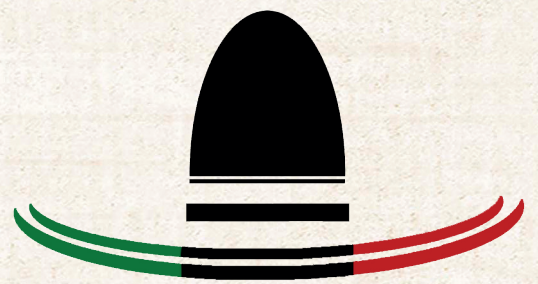


MANUAL DE IDENTIDAD CORPORTATIVA



MEXICAN
STREET FOOD

INTRODUCCIÓN

Muchos negocios o dueños de estos no entienden por qué necesitan un manual de identidad corporativa ni su función. No comprenden todo lo que abarca la marca, ni el trabajo que conlleva crear su identidad visual, de un modo que se reflejen sus valores y que todo el mundo los perciba de la misma forma.

El manual de identidad corporativa se encarga de poner en orden todo lo relacionado con la identidad visual y de recoger las normas básicas de aplicación de la imagen corporativa de nuestro restaurante Mexican Street Food.

Mediante la unidad del diseño y el tratamiento gráfico definido, en este manual obtendremos una imagen en una misma línea homogénea y diferenciada sea cual sea el soporte gráfico, ya sea físico o virtual, incidiendo en la mayor visibilidad para una identificación inmediata de la marca y el local.

Es evidente la imposibilidad de contemplar la totalidad de los supuestos de aplicación que se puedan generar; no obstante, los que se consideran más inmediatos y que se incluyen en este manual, deben seguirse rigurosamente. Las cuestiones tipográficas, los colores corporativos, las relaciones de tamaños permitidos y recomendados en los diferentes soportes en los que puede estar presente la marca, usos y aplicaciones comunes, entre otros.

MARCA

Su historia y creación. Concepto e idea.

Mexican Street Food es un proyecto de un nuevo local mexicano de estilo de alimentación fast-food donde el alimento se prepara y se sirve para consumir rápidamente, generalmente de pie en el propio local o mayormente en servicio take away, donde la gente recoge el producto y lo consume en cualquier otro lugar.

Una de las características más importantes de la comida rápida es la homogeneidad de los establecimientos donde se sirve, así como la ausencia de camareros que sirvan en mesa (ya que las mesas en el local suelen ser escasas o nulas) y el hecho de que la comida se sirva casi siempre sin cubiertos. Éste surgió de un encargo real con la intención de abrirse en el centro de Valencia.

Identidad visual.

Se pretende que la comunicación que acompañe a nuestra marca, tenga un estilo visual uniforme y coherente, independientemente del diseñador. Es ahí donde entra en juego nuestro manual de marca, gracias al cual el diseñador tendrá toda la información que necesite para empezar a trabajar. Si un proyecto es realizado por varios diseñadores a la vez, tener un manual de identidad corporativa garantiza que todos manejen la misma información y sigan los mismos criterios para realizar los diseños.

Por ello, a continuación se indican algunos criterios gráficos que pueden orientar a estos profesionales a la hora de plantear la dirección de arte.

Elementos básicos de identidad visual.

- Naming, Mexican Street Food.

El nombre de la marca está compuesto de tres palabras. Estas se dividen en dos líneas, Mexican en la superior, y Street Food en la línea inferior con una tipografía de menor tamaño.

- Logotipo.

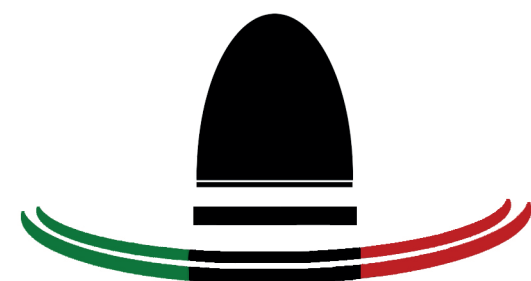
La marca está compuesta de un logotipo y un símbolo. El logo son las palabras palabra y el símbolo la imagen, en este caso del sombrero mexicano con bigote. La marca es la mezcla o combinación de los dos.

Estos podrán utilizarse independientes cuando el soporte no permita el uso completo. Aunque preferiblemente deben ir juntos para un mayor entendimiento, sobre todo hasta que la marca se de a conocer.

Siempre que sea posible se reproducirá en sus colores corporativos que se exponen más adelante en el presente manual. Aunque más adelante expondremos diferentes soluciones con otros modos de aplicación en casos concretos y/o necesarios.

-Partes del logotipo definitivo

El conjunto de signos que simbolizan la identidad de la marca son:



ISOTIPO

Parte simbólica de la marca, por la cual la marca pretende ser reconocida sin el texto



MEXICAN
STREET FOOD

LOGOTIPO

Es la palabra en sí, el elemento visual gráfico que da nombre al local

Verificación y aplicaciones correctas.

Prueba en escala de grises



Prueba invertido



Pruebas de verificación de escala.



100 x 122 mm



50 x 61 mm



30 x 36 mm

Tipografía elegida.

Tras experimentar con numerosas tipografías como he mostrado anteriormente, al final deseché todas las opciones que había barajado, y decidí buscar una de palo.



Decidí decantarme por la tipografía Cooperplate Bold.

MEXICAN STREET FOOD

En una encuesta realizada en 2007 por Norberto Baruch/Visualmente en la que les preguntó a 100 diseñadores cuál era la tipografía que más usan, la que más prefieren y la que más odian, la Copperplate asomó cabeza como una de las más desprecia por la profesión, posiblemente tan solo detrás de las previsibles Comic Sans y la Arial, a la que los selectos del oficio nunca le perdonarán la doble condición de ser una mala copia de la Helvetica. Pero.. ¿Qué maldición recae sobre la Copperplate para que algunos diseñadores hagan público su desprecio por ella?

Esta tipografía diseñada en 1901 por Frederic W. Goudy, combina las formas de las sans serif "grotescas" de la época victoriana, con unos singulares remates puntiagudos. Diseñada para ser empleada en mayúsculas en señalética y rotulación, se ha acabado convirtiendo en uno de los tipos más empleados en las placas y tarjetas de profesionales como dentistas y abogados, presentaciones en PowerPoint, o en las etiquetas de marcas de consumo masivo en supermercados.

Quizás, como arguye Ezequiel Rormoser, en el fondo odiarla no sea más que “una cuestión de piel”, pero lo cierto es que la vemos en todas partes (está instalada de serie en todos los Windows 98, y en el 84,74% de los Mac), y su peculiar morfología la han convertido en una de las tipografías más fácilmente reconocibles incluso por los lectores menos expertos.

Incapaz de causar indiferencia, la blogosfera se divide entre la masiva multitud que afirma odiarla con todas sus fuerzas y los que manifiestan, con igual entrega, su amor sin límites por ella.

Hoy en día, podemos ver esta tipografía en revistas, publicidad, etiquetas o diseño de identidad corporativa, campo en el que continúa ofreciendo una imagen callada y discreta, pero que sugiere prestigio, seriedad, categoría, lujo y alto nivel social.

El motivo por el cual ha sido elegida para mi logotipo es que quería mostrar en él algo de seriedad combinada con algo jovial como puede ser un sombrero con bigote.

Alfabeto con tipografía Cooperplate Bold.

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
ZÀÁÊËÏÕØÛABCDEF
GHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZÀÁÊËÏÕØÛ& 1 2
34567890(\$£€.,!?)**

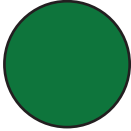


Colores corporativos de la marca.

Los colores corporativos son muy importantes, por lo que deberán representarse con total fidelidad evitando variaciones que puedan suponer la alteración de la percepción del logotipo.

Quería que destacaran entre el minimalismo de blanco (aprovechando normalmente el del fondo) y negro, los colores corporativos verde y rojo. Recordando los colores de la bandera mexicana. Siendo el color verde símbolo de frescura, juventud, salud (asociado a alimentos sanos), entre otras cosas; y el color rojo símbolo de pasión, amor, vitalidad, y también del fuego y del picante.




En según qué situación, el logo se aplicaría con colores, o con un solo color liso, si el soporte donde se aplicase lo requiriese.

Para evitar dicha alteración, a continuación se muestran las tintas planas que deben utilizarse además de una tabla de correspondencia para consultar en caso de que no pudiera utilizarse el Pantone correspondiente.

			
<i>Tintas planas (PANTONE)</i>	<i>#003611</i>	<i>#bc0000</i>	<i>#010101</i>
<i>Cuatricomía (CMYK)</i>	<i>C88 M29 Y100 K19</i>	<i>C17 M100 Y100 K9</i>	<i>C90 M78 Y62 K97</i>
<i>RGB</i>	<i>11R 113G 37B</i>	<i>188R 0G 0B</i>	<i>1R 1G 1B</i>

Colores para versiones en escala de grises.

Para publicaciones que utilicen únicamente tinta negra (como periódicos, documentos impresos (como cartas, informes, facturas etc),... se utilizarán las siguientes tonalidades, desde un gris medio hasta el negro prácticamente puro:

			
PANTONE	<i>#616161</i>	<i>#404040</i>	<i>#010101</i>

Elementos diseñados para la empresa / Aplicaciones y versiones de la marca.

Carta menú de productos ofrecidos.

Desde el principio tuvimos claro que la carta sería breve. Que con un golpe de vista el cliente viese rápidamente todos los productos sin tener que detenerse a pasar páginas, y pudiese así elegir más fácilmente lo que quiere. Pues recordemos que va dirigido a gente “con prisa”, que quiere obtener su comida lo más rápido posible e irse.

Por eso decidimos que los productos se verían en una sola hoja, en una sola cara.



Tarjetas de visita



Packaging: envoltorios/cajas para la comida



Servilletas desechables



Bolsas de papel para comida take-away.



Vasos para llevar.



Papelería: Libretas, sobres, bolígrafos, carta...



Uniformes: camisetas y delantales.



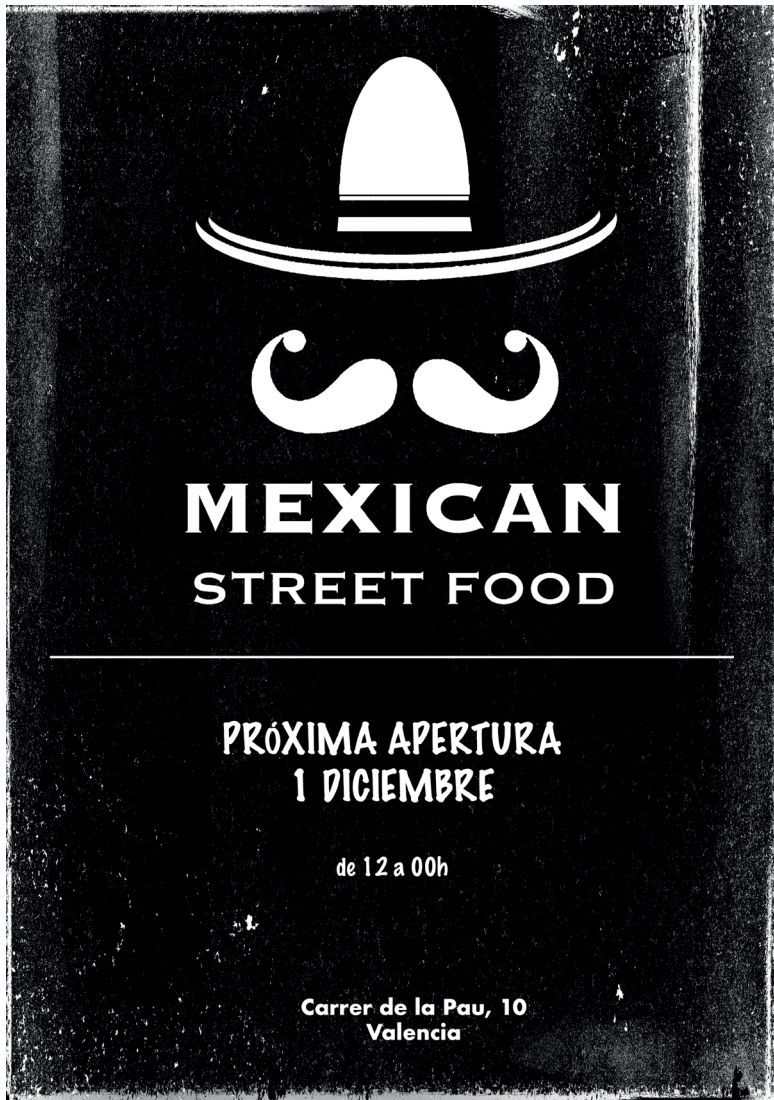


Publicidad y promoción del local.

Carteles para ubicar el local.



Flyers publicitarios.



Publicidad en redes sociales.


4:50 PM | 1st May 18

Instagram

MEXICAN STREET FOOD

Your Story follower_1 follower_2 follower_3

MEXICAN STREET FOOD Mexican Street Food Valencia



♡ 💬 📍 📌

♥ Iwahito and 394 others

Mexican Street Food Valencia ¡A comer! Hoy #tacos para llevar a la oficina el parque o la playa #mexicanfood #lunch #takeaway #valencia

View all 12 comments

1 HOUR AGO

8 1

🏠 🔍 + ❤️ 🍽️



Search



Mexican Street Food Valencia



mexican street food restaurant

Send Message



Like



Follow



Share



Save

Local Restaurant • Valencia, SPAIN

Home

Posts

Photos

Videos

Info

Photos



CONCLUSIONES

Un manual de identidad corporativa es un discurso que sirve como respuesta al desarrollo de la imagen de una empresa, en la que se esclarecen especificaciones sobre el uso de un logotipo, los colores corporativos, la tipografía y otros aspectos del diseño.

Es una guía técnica, la cual debe ser revisada de manera detenida, ya que se establecen las relaciones de uso con respecto a cada elemento, con la finalidad de que no se haga un mal uso de las imágenes primaria y secundarias; así como una serie de aplicaciones que serán útiles de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Mexican Street Food ahora presenta una imagen corporativa y debe considerar que la realización de un manual afecta de manera directa al desarrollo de su empresa, a todo lo que hace y proyecta. Por tal motivo la imagen gráfica no solo involucra a los propietarios y el lugar, sino también a los empleados, ya que no solo se construye a nivel visual, sino también como parte de una identidad que esclarece toda una filosofía de marca.

Al contar con una imagen tiene las estrategias comunicativas para buscar su posicionamiento en el mercado. Mi trabajo como diseñadora no solo constituye la integración de los aspectos ideológicos de la empresa sino la integración de éstos en la parte comunicativa con aspectos estéticos, al definir el tipo de empresa al que me enfrento y tratar de diferenciarla de sus competidores más próximos.

