

**MATERIAL DOCENTE INSTITUCION UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA**

Proceso: Planeación Académica

Código  
600.R.07

Versión  
01

Emisión  
11-05-2022

Página 1 de 2



**Conceptos de marca**

**Autor(es):**  
Andrés Urrutia B  
Docente de Planta



**Presentación – 01/05/2023**

**Resumen:**

Explicación de términos relacionados marca, mitos y pre-conceptos que coloquialmente se tiene de el diseño de marca, pautas para el diseño de una marca gráfica

**Auspiciador:** No aplica.

**Palabras clave:**

Marca, Branding, Identidad Corporativa, Imagen corporativa

**Descripción:**

**FACULTAD DE ARTE Y DISEÑO**

Diseño Visual  
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

**Referencie este documento así:** Urrutia, A. (2023). Conceptos de marca [Presentación]. Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

MITOS Y VERDADES

Andrés Urrutia B.

---

# IMAGEN CORPORATIVA



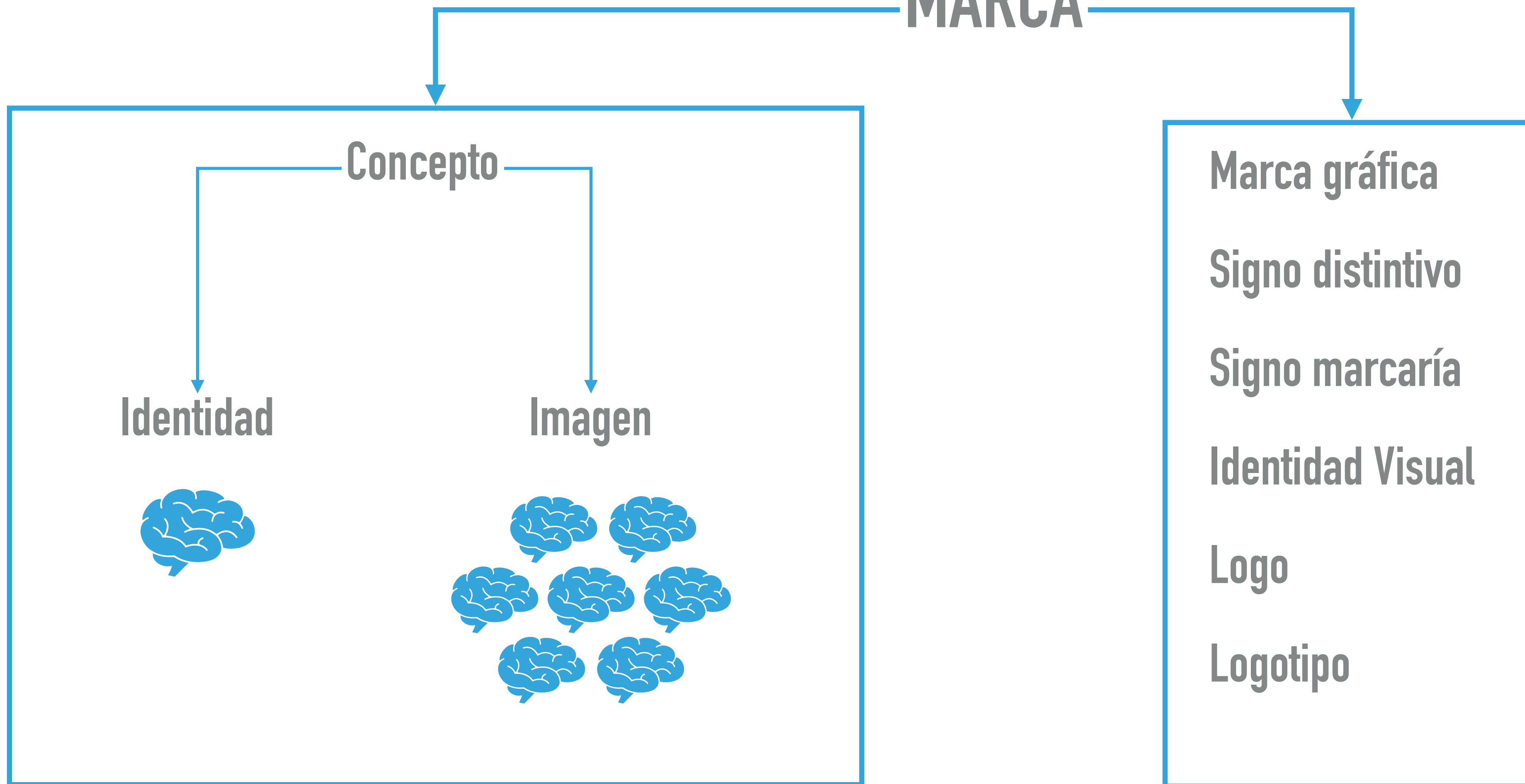
MEJORAR COMUNICACIÓN

---

**EMPRESARIOS Y  
DISEÑADORES**

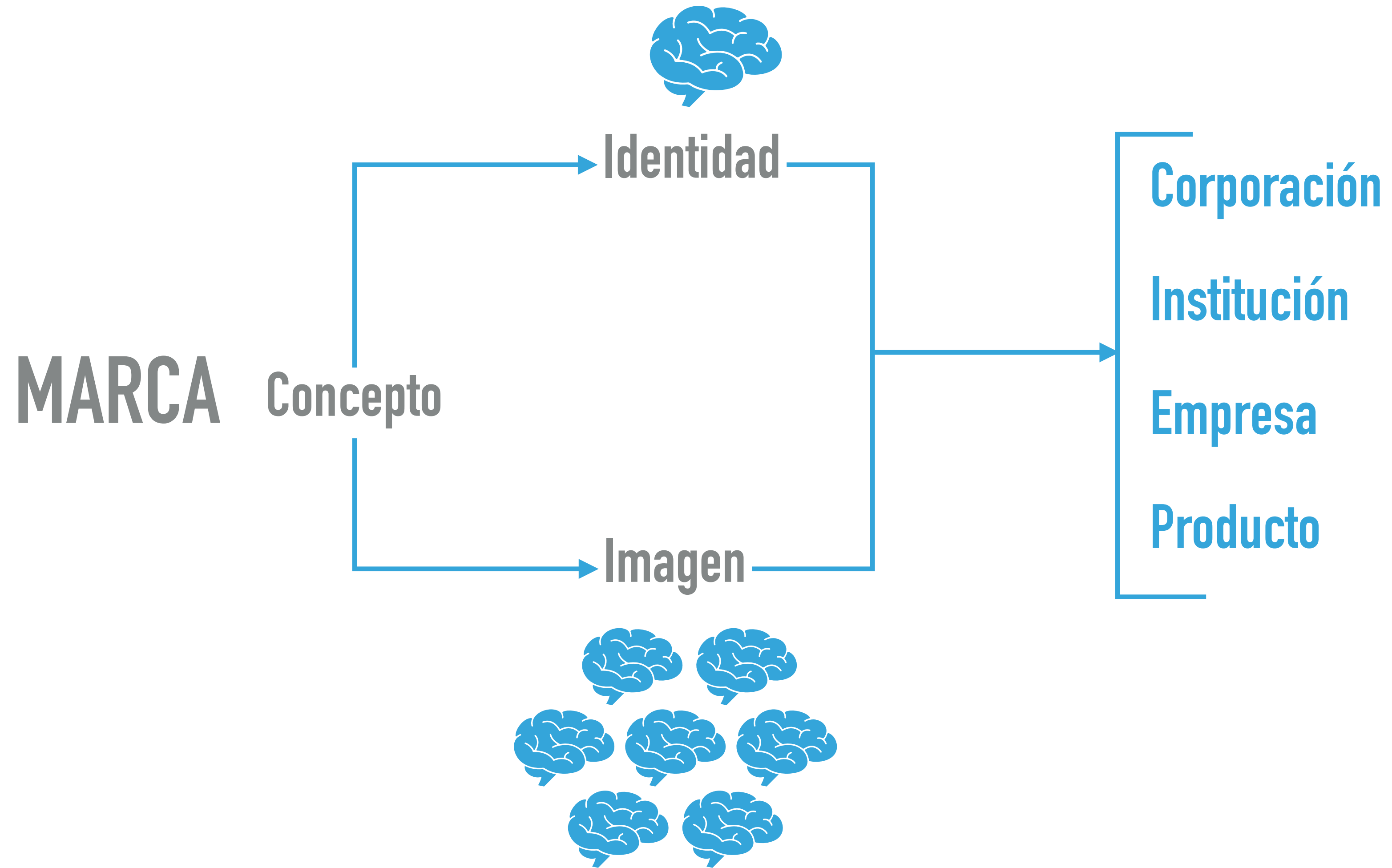
# CONCEPTOS BÁSICOS

## MARCA





# CONCEPTOS BÁSICOS



# CONCEPTOS BÁSICOS

## MARCA Gráfica



MARCA

---

**LOGOTIPOS**

Calvin Klein    **Novell**<sup>®</sup>    Monotype<sup>®</sup>    **SONY**<sup>®</sup>

**AEG**    ***Bianchi***    **CASIO**<sup>®</sup>    VOGUE    **CHANEL**

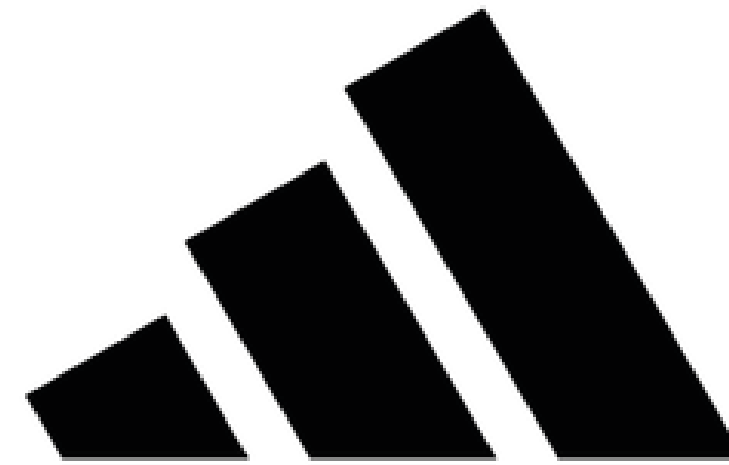
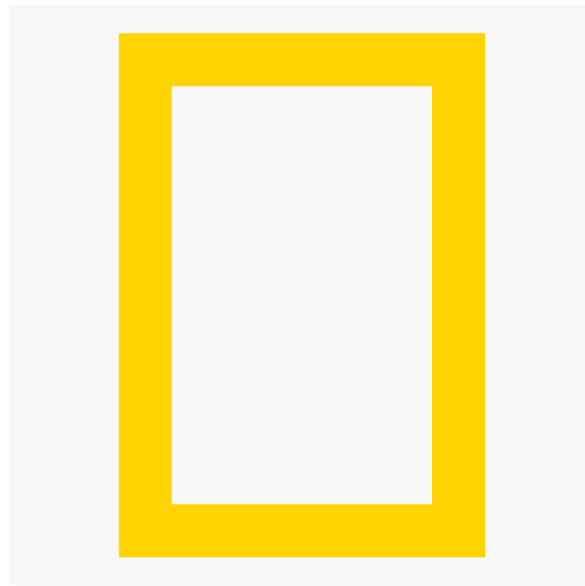
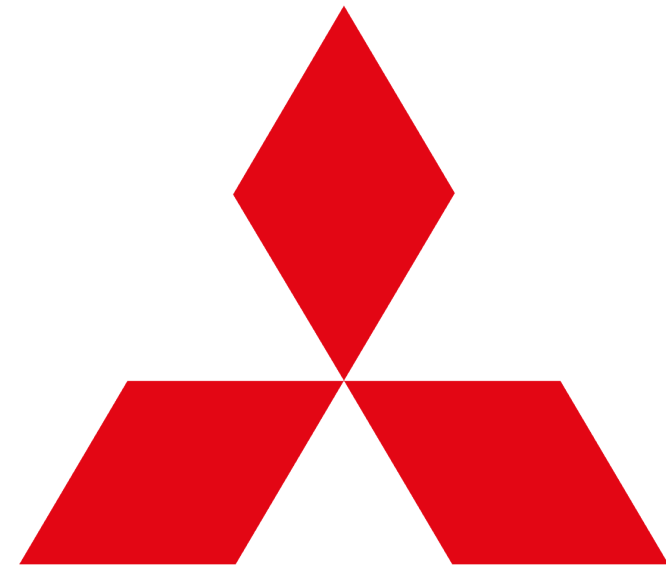
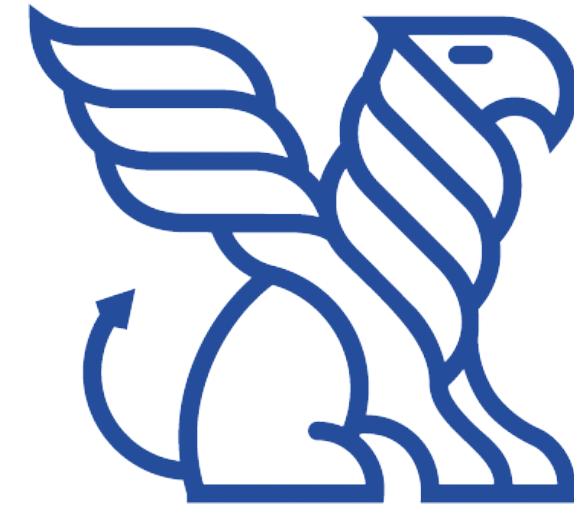
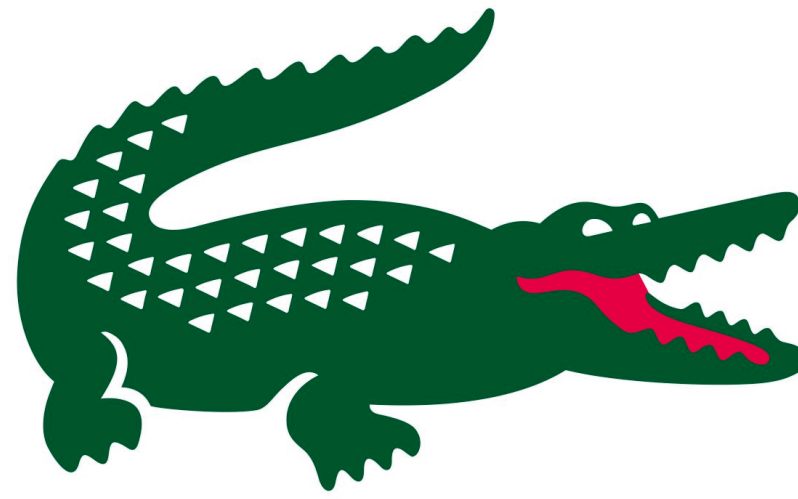
**FEDDERS**    Häagen-Dazs<sup>®</sup>    **PENTAX**    **SEIKO**

**SINGER**    ***prince***<sup>®</sup>    **Panasonic**    **SIEMENS**

**TELEFUNKEN**    **EPSON**    **Jeep**<sup>®</sup>    **TEAC**<sup>®</sup>    **TOSHIBA**

MARCA

# SÍMBOLOS

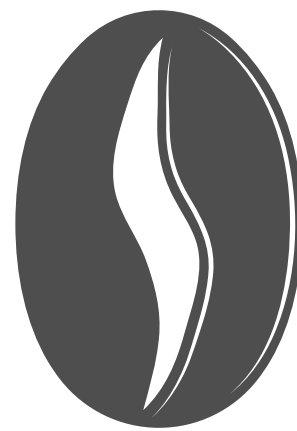




# REPRESENTACIÓN SÍMBOLOS

---

## Representación Directa



## Representación Indirecta



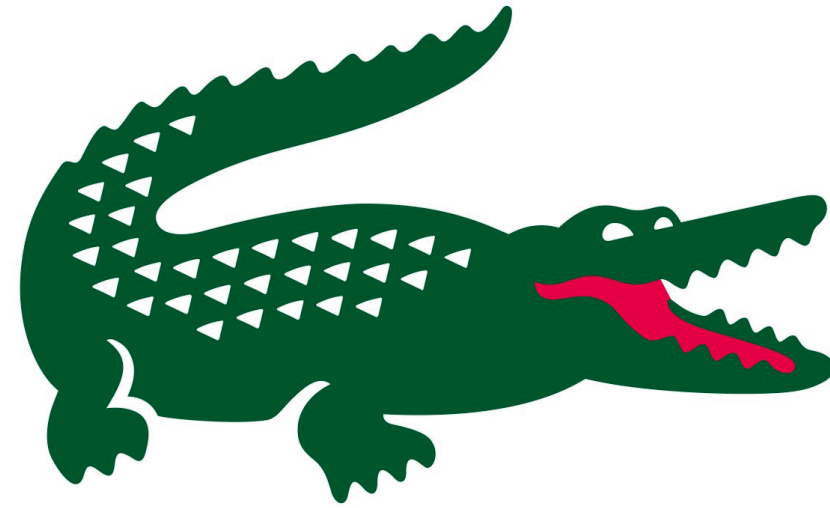
Juan Valdez  
Café



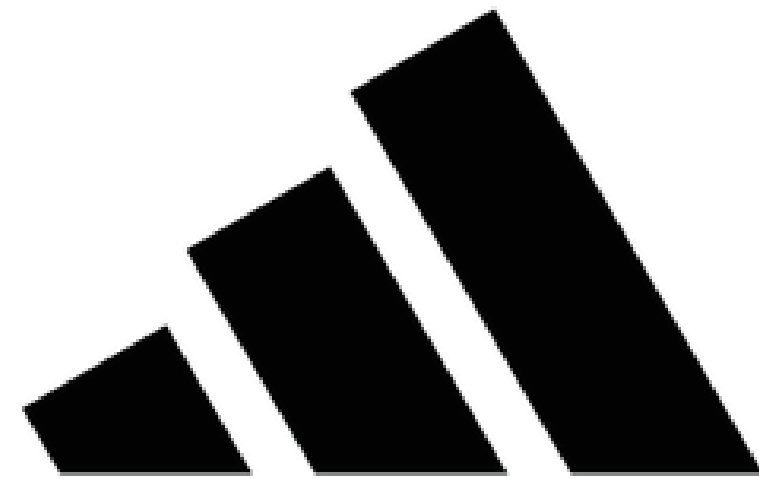
## Representación Arbitraria



## FUNCIONA MUY BIEN



¿Qué tiene que ver un cocodrilo con una marca de ropa casual?



¿Qué tiene que ver 3 líneas con una marca de ropa deportiva?



¿Qué tiene una sirena de 2 colas con una marca de café?

# CONCEPTO DE REPRESENTACIÓN

---

Campesino recolector de café con su mula, oriundo del eje cafetero



# CONCEPTO ESTILÍSTICO



ADJETIVO	2	1	0	1	2	ANTÓNIMO
Masculina						Femenina
Costosa						Económica
Premium						Popular
Joven						Adulta
Divertida						Seria
Elegante						Informal
Rústica						Tecnológica
Clásica						Moderna
Recargada						Minimalista
Geométrica						Orgánica



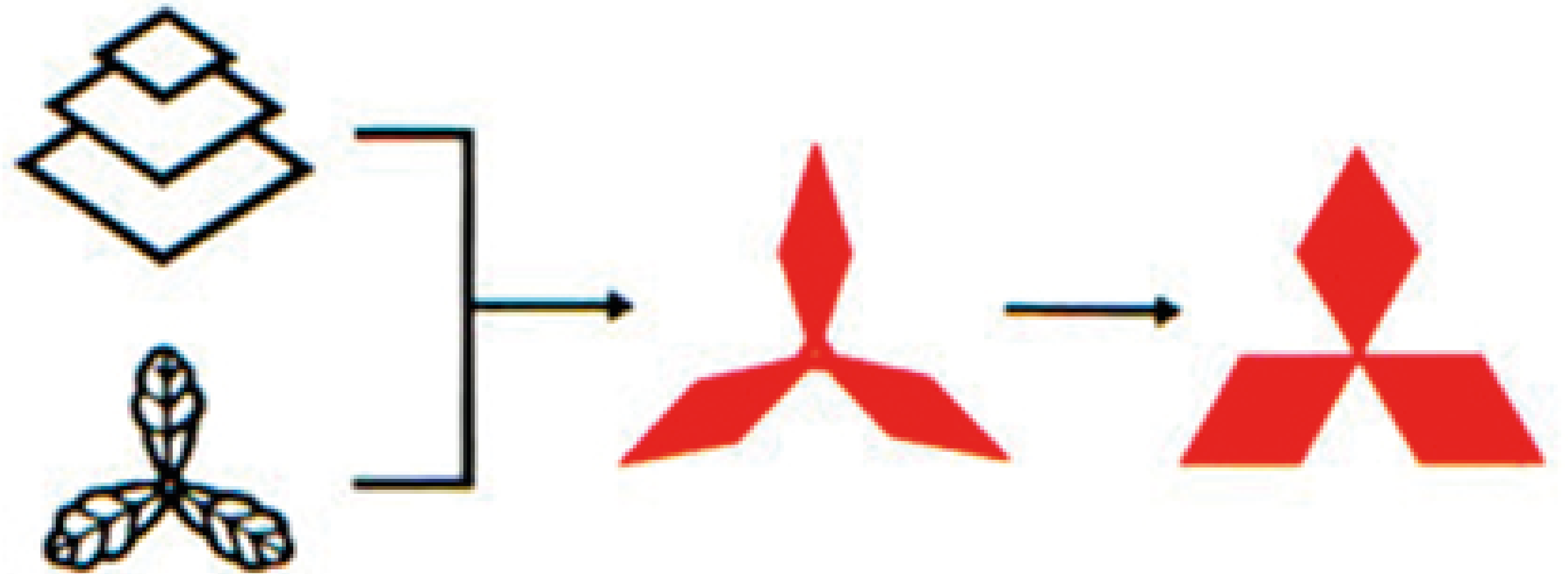
ADJETIVO	2	1	0	1	2	ANTÓNIMO
Masculina						Femenina
Costosa						Económica
Premium						Popular
Joven						Adulta
Divertida						Seria
Elegante						Informal
Rústica						Tecnológica
Clásica						Moderna
Recargada						Minimalista
Geométrica						Orgánica



# ORIGEN CONCEPTO DE REPRESENTACIÓN

El emblema de la familia Iwasaki estaba compuesto por tres rombos apilados cada uno de la mitad del tamaño del anterior, lo que generaba una estructura visual que representaba los techos de los templos y palacios del Japón clásico. Por su lado, el emblema del clan Tosa estaba compuesto por una cresta de tres hojas del árbol de Roble.

Estos dos elementos constituyeron la inspiración para el desarrollo del logo de Mitsubishi que derivó en una composición de aspas de motor que conservaba los elementos simbólicos de los emblemas de los clanes y a su vez respondía al modelo de negocios de la compañía. Por recomendación de Yataro Iwasaki, que quería darle un valor más sustancial, se eligió el nombre Mitsubishi que viene del japonés “Mitsu” (Tres) e “Hishi” (Diamante)





# LA MARCA GRÁFICA COMO VESTIDO





# LA RESPONSABILIDAD DE LA MARCA

---

Corrupto  
Procastinador  
Sin estudios  
Acosador



Honesto  
Trabajador  
Posgrados  
Productivo



# ¿LOGOTIPO O SÍMBOLO?

## Rendimiento de la marca grafica

Longitud del nombre

**SONY**<sup>®</sup>



Exigencias de reproducción



## El Sector

Adscribirse

Diferenciarse

 PEUGEOT	 SKODA AUTO	 ALFA ROMEO	 FIAT	 SUZUKI
 MITSUBISHI MOTORS	 mazda	 Audi	 Mercedes-Benz	 B M W
 CHRYSLER	 CITROËN	 DACIA	 DAIHATSU	 DAEWOO
 CHEVROLET	 Ford	 HONDA	 NISSAN	 SEAT
 VW	 KIA	 HYUNDAI	 LANCIA	 LAND-ROVER
 LEXUS	 MINI	 RENAULT	 TOYOTA	 SAAB



# MÁS ALLÁ DEL LOGO

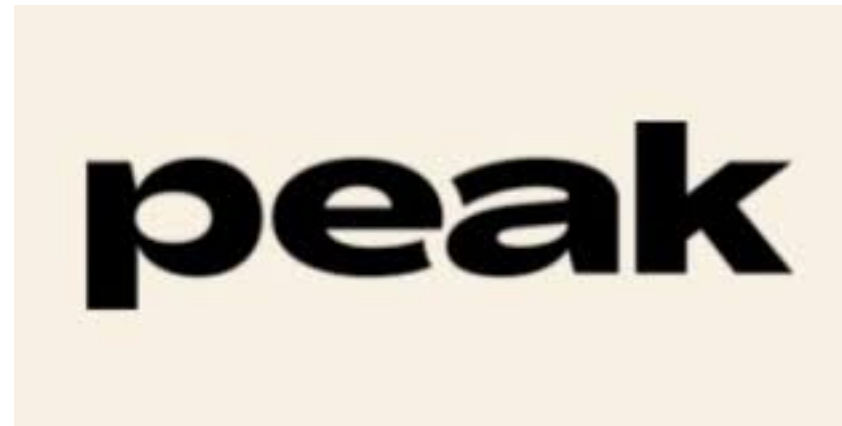
IDENTIDAD VISUAL



Identidad Visual  
LOGOCENTRICA



Identidad Visual  
CON GRÁFICA  
AUXILIAR





**MUCHAS GRACIAS**