



**Brandbook** • MANGO MANGO

2022



# Contenido

<b>01. La marca</b>	3	<b>03. Usos permitidos</b>	12
• Justificación	4	<b>04. Usos no permitidos</b>	18
• Versiones de marca	5	<b>05. Reducciones mínimas</b>	20
<b>02. Construcción</b>	6	<b>06. Aplicaciones</b>	22
• Composición	7	• Tarjeta de presentación	23
• Retícula	8	• Letrero	24
• Área de restricción	9	• Foto de perfil y portada	25
• Tipografías	10	• Marca en uniforme	26
• Colores	11	• Diseño de stickers	27

**La marca**

**01**



## Justificación

Para este proyecto se definió tres conceptos que fueron la pauta para el diseño de la marca. Primeramente, se buscaba que reflejara un estilo **sofisticado** y con una referencia a los restaurantes de **Tulum** y tras un análisis de esta referencia se concluyó en hacer uso de una tipografía que tuviera su propia **personalidad** y jugara mucho con un diseño de formas irregulares. A partir de definir la tipografía, se aprovechó el estilo para adaptarlo al signo, que es la unión de la parte superior de la letra M y se unieron de forma inversa, esto de manera que ambas forman dos flechas encontradas que invitan al subconciente al restaurante, a esto se le suma dos círculos que representan el día y la noche, los horarios de servicio en el restaurante.



## Versiones de marca

Las versiones de marca nos ayuda a poder adaptar la marca en diferentes espacios y destinarla para diferentes usos, en el caso para este proyecto, se tiene tres versiones: la *marca principal*, la *marca vertical* y el *signo o isotipo*.



Marca principal



Marca horizontal



Signo o isotipo

**Construcción**

02



## Composición

La marca está compuesta por tres importantes elementos, el *signo* o *isotipo* que está pensado para darle un uso aislado y reconocido a futuro, el *logo* que presenta el nombre de la marca y acompaña el signo, y el *tagline* que es el texto que le dice al resto del mundo de que es esa marca, a que se dedica. Estos elementos en conjunto suman una “marca” que le da presentación y sobre todo identidad a un negocio o empresa.



Signo o isotipo

# MANGO MANGO

Logo

SUSHI • MARISCOS • DRINKS

Tagline

## Retícula

La marca se construyó sobre un espacio cuadrulado en base a la altura de los caracteres del tagline y su valor fue convertido a X, entonces se creó una retícula a proporción que le da orden y sentido al espacio entre los elementos de la marca.





## Área de restricción

El área de restricción o espacio de respeto es lo que debe llevar alrededor de la marca y nos ayuda a evitar que pueda ser invadida por otros elementos, por lo tanto, es importante que tengamos en cuenta esto y lo apliquemos.



## Tipografía

Se escogió la tipografía Livvic como principal por su diseño divertido y elegante, que le da un toque desenfadado a la aplicación de textos y además por su gran variación de textos.

Como tipografía auxiliar y para textos cortos como títulos o frases, está Parisienne en su peso único, que ayudará a darle un aspecto más juguetón a los diseños, sin dejar de ser sofisticado.

# Livvic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 1234567890.,:;!?"#\$%&/'()=

Thin, *Thin Italic*, ExtraLight, *ExtraLight Italic*, Light, *Light Italic*,  
 Regular, *Italic*, Medium, *Medium Italic*, **Semibold**, **Semibold**  
*Italic*, **Bold**, **Bold Italic**, **Black**, **Black Italic**.

# Parisienne

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 1234567890.,:;!?"#\$%&/'()=

# Colores

Los colores institucionales de la marca son el PANTONE 161C y PANTONE 7509C. Estos colores cálidos son lo que le agregan un ambiente natural y amigable en la marca, pues hace referencia a materiales como la madera y que al mismo tiempo se refuerza en la arquitectura del restaurante.

Además, como colores auxiliares se usará el PANTONE 5709C al 12%, el blanco puro y el negro puro.

## PANTONE 161C

RGB 96 61 32

CMYK 40% 64% 83% 57%

#603d20

## PANTONE 5709C

RGB 214 164 97

CMYK 15% 37% 67% 4%

#d6a461

## PANTONE 5709C al 15%

RGB 249 241 231

CMYK 3% 6% 11% 0%

#f9f1e7

## BLANCO PURO

RGB 255 255 255

CMYK 0% 0% 0% 0%

#ffffff

## NEGRO PURO

RGB 0 0 0

CMYK 0% 0% 0% 100%

#000000

# Usos permitidos

03



## Usos permitidos

### Color

Los siguientes ejemplos son los usos permitidos del color en la marca y se puede aplicar a todas las variantes, siempre y cuando se mantenga los elementos en su diseño y proporción definida.

Todas las versiones de marca deben de mantenerse en sus 2 tintas definidos y con las opacidades definidas para sus elementos. En caso de la marca en negativo a color, el PANTONE 161C se reemplazará por el blanco y el PANTONE 7509C se mantendrá en sus mismos elementos.



# MANGO MANGO

SUSHI • MARISCOS • DRINKS

Marca a color positivo



# MANGO MANGO

SUSHI • MARISCOS • DRINKS

Marca a color negativo

### Monocromático a color

Los siguientes ejemplos son los usos permitidos monocromático a color en la marca, es decir, la marca en un solo color y se puede aplicar a todas las variantes, siempre y cuando se mantenga los elementos en su diseño y proporción definida.

Todas las versiones de marca deben de mantenerse en alguna de sus 2 tintas definidos. Se recomienda que en caso de aplicar la marca en positivo se use el PANTONE 161C y para la marca monocromático a color negativo el PANTONE 7509C.



# MANGO MANGO

SUSHI • MARISCOS • DRINKS

### Marca monocromática en positivo



# MANGO MANGO

SUSHI • MARISCOS • DRINKS

### Marca monocromática en negativo

### Monocromático a color

Los siguientes ejemplos son los usos permitidos monocromático a blanco y negro, es decir, la marca en un solo color y se puede aplicar a todas las variantes, siempre y cuando se mantenga los elementos en su diseño y proporción definida.

Estos usos de color serán permitidos en caso de que la aplicación de la marca a color no sea conveniente, por ejemplo, en algunas técnicas de impresión.

El color será en un 100% de negro para la versión de la marca monocromática en positivo y negativo.



# MANGO MANGO

SUSHI • MARISCOS • DRINKS

Marca 100% negro



# MANGO MANGO

SUSHI • MARISCOS • DRINKS

Marca 100% blanco

### Escala de grises

Para la versión en escala de grises se usara el negro al 80% reemplazando el PANTONE 161C y un negro al 50% reemplazando el PANTONE 7509C.

Esta versión a escala de grises de la marca ayuda tanto para impresión a una sola tinta, como para el registro de marca.



# MANGO MANGO

SUSHI • MARISCOS • DRINKS



### Fondos

Será permitido aplicar la versión de marca a colores en fondos blancos o claros, con el fin de contrastar y de no perder sus elementos y legibilidad. Si es necesario aplicar la marca en fondos con textura, es importante colocarla con un efecto opaco para destacarla. En el caso de requerir poner la marca en un fondo del color de la marca, se colocará la marca en su versión monocromática y de manera que contraste.



The logo consists of a stylized 'M' symbol with two orange dots, positioned above the brand name 'MANGO MANGO' in a bold, serif font. Below the brand name, the words 'SUSHI • MARISCOS • DRINKS' are written in a smaller, sans-serif font.



The logo is centered on a dark, blurred background with bokeh light effects. The 'M' symbol and brand name 'MANGO MANGO' are in white, while the tagline 'SUSHI • MARISCOS • DRINKS' is in orange.



The logo is centered on a dark wood-grain background. The 'M' symbol and brand name 'MANGO MANGO' are in white, while the tagline 'SUSHI • MARISCOS • DRINKS' is in orange.

# Usos No permitidos

04



## Usos NO permitidos

La marca no puede ser modificada de otra manera que no esté indicada en el manual, es decir, debe respetarse su diseño: sus formas, sus colores, sus espacios y alineaciones.

Primer caso: la marca tiene un color no permitido.

Segundo caso: la marca está colocada en un fondo no permitido, incluso se pierde por la falta de contraste.

Tercer caso: la alineación de la marca es incorrecto, podemos notarlo en el desambiguador.



# Tamaños mínimos impresos

50



# Tamaños mínimos

La marca debe tener definido un tamaño mínimo para que pueda funcionar de manera óptima en sus aplicaciones, impresas y dependiendo también de esta. Puede ser posible que se reduzca aún más de lo definido, pero los tamaños que aquí se muestran son con el objetivo de conservar sus elementos de manera clara y sin perderse unos con otros.



4 cm



3 cm



0.75 cm

# Aplicaciones

60







MANGO MANGO

SUSHI • MARISCOS • DRINKS

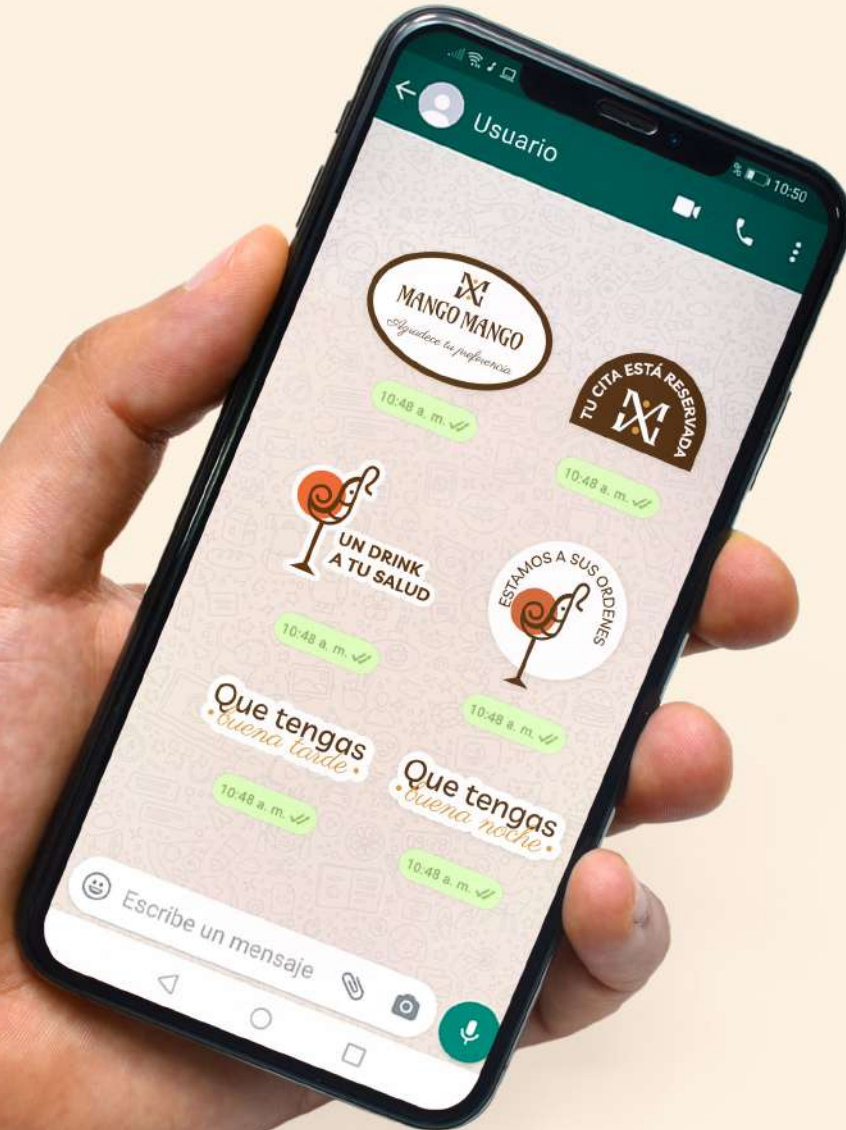


# Foto de perfil y portada





# Diseño de stikers





# MANGO MANGO

SUSHI • MARISCOS • DRINKS

