**Diseño de Identidad de Marca**

**1. Introducción**

La identidad de marca es un conjunto de elementos visuales y conceptuales que representan la esencia de nuestra empresa. Este documento establece las bases del diseño de identidad, incluyendo el logotipo, la paleta de colores y los principios de aplicación para garantizar la coherencia visual en todos los puntos de contacto con el usuario.

**2. Logotipo**

El logotipo es el elemento central de la identidad visual de la marca. Su diseño transmite modernidad, velocidad y confianza, atributos fundamentales para nuestra empresa.

**Elementos del logotipo:**

* Un vehículo estilizado en movimiento, representando dinamismo y tecnología.
* Una composición equilibrada con líneas fluidas y una tipografía moderna.
* Colores principales extraídos de la paleta definida para la identidad visual.

*Imagen del logotipo:*

Logotipo

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

**3. Paleta de Colores**

La paleta de colores ha sido seleccionada para transmitir profesionalismo y modernidad. Los colores se utilizan en todas las aplicaciones visuales de la marca, desde el sitio web hasta los materiales impresos.

**Colores principales:**

* Azul (#008DD5): Representa confianza, profesionalismo y tecnología.
* Blanco (#FFFFFF): Simboliza claridad, pureza y transparencia.
* Negro (#27242a): Brinda elegancia y fuerza a la identidad.
* Gris (#A0A0A0): Complementa la paleta con un tono neutro y sofisticado.

**Colores secundarios:**

* Azul claro (#4BA3C3): Se usa para resaltar elementos y proporcionar contraste.
* Amarillo (#E3B155): Agrega calidez y dinamismo a la composición.

**4. Tipografía**

Se ha seleccionado una tipografía moderna y de fácil lectura que complementa la identidad visual.

**Tipografía primaria:**

* *Montserrat Bold*: Para títulos y encabezados.
* *Montserrat Regular*: Para textos y descripciones generales.

**5. Uso del Logotipo**

Para mantener la coherencia visual, el logotipo debe usarse de la siguiente manera:

* Siempre en los colores corporativos establecidos.
* No se debe estirar, modificar ni alterar la proporción.
* Debe contar con un área de seguridad alrededor para evitar interferencias visuales.

**6. Aplicaciones de Marca**

El diseño de identidad debe reflejarse en todos los puntos de contacto con el usuario:

* Sitio web y plataforma digital.
* Material publicitario impreso y digital.
* Redes sociales y presentaciones corporativas.
* Uniformes y elementos de merchandising.

**7. Conclusión**

Este documento establece los lineamientos visuales para garantizar la coherencia y reconocimiento de la marca en el mercado. Su aplicación adecuada contribuirá al posicionamiento y diferenciación de la empresa en el sector.