



LA RESERVA - MANUAL DE IDENTIDAD DE MARCA

PARTE 1: Introducción, Identidad y Logo

Versión: 1.0

Fecha: Octubre 2025

Empresa: La Reserva - Mixología Exclusiva



CONTENIDO DE ESTE ARCHIVO

1. [Introducción](#)
 2. [Identidad de Marca](#)
 3. [Logo y Uso](#)
-

1. INTRODUCCIÓN



Acerca de La Reserva

La Reserva es una empresa de bartending y mixología exclusiva especializada en crear experiencias memorables para eventos premium. Ofrecemos servicios de coctelería de autor con ingredientes premium, atención personalizada y presentación impecable.



Misión

Crear experiencias únicas a través de la mixología artesanal, elevando cada evento con cócteles de autor y un servicio excepcional.



Visión

Ser la empresa de bartending referente en eventos exclusivos en Lima, Perú, reconocida por nuestra excelencia, innovación y atención personalizada.

Valores

Exclusividad

Cada evento es único y personalizado. No replicamos experiencias, las creamos desde cero según las necesidades de cada cliente.

Excelencia

Compromiso con la calidad en cada detalle, desde la selección de ingredientes hasta la presentación final.

Sofisticación

Elegancia en presentación y servicio. Cada elemento está cuidadosamente pensado para transmitir distinción.

Artesanía

Pasión por el arte de la mixología. Cada cóctel es preparado con técnica, conocimiento y dedicación.

Público Objetivo

Demografía:

- **Edad:** 20-65 años
- **NSE:** A, B y C
- **Ubicación:** Lima Metropolitana, Perú
- **Ocupación:** Ejecutivos, empresarios, profesionales

Segmentos Principales:

1. Eventos Corporativos Premium (35%)

- Empresas medianas a grandes
- Lanzamientos de productos

- Celebraciones corporativas
- Team building ejecutivo
- Eventos de networking

2. Bodas Exclusivas (40%)

- Parejas 25-45 años
- Bodas de destino en Lima
- Celebraciones íntimas o grandes
- Alta valoración de detalles

3. Celebraciones Privadas (25%)

- Aniversarios importantes
- Cumpleaños milestone (30, 40, 50 años)
- Graduaciones
- Baby showers exclusivos

Psicografía:

- Valoran la calidad sobre el precio
- Buscan experiencias únicas y memorables
- Aprecian la atención al detalle
- Están dispuestos a invertir en servicios premium
- Sofisticados pero accesibles
- Activos en redes sociales

Información de Contacto

Nombre Comercial: La Reserva

Tagline: Mixología Exclusiva

Ubicación: Lima, Perú

Contacto:

- **Sitio Web:** lareserva.pe
- **Email:** lareservabartending@gmail.com
- **WhatsApp:** +51 999 888 777
- **Teléfono:** +51 999 888 777

Redes Sociales:

- **Instagram:** @lareservabar
- **Facebook:** La Reserva - Mixología Exclusiva

- **TikTok:** @lareserva

Horarios de Atención:

- Lunes a Viernes: 9:00 AM - 5:00 PM
 - Sábado: 9:00 AM - 1:00 PM
 - Domingo: Cerrado
 - WhatsApp: Respuestas dentro de 1 horas en horario laboral
-

2. IDENTIDAD DE MARCA

Personalidad de Marca

La Reserva comunica una personalidad distintiva que la diferencia en el mercado:

Sofisticado

- Elegante sin ser pretencioso
- Accesible pero premium
- Refinado en cada detalle
- Conocedor pero no pedante

Ejemplo en práctica:

"Cada cóctel es una composición cuidadosamente equilibrada"
(vs "Hacemos los mejores tragos de Lima")

Profesional

- Experto en mixología con años de experiencia
- Confiable y consistente
- Orientado a resultados
- Atención impecable

Ejemplo en práctica:

"Nuestro equipo cuenta con más de 10 años de experiencia"
(con datos específicos y resultados comprobables)

Cálido

- Cercano y atento con cada cliente
- Genuinamente interesado en crear experiencias
- Trato personalizado
- Humano y empático

Ejemplo en práctica:

"Nos encantaría conocer más sobre tu evento y crear una experiencia única para ti"
(personalizado, no automatizado)

Confiable

- Consistencia en calidad
- Cumplimiento de promesas
- Transparencia en comunicación
- Respaldo de experiencia

Ejemplo en práctica:

"Garantizamos la calidad de cada servicio con nuestro compromiso escrito"



Atributos de Marca

Atributos Principales:

Atributo	Significado	Aplicación
Exclusivo	Servicios únicos y limitados	"Atendemos máximo 3 eventos por día para garantizar excelencia"
Premium	Alta calidad en todo	Ingredientes, presentación, servicio
Artesanal	Hecho a mano con pasión	Cada cóctel preparado individualmente
Elegante	Estética refinada	Presentación visual impecable
Sofisticado	Atención al detalle	Desde el primer contacto hasta el follow-up
Personalizado	Adaptado a cada cliente	No hay dos eventos iguales

Atributos Secundarios:

Atributo	Significado
Memorable	Experiencias que perduran
Exquisito	Calidad superior
Distinguido	Se destaca del resto
Auténtico	Genuino y verdadero
Selecto	Cuidadosamente elegido
Refinado	Pulido y perfeccionado

★ Diferenciadores Clave

1. Servicio Personalizado y a Medida

Qué significa:

- Consulta previa obligatoria con cada cliente
- Menú de cócteles diseñado específicamente para el evento
- Adaptación a temática, colores, preferencias
- No hay paquetes "cerrados" inflexibles

Cómo lo comunicamos:

"Cada evento es único. Trabajamos contigo para crear una experiencia a tu medida, desde la selección de cócteles hasta la decoración de la barra."

2. Cócteles de Autor Únicos

Qué significa:

- Creaciones originales del equipo
- No solo clásicos, sino innovación
- Técnicas especiales (infusiones, smoke, molecular)

Cómo lo comunicamos:

"Nuestros bartenders crean cócteles exclusivos para tu evento, combinando técnicas artesanales con ingredientes premium."

3. Presentación Impecable

Qué significa:

- Garnish artístico y fresco
- Setup de barra decorado
- Uniformes elegantes
- Atención a detalles visuales

Cómo lo comunicamos:

"La experiencia comienza con la vista. Cada cóctel es una obra de arte diseñada para impresionar."

4. Experiencia Memorable

Qué significa:

- Más allá de "solo bebidas"
- Interacción del bartender con invitados
- Ambiente y atmósfera cuidados
- Post-evento memorable

Cómo lo comunicamos:

"No solo servimos cócteles, creamos momentos que tus invitados recordarán."

5. Atención al Detalle

Qué significa:

- Follow-up constante
- Coordinación previa exhaustiva
- Backup plans
- Timing perfecto
- Limpieza impecable

Cómo lo comunicamos:

"Cada detalle cuenta. Desde el hielo hasta el último garnish, todo está perfectamente pensado."

La Reserva combina dos arquetipos principales:

El Artesano (70%)

- Maestría en su oficio
- Perfeccionista
- Orgullo en el trabajo bien hecho
- Técnica y habilidad

El Amante (30%)

- Crea experiencias sensuales
- Belleza y placer
- Conexión emocional
- Pasión

Resultado: Una marca que combina excelencia técnica con experiencias emocionales.



Promesa de Marca

"Transformamos tu celebración en una experiencia única a través de mixología artesanal y servicio excepcional."

Qué prometemos:

1. Cócteles de calidad superior
2. Servicio profesional impecable
3. Experiencia personalizada
4. Atención a cada detalle
5. Momentos memorables

Qué NO prometemos:

- Precios económicos
 - Servicio masivo
 - Disponibilidad inmediata
 - Todo para todos
-

3. LOGO Y USO

Logo Principal

Construcción del Logo:

LA RESERVA

MIXOLOGÍA EXCLUSIVA

Descripción Técnica:

Texto Principal "LA RESERVA":

- Fuente: Playfair Display Bold
- Tamaño relativo: 100%
- Tracking: +100 a +120 (muy amplio)
- Transform: Uppercase
- Color: Variable según versión

Línea Divisoria:

- Grosor: 1-2px
- Largo: 80-90% del ancho del texto superior
- Color: Dorado (#D4AF37) o variable
- Estilo: Línea sólida, no decorativa

Subtítulo "MIXOLOGÍA EXCLUSIVA":

- Fuente: Playfair Display Regular o Medium
- Tamaño relativo: 30-35% del texto principal
- Tracking: +120 a +150 (extremadamente amplio)
- Transform: Uppercase
- Color: Variable según versión

Proporciones:

Altura total logo: 100 unidades

– "LA RESERVA": 55 unidades

- Línea: 3 unidades
 - Espacio: 5 unidades
 - "MIXOLOGÍA EXCLUSIVA": 15 unidades
 - Espacios: 22 unidades restantes
-



Variaciones del Logo

3.1 Logo Principal (Fondo Oscuro)

Uso: Versión principal, preferida siempre que sea posible

Especificaciones:

Texto "LA RESERVA": Dorado (#D4AF37)
Línea divisoria: Dorado (#D4AF37)
Subtítulo: Blanco (FFFFFF)
Fondo: Negro (#1A1A1A) o muy oscuro

Cuándo usar:

- Hero section del sitio web
- Posts principales de Instagram/Facebook
- Material impreso principal (tarjetas, flyers)
- Presentaciones corporativas con fondo oscuro
- Videos y contenido multimedia
- Packaging premium

Archivos necesarios:

- `logo-principal-fondo-oscuro.svg` (vectorial)
 - `logo-principal-fondo-oscuro.png` (raster, transparente)
 - `logo-principal-fondo-oscuro.ai` (editable)
-

3.2 Logo Sobre Fondo Blanco

Uso: Documentos oficiales, web con fondo claro

Especificaciones:

Texto "LA RESERVA": Negro (#1A1A1A)
Línea divisoria: Dorado (#D4AF37)
Subtítulo: Gris Oscuro (#2D2D2D)
Fondo: Blanco (#FFFFFF) o muy claro

Cuándo usar:

- Documentos oficiales (contratos, facturas)
- Cotizaciones impresas
- Secciones del sitio web con fondo claro
- Material administrativo
- Emails con fondo blanco
- Reportes y presentaciones corporativas

Archivos necesarios:

- `logo-fondo-blanco.svg`
 - `logo-fondo-blanco.png`
 - `logo-fondo-blanco.ai`
-

3.3 Logo Monocromático Blanco

Uso: Sobre fondos oscuros variables o fotografías

Especificaciones:

Texto "LA RESERVA": Blanco (#FFFFFF)
Línea divisoria: Blanco (#FFFFFF)
Subtítulo: Blanco (#FFFFFF)
Fondo: Transparente

Cuándo usar:

- Sobre fotografías oscuras
- Videos con fondos variables
- Marca de agua en fotos de eventos
- Overlays en contenido multimedia
- Stories de Instagram con fondos de foto
- Reels y contenido de video

Archivos necesarios:

- `logo-blanco.svg`
 - `logo-blanco.png` (transparente)
 - `logo-blanco.ai`
-

3.4 Logo Monocromático Negro

Uso: Sobre fondos claros variables o fotografías claras

Especificaciones:

Todo en Negro (`#1A1A1A`)

Fondo: Transparente

Cuándo usar:

- Sobre fotografías claras
 - Marca de agua en fotos con fondo claro
 - Impresión en un solo color (reducción de costos)
 - Fax o documentos en blanco y negro
-

3.5 Logo Simplificado

Uso: Espacios muy reducidos donde el logo completo no es legible

Especificaciones:

Solo `texto`: `"LA RESERVA"`

Sin subtítulo ni línea

Fuente: `Playfair Display Bold`

Tracking: `+100`

Cuándo usar:

- Favicon del sitio web (16x16px)
- Apps móviles (icons pequeños)
- Marca de agua muy sutil
- Etiquetas pequeñas
- Botones web muy pequeños
- Social media profile pics (como respaldo)

Tamaño mínimo:

- Digital: 80px de ancho
 - Impreso: 20mm de ancho
-

3.6 Monograma "LR"

Uso: Espacios cuadrados, apps, favicon

Especificaciones:

Iniciales: "LR" entrelazadas o separadas

Fuente: Playfair Display Bold

Forma: Cuadrada (1:1)

Versiones: Dorado/negro, blanco/negro, solo dorado

Cuándo usar:

- Avatar de Instagram/Facebook (400x400px)
- Favicon avanzado (32x32px, 64x64px)
- App icon si existiera
- Detalles muy pequeños (posavasos, servilletas)
- Pins/badges
- WhatsApp profile picture

Variantes:

Opción 1: LR (letras separadas, minimalista)

Opción 2: LR (letras superpuestas ligeramente)

Opción 3: LR dentro de círculo/cuadrado con borde dorado



Espacio de Protección

Regla General:

Mantener un espacio mínimo equivalente a la **altura de la letra "A"** de "LA RESERVA" alrededor del logo completo.





Medida Práctica:

- Si el logo mide 200px de ancho, el espacio de protección es aproximadamente 25-30px
- Si el logo mide 10cm de ancho, el espacio es aproximadamente 1.2-1.5cm

Importancia:

- **✗ NO** colocar otros elementos dentro de este espacio
- **✗ NO** colocar texto, imágenes o gráficos cerca
- **✓ SÍ** mantener este margen en todos los usos
- **✓ SÍ** aumentar el espacio si mejora la composición

Excepciones:

- Favicon y espacios extremadamente pequeños (usar logo simplificado)
- Cuando el logo es parte de un patrón repetitivo aprobado



Tamaño Mínimo

Uso Digital:

Logo Completo:

Mínimo: 120px de ancho

Recomendado: 200px+ para óptima legibilidad

Ideal: 300-400px en headers

Logo Simplificado:

Mínimo: 80px de ancho

Monograma:

Mínimo: 32px x 32px

Recomendado: 64px x 64px o mayor

Aplicaciones específicas:

Header **web**: 180-250px ancho

Footer **web**: 120-150px ancho

Email **signature**: 150-180px ancho

Social media **profile**: 400x400px (monograma)

Favicon: 32x32px, 64x64px (monograma simplificado)

Uso Impreso:

Logo Completo:

Mínimo: 30mm de ancho

Recomendado: 50mm+ para materiales principales

Ideal: 80-100mm en material grande

Logo Simplificado:

Mínimo: 20mm de ancho

Monograma:

Mínimo: 10mm x 10mm

Aplicaciones específicas:

Tarjetas de **presentación**: 40-45mm

Cartas **menú**: 60-80mm

Flyers **A5**: 70-100mm

Banners/**Roll-ups**: 200-300mm

Uniformes (bordado): 80-120mm

Posavasos: 40-50mm

SÍ HACER:

✓ Usar colores oficiales de marca

- Solo dorado (#D4AF37), negro (#1A1A1A) y blanco (#FFFFFF)
- Usar la versión correcta según el fondo

✓ Mantener proporciones originales siempre

- Escalar proporcionalmente utilizando esquinas
- Nunca comprimir o estirar

✓ Asegurar alto contraste con el fondo

- Fondo oscuro → Logo con dorado/blanco
- Fondo claro → Logo con negro/dorado
- Prueba de legibilidad a 3 metros de distancia

✓ Usar versión apropiada según el fondo

- Fondo negro → Versión principal (dorado/blanco)
- Fondo blanco → Versión negro/dorado
- Foto oscura → Versión blanca
- Foto clara → Versión negra

✓ Respetar espacio de protección

- Mínimo = altura de la "A"
- Más espacio es mejor que menos

✓ Centrar cuando sea posible

- A menos que el diseño requiera alineación específica
- Mantener balance visual

✓ Usar archivos vectoriales (.svg, .ai) para impresión

- Garantiza calidad en cualquier tamaño
- Usar .png solo para web/digital

NO HACER:

✗ Cambiar los colores de marca

- No usar rojo, azul, verde u otros colores
- No aplicar filtros de color

- No cambiar el dorado por otro amarillo

✗ Distorsionar o estirar el logo

- No alargar horizontalmente
- No comprimir verticalmente
- Mantener siempre la proporción original

✗ Rotar o inclinar el logo

- Mantener siempre horizontal
- No inclinar aunque sea "artístico"
- Excepción: rotación de 90° solo en casos muy específicos aprobados

✗ Usar con bajo contraste

- No poner logo dorado sobre amarillo claro
- No poner logo gris sobre gris
- Siempre verificar legibilidad

✗ Agregar efectos no aprobados

- No agregar sombras (drop shadow)
- No aplicar biselados o relieves
- No usar degradados no oficiales
- No aplicar resplandores (glow)
- No usar efectos 3D

✗ Modificar la tipografía

- No cambiar la fuente
- No modificar el tracking excesivamente
- No cambiar pesos (bold/regular)
- No aplicar estilos (outline, shadow en texto)

✗ Cambiar la proporción entre elementos

- No hacer la línea más gruesa o delgada
- No cambiar el tamaño relativo del subtítulo
- No separar o juntar más los elementos

✗ Agregar contornos o bordes no aprobados

- No poner bordes alrededor del logo
- No encerrar en círculos o cuadrados (excepto monograma)
- No agregar marcos decorativos

✗ Colocar sobre fondos que dificulten la lectura

- No sobre fotografías muy busy/ocupadas
- No sobre patrones complejos
- Si es necesario, usar overlay oscuro de 60-80%

✗ Recrear o redibujar el logo

- Siempre usar archivos oficiales
 - No intentar "copiar" el logo manualmente
 - No usar fuentes similares para recrearlo
-



Archivos del Logo

Formatos Requeridos:

Para Diseño y Edición:

```
logo-principal.ai (Adobe Illustrator)
logo-principal.eps (Encapsulated PostScript)
logo-principal.svg (Vectorial web)
```

Para Uso Web/Digital:

```
logo-principal.png (Fondo transparente, 2000px)
logo-principal.jpg (Fondo específico, alta calidad)
logo-principal-@2x.png (Retina)
logo-principal.svg (Responsive)
```

Para Impresión:

```
logo-principal-cmyk.ai (CMYK color mode)
logo-principal-cmyk.eps
logo-principal-pantone.ai (Colores Pantone)
```

Nomenclatura de Archivos:

```
la-reserva-logo-principal-fondo-oscuro.svg
la-reserva-logo-fondo-blanco.png
```

la-reserva-logo-blanco-transparente.png
la-reserva-logo-negro.svg
la-reserva-monograma-dorado.svg
la-reserva-logo-simplificado.svg

Aplicación del Logo en Contextos

Sitio Web:

Header: Logo principal (180-250px)
Footer: Logo simplificado o completo (120-150px)
Favicon: Monograma (32x32px, 64x64px)
Loading screen: Logo principal grande centrado

Redes Sociales:

Profile picture: Monograma (400x400px)
Cover photo: Logo principal con espacio
Posts: Logo pequeño en esquina o marca de agua
Stories: Logo blanco en esquina superior

Material Impreso:

Tarjetas de presentación: 40-45mm
Flyers: 70-100mm
Banners: 200-300mm
Merchandising: Variable según item

Email:

Firma de email: 150-180px ancho
Newsletter header: 300-400px ancho

Consejos Finales

1. **Siempre usa archivos vectoriales (.svg, .ai) cuando sea posible** - garantiza calidad en cualquier tamaño
 2. **Prueba la legibilidad** - si el logo no se lee claramente, usa una versión diferente o ajusta el fondo
 3. **Menos es más** - no sobrecargues diseños con el logo en múltiples lugares
 4. **Consistencia** - usa siempre la misma versión del logo en el mismo contexto
 5. **Contacta si tienes dudas** - mejor preguntar que usar incorrectamente
-

Siguiente archivo: 01B - Manual de Marca - Colores y Tipografía

© 2025 La Reserva. Manual de uso exclusivo interno.