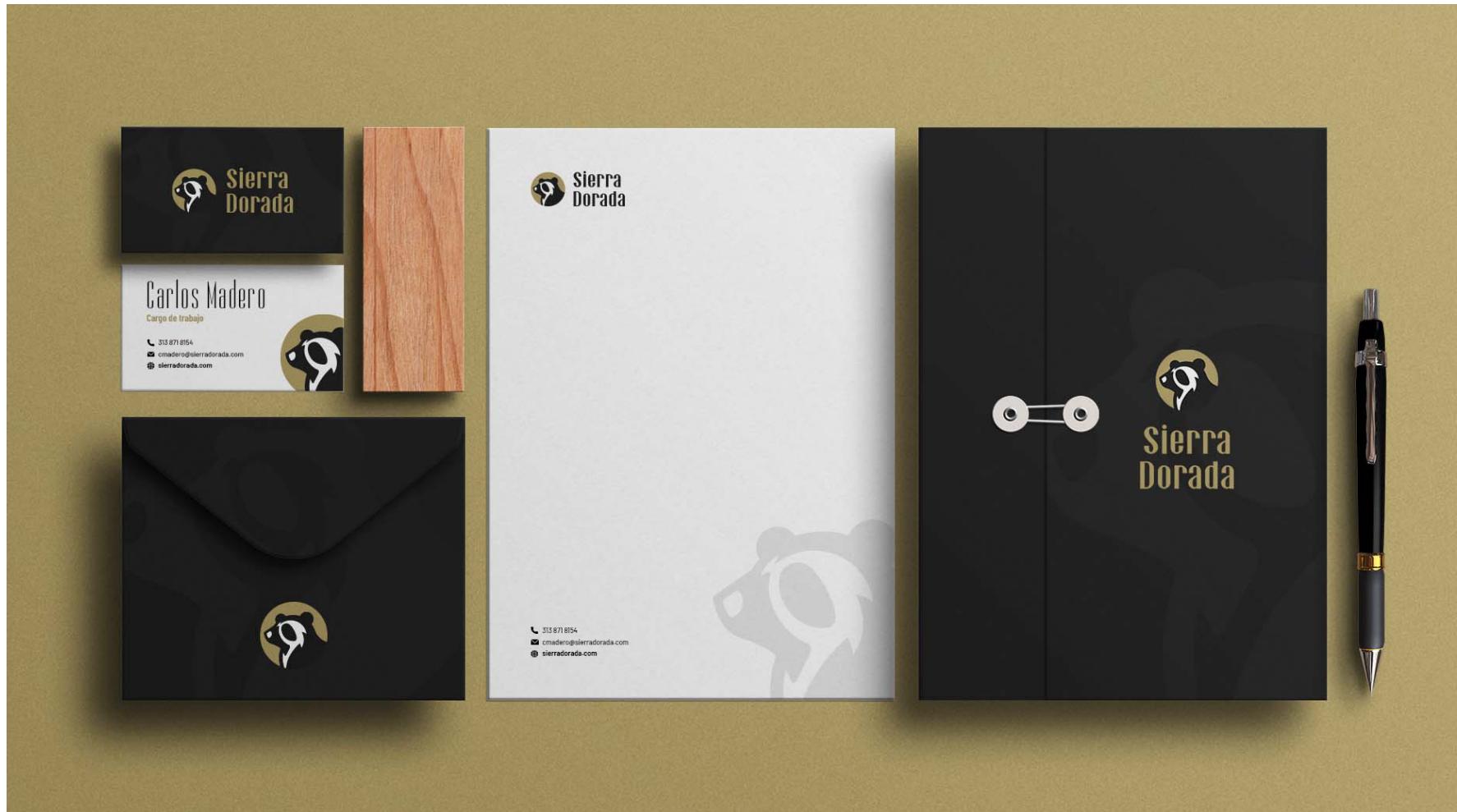
## 6.1 Etiqueta



## 6.2 Publicidad



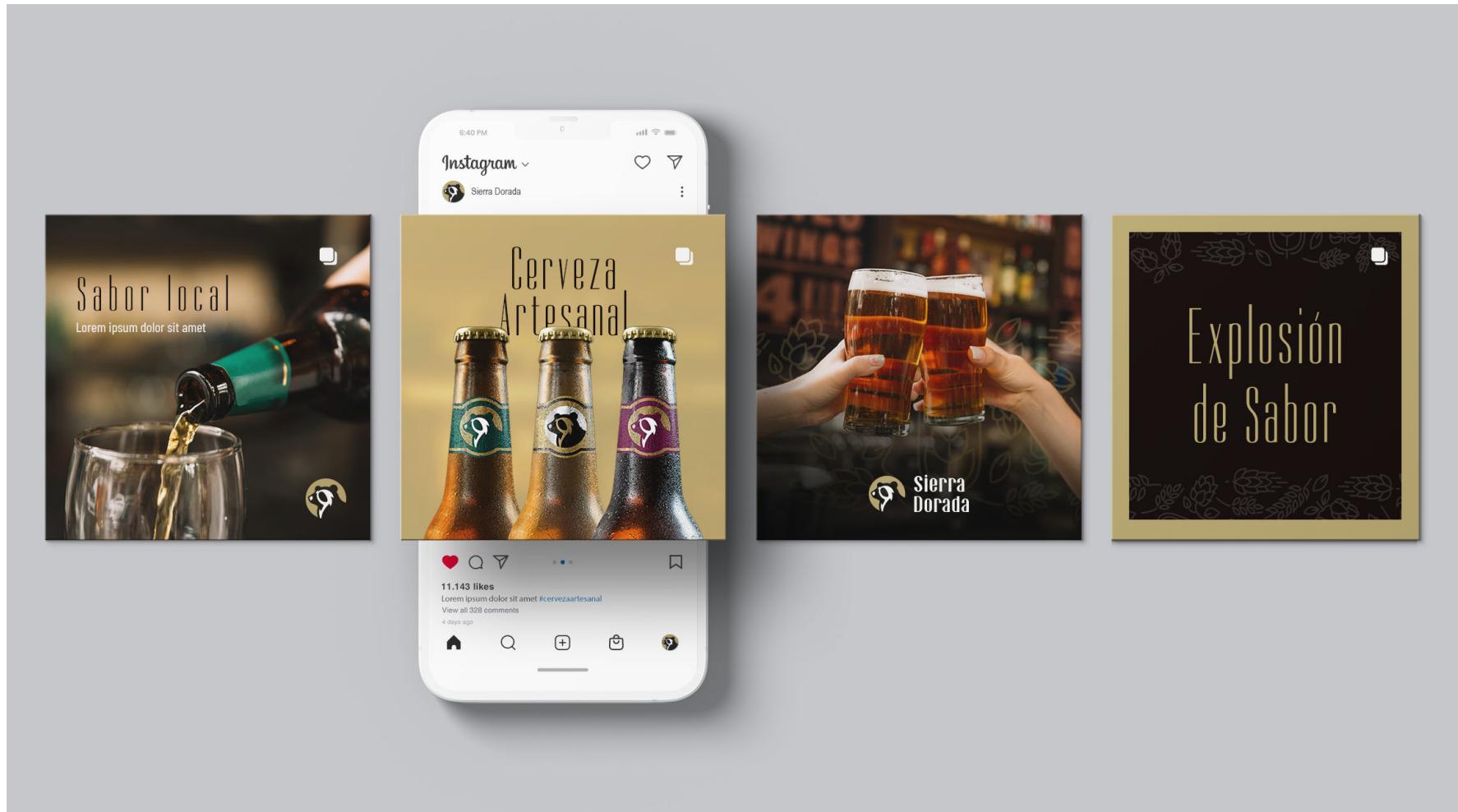
# 6.3 Papelería



# 6.3 Papelería | Tarjeta de presentación



# 6.4 Redes Sociales



# 6.4 Redes Sociales | Highlights



Procesos



Testimonios



Escríbenos



Ubicaciones



Contáctanos

## 6.5 Merchandising



# 6.5 Merchandising



# 6.5 Merchandising



## 6.6 Señalética



## 6.6 Señalética



