



DEJ-CAS

Manual de marca^(v1)

Este manual incluye todo lo necesario para comunicar nuestra identidad de marca. Estas pautas funcionan como una caja de herramientas, con elementos y reglas que permiten mantener la consistencia de la marca en su aplicación a través de cualquier pieza de comunicación.

Estrategia de marca

SLOGAN

Es la síntesis de nuestra esencia,
el resumen máximo de lo que somos
y lo que hacemos.

Nuestro posicionamiento de marca
y eje conceptual es la seguridad:

1. Porque nuestros clientes se sienten seguros trabajando con nosotros.
2. Porque nosotros como profesionales estamos seguros de lo que hacemos.
3. Porque somos la alternativa más segura entre todos los competidores.
4. Porque las piezas que fabricamos se consideran autopartes de seguridad.
5. Porque con nuestras piezas la conducción es más segura.
6. Porque cuando nos eligen, eligen los productos más seguros.
7. Porque creemos que la honestidad es el camino seguro al crecimiento.

SOMOS, HACEMOS, Y CREEMOS
EN EL CAMINO SEGURO.

Slogan.

EL CAMINO SEGURO

Identidad verbal

DEI-CAS SE ESCRIBE CON MAYÚSCULAS

Cada vez que se escriba la palabra DEI-CAS deberá hacerse utilizando mayúsculas.

Ejemplo.

Somos DEI-CAS y hacemos
autopartes de dirección
y suspensión.

Identidad visual

TONO VISUAL

Los valores centrales de nuestra marca se traducen visualmente en las características listadas a continuación. Estas proveen un marco de referencia para tomar decisiones de diseño en cualquier pieza de comunicación visual.

Tono visual.

- **Innovadora**
Se anima a comunicar de forma diferente.
- **Simple**
Minimalista pero no premium.
- **Accesible**
Un diseño que no se percibe ajeno, que no excluye.
- **Estética**
Cuida los detalles y busca una apariencia armónica.

Identidad visual

Marca gráfica

VERSIÓN PRINCIPAL

Esta es la versión de la marca gráfica que debe usarse siempre que sea posible.

Logo principal.



DEI-CAS

VERSIÓN CON TAGLINE

Esta es la versión de la marca gráfica que utilizamos cuando nos hacemos presentes en un nuevo territorio o en un territorio con mucha presencia de competidores.

Con tagline.



DEI-CAS
SUSPENSIÓN Y DIRECCIÓN

USO SOBRE COLOR

Cuando nuestra marca se posicione sobre los colores de la marca gráfica, debe aplicarse siempre como se indica a continuación. Esto permite un mayor contraste visual y por lo tanto una mejor legibilidad.

Logo principal.



Con tagline.



VERSIÓN BLANCO Y NEGRO

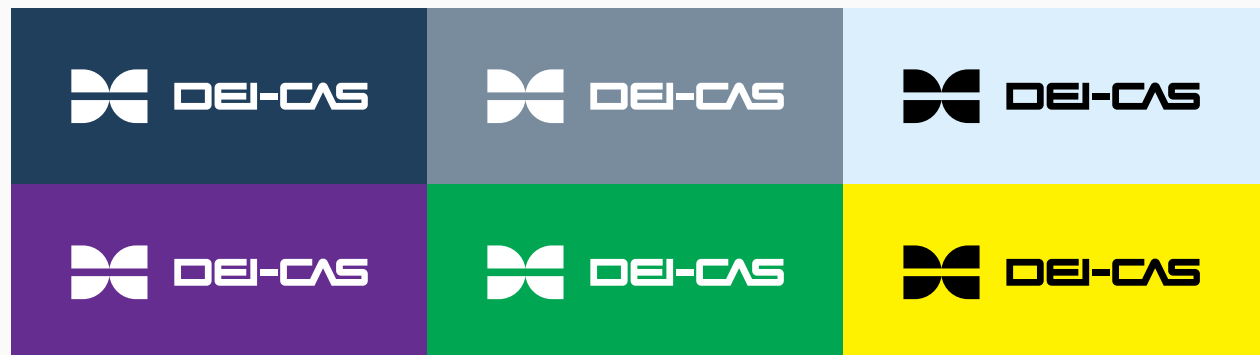
Esta versión debe usarse sólo cuando no sea posible utilizar la marca gráfica en color. Por ejemplo, cuando se aplique la marca con un sello, cuando se imprima sólo con tinta negra, o se aplique sobre colores que no son los corporativos.

Sin tagline.

Con tagline.



Ejemplos sobre colores off-brand. Elegir la versión que mayor contraste genere con el fondo.



MÁRGENES DE SEGURIDAD

Los márgenes de seguridad garantizan la legibilidad y el impacto de la marca gráfica al aislarla de otros elementos que puedan competir visualmente, como texto, gráficos, u otras marcas.

Zona segura regular: Para garantizar la óptima visibilidad de la marca en condiciones normales.



Zona segura extrema: Para aplicaciones donde la marca deba ocupar el máximo espacio disponible.



SÍMBOLO SOLO

En ocasiones especiales o cuando posea el reconocimiento suficiente (nunca cuando la marca se esté presentando por primera vez), se puede prescindir del logotipo y utilizar el símbolo solo.

Siempre debe ser aplicado en color.

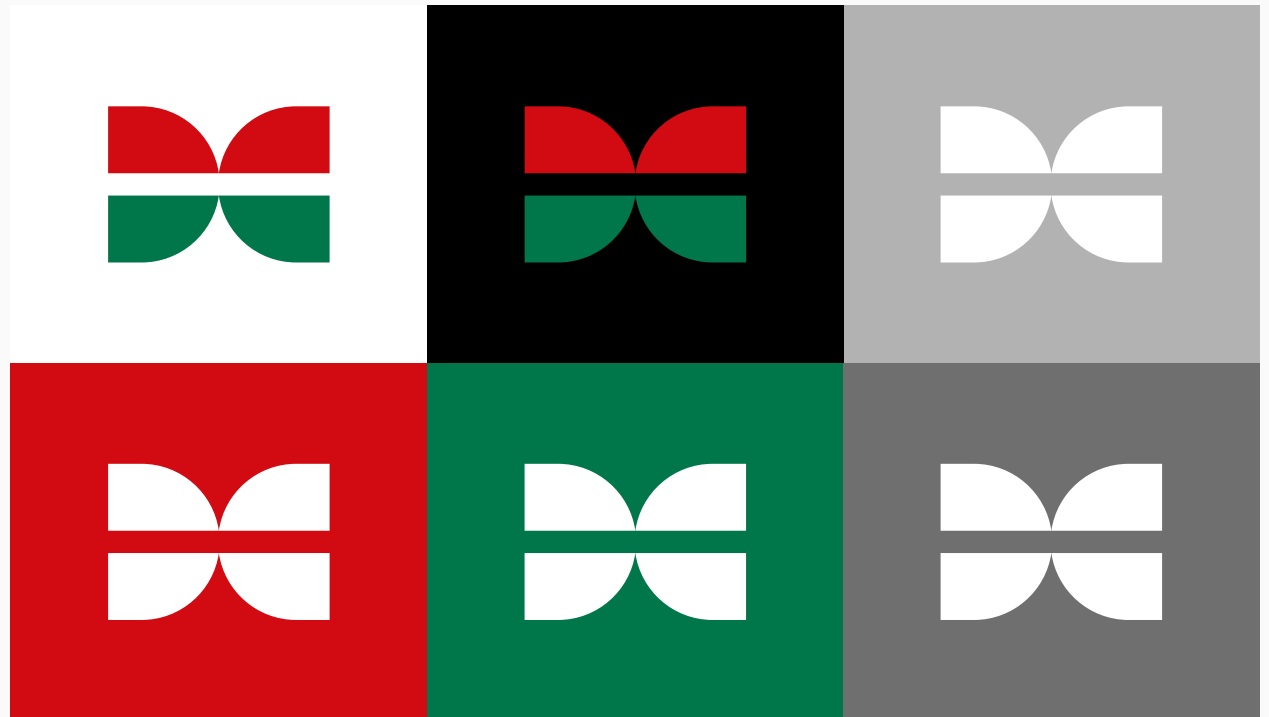
Símbolo.



USO SOBRE COLOR

Cuando nuestro símbolo se posicione sobre los colores de la marca gráfica, debe aplicarse siempre como se indica a continuación. Esto permite un mayor contraste visual y por lo tanto una mejor legibilidad.

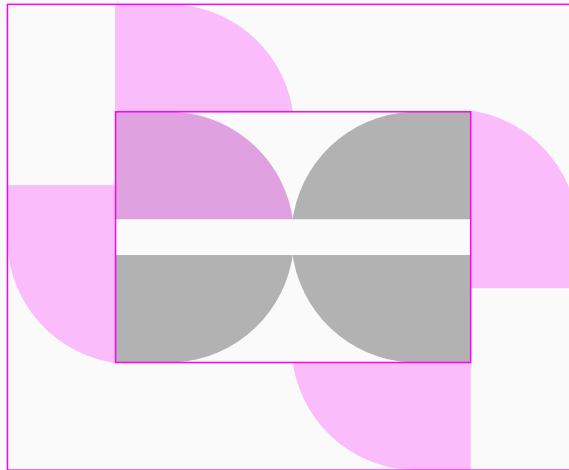
Símbolo.



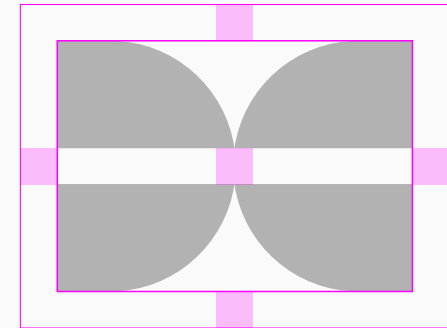
MÁRGENES DE SEGURIDAD

Los márgenes de seguridad garantizan la legibilidad y el impacto de la marca gráfica al aislarla de otros elementos que puedan competir visualmente, como texto, gráficos, u otras marcas.

Zona segura regular.



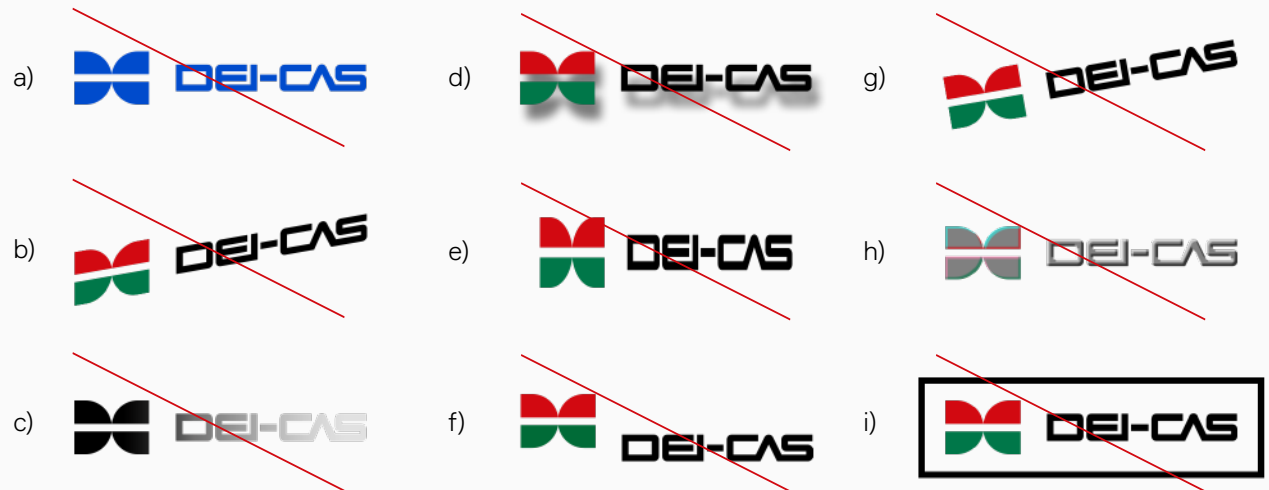
Zona segura extrema.



USO INCORRECTO

Los ejemplos representados en esta sección ilustran el uso incorrecto de la marca gráfica.

Aplica también para el símbolo.



A - ALTERACIÓN DE LOS COLORES
B - SESGADO
C - USO DE GRADIENTES

D - USO DE SOMBRAS
E - DISTORSIÓN
F - REUBICACIÓN DE ELEMENTOS

G - ROTACIÓN (EXCEPTO 90°)
H - USO DE EFECTOS O FILTROS
I - AGREGADO DE ELEMENTOS

Identidad visual

Colores

COLORES DE MARCA

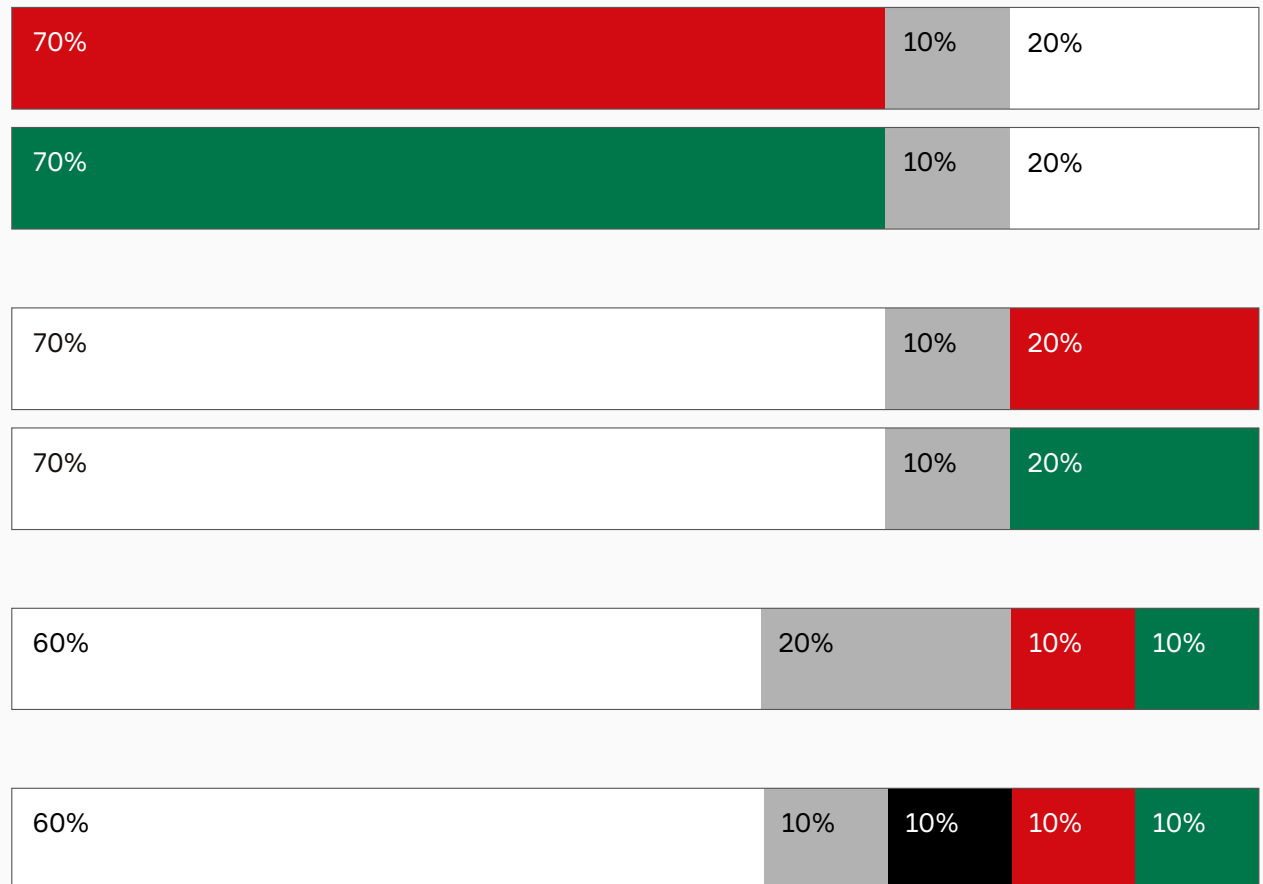
Los colores de DEI-CAS son el corazón de su identidad visual y provienen de su estrategia de diseño.

ROJO DEI-CAS #D20A11 C0/M100/Y100/K10 PANTONE 485 C / GCM1 75	
VERDE DEI-CAS #00774A C100/M0/Y80/K30 PANTONE 341 C / GCM1 25	
NEGRO #000000 C30/M30/Y30/K100 PANTONE BLACK 6 C	
GRIS OSCURO #706F6F C0/M0/Y0/K70	GRIS CLARO #EDED C0/M0/Y0/K10
GRIS MEDIO #B2B2B2 C0/M0/Y0/K40	BLANCO #FFFFFF C0/M0/Y0/K0

PROPORCIÓN DE COLORES

Usar correctamente las cantidades de cada color en el grueso de las piezas ayudará a que se reconozca la identidad, aún cuando no estén visibles otros elementos gráficos de nuestra marca.

Combinaciones posibles.



Identidad visual

Tipografía

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

El compromiso con esta tipografía creará una identidad fuerte y coherente.

Formular cuenta con 5 variables de peso en sus versiones Redonda e Itálica.

Formular.

Formular Italic.

Black

Bold

Medium

Regular

Light

Black

Bold

Medium

Regular

Light

USO TIPOGRÁFICO GENERAL

Si bien pueden utilizarse todas las variables tipográficas de la familia Formular, recomendamos apearse a las siguientes para garantizar mayor consistencia y legibilidad.

Kerning siempre se usará en “Óptico” y el interlineado en “Automático”.

Cuando se usen números en grande, como si fuese un titular, deberán usarse en la variable de peso Light.

Cuando en una composición sólo se requiera de uso tipográfico para titulares, éste puede usarse en vertical (rotando el texto a 90°).

Formular Bold caja alta (N) - Titulares.

**LOREM IPSUM DOLOR,
CONSECTETUER AMET.**

Formular Medium caja baja (N/1,618 pt) - Bajadas.

**Lorem ipsum dolor sit ipsum amet,
consectetuer sit adipiscing eliter
portle ipsum dolor sit.**

Formular Light caja baja (N/1,618 pt) - Párrado de texto.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat dolor volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation consectetur adipiscing eli, euismod tincidunt ut laoreet.

Identidad visual

Imágenes

FOTOS DE PRODUCTO O EN PLANTA

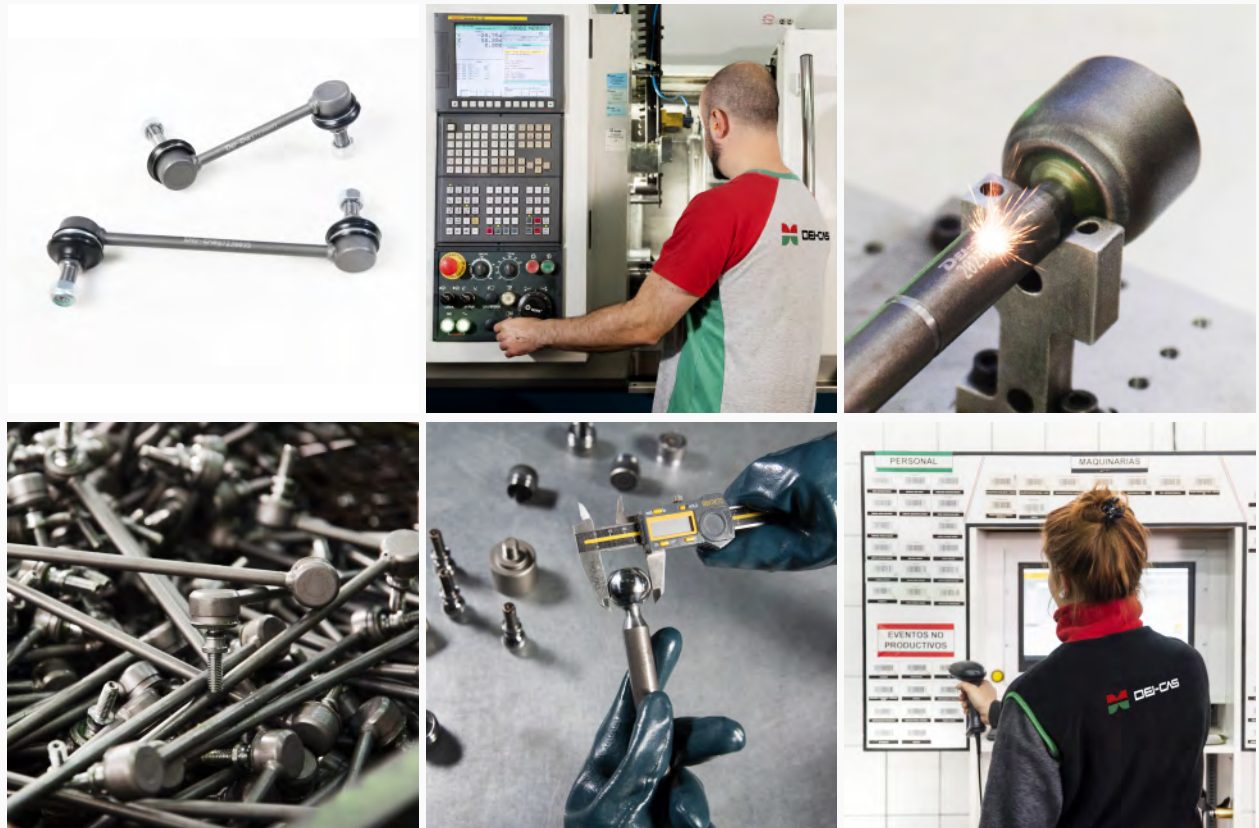
La fotografía de la marca debe reflejar orden y limpieza.

En el caso de la fotografía en planta se recomienda no mostrar rastros de suciedad o desorden (como ser oficinas desordenadas).

Para las fotos de productos, se puede usar el plano detalle con desenfoque de fondo, y como fondo, usar superficies de colores claros o metalizados y evitar siempre superficies de colores oscuros simil óxido o madera.

Una buena referencia es la fotografía de laboratorios y concesionarios de autos de alta gama.

Ejemplos.



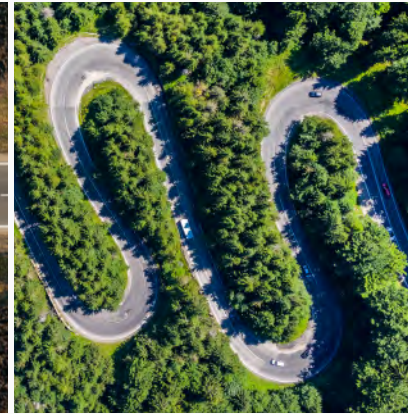
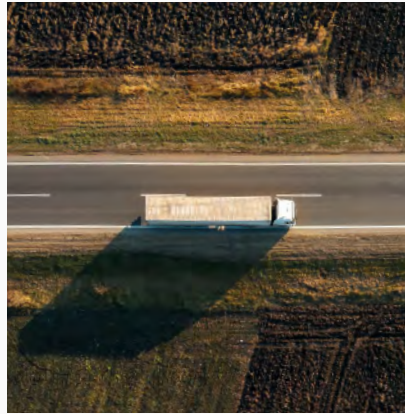
FOTOS INSTITUCIONALES

Las fotos que sean de índole institucional deben reflejar dinamismo, seguridad, calidez, confianza.

Siempre que se pueda se debe mostrar un camino parcial o total, para hacer alusión a nuestro tagline.

Una buena referencia es la fotografía y videos de spots de marcas de automoviles y compañías de seguros.

Ejemplos.



RENDERS DE PRODUCTOS

Las imágenes ilustrativas (renders o fotografía de producto) se utilizan para mostrar productos específicos o packaging de producto, principalmente para uso publicitario o situaciones de catálogo.

Forma principal.



Identidad visual

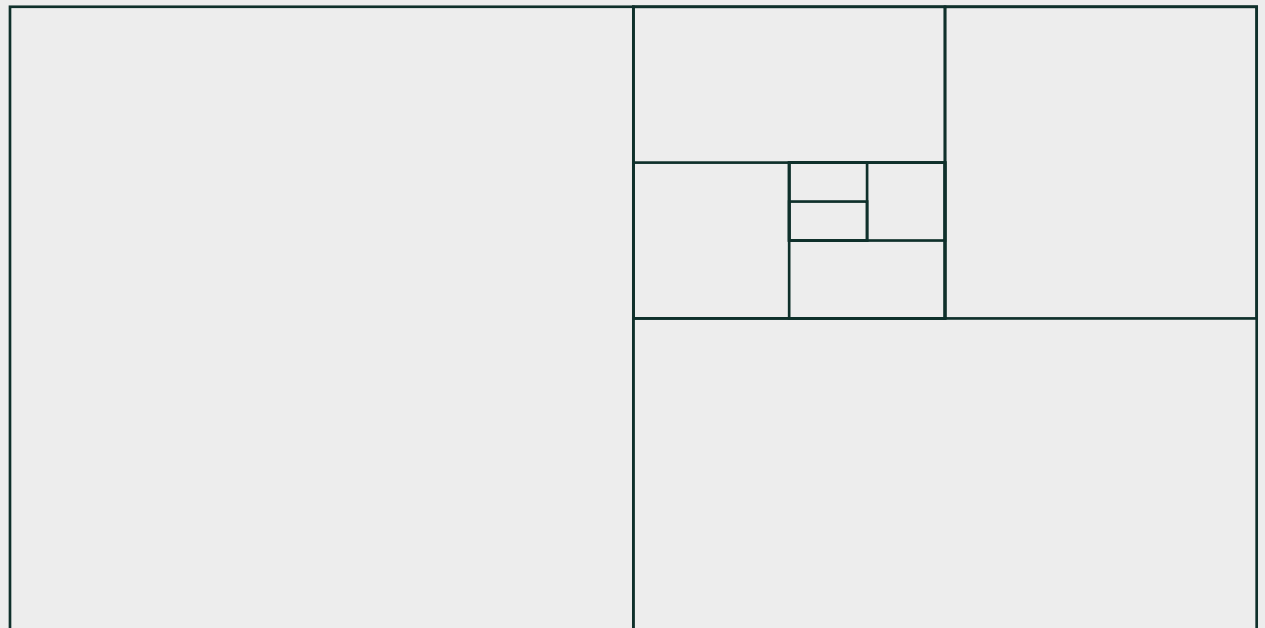
Recursos visuales

GRILLA MODULAR

Esta retícula debe ser utilizada en el diseño de todas las piezas gráficas. Su implementación no solo acelerará el proceso de diseño, sino que también garantizará una coherencia visual en todas las composiciones de las piezas gráficas.

Para construir la retícula, se deben dividir los espacios sucesivamente en mitades y alinear los elementos de manera centrada dentro de los bloques resultantes.

Ejemplo.



VÉRTICE REDONDEADO

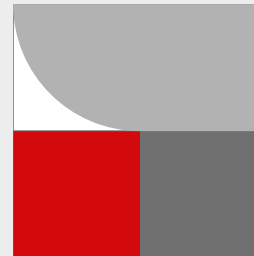
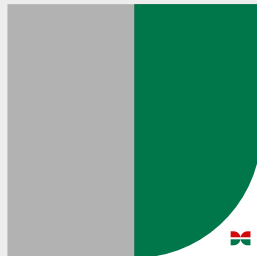
Es válido redondear alguno de los vértices de uno de los cuadrantes. Como consiguiente, es obligatorio agregar un fondo blanco a la esquina redondeada, con el fin de que se forme nuevamente una figura cuadrilátera.

Este recurso, además de usarse como elemento decorativo, sirve para incorporar la marca gráfica a la composición, y destacarla del resto de la información.

Ejemplo.



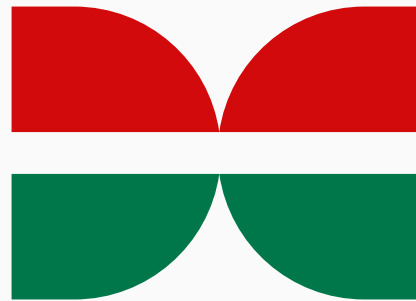
Ejemplos.



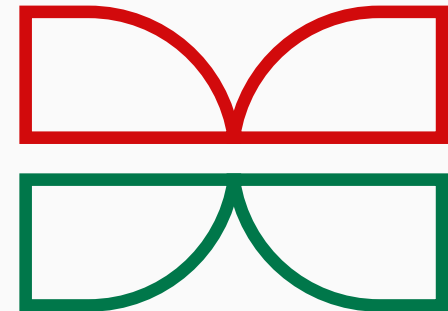
SÍMBOLO COMO FORMA

El símbolo constituye el diferencial principal de la identidad visual de la marca. Usarlo en la gráfica general permite instalarlo más rápido en el público.

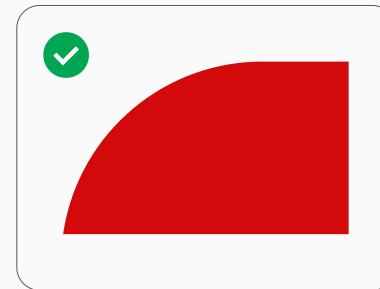
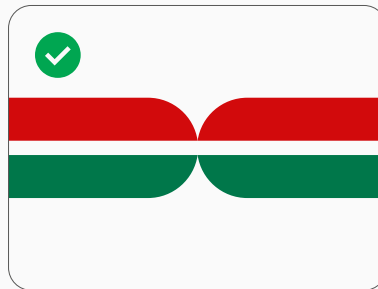
Símbolo relleno.



Símbolo en filete.



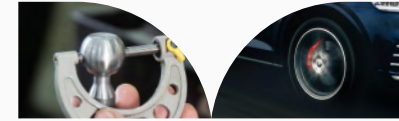
Opciones válidas.



SÍMBOLO COMO CONTENEDOR

Se puede usar el símbolo o alguna de sus 4 partes como contenedor de imágenes, y hacer que una parte de la foto sobresalga del contenedor.

Ejemplos.



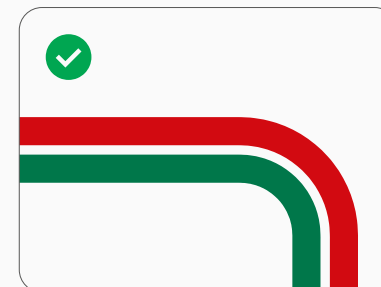
DOBLE LÍNEA

La doble línea surge del símbolo y de los antecedentes gráficos de la marca. Es un recurso simple pero potente, y ofrece muchas variaciones al poder usarlo curvado (por ejemplo para mostrar un camino).

Ejemplo.



Opciones.



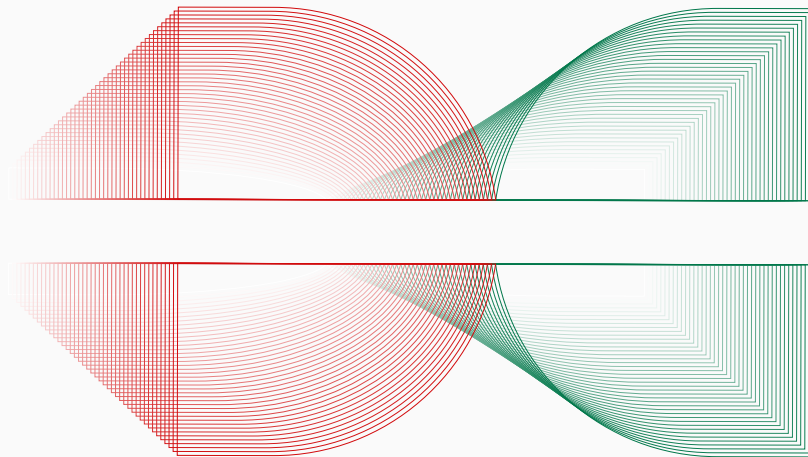
ONDAS

Las ondas nacen de la repetición en líneas finas del símbolo.

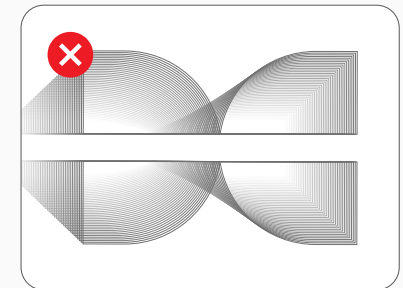
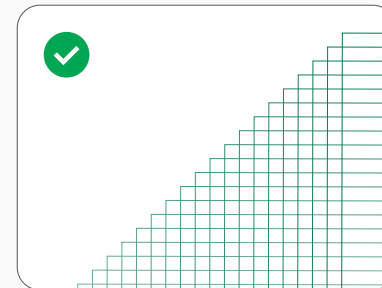
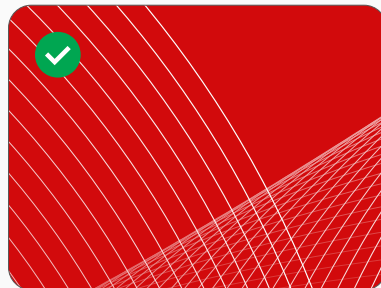
Es válido que la forma principal use como color de línea cualquiera de los colores marcarios.

No se debe mostrar nunca la forma principal en su totalidad, sino elegir una porción de la misma.

Forma principal.



Ejemplos.

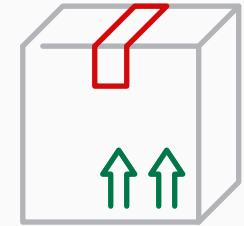


ICONOGRAFÍA

Nuestros pictogramas cumplen principalmente una función clarificadora.

Su estilo gráfico está conformado por el uso de líneas sin relleno (íconos tipo outline) de grosor intermedio.

Ejemplos.



Configuraciones de color válidas.



SLOGAN

Cuando se deba hacer uso gráfico del slogan se recurrirá a esta composición tipográfica en curvas previamente diseñada.

Ejemplo.

EL CAMINO SEGURO

Márgenes de seguridad.

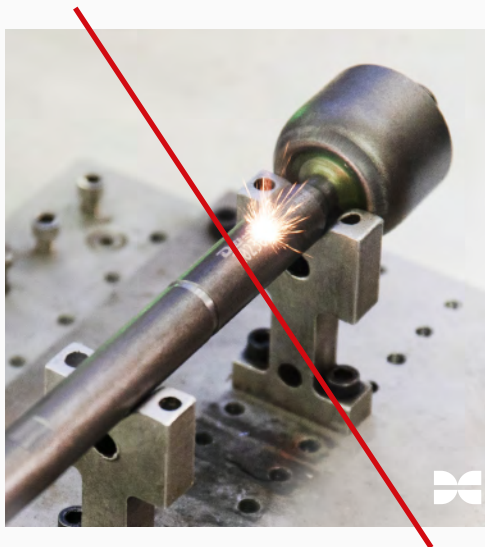
MEL CAMINO SEGUROM

Este diagrama muestra el slogan 'EL CAMINO SEGURO' con los caracteres 'M', 'E', 'L', 'C', 'A', 'M', 'I', 'N', 'O', 'S', 'E', 'G', 'U', 'R', 'O', 'M' distribuidos dentro de un recuadro rectangular magenta. El recuadro está dividido por una línea horizontal y una vertical que se cruzan en el centro, formando una 'M' invertida. Los caracteres están distribuidos de manera que se mantengan los márgenes de seguridad necesarios para una correcta reproducción gráfica.

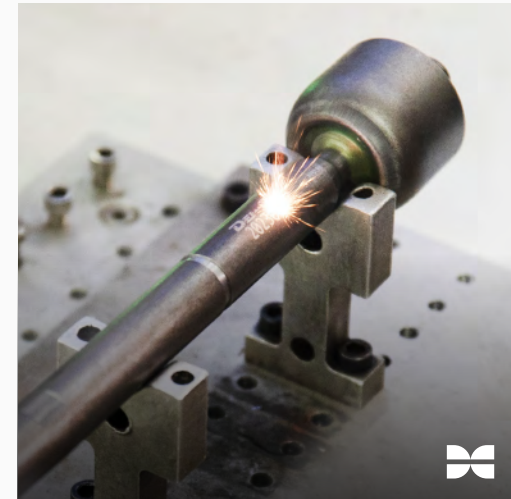
SOMBREADADO

El efecto de sombreado (degradado) puede utilizarse cuando se necesite aumentar el contraste entre la marca gráfica o el símbolo y la imagen, y así obtener una mejor legibilidad.

Uso incorrecto. Gráfico sin sombreado.



Uso correcto. Gráfico con sombreado.



Identidad visual

Línea reforzada

LÍNEA REFORZADA

LINEA REFORZADA refiere a una línea exclusiva de axiales y tiene su propio sello identificatorio.

En la gráfica general, siempre que se hable de LÍNEA REFORZADA, se debe utilizar el color gris medio como fondo y el color negro para textos/recursos, a excepción de cuando se muestre directamente el sello, el cual debe mostrarse siempre con negro para el fondo y gris medio para el escrito y el símbolo.

LÍNEA REFORZADA debe escribirse siempre en mayúsculas.

Sello línea reforzada.



Ejemplo gráfica general.



Aplicaciones



**BIENVENIDO
A LA FAMILIA.**

 **DEI-CAS**

EL CAMINO SEGURO



POST-SCRIPTS

2022A



www.dei-cas.com

AXIALES

Instructivo de reemplazo



DEI-CAS









CAMINO SEGURO

DEI-CAS

SVD-130

Destinatario:
Domicilio:

Destinatario:
Domicilio:



 **DEI-CAS**

www.dei-cas.com



Castelli 325, Área Industrial
San Vicente, Santa Fe
(3492) 47-0727

info@dei-cas.com.ar
www.dei-cas.com.ar

2024

CATÁLOGO
DE PRODUCTOS

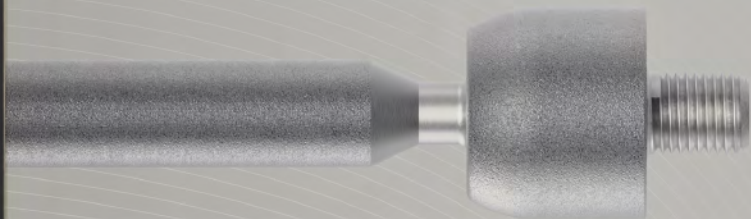


AXIALES

BIELETAS

EJES

EL CAMINO SEGURO



 DEI-CAS

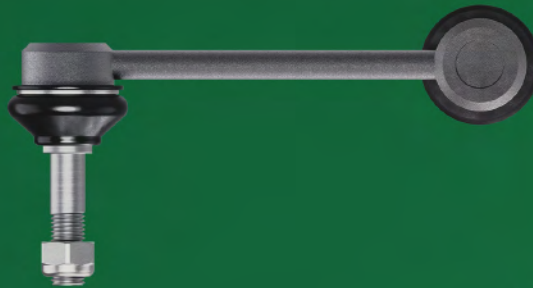
**SUSPENSIÓN Y DIRECCIÓN
PARA EL GIRO PERFECTO.**





12

AÑOS FABRICANDO PIEZAS
DE SUSPENSIÓN Y DIRECCIÓN.
12 AÑOS FABRICANDO
AUTOPARTES DE SEGURIDAD.





www.dei-cas.com

**FABRICAMOS PIEZAS
DE SUSPENSIÓN
Y DIRECCIÓN.**



www.dei-cas.com

**FABRICAMOS
AUTOPARTES
DE SEGURIDAD.**

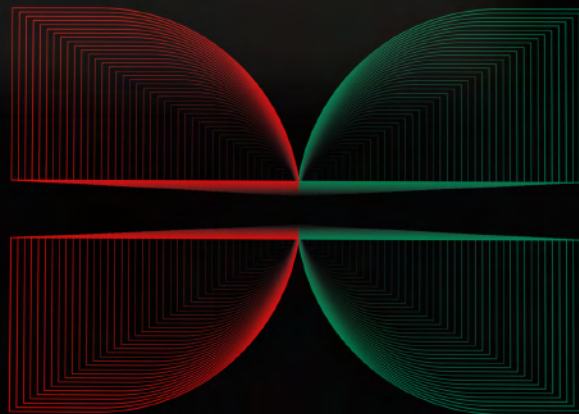




REPORTE ANUAL 2024

Análisis estadístico
de la producción
y las ventas.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed diam nonummy nibh
euismod tincidunt.



Castelli 326, San Vicente

info@dei-cas.com.ar

www.dei-cas.com.ar

ALMACENAMIENTO ↗

BAÑOS →

PLANTA PRINCIPAL →

OFICINA TÉCNICA →

ADMINISTRACIÓN →

PLANTA SECUNDARIA ↖



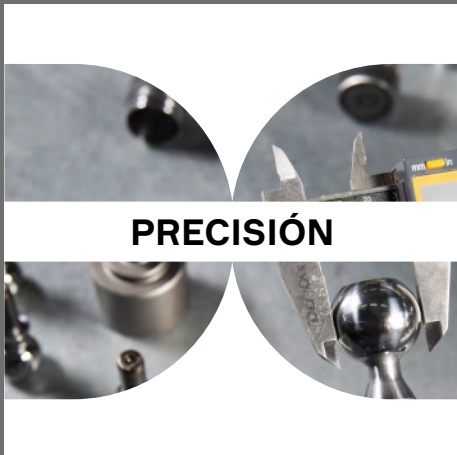
DEL-CAS



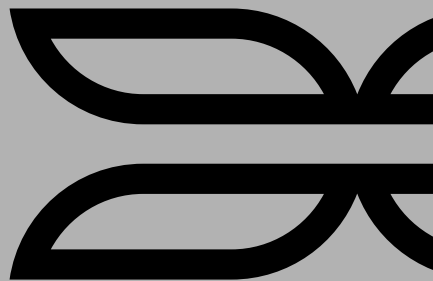
MANTENIMIENTO
PREVENTIVO



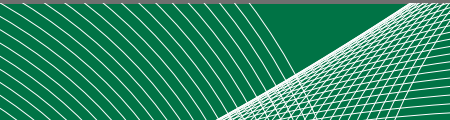
DEI-CAS



PRECISIÓN



**LINEA
REFORZADA**



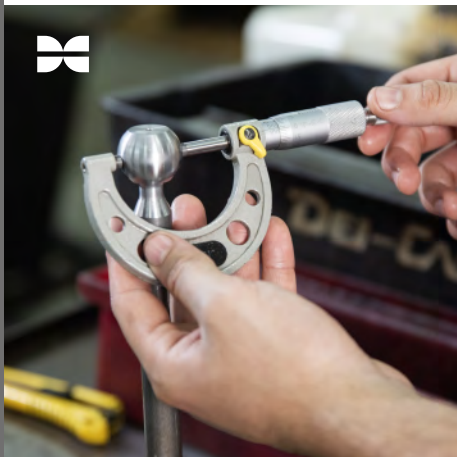
1. TÍTULO RELACIONADO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur iscing elit, sed diam nonummy nibh dunt ut laoreet dolore magna.

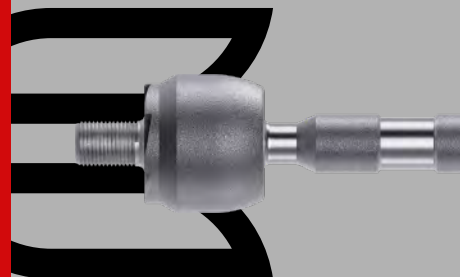
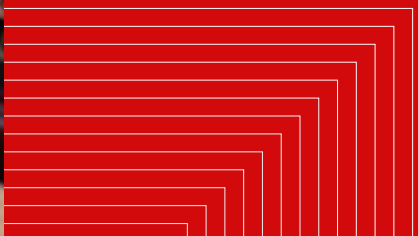


2. TÍTULO RELACIONADO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur iscing elit, sed diam nonummy nilo dunt ut laoreet dolore magna.



**¿SEGURIDAD?
DEI-CAS.**



AXIAL REFORZADO

Lorem ipsum dolor sit amet, conse iscing elit, diam nonummy.



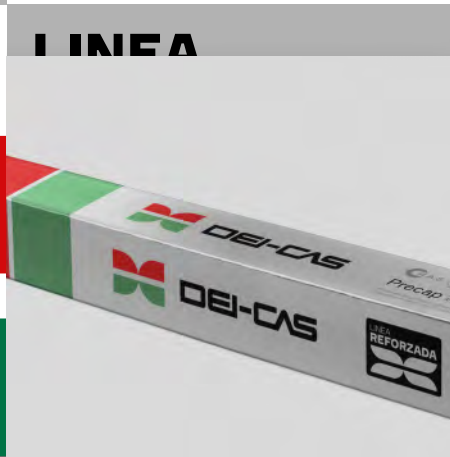
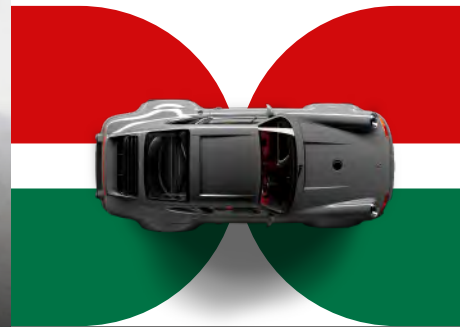
INNOVACIÓN
CALIDAD
PRECISIÓN
SEGURIDAD

Lorem ipsum dolor sit ameno tetuer iscing elit, sed diamet nibh euismo dunt ut ladoreses magna ipsum dolor, sit amet tetuer iscing elit, sed diam.

Lorem ipsum dolor sit amen tetuer iscing elit, sed diams nibh euismo dunt utum.



VIAJÁ TRANQUILO.



05:56



deicasautopartes



516 publicaciones 1.595 seguidores 1.316 seguidos

DEI-CAS

SUSPENSIÓN Y DIRECCIÓN

Fabricamos autopartes de seguridad para automóviles y pickups.

Ver traducción

www.dei-cas.com.ar

Baro barobranding sigue esta cuenta

Seguir

Mensajes

Contacto

...

Si está teniendo dificultades con esta guía, le faltan elementos de la marca, o no está segur@ si su comunicación respeta correctamente la identidad visual de DEI-CAS, por favor póngase en contacto con info@dei-cas.com.ar