



**Brand  
Guidelines**



# Brand Guidelines

Los Brand Guidelines son una serie de definiciones y normas creadas para su correcta aplicación e implementación, las que permiten mantener una marca viva y consistente.

- 
- Marca/ relato
  - Imagen de marca
  - Versiones
  - Uso de formas
  - Sistema cromático
  - Tamaños mínimos
  - Usos no permitidos
  - Área de reserva
  - Tipografía uso impreso / digital
  - Estilo Fotográfico
  - Sistema gráfico

# Territorio de Marca

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva

Tipografía

Estilo Fotográfico

Sistema gráfico



**Propósito**

Para transformar la experiencia de las personas en la Industria Automotriz.

**Online / Diferenciación**

El único servicio que ofrece soluciones transversales para cada etapa del proceso de compra y venta de un vehículo usado.

**Personalidad**

SABIO: 80

Ayudar a la gente a entender mejor el mundo/ Proveer información práctica y análisis. “ La verdad nos hará libres”. Experto - Confiable - Analítico

CREADOR: 20

Crear algo con un valor significativo y duradero / “Si se puede imaginar, se puede hacer”.

Creativo - Imaginativo - Visionario

**Trueline / Razón para creer**

Tecnología e información que facilita el proceso de compra y venta de un vehículo.

# Territorio de Marca

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva

Tipografía

Estilo Fotográfico

Sistema gráfico



## 40% Colaboración Continua

Representa a quienes empujan el mundo e inspiran a creer que todo es posible. Su comunicación es directa, simple, luminosa y positiva.

Desde la colaboración y la cercanía, transforma lo complejo en simple, el conocimiento en una posibilidad a la mano. Está en el mundo de las soluciones reales, y al servicio de las personas, sus familias y la sociedad; en todo momento, de forma continua.

CONCEPTOS CLAVE

ARTICULADOR, POSITIVO, INNOVADOR, PRESENTE Y HUMANO.



## 60% Tecnología de Servicio

La tecnología está al servicio de las organizaciones, para ayudarlas a crecer mejor, tecnología asequible, que expande, simplifica y acerca.

Es un territorio móvil, que fluye con ritmo y con un propósito y mirada en el entorno.

Ciencia y conocimiento que comprenden las necesidades del momento, y se articulan para ofrecer las mejores soluciones de manera integral y potenciar procesos para un fin sustentable.

CONCEPTOS CLAVE

SOLUCIÓN / EXPANSIVO / SUSTENTABLE / RITMO



# Dirección de Diseño

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

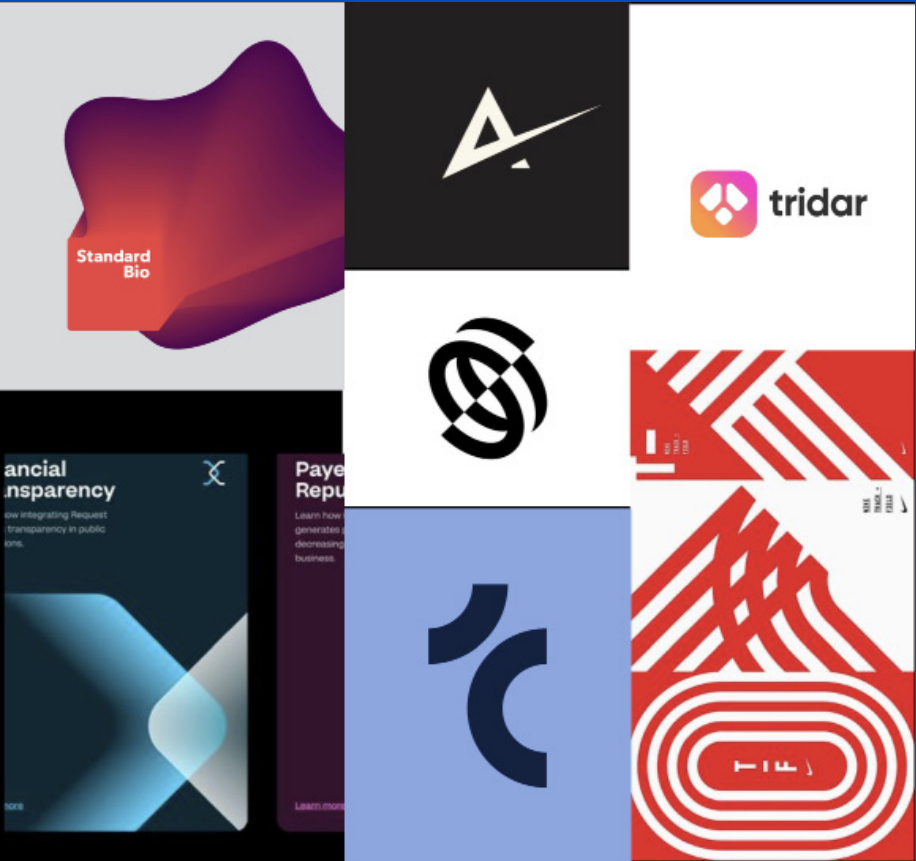
Usos no permitidos

Área de reserva

Tipografía

Estilo Fotográfico

Sistema gráfico

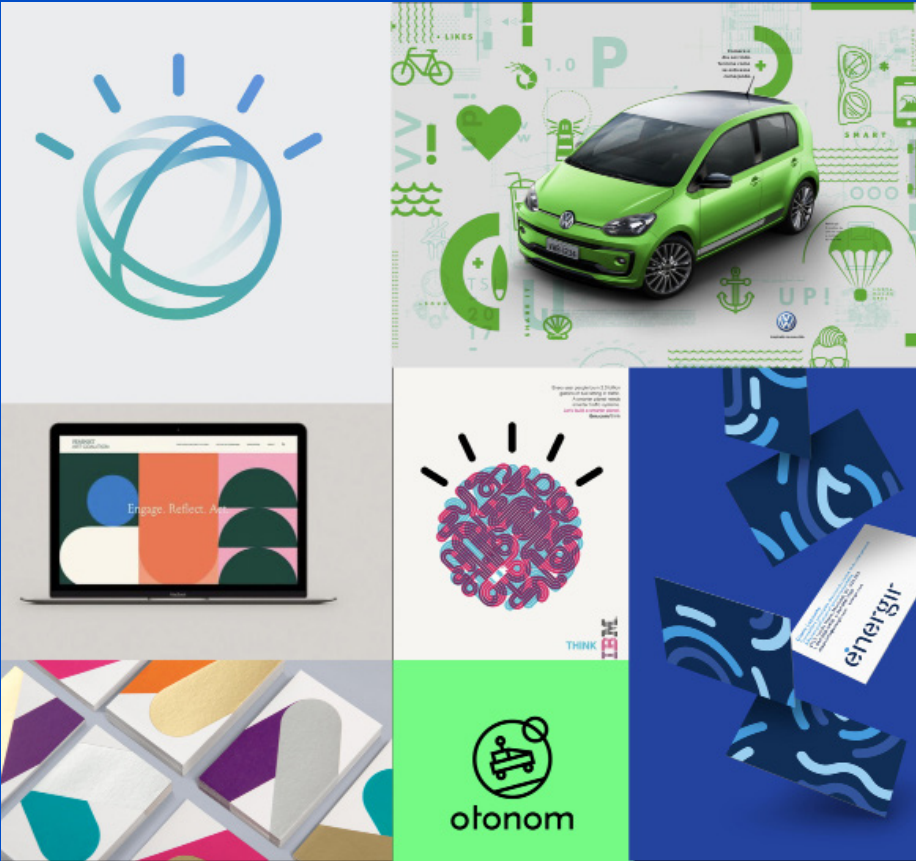


## 70% Energía Sofisticada

Este dirección habla de formas sólidas de geometría exacta. La ingeniería desarrollada y el conocimiento de tecnología de punta, se traduce en formas dinámicas, interconectadas y simples.

Esta economía de elementos gráficos nos ayuda a transmitir ideas grandes y complejas que son contenidas dentro de una forma fácil.

Es la traducción de una energía sofisticada.



## 30% Creative Play

Dirección expresiva y creativa, que evoca los procesos y servicios de la marca.} Utiliza texturas adaptables y dinámicas. Sus colores son vibrantes, lo que entrega diferenciación dentro de su categoría.

Su sistema visual es expandible/escalable y amplio, con una mirada transversal, es abierto hacia otras ideas, avanzado con una visión de futuro.

# Imagen de Marca

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva

Tipografía

Estilo Fotográfico

Sistema gráfico



La imagen de marca de **Autofact** está compuesto por un isotipo, el cual hace alusión a una llave, elemento característico del rubro y de la compra y venta de autos. Este elemento al estar construido por una línea continua, lo hace ser simple, pregnante y directo. Además se le da una leve inclunación para transmitir velocidad y dinamismo.

En cuanto a la tipografía, se utiliza una fuente sans serif, simple y de fácil lectura. Además posee un lenguaje y códigos en común con el isotipo, como las formas simples, de figuras perfectas y terminaciones redondeadas. Esto hace que mantengan una coherencia y consistencia entre ellos. Para aumentar y reforzar esa coherencia y lenguaje en común, en el caracter “F” se trabajan sus terminaciones para que tenga un gesto aún mas claro del isotipo, manteniendo una esencia simple y sutil.

# Versiones de Marca

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva

Tipografía

Estilo Fotográfico

Sistema gráfico

**(1) Versión principal de la marca**

Esta versión deberá tener mayor jerarquía dentro del sistema de piezas de la marca, utilizándose en cualquier pieza, siempre y cuando el formato lo permita y no se afecte su legibilidad.

**(2) Versión Horizontal**

Esta versión se ajusta de mejor forma en formatos horizontales, como podría ser el header de una web.

**(3) Versión isotipo**

Esta versión se utilizará cuando se quiera utilizar la imagen de marca en tamaños extremadamente reducidos, o en piezas donde se quiera hacer una presencia de marca de manera más sutil.



(1)



(2)



(3)

# Uso de formas

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

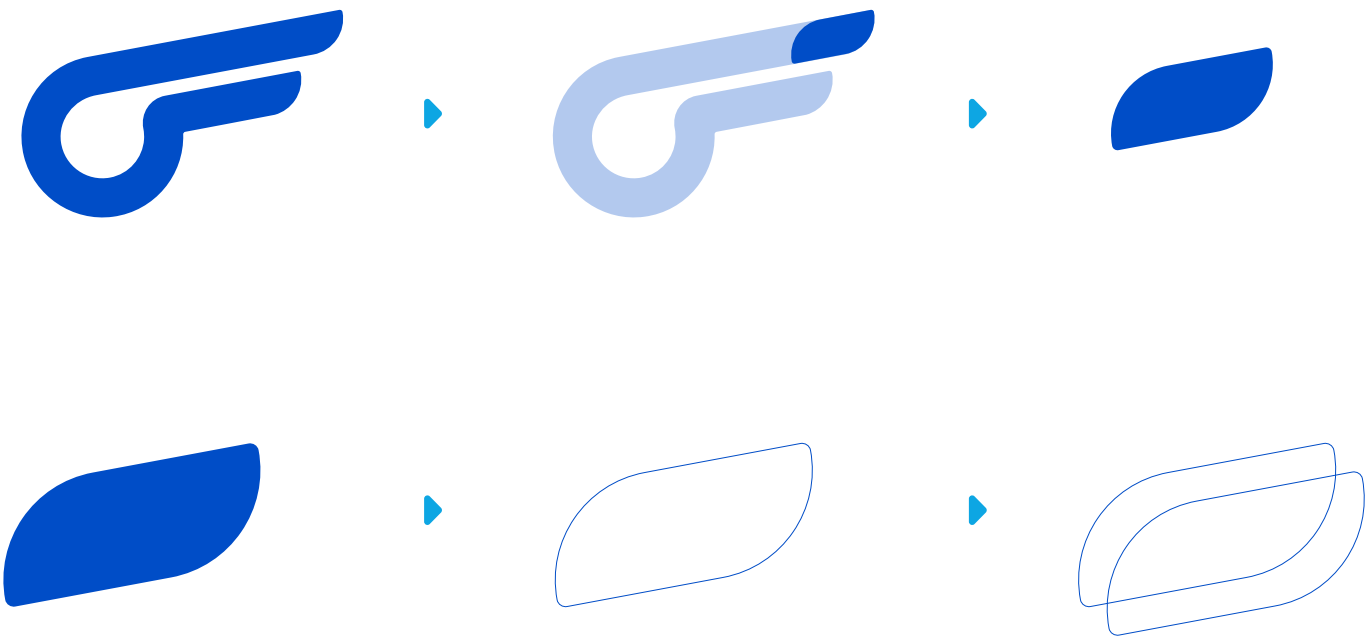
Área de reserva

Tipografía

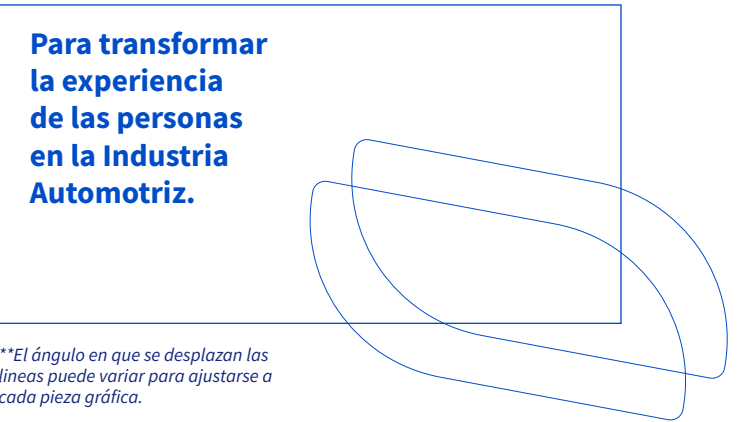
Estilo Fotográfico

Sistema gráfico

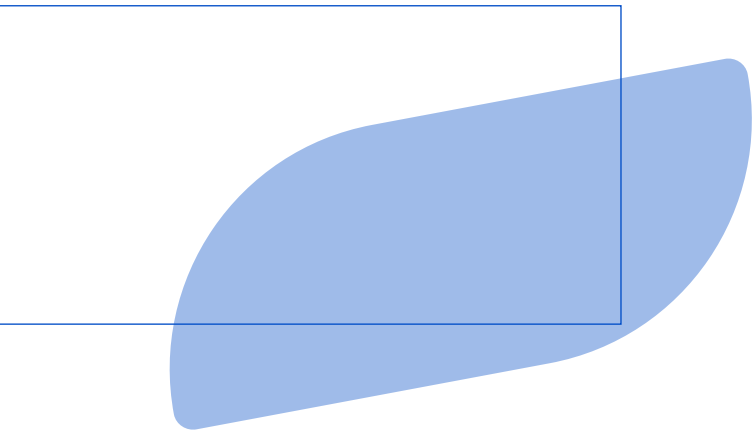
Se utiliza la punta superior del isotipo como forma propia de la marca, donde la parte seleccionada podrá ser utilizada de forma lineal para apoyar en distintas piezas gráficas, o rellena con color para contener textos, o simplemente conteniendo imágenes en su interior.



Ejemplo lineal



Ejemplo relleno para contener texto o imágenes.





# Versiones de Color

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva


Tipografía

Estilo Fotográfico


Sistema gráfico

- 01.**  
Versión de color principal de la imagen de marca.  
Esta se utilizará principalmente en fondos claros, y en imágenes donde el contraste sea el óptimo.
- 02.**  
Esta versión se utilizará en situaciones en que el logotipo se utilice sobre fondos de color azul oscuro. En situaciones en que se necesite un mayor contraste, como por ejemplo en letreros en la calle, o en tamaños reducidos, se podrá utilizar completamente blanco.
- 03.**  
En situaciones en que solo se pueda utilizar una tinta, el logotipo irá en esta versión de color.
- 04.**  
En situaciones en que el logotipo se utilice sobre fondos de color, se utilizará principalmente en blanco, siempre y cuando tenga un tamaño que permita una óptima legibilidad del logotipo. De no lograrse esa legibilidad, podría utilizarse en su versión de color principal. Esta norma aplica también para el uso sobre imágenes.
- 05.**  
Estas son las versiones en blanco y negro de la marca, las cuales se utilizarán en situaciones en que éstas sean las únicas opciones de color.


(1)



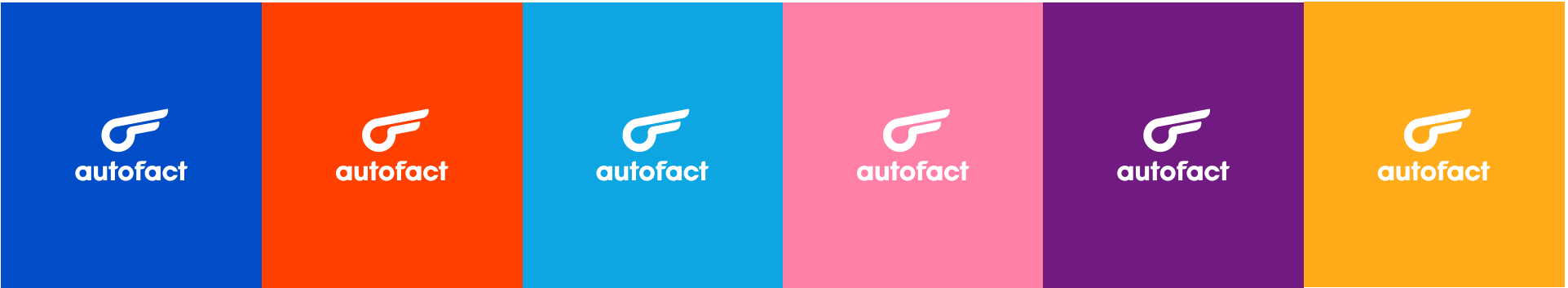
(2)



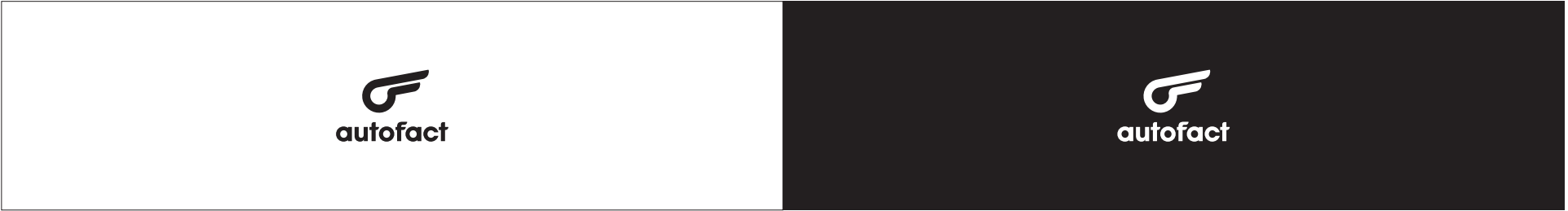
(3)



(4)



(5)



# Sistema cromático

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva

Tipografía

Estilo Fotográfico

Sistema gráfico

## (1) Primarios

Estos son los colores principales de la marca, los cuales en la mayoría de los casos tendrán una mayor presencia dentro del sistema de piezas gráficas. Pueden ser utilizados para fondos, textos, recursos gráficos, entre otros.

## (2) Secundarios

Los colores secundarios de la marca tendrán una menor presencia dentro del sistema de piezas gráficas. Igualmente podrán ser utilizados para fondos, textos, recursos gráficos, entre otros, pero en una menor cantidad.

## (3) Terciarios

Los colores terciarios de la paleta se utilizarán principalmente para dar “toques” (pequeñas proporciones de color dentro del sistema de piezas) de color dentro del sistema. Estos podrán utilizarse como recursos de apoyo, fondos y elementos pequeños.

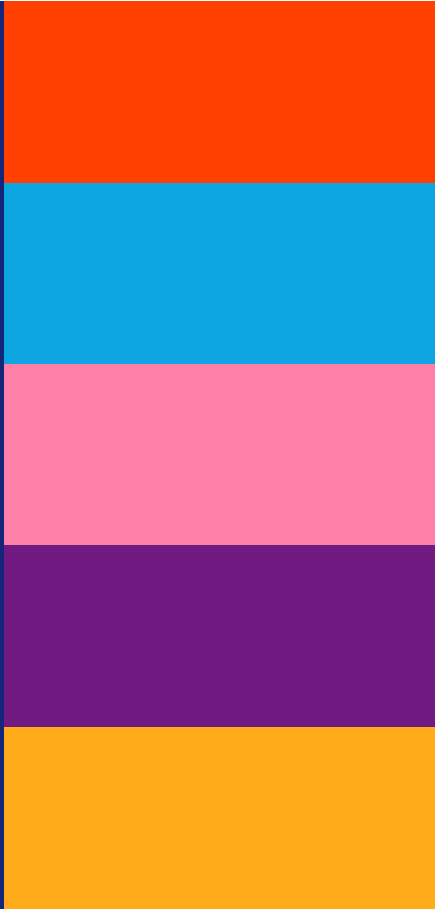
(1)



(2)



(3)



PANTONE 2728 C

RGB 0, 76, 198

CMYK 92, 70, 0, 0

HEX # 004CC6



PANTONE 662 C

RGB 21, 37, 122

CMYK 100, 91, 26, 8

HEX # 15257A



PANTONE WHITE

RGB 255, 255, 255

CMYK 0, 0, 0, 0

HEX # ffffff



PANTONE 299 C

RGB 14, 167, 226

CMYK 73, 15, 0, 0

HEX # 0EA7E2



PANTONE 2603 C

RGB 112, 26, 130

CMYK 71, 100, 3, 0

HEX # 701A82



PANTONE 190 C

RGB 255, 128, 167

CMYK 0, 63, 10, 0

HEX #FF80A7



PANTONE 172 C

RGB 112 / 26 / 130

CMYK 71 / 100 / 3 / 0

HEX # 701a82



PANTONE 1235 C

RGB 255, 172, 26

CMYK 0, 39, 90, 0

HEX #FFAC1A

# Sistema cromático

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva


Tipografía

Estilo Fotográfico

Sistema gráfico

## Ejercicios de contraste en textos (1)

En los siguientes ejercicios se muestran combinaciones de color que generan un contraste óptimo en textos, tanto en tamaños grandes como en tamaños pequeños.

En algunas combinaciones se deberá tener cuidado en el temaño y peso mínimo de los textos. Estos casos estarán marcados con el icono .

Propósito  
Autofact

Para transformar la  
experiencia de las personas  
en la Industria Automotriz.

Propósito  
Autofact

Para transformar la  
experiencia de las personas  
en la Industria Automotriz.

Propósito  
Autofact

Para transformar la  
experiencia de las personas  
en la Industria Automotriz.

Propósito  
Autofact

Para transformar la  
experiencia de las personas  
en la Industria Automotriz.


Propósito  
Autofact

Para transformar la  
experiencia de las personas  
en la Industria Automotriz.

 Cuidar contrastes en tamaños pequeños.

Propósito  
Autofact

Para transformar  
la experiencia  
de las personas  
en la Industria  
Automotriz.

 Los textos “pequeños” en esta combinación deberán ir en un mayor tamaño e idealmente en una tipografía con más cuerpo; Semibold, Bold, Black.

*\*\*Opción de textos en blanco también aplica para los otros fondos de color, siempre cuidando los tamaños mínimos y pesos tipográficos para cuidar el contraste y óptima lectura del texto.*

Propósito  
Autofact

Para transformar la  
experiencia de las personas  
en la Industria Automotriz.

 Cuidar contrastes en tamaños pequeños.

# Sistema cromático

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva


Tipografía

Estilo Fotográfico

Sistema gráfico

## Ejercicios de contraste en textos (2)

En los siguientes ejercicios se muestran combinaciones de color que generan un contraste óptimo en textos, tanto en tamaños grandes como en tamaños pequeños.

En algunas combinaciones se deberá tener cuidado en el temaño y peso mínimo de los textos. Estos casos estarán marcados con el icono 

Propósito  
Autofact

Para transformar la  
experiencia de las personas  
en la Industria Automotriz.

Propósito  
Autofact


Para transformar la  
experiencia de las personas  
en la Industria Automotriz.

Propósito  
Autofact

Para transformar la  
experiencia de las personas  
en la Industria Automotriz.


Propósito  
Autofact

Para transformar  
la experiencia  
de las personas  
en la Industria  
Automotriz.

 Los textos “pequeños” en esta combinación deberán ir en un mayor tamaño e idealmente en una tipografía con más cuerpo; Semibold, Bold, Black.


Propósito  
Autofact

Para transformar  
la experiencia  
de las personas  
en la Industria  
Automotriz.

 Los textos “pequeños” en esta combinación deberán ir en un mayor tamaño e idealmente en una tipografía con más cuerpo; Semibold, Bold, Black.


Propósito  
Autofact

Para transformar  
la experiencia  
de las personas  
en la Industria  
Automotriz.

 Los textos “pequeños” en esta combinación deberán ir en un mayor tamaño e idealmente en una tipografía con más cuerpo; Semibold, Bold, Black.

Propósito  
Autofact

Para transformar  
la experiencia  
de las personas  
en la Industria  
Automotriz.

 Los textos “pequeños” en esta combinación deberán ir en un mayor tamaño e idealmente en una tipografía con más cuerpo; Semibold, Bold, Black.

# Tamaños Mínimos

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva

Tipografía

Estilo Fotográfico

Sistema gráfico



Los tamaños mínimos son los tamaños más pequeños en que pueden ser utilizados los logotipos sin perder su legibilidad, siempre y cuando la técnica y calidad en que se reproduzca el logotipo lo permita.

Reproducción Impresa:



1,8 cm



1,4 cm



0,7 cm

Reproducción Web:



125 px



100 px



55 px



# Usos no permitidos

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva


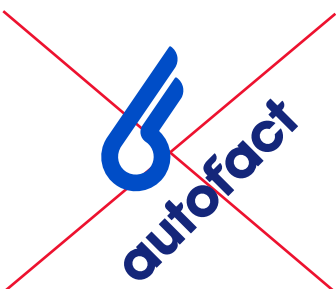

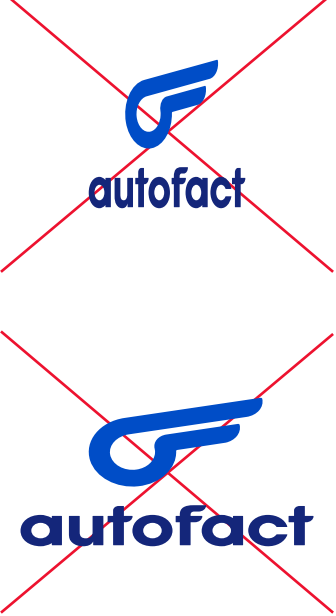

Tipografía

Estilo Fotográfico

Sistema gráfico

El uso adecuado de la imagen de marca **Autofact** es esencial para mantener y proteger la marca. La imagen de marca debe ser reproducido de acuerdo a las especificaciones descritas en este manual.

A continuación algunos ejemplos que ilustran algunos usos no permitidos:

				
No está permitido cambiar, alterar o reemplazar los estilos cromáticos de la imagen de marca por otros que no correspondan y desalineen su construcción.	No está permitido rotar la imagen de marca.	No usar el logotipo sobre imágenes donde el contraste no sea el suficiente y dificulte la legibilidad de este.	No deformar la imagen de marca (ni horizontal, ni vertical).	No mover de lugar el isotipo.

# Área de reserva

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva

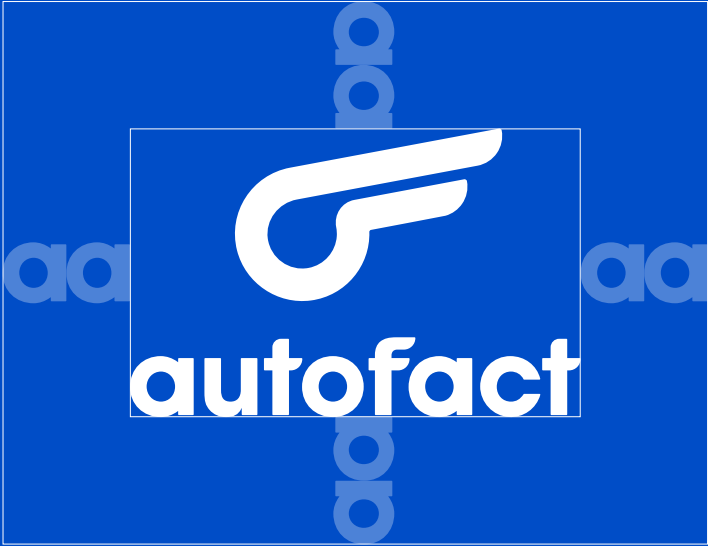
Tipografía

Estilo Fotográfico

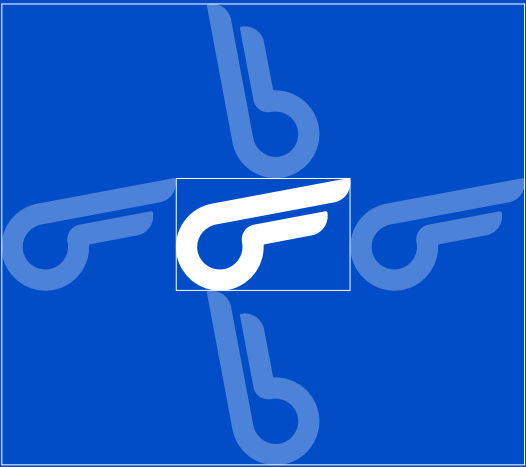
Sistema gráfico

El área de reserva de la versión principal de la imagen de marca de **Autofact** (1) corresponde a la ancho de dos caracteres “A” del logotipo **Autofact**. Para su isotipo (2) el área de reserva correspondo al ancho de él mismo.

Esta medida hace referencia a la distancia mínima que debe estar el logotipo con respecto a otros logotipos o cualquier elemento dentro de una composición.



(1)



(3)

# Tipografía

Marca/ relato	
Imagen de marca	
Versiones	
Uso de formas	
Sistema cromático	
Tamaños mínimos	
Usos no permitidos	
Área de reserva	
Tipografía	
Estilo Fotográfico	
Sistema gráfico	

La tipografía seleccionada para **Autofact** es Source sans Pro en todas sus versiones, la cual se utilizará para tanto para títulos y frases cortas como para textos extensos y párrafos.

# Hola! soy

# Source Sans Pro

# 0123

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz

0123456789  
!”,.\$%&/()=?¿^\*¨Ç

Para impulsar y movilizar las ideas y el crecimiento de los negocios de hoy y mañana a través de marketing digital en Latino América.

- Source Sans Pro Extralight

Source Sans Pro Light

Source Sans Pro Regular

Source Sans Pro Medium

Source Sans Pro Bold

Source Sans Pro Black
- Source Sans Pro Extralight

Source Sans Pro Light

Source Sans Pro Regular

Source Sans Pro Medium

Source Sans Pro Bold

Source Sans Pro Black



# Estilo fotográfico

Marca/ relato	
Imagen de marca	
Versiones	
Uso de formas	
Sistema cromático	
Tamaños mínimos	
Usos no permitidos	
Área de reserva	
Tipografía	
Estilo Fotográfico	En el estilo fotográfico de <b>Autofact</b> se priorizará el uso de imágenes donde se aparezcan personas en situaciones, contextos y posiciones naturales, y no extremadamente forzadas o preparadas. En las imágenes de deberán reflejar los conceptos de seguridad, confiable y cercano.
Sistema gráfico	





# Sistema gráfico

Marca/ relato

Imagen de marca

Versiones

Uso de formas

Sistema cromático

Tamaños mínimos

Usos no permitidos

Área de reserva

Tipografía

Estilo Fotográfico

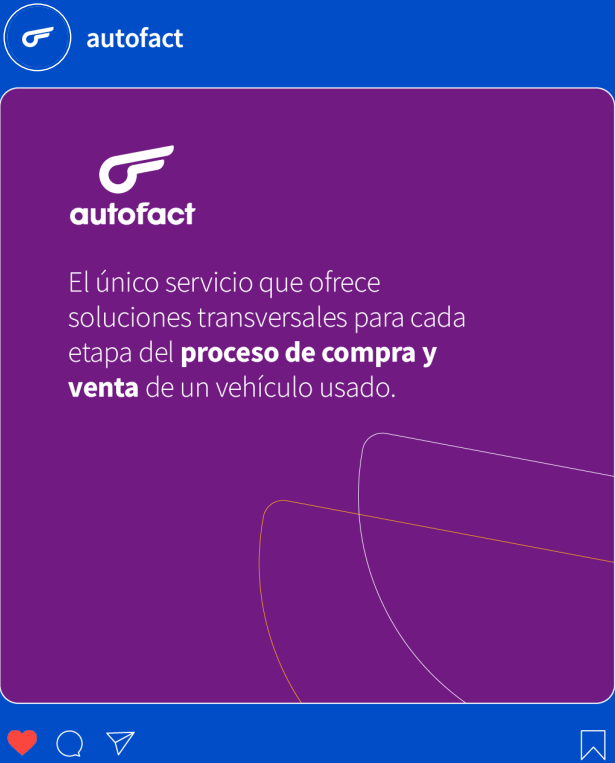
Sistema gráfico





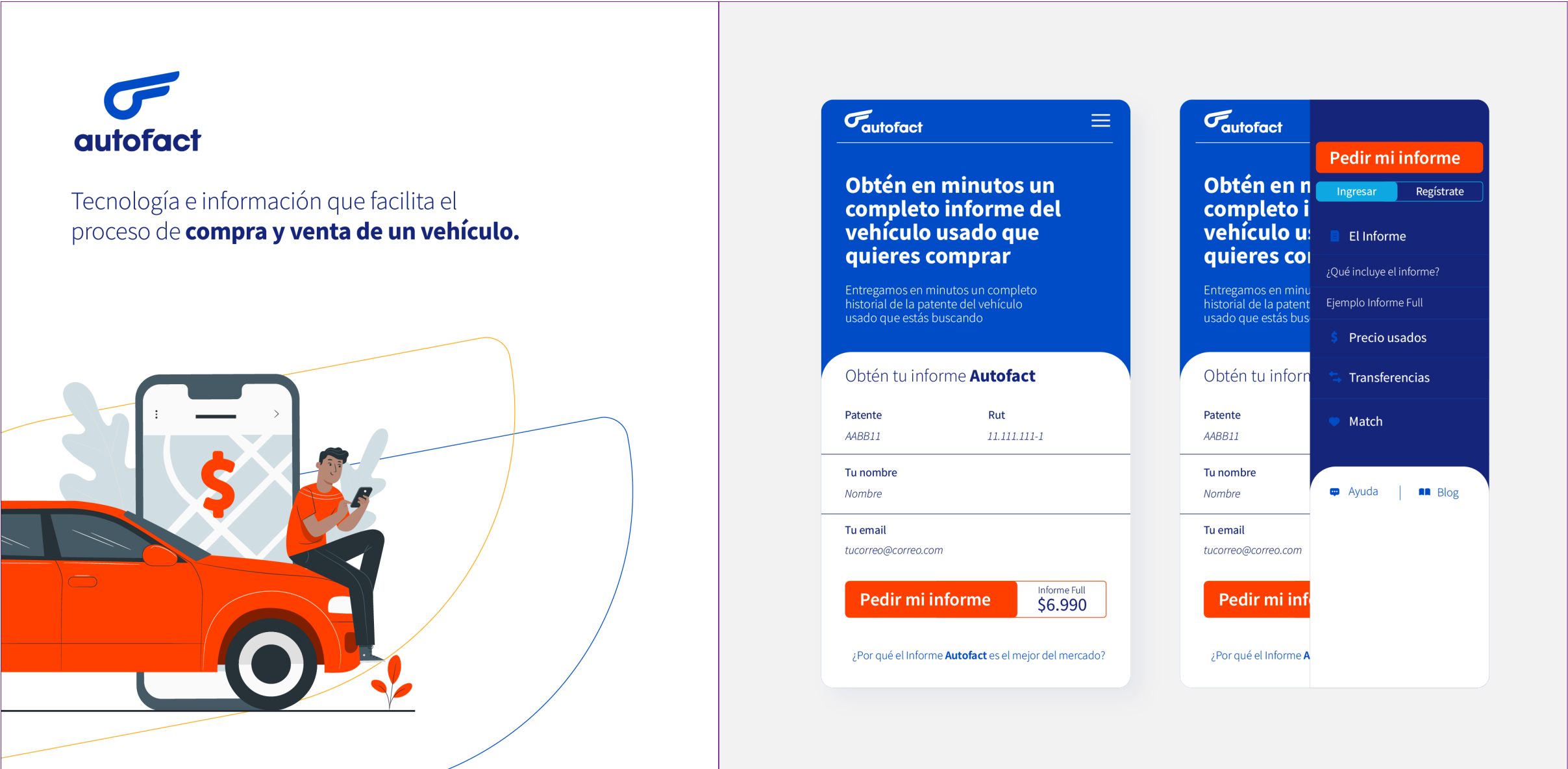
# Sistema gráfico

- Marca/ relato
- Imagen de marca
- Versiones
- Uso de formas
- Sistema cromático
- Tamaños mínimos
- Usos no permitidos
- Área de reserva
- Tipografía
- Estilo Fotográfico
- Sistema gráfico



# Sistema gráfico

- Marca/ relato
- Imagen de marca
- Versiones
- Uso de formas
- Sistema cromático
- Tamaños mínimos
- Usos no permitidos
- Área de reserva
- Tipografía
- Estilo Fotográfico
- Sistema gráfico





# Sistema gráfico

- Marca/ relato
- Imagen de marca
- Versiones
- Uso de formas
- Sistema cromático
- Tamaños mínimos
- Usos no permitidos
- Área de reserva
- Tipografía
- Estilo Fotográfico
- Sistema gráfico



