

MANUAL DE IDENTIDAD / 2026

MAISON ARABIA

ALTA COSTURA ÁRABE MODERNA

La arquitectura silenciosa *de la elegancia.*

Sistema de identidad corporativa, dirección creativa y
experiencia digital.

EDICIÓN 01



Creemos que la elegancia comienza donde termina el exceso.

Honramos la herencia permitiendo que evolucione.

Creamos para mujeres cuya presencia no necesita presentación.

M.A.

Un sistema completo, *de la idea a la expresión.*

01

Estrategia de marca

04-09

02

Identidad verbal

07-09

03

Sistema de logotipo

10-13

04

Color y tipografía

14-17

05

Imagen y lenguaje visual

18-21

06

Experiencia digital

22-26

07

Contenido y aplicaciones

27-31

08

Implementación

32-35

La marca *de un vistazo.*

M.A. transforma la contención arquitectónica del diseño árabe moderno en una experiencia integral de alta costura.

ESENCIA

Presencia serena

El lujo expresado mediante proporción, materia y aplomo.

CATEGORÍA

Alta costura árabe moderna

Moda femenina limitada, piezas a medida y accesorios refinados.

PROMESA

Elegancia consciente

Cada detalle es intencional; cada encuentro se siente personal.

FIRMA

Suavidad arquitectónica

Geometría pura equilibrada con tejidos fluidos y movimiento femenino.

Rigor parisino. *Sensibilidad árabe.*

Maison Arabia ocupa el espacio entre la alta costura ceremonial y el lujo silencioso contemporáneo. Evita el disfraz, la persecución de tendencias y los códigos de estatus evidentes.

ATEMPORAL

ORNAMENTAL

MINIMAL

● Casa de tradición

● Alta costura europea

● M.A.

● Moda comercial

● Marcas contemporáneas

TENDENCIA

Por qué existe *la Maison.*

PROPÓSITO

Hacer deseable la contención

Elevar una expresión árabe contemporánea de la feminidad mediante un diseño culturalmente arraigado y relevante a escala global.

MISIÓN

Crear presencia duradera

Desarrollar alta costura limitada y accesorios mediante formas arquitectónicas, materiales nobles y servicio personal.

VALORES

Cinco principios de actuación

Propósito antes que decoración
Artesanía antes que volumen
Cultura sin clichés
Privacidad como lujo
Longevidad sobre novedad

Mujeres de *influencia serena.*

El público central valora la discreción, la cultura del diseño y el servicio por encima de los logotipos visibles o la novedad estacional.

01

34-52 / CCG Y CAPITALES GLOBALES

LA MECENAS CULTURAL

Colecciona diseño, viaja de forma privada y elige piezas con inteligencia cultural. Necesita confianza, exclusividad y procedencia.

02

28-44 / LÍDER EMPRENDEDORA

LA LÍDER MODERNA

Se mueve entre contextos formales, sociales e internacionales. Necesita presencia, opciones recatadas y refinamiento natural.

03

26-48 / ORIENTADA A OCASIONES

LA CELEBRANTE PRIVADA

Busca un vestido singular o una pieza cercana al universo nupcial. Necesita orientación atenta, seguridad en el ajuste y acompañamiento emocional.

Una voz serena *y conocedora.*

SERENA



Nunca apresurada ni exaltada.

PRECISA



Concreta sobre artesanía y materiales.

CULTA



Contemporánea, informada, nunca folclórica.

ÍNTIMA



Personal sin volverse informal.

SEGURA



Confiada sin recurrir a superlativos.

SUENA A

Mesurada / sensorial / inteligente / cálida / selectiva

Palabras con *espacio a su alrededor.*

Frases breves. Materiales concretos. Contención emocional.
El español es el idioma de esta edición; el árabe debe
transcrearse, no traducirse literalmente.

LEMA PRINCIPAL

La arquitectura silenciosa de la elegancia.

ARTESANÍA

El lujo de la cercanía.

SERVICIO

Tu viaje por la alta costura, pensado de forma personal.

DECLARACIÓN DE MARCA

Alta costura árabe moderna moldeada por la luz, el movimiento y la contención.

ACCESORIOS

Objetos de presencia.

CIERRE

Presencia, más allá del tiempo.

NOMBRE

M.A. /
Maison Arabia

M.A. es la firma memorable. Maison Arabia le aporta significado, categoría y origen cultural. La pareja permite tanto un marcado discreto de producto como una comunicación editorial completa.

MAISON ARABIA

ALTA COSTURA ÁRABE MODERNA

MARCA

M.A. / Maison Arabia

LÍNEAS

M.A. Alta Costura

M.A. Abaya

M.A. Objetos

M.A. Privado

El logotipo *principal.*

MAISON ARABIA

ALTA COSTURA ÁRABE MODERNA

COMPOSICION HORIZONTAL PRINCIPAL

Usa esta versión en cabeceras web, papelería, frentes de embalaje y cierres de campaña. Nunca la redibujes ni recompongas tipográficamente en artes finales.

El espacio protege *la presencia.*



ESPACIO DE RESPETO = ALTURA DEL MONOGRAMA

Tamaños mínimos

MAISON ARABIA
ALTA COSTURA ÁRABE MODERNA

Digital: 150 px de ancho

Impresión: 38 mm de ancho

Formatos pequeños

Por debajo del mínimo, usa el monograma M.A. sin el descriptor.

La coherencia es *una forma de lujo.*

MAISON ARABIA

CARBON SOBRE MARFIL

MAISON ARABIA

MARFIL SOBRE NOCHE

MAISON ARABIA

CARBON SOBRE CHAMPAGNE



No deformar



No añadir sombras



No contornear



No recolorar libremente



No colocar sobre ruido



No cambiar el espaciado

FIRMA M.A.

Una marca discreta
para escalas íntimas.



Usar en cierres de joyería, herrajes, avatares sociales, faviconos, sellos de papel de seda y etiquetas de prenda. Nunca sustituye al logotipo completo en comunicaciones de primer contacto.

Una paleta moldeada *por la luz y la piedra.*

PAPEL

#F3F0EA

MARFIL

#FAF8F3

TIZA

#FFFFFF

ARENA

#D8CEC0

CHAMPAGNE

#C9B38B

PIEDRA

#938D83

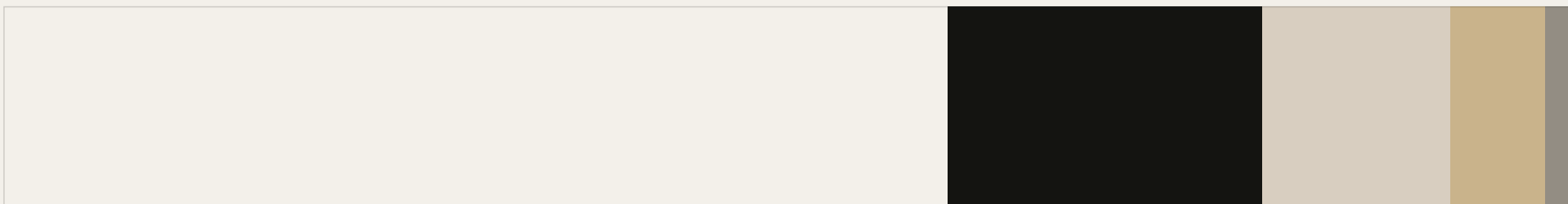
CARBÓN

#24231F

NOCHE

#141411

Contraste sereno, *nunca neutralidad plana.*



60 % Papel / Marfil

20 % Noche / Carbón

12 % Arena

6 % Champagne

2 % Piedra

Champagne es un acento, no un fondo por defecto. El blanco necesita espacio para respirar. Noche debe anclar la experiencia en momentos decisivos: citas, pie de página e interiores del embalaje.

Contraste editorial, *ritmo preciso.*

Aa

Presencia, más allá del tiempo.

Aa

MAISON ARABIA / COLECCIÓN I

TÍTULOS / CANELA O BODONI MODA

Para titulares de campaña, nombres de colección y mensajes emocionales. Usar tamaños generosos, interlineado compacto y cursivas contenidas.

SANS / AVENIR NEXT O NEUE HAAS UNICA

Para navegación, pies, especificaciones y texto corrido. Acompañante árabe: 29LT Bukra o Noto Sans Arabic. Titulares árabes: Noto Naskh Arabic.

ESCALA TIPOGRÁFICA

Una jerarquía
con aire.

TITULAR XL / 96-128

La arquitectura silenciosa

TITULAR L / 64-88

Objetos de presencia

ENCABEZADO M / 36-52

Experiencia privada

CUERPO / 16-18

Alta costura árabe moderna, moldeada con contención.

ETIQUETA / 10-12

COLECCIÓN I / MMXXVI



05 / FOTOGRAFÍA

La arquitectura como segunda *silueta.*

El entorno debe enmarcar la prenda, no competir con ella. Buscar piedra blanca, geometría controlada, luz diurna fría y silencio táctil.

PALABRAS CLAVE

Monumental / serena / táctil / luminosa / recatada / moderna

El encuadre debe *parecer inevitable.*

01

ESPACIO NEGATIVO

Reservar entre el 35% y el 50% del encuadre para arquitectura, luz o texto.

02

PRESENCIA NATURAL

La piel se mantiene real. Las poses son serenas, nunca rígidas ni teatrales.

03

MATERIA PRIMERO

Mostrar el peso de la seda, el bordado, las costuras y el movimiento a distancia humana.

04

PALETA CONTENIDA

Marfil, piedra, beige y carbón. Champagne aparece como luz, no como brillo.

05

CULTURA SIN CLICHÉS

Usar arquitectura y sensibilidad regional sin atrezzo ni estereotipos visuales.

06

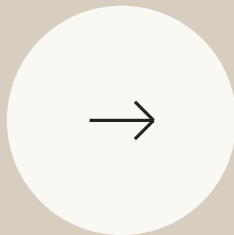
UNA IDEA FOCAL

Una silueta, una historia material o un objeto por imagen decisiva.

Líneas, arcos *y marcadores serenos.*



FLECHA



DIRECCIÓN



ÍNDICE



PUNTO



Los iconos usan un trazo óptico de 1 px, contención redondeada y dirección sencilla. Los arcos se abstraen como geometría y nunca se emplean como decoración sin una función en el encuadre, la navegación o la presentación de objetos.

Una retícula editorial *con rupturas medidas.*

Escritorio

12 columnas / medianiles de 32 px / márgenes de 6-7vw

Tableta

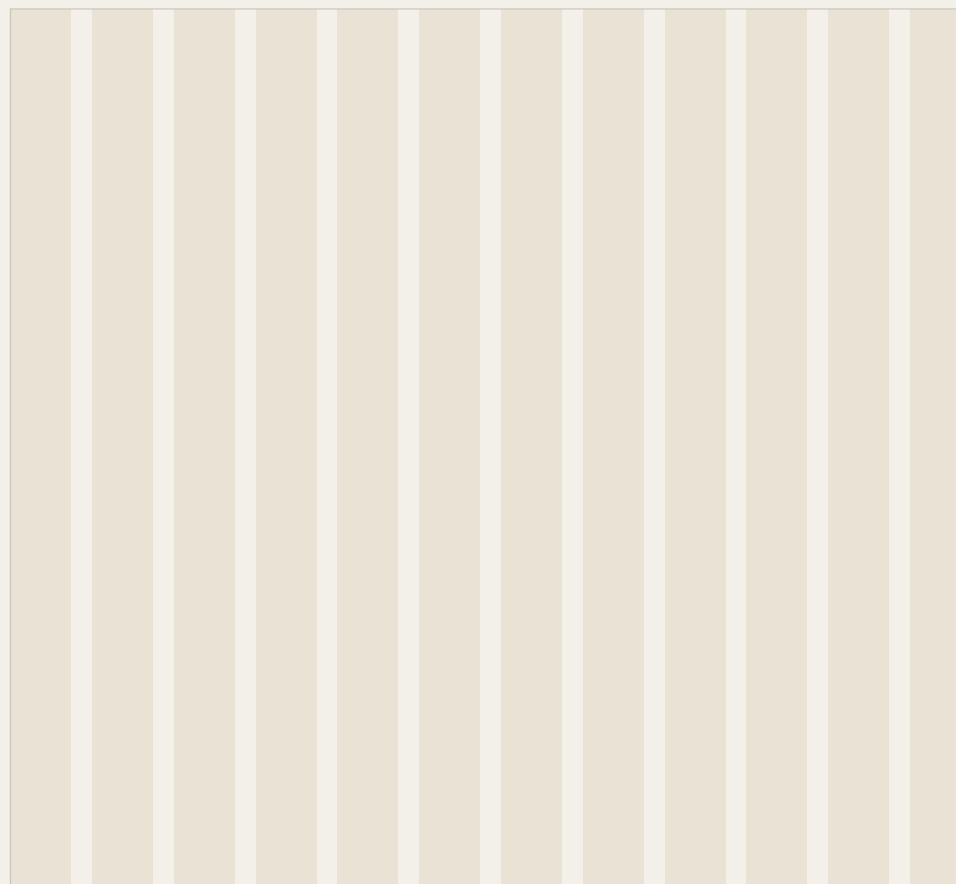
8 columnas / medianiles de 24 px / márgenes de 5vw

Móvil

4 columnas / medianiles de 16 px / márgenes de 7vw

UNIDADES DE ESPACIADO

XS 8 / S 16 / M 24 / L 40 / XL 64 / 2XL 96 / 3XL 140



Pocos componentes, *comportamiento sólido.*

SOLICITAR CITA PRIVADA



DESCUBRIR LA COLECCIÓN



CORREO

nombre@ejemplo.com

LLAMADA PRINCIPAL

ENLACE EDITORIAL

CAMPO DE FORMULARIO

- **Navegación**

Transparente sobre portada; cristal marfil al desplazar.

- **Tarjeta de colección**

Imagen a sangre, índice y una acción.

- **Índice de sección**

Orientación de dos dígitos y nombre de sección.

- **Formulario de cita**

Campos mínimos y confirmación humana.

- **Boletín**

Un campo y vínculo explícito de privacidad.

- **Pie de página**

Tres grupos de enlaces, sin ruido visual.

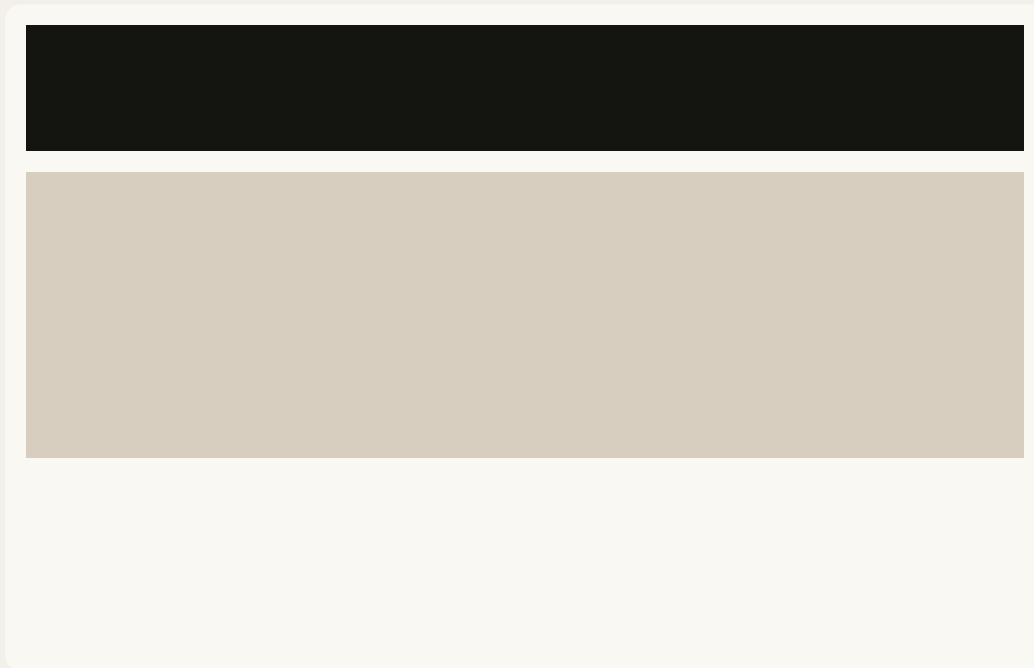
Del deseo *al contacto privado.*



Principio UX: cada pantalla cumple una función emocional. La navegación siempre está disponible; la conversión principal es una cita privada, nunca una llamada agresiva a la compra.

ADAPTABLE

La misma atmósfera, *a cualquier escala.*

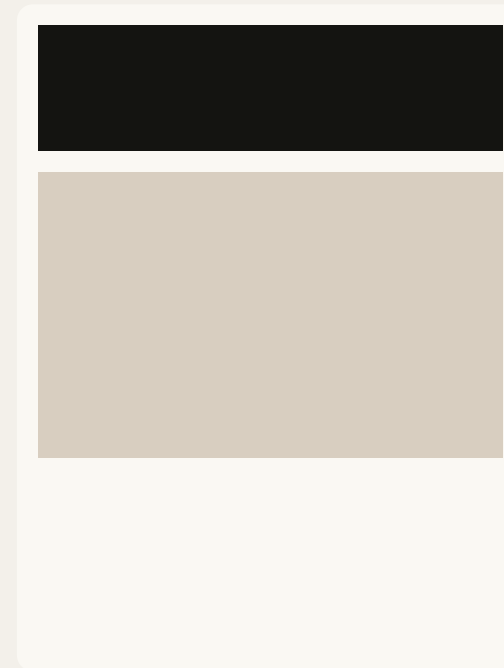


ESCRITORIO / 1440+

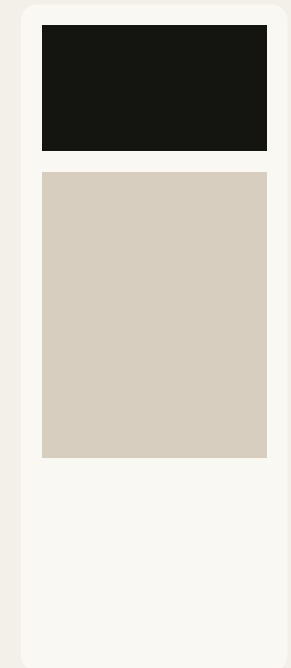
Escritorio: retícula editorial asimétrica y navegación persistente.

Tableta: módulos emparejados y cabecera simplificada.

Móvil: narrativa de una columna, medios verticales, acciones accesibles al pulgar y movimiento reducido.

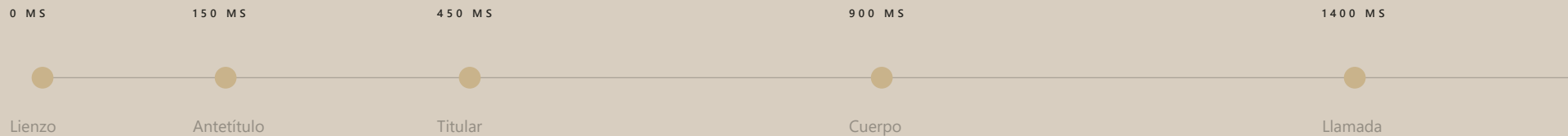


TABLETA / 768-1199



MÓVIL / 320-767

Lo bastante lento *para sentirse intencional.*



- Suavizado de entrada: cubic-bezier(.2, .75, .25, 1).
- Apariciones al desplazar: 800-1000 ms; una por sección.
- Al pasar el cursor: escala máxima de imagen 1.035; flechas 4 px.
- Paralaje: desplazamiento máximo del 4%.
- Respetar siempre la preferencia del sistema para reducir el movimiento.

La elegancia debe *seguir siendo útil.*

ACCESIBILIDAD

Objetivo WCAG 2.2 AA

- Regiones semánticas y orden de encabezados
- Acceso por teclado y foco visible
- Contraste mínimo de texto 4.5:1
- Objetivos táctiles de 44 px cuando sea posible
- Alternativa con movimiento reducido
- Etiquetas y estado de formulario en vivo
- Alternativas de imagen significativas

SEO BÁSICO

Una Maison localizable

- Título y metadescripción únicos
- URL canónica de producción
- Datos estructurados de marca y organización
- Imagen de campaña Open Graph
- H1 y encabezados descriptivos
- AVIF/WebP con dimensiones explícitas
- Sitemap, robots.txt y consentimiento analítico

Escribe menos. *Di algo concreto.*

PRODUCTO

Vestido de crepé de seda marfil con capa acabada a mano y bordado champagne tonal.

Evitar: Impresionante vestido de lujo para tu día especial.

SERVICIO

Una asesora de la Maison guiará personalmente cada prueba.

Evitar: Contacta ahora para obtener más información.

ARTESANÍA

Cortado al bias para aportar movimiento y acabado a mano en el atelier M.A.

Evitar: Fabricado con materiales de la mejor calidad.

SOCIAL

Colección I. Un estudio de luz, línea y presencia serena.

Evitar: Nueva colección. Compra el look hoy.

Un diario editorial *en movimiento.*

Presencia,
*más allá
del tiempo.*



COLECCIÓN I



MEZCLA DE CONTENIDO

- 40% editorial de colección
- 20% detalle y artesanía
- 15% arquitectura y atmósfera
- 15% servicio privado
- 10% perspectiva cultural

CADENCIA

2-3 publicaciones cuidadas por semana.
Historias para procesos y citas. Los vídeos permanecen lentos, con poco texto y guiados por el sonido.

El ritual privado *de recibir.*



MAISON ARABIA



M·A

SISTEMA

Caja rígida: exterior Noche / interior marfil
Papel de seda: alabastro con monograma champagne
Cinta: grosgrain Piedra, 25 mm
Funda de prenda: algodón crudo, logotipo carbón
Herrajes: champagne cepillado, nunca dorado brillante

Materia antes *que ornamento.*

MAISON ARABIA

ALTA COSTURA PRIVADA

M·A

MAISON ARABIA

- Tarjetas de cita
- Catálogos editoriales
- Etiquetas de prenda
- Señalética del atelier
- Carpetas de prensa
- Invitaciones digitales

Con aspecto ligero, *hecha para cargar rápido.*

01

MEDIOS

Imágenes adaptables AVIF/WebP; H.264/MP4 y WebM. Cargar primero el póster de portada. Vídeo móvil por debajo de 6 MB.

02

RENDIMIENTO

Objetivo LCP inferior a 2,5 s y CLS inferior a 0,1. Precargar solo la portada y las fuentes esenciales.

03

TIPOGRAFÍAS

Alojar localmente WOFF2 con licencia. Separar subconjuntos latino y árabe. Usar font-display: swap.

04

FORMULARIOS

Conectar a un endpoint CRM con validación en servidor, registro de consentimiento y protección contra correo no deseado.

05

ALOJAMIENTO

CDN estática para la página. HTTPS, Brotli, caché inmutable de activos y vistas previas por fases.

06

ANALÍTICA

Medir inicios y finalizaciones de citas, interés por colecciones y profundidad de desplazamiento con consentimiento.

Del prototipo *a la plataforma Maison.*

01

BASE / SEMANA 1

Aprobar identidad, nombre legal, dominio, licencias tipográficas y activos finales de campaña.

02

CONTENIDO / SEMANAS 2-3

Cerrar textos de colección, taxonomía, historia del atelier, traducciones y flujo de citas.

03

DESARROLLO / SEMANAS 3-5

Integrar CMS/CRM, optimizar medios e implementar analítica, privacidad y SEO técnico.

04

CALIDAD / SEMANA 6

Probar navegadores, dispositivos reales, accesibilidad, rendimiento y entrega de formularios.

05

LANZAMIENTO / SEMANA 7

Lanzamiento gradual, formación de asesoras, despliegue de campaña y medición inicial.

06

EVOLUCIÓN / MENSUAL

Revisar consultas, rendimiento del contenido y comentarios cualitativos sin perseguir métricas de vanidad.

Protege el sistema. *Mantén viva la expresión.*

☐

¿La idea se reconoce como M.A. sin el logotipo?

☐

¿La referencia cultural es moderna y específica, nunca un atajo decorativo?

☐

¿La composición tiene suficiente espacio negativo?

☐

¿Champagne se usa como acento y no como opción por defecto?

☐

¿Las afirmaciones son concretas y demostrables?

☐

¿La acción principal es privada, serena y clara?

☐

¿Se cumplen los objetivos de accesibilidad y rendimiento?

☐

¿Todos los activos tienen licencia y están listos para producción?

MAISON ARABIA

ALTA COSTURA ÁRABE MODERNA

Presencia,
más allá del tiempo.

MANUAL DE IDENTIDAD / EDICIÓN 01 / 2026