



MANUAL IDENTIDAD CORPORATIVA  
INMOBILIARIA AVILA









MANUAL IDENTIDAD CORPORATIVA  
INMOBILIARIA AVILA



# ÍNDICE

CÁPITULO 1: Identidad corporativa	8
• 1.1 CARTA DE IDENTIDAD	10
CÁPITULO 2: Constantes universales y normativa gráfica	12
• 2.1 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN	14
• 2.2 REJILLA DE CONSTRUCCIÓN	16
• 2.3 ÁREA DE RESPETO	18
• 2.4 FRAGMENTACIÓN DEL SÍMBOLO CORPORATIVO	20
• 2.5 TAMAÑOS MÍNIMOS	21
• 2.6 TIPOGRÁFIAS CORPORATIVAS	22
• 2.7 COLORES CORPORATIVOS	23
• 2.8 VERSIONES CROMÁTICAS	24
• 2.9 USOS INCORRECTOS	27
CÁPITULO 3: Sistema de aplicaciones	28
• 3.1 PAPELERÍA	30
• 3.2 LOCAL COMERCIAL	32
• 3.3 REDES SOCIALES	34







# CÁPITULO 1

## IDENTIDAD CORPORATIVA

## 1.1 CARTA DE IDENTIDAD

Avila es una inmobiliaria que se sitúa en el municipio alicantino de Benidorm. Empresa familiar que se inició en los años 60 en el sector inmobiliario que ha ido creciendo y adaptándose a los tiempos hasta llegar a la actualidad. Le respaldan más de 50 años de experiencia y 16 promociones construidas en todo el levante alicantino.

Nuestro espacio de trabajo está creado para poder desarrollar nuestra actividad comercial, ambiente tranquilo y agradable donde poder conversar con nuestros clientes. Inmobiliaria Avila es una empresa familiar y por ello queremos mantener y transmitir este ambiente acogedor y familiar que caracteriza a nuestros clientes, para poder mantener nuestra esencia. Ponemos siempre la mirada en el futuro, en la evolución, y en la mejora constante, para de esta forma, guiar nuestra empresa con las ganas e ilusión de trabajar, persiguiendo siempre el bienestar tanto de nuestros clientes como el equipo humano que integramos nuestra oficina.





# CÁPITULO 2

## CONSTANTES UNIVERSALES Y NORMATIVA GRÁFICA

## 2.1 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN

(1) Identificador visual principal

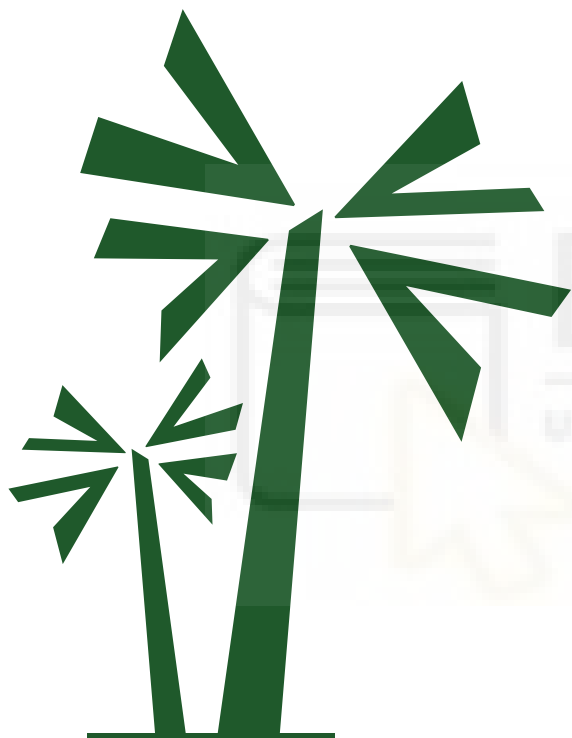
(A) Articulación principal



(B) Articulación secundaria



(2) Identificador visual secundario  
(C) Favicon (icono de favoritos)



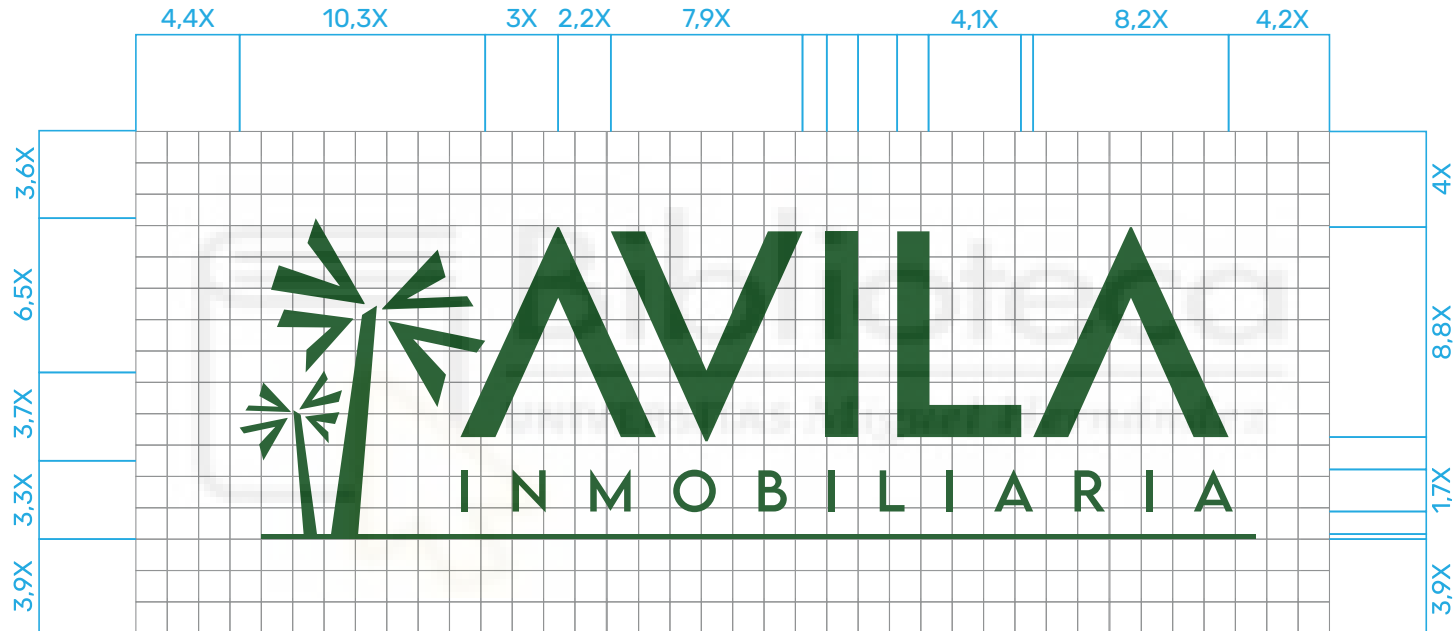
(D) Indiana



## 2.2 REJILLA DE CONSTRUCCIÓN

(1) Identificador visual principal

(A) Articulación principal

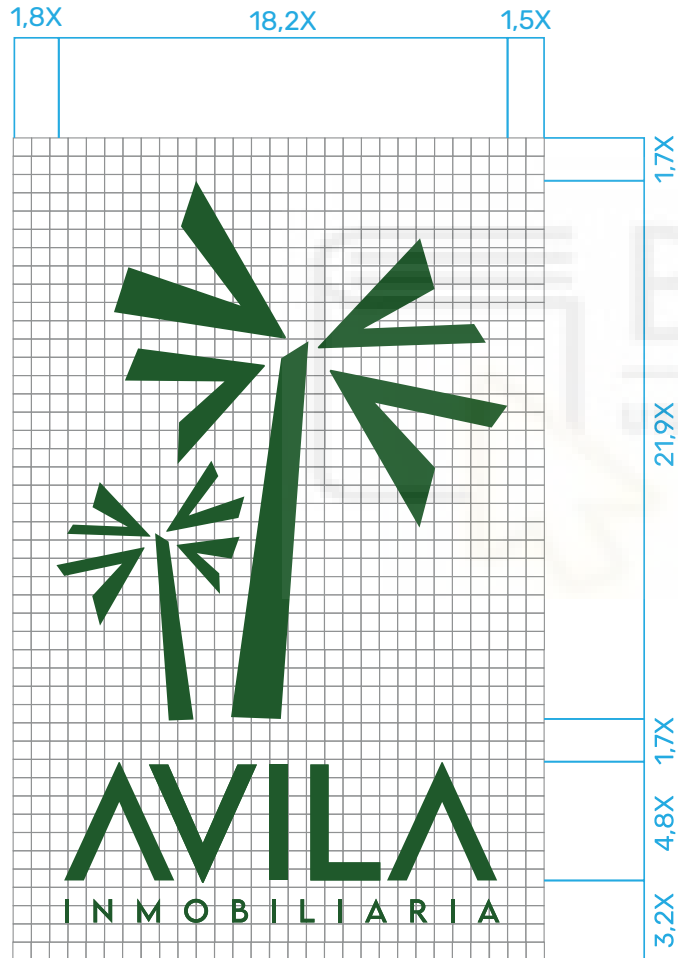


LEYENDA:

X= Ancho del trazo del caracter I



(B) Articulación secundaria



La rejilla de proporción establece las proporciones del identificador siempre que no se puedan utilizar medios reprográficos para su reproducción. La posición y tamaño de todos los elementos y partes constitutivas de este identificador quedan acotadas y definidas a través de este esquema, por lo que permanecerán invariables y proporcionalmente siempre de igual forma siguiendo lo descrito por esta norma.

LEYENDA:  
X= Ancho del trazo del caracter I

## 2.3 ÁREA DE RESPETO

(1) Identificador visual principal

(A) Articulación principal



LEYENDA:

El área de respeto = Ancho del caracter L

(B) Articulación secundaria



El área de respeto se define como el espacio de protección que rodea al identificador corporativo. Este espacio será siempre respetado, lo que implica que dentro de esta superficie nunca se colocará otra imagen o elemento extrínseco al mismo, y por lo tanto quedará siempre libre.

LEYENDA:  
El área de respeto = Ancho del caracter L

## 2.4 FRAGMENTACIÓN DEL SÍMBOLO CORPORATIVO



La normativa de fragmentación aquí descrita define aquellos identificadores susceptibles de ser fragmentados y aquellos en los que esta práctica no está permitida. Sólo se permitirá la fragmentación del icono de Avila. El esquema de fragmentación expuesto evidencia cuales son las partes que siempre deberán permanecer, pues de ellas depende el reconocimiento del identificador.

## 2.5 TAMAÑOS MÍNIMOS

Medios digitales (300dpi)



Medios impresos (72ppi)



Los tamaños mínimos acotan la dimensión mínima de cada imagen del sistema de identidad visual, aquella que hace pertinente una adecuada legibilidad respectivamente. Estas dimensiones serán siempre respetadas, lo que implica que ninguna de las mismas será reproducida en tamaños inferiores

a los descritos por esta norma. Además se tendrá en cuenta el medio y las propiedades particulares del mismo como por ejemplo, la resolución óptima para reproducir estas imágenes de identidad visual.

## 2.6 TIPOGRÁFIAS CORPORATIVAS

/Principal\_ LEMON MILK

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 ¡! ¿? <> @

/Secundaria\_ Rubik

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
0123456789 ¡! ¿? <> @

El sistema de identidad visual de Avila está constituido por la tipografía corporativa principal y una secundaria:

Tipografía corporativa principal:

La tipografía LEMON MILK es de uso restrictivo, pues únicamente formará parte del logotipo, y su uso fuera del mismo no estará permitido a excepción de textos cuyo contenido queremos destacar como títulos, apéndices, direcciones de redes sociales, nombres de productos que aparecen en la página web, app móvil o material escrito vinculado con la actividad profesional de Avila.

Tipografía corporativa secundaria:

La tipografía RUBIK se utilizará para el resto de textos que estén vinculados con la actividad profesional de Avila.

## 2.7 COLORES CORPORATIVOS

El sistema de identidad visual de Avila está constituido por dos colores corporativos y que se utilizarán para identificar la compañía. Su especificación está detallada en la carta de color que mostramos.

Se disponen las versiones cromáticas de aplicación transversal al sistema de identificadores corporativos y articulaciones secundarias de los mismos. Se especifican en previsión a las diferentes necesidades de aplicación que se pudieran derivar en base a restricciones de reproducción del color, compatibilidad con otras imágenes en los soportes de comunicación que Avila estime oportunos.

### Colores corporativos principales

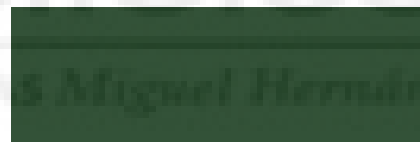


PANTONE 2266 CP  
C83 M39 Y100 K37  
R42 G90 B39  
#2A5A27



PANTONE 395 C  
C14 M0 Y91 K0  
R232 G226 B24  
#E8E218

### Colores corporativos secundarios



PANTONE 553 C  
C78 M45 Y85 K50  
R46 G73 B43  
#2E492B



PANTONE 382 U  
C49 M0 Y100 K0  
R151 G194 B30  
#97C21E



PANTONE 7758 C  
C25 M13 Y98 K1  
R204 G194 B5  
#CCC205

## 2.8 VERSIONES CROMÁTICAS

### 2.8.1 VERSIÓN PRINCIPAL



Se disponen las versiones cromáticas de aplicación transversal al sistema de identificadores corporativos y articulaciones secundarias de los mismos. Se especifican en previsión a las diferentes necesidades de aplicación que se pudieran derivar en

base a restricciones de reproducción del color, o compatibilidad con otras imágenes en los soportes de comunicación que Avila estime oportunos.



2.8.1 VERSIÓN SECUNDARIA



## 2.8 VERSIONES CROMÁTICAS

### 2.8.2 VERSIÓN MONOCROMÁTICA BLANCO Y NEGRO



## 2.9 USOS INCORRECTOS

A continuación detallamos un listado de 4 usos incorrectos que no solo se explican gráficamente sino que también por escrito. De igual forma en el manual se incluirá una tabla que recoja los usos inorrectos de mayor relevancia según cada caso.

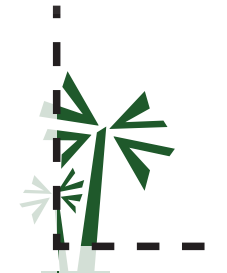
En el presente epígrafe mostramos algunos ejemplos considerados incorrectos por que contradicen una o varias normas descritas en este manual o bien porque modifican la naturaleza acotada y definida específicamente para los identificadores corporativos de Avila.

1. Distorsional el identificador corporativo.
2. Modificar la fragmentación del símbolo corporativo.

1



2







# CÁPITULO 3

## SISTEMA DE APLICACIONES

### 3.1 PAPELERÍA

Tarjeta de visita



Sello



## Papel de carta



## Sobre americano



## Boligáfo



## Llavero





### 3.1.1 MOCK UP PAPELERÍA



### 3.2 LOCAL COMERCIAL

Cartel

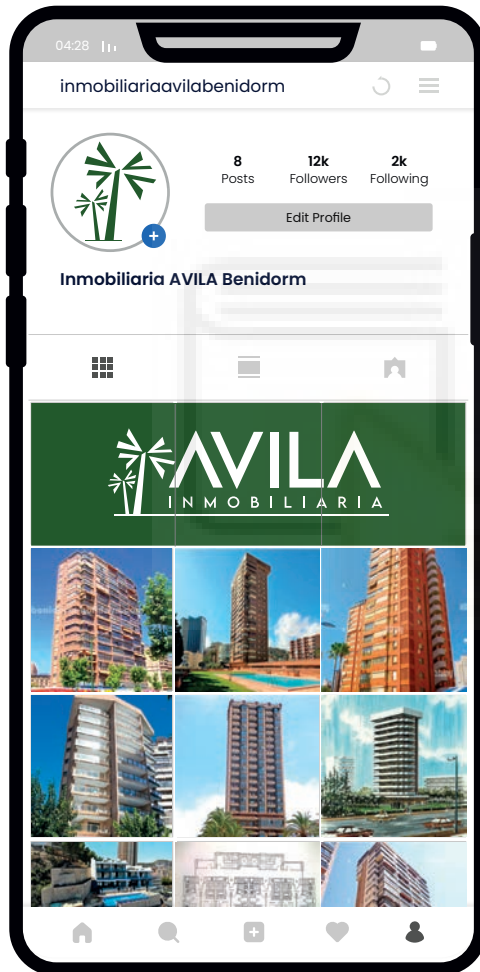


### 3.2.1 MOCK UP LOCAL COMERCIAL



### 3.3 REDES SOCIALES

Feed Instagram



Feed Facebook



Web site



HOME

INFO

GALLERY

CONTACT

FAQ

SPECIAL OFFER

# FAMILY HOUSE FOR RENT

Lorem ipsum dolor sit amet ectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna



(+34) 965 456 789



WWW.INMOBILIARIAAVILABENIDORM.COM





