
Manual de identidad

Rahima
2022

1.1 DEFINICIÓN DE LA MARCA

Cálida y Amigable

**Personalización y Orientación
al Cliente**

Experimentados y Prácticos

Rahima Group nace como una casa matriz de soluciones para empresas y personas.

- Rahima Travel, es la respuesta fácil y sin dolor para realizar los trámites necesarios para emigración y emigración en Bolivia y sus regiones.

- Rahima Consulting, soluciona los problemas contables y fiscales de las empresas bolivianas.

1.2 CONCEPTO

Realizar con el más alto nivel de calidad y satisfacción nuestro portafolio de servicios.

En un mundo que cada vez más está conectado brindar facilidades de ingreso y salida a nuevos horizontes comienza a ser cada vez más necesario, por eso Rahima Travel, se encarga de hacerte fácil tus necesidades de migración hacia Bolivia o fuera de ella.

La contabilidad hace parte del core de cualquier organización, su buen manejo es capaz de hacer competitiva tu compañía, Rahima Consulting nace para gestionar con un grupo de expertos tu área contable y garantizar la sostenibilidad de tu negocio.

1.3 NOMBRE

Rahima



Rahima nace desde el corazón de sus fundadores, es una palabra de origen musulman (Swahili) y significa misericordia y compasión, elementos que definen la oferta de valor de la marca en el desarrollo de todos sus servicios. Su naturaleza de Casa Matriz añade otros nombres que orientan al consumidor sobre lo que hace cada rama de la marca (Travel, Consulting)

1.4 VALORES DE LA MARCA

Cálida y Amigable

A través del significado de nuestro nombre, queremos que nuestros clientes conozcan un trato diferencial y cercano en el que a través de nuestros servicios, nos consideren como ese amigo o amiga que tiene todas las respuestas.

Personalización y Orientación al Cliente

Como marca de servicios, sabemos que existen todo tipo de necesidades por eso tenemos como objetivo siempre orientar nuestras soluciones a la medida de las necesidades de los clientes.

Experimentados y Prácticos

La cuidadosa selección de nuestro talento humano, nos da el conocimiento para llevar a cabo cualquier compromiso y solucionar de raíz los requerimientos de nuestros clientes de una forma práctica y eficaz

2.1 Arquetipos

El sabio

Meta

Ser el aliado estratégico contable para las empresas en Bolivia y sus regiones.

Atributos

multi-tarea, innovador, facilitador, cabeza de equipo

Estrategia

Liberar a los empresarios de las obligaciones contables y fiscales y permitirles la continuidad y sostenibilidad de sus negocios.

Drive

Contar con un grupo de expertos dedicados al cumplimiento de los objetivos y requerimientos del área contable.

Voz

Amable, cercano, experimentado, lógico.

Clientes

Empresas del Sector Real de la Economía (Pymes)

Vivir la marca

Brindar la experiencia y conocimiento necesario que ayude al cumplimiento de los objetivos del área contable de tu empresa.

Mindset

Es hora de que integres a un grupo de profesionales a las necesidades contables de tu empresa.

2.1 Arquetipos

El explorador

Meta

Hacer fácil la documentación migratoria para que sólo te encargues de planificar tu viaje.

Voz

Cercana,
conocedora

Atributos

A prueba de todo,
autosuficiente,
arriesgado.

Clientes

Personas que deseen
ser parte de Bolivia
como residentes
Personas que deseen
emigrar a otro país
por motivos de
(Trabajo, Turismo o
Residencia)

Estrategia

Libérate de los
trámites migratorios y
haz que tu viaje pase.

Vivir la marca

Preocúpate sólo por
lo que vas a llevar,
nosotros nos
encargamos de
legalizar tu trámite.

Drive

Tienes a tu alcance la
experiencia y
metodología necesaria
para arribar con éxito a
tu destino

Mindset

Viaja sin límites, el
destino es tuyo.

2.2 Personalidad

Seguro y responsable

Queremos ser más que un servicio de consultoría contable, queremos ser el área de contabilidad de tu compañía, dedicada y dispuesta a cumplir con los objetivos de la planeación

Experimentado

Te damos la tranquilidad de que sí es posible ser parte de Bolivia, y que residas en nuestro país, así como también de que creas posible tu vida donde siempre la has soñado.

Amigable y cercano

Desde nuestro origen como marca, queremos ser humanos y competentes en la solución de todas tus necesidades.

2.2 Tono

Solucionador

Sin importar cual sea el reto, una vez estés con Rahima, sabrás que sí podemos hacerlo, que tus planes no sean interrumpidos por la diplomacia y las regulaciones.

Amigable

Nuestra experiencia nos guía para hacer mejor las cosas, para tener el riesgo mitigado y la satisfacción lo más alta posible.

Experimentado

Nuestro equipo de trabajo altamente capacitado, nos da la posibilidad de guiarte en todo aquello que necesites

2.3 Público objetivo

Inmigrante

Edad

21 - 55 años

Localidad

Habitante en las principales ciudades de Bolivia
La Paz, Santa Cruz de la Sierra, Potosí

Nivel de estudios

Estudiante de Intercambio, Profesional Reciente

Redes sociales

Facebook, Instagram y Twitter TikTok
(los más jóvenes)

Personalidad

Jovial, Activo, Trotamundos

Gustos y habilidades

Le gustan los cambios, está a la moda (jóvenes), hace cosas todo el tiempo, es de familia o tiene familia,

Metas y objetivos

Que su negocio sea independiente de su gestión, encontrar la mejor forma de hacer llegar sus productos al consumidor final sin pagar más.

Puntos de dolor

No entender por qué está pagando, demoras, confusiones y posibles estafas, ve complicado a veces el trabajo de agencias similares.

Puesto de trabajo

Administrativa, operación

Método de trabajo

Metodologías

Herramientas que usan

Computador, celular, asesorías, redes sociales

¿Que le podemos aportar como empresa?

Soluciones de sus dudas respecto al país destino, y la apertura de fronteras a cualquier parte del mundo.

2.3 Público objetivo

Persona que quiera hacer un viaje al exterior

Edad

26 - 45 años

Localidad

Ciudades más industrializadas y económicamente activas de Bolivia.

Nivel de estudios

Profesional

Redes sociales

Facebook LinkedIn y Twitter

Personalidad

Proactivo, Innovador y Líder

Gustos y habilidades

Es una persona muy activa en redes sociales, es un usuario digital exigente

Metas y objetivos

Integrar una solución completa que le permita tercerizar la gestión total del área contable

Puntos de dolor

Sólo hay soluciones básicas y no se adaptan a la complejidad de sus procesos y objetivos.

Puesto de trabajo

con cargos empresariales

Método de trabajo

Metodologías

Herramientas que usan

Computador, celular, asesorías, redes sociales

¿Que le podemos aportar como empresa?

El conocimiento y experiencia idónea para gestionar integralmente el área contable de tu empresa. Un aliado estratégico que facilita la competitividad de tu negocio.

3.1 Construcción del logo

El grupo de marcas del grupo empresarial Rahima, se identifica a través de un logotipo de tipografía redonda, que resalta su dinamismo y la hace ver como una marca novedosa y cercana; añadiendo un elemento icónico que contiene el símbolo de ubicación, spot o destino, que reemplaza el punto sobre la "i" diseñado con una estética típica de la escritura de los lenguajes de oriente medio.

Es importante que sea comprensible para la audiencia que Rahima Group cubra las demás líneas de negocio, por lo que para cada submarca se desarrollan unas líneas horizontales que encierran dentro de la misma identidad los demás elementos que diferencian cada una de las líneas de negocio.



3.2 Adaptaciones del logo

El logo solo podrá utilizarse en las siguientes adaptaciones



3.3 Submarcas



Se añade una tipografía en letra cursiva que le añade el dinamismo que representa al turismo y la flexibilidad que debe tener una Agencia de Viajes al momento de ofertar sus servicios, su tipografía estilo handwritten (hecho a mano) también comunica cercanía. La palabra "Travel" es una palabra en inglés que para la cultura hispana es claro que se refiere a viajes y turismo.



Se añade una tipografía en letras mayúsculas, levemente redondeadas con la palabra "Consulting" que gracias a las raíces latinas similares en el español se entiende que se refiere a una empresa que brinda servicios de consultoría especializada.

3.3 Tipografías

Avant grade

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890'i!"·\$%&/()=?¿|@
#~€¬`+´ç,.-;:_“Ç*^

Variantes tipografía

Aa Aa **Aa Aa**

Yellow tail regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890'i!"·\$%&/()=?¿|@
#~€¬`+´ç,.-;:_“Ç*^

Variantes tipografía

Aa

BEBAS NEUE

AA BB CC DD EE FF GG HH II JJ KK LL MM NN ÑÑ
OO PP QQ RR SS TT VV WW XX YY ZZ

1234567890'i!"·\$%&/()=?¿|@
#~€¬`+´ç,.-;:_“Ç*^

Variantes tipografía

AA AA AA **AA AA**

3.4 Colores principales

Rahima
G r o u p



PANTONE P 101-16 C

#1A1449

C:100% / M:99% / Y:40% / K:40%

R:26 / G:20 / B:73



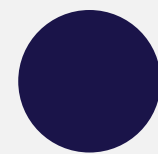
PANTONE P 109-6 C

#2F98D5

C:74% / M:27% / Y:0% / K:0%

R: 47 / G:152 / B:213

3.4 Colores principales



PANTONE P 101-16 C
#1A1449

C:100% / M:99% / Y:40% / K:40%
R:26 / G:20 / B:73



PANTONE P 55-5 C
#ED6D69

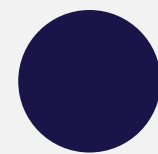
C:0% / M:69% / Y:51% / K:0%
R: 237 / G:109 / B:105

3.4 Colores principales

Rahima

CONSULTING

Asesorías y Trámites



PANTONE P 101-16 C
#1A1449

C:100% / M:99% / Y:40% / K:40%
R:26 / G:20 / B:73

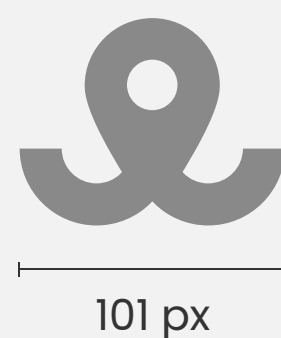


PANTONE P 127-5 C
#48B9B2

C:67% / M:0% / Y:36% / K:0%
R: 72 / G:185 / B:178

4.1 Tamaño mínimo

Formatos web



Formatos de impresión



4.3 Usos incorrectos



Distorción de los elementos



Rotación de los elementos



Utilizar estructura
no establecida



Uso de color fuera de la
paleta establecida



Hacer uso de degradados no permitidos

5.1 Branding

Tarjetas de presentación



5.1 Branding

Tarjetas de presentación



5.1 Branding

Tarjetas de presentación



5.2 Branding

Agendas



5.2 Branding

Agendas



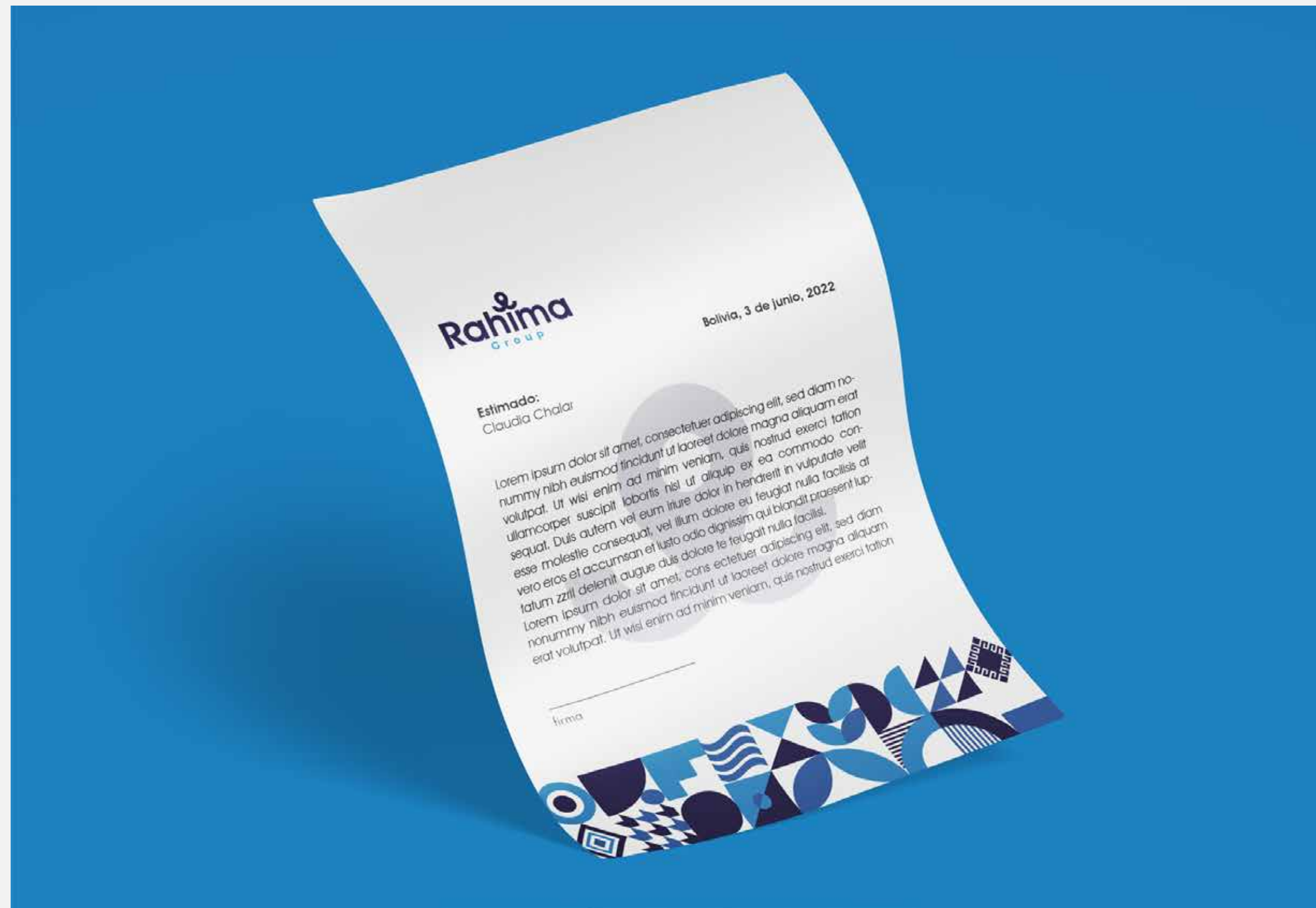
5.2 Branding

Agendas



5.3 Branding

Hoja membrete



5.3 Branding

Hoja membrete



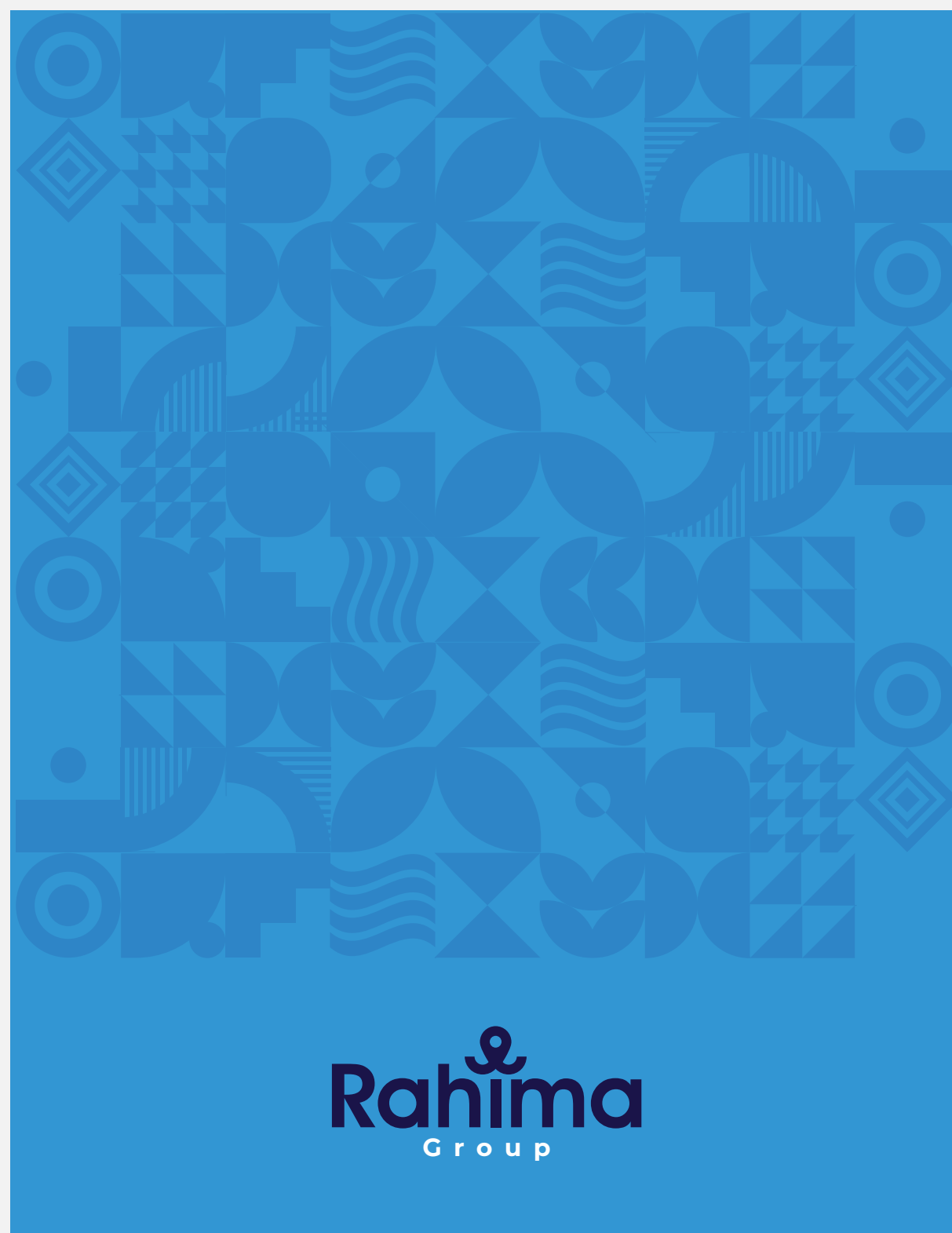
5.3 Branding

Hoja membrete



5.4 Branding

Carpeta corporativa



5.4 Branding

Carpeta corporativa



5.4 Branding

Carpeta corporativa



5.5 Branding Factura



5.6 Branding

Sobres



5.6 Branding Sobres



5.6 Branding

Sobres



5.7 Branding Pendones



5.7 Branding

Pendones



5.7 Branding

Pendones



5.8 Branding

Redes sociales



5.8 Branding Redes sociales



5.8 Branding

Redes sociales

