MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVO

El manual de identidad corporativa recoge los elementos que conforman la Identidad Visual de PARRILLA DE SABORES y sus aplicaciones.

Como elementos de identidad visual establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

Con este Manual se logra la identidad visual de la empresa y su objetivo es incrementar el grado de recordación y posicionamiento de cada uno de sus elementos regidos por las recomendaciones expuestas en este manual, que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión comercial.

El manual de la marca debe ser por tanto una herramienta viva y presente en todas las aplicaciones de la empresa, las indicaciones que contiene este manual no pretenden restringir la creatividad de PARRILLA DE SABORES, sino ser una base que abra nuevas formas creativas e innovadoras de comunicar su propia esencia. En caso de dudas se recomienda consultar con el autor del manual, y lo expuesto aquí debe respetarse y aplicarse.

La definición de la Identidad corporativa, viene a representar los valores que la empresa quiere dar a conocer, un enfoque cercano familiar, de amistad y camaradería alrededor de cualquier tipo de celebración.

En base a eso los productos que ofrece son de primera calidad, por lo que apunta a un público conocedor en la materia de carnes, asados, quesos etc. y que busca la calidad por sobre todo.

La representación gráfica es la utilización de elementos asociados al rito de un buen asado, con una tipografía chilena representativa de lo criollo, todo enmarcado en una tabla de madera creando una correcta composición equilibrada para ser utilizada en los distintos formatos gráficos, no obstante tiene variaciones de la original que se presentarán en este manual que indicaran su utilización dependiendo el contexto.

- La definición de esta pieza gráfica se denomina **ISOLOGO**, donde texto e imágenes no pueden funcionar por separado.
- Cada elemento tiene un nombre, el **logotipo** es la identificación del texto **Isotipo** viene a ser las imágenes que lo complementan, y el slogan es la frase de valor incorporada.

Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo. Definir una zona de seguridad para el logotipo o marca asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.

USO MÍNIMO DEL LOGO

Se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el logotipo conservando su adecuada visibilidad. Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line o impreso.

Tamaño mínimo para soporte Online

Tamaño mínimo para impreso

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante

Tipografía: Breeze Personal

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

Tipografía: Squire Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIi

JjKkLlMmNnOoPpQqRr

SsTtUuVvWwXxYyZz

1234567890

LOS COLORES

El color define un escenario de valores concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

A continuación la definición de los colores:

Web: # 000000
C: 100 M: 100 Y: 100 K: 100

Web: # 8b1400
C:24 M:99 Y: 100 K: 25

Web: # e5ad4e
C:5 M: 39 Y: 78 K: 0

Web: # 9b4600
C:24 M: 80 Y: 100 K: 17

USOS CORRECTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Original

Fondo negro y color

Negativo

Aplicación especial

APLICACIONES

Tarjeta de presentación

POLERAS

Parrilla de Sabores
AMANTES DE LA BUENA MESA

Parrilla de Sabores
AMANTES DE LA BUENA MESA

Parrilla de
Sabores
AMANTES DE LA BUENA MESA