



MANUAL DE FACHADA



1. LINEAMIENTOS DE IMAGEN DE ESTABLECIMIENTO	3
> Elementos de identidad visual	4
> Iluminación exterior	6
2. USO DE MARCA EN FACHADA	7
> Retícula y reproducción del logo	8
> Tipografías	9
> Tipo de fachada	10
3. GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE MARQUESINA O RÓTULO	11
> Ejemplos de implementación correcta	12
> Bardas o partes complementarias	16
> Ejemplos de implementación incorrecta	17
> Zonas clave: caja, exhibición, espera, etc.	21



LINEAMIENTOS DE IMAGEN DEL ESTABLECIMIENTO



ELEMENTOS DE IDENTIDAD VISUAL

FACHADAS

La intervención arquitectónica y gráfica de esta fachada responde a una implementación sólida de la identidad visual corporativa, asegurando una presencia de marca clara, profesional y reconocible desde la vía pública. Se integran varios elementos clave que mencionamos a continuación:

1. **Colores corporativos.** Los colores principales de la marca: rojo, negro y blanco aplicándose de forma estratégica.
2. **Tipografía y logotipo.** Colocamos el logotipo de PRO ONE Refaccionarias de forma amplia y visible en la parte superior de la fachada, aplicándolo con alto contraste para garantizar su correcta legibilidad a distancia. Respetamos la tipografía corporativa como Bebas Italic para títulos y nombres de áreas en rótulos tales como el nombre del establecimiento ("REFACCIONARIA DON PEPE"), asegurando coherencia y consistencia en cada punto de contacto.
3. **Forma y composición gráfica.** El diseño utiliza bloques de color angulados y diagonales, lo cual refuerza la sensación de movimiento, velocidad y modernidad.
4. **Aplicación en superficies complementarias.** Viniles en cristales muestran promociones o productos clave. Pósters y banners están colocados en zonas visibles.
5. **Iconografía e imagen de producto.** Se utilizan íconos simples y de alto contraste para reforzar mensajes clave. Los productos destacados aparecen en gran formato lo cual vincula la identidad visual con la oferta comercial de forma directa.



Esta fachada representa un claro ejemplo de cómo implementamos nuestra identidad visual de forma consistente, atractiva y funcional en un entorno físico. Cada elemento, color, forma, tipografía y producto, trabaja en conjunto para construir una experiencia de marca sólida, coherente y alineada con el ADN visual de PRO ONE.

ELEMENTOS DE IDENTIDAD VISUAL

MARQUESINA

Diseñamos la marquesina como parte de una estrategia clara de co-branding, integrando visualmente PRO ONE con la identidad de cada punto de venta. A través de esta aplicación, aseguramos una presencia destacada, uniforme y confiable en todos los establecimientos, fortaleciendo el reconocimiento y la consistencia de la marca en cada ubicación.

Utilizaremos el logotipo en formato horizontal siempre que la marquesina sea amplia o alargada, ya que este formato favorece la correcta exposición de la marca y facilita que los clientes identifiquen con claridad dónde encontrar nuestros productos.

El formato vertical se empleará únicamente cuando el espacio disponible tenga una proporción más cuadrada o alta y no permita una aplicación adecuada de la versión horizontal, asegurando en todo momento legibilidad y coherencia visual.

Este lineamiento garantiza una presencia visual consistente y profesional de PRO ONE en cualquier punto de venta.



FORMATO HORIZONTAL



FORMATO VERTICAL

ANUNCIO UNIPOLAR

Desarrollamos este anuncio como una solución de señalética exterior versátil, pensada para aceras o ubicaciones secundarias. La composición establece una jerarquía visual clara al colocar PRO ONE en la parte superior para asegurar su identificación inmediata, mientras que el nombre del negocio local ("Refaccionaria Don Pepe") se integra en la parte inferior. Esta disposición garantiza equilibrio, legibilidad y coherencia dentro del sistema de co-branding definido para la marca.

De esta manera, lo establecemos como un formato alternativo y aprobado dentro del manual de concesionarios, con el fin de garantizar la coherencia visual y una correcta implementación de la marca compartida en distintos contextos.



ILUMINACIÓN EXTERIOR

VOLUMÉTRICO RETRO ILUMINADO

La iluminación exterior del volumétrico de PRO ONE es un elemento estratégico dentro de nuestra implementación de marca porque genera:

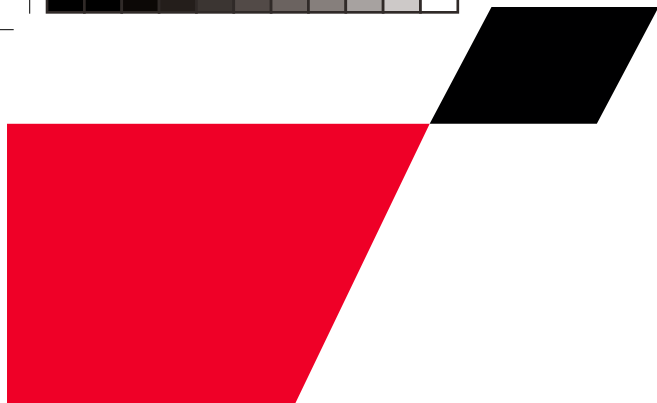
- **Visibilidad Continua:** Garantizamos que el logotipo y la marca sean claramente visibles y legibles tanto de día como de noche, guiando y atrayendo clientes en todo momento.
- **Refuerzo de marca:** Proyectamos una imagen moderna, sofisticada y profesional, realzando el carácter tridimensional del logotipo y fortaleciendo la identidad visual de PRO ONE.
- **Diferenciación:** Destacamos cada concesionaria frente a la competencia, consolidando una presencia memorable y de alto impacto dentro del mercado automotriz.

MARQUESINA RETRO ILUMINADA

La marquesina retroiluminada se implementa con los siguientes objetivos:

- **Máxima visibilidad:** Garantizamos que el letrero sea perfectamente legible y llamativo tanto de día como de noche, gracias a una iluminación uniforme desde el interior.
- **Estética moderna:** Proyectamos una imagen limpia, elegante y profesional, realzando el logotipo y el nombre del negocio dentro de una composición clara y coherente.
- **Refuerzo de marca:** Fortalecemos la percepción de calidad y modernidad, atributos clave para destacar dentro del sector automotriz y consolidar el posicionamiento de PRO ONE.





USO DE MARCA EN FACHADA





RETÍCULA Y REPRODUCCIÓN DE LOGO

MEDIDAS Y PROPORCIONES

Es fundamental respetar en todo momento el área de seguridad del logotipo, indicada en color azul, con el fin de garantizar su correcta legibilidad y visibilidad. Asimismo, se deberá priorizar el uso del logotipo en su versión horizontal, ya que esta configuración permite otorgar mayor presencia y jerarquía visual al nombre del comercio a rotular.

E $\text{I} = \text{■} = x$ $\text{■} 1.5x$





TIPOGRAFÍA DE FACHADA

BEBAS NEUE PRO BOLD ITALICA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890'¿-.,}{+´

BEBAS ITALIC (mayúsculas): se utiliza para títulos debido a su diseño estilizado e inclinado, que proyecta movimiento y dinamismo. Su uso en mayúsculas refuerza el impacto visual, aportando un carácter enérgico, moderno y robusto, ideal para destacar mensajes clave.

COLORES PRO ONE FACHADAS

La combinación de estos colores genera un diseño equilibrado y atractivo que busca captar la atención, transmitir profesionalismo y destacar. El blanco actúa como base neutral y luminosa; el rojo aporta impacto y emoción; el negro añade elegancia y contraste. Juntos, crean una fachada para la concesionaria que resulta visualmente atractiva, profesional y evocadora de la experiencia automotriz.

PANTONE 185 C

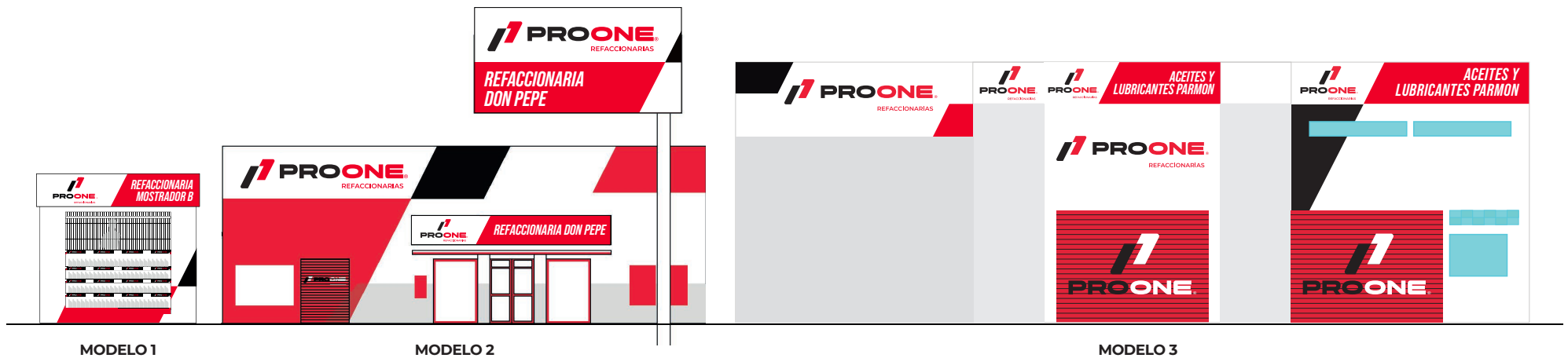
BLANCO	C: 0 M: 99 Y: 82 K: 0	NEGRO
	COMEX L-018	
	SAYER VU-0500	
	BEREL RED SIREN 119	
	DOAL PARTY TIME	

BASE FACHADA

COLORES ELEMENTOS DISEÑO

TIPO DE FACHADA

Cada fachada presenta características particulares, por lo que no establecemos un estándar único de aplicación. No obstante, con el objetivo de ordenar y facilitar la correcta implementación de nuestra imagen institucional, agrupamos las fachadas de los puntos de venta en tres categorías principales. Estas categorías consideran las condiciones físicas más comunes y funcionan como guía para asegurar una aplicación adecuada, coherente y consistente de la marca en cada contexto.



FACHADA MÍNIMA O PEQUEÑA

Esta fachada cuenta únicamente con un espacio frontal reducido, el cual funciona principalmente como mostrador. El planteamiento de imagen busca alinearse y concentrarse en este espacio limitado.

FACHADA ESTANDAR

La fachada dispone de un espacio frontal suficiente para el desarrollo estándar de la marca, mismo que se utilizará como referencia para la mayoría de las fachadas.

FACHADA EXTENDIDA

La fachada extendida ofrece una mayor superficie para el desarrollo de la imagen de marca. En este tipo de fachadas se incorporan bardas laterales, las cuales se complementan con presencia de marca mediante la aplicación del logotipo.

***GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE
MARQUESINA O RÓTULO***



EJEMPLOS DE IMPLEMENTACIÓN CORRECTA

Es fundamental identificar correctamente la sección donde colocaremos la marquesina, ya que esta define y condiciona la distribución del resto de los elementos en la fachada. A partir de su ubicación establecemos el criterio de organización visual que guiará el desarrollo y la correcta aplicación de toda la imagen de marca en fachada.

1. IDENTIFICAR LA UBICACIÓN:

Determina dónde se encuentra la estructura principal; en su defecto, tomar como referencia el frente con la entrada principal.

2. DEFINICIÓN DEL LOGO A UTILIZAR

La longitud del espacio disponible en la marquesina, así como el nombre del cliente, influirán en la selección del formato del logotipo (horizontal o vertical). No obstante, se deberá priorizar en todo momento la visibilidad y presencia del logotipo por encima del nombre del cliente.

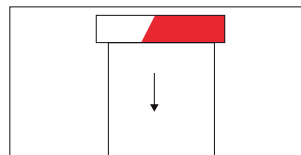
3. DISTRIBUCIÓN DEL NOMBRE DEL CLIENTE

Cuando el nombre del cliente no se ajuste a una sola línea dentro del espacio disponible en la marquesina, deberá distribuirse en dos renglones y, de manera excepcional, en un máximo de tres, asegurando en todo momento la legibilidad.

4. ADAPTACIÓN SEGÚN LA ESTRUCTURA:

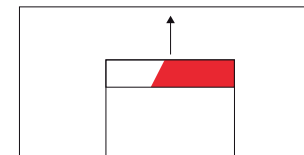
Si la marquesina se encuentra en una estructura en "L" o en "U", deberá replicarse en cada una de sus caras.

Cuando el área disponible sea reducida, se usará fondo blanco y únicamente se colocará el logotipo horizontal o vertical, según el espacio a cubrir.



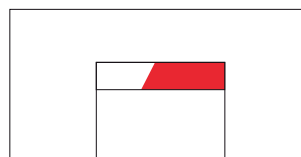
MARQUESINA SUPERIOR

Si la marquesina está en la parte superior de la fachada, toda la identidad gráfica se construye hacia abajo.



MARQUESINA INFERIOR

Si la marquesina está centrada (verticalmente) dentro de la fachada la identidad se construiría hacia arriba.



Ejemplo: Estructura en "U".

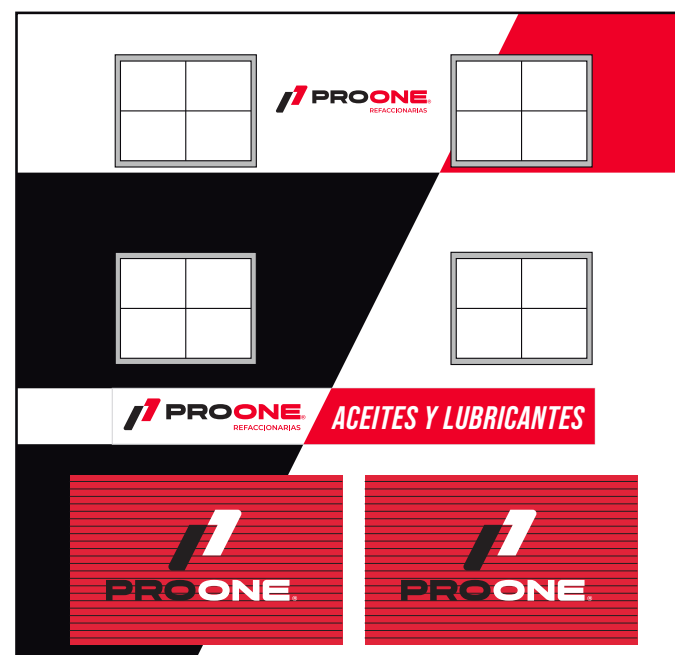


Ejemplo: Estructura en "L".

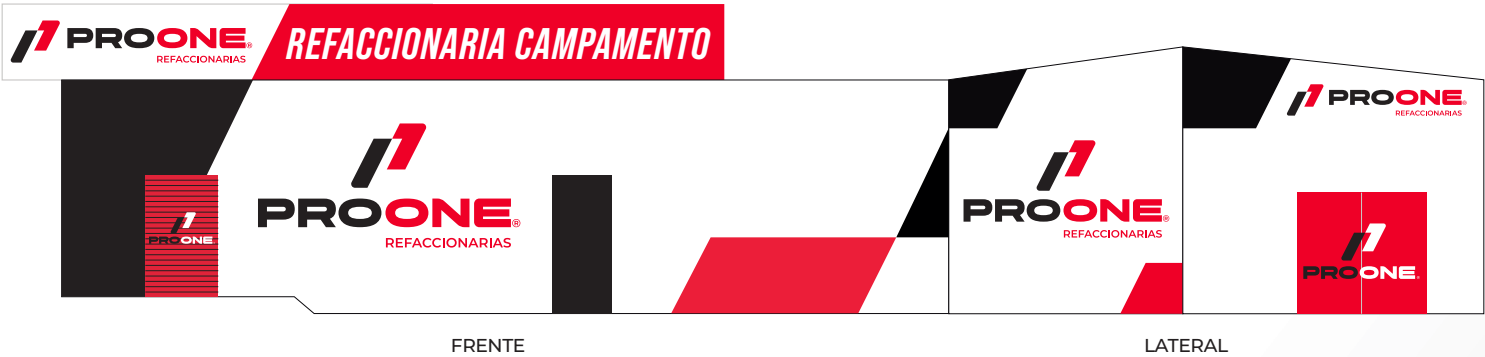
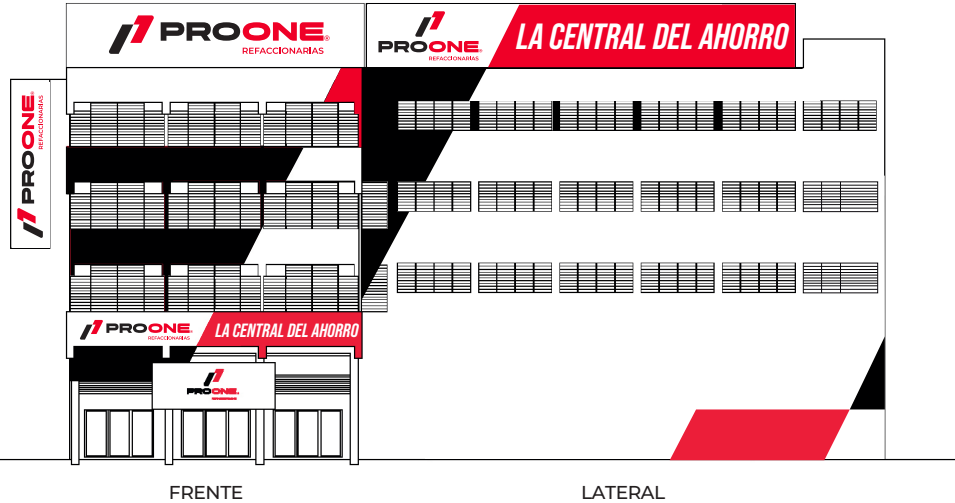


EJEMPLOS DE IMPLEMENTACIÓN CORRECTA

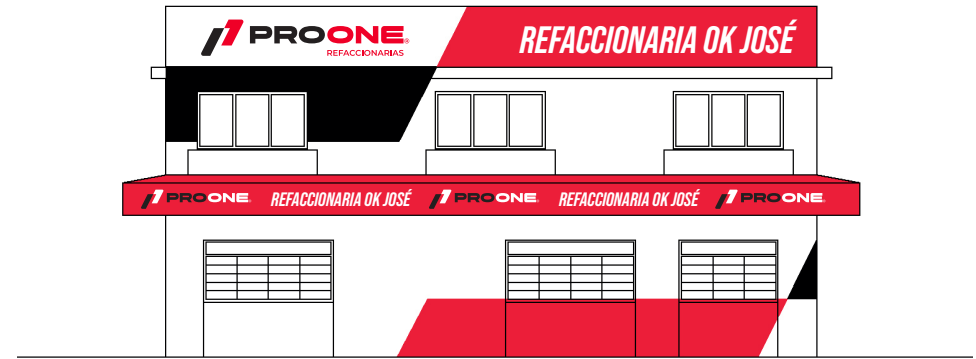
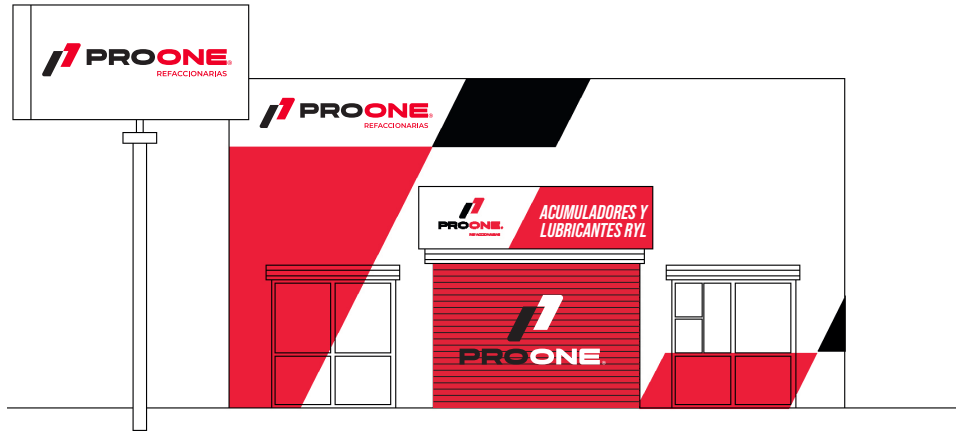
Estas aplicaciones deberán considerarse como la opción primaria para fachadas de dos o tres niveles, dado que responden adecuadamente a las condiciones generales que presentan este tipo de edificaciones. En todos los casos, cada fachada deberá contar con una adaptación específica de la identidad, considerando sus condiciones particulares para asegurar una correcta aplicación de la marca.



EJEMPLOS DE IMPLEMENTACIÓN CORRECTA



EJEMPLOS DE IMPLEMENTACIÓN CORRECTA



BARDAS O PARTES COMPLEMENTARIAS

Resulta indispensable reconocer con precisión las distintas áreas que componen la fachada, ya que de esta evaluación depende una implementación ordenada y coherente de la identidad visual. A continuación, detallamos el procedimiento para delimitar cada zona y asegurar una aplicación estratégica y efectiva de la marca en el conjunto arquitectónico.

1. IDENTIFICACIÓN DE ÁREAS PRINCIPALES

Identificar y diferenciar la sección correspondiente a la fachada principal de las bardas, muros complementarios o cortinas metálicas, considerando las superficies disponibles para la aplicación gráfica.

2. APLICACIÓN DEL LOGOTIPO EN BARDAS O MUROS

Una vez identificadas las bardas o muros, se deberá definir el área útil disponible. La aplicación del logotipo se realizará mediante placas que enmarquen la marca, utilizando su versión horizontal o vertical, según el espacio a cubrir y las proporciones del área.

3. APLICACIÓN DEL LOGOTIPO EN CORTINAS METÁLICAS

Una vez identificada la cortina metálica, esta contará con una aplicación de fondo con el logotipo en versión bitono (negro y blanco). El logotipo podrá utilizarse en su versión horizontal o vertical, priorizando siempre la mejor adaptación al espacio y buscando el mayor impacto visual y reconocimiento de marca.

4. APLICACIÓN DEL LOGOTIPO EN TOLDOS

Una vez identificado los toldos, este contará con una aplicación de fondo rojo con el logotipo en versión bitono (negro y blanco).



BARDA



BARDA

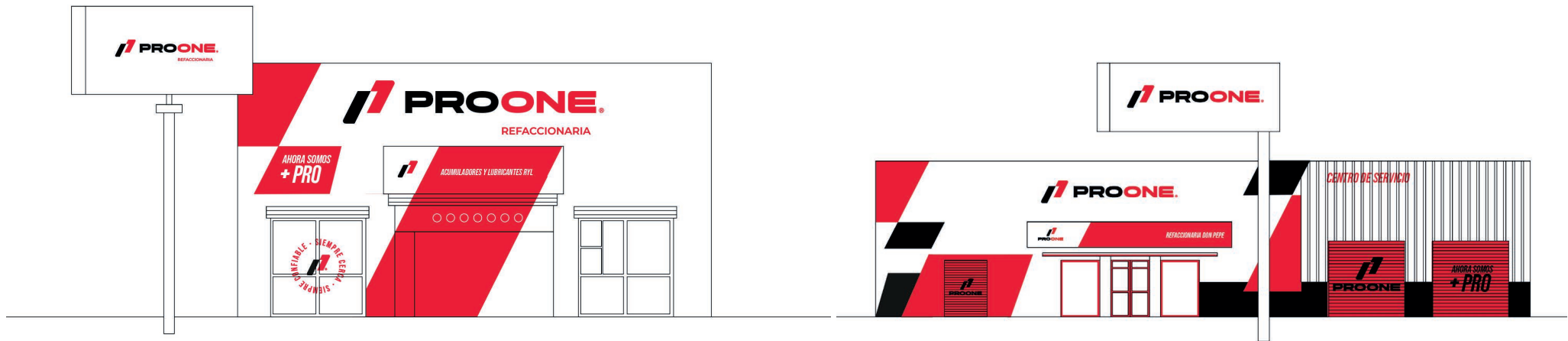


CORTINAS



TOLDOS

✗ EJEMPLOS DE IMPLEMENTACIÓN INCORRECTA



NO modificaremos el logotipo de PRO ONE.
 NO utilizaremos el logotipo de forma independiente.
 NO crearemos versiones no autorizadas del logotipo.
 NO incorporaremos elementos gráficos ajenos a la marca.
 NO utilizaremos formas o recursos visuales fuera del sistema establecido.

NO modificaremos el ángulo de PRO ONE.
 NO utilizaremos el logotipo en negro sobre las persianas ni incorporaremos comunicación adicional en ellas.
 NO realizaremos el cubrepolvos en color negro.
 NO alteraremos el diseño de la marquesina.
 NO incluiremos el descriptivo del logotipo en la cortina.