



Proyecto I: Identidad y marca

aula 3

PEC 2. Rediseño de marcas

Alba Reche Martínez



Análisis de la marca

Si en la actualidad visualizas algo que contenga los colores amarillo y azul, características que lo hacen fácilmente visible a cualquier distancia, es muy probable que lo asocies automáticamente con **IKEA**, gracias a su logotipo icónico y característico. Es un acrónimo que proviene de la combinación de las dos primeras letras del nombre y apellido de su fundador (**I**ngvar **K**amprad), junto con la primera letra de la granja en la que creció (**E**lmτaryd) y la primera letra del pueblo cercano (**A**gunnaryd).

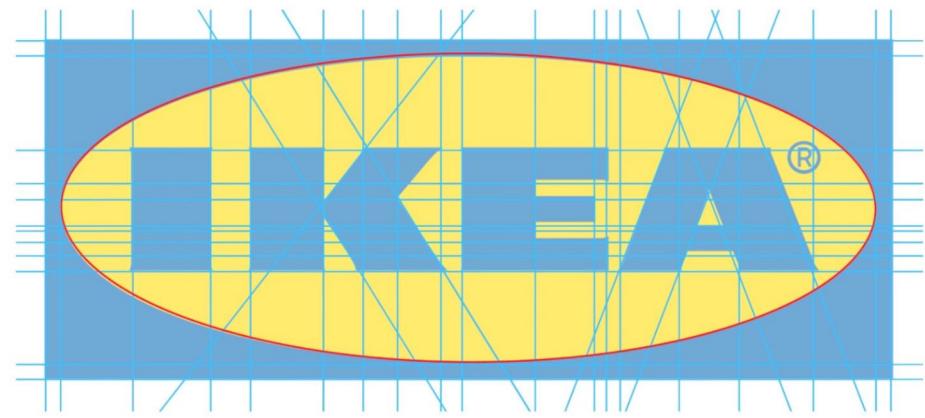
La identidad visual de **IKEA** se caracteriza por su **enfoque minimalista y su simplicidad gráfica**.

Desde su creación en 1951, el logotipo de **IKEA** ha sufrido algunos cambios pero ha mantenido su esencia original, lo que ha contribuido a su alta reconocibilidad. Si bien es cierto que han sido cambios muy sutiles.



A pesar de la popularidad de la marca, el reto en esta práctica es la de rediseñarlo y mejorarlo, para ello he optado por la exploración de varios ejemplos de logotipos para entender el proceso y posteriormente realizar un análisis del diseño actual, conociendo parte de su historia y teniendo en cuenta aspectos técnicos y estéticos.

Mi objetivo es encontrar **una mejora que al mismo tiempo conserve la esencia original**.



En primer lugar, observamos el tipo de letra utilizado, **IKEA** usa la fuente **Noto** de **Google Fonts**, lanzada en 2016 por Google y Monotype. Esto es parte de una estrategia para que la fuente de IKEA sea incluyente en todo el mundo, ya que abarca todos los idiomas escritos, aparte de su legibilidad y simpleza.

Además, utiliza una paleta de colores amarillo y azul, que simboliza vitalidad y fidelidad, respectivamente. Estos colores también se encuentran en la bandera sueca, lo que demuestra el compromiso de la empresa con sus raíces y principios.

La elección de estos colores brillantes y contrastantes también es efectiva para llamar la atención y hacer que el logotipo sea fácilmente reconocible a largas distancias.

A pesar de que su logotipo es ampliamente reconocido, se podría considerar que no es lo suficientemente moderno para una empresa de su tamaño y prestigio, nada sorprendente considerando que **IKEA** ha estado utilizando prácticamente la misma marca desde 1967 siendo una parte importante de su identidad visual durante décadas sin ningún cambio destacable, por otro lado, tratándose de un símbolo icónico y reconocido en todo el mundo, es arriesgado hacer una actualización significativa puesto que podría ser percibida como un cambio en su identidad.

Análisis de la marca

Calidad Gráfica

El diseño del logo ha mantenido una coherencia a lo largo del tiempo, lo que ha permitido a la marca consolidar su presencia en la mente de los consumidores de manera efectiva. **Desventaja:** no ha sufrido variaciones.

Ajuste Tipológico

El uso de mayúsculas en la tipografía del logo de **IKEA** es una elección de diseño que facilita su lectura y reconocimiento, con la ayuda del color de fondo llamativo. **Desventaja:** le da un aire tosco y anticuado.

Corrección Estilística

Reconocemos fácilmente la marca dada su popularidad durante tanto tiempo pero no tiene ningún elemento o símbolo que de alguna pista de qué se trata la empresa. Hacer uso de alguna herramienta de bricolaje de forma sutil puede darnos dinamismo, modernidad e información adicional.

Compatibilidad semántica

El hecho de utilizar un símbolo en nuestro rediseño aprovechando que el original no lleva ninguno, puede ser un punto positivo para conseguir un punto de creatividad en la identidad visual y que se consiga simplificar el logotipo.

Suficiencia

Es importante la simplicidad y la funcionalidad en la creación de una identidad visual efectiva para una marca. En el caso de **IKEA** se podría decir que los colores son destacables pero en conjunto se podría ver anticuado debido a los pocos cambios sufridos a lo largo de los años. Añadir algún signo para identificarlo podría darle ese toque innovador.

Versatilidad

IKEA no contiene ningún símbolo con compatibilidad semántica, su tipografía en este caso es el detalle más destacable en su logo, en el rediseño trataremos de darle versatilidad con la incorporación de un signo compatible con la marca. Diseñar un Identificador Visual.

Vigencia

Realizar una modernización cuidadosa sin perder la esencia es fundamental para aprovechar el gran valor que conlleva el haber permanecido inalterable durante años.

Reproducibilidad

El actual logotipo es perfectamente reproducible a cualquier formato, por eso es vital tener especial cuidado a la hora de incluir detalles innecesarios, si el identificador visual funciona correctamente como símbolo destacable de la marca, tal vez podría usarse en solitario para pequeños formatos.

Legibilidad

Otro de los problemas que tiene, es que en reducciones la legibilidad es muy deficiente. En el rediseño planteo una propuesta de marca con logos responsive o adaptativos, siguiendo las nuevas tendencias de branding. Utilización del símbolo de forma independiente como sello identificativo.

Inteligibilidad

Aunque los colores y contrastes utilizados atraen la atención, la falta de correspondencia semántica entre un símbolo figurativo y la función de la empresa dificulta la identificación y asociación de la marca con su objetivo, a pesar de esto, la longevidad de la marca ha ayudado a suprir esta limitación. No obstante, es esencial considerar la necesidad de realizar ajustes para mejorar su eficacia.

Vocatividad

IKEA conserva la legibilidad necesaria y un tono llamativo y vigoroso para captar la atención del público.

Singularidad

Si bien es cierto que no encuentro nada que haga destacable a la marca, por lo que se podría trabajar en añadir algo que la haga diferente.

Análisis de la marca

Declinabilidad

En este logotipo se conserva la misma estética para marcar elementos y productos de formas diversas. Antes de realizar el rediseño, debemos determinar si la marca debe compaginar con un sistema o ser atípica.

Pregnancia

Sería conveniente conseguir que nuestro logotipo tenga la capacidad de ser recordado por las personas de manera duradera y efectiva. Es decir, que el signo tenga una fuerza visual y un impacto tal que permita que la gente lo asocie con la marca y lo recuerde incluso después de haberlo visto por un corto período de tiempo.

Valor Acumulado

El logotipo de **IKEA** ha estado presente en España desde el 1951, marcando un antes y un después, pasó de ser una empresa pequeña de pedidos por correo a una marca internacional de decoración y hogar asequible. Es importante ser reverentes con su historia durante la renovación, conservando componentes identificables pero actualizándola para ajustarla a la contemporaneidad.



EL CASO PRÁCTICO DE IKEA: ESCUCHAR, PARTICIPAR, COMPARTIR Y EXPORTAR
[en línea] [fecha de consulta: 07 de Marzo de 2023]. Disponible en:

<https://www.harvard-deusto.com/el-caso-practico-de-ikea-escuchar-participar-compartir-y-exportar>

A screenshot of the IKEA website homepage. At the top, the IKEA logo is displayed. Below it is a large image of a man sitting by a lake at sunset, looking at a solar-powered lamp hanging from a string. The text "The SAMMANLÄNKAD collection Solar power to the people!" is overlaid on this image. To the right, there is a yellow button with the text "Go shopping →". At the bottom of the main section, the text "Online store: [ikea.es](https://www.ikea.es)" is visible. The overall design is clean and modern.

A screenshot of a section titled "IKEA everyday rituals". It features a large image of a woman and a child sitting at a table. Below this image, the text "Explore simple ways to make every day special" is written. To the right, there are two smaller images: one of a woman looking at a laptop with the text "Your stairs or mine?", and another of a woman in profile with the text "Dare to take a cold dip". The background is a light beige color.

LANDING PAGE IKEA
[en línea] [fecha de consulta: 07 de Marzo de 2023]. Disponible en:
<https://www.ikea.com>



Rediseño de la marca

La creación de un diseño es un proceso creativo y complejo que requiere de una planificación cuidadosa y un enfoque metódico. Una parte fundamental de este proceso es la generación de ideas. Para ello, es importante dejar volar la imaginación y anotar todas las ideas que se te ocurran, sin importar lo absurdas o descabelladas que parezcan. Estas ideas pueden plasmarse en bocetos, garabatos o notas, lo importante es capturarlas de alguna manera para poder trabajar con ellas más adelante.

Bocetos:



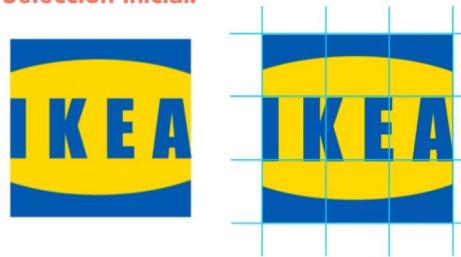
Otras ideas:



En el caso específico del rediseño de una marca, es importante tener en cuenta los elementos simbólicos que la representan. Para **IKKEA**, destacan el óvalo y el rectángulo como elementos de interés. El objetivo es conservar estos detalles y a partir de ahí, explorar distintas combinaciones y variaciones que permitan crear una marca original, sencilla y adaptable a diferentes formatos y tamaños.

El proceso de exploración y experimentación con distintas opciones es esencial para lograr un diseño efectivo. Es necesario probar y evaluar varias alternativas hasta encontrar la que mejor represente su identidad y se ajuste a los requisitos técnicos y estéticos necesarios. De esta forma, se puede llegar a un diseño final que sea único, impactante y memorable.

Selección inicial:



Me decanté por la opción número 6 como primera opción de rediseño siguiendo las pautas sobre una cuadrícula para mantener un orden y una harmonía visual.

En primer lugar, es importante mencionar que mi objetivo principal era simplificar y modernizar su imagen, aunque conservando sus colores primarios. Por otro lado durante el desarrollo de este mismo logotipo, quise integrar un símbolo característico que le diese personalidad a la marca, además de poder usarlo como emblema propio.

Para lograr esto, decidí realizar diversas combinaciones de colores junto con una tipografía llamada 'Open Sans' muy similar a la original.

Estos colores se mantienen puesto que conectan con la historia y el origen de la empresa.

Durante toda la lluvia d ideas se exploró la posibilidad de reducir al máximo los detalles, pero se determinó que esto restaba identidad al símbolo.

Algunas ideas posteriores:



Rediseño de la marca

Primeras opciones:



El nuevo diseño del logo de Ikea tiene como objetivo conectar con el público, aportando información sobre la empresa sin perder la esencia y la identidad de la marca. Para lograrlo, se han mantenido los colores azul y amarillo representando la felicidad, facilidad, confiabilidad y seguridad. Este color es versátil y adecuado para la identidad corporativa.

Para la creación del isotipo, se ha utilizado uno de los conceptos representativos de su logotipo: el óvalo. Este elemento se ha transformado en la cabeza de un tornillo para transmitir una clara referencia al sector industrial al que pertenece la empresa. El proceso de diseño se ha basado en la forma de la letra "i", la cual se ha modificado para lograr la imagen deseada.

Se consideraron aspectos como la altura de las letras, la modulación y la proporción de la fuente para lograr una apariencia homogénea y coherente con el isotipo.

Para la elección de la tipografía, se ha trabajado con la fuente Open Sans, con estilo 'ExtraBold' una tipografía minimalista que le da personalidad y jovialidad al logo, asemejándose a la original. Es elegante pero sencilla, y se adapta fácilmente tanto a medios digitales como impresos. Además, se ha prestado atención al kerning y al tracking para lograr una correcta separación y espaciado entre las letras.

El resultado final es un logotipo compuesto por un isotipo editado con la misma tipografía que se integran de manera armónica. Se ha buscado una apariencia equilibrada y atemporal, capaz de transmitir los valores de la marca de forma clara y precisa en cualquier medio y situación.



Gracias al uso de la misma tipografía en minúsculas, he podido extraer el concepto del efecto tornillo que quería conseguir. Pero parte de esta experimentación consistía en crearlo de la manera más sutil posible, que se intuya pero que no parezca literalmente un dibujo del elemento, es fundamental que sea fácilmente reconocible y memorable para el público. Siento que de esta forma se ha conseguido una coherencia visual que refuerza la identidad de la marca.

Para lograr este efecto ligeramente sugerido, ha sido necesario experimentar y trabajar con diferentes variaciones y detalles en la letra "i" para conseguir una forma que se asemeje al tornillo sin ser demasiado evidente. Esto implica un proceso de diseño minucioso y creativo, en el que se han probado diferentes opciones hasta llegar a la versión final del logotipo. Existen algunas empresas como **FedEx** o **Carrefour**, que juegan en sus logotipos a crear elementos gráficos a partir de la misma tipografía:



Rediseño de la marca



Se aplicó una cuadricula o retícula básica como elemento de apoyo para crear una estructura visual y así ordenar los diferentes componentes del logotipo. Esto permitió alinear y diseñar el isotipo manteniendo la forma original de la tipografía y su coherencia visual.

El rediseño se llevó a cabo con el objetivo de adaptarse mejor a las estrategias publicitarias actuales y de crear un símbolo representativo y característico de la marca, como un emblema.

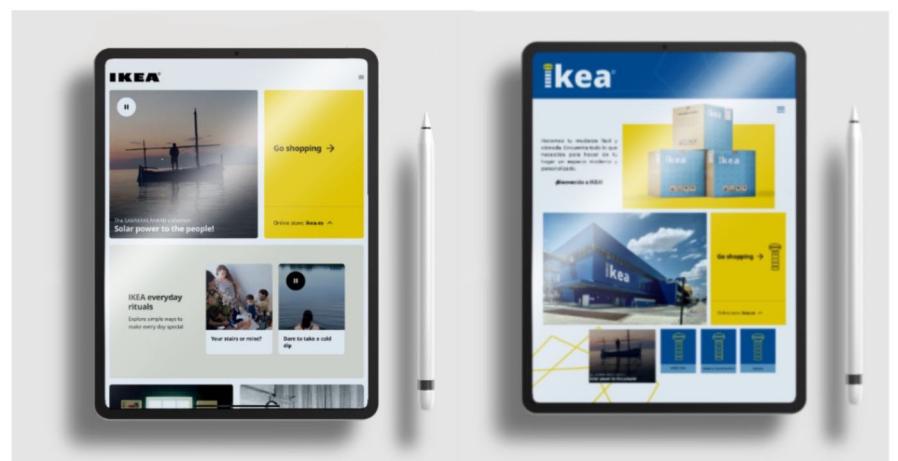
Para lograrlo, se simplificó la tipografía en mayúsculas y se redujeron sus detalles como el óvalo sobre el rectángulo (aunque se mantiene presente en el rediseño, siendo simplificado para hacer la función del punto de la "i" y la cabeza del tornillo, que añaden un toque distintivo y original).



Fachada original



Fachada rediseño logotipo

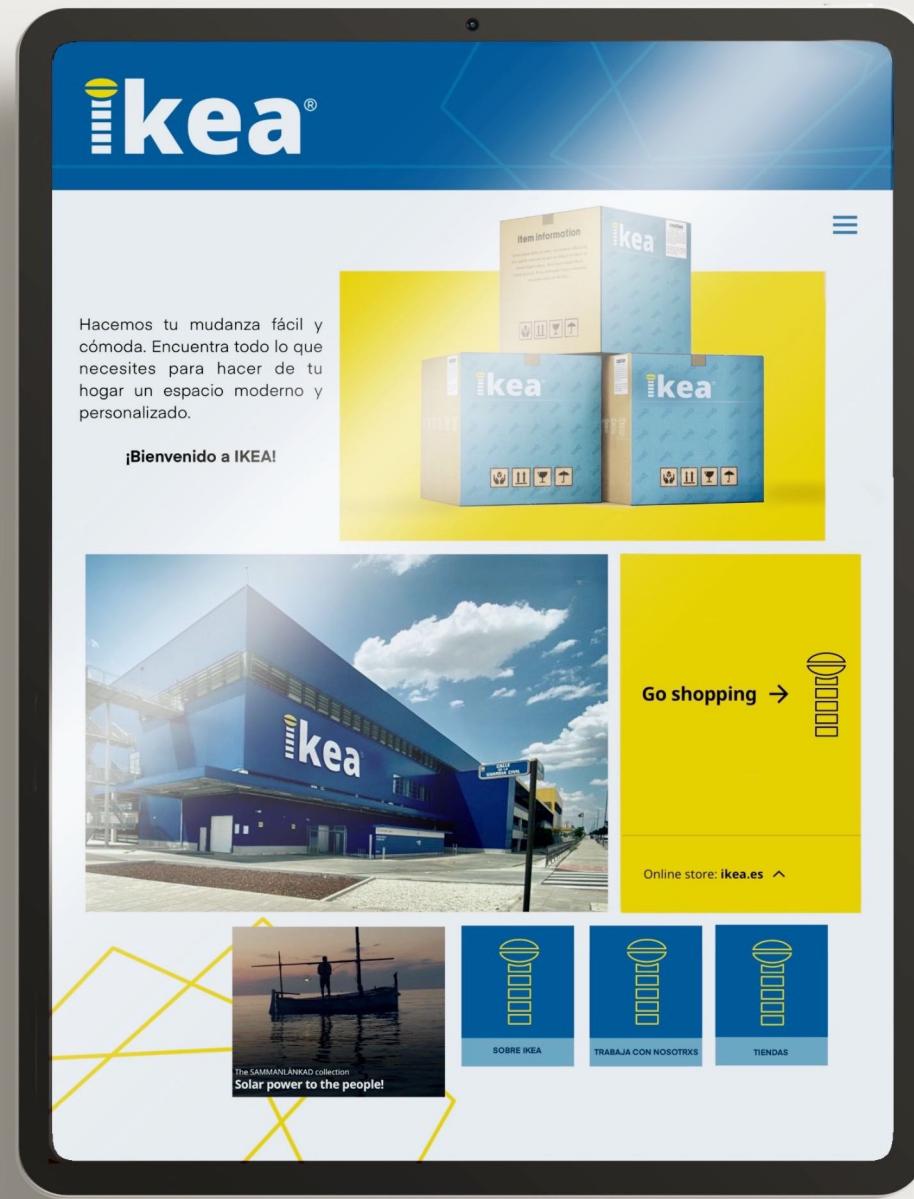


Landing Page original

Landing Page rediseñada

El rediseño del logotipo de **IKÉA** resulta ser una propuesta innovadora y dinámica, que aporta un toque de creatividad y originalidad. Además, su renovada estética mejora notablemente la legibilidad y visibilidad del mismo, incluso en formatos reducidos. Creo que transmite una imagen fresca y divertida, al mismo tiempo que se mantiene fiel a su identidad única y reconocida en todo el mundo.





Bibliografía / Webgrafía

Recursos de aprendizaje UOC

Proyecto I: identidad y marca: 2. DISEÑO DE MARCAS / 2.3. PARÁMETROS DE CALIDAD DE LAS MARCAS
[en línea] [fecha de consulta: 30 de Marzo de 2023]. Disponible en:
<http://disseny.recursos.uoc.edu/recursos/ident-marca/2-3-1-calidad-grafica/>

Recursos en línea

PARÁMETROS PARA EVALUAR LA CALIDAD GRÁFICA DE UNA MARCA

[en línea] [fecha de consulta: 02 de Abril de 2023]. Disponible en:

<https://fluentis.es/calidad-grafica-marca/>

REDISEÑO DE LOGO para NACION GEEKS | ASÍ SE HACE UN REFRESH DE LOGO

[en línea] [fecha de consulta: 02 de Abril de 2023]. Disponible en:

<https://youtu.be/G5yMgd8oPVg>

REDISEÑANDO EL LOGO DE ALDI 🇩🇪 DE 1983

[en línea] [fecha de consulta: 02 de Abril de 2023]. Disponible en:

<https://youtu.be/FohAkHyzBMI>

LAS 7 CARACTERÍSTICAS DE UN BUEN LOGO

[en línea] [fecha de consulta: 02 de Abril de 2023]. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=blsrqSEsJAA>

TIPOS DE RETÍCULA PARA LOGOTIPOS

[en línea] [fecha de consulta: 04 de Abril de 2023]. Disponible en:

<https://youtu.be/tSnSJqwRVeE>

DISEÑO DE LOGOS - COMO HACER UN BUEN LOGO - RETÍCULA, MÉTRICA O CUADRÍCULA

[en línea] [fecha de consulta: 04 de Marzo de 2023]. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=O1XVTCQx0IM>

HOW TO DESIGN YOUR LOGO LETTERS IN ANY SHAPE | ADOBE ILLUSTRATOR TUTORIALS | P-02

[en línea] [fecha de consulta: 05 de Marzo de 2023]. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=wWOGTuds0xs>

IKEA HA CAMBIADO SU LOGO PERO SEGURAMENTE NO TE DES CUENTA

[en línea] [fecha de consulta: 05 de Marzo de 2023]. Disponible en:

<https://brandemia.org/ikea-ha-cambiado-su-logo-pero-seguramente-no-te-des-cuenta>

REDISEÑO DE LOGOS EN 6 PASOS / HOW TO REDESIGN A LOGO STEP BY STEP

[en línea] [fecha de consulta: 05 de Marzo de 2023]. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=joEo5af-YU>

LOGOTIPO DE IKEA: UNA BREVE HISTORIA Y SIGNIFICADO

[en línea] [fecha de consulta: 05 de Marzo de 2023]. Disponible en:

<https://turbologo.com/es/blog/logotipo-de-ikea/>

LA EVOLUCIÓN DEL LOGO DE IKEA. ¿CÓMO ERA ANTES?

[en línea] [fecha de consulta: 05 de Marzo de 2023]. Disponible en:

<https://www.revistaad.es/decoracion/articulos/evolucion-del-logo-ikea-como-era-antes/21668>

HISTORIA Y EVOLUCIÓN LOGOTIPOS DE IKEA

[en línea] [fecha de consulta: 05 de Marzo de 2023]. Disponible en:

<https://1000marcas.net/ikea-logo/>

Enlaces recomendados feedback primera parte

ZARA PRESENTA UN NUEVO LOGO POR SEGUNDA VEZ EN 44 AÑOS

[en línea] [fecha de consulta: 06 de Abril de 2023]. Disponible en:

<https://brandemia.org/zara-presenta-un-nuevo-logo-por-segunda-vez-en-44-anos>

ASÍ ES EL NUEVO LOGO ZARA

[en línea] [fecha de consulta: 06 de Abril de 2023]. Disponible en:

<https://graffica.info/asi-es-el-nuevo-logo-de-zara/>

Imágenes

Imagen usada chico pensando

https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-inspiracion-diseno_10791980.htm

Imagen usada para la portada del documento PDF

https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-diseno-icono_13416122.htm

Imagen de la fachada original de IKEA

<https://www.harvard-deusto.com/el-caso-practico-de-ikea-escuchar-compartir-y-exportar>

Landing Page Ikea

<https://www.ikea.com>

Mock-up vista superior tablet

https://www.freepik.es/psd-gratis/vista-angulo-superior-maqueta-tableta_9326058.htm

Mock-up cajas cartón

<https://www.freepik.es/psd-premium/maqueta-caja-carton->

Png FedEx

<https://www.pngegg.com/es/png-eloz/download>

Png Carrefour

<https://www.pngwing.com/es/free-png-tqrxx/download>

