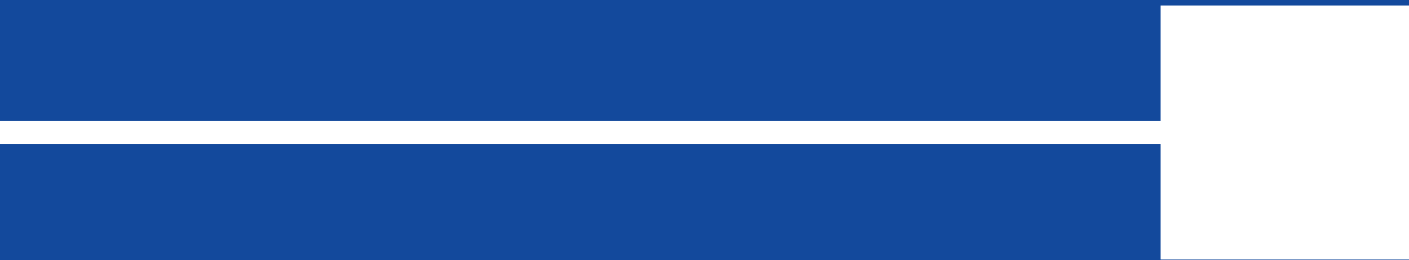


Brand Guidelines



Bienvenidos

Este documento ha sido desarrollado para ayudarnos a trabajar unidos en construir una comunicación coherente de la marca.

El buen uso de estas directrices nos permitirá crear materiales que hablan a públicos específicos, manteniendo una identidad unificada.

Este manual está dirigido principalmente a profesionales de la comunicación. La creatividad o estrategia de las propuestas, deberán ser respetuosas al máximo con los lineamientos que este manual determina.

Como profesionales que son, deben hacer uso de su conocimiento de los medios de comunicación, y aplicar correctamente la identidad visual.

Nuestra voz ■



Personalidad

Nuestra voz es directa y amigable. Es inteligente sin ser pretenciosa y sutilmente ocurrente. Simple en lo posible y sin necesidad de decir más de lo necesario.

La personalidad de nuestra marca es una mezcla de tres características principales:

- **Inteligente.**
- **Ingeniosa.**
- **Cercana.**

Dependiendo del medio y el carácter del mensaje puede predominar una sobre la otra.

Por ejemplo, los titulares publicitarios generalmente pueden hablar de una manera más inteligente, e incluso hacer uso de un humor sutil sin ser jocosos o buscar generar un tono humorístico que empañe la pieza. Si se trata de un correo electrónico o una comunicación personalizada, esta debe ser más cercana y amigable.

Cómo escribir

Somos cercanos

Hablamos de "tú", pero sin caer en un exceso de confianza o resultar vulgares. nos referimos a Copa Airlines también en primera persona ("nosotros, "nuestro"). Trataremos de transmitir confianza y seguridad de una forma natural, no somos pedantes. Somos amigos de nuestro público y entendemos que las personas necesitan información directa en un tono relevante, práctico y fresco.

Somos pragmáticos

Menos es más. No queremos saturar de información a nuestra audiencia. A la hora de escribir nos expresamos de la forma más clara y concisa posible, sin necesidad de dar rodeos o añadir adornos innecesarios. Vamos al grano.

Somos ingeniosos

Están admitidos los juegos de palabras y el humor inteligente, no necesariamente en todas nuestras comunicaciones, pero sí lo suficiente como para darle a nuestra audiencia algo para disfrutar.

Qué debemos evitar

A la hora de escribir...

Uso del humor.

No forzamos el humor, y lo utilizamos con cautela. Cuando tengamos dudas, preferimos optar por un tono limpio y claro. Evitamos el humor en mensajes importantes, operativos o funcionales, así como en información relevante. Nuestro objetivo es priorizar la claridad y la efectividad del mensaje, sin que haya distracciones innecesarias.

No utilizamos expresiones populares o demasiado coloquiales.

Sonamos frescos y optimistas, no empalagosos o excesivamente alegres.

No utilizamos un lenguaje demasiado técnico o corporativo.

Queremos mantener los términos lo más simples y naturales posible para evitar sonar distantes o fríos.

No abusamos de los juegos de palabras o dobles sentidos.

Aunque nos gusta usarlos no basamos nuestros textos en estos recursos. Debe ser algo justificado e inteligente.

Copa Airlines

Conectados, todo es posible

Orgullosos de ser la conexión preferida de millones de viajeros.

En Copa Airlines, contribuimos a unir América. Nuestros vuelos acortan distancias y conectan todo el continente; hacemos más fácil que familias se mantengan unidas, que personas disfruten las maravillas de nuestra región, que comunidades crezcan y se desarrollen, que negocios y profesionales prosperen y seres humanos se beneficien, ofreciendo los más altos niveles de servicio y la mejor puntualidad del mundo.

Elementos visuales

La marca

El logotipo principal de Copa Airlines, y que utilizaremos en la mayoría de los casos es el **1**.

El logotipo **2** ó versión secundaria aplicable por razones de espacio limitado.

1

CopaAirlines 

2

Copa
Airlines 

CopaAirlines 

Copa
Airlines 

Paleta de color primaria

Nuestra paleta de color se compone de 3 colores principales. La fuerza del azul añil, la sutileza del cian y la elegancia del dorado

El azul añil comunica nuestra seguridad y modernidad. Se encuentra en cada una de nuestras piezas de comunicación y es un conector clave con el público.

El cian evoca la calma, la profundidad de los cielos que surcamos día a día.

El color dorado representa nuestro pilar de clase mundial y la calidez de que nos caracteriza como marca.

VISUAL ELEMENTS



Azul añil

Pantone 286 c	RGB	0-50-160
	HEX	#0032A0
	CMYK	100-80-0-12



Azul cian

Pantone P Process Cyan C	RGB	0-163-224
	HEX	#00A3E0
	CMYK	100-0-0-0



Dorado

Pantone 4645 c	RGB	173-124-89
	HEX	#AD7C59
	CMYK	14-44-59-18

Uso de color

El uso de nuestra paleta de color debe estar aplicada por orden a la jerarquía de cada uno de los colores que la conforman.

Nuestro espacio negativo es blanco, lo usaremos con generosidad dándole suficiente holgura a los elementos gráficos que conforman la composición en confección para tener una buena lectura.

El azul añil es nuestro color héroe y su presencia nos identifica como marca. Su intensidad aporta un alto contraste en las composiciones, es perfecto para fondos, íconos, títulos, pastillas, ilustraciones, entre otros.

El cian es dinámico y vivaz. Aporta un toque más juvenil e informal que nos permite mostrar nuestro lado más alegre de la marca. Úsalo para acentos en las composiciones tales como íconos, títulos cortos, botones, ilustraciones, etc.

El color dorado puede aplicarse en la colorización de imágenes o acentos de gráficas como textos cortos, íconos, botones, etc.

Blanco 50%

Azul añil 30%

Azul cian 15%

Dorado 5%

Colores secundarios

La paleta de color secundaria se compone de 4 colores. Tonos neutros plateados que resaltan la sobriedad del azul de prusia y contrasta con la calidez del pardo y amarillo toscana.

Estos tonos complementan la paleta principal y resaltan la visibilidad del color héroe de la marca. Puede verse aplicada en textos, fondos, iconos, pastillas de color etc, tanto en print como en digital, siempre a discreción de la creatividad.

Gris Grafito

Pantone Cool Grey 11C

RGB 83-86-90
HEX #53565A
CMYK 63-52-44-33

Toscana

Pantone P 10-13C

RGB 233-196-115
HEX #E2C070
CMYK 0 -16-60-9

Gris Azulado

Pantone 877C

RGB 40-144-145
HEX #8A8D8F
CMYK 45-34-34-0

Azul de Prusia

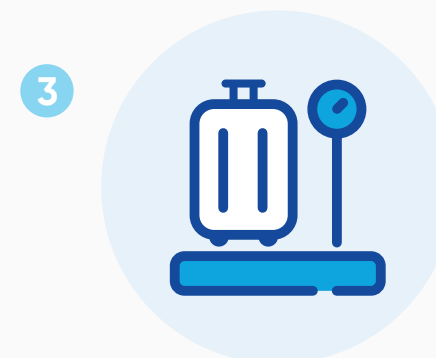
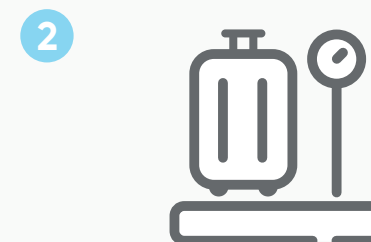
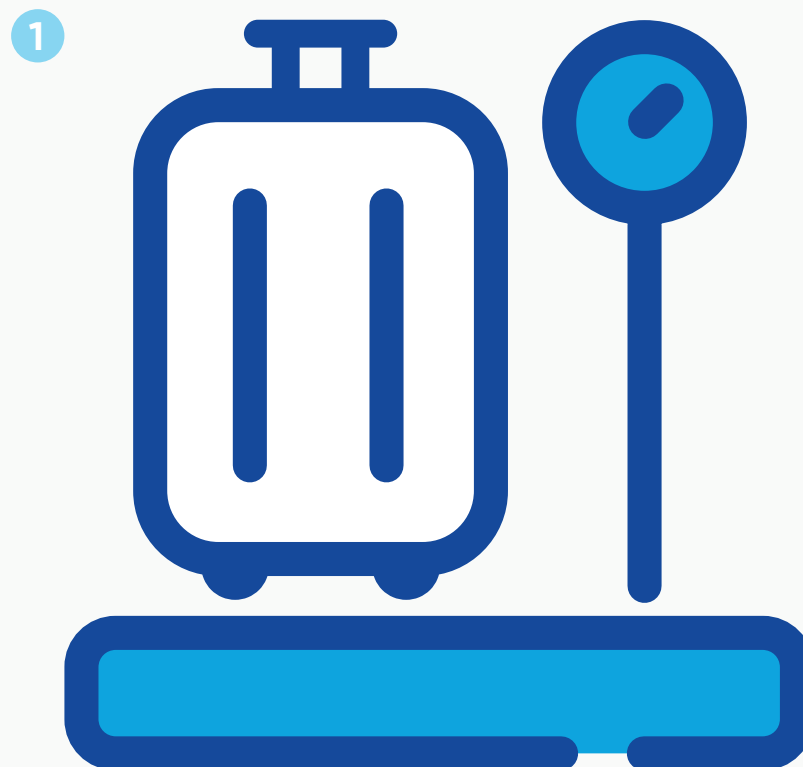
Pantone 657C C

RGB 6-35-66
HEX #062342
CMYK 91-47-0-74

Iconografía

Hemos creado un sistema de diseño donde manejaremos tres versiones para el lenguaje iconográfico de la marca: **1** icono principal (línea a color con relleno) **2** icono monocromático **3** icono sobre círculo de color plano.

El uso de cada versión dependerá directamente del medio donde se aplique.

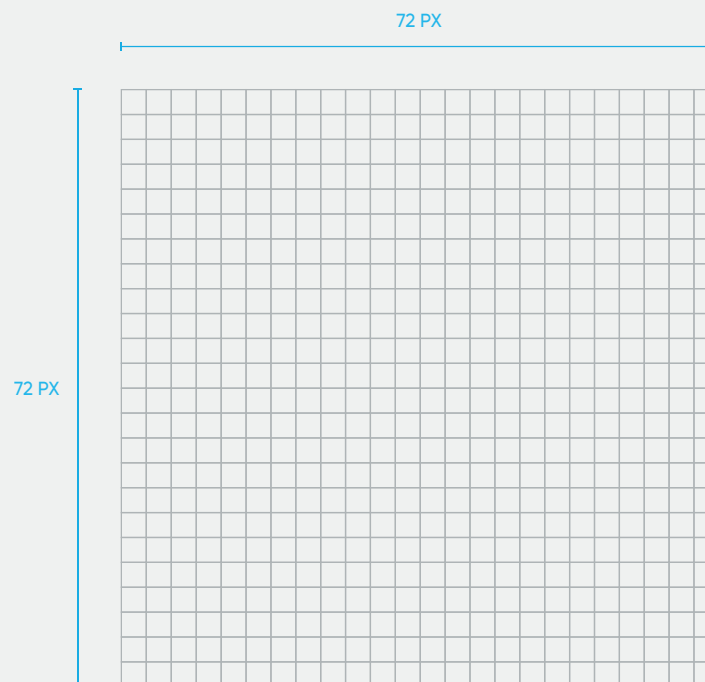


Iconografía

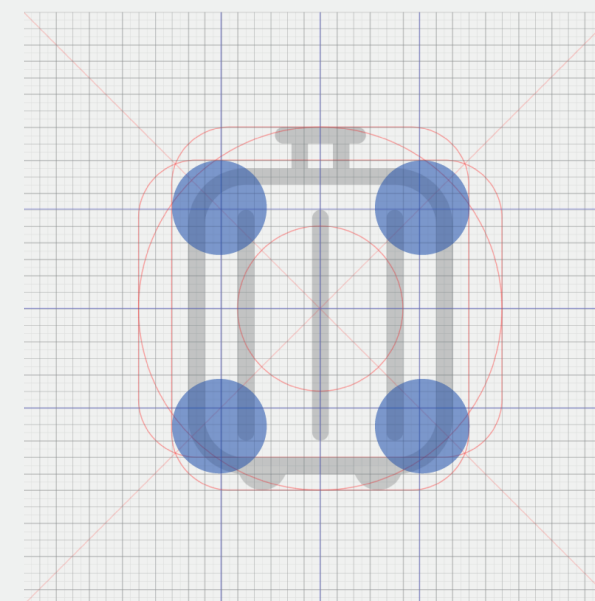
Construcción

Para mantener la unidad gráfica en la iconografía, a continuación explicamos los puntos a tomar en cuenta al momento de crear un icono nuevo:

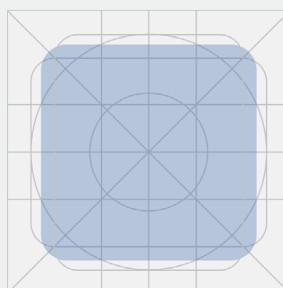
- 1 La mesa de trabajo debe tener un ancho y alto de 72px y un margen de respeto de 14px de cada lado
- 2 La línea del icono debe tener un grosor de 2px y debe guiarse por los keylines definidos: cuadrado, rectángulo horizontal, rectángulo vertical y circular
- 3 Si el icono requiere curvas, están deben ser de 4, 6 y 8 px de acorde a la necesidad de la forma
- 4 Se prohíben los extremos rectos, cada vertice de nuestros iconos debe ser curvo
- 5 En el caso de que el icono requiera una estructura más compleja, el diseño debe seguir los parámetros del sistema, pero apelamos al sentido común para graficar los elementos que son más orgánicos para mantener unidad



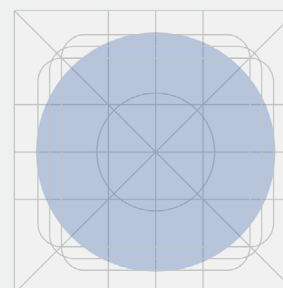
Round corners: 4, 6, 8 px



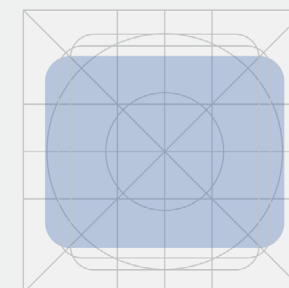
1. Cuadrado



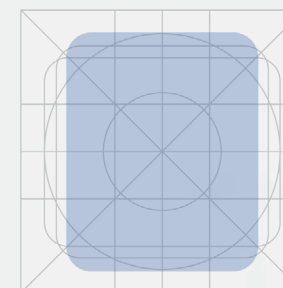
2. Circular



3. Rectángulo horizontal



4. Rectángulo vertical



Iconografía

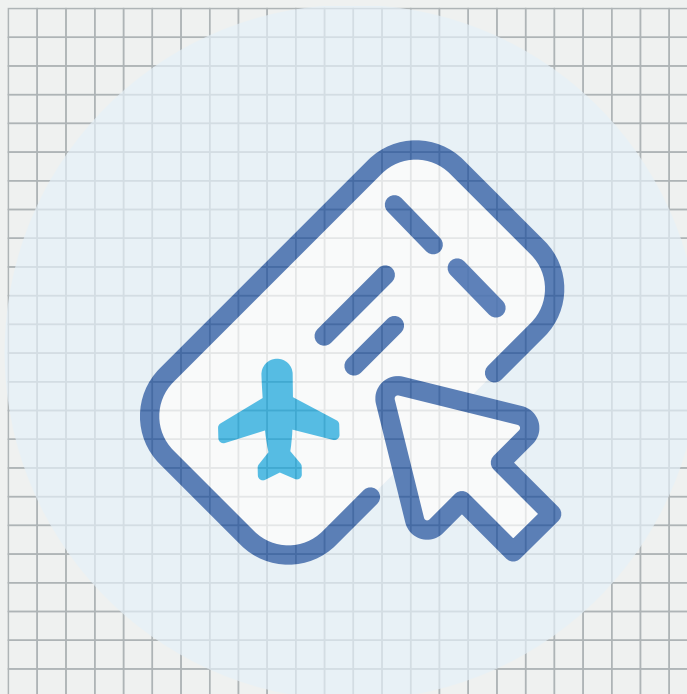
Construcción

6 El color de las líneas y rellenos variarán acorde a la aplicación en los formatos. La línea de color azul añil aplica para los iconos principales y los que están dentro del círculo, con un relleno blanco y en algunas áreas un cian para resaltar ciertos elementos. Los iconos monocromáticos pueden usar cualquier gris de la paleta secundaria y solo llevarán un relleno de color blanco

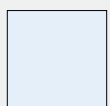
7 El modelo 3 de los iconos, se contienen en un círculo de un diámetro exacto de 72 px

8 En algunos casos para resaltar algo en concreto dentro del icono, se agregará un círculo o un elemento extra que irá ubicado al top inferior de nuestra área de seguridad y contendrá un relleno cian, cualquier elemento que se agregue dentro de este debe tener buena legibilidad y alto contraste. Para resaltar aún más el círculo, se deben hacer unos pequeños cortes alrededor del elemento extra (sobre el icono mismo) para que la forma respire

7



8



RGB 238-244-255
HEX EEF4FF
CMYK 5-2-0-0

Iconografía

Estilo iconográfico



Administrar reserva



Oficina de ventas



Comprar tiquete



Equipaje sobrepeso



Destinos



Documentos migratorios



Servicio a bordo



Películas



Lost and found



Promociones



Usar millas



Ayuda

Composición ■

Introducción

A continuación detallamos las normas a seguir a la hora de construir cualquier pieza de comunicación en función de sus proporciones.

Establecemos también la distribución de los distintos elementos fijando sus respectivos tamaños dentro del área de impresión.

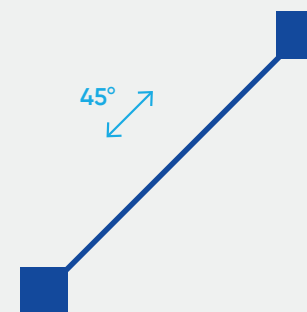
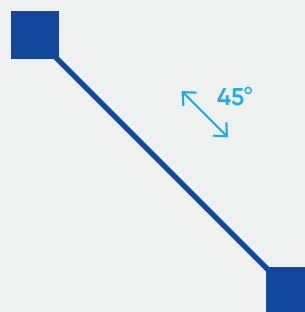
Los conectores

Direcciones

Los conectores, cuando unen dos puntos, serán representados de forma totalmente vertical u horizontal preferiblemente. En casos donde se requiera, de forma excepcional, podrán ir también a 45 grados.

El alto o el ancho de éstos no tiene una medida definida, dependerá de la superficie y formato de la gráfica donde estén aplicados.

La línea siempre parte desde el centro exacto del cuadrado



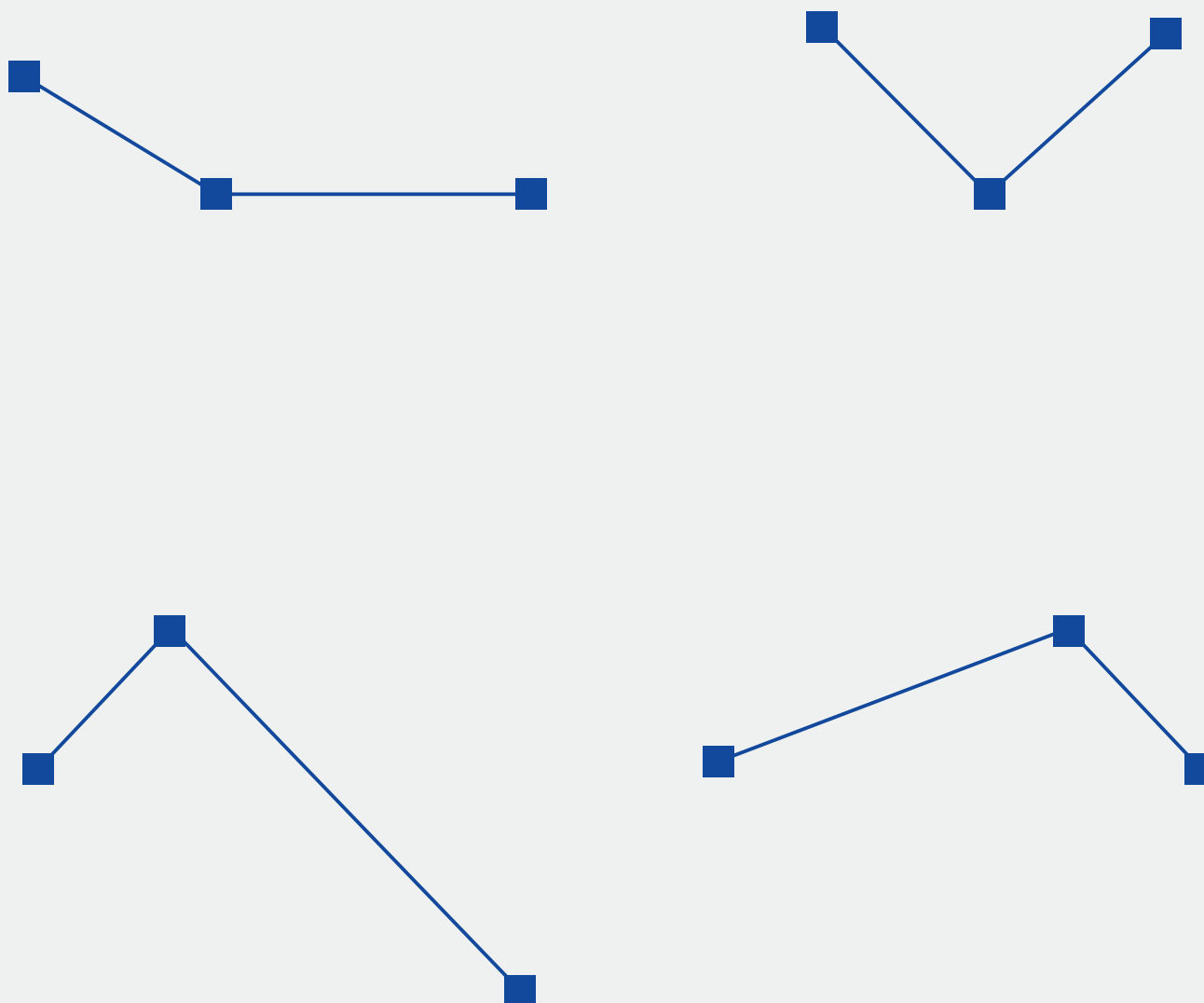
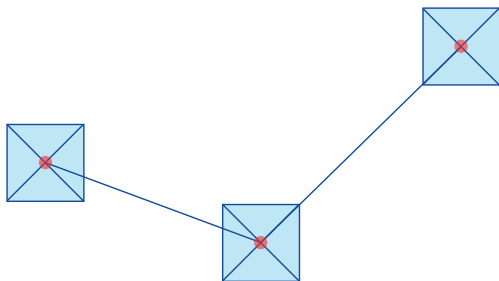
Los conectores

3 puntos

Existe la posibilidad de utilizar, como máximo, 3 puntos de conexión. En este caso, y con el fin de no crear formas excesivamente repetitivas, no aplicará la regla de los 45 grados.

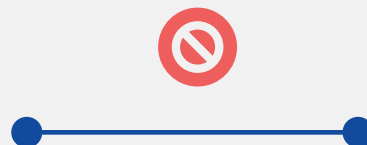


La línea siempre parte desde el centro exacto del cuadrado



Los conectores

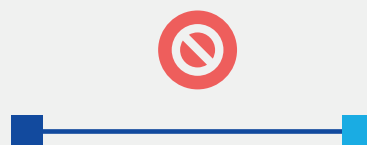
Usos incorrectos



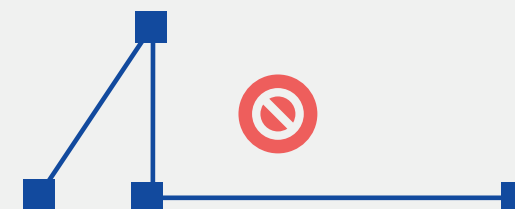
No está permitido cambiar la forma de los conectores.



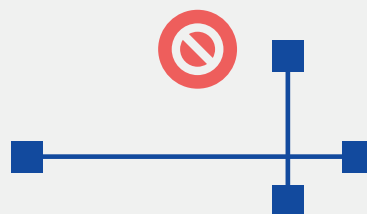
No está permitido utilizar líneas curvas para unir los conectores.



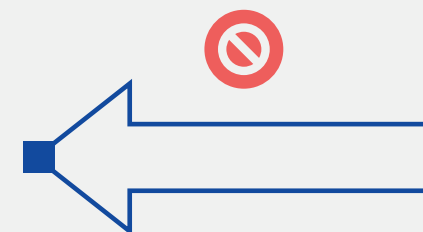
No está permitido utilizar distintos colores en un conector.



No está permitido utilizar más de tres conectores.




No está permitido utilizar más de un conector por pieza gráfica.



No está permitido crear formas, iconos o pictogramas.



copa.com

CopaAirlines A STAR ALLIANCE MEMBER 

Viaja ■

■ A ti

**Mucho pasa
cuando
nada pasa.**

Conectados todo es posible.

copa.com

Descuentos
en mercancía

Aumentos
en diversión

Welcome Black.

Bienvenidos a otro Black
Friday en Panamá.

Conectados todo es posible.

A STAR ALLIANCE MEMBER

CopaAirlines

CopaAirlines

