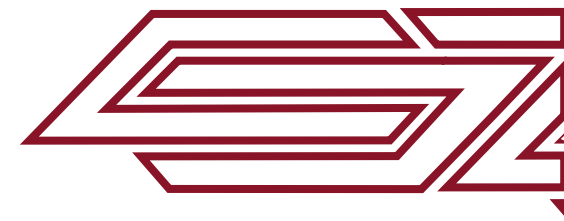
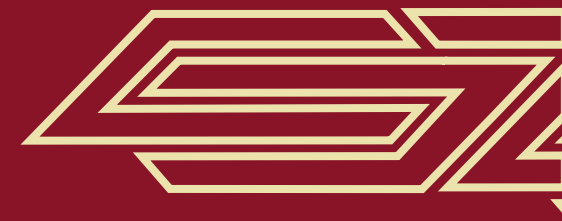


MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



INDICE

Introducción.....	3
Nuestra esencia.....	4
Estilo visual.....	12
Expresión verbal.....	17
Simbología.....	21
Normas para el uso de logos.....	26
Colores corporativos.....	30
Tipografías.....	33
Aplicaciones.....	37
Glosario.....	47



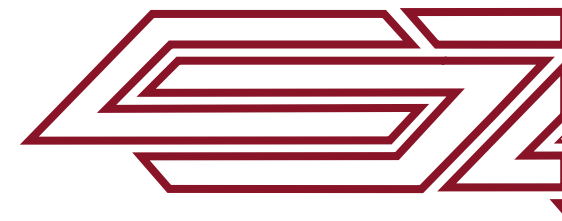
Este manual se ha creado para comprender el universo teórico y visual que comprende nuestra marca **Core Gear**.

Contiene la información necesaria para asegurar un uso correcto y coherente de la marca tanto en representación visual como en sus formas de expresión.

Ha sido creado con la misión de guiar a quienes deban transmitir, desarrollar y aplicar la identidad de la marca en diferentes contextos.

Es imprescindible una correcta aplicación de la marca para fortalecer su presencia y reconocimiento, aportando valor proyectando una identidad.

NUESTRA
ESENCIA



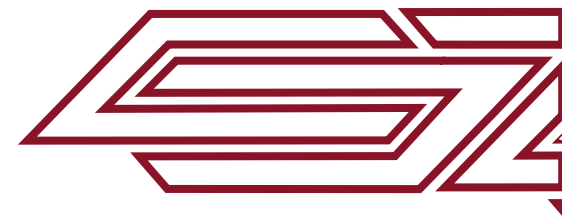
LO QUE NOS DEFINE

Somos el punto de encuentro para quienes buscan algo más que un medio de transporte.

No solo importamos coches, importamos la pasión por el mundo de la automoción, ofreciendo a cada persona vehículos con carácter y personalidad.

Cada vehículo que importamos tiene una historia que contar, por lo que no trabajamos con catálogos genéricos ni soluciones rápidas, trabajamos con la emoción de nuevas experiencias.

Importamos vehículos únicos, cuidando cada detalle del proceso para que la única preocupación de nuestro cliente sea disfrutar.



OF ROAD

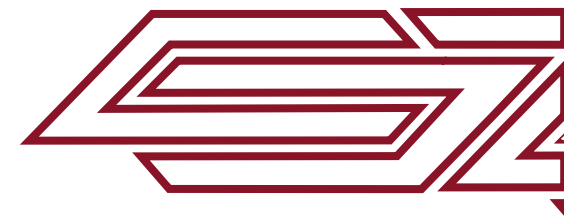
Guiamos y orientamos a la gente, porque solo los líderes del sector poseen esa capacidad.

Prestamos servicios personalizados ajustándonos a las necesidades individuales de cada persona.

Acompañamos a particulares y profesionales en la toma de las mejores decisiones.

Nuestra experiencia y capacidad nos avala, además de una red de profesionales en el sector automovilístico y tecnológico.





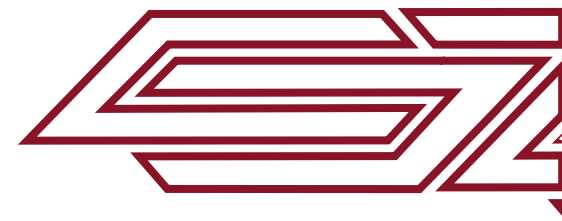
PROPÓSITO

Un coche no es solo un medio de transporte, también es un medio de expresión y un compañero de viaje.

Nuestro propósito es materializar aquello con lo que la gente sueña, esa marca, ese modelo, ese color... Ofreciendo vehículos bien equipados con una línea y estética cuidada.

Nos mueve la emoción del primer arranque, el olor a nuevo y la experiencia de la conducción.



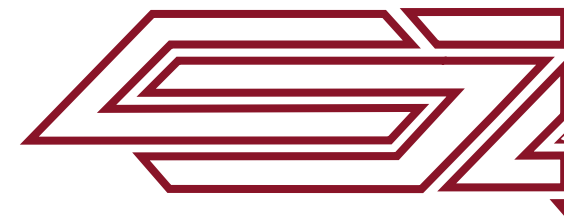


VISIÓN

Queremos cambiar la forma en que las personas acceden a sus futuros vehículos, independientemente de su localización.

Buscamos construir una comunidad de amantes del motor que valoran lo auténtico.



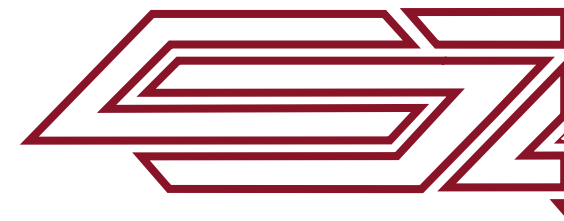


MISIÓN

Nuestra misión es hacer realidad los deseos de nuestros clientes, consiguiendo coches a petición de demanda de forma personalizada, segura y transparente conectando personas con vehículos que reflejen su personalidad y estilo de vida.

Cuidando los detalles y comprometidos con la calidad y un servicio cercano.





VALORES

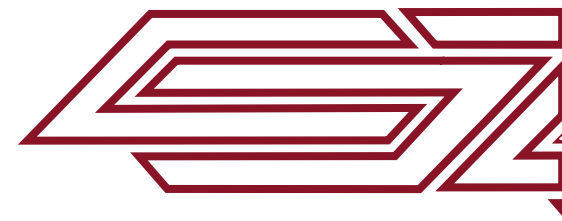
Transparencia

Sabemos que comprar un coche es una decisión importante. Por eso nos encargamos de que no haya sorpresas, haciendo un seguimiento detallado a lo largo del proceso: precio, historial, origen y estado del vehículo.

Calidad

La calidad no es negociable, nos preocupamos por traer los mejores coches con los mejores equipamientos y acabados.





VALORES

Pasión por el mundo del motor

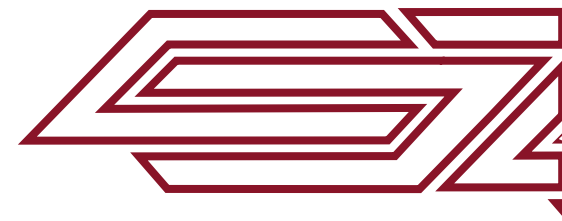
Amamos los motores tanto como tú. Esa pasión nos permite entender qué buscas y qué valoras en un coche. Más que una compra, creamos una conexión basada en la confianza.

Innovación

El mundo del motor avanza rápido, y nosotros también. Estamos siempre al día con las últimas tendencias y tecnologías para ofrecerte lo más avanzado del mercado global.



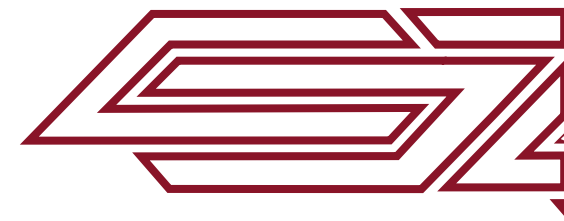
ESTILO VISUAL



PERSONALIDAD

Usamos imágenes realistas que representen el dinamismo y la emoción de la conducción, y que transmitan la exclusividad y satisfacción que generan nuestros productos.

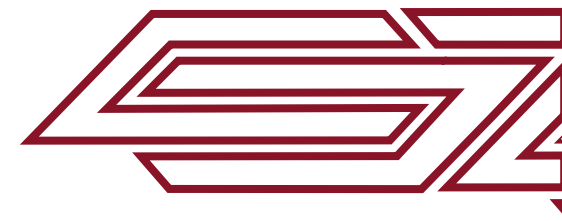




ENCUADRE

Utilizaremos los encuadres para resaltar lo que queremos representar como marca, para ello utilizaremos encuadres de primeros planos, dependiendo del contexto, podremos enfocar los acabados de un vehículo o la sensación de conducirlo.

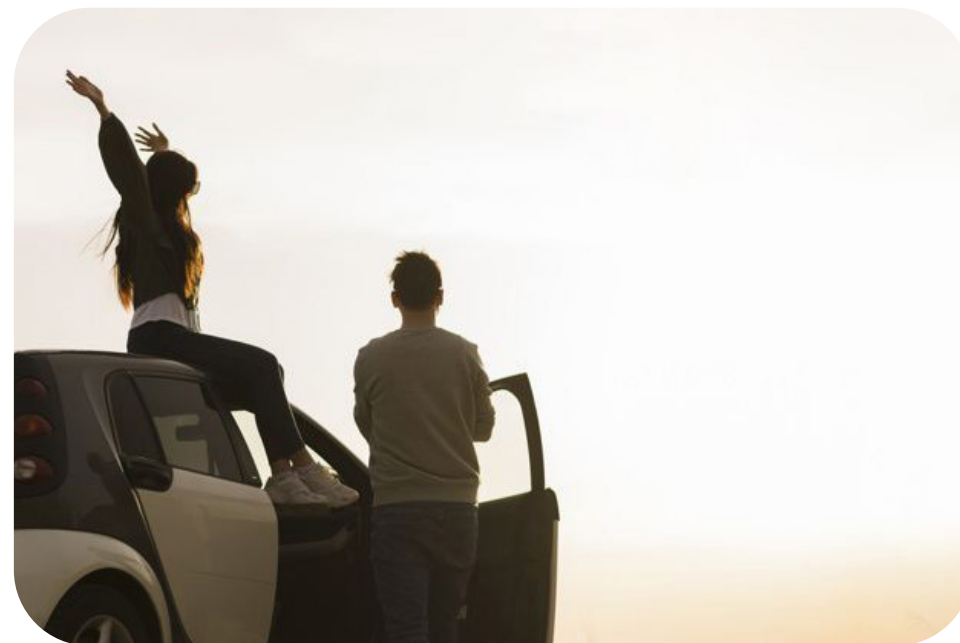


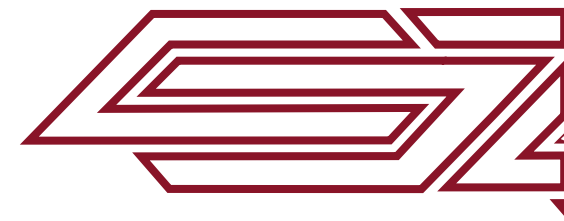


COMPOSICIÓN

Nuestras imágenes contendrán principalmente personas conduciendo o disfrutando de diferentes vehículos, también coches en movimiento.

Siempre evitaremos que en las imágenes aparezcan procesos de reparación de vehículos o similares.





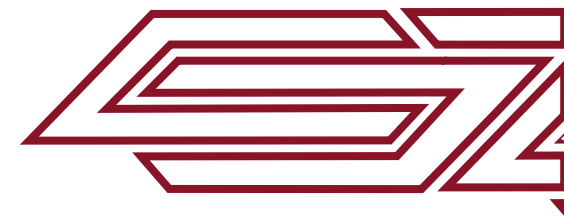
EDICIÓN

Las imágenes seleccionadas deben tener una buena iluminación y evitar entornos oscuros y con poca visibilidad.

La utilización de colores vibrantes nos ayudará a destacar los elementos importantes, reforzando el mensaje que queramos dar en cada momento.



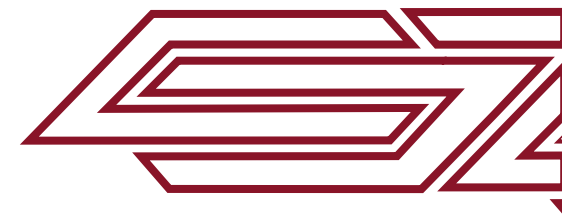
EXPRESIÓN VERBAL



IDENTIDAD VERBAL

Nuestra comunicación refleja nuestra esencia, por lo que nos dirigiremos a nuestros clientes con un lenguaje sencillo y directo, asegurando al cliente la atención que necesita y merece a cada paso.





NUESTRO TONO

Natural

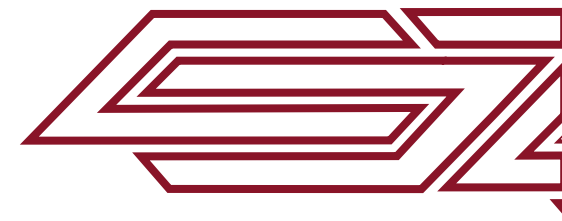
Nuestra voz es clara y cercana. Explicamos las cosas de manera sencilla y sin rodeos, logrando que incluso los aspectos más complejos se vuelvan fáciles de entender. Nos aseguramos de que cada comunicación tenga un propósito claro, sin adornos innecesarios.

Sabio

Hablamos con conocimiento, porque sabemos lo que hacemos. Brindamos información útil que ayuda a tomar las mejores decisiones. Nuestro tono es profesional, pero sin caer en tecnicismos que confundan a nuestros clientes.

Compañero

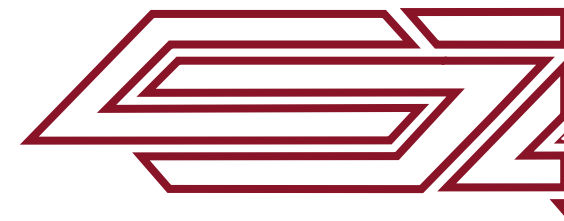
Nos ponemos en la piel de nuestros clientes, entendiendo sus necesidades y acompañándolos en cada paso del proceso. Nuestra voz es empática y servicial, ofreciendo las soluciones que se precisen.



GUÍA GENERAL DE ESTILO

- Somos un equipo, siempre que hablamos de nuestro trabajo lo hacemos en primera persona del plural (nosotros).
- Cuando nos dirigimos a un cliente/usuario individualmente siempre tuteamos, nunca hablamos de usted. Nuestra voz refleja profesionalismo pero también cercanía.
- Tratamos de tú a nuestros clientes con respeto y amabilidad, transmitiendo seguridad en cada paso.
- Somos inclusivos, intentamos evitar utilizar referencias a algún género en específico pero cuando debemos hacerlo incluimos ambas terminaciones (ej. todos/as).
- Utilizamos anglicismos y coloquialismos solo cuando están ampliamente apropiados por la cultura, evitamos la jerga coloquial.
- Para enumerar o enlistar escribimos los números en cifras (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.....)

SIMBOLOGÍA BÁSICA

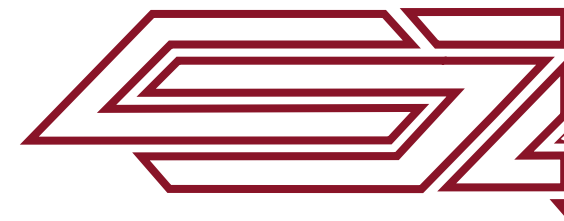


SIMBOLOGÍA BÁSICA

La simbología básica representa los elementos visuales esenciales que comunican la identidad, valores y personalidad de nuestra marca.

Estos elementos visuales deberán respetarse para la correcta creación de cualquier elemento gráfico bajo el nombre de Core Gear.

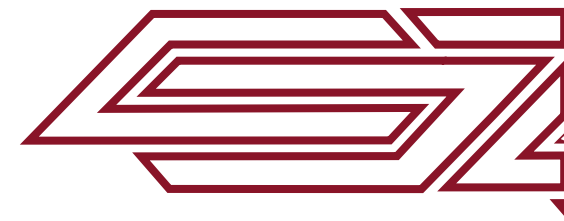




LOGOTIPO CORPORATIVO

El logo será el identificador común imprescindible para para la representación de cualquier producto gráfico de nuestra marca.



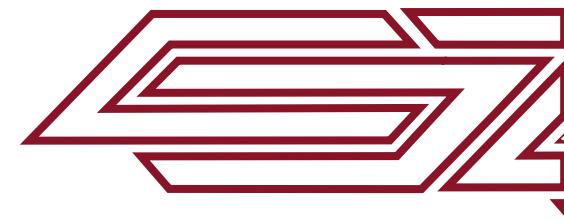


ÁREA DE SEGURIDAD

Con el fin de garantizar una correcta implementación y una percepción clara del logotipo se proporciona un espacio de seguridad alrededor de este, en el que no se podrá introducir ningún tipo de elemento.

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 20 mm de ancho.



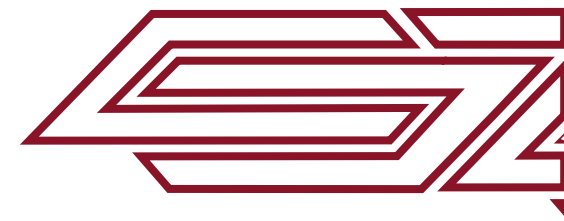


FAVICON

Este icono se crea con la intención de ser utilizado en página web, redes sociales y cualquier entorno digital en el que necesitemos mantener una coherencia, garantizando que la marca sea identificable en un formato reducido.



NORMAS PARA EL USO DE LOGOS

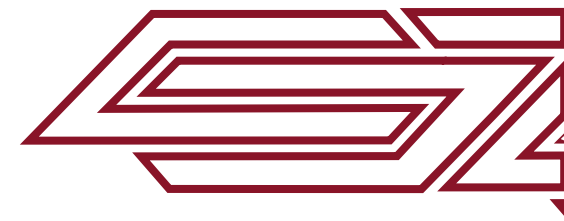


NORMAS DE USO DE LOGOS

Aplicaciones correctas

Siempre que sea posible se deberá utilizar el logotipo en su versión principal, reservando el resto de aplicaciones para su uso en condiciones de extrema necesidad.





NORMAS DE USO DE LOGOS

Aplicaciones correctas



Fondo fotográfico oscuro



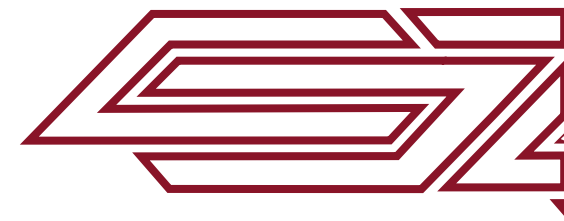
Fondo fotográfico claro



Color no corporativo claro



Color no corporativo oscuro



NORMAS DE USO DE LOGOS

Aplicaciones incorrectas

Distorsionar



Cambiar color



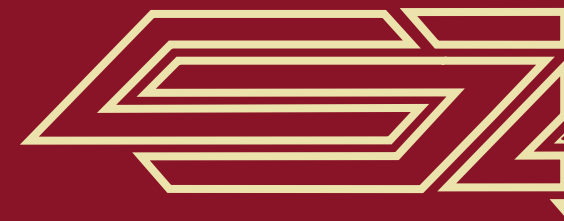
Aplicar sobre fondos de color similar



Aplicar degradados

Aplicar contornos

Mover o modificar elementos



COLORES CORPORATIVOS

COLOR CORPORATIVO PRINCIPAL

Este es el color principal de la marca y por tanto el que debe predominar en cualquier composición hecha bajo el nombre de Core Gear.

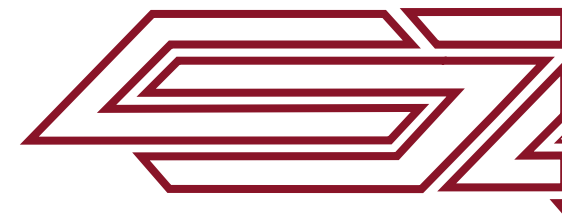
PANTONE - 7622 C
R 140 G 24 B 34
C 28 M 100 Y 82 K 32
HEX # 8c1822

COLOR CORPORATIVO SECUNDARIO

Este color será el secundario y se utilizará para versiones negativas y pequeños elementos o detalles dentro de nuestras composiciones.

PANTONE - 7499 C
R 242 G 230 B 178
C 8 M 7 Y 38 K 0
HEX # F2E6B2

TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS



TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

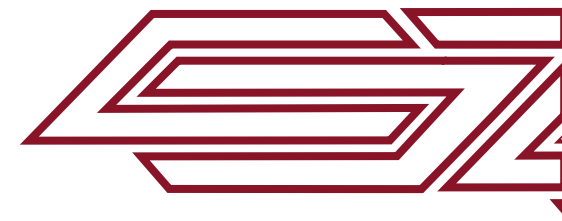
La tipografía corporativa es la familia Broche, aunque solo utilizaremos la variante Cut ya que será la mas identificativa con nuestro logo.

También debemos de tener en cuenta la utilización de esta tipografía únicamente para títulos, encabezados y situaciones en las que no sea contraproducente la utilización de la misma.

BROCHE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZ



TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

La tipografía secundaria es Baloo 2 en sus distintas variantes según la necesidad de aplicación.

Esta tipografía debe ser utilizada para textos de largo alcance o en casos en los que no se pueda utilizar la tipografía corporativa.

Baloo 2 (regular)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Baloo 2 (medium)

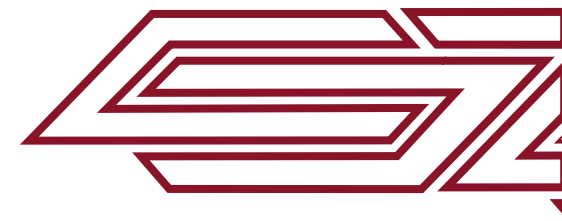
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Baloo 2 (bold)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Baloo 2 (extrabold)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



EXPRESION DE MARCA

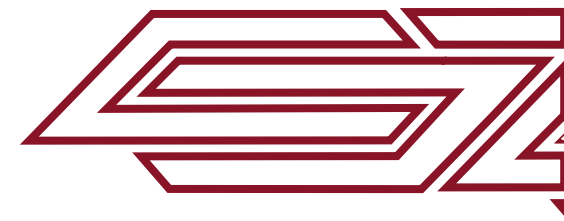
Pautas para escribir el nombre de la marca en textos de que no se utilice la tipografía principal.

✓ El ejemplo correcto de como debemos escribir Core Gear.

✗ El ejemplo incorrecto de como debemos escribir CORE GEAR.

✗ El ejemplo incorrecto de como debemos escribir core gear.

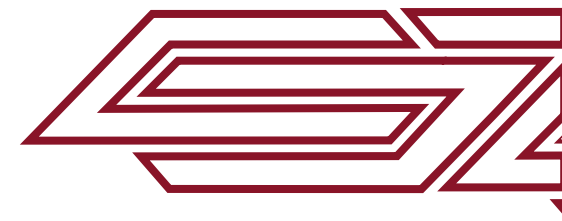
APLICACIONES



Tarjetas de contacto

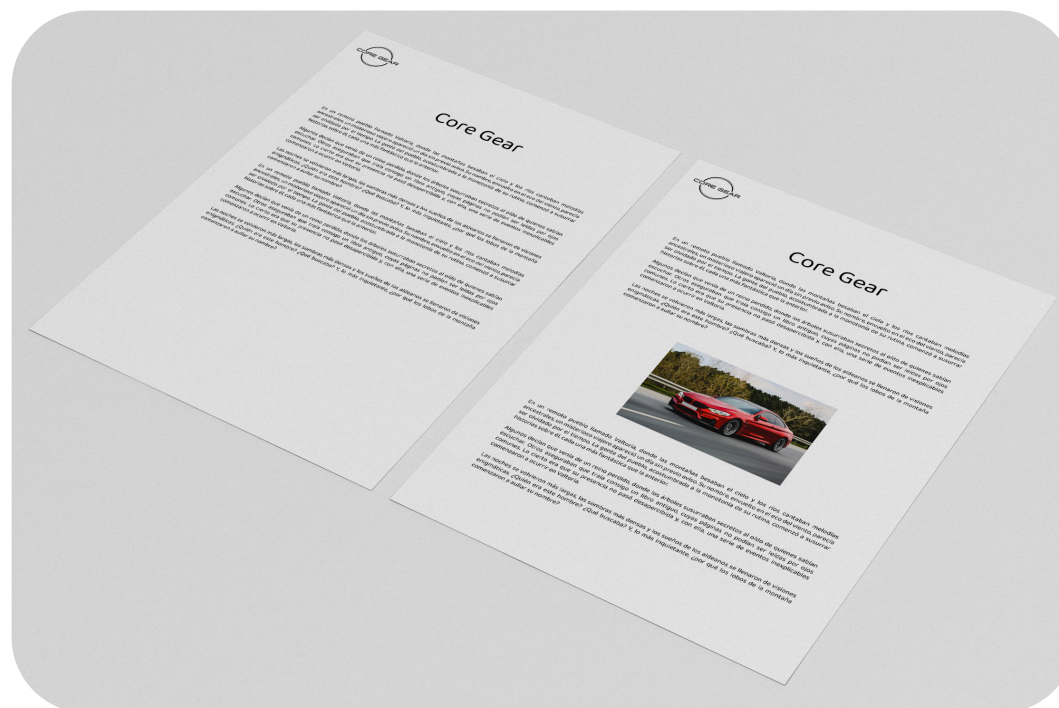
Aplicación de logo en positivo y negativo en colores corporativos.

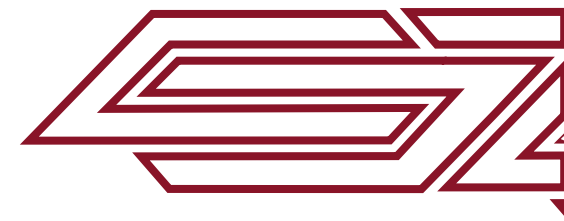




Papelería corporativa

Aplicación de logo en positivo en blanco y negro.





Ejemplo de factura

Aplicación de logo en negativo en blanco y negro.



FACTURA

Información de pago

Cuenta : 12345678910

Nombre : Añade aquí

Banco : Añade aquí

Información del cliente

Nombre :

Dirección :

Nº de pedido : 00000001

Fecha : DD/MM/AAAA

	Descripción	Unidades	Precio	Total
1	Añadir producto aquí	1	€ 00.00	€ 00.00
2	Añadir producto aquí	1	€ 00.00	€ 00.00
3	Añadir producto aquí	1	€ 00.00	€ 00.00
4	Añadir producto aquí	1	€ 00.00	€ 00.00
5	Añadir producto aquí	1	€ 00.00	€ 00.00

Nota:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse

Base imponible

IVA (tipo)

IRPF 00.00%

Total

€ 00.00

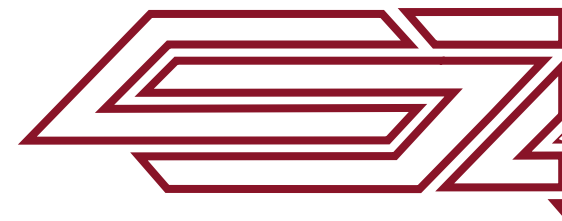
€ 00.00

€ 00.00

€ 00.00

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

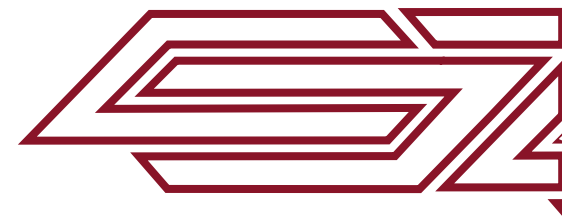
www.coregear.com



Llavero corporativo

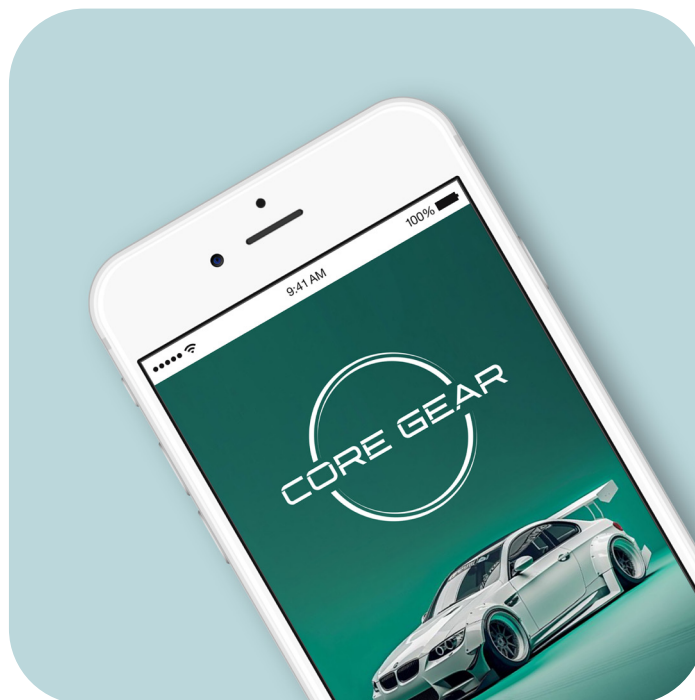
Aplicación de logo en negativo en blanco y negro.

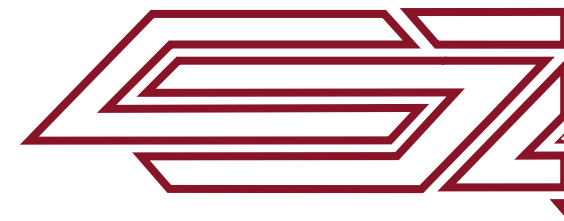




Movil

Aplicación de logo negativo sobre color no corporativo oscuro.

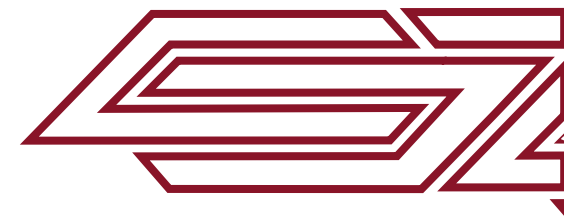




Sudadera merchandising

Aplicación de logo sobre color claro no corporativo.

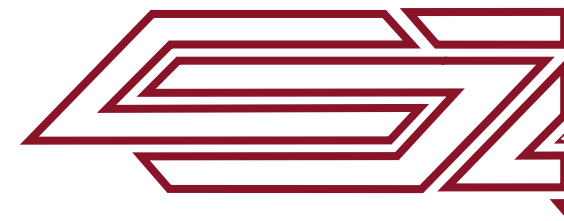




Ordenador

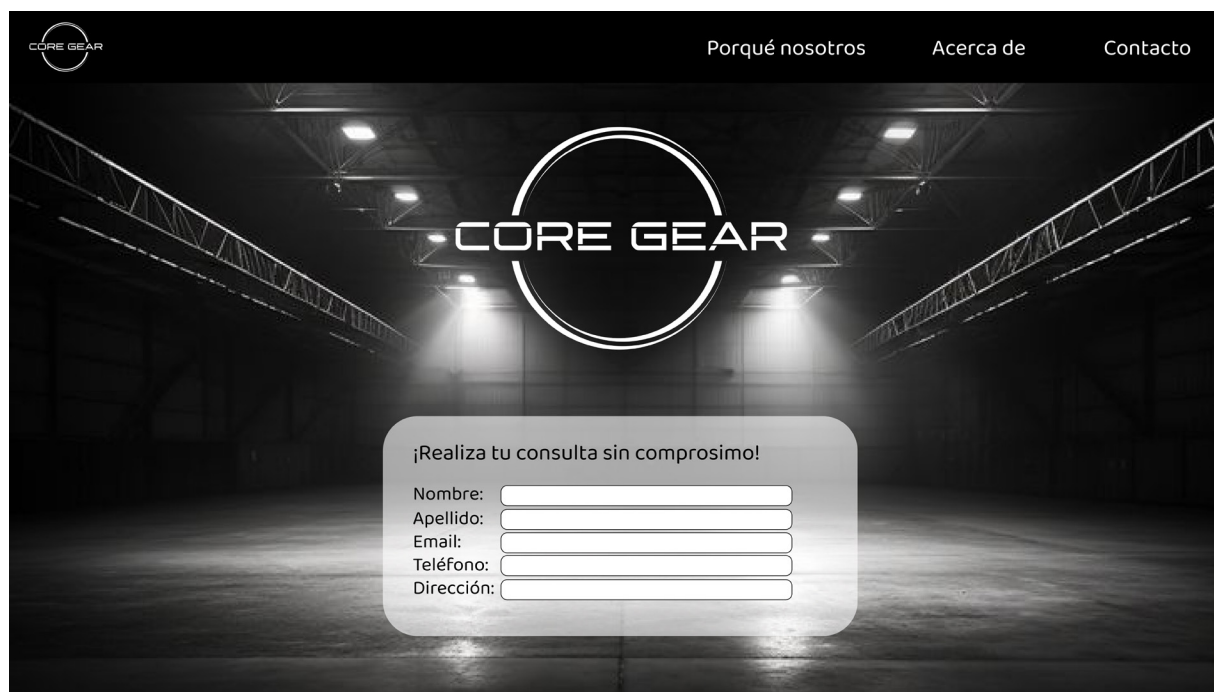
Aplicación de logo positivo sobre fondo fotográfico claro.

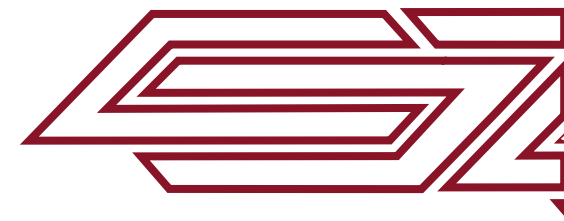




Propuesta WEB

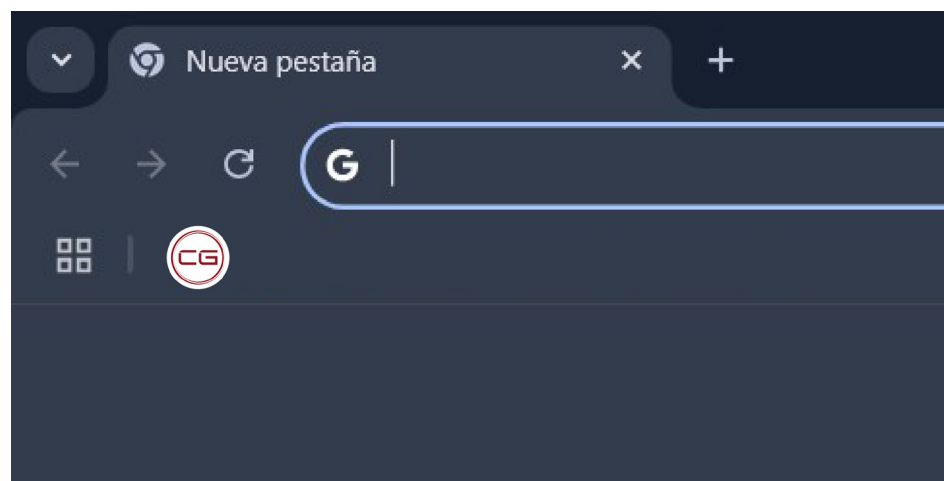
Aplicación de logo positivo sobre fondo fotográfico oscuro.



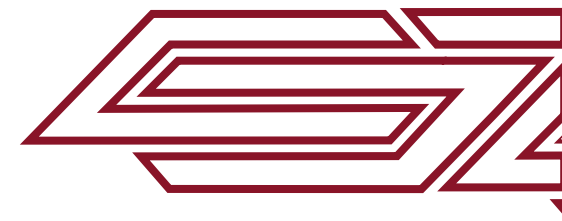


Favicon

Aplicación de favicon sobre la barra de marcadores del buscador web.



GLOSARIO



GLOSARIO

Icono: Signo que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado.

Favicon: Son normalmente logotipos reducidos de una marca.

Tipografía: Conjunto de caracteres que tienen en común una estética.

Variante tipográfica: Son modificaciones que se le aplican a una misma familia tipográfica para adaptar el estilo de letra a diferentes necesidades.

Largo alcance: texto que tiene una gran envergadura, de larga duración o que abarca largas distancias.

Negativo: Imagen reproducida con los claros y oscuros de manera invertida.

Pantone: Es una guía de colores que están identificados con un código con el objetivo de crear un lenguaje cromático universal.

