

MANUAL DE MARCA

Mantener la coherencia es más sencillo y dinámico cuando tenemos una guía donde apoyarnos.



ODINSA

Empresa de concesiones del

 **GRUPO ARGOS**

La marca es la promesa de valor de la compañía. Una identidad de marca bien definida contribuye a comunicar una razón de ser, una filosofía y determinados objetivos. A través del tiempo, esto crea una imagen fuerte que contribuye a atraer y retener clientes, colaboradores e inversionistas.

La experiencia de marca se comunica a nivel racional y sensorial, a través de todos los puntos de contacto que el público objetivo establece con la compañía. Es importante que todas las expresiones de la marca contribuyan a crear impresiones positivas y memorables.

La marca es un activo muy valioso que desempeña un papel vital. Todo lo que se hace y se comunica debe proyectar una idea clara de quién es y qué representa la compañía. Una marca clara y consistente contribuye a impulsar el crecimiento de la compañía.

Este manual de marca describe los estándares de uso y aplicación de la marca Odinsa. Está dirigido a todas aquellas personas responsables del diseño, creación o producción de los materiales de comunicación en la compañía.

Todas las aplicaciones de la marca Odinsa deben respetar los lineamientos que se describen en este manual.

Las consultas sobre el uso y la reproducción de la marca deberán ser dirigidas a la Vicepresidencia de Gestión Humana y Administrativa.

CONTENIDO

IDENTIDAD _____	05
Logotipo	
Color	
Tipografía	
Imágenes	
Composición	
Endoso	
APLICACIONES _____	49
Papelería	
Anuncios	
Folleto	
Multimedia	
Exhibición	
Merchandising	
Señalización	
Uniformes	
CONTACTO _____	83

IDENTIDAD

Logotipo

Concepto del logotipo

Nuestro logotipo está representado por un símbolo y una tipografía.

La tipografía hace parte de nuestro sistema de marcas pertenecientes al Grupo Argos, es una tipografía palo seco de trazo fuerte, con terminaciones rectas que armonizan con nuestro símbolo.

Nuestro símbolo es una contraforma que está relacionado con el concepto de vías o caminos que se abren para un mejor futuro.

Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas, contacte a la Gerencia de Mercadeo.



Versión principal

La versión principal del logotipo es en formato vertical, el logotipo usa el PANTONE® Neutral Black C para el símbolo y la tipografía sobre fondo blanco o gris PANTONE® Cool Gray 5C.

Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas, contacte a la Gerencia de Mercadeo.



Versión horizontal

La versión horizontal se usa para los casos en los que en la versión principal (vertical) no se obtiene la legibilidad e impacto que requiere la aplicación.

Esta versión también usa el PANTONE® Neutral Black C, sobre fondo blanco o gris PANTONE® Cool Gray 5C



Empresa de concesiones del  GRUPO ARGOS



Empresa de concesiones del  GRUPO ARGOS

Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas, contacte a la Gerencia de Mercadeo.

Otras versiones

Versión en una tinta

Estas versiones se utilizan cuando no sea posible aplicar las versiones principales.

Se debe implementar en color negro al 100% o blanco.



Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas, contacte a la Gerencia de Mercadeo.

Área de protección

El logotipo debe estar rodeado por un área de espacio vacío, la cual deberá respetarse para garantizar la claridad y legibilidad de la marca. Ningún elemento gráfico, fotográfico, tipográfico o textura debe invadir este espacio.

El área mínima de protección está definida por la unidad de medida “x” que corresponde al ancho de la letra “o” del logotipo de Odinsa. Se debe respetar la medida “x” en cada lado del logotipo e incluso, siempre que sea posible, debe ser mayor.

La fórmula proporcional, basada en la altura de una letra del nombre, asegura que el área de protección se mantenga consistentemente a cualquier escala.



Tamaño mínimo

Todas las versiones del logotipo son formulaciones vectoriales, por lo cual se pueden ampliar indefinidamente.

El gráfico nos muestra los tamaños mínimos en los que se puede usar el logotipo, tanto para aplicaciones digitales como impresas.



Nota

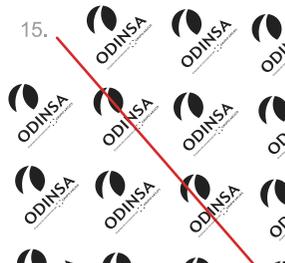
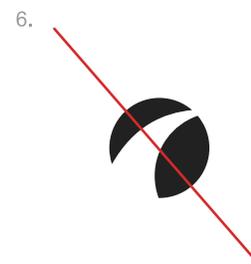
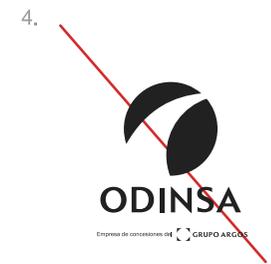
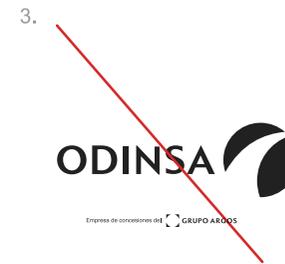
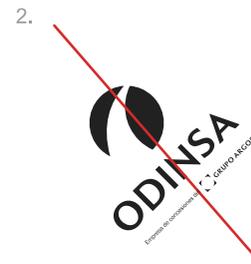
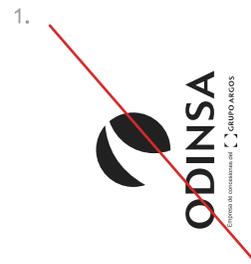
El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas, contacte a la Gerencia de Mercadeo.

Usos incorrectos

A continuación se muestran algunos de los usos incorrectos del logotipo.

No se debe:

1. Implementar verticalmente.
2. Utilizar inclinado.
3. Cambiar la disposición de los elementos.
4. Cambiar la proporción de los elementos.
5. Distorsionar.
6. Usar el símbolo sin la tipografía.
7. Acompañar el símbolo con otra palabra.
8. Usar como parte del cuerpo de un texto.
9. Cambiar la tipografía.
10. Cambiar los colores.
11. Aplicar efectos o tramas.
12. Incluir sombras.
13. Usar en líneas de contorno.
14. Incluir imágenes o elementos gráficos.
15. Utilizar como textura.
16. Aplicar sobre fondos no permitidos.



Materiales permitidos

A continuación se presentan ejemplos de los distintos materiales sobre los cuales se puede aplicar el logotipo y su correcto uso:

1. Sobre vidrio puede aplicarse en blanco, esmerilado o sandblasting.
2. Sobre madera debe ser grabado.
3. Sobre cartón debe ser impreso en una tinta plana.
4. Sobre metal puede ser repujado.



Color

Guías generales

El uso del color es crítico para crear una marca memorable. El color evoca emociones y es rico en simbolismos.

Puede ser usado para relacionar distintos tipos de información y proveer continuidad visual o diferenciación.

El color gris es fundamental en nuestra identidad de marca, es un color neutro, apacible que refleja la personalidad de nuestra marca.

Colores corporativos

Este diagrama muestra los colores corporativos. Cada color está especificado en PANTONE®, CMYK, RGB y Web.

Los colores reproducidos en este diagrama son simulaciones provistas como guía y no son los colores exactos formulados por PANTONE®.

Remítase a la última guía de color PANTONE® para obtener la fórmula original de tintas.

PANTONE® Natural Black C
C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100
R: 35 G: 34 B: 34
WEB #232222

PANTONE® Cool Gray 5 C
C: 0 M: 0 Y: 0 K: 29
R: 200 G: 200 B: 200
WEB #C8C8C8

WHITE
C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 255 G: 255 B: 255
WEB #FF FF FF

Colores

Este diagrama muestra los 15 colores secundarios de la marca. Cada color está especificado en PANTONE®, CMYK, y RGB. Es importante utilizar varios colores de la gama para dar energía y amplitud a nuestras comunicaciones.

Los colores reproducidos en este diagrama son simulaciones provistas como guía y no son los colores exactos formulados por PANTONE®.

Remítase a la última guía de color PANTONE® para obtener la fórmula original de tintas.

PANTONE® 633C

PARA USO DIGITAL

R: 0 G: 113 B: 151

PARA MATERIAL IMPRESO

C: 98 M: 46 Y: 35 K: 0

PANTONE® 656C

PARA USO DIGITAL

R: 222 G: 227 B: 235

PARA MATERIAL IMPRESO

C: 16 M: 11 Y: 7 K: 0

PANTONE® 7575C

PARA USO DIGITAL

R: 133 G: 92 B: 49

PARA MATERIAL IMPRESO

C: 50 M: 68 Y: 88 K: 14

PANTONE® 7508C

PARA USO DIGITAL

R: 226 G: 183 B: 125

PARA MATERIAL IMPRESO

C: 16 M: 33 Y: 57 K: 0

PANTONE® 663C

PARA USO DIGITAL

R: 230 G: 225 B: 229

PARA MATERIAL IMPRESO

C: 12 M: 13 Y: 9 K: 0

PANTONE® Cool Gray 5C

PARA USO DIGITAL

R: 179 G: 177 B: 177

PARA MATERIAL IMPRESO

C: 35 M: 27 Y: 28 K: 0

PANTONE® Cool Gray 11C

PARA USO DIGITAL

R: 85 G: 85 B: 89

PARA MATERIAL IMPRESO

C: 74 M: 68 Y: 59 K: 14

PANTONE® 7622C

PARA USO DIGITAL

R: 151 G: 37 B: 43

PARA MATERIAL IMPRESO

C: 40 M: 97 Y: 87 K: 13

PANTONE® 503C

PARA USO DIGITAL

R: 235 G: 196 B: 198

PARA MATERIAL IMPRESO

C: 9 M: 30 Y: 18 K: 0

PANTONE® 874C

PARA USO DIGITAL

R: 140 G: 110 B: 74

PARA MATERIAL IMPRESO

C: 51 M: 59 Y: 77 K: 7

Uso de colores

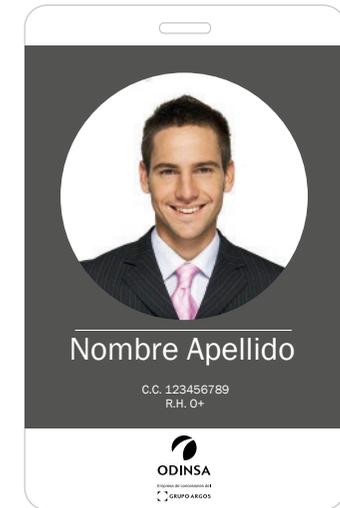
El gráfico nos muestra el uso de los colores en las aplicaciones:

1. Los colores corporativos deben estar presentes en todas las aplicaciones que lleven la marca.
2. Una de las funciones de los colores secundarios es la identificación de nuestras dos unidades de negocio, los azules para aeropuertos y los café para vías.

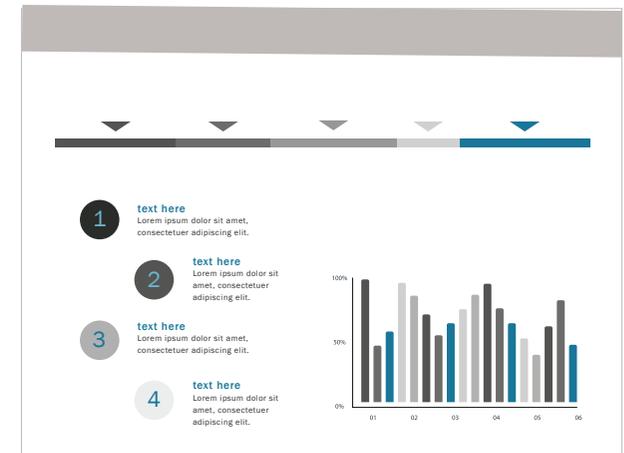
Se usan particularmente en:

- La página web para destacar información
- Presentaciones de Power Point, en gráficos de estadística o tablas
- Revistas para diferenciar los capítulos o secciones
- Boletines para destacar información

1.



2.



Tipografía

Guías generales

La tipografía es un componente esencial de la identidad de la marca. La aplicación rigurosa de nuestra tipografía ayuda a proyectar una identidad consistente a través de todos los materiales de comunicación.

La tipografía seleccionada para representar a nuestra marca es la tipografía Franklin Gothic; esta es contemporánea y proyecta la personalidad de la marca.

FRANKLIN GOTHIC

1 2 3 4 5 6 7 8 9

a ! " \$ % & / () = ?

Tipografía primaria

Nuestra tipografía primaria es Franklin Gothic.

Esta familia tipográfica tiene las siguientes características:

- Es una tipografía Sans Serif que tiene un trazo claro y legible.
- Es muy versátil, tiene distintos pesos y estilos que se pueden combinar para crear jerarquías de información.
- Se utiliza en impresos, formularios, folletos, anuncios, presentaciones de Power Point, entre otras.

Para adquirir la versión oficial de nuestra tipografía, por favor consulte el siguiente sitio web:

Franklin Gothic

<https://www.myfonts.com/fonts/urw/franklin-gothic/>

Franklin Gothic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

WXYZ1234567890!@#\$%^&*()”?”

Franklin Gothic Book

Franklin Gothic Book Italic

Franklin Gothic Medium

Franklin Gothic Medium Italic

Franklin Gothic Demi

Franklin Gothic Demi Italic

Franklin Gothic Semibold

Franklin Gothic Semibold Italic

Tipografía secundaria

Esta tipografía se puede utilizar para escribir en cuerpos de texto de contenido general o información técnica. Se puede utilizar en programas como Word y en materiales interactivos.

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

WXYZ1234567890!@#\$%^&*()”?

Arial Regular

Arial Italic

Arial Bold

Arial Bold Italic

Reglas de uso

Las tipografías elegidas deben ser utilizadas de acuerdo al siguiente diagrama.

Tipografía

Franklin Gothic

Arial

Uso

Se usa principalmente en comunicaciones impresas tales como:

1. Títulos.
2. Subtítulos.
3. Textos destacados.
4. Textos en señalización.
5. Textos informativos de dirección y teléfonos de la papelería corporativa.
6. Cuerpo de textos en folletos y anuncios.
7. Escarapelas.
8. Texto principales en banners o boletines.

Se usa principalmente en:

1. Cuerpos de texto en hojas carta.
2. Textos de comunicados internos.
3. Contenidos de e-mail.
4. Contenidos de mailings.
5. Texto de la página web.

Usos correctos

A continuación presentamos los usos correctos de la tipografía.

1. Justificar los textos cortos a la izquierda o al centro.
2. Aumentar ligeramente el interlineado.
3. Los cuerpos de texto grandes pueden ser justificados de manera forzada.

1.

Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetuer
adipiscing elit

Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetuer
adipiscing elit

2.

Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetuer
adipiscing elit

3.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec rutrum neque a odio. Proin elementum, dolor id dictum gravida, elit nisl luctus tortor, ut luctus erat nisi posuere mi. Vestibulum nisl odio, interdum sit amet, ultricies non, consequat eu, erat. Nunc porttitor. Aenean sit amet sem. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam nonummy. Donec diam. Integer nibh. In ornare sollicitudin libero, elit nisl luctus tortor.

Usos incorrectos

A continuación se presentan ejemplos de los usos incorrectos de la tipografía.

No se debe:

1. Justificar de manera forzada textos cortos.
2. Expandir la tipografía.
3. Condensar la tipografía.
4. Disminuir el interlineado.
5. Aumentar demasiado el interlineado.
6. Disminuir el interletrado.
7. Aumentar el interletrado.
8. Usar más de dos pesos en una frase, título o subtítulo.
9. Usar más de dos tamaños en una frase, título o subtítulo.

1. ¿Cuál es la cantidad correcta de espacio?

2. ¿Cuál es la cantidad correcta de espacio?

3. ¿Cuál es la cantidad correcta de espacio?

4. ¿Cuál es la cantidad correcta de espacio?

5. ¿Cuál es la cantidad correcta de espacio?

6. ¿Cuál es la cantidad correcta de espacio?

7. ¿Cuál es la cantidad correcta de espacio?

8. ¿Cuál es la cantidad **correcta de** espacio?

9. ¿Cuál es la cantidad **correcta** de espacio?

Fotografías

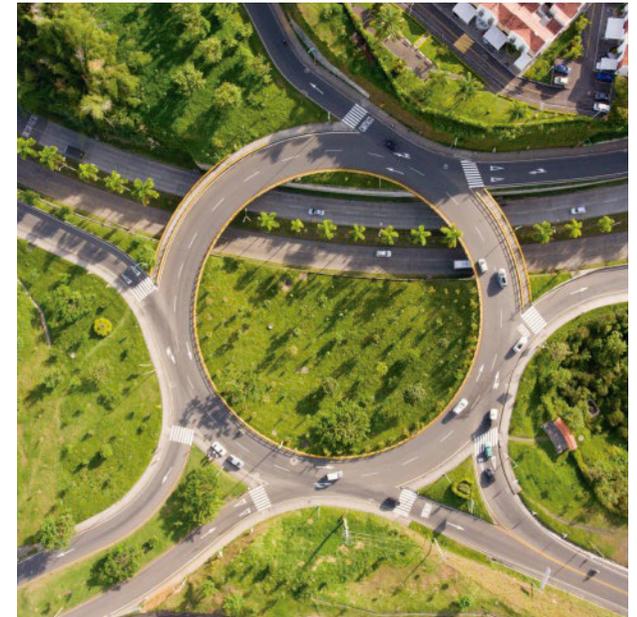
La fotografía es una herramienta muy poderosa que potencia la comunicación del mensaje. Las fotografías que elijamos deben ser auténticas, espontáneas y deben mostrar una imagen positiva.

Los temas de las fotografías que se utilicen pueden ser:

1. Personas
2. Panorámicas
3. Acercamientos
4. Sostenibilidad

Las fotografías pueden ser:

- Realistas o literales: Son imágenes de entornos físicos u objetos tangibles que describan nuestro negocio.
- Simbólicas o metafóricas: Son imágenes abstractas utilizadas para transmitir conceptos o valores de nuestra compañía.



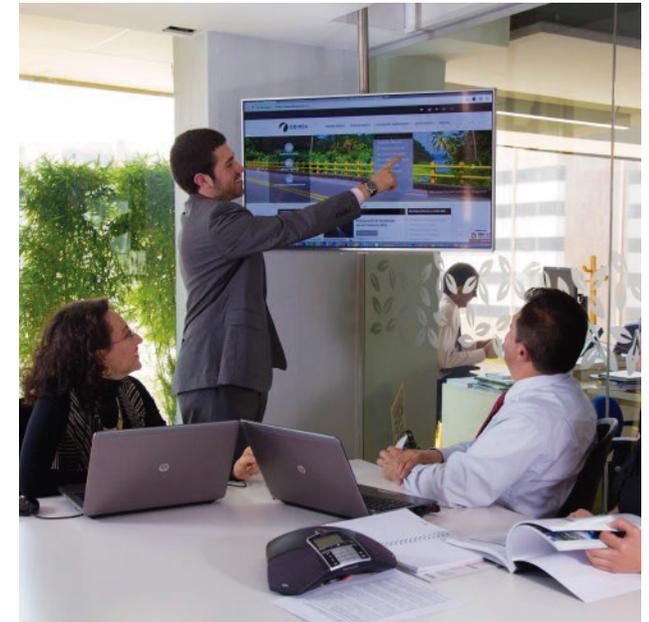
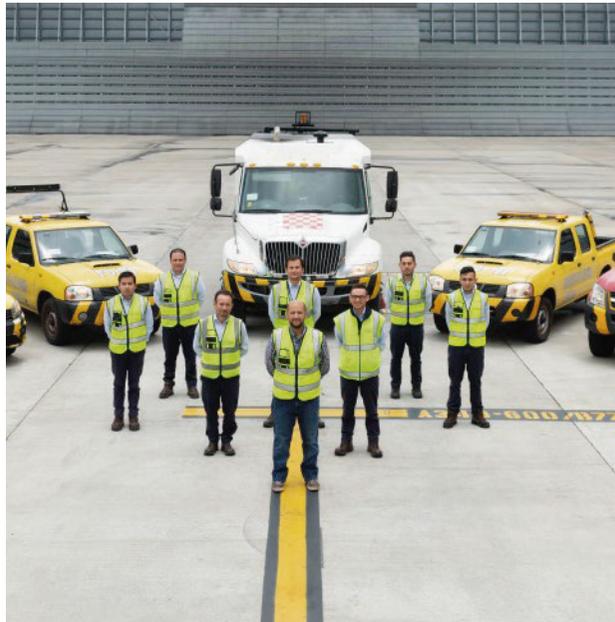
Personas

Las fotografías pueden incluir imágenes de personas beneficiadas por los proyectos desarrollados por la compañía, el bienestar disfrutando de distintos espacios y deben reflejar el valor social, la calidad de vida que puede lograrse con nuestros proyectos.

Las imágenes deben concentrarse en enfocar la personalidad y las acciones de la persona y no su entorno.

Puede variar la edad, origen étnico y social de las personas fotografiadas. Asimismo, es fundamental que estas personas se encuentren alegres, tranquilas y realizando actividades productivas.

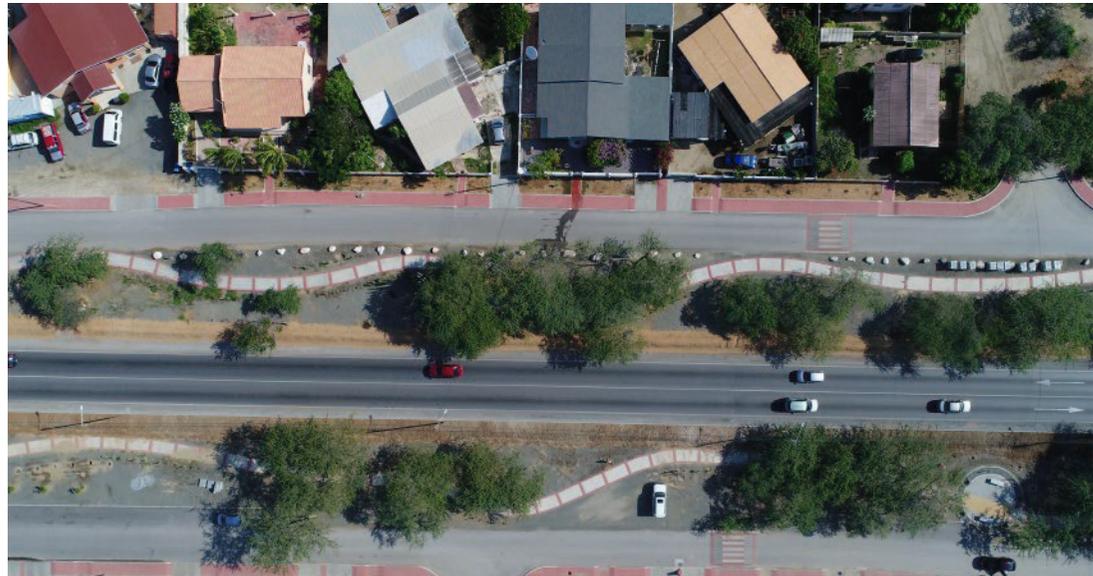
Se deben evitar aquellas imágenes que expresen personas en actitudes desagradables, tristes, melancólicas o peligrosas.



Panorámicas

También se pueden usar imágenes panorámicas de carreteras, pistas de aeropuerto, interiores o exteriores de edificios de proyectos de nuestra compañía.

Se deben evitar todas aquellas imágenes que no sean comprensibles o que se asocien con temas negativos.



Acercamientos

Podemos usar fotografías con acercamientos de personas u objetos.

Se deben evitar todas aquellas imágenes que no sean comprensibles o que se asocien con temas negativos.



Sostenibilidad

Otro tema importante que puede ser incluido en el material fotográfico es la sostenibilidad, podemos incluir ambientes sostenibles que muestren la armonía de nuestros proyectos con la naturaleza, pueden incluir también especies de fauna y flora que nos ayude a recordar que nuestros proyectos tienen en cuenta el cuidado de los recursos naturales.



Usos incorrectos de fotografías

Los siguientes son ejemplos de usos incorrectos de fotografías que no apoyan el espíritu de la marca.

Debemos evitar fotografías con:

1. Obras inconclusas.
2. Personas trabajando sin las medidas de seguridad.
3. Grietas en carreteras o edificaciones en mal estado.
4. Tomas clásicas de personas que no muestren naturalidad.
5. Carreteras sin la debida señalización.
6. Mucho ruido visual.
7. Sombras muy marcadas o excesiva exposición de luz.
8. Imágenes difusas o mal enfocadas.
9. Filtros de colores.

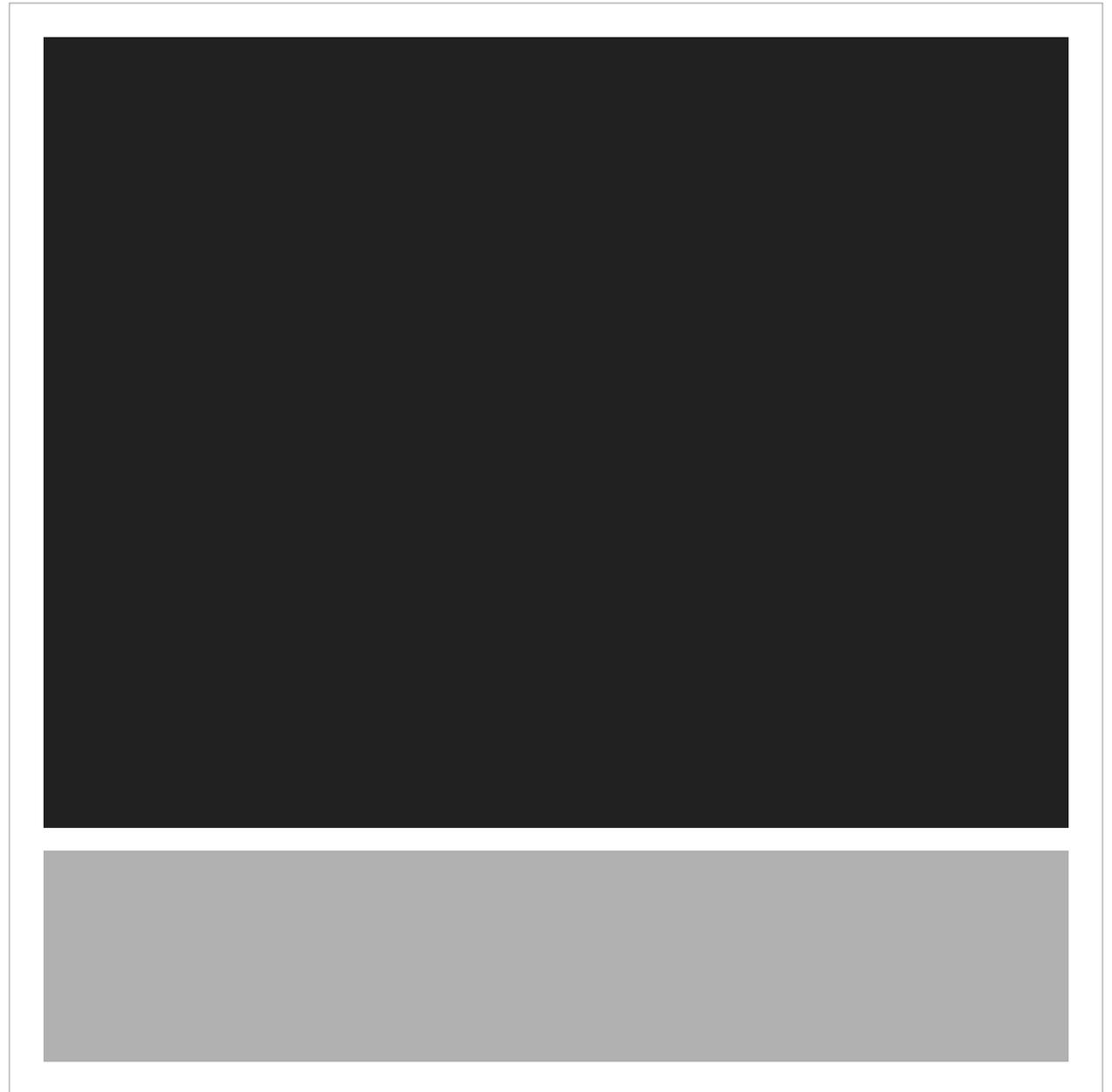


Composición

Guías generales

La composición es uno de los elementos importantes en el vocabulario de marca. Sirve para organizar y jerarquizar todo el contenido en los materiales de comunicación.

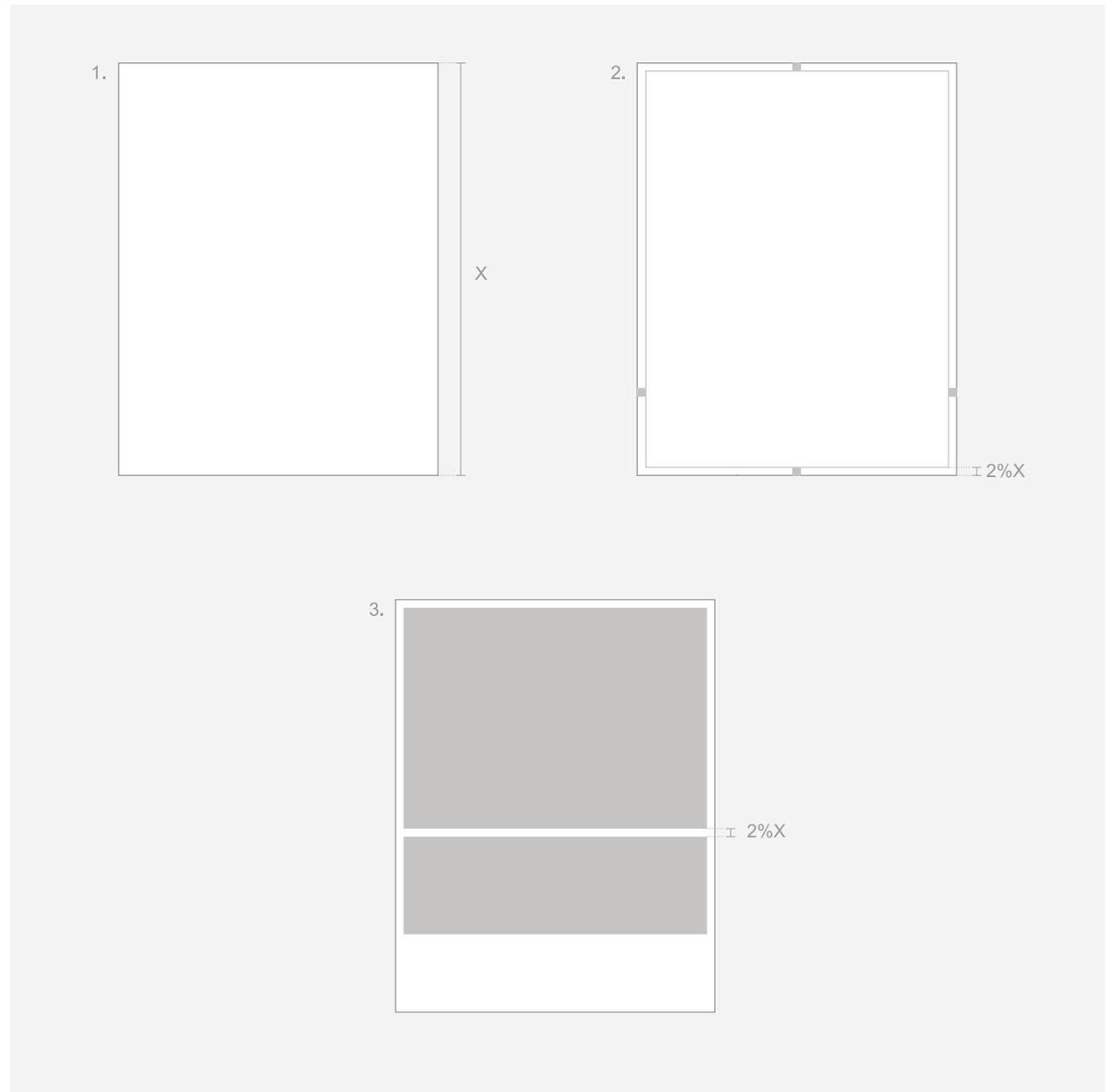
La estructura de composición específicamente diseñada para la marca consiste en dividir el formato de una pieza de comunicación en campos de diversos tamaños, separados entre sí por un espacio blanco, según se requiera para organizar la información. Este sistema incluye un recuadro blanco que va sangrado a la margen y se usa para resaltar la información.



Construcción

Al diagramar un formato es importante considerar los siguientes puntos:

1. Determinar el tamaño del formato, tener en cuenta la medida X que corresponde al lado más largo del formato..
2. El margen se determina sacando el 2% de la medida X.
3. Podemos dividir el área en los espacio que necesite la pieza, la separación entre estos espacios debe ser el mismo del margen.

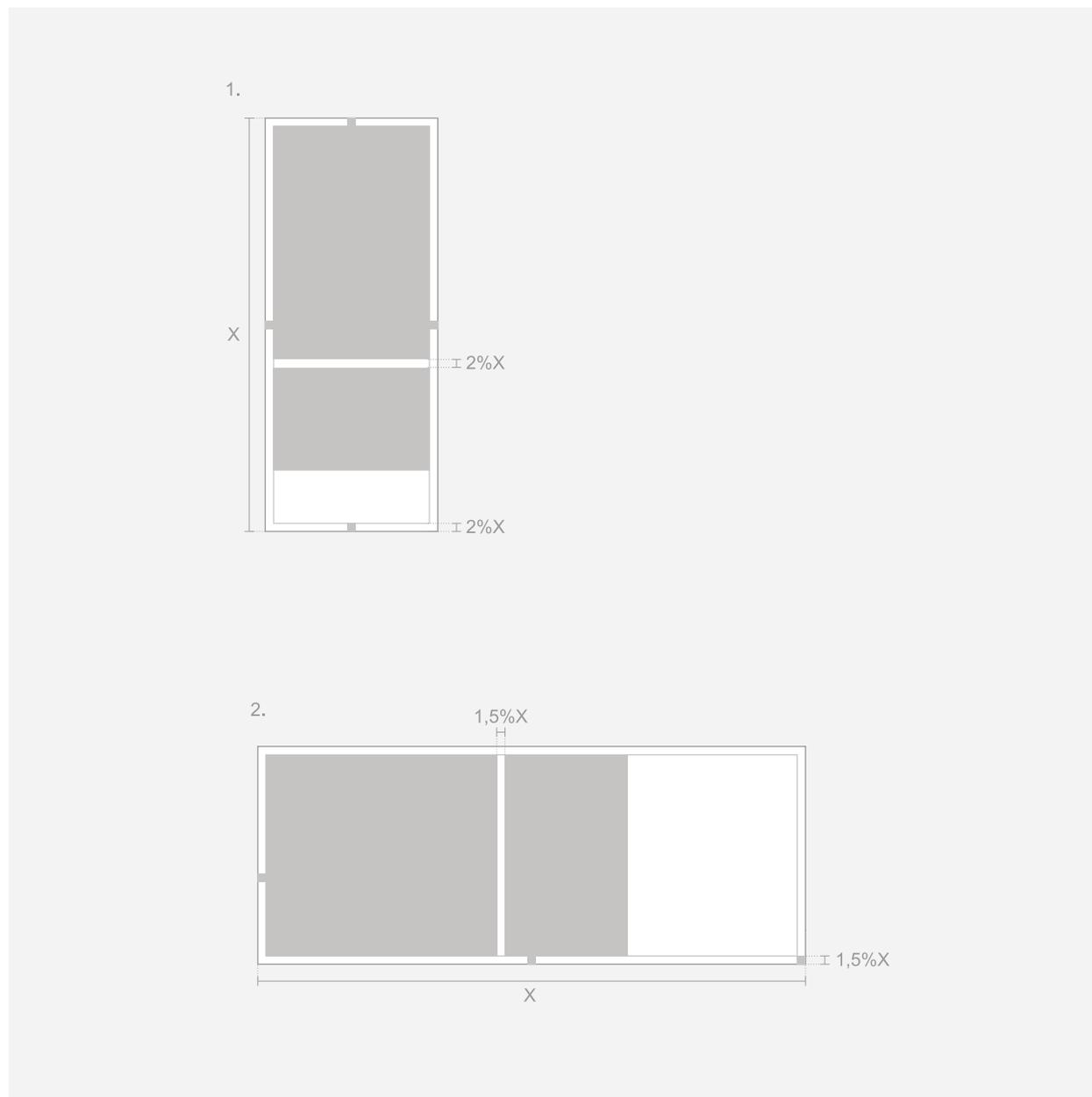


Casos especiales

El diagrama nos muestra algunos casos o formatos especiales y los porcentajes que debemos tener en cuenta.

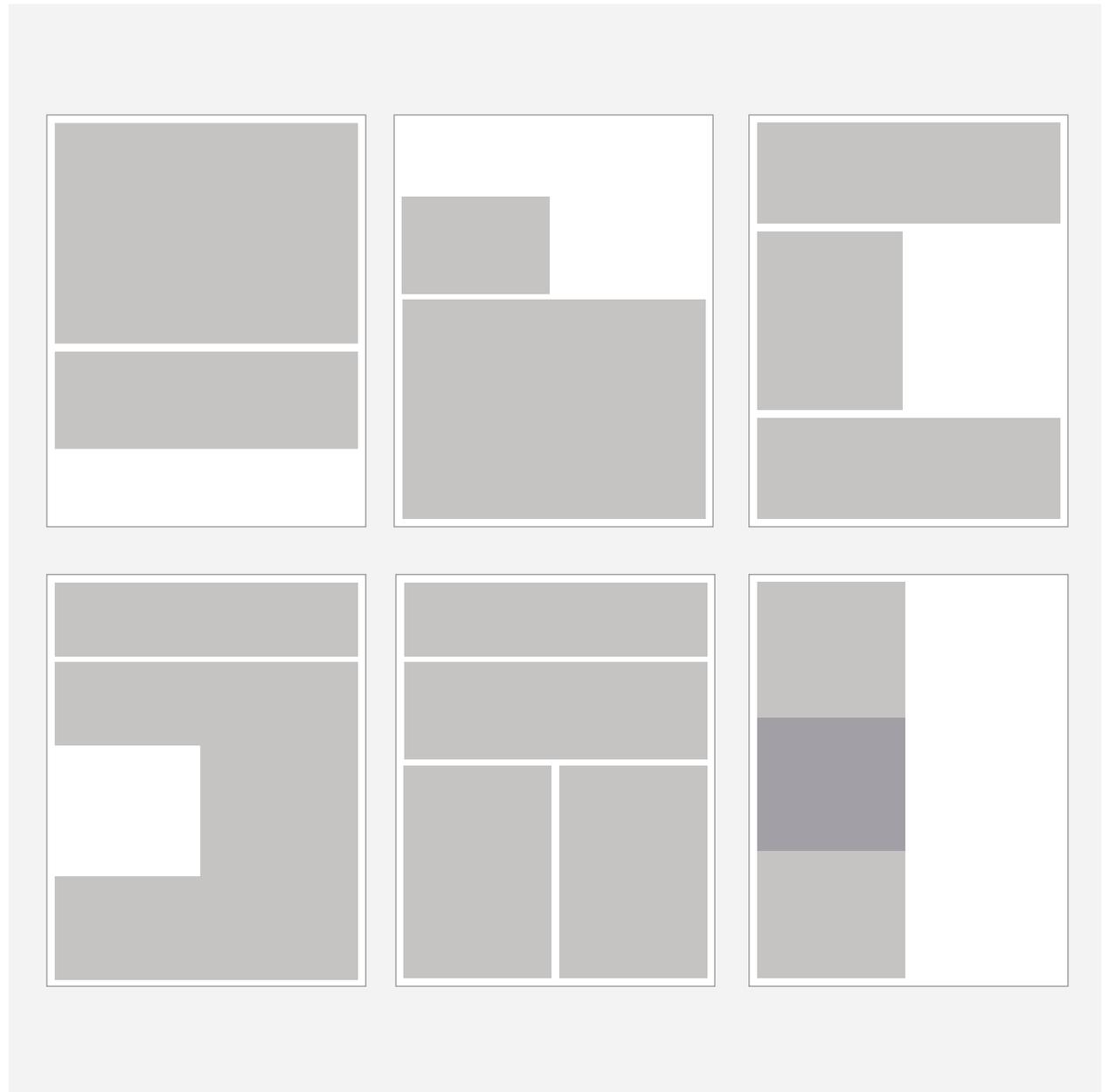
La medida de la margen y los espacios entre los recuadros se determina del lado más largo del formato (medida X)

1. Para formatos verticales el espacio corresponde al 2%.
2. Para formatos horizontales el espacio corresponde al 1,5%.



Ejemplos de composición

El sistema de composición es muy versátil y nos permite tener gran variedad de combinaciones para diagramar nuestras piezas.



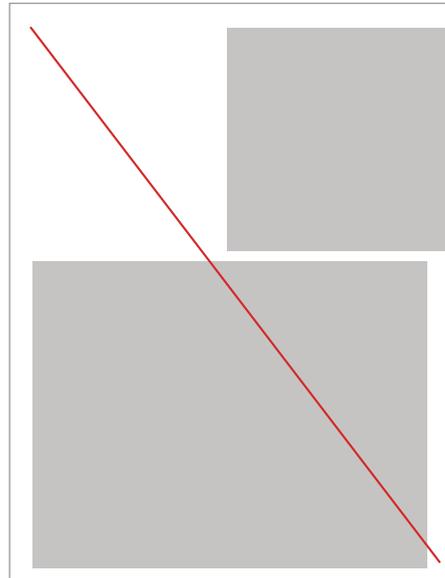
Usos incorrectos

Los siguientes ejemplos muestran aplicaciones incorrectas de composición del sistema visual de Odinsa.

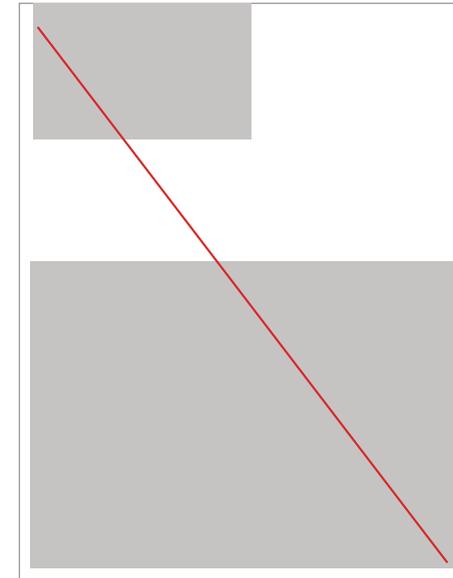
No se debe:

1. Usar porcentajes diferentes de margen.
2. Sangrar los espacios.

1.



2.



Endoso

Fondos permitidos

Empresas Filiales

En el caso de las empresas filiales el logotipo de Grupo Argos puede aplicarse sobre fondo blanco en positivo o sobre el fondo del color de cada una.

Se debe tomar en cuenta lo siguiente:

1. Sobre el fondo verde de Argos el logotipo debe aplicarse en positivo color azul PANTONE® 2768C.
2. Sobre el fondo naranja de Celsia el logotipo debe aplicarse en color blanco.
3. Sobre el fondo gris de Odinsa el logotipo debe aplicarse en color negro al 100%.

Nota

El logotipo deberá ser siempre reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Comunicaciones e Identidad Corporativa.



Consideraciones generales

Los responsables de la correcta aplicación de este endoso serán los equipos de comunicaciones y de marca de Grupo Argos, Argos, Celsia y Odinsa.

Estos lineamientos deben aplicarse de manera inmediata, en las piezas de comunicación descritas en el presente documento. Para materiales en los que exista inventario físico sin consumir, la implementación se realizará una vez se agoten las referencias disponibles.

El ámbito de aplicación del presente endoso, se extiende inicialmente a todas las operaciones de cobertura nacional en Colombia, sin que esto implique su posterior implementación en otras geografías.

Los objetivos que pretendemos alcanzar son:

1. Reforzar la comprensión y diferenciación de Grupo Argos y de las filiales.
2. Fortalecer la reputación de los negocios y el holding, apalancándonos mutuamente de las asociaciones positivas y valor construido, por cada una de las marcas.
3. Alinear el mensaje de unidad que se transmite a cada uno de los públicos externos e internos.

Endoso

El Grupo Argos puede endosar las piezas de comunicación de sus 3 empresas filiales de dos formas distintas según el tamaño mínimo permitido del logotipo:

1. Con el logotipo de Grupo Argos.

2. Tipográfico.

El logotipo del Grupo Argos se puede utilizar en su versión en horizontal en color azul PANTONE® 2768C sobre fondo blanco.

Mientras que sobre el fondo de cada filial, se deben revisar las especificaciones sobre Fondos permitidos.

El texto del endoso debe ir en tipografía Franklin Gothic Book, respetando el área de protección cuando sea necesario, su tamaño debe ser del mismo alto de la tipografía del Grupo Argos.

El gráfico nos muestra el tipo de endoso que se usa según el tamaño mínimo permitido del logotipo.

Nota

El endoso deberá ser siempre reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Comunicaciones e Identidad Corporativa.

Versiones para tamaño mínimo de 85 px

Horizontal

Nombre del tipo de empresa



Vertical

Nombre del tipo de empresa



Versiones para tamaño menor a 85 px

Horizontal

Nombre del tipo de empresa

GRUPO ARGOS

Vertical

Nombre del tipo de empresa

GRUPO ARGOS

Guías generales

El uso del endoso de Grupo Argos es obligatorio en cualquier pieza gráfica de Odinsa.

1. Endoso para el logo vertical
2. Endoso para logo horizontal
3. Endoso en inglés

El endoso se debe aplicar respetando el área de protección del logo Odinsa

1.



2.



3.



Instrumentos piezas y medios que deben incluir el endoso.

A continuación en la tabla se enuncian las piezas que deben incluir la aplicación del endoso.

Excepciones generales:

Por el momento, no aplica para infraestructura física como silos o plantas, instalaciones de los negocios, vehículos, indumentaria como uniformes, empaques de producto o merchandising de las filiales. También se excluye material perteneciente a las filiales de las filiales, tales como EPSA, Cetsa, concesiones, entre otras.

Aplicaciones	Uso
Presentaciones	Al menos en la portada y en la diapositiva de cierre.
Pendones genéricos y exclusivos de las filiales.	Donde no se refleje la existencia de otra marca, submarca o producto en particular.
Plantillas de boletines o newsletter internos y externos, físicos y digitales.	
Páginas web e intranet corporativa de las filiales.	Debe garantizarse su emplazamiento en un lugar visible del home, sin entorpecer su legibilidad.
Comunicados de prensa	Se consideran como documentos clave para la incorporación del endoso en texto. Esta mención se realizará una sola vez, en el cuerpo del mensaje, tras la primera mención del nombre de la filial.
Piezas publicitarias tanto físicas como digitales deben incluir endoso en un espacio visible, respetando los lineamientos básicos dados.	Se excluyen cuñas radiales, materiales donde las dimensiones de espacio disponible dificulten la legibilidad del endoso y todo material publicitario de las filiales de filiales.
Patrocinios, certámenes y eventos de carácter gremial son espacios de capital importancia, para reforzar la comprensión de Grupo Argos y sus filiales.	En tal sentido, debe propenderse por su correcta aplicación en piezas como stands exclusivos de filiales. Igualmente, otros recursos como pendones y piezas donde el área disponible para el emplazamiento del endoso, cumpla con el estándar requerido para su realización.
En actividades exclusivas o compartidas por dos de las filiales sin otras entidades externas.	Debe confirmarse la presencia de GrupoArgos, preferiblemente con la estructura de marca ya aprobada.

Endoso versión horizontal con logotipo

El Grupo Argos puede endosar las piezas de comunicación de sus 3 empresas filiales.

El gráfico nos muestra el tipo de endoso que se usa según la empresa.

El logotipo del Grupo Argos se puede utilizar en su versión en horizontal en color azul PANTONE® 2768C sobre fondo blanco. El texto del endoso en tipografía Franklin Gothic Book en color azul PANTONE® 2768C, debe estar separado del logotipo respetando el área de protección, su tamaño debe ser del mismo alto de la tipografía del Grupo Argos.

La versión horizontal es la principal, se debe usar en la mayoría de piezas de comunicación.



Nota

El endoso deberá ser siempre reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Comunicaciones e Identidad Corporativa.

Endoso versión vertical con logotipo

El Grupo Argos puede endosar las piezas de comunicación de sus 3 empresas filiales.

El gráfico nos muestra el tipo de endoso que se usa según la empresa.

El logotipo del Grupo Argos se puede utilizar en su versión en vertical en color azul PANTONE® 2768C sobre fondo blanco. El texto del endoso en tipografía Franklin Gothic Book en color azul PANTONE® 2768C, debe estar separado del logotipo respetando el área de protección, su tamaño debe ser del mismo alto de la tipografía del Grupo Argos.

La versión vertical solo se debe utilizar cuando no es posible utilizar la versión horizontal.

Nota

El endoso deberá ser siempre reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Comunicaciones e Identidad Corporativa.

Empresa de cemento del



Empresa de energía del



Empresa de concesiones del

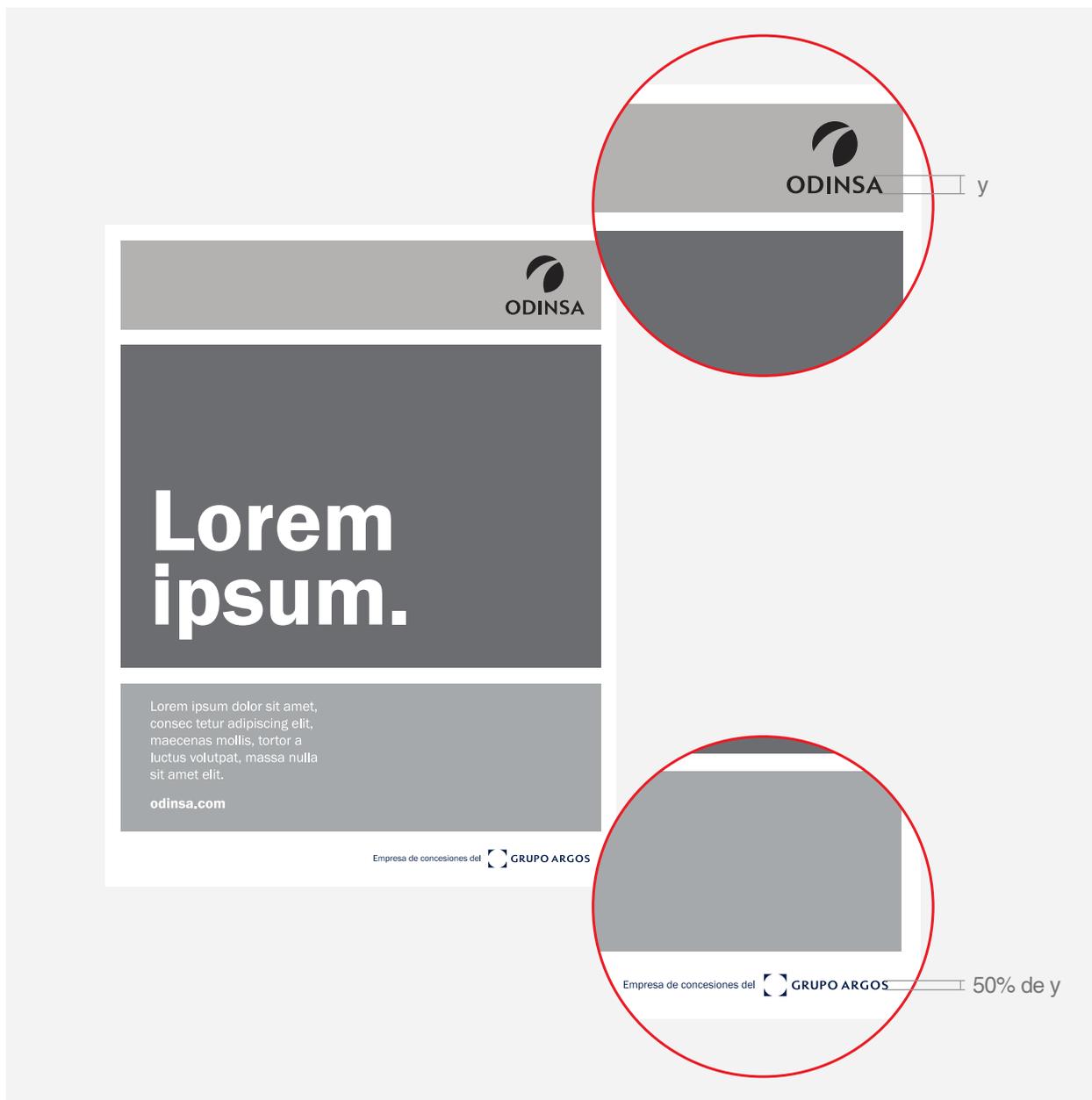


Aplicación del endoso en piezas de Odinsa

El endoso puede ir preferentemente en la parte inferior derecha de las piezas de comunicación; el tamaño del endoso depende del tamaño del logotipo de Odinsa. Para determinar su tamaño se debe tener en cuenta la altura de la tipografía como Y siendo esta la referencia para el tamaño del endoso al 50% de Y; en el gráfico se puede ver el lineamiento para hacer proporcional el endoso con respecto al formato.

Nota

El endoso deberá ser siempre reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Comunicaciones e Identidad Corporativa.



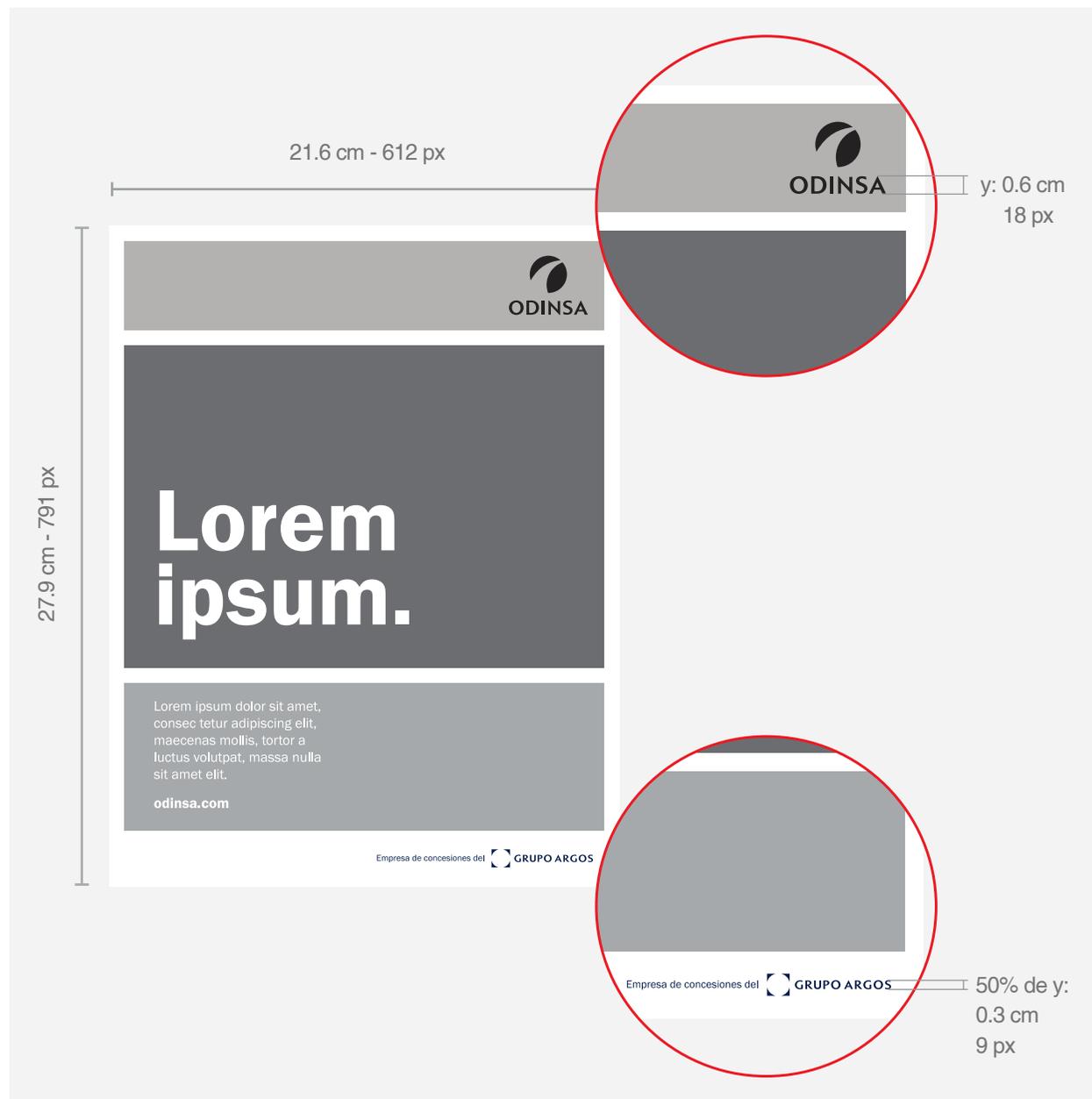
Aplicación del endoso en piezas de Odinsa

En el ejemplo se utiliza un formato tamaño carta, a continuación se especifican las medidas en centímetros y pixeles del valor de Y para el endoso de Odinsa tomando en cuenta lo especificado anteriormente.

En caso de que el área disponible para el emplazamiento del endoso gráfico no cumpla con las disposiciones de tamaño mínimo, se opta como única excepción, por el emplazamiento del endoso tipográfico descrito anteriormente.

Nota

El endoso deberá ser siempre reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Comunicaciones e Identidad Corporativa.



APLICACIONES

Papelería

Tarjeta de presentación institucional

Formato

5.5 cm x 9 cm

Especificaciones

- a. Nombre:
Franklin Gothic Demi, 9 pt, inter 10,8 pt.
- b. Cargo:
Franklin Gothic Medium, 8 pt.
- c. Otros datos:
Títulos: Franklin Gothic Demi, 7 pt, inter 8 pt.
Números: Franklin Gothic book 7 pt.
Redes sociales: Franklin Gothic Medium 7 pt.
- d. Página web en blanco sobre fondo
PANTONE®Cool Gray 11 C



Hoja membreada institucional

Formato

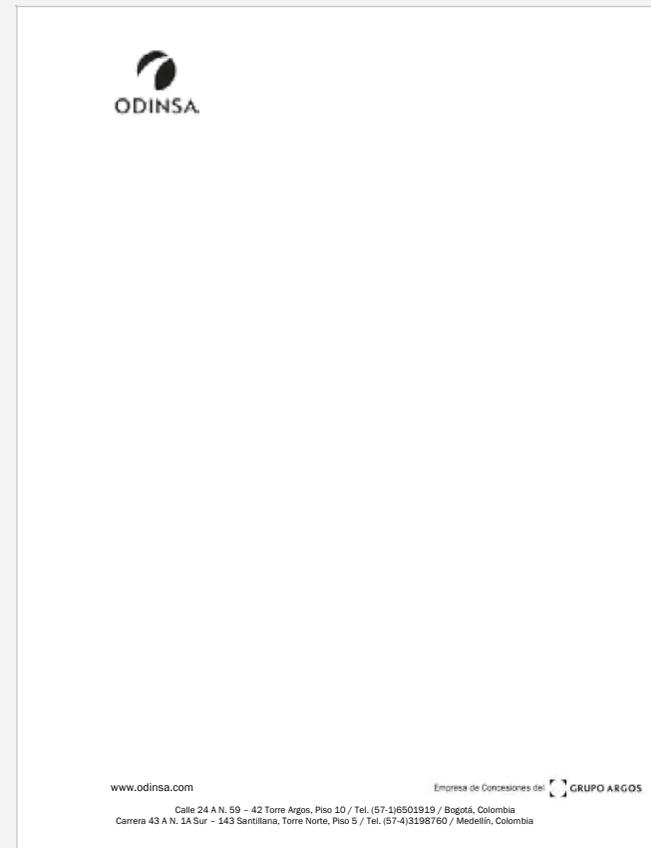
21.5 cm x 27.9 cm

Impresión

Impresión en 2 tintas.

Especificaciones

- a. URL:
Franklin Gothic Book, 9 pt.
Negro al 100%
- b. Direcciones y teléfonos:
Franklin Gothic Book, 9 pt. Negro al 40%
- c. Endoso:
Franklin Gothic Medium, 7 pt
Negro al 70%



Papelería presidencial

Para el manejo de la papelería corporativa tenemos dos alternativas:

1. Usar tintas plateadas
2. Usar el logotipo en repujado

Para ambas alternativas debemos tener en cuenta:

- Seleccionar papeles de mayor grosor
- Usar papeles con acabados diferentes a los convencionales.
- Usar tintas especiales.



Sobre manila

Formato

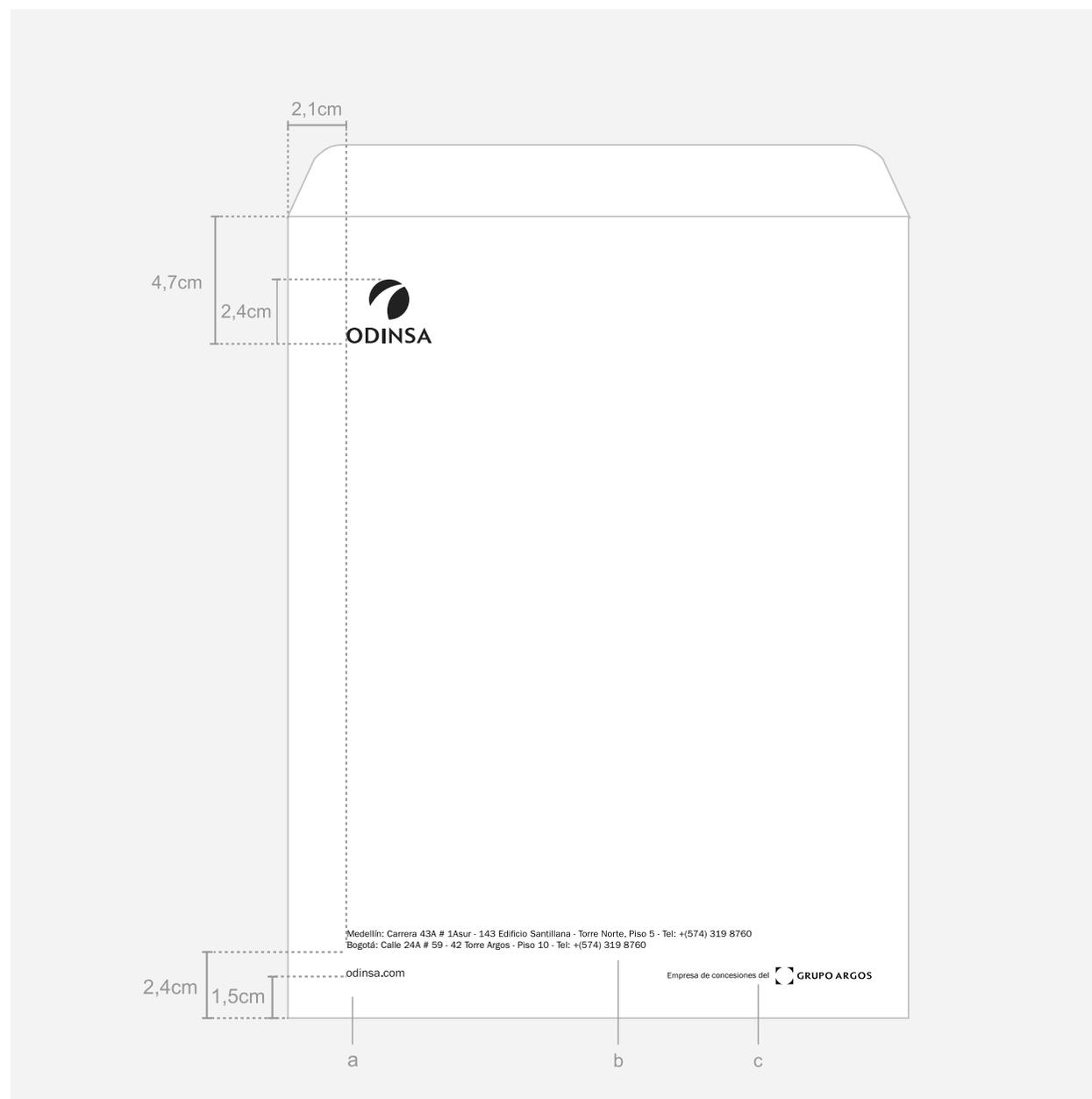
23 cm x 30 cm, sin la solapa.

Impresión

Impresión en 2 tinta.

Especificaciones

- a. URL:
Franklin Gothic Medium, 12 pt.
Negro al 100%.
- b. Direcciones y teléfonos:
Franklin Gothic Book, 12 pt, inter 14 pt.
Negro al 100%.
- c. Endoso



Carpeta

Formato

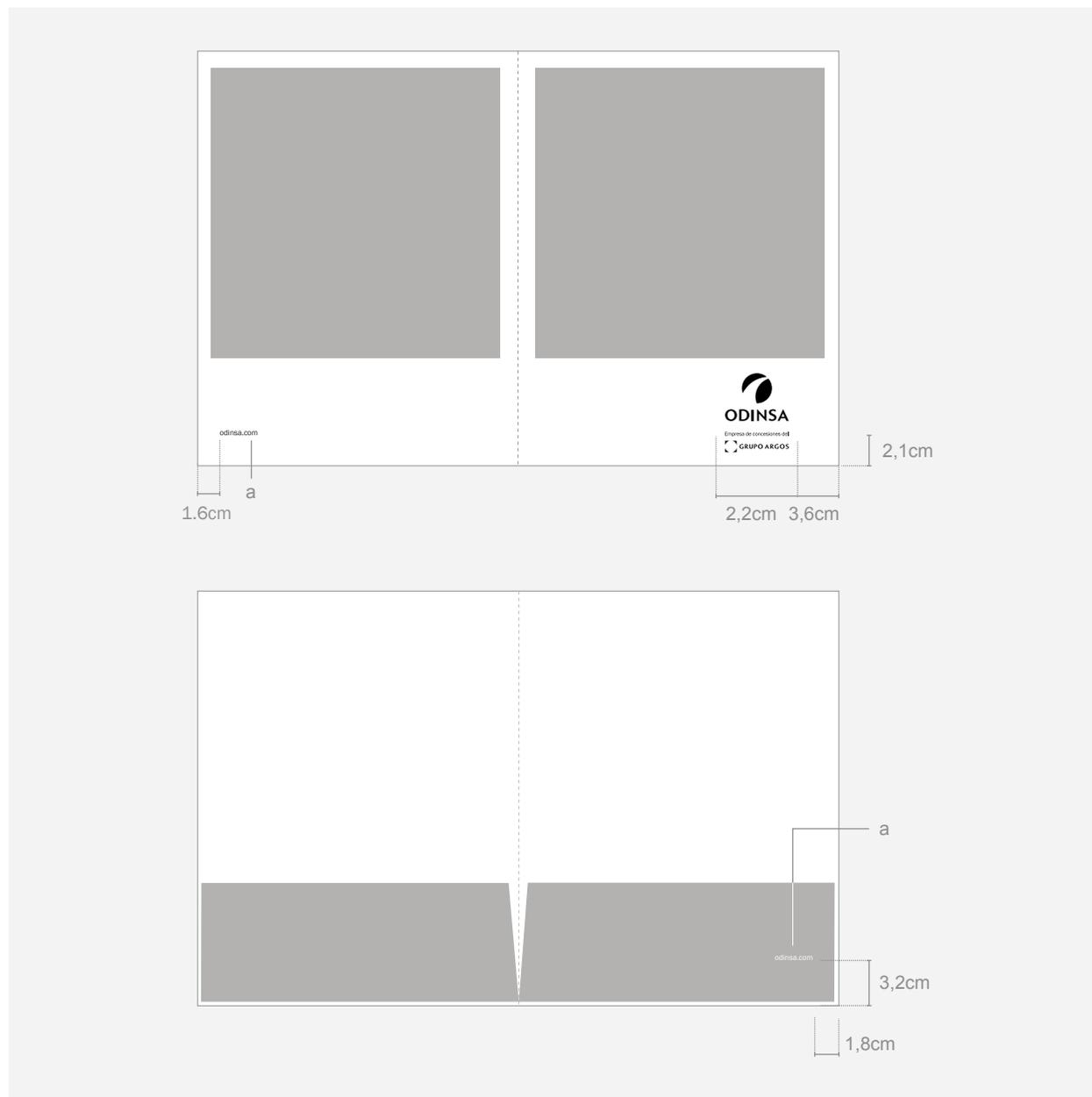
23 cm x 35 cm, sin la solapa.

Impresión

Impresión en 2 tintas.

Tipografía

Texto en tipografía Franklin Gothic.



Carnet de empleado

Formato

5.3 cm x 8.5 cm

Impresión

Impresión en tinta directa.

Especificaciones

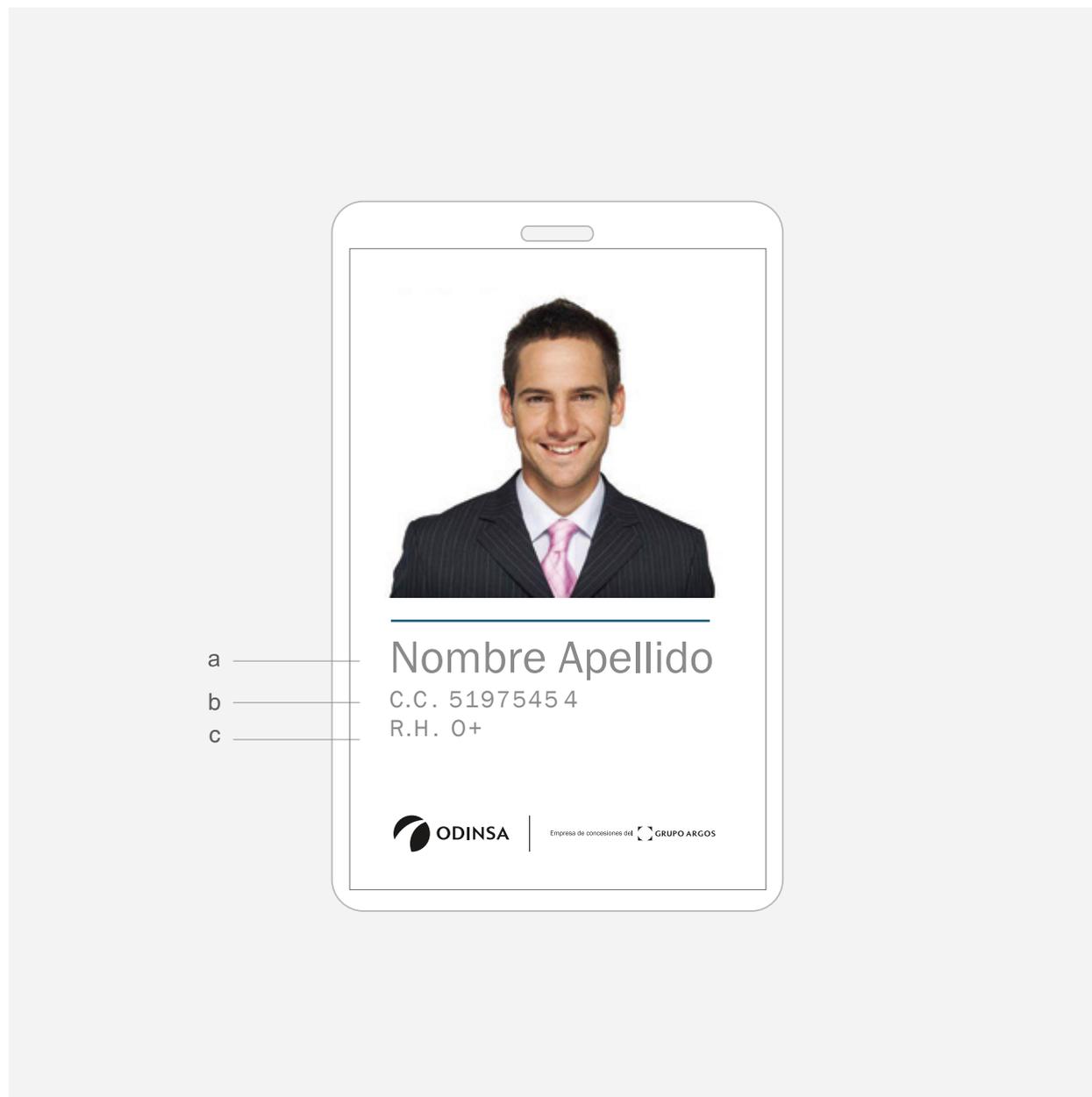
- a. Nombres y primer apellido:
Franklin Gothic Book 16 pt
- b. Documento:
Franklin Gothic book 10 pt
- c. R.H:
Franklin Gothic book 10 pt
- d. Fondo Blanco

Fotografía

Las fotografías deben ser sobre fondo blanco y las personas deben estar mirando a la cámara.

Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.



Anuncios

Piezas gráficas: Generales

Ejemplos.

Formato

21.5 cm x 28 cm

Impresión

Impresión en policromía.

Especificaciones

- a. PANTONE® Cool Gray 5C
- b. Título:
Franklin Gothic Regular, 13 pt.
- c. Cuerpo de texto:
Franklin Gothic Regular, 13 pt.
- d. Url:
Franklin Gothic Medium, 13 pt.

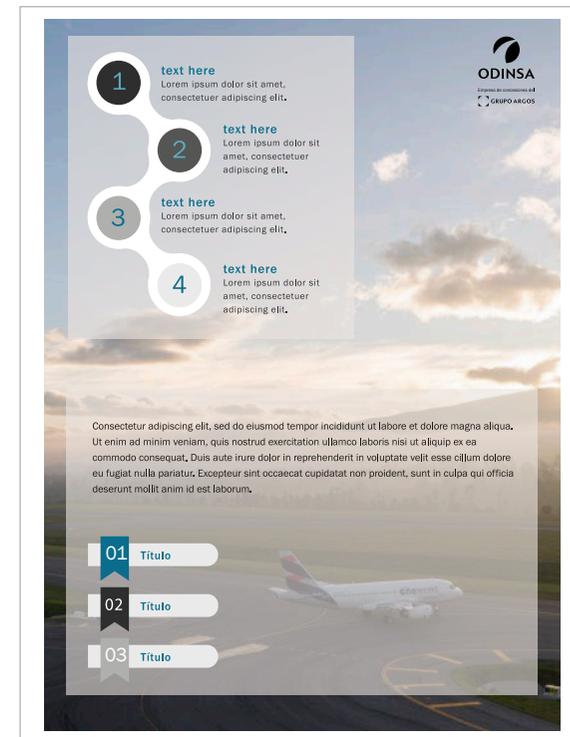
Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.



Piezas gráficas: Generales

Ejemplos.



Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Piezas de Aeropuerto:

Ejemplos.

Formato

21.5 cm x 28 cm

Impresión

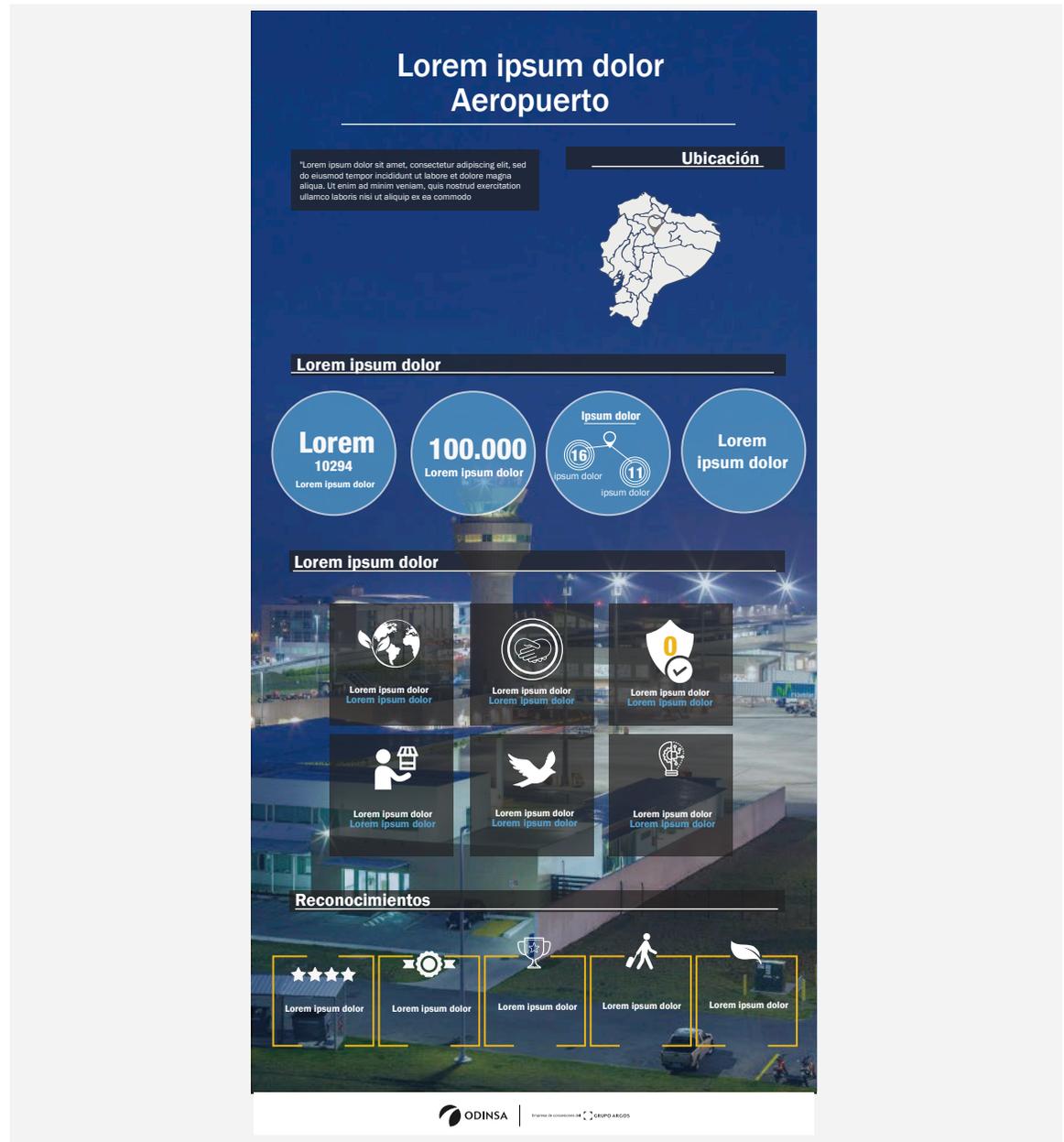
Impresión en policromía.

Especificaciones

- a. Se deben utilizar los colores azules PANTONE® 7458C o PANTONE® 7408C en partes de textos, fondos o formas de las piezas de aeropuertos para así diferenciarlas visualmente de las piezas de vías.
- b. Tipografía:
Franklin Gothic Book y Franklin Gothic Medium de diferentes puntajes

Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.



Pieza de Aeropuerto:

Ejemplos.



Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Anuncio de vías:

Ejemplos.

Impresión

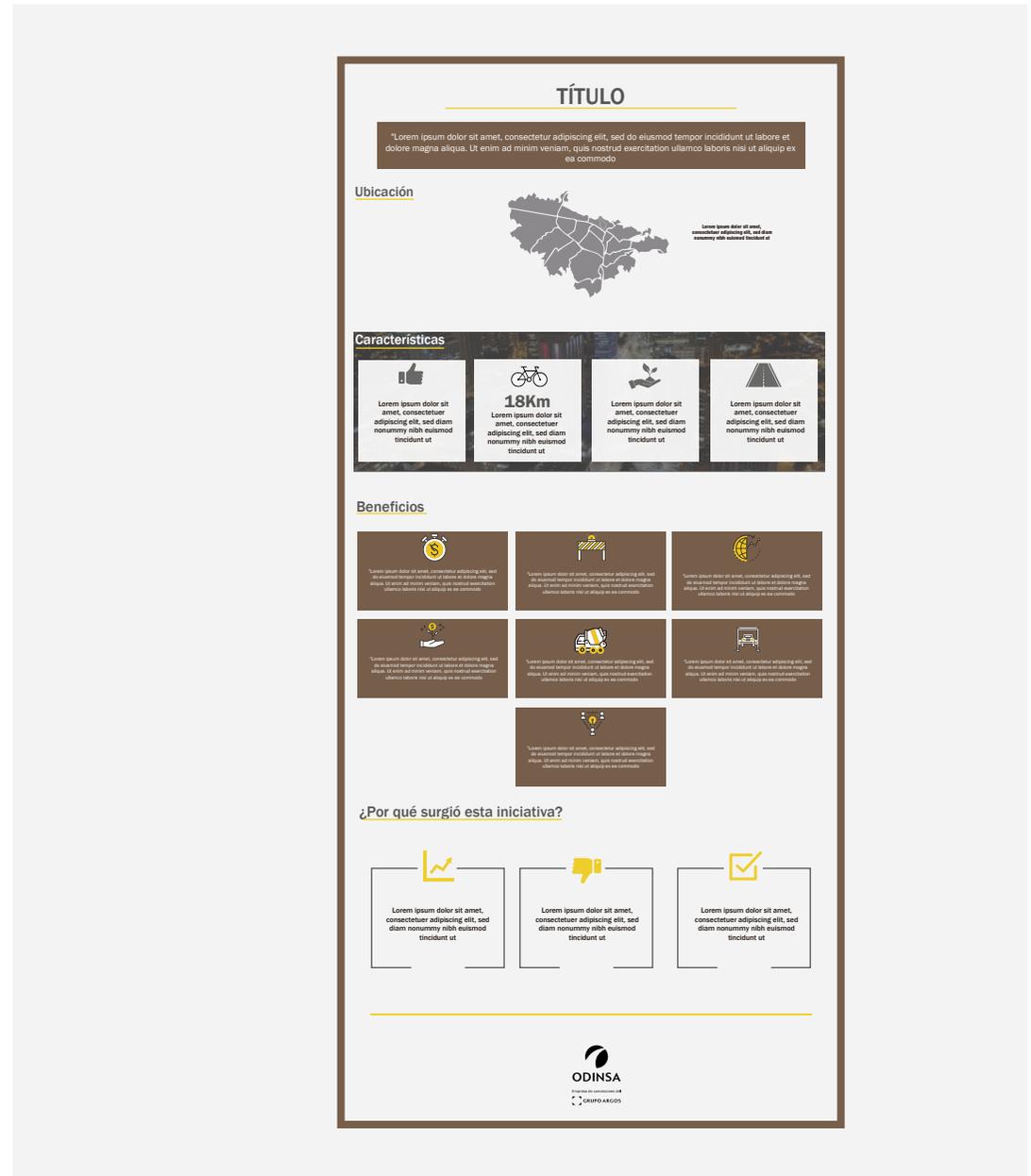
Impresión en policromía.

Especificaciones

- Se deben utilizar los colores PANTONE® 7575C en partes de textos, fondos o formas para así diferenciarlas de los anuncios de Aeropuertos
- Tipografía:
Franklin Gothic Book y Medium de diferentes puntajes

Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.



Anuncio de vías:

Ejemplos.

Lorem ipsum dolor sit



Lorem ipsum dolor sit amet,

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

odinsa.com  Empresa de Inversión S.A. GRUPO OASIS

Título

Ubicación

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercit tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse mollis consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent lacinia mauris tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercit tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Características

Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

- 42,5 km lorem ipsum
- 2,5 km lorem ipsum
- 54 km lorem ipsum
- 43 lorem ipsum

Así dejamos huella para ser la mejor opción

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

Lugares destacados

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

 Empresa de Inversión S.A. GRUPO OASIS

Informe de gestión: Portada

Formato

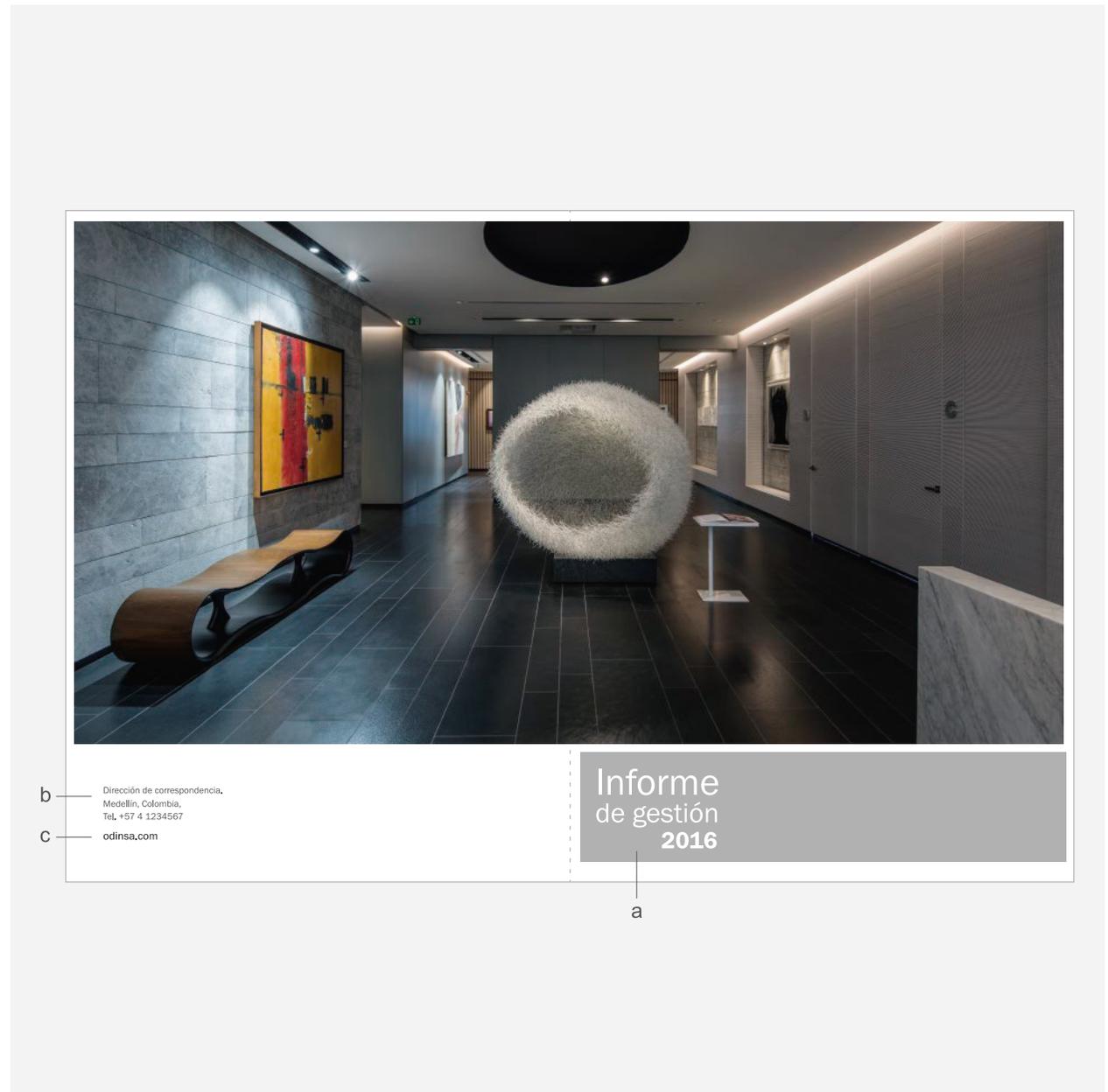
21.5 cm x 28 cm. Cerrado

Impresión

Impresión en policromía.

Especificaciones

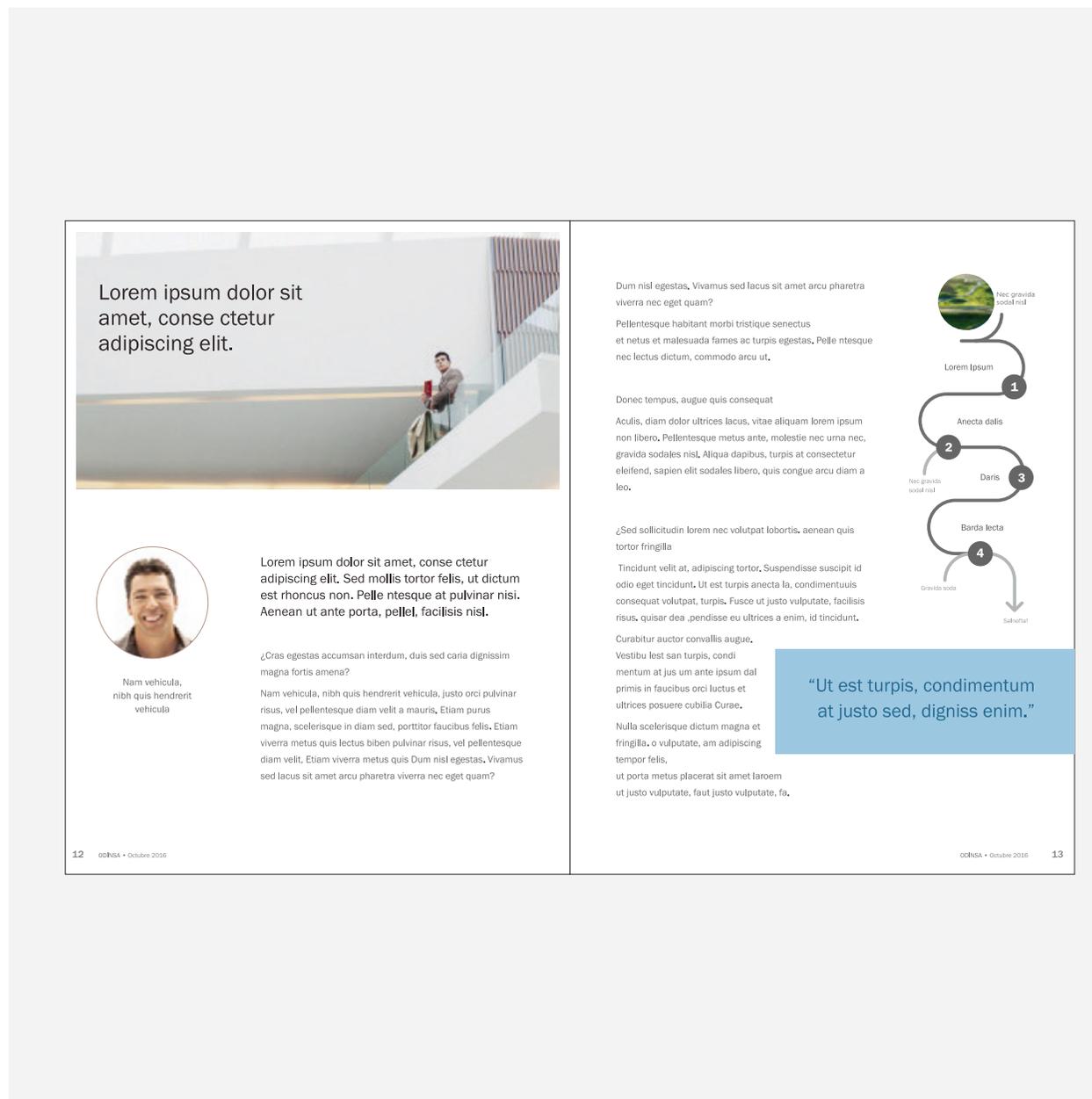
- a. Título:
Franklin Gothic Regular, 13 pt.
- b. Cuerpo de texto:
Franklin Gothic Regular, 13 pt.
- c. Url:
Franklin Gothic Medium, 13 pt.



Informe de gestión: Interiores

Para el diseño de los interiores debemos tener en cuenta:

- El uso de los distintos pesos de la tipografía Franklin Gothic.
- Los cuerpos de textos deben usar pesos delgados y en color gris.
- Debe hacerse en gran porcentaje del color blanco con espacios vacíos que le den aire a la información.
- El logotipo no debe estar presente en las páginas internas.
- Podemos tener páginas donde se utilicen colores de la paleta secundaria. Se debe usar en un porcentaje menor o bien, pueden hacer presencia en recuadros transparentes sobre fotografías, líneas delgadas para separar información, títulos o destacados.



Nota

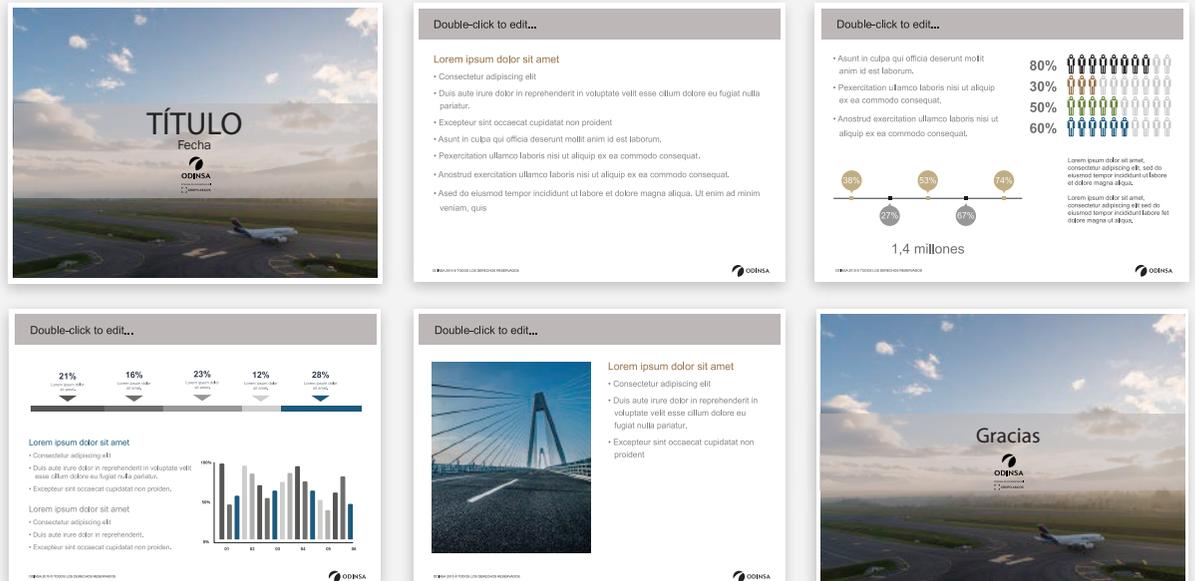
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Multimedia

Presentación Power Point

Aspectos a tener en cuenta

- Se debe usar la tipografía Franklin Gothic
- En los gráficos y tablas se debe utilizar los colores de la paleta secundaria.



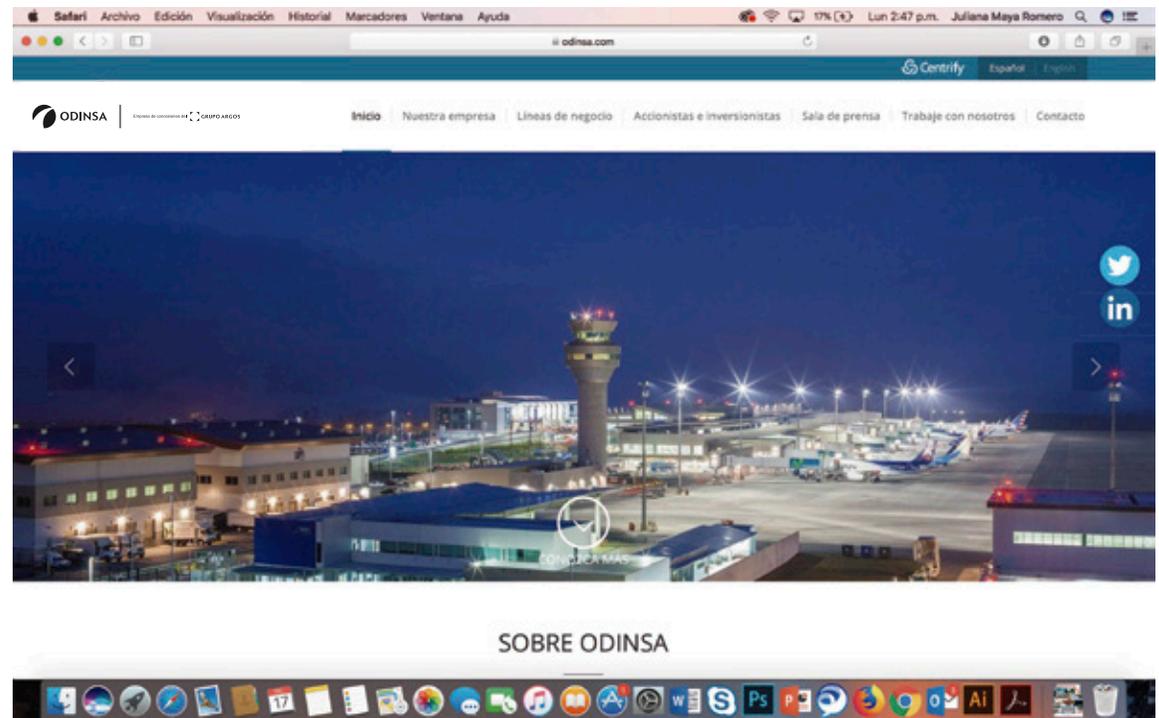
Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Página web: Home

La página web debe presentar todos los elementos de la marca en cuanto a logotipo, colores, imágenes y tipografías.

Con el fin de que todos los textos se puedan editar, la tipografía que se debe usar es la Arial.



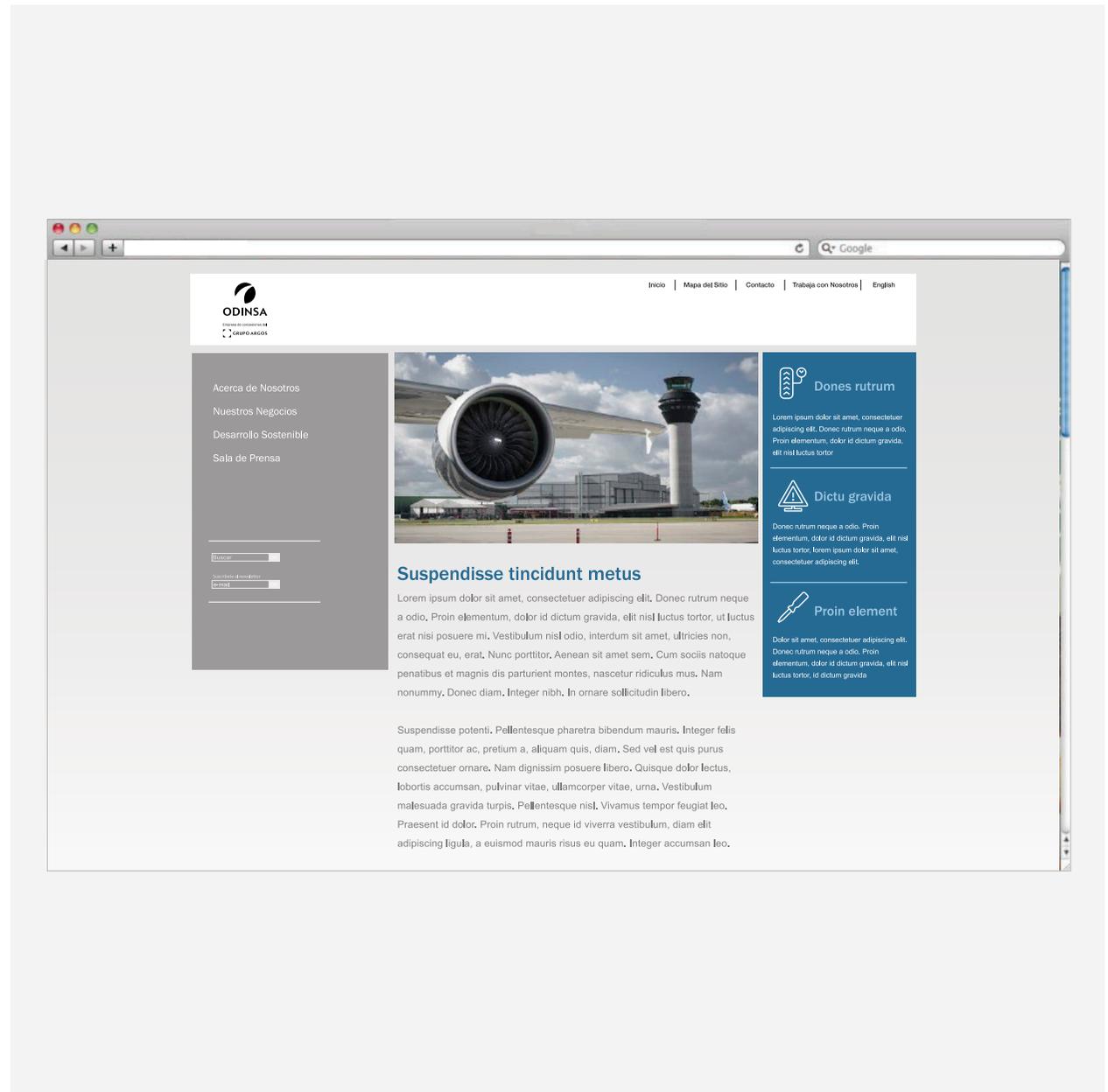
Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Intranet:

La página web debe presentar todos los elementos de la marca en cuanto a logotipo, colores, imágenes y tipografías.

Con el fin de que todos los textos se puedan editar, la tipografía que se debe usar es la Arial.



Fondo de escritorio

Los fondos de escritorio deben hacerse considerando los distintos tamaños de pantalla, este aspecto es importante para que no se distorcionen los elementos de la marca.



Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Animación o screensavers

Los fondos de escritorio deben hacerse considerando los distintos tamaños de pantalla, este aspecto es importante para que no se distorcionen los elementos de la marca.



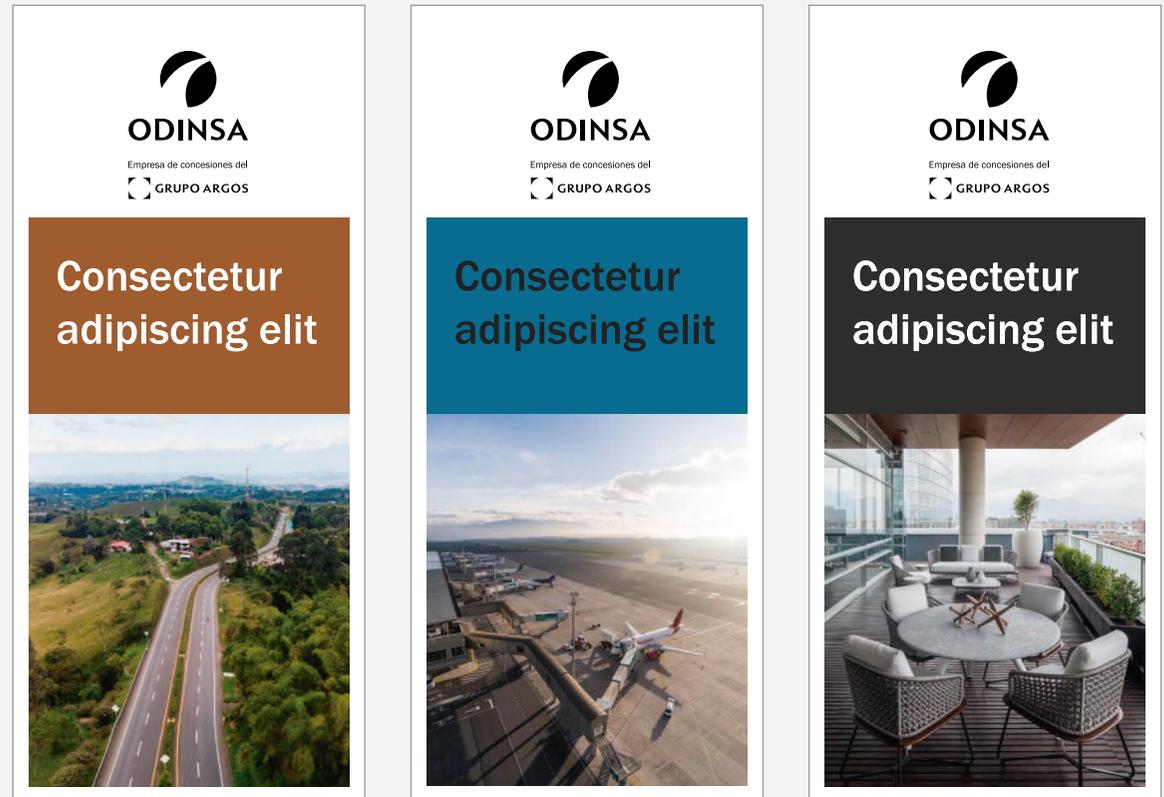
Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Exhibición

Pendones

El gráfico nos muestra diferentes diseños de pendón que ejemplifican la correcta implementación de la marca. En ellos podemos ver el uso de los distintos colores corporativos, la aplicación del logotipo.



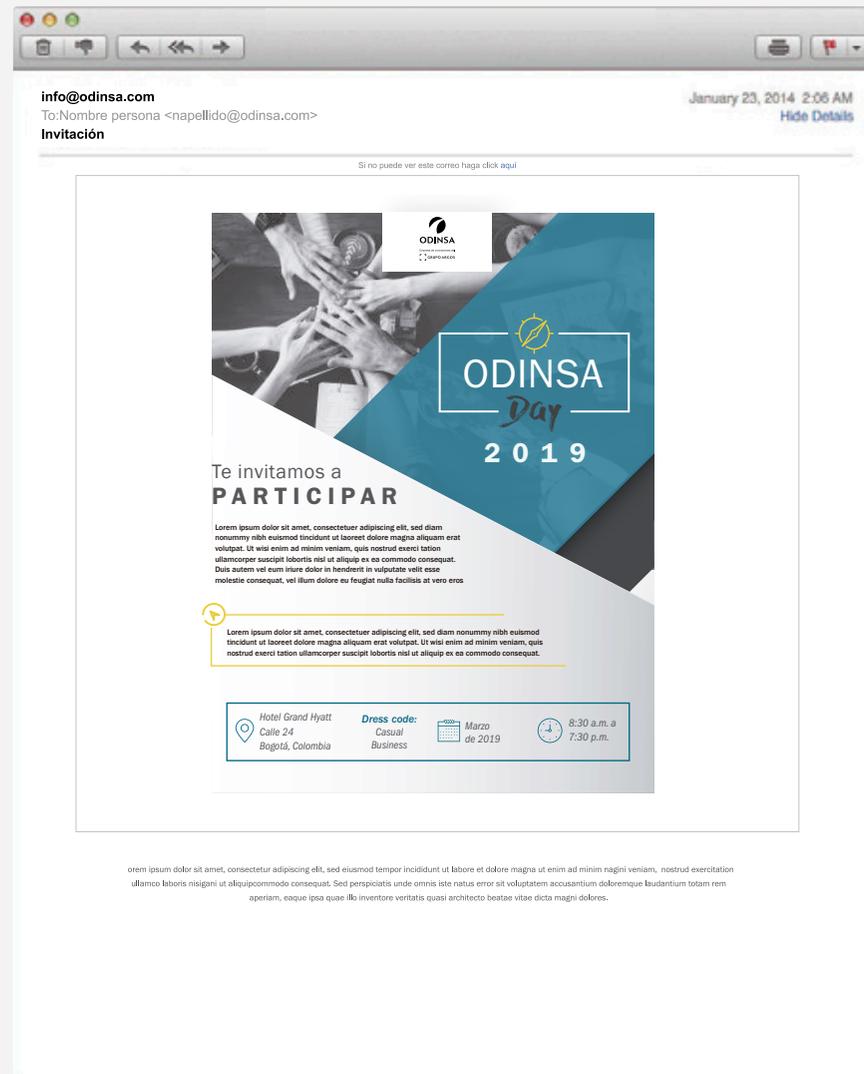
Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Invitación digital

Aspectos a tener en cuenta

- Se debe usar la tipografía Franklin Gothic o Arial en sus distintos pesos.
- Para los gráficos, tablas o destacados podemos usar los colores de la paleta secundaria.
- Las imágenes deben tener los lineamientos planteados anteriormente.



Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Merchandising

Merchandising

Para la implementación de la marca en el material de merchandising, debemos tener en cuenta lo siguiente:

- Seleccionar los colores más parecidos a los PANTONES® de la marca.
- Considerar las versiones del logotipo sin degradado y en un tinta.
- Que el área de reserva y el tamaño mínimo del logotipo sean correctos.
- Analizar la técnica de impresión y realizar las pruebas suficientes para que el logotipo no se deforme ni se distorsione.



Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Señalización

Señalización corporativa: Lobby

En el lobby de oficinas corporativas se puede utilizar el logotipo en algún material plateado.

Para la correcta aplicación de la marca en el lobby se debe considerar lo siguiente:

- Usar la versión de la marca en 1 tinta
- La letras deben ser independientes y estar pegadas en la pared.



Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Uniformes

Camiseta

Para el diseño tenemos dos alternativas. La primera exclusivo para la compañía y la segunda cuando la prenda es de alguna de las unidades de negocio.



Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Overol y chaleco

Por lo general deben ser en color gris, el logotipo bordado o estampado en el color más aproximado al PANTONE® Natural Black C



Nota

Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Contacto

Para obtener información sobre la gestión de la marca o adquirir versiones electrónicas autorizadas de las aplicaciones de la misma, contacte a:

Viviana Arroyave
Directora de Comunicaciones

Carrera 43A # 1 sur-143, Medellín

Tel. (4) 3198760

Cel. (313) 4964741

varroyave@odinsa.com

www.odinsa.com