

MUG
LIFE

MANUAL DE MARCA



PRESENTACIÓN DE LA MARCA

LEMA/MANIFIESTO

Mug Life es una innovadora cafetería diseñada para atraer a la Generación Z, ofreciendo una experiencia única que fusiona cuatro elementos clave: entretenimiento, productividad, comodidad y socializar.

El espacio está cuidadosamente estructurado para satisfacer las diversas necesidades de los jóvenes clientes, ya sea que busquen un lugar para entretenerse, trabajar, desconectar o socializar. La distribución del local está pensada para que estas actividades coexistan armoniosamente, creando un ambiente versátil y acogedor.

PLATAFORMA

NOMBRE

“Mug Life”

VALORES

Sostenibilidad, inclusividad, responsabilidad social, interacción social, humor, oportunidades para nuevos comediantes.

ATRIBUTOS

Calidad superior del café, artesanal, variedad culinaria, versatilidad en el espacio, conectividad tecnológica, menú local.

PERSONALIDAD

“Innovador, acogedor, auténtico, tecnológico, creativo, responsable, comunitario, atractivo, consciente, equilibrado, moderno, divertido, urbano.”

TONO

Nos adaptaremos a las tendencias de comunicación actuales y al uso de redes sociales por la Generación Z. Promocionaremos shows de comediantes, crearemos contenido humorístico para la cafetería y buscaremos colaboraciones con influencers locales.

PROPIEDAD DE VALOR

Somos una cafetería innovadora que fusiona café premium, tecnología y creatividad, fomentando la interacción social. Priorizamos la sostenibilidad y el apoyo local. Creamos un espacio inclusivo para la Generación Z, con eventos y añadidos nunca vistos que reflejan sus intereses y valores.

LEMA-MANIFIESTO

“Drink coffee everyday.”

MISIÓN-VISIÓN

Se plantea la creación de una cafetería que no solo ofrezca productos de alta calidad, sino que también proporcione un ambiente acogedor y bien diseñado, perfecto para estudiar y trabajar. Además, contará con un espacio dedicado a monólogos, ideal para quienes se inician en este arte, y ofrecerá la participación ocasional de invitados especiales, enriqueciendo así la experiencia de los visitantes.

TRAGET

La cafetería de Alicia y Marta en Alicante se enfoca en la Generación Z, jóvenes de 18 a 25 años que valoran experiencias auténticas y un ambiente moderno.

También se tienen en cuenta estudiantes universitarios, milenials, creadores de contenido, turistas y jóvenes profesionales.

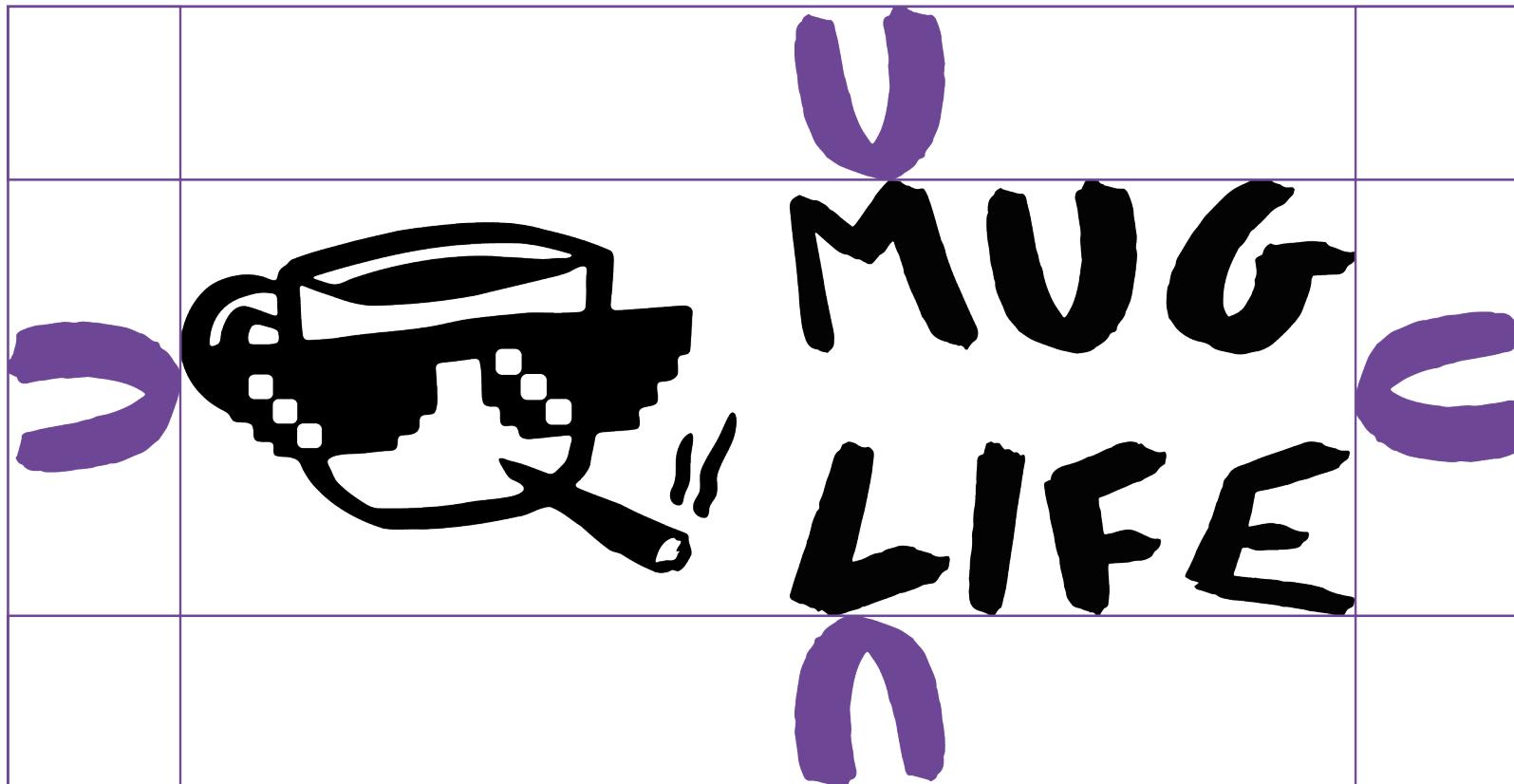


LOGOTIPO



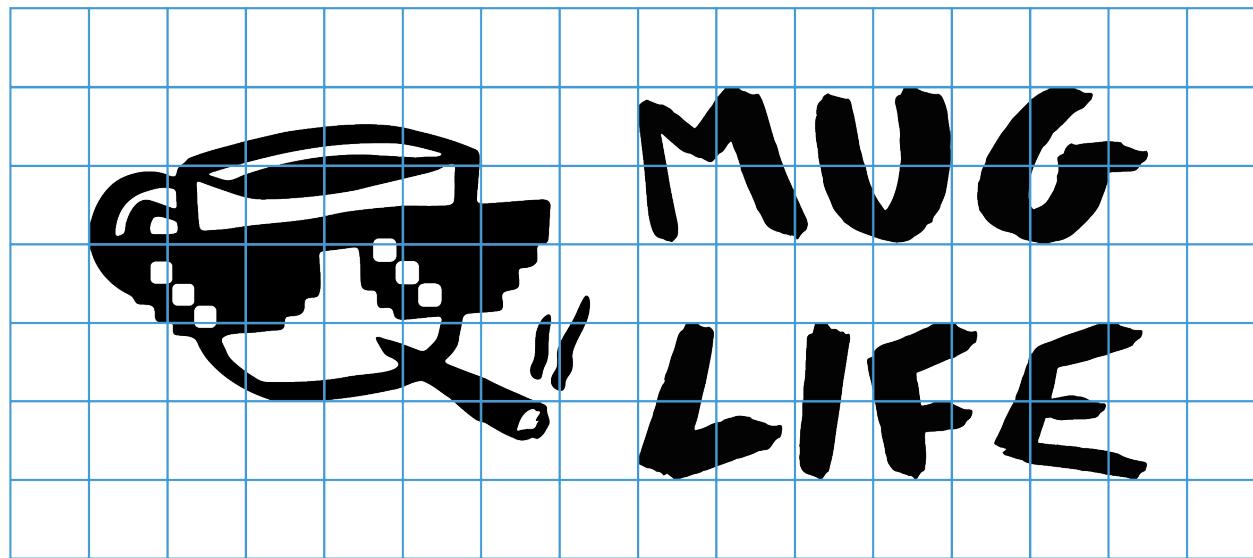


ÁREA DE RESPETO



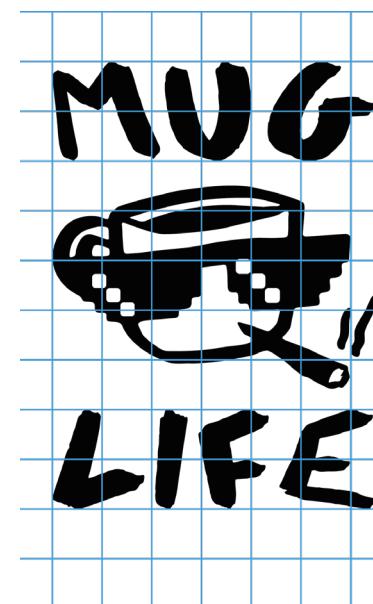


RETÍCULA

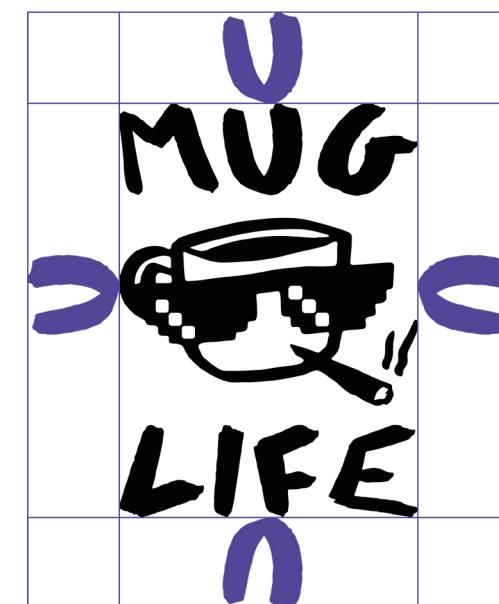




VERSIÓN VERTICAL



Con retícula

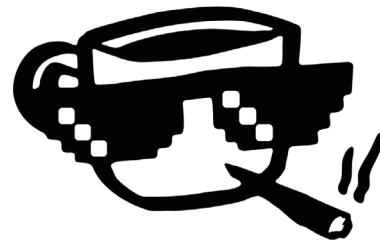


Con área de respeto



ADAPTACIÓN

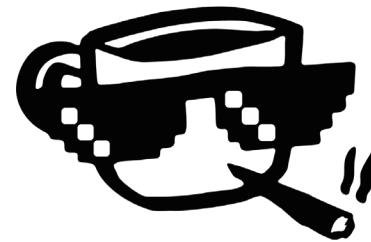
Su uso es versátil y fácilmente reconocible en tres formatos: logotipo, isotipo/símbolo e imagotipo. Cada uno cumple una función específica según el medio al que se adapte.



Isotipo/símbolo

MUG
LIFE

Logotipo



Imagotipo



TAMAÑO MÍNIMO

El tamaño mínimo de la reducción del logotipo para Mug Life se fija en la medida de 2.5 cm y 70.8 px.

Esta dimensión es el límite de tolerancia de legibilidad y de los requisitos técnicos de una reproducción de un nivel adecuado.



2.5cm



70.8px



USOS INCORRECTOS

Los siguientes ejemplos muestran alternanzas que alterarían a la legibilidad de la marca, su potencia visual y su proyección comercial. No se deberá:

01. Que el color del diseño sea más claro que el del fondo.
02. Cambiar el orden de los colores.
03. Separar las letras.
04. Desalinear las letras.
05. Sustituir trazado por relleno.
06. Deformar el diseño.
07. Utilizar distintas fuentes tipográficas.
08. Juntar letras y elementos.

01



02



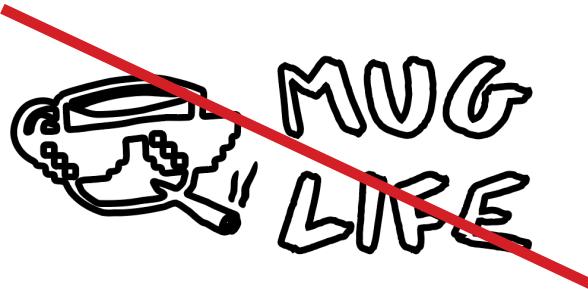
03



04



05



06



07



08





TIPOGRAFÍAS

Logotipo:

El logotipo utiliza un lettering personalizado, sin emplear una fuente tipográfica específica.

Principal:

Para el manual se ha seleccionado la familia tipográfica Montserrat. Los títulos se presentan en estilo ExtraBold, mientras que los textos principales emplean la variante Regular. Para destacar palabras clave, se utiliza la versión SemiBold.

Cabe añadir que se emplea la Bold para el tagline.

Logotipo

Lettering personalizado

MUG
LIFE

Principal

Montserrat Regular

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&,?:;)

Montserrat Semibold

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&,?:;)

Montserrat Bold:

Drink Coffee Everyday

Montserrat Extrabold

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&,?:;)**

PALETA DE COLORES

PRINCIPALES

Pantone: 000C

C: 0% R: 255
M: 0% G: 255
Y: 0% B: 255
K: 0%

HTML: FFFFFF

Pantone: 6 C

C: 91% R: 0
M: 79% G: 0
Y: 62% B: 0
K: 97%

HTML: 000000

SECUNDARIOS

Pantone: 7506 C

C: 0% R: 255
M: 10% G: 228
Y: 20% B: 202
K: 0%

HTML: FFE4CA

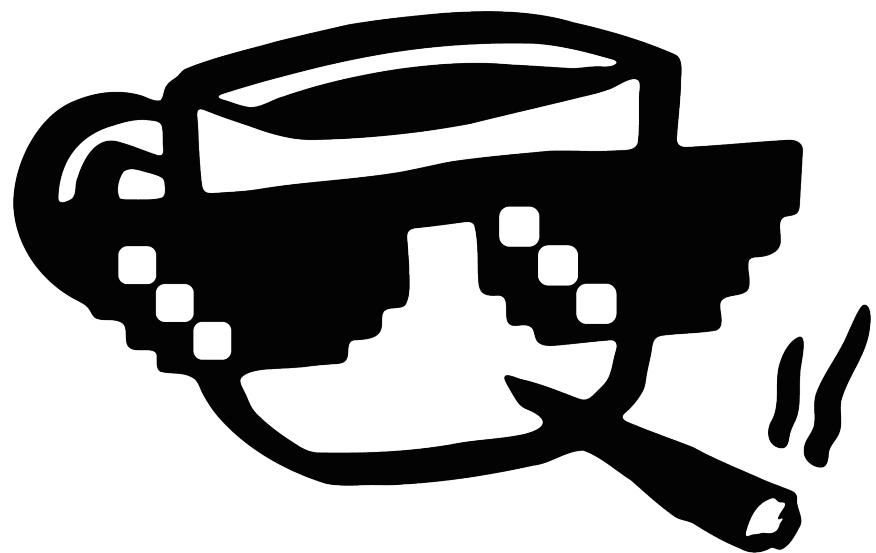
Pantone: 7521 C

C: 27% R: 178
M: 45% G: 136
Y: 48% B: 122
K: 0%

HTML: B2887A

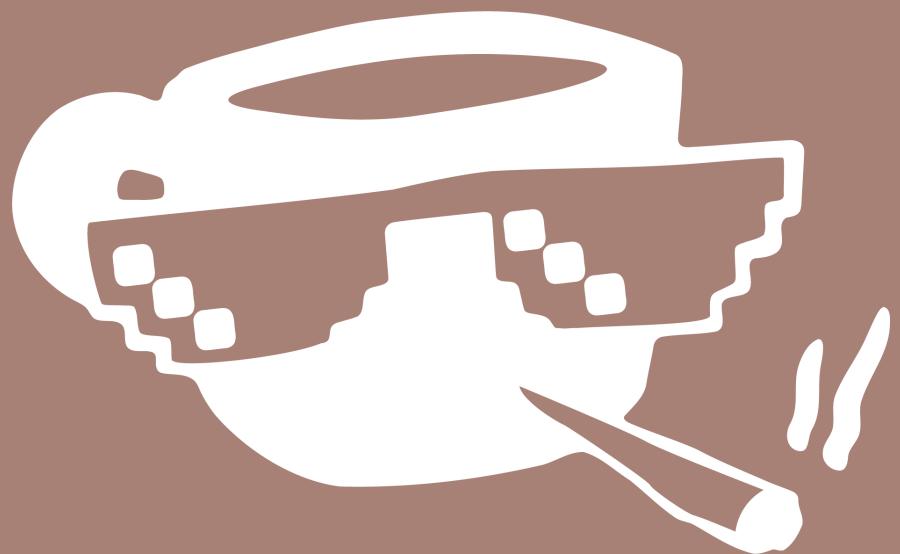
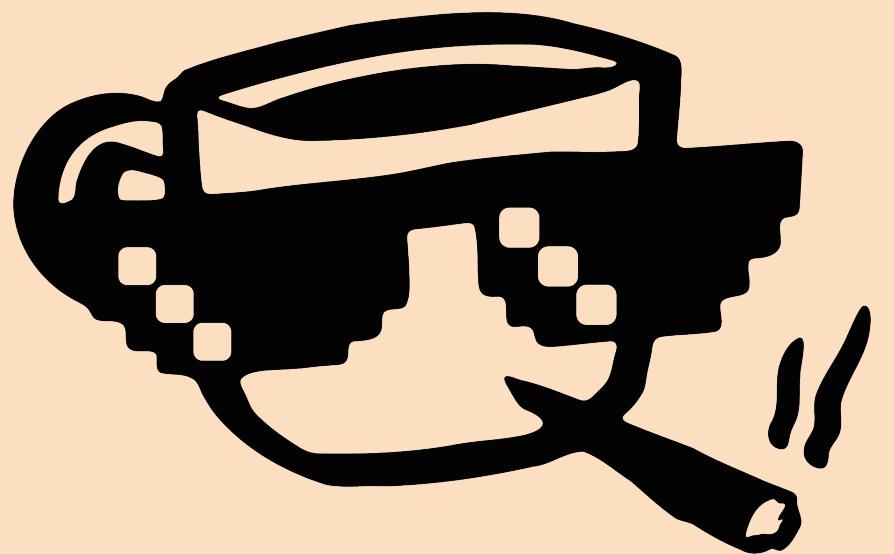


ICONOGRAFÍA





ICONOGRAFÍA SOBRE COLORES SECUNDARIOS





ESTILO FOTOGRÁFICO

Mug Life utiliza fotografías de personas disfrutando sus productos y de público en shows de comedia, lo que ilustra la experiencia y las novedades de la cafetería. Esto ayuda a comunicar lo que ofrece y su ambiente acogedor.

Luego el logotipo se aplica en las esquinas de las fotografías dejando un margen de 1,5cm.W





APLICACIONES

