

CONTENIDO

COMPETENCIA

LOGOTIPO

¿Qué queremos transmitir?
Inspiración y conceptos

COLOR

Paleta de colores

TIPOGRAFÍA

Tipografía corporativa
Tipografía secundaria

MOODBOARD

LOGOTIPO

Versiones
Positivo y negativo

USOS DE LA MARCA

Area de seguridad

COMPETENCIA

En este apartado estudiamos las marcas de los servicios sociales de otras comunidades. Fijándonos en su color, tipografía y claim. En general tienden a ser coloridos, a ser bastante horizontales, uso de tipografía sin serifa, formas redondeadas y varios representan figuras humanas.



LOGOTIPO

¿QUÉ QUEREMOS TRANSMITIR?

Esta es la presentación de la marca para los SERVICIOS SOCIALES DE BASE de Vitoria-gasteiz el cual recoge todos los elementos que constituyen su identidad visual.

Los SERVICIOS SOCIALES DE BASE de Vitoria-gasteiz son uno de los servicios públicos de la ciudad, el cual busca mejorar el bienestar de la ciudadanía a través de sus programas, servicios y recursos.

Son un derecho de la ciudadanía que todos podemos usar. A lo largo de la vida se producen cambios y pueden darse situaciones donde se pueda necesitar apoyo del servicio.

Tras el briefing, se hizo un **estudio de conceptos** y salieron 4 principales, de los cuales, desglosamos en más, y esto ayudó a la construcción de la marca de la siguiente manera.

PROXIMIDAD

COMUNIDAD
BARRIO
CERCANIA

UNIVERSALIDAD

PARA TODOS
PÚBLICO
ACCESIBLE

CAMBIOS

DE LA VIDA
MOVIMIENTO
ADAPTABILIDAD
CRECER

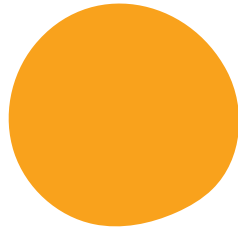
BIENESTAR

PREVENCIÓN
AMABLE
EQUILIBRIO
ACOMPANIAMIENTO

LOGOTIPO

INSPIRACIÓN Y CONCEPTOS

PROXIMIDAD



La proximidad se va a ver representada a través de **formas orgánicas** que nos dan sensación de estar hecho a mano, transmitiendo más **humanidad**, y se reforzara la idea de sensación de **cercanía** a través del uso del naranja, que es un color calido.

LOGOTIPO

INSPIRACIÓN Y CONCEPTOS

UNIVERSALIDAD

AB ab
CD cd
EF ef
GH gh

El concepto universalidad lo vamos a ver representado a través de las tipografías, las cuales son sans serif, cuyos trazos rectos y sin contraste aportan **estabilidad y equilibrio**.

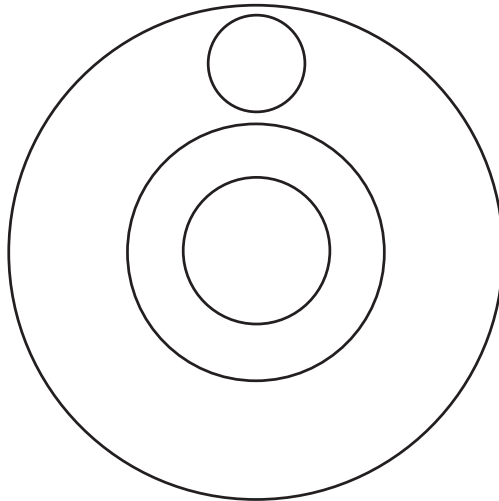
El uso de las minúsculas, nos aporta **accesibilidad** ya que son más fáciles de leer y nos aporta un aire **cercano** y más **relajado**.

También se hace uso de una de las tipografías corporativas del ayuntamiento, haciendo alusión a lo **público**.

LOGOTIPO

INSPIRACIÓN Y CONCEPTOS

CAMBIOS



El concepto cambios se va a representar en la imagen a través de formas redondeadas, que aportan **amabilidad** y representan el **curso del tiempo**, los cambios en la vida.

Además la construcción del isotipo se ha hecho a través de círculos, los cuales simbolizan **movimiento y adaptabilidad**.

*Algunos de estos círculos se desplazaron posteriormente para generar una figura con más naturalidad y movimiento.

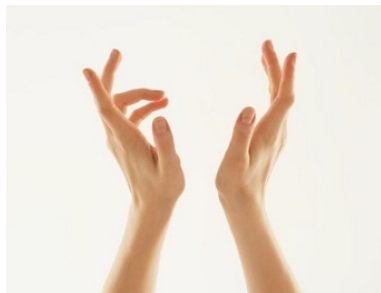
LOGOTIPO

INSPIRACIÓN Y CONCEPTOS

BIENESTAR

El concepto bienestar se va a representar a través del símbolo que se ha creado para el isotipo.

También simboliza el **acompañamiento** y los **cuidados** con las formas creadas para la imagen donde se representan dos manos protegiendo un círculo, las cuales también son una persona que cuida a otro círculo.

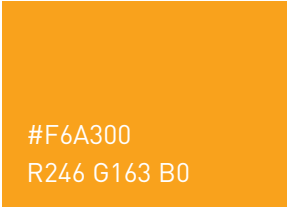


COLOR

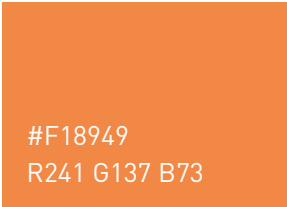
PALETAS DE COLORES

El naranja es el color principal de la marca que da sensación de **cercanía y proximidad**, el cual ya se ha asociado anteriormente al servicio. Se le atribuye la capacidad de **fomentar la interacción social**. Y trasmite **calidez, alegría, optimismo y confianza**.

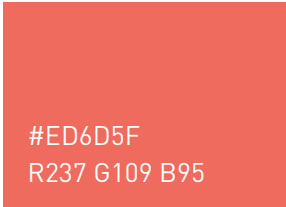
Y le acompaña, dos tonos más de colores anaranjados y un color negro en la tipografía que ayuda en su legibilidad.



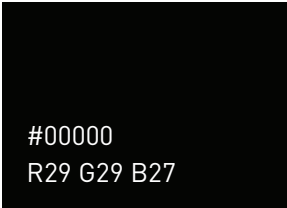
#F6A300
R246 G163 B0



#F18949
R241 G137 B73



#ED6D5F
R237 G109 B95



#000000
R29 G29 B27

TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Gotham

La tipografía que se ha escogido para construir el logotipo ha sido GOTHAM en su versión bold. Esta tipografía sans serif es **lineal y geométrica**, lo cual por aporta **estabilidad** necesaria y la **seriedad** justa para ver que es un departamento de la ciudad.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890?!,:

TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Frutiger

La tipografía que se ha escogido como secundaria ha sido la FRUTIGER en su versión roman (castellano) y light (euskera).

Se trata de una tipografía sans serif, de gran legibilidad, la cual también se usa en otros servicios de la ciudad, por lo que lo asocia con lo **publico**.

Además de que sus pesos nos ayuda a generar diferentes niveles de lectura para los idiomas.

abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz

1234567890?!,:

MOODBOARD



LOGOTIPO



OGZ

Oinarrizko
Gizarte Zerbitzuak

SSB

Servicios Sociales
de Base

LOGOTIPO

Versiones



LOGOTIPO PRINCIPAL

El logotipo principal deberá utilizarse en la mayoría de las ocasiones.



LOGOTIPO SECUNDARIO

El logotipo secundario es una variación que se puede utilizar en situaciones en las que es más adecuado.



ISOTIPO

La marca del logotipo es la versión más pequeña de nuestro logotipo que se utilizará en espacios como una imagen de perfil o un sitio web.

LOGOTIPO

Versión vertical



OGZ
SSB

Oinarrizko
Gizarte
Zerbitzuak

Servicios
Sociales
de Base

COLOR

POSITIVO Y NEGATIVO



APLICACIONES

Tarjeta de visita



APLICACIONES

Rotulo en cristal



USOS DE LA MARCA

Area de seguridad

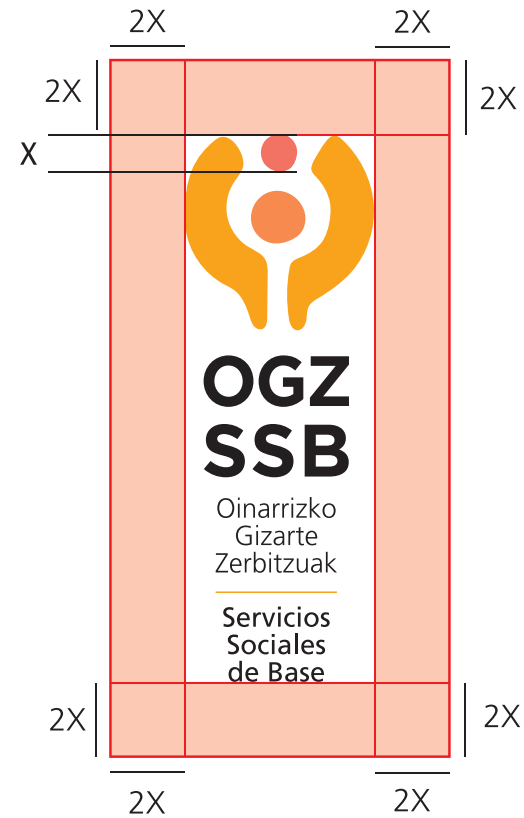
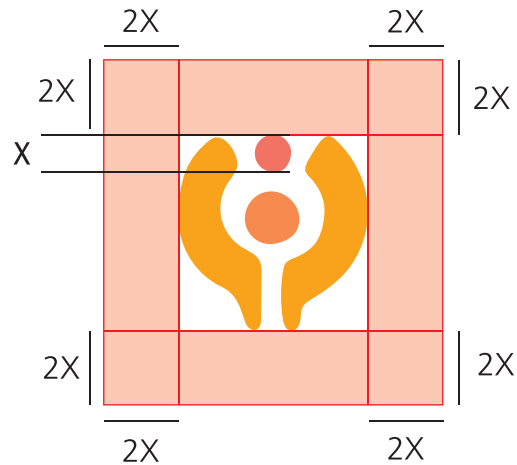
Para un uso correcto de la marca es necesario respetar el área de seguridad de la misma, esta ha de quedar libre de la intrusión de otros elementos gráficos para asegurar su legibilidad.

Se tomará como referencia la altura X que se muestra en la imagen y creará un área de protección al rededor del tamaño de 2X.



USOS DE LA MARCA

Area de seguridad





OGZ

Oinarritzko
Gizarte Zerbitzuak

SSB

Servicios Sociales
de Base