



Panecillo

ENTREMESAS

Manual de Identidad corporativa





Índice general

Introducción	1	Nivel jerárquico de la marca	11
La empresa.....	2	Àrea de protecci3n.....	12
Historia.....	3	Usos incorrectos de la marca	13
Valores	3	Tipografía.....	14
Misi3n.....	3	Tipografía corporativa	15
Visi3n.....	3	Tipografía secundaria	15
Elementos b3sicos	4	Color	16
de identidad		Colores de la marca	17
Conceptualizaci3n	5	Colores corporativos.....	18
Conceptualizaci3n visual	5	Tamaño, aplicaci3n sobre fondos y usos incorrectos. 19	
Naming.....	6	Tamaño	20
Significado	7	Uso sobre fondos	21
Normalizaci3n de la	7	de color corporativo	
forma de escritura		Uso sobre fondos	22
Marca	8	blanco y negro	
Símbolo	9	Uso sobre fondos	23
Logotipo	9	fotográficos	
Marca gr3fica principal	10	Uso incorrectos sobre	24
Construcci3n gr3fica	11	fondos de color	
		Aplicaciones de	25
		papelería	
		Empaque.....	28



Factura	30
Carpeta A4.....	32
Hoja A4.....	34
Sobre A4.....	34
Tarjeta de presentación.....	36
Estructura y aplicación.....	37
Estructura y aplicación	38
en medios impresos	
Estructura y aplicación	39
en medios digitales	

Introducción

Este manual contiene los recursos visuales que maneja la empresa "Panecillo" así como parte de la construcción y conceptualización de su signo marcario y los elementos gráficos que ayudarán a conservar una línea gráfica uniforme y acorde al concepto que se emplea





La empresa

Historia

“Panecillo” inicio en el año 2019, como un emprendimiento familia, con el objetivo de compartir una actividad en familia y a su vez generar ingresos adicionales. Comenzó con un catálogo de pocos productos y con el pasar del tiempo se ha ido incrementando la variedad de productos, siendo entregados para eventos empresariales y familiares.

Valores

Pasión, creatividad, dedicación y trabajo en equipo son nuestros referentes en cada paso al elaborar nuestros productos con el fin de satisfacer a nuestros clientes.

Misión

Brindar a nuestros clientes productos de calidad, fresca y precios adecuados. Buscando siempre innovación en nuestros procesos para lograr productividad y rentabilidad en la organización.

Visión

Posicionar a “Panecillo” como una empresa líder en el mercado con la producción y comercialización de entremeses. Teniendo reconocimiento de nuestros consumidores, proveedores y comunidad para ser el referente a nivel nacional.





Elementos básicos de identidad

Conceptualización

Los eventos suelen estar llenos de buenos momentos que atesoramos en nuestros recuerdos o en fotografías, y como referencia se toman a los elementos gráficos que se encuentran en el centro histórico de Quito.

Conceptualización visual

Para la construcción del signo marcario se tomó como referencia la forma o movimiento que se genera cuando se abraza a algo o a alguien, buscando fortalecer el concepto de la marca que es atesorar los momentos, guardar, proteger, añorar.





Naming

Significado

El nombre de la empresa surge tomando como referencia al lugar histórico dentro del contexto Quiteño conocido como “El Panecillo” y genera un significado polisémico al relacionarlo con el mundo de los entremeses.

Normalización de la forma de escritura

La escritura del naming dentro de redacción de textos debe darse tal cual se plantea el nombre de la empresa, excluyendo al tagline, dejando el nombre sin ningún otro acompañante o artículo.



Marca

Símbolo

El símbolo nace de la combinación entre el gesto icónico de un abrazo (atesorar, calidez), y el espiral cónico que se forma con el glaseado de los cupcakes como los que elabora la empresa.



Logotipo

La tipografía empleada para la construcción del logotipo es Marcellus, la cual con sus terminaciones humanistas ayuda a transmitir antigüedad, similar a la de los carteles del centro de Quito.

Panecillo
ENTREMESSES



Marca gráfica principal



Imagotipo a color



Imagotipo escala de grises



Imagotipo Negativo



Imagotipo positivo



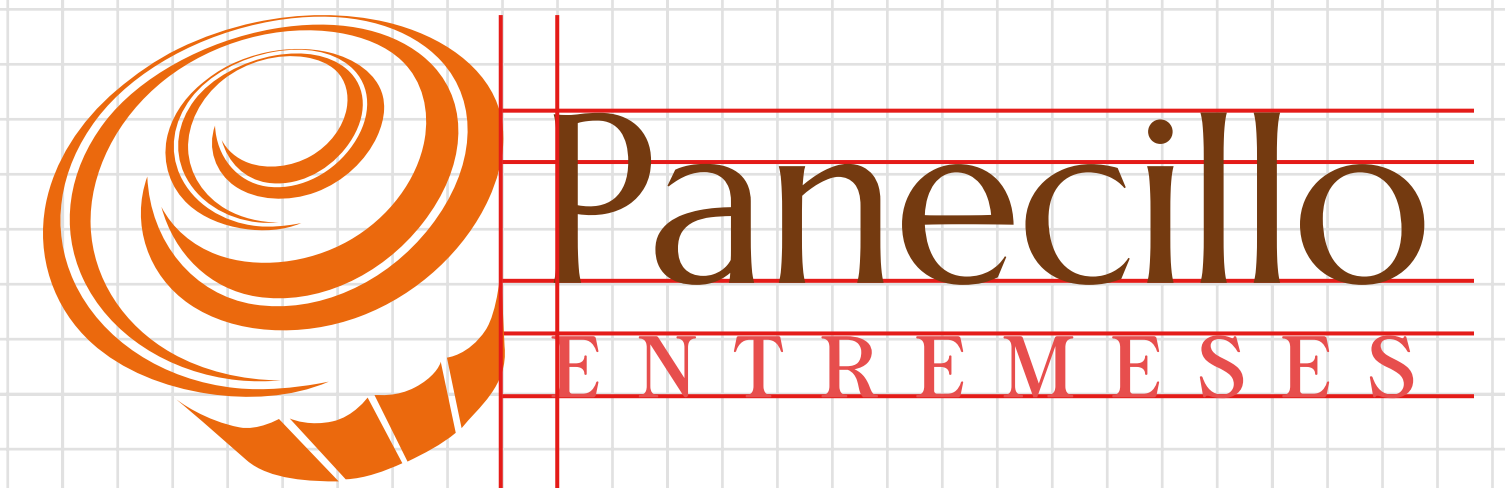
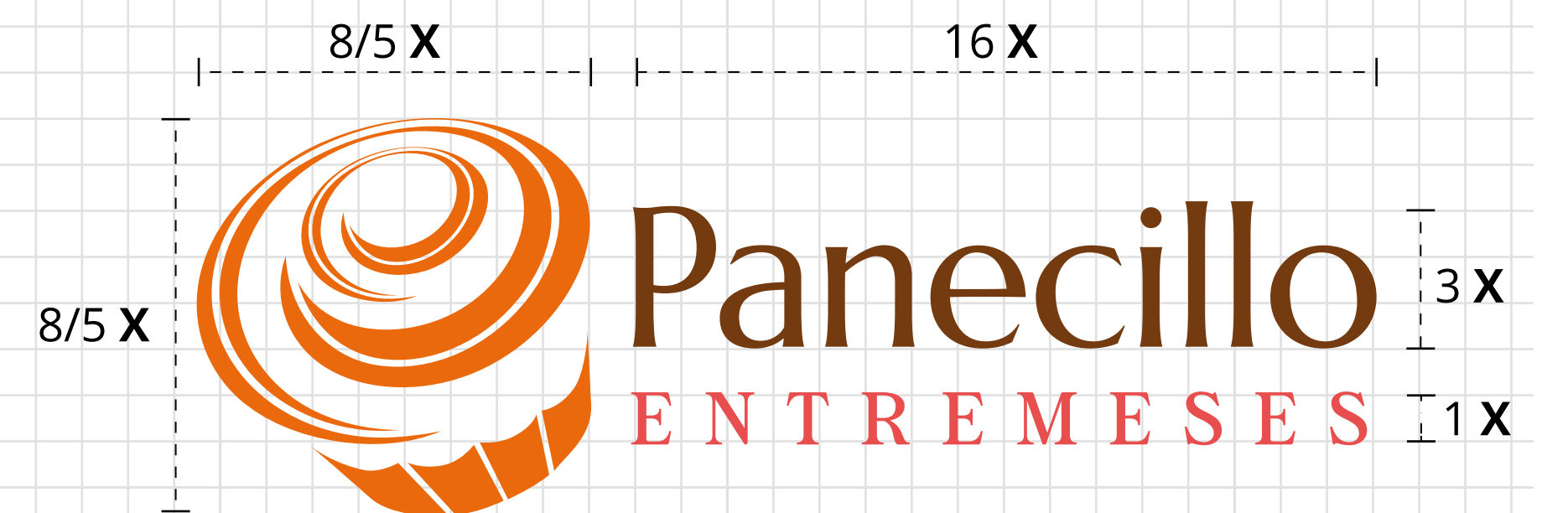
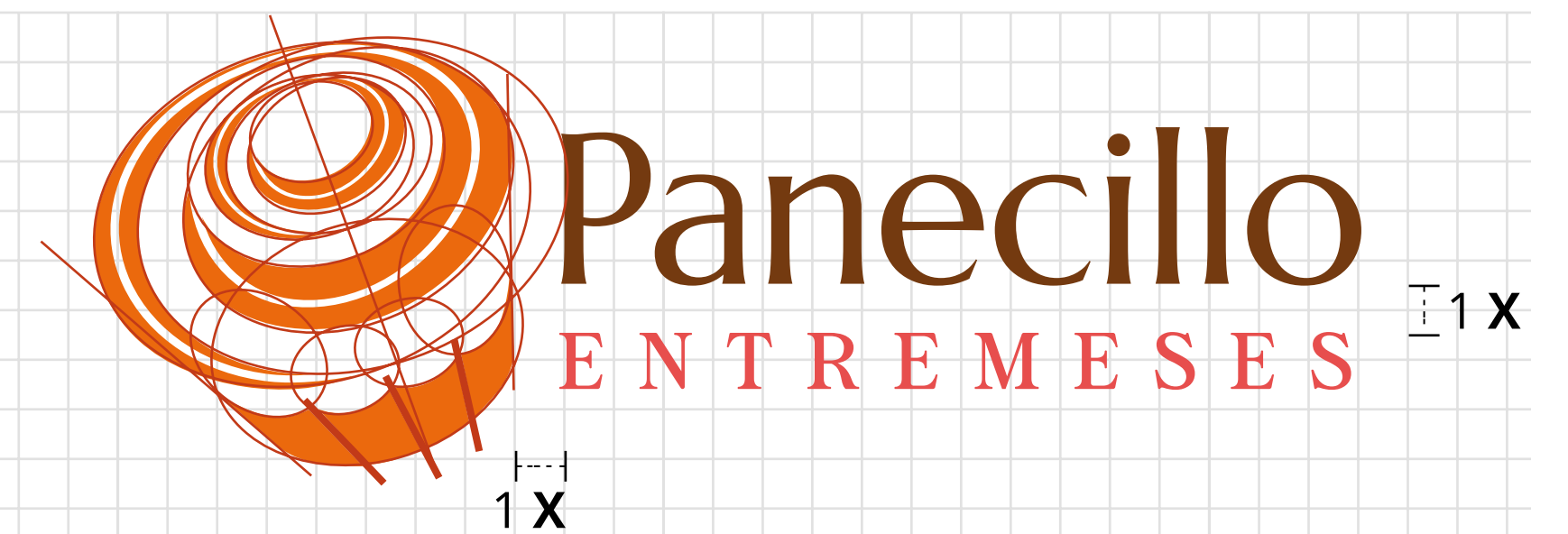
Construcción gráfica

Para el módulo de construcción se definió la caja alta de la tipografía utilizada para el tagline (Kenilla) de la marca, construyendo a partir de este la retícula modular para la organización de los elementos del signo marcario.

Nivel jerárquico de la marca

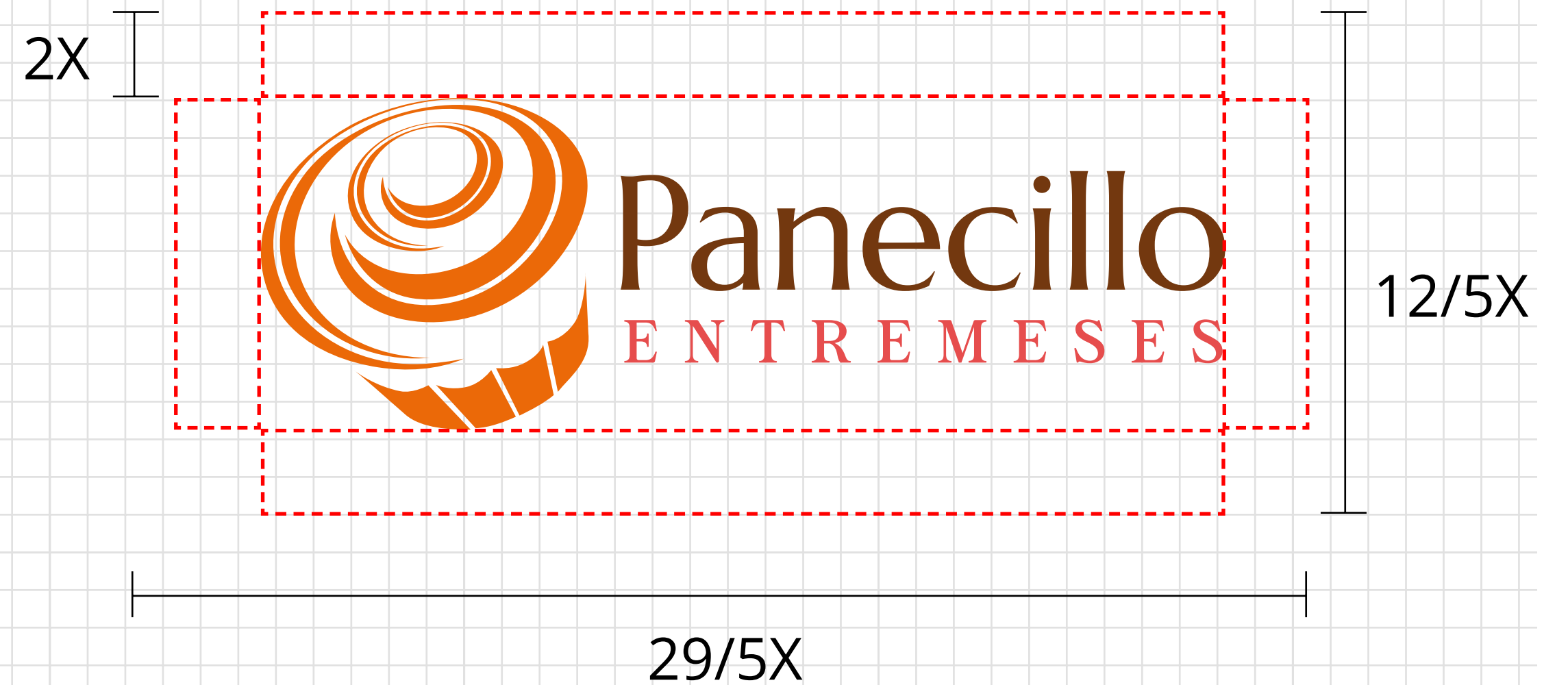
El elemento que deberá contar con mayor peso y predominancia es el símbolo que conforma a la marca el cual tiene un área de $8/5$ veces de x en sus cuatro lados de la misma, en segundo nivel se presenta al nombre de la empresa con un área de $16x * 3x$, y en tercer lugar el tagline con un área de $16x * 1x$.

$1x \perp X$ módulo de construcción



Área de protección

La construcción del área de protección se genera con dos veces al módulo anteriormente mencionado ($2X$) para el ancho de cada margen, dando una caja con una dimensión total de $29/5X$ de ancho y $12/5X$ de largo.



Usos incorrectos de la marca

Las variantes de uso incorrectas serán las que presenten transformaciones desproporcionadas o que no aparezcan dentro de este manual, como rotar, estirar, contornear, sombrear, cambios de cromática, cambios de disposición de elementos, etc.





Tipografía

Tipografía corporativa

Para la construcción del logotipo se utiliza la fuente “Marcellus”, la cual forma parte de la familia tipográfica humanista ayudando a fortalecer al concepto de la marca con sus terminación acampanadas. Dentro del tagline vemos presente la tipografía “Kenilla” la misma que al ser de la familia de tipos serif complementa y fortalece a la representación de la marca.

Tipografía secundaria

La tipografía principal para los cuerpos de texto será la familia “Open Sans” acompañada por titulares con la fuente “Vollkorn” la cual al contar con sus terminaciones en cuña ayudan a complementar bien a los cuerpos de texto emitidos por la empresa.

Marcellus

Kenilla

Open Sans

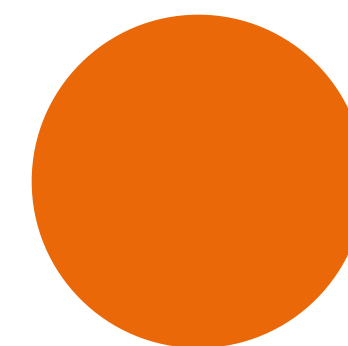
Vollkorn



Color

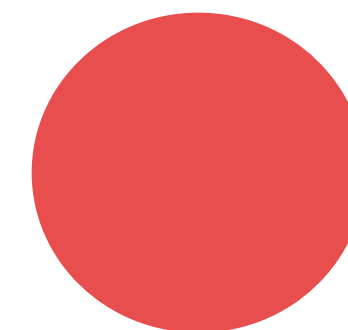
Colores de la marca

La cromática elegida que se debe utilizar para la representación del símbolo de identidad es principalmente el color ocre acompañado con el tono nuez, se presentan los códigos y características de la paleta para asegurar una correcta reproducción de la misma.



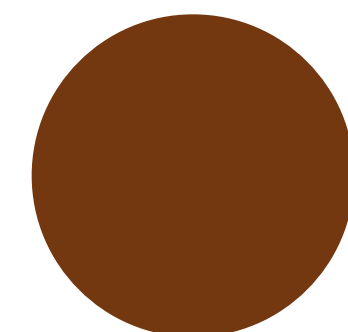
CMYK 1% 69% 100% 0%
RGB 235 104 8
#HEX EB6808
Pantone FF5E00

Ocre especial



CMYK 2% 81% 64% 0%
RGB 231 77 77
#HEX E74D4D
Pantone F9423A

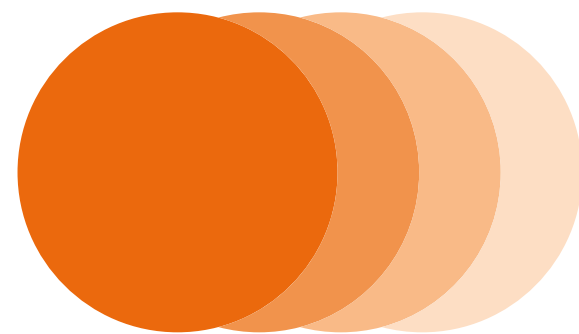
Salmón



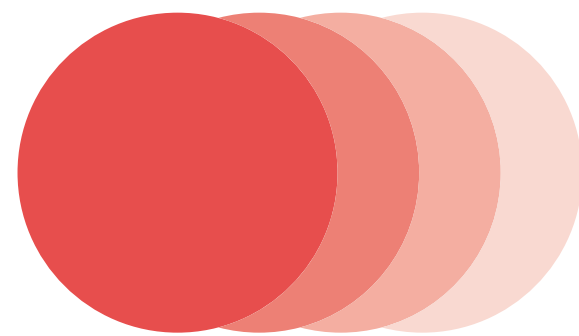
CMYK 34% 76% 100% 46%
RGB 116 56 16
#HEX 743810
Pantone 75381b

Nuez

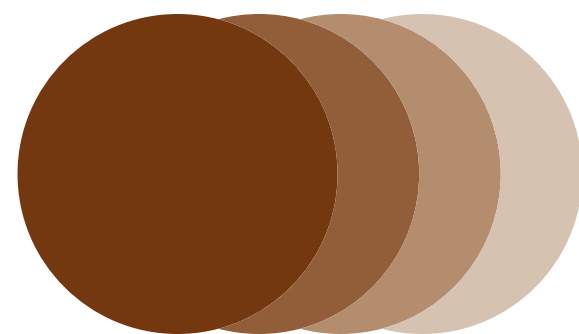
Colores corporativos



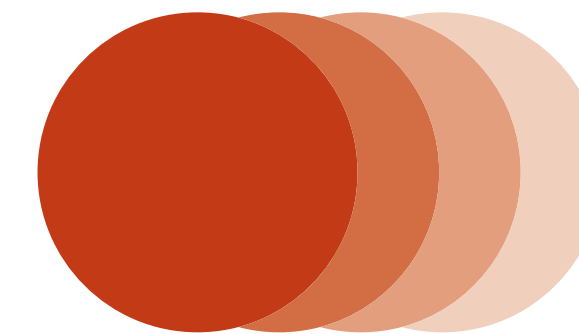
CMYK 1% 69% 100% 0%
RGB 235 104 8
#HEX EB6808
Pantone FF5E00



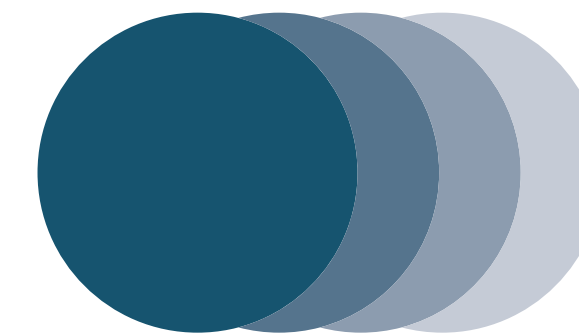
CMYK 2% 81% 64% 0%
RGB 231 77 77
#HEX E74D4D
Pantone F9423A



CMYK 34% 76% 100% 46%
RGB 116 56 16
#HEX 743810
Pantone 75381b



CMYK 16% 87% 100% 7%
RGB 195 58 24
#HEX C33A18
Pantone D14124



CMYK 91% 56% 36% 24%
RGB 23 83 111
#HEX 17536F
Pantone 1B365D

Cada tono cuenta con una variante que disminuye el 25% de saturación total, generando un degradado de cada tono, y de misma forma es posible aumentar el 25% de la saturación.



Tamaño, aplicación sobre fondos y usos incorrectos

Tamaño

El tamaño de reproducción máxima es ilimitado, sin embargo el tamaño mínimo establecido ayuda a una reproducción óptima en medios impresos y digitales.

Medios Impresos



Medios digitales



Uso sobre fondos de color corporativo



Uso sobre fondo color ocre especial



Uso sobre fondo color salmón



Uso sobre fondo color nuez

**Uso sobre fondos
blanco y negro**



Uso sobre blanco



Uso sobre negro

Uso sobre fondos
fotográficos

Imagen oscura



Panecillo
ENTREMESES



Panecillo
ENTREMESES

Imagen clara

Uso incorrectos sobre fondos de color





Aplicaciones de papelería



Panecillo
ENTREMESES

RUC: 17006443101
Factura N°: 001-2020-018
Aut. SRI: 1234567890

Cliente: _____
RUC: _____
Fecha: _____

Item	Descripción	Cantidad	Valor

Subtotal: 0.00
I.V.A. 12%: 0.00
Total: 0.00





*Los mejores momentos
solo duran un mordisco*

Panecillo
ENTREMESSES

  
@panecillo_entremeses
098 5584 542

Empaque

Características

Material: Cartulina plegable 300gr

Medidas armado: 12,5 cm *12,5 cm *5 cm

Proceso: Impresión digital



Family Daniela Ortiz
 Propietaria / Gerente
 Teléfono
 04 542
 Facebook icon
 Instagram icon
 entremeses



RUC	17265445101
Factura N° 001-000001	
Aut. SRI	1234567890

Cliente:
 RUC:
 Fecha:

Cant.	Descripción	P.Unidad	V.Total



Subtotal 12%	
Valor subtotal	
IVA 12%	
Total	

Factura

Características

Material: Papel químico
Medidas armado: A5
Proceso: Impresión digital

14.8 cm

21 cm

Panecillo
ENTREMESSES

RUC	17265445101
Factura N° 001-000001	
Aut. SRI	1234567890

.....
.....
.....

Cant.	Descripción	P.Unidad	V.Total

Subtotal 12%	
Valor subtotal	
IVA 12%	
Total	



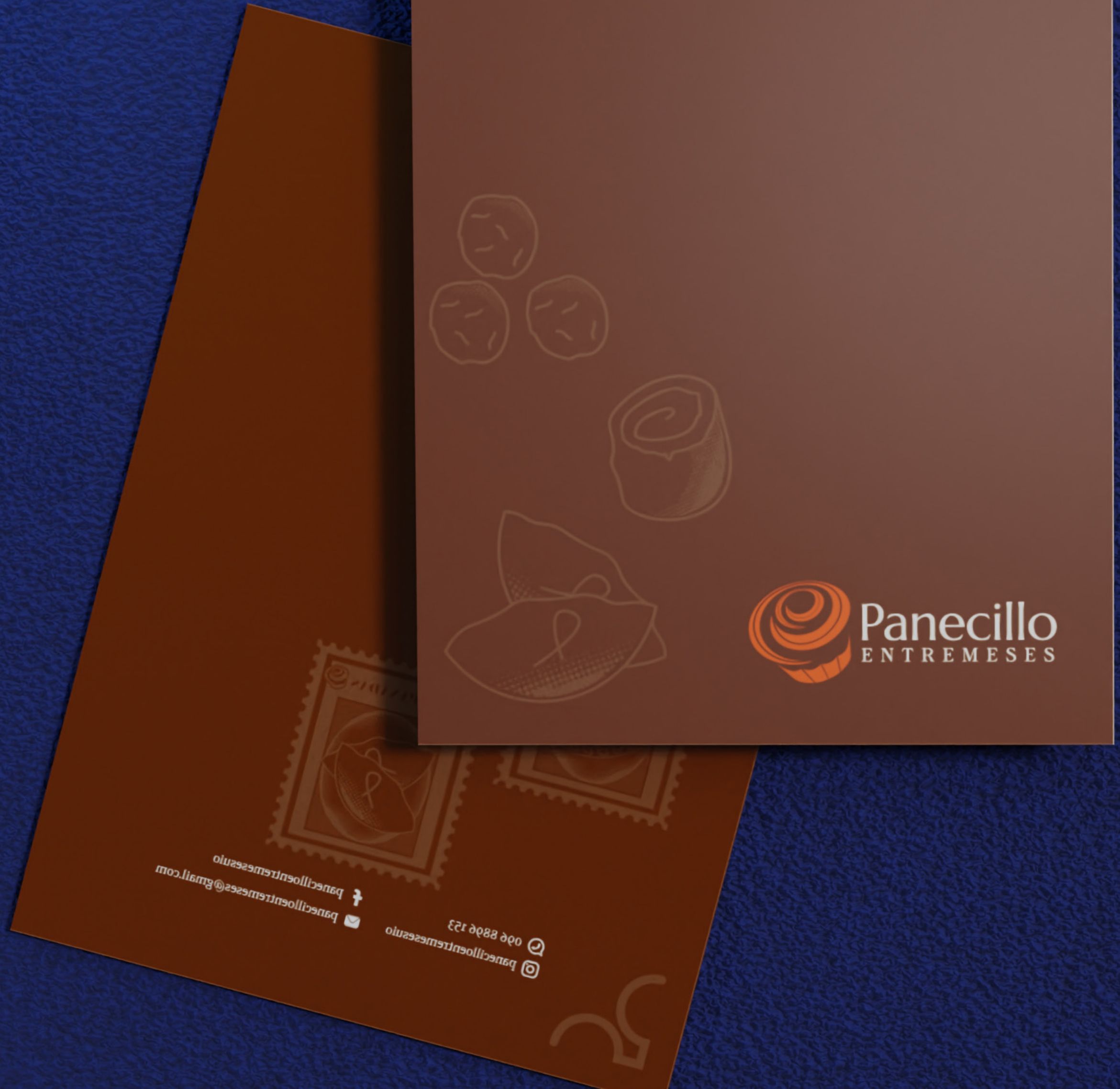
RUC	17265445101
Factura N°	001-000001
Aut. SRI	1234567890

Cliente: _____
 RUC: _____
 Fecha: _____

Cant.	Descripción	P/Unidad	V/Total



Subtotal 12%	
Valor subtotal	
IVA 12%	
Total	



Carpeta A4

Características

Material: Cartulina plegable 300gr

Medidas armado: Mega A3

Proceso: Impresión digital, laminado mate





Hoja A4

Características

Material: Papel bond 70gr

Medidas armado: A4

Proceso: Impresión inkjet

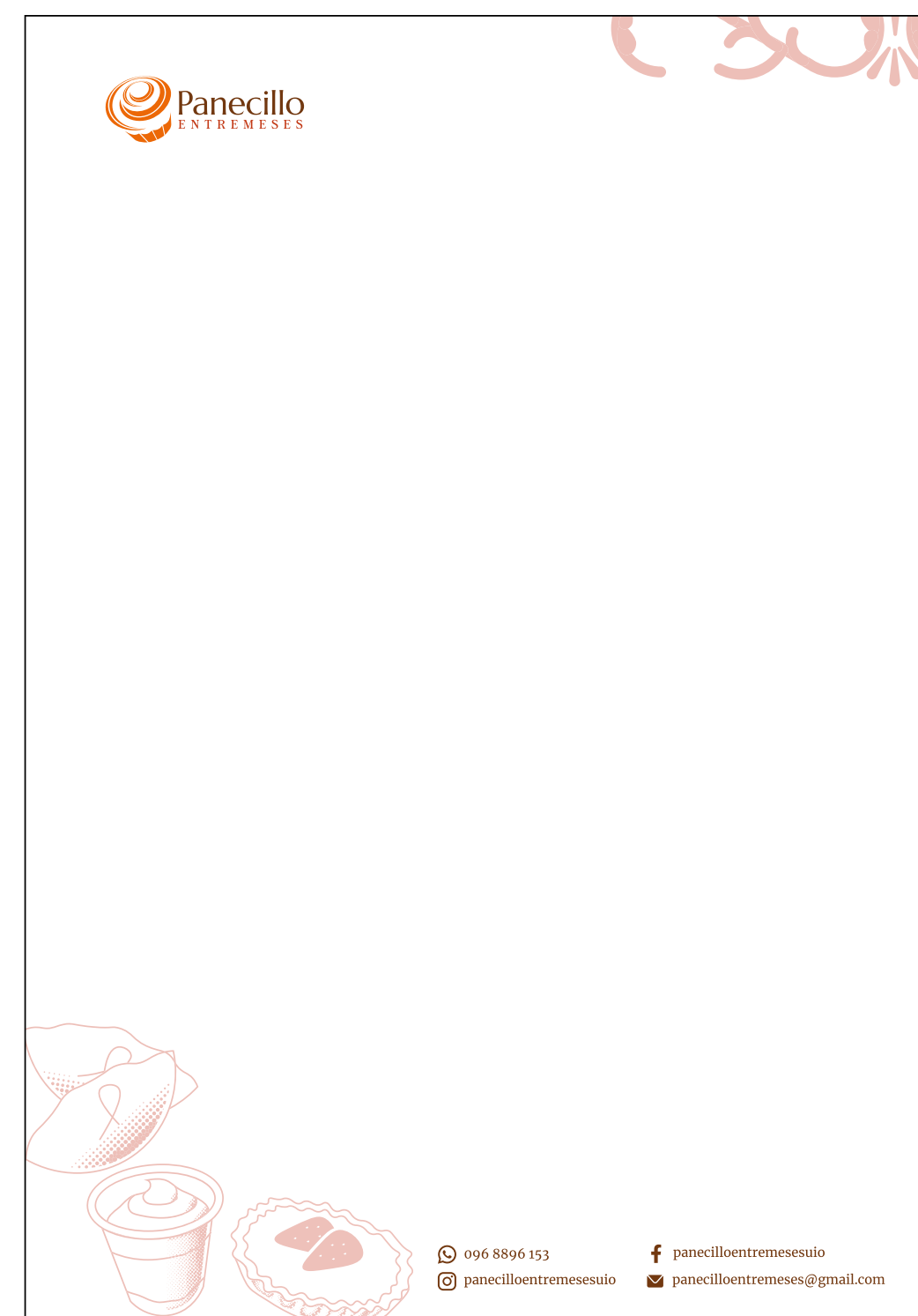
Sobre A4

Características

Material: Papel bond 180gr

Medidas armado: 29,5 cm* 21 cm

Proceso: Impresión digital





Tarjeta de presentación

Características

Material: Marfil lisa 300 gr

Medidas armado: 8.5 cm * 5.5 cm

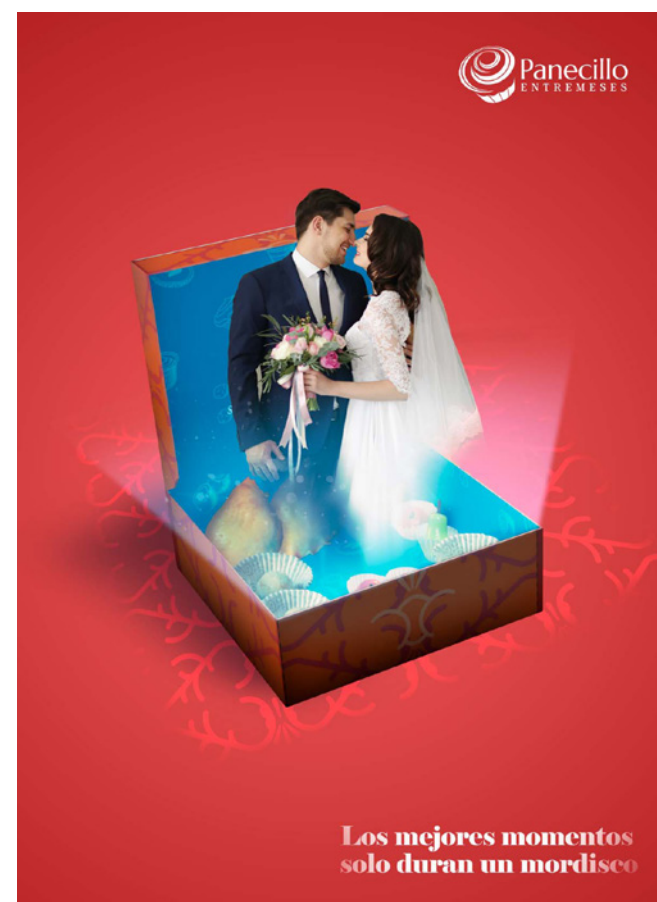
Proceso: Impresión digital



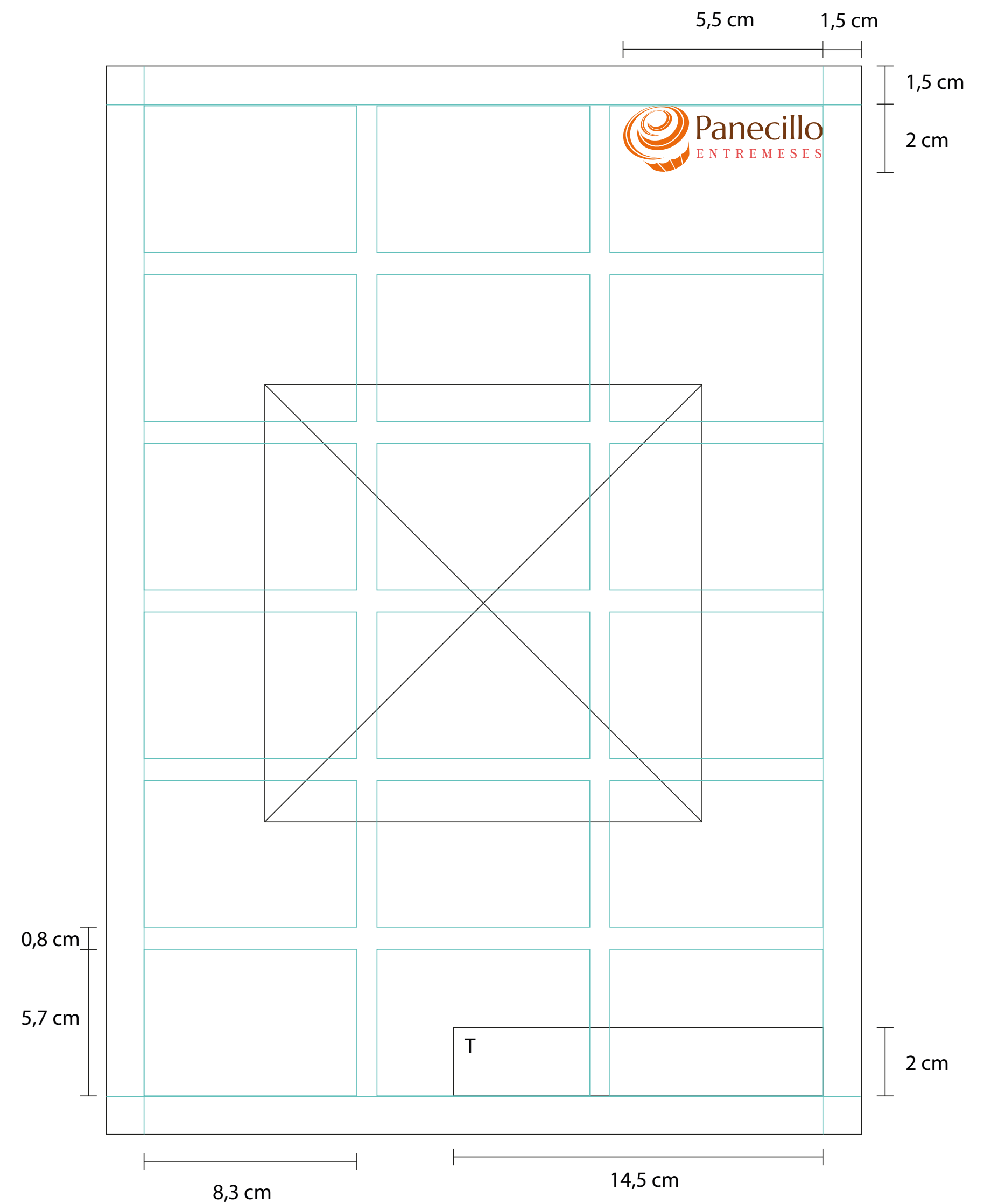


Estructura y aplicación

Estructura y aplicación en medios impresos



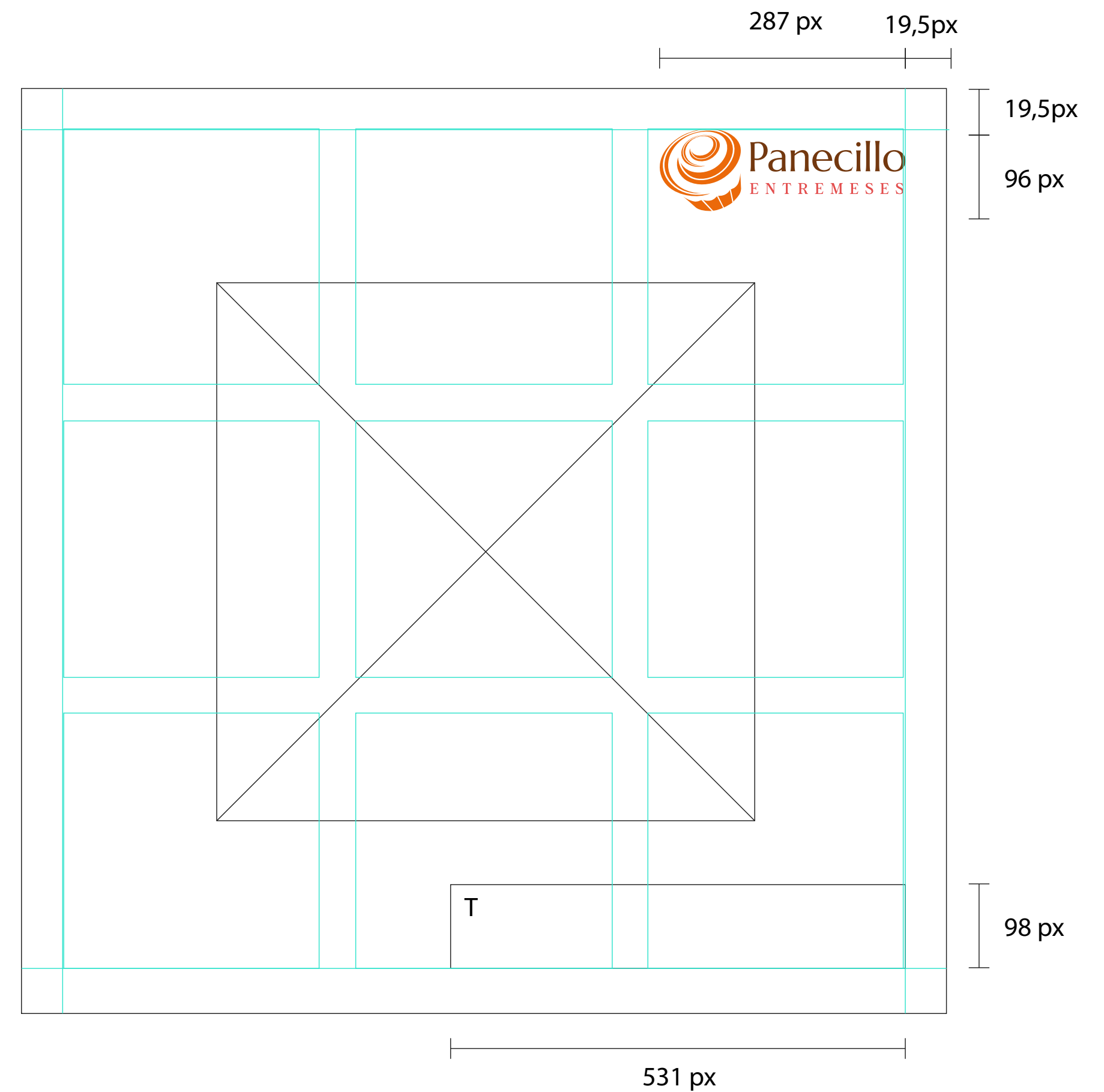
Dentro de la construcción de medios impresos se debe ocupar una reticula modular de 3 x 6 casillas en las cuales se distribuyen los elementos de la composición.



Estructura y aplicación en medios digitales



Dentro de la construcción de medios digitales se debe ocupar una reticula modular de 3 x3 casillas en las cuales se distribuyen los elementos de la composición.



 **PUCE** | DISEÑO GRÁFICO


facultad
arquitectura, diseño y artes
PUCE