



MEGA TRAVEL

Manual de identidad

Índice

● Introducción	2	● Tipografías	17
● Lineamientos de diseño 2024	7	● Elementos de Redacción	18
● Construcción Imagotipo	8	● Cuadrícula	20
● Usos correctos del imagotipo	9	● Uso de colores en patrones	21
● Imagotipos alternativos	10	● Iconografía	22
● Formatos mínimos	11	● Recursos gráficos	24
● Colores Principales	12	● Uso fotográfico	
● Usos incorrectos	14	• Representatividad Comercial B2B	25
● Descargas	15	• Campañas y Producto Mega Travel B2C	27
		● Aplicaciones	33



Introducción

Bienvenidos a Mega Travel, donde nos comprometemos a llevar a miles de viajeros a vivir experiencias inolvidables en todo el mundo. Nos destacamos por nuestro enfoque organizado y sistemático, nuestra determinación para alcanzar altos estándares, y nuestra constante búsqueda de la vanguardia en tendencias. La creatividad, la innovación y nuestra capacidad perceptiva son nuestros pilares fundamentales.

Desde nuestros orígenes hasta convertirnos en líderes del mercado, hemos establecido un legado de excelencia. Nos diferenciamos ofreciendo las mejores tarifas del mercado y una amplia gama de opciones, respaldadas por nuestras habilidades en negociaciones estratégicas que nos permiten cerrar acuerdos comerciales excepcionales. Más que seguir el ritmo del cambio, en Mega Travel lo marcamos, liderando la creación de productos con estándares de excelencia.

Nuestra plataforma 24/7, Café Mega Travel, es la preferida por agentes de viajes en América Latina, proporcionando una experiencia de reserva rápida y sencilla, además de ofrecer herramientas de marketing y capacitación. Con una red de +600 colaboradores y una presencia global en constante expansión, Mega Travel se ha convertido en sinónimo de excelencia y confiabilidad para agentes de viajes.

Únete a nosotros en este viaje hacia nuevas alturas, mientras continuamos brindando experiencias extraordinarias y superando límites en el apasionante mundo del turismo.

Visión

En Mega Travel, aspiramos a ser líderes en la democratización del acceso a experiencias de viaje alrededor del mundo. **Nos destacamos por nuestra capacidad para generar procesos e ideas sólidas en el negocio**, asegurando eficiencia y excelencia en cada operación.

Con planes de expansión, buscamos consolidar nuestra posición como líderes expertos en el sector, manteniéndonos a la vanguardia de las tendencias y desarrollos de la industria. Nuestra visión se centra en seguir siendo una referencia en creatividad, adaptabilidad e innovación, elevando constantemente el estándar de excelencia en la industria de viajes, mientras cumplimos con nuestros valores de integridad, transparencia y responsabilidad en cada paso del camino.

Misión

Nuestra misión en Mega Travel es hacer accesibles las experiencias de viaje alrededor del mundo. Nos esforzamos por eliminar las barreras relacionadas con los altos costos, permitiendo que más personas satisfagan su deseo de explorar, descubrir y disfrutar nuevas emociones y sensaciones.

Nos comprometemos a ofrecer tarifas asequibles que garanticen seguridad y tranquilidad. Al centrarnos en experiencias enriquecedoras respaldadas por nuestro profundo conocimiento, no solo ayudamos a nuestros clientes a ahorrar tiempo y dinero, sino que también les brindamos la oportunidad de crear recuerdos duraderos.

Valores de marca

- * Nos comprometemos a mantener un **enfoque organizacional y sistemático** en todas nuestras operaciones para garantizar la eficiencia y la excelencia en el servicio al cliente.
- * Actuamos con **decisión y determinación** en la búsqueda de **soluciones innovadoras y efectivas** para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.
- * Nos adherimos a los más **altos estándares éticos y morales** en todas nuestras interacciones, demostrando transparencia, honestidad y responsabilidad en cada paso del camino.
- * Nos esforzamos por mantenernos a la **vanguardia de las tendencias** y desarrollos en la industria de viajes, aprovechando nuestro conocimiento especializado para brindar asesoramiento experto y servicios de calidad a nuestros clientes.
- * Fomentamos **la creatividad y la innovación** en la búsqueda de nuevas formas de mejorar y enriquecer la experiencia de viaje de nuestros clientes, desde la planificación hasta la ejecución.
- * **Somos perceptivos** ante las necesidades y preferencias individuales de nuestros clientes, adaptando nuestras ofertas y servicios para brindar experiencias personalizadas y satisfactorias.

Personalidad de la marca

Profesionalmente, Mega Travel se presenta como un líder confiable y experto en el sector de viajes, con un enfoque formal y responsable en sus comunicaciones oficiales. La marca se distingue por su capacidad para resolver problemas de manera directa y efectiva, ofreciendo soluciones innovadoras respaldadas por un profundo conocimiento de la industria. Es percibida como una compañía altruista y leal, comprometida con la excelencia en el servicio al cliente y la integridad en todas sus operaciones.

Como viajero, Mega Travel encarna la pasión por explorar y descubrir nuevos horizontes. Se presenta como una marca abierta, curiosa y entusiasta, comprometida con la creación de experiencias de viaje enriquecedoras y memorables. Se caracteriza por su creatividad y planificación meticulosa, asegurando que cada viaje sea único y emocionante.

En relación con otros, Mega Travel se presenta como una marca amable, empática y colaboradora. Reconoce la importancia de entender las necesidades y preferencias individuales de sus clientes, y se esfuerza por brindar un servicio personalizado y satisfactorio en todo momento. Fomenta la generosidad

y la sensibilidad en sus interacciones, creando conexiones genuinas y duraderas con su audiencia.

En resumen, la personalidad de la marca Mega Travel se define por su liderazgo, profesionalismo, pasión por los viajes y compromiso con la excelencia y la integridad en todas sus acciones.

1. Correos Electrónicos y Comunicaciones Oficiales:

- Utilizaría un tono formal y profesional para transmitir información importante sobre reservas, cambios en políticas o cualquier otra comunicación oficial.
- Sería directo y claro en sus mensajes, asegurándose de que la información sea fácil de entender y accionable para los clientes y socios comerciales.

2. Redes Sociales:

- Adoptaría un tono más informal y amigable en las redes sociales para conectarse mejor con la audiencia.
- Compartiría contenido interesante y relevante sobre destinos, consejos de viaje y experiencias únicas para inspirar a los seguidores.
- Fomentaría la participación y la interacción, respondiendo a comentarios y preguntas de manera rápida y amable.

3. Capacitación y Formación:

- Al ofrecer capacitación constante de producto y ventas, esta persona se comunicaría de manera clara y comprensible, utilizando ejemplos prácticos y casos reales para ilustrar conceptos.
- Se destacaría por su paciencia y disposición para ayudar a los agentes de viajes a comprender mejor los productos y servicios de Mega Travel.

4. Eventos y Ferias Comerciales:

- Se presentaría de manera profesional y segura en eventos y ferias comerciales, utilizando su experiencia y conocimientos para establecer conexiones significativas con clientes potenciales y socios comerciales.
- Demostraría empatía y sensibilidad hacia las necesidades individuales de los asistentes, ofreciendo soluciones personalizadas y mostrando interés genuino en sus proyectos y objetivos.

En general, esta persona se comunicaría de manera efectiva y adaptativa, utilizando diferentes estilos y tonos según el contexto y la audiencia, pero siempre manteniendo la integridad y los valores de la marca Mega Travel en el centro de todas sus interacciones.

Propuesta única de valor

-En el mundo de los viajes, **no seguimos el ritmo, lo marcamos**. Somos líderes en la creación de productos con altos estándares de excelencia.

-Nos distinguimos por nuestras **habilidades en negociaciones estratégicas**, lo que nos permite cerrar acuerdos comerciales excepcionales.

-**Nuestra red de colaboradores, la más extensa en Latinoamérica**, es el cimiento de nuestro éxito y la fuerza que nos impulsa a alcanzar nuevas alturas.

-Con una **presencia global en expansión**, nuestra marca es sinónimo de excelencia y confiabilidad.

-Ofrecemos una amplia opción de bloqueos con **las mejores tarifas del mercado**.

-**Café Mega Travel: la plataforma 24/7 líder en América Latina** para agentes de viajes. Puedes reservar en línea de forma rápida y sencilla, gestionar tus expedientes con eficiencia, acceder a materiales de marketing para impulsar tu negocio y más.

-Ofrecemos capacitación constante de producto y ventas. **Todos te dicen qué vender, pero Mega Travel te enseña cómo hacerlo.**

-**Ampliamos la oferta de productos** para atender las necesidades de diversos segmentos.

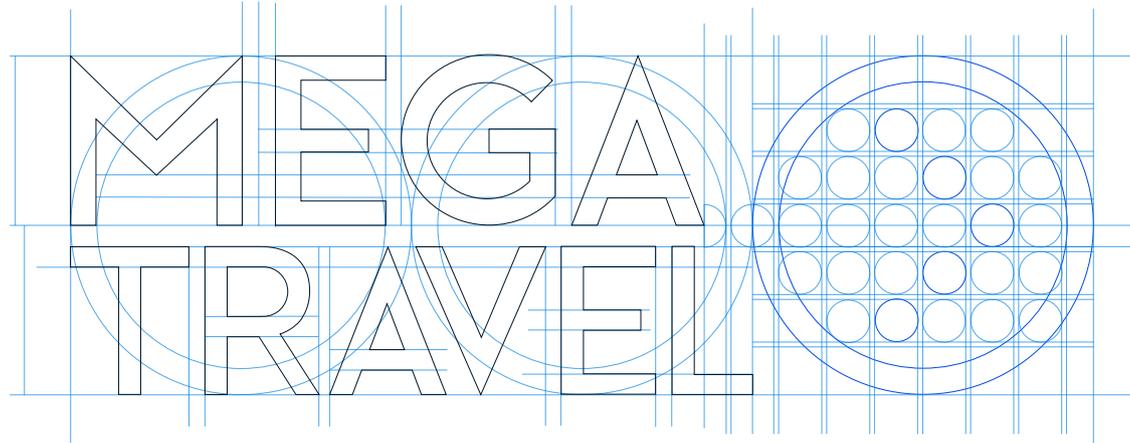
Con operación propia en Europa y Medio Oriente, de la mano de nuestra operadora: Exa Travel.

-Te respaldamos con más de **25 años de experiencia**, lo que nos ha permitido perfeccionar nuestros servicios y entender a profundidad las necesidades de nuestros clientes.

-Pagamos **comisiones con procesos simples**, agilizando tu experiencia como agente de viajes para que puedas enfocarte en lo más importante: brindar un servicio excepcional a tus clientes



Lineamientos de diseño 2024



En este manual encontrarás las reglas y principios que definen nuestra identidad visual.

Desde la vibrante paleta de colores hasta la tipografía que evoca movimiento y elegancia, cada elemento ha sido cuidadosamente seleccionado para transmitir la esencia única de Mega Travel.

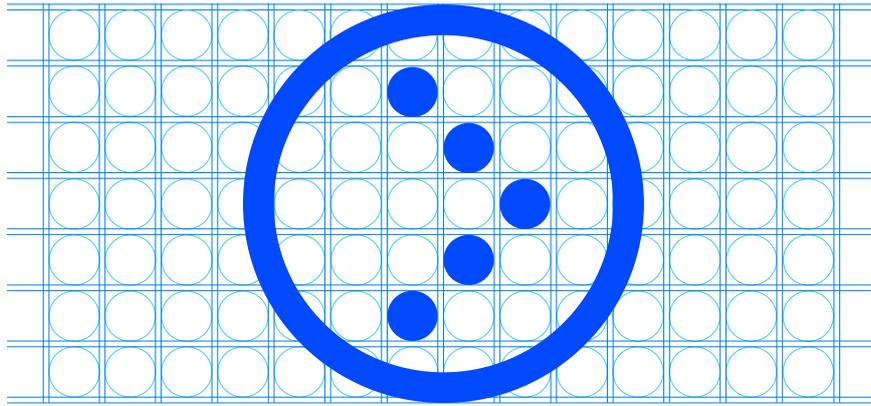
Nuestro objetivo es inspirar a través del diseño, capturando la emoción y la pasión por explorar nuevos horizontes. Siguiendo estos lineamientos, contribuyes a fortalecer la imagen de nuestra marca y a ofrecer una experiencia coherente y memorable a nuestros clientes.

¡Adéntrate en este viaje creativo con Mega Travel y déjate llevar por la magia del diseño!



Construcción Imagotipo

Isotipo Mega Travel



El Imagotipo de Mega Travel es la conjunción de 2 elementos: isotipo y texto.

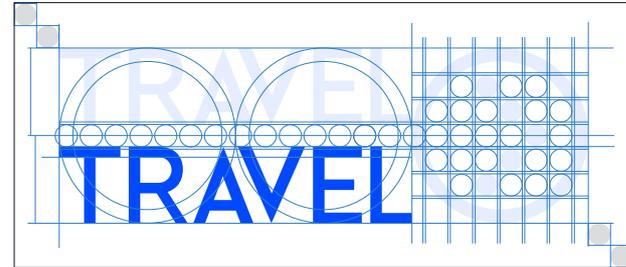
Isotipo: eje de la identidad gráfica, sus puntos orientados hacia la derecha evocan movimiento hacia adelante.

El círculo envolvente evoca perfección, lo perdurable e infinito.

Mega



Travel



Texto: Mega Travel en dos líneas, siempre será usado en conjunto con el isotipo. La tipografía tiene una lectura óptima.

En su conjunto, comunican la solidez de la marca, sus esquinas en ángulo definen perfección y denotan liderazgo en el mercado.

Usos correctos del imago tipo

Área de protección

El área de reserva mínima es el espacio completamente libre de textos y otros elementos gráficos. Este espacio comprende dos círculos en la cuadrícula en diagonal.



Usos correctos del imago tipo y colores

La paleta de colores corporativos forman parte de la identidad visual de nuestra marca y siempre se deben respetar para generar coherencia y profesionalismo en lo que se comunicará.

Las siguientes variables de color son aceptables para todos las versiones del imago tipo:



Imagotipos alternativos

Alternativas y usos

El imagotipo principal de dos líneas será la opción preferida en todas las aplicaciones, ya sea impreso o en versión digital.



Horizontal y vertical

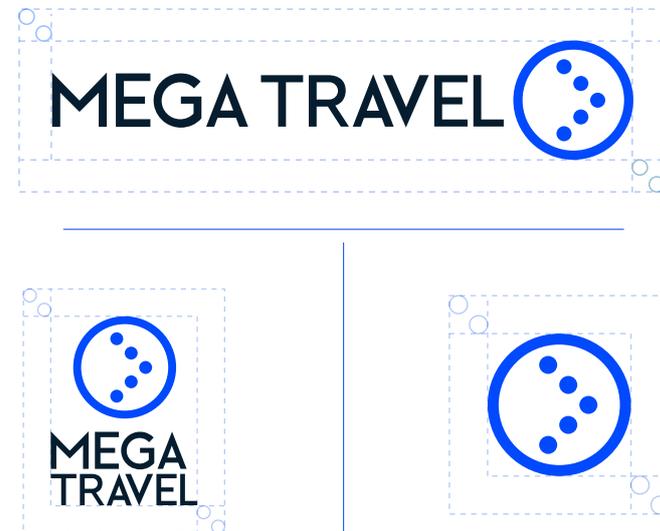
La orientación del logotipo seguirá la lógica de arriba hacia abajo, de izquierda a derecha para una correcta legibilidad.

El uso de los imagotipos alternativos se definirá dependiendo del soporte, ya sea digital o físico.

Isotipo

Su uso primordial será como identificación en redes sociales (foto principal del perfil).

Sin embargo, no podrá ser usado de manera aislada, ya que siempre debe existir un contexto o referente de la marca



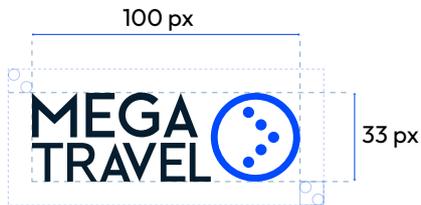


Formatos mínimos

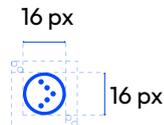
Versión digital

En este apartado se mostrará el tamaño mínimo para la publicación y promoción de nuestra identidad. Es importante respetar los mínimos descritos para asegurarnos del buen uso en formatos digitales

Imagotipo preferido



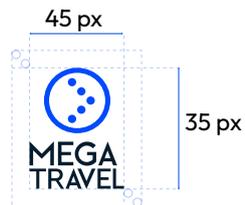
Isotipo



Imagotipo horizontal



Imagotipo vertical



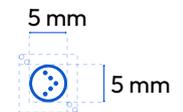
Versión impresa

Es importante consultar esta sección de manera preliminar cuando se vaya a imprimir cualquier material, para corroborar que las dimensiones mínimas en nuestros materiales se cumplen.

Imagotipo preferido



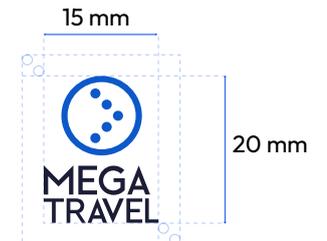
Isotipo



Imagotipo horizontal



Imagotipo vertical





Colores Principales

Nuestra paleta de colores se divide en dos versiones: digital e impresa. La primera es para todas las aplicaciones en formato digital y audiovisuales; mientras que la versión impresa, es la equivalencia al tono digital.

Versión digital



Mega midnite

HEX: #051D2E
RGB: 5 29 46

Mega sky

HEX: #0049FC
RGB: 0 73 252

Versión impresa



Mega midnite

Pantone 296C
C 100
M 46
Y 0
K 89

Mega sky

Pantone 2132C
HEX: #0957C3
RGB: 9 87 195

Paleta digital



Paleta impresión



Colores secundarios

La paleta secundaria al mezclarse con los colores principales, exalta el dinamismo y a su vez mantiene fresca la comunicación de nuestra identidad de marca.



HEX: #FF7420
RGB: 255 116 32
C 0
M 66
Y 99
K 0



HEX: #FFBE98
RGB: 255 190 152
C 0
M 29
Y 40
K 0



HEX: #CBE9F2
RGB: 203 233 242
C 24
M 2
Y 11
K 0

Usos incorrectos

Mega sky / mega midnite



Mega midnite / mega sky



Mega midnite outline



Mega sky outline



Aro dinámico incompleto



Alterar el aro dinámico



Imagotipo con filiales



Alterar el orden



Imagotipo incompleto



Tipografía distinta



Combinación tonos distintos



Combinación tonos distintos





Descargas

Una vez establecidos todos los elementos que componen nuestra comunicación gráfica, resulta necesario ejemplificar los usos incorrectos de la marca:

Imagotipo Horizontal Blanco



<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-h-w.ai>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-h-w.eps>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-h-w.pdf>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-h-w.png>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-h-w.svg>

Imagotipo Vertical Blanco



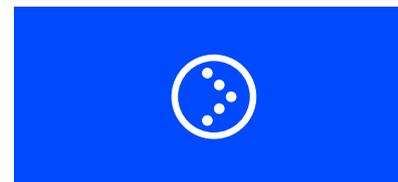
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-v-w.ai>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-v-w..eps>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-v-w..pdf>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-v-w.svg>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-v-w.png>

Imagotipo Principal Blanco



<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-w.ai>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-w.eps>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-w.pdf>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-w.png>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-w.svg>

Logotipo Diamante Blanco



<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mt-diamante-w.ai>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mt-diamante-w.eps>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mt-diamante-w.pdf>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mt-diamante-w.png>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mt-diamante-w.svg>



Descargas

Imagotipo Horizontal Color



<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-h.ai>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-h.eps>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-h.jpg>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-h.pdf>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-h.png>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-h.svg>

Imagotipo Principal Color



<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel.ai>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel.eps>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel.jpg>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel.pdf>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel.png>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel.svg>

Imagotipo Vertical Color



<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-v.ai>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-v.eps>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-v.jpg>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-v.pdf>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-v.png>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mega-travel-v.svg>

Logotipo Diamante Color



<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mt-diamante.ai>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mt-diamante.eps>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mt-diamante.jpg>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mt-diamante.pdf>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mt-diamante.png>
<https://mtmedia.b-cdn.net/brand/imagotipo/mt-diamante.svg>



Tipografías

Las fuentes tipográficas fueron definidas con base a los valores que forman parte de la estrategia de marca en Mega Travel:

Tipografía Principal para títulos y encabezados

Forma DJR
Display

Black

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789**

Extra bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789**

Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789**

Tipografía secundaria para texto y párrafos

OUTFIT

Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789**

Semi Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789**

Regular

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789**



Elementos de Redacción

Es muy importante identificar y categorizar la redacción de cualquier documento y sus elementos. Debes apegarte al uso de cada elemento para mostrarlos adecuadamente acorde a la redacción. Si bien los conceptos aplican a usos en formato digital <<HTML>>, se ruega su uso lógico o equivalente en materiales impresos.

H1

H1: Es el encabezado principal y suele utilizarse para el título más importante de la página. Debe ser claro y llamativo, ya que es el primero que los lectores ven al entrar en la página.

Encabezado principal

FORMA DJR Display
Bold
(Azul Midnight)
Línea horizontal a 1/3 de la frase

H2

H2: Se usa para subdivisiones importantes dentro del contenido principal. Ayuda a organizar la información y proporciona una jerarquía clara.

Subtítulo de un documento a segundo nivel

FORMA DJR Display
Bold
(Azul Midnight)
Tamaño: 80% con respecto al H1

H3

H3: Se usa para subdivisiones dentro de los H2, es decir, para segmentar aún más el contenido y ofrecer una estructura más detallada.

Este es un ejemplo de una categoría tres

FORMA DJR Display
Bold
(Azul Midnight)
Tamaño: 80% con respecto al H2

Los encabezados deben ser consistentes en todo el sitio web o documento. Utiliza diferentes tamaños de fuente y pesos para diferenciar claramente entre H1, H2 y H3. Puedes utilizar colores contrastantes o estilos de fuente distintivos para resaltar los encabezados y mejorar la legibilidad.

P

Los párrafos son bloques de texto que contienen una o más oraciones relacionadas entre sí. Se utilizan para organizar y estructurar el contenido de manera legible

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 nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros.

OUTFIT
Regular
Tamaño mínimo 12px
interlineado 150%

Li

Los elementos de lista se utilizan para ordenar elementos o ideas. Las listas ordenadas muestran elementos en secuencia numérica o alfabética, mientras que las listas desordenadas presentan elementos sin una secuencia específica.

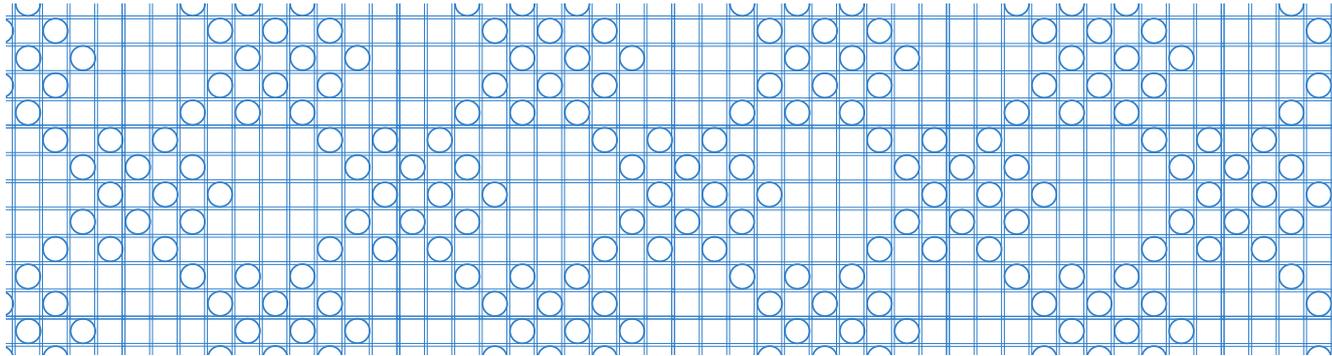
- * Los elementos de lista se utilizan para ordenar elementos o ideas.
- * Define estilos para los elementos de lista (li) tanto para listas ordenadas como desordenadas para garantizar consistencia en todo el contenido.
- * Controla propiedades como el margen, el relleno y el espaciado entre elementos de lista para mejorar la legibilidad y la apariencia visual
- * Utiliza estilos de fuente, como negrita o itálica, para resaltar elementos clave dentro de las listas.
- * Puedes utilizar íconos o estilos de viñetas personalizados para añadir interés visual a las listas desordenadas

OUTFIT
Regular
Tamaño mínimo 12px
interlineado 150%



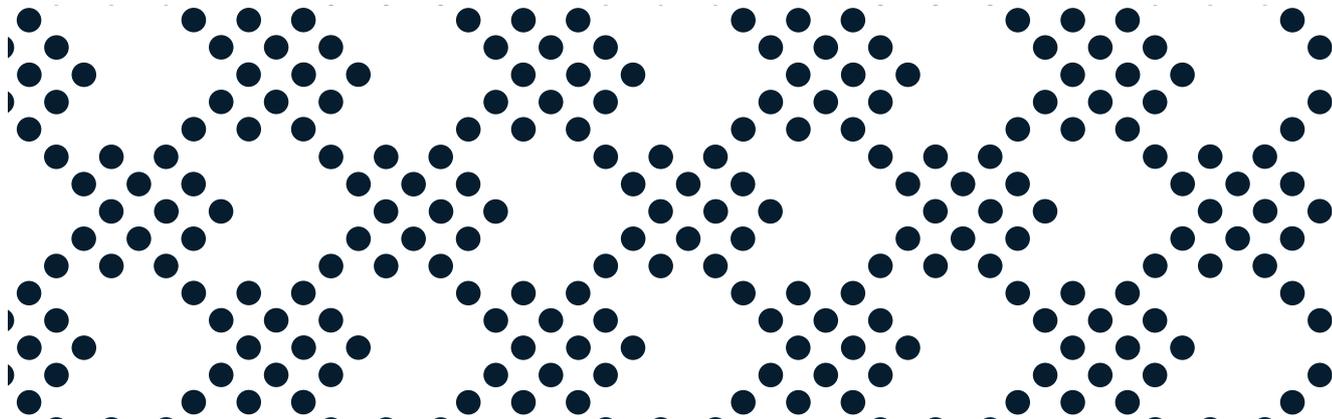
Cuadrícula

El desarrollo de la cuadrícula es primordial para la creación de patrones que acompañen a la comunicación de la marca. Anteriormente, se ocupaba el isotipo; sin embargo, este uso a discreción ponía en riesgo el mensaje y los valores de nuestra identidad.



Patrón Principal

Con el desarrollo del patrón principal se genera una nueva etapa en Mega Travel, ya que con este elemento se pueden adaptar más formas de comunicar, sin poner en riesgo los elementos que conforman nuestra marca.

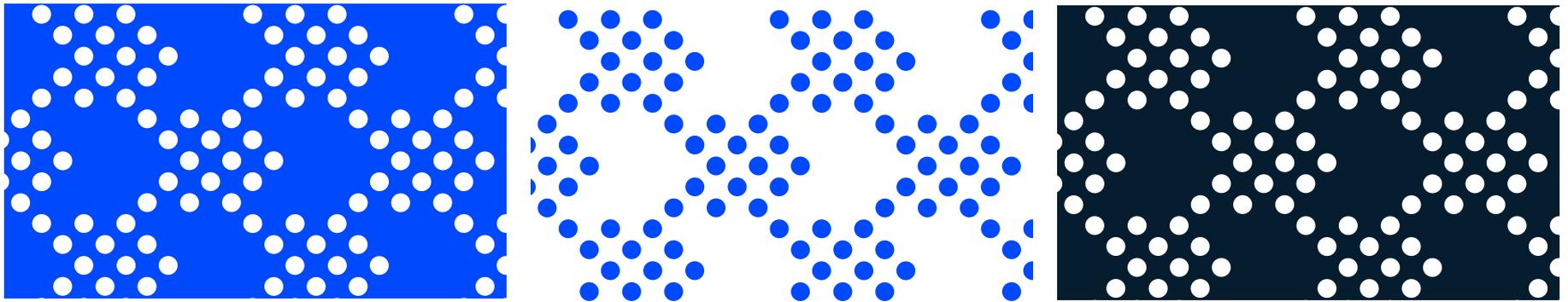




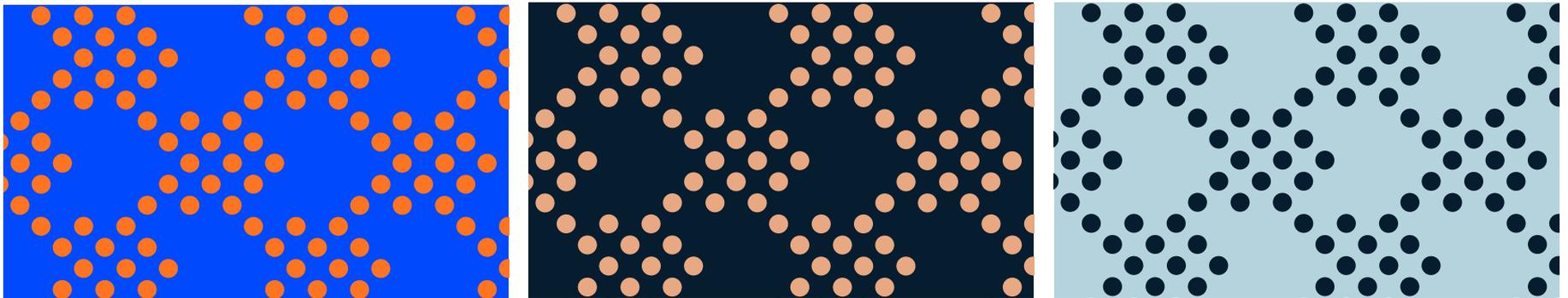
Uso de colores en patrones

Las combinaciones entre los colores que tenemos siempre serán correctas y, en caso de los colores secundarios, siempre deberá existir al menos un tono principal para considerarla aceptable, por ejemplo:

Colores principales



Colores secundarios



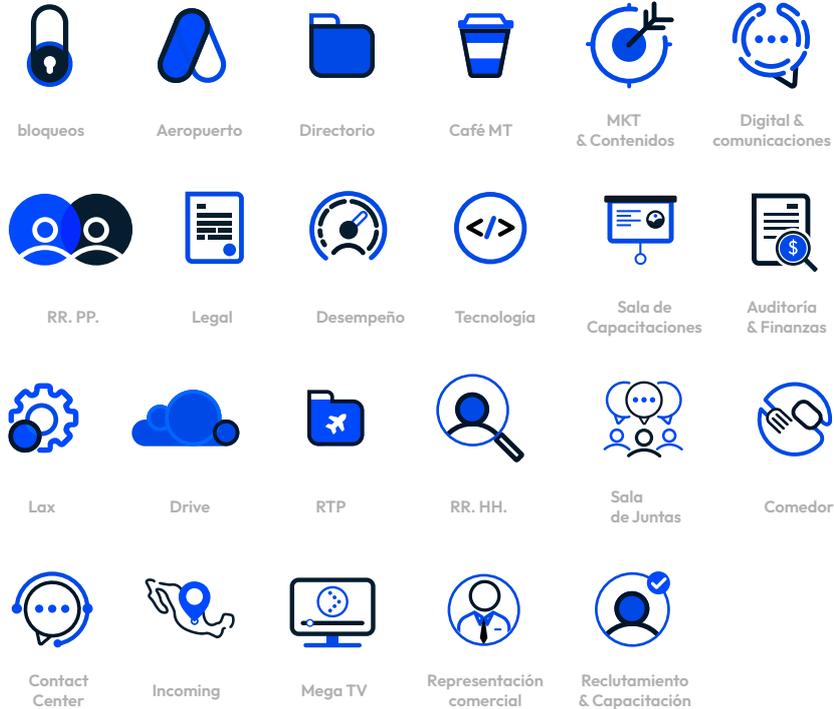


Iconografía

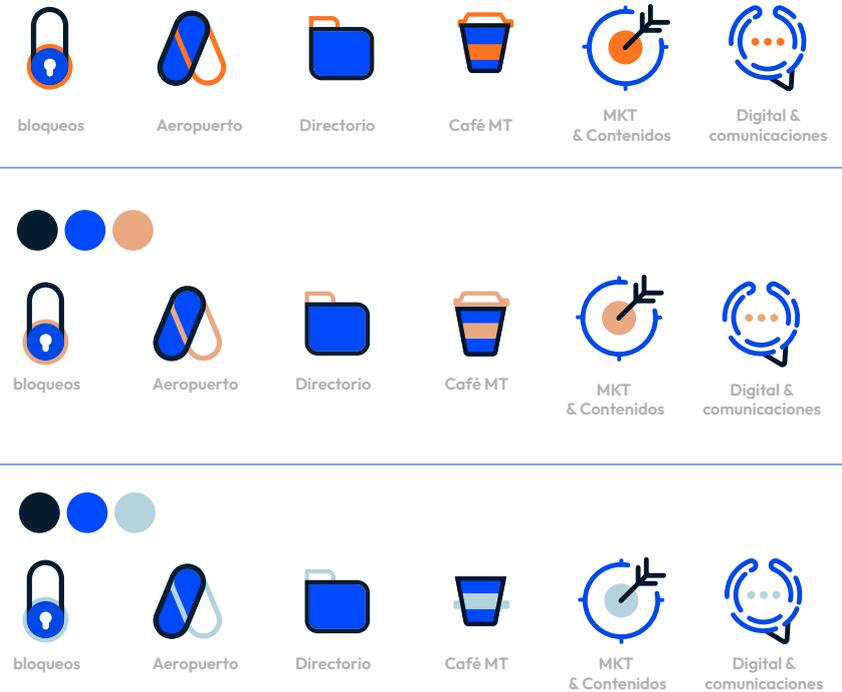


El uso de iconos correctos generan una mejor coherencia en lo que se desea comunicar. Para su creación se ocupará la cuadrícula, su desarrollo abstracto y la combinación de los colores principales y secundarios que dan como resultado elementos acorde a nuestra imagen.

Colores principales



Colores secundarios



A continuación, se muestran los iconos generados con la intención de que sirvan de inspiración, así como las variables aceptables donde se colocan los colores secundarios, los cuales servirán solo para destacar algún detalle y no reemplazarán a los tonos principales:

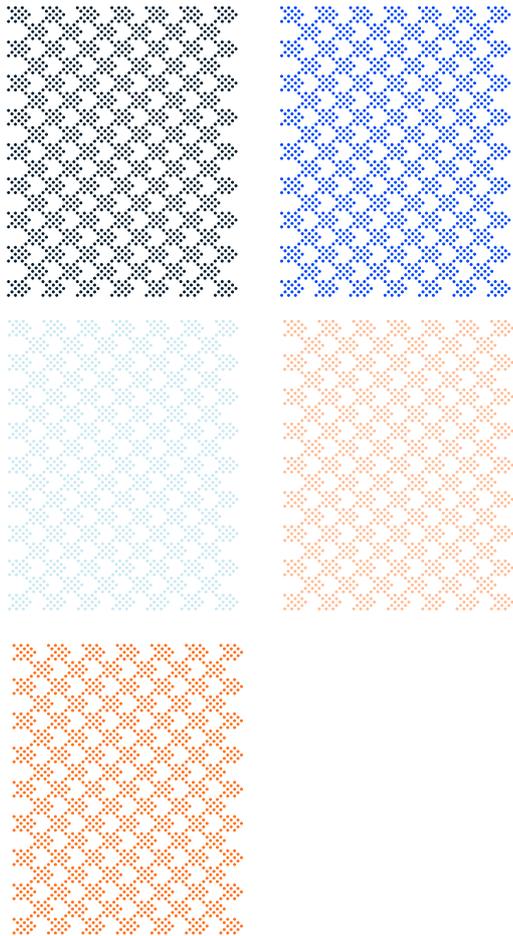
Colores secundarios



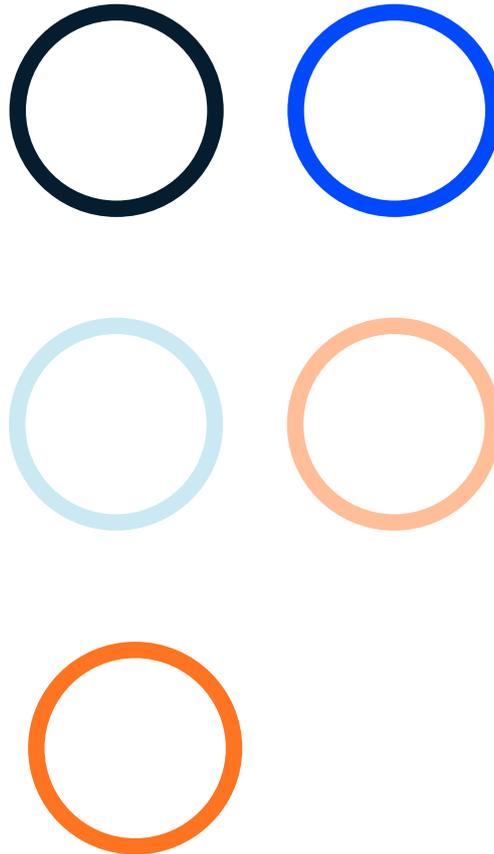


Recursos gráficos

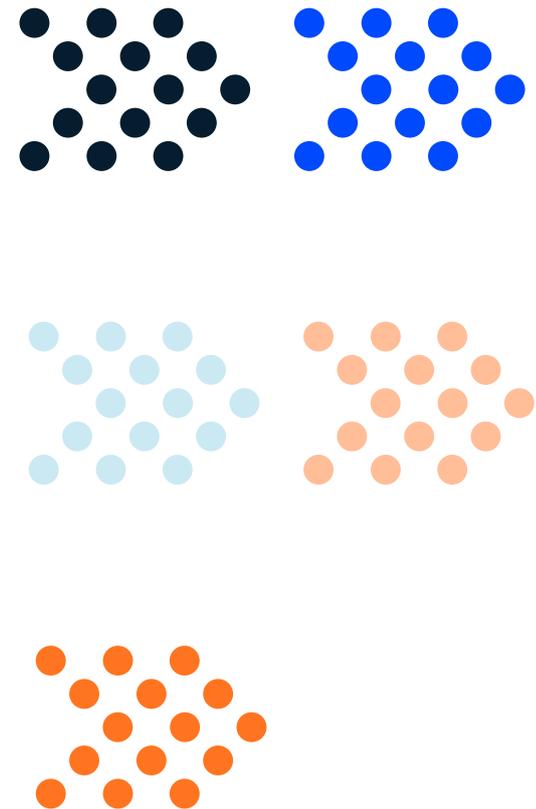
Pattern



Aro



Puntos



Para descargar los recursos gráficos de este manual, consulta <https://brand.megatravel.com/>



Uso fotográfico

Las estrategias de marketing van orientadas a dos nichos de mercado B2B y B2C.

Representatividad Comercial (B2B)

Las campañas de comunicación creadas para promover servicios y/o herramientas dirigidas a las agencias de viajes (B2B) se diseñan con su propio lineamiento de imagen. El prototipo de agentes o profesionales del turismo son personas aseadas, sonrientes, cuya vestimenta oscila entre lo casual y lo formal. Los encuadres que favorecen la comunicación son:

Plano entero



Plano medio



Plano medio corto



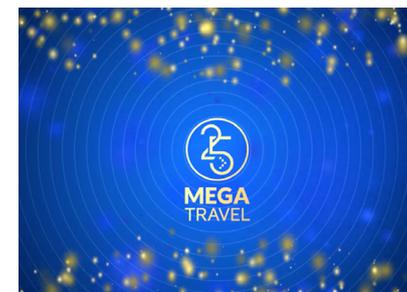
Composición fotográfica

Las campañas comerciales buscan destacar por su originalidad e impacto visual. Para lograr tal objetivo es necesario diferenciar nuestras propuestas del mercado, con arreglos que transmitan esa originalidad y diferenciación del sector al que pertenecemos:

Herramientas digitales



Aplicación de Branding



Campañas y Producto Mega Travel (B2C)

El destino es el protagonista y sus atractivos turísticos (monumentos, paisajes, mar, templos, skylines, etc.) es lo que buscamos sea destacado en nuestra estética fotográfica.

Las principales características que buscamos exaltar: **explorar, descubrir y disfrutar**. Estos puntos forman parte de nuestra misión empresarial y son fundamentales en la selección fotográfica para el nicho de mercado B2C.

Ejemplos destinos



Producto Mega Travel

En la realización de campañas, ya sea interna o a través de nuestros partners, se deben de considerar los siguientes parámetros en la elección de material fotográfico:

Mensaje correcto

Los características en la composición serán:

- * Viajero(s) de frente
- * Destino visible y representativo con o sin viajeros
- * Destino que se visite en nuestros itinerarios
- * Iluminación correcta



No close up



No fondo blur



No viajeros de espaldas



No IA



Viajeros Correctos

Con la intención de cautivar e incentivar a nuestro público objetivo. En nuestra selección siempre debemos provocar que el viajero nacional se sienta identificado.



Iluminación Correcta

Nos referimos al contraste entre la fotografía y el color predominante en la composición general de los artes.
La temperatura color de la fotografía también se debe de cuidar y considerar, ya que combinará con los colores de la paleta principal



No cielos nublados



No fotos a contraluz



No tonos alterados



No altos contrastes u oscuras



Composición fotográfica

Enriquecer nuestro producto con el uso de composiciones fotográficas y/o collages hará que la promoción favorezca en diferenciar y ser la carta de presentación al gran catálogo de destinos que nos caracteriza. Además, que logra captar la atención de nuestros clientes finales:

Campañas exclusivas de Marketing para promoción de producto



Material de producto

El uso de personas en las composiciones, ya sean en el destino o en montajes, se reserva su uso exclusivamente para campañas de Marketing y/o campañas con Partners. Para nuestros productos regulares y de bloqueo solo se ocupará el destino:

Material producto promocional con partner

Bonjour Québec

DESDUE **1,099 USD + 599 USD IMP**
PRECIO POR PERSONA EN HABITACIÓN CUADRUPLE

Salidas: 17 JUN / 18 JUL / 18 ABR / 18 OCT / 18 FEB

Barrancas del cobre ESPECIAL VERANO

DESDUE **20,999 USD + 1,599 USD IMP**
PRECIO POR PERSONA EN HABITACIÓN CUADRUPLE

Salida: 21 Y 28 JULIO

PUNTA CANA

DESDUE **998 USD + 439 USD IMP**
PRECIO POR PERSONA EN HABITACIÓN DOBLE

Salidas: BARCELONA, CORRAL GOLF Y MUY PUERTO CANA

AUSTRALIA ESPECTACULAR

DESDUE **5,999 USD + 949 USD IMP**
PRECIO POR PERSONA EN HABITACIÓN DOBLE

Salidas: TORONTO LOS DÍAS: SYDNEY - MELBOURNE - DARWIN - MELBOURNE

Material producto destinos regulares

MARAVILLAS DE MARRUECOS CON ESPAÑA

DESDUE **1,499 USD + 799 USD IMP**
PRECIO POR PERSONA EN HABITACIÓN DOBLE

Salidas: TORONTO: 20 AGO / 15 OCT / 15 MAR / 15 JUN / 15 NOV / 15 FEB / 15 ABR / 15 JUL / 15 DIC

MARAVILLAS DE JORDANIA Y DUBAI

DESDUE **1,399 USD + 999 USD IMP**
PRECIO POR PERSONA EN HABITACIÓN DOBLE

Salidas: 16 SEP / 30 OCT

Costa

DESDUE **535 USD + 199 USD IMP**

Salidas: 18 JULIO

RUTA DE DRÁCULA

DESDUE **1,299 USD + 999 USD IMP**
PRECIO POR PERSONA EN HABITACIÓN DOBLE

Salidas: TORONTO: 11 Y 18 JULIO / 11 Y 18 OCT / 11 Y 18 FEB / 11 Y 18 ABR / 11 Y 18 JUN / 11 Y 18 AGO



Aplicaciones

Consideraciones generales:

- El patrón es un recurso gráfico de branding que debe aplicarse como fondo, por lo que no se permite deformarlo ni utilizarlo para rellenar espacios o saturar las aplicaciones con este recurso.
- No utilizar formas redondeadas ni curvilíneas en el fondo, ni enmarcar el logotipo en rectángulos o cuadrados.
 - Se permite utilizar el “aro” o circunferencia del isotipo -únicamente- para dar movimiento en el diseño.
- Para aplicaciones como el stand o template de Power Point, se deben utilizar fotografías.
- Se recomienda utilizar los colores secundarios para generar contrastes y evitar la monotonía de las tonalidades azules.

Sobres



Folder





Aplicaciones

Credencial



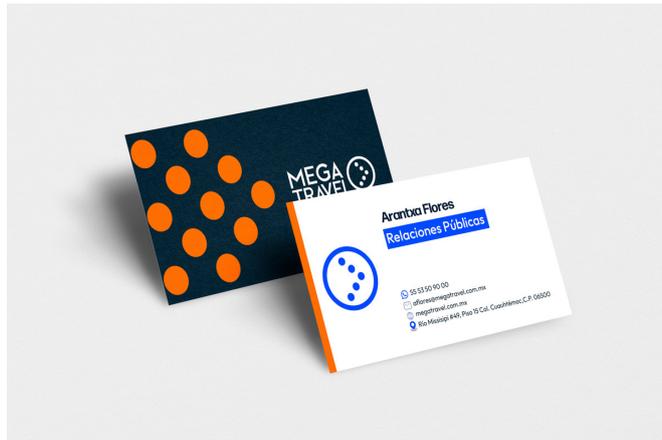
Hojas membretadas



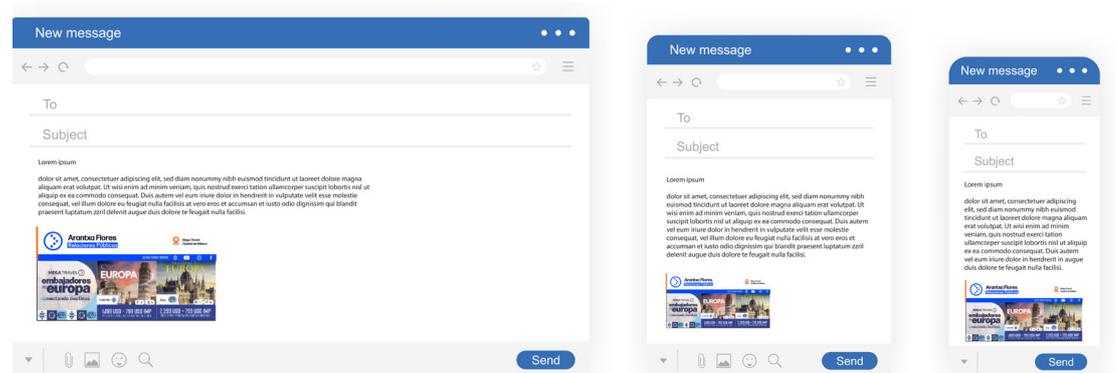


Aplicaciones

Tarjetas de Presentación



Firma Electrónica



Invitaciones digitales



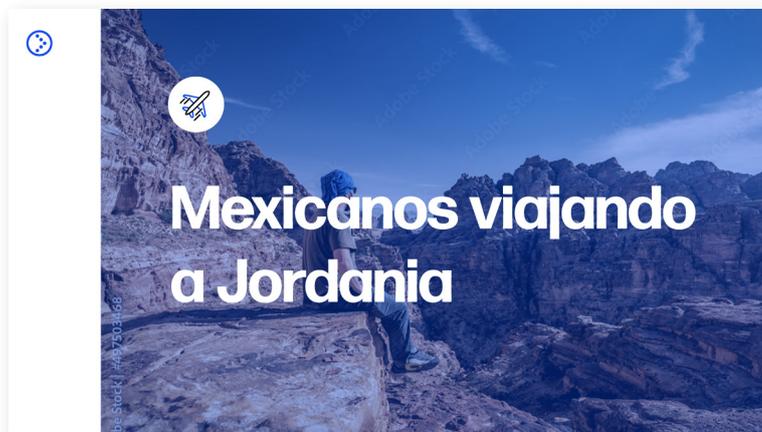
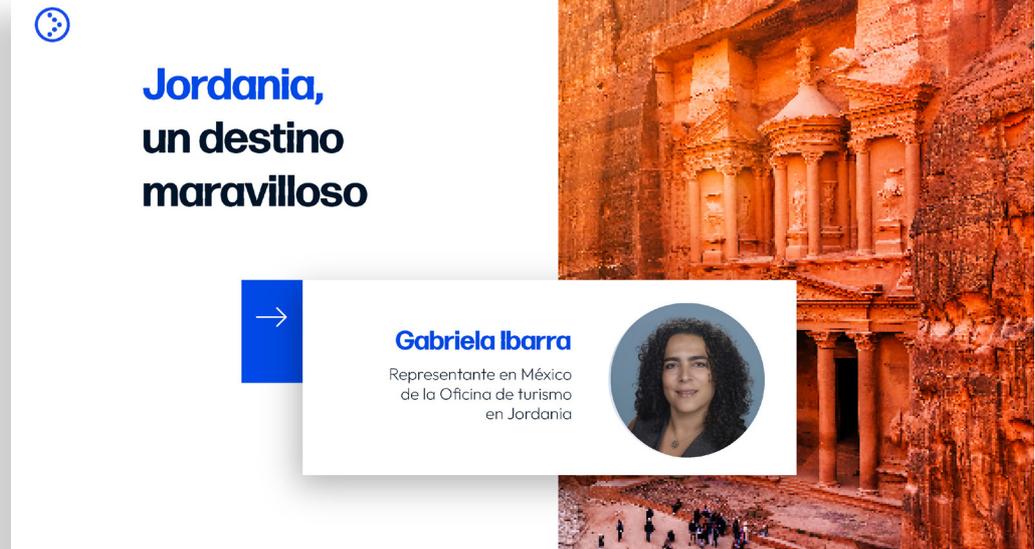
Camisetas





Aplicaciones

Presentación Power Point / Canva





Aplicaciones

Señalamientos



Globo Aerostático





Aplicaciones

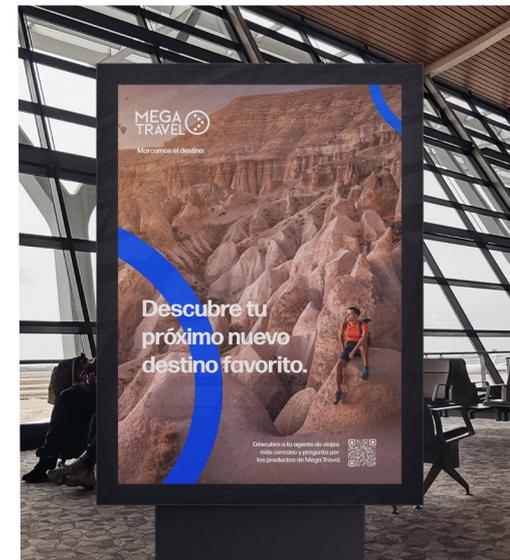
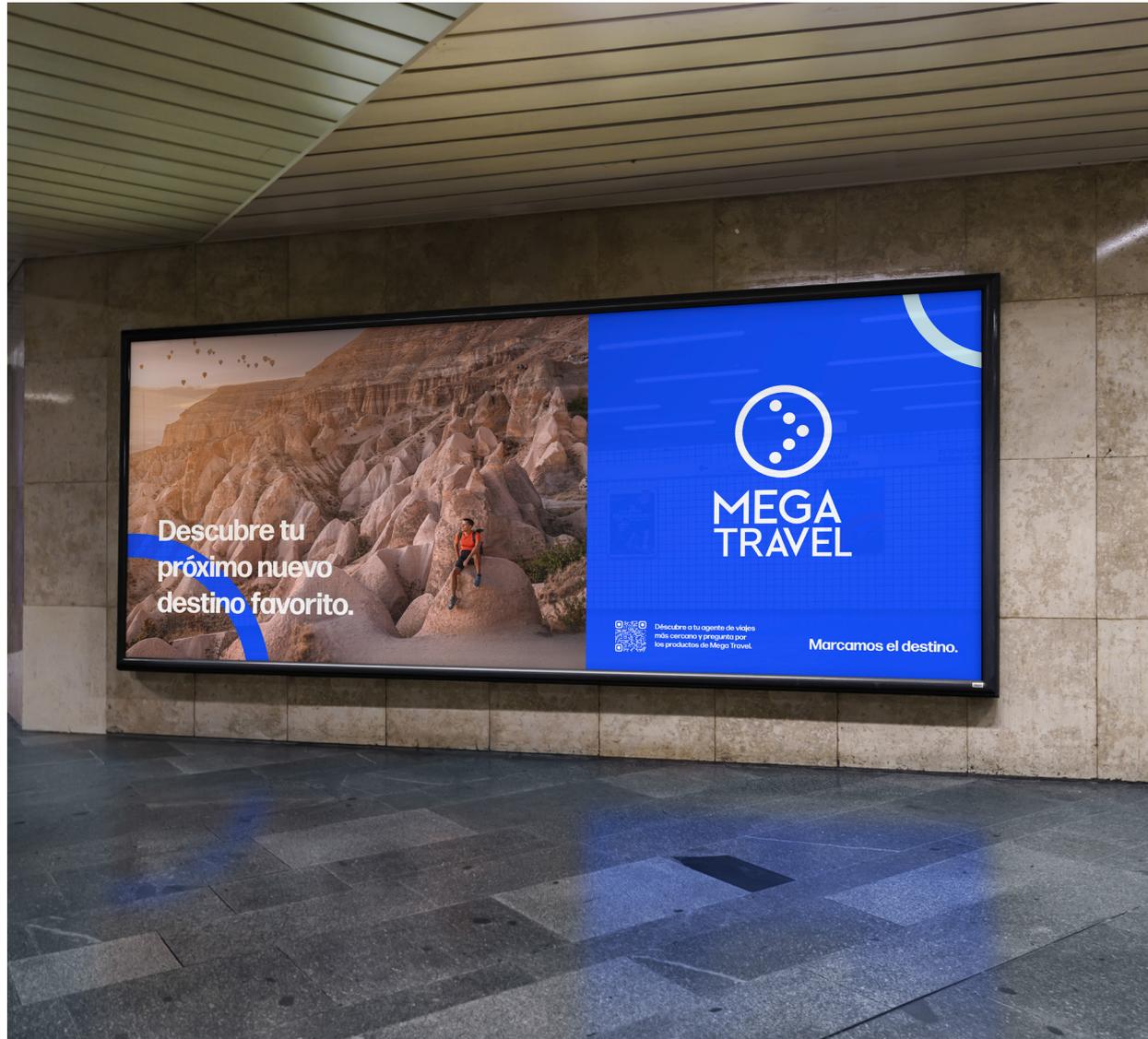
Autobús





Aplicaciones

Valla / MUPI





Aplicaciones

Maletas





Aplicaciones

Avión



Uniforme equipo fútbol

ARQUERO



LOCAL



VISITANTE



GALA

