



R E A L   E S T A T E   G R O U P

MANUAL DE **IDENTIDAD VISUAL**

**La intención de este documento es aportar una guía con la que se pueda inculcar un manejo coherente y uniforme en las piezas de comunicación visual de BOLD.**

Las recomendaciones incluídas en este manual no pretenden imponer reglas inquebrantables ni prohibir la exploración de alternativas en torno a la identidad visual de la marca, si no generar una base de la cual partir a la hora de diseñar, pensada en mantener la unidad de todo el ecosistema visual y comunicacional de BOLD.

# LOGOTIPO EN POSITIVO Y VARIACIONES

original **positivo**



R E A L   E S T A T E   G R O U P

original **negativo** + KELLER WILLIAMS



R E A L   E S T A T E   G R O U P

original **negativo** + LUCAS SAVALIO



R E A L   E S T A T E   G R O U P

original **negativo HORIZONTAL** + LUCAS SAVALIO



# LOGOTIPO EN NEGATIVO Y VARIACIONES

original **negativo**



R E A L   E S T A T E   G R O U P

original **negativo + KELLER WILLIAMS**



original **negativo + LUCAS SAVALIO**



original **negativo HORIZONTAL + LUCAS SAVALIO**



# LOGOTIPO EN POSITIVO Y NEGATIVO EN UN SOLO TONO



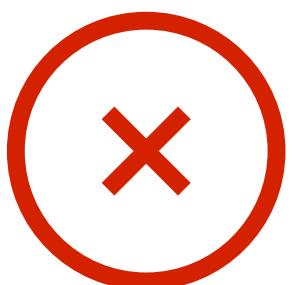
## LOGOTIPO / AREA SEGURA



El área segura corresponde al espacio que separa al logotipo de otros elementos para evitar tensiones innecesarias que entorpezcan la legibilidad y deterioren la armonía visual.

La distancia mínima del área segura se define a partir de la altura del logotipo, como se evidencia en este ejemplo.

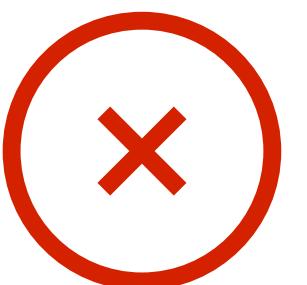
# LOGOTIPO / USOS INCORRECTOS



Usar combinaciones de tonos que no generen contraste



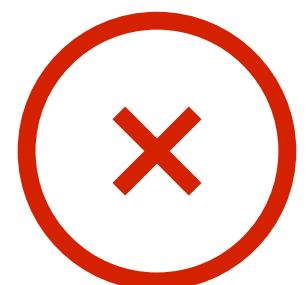
REAL ESTATE GROUP



Alterar las dimensiones del logotipo desproporcionalmente



REAL ESTATE GROUP



No llenar el simbolo de blanco apropiadamente



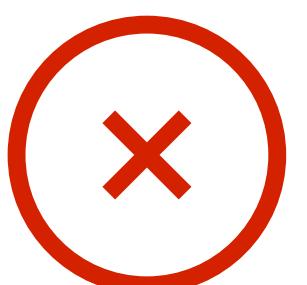
REAL ESTATE GROUP



Usar tonos que se alejan demasiado de las tonalidades y matices propios de la marca



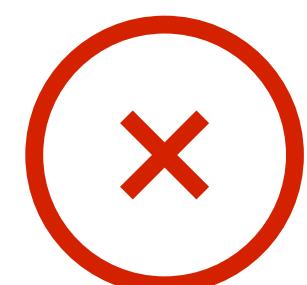
REAL ESTATE GROUP



Usar efectos como sombras, brillos, gradientes incorrectos



REAL ESTATE GROUP



Poner el logotipo sobre fotos donde no es legible



# TIPOGRAFÍA

---

## ROBOTO

---

*Uso sugerido: Cuerpos de texto y títulos*

---

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V 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 x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " · \$ % & / ( ) = ? ¿

Familias, pesos

---

Thin / *Thin Italic* / Light / *Light Italic* /  
Regular / *Italic* / Medium / *Medium Italic*  
/ **Bold** / ***Bold Italic*** / **Black** / ***Black Italic***

## MONTSERRAT

---

*Uso sugerido: Destacados, frases cortas*

---

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V 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 x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " · \$ % & / ( ) = ? ¿

Familias, pesos

---

Thin / Light / **Regular** / Medium /  
**SemiBold** / **Bold** / **ExtraBold** / **Black**

# PALETA CROMÁTICA

Código Hexadecimal

**#000000**

CMYK

RGB

**C 91%    R 0%**  
**M 79%    G 0%**  
**Y 62%    B 0%**  
**K 97%**

Código Hexadecimal

**#333333**

CMYK

RGB

**C 69%    R 51%**  
**M 60%    G 51%**  
**Y 56%    B 51%**  
**K 66%**

Código Hexadecimal

**#F2F2F2**

CMYK

RGB

**C 6%    R 242%**  
**M 4%    G 242%**  
**Y 5%    B 242%**  
**K 0%**

Código Hexadecimal

**#FFFFFF**

CMYK

RGB

**C 0%    R 255%**  
**M 0%    G 255%**  
**Y 0%    B 255%**  
**K 0%**

# EJEMPLOS DE USO

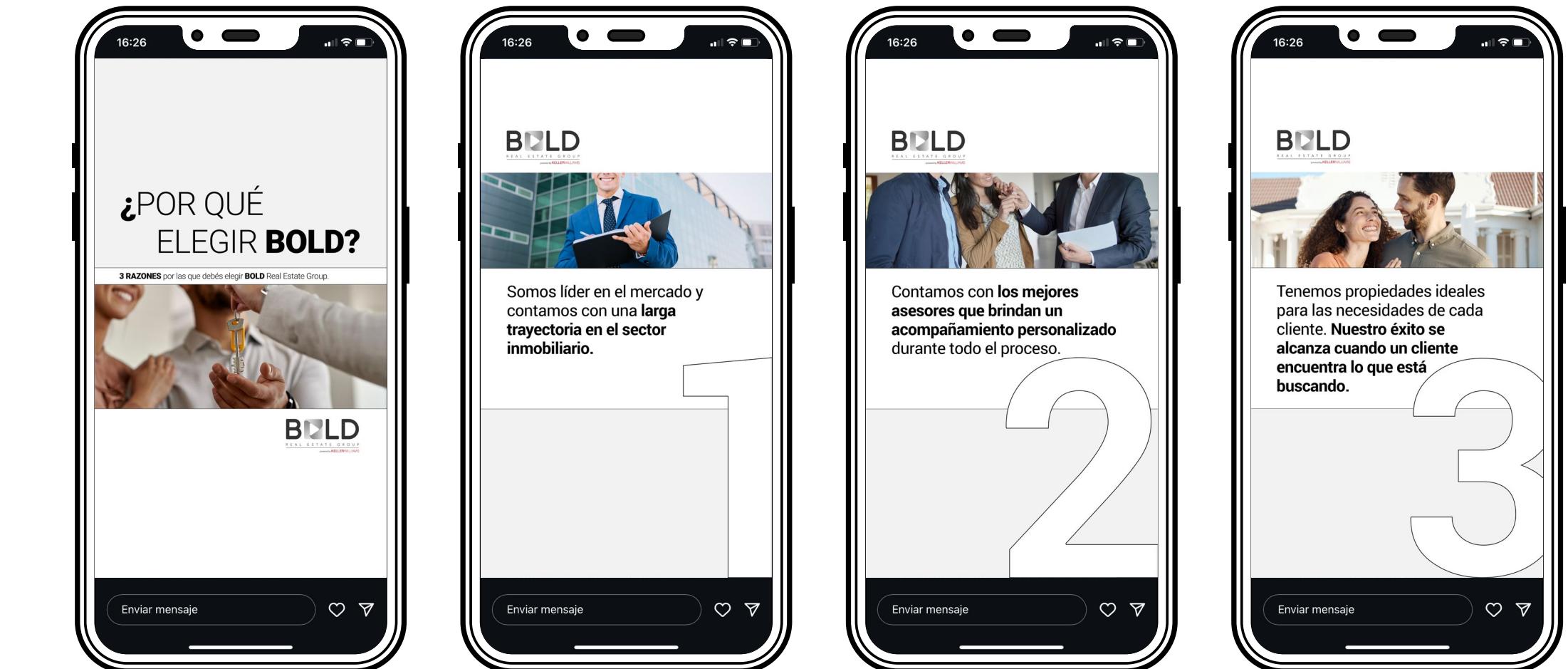
**Bold Real Estate** es una marca **premium** en el sector inmobiliario, especializada en propiedades de **alto nivel** y conocida por su **excelencia y exclusividad**. Ofrece una experiencia de compra y venta incomparable, con un servicio personalizado y atención meticulosa a los detalles. Con una profunda comprensión del mercado y una cartera selecta de propiedades excepcionales, garantiza **calidad y sofisticación** en cada transacción, destacándose por su compromiso con la **satisfacción del cliente y resultados excepcionales**.

Sin embargo, esta calidad y sofisticación se regula partiendo de la coherencia y la armonía de todos los elementos que componen la marca, por lo que el feedback, la retroalimentación sobre el estado actual de la marca en términos de cultura, producto, espacio, comunicación, etc, son vitales para manejar el mismo lenguaje en todos los puntos de contacto.

**Estas son algunas de las piezas que se han realizado para BOLD, y que sirven como referente para hacerse una idea de como se ve, y como habla la marca desde lo gráfico.**



# EJEMPLOS DE USO: REDES SOCIALES



# EJEMPLOS DE USO: PÁGINA WEB

The mobile view of the website features a dark header with the 'BOLD' logo and navigation links: NOVEDADES, CONSULTAS, PROPIEDADES, LANZAMIENTOS, NOSOTROS, CONTACTO. Below the header is a large banner with the text 'TRANSFORMANDO VISIONES EN REALIDAD'. A search bar with filters (TODO, EN ALQUILER, EN VENTA) and a 'BUSCAR' button is positioned above a grid of three highlighted properties. The main content area includes sections for 'Novedades' (new developments), 'Consultá nuestros destacados' (highlighted properties), and 'Descubrí' (discover news). The footer contains a 'Descubrir' section with news items.

This desktop screenshot shows a dark-themed page with three numbered sections: '01. Servicio personalizado', '02. Experiencias únicas', and '03. Rentabilidad a largo plazo'. Each section includes descriptive text and small images. To the right is a 'Formulario de consultas' (consultation form) with fields for name, address, location, property type, price range, and number of rooms, along with an 'ENTREGAR' (submit) button. At the bottom, there's a 'Consultá nuestra selección de las mejores propiedades' section with a grid of six property cards.

The desktop view of the 'Lanzamientos' section displays three new development projects: 'DAMASIA' (a residential complex with a modern building and green landscape), 'Punta CARDANO' (a coastal area with a bridge and buildings), and 'LA TERCERA' (a modern residential complex with a curved design). Each project has a brief description and a 'CARCAR MAS' (see more) button. Below this is a 'Conocé a nuestras agentes' (Meet our agents) section featuring three agents: Carolina Soaje, Yanina Dausa, and Florencia Pereyra Orbe, each with a profile picture and a brief bio.



R E A L   E S T A T E   G R O U P

MANUAL DE **IDENTIDAD VISUAL**