



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO  ROSHFRANS®

2021

ÍNDICE

01 ESTRUCTURA DEL LOGOTIPO

El Logotipo.....	5
Construcción y modulación.....	6
Área de protección.....	8

02 TIPOGRAFÍAS

Tipografías primarias.....	11
Tipografías secundarias.....	12
Ejemplo.....	12

03 COLORES CORPORATIVOS

Colores corporativos.....	14
---------------------------	----

04 USABILIDAD

Logotipo con leyenda.....	16
Logotipo sin leyenda.....	17
Ejemplos.....	18
Reducción mínima con leyenda.....	19
Reducción mínima sin leyenda.....	20
Usos correctos.....	21
Usos incorrectos.....	24
Elementos de composición...	26

05 APLICACIONES

Logotipo con leyenda.....	16
Logotipo sin leyenda.....	17
Ejemplos.....	18
Reducción mínima con leyenda.....	19
Reducción mínima sin leyenda.....	20
Usos correctos.....	21
Usos incorrectos.....	24
Elementos de composición...	26

INTRODUCCIÓN

Este manual de identidad corporativa describe las pautas y normas para el correcto uso de la marca **AUTOPARTES SALAV ROSHFRANS** en las diferentes aplicaciones físicas, impresas y digitales. El objetivo del manual es estandarizar la imagen, su reproducibilidad y versatilidad para que de este modo pueda aplicarse a cualquier medio de difusión.

Se abordan temas de estructura, forma y color del logotipo, estilos tipográficos y usos adecuados de la identidad gráfica, creando una unidad en los criterios y usos internos de la papelería y los diferentes canales de comunicación interna y externa.

El manual de marca debe ser por tanto, una herramienta para el uso de todos los miembros administrativos de **AUTOPARTES SALAV ROSHFRANS**, para el director de marca o el personal encargado del área de comunicaciones y marketing, y por último pero no menos importante para los profesionales encargados de crear y diseñar el material promocional de la empresa, con el fin de que la producción cumpla con altos niveles de calidad respetando los lineamientos de la identidad corporativa.

Este manual no pretende restringir la creatividad de la organización, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas, con objetivos claros de comunicación y proyectando la marca con solidez.



01

ESTRUCTURA DEL LOGOTIPO

EL LOGOTIPO



El logotipo como representación gráfica de la marca está formado por la construcción tipográfica de los caracteres que componen la palabra “AUTOPARTES SALAV” que busca transmitir y comunicar que **AUTOPARTES SALAV** se especializa en la comercialización y distribución de productos **ROSHFRANS®**, autopartes y productos para estética automotriz de marcas reconocidas, con la ventaja competitiva de llegar a las refaccionarias y gasolineras de toda la República Mexicana. **AUTOPARTES SALAV** utilizará un envolvente con el fin de dar más énfasis, foco, estabilidad, fuerza y recordación al nombre de la entidad para generar mayor posicionamiento dentro del campo de la industria.

Como elemento importante, la leyenda “**DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO ROSHFRANS®**” debe acompañar en alguna parte inferior y de forma integral al logotipo, para que de esta forma se vinculen ambas entidades y se comprenda que **AUTOPARTES SALAV** es la identidad especializada en la comercialización de productos **ROSHFRANS®**. Esta leyenda solamente debe acompañar al logo una sola vez en cada material, no es necesario repetirla cada vez que el logo aparezca.

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO **ROSHFRANS®**

CONSTRUCCIÓN Y MODULACIÓN

El logotipo se construye sobre una superficie modular proporcional al valor X, ésta al establecerse como unidad de medida, asegura la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

En esta imagen mostramos la proporción del logotipo **AUTOPARTES SALAV** acompañado de la leyenda. Estos dos elementos pueden separarse en los materiales (siempre y cuando aparezcan en la misma página), siempre debe mantenerse la proporción aquí mostrada.

La leyenda **DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO ROSHFRANS®** siempre debe colocarse en la parte inferior del logo y será el único texto que use la tipografía "Primera Semibold Italic".





Retícula del logo.

ÁREA DE PROTECCIÓN



Para asegurar una óptima aplicación del logotipo en todos los formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia que deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran con la legibilidad y percepción de la marca.

La construcción del área de seguridad queda definida por la medida de la “L” tomada de la palabra “SALAV”. Cuando sea posible, es preferible aumentar este espacio entre los elementos (texto e imágenes) y el logotipo.

Se hará una excepción al uso del área de protección definida cuando el material sea muy pequeño y no lo permita.





02

TIPOGRAFÍAS

TIPOGRAFÍAS PRIMARIAS

INFORMACIÓN DE LA FUENTE.

Diseñada por Robin Nicholas y Patricia Saunders.

La tipografía **Arial** es una fuente tipográfica sans serif que le es familiar a cualquiera por sus líneas distintivas, es asociada con un estilo popular y estándar. Esta fuente está optimizada para composiciones de impresión, web y móviles; y tiene excelentes características de legibilidad.

USO PRINCIPAL.

Arial regular: se usará para el cuerpo de texto.

Arial Bold: destacará información importante del cuerpo del texto.

Arial Itálica: se usa para indicar notas, pies de página, cuando se necesite indicar que un texto es “diferente” al resto.

Arial Black: Para cabezas o textos muy cortos que se quieran resaltar.

DIRECCIÓN DE DESCARGA.

<https://fonts.google.com/?query=arial>

ARIAL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890
!"·\$%&/()=?¿

ARIAL BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890
!"·\$%&/()=?¿

ARIAL ITÁLICA

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890
!"·\$%&/()=?¿

ARIAL BLACK

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890
!"·\$%&/()=?¿

TIPOGRAFÍAS SECUNDARIAS

INFORMACIÓN DE LA FUENTE.

Diseñada por Ray Larabie de Typodermic Fonts. Pirulen es una fuente tecnico amplia de facil lectura moderna.

USO PRINCIPAL.

Pirulen regular: se usará para cuerpos de texto cortos que requieran mucha atención.

Pirulen Bold: tipografía usada para la construcción del logotipo, la letra "A" se modificó en este único caso agregando el asta transversal o barra. Se usará para subtítulos cortos.

PIRULEN REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

!"·\$%&/()=?¿

PIRULEN BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

!"·\$%&/()=?¿

EJEMPLO - - -

CABEZA SUBTÍTULO

CUERPO DE TEXTO. Mus nem im licaperfic inatum nox mendien se demei porus iussis. Servigilne cum spertia vil utem manduci fitumuropte nonferivas inatuam dientel legitilin **dentis consim** pestered in Itaris. Noviris, conficaed foris, quam dem queristero conte die norum derio pricos serri.

Cuerpo de texto. Mus nem im licaperfic inatum nox mendien se demei porus iussis. Servigilne cum spertia vil utem manduci fitumuropte nonferivas inatuam dientel legitilin **dentis consim** pestered in Itaris. Noviris, conficaed foris, quam dem queristero conte die norum derio pricos serri.

Nota al pie de página.



03

COLORES
CORPORATIVOS

COLORES CORPORATIVOS

La paleta de colores institucionales está compuesta por 2 colores primarios y 3 colores neutrales. Siempre se usarán plastas.

El uso del **color rojo** en el logotipo está asociado a las emociones como: acción, aventura, energía, fuerza, vigor. La tonalidad del **negro** es una representación de lo clásico, conservador, distintivo, le da formalidad, seriedad y tradición, esto juega un rol importante dentro de la identidad corporativa ya que aporta un rasgo diferenciador, por último los colores neutrales, grises y blanco, deben ser utilizados para equilibrar y balancear los tonos primarios.

PANTONE 185 C

C: 0 M: 100 Y: 81 K: 0
R: 234 G: 0 B: 41

PANTONE BLACK C

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100
R: 0 G: 0 B: 0

PANTONE COOL GRAY 10 C

C: 59 M: 47 Y: 42 K: 31
R: 99 G: 101 B: 105

PANTONE COOL GRAY 6 C

C: 37 M: 28 Y: 28 K: 7
R: 166 G: 166 B: 168

PANTONE WHITE 000 C

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 255 G: 255 B: 255



04

USABILIDAD

LOGOTIPO CON LEYENDA

Versión principal del logotipo con la descripción de **AUTOPARTES SALAV**. Se debe usar como primera opción en cualquier pieza gráfica, portada, contraportada y papelería corporativa.

Su carácter descriptivo permite fácilmente entender la razón social de la organización.

Debe de ir acompañado por la leyenda **DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO ROSHFRANS®** por lo menos una vez en el material, siempre debe mostrarse al inicio de este.



DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO  **ROSHFRANS®**

LOGOTIPO SIN LEYENDA

El logotipo de **AUTOPARTES SALAV** puede usarse sin acompañamiento de la leyenda cuando al inicio del material ya se usaron ambos elementos.

En algunos materiales de papelería interna (facturas, recibos, sobres, etc.) se usa solamente el logo.



EJEMPLOS



REDUCCIÓN MÍNIMA LOGOTIPO CON LEYENDA

Para asegurar la legibilidad de la marca y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, presentamos en esta página los tamaños mínimos en que se puede reproducir la marca en medios impresos y digitales.

En relieves y grabados se aconseja un mayor tamaño con el fin de asegurar la reproducción y la legibilidad.

Se recomienda el uso de tintas planas para el tamaño mínimo de la leyenda.

SERIGRAFÍA

Logo: 2.25 X 1.13 cm
Leyenda: 3 X 0.21 cm



DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO ROSHFRANS

FLEXOGRAFÍA

Logo: 1.65 X 0.83 cm
Leyenda: 2.2 X 0.16 cm



DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO ROSHFRANS

OFFSET

Logo: 1.9X.9 cm
Leyenda: 2.5 X 0.18 cm



DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO ROSHFRANS

DIGITAL

Logo: 120 X 60.10 px
Leyenda: 159.76 X 11.49 px



DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO ROSHFRANS

REDUCCIÓN MÍNIMA LOGOTIPO SIN LEYENDA

SERIGRAFÍA



FLEXOGRAFÍA



OFFSET



DIGITAL



USOS CORRECTOS

COLOR EN POSITIVO



COLOR EN NEGATIVO



ESCALA DE GRISES EN POSITIVO



ESCALA DE GRISES EN NEGATIVO



BLANCO Y NEGRO EN POSITIVO



BLANCO Y NEGRO EN NEGATIVO



1 TINTA



El logo siempre debe tener un fondo de color uniforme (plasta, no degradado).

Por razones técnicas o por costos es posible reproducir el logo a una sola tinta, recomendamos siempre trabajar con colores Pantone Solid Coated cuando sea una tinta directa.

De preferencia usar las versiones en rojo.

NOTA PARA IMPRESIÓN A UNA SOLA TINTA O CUATRICROMÍA.

Se aconseja llevar una muestra de un impreso aprobado y reciente a la imprenta para comparar y tener una referencia que permita asegurar que los colores se reproducen con la mayor fiabilidad posible. La muestra de referencia también le servirá al prensista para calibrar la máquina de impresión.



COLOR EN POSITIVO



COLOR EN NEGATIVO



ESCALA DE GRISES EN POSITIVO



ESCALA DE GRISES EN NEGATIVO



BLANCO Y NEGRO EN POSITIVO



BLANCO Y NEGRO EN NEGATIVO



USABILIDAD

1 TINTA



El logo siempre debe tener un fondo de color uniforme (plasta, no degradado).

Por razones técnicas o por costos es posible reproducir el logo a una sola tinta, recomendamos siempre trabajar con colores Pantone Solid Coated cuando sea una tinta directa.

De preferencia usar las versiones en rojo.

NOTA PARA IMPRESIÓN A UNA SOLA TINTA O CUATRICROMÍA.



Se aconseja llevar una muestra de un impreso aprobado y reciente a la imprenta para comparar y tener una referencia que permita asegurar que los colores se reproducen con la mayor fiabilidad posible. La muestra de referencia también le servirá al prensista para calibrar la máquina de impresión.



El logo puede convivir con una foto si éste cae sobre una plasta de color.

El logo puede convivir sobre una foto si hay una pantalla de color rojo o negro al 90% de opacidad.

El logo puede convivir sobre una foto si es puesto sobre una plasta de color rojo, negro o blanco al 100% de opacidad, tener en cuenta que mínimo debe abarcar el área de protección.

USOS INCORRECTOS

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO  ROSHFRANS

Leyenda.
Usar aislada la leyenda de DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO ROSHFRANS®.

SALAV

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO  ROSHFRANS

Descomposición.
No está permitido descomponer, desplazar o mover un elemento del logotipo.

AUTOPARTES
SALAV

Ocultación.
El logotipo en todo momento debe mostrarse al 100% incluida su área de protección, no puede quedar ninguna parte oculta.



DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO  ROSHFRANS

Rotación.
No se debe rotar el logotipo.



DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO  ROSHFRANS

Inclinación o perspectiva.
No se debe inclinar el logotipo o ponerlo en alguna perspectiva diferente a la original.



DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO  ROSHFRANS

Cambios de color.
Solo pueden usarse los colores corporativos, para revisar las aplicaciones correctas, dirigirse a la página 21.



Alteraciones.

No se pueden hacer alteraciones en la estructura de los elementos que componen el logotipo y la leyenda.



Efectos 3D.

Está prohibido aplicar efectos 3D, extrusiones y biselados para la reproducción del logotipo.



Transparencia.

La opacidad del logotipo siempre tiene que estar al 100%.



Deformación.

El logotipo siempre debe tener la estructura original.



Logotipo en bordes.

No se debe colocar el logotipo sobre los bordes. Siempre tener en cuenta el área de protección.



Fotografía o degradados.

Está prohibido usar el logo en cualquiera de sus versiones sobre una fotografía o degradados, para mayor información de su uso correcto, dirigirse a la página 23.

ELEMENTOS DE COMPOSICIÓN

Con base en la estructura del logotipo, se diseñó una trama con la finalidad de darle movimiento a la composición estática. Ésta connota velocidad, no hay que perder de vista que somos una marca relacionada a autos.

Ésta trama se usará en degradado del Pantone Cool Gray 6 C al 100% de opacidad al blanco en 0% de opacidad cuando el color de fondo sea blanco. Cuando sea una plasta de color rojo o negro se usará la misma trama de blanco al 100% de opacidad al 0 % de opacidad. (Se utilizan los valores en CMYK o RGB según corresponda).

Otros elementos que usamos para rematar los materiales son un par de plecas (negra y roja) que se usarán solo sobre fondo blanco.





05

APLICACIONES

HOJA MEMBRETADA

Tamaño:
21,59 cm x 27,94 cm.

Márgenes sugeridos:
Margen superior 7 cm, margen del lado izquierdo
4 cm, margen del lado derecho 3 cm, margen inferior 4 cm.

Texto:
Sugerimos usar la familia tipográfica Arial 10 puntos.



TARJETA DE PRESENTACIÓN

Tamaño:
9 cm x 5 cm.

Texto:
Se debe organizar la información en el siguiente orden:

Frente: Logotipo con leyenda, pleca negra y roja, trama con 11 óvalos.

Vuelta: Logotipo, código QR, nombre del trabajador, puesto, números telefónicos, mail, misma pleca negra, roja y trama con 11 óvalos.

Nombre de trabajador: Arial bold 10 puntos a dos líneas.

Puesto: Arial bold 6 puntos.

Datos: Arial regular 5 puntos.

íconos: Pirulen regular.



FÓLDER

Tamaño:

Extendido: 53 cm x 37.3 cm.
Armado: 23 cm x 29.5 cm.



GAFETE

Tamaño:
4.5 cm x 7.25 cm.

Nota:
Se sugiere usar un nombre y dos apellidos.



PLECAS

Tamaño:

Vertical: 21.59 x 3.5 cm.

Horizontal: 27.94 x 3.5 cm.

Nota:

Plecas utilizadas en el área de Sistema de Gestión Institucional para el desarrollo de diferentes formatos de políticas y procedimientos internos.

Éstos se trabajan solamente en formato carta (vertical y horizontal), se estructuran en los programas “Word” y “Excel”.



PRESENTACIÓN TEMPLATE

Tamaño:
1920 px x 1080 px.

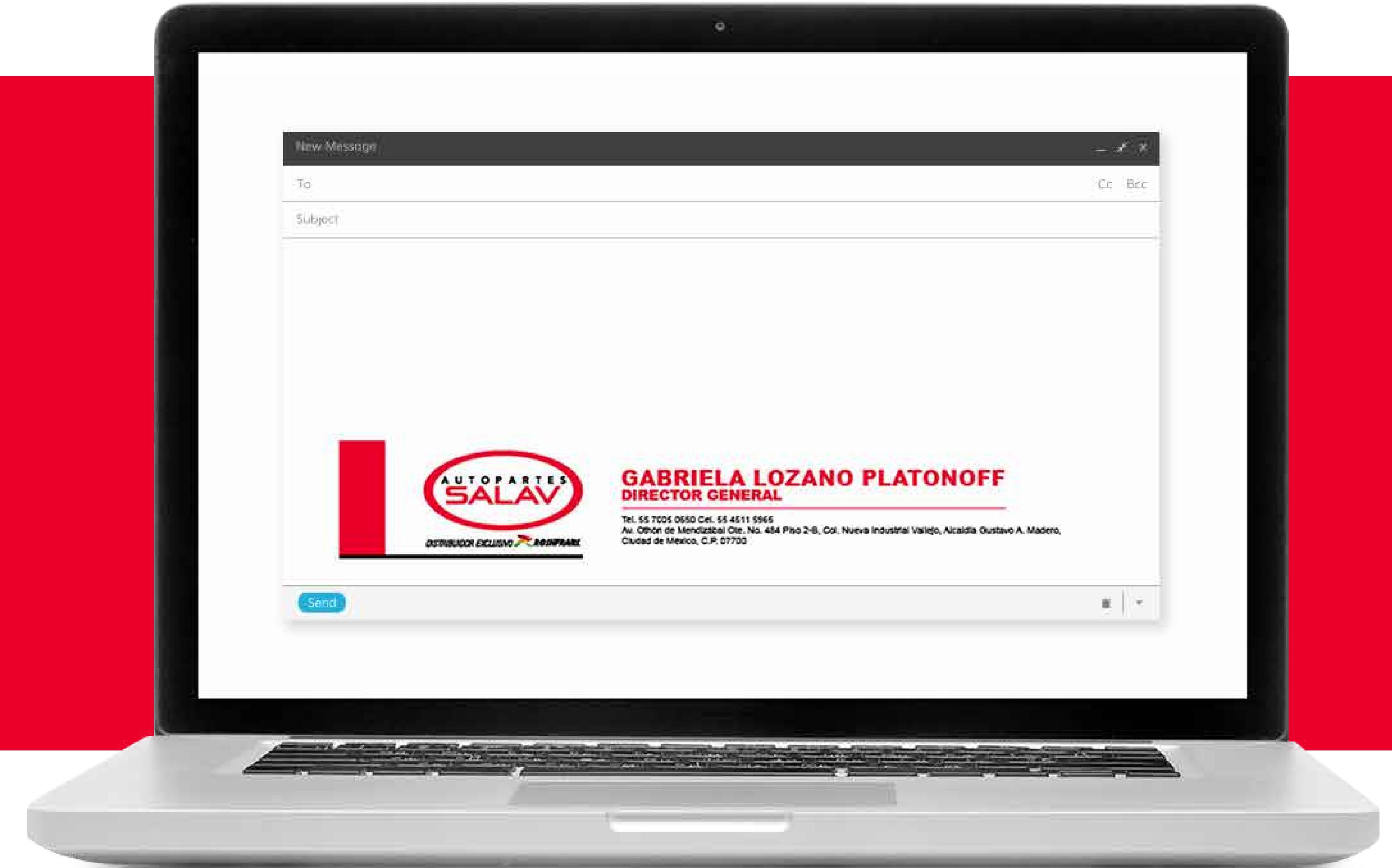
Nota:
El diseño de las gráficas dependerá del
programa en donde realicen las presentaciones.

The slide is divided into several sections:

- Header:** A red section containing the **AUTOPARTES SALAV** logo, the text "PLANTILLA PRESENTACIÓN", and the "DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO ROSHFRANS" logo.
- Separator:** A grey vertical bar labeled "SEPARADOR" twice.
- Text Area:** A white section with the word "TEXTO" repeated twice, followed by four circular icons with globes and descriptive text.
- Infographic Area:** A white section titled "TEXTO TEXTO" featuring a bar chart, three donut charts with percentages (85%, 65%, 45%), and some placeholder text.
- Footer:** A red section containing the **AUTOPARTES SALAV** logo.

FIRMA ELECTRÓNICA

Tamaño:
600 px x 100 px.



PROMOCIONALES

Tamaños:

Gorra: Logo de Autopartes SALAV: 8 cm.

*Los materiales que tienen áreas con medidas limitadas están sujetos a revisión”, por ejemplo, las plumas.



UNIFORMES

Talla chica:

Autopartes SALAV frente: de 5-6 cm de ancho por lo que dé de alto.

Roshfrans frente: 3-4 cm de ancho por lo que dé de ancho.

Autopartes SALAV atrás: 13-17 cm de ancho por lo que dé de alto.



Talla mediana:

Autopartes SALAV frente: 7-8 cm de ancho por lo que dé de alto.

Roshfrans frente: 4-5 cm de ancho por lo que dé de alto.

Autopartes SALAV atrás: 15-20 cm de ancho por lo que dé de alto.



*Las medidas que sugerimos son de referencia ya que dependemos de factores como tela y talla.

Lo propuesto va con total consideración del proveedor.

