



BRAND BOOK

Café de Tacuba

Bienvenido al manual de imagen corporativa de Café de Tacuba, documento que tiene como objetivo preservar la esencia y legado visual de uno de los cafés más emblemáticos de la Ciudad de México. Este manual está compuesto por cuatro capítulos, cada uno dedicado a un aspecto fundamental de nuestra identidad de marca, con el fin de asegurar la coherencia y consistencia en todas nuestras manifestaciones visuales.

Desde hace más de un siglo, el Café de Tacuba se ha destacado como un ícono de la cocina y la cultura mexicana. Con más de 100 años de historia, orgullosos de ser un lugar donde tradición y vanguardia convergen, manteniéndonos relevantes y fieles a nuestras raíces.

En este brandbook, presentamos nuestra identidad visual, un reflejo de nuestro compromiso por honrar el pasado mientras abrazamos el futuro. Aquí encontrarás todos los elementos necesarios para comprender y aplicar de manera efectiva nuestra imagen corporativa, asegurando que el legado de Café de Tacuba perdure y evolucione con el tiempo.

Contenido

01. El logotipo

02. La marca

03. Las aplicaciones

04. Archivos descargables

01. El logotipo

El logotipo de Café de Tacuba se creó desde su fundación en 1912. Este símbolo ha perdurado a lo largo de los años, reflejando la tradición y autenticidad que distingue al restaurante. El logotipo ha experimentado algunos ajustes menores para adaptarse a nuevos formatos, a pesar de ello, su esencia original se ha mantenido intacta.

Este logotipo es un legado que sigue siendo una pieza clave de nuestra identidad visual, al mantener el diseño original, el Café de Tacuba se reafirma como un ícono turístico y gastronómico. Su trazo clásico y elegante conecta con la rica tradición del restaurante, consolidando su posición como un destino clave para quienes buscan una experiencia auténtica, tanto a nivel nacional como internacional.

El logotipo

Diseñado por el fundador del Café de Tacuba, el logotipo captura la esencia del restaurante, reflejando su identidad y visión gastronómica. La figura que lo compone muestra a un hombre elegante, ataviado con sombrero bombín, representando la tradición y el refinamiento que han caracterizado al Café desde su inicio.

La simplicidad en los detalles faciales de esta figura simboliza la universalidad del lugar, donde la verdadera protagonista es la experiencia gastronómica, con recetas que han sido preservadas y adaptadas con el tiempo.

El uso de esta figura masculina rinde homenaje al fundador y su liderazgo, que posicionaron al Café de Tacuba como un referente de la cocina mexicana. Este símbolo es un testimonio del compromiso con el arte culinario que distingue al restaurante desde sus orígenes.



La retícula

La retícula es una herramienta esencial que asegura la proporción, alineación y consistencia del logotipo en todas sus aplicaciones. Este sistema de cuadrícula preserva la integridad visual del logotipo, garantizando que se mantenga coherente y equilibrado en cualquier plataforma y tamaño.

El logotipo ha sido diseñado sobre un óvalo, utilizando una retícula compuesta por rectángulos de 2 x 2.5 unidades. Cada elemento del logotipo se ha alineado meticulosamente dentro de esta estructura para asegurar un equilibrio visual y proporciones precisas.



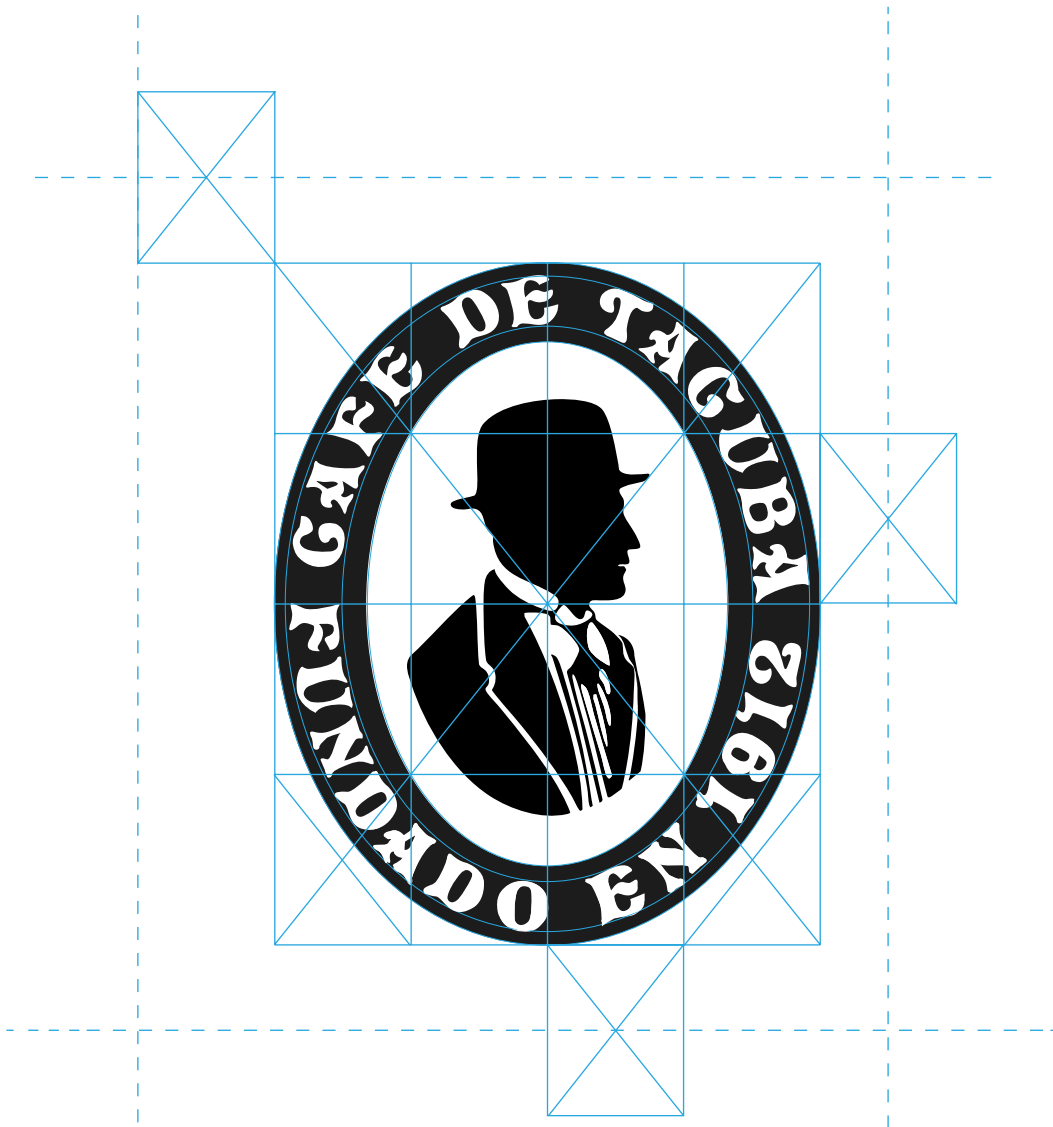
01. El logotipo

Área de protección

Área de protección

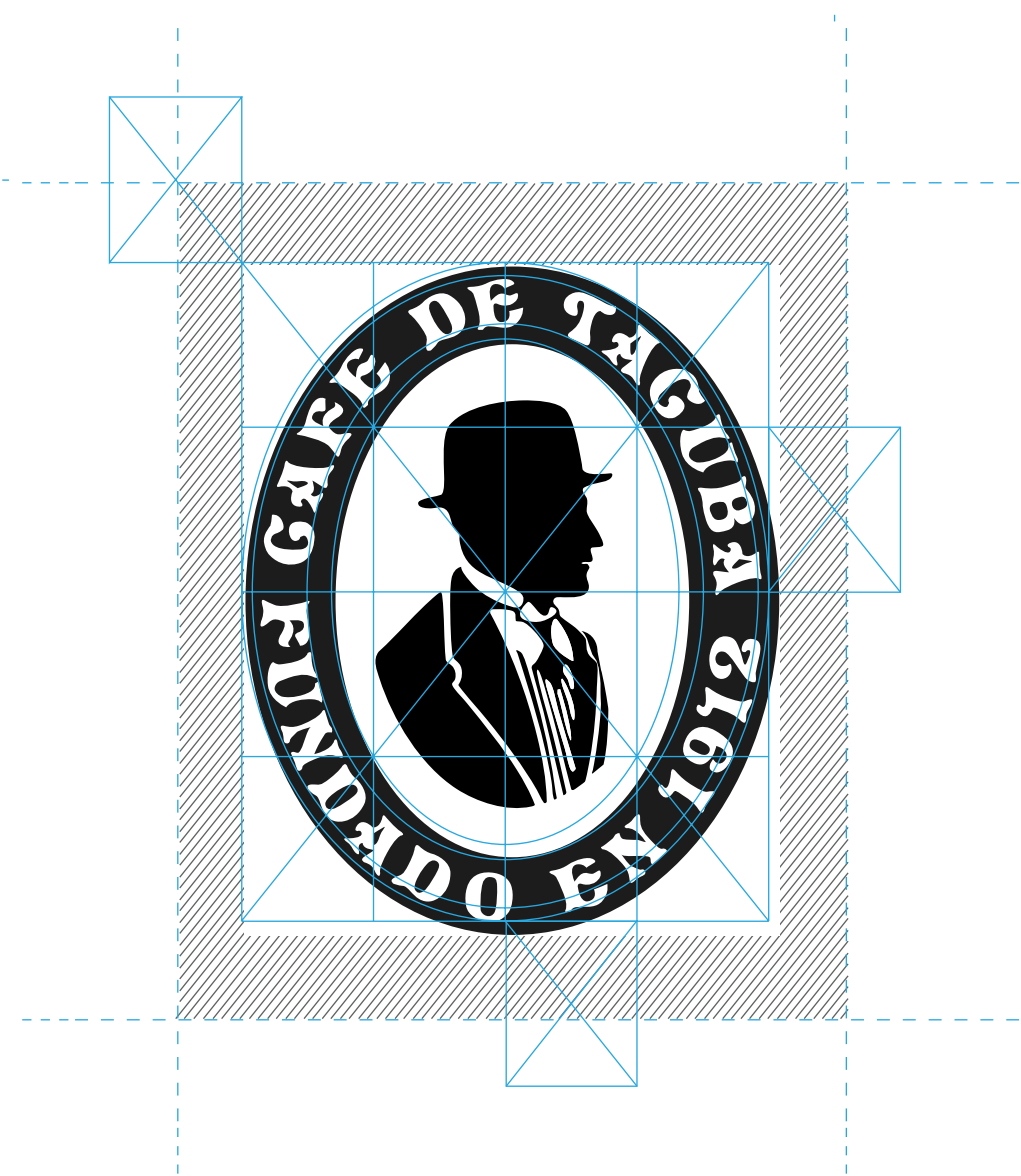
Asimismo, la retícula establece el espacio de protección o área de seguridad alrededor del logotipo, la cual debe permanecer libre de cualquier elemento gráfico o tipográfico para garantizar su legibilidad y destacar su presencia.

A continuación, se muestran ejemplos visuales que ilustran la aplicación de la retícula en la creación y ajuste del logotipo. El 50% de un módulo, es decir, un rectángulo de 1 x 1.25 unidades deberá estar libre alrededor del logotipo en todas sus aplicaciones. Estos ejemplos subrayan la importancia de mantener el área de protección y respetar las proporciones y el equilibrio visual frente a otros elementos.



01. El logotipo

Área de protección



El área sombreada indica el espacio que deberá quedar siempre libre, el cual no debe ser invadida por ningún elemento gráfico o tipográfico.

01. El logotipo

Versión oficial

Versión oficial del logotipo

La versión oficial del logotipo tiene un diseño claro y sólido, lo que permite su reproducción sin pérdida de calidad en diversos formatos y técnicas de impresión, como offset, serigrafía e impresión digital. Es la versión oficial y debe utilizarse en la mayoría de los casos para garantizar la consistencia y reconocimiento de la marca.

El color oficial es Azul Reflex, excepto en impresiones en blanco y negro, donde se usará la versión en negro.

Para garantizar la correcta visibilidad del logotipo y dependiendo del color del fondo, podrá optarse entre las opciones azul o negro y entre Positivo para fondos claros o blancos o Negativo para fondos oscuros o contrastantes.

Las versiones alternativas que estará reservadas para situaciones muy específicas, se detallarán más adelante.



01. El logotipo

Versión azul positiva y negativa



Versión Azul Reflex positiva



Versión Azul Reflex negativa

01. El logotipo

Versión negra positiva y negativa



Versión negra positiva



Versión negra negativa

01. El logotipo

Tipografía del logotipo

Tipografía del logotipo

El logotipo ha sido diseñado con una tipografía de fantasía creada ex profeso para capturar y comunicar la esencia única de nuestra marca. Esta tipografía ha sido cuidadosamente desarrollada para integrarse de manera perfecta con los elementos visuales del logotipo, garantizando un diseño distintivo y memorable.

Tipografía para uso exclusivo en el logotipo:

Dado su carácter exclusivo y personalizado, esta tipografía de fantasía, se utilizará únicamente en el logotipo y no en otros materiales de comunicación. Esto asegura que el logotipo conserve su singularidad y se destaque en cada aplicación.

Tipografías complementarias:

Para el desarrollo de otros materiales de la marca, como documentos, presentaciones, publicidad y contenido digital, se emplearán tipografías que armonicen con la estética del logotipo y mantengan la coherencia visual de la marca. Estas tipografías se especificarán en el capítulo 02. La marca.



01. El logotipo

Reducción mínima del logotipo

Reducción mínima del logotipo

Para garantizar la legibilidad y reconocimiento del logotipo en todas sus aplicaciones, es fundamental respetar el tamaño mínimo de reproducción. El logotipo debe mantener su integridad visual y ser claramente identificable, incluso en escalas reducidas.

El tamaño mínimo al que el logotipo puede reproducirse sin perder su claridad y detalles es de 1.5 cm de alto para aplicaciones impresas y de 60 px de alto para aplicaciones digitales. Reproducir el logotipo en un tamaño menor al especificado comprometerá su legibilidad y reconocimiento.



Ejemplo de reducción mínima de logotipo a 1.5 cm de alto.



01. El logotipo

Versión simplificada excepcional

Versión simplificada de uso limitado

En situaciones donde el tamaño del logotipo debe ser reducido por debajo de las dimensiones recomendadas (por ejemplo, en promocionales muy pequeños o favicons), es aconsejable utilizar la versión simplificada del logotipo, para asegurar que su esencia visual se mantenga intacta.

El uso de esta versión queda limitada a reproducciones menores a 1.5 cm de alto o 60 pixeles de alto.



01. El logotipo

Variantes excepcionales

Variantes excepcionales

Existen circunstancias excepcionales en las que la reproducción del logotipo en su versión principal no es viable, como por ejemplo, cuando el logotipo se reproduce en superficies no tradicionales como madera o metal. Solamente serán estos casos donde se permitirán las variantes excepcionales del logotipo. Estas variantes están diseñadas para mantener la identidad de la marca en situaciones donde las condiciones del material o el método de aplicación impiden el uso de la versión principal.

Ejemplos de aplicación

A continuación, se presentan ejemplos visuales que ilustran las diferentes versiones del logotipo en contextos específicos elaborados en el pasado. Estos ejemplos demuestran la flexibilidad del logotipo en sus diversas aplicaciones, así como los escenarios donde se permite el uso de variantes.

El uso de estas versiones queda limitada a reproducciones en materiales donde no sea posible respetar la versión oficial del logotipo.



02. La marca

La marca de Café de Tacuba va más allá del logotipo descrito en el capítulo anterior. La marca, es la forma en que el cliente percibe a la empresa a través de su imagen corporativa, que se compone tanto de elementos gráficos como de la manera en que se comunican, creando una experiencia coherente y memorable.

En este capítulo, exploraremos los componentes visuales y comunicativos que, junto con el logotipo oficial, forman la marca completa. Estos elementos se integrarán para aplicar la identidad de Café de Tacuba de manera consistente en todos los soportes, tanto impresos como digitales.

Los elementos clave que definiremos son los Elementos gráficos: Incluyen la tipografía principal y secundaria, y la paleta de colores primarios y secundarios. Los Recursos gráficos: comprenden las texturas, los elementos decorativos y otros componentes visuales que asegurarán la coherencia visual en todos los soportes y la Guía de comunicación: la cual establece las directrices para el tono de voz, tipo de mensaje y uso de imágenes, reflejando los valores y esencia de la marca.

Este capítulo sentará las bases para aplicar la imagen corporativa de forma uniforme, definiendo los elementos y soportes que harán que la marca de Café de Tacuba sea clara y consistente en todos los medios, manteniendo siempre su coherencia y autenticidad.

Tipografía

Tipografía principal - LarkenFont

Para representar la identidad gráfica de Café de Tacuba, se utilizará la familia tipográfica LarkenFont ya que mantiene una sutil conexión con la tipografía utilizada en el logotipo del restaurante y al mismo tiempo es una familia tipográfica vasta, que abarca desde light hasta extra bold, ofreciendo todas las posibilidades para aportar dinamismo y flexibilidad a los diseños.

Esta tipografía fue creada para proyectos gráficos y se destinará para el diseño de todos los materiales de comunicación visual con el cliente.

La familia LarkenFont se priorizará, pero no limitará, para los textos de mayor peso visual como son los Títulos, Subtítulos y Cabezas.

Su estética moderna, combinada con una estructura que recuerda a las tipografías clásicas, la convierte en una elección ideal para reflejar la esencia histórica y contemporánea de Café de Tacuba.

AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿?¡!"'–
–()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789

LarkenFont Medium

AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿?¡!"'–
–()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789

LarkenFont Light

*AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿?¡!"'–
–()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789*

LarkenFont Light Italic

AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿?¡!"'–
–()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789

LarkenFont Thin

*AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿?¡!"'–
–()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789*

LarkenFont Thin Italic

AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿? ¡!"'-
_()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789

*AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿? ¡!"'-
_()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789*

**AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿? ¡!"'-
_()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789**

***AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿? ¡!"'-
_()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789***

AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿? ¡!"'-
_()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789

*AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿? ¡!"'-
_()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789*

**AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿? ¡!"'-
_()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789**

***AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(.,,:¿? ¡!"'-
_()[]{}@#&
%+=/\ \$ ° | §)
0123456789***

Tipografía secundaria - Helvetica

La familia tipográfica Helvetica será la tipografía secundaria en la identidad visual de la marca. Mientras que LarkenFont es la fuente principal, encargada de transmitir el carácter distintivo de la marca en textos principales y de mayor peso visual, Helvetica se empleará en el cuerpo de texto de los mensajes emitidos o diseñados.

La familia tipografía Helvetica se distigue por su neutralidad, simplicidad y funcionalidad, cualidades que la han convertido en una de las fuentes más utilizadas a nivel global. Posee un ancho de letra bien proporcionado y un diseño limpio que se adapta perfectamente al estilo formal y elegante de LarkenFont, sin robar protagonismo.

Helvetica ha sido utilizado durante décadas en el mundo editorial gracias a su versatilidad y atemporalidad. Su uso como tipografía secundaria garantiza que la comunicación visual de la marca mantenga una uniformidad visual y estética, permitiendo que los textos informativos y descriptivos sean claros, directos y accesibles, sin distracciones.

La combinación de LarkenFont como tipografía principal y Helvetica como secundaria refuerza la identidad de la marca, asegurando una experiencia visual elegante y moderna, sin perder de vista la legibilidad y funcionalidad en cada uno de los mensajes emitidos.

AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiíJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ ! “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789

Helvetica Regular

AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiíJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ ! “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789

Helvetica Light

*AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiíJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ ! “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789*

Helvetica Light Italic

AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789

*AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789*

**AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789**

***AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789***

Tipografía web

Dado que la web es un instrumento clave de comunicación con el cliente, es fundamental respetar las fuentes tipográficas primaria y secundaria en todos los diseños. Para los textos en formato H1, se utilizará la fuente LarkenFont, que deberá incluirse en el código CSS para asegurar su correcta implementación, como se mostrará más adelante.

Para las demás jerarquías de texto, a partir de H2, se empleará Helvetica como fuente secundaria en todas sus variantes. Helvetica es una fuente segura para la web, accesible de forma universal en navegadores y sistemas operativos, y viene preinstalada en la mayoría de los dispositivos. Esto garantiza una visualización y legibilidad consistentes para todos los usuarios, sin requerir la descarga de fuentes adicionales.

De esta forma, se asegura que los lineamientos tipográficos de la marca se mantengan en todos los soportes de comunicación con el cliente, ya sean impresos o electrónicos. Esto no solo refuerza la coherencia visual de la marca, sino que también mejora la experiencia del usuario, facilitando una lectura fluida y atractiva tanto en entornos digitales como en materiales impresos.

```
css

font-family: larken, serif;
font-style: normal;
font-weight: 100;
```

```
css

font-family: larken, serif;
font-style: italic;
font-weight: bold;
```

```
css

font-family: larken, serif;
font-style: italic;
font-weight: 700;
```

Tipografía auxiliar

Para la creación de documentos de uso interno que son elaborados regularmente por el equipo interno, como reportes, presentaciones y comunicados desde las computadoras de las oficinas o en modalidad remota y dado que es fundamental que las tipografías empleadas en dichos materiales sean coherentes con la identidad de la marca, se ha seleccionado una tipografía alternativa que mantenga esa consistencia sin generar complicaciones tecnológicas para el personal.

La Times New Roman será la tipografía auxiliar que sustituirá a la fuente principal LarkenFont en estos documentos internos. Esta elección se basa en la similitud visual entre ambas tipografías, ya que Times New Roman, al igual que LarkenFont, es una familia tipográfica completa y clásica con serifas (patines), lo que permitirá que los documentos mantengan una estética alineada con la imagen de la marca.

Por otro lado, Helvetica continuará siendo la tipografía secundaria. Tanto Times New Roman como Helvetica son tipografías fiables y robustas, disponibles en la mayoría de los sistemas operativos, lo que asegura que los documentos internos puedan ser creados y compartidos de manera ágil, sin complicaciones técnicas, y manteniendo siempre la coherencia con la identidad visual de Café de Tacuba.

AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiíJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ ! “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789

Times New Roman Regular

AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiíJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789

*AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiíJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789*

**AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiíJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789**

***AaáBbCcDdEeé
FfGgHhIiíJjKkLl
MmNnÑñOoóPp
QqRrSsTtuVv
WwXxYyZ
(. , ; : ¿ ? ¡ “ ‘ -
_ () [] { } @ # &
% + = / \ \$ ° | §)
0123456789***

Materiales impresos	Tipografía principal Larken	Tipografía secundaria Helvetica
Materiales web	Tipografía principal Larken	Tipografía secundaria Helvetica
Documentos de oficina	Tipografía principal Times New Roman	Tipografía secundaria Helvetica

Color

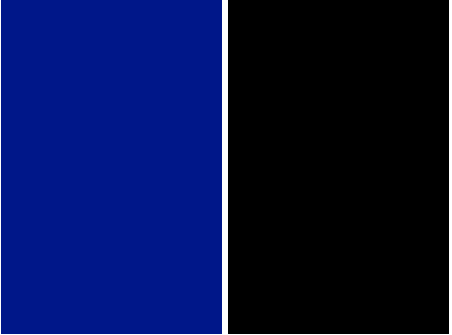
Paleta de colores

Café de Tacuba es un restaurante de alta calidad que representa dignamente la riqueza y diversidad de la comida mexicana, abarcando sabores de todas las regiones del país. Esta representación trasciende la gastronomía, extendiéndose a su ambiente y decoración, que está impregnado de la cultura mexicana en cada detalle. Desde sus artesanías hasta sus pinturas y su arquitectura de época colonial en el entorno del restaurante, refleja la esencia de México: su historia, sus formas, sus colores, y el trabajo artesanal hecho a mano.

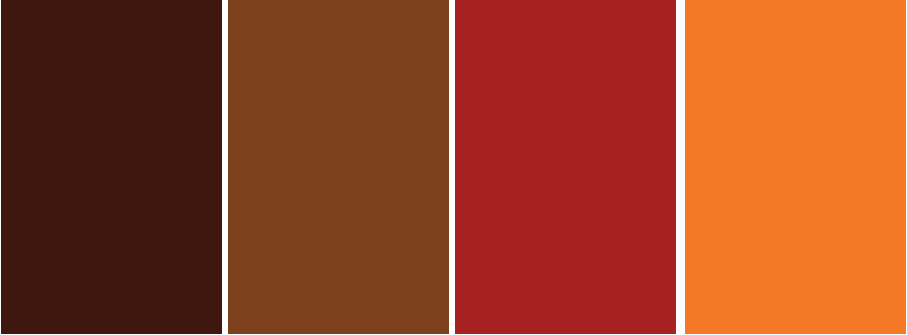
Estos elementos visuales son fundamentales para la identidad de Café de Tacuba y deben ser rescatados y transmitidos en toda la marca. La paleta de colores seleccionada para la imagen corporativa busca capturar la riqueza de esta producción artesanal mexicana, conectando cada tono con los materiales y técnicas tradicionales del país. Partiendo del Azul Reflex, pasando por los tonos cálidos terrosos que evocan la cerámica y el barro, hasta los vibrantes colores que recuerdan los textiles y bordados hechos a mano, esta paleta es una celebración visual de la herencia cultural que el restaurante refleja en su ambiente y oferta culinaria.

En esta sección, se presenta la paleta de colores oficial que servirá como base para todos los materiales gráficos y comunicativos de la marca, asegurando que cada elemento visual esté alineado con la identidad única y auténtica de Café de Tacuba.

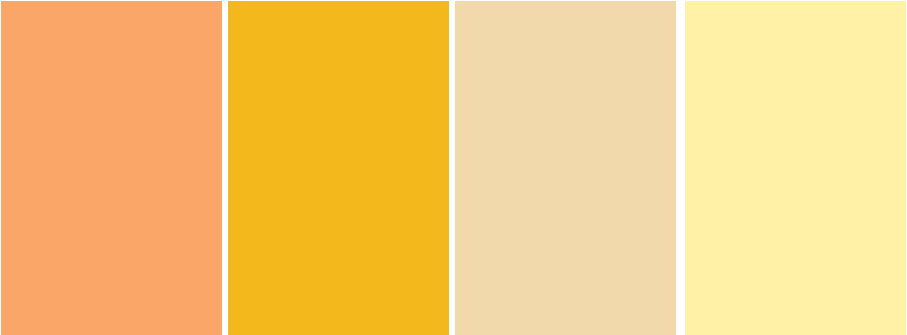
Colores primarios



Colores secundarios



Colores terciarios



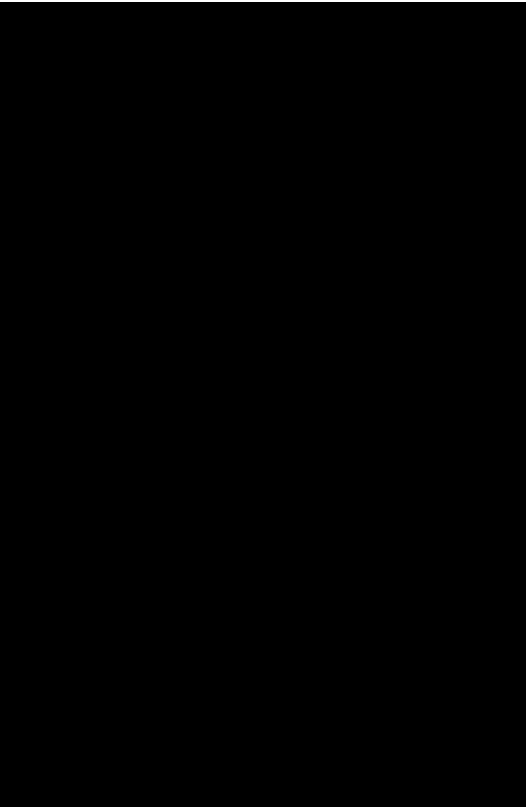
Colores primarios

Los colores institucionales azul reflex y el negro, han sido seleccionados como colores primarios para los elementos de mayor peso visual.

El azul reflex, con su tono profundo y vibrante, proyecta una sensación de confianza, serenidad y estabilidad, mientras que su brillo moderado le otorga presencia luminosa. Este azul aporta una sensación de profundidad y frescura, generando un impacto visual que captura la atención sin resultar intrusivo. Además, su peso visual equilibrado permite que se combine con otros elementos sin perder protagonismo.

Por otro lado, el negro añade solidez, ideal para textos por su peso visual, lo que le permite generar contrastes impactantes y delinear con claridad los elementos gráficos. Su neutralidad y poder de absorción de luz hacen que el negro resalte otros colores, en este caso, el azul reflex, permitiendo que ambos tonos coexistan de manera armónica y potente en todos los materiales visuales.

El azul reflex se usará únicamente al 100%, mientras que el negro se usará en toda su gama de grises.



PANTONE REFLEX BLUE

CMYK 100%, 96%, 13%, 10%
RGB 0, 20, 137
HEX #001489

PANTONE BLACK

CMYK 0%, 0%, 0%, 100%
RGB 35, 31, 32
HEX #231F20

02. La marca

Colores secundarios

Colores secundarios

Los colores secundarios juegan un papel clave al complementar y acentuar los elementos visuales, otorgando equilibrio y profundidad a la paleta de colores institucionales. Mientras que el azul reflex se utiliza como color primario, destacando por ser un color frío que representa la identidad institucional, los colores complementarios de la paleta serán cálidos para crear contraste y armonía visual.

Para los colores secundarios, se han seleccionado dos tonos de café obscuro Pantone ____ y café claro Pantone ____, un rojo quemado Pantone ____ y un naranja Pantone _____. Estos colores serán utilizados para dar acentos de color, especialmente en elementos visuales de segunda importancia, proporcionando un balance visual sin competir con los colores primarios.

Cabe destacar que los cuatro colores secundarios se aplicarán siempre en su intensidad máxima, es decir, al 100% de su saturación, para mantener su protagonismo y asegurar que el diseño proyecte viveza y claridad visual.



PANTONE 4695 C

CMYK 0%, 46%, 57%, 67%
RGB 84, 45, 36
HEX #542D24



PANTONE Pantone 7583 C

CMYK 0%, 50%, 78%, 50%
RGB 128, 64, 28
HEX #80401C



PANTONE 7623 C

CMYK 0%, 80%, 80%, 35%
RGB 166, 34, 34
HEX #A62222



PANTONE 716 C

CMYK 0%, 50%, 85%, 4%
RGB 244, 121, 37
HEX #F47925

02. La marca

Colores terciarios

Colores terciarios

Los colores terciarios pertenecen a la gama de los cálidos, pero con una intensidad más suave. Para este conjunto, se eligieron los tonos coral Pantone ____, amarillo mostaza Pantone ____, beige Pantone ____ y amarillo claro Pantone ____.

Estos colores podrán aplicarse en diversos niveles de saturación, desde su máxima intensidad hasta versiones más tenues, lo que brinda una gran flexibilidad en el diseño. Su función principal es actuar como soporte visual sin competir con los colores de mayor importancia en la paleta. Han sido seleccionados para su uso en fondos, pantallas, texturas o elementos con un impacto visual menor, permitiendo un equilibrio sin restar protagonismo a los colores primarios y secundarios.



PANTONE 1625 C

CMYK 0%, 41%, 64%, 0%
RGB 249, 166, 105
HEX #F9A669



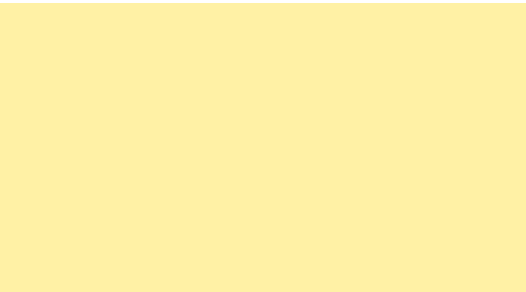
PANTONE 7408 C

CMYK 5%, 29% 100%, 0%
RGB 241, 183, 28
HEX #F1B71C



PANTONE 1205 C

CMYK 4, 13, 36, 0
RGB 242, 218, 172
HEX #F2DAAC



PANTONE 7499 C

CMYK 1%, 2%, 43%, 0%
RGB 255, 242, 166
HEX #FFF2A6

Recursos gráficos

Recursos gráficos

El Café de Tacuba no solo destaca por su oferta gastronómica, sino que su decoración y ambiente evocan profundamente la riqueza de la cultura mexicana. Rodeado de gráficos alusivos a esta herencia cultural, se permite el uso de elementos gráficos relacionados con la artesanía mexicana para el diseño de soportes gráficos impresos y digitales. Estos gráficos reflejan la autenticidad que también está presente en la decoración del lugar.

Elementos arquitectónicos

Se utilizarán, además, elementos arquitectónicos y decorativos del inmueble, como el vitral principal de la entrada o las cenefas ornamentales de las paredes. También se podrán emplear texturas del logotipo, tomadas originalmente a través de fotografías, las cuales han sido utilizadas en los menús a lo largo de los años, consolidando una identidad visual sólida.



Vitral de la entrada en el Café de Tacuba, elemento arquitectónico para utilizar en los materiales gráficos.

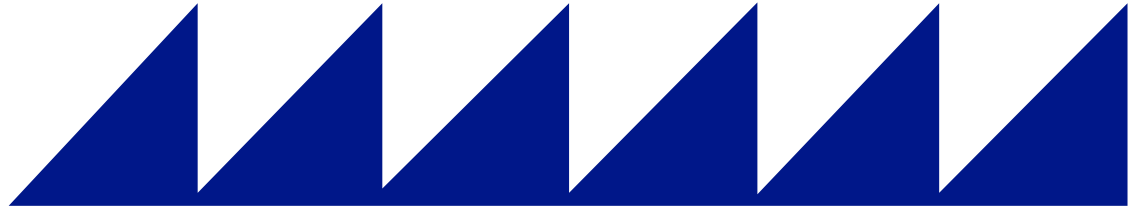


Entrada del Café de Tacuba, utilizado como textura con sus variantes de color.

02. La marca

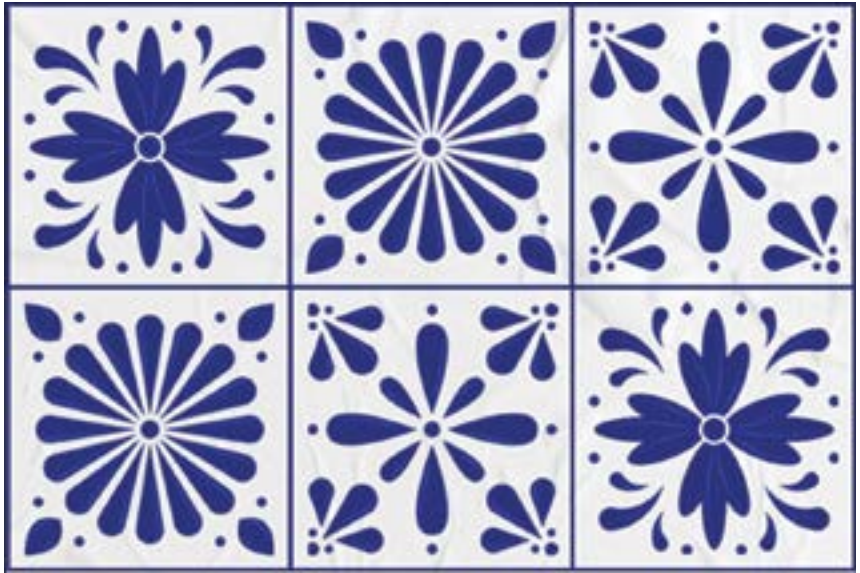
Recursos gráficos

Será permitido el uso de cualquier otro elemento gráfico que haga referencia a la arquitectura y decoración actual, lo cual incluye también las alusiones a las artesanías mexicanas, que conserve la gama de colores permitidos. Esto reforzará la conexión inconfundible con la tradición y cultura que caracterizan al Café de Tacuba.



02. La marca

Recursos gráficos



Guías de comunicación

Guías de Comunicación: Tono de voz

En Café de Tacuba, el lenguaje que utilizamos en cada uno de nuestros soportes de comunicación es un reflejo de nuestros valores: cercanía, respeto y autenticidad. Queremos que cada interacción, ya sea en nuestras redes sociales, menús, atención al cliente o cualquier otro medio, haga sentir bienvenido y apreciado al cliente.

Nuestro estilo de comunicación es amigable y cercano, dirigido al cliente con un trato personalizado. En los soportes impresos y digitales hablamos de Tú, porque creemos en la confianza y en el vínculo directo con cada cliente. Sin embargo, esta cercanía nunca compromete el respeto que tenemos a nuestros clientes y en la atención personal nos dirigimos a ellos con el Usted.

Al comunicarnos en nuestros soportes, buscamos ser claros y directos, evitando tecnicismos innecesarios o complicaciones que puedan generar confusión. Buscaremos que todo mensaje siempre se emita en sentido positivo, incluso en los mensajes donde exista una frase negativa, por ejemplo, en vez de decir: Hoy no disponemos de pan integral, sustituir por: Muy pronto tendremos pan integral.

Nos interesa comunicar de manera sencilla, amable y positiva, para hacer sentir al cliente parte de nuestra comunidad viviendo una experiencia en Café de Tacuba.



Guías de Comunicación: Imágenes y estilo visual

En Café de Tacuba, la selección y uso de imágenes son esenciales para reflejar nuestra marca y nuestra experiencia en la cocina mexicana. Las imágenes que utilizamos deben ser siempre claras, directas y positivas.

- Galería y ambiente: Las fotografías del restaurante o eventos, deben reflejar un ambiente positivo y familiar. Siempre buscamos proyectar calidez, comodidad y una experiencia gastronómica memorable.

- Alimentos: Las imágenes deben invitar a probar nuestros platillos, ya sea con fotos del plato completo, alguien sirviendo o detalles en close-up que resalten la calidad de los ingredientes. Las bebidas alcohólicas, permitidas y aprobadas previamente, deben presentarse con sus marcas visibles.

- Privacidad: Solo se deben capturar acercamientos al rostro de personas y de otras marcas si contamos con el consentimiento previo. Las imágenes de personas en general dentro del restaurante estará permitido.

El cuidado y coherencia en el uso de imágenes refuerzan nuestra identidad y fortalecen el vínculo con nuestros clientes, haciéndolos sentir atraídos y bienvenidos en cada interacción visual con nuestra marca.



03. Aplicaciones

Este capítulo presenta las aplicaciones del logotipo y la identidad visual de Café de Tacuba en cuatro categorías clave, cada una pensada para fortalecer el reconocimiento de la marca en diferentes contextos:

Papelería Corporativa: Incluye tarjetas de presentación, membretes, sobres y demás material administrativo que reflejan la profesionalidad de la marca.

Presencia Digital: Define el uso del logotipo y elementos gráficos en plataformas digitales para una comunicación coherente y atractiva.

Artículos Promocionales: Presenta ejemplos ilustrativos de la aplicación del logotipo y métodos de impresión o reproducción sobre diversos materiales, recursos gráficos y paletas de colores.

Cada grupo aporta directrices claras para asegurar una imagen cohesiva de Café de Tacuba en todos los puntos de contacto.

**Papelería
corporativa**

03. Las aplicaciones

Tarjeta de presentación

Tarjeta de presentación

Tamaño 5 x 9 cm

Papel Cartulina blanca

Método de impresión
Digital o Serigrafía

Tipografía
Primera mitad del nombre
Laken Bold 11 pts
Segunda mitad
Laken Light 11 pts
Datos Laken Light 8 pts

Color
Reflex Blue o Black



02. Las aplicaciones

Tarjeta de presentación



03. Las aplicaciones

Hoja membretada

Hoja membretada

Tamaño 21.5 x 28 cm

Papel Papel blanco

Método de impresión
Digital o Serigrafía

Tipografía
LakenFont 10 pts

Color
Reflex Blue o Black



02. Las aplicaciones

Hoja membretada



03. Las aplicaciones

Sobre bolsa

Sobre bolsa

Tamaño 23 x 30.5 cm

Papel Papel blanco

Método de impresión
Digital o Serigrafía

Tipografía
LakenFont 10 pts

Color
Reflex Blue o Black



02. Las aplicaciones

Sobre bolsa



03. Las aplicaciones

Sobre correspondencia

Sobre correspondencia

Tamaño 11 x 22 cm

Papel Papel blanco

Método de impresión
Digital o Serigrafía

Tipografía
LakenFont 10 pts

Color
Reflex Blue o Black



02. Las aplicaciones

Sobre correspondencia



**Presencia
digital**

03. Las aplicaciones

Firma mail

Firma email

Tipografía

LarkenFont

Primer parte del nombre
en Larken Bold
Segunda parte del nombre
en Larken Regular
Datos en Larken Light

Color
Reflex Blue



02. Las aplicaciones

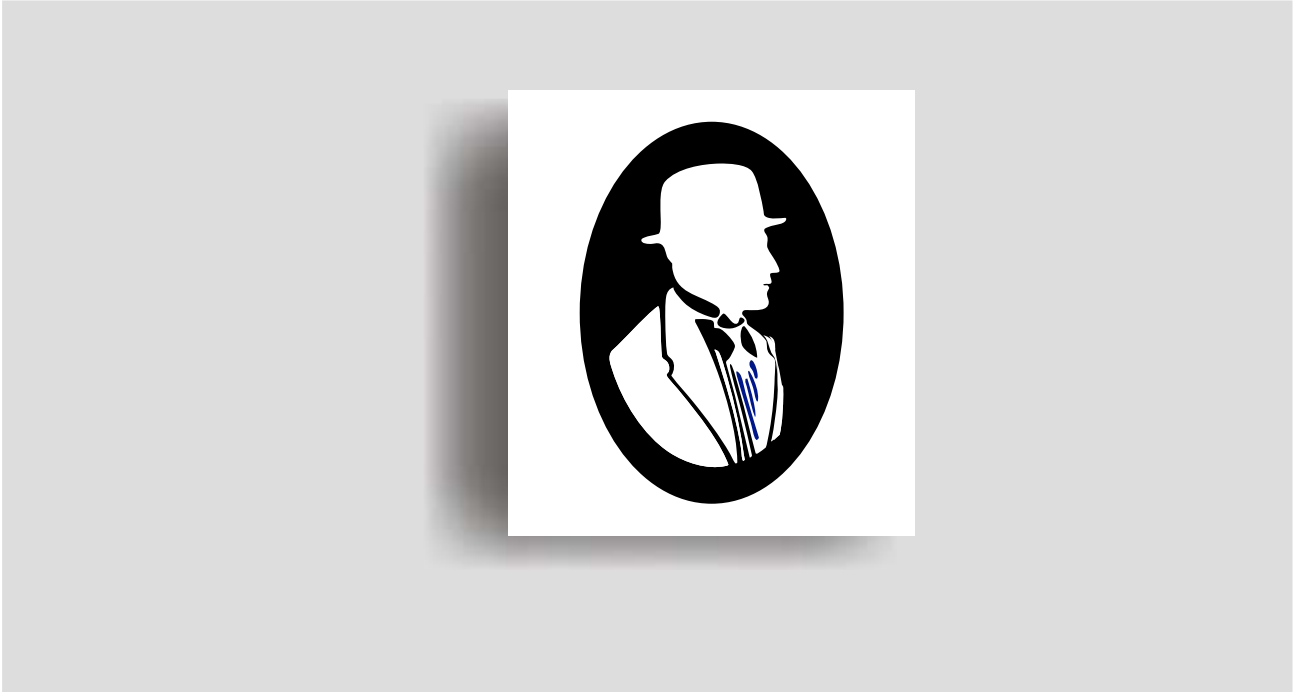
Firma mail



Favicon

Uso del logotipo Versión simplificada de uso limitado.

El logotipo debe presentarse completo y nunca de manera parcial.



Redes sociales

El logotipo debe presentarse completo y en color Reflex Blue.



Artículos promocionales

03. Las aplicaciones

Artículos promocionales

Aplicación en Artículos Promocionales

En esta sección, se presentan diversos soportes de manera ilustrativa, sin limitar la creatividad o la variedad de opciones. Estos ejemplos están destinados a demostrar cómo debe aplicarse el logotipo en diferentes artículos promocionales, priorizando siempre su integridad y visibilidad.

El logotipo deberá aparecer completo y en color azul reflex en todos los productos, salvo en aquellos casos donde el fondo exija su impresión en negro para asegurar el contraste y la legibilidad.

Los diseñadores tendrán la libertad de utilizar todos los recursos gráficos y la paleta de colores permitidos para realzar cada artículo, siempre que se mantenga la coherencia visual de la marca.

El propósito principal de esta sección es mostrar posibles métodos de impresión y aplicaciones del logotipo sobre distintos materiales, garantizando una ejecución que respete los lineamientos de la marca en cualquier soporte promocional.



02. Las aplicaciones

Textiles



Bordado



Serigrafía



Logotipo de uso limitado por la reducción y simplificación del logotipo.

03. Las aplicaciones

Vajilla



Ejemplos ilustrativos de vajilla, el logotipo dberá presentarse completo.

02. Las aplicaciones

Vajilla



03. Las aplicaciones

Menú de alimentos



02. Las aplicaciones

Menú de alimentos



03. Las aplicaciones

Menú de bebidas





CARTA DE VINOS



BRANDY

Branco 500 ml	\$ 1.800,00
Branco de Uva 750 ml	\$ 2.500,00
Branco 500 ml	\$ 1.800,00
Branco 500 ml	\$ 1.800,00
Branco 500 ml	\$ 1.800,00

VODKA

Alkohol 500 ml	\$ 1.800,00
Alkohol 750 ml	\$ 2.500,00
Alkohol 500 ml	\$ 1.800,00

RON

Donkey 500 ml	\$ 1.800,00
Donkey 750 ml	\$ 2.500,00
Donkey 500 ml	\$ 1.800,00
Donkey 500 ml	\$ 1.800,00

GINHENA

Donkey 500 ml	\$ 1.800,00
Donkey 750 ml	\$ 2.500,00
Donkey 500 ml	\$ 1.800,00

COGNAC

Donkey 500 ml	\$ 1.800,00
Donkey 750 ml	\$ 2.500,00
Donkey 500 ml	\$ 1.800,00

WHISKY

Donkey 500 ml	\$ 1.800,00
Donkey 750 ml	\$ 2.500,00
Donkey 500 ml	\$ 1.800,00

LICOR

Donkey 500 ml	\$ 1.800,00
Donkey 750 ml	\$ 2.500,00
Donkey 500 ml	\$ 1.800,00

COCTELERÍA

Donkey 500 ml	\$ 1.800,00
Donkey 750 ml	\$ 2.500,00
Donkey 500 ml	\$ 1.800,00

COCTELES

Donkey 500 ml	\$ 1.800,00
Donkey 750 ml	\$ 2.500,00
Donkey 500 ml	\$ 1.800,00

02. Las aplicaciones

Menú de bebidas



03. Las aplicaciones



Menú del día

02. Las aplicaciones

Menú del día

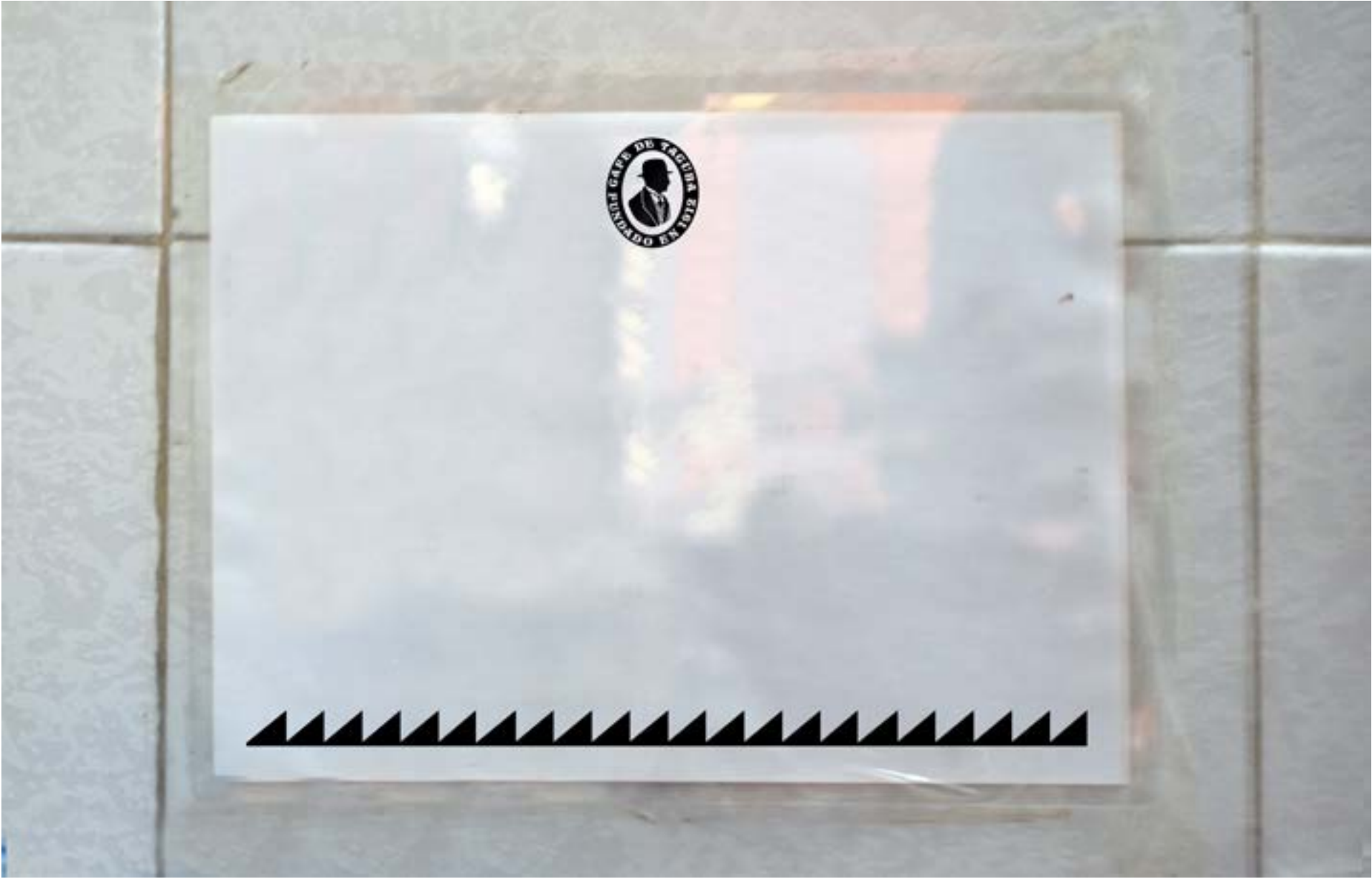


Documentos internos

Estos ejemplos representan los documentos internos emitidos desde las oficinas de Café de Tacuba. Estos documentos son esenciales para la gestión operativa y administrativa, y su diseño refleja la identidad y profesionalismo de la marca.

Todos los documentos internos deben respetar los lineamientos establecidos en este manual, asegurando consistencia y coherencia visual. Dado que serán impresos principalmente en blanco y negro desde las oficinas, se ha priorizado un diseño funcional que garantice claridad y legibilidad, sin comprometer los valores estéticos de la marca.

Es fundamental que cualquier ajuste o personalización mantenga la esencia gráfica y respete los márgenes, tipografía y disposición definidos en este brandbook.



03. Las aplicaciones

Artículos promocionales



02. Las aplicaciones

Artículos promocionales



Ejemplos ilustrativos de bolsas, soportes papel o tela, impresión digital o serigrafía.

03. Las aplicaciones

Empaques y servilletas de papel



Ejemplos ilustrativos de impresión grado alimenticio.

02. Las aplicaciones

Empaques en colaboración



03. Las aplicaciones

Caja de Rosca de Reyes



02. Las aplicaciones

Caja de Rosca de Reyes



03. Las aplicaciones

Materiales excepcionales

A continuación, se presentan ejemplos de diversos materiales promocionales en los que, debido a limitaciones técnicas o características del soporte, puede resultar difícil reproducir el logotipo en su forma completa y con la calidad adecuada. En estos casos, se utilizará el logotipo de uso limitado, diseñado específicamente para mantener la identidad de la marca en aplicaciones donde la reproducción total no es viable, garantizando así la coherencia y visibilidad del logotipo en todo tipo de superficies y materiales.



02. Las aplicaciones

Materiales excepcionales



03. Las aplicaciones

Mobiliario

Uso excepcional de color en fondos complicados

En situaciones donde el fondo no permite la reproducción del logotipo en sus colores oficiales (Azul Reflex y Black), se utilizará, de manera limitativa, el uso de los colores primarios al 100%. Este ajuste garantiza que el logotipo mantenga su legibilidad y presencia, adaptándose a las condiciones del fondo y del método de impresión.

Un ejemplo de esta aplicación se presenta en la silla, donde el fondo es una superficies de madera oscura. En estos casos, se recomienda emplear los colores primarios sólidos al 100% para lograr un contraste adecuado y preservar la integridad visual del logotipo.

Es importante considerar esta opción únicamente en situaciones específicas como las descritas y siempre bajo aprobación para garantizar la consistencia con los lineamientos de la marca.

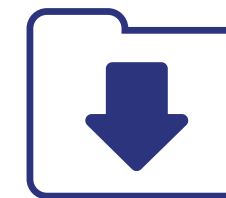


02. Las aplicaciones

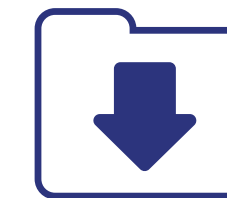
Artículos promocionales



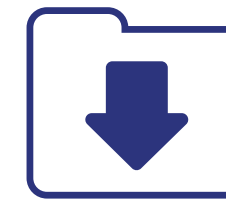
04. Archivos descargable



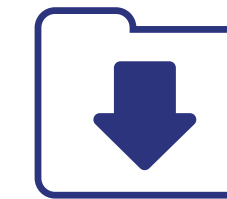
Manual de uso



Elementos gráficos



Logotipo



Papelería



www.cafedetacuba.mx
📷 [cafedetacubarestaurante](#)