

Identidad Visual MONTEVERDE



1. SÍNTESIS CONCEPTUAL: GEOGRAFÍA Y BIODIVERSIDAD EN TRAZOS PUROS

Esta propuesta aborda la directriz del brief de crear una identidad abstracta y menos literal, logrando una síntesis visual excepcional a través del diseño lineal (line art).

- **La "M" de la Geografía Colombiana:** El isotipo construye una letra "M" mayúscula a través de picos triangulares que evocan de manera elegante las montañas. Conceptualmente, los tres picos pueden interpretarse como un sutil homenaje a las tres cordilleras de los Andes colombianos, anclando el concepto de "origen" sin recurrir a clichés folclóricos.
- **Gestos Orgánicos (El Verde):** Las terminaciones exteriores de la "M" presentan una curvatura suave y fluida que remite a la morfología de una hoja o raíces. Esta integración del mundo botánico comunica la "biodiversidad y flora" exigida en el brief de forma sumamente sofisticada.
- **El Centro de Origen y Valor:** La incorporación de un rombo flotante en el eje central del diseño actúa como un punto focal de equilibrio. A nivel orgánico, simboliza la semilla, el núcleo o el sol naciendo entre las montañas, reforzando la narrativa de un producto natural que proviene de la tierra. Simultáneamente, su geometría exacta connota la forma de un diamante, aportando un toque premium y de exclusividad que conecta de inmediato con la percepción de alta calidad, cuidado y sofisticación exigida por el consumidor internacional.

2. POSICIONAMIENTO PARA EL MERCADO INTERNACIONAL Y PREMIUM

El mercado objetivo en Hong Kong y el consumidor internacional de productos premium valoran la limpieza visual y el minimalismo como indicadores de pureza y alta calidad.

- **Estética Minimalista y Sofisticada:** Al utilizar líneas limpias y continuas sin rellenos pesados, el logotipo proyecta una imagen contemporánea, ligera y de perfil "gourmet" o "boutique".
- **Decodificación Rápida:** La ausencia de elementos literales (como tazas o granos) eleva la marca por encima del aspecto de "souvenir", presentándola como una firma de estilo de vida y bienestar de exportación que generará confianza en consumidores de 20 a 60 años.

3. VERSATILIDAD TÉCNICA COMO MARCA PARAGUAS

Al ser Monteverde una marca que abarcará café, aceite de aguacate, panela y otros productos, el sistema gráfico debe ser extremadamente flexible.

- **Aplicación Impecable a una Tinta:** Al carecer de degradados, sombras o efectos 3D, esta construcción geométrica lineal garantiza un rendimiento perfecto en cualquier sistema de impresión.
- **Complemento Perfecto para Embalajes Vibrantes:** Su estructura en contornos la convierte en el sello ideal. Funciona a la perfección sobre los colores vibrantes y saturados (terracota, verde manzana, amarillo intenso) propuestos para los embalajes, permitiendo que el diseño del empaque brille mientras el logo actúa como una firma de garantía elegante y discreta.

4. IDENTIDAD TIPOGRÁFICA PROPIETARIA (CUSTOM LETTERING)

Esta propuesta va un paso más allá al crear un sistema tipográfico exclusivo y personalizado, asegurando que la marca sea memorable incluso para consumidores asiáticos o angloparlantes.

- **Cohesión del Ecosistema Visual:** La letra "M" del logotipo tipográfico (la palabra MONTEVERDE) ha sido diseñada a medida para ser un reflejo exacto del isotipo principal, replicando sus curvas orgánicas y picos. Esto genera un anclaje visual inmediato; el consumidor asocia el símbolo con la palabra desde el primer vistazo.
- **Personalidad Única:** Los cortes diagonales aplicados a la letra "E" y la estructura geométrica de la fuente le otorgan una personalidad

contemporánea y tecnológica que la aleja de las tipografías genéricas o prediseñadas, dándole a MONTEVERDE un carácter de marca patentada, moderna y global.