

Identidad Visual MONTEVERDE



1. SÍNTESIS CONCEPTUAL: GEOMETRÍA DE AUTORIDAD (LA CORONA Y EL SELLO)

Esta propuesta explora una abstracción geométrica poderosa que responde directamente a la necesidad de construir una marca sólida y memorable para el mercado internacional. El diseño del isotipo se basa en una construcción simétrica y estructurada que fusiona varios conceptos clave:

- **Integración de la "M" y la "V":** El isotipo logra un juego tipográfico sumamente ingenioso al integrar la "M" (Monte) en los pilares exteriores y la "V" (Verde) anidada en el espacio central. Esta dualidad geométrica sintetiza el nombre de la marca en un símbolo altamente propietario.
- **La Corona de Excelencia:** La estructura resultante evoca inevitablemente la forma de una corona. Esta connotación es estratégicamente valiosa, ya que proyecta autoridad, liderazgo y calidad premium, comunicando de forma subliminal que los productos MONTEVERDE (ya sea café, aceite o panela) representan lo mejor del origen colombiano, el "rey" de su categoría.
- **Abstracción del Paisaje:** Las líneas ascendentes y descendentes mantienen la conexión con el territorio, evocando las montañas y los valles a través de ángulos precisos y limpios, eliminando por completo cualquier trazo folclórico o dibujo literal.

2. POSICIONAMIENTO PARA EL MERCADO INTERNACIONAL (EL ESTÁNDAR GOURMET)

Para triunfar en mercados sofisticados como Hong Kong, la marca debe transmitir confianza absoluta. Esta propuesta destaca por su carácter institucional y su alto nivel de decodificación.

- **Estética Corporativa y Sólida:** La geometría pura y la simetría perfecta del símbolo le otorgan una apariencia de "sello de garantía" o emblema heráldico contemporáneo. Es un diseño que impone respeto y denota estabilidad, características esenciales para un consumidor premium de 20 a 60 años.
- **Impacto Visual sin Ruido:** La marca prescinde de adornos innecesarios. Su fuerza radica en la contundencia de sus trazos y el uso inteligente del espacio negativo. Esto asegura que la marca sea percibida como moderna y de alcance global, distanciándose de la estética de "souvenir turístico".

3. VERSATILIDAD Y APLICACIÓN TÉCNICA COMO MARCA PARAGUAS

El brief estipula que el logotipo debe ser una constante para todos los productos de la marca paraguas, mientras que los empaques pueden variar en color. Esta propuesta técnica es ideal para ese propósito.

- **Neutralidad para Diferentes Categorías:** La abstracción de la "M/Corona" no se ata visualmente a ningún producto específico. Funciona con la misma autoridad respaldando la etiqueta de una botella de aceite de aguacate virgen extra o una bolsa de café de especialidad.
- **Reproducción Impecable (Flat Design):** Construido íntegramente con trazos sólidos y gruesos a una sola tinta (verde oscuro), este diseño carece de degradados, sombras o líneas finas que se pierdan en formatos pequeños. Garantiza una reproducción perfecta en serigrafía, grabado, cuños secos y *hot stamping* (por ejemplo, en las cajas navideñas), sin importar la escala.

4. ARQUITECTURA TIPOGRÁFICA Y PRESENCIA DE MARCA

El logotipo que acompaña al símbolo fue seleccionado para reforzar la solidez del sistema visual.

- **Legibilidad Internacional:** La palabra MONTEVERDE está escrita en una tipografía sans serif geométrica, en mayúsculas y con un peso *bold*. Las letras son estructuradas, limpias y de fácil lectura para públicos

angloparlantes y asiáticos, cumpliendo cabalmente con las directrices del brief.

- **Equilibrio Proporcional:** El símbolo superior y el logotipo inferior tienen un peso visual equivalente. La tipografía es lo suficientemente robusta como para sostener la contundencia geométrica de la "M", creando un bloque de marca compacto y equilibrado, ideal para aplicaciones en etiquetas reducidas o en perchas de supermercado.