

PROPUESTA DE IDENTIDAD DIGITAL • AGOSTO 2026

Tres formas de que Antü *se vea como lo que ya es.*

Librería y espacio cultural en Guaymallén, Mendoza. Un catálogo de **7.487 títulos** publicados y una comunidad de **4.948 seguidores** — sin un sistema visual que los sostenga.



Editorial Claro
PROPUESTA 01



Artesanal Cálido
PROPUESTA 02



Nocturno Literario
PROPUESTA 03



antu.napsix.ai

DÓNDE ESTAMOS HOY • DATOS DEL CATÁLOGO REAL

El problema no es la falta de contenido. *Es la falta de sistema.*

16%

del catálogo está publicado: 7.487 títulos visibles sobre 47.519 cargados.

API TIENDANUBE • AGOSTO 2026

45

categorías con stock real, pero el panel muestra 200 — más de la mitad son duplicados internos.

PREFIJO __ REPETIDO

4.948

seguidores y 1.243 publicaciones. Cada pieza usa una paleta y una tipografía distinta.

@ANTU_ESPACIODELECTURA

PORTADAS

Las tapas van de proporción 0.588 a **1.000** — hay portadas cuadradas. Sin una caja fija, la grilla se ve rota. Y algunas son el placeholder “imagen no disponible”.

VIDRIERA

El enlace de la biografía de Instagram apunta al subdominio gratuito de Tienda Nube, no a **antulibros.com.ar**, que ya está conectado.

Ninguno de estos cuatro puntos se arregla con un diseño más lindo. Se arreglan con **reglas** — y eso es exactamente lo que propone un sistema visual.

CÓMO LEER ESTAS PROPUESTAS

Mismo contenido, *tres sistemas.*

Las tres propuestas muestran los mismos 16 títulos, los mismos precios y las mismas secciones. Si el contenido no cambia, lo único que estás comparando es el sistema visual.

01

Color

Cuatro colores fijos. Uno solo es el acento y define dónde mira el ojo.

02

Tipografía

Dos familias: una para titulares con carácter, otra para leer sin esfuerzo.

03

Ritmo

Cuánto aire, cuánto redondeo, qué tan denso. Se siente antes de leerse.

04

Tono de voz

Qué palabras usa la marca — y cuáles decide no usar nunca.

LO QUE SÍ DECIDE HOY

La **personalidad** de la marca: cómo se siente Antü antes de que alguien lea una palabra.

LO QUE NO DECIDE HOY

El carrito, el checkout ni los medios de pago. Eso sigue en Tienda Nube y no se toca.

PROPUESTA 01

Editorial Claro

La librería como editorial contemporánea. El libro es el héroe: todo lo demás se corre.

Crema
#F8F9F4

Tinta
#16150F

Lima
#C3E63B

Piedra
#6E6A5A

FrauncesTITULARESInterTEXTO

“Un lugar donde los libros se quedan a conversar.”

TONO DE VOZ

Claro y directo, sin adornos. Frases cortas. Habla de libros, no de “experiencias”.

DICE

“Recién llegados”
“Buscá por dónde te lleve”
“Libro del mes”

NO DICE

“¡Novedades imperdibles!”
“Súper promo”
“No te lo pierdas”

WEB · ANTU.NAPSIX.AI/ANTU-1



INSTAGRAM · 9 FORMATOS BASE



LE HABLA A

Al lector que ya sabe lo que busca y valora la curaduría.

A CUIDAR

El lima es un acento, no un fondo. Usado de más, pierde la calma que lo hace funcionar.

PROPUESTA 02

Artesanal Cálido

La librería de barrio que te conoce. Es la evolución de lo que ya hacen — pero con un sistema detrás.

Papel
#FFF7ED

Tinta cálida
#2E2018

Terracota
#C0552B

Arcilla
#8C7259

Gloock

TITULARES

Karla

TEXTO

“Leer también es una forma de estar acompañado.”

TONO DE VOZ

Cercano, en primera persona del plural. Invita en vez de anunciar.

DICE

“Te esperamos”

“Pasá a conocernos”

“Nos juntamos a leer”

NO DICE

“Visite nuestro establecimiento”

“Adquiera ya”

“Estimado cliente”

WEB · ANTU.NAPSIX.AI/ANTU-2



INSTAGRAM · 9 FORMATOS BASE



LE HABLA A

A familias, clubes de lectura y a quien viene por la charla tanto como por el libro.

A CUIDAR

Lo cálido mal ejecutado se lee infantil. Lo evita fijar cuatro colores y no improvisar por pieza.

PROPUESTA 03

Nocturno Literario

La librería como criterio, no como góndola. Curaduría, no catálogo.

Noche
#12100E

Crema
#F2EDE3

Dorado
#C9A227

Humo
#8A8272

Playfair Display

TITULARES

Inter

TEXTO

“Los libros que se quedan a conversar con vos.”

TONO DE VOZ

Sobrio y adulto. Afirmar en vez de gritar. La cita vale más que el adjetivo.

DICE

“El catálogo, por materia”

“La agenda de Antü”

“Vuelve un clásico”

NO DICE

“Mega liquidación”

“Últimas unidades”

“Click acá”

WEB • ANTU.NAPSIX.AI/ANTU-3

ANTÜ

CATÁLOGO

EL ESPACIO

VISITANOS

Ver catálogo

LIBRERÍA Y ESPACIO CULTURAL • GUAYMALLÉN, MENDOZA

Los libros que se quedan a *conversar* con vos.

7.487 títulos publicados en 45 categorías, y una mesa donde siempre hay alguien recomendando algo. Estamos en La Barraca Mall, Guaymallén.

Explorar el catálogo

Conocé el espacio

El catálogo, por materia

Ver los 7.487 títulos →

INSTAGRAM • 9 FORMATOS BASE

antu_espaciodelectura

1.243 publicaciones

4.948 seguidores

1.448 seguidos

Librería Antü

Tu librería en Mendoza • Talleres y actividades culturales

Las Cañas 1633 • La Barraca Mall • Guaymallén

antubros.com.ar

NOVEDAD

El buen mal

\$35.499

Un libro no se termina: se deja descansar.

EN ANTÜ

TODOS LOS MESES

Club de lectura

Sáb 25

17:00 h

ALLENDE

LA CASA DE LOS ESPÍRITUS

VUELVE UN CLÁSICO

La casa de los espíritus

CARRUSEL • DESLIZA

3 para empezar a leer en serio

224

Infantil

TÍTULOS EN STOCK

NOVELA GRÁFICA

Okinawa, el viento habla

\$49.999

Leer también es estar acompañado.

MÚSICA EN VIVO

Noches de Jazz

Vie 1

20:00 h

LE HABLA A

Al lector adulto de literatura: el del club de lectura, el que compra por autor.

A CUIDAR

El fondo oscuro exige disciplina fotográfica: una tapa mal recortada se nota el doble.

ANTU.NAPSIX.AI

ANTÜ • IDENTIDAD DIGITAL

LAS TRES, LADO A LADO

Para decidir en una *sola mirada*.

	■ Editorial Claro	■ Artesanal Cálido	■ Nocturno Literario
PERSONALIDAD	Serena y precisa	Cercana, hecha a mano	Sobria, con criterio
LE HABLA A	Quien sabe qué busca	Familias y comunidad	Lector adulto de literatura
SU FORTALEZA	El libro es el héroe	Difícil de copiar	Máxima diferenciación
SU RIESGO	El acento pide disciplina	Puede leerse infantil	Exige buena fotografía
DISTANCIA DE HOY	Media	Corta	Larga

NO HAY UNA CORRECTA

Las tres funcionan. La pregunta no es cuál es más linda, sino **a quién quiere hablarle Antü en los próximos dos años.**

SE PUEDE COMBINAR

El sistema elegido no impide usar el oscuro para la agenda cultural y el claro para la tienda. Lo que no se puede es no elegir.

QUÉ SIGUE

Elegís una línea hoy. *El resto es ejecución.*

01

Elegir el concepto

Hoy, en esta reunión. Es la única decisión que bloquea todo lo demás.

02

Bajarlo a Tienda Nube

Tema, colores, tipografía y orden de secciones sobre la tienda real.

03

Kit de redes

Nueve plantillas editables para que el equipo publique sin diseñador.

04

Sanear el catálogo

Portadas faltantes, tapas cuadradas y las categorías duplicadas.

LAS TRES PROPUESTAS, EN VIVO

antu.napsix.ai

/antu-1 · Editorial Claro /antu-2 · Artesanal Cálido /antu-3 · Nocturno Literario



Propuesta preparada por Napsix
napsix.com