



DELTA GÁS ULTRA

deltagasultra.com.br

ESTUDO COMPLETO DE IDENTIDADE VISUAL & REDESIGN ESTRATÉGICO

Documento Técnico & Estratégico de Branding Corporativo

Itabuna / BA — Revendedor Autorizado Ultragaz

Setembro de 2026

SUMÁRIO EXECUTIVO

Este estudo apresenta o diagnóstico profundo da marca atual da **Delta Gás**, mapeia os vetores de mercado do setor de GLP residencial e comercial em Itabuna/BA, e define a proposta definitiva de evolução visual.

O projeto soluciona os severos gargalos técnicos de reprodutibilidade da marca legada (efeitos de raster, gradientes desordenados e baixa escalabilidade), cria um alinhamento institucional sinérgico com o universo **Ultragaz** sem incorrer em infração marcária, e dota a empresa de um sistema gráfico contemporâneo, seguro e de alto valor percebido.

ETAPA 1 — DIAGNÓSTICO PROFUNDO DA MARCA ATUAL

A análise da marca atual evidencia uma identidade desenhada sobre paradigmas visuais defasados (típicos do início dos anos 2010), dependente de efeitos de software gráfico em vez de fundamentos sólidos de design vetorial.

Componente	Avaliação Técnica	Impacto Prático no Negócio
Símbolo	Crítico / Defasado	Duplo aro circular, efeito de “adesivo”, redundância formal.
Tipografia	Regular / Débil	Letra A com entalhe artificial; outer glow borra os contornos.
Paleta Cromática	Crítico / Poluída	Gradiente azul-magenta-vermelho gera zona arroxeadá turva.
Escalabilidade	Insuficiente	Subtítulo “ITABUNA-BA” desaparece abaixo de 120px.
Reprodutibilidade	Gravíssima	Inviável em corte eletrônico, silk-screen e bordados.
Alinhamento Ultragaz	Desconectado	Estética amadora que não transmite o respaldo da Ultragaz.

1.1. Análise dos Elementos Constituintes

- **Símbolo:** gota/chama estilizada inscrita em disco circular de borda dupla. A sobreposição cria efeito de “alvo” ou “botão de app”, e o vórtice interno não obedece a uma construção áurea consistente, gerando desequilíbrio óptico.
- **Tipografia principal:** caixa alta bold com recorte geométrico arbitrário na haste da letra “A”, somada a um brilho externo ciano que compromete a nitidez dos cantos.
- **Subtítulo:** disposto entre hairlines excessivamente finas, com relação de contraste de 1:8 em relação ao título — some por completo em visualização distante ou reduzida.
- **Paleta atual:** gradiente de azul royal a ciano transitando para magenta/violeta e vermelho alaranjado, criando uma zona cinzento-arroxeadá turva que elimina a sensação de pureza da queima do gás.

1.2. Principais Gargalos de Reprodutibilidade

- **Frotas e caminhões:** impossível executar em vinil de corte; exige impressão digital que desbota sob a insolação do sul da Bahia.

- **Uniformes e bonés:** bordado e serigrafia ficam empastados por causa dos degradês com brilho difuso.
- **Botijões (P-13, P-20, P-45):** aplicação em relevo metálico ou estêncil inviável com o desenho atual.
- **Digital:** em avatares circulares do Instagram e WhatsApp, o símbolo útil ocupa menos de 30% da área disponível.

ETAPA 2 — ANÁLISE ESTRATÉGICA & MERCADO REGIONAL

2.1. Segmento e Dinâmica de Compra

- **Compra por urgência (B2C):** o cliente percebe a falta de gás no meio da refeição. Decide pelo tripé rapidez de entrega + confiança na procedência + facilidade de pagamento.
- **Segurança e higiene:** o consumidor teme vazamentos, botijões adulterados e peso abaixo do especificado.
- **Parceria e previsibilidade (B2B):** restaurantes, padarias, lavanderias e hotéis exigem entrega programada, nota fiscal eletrônica e manutenção preventiva.

2.2. Concorrência e Diferenciação em Itabuna / Sul da Bahia

- **Concorrentes diretos:** revendedores de outras distribuidoras (Supergasbras, Liquigás/Copa Energia, Nacional Gás) e depósitos informais.
- **Vantagem competitiva:** ser a representante credenciada da Ultragaz, a bandeira mais inovadora e respeitada do país.
- **Oportunidade estratégica:** posicionar-se como hub de soluções energéticas ágeis e confiáveis, não como simples depósito de gás.

ETAPA 3 — REFERÊNCIAS DO SETOR DE GÁS & SÍMBOLOS

- **A chama azul da combustão completa:** o GLP de alta pureza queima sem fuligem — rendimento calórico máximo, economia e sustentabilidade.
- **O estado duplo (líquido + gasoso):** curvas orgânicas combinadas a vértices firmes expressam a transformação termodinâmica do produto.
- **O fluxo e a distribuição:** linhas cinéticas ascendentes expressam pontualidade logística e prontidão de atendimento.

ETAPA 4 — RELAÇÃO INSTITUCIONAL COM A ULTRAGAZ

Como revendedora autorizada, a Delta Gás opera sob rigor técnico de *co-branding*:

Diretrizes Permitidas	Diretrizes Proibidas (risco jurídico)
Harmonizar a família de azuis institucionais.	Não copiar os arcos ou ondas proprietárias da Ultragaz.

Diretrizes Permitidas	Diretrizes Proibidas (risco jurídico)
Utilizar a chancela “Revendedor Autorizado Ultragaz”.	Não fundir o nome Delta ao nome Ultragaz como marca única.
Adotar design limpo, flat e profissional.	Não usar as tipografias corporativas registradas da Ultragaz.
Destacar pesagem certa e lacre de segurança.	Não reproduzir mascotes ou grafismos protegidos no INPI.

A Delta Gás ganha peso e autoridade regional sendo identificada como o ponto oficial da Ultragaz em Itabuna, preservando total autonomia jurídica e patrimônio de marca próprio.

ETAPA 5 — PROPOSTA DE REDESIGN DA MARCA

5.1. Conceito Central: “A Chama Delta”

- **A letra grega Delta (Δ):** símbolo de variação, evolução e energia; a estrutura triangular é a forma geométrica mais estável e resistente.
- **A chama dinâmica:** a aresta direita se liberta em movimento helicoidal ascendente, desenhando a chama pura de gás com centelha de calor no núcleo.

5.2. Construção Geométrica e Grid

- Traçado vetorial baseado em proporções áureas e inclinação axial precisa de 18 graus.
- Eliminação de aros circulares, sombras difusas e brilhos artificiais: o símbolo é autônomo e reconhecível em qualquer escala.

5.3. Especificações Técnicas de Cor

Cor	Função	HEX / RGB / CMYK	Significado estratégico
Azul Profundo	Institucional / Base	#0A2540 · 10,37,64 · 84,42,0,75	Solidez, confiabilidade, maturidade e segurança.
Azul Ultragaz	Sinergia de Parceria	#0052CC · 0,82,204 · 100,60,0,20	Conexão ao universo da bandeira Ultragaz.
Ciano Chama	Chama Pura & Energia	#00B4D8 · 0,180,216 · 100,17,0,15	A chama azul perfeita do GLP, modernidade e frescor.
Laranja Calor	Atendimento / Ação	#FF7A00 · 255,122,0 · 0,52,100,0	Agilidade no pedido, calor humano e destaque.
Branco Puro	Suporte & Iluminação	#FFFFFF · 255,255,255 · 0,0,0,0	Clareza, limpeza e contraste em impressos.
Grafite Técnico	Tipografia / Texto	#1E293B · 30,41,59 · 49,31,0,77	Substitui o preto puro: elegância e leitura sem cansaço.

5.4. Sistema Tipográfico Recomendado

- **Primária (logotipo):** Plus Jakarta Sans ou Montserrat ExtraBold em caixa alta, letter-spacing +40, para impacto a mais de 50 metros em fachadas e caminhões.
- **Secundária (textos e documentos):** Inter ou Plus Jakarta Sans nos pesos Regular, Medium e SemiBold, por legibilidade em smartphones e em impressão fiscal.

ETAPA 6 — MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

6.1. Área de Proteção e Respiro

A área de proteção é determinada pelo módulo **X**, equivalente à largura da base da letra “D” do logotipo. Nenhum elemento gráfico, texto, fotografia ou limite de página pode invadir o espaço mínimo de 1X ao redor da marca.

6.2. Reduções Mínimas Recomendadas

- **Impresso:** logotipo horizontal com largura mínima de 32 mm; símbolo isolado com altura mínima de 12 mm.
- **Digital:** logotipo horizontal com largura mínima de 110 px; símbolo, ícone e favicon a 24 × 24 px.

6.3. Versões Oficiais da Arquitetura de Marca

- **Primária horizontal:** símbolo à esquerda e lettering centralizado verticalmente. Testeiras de fachada, laterais de caminhões e topo de site.
- **Primária vertical (stacked):** símbolo no topo e lettering abaixo. Crachás, banners verticais, totens e embalagens.
- **Reduzida / ícone:** símbolo isolado da Chama Delta. Avatares, aplicativo e bordado de bonés.

6.4. Fundos Permitidos e Proibições

Fundos homologados: branco, Azul Profundo (#0A2540) e cinza claro técnico (#F8FAFC).

- Nunca aplicar sombras difusas, chanfros 3D ou bordas neon fluorescentes.
- Nunca rotacionar o símbolo em ângulos diferentes do traçado original.
- Nunca alterar as proporções relativas entre símbolo e texto.
- Nunca aplicar a marca sobre fundos estampados, texturizados ou de baixo contraste.
- Nunca alterar a tipografia original do logotipo.

ETAPA 7 — ESPECIFICAÇÃO DE APLICAÇÕES PRÁTICAS

7.1. Fachada Comercial & Centro de Distribuição

- Painel principal em ACM Azul Profundo (#0A2540) com acabamento acetinado.
- Letras-caixa em acrílico ou galvanizado com LED branco frio (6500K) e halo azul indireto.
- Chancela modular “Revendedor Autorizado Ultragaz” no quadrante inferior direito, com iluminação dedicada.
- Totem de calçada indicando a entrada rápida para retirada de botijão (drive-thru do gás).

7.2. Frotas & Veículos de Entrega

- **Caminhões (P-13 e granel):** cabine e carroceria em Azul Ultragaz, marca em dimensões generosas na lateral e WhatsApp em Laranja Calor para contraste imediato na rua.
- **Motos de entrega:** baú de fibra azul com adesivação refletiva conforme normas CONTRAN, marca, telefone e QR Code de pedido expresso.

7.3. Uniformes Operacionais e Equipe de Campo

- Polo azul-marinho com gola em detalhe ciano e logo bordado a 6 cm no peito esquerdo; selo “Revendedor Autorizado Ultragaz” na manga direita.
- Crachá de identificação de segurança com foto, nome do entregador, selo da distribuidora e QR Code de verificação — combate direto ao medo de golpes residenciais.

7.4. Botijões e Segurança do Consumidor

- Lacre termorretrátil inviolável na válvula, com marca Delta Gás e garantia de pesagem Ultragaz.
- Etiqueta magnética de geladeira em alta gramatura, com calendário no verso e acionamento direto de WhatsApp e plantão de entregas.

7.5. Ponto de Contato Digital

- Avatar de WhatsApp e Instagram: símbolo da Chama Delta centralizado sobre Azul Profundo, com respiro perimetral e sem anéis redundantes.
- Catálogo do WhatsApp Business com fotos limpas de P-13, P-20 e P-45, reguladores e mangueiras conforme ABNT NBR 8613.

ETAPA 8 — SÍNTESE ESTRATÉGICA & PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

8.1. Matriz de Transformação de Valor

Dimensão	Marca Anterior	Nova Identidade Delta Gás Ultra
Percepção pública	Revenda local genérica e improvisada	Empresa de energia ágil, moderna e homologada
Eficiência técnica	Incompatível com bordado, corte e silk	100% vetorial, universal e de baixo custo de produção
Valor comercial	Concorre apenas por preço	Preferência por credibilidade, rapidez e selo Ultragaz
Presença em telas	Ilegível em apps e avatares reduzidos	Ícone marcante e legível instantaneamente em smartphones

8.2. Roteiro Recomendado de Transição (rollout em 3 fases)

- **Fase 1 — Digital & papelaria (semanas 1 a 2):** avatar do WhatsApp Business, Instagram, assinatura de e-mail e notas fiscais. Custo mínimo e impacto imediato.
- **Fase 2 — Uniformes, crachás e materiais de entrega (mês 1):** vestuário operacional, ímãs de geladeira e lacres — reforço de segurança dentro do lar do consumidor.
- **Fase 3 — Frotas e fachada (meses 2 a 3):** reenvelopamento dos veículos e fabricação da fachada em ACM com letra-caixa.

Estudo de identidade visual desenvolvido em conformidade com as diretrizes de propriedade intelectual do INPI, normas de segurança da ANP e boas práticas internacionais de design corporativo.