



# EL GRAN PEÓN

Herencia Clásica



Manual de Marca

# INTRODUCCION

Este manual establece los principios que definen la identidad de El Gran Peón.

No es un documento decorativo ni una guía flexible.

Es un marco de criterio pensado para proteger el carácter de la marca a lo largo del tiempo y asegurar coherencia en cada aplicación, producto y decisión.

El Gran Peón es una marca construida desde el oficio, la tradición y la continuidad.

No responde a modas ni a tendencias pasajeras.

Su identidad se apoya en valores que no cambian:

el respeto por los materiales nobles, el trabajo minucioso, la importancia de los detalles y la búsqueda de objetos que perduren.

Este manual existe para preservar esa herencia.

Su función es ordenar, unificar y dar claridad, tanto hacia adentro como hacia afuera.

Cada uso del nombre, del logotipo, de la tipografía, del lenguaje y de la estética debe responder a los principios aquí definidos..

# PROPOSITO DEL MANUAL

El propósito de este manual es garantizar que la identidad de El Gran Peón se mantenga sólida, reconocible y fiel a su esencia, independientemente del canal el formato o el contexto en el que se exprese.

Sirve como referencia para:

diseño gráfico y visual  
comunicación comercial  
desarrollo de productos  
experiencia de compra  
colaboraciones y extensiones de marca

Ante cualquier duda, este manual debe ser el primer punto de consulta.

# ESENCIA DE LA MARCA

## *Proposito:*

Preservar el valor del oficio y de los objetos bien hechos, creando piezas que acompañen el tiempo, se usen con orgullo y mantengan su sentido más allá de las modas.

## *Visión*

Ser una marca que se sostenga fiel a su identidad, reconocida por su coherencia, su respeto por la tradición y su capacidad de crear objetos que envejecen con dignidad y ganan valor con el uso.

## *Personalidad*

El Gran Peón es una marca sobria, segura y austera. Habla con calma, sin exagerar ni justificarse. Tiene carácter, criterio y una fuerte conexión con lo clásico. No busca llamar la atención pero se hace notar por su presencia y solidez.

## *Territorio emocional*

El Gran Peón debe generar una sensación de confianza, pertenencia y satisfacción duradera. Emoción al recibir un objeto bien hecho. Orgullo al usarlo. Tranquilidad al saber que las cosas buenas se compran una sola vez.

# LENGUAJE COMERCIAL

Que es?

Es como habla la marca cuando vende,  
sin dejar de ser quien es, explica cual es su criterio.

El lenguaje de la marca El Gran Peon debe ser:  
Sobrio, Claro, Austero, Seguro, Sin exageraciones.

No empuja, no seduce con urgencia, habla como alguien  
que sabe lo que hace.

Reglas claras:

***Se hace***

Frases simples y bien construidas, Vocabulario preciso  
Ritmo calmo, Tono seguro, sin justificar.  
Primera persona del plural (“hacemos”, “creemos”)

***No se hace***

No se grita, No se exagera, No se vende con urgencia  
No se usa lenguaje marketinero, No se explica de más.

***Palabras que se repiten en la marca:***

oficio, tradición, herencia, clásico, materiales nobles  
hecho a mano / artesanal (cuando aplique de verdad)  
durabilidad, solidez, detalle, tiempo, uso, carácter,  
Premium, Joya, Extranjero.

***Palabras que se evitan:***

Lujo, Imperdible, Tendencia, Barato, Único en el mercado  
el mejor, oferta única

.

## ***Como se describen los productos?***

Qué es y de que campania, Cómo está hecho  
Qué materiales usa, Para qué sirve / cómo se usa  
Qué lo hace durar.

***Sin adjetivos vacios, con hechos.***

***Ejemplo:*** Este cuchillo está hecho en acero al carbono trabajado a mano fabricado en Tandil, con mango de madera y detalles en alpaca.

Cada pieza se realiza con atención al detalle y respeto por el material.

Es un objeto pensado para el uso diario sólido en la mano y duradero en el tiempo.

Un producto que acompaña al asador.

***no promete***

***no exagera***

***no empuja***

***afirma***

## ***Como comunicar los precios en negociaciones?***

El precio no se justifica, no se compara.

La respuesta no es defensiva, es tranquila:

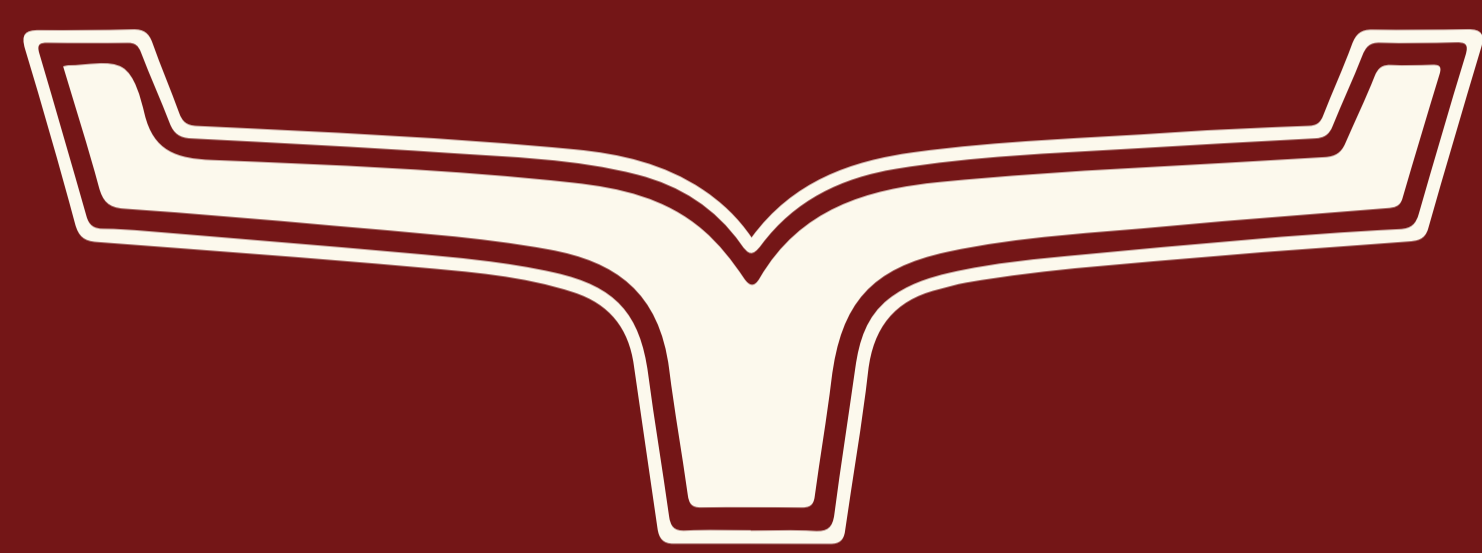
Por ejemplo: “Porque está hecho de esta manera, con estos materiales que hacen que tal cosa sea mejor y ademá por el nivel de detalle”

## ***Lenguaje en RRSS***

Menos publicaciones, mejor contenido, una frase bien escrita o una buena foto vale más que diez posteos vacios.

# LOGOTIPO VARIABLES

1)



**EL GRAN PEÓN**

Herencia Clásica

2)



**GRAN PEÓN**

3)



**GRAN PEÓN**

4)



**EL GRAN PEÓN**

5)



6)



7)



8)

**EL GRAN PEÓN**

# TIPOGRAFIAS

## BONDRIANS

Logotipo, nombre, títulos, frases institucionales.  
Es la voz de la marca, es la presencia, no la explicación.  
No se usa en textos largos, no se usa para información.

## IBM Plex Sans

Slogan, secciones editoriales (quienes somos, blogs)  
piezas de lectura continuas, etiquetas, medidas.  
Acompaña a la principal sin competir con ella.  
Usarla en tamaños cómodos para leer.

# Source Serif 4

Textos un poco mas largos, descripciones de producto, contenidos de blogs etc.

---

## PALETA DE COLORES

#741617

#FEFCF0

#4C4A38

# USOS INCORRECTOS

1)

**GRANPEÓN**

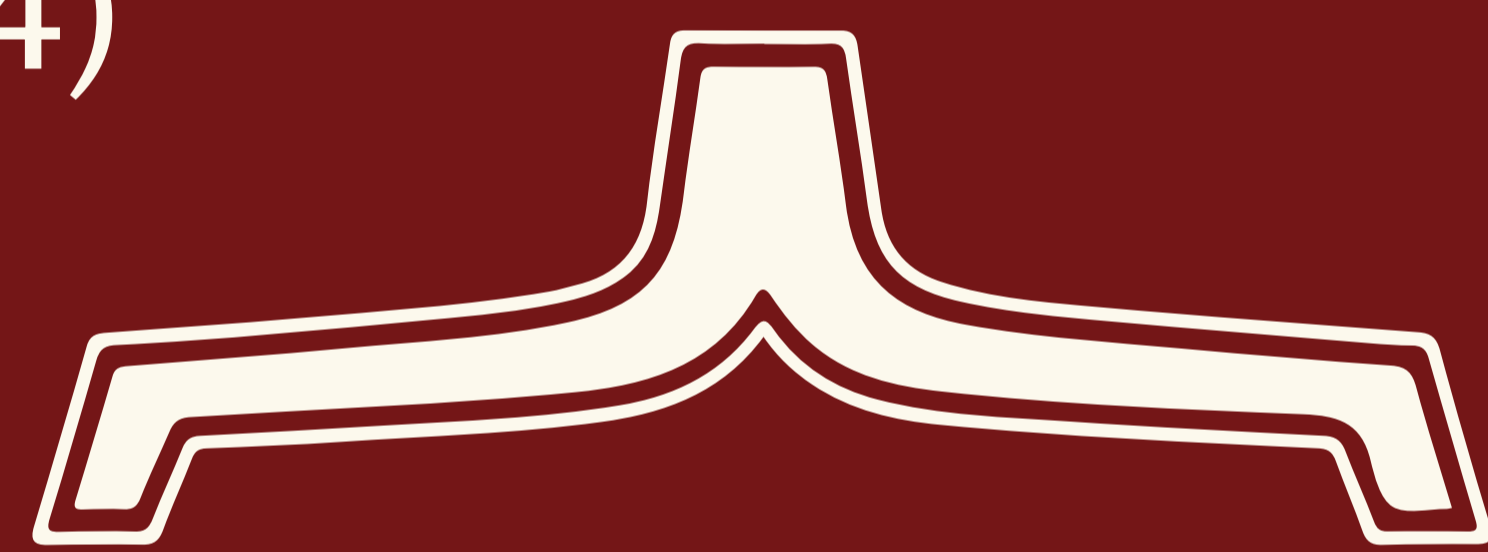
2)



3)



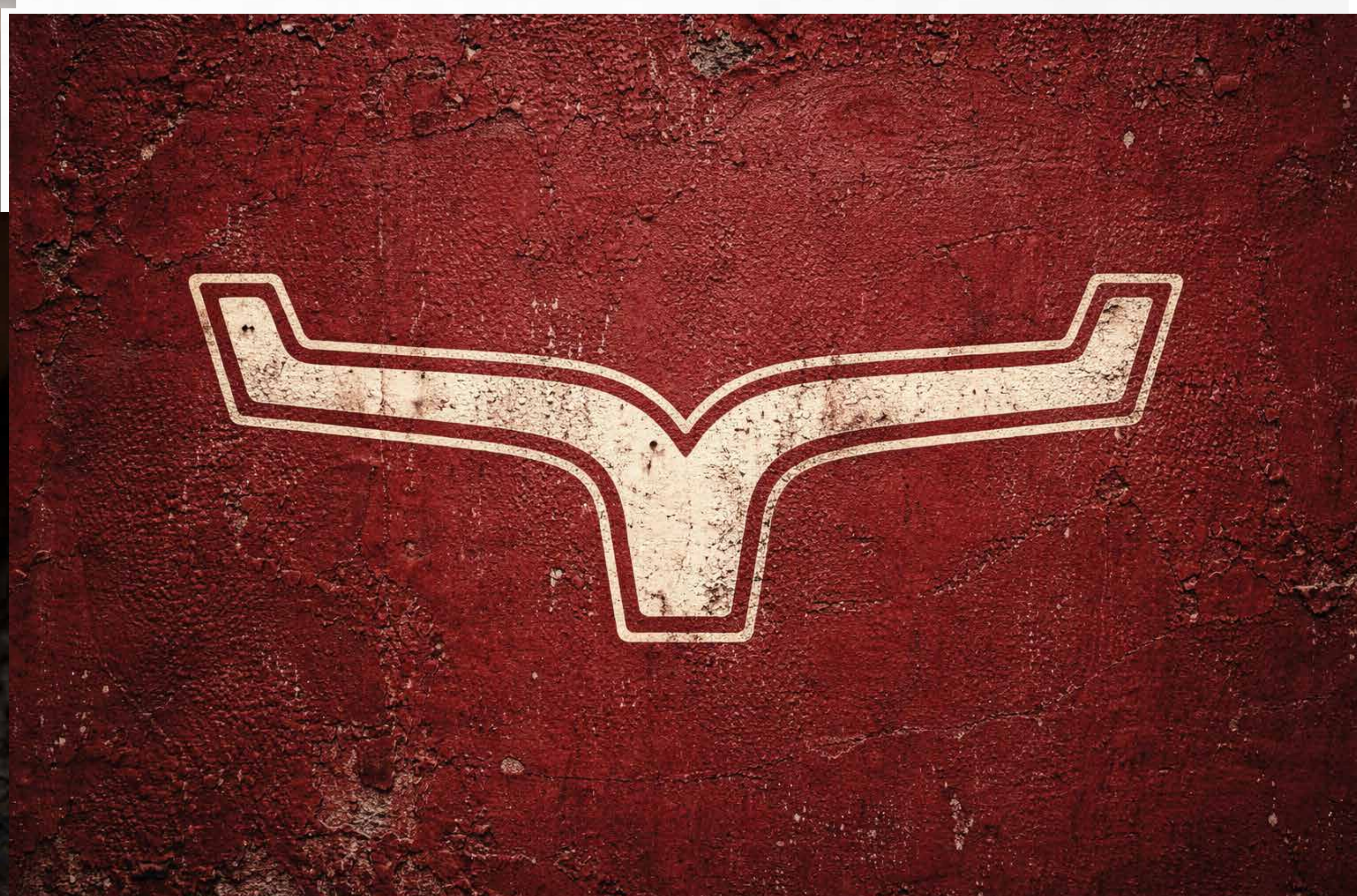
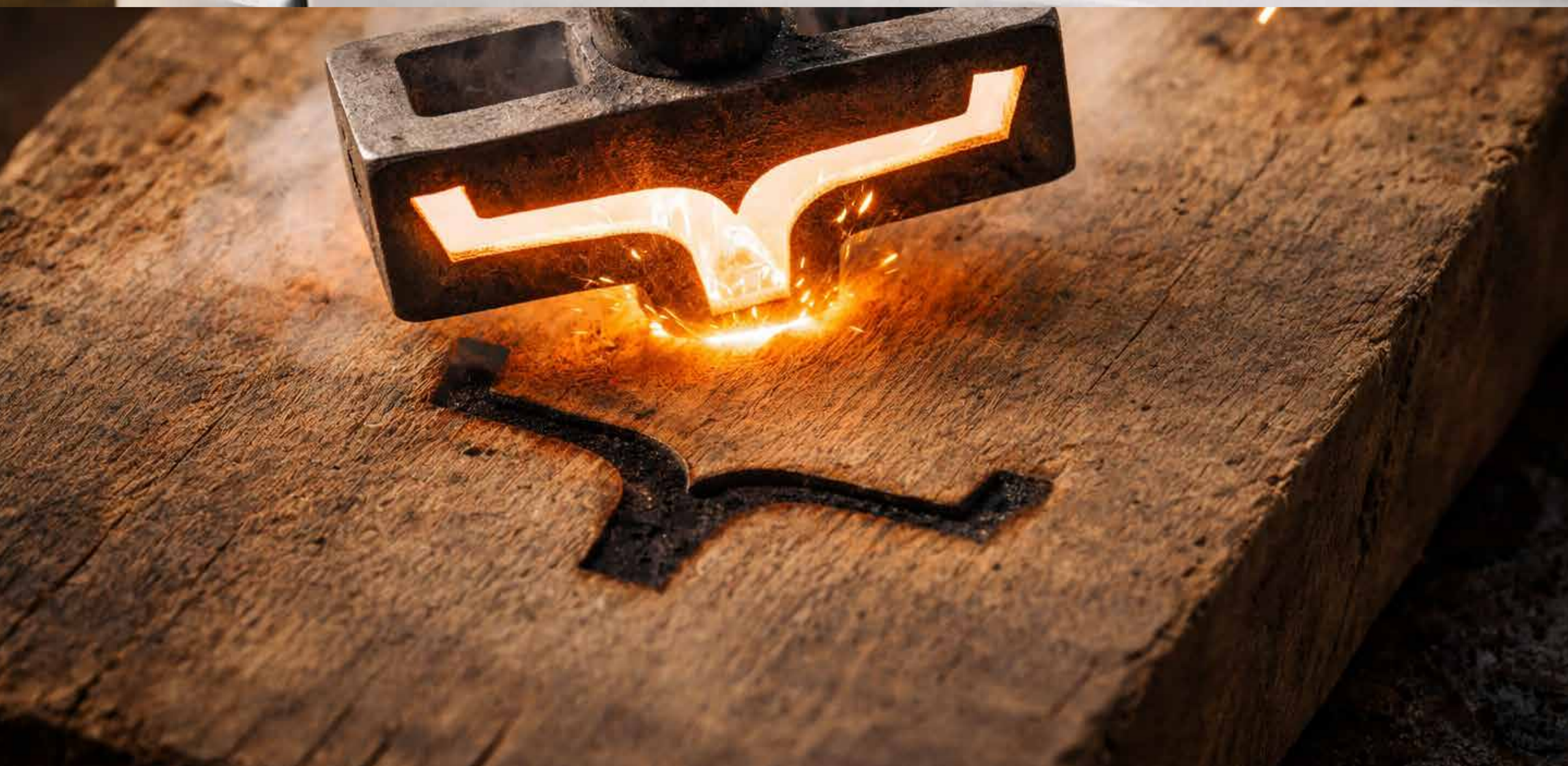
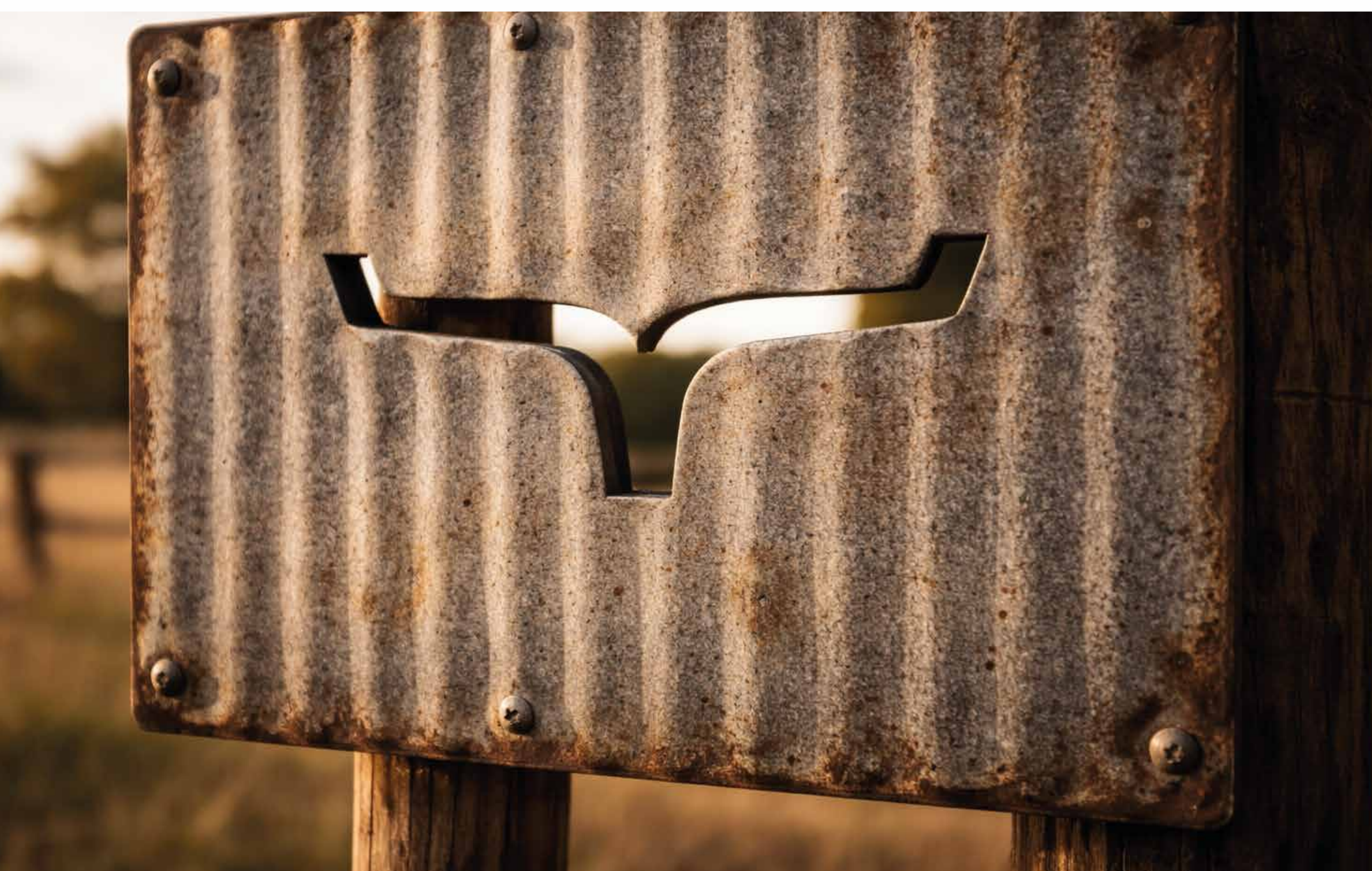
4)



**EL GRAN PEÓN**  
Herencia Clásica

1)







CATÁLOGO

INICIO

NOSOTROS

PRODUCTOS

CONTACTO





# HERENCIA CLÁSICA

Auténtico estilo de campo para el hombre de tradición.

VER PRODUCTOS »

## EL VERDADERO ESTILO DE CAMPO

Enraizados en la tradición, creamos productos de calidad, duraderos y con identidad gaucha.



TERMOS Y MATES



INDUMENTARIA



CAMPERAS Y ACCESORIOS

VER TODOS LOS PRODUCTOS »

elgranpeon



...



310

Posts

12.1K

Followers

482

Followeg

Seguir

Enviar mensaje

Contactar

El Gran Peón

Herencia Clásica

Estilo auténtico de campo para el hombre de tradición.  
Productos de calidad con identidad gaucha.

www.elgranpeon.com





HERENCIA CLÁSICA

Visítanos en Expo Rural



EL GRAN PEÓN





Termos y Mates



EL VERDADERO ESTILO DE CAMPO



Indumentaria y Accesorios





ASTUCIA Y NOBLEZA

