

comunicá

Vanzago
Identidad Corporativa

DOCUMENTACIÓN CONFIDENCIAL
DERECHOS RESERVADOS
ASUNCIÓN, PARAGUAY.
2016

Vanzago

La empresa busca posicionarse en el mercado de una manera diferencial, el objetivo es evocar en ella la fusión entre la vida urbana y la naturaleza.



Contexto

Vanzago es una nueva empresa que se desempeña en el rubro del desarrollo inmobiliario: compra, venta, alquiler e intermediación de inmuebles. Así también incursiona en la venta de Loteamientos.

Para ello encaramos este proyecto de forma integral, desde la elaboración de la marca, hasta su sistema de comunicación visual.

Conceptualización

Nuestro objetivo era impregnar a la marca de un carácter natural y orgánico, esto necesariamente debía verse reflejado en la estética de nuestra tipografía. Es así que llegamos a un proceso de síntesis basándonos en una planta en proceso de germinación.

El resultado logrado a partir de esta síntesis estaba dotada de la naturalidad que necesitábamos proyectar. Es así que a partir de ella fuimos construyendo la morfología de los signos tipográficos que necesitábamos.

vanzago

La Tipografía

La tipografía fue diseñada especialmente para la marca y realizada en formato bold, serifada y con un marcado contraste. Todo esto con el objetivo de cumplir con los conceptos que identificamos y deseamos transmitir con nuestra comunicación: Confiabilidad y Seriedad.

Los trazos son totalmente orgánicos, es decir, es una tipografía que no posee puntas en ninguna de sus terminaciones ni en sus conexiones.

Esto se debe a que la marca fue realizada con el propósito de evocar en ella un carácter natural y amigable, utilizando también esta característica visual como elemento diferenciador con respecto a las demás marcas del rubro que optan por un formato más cuadrado y geométrico.

La tipografía por si misma goza de un fuerte carácter y denota mucha presencia. Esto se debe al contraste que existe en el trazado de la misma, lo cual también propone cierta elegancia y movimiento.





vanzago

El Color

Independientemente del carácter natural y orgánico que la marca de por sí tiene impregnado en su morfología, nos pareció adecuado utilizar un color que pudiera equilibrar estos valores, y así otorgarle el aspecto corporativo que era indispensable para la marca.

Esta por demás decir que el rojo es por excelencia un color muy potente en su grado mas alto de saturación y es el color del espectro cromático que el ojo humano mejor ve, y es el matiz que se visualiza con más facilidad a mayor distancia. Esto es de gran utilidad al momento de posicionar una marca.

Así también, como es el caso de la morfología de la tipográfica, el color también posee un carácter diferenciador en la marca, con la cual se la puede diferenciar por encima del resto, ya que no es un camino demasiado explorado dentro del rubro.



Gráfica

La gráfica corporativa que acompaña a la marca refuerza aún más el carácter orgánico en sus trazados y sirve de apoyo para la comunicación. Llegamos a la conclusión de que un entorno gráfico sutil y limpio era lo más conveniente para que la marca pudiera lucir en todo su potencial.



comunicá

OLEARY 409 c/ ESTRELLA | EDIFICIO PARAPITI, 5TO PISO | AS. PY.
 (+595) 982 730 609 | info@comunica.com.py | comunica.com.py
 DOCUMENTO CONFIDENCIAL | DERECHOS RESERVADOS





comunicá

OLEARY 409 c/ ESTRELLA | EDIFICIO PARAPITI, 5TO PISO | 525 | As. Py.
(+595) 982 730 609 | INFO@COMUNICA.COM.PY | COMUNICA.COM.PY
DOCUMENTO CONFIDENCIAL | DERECHOS RESERVADOS



www.**comunica**.com.py