



Manual de Imagen Corporativa

01	Isologotipo	01 ▪ 01 Presentación 01 ▪ 02 Construcción y Colores 01 ▪ 03 Variantes 01 ▪ 04 Aplicaciones Especiales 01 ▪ 05 Normas de Aplicación
02	Elementos Gráficos Institucionales	02 ▪ 01 Los Colores 02 ▪ 02 La Línea 02 ▪ 03 Reflejos 02 ▪ 04 Tipografías Complementarias
03	Papelería	03 ▪ 01 Tarjeta Personal 03 ▪ 02 Papel Carta 03 ▪ 03 Sobre Oficio 03 ▪ 04 Sobre Bolsa 03 ▪ 05 Facturas
04	Aplicaciones	04 ▪ 01 Cartelería 04 ▪ 02 Avisos Gráficos 04 ▪ 03 Señalización 04 ▪ 04 Soportes Digitales 04 ▪ 05 Accesorios Promocionales



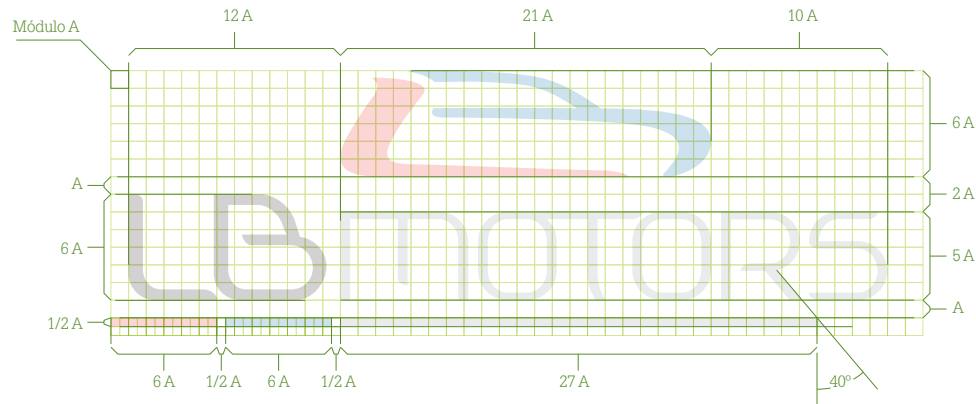
Isologotipo versión vertical



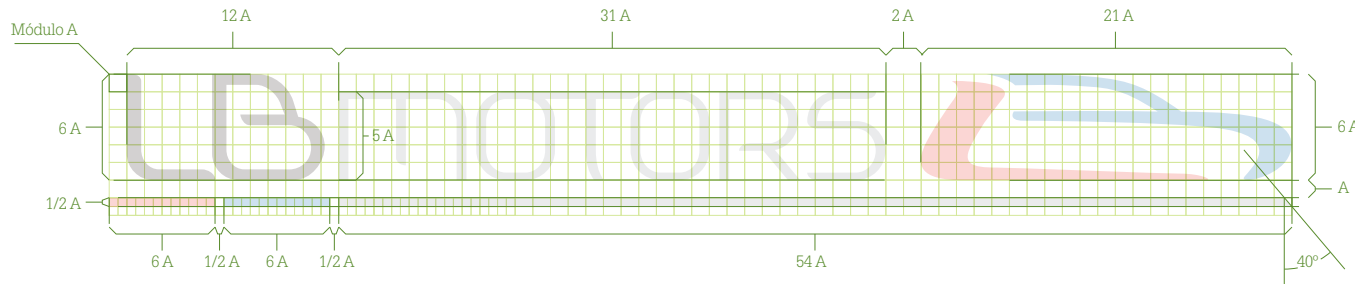
Isologotipo versión horizontal

El Isologotipo tiene 2 opciones de articulación entre el Logotipo (palabra) y el Isotipo (emblema):

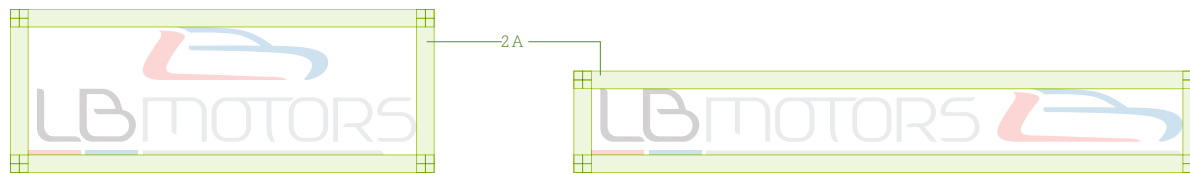
Existe la versión "vertical" en donde el Isotipo, conformado por el grafismo dinámico que representa las ideas de "LB" y auto en movimiento, se emplaza sobre el logo constituido por la palabra LBmotors, las dos líneas de color bajo la "L" y la "B" y la línea gris más prolongada. En la segunda alternativa, que denominaremos "horizontal", el Isotipo se aplica en la derecha, a continuación de la marca "LBmotors" y la línea gris se prolonga hasta el extremo derecho sirviendo de base y potenciando la dinámica del elemento icónico del automóvil que sugiere el Isotipo.



Isologotipo versión vertical

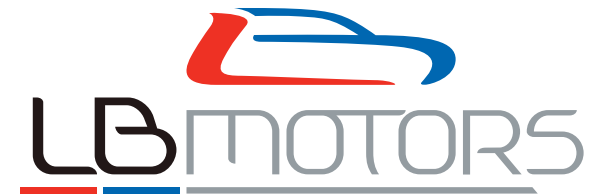


Isologotipo versión horizontal



Área de protección del isologotipo

El Isologotipo, en sus dos versiones vertical y horizontal, se genera y dispone en base a una grilla modular que determina los tamaños relativos y las distancias entre elementos que son fundamentales en la configuración general de la marca.



Los colores presentes en la marca son los siguientes:



PANTONE 485C
C:0 - M:95 - Y:100 - K:0



PANTONE 293C
C:100 - M:57 - Y:0 - K:2

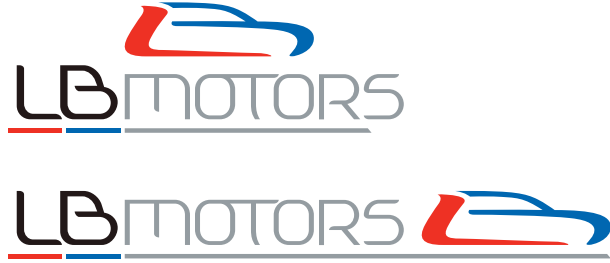


PANTONE 430C
C:5 - M:0 - Y:0 - K:45

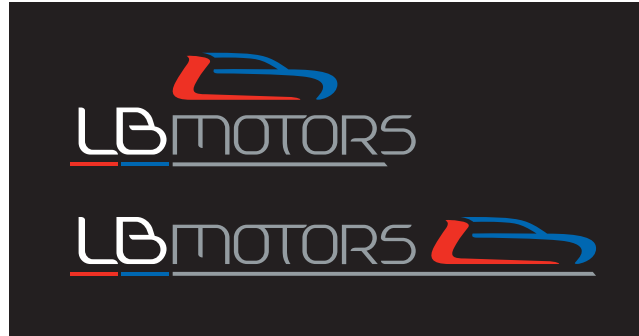


NEGRO
C:0 - M:0 - Y:0 - K:100

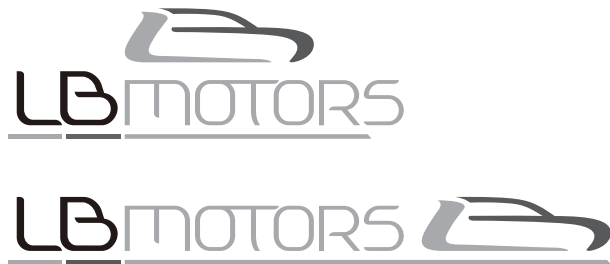
Para las dos versiones, hay que contemplar un área de protección que rodea a la marca y que no debe ser invadida por otros elementos o cortes al momento de aplicar el isologotipo. Esta zona de seguridad se extiende 2 módulos "A" de los límites físicos máximos de la marca.



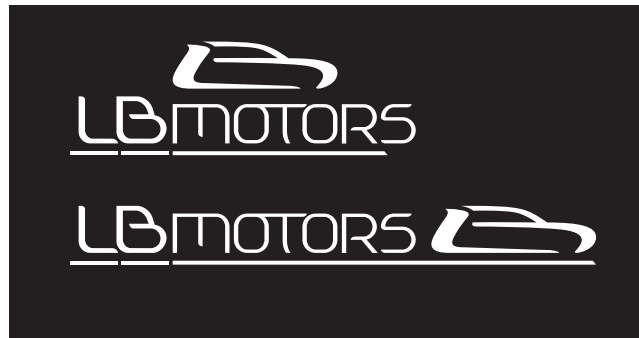
Isologotipo variante color



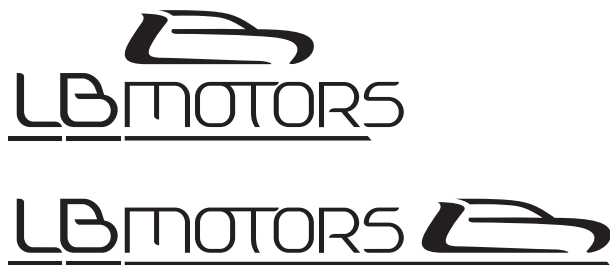
Isologotipo variante color sobre negro



Isologotipo variante grisada



Isologotipo variante monocromática sobre negro



Isologotipo variante monocromática

La marca tiene diferentes soluciones de representación según las limitaciones cromáticas de producción y/o intenciones de diseño.

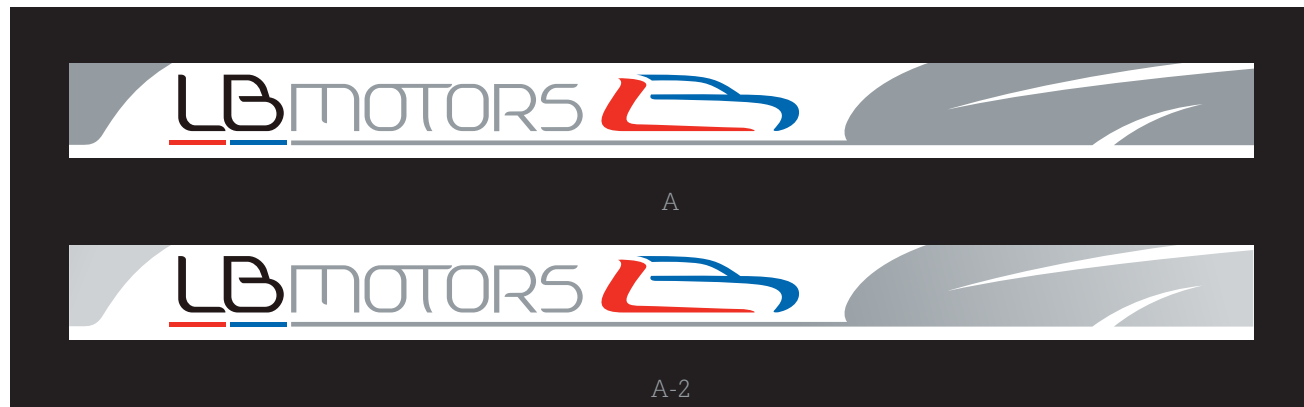
En el caso de la variante a todo color, si ésta, en lugar de estar aplicada sobre fondo blanco (positivo) se aplica sobre fondo negro (negativo), en esos casos es reemplazado el color negro por blanco en las iniciales "LB".

En caso de reproducirse en escala de grises, el color azul pasa a ser un grisado del 80% mientras que un grisado del 40% reemplaza por igual tanto al rojo como al gris. No es recomendable el uso de opción grisada sobre fondo negro, en esos casos se empleará la versión monocromática en negativo mencionada a continuación.

En las situaciones en que deba reproducirse la marca en un solo tono, se optará por el negro sobre fondos claros y el blanco sobre fondos oscuros. Se recomienda el uso de estas variantes para aplicar la marca de manera más discreta cuando se busque una presencia menos llamativa de la misma en situaciones de acción complementaria en piezas gráficas institucionales. En estos casos, se aconseja resolverlo en el gris institucional PANTONE 430C, ya sea el caso positivo o negativo.

Ésta versión monocromática del Isologo, será la utilizada como original al momento de generar un bajo o sobrerrelieve de la marca.





Existe la posibilidad de recurrir a una disposición especial de la versión horizontal del Isologotipo que denominaremos “extendida” en la cual, la línea gris de base se prolonga hacia la derecha.

Este recurso es apto para circunstancias en las que resulte útil extender la acción física de la marca en un área horizontal importante, como un cartel, o el encabezado o pie de una composición más grande, en donde el criterio del diseñador lo considere apropiado.

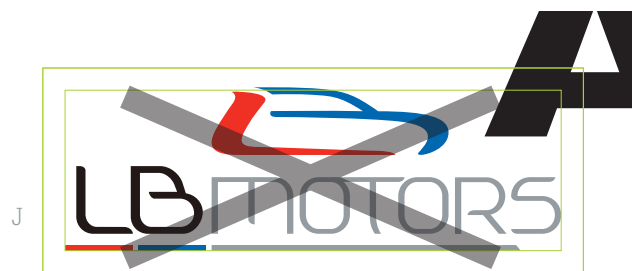
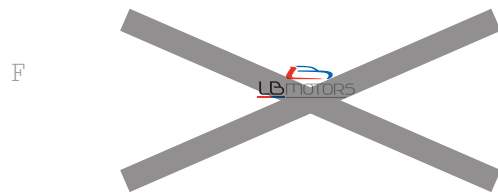
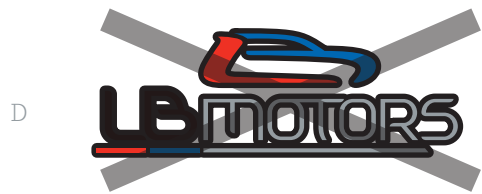
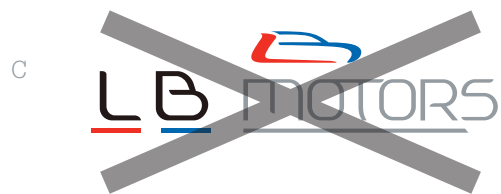
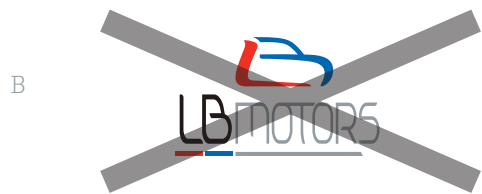
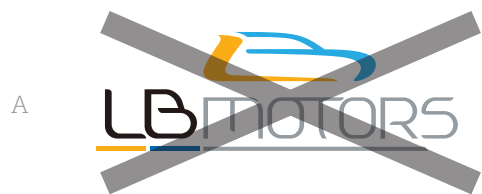
Esta alternativa “extendida” habilita también distintas soluciones:

A- La línea se sumerge en una forma de “reflejo” (Pag. 02■03) transformándose en la base rectilínea del mismo. El reflejo puede resolverse en pleno o con un efecto degradado que alcance paulatinamente el pleno al alcanzar el área del isologotipo en sí (A-2).

B- Solo se prolonga el extremo derecho de la línea hasta completar cierto recorrido, permaneciendo el resto del isologotipo en su disposición original.

C- El isotipo acompaña al desplazamiento de la línea sugiriendo un efecto de recorrido dinámico.

D- Esta solución “extendida” es válida también para la variante monocromática del isologotipo horizontal, tanto en negro como en gris institucional, y tanto en positivo como en negativo.



Es importante tener presente las siguientes consideraciones al aplicar la marca evitando su exposición inapropiada:

A- No deberán intervenir colores que no sean los institucionales respetando asimismo la correcta distribución de los mismos en los respectivos elementos que componen la marca.

B- No debe en ninguna circunstancia escalarse el Isologo, completa o parcialmente, de manera no proporcional.

C- No variar relaciones de tamaño ni separaciones internas de los elementos componentes de la marca.

D- No agregar bordes, efectos, texturas ni cualquier otro accesorio gráfico al Isologotipo.

E- No aplicar la marca sobre fondos complejos que perjudiquen su correcta legibilidad.

F- No reproducir reducciones del isotipo en donde la altura de las "LB" iniciales quede menor a 3 mm.

G- No reproducir si no está asegurada la correcta definición de la imagen final.

H- No cortar, interrumpir ni bloquear parcialmente al isologo.

I- No reproducir la versión grisada o monocromática positiva o negativa en colores que no sean alguno de los institucionales.

J- No imprimir el isologotipo permitiendo que el corte del soporte o algún elemento gráfico invada el área de seguridad de la marca. (ver página 01■02).



PANTONE 485C
C:0 - M:95 - Y:100 - K:0



PANTONE 293C
C:100 - M:57 - Y:0 - K:2



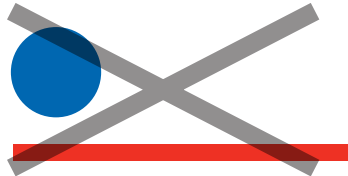
PANTONE 430C
C:5 - M:0 - Y:0 - K:45



NEGRO
C:0 - M:0 - Y:0 - K:100

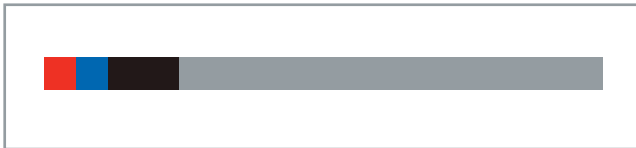


textos o signos de algún tipo



Elementos diferentes

Proporciones aproximadas en las participaciones cromáticas en la gráfica institucional



Aplicaciones en positivo



Aplicaciones en negativo

Como ya se mencionó, existen 4 colores institucionales, Rojo PANTONE 485C, Azul PANTONE 293C, Gris PANTONE 430C y Negro, a estos 4, puede agregársele el Blanco que trabaja como fondo o como reemplazo del Negro en las versiones en negativo.

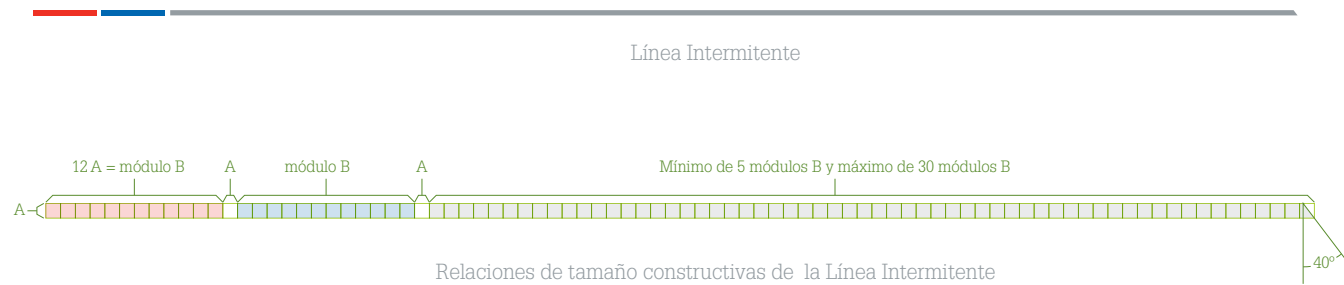
Junto a la exigencia de lograr la mayor precisión posible de estos tonos en los diseños corporativos de la empresa, se agrega otra consideración importante a respetar que es la proporción en la participación de estos los colores en el diseño de los entornos institucionales, que será una proyección conceptual de lo que muestran en la marca.

Es importante que el color rojo y azul estén siempre compartiendo jerarquía en la composición esto es, que ninguno presente mayor participación o incidencia en el diseño que el otro. También es importante que se comporten siempre como una dualidad indivisible, que no se muestren separados uno del otro, ni representando elementos diferentes, *exceptuando los casos especiales en que actúen como señalizadores de objetos relacionados a las respectivas escuderías a las que representan, rojo a Honda y azul a BMW*. Es recomendable restringir el uso de estos dos colores al isotipo y a los juegos de las líneas intermitentes, tanto actuando dentro del Isologotipo como cuando se desprenden para actuar en forma independiente (*Pag. 02■02*). También son admisibles intervenciones reducidas aplicándose a pares de figuras geométricas simples preferentemente rectangulares extendidas o cuadradas, siempre tratando de que no alcancen tamaños

importantes en la puesta en donde participen y que no alcancen apariciones demasiado repetitivas en la composición que vulgaricen la importancia y el carácter selectivo que se les quiere dar.

Estarán preferentemente acompañados de la presencia del gris, que es el color que goza de mayor capacidad de acción en los entornos gráficos institucionales, apareciendo como prolongaciones de líneas, áreas con reflejos (*Pag. 02■03*), fondos, textos cortos o extensos, etc.

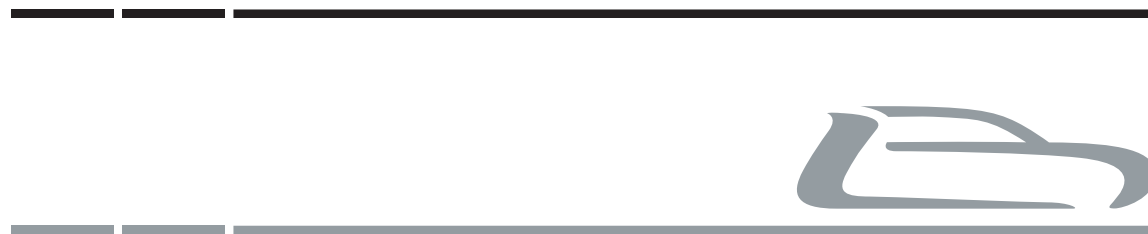
El negro, a menos de que funcione ocasionalmente como fondo, también tendrá una participación medida en el entorno utilizándolo como mecanismo de énfasis resaltando funcionalmente elementos o texto, tarea que no podrán ejercer el rojo y el azul, que sólo tendrán lugar en aspectos decorativos y/o abstractos no pudiendo usarse para textos ni títulos o signos de ningún tipo, protegiendo así su importancia conceptual en la comunicación a partir de su presencia constante pero en cantidades y funciones claramente restringidas y puntuales, quedando como constantes "balizas" cromáticas que pulsan delicadamente en la experiencia visual general de la imagen corporativa, dejando al gris, al negro y al blanco, las tareas extensas y recurrentes.



Isotipo aplicado en la misma relación de tamaño que rige en el Isologotipo



Isotipo aplicado al 50%



Aplicaciones monocromáticas

Las líneas de base del isologotipo pueden desprenderse de él actuando como extensión de la marca y funcionando como instrumento compositivo institucional.

Pueden aplicarse aisladas como pie de página, cierre de diagramación o simplemente como elemento decorativo.

Las reglas a cumplir son que las líneas comiencen con los dos tramos cortos intermitentes que deben guardar una proporción específica, con un largo de cada segmento corto de 12 veces su espesor y con una distancia igual a un espesor para cada separación de tramo. En cuanto al tramo extendido de la línea, éste deberá alcanzar un largo mínimo de desarrollo de al menos 5 veces el largo de un tramo corto, y una prolongación máxima de 30 veces el valor de esa referencia.

A esta extensión formal de la marca, puede agregarse también el isologotipo o emblema, que se incorpora en el extremo derecho de la línea extendida acentuando la sensación de movimiento. La relación de tamaño entre el isotipo y el espesor y largo de los tramos cortos de las líneas pueden ser 2: la misma que existe en el isologotipo o a un 50% de ese tamaño.

Estas aplicaciones de las líneas se resolverán preferentemente en color, aunque también se podrá optar por la variante monocromática.



Con una función de apoyo y decorativa, se implementa otro elemento gráfico que, en este caso no se desprende directamente de la marca aunque está sugerido en las formas que generan el isotipo o emblema “LB/Auto en movimiento”. Se trata de un tratamiento a superficies del entorno institucional que remite al efecto de reflejo que produce la carrocería lustrada de un automóvil.

Esto se implementará incorporando formas que recuerden las siluetas que adquieren los reflejos al adaptarse a la volumetría típica de un auto, copiando molduras, aristas redondeadas, cortes de paneles, etc.

En el CD con el material digital de la imagen corporativa, se incluyen formas sugeridas para lograr esta idea, que podrán usarse así como las expuestas en los ejemplos desarrollados en este manual. Igualmente, la intención es que esta expresión gráfica complementaria, cambie en sus diferentes aplicaciones, descartando el concepto de una forma fija e invariable, como ocurre con otros elementos gráficos corporativos, y se comporte como una manifestación variable asociándose al efecto al que remite, que cambia y muta dentro de patrones ópticos en donde intervienen el ángulo de incidencia de la luz, la posición del coche, la forma y el sector de su carrocería, la posición del observador, etc. convirtiéndose en una experiencia dinámica en donde, emergiendo de todas esas variaciones casuales, se sostiene el espíritu o esencia de la idea, que recurre a la experiencia del observador para completar su sentido.

Estas formas se resolverán indefectiblemente en el gris institucional PANTONE 430C, pudiéndose adoptar el uso de degradados para enfatizar el efecto en casos que los medios de reproducción y la estrategia de diseño lo habiliten.

Si bien este recurso se trata de un elemento gráfico institucional, no supone, como en el caso de las líneas intermitentes o el uso aislado del emblema, una extensión de la marca, ni la representa, por lo que se le destina un uso básicamente escenográfico en donde operen la marca o sus extensiones y no es de presencia obligatoria en toda pieza institucional.

Al ser una expresión gráfica variable cuya solución queda en gran parte bajo la responsabilidad del diseñador de turno, se sugiere mantener un criterio sobrio en su desarrollo y, si bien dependerá del carácter del tipo de pieza que se diseña, se sugiere apostar más a la presencia sutil que a la extrovertida, limitándose al empleo y edición de los ejemplos suministrados en el CD si no se tiene experiencia en la generación y manipulación de imágenes.

Para comprender las intenciones en el uso de este recurso, se recomienda ver los ejemplos en donde se emplea este elemento que pueden encontrarse en las páginas de papelería y aplicaciones que siguen a continuación de esta sección en este mismo manual.

abcdefghijklmnopABCDEF GHIJKLMNOPQ-1234567890(!@ \$%^&*?)

Glypha 35 Thin

abcdefghijklmnopABCDEF GHIJKLMNOPQ-1234567890(!@ \$%^&?)*

Glypha 35 Thin Oblique

abcdefghijklmnopABCDEF GHIJKLMNOPQ-1234567890(!@ \$%^&*?)

Glypha 45 Light

abcdefghijklmnopABCDEF GHIJKLMNOPQ-1234567890(!@ \$%^&?)*

Glypha 45 Light Oblique

abcdefghijklmnopABCDEF GHIJKLMNOPQ-1234567890(!@ \$%^&*?)

Glypha 55 Roman

abcdefghijklmnopABCDEF GHIJKLMNOPQ-1234567890(!@ \$%^&?)*

Glypha 55 Oblique

abcdefghijklmnopABCDEF GHIJKLMNOPQ-1234567890(!@ \$%^&*?)

Glypha 65 Bold

abcdefghijklmnopABCDEF GHIJKLMNOPQ-1234567890(!@ \$%^&*?)

Glypha 65 Bold Oblique

abcdefghijklmnopABCDEF GHIJKLMNOPQ-1234567890(!@ \$%^&*?)

Glypha 75 Black

abcdefghijklmnopABCDEF GHIJKLMNOPQ-1234567890(!@ \$%^&*?)

Glypha 75 Black Oblique

La fuente tipográfica complementaria para uso institucional es la familia Glypha con sus variables de “peso” e inclinación.

Se recomienda destinar la variable Thin o Light para textos extensos, dejando las variables Roman y Bold para títulos y destacados.

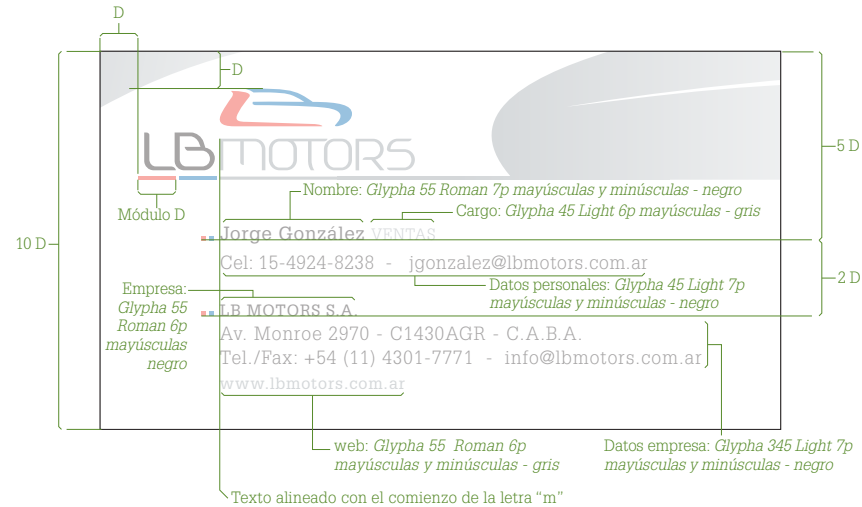
La versión Black se podrá habilitar para ocasiones extraordinarias en casos puntuales y reducidos en piezas promocionales informales pero en general no se recomienda el uso de esta variable de la fuente.

Para los desarrollos de texto, se sugiere una distancia holgada entre líneas y, si es posible también un espaciado general entre signos generoso para mejorar sus propiedades de legibilidad.

La tarjeta personal se diagrama de acuerdo a ciertas pautas modulares y variaciones tipográficas que son graficadas y acotadas a continuación.



Tarjeta Personal frente



Aplicar Isologo vertical monocromático del mismo tamaño que el que aparece en el frente y centrado en la tarjeta

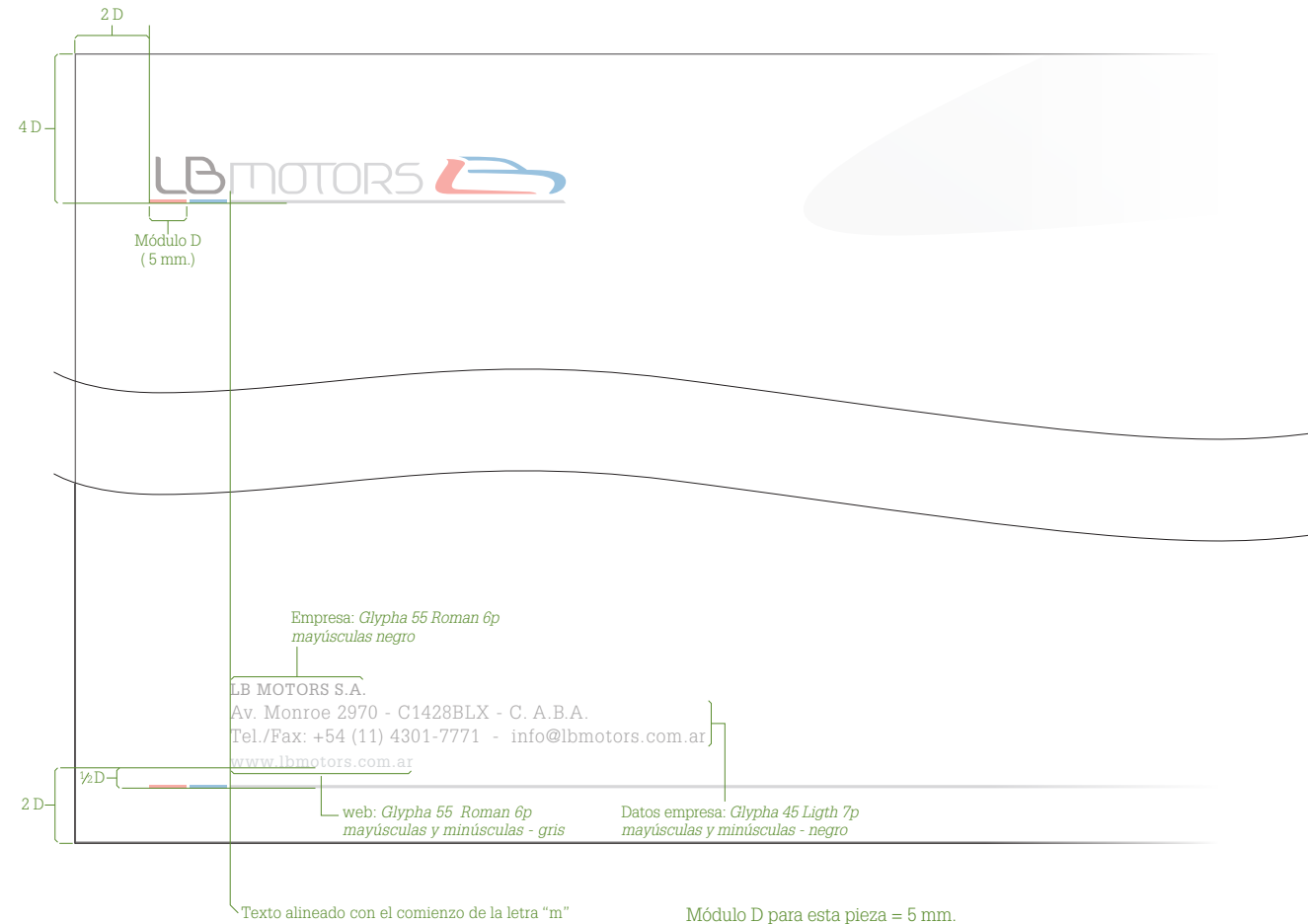


Tarjeta Personal dorso

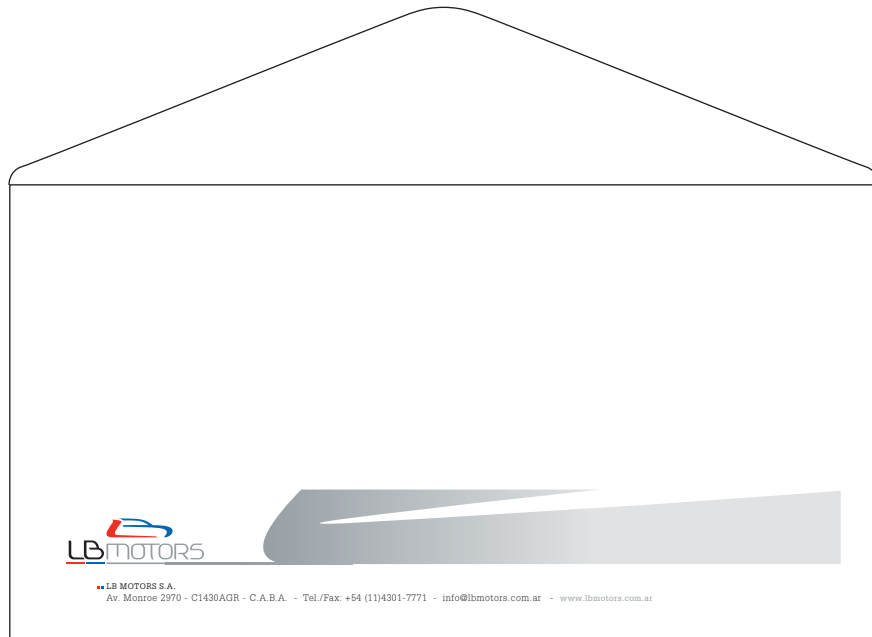


En el papel carta, los elementos se disponen posicionalmente tomando referencia de las esquinas izquierdas de las hojas superior e inferior en el caso de el encabezado con el logo y el pie con los datos respectivamente.

El efecto del reflejo se aplica con libertad formal criteriosa y de manera muy tenue, en un degradado que, en la zona de máxima densidad, no sobrepasa el 15% del gris Pantone 430C o el 8% de negro, si se imprime a tres colores.

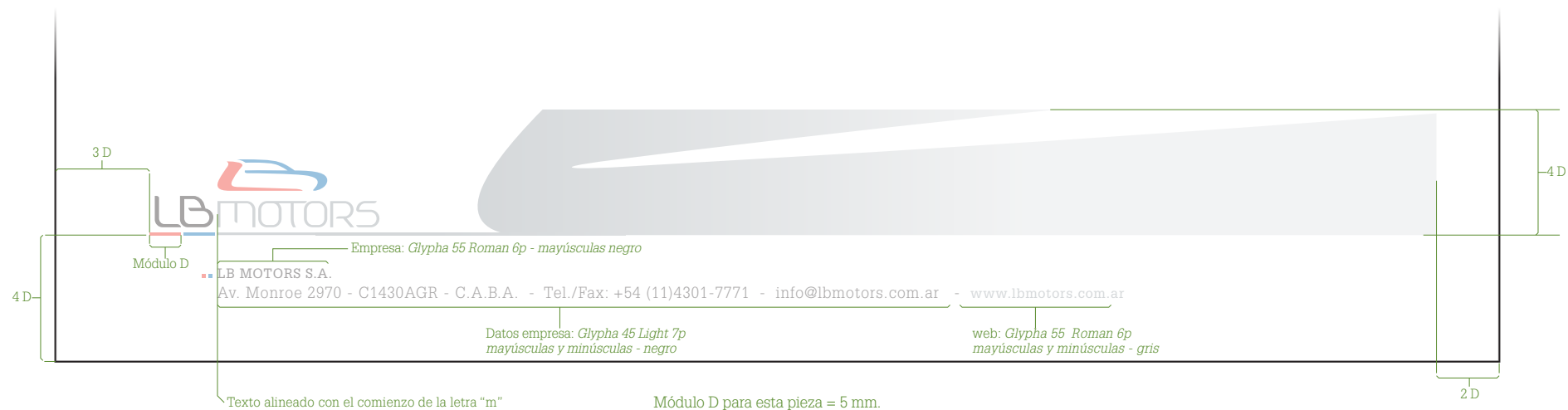


Papel Carta tamaño A4 (representado en escala del 50%)



En el sobre oficio (235 x 120 mm.), los elementos se disponen posicionalmente como tomando referencia principal la esquina inferior izquierda del sobre, procurando que le corte del área con el reflejo quede a una distancia similar a dos módulos "D" del borde derecho del sobre.

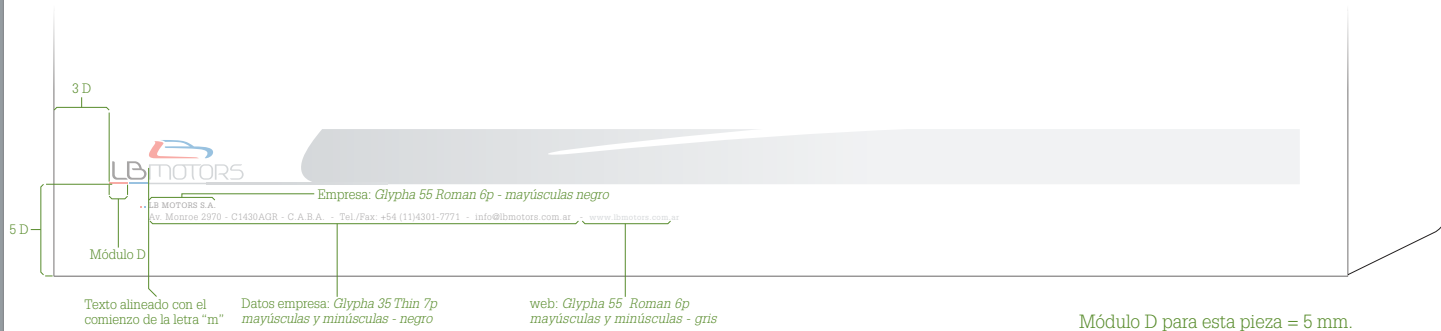
Sobre Oficio (representado en escala del 50%)





Los sobres bolsa se imprimirán cualquiera sea su opción de tamaño y formato, sobre papel obra blanco de 118 grs. por m2.

La gráfica se aplica sobre uno de los laterales más largos del sobre de manera que se vea en la parte inferior cuando la apertura del sobre quede sobre la derecha.



LB MOTORS S.A.
Av. Monroe 2970 - C1428BLX - C.A.B.A.
I.V.A. Responsable Inscripto

X

RECIBO
DOCUMENTO NO VÁLIDO
COMO FACTURA

N° 0001-0000

C.U.I.T.: 33-71124183-9
Ing. Brutos: 1209231-02
Inicio Act.: Marzo 2010

LIQUIDACIÓN	
Factura N°	Importe

Buenos Aires de 20

Recibimos del Sr./es:

La cantidad de pesos

Banco

TOTAL \$

SON \$

LB MOTORS S.A. Av. Monroe 2970 - C.A.B.A.

Peritaje V.U.

Señor (es): _____ Fecha: ____/____/____

Domicilio: _____ Localidad: _____ Tel: _____

Marca: _____ Modelo: _____ Color: _____ Año: _____

Patente N° _____ de _____ Motor N°: _____ Kmts.: _____

Interesado en: _____ 0 km.: SI NO

OK Motor: _____

INSPECCIÓN DE	B	R	M
MOTOR			
CAJA AUTO			
DIFERENCIAL			
EMBRAGUE			
TREN DELANTERO			
DIRECCIÓN (DE POT.)			
TRANSMISIÓN			
SUSPENSIÓN AMORT. D.D.-D.I.-T.D.-T.I.			
FRENOS (DISCO SERVO)			
CHAPA			
PINTURA			
TAPICERÍA (COLOR)			
ELECTRICIDAD			

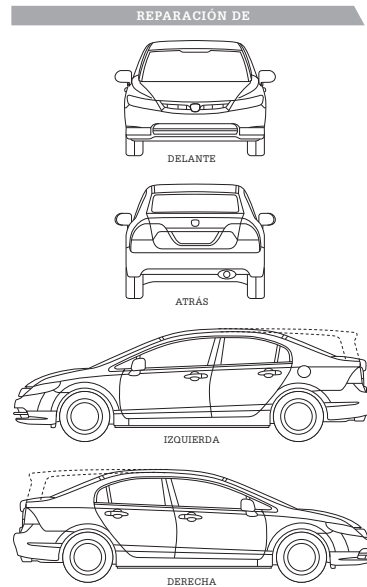
?????	SI	NO	ACC.	SI	NO	
?????			RELOJ			
CALEFAC.			ENCEND.			
A. ACOND.			C. C. PTAS.			
C. SEGURID.			ESP. EXT.			
ESTÉREO			REP. CD			
ACC	SI	NO	CUBIERTAS	B	R	M
ESP. EXT.			D.D.			
CRIQUE			D.I.			
?? ESPEC			T.D.			
??L. RUEDA			T.I.			
TAZAS			AUX.			

OBSERVACIONES: _____

ESTADO DE LA CARROCERÍA: BUENO REGULAR MALO

TOTAL ESTIMADO REACONDICIONAMIENTO: \$ _____

VALOR ESTIMADO UNIDAD: \$ _____ FIRMA CLIENTE: _____



LB MOTORS S.A.
Av. Monroe 2970 - C1428BLX - C.A.B.A.
I.V.A. Responsable Inscripto

A

FACTURA

N° 0001-0000

Fecha: ____/____/____

C.U.I.T.: 33-71124183-9
Ing. Brutos: 1209231-02
Inicio Act.: Marzo 2010

Sres.	I.V.A.
Domicilio:	C.U.I.T.:

CONDICIONES DE VENTA

Marca	Modelo	Precio	Importe

Sub Total \$

Desc./ bonific. \$

I.V.A. % \$

\$

Cheques a la orden LB MOTORS S.A. TOTAL \$

En la confección gráfica de cartelería se implementarán alguna de las opciones de aplicación mencionadas, tanto en casos de soportes retroiluminados como opacos o soluciones en ploter de corte sobre vidrios.



Sobre Oficio (representado en escala del 50%)

inteligente
atractivo
práctico
ágil



Acércese y conozca su próximo auto

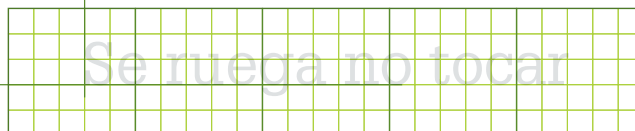
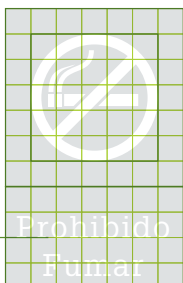
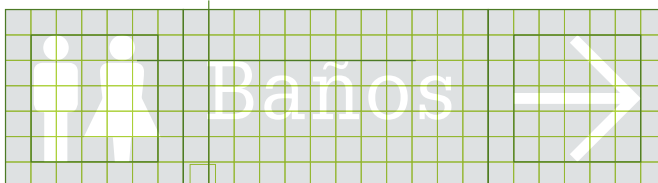
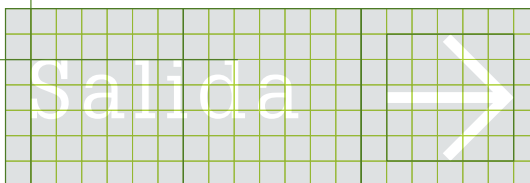
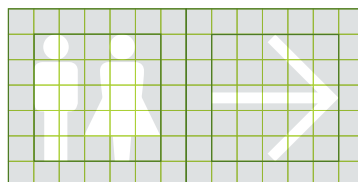
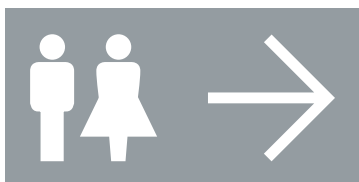
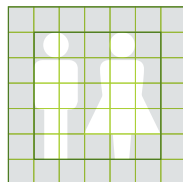


LB MOTORS S.A. Av. Monroe 2970 - C1430AGR - C. A.B.A. - Tel./Fax: +54 (11) 4301-7771
info@lbmotors.com.ar - www.lbmotors.com.ar



Ejemplos de soluciones para avisos color o blanco y negro.



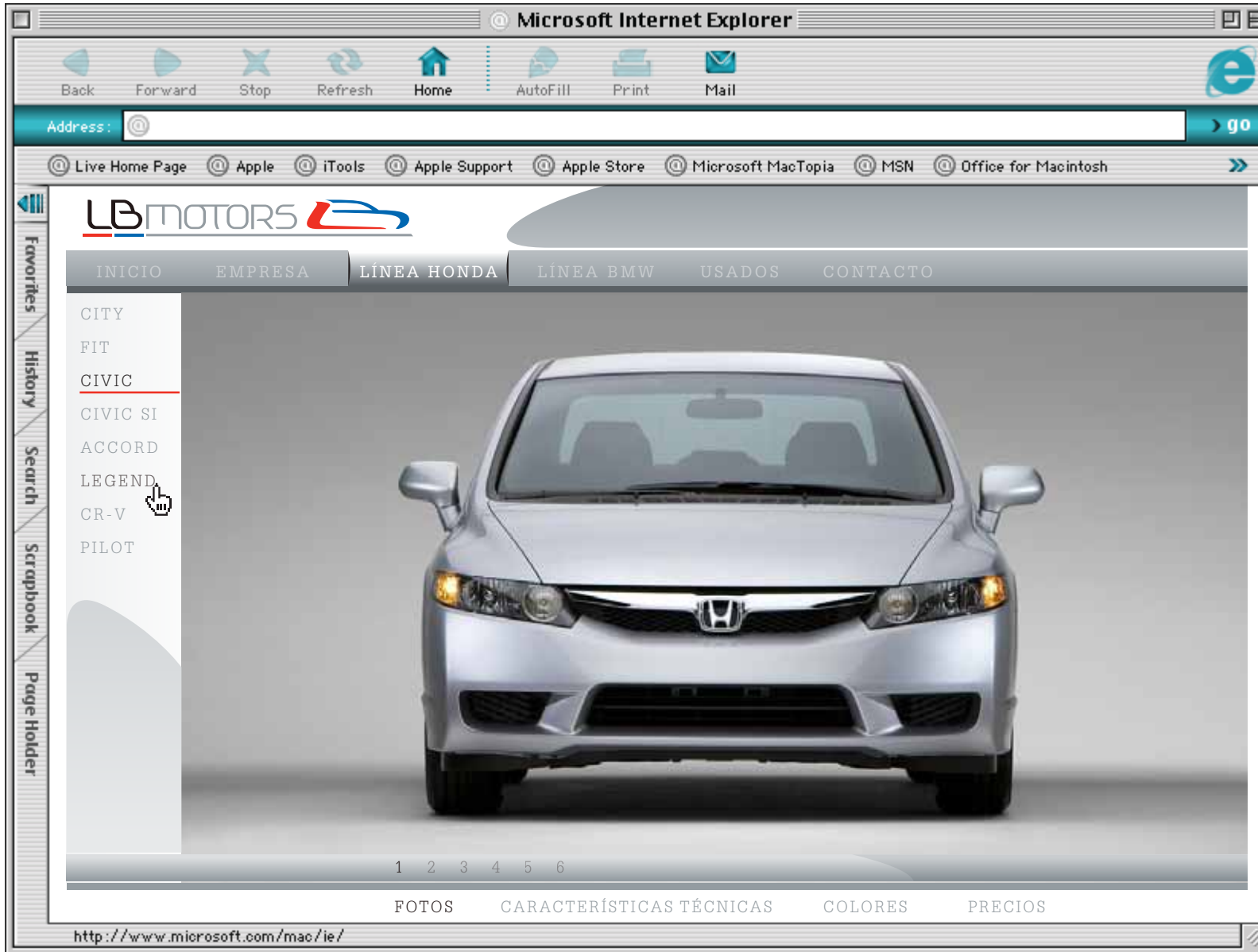


Para la confección de cartelería y otras piezas de señalética para el interior de las concesionarias, se utilizará exclusivamente el color gris Pantone 430C. Adoptándolo mayormente como fondo continuo del cartel en donde se calará la información en blanco. En casos de carteles de comunicación cercana y con textos mas desarrollados, se usará la situación inversa de fondo blanco con mensaje en gris.

La fuente utilizada será la Glypha 55 Roman y, de requerirse vectores o pictogramas se emplearán los suministrados en el CD con el material gráfico institucional.

Se diagramará la cartelería de acuerdo a las grillas sugeridas en esta página. Los tamaños serán establecidos en cada caso, considerando la distancia y situación del observador potencial al que va dirigida la señalización.

Ejemplo de sitio web utilizando los recursos gráficos institucionales.



Ejemplos de aplicaciones institucionales en diversos objetos destinados a promoción o regalos empresariales.

