

# ANEXO

**Un sueño hecho realidad.**  
*Creación de estrategia de marca y  
diseño de identidad visual para un futuro  
negocio familiar.*

Grado de Publicidad y Relaciones Públicas  
Facultad de Turismo  
Universidad de Girona

Autora: Sofia Iara Parenti Papi  
Tutor: Dr. Manel Alcalà  
Curso 2023-2024

## ANEXO

### Índice

Anexo 1 - Benchmarking	2
Anexo 2 - Identidad de marca	4
Anexo 3 - Proceso creativo, naming e ilustración	9
Anexo 4 - Proceso <i>Packaging</i>	14
Anexo 5 - Cartas	27
Anexo 6 - Manual de marca	31
Anexo 7 - Sesión fotos	63
Anexo 8 - Instagram	70

## Anexo 1 - Benchmarking

En un entorno empresarial tan saturado como el actual, la diferenciación competitiva se convierte en uno de los objetivos primordiales en las organizaciones. En este panorama, la implementación de un estudio de benchmarking se vuelve imprescindible. Esta herramienta permite estudiar y analizar el panorama en el cual la marca se moverá.

Realizar un *benchmarking* no garantiza resultados si no se ejecuta con precisión. Para lograr que el *benchmarking* sea efectivo, es fundamental definir claramente los objetivos y los criterios de comparación. Esto implica definir las métricas relevantes que permitirán analizar diversos ámbitos de interés con precisión. (Pursell, 2024)

Con el objetivo de comprender las estrategias que emplean los competidores para poder presentar una propuesta única, se ha realizado un *benchmarking* competitivo. Este estudio recoge tanto a competencias internacionales como Pizza Hut, Telepizza y Papa John's, y también a competidores locales de menor escala, como pueden ser Pizzería Marghe y *La Boca Dolça*.

Se considera necesario abarcar ambas categorías porque las aportan diferente información valiosa. Las grandes marcas funcionan como referentes dentro del sector y representan en gran parte el *top-of-mind*<sup>1</sup> en los consumidores. Por otro lado, la competencia de carácter local, conformada por pequeñas empresas locales, permiten observar el funcionamiento de negocios similares a este proyecto.















Es por eso, que esta comparación brinda al proyecto una perspectiva amplia de la competencia, exponiendo cuáles podrían ser las futuras estrategias relevantes y aplicables a la futura marca que este proyecto busca crear.

Obsérvese el *benchmark* competitivo a continuación en la Tabla 1.

---

<sup>1</sup> “El *Top of Mind*, que es la primera organización o marca que una persona cita en la pregunta de notoriedad espontánea, lo que puede señalarse como la entidad más conocida.” (Capriotti, 2009, p.189)

Tabla 1: *Benchmarking competitivo*. Fuente: Elaboración propia.

Competencia	Marca	Logotipo	Colores	Target	Modelo de negocio: Establecimiento	Modelo de negocio: porciones o pizzas enteras?	Qué destacan en la marca?
Internacional	Domino's Pizza			Público amplio, desde familias hasta jóvenes.	Mixto, tiene tiendas físicas y ofrece servicio de entrega a domicilio y para llevar.	Principalmente pizzas enteras.	Rapidez en la entrega, se define como innovadora y sus campañas se enfocan en la frescura y de sus pizzas.
Internacional	Papa John's			Familias y jóvenes que buscan un poco más de calidad en las pizzas.	Mixto, tiene tiendas físicas y ofrece servicio de entrega a domicilio y para llevar.	Principalmente pizzas enteras, aunque en algunos mercados ofrecen porciones.	Énfasis en ingredientes frescos y de alta calidad, y su lema "Mejores Ingredientes, Mejor Pizza".
Internacional	Pizza Hut			Público amplio, enfocado más a amigos.	Mixto, tiene tiendas físicas y ofrece servicio de entrega a domicilio y para llevar.	Principalmente pizzas enteras.	Refuerzan el mensaje de "tradición". Muestran variedad en el menú y trabajan las experiencias en restaurantes.
Internacional	Telepizza			Público amplio, familias y grupos de amigos.	Mixto, tiene tiendas físicas y ofrece servicio de entrega a domicilio y para llevar.	Pizzas enteras.	La marca hace énfasis en la conveniencia, comer pizza como estilo de vida. Destaca entre la competencia por sus promociones frecuentes.
Territorial	Marghe Pizzeria			Jóvenes y adultos, enfocado a parejas, pequeños comités.	Se enfoca más en su establecimiento físico, aunque también ofrece servicio de entrega a domicilio y para llevar.	Pizzas enteras.	Su pizza destaca por seguir al pie de la letra la receta original Napolitana. Sus camareros son todos italianos.
Territorial	La Bocadolça			Familias y grupos de amigos.	Se enfoca más en su establecimiento físico, aunque también ofrece servicio de entrega a domicilio y para llevar.	Pizzas enteras.	Presentan una propuesta gastronómica con productos de la tierra.
Territorial	Squadra Pizza Lab			Más enfocado a jóvenes y grupos de amigos, también familias.	Se enfoca en un modelo <i>take-away</i> . También tienen <i>foodtrucks</i> para eventos.	Pizzas enteras.	Su pizza es cuadrada, la marca es fresca y moderna. El amarillo como color principal los destaca de la competencia.

Una vez finalizado el estudio de la competencia, se destacan las siguientes conclusiones:

- El rojo es el color predominante en la identidad visual de la mayoría de marcas, seguido del color verde, todos ellos en distintas tonalidades, aunque todas ellas mantienen un nivel de saturación cromático notable.
- El blanco y el negro también son usados como colores principales en algunas marcas, destacando su uso principalmente en marcas más pequeñas, dentro de la competencia nacional.
- En cuanto al modelo de negocio, todas las pizzerías enfocan su modelo de venta a proporcionar pizzas enteras.
- Squadra Pizza Lab presenta un modelo de negocio distinto al resto. Se enfoca en un negocio *take-away* y aunque mayoritariamente opera desde su propio establecimiento, ocasionalmente recurre a los *food-trucks* para presentarse a eventos.
- Las propuestas de valor de las diferentes cadenas comerciales son bastante similares y se diferencian poco entre sí, con excepciones como las ofertas especiales de Telepizza.
- Las pizzerías de carácter local, ofrecen una propuesta de valor enfocada a las características de la pizza. Ejemplos son la forma cuadrada de Squadra Pizza Lab o la receta napolitana de Marghe Pizzería.

Se concluye el análisis de *benchmarking*, destacando que existe una ausencia de colores morados y naranjas en el sector, y la presencia mínima del color azul, en este caso contando con la tonalidad celeste que presenta Domino's. Las propuestas de valor no son extremadamente diferenciadoras, salvo la de Squadra Pizza Lab. Aun así, todas las marcas tienen un enfoque elevado en las experiencias tangibles (pizza, precios, etc.)



## Anexo 2 - Identidad de marca



#CCA000

Pantone 110 C

CMYK - 9% 35% 98% 1%

RGB - 204, 160, 0

#16223A

Pantone 295 C

CMYK - 100% 86% 46% 55%

RGB - 22, 34, 58

# La Porteña

## Elementos que se deben representar

MOLDE - La pizza porteña se hace al molde

ALTURA - La pizza porteña tiene mínimo 300g de queso

**La Porteña**  
Queso + toppings

**La Porteña**  
Molde

# La Porteña

## ¿Por qué **BOLD**?

Marca amigable, cariñosa.

Representa el distintivo más importante de la pizza de masa **gruesa**

## ¿Por qué **Sans-Serif**?

Marca moderna, extraovertida.

Representa el propósito que tiene la marca con las **personas y los enlaces.**

# La Porteña

**LaPorteña**

**LaPorteña**

**LaPorteña**

**LaPorteña**

### Anexo 3 - Proceso creativo, naming e ilustración

Se presenta el proceso de selección de nombres para cada pizza. Seguidamente, el proceso de dibujo para obtener la ilustración base, y luego las diferenciaciones de cada uno de los sabores.

# PROPUESTA CREATIVA

## PROPUESTA DE VALOR

---

Creado por  
Sofia Parenti

Cliente: LaPorteña

**Para la creación del concepto innovador de "La Porteña", y por lo tanto, la elección de los nombres de los diferentes sabores de cada pizza, se convocó una cena con los mismos amigos y familiares que inspiraron la marca.**

**Esta iniciativa implicó un estudio integral realizado durante la cena, en donde se registraron meticulosamente los comentarios y situaciones (insights) que tenían lugar alrededor de cada sabor de las distintas pizzas.**

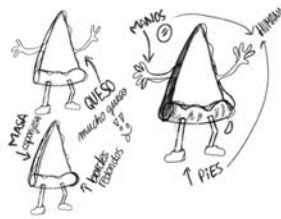
**Después de este primer estudio cualitativo directo, se procedió a diseñar un icono base en el cual todas las otras figuras estarían basadas.**

**Finalmente, se ilustró cada una de las pizzas necesarias, diferenciando con elementos únicos cada sabor, aportando así una personalidad a cada una de ellas y reforzando la propuesta de valor de La Porteña.**

---

Propuesta gastronómica creativa

# CREACIÓN ILUSTRACIÓN BASE



Elementos

OJOS → 00 0000

NARIZ → ^ ^ ^

BOCA → ~ ~ ~

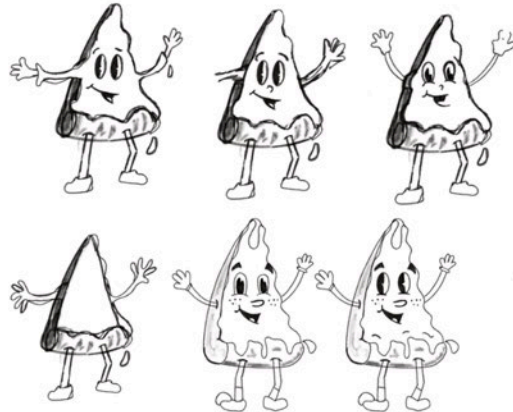
CEJAS

PECAS

PESTANIAS

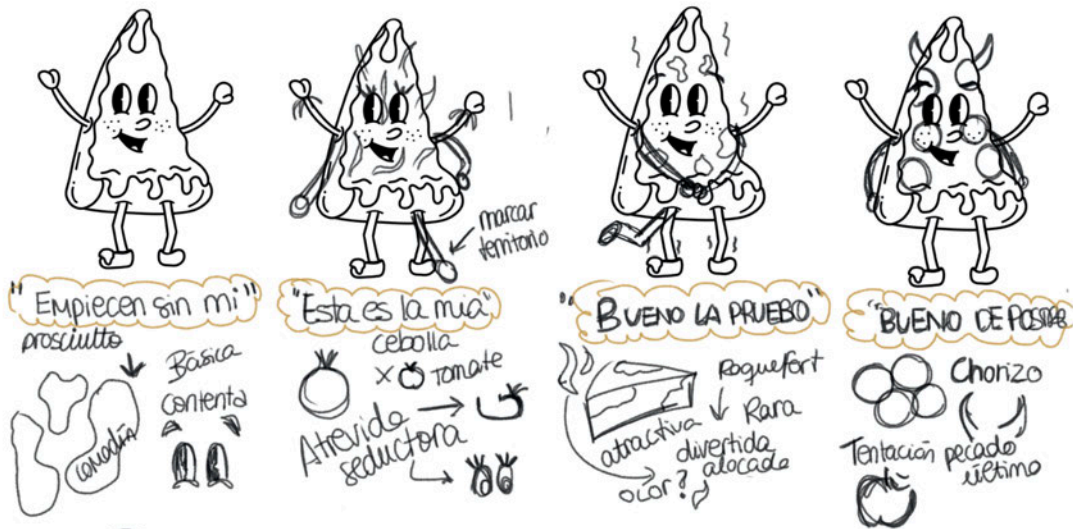
FIJOS ↓ personalidad la portada

VARIABLES ↓ personalidad PIZZA



Propuesta gastronómica creativa

## CREACIÓN ILUSTRACIONES INDIVIDUALES



Propuesta gastronómica creativa





Propuesta gastronómica creativa

## DIGITALIZACIÓN ILUSTRACIONES INDIVIDUALES



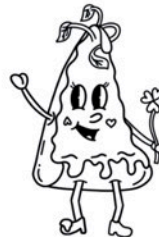
Empiecen sin mí



Qui no arrisca, no pisca



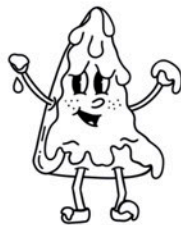
La de cancha



La Juanita



Esta es la mía



La Quesobra



Bueno, la pruebo



Bueno, de postre

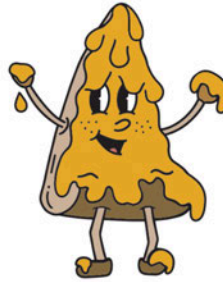
Propuesta gastronómica creativa



## APLICACIÓN DE COLOR EN ILUSTRACIONES



**"Esta es la mía"**



**"La que sobra"**

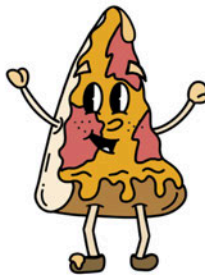


**"Bueno, la pruebo"**

**"Bueno, de postre"**



Propuesta gastronómica creativa



**"Empiecen sin mí"**

**"La de cancha"**



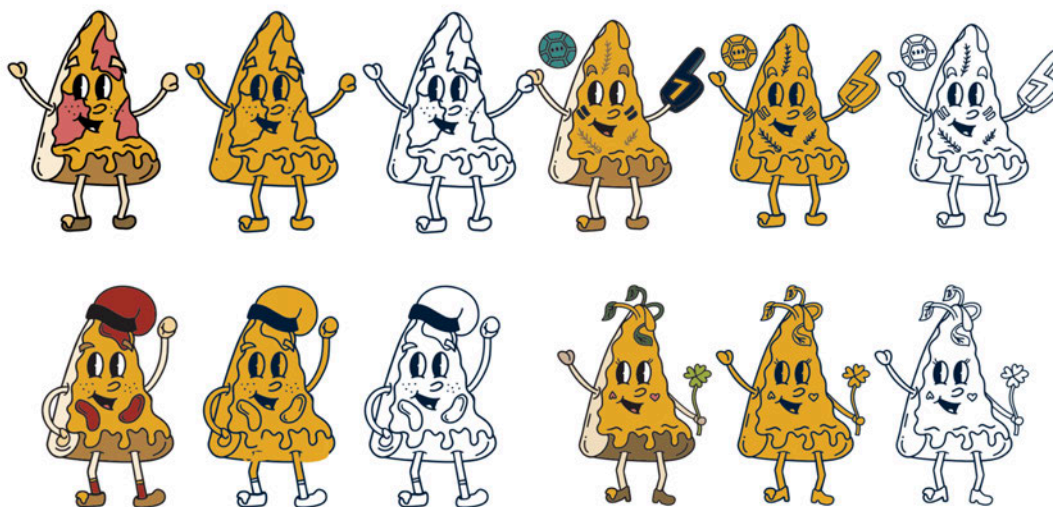
**"Qui no arrisca, no pisca"**

**"La Juanita"**



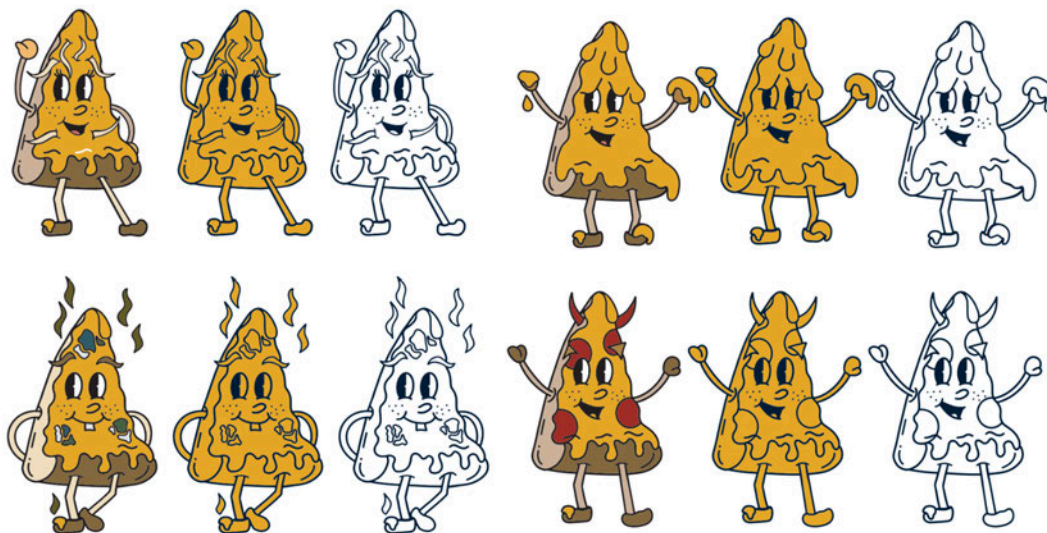
Propuesta gastronómica creativa

## ALTERNATIVA APLICACIÓN DE COLORES



Propuesta gastronómica creativa

## ALTERNATIVA APLICACIÓN DE COLORES



Propuesta gastronómica creativa

## Anexo 4 - Proceso *Packaging*

El *packaging* diseñado para La Porteña no se limita a ser una simple caja de pizza, este es sin duda una herramienta estratégica usada para reforzar la comunicación de la propuesta de valor. Su diseño meticulosamente elaborado plasma directamente el concepto diferenciador de venta de pizza por porciones, haciendo destacar a la marca exitosamente de entre sus competidores.

El *packaging* del producto se basa en un lenguaje visual compuesto por códigos cromáticos, fotográficos, tipográficos y morfológicos. (Azad et al., 2014, como se citó en Juárez et al. 2020) Estos elementos no solo estilizan el producto, sino que también transmiten un mensaje claro y evocan emociones en el consumidor.

Underwood (2003) expone la capacidad que tiene el *packaging* para comunicar significados simbólicos inherentes a la marca. Para el caso de La Porteña, el diseño de este no solo transmite la practicidad de la venta por porciones, sino que crea una experiencia única para el consumidor, reforzando la autenticidad y el recuerdo de marca. La interacción durante el empaquetado, seguido de su apertura hasta finalizar con su consumo, logra generar una conexión emocional.

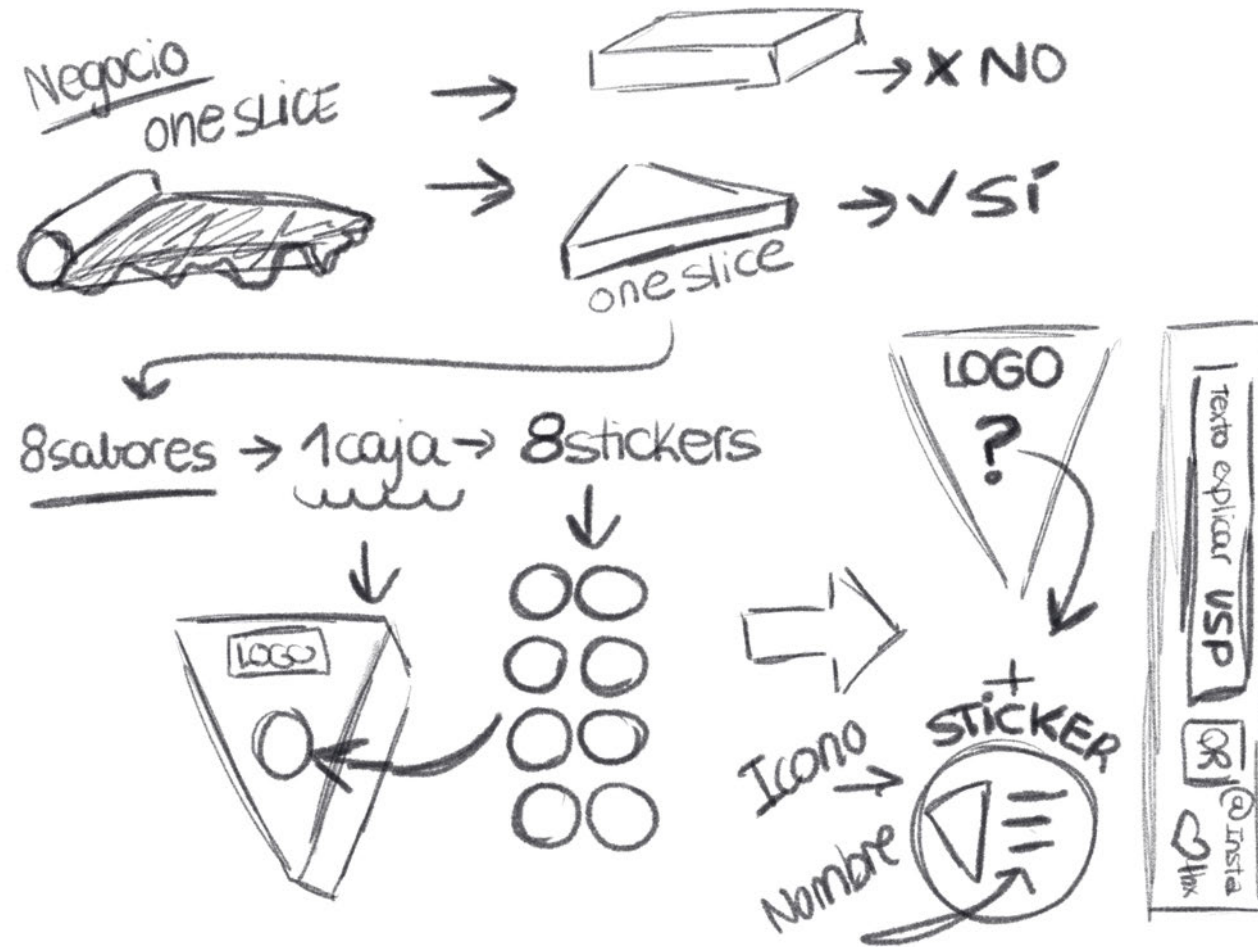
La selección de los elementos que conforman el *packaging* de “La Porteña” se diseñan a partir de los principios que expone el neuromarketing, con la finalidad de optimizar la experiencia del consumidor y aumentar las intenciones de compra. Ejemplos de estos son la incorporación de una frase corta escrita en primera persona, apelando directamente al consumidor y convirtiendo a la marca en cercana. Asimismo, la inclusión de un código QR y enlaces a las redes sociales forman parte de una estrategia omnicanal, que ayudará a crear nuevos *touchpoints*, creando una experiencia más completa y memorable. Tal y como afirma Alhamdi (2020), todos los elementos deben combinar la innovación en marketing con los elementos visuales y verbales del *packaging*, para influir directamente en las intenciones de compra de los clientes.

Por lo tanto, se puede afirmar que el *packaging* de La Porteña no es un elemento indiferente, sino que funciona como engranaje fundamental dentro de toda la estrategia de marca trazada.

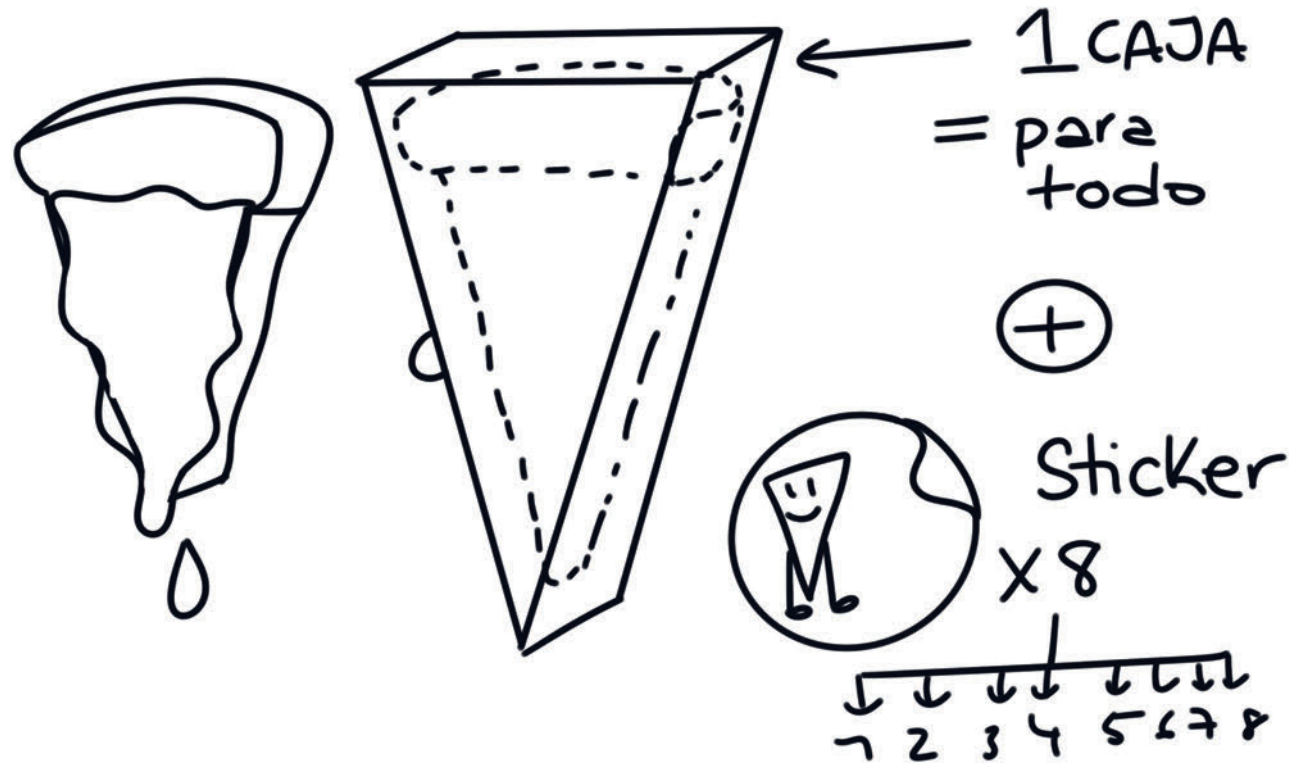
# DISEÑO PACKAGING CREATIVO

PROPUESTA DE VALOR

# Idea principal

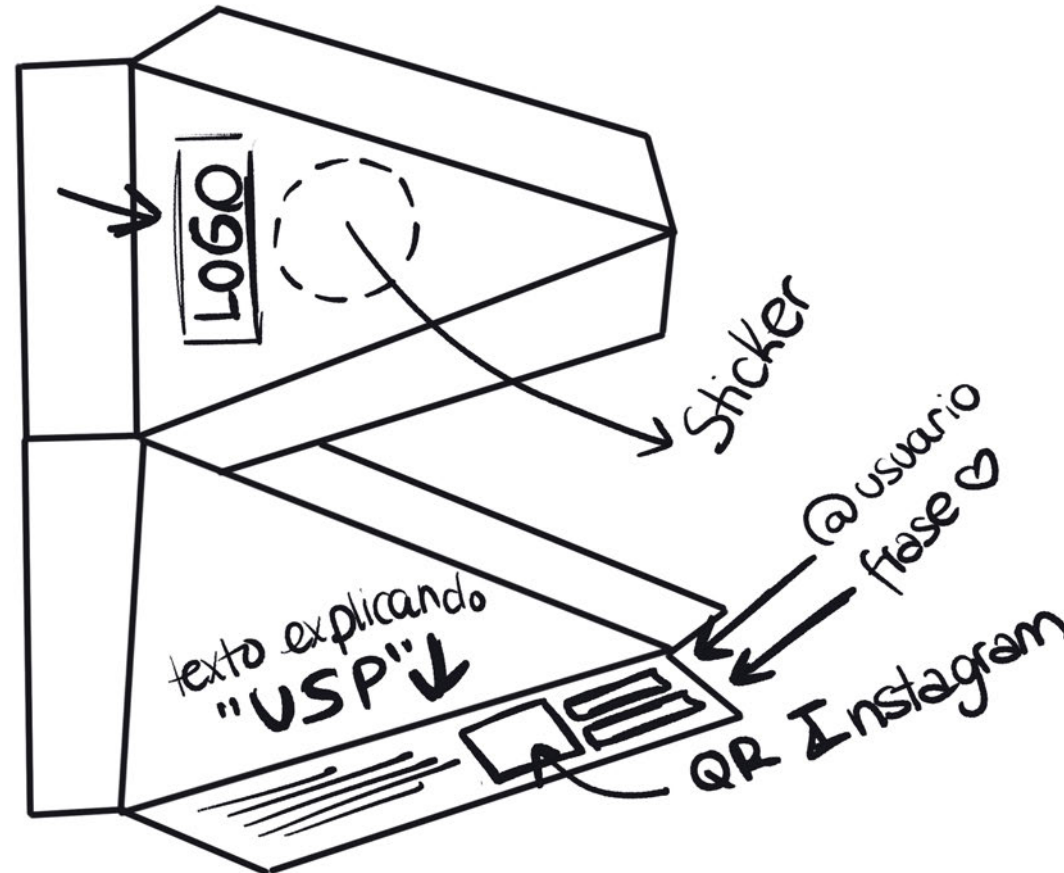


# Boceto final





# Distribución de los elementos



# Diseño final



Creación nombres para la carta

Propuesta gastronómica creativa



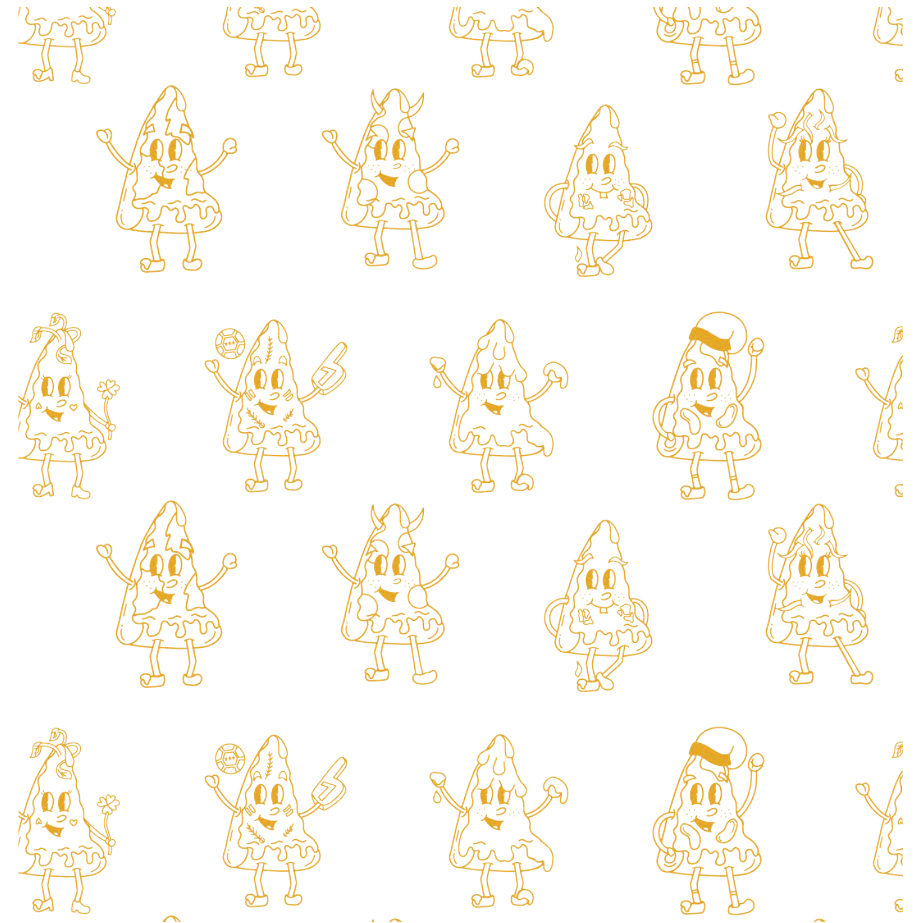
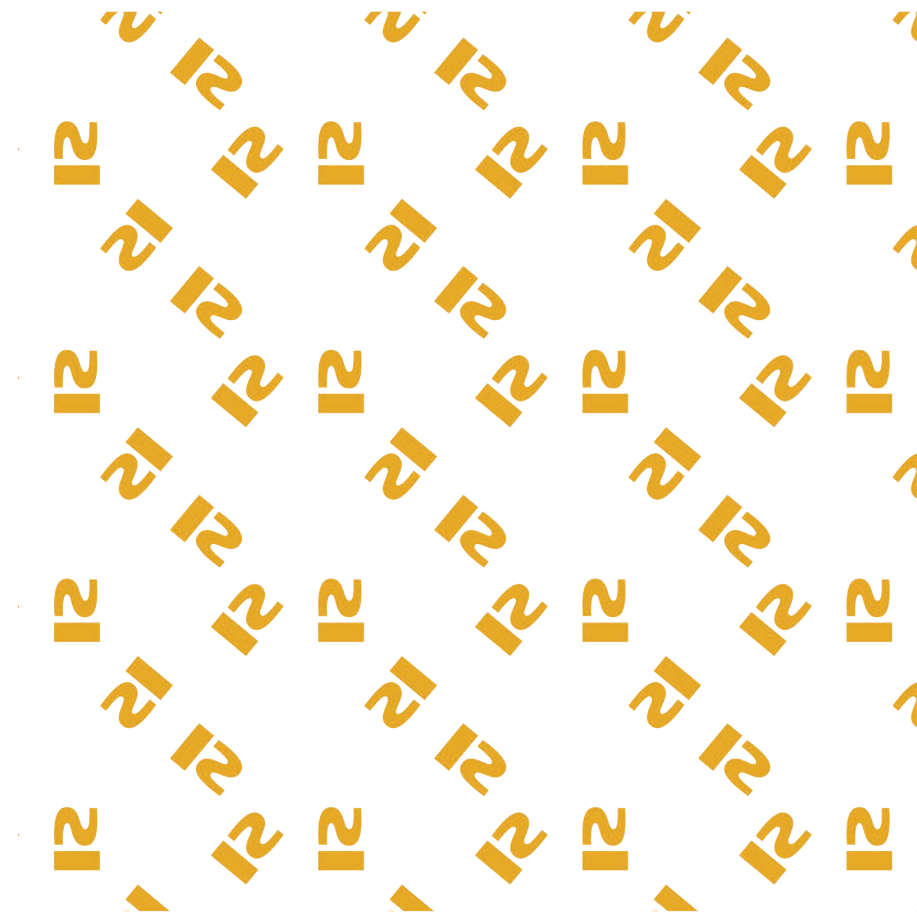
# Stickers



**Stickers  
Complementarios  
de marca**

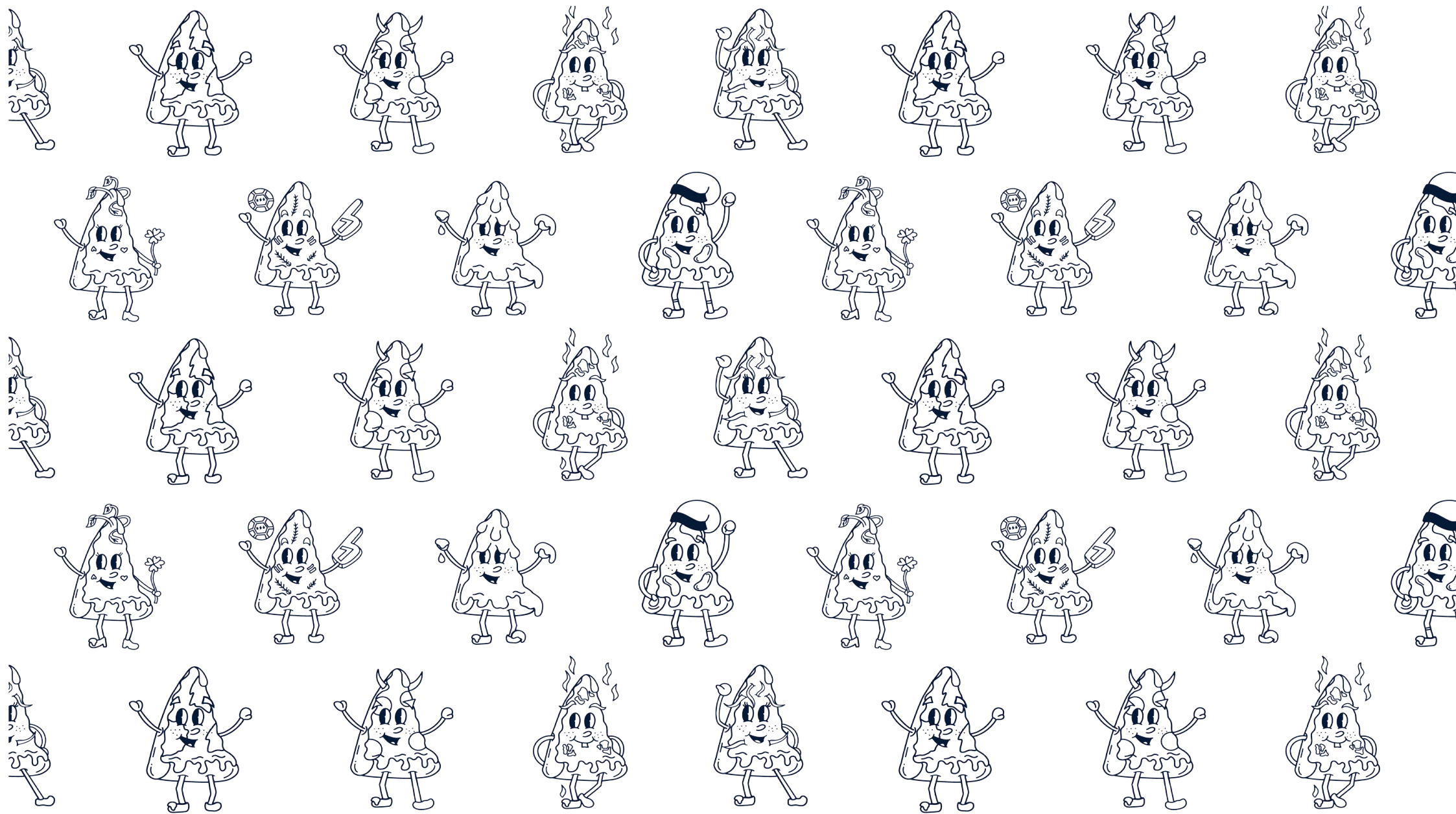


# Creación de patrones



Creado por  
Sofia Parenti

Cliente: LaPorteña



Creación nombres para la carta

Propuesta gastronómica creativa



# Bolsa personalizada La Porteña



Creado por  
Sofia Parenti

Cliente: LaPorteña

# Composición final



# **DISEÑO PACKAGING CREATIVO**

---

Creado por  
Sofia Parenti

Cliente: LaPorteña

## **Anexo 5 - Cartas**

Se presentan a continuación 3 cartas distintas, todas ellas con las ilustraciones personalizadas de La Porteña. Además, se incluyen en elementos como:

- El logotipo
- Alergias, intolerancias, alternativas vegetarianas
- Un breve resumen que capte la esencia de la marca y refuerce el *storytelling*.
- En algunos casos, la historia del origen de cada nombre.
- Un QR que redirija al usuario a las redes sociales.



# LaPorteña



## "EMPIECEN SIN MÍ"

La primera pizza en llegar a la mesa, se llena de miradas tentadoras y paladares hambrientos. El pizzero, que aún sigue cocinando, se ve obligado a decir: "Empiecen sin mí"

Mozzarella, prosciutto, orégano, base tomate.



## "QUI NO ARRISCA, NO PISCA"

Los argentinos se enamoran de la cultura catalana, y también lo hacen del F.U.E.T. Dudando si probar esta mezcla, le preguntan a sus amigos *de la terra* qué opinan; ellos contestan: "Qui no arrisca no pisca"

Mozzarella, fuet, orégano, base tomate.



## "ESTA ES LA MÍA"

El pizzero le cocina a su amada su pizza favorita. Ella, orgullosamente repite siempre a sus invitados: "Esta es la mía". Cuando la hija la prueba por primera vez, sin dudarlo, repite: "Esta también es la mía"

Mozzarella, cebolla, orégano, SIN base de tomate.



## "LA DE CANCHA"

Todo un clásico para los hinchas argentinos. Un viaje nostálgico a la Bombonera y los partidos emocionantes que los equipos de fútbol regalan a su país.

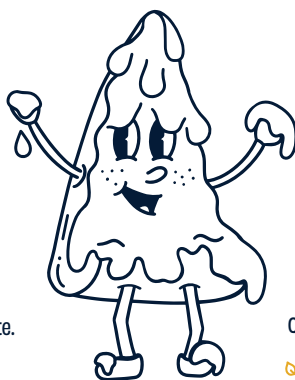
Anchoa, aceite, base tomate.



## "LA JUANITA"

Dejar tu país y empezar de cero. Encontrar una nueva familia y que te hagan sentir como en casa. Esta pizza vegetariana es en honor a Joana y a su familia, y representa la familia que uno escoge.

Mozzarella, salsa blanca, espinacas, SIN base de tomate.



## "LA QUESOBRA"

¿Qué pasa cuando aún hay hambre y el pizzero se queda sin ideas?

Fácil, todas aquellas pizzas que sobran, irán solo con queso, con mucho queso.

Quartiolo, mozzarella, orégano, base tomate.



## "BUENO, LA PRUEBO"

Al principio siempre acostumbra a ser rechazada, pero las sonrisas de quienes la prueban son tentadoras, a tal punto que es inevitable que uno acabe diciendo: "Bueno, la pruebo"

Mozzarella, quartiolo, roquefort, base tomate.



## "BUENO, DE POSTRE"

Aunque ya estás lleno, llega la pizza de chorizo a la mesa. Para justificar que vas a comer una porción sin tener más hambre, la broma de confianza siempre será: "Bueno, de postre"

Mozzarella, chorizo, orégano, base tomate.



# — LAS PIZZAS —



## "EMPIECEN SIN MI"

Mozzarella  
Prosciutto  
Orégano  
Base tomate



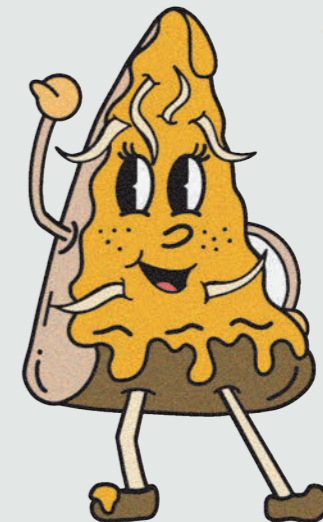
## "QUI NO ARRISCA, NO PISCA"

Mozzarella  
Fuet  
Orégano  
Base tomate



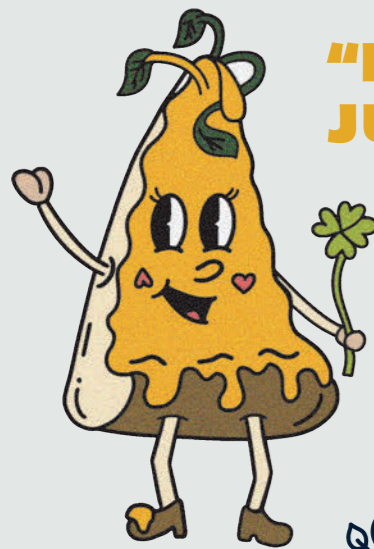
## "LA DE CANCHA"

Anchoa  
Orégano  
Base tomate



## "ESTA ES LA MIA"

Mozzarella  
Cebolla  
Orégano



## "LA JUANITA"

Mozzarella  
Salsa Blanca  
Espinaca



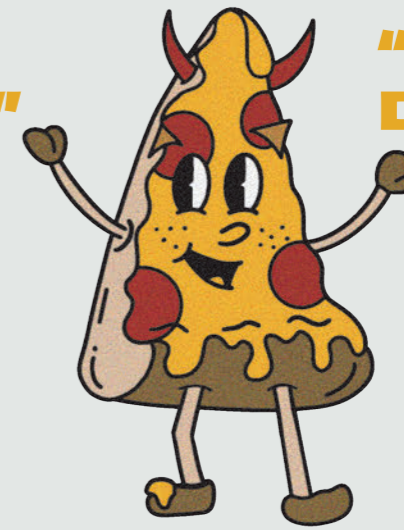
## "LA QUESOBRA"

Quartirolo  
Mozzarella  
Orégano  
Base tomate



## "BUENO, LA PRUEBO"

Mozzarella  
Roquefort  
Base tomate



## "BUENO, DE POSTRE"

Mozzarella  
Chorizo  
Orégano



Vegetariana



Contiene gluten



Contiene lactosa



Sin frutos secos



@LAPORTENA\_PIZZERIA

Cada pizza La Porteña esconde una historia detrás de su nombre. Son años perfeccionando la receta maestra y años creando las mejores combinaciones de la mano de las mejores anécdotas que dan vida a la personalidad de cada sabor. Para descubrir el origen de los nombres, escanea el código QR o pregunta directamente al pizzero.

# LaPorteña



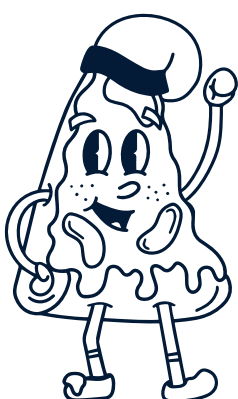
# LaPorteña



## "EMPIECEN SIN MÍ"

La primera pizza en llegar a la mesa, se llena de miradas tentadoras y paladares hambrientos. El pizzero, que aún sigue cocinando, se ve obligado a decir: *"Empiecen sin mí"*

Mozzarella, prosciutto, orégano, base tomate.



## "QUI NO ARRISCA, NO PISCA"

Los argentinos se enamoran de la cultura catalana, y también lo hacen del FUET. Dudando si probar esta mezcla, le preguntan a sus amigos *de la terra* qué opinan; ellos contestan: *"Qui no arrisca, no pisca"*

Mozzarella, fuet, orégano, base tomate.



## "ESTA ES LA MÍA"

El pizzero le cocina a su amada su pizza favorita. Ella, orgullosamente repite siempre a sus invitados: "Esta es la mía". Cuando la hija la prueba por primera vez, sin dudar, repite: "Esta también es la mía"

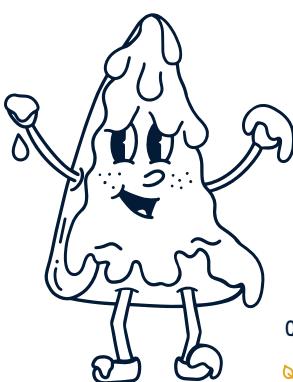
Mozzarella, cebolla, orégano, SIN base de tomate.



## "LA DE CANCHA"

Todo un clásico para los hinchas argentinos. Un viaje nostálgico a la Bombonera y los partidos emocionantes que los equipos de fútbol regalan a su país.

Anchoa, aceite, base tomate.



## "LA QUESOBRA"

¿Qué pasa cuando aún hay hambre y el pizzero se queda sin ideas?

Fácil, todas aquellas pizzas que sobran, irán solo con queso, con mucho queso.

Quartirolo, mozzarella, orégano, base tomate.



## "LA JUANITA"

Dejar tu país y empezar de cero. Encontrar una nueva familia y que te hagan sentir como en casa. Esta pizza vegetariana es en honor Joana y a su familia, y representa la familia que uno escoge.

Mozzarella, salsa blanca, espinacas, SIN base de tomate.



## "BUENO, LA PRUEBO"

Al principio siempre acostumbra a ser rechazada, pero las sonrisas de quienes la prueban son tentadoras, a tal punto que es inevitable que uno acabe diciendo:

*"Bueno, la pruebo"*

Mozzarella, quartirolo, roquefort, base tomate.



## "BUENO, DE POSTRE"

Aunque ya estás lleno, llega la pizza de chorizo a la mesa. Para justificar que vas a comer una porción sin tener más hambre, la broma de confianza siempre será:

*"Bueno, de postre"*

Mozzarella, chorizo, orégano, base tomate.



## Anexo 6 - Manual de marca

Recordando que un Manual de Marca es un documento técnico que puede incluir diversos elementos elaborados por y para la marca (Branzai, 2024), en el manual presentado para la porteña se ofrecen los siguientes puntos:

- La historia, esencia y la propuesta de valor. Estos 3 conceptos clave ayudarán al lector a interiorizar los términos intangibles que dan vida a La Porteña.
- El logotipo, incluyendo los espacios de seguridad y posibles aplicaciones. De esta forma se garantiza un uso correcto y coherente a lo largo cualquier material elaborado para La Porteña. Por ese mismo motivo, se presentan los colores de marca y la paleta cromática escogida.
- Se exponen la iconografía personalizada elaborada por la autora, junto al nombre correspondiente de cada pizza. Seguidamente, se presentan las ilustraciones en diversos formatos.
- Se concluye el manual de marca presentado el conjunto de elementos que conforman la identidad visual de La Porteña. Esta incluye un estilo fotográfico, necesario para elaborar materia visual coherente y cohesionado con la identidad establecida; *mock-ups* del *packaging* elaborado, con la finalidad de destacar dicho elemento clave y diferenciador; y finalmente otros elementos materiales gráficos como pueden ser los patrones para estampados.

# Manual de Marca

## Contenido

**Resumen de marca - Logotipo - Colores -  
Iconografía - Tipografía - Aplicaciones**

**Bienvenido / Bienvenida,**

**En este manual de marca descubrirás la esencia y el porqué de "La Porteña".**

**Podrás ver plasmada su identidad, la estructura visual que debe ser aplicada para mantener la coherencia adecuada, transmitir su leimotiv y valores, así como su autenticidad y propuesta de valor.**

**01.** **Resumen de marca**  
1.1 Historia  
1.2 Esencia  
1.3 Propuesta de valor

**04.** **Iconografía**  
4.1 Iconos base  
4.2 Iconografía individual  
4.3 Iconografía a color

**02.** **Logotipo**  
2.1 Logotipos  
2.2 Espacios de seguridad  
2.3 Usos y aplicaciones

**05.** **Tipografías**  
5.1 Estilos tipográficos

**03.** **Colores**  
3.1 Paleta principal  
3.2 Paleta complementaria  
3.3 Uso de colores

**06.** **Identidad Visual**  
6.1 Estilo fotográfico  
6.2 Packaging Creativo  
6.3 Mock-Ups

**01.**

# **Resumen de Marca**



The left side of the page features a large, abstract graphic design. It consists of several dark blue shapes: a tall, narrow rectangle with a slanted top edge, a smaller circle, and a larger, irregular shape that resembles a stylized letter 'A' or a similar character. These shapes are set against a white background with thin black outlines that define their boundaries and create a sense of depth and movement.

# HISTORIA

Una pequeña familia decide dejarlo todo atrás e irse para empezar de nuevo.

De Argentina viajan a Cataluña, donde descubren un nuevo mundo. En momentos de nostalgia, la cocina es lo que los transporta de vuelta a su país, en concreto la pizza. Tanto repiten la receta familiar que la acaban perfeccionando y un día invitan a dos familias catalanas a probarla. Lo que no sabían es que esa noche sería la primera de muchas más que vendrían.

Una pizza única que se convirtió en una unión de amistades, recuerdos, momentos y culturas.

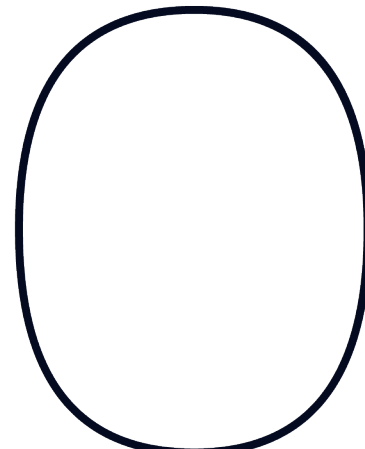


## **ESENCIA**

**La Porteña guarda en su nombre la esencia del origen de la receta, Buenos Aires, ya que el gentilicio de su gente es "porteño y porteña".**

**La marca nace con el propósito de crear enlaces e historias únicas y sinceras, ofreciendo momentos que permanecerán para siempre en la memoria de las personas quienes prueben un bocado de esta pizza.**

**Una mordida que grabará ese instante para siempre.**

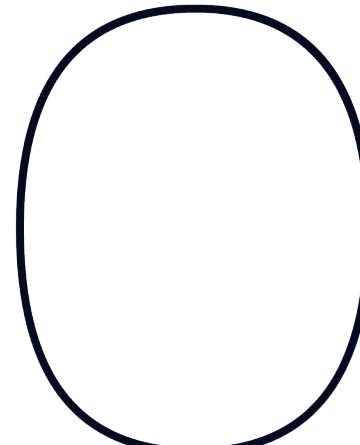




# PROPUESTA DE VALOR

La Porteña sigue el estilo de pizza argentino, una masa es gruesa cocinada en un molde al horno. Está pensada para comerse en porciones individuales, permitiendo probar variedad de sabores.

La propuesta gastronómica se basa en una visión creativa realmente distinta a todo lo que existe a día de hoy. Los nombres de cada una de las pizzas que ofrece esta marca están inspirados en las historias que se han desarrollado a lo largo de los años en torno a cada uno de sus sabores.



# El Logotipo



**LaPorteña**

**LaPorteña**









# Paleta de Colores

# 03.

**#CCA000**  
**Pantone 110 C**  
**CMYK - 9% 35% 98% 1%**  
**RGB - 204, 160, 0**

**#16223A**  
**Pantone 295 C**  
**CMYK - 100% 86% 46% 55%**  
**RGB - 22, 34, 58**

# Manual de Marca

			
<b>#ED982C</b> RGB 237, 152, 44	<b>#E8AB00</b> RGB 232, 171, 0	<b>#F2BD6D</b> RGB 242, 189, 109	<b>#F4E4C6</b> RGB 244, 228, 198
			
<b>#EAEBEA</b> RGB 234, 235, 234	<b>#DSBBA2</b> RGB 213, 187, 162	<b>#B8853D</b> RGB 184, 133, 61	<b>#8E6F3E</b> RGB 142, 111, 62
			
<b>#6E6206</b> RGB 110, 98, 6	<b>#4D6641</b> RGB 77, 102, 65	<b>#241D18</b> RGB 36, 29, 24	<b>#332739</b> RGB 51, 39, 57
			
<b>#152239</b> RGB 21, 34, 57	<b>#335D6C</b> RGB 51, 93, 108	<b>#388988</b> RGB 56, 137, 136	<b>#A1AD2E</b> RGB 161, 173, 46
			
<b>#D56460</b> RGB 213, 100, 96	<b>#CC3025</b> RGB 204, 48, 37	<b>#A12920</b> RGB 161, 41, 32	



# Iconografía

04.

**Se ha desarrollado una iconografía personalizada con el propósito de otorgar una identidad única a cada pizza, plasmando su historia y asegurando una completa individualidad y diferenciación para la marca.**





**Empiecen sin mí**



**Qui no arrisca, no pisca**



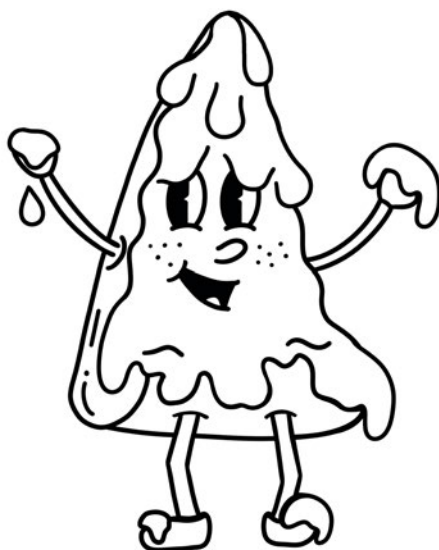
**La de cancha**



**La Juanita**



**Esta es la mía**



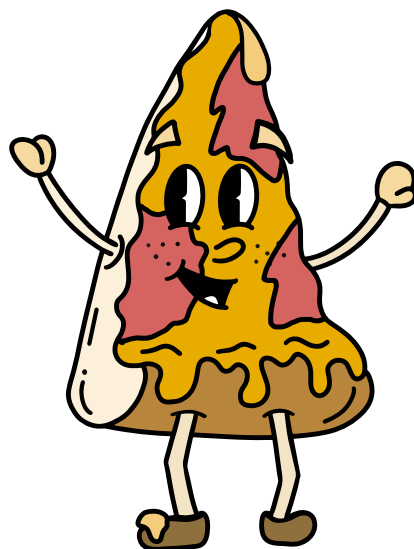
**La Quesobra**



**Bueno, la pruebo**



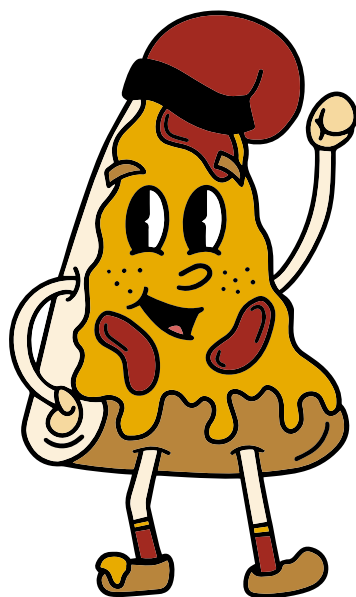
**Bueno, de postre**



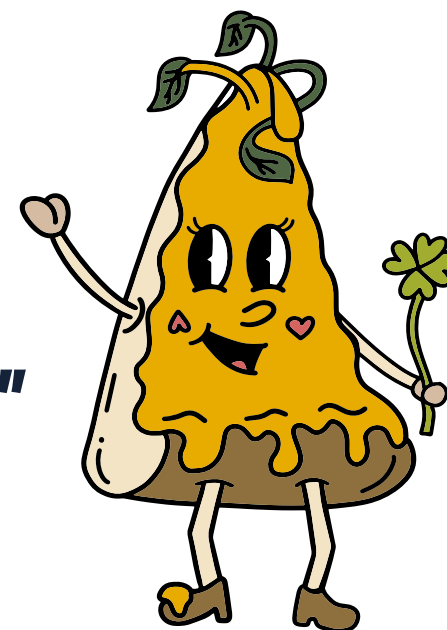
**"Empiecen  
sin mí"**



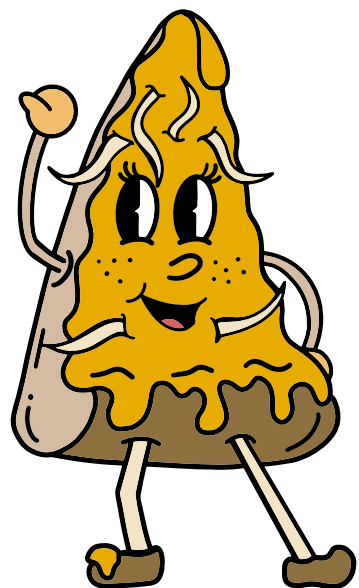
**"La de  
cancha"**



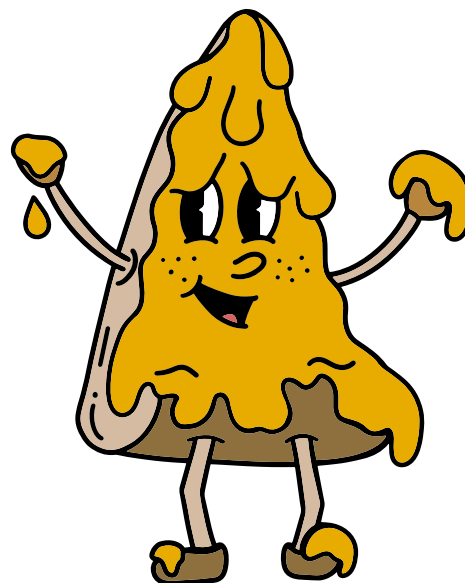
**"Qui no  
arrisca, no  
pisca"**



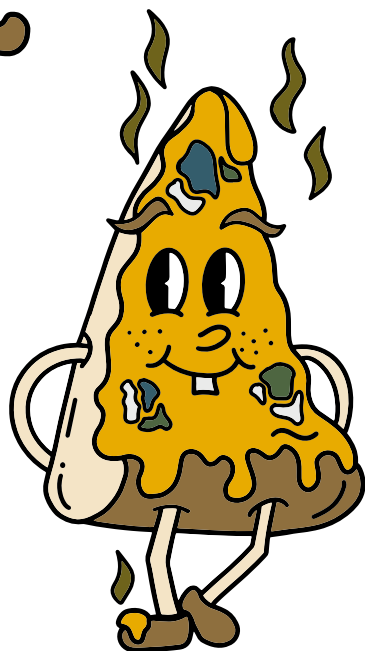
**"La Juanita"**



**"Esta es  
la mía"**

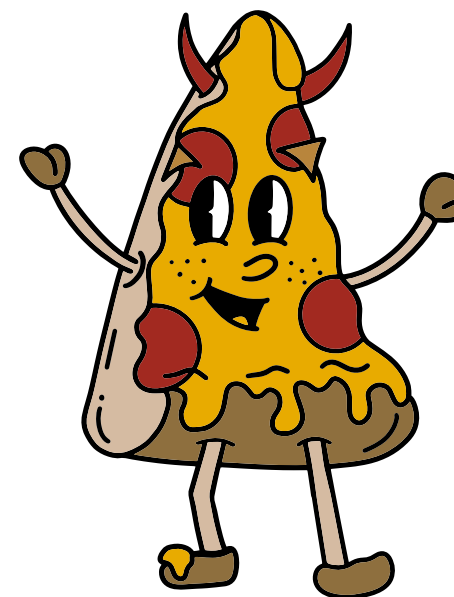


**"La que  
sobra"**



**"Bueno,  
la pruebo"**

**"Bueno, de  
postre"**



# Tipografías

**En el contexto de La Porteña, las pautas tipográficas establecen el uso consistente de tipos de letra, estilos de fuente y diseños de texto.**

**Esto garantiza que el mensaje moderno y familiar de la marca se transmita profesionalmente y de forma cohesionada a través de un diseño apropiado y una legibilidad óptima.**

**05.**

**Esta tipografía será la fuente primaria y podrá ser usada para titulares o textos cortos que sean necesarios destacar.**

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.**

***Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.***

# **Obviously Narrow Bold**

**A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l m n  
o p q r s t u v w x y z**

Esta tipografía será la fuente secundaria y podrá ser usada para textos cortos. Se recomienda usar en textos de medida corta/media. Evitar textos extensos.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.*

# Obviously Narrow

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n  
o p q r s t u v w x y z



Esta tipografía será la fuente empleada en textos extensos. Ejemplos de este podrían ser descripciones de productos, historias, etc.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.*

# Massilia Variable Light

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n  
o p q r s t u v w x y z

# Identidad Visual

06.

## Manual de Marca





# Carta + merchandising



# LaPorteña

<p><b>"EMPIECEN SIN MÍ"</b></p> <p>La primera pizza en llegar a la mesa, se llena de miradas tentadoras y paladares hambrientos. El pizzero, que aun sigue cocinando, se ve obligado a decir: "Empiecen sin mí"</p> <p>Mozzarella, prosciutto, orégano, base tomate.</p> <p>🍕 🍷 🍴</p>	<p><b>"QUI NO ARRISCA, NO PISCA"</b></p> <p>Los argentinos se enamoran de la cultura catalana, y también lo hacen del FUEI. Dudando si probar esta mezcla, le preguntan a sus amigos <i>de la terra</i> qué opinan; ellos contestan: "Qui no arrisca no pisca"</p> <p>Mozzarella, fuet, orégano, base tomate.</p> <p>🍕 🍷 🍴</p>
<p><b>"ESTA ES LA MÍA"</b></p> <p>El pizzero le cocina a su amada su pizza favorita. Ella, orgullosamente repite siempre a sus invitados: "Esta es la mía". Cuando la hija la prueba por primera vez, sin dudarlo, repite: "Esta también es la mía"</p> <p>Mozzarella, cebolla, orégano, SIN base de tomate.</p> <p>🍕 🍷 🍴</p>	<p><b>"LA DE CANCHA"</b></p> <p>Todo un clásico para los hinchas argentinos. Un viaje nostálgico a la Bombonera y los partidos emocionantes que los equipos de fútbol regalan a su país.</p> <p>Anchoa, aceitita, base tomate.</p> <p>🍕 🍷 🍴</p>
<p><b>"LA JUANITA"</b></p> <p>Dejar tu país y empezar de cero. Encontrar una nueva familia y que te hagan sentir como en casa. Esta pizza vegetariana es en honor Joana, y representa la familia que uno escoge.</p> <p>Mozzarella, salsa blanca, espinacas, SIN base de tomate.</p> <p>🍕 🍷 🍴</p>	<p><b>"LA QUESOBRA"</b></p> <p>¿Qué pasa cuando aún hay hambre y el pizzero se queda sin ideas? Fácil, todas aquellas pizzas que sobran, irán solo con queso, con mucho queso.</p> <p>Quartirolo, mozzarella, orégano, base tomate.</p> <p>🍕 🍷 🍴</p>
<p><b>"BUENO, LA PRUEBO"</b></p> <p>Al principio siempre acostumbra a ser rechazada, pero las sonrisas de quienes la prueban son tentadoras, a tal punto que es inevitable acabar diciendo: "Bueno, la pruebo"</p> <p>Mozzarella, quartirolo, roquefort, base tomate.</p> <p>🍕 🍷 🍴</p>	<p><b>"BUENO, DE POSTRE"</b></p> <p>Aunque ya estás lleno, llega la pizza de chorizo a la mesa. Para todos aquellos que no saben como gestionar la situación, la frase que nunca falla es: "Bueno, de postre"</p> <p>Mozzarella, chorizo, orégano, base tomate.</p> <p>🍕 🍷 🍴</p>

🍷 Anchoa aceitita   🍴 En tomate   🍕 Vegetariano   🍷 Cocción pizza

# Packaging Individual













Cada pizza La Porteña esconde una historia detrás de su nombre. Son años perfeccionando la receta maestra y años creando las mejores combinaciones de la mano de las mejores artesanas que dan vida a la personalidad de cada sabor. Para descubrir el origen de los nombres, escanea el código QR o pregunta directamente al pizzero.



BLAPORTENA.PIZZERIA

...ria detrás de su maestra y años no de las mejores cada sabor. Para código QR o pre-



BLAPORTENA.PIZZERIA



**LaPorteña**

**LaPorteña**



"que la disfrutes"  
BLAPORTENA.PIZZERIA



**LaPorteña**

- "BARRILECEN CON ME"** \$1200  
Una pizza perfecta para compartir con amigos y familiares. Con queso, pepperoni, salami y champiñones.
- "ESTAS MIS"** \$1100  
Una pizza perfecta para compartir con amigos y familiares. Con queso, pepperoni, salami y champiñones.
- "LA JUANITA"** \$1100  
Una pizza perfecta para compartir con amigos y familiares. Con queso, pepperoni, salami y champiñones.
- "BUENO, LA PIZZO"** \$1100  
Una pizza perfecta para compartir con amigos y familiares. Con queso, pepperoni, salami y champiñones.
- "LA DE GANCHAS"** \$1100  
Una pizza perfecta para compartir con amigos y familiares. Con queso, pepperoni, salami y champiñones.
- "LA QUECOBIRA"** \$1100  
Una pizza perfecta para compartir con amigos y familiares. Con queso, pepperoni, salami y champiñones.
- "BUENO, DE POSTRE"** \$1100  
Una pizza perfecta para compartir con amigos y familiares. Con queso, pepperoni, salami y champiñones.

# LaPorteña

## Anexo 7 - Sesión fotos

Para asegurar captar la esencia de La Porteña, el primer paso consistió en definir junto al Sr. Octavio las directrices que deberían establecerse y de este modo plasmar el estilo visual esperado.

Teniendo en cuenta los valores que definen a La Porteña, como la tradición, familiaridad y cercanía hogareña, se decide incluir en las imágenes utensilios de cocina poco sofisticados. Además, se resalta la necesidad de mostrar las manos del pizzero como símbolo de la elaboración artesanal. Finalmente, se propone el uso de tonalidades levemente saturadas e imágenes cargadas, ya que se busca huir de la concepción de cadena comercial.

Con el estilo visual completamente definido, se empieza la sesión fotográfica. Se capturan las imágenes y de forma adicional se realizan algunos videos que servirán para crear contenido futuro. Una vez terminada la sesión, se seleccionan las imágenes que permitan crear una colección de fotografías que transmiten calidez, tradición y la pasión que La Porteña desea transmitir.

El último paso consiste en la edición de color y arreglos técnicos de las imágenes. Una vez finalizada la edición, se almacenan las imágenes y paralelamente se entregan de forma digital al cliente para que este disponga de ellas. Estas imágenes son versátiles, y permitirán no solo generar contenido en redes sociales, sino que también podrán utilizarse para producir otros materiales como pueden ser folletos, carteles y otros elementos promocionales. Véase los resultados en las siguientes imágenes:



Imagen 5: Resultados primera sesión fotográfica La Porteña. Fuente: elaboración propia





Imagen 6: Resultados primera sesión fotográfica La Porteña. Fuente: elaboración propia.



Imagen 7: Resultados primera sesión fotográfica La Porteña. Fuente: elaboración propia





Imagen 8: *Resultados primera sesión fotográfica La Porteña*. Fuente: elaboración propia



Imagen 9: *Resultados primera sesión fotográfica La Porteña*. Fuente: elaboración propia





Imagen 10: *Resultados primera sesión fotográfica La Porteña*. Fuente: elaboración propia



Imagen 11: *Resultados primera sesión fotográfica La Porteña*. Fuente: elaboración propia





Imagen 12: *Resultados primera sesión fotográfica La Porteña*. Fuente: elaboración propia



Imagen 13: *Resultados primera sesión fotográfica La Porteña*. Fuente: elaboración propia





Imagen 14: *Resultados primera sesión fotográfica La Porteña*. Fuente: elaboración propia



Imagen 15: *Resultados primera sesión fotográfica La Porteña*. Fuente: elaboración propia

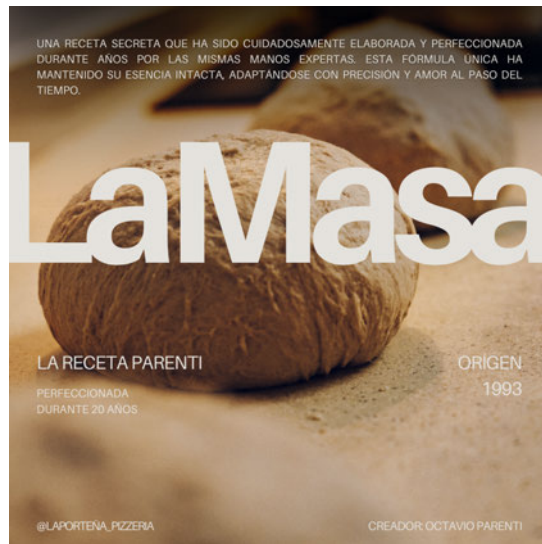


Imagen 16: *Resultados primera sesión fotográfica La Porteña*. Fuente: Elaboración propia.



## Anexo 8 - Instagram

Se presentan a continuación algunas futuras publicaciones que La Porteña podría publicar en su cuenta de Instagram.



Imágenes 17, 18, 19, 20: futuras publicaciones para Instagram. Fuente: elaboración propia.



Imágenes 21, 22, 23, 24: *Futuras publicaciones para Instagram.* Fuente: elaboración propia.

