

El cementerio de **las marcas**

Lo que pudo ser y no fue

#2



EDITA SÍGARIS, COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING

REDISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
DE **S&S URBAN**

PROPUESTAS DE MARCA GRÁFICA
I 2016

Proyecto: Rediseño de identidad corporativa, marca gráfica

Cliente: S&S Urban

Año: 2016

Aplicaciones de marca:

- Papelería corporativa

Agencia: Sígaris

[+ INFO](#)

«Llevamos un tiempo haciéndonos una pregunta, **¿qué pasa con las marcas que dejan de usarse, que son renovadas?, ¿y con las propuestas que se quedan por el camino durante la renovación?**

En ocasiones es necesario renovar la marca gráfica de una empresa. Un giro estratégico, una celebración, un suceso acontecido... son motivos que pueden llevar al rediseño o cambio. Uno y otro no son lo mismo. El rediseño mantiene algún elemento o rasgo (aparte de la marca verbal) que recuerda a la marca inicial, mientras que el cambio, como su nombre indica, supone una modificación radical de marca a nivel gráfico y/o verbal.

Rediseño o cambio, una marca «muere», deja de estar en activo y servir a la empresa para dar paso a otra nueva. Por el camino no será la única en caer, **las propuestas a sustituirla y no elegidas irán a parar al cementerio de las marcas.** Propuestas igual de válidas que la elegida, que cumplen lo necesario para realizar su función, representar e identificar a la empresa. Dicho así parece algo cruel, el rechazo, pero es parte del proceso de búsqueda y creación de marca corporativa.

El cliente escoge la nueva marca y entonces **¿qué pasa con las propuestas rechazadas? Caen en el olvido, van al cementerio de las marcas.** Para resarcirlas, ahora **decidimos darles un segundo momento de gloria** después de la presentación donde fueron rechazadas. Contamos lo que pudo ser y no fue y la razón por la que se escogió la definitiva».

S&S Urban es una agencia de seguros e inmobiliaria que tras su primer año de actividad da un giro cambiando de compañero de viaje profesional. En este punto y con los cimientos asentados deciden cambiar su marca gráfica.

Las premisas iniciales son dos: potenciar la parte de inmobiliaria y gráficamente crear una marca sencilla, de fácil aplicación y de perfil bajo, que comunique en silencio, discreta; lo que se traduce en una marca capaz de soportar el paso del tiempo.

Se trata de un rediseño que deriva en un cambio de marca debido a la total libertad creativa que presta S&S Urban. Se crea la nueva marca gráfica que traduce en imagen los valores y modo de hacer diario de la empresa.

Marca gráfica de inicio de S&S Urban.



Propuesta número uno, marca gráfica compuesta por logotipo con símbolo,
más alternativa de logotipo solo.

Para esta nueva etapa se proponen dos conceptos de atributo de empresa, uno
para cada alternativa de logotipo: «Boutique creativa» y «Opening homes».
Ambas propuestas reflejan la manera diferente de trabajar de S&S Urban en el
sector inmobiliario.



La segunda propuesta mantiene la tipografía de la primera. Se simplifica creando un logotipo donde la «A» de Urban simula el perfil de un tejado. Éste puede emplearse en solitario como elemento gráfico corporativo.

Esta propuesta dispone de una variante para el atributo «Opening homes». En definitiva esta propuesta permite tres alternativas de uso de marca corporativa: marca completa con atributo 1, símbolo y marca con atributo 2.



S&S
URBAN
boutique inmobiliaria



S&S
URBAN
Opening homes

Logotipo con dos opciones de composición: vertical y horizontal. Cada una se puede emplear con o sin atributo según exija el soporte de comunicación y mensaje.

Las formas de la tipografía que generamos le dan a la marca la personalidad y presencia suficientes para no necesitar un símbolo que identifique la actividad de la empresa.

El atributo se resume a «Inmobiliaria», lo que facilita la lectura e identificación de la marca.

inmobiliaria
S&S
URBAN

S&SURBAN inmobiliaria

S&S
URBAN

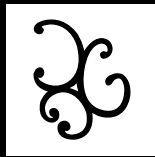
S&SURBAN

Palabra de cliente

“Buscaba algo elegante, sencillo y profesional. Diferenciar S&S Urban del resto de inmobiliarias en cuanto a imagen, porque así considero que es la agencia, una empresa que cuida los detalles. No sólo vendemos o alquilamos, añadimos valor con nuestro asesoramiento profesional y además innovamos preparando la vivienda aplicando las técnicas de marketing inmobiliario del Home Staging. Todo esto lo refleja la marca elegida que no recurre a elementos gráficos evidentes del sector inmobiliario”.

Sandra Soutiño / Directora de S&S Urban

S&S inmobiliaria **SURBAN**



SÍGARIS, AGENCIA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING

WWW.SIGARIS.ES