IDENTIDAD VISUAL

PATRICIAOROZZCO

Diseño de logotipo e identidad visual



PRESENTACIÓN DE IMAGEN

2026

INTRODUCCIÓN

El presente Manual de Identidad Visual recoge las normas básicas para la correcta utilización del logotipo de Rodríguez Agís Autotransport, S.L.

Su objetivo es establecer unos **criterios gráficos comunes** que permitan mantener una imagen visual coherente, reconocible y uniforme en cualquier soporte o aplicación, tanto impresa como digital.

El cumplimiento de las directrices recogidas en este documento garantiza una reproducción adecuada del logotipo, preservando su legibilidad, proporciones y características gráficas en cualquier contexto de uso.


RODRIGUEZAGÍS
AUTOTRANSPORT

SOBRE EL LOGO

El logotipo de Rodríguez Agís Autotransport ha sido diseñado para ofrecer una **imagen sólida, contemporánea y fácilmente identificable** dentro del sector del transporte de vehículos.

Su construcción combina una tipografía de geometría contundente con una composición horizontal que favorece la legibilidad pero que aporta una marcada sensación y movimiento.

La identidad visual se completa mediante el empleo de una paleta cromática basada en el negro y el azul, dos colores que aportan contraste, personalidad y una presencia visual fácilmente reconocible.

El conjunto configura una marca preparada para adaptarse a diferentes soportes de comunicación, desde la rotulación de vehículos hasta aplicaciones impresas y digitales.

El objetivo era configurar **una marca capaz de evolucionar en el tiempo, crecer, expandirse y adaptarse** a cada situación y momento de la empresa.

SOBRE EL LOGO II

El logotipo está compuesto por tres elementos principales que conforman una única unidad gráfica. La relación de tamaños, alineaciones y proporciones entre estos tres elementos ha sido cuidadosamente definida y no deberá modificarse bajo ninguna circunstancia.

RODRÍGUEZ 01

Rodríguez constituye el elemento principal de la marca y se presenta mediante una tipografía de construcción geométrica y gran peso visual, convirtiéndose en el punto de mayor reconocimiento.

AGÍS 02

Agís complementa el conjunto mediante una composición equilibrada, con recursos gráficos que aportan dinamismo y continuidad visual, reforzando la imagen e independencia de los apellidos.

AUTOTRANSPORT 03

Finalmente, la denominación Autotransport actúa como descriptor de la actividad de la empresa, identificando de forma clara el sector al que pertenece sin competir visualmente con el nombre comercial.

VERSIONES DEL LOGOTIPO

Con el fin de garantizar una correcta reproducción en cualquier soporte, se establecen las siguientes versiones oficiales del logotipo:

- Versión principal a color.
- Versión positiva (monocromática en negro).
- Versión negativa (blanco sobre fondo oscuro).
- Versión para fondos corporativos.







VERSIONES DEL LOGOTIPO II

A mayores, se incluye una versión monocromática en el color corporativo principal y una versión vertical. Esta última está diseñada para aplicaciones en las que el espacio disponible presenta un formato estrecho o cuando las dimensiones de reproducción son reducidas.

La versión vertical reorganiza los elementos del logotipo manteniendo su identidad gráfica y su legibilidad, convirtiéndose en la alternativa recomendada para aquellos soportes en los que la versión horizontal no pueda reproducirse de forma adecuada.

Siempre que las dimensiones y el formato del soporte lo permitan, **deberá utilizarse la versión principal**.







ÁREA DE SEGURIDAD

Con el objetivo de preservar la legibilidad y el impacto visual del logotipo, deberá respetarse un área de protección libre de cualquier otro elemento gráfico, tipográfico o fotográfico. Esta zona de seguridad garantiza que el logotipo mantenga su presencia visual y evita interferencias que puedan dificultar su correcta percepción.

Se establece como área de seguridad una distancia equivalente a U, siendo U la altura del descriptor "AUTOTRANSPORT". Ningún elemento gráfico o tipográfico deberá invadir este espacio, garantizando así la correcta visibilidad y legibilidad del logotipo.



COLORES CORPO.

La identidad visual se apoya en una combinación cromática reducida que garantiza una elevada legibilidad y una reproducción consistente en cualquier medio.

El negro actúa como color principal, aportando contraste y presencia visual, mientras que el azul introduce un elemento diferenciador que enfatiza determinadas partes del logotipo y contribuye a equilibrar la composición.

Para garantizar la uniformidad de la marca deberán emplearse siempre las referencias cromáticas oficiales especificadas en este manual.

#FFFFFF
BLANCO

RGB
(255,255,255)

#004AAD
AZUL ELÉCTRICO

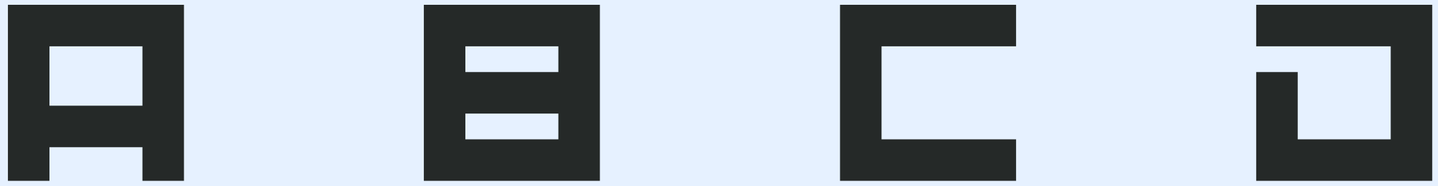
RGB
(0,74,173)

#001735
Azul oscuro (secundario)

RGB
(0,23,53)

TIPOGRAFÍA

El logotipo ha sido desarrollado mediante un **tratamiento tipográfico personalizado**, adaptado específicamente a la identidad visual de la marca.
Por este motivo, no está permitido sustituir la tipografía del logotipo por otras fuentes ni modificar sus proporciones, espaciados o composición.



FUENTE **ADRIANA**

Aa Bb Cc Dd

FUENTE **OPEN SAUCE**

Para piezas de comunicación que requieran textos de mayor extensión —como documentación corporativa, presentaciones, soportes publicitarios o contenidos digitales—, la tipografía del logotipo puede convivir con familias tipográficas sans serif (de palo seco)

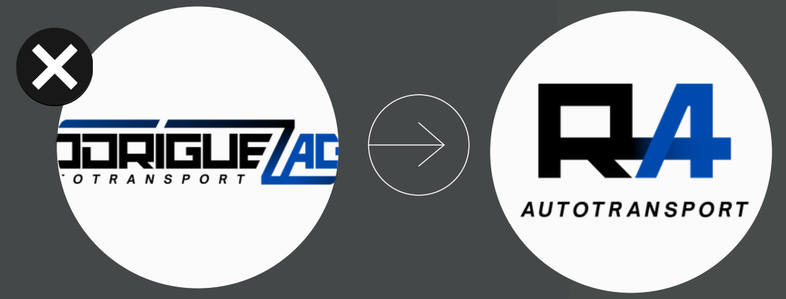
USOS INCORRECTOS

Con el fin de preservar la identidad visual de la marca, no está permitido modificar el logotipo bajo ninguna circunstancia.
Entre los usos incorrectos se incluyen, entre otros:

- Alterar sus proporciones.
- Modificar los colores corporativos.
- Cambiar la tipografía.
- Añadir efectos, sombras o degradados.
- Rotar el logotipo.
- Separar o reorganizar sus elementos.
- Colocarlo sobre fondos que dificulten su lectura.
- Reducirlo por debajo del tamaño mínimo establecido.







APLICACIONES

La identidad visual ha sido concebida para adaptarse a una **amplia variedad de soportes** propios de la actividad de la empresa.

Entre sus principales aplicaciones se incluyen la rotulación de vehículos, documentación corporativa, ropa de trabajo, material promocional y medios digitales.

La utilización coherente del logotipo en todos estos soportes contribuye a reforzar su reconocimiento y garantizar una imagen visual uniforme.






RODRIGUEZAGÍS
AUTOTRANSPORT