GBMX

GREENBRIER MAXION
AN AMSTED RAIL GLOBAL PARTNER

MANUAL DE IDENTIDADE CORPORATIVA

CORPORATE IDENTITY GUIDELINES

MISSÃO DA MARCA - *BRAND MISSION* 2
PROPÓSITO GBMX *- GBMX PURPOSE* 3
MATERIAIS DISPONÍVEIS *- AVALIABLE MATERIALS* 4
LOGOTIPO *- LOGOTYPE* 5
Versão primária - *Primary version* 6
Variação do logotipo - *Logotype variation* 7
Proporções do logotipo - *Logotype proportion* 8
Uso adequado do logotipo - *Proper use of the logo* 9
Exceções de aplicação - *Application exceptions* 10
Área de proteção - *Protection area* 11
PALETA DE CORES *- COLOR PALETTE* 12
Identidade cromática do logo - *Logo color identity* 13
Cores institucionais - *Corporate colors* 14
Cores secundárias - *Secondary colors* 15
Cores especiais - *Special colors* 15
Gradiente - *Gradient* 16
Proporção das cores - *Color proportion* 17
TIPOGRAFIA *- TYPOGRAPHY* 18
Família tipográfica padrão - *Standard typeface family* 19
SLOGAN *- TAGLINE* 20
CO-BRANDING *- CO-BRANDING* 22
Co-branding - Orientação horizontal e vertical
Co-branding - Horizontal and vertical orientation 23
Co-branding - Orientação isolada
Co-branding - Individual orientation 24
ELEMENTOS GRÁFICOS *- GRAPHIC ELEMENTS* 25
Iconografia - *Iconography* 26
Infográfico - *Infographic* 27
Malha gráfica - *Graphic grid* 28
Grafismo primário - *Primary graphic* 29
Grafismo secundário - *Secondary graphic* 29
Background - *Background* 29
Aplicação dos elementos - *Application of elements* 30
Exemplos de grafismos secundários - *Examples of secondary graphics* 31
PAPELARIA - *OFFICE STATIONERY* 32
Cartão de visita físico - *Physical business card* 33
Cartão de visita digital (NFC) - *Digital business card (NFC)* 34
Timbrado - *Letterhead* 36
Envelope ofício - *Business envelope* 37
Envelope saco - *Catalog envelope* 38
Template de Power Point - *Power Point template* 39
Assinatura de e-mail - *E-mail signature* 40
Crachá funcional - *Employee badge* 41
COMUNICAÇÃO VISUAL *- VISUAL COMMUNICATION* 45
Sinalização interna - *Internal signage* 46
Placas de sanitários - *Restroom signs* 47
Placas indicativas - *Indicative signs* 48
Faixas adesivas de porta - *Adhesive door strips* 49
Totem - *Totem* 50
Outdoors - *Outdoors* 51
Logo alto relevo em aço escovado - *High-relief logo in brushed steel* 52
APLICAÇÕES INSTITUCIONAIS *- INSTITUTIONAL APLICATTIONS* 53
Brindes - *Promotional gifts* 54
Uniformes - *Uniforms* 56
Fundo de tela para Teams - *Teams background* 57
Papel de parede - *Wallpaper* 58
Frota - *Fleet* 59
Placa de fabricação dos vagões - *Wagon manufacturing plate* 60
Boletim técnico - *Technical bulletin* 61
Capa para relatórios Word - *Cover for Word reports* 62
Documentos técnicos - *White papers* 63
Fotografia - *Photography* 64
Materiais audiovisuais - *Audiovisual materials* 65
Redes sociais - *Social media* 67
Tom de voz - *Tone of voice* 69
Perfil GBMX - *GBMX Profile* 72

Missão da marca
Um manual para cuidarmos do que é importante.

Brand Mission
A guide to taking care of what's important.

This guide exists to ensure that the GBMX brand is applied coherently, consistently, and intentionally across all its touchpoints.

More than just visual rules, it translates the GBMX way of presenting itself, expressing itself, and being recognized, reflecting the strength of the movement we build every day.

Caring for the brand is a shared responsibility. Every correct use strengthens GBMX's identity, protects its value, and contributes to a solid perception, both inside and outside the company.

As with any essential business process, following this manual is a way of caring for what is important. Because a brand is not built solely on discourse, but on the choices and attitudes of each person who is part of GBMX.

It is important for GBMX to have a consolidated brand, ensuring visual consistency and alignment with corporate guidelines. A brand is more than just a logo, and GBMX works to:

- Be a strong and globally recognized brand.
- Respect and maintain the brand's value in the communities where it operates.
- Unify the company's message, reflecting its core values.
- Strengthen the Integrated Business Model.
- Maintain brand recognition in the sector and expand to other segments.
- Consolidate a brand strategy for future growth.

Este manual existe para garantir que a marca GBMX seja aplicada de forma coerente, consistente e intencional em todos os seus pontos de contato.

Mais do que regras visuais, ele traduz o jeito da GBMX se apresentar, se expressar e ser reconhecida, refletindo a força do movimento que construímos todos os dias.

Cuidar da marca é uma responsabilidade compartilhada. Cada uso correto fortalece a identidade da GBMX, protege seu valor e contribui para uma percepção sólida, dentro e fora da empresa.

Assim como em qualquer processo essencial do negócio, seguir este manual é uma forma de cuidar do que é importante. Porque a marca não se constrói apenas no discurso, mas nas escolhas e atitudes de cada pessoa que faz parte da GBMX.

É importante para a GBMX ter uma marca consolidada, garantindo consistência visual e alinhamento às diretrizes corporativas. Uma marca é mais do que apenas um logotipo, e a GBMX trabalha para:

- Ser uma marca forte e globalmente reconhecida.
- Respeitar e manter o valor da marca nas comunidades que atua.
- Unificar a mensagem da empresa, refletindo os valores essenciais.
- Fortalecer o Modelo de Negócios Integrado.
- Manter o reconhecimento da marca no setor e ampliar para outros segmentos.
- Consolidar uma estratégia de marca para o crescimento futuro.

Propósito GBMX

Desenvolvemos os vagões que movem as riquezas do Brasil para o futuro.

GBMX Purpose
We develop the wagons that move Brazil's wealth into the future.

The union of The Greenbrier Companies, Amsted Rail, and Iochpe-Maxion drives the evolution of freight transport through the largest railway industry in South America: GBMX.

With integrated solutions, the market benefits from the quality of our services, the robustness of our bogies, and the innovation applied to our wagons - a complete package that ensures modernity, efficiency, and sustainability for rail logistics.

It is this partnership that brings us closer to the daily lives of the Brazilian people, celebrates the greatness of Brazil, and connects us to the future.

We are proud to be the brand that brings all of this together, moving what matters.

A união das empresas The Greenbrier Companies, Amsted Rail e Iochpe-Maxion evolui o transporte de cargas a partir da maior indústria ferroviária da América do Sul: a GBMX.

Com soluções integradas, o mercado se beneficia com a qualidade dos nossos serviços, a robustez dos truques e a inovação aplicada nos vagões, um conjunto completo que garante modernidade, eficiência e sustentabilidade para a logística ferroviária.

É essa parceria que nos aproxima da rotina do povo brasileiro, valoriza a grandeza do país e nos conecta ao futuro.

Temos orgulho de ser a marca que une tudo isso, movendo o que é importante!

Todos os materiais apresentados neste manual de identidade corporativa estão disponíveis nos links ao lado:

Materiais disponíveis: capas de relatório Word, wallpaper, fundo de tela Teams, logotipo, elementos gráficos, iconografia, papelaria, slogan, template de Power Point, apresentação institucional, assinatura de e-mail, avatar para WhatsApp, fontes tipográficas.

All materials presented in these Corporate Identity Guidelines are available through the links provided alongside:

Available materials: Word report covers, wallpaper, Teams background, logotype, graphic elements, iconography, office stationery, slogan, PowerPoint template, institutional presentation, email signature, WhatsApp avatar, fonts.



Área comum da rede:
Network:

F:\modelos\Marketing\Marca_GBMX



Site:
Website:

https://gbmx.com.br/marketing/2026/nova-marca/

Logotipo

Logotype

Versão primária

Compreendendo o valor intrínseco da GBMX, marca comercial.

Nossa marca simboliza a qualidade e a excelência dos produtos e serviços GBMX. A marca comercial ajuda a identificar a nossa empresa e a construir nossa reputação entre os clientes, os concorrentes e o mercado.

O logotipo **GBMX** é um "lettermark" composto pelas letras de **G**reen**b**rier **M**a**x**ion em verde e pelos descritivos "GREENBRIER MAXION AN AMSTED RAIL GLOBAL PARTNER" em escalas de tons de preto. Juntos, eles formam o logotipo **GBMX**.

Primary version

Understanding the intrinsic value of the GBMX trademark

Our trademark symbolizes the quality and excellence of GBMX products and services. It helps identify our company and build our reputation among customers, competitors, and the market.

The **GBMX** logo is a lettermark composed of the initials of **G**reen**b**rier **M**a**x**ion in green along with the descriptors "GREENBRIER MAXION AN AMSTED RAIL GLOBAL PARTNER" in shades of black. Together, they form the **GBMX** logo.

GBMX
GREENBRIER MAXION
AN AMSTED RAIL GLOBAL PARTNER

Variação do logotipo

Escolhendo o logotipo para aplicações específicas.

Positivo
Uso preferencial em todas as aplicações.

Negativo
Uso preferencial sobre o fundo ou grafismo verde, além do fundo preto.

Preto
Para uso quando a qualidade da cor pode ser comprometida devido a métodos de produção limitada ou indisponibilidade de cores. Uso preferencial sobre fundos claros.

Branco
Para uso quando a qualidade da cor for comprometida devido a métodos de produção limitada ou indisponibilidade de cores. Uso preferencial sobre fundos escuros.

Logotype variation

Choosing the logo for specific applications.

Positive: Preferred use in all applications.

Negative: Preferred use on green backgrounds or graphics, as well as on black backgrounds.

Black: For use when color quality may be compromised due to limited production methods or color unavailability. Preferred use on light backgrounds.

White: For use when color quality may be compromised due to limited production methods or color unavailability. Preferred use on dark backgrounds.

Positivo

Negativo



Preto

Branco

Proporções do logotipo

Proporção e posição de alinhamento.

A construção e os espaçamentos do logotipo derivam da espessura da letra L, conforme o exemplo ao lado.



Logotype proportion

Proportion and alignment position

The logo's construction and spacing are derived from the thickness of the letter L, as shown in the example to the side.

Uso adequado do logotipo

Modificações no logotipo podem prejudicar a integridade da nossa marca registrada.

O logotipo não deve ser alterado, de forma alguma, sem a aprovação do departamento de Marketing.

- Não modificar proporções
- Não excluir os elementos do logotipo
- Não alterar os elementos do logotipo
- Não distorcer
- Não alterar a orientação
- Não alterar as cores
- Não adicionar efeitos
- Não utilizar o logotipo em fundos complexos

Proper use of the logo

Modifications to the logo may undermine the integrity of our trademark.

The logo should not be altered in any way without the approval of the Marketing Department.

- Do not modify proportions
- Do not delete logo elements
- Do not alter logo elements
- Do not distort
- Do not change orientation
- Do not change colors
- Do not add effects
- Do not use the logo on complex backgrounds

NÃO MODIFICAR PROPORÇÕES



NÃO ALTERAR OS ELEMENTOS DO LOGOTIPO



NÃO ALTERAR A ORIENTAÇÃO



NÃO EXCLUIR OS ELEMENTOS DO LOGOTIPO





NÃO DISTORCER





NÃO ALTERAR AS CORES



NÃO ADICIONAR EFEITOS



FUNDOS COMPLEXOS







Exceções de aplicação

Logotipo

O nome **GBMX** pode ser usado sem o complemento ***"GREENBRIER MAXION AN AMSTED RAIL GLOBAL PARTNER"*** em casos específicos, quando a legibilidade fica comprometida por conta do tamanho reduzido da aplicação, como nos exemplos ao lado.

Vagão comemorativo

O vagão comemorativo dos 80 anos não segue a proporção das cores conforme a página 18 deste manual, visto que se trata de um projeto que antecede a nova marca e passou apenas pela atualização do logotipo. As aplicações fazem parte das paletas de cores secundárias e especiais. Para saber mais, consulte as páginas 15, 16 e 17 deste manual.









Application exceptions

Logo
The name **GBMX** can be used without the descriptor ***"GREENBRIER MAXION AN AMSTED RAIL GLOBAL PARTNER"*** in specific cases where readability is compromised due to reduced application size, such as the example to the side.

Commemorative wagon
The commemorative 80th-anniversary wagon does not follow the color proportions shown on page 18 of this manual, as it is a project that predates the new brand and has only undergone a logo update. The colors used are part of the secondary and special color palettes. For more information, see pages 15, 16, and 17 of this manual.

Área de proteção

Estabelecer um espaço livre na margem em torno do logotipo em todos os momentos.

Para manter a integridade espacial do logotipo GBMX, nada deve interferir o espaço livre que o rodeia. Esse espaço livre também é conhecido como a “área de não-interferência”, que é definida pela altura das letras do logotipo GBMX.

O uso adequado irá garantir que o logotipo não dispute por espaço, seja na mídia impressa, online ou em sinalizações.



ALTURA DAS LINHAS DE TEXTO = X (1 UNIDADE DE ESPAÇO) *TEXT LINES HEIGHT = X (1 SPACE UNIT)*

ESPAÇO LIVRE
FREE SPACE

Protection area

Establish a clear margin of space around the logo at all times.

To maintain the spatial integrity of the GBMX logo, nothing should interfere with the surrounding clear space. This clear space, also known as the non-interference area, is defined by the height of the Greenbrier logo letters.

Proper use will ensure that the logo does not compete for space, whether in print media, online, or in signage.

Paleta de cores

Color palette

Identidade cromática do logotipo

Entenda a paleta de cores na construção do logotipo da GBMX.

Composta por três tons:
Pantone PMS 348 C, Pantone Black C 70% e Pantone Black C 50%.



Logo color identity

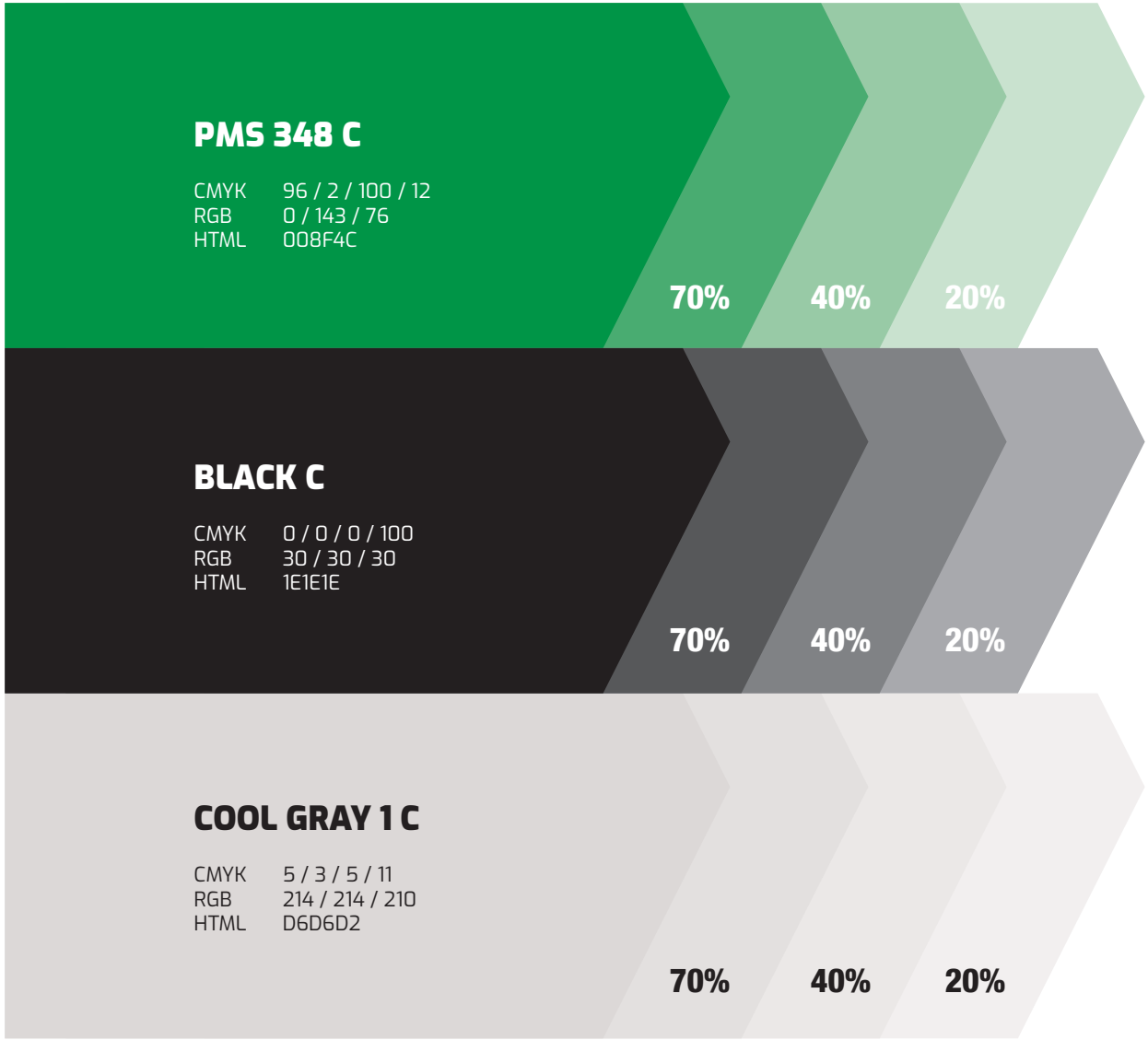
Understanding the color palette in the GBMX logo design.

Composed of three tones:
Pantone PMS 348 C, Pantone Black C 70% and Pantone Black C 50%.

Cores institucionais

Composta por três tons:
Pantone PMS 348 C, Pantone Black C e Pantone Cool Gray 1 C.

Eles são a marca registrada da The Greenbrier Companies, sócia majoritária, e simbolizam toda a estabilidade, tradição e confiabilidade da empresa ao longo de mais de oito décadas.



Corporate colors

Composed of three tones:

Pantone PMS 348 C, Pantone Black C, and Pantone Cool Gray 1 C.

They are the trademark of The Greenbrier Companies, the majority shareholder, and symbolize the stability, tradition, and reliability of the company for over eight decades.

Cores secundárias

As cores da paleta secundária só devem ser usadas pontualmente nas peças. Elas têm a função de transmitir dinamismo para o layout.

Secondary colors

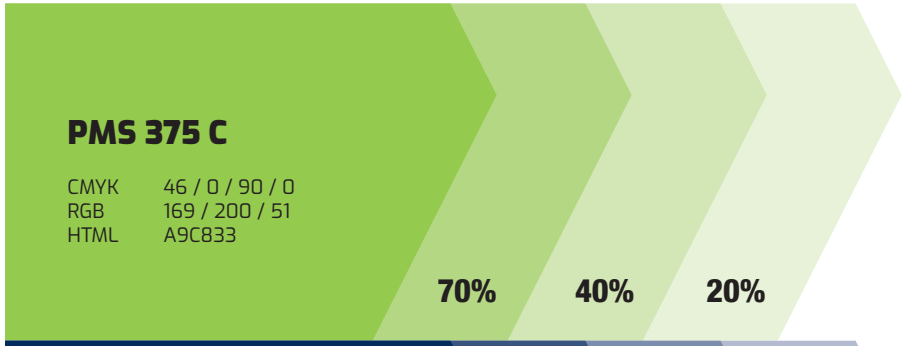
The colors in the secondary palette should only be used selectively in materials. Their purpose is to add visual dynamism to the layout.

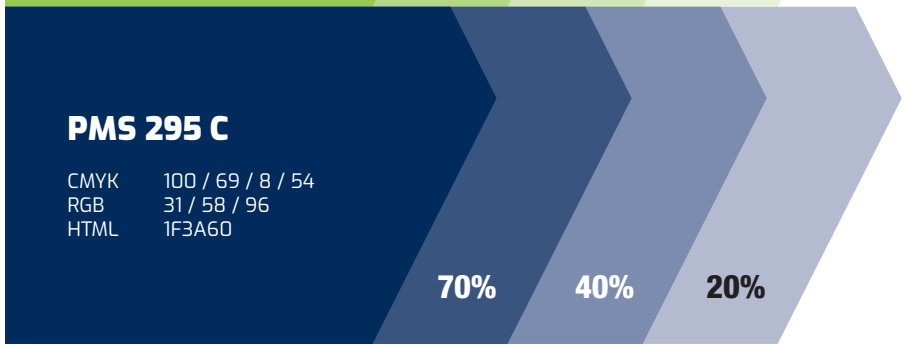
Cores especiais

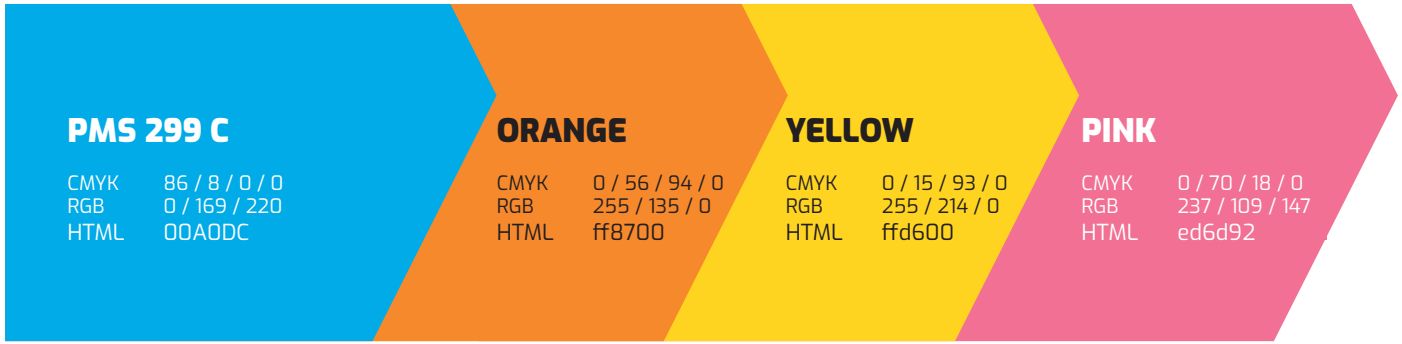
Esta paleta foi elaborada para a comunicação interna e para as datas especiais e comemorativas. As tonalidades escolhidas harmonizam com as cores institucionais. Os tons não podem passar de 10% de uso total da paleta no material.

Special colors

This palette was developed for internal communication and for special and commemorative dates. The chosen shades harmonize with the corporate colors. These shades must not exceed 10% of the total color usage in the material.







Gradiente

Observe sempre a diretriz de proporção de uso para que o conjunto das peças fique harmônico.

VERDE ESCURO

CMYK 96 / 2 / 100 / 60
RGB 0 / 83 / 32

PMS 348 C

CMYK 96 / 2 / 100 / 12
RGB 0 / 143 / 76

PMS 348 C

CMYK 96 / 2 / 100 / 12
RGB 0 / 143 / 76

PMS 375 C

CMYK 46 / 0 / 90 / 0
RGB 169 / 200 / 51

PMS 295 C

CMYK 100 / 69 / 8 / 54
RGB 31 / 58 / 96

PMS 348 C

CMYK 96 / 2 / 100 / 12
RGB 0 / 143 / 76

PMS 375 C

CMYK 46 / 0 / 90 / 0
RGB 169 / 200 / 51

Gradient

Always observe the usage proportion guideline so that the set of pieces is harmonious.

Proporção das cores

Observe a diretriz de proporção de uso das cores para garantir que o conjunto das peças não fique limitado aos tons primários ou exageradamente colorido.

Utilize a demonstração ao lado para manter a consistência da marca.



Color proportion

Observe the color proportion guideline to ensure that the overall design is not limited to primary colors or overly colorful.

Use the demonstration to the side to maintain brand consistency.

Tipografia

Typography

Família tipográfica padrão

Utiliza-se a Exo para títulos e subtítulos, enquanto a Helvetica fica restrita ao corpo de texto, legendas e tabelas.
A família de tipografia Exo oferece uma gama de 18 pesos: Thin, Extra Light, Light, Medium, Italic, Bold, Black e Extra Black.
A família de tipografia Helvetica oferece uma gama de 45 pesos: Thin, Ultra Light, Light, Medium, Condensed, Bold, Black, Heavy, Italic, Black Extended e suas variações.

Fontes alternativas: a Arial pode ser usada como a fonte secundária quando a Exo ou a Helvetica Neue LT Std não estiverem disponíveis.

Ordem de prioridade: Exo, Helvetica Neue LT Std e Arial.

Baixe aqui as fontes para uso no seu dispositivo.
Download the fonts here for use on your device.

Standard typeface family

Exo is used for titles and subtitles, while Helvetica is restricted to body text, captions, and tables.
The Exo typeface family offers a range of 18 weights: Thin, Extra Light, Light, Medium, Italic, Bold, Black, and Extra Black.
The Helvetica typeface family offers a range of 45 weights: Thin, Ultra Light, Light, Medium, Condensed, Bold, Black, Heavy, Italic, Black Extended, and their variations.

Alternative fonts: Arial can be used as the secondary font when Exo or Helvetica Neue LT Std are unavailable.

Priority order: Exo, Helvetica Neue LT Std, and Arial.

Exo

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ?!#

Thin / Extra Light / Light / *Italic* / Medium
Condensed / Bold / Black

123456789O

Helvetica Neue LT Std

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ?!#

Thin / Ultra Light / Light / *Italic* / **Medium** / Condensed
Bold / Black / Heavy / Black Extended

123456789O

Slogan

Tagline

Movendo o que é importante.

Moving What Matters™

one company serving the world's rail needs

Impulso para a ação

Um chamado direto, que reforça a cultura do dinamismo da GBMX, incentivando todos a fazerem parte deste movimento de transportar riquezas por meio de produtos, processos e pessoas.

Aplicação do slogan

Não é permitido o uso da tipografia digitada. Todas as aplicações devem ser feitas, obrigatoriamente, a partir dos arquivos disponíveis na página 4.

Impulse for Action

A direct call to action, reinforcing GBMX's culture of dynamism and encouraging everyone to be part of this movement of transporting wealth through products, processes, and people.

Slogan Application

The use of typed typography is not permitted. All applications must be made, without exception, from the files available on page 4.

Co-branding

Co-branding

Co-branding

Orientação horizontal e vertical

Co-branding é o emparelhamento das marcas The Greenbrier Companies e GBMX.

Um co-branding adequado permite que ambas as marcas sejam promovidas com o mesmo peso visual, e o espaço livre adequado é mantido juntamente com uma linha divisória colocada entre os logos. Veja exemplos adjacentes mostrando aplicações verticais e horizontais adequadas de co-branding.

Co-branding
Orientação vertical

Co-branding
Vertical orientation



Co-branding

Horizontal and vertical orientation

Co-branding is the pairing of The Greenbrier Companies and GBMX brands.

Proper co-branding allows both brands to be presented with equal visual weight, and adequate clear space is maintained with a dividing line placed between the logos. See adjacent examples showing proper vertical and horizontal applications of co-branding.

Co-branding
Orientação horizontal

Co-branding
Horizontal orientation



Co-branding

Orientação isolada

Co-branding é o emparelhamento das marcas AmstedMaxion, Amsted Rail e The Greenbrier Companies com a GBMX.

O logo da GBMX sempre deve ser aplicado à direta dos demais logotipos e selos de ações internas.







Co-branding

Individual orientation

Co-branding is the pairing of the AmstedMaxion, Amsted Rail, and The Greenbrier Companies brands with GBMX.

The GBMX logo should always be applied to the right of other logos and seals used for internal actions.

Elementos gráficos

Graphic elements

Iconografia

A iconografia por categoria ajuda a ilustrar a nossa oferta de produtos e serviços.

Ícones e ilustrações devem ser simples, consistentes e intuitivos.

Os ícones apresentados ao lado podem ser encontrados nos links da página 4.

Vagões



Fechado



Double Stack



Hopper



Gôndola



Plataforma



Tanque

Truques



Serviços



Peças



Manutenção

Outros



Gestão



Fábrica

Iconography

The iconography by category helps to illustrate our range of products and services.

Icons and illustrations should be simple, consistent, and intuitive.

The icons shown on the side can be found in the links on page 4.

Infográfico

Por meio de um design estratégico, a GBMX materializa sua proposta de valor, transformando dados complexos em conexões visuais memoráveis.

Os elementos apresentados ao lado podem ser encontrados nos links da página 4.



~1.000
funcionários



A GBMX possui uma área total de **951.4** mil m²



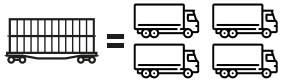
Produção de mais de **50%** da **frota brasileira**



Capacidade anual instalada de **8 mil vagões** e capacidade atual de **1.700 vagões**



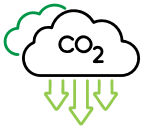
Portfólio com mais de **30 tipos** de **vagões**



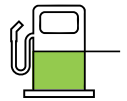
1 vagão
= 4 caminhões
(menos congestionamento e menos acidentes)

Aumento da produtividade das concessionárias em





Redução nas emissões de poluentes em **150 mil** toneladas por ano



Redução no consumo de combustíveis em **58 milhões** de litros por ano

Infographic

Through strategic design, GBMX brings its value proposition to life, transforming complex data into memorable visual connections.

The elements shown on the side can be found in the links on page 4.

Malha gráfica

A malha gráfica é utilizada para auxiliar a comunicação visual da GBMX. A mesma deve seguir os padrões apresentados neste manual, sempre em movimento, como a seta apresentada.

Em movimento sempre

Agora, com o movimento extraído da seta, a GBMX tem o direcionamento certo.



Graphic grid
The graphic grid is used to assist in GBMX's visual communication. It must follow the standards presented in this manual, always in motion as indicated by the arrow.

Always in motion
Now, with the movement extracted from the arrow, GBMX has the right direction.

1. Grafismo primário

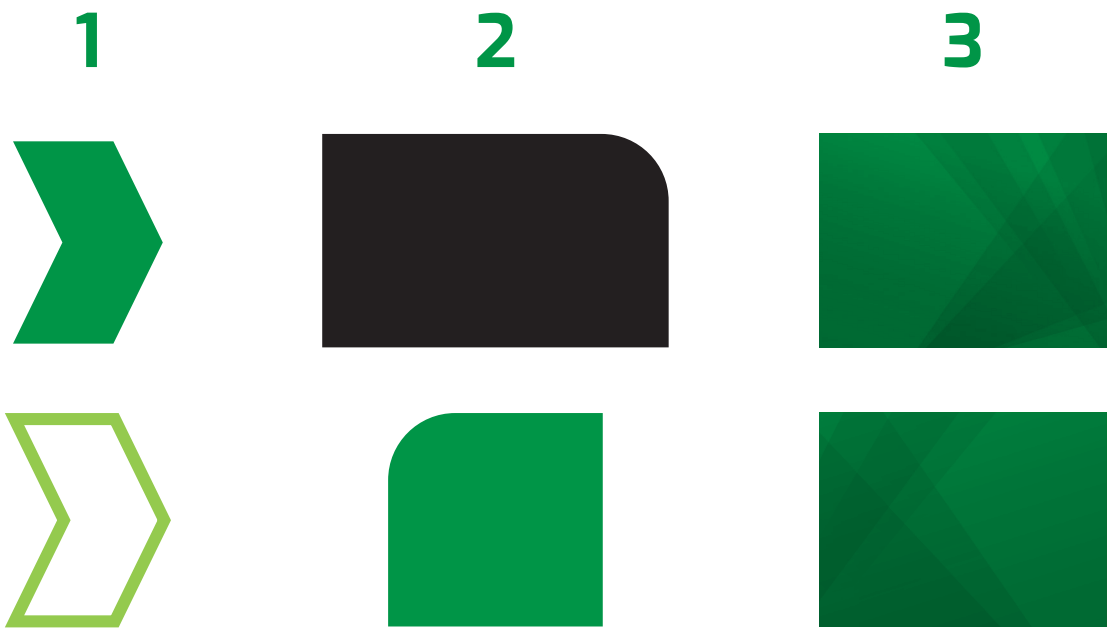
Deve ser usado para auxiliar os elementos da linguagem visual da GBMX. Pode ser sólido, gradativo ou linear.

2. Grafismo secundário

Deve ser usado como base para compor layouts, gerando destaque.

3. Background

Deve ser usado como suporte para auxiliar os elementos da linguagem visual da GBMX.



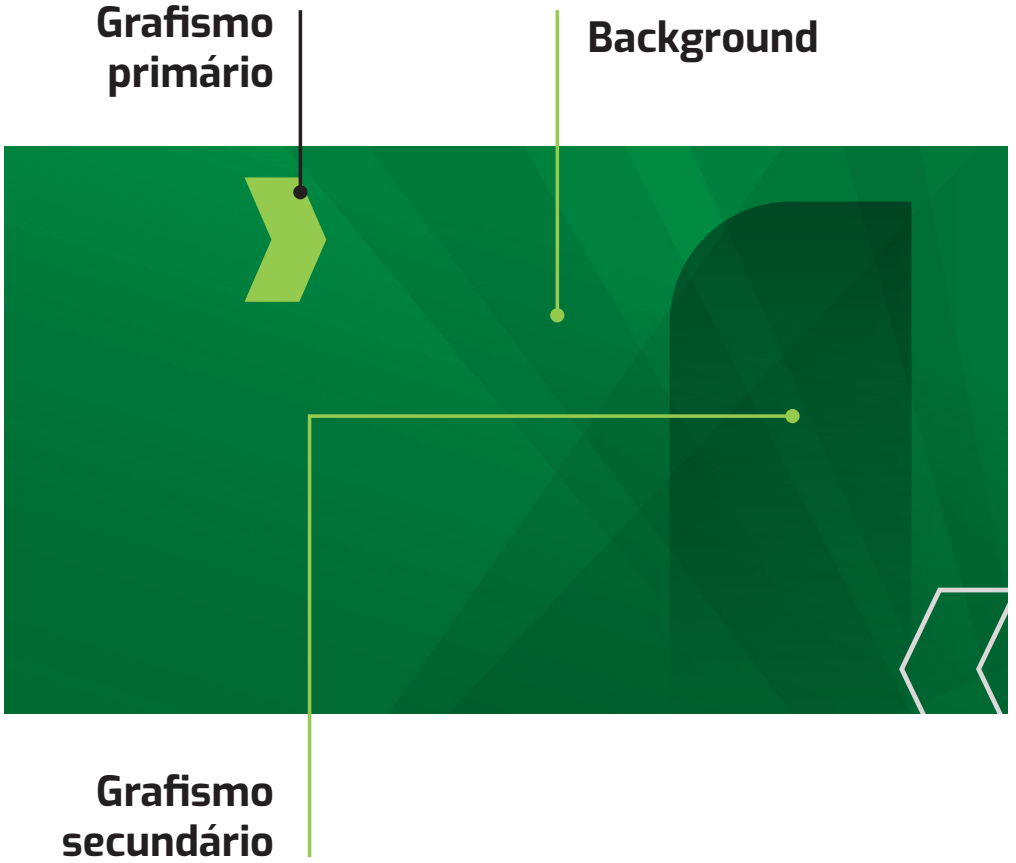
1. Primary graphic
Should be used to support the elements of GBMX's visual language. It can be solid, gradual, or linear.

2. Secondary graphic
Should be used as a base for composing layouts, creating emphasis.

3. Background
Should be used as support to assist the elements of GBMX's visual language.

Aplicação dos elementos

Application of elements



Exemplos de grafismos secundários

O grafismo secundário pode se movimentar para apoiar ou evidenciar qualquer elemento gráfico, redação ou logo.

Ele pode girar tanto para o lado esquerdo quanto para o direito.



Examples of secondary graphics

Secondary graphics can move to support or highlight any graphic element, text, or logo.

They can rotate both to the left and to the right.

Papelaria

Office stationery

Cartão de visita físico

O fluxo de cartões de visita deverá ser aprovado pelo gestor da área e pelo departamento de Marketing.

Para que o processo de cartão de visita seja aprovado, é necessário que o solicitante abra uma ordem de compra para o mês referente à chegada dos cartões. Ela deverá entrar como despesas de material de escritório (0383), item: “CARTAO”.

Após a emissão do pedido de compras, é necessária a abertura do fluxo “CARTÃO DE VISITAS” no Workflow.

Em caso de dúvidas, favor entrar em contato com o departamento de Marketing.



Physical business card

The business card workflow must be approved by the area manager and the Marketing Department.

For the business card process to be approved, the requester must open a purchase order for the month in which the cards arrive. This should be entered as an office supplies expense (0383), item: “BUSINESS CARDS”.

After issuing the purchase order, the “BUSINESS CARDS” workflow must be opened.

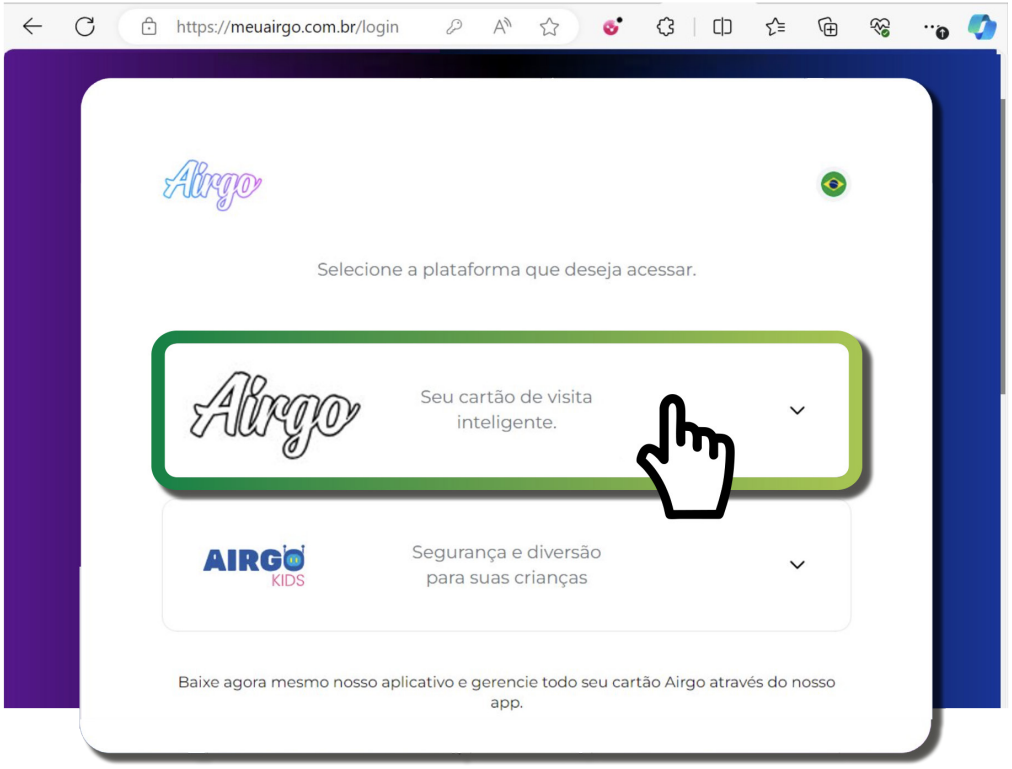
If you have any questions, please contact the Marketing Department.

Cartão de visita digital (NFC)

Ao receber o cartão, siga as instruções abaixo
(também presentes no flyer do cartão):

1. Acesse **www.meuairgo.com.br** e clique em **“Seu cartão de visita inteligente”.**
2. Clique em **“INSERIR CHAVE DE ACESSO PARA CRIAR CONTA”.**
3. Insira a chave de acesso presente no flyer do cartão e clique em desbloquear.
4. Em seguida, insira seu nome, e-mail, senha, confirme sua senha e clique em criar conta.
   Depois de criar a sua conta, clique em redes sociais.
5. No campo **TELEFONE** insira seu **DDD** e o número de telefone sem espaços.
   No campo **WHATSAPP** insira seu **DDD** e o número do WhatsApp sem espaços.
   No campo **E-MAIL PARA CONTATO** insira o seu e-mail.
6. Para inserir seu nome, cargo e foto, clique em **“PERSONALIZAÇÃO”.**
   Depois de inserir e conferir suas informações, clique em **“SALVAR”.**
7. Insira seu primeiro e último nome no campo **“NOME”**, seu cargo no campo **“BIOGRAFIA”** e carregue sua foto clicando no campo **“ESCOLHER IMAGEM”.**
8. Depois de inserir e conferir suas informações, clique em **“SALVAR”**.
9. Para inserir um URL personalizado com o seu nome ao seu cartão, basta clicar em **”LINK PERSONALIZADO”.**
10. Digite seu primeiro e último nome em letras minúsculas, sem espaços ou caracteres, em seguida clique em **“SALVAR”.**
11. **Pronto! Seu cartão está pronto para uso!**
    O campo “Criação de Catálogo” está bloqueado e não deve ser alterado.

Em caso de dúvidas, entrar em contato com o setor de Marketing por meio do ramal **2446** ou pelo **e-mail: marketing@gbmx.com.br**





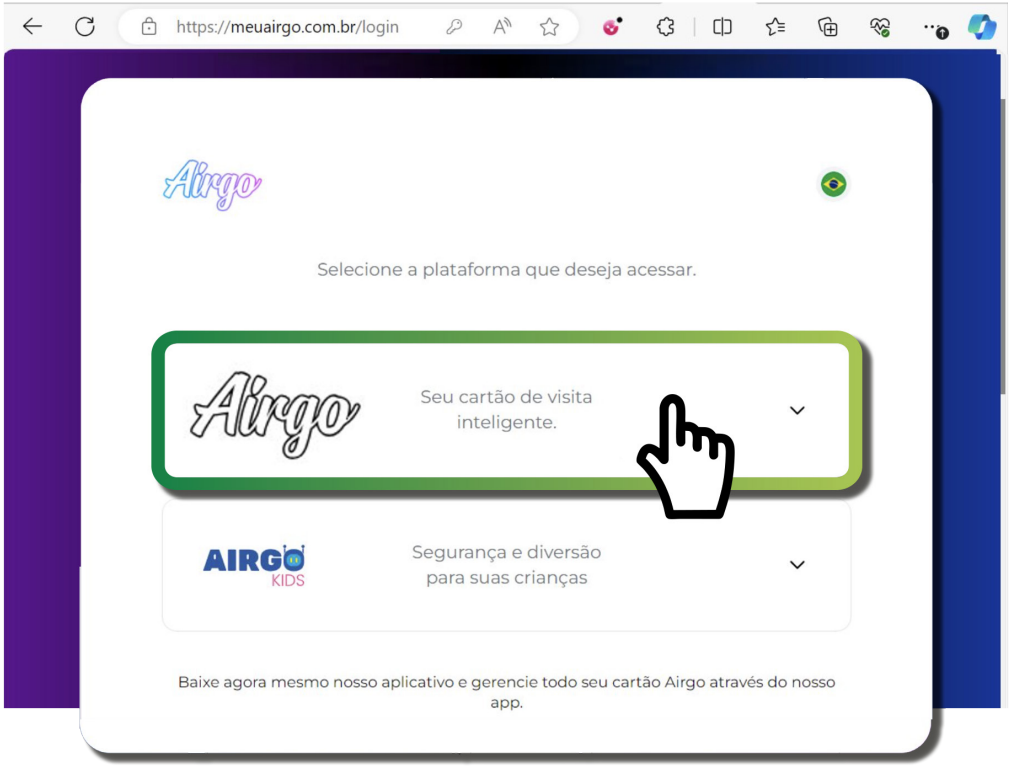


Digital business card (NFC)

Upon receiving the card, follow the instructions below (also found on the card's flyer):

1. Go to **www.meuairgo.com.br** and click on **"Your smart business card".**
2. Click on **"ENTER ACCESS KEY TO CREATE ACCOUNT".**
3. Enter the access key found on the card's flyer and click unlock.
4. Next, enter your name, email, and password, confirm your password, and click "create account". After creating your account, click on "social media".
5. In the **PHONE** field, enter your **AREA CODE** and phone number without spaces.
   In the **WHATSAPP** field, enter your **AREA CODE** and WhatsApp number without spaces.
   In the **CONTACT EMAIL** field, enter your email address.
6. To enter your name, job title, and photo, click on **"CUSTOMIZATION"**. After entering and reviewing your information, click **"SAVE".**
7. Enter your first and last name in the **"NAME"** field, your job title in the **"BIOGRAPHY"** field, and upload your photo by clicking the **"CHOOSE IMAGE"** field.
8. After entering and reviewing your information, click **"SAVE".**
9. To add a custom URL featuring your name to your card, simply click on **"CUSTOM LINK".**
10. Type your first and last name in lowercase letters, without spaces or special characters, then click **"SAVE".**
11. **You're all set! Your card is ready to use!**
    The Catalog Creation field is locked and should not be changed.

If you have any questions, please contact the Marketing department via extension **2446** or by **email at marketing@gbmx.com.br.**

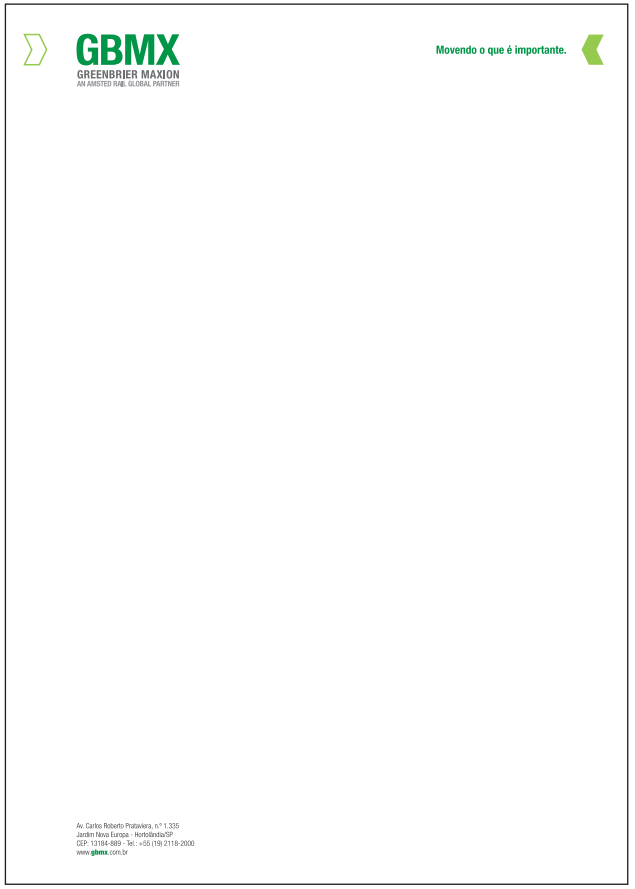






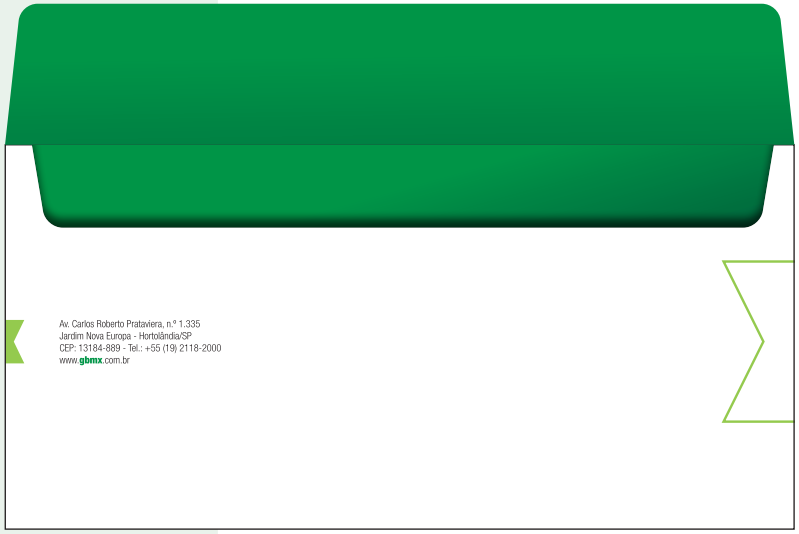
Papel timbrado

Letterhead



Envelope ofício

Business envelope

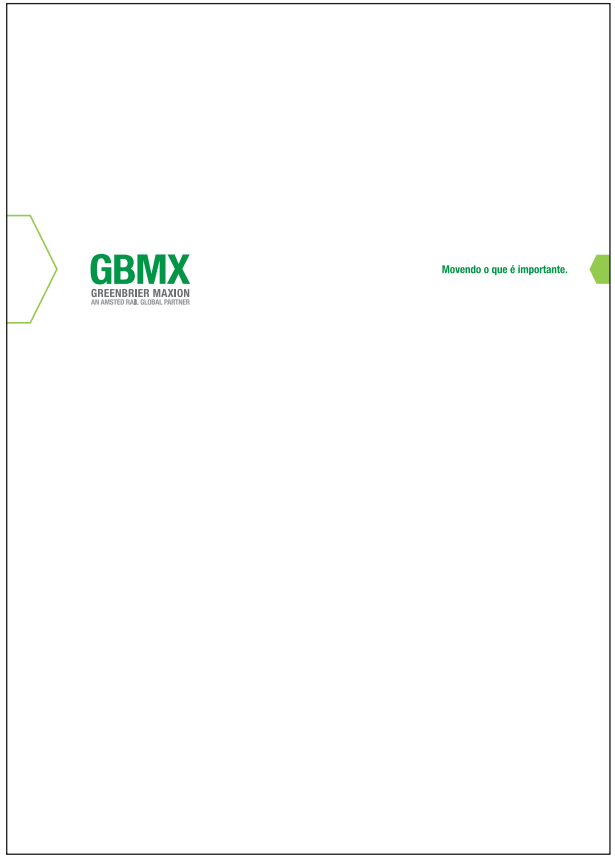




Envelope saco

Catalog envelope





Template de Power Point

Power Point template











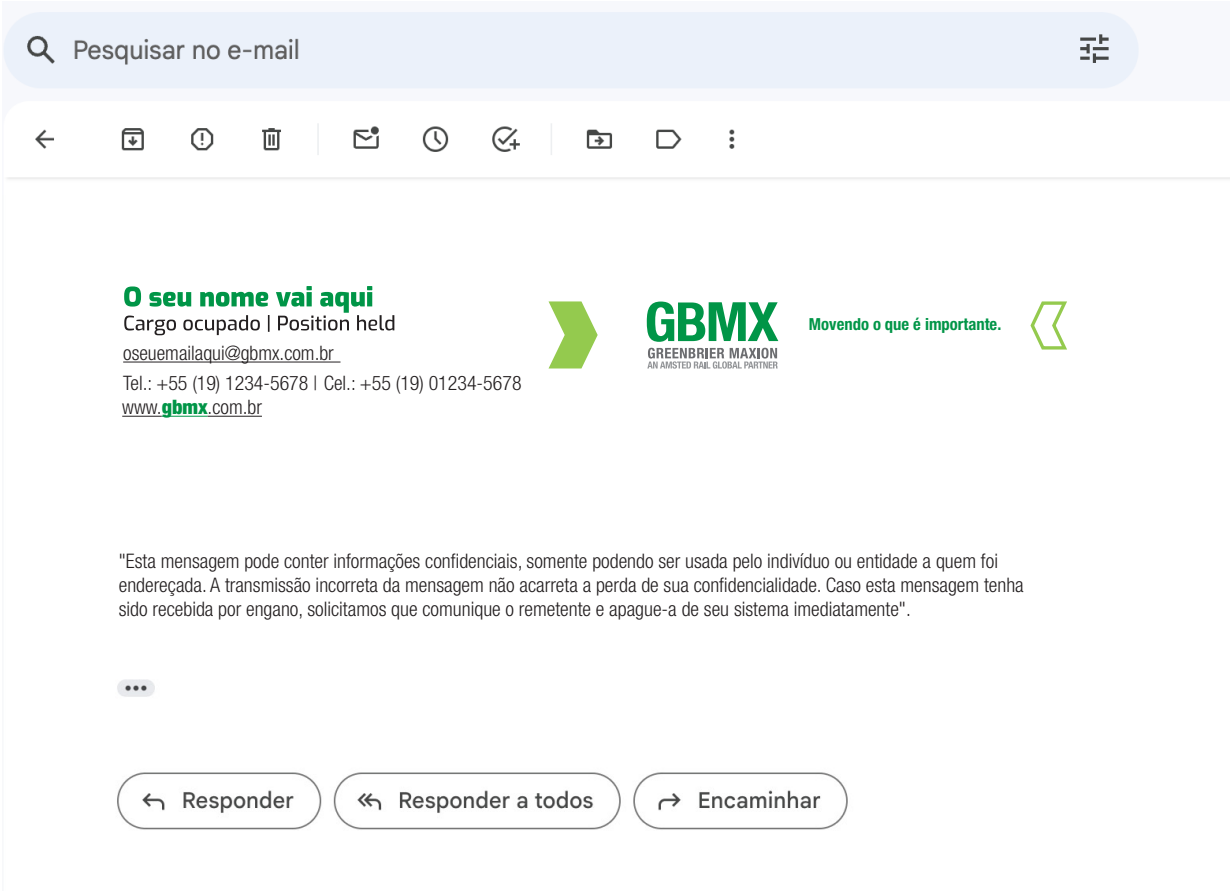


Assinatura de e-mail

Utilize a assinatura de e-mail padrão para manter a consistência, a unidade e a força da nossa marca em todas as comunicações, sejam internas ou externas.

Para utilizar a assinatura de e-mail padrão da GBMX, acesse o passo a passo disponível no link da página 4.

Assinaturas comemorativas e que estejam atreladas a campanhas deverão ser previamente aprovadas com o Departamento de Marketing.



E-mail signature

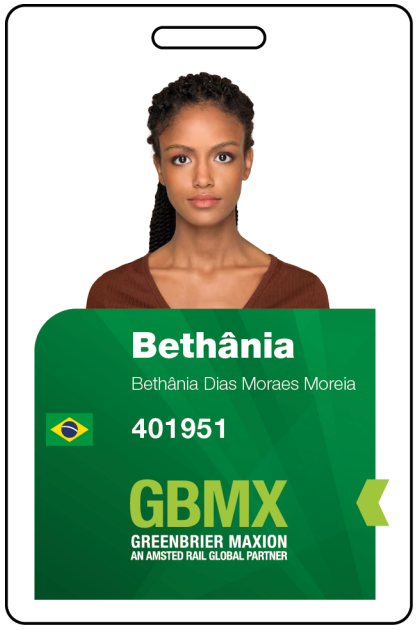
Use the standard e-mail signature to maintain consistency, unity, and the strength of our brand across all communications, whether internal or external.

To use the standard GBMX e-mail signature, follow the step-by-step instructions available on page 4.

Commemorative signatures and those associated with campaigns must be approved in advance by the Marketing Department.

Crachá funcional

Determinados cargos e funções, por exigência normativa ou operacional, devem obrigatoriamente constar no crachá. Nesses casos, deve-se utilizar os modelos específicos apresentados neste capítulo, garantindo a padronização e a correta identificação, conforme as diretrizes estabelecidas pela GBMX.







Employee badge

Certain positions and roles, due to regulatory or operational requirements, must be mandatorily included on the badge. In such cases, the specific templates presented in this chapter should be used, ensuring standardization and proper identification in accordance with the guidelines established by GBMX.

Crachá funcional

Crachá dos funcionários que participam do programa “Tempo de Casa”.

Determinados cargos e funções, por exigência normativa ou operacional, devem obrigatoriamente constar no crachá. Nesses casos, deve-se utilizar os modelos específicos apresentados neste capítulo, garantindo a padronização e a correta identificação conforme as diretrizes estabelecidas pela GBMX.





Employee badge

Badges for employees participating in the “Years of Service” program.

Certain positions and roles, due to regulatory or operational requirements, must be mandatorily included on the badge. In such cases, the specific templates presented in this chapter should be used, ensuring standardization and proper identification in accordance with the guidelines established by GBMX.

Crachá funcional

Crachá dos funcionários que participam do programa “Tempo de Casa”.

Determinados cargos e funções, por exigência normativa ou operacional, devem obrigatoriamente constar no crachá. Nesses casos, deve-se utilizar os modelos específicos apresentados neste capítulo, garantindo a padronização e a correta identificação conforme as diretrizes estabelecidas pela GBMX.



Employee badge

Badges for employees participating in the “Years of Service” program.

Certain positions and roles, due to regulatory or operational requirements, must be mandatorily included on the badge. In such cases, the specific templates presented in this chapter should be used, ensuring standardization and proper identification in accordance with the guidelines established by GBMX.

Crachá funcional

Crachá temporário, específico para visitantes, serviços ou provisório.













Employee badge

Temporary badge specifically for visitors, service providers, or temporary use.

Comunicação visual

Visual communication

Sinalização interna

Todas as solicitações relacionadas a materiais de comunicação visual deverão ser direcionadas à área de Comunicação, via Recursos Humanos, para que sejam avaliadas e integradas à estratégia de comunicação e ambientação da GBMX.

Essa diretriz contempla não apenas placas de sinalização, mas também totens, fachadas, adesivos, banners, painéis, displays, móbiles, comunicação interna, identificação de áreas, sinalização de segurança, materiais para eventos, plotagens, ambientação de espaços e quaisquer outros elementos visuais que utilizem a identidade da marca.

A área de Marketing dará suporte para garantir que todas as diretrizes de identidade visual da GBMX sejam corretamente aplicadas. Independentemente do formato, dimensão, local de instalação ou finalidade do material, as orientações estabelecidas neste manual deverão ser rigorosamente seguidas.

Além disso, **todo fornecedor responsável pela produção, impressão, instalação ou aplicação dos materiais deverá ser previamente homologado pela GBMX, por meio da área de Compras,** assegurando a conformidade com os padrões de qualidade, segurança e identidade visual definidos pela empresa.

Internal signage

All requests related to visual communication materials must be directed to the Communications department, via Human Resources, so they can be evaluated and integrated into GBMX's communication and branding strategy.

This guideline covers not only signage, but also totems, facade, stickers, banners, panels, displays, hanging signs, internal communications, area identification, safety signage, event materials, large-format prints, space branding, and any other visual elements that utilize the brand identity.

The Marketing department will provide support to ensure that all GBMX visual identity guidelines are correctly applied. Regardless of the format, size, installation location, or purpose of the material, the guidelines established in this manual must be strictly followed.

In addition, **every supplier responsible for the production, printing, installation, or application of the materials must be previously approved by GBMX through the Procurement department,** ensuring compliance with the quality, safety, and visual identity standards defined by the company.

Sinalização interna

Placas de sanitários

As placas de sanitários incluem um campo destinado ao código de identificação de cada unidade. Esse código permite identificar a localização correta dos sanitários, facilitando a abertura de solicitações e a execução de serviços de manutenção. A aplicação deve seguir os padrões definidos neste manual, respeitando tipografia, cores e tamanhos.

Placa horizontal: 1000 x 200 mm
Placa vertical: 220 x 290 mm

1 - Exo Bold - 19 pt | Cor - PMS 348 C
2 - Exo Bold - 9 pt | Cor - PMS 348 C
3 - Exo Bold - 6 pt | Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 100
4 - Box | Cor - Pantone Cool Gray 1 C
5 - Ícone | Cor - PMS 375 C
6 - Box | Cor - PMS 348 C

Internal signage

Restroom signs
Restroom signs include a dedicated field for the identification code of each unit. This code enables the accurate identification of each restroom's location, facilitating the submission of requests and the execution of maintenance services. The application must follow the standards defined in this manual, respecting typography, colors and sizes.

Horizontal sign: 1000 x 200 mm
Vertical sign: 220 x 290 mm

1 - Exo Bold - 19 pt | Color - PMS 348 C
2 - Exo Bold - 9 pt | Color - PMS 348 C
3 - Exo Bold - 6 pt | Color - C 0 | M 0 | Y 0 | K 100
4 - Box | Color - Pantone Cool Gray 1 C
5 - Icon | Color - PMS 375 C
6 - Box | Color - PMS 348 C



Sinalização interna

Placas indicativas

A aplicação das placas indicativas deve seguir os padrões definidos neste manual, respeitando tipografia, cores e tamanhos. Caso o tamanho precise ser ajustado, seguir as normativas de proporção, tipografia e cores do manual.

Placa horizontal: 1150 x 200 mm
Placa vertical: 220 x 290 mm

1 - Exo Bold - 19 pt | Cor - PMS 348 C
2 - Exo Bold - 9 pt | Cor - PMS 348 C
3 - Box | Cor - Pantone Cool Gray 1 C
4 - Ícone | Cor - PMS 375 C
5 - Box | Cor - PMS 348 C

Internal signage

Identification signs
The installation of indicative signs must follow the standards defined in this manual, respecting typography, colors and sizes. If the size needs to be adjusted, follow the proportions, typography, and color guidelines.

Horizontal sign: 1150 x 200 mm
Vertical sign: 220 x 290 mm

1 - Exo Bold - 19 pt | Color - PMS 348 C
2 - Exo Bold - 9 pt | Color - PMS 348 C
3 - Box | Color - Pantone Cool Gray 1 C
4 - Icon | Color - PMS 375 C
5 - Box | Color - PMS 348 C













Sinalização interna

Faixas adesivas de porta

A aplicação das faixas de adesivo para portas de vidro deve seguir os padrões definidos neste manual, respeitando tipografia, cores e tamanhos.

Altura da faixa: 290 mm

1 - Exo Bold - 19 pt | Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
2 - Exo Bold - 9 pt | Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
3 - Box | Cor - PMS 348 C
4 - Ícone | Cor - PMS 375 C







Internal signage

Adhesive door strips
The application of adhesive strips to glass doors must follow the standards defined in this manual, respecting typography, colors and sizes.

Strip height: 290 mm

1 - Exo Bold - 19 pt | Color - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
2 - Exo Bold - 9 pt | Color - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
3 - Box | Color - PMS 348 C
4 - Icon | Color - PMS 375 C

Sinalização interna

Totem

A aplicação dos totens deve seguir os padrões definidos neste manual, respeitando tipografia, cores e tamanhos.

Tamanho: 785 x 1700 mm

1 - Box | Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
2 - Box | Cor - PMS 348 C
3 - Exo Bold - 135 pt | Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
4 - Exo Bold - 85 pt | Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
5 - Box | Cor - PMS 375 C
6 - Ícone | Cor - PMS 348 C





Internal signage

Totem
The application of totens must follow the standards defined in this manual, respecting typography, colors and sizes.

Size: 785 x 1700 mm

1 - Box | Color - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
2 - Box | Color - PMS 348 C
3 - Exo Bold - 135 pt | Color - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
4 - Exo Bold - 85 pt | Color - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
5 - Box | Color - PMS 375 C
6 - Icon | Color - PMS 348 C

Sinalização interna

Outdoors

A aplicação do outdoor deve seguir os padrões definidos neste manual, respeitando tipografia, cores e proporções, de acordo com o ambiente e a estrutura.

A - Tamanho: 5940 x 1940 mm
1 - Exo Bold - Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
2 - Produtos e GBMX | Cor - 4x0
3 - Slogan - Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
4 - Seta | Cor - PMS 375 C
5 - Imagem | Cor - 4x0
6 - Background | Cor - 4x0

B - Tamanho: 5940 x 1940 mm
1 - Logotipo GBMX | Cor - 4x0
2 - Exo Bold - Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
3 - Selos - Cor - 4x0
4 - Background | Cor - 4X0
5 - Linha | Cor - PMS 375 C

Internal signage
Outdoor
The installation of the billboard must follow the standards set forth in this manual, adhering to the specified typography, colors, and proportions, in line with the surrounding environment and the structure.

A - Size: 5940 x 1940 mm
1 - Exo Bold - Color - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
2 - Products and GBMX | Color - 4x0
3 - Slogan - Color - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
4 - Arrow | Color - PMS 375 C
5 - Image | Color - 4x0
6 - Background | Color - 4x0

B - Size: 5000 x 500 mm
1 - GBMX Logo | Color - 4x0
2 - Exo Bold - Color - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
3 - Stamps - Color - 4x0
4 - Background | Color - 4X0
5 - Line | Color - PMS 375 C

A



B



Sinalização interna

Logo alto relevo em aço escovado

Confeccionado em aço inox, acabamento polido prata.

Proporção da instalação
Recomenda-se que a aplicação do logotipo GBMX em paredes siga as orientações já previstas:

- As distâncias entre os elementos do logotipo GBMX, sua altura e largura devem respeitar as proporções indicadas na página 8 deste manual
- Da mesma forma, deve-se observar a área de proteção do logotipo, conforme especificado na página 11 deste manual, além de considerar as demais limitações do ambiente, como largura da parede, proximidade de quadros, aparadores, mobiliário e demais elementos decorativos, evitando interferências visuais

Internal signage
High-relief logo in brushed steel
Made of stainless steel, polished silver finish.

Installation proportions
The GBMX logo should be installed on walls in accordance with the following guidelines:

- The spacing between the elements of the GBMX logo, as well as its height and width, must follow the proportions specified on page 8 of this manual.
- Likewise, the logo's clear space must be respected, as specified on page 11 of this manual. The installation should also take into account the physical constraints of the environment, including wall width, proximity to framed artwork, sideboards, furniture, and other decorative elements, in order to avoid visual interference.



Aplicações institucionais

Institutional applications

Brindes

Promotional gifts



Brindes

Promotional gifts



Uniformes

Com o objetivo de garantir a padronização visual e o alinhamento à identidade da marca GBMX, todo novo uniforme, bem como qualquer alteração em modelos já existentes, deverá obrigatoriamente passar por validação e aprovação do Recursos Humanos (RH) e do Comitê de Uniformes, que contemplam:

- Uniformes das áreas produtivas
- Uniformes das áreas administrativas
- Itens de segurança (EPIs)
- Uniformes, camisetas e vestimentas relacionados a eventos, datas comemorativas e campanhas.

Além disso, os fornecedores responsáveis pela produção dos uniformes deverão ser previamente homologados pela área de Compras, seguindo o mesmo processo de qualificação e controle adotado para outros materiais de comunicação visual da companhia.

Antes da produção em escala, todos os uniformes deverão passar pelas etapas de aprovação de amostra virtual e amostra física, que serão avaliadas conjuntamente pelas áreas de RH e Marketing, assegurando a correta aplicação dos elementos da marca, a qualidade dos materiais e a conformidade com os padrões estabelecidos pela empresa.

Essa diretriz tem como finalidade fortalecer a consistência da identidade visual da GBMX em todos os pontos de contato, promovendo uma imagem corporativa, profissional e alinhada aos valores da organização.

Em breve, este manual contará com uma seção específica dedicada aos uniformes homologados e aprovados pela GBMX, contendo modelos, aplicações e orientações detalhadas para sua correta utilização.

Uniforms

To ensure visual consistency and alignment with the GBMX brand identity, all new uniforms, as well as any changes to existing designs, must be validated and approved by Human Resources (HR) and the Uniform Committee, which covers:

- Uniforms for production areas
- Uniforms for administrative areas
- Safety equipment (PPE)
- Uniforms, T-shirts, and apparel related to events, commemorative dates, and campaigns.

In addition, suppliers responsible for producing uniforms must be pre-approved by the Purchasing department, following the same qualification and control process adopted for the company's other visual communication materials.

Before mass production, all uniforms must undergo virtual and physical sample approval stages, which will be evaluated jointly by the HR and Marketing departments to ensure the correct application of brand elements, the quality of materials, and compliance with the standards established by the company.

The purpose of this guideline is to strengthen the consistency of GBMX's visual identity across all touchpoints, promoting a corporate image that is professional and aligned with the organization's values.

Soon, this manual will include a specific section dedicated to uniforms approved by GBMX, containing models, applications, and detailed guidelines for their proper use.

Fundo de tela para Teams

Mantenha o centro da imagem livre para priorizar o foco visual na pessoa.

Teams background

Keep the center of the image clear to prioritize visual focus on the person.







Papel de parede

Mantenha a área esquerda do papel de parede livre para garantir a visibilidade e a concentração dos ícones.

Wallpaper

Keep the left side of the wallpaper clean for better icon visibility and placement.









Frota

Veículos da frota GBMX são pontos de contato da marca. Como tal, todos devem manter uma presença limpa e consistente.

O posicionamento do logotipo para aplicações em portas laterais deve ser centralizado verticalmente e horizontalmente, com um tamanho não inferior a aprox. 40 cm de largura.

Fleet

GBMX fleet vehicles are brand touchpoints. As such, all vehicles must maintain a clean and consistent presence.

The logo placement for side door applications should be centered vertically and horizontally, at a size no smaller than approx. 16 in. (40 cm) in width.











Placa de fabricação dos vagões

Logo GBMX - 140 cm x 75 cm

Número de identificação - 59 cm x 5 cm

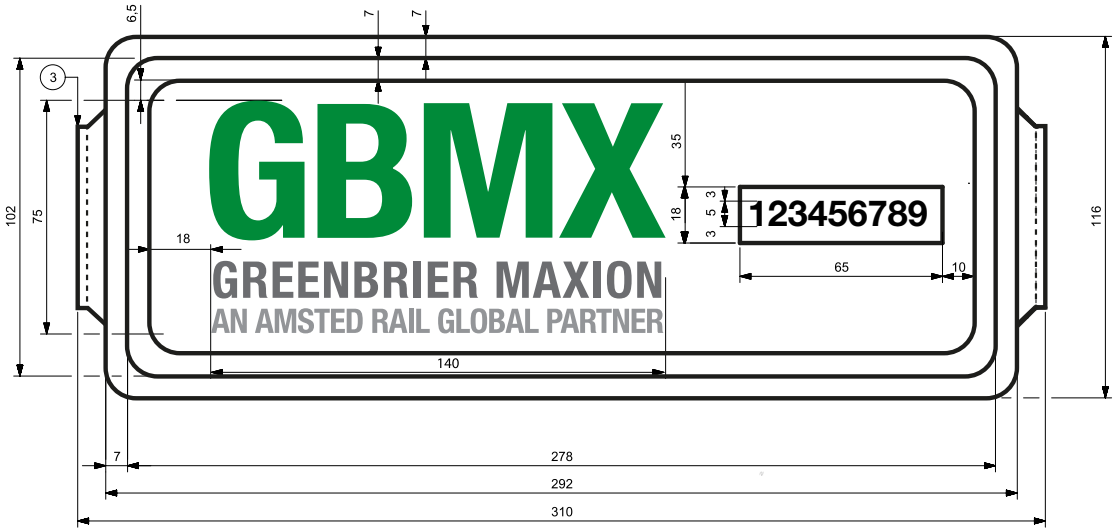
Fonte: Helvetica Neue LT Std 75 Bold

Wagon manufacturing plate

GBMX Logo - 140 cm x 75 cm

Identification Number - 59 cm x 5 cm

Font: Helvetica Neue LT Std 75 Bold





Boletim técnico

A4 impresso em gráfica.

1 - Exo Black - 18 pt
Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 100

2 - Exo Bold - 30 pt
Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 100

3 - Exo Semibold - 55 pt
Cor - PMS 348 C

4 - Helvetica Neue LT Std - 10 pt
47 Light Condensed
Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0

5 - Helvetica Neue LT Std - 8 pt
47 Light Condensed
Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 100

6 - Helvetica Neue LT Std - 10 pt
77 Bold Condensed
Cor - PMS 348 C

7 - Exo Semibold - 15 pt
Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0

8 - Helvetica Neue LT Std - 11 pt
45 Light
Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0

9 - Helvetica Neue LT Std - 10 pt
47 Light Condensed
Cor - C 0 | M 0 | Y 0 | K 0

Technical bulletin

A4 printed at a printing press.



Capas para relatórios Word

Capa para relatórios Word

Covers
Cover for Word reports







Documentos técnicos

Os documentos técnicos fornecem informações úteis sobre uma variedade de tópicos.

1 - Título - Exo Black - 16 pt
Cor - PMS 348 C (Verde)
Cor - Verde - RGB 0 / 143 / 76

2 - Subtítulo - Exo Bold - 14 pt
Cor - Preto - RGB 0 / 0 / 0

3 - 2º Subtítulo - Exo Semibold - 11 pt
Cor - Preto - RGB 0 / 0 / 0

4 - Corpo de texto
Helvetica Neue LT Std - 11 pt - 45 Light
Cor - Preto - RGB 0 / 0 / 0

5 - Marcador
Helvetica Neue LT Std - 11 pt - 45 Light
Cor - Preto - RGB 0 / 0 / 0

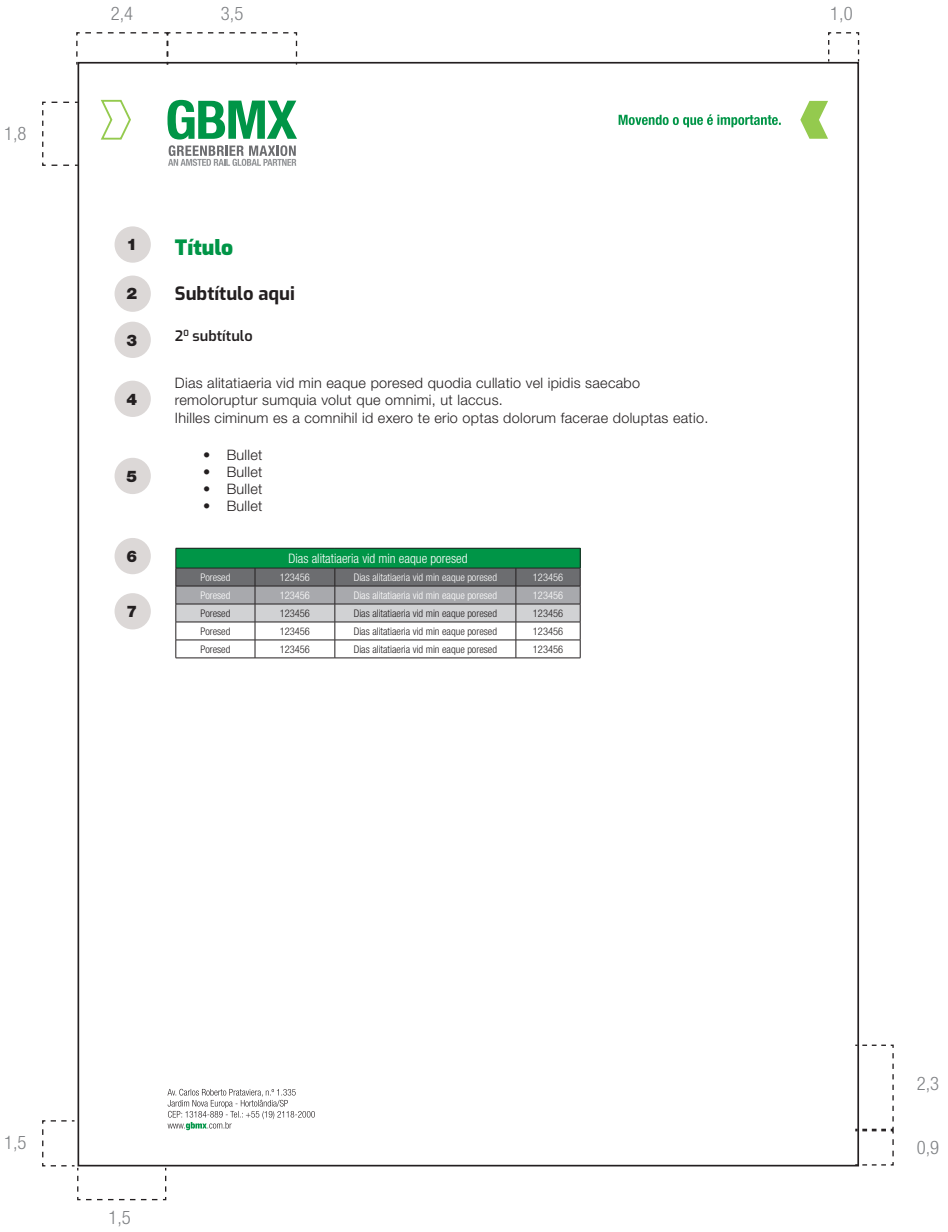
6 - Título da tabela
Helvetica Neue LT Std - 11 pt
47 Light Condensed
Cor - Branco - RGB 255 / 255 / 255

7 - Texto da tabela
Helvetica Neue LT Std - 8 pt
47 Light Condensed
Cor - Preto - RGB 0 / 0 / 0

8 - Preenchimento de cor da tabela
Cor - Verde - RGB 0 / 143 / 76
Cor - Preto 70% - RGB 65 / 65 / 65
Cor - Preto 40% - RGB 125 / 125 / 125
Cor - Preto 20% - RGB 200 / 200 / 200

White papers

White papers provide useful information on a variety of topics.



Fotografia

A fotografia da GBMX comunica uma história autêntica sobre as nossas pessoas, produtos e serviços, e deve atender aos seguintes critérios:

- As fotos retratam, principalmente, funcionários da GBMX em atividade, envolvidos em situações reais com produtos e serviços da empresa.
- Não devem conter logotipos, nomes ou marcas registradas de clientes (exceto em caso de aprovação por escrito do cliente).
- Materiais que incluam qualquer propriedade intelectual de terceiros em fotografias devem ser revisados pelos departamentos de Marketing/Jurídico antes do uso.
- É responsabilidade de todos garantir que as fotos não apresentem nenhuma violação de segurança e de sigilo industrial.
- É permitido o uso de inteligências artificiais para as fotos, desde que as imagens se mantenham fiéis aos produtos, processos e pessoas.

Photography

GBMX photography communicates an authentic story about our people, products, and services, and must meet the following criteria:

- The photos primarily depict GBMX employees in action, engaged in real-life situations with the company's products and services.
- They should not contain logos, names, or trademarks of clients (except with written approval from the client).
- Materials that include any third-party intellectual property in photographs must be reviewed by the Marketing/Legal Department before use.
- It is everyone's responsibility to ensure that the photos do not present any security breaches and industrial confidentiality.
- The use of artificial intelligence for photos is permitted, provided that the images remain faithful to the products, processes, and people.









Materiais audiovisuais

Elementos visuais

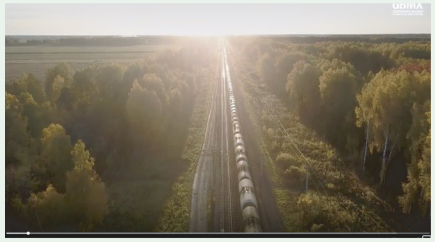
As imagens devem ser autênticas, captadas em seu ambiente natural.

Aproveite a luz natural, complementando-a quando necessário. Acima de tudo, a imagem nunca deve transmitir artificialidade.

É de responsabilidade de todos que as imagens não apresentem nenhuma violação de segurança e de sigilo industrial.







LEGENDAS

Há duas opções de legendas inferiores: texto branco sobre o vídeo ou texto preto sobre uma caixa branca. A primeira pode ser utilizada em todas as situações. Já a segunda deve ser usada em circunstâncias especiais, quando o vídeo tiver sido gravado já considerando o uso de legenda.







MÚSICA

A música deve acompanhar o ritmo das edições e o tom do material, utilizando a trilha instrumental sem vocais. Sempre atentar-se aos direitos autorais e às restrições de reprodução.

Vídeos promocionais e de produto
A música deve ser dinâmica e estimulante.

Vídeos educacionais
A música deve ser sutil e utilizada com moderação, mantendo o foco no conteúdo do vídeo.

Acesse a vinheta da GBMX:



Audiovisual materials

Visual elements

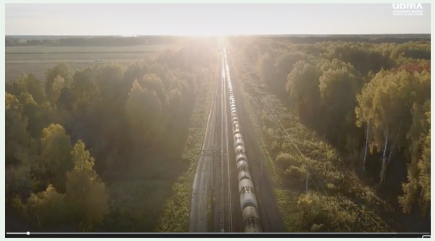
Images must be authentic, captured in their natural environment.

Make the most of natural light, complementing it when necessary. Above all, the image must never appear artificial.

It is everyone's responsibility to ensure that the images do not violate any security or industrial confidentiality policies.







SUBTITLES

There are two options for subtitles at the bottom of the screen: white text over the video or black text on a white box. The first option can be used in all situations. The second option, however, should be used in special circumstances, when the video was recorded with the intention of using subtitles.







MUSIC

The music should match the pace of the edits and the tone of the material, using instrumental tracks without vocals. Always be mindful of copyright and reproduction restrictions.

Promotional and product videos
The music should be dynamic and uplifting.

Educational videos
The music should be subtle and used sparingly, keeping the focus on the video's content.

Access the GBMX intro



Redes sociais

O departamento de Marketing da GBMX é responsável pela presença da empresa nas redes sociais.

Incentivamos a participação de todos os funcionários. Caso queira contribuir com conteúdos para qualquer uma de nossas plataformas de mídia social, envie um e-mail para: *marketing@gbmx.com.br.*

A participação de nossos funcionários é fundamental para ampliar o alcance e o engajamento nos canais digitais da GBMX. Todas as contribuições enviadas serão analisadas previamente, considerando alinhamento estratégico, relevância institucional e aderência às diretrizes de comunicação da marca. Não serão aceitos ou publicados conteúdos de caráter pessoal, priorizando-se exclusivamente materiais de natureza corporativa.

Social media

GBMX's Marketing department is responsible for the company's social media presence.

We encourage the participation of all employees. If you would like to contribute content to any of our social media platforms, please send an email to: *marketing@gbmx.com.br*

Employee participation is essential to expanding reach and engagement across GBMX's digital channels. All submitted contributions will be reviewed in advance, considering strategic alignment, institutional relevance, and adherence to brand communication guidelines. Content of a personal nature will not be accepted or published, only corporate content will be considered.

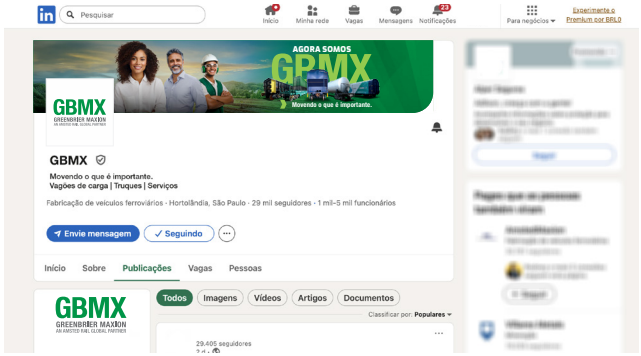
Instagram
instagram.com.br/gbmx_oficial



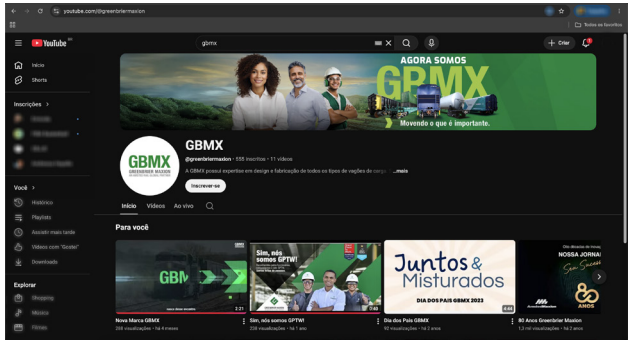
Facebook
www.facebook.com.br/greenbriermaxion



LinkedIn
www.linkedin.com/company/gbmx



YouTube
https://www.youtube.com/@greenbriermaxion



Redes sociais

A presença da GBMX nas redes sociais deve ser consistente e integrada em todos os canais. Assim como o próprio ecossistema digital, a GBMX se expressa por meio de diferentes plataformas, cada uma com características, públicos, mensagens e desafios específicos.

Ao reconhecer essas particularidades, a GBMX utiliza as redes sociais — em complemento aos meios de comunicação tradicionais — para traduzir, ampliar e fortalecer sua história nos ambientes digitais, consolidando conexões e construindo relacionamentos sólidos com públicos estratégicos.

Social media

GBMX's presence on social media must be consistent and integrated across all channels. Just like the digital ecosystem, GBMX expresses itself through different platforms, each with its own characteristics, audiences, messages, and challenges.

By recognizing these particularities, GBMX uses social media—in addition to traditional media—to translate, expand, and strengthen its story in digital environments, consolidating connections and building solid relationships with strategic audiences.

Nossos objetivos nas redes sociais

Construir e gerenciar a percepção e o reconhecimento da marca: manter os principais públicos da GBMX informados sobre as atividades e os valores da empresa, fortalecendo uma percepção positiva da marca.

Desenvolver relacionamentos com públicos estratégicos: responder a perguntas, participar de conversas relevantes e engajar clientes potenciais, stakeholders e outros públicos-chave.

Ouvir e aprender: acompanhar o que está sendo dito sobre a empresa e seus concorrentes, além de identificar temas relevantes do setor.

Fortalecer credibilidade e confiança: exercitar o pensamento de liderança em temas-chave da indústria, posicionando a GBMX como referência no assunto.

Our social media objectives

Build and manage brand perception and awareness: Keep GBMX's key audiences informed about the company's activities and values, fostering a positive brand perception.
Develop relationships with strategic audiences: Answer questions, participate in relevant conversations, and engage potential customers, stakeholders, and other key demographics.
Listen and learn: Monitor what is being said about the company and its competitors, as well as identify relevant industry trends.
Strengthen credibility and trust: Exercise thought leadership on key industry topics, positioning GBMX as a benchmark in the field.

Boas práticas nas redes sociais

- Revisão de todos os posts antes da publicação.
- Publicação em horários em que a audiência estiver ativa.
- Conteúdos variados periodicamente, de acordo com o calendário editorial.

- Não publique opiniões pessoais de cunho político, religioso ou excessivamente controverso.
- Em contas pessoais que promovam atividades profissionais, utilize o disclaimer: "As opiniões são minhas e NÃO representam as visões do meu empregador."

Social media best practices
- Review all posts before publication.
- Publish at times when the audience is active.
- Varied content periodically, according to the editorial calendar.
- Do not post personal opinions of a political, religious, or excessively controversial nature.
- On personal accounts that promote professional activities, use the disclaimer: "Views are my own and do NOT represent the views of my employer."

Tom de voz

Tom de voz é a forma como a marca se comunica em todos os seus canais e pontos de contato, garantindo consistência, reconhecimento e conexão com o seu público.

O tom de voz da GBMX traduz a experiência e a inovação que fazem parte de sua essência, reforçando sua posição como protagonista na indústria ferroviária.



Institucional
Transmite solidez e confiança, é adequado para comunicações oficiais ou relacionadas ao impacto econômico e à relevância da empresa no setor. Exemplos incluem parcerias, novos projetos e atualizações de mercado.

Educacional
Explica, de maneira clara e acessível, conteúdos sobre o transporte ferroviário, sua importância para a economia e o papel da empresa no setor. Isso ajuda a aproximar o público, educando-o sobre o impacto da empresa.

Lógico
Apresenta informações de forma estruturada e racional, ideal para comunicações que envolvem dados, estatísticas e análises. Esse tom reforça a credibilidade da empresa no setor, oferecendo uma base sólida para argumentações e decisões.

Casual-responsável
Um tom mais acessível, que humaniza a marca sem perder a seriedade. Esse tom é ideal para conteúdos que falam sobre a história da empresa, depoimentos de funcionários ou momentos em que há uma interação mais direta com o público, sempre com um tom que remete à confiança.

Tone of voice

Tone of voice is the way a brand communicates across all its channels and touchpoints, ensuring consistency, recognition, and a connection with its audience.

GBMX's tone of voice reflects the experience and innovation that are part of its essence, reinforcing its position as a key player in the railway industry.

Corporate
Conveys stability and trust; suitable for official communications or those related to economic impact and the company's relevance within the sector. Examples include partnerships, new projects, and market updates.

Educational
It explains—clearly and accessibly—content regarding rail transport, its importance to the economy, and the company's role in the sector. This helps bring the public closer, educating them about the company's impact.

Logical
Presents information in a structured and rational manner, making it ideal for communications involving data, statistics, and analysis. This tone reinforces the company's credibility within the sector, providing a solid foundation for arguments and decisions.

Responsible-casual
A more accessible tone that humanizes the brand without sacrificing seriousness. This tone is ideal for content covering the company's history, employee testimonials, or moments of direct interaction with the audience—always conveying a sense of trustworthiness.

Tom de voz

Exemplos de uso adequado e inadequado



Apropriado:

A GBMX conecta as riquezas do Brasil à indústria e à rotina dos brasileiros. Desenvolvemos vagões de carga inovadores para mover o que é importante com a eficiência que o mercado demanda e a sustentabilidade que o futuro precisa.

Com o objetivo de potencializar o modal ferroviário, a GBMX mantém os olhares voltados para o futuro: contamos com um time dedicado a projetar soluções resistentes, tecnológicas e sustentáveis para impulsionar os avanços em eficiência e segurança durante o transporte de cargas sobre trilhos.

Como a maior indústria ferroviária da América do Sul, a GBMX oferece um portfólio completo de serviços, truques e vagões para todos os tipos de cargas: Gôndola, Plataforma, Tanque, Hopper e Fechado. São mais de 30 modelos de vagões projetados para atender às diferentes demandas do modal ferroviário e seguir movendo o que é importante.

As nossas conquistas são compartilhadas entre funcionários e parceiros. Juntos, impulsionamos o transporte ferroviário de cargas e movimentamos as riquezas do Brasil com vagões tecnológicos, inovadores e sustentáveis. É o modal ferroviário movendo o que é importante.

Inapropriado:

Com toda essa experiência, a GBMX é uma gigante dos trilhos. E não é para menos: estamos sempre correndo atrás de novidades para continuar sendo a número um e surpreendendo nossos clientes com o que há de melhor quando falamos em inovação de vagões.

Como você bem sabe, o transporte por trilhos é importantíssimo para a agilizar a logística de cargas e apresenta várias vantagens em relação aos outros meios de transporte. A gente atua diretamente nesse universo dos trilhos, com produtos que atendem às necessidades dos nossos clientes.

A GBMX sempre investe em novidades porque acredita que a eficiência e a inovação são importantíssimas para dar resultados cada vez maiores. Para chegar a esse objetivo, nossos clientes podem contar com os nossos vagões para o transporte de grãos, minérios, combustível, celulose, siderúrgicos e carga em geral. Nossos clientes e parceiros sabem que podem contar com a gente para resolver todos os seus problemas de capacidade e transporte.

A GBMX apresenta os melhores resultados do mercado, com uma presença acima da média e muito melhor do que os concorrentes do setor ferroviário. Nosso foco é sempre o crescimento, o lucro e a eficiência.

Tone of voice

Examples of proper and improper use



Proper use:

GBMX connects Brazil's wealth to industry and to the daily lives of Brazilians. We develop innovative freight wagons to move what matters with the efficiency the market demands and the sustainability the future requires.

With the goal of strengthening rail transportation, GBMX keeps its focus on the future: we have a dedicated team committed to designing robust, technological, and sustainable solutions to drive advances in efficiency and safety during rail cargo transport.

As the largest railway industry in South America, GBMX offers a complete portfolio of services, bogies, and wagons for all types of cargo: Gondola, Flatcar, Tank, Hopper, and Boxcar. There are more than 30 wagon models designed to meet the different demands of rail transport and keep moving what matters.

Our achievements are shared among employees and partners. Together, we drive rail freight transport forward and move Brazil's wealth with technological, innovative, and sustainable wagons. This is rail transport moving what matters.

Improper use:

With all this experience, GBMX is a powerhouse on the rails. And for good reason: we are constantly pursuing new developments to remain number one and to impress our customers with the very best in wagon innovation.

As you know, rail transport plays a crucial role in enhancing freight logistics and offers several advantages over other modes of transportation. We operate directly within this rail ecosystem, delivering products that meet our customers' needs.

GBMX continuously invests in new developments because it believes efficiency and innovation are essential to achieving ever-greater results. To reach this goal, our customers can rely on our wagons for transporting grains, minerals, fuel, pulp, steel products, and general cargo. Our clients and partners know they can count on us to solve all their capacity and transportation challenges.

GBMX delivers the best results in the market, with a presence above the industry average and performance that surpasses competitors in the rail sector. Our focus is always on growth, profitability, and efficiency.

Perfil GBMX

Use este breve discurso para apresentar a atuação da GBMX no mercado de forma clara e objetiva.

GBMX Profile

Use this brief speech to present GBMX's performance in the market in a clear and objective manner.

GBMX, the largest railway industry in South America, is a leading company in the design and production of more than 30 wagon models for all types of cargo and all track gauges, in addition to selling bogies and providing inspection, maintenance, refurbishment, and conversion services for wagons and components. It serves concessionaires and end users, being responsible for the production of more than 50% of the Brazilian fleet currently in operation

The wagons pursue innovation, maintenance, and durability, with lighter and more aerodynamic designs that reduce fuel consumption and pollutant emissions. The wagon projects are entirely produced in Brazil and include fatigue/wear studies, providing greater product lifespan and product reliability.

With focus on the future, the company connects the country's wealth to the daily lives of Brazilians with efficiency, safety, and sustainability

Moving what matters.

Learn more about GBMX: www.gbmx.com.br

A GBMX, maior indústria ferroviária da América do Sul, é referência na concepção e produção de mais de 30 modelos de vagões para todos os tipos de carga e para todas as bitolas, além da comercialização de truques e serviços de revisão, manutenção, reforma e transformação em vagões e componentes. Atende às concessionárias e aos usuários finais, sendo responsável pela produção de mais de 50% da frota brasileira em operação.

Os vagões buscam inovação, manutenção e durabilidade, com designs mais leves e aerodinâmicos que reduzem o consumo de combustível e as emissões de poluentes. Os projetos de vagões são totalmente produzidos no Brasil e contam com estudo de fadiga/desgaste, proporcionando maior vida útil e confiabilidade ao produto.

Com olhares voltados ao futuro, a empresa conecta as riquezas do país à rotina dos brasileiros com eficiência, segurança e sustentabilidade.

Movendo o que é importante.

Saiba mais sobre sobre a GBMX: **www.gbmx.com.br**

MANUAL DE IDENTIDADE CORPORATIVA

CORPORATE IDENTITY GUIDELINES

GBMX

GREENBRIER MAXION

AN AMSTED RAIL GLOBAL PARTNER

Criação / ***Creation*** — New Mind Comunicação

Revisão / ***Review*** — Marketing (Set/2026) / ***Marketing (Sep/2026)***