



Manual de marca

Contenido

3 Identidad

33 Aplicaciones

43 Contacto

Identidad

Logotipo



Versiones en color con degradado

Esta es la versión principal del logotipo, usa los colores azul claro PANTONE® 306C y azul oscuro PANTONE® 286C.

Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.



Versiones en color sin degradado

Cuando no sea posible usar la versión con degradado se puede usar esta versión que solo usa el color azul oscuro PANTONE® 386C.

Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.



Fondos en color

Logotipo degradado

Al ser una forma contenedora y tener la línea blanca a su alrededor se puede usar sobre cualquier fondo de color.

Los fondos permitidos donde se puede aplicar el logotipo son todos los colores de la paleta secundaria.

Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.



Fondos en color Logotipo sin degradado

Los mismos fondos aplican para la versión del logotipo sin degradados.



Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.

Versiones en escala de grises

Cuando por razones técnicas no sea posible utilizar las versiones en color, se usan las versiones en escala de grises.

Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.



Versiones en línea

El gráfico nos muestra las versiones en línea del logotipo.

1. Azul oscuro PANTONE® 286C
2. Negro al 100%
3. Blanco sobre fondos de color

Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.



Área de protección

El logotipo debe estar rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetado para garantizar la claridad y legibilidad de la marca. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico puede invadir este espacio.

El área mínima de protección está definida por la unidad de medida x que corresponde a 1/2 del ancho de la letra “o” del logotipo de Dagusto. La medida x debe ser respetada a cada lado del logotipo e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.

La fórmula proporcional basada en el ancho de una letra del nombre asegura que el área de protección se mantenga consistente a cualquier escala.

Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.



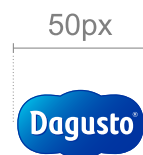
Tamaño mínimo

Todas las versiones del logotipo son formulaciones vectoriales y pueden ser ampliadas indefinidamente.

El tamaño mínimo al que se debe utilizar el logotipo para asegurar su legibilidad de comunicación es de 50 píxeles en aplicaciones digitales y 1,2 cm en aplicaciones impresas.

Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.

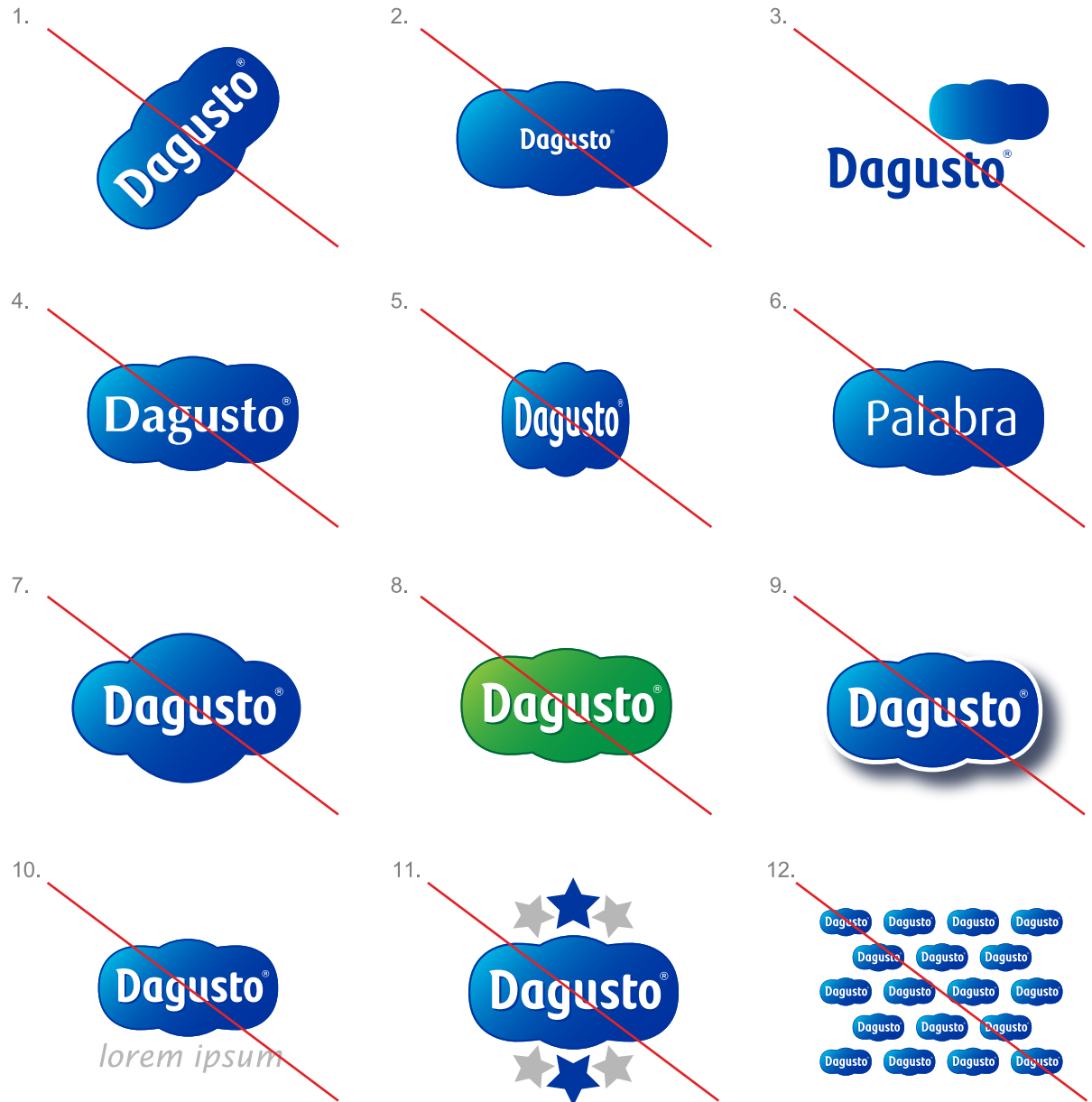


Usos incorrectos

A continuación se muestran algunos de los usos incorrectos de nuestro logotipo.

No se debe:

1. Inclinar el logotipo
2. Alterar sus elementos
3. Cambiar la relación de proporción
4. Recrear la tipografía con otra similar
5. Distorsionar sus dimensiones
6. Usar la forma contenedora sin la tipografía o con otra palabra
7. Recrear la forma contenedora con otra similar
8. Cambiar los colores
9. Aplicar sombras o efectos
10. Anexar textos
11. Anexar imágenes
12. Utilizar el logotipo como textura, si es necesaria su creación la separación entre dos logotipos debe corresponder como mínimo al ancho del mismo.



Fondos gráficos permitidos

A continuación mostramos una lista de los distintos fondos en los que se puede aplicar el logotipo de manera correcta.

1. Sobre fondo blanco
2. Sobre los colores de la paleta secundaria
3. Sobre patrones gráficos
4. Sobre imágenes con poco ruido visual

Para la aplicación del logotipo sobre estos fondos se debe usar la versión en color.

Nota

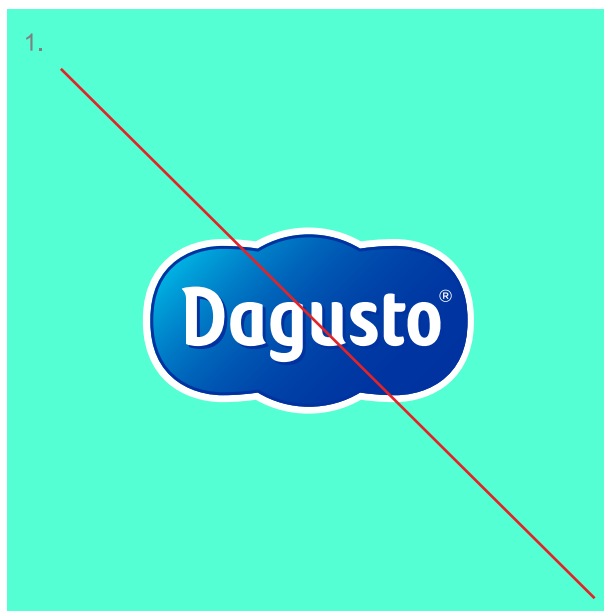
El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.



Fondos no permitidos

A continuación presentamos una lista de los distintos fondos sobre los cuales no puede ser aplicado el logotipo:

1. Fondos de colores distintos a los señalados.
2. Fondos con degradados de varios colores.
3. Fotografías con mucho detalle.
4. Texturas o patrones complejos.



Nota

El logotipo siempre debe ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.

Color

Uso del color

El uso del color es crítico para crear una marca memorable. El color evoca emociones y es rico en simbolismo.

Puede ser usado para relacionar distintos tipos de información y proveer continuidad visual o diferenciación.



Paleta principal

Este diagrama muestra la paleta cromática primaria de Dagusto. Cada color está especificado en PANTONE®, CMYK, RGB y valores para Internet.

Los colores reproducidos aquí son simulaciones provistas como guía y pueden variar respecto a lo colores exactos formulados por PANTONE®.

PANTONE® 286C
C: 100 M: 80 Y: 15 K: 0
R: 0 G: 51 B: 160
WEB 00 33 A0

PANTONE® 306C
C: 75 M: 0 Y: 7 K: 0
R: 0 G: 181 B: 226
WEB 00 B5 E2

PANTONE® White
C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 255 G: 255 B: 255
WEB FF FF FF

Paleta secundaria

Este diagrama muestra la paleta cromática secundaria de Dagusto. Es importante utilizar toda la gama de colores de la paleta para darle energía y amplitud a todas nuestras comunicaciones.

Cada color está especificado en PANTONE®, CMYK, RGB y valores para Internet.

Los colores reproducidos aquí son simulaciones provistas como guía y pueden variar respecto a lo colores exactos formulados por PANTONE®.

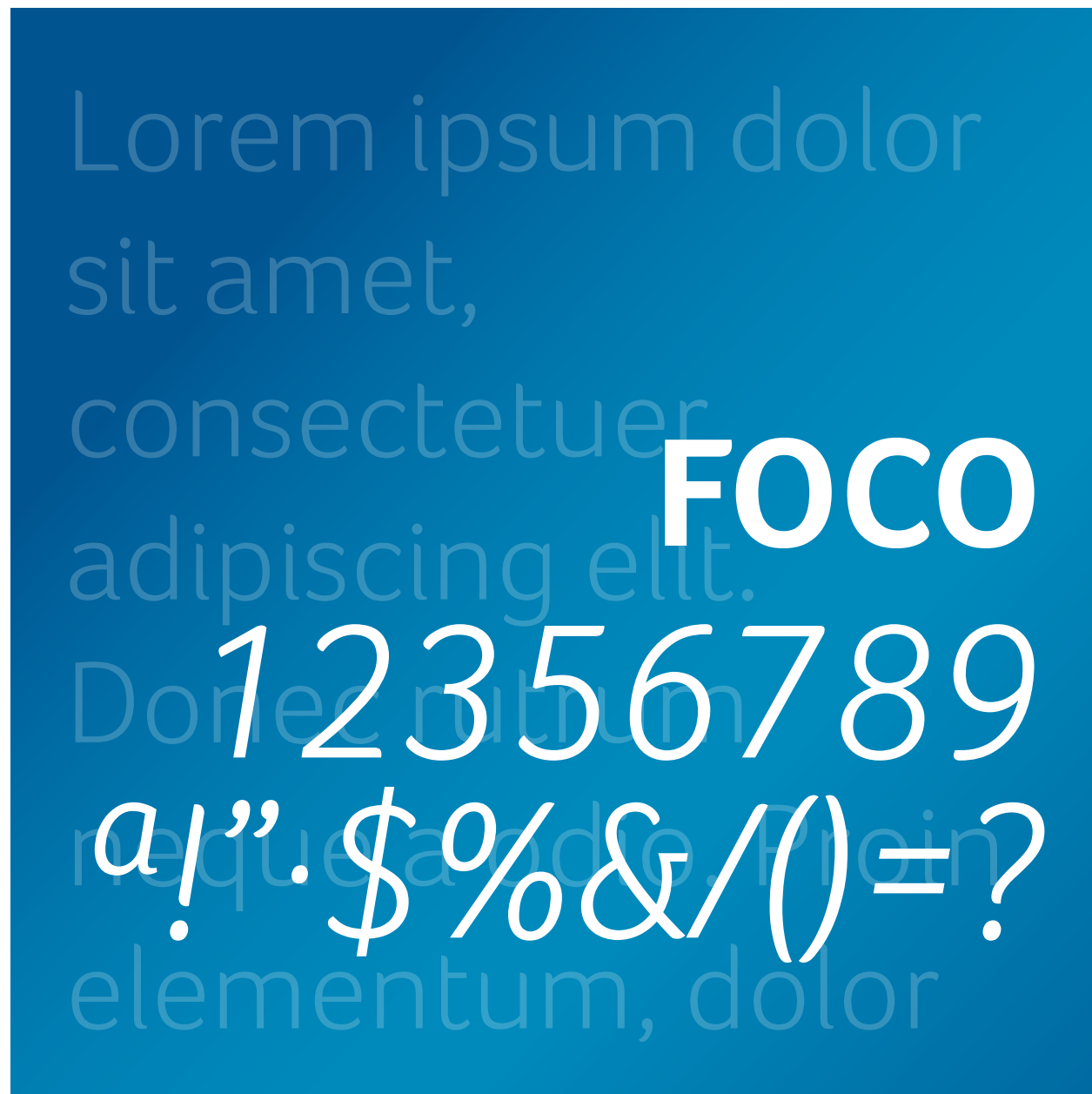
PANTONE® 255C C: 51 M: 0 Y: 100 K: 25 R: 114 G: 36 B: 108 WEB 72 24 6C	PANTONE® 2602C C: 63 M: 100 Y: 0 K: 3 R: 135 G: 24 B: 157 WEB 87 18 9D	PANTONE® 2582C C: 46 M: 72 Y: 0 K: 0 R: 172 G: 79 B: 198 WEB AC 4F C6
PANTONE® 201C C: 0 M: 100 Y: 50 K: 30 R: 157 G: 34 B: 53 WEB 9D 22 35	PANTONE® 1788C C: 0 M: 90 Y: 70 K: 0 R: 238 G: 39 B: 55 WEB EE 27 37	PANTONE® 191C C: 0 M: 76 Y: 38 K: 0 R: 239 G: 66 B: 111 WEB EF 42 6F
PANTONE® 167C C: 0 M: 60 Y: 100 K: 17 R: 190 G: 83 B: 28 WEB BE 53 1C	PANTONE® 151C C: 0 M: 48 Y: 95 K: 0 R: 255 G: 130 B: 0 WEB FF 82 00	PANTONE® 714C C: 0 M: 27 Y: 55 K: 0 R: 253 G: 170 B: 99 WEB FD AA 63
PANTONE® 1245C C: 0 M: 28 Y: 100 K: 18 R: 198 G: 146 B: 20 WEB C6 92 14	PANTONE® 123C C: 0 M: 24 Y: 94 K: 0 R: 255 G: 199 B: 44 WEB FF C7 2C	PANTONE® 107C C: 0 M: 4 Y: 79 K: 0 R: 251 G: 225 B: 34 WEB FB E1 22
PANTONE® 363C C: 68 M: 0 Y: 100 K: 24 R: 76 G: 140 B: 43 WEB 4C 8C 2B	PANTONE® 368C C: 57 M: 0 Y: 100 K: 20 R: 120 G: 190 B: 32 WEB 78 BE 20	PANTONE® 375C C: 41 M: 0 Y: 78 K: 0 R: 151 G: 215 B: 0 WEB 97 D7 00
PANTONE® 3155C C: 100 M: 0 Y: 24 K: 38 R: 0 G: 98 B: 114 WEB 00 62 72	PANTONE® 326C C: 81 M: 0 Y: 40 K: 0 R: 0 G: 178 B: 169 WEB 00 B2 A9	PANTONE® 572C C: 23 M: 0 Y: 14 K: 0 R: 165 G: 223 B: 211 WEB AS DF D3
PANTONE® 412C C: 0 M: 30 Y: 66 K: 98 R: 56 G: 47 B: 45 WEB 38 2f 2d	PANTONE® 410C C: 0 M: 18 Y: 21 K: 56 R: 116 G: 102 B: 97 WEB 74 66 61	PANTONE® 453C C: 14 M: 10 Y: 27 K: 0 R: 191 G: 187 B: 152 WEB bf bb 98
PANTONE® Cool Gray 11C C: 2 M: 0 Y: 0 K: 77 R: 83 G: 86 B: 90 WEB 53 56 5a	PANTONE® Cool Gray 8C C: 0 M: 2 Y: 0 K: 60 R: 136 G: 139 B: 141 WEB 88 8b 8d	PANTONE® Cool Gray 5C C: 0 M: 0 Y: 0 K: 29 R: 177 G: 179 B: 179 WEB b1 b3 b3

Tipografía

Guías generales

La tipografía es un componente esencial de nuestra identidad de marca. La aplicación rigurosa de nuestra tipografía ayuda a proyectar una identidad consistente a través de todos los materiales de comunicación.

La tipografía que hemos elegido es una tipografía contemporánea que proyectan bien nuestra personalidad de marca.



Tipografía principal

Nuestra tipografía principal es la Foco.

Esta familia tipográfica tiene las siguientes características:

- Es una tipografía Sans Serif de trazo claro y legible que está emparentada con la línea gráfica del logotipo de Dagusto.
- Es muy versátil, pues tiene distintos pesos y estilos que se pueden combinar para crear comunicaciones más efectivas.

FOCO

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

WXYZ1234567890!@#\$%^&*()’?”

Foco Light

Foco Light Italic

Foco Regular

Foco Italic

Foco Bold

Foco Bold Italic

Nota

Para usar esta fuente es necesario comprar una licencia especial. Se puede conseguir en este enlace: <http://www.myfonts.com/fonts/daltonmaag/foco/>

Tipografía Secundaria

Nuestra tipografía secundaria es la Trade Gothic.

Esta tipografía es palo seco, es decir que no tienen serifas, es ideal para cuerpos de textos amplios o información técnica.

Trade Gothic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ1234567890!@#\$%^&*()''?

Trade Gothic LT Std Light

Trade Gothic LT Std Light Oblique

Trade Gothic LT Std Bold

Trade Gothic LT Std Bold Oblique

Trade Gothic LT Std Regular

Trade Gothic LT Std Oblique

Trade Gothic Bold

Trade Gothic Bold Oblique

Trade Gothic LT Std Light

Trade Gothic LT Std Light Oblique

Trade Gothic Bold 2

Trade Gothic LT Std Regular

Trade Gothic LT Std Oblique

Nota

Para usar esta fuente no es necesario comprar una licencia.

Usos correctos

1. Los textos principales deben justificarse por el centro. Los textos secundarios pueden justificarse por la izquierda.
2. Para darle más aire y delicadeza a los bloques de texto se recomienda aumentar el espacio entre renglones.

1.

Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetur
adipisicing elit

Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetur
adipisicing elit

2.

Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetur
adipisicing elit

Usos incorrectos

A continuación presentamos usos incorrectos de tipografía. No se debe:

1. Justificar de manera forzada
2. Expandir la tipografía
3. Condensar la tipografía
4. Disminuir demasiado el interlineado
5. Aumentar demasiado el interlineado
6. Disminuir el interletrado
7. Aumentar el interletrado

1.
~~¿Cuál es
la cantidad
correcta de
e s p a c i o ?~~

2.
~~¿Cuál es
la cantidad
correcta de
espacio?~~

3.
~~¿Cuál es
la cantidad
correcta de
espacio?~~

4.
~~¿Cuál es
la cantidad
correcta de
espacio?~~

5.
~~¿Cuál es
la cantidad
correcta de
espacio?~~

6.
~~¿Cuáles
la cantidad
correcta de
espacio?~~

7.
~~¿Cuál es
la cantidad
correcta de
espacio?~~

Composición

Guías generales

La composición es uno de los elementos más importantes de nuestro vocabulario de marca. Sirve para organizar y jerarquizar todo el contenido en nuestros materiales de comunicación.

El sistema de composición de Dagusto está basado en un zig zag que divide los formatos en dos zonas: una superior y una inferior.



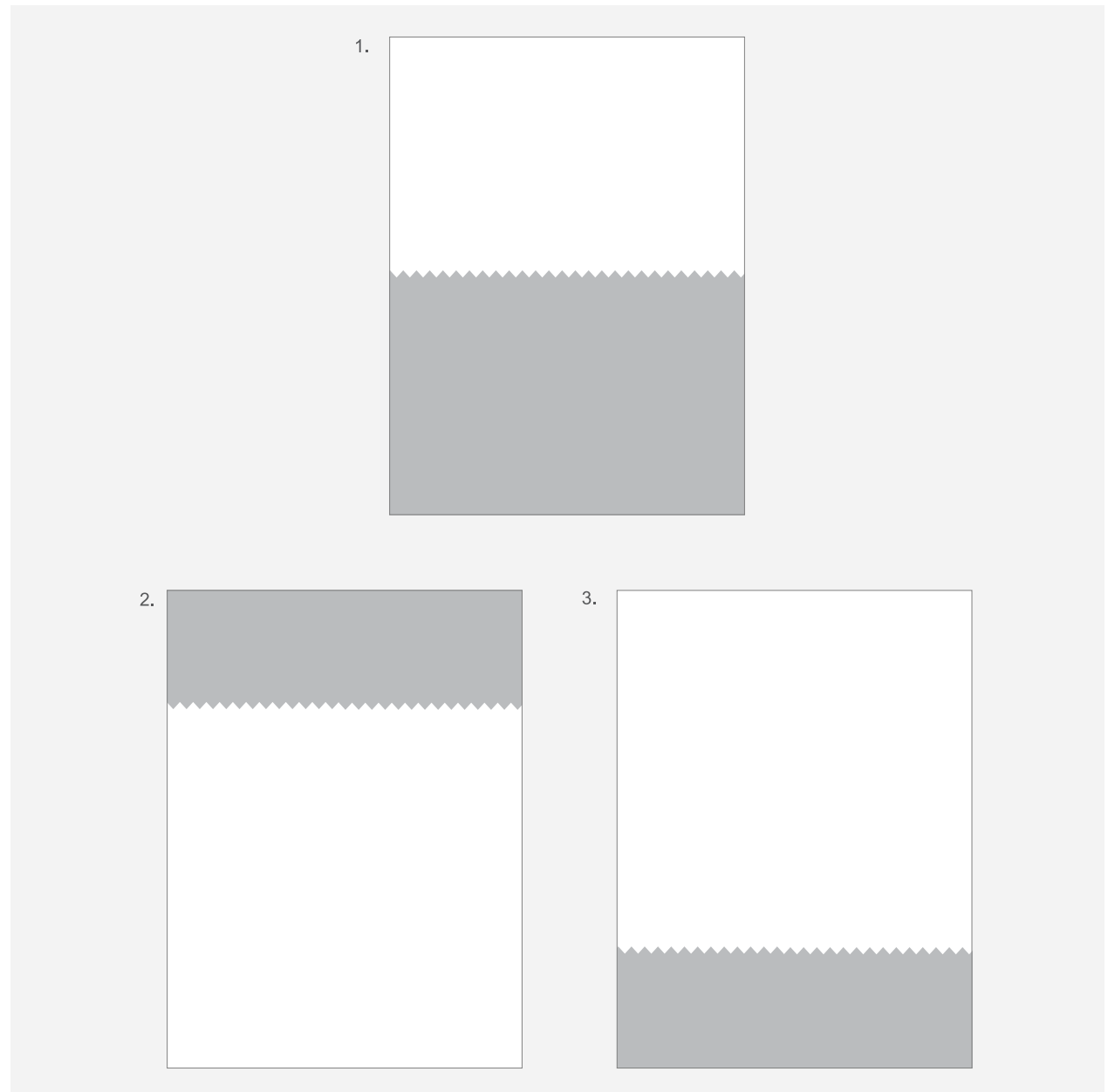
Ejemplos de composición

Este diagrama muestra distintos ejemplos de composición.

1. Crear dos zonas completamente iguales
2. Crear una zona inferior más alta que la zona superior.
3. Crear una zona superior menos alta que la zona superior.

Nota

El logotipo puede o no ir sobre el zig zag.

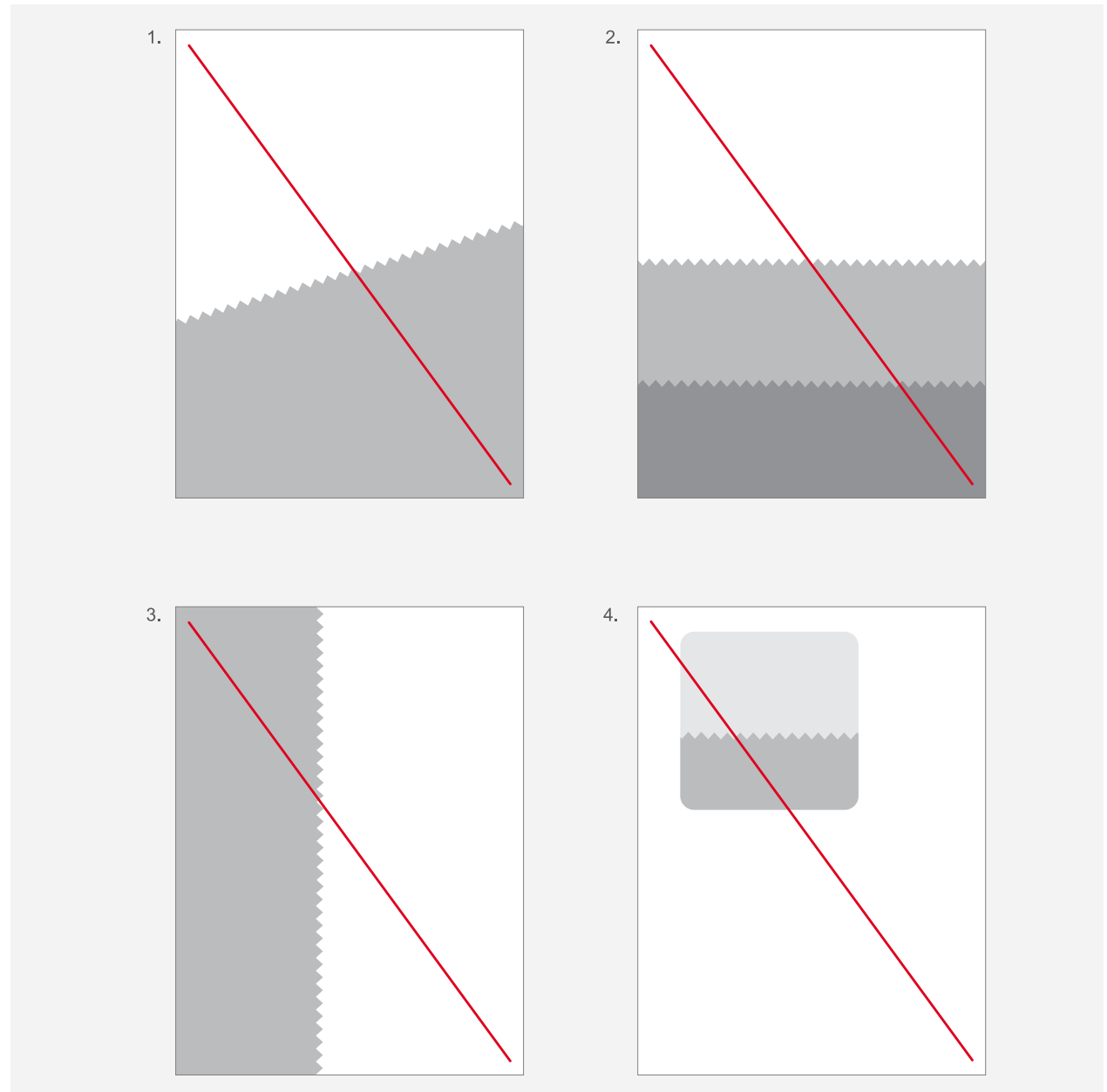


Usos incorrectos de composición

Estos son ejemplos de composiciones incorrectas.

No se debe:

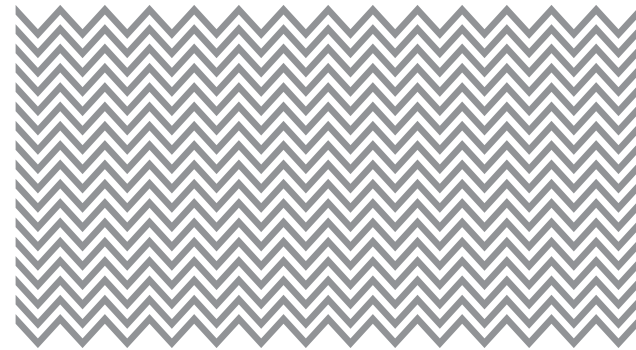
1. Crear zonas que no sean rectangulares
2. Crear mas de dos zonas
3. Crear dos zonas verticales
4. Incorporar formas ajenas al sistema



Patrón gráfico

El patrón gráfico es otro elemento fundamental de la composición. Se trata de una serie de líneas en zig-zag que forman una textura.

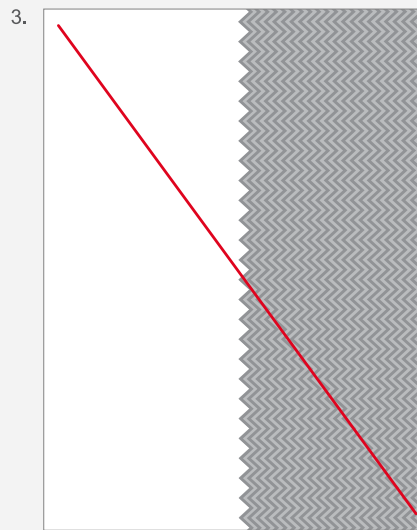
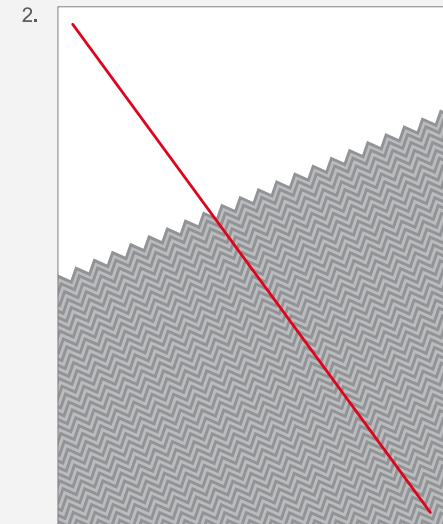
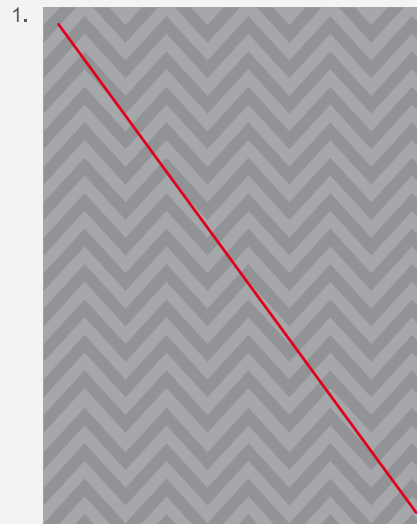
Preferiblemente, el zig-zag se debe usar en color rojo PANTONE® 1788C sobre un fondo del mismo color al 80%, o en color azul PANTONE® 286C sobre un fondo del mismo color al 20% o 80%.



Usos incorrectos del patrón gráfico

Estos son usos incorrectos del patrón gráfico. No se debe:

1. Usar como líneas gruesas
2. Usar de forma inclinada
3. Usar en sentido vertical
4. Cambiar los colores ya establecidos



Aplicaciones

Anuncios

En estos ejemplos las zonas creadas por el zig-zag se utilizan para albergar una fotografía (la zona superior) y para albergar el patrón gráfico (la zona inferior)

El eje horizontal del logotipo está ubicado justo sobre la línea de intersección de las dos zonas.

Los textos y el logotipo están alineados por el centro.



Anuncios

En estos ejemplos las zonas creadas por el zig-zag se utilizan para albergar fotografías o fondos de color plano. Ilustran cómo utilizar fotografías con fondo y fotografías silueteadas.

Según las circunstancias, el logotipo puede ser desplazado de su lugar natural (la intersección de las dos zonas) por elementos importantes como empaques.



Catálogos

El gráfico nos muestra un ejemplo en el que el sistema visual puede adquirir el color de la variedad del empaque, como es una página interna el logotipo no debe ir presente.

¡Conoce la variedad de margarinas Dagusto®, para que hagas la diferencia con tus productos!

Dagusto® Industrial
Dagusto® Exclusiva



Ideal para alta repostería, tortas, galletas, panes y hojaldres tipo francés

Dagusto hacer cosas realmente diferentes™

INGREDIENTES:

*Mezcla de aceites y grasas vegetales (Hidrogenadas y/o no hidrogenadas, interesterificadas y/o no interesterificadas), agua, sal, emulsificantes (mono y diglicéridos de ácidos grasos), conservante (Sorbato de potasio), sinergista (ácido cítrico), antioxidante (TBHQ, y/o BHT), saborizante (Mantequilla), colorante natural (Betacaroteno). *Aporta una cantidad insignificante de grasas trans y colesterol. Puede contener trazas de leche y de soja.

12

¡Conoce la variedad de margarinas Dagusto®, para que hagas la diferencia con tus productos!

Dagusto® Industrial
Dagusto® Repostería Especial



Rendimiento y suavidad para alta repostería y panadería especial

Dagusto hacer cosas realmente diferentes™

INGREDIENTES:

*Mezcla de aceites y grasas vegetales (Hidrogenadas y/o no hidrogenadas, interesterificadas y/o no interesterificadas), agua, sal, emulsificantes (ésteres de poliglicerol, monoglicéridos de ácidos grasos, monoestearato de sorbitán etoxilado), conservante (Sorbato de potasio), sinergista (ácido cítrico), antioxidante (TBHQ, y/o BHT), saborizante (Mantequilla), colorante natural (Betacaroteno). *Aporta una cantidad insignificante de grasas trans y colesterol. Puede contener trazas de leche y de soja.

13

Pendones

La fuerza de nuestra piezas de comunicación depende del uso de un número limitado elementos de una manera ordenada y contundente.



Empaques

Los empaques de la margarina demuestran cómo nuestro sistema visual se pueden acomodar a limitaciones técnicas sin perder su fuerza y consistencia.



Empaques

El gráfico muestra los diseños de los empaques de las margarinas industriales:

1. Dagusto (color rojo PANTONE® 1788C)
2. Dagusto Exclusiva (color amarillo PANTONE® 1255C)
3. Dagusto Repostería Especial (color morado PANTONE® 2602)
4. Dagusto Hojaldre

1.



2.



3.



4.

Empaque bolsa

La bolsa que envuelve a la margarina dentro de la caja lleva impreso el patrón gráfico en color azul PANTONE® 286C y el logotipo en la versión sin degradado.



Material promocional

Prendas como pañoletas, delantales y accesorios de cocinas son medios excelentes para desplegar nuestro patrón gráfico y convertirlo en un sinónimo de la marca Dagusto.



Material promocional

Las diferentes versiones de nuestro logotipo aseguran su buena reproducción en cualquier técnica y sobre cualquier tipo de material.



Contacto

Para obtener información sobre la gestión de la marca o adquirir versiones electrónicas autorizadas de las aplicaciones de la misma, contacte a:

Adriana Zambrano Botero

Gerente de marca
azambrano@team.co

Dirección. Carrera 11 # 84-09 piso 4
Teléfono: 651 5700 ext. 1224
Bogotá, Colombia