



URDAPILLETA  
PROPIEDADES

1.0	La Marca	Página 03
2.0	Logo	Página 05
3.0	Paleta de colores	Página 11
4.0	Tipografía	Página 15
5.0	Aplicaciones	Página 20

# CONTENIDO

# 1.0

# La Marca



# El Objetivo de la marca

**Urdapilleta Propiedades** nace con el objetivo de brindar soluciones inmobiliarias integrales, combinando experiencia, innovación y un enfoque centrado en las necesidades de nuestros clientes. Este manual de marca establece los lineamientos que guiarán nuestra identidad visual y comunicacional, asegurando coherencia y solidez en cada punto de contacto. A través de una imagen clara y profesional, buscamos fortalecer nuestra presencia en el mercado, generar confianza y consolidarnos como referentes en el sector inmobiliario.



2.1	El Logo	Página 06
2.2	Elementos del Logo	Página 07
2.3	Espacio Libre	Página 08
2.4	Colores Alternativos	Página 09
2.5	Mal Uso del Logotipo	Página 10

# 2.0

# El logo



# El Logo

El logo de Urdapilleta Propiedades presenta un diseño elegante y moderno, compuesto por un isotipo abstracto que forma la letra "U" con líneas geométricas y un corte dinámico en su extremo superior izquierdo. Acompañado de una tipografía clásica y sofisticada, transmite confianza, solidez y profesionalismo. La paleta de colores combina un azul profundo, que evoca estabilidad y prestigio, con un acento en naranja, aportando energía y dinamismo a la marca.



URDAPILLETA  
PROPIEDADES

# Elementos del logo

En la identidad visual de Urdapilleta Propiedades, el logotipo se compone de tres elementos fundamentales: el isotipo, el logotipo y el isologo. El isotipo, representado por la letra "U" estilizada, sintetiza los valores de la marca en un símbolo distintivo y versátil. El logotipo corresponde a la tipografía con el nombre de la empresa, transmitiendo elegancia, profesionalismo y confianza. Finalmente, el isologo integra ambos elementos, logrando una identidad visual cohesionada y adaptable a distintos usos. Estos componentes deben aplicarse correctamente según el contexto y la comunicación visual deseada, garantizando la coherencia de la marca en todos sus formatos.

## ISOTIPO



## LOGOTIPO

URDAPILLETA  
PROPIEDADES

## ISOLOGOTIPO



URDAPILLETA  
PROPIEDADES

# El Espacio Libre

El espacio libre es el área que rodea nuestro logotipo y que debe mantenerse libre de texto u otros elementos. El espacio libre mínimo es la altura del logotipo, como se muestra en este diagrama.



# Colores Alternativos

El logotipo también se suministra en formato Claro sobre Oscuro y en formato Blanco y Negro.

NEGRO



BLANCO



COLOR

# Mal Uso del Logotipo

Los cambios en nuestro logotipo disminuyen su integridad y profesionalismo. Algunos ejemplos de lo que no debes hacer con nuestro logotipo:

Al cambiar el tamaño del logotipo, mantén la proporción. Asegúrate de que el texto sea legible.



No altere los colores del logotipo de ninguna manera.



No agregue elementos ni sombras al logotipo.



No gire el logotipo



No altere la forma del logotipo de ninguna manera.



No delinear el logotipo



No cambie la relación entre los componentes del logotipo.

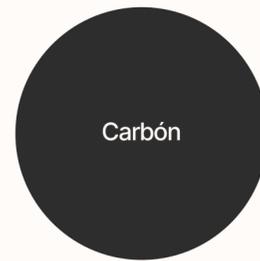
3.1	Colores de la marca	Página 11
3.2	Jerarquía de Colores	Página 12
3.3	Tintes de Color	Página 13

# 3.0 Paleta de colores



# Colores de la Marca

Nuestra paleta de colores refleja la identidad y los valores de Urdapilleta Propiedades. El azul profundo es el protagonista, transmitiendo confianza, solidez y profesionalismo, mientras que el acento en naranja aporta dinamismo y modernidad. Esta combinación equilibra elegancia y energía, reforzando nuestra presencia en el mercado inmobiliario. Para mantener coherencia en todas las aplicaciones, utilizamos códigos HEX para entornos digitales y referencias Pantone para impresiones, garantizando una reproducción precisa de nuestros colores en cualquier medio.



Carbón

**CMYK**  
73 / 67 / 65 / 79

**RGB**  
24 / 24 / 24

**HEX**  
#181818

**PANTONE**  
BLACK 6 C



Azul Primario

**CMYK**  
100 / 84 / 38 / 28

**RGB**  
0 / 46 / 93

**HEX**  
#002E5D

**PANTONE**  
648 C



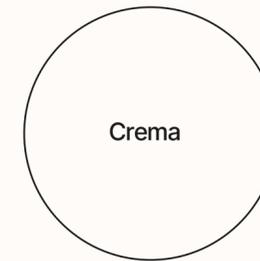
Naranja

**CMYK**  
100 / 84 / 38 / 28

**RGB**  
0 / 46 / 93

**HEX**  
#FF6A13

**PANTONE**  
1585 C



Crema

**CMYK**  
0 / 2 / 3 / 0

**RGB**  
255 / 251 / 248

**HEX**  
#FFFBF8

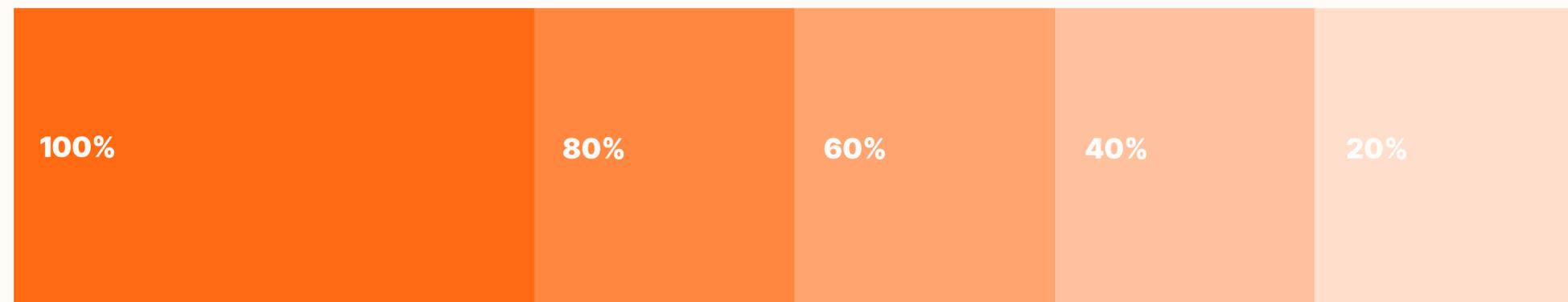
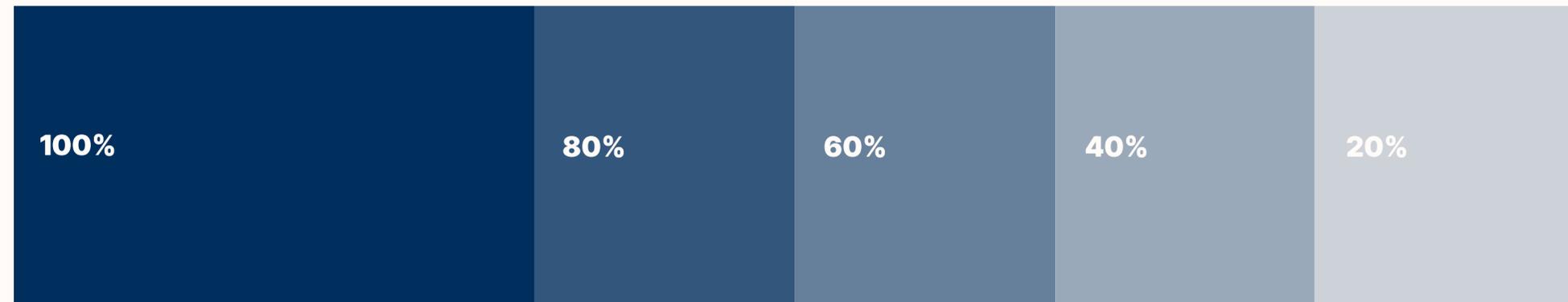
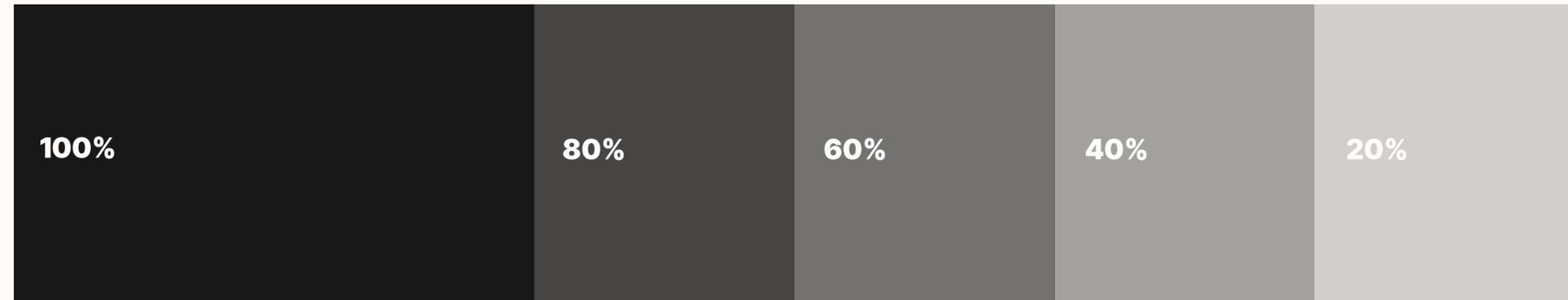
# Jerarquía de Colores

Las aplicaciones de marca deben utilizar principalmente nuestros colores primarios: azul profundo, negro carbón y crema. Este último funciona como una base versátil que permite un uso activo del blanco, aportando calidez y equilibrio visual sin recurrir a un fondo completamente neutro. El naranja, como color de acento, introduce dinamismo y energía, asegurando una identidad visual coherente y distintiva en todas las aplicaciones.



# Tintes de Color

Nuestros colores se pueden usar en tonos graduales si se necesita más contraste. Para mantener la consistencia, utilice tonos del 80%, 60%, 40% y 20%.



4.1	Tipografía de encabezado y Título	Página 15
4.2	Cuerpo del texto y encabezados	Página 16
4.3	Destacados	Página 17
4.4	Uso de la Tipografía	Página 18

# 4.0 Tipografía



# Títulos

Los títulos y encabezados deben utilizar la tipografía Inter Tight. Esta fuente transmite modernidad y solidez, alineándose con la identidad visual de Urdapilleta Propiedades. Su diseño limpio y estructurado refuerza una comunicación clara y profesional, manteniendo una estética contemporánea y accesible.

Inter Tight Bold

À Á Â Ã A B C D E F G H I J K L

M N O P Q R S T U V W X Y Z

à á â ã ä å a b c d e f g h i j k l

m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! @ # \$ % ^ & \* ( ) +

Æ Ç È Æ × ß å æ ç

A a

# Cuerpo del texto y encabezados

El texto principal y los subtítulos deben utilizar la tipografía Bahnschrift, reconocida por su estilo sans-serif geométrico con un diseño moderno y minimalista. Su estructura optimizada para la legibilidad y sus líneas limpias aportan una sensación de precisión y profesionalismo, alineándose con la identidad visual de Urdapilleta Propiedades. Además, su amplia gama de pesos tipográficos permite una jerarquía clara en los textos, asegurando una comunicación eficaz y estética en todos los materiales de la marca.

## Bahnschrift Regular

À Á Â Ã ABCDEFGHIJKL

MNOPQRSTUVWXYZ

à á â ã ä å abcdefghijkl

mnpqrstuvwxyz

1234567890

!@#\$%^&\*()+

Æ Ç È Æ × ß å æ ç

Aa

# Destacados

En la identidad visual de Urdapilleta Propiedades, la tipografía Baskerville Italic se emplea estratégicamente para resaltar palabras clave o conceptos esenciales, creando un contraste sofisticado con la solidez y modernidad de Bahnschrift. Su elegancia clásica y trazos estilizados aportan un toque de distinción y refinamiento, reforzando la exclusividad de la marca. La combinación de ambas tipografías establece un equilibrio entre tradición y contemporaneidad, asegurando una comunicación visual impactante y armoniosa.

## Baskerville Italic

À Á Â Ã A B C D E F G H I J K L

M N O P Q R S T U V W X Y Z

à á â ã ä å a b c d e f g h i j k l

m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! @ # \$ % ^ & \* ( ) +

Æ Ç È Æ £ × ß à æ ç

A a

# Uso de la Tipografía

## Títulos y encabezados

Para títulos y encabezados, se debe utilizar la tipografía Inter Tight en un tamaño grande (mínimo tres veces el tamaño del texto principal), aplicando un interlineado del 95% respecto al tamaño de la fuente (por ejemplo, para una fuente de 70 pt, el interlineado debe ser de 66,5 pt) y un interletrado de -5. Esta configuración ayuda a transmitir la solidez, dinamismo y estructura que forman parte de la identidad visual de la marca.

## Subtítulos y Citas Destacadas

Emplear Bahnschrift Semibold o Bold en el mismo tamaño o menos que el texto principal para subtítulos y citas destacadas, asegurando una jerarquía clara y una lectura fluida.

## Texto Destacado

Para resaltar palabras clave o conceptos esenciales dentro del contenido, utilizar Baskerville Italic. Su elegancia clásica y refinada genera un contraste visual con la estructura moderna de Bahnschrift, aportando sofisticación sin perder coherencia visual (si se usa junto a Bahnschrift utilizar 4 pt más de tamaño en Baskerville Italic e interlinea del mismo tamaño)

## Texto Principal

Utilizar Bahnschrift Regular para el cuerpo de texto, garantizando una comunicación clara, profesional y accesible en todos los materiales de la marca. (interlinea siempre 4 pt. del tamaño original, ej: cpo 14 pt, interlinea 18 pt)

## SUBTÍTULO

# Gran Titular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

**BOTÓN CON LINK**

# Pequeño Titular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

## **BOTÓN CON LINK**

**Bahnschrift para un contraste mayor contra *Baskerville Italic* para resaltar palabras clave o conceptos esenciales dentro del contenido.**

## REFERENCIA DE CITA

5.1	Moodboard fotográfico	Página 21
5.2	Redes Sociales	Página 22
5.3	Papelería	Página 23

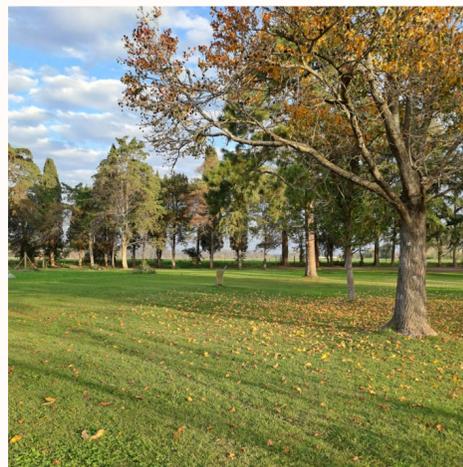
# 5.0 Aplicaciones



# Moodboard fotográfico

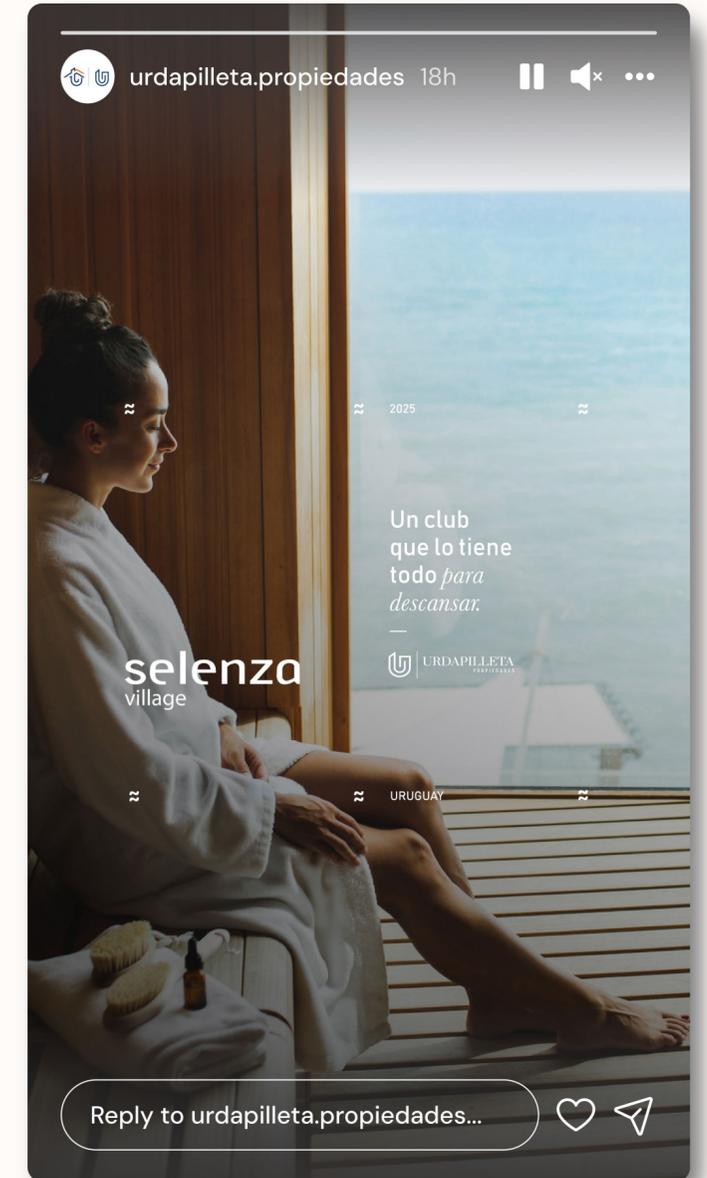
Esta selección de imágenes define la atmósfera visual que acompaña la identidad de la marca. La composición refleja un equilibrio entre naturaleza, vida al aire libre, arquitectura moderna y estilo de vida activo, transmitiendo valores de calidad, bienestar y conexión con el entorno.

Cada fotografía fue elegida por su luminosidad, sus tonos naturales y su enfoque en espacios abiertos, reforzando una estética limpia, actual y aspiracional.



# Redes Sociales

En las redes sociales de Urdapilleta Propiedades, la identidad visual se aplica con coherencia para fortalecer la percepción de marca y garantizar una comunicación efectiva. Se emplean composiciones equilibradas que combinan imágenes de alta calidad con elementos gráficos sutiles, manteniendo un diseño limpio y sofisticado. La tipografía juega un papel clave en esta identidad: Inter Tight se utiliza en titulares para transmitir fuerza y modernidad, mientras que Bahnschrift se emplea en cuerpos de texto y subtítulos, asegurando legibilidad y un estilo contemporáneo. Además, el uso estratégico de Baskerville Italic en fragmentos específicos aporta un toque distintivo y elegante, generando contraste y dinamismo en la comunicación visual.



# Papelería

La papelería de Urdapilleta Propiedades refleja su identidad profesional y elegante a través de un diseño limpio y equilibrado, donde el uso del color institucional, la tipografía y la disposición de los elementos garantizan coherencia y claridad en cada aplicación.



1.0	La Marca	Página 03
2.0	Logo	Página 05
3.0	Paleta de colores	Página 11
4.0	Tipografía	Página 15
5.0	Aplicaciones	Página 20

**GRACIAS**

