



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN..... pg.1
 - a. Descripción
 - b. Identidad Corporativa

2. LOGOSÍMBOLO..... pg.2
 - a. Tipo de diseño
 - b. Esquema de colores
 - c. Tipografía
 - d. Nombre

INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de este documento es asegurar la correcta aplicación del logotipo y sus símbolos, y asegurar la consistencia de su expresión en todo tipo de soportes (gráficos, físicos, audiovisuales o interactivos).

El manual debe aportar las claves necesarias para garantizar la coherencia de la marca en todo tipo de expresiones tanto on-line como off line.

En el momento de crear la imagen corporativa se debe tener en cuenta que ésta debe ser:

- Simple: Limpia, fácil de escribir. Algo complicado o profundo no es apropiado para la identidad de la marca.
- Práctica: Va de la mano de la simplicidad. El logo debe ser apropiado para ser utilizado en todo tipo de medios: TV, impresos, uniformes, etc.
- Único: No tiene caso tener una imagen excelente o un nombre sobresaliente si se ve muy similar al de alguien más, especialmente si la otra marca tiene más presupuesto invertido en publicidad.
- Un reflejo: Debe reflejar los valores y objetivos de la empresa. Si la compañía representa calidad, entonces los colores, estilo y fotografía deben reflejar esto también. Si la compañía representa Caridad, pues el logo no es tan complicado, ya que muchos logos que representan esto tienen algún elemento del ser humano.
- Adaptable: Debe adaptarse al mercado meta. No muy moderno para consumidores conservadores, no muy conservador para mercados modernos.
- Sustentable: Contemporáneo, pero algo clásico. Una gran cantidad de marcas actualiza sus logotipos cada 20 años. Es por esto que es importante tener un concepto que no se vuelva obsoleto en poco tiempo.

LOGOSÍMBOLO

Un logo es un identificador, el cual no busca conseguir clientes ni vender productos.

Nuestro logo es un *Imagotipo*; un conjunto icónico-textual en el que el texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.

¿Cómo tiene que ser un buen logotipo?

Primero de todo el logo tiene que ser simple y se puede dibujar rápidamente, que funciones en todas partes, por ejemplo en carteles, ropa, etc. También tiene que ser memorable, ya por ser simple o por estar relacionado con el producto/servicio, para que así perdure en el tiempo.

TIPO DE DISEÑO

Es un diseño tipográfico, basado principalmente en texto, puede tener gráficos o símbolos asociados, pero el énfasis principal está en el texto. Utiliza modificaciones y adornos, puede estar adaptado para integrarse con un gráfico.

ESQUEMA DE COLORES

Los colores que se incluyan en el logotipo tienen un significado, deben comunicar algo importante. Forman parte del mensaje que deseamos transmitir.

Nosotros hemos elegido el amarillo y el negro:

Amarillo: transmite luz, calor, motivación. Atrae la atención y llama a la acción, conviene utilizar con moderación porque puede llegar a ser molesto.

Negro: lujo, sofisticación, elegancia. Aunque también el mal, la muerte, el luto. Uno de los colores más versátiles.

TIPOGRAFÍA

La tipografía que se utilice va a transmitir, de manera subliminal, una parte muy importante del significado del logotipo.

Nuestra tipografía es *serif, elegant, regular*. La hemos elegido porque sugiere seguridad, confianza, innovación, calidad, solidez, confidencialidad, modernidad.

NOMBRE

El nombre es la parte más importante del logotipo, porque es la que identifica de manera única a la empresa. MDLR significa método de logística responsable