

traveldos  
 viajes  
congresos

[viajesiberia.com](http://viajesiberia.com)



[lastminute.com](http://lastminute.com)



### Forma:

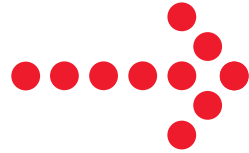
Es un hexágono construido con líneas que simulan la visión de un aeropuerto en perspectiva cenital. Es una forma limpia y armónica aunque demasiado fina para aplicaciones a tamaño mínimo. Sería necesario retocarla para lograr funcionalidad.



Es importante conseguir una forma contenedora que pueda aislar el símbolo del logotipo. Darle una presencia que en la actualidad no tiene debido a la composición tan extremadamente fina de sus líneas. La forma debe ser más limpia y proporcionada.

### Simbología:

Elemento figurativo que representa la perspectiva cenital de un aeropuerto. Resulta algo arcaico y frío.



Creemos preceptivo mantener el elemento figurativo que aparece en el símbolo. Es, sin embargo, muy importante conseguir que ese elemento consiga una formalización más sintética y contemporánea.

### Color:

Naranja. Es un color que transmite calidez, amabilidad y cercanía pero que funciona mal en sus versiones cuatricrómicas al no existir más que en tinta plana. Dará problemas en aplicaciones no controladas, a no ser que siempre se imprima a cinco tintas. El cliente no se identifica con él debido a las connotaciones políticas del color.



Es conveniente trabajar en tonos que continúen la línea abierta por el naranja en calidez, amabilidad y cercanía. Hay que resolver los problemas derivados de la cuatricromía y eliminar las connotaciones políticas derivadas del color elegido.

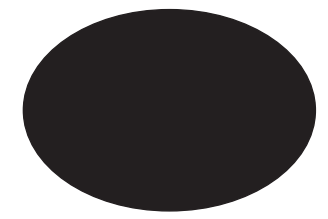
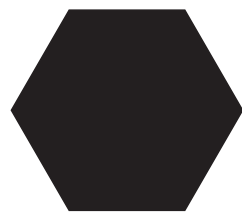
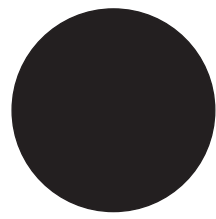
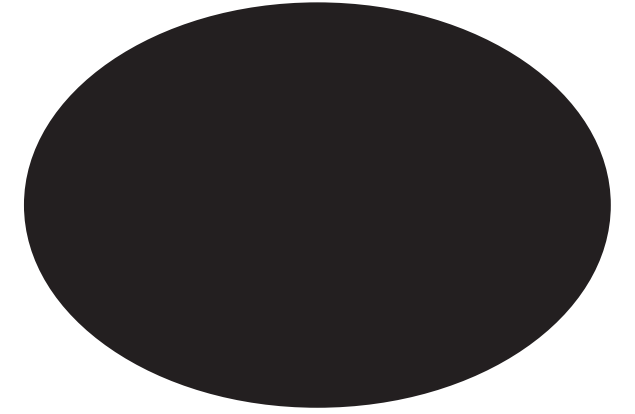
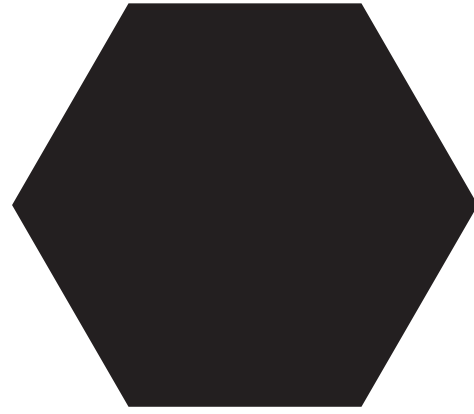
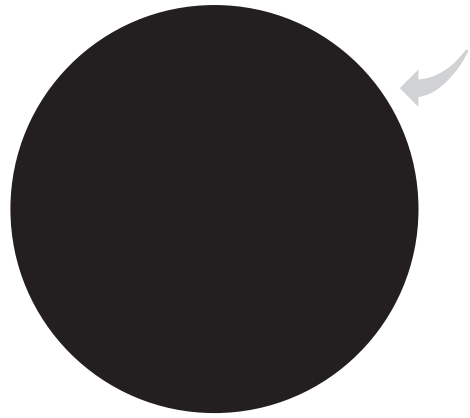
### Denominación:

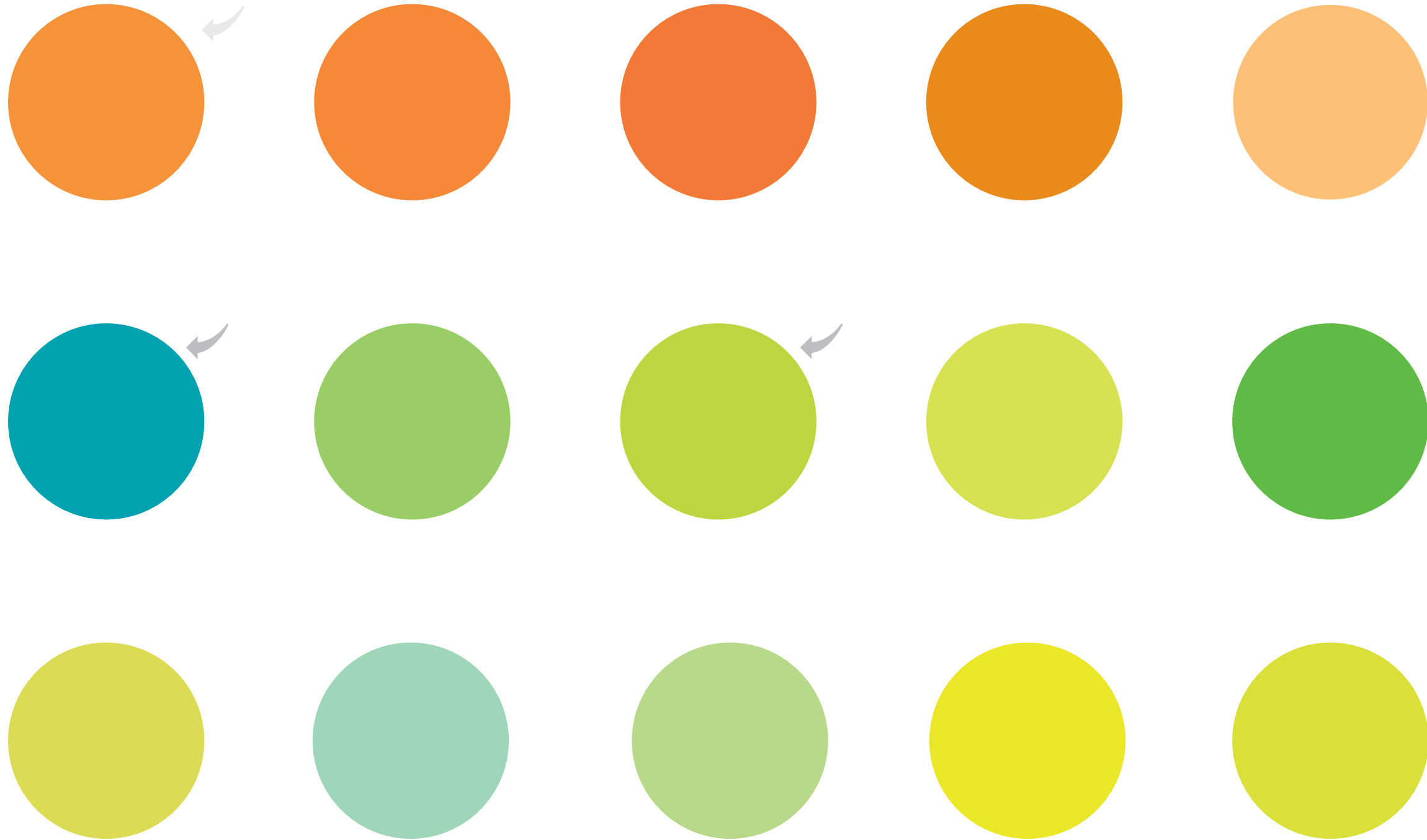
Compuesto por las palabras "Travel" en inglés "viaje" y "dos", haciendo referencia a la actividad que ejercen y al número de socios fundadores de la entidad. También está dividido en las secciones que definen la empresa. Viajes y Congresos.

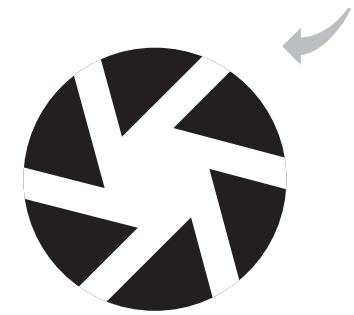
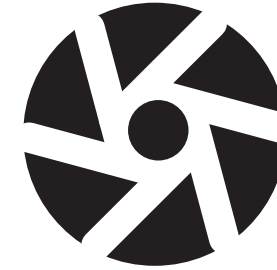
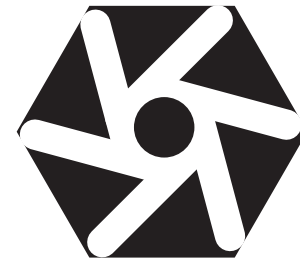
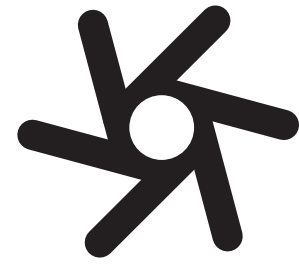
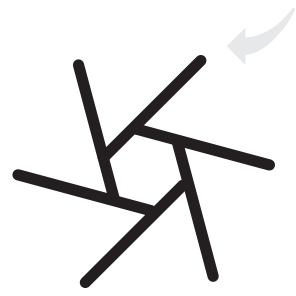


Resulta necesario mantener la nomenclatura "traveldos" como única denominación de la empresa y eliminar las referencias a viajes y congresos con el propósito de conseguir una identidad más sincrética y contemporánea. Las otras soluciones son excesivamente largas y podrían ser utilizadas como submarcas de la logomarca principal, de no ser así crearía confusión en el receptor.

Después del análisis y diagnóstico correspondiente consideramos que no es necesaria una ruptura con la imagen actual pero sí una **evolución** más formal y contemporánea que corresponda con el alto nivel de exigencia del sector.









**TRAVELDOS**

*Traveldos*

*Traveldos*

**TRAVELDOS**

*Traveldos*

*traveldos*

**TRAVELDOS**

*traveldos*

***traveldos***

***traveldos***

**traveldos**

**traveldos**

**traveldos**

*traveldos*

***traveldos*** ←

***traveldos***







# I4. \_Primera aproximación a la nueva identidad de TRAVELDOS. Ejemplos: Publicaciones

