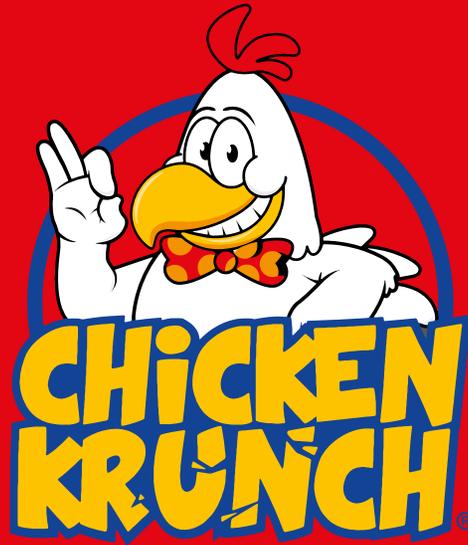


UN KRUNCH DE SABOR® MANUAL DE MARCA
VERSIÓN 2022.



Manual
de
IDENTIDAD CORPORATIVA



Contenido

Introducción	1
Logotipo	2
Tipografías	3
Colores	4
Usabilidad	5
Usos permitidos	5.1
Usos incorrectos	5.2
Variaciones	6
Mascota	7
Aplicaciones	8
Señalética	9
Anuncio	10

Introducción

Este Manual de Identidad Corporativa describe las pautas y normas para el correcto uso de la marca “UN KRUNCH DE SABOR” en las diferentes aplicaciones físicas, impresas y digitales. El objetivo del manual es estandarizar la imagen, su reproducibilidad y versatilidad para que de este modo pueda aplicarse a cualquier medio de difusión.

Se abarcan temas de estructura, forma y color del logotipo, usos adecuados de la marca y estilos tipográficos, creando una unidad en los criterios y usos internos de papelería y los diferentes canales de comunicación interna y externa.

El Manual de Marca debe ser, por tanto una herramienta para el uso de todos los miembros administrativos de “UN KRUNCH DE SABOR”, para el personal encargado del área de comunicaciones y mercadeo, y por último, pero no menos importante para los profesionales encargados de crear y diseñar el material promocional de la empresa, con el fin de que la producción cumpla con altos niveles de calidad respetando los lineamientos de la identidad corporativa.

Este manual no pretende restringir la creatividad de la organización, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas, con objetivos claros de comunicación y proyectando la marca con solidez.

2 LOGOTIPO

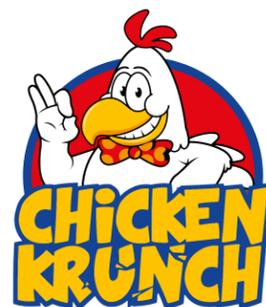


Logotipo

El logotipo como representación gráfica de la marca está formado por la construcción tipográfica de los caracteres que componen "CHIKEN KRUNCH, UN KRUNCH DE SABOR" y que busca transmitir la característica principal de comida rápida, en específico el pollo frito. Pocas palabras para así recordar el nombre de la entidad para generar mayor posicionamiento dentro del campo de la industria de comida rápida.



Logotipo, se refiere exclusivamente al diseño tipográfico del nombre o palabra que define a la marca que se quiere representar.



Isologotipo, se forma por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual representado con signos tipográficos. Es decir, el isologo lo componen la parte gráfica o icono y también la parte textual, pero uno integrado en el otro.



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 la imagen y cuya altura corresponde a la distancia que hay en los límites de la palabra "UN".

3 TIPOGRAFÍAS



BERNIER DISTRESSED

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Hey August

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Josefin Sans

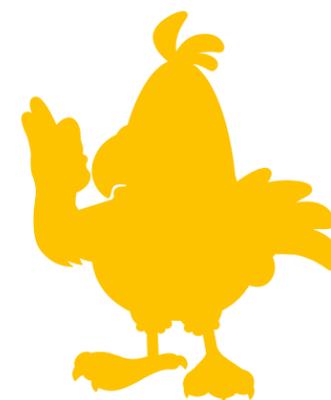
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

BEBAS NEUE

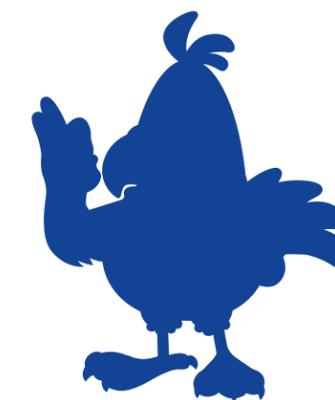
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Colores Institucionales

4 COLORES



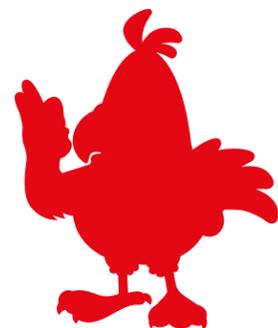
C	0%	R	253
M	25%	G	195
Y	100%	B	0
K	0%		#FDC300



C	100%	R	19
M	79%	G	67
Y	0%	B	149
K	0%		#134395



Colores secundarios



C	0%	R	253
M	25%	G	195
Y	100%	B	0
K	0%		#FDC300



C	0%	R	253
M	25%	G	195
Y	100%	B	0
K	0%		#FDC300



C	0%	R	253
M	25%	G	195
Y	100%	B	0
K	0%		#FDC300



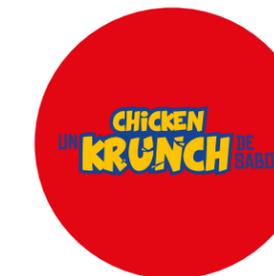
5 USABILIDAD



CHICKEN
UN KRUNCH DE SABOR.

Usos permitidos

Dentro de los usos permitidos, nos referimos al uso de las diferentes variantes del logo, permitiendo usar fondos de diferentes colores siempre y cuando este se pueda observar en armonía, para contemplar la identidad corporativa.



Usos incorrectos

Con el uso incorrecto del logotipo, nos referimos al uso inadecuado de este, por ejemplo, cambiando colores, cambiando el orden de los elementos y el uso de tipografías distintas.



6 VARIACIONES





Variaciones mínimas en 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.

La versión de "UN KRUNCH DE SABOR" se debe usar únicamente donde el símbolo tenga que ir en un tamaño muy pequeño, por ejemplo en el favicon de la página web.



70 mm. x 14 mm.



50 mm. x 10 mm.



30 mm. x 6 mm.



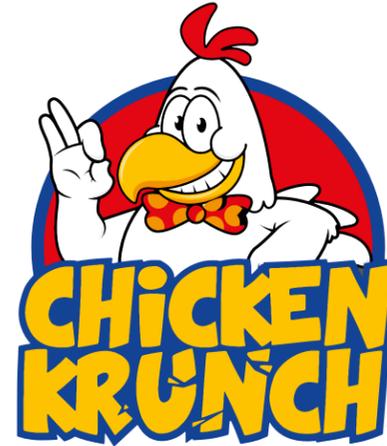
70 mm. x 21 mm.



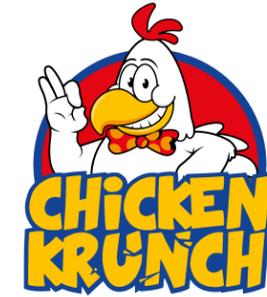
50 mm. x 15 mm.



30 mm. x 9 mm.



60 mm. x 68 mm.

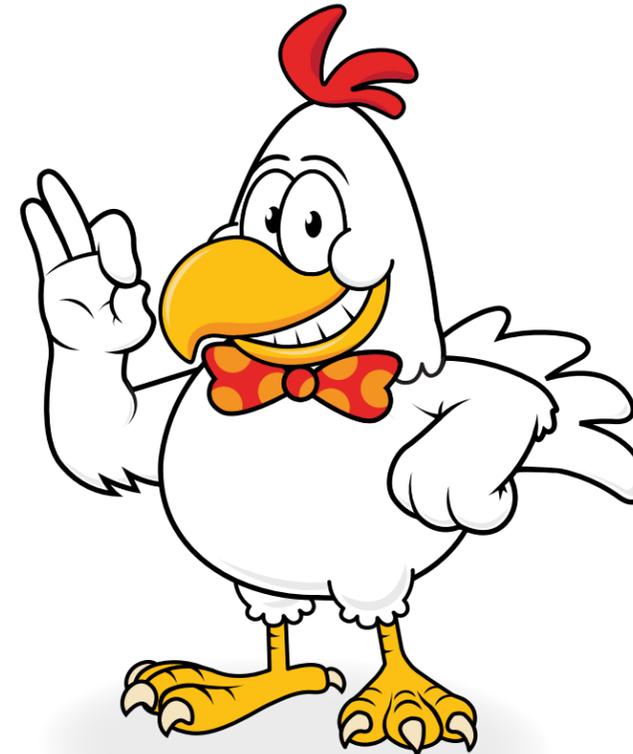


40 mm. x 45 mm.



20 mm. x 22 mm.

7 MASCOTA



Krunchy

Git quam adis reunt od mod qui vene mi, et isque poria adit del invendust officatent, sustem volecae voloriae quo ma nos nulparc illanda erferit re ilictiatur? Qui asperat inulla demqui dipsum rem quam a ventus.

Accumetur re es sequos dolore vel ea nobitatquia dolupta tibusam niminti commollo moleseq uidiaspit diore corpore scipsum quunt, quas verro beribusantis dolorectem faccab in con pra audae et apera alites endae perchit iosae. Itatiam fugiatus ea quamus sit.

8 APLICACIONES









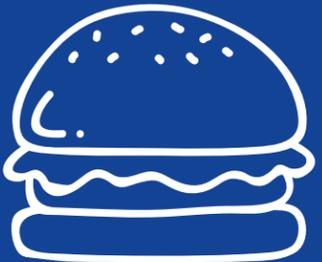


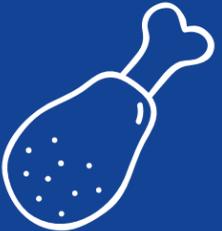


Bienvenidos

HORARIOS
LUNES - DOMINGO
11:00 AM A 9:00 PM

TIENES QUE
PROBARLO

CRUJIENTE  U **KRUNCH**
HAMBURGUESA  **KRUNCH**

POLLO KRUNCH BONELESS  PICOSITAS

 SALSA BBQ SPICY PAPAS A LA FRANCESA

9 SEÑALÉTICA

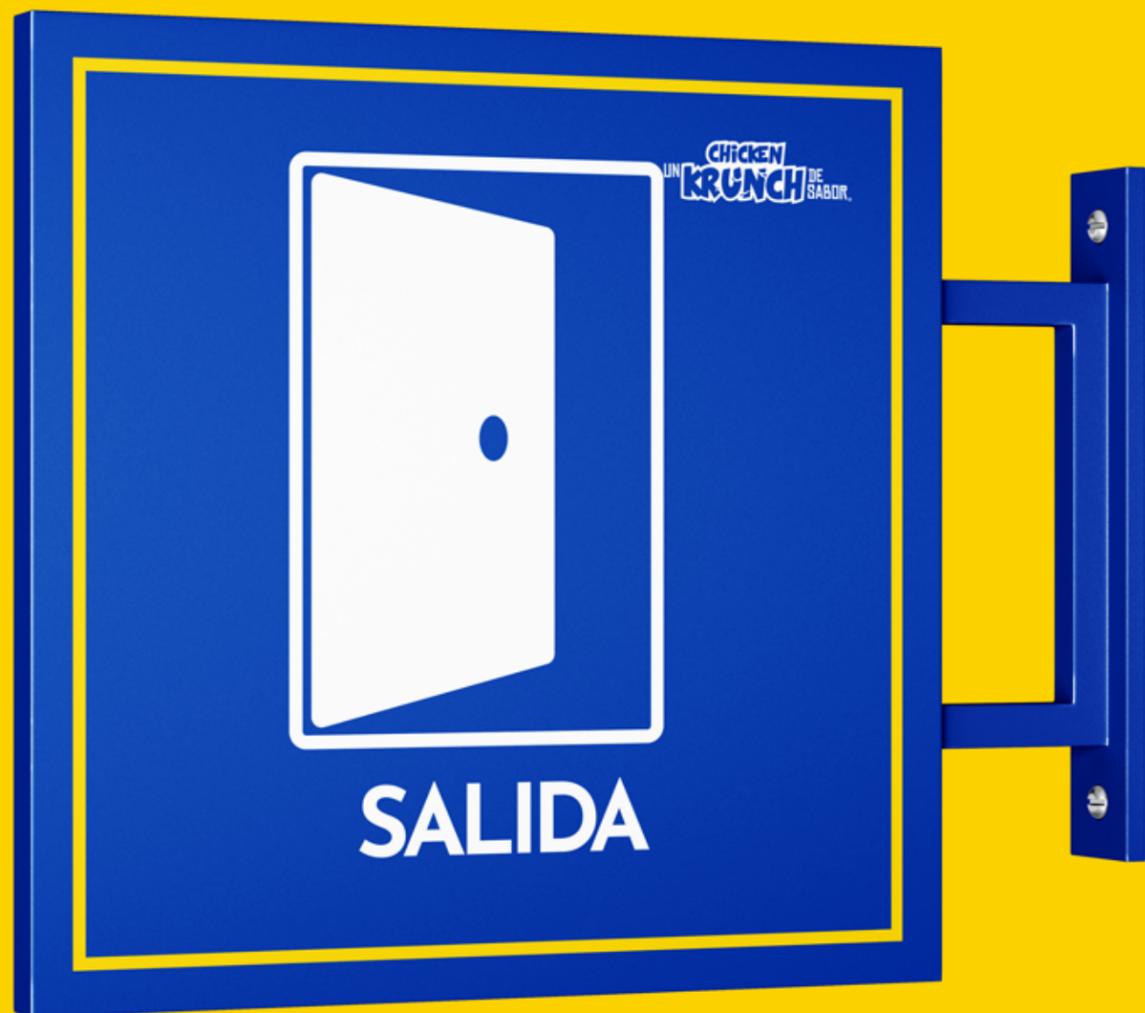
Señalética

Proyecto de señalética diseñado para la marca "CHICKEN KRUNCH, UN KRUNCH DE SABOR", haciendo uso de la misma para poder complementar los espacios de una manera armoniosa.















10 ANUNCIO



**CHICKEN
KRUNCH**

