

DISGLOKERGK

0. ÍNDICE

1. Introducción	4
2. La marca	7
3. Color	13
4. Normas de uso	17
5. Tipografía	22
6. Aplicaciones	24

1. INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE ESTE MANUAL?

Este manual es el punto de partida obligatorio para cualquier uso que se haga de la marca. Respetar las indicaciones que a continuación se detallan, permitirá que la imagen de la marca sea homogénea y coherente en todas sus aplicaciones.

Aspectos como el tamaño mínimo, la distancia de seguridad, el color o la tipografía son fundamentales para mantener íntegra la identidad la marca a lo largo del tiempo.

1. INTRODUCCIÓN

PROCESO CREATIVO

Disgloker se presenta como una marca con experiencia en la importación y exportación de productos cerámicos de calidad. Una distribuidora de cerámica que cuenta con la experiencia de empresarios con larga trayectoria en el sector.

Partiendo de esta base, hemos trabajado en un logotipo representativo de las intenciones y características de la marca. Sencillo, elegante y versátil.

La correcta aplicación de la marca gráfica permitirá dar al producto un valor añadido a la hora de comercializarlo, diferenciándolo de sus competidores y transmitiendo al cliente, a golpe de vista, calidad, seriedad y experiencia.

2. LA MARCA

2. LA MARCA

2.1. EL SÍMBOLO

La marca Disgloker presenta un símbolo/icono tipográfico, que simula una pieza incompleta, en la que se incrusta el nombre de la marca y mediante la que se hace una referencia directa a la construcción.

Este símbolo tipográfico se diferencia en tamaño, color y forma del nombre y responde en su estética a la premisa de diseño y elegancia que pretende desprender la empresa Disgloker y su producto. A petición de nuestro cliente, utilizamos el símbolo para hacer una referencia directa a las palabras 'Global Keramica', en las que se basa el propio nombre de la marca: **Dis**(tribución) **Glo**(bal) **Ker**(amica).

Como resultado tenemos un símbolo tipográfico plano, con un trazo muy sencillo y una marcada intención de ser relacionado con conceptos tales como diseño, modernidad, elegancia, solidez, seriedad y calidad.



GK

2. LA MARCA

2.2. EL LOGOTIPO

A través de una tipografía sencilla y compacta hemos creado un logotipo de fácil lectura. El nombre de la marca se muestra en mayúsculas, con líneas predominantemente rectas.

Se puede usar de manera independiente, en los soportes más sobrios, aunque en esos casos siempre será preferible el uso de la marca gráfica completa a una tinta.

DISGLOKER

2. LA MARCA

2.3. EL CONJUNTO DE LA MARCA

La versión íntegra de la marca define la identidad de Disgloker al completo. Siempre que se pueda deberemos representarla de esta manera, con símbolo tipográfico y logotipo.

El logotipo y el símbolo tipográfico crean un conjunto en el que ambos 'encajan'. Partiendo del producto, la cerámica, y como explicábamos en apartados anteriores, planteamos una figura que hace referencia a la construcción: al igual que las baldosas y azulejos encajan entre sí, lo hacen los elementos de esta marca.

DISGLOKER **GK**

2. LA MARCA

2.4. LAS VERSIONES

Para adaptarse a la inmensa mayoría de proporciones y espacios, se han diseñado dos versiones diferentes de la marca. Se establece la versión 1 (v.1) como preferente, por ser la más compacta, aunque se puede hacer uso de las dos en función de las aplicaciones del logotipo (véase apartados 4 y 6 del manual).

v.1
Versión preferente

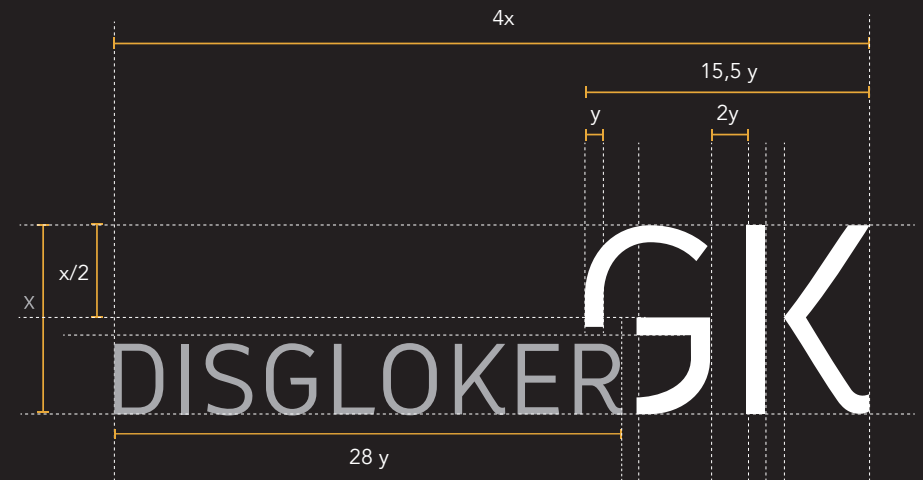
DISGLOKER **GK**

v.2
Vertical

GK
DISGLOKER

2. LA MARCA

2.5. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA. V1. Versión preferente.



V2. Versión secundaria. Vertical.

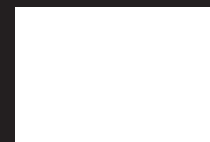


3. COLOR

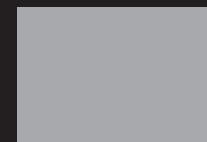
3. COLOR

GAMA CROMÁTICA

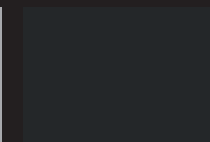
En las siguientes tablas se muestra la gama cromática para la reproducción de la marca en color, tanto en tinta plana (Pantone®), como en cuatricromía (CMYK), pantallas (RGB) o color web (hexadecimal). Téngase en cuenta la diferencia que puede existir en determinados casos. Se recomienda el uso de una guía Pantone adecuada.



Pantone 663 C
CMYK , 0, 0, 0, 0
RGB 255, 255, 255
HEX. #FFFFFF



Pantone Cool Grey 6 C
CMYK , 0, 0, 0, 40
RGB 175, 181, 184
HEX. #7C858C



Pantone Cool Grey 10 C
CMYK , 0, 0, 0, 90
RGB 60, 60, 59
HEX. #21212

Se establecen los siguientes colores para reproducciones de la marca excepcionales.



Pantone 663 C
CMYK , 0, 0, 0, 0
RGB 255, 255, 255
HEX. #FFFFFF



Pantone 3265 C
CMYK , 86, 8, 49, 0
RGB 0, 158, 148
HEX. #009D93



Pantone 3285 C
CMYK , 100, 35, 63, 36
RGB 0, 88, 80
HEX. #005850



3. COLOR

VERSIONES PREFERENTES EN COLOR

Estas serían las versiones preferentes para la reproducción de la marca en color, ya sea mediante tintas planas (Pantone®) u otros sistemas de reproducción.

En la reproducción impresa de la marca sobre fondo negro está permitido el uso de tinta plata sólo en la parte de la tipografía, manteniendo el color blanco en el símbolo (GK).

DISGLOKER GK

DISGLOKER GK

3. COLOR

VERSIONES EN COLOR A UNA TINTA

En caso de reproducción a una sola tinta plana utilizaremos siempre el negro o su versión invertida.



VERSIONES EN MONOCROMO

En casos donde no sea posible la reproducción en color o con porcentajes de tinta (como p.e. en un FAX), se usará la marca en su versión a una tinta en negro.



4. NORMAS DE USO

4. NORMAS DE USO

DISTANCIA DE SEGURIDAD

Se establece un área de seguridad en la que no se podrá situar ningún elemento.

v1. Principal



v2. Vertical



4. NORMAS DE USO

TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Para la correcta reproducción de la marca, nunca debería ser reproducida a tamaños inferiores a los detallados a continuación. Se ha tenido en cuenta tanto la representación física (mm) como la digital (px).

A continuación se detallan estas distancias mínimas para cada versión.



4. NORMAS DE USO

USOS INCORRECTOS

No está permitida la alteración o supresión de elementos, ni las alteraciones tipográficas, de proporciones o de color. Tampoco lo está la rotación o inclinación, ni el uso de sombreados ni de efectos. Un mal uso de la marca gráfica supondrá un deterioro de la imagen y la pérdida de credibilidad del conjunto de la marca.

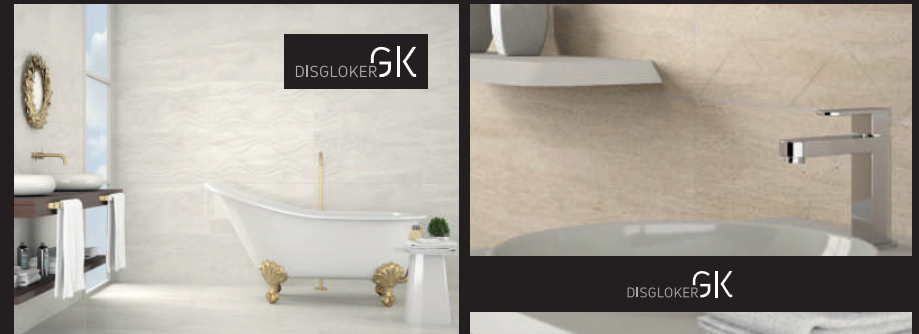


4. NORMAS DE USO

CONVIVENCIA CON IMÁGENES

Si la imagen presenta multitud de detalle o un fondo demasiado oscuro, podemos optar por una o ambas de las soluciones propuestas en esta página.

a) Reservar un espacio mínimo en negro para la marca.



b) Usarla de manera invertida, siempre y cuando los detalles de fondo no interfieran en su correcta reproducción.



5. TIPOGRAFÍA

5. TIPOGRAFÍA

FUENTES CORPORATIVAS

Para la comunicación gráfica se establece una familia tipográfica que mantiene el estilo del logo. En este caso, hemos escogido la fuente Open Sans en las modalidades light, regular y bold. Éstas pueden y deben ser combinadas para establecer diferentes niveles de texto y destacados (titulares, texto general, pie de foto, epígrafes, texto destacado, etc), según las necesidades.

Open Sans Light

ABCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcçdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
([{./-?!>x"-†‡*°/|\'"\$%&—'"»«¡¿_::;})@ f\$ç¥£ ©®@TM#%

Open Sans Regular

ABCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcçdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
([{./-?!>x"-†‡*°/|\'"\$%&—'"»«¡¿_::;})@ f\$ç¥£ ©®@TM#%

Open Sans Bold

ABCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcçdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
([{./-?!>x"-†‡*°/|\'"\$%&—'"»«¡¿_::;})@ f\$ç¥£ ©®@TM#%

6. APLICACIONES

6. APLICACIONES

PACKAGING. LA CAJA.

Una de las aplicaciones más interesantes de la marca gráfica es el diseño del empaquetado, también conocido como packaging.

En este caso, el objetivo es que, en su distribución, la cerámica Disgloker sea fácilmente identificable y su empaquetado comunique las premisas básicas de su identidad visual: calidad, elegancia, experiencia en el sector y seriedad.

Para el embalaje la empresa ha optado por cajas de cartón de corte clásico en color negro, sobre las que irá impresa la marca gráfica, a color o a una tinta. El diseño de esta aplicación será posterior a la redacción del presente manual.

A continuación se plantea el diseño de una caja con asa, para usos excepcionales de distribución de cerámicas especiales y/o de pocas piezas. La marca se mostraría en su versión principal en la parte frontal de la caja y en la parte trasera se mostraría el símbolo tipográfico GK, tanto sobre fondo negro, como blanco.

Ejemplo caja con asa blanca.



6. APLICACIONES

PAPELERÍA

Las aplicaciones de la marca en papelería son imprescindibles en una empresa dedicada a la distribución. Englobaremos en este apartado documentos utilizados a diario, como son facturas, carpetas, hojas de pedido, firmas de correo y sobres.

Estos diseños se crearán posteriormente, en función de las necesidades del cliente y, por tanto, no aparecen recogidos en este manual.

No obstante, en el diseño de todas las aplicaciones, se recomienda seguir exhaustivamente los usos correctos de la marca gráfica estipulados en esta guía, así como respetar los colores, las proporciones y la tipografía del logotipo indicados.

Diseño realizado por:
Tándem Comunicación



www.tandem-comunicacion.com



info@tandem-comunicacion.com



[TandemComunicacionAgencia](https://www.facebook.com/TandemComunicacionAgencia)

DISGLOKERGK