



MANUAL DE IDENTIDAD



I MANUAL DE IDENTIDAD

El siguiente **Manual de Identidad** es una guía que muestra los elementos visuales de la marca *City Salads*.

Con el objetivo de que exista una consistencia en la Identidad de la marca, es necesario utilizar los elementos y sus usos correctos. Al ser uniformes en todo el material comunicativo de *City Salads* seremos más claros en nuestros mensajes y causaremos un mayor impacto.



| CONCEPTO COMERCIAL

City Salads Mexicali es una empresa responsable dedicada a la realización de productos alimenticios ricos y sanos, buscando siempre la comodidad de su cliente ofreciendo calidad y variedad en su producto así como una excelente ubicación y un lugar amplio donde compartir.

MERCADO META



Grupo de Profesionistas

Nivel Socioeconómico *Medio - Alto / Alto*
Buscan ubicación, variedad saludable y precio.
Horarios de consumo: Lunes a viernes de 12 a 3pm.



Mujer activa 27 / 45 años

Nivel Socioeconómico *Medio - Alto / Alto*
Busca rapidéz, variedad, precio y ubicación.
Horario de consumo: Lunes a domingo de 12 a 4pm.



Emprendedores

Nivel Socioeconómico *Medio - Alto / Alto*
Buscan ubicación, combos, café, practicidad.
Horarios de consumo: Lunes a viernes de 8 a 11 am.



Parejas

Nivel Socioeconómico *Medio - Alto / Alto*
Buscan ubicación, combos, precio y comodidad.
Horarios de consumo: Lunes a domingo de 6 a 8 pm



Familias (*fin de semana*)

Nivel Socioeconómico *Medio - Alto / Alto*
Buscan ubicación, precio, combos y comodidad.
Horarios de consumo: Lunes a domingo de 6 a 8pm.

EXPERIENCIAS DEL CLIENTE

■ EN SITIO

Disfruto la variedad del menú y la comodidad del lugar. El servicio es rápido y siempre hay estacionamiento. Entre semana o fin de semana, es una buena opción para comer!

■ PICK TO ORDER

Alivio! Me saca del apuro y puedo ofrecer variedad y sabor! Termino satisfecho y sin culpas.

■ ENTREGA A DOMICILIO

Una alternativa rica y variada para el lunch meeting, siempre quedo bien y todos disfrutan de la comida.

FÓRMULA DE LA EXPERIENCIA

UBICACIÓN Y COMODIDAD DEL ESPACIO



GRAN VARIEDAD Y PRECIO CONVENIENTE



SERVICIO DE CALIDAD

LOGOTIPO

El logotipo es lo más importante de nuestra identidad, en el se encuentran los mensajes más estratégicos que quiere reflejar la empresa en cuanto a su personalidad, misión, visión e identidad así como la simplificación de estos mismos basados en forma y color.

- Logotipo



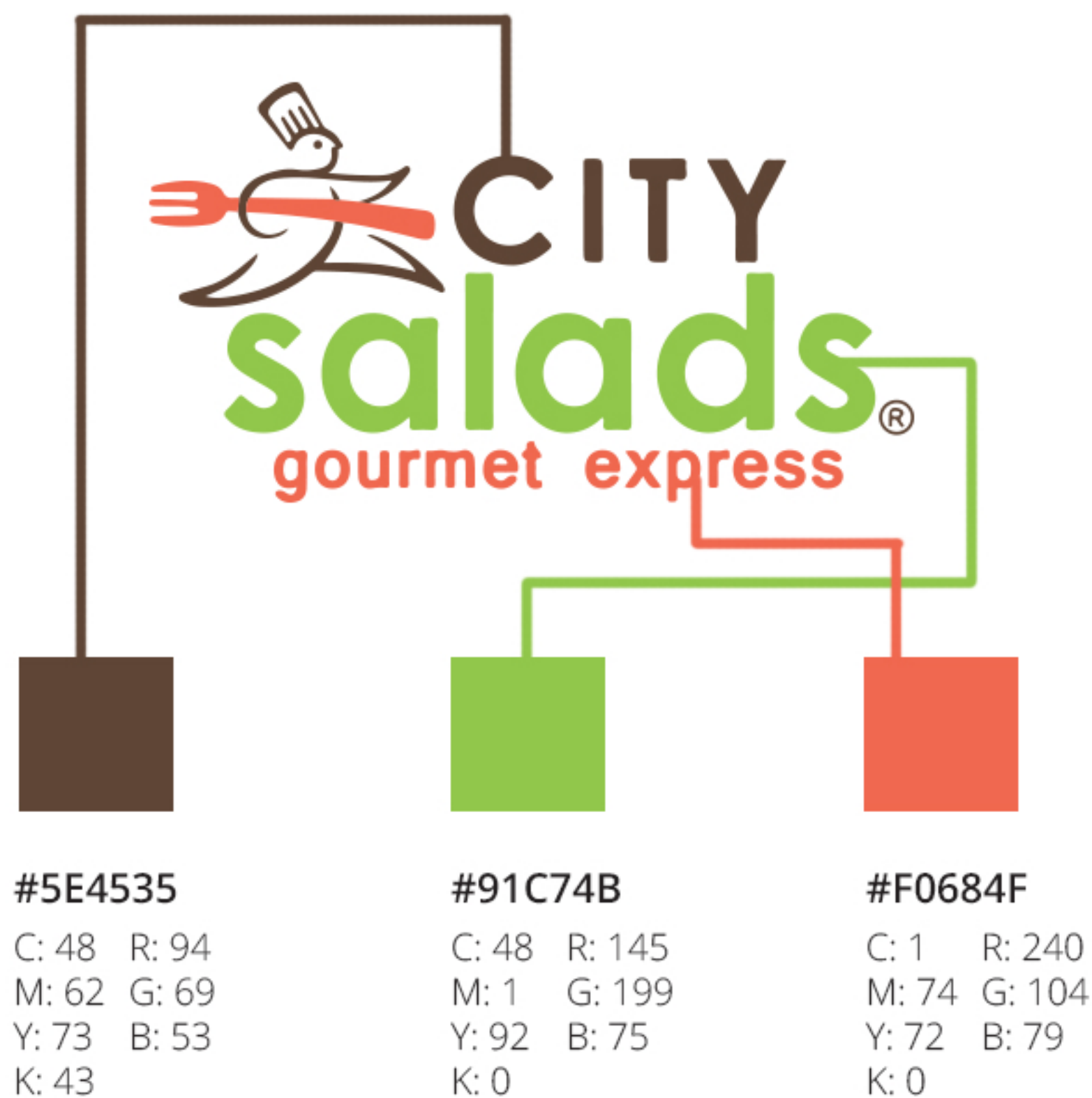
- Glifo



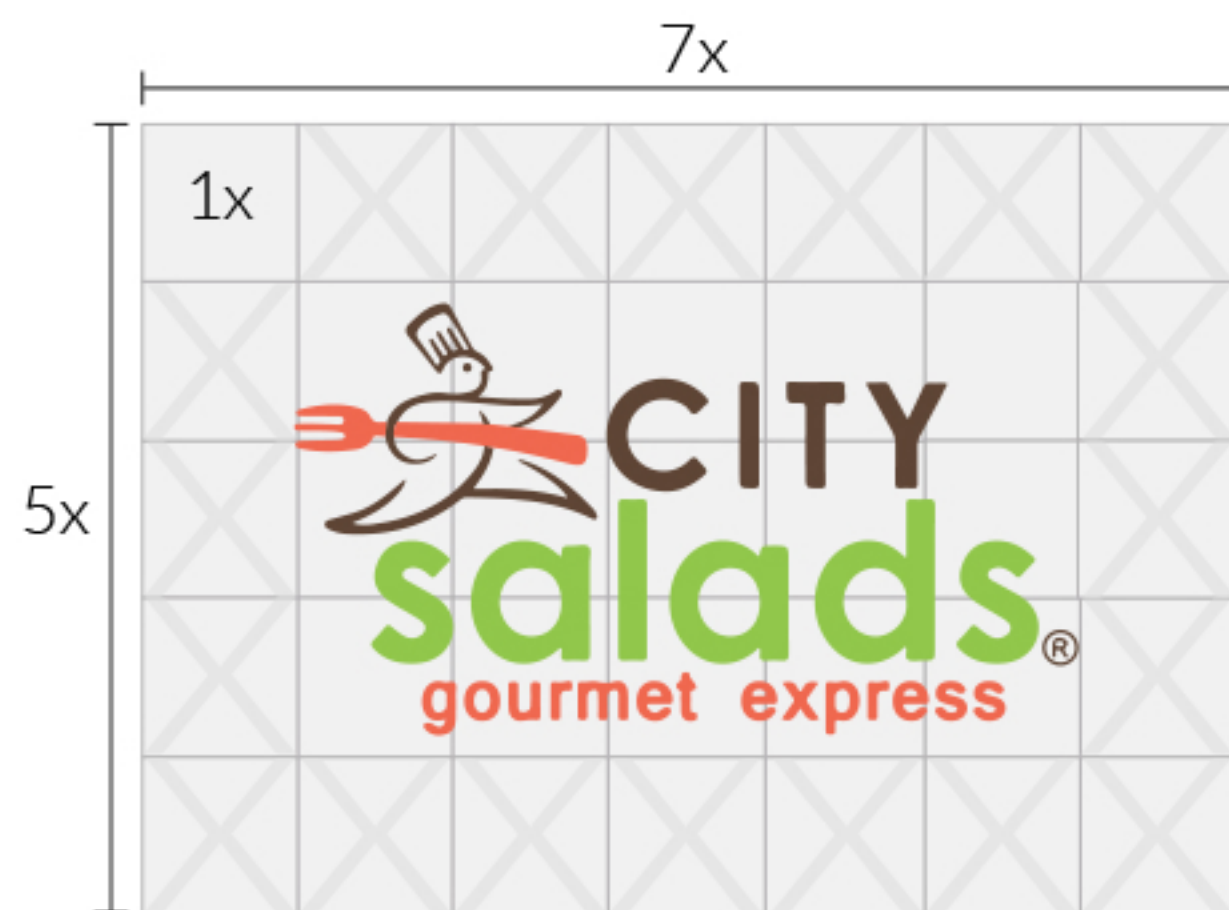
- Estilos



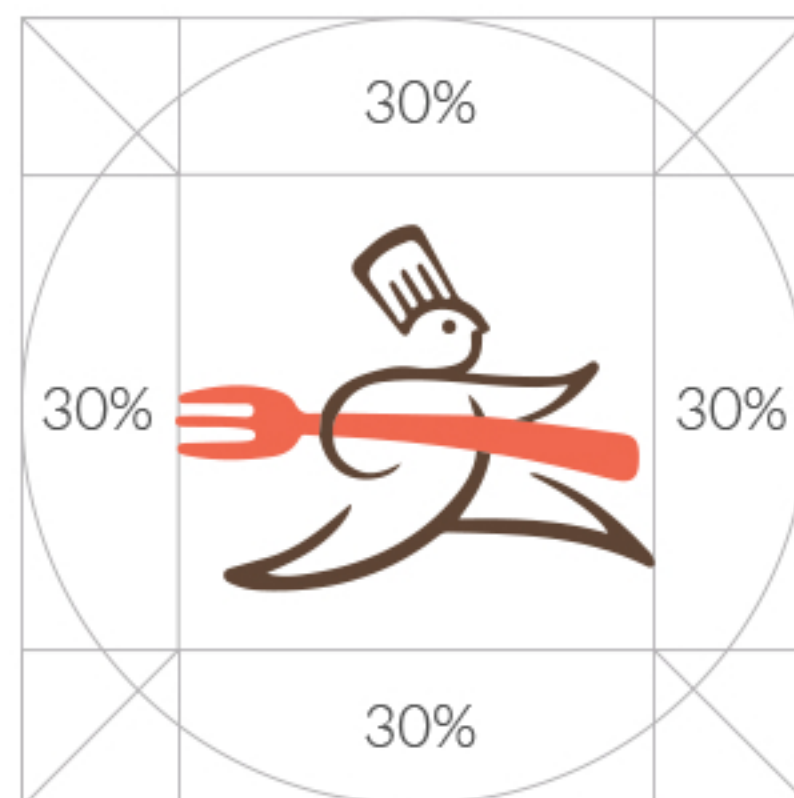
PALETA DE COLOR



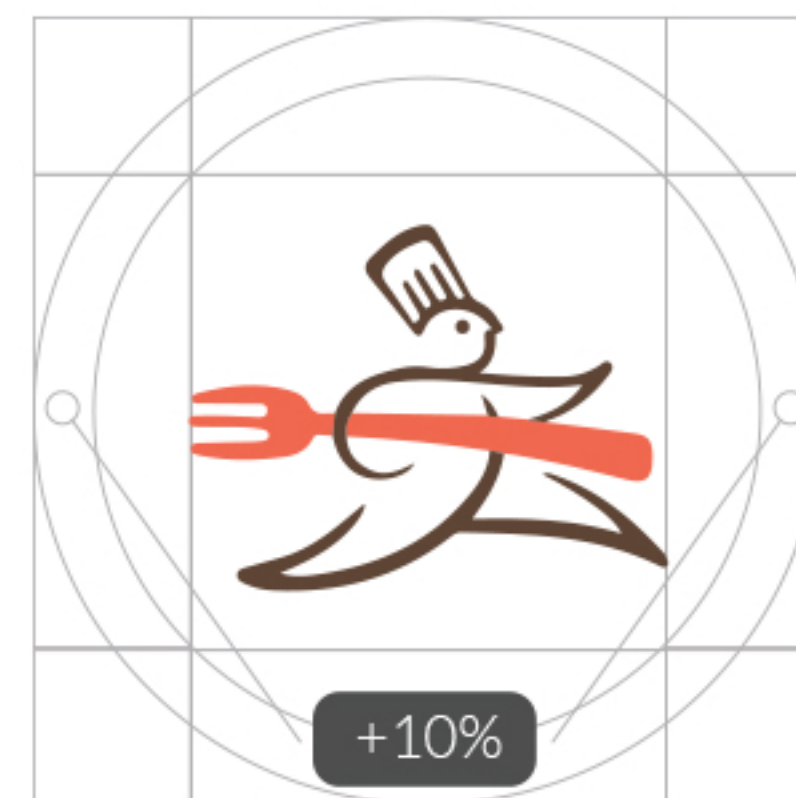
I ESPACIO VITAL



El logotipo en su formato horizontal necesita un espacio de 1x a su alrededor, definiendo la "x" como la unidad de medida del espacio. El logotipo está definido en un espacio de 5x de ancho por 3x de alto; el espacio final donde debe contenerse es de 7x de ancho por 5x de alto.

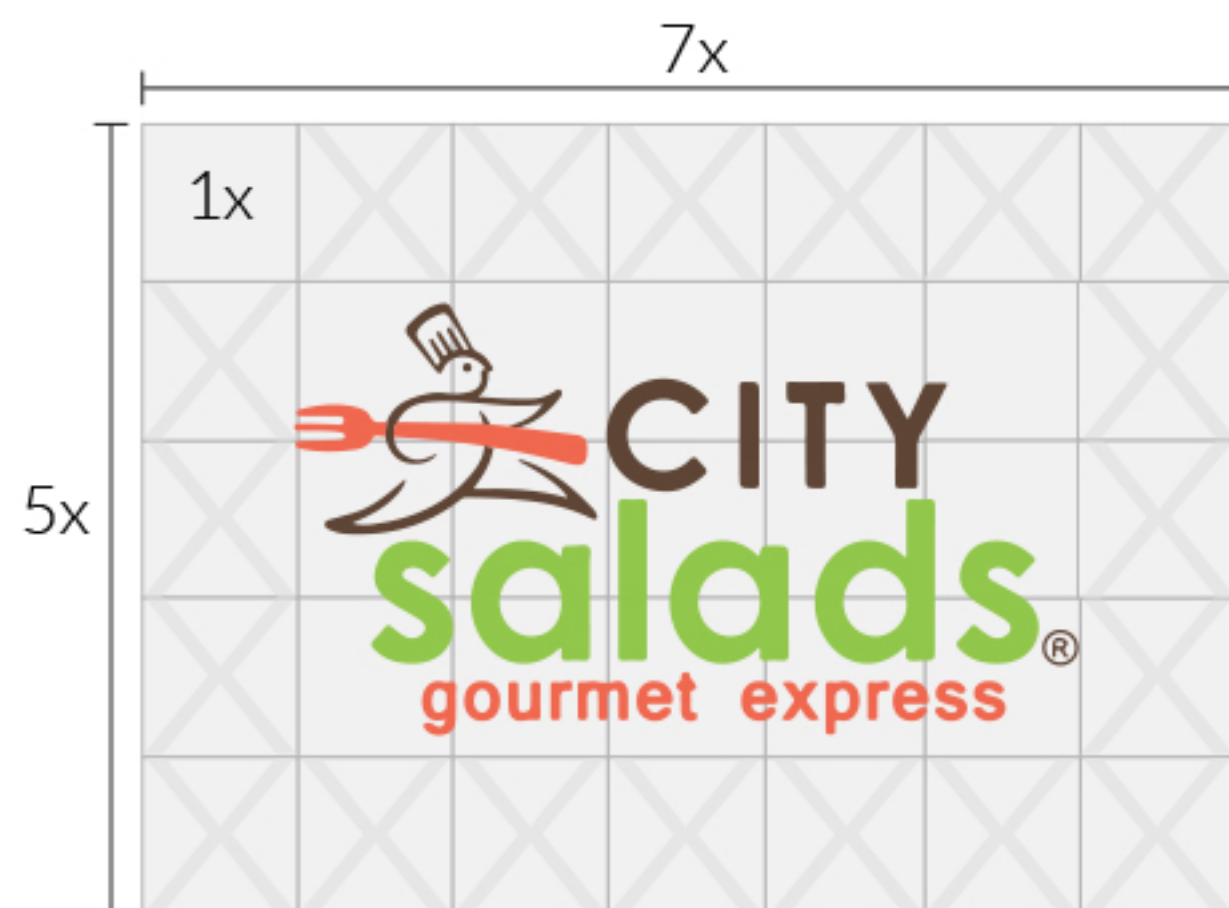


Al usar el glifo dentro de una composición, te pedimos respetar los espacios alrededor del Logotipo donde no debe entrar ningún otro gráfico dentro de ese 30% extra de espacio.

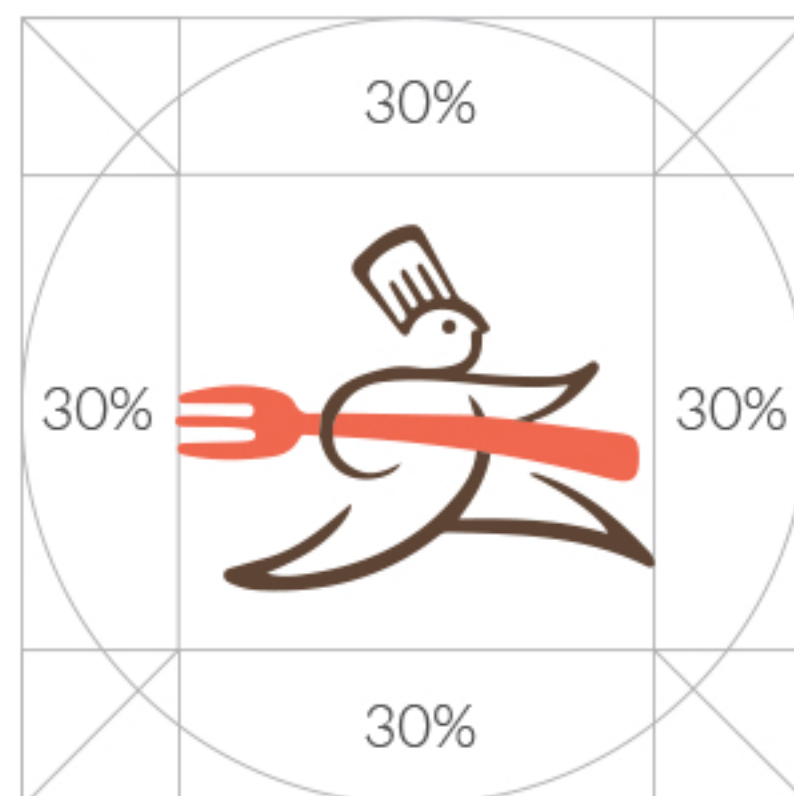


Si insertas el glifo dentro de un círculo, reduce el Logo un 10 %.

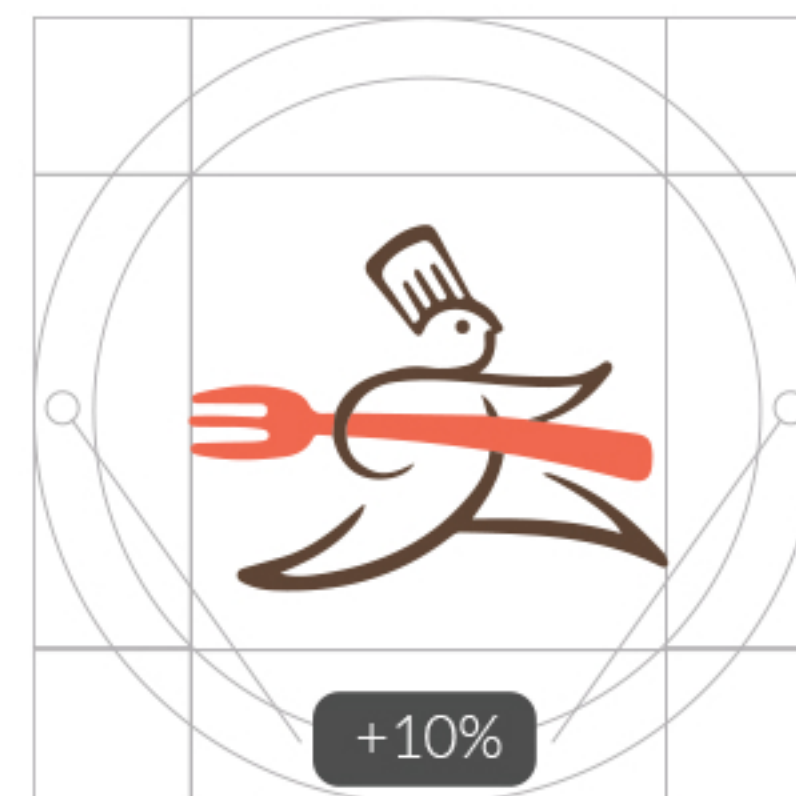
I ESPACIO VITAL



El logotipo en su formato horizontal necesita un espacio de 1x a su alrededor, definiendo la "x" como la unidad de medida del espacio. El logotipo está definido en un espacio de 5x de ancho por 3x de alto; el espacio final donde debe contenerse es de 7x de ancho por 5x de alto.



Al usar el glifo dentro de una composición, te pedimos respetar los espacios alrededor del Logotipo donde no debe entrar otro gráfico dentro de ese 30% extra de espacio.



Si insertas el glifo dentro de un círculo, reduce el Logo un 10 %.

| CONTRASTES CORRECTOS



Cualquier contraste creado con un color ajeno a la paleta de colores de la Identidad de City Salads, es considerado inadecuado.

I TIPOGRAFÍA

Century Gothic BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!"'%"\$&#@
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Century Gothic Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!"'%"\$&#@
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

I APLICACIONES MÍNIMAS

- Impreso



7 cm

Los tamaños mínimos en los que debe ser utilizado el Logotipo, tienen una relación directa con el punto de la tipografía y su tamaño mínimo de legibilidad. Tanto impreso como digital, se deben considerar los mínimos propuestos.

- Digital



125 px

FOTOGRAFÍA

FRESCO **ILUMINACIÓN FRÍA** **COLOR SATURADO** **BRILLANTE**



El uso de fotografía debe respetar los conceptos antes mencionados y en caso de funcionar como fondo, deben respetar los conceptos de contraste que se mencionan en este manual.



ELABORADO POR:

DSG 

SEOL
G A R C I A