



M É T O D O

ALSENDA

Diagnóstico, estructura y protocolo. El método interno que tu empresa necesita.

Manual de Identidad de Marca 2026

Manual de Identidad

01 Fundamentos de marca

02 El método — qué hace Alsenda

03 Las 5 fases del método

04 Equipo de especialistas

05 Propuesta de valor

06 Logotipo — versión principal

07 Variantes del logotipo

08 Paleta de color

09 Tipografía corporativa

10 Tono de comunicación

11 Usos incorrectos

12 Aplicaciones básicas

OI

Fundamentos de Marca

Quiénes somos

MISIÓN

Elevar el estándar empresarial a través de estructura, orden y liderazgo sistémico — con equipos configurados a la medida de cada proyecto.

VISIÓN

Un mercado donde crecer no signifique caos, sino diseño.

DIFERENCIAL

*El cliente **no** paga por una plantilla fija. El cliente **invierte** exactamente por lo que necesita, cuando lo necesita.*

VALORES

Sistema

Claridad

Autoridad

Orden que libera

Coherencia interna

02

El Método — Qué hace Alsenda

El problema que resuelve

El caos no es una fase.

Es una señal de que tu estructura interna no está diseñada para lo que ya eres.

Nadie dentro de la empresa sabe exactamente cómo funciona todo, excepto tú (el dueño).

Delegar le cuesta más de lo que le ahorra.

Cada proceso depende de que el dueño esté presente o autorice.

El equipo improvisa. El dueño apaga incendios.

La empresa tiene clientes, pero no tiene un sistema interno de funcionamiento.

La empresa ha crecido. Su estructura, no.

03

Las 5 Fases del Método

O1 Diagnóstico del Caos

Analizamos qué está pasando realmente en la empresa: estructura, procesos, roles, modelo de ingresos y forma de tomar decisiones. También observamos al fundador — cómo piensa, cómo decide y cómo gestiona el conflicto.

Resultado: Mapa claro del caos empresarial

O2 Orden Estructural

Reorganizamos responsabilidades, procesos clave, prioridades estratégicas y sistema de decisiones. Muchos empresarios nunca han parado a ordenar su empresa de forma consciente. Esta fase suele generar alivio inmediato.

Resultado: La empresa comienza a tener estructura

03 El Espejo del Líder

Diferencial Alsenda

Analizamos cómo el comportamiento del fundador influye en el caos de la empresa. No desde la culpa, sino desde la comprensión. Se detectan patrones como dificultad para delegar, miedo al conflicto, exceso de control o sabotaje inconsciente del crecimiento.

Incluye módulo optativo de **trabajo de sombra** con especialista en psicoanálisis.

Resultado: Mapa de patrones que frenan el crecimiento

04 Reconfiguración del Liderazgo

Trabajamos en cambiar la forma de liderar: aprender a delegar con criterio, establecer límites, tomar decisiones estratégicas, construir un equipo más autónomo y redefinir el rol del fundador dentro de la empresa.

Resultado: El fundador deja de ser el cuello de botella

05 Sistema Empresarial Sostenible

La fase de consolidación. Se construyen sistemas que permitan que la empresa funcione sin depender constantemente del caos del fundador: indicadores clave, hábitos de liderazgo, sistemas de seguimiento y estructura de crecimiento.

Resultado: Una empresa más estable y un líder más consciente.

La lógica del método

1

Entender el caos

2

Ordenar la estructura

3

Comprender al líder

4

Transformar el liderazgo

5

Crear el sistema

O4

Equipo de Especialistas

Red de colaboradores a disposición del cliente

Alsenda es un método respaldado por un equipo de especialistas configurado a medida para cada proyecto. El cliente accede exactamente al perfil que necesita, cuando lo necesita — sin estructuras fijas ni perfiles genéricos.

Procesos y Operaciones

Especialista en diseñar procesos, procedimientos y eficiencia operativa.

Organización Administrativa

Especialista en flujos de trabajo de los ingresos y gastos, ordenando la base económica de la empresa.

Psicología del Líder

Profesional del psicoanálisis que trabaja aspectos de patrones inconscientes del liderazgo, sabotaje de crecimiento,...

Sistemas de automatización

Este perfil convierte la estructura en sostenible y escalable con herramientas de gestión.

Liderazgo de Equipos

Perfil que estructura roles, responsabilidad de equipos, comunicación interna, gestión de conflictos y desarrollo de mandos.

Claridad estratégica

Perfil que ayuda a responder los servicios o productos a priorizar y cómo estructurar la oferta.

Confía, nosotros nos encargamos.

05

Propuesta de Valor

Diagnóstico, estructura y protocolo.

El método interno que tu empresa necesita.

PARA QUIÉN

Empresas consolidadas con potencia real de producto y venta, pero con una estructura interna que no ha crecido al mismo ritmo.

QUÉ ENTREGA

Estructura interna real. Cada persona sabe lo que hace y lo que no. El fundador libera tiempo y el equipo gana autonomía.

QUÉ NO ES

Alsenda no es gerencia ni asesoramiento financiero. Trabajamos la estructura interna del negocio y el liderazgo de quien lo dirige.

06

Logotipo — Versión Principal

El símbolo y la marca



PILARES EXTERIORES

En malva (#6E5A7B). Representan la solidez estructural que sostiene el sistema.

COLUMNAS INTERNAS

En salvia (#9AA89C). Los procesos y equipos bien ordenados dentro del sistema.

DINTEL SUPERIOR

En dorado (#C8A27A). La visión estratégica que conecta y corona la estructura.

NÚCLEO CENTRAL

En ciruela (#3E3444). El foco estratégico, la dirección, el centro de decisión.

El logotipo de MÉTODO ALSENDA se compone de dos elementos: el símbolo arquitectónico y el bloque tipográfico. Ambos forman una unidad inseparable en la versión principal. Las columnas evocan estructura, orden, pilares y conecta directamente con lo que hace Alsenda sin necesidad de mayor explicación.

Espacio protegido del logotipo

El logotipo necesita un espacio libre a su alrededor para que funcione con eficacia. Ningún elemento ajeno a la marca puede entrar en esa zona. La zona de exclusión mínima equivale a la altura de la letra "A" del logotipo en cada lado. En la práctica: deja siempre al menos 10px en digital y 3mm en impresión.

ZONA DE EXCLUSIÓN



TAMAÑOS MÍNIMOS DE USO

DIGITAL

Versión vertical: mínimo 120px de ancho.

Versión horizontal: mínimo 200px de ancho.

Por debajo de estos tamaños el símbolo pierde legibilidad.

IMPRESIÓN

Versión vertical: mínimo 25mm de ancho.

Versión horizontal: mínimo 45mm de ancho.

Para formatos muy pequeños usar versión monocromática.

07

Variantes del Logotipo

Versiones autorizadas

El logotipo tiene dos formatos y dos modos de color. Cada versión está diseñada para un contexto de uso específico.

La versión horizontal se usa en cabeceras de documentos, firma de email y encabezados de web.
La versión vertical se usa en perfiles de redes sociales, tarjetas y materiales cuadrados.

VERSIÓN VERTICAL — COLOR



VERSIÓN HORIZONTAL — COLOR Y MONO



08

Paleta de Color

Los cinco colores de Método Alsenda



CIRUELA

#3E3444

Color primario. Texto principal y fondo oscuro.



MALVA

#6E5A7B

Secundario. Pilares del símbolo. Títulos de sección.



SALVIA

#9AA89C

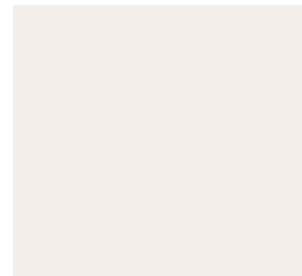
Columnas del símbolo. Subtítulos y texto secundario.



DORADO

#C8A27A

Acento principal. Líneas y detalles de jerarquía.



CREMA

#F4EFEA

Fondo neutro. Calidez y elegancia sin el frío del blanco.

COMBINACIONES RECOMENDADAS · Crema + Ciruela (principal) · Ciruela + Crema (impacto) · Malva + Crema (acento)

09

Tipografía Corporativa

Dos fuentes, un sistema

Cormorant Garamond

ALSENDA · Titulares · Citas de autoridad

Uso: nombre de marca, titulares H1, citas. Peso: Light 300. fonts.google.com

Jost

MÉTODO · SISTEMA · CLARIDAD · Cuerpo de texto · Etiquetas · Web

Uso: etiquetas, subtítulos, cuerpo, navegación. Peso: Light 300 / Regular 400. fonts.google.com

JERARQUÍA TIPOGRÁFICA

- Titular principal Cormorand Garamond.
- Subtítulo de sección: Jost.
- Texto de cuerpo: Jost Light. Claro, legible y preciso. La información fluye con naturalidad y sin fricciones para el lector.

IO

Tono de Comunicación

Cómo habla Método Alsenda

ALSENDA ES

Directa y precisa

Firme sin ser rígida

Experta sin ser condescendiente

Estratégica sin ser fría

Honesta, aunque incomode

✓ *«Tu negocio tiene estructura o tiene caos. Alsenda construye la primera.»*

ALSENDA NO ES

Motivacional ni emocional en exceso

Informal ni coloquial

Genérica ni intercambiable

Ruidosa ni sobre explicativa

Complaciente si no lo merece

✗ *«¡Te ayudamos a alcanzar vuestros sueños con nuestro método revolucionario!»*

II

Usos Incorrectos

Qué no debe hacerse nunca

✘ No alterar los colores de marca

✘ No usar sobre fondos con patrones ajenos a la paleta

✘ No usar el logotipo con opacidad reducida

✘ No añadir sombras, brillos ni efectos

✘ No deformar ni estirar el logotipo

✘ No sustituir la tipografía corporativa

✘ No rotar ni inclinar el logotipo

✘ No separar el símbolo del texto

Regla de oro: ante cualquier duda, usa la versión más simple sobre fondo blanco o crema y consulta este manual.

I2

Aplicaciones Básicas

La marca en uso

Guía de aplicación para los formatos más habituales en el día a día del negocio. La versión horizontal con la línea dorada inferior es el estándar para todos los documentos entregables al cliente: informes, propuestas, ctas y planes de acción.

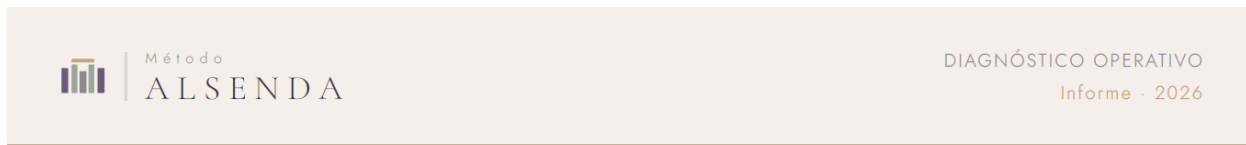
FIRMA DE EMAIL



TARJETA DE VISITA (ANVERSO)



CABECERA DE DOCUMENTO





M É T O D O

ALSENDA

Diagnóstico, estructura y protocolo. El método interno que tu empresa necesita.