

# Transactional Emails Content & Style Guidelines



A STAR ALLIANCE MEMBER 

The Star Alliance logo is located to the right of the text "A STAR ALLIANCE MEMBER". It consists of a circular arrangement of ten small, white four-pointed stars of varying sizes.

# Purpose

This guide's main purpose is to provide all internal Copa teams that manage the creation and content of any of Copa Airlines' transactional emails, as well as external vendors that develop, design or are in any way involved with the creation of any of these transactional emails, a common set of guidelines regarding the look & feel of said emails. The need for such 'content & style guidelines' lies in the goal of unifying Copa Airlines' brand and experience across all digital devices and platforms, and on every point of interaction with our customers. This initiative was kickstarted by the redesign of Copa.com, and this guide itself is based on the styles guide that was created for Copa.com during its redesign. Copa.com's guidelines document is appended at the end of this file for reference purposes.

Icons, HTML examples and other graphical elements discussed throughout this

 document can be found in the following repository:

<https://github.com/copair/transactional>

# Base Email Template

The screenshot shows an email from Copa Airlines in a mobile inbox. The pre-header contains a "View in Browser" link and language selection (EN / PT). The header includes the sender's name and subject ("24 dic. (hace 4 días)"). The main body text is in Spanish, addressed to a passenger. It includes links for viewing the email in a browser and for printing the boarding pass. The footer provides assistance information and social media links.

View este correo en su navegador EN / PT

Copa Airlines <copaairlines@email.copa.com>

para mí

24 dic. (hace 4 días)

Vea este correo en su navegador EN / PT

CopaAirlines A STAR ALLIANCE AIRLINE

Estimado pasajero:

Gracias por preferir nuestros servicios electrónicos para dispositivos móviles. Con el fin de obtener acceso a su pase de abordar para el vuelo CM 284, Montevideo, UY a Ciudad de Panamá, PA que sale a las 1:26 AM el diciembre 09, 2016, haga clic en el siguiente enlace.

<https://ebp.copa.com/mobile/Wap/204ac0f/r/6da6fe13/>

Tenga presente lo siguiente: solo puede tener acceso a este pase de abordar a través de un teléfono celular o un PDA. Si desea ver o imprimir su pase de abordar desde una computadora, visite [copa.com](#).

Solo necesita su pase de abordar para mostrarlo en el control de seguridad y para abordar su vuelo. No todos los aeropuertos aceptan pases de abordar móviles. Si no se acepta este tipo de pases en su aeropuerto de partida, diríjase al mostrador de Web Check-In de Copa Airlines donde se le entregará un pase de abordar impreso válido.

¡Gracias por volar con Copa Airlines!

¿Necesita ayuda? Para consultas sobre reservas, cobros, estados de vuelo y más llame a nuestro Centro de Llamadas.

Síganos en redes sociales:

Este mensaje automatizado se ha enviado a la cuenta suministrada a Copa Airlines para brindarle información de su viaje. Por favor no conteste a este correo usando el botón de Responder. Para asistencia por favor contacte a nuestro Centro de Llamadas.

Our base email template is designed to be lightweight, clean-looking, and adaptable. It is composed of 4 basic elements: A pre-header, a header, a body container, and a footer. The entire email must be configured to take the full width of the message window, and its code must have responsive design techniques in order to adjust properly to different window sizes.

## THE PRE-HEADER

The pre-header consists of a small strip of content where the “View in Browser” link can be placed (centered with respect to the rest of the email) if such functionality is available. If the capability of viewing the email in a different language is available, the language toggle (consisting of links to versions of the email in the other languages Copa Airlines uses) will be placed aligned to the right. If neither functionality is present for a given email, then the Pre-header may be omitted in its entirety.

This section shows a blank pre-header area, indicating where the "View in Browser" link and language toggle would typically be located.

## THE HEADER

The header only contains the Copa Airlines' logo (always with the Star Alliance membership wordmark) in a horizontal configuration so that it takes little vertical space. The logo's dimensions must be: 400px max-width, 42px in height. Below it, a line divides the header from the content. The line's properties are: dotted, 1px thickness, hex code #CCC.



## THE BODY CONTAINER

The Body Container is the canvas on which the content of different transactional emails will be inserted. How this content is organized and presented depends on the team or vendor that manages the email, but there are some basic style guidelines that must be followed in order to maintain a uniform visual experience across all emails. These guidelines are outlined in the next section. The container itself must have 15px of padding, at the top and bottom.

Estimado pasajero:

Gracias por preferir nuestros servicios electrónicos para dispositivos móviles. Con el fin de obtener acceso a su pase de abordar para el vuelo CM 284, Montevideo, UY a Ciudad de Panamá, PA que sale a las 1:26 AM el diciembre 09, 2016, haga clic en el siguiente enlace.

<https://ebp.copa.com/mobidca/wap/204cc6f/4da6fe13/>

(Tenga presente lo siguiente: solo puede tener acceso a este pase de abordar a través de un teléfono celular o un PDA. Si desea ver o imprimir su pase de abordar desde una computadora, visite [copa.com](http://copa.com)).

Sólo necesita su pase de abordar para mostrarlo en el control de seguridad y para abordar su vuelo. No todos los aeropuertos aceptan pases de abordar móviles. Si no se acepta este tipo de pases en su aeropuerto de partida, debe ir al mostrador de Web Check-In de Copa Airlines donde se le entregará un pase de abordar impreso válido.

¡Gracias por volar con Copa Airlines!

## THE FOOTER

The footer must always contain the following: A customer support channel, and Copa Airlines' Social Media channels. The specific text and channel of customer support may vary depending on the context of the email. E.g. An email from Copa Courier needs to display a Customer Support channel that can deal with Copa Courier customers. The footer horizontal divider, titles and icons must use the following color: #0D3050. The Social Media links should always be the same and may only change in the event that Copa Airlines opens new Social Media channels or in other unforeseen circumstances.

## THE FOOTER (CONT.)



Underneath the two previously described sections, a “automated message” warning will appear, alongside a link to Copa Airlines’ Privacy Policy. The exact wording of the warning may change depending on legal or other circumstances, and additional disclaimers or warnings may appear as well. A good example of this warning is:

This automated email has been sent to {EMAIL} in order to provide you with information about your trip. Please do not reply to this email using the ‘Reply’ button. For assistance, please contact our Reservation Center.

[View our Privacy Policy.](#)

## Color Palette

The color palette to be used in all transactional emails is the same described in the **Web Design Styles Guidelines** document. It is strongly discouraged to use colors outside this palette. The specific usage for some of these colors is specified throughout the following sections of this document.



# Text styles

As part of Copa Airlines' Web Design Styles Guide, a set of rules regarding the use and styling of text has been outlined. However, due to email's limitations and lack of standardization on the support of customized fonts, CSS properties and other common web technologies, these guidelines must be adapted for their use in emails.

## FONTS &FallbackS

Copa Airlines' official font family is *Lato*, as such, it should be used for all text in transactional emails. The 3 supported variations are *Light*, *Regular*, and *Bold* (in CSS, these would be 300, 500, 700). In practice, however, none but a few of our customers will be able to render *Lato* on their email clients; again, due to lack of support of custom webfonts by most email clients. For this reason, we must establish 'fallback' fonts so as to make sure our emails are rendering correctly in all email clients. The first fallback is *Calibri*, and the second fallback is the generic *sans-serif*. The CSS font family is then defined as:

```
font-family: Lato, calibri, sans-serif;
```

All emails must be tested using the 3 fonts defined above to make sure all text content renders properly in the most used email clients.

## TEXT STYLE HIERARCHY

The following is a list of possible font styles that can be used in order to format the email's content, along with their description (*the look of the styles is simulated in this document. Please refer to the style's description for replicating it on a CSS stylesheet*).

Style	Description
H1 TITLE	This style can be used for styling the main title of your email, if your email requires to have one. Despite being first in the hierarchy, it should rarely be used, since subject lines can serve as the email's title in most situations. <b>CSS properties</b> font-weight: 300; font-size: 24px; color: #0060a9; margin: 20px 0;

	<p><b>H2 SECTION SUBTITLE</b></p> <hr/>	<p>Can be used for emails that have several content sections. The font is big and bold, and the text is written on all caps. It is underlined by a thin, dotted line that stretches across the entire width of the email, which's purpose is to visually indicate the beginning of a new section.</p> <p><b>CSS properties</b></p> <pre>display: flex; font-weight: 500; font-size: 21px; color: #0E4A81; padding-bottom: 5px; border-bottom: dotted 1px #CCC;</pre>
	<p><b>h2 Simple Subtitle</b></p>	<p>This style can be used for simple subtitles within sections or as a replacement for the <b>h2 Section Subtitle</b> for emails short in content or with few sections (2 or less).</p> <p><b>CSS properties</b></p> <pre>font-size: 20px; font-weight: 500; color: #0E4A81; margin: 15px 0;</pre>
	<p><b>h3 subtitle</b></p>	<p>It is the 4th type of header in the hierarchy. It can be used alongside the <b>h2 Simple Subtitle</b> as a way of providing further segmentation to the content, if necessary.</p> <p><b>CSS properties</b></p> <pre>font-size: 17px; font-weight: 700; color: #666;</pre>
	<p><b>p regular body text.</b> Thank you for choosing Copa Airlines for your travel plans. Please read these important details about your reservation and itinerary.</p>	<p>This style is used for all paragraphs or blocks of text that may appear in an email. Its font size is set at an appropriate level for reading in mobile devices. It is always left-aligned (never justified) and its color is a dark gray that plays well with Copa's brand colors.</p> <p><b>CSS properties</b></p> <pre>font-size: 16px; line-height: 22px; color: #444; font-weight: 300; text-align: left;</pre>
	<p><b>p subtext.</b> For changes or questions regarding your reservation, call our Reservation Center. If you wish to add or modify your ConnectMiles info, choose seats or request special services, visit Manage Your Booking.</p>	<p>This is an alternative style for paragraphs that is meant to be used in sections of lesser relevance, such as a footer or a Terms &amp; Conditions block. Its font size is smaller and its color darker (to compensate for smaller text).</p> <p><b>CSS properties</b></p> <pre>font-size: 13px; font-weight: 500; color: #333; text-align: left;</pre>

## TEXT LINKS

Text with links must always be styled in the following way:

```
a {  
    color: #0060a9;  
    text-decoration: underline;  
}
```

CSS properties

You'll receive your booking reference number and e-ticket once the payment has been processed. If you do not receive your e-ticket within 5 days, please contact our [Sales Offices](#).

Output

Text links may only be placed on **p regular body** or **p subtext** text blocks, **never on titles or subtitles** (if you require to have a link that is more visible than regular text, consider using a button).

## Common graphical elements

### BUTTON

Buttons provide an effective way of adding a call-to-action in an email. If the email's main purpose is to invite the user to take a specific action outside of the email client (like visiting a website in their browser), buttons are the best way to do that.

The button will contain 10px of padding at the top and bottom, and 15px of padding on its sides. The text inside should be white and centered. The text size can vary depending on the size of the button itself. Usually, the button will use the Copa Blue color, however, it can also be colored Copa Gold. The corners of the button should be rounded, but this is not strictly necessary, as not all email clients support the **border-radius** CSS property (this effect should only be implemented using the CSS property; never with the use of tables, images or other techniques).

```
.button {  
    text-decoration: none;  
    background-color: #0060a9;  
    color: #FFF;  
    padding: 10px 15px;  
    border-radius: 5px;  
    font-size: 14px;  
}
```

CSS properties

Click here!

Click here!

Slightly longer Call-to-Action

Click here!

Output

## TABLES

Usually, transactional emails must display some sort of structured information about a product, a purchase or a series of items that share common attributes. Tables are an obvious way of organizing this content. For transactional emails, we have two basic table styles that we can use and adapt for various scenarios. The first table type is the **Multiple Item table**. This table is ideal for listing multiple items that share the same attributes; for instance, showing a price breakdown for a plane ticket. In this table, the common *attribute names* of the items are listed in the *header row* and each item's attribute values are laid out horizontally on a single row. If emphasis needs to be added to one of the attributes (usually the first attribute tends to be more relevant than the rest) a #EFEFEF background color can be added to that attribute column, as a way to highlight it.

# of Passengers	Base fare per person	Taxes per person	Total fare per person
2 ADULT 12+	USD 421.68	USD 76.98	USD 498.66
1 CHILD	USD 211.32	USD 21.90	USD 233.22

*Multiple Item table: the attribute names are “# of Passengers, Base fare per person, etc...”, and the items are the different types of passengers in the reservation.*

The second type of table is the **Single Item table**. This table is particularly useful for displaying information about a single item that contains many attributes (more than 4). since horizontal space is usually at a premium on emails, this table shifts the position of the *attribute names* to the first column and displays each on a separate row. The item's *attribute values* are placed on the next column, in their corresponding row.

Hotel Name & Address	The Roosevelt Hotel, New York City 45 E 45th Street, New York, 10017
Check-In	Wed, 21 Jan 2017
Check-Out	Fri, 23 Jan 2017
Number of Nights	2
Occupancy	2 Adults 12-75, 1 Child 2-11
Room Type	Double Room, 1 Queen Bed, 1 Twin Bed
Requested Bed Type	1 Queen Bed, 1 Twin Bed

*Single Item table: The attribute names are displayed on the left, while the item's values are on the right.*

## NOTICE & WARNING TEXT BLOCKS

Notice and Warning text blocks have the purpose of highlighting particularly important information in an email. Things like important payment instructions, special regulations, or sudden events that may impact our customer's flight experience should be placed in such blocks. The text inside these blocks should be very concise. It should not have more than 3 lines when displayed at a regular desktop email client width (600px). If more details are necessary, a link to more information may be added inside the block. Find below examples of the two types of blocks.

- i** Remember to pay within 48 hours or your reservation will be automatically cancelled.  
Please include the Unique Reference Number in the transfer to avoid any delays in payment.

*Notice Block: Important but not urgent info should be placed here.*



### Notificación importante sobre el dispositivo Samsung Galaxy Note 7

La Administración Federal de Aviación de Los Estados Unidos de América (FAA) prohíbe el transporte de estos dispositivos a bordo de nuestros aviones. [Conózca más →](#)

*Warning Block: Information about temporary or irregular events should be placed here.*

## Image handling

Often times, it is necessary to include images in an email's content for illustrative purposes. Images in emails have long been troublesome, since many email clients automatically block them. There are some rules to be considered when using images in an email.

### DIMENSIONS

Email display windows tend to be narrow, and so emails should be designed to adapt to them.

- Images must not be wider than 650px or taller than 400px
- The image's original aspect ratio should be preserved, in order to avoid distorting it.



650px



*The aspect ratio of this image has been altered, giving it a "stretched" look. Avoid doing this.*

## IMAGE FILE SIZE & COMPRESSION

Longer email load times lead to lower customer engagement and poor user experience. On the other hand, pixelated images or images with a high amount of compression artifacts can impact the look of our emails and make them feel amateur.

- The aggregated size of all images in the email must never exceed 600KB.
- Individual images should not exceed the 150KB, since large images can sometimes prevent other content from loading while the image itself is being downloaded.
- An image resolution should be high enough so that it displays sharply in high pixel density displays (e.g. iPhone, iPad). A good rule of thumb for accomplishing this is setting the image's resolution to be twice as large as the size its intended to be used in the email. For instance, an image that will be displayed in the email in a 50x50 container should have a 100x100 resolution.
- It's highly recommended to use advanced compression techniques in order to reduce the size of images.



# Guía de Estilos para diseño Web

CopaAirlines 

# Indice

---

- 1. Introducción pag. 2
- 2. Tipografía pag. 4
- 3. Color pag. 9
- 4. Iconos pag. 22
- 5. Elementos Gráficos pag. 26
- 6. Imágenes pag. 31
- 7. Ejemplos pag. 35

# 1. Introducción

---

## 1.1

# Introducción

## Objetivo

El objetivo de la presente Guía de Estilo es servir como referencia al momento de realizar piezas digitales o web para Copa Airlines. También es una guía para comprender el sistema gráfico sobre el cual está basado el nuevo diseño del sitio de Copa Airlines.

## Lenguaje Visual

El nuevo sitio y el nuevo estilo web y digital de Copa Airlines, busca refrescar la imagen de la empresa y generar congruencia entre el servicio de calidad premium que ofrece y su manera de mostrarse ante en mundo.

Conceptualmente, lo que mostramos y lo que somos debe manejarse dentro de los mismos parámetros, por lo cual la imagen de Copa Airlines debe ser ligera y elegante, donde deben predominar los fondos claros y evitarse el ruido visual.

## Conceptos Fundamentales

- Sobriedad
- Elegancia
- Experiencia
- Calidad
- Sabiduría
- Confianza
- Solidez

## 2. Tipografía

---

## 2.1

# Familia Tipográfica

---

Lato Light

LATO LIGHT

LATO LIGHT

*Lato Light Italic*

**LATO LIGHT ITALIC**

**LATO LIGHT ITALIC**

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.*

**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT.**

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.*

**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT.**

---

Lato Regular

LATO REGULAR

LATO REGULAR

*Lato Regular Italic*

**LATO REGULAR ITALIC**

**LATO REGULAR ITALIC**

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.*

**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT.**

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.*

**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT.**

---

Lato Bold

LATO BOLD

LATO BOLD

**Lato Bold Italic**

**LATO BOLD ITALIC**

**LATO BOLD ITALIC**

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.*

**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT.**

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.*

**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT.**

## 2.2

# Aplicación de Tipografía

## Menú Principal

Para los accesos principales del menú se utiliza la tipografía Lato Regular en Versalitas y color Azul #0162A9. Ejemplo:

VIAJAR PLANIFICAR SERVICIOS

Para los accesos secundarios del menú se utiliza la tipografía Lato Regular en color Gris #666666. Ejemplo:

Contactenos

## Botones

Para los botones principales del sitio se utiliza la tipografía Lato Bold en Versalitas, usualmente color blanco sobre fondo azul. Ejemplo:

BUSCAR

VER POLÍTICA

## 2.2

# Aplicación de Tipografía

## Booking - Pestañas Principales

-

Dentro del booking, en las pestañas principales se utiliza la tipografía Lato Regular en color Gris #3333333. Ejemplo:



Web Check-In

## Booking - Menú interno

-

Para el menú interno del booking, se utiliza Lato Bold en Versalitas y en color Gris #666666 cuando no está seleccionado y en color Azul #0162A9 cuando están seleccionado. Ejemplo:



HOTEL



HOTEL

## Booking - Etiqueta de Campo

-

Los títulos o etiquetas de los campos para completar, tanto en el booking como en los formularios se escriben en Lato Bold en Versalitas y en color Azul #0D3050 para los que son obligatorios. Ejemplo:



The form field contains an icon of an airplane pointing left, followed by the text "DESDE" and a long horizontal line for input.

## 2.2

# Aplicación de Tipografía

## Títulos

Para los títulos en general se utiliza la tipografía Lato Regular o Lato Bold en Versalitas y en Azul o Gris. Ejemplo:

### **REGISTRO TEMPRANO DE EQUIPAJE**

## Subtítulos

Para los subtítulos en general puede utilizarse la tipografía Lato Bold en Azul o Gris y en un puntaje al menos 30% menor al del título utilizado.  
Ejemplo:

### **REGISTRO TEMPRANO DE EQUIPAJE**

**Desde Buenos Aires**

## Texto corrido

Para el texto corrido de cualquier página o sección debe utilizarse Lato Regular en Gris (bold para resaltar y subrayado para indicar hiperlink dentro del texto). El texto de corrido debe ser en puntaje 50% menor en relación al subtítulo. Ejemplo:

### **REGISTRO TEMPRANO DE EQUIPAJE**

**Desde Buenos Aires**

Panamá, 16 de junio de 2015 – A Copa Airlines {NYSE: CPA}, subsidiária da Copa Holdings, S.A., e a TAP Portugal, a maior companhia aérea de Portugal, ambas membros da rede global de companhias aéreas Star Alliance, firmaram um acordo de código compartilhado que permitirá melhores opções de voo e convenientes conexões a todos os passageiros – por meio do Centro de Conexões das Américas da Copa na Cidade do Panamá, e com a importante porta de entrada à Europa da TAP, em Lisboa (Portugal).

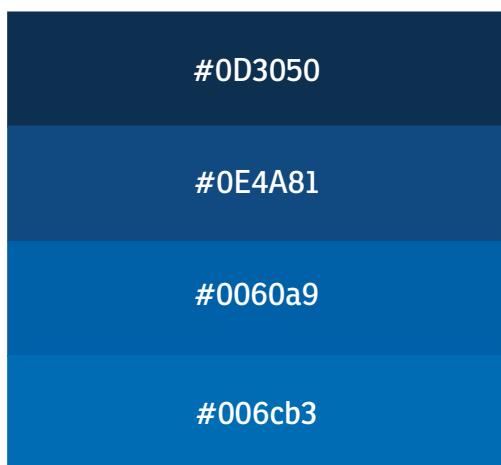
### 3. Color

---

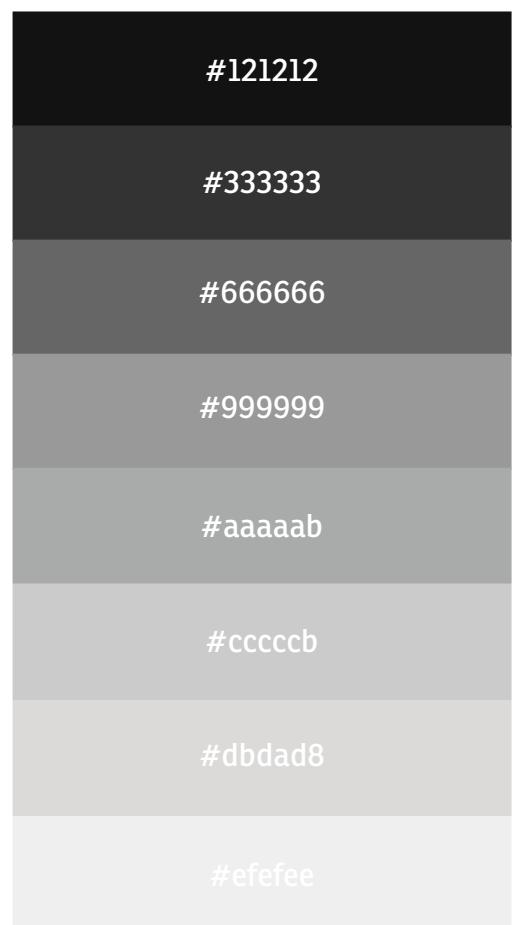
## 3.1

## Paleta de Color

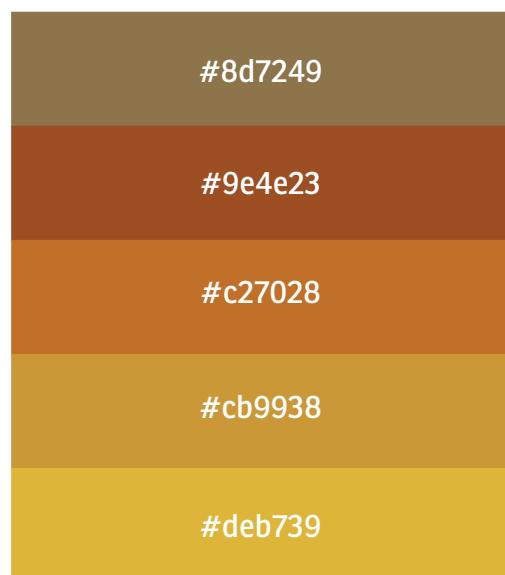
### Azules



### Grises



### Otros



## 3.2

## Aplicación de Color

### Azules

#0D3050

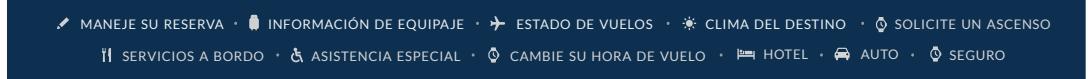
Este azul es el mas oscuro de la paleta. Su tonalidad oscura lo hace el más elegante y a su vez el mas pesado. No debe tener demasiada presencia en el diseño ni usarse como fondo de grandes áreas.

Lo encontramos en:

1. Campos obligatorios de formularios
2. Módulos de Información
3. Rollovers del Menú superior
4. Títulos o algunos textos destacados
5. En algunos detalles a lo largo del diseño



3



VIAJAR

MANEJE SU RESERVA • INFORMACIÓN DE EQUIPAJE • ESTADO DE VUELOS • CLIMA DEL DESTINO • SOLICITE UN ASCENSO  
SERVICIOS A BORDO • ASISTENCIA ESPECIAL • CAMBIE SU HORA DE VUELO • HOTEL • AUTO • SEGURO

## 3.2 Aplicación de Color

---

### Azules

#0E4A81

Este azul es complementario. Funciona para completar la paleta de los azules en los lugares donde sea necesario. Su presencia tampoco debe ser muy significativa dentro de los diseños.

Lo encontramos en:

1. Títulos
2. Bullets
3. Textos destacados

## 1 BENEFICIOS

2 •

## 3.2

## Aplicación de Color

### Azules

#0060a9

Este azul es uno de los colores principales ya que corresponde al color de la Marca de Copa Airlines, por lo que siempre debe estar presente en las áreas mas importantes de los diseños sin resultar invasivo.

Podemos encontrarlo en:

1. Logo de Copa
2. Menú principal
3. Botones
4. Hipertexto o links
5. Enlaces
6. Secciones o pestañas activas
7. Iconos
8. Subtítulos
9. Destacados
10. Módulos de información

3

BUSCAR

5

→ VER MÁS

4

[ir a vuelos multi-ciudad](#)

● Clase Económica

6



Reserve su viaje

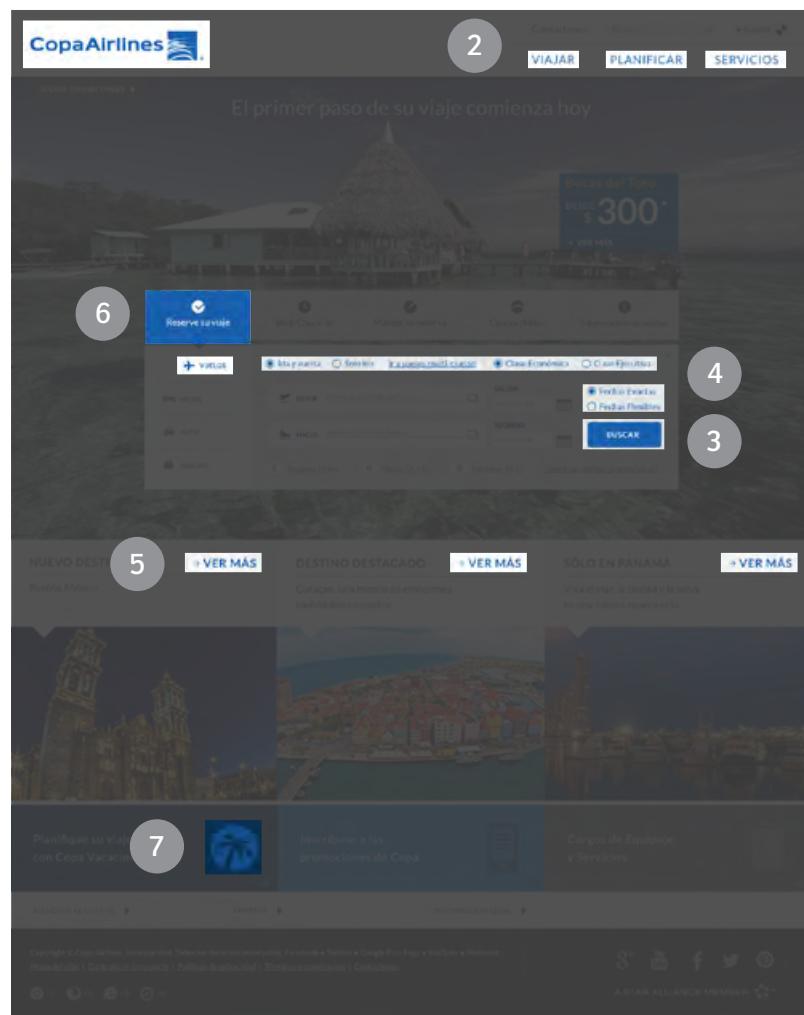
## 3.2

# Aplicación de Color

## Azules

#0060a9

### Ejemplo en Home



## 1.1

# Aplicación de Color

## Azules

#006cb3

Este azul es complementario. Funciona para completar la paleta de los azules en los lugares donde sea necesario. Su presencia tampoco debe ser mucha dentro de los diseños.

Podemos encontrarlo en:

1. Promociones
2. Textos o textos destacados



## 3.2

# Aplicación de Color

## Grises

#121212

Este color gris es el color mas oscuro de la paleta web de Copa Airlines. Sólo se puede utilizar en textos de bajo puntaje y que requieran de este color para contrastar.

#333333

Se aplica para:

1. Texto corrido
2. Fondo del Footer
3. Iconos
4. Enlaces o pestañas inactivas principales
5. Alertas Generales

#666666

Dentro de la paleta de los grises este es el mas presente en los diseños web.

Se aplica para:

1. Textos en General
2. Títulos
3. Placas
4. Enlaces o pestañas inactivas secundarias
5. Módulos de información
6. Iconos

## 3.2

## Aplicación de Color

---

### Grises

#989898

#aaaaab

#cccccb

Estos grises son complementarios. Funcionan para completar la paleta de los grises en los lugares donde sea necesario.

#dbdad8

Este gris es utilizado para fondos, bien sean de placas principales, del booking, de Módulos de información, links, etc.

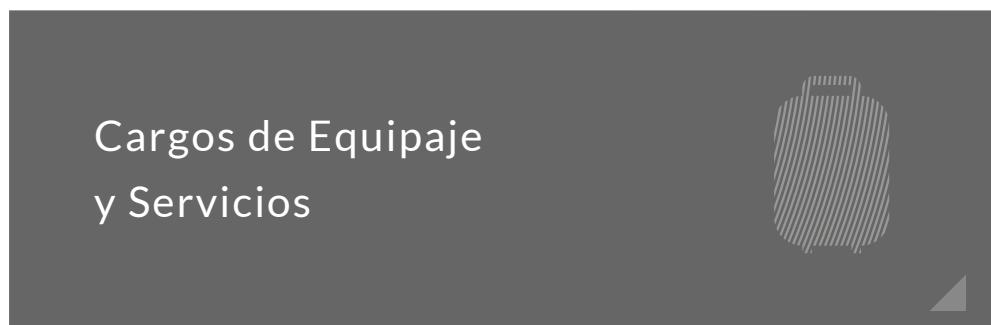
#efefef

Este gris es también utilizado para fondos y es el color del fondo de la botonera del footer.

## 3.2

# Aplicación de Color

## Ejemplos Grises



## 3.2

## Aplicación de Color

---

### Otros

#8d7249

Este es el Dorado de Copa Airlines. Se aplica en elementos relacionados a la categoría de Clase Business.

En la web aparece en:

1. Placas
2. Títulos
3. Bullets

1

### Clase Ejecutiva

.....  
Conozca el servicio exclusivo que Copa le ofrece a nuestros clientes Premium. Conozca el servicio exclusivo que Copa le ofrece a nuestros clientes Premium.

2

### VUELOS DE LARGA DURACIÓN

3

- Líneas especiales de registro en los mostradores de aeropuertos, puertas de abordaje.

## 3.2

## Aplicación de Color

---

### Otros

#9e4e23

#c27028

Estos son colores que solo deben utilizarse en Alertas o elementos pequeños que requieran un color para llamar la atención. Su presencia no debe ser significativa en la web.

#c27028

Se utiliza en:

1. Rollover de botones o enlaces

1

BUSCAR

BUSCAR

## 3.2

## Aplicación de Color

### Otros

#deb739

Se utiliza en:

1. Títulos que estén sobre fondo oscuro
2. Texto resaltado sobre fondo oscuro
3. Iconos sobre fondo oscuro
4. Flechas y bullets



**Enlaces** > 4

## 4. Iconos

---

## 4.1

# Tipologías de Iconos

## Iconos Booking

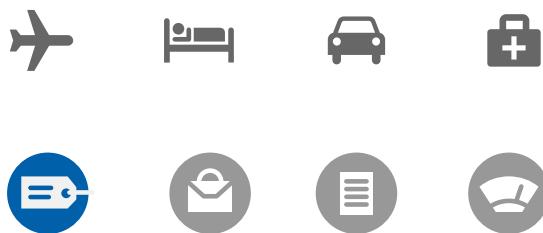
Los iconos dentro del booking se distinguen por ser muy simples y representativos.

Los encontramos compuestos basicamente de líneas y figuras básicas, contenidos dentro de un circulo.



## Iconos Menú

Los iconos de los menús son un poco mas complejos que los de las Pestañas Principales del Booking. Pueden tener o no contenedor circular, pero siempre aplicando el mismo criterio cuando deban aparecer en conjunto.



## 4.1

# Tipologías de Iconos

## Iconos Principales

-

Los iconos principales de la página son los que funcionan para representar secciones. Han sido creados con una trama basada en aspectos formales de la marca Copa.



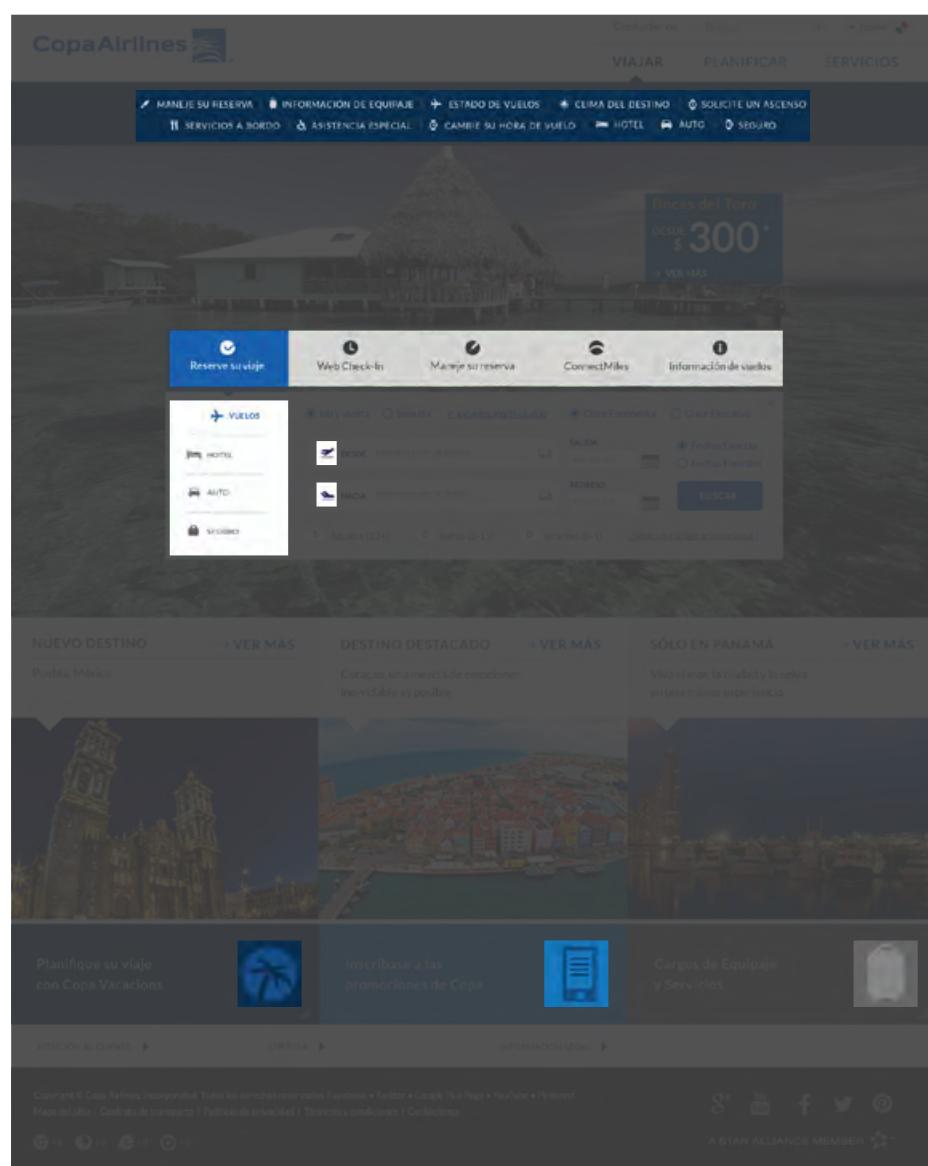
## Iconos Secundarios

-

Los iconos secundarios son los de menor jerarquía y aparecen dentro de los contenidos de las secciones. Tienen el mismo nivel de síntesis en su representación, pero están compuestos solo por líneas y contenedor circular sin relleno.



## 4.2 Ejemplo en el Home



## 5. Elementos Gráficos

---

## 5.1

# Elementos Gráficos

## Separador principal

El separador mas utilizado para el diseño web de Copa Airlines es una línea punteada que puede ser Gris, Azul o Blanca, dependiendo de la paleta que se esté manejando en cada caso. Los puntos no deben ser demasiado grandes y la separación entre ellos debe ser de 200%.



## Separador secundario

En los casos que sea necesario se puede utilizar como separador una línea cuyo valor no exceda 0.75 px.



## Bullets

Los bullets que se utilizan a lo largo del diseño web de Copa son circulos. Ejemplo:

- Cada pieza puede medir hasta 157 cm (62 pulgadas) lineales en total (alto+largo+ancho).
- Las piezas cuyas medidas lineales combinadas estén entre 159 cm (63 pulgadas) y 272 cm (107 pulgadas) son consideradas como exceso de equipaje.

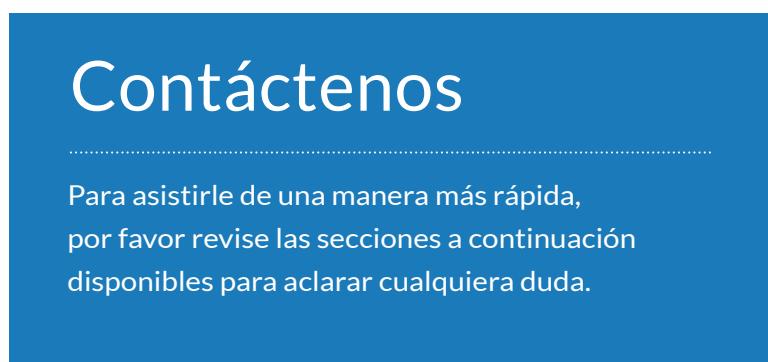
## 5.1

# Elementos Gráficos

## Placas

-  
Las placas que se utilicen para colocar o resaltar información serán siempre de fondo de color pleno, con los bordes en vértice.

Ejemplo:



## Trama

-  
La trama Copia puede utilizarse para fondos o como elemento gráfico complementario en las situaciones que sea necesario siempre y cuando se utilice con criterio visual sin exagerar su presencia.



Type

## 5.1

# Elementos Gráficos

## Campos de formulario

Los campos de los formularios pueden ser rectangulares, o rectaangulares con las terminaciones triangulares. Todos los campos contienen Place Holder. Ejemplo:

Formulario de viaje:

- DESDE:** Ingrese su punto de partida.
- SALIDA:** mes, día, año
- HACIA:** Ingrese su punto de llegada.
- REGRESO:** mes, día, año
- Pasajeros:** 1 Adultos (12+), 0 Niños (2-11), 0 Infantes (0-1)

## Pestañas de Selección

Las pestañas de selección son rectangulares, y al estar activas o seleccionadas cambian su color y tienen una flecha que indica hacia qué lado se encuentra la información a la que refieren. Ejemplo:



## 5.1

# Elementos Gráficos

-

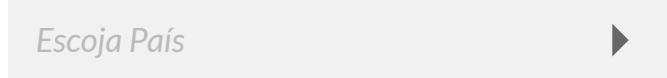
## Flechas

-

Flecha VER MAS INFORMACIÓN: 

 **VER MÁS**

Flecha Menú Desplegable: 

DESDE  

Flecha Enlaces Relacionados: 

**Enlaces**  FLOTA  SOLICITE UN ASCENSO

## 6. Imagenes

---

## 6.1

# Tratamiento de Imágenes

En el sitio, las imágenes principales utilizadas (se entiende por principales, imagenes de fondo del home o de encabezados de páginas internas), tienen un tratamiento particular de color y de textura que se explica a continuación.

El objetivo es obtener una imagen con un color parejo y con una saturación controlada.



Original



Resultado

## 6.1

# Tratamiento de Imágenes

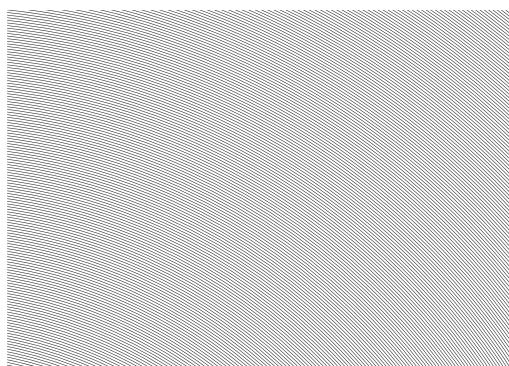
## 1. Imagen Original



2. Capa Gris #333333 sobre de la imagen con modo de fusión de capa "COLOR" y entre 30% y 60% de opacidad dependiendo de la saturación de la imagen original



3. Trama de Copia (la misma que se utiliza para los iconos pero en una escala mayor), aplica en color Blanco con opacidad del 10% al 30% sobre la imagen



## 6.1

# Tratamiento de Imágenes

## Ejemplos



Original



Original



## 7. Ejemplos

---

**CopaAirlines**

Contactenos Buscar ☰ Espanol

VIAJAR PLANIFICAR SERVICIOS

CUENTA CONNECTMILES ▾

## El primer paso de su viaje comienza hoy

**Bocas del Toro**  
DESDE \$ 300\*

→ VER MÁS

Reserve su viaje Web Check-In Maneje su reserva ConnectMiles Información de vuelos

+ VUELOS Ida y vuelta Solo ida Ida y vuelos multi-ciudad Clase Económica Clase Ejecutiva

DESDE Ingrese su punto de partida SALIDA mes, año Fechas Exactas mes, dia, año Fechas Flexibles

HACIA Ingrese su punto de llegada REGRESO mes, dia, año

BUSCAR

1 Adultos (12+) 0 Niños (2-11) 0 Infantes (0-1) ¿Tiene un código promocional?

NUEVO DESTINO → VER MÁS Puebla, México

DESTINO DESTACADO → VER MÁS Curaçao, una mezcla de emociones inolvidable es posible

SÓLO EN PANAMÁ → VER MÁS Viva el mar, la ciudad y la selva en una misma experiencia

Planifique su viaje con Copa Vacaciones

Inscríbase a las promociones de Copa

Cargos de Equipaje y Servicios

ATENCIÓN AL CLIENTE ▾ EMPRESA ▾ INFORMACIÓN LEGAL ▾

Copyright © Copa Airlines, Incorporated. Todos los derechos reservados. Facebook • Twitter • Google Plus Page • YouTube • Pinterest  
Mapa del sitio | Contrato de transporte | Políticas de privacidad | Términos y condiciones | Contactenos

g+ YouTube f+ Twitter p+  
A STAR ALLIANCE MEMBER

**CopaAirlines** A STAR ALLIANCE MEMBER

Contactenos | Preguntas Frequentes | Cuenta ConnectMiles

VIAJAR | PLANIFICAR | SERVICIOS

CUENTA CONNECTMILES | Reservar viaje | Mi reserva | ConnectMiles | Información de vuelos

## Equipaje

Vea la política de equipaje y el costo de exceso de equipaje

DIADE | Tarjeta de Viaje | MIRESA | Tarjeta de Vuelo | VER POLÍTICA

Calculadora de Equipaje | Política de Equipaje | Equipaje Especial | Restricciones de Equipaje | Mascotas | Reclamos de Equipaje

Equipaje Registrado | Equipaje de Mano | Desarrollo de Responsabilidad | Exceso de Equipaje

Con la compra de su pasaje, usted puede, sin costo alguno, transportar todo el equipaje que se suscriba a estas condiciones generales:

**ARTÍCULOS**: Artículos tales como ropa y efectos personales necesarios para el uso y confort o conveniencia durante su viaje.

**TODA PIEZA DE EQUIAJE**: Toda pieza de equipaje debe estar debidamente documentada y registrada para su transporte.

**IDENTIFICACIÓN**: Identifique su equipaje con nombre completo, dirección y teléfono de su residencia permanente por dentro y por fuera para que no se confunda con la de otra persona.

**DIMENSIONES**

- Cada pieza puede medir hasta 152 cm (62 pulgadas) lineales en total (alto + largo + ancho).
- Las piezas cuyas medidas lineales combinadas estén entre 159 cm (63 pulgadas) y 272 cm (107 pulgadas) son consideradas como exceso de equipaje.
- Las piezas cuyas medidas lineales combinadas excedan 272 cm (107 pulgadas) no serán aceptadas como equipaje y su transporte debe hacerse en concepto de carga.
- Si su maleta tiene medidas, éstas no se incluyen en la medida lineal de la maleta.

**REGISTRO TEMPRANO DE EQUIAJE**

- Para vuelos internacionales, Copa Airlines no acepta el registro del equipaje con más de cuatro horas de antelación a la hora de salida/itinerario de vuelo.
- Para vuelos domésticos, Copa Airlines no acepta el registro del equipaje con más de seis horas de antelación a la hora de salida del vuelo.
- Si usted tiene en su itinerario una conexión que pertenezca a otra aerolínea, debe retirar su equipaje de la aduana y volverlo a registrar en el punto intermedio de conexión.

**REGISTRO TARDÍO DE EQUIAJE**

Si usted se presenta 60 minutos antes de la salida de su vuelo, es posible que su equipaje no llegue al destino final en su mismo vuelo. En caso tal, embarcará su equipaje en el siguiente vuelo posible, su equipaje llevará la etiqueta de separación voluntaria, además de la etiqueta autorizada.

**REGLA DE LA AEROLÍNEA MÁS SIGNIFICATIVA (MOST SIGNIFICANT CARRIER, MSC)**

- A partir del 1 de abril de 2011: si el tramo más largo o más significativo geográficamente del viaje no es operado por Copa Airlines sino por otra aerolínea, las reglas de esa aerolínea también pueden aplicarse a los vuelos de Copa Airlines o números de vuelo de Copa Airlines.
- Si Copa Airlines opera el tramo más largo o más significativo del viaje geográficamente, aplicarán las reglas y los cargos de Copa Airlines.
- El equipaje gratuito permitido se indica en el boleto.
- La regla de MSC no aplica a viajes desde o hacia los Estados Unidos.

**Enlaces** | FLOTA | SOLICITE UN ASCENSO

ATENDER AL CLIENTE | SUSCRIBIRSE | CONTACTO

Copyright © Copa Airlines Incorporated. Todos los derechos reservados. Facebook • Twitter • Google Plus Page • YouTube • Pinterest • Misión de servicio • Contrato de transporte • Políticas de privacidad • Términos y condiciones • Contactenos

G+ YOUTUBE F T W D

**CopaAirlines** A STAR ALLIANCE MEMBER

Contactenos | Preguntas Frecuentes | Español

VIAJAR PLANIFICAR SERVICIOS

CUENTA CONNECTMILES | Reservé su viaje | Web Check-In | Maneje su reserva | Connect Miles | Información de vuelos

Noticias - 20 años con Cuba

«Anteriores Siguiente»

## Copa Airlines celebra 20 años de conectar a Cuba con el continente

La Aerolínea marca un hito en su historia tras celebrar dos décadas de servicio ininterrumpido a la Isla. Copa Airlines conecta diariamente a Cuba con 72 destinos en 29 países de la región, por medio de su Hub de las Américas, en la Ciudad de Panamá.

El compromiso de Copa Airlines con la industria turística y la comunidad de negocios cubana se fortalece con esta importante conmemoración.

Septiembre, 26, 2015

8+ f t

Panamá, 16 de junio de 2015 - A Copa Airlines [NYSE: CPA], subsidiaria da Copa Holdings, S.A., e a TAP Portugal, a maior companhia aérea de Portugal, ambas membros da rede global de companhias aéreas Star Alliance, firmaram um acordo de código compartilhado que permitirá melhores opções de voos e convenientes conexões a todos os passageiros - por meio do Centro de Conexões das Américas da Copa na Cidade do Panamá, e com a importante porta de entrada à Europa da TAP, em Lisboa (Portugal).

Estamos muy orgullosos de cumplir 20 años de conectar a este extraordinario país con el resto del continente y poder ofrecer mayores oportunidades para el desarrollo del turismo y comercio local" comentó Pedro Heilbron, Presidente Ejecutivo de Copa Airlines. "El compromiso de Copa Airlines, es seguir contribuyendo a que esa conectividad continúe elevando el perfil de Cuba como epicentro turístico y cultural en la región".

Los 20 años de operación de Copa Airlines hacia Cuba son el relato de una historia de éxito y crecimiento sostenido. Es así como, en 1995, cuando tuvo lugar el vuelo inaugural, Copa ofrecía sólo tres vuelos semanales a la Isla, a bordo de aviones Boeing 737-200, con capacidad para transportar a 106 pasajeros en cabina principal.

Hoy en día, la operación de Copa a Cuba ha tenido un impresionante crecimiento, con 6 frecuencias diarias desde el Hub de las Américas y 3 semanales desde Bogotá. Además, para potenciar la conectividad de Cuba, en 2014 se añadieron dos frecuencias semanales a Santa Clara desde Panamá. Todos los vuelos son operados con modernas aeronaves Boeing 737-800 Next Generation, con capacidad para transportar a 16 viajeros en clase ejecutiva y 144 en la cabina principal.

"Luego de 20 años de conectar mejor a Cuba con América, seguimos considerando a este impresionante destino como uno con enormes fortalezas turísticas y comerciales por descubrir y fortalecer. Por ello, nuestro objetivo para los siguientes años es seguir trabajando en incrementar el tráfico de viajeros a la Isla y, de esa manera, potenciar el posicionamiento de Cuba como un epicentro de turismo, historia y comercio regional", acotó Heilbron.

Por su parte, Copa ofrece actualmente servicios a 74 destinos en 30 países de Norte, Centro, Sur América y el Caribe desde el Hub de las Américas, en la Ciudad de Panamá. Así mismo, los pasajeros miembros de ConnectMiles, el nuevo programa de fidelización de la Aerolínea, gozarán de múltiples beneficios que ofrece Star Alliance, la alianza global de aerolíneas más importante, que incluye una amplia red de rutas de 1,321 destinos adicionales en 193 países, así como más de 1.000 salas VIP a nivel mundial.

Desde el Hub de las Américas, Copa Airlines ofrece más vuelos internacionales que cualquier otro centro de conexiones aéreo en América Latina. En ese sentido, los vuelos diarios entre La Habana y Panamá estarán programados para ofrecer las conexiones más convenientes hacia los 72 destinos en 29 países que componen la región de Centro y Sur América y selectas ciudades en los Estados Unidos.

**Enlaces** NOTICIAS

ATENCIÓN AL CLIENTE | EMPRESA | LEGALES

Copyright © Copa Airlines, Incorporated. Todos los derechos reservados. Facebook • Twitter • Google Plus Page • YouTube • Pinterest  
Mapa del sitio | Contrato de transporte | Políticas de privacidad | Términos y condiciones | Contactenos

g+ youtubef twitterr

