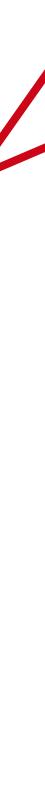
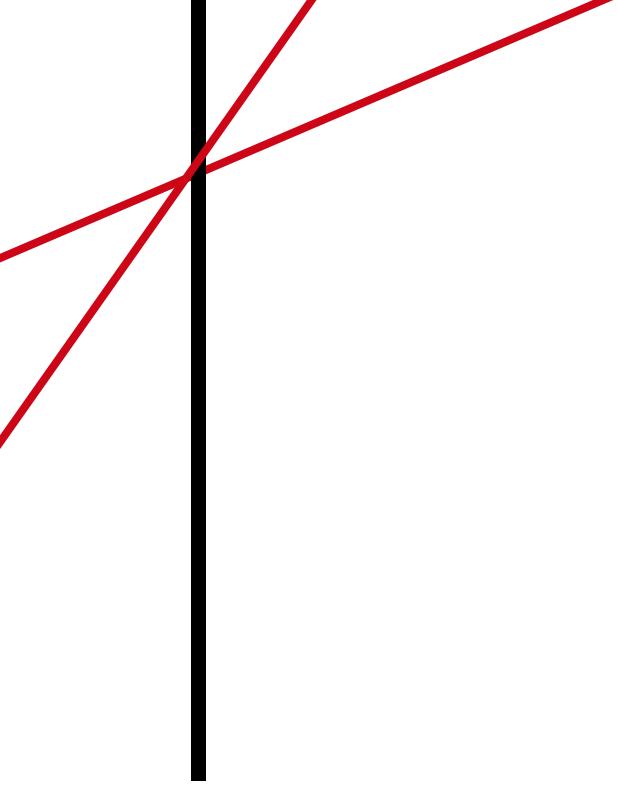




rediseño  
identidad corporativa  
presentación de propuestas



la empresa rl & asociados

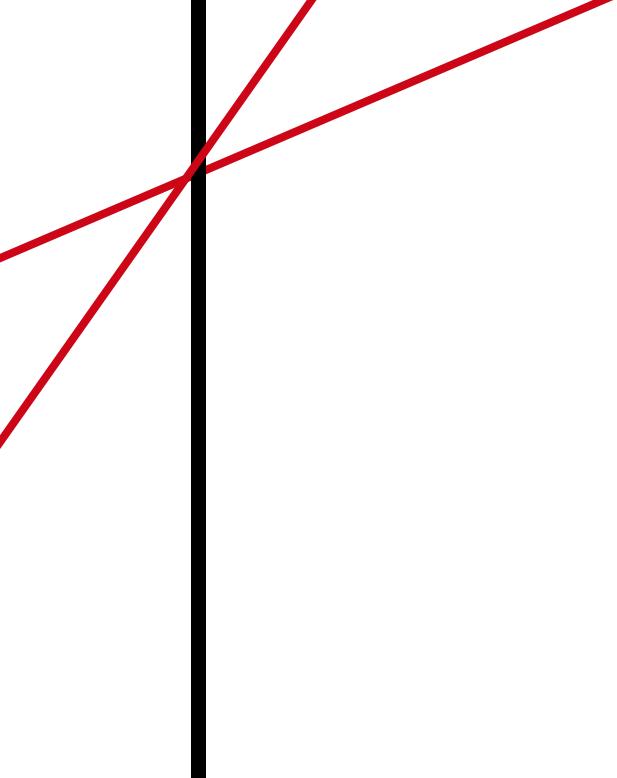


## la empresa rl & asociados

La empresa se ha constituido en el año 1998, año en que comenzó a operar en el campo de la contabilidad y servicios relacionados.

Inició sus actividades como prestadora de servicios dedicada exclusivamente a la contabilidad, principalmente por las características del mercado.

Comenzó con una estructura mínima de dos funcionarios, con una ardua tarea de competir en un mercado de difíciles características, sin embargo supo sortear las dificultades y superarlas de tal forma que a partir de ese momento no ha cesado en su crecimiento, el cual se ha mostrado sostenido y constante, llegando a los actuales niveles en cuanto a infraestructura, lo que puede notarse hoy, al observar el plantel profesional y la cartera de clientes.

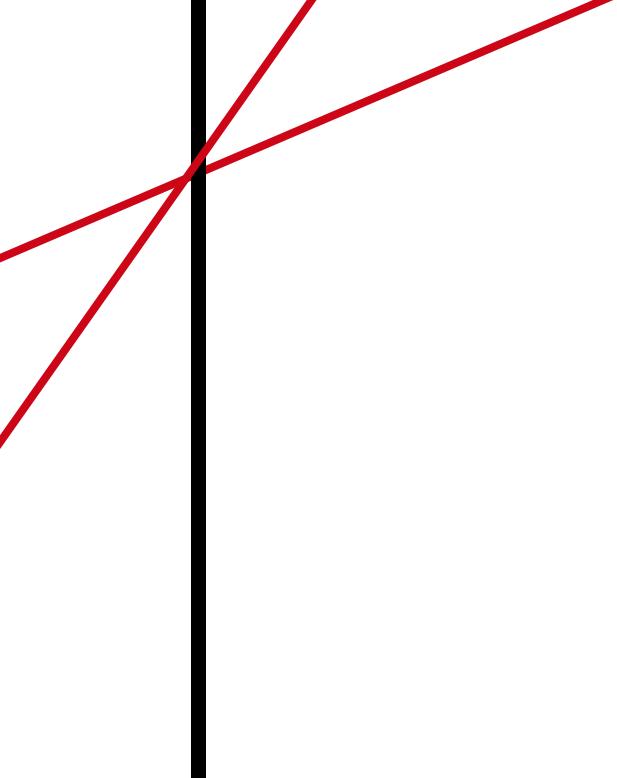


# la marca rl & asociados

A partir del rubro al que se dedica la empresa, y, en vista a la actual posición en el mercado, se buscará lograr como identidad visual una imagen moderna pero a la vez seria, que marque la diferencia dentro del mercado.

La idea de la marca es representar un estilo serio acorde a la actualidad, sin caer en excesos y que sea agradable a la vista del público. El punto principal de este etapa es la búsqueda de la imagen adecuada que represente a RL & Asociados.

La competencia directa en el mercado a ser tenida en cuenta sería: Conaudit, PKF, CYCE, AYCON, entre otras, por tratarse de empresas dedicadas al mismo rubro.



# la marca rl & asociados

El objetivo principal de la marca es lograr definir una imagen visual principal que ayude al protagonismo de la empresa en el mercado.

A partir de esto se buscará lograr:

- Diseño único
- Simplicidad
- Pregnancia
- Versatilidad
- Seriedad
- Discreción
- Modernidad



Rossana León & Asociados  
Consultores & Auditores

## la marca rl & asociados actual

En la actualidad se cuenta con una imagen que a nivel general esta bien lograda, pero teniendo en cuenta criterios del rubro y del mercado, tal vez no sea la adecuada. Analizando la identidad actual, se extraen elementos positivos y negativos a tener en cuenta para el desarrollo de nuevas propuestas. Se presenta de la siguiente forma:

### Fortalezas:

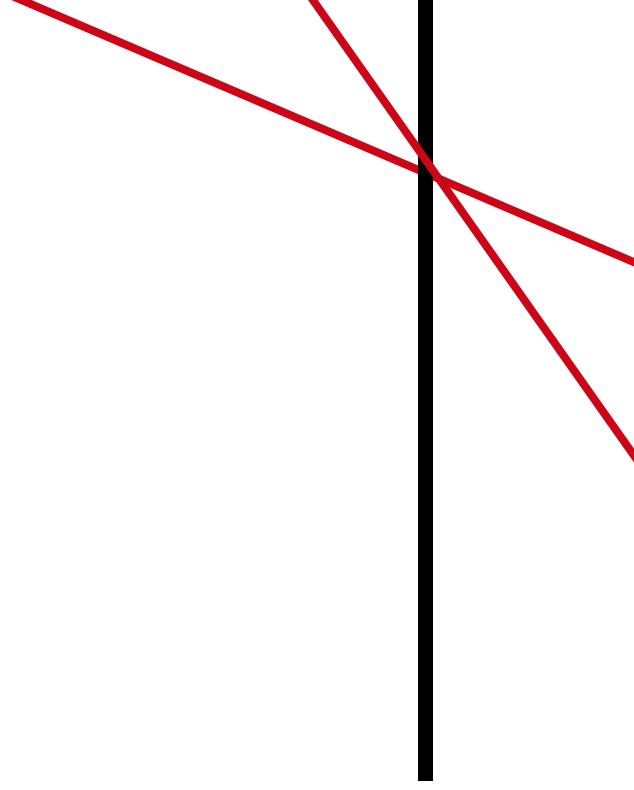
- El nombre y colores
- La idea de utilizar iniciales para lograr un isotipo
- Implementación del concepto *modernidad* en la complementación de elementos

### Debilidades:

- La disposición de elementos en el isotipo. No se lee correctamente
- La solución gráfica lograda en el isotipo del concepto *modernidad*. No representa la seriedad del rubro
- La elección de la fuente tipográfica para los textos del logotipo no sería la adecuada.
- Jerarquización de textos.

la competencia





propuestas



**Rossana León & Asociados**  
Consultores y Auditores



**Rossana León & Asociados**  
Consultores y Auditores

propuesta 2

---





propuesta 4

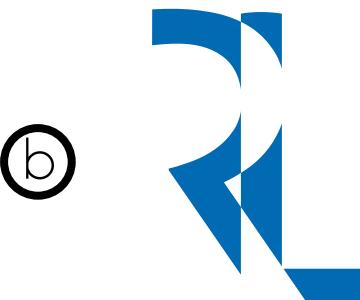
---

@



**Rossana León & Asociados**  
Consultores y Auditores

(b)



**Rossana León & Asociados**  
Consultores y Auditores

# observaciones

Los criterios utilizados fueron en base al rubro y a la competencia existente. Fueron seleccionadas fuentes tipográficas discretas (comparando con serifas y sin serifas) que ayuden a reforzar la idea de modernidad y seriedad en relación directa marca-producto-consumidor.

La elección ubicaciones tanto de isotipos<sup>1</sup> como de tipografía<sup>2</sup> son solo a criterio del diseñador, lo significa que podría recibir modificaciones posteriores a la elección del diseño. Seleccionada la propuesta, nuevamente se presentarán 3 sub-prouestas del mismo diseño, pudiendo recibir hasta 3 modificaciones finales.

Téngase en cuenta además que la elección del diseño luego irá presentando una serie de variaciones que servirán para las distintas aplicaciones del logotipo.

---

<sup>1</sup>isotipos: gráficos utilizados para la combinación en el logotipo

<sup>2</sup>tipografía: el texto, la palabra utilizada en el logotipo