







Indice

Presentación	5
Introducción	7
Estructura Ideológica.....	8
Valores	10
Percepción de la audiencia.....	11
Tipografía.....	12
Cromática.....	15
Elementos compositivos.....	16
Versiones.....	20
Aplicaciones de color.....	24
Restricciones Compositivas.....	28
Papelería básica.....	30
Aplicación de Identidad.....	40



Presentación

En el presente Brand Book se encuentran detalladas todas las normativas de uso y estandarización de la avalía, las mismas que permitirán un adecuado manejo de la comunicación a corto y largo plazo, independientemente de quien gestione la misma.

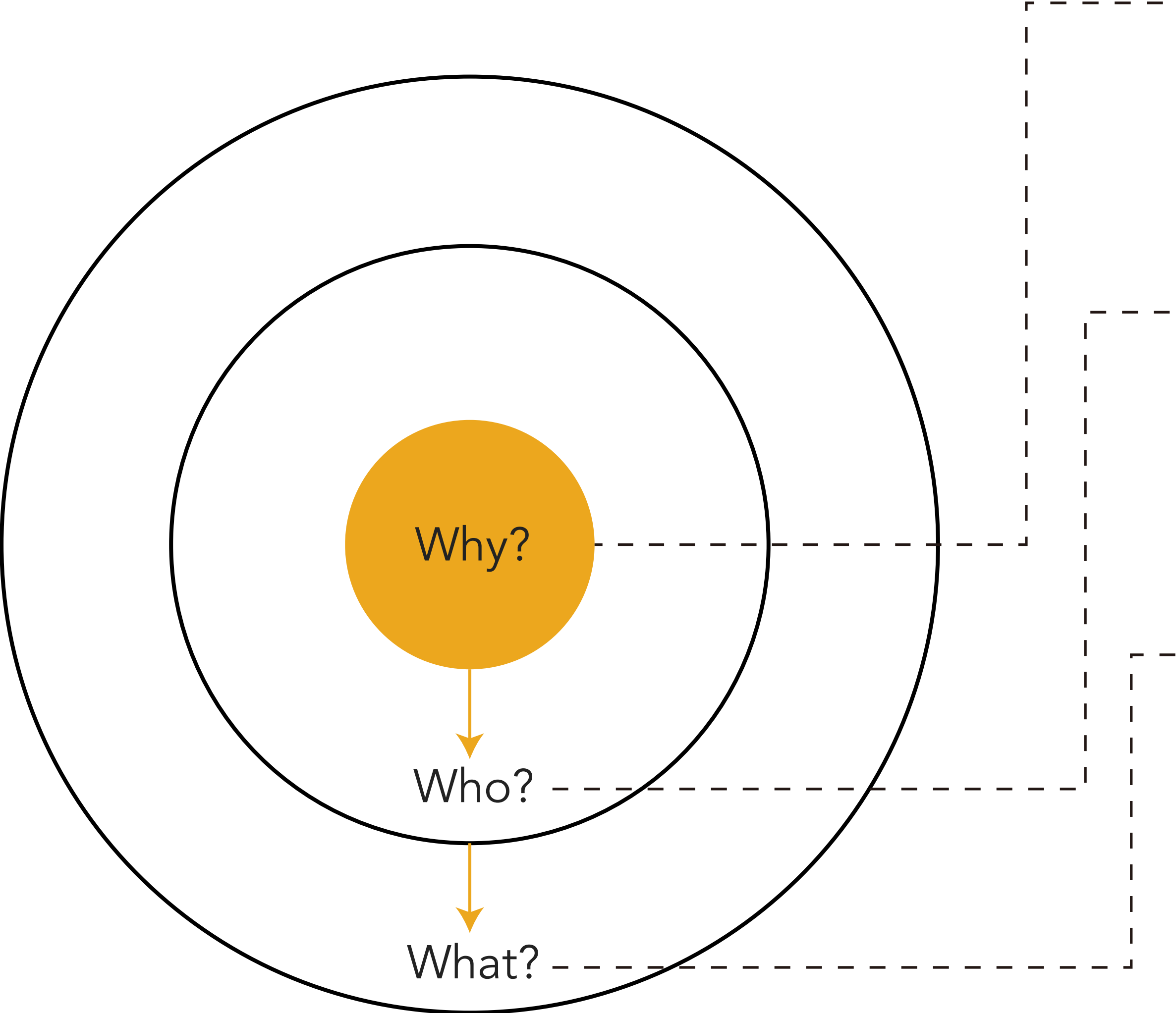


Introducción

La Marca es el activo más importante de una empresa, pues es la que trasciende en el tiempo. Un afiche dura unas semanas, una campaña unos meses pero una Marca dura toda la vida.

Un logo es como una bandera no dice nada sobre el país que representa, pero es fuerte, llamativa y permite diferenciarlo.

Estructura Ideológica



- - - - ● **¿Por qué lo hacemos?** (Nace del propósito).

Creemos que el bienestar de las familias consiste en mejorar su calidad de vida por eso, nos esforzamos buscando y generando oportunidades que inspiren a alcanzar una vida más cómoda y segura.

- - - - ● **¿Cómo lo hacemos?** (Nace de las ventajas competitivas, estrategias y procesos).

Lo hacemos a través de la calidad humana y ética con la que atendemos las necesidades y requerimientos de cada una de las familias que depositan sus sueños en nosotros, protegiendo y garantizando su inversión, misma que es el patrimonio de su hogar.

- - - - ● **¿Qué hacemos?** (Es la actividad comercial en si misma).

Somos una empresa enfocada en brindar soluciones inmobiliarias integrales de la más alta calidad en materia habitacional y comercial.

¿Te ayudamos a comprar tu casa?

Nuestros Valores

Honestidad Humanismo Ética profesional Responsabilidad
Innovación Compromiso



Percepción de la audiencia

La Marca debe sentirse moderna (percepción de la audiencia).
Se espera que el nombre sea innovador (percepción de la audiencia).
La Marca debe transmitir seguridad (percepción de la audiencia).
Se relaciona directamente a las soluciones inmobiliarias con una mejor calidad de vida. (percepción de la audiencia).

Tipografía

La correcta selección de tipografía garantizará la legibilidad de la Marca, para el caso de Avalía la tipografía debe cumplir con las siguientes condiciones:

San Serif
Bold
Redonda
Legible

Como fuente principal se determinó la tipografía **JK Abode** la misma que cumple a la perfección las condiciones planteadas y además inyecta a la marca la familiaridad y cercanía necesaria al ser una fuente familiarizada en el contexto. Esta, será utilizada solo para logotipo, titulares, o logotipización de ser necesario.

Como fuente secundaria se determinó la tipografía **Montserrat** la misma que se utilizará en redacciones, informativos, impresos y digitales.

Tipografía primaria

jk abode

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.0123456789.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.0123456789.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Montserrat

*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z. 0,1,2,3,4,5,6,7,8,9.
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z*

*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z. 0,1,2,3,4,5,6,7,8,9.
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z*

*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z. 0,1,2,3,4,5,6,7,8,9.
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z*

*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z. 0,1,2,3,4,5,6,7,8,9.
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z*

*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z. 0,1,2,3,4,5,6,7,8,9.
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z*

*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z. 0,1,2,3,4,5,6,7,8,9.
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z*

*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z. 0,1,2,3,4,5,6,7,8,9.
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z*

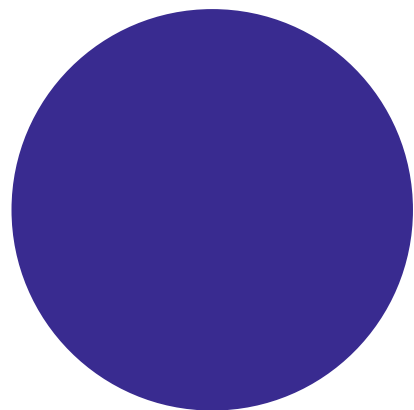
*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z. 0,1,2,3,4,5,6,7,8,9.
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z*

*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z. 0,1,2,3,4,5,6,7,8,9.
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z*

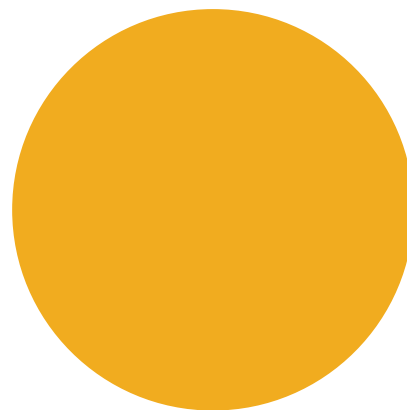
Cromática

El color influye entre un 30 y 40% en la percepción e identidad de una Marca. Es el encargado de reforzar la tipografía, formas, conceptos y generar sensaciones para un vínculo afectivo imperceptible.

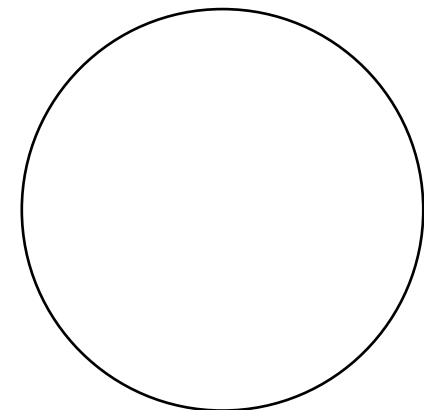
La cromática seleccionada para avalía busca transmitir los principales valores de la marca.



HTML
#291D80
PANTONE
Violet C
RGB
R41, G29, B128
CMYK
C94,67; M93,2; Y0; K0,02

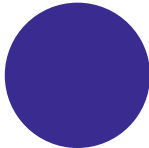
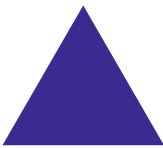


HTML
#FAAC03
PANTONE
123 C
RGB
R250, G172, B3
CMYK
C0; M31; Y88,3; K0



HTML
#FFFFFF
PANTONE
000 C
RGB
R255, G255, B255
CMYK
C0; M0; Y0; K0

Correlación neurológica de elementos compositivos

			
Why	☐	☐	☒
Who	☒	☐	☒
What	☐	☒	☒
Honestidad	☒	☐	☐
Humanismo	☒	☐	☐
Ética profesional	☐	☒	☐
Responsabilidad	☐	☐	☒
Innovación	☒	☐	☐
Compromiso	☒	☐	☐
Moderno	☒	☐	☐
Seguridad	☐	☐	☒
Bienestar	☒	☐	☐
Target	☐	☐	☒
Resultados		2	6



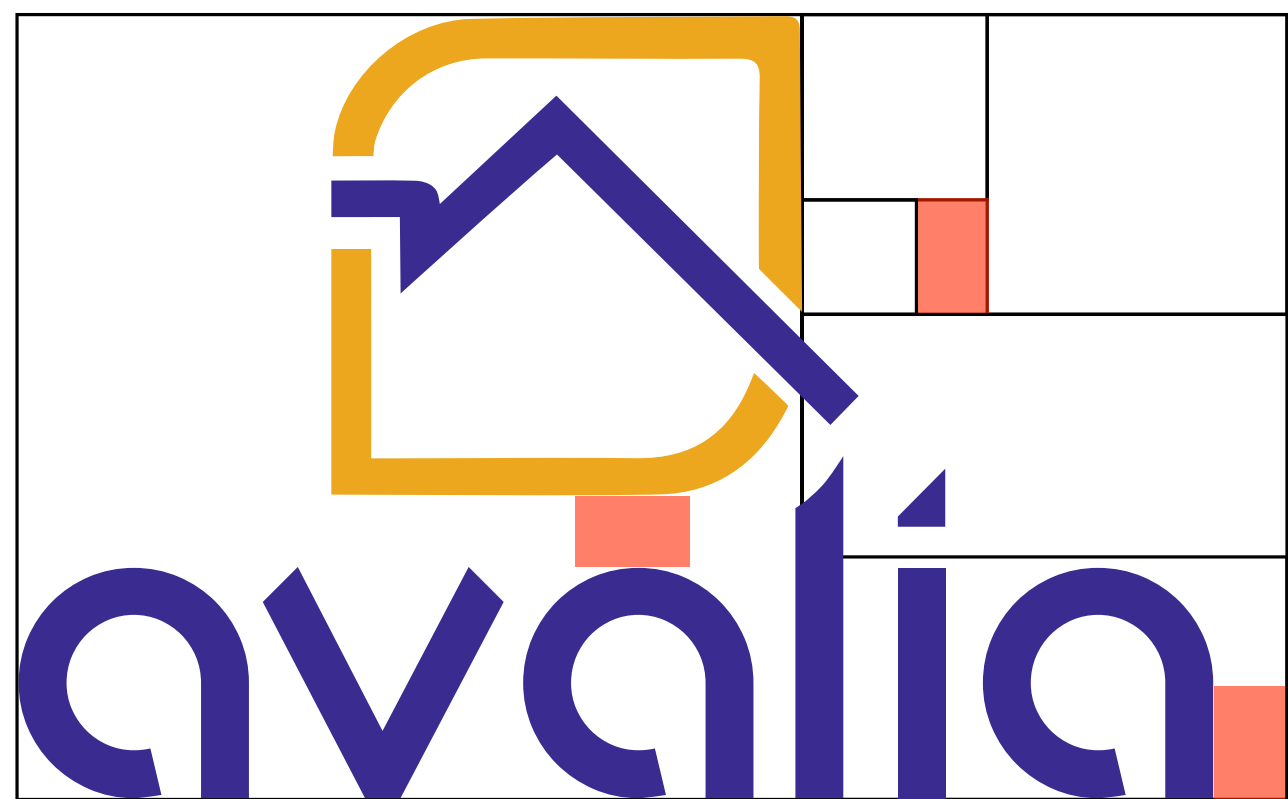
La imagen mental inconsciente más común en el inconsciente colectivo es la de una casa (techo o chimenea).

Este concepto en su máxima abstracción, nos genera un símbolo con un mensaje contundente, fuerte, simple, armónico, estético y fácil de recordar.



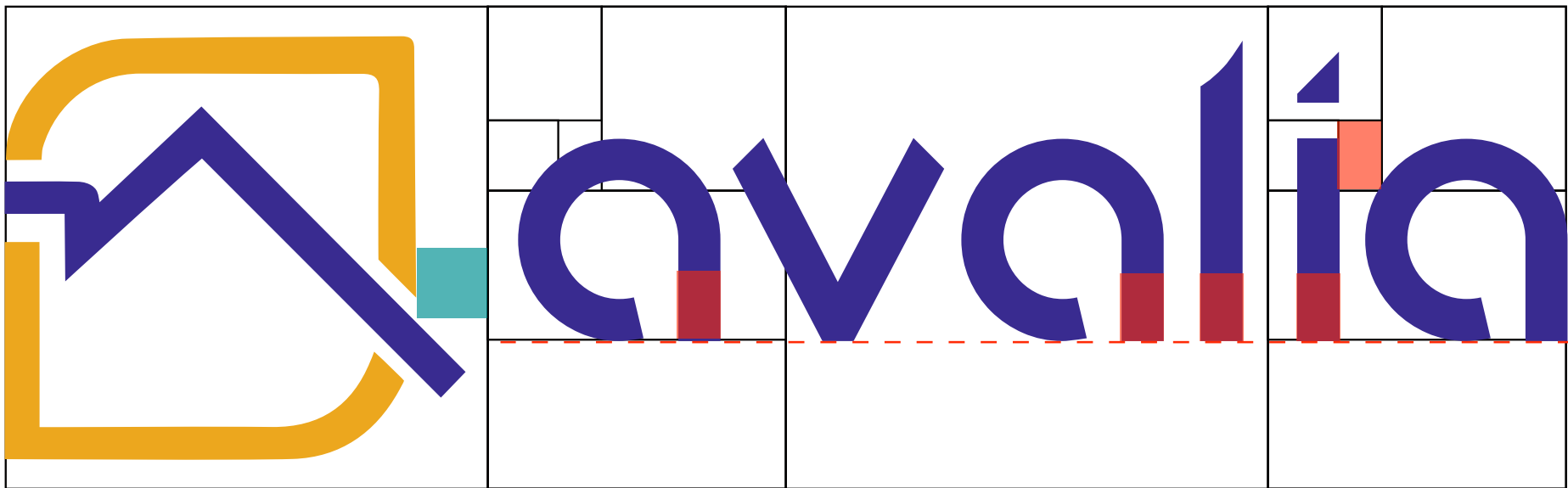
Versión principal

*Proporción áurea

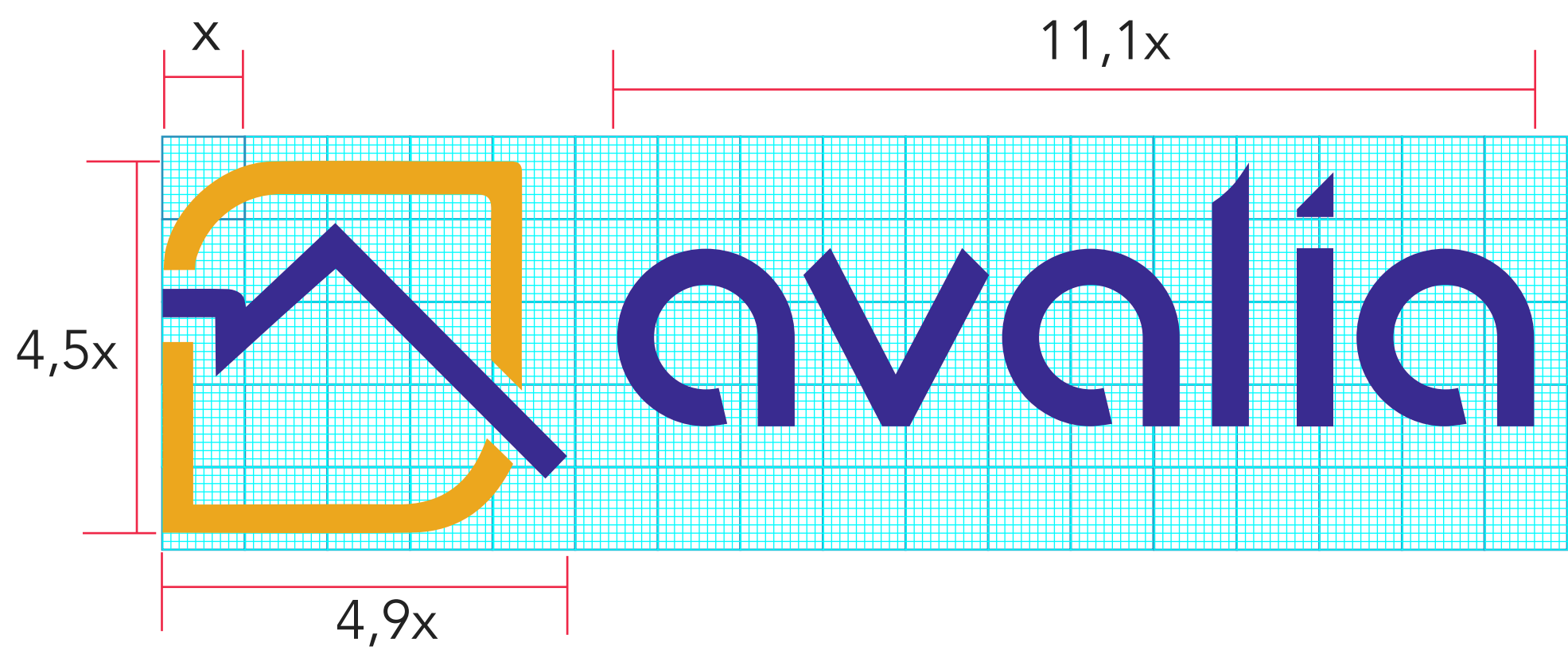
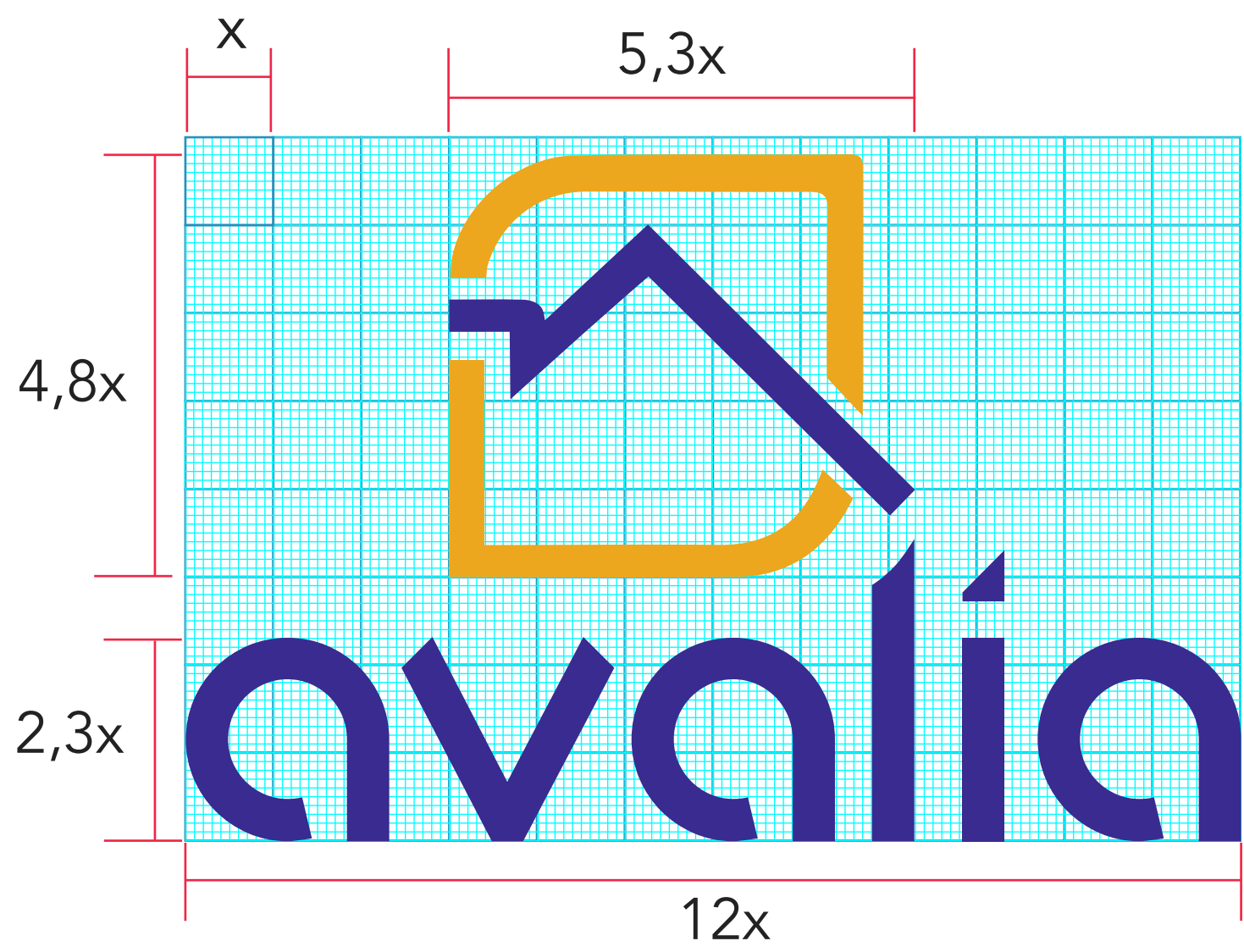


Versión horizontal

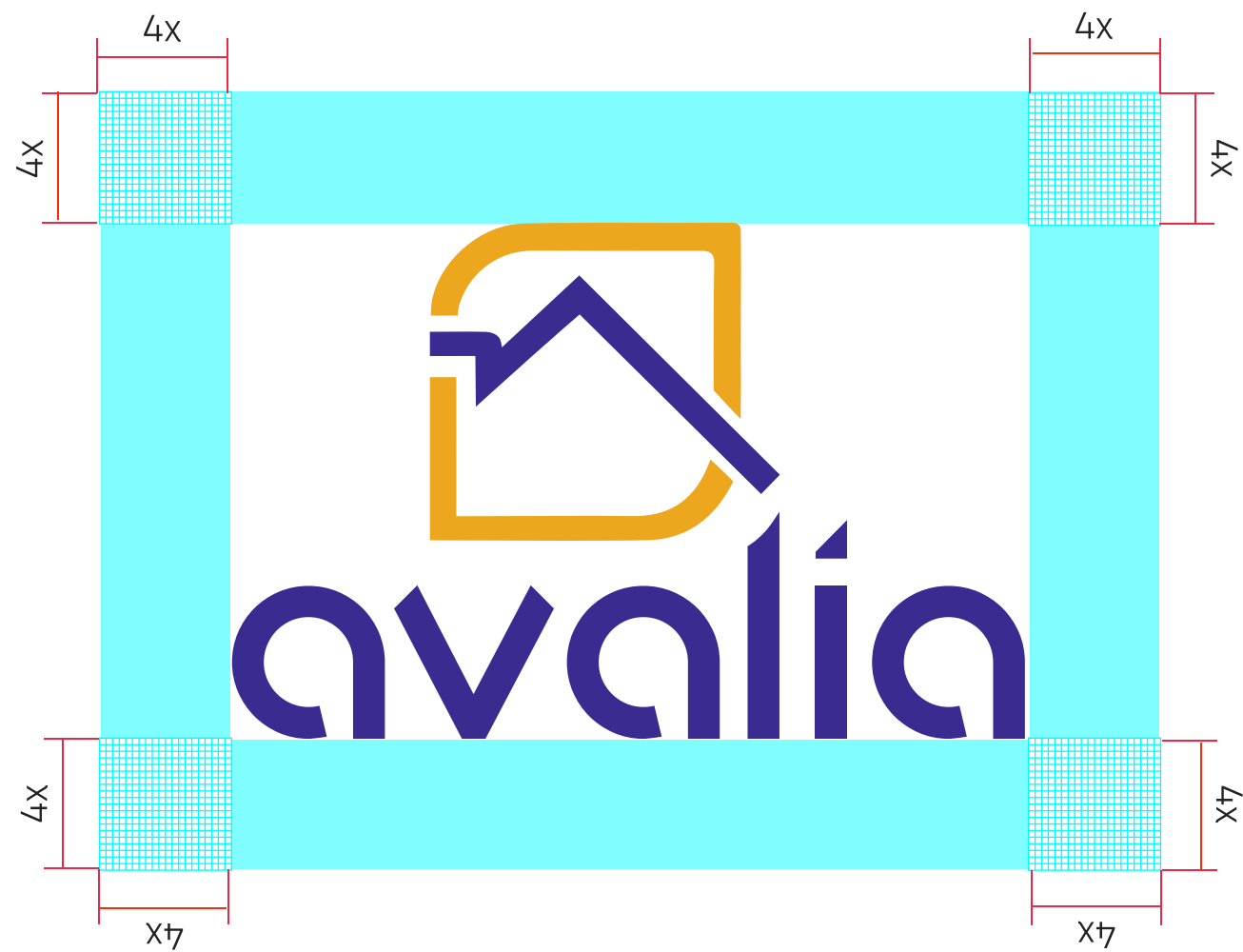
*Proporción áurea



Factor X



Márgenes de seguridad



Aplicaciones de color





Aplicaciones en blanco y negro





Restricciones Compositivas

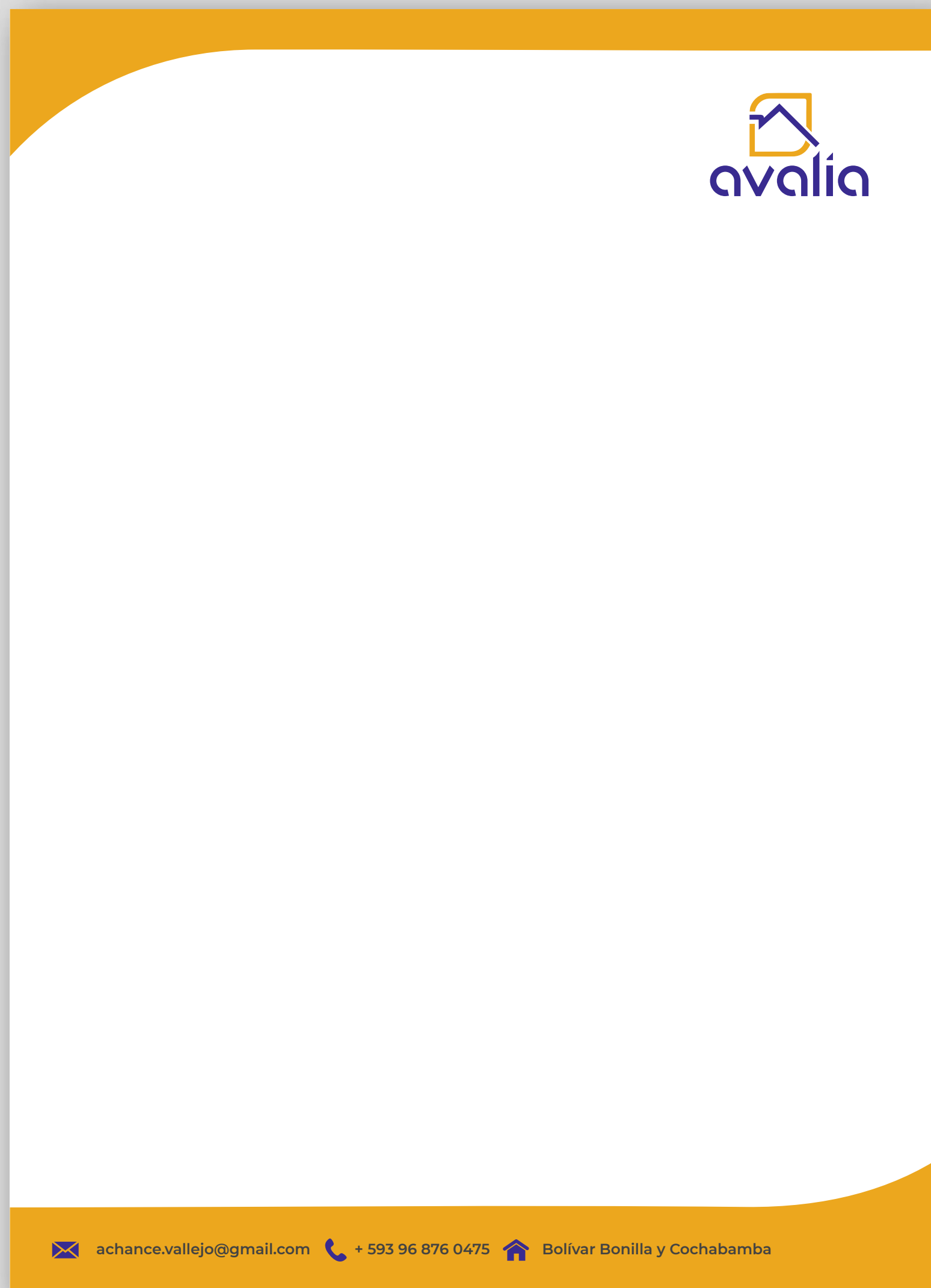


Restricciones Cromáticas



Papelería básica

Hoja membretada



Tarjeta de presentación





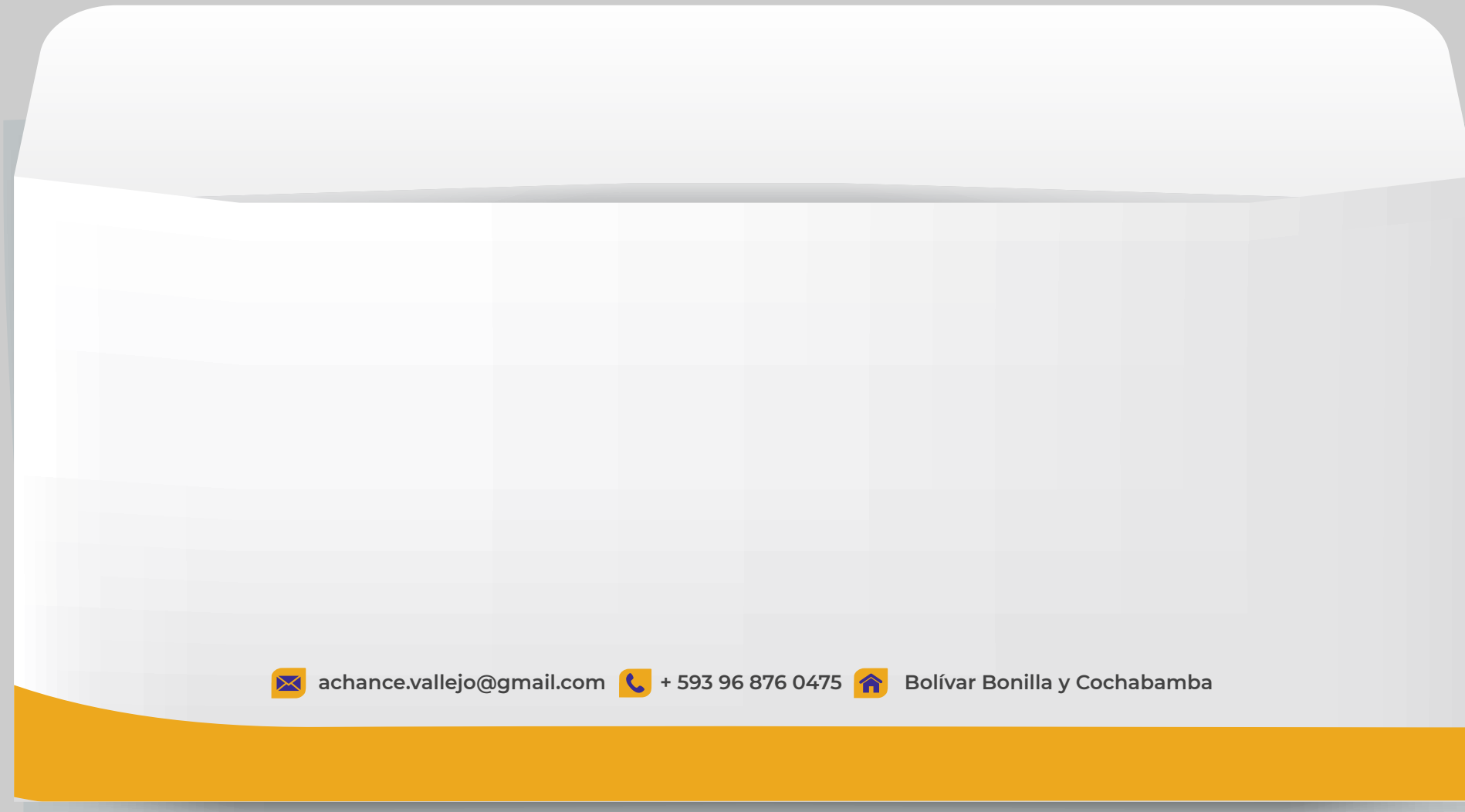
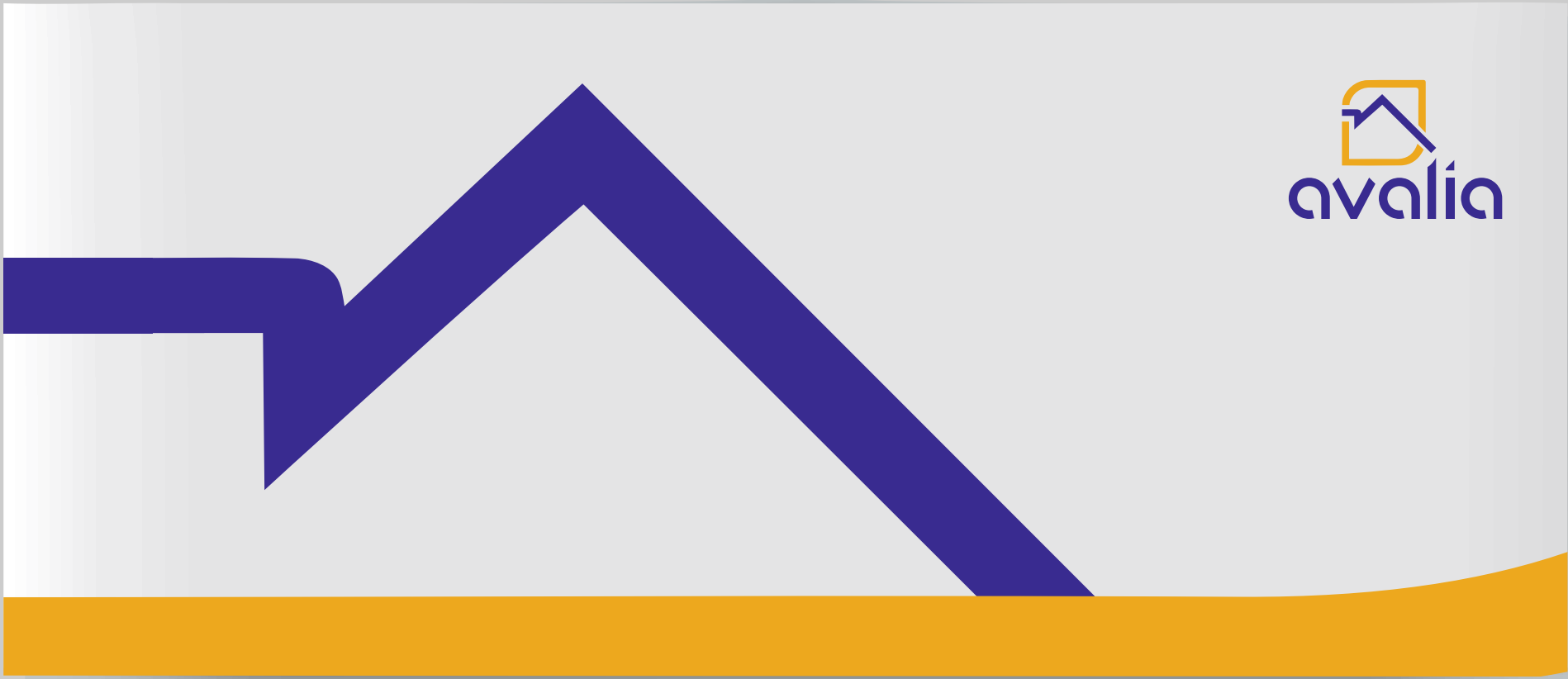
+ 593 96 876 0475
achance.vallejo@gmail.com
Bolívar Bonilla y Cochabamba

Carpeta





Sobres



Factura



LUIS ACHANCE

Soluciones Inmobiliarias Integrales

Dirección: Bolívar Bonilla y Cochabamba

email: iachance.vallejo@gmail.com

Riobamba - Ecuador.

RUC.: 0604588640001

FACTURA

S.: 001-001-00

Aut. SRI.: 1117405331

Sr(es):

RUC/CI:_____ Telf:_____

Dirección:.....

Lugar y Fecha:..... G. de remisión.....

[illegible]

Sub total \$

Descuento \$

T. IVA 0% \$

T. IVA 14% \$

Importe del IVA \$

TOTAL \$

Firma Autorizada

Firma Cliente

Original: Adquirere Copia: Emisor





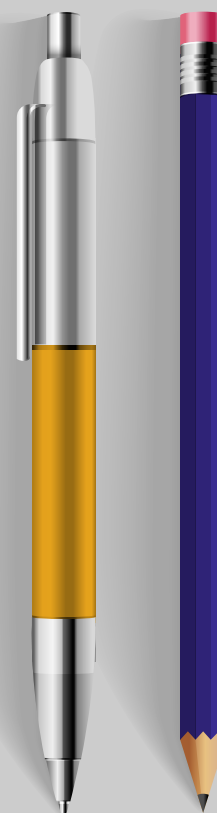
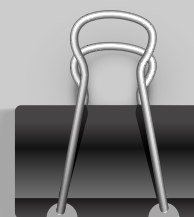
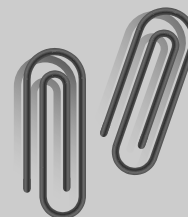
Soluciones Inmobiliarias Integrales
Dirección: Bolívar Bonilla y Cochabamba
email: iachance.vallejo@gmail.com
Riobamba - Ecuador.

Aut. SRI.: 1117405331

Lugar y Fecha:_____ G. de remisión_____

[illegible]

Original: Adquirere Copia: Emisor







Uniformes

Camiseta



Chompa



Hombre



Mujer



Casco



Rotulación de aviso de venta



Rotulación de aviso de venta



Señalética



Gerencia



Asistente

Rotulación vehículos



Fondo para computadoras



Fondo para celulares

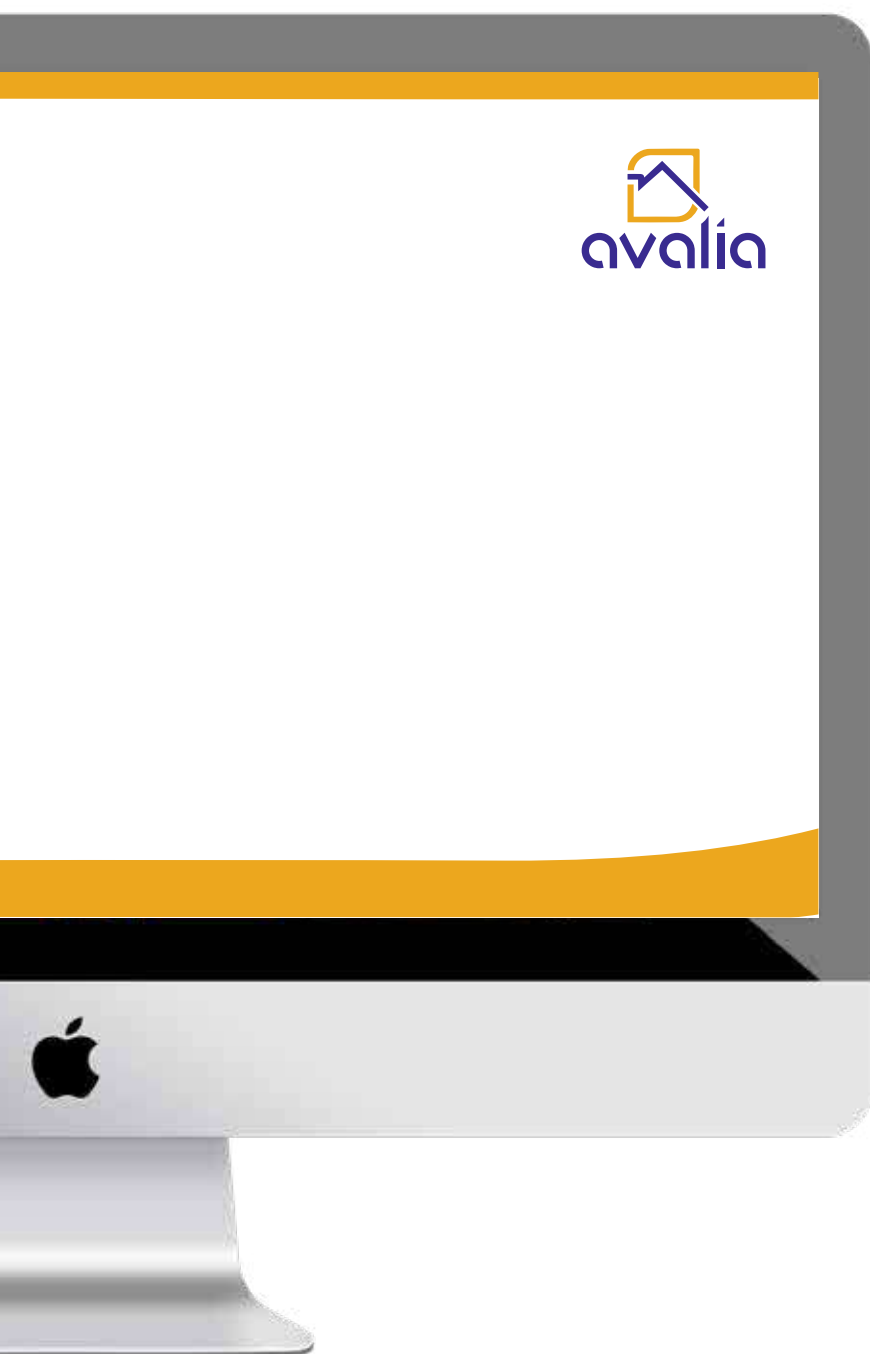


Marco para fotografías RRSS



Diseño para presentaciones power point







avalia