

comunicá

Valores Casa de Bolsa
Identidad Corporativa

DOCUMENTACIÓN CONFIDENCIAL
DERECHOS RESERVADOS
ASUNCIÓN, PARAGUAY.
2016

Valores Casa de Bolsa

Cuando se trata de una marca líder que desea un rediseño de identidad sin pasar por un mal momento, la responsabilidad es significativamente mayor, puesto que no se trata de lavarse el rostro, sino de mejorar un precedente de éxito.



Contexto

En 17 de marzo de 1993 nace como Sudameris Casa de Bolsa, perteneciente al Grupo Intessa Banca Commerciale Italiana. Posteriormente, Portafolio de Valores adquiere la totalidad del paquete accionario, convirtiéndola en Valores Casa de Bolsa. Entre los años 2012 al 2015, Valores Casa de Bolsa formó parte de un importante grupo financiero internacional, el Credit Andorra Financial Group, con fuerte presencia en Europa y Latinoamérica.

Valores Casa de Bolsa, tras la desvinculación del Credit Andorra Financial Group, buscaba la renovación de su imagen para comunicar esta nueva etapa de crecimiento e independencia. Por ello acude a Comunicá para desarrollar el proyecto de rediseño de Identidad Corporativa.

Conceptualización

Valores, que ostenta el liderazgo en el mercado de transacciones bursátiles en nuestro país y más de 25 años de historia, necesitaba una conceptualización acorde a su envergadura, es por ello que se conciben conceptos comunicacionales en los que se hicieron foco fueron la Solvencia y la Innovación, los conceptos funcionales fueron la Eficiencia y el Compromiso, mientras que los conceptos gráficos fueron la Confianza y la Empatía.

VALORES

CASA DE BOLSA

La Tipografía

La tipografía fue desarrollada especialmente para la marca, el objetivo era obtener una tipografía clásica y sofisticada, que pueda inspirar los conceptos de confianza, experiencia y liderazgo. Por ello recurrimos al desarrollo de una tipografía serifada pero con un aspecto moderno en su morfología, el cuerpo y su estructura no son propias de una tipografía clásica pero logra un equilibrio perfecto entre lo clásico y lo contemporáneo, una armonía que le otorga cualidades atemporales.

Realizamos dos uniones en la A y la L, así también la R y la R, uniones que tampoco son tradicionales en este tipo de caracteres, pero que es uno de los rasgos mas interesantes en cuanto a romper delicadamente ese tono vintage y lo ubica en un escenario mas contemporáneo.

Con estos caracteres se confecciono la palabra Valores y la denominación Casa de Bolsa, además de la expresión Desde 1993 que será utilizada mas adelante en el escudo de la empresa.

VALORES

CASA DE BOLSA

DESDE 1993

El escudo

El blasón es una representación gráfica, generalmente con forma de escudo, que contiene los emblemas que representan simbólicamente una nación, una ciudad, un linaje, etc.

A través de la historia diferentes tipos de organizaciones han utilizado este recurso para solventar en su discurso conceptos como historia, trayectoria, tradición, entre otros.

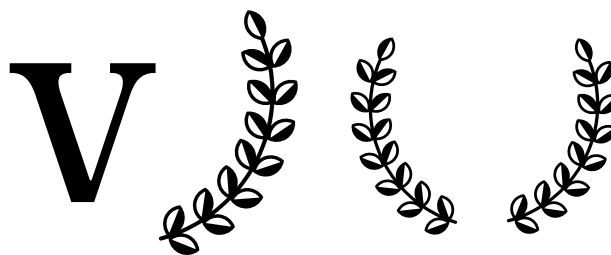


Entre los diferentes tipos de escudos que existen se encuentran los escudos de soberanía, escudos de pretensión, escudos de concesión, escudos de patronato, escudos de dignidad, escudos de ciudad, escudos de provincia, escudos nacionales, escudos de comunidad o corporación, y escudos de familia.

Es por ello que nos pareció interesante la utilización de un escudo para transmitir eficientemente estos conceptos. El escudo que diseñamos es mas económico en cuanto a elementos respecto de todas las referencias que exploramos en el relevamiento de mercado, y esto es porque el identificador no debía sentirse muy desfasado en el tiempo, sino debía sentirse como una propuesta contemporánea y la simplicidad estética y los recursos gráficos utilizados tenían que apuntar a este objetivo.



Pocas hierbas tienen tanta conexión con la mitología griega y romana como el laurel. Su simbología ha trascendido el tiempo hasta el punto de convertirse en señal de fama, valor y grandeza alrededor del mundo. El laurel es sinónimo de historia, de tradición, de grandeza.



Pero tuvimos que re-interpretar este elemento para hacerlo afín a la tipografía propuesta, ya que la misma contaba con un contraste tipográfico relevante, desarrollamos unas hojas de laurel con este mismo contraste. A esto le añadimos la letra capital V de Valores, para aportar un elemento que refiera claramente a la empresa.

Por otra parte, para que el escudo esté completo añadimos la denominación comercial de la empresa y su fecha de fundación, con esto se completaría el escudo que representa a la marca. Es escudo está diseñado para funcionar sin el logotipo y referir al rubro, su historia y activar su posicionamiento en cada aparición.

Bordó 1

Imp. Offset

C: 0

M: 100

Y: 0

K: 80

Imp. Digital

R: 65

G: 0

B: 33

Usos digitales

#520026

Bordó 2

Imp. Offset

C: 0

M: 100

Y: 0

K: 65

Imp. Digital

R: 91

G: 0

B: 50

Usos digitales

#71003A

Gris 1

Imp. Offset

C: 0

M: 0

Y: 0

K: 90

Imp. Digital

R: 60

G: 60

B: 59

Usos digitales

#3C3C3B

El Color

En cuanto al color, seleccionamos una gama cromática asociada a conceptos o elementos sofisticados. El bordó que hemos seleccionado para representar al proyecto es probablemente un color que genera muchas asociaciones, como todos los colores, pero éste en particular tiene una gran asociación a elementos como el vino, los autos lujosos, alfombras, entre otros.

En fin, un repertorio de elementos que no restan al proyecto, sino que lo contextualizan de manera apropiada.



Manifiesto de marca

El manifiesto que confeccionamos para la marca es un decálogo que habla de los valores que representan a la empresa y al ejercicio de su actividad, aquí un breve extracto del mismo:

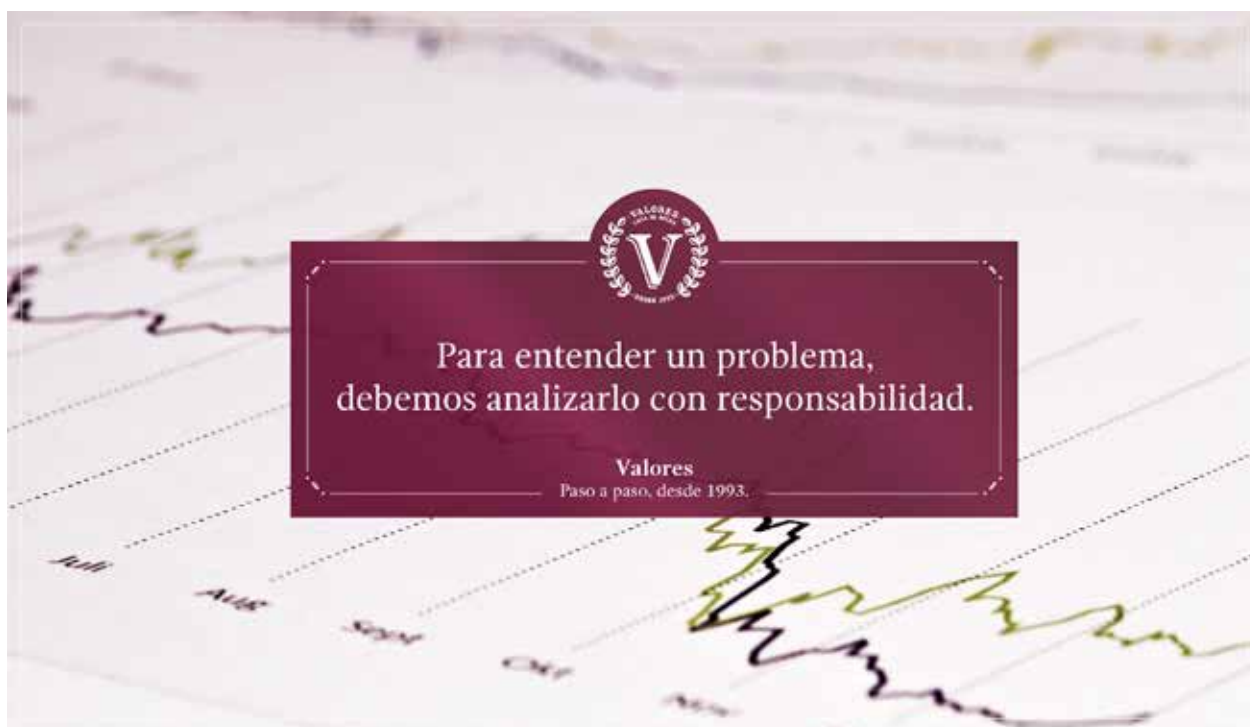
Para que los sueños crezcan,
debemos trabajar con honestidad,
para dar un paso a la vez
y encontrar juntos,
buenas oportunidades.

Para apostar al futuro,
debemos perseverar con compromiso...
...y dar un paso a la vez
para emprender juntos,
el camino que soñamos.

Promesa de marca

Valores
Paso a paso, desde 1993.

Decidimos que la promesa de marca debía contener la esencia del trabajo de Valores, su aspecto metódico y su historia, creimos que todo se resumía en la actitud de pensar en el “paso a paso”, una expresión que nos pareció válida para representar el éxito y la evolución de Valores en su camino al liderazgo. La denominación “desde 1993”, sólo le otorga ese dato distintivo que aporta la historia y la trayectoria.



comunicá

OLEARY 409 c/ ESTRELLA | EDIFICIO PARAPITI, 5TO PISO | 525 | As. Py.
(+595) 982 730 609 | INFO@COMUNICA.COM.PY | COMUNICA.COM.PY
DOCUMENTO CONFIDENCIAL | DERECHOS RESERVADOS





comunicá

OLEARY 409 c/ ESTRELLA | EDIFICIO PARAPITI, 5TO PISO | 525 | As. Py.
 (+595) 982 730 609 | info@comunica.com.py | comunica.com.py
 DOCUMENTO CONFIDENCIAL | DERECHOS RESERVADOS



www.**comunica**.com.py