



Libro de marca

2024

ESTÁNDARES DE IMPLEMENTACIÓN
DE IDENTIDAD GLOBAL

Contenido

Introducción	2
Filosofía	6
Logotipo	12
Tipografía	21
Color	24
Gráficos	37
Imágenes	52
Aplicaciones	55
Check List	71
Contacto	72

¡Hola!

En Alsea, queremos estar cada día
más cerca de nuestros clientes,
enseñarles lo que hacemos,
lo que pensamos y lo que soñamos...

y compartirles nuestra filosofía y
nuestra forma de ver el mundo.



**Creando un modelo de negocios
que genera valor, sumando
esfuerzos para generar bienestar
e impactando positivamente a
nuestro planeta.**



Queremos que cada encuentro se convierta en una sonrisa, en un momento para compartir y en la oportunidad de contagiar nuestro entusiasmo para que juntos, construyamos un futuro mejor...



Hoy
te ofrecemos

El nuevo libro de marca de Alsea

Nuestro nuevo sistema de identidad visual es una actualización audaz y fresca de nuestra marca; conecta la esencia de nuestra historia con nuestra visión de futuro y constituye una inspiración para ayudarte a crear consistentemente experiencias para todos aquellos que ven, viven y saborean Alsea y sus marcas en todo el mundo.

Nuestra estrategia de marca es la base de lo que somos y cómo lo queremos comunicar. Úsala como guía en el proceso de creación de piezas de comunicación visual con libertad creativa y de experimentación con reglas claras, herramientas, recursos gráficos y ejemplos de aplicación para asegurar el trabajo conjunto y el éxito en la implementación de todos los que trabajamos para Alsea.

¡Que lo disfrutes!



Filosofía

Logotipo

Tipografía

Color

Gráficos

Imágenes

Aplicaciones

Cultura

Nuestra cultura es el corazón del negocio, refleja nuestra filosofía y la manera en cómo nos relacionamos día con día con nuestros colaboradores, clientes y comunidades.

Gracias a nuestra gente, somos una empresa sólida, auténtica, dinámica y divertida; ponemos el corazón en todo lo que hacemos y damos lo mejor de nosotros mismos para cumplir con nuestro Propósito: “Entregar felicidad y experiencias llenas de sabor”.

Son nuestros Valores Alsea los que nos guían para crear un entorno positivo entre colaboradores, así como para exceder las expectativas de nuestros clientes. Sabemos que la cultura se vive en cada interacción; si tenemos colaboradores felices, tendremos clientes viviendo una extraordinaria experiencia en cada visita.

Nos inspiran las personas; es la esencia de nuestra gente y los sabores de nuestras marcas lo que nos hace únicos e inigualables, y así es nuestra cultura.

**Filosofía**

Logotipo

Tipografía

Color

Gráficos

Imágenes

Aplicaciones

Propósito

Define nuestra razón de ser y el impacto positivo que generamos con todos nuestros grupos de interés.

Da forma a nuestra estrategia, inspira a nuestra gente, involucra a nuestros clientes y comunidad, dirige nuestras decisiones en los momentos de la verdad y está completamente integrado en nuestra Cultura Alsea.

Cada concepto tiene un significado que conecta con la promesa de servicio que tienen nuestras unidades de negocio y centros de soporte en los países donde tenemos presencia, todos tenemos el mismo Propósito, el cual nos une y nos hace excepcionales.

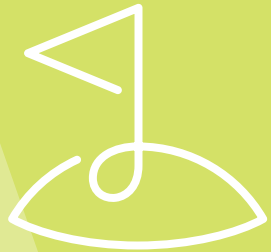
En su visualización, su uso debe ser en color blanco sobre fondo azul o en color azul sobre fondo blanco, sólido o degradado, asegurando en todo momento su correcta legibilidad.





Valores

Nuestros valores son las características únicas que nos distinguen y nos guían hacia nuestros objetivos; representan nuestra forma de ser y de hacer las cosas.



Actitud ganadora

Nos esforzamos, nos atrevemos, nos reinventamos para exceder expectativas



Liderazgo involucrado

Inspiramos con el ejemplo y empoderamos a nuestra gente



Servicio sorprendente

Hacemos cada momento único para ofrecer experiencias inigualables



Espíritu colaborativo

Somos más fuertes cuando trabajamos en equipo



Atención al detalle

Cuidamos todo lo que hacemos porque cada detalle cuenta



Filosofía

Logotipo

Tipografía

Color

Gráficos

Imágenes

Aplicaciones

Logotipo

Nuestra marca representa nuestra visión y manera de hacer las cosas. Comunica liderazgo y cercanía a través de un sol que nos guía e impulsa.





- Filosofía
- Logotipo**
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Área de protección y tamaños mínimos

Para proteger a la marca de cualquier invasión visual que le reste importancia o comprometa su legibilidad y facilitar la alineación con otros elementos o formatos, se ha definido la letra “l” como área mínima de protección.

Asimismo, se han establecido un par de tamaños mínimos para su reproducción con el fin de asegurar que su legibilidad y presencia siempre sean óptimas.

Área de protección



Tamaños mínimos (ancho)





Versiones autorizadas

Para asegurar la correcta reproducción de la marca, es necesario utilizar las versiones autorizadas presentadas a continuación, de acuerdo con el sistema de impresión o reproducción en cuestión.

Los siguientes son ejemplos de usos y aplicaciones ilustrativas de cada versión; pueden usarse otros fondos de la paleta de color, siempre y cuando se garantice un contraste adecuado.

En caso de patrocinio o uso en muros, usa la versión más conveniente, según el fondo y el caso específico.

Positivo



Negativo



Alto contraste



Fotografía





Versiones autorizadas

Para asegurar la correcta reproducción de la marca, es necesario utilizar las versiones autorizadas presentadas a continuación, de acuerdo con el sistema de impresión o reproducción en cuestión.

Los siguientes son ejemplos de usos y aplicaciones ilustrativas de cada versión; pueden usarse otros fondos de la paleta de color, siempre y cuando se garantice un contraste adecuado.

En caso de patrocinio o uso en muros, usa la versión más conveniente, según el fondo y el caso específico.

Positivo



Negativo



Alto contraste



Fotografía





Usos incorrectos

A continuación presentamos algunos de los usos incorrectos que debemos evitar, con el fin de eliminar problemas de legibilidad, malas interpretaciones o su fragmentación.

- 1. No aplicar sombras ni efectos
- 2. No distorsionar ni alterar las proporciones de sus elementos
- 3. No utilizar únicamente el sol
- 4. No usar elementos por separado
- 5. No aplicar contornos
- 6. No emplear los elementos de la marca para integrar logotipos o nombres de campañas o apps
- 7. No emplear colores no autorizados
- 8. No invertir el orden de los elementos
- 9. No usar la versión anterior del logotipo
- 10. No utilizar la marca para hacer submarcas
- 11. No aplicar sobre fondos que comprometan su legibilidad
- 12. No desplegar en orientación vertical
- 13. No emplear los elementos de la marca para integrar logotipos por región o área
- 14. No emplear los íconos para crear logotipos de comunicación interna y/o externa





Usos incorrectos

A continuación presentamos algunos de los usos incorrectos que debemos evitar, con el fin de eliminar problemas de legibilidad, malas interpretaciones o su fragmentación.

- 1. No aplicar sombras ni efectos
- 2. No distorsionar ni alterar las proporciones de sus elementos
- 3. No utilizar únicamente el sol
- 4. No usar elementos por separado
- 5. No aplicar contornos
- 6. No emplear los elementos de la marca para integrar logotipos o nombres de campañas o apps
- 7. No emplear colores no autorizados
- 8. No invertir el orden de los elementos
- 9. No usar la versión anterior del logotipo
- 10. No utilizar la marca para hacer submarcas
- 11. No aplicar sobre fondos que comprometan su legibilidad
- 12. No desplegar en orientación vertical
- 13. No emplear los elementos de la marca para integrar logotipos por región o área
- 14. No emplear los íconos para crear logotipos de comunicación interna y/o externa





- Filosofía
- Logotipo**
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Arquitectura de marcas

La arquitectura de marca se refiere a la relación que se establece entre el logotipo y otras estructuras organizacionales como los segmentos, logotipos de las marcas del portafolio u otras organizaciones internas de la compañía.

Por ejemplo, la Fundación Alsea y los segmentos, son áreas internas que deben tomar un lugar en la arquitectura de marcas corporativa.

La tipografía destinada para los nombres es **Bitter bold** y la jerarquía, ubicación y proporciones, se muestra a continuación.

Segmentos



Fundación Alsea





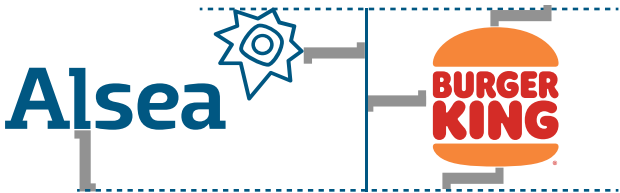
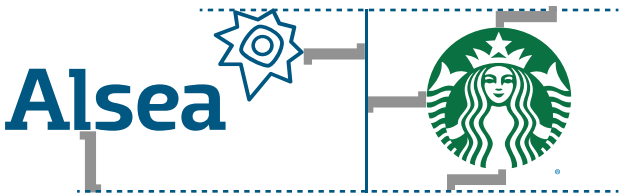
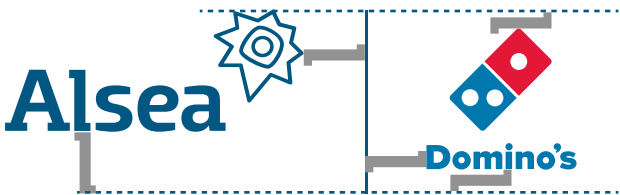
- Filosofía
- Logotipo**
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Arquitectura de marcas

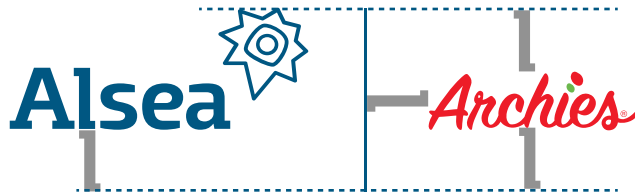
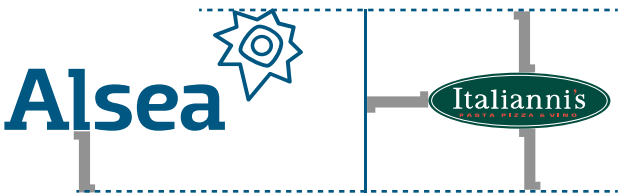
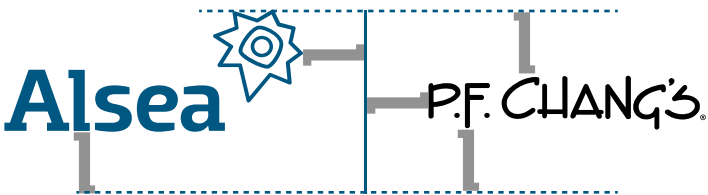
Cada una de las marcas que componen el portafolio de Alsea, representa una unidad de negocio y cuenta con un logotipo y sus propias reglas de aplicación.

A continuación se muestra la jerarquía y el orden que estos elementos deben guardar entre sí, para cuidar la relación entre estas entidades.

Marcas Verticales



Marcas Horizontales





Filosofía

Logotipo

Tipografía

Color

Gráficos

Imágenes

Aplicaciones

Ubicación del logotipo

El logotipo debe ubicarse en la esquina superior derecha o, en casos excepcionales, debemos elegir el lugar que privilegie su visibilidad.

Se recomienda evitar la esquina inferior izquierda por ser el punto de menor atención en una pieza de comunicación.





Tipografía

*Es un medio para transmitir
la voz y la personalidad de
nuestra marca*

Tipografías principales

Las tipografías seleccionadas para la comunicación de Alsea en todos sus pesos son: Bitter y Fira Sans.

Estas fuentes trabajan armoniosamente de forma complementaria por la diferencia de sus trazos y la similitud de sus pesos.

A continuación presentamos algunos usos sugeridos y la combinación de ambas familias tipográficas.

Ambas fuentes forman parte de la oferta tipográfica de Google® por lo que deben emplearse en todas sus aplicaciones tanto impresas como digitales.

Descarga:

<https://fonts.google.com/specimen/Bitter?query=bitter>

<https://fonts.google.com/specimen/Fira+Sans?query=fira+sans>

Fira thin	<i>italic</i>	Bitter thin	<i>italic</i>
Fira extra light	<i>italic</i>	Bitter extra light	<i>italic</i>
Fira light	<i>italic</i>	Bitter light	<i>italic</i>
Fira regular	<i>italic</i>	Bitter regular	<i>italic</i>
Fira medium	<i>italic</i>	Bitter medium	<i>italic</i>
Fira semibold	<i>italic</i>	Bitter semibold	<i>italic</i>
Fira bold	<i>italic</i>	Bitter bold	<i>italic</i>
Fira extrabold	<i>italic</i>	Bitter extrabold	<i>italic</i>
Fira black	<i>italic</i>	Bitter black	<i>italic</i>

Ejemplos

En Alsea, nuestro propósito es...

Entregar felicidad y experiencias llenas de sabor

Somos una comunidad determinada y *comprometida* con la excelencia y la integridad.

SOMOS UNA COMUNIDAD DETERMINADA y comprometida con la excelencia y la integridad. Maximizamos sinergias para entregar una oferta sorprendente y generar resultados extra-ordinarios, aportando dosis de felicidad, hasta en los detalles más pequeños para cumplir con nuestro propósito de «encender el espíritu de la gente».

Nuestros pilares diferenciadores. Son los atributos que deben permear a cada etapa del proceso de servicio, procedimientos y operaciones; además de diferenciarnos de la competencia para lograr nuestros objetivos de negocio. **Pensamiento Adaptativo, Eficiencia Operativa y Generosidad Colaborativa.**

	TACC ⁵ 2016-2021	CRECIMIENTO ANUAL	2023	%	2022	%
Ventas netas	7.2%	38.7%	53,379.5	100.0%	38,495.4	100.0%
Utilidad bruta	7.8%	39.6%	37,788.2	70.8%	27,040.5	70.2%
Utilidad de operación	N.A.	NA	4,132.9	7.7%	(1,517.5)	(3.9%)
EBITDA ²	19.0%	78.0%	12,311.3	23.1%	6,917.7	18.0%
Utilidad Neta Consolidada	N.A.	NA	784.5	1.5%	(3,895.5)	(10.1%)

1 Cifras en millones de pesos nominales y bajo las normas IFRS . (incluyen el efecto de la NIIF 16 y el efecto referente a la reexpresión por la hiperinflación en Argentina), excepto datos por acción,número de unidades y colaboradores.

2 EBITDA se define como utilidad de operación antes de la depreciación y amortización.

3 ROIC se define como utilidad de operación después de impuestos entre la inversión operativa neta (activo total-efectivo e inversiones temporales-pasivo sin costo).

4 ROE se define como la utilidad neta entre el capital contable.

5 TACC Tasa Anual de Crecimiento Compuesto de 2016 a 2021.

784.5
utilidad neta

9.0%
ROE⁴

\$ 6 1/2 3 4/7



Filosofía

Logotipo

Tipografía

Color

Gráficos

Imágenes

Aplicaciones

Tipografía secundaria

La tipografía secundaria es **Agbalumo** en su único peso.

Se utilizará **únicamente** para frases emotivas por medio de las cuales podremos destacar la filosofía de la marca.

Nunca deberá utilizarse para títulos, subtítulos o textos destacados.

Descarga:

<https://fonts.google.com/specimen/Agbalumo>



*La mejor forma de
compartir la felicidad
es por medio de
una sonrisa...*

**~~Ventas
netas~~**

*~~En Alsea buscamos ofrecer experiencias
inigualables a nuestros clientes y generar
valor para la empresa, nuestros colabo-
radores y las comunidades en las que
operamos.~~*



Color

El color influye en nuestra percepción y es un medio para transmitir sensaciones

Nuestra paleta de color es ahora más emocional e intensa; representa nuestra riqueza de culturas y marcas.

La consideración más importante con respecto al uso de color, es **el cuidado del contraste para garantizar la legibilidad.**

El color primario es el azul Alsea.

La paleta secundaria consta de cuatro gamas con valores tonales distintos: claros, medios, oscuros y neutros.

Claros	Medios	Oscuros	Neutros
sky	pumpkin	berry	cream
lettuce	strawberry	tree	ice
sun	grape	blend	moon
rose	aqua	Alsea blue	
mint	jeans		
sand	kiwi		

Colores y códigos de reproducción

Utiliza los PMS únicamente si el material se imprimirá en tintas directas

PMS	WEB	CMYK	RGB
2905C	85CAF0	44 6 0 0	134 201 239

sky

PMS	WEB	CMYK	RGB
585C	D4E165	20 0 75 0	212 225 101

lettuce

PMS	WEB	CMYK	RGB
135C	FFCD5B	0 20 75 0	255 205 91

sun

PMS	WEB	CMYK	RGB
475C	FBC8B7	0 25 23 0	251 2001 83

rose

PMS	WEB	CMYK	RGB
565C	9FD7CB	37 0 24 0	159 215 203

mint

PMS	WEB	CMYK	RGB
-	FFFFFF	0 0 0 0	255 255 255

snow

PMS	WEB	CMYK	RGB
164C	F47854	0 66 70 0	244 120 84

pumpkin

PMS	WEB	CMYK	RGB
1785C	F04D62	0 85 51 0	240 77 98

strawberry

PMS	WEB	CMYK	RGB
272C	8970B2	51 61 0 0	137 112 178

grape

PMS	WEB	CMYK	RGB
3125C	00A7C7	76 14 16 0	0 167 199

aqua

PMS	WEB	CMYK	RGB
660C	347DC1	79 45 0 0	52 125 193

jeans

PMS	WEB	CMYK	RGB
360C	71C163	59 0 82 0	113 193 99

kiwi

PMS	WEB	CMYK	RGB
269C	470A68	84 100 23 21	71 10 104

berry

PMS	WEB	CMYK	RGB
3292C	095550	90 46 63 34	9 85 80

tree

PMS	WEB	CMYK	RGB
7631C	5B2D2D	42 78 68 52	91 45 45

blend

PMS	WEB	CMYK	RGB
308C	005782	97 66 28 9	0 87 130

Alsea blue

PMS	WEB	CMYK	RGB
7499C 50%	F3EBDA	4 6 14 0	243 235 218

cream

PMS	WEB	CMYK	RGB
7500C	DDD6B4	13 11 32 0	221 214 180

sand

PMS	WEB	CMYK	RGB
656C	DEE5E9	11 5 5 0	222 229 233

ice

PMS	WEB	CMYK	RGB
7543C	98A1A7	43 31 29 0	152 161 167

moon



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color**
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Degradados

El uso de degradados se establece únicamente para fondos y deberán crearse de manera transversal.

Al igual que el uso de fondos en colores sólidos, es indispensable cuidar la legibilidad en todas las aplicaciones.

A continuación se muestra la paleta de degradados establecida.



Colores complementarios

A continuación se muestran las combinaciones de color permitidas:

- a) Mix de colores complementarios (2 colores)
- b) Mix de paletas de color (3-5 colores)

 think big	have fun	let's go	it's fine!
good job	good job	Alsea 	good luck 
thank you	thank you		think big
 good luck	why not?	have fun	let's go 
it's fine!	why not?	have fun	thank you



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color**
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

b) Paletas de color

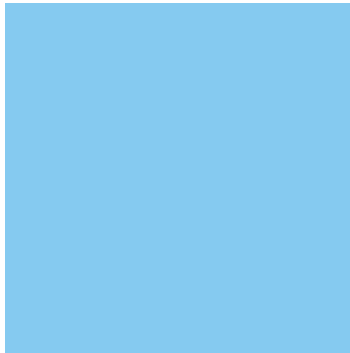
Alsea



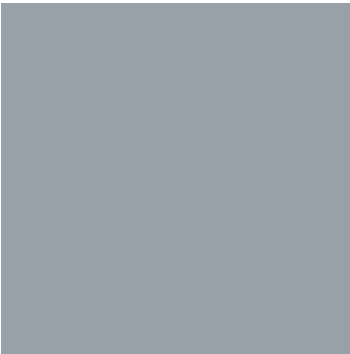
Alsea Blue



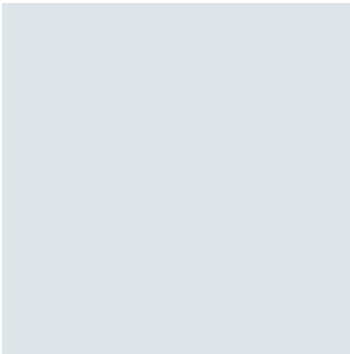
aqua



sky



moon



ice



mint



Fondos degradados



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

b) Paletas de color

fresh

tree

kiwi

lettuce

sun

cream

sand

ice

Mint

think big

have fun

let's go

it's fine!

good luck

Fondos degradados

tree

HEXA #095550

kiwi

HEXA #71C163

kiwi

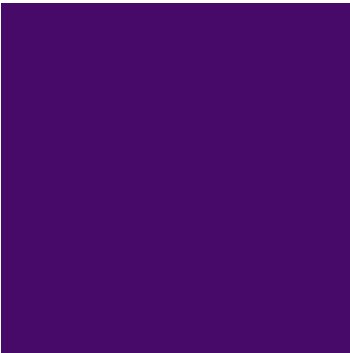
HEXA #71C163

mint

HEXA #9FD7CB

b) Paletas de color

spicy



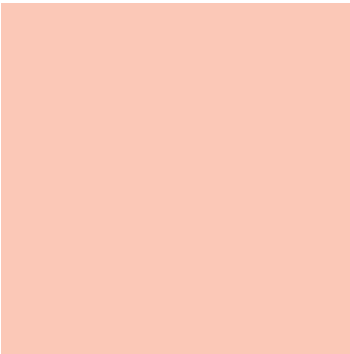
berry



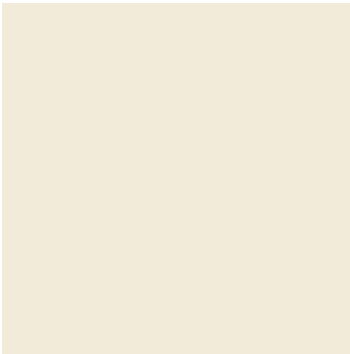
grape



strawberry



rose



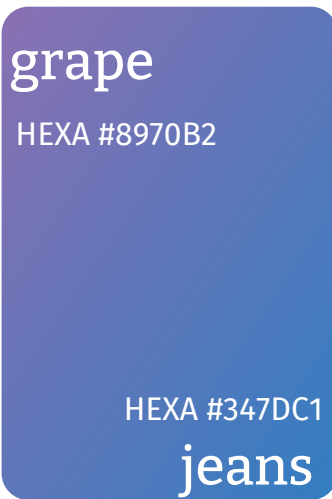
cream



jeans



Fondos degradados



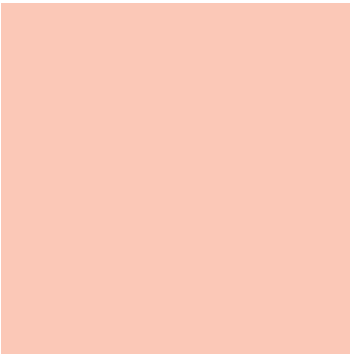
- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

b) Paletas de color

tasty



blend



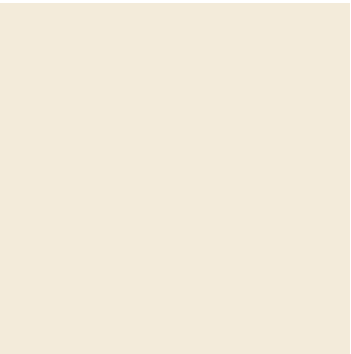
rose



sun



pumkin



cream



strawberry



think
big



have
fun



let's
go



it's
fine!

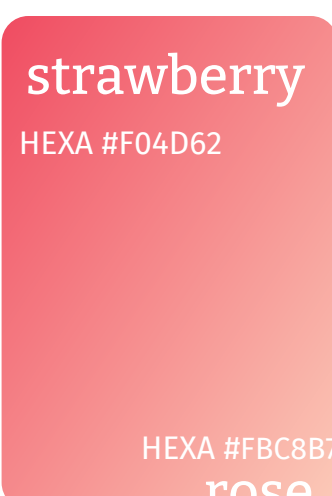


good
luck

Fondos degradados



strawberry
HEXA #F47854



HEXA #FFCD5E
sun



strawberry
HEXA #F04D62



blend
HEXA #5B2D2D



HEXA #FBC8B7
rose



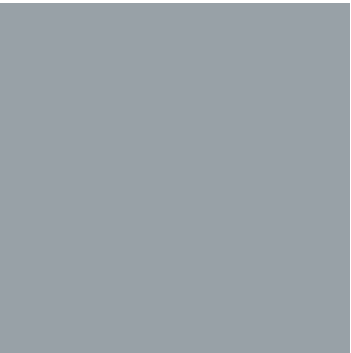
- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

b) Paletas de color

yummy



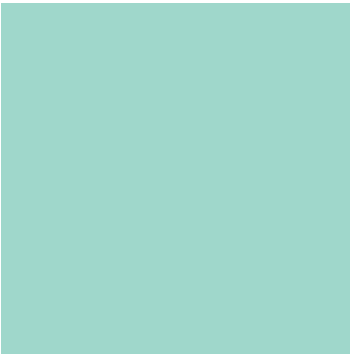
strawberry



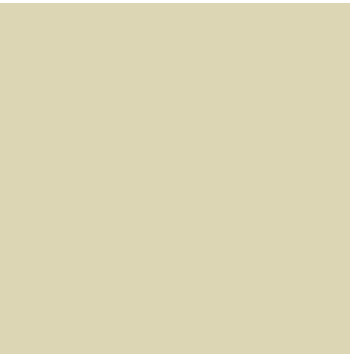
moon



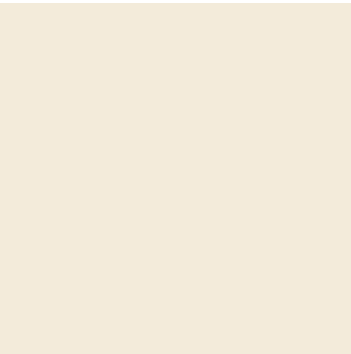
sun



mint



sand



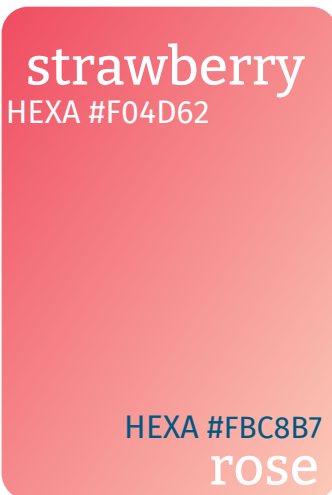
cream



aqua



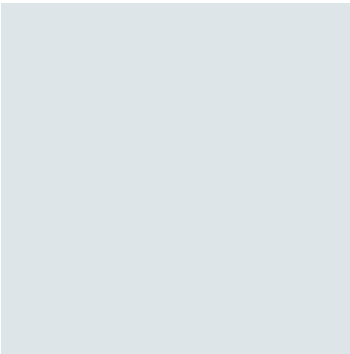
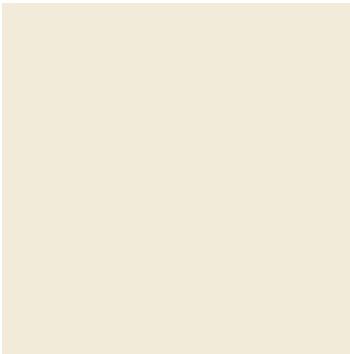
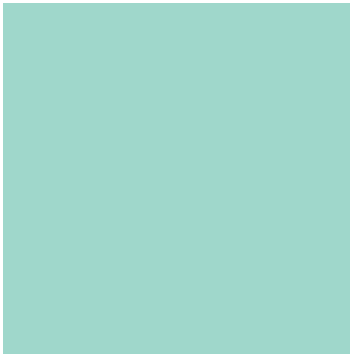
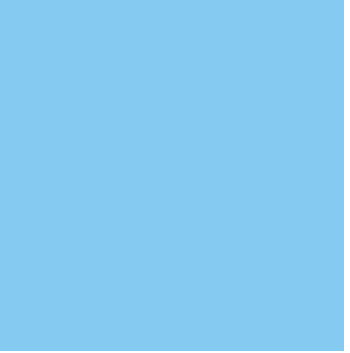
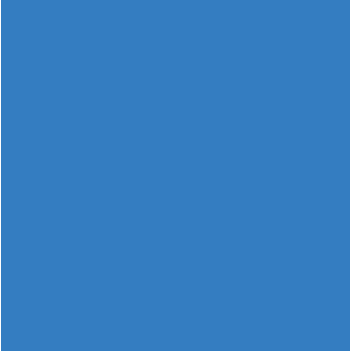
Fondos degradados



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

b) Paletas de color

candy

 aqua	 grape	 Alsea blue
 ice	 cream	 mint
 sky	 jeans	







Fondos degradados

 Alsea blue HEXA #005782 sky HEXA #85CAF0
 mint HEXA #9FD7CB aqua HEXA #00A7C7
 grape HEXA #8970B2 jeans HEXA #347DC1



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

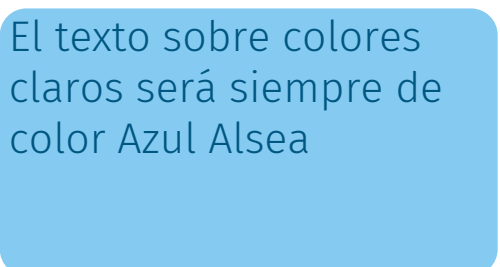
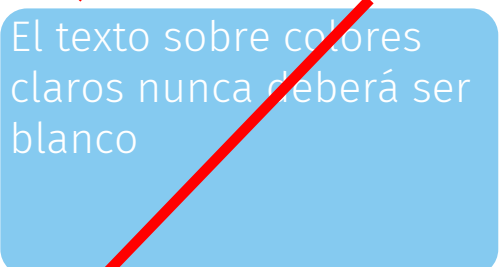
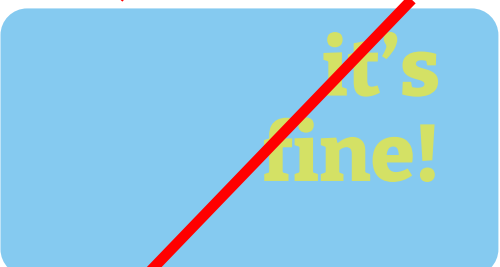
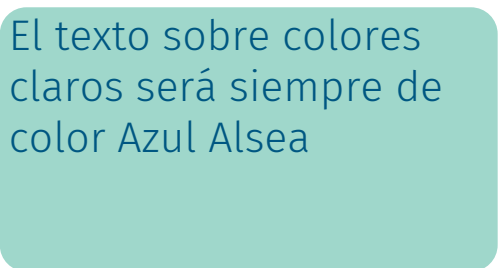
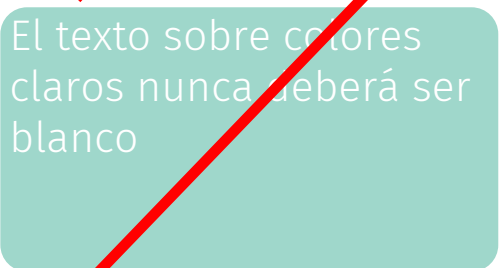
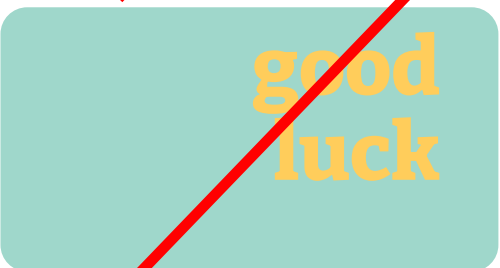
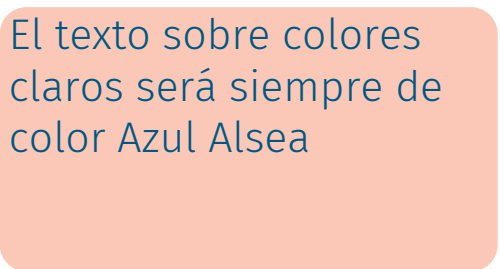
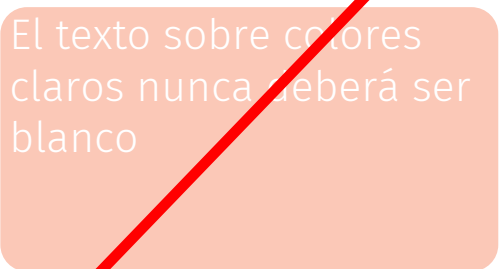
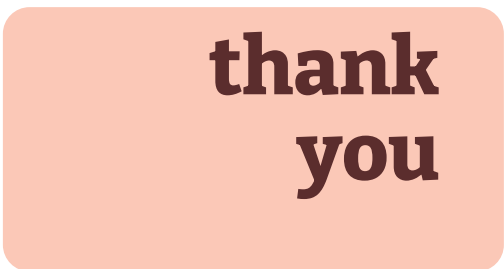
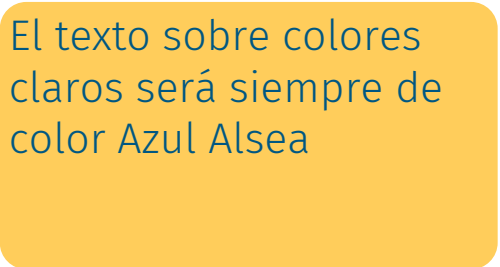
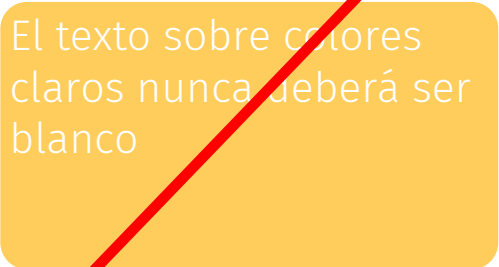
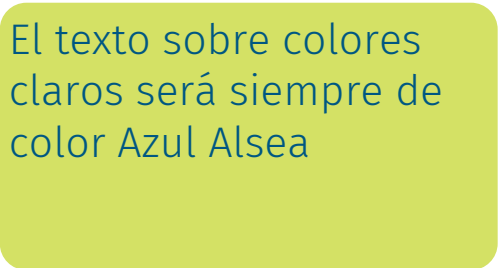
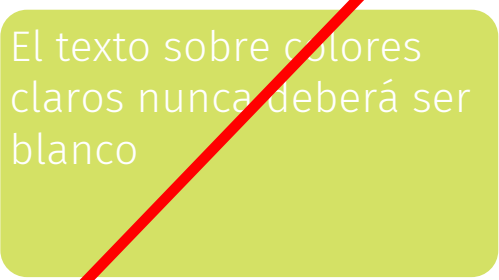
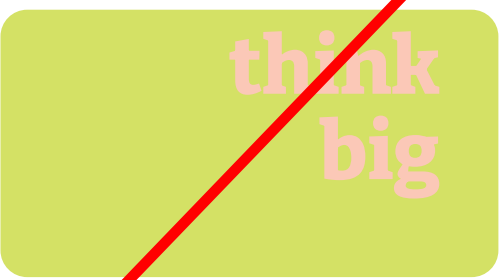


Legibilidad

Para garantizar la legibilidad y el uso de color, establecemos los siguientes lineamientos:

- 1. *Regla de oro*: **aprovechar las combinaciones de colores complementarios**
- 2. No combinar claros con claros
- 3. No combinar medios con medios
- 4. No combinar oscuros con oscuros
- 5. El texto sobre colores claros será siempre de color Azul Alsea
- 6. El texto sobre colores medios y oscuros será siempre blanco
- 7. Para textos destacados y mensajes principales -que no formen parte del texto de una publicación- deberá emplearse la *regla de oro*

Claros



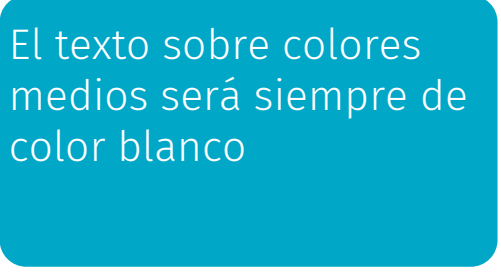
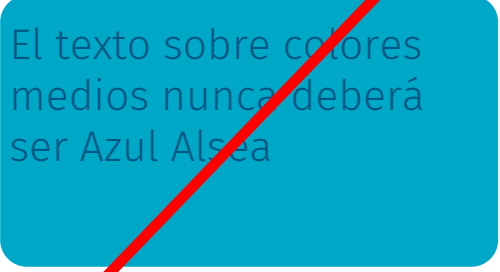
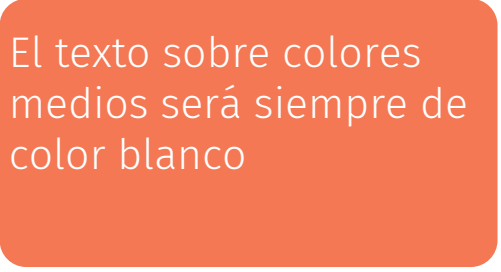
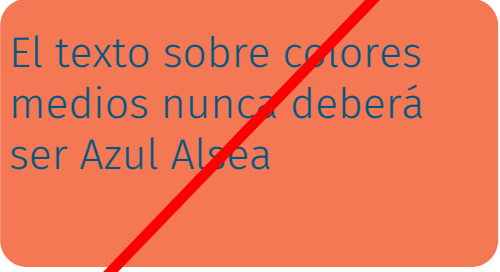
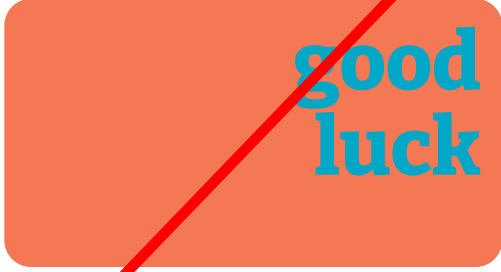
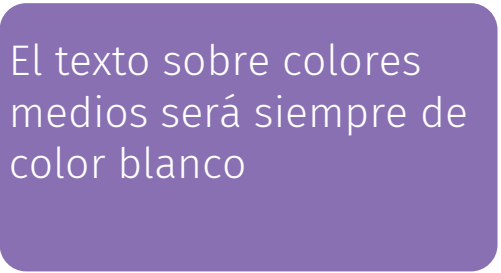
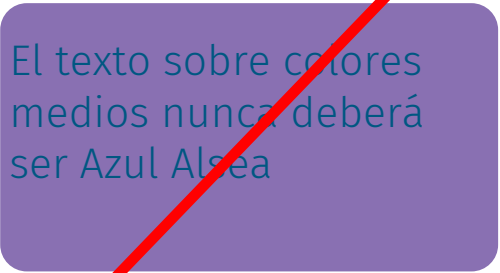
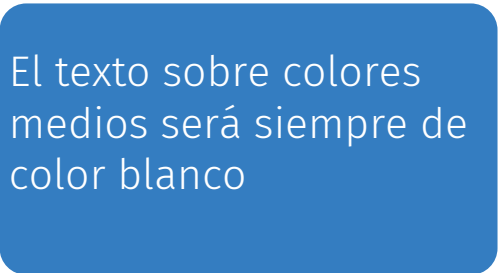
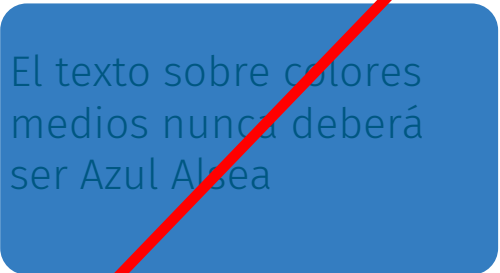
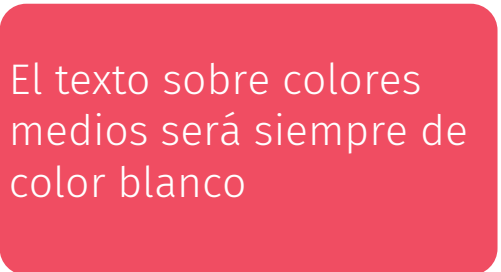
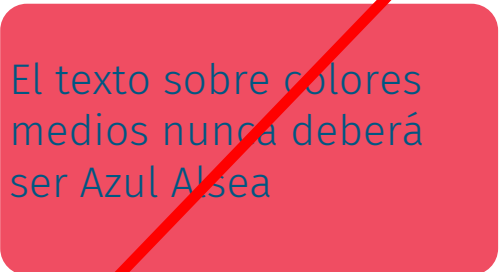


Legibilidad

Para garantizar la legibilidad y el uso de color, establecemos los siguientes lineamientos:

- 1. *Regla de oro:* **aprovechar las combinaciones de colores complementarios**
- 2. No combinar claros con claros
- 3. No combinar medios con medios
- 4. No combinar oscuros con oscuros
- 5. El texto sobre colores claros será siempre de color Azul Alsea
- 6. El texto sobre colores medios y oscuros será siempre blanco
- 7. Para textos destacados y mensajes principales -que no formen parte del texto de una publicación- deberá emplearse la *regla de oro*

Medios



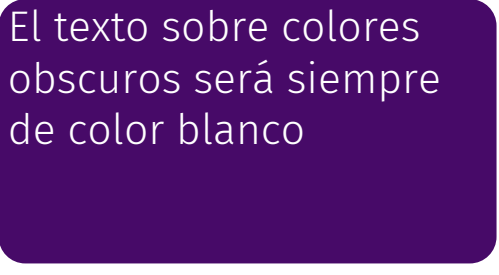
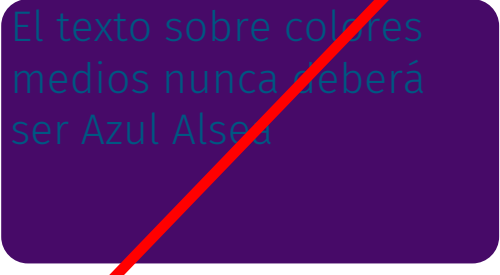
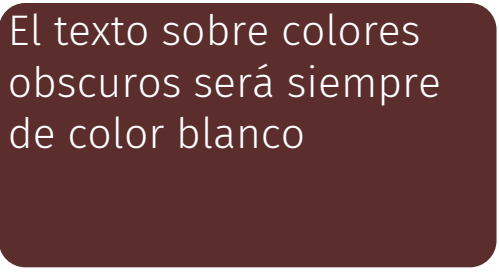
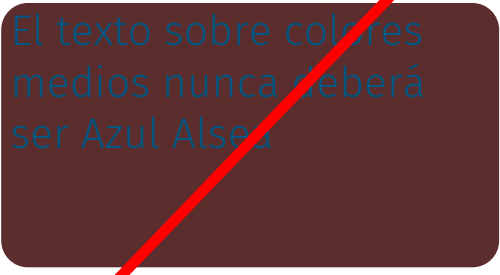
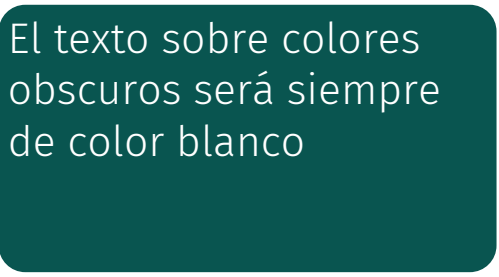
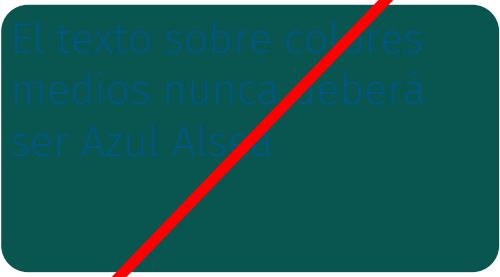
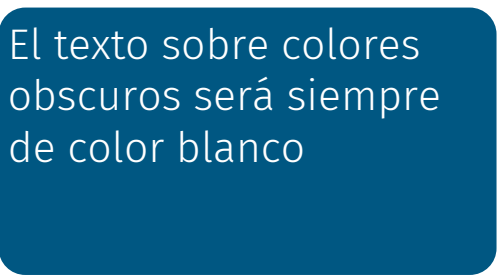
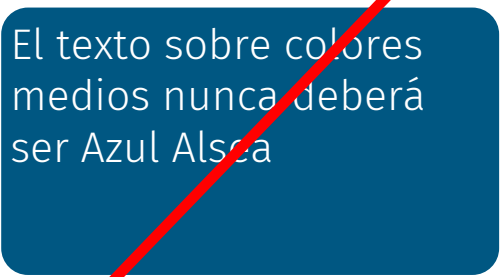


Legibilidad

Para garantizar la legibilidad y el uso de color, establecemos los siguientes lineamientos:

- 1. *Regla de oro*: **aprovechar las combinaciones de colores complementarios**
- 2. No combinar claros con claros
- 3. No combinar medios con medios
- 4. No combinar oscuros con oscuros
- 5. El texto sobre colores claros será siempre de color Azul Alsea
- 6. El texto sobre colores medios y oscuros será siempre blanco
- 7. Para textos destacados y mensajes principales -que no formen parte del texto de una publicación- deberá emplearse la *regla de oro*

Oscuros





Gráficos



Sonrisa Alsea

Este gráfico de apoyo se compone de una sonrisa que representa la experiencia de saborear algo único; una sonrisa amable y genuina, representada con un trazo sencillo y legible.

La composición consta del gráfico acompañado de las cuatro palabras clave de nuestro propósito: entrega, felicidad, experiencias y sabor.

Al igual que nuestra marca, la sonrisa debe ser aplicada con los mismos lineamientos de color, cuidando en todo momento su correcta legibilidad.

No está permitido el uso de “la sonrisa” de forma individual, y siempre debe ir acompañada del logotipo en la esquina superior derecha.

Este gráfico se reserva para uso exclusivo de materiales de comunicación interna en temas de cultura.





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Área de protección y tamaños mínimos

Para proteger a la marca de cualquier invasión visual que le reste importancia o comprometa su legibilidad y facilitar la alineación con otros elementos o formatos, se ha definido la letra ‘l’ como área mínima de protección. Esta viene en la suite de logos de manera invisible (nunca se debe imprimir).

Asimismo, se han establecido un par de tamaños mínimos para su reproducción con el fin de asegurar que su legibilidad y presencia siempre sean óptimas.

Área de protección



Tamaños mínimos (ancho)



pantalla - 160px



impresión - 2cm



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

Iconografía

Estos elementos de apoyo han sido creados para visualizar de forma gráfica el universo de Alsea y han sido categorizados de la siguiente manera:

- a) segmentos
- b) países
- c) operación
- d) sabores
- e) varios

Se utilizarán para diseñar infografías y como apoyo visual integrado a elementos fotográficos.

Debemos evitar en todo momento utilizarlos como elementos decorativos, por el contrario, su uso queda limitado a aquellas ocasiones en las que el/los gráficos aporten valor a la comunicación.

Los íconos NO SE PUEDEN UTILIZAR PARA CREAR LOGOTIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y/O EXTERNA.

Segmentos	Regiones	Países		
Comida rápida	México	México	Argentina	Chile
Cafeterías	Europa	Colombia	Uruguay	Paraguay
Restaurantes de servicio completo	Sudamérica	Bélgica	España	Francia
		Luxemburgo	Países Bajos	Portugal



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

Iconografía

Estos elementos de apoyo han sido creados para visualizar de forma gráfica el universo de Alsea y han sido categorizados de la siguiente manera:

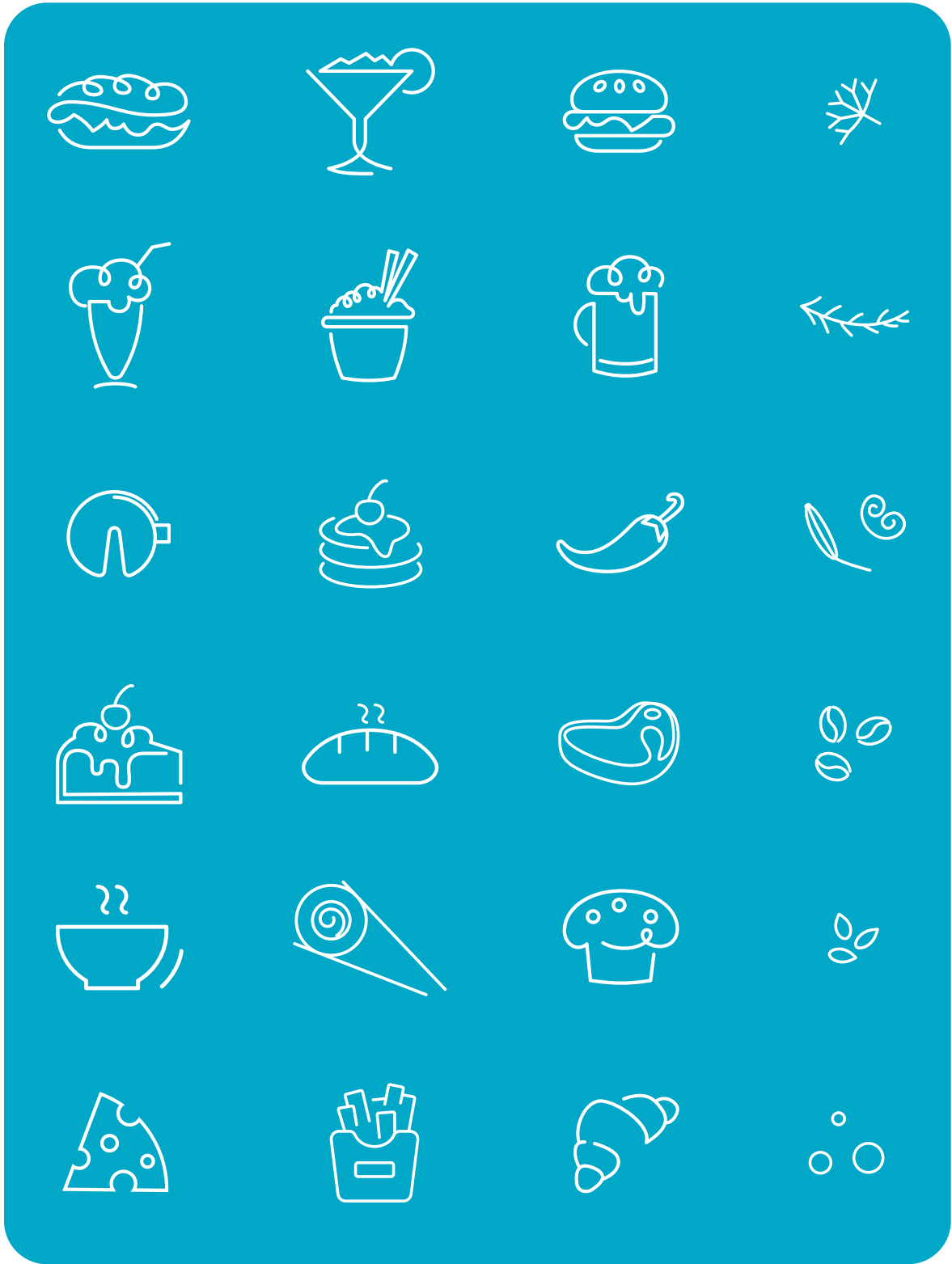
- a) segmentos
- b) países
- c) operación
- d) sabores
- e) varios

Se utilizarán para diseñar infografías y como apoyo visual integrado a elementos fotográficos.

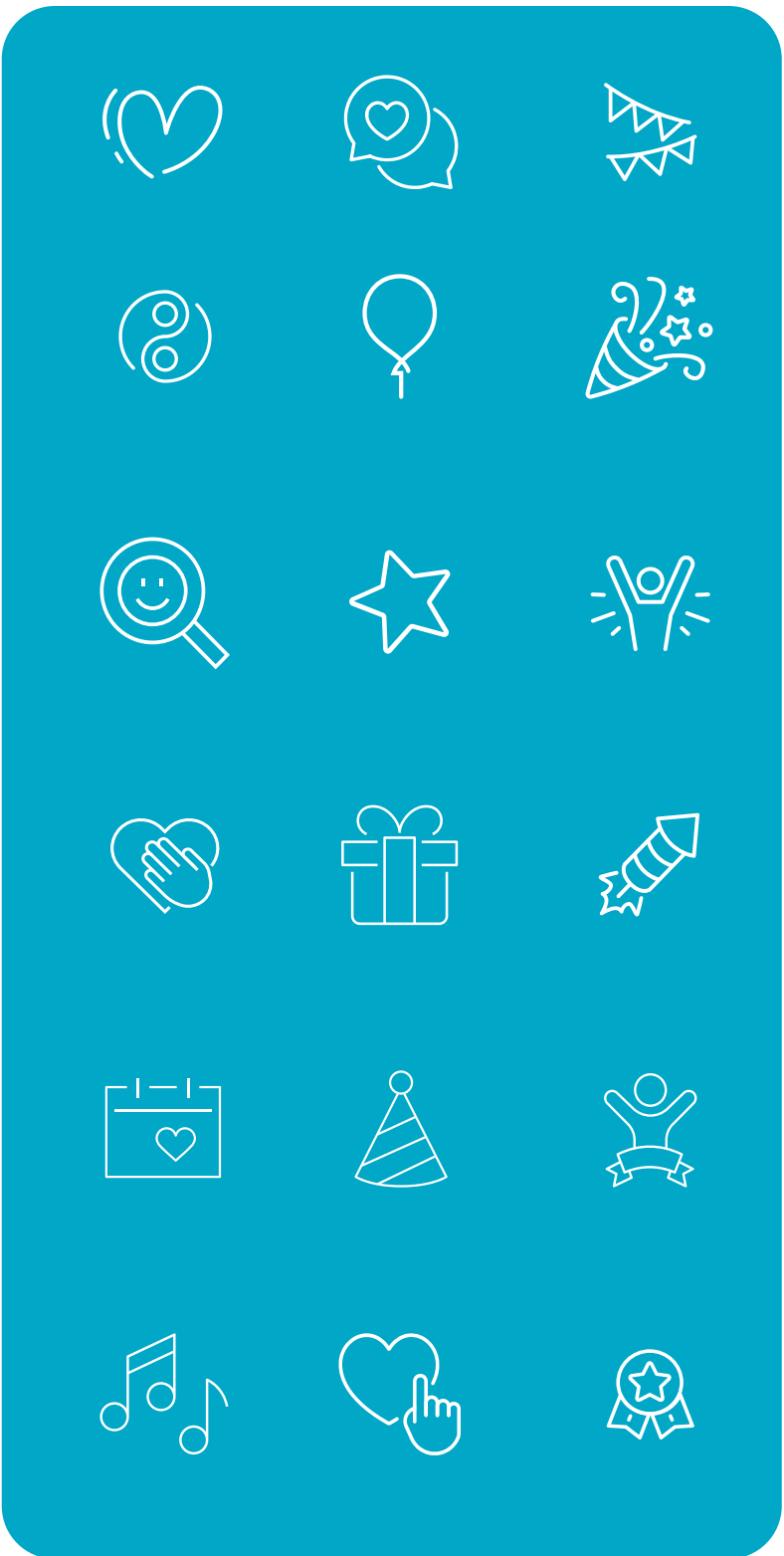
Debemos evitar en todo momento utilizarlos como elementos decorativos, por el contrario, su uso queda limitado a aquellas ocasiones en las que el/los gráficos aporten valor a la comunicación.

Los íconos NO SE PUEDEN UTILIZAR PARA CREAR LOGOTIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y/O EXTERNA.

Sabores



Emociones



Comisiones de sostenibilidad





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

Iconografía

Estos elementos de apoyo han sido creados para visualizar de forma gráfica el universo de Alsea y han sido categorizados de la siguiente manera:

- a) segmentos
- b) países
- c) operación
- d) sabores
- e) varios

Se utilizarán para diseñar infografías y como apoyo visual integrado a elementos fotográficos.

Debemos evitar en todo momento utilizarlos como elementos decorativos, por el contrario, su uso queda limitado a aquellas ocasiones en las que el/los gráficos aporten valor a la comunicación.

Los íconos NO SE PUEDEN UTILIZAR PARA CREAR LOGOTIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y/O EXTERNA.

Operación





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

Mundo Alsea

Estos elementos de apoyo han sido creados para visualizar de forma gráfica la diversidad de países y sabores del Mundo Alsea.

Se utilizarán para diseñar infografías y como apoyo visual.

Debemos evitar en todo momento utilizarlos como elementos decorativos, por el contrario, su uso queda limitado a aquellas ocasiones en las que el/los gráficos aporten valor a la comunicación.

Los íconos NO SE PUEDEN UTILIZAR PARA CREAR LOGOTIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y/O EXTERNA.

Mundo Países



Mundo Sabores





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

Formas

Las formas representan la diversidad del mundo Alsea. Diversidad de marcas, sabores y culturas...

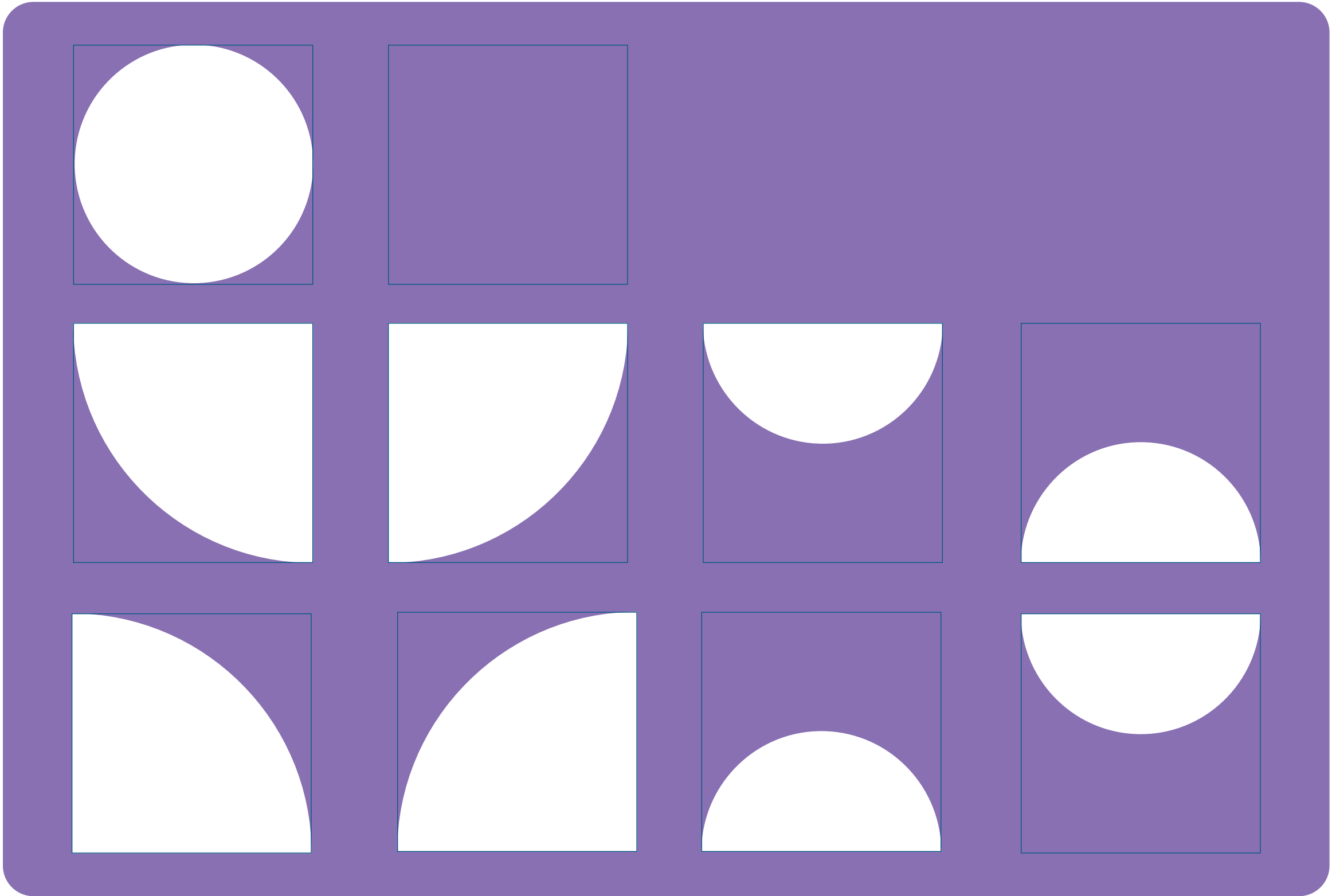
Elegimos figuras básicas que combinadas entre sí dan lugar a un universo muy rico de posibilidades creativas.

Debes utilizarlas única y exclusivamente para contener elementos gráficos y de comunicación: íconos, fotografías, textos, cifras, logotipos, etc. Sugerimos emplearlas en contraste o combinación con tu color de fondo.

Todas las formas deben utilizarse en sus proporciones exactas, nunca cortarlas o seccionarlas y siempre deben respetar las proporciones de una retícula cuadrada.

La recomendación más importante es que no sean objetos decorativos en tu diseño sino que formen parte integral de tu composición y cumplan con su función principal de contener elementos gráficos y de comunicación.

Círculo, medios y cuartos





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

Formas

Las formas representan la diversidad del mundo Alsea. Diversidad de marcas, sabores y culturas...

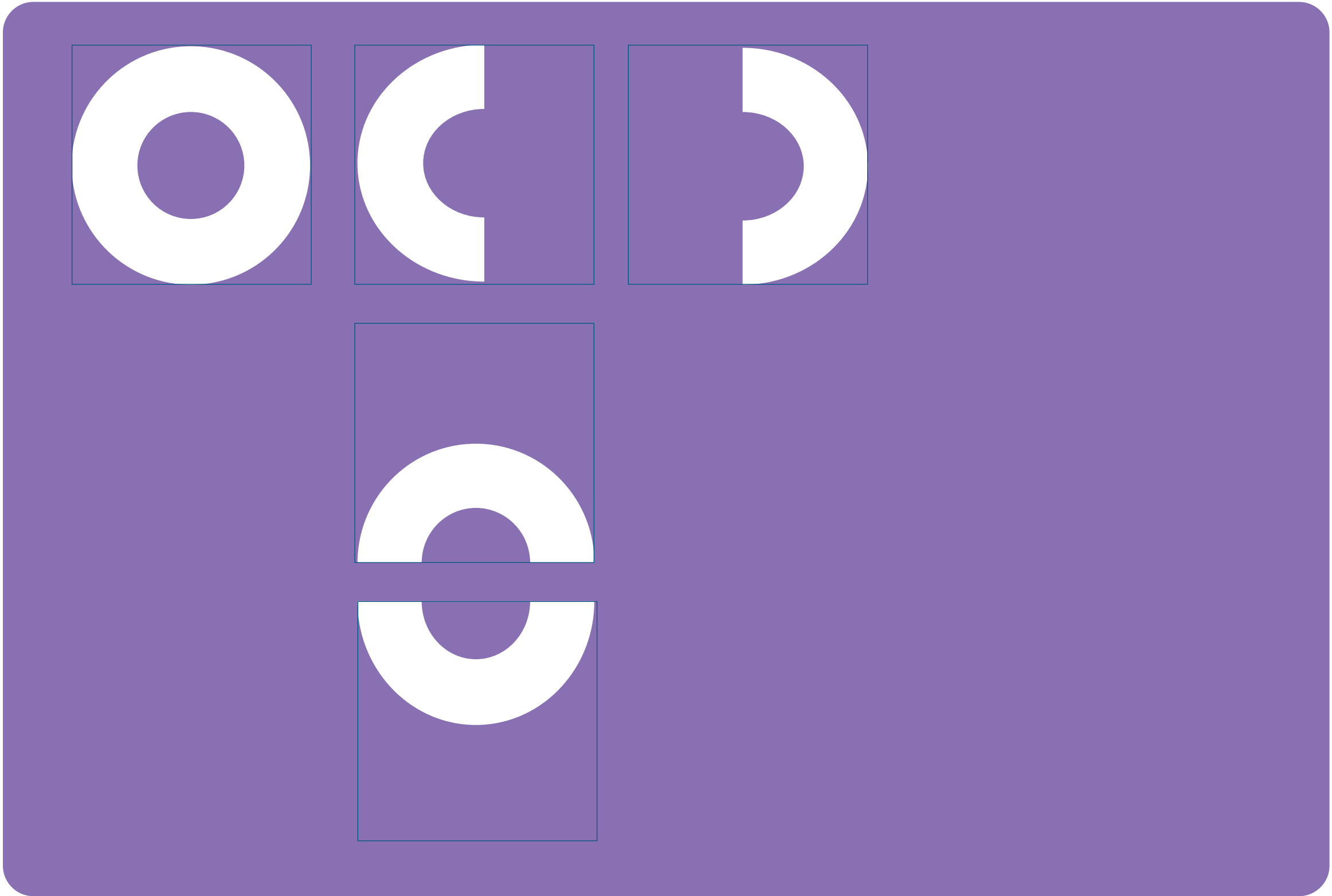
Elegimos figuras básicas que combinadas entre sí dan lugar a un universo muy rico de posibilidades creativas.

Debes utilizarlas única y exclusivamente para contener elementos gráficos y de comunicación: íconos, fotografías, textos, cifras, logotipos, etc. Sugerimos emplearlas en contraste o combinación con tu color de fondo.

Todas las formas deben utilizarse en sus proporciones exactas, nunca cortarlas o seccionarlas y siempre deben respetar las proporciones de una retícula cuadrada.

La recomendación más importante es que no sean objetos decorativos en tu diseño sino que formen parte integral de tu composición y cumplan con su función principal de contener elementos gráficos y de comunicación.

Círculo y medio círculo concéntrico





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

Formas

Las formas representan la diversidad del mundo Alsea. Diversidad de marcas, sabores y culturas...

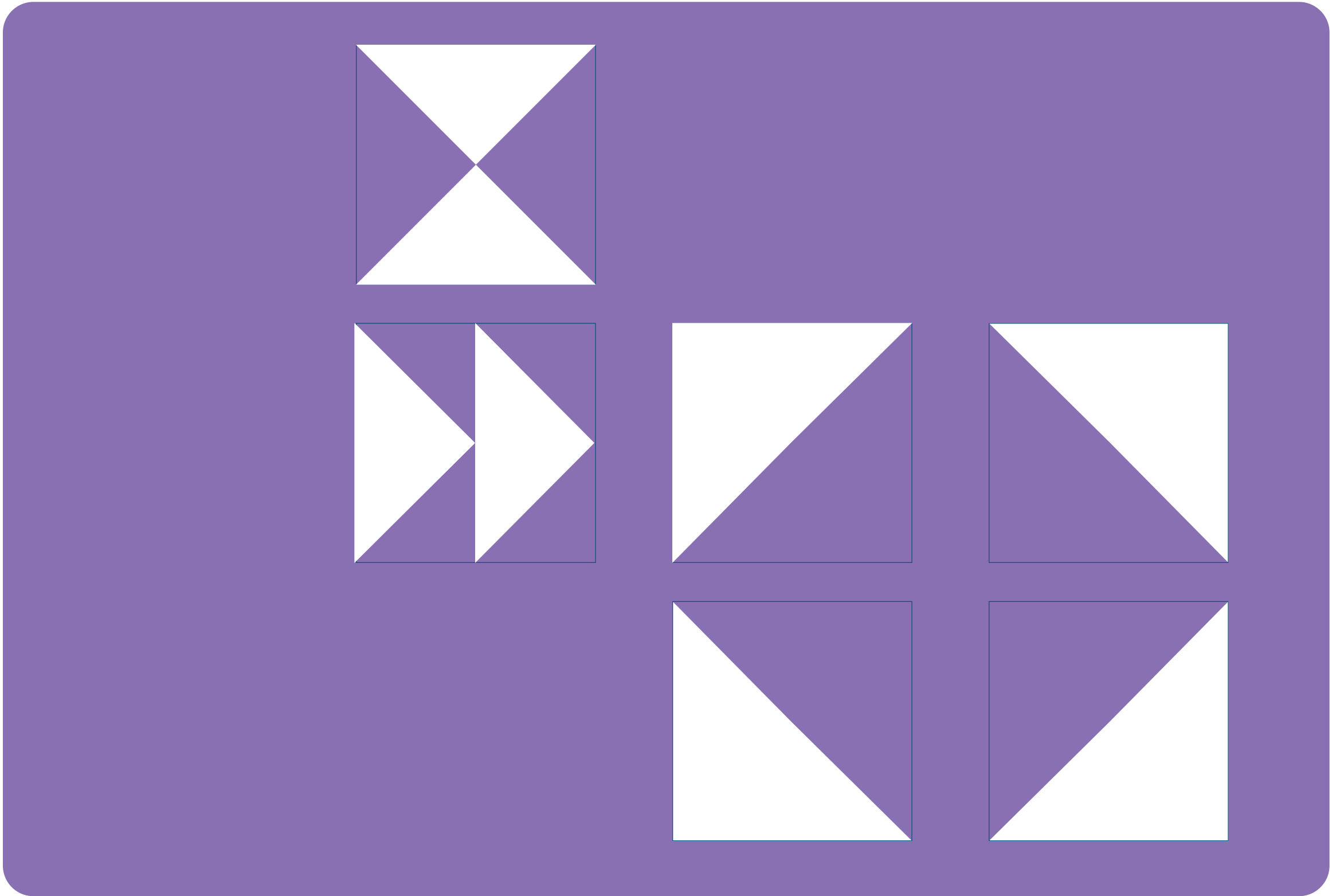
Elegimos figuras básicas que combinadas entre sí dan lugar a un universo muy rico de posibilidades creativas.

Debes utilizarlas única y exclusivamente para contener elementos gráficos y de comunicación: íconos, fotografías, textos, cifras, logotipos, etc. Sugerimos emplearlas en contraste o combinación con tu color de fondo.

Todas las formas deben utilizarse en sus proporciones exactas, nunca cortarlas o seccionarlas y siempre deben respetar las proporciones de una retícula cuadrada.

La recomendación más importante es que no sean objetos decorativos en tu diseño sino que formen parte integral de tu composición y cumplan con su función principal de contener elementos gráficos y de comunicación.

Triángulos





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

Formas

Las formas representan la diversidad del mundo Alsea. Diversidad de marcas, sabores y culturas...

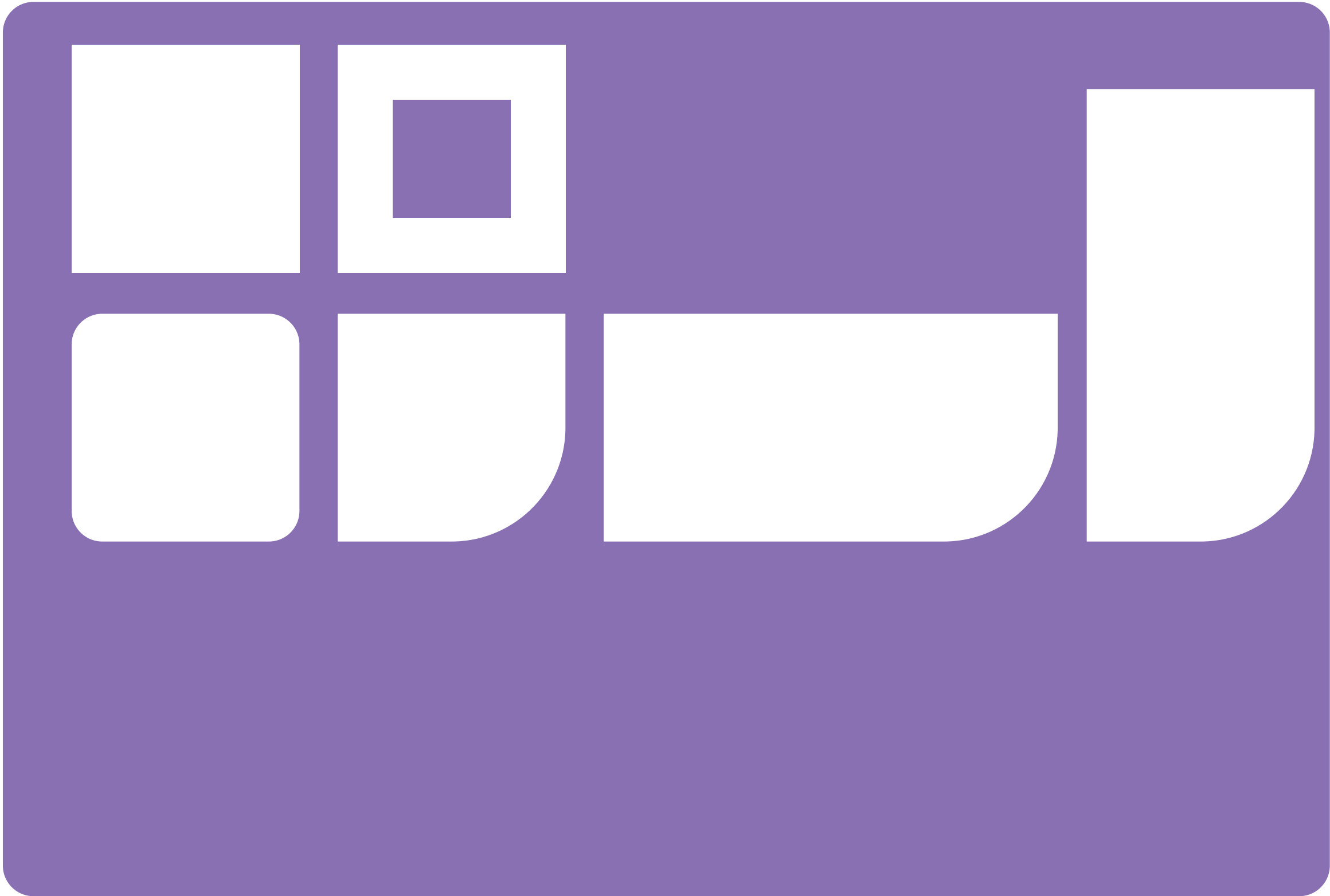
Elegimos figuras básicas que combinadas entre sí dan lugar a un universo muy rico de posibilidades creativas.

Debes utilizarlas única y exclusivamente para contener elementos gráficos y de comunicación: íconos, fotografías, textos, cifras, logotipos, etc. Sugerimos emplearlas en contraste o combinación con tu color de fondo.

Todas las formas deben utilizarse en sus proporciones exactas, nunca cortarlas o seccionarlas y siempre deben respetar las proporciones de una retícula cuadrada.

La recomendación más importante es que no sean objetos decorativos en tu diseño sino que formen parte integral de tu composición y cumplan con su función principal de contener elementos gráficos y de comunicación.

Cuadrado, cuadrado concéntrico | Cuadrado y rectángulo puntas redondas



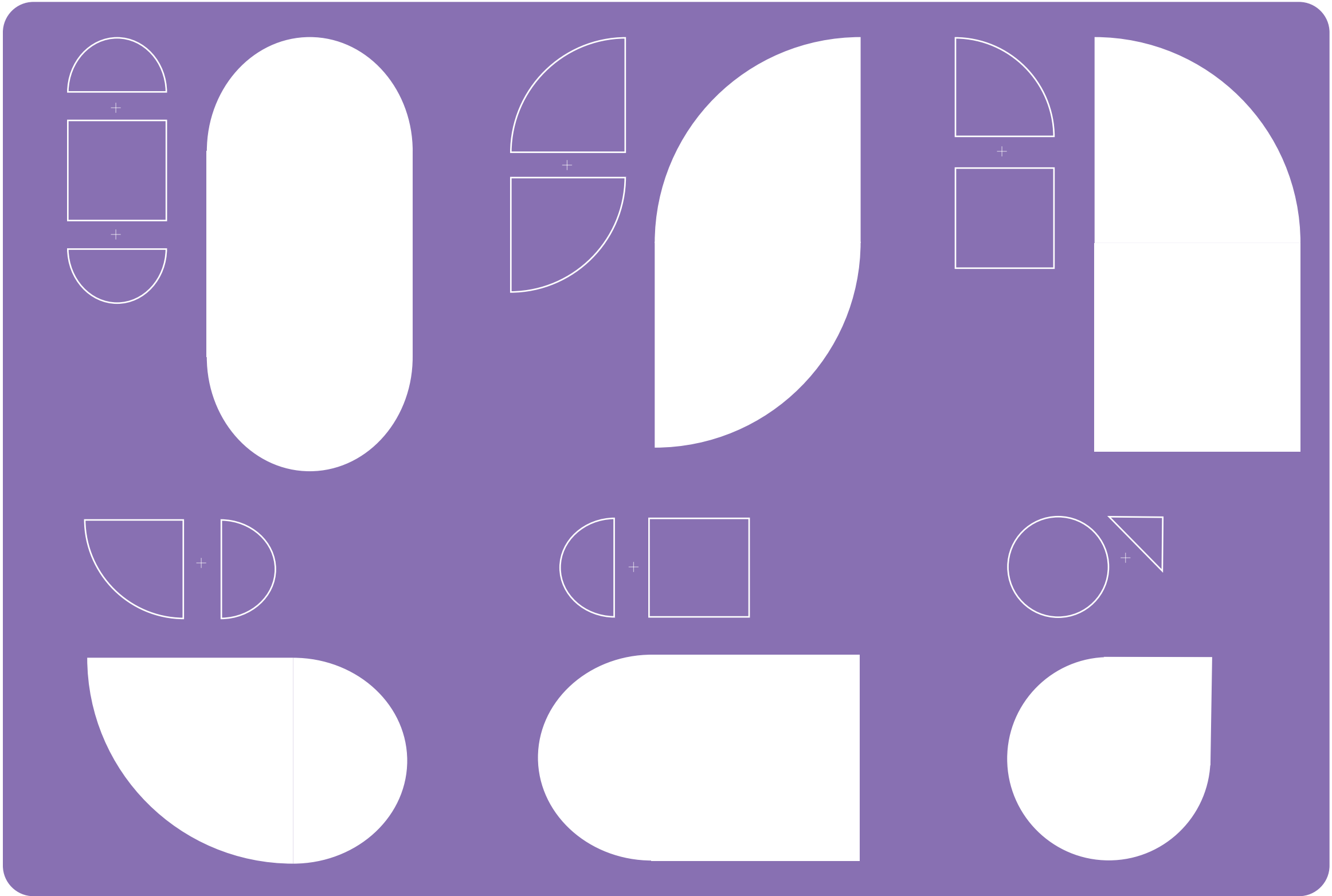


- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

Formas compuestas

De la unión de formas simples, podemos lograr formas compuestas como las que se muestran a continuación.

Formas compuestas





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

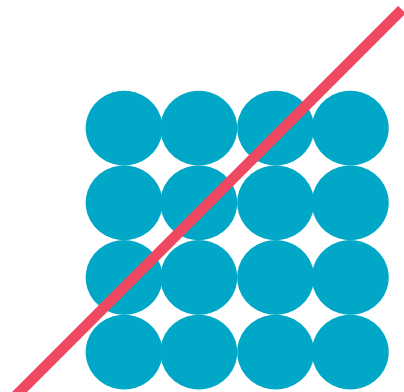
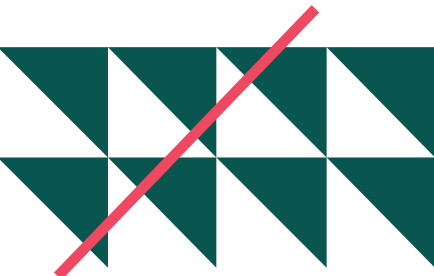
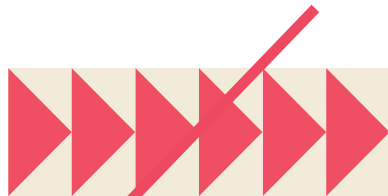
Composición

El correcto uso de las formas es muy importante para mantener unidad en todos nuestros materiales de comunicación. Para lograrlo, existen los siguientes lineamientos:

Composición

1. Las formas deben utilizarse como CONTENEDORES de elementos gráficos y de comunicación: íconos, fotografías, textos, cifras, logotipos, etc.
2. Las formas deben ser GRANDES
3. Siempre que se utilicen en combinación con una fotografía, deberá ser:
 - a. como imagen dentro de una forma
 - b. viñeta sobre una composición de formas
4. Nunca utilizarlas para generar grecas
5. No emplearlas como elementos decorativos de la tipografía
6. No generar texturas a partir de su repetición

Lo más importante:
Utilízalas como contenedores y crea composiciones ASIMÉTRICAS.



Las formas son contenedores



Viñeta sobre una forma



Formas grandes para destacar información relevante



Nuestros valores



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

Tips de composición

Elige una forma principal y utilízala a **gran escala**.

- 1. Complementala con otras formas de menor tamaño
- 2. Utiliza las formas para crear una composición
- 3. Evita usar las formas para “rellenar” espacios

Crea **composiciones basadas en planos para crear profundidad**.

- 1. Rebasa los márgenes del fondo
- 2. Utiliza las figuras, imágenes y textos para dar profundidad sobreponiendo elementos

El tip más importante es que todas las formas empleadas deben cumplir su función principal de contener elementos gráficos y de comunicación: íconos, fotografías, textos, cifras, logotipos, etc.

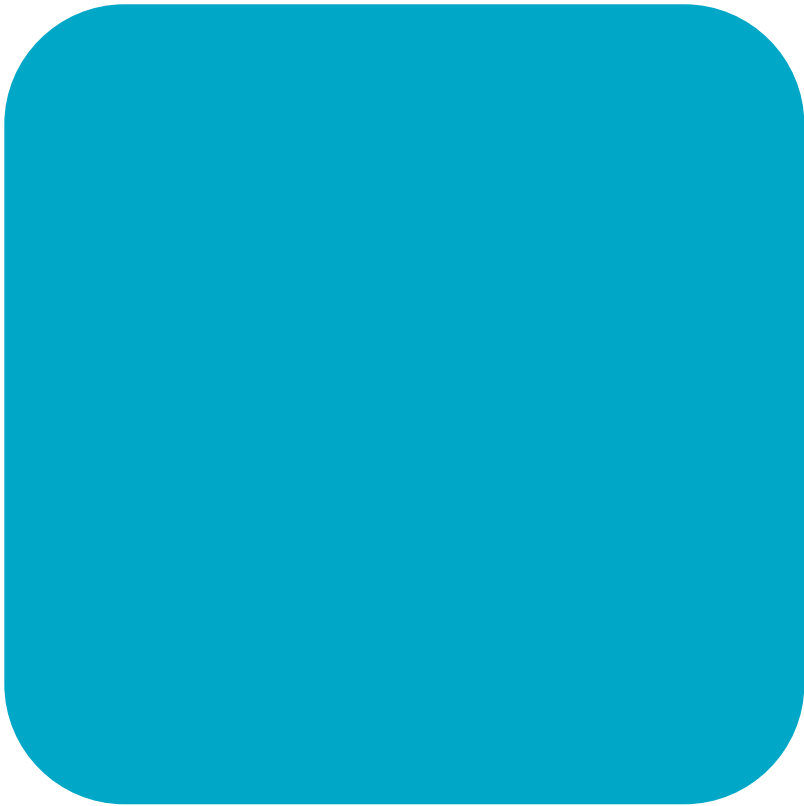




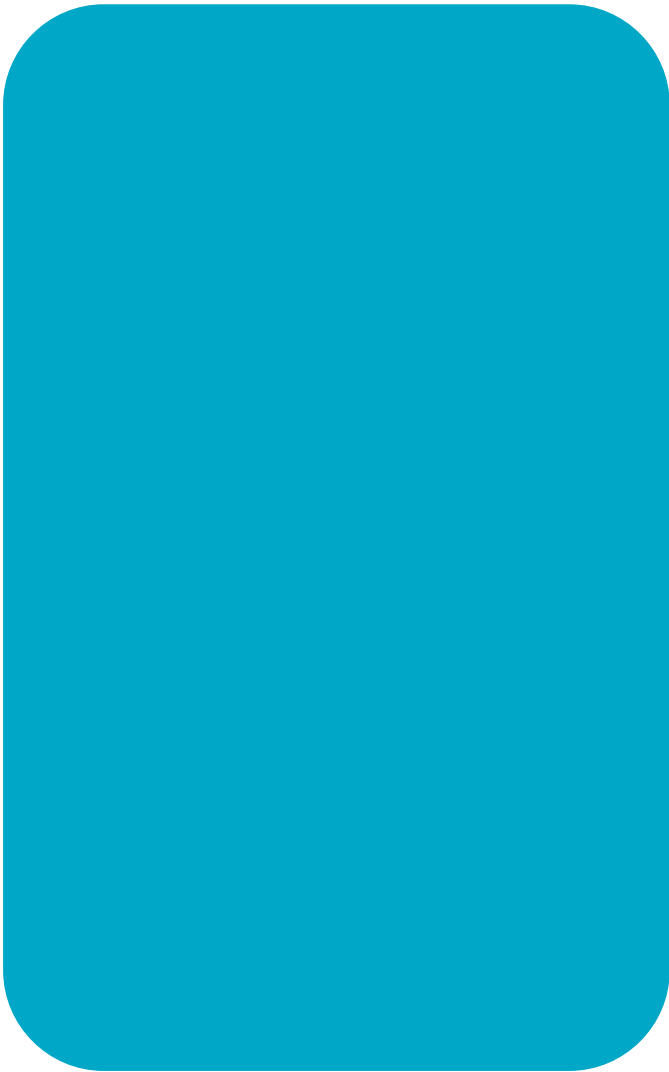
- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos**
- Imágenes
- Aplicaciones

Tips de composición

Utiliza **márgenes redondos** en una proporción del 15% considerando la longitud del lado más corto de tu figura.



Alto: 300 px
Ancho: 300 px
Redondear vértices: 45 px



Alto: 250 px
Ancho: 450 px
Redondear vértices: 37.5 px



Alto: 150 px
Ancho: 200 px
Redondear vértices: 22.5 px



Filosofía

Logotipo

Tipografía

Color

Gráficos

Imágenes

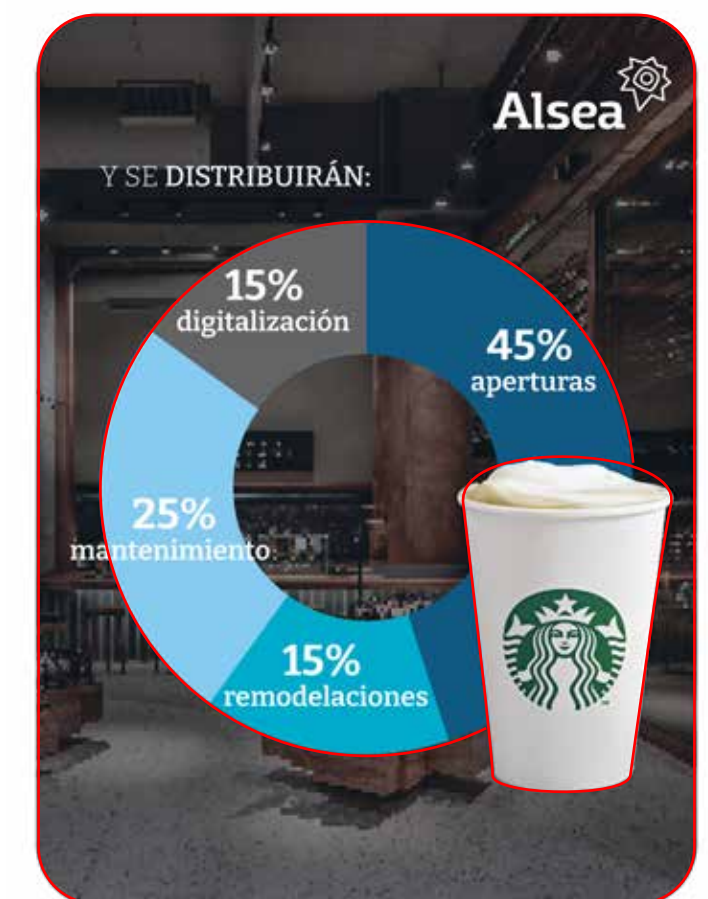
Aplicaciones

Tips de composición

Jerarquiza la información y apóyate de las formas y sus tamaños para hacer tu composición gráfica.

1. Las formas más grandes se utilizan para contener imágenes y/o información primaria (fotos, viñetas, títulos, etc.)
2. Las formas redondeadas se utilizan como contenedores de datos, cifras, bullets e información secundaria
3. Los círculos más pequeños contienen íconos o información terciaria
4. Utiliza el fondo como parte de tu composición para hacer que tu información destaque
5. Utiliza las formas para crear contraste y jerarquía
6. Evita usar las formas para “rellenar” espacios

El tip más importante es que jerarquices la información y te apoyes de las formas y sus tamaños. Lo más importante deberá ocupar el mayor espacio y lo menos el menor. Las formas pueden ayudarte a destacar elementos en tu composición.





Filosofía

Logotipo

Tipografía

Color

Gráficos

Imágenes

Aplicaciones

Imágenes

Las imágenes son un elemento básico dentro de un sistema gráfico

A fin de comunicar de manera adecuada la esencia y personalidad de nuestra marca hemos establecido tres categorías de imagen:

a. Conceptual

Comunica estados de ánimo, estilo de vida, emociones, conexión, diversión, sonrisas... (estas imágenes no necesariamente deben ser dentro de nuestros restaurantes).

Otro aspecto a considerar, es que es permitido tanto el uso de imágenes en contexto, como en fondos lisos.





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes**
- Aplicaciones

b. Consumo

Estas imágenes deben representar momentos en contexto con nuestras marcas ya sea en contacto con producto, colaboradores o dentro de los restaurantes.

Lo más importante a considerar para este tipo de imagen es que las personas deben estar en contacto con los productos **sin morderlos**.

No está permitido el empleo de imágenes de menores de edad.

Se recomienda el uso de fotografías de personas que representen diferentes culturas.





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes**
- Aplicaciones

c. Sabor
Se trata de imágenes de producto, desde su preparación, hasta la entrega, ya sea dentro del restaurante o por medio de nuestros sistemas de delivery.

El objetivo de esta categoría de imágenes es destacar el sabor y la calidad de nuestros productos emblemáticos.



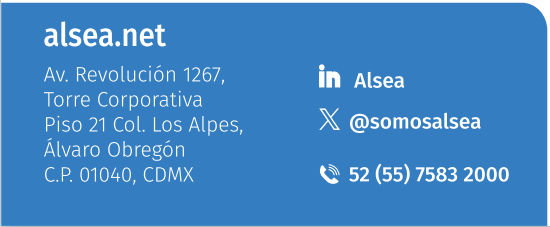
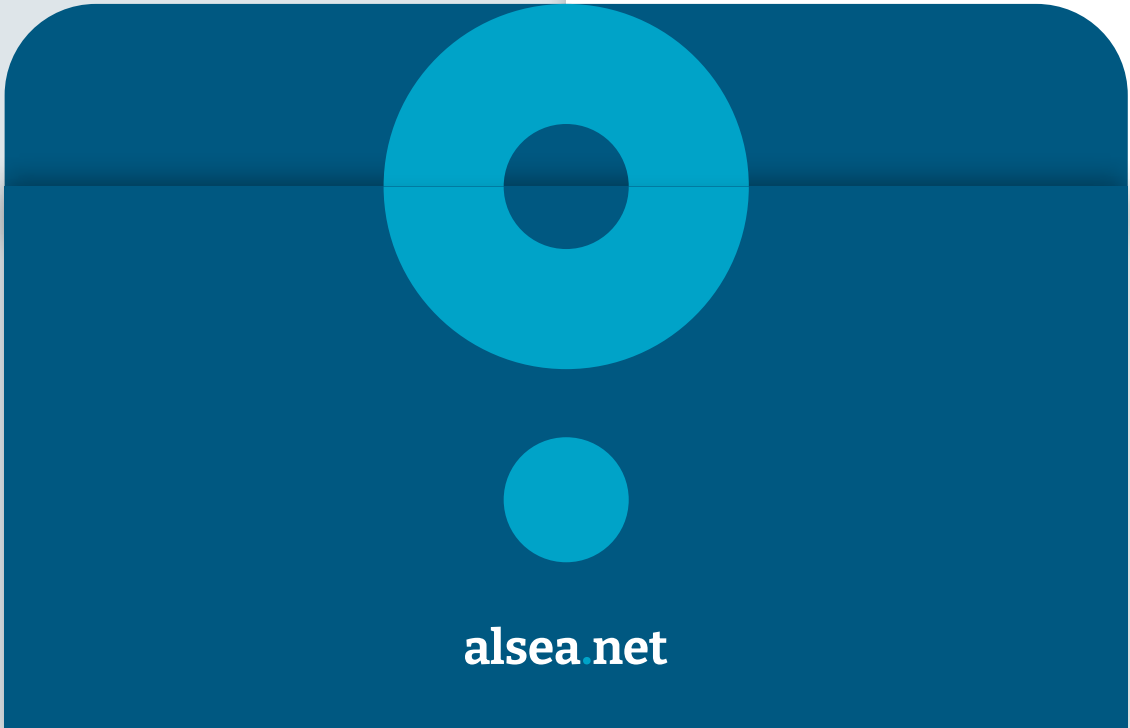


- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones**

Aplicaciones

Papelería básica

Hoja membretada
Sobre
Tarjeta/corporativo



*Cada país deberá cambiar la dirección y teléfono. No olvides incluir las redes sociales globales



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones**



Alsea 

Av. Revolución 1276
Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes,
Álvaro Obregón
C.P. 01040, CDMX

52 (55) 7583 2000



Alsea 

Av. Revolución 1276
Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes,
Álvaro Obregón
C.P. 01040, CDMX

52 (55) 7583 2000

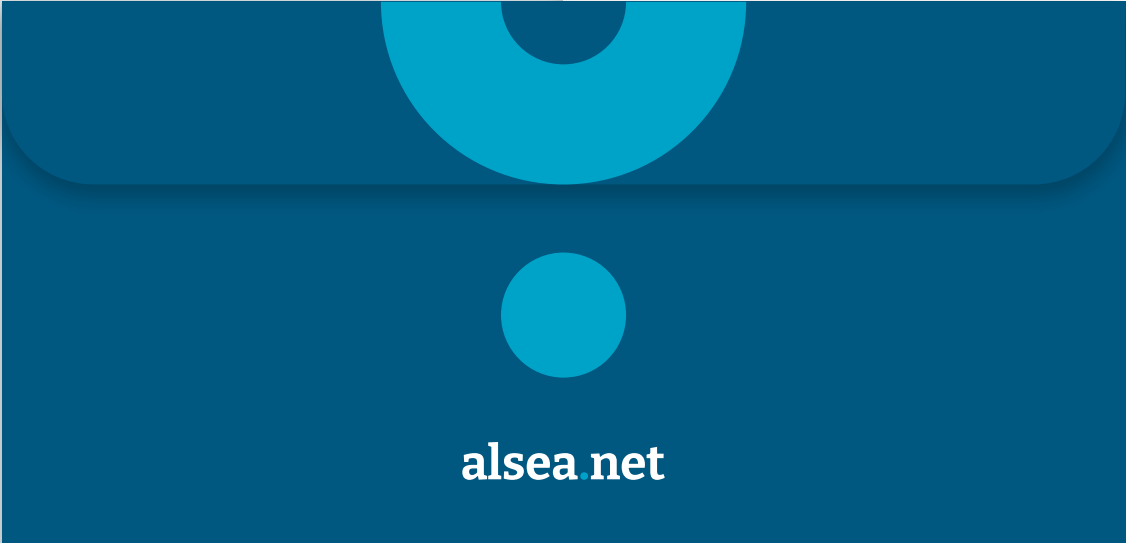
alsea.net

María Fernanda de la Barreda
Relación con Inversionistas

alejandra.barreda
@alsea.com.mx







alsea.net

Av. Revolución 1267,
Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes,
Álvaro Obregón
C.P. 01040, CDMX

 **Alsea**

 **@somosalsea**

 **52 (55) 7583 2000**



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones**





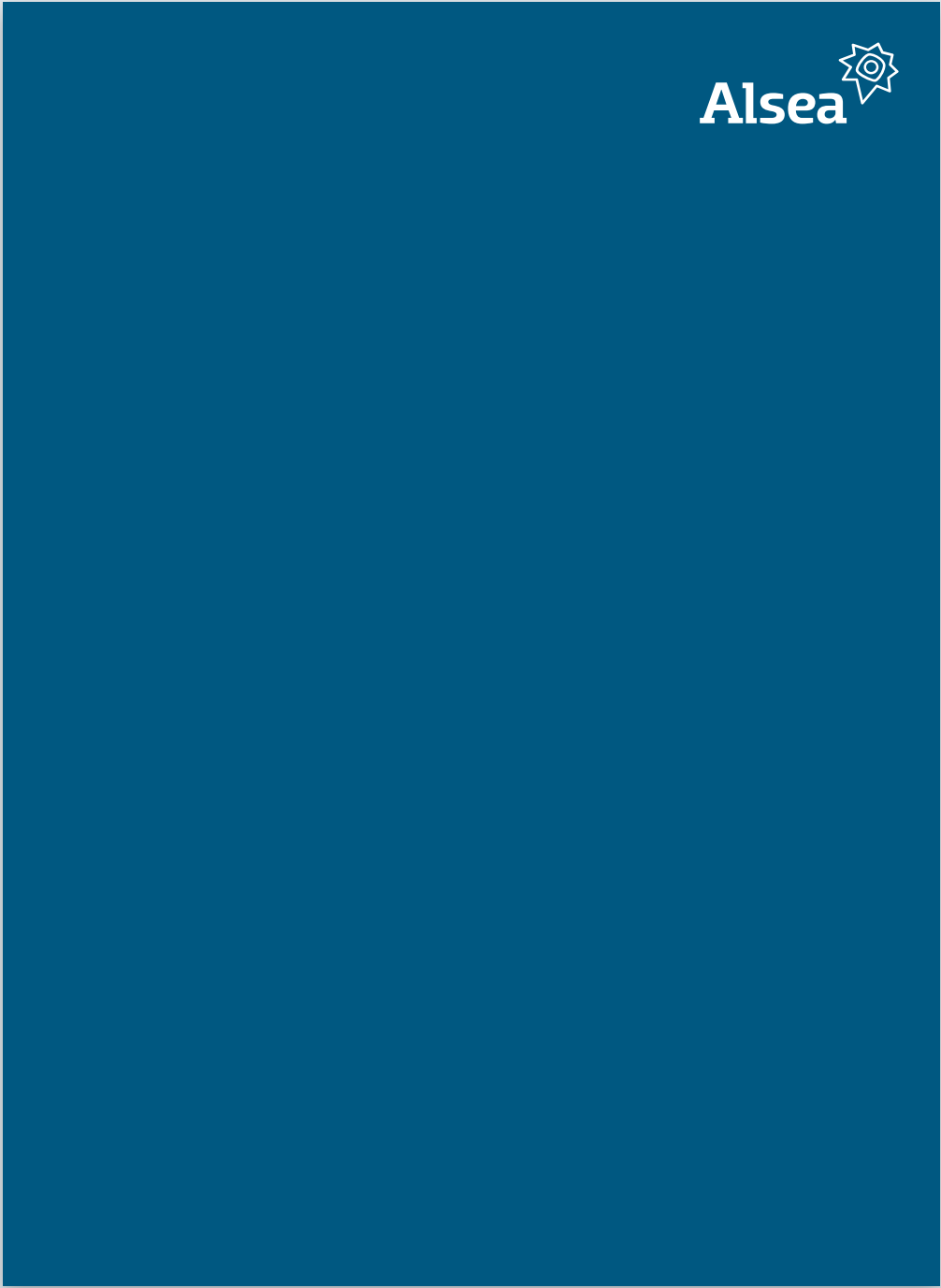
- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones**



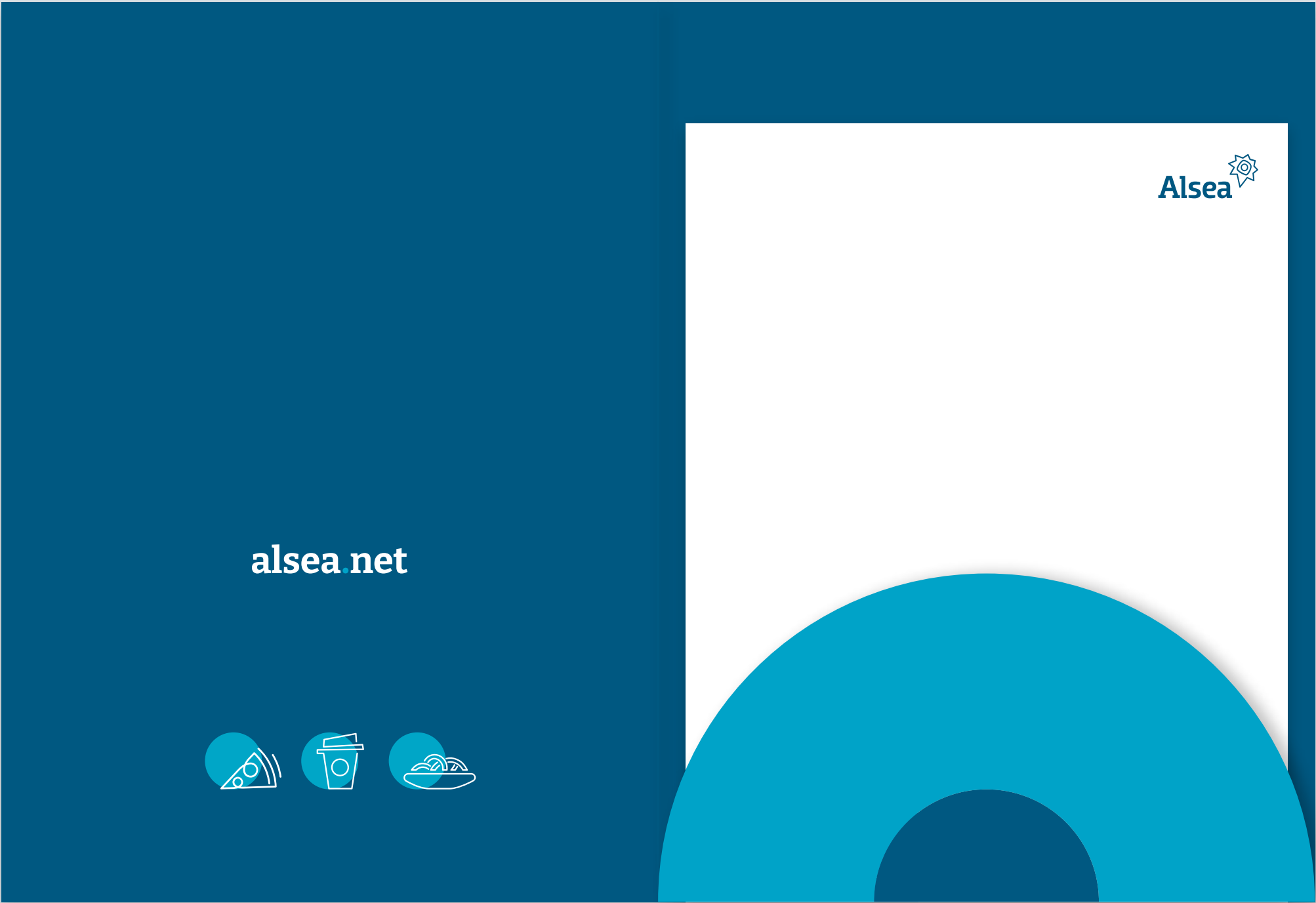


- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones**

Folder exterior



Folder interior





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones**





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Papelería básica

Tarjeta / marcas

 Comida rápida	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Comida rápida	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Domino's Homero Hernández Gerente de Marca homero.hernandez @alsea.com.mx 
 Comida rápida	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Comida rápida	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 BURGER KING Homero Hernández Gerente de Marca homero.hernandez @alsea.com.mx 
 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 The Cheesecake Factory Homero Hernández Gerente de Marca homero.hernandez @alsea.com.mx 



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Papelería básica

Tarjeta / marcas

 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Homero Hernández Gerente de Marca homero.hernandez @alsea.com.mx 
 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Homero Hernández Gerente de Marca homero.hernandez @alsea.com.mx 
 Cafeterías	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Cafeterías	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Homero Hernández Gerente de Marca homero.hernandez @alsea.com.mx 



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Papelería básica

Tarjeta / marcas

 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Homero Hernández Gerente de Marca homero.hernandez@alsea.com.mx	
 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Homero Hernández Gerente de Marca homero.hernandez@alsea.com.mx	
 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Restaurantes de servicio completo	 Alsea Av. Revolución 1276 Torre Corporativa Piso 21 Col. Los Alpes, Álvaro Obregón C.P. 01040, CDMX 52 (55) 7583 2000	 Homero Hernández Gerente de Marca homero.hernandez@alsea.com.mx	



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Papelería básica

Tarjeta / marcas



Restaurantes de servicio completo



Alsea

Av. Revolución 1276
Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes,
Álvaro Obregón
C.P. 01040, CDMX

52 (55) 7583 2000



Restaurantes de servicio completo



Alsea

Av. Revolución 1276
Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes,
Álvaro Obregón
C.P. 01040, CDMX

52 (55) 7583 2000

P.F. CHANG'S

Homero Hernández
Gerente de Marca

homero.hernandez
@alsea.com.mx





Restaurantes de servicio completo



Alsea

Av. Revolución 1276
Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes,
Álvaro Obregón
C.P. 01040, CDMX

52 (55) 7583 2000



Restaurantes de servicio completo



Alsea

Av. Revolución 1276
Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes,
Álvaro Obregón
C.P. 01040, CDMX

52 (55) 7583 2000

Italiannis

Homero Hernández
Gerente de Marca

homero.hernandez
@alsea.com.mx





Restaurantes de servicio completo



Alsea

Av. Revolución 1276
Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes,
Álvaro Obregón
C.P. 01040, CDMX

52 (55) 7583 2000



Restaurantes de servicio completo



Alsea

Av. Revolución 1276
Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes,
Álvaro Obregón
C.P. 01040, CDMX

52 (55) 7583 2000

FOSTER'S HOLLYWOOD

Homero Hernández
Gerente de Marca

homero.hernandez
@alsea.com.mx





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Papelería básica

Tarjeta / marcas



Restaurantes de
servicio completo

Alsea 

Av. Revolución 1276
Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes,
Álvaro Obregón
C.P. 01040, CDMX

52 (55) 7583 2000



Restaurantes de
servicio completo

Alsea 

Av. Revolución 1276
Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes,
Álvaro Obregón
C.P. 01040, CDMX

52 (55) 7583 2000

Anchies

Homero Hernández
Gerente de Marca

homero.hernandez
@alsea.com.mx





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones**





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones**





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Presentación PPT



Título

Fecha

INDICE



- Título
- Título
- Título
- Título
- Título

Foto ilustrativa de ejemplo



Slide General de texto



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

At vero eos et accusam ete justo fosduo esodra dolores etoma jam rebum. Stet clita inm kuasd gubergren, nosotra sea takimata sanctus estos Lorem ipsusit druamet. Lorem eso ipsum dolor siter amet, deras consetetur sadipscing drpasa elitromas. Sed diam dodsnie nonumy eirmod tempor invidunt utum labore.

Foto ilustrativa de ejemplo



Slide Para gráficas



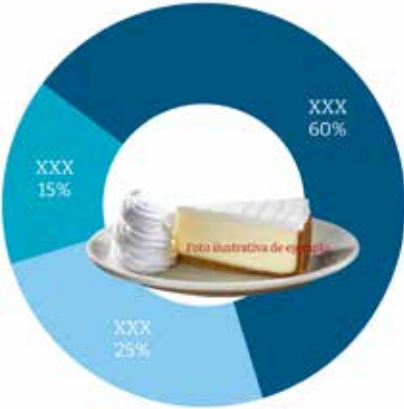


Foto ilustrativa de ejemplo





- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones

Presentación PPT

Slide General con foto

Alsea

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

At vero eos et accusam ete justo fosduo esodra dolores etoma jam rebum. Stet clita inm kuasd gubergren, nosotra sea takimata sanctus estos Lorem ipsusit druamet. Lorem eso ipsum dolor siter amet, deras consetetur sadipscing drpasa elitromas. Sed diam dodsnie nonumy eirmod tempor invidunt utum labore.



Foto ilustrativa de ejemplo

Slide General con foto

Alsea

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

At vero eos et accusam ete justo fosduo esodra dolores etoma jam rebum. Stet clita inm kuasd gubergren, nosotra sea takimata sanctus estos Lorem ipsusit druamet. Lorem eso ipsum dolor siter amet, deras consetetur sadipscing drpasa elitromas. Sed diam dodsnie nonumy eirmod tempor invidunt utum labore.



Foto ilustrativa de ejemplo

Slide General para datos relevantes

Alsea

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

At vero eos et accusam ete justo fosduo esodra dolores etoma jam rebum. Stet clita inm kuasd gubergren, nosotra sea takimata sanctus estos Lorem ipsusit druamet. Lorem eso ipsum dolor siter amet, deras consetetur sadipscing drpasa elitromas. Sed diam dodsnie nonumy eirmod tempor invidunt utum labore.



Imágenes ilustrativas de ejemplo

45%
25%
12%



Gracias



- Filosofía
- Logotipo
- Tipografía
- Color
- Gráficos
- Imágenes
- Aplicaciones**

Firma electrónica

La firma electrónica integra tanto los datos de contacto personales, como los corporativos/regionales.

Asimismo, integra las direcciones de redes sociales, url del website corporativo y las marcas del portafolio de la compañía.


Gilberto Barrera
RECURSOS HUMANOS
✉ correo@alsea.com.mx
☎ 55 4533 4570
in Alsea
X @somosalsea

Alsea
Av. Revolución 1267 Torre Corporativa
Piso 21 Col. Los Alpes Álvaro Obregón
C.P/ 01040 CDMX
alsea . net





Checklist

Mensajes

- Define el objetivo de tu pieza de comunicación, medio de difusión y target.
- Escribe un copy corto, catchy, claro y de fácil comprensión.
- Compléméntalo con textos adicionales puntuales que aporten valor a tu objetivo.
- Usa el tono de voz cálido y amigable que nos define.

Imágenes

- Elige imágenes que apoyen tu objetivo de comunicación.
- La iluminación es natural.
- Elige tomas de momentos espontáneos con presencia de marcas / productos.
- La fotografía debe cumplir con cualquiera de las tres categorías establecidas.

Formas

- Las formas son contenedores, no elementos decorativos.
- Las formas deben ser grandes.
- No utilizar formas que no estén descritas en este manual.
- Recuerda seguir la retícula formada con base en cuadrados.
- No utilizar las formas en fragmentos o distorsionadas ni formar grecas y texturas.

Fondo

- Elige la combinación de colores de acuerdo con los lineamientos establecidos.
- Los degradados siempre serán creados de la esquina superior a la esquina inferior opuesta.

Color

- Elige combinaciones de colores complementarios o de los colores elegidos en las paletas de color.
- Recuerda no mezclar otros colores que no formen parte de las paletas de color establecidas.

Íconos

- La iconografía debe usarse para apoyar los mensajes de comunicación.
- Nunca deben usarse como elementos decorativos, ni formando texturas ni como el elemento principal de tu pieza de comunicación.