



Manual de marca y guía de estilos

CONTENIDO DEL MANUAL

1 LA MARCA

1.0	INTRODUCCIÓN	02
1.1	MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	03
1.3	TONO DEL MENSAJE	04
1.4	AUDIENCIA Y MENSAJES	05

2 IDENTIDAD VISUAL

2.0	LOGO	06
2.1	ELEMENTOS	09
2.2	USOS INCORRECTOS	10
2.3	CROMÁTICA	11
2.4	VARIABLES DE COLOR	12
2.5	TIPOGRAFÍA	14

LA MARCA | INTRODUCCIÓN

Este manual conjuga las directrices de aplicación de la identidad visual de Austro, con los lineamientos que guiarán la creación de toda la comunicación. Una herramienta esencial para todos aquellos que trabajen con la marca, se recomienda su consulta continua para garantizar la coherencia y efectividad en cada punto de contacto.

En este documento se define un sistema de formas, colores, conceptos y principios que contribuyen a la transmisión de una imagen consistente y ordenada. El objetivo es proporcionar una base sólida que facilite la creatividad y la innovación, siempre alineada a la identidad visual de la empresa.

LA MARCA | MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

MISIÓN

Ser la empresa líder en soluciones de generación, mantenimiento y almacenamiento de energía en el centro-sur de la República Argentina.

Ser una empresa de servicios que agrega valor diferenciado, aplicando tecnología e innovación continua; contribuyendo a lograr una producción más eficiente y mejorando la calidad de vida de las personas, en un entorno de negocios sustentable y amigable con el medio ambiente.

VISIÓN

“Aportar energía al sistema generando valor diferenciado”.
Contribuir a satisfacer necesidades cotidianas de producción, movilidad y ocio de nuestros clientes, ayudándolos a alcanzar los más altos estándares de productividad, eficiencia y calidad de vida. Lograr máxima satisfacción y fidelización con soluciones que excedan sus expectativas a través de la prestación de servicios y la comercialización de productos equilibrados en calidad, precio y cuidado del medioambiente.

VALORES

- Calidad en productos
- Alto estándar en servicios
- Sólidas relaciones con nuestros clientes.
- Sinergia proveedor-cliente
- Desarrollo del Capital Humano
- Plena Satisfacción al Cliente
- Eficiencia
- Innovación constante
- Compromiso con el medioambiente y proactividad en su protección

LA MARCA | TONO DEL MENSAJE

El tono de mensaje de Austro es profesional, confiable y cercano. Refleja el compromiso de la empresa con la innovación tecnológica, la eficiencia y el cuidado del medioambiente, siempre buscando superar las expectativas de sus clientes. La comunicación es clara, precisa y enfocada en brindar soluciones diferenciadas, destacando la calidad de sus productos y servicios.

Austro se posiciona como un socio estratégico que entiende las necesidades cotidianas de producción y movilidad de sus clientes, transmitiendo una vocación de servicio y una relación sinérgica con proveedores y clientes. Además, su tono destaca la proactividad en el desarrollo humano y la responsabilidad ecológica, proyectando una imagen de liderazgo en el sector energético con una visión amigable con el medioambiente y orientada al futuro.

LA MARCA | AUDIENCIA Y MENSAJES

AUDIENCIA

La audiencia de Austro está compuesta por empresas y profesionales de sectores como el automotriz, transporte, residencial, comercial, rural e industrial, quienes buscan soluciones confiables y eficientes para la generación, mantenimiento y almacenamiento de energía. Estos clientes valoran la tecnología y la innovación, y están interesados en mejorar su productividad, eficiencia operativa y la calidad de vida de quienes usan sus productos y servicios. La audiencia incluye desde gerentes y tomadores de decisiones, hasta técnicos y operadores que valoran la calidad y el compromiso ambiental.

MENSAJE

El mensaje de Austro es que la empresa ofrece soluciones energéticas líderes que combinan innovación tecnológica y eficiencia, brindando a sus clientes productos y servicios que superan las expectativas en términos de calidad y sustentabilidad. Austro se posiciona como un aliado estratégico que entiende las necesidades energéticas cotidianas y de producción, y ofrece una propuesta de valor que mejora la competitividad y garantiza el respeto por el medioambiente.

El mensaje destaca que Austro no solo suministra energía, sino que también contribuye activamente a mejorar la productividad, movilidad y bienestar de sus clientes, mientras fomenta un entorno de negocios sostenible.

IDENTIDAD VISUAL

LOGO

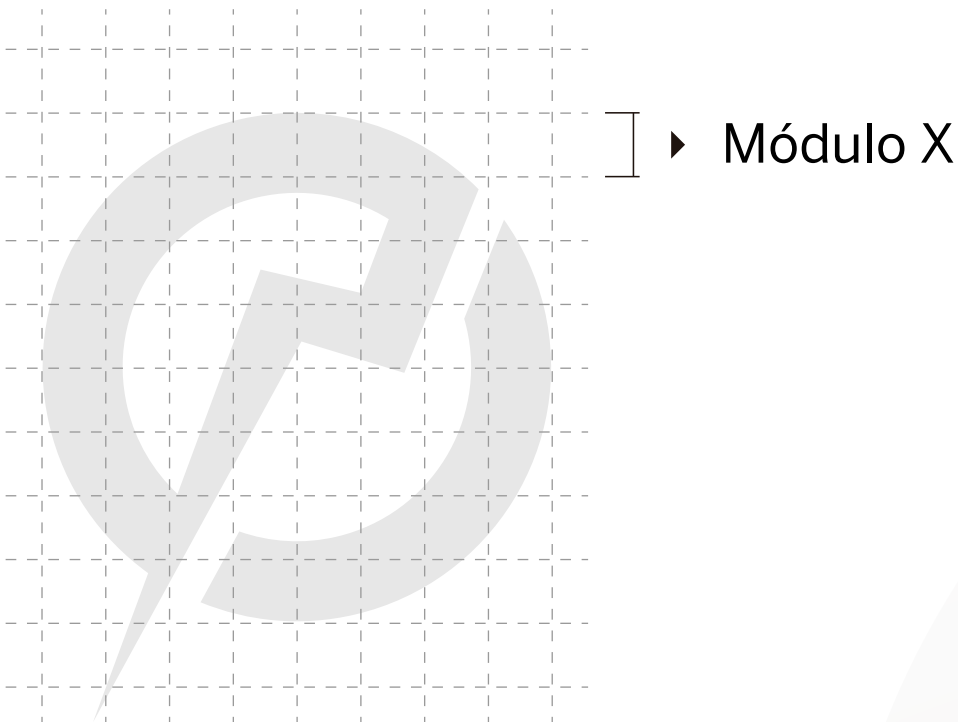
A continuación se muestra cómo deben disponerse y relacionarse los elementos, como símbolos, texto y espaciado. Esto incluye proporciones, alineaciones y márgenes, asegurando que el logotipo se reproduzca consistentemente y mantenga su integridad visual en todas las aplicaciones.

ESTRUCTURA

LOGO COMPLETO



EXPRESIÓN MÍNIMA (ISO)



IDENTIDAD VISUAL

LOGO

Respetar las reducciones mínimas de un logotipo es fundamental para mantener su legibilidad y reconocimiento. Si el logotipo se reduce más allá del tamaño recomendado, puede perder detalles importantes y su impacto visual, dificultando su identificación y afectando la percepción de la marca.

REDUCCIÓN MÍNIMA

LOGO
COMPLETO



85 px
30mm

EXPRESIÓN
MÍNIMA



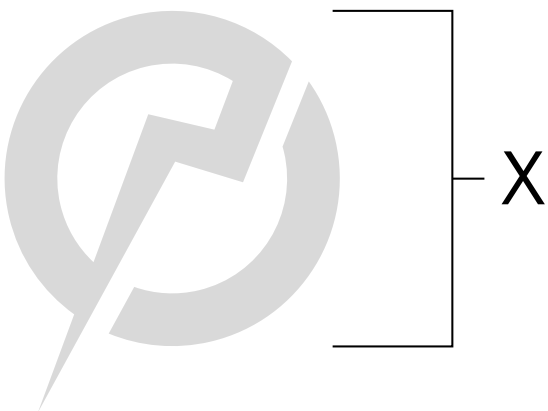
20 px
7mm

IDENTIDAD VISUAL

LOGO

Respetar el área segura de un logotipo es crucial para asegurar que se mantenga claro y distintivo, sin interferencias visuales. Esta área garantiza que el logotipo no se vea comprometido por otros elementos gráficos o textos cercanos, preservando su integridad y efectividad en la comunicación visual de la marca.

AREA DE PROTECCIÓN



IDENTIDAD VISUAL

ELEMENTOS

Los elementos visuales complementarios como fotografías, íconos e ilustraciones son recursos gráficos que se utilizan para reforzar la identidad visual de una marca y facilitar la comunicación de sus mensajes. Estos elementos ayudan a transmitir el tono y la personalidad de la marca, haciéndola más reconocible y coherente en todos los puntos de contacto.

Estos elementos son esenciales para que la comunicación institucional sea clara, atractiva y alineada con la estrategia visual de la marca.

ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS

Degradé en el ISO



Ilustraciones



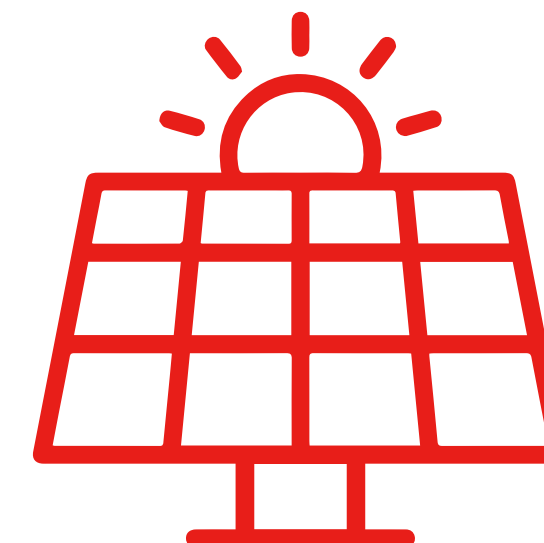
Fotografías de productos recortadas



Fotografías con contenedores



Iconografía



IDENTIDAD VISUAL

USOS INCORRECTOS

Es crucial seguir las normas establecidas para el uso de la marca. Cualquier modificación en la forma, el color del símbolo o las características de la tipografía está estrictamente prohibida, ya que afecta directamente los principios fundamentales de la marca y compromete la coherencia necesaria entre todos los elementos del sistema de marca. Los ejemplos proporcionados ilustran los usos no permitidos de la marca para evitar estos errores.

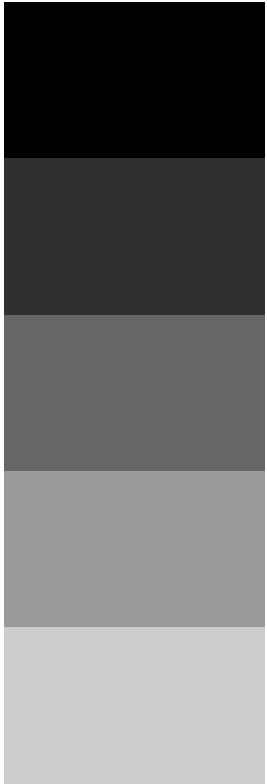
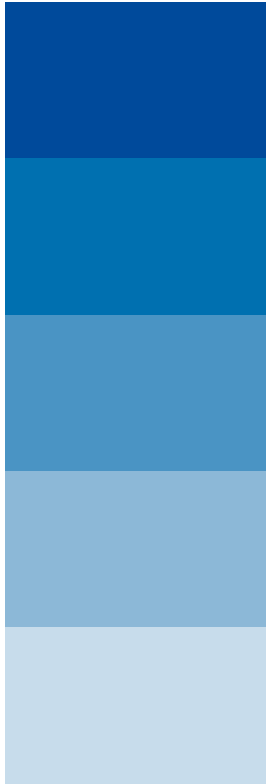
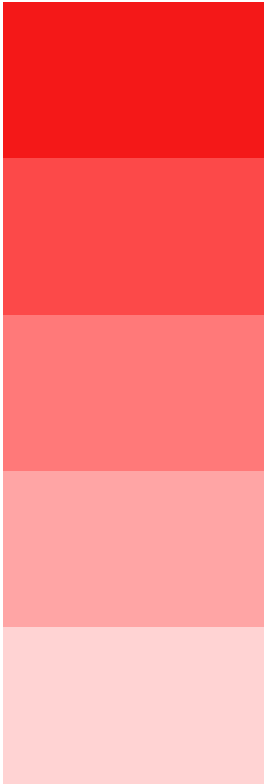


IDENTIDAD VISUAL

CROMÁTICA

Establecer una paleta cromática para la marca es esencial porque asegura una identidad visual coherente y reconocible. Los colores seleccionados refuerzan la personalidad de la marca, ayudan a diferenciarla de la competencia y generan una conexión emocional con el público. Además, una paleta cromática consistente garantiza que todos los materiales de comunicación mantengan una apariencia uniforme y profesional.

CROMÁTICA PRINCIPAL

CMYK: 0 0 0 100 RGB: 0 0 0 HEXA: #000000	CMYK: 100 75 0 0 RGB: 50 80 160 HEXA: #304FA1 ORACAL: 098	CMYK: 0 100 90 0 RGB: 210 30 30 HEXA: #D21E1E ORACAL: 031
		

IDENTIDAD VISUAL

VARIABLES DE COLOR

Entender estas variables, aseguran un correcto contraste entre figura y fondo, garantizando una correcta legibilidad y visualización de la marca.

En este caso se muestran combinaciones de colores institucionales primarios.



IDENTIDAD VISUAL

VARIABLES DE COLOR

Entender estas variables, aseguran un correcto contraste entre figura y fondo, garantizando una correcta legibilidad y visualización de la marca.

En este caso se muestran combinaciones de colores institucionales neutros o acromáticos.



IDENTIDAD VISUAL

TIPOGRAFÍA

La elección tipográfica en el desarrollo de una marca es crucial porque contribuye significativamente a la personalidad y la coherencia visual de la marca. La tipografía adecuada refuerza el mensaje de la marca, asegura legibilidad en diferentes formatos y medios, y ayuda a crear una identidad distintiva y memorable.

BENTON SANS - BLACK

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!~·\$%&/()=?¿**

BENTON SANS - REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!~·\$%&/()=?¿

BENTON SANS - BOLD

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!~·\$%&/()=?¿**

BENTON SANS - BOOK

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!~·\$%&/()=?¿

IDENTIDAD VISUAL

TIPOGRAFÍA

La elección tipográfica en el desarrollo de una marca es crucial porque contribuye significativamente a la personalidad y la coherencia visual de la marca. La tipografía adecuada refuerza el mensaje de la marca, asegura legibilidad en diferentes formatos y medios, y ayuda a crear una identidad distintiva y memorable.

BEBAS NEUE - BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!~·\$%&/()=?¿

BEBAS NEUE - REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!~·\$%&/()=?¿

BEBAS NEUE - BOOK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!~·\$%&/()=?¿



¡MUCHAS
GRACIAS!