



# Manual de identidad de marca

# Contenido

## Estrategia de marca

Posicionamiento .....	3
Propósito .....	4
Valores .....	5
Audiencia .....	6
Personalidad .....	7

## Expresión de marca

Logotipo .....	10
Colores .....	11
Área de protección o seguridad.....	15
Tamaños mínimos de aplicación ...	16
Usos incorrectos del logo .....	17

## Logos asociados a la marca

Programas y negocios .....	20
Marquillas.....	21
Otros logotipos .....	25

## Papelería

Hoja carta y sobre .....	27
Tarjet personal y firma e-mail .....	28

## Elementos Gráficos

Ilustración funcional .....	30
Iconografía .....	31
Tipografías principales .....	32
Tipografía expresiva.....	33
Colores secundarios .....	35
Elementos de compocisión .....	37
Piezas de comunicación de las maquillas.....	38
Compocisión de la construcción ..	39
Fotografía de interiores.....	40
Fotografía de exteriores .....	41
Ilustración expresiva .....	42
Tono de voz .....	43

## Aplicación de marca

Segmento marquillas .....	46
Construcción .....	47
RAD .....	48
Marca Pintuco .....	49
Comunicaciones internas .....	50
Otros comunicados .....	51
Ejemplo collage .....	52
Cierre brochure .....	53
Cierre Pintuco .....	54
Cierre comerciales marquillas .....	55

## Aplicación de marca

Cierre comerciales marca .....	57
Pauta digital.....	58
Redes sociales.....	59

## Aplicación de textos

Escala comparativa.....	61
Impresos .....	62
Post.....	65

## Diagramación alternativa

Key visual .....	67
Key Visual temporada.....	69
Invitaciones .....	70
La palabara color.....	70

## Usos incorrectos composición gráfica

Composición .....	75
Tipografía .....	76
Diagramación .....	77
Colores .....	78

## Capítulo Tienda Pintuco

Manejo logotipo y Composición gráfica .....	80
Soy Experto .....	101

# Estrategia de marca

---

En esta sección se describen los conceptos estratégicos esenciales de la marca Pintuco necesarios para guiar la ejecución conceptual y establecer un estilo y tono comunes.

# El Color de la Calidad

## Quiénes somos

Pintuco es la marca más querida, más comprada y más recordada de pinturas en Colombia.

Desde 1945 pintamos en el futuro. Estamos en todas partes. Pintamos y protegemos desde casas, calles y escuelas, hasta neveras, puentes y barcos.

Somos expertos en color, y a través de él transformamos positivamente las vidas de familias, barrios y comunidades enteras.

Hemos crecido y seguiremos creciendo con consciencia de nuestro entorno.

# Transformamos y protegemos con color

## Nuestro propósito

Estamos convencidos del poder transformador del color en la vida y el entorno de las personas.

El color no solo hace del mundo un lugar más bonito. También lo cuida y lo protege.

El color puede empezar, cambiar y concluir historias.

Creamos las herramientas para que más personas transformen y protejan su entorno con el color de la calidad.

# Color Sostenibilidad Calidad Facilidad

## Qué valoramos

Fabricamos y distribuimos pinturas y recubrimientos para uso decorativo, industrial y el sector construcción con la máxima calidad en color y resistencia.

Sorprendemos con productos y servicios wow que facilitan la vida de las personas.

Acompañamos a nuestros clientes en todo el proceso: asesoría, venta y aplicación.

Protegemos los activos de las personas y las empresas para que perduren en el tiempo.

Embellecemos el país con color.



## A quién servimos

Nuestro público son los líderes colombianos. Son todos los que toman la iniciativa de transformar, embellecer y proteger su entorno. Se preocupan por los suyos y por su legado, por eso siempre eligen calidad. Son protectores que quieren sentirse validados y apoyados en su rol.

- Líderes de hogar
- Líderes de industria
- Pintores y líderes en construcción

# Líderes colombianos



## Personalidad de marca

La personalidad de marca define los atributos que caracterizan la manera en que actuamos frente a nuestras audiencias.

Sirve como guía para establecer el estilo de nuestra comunicación.

# Expresión de marca

---

En esta sección se presentan los distintos elementos que conforman la identidad visual de Pintuco y las normas básicas de uso, necesarias para garantizar su correcta aplicación.



**El Color de la Calidad®**

## Logo

El logotipo es el elemento principal de nuestra identidad visual.

El óvalo y el pintor se han mantenido por más de 70 años y representan calidad, experiencia y tradición.



## Construcción y elementos

Nuestro logotipo es el elemento principal de la identidad visual, transmite seguridad y calidad a los colombianos mediante una tipografía manuscrita y amable.

- 01** La palabra Pintuco en una tipografía manuscrita, contenida en un óvalo estilizado que transmite confianza.
- 02** El pintor del overol y la brocha.
- 03** El eslogan histórico de Pintuco

**Amarillo Pintuco**

**Azul Experto**

**Rojo Experto**

## Colores

**EI AMARILLO PINTUCO** nos ha identificado durante 75 años. Es el color que a la hora de pintar genera confianza en las personas.

En la comunicación el **AMARILLO PINTUCO** debe ser protagonista.



**El Color de la Calidad®**

## Colores Principales

**C:** 100  
**M:** 90  
**Y:** 10  
**K:** 0

**R:** 10  
**G:** 30  
**B:** 140



**RAL:** 5002  
**Colores Pintuco:** AZ116-A

**#0A1E8C**

**C:** 0  
**M:** 10  
**Y:** 100  
**K:** 0

**R:** 255  
**G:** 221  
**B:** 0



**RAL:** 1023  
**Colores Pintuco:** AM078-D

**#FFDD00**

**C:** 0  
**M:** 100  
**Y:** 90  
**K:** 0

**R:** 226  
**G:** 0  
**B:** 36



**RAL:** 2030  
**Colores Pintuco:** RJ134-A

**#E20024**

**C:** 0  
**M:** 0  
**Y:** 0  
**K:** 45

**R:** 165  
**G:** 167  
**B:** 168



**RAL:** 00065 00  
**Colores Pintuco:** NE237-D

**#A8A8A7**



## Excepciones



## Aplicación de color

- 01** Siempre que sea posible se aplicará en todos los colores.
- 02** En fondo azul o en fondos oscuros se usará una reserva blanca para que no se pierda.

NOTA: Si lleva reserva blanca el eslogan debe ir en blanco.

## Excepciones

Se usará a 1 sola tinta si el medio o material impreso así lo requieren y se necesite una versión mucho más simplificada del mismo, como por ejemplo: la marcación de souvenirs, los sellos, grabados sobre metal y vidrios, repujados en cuero o madera entre otros.

## Grises

Esta versión podrá ser utilizada para impresión limitada a un color (negro) en elementos de oficina, como: fotocopiado, facturas, hojas interiores de cuadernos y agendas, entre otros.



## Aplicación sobre fondos

Las aplicaciones sobre fondos de color claros deben permitir la legibilidad del logotipo, en caso de que el fondo sea de un color que dificulte la legibilidad de este deberá llevar un **outline blanco** que genere reserva y separe el logo del fondo y en ese caso **el slogan será usado en color blanco**.



## Área de Protección o seguridad

El logotipo siempre debe mantener unos espacios vacíos mínimos a su alrededor, los cuales deben ser respetados para garantizar la claridad y la legibilidad de la marca; en este caso las sílabas «Pi» de la palabra Pintuco es la unidad de medida que manejaremos para respetar esa área de protección tanto a la izquierda como a la derecha, mientras que arriba y abajo será la letra «P».

Para los casos donde el logotipo se use sin slogan, también manejaremos la misma unidad de medida.

## Impresos



## Digital



## Tamaños mínimos de aplicación

En las piezas de comunicación no siempre se cuenta con el espacio necesario para encajar los elementos, es por eso que el logotipo completo se utilizará en piezas de gran tamaño o de buena lectura. A medida que el área visual disminuya, los elementos del logotipo también, eliminando así el pintor y el óvalo sucesivamente.

### Opción A: Logotipo completo

Para garantizar la claridad y la legibilidad a la hora de comunicar, el tamaño mínimo para impresos es 3.5 cm y para digital de 120px

### Opción B: Logotipo sin slogan

El slogan se omitió debido a que el texto no es legible en un tamaño tan pequeño. Esta opción se usaría para aplicar en piezas como: botones, pines, cintas Pintuco, tamaños pequeños de pautas digitales, etc. El tamaño mínimo para impresos es 2.0 cm y para digital de 80px

### Opción C: Logotipo sin slogan y sin pintor

Esta opción se aplicaría en piezas aún más pequeñas, por ejemplo: pinceles, lapiceros, USB'S, etc. El tamaño mínimo para impresos es 1.0 cm y para digital de 34px



El Color de la Calidad®



El Color de la Calidad®

*Pintuco*®

El Color de la Calidad®



El Color de la Calidad®



El Color de la Calidad®



El Color de la Calidad®



El Color de la Calidad®



El Color de la Calidad®



El Color de la Calidad®



El Color de la Calidad®



El Color de la Calidad®

## Usos incorrectos del logo

Suprimir el óvalo amarillo

Cambiar el tamaño de los elementos

Cambiar los colores

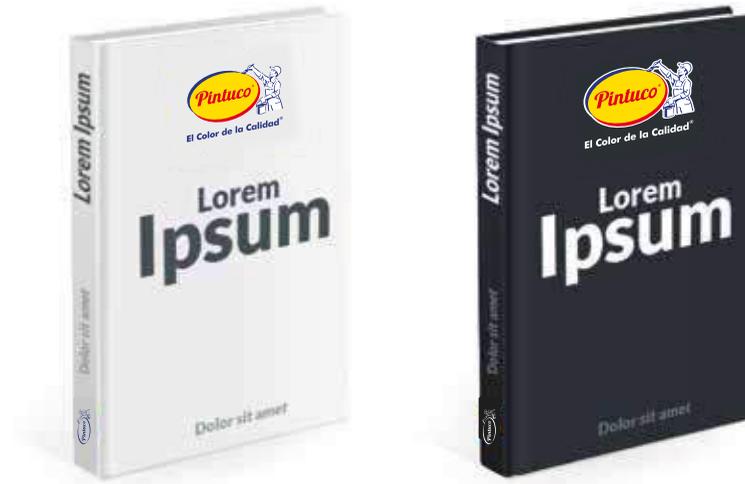
Modificar las distancias

Añadir elementos extra

Distorsionar

Girar

No poner outline blanco al logo cuando el eslogan va en blanco



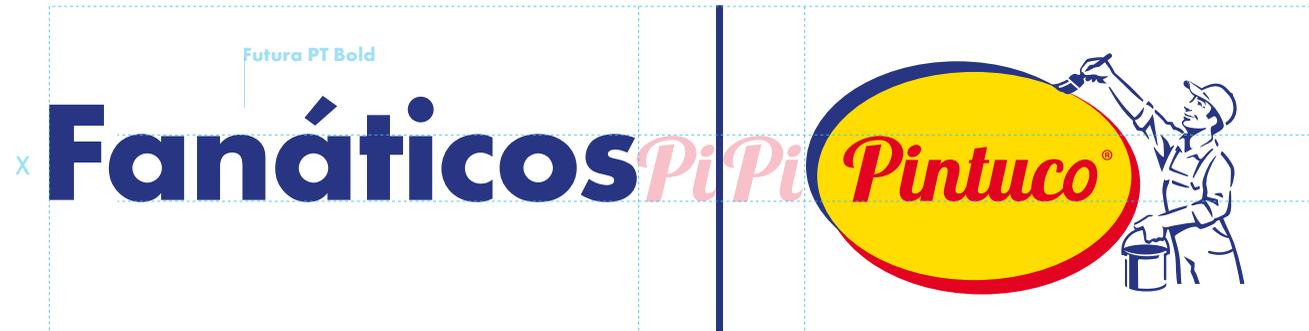
## Usos incorrectos del logo

### Excepción

Se permite el uso vertical del logotipo en circunstancias donde el espacio sea muy vertical como por ejemplo el lomo de los libros, los lápices y lapiceros o cualquier otro objeto con características similares.

# Logos asociados a la marca

---



**Tienda**



**Socios de  
valor**



**Automotriz**



## Programas y negocios (composición horizontal)

Para mantener la solidez, los nombres de los negocios o programas de la marca no tienen logotipos propios. Siempre van acompañados por el logotipo de Pintuco sin el eslogan para reducir la cantidad de texto. Se escriben en Futura PT bold en bajas, a excepción de la primera letra del nombre que va en mayúscula.



## Programas y negocios (composición vertical)

Para composiciones verticales, se puede acomodar el nombre del programa encima del logo manteniendo las proporciones aquí descritas.

**Tienda**



**Fanáticos**



**Socios  
de valor**



**Automotriz**

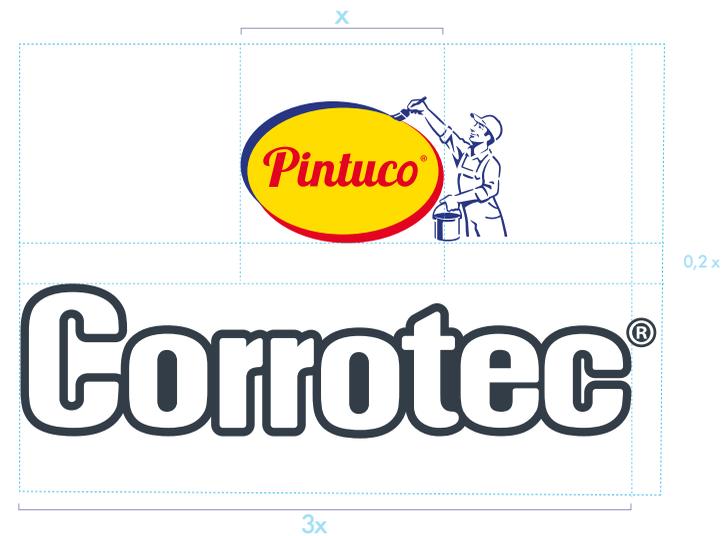




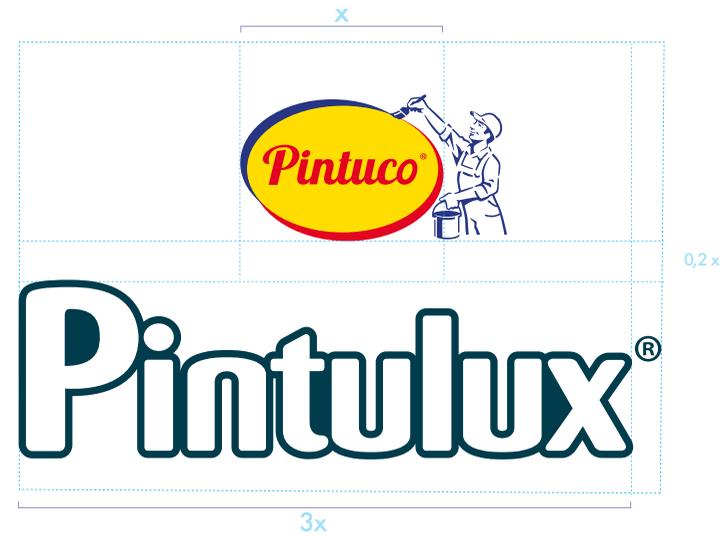
## Marquillas

El logo de Pintuco debe acompañar el logo de la marquilla en la parte superior siempre que sea posible. En caso de composiciones verticales o de menor tamaño, el logo de Pintuco se ubica al lado derecho de la marquilla.

# Marquillas



# Marquillas





Desayune  
con



## Otros logotipos

Para el manejo de logotipos para eventos, concursos, premios, entre otros, se pueden usar:

Las tipografías Futura PT y Risslead  
Los colores de la marca  
Figuras geométricas  
Íconos

Cada logo tendrá su identidad sin salirse de los manejos gráficos de la marca.

# Papelería

---

## HOJA CARTA



El Color de la Calidad®

**Pintuco Colombia S.A.S.**  
Calle 19A No. 43B-41 / PBX: 384 84 84 / Fax: 232 04 70  
NIT: 890.900.148-2 / Apartado Aéreo: 1194 / Medellín - Colombia

## SOBRE



El Color de la Calidad®

Pintuco Colombia S.A.S.  
Calle 19A No. 43B-41 / PBX: 384 84 84 / Fax: 232 04 70  
NIT: 890.900.148-2 / Apartado Aéreo: 1194 / Medellín - Colombia

## TARJETA PERSONAL



## FIRMA CORREO ELECTRÓNICO



☎ (57+604) 384 84 84

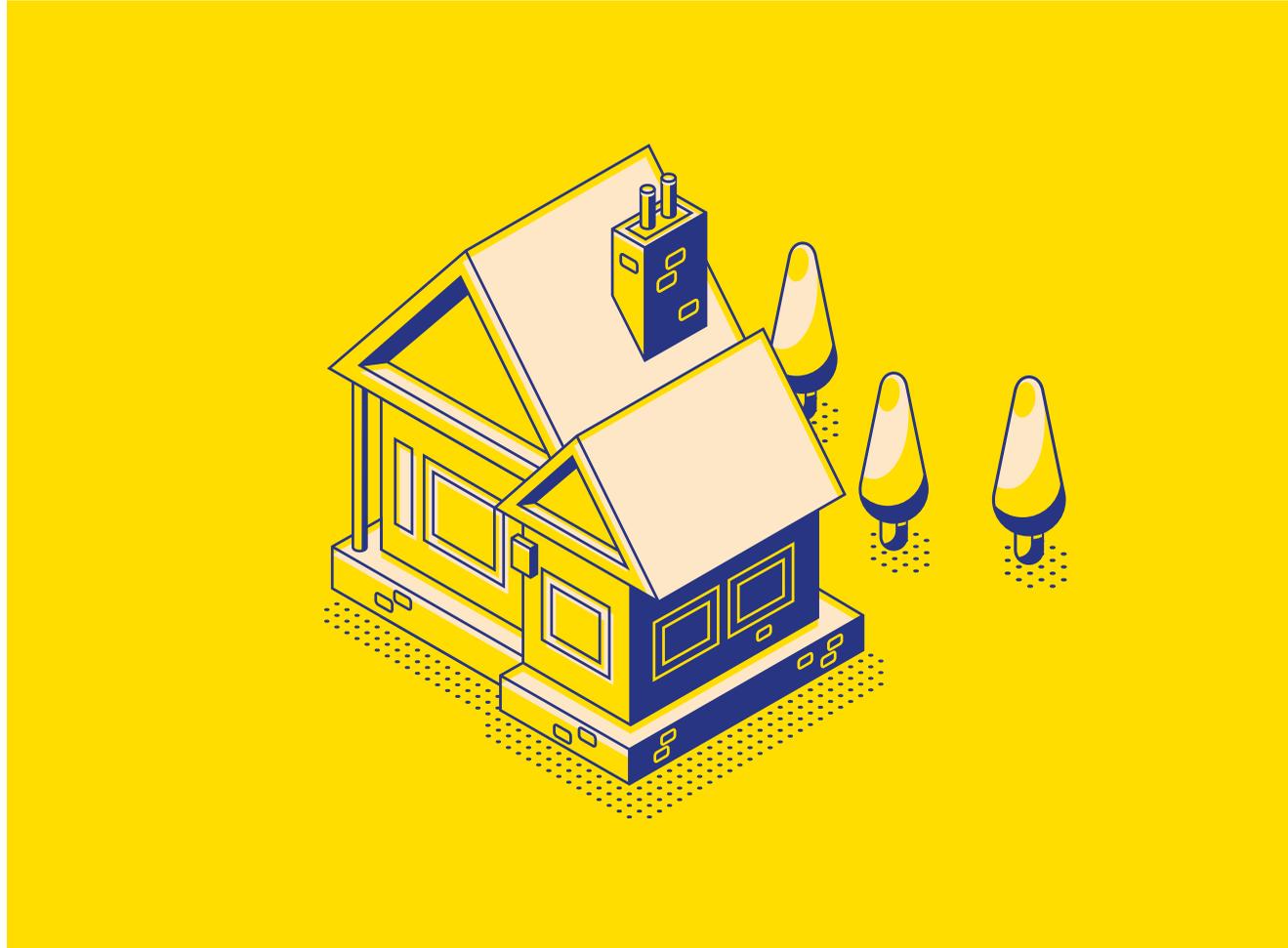
📍 Calle 19 A No. 43 B - 41  
Medellín - Colombia

[www.pintuco.com.co](http://www.pintuco.com.co)



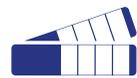
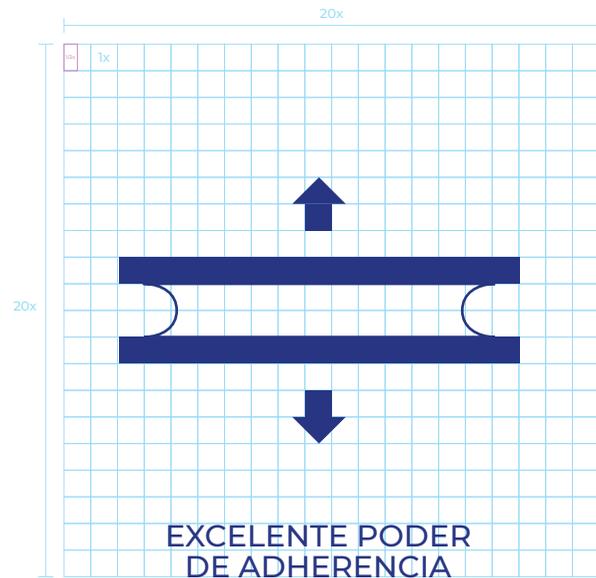
# Elementos gráficos

En esta sección se ilustra la forma en que se integran los distintos elementos que conforman la identidad visual de Pintuco.



## Ilustración funcional

Cuando sea necesario utilizar ilustraciones para explicar información técnica, la perspectiva isométrica permite destacar las superficies de color. Se utilizan siempre los colores de la marca.



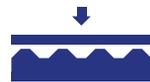
MILES DE COLORES



ALTA RESISTENCIA A LA FRICCIÓN



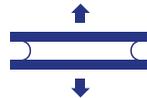
PERMITE LAVAR MÁS DE 100 MANCHAS



ADHESIÓN SOBRE GALVANIZADO



AHORRO DE DINERO



EXCELENTE PODER DE ADHERENCIA



RENDIMIENTO SUPERIOR



RÁPIDO SECADO



AISLANTE TÉRMICO

## Iconografía

Los íconos de los atributos de los productos se utilizarán a una sola tinta y para mejor lecturabilidad del ícono llevará o no relleno.

Todas las líneas tendrán el mismo grosor, esto se hace para lograr una forma homogénea en el diseño.

## Futura PT Bold

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
0123456789

## Futura PT Medium

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
0123456789

## Montserrat Bold

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
0123456789

## Montserrat Regular

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
0123456789

## Tipografías principales

Se usará la familia de la **Futura PT** tanto para textos como para cuerpos de texto.

Como complemento para los cuerpos de texto se podrá usar la **Montserrat**.

# Risslead

---

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
0123456789

## Tipografía expresiva

Para diferenciar textos llamativos se utiliza la tipografía **Risslead**. Se usa para resaltar palabras individuales o frases cortas.

En titulares se usa siempre en combinación con **Futura PT Bold**.

En destacados sí se puede utilizar por sí sola.

# Este es un título

**Futura PT Bold**

## Este, subtítulo

**Futura PT Medium**

Esto es un cuerpo de texto.

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 exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum

**Montserrat Medium**

**“Esto será una citación”**

**Montserrat Bold**

**23**

**Futura PT Bold**

## Diseño tipográfico

En titulares, se debe determinar kerning\* óptico y un tracking reducido de entre -20 y -10, dependiendo del tamaño de la pieza (a mayor tamaño, menor tracking).

En subtítulos, definimos kerning óptico y tracking 0.

Para los cuerpos de textos, se deja el kerning automático y tracking en 0.

\*Kerning: es el ajuste realizado en el espacio entre un par de letras.

C: 0 M: 76,83 Y: 59,01 K: 0	R: 255 G: 88 B: 83	#FF5853
C: 9,05 M: 85,34 Y: 70,78 K: 1,22	R: 216 G: 65 B: 65	#D84141
C: 80,63 M: 56,11 Y: 0 K: 0	R: 56 G: 110 B: 206	#386ECE
C: 67,18 M: 41,52 Y: 0 K: 0	R: 95 G: 136 B: 199	#5F88C7
C: 0 M: 40,41 Y: 94,4 K: 0	R: 251 G: 167 B: 1	#FBA701
C: 0 M: 28,33 Y: 84,04 K: 0	R: 255 G: 192 B: 51	#FFC033
C: 0,43 M: 1,08 Y: 13,27 K: 0	R: 255 G: 250 B: 229	#FFFDE8

## Colores secundarios

Esta gama de colores se usarán para enriquecer la gráfica, en ningún momento pasarán a ser más importantes que el amarillo Pintuco o el azul Experto.

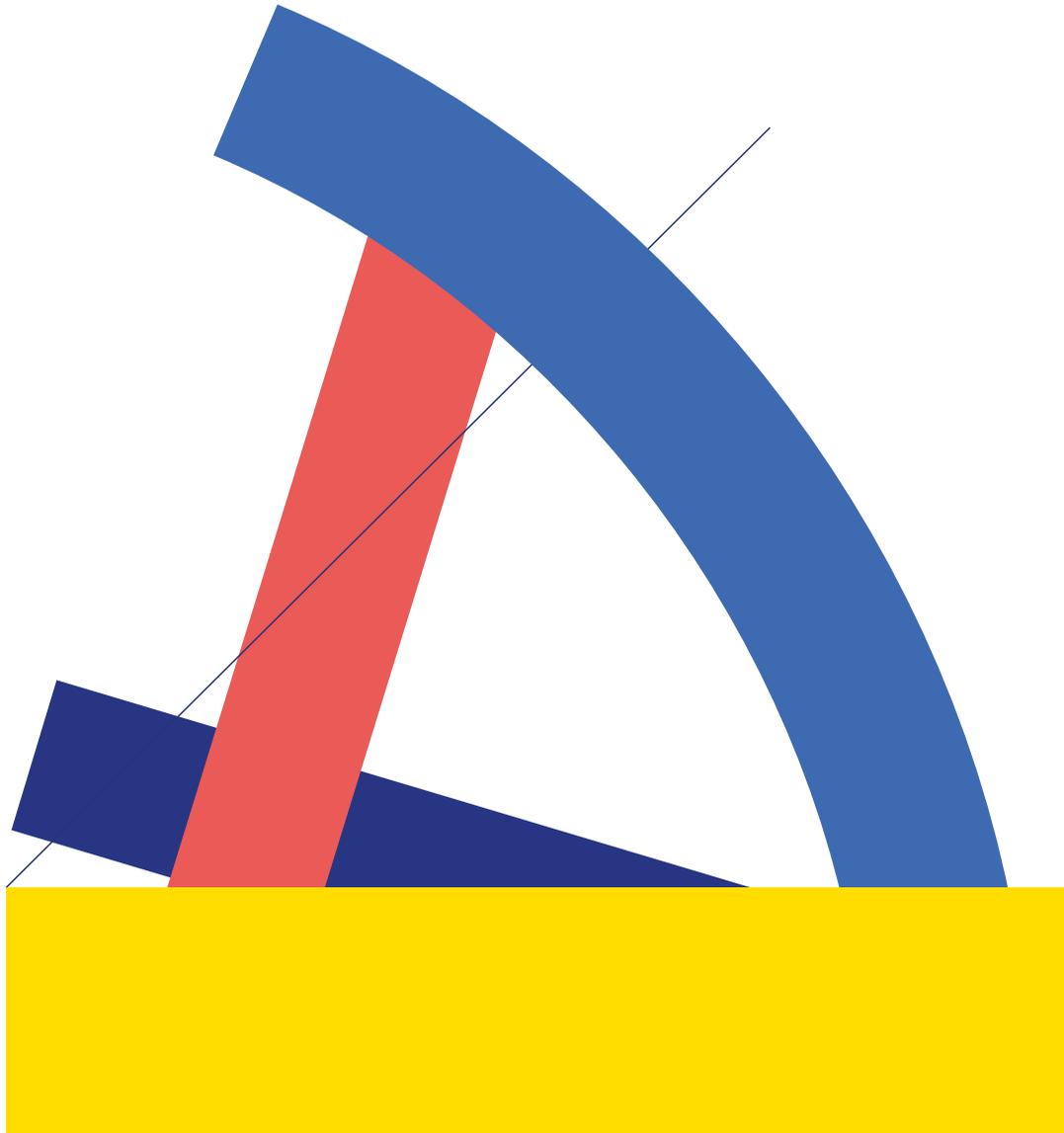
C: 90 M: 0 Y: 70 K: 0	R: 0 G: 160 B: 112	#00A070
C: 50 M: 0 Y: 100 K: 0	R: 148 G: 193 B: 31	#94C11F

## Colores secundarios: gama sostenibilidad

Esta gama de colores se usarán para todos los temas relacionados con sostenibilidad, también estarán acompañados por los colores principales de Pintuco, tanto el Amarillo Pintuco como el Azul Experto.

### Nota:

En caso de necesitar otro color para algún tema específico, por ejemplo temas de seguridad, que sería otro tono de color verde, se debe consultar con diseño Pintuco para aprobación del color.



## Elementos de composición

La composición es la forma en la que diagramamos las diferentes piezas de comunicación visual. Utilizamos un lenguaje gráfico de franjas rectas y curvas inspiradas en brochazos de pintura.

MÁS METROS CON MENOS PINTURA.  
MÁS CUBRIMIENTO CON MENOS MANOS.  
MÁS RÁPIDO CON MENOS ESFUERZO.




**Nuevo Viniltex® Ultramax:**  
Con menos, pintas más.

Encuétralo en las más de 170 tiendas Pintuco® y [tiendapintuco.com](http://tiendapintuco.com)

@Pintuco\_oficial @Pintuco\_oficial @PintucoColombia Pintuco



El Color de la Calidad®

En Pintuco® seguimos apostando por la *sostenibilidad* y la *calidad* del aire interior





PLUG FREE  
FÓRMULA AVANZADA PARA EL AMBIENTE INTERIOR  
FÁCIL DE LIMPIAR  
TECNOLOGÍA SUPERIOR AL SOLAR




Proteger y embellecer la madera ahora es ¡increíblemente fácil!




Resalta la belleza natural de la madera mientras cuidas de tu salud y la de tu familia.  
Hazlo con color, hazlo con Pintuco.

[www.pintuco.com.co](http://www.pintuco.com.co) @Pintuco\_oficial PintucoColombia @Pintuco\_oficial Pintuco Pintuco




## Piezas de comunicación de las marquillas

En piezas publicitarias de productos asociados con las marquillas, quien firma es Pintuco.

Siempre que el tamaño de la pieza lo permita, se debe incluir fotografía del producto con el logotipo de la marquilla claramente visible.

Si el render va grande en el cierre no es necesario poner el logo de la marquilla de nuevo.



## Construcción de la composición

Las piezas de comunicación siempre deben incluir la franja amarilla vertical en el lado derecho u horizontal arriba o abajo según la pieza a diseñar.

La franja azul se usará cuando el color amarillo sea protagonista en la pieza.

Las franjas secundarias se utilizan como elemento de diseño para agregar color o diagramar textos.

La franja amarilla es obligatoria en todas las piezas, las franjas secundarias son opcionales y se pueden incluir máximo 3 en la composición.

Cuando la composición de la pieza no tenga muchos elementos, se pueden utilizar las franjas secundarias de colores para enriquecer el diseño de la pieza.



## Fotografía de interiores

Buscamos mostrar siempre espacios vívidos donde las superficies pintadas sean protagonistas. Por eso buscamos que las paredes ocupen más del 50% de la composición. También buscamos utilizar los elementos de ambientación para dar contexto, nunca como protagonistas de la imagen.



## Fotografía de exteriores

Al mostrar construcciones y edificios, buscamos siempre composiciones simétricas con las perspectivas controladas para evitar fugas o ángulos dramáticos. Buscamos siempre incluir áreas con espacio negativo o texturas continuas para diagramar texto.



## Ilustración expresiva

Para crear un universo cálido, humano y familiar, utilizamos ilustraciones expresivas en 3D, con formas redondeadas y colores suaves que transmiten emoción.

Simulamos materiales reales en los que se pueda apreciar la textura de la pintura.

**Claro**  
**Experto**  
**Empático**  
**Conciso**  
**Alegre**

## **Tono de voz**

Compartimos nuestro conocimiento y experiencia en palabras simples.

Nos hacemos entender con un lenguaje claro y conciso.

No somos egocéntricos: pensamos en el otro primero.

Tratamos a las personas de tú.

Somos buena gente y serviciales, pero somos técnicos si el tema lo amerita.

De vez en cuando nos reímos y hacemos reír.

Para locuciones, utilizamos una voz masculina que más que locutar, conversa con los espectadores de cada pieza.

Pinta y cámbiale  
el color a tu vida

---

Lleva el verano  
a tu cuarto

---

Te la pintamos fácil

---

Contigo en  
cada rincón

Color que dura y dura

---

Acabados que lo tienen  
todo cubierto

---

Una mano de calidad

## Ejemplos de tono de voz

# Aplicación de marca

---

En esta sección se ilustra la forma en que se integran los distintos elementos que conforman la identidad visual de Pintuco.

Que ni el sol ni la lluvia afecten tu fachada, *protégela con Koraza®*

**Koraza**  
LA BARRERA ENTRE PINTAR Y PROTEGER

- Máxima duración
- Alta adherencia
- Resistente a la intemperie
- Repelle la suciedad
- Antihongos activa

www.pintuco.com.co

El Color de la Calidad®

EDICIÓN ESPECIAL

**Vacuna tus paredes contra el Coronavirus**

Nueva **Vinilux** Bio-Cuidado la pintura efectiva contra el virus del COVID-19

Elimina el 99.9% de los virus SARS-CoV-2, H1N1 y las bacterias al contacto con la superficie. Además es ecológica, de ultra bajo olor y con cero VOC.

Encuéntrela en Tiendas Pintuco, [tiendapintuco.com](http://tiendapintuco.com) y distribuidores autorizados

El Color de la Calidad®

**CIÉRRALE LA PUERTA A LA CORROSIÓN CON CORROTEC**

**Corrotec PREMIUM**

La base protectora contra la corrosión. Mantén tus metales vivos y fuertes por más tiempo.

El Color de la Calidad®

## Segmento marquillas

Al momento de trabajar en piezas relacionadas con los productos marquilla (Pintulux®, Viniltex®, Koraza®, Madetec®, Corrotec®, entre otras) se utiliza el amarillo, pero en estos productos en específico se permite mayor libertad en cuanto al uso de colores complementarios. Por lo tanto, en estos casos el fondo de la pieza podría no ser amarillo en su totalidad.

# Sellamur

¡El verdadero escudo en impermeabilización!

**ANTIHONGOS**

RESISTE PRESIÓN POSITIVA Y NEGATIVA 10 PSI

EVITA DETERIORO Y DESPRENDIMIENTOS

BAJO VOC BAJO OLORES

**SELLAMUR 3EN1**  
SELLA, IMPERMEABILIZA Y PINTA  
Sella e impermeabiliza en Muros y Techos

Capacidad: 15 litros - 2,785 L/OPV

www.pintuco.com.co

@Pintuco\_oficial PintucoColombia

@Pintuco\_oficial Pintuco Pintuco

**Pintuco**  
El Color de la Calidad®

## Construcción

### Oportunidades y beneficios de la Construcción Sostenible

**Compradores y Habitantes**

- Valorización**  
Mejor precio en el momento
- Calidad de vida**  
Espacios con luz natural, mejor calidad del aire, confort térmico y acústico
- Hábitos Sostenibles**  
Producir y consumir de una manera responsable, contribuyendo al cuidado del medio ambiente y la protección del planeta.
- Económicos**  
Financiación sostenible, préstamos de vivienda con intereses más bajos.  
Ahorro en su operación hasta un 60% más respecto a una vivienda convencional.

**Constructores**

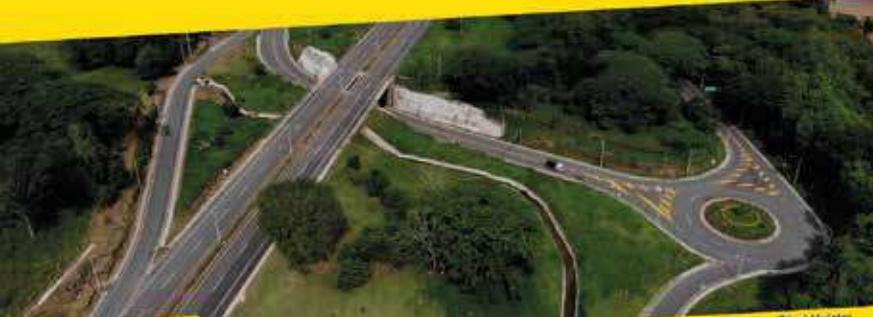
- Tributarios y económicos**  
Financiación sostenible, préstamos y bonos verdes, Certificado de Aprovechamiento de RCD - Incentivos tributarios.
- Megatendencia**  
La sostenibilidad es el camino actual a nivel mundial para las construcciones.
- Proyecto diferenciado/Reconocimiento en el mercado**  
Certificación: LEED, WELL, Referencial CASA.
- Ciudades Sostenibles y Resilientes**  
Contribuyen a reducir el CO<sub>2</sub>, la contaminación, la escasez de agua y recursos naturales.

**Pintuco**  
El Color de la Calidad®

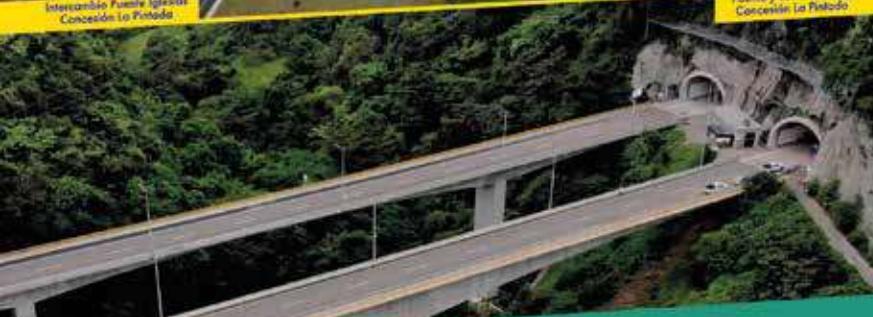
www.pintuco.com.co

@Pintuco\_oficial  
PintucoColombia  
@Pintuco\_oficial  
Pintuco  
Pintuco

*Señalizamos la vía y protegemos la vida en las grandes obras de infraestructura*



Intercambio Puente Iglesias  
Concesión La Pintada



Puente y Túnel Mulatos  
Concesión La Pintada

Soluciones de demarcación y protección de la corrosión ajustadas a las exigencias de los proyectos.



[www.pintuco.com.co](http://www.pintuco.com.co)

@Pintuco\_oficial PintucoColombia Pintuco\_oficial Pintuco



**Pintuco**  
El Color de la Calidad®

**RECUBRIMIENTOS EN POLVO**  
Powder coatings



**Pintuco**  
El Color de la Calidad®



**RAD**



**¡Fanáticos Pintuco®**  
*Te regala una Tableta!*

**¿Qué tienes que hacer?**  
Registra los códigos de los productos que usas y recomiendas entre el 24 y 31 de agosto.

Si aún no estás inscrito en Fanáticos,  
**Inscríbete aquí:**  
WhatsApp 311 636 55 77

Los Fanáticos que más compras registren en estas fechas, serán los **GANADORES**. Tendremos 12 ganadores a nivel nacional.

Puedes registrar tus compras en los siguientes canales:

Tiendas Pintuco® y/o punto de venta donde compres. | Llama o te llama gratis al 8000 111 947 opción 1 | Escanea nuestro WhatsApp 311 636 55 77

www.pintuco.com.co  
@pintuco\_oficial | Pintuco Colombia  
@pintuco\_oficial | Pintuco

**Fanáticos** 



**Amigo Fanático:**  
Llegó lo que estabas *esperando!*

Ahora con **Viniltext®** sumas tus puntos y **GANAS MÁS!**

Con Viniltext® puedes sumar puntos y **GANAR Más!**

¿QUERO RECIBIR MI COMPRA?

¿Cómo puedes sumar tus puntos y **GANAR** a través de la línea de whatsapp?

Escanea tus códigos y **comienza a GANAR!**

www.pintuco.com.co  
@pintuco\_oficial | Pintuco Colombia  
@pintuco\_oficial | Pintuco

**Fanáticos** 

## Marca Pintuco

Para piezas de productos Marca Pintuco® (Tiendas Pintuco, Club Coloristas, Automotriz Pintuco, Fanáticos, Comunicación interna, entre otros) si el fondo es de color amarillo sólido en gran parte o en su totalidad la franja del cierre deberá ser azul con los textos en blanco para evitar caer en diseños muy monocromáticos.

En los casos en los cuales el fondo no pueda ser amarillo por cuestiones de diseño, la franja se pondrá amarilla para darle importancia al amarillo Pintuco.





### "Más vida"

un proyecto de acupuntura urbana por la reactivación económica

Fundación Santo Domingo y Fundación Pintuco se unen para liderar la estrategia de acupuntura urbana de mayor alcance en la región Caribe. Con co-creación y participación colectiva, en septiembre inició +VIDA, un proyecto que favorece la convivencia, la apropiación del espacio público y la reactivación socioeconómica en Ciudad del Bicentenario e Isla de Barú en Cartagena y Villas de San Pablo en Barranquilla.

A través de una amplia oferta de actividades, que incluye talleres de formación, intervenciones de espacio público, paisajismo, iluminación, señalización vial, arte urbano gráfico, actividades pedagógicas, proyectos turísticos y de emprendimiento, se espera que +VIDA logre beneficiar a más de dos mil personas.

"Lo más importante es identificar nuestra identidad, nuestra cultura ciudadana y trabajar por el mejoramiento y embellecimiento de espacios en el territorio y así tener calidad de vida para todos," manifestó Leopoldo Martínez, habitante de Villas de San Pablo en Barranquilla mientras participaba de las primeras socializaciones de la estrategia.





### "Desayune con Pintuco"

con nuestros SOCIOS DE VALOR del negocio de Construcción

En Pintuco seguimos fortaleciendo la relación con nuestros **Socios de Valor**, el 2 de septiembre en Medellín, realizamos un **conversatorio con los contratistas, sus coordinadores, supervisores y aplicadores de obra**, con el propósito de profundizar conocimientos en revoques, estucos y equipos de aplicación de nuestras soluciones para la construcción.

Este espacio se realizó con el **acompañamiento de Servicio Técnico** y bajo la metodología, que esta área ha implementado en la estrategia **Desayune con Pintuco**.

En total contamos con la asistencia de 20 personas, quienes valoraron este encuentro como un **espacio de aprendizaje**, que les permite fortalecer sus capacidades técnicas.

Próximamente estaremos realizando este espacio en **otras ciudades del país**.



## Comunicaciones Internas

### ¿Y dónde hago mi presentación de PowerPoint?

Descarga aquí nuestra plantilla de PowerPoint para tus presentaciones empresariales internas y externas.

Sapes...

Las fotografías que allí verás las puedes cambiar de acuerdo con la temática que estés trabajando y quieras mostrar.

Así nos ayudas a darle fuerza y unidad a nuestra marca





**COLOR WEEK LATAM 2021**

Te invitamos a la segunda edición de **Color Week Latam 2021**, un espacio para aprender de tendencias, inspiración y color en la arquitectura, el urbanismo y la industria.

Del **21** al **23** de **septiembre**

¡Separa tu agenda!

www.pintuco.com.co

@Pintuco\_oficial Pintuco  
 PintucoColombia Pintuco  
 @Pintuco\_oficial

**Pintuco**  
 El Color de la Calidad™



Desayune con **Pintuco**

Te invita a un conversatorio:  
**Pre-acabados y equipos de aplicación que optimizan el desempeño**

**Público:** Supervisor, Coordinador, Aplicador  
**Fecha:** jueves 14 de octubre  
**Hora de inicio:** 8:00 a.m. hasta las 9:30 a.m.  
**Lugar:** Hotel Atrium Plaza  
 Cra. 44 #74-85 - Barranquilla

**Importante:**

- Esta invitación incluye **5 cupos** por contratista.
- Se tendrá en cuenta todas las medidas de bioseguridad.
- Portar tapabocas y en lo posible gel antibacterial o alcohol.

*¡Te esperamos!* Para que disfrutemos de un delicioso desayuno

@Pintuco\_oficial  
 PintucoColombia  
 Pintuco

**Socios de valor**

**Pintuco**

## Otros comunicados

**¡Descubre las 5 Soluciones**  
que trae Pintuco® para tu hogar!

① INTERIORES   ② EXTERIORES   ③ METALES   ④ MADERAS   ⑤ MULTISUPERFICIES

**Pintuco**  
El Color de la Calidad®

The brochure features a central image of a hand with five fingers pointing to different colors, representing the five solutions. The background is a collage of home interior and exterior scenes, including a red chair, a white air purifier, a potted plant, and a modern building facade.

**Lista de precios Cadenas 2021**

**Pintuco**  
El Color de la Calidad®

The brochure features a collage of images related to painting and construction, including a modern building facade, a green sofa, a person painting a wall, a factory interior, and road markings. The background is a mix of white and grey tones.

## Ejemplos de Collage

**¡Atrévete!** y transforma tus espacios con tus *colores* preferidos

## ¿Quieres saber cómo pintar?

- 1** Define el color que quieras utilizar, puedes usar nuestra app   
- 2** Escoge la pintura que más te guste. Si tienes dudas, puedes **leer este folleto** o comunicarte con nosotros.
- 3** Elige los accesorios que necesites y calcula la cantidad de pintura que requiere el espacio.
- 4** ¡Visita tu lugar favorito para comprar! Contamos con más de **170 tiendas Pintuco** a nivel nacional, distribuidores autorizados y además, en [tiendapintuco.com](http://tiendapintuco.com) puedes hacer tus compras con un clic. Usa el QR para conocer más.



[www.pintuco.com.co](http://www.pintuco.com.co)

 @Pintuco\_oficial  PintucoColombia  @Pintuco\_oficial  Pintuco  Pintuco

  
El Color de la Calidad®

## Cierre brochure



## Cierre Pintuco

Para piezas que utilizan una franja de cierre que tenga frase de texto o call to action, el tamaño de la fuente debe mantenerse entre 20 y 30 puntos.

La franja de cierre, sea vertical u horizontal, deberá ocupar en promedio un 20-25% de la altura de la pieza. Además, debe ir siempre desde el extremo izquierdo hasta el extremo derecho de la pieza en casos de aplicación horizontal, y del extremo inferior, hasta el extremo superior en casos de aplicación vertical.

La aplicación del logo en la franja de cierre deberá ocupar entre el 50% y el 85% de la altura de dicha franja.

Las redes sociales acompañarán a la franja dependiendo del medio a publicar.



## Cierre comerciales marquillas

El texto debe estar junto al producto (a su lado izquierdo o derecho según le convenga a cada pieza diseñada).

En los textos deben estar el *Call To Action* y las redes sociales de la marca.

\*El cierre puede variar según la necesidad e intención a comunicar.





## Cierre comerciales marca Pintuco

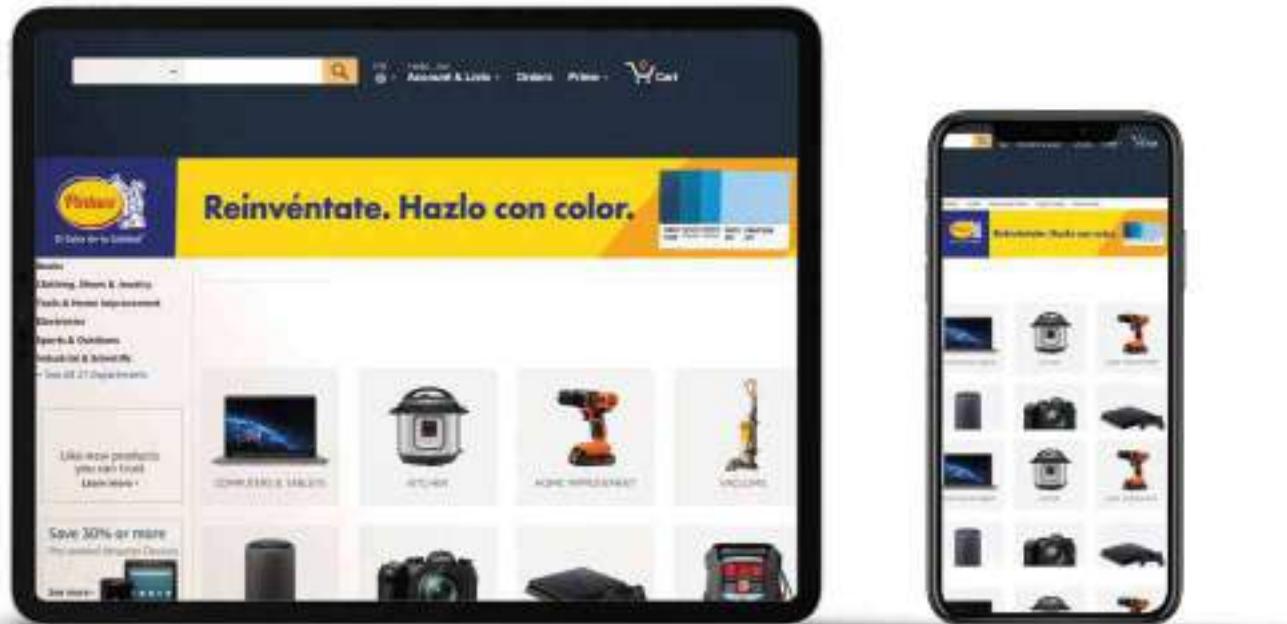
Se debe cerrar con el logo en un fondo de color sólido (blanco o amarillo). Si se requiere usar imagen para el cierre, esta debe estar tratada para que no le quite protagonismo al logo.

El *Call To Action* y las redes sociales deben ser más pequeñas que el logo.

\*El cierre puede variar según la necesidad e intención a comunicar.



## Pauta digital





## Redes sociales

# Aplicación de textos

---

Esta sección cuenta con sugerencias y ejemplos en cuanto al tamaño que deben tener los textos de las diferentes piezas, dependiendo de su dimensiones y formato.



100 x 200 cm Pendón



35 x 50 cm Key visual



13 x 21 cm Media carta



1080 x 1080 px Post



1080 x 1080 px Pauta Post: texto 10% pieza

## Escala comparativa

El tamaño del texto debe ser directamente proporcional al tamaño de cada pieza. Se debe garantizar que el puntaje del texto aporte a la legibilidad de la pieza pero sin ocupar más del 20% de la misma.

\*Tener en cuenta que en medios digitales, al momento de pautar se castigan las piezas cuyo texto ocupe más del 10% del anuncio.



En impresos de gran formato que lleguen hasta el piso el logo debe ir arriba de la pieza para quedar a la altura de los ojos.

**Tamaño de ejemplo:**  
100 x 200 cm PENDONES

## Impresos grandes:

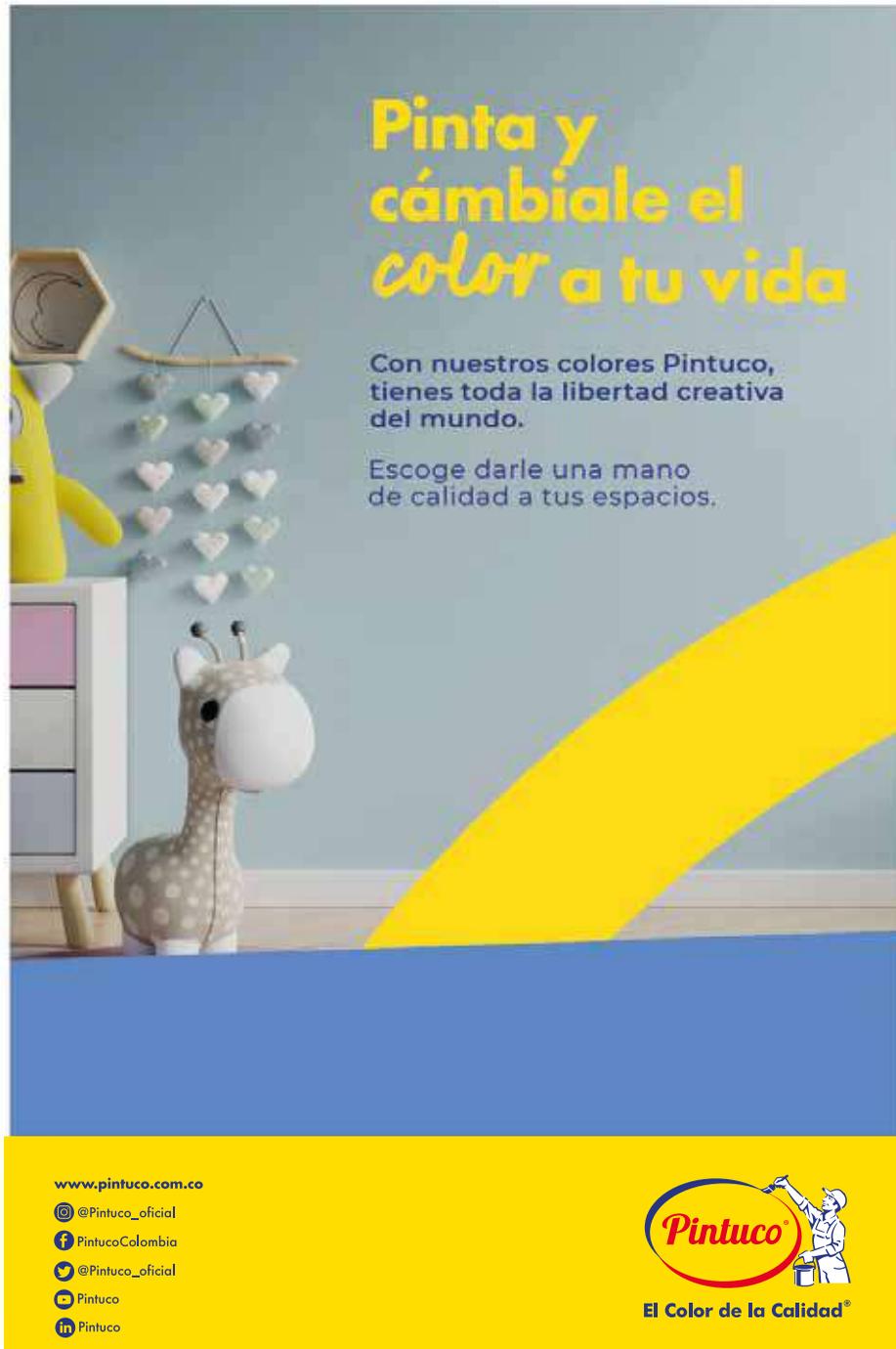
- 01** Para piezas de gran formato como por ejemplo de 100 x 200 cms , el puntaje de textos para los titulares deberá estar entre 200 y 500 pts, y para los cuerpos de texto deberán estar entre 80 y 200 pts.
- 02** Para la tipografía Britannian se sugiere utilizar un puntaje entre 300 y 500 pts.
- 03** Estas recomendaciones pueden variar según convenga al diseño de cada pieza.



## Impresos medianos:

- 01** Para piezas de gran formato como por ejemplo de 35 x 50 cms , el puntaje de textos para los titulares deberá estar entre 80 y 200 pts, y para los cuerpos de texto deberán estar entre 20 y 50 pts.
- 02** Para la tipografía Brittanian se sugiere utilizar un puntaje entre 100 y 200 pts.
- 03** Estas recomendaciones pueden variar según convenga al diseño de cada pieza.

**Tamaño de ejemplo:**  
35 x 50 cm KEY VISUAL



## Piezas pequeñas:

- 01** Para piezas de gran formato como por ejemplo de 13 x 21 cms , el puntaje de textos para los titulares deberá estar entre 40 y 100 pts, y para los cuerpos de texto deberán estar entre 15 y 30 pts.
- 02** Para la tipografía Britannian se sugiere utilizar un puntaje entre 60 y 100 pts.
- 03** Estas recomendaciones pueden variar según convenga al diseño de cada pieza.

**Tamaño de ejemplo:**  
13 x 21 cm MEDIA CARTA

**Tamaño de ejemplo:**  
1080 X 1080 px POST



**Tamaño de ejemplo:**  
1080 X 1080 px POST PAUTA  
**EL TEXTO NO DEBE OCUPAR MÁS DEL 10% DE LA PIEZA**



\*Tener en cuenta que en medios digitales, al momento de pautar se castigan las piezas cuyo texto ocupe más del 10% del anuncio.

## Post

- 01** Para piezas digitales de por ejemplo 1800 x 1800 px de tamaño, los textos para los titulares deberán estar entre 30 y 50 pts, y para los cuerpos de texto deberán estar entre 10 y 20 pts.
- 02** Para la tipografía Britannian se sugiere utilizar un puntaje entre 50 y 80.
- 03** Esto puede variar según convenga al diseño de cada pieza/ campaña.

# Diagramación alternativa

---

Esta sección cuenta con sugerencias y ejemplos en cuanto a diagramación y diseño de piezas que dependiendo de sus especificaciones, se pueden desligar un poco de las directrices generales de este brandbook.



01

02

03

04

05

## Key Visual BioCuidado

En esta pieza, por ejemplo, varía la diagramación, pero los demás elementos no se alejan mucho de las sugerencias generales del brandbook.

Cuando la composición de la pieza está ya lo bastante cargada, se suprime el uso de las franjas secundarias de colores para mantener la pieza con un aspecto limpio. En cuanto a la franja amarilla horizontal de cierre con el logo, este se debe mantener.

- 01** Textos destacados en contenedor
- 02** Titular en tamaño grande y con contraste
- 03** Texto descriptor con icono
- 04** Descriptor del producto
- 05** Cierre con *Call to Action*

Al utilizar una franja de cierre que tenga frase de texto o call to action, el tamaño de la fuente debe mantenerse entre 20 y 30 puntos.



## Key Visual Pintucoat

En ciertos casos, se puede utilizar tipografía expresiva en alguna de las frases y en un mismo color sólido para generar contraste con el fondo o el color de los demás textos.

Además, a ciertas piezas les puede convenir cerrar directamente con product shot.

- 01 Titular con diferente peso de tamaño y diferente color para generar contraste
- 02 Tipografía expresiva
- 03 Texto descriptor
- 04 *Call to action*
- 05 Cierre con product shoot

Al utilizar una franja de cierre que tenga frase de texto o call to action, el tamaño de la fuente debe mantenerse entre 20 y 30 puntos.



01

02

03

04

## Key Visual Temporada

En algunos casos, el formato horizontal puede funcionar mejor para el *layout* de alguna pieza, como por ejemplo en esta imagen, donde la idea es abarcar más campo hacia los extremos laterales y no verticales

Cada pieza debe ser diagramada de la manera en que mejor funcione para la campaña y el objetivo de comunicación de la misma.

- 01** Titular con diferente peso de tamaño y diferente color para generar contraste
- 02** Texto descriptor
- 03** Gráfico descriptor
- 04** Cierre

Al utilizar una franja de cierre que tenga frase de texto o call to action, el tamaño de la fuente debe mantenerse entre 20 y 30 puntos.



01

02

03

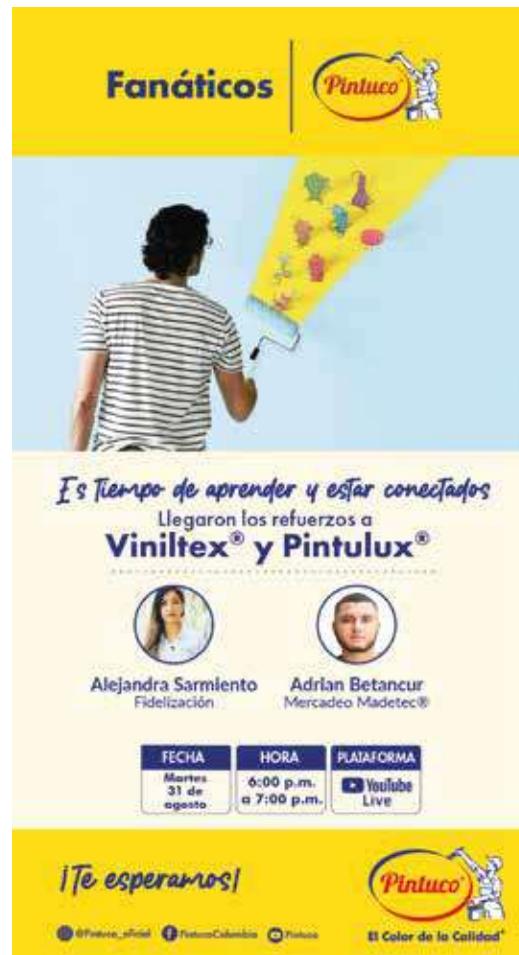
04

## Key Visual Temporada

En esta pieza, conviene por ejemplo utilizar unos textos más grandes que el promedio para destacar una oración por encima de otra y jerarquizar el orden de lectura de la pieza/ campaña. Los titulares pueden tener color, en este caso se utiliza el verde porque guarda relación con lo que se desea comunicar. También se pueden utilizar gráficas de apoyo, como lo es el contenedor del pantone en este ejemplo.

- 01** Titular con diferente peso de tamaño y diferente color para generar contraste
- 02** Texto descriptor
- 03** Gráfico descriptor
- 04** Cierre

Al utilizar una franja de cierre que tenga frase de texto o call to action, el tamaño de la fuente debe mantenerse entre 20 y 30 puntos.



## Invitaciones

- Evitar textos en mayúscula sostenida porque se leen como un grito, jerarquizar la información con diferentes tamaños y pesos de las fuentes (UltraBold, Bold, Regular, Light, etc).
- Cada texto no necesita un contenedor. El rectángulo mismo de la pieza es el contenedor de todo, es decir: tantos cuadros, contenedores y transparencias encerrando los textos confunden
- Las piezas no deberían tener más de una fotografía, pues satura la gráfica, lo que se puede hacer es utilizar ese rectángulo superior para ubicar las fotografías de los ponentes de las charlas (en el caso de que los hayan) y así reducir la complejidad.
- Pintuco debería dirigirse a la gente de “tú”, y no de “usted”
- Según la pieza se debe firmar con redes sociales.
- El tamaño de la franja amarilla de cierre debe ser similar en las diferentes invitaciones.

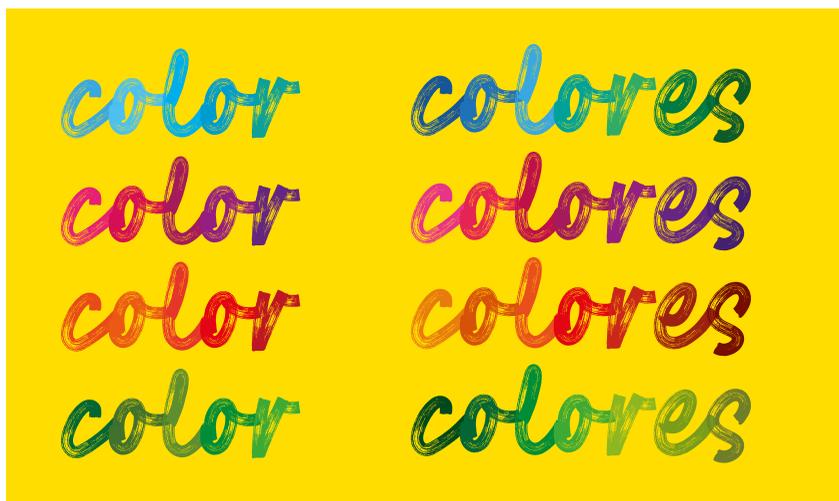
### Fondo blanco



## Las palabras “color” y “colores” en gamas de color sobre fondos blanco, amarillo y azul

Para no saturar el diseño, se decidió que las palabras “color” o “colores” solo podrán usarse en las gamas de colores expuestas de la siguiente manera:

### Fondo Amarillo Pintuco



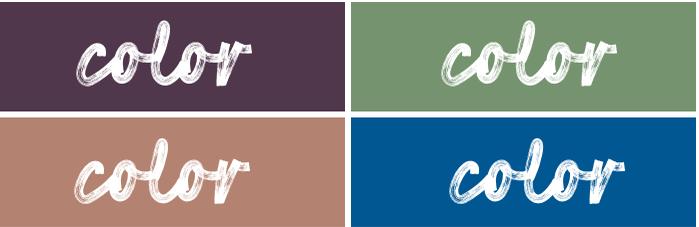
### Fondo Azul Experto





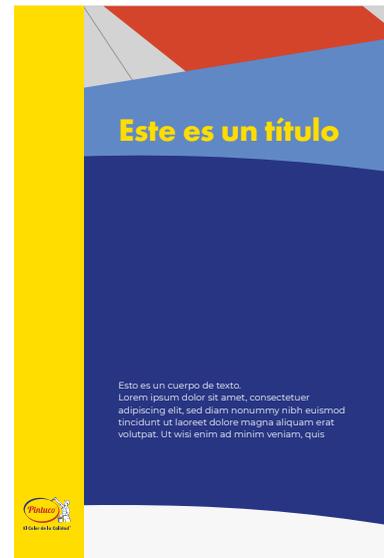
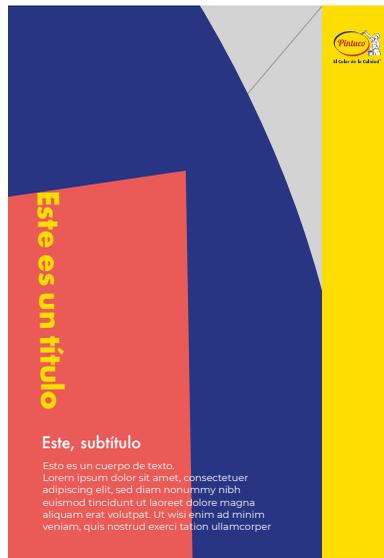
# Las palabras “color” y “colores” en gamas de color sobre fotografías y fondos oscuros

Para el uso de las palabras “color” o “colores” sobre fotografía o fondos de color oscuros deberá usarse exclusivamente con color blanco, exceptuando si la fotografía tiene una pared de color claro o casi blanco.



# Usos incorrecto composición gráfica

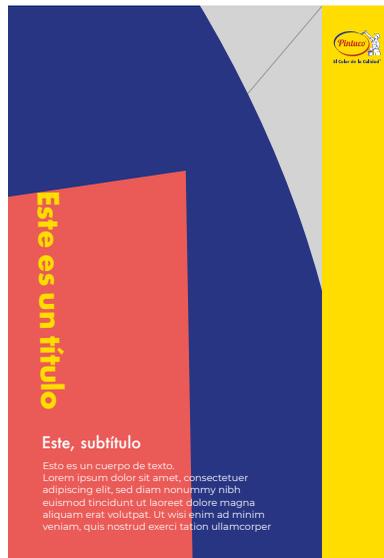
En esta sección se muestran algunos usos indebidos en la aplicación de la identidad visual de la marca.



## Usos incorrectos en composición

Para una correcta composición se deben respetar las siguientes pautas:

- 01 Las franjas no deben ocupar gran porcentaje de la pieza
- 02 Tener una composición equilibrada en los tamaños de las franjas
- 03 No utilizar más de 3 franjas por composición
- 04 No ubicar las franjas adelante del cierre de la marca
- 05 No mostrar los extremos de las franjas siempre deben ir sangradas
- 06 No utilizar franjas completamente verticales u horizontales (exceptuando la franja de cierre)



## Usos incorrectos en composición

Para una correcta composición se deben respetar las siguientes pautas:

- 01 Las franjas no deben ocupar gran porcentaje de la pieza
- 02 Tener una composición equilibrada en los tamaños de las franjas
- 03 No utilizar más de 3 franjas por composición
- 04 No ubicar las franjas adelante del cierre de la marca
- 05 No mostrar los extremos de las franjas siempre deben ir sangradas
- 06 No utilizar franjas completamente verticales u horizontales (exceptuando la franja de cierre)

06



05

01

02

03

04

05

## Usos incorrectos diagramación

- 01** Cambiar de color cada palabra en titulares o cuerpos de texto
- 02** Cambiar de color cada letra
- 03** No mezclar la tipografía Futura PT con Monserat, cada una de ellas tiene un uso específico
- 04** No utilizar Futura Bold Condesada
- 05** No poner el logo dos veces
- 06** No poner más de tres franjas de color



## Usos incorrectos en aplicación de colores

Estos son algunos ejemplos de los usos incorrectos en cuanto a los colores.

Utilizar siempre los colores presentados en la paleta de este brandbook.

# Capítulo

# Tienda



Logotipo Principal - Horizontal

**Tienda**



Logotipo Secundario - Vertical

**Tienda**



## Logotipo

El logotipo es el elemento principal de nuestra identidad visual.

El óvalo y el pintor se han mantenido por más de 75 años y representan calidad, experiencia y tradición.

Siempre que sea posible se usará la versión principal que es la horizontal.

Si el espacio es muy vertical se usará la versión secundaria.



## Construcción y elementos

Nuestro logotipo es el elemento principal de la identidad visual, transmite seguridad y calidad a los colombianos mediante una tipografía manuscrita y amable.

Nuestro logotipo está compuesto por tres elementos:

- 01** La palabra Tienda, escrita en mayúscula inicial
- 02** La palabra Pintuco contenida en un óvalo amarillo
- 03** El pintor del overol y la brocha.
- 04** Los colores primarios y secundarios son los mismos aplicados para la marca Pintuco® y el azul de la palabra Tienda será en el azul experto

01



### Excepciones



## Aplicación de color

El logotipo siempre irá en todos los colores.

En fondo azul o en fondos oscuros se usará una reserva blanca para que no se pierda el óvalo y la palabra tienda será en color blanco.

Nota: también se aplica para versión vertical.

### Excepciones

Se usará a 1 sola tinta si el medio o material impreso así lo requieren y se necesite una versión mucho más simplificada del mismo, como por ejemplo: la marcación de souvenirs, los sellos, grabados sobre metal y vidrios, repujados en cuero o madera, gorras, bordados, bolsas de tela, lapiceros, entre otros.

### Grises

Esta versión podrá ser utilizada para impresión limitada a un color (negro) en elementos de oficina, como: fotocopiado, facturas, hojas interiores de cuadernos y agendas, entre otros.



## Aplicación sobre fondos

Las aplicaciones sobre fondos de color claros deben permitir la legibilidad del logotipo, en caso de que el fondo sea de un color que dificulte la legibilidad de este deberá llevar un **outline blanco** que genere reserva y separe el logo del fondo.



## Área de Protección o seguridad

El logotipo siempre debe mantener unos espacios vacíos mínimos a su alrededor, los cuales deben ser respetados para garantizar la claridad y la legibilidad de la marca; en este caso las sílabas «Pi» de la palabra Pintuco es la unidad de medida que manejaremos para respetar esa área de protección tanto a la izquierda como a la derecha, mientras que arriba y abajo será la letra «P».

Se aplican los mismos espacios para las dos versiones del Logotipo.

**Tienda**



**Polo**

**Tienda**



**Polo**

**Tienda**



**Centro  
Cartagena**

**Tienda**



**Centro  
Cartagena**

## Logotipo con nombre de la tienda

Cuando el logotipo de Tienda esté acompañado del nombre de la tienda, ésta irá en el mismo tipo de letra (Futura PT) de la palabra tienda y en el mismo tamaño y en mayúscula inicial.

Para la versión vertical el logotipo de Tienda funciona de la misma manera.

**Tienda**

**TIENDA**



**TIENDA**



**Polo**

**TIENDA**

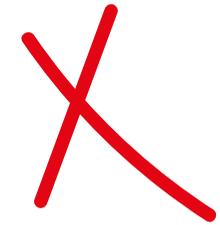


**Tienda**



**Tienda**

## Usos incorrectos



Suprimir el óvalo amarillo de Pintuco

Usar la palabra Tienda en mayúscula

Combinar la palabra Tienda en mayúscula y el nombre de la tienda en minúscula

El logotipo de Pintuco no lleva el slogan

Usar el logotipo anterior de Tiendas

Cambiar la palabra Tienda de color

Cambiar el orden de los elementos



## Merchandising



## Logotipo con Franquisiados

Cuando el logotipo de Tienda esté acompañado de otra marca, siempre debe ir al lado derecho de la pieza, en la versión horizontal.

Para la versión vertical el logotipo de Tienda irá arriba y el franquiciado abajo.



Ejemplo: Tienda Pintuco Villa Carolina

## Firma correo electrónico

Se usará el logotipo en versión vertical sin el nombre de la tienda y todos los datos de dicha tienda irán al lado derecho.

## Tarjeta personal Franquiciados

tarjeta tiro



tarjeta retiro



## Tarjeta personal Tiendas PRO



Para el uso de las Tiendas Propias el color principal pasará a ser el azul y así distinguirlas de Franquiciados.



## Composición gráfica -impresos

Las piezas de comunicación siempre deben incluir la franja amarilla sobre la cual reposa el logotipo.

Se usará la franja azul cuando el color amarillo sea el color fondo, así se separa el logotipo del fondo y resalta más.



## Composición gráfica -digital

Se mantiene la composición gráfica antes mencionada, los colores en CMYK cambian por los colores RGB.

Pauta Display Google



Redes Sociales



comunicado



**Lo que NO se exhibe  
No se vende**



- 1** Ponte la camiseta de Viniltex® BioCuidado o tómate una fotografía al lado de tu exhibición y gana bonos Sodexo por valor de \$50.000.
- 2** Deberás enviar la fotografía posando al lado de tu exhibición con o sin la camiseta de Viniltex® BioCuidado, aplica para todos los sábados y martes desde el 8 de febrero hasta el 26 de febrero de 2022.
- 3** Además, si cumples la meta de ventas por Viniltex® BioCuidado para vendedores de mostrador comunicada por el medio del PAC, por el mes de febrero, les entregaremos tarjetas de suscripción a Netflix.

Equipo Tienda Pintuco®

## Comunicados y promociones

Para los comunicados y las promociones se usará una franja de colores para llamar más la atención y diferenciarlos del resto de las piezas de Tiendas.

promoción



Atrévete a  
**..Pintar..**  
**15% dcto\***

**En todo el portafolio de pinturas y accesorios para pintar\***

\*15% de descuento para empleados Boscobánbio o nivel nacional.  
\*No aplica para las marcas 100% ni TERBISA.  
\*Válido por compras hasta de \$1.500.000 valor por factura.  
\*Válido del 18 de mayo al 31 de julio de 2021.

Beneficio exclusivo en Tienda Pintuco®



Para mayor información escribenos o [atencios@pintuco.com](mailto:atencios@pintuco.com)

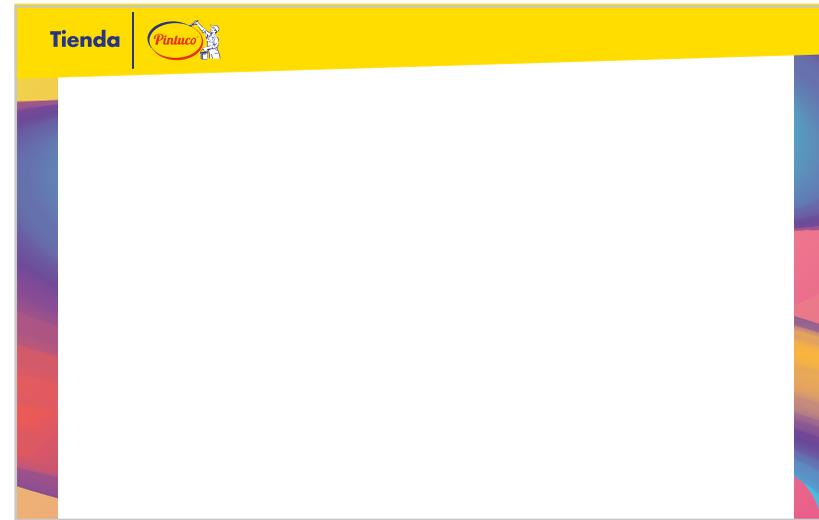
ÚNICA TIENDA PINTUCO MÁS CERCANA AQUÍ

Escanea el siguiente código para inscribirte y obtener el beneficio

# Plantillas PPT Corporativa



# Plantillas PPT Promociones



Tipos de cenefas permitidas

Tamaños 21 cm x 28 cm o menos



Tamaños 35 cm x 45 cm, hasta 1 metro



Tamaños que sobrepasen 1 metro de ancho



## Aplicación en fachadas de las tiendas

Solo de esta manera puede usar nuestro logosímbolo en la fachada. Debe mantener los colores, el fondo de color amarillo y los tamaños.

Uso permitido para caja de luz cuadrada



### NOTAS

1. Recuerde que para ajustar la imagen al tamaño que necesite, debe hacerlo con shift presionando y desde los extremos de la imagen, con el fin de mantener sus proporciones correctamente.

2. El amarillo permitido para la aplicación en los avisos de las fachadas es:

C: 0  
M: 3  
Y: 91  
K: 0

R: 255  
G: 234  
B: 0





<p><b>Pantone</b> <b>1795</b></p> <p><b>C M Y K</b> 15% 96% 84% 0%</p> <p><b>R G B</b> 175 47 50</p> <p><b>PINTUCO</b> 134 - A</p>	<p><b>Pantone</b> <b>109 C</b></p> <p><b>C M Y K</b> 4% 23% 100% 0%</p> <p><b>R G B</b> 234 200 0</p> <p><b>Pintuco</b> AM078 - D</p>	<p><b>Pantone</b> <b>2736</b></p> <p><b>C M Y K</b> 94% 93% 0% 0%</p> <p><b>R G B</b> 42 52 135</p> <p><b>Pintuco</b> AZ116 - A</p>		
<p>Pantone 151</p>	<p>Pantone 158</p>	<p>Pantone 185</p>	<p>Pantone 2613</p>	
<p>Pantone 803C</p>	<p>Pantone Process Cyan</p>	<p>Pantone 376</p>	<p>Pantone 362</p>	

## Gama Cromática

Cuando necesite imprimir algún diseño y le soliciten los colores que usamos, estos son los que debe entregar



## Aplicaciones Incorrectas

Las siguientes aplicaciones son consideradas incorrectas y por lo tanto NO las debemos utilizar.



Cambiar el orden de los elementos

Cambiar el tamaño de las líneas de colores

Usar el óvalo completo

Usar el pintor del logotipo

Ponerlo sobre un fondo de color

Inclinar el aviso

Poner sombra en el óvalo

Quitar las líneas de los lados del óvalo

Distorcionar el logo

## Fachada

Dejar salida de acometida eléctrica en fachada para conectar reflectores de aviso

AVISO, lona banner 13onz, bastidor, brazos con reflectores 10 v. laminado brillante, instalación eléctrica de 3 reflectores (la cantidad de reflectores, depende del tamaño del aviso)

Pintura general de fachada BLANCA con un zócalo de 120cm de altura desde el piso Ref. REF AM135-A (6N-100-99A) Koraza® o Pintulux®  
La pintura debe ser continua incluyendo cortinas enrollables, rejas y demás.



## Interior Punto de Venta



Pintar cielo de color BLANCO

Pintar paredes laterales de color GRIS NUBE

Pintar pared respaldo de puesto de pago amarilla REF AM135-A (6N-100-99A) viniltex para interior, de piso a techo. Se recomienda primero aplicar 1 mano de intervinil GRIS NUBE diluido al 30% o 40% con agua.

Pintar piso con:  
1. Sistema C-FLOOR E140 + E400  
2. PINTUCOAT PLUS color GRIS

# Soy Experto

Es el programa de capacitación enfocado en el Protocolo de Atención y Asesoría en Tiendas Pintuco®, en el cual se le enseña a los vendedores de mostrador y administradores de Tiendas Pintuco® una metodología de ventas para vender más y mejor, esta es la herramienta de venta más poderosa que podemos tener.



## Logotipo

Está compuesto por:

- Personaje
- Las palabras SOY EXPERTO en mayúscula sostenida
- Logotipo de Tienda Pintuco®

Estos elementos están contenidos dentro de un engranaje que representa la fuerza de venta y el trabajo en equipo.



## Colores

<p><b>C:</b> 100 <b>M:</b> 90 <b>Y:</b> 10 <b>K:</b> 0</p>	<p><b>R:</b> 41 <b>G:</b> 40 <b>B:</b> 137</p>	 	<p><b>RAL:</b> 5002 <b>Colores Pintuco:</b> AZ116-A <b>#2B3080</b></p>
<p><b>C:</b> 0 <b>M:</b> 10 <b>Y:</b> 100 <b>K:</b> 0</p>	<p><b>R:</b> 255 <b>G:</b> 221 <b>B:</b> 0</p>	 	<p><b>RAL:</b> 1023 <b>Colores Pintuco:</b> AM078-D <b>#FFDD00</b></p>
<p><b>C:</b> 80 <b>M:</b> 50 <b>Y:</b> 0 <b>K:</b> 0</p>	<p><b>R:</b> 57 <b>G:</b> 115 <b>B:</b> 185</p>	 	<p><b>RAL:</b> 5012 <b>Colores Pintuco:</b> AM078-D <b>#3973B9</b></p>
<p><b>C:</b> 0 <b>M:</b> 100 <b>Y:</b> 90 <b>K:</b> 0</p>	<p><b>R:</b> 226 <b>G:</b> 0 <b>B:</b> 36</p>	 	<p><b>RAL:</b> 2030 <b>Colores Pintuco:</b> RJ134-A <b>#E20024</b></p>
<p><b>C:</b> 0 <b>M:</b> 0 <b>Y:</b> 0 <b>K:</b> 45</p>	<p><b>R:</b> 165 <b>G:</b> 167 <b>B:</b> 168</p>	 	<p><b>RAL:</b> 00065 00 <b>Colores Pintuco:</b> NE237-D <b>#A8A8A7</b></p>



## Aplicación de color

El logotipo se usará en todos los colores.

En fondos de color se usará una reserva blanca para que no se pierdan los colores.





## Aplicación 1 tinta

### Excepciones

Se usará a 1 sola tinta si el medio o material impreso así lo requieren y se necesite una versión mucho más simplificada del mismo, como por ejemplo: la marcación de souvenirs, los sellos, grabados sobre metal y vidrios, repujados en cuero o madera, gorras, bordados, bolsas de tela, lapiceros, entre otros.

Se omitirá el logotipo de Tienda Pintuco® que lleva el personaje en la gorra y en la camisa, ya que por legibilidad no se vería bien en la impresión

### Grises

Esta versión podrá ser utilizada para impresión limitada a un color (negro) en elementos de oficina, como: fotocopiado, facturas, hojas interiores de cuadernos y agendas, entre otros.

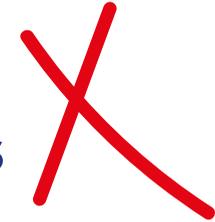


## Área de Protección o seguridad

El logotipo siempre debe mantener unos espacios vacíos mínimos a su alrededor, los cuales deben ser respetados para garantizar la claridad y la legibilidad de la marca; en este caso el alto de la letra “S” de SOY EXPERTO es la unidad de medida que manejaremos para respetar esa área de protección tanto a la izquierda como a la derecha, arriba y abajo.



## Usos incorrectos



Usar el logotipo anterior de Tienda Pintuco®

Quitar el fondo amarillo donde cae el logotipo de Tienda Pintuco®

Ponerle color a la palabra Soy Experto

Quitar el engranaje y el círculo que agrupa todo el logotipo

Poner el logotipo de Tienda Pintuco por fuera del contenedor amarillo

Vestir el personaje según la temporada



## Merchandising



**Escuela**



## Logotipo con otras marcas

Primero va el logotipo de Soy Experto y luego las otras marcas, tanto en la versión horizontal como la vertical.



**Fanáticos**



**Escuela**



**Fanáticos**



**¡Este curso es para ti!**

Queremos ampliar tus conocimientos y compartir contigo información que pueda ser útil para tu gestión comercial.

**Curso: Gestión financiera desde la gerencia de ventas**

Trataremos temas como:

1. Identificación del impacto de mi labor comercial en la dinámica organizacional y financiera de la empresa.
2. Gestión de las variables del mercado para impactar el mix de la venta.
3. Herramientas prácticas para hacer seguimiento a los indicadores financieros en el día a día.
4. Implementación de hábitos en el día a día que mejoren mi gestión comercial para el logro de los objetivos financieros.
5. Indicadores financieros y su gestión desde la dinámica comercial.

Nuestros encuentros serán los miércoles y viernes

Inicio: miércoles 9  
Termina: viernes 1 de abril  
Horario: 7:00 a.m. a 8:30 a.m.

En la citación encontrarás el link para unirse a las sesiones.

Business School  
**CEIPA**  
ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL EN ALTA CALIDAD  
50 años

¡Juntos podemos! **Tienda Pintuco**

**SOY EXPERTO**

Los cursos de Soy Experto los encuentras en:  
[www.escuelapintuco.com](http://www.escuelapintuco.com)

Para más información escríbenos a:  
[soyexperto@pintuco.com](mailto:soyexperto@pintuco.com)

Línea de Atención al Cliente  
322 399 73 18

**Protocolo de Atención y Asesoría**

**SOY EXPERTO**

**Tienda Pintuco**

**1 Pro-chequeo:**

- a. Llega minutos antes de abrir la tienda.
- b. Recorre la tienda y verifica: surtido, planogramas y materiales de apoyo para las asesorías a los clientes.
- c. Verifica que la máquina de color esté limpia, tenga todos los tambores surtidos y funcione.
- d. Chequeea cada una de las máquinas disponibles en la tienda.
- e. Enciende el computador, deja abiertas la pág. web y las aplicaciones corporativas para apoyo en la asesoría.
- f. Verifica la disponibilidad de bases en las principales líneas y revisa la reserva de colorantes.

**2 Llegó la hora:**

- a. Cultiva un buen estado de ánimo que te permita ser amable, dispuesto y dinámico en el servicio.
- b. Antes de abrir, visualiza que el alistamiento esté completo.
- c. Mirate al espejo y revisa tu aseo y orden personal.
- d. Porta adecuadamente el uniforme.
- e. Asumete como nuestro experto PINTUCO y actúa como tal.

## Composición gráfica

En cuanto a tipografías y colores se usarán los mismos lineamientos del logotipo de Tienda Pintuco®.

Para que se diferencie de toda la comunicación de Tienda Pintuco® se usarán unos elementos adicionales como lo es resaltar palabras claves o información importante, en este caso se usará un color adicional.

1. Fondo azul claro
2. Abre el logo de Soy Experto
3. Cierra con logo de Tienda Pintuco®.



C: 0 R: 228 # E4032E  
M: 100 G: 3  
Y: 80 B: 46  
K: 0

**Hola Experto Pintuco®**

**SOY EXPERTO**

*Hemos mejorado para Ti.*

**Cambio en los datos de acceso a la plataforma:**  
 A partir de hoy (lunes 7 de marzo) para acceder a la plataforma ([www.escuelapintuco.com](http://www.escuelapintuco.com)) solo tendrás que utilizar el número de tu cédula.  
 Usuario: # de cédula  
 Contraseña: # de cédula

**1** Ingresa a [www.escuelapintuco.com](http://www.escuelapintuco.com)



**2** Luego ingresa Usuario y Contraseña



Esto nos ayudará a generar mayor recordación en los datos de acceso para que ingresar a la plataforma sea cada vez más fácil.

Recuerda que si tienes dudas puedes comunicarte al  
 WhatsApp de SOY EXPERTO **322 399 73 18**  
 o escribimos al correo electrónico [soyexperto@pintuco.com](mailto:soyexperto@pintuco.com)

*¡Juntos podemos!* **Tienda** 

**Hola Experto Pintuco®**

**SOY EXPERTO**

**Sabemos que quieres hacer parte de nuestro equipo de alpinistas en ventas.**

Si quieres iniciarte en él, presta mucha atención a nuestras próximas comunicaciones.

Te daremos una breve introducción a este deporte a través de **10 consejos o datos** que te ayudarán a entender mejor cómo debes escalar para lograr una adecuada asesoría de venta y cierres exitosos.

Estamos seguros que **juntos** llegaremos a la cima.



*¡Juntos podemos!* **Tienda** 

**Hola Experto Pintuco®**

**SOY EXPERTO**

**Liegó la hora de empezar a escalar hacia la cima.**

A partir de hoy, (14 de febrero) y hasta el 28 de febrero tendrás activo en la plataforma el primer curso de este año.

CURSO: Atributos de nuestro portafolio **Viniflex**

¿Qué esperas para realizarlo?  
 Ingresa a [www.escuelapintuco.com](http://www.escuelapintuco.com) o haz **clic aquí** y ponte al día



Recorda que este año tendremos mejores cursos los Expertos Pintuco comprometidos con el Summa.

*¡Juntos podemos!* **Tienda** 

# Comunicados



**Documento creado por JUA para Pintuco®  
Modificado por el Área de Diseño de Pintuco®**