

Creación de la marca, manual de identidad corporativa y mobiliario para SenSa resto·bar.

Vol. 1

Marta Marín Porriño

Tutora: María Begoña Jordá Albiñana
Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos
Julio 2017





índices

1/2 volumen 1

1 INTRODUCCIÓN

1.1 justificación del tema elegido.....	9
1.2 intro.....	11

2 CREACIÓN DE LA MARCA

2.1 intro.....	15
2.1.1 estado del arte.....	15
2.2 antecedentes.....	17
2.2.1 sector de la hostelería.....	17
2.2.2 concepto de restobar.....	18
2.2.3 la empresa.....	19
2.2.4 análisis gráfico de las principales marcas.....	20
2.2.4.1 tablas de análisis de la competencia.....	21
2.2.4.2 representación de resultados.....	47
2.2.4.3 conclusiones.....	52
2.2.5 briefing.....	53
2.3. elección del nombre.....	55
2.3.1 estrategia de naming.....	56
2.3.2 la lista larga.....	57
2.3.3 short list.....	58
2.3.4 comprobaciones registrales y de dominio.....	59
2.3.5 descripción de las propuestas.....	60
2.3.6 nombre definitivo.....	61
2.4. diseño de la marca.....	63
2.4.1 moodboard.....	63
2.4.2 primeras ideas.....	66
2.4.3 bocetos a ordenador.....	70
2.4.4 propuesta elegida y variantes.....	73
2.4.5 propuesta seleccionada por la empresa.....	75
2.5 conclusiones.....	77

3 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

3.1 intro.....	81
3.1.1 estado del arte.....	81
3.2 definición de los elementos básicos.....	83
3.2.1 nomobre/logotipo.....	84
3.2.2 colores corporativos.....	85

3.2.3 tipografía corporativa.....	86
3.3 normas básicas de aplicación.....	88
3.3.1 disposición de los elementos.....	89
3.3.1.1 versiones de la marca.....	89
3.3.1.2 espacio de respeto.....	90
3.3.1.3 tamaño mínimo.....	91
3.3.1.4 usos incorrectos.....	92
3.3.2 colores.....	93
3.3.2.1 versiones monocromáticas.....	93
3.3.2.2 la marca y el fondo.....	94
3.4 aplicaciones.....	96
3.4.1 tarjeta de visita.....	97
3.4.2 cartas.....	98
3.4.3 cartelería informativa.....	99
3.4.4 banderola de lona.....	100
3.4.5 chapas para el servicio.....	101
3.4.6 vinilo mueble.....	102
3.4.7 soportes de comunicación.....	103
3.4.8 diseño web.....	104
3.5 presupuesto.....	110
3.6 conclusiones.....	112

2/2 volumen 2

4 DISEÑO DE MOBILIARIO

4.1 memoria descriptiva.....	9	4.3 planimetría.....	63
4.1.1 objeto de proyecto.....	9	01/31 vista explosionada de	
4.1.2 antecedentes.....	10	montaje.....	64
4.1.3 factores a considerar.....	15	02/31 estructura.....	65
4.1.3.1 normativa respecto a		03/31 conjunto superficie.....	66
la materia prima.....	15	04/31 conjunto chapa.....	67
4.1.3.2 normativa respecto al		05/31 barra base 1.....	68
ámbito estético y funcional.....	16	06/31 barra base 2.....	69
4.1.3.3 condiciones de		07/31 barra base 3.....	70
encargo.....	17	08/31 barra base superior 1.....	71
4.1.4 planteamiento de soluciones		09/31 barra base superior 2.....	72
alternativas.....	18	10/31 barra base superior 3.....	73
4.1.4.1 alternativa 1.....	18	11/31 barra refuerzo.....	74
4.1.4.2 alternativa 2.....	19	12/31 alizador pequeño vertical.....	75
4.1.4.3 alternativa 3.....	20	13/31 alizador pequeño horizontal.....	76
4.1.4.4 alternativa 4.....	21	14/31 alizador grande vertical.....	77
4.1.5 criterios de selección.....	22	15/31 alizador mediano horizontal.....	78
4.1.5.1 datum.....	22	16/31 alizador grande horizontal.....	79
4.1.5.2 suma ponderada.....	23	17/31 columna cuadrada inferior.....	80
4.1.5.3 pugh.....	24	18/31 columna cuadrada inferior	
4.1.5.4 matriz de cuatro ejes.....	25	agujeros 1.....	81
4.1.6 justificación de la solución		19/31 columna rectangular inferior.....	82
adoptada.....	26	20/31 tablero estante inferior.....	83
4.1.7 descripción detallada de la		21/31 columna cuadrada superior.....	84
solución.....	27	22/31 columna cuadrada superior	
4.1.7.1 piezas		agujeros 1.....	85
estandarizadas.....	27	23/31 columna rectangular	
4.1.7.2 piezas de diseño		superior.....	86
propio.....	28	24/31 tablero estante superior.....	87
4.2. pliego de condiciones.....	47	25/31 barandilla.....	88
4.2.1 objeto de proyecto y alcance		26/31 tablero interno superficie.....	89
del pliego.....	47	27/31 recubrimiento superficie.....	90
4.2.2 normas de carácter general.....	48	28/31 módulo transparente.....	91
4.2.2.1 normativa respecto a		29/31 chapa exterior.....	92
la materia prima.....	48	30/31 columna cuadrada inferior	
4.2.2.2. normativa respecto		agujeros 2.....	93
al ámbito estético y funcional.....	49	31/31 columna cuadrada superior	
4.2.3 condiciones técnicas.....	50	agujeros 2.....	94
4.2.3.1 suministro y		4.4 presupuesto.....	96
características de los		4.4.1 tablas piezas de diseño propio.....	97
materiales.....	50	4.4.2 tablas piezas de proveedor.....	124
4.2.3.2 fabricación.....	55	4.4.3 tabla de montaje.....	126
4.2.3.3 montaje.....	57	4.4.4 cuadro resumen.....	127
		4.5 conclusiones.....	129

5 CONCLUSIONES

5.1 conclusión final133

6 ANEXOS

6.1 anexo de documentación.....137

6.2 anexo de legislación y normas.....141

6.3 anexo de datos ergonómicos.....146

7 BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS



PARC ESPORTIU / PARQUE DEPORTIVO
EMILIO VILLANUEVA

EMILIO VILLANUEVA
INSTITUT DE CULTURA





1 introducción

1.1 justificación del tema elegido

Este trabajo de fin de grado se desarrolla a lo largo de unas prácticas en la empresa Gorilapp ubicada en la provincia de Alicante.

Es una empresa que combina las tres disciplinas que componen la estrategia digital: programación, diseño y marketing y que se está abriendo cada vez más hacia el diseño gráfico.

Teniendo en cuenta esto, la empresa Dátil de Oro les solicita el rediseño completo de la marca de uno de sus establecimientos y se me oferta la opción de hacerlo como trabajo de fin de grado, por lo que debido al gran contenido a realizar, acepto la oferta.

En un primer momento, se iba a realizar el naming, creación de la marca, identidad corporativa y aplicaciones de la misma (incluyendo el diseño web). Posteriormente tras trabajar con la empresa se me posibilita, debido a mis conocimientos en diseño industrial, el desarrollo de un mueble para coctelería de dimensiones específicas, el cual también acabo aceptando realizar.



1.2 intro

El proyecto se desarrolla en el sector de la hostelería, en concreto en la Cafetería Dátil de Oro (Parque Deportivo) que se convertirá en SenSa resto·bar. El desarrollo se divide en tres grandes bloques y va a seguir el siguiente orden:

En primer lugar se desarrolla la creación de la marca. Para ello primeramente se realiza un análisis de la competencia directa e indirecta estudiando el naming y la imagen corporativa de cada empresa y examinando los factores más importantes para detectar posibles tendencias y por lo tanto, sus puntos fuertes y débiles. Con toda esta información y lo deseado por el negocio se plantea el briefing.

Teniendo claro el concepto que quiere el establecimiento se procede a la elección del nombre. Para llevar a cabo en naming primeramente se plantea la estrategia a seguir para realizar posteriormente un lista de cien variantes extrayendo los mejores y comprobando la registrabilidad y dominio web de los mismos. Por último, la empresa es la encargada de seleccionar el nombre definitivo.

Una vez decidido el nombre se procede a la creación de la marca. Para ello se crea un moodboard de ideas, colores y estilos que permite realizar los primeros bocetos a mano. Seguidamente se hacen bocetos a ordenador entre los cuales la empresa decidirá el definitivo.

En segundo lugar y ya con la marca definida se desarrolla el manual de identidad corporativa, donde quedan definidos los elementos básicos de identidad visual así como toda la información sobre la marca y normas de aplicación.

Las aplicaciones se explican posteriormente incluyendo la papelería, cartas y diseño web.

También se realiza un presupuesto donde encontrar por un lado los honorarios del diseñador

y por otro los costes que supone llevar a cabo la implantación de la propuesta.

Tras el desarrollo de todos los puntos citados anteriormente, se describen las conclusiones en base a los objetivos iniciales.

El tercer y último bloque a desarrollar es el diseño de un mueble de dimensión específica y enfocado a la coctelería. Este bloque a su vez se divide en cuatro secciones, siendo estas memoria, pliego de condiciones, planimetría y presupuesto.

En cuanto a la memoria, se explica el objeto de proyecto y los antecedentes del mismo. Posteriormente se procede a una búsqueda de normativas y diseño de varias propuestas. Una vez seleccionada la propuesta definitiva se hace una descripción exhaustiva pieza por pieza.

El pliego de condiciones cuenta con toda la información necesaria para llevar a la realidad el diseño. Desde condiciones técnicas de los materiales y proveedores hasta proceso de fabricación y montaje.

Respecto a la planimetría se realiza para cada uno de los conjuntos y piezas.

Por último se lleva a cabo el presupuesto del mobiliario teniendo en cuenta los costes de la materia prima y de la mano de obra.





2 creación de la marca

2.1 intro

2.1.1 estado del arte

Este bloque desarrolla la creación de la marca.

La marca es un nombre, signo, símbolo, o una combinación de ellos, cuyo fin es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de su competencia. Pero, esta definición se ha quedado obsoleta e incompleta pues concibe la marca desde un punto de vista estrictamente corporativo, desatendiendo las expectativas y percepciones que genera en sus clientes y olvidando que las marcas van mucho más allá de lo meramente corporativo y comercial.

Por ello, la marca es como un catalizador de afectos, es decir, como la suma de todas y cada una de las sensaciones, percepciones y experiencias que una persona tiene como resultado del contacto con una organización, sus productos o servicios. Esta definición denota que una marca reside por encima de todo, en la mente de las personas, que acceden a ella a través de uno o varios de sus puntos de contacto.

El concepto de marca es la idea general que subyace bajo la creación de una marca. Debe ser atractivo y convincente para quien entre en contacto con la misma, resultar relevante en el momento de su creación, y sobre todo, tener potencial a largo plazo.

Por lo tanto en este bloque se desarrolla desde el naming de la empresa hasta el logotipo de la marca pensando siempre en los clientes y la imagen que quiere mostrarles el propio establecimiento.

Para ello, se realizará un briefing con los objetivos, el target y algunas ideas, para que tanto el interiorista como el diseñador puedan tener una referencia clara y común. Se crea una nueva marca con un estilo informal, pero que transmita valores como la calidad del producto y la frescura de los ingredientes utilizados.



2.2 antecedentes

2.2.1 sector de la hostelería

Hostelería es el nombre genérico de las actividades económicas consistentes en la prestación de servicios ligados al alojamiento y la alimentación esporádica, muy usualmente vinculados al turismo.

Los establecimientos comerciales dedicados a estas actividades reciben distintos nombres, según su categoría o finalidad, aunque las denominaciones oficiales suelen depender de la reglamentación local, que los clasifica con criterios urbanísticos, sanitarios, impositivos o de seguridad.

En nuestro caso se enfoca a un restaurante siendo este un establecimiento donde se ofrecen comidas y bebidas para su consumo in situ. Es un espacio público ya que cualquier persona puede acceder a él. Sin embargo, no es una entidad de bien público ya que el servicio de alimentación se otorga a los clientes a cambio de un pago y no gratuitamente.

2.2.2 concepto de restobar

Se denomina resto·bar a un establecimiento de restauración que puede ser considerado una mezcla entre restaurante y bar.

Un resto·bar ofrece generalmente una gran selección de platos y bebidas, de forma que tanto para comer como para consumir bebidas se puede visitar un resto·bar. A menudo hay también shows en vivo de grupos musicales, humoristas o baile.

Un error común es confundir resto·bar con gastro·bar. El gastro·bar es también la fusión de restaurante y bar pero que procura acercarse a la alta cocina. Es una forma de servicio que ofrece tapas de autor a precios asequibles. Por regla general, se trata de cocineros con estrellas Michelin.

2.2.3 la empresa

SenSa resto·bar es un restaurante localizado en uno de los lugares más céntricos de Elche (Alicante), el Paseo de la Estación. Su cocina combina la tradición con un estilo *casual*, provocando que el comensal experimente, gracias a sus sentidos, las mejores sensaciones culinarias y disfrute de los auténticos sabores de sus productos, en un ambiente tranquilo y perfecto para cualquier hora del día.

Su cocina mezcla la tradición con ese estilo *casual*, dando como resultado originales elaboraciones con productos de calidad, tratados con mimo de principio a fin, que invitan a disfrutar de una apetitosa comida o cena en la mejor compañía. Platos sencillos, que no aburridos, y productos frescos, se unen con singularidad en las distintas raciones pensadas para compartir al centro.

2.2.4 análisis gráfico de las principales marcas

El análisis gráfico de la competencia contempla las características principales de la imagen corporativa de otras marcas con el fin de conocer tanto la tipología de imagen que se encuentra en la actualidad en el mismo sector, como puntos comunes o diferencias con la propia competencia.

El análisis se centra en cinco grandes bloques que toda empresa debe tener en cuenta al crear su imagen corporativa, siendo estos: el nombre, la marca, el símbolo, el logotipo (tipografía) y el color.

Del nombre se ha de contemplar cuantas palabras lo forman y que tipo de palabra son, como por ejemplo, si tiene carácter patronímico, topónimo, descriptivo, simbólico, arbitrario, neologismos o son contracciones o siglas.

En cuanto a la marca, se tiene en cuenta si es un logo puro, un logotipo con fondo, un logotipo con accesorio, el símbolo solo, una fusión logo-símbolo o un logotipo con símbolo.

De los símbolos se contemplan varios factores como son: la asociación con la empresa, la representatividad, las formas, los componentes, la espacialidad y el motivo.

Respecto a las tipografías, la información estudiada se centra principalmente en la familia tipográfica, la inclinación de los caracteres, la forma de los caracteres, otro tipo de características, diferencias entre caracteres, posibles operaciones y otros textos.

Por último, siendo el color un aspecto muy importante para las marcas se analiza cuál es el más usado y por lo tanto el principal y el número de tintas.

2.2.4.1 tablas de análisis de la competencia

A continuación se realiza un estudio a veinticinco competidores en el sector. Para ello, se plantea una tabla con los bloques comentados anteriormente.



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input checked="" type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input checked="" type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input checked="" type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input checked="" type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input checked="" type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input checked="" type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input checked="" type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input checked="" type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input checked="" type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input checked="" type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input checked="" type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input checked="" type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input checked="" type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input checked="" type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input checked="" type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input checked="" type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input checked="" type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input checked="" type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input checked="" type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input checked="" type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input checked="" type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input checked="" type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input checked="" type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input checked="" type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input checked="" type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input checked="" type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input checked="" type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input checked="" type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input checked="" type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input checked="" type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input checked="" type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input type="checkbox"/> Redonda	<input checked="" type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input checked="" type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input checked="" type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input checked="" type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos
		<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input checked="" type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input checked="" type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input checked="" type="checkbox"/> Abstracto	
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input checked="" type="checkbox"/> Geométricas	
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input checked="" type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada
Espacialidad	<input checked="" type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional	<input type="checkbox"/> Plena
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input checked="" type="checkbox"/> Letras
		<input type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input checked="" type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input checked="" type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input checked="" type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input checked="" type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input checked="" type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input checked="" type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input checked="" type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input checked="" type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input checked="" type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input checked="" type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input checked="" type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input checked="" type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input checked="" type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input checked="" type="checkbox"/> Eslogan	<input type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input checked="" type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input type="checkbox"/> Una palabra	<input checked="" type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input checked="" type="checkbox"/> Descriptivos
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input checked="" type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input checked="" type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica
Representatividad	<input checked="" type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto	
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input checked="" type="checkbox"/> Geométricas	
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input checked="" type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada
			<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input checked="" type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional	
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input checked="" type="checkbox"/> Otro

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input checked="" type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input checked="" type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input checked="" type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	

ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input type="checkbox"/> Una palabra	<input checked="" type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input checked="" type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input checked="" type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input checked="" type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input checked="" type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input checked="" type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input checked="" type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input checked="" type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input checked="" type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input checked="" type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input checked="" type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input checked="" type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input checked="" type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input checked="" type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input checked="" type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números
Tipo de nombre	<input checked="" type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input checked="" type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto	
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas	
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada
			<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional	
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Letras

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input checked="" type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input type="checkbox"/> Redonda	<input checked="" type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input checked="" type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input checked="" type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input checked="" type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input checked="" type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input checked="" type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input type="checkbox"/> Redonda	<input checked="" type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input checked="" type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input checked="" type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input checked="" type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números
Tipo de nombre	<input checked="" type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input checked="" type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica
Representatividad	<input checked="" type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto	
Formas	<input checked="" type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas	
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input checked="" type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada
			<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input checked="" type="checkbox"/> Tridimensional	
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input checked="" type="checkbox"/> Otro

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input checked="" type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input checked="" type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input checked="" type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input checked="" type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica
Representatividad	<input checked="" type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto	
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input checked="" type="checkbox"/> Geométricas	
Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada
			<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input checked="" type="checkbox"/> Tridimensional	
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input checked="" type="checkbox"/> Otro

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input checked="" type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input checked="" type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input checked="" type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input checked="" type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input checked="" type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input checked="" type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input type="checkbox"/> Redonda	<input checked="" type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input checked="" type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input checked="" type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input checked="" type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input checked="" type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto	
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas	
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional	<input type="checkbox"/> Plena
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input checked="" type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input checked="" type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input checked="" type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input type="checkbox"/> Una palabra	<input checked="" type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input checked="" type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto	
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas	
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional	<input type="checkbox"/> Plena
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Letras

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input checked="" type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input checked="" type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input checked="" type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input checked="" type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input checked="" type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input checked="" type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input checked="" type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input checked="" type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos
	<input checked="" type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto	
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas	
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional	<input type="checkbox"/> Plena
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input checked="" type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input checked="" type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input checked="" type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input type="checkbox"/> Una palabra	<input checked="" type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input checked="" type="checkbox"/> Descriptivos
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input checked="" type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica
Representatividad	<input checked="" type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto	
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input checked="" type="checkbox"/> Geométricas	
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada
Espacialidad	<input checked="" type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional	
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input checked="" type="checkbox"/> Otro

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input checked="" type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input checked="" type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input checked="" type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input type="checkbox"/> Una palabra	<input checked="" type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input checked="" type="checkbox"/> Descriptivos
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input checked="" type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto	
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas	
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada
			<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional	
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Letras

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input checked="" type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input type="checkbox"/> Redonda	<input checked="" type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input checked="" type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input checked="" type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input checked="" type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input checked="" type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input checked="" type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input checked="" type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input checked="" type="checkbox"/> Una palabra	<input type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números	
Tipo de nombre	<input type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos	<input type="checkbox"/> Contracciones-siglas
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input checked="" type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos	

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input checked="" type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica	
Representatividad	<input checked="" type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto		
Formas	<input checked="" type="checkbox"/> Irregulares	<input type="checkbox"/> Geométricas		
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input checked="" type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada	<input checked="" type="checkbox"/> Plena
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input checked="" type="checkbox"/> Tridimensional		
Motivo	<input type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa	<input type="checkbox"/> Letras
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input checked="" type="checkbox"/> Otro	

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input checked="" type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input type="checkbox"/> Minúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal	<input type="checkbox"/> Varios	<input checked="" type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input checked="" type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	



ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes	<input type="checkbox"/> Una palabra	<input checked="" type="checkbox"/> Varias palabras	<input type="checkbox"/> Números
Tipo de nombre	<input checked="" type="checkbox"/> Patronímicos	<input type="checkbox"/> Toponímicos	<input type="checkbox"/> Descriptivos
	<input type="checkbox"/> Simbólicos	<input type="checkbox"/> Arbitrarios	<input type="checkbox"/> Neologismos

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca	<input type="checkbox"/> Logo puro	<input type="checkbox"/> Logotipo con fondo	<input type="checkbox"/> Logotipo con accesorio
	<input type="checkbox"/> Símbolo solo	<input type="checkbox"/> Logo-símbolo	<input checked="" type="checkbox"/> Logotipo con símbolo

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

Asociación empresa	<input type="checkbox"/> Analógica	<input checked="" type="checkbox"/> Convencional	<input type="checkbox"/> Simbólica
Representatividad	<input checked="" type="checkbox"/> Figurativo	<input type="checkbox"/> Abstracto	
Formas	<input type="checkbox"/> Irregulares	<input checked="" type="checkbox"/> Geométricas	
Componentes	<input type="checkbox"/> Degradada	<input type="checkbox"/> Perfilada	<input type="checkbox"/> Texturada
Espacialidad	<input type="checkbox"/> Bidimensional	<input checked="" type="checkbox"/> Tridimensional	<input checked="" type="checkbox"/> Plena
Motivo	<input checked="" type="checkbox"/> Persona	<input type="checkbox"/> Figuras geométricas	<input type="checkbox"/> Expresión amorfa
	<input type="checkbox"/> Animal	<input type="checkbox"/> Bandera	<input type="checkbox"/> Otro

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

Familia tipográfica	<input type="checkbox"/> Romana	<input type="checkbox"/> Palo seco	<input type="checkbox"/> Caligráfica	<input type="checkbox"/> Incisa	<input checked="" type="checkbox"/> Egipcia	<input type="checkbox"/> Fantasía
Inclinación de los caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> Redonda	<input type="checkbox"/> Cursiva				
Forma de los caracteres	<input type="checkbox"/> Mayúsculas	<input checked="" type="checkbox"/> Minúsculas	<input type="checkbox"/> Mayúsculas y minúsculas	<input type="checkbox"/> Versalitas		
Otras características	<input type="checkbox"/> Negrita	<input type="checkbox"/> Fina	<input checked="" type="checkbox"/> Condensada	<input type="checkbox"/> Expandida		
Diferencia entre caracteres	<input checked="" type="checkbox"/> De cuerpo	<input type="checkbox"/> De tono	<input type="checkbox"/> De inclinación	<input type="checkbox"/> De condensación		
Operaciones	<input type="checkbox"/> Simetría	<input type="checkbox"/> Figura-fondo	<input type="checkbox"/> Sustitución	<input type="checkbox"/> Omisión	<input type="checkbox"/> Deformación	
Otros textos	<input type="checkbox"/> Eslogan	<input checked="" type="checkbox"/> Denominación actividad	<input type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Lugar		

ANÁLISIS DEL COLOR

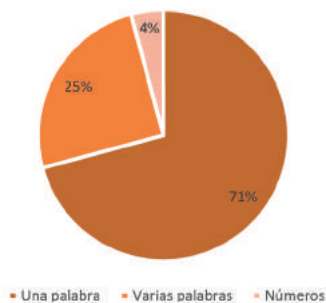
Color principal	<input checked="" type="checkbox"/> Varios	<input type="checkbox"/> Negro	<input type="checkbox"/> Azul	<input type="checkbox"/> Rojo	<input type="checkbox"/> Otro
Número tintas (no blanco)	<input type="checkbox"/> Una	<input type="checkbox"/> Dos	<input checked="" type="checkbox"/> Tres	<input type="checkbox"/> Más de tres	

2.2.4.2 representación de resultados

A continuación se mostrarán los resultados de los datos analizados mediante una serie de gráficas.

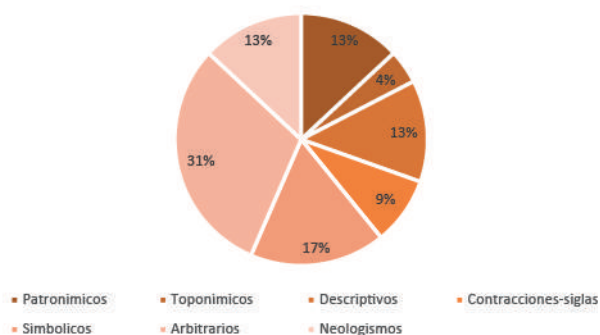
ANÁLISIS DEL NOMBRE

Componentes



En cuanto al análisis del nombre se observa que en su gran mayoría utilizan una única palabra siendo el 71% del total.

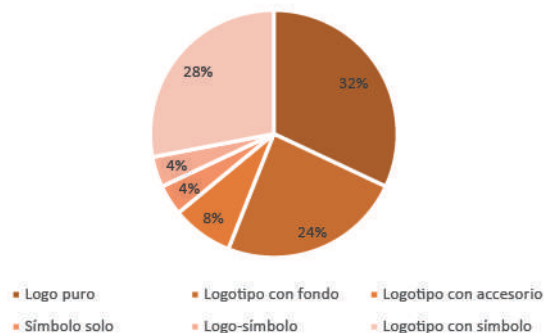
Tipo de nombre



En lo referente al tipo de nombre como se puede observar hay de todo, aunque lo más utilizado son palabras arbitrarias no vinculadas al negocio de forma directa.

ANÁLISIS DE LA MARCA

Tipo de marca

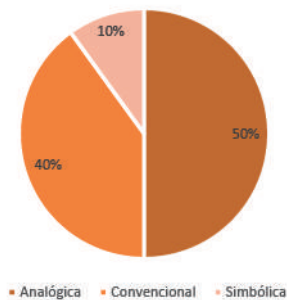


En el sector de la hostelería, en especial los restaurantes de esta época con un concepto más moderno, tienden a utilizar estilos más minimalistas como son el logo puro (únicamente tipográfico) ya sea con o sin fondo. Aun así, un porcentaje importante sigue utilizando el logotipo con símbolo.

ANÁLISIS DEL SÍMBOLO

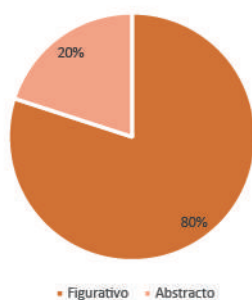
Respecto al análisis del símbolo, de las veinticinco empresas estudiadas solo se les aplica a las diez que tienen símbolo.

Asociación a la empresa



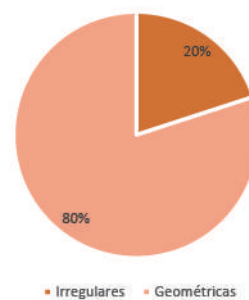
En relación a la asociación de la empresa, el 50% de los negocios muestran una relación analógica, esto quiere decir, que hay una gran semejanza entre el símbolo y la empresa en sí. El 40% lo hace de forma convencional y arbitraria, este es un método más complejo. La empresa deberá conseguir a través de mensajes que el consumidor asocie los dos elementos.

Representatividad



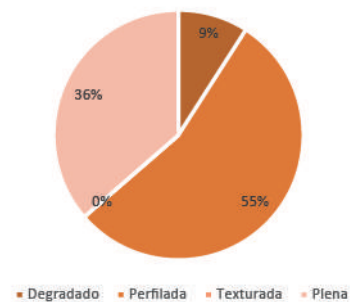
En cuanto a la representatividad se observa que en este sector se tiende a símbolos figurativos que signifiquen algo para los consumidores.

Formas



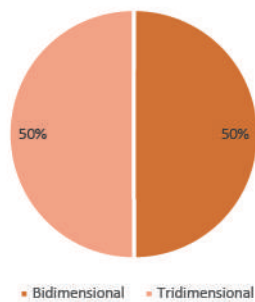
Actualmente, el tipo de negocio estudiado tiende hacia la modernidad y el minimalismo de ahí que el 80% de las empresas cuenten con símbolos geométricos y tan solo un 20% sean irregulares y por lo tanto más orgánicos.

Componentes



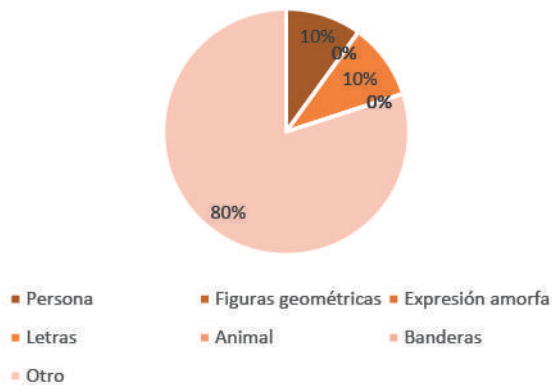
Con relación a la superficie de los símbolos, un 55% se decanta por dibujos perfilados únicamente con el contorno, un 36% con relleno y en minoría se encuentran los símbolos con texturas o degradados.

Espacialidad



En esta gráfica podemos observar que hay símbolos tanto bidimensionales como tridimensionales, habiendo un 50% de cada tipo.

Motivo

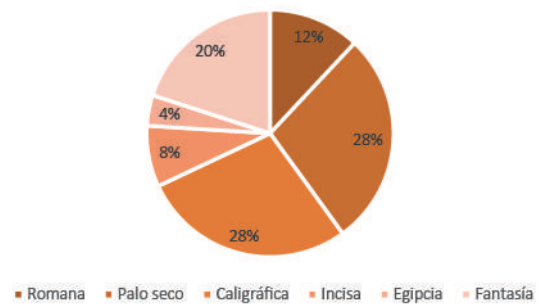


Por último, un 80% de los símbolos son arbitrarios aunque suelen representar objetos del sector, como son platos, cubiertos o gorros de cocineros.

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO (TIPOGRAFÍA)

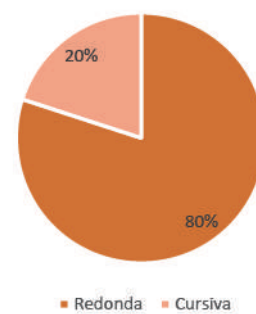
En cuando a la tipografía hay que destacar que es una variable esencial puesto que es la que da carácter a la marca y la que define la esencia de la empresa.

Familia tipográfica



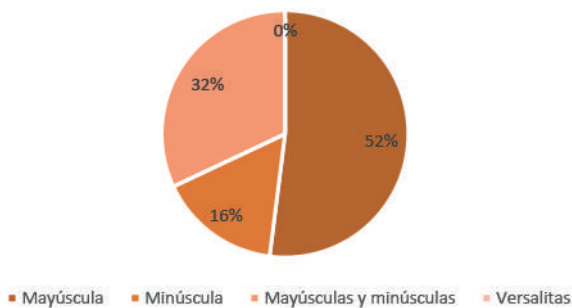
Cabe resaltar que, aunque sea en pequeños porcentajes, se usan todas las variables. Pero, sí que es cierto que las de palo seco y las caligráficas son las más demandadas.

Inclinación de los caracteres



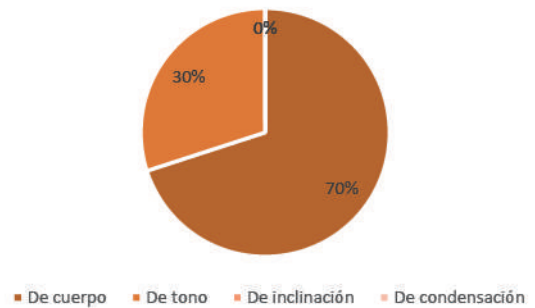
En el caso de la inclinación queda reflejado que un 80% de las marcas utilizan la redonda, es decir, sin inclinación.

Forma de los caracteres



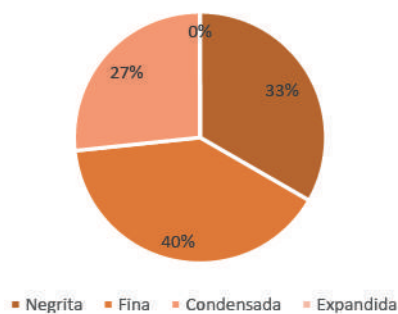
En cuanto a la forma, en su mayoría utilizan mayúsculas siendo un 52% del total, aunque un 32% utiliza el formato de oración, es decir, mayúscula al principio de palabra. Lo que si queda reflejado es que las versalitas no se utilizan en este sector.

Diferencia entre caracteres



Respecto a la diferencia de caracteres, en este ámbito las marcas no utilizan ni cambios en la inclinación ni en la condensación y sí que hay sobre todo variaciones de cuerpo, siendo el 70% del total. Un 30% varía el tono.

Otras características



En lo referente al tipo de letra, sí que se plantea una variedad, excluyendo las tipografías expandidas, se puede ver que hay un equilibrio a tres entre la negrita, la fina y la condensada.

Operaciones



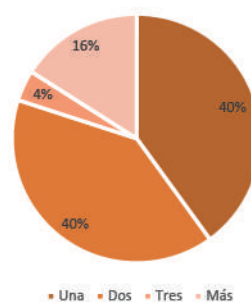
Las operaciones no son muy utilizadas en este terreno, aun así, en el caso de utilizar alguna se usa la simetría.

Otros textos



Un aspecto que si aparece en un gran número de ocasiones en las marcas de hostelería es la denominación de la actividad, ya sea haciendo referencia a la especialidad de comida o al tipo de establecimiento.

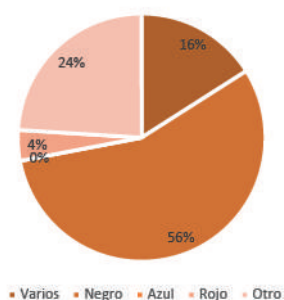
Número de tintas (no blanco)



El 80% del total se subdivide entre una o dos tintas y tan solo el 20% utiliza más de dos.

ANÁLISIS DEL COLOR

Color principal



Por último cabe destacar el color, de las veinticinco propuestas estudiadas más de la mitad tienen como color principal el negro y la otra mitad se divide en varios colores u otros distintos al azul y al rojo.

2.2.4.3 conclusiones

Teniendo en cuenta todos los resultados y tras un análisis profundo de ellos, se establecen seis pautas para la creación de la nueva marca de SenSa resto·bar. Estas seis pautas se presentan al cliente y una vez se tiene su aprobación se da comienzo a la creación de la marca.

- Formas geométricas.
- Tipografía de palo seco.
- Caracteres sin inclinación.
- Mayúsculas.
- Denominación de la actividad.
- Color principal: negro.

Con estos puntos obtenidos del análisis de la competencia, se desarrollan diferentes propuestas para la marca de SenSa resto·bar.

2.2.5 briefing

Teniendo en cuenta toda la información recopilada se plantea el siguiente briefing:

- Estilo casual y dinámico.
- Coherencia entre la imagen de marca o *branding* e interiorismo. Por ello, diseño de interior y diseño gráfico deben seguir la misma línea maestra vinculada a la imagen que se quiere transmitir. Incluida la presentación de los platos.
- Establecimiento y posicionamiento a nivel provincial.
- Target group de 25 a 35 años.
- Nueva marca con un estilo informal, pero que transmita valores como calidad y frescura.
- Key words: Sentidos
Sabores
Experiencia
Restobar



2.3 elección del nombre

El nombre de una marca es uno de los elementos más importantes de una empresa, el más visto, oído, escrito y repetido. Por ello, elegir un buen nombre puede colocar a una marca en una situación privilegiada o condenarla para siempre.

La elección del nombre o del naming va más allá del contexto empresarial-institucional, no se debe perder de vista la idea de que se trata de crear, encontrar y construir un buen nombre y para ello la mejor herramienta es la magia de las palabras.

En el plano de la subjetividad podemos establecer que hay nombres que generan sensaciones, ya sea por su fonética, por su arquitectura o por su originalidad y por ello, se debe encontrar el conjunto de letras indicado que aporten los valores deseados.

2.3.1 estrategia de naming

Toda buena estrategia de naming tiene varios pasos a determinar. Implicarse en un proceso de naming, comporta aceptar unas reglas de juego o buenas prácticas que dignifican la tarea y la relación entre el cliente y el responsable de naming, y son:

1. Conocer al cliente y el contexto del encargo.

Es absolutamente clave conocer el futuro protagonista del nombre, ya sea un emprendedor, un directivo o un trabajador. Aquí se puede plantear una breve anotación, si el futuro titular de un nombre es una persona conservadora difícilmente podrá liderar un nombre muy innovador, y viceversa.

En cuanto al contexto, ineludiblemente se ha de conocer el entorno profesional, e incluso personal, en el que se inscribe esta nueva denominación.

Este binomio cliente-entorno del encargo será clave cuando se decida cuáles de las denominaciones de la lista larga de nombres deben pasar a la short list.

2. Utilizar, de forma inteligente, todas las herramientas disponibles al alcance para optimizar el proceso de creación/construcción de nombres.

Más allá de la propia inspiración, hay que excitar la creatividad. Así pues, herramientas como Google, publicaciones sobre estilos de vida y la lectura atenta de documentación generalista sobre el sector o el producto-servicio objeto del naming son fuentes que debemos plantearnos en el proceso.

Por el contrario, trabajar sobre la competencia,

en el sentido de analizar sus documentos e informes, generalmente resulta de poca utilidad. Aunque no por ello no se debe dejar de hacer.

3. Asumir 24 horas sobre 24 horas, que se está viviendo un proceso de naming y que la "mirada periférica" puede llevar la inspiración.

El grado de implicación que comporta la búsqueda de una denominación requiere una dedicación extraordinaria. La inspiración, la generación de ideas, puede encontrarse en los entornos más dispares (de ahí la mirada periférica).

Es por ello que un nombre ha de vivirse las 24 horas, no se puede determinar que de 14.00h a 15.00h se ha de tener la solución, sino que ha de existir una libertad para la creación del mismo.

4. Ser activo y luchador en el tema registral.

La batalla del registro es un momento clave para cualquier proceso de naming. Mientras que todo el proceso tiende a ser un crescendo de generación de nombres, análisis de los que tienen mejores perspectivas, filtraje de estos con relación a la identidad y valores del cliente, llega un punto en que la short list debe enfrentarse a un muro legal en que las clases registrales, el ámbito geoeconómico dicta sentencia sobre las posibilidades registrales de los mejores nombres.

Es fundamental establecer una buena comunicación con el registrador para que este pueda sugerir qué precisa una denominación para poder tener serias opciones de ser registrada, el asesoramiento del registrador es clave para que el proceso termine con éxito.

2.3.2 la lista larga

La lista larga es el momento de la eclosión, de la generación de nombres sin orden ni censura. El mayor error que puede darse en el naming es la censura, rechazar nombres por absurdos que puedan parecer, porque de ellos probablemente nacerán otros nombres que pueden ser las denominaciones que lideren el naming.

La lista larga debe de tener unos cien nombres, está claro que no todos pasarán a la short list, pero sí que pueden servir como puente para la creación de otros.

Lista larga:

The level	Gastroclub	Bfood	Special bar
Plus	Gin&Food	Casual food	Rojo
Travel bar	Food4all	Sensa	Ven a comer
Five senses	Concept	Nueco	Comilonas
Kankaku	Mezcolanza	Ricom	Sabores
Crunchbar	Hello	Sentinn	El rincón
Bar las palmeras	Facebar	Sensin	Al disfrute
Right now!	Comemos	Newsab	Chin chin
Experience	Alsare	El paseo	Together
Fusion	Season	La estación	Stay
Mezclum	Centrum	The Summit	Hora de comer
Emotions	Zentrum	The best	A la aventura
Le blanc	Friconos	Best food	Yummy
Metropolitan	Sensaciones	Quedar	Juric
Petit comité	La cima	Dátiles y palmeras	La dama
Traditions bar	The top	Transparent	Silence
New traditions	El capricho	La dama	Drink and eat
Innobar	Istar club	Delicious	Drieat
Share	Shine	Tasty	Dreams
Casa Julián	Hipno Bar	Crack	Uhhh
Centrum	We are food	The rock	Rico rico
Tapbar	Paseo	Peace bar	Volavent
Al centro	Ma bonito	Inno	The exit
Zentrum	Be food	The restobar	Cristal bar
Food Club	Big food	Boom	Gineat

2.3.3 short list

Casi todo el mundo puede construir una lista más o menos afortunada de nombres, donde la fortuna dependerá de la información, la implicación, la inspiración y de la habilidad para no censurarse. Ahora bien, el ejercicio de saber cuáles son las denominaciones más adecuadas para la identidad, el posicionamiento y los valores de la empresa es una habilidad al alcance de unos pocos. Se trata de una decisión poliédrica, multivariable, en definitiva de casar los nombres con toda la información dinámica residente en nuestra cabeza. Hablamos no solo de la información del briefing, sino de nuestras sensaciones e impresiones respecto al cliente, al mercado o al servicio.

Para realizar una buena short list se ha de coger la lista la larga y realizar una serie de pasos:

1. Descartar los nombres absolutamente inadecuados.
2. Releer de forma atenta y descartar denominaciones medianamente adecuadas o poco atractivas.
3. Seleccionar unos diez nombres atractivos y adecuados.

Short list:

Mezclum
Petit Comité
New traditions
Innobar
Zentrum
Sensa
Transparent
Inno
Sabores

2.3.4 comprobaciones registrales y de dominio

La fase de registro es una de las más importantes a lo largo del naming, es la que nos da el visto bueno o nos retorna al inicio. Esta fase involucra a cliente, registrador y responsable de naming.

Las gestiones que realiza el registrador consisten en comprobar la viabilidad de los nombres de la short list en las clases de la Clasificación Internacional de Productos y Servicios (Marcas), conocida como Clasificación Niza.

La Oficina Española de Patentes y Marcas dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, regula en España el registro de marcas. Armonizado con los principales países europeos se establecen 45 clases que ordenan la práctica totalidad de productos y servicios susceptibles de ser registrados.

En lo referente a los dominios en la red, en el mercado español, el interés en los dominios puntocom y puntoes, por este orden, monopoliza la mayor parte del interés de la empresa frente al registro del dominio de un nuevo nombre. Hoy en día es imposible plantearse un proceso de naming sin atender a su registrabilidad en la red. Pero ya no es solo el dominio web, sino también los espacios en redes sociales.

Para llevar a cabo este proceso, primeramente de forma autónoma se buscan los posibles nombres (short list) en internet y redes sociales para hacer un primer descarte. Para ello se comprueba la disponibilidad del puntocom, puntoes y redes sociales. Tras esta búsqueda se eliminan New Traditions, Innobar, Zentrum, Inno y Sabores. Y por lo tanto se mantienen Mezclum, Petit Comité, Transparent y SenSa.

Estos cuatro restantes se les pasa a UNGRIA Patentes y Marcas que son los encargados de hacer un estudio exhaustivo y detallado sobre el resto de marcas del mercado y asesorarnos así en la elección del nombre correcto para no te-

ner ningún problema posteriormente. Tras dicho estudio, se descartan Mezclum y Petit Comité ya que en el primer caso existe el nombre con una pequeña modificación y por lo tanto podría generar complicaciones y en el segundo caso porque ya existe un establecimiento con ese mismo nombre. Por lo tanto tenemos dos opciones viables que se le presentarán a la empresa.

Transparent y SenSa

2.3.5 descripción de las propuestas

Transparent

El nombre Transparent es un nombre que representa el espacio y la ubicación del establecimiento. Transparente es aquello que deja pasar la luz y permite ver lo que hay detrás. Teniendo en cuenta esta definición se explica a su vez el espacio del local puesto que, una gran superficie esta formada por una terraza exterior y la parte cubierta cuenta con una cristalera que te permite ver más allá de una pared normal. Además cabe destacar que el establecimiento está ubicado en un entorno singular de la ciudad rodeado de parques y palmeras.

SenSa

SenSa restobar es la fusión y combinación de las keywords del briefing. SenSa surge de combinar los "sen"tidos de los comensales y los "sa"bores de los ingredientes originando un cúmulo de "sensa"ciones agradables para pasar un buen rato comiendo o cenando con amigos y familia.

Es un nombre de fácil pronunciación y fonética agradable que además, al ser la fusión de dos palabras no podría originar problemas en la traducción a otros idiomas.

SenSa es una palabra que transmite serenidad y tranquilidad y que ofrece al usuario una experiencia única.

2.3.6 nombre definitivo

Tras una reunión con la empresa estos se deciden por el nombre SenSa ya que está formado por las palabras que ellos quería transmitir en todo momento a los futuros comensales. También se le añade la denominación de la actividad incluyendo la palabra "resto·bar".

Sentidos, sabores y sensaciones

Por lo tanto, después de la elección se formalizan los temas de registro de nombre, compra de dominios web y registro en las redes sociales deseadas por la empresa, siendo estas facebook e instagram.

SenSa resto·bar, más que un nombre, una experiencia.



2.4 diseño de la marca

2.4.1 moodboard

El moodboard es el muro de inspiración donde se exponen y filtran las ideas para la creación del nuevo diseño. Es la herramienta que ayuda a representar una idea general de lo que se va a crear, desarrollando la creatividad alrededor de un tema, alrededor de un concepto gracias al cual llega la inspiración y claridad.

En este caso, el moodboard está cargado de imágenes que transmiten un aire *casual*, dinámico y tranquilo a la vez que, agradable, con colores tostados y naturales.

Del moodboard se puede decir que es casi un prototipo, como el primer bocado de lo que va a ser el proyecto.

Para hacer un buen moodboard se han de tener en cuenta varios factores:

1. Tener claras las palabras claves.

Se puede hacer un moodboard físicamente o digitalmente. Se ha de elegir las palabras claves que transmitan lo que quieras sentir aunque no necesariamente han de formar parte del moodboard.

2. Recopilación de imágenes.

Recopilación de imágenes, retales, objetos, materiales que emocionen y ayuden a transmitir aquello que se desea plasmar en el moodboard. En el montaje se ha de jugar con los espacios pero yendo a lo esencial y buscando únicamente aquellos elementos que van a ayudar, que van a transmitir lo que se desea.

3. Elección de un soporte.

Según los elementos recopilados, los colores

elegidos, los materiales utilizados, se elige un soporte u otro. Podría ser por ejemplo, un corcho especial, una tela colgada a la pared, una base colgada de un hilo o un moodboard digital, como es nuestro caso.

4. Filtrado y selección.

Filtrado de ideas, en este paso, se colocan los elementos para quedarse con lo que más gusta, lo que más inspira y emociona. Dejando los elementos que mejor definan el proyecto.





2.4.2 primeras ideas

Una vez que se tiene claro el briefing, las ideas y conceptos clave se plantean las primeras ideas realizando bocetos a mano alzada en lápiz y papel.

Se trabajan tres ideas principales:

1. Utilizar la palabra SenSa como **único elemento**, como conjunto, ya sea con o sin símbolo.
2. Dividir, separar de forma gráfica las **dos sílabas** de SenSa ya que cada una proviene de una palabra, sentidos y sabores.
3. Utilizar **únicamente la S** de SenSa, inicial de las dos palabras que componen el nombre, como símbolo principal.

SenSa como único elemento.

sensa

SENSA
GASTRO
BAR

— GASTRO —
SENSA
— BAR —

SENSA

SENSA
GASTRO · BAR

SENSA //

SEṄSA

sensa.

sensa.

Sensa

SENSA
gastro.bar

SenSa como dos palabras.

SEN_SA
gastrobar

SENSA
resto.bar

SENSA

SEN
SA
RESTO BAR

SENSA

SEN
SA GASTRO
BAR

SenSa
GASTROBAR

SENSA
restobar

SEN SA

LEN
JA

SenSa como inicial.



2.4.3 bocetos a ordenador

Siguiendo las principales características del negocio, se ha trabajado en buscar una imagen partiendo de la diferenciación entre las propuestas, pero teniendo en cuenta siempre los valores y sentimientos que se quieren transmitir al público.

Del mismo modo que los bocetos realizados a mano, se realizan varias muestras a ordenador. Estas muestras podemos dividir las en dos bloques.

Primeramente se realizan a una única tinta evocando un carácter minimalista y formal pero con ese toque *chic* que busca la empresa.

El siguiente concepto es mucho más animado, con tipografías caligráficas y un aire mucho más vivo.

Una tinta / minimalista y formal

SENSA

RESTO

SENSA

BAR

S E N S A
RESTO
BAR

SENSA
resto · bar



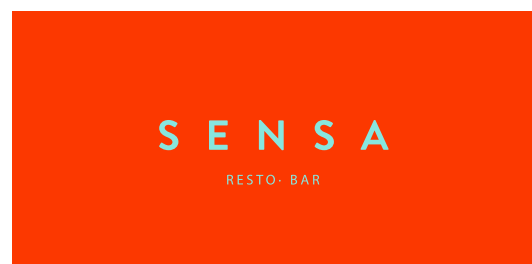
SENSA
gastrobar

Sensa
Resto - Bar

sensa
RESTO BAR

S

Múltiples tintas / animado y vivo



2.4.4 propuesta elegida y variantes

Después de analizar las distintas propuestas y hablar con la empresa hay un modelo que cumple todas sus expectativas y se adapta a lo que buscan para el nuevo establecimiento.

A continuación se prueban diferentes tipografías para el mismo concepto y posteriormente será la empresa la que tome la decisión definitiva.

Alternativas tipográficas.

SENSA
resto · bar

SENSA
resto · bar

SENSA
resto · bar

SENSA
gastrobar

2.4.5 propuesta seleccionada por la empresa

Tras la visualización de las diferentes variantes por parte de la empresa, la propuesta seleccionada es la siguiente:



SENSa
resto·bar

Este logo representa los valores del negocio y además permite diferenciar las dos palabras que conforman su nombre: sentidos y sabores. Para recalcar estas dos palabras lo que se hace es diferenciar las S, en este caso se hace aumentando su tamaño.

Además, dado que el establecimiento decidió incorporar la denominación de la actividad se incorpora de una forma muy sutil para no restarle importancia al nombre principal.



2.5 conclusiones

Toda empresa independientemente del sector o los medios con los que cuente debe tener muy bien definida su marca puesto que es lo primero que el cliente ve. Va más allá de tener un logo bonito o feo, hay que conseguir transmitir y captar al posible usuario final para que acuda al negocio.

Durante todo el proceso de diseño lo que se ha intentado es desvincular SenSa resto·bar de su antiguo nombre, Cafetería Dátil de Oro (Parque deportivo). Esto es una tarea difícil puesto que el anterior establecimiento estaba muy vinculado a la ciudad y contaba con más de 25 años de trabajo. Para ello, la mejor forma de hacerlo es mediante un cambio drástico, puesto que de esta forma no quedará nada que pueda vincular el anterior negocio con el nuevo.

A lo largo del desarrollo de la marca siempre se han tenido en cuenta los ideales de la empresa que van interrelacionados en todo el rediseño del restaurante, desde el diseño de la marca, al naming, el diseño de interiores y exteriores, la selección de los nuevos productos (vajilla, cubertería, vasos...) hasta la propia comida y presentación de la misma. Lo que se quiere hacer es un establecimiento *casual*, moderno y con un aire libre en todas y cada una de sus características y factores.

Lo bonito del diseño de la marca es que durante toda su creación se ha ido al propio restaurante y se ha podido comprobar si todo encajaba o si por el contrario se tenía que modificar alguna cosa.

Las conclusiones son 100% favorables, alcanzando todos los objetivos planteados. El resultado ya está implantado en SenSa resto·bar.





3 manual de identidad corporativa

3.1 intro

3.1.1 estado del arte

El manual de identidad corporativa es un documento en el que se diseña la línea maestras de la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. En él, se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.

El manual describe los signos gráficos escogidos por la empresa para mostrar su imagen así como todas sus posibles variaciones: color, tamaño, etc. En el mismo, se explica su forma y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. Se muestran también las normas prohibitivas de sus aplicaciones y se incluyen los colores y las tipografías corporativas.

Esta guía se idea pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

Los contenidos del manual se agrupan básicamente en dos grandes bloques:

1. Normas básicas de construcción y desarrollo de la identidad corporativa.
2. Aplicación del logotipo en las distintas plataformas de comunicación: tarjetas de visita, carteles, indicadores, chapas, diseño web y otros dependiendo de los requerimientos de la institución.



3.2 definición de los elementos básicos

La identidad visual es aquello que ayuda a ser identificados como entidad, es una carta de presentación. Otra de sus funciones es diferenciar del resto de entidades, sobre todo de los que realizan actividades similares. Por tanto, en este caso la parte visual de la identidad corporativa son los elementos que deben hacer inconfundible a la empresa frente a los demás. Esta función en el sector privado responde a una lógica competitiva pero en el sector terciario es más bien un sello de la entidad en sus acciones sociales, una manera de generar confianza.

Si hay una función que desde el punto de vista de la comunicación y el diseño debe estar totalmente presente, esa es la del recuerdo. Una identidad visual que sea difícil de memorizar siempre va a jugar en contra de la empresa.

La identidad visual son todos los signos y elementos por los que se consigue una identificación visual única y universal de una marca. Esto abarca desde el diseño industrial, arquitectónico o ambiental al diseño gráfico. Y desde el logotipo, tarjetas comerciales, vallas publicitarias, emblemas, diseño de vehículos, merchandising, diseño de los puntos de venta hasta el vestuario de los trabajadores. Todo comunica y todo ayuda a crear una identidad visual coherente de la empresa.

3.2.1 nombre / logotipo

SenSa resto·bar es el nombre de la empresa.

En el logotipo el nombre va acompañado de la denominación de la actividad. Esta composición hace más fácil el reconocimiento y recuerdo de la marca. El término "resto·bar" ha sido utilizado en todos los medios: redes sociales, cartelería, dominio web, etc. Reforzando el posicionamiento en buscadores.

En la composición el tamaño de los dos nombres diferencia la jerarquía, al igual que el uso de mayúsculas en "SenSa" y minúsculas en "resto·bar".

SenSa resto·bar se configura como un logotipo tipográfico potenciando los valores de modernidad y frescura proporcionando un estilo *casual* a la marca.



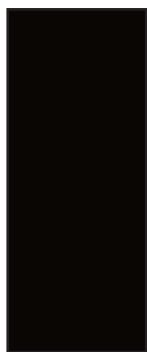
SENSA
resto·bar

3.2.2 colores corporativos

Los colores corporativos son los encargados de representar la marca.

La marca tiene dos colores corporativos pero habiendo un uso preferente entre ellos. El Pantone Black será el color principal del logotipo aunque contará con el Pantone Orange para dar pequeños toques de color en determinadas aplicaciones

*Siempre que aparece la palabra Pantone en este manual se entiende que el color deberá igualarse al sistema de color Pantone. Pantone es una marca registrada de PANTONE INC.



Pantone Black CP

C 63
M 62
Y 59
K 94

R 45
G 41
B 38

HTML 2D2926



Pantone Orange 021 CP

C 0
M 65
Y 100
K 0

R 254
G 80
B 0

HTML FE5000

3.2.3 tipografía corporativa

Para el logo se ha usado una única tipografía en diferentes estilos. Las tipografías han sido elegidas por su claridad, simplicidad y buena legibilidad.

La familia tipográfica del logotipo es AvenirNext. Una tipografía de palo seco muy clara y neutra. En ambas palabras se utiliza la misma pero cambiando el estilo. En la palabra SenSa las "S" son medium y "en" y "a" regular. Lo que se pretendía con estas variaciones era igualar el trazo sin deformar la tipografía. La palabra resto·bar es ultralight.

La tipografía auxiliar que será la utilizada para los textos complementarios como son por ejemplo realización de facturas, cartas del establecimiento, dirección en las tarjetas de visita... será la Brandon Grotesque.

En casos excepcionales, trabajos publicitarios que así lo requieran por su carácter específico, documentos internos elaborados por cualquier programa informático, etc. Puede usarse otra tipografía, preferentemente de palo seco, como por ejemplo la Helvética.

Tipografía logotipo: AvenirNext

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789 . , ; ; ¿ ? ¡ ! @ # €

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789 . , ; ; ¿ ? ¡ ! @ # €

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789 . , ; ; ¿ ? ¡ ! @ # €

Tipografía auxiliar: Brandon Grotesque

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789 . , ; ; ¿ ? ¡ ! @ # €

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789 . , ; ; ¿ ? ¡ ! @ # €

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789 . , ; ; ¿ ? ¡ ! @ # €



3.3 normas básicas de aplicación

Estas normas exponen los límites y parámetros que enmarcan la utilización de los signos gráficos de identidad, delimitando qué se puede hacer con la marca y qué no se puede hacer. Giran entorno a tres aspectos bien diferenciados: disposición de los elementos, color y elementos decorativos.

3.3.1 disposición de los elementos

3.3.1.1 versiones de la marca

Versión principal: tiene una composición vertical y es la recomendada para cualquier aplicación corporativa, publicitaria o promocional.



SENSa
resto·bar

Versión secundaria: En caso de limitación de espacio está permitido la eliminación de la palabra "resto·bar".



SENSa

Versión con texto debajo: En los casos en que haya texto debajo del logotipo se incorporará una línea en Pantone Orange. En esta versión siempre irá la palabra resto·bar. Se excluye de este caso la tarjeta de visita.



SENSa
resto·bar

3.3.1.2 espacio de respeto

En todos los medios en los que aparezca el logotipo se ha de reservar un espacio delimitador alrededor. El tamaño de este espacio debe ser siempre proporcional al de la marca.

Versión principal: Área de protección mínima que nunca debe ser invadida por textos u otros elementos gráficos. Esta área está determinada con la propia letra "o" como medida.

Estándar ≥ ○

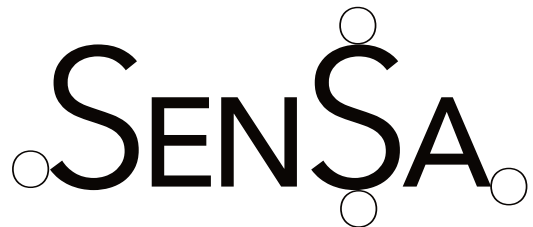


Gran tamaño ≥ ○○



Versión secundaria: en esta versión también se determina la distancia mínima con la letra "o" como medida. Este caso solo se aplicará a aplicaciones con dimensiones reducidas.

Estándar ≥ ○



Versión con texto debajo: en este caso al igual que los anteriores también se determina la distancia mínima con la letra "o".

Estándar ≥ ○



*Se considera como "gran tamaño" formatos superiores a A0.

3.3.1.3 tamaño mínimo

El soporte, la iluminación y la distancia de observación son factores que condicionan el tamaño con que debe emplearse la marca.

El tamaño nunca debe ser excesivo, ya que ofrecería una imagen de inseguridad, ni demasiado reducido, pues dificultaría su reproducción.

Dependiendo la versión utilizada se permite la reducción hasta un tamaño mínimo de 6 mm de alto en el caso de la principal y de 4mm en la secundaria.

SENSA  6 mm
resto-bar

SENSA  4 mm

3.3.1.4 usos incorrectos

En ningún caso estará permitido la modificación de la marca salvo las versiones expuestas anteriormente. No se permitirán cambios de color, tipografías o deformaciones varias.



SENSa
resto·bar



SENSa
resto·bar



SENSa
resto·bar



SENSa
resto·bar

3.3.2 colores

3.3.2.1 versiones monocromáticas

Versión positivo: La marca se reproduce en negro sobre fondo blanco.

SENSA
resto · bar

Versión negativo: La marca se reproduce en blanco sobre fondo negro.



3.3.2.2 la marca y el fondo

Como norma general, la marca se reproduce siempre en una versión que garantice una óptima visualización.

Cuando los fondos de color tengan un color con un grado de saturación igual o superior al 50% la marca se aplicará en blanco.





3.4 aplicaciones

Las aplicaciones más importantes son las dedicadas a la papelería de la empresa y al diseño de la interfaz de la web. Para ello se aplican los elementos básicos de identidad corporativa al conjunto de soportes impresos utilizados por la empresa.

La papelería incluye: tarjeta de visita, carta de alimentos, de vinos, de postres y de cócteles, cartelería informativa, banderola de lona para la puerta exterior, chapas y vinilo para mueble auxiliar.

3.4.1 tarjeta de visita

La tarjeta de visita es el primer recuerdo visual que tiene y ve el cliente, por ello, es sumamente importante que la tarjeta transmita todo aquello que se quiere que perciba el usuario.

La tarjeta se imprime a una cara y aunque compositivamente es un formato muy estándar y formal, el juego entra con el tipo de papel. El papel seleccionado en un *courius translucent*, de esta forma lo que se consigue es mostrar por un lado la tradición con el grafismo y por otro, la modernidad, con el tipo de papel escogido.

La tarjeta además contiene los datos necesarios para ponerse en contacto con la empresa.

Tamaño: 85x55 mm.



3.4.2 cartas

La carta para un restaurante es algo imprescindible puesto que es donde venden sus productos. Teniendo en cuenta esto se crea una línea de cartas independientes en función del producto, por lo tanto tendremos la de platos de comida, la de vinos, la de postres y la de cócteles.

Para la carta de alimentos además se crea un símbolo gráfico que servirá para especificar que determinado plato es 100% vegetal.

Al igual que con la tarjeta no se quería hacer una carta impresa en un papel tradicional por lo que se decide usar un soporte rígido como es el forex y sobre él se adhiere un vinilo mate.

Tamaño: comida y cócteles 250x300 mm.
 bebidas 125x300 mm.
 postres 250x125 mm.

100		195	
SENSA resto·bar			
CLÁSICOS		ENSALADAS	
Jamón ibérico de bellota con tomate y tosta de AOVE	16,00	Burrata con tartar de tomate, rúcula, sésamo negro y tomate seco	8,00
Ensaladilla rusa	7,50	Carabenero con chutney de mango, piña y frutos secos	9,00
Bocquerones en vinagre con patatas chips, pimiento y limón	6,00	Huertana	7,50
Anchoas DO (unidad)	2,00		
Tabla de quesos DO	10,00	A COMPARTIR	
		Noodles con calabacín y rape saltado	8,00
FRICONOS		Bacalao en taquitos con pinto	7,50
Cazón en adobo	6,00	Mollejas de cordero con ajites	7,50
Gambusín	6,00	Secreto de cerdo ibérico con patata asada	11,00
Calamares	8,00	Cazuelo de carrillera de cerdo ibérico con puré trufado	10,00
Chipirones	8,00	Quesadilla de confit de pato con salsa de pimiento asado	8,00
		HAMBURGUESAS	
CROQUETAS		Ternera de angus con queso cheddar, cebolla, foie pochado al PX, tomate, lechuga de trocadero y crunch de bacón	11,00
Jamón ibérico y setas de temporada (unidad)	1,30	Ternera de angus con queso tierno de oveja, tomate, lechuga, pepinillo agriolice, cebolla crunch y salsa SenSa	9,00
Bacalao y especinax (unidad)	1,20	Pollo de campo, tomate, lechuga, queso y salsa tártara	8,00
Gamba roja (unidad)	1,50	Tofu, lechuga, pepino, tomate, espárragos y salsa romesco	8,00
CAPRICHOS			
Gyozos de verduras	6,50		
Tartar de salmón con helado de wasabi y sésamo	6,50		
Gua bao de cochinito con salsa barbacoa	4,50		
Gua bao de anguila ahumada	4,50		
Brocheta de langostino con panko y salsa hoisin	8,00		
Pata de puerco al grill con boniato asado y cilantro	15,00		
Espárragos verdes en tempura en salsa romesco	10,00		



3.4.3 cartelera informativa

En cuanto a cartelera tenemos dos variantes:

Uno de los carteles va dirigido a la vestimenta con la que está permitido entrar al restaurante. Próximo a las instalaciones se ubican las piscinas municipales de la ciudad, por lo que se crea un cartel especificado que no está permitido entrar con ropa de baño.

El otro cartel va enfocado a prestar más servicios e informar al cliente de ellos. El negocio cuenta con wifi gratuito para sus comensales y además ofrece un servicio de préstamo de baterías portátiles para móviles.

En los dos casos los carteles van con una base de forex para aportarles más rigidez.



3.4.4 banderola de lona

Para la puerta exterior se crea una banderola de lona que hará la función de rótulo. Esta banderola se confecciona para una sujeción de doble mástil y se usa la versión principal del logotipo.



3.4.5 chapas para el servicio

Para que el personal de servicio vaya identificado se realizan unas chapas que incluyen el nombre del establecimiento y el del trabajador.



3.4.6 vinilo muebles

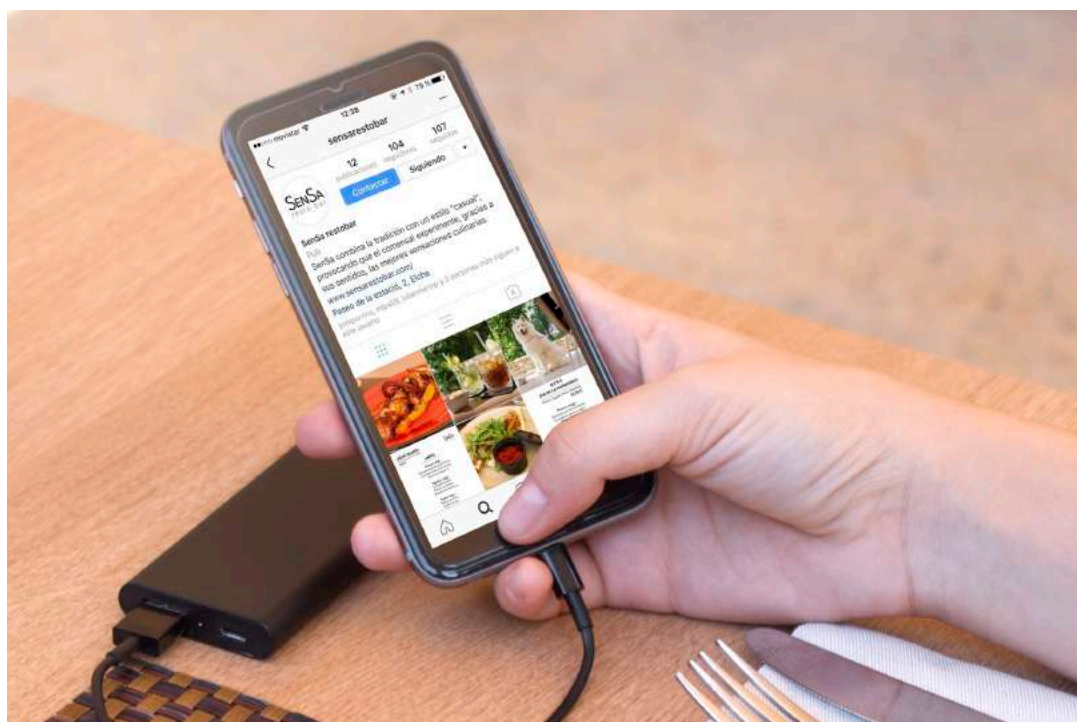
Al contar con una gran superficie utilizada como terraza el restaurante cuenta con un mueble de apoyo que da servicio a estas mesas. Para integrarlo y dar soporte se le incorpora un vinilo con el logotipo.



3.4.7 soportes de comunicación

Teniendo en cuenta que SenSa resto·bar se comunica y quiere dar a conocer sus promociones y ofertas mediante las redes sociales Facebook e Instagram, se han adaptado imágenes a los distintos soportes presentando así la marca a los usuarios.

En los dos casos se ha adaptado una imagen con fondo blanco y el logotipo. Para la portada se utiliza una imagen del local.



3.4.8 diseño web

El diseño web es uno de los mayores atractivos online de SenSa. Es una web muy sencilla e intuitiva que integra todos los puntos comunes con la identidad corporativa y el diseño del establecimiento. Mantiene la línea del negro y se le dan algunos toques de color con el naranja. Lo que hace atractiva la página son imágenes de calidad que enseñan al público lo que pueden encontrar.

Además cuenta con una sección donde se muestra la carta y otra de contacto y ubicación.

El dominio web es: www.sensarestobar.com



SENSA RESTOBAR

SENTIDOS Y SABORES

Sensa restobar es un restaurante localizado en uno de los lugares más destacados de Elche, el Paseo de la Estación. Su cocina combina la tradición con un estilo casual, provocando que el comensal experimente, gracias a sus sentidos, las mejores sensaciones culinarias y disfrute de los auténticos sabores de sus productos, en un ambiente céntrico y tranquilo, perfecto para cualquier hora del día.





NUESTRA COCINA

ELABORACIONES CASUAL

Nuestra cocina mezcla la tradición con un estilo casual, dando como resultado originales elaboraciones con productos de calidad, tratados con mimo de principio a fin, que te invitarán a disfrutar de una apetitosa comida o cena en la mejor compañía. Platos sencillos, que no aburridos, y productos frescos, se unen con singularidad en las distintas raciones pensadas para compartir al centro.

[VER CARTA](#)



RESTAURANTE

ESPACIO ÚNICO

SerSa restobar se encuentra en el Paseo de la Estación, concretamente en el Parque Deportivo Emilio Villanueva, un espacio único y conocido en Elche.

Déjate conquistar por su acogedor salón con decoración casual o por su amplia terraza desde la que se puede observar sus alrededores mientras disfrutas de su cocina. Un lugar perfecto para los días soleados de invierno y las noches de verano.

[CONTACTA CON NOSOTROS](#)



SÍGUENOS EN:



©SENSA 2016 · Paseo de la estación S/N, 03202 - Elche (Alicante) · Tel: 965 42 68 00

[Aviso legal](#) · [Política de privacidad](#)



Clásicos

Jamón ibérico de bellota con tomate y tosta de aove	16.00€
Ensaladilla rusa	7.50€
Boquerones en vinagre con patatas chips, pimienta y limón	6.00€
Boquerones en vinagre con patatas chips, pimienta y limón	6.00€
Anchoas 00 (unidad)	2.00€
Tabla de quesos D.O.	10.00€

Friconos

Cazón en adobo	6.00€
Gambusín	6.00€
Calamares	8.00€
Chipirones	8.00€

Croquetas

Jamón ibérico y setas de temporada (unidad)	1.30€
Bacalao y espinacas (unidades)	1.20€
Gamba roja	1.50€

Caprichos

Gyoza de verduras *	6.50€
Tartar de salmón con helado de wasabi y sésamo	6.50€
Gua bao de cochinito con salsa barbacoa	4.50€
Gua bao de anguila ahumada	4.50€
Brocheta de langostino con panko y salsa hoisin	8.00€
Pata de pulpo al grill con boniato asado y cilantro	15.00€
Espárragos verdes en tempura en salsa romesco *	10.00€

* 100% Vegetal

Ensaladas

Burrata con tartar de tomate, rúcula, sésamo negro y tomate seco *	8.00€
Carabinero con chutney de mango, piña y frutos secos	9.00€
Carabinero con chutney de mango, piña y frutos secos	9.00€
Huertana *	7.50€

A compartir

Noodles con calabacín y rape salteado	8.00€
Bacalao en taquitos con pisto	7.50€
Mollejas de cordero con ajetes	7.50€
Secreto de cerdo ibérico con patata asada	11.00€
Cazuela de carrillera de cerdo ibérico con puré trufado	10.00€
Quesadilla de confit de pato con salsa de pimiento asado	8.00€

Hamburguesas

Termera de angus con queso cheddar, cebolla, foie pochado al PX, tomate, lechuga de trocadero y crunch de bacon	11.00€
Termera de angus con queso tierno de oveja, tomate, lechuga, pepinillo agri dulce, cebolla crunch y salsa SenSa	9.00€
Pollo de campo, tomate, lechuga, queso y salsa tártara	8.00€
Tofu, lechuga, pepino, tomate, espárragos y salsa romesco *	8.00€

SÍGUENOS EN:





CONTACTO

Ven a visitarnos en:

SenSa restobar
Paseo de la Estación S/N
03202 - Elicha (Alicante)

Teléfono de Reservas: [+34 965 42 68 00](tel:+34965426800)

Si tienes alguna duda o sugerencia, por favor contacta con nosotros mediante nuestro formulario

SÍGUENOS



NOMBRE:

EMAIL:

RESERVA:

He leído y acepto la [Política de Privacidad](#)

ENVIAR

SÍGUENOS EN:



©SENSA 2016 - Paseo de la estación S/N, 03202 - Elicha (Alicante) - Tel: 965 42 68 00

[Aviso legal](#) - [Política de privacidad](#)



3.5 presupuesto

El presupuesto contempla dos apartados, por un lado los honorarios del diseñador y por otro los costes que le supone materializar las diferentes aplicaciones.

Los honorarios del diseñador son los precios preestablecidos por el libro "El valor del diseño" y la empresa de prácticas Gorilapp. Mientras que la papelería e impresión de las diferentes aplicaciones se basan en los precios de la imprenta Leboli ubicada en Elche.

Diseño

Marca, logotipo y manual	1800,00 €
Papelería	
Tarjetas	200,00 €
Cartas	200,00 €
Banderola	200,00 €
Carteles A5	200,00 €
Chapas	200,00 €
Diseño interfaz web	1200,00 €
	<hr/>
	4000,00 €

Imprenta

49 Carta de comida	235,20 €
34 Carta de bebida	163,20 €
24 Carta de postres	67,20 €
20 Carta de vinos	56,00 €
1 Banderola	40,00 €
2 Carteles wifi/camiseta A5	6,00 €
500 Tarjetas de visita	42,50 €
1 Vinilo de corte mueble	15,00 €
	<hr/>
	625,10 €

TOTAL

4625,10 €



3.6 conclusiones

Es importante que una empresa, independientemente de su tamaño, invierta parte de sus recursos en el desarrollo de una buena imagen corporativa, pues en ella se encuentran los valores, el nombre y la imagen que aparece en la cabeza de los usuarios cuando hablan o piensan en dicha empresa.

La Cafetería Dátil de Oro necesitaba un cambio tras más de 25 años en el negocio, había perdido un poco su identidad. Además al contar con otro restaurante con el mismo nombre se daban hasta confusiones a la hora de las reservas, por lo que era imprescindible un cambio.

Durante todo el proceso de creación y desarrollo se han tenido en cuenta dos puntos muy importantes. Por un lado, debería ser algo distinto a lo existente y por el otro, se debería desvincular al completo del otro establecimiento de la cadena.

En cuanto a las aplicaciones, lo que se intenta es crear una conexión entre ellas siguiendo un mismo patrón. Además, un aspecto fundamental era que todo, y no solo las aplicaciones, tuviera una conexión, el diseño de interiores, el tipo de comida, la presentación de la misma, los materiales del mobiliario, las propias aplicaciones, todo debe transmitir lo mismo al cliente final.

Otro punto importante que también ha marcado todo el camino creativo ha sido el hecho de respetar la tendencia hacia la armonía, lo *casual* y la seriedad que deseaba el establecimiento.

Por lo tanto, las conclusiones son positivas alcanzando todo lo deseado por la empresa.



SENSA
resto · bar