

***HOT
WHEELS***

CONSTRUCCIÓN Y EXPLICACIÓN DEL LOGO

Bocetos



Desarrollo

HOT WHEELS

HOT WHEELS

HOT WHEELS

HOT WHEELS

HOT
WHEELS

HOT
WHEELS

Opciones Finales



HOT WHEELS

PRIMERA OPCIÓN

Pros: Minimalista y asequible
Contras: No transmite la esencia
de la marca



HOT WHEELS

SEGUNDA OPCIÓN (ELEGIDA)

Pros: Mejora el logo y hace que sea más visible
y va acorde con los valores de la marca
Contras: Ninguna

Logotipo

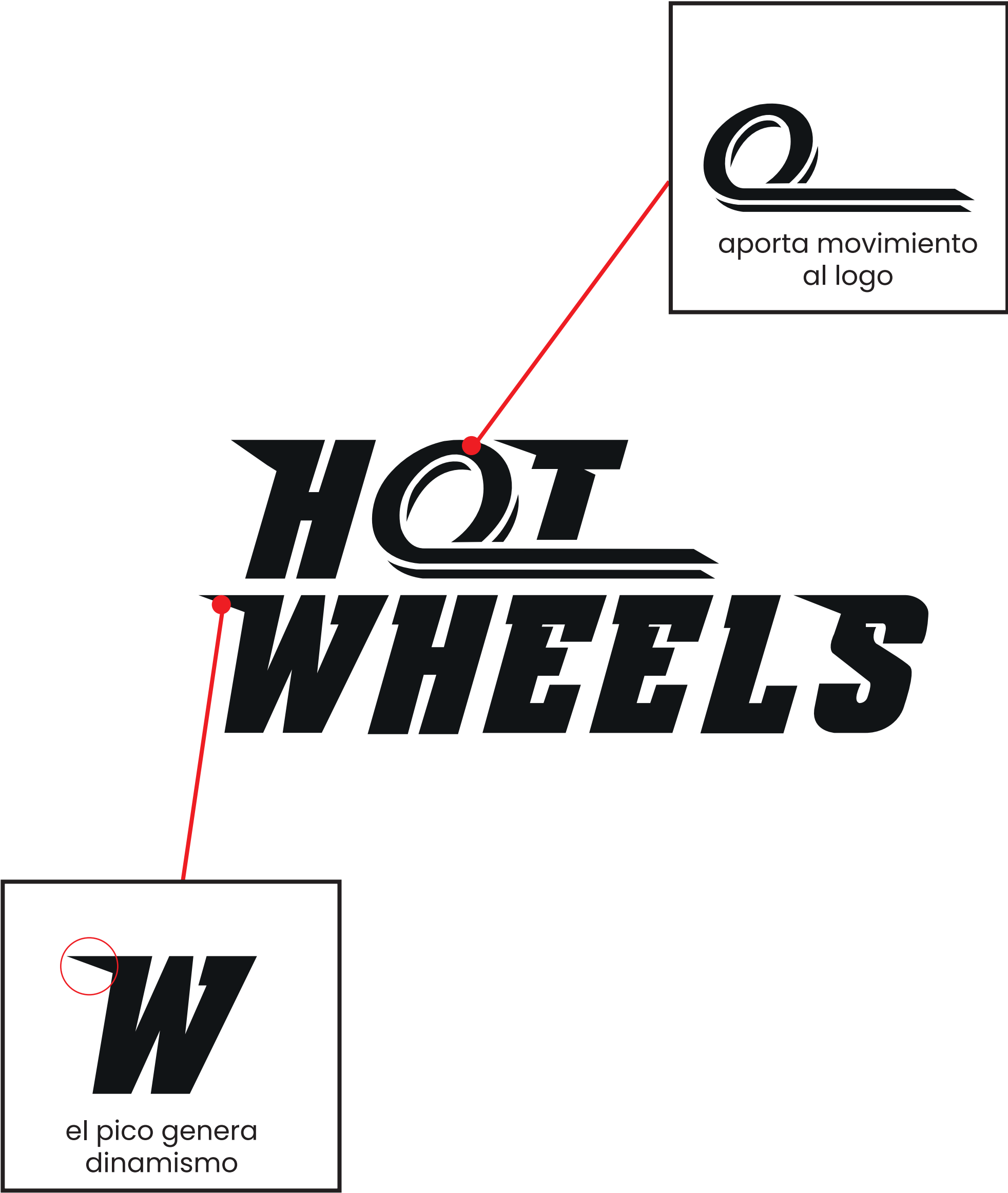
El logo actual de Hot Wheels, aunque ha funcionado relativamente bien para todo tipo de mercancía de juguetes, presenta algunos desafíos en el contexto del nuevo enfoque y diseño que la marca busca aportar. El logotipo actual que tiene la marca, se percibe en cierta medida como agresivo y desestructurado, lo que podría no ser el mensaje adecuado para este nuevo enfoque de rebranding de marca, y ya de por sí, para la marca en general. Además, en las últimas generaciones, varios diseñadores han señalado problemas estéticos, como la curvatura de las letras y la dificultad para apreciar que la "o" y la "t" del logo forman una rueda con una silueta de fuego (factor que muy poca gente que ha visto el logo y la marca conoce), lo que dificulta la comprensión y apreciación de su diseño.

Por tanto, para abordar estos problemas, se ha creado un nuevo logotipo que se adapta a las tendencias actuales, con un diseño minimalista y simple que refleja la imagen moderna que Hot Wheels desea transmitir. La tipografía ha sido modificada, incorporando trazos puntiagudos en las esquinas para generar una sensación de velocidad y emoción, lo cual es fundamental para una marca centrada en carreras y automovilismo.

En particular, dentro de la estructura de este logo, la "O" de Hot Wheels ha sido rediseñada para simular una pista de carreras, aludiendo al parque de atracciones ("loopings") y a las icónicas pistas de juguete de la marca, creando una conexión visual entre la marca y la experiencia de la misma. A su vez, esta misma "O" si nos paramos a apreciarla, puede dar la imagen de la rueda de un vehículo el cuál está acelerando.

A parte de los cambios visuales y estéticos, el nuevo logotipo de Hot Wheels también se ha diseñado teniendo en cuenta la legibilidad y la accesibilidad. Uno de los problemas del antiguo logo era la dificultad de leer las letras, lo que podría alienar a una parte del público, especialmente a los niños y a aquellos que no estaban familiarizados con la marca.

Por tanto, esta nueva composición del logo es más accesible, legible y comprensible para una audiencia más amplia, lo que soluciona uno de los problemas del logo anterior y mejora notablemente la imagen de la marca.



Escala



Colores Principales

En la revisión de la paleta de colores de la marca Hot Wheels, se han realizado ajustes sutiles para lograr tonalidades más claras y legibles, alejándose de la saturación agresiva de los colores anteriores. Aunque se mantienen los tres colores principales emblemáticos, se ha optado por no mezclarlos directamente en el logotipo, como se hacía anteriormente con el amarillo y el rojo, lo que mejorará la armonía estética.

Esta decisión permite utilizar un fondo de un color y el logotipo de otro, simplificando la identidad visual y facilitando su aplicabilidad en diversos contextos y materiales, mejorando así la cohesión y el reconocimiento de la marca.

#D43141

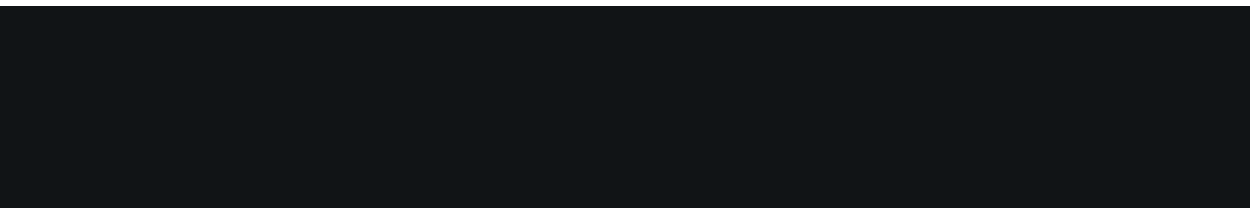


#F2D84D



#2E84C6

Colores Secundarios



#1E1E1C



#FFFFFF



Versiones

Se ha tomado la decisión de optar por el logotipo en formato vertical en lugar del formato horizontal para la nueva propuesta de Hot Wheels. Esta elección se basa en la intención de la marca de transmitir una sensación de fuerza y emoción en su identidad visual. Los logotipos verticales, al estirarse hacia arriba, sugieren una sensación de altura y dinamismo, lo que es esencial para una marca que busca destacar en el mundo de los juguetes y el entretenimiento, teniendo ese aspecto más informal y más atractivo a primera vista.

De esta manera, el logotipo vertical se adapta mejor a la imagen de marca que Hot Wheels desea proyectar en su rebranding. No se ha escogido el logotipo vertical dado que estos a menudo se asocian con un aspecto más serio y formal, que suele ser utilizado en servicios financieros y empresas de corte corporativo, además que en temás de estética y valores de la marca no concuerda. Es una elección que refleja la diversión y la aventura que los niños y las familias pueden experimentar con los productos de la marca.

- Vertical

***HOT
WHEELS***



Fondo Fotográfico Oscuro

- Horizontal

HOT WHEELS



Fondo Fotográfico Claro

Versiones Positivas y Negativas

***HOT
WHEELS***

***HOT
WHEELS***

***HOT
WHEELS***

***HOT
WHEELS***

***HOT
WHEELS***

***HOT
WHEELS***

APLICACIONES

HOT WHEELS

“LIVE YOUR CHILDHOOD DREAM”



HOT WHEELS

"LIVE YOUR CHILDHOOD DREAM"





***HOT
WHEELS***

HOT WHEELS

"The New Amusement Park"

