





USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA



Análisis estratégico

Retomando todas las observaciones pasadas llegamos a la conclusión que era necesario una un análisis; no solo gráfico, sino también del entorno real de nuestra campaña, cada actor, vendedor, arrendatarios y usuario, tiene ante sus ojos un cúmulo de sensaciones, emociones y hasta percepciones que hacen que la experiencia de entrar a un mercado se vuelva apasionadamente colorida, en formas, tamaños y hasta olores característicos de cada producto. Es importante no solo notar que cada vendedor tiene una forma hasta peculiar de montar, lucir y hasta de limpiar su producto por ende intentamos recopilar toda esa experiencia para llegar a un fin común.

LOGOTIPO

Cada usuario tiene una historia y una participación que contar dentro de un mercado, por eso cuando reformulamos el logo, lo retomamos con una forma más ordenada pero dinámica, haciendo uso de un color base como el azul índigo, un color no sólo conservador sino constantes que hace que todo su entorno colorido sea parte de él, creado un mismo ambiente y con su peso visual, tipografía, color y elementos característicos de nuestra campaña.

Cada una de las marcas tanto "Mercados con todo" como "Yo quiero mi mercado", tienen las mismas características, con la única diferencia del cambio del isotipo de un bolsa para Yo quiero mi mercado, con un punto focal emocional en donde la marca se vuelve más empática y personal.



SIEMPRE FRESCO
SIEMPRE CÓMODO
SIEMPRE CERCA

TIPOGRAFÍA

A **bc**

Intro-Black
Nexa Light
Galano Grótesque Alt

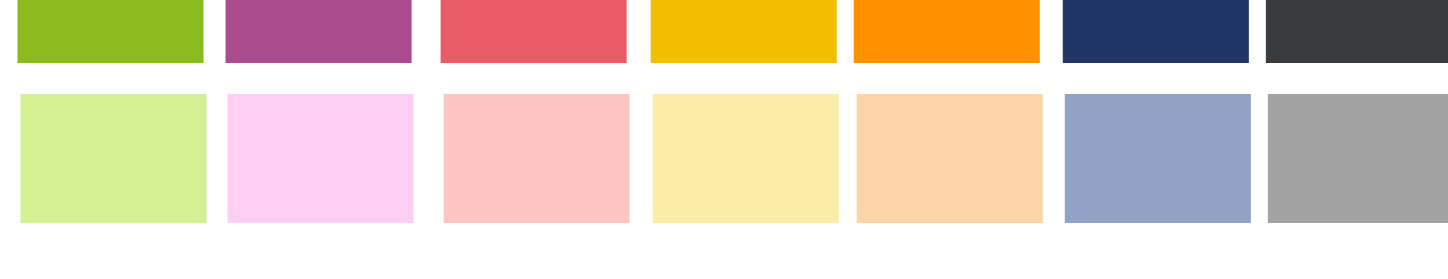
- Logotipo
- Frase o slogan
- Cuerpos de textos

VERSIONES CRÓMICAS



EL COLOR Y ELEMENTOS

La paleta de colores se basa en la investigación del entorno físico de cada producto en los mercados, para llegar un balance creamos iconográficas bidimensionales para darle profundidad, peso y que esto a su vez se complementen con el resto de elementos.



FRASES POR SECTORES

Acompañamos la marca con un slogan, en donde quizás sí sea una frase recurrente, usada pero tiene una hilaridad constante, que solo en un mercado se vive y es la frescura de cada producto y que cada usuario tiene una experiencia tan diversa que lo hace único

SIEMPRE FRESCO • SIEMPRE • CÓMODO • SIEMPRE CERCA



APLICACIONES

BOLSAS DE TELA FULL COLORS

Imagen de carácter ilustrativo, acabado puede variar según proveedor



DELANTALES TANTO PARA HOMBRES Y MUJERES

Imagen de carácter ilustrativo, acabado puede variar según proveedor



REDES SOCIALES

