



# RINCÓN SAN PEDRO

---

*Come bien, bebe bien*

**MANUAL**  
DE IDENTIDAD





El manual de marca de **Rincón San Pedro** recopila los elementos esenciales de su identidad visual.

En este documento se establecen las pautas para la construcción y el uso de tipografías, así como las diversas aplicaciones de la marca.

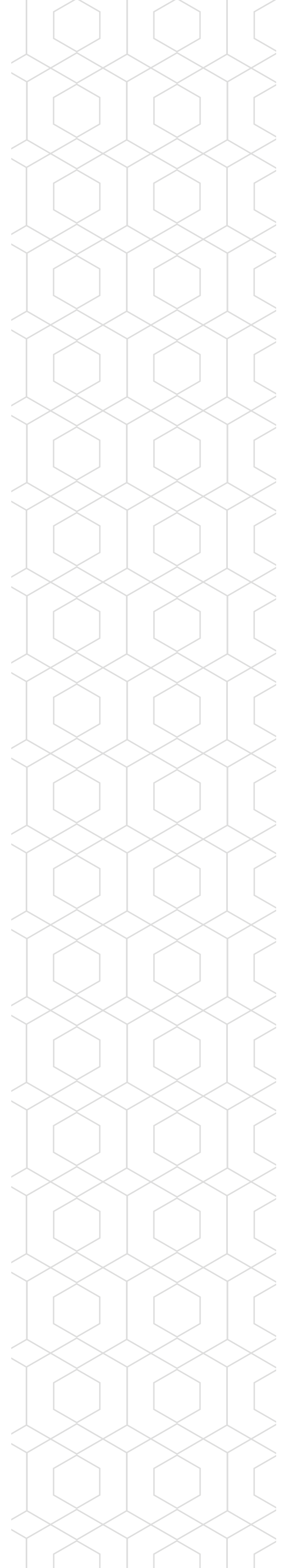
Es crucial que el uso correcto de la marca **Rincón San Pedro** se ajuste estrictamente a las recomendaciones detalladas en este manual y en otros documentos que aseguren la coherencia en la comunicación, tanto interna como externa.

Este manual de marca debe ser una herramienta dinámica y estar presente en todas las aplicaciones relacionadas con la imagen corporativa, así como en la interacción con sus productos.

Las directrices aquí presentadas no buscan limitar la creatividad de la empresa, sino más bien servir como guía para explorar nuevas posibilidades creativas que permitan comunicar su esencia de manera efectiva.

# TABLA DE CONTENIDO

- **TONO**
- **PROPUESTAS  
LOGOTIPO**
- **CONSTRUCCIÓN  
Y APLICACIÓN**
- **IMAGOTIPO Y  
VARIACIONES**
- **PALETA DE COLOR**
- **USOS INCORRECTOS**
- **DISEÑO RACIONAL**
- **TIPOGRAFÍA**
- **UTILIDADES**





# TONO

El tono de nuestra marca se transmite desde un estilo de comunicación amigable. Debemos parecer como si fuéramos un amigo cercano que se comunica con respeto y de manera cómoda y asertiva. Utilizamos un lenguaje sencillo y cercano para lograr fortalecer los lazos de fidelización, cercanía y amistad con los clientes.

Palabras clave: Fresco, local, natural.

Se fomenta el sentido de comunidad y de compartir, dentro de un ambiente vibrante y positivo.

# PROPUESTAS

## LOGOTIPO

OPCIÓN 2



OPCIÓN 1



OPCIÓN 3



# CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

Rincón San Pedro es un restaurante/bar de tapas que se caracteriza por sus tapas.

El elemento central de nuestra marca es una tipografía audaz y sencilla que transmite modernidad y antigüedad en nuestro logotipo. La simplicidad de sus formas añade sofisticación y presencia.

Este enfoque nos permite mantener una imagen moderna y actual que perdure a través del tiempo.

**Imagotipo:**



*Come bien, bebe bien*

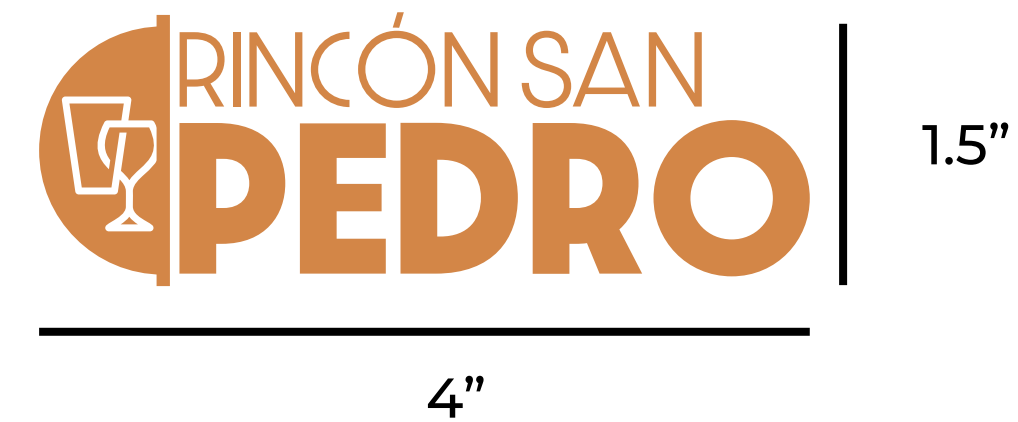


# CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

## Tamaño mínimo de reducción

Se ha establecido un tamaño mínimo de reducción para impresión de 4 pulgadas de largo y 1.5 pulgadas de alto, eliminando en estas medidas el slogan.

Para la reducción en pantallas o artes digitales, se aconseja un tamaño mínimo de 516 píxeles de largo y 230 píxeles de alto.







### Modulación

El imagotipo de Rincón San Pedro se inscribe en una superficie modular de proporciones de 17x8.

El valor de “X” establece la unidad de medida y de esa forma aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



### Área de protección

Se ha establecido un área de protección en torno al imagotipo; esta área está exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida “X”. Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio, separando el imagotipo del resto de los elementos de la página (textos e imágenes).

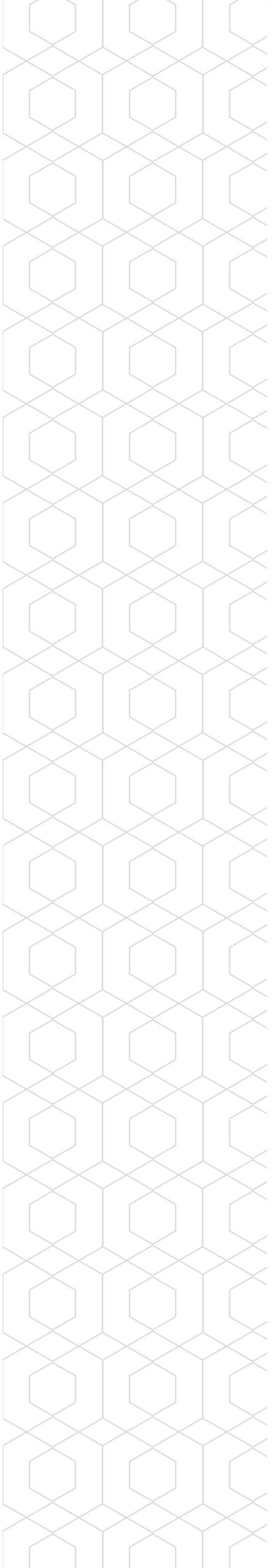


# IMAGOTIPO Y VARIACIONES

**Principal**



**Alternativo**



# PALETA DE COLOR

## Color Principal:



**PANTONE: 7576 C**  
**#DD8B4A**  
R: 221 G: 139 B: 74  
C: 11% M: 52% Y: 76% K: 2%

## Colores Alternativos:



**PANTONE 7596 C**  
**#573F2B**  
R: 87 G: 63 B: 43  
C: 45% M: 59% Y: 71% K: 59%



**PANTONE 5835 C**  
**#A49952**  
R: 164 G: 153 B: 82  
C: 36% M: 29% Y: 75% K: 12%

# COLORES SECUNDARIOS



**#F4CC94**

R: 244 G: 204 B: 148

C: 4% M: 23% Y: 47% K: 0%



**#A1A888**

R: 161 G: 168 B: 136

C: 40% M: 24% Y: 49% K: 7%





---

*Come bien, bebe bien*



---

*Come bien, bebe bien*

# USOS INCORRECTOS



No respetar espacios



No cambiar proporciones verticales  
ni horizontales



No usar colores fuera de la paleta



No alterar la posición



No aplicar trazo



No colocar sombra o efectos



No usar horizontal



No colocar más elementos



No aplicar moldura

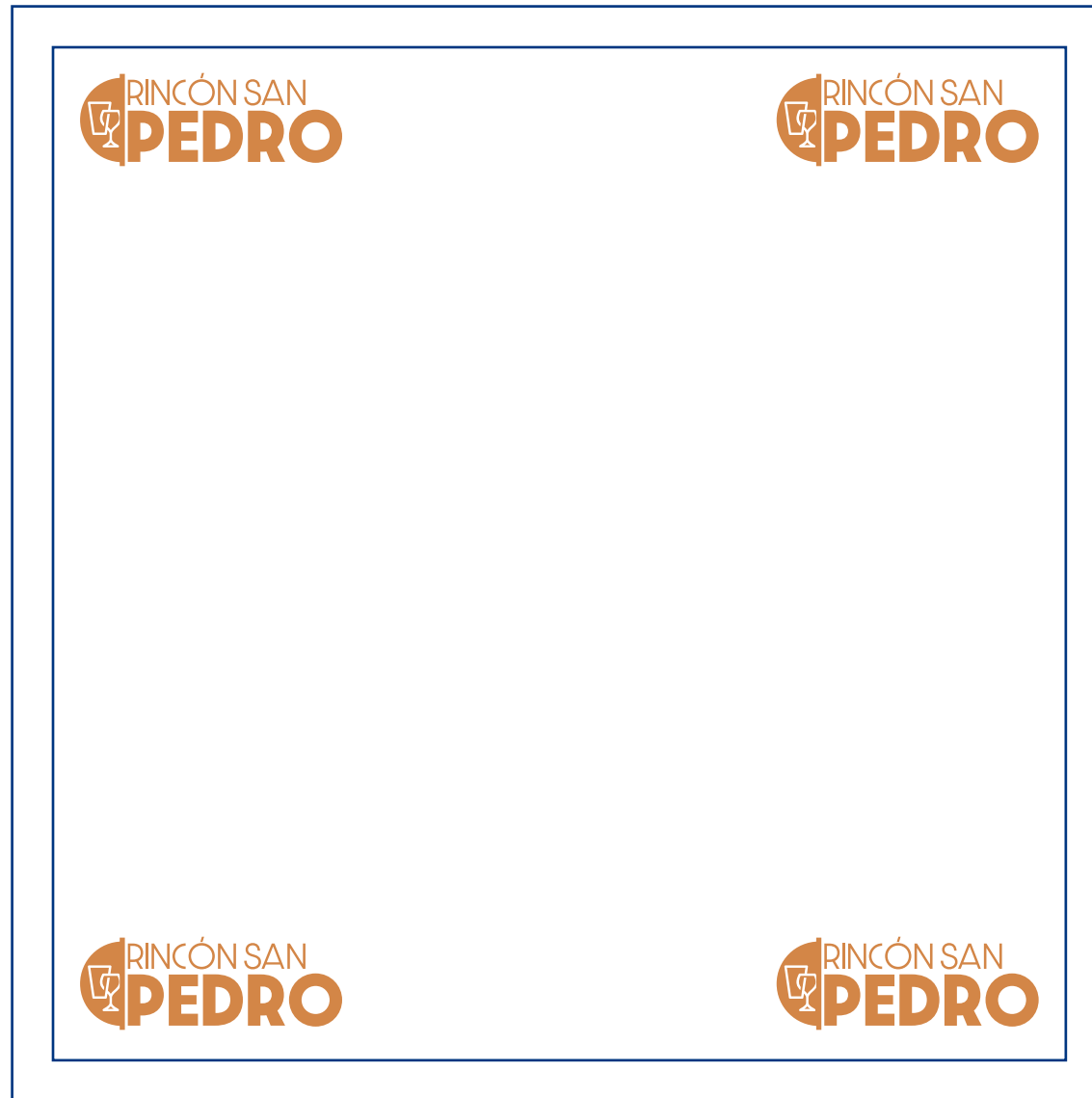


# USOS EN FOTOGRAFÍAS





# DISEÑO RACIONAL



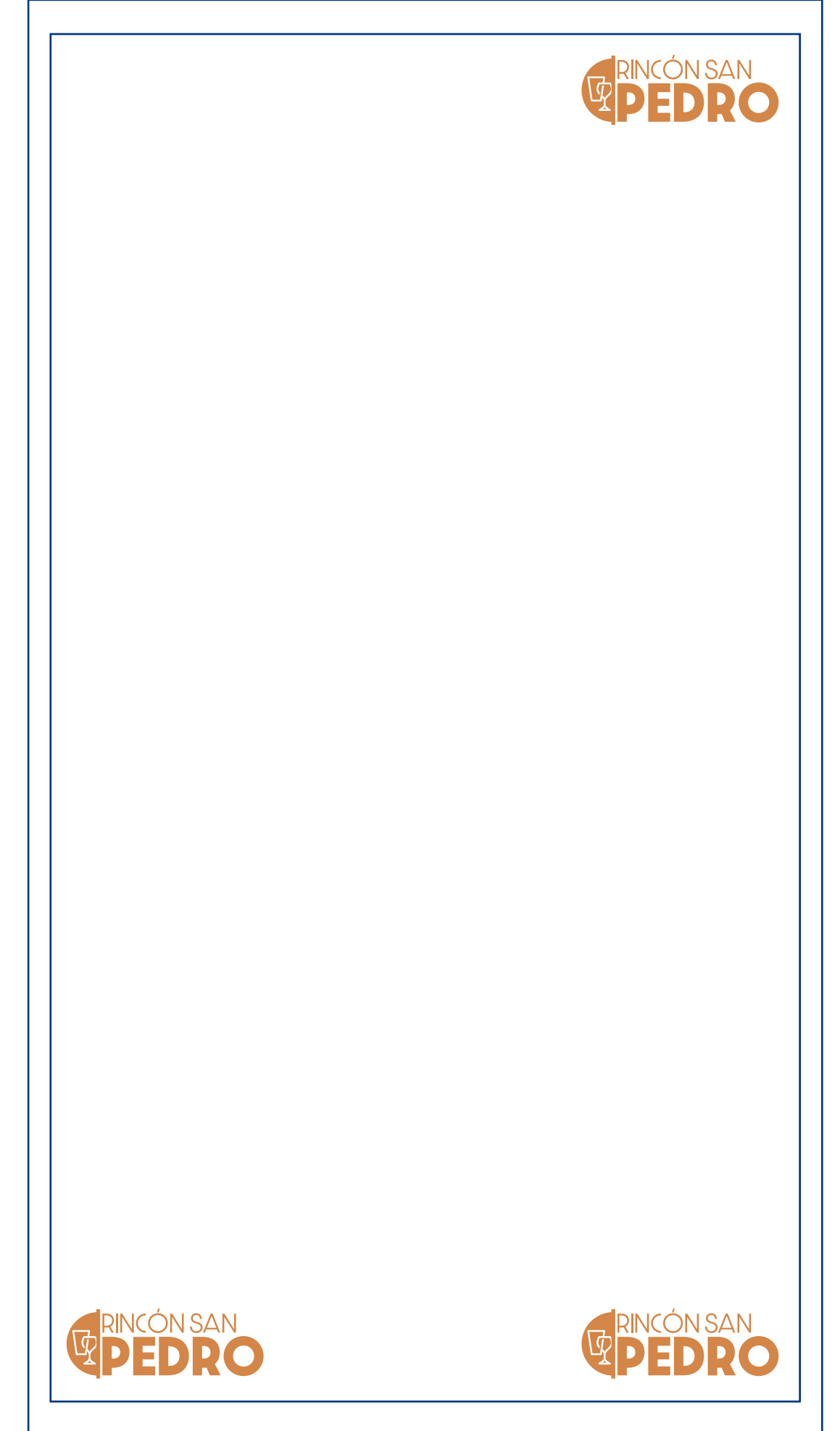
**1:1**



**16:9**

El diseño racional lo utilizamos para solucionar un problema de carácter gráfico, por ejemplo, hacer un post de Instagram y no saber dónde colocar nuestro logo.

La herramienta que debemos utilizar para solucionar este tipo de inconvenientes, que pueden surgir, es nuestro Manual de Marca.



**9:16**

# TIPOGRAFÍA

## Fuente Primaria

La fuente 'Dazzle Unicase' se utilizó para diseñar el logotipo de la marca. Una característica especial de esta tipografía es que no cuenta con minúsculas, lo que le confiere un estilo moderno, robusto y estilizado al mismo tiempo.

Según este manual, esta tipografía puede emplearse para encabezados, títulos, presentaciones, videos, reels, etc.

PP PP

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

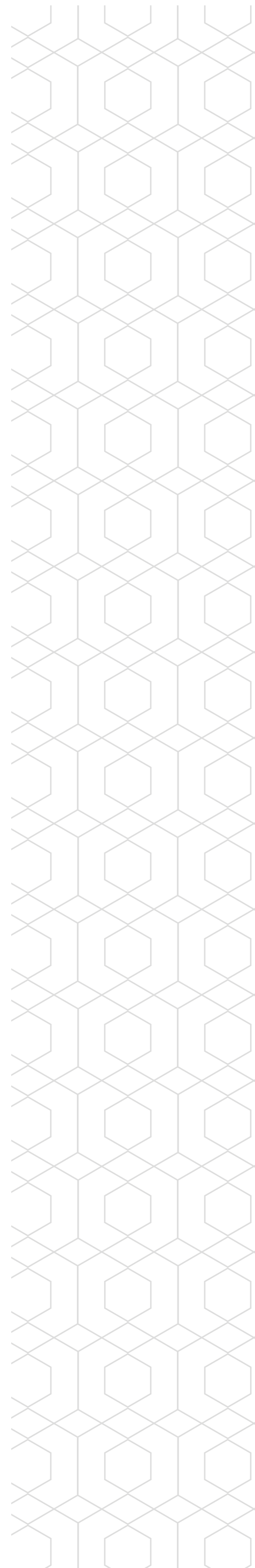
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**Fuente Secundaria**

Poppins puede usarse para encabezados, títulos, presentaciones, reels, documentos, diseños, publicaciones para redes sociales, documentos legales, etc.

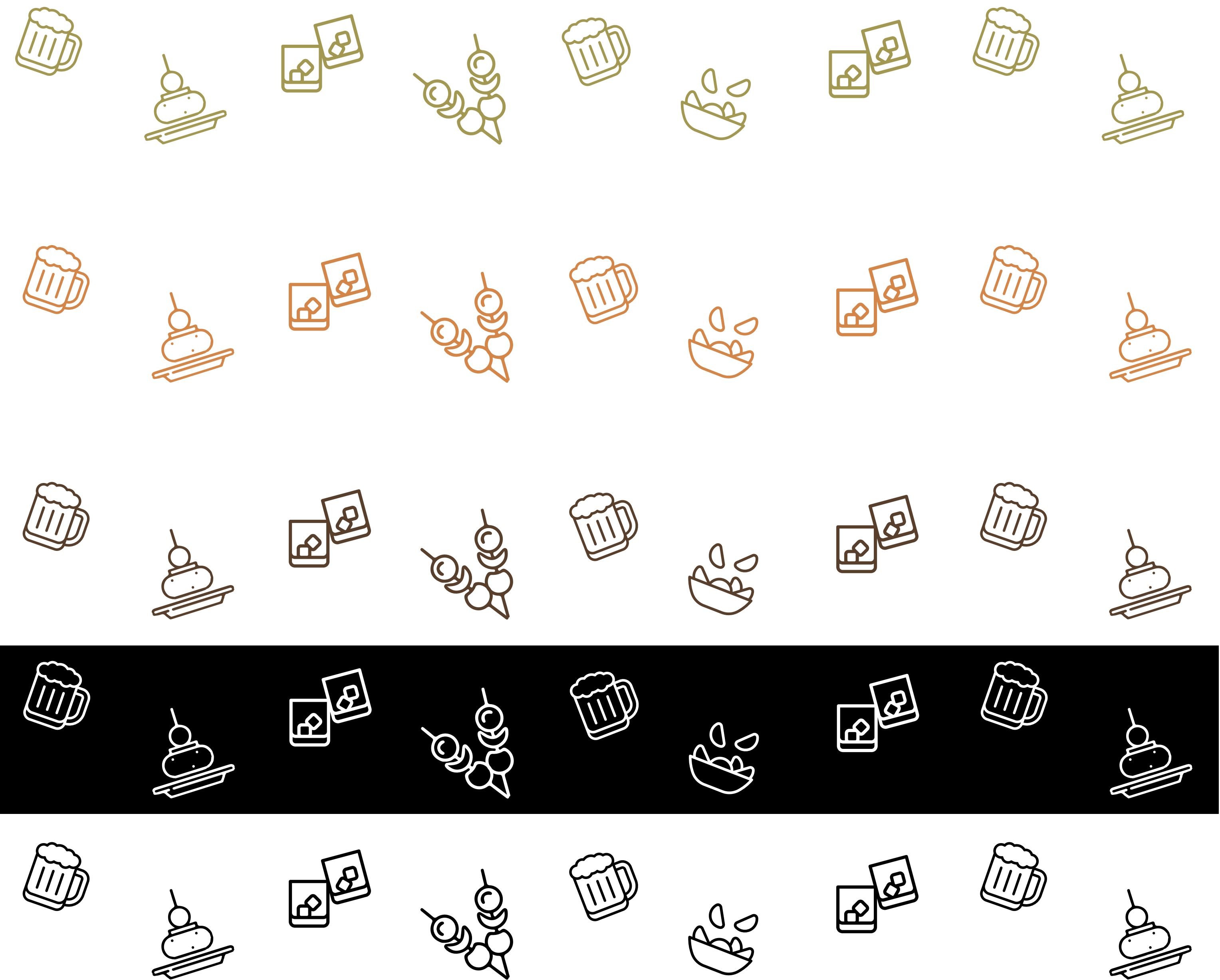
Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



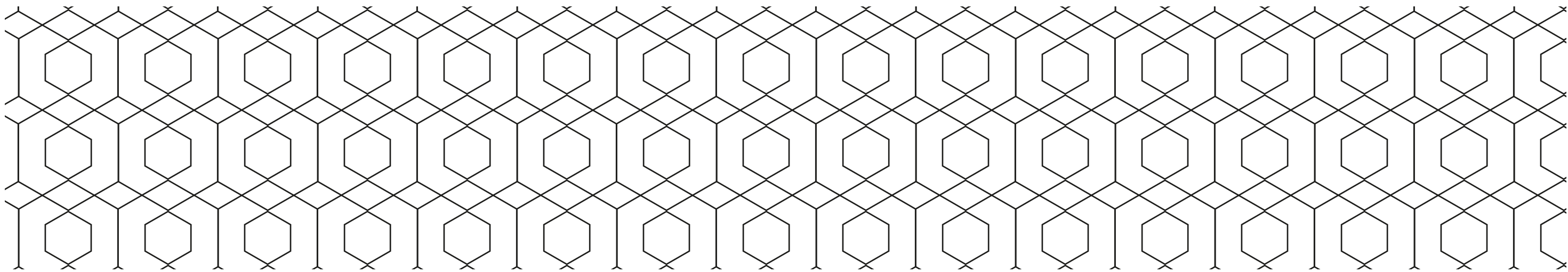
# UTILIDADES

Patrones:



**Patrones:**

estos patrones se utilizan con un 20% de opacidad





### **Packaging:**

bolsas de papel y empaques plásticos pequeños identificados con nuestra marca, este tipo de empaque servirán para el transporte de pequeñas cantidades de alimentos





## Packaging

bolsas “ToGo” para transportar alimentos





**Patrones:**

creacion de patrones para artes en exteriores e interiores



22x257cm cada ventanal lateral



90x220cm cada puerta





110x250 cm para puerta promocional en la entrada del restaurante



72x105cm cada ventana

