

# p(~)réntesis

café

/ ÍNDICE

1.	SOBRE NOSOTROS
2.	CONCEPTO
3.	MISIÓN & VISIÓN
4.	NUESTROS VALORES
5.	LOGOTIPO
6.	PALETA DE COLORES
7.	TIPOGRAFÍAS
8.	TERMINOLOGÍA
9.	NORMAS PARA EL BUEN USO
10.	ILUSTRACIONES

# CONTENIDO

/ SOBRE NOSOTROS

1. SOBRE NOSOTROS
2. CONCEPTO
3. MISIÓN & VISIÓN
4. NUESTROS VALORES
5. LOGOTIPO
6. PALETA DE COLORES
7. TIPOGRAFÍAS
8. TERMINOLOGÍA
9. NORMAS PARA EL BUEN USO
10. ILUSTRACIONES

# CONTENIDO



*Sobre la marca*

## ¿Quiénes somos?



Somos una cafetería de autor que brinda un espacio para hacer una pausa en tu día. Aquí encontrarás exquisitos desayunos, almuerzos ligeros y una selecta carta de tragos y piqueos para acompañar la noche y poder ponerle un paréntesis al día a día.

/ CONCEPTO

1. SOBRE NOSOTROS
2. CONCEPTO
3. MISIÓN & VISIÓN
4. NUESTROS VALORES
5. LOGOTIPO
6. PALETA DE COLORES
7. TIPOGRAFÍAS
8. TERMINOLOGÍA
9. NORMAS PARA EL BUEN USO
10. ILUSTRACIONES

# CONTENIDO



*Sobre la marca*

## Nuestro concepto



Nuestro concepto como cafetería es crear un espacio que te permita hacer una pausa en tu día para encontrar la tranquilidad que necesitas y estar bien, ya sea conectando con otras personas, encontrándote contigo mismo o simplemente poniéndole un "Paréntesis" a tu día a día.

/ MISIÓN

1. SOBRE NOSOTROS
2. CONCEPTO
3. MISIÓN & VISIÓN
4. NUESTROS VALORES
5. LOGOTIPO
6. PALETA DE COLORES
7. TIPOGRAFÍAS
8. TERMINOLOGÍA
9. NORMAS PARA EL BUEN USO
10. ILUSTRACIONES

# CONTENIDO



*Sobre la marca*

## Misión



Ofrecer una experiencia de bienestar a través de sabores y aromas en un ambiente que invite a la pausa y descanso.



/ VISIÓN

1. SOBRE NOSOTROS
2. CONCEPTO
3. MISIÓN & VISIÓN
4. NUESTROS VALORES
5. LOGOTIPO
6. PALETA DE COLORES
7. TIPOGRAFÍAS
8. TERMINOLOGÍA
9. NORMAS PARA EL BUEN USO
10. ILUSTRACIONES

# CONTENIDO



*Sobre la marca*

## Visión



Ofrecer una experiencia de bienestar a través de sabores y aromas en un ambiente que invite a la pausa y descanso.

/ NUESTROS VALORES

1. SOBRE NOSOTROS
2. CONCEPTO
3. MISIÓN & VISIÓN
4. NUESTROS VALORES
5. LOGOTIPO
6. PALETA DE COLORES
7. TIPOGRAFÍAS
8. TERMINOLOGÍA
9. NORMAS PARA EL BUEN USO
10. ILUSTRACIONES

# CONTENIDO



*Sobre la marca*

## Nuestros valores



- Aprendizaje continuo
- Excelencia
- Calidez

/ LOGOTIPO

1. SOBRE NOSOTROS
2. CONCEPTO
3. MISIÓN & VISIÓN
4. NUESTROS VALORES
5. LOGOTIPO
6. PALETA DE COLORES
7. TIPOGRAFÍAS
8. TERMINOLOGÍA
9. NORMAS PARA EL BUEN USO
10. ILUSTRACIONES

# CONTENIDO



*Sobre la marca*

## Construcción del logotipo



Se trabajó el logotipo sobre una retícula cuadrículada, cuidando minuciosamente cada detalle y manteniendo la simetría en cada trazo. Logrando así, un logotipo funcional y visualmente estético.





*Sobre nuestro logotipo*  
**Espacio de respiración**



Se deben respetar los espacios de respiración visual y margen. Dentro de estos márgenes, no se puede colocar ningún texto, objeto u otra pieza gráfica que rompa la armonía visual pactada.







*Fundamentación*

## Isotipo



Nuestro isotipo tiene como protagonista al paréntesis (signo ortográfico) que nos permite representar la pausa y el espacio de tranquilidad que nuestra cafetería ofrece. Este signo, gracias a sus formas versátiles, es capaz de jugar con la imaginación de las personas y brindar un amplio abanico de significados. El principal y más importante es el de dos paredes (los paréntesis) que representan una pausa en la cotidianidad de la vida de las personas. El guión curvado representa la tranquilidad y bienestar que te genera el espacio que te brindamos.



*Posicionamiento de la marca*  
 **Icónica del logotipo**



**p(~)réntesis**  
café

MEMORABLE



CREATIVO & PREGNANTE

/ PALETA DE COLORES

1. SOBRE NOSOTROS
2. CONCEPTO
3. MISIÓN & VISIÓN
4. NUESTROS VALORES
5. LOGOTIPO
6. PALETA DE COLORES
7. TIPOGRAFÍAS
8. TERMINOLOGÍA
9. NORMAS PARA EL BUEN USO
10. ILUSTRACIONES

# CONTENIDO



**NEGRO**



Código hexadecimal : FFFFFFFF  
CMYK : C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0  
RGB : R: 255 G: 255 B: 255



**BLANCO**



Código hexadecimal : 000000  
CMYK : C: 91 M: 79 Y: 62 K: 97  
RGB : R: 0 G: 0 B: 0

/ TIPOGRAFÍAS

1. SOBRE NOSOTROS
2. CONCEPTO
3. MISIÓN & VISIÓN
4. NUESTROS VALORES
5. LOGOTIPO
6. PALETA DE COLORES
7. TIPOGRAFÍAS
8. TERMINOLOGÍA
9. NORMAS PARA EL BUEN USO
10. ILUSTRACIONES

# CONTENIDO



*Fuente tipográfica principal*

## Creato Display



Se eligió la tipografía Creato Display por sus trazos firmes. Trazos que simbolizan la seguridad de un espacio seguro, un refugio. Donde la fortaleza de la tipografía no deja que entre el estrés, ni el caos cotidiano de la ciudad y te permite estar en paz contigo mismo o con los que más quieres. Además, un plus que ofrece esta familia tipográfica es que sus minúsculas son más redondeadas, a diferencia de las mayúsculas que son firmes. Lo que nos ayuda a tener un balance perfecto entre seguridad y cercanía.





*Fuente tipográfica secundaria*

**Helvetica**



Se eligió la tipografía Helvetica para nuestro isotipo, por sus trazos firmes, legibilidad y amplia familia tipográfica. Lo que nos permite explorar y jugar con nuestros campos de texto. Además, esta tipografía guarda similitud con Creato Display. Por lo que se crea una armonía visual idónea.



*Fuente tipográfica para títulos*

**Marat Sans**



Se eligió la tipografía Marat Sans para los títulos. Tipografía que conecta con la elegancia de nuestra marca y que guarda similitud con la tipografía principal, con lo cual tenemos un resultado estéticamente agradable y legible.

→ *Fuente tipográfica para texto*  
**Acumin Variable SemiCondensed Medium**



Se eligió la tipografía Acumin Variable SemiCondensed Medium para el campo de texto. Esta tipografía cumple el objetivo más importante para un campo de texto, la legibilidad.

Además, posee una amplia familia tipográfica, lo cual nos permite explorar y hacer más dinámica, la lectura.

/ TERMINOLOGÍA

1. SOBRE NOSOTROS
2. CONCEPTO
3. MISIÓN & VISIÓN
4. NUESTROS VALORES
5. LOGOTIPO
6. PALETA DE COLORES
7. TIPOGRAFÍAS
8. TERMINOLOGÍA
9. NORMAS PARA EL BUEN USO
10. ILUSTRACIONES

# CONTENIDO



*Aprende el significado del*  
**Branding**



El branding desempeña un papel fundamental en el éxito de cualquier empresa. Va más allá de un logotipo o un nombre; abarca toda la identidad y la imagen de una empresa. En términos sencillos, el branding es el proceso de crear una imagen única y reconocible de una marca en la mente de los consumidores. Implica elaborar cuidadosamente los elementos visuales, los mensajes y las experiencias asociadas a una marca para diferenciarla de sus competidores.



*Aprende el significado de la*  
**Identidad corporativa**



Se refiere a la identidad de una empresa o marca en su totalidad, incluyendo su misión, visión, valores, personalidad y cultura. Es una identidad más amplia que abarca tanto los aspectos internos como externos de una empresa, y se expresa a través de la cultura, políticas, productos, servicios y la comunicación con los clientes.

La principal diferencia entre identidad corporativa y branding es que la identidad corporativa se refiere a los elementos visuales y verbales que representan a la empresa, mientras que el branding corporativo se refiere al proceso de construir y gestionar la marca en el mercado.



*Aprende el significado de la*  
**Identidad visual**



Se enfoca en la representación visual de la empresa o marca a través de elementos visuales como el logo, los colores, tipografías, imágenes y otros elementos visuales que se utilizan en la comunicación de la marca. La identidad visual corporativa es un aspecto más específico de la identidad corporativa, y ayuda a crear una imagen coherente de la marca.



*Aprende el significado de la*  
**Imagen corporativa**



La imagen corporativa de una empresa está relacionada con todos aquellos elementos gráficos y visuales propios de una corporación o empresa. La imagen corporativa es el sello a través del cual una empresa quiere ser identificada y distinguida entre el resto de compañías del sector.





*Aprende el significado del*

## Logotipo



La palabra logotipo se utiliza de forma genérica para hablar de todas las posibles representaciones gráficas de una marca, aunque estas pueden ser diferentes. Un logotipo es un símbolo compuesto por elementos gráficos, texto, color e imagen que sirve como el identificador visual de una empresa.



*Aprende el significado del*

## Isotipo



El isotipo es la representación visible de una marca que se compone de un símbolo gráfico que no depende del texto. El icono es capaz de representarla por si mismo de forma satisfactoria, ya que puedes entenderlo sin necesidad de letras. Entre los ejemplos, están

Apple, Twitter o Lacoste.

Busca simplicidad y atemporalidad y se convierte en un elemento que puede trascender barreras lingüísticas y culturales. Además, puede llegar a ser el resultado de la evolución de un de un negocio, como fue el caso de McDonald's, que antes usaba el conjunto de su nombre con la M,h asta que abandonó el texto por completo



*Aprende el significado del*

## Imagotipo



El imagotipo se compone de un conjunto de ícono y texto. Ambos elementos se diferencian claramente y funcionan tanto juntos como por separado. Nos referimos a aquellas representaciones gráficas que tienen tanto texto como alguna iconografía a su lado. (Siguiendo esa fórmula, coexisten de forma divisible), la propia descripción nos da las claves para identificarlos: "imago" (imagen) y "tipo" (tipografía). Es la suma del logotipo y el isotipo, sin éstos 2 elementos no tendríamos un imagotipo.



*Aprende el significado del*

## Isologo



En el caso de los isologos, el texto, nombre o logotipo y el icono se encuentran fundidos en un solo elemento. Es un sello integral, un conjunto de elementos indivisible e inseparables que están puestos para jugar como un elemento figurativo. A diferencia de los de los imagotipos, los elementos de un isologo no funcionan si se presentan de forma aislada, y como tal perdería fuerza y sentido.

Una función básica de un isologo es dotar de elementos de composición a un logotipo para acompañarle siempre con un estilo característico que dote de personalidad este nombre y cree eso: un conjunto de valores que lo haga reconocible.



*Aprende el significado de la*  
**Línea gráfica**



La línea gráfica en marketing y diseño se refiere a un conjunto de características gráficas definidas que distingue a una marca. Estas características pueden incluir la tipografía, los colores, el uso de la línea y el espacio, entre otros aspectos.

El uso de un conjunto de reglas bien definido ayuda a crear una imagen de marca sólida y fácilmente reconocida por el público. También ayuda a transmitir un mensaje y a evocar una respuesta emocional en los consumidores.

Cada línea gráfica debe ser única y diferenciarse de la de otras marcas en el mercado. Es importante que sea coherente en todas las aplicaciones de la marca, desde la papelería hasta los anuncios en medios digitales. Al tener reglas sólidas y coherentes, una marca puede destacarse en un mercado cada vez más competitivo.

/ NORMAS PARA EL BUEN USO

1. SOBRE NOSOTROS
2. CONCEPTO
3. MISIÓN & VISIÓN
4. NUESTROS VALORES
5. LOGOTIPO
6. PALETA DE COLORES
7. TIPOGRAFÍAS
8. TERMINOLOGÍA
9. NORMAS PARA EL BUEN USO
10. ILUSTRACIONES

# CONTENIDO



*Conoce*

## Las normas para el buen uso



Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca "Paréntesis Café" se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación. Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca. Es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación. Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios. Por esta razón, si se infringe alguna de las normas establecidas de este manual de marca. Sin avisar previamente al diseñador encargado, se deberá pagar una penalidad simbólica a la cotización del proyecto por daño a la imagen corporativa.



*No se acepta la*  
**Distorsión del logotipo**



**p(~)réntesis**  
café

**p(~)réntesis**  
café

**p(~)réntesis**  
café

**p(~)réntesis**  
café

No está permitido alargar o acortar el logotipo (ya sea verticalmente u horizontalmente)  
Tampoco está permitido agregarle ondas o cambiar su estructura original de cualquiera manera.



→ *No se acepta la*  
Colocación errónea de los elementos

~

p(~)réntesis  
café

café  
p(~)réntesis

p(~)réntesis  
café

p(~)réntesis café

No está permitido cambiar el orden que tiene el logotipo. Ya que fue pensando estratégicamente para ser funcional y mantener una armonía visual idónea.

→ *Esta es la*  
Colocación correcta de los elementos  
~

**p(~)réntesis**      (~)  
café

Esta es la única colocación de elementos permitida para el logotipo y el isotipo.



*Estos son los*  
**Colores autorizados**



**p(~)réntesis**                      (~)  
café

**p(~)réntesis**                      (~)  
café

Estos son los únicos colores autorizados para el logotipo y el isotipo.

/ ILUSTRACIONES

1. SOBRE NOSOTROS
2. CONCEPTO
3. MISIÓN & VISIÓN
4. NUESTROS VALORES
5. LOGOTIPO
6. PALETA DE COLORES
7. TIPOGRAFÍAS
8. TERMINOLOGÍA
9. NORMAS PARA EL BUEN USO
10. ILUSTRACIONES

# CONTENIDO



*Nuestras*  
**Ilustraciones**



Nuestras ilustraciones cumplen un rol muy importante en nuestra marca. Es nuestro lado sentimental, donde mediante nuestras ilustraciones conectamos con las emociones de nuestros clientes.

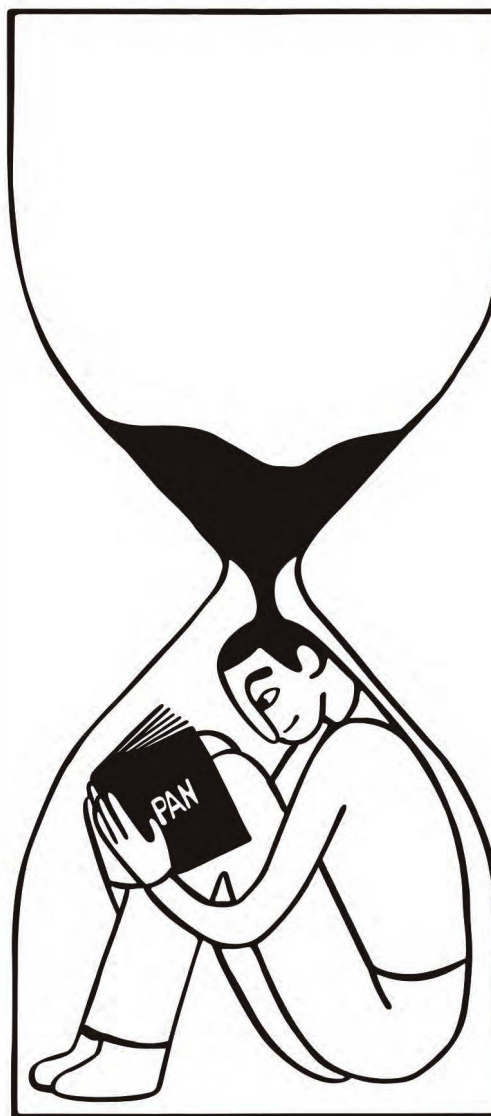
El objetivo de nuestras piezas artísticas, es transmitir el concepto de nuestra marca. Esa tranquilidad, refugio y paz. Además de ser un punto visual atractivo, que nos ayuda a darle dinamismo y vida a nuestra marca.











# p( ~ )réntesis

café