

T RANSPORTE LINCE

C ARLOS OSWALDO FERNÁNDEZ

C ÓDIGO: 81499

D ISEÑO GRÁFICO.
I MAGEN CORPORATIVA.

C ENTRO DE SISTEMAS DE ANTIOQUIA.

2⁰⁰⁹

I ntroducción.

El diseñador Gráfico esta en la capacidad de diseñar un manual de imagen corporativa al cualquier tipo de empresa; para ello debe poner de su parte el conocimiento adquirido demostrando su creatividad.

El presente Manual esta constituido por las normas que deben contemplar en el diseño de una imagen corporativa; se partió de un Brief para creación de la imagen; estudio de la imagen corporativa en cuanto la misión, visión slogan; distintivo visual es la parte donde se dará a conocer en detalle la imagen corporativa de la empresa Transporte Lince; Valores tonales los colores seleccionados para la imagen en este caso es en donde se explicara la tonalidad que se debe tener en cuenta en el momento que se utiliza la imagen en cualquier pieza gráfica y Por último las recomendación de como NO se debe utilizar y cambiar en el logo

Misión.



Transporte Lince ofrece un servicio de transporte con Calidad, Seguridad y Confort a su distinguida clientela

VISIÓN

Transportadora Lince para el 2010, pretende ser reconocida en el mercado nacional e internacional por su eficiencia, seguridad y confort a los clientes por su gran servicio

Brief.

Género del Producto.

Transporte.

Nombre de la marca:

Transporte Lince.

Antecedentes de mercado.

El transporte es un medio que facilita el desplazamiento a las personas a un lugar de destino u origen, permitiendo así suplir la necesidad de moverse.

En nuestra ciudad existen gran cantidad de empresa del servicio de transporte ya sea rural, urbano, nacional o internacional. Pero lo que marca es el servicio que se presta a los usuarios, ya que se observa en las estadísticas que la mayoría de la accidentalidad se da por no dar un buen mantenimiento a los vehiculo esto generan desconfianza por parte de los usuarios.

Por eso Transporte Lince quiere incorporarse en el mercado ofreciendo un servicio de seguridad en su movilidad permitiendo gran credibilidad de los usuarios.

Público objetivo

Transporte Lince prestara sus servicios inicialmente a nivel rural de Medellín - Saragosa; lo cual el publico objetivo son los comerciantes..

Sexo.

Las personas que viaja son diversos en este caso viajaron hombres y mujeres de una edad promedio de 25 a 40 años.

Edad.

25 a 40 años.

Nivel Socioeconómico.

La mayoría de los usuarios se determina de estrato 2, 3.

Competencia Directa.

En el mercado se encuentran grandes empresas de transporte dentro de las competencias tenemos Gacela, Magdalena estos se toman como punto de referencia por que transporte Lince quiere internacionalizarse.

Distintivo Visual.



Nombre. LINCE

Se da este nombre a la empresa por que brinda un servicio eficiente y eficaz a los clientes en cuanto a la agilidad, la comodidad, rapidez, seguridad a su destino.

Slogan.

“Servicio y eficiencia a su destino”

Rectángulo Inclinado.

Los rectángulos inclinados en el logo representan la velocidad de los microbuses que prestarán el servicio.

Iniciales.

T: significa Transporte.

L: Lince.

Colores:

Blanco: Da confort y pureza, a su vez tiene relación con el medio ambiente lo cual significa que a través de transportarse con nuestro servicio les estamos brindando aire puro en el desplazamiento.

Negro: Aunque es un color opaco; en nuestro caso representa el silencio y armonía en el viaje; por otro lado se quiere dar a conocer el orden que se maneja en la parte administrativa de la empresa a los clientes.

Verde: Refleja la relación armónica de los clientes con la empresa; y a su vez tranquilidad al utilizar nuestros servicios.

V

aloración Tonal

C:100

R: 0

M:0

G: 146

Y:100

B: 63

K:0

C: 0

R: 31

M: 0

G: 26

:

Y: 0

B: 23

:

K:100

C: 0

R: 255

M: 0

G: 255

Y: 0

B: 255

K: 0

Transporte

Lince

L ogo_ Simbolo

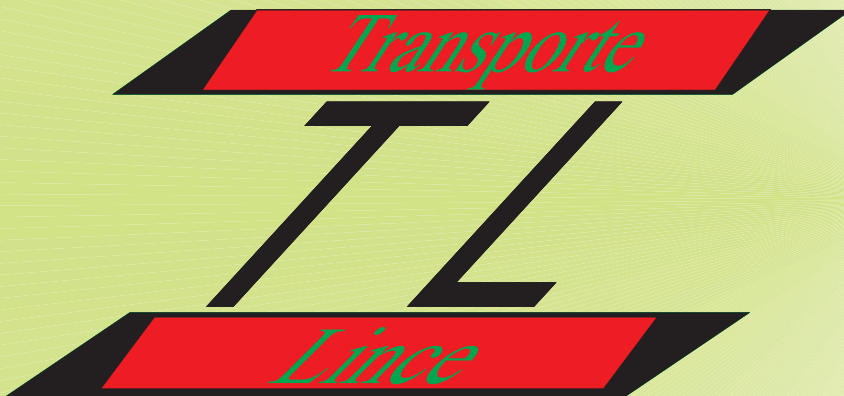


Versiones



Logo_simbolo Versión

Original



Logo_Simbolo Versión
inversión de colores



Logo_ Símbolo en Escala
de grises



Transporte

TZ

Lince

SERVICIO Y EFICIENCIA A SU DESTINO

Recomendaciones el NO uso del logo_Simbolo.

1. No estiras el logo de la mitad, por que se pixela.



2. NO estrechar el logo, pierde su dimensionalidad.



3. No alterar los colores; por que el público ya distingue los colores originales



4. No alterar la tipografía.



5. No declinar mas las fuentes de acuerdo a lo permitido



6. El logo solo esta diseñado en la fuente Times New Roman; lo cual no se permite combinar con otra fuente

