

GUÍA DE MARCA • BRAND GUIDELINES

Tutaza

Tu taza, tu historia.

Manual breve de identidad para prensa, colaboradores y diseñadores. Cómo usar el logo, los colores, la tipografía y nuestra mascota Tazín sin romper la marca.

SOLO HACEMOS TAZAS

El logo



Logo principal

Versión a todo color sobre fondo claro. Es la representación preferente de la marca.

✓ Sí

- Deja un área de respeto mínima alrededor igual a la altura de la "T".
- Úsalo sobre fondos claros y limpios (paper #FFFDF7 o blanco).
- Escala manteniendo proporción; tamaño mínimo 24 px de alto en digital.

✗ No

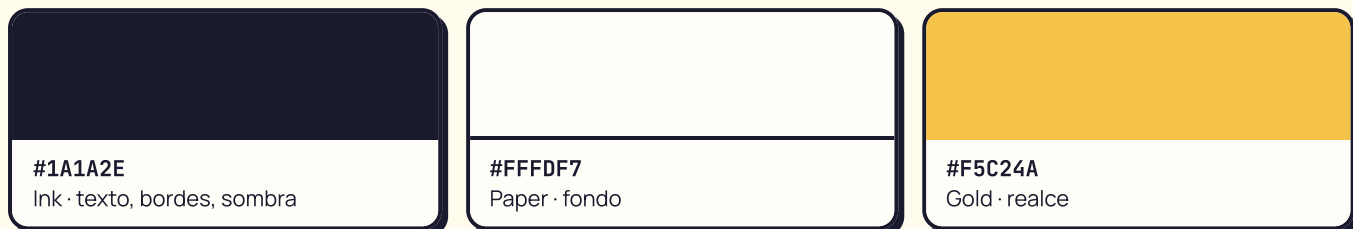
- No lo deformes, rotates ni le cambies los colores.
- No lo pongas sobre fondos con poco contraste o imágenes recargadas.
- No le añadas sombras, contornos ni efectos.

Formatos disponibles en el kit: PNG y WebP a todo color. *Pendiente de incorporar:* versión vectorial SVG y variantes en negro y blanco (para fondos oscuros y usos a una tinta).

Paleta

Núcleo de la marca: tinta y papel. El resto son acentos cálidos y festivos; úsalos con intención, nunca todos a la vez.

Base



Acentos



Fondo cálido: degradado linear-gradient(135deg, #FFFBEE, #FFFAEC) en lugar de blanco puro. Da calidez a páginas y secciones.

Tipografías

DISPLAY

Fraunces

Titulares, números grandes, citas. Serif con carácter. Pesos 400–900.

CUERPO

Manrope

Texto corrido, botones, navegación, interfaz. Pesos 300–800.

ACENTO MANUSCRITO

Tu taza, tu historia

Caveat para notas manuscritas, etiquetas de stickers y firmas. Con moderación.

EYEBROW / ETIQUETAS

JETBRAINS MONO

Antetítulos en mayúsculas con tracking amplio, etiquetas de formulario, datos pequeños.

Tazín, nuestra mascota

Tazín es una taza con personalidad: el "artesano" que supervisa cada pedido. Aparece **al lado** del producto, como personaje, aportando cercanía y magia al proceso.



✓ Sí

- Tazín siempre como personaje 3D, junto a la taza.
- Colorido, festivo, expresivo.

✗ No

- **Nunca impreso sobre la taza** (no es un diseño, es la mascota).
- No lo mezcles con un tono editorial frío.

Voz de marca

Mono-experta

"Solo hacemos tazas, y por eso las hacemos mejor." La especialización es el mensaje. Nunca diluir hacia "regalos en general".

Cercana y directa

Trato humano, sin jerga corporativa. Hablamos claro: plazos por escrito, diseño incluido, sin letra pequeña.