



CLAVES PARA
SABER SI TU
IDENTIDAD
CORPORATIVA ES
LA ADECUADA

ICA

ISABEL IBOR
escucho. observo. siento > DISEÑO



GENERALITAT
VALENCIANA

ivACE
INSTITUTO VALENCIANO DE
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

 **UNIÓN EUROPEA**
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

CEEI
VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

"Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del
Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020"

ISABEL IBOR

escucho. observo. siento > DISEÑO

www.isabelibor.com

isabel@isabelibor.com

 [@isabelibor_diseno](https://www.instagram.com/isabelibor_diseno)

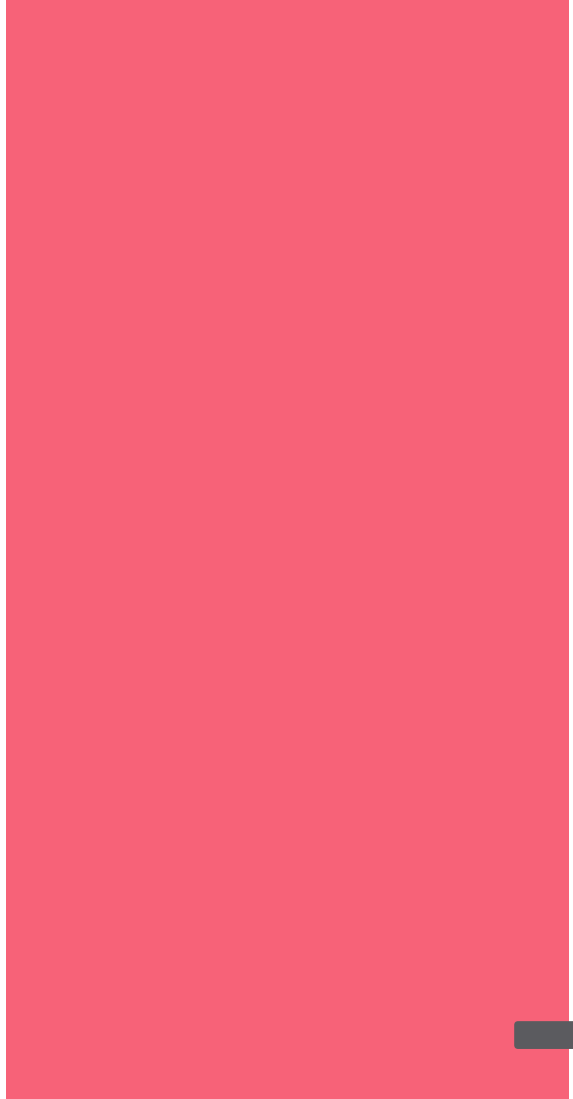






OBJETIVOS

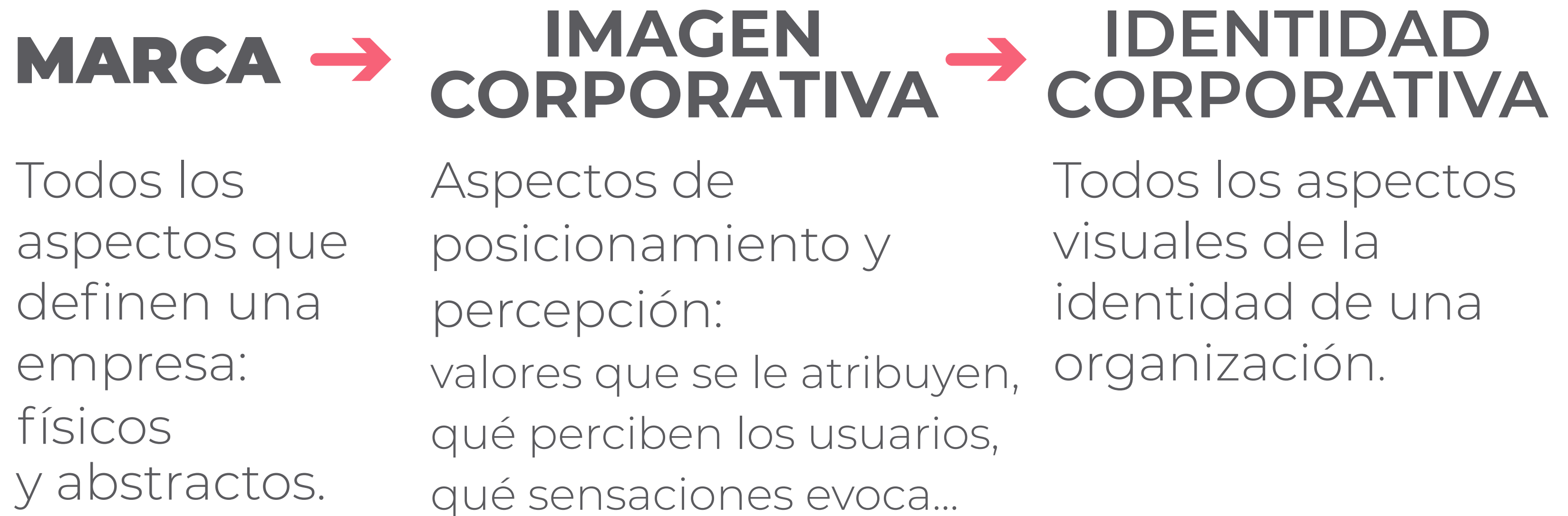
- > Importancia comunicativa de la Identidad Corporativa.
- > ¿Qué se quiere comunicar?
- > Elementos básicos para la comunicación y conexión con el cliente.
- > Qué podemos transmitir con cada uno de los elementos.



— ¿QUÉ ES LA IDENTIDAD CORPORATIVA?



— ¿QUÉ ES LA IDENTIDAD CORPORATIVA?



1ª

CONCLUSIÓN



Toda
composición
gráfica nos
transmite
información.





— ¿QUÉ QUEREMOS
COMUNICAR A TRAVÉS DE
NUESTRA IDENTIDAD
VISUAL CORPORATIVA?

— ¿QUÉ QUEREMOS
COMUNICAR A TRAVÉS DE
NUESTRA IDENTIDAD
VISUAL CORPORATIVA?



DEBEMOS SABER

Quién es
nuestro
CLIENTE

QUÉ HACE
nuestra
empresa

Qué nos DIFERENCIA
del resto

¿Por qué nos compra
nuestro cliente en
lugar de a la
COMPETENCIA?

Cuáles son los
VALORES de
nuestra
empresa

2^a

CONCLUSIÓN



Puede que tengas un logo bonito pero si al crearlo no pensaste en lo que querías transmitir, **NO ES UN BUEN LOGO.**



ALGUNOS EJEMPLOS

APPLE



1976



1977



1998



2001



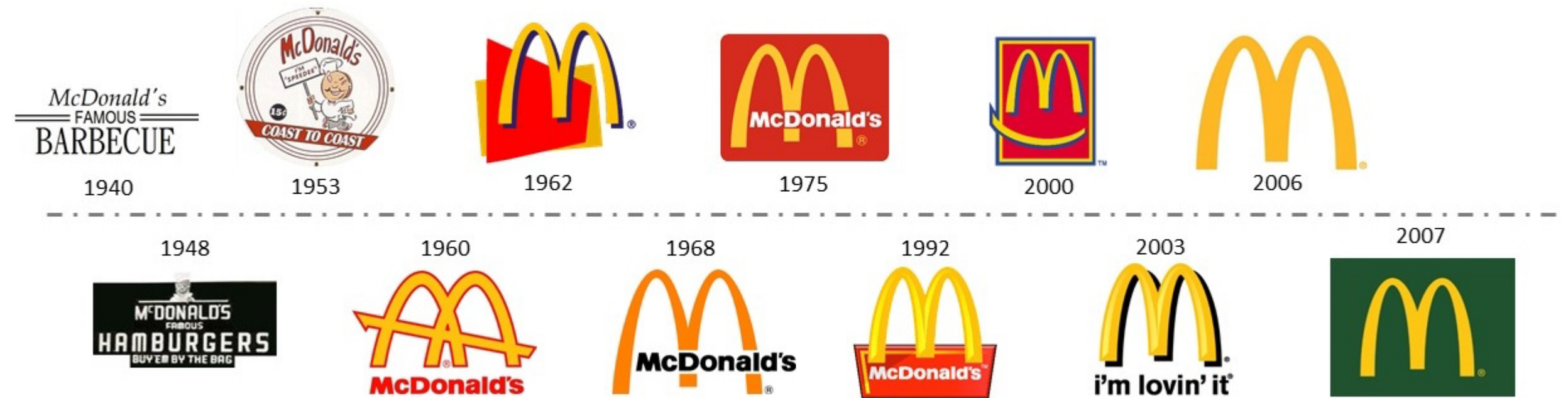
2007



Actual



McDonalds



3^a

CONCLUSIÓN

—
La identidad corporativa apoya visualmente la estrategia de marca.



¿CÓMO LO
HACEMOS?

1 NUESTRA EMPRESA Y SU ENTORNO

┐ ¿QUÉ HACE NUESTRA EMPRESA?

┐ COMPETENCIA

- > ¿Quién es?
- > ¿Qué hace?
- > ¿En qué nos DIFERENCIAMOS? ¿Cuál es nuestro valor diferenciador?
- > ¿Por qué nos compra nuestro cliente en lugar de a la competencia?

┐ ¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?

- > Edad, sexo, estatus social
- > Cuáles son sus intereses
- > Qué hace en su vida
- > Con quién se relaciona
- > Cuáles son sus valores: ¿coinciden con los nuestros?

2

QUIÉNES SOMOS COMO EMPRESA

┐ ¿QUÉ OFRECEMOS?

- > ¿Qué producto o servicio?
- > ¿Qué deseo satisface?

┐ ¿CÓMO LO OFRECEMOS?

- > ¿Dónde lo vendes?
- > Precio

┐ BENEFICIOS

┐ SOY

Adjetivos que te
definan como marca

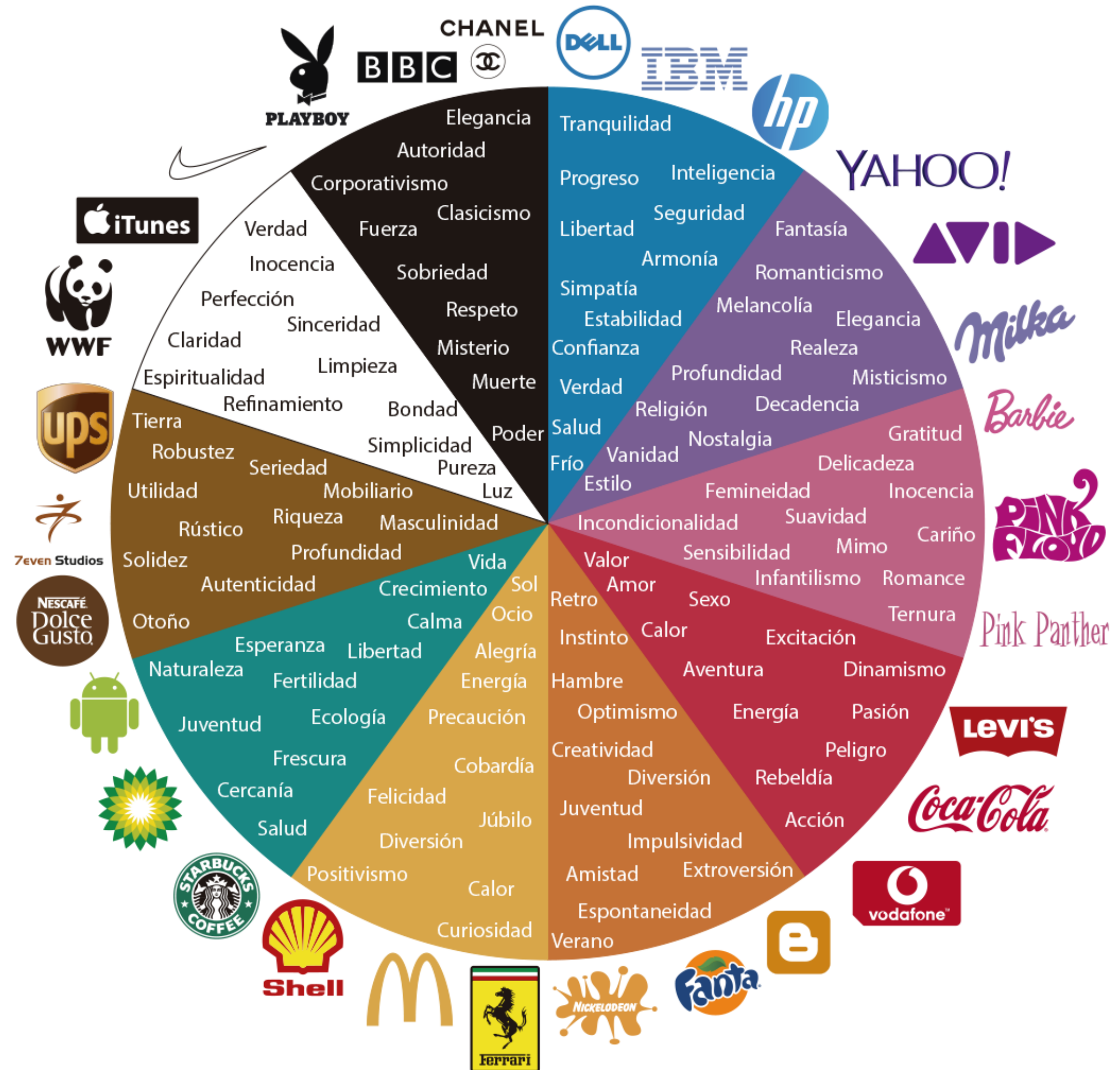
┐ NO SOY

┐ VALORES

3

ANÁLISIS VISUAL

COLOR



— TIPOGRAFÍAS

Serif

- > Tradicional
- > Seria
- > Respetable
- > Institucional
- > Corporativa

Times New Roman
Palatino
Book Antigua
Garamond

SONY



Mercedes-Benz

— TIPOGRAFÍAS

Sans
Serif

- > Modernidad
- > Seguridad
- > Alegría
- > Neutralidad
- > Minimalismo

Arial
Helvetica
Verdana
Tahoma

Linked ™

CHANEL

— TIPOGRAFÍAS

Script
Caligráficas

- > Elegancia
- > Afecto
- > Creatividad
- > Seducción

Brush Script
Sweet Pea
Ananda
Kaufmann Script

Cadillac®

Coca-Cola MR

— TIPOGRAFÍAS

Moderna

- > Tendencia
- > Inteligente
- > Estilo
- > Futurista
- > Tecnológica

Moon
AILERONS
ELIANTO
AQUATICO



— TIPOGRAFÍAS

Decorativa

- > Divertida
- > Casual
- > Única
- > Exclusiva

Delius Swash
HERCULANUM
LOVELO
CIRCUS ¹⁹⁹⁴ DAN ROSEMAN

Disney



— TIPOGRAFÍAS

MAYÚSCULAS

GRUESAS

Rectas

Terminación recta

...

minúsculas

FINAS

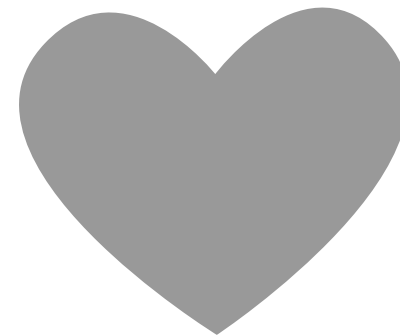
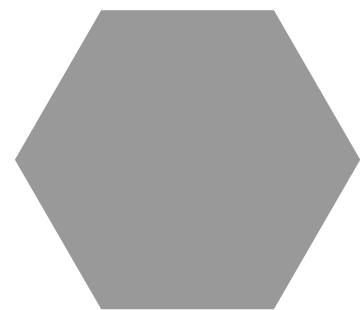
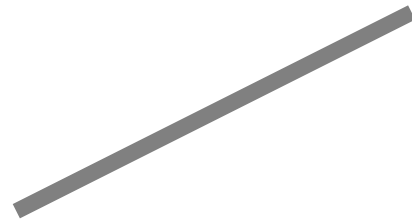
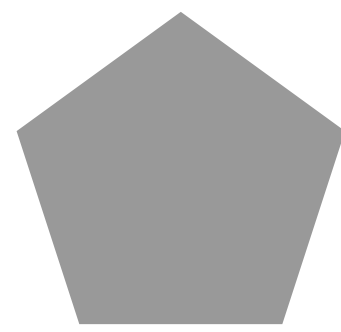
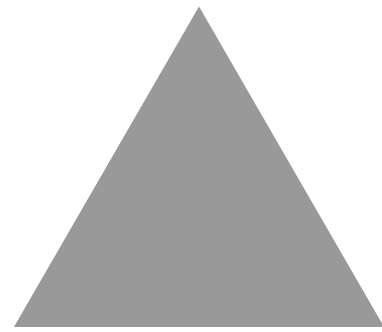
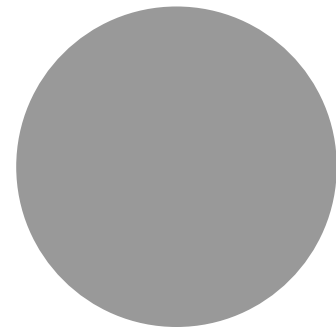
Cursiva

Terminación curva

...



FORMAS





FORMAS

movimiento
perfección
innovación
extroversión
protección
adaptabilidad
vida social
universalidad
creatividad

El **círculo** es la forma más perfecta, más amable y que además nos transmite mensajes al cerebro de pertenencia.



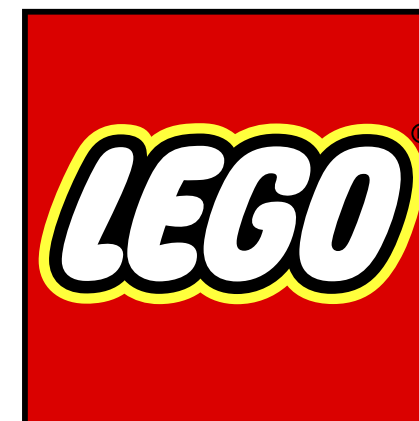


FORMAS

fortaleza
solidez
seguridad
orden
estabilidad
honestidad
realismo
confianza
compromiso
masculinidad



estabilidad
resistencia



> FORMAS





FORMAS



Línea: unión, acercamiento, cooperación, suavidad, dinamismo, simplismo

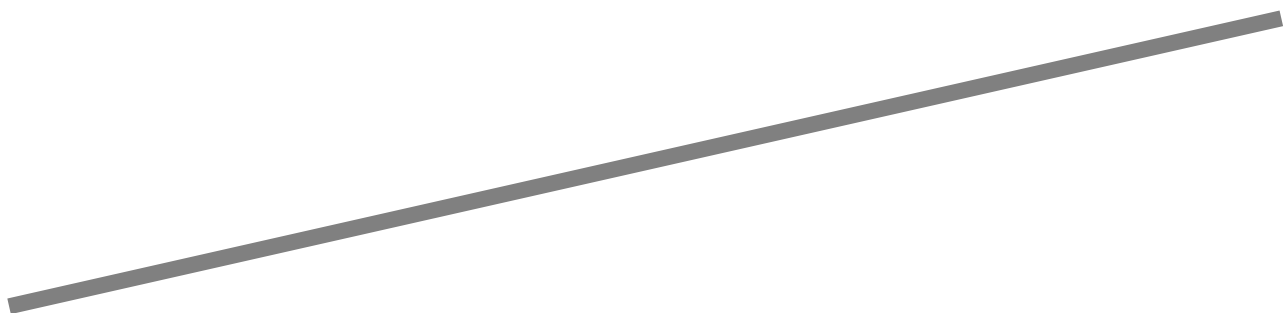
Curva: movimiento, amistad.



Horizontal: solidez, calma, estabilidad, silencio, confianza.



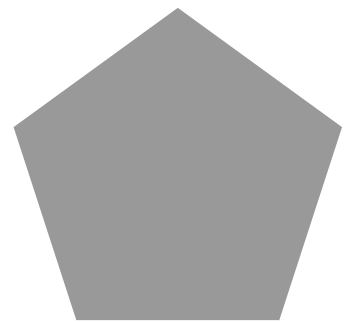
Vertical: balance, eficiencia.



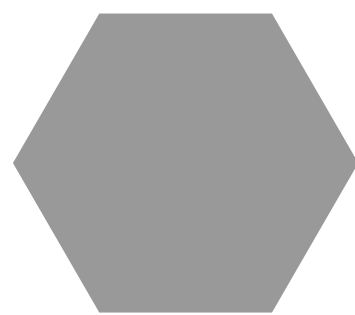
Diagonal: dinamismo, alteración y energía.



FORMAS



Significa:
cuerpo humano,
naturaleza,
armonía,
orgánico



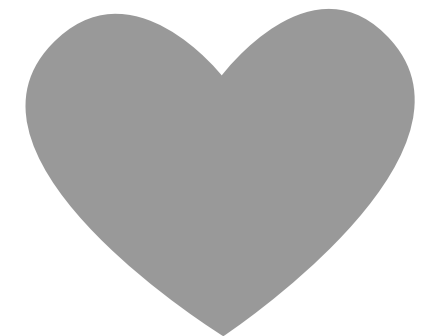
Significa:
inteligencia,
perfección,
unidad,
sinergia,
trabajo y
sabiduría.



Significa:
logro,
éxito,
espiritualidad,
libertad,
salvación,
triunfo,
inmensidad,
sueños y
deporte.



Significa:
unión,
asistencia,
colaboración,
bivalencia,
oposición, y
equipo.

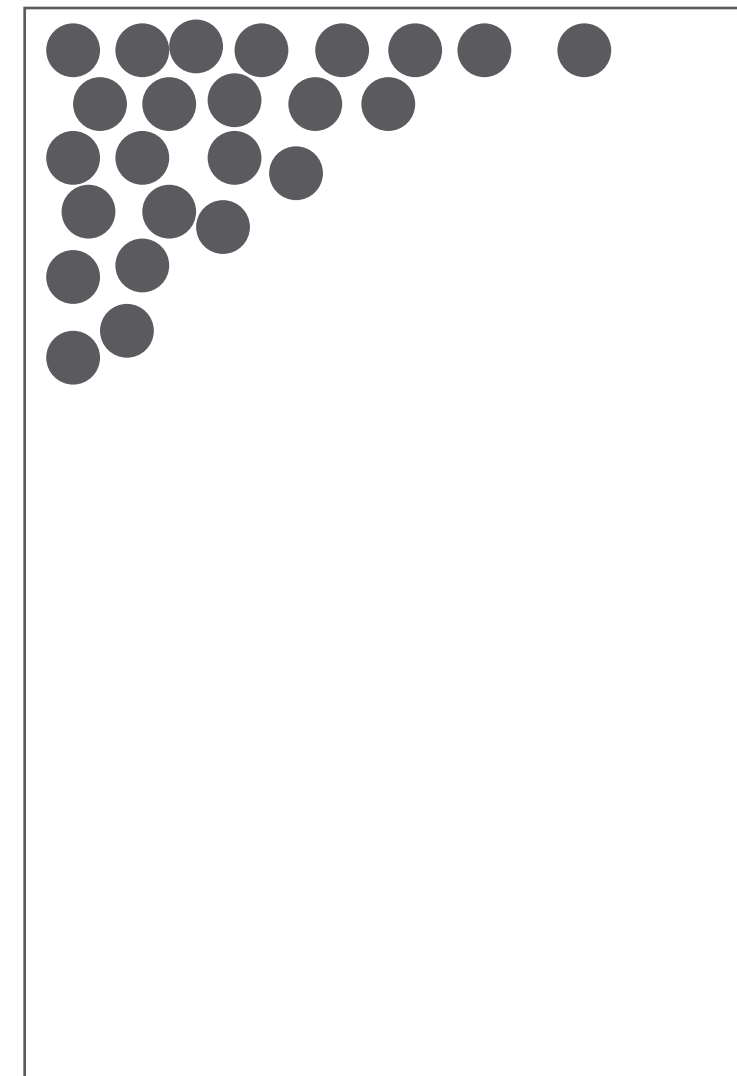
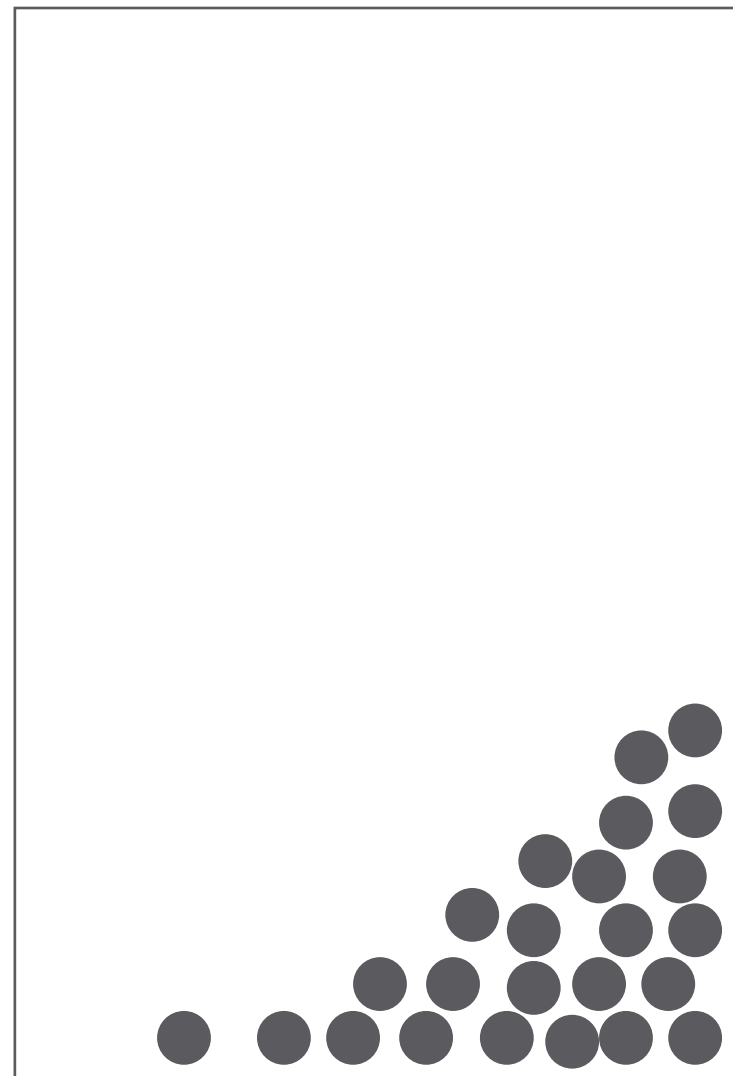


Significa:
sentimientos,
felicidad,
amor,
relación,
identificación,
encanto,
empatía y
nobleza.



COMPOSICIÓN

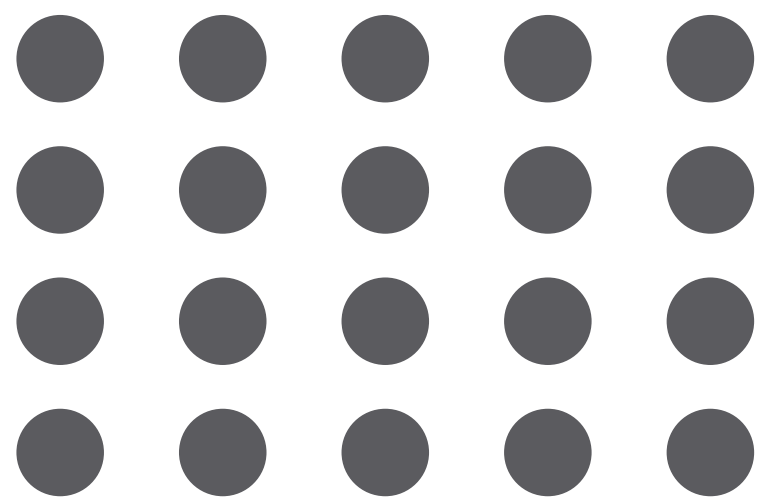
Derecha y
parte inferior:
tienen más peso y
mayor fuerza visual



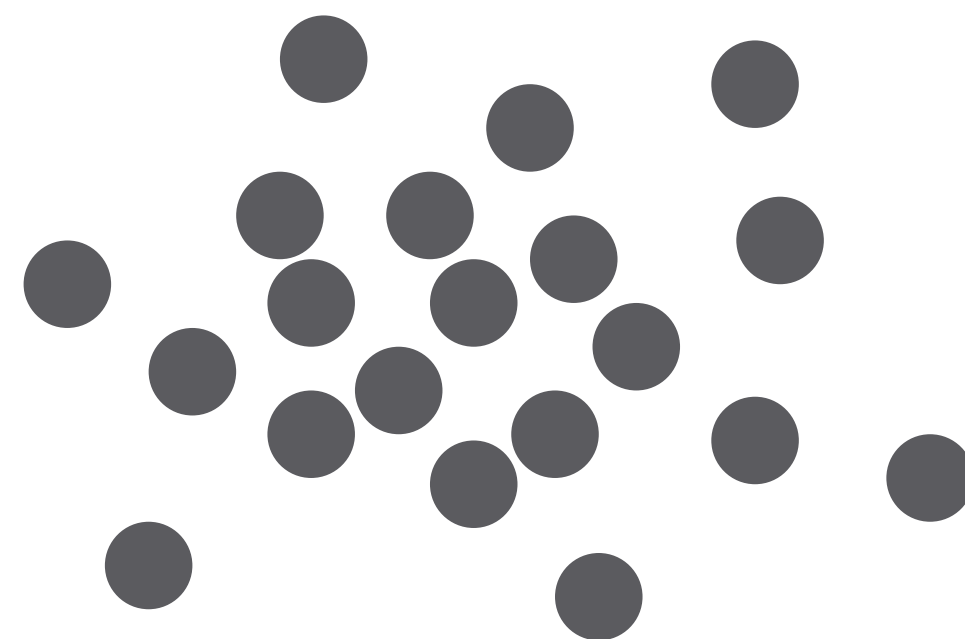
Izquierda y
parte superior:
ligereza visual



COMPOSICIÓN



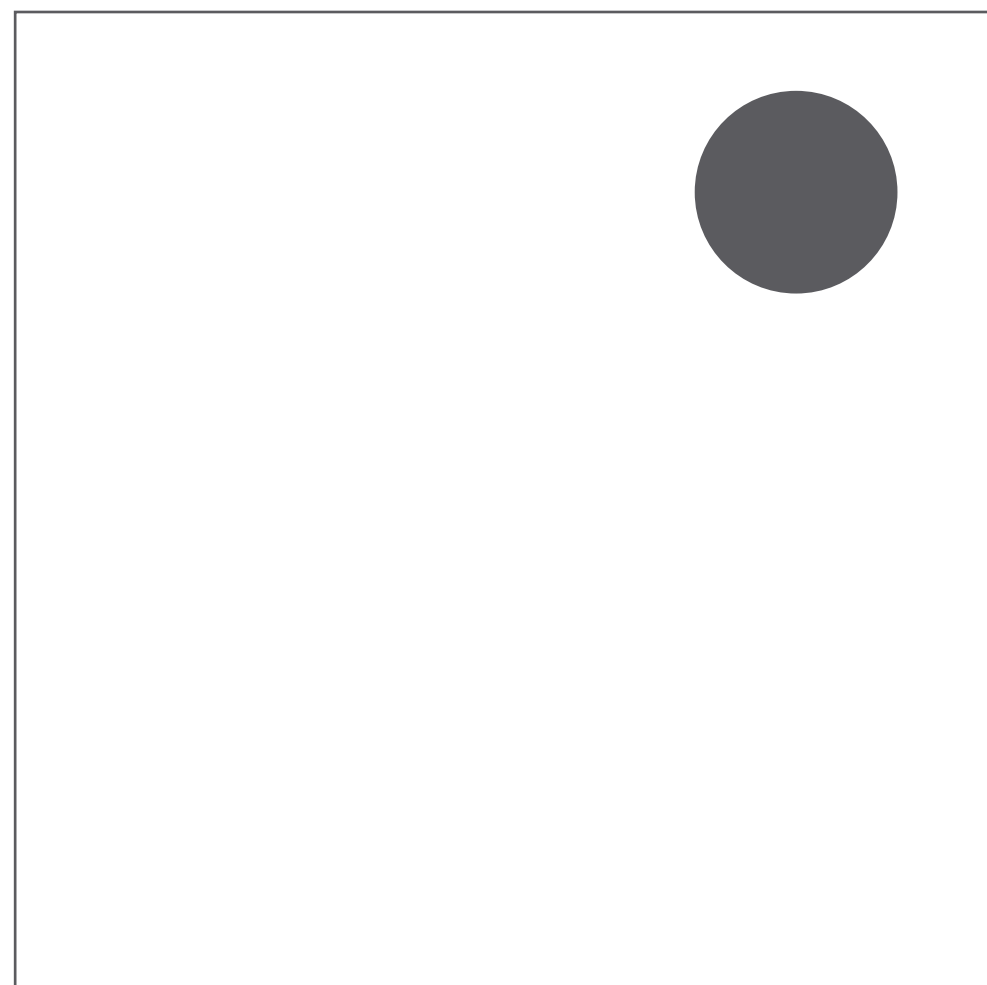
Orden
Estático



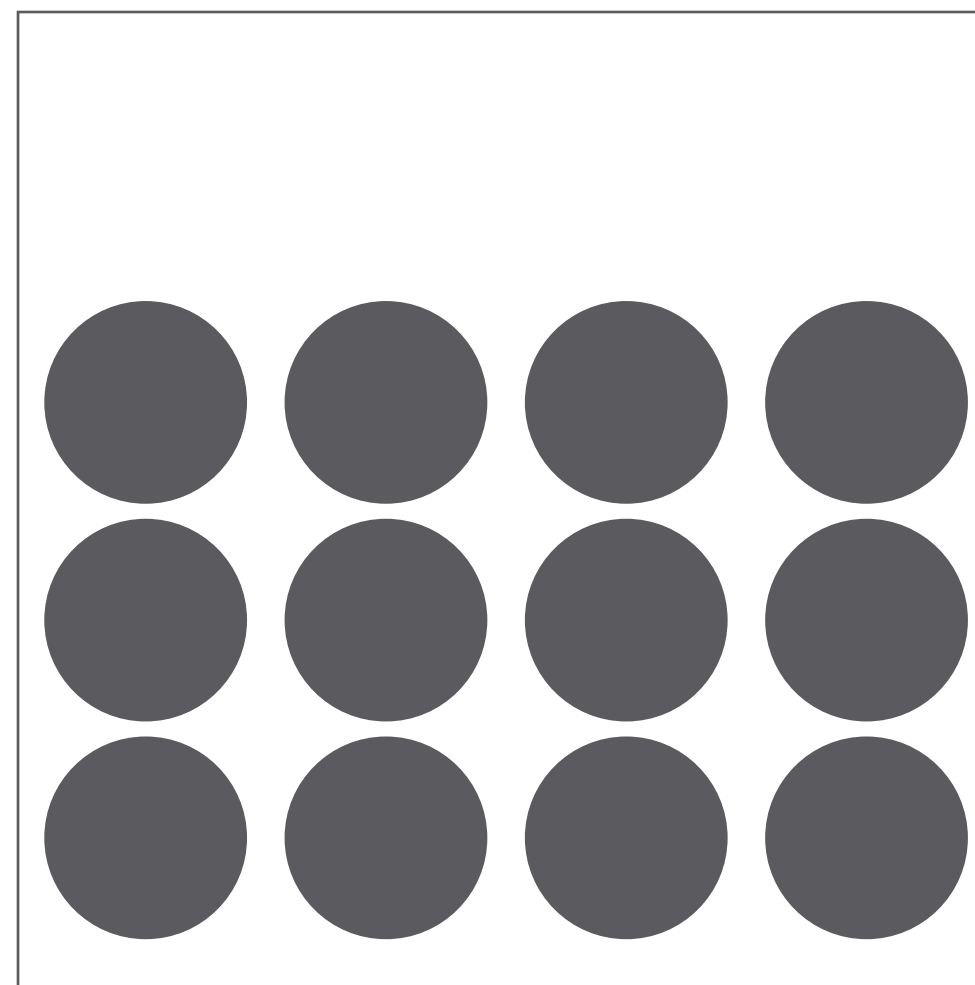
Desorden
Movimiento



COMPOSICIÓN



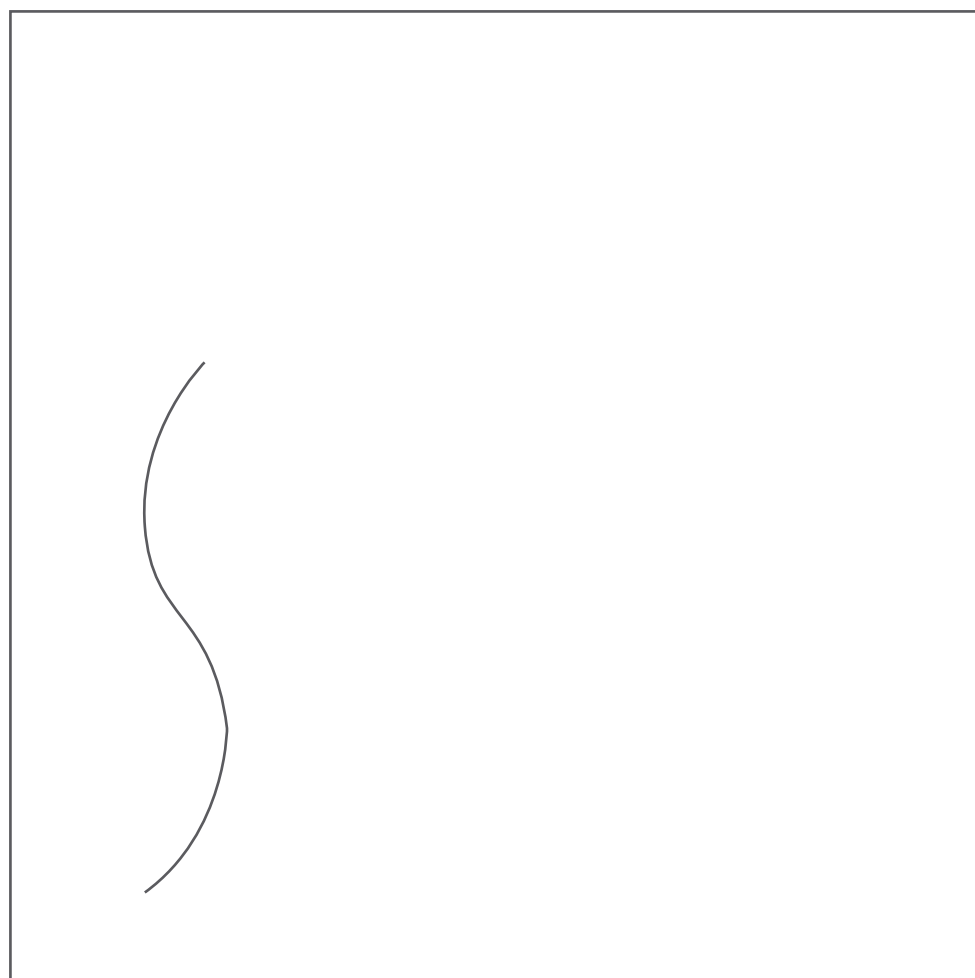
Espacio
Limpieza



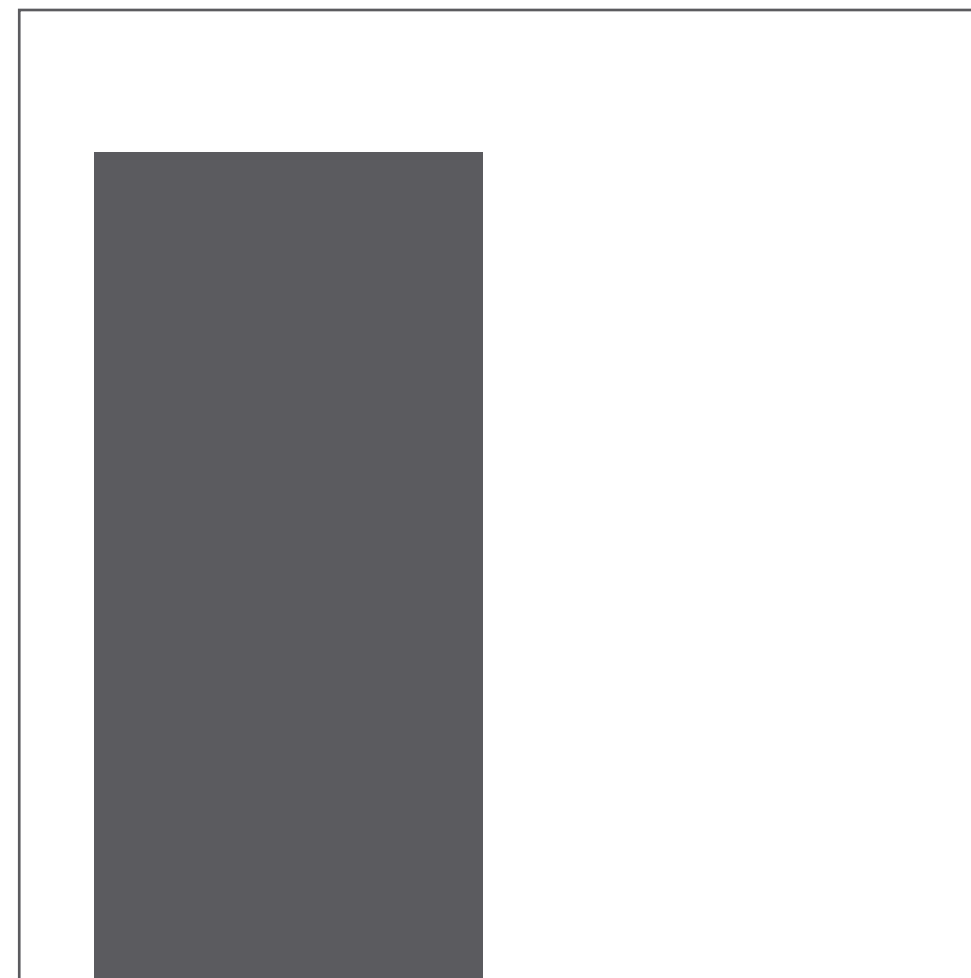
Lleno
Pesado



COMPOSICIÓN



Debilidad
Delicadeza



Fortaleza
Robustez

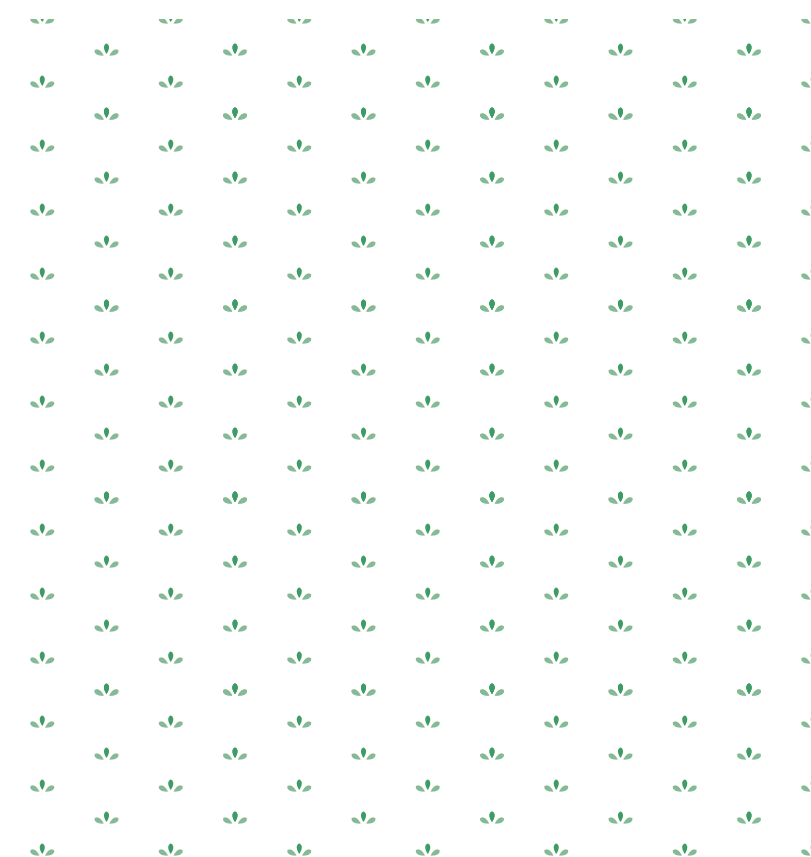
OTROS ELEMENTOS



^
IMÁGENES



^
ILUSTRACIONES



^
TEXTURAS



HERRAMIENTAS

- > Información que debemos tener antes de crear la identidad corporativa
- > Cuales son los elementos más importantes en la comunicación visual
- > Qué pueden transmitir estos elementos
- > CONSCIENCIA

“ Lo importante es que el conjunto transmita con éxito el mensaje que previamente hemos decidido.

¿Tu identidad corporativa lo hace?

ISABEL IBOR

escucho. observo. siento > DISEÑO

www.isabelibor.com

isabel@isabelibor.com

 [@isabelibor_diseno](https://www.instagram.com/isabelibor_diseno)