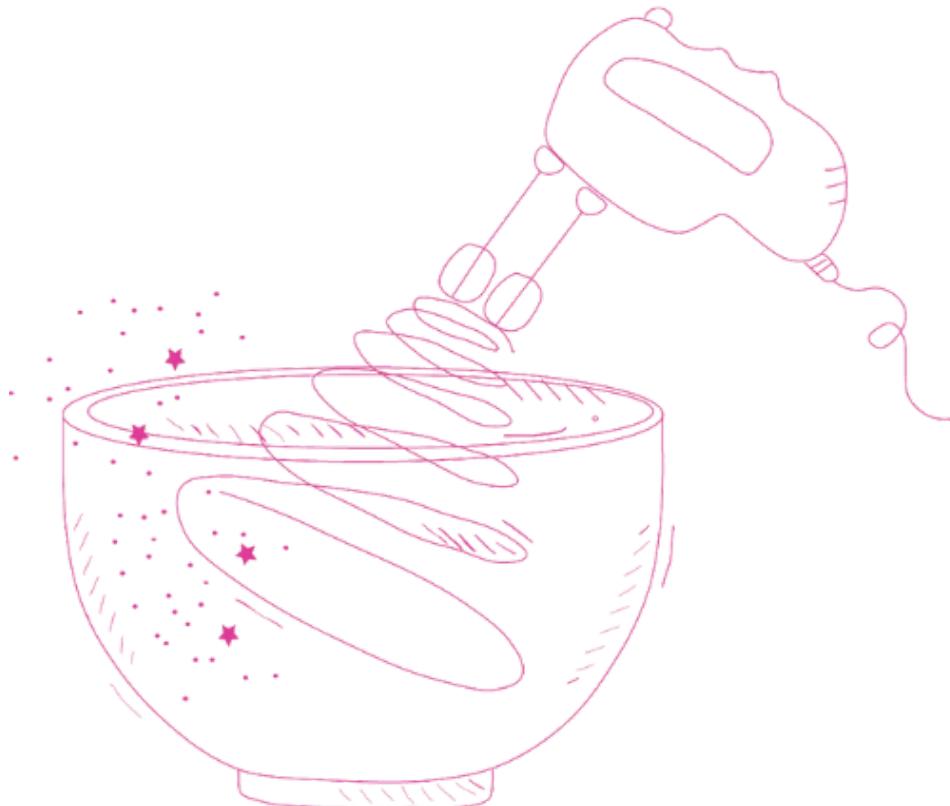


# MANUAL DE MARCA



**CHERRYCAKES**

# Indice de Contenidos

## 1. Introducción a la marca

- Historia y Vision
- Valores y Filosofía

## 2. Identidad Visual

### Imagotipo

- Variantes del Imagotipo
- Usos correctos e Incorrectos
- Áreas de Seguridad y Tamaños mínimos

### Colores Corporativos

- Paleta de Colores Primaria y Secundaria
- Código de Color (RGB, CMYK, HSB)

### Tipografía

- Fuentes Primarias y Secundarias
- Usos Recomendados para Títulos, Subtítulos y Cuerpo de Texto

### Imagenería y Fotografía

- Estilo y Tono
- Ejemplos de Fotografías Adecuadas e Inadecuadas

## 3. Aplicaciones de la Marca

### Papelería Corporativa

- Tarjetas de Presentación
- Hoja Membretada

### Medios Digitales

- Redes Sociales
- Sitios Web

### Empaques

- Packaging
- calcomanía
- Merchandising

# Indice de Contenidos

## 4. Tono y Voz de la Marca

### Estilo y Comunicacion

- Directrices sobre el Tono y el Estilo de la Escritura

### Mensaje Clave

- Mensaje y Eslogan Representativo de la Marca

### Ejemplos de Comunicacion

- Ejemplo de Correo Electronico y Publicacion en Redes Sociales

## 5. Normas y Politicas de Uso

- Licencias y Derechos de Uso
- Supervision y Aprobación

## 6. Contacto y Soporte

- Informacion de Contacto
- Recursos Adicionales

01

# Introducción a la marca

# Historia

CherryCakes es una idea de negocio creada por Karla Villacis en el año 2022. Toda esta historia comenzó en Caracas- Venezuela desde muy pequeña, crecí en un entorno donde siempre estaba rodeada de postres; tortas, cupcakes, gelatinas personalizadas, etc. Donde siempre estaba ayudando a mi mamá a realizar sus pedidos, donde siempre había algún postre hecho con amor para comer en las tardes después del colegio, donde cada fecha especial y festivo había un pastel creando recuerdos inolvidables.

# Misión

En CherryCake, nuestra misión es crear momentos inolvidables a través de deliciosos postres artesanales, utilizando ingredientes de la más alta calidad. Nos dedicamos a endulzar las celebraciones y ocasiones especiales de nuestros clientes, ofreciendo una experiencia personalizada y cálida en cada bocado.

# Visión

Nuestra visión es ser la pastelería preferida en Quito, reconocida por nuestra innovación en sabores y nuestro compromiso con la excelencia. Aspiramos a expandir nuestro alcance, llevando la dulzura de CherryCake a más personas y comunidades, mientras mantenemos la calidad y el amor que ponemos en cada uno de nuestros productos.

# Valores

**Calidad:** Nos comprometemos a utilizar solo los mejores ingredientes, asegurando que cada producto que ofrecemos sea de la más alta calidad.

**Creatividad:** Fomentamos la innovación en nuestros sabores y diseños, buscando siempre sorprender y deleitar a nuestros clientes.

**Compromiso:** Nos dedicamos a proporcionar un servicio excepcional, garantizando que cada cliente se sienta valorado y satisfecho.

**Pasión:** Amamos lo que hacemos y esto se refleja en la dedicación y el cuidado con el que preparamos cada uno de nuestros postres.

**Integridad:** Actuamos con honestidad y transparencia en todas nuestras operaciones, construyendo relaciones de confianza con nuestros clientes y colaboradores.

**Comunidad:** Nos esforzamos por ser una parte activa y positiva de nuestra comunidad, apoyando eventos locales y promoviendo la conexión entre las personas.

# Filosofía

CherryCake se centra en la calidad, la creatividad y el compromiso con la satisfacción del cliente. Nos esforzamos por crear momentos inolvidables a través de nuestros productos, manteniendo una filosofía de trabajo colaborativa y creativa, con un fuerte énfasis en la ética, la formación continua y la responsabilidad social. Nuestro objetivo es ser la pastelería líder en Quito, ofreciendo experiencias únicas y deliciosas en cada bocado.

02

## Identidad Visual

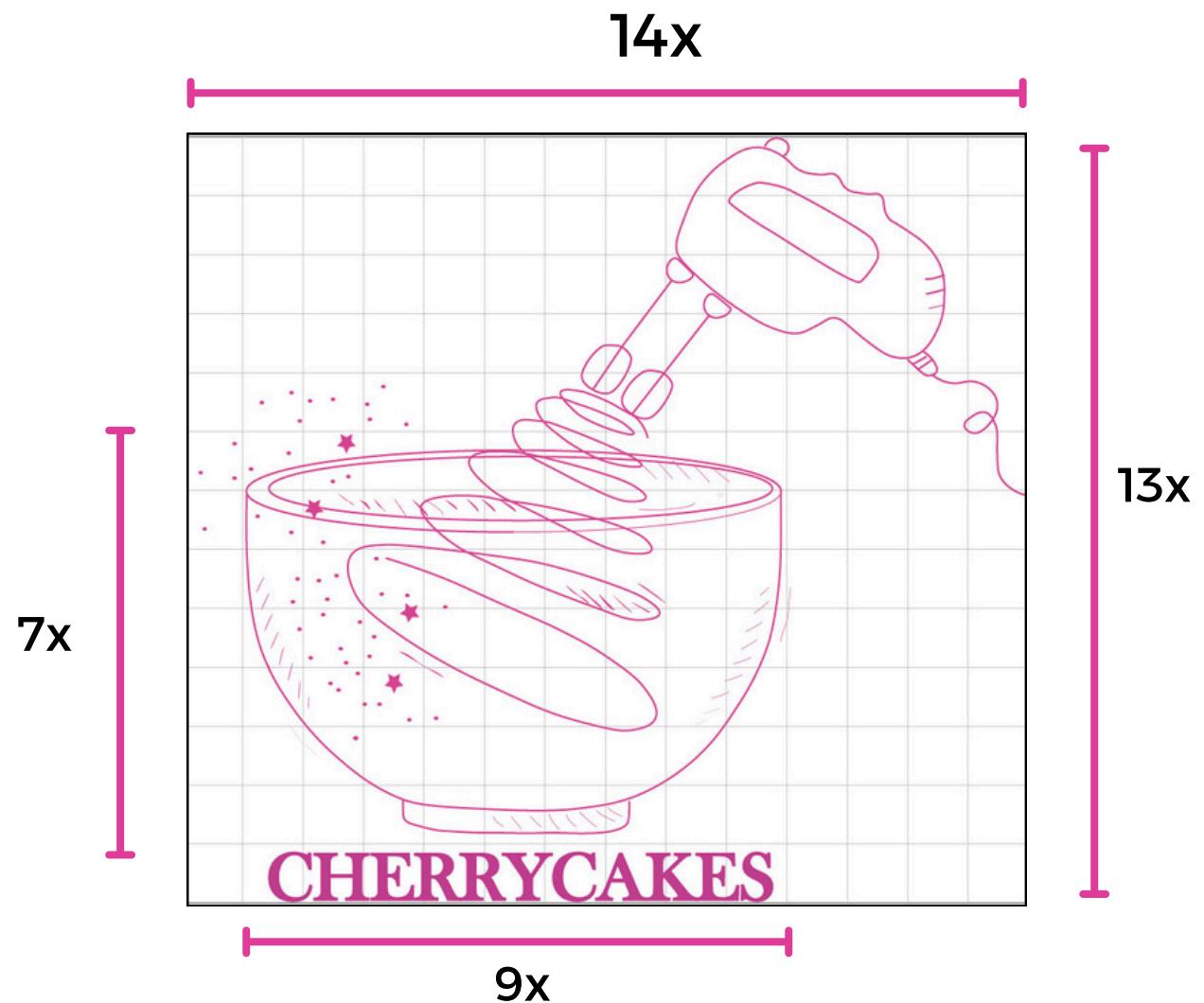
# Imagotipo

Este formato es ideal porque permite una mayor flexibilidad y reconocimiento visual, ya que tanto el símbolo como el nombre pueden ser usados juntos o por separado sin perder identidad. La imagen del cheesecake y el nombre CherryCake juntos refuerzan la asociación inmediata con la repostería, transmitiendo calidad y creatividad. Además, el imagotipo facilita la adaptación en diversos formatos y materiales promocionales, manteniendo la consistencia de la marca y mejorando la conexión emocional con los clientes.



# Construcción Gráfica

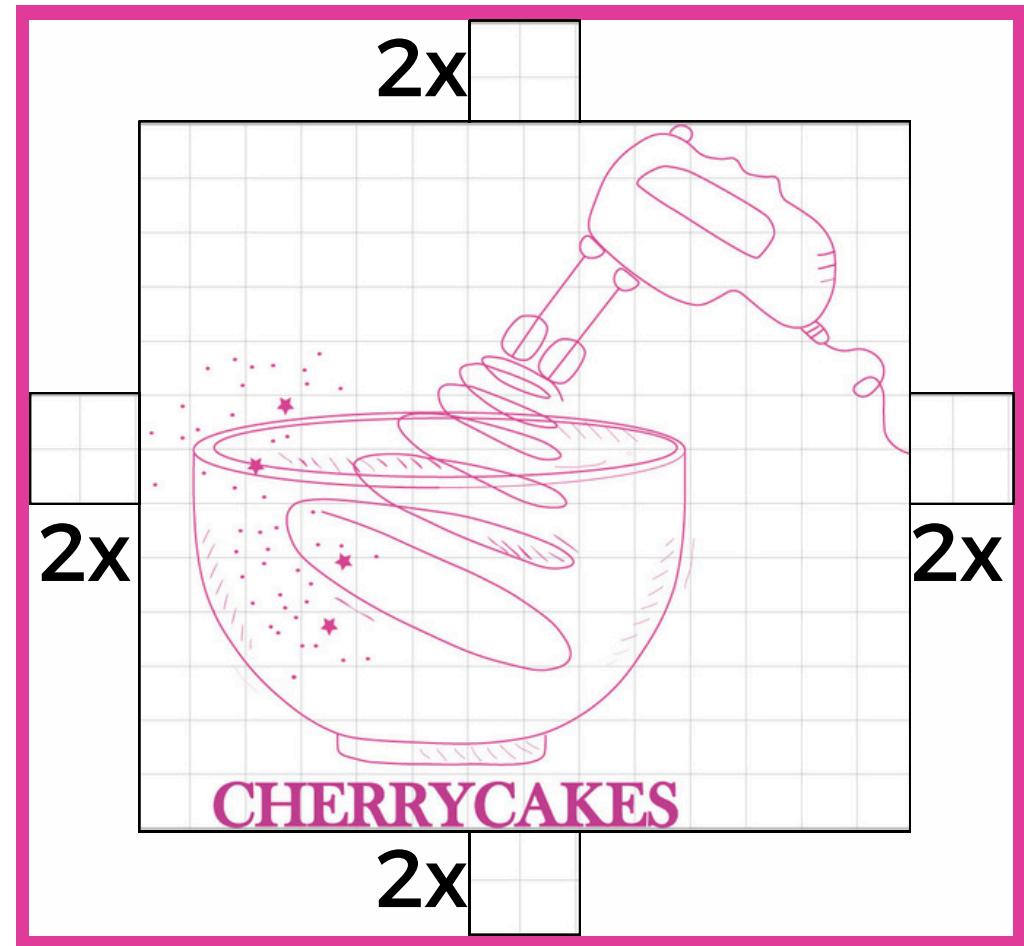
$$\square = x$$



# Zona de protección y tamaños mínimos

Para asegurar legibilidad de la tipografía y los elementos que contiene la marca, presentamos esta zona de protección

 = X



# Tamaños mínimos

Los tamaños utilizables para el imagotipo irán proporcionales al reporte en el que utilizaran, siempre teniendo en cuenta el mínimo obligatorio

## Medios digitales

### Icono Redes Sociales:

- Tamaño mínimo recomendado: 180x180 píxeles.  
Este tamaño asegura que el logotipo se vea claro y reconocible en las plataformas de redes sociales, incluso en dispositivos móviles.

### Miniatura (Favicon):

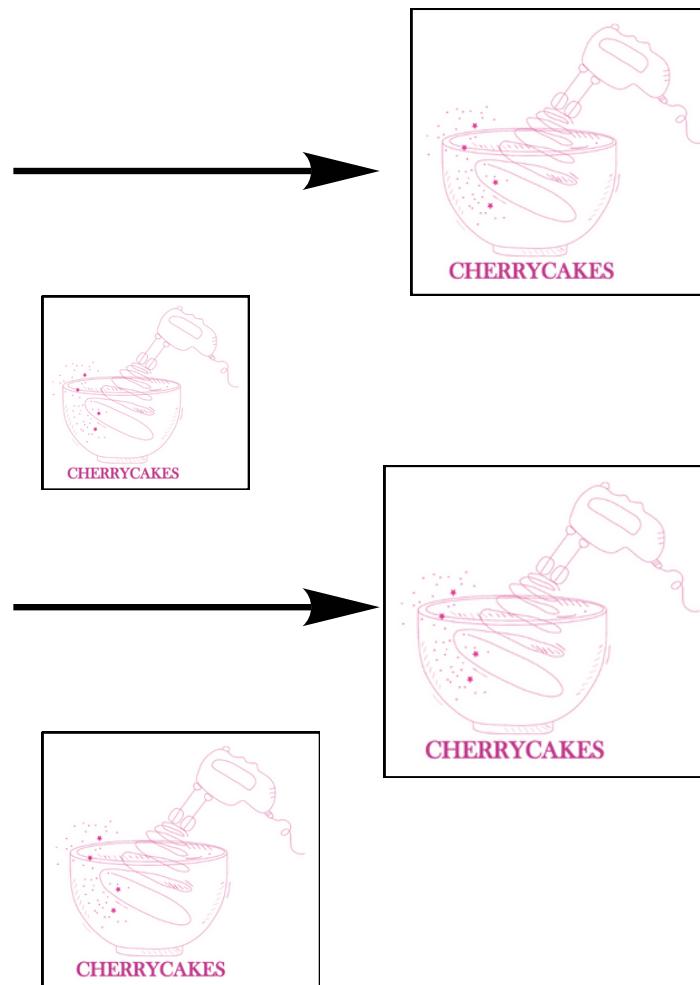
- Tamaño mínimo recomendado: 32x32 píxeles. Para mantener la legibilidad y la identidad de la marca, el favicon debe ser lo suficientemente grande como para ser reconocible en la barra de direcciones del navegador.

### Imágenes en Publicaciones:

- Tamaño mínimo recomendado: 1080x1080 píxeles.  
Este tamaño es ideal para publicaciones en Instagram y otras plataformas que requieren alta resolución para asegurar que el logotipo se vea nítido y detallado.

### Encabezados de Página Web:

- Tamaño mínimo recomendado: 250x250 píxeles.  
Asegura que el logotipo se vea claro y profesional en la parte superior de las páginas web, ofreciendo una buena visibilidad sin ser demasiado intrusivo.



# Tamaños mínimos

## Medios Impresos

### Tarjetas de Visita:

- Tamaño mínimo recomendado: 2x2 cm. Este tamaño asegura que el logotipo sea nítido y legible en el espacio limitado de una tarjeta de visita, manteniendo la identidad de la marca.

### Folletos y Flyers:

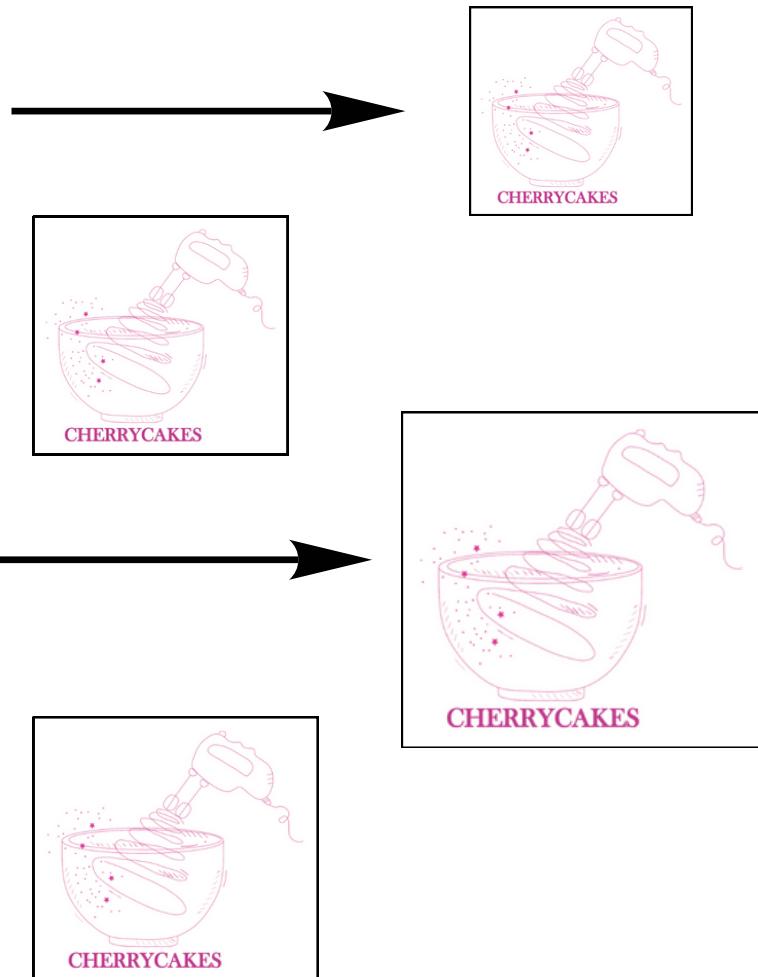
- Tamaño mínimo recomendado: 2.5x2.5 cm. Asegura que el logotipo sea visible y reconocible en el diseño compacto de un folleto o flyer.

### Carteles y Anuncios:

- Tamaño mínimo recomendado: 5x5 cm. En formatos más grandes como carteles, el logotipo necesita ser lo suficientemente grande como para ser visto desde una distancia, manteniendo la claridad y el impacto visual.

### Papelería Corporativa:

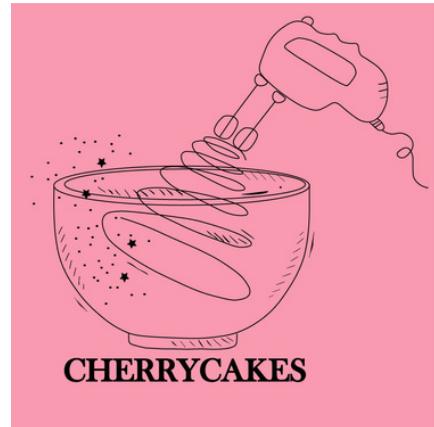
- Tamaño mínimo recomendado: 3x3 cm. Justificación: Asegura que el logotipo se vea profesional y legible en documentos corporativos, fortaleciendo la identidad de la marca en comunicaciones formales.



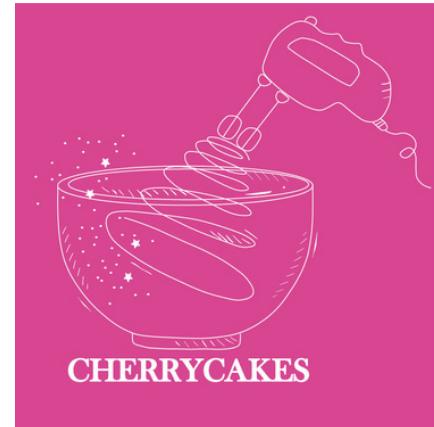
# Variantes del isologo



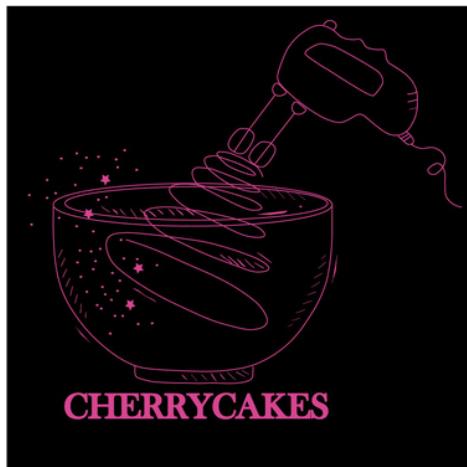
A color sobre blanco



Negro sobre el rosado



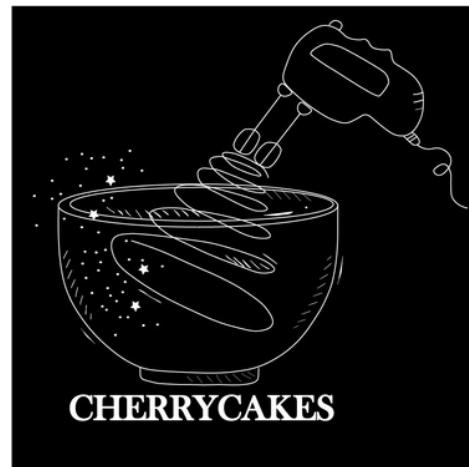
Blanco sobre el morado



Morado sobre el negro



Positivo

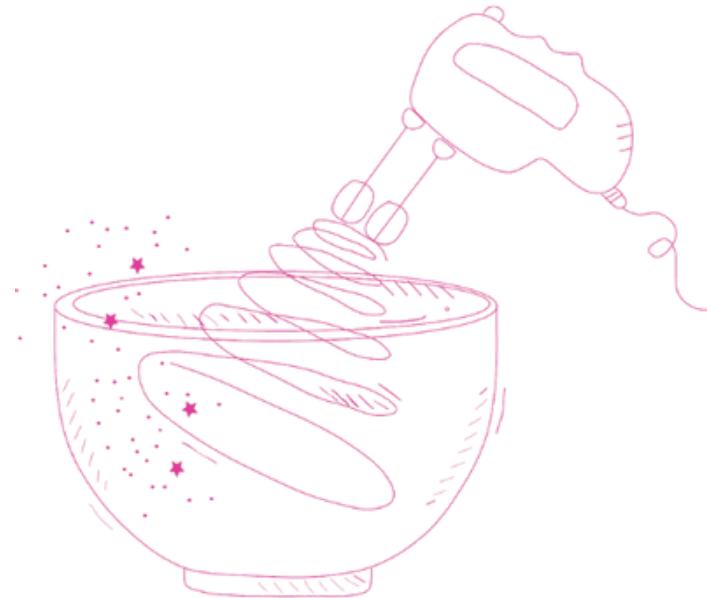


Negativo

# Usos Correctos e Incorrectos

## Usos Correctos

Se recomienda en especial cuidado utilizar de manera correcta el logo para que se mantenga su imagen de identidad



**CHERRYCAKES**

**LOGO COMPLETO**

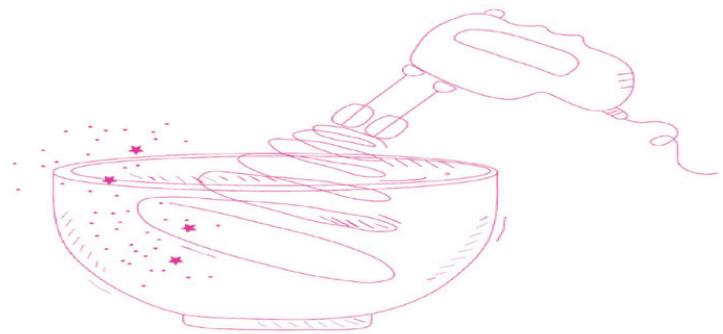
# Usos incorrectos



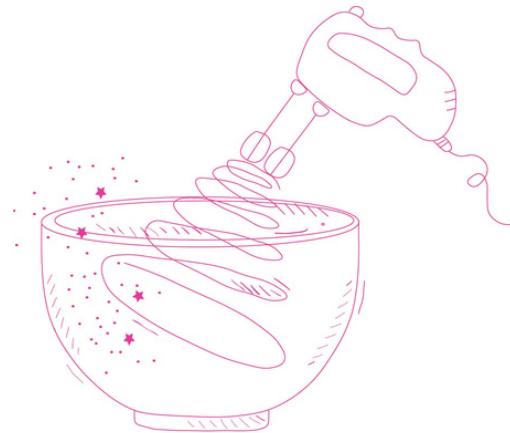
Lococarlo de cabeza



Distorsión en su proporción vertical



Distorsión en su proporción horizontal



Cambio de Tipografía

## Colores Corporativo

Color Primario



#D74692

R:215. H:328,55° C:11,99%  
G:70. S:67,44% M:83,61%  
B:146. B:84,31% Y:0%  
K:0,01%

Color Secundario



#F99AAF

R:249. H:346,74° C:0%  
G:154. S:38,15% M:52,12%  
B:175. B:97,65% Y:14,48%  
K:0%

# **Tipografía de Fuentes Primaria y Secundarias**

"Helvetica World" es conocida por su claridad y legibilidad, lo que asegura una comunicación efectiva y profesional, alineándose con nuestro compromiso con la calidad y la excelencia. Por otro lado, "Alegreya SC" aporta un toque de elegancia y calidez, evocando la artesanía y el carácter único de nuestros productos.

## **Helvetica World**

12345678910

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

## **ALEGREYA SC**

12345678910

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

# Usos Recomendados para Títulos, Subtítulos y Cuerpos de texto

## Títulos

- Tipografía: Alegreya SC
- Uso: Los subtítulos deben complementar los títulos proporcionando información adicional de manera elegante. La fuente "Alegreya SC" aporta una estética sofisticada y acogedora, ideal para guiar al lector de una sección a otra.
- Recomendación: Usar en un tamaño mediano y con un peso normal o semibold. Perfecto para introducciones, descripciones breves, y encabezados de secciones

## Subtítulos

- Tipografía: Helvetica World
- Uso: Los títulos deben ser impactantes y claros. La fuente "Helvetica World" se utiliza para asegurar que los títulos sean fácilmente legibles y profesionales, capturando la atención del lector de inmediato.
- Recomendación: Usar en tamaños grandes y con un peso más grueso (bold) para destacar. Ideal para encabezados de páginas web, banners, y promociones principales.

## Cuerpos de texto

- Tipografía: Helvetica World
- Uso: Los cuerpos de texto requieren legibilidad y claridad para una lectura cómoda y efectiva. "Helvetica World" es una fuente versátil que garantiza que los textos largos sean accesibles y fáciles de leer.
- Recomendación: Usar en un tamaño regular con un peso normal. Adecuado para descripciones detalladas de productos, publicaciones de blog, y cualquier contenido extenso.

# Imaginería y Fotografía

## Estilo y Tono

## Fotografías Adecuadas



# Imagería y Fotografía

## Ejemplos de Fotografías

### Fotografías Inadecuadas

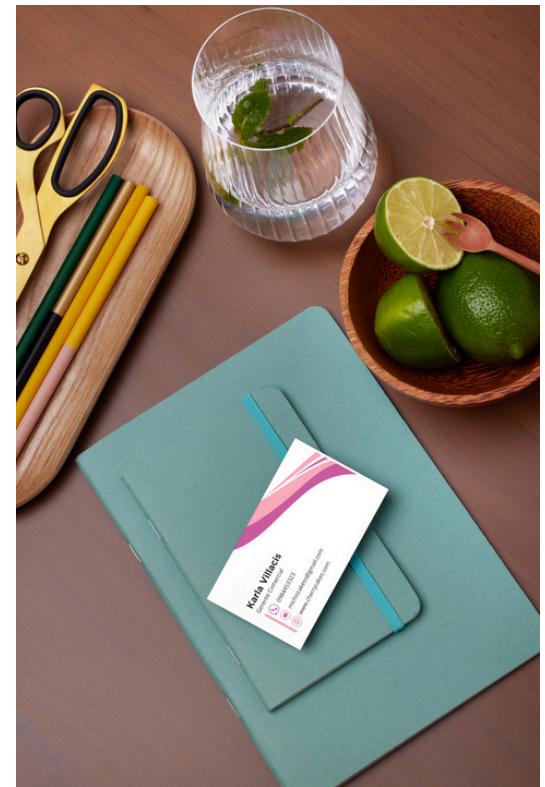


03

## Aplicaciones de la Marca

# Papelería Corporativa

## Tarjetas de presentación



# Hoja Membretada



## CHERRYCAKES

Calle Cualquiera 123, Cualquier Lugar  
hola@unsitiogenial.es  
[www.unsitiogenial.es](http://www.unsitiogenial.es)

### Para Olivia Wilson

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

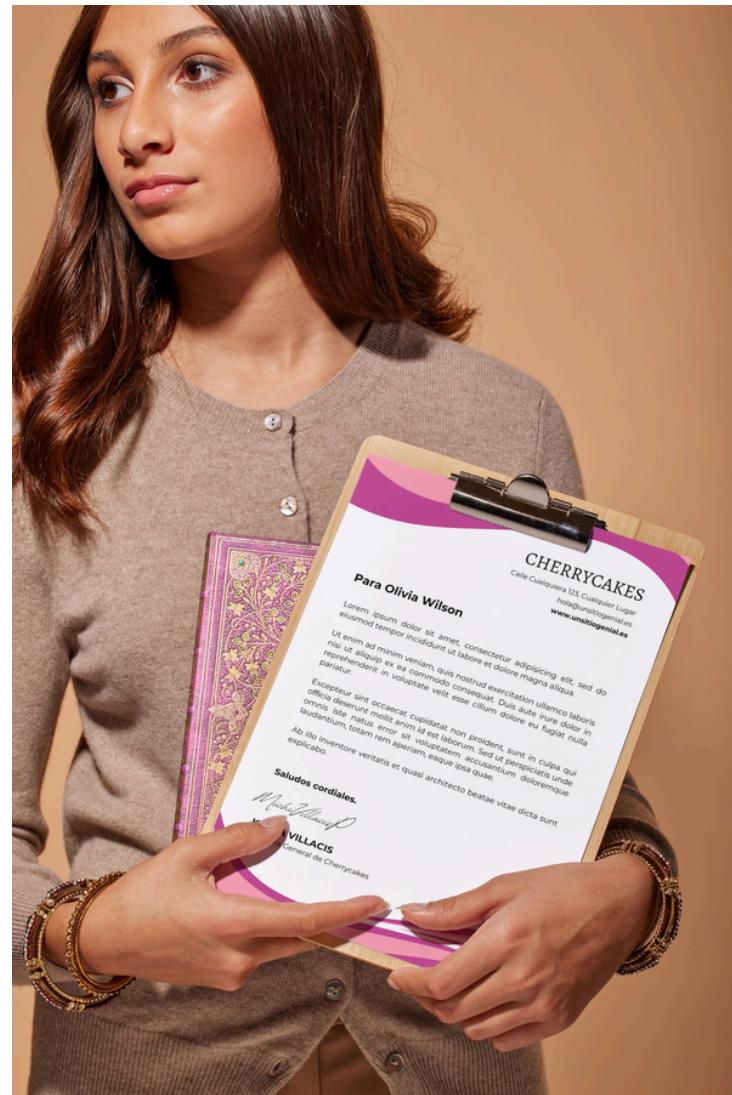
Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae.

Ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

Saludos cordiales.

**KARLA VILLACIS**

Directora General de Cherrycakes



# Medios Digitales

## Instagram

cherrycake.s • 1

 CHERRYCAKES

7 publicaciones 43 seguidores 6 seguidos

CHERRYCAKES 🎂 | REPOSTERÍA| BOCADITOS  
Tienda de repostería  
Descubre mi pastelería y deliciosos bocaditos caseros. 🎂 pasteles a domicilio y famosos cheesecakes, hechos con amor y los mejores ingredientes. 🎂  
[walink.co/c5cd6b](http://walink.co/c5cd6b)

## Facebook

CherryCakes 3

Welcome to

 CHERRYCAKES

0984453323

CherryCakes

Página · Tienda de repostería

1 Me gusta • 1 seguidor

¡Bienvenido a CherryCake! 🎂 Descubre nuestra pastelería y los deliciosos bocaditos caseros. 🎂 Con nuestros pasteles a domicilio, ¡es posible! Y no te pierdas nuestros famosos cheesecakes, preparados con amor y los mejores ingredientes 🎂🍒

cherrycake.s +1

# TikTok



## Sitios web

A screenshot of a web browser window showing the website <https://cherrycakes.com>. The browser interface includes a tab bar with three tabs, a search bar, and a navigation bar with back, forward, and search icons. At the bottom, there is a pink footer bar with the brand logo, menu options (inicio, Menú, Promociones, Preguntas Frecuentes, Contacto), and a search icon.

# Empaques



# Empaques



# Merchandising



# Merchandising



04

## **Tono y Voz de la marca**

# Estilo de Comunicación

## El Tono que utilizaremos es:

- **Amigable:** El tono amigable de CherryCake se caracteriza por su capacidad para generar una atmósfera de confianza. La marca se comunica de una manera que hace que los clientes se sientan como si estuvieran interactuando con un amigo cercano. Este tono es esencial para crear un vínculo personal con los clientes, haciendo que se sientan cómodos y bienvenidos cada vez que interactúan con CherryCake. La amabilidad se refleja en la forma en que se responden las consultas, se manejan los comentarios y se realizan las comunicaciones diarias. Se evita cualquier lenguaje que pueda parecer distante o impersonal, optando siempre por un enfoque que prioriza la calidez y la conexión humana.

- **Ejemplo:**

- 1.¡Hola! Nos encantaría que pruebes nuestro nuevo cheesecake de frutilla. ¿Te animas?
- 2.Gracias por tu compra, Ana. ¡Esperamos que disfrutes cada bocado!

- **Cálido:** El tono cálido de CherryCake está diseñado para evocar sentimientos de confort y afecto. Este tono transmite una sensación de cuidado genuino y atención personalizada, como si cada cliente fuera una parte importante de la familia CherryCake. La calidez se manifiesta en la manera en que se narran las historias de la marca, se agradece a los clientes por su apoyo y se les incluye en el viaje de CherryCake. La comunicación no solo se centra en la transacción comercial, sino también en construir una relación emocionalmente resonante con los clientes. Las palabras y frases usadas están cuidadosamente seleccionadas para asegurarse de que los clientes sientan que su bienestar y satisfacción son prioridades para la marca.

- **Ejemplo:**

- 1.Bienvenido a nuestro dulce hogar, donde cada pastel está hecho con amor.
- 2.En CherryCake, creemos que cada momento especial merece un toque dulce. ¿Cómo podemos endulzar tu día hoy?

- **Cercano:** El tono cercano de CherryCake busca eliminar cualquier barrera de formalidad, haciendo que la comunicación sea sencilla, directa y auténtica. La cercanía implica hablar de manera honesta y transparente, como lo haría un vecino o un amigo de confianza. Este tono permite que los clientes se sientan escuchados y valorados, sabiendo que pueden contar con CherryCake para una interacción directa y sin complicaciones. La cercanía se refleja en la prontitud y personalización de las respuestas, así como en la invitación constante a los clientes para que comparten sus opiniones y experiencias. Este tono fortalece la relación cliente-marca, promoviendo un sentimiento de comunidad y pertenencia.

- **Ejemplo:**

1. ¿Cuál es tu sabor de cheesecake favorito? ¡Cuéntanos en los comentarios!
2. Estamos aquí para ti. Si tienes alguna pregunta o necesitas ayuda, no dudes en escribirnos.

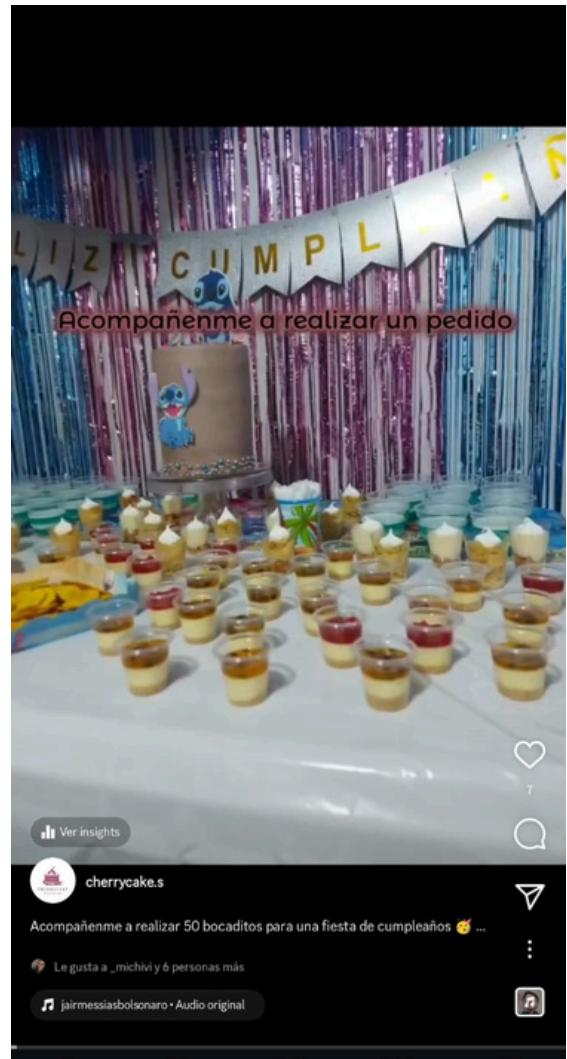
## **El estilo que utilizaremos es:**

CherryCake combina elegancia y modernidad con un toque casero y acogedor. El estilo es visualmente atractivo y juega con una paleta de colores pastel y tipografía suave, transmitiendo calidad y frescura. La comunicación es directa y accesible, con mensajes claros y amigables.

### **Ejemplo de Tono y Estilo en Comunicación:**

- Familias y Padres Jóvenes: 🎉 Haz que las celebraciones en familia sean inolvidables con nuestros deliciosos cheesecakes, perfectos para todos los gustos. Pide el tuyo hoy y disfruta en la comodidad de tu hogar. 🏠
- Profesionales y Ejecutivos: 🌟 Impresiona en tu próximo evento corporativo con nuestros exclusivos cheesecakes. Hechos con los ingredientes más finos, perfectos para sorprender y deleitar a tus invitados. Ordena ahora y asegura una experiencia culinaria excepcional. 🚛
- Jóvenes y Estudiantes Universitarios: 🎉 Endulza tus reuniones con amigos con nuestros irresistibles cheesecakes. Prueba nuestros sabores innovadores disfruta de promociones exclusivas. ¡Sigue nuestras redes para no perderte ninguna oferta! 📱

# Ejemplos de Comunicación



# 05

## **Normas y Políticas de Uso**

# Licencias y Derecho de Uso

## Derechos de Autor y Propiedad Intelectual

Todo el material de marca, incluyendo logotipos, eslóganes, diseños, gráficos, tipografías y cualquier otro elemento visual, es propiedad exclusiva de CherryCakes y está protegido por las leyes de derechos de autor y propiedad intelectual.

Cualquier uso no autorizado de estos elementos, incluyendo la reproducción, distribución, exhibición o creación de trabajos derivados, está estrictamente prohibido y puede resultar en acciones legales.

## Usos permitidos del Material de la Marca

Se permite el uso del material de la marca para fines personales y no comerciales, siempre y cuando:

- No se modifique, altere o adapte el material de la marca.
- No se utilice de manera que pueda causar confusión entre los consumidores o perjudicar la reputación de CherryCakes.

Los clientes y seguidores pueden compartir el material de la marca de CherryCakes en redes sociales y publicaciones en línea para mostrar su apoyo y entusiasmo por nuestros productos, siempre y cuando:

- No se utilice el material de la marca de manera engañosa o que sugiera una asociación oficial sin autorización.
- No se modifique, altere o adapte el material de la marca.

## Permiso de Uso

Para solicitar permiso para usar el material de la marca de CherryCakes, por favor contáctanos a través de nuestro formulario de contacto en la página web con detalles específicos sobre el uso propuesto.

# Supervisión y Aprobación

Para asegurar la integridad del material de marca de CherryCakes, todos los usos que no estén claramente permitidos en las directrices anteriores deben someterse a supervisión y aprobación previa por parte de nuestro equipo de marketing y propiedad intelectual.

## Solicitudes

Enviar una solicitud formal a nuestro correo electrónico utilizando nuestro formulario de contacto en la página web, proporcionando los detalles específicos del uso propuesto del material de la marca.

La propuesta se someterá a una evaluación por nuestro equipo de Marketing quien decidirá si se publica o no.

## Ejemplos de Uso que Requiere Aprobación

- **Material Promocional:** Uso de logotipos y gráficos de CherryCakes en folletos, banners, anuncios en línea y otros materiales promocionales.
- **Eventos y Patrocinios:** Utilización del material de la marca en eventos patrocinados o colaboraciones con otras marcas.
- **Productos Derivados:** Creación de productos comerciales que incluyan elementos de la marca.

Agradecemos la colaboración para asegurar que la marca CherryCakes se utilice de manera adecuada y respetuosa.

# 06

## Contacto y Soporte

# Información de Contacto

Departamento de  
marketing

**Karla Villacis**

Gerente Comercial



0984453323



michiscakess@gmail.com



[www.cherrycakes.com](http://www.cherrycakes.com)

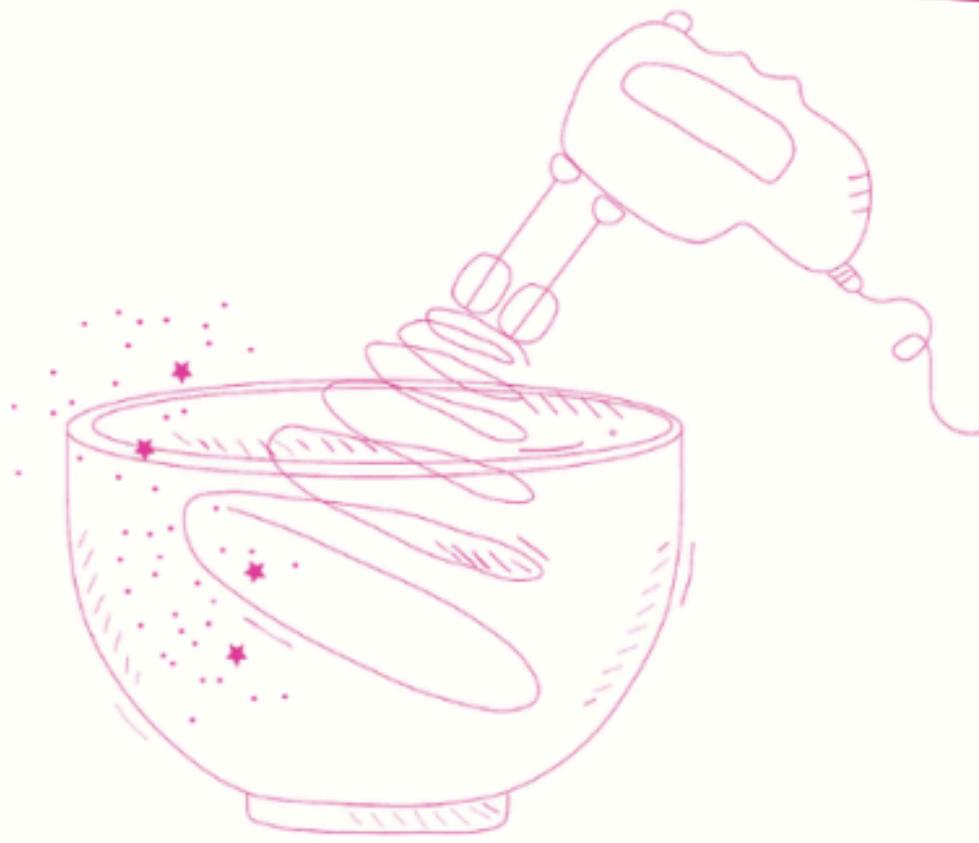
Recursos  
Adicionales



[CLICK HERE](#)



[CLICK HERE](#)



## CHERRYCAKES



CherryCakes



Cherrycake.s



Cherrycake.s