

# CONSTRUYENDO EL FUTURO CON ARGOS

BRIEF CEMENTOS ARGOS

# ¡DALE FORMA AL FUTURO CON TUS IDEAS!

Imagina transformar un espacio y hacerlo inolvidable, imagina que tu creatividad deja huella en la manera en que las personas experimentan la construcción.

En Cementos Argos creemos en el poder de ideas. **Inspírate y diseña una propuesta que marque la diferencia.**

# CONOCE NUESTRO

# ADN,

cómo nos vemos en nuestra **estrategia de posicionamiento**  
y qué rol jugamos como marca.



TOP OF MIND	ATRIBUTO	BENEFICIO	TERRITORIO	VALOR	ROL
-------------	----------	-----------	------------	-------	-----

# EMPRESAS CEMENTERAS

Facilitador de todos los proyectos

# CONOCE NUESTRA VISIÓN

En Cementos Argos creemos que el futuro se construye hoy. No es solo una proyección, sino un compromiso con la innovación, la sostenibilidad y el desarrollo de comunidades más prósperas. Nuestra visión es una gran idea a la cual aspirar, **un camino donde la calidad acompaña cada paso, de principio a siempre.**

# ¿SABES QUÉ SIGNIFICA: LUZ VERDE?

## EN ARGOS SOMOS LUZ VERDE

Ser Luz Verde para Argos significa más que avanzar; es habilitar posibilidades, decir sí a la innovación y romper límites. Es transformar la manera en que construimos y vivimos. Es facilitarle el camino a quienes confían en nosotros para hacer realidad sus proyectos.

Luz Verde es más que un concepto, es una invitación:

- + **A innovar**, a dar un paso adelante.
- + **A construir** con sostenibilidad y visión de futuro.
- + **A ser aliados** de quienes sueñan con un mejor mañana.

# LLEVAMOS **LUZ VERDE** A CADA PROYECTO

Construcción  
de sueños

## LUZ VERDE PARA TUS SUEÑOS

→ Creemos que los sueños están para cumplirlos. Junto a nosotros los haces realidad.

Construcción  
de vivienda

## LUZ VERDE PARA TU VIVIENDA

→ Creemos que todos merecen un hogar digno. Juntos lo construimos; lo materializamos.

Construcción de  
infraestructura

## LUZ VERDE PARA EL DESARROLLO

→ Le damos vía libre a los proyectos.  
Trabajamos a diario por el crecimiento y por seguir avanzando.

Impulso de  
comunidades  
sostenibles

## LUZ VERDE PARA EL MUNDO Y LAS COMUNIDADES

→ Somos responsables con nuestro impacto  
en el mundo y las comunidades que lo habitan.

Prosperidad

## LUZ VERDE PARA EL PROGRESO

→ No creemos en la suerte; creemos en el trabajo duro.  
Estamos convencidos de que hombro a hombro podemos crear y avanzar.

Inclusión

## LUZ VERDE PARA TODOS

→ Somos una empresa que cree en el poder  
colectivo y su impacto en el mundo.

# CONOCE NUESTRO PROPÓSITO SUPERIOR:

Hacer posible la construcción de sueños de vivienda e infraestructura que habilitan **una sociedad más sostenible, próspera e inclusiva.**

# TEN EN CUENTA NUESTROS PILARES DE COMUNICACIÓN

Nuestra esencia se refleja en estos valores,  
que guían cada acción y cada proyecto:



# INSPIRATE CON NUESTRO MANUAL DE MARCA

Para que una marca brille, debe tener una identidad sólida. La imagen de Cementos Argos es la expresión visual de nuestra promesa de calidad y confianza. En este documento encontrarás la guía para mantener nuestra coherencia gráfica.

ESTOS SON NUESTROS  
**COLORES**

**PANTONE®  
382C**

CMYK: 28/0/100/0  
RGB: 196/214/0  
HTML: C4D600

**PANTONE®  
2768C**

CMYK: 100/90/13/71  
RGB: 7/29/73  
HTML: 071D49

**BLANCO**

CMYK: 0/0/0/0  
RGB: 255/255/255  
HTML: FFFFFFFF

**PALETA  
PRINCIPAL**

La paleta cromática primaria está conformada por tres colores: verde, azul y blanco. En el gráfico se muestra cada uno de ellos en sus valores exactos Pantone, CMYK, RGB y HTML.

El uso de esta paleta debe ser preponderante en las piezas de comunicación de Argos.



Los colores que aparecen en este manual son una referencia. Para reproducirlos correctamente se debe utilizar una guía de color PANTONE®.

INSPIRATE CON NUESTRAS  
**TIPOGRAFÍAS**

# TIPOGRAFÍA DISPLAY

La tipografía más representativa de la marca Argos es la Integral, una fuente potente y robusta de gran personalidad únicamente disponible en mayúscula sostenida.

Debe usarse en tamaños grandes en los textos principales de las piezas de comunicación. Entre más cortos sean los textos, más contundente será el efecto de su uso.

No debe utilizarse como cuerpo de texto.

## INTEGRAL CF

**EXTRA BOLD**  
**EXTRA BOLD OBLIQUE**

**HEAVY**  
**HEAVY OBLIQUE**

# TIPOGRAFÍA PRIMARIA

La tipografía primaria de la marca Argos es la Trade Gothic LT Std, una fuente clara, moderna y funcional.

Se debe usar en títulos, subtítulos y cuerpos de textos aprovechando sus distintos pesos y calibres.

## Trade Gothic

Regular	Condensed
<i>Italic</i>	<b>Condensed Bold</b>
<b>Bold</b>	

EXPLORA NUESTRAS  
**VERSIONES DE LOGO**

## VERSIONES LOGO

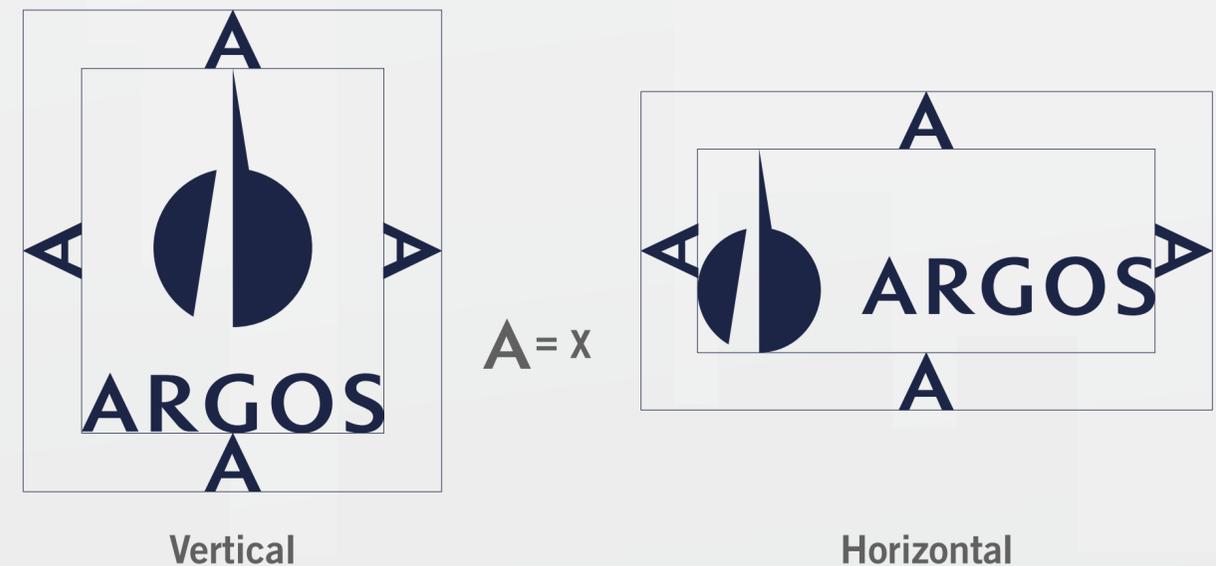
Existen dos versiones del logotipo: vertical y horizontal. Las dos son completamente válidas y deben usarse dependiendo de los formatos disponibles.



## ÁREA DE RESERVA

Para mantener la integridad del logotipo, este debe aislarse de otros elementos gráficos. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico o textura debe invadir el área de protección señalada en el diagrama.

El área mínima de protección está dada por la unidad "X" que corresponde a la altura de la letra A del logotipo de Argos. La medida "X" debe ser respetada a cada uno de los cuatro lados del logotipo e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.



# PATA O CIERRE

DESCUBRE EL TOQUE QUE NOS DISTINGUE



## PATA

Cada vez que se vaya a utilizar el cierre o pata en alguna pieza impresa o digital horizontal, las palabras Luz Verde siempre deberán estar al mismo tamaño de la palabra Argos.

En los cierres cuadrados, el logo + claim + endoso deben ser el 75% del total de la pieza, estos deben tener un espacio de reserva que es igual al 100% de la A del logo Argos.

El tamaño de Luz Verde corresponde al 50% de la altura de la palabra ARGOS, en los cierres cuadrados o verticales.

BodyCopy  
TradeGothic LT



Complemento  
TradeGothic LT Bold

Titular  
**INTEGRAL CF MEDIUM**  
+ Contorno

# KEY VISUAL

En el KeyVisual, se utilizan las tipografías Integral CF y TradeGothic LT para asegurar una presentación visual coherente y atractiva.

Además, se incluye la pata al final del diseño como cierre dejando un margen adecuado para la impresión y garantizando que todos los elementos se presenten con la máxima claridad y precisión.

# APLICACIÓN DIGITAL

En caso de tener que hacer un carrusel, el último cuadro del mismo deberá cerrar con fondo verde.



# FOTOGRAFÍAS

AQUÍ CAPTURAMOS NUESTRA ESENCIA

ARRGOS

## REALES



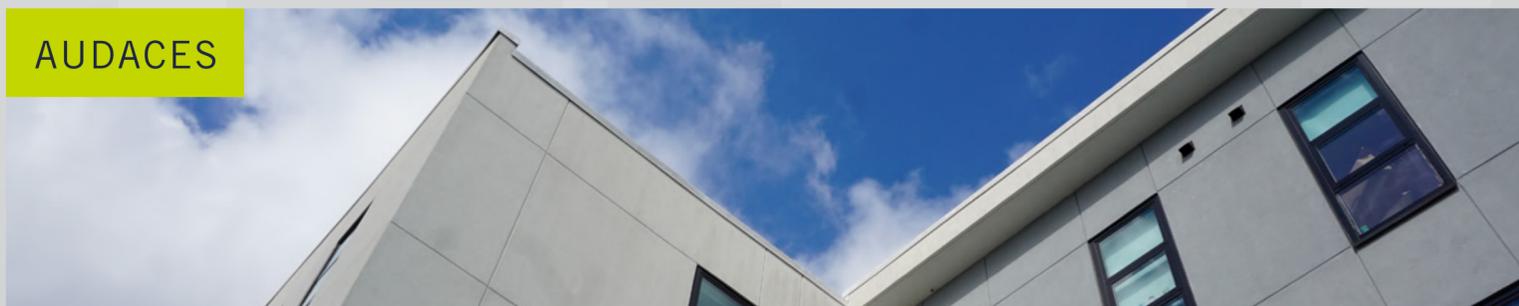
## POSITIVAS



## CLARAS



## AUDACES



# GUÍA GENERAL

Las fotografías son un elemento central de la comunicación de la marca Argos. Deben apoyar nuestro posicionamiento y personalidad de marca.

En general, las imágenes de Argos deben compartir cuatro principios básicos:

## Reales

Las fotografías de Argos son naturales y dan fe de la realidad de la compañía. Evitamos representar situaciones postizas o fantasiosas.

## Positivas

Las fotografías de Argos son luminosas, frescas e inspiradoras y dan una sensación de posibilidad y progreso. Evitamos imágenes tristes o congestionadas.

## Claros

Las fotografías de Argos están siempre en función de la comunicación: se enfocan en lo macro o en lo micro según las circunstancias. Evitamos imágenes innecesariamente complicadas.

## Audaces

Las fotografías de Argos utilizan la perspectiva, los puntos de fuga y la profundidad de campo para generar emoción en el espectador. Evitamos imágenes planas carentes de interés.

# PUNTO DE VENTA

DONDE LA EXPERIENCIA COBRA VIDA

El punto de venta es mucho más que un lugar de compra; es el espacio donde nuestra marca cobra vida y se conecta con los clientes.

# TE DAMOS ALGUNOS CONSEJOS ÚTILES

a la hora de intervenir un PUNTO DE VENTA

IDENTIFICA QUÉ TIPO DE CLIENTE TIENES:

1

## DISTRIBUIDOR MAYORISTA O FERREALIADOS:

Clientes con altos volúmenes de compra que por su rol de subdistribución, nos permiten incrementar nuestra cobertura.

**Consejo:** Activa tus sentidos para generar nuevas oportunidades de visibilidad en el punto de venta o bodegas.



## CADENA:

Clientes con diversos puntos de venta especializados para la venta al consumidor final y que nos permiten incrementar progresivamente nuestra participación. **Consejo:** Cuida de los espacios de tu punto de venta y reporta los ajustes en tus modelos de visibilidad.



# DETALLISTA:

Si tu cliente es detallista...

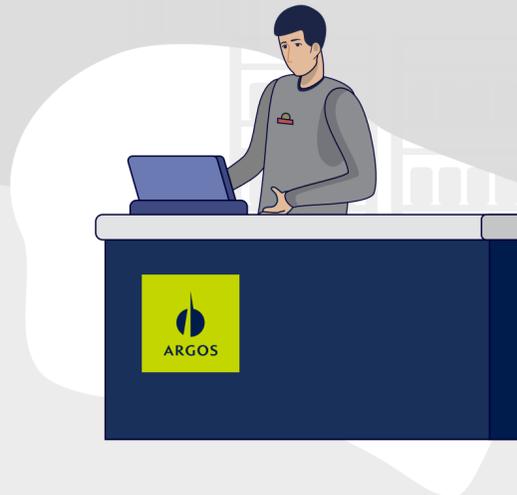
CONOCE QUÉ TIPO DE FERRETERÍAS  
O DEPÓSITOS TIENES:



## AHORA QUE CONOCES QUÉ TIPO DE CLIENTE TIENES, VAMOS AL SIGUIENTE PASO.



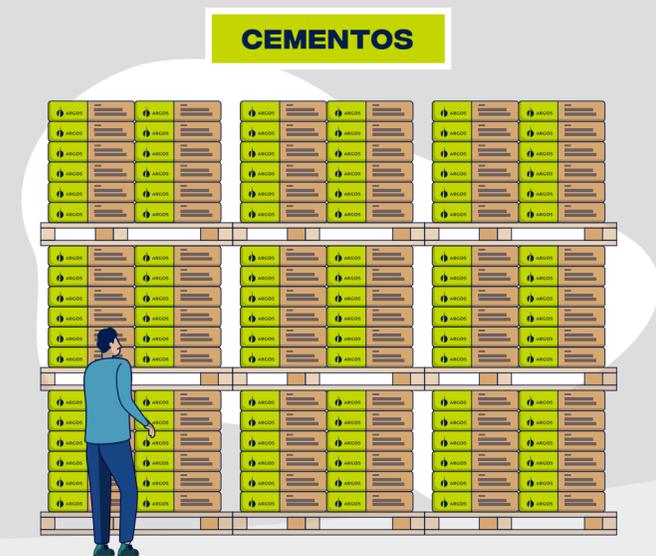
Ferreterías de salas de ventas



Ferreterías tipo mostrador



Ferreterías con punto de  
venta especializado/  
dividido  
por tipo de actividad



Ferretería autoservicio

## IDENTIFICA LOS PUNTOS DE ALTO TRÁFICO Y VISIBILIDAD EN EL PUNTO DE VENTA

2



FACHADA



ZONA DE INGRESO



GÓNDOLAS O ESTANERÍAS (AUTOSERVICIO)



MOSTRADOR / VITRINA



CAJA REGISTRADORA



PATIOS DE MATERIALES O BODEGAS

**Nota:** Revisa el tamaño, volumen y rentabilidad que maneja el cliente para determinar qué tipo de apoyo estratégico le brindarás.

# ¿CÓMO LO ESTAMOS HACIENDO?

Te damos algunos referentes de inspiración

# FACHADAS

LA PRIMERA IMPRESIÓN CUENTA

LA PRIMERA IMPRESIÓN CUENTA

LA PRIMERA IMPRESIÓN CUENTA

# FACHADAS

Fachadas para ferreterías que se encuentran en medio de 2 casas urbanas u otros negocios.

Para estos casos solo debemos implementar los **avisos personalizados\*** con borde blanco y de color verde Argos para la fachada.



**PANTONE 382C**  
 CMYK: 28 / 0 / 100 / 0  
 RGB: 196 / 214 / 0  
 #C4D600



**PANTONE 2768C**  
 CMYK: 100 / 90 / 13 / 71  
 RGB: 7 / 29 / 73  
 #071D49

Las rejas de estas ferreterías deben ir en color azul Argos.

*\*Casos en los que el establecimiento no cuenta con suficiente espacio en la estructura para pintar sobre ella el nombre de la ferretería y el logo de Argos.*

80%

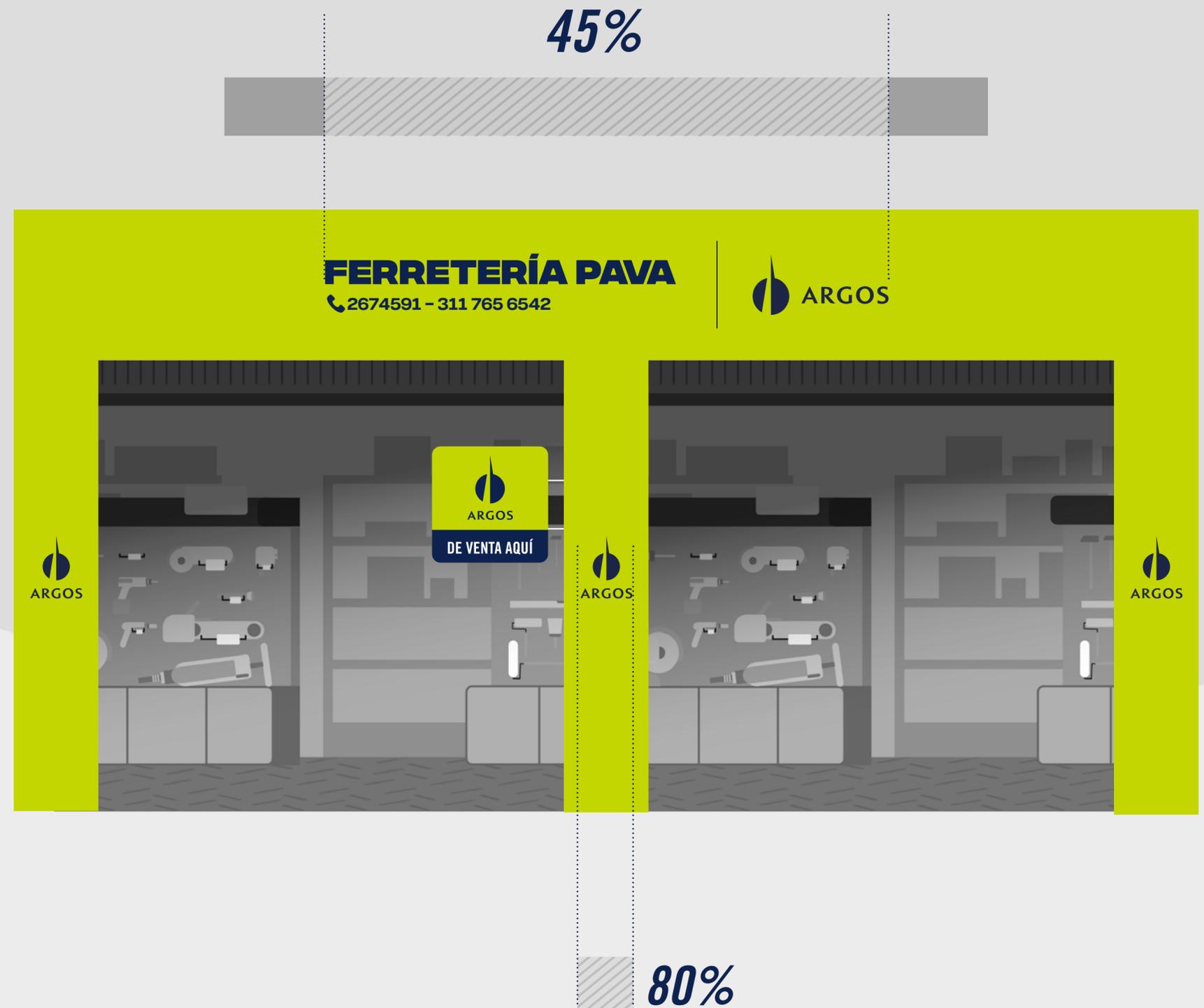


# FACHADAS

**Fachadas para ferreterías grandes y horizontales:**  
Manejar el logo horizontal de Argos en la pared frontal con un 45% de escala del total en el espacio.

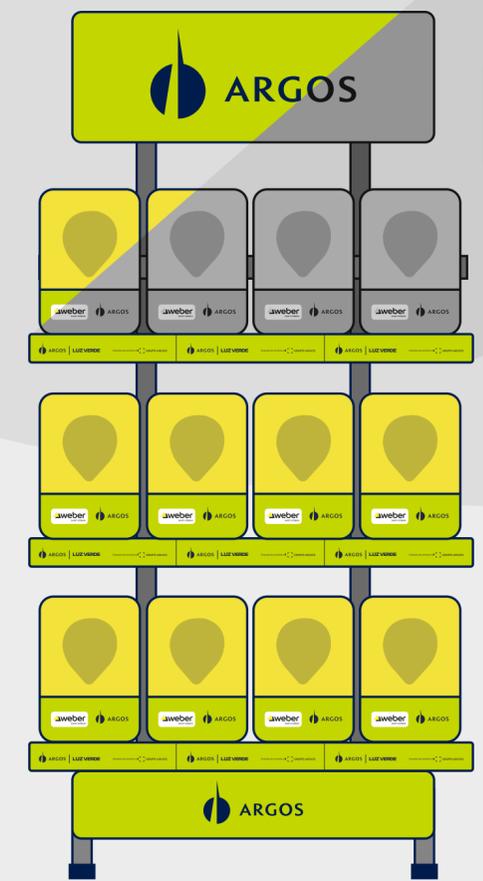
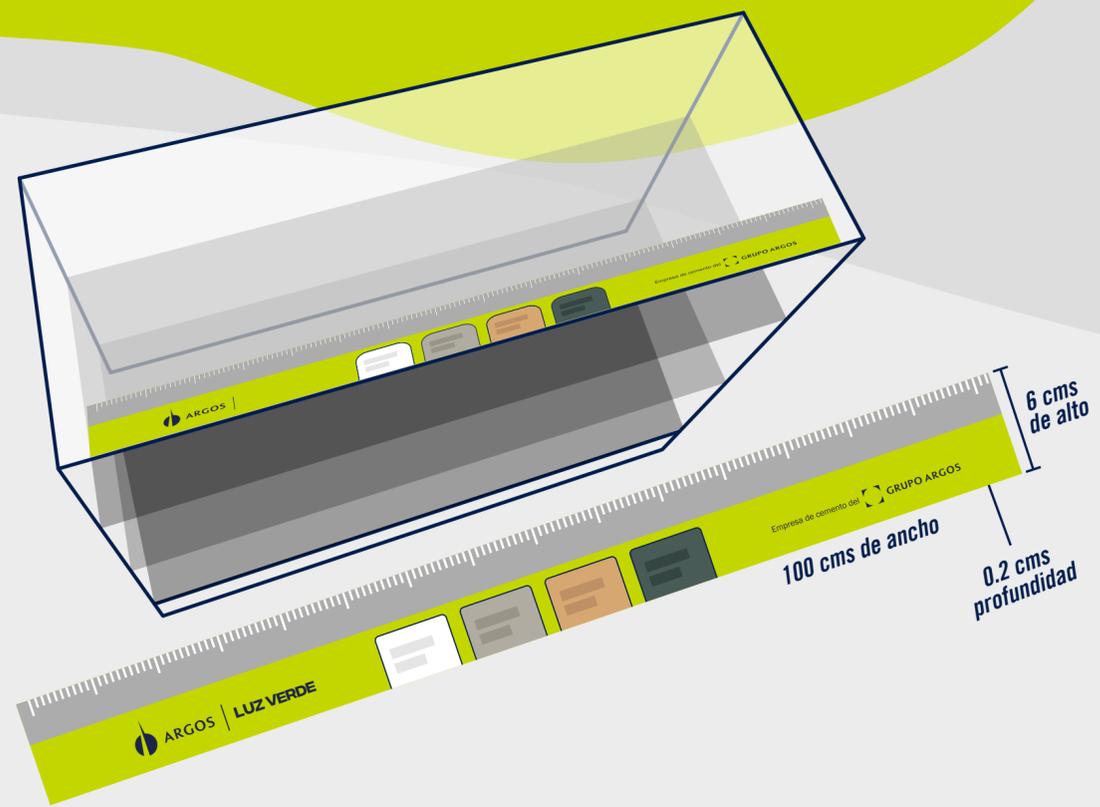
En este tipo de ferreterías suelen haber columnas con espacio suficiente para implementar el logo de Argos vertical, este debe ser el 80% del total del ancho de la columna donde irá.

**Debe ir solo un logo de Argos por columna y siempre centrado.**



ELEMENTOS  
**COMPLEMENTARIOS**

Materiales diversos que nos permiten complementar nuestra identidad de marca en distintas tipologías de clientes. Puedes solicitar: dummy de saco de cemento, regleta metro mostrador, reloj, lapicero, cenefas, calculadora, agenda y flexómetro.



# EXHIBIDOR

DE MOSTRADOR

EXHIBIDOR

AVRGOSS



# EL RETO

REIMAGINAR EL PUNTO DE VENTA

**Este es tu momento.** Es hora de poner tu creatividad en acción y demostrar de qué estás hecho.  
¿Cómo convertir un punto de venta en un espacio que ofrezca una experiencia atractiva para los compradores y al mismo tiempo, refuerce la visibilidad de la marca?

## QUÉ DEBES HACER:

Proponer una intervención de un punto de venta con un estándar de visibilidad de Argos que genere una experiencia atractiva para los compradores, visibilidad de marca y reestructuración de un punto de venta Argos.

Identifica cómo mejorar **fachada, mostrador, patio de materiales, zonas de tráfico y otros espacios clave.**



## ASPECTOS A TENER EN CUENTA:

- + **Visitar un PDV real** y asegurarse de que sea cliente de Argos.
- + Realizar un **diagnóstico visual con fotografías** y observaciones del estado actual del punto de venta.
- + Crear una **propuesta integral** de intervención alineada con los estándares de la marca.
- + **Presentar renders** que reflejen la transformación propuesta.
- + Incluir un escenario de **costos detallado**.
- + Entregar al jurado, **un documento inspirador explicando** en qué te basaste para la propuesta.

# **OBJETIVO: CONSTRUYAMOS EL FUTURO JUNTOS**

Esto no es solo un ejercicio académico, queremos que veas más allá de un simple punto de venta y entiendas que con creatividad y estrategia, puedes transformar un negocio, impulsar a una comunidad y contribuir al desarrollo del país.



**¡ES MOMENTO DE DAR LUZ VERDE A TUS IDEAS  
Y CONSTRUIR EL FUTURO JUNTOS!**



**ARGOS**

**LUZ VERDE**

Empresa de cemento del



**GRUPO ARGOS**

# PREMIO

MARIO HERNÁNDEZ

## REQUISITO DEL PROYECTO

Creativo la INTELIGENCIA ARTIFICIAL es un aliado creativo indispensable, es por eso, que deberás usar mínimo una herramienta de inteligencia artificial en el desarrollo de tu proyecto. Es muy importante que la cites y nos cuentes para qué la usaste.



# PREMIO

MARIO HERNÁNDEZ

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### IDENTIDAD

Coherencia entre la propuesta, el brief y la empresa.

Claridad en la comunicación del propósito o mensaje detrás del proyecto.

### CALIDAD TÉCNICA

Nivel de habilidad y destreza técnica demostrada en la ejecución del proyecto.

Utilización efectiva de herramientas, software y técnicas según la categoría.

### FACTIBILIDAD

Posibilidad de realización del proyecto presentado.

Análisis de la utilidad, y la facilidad de uso del proyecto en su aplicación real

### CREATIVIDAD & ORIGINALIDAD

Posibilidad de realización del proyecto presentado.

Análisis de la utilidad, y la facilidad de uso del proyecto en su aplicación real

### IMPACTO

Impacto del mensaje, diseño o proyecto al público objetivo.

