



# MENDOZA

**Parrilla y Restaurante Boyacense**

**Manual de Identidad Corporativa**





# **ÍNDICE**

**Introducción**  
**Historia, filosofía, labor Social**  
**Misión y Visión**  
**Presentación y Descripción del Logo**  
**Estructura y Composición**  
**Logometria**  
**Área de Seguridad**  
**Tipografía**  
**Colores Principales**  
**Colores Secundarios**  
**Colores Complementarios**  
**Positivo-Negativo**  
**Escala de Grises**  
**Variaciones Mínimas de tamaño**  
**Usos Permitidos**  
**Usos Inadecuados**  
**Aplicaciones**



# **INTRODUCCIÓN**

Este manual de imagen corporativa indica las normas para el uso correcto de la marca Mendoza en las aplicaciones diferentes aplicaciones digitales e impresas. El principal objetivo de este documento es dar homogeneidad y constancia a la imagen, para facilitar su uso, de manera que se pueda aplicar a cualquier medio de comunicación. Se establecen temas de forma, tamaño, color, uso adecuado, tipografía dando uniformidad en el criterio para el uso interno y externo.

El manual de marca es por tanto una herramienta para el uso de las personas que dentro de la organización se encarguen de la gestión de comunicaciones y mercadeo y para los terceros encargados de crear y diseñar material promocional de la empresa, con el fin de que cumpla con los estándares de calidad y se respeten los lineamientos de la marca Mendoza en cuanto a identidad corporativa se trata, este documento es una guía y no pretende limitar la creatividad dentro o fuera de la organización sino que abra posibilidades creativas con objetivos claros sólidos de comunicación.

# **Historia**

Mendoza nace del sueño de una pareja de emprendedores que un día decidieron tener un negocio propio y con el que pudieran ayudar a las personas.

Con esta idea en mente, Johana Diaz y Oscar Mendoza tomaron todos sus ahorros y los invirtieron en comprar una propiedad en Tocaima Cundinamarca con el objetivo de transformarla en un restaurante. Su propósito desde el inicio fue que en el restaurante se percibiera un ambiente de familiaridad, por eso en sus inicios muchos de sus colaboradores eran familiares entre sí.

Así es que en, noviembre de 2021 abre las puertas Mendoza Restaurante Parrilla con un equipo de 2 meseros, 1 cocinero principal, 1 auxiliares de cocina y un auxiliar de oficios varios.

Aproximándose ya a sus tres años de vida en el mercado, Mendoza a logrado ser un referente para los viajeros que pasan por Tocaima y de sus residentes; además de mantener y aumentar su planta de colaboradores, que hoy en día son en total cuenta con 11 personas (5 meseros, 2 cocineras principales, 2 auxiliares de cocina, una cajera y una auxiliar de oficios varios).

# **Filosofía**

Mendoza busca satisfacer el corazón de sus visitantes, donde pueda sentirse en casa, acompañado de sus familiares y amigos, en un ambiente amigable y relajado para que, a través de la comida, viva una experiencia digna de ser memorable

La gente que trabaja en Mendoza son personas “berracas”, que luchan con el corazón para sacar adelante sus sueños y a sus familias, por eso es el compromiso de sus dueños es tener las puertas abiertas para las personas que realmente quieran trabajar y dar lo mejor de sí mismos.

# **Labor Social**

Mendoza contribuye al desarrollo de Tocaima a través de la compra de los productos principales de la zona y necesarios para el negocio adicionalmente emplea principalmente mujeres madres cabeza de hogar y jóvenes estudiantes que buscan oportunidades para financiar sus estudios.







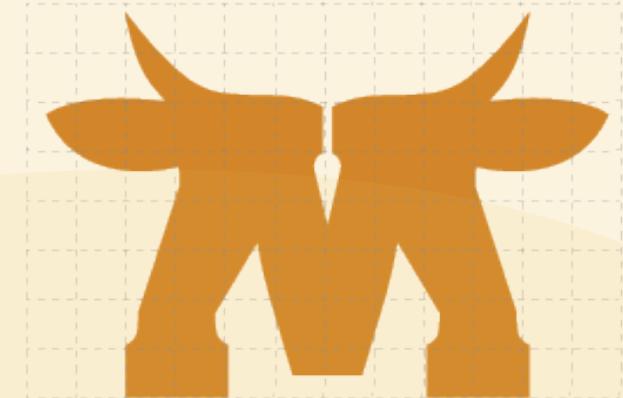
# **Presentación y descripción del Logotipo**

El logotipo de la marca está formado por la construcción tipográfica de las letras que componen la palabra “MENDOZA”, se utilizó la fuente AlfaSlabOne modificada, acompañado en la parte superior del logosímbolo de la M con cuernos, orejas y patas de vaca, que busca proyectar la característica principal de la empresa que es la venta de carne. El conjunto busca dar énfasis en la letra M para generar recordación y mayor posicionamiento dentro de la industria de los restaurantes.



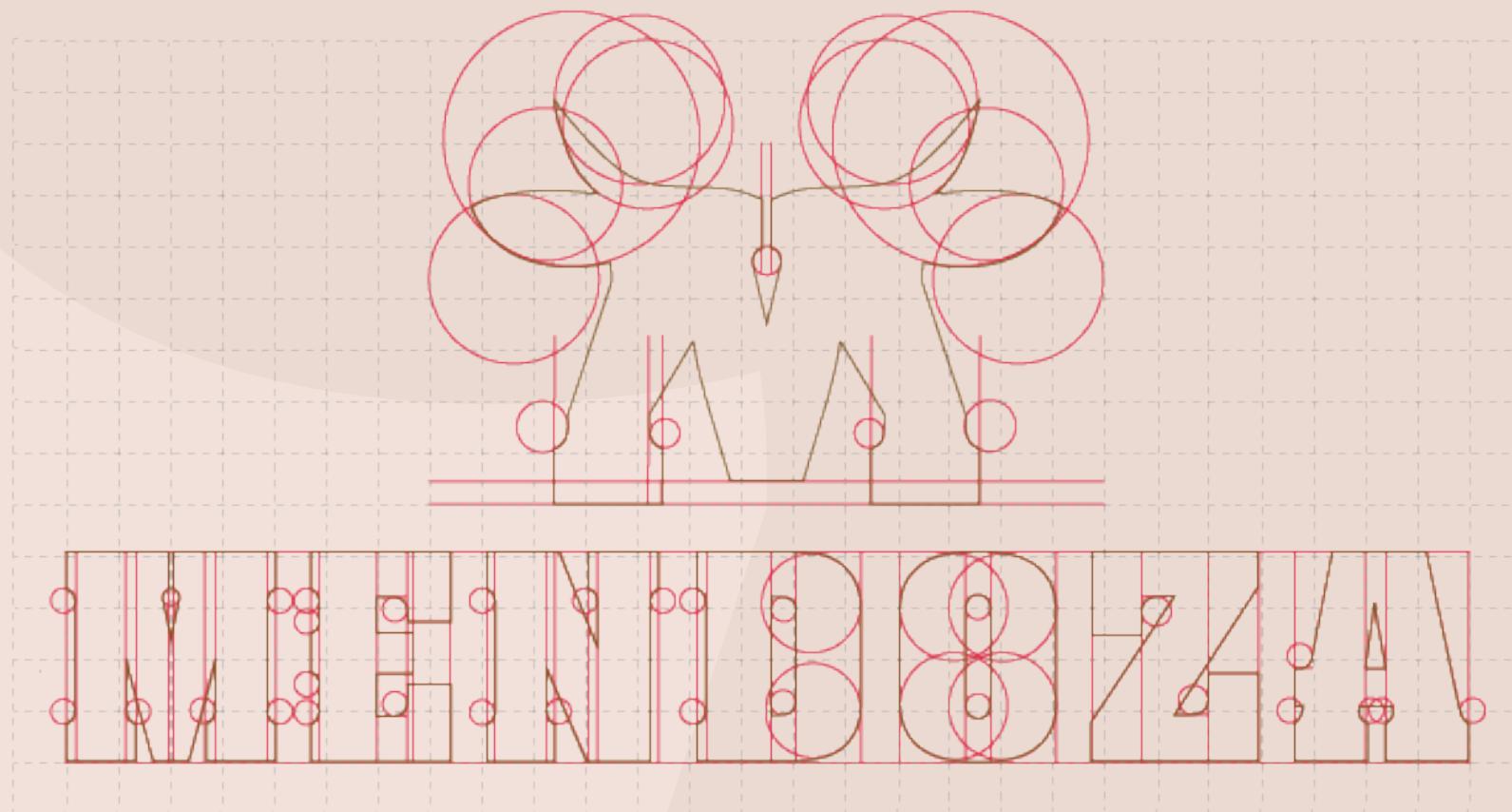
# Estructura y Composición

El isotipo es un monograma como variante del logotipo. Se desarrolla en una retícula de 8 x 12 módulos, reproduce la imagen de la “M” con cuernos del logotipo. Debajo de éste aparece el texto “MENDOZA” cuyo ancho está dado por una reticula de 27 modulos y la altura es de 4 modulos. La fuente que se usó para la el texto “MENDOZA” es la Alfa Slab One Regular y se modifico en las esquinas y remates..



# Logometria

El logotipo se desarrolla en una retícula conformada por líneas horizontales y a  $15^\circ$  y  $154^\circ$  respectivamente. Los ángulos y remates de sus elementos apuntan en varias direcciones para expresar dinamismo y multidireccionalidad. Cada carácter se desarrolló por separado en una misma retícula, manteniendo el mismo grosor en cada una de sus formas.



# Área de Seguridad

El área de protección es un espacio alrededor del logotipo que se debe respetar y no puede ser invadido por otros elementos gráficos, como textos, imágenes y fotografías. El área de reserva o protección está definida por un módulo el cual se puede apreciar en las imágenes.







# Tipografía

Tipografía principal

Tipo

Serif

Familia tipográfica

Alfa Slab One

Subfamilia

Regular

Uso principal Para títulos.

Se recomienda mayuscula sostenida comprender el interletraje y el interlineado, también usar negrilla en la primera palabra o en la primera línea de los títulos.

URL de descarga

<https://www.ffonts.net/AlfaSlabOne-Regular.font.zip>

Georgia Regular

**ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Georgia Italic

**ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**ABCDEFGHIJKLM-**  
**NOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

Georgia Bold

**ABCDEFGHIJKLM-**  
**NOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**vwxyz**  
**1234567890**

Georgia Bold Italic

**ABCDEFGHIJKLM-**  
**NOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**vwxyz**  
**1234567890**

Tipografía de apoyo

Tipo

Serif

Familia tipográfica

Georgia

Subfamilia

Regular, Italic, Bold, Bold Italic

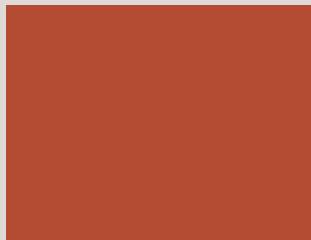
Uso principal

Subtítulos y cuerpo de texto. Para el cuerpo de texto se debe usar la fuente Georgia Regular y para subtítulos la fuente Georgia Bold.

URL de descarga

<https://www.cufonfonts.com/font/georgia-2>

# Colores Principales



CMYK  
C22 M81 Y88 K11

RGB  
R180 G76 B51

Web  
#b44c33

Pantone  
7619 C



CMYK  
C38 M76 Y97 K51

RGB  
R98 G49 B19

Web  
#623113

Pantone  
732 C

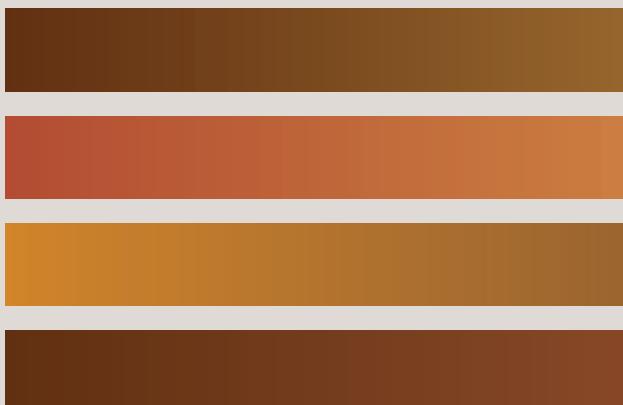


CMYK  
C16 M53 Y100 K2

RGB  
R208 G132 B41

Web  
#d08429

Pantone  
7569 C



## Colores

La paleta de colores institucionales está compuesta por 3 colores pertenecientes al círculo cromático de los tonos calidos y tierra que, al estar dentro de una misma gama de colores, permite generar una perfecta armonía entre ellos.

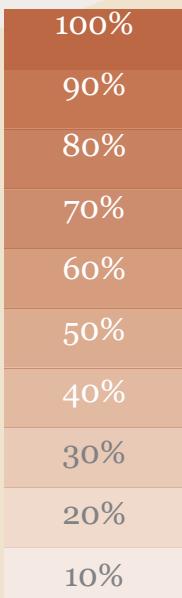
## Degradiados

Los degradados también hacen parte de la identidad visual. Forman una escala de colores adyacentes de tonalidades rojo, cafe y amarillo.

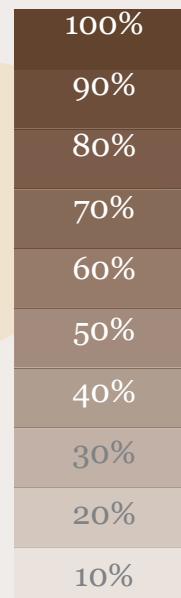
# Colores Secundarios



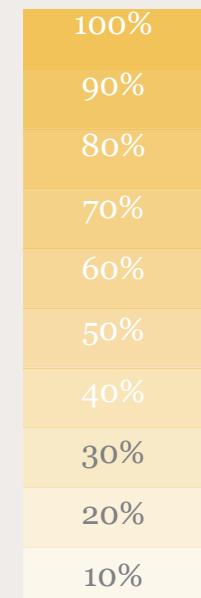
CMYK  
C21 M67 Y79 K7  
RGB  
R189 G105 B69  
Web  
#bd6945  
Pantone  
7618 C



CMYK  
C44 M65 Y78 K44  
RGB  
R99 G67 B47  
Web  
#63432f  
Pantone  
7603 C



CMYK  
C5 M23 Y76 K0  
RGB  
R240 G194 B89  
Web  
#foc259  
Pantone  
141 C



La paleta de colores secundarios es una variación en la tonalidad de los colores institucionales por una versión más oscura y menos saturada. El uso correcto para estos colores es en fondos y textos sobre blanco o gris claro. Estos no se deben utilizar, de ninguna forma, para reemplazar los colores institucionales en el logotipo, pero sí está permitido el uso de estos colores con una disposición superpuesta o adyacente a los colores institucionales, tal y como se observa en las muestras de color.

# Colores Complementarios

Los colores complementarios se generan para dar diversidad en los diseños de las piezas gráficas impresas y digitales, no reemplazan a los colores institucionales, los complementan. Su uso está limitado a un color por cada composición, por lo tanto se debe restringir la combinación de estos. Se pueden usar como un identificador de color para un evento específico o para resaltar un elemento informativo o gráfico.



CMYK  
C83 M36 Y100 K31  
RGB  
R41 G99 B49  
Web  
#296331  
Pantone  
357 C



CMYK  
C45 Mo Y100 Ko  
RGB  
R152 G202 B60  
Web  
#98ca3c  
Pantone  
368 C



CMYK  
Co Mo Y100 Ko  
RGB  
R255 G242 Bo  
Web  
#  
Pantone  
803 C



CMYK  
C13 M28 Y36 Ko  
RGB  
R220 G184 B160  
Web  
#dcb8ao  
Pantone  
726 C



CMYK  
Co M84 Y100 Ko  
RGB  
R240 G82 B35  
Web  
#f05223  
Pantone  
172 C



CMYK  
C25 M24 Y56 Ko  
RGB  
R196 G182 B130  
Web  
#c4b682  
Pantone  
7502 C





# Positivo y negativo

Blanco y Negro en Positivo



Blanco y Negro en Negativo



Color en Positivo



Color en Negativo



# Escala de grises y alto contraste



85%

70%



100%

0%

# Variaciones mínimas de tamaño

Los tamaños mínimos de reproducción establecidos para impresión y pantalla varían de acuerdo a cada una de las versiones del logotipo. En relieves y grabados se aconseja un mayor tamaño con el fin de asegurar la reproducción y la legibilidad.

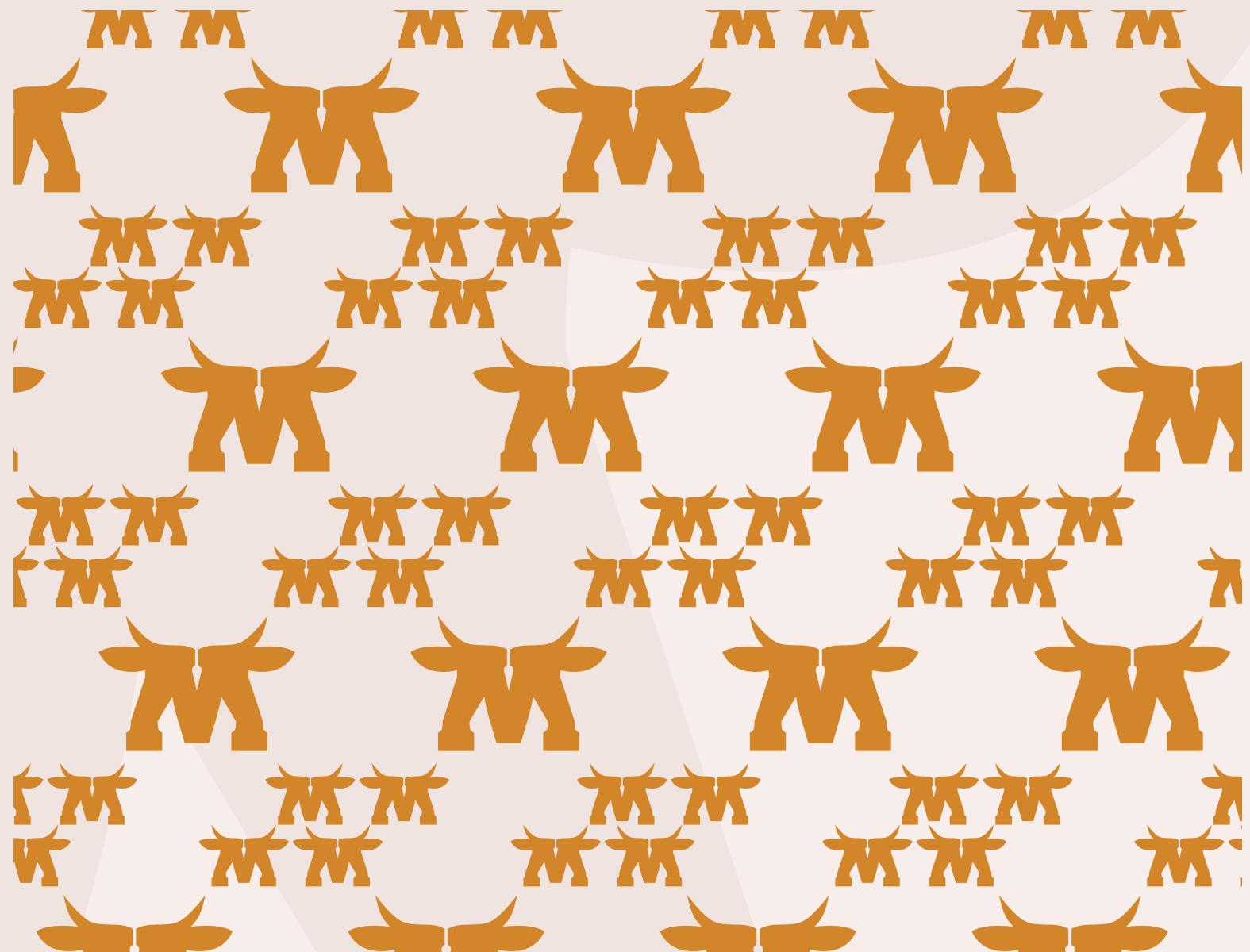


Impresion 4,4246 cm x 2,1003 cm



Impresion 1,0846 cm x 0,7456 cm

# Patrón



WEHN

DOZA

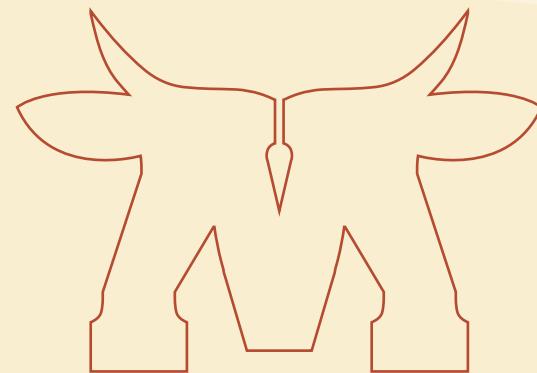
# Usos permitidos

## En recuadros

Para recuadros tener presente el área de protección como mínimo. En la versión del isotipo está permitido el uso de recuadros con esquinas redondeadas para imágenes de perfil y en iconos.

## Alto relieve y grabado

Se debe usar la versión de alto contraste, para grabados en vidrio, superficies, altos relieves, corte en laser y corte en vinilo adhesivo. La adaptación en línea de contorno es exclusiva para grabados finos.



# Usos inadecuados

MENDOZA



No se debe rotar o inclinar dentro de un diseño el logotipo, ni usar el nombre solo.

MENDOZA



No está permitido deformar la imagen, en su ancho o alto dentro de un diseño.



No está permitido descomponer, desplazar o mover un elemento dentro del logotipo.



Se debe evitar el uso vertical.

Está prohibido hacer cambios de color, incluir adornos o símbolos al logotipo.

No está permitido el uso de bordes, sombras o reflejos.

# Aplicaciones







Con ganas de  
algo rico



