AUTOMÁS

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y APLICACIÓN DE MARCA

Para lograr una marca coherente es necesario tener presente ciertas características técnicas.

Este manual te ayudará a entender la marca AutoMás y al mismo tiempo, te brindará las herramientas necesarias para desarrollar una identidad ordenada y consistente.

CONTENIDO

1. Misión

2. Visión

3. Estrategia

Posicionamiento
Personalidad
Valores

4. Identificador visual

Concepto
Logotipo
Construcción del logotipo
Versiones de logotipo
Versiones de logotipo a una tinta
Área de respeto
Tamaño mínimo
Usos incorrectos del logotipo
Tipografía corporativa
Colores corporativos

5. AutoMás y sus unidades de negocio

REVISIÓN TÉCNICO MECÁNICA
Construcción del logotipo
Versiones de logotipo
Versiones de logotipo a una tinta
Área de respeto
Colores complementarios

COMERCIAL
Construcción del logotipo
Versiones de logotipo
Versiones de logotipo a una tinta
Área de respeto
Colores complementarios

6. Piezas gráficas

Recursos gráficos
Íconos
Aplicación en piezas digitales
Aplicación en impresos
Aplicación en señalética

MISIÓN

Somos un **centro integral de servicios automotrices,** que bajo criterios de integralidad, competitividad y legalidad, ofrecemos soluciones acertadas y confiables a nuestros clientes en inspección de Asegurabilidad, Peritaje, Marcación y soluciones integrales en servicios automotrices, buscando su satisfacción total a través de la atención en un tiempo justo, con calidad y calidez.

Aprovechamos de la mejor manera a nuestro recurso humano y tecnológico para así fortalecernos financieramente, asegurando la sostenibilidad de la organización y de nuestros colaboradores.

VISIÓN

Continuar siendo una empresa líder a nivel nacional en la prestación de servicios automotrices:

- Innovando para satisfacer las nuevas necesidades de nuestros clientes.
- Fortaleciendo los procesos y productos con altos estándares de calidad certificada para garantizar confianza.
- Logrando que AutoMás sea la empresa FAVORITA y PREFERIDA de nuestros Colaboradores y Clientes para trabajar en el sector Automotriz.
- Garantizando resultados económicos rentables.

ESTRATEGIA

POSICIONAMIENTO

Estamos comprometidos con la efectividad y el mejoramiento continuo de los procesos; con la generación de una cultura de desarrollo sostenible, la promoción de entornos seguros y prácticas de trabajo saludable, y el uso eficiente de los recursos asegurando la rentabilidad de la organización enmarcada en una responsabilidad social empresarial.

PERSONALIDAD

Características humanas que se le atribuyen a nuestra marca y que la “personifican”. Marcan la pauta de la comunicación, el comportamiento, el tono y la actitud de marca.

- ÁGILES
- HONESTOS
- CONFIABLES
- RESPONSABLES
- INNOVADORES

VALORES

- **Compromiso**

  Porque nuestra razón de ser es que nuestros clientes se sientan tranquilos y seguros cuando se muevan por las carreteras y caminos de Colombia.

- **Confianza**
  Porque creemos que es la base de la relación con nuestros clientes.

- **Responsabilidad**
  Con nuestro país, con las personas y la protección del medio ambiente.

IDENTIFICADOR VISUAL

La identidad de AutoMás se basa en el concepto solidez, tranquilidad y respaldo.

En las siguientes páginas se presentará las pautas y consideraciones para la correcta aplicación de la marca.

CONCEPTO

AutoMás es un aliento constante por avanzar tranquilo, cumplir las normas, y un compromiso con el cuidado del planeta. Desde el nombre, buscamos transmitir que en AutoMás somos más que automóviles, somos una compañía a la vanguardia, ayudando a generar conductores más conscientes y responsables.

LOGOTIPO

El logotipo de AUTOMÁS se basa en una tipografía FUTURA STD.

Además, presenta un detalle en sus letras “a” estilizadas, una síntesis de "o" que conecta con una llanta que es trasversal a todos los vehículos que aporta singularidad y refuerza la idea de avance. La letra "M" con su extensión nos permite estilizar el logo.

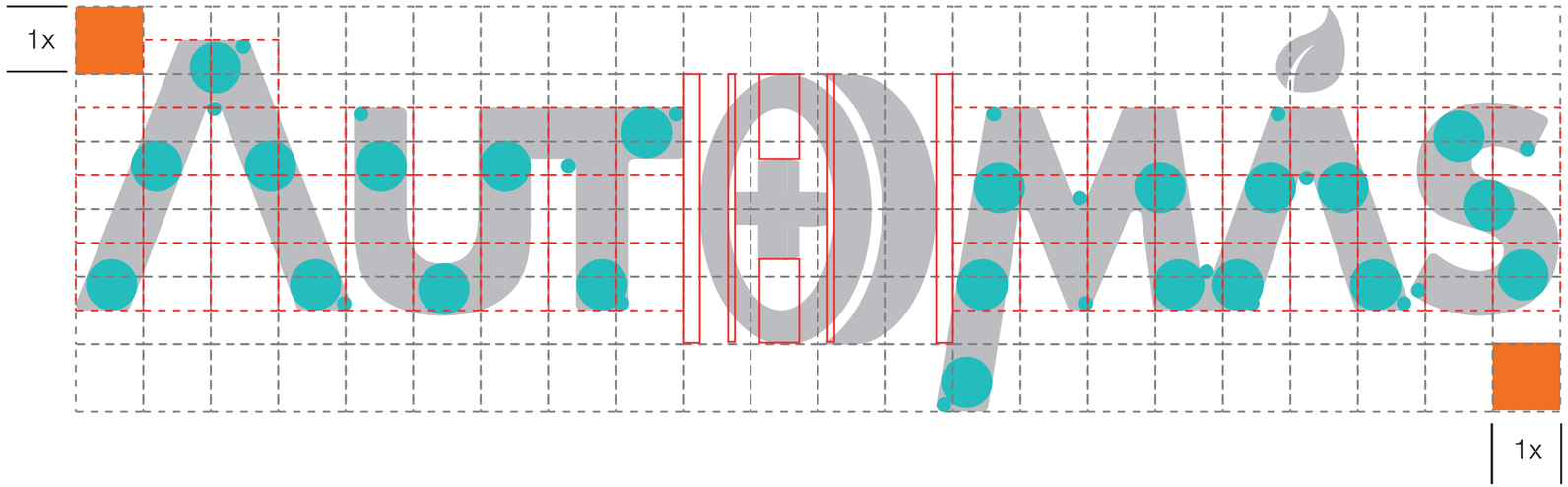
Cómo valor complementario incluimos una hoja que hace su vez de "tilde" de la letra "A” que representa nuestro compromiso con el medio ambiente.

El logotipo es el elemento más reconocible y altamente visible de la marca, por lo cual, es vital que sea aplicado consistentemente en todas sus comunicaciones.

CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO

La construcción del logotipo se basa en la tipografía FUTURA STD.

Las proporciones de la estructura están definidas por el alto de las letras “A” y "M".



Este ejemplo sirve para explicar la lógica de la construcción del logotipo. Para su correcta aplicación se debe utilizar los archivos del arte final.

VERSIONES DE LOGOTIPO

Siempre debemos priorizar el uso del logotipo principal y en segundo plano la versión variante de color. Cuando exista alguna limitación técnica o el color de sustrato impida la legibilidad de la marca, se deberá aplicar las versiones a una tinta.

a. Logotipo versión principal

b. Logotipo versión secundaria

VERSIONES DE LOGOTIPO A UNA TINTA

Se debe priorizar el uso del logotipo a color. Las versiones a una tinta se aplicarán cuando existan limitaciones técnicas o cuando el color de fondo impida la legibilidad de las versiones de color.

a. Logotipo negativo sobre fondo gris

a. Logotipo versión gris

a. Logotipo versión positiva

a. Logotipo versión negativa

ÁREA DE RESPETO

La marca necesita un área que le permita respirar y no se vea invadida por otros elementos gráficos.

Para esto usamos 1x del ancho de la hoja en el perimetro del logotipo.

TAMAÑO MÍNIMO

Existe un tamaño mínimo de 30mm de ancho conservando su proporción en el alto para impresiones y de 80px de ancho onservando su proporción en el alto para entornos digitales.

Reproducir la marca a un tamaño inferior afectaría seriamente la legibilidad.

Impresos

30mm

Web

80px

USOS INCORRECTOS DE LOGOTIPO

Para evitar que la identidad de AutoMás se vea dañada, el logotipo principal y sus versiones no deben sufrir ningún tipo de alteración. Siempre se deben recurrir a los archivos originales y cuidar de no deformarlos durante la manipulación.

En esta página mostramos algunos errores que podrían ocurrir al momento de querer aplicar la marca en distintos medios:

1. No separar la palabra “AutoMás”.
2. No usar colores ajenos a los establecidos.
3. No alterar la base del logotipo.
4. No rotar el logotipo.
5. No alterar la posición de la hoja en el logotipo.
6. No usar degradados.
7. No usar sombras en el logotipo a color.
8. No usar el logotipo en outline.
9. No alterar la forma original del logotipo.
10. No usar efectos de ningún tipo.

1.

2.

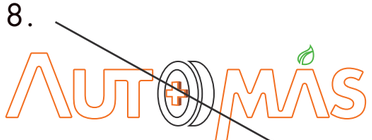
3.

4.

5.

6.

7.

8.


9.

10.

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La Futura Std es una fuente tipográfica de Sans Serif, basada en formas geométricas básicas como el cuadrado, el círculo o el triángulo. Dispone de una amplia gama de cuerpos y tipos, así como de sus versiones normal, ancha y estrecha.

Usaremos 3 pesos de esta familia tipográfica.
Futura Std Bold que nos servirá para titulares y textos importantes.
Futura Std Medium para subtítulos y bajadas.
Para cuerpos de textos usaremos Futura Std Book.

Es importante tener en cuenta el tamaño de la fuente para crear jerarquía visual.

Listado completo de caracteres

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 ¿?&%$#@

TIPOGRAFÍA PRIMARIA:

TÍTULOS:
FUTURA STD BOLD

SUBTÍTULOS:
FUTURA STD MEDIUM

Cuerpo de texto, web, banners:
FUTURA STD BOOK

COLORES CORPORATIVOS

Estos son los colores principales de la marca y deben ser reproducidos con la codificación mostrada, dando prioridad a los colores CMYK y Pantone en impresiones, los RGB para digital y los Hexadecimal para HTML.

C 0 R 255
M 70 G 103
Y 100 B 31
K 0

#FF671F

PANTONE 166 C

C 27 R 157
M 77 G 70
Y 88 B 38
K 23

#9D4626

PANTONE 7593 C

C 0 R 36
M 0 G 36
Y 0 B 36
K 95

#242424

PANTONE Neutral Black C

C 70 R 81
M 1 G 173
Y 100 B 50
K 0

#51AD32

PANTONE 361 C

AUTOMÁS Y SUS UNIDADES DE NEGOCIO

AutoMás es una marca bastante versátil, que trabaja para ofrecer servicios cada vez más específicos y que se adecuen a la necesidad de su público objetivo.

A continuación presentamos la segunda versión de las unidades de negocio de AutoMás.

AUTOMÁS

CENTRO DIAGNÓSTICO AUTOMOTOR

RTM

Esta versión se debe utilizar solo cuando se hace referencia a **Revisión Técnico Mecánica o RTM.**

AUTOMÁS

CENTRO DIAGNÓSTICO AUTOMOTOR

CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO

VERSIONES DE LOGOTIPO

a. Logotipo versión principal

b. Logotipo versión secundaria

VERSIONES DE LOGOTIPO A UNA TINTA

a. Logotipo negativo sobre fondo gris

a. Logotipo versión gris

a. Logotipo versión positiva

a. Logotipo versión negativa

ÁREA DE RESPETO

COLORES COMPLEMENTARIOS

Para crear una mayor diferenciación entre los productos se planteó una paleta de colores complementaria a los colores de la marca. Esta versión se debe utilizar cuando se hace referencia a **Revisión Técnico Mecánica o RTM** y deben ser reproducidos con la codificación mostrada, dando prioridad a los colores CMYK y Pantone en impresiones, los RGB para digital y los Hexadecimal para HTML.

C 70 R 49
M 0 G 183
Y 30 B 188
K 0

#00C2C4

PANTONE 3262 C

C 88 R 4
M 41 G 93
Y 45 B 103
K 35

#075D67

PANTONE 5473 C

C 72 R 103
M 92 G 50
Y 17 B 120
K 5

#673278

PANTONE 7464 C

C 16 R 221
M 4 G 234
Y 2 B 246
K 0

#DDEBF6

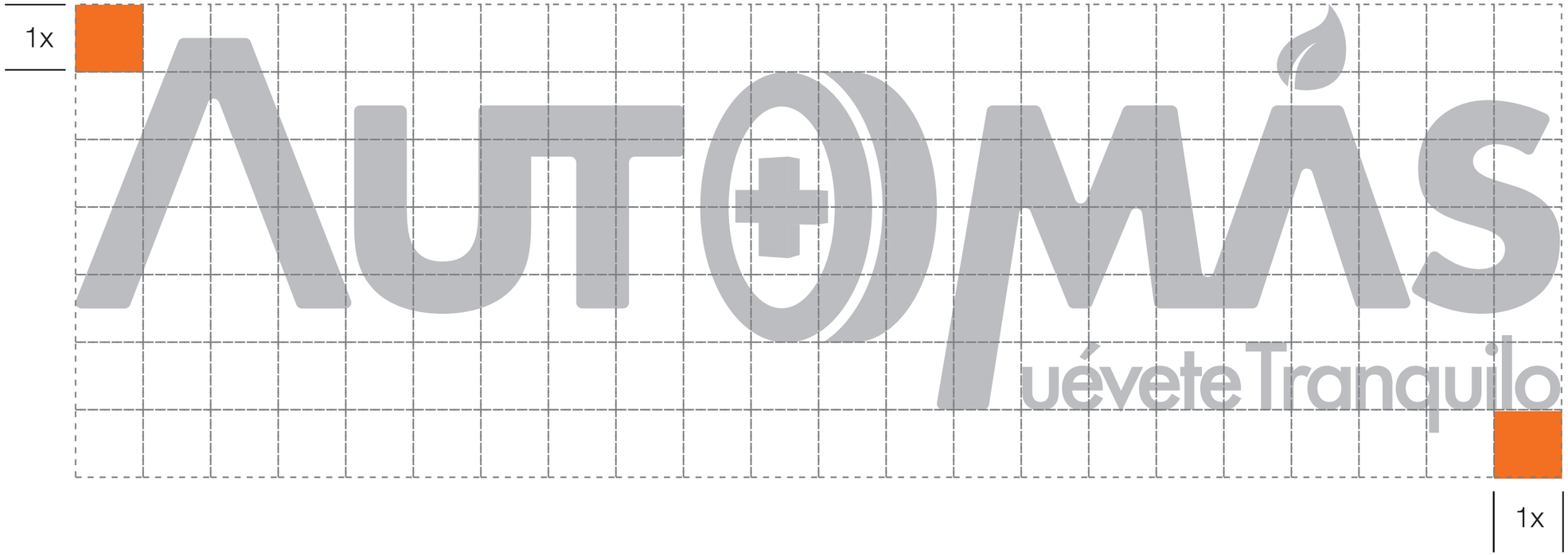
PANTONE 643 C

AUTO MÁS
uévete Tranquilo

COMERCIAL

Esta versión se debe utilizar solo cuando se hace referencia a los servicios **Comerciales.** En esta aplicación del logo la letra "M" con su extensión nos permite estilizar el logo y conectar el nuevo eslogan "Muévete Tranquilo".

CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO



VERSIONES DE LOGOTIPO

a. Logotipo versión principal

b. Logotipo versión secundaria

VERSIONES DE LOGOTIPO A UNA TINTA

a. Logotipo negativo sobre fondo gris

a. Logotipo versión gris

a. Logotipo versión positiva

a. Logotipo versión negativa

ÁREA DE RESPETO

COLORES COMPLEMENTARIOS

Para crear una mayor diferenciación entre los productos se planteó una paleta de colores complementaria a los colores de la marca. Esta versión se debe utilizar cuando se hace referencia a **Servicios Comerciales** y deben ser reproducidos con la codificación mostrada, dando prioridad a los colores CMYK y Pantone en impresiones, los RGB para digital y los Hexadecimal para HTML.

C 2 R 252
M 9 G 226
Y 91 B 0
K 0

#FFDE01

PANTONE 102 C

C 100 R 32
M 89 G 44
Y 36 B 84
K 31

#202C54

PANTONE 2757 C

C 0 R 157
M 0 G 157
Y 0 B 157
K 50

#999999

PANTONE 422 C

C 2 C 0 R 252 R 255
M 9 M 70 G 226 G 103
Y 91 Y 100 B 0 B 31
K 0 K 0

#FFDE01 - #FF671F

PANTONE 102 C
PANTONE 166 C

COLORES COMPLEMENTARIOS

Para crear una mayor diferenciación entre los productos se planteó una paleta de colores complementaria a los colores de la marca. Esta versión se debe utilizar cuando se hace referencia a **Trámites y CertiMás**.

TRÁMITES

C 2 R 252
M 9 G 226
Y 91 B 0
K 0

#FFDE01

PANTONE 102 C

C 70 R 49
M 0 G 183
Y 30 B 188
K 0

#00C2C4

PANTONE 3262 C

CERTIMÁS

C 100 R 31
M 100 G 27
Y 50 B 55
K 50

#201C37

PANTONE 5255 C

C 100 R 16
M 76 G 59
Y 36 B 96
K 26

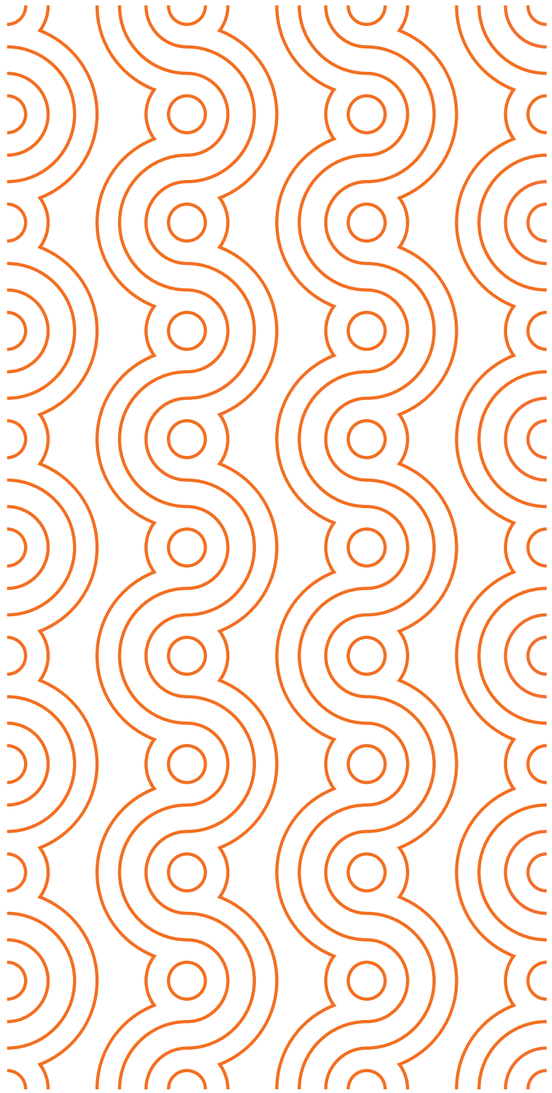
C 100 R 17
M 85 G 28
Y 45 B 49
K 65

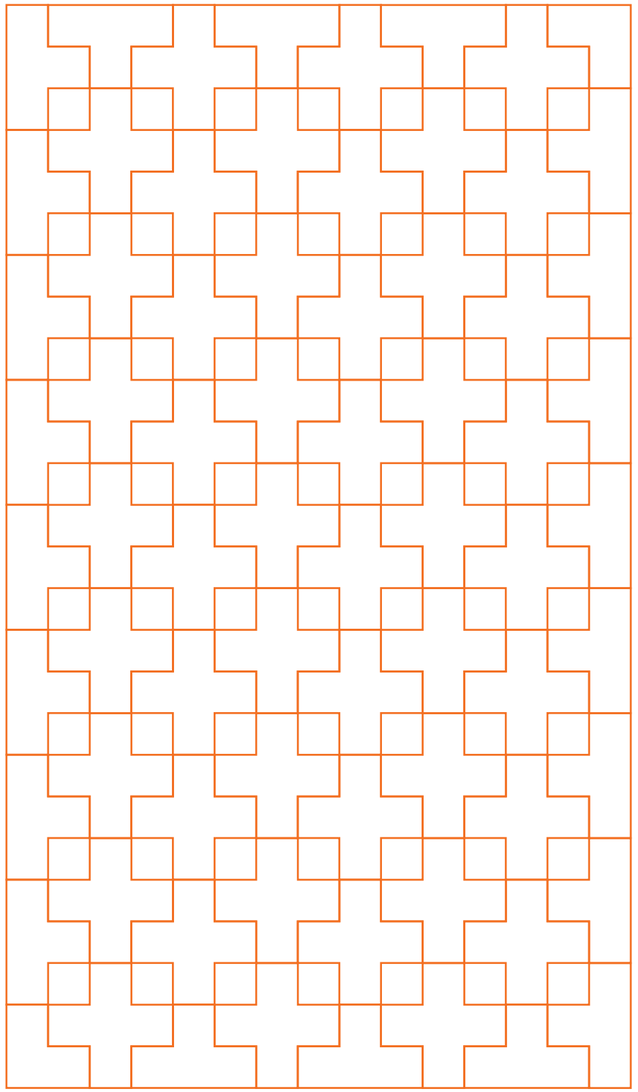
#103B60 - #111C31

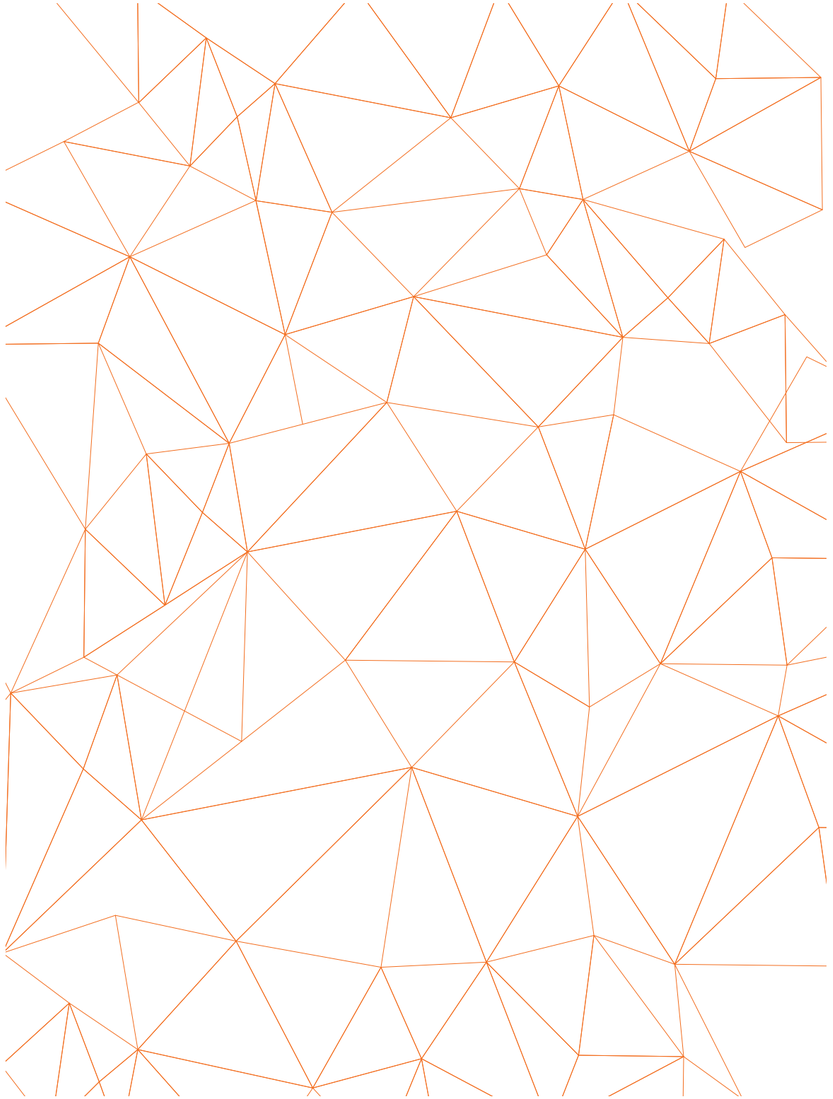
PIEZAS GRÁFICAS

Una marca puede interactuar con el público a través de sus afiches, paneles, post, afiches, banners, etc. En esta sección encontrarás las pautas básicas para la correcta aplicación de las piezas.

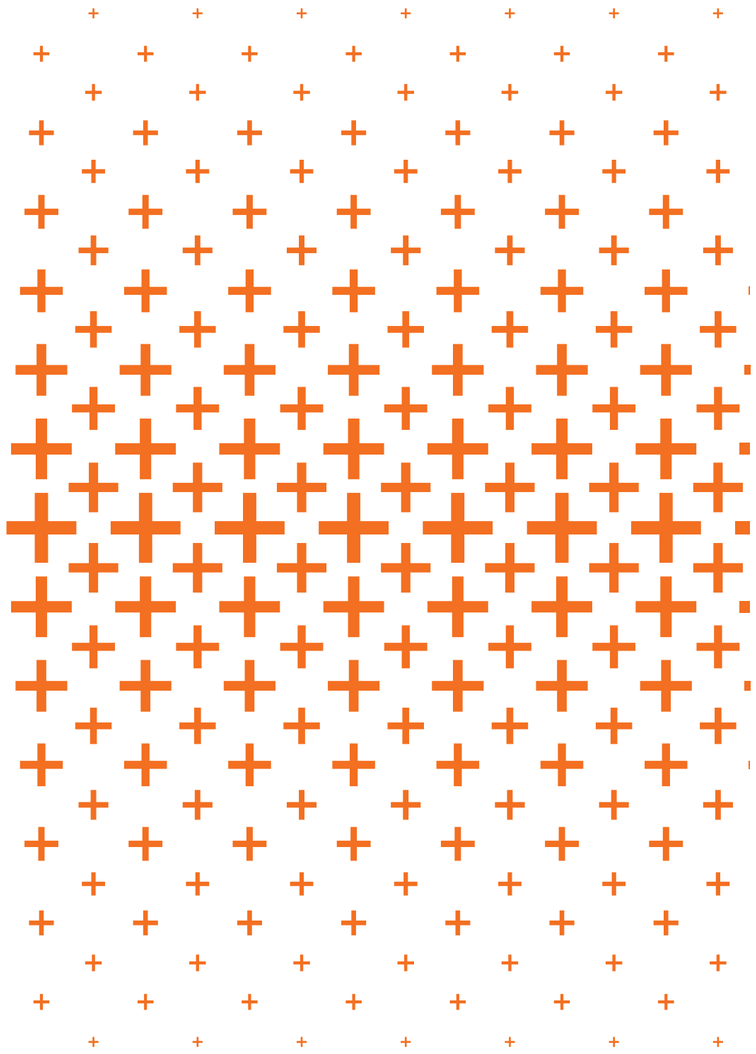
RECURSOS GRÁFICOS

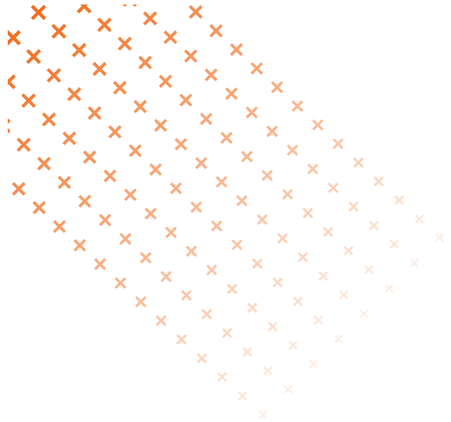


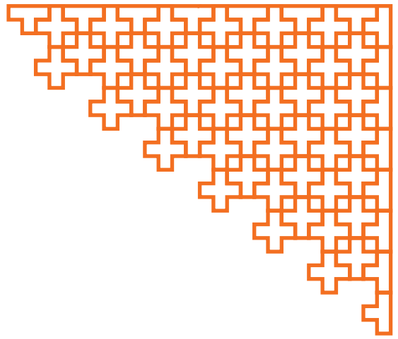


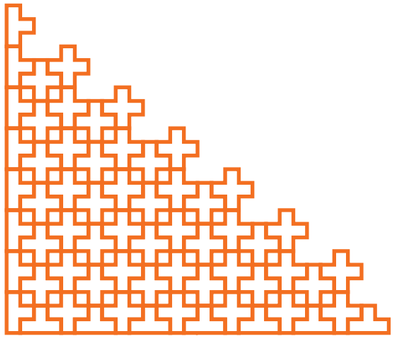


RECURSOS GRÁFICOS





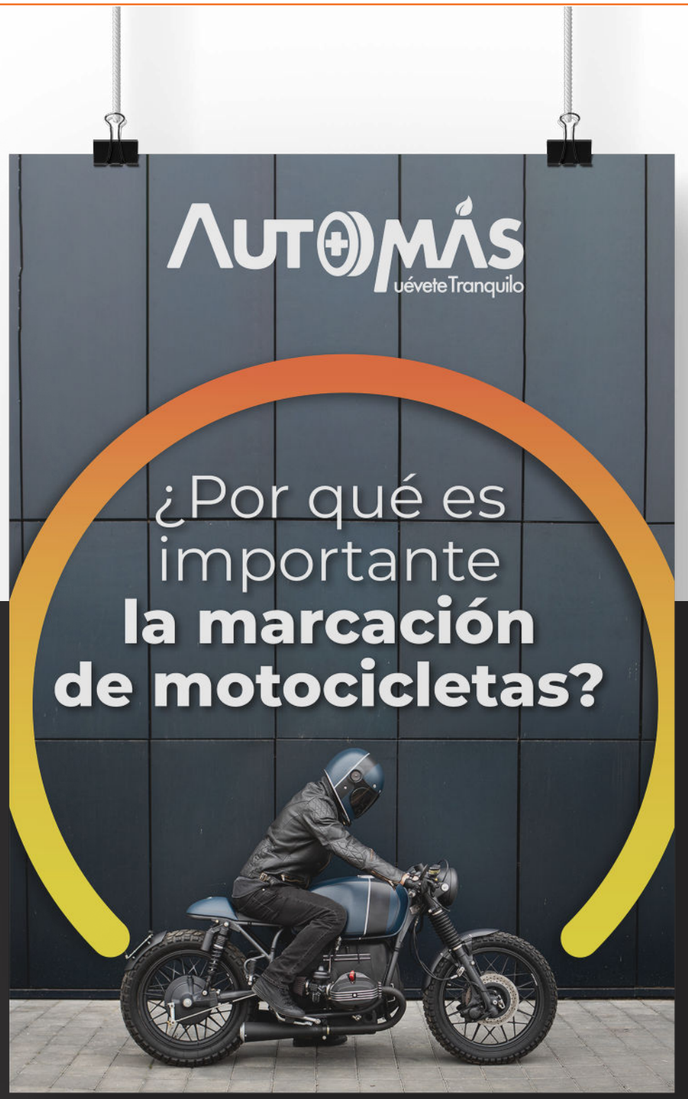




ÍCONOS

APLICACIÓN EN PIEZAS DIGITALES

APLICACIÓN EN IMPRESOS



APLICACIÓN EN IMPRESOS

APLICACIÓN EN SEÑALÉTICA

AUTOMÁS

PBX: (601) 626 3583
Celular: 313 888 9490
Línea Gratuita Nacional 018000 111 982
www.automas.com.co