

LIBRO DE MARCA

GUÍA DE IDENTIDAD VISUAL

Lore 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.

Lore ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy.



Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca AutoStar en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso de la marca AutoStar contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

AUTOSTAR

una empresa del grupo KAUFMANN

El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones. El logotipo está constituido por las palabras “Auto” y “Star”, en su escritura deberá mantener en mayúscula su palabra inicial “A” y la “S” sin excepción alguna. Su uso es únicamente en posición horizontal.

X = O



Con el fin de normar los tamaños y proporciones del logotipo, se establece una medida “X” la cual se construye tomando como referencia la ancho de la letra (0) de la palabra “AutoStar”.



Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logo símbolo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al símbolo del propio logotipo. Siendo el ancho de la letra “O” la que determine el espacio de su área de protección independientemente de su tamaño. Ningún elemento debe atravesar esta área con el fin de dejar que la marca respire y se vea correctamente y sin obstáculos que desvíen la atención.



La marca podrá emplearse en las proporciones mínimas indicadas, sin embargo no es recomendado reducir la marca de forma regular en las mismas. Siempre respetando el área de protección determinadas en este manual. El tamaño mínimo de la marca podrá variar según el formato de reproducción de la misma y siguiendo las recomendaciones del productor. El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 2 cm de ancho.

VERSIÓN FULL COLOR



Deberá siempre contemplarse el uso de la marca en full color como primera opción, en todas sus aplicaciones tanto impresas como digitales. La marca en full color deberá ser utilizada siempre y sin excepción sobre un fondo blanco, sea un cintillo como el definido en la construcción del formato o una caja en caso de ser necesaria su utilización en formatos ajenos a la marca.

SIMBOLOGÍA BÁSICA / VARIANTES DE COLOR

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

VERSIÓN NEGRO



VERSIÓN NEGATIVO



VERSIÓN COLOR CORPORATIVO



Deberá emplearse como segunda opción cuando deba utilizarse la marca sobre un fondo oscuro la marca vaciada, tal y como se muestra en esta página. En cuanto a los fondos de colores se debe asegurar la visibilidad, legibilidad y contraste en todas sus aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografía, este debe aplicarse sobre blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

ESCRITURA CORRECTA

AutoStar

ESCRITURA INCORRECTA

autostár / Autostár / AUTOSTAR

Cuando la marca AutoStar se escribe se deberá escribir como se muestra en el ejemplo.

SIMBOLOGÍA BÁSICA / USO INCORRECTO

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

COLOR INCORRECTO



DEFORMACIÓN



FONDO QUE NO PERMITAN LA LEGIBILIDAD CORRECTA



APLICACIÓN EN OPACIDAD



LOGOTIPO CORTADO



VERSIÓN EN COLORES QUE NO ESTEN APROBADOS

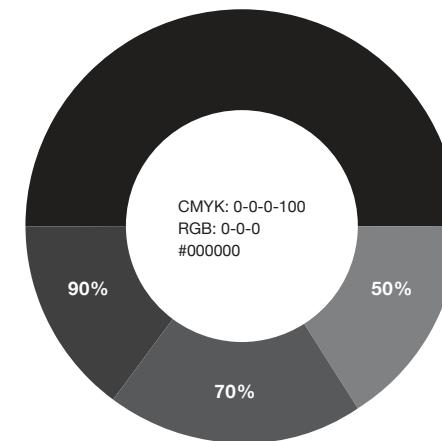
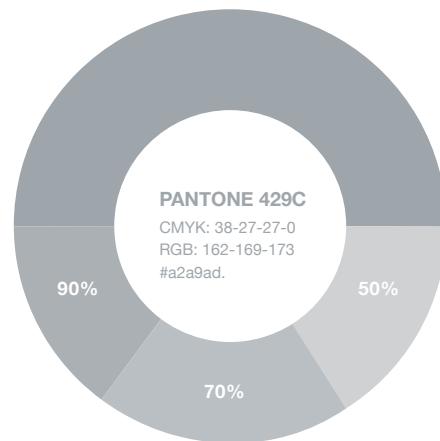
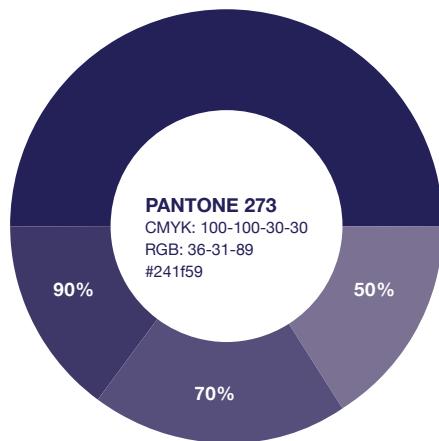


Queda terminantemente prohibido cualquier variante de color, forma o distribución de los elementos de la marca, que no sean las anteriormente expuestas como correctas así como el uso de la marca sin su identidad dependiente. El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

2.IDENTIFICADOR CROMÁTICO

IDENTIFICADOR CROMÁTICO / COLORES PRINCIPALES

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

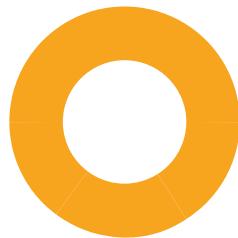


Este es el color principal de la marca y el que debe predominar. Las referencias de color de AutoStar son los Pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía o en negro. Además se podrán aplicar matices del mismo color de acuerdo al porcentaje que se indica en la gráfica.

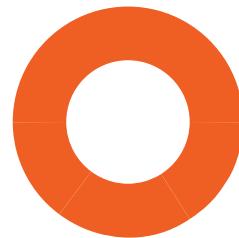
IDENTIFICADOR CROMÁTICO / COLORES ALTERNATIVOS

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

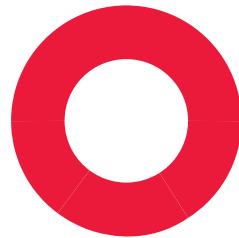
2.2



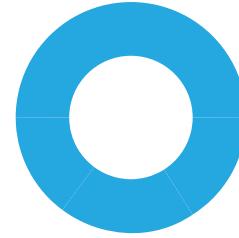
CMYK: 0-40-100-0
RGB: 250-166-26
#faa61a



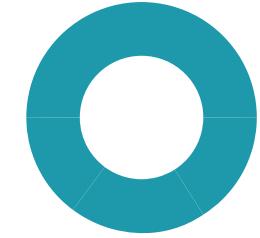
CMYK: 0-78-100-0
RGB: 241-95-34
#f15f22



CMYK: 0-100-80-0
RGB: 237-26-59
#ed1a3b



CMYK: 70-15-0-0
RGB: 39-170-225
#27aae1



CMYK: 100-0-27-12
RGB: 0-154-174
#009aae

Estos son los colores secundarios que la marca, que nos permiten acompañar a los principales, con el fin de dar vida a las gráficas y acompañar subrayar, resaltar textos, bullets o botones.

3.IDENTIFICADOR TIPOGRÁFICO

Corporate A

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

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 (. : ; & % €)

La tipografía corporativa es la Corporate A y será utilizada para titulares de texto para todos los formatos utilizados para la comunicación de la marca.

Helvetica Neue**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**

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 (. : , ; & % €)

La tipografía secundaria se debe utilizar para el desarrollo de cuerpos de texto, descriptores y subtítulos. En caso de no contar con la tipografía principal, es válida la utilización de Helvetica Neue en sus distintas variantes como reemplazo, sin embargo siempre debe ser mandatorio el uso de la tipografía principal como opción principal.

4. APLICACIÓN DE LA MARCA

IDENTIFICADOR TIPOGRÁFICO / HOJA CARTA

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

4.1

HOJA CARTA

Dimensiones: 21,9x27,94 cm.

1 TITULAR

- El titular debe escribirse en mayúsculas y minúsculas.
- El tamaño de la letra debe ser mínimo de 16 puntos.
- El interlineado debe ser de 17 puntos.

2 CUERPO DE TEXTO

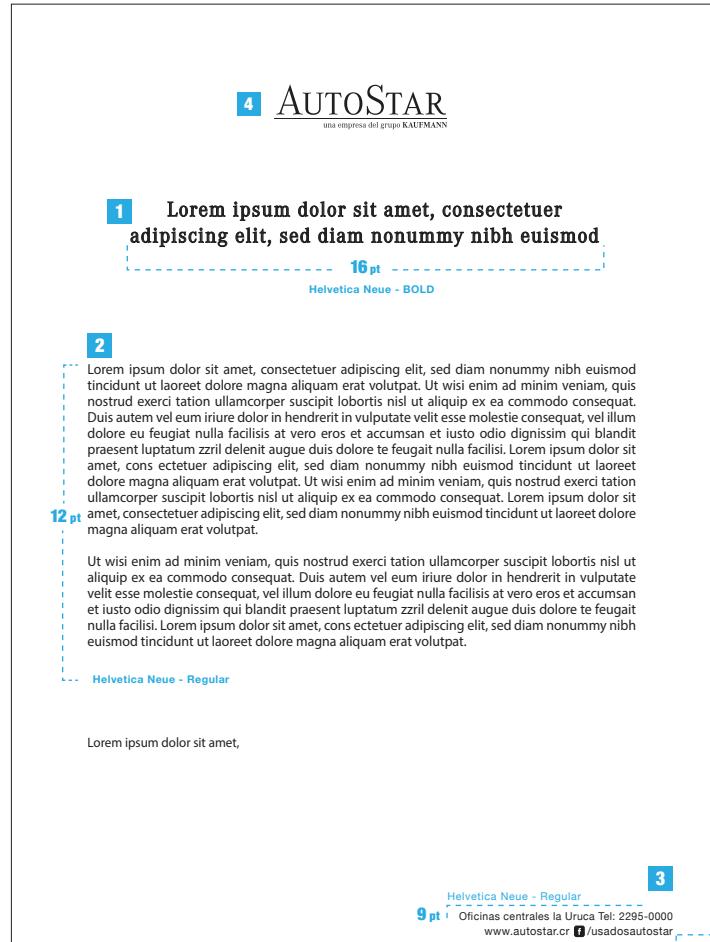
- El cuerpo de texto debe escribirse en mayúsculas y minúsculas.
- El tamaño de la letra debe ser mínimo de 12 puntos.

3 CIERRE DE CONTACTO

- El cuerpo de texto debe escribirse en mayúsculas y minúsculas.
- Debe llevar siempre el lugar y el número de teléfono de sus oficinas centrales.
- También debe llevar tanto su página web como la de redes sociales.
- El área de seguridad del cierre debe ser de: W: 0,8 cm / H: 0,5 cm.

4 LOGOTIPO

- El logotipo deberá ir siempre centrado sobre este soporte.



W: 0,8 cm
H: 0,5 cm

APLICACIÓN CORRECTA DE LA MARCA / TARJETA DE PRESENTACIÓN

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

4.2

TARJETA DE PRESENTACIÓN

Dimensiones: 9x5 cm.

1 LOGOTIPOS Y ORDEN DE LAS MARCAS

- Las marcas siempre deberán mantener este orden:
Mercedes-Benz, Jeep, Dodge, RAM, FIAT y FREIGHTLINER.

2 LOGOTIPO AUTOSTAR

- Tiro:** EL logotipo deberá ir siempre centrado en la parte inferior sobre este soporte.
- Retiro:** EL logotipo deberá ir en la parte superior izquierda sobre este soporte.

3 NOMBRE & PUESTO

- El nombre deberá llevar la tipografía Helvetica Neue bold.
- El descriptor deberá llevar la tipografía Helvetica Neue Light.

4 CONTACTO

- La información de contacto no deberá tener un tamaño menor a 5 puntos.



APLICACIÓN CORRECTA DE LA MARCA / SOBRE MEMBRETADO

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

4.3

SOBRE MEMBRETADO

Dimensiones: 24,1x10,4 cm.

1 LOGOTIPO

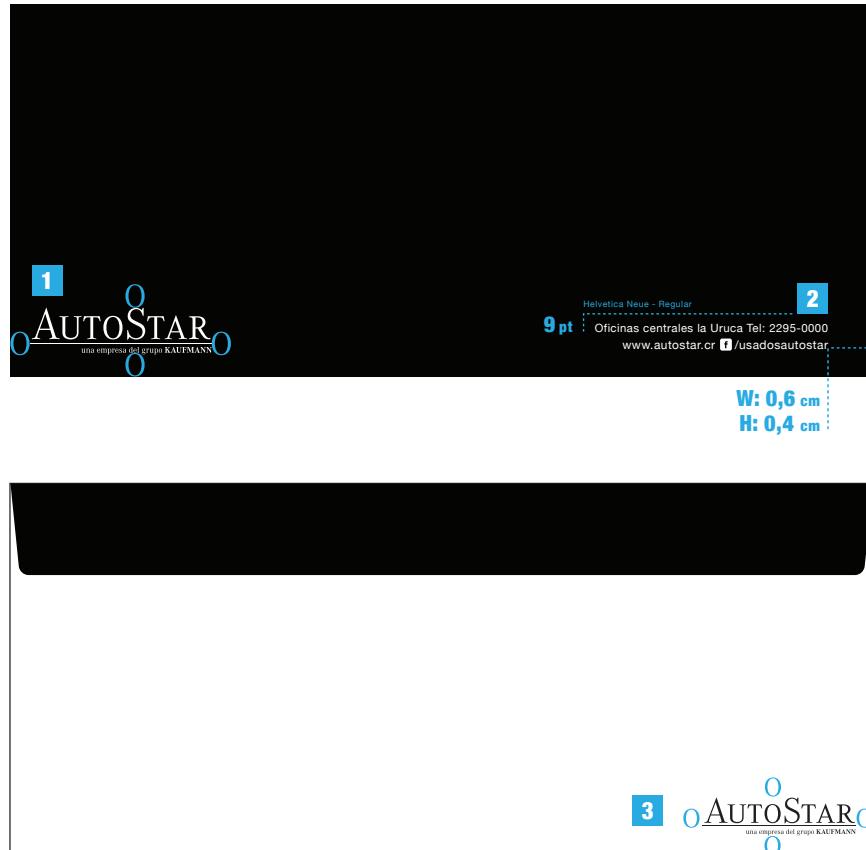
- En este caso se debe aplicar el logo con área de protección indicado anteriormente*.

2 LOGO & CONTACTO

- El cuerpo de texto debe escribirse en mayúsculas y minúsculas.
- Debe llevar siempre el lugar y el número de teléfono de sus oficinas centrales.
- También debe llevar tanto su página web como la de redes sociales.
- El área de seguridad del cierre debe ser de: W: 0,6 cm / H: 0,4 cm.

3 LOGOTIPO DE CIERRE

- En este caso se debe aplicar el logo con área de protección indicado anteriormente*.



FOLDER

Dimensiones: 21.5x30.5 cm.

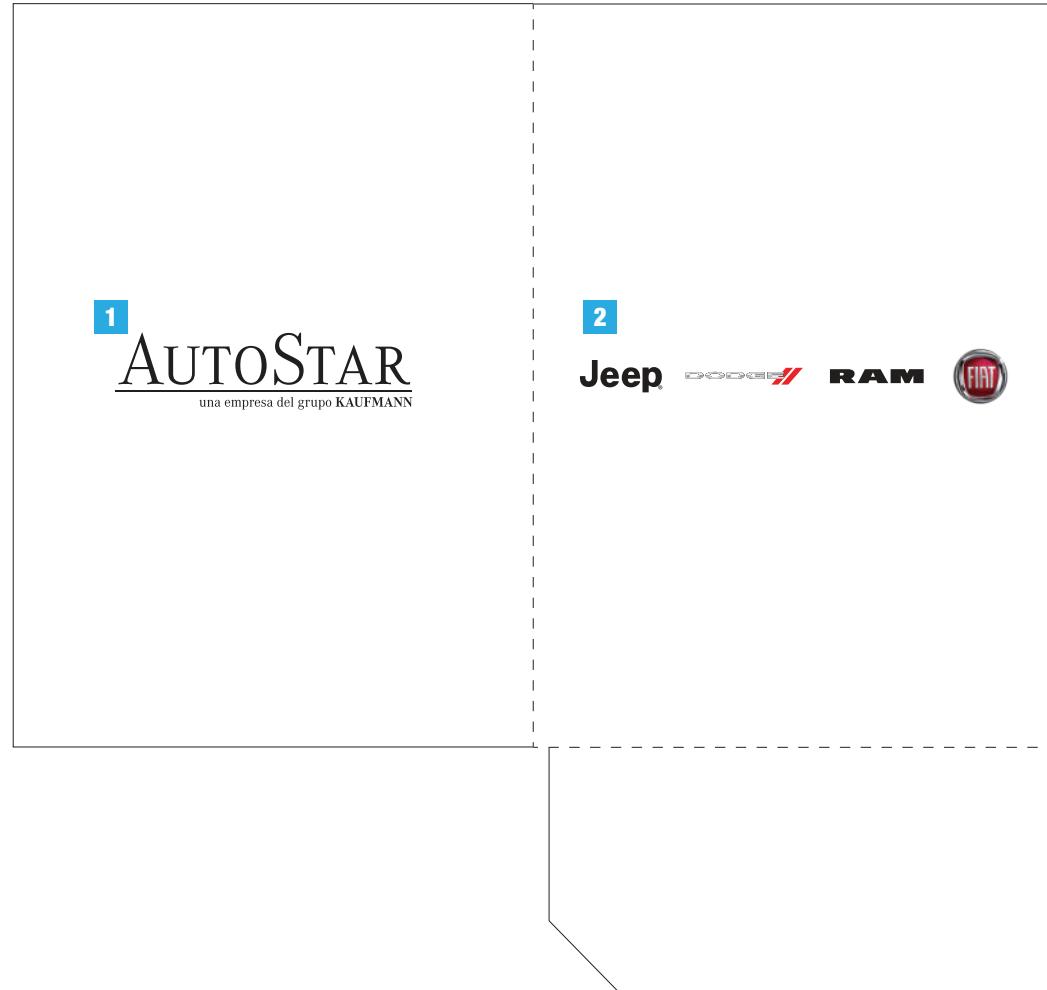
Solapa: 21x10 cm.

1 LOGOTIPO (TIRO)

- El logotipo deberá ir siempre centrado sobre este soporte.

2 MARCAS (RETIRO)

- Sobre el retiro se colocará las marcas de que el concesionario tiene a la orden.





5.APLICACIÓN DE CIERRE
CIERRE AUTOSTAR

APLICACIÓN DE CIERRE AUTOSTAR / CORPORATIVO

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



1 FORMATO DIGITAL:

Este aplica sobre todo los materiales de formato digital que se utilice, por ejemplo: mailing, post, banners, entre otros.



Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr

2 FORMATO PRINT:

Este aplica sobre todo los materiales de formato print que se utilice, por ejemplo: revistas, periódicos, flyers, brochure, entre otros.



Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr

3 FORMATO ATL / BTL

Este aplica sobre todo los materiales de gran formato o exteriores que se utilice, por ejemplo: vallas, mupis, banderines, rollers up y diferentes estructuras.



**Oficinas centrales
La Uruca, tel. 2295-0000**

Los cintillos corporativos deben de ir siempre y cuando la empresa se vea involucrada en cualquier tipo de evento gráfico ya sea digital, print, ATL o BTL. Y ocuparán un 10% de la altura del formato requerido.

6.APLICACIÓN DE CIERRE

AUTOSTAR MULTIMARCA

APLICACIÓN DE CIERRE AUTOSTAR / MULTIMARCA

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

FORMATO DIGITAL

Mercedes-Benz
The best or nothing.



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • /mercedesbenzautostar



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • /jeepautostar

Jeep

AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • /dodgeautostar

FIAT

AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • /ramautostarcr

RAM



Jeep



FIAT

AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • /ramautostarcr

Este aplica sobre todo los materiales de formato digital que se utilice, por ejemplo: mailing, post, banners, entre otros. Se pueden utilizar sobre fondos con textura, sólidos y fotografía, siempre y cuando la legibilidad no se vea comprometida.

APLICACIÓN DE CIERRE AUTOSTAR / MULTIMARCA

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

FORMATO PRINT

Mercedes-Benz
The best or nothing.



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • /mercedesbenzautostar



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • /dodgeautostar



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • /jeepautostar



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • /fiatcostarica



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • /ramautostarcr



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • /ramautostarcr

Este aplica sobre todo los materiales de formato print que se utilice, por ejemplo: revistas, periódicos, flyers, brochure, entre otros.
Se pueden utilizar sobre fondos con textura, sólidos y fotografía, siempre y cuando la legibilidad no se vea comprometida.

APLICACIÓN DE CIERRE AUTOSTAR / MULTIMARCA

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

FORMATO ATL-BTL

Mercedes-Benz
The best or nothing.



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales
La Uruca, tel. 2295-0000



Oficinas centrales
La Uruca, tel. 2295-0000



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales
La Uruca, tel. 2295-0000



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales
La Uruca, tel. 2295-0000



AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales
La Uruca, tel. 2295-0000

Este aplica sobre todo los materiales de gran formato o exteriores que se utilice, por ejemplo: vallas, mupis, banderines, rollers up y diferentes estructuras. Se pueden utilizar sobre fondos con textura, sólidos y fotografía, siempre y cuando la legibilidad no se vea comprometida.

APLICACIÓN DE CIERRE AUTOSTAR / EJEMPLO

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



90% GRÁFICA

10% CINTILLO
DE CIERRE

El cintillo de cierre de ser el 10% de la altura del formato requerido. Con el fin de proteger el la legibilidad y lectura tanto del logotipo como de la información que le acompaña. Este siempre debe ir en la parte inferior de la gráfica.

APLICACIÓN DE PLANTILLA REPUESTOS / EJEMPLO

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

30% DE LA GRÁFICA

TITULAR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer 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.



60% DE LA GRÁFICA

20% DESCUENTO

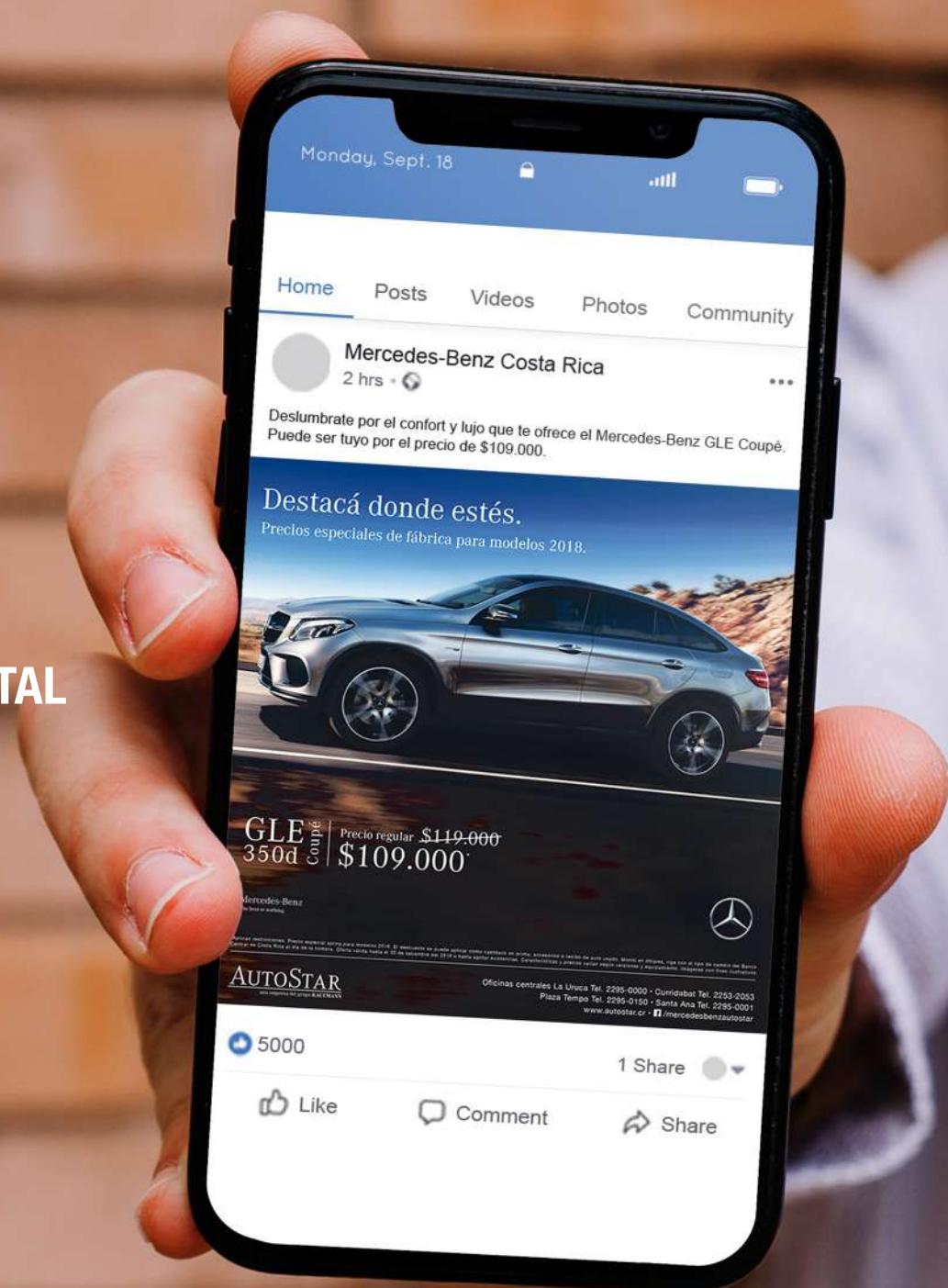
AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas centrales La Uruca Tel. 2295-0000 • Curridabat Tel. 2253-2053
Plaza Tempo Tel. 2295-0150 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr • [autostarcr](https://facebook.com/autostarcr)

10% CINTILLO DE CIERRE

La plantilla para repuestos se utiliza para mostrar el producto que se ofrece. La diagramación puede variar de acuerdo a la información que se solicite. El repuesto debe ser de llevar el mayor protagonismo posible.

EJEMPLO DIGITAL



EJEMPLO PRINT

The advertisement features a black background with a starry, galaxy-like pattern along the left edge. At the top, the word "CAR SALE" is written in large, bold, yellow letters, with "CAR" stacked above "SALE". Above "CAR", the word "DEMO" is written in a smaller, white, sans-serif font. Below "CAR SALE", there are two Dodge Durango SUVs: a red one on the left and a silver one on the right, both shown from a front-three-quarter angle. In the bottom right corner, the Dodge logo is displayed with its signature red and black stylized "D".

EL PRIMER DUEÑO, AL MEJOR PRECIO
VEHÍCULOS CON POCO KILOMETRAJE, MODELOS 2018

AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

DODGE

Oficinas Centrales La Uruca Tel. 2295-0000
Curridabat Tel. 2253-2053 • Santa Ana Tel. 2295-0001
www.autostar.cr

EJEMPLO ATL-BTL

Stronger than time
New G Class.

AUTOSTAR
una empresa del grupo KAUFMANN

Oficinas Centrales
La Uruca, tel. 2295-0000

7.LOGOTIPO

USADOS AUTOSTAR



El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones. El logotipo está constituido por las palabras “Usados” que debe ir siempre en mayúscula y del logo “Auto” y “Star”, que su escritura deberá mantener en mayúscula su palabra inicial “A” y la “S” sin excepción alguna. Su uso es únicamente en posición horizontal.

X = O



Con el fin de normar los tamaños y proporciones del logotipo, se establece una medida “X” la cual se construye tomando como referencia la ancho de la letra (0) de la palabra “AutoStar”.



Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logo símbolo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al símbolo del propio logotipo. Siendo el ancho de la letra “O” la que determine el espacio de su área de protección independientemente de su tamaño. Ningún elemento debe atravesar esta área con el fin de dejar que la marca respire y se vea correctamente y sin obstáculos que desvíen la atención.



La marca podrá emplearse en las proporciones mínimas indicadas, sin embargo no es recomendado reducir la marca de forma regular en las mismas. Siempre respetando el área de protección determinadas en este manual. El tamaño mínimo de la marca podrá variar según el formato de reproducción de la misma y siguiendo las recomendaciones del productor. El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 3 cm de ancho.

VERSIÓN FULL COLOR

—USADOS—
AUTOSTAR
—

Deberá siempre contemplarse el uso de la marca en full color como primera opción, en todas sus aplicaciones tanto impresas como digitales. La marca en full color deberá ser utilizada siempre y sin excepción sobre un fondo blanco, sea un cintillo como el definido en la construcción del formato o una caja en caso de ser necesaria su utilización en formatos ajenos a la marca.

SIMBOLOGÍA BÁSICA / USO CORRECTO

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ESCRITURA CORRECTA

—USADOS—
AUTOSTAR

La marca USADOS AutoStar se debe escribir como se muestra en el ejemplo en su color natural o en negro y blanco cuando se utilice sobre alguna base con fondo de color o textura.

ALTERAR EL LOGO



DEFORMACIÓN



FONDO QUE NO PERMITAN LA LEGIBILIDAD CORRECTA



APLICACIÓN EN OPACIDAD



LOGOTIPO CORTADO



VERSIÓN EN COLORES QUE NO ESTEN APROBADOS

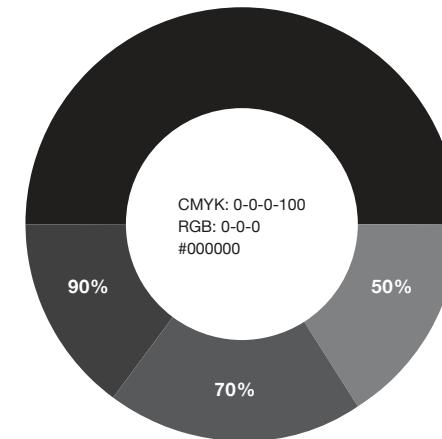
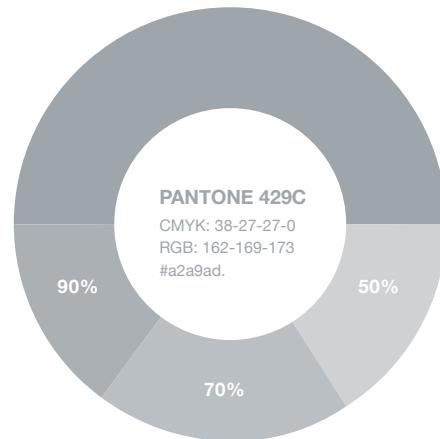
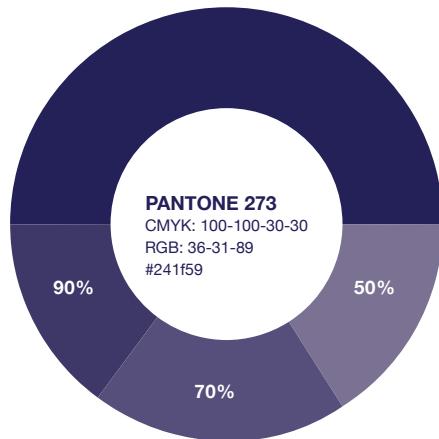


Queda terminantemente prohibido cualquier variante de color, forma o distribución de los elementos de la marca, que no sean las anteriormente expuestas como correctas así como el uso de la marca sin su identidad dependiente. El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

8.IDENTIFICADOR CROMÁTICO

IDENTIFICADOR CROMÁTICO / COLORES PRINCIPALES

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

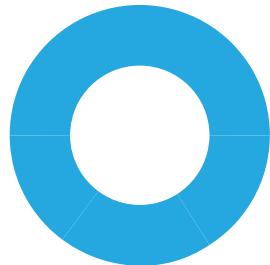


Este es el color principal de la marca y el que debe predominar. Las referencias de color de AutoStar son los Pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía o en negro. Además se podrán aplicar matices del mismo color de acuerdo al porcentaje que se indica en la gráfica.

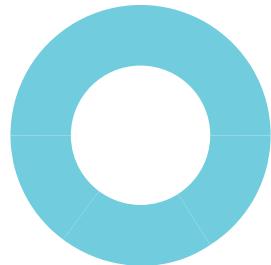
IDENTIFICADOR CROMÁTICO / COLORES ALTERNATIVOS

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

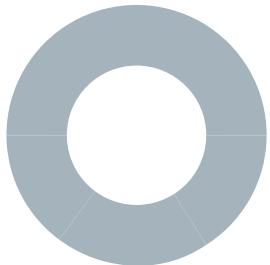
8.2



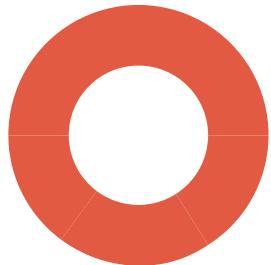
CMYK: 70-15-0-0
RGB: 39-170-225
#27aae1



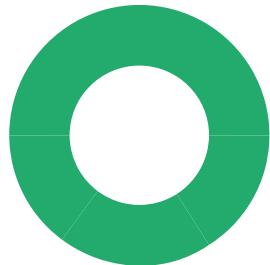
CMYK: 50-0-12-0
RGB: 117-206-222
#75cede



CMYK: 10-0-0-30
RGB: 167-182-191
#a7b6bf



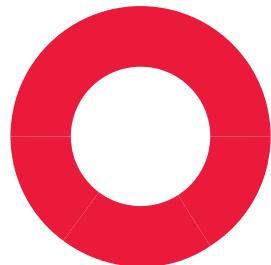
CMYK: 7-80-80-0
RGB: 226-86-66
#e25942



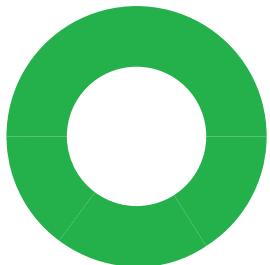
CMYK: 89-0-80-0
RGB: 0-173-108
#00ad6c



CMYK: 10-31-80-0
RGB: 229-177-80
#e5b150



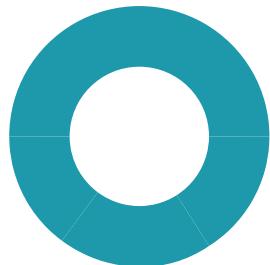
CMYK: 0-100-80-0
RGB: 237-26-59
#ed1a3b



CMYK: 80-0-100-0
RGB: 13-177-75
#0db14b



CMYK: 0-40-100-0
RGB: 250-166-26
#faa61a



CMYK: 100-0-27-12
RGB: 0-154-174
#009aae

Estos son los colores secundarios que la marca nos permite acompañar junto a los principales, con el fin de dar vida a las gráficas y acompañar subrayar, resaltar textos, bullets o botones.

9.LOGOTIPO

AUTOSTAR COMERCIAL

AUTOSTAR

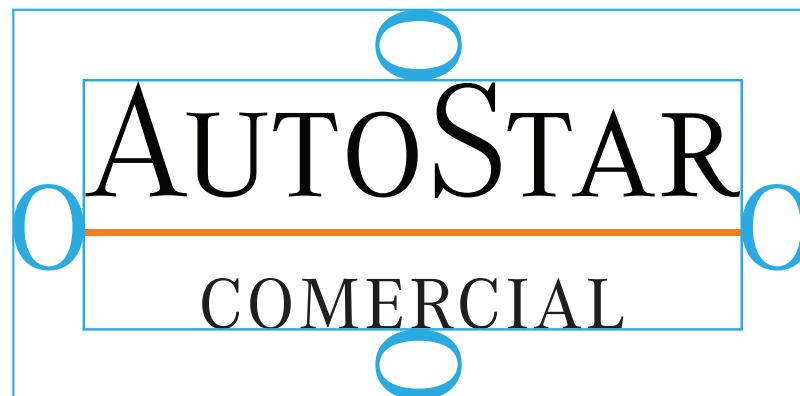
COMERCIAL

Este logotipo está constituido por 2 palabras, “AutoStar” que en su escritura deberá mantener en mayúscula su palabra inicial “A” y la “S” sin excepción alguna y COMERCIAL que debe ir siempre en mayúscula. Su uso es únicamente en posición horizontal.

X = O



Con el fin de normar los tamaños y proporciones del logotipo, se establece una medida “X” la cual se construye tomando como referencia la ancho de la letra (0) de la palabra “AutoStar”.



Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logo símbolo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al símbolo del propio logotipo. Siendo el ancho de la letra “O” la que determine el espacio de su área de protección independientemente de su tamaño. Ningún elemento debe atravesar esta área con el fin de dejar que la marca respire y se vea correctamente y sin obstáculos que desvíen la atención.



La marca podrá emplearse en las proporciones mínimas indicadas, sin embargo no es recomendado reducir la marca de forma regular en las mismas. Siempre respetando el área de protección determinadas en este manual. El tamaño mínimo de la marca podrá variar según el formato de reproducción de la misma y siguiendo las recomendaciones del productor. El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 3 cm de ancho.

VERSIÓN FULL COLOR

AUTOSTAR

COMERCIAL

Deberá siempre contemplarse el uso de la marca en full color como primera opción, en todas sus aplicaciones tanto impresas como digitales. La marca en full color deberá ser utilizada siempre y sin excepción sobre un fondo blanco, sea un cintillo como el definido en la construcción del formato o una caja en caso de ser necesaria su utilización en formatos ajenos a la marca.

ESCRITURA CORRECTA

AUTOSTAR
COMERCIAL

La marca AutoStar COMERCIAL se debe escribir como se muestra en el ejemplo en su color natural o en negro y blanco cuando se utilice sobre alguna base con fondo de color o textura.

SIMBOLOGÍA BÁSICA / USO INCORRECTO

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ALTERAR EL LOGO



DEFORMACIÓN



FONDO QUE NO PERMITAN LA LEGIBILIDAD CORRECTA



APLICACIÓN EN OPACIDAD



LOGOTIPO CORTADO



VERSIÓN EN COLORES QUE NO ESTEN APROBADOS



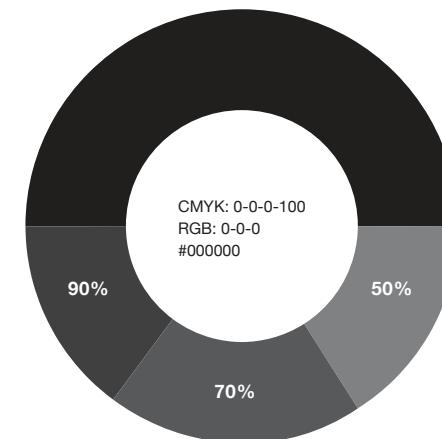
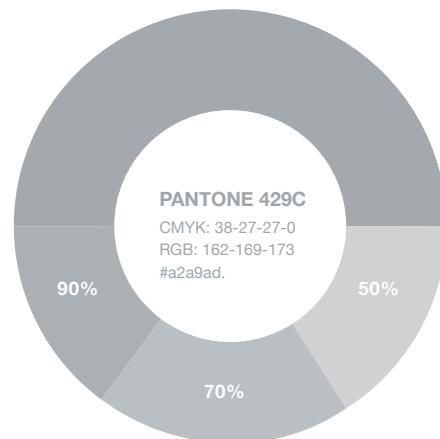
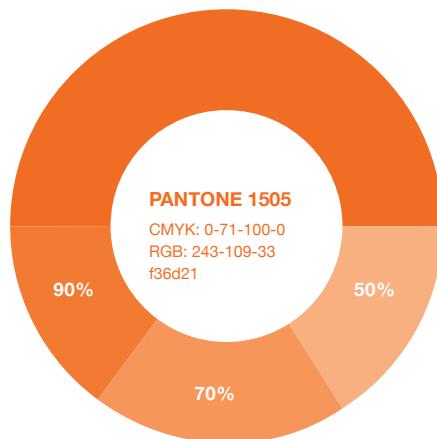
Queda terminantemente prohibido cualquier variante de color, forma o distribución de los elementos de la marca, que no sean las anteriormente expuestas como correctas así como el uso de la marca sin su identidad dependiente. El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

10. IDENTIFICADOR CROMÁTICO

IDENTIFICADOR CROMÁTICO / COLORES PRINCIPALES

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

10.1

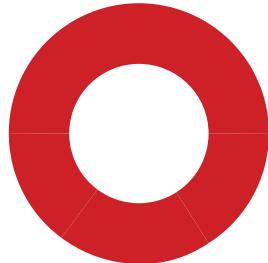


Este es el color principal de la marca y el que debe predominar. Las referencias de color de AutoStar son los Pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro. Además se podrán aplicar matices del mismo color de acuerdo al porcentaje que se indica en la gráfica.

IDENTIFICADOR CROMÁTICO / COLORES ALTERNATIVOS

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

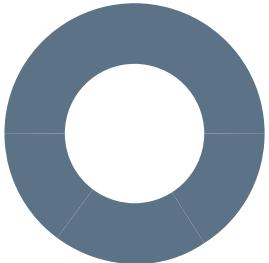
10.2



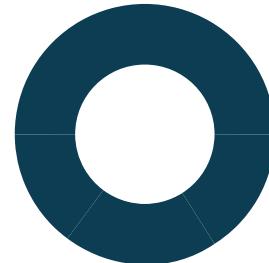
CMYK: 0-100-100-15
RGB: 206-24-30
#ce181e



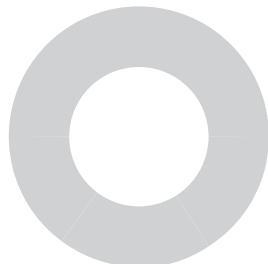
CMYK: 0-34-100-0
RGB: 252-177-22
#fcb116



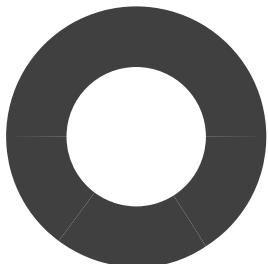
CMYK: 70-50-35-6
RGB: 92-115-136
#5c7388



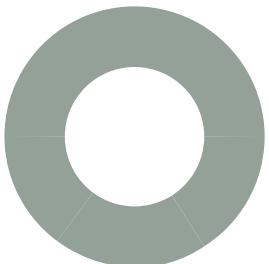
CMYK: 97-70-45-36
RGB: 6-61-84
#75cede



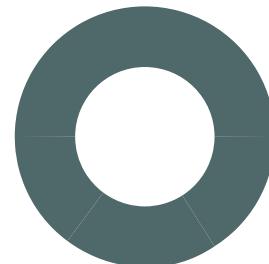
CMYK: 0-0-0-20
RGB: 209-211-212
#d1d3d4



CMYK: 0-0-0-90
RGB: 65-64-66
#414042



CMYK: 45-29-39-0
RGB: 149-162-154
#95a29a



CMYK: 70-46-50-20
RGB: 81-105-106
#51696a

Estos son los colores secundarios que la marca, que nos permiten acompañar a los principales, con el fin de dar vida a las gráficas y acompañar subrayar, resaltar textos, bullets o botones.

