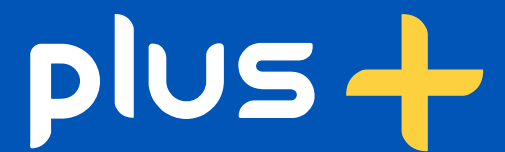


Manual de Identidad Visual

CORPORATIVA



NUESTRA IDENTIDAD

La identidad visual es la representación gráfica que se tiene de una organización o de una empresa. La identidad corporativa no trata sólo del logotipo o imagotipo, la identidad corporativa es la imagen, las sensaciones, las emociones, la filosofía y los valores que la empresa transmite al exterior y por extensión; es la representación de todo ese conjunto de elementos que la gente, clientes o espectadores perciben de ella.

INTRODUCCIÓN

- 01. Nuestra identidad
- 02. Índice de contenido
- 03. Imagotipo
- 04. Proporción de construcción
- 05. Área de protección del imagotipo
- 06. Tamaño mínimo permitido
- 07. Variantes permitidas
- 08. Versión monocromática
- 09. Escala cromática
- 10. Color complementario
- 11. Usos incorrectos
- 12. Tipografía
- 13. Tipografía secundaria
- 14. Uso sobre fondos de color

IMAGEN EDS

- 15. imagen EDS
- 16. Avisos sobre canopy
- 17. Avisos canopy marca compartida
- 18. Avisos sobre columnas
- 20. Avisos sobre columnas marca compartida
- 21. Avisos sobre columnas dimensiones
- 22. Cimentación y medidas
- 24. avisos spaider o bandera
- 25. Avisos entrada y salida
- 26. Aviso fachadas
- 27. La marca en surtidores
- 28. Escaparate lubricantes
- 29. Decoración fachadas

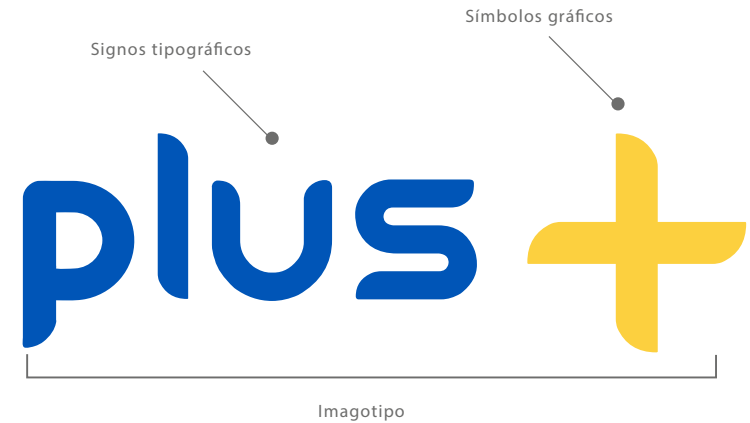
COMUNICACIÓN

- 30. Señalética
- 33. Orden y aseo
- 35. Lockers
- 36. Papelería y membretes
- 37. Carné corporativo
- 38. Plantillas PPT
- 39. Plantillas word
- 40. Diseño web
- 42. Firmas
- 43. Comunicación externa
- 45. Mas que una estrategia
- 48. Merchandising
- 49. Indumentaria
- 53. Extensión de marca

**UNA BUENA MARCA SE CONSTRUYE
CON LA PASIÓN DE LOS QUE
CREEMOS EN ELLA.**

IMAGOTIPO

Es la representación gráfica de la empresa formada por una fuente tipográfica corporativa o logotipo y un isotipo



Esta variante que incluye el descriptor de marca, se utiliza para la comunicación corporativa que hace referencia a papelería comercial y en comunicación web como landin pages, banners de internet, página web y demás.

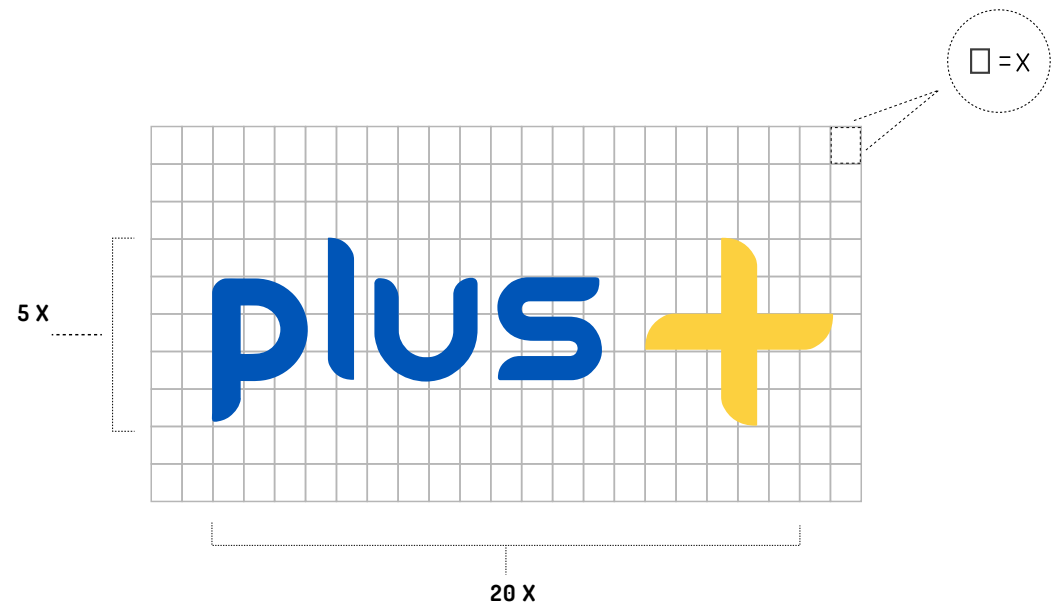
No se utiliza en los avisos publicitarios ni en los avisos de las estaciones.



CONSTRUCCIÓN

Cada uno de los elementos de la identidad gráfica debe respetar su espacio. Por esta razón, facilitamos la construcción del imagotipo sobre una trama modular (o rejilla), a fin de asegurar la fidelidad de las proporciones, trazos de las letras y elementos, cuando sea preciso reproducirlas a gran escala como en: fachadas, murales, luminosos, entre otros.

Las proporciones y características, así como la relación entre sus componentes deberán respetarse de manera estricta. El valor de X es representado por un recuadro de la retícula.



CUAL DEBE SER EL ÁREA DE PROTECCIÓN O RESGUARDO

Área de protección del imagotipo

Cuanto más espacio exista alrededor de nuestro emblema, mayor será su impacto y su preeminencia.

Para asegurar que este espacio no se vea comprometido, aquí mostramos cuál es el espacio blanco mínimo de resguardo que debe respetarse en su aplicación.

De este modo se evitará que nuestro emblema se vea invadido por elementos que le son ajenos.

NOTA: Respetar ese espacio es de gran importancia para preservar el valor de nuestra marca.



La mínima expresión PARA NOTARNOS CON CLARIDAD

Debemos respetar los tamaños mínimos de uso, para garantizar la legibilidad y adecuada utilización de nuestro imago tipo.

NOTA: Para los casos extremos recomendamos usar la versión B&N.



Adaptandonos AL CAMBIO

La marca puede usarse sobre el fondo azul corporativo, pero en esta variable el logotipo debe ser utilizado en color blanco y el imagotipo conserva el color amarillo corporativo.

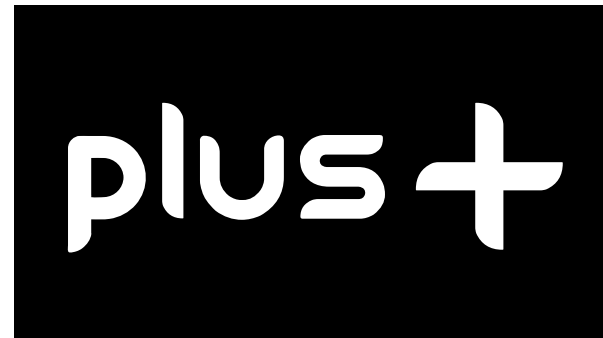
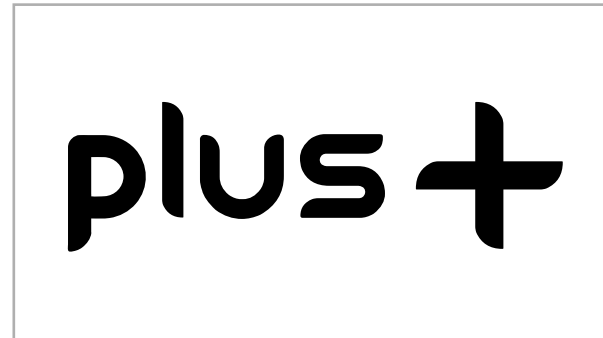
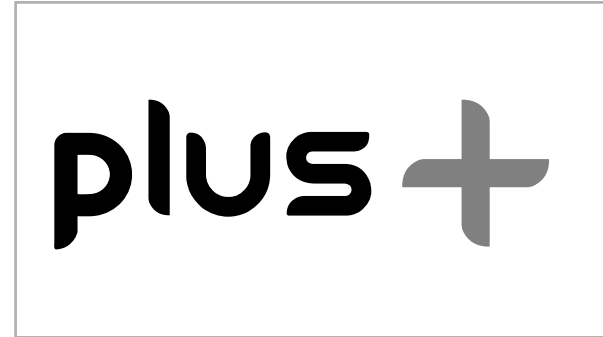
Sólo para el tema de avisos sobre columnas en estaciones se permite la utilización de la marca girandola 90. grados con lectura hacia arriba, ya que el tema de espacios en dichos avisos nos sugiere la optimización del área a utilizar



En blanco Y NEGRO

Estas versiones monocromáticas grises podrán ser utilizadas para impresión limitada a un color (negro) en equipos de oficina, fotocopiado, facturas y para registro de la marca, etc.

También contamos con versiones en alto contraste en blanco y negro, la cuales aplican en todos los casos donde la versión principal se vea en riesgo de legibilidad.



Escala CROMÁTICA

Los colores de la marca PLUS+ son un soporte fundamental de su identidad.

Para conservar los atributos intactos, recomendamos reproducir la marca utilizando los colores del emblema a partir de un documento digital original y dependiendo de su uso guiarse por las escalas cromáticas descritas en esta página.



PANTONE 2935 C

Para impresión litográfica y digital

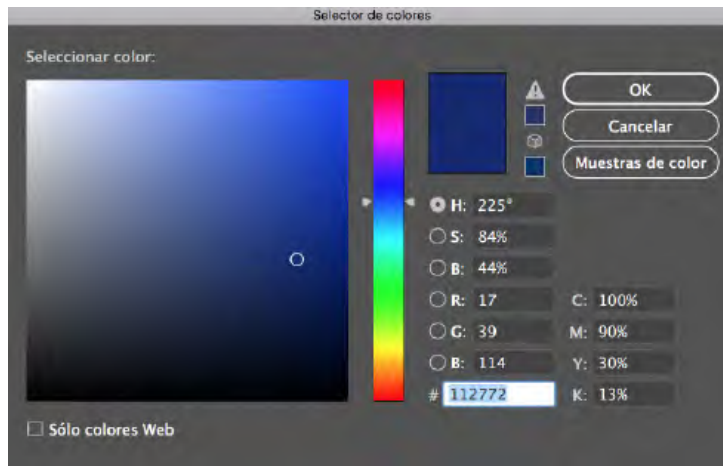
ULTRAMARINE BLUE
REF: Pinturas Bler

R 0 G 85 B 184 C 100 M 62 Y 1 K 0 Web #0055B8

R 255 G 208 B 64 C 0 M 19 Y 80 K 0 Web #FFD040

colores COMPLEMENTARIOS

Quando se requiere la elaboración de piezas de comunicación a veces hay que recurrir a elementos que complementen y agreguen valor a la marca, sin restarle claridad en ningún aspecto, por ende el único color complementario permitido que acompaña a la marca para efectos de comunicación visual es el descrito a continuación:



R 17 G 39 B 114 C 100 M 90 Y 30 K 13 Web #112772

Usos INCORRECTOS

A modo de guía, se presentan algunas aplicaciones incorrectas que deberán evitarse, a fin de proteger la integridad de la marca.



NO variar la ubicación de los elementos gráficos que componen el imagotipo



NO variar arbitrariamente las proporciones de los elementos del imagotipo



NO eliminar o prescindir de ningún elemento gráfico que compone el imagotipo



NO condensar, ni estirar o deformar las proporciones del imagotipo



NO alterar los colores del imagotipo



NO cambiar colores

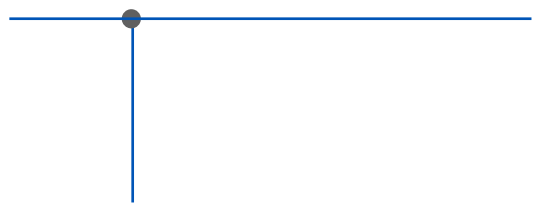
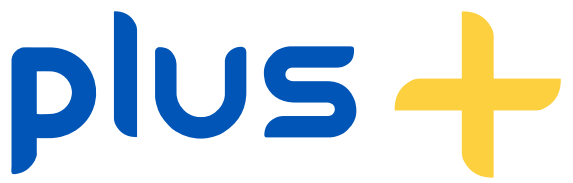


NO adicionar elementos ajenos a nuestro emblema



NO utilizar en forma diagonal

HASTA LA LETRA HABLA DE NOSOTROS



Fifa-Wellcome

A B C D E F G H I J K L M N

Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " . \$ % & / () ¿ ? *

a b c d e f g h i j k l m n

ñ o p q r s t u v w x y z

Tipografía principal

La fuente tipográfica utilizada para la construcción de la marca es la llamada FIFA - WELLCOME a la cual se le hicieron algunos ajustes para aumentar la claridad de la lectura, es una fuente única, moderna y clara lo que permite una fácil y rápida lectura.

HASTA LA LETRA HABLA DE NOSOTROS

Alte Hass Grotesk

ABECDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890 !".\$%&/()¿?*

abcdefghijklmnop

ñopqrstuvwxyzç

Tipografía Secundaria

Para temas de comunicación tanto interna como externa, nos hemos valido de la fuente tipográfica alte Hass Grotesk. es una letra clara y dinámica con opciones de uso en bold y normal. lo que nos permite resaltar textos importantes de los normales.

USOS SOBRE FONDOS DE COLOR O IMAGENES

A continuación presentamos, a modo de guía, algunas aplicaciones correctas e incorrectas que debemos tener en cuenta.

Sobre fondos fotográficos oscuros y con poca textura utilice el logo en negativo y sobre fondos fotográficos MUY claros sin textura utilice la versión original.

Especificaciones:

1. Ideal aplicar sobre fondo blanco.
2. Si tenemos que aplicar nuestra marca sobre fotografías o ilustraciones, debemos garantizar su legibilidad. Evitemos fondos muy cargados.

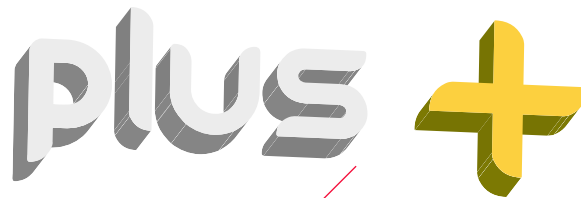
NOTA: Es muy importante que los fondos siempre sean planos y no perturben la legibilidad de nuestra marca. De ser necesario se podrá agregar un out line o línea de borde o una bandera corporativa detras de la marca para permitir la lectura clara.



NUESTRA IMAGEN EDS



AVISO TIPO 1 SOBRE CANOPY



CANTONERA 10 CM

LETRAS EN ACRILICO ORIGINAL 5MM

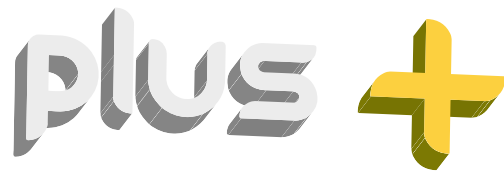
La marca debe ser elaborada en acrílico original color blanco opal cal 5 mm. con cantonera de 10 cm, e iluminación interna tipo led, con respaldo en acrílico bien sellado para garantizar la impermeabilización de la estructura

La marca debe ser colocada en la parte más visible del canopy desde la carretera principal.

Va acompañada de una franja amarilla color corporativo a lo largo y ancho del canopy cuya medida corresponde al 10% de la altura de dicho canopy.

AVISO TIPO 1

MARCA COMPARTIDA



La construcción de la marca compartida debe conservar las mismas características de la marca plus+, material acrílico original encantoneradas de 5 cm aprox.

En medio de las dos marcas debemos colocar una línea de la misma altura de las marcas y de 1 cm de ancho y de color blanco,

En cuanto al tamaño o al grado de importancia, es un tema que debe ser evaluado por las directivas de las compañías involucradas.

AVISO TIPO 2 SOBRE COLUMNAS

El esqueleto o estructura de estos avisos debe ser en tubo cuadrado de 1", cal 22 mm y pintados de color gris metálico preferiblemente Pintulux 3 en 1

La cubierta de dichas estructuras, deberán ser en lamina alocubond color azul corporativo ref.: Ultramarine Blue

para su instalación debe hacerse con perforación y cimientos en cemento de rápido fraguado para anclar la estructura.

todo lo anterior siguiendo la normatividad existente para publicidad exterior (Dec. 959 de 2000)



AVISO TIPO 2 SOBRE COLUMNAS



Para este tipo de avisos optaremos por una iluminación externa con lámparas reflectoras de luz blanca de 50 w. y brazo ecualizable con el propósito de facilitar las labores de mantenimiento y garantizar que los avisos siempre estén iluminados completamente.

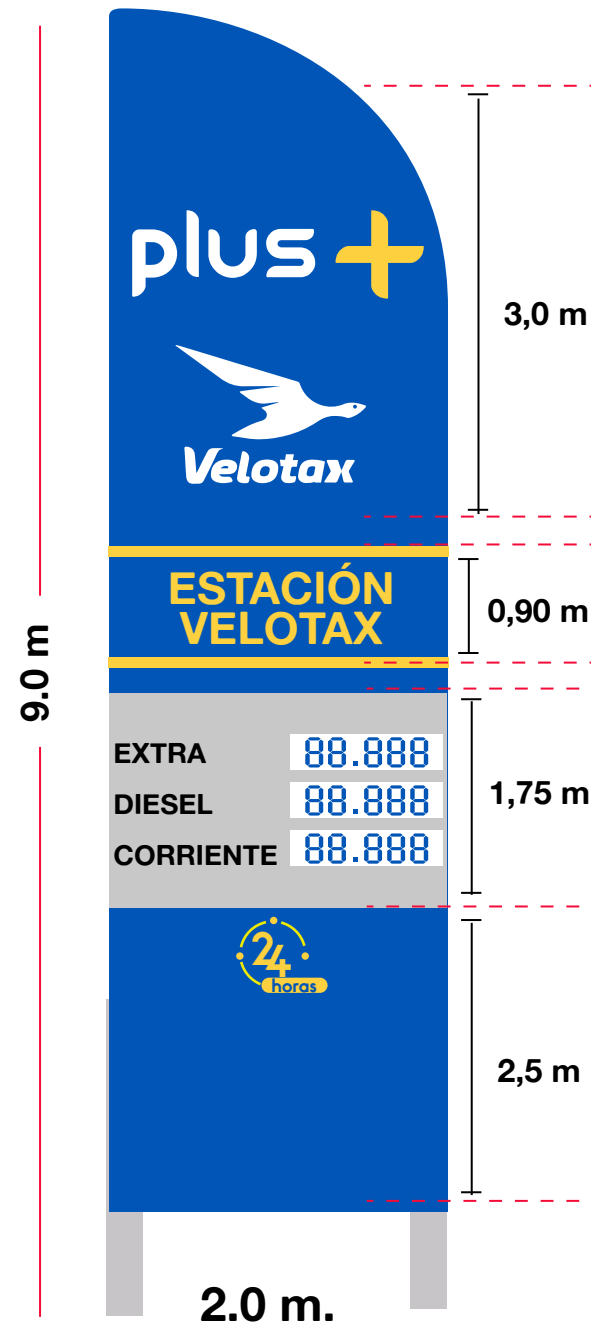


AVISO TIPO 2

MARCA COMPARTIDA

Para estos avisos donde dos marcas deben compartir el mismo espacio, las marcas deberán estar lo suficientemente separadas para propender por la claridad de las mismas. los demás elementos conservan las dimensiones y proporciones de los totem tipo 2 unimarcas.

Los logos y textos para este tipo de avisos deberán realizarse en acrílico original de 3 mm. con cantoneras entre 5 y 10 cm. e iluminados con spot de luz externa, para facilitar el mantenimiento de dichos avisos.

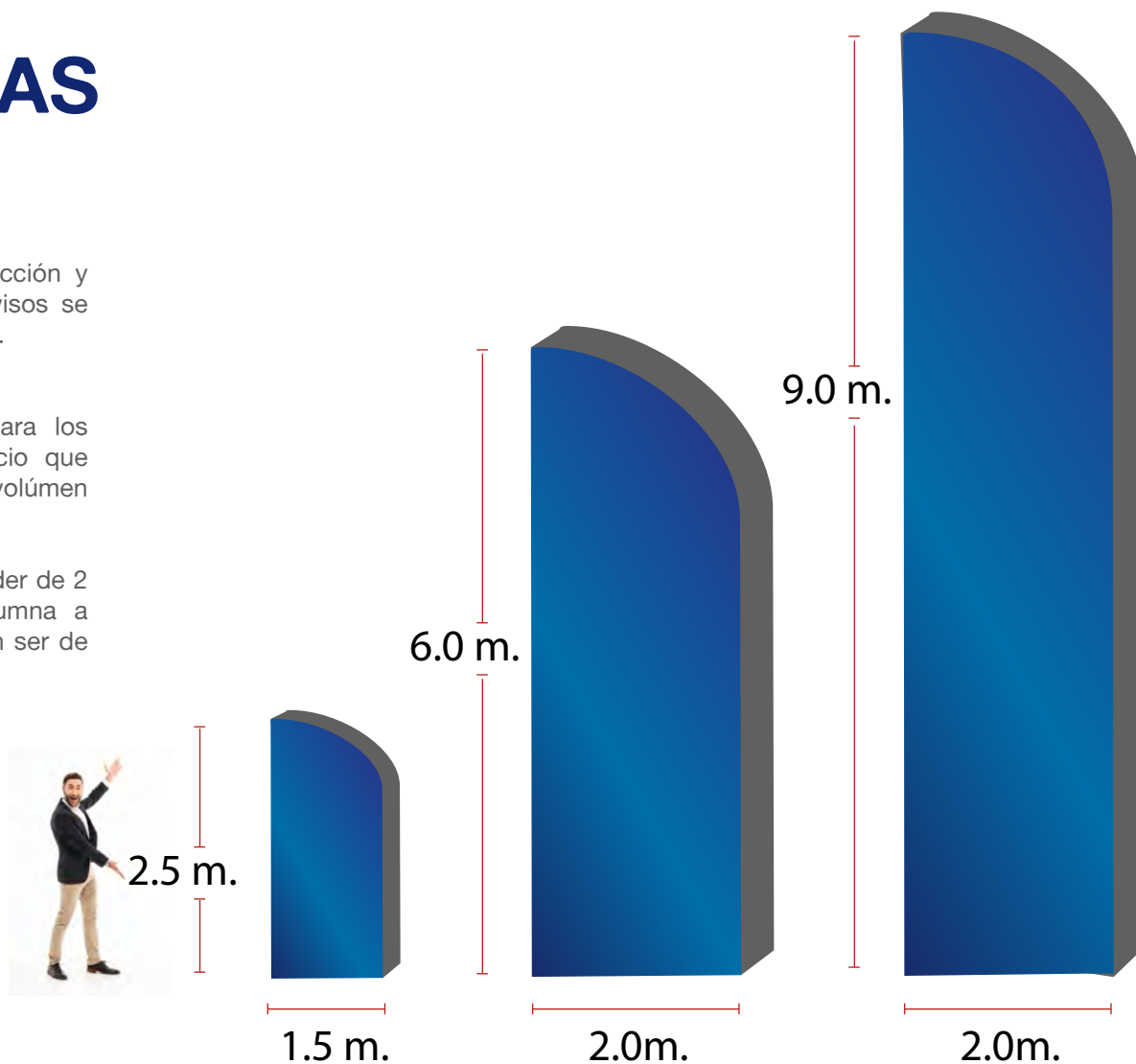


AVISO TIPO 2 SOBRE COLUMNAS

Las indicaciones de construcción y anclaje para este tipo de avisos se ilustran en la siguiente página.

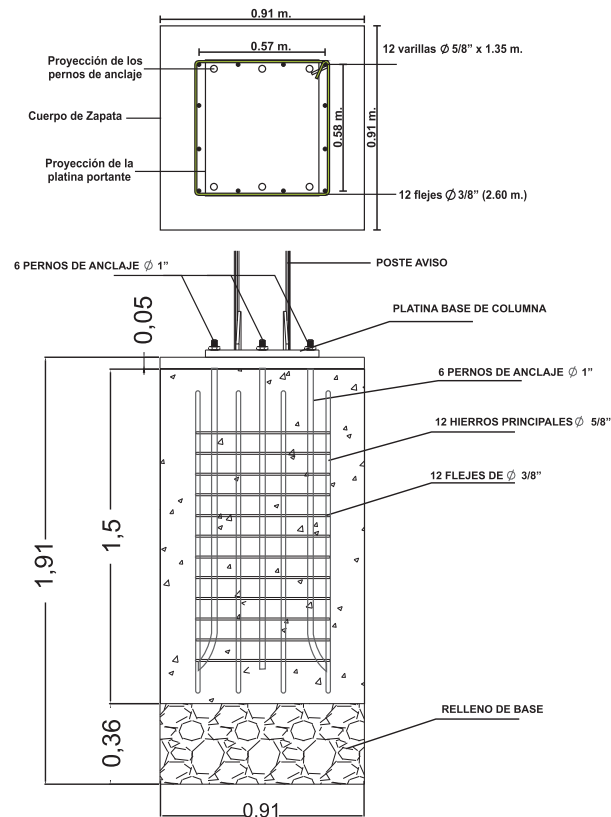
Los tamaños permitidos para los avisos dependerá del espacio que exista en cada estación y del volumen de ventas.

En ningún caso deberá exceder de 2 metros de longitud de columna a columna y las alturas pueden ser de 2,50 m, 6,0 m, 9,0 m.



CIMENTACIÓN Y MEDIDAS

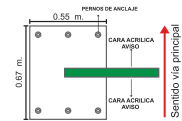
Detalle Zapata Avisos Carretera plus +



Especificaciones

Utilizar concreto a tres (3) días, f_c : 21 Mpa para CIMENTOS.
 Utilizar acero de refuerzo F_y : 420 Mpa.
 Utilizar 6 anclajes en acero 1045 1", longitud 1.4m.; con 15 cm. de rosca ordinaria en un extremo.
 El proveedor de imagen deberá entregar plantillas de ubicación de pernos al dealer y las distancias definitivas entre ejes de zapatas.
 Las cantidades de material deben ceñirse estrictamente al esquema adjunto.
 La ubicación de cada cimentación se especifica en los esquemas siguientes:

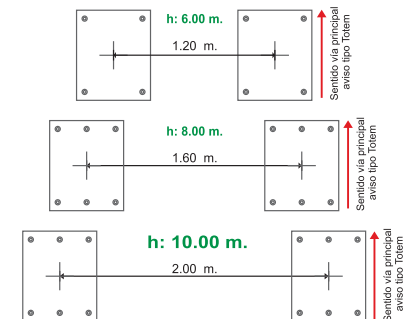
Aviso Tipo Bandera



Aviso Tipo ID



Aviso Tipo Totem



CIMENTACIÓN Y MEDIDAS

ISOMETRIA
ESCALA GRAFICA

ELEVACION PORTICO
ESCALA 1 : 25

VISTA LATERAL

VISTA SUPERIOR

ISOMETRIA

VISTA FRONTAL
DETALLE ANCLAJE AN.01
ESCALA 1 : 7.5

VISTA LATERAL

INSPECCION DE SOLDADURAS

a- PERFILES DESALIBLES:	c- PERFILES NO ACEPTABLES:
b- PERFILES ACEPTABLES:	d- PERFILES ACEPTABLES:

SIMBOLOS ESTANDAR PARA DISEÑO

TIPO	TIPO	TIPO	TIPO	TIPO	TIPO
...

SIMBOLOS SUPLEMENTARIOS DE SOLDADURA

TIPO	TIPO	TIPO	TIPO	TIPO	TIPO
...

PROCEDIMIENTO DE SOLDADURA SEGUN AWS D.1.1. Y AWS D.1.5

ESPAOR DEL MATERIAL DE MENOR ESPESOR	TAMANO MINIMO DE LA SOLDADURA EN FILET	SOLDADURA	ACCESO	REQUERIDO
1/8"	1/8"	1/8"
3/16"	3/16"	3/16"
1/4"	1/4"	1/4"
5/16"	5/16"	5/16"
3/4"	3/4"	3/4"

JARCO S.A.
ESTRUCTURAS METALICAS
BOGOTÁ - COLOMBIA
CALLE 100 N. 100-100
TEL: 311 08870
Email: comercial@jarco.com

CLIENTE:
ING. ALVARO JIMÉNEZ

PROYECTO:
ESTACIÓN DE SERVICIO PUERTA DEL SOL FLORENCIA - CAQUETA

NOTAS GENERALES:
ESPECIFICACIONES:
1. MATERIALES: TODOS LOS MATERIALES DEBEN SER CERTIFICADOS Y EL CONSTRUCTOR DEBE GARANTIZAR LA TRAZABILIDAD DURANTE LA FABRICACIÓN.
2. MATERIALES:
- PERFILES TUBULARES RECTANGULARES: ASTM A600 Q-C
- PERFILES PERFILES: ASTM A872 Q-60
- PLACA BASE: ASTM A-36
- TORNILLOS ESTRUCTURALES: ASTM A-325
- PERNOS DE ANCLAJE: B7
3. SOLDADURA:
- PROCEDIMIENTOS Y SOLDADORES CALIFICADOS DE ACUERDO A AWS D11
- PROCESOS DE SOLDADURA: AWS F5xx
- SOLDADURA CALIDAD FUNDICION
4. LIMPIEZA Y ACABADO:
- 1 MILS ANTIORRUBIO EPÓXICO
- 2 MILS ESMALTE EPÓXICO
5. PROTECCION CONTRA EL FUEGO (según norma BS EN 1993-1-2):
- EN CUMPLIMIENTO DE LO INDICADO EN 2.2.4.3 DEL NORMATIVO LA ESTRUCTURA METALICA DEBE PROVEERSE DE UN REFORZAMIENTO QUE ASURE LA PROTECCION DE MENOS UN HORAS DE RESISTENCIA CONTRA EL FUEGO SEGUN LO INDICADO EN 2.2.4.4 Y 2.2.4.5 EN CUMPLIMIENTO DE LO INDICADO EN 4.4.3 DEL NORMATIVO LA NO DEBEN EMPLEARSE ACABADOS INTERIORES QUE SE EN ESPUESTOS EXPUESTOS A FUEGO PROTECCION INTERIORES DEBEN SUPERAR LAS PROTECCIONES POR LA INTERIOR O EL PAPER BAO LAS MENORES CONDICIONES SEGUN LO INDICADO EN 4.2.2.1 DEL NORMATIVO LOS ELEMENTOS DE CERRAMIENTO DEL PUNTO FLUID DE EVacuACION (PUNOS Y PUERTAS) DEBEN VEGGAR UNA PROTECCION DE MENOS DOS HORAS DE RESISTENCIA CONTRA EL FUEGO SEGUN LO INDICADO EN 2.2.4.4 Y 2.2.4.5 DEL NORMATIVO

REVISION:

NO.	FECHA	MODIFICACION	ELABORADO
1			
2			
3			
4			

DISEÑO:
ANDRÉS JARAMILLO
MT. 25202-41044 CND

OFICIO DE MONTAJE:
COELLO - TOLIMA

CONTIENE:
PLANTA GENERAL
ELEVACION PORTICO
DETALLES ESTRUCTURALES

ESCALA:
INDICADA

FECHA MODIFICACION:
25/01/2026

VERSION:
0 02 de 01

Lorem ipsum

AVISO TIPO SPAIDER O BANDERA



70 m.

0,4 m.

220 cm.

En este tipo de avisos; cuando van instalados sobre las columnas se elaboran en vinilo adhesivo laminado mate sobre poliestireno cal 80, con doblez y perforaciones para instalar sobre las columnas de los canopys a una altura aprox. de 2.20 m.

AVISO TIPO 3

ENTRADA

SALIDA

Este tipo de avisos cuando van sobre asfalto se elaboran con estructura metálica cold roller y cantonera de 20 cm anclados al piso con tornillos de expansión o de anclaje OEM.



Son avisos elaborados sobre lona traslúcida con laminado para que la impresión resista un poco más a la intemperie.

También se pueden elaborar en vinilo adhesivo y corte ploter.

Cuando la estación es de alto volumen en ventas se deberán elaborar en fondo alocubond color institucional, letras y símbolos en acrílico con volumen.



Este tipo de avisos se utiliza cuando el espacio no permite ningun otro tipo de aviso en totem o avisos sobre columnas

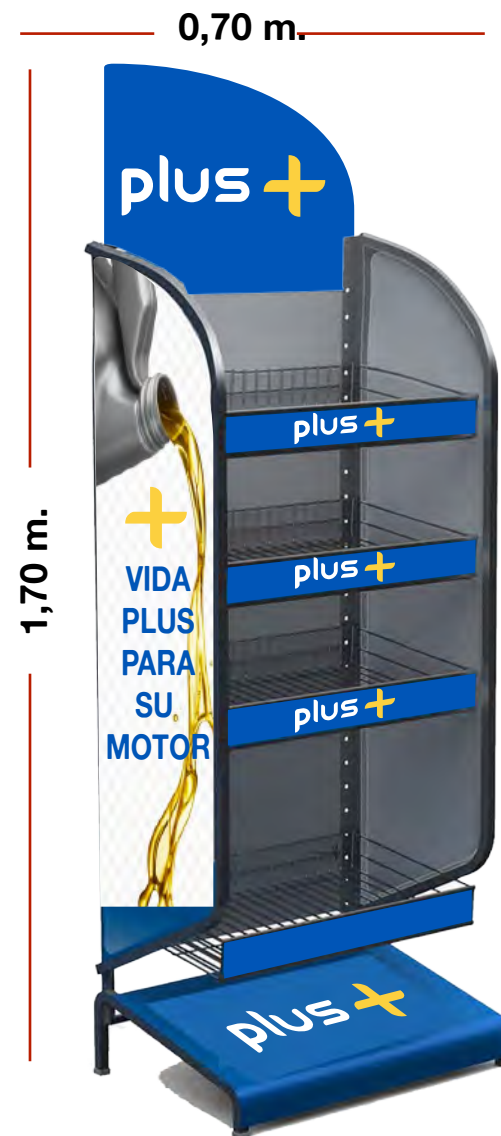
son cajas de luz elaboradas en estructura metálica, lona traslúcida con impresión digital o avisos en acrílico con letras en volúmen encantoneradas, su tamaño depende del espacio disponible en el sitio.

Tambien se puede optar por una iluminación directa con spot de luz o lámparas de 50w. de luz blanca, lo cual nos permite facilidad en el mantenimiento de dichos avisos.

UNA BUENA MARCA SURTE EFECTO



Para el caso de los surtidores, la marca debe ir en la parte superior su elaboración dependerá del tipo de surtidor, es necesario que la marca esté siempre bien iluminada. Estos surtidores pueden decorarse en la parte de abajo con colores corporativos.



Este es el diseño de un escaparate o exhibidor de lubricantes; que se instala al lado de cada uno de los surtidores de las estaciones, su construcción será en cold roller de 3/4" y lamina galvanizada con 3/4" y pintura al horno.

Dependiendo de la estructura o fachada de las oficinas, la decoración debe ser con los colores corporativos dando un 80% de importancia al azul y el 20% de amarillo y podría utilizarse un aviso tipo bandera respetando siempre las instrucciones de uso de marca contenidas en este manual.





BAÑOS



MONTALLANTAS



LUBRICENTRO



SERVITECA

Esta señalización debe ser elaborada en vinilo adhesivo sobre poliestireno cal.60 u 80, las medidas dependen del área disponible.



RESIDUOS ORDINARIOS



RESIDUOS CONTAMINADOS



PRIMEROS AUXILIOS



OFICINAS



GERENTE

Esta señalización debe ser elaborada en vinilo adhesivo sobre poliestireno cal.60 u 80,

las de el área administrativa se pueden elaborar tambien en acrilico y vinilo laminado

SEÑALIZACIÓN REGLAMENTARIA



Este tipo señalización se debe responder a la normatividad Icontec de seguridad industrial y salud en el trabajo, los colores y la iconografía deben ajustarse a los estándares.



En cada surtidor deberá colocarse un aviso de precauciones necesarias para tener en cuenta, ergonómicamente funcional y visible a simple vista.



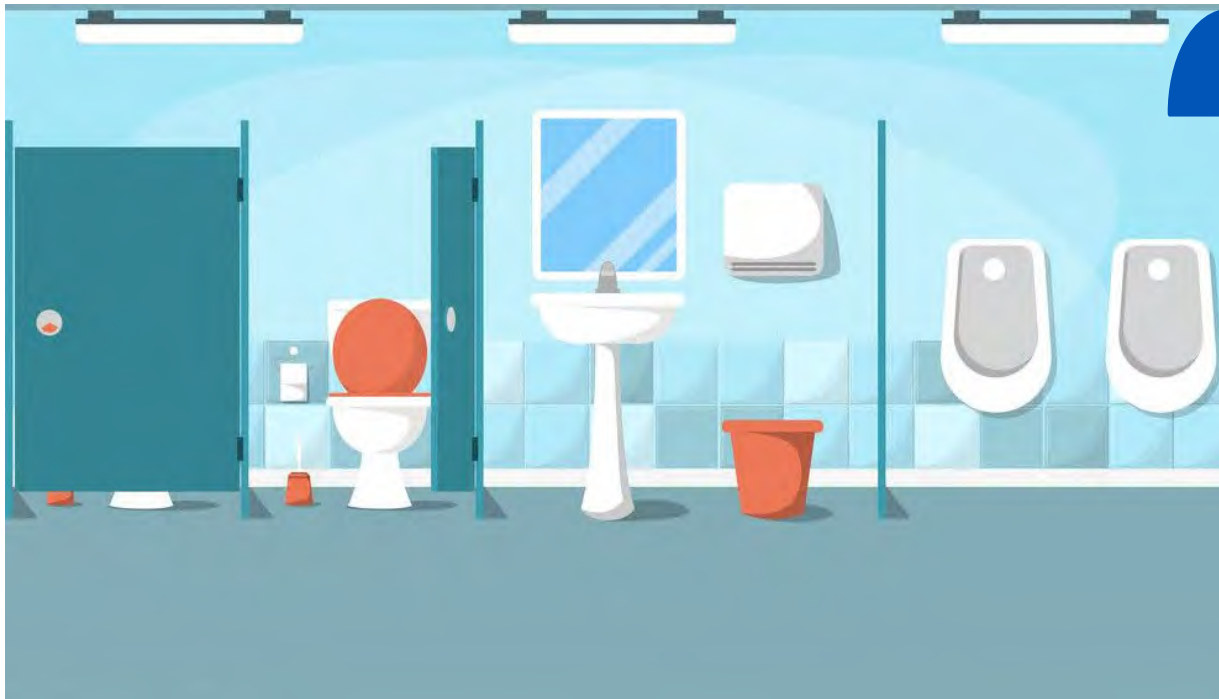
ORDEN Y ASEO



Cada estación y cada baño deberá contar con los implementos de aseo necesarios para mantener limpio y aseada cada estación de servicio, también deberá instalar el material de señalización correspondiente.

En cada isla deberá existir un Punto Ecológico para disponer de las basuras. Deberán estar correctamente marcadas para un óptimo proceso de reciclaje.





Lista de implementos de aseo

- Escoba
- Trapero
- Balde
- Recojedor
- Guantes
- Tapabocas
- Jabón en polvo
- Desengrasante
- Ambientador
- Cepillo para inodoro
- Bolsas para basura
- Trapos de paño absorbente
- Limpiavidrios
- Triangulos de señalización



Los baños de las estaciones y oficinas deberán asearse dos veces al día y hacer un continuo control de limpieza, es de buen gusto mantener a disposición un ambientador para cada baño.



En las estaciones o espacios donde deba colocarse lockers; estos deben respetar algunas normas de fabricación y producción como:

Laminas metálicas Cold Rolled cal 22.

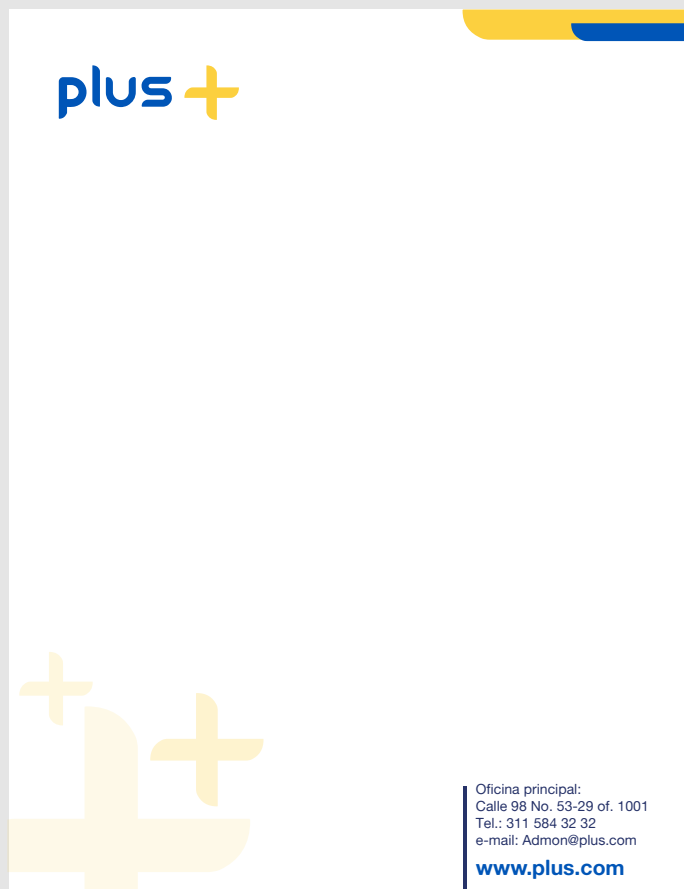
Pintura electrostática color azul.

Candados individuales con llave.

Un pedestal para evitar que la humedad los afecte.

Rotulados en la parte superior izquierda con números en vinilo adhesivo

PAPELERÍA COMERCIAL





Personal administrativo y de oficinas

NUESTRO DISTINTIVO

Nuestro carné corporativo puede ser en sentido vertical u horizontal en el cual debe respetarse los colores institucionales y el logo debe ser totalmente legible.

Es de uso obligatorio para todo el personal de la compañía y deberá ser colocado en el cuello con un cordón o cinta debidamente brandeado.



Personal de planta e isleros

PLANTILLAS PPT

plus +

TITULARES

Para las presentaciones de Power Poin se pueden hacer con un fondo corporativo a no mas de 10% de intensidad, la fuente tipográfica que se debe usar es la Halte Hass Grotesk a un tamaño de 12 puntos y color gris o negro al 70%.



Formato Carta horizontal

Los ante titulos y subtítulos deberán utilizarse en minúsculas o en bajas, también se podrán enmarcar en recuadros de color amarillo o azul corporativos.

Estos son tan sólo ejemplos del diseño para las plantillas de PPT; en los cuales se aplica igual que en cualquier otra pieza de comunicación visual los conceptos gráficos descritos en este manual. respetando los tipos de letra, tamaños y espacios para una lectura clara, optima y una visual limpia.



Ante títulos

Subtítulos

En este tipo de presentaciones la imagen debe tener mas importancia que el cuerpo de texto y utilizar poco texto en bloques justificados a ambos costados.

Las fotografías podran ser utilizadas dentro de un recuadro de diseño corporativo tal como se muestra en estos ejemplos.



plus +

PLANTILLAS WORD

plus +



En este tipo de presentaciones lo ideal es utilizar cuerpos de texto en fuente corporativa a un tamaño de 11 o 12 puntos preferiblemente y párrafos justificados a ambos lados y líneas de texto con buen espacio de interlineado 11/2 o 2x .

plus +

En estas plantillas cuando son documentos confidenciales se podrá utilizar el logo como marca de agua a un 10 % de intensidad o trama de los colores corporativos.

plus +

TITULARES

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el siglo XVI, cuando un impresor (anónimo) usó una galera de tipos y los mezcló para crear un libro de muestras tipográficas. Ha sobrevivido no solo cinco siglos, sino también la transición a la composición tipográfica electrónica, manteniéndose prácticamente inalterado. Se popularizó en la década de 1960 con la publicación de las hojas Letraset que contenían pasajes de Lorem Ipsum y, más recientemente, con software de autoedición como Aldus PageMaker, que incluía versiones de Lorem Ipsum.

¿Por qué lo usamos?

Es un hecho bien conocido que el contenido legible de una página distrae al lector al observar su diseño. La ventaja de usar Lorem Ipsum es que tiene una distribución de letras más o menos normal, a diferencia de usar "Contenido aquí, contenido aquí", lo que le da una apariencia de inglés legible. Muchos programas de autoedición y editores

de páginas web ahora usan Lorem Ipsum como texto modelo predeterminado, y una búsqueda de "lorem ipsum" revelará muchos sitios web que aún están en sus inicios. Diversas versiones han evolucionado a lo largo de los años, a veces por accidente, a veces a propósito (añadiendo humor y similares).

¿De donde viene?

Contrariamente a la creencia popular, Lorem Ipsum no es un texto cualquiera. Tiene sus raíces en una pieza de literatura latina clásica del año 45 a. C., lo que le otorga más de 2000 años de antigüedad. Richard McClintock, profesor de latin en el Hampden-Sydney College de Virginia, buscó una de las palabras latinas más desconocidas, consectetur, en un pasaje de Lorem Ipsum y, al revisar las citas de la palabra en la literatura clásica, descubrió su fuente indudable. Lorem Ipsum proviene de las secciones 1.10.32 y 1.10.33 de "De Finibus Bonorum et Malorum" (Los extremos del bien y del mal) de Cicerón, escrito en el año 45 a. C.

INTERFAZ INTERNET



NUESTRAS ESTACIONES

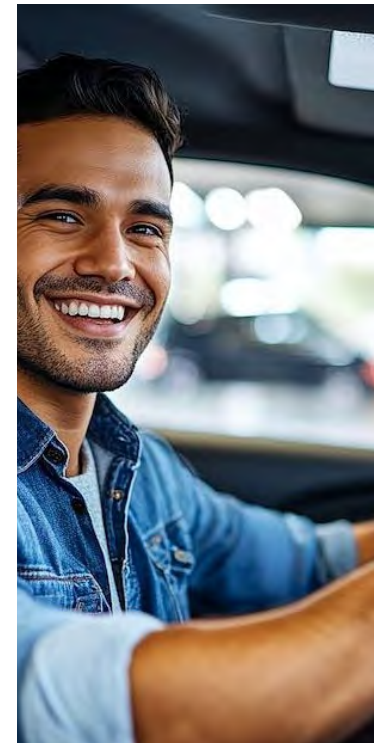


pluscombustibles.com

BANNER HORIZONTAL



En estas piezas de comunicación dependiendo de la campaña que tengamos en el momento podemos optar por un distintivo adicional que enmarca nuestro logotipo siempre y cuando respetemos los parámetros de uso descritos en este manual.



Quando das
el extra
el camino
se despeja



BANNER VERTICAL

NUESTRA FIRMA ES IMPORTANTE

La firma de correo electrónico de PLUS contiene los datos de contacto del remitente (Teléfono fijo, celular y el correo corporativo) adicionalmente se proporciona el enlace directo de la página web y la dirección de la sede a la cual pertenece el colaborador.

Con la firma también se incluyen un breve aviso de confiabilidad sobre el contenido enviado.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum il delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Atentamente:



Ing. Geimy Karina Lizatazo B.
Gerente Financiera y Comercial

☎ 313 283 87 76

Centro Empresarial Cien

📍 Av. Calle 100 No. 19- 61 of. 1010

✉ gklizarazo@pluscombustibles.com

www.pluscombustibles.com

The contents and thoughts included in this e-mail and any attached files are intended for use by the addressee(s) named herein only. It may contain CONFIDENTIAL and/or LEGALLY PRIVILEGED information and may not necessarily reflect the institutional policy of PLUS, on the subject, or involve corporate responsibility for any use of them by the addressee(s). If you receive this message in ERROR or you are not the intended recipient, please immediately notify the sender and DELETE all copies of this message and attachments, since you ARE NOT AUTHORIZED to use, disclose, distribute, print or copy all or part of the contained information.

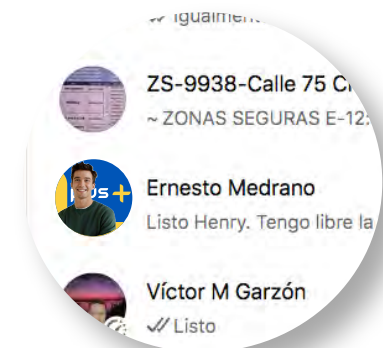


Visual Microsoft TEAMS

Para presentaciones o reuniones virtuales como nos visualizamos debe corresponder a un diseño corporativo con el nombre real, La fuente que siempre se debe utilizar en cualquier tipo de correo electrónico externo o interno es ALTE HASS GROTESK,



Visual WHATSAPP



En las visualizaciones de Teams, Whatsapp y demás plataformas. es aconsejable colocar la foto de la persona con un diseño corporativo al fondo y de ser posible el logo de la compañía

Una campaña debe ser **MEMORABLE**

EL COMBUSTIBLE DE TU VIDA.

En este tipo de comunicación; cuando se realizan campañas publicitarias. la marca puede estar acompañada de una frase de campaña, la cual es temporal pero también puede convertirse en un slogan permanente según el grado de aceptación del target o grupo objetivo.




Siempre lo bueno puede ser **mejor** y lo mejor **excelente.**

NO TE DETENGAS!

plus +

EL COMBUSTIBLE DE TU VIDA.



Quando das
el extra
el camino
se despeja **┐**
NO TE DETENGAS!

plus + EL COMBUSTIBLE
DE TU VIDA.



Mira
siempre
adelante
NO TE DETENGAS!

plus + EL COMBUSTIBLE
DE TU VIDA.

MAS QUE UNA ESTRATEGIA

En el marco de una campaña publicitaria podemos darnos la licencia de impulsar las ventas a través de estrategias como fidelización de nuestros clientes, acumulación de puntos o hacer presencia de marca en temporadas importantes.

EL COMBUSTIBLE
DE TU VIDA.



Un Golazo plus +

En el marco de eventos especiales como el Mundial de futbol, debemos aprovechar y hacer presencia de marca para generar consumo de nuestro producto, es así como podríamos generar una campaña publicitaria incentivando el consumo a través de obsequios como calendarios, balones, camisetas, gorras y otros elementos de merchandising.

**WORLD CUP
USA CANADA MÉXICO
2026**

plus +

Group A	Group B	Group C	Group D
USA	Italy	Brazil	Mexico
Australia	Switzerland	Sweden	Germany
Cameroon	Korea Republic	Senegal	Chile
Scotland	Ecuador	Qatar	Uzbekistan
Group E	Group F	Group G	Group H
Croatia	Argentina	Canada	Belgium
Ukraine	Egypt	New Zealand	Uruguay
Algeria	Spain	Denmark	Mali
Costa Rica	Turkey	IR Irán	Japan
Group I	Group J	Group K	Group L
England	Portugal	France	Netherlands
Colombia	Poland	Morocco	Peru
Iraq	Panama	Jamaica	Ghana
Nigeria	Tunisia	Serbia	Saudi Arabia

**Tanqueando
y ganando con
plus +**

#WORLD CUP

CAMPAÑAS PROMOCIONALES



Son campañas publicitarias mediáticas en las cuales se incentiva el consumo mediante premios y obsequios especiales.

Son de gran impacto y de resultados fácilmente cuantificables. En este tipo de eventos es muy importante la presencia de la marca, su utilización debe ser clara y siguiendo los parámetros establecidos en el presente manual de uso.

Las piezas promocionales se deben colocar en un lugar visible y que no interfieran con los demás elementos de comunicación institucional.



UNA MARCA PARA RECORDAR

Cuando se utilice la marca en elementos de merchandising se puede usar en cualquiera de sus variantes permitidas siempre y cuando se respeten sus proporciones y colores corporativos.



PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OFICINAS



Las gorras de los empleados de oficina deben ser de una gama más alta que las del personal de patios o isleros, pero igualmente la marca debe ser bordada en hilo y no estampada. su uso también debe ser en la parte frontal.

Camisa dos colores y pantalón drill

La indumentaria para el personal administrativo y de oficinas debe ser camisas en poliéster 100 algodón. dos tonos corporativos y la marca bordada en el pecho lado izquierdo.

Pantalón azul oscuro

UNIFORME PERSONAL PLANTA



Cinta reflectiva

BRIGADISTA

plus+

C. LÓPEZ
RH O+

BRIGADISTA

Opción 2

Una segunda opción para el personal de planta es una camisa manga larga con los dos tonos corporativos, debidamente brandeados, la camisa debe llevar cinta reflectiva en espalda con la palabra BRIGADISTA y en la parte de adelante al lado izquierdo el logo de PLUS+ y al lado derecho apellido y el Grupo sanguíneo y con pantalón de jean oscuro.

Opción 1

Para el personal de planta se utiliza camisa de jean clara con pantalón de jean oscuro debidamente brandeados, la camisa debe llevar cinta reflectiva en espalda con la palabra BRIGADISTA y en la parte de adelante al lado izquierdo el logo de PLUS+ y al lado derecho apellido y el Grupo sanguíneo.

Botas industriales con puntera en acero y suela antideslizante y demás características de seguridad y confort.

LA PRIMERA IMPRESIÓN CUENTA



UNIFORME ISLEROS

Camiseta tipo polo, color azul color corporativo fabricada en dril tipo A 100% algodón, con marca en la parte izquierda del pecho

Pantalón azul oscuro corporativo con bota y pretina recta, con dos (2) bolsillos laterales tipo parche cierre con botones, bota sin dobladillo con fileteado, para adaptarlo según estatura de la persona que lo va a utilizar. Cinta reflectiva amarilla a la altura de las rodillas.

Clima cálido VS Clima frío



La diferencia en la indumentaria radica en el tipo de tela a utilizar; para clima frío se recomiendan camisas tipo Polo manga larga de algodón y para clima cálido debe utilizarse un material más liviano y vaporoso tipo seda y manga corta

La marca en ambos casos deberá ser bordada en hilo blanco y amarillo corporativo al pecho al lado izquierdo a la altura del corazón.

LA SEGURIDAD PRESENTE EN TODOS LOS ASPECTOS



La chaqueta podría ser un accesorio indispensable en temporadas de lluvia. en material impermeable y acolchado, cintas reflectivas blancas de 5 cm de grueso, con marca tejida en hilo en la parte frontal al lado izquierdo a la altura del corazón.



Casco de seguridad

Casco de Seguridad con ajuste de intervalos color amarillo.



Botas industriales

Estas botas de seguridad, cuentan con un forro textil y una plantilla de goma para mayor comodidad. Su suela de poliuretano ofrece resistencia a hidrocarburos, y su diseño incluye una puntera de seguridad para proteger tus pies. Con talla 38 a 42, estas botas son ideales para trabajos con riesgo 3*



Botas pantaneras

Bota de seguridad 100% PVC, con forro interior de nylon inyectada en uno y dos colores a una sola pieza, resistente a la abrasión y flexión. Con y sin puntera de acero, antideslizantes y resistentes a descargas eléctricas.

y demás especificaciones de acuerdo a Normascontec de seguridad industrial.


 The logo for Market plus+ features the word "Market" in white lowercase letters on a yellow background, followed by "plus" in blue lowercase letters on a blue background, and a yellow plus sign on a blue background.

Cuando se trata de productos o servicios que se desprenden de la marca, es decir una extensión de marca, podemos darnos la licencia de intervenir la marca ya sea agregando nuevos elementos o variando un poco las características originales de la marca como tal, todo esto debe obedecer a estudios previamente elaborados tanto de mercadeo como de marca.


 The logo for lub plus+ features the word "lub" in yellow lowercase letters and "plus" in blue lowercase letters, both with a white outline, and a yellow plus sign with a white outline. The logo is set against a background of a golden liquid being poured from a bottle into a glass.


GRACIAS

La correcta aplicación y uso de la marca es responsabilidad de todos, gracias por hacer de **plus+** una marca que trasciende en el tiempo.

The logo for 'plus+' features the word 'plus' in a white, lowercase, sans-serif font, followed by a yellow plus sign (+) of the same font style.