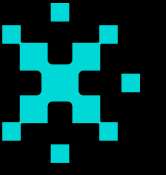




Guia de marca



Este guia apresenta os elementos que compõem a marca **Dock**. Aqui será possível encontrar todas as diretrizes de estratégia, identidade verbal, logo e universo visual, essenciais para conduzir o trabalho e garantir que a marca ocupe o território desejado na imaginação do público.

Sumário



Estratégia da marca04

PROPÓSITO	05
MANIFESTO	08
VALORES	09
INSIGHTS	15
PÚBLICO	16
CONTEXTO COMPETITIVO	17
BENEFÍCIOS	18
ATRIBUTOS	19
POSICIONAMENTO	23
BRAND ID	25
PLATAFORMA	26

Universo visual49

CORES	50
TIPOGRAFIA	52
FOTOGRAFIA	57
GRAFISMO	63

Identidade verbal27

MENSAGENS	28
VOCABULÁRIO	30
TOM DE VOZ	31
O BÁSICO DA DOCK	38

Composição de peças72

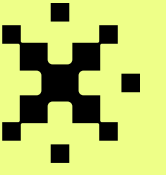
MÓDULO	73
MARGEM	74
GRID	75
APLICAÇÃO DOS ELEMENTOS	76
COMPOSIÇÃO FINAL	80

Diretrizes do logo39

LOGO	40
SÍMBOLO	43
USO SOBRE FUNDOS	45
CUIDADOS NA VEICULAÇÃO	46

Aplicações81

Estratégia da marca



PROPÓSITO
MANIFESTO
VALORES
INSIGHTS
PÚBLICO
CONTEXTO COMPETITIVO
BENEFÍCIOS
ATRIBUTOS
POSICIONAMENTO
BRAND ID
PLATAFORMA

Propósito

ESTRATÉGIA DA MARCA

5



POR QUE
ESTAMOS AQUI?

Dematerialize
finance to unlock
business potential.

Propósito

ESTRATÉGIA DA MARCA

6



POR QUE
ESTAMOS AQUI?

Dematerialize
finance to unlock
business potential.

Desmaterializar a cadeia.
Desburocratizar.
Trazer mais leveza aos processos.
Tornar orgânico a ponto de ser imperceptível.
Frictionless, seamless.
Embeded finance.

Propósito

ESTRATÉGIA DA MARCA

7



POR QUE
ESTAMOS AQUI?

Dematerialize
finance to unlock
business potential.

Set free (to worry only about what matters).
Possibilitar novas experiências.
Desencadear a transformação.
Impulsionar o negócio dos nossos clientes.
Dream our clients' dreams.

Manifesto

ESTRATÉGIA DA MARCA

8



INTRODUÇÃO DA
MARCA E SEU
PROPÓSITO.

Unlearn what you know about
payments and banking.

As more and more companies
look for new ways to improve
their business and customer
journey, they urge finance to shift
from complexity to an invisible,
seamless, and organic experience.

And, as tech natives, we are
always two steps ahead.
But it's not only about
making it more tech.

It is defying established truths,
changing concepts, and designing
the new, to make it simpler,
easier, and widely available.

We truly believe in technology
as the key enabler to our
client's evolution and
to transform the role of finance,
pushing society forward.

When we decode it,
we build a better future.
Unlimited. Unseen. Unattached.

In short, we are here to set
you free, so you can focus
on what really matters.

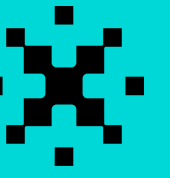
Let's dematerialize finance
to unlock business potential.
Everyday. Together.

Dock. Tech your business free.

Valores

ESTRATÉGIA DA MARCA

9



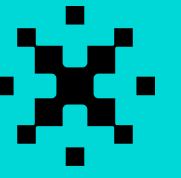
EM QUE
ACREDITAMOS?

We are relentless.

Acreditamos na evolução constante.
Somos obstinados em fazer melhor
do que já foi feito antes.

Mergulhamos fundo em nossos desafios
e usamos nosso conhecimento para
transformá-los em soluções que
realmente fazem a diferença.

Somos referência, elevamos
a régua e levamos o mercado
para um outro patamar.



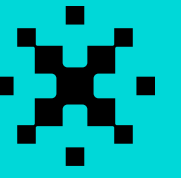
EM QUE
ACREDITAMOS?

We dare the impossible.

Questionamos tudo, o tempo todo. Estamos sempre em busca de novas alternativas e possibilidades para ir além. Damos cada passo com a responsabilidade e a certeza de que iremos transformar o futuro.

Não temos medo de encarar ideias capazes de nos impulsionar rumo a uma nova direção. Arriscamos – mesmo que para muitos não pareça fazer sentido.

Fazemos acontecer, mesmo quando parece impossível.

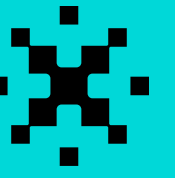


EM QUE
ACREDITAMOS?

We dream our clients' dreams.

Para nós, nossos clientes são os verdadeiros vetores da transformação do mercado.

E de uma coisa temos certeza: se um cliente pode sonhar, nós podemos realizar. Conquistamos nossos clientes com nossa obsessão por dar forma aos seus desafios, pela nossa visão abrangente do negócio e capacidade de entrega.

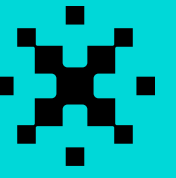


EM QUE
ACREDITAMOS?

We are nimble.

Acreditamos que nossa rapidez em nos adaptar e responder às transformações nos coloca sempre à frente para sermos agentes de mudança.

Nos movemos com agilidade e uma velocidade que surpreende, seja na responsividade da nossa estratégia, na concepção de uma solução, na implementação e execução de um projeto ou na comunicação do dia a dia.

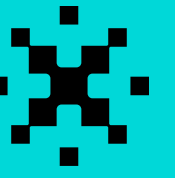


EM QUE
ACREDITAMOS?

We embrace different perspectives.

Acreditamos que a diversidade
é a essência da inovação.
Construímos um ambiente
de equidade, inclusão,
troca e aprendizado que
incendeia nossas ideias.

Para nós, boas ideias podem surgir de
qualquer lugar e a qualquer momento.
Ao mesmo tempo, nos sentimos
à vontade para discordar e
debater diferentes pontos de
vista, de igual para igual.

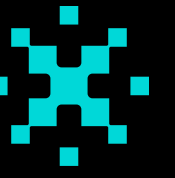


EM QUE
ACREDITAMOS?

We go further together.

Por trás de cada código, cada processamento e cada transação existe um time – antes de ser uma empresa de tecnologia, somos uma empresa de pessoas.

Trabalhamos com colaboração e autonomia. Reconhecemos e celebramos conquistas coletivas – internas e de nossos clientes – porque acreditamos que juntos vamos mais longe.



INTERSECÇÃO ENTRE
MERCADO E PÚBLICO.



Expertise + Tech

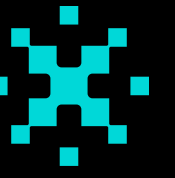
O melhor dos mundos,
trabalhando de forma sinérgica.

Escalabilidade e flexibilidade

Capacidade de oferecer soluções para
as diferentes necessidades
e momentos de vida das empresas –
e ir se adequando ao longo do tempo.

Fonte de inovação

Capacidade de se antecipar e
surpreender clientes e o mercado,
desenvolvendo soluções capazes
de modernizar o ecossistema.



PARA QUEM É
ESSA MARCA?

Negócios de qualquer tamanho e segmento que queiram oferecer soluções de pagamento e banking.

“Com essa aceleração de fintechs nos últimos anos, a gente brinca que eles são meio arm dealers numa guerra. Conseguem ajudar todo mundo que quer viabilizar algo financeiro pros seus clientes, além do core, sejam empresas maiores ou menores.”

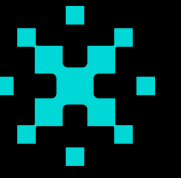
ESPECIALISTA



Contexto competitivo

ESTRATÉGIA DA MARCA

17



QUAL O NOSSO
MERCADO?

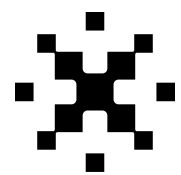
Soluções
tecnológicas
de pagamentos
e banking para
toda a cadeia.

“O que a gente está se propondo é a atender o mercado. Você pensou em pagamentos, vai encontrar nesse lugar aqui, end-to-end ou com pedaços.”

LIDERANÇAS



Benefícios



O QUE NOSSO CLIENTE VALORIZA?
O QUE FAZ ESCOLHER A MARCA?

Soluções financeiras end-to-end

One-stop-shop para cadeia de pagamentos.

Soluções próprias e ecossistema de parceiros.

Modularidade e flexibilidade as you go

Flexibilidade de contratação para plugar e desplugar módulos .

Experiência que se adapta. ao cliente – da autonomia ao atendimento dedicado.

Acesso ágil a tecnologias cutting-edge

Agilidade na contratação e na implementação.

Features, tecnologia e modelos de negócios inovadores.

Capacidade de escalar com o business

Confiabilidade e resiliência que escalam com segurança.

Modelo comercial que privilegia o crescimento do negócio.

REASONS TO BELIEVE

Track record de todas as etapas da cadeia de pagamento.

Infraestrutura de APIs aberta e nativa em nuvem.

Líder na América Latina.

Expertise de mais de 20 anos de mercado.

Mais de 160 mi de contas e R\$ 300 bi de processamento anual.

Clientes de grande porte.

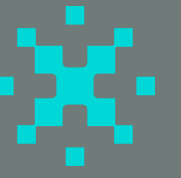
Atributos

AS CARACTERÍSTICAS DA
NOSSA MARCA, PELO O QUE
QUEREMOS SER PERCEBIDOS.



ESTRATÉGIA DA MARCA

19



Tech native

PALAVRAS-CHAVE

SEAMLESS. ROBUST. SOLID.

Temos a tecnologia como essência
do nosso pensamento, negócio
e de tudo o que fazemos.

Usamos nossa tecnologia
como viabilizadora de negócios
capazes de transformar
verdadeiramente o mercado.

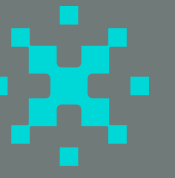
Atributos

AS CARACTERÍSTICAS DA
NOSSA MARCA, PELO O QUE
QUEREMOS SER PERCEBIDOS.



ESTRATÉGIA DA MARCA

20



Two steps ahead

PALAVRAS - CHAVE

VISIONARY. BOLD. PIONEER.

Somos visionários, enxergamos sempre além e usamos nosso conhecimento profundo sobre negócios para antecipar necessidades e surpreender.

Provocamos e transformamos o mercado e os negócios de nossos clientes com soluções inovadoras e surpreendentes.

Atributos

AS CARACTERÍSTICAS DA
NOSSA MARCA, PELO O QUE
QUEREMOS SER PERCEBIDOS.



ESTRATÉGIA DA MARCA

21



Fluid

PALAVRAS - CHAVE

DYNAMIC. FLEXIBLE. CLEAR.

Estamos em constante movimento,
repensando e mudando o
mercado e a nós mesmos.

Somos ágeis na implementação,
na operação e na resolução e, ao
mesmo tempo, flexíveis e adaptáveis
a qualquer desafio e tipo de cliente.

Atributos

AS CARACTERÍSTICAS DA
NOSSA MARCA, PELO O QUE
QUEREMOS SER PERCEBIDOS.



ESTRATÉGIA DA MARCA

22



Decoder

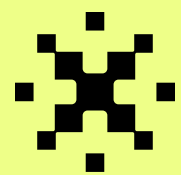
PALAVRAS - CHAVE

ENEBLER. INTUITIVE. ORGANIC.

Facilitamos o acesso a novos produtos e features, de maneira fácil e descomplicada, para que todos possam alavancar seus negócios.

Oferecemos uma experiência intuitiva que transforma o jeito como nossos clientes e o mercado interagem com soluções de pagamento e banking.

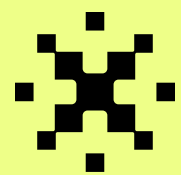
Posicionamento



É A SÍNTESE DO ESPAÇO QUE A MARCA DESEJA OCUPAR NA CABEÇA DE SEUS DIFERENTES PÚBLICOS.

MARCA	Dock.
CONTEXTO COMPETITIVO	Oferece soluções tecnológicas de pagamentos e banking para toda a cadeia.
PÚBLICO	Empresas de qualquer tamanho e segmento.
DIFERENCIAÇÃO	Entende profundamente do seu negócio e disponibiliza produtos e features inovadores.
BENEFÍCIOS	Alavancar o potencial da sua empresa com agilidade, flexibilidade e escalabilidade.

Posicionamento

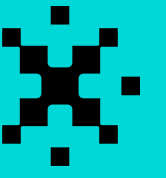


É A SÍNTESE DO ESPAÇO QUE A MARCA DESEJA OCUPAR NA CABEÇA DE SEUS DIFERENTES PÚBLICOS.

SENTENÇA

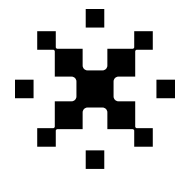
A Dock trabalha com empresas de diferentes tamanhos e segmentos, oferecendo soluções tecnológicas de pagamentos e banking para toda a cadeia.

Entendemos profundamente de cada negócio para criar e disponibilizar produtos e features inovadores, capazes de alavancar o potencial de nossos clientes com agilidade, flexibilidade e escalabilidade.



EXPRESSÃO QUE
SINTETIZA A MARCA
DE FORMA INSPIRADORA.

Tech your business free.



INTERNO

PROPÓSITO					
Dematerialize finance to unlock business potencial.					
VALORES					
We are relentless	We dare the impossible	We dream our clients’ dreams	We are nimble	We embrace different perspectives	We go further together

EXTERNO

PÚBLICO	BENEFÍCIOS		POSICIONAMENTO	
Negócios de qualquer tamanho e segmento que queiram oferecer soluções de pagamento e banking.	Soluções financeiras end-to-end		A Dock trabalha com empresas de diferentes tamanhos e segmentos, oferecendo soluções tecnológicas de pagamentos e banking para toda a cadeia.	
	Modularidade e flexibilidade as you go		Entendemos profundamente de cada negócio para criar e disponibilizar produtos e features inovadores, capazes de alavancar o potencial de nossos clientes com agilidade, flexibilidade e escalabilidade.	
	Acesso ágil às tecnologias cutting edge			
CONTEXTO COMPETITIVO	Capacidade de escalar junto com o business			
	ATRIBUTOS			
Soluções tecnológicas de pagamentos e banking para toda a cadeia.	Tech native	Two steps ahead	Fluid	Decoder

BRAND ID

Tech your business free.



Identidade verbal

□ ■ □ □ □ □

MENSAGENS
VOCABULÁRIO
TOM DE VOZ
O BÁSICO DA DOCK

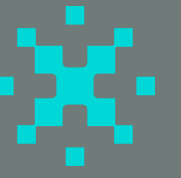
Mensagens

NOSSAS MENSAGENS VÃO ALÉM DO
QUE FAZEMOS, PRECISAMOS DIZER
POR QUE E COMO FAZEMOS ISSO.



IDENTIDADE VERBAL

28



Mais simples e orgânico.

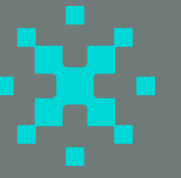
Reforçamos nossa capacidade
de criar soluções financeiras
que tornam os processos de
pagamento e banking orgânicos.

Combinamos nossa experiência
e ousadia para inovar através de
tecnologias que redefinem o futuro
das transações financeiras, trazendo
mais fluidez, segurança e leveza.

Mensagens

IDENTIDADE VERBAL

29



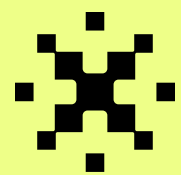
NOSSAS MENSAGENS VÃO ALÉM DO
QUE FAZEMOS, PRECISAMOS DIZER
POR QUE E COMO FAZEMOS ISSO.

Vá além.



Quando nos conectamos com
nossos clientes e mostramos nossa
tecnologia na prática. São os cases
que tangibilizam o que fazemos e
o tamanho do nosso impacto.

É assim que mostramos como
impulsionamos negócios e mudamos
todo o segmento financeiro.



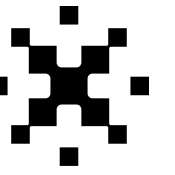
Algumas palavras que definem o que, como e por que fazemos.

Banking
Payments
White label
APIs
Open banking
Digital banking
Finance
Tech
Organic

Simple
Seamless
Fluid
Invisible
Intuitive
Decode
Bold
Frictionless
Unlock

Dematerialize
Business
Potential
Set free
Change
Redefine
Enable
Improve
Evolution

Tom de voz



NOSSO TOM DE VOZ
DEFINE COMO FALAMOS
COM O NOSSO PÚBLICO.

Bold, not cocky

Nosso jeito de falar tem a ousadia de quem está sempre um passo à frente e busca constantemente inovar.

Nossa voz traz a potência e o questionamento de quem pensa fora do lugar-comum, sai da zona de conforto e não tem medo de transformar o mercado.

Direct to decode

Falamos com objetividade e clareza. Vamos direto ao ponto e descomplicamos o universo financeiro e tecnológico para tornar nossas soluções acessíveis.

Nos colocamos no lugar dos clientes e demonstramos que entendemos suas necessidades.

Close like a friend

Nosso diálogo é espontâneo e sem formalidades. Falamos com naturalidade e de um jeito humanizado para que as pessoas se sintam próximas.

Assim, incluímos todo mundo na conversa e tornamos a tecnologia orgânica.

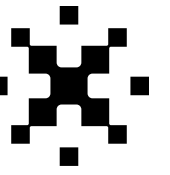
Tom de voz

Bold, not cocky

IMPACTANTE . CORAJOSO . CONFIANTE .

Como falamos

- Transmitimos confiança e autenticidade em nosso discurso, reforçando nossa liderança e impacto.
- Provocamos reflexões, desafiamos o status quo e sugerimos mudanças.
- Usamos o modo imperativo dos verbos para chamar a uma ação, mas sem parecer autoritários.
- Trazemos ideias inesperadas, imaginamos soluções que ainda não existem e expressamos uma inquietação de quem é inconformado.
- Podemos utilizar o gerúndio para transmitir a ideia de evolução constante: “transformando, redefinindo, decodificando”.



Na prática

- 01 Busque verbos e substantivos que indicam coragem, ousadia e transformação.**

Ex.:
Experiências financeiras que redefinem negócios.

A transformação em cada transação financeira.

- 02 Utilize questionamentos.**

Ex.:
Você precisa de um banco ou de uma nova experiência em banking?

- 03 Palavras e expressões que trazem o sentido de negação, ausência ou oposição.**

Ex.:
Uma nova experiência financeira.
Invisível. Inimaginável. Inesperada.

Unlearn what you know about payments and banking.

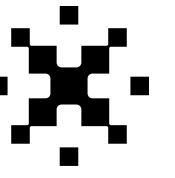
Tom de voz

Bold, not cocky

IMPACTANTE . CORAJOSO . CONFIANTE .

Como falamos

- Transmitimos confiança e autenticidade em nosso discurso, reforçando nossa liderança e impacto.
- Provocamos reflexões, desafiamos o status quo e sugerimos mudanças.
- Usamos o modo imperativo dos verbos para chamar a uma ação, mas sem parecer autoritários.
- Trazemos ideias inesperadas, imaginamos soluções que ainda não existem e expressamos uma inquietação de quem é inconformado.
- Podemos utilizar o gerúndio para transmitir a ideia de evolução constante: “transformando, redefinindo, decodificando”.



Pontos de atenção!

- 01** Não somos arrogantes, autoritários ou nos julgamos melhores do que os outros.
- 02** Não queremos ser inimigos do sistema financeiro tradicional, mas, sim, ajudar na evolução do segmento como um todo.
- 03** Cuidado com questionamentos em excesso, esse recurso deve ser utilizado pontualmente.

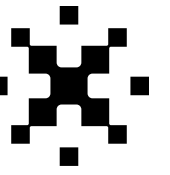
Tom de voz

Direct to decode

OBJETIVO. CLARO. EMPÁTICO.

Como falamos

- Entendemos tudo de tecnologias financeiras. Por isso, explicamos nossos processos e soluções de forma clara e direta.
- Somos ágeis e objetivos. Gostamos de frases curtas. Quando necessário, quebramos frases longas em duas para dar ritmo.
- Ressaltamos clientes, números e casos para ajudar as pessoas a entenderem o tamanho do nosso impacto na sociedade.
- Decodificamos a tecnologia financeira e falamos a língua dos nossos clientes.
- Quando falamos um termo muito técnico, exemplificamos na prática o que isso significa.



Na prática

- 01** Somos didáticos para deixar claro o que fazemos. Explicamos e esclarecemos.

Ex.:
Tá todo mundo falando de Open Banking.
Mas você já entendeu o que isso significa?

- 02** Apontamos como nossa tecnologia pode impactar negócios, de forma objetiva.

Ex.:
De contas digitais a cartões white label, incluindo as licenças bancárias que sua empresa precisa para fazer parte de uma nova geração financeira.

Decodificar pagamentos, impulsionar negócios.

- 03** Demonstramos que entendemos do negócio de cada empresa, segmento e nos colocamos no lugar do cliente.

Ex.:
Empresas buscam novas formas de evoluir.
Nós redefinimos as transações financeiras.

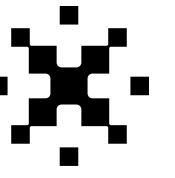
Tom de voz

Direct to decode

OBJETIVO. CLARO. EMPÁTICO.

Como falamos

- Entendemos tudo de tecnologias financeiras. Por isso, explicamos nossos processos e soluções de forma clara e direta.
- Somos ágeis e objetivos. Gostamos de frases curtas. Quando necessário, quebramos frases longas em duas para dar ritmo.
- Ressaltamos clientes, números e casos para ajudar as pessoas a entenderem o tamanho do nosso impacto na sociedade.
- Decodificamos a tecnologia financeira e falamos a língua dos nossos clientes.
- Quando falamos um termo muito técnico, exemplificamos na prática o que isso significa.



Pontos de atenção!

- 01** Cuidado para não ser professoral em excesso, ou subestimar a capacidade das pessoas.
- 02** Ser direto jamais é ser raso ou deixar de lado informações importantes.
- 03** Nada de textos ou parágrafos longos, que desmotivem a leitura e dificultem o entendimento da mensagem.

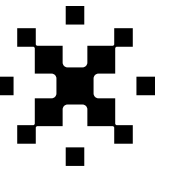
Tom de voz

Close like a friend

PRÓXIMO. INFORMAL. DESCONTRAÍDO.

Como falamos

- Escolhemos as palavras do dia a dia, as mais comuns, que todo mundo usa.
- Falamos com todo mundo, sem generalizar no masculino, em especial quando o assunto são pessoas.
- Nossa linguagem é natural e espontânea, sem rebuscamento.
- Imprimimos leveza, principalmente nas interações em mídias sociais e com nossos colaboradores.
- Quando falamos para um público tech, podemos utilizar expressões e referências do universo tech e geek: tech, codar, dev, big tech.
- Anglicismos são permitidos, principalmente para termos e expressões comuns no segmento: banking, as a service, seamless.



Na prática

- 01 Falamos como em uma conversa, humanizando os contatos para que as pessoas se sintam à vontade para interagir com a gente.**

Ex.:

Dá uma olhada em como a nossa tecnologia ajudou o C6 a mudar o segmento. (redes sociais)

Não somos caçadores de recompensas como o Han Solo, mas estamos usando muitas táticas dele para caçar talentos por aí.

- 02 Incluimos o outro na comunicação, chamamos as pessoas por você e nos referimos a elas com pronomes possessivos.**

Ex.:

A tecnologia que torna sua experiência financeira mais orgânica.

Soluções financeiras com liberdade para você ir além.

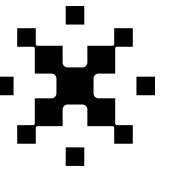
Tom de voz

Close like a friend

PRÓXIMO. INFORMAL. DESCONTRAÍDO.

Como falamos

- Escolhemos as palavras do dia a dia, as mais comuns, que todo mundo usa.
- Falamos com todo mundo, sem generalizar no masculino, em especial quando o assunto são pessoas.
- Nossa linguagem é natural e espontânea, sem rebuscamento.
- Imprimimos leveza, principalmente nas interações em mídias sociais e com nossos colaboradores.
- Quando falamos para um público tech, podemos utilizar expressões e referências do universo tech e geek: tech, codar, dev, big tech.
- Anglicismos são permitidos, principalmente para termos e expressões comuns no segmento: banking, as a service, seamless.



Pontos de atenção!

- 01** Evitamos todo tipo de formalidade. Por isso, nada de “senhor/senhora”, “cordialmente”, “prezado/prezada”.
- 02** Somos informais e cotidianos, mas nada de erros gramaticais, gírias fora do nosso contexto ou abreviações que comprometem o entendimento.

- 03** **IMPORTANTE**

Somos inclusivos, mas não utilizamos o gênero neutro através de recursos como amigxs ou todes.

Em vez de

Olá, Docker! Seja muito bem-vinde!

Estamos contratando desenvolvedores.

Parabéns a todes.

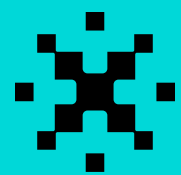
Preferimos

Olá, Docker. É muito bom ter você com a gente.

Estamos contratando pessoas apaixonadas por desenvolver tecnologias.

Parabéns a todo mundo.

O básico da Dock



A Dock

É o nosso nome e deve ser sempre grafado com a primeira letra maiúscula e o artigo feminino.

Propósito

Além do que fazemos, sempre deixamos claro por que fazemos e como fazemos.

Inclusivo e pessoal

Chame as pessoas por “você” e traga todo mundo para a conversa através do uso de pronomes possessivos: “sua empresa”, “seus clientes”.

Tech your business free

É a nossa brand ID, a síntese da mensagem que queremos transmitir ao mercado e às pessoas.

Pagamentos e Banking

São os mercados em que a Dock atua, oferecemos soluções para essas duas necessidades dos nossos clientes.

Docker

É a forma proprietária como chamamos nossos colaboradores, nosso time é feito de Dockers, sempre grafado em caixa alta.

Neutro

Damos preferência ao gênero neutro, incluindo todo mundo, mas sem utilizar recursos como todes ou bem-vindxs.

Preferimos utilizar palavras e construções de frases que dialogam com todos os gêneros.

Nós, a gente

Falamos na primeira pessoa do plural trazendo o ponto de vista de uma empresa que acredita no coletivo, ou podemos utilizar também a locução pronominal “a gente” que tem o mesmo valor semântico.

Impactante

Títulos devem sempre ser atraentes e ajudam a destacar as informações mais importantes.

Visibilidade

Torne a nossa tecnologia visível através de cases relevantes e de clientes que todo mundo conhece.

Ex.: Que bom ter você aqui.

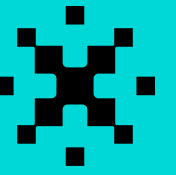
Vem ser Docker.

Quem tiver interesse no tema, fale com a gente.

Diretrizes do logo



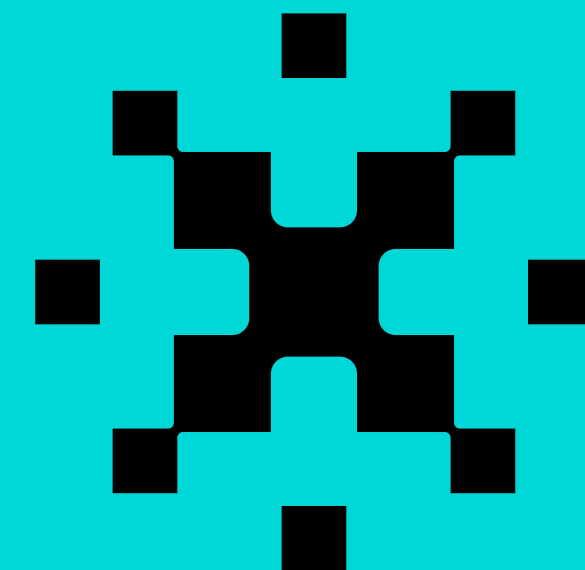
LOGO
SÍMBOLO
USO SOBRE FUNDOS
CUIDADOS NA VEICULAÇÃO



VERSÃO PREFERENCIAL

O logo é o principal elemento da identidade visual de uma marca. Ele representa a síntese do nosso Brand ID: Tech your business free.

Para garantir sua integridade e legibilidade, é fundamental aplicá-lo corretamente, por isso utilize sempre a versão que oferecer melhor contraste com o fundo.



Dock



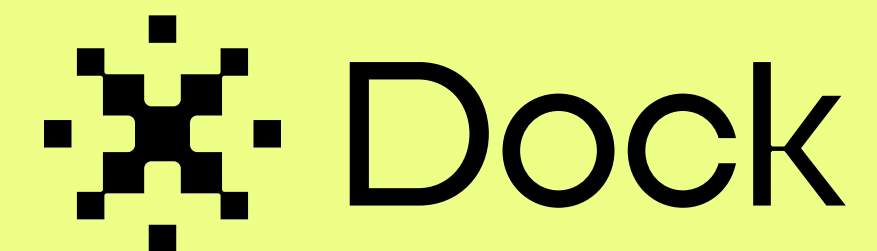
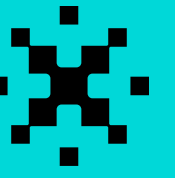
Logo

VERSÃO PREFERENCIAL

O logo é o principal elemento da identidade visual de uma marca. Ele representa a síntese do nosso Brand ID: Tech your business free.

Para garantir sua integridade e legibilidade, é fundamental aplicá-lo corretamente, por isso utilize sempre a versão que oferecer melhor contraste com o fundo.

↓ SEMPRE UTILIZE OS
ARQUIVOS ORIGINAIS.

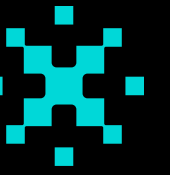


Logo

VERSÃO BRANCA

Sobre fundos fotográficos escuros, utilize o logo em branco.

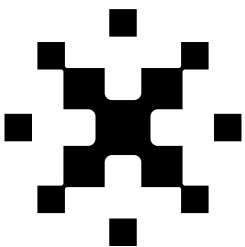
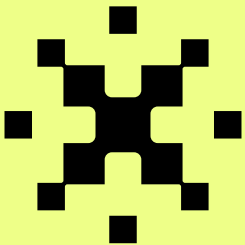
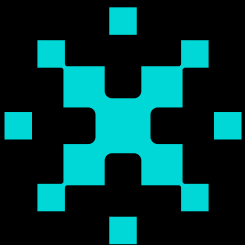
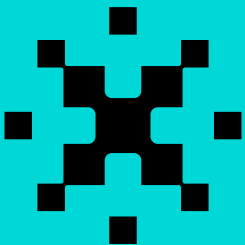
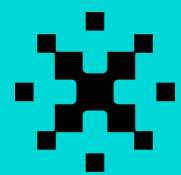
↓ SEMPRE UTILIZE OS
ARQUIVOS ORIGINAIS.



Símbolo

VERSÃO PREFERENCIAL

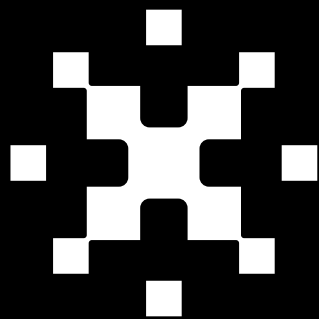
O símbolo pode ser usado separadamente nos casos em que a marca esteja bem contextualizada, como estandes, avatares e ícones.



Símbolo

VERSÃO BRANCA

Sobre fundos fotográficos escuros, utilize o símbolo em branco.



Uso sobre fundos

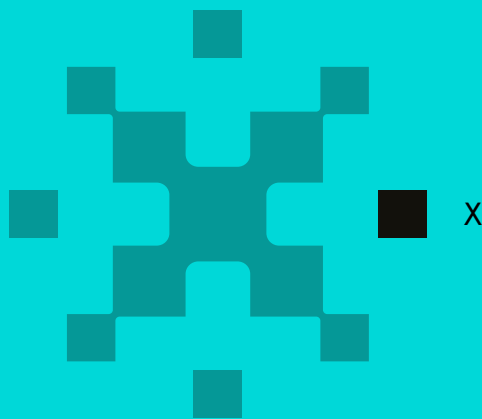
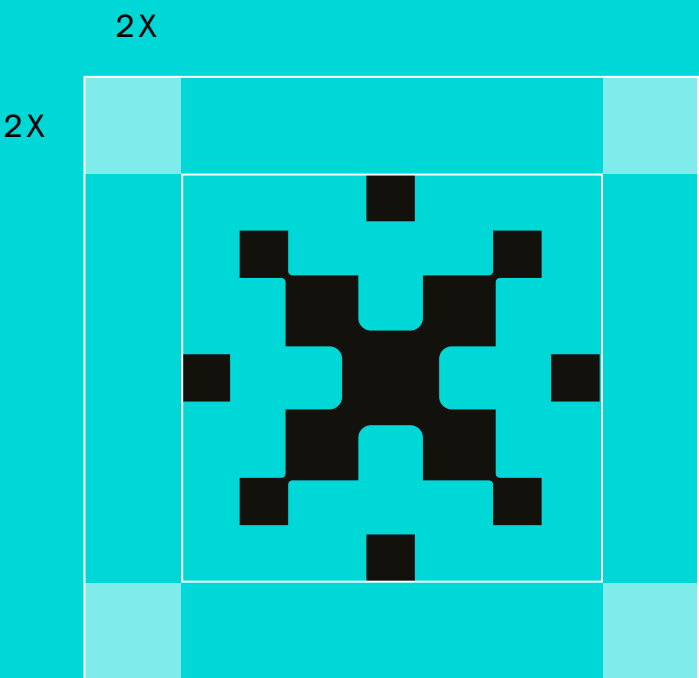
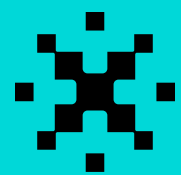
Quando aplicar o logo ou o símbolo sobre fotos e cores que não estejam na paleta da marca (peças de parceiros ou campanhas específicas), aplique o logo em preto ou branco, priorizando o melhor contraste.



Cuidados na veiculação

ÁREA DE PROTEÇÃO

Para que sua aplicação
seja otimizada em peças
e composições, o logo e o
símbolo devem ser utilizados
com uma área de proteção,
como demonstrado ao lado.



Cuidados na veiculação

REDUÇÃO MÁXIMA

Para preservar a leitura, o logo e o símbolo possuem uma redução máxima de 6 mm de altura em meios impressos e 40 px de altura em meios digitais.



40 PX / 6 MM



 Dock

40 PX / 6 MM

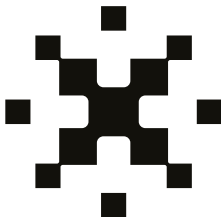


Cuidados na veiculação

USOS INCORRETOS

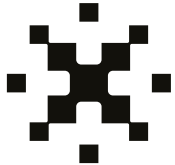
Exemplos de manuseio incorreto da marca que devem ser evitados, tanto para a reprodução do logo quanto para o símbolo.

↓ SEMPRE UTILIZE OS ARQUIVOS ORIGINAIS.



Dock

NÃO ALTERAR AS PROPORÇÕES DO LOGO.



Dock

NÃO ALTERAR A POSIÇÃO DOS ELEMENTOS.

Dock

NÃO UTILIZAR O LOGOTIPO SEPARADAMENTE.



Dock

NÃO ALTERAR A TIPOGRAFIA DO LOGO.



Dock

NÃO APLICAR A VERSÃO INCORRETA SOBRE FUNDOS.



Dock

NÃO DISTORCER OU ROTACIONAR ELEMENTOS.



Dock

NÃO ADICIONAR EFEITOS NO LOGO.



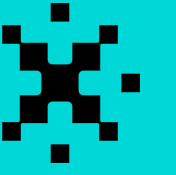
Dock

NÃO APLICAR COR FORA DA PALETA INSTITUCIONAL.



Dock

NÃO INSERIR O LOGO DENTRO DE BOXES.



Universo visual



CORES
TIPOGRAFIA
FOTOGRAFIA
GRAFISMO

Cores

AZUL

HEX #00D8D8 PANTONE 319 C

RGB 0 216 216 CMYK 67 0 25 0

PALETA DE CORES

A paleta institucional da marca é formada pelo azul, preto, cinza, amarelo e branco.

O azul é a cor principal de reconhecimento da Dock e deve ser utilizada em todos os pontos de contato de primeira instância.



PRETO

HEX #000000 PANTONE -

RGB 0 0 0 CMYK 0 0 0 100

CINZA

HEX #6F7A79 PANTONE 44C C

RGB 111 122 121 CMYK 20 0 10 55

AMARELO

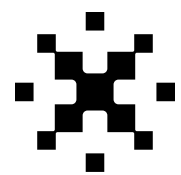
HEX #EEFF88 PANTONE 386 C

RGB 238 255 136 CMYK 10 0 60 0

BRANCO

HEX #FFFFFF PANTONE -

RGB 255 255 255 CMYK 0 0 0 0



COMBINAÇÃO DE CORES

Ao aplicar as cores da marca, considere as combinações apresentadas ao lado.

É possível utilizar menos que três cores em uma peça, contanto que a legibilidade seja preservada.

Não aplique mais de três cores em uma única peça, exceto em casos em que a cor adicional ajude na composição, como botões de interface e gráficos.

Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor.

 Dock



Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor.

 Dock



Lorem ipsum dolor sit amet.

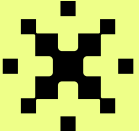
Lorem ipsum dolor.

 Dock



Lorem ipsum dolor sit amet.

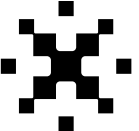
Lorem ipsum dolor.

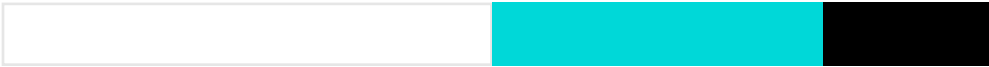
 Dock



Lorem ipsum dolor sit amet.

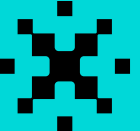
Lorem ipsum dolor.

 Dock



Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor.

 Dock





ROOBERT

Aa

PESOS

Roobert Light
Roobert Regular
Roobert Semibold

CARACTERES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%&*

FONTES INSTITUCIONAIS

A Dock possui duas fontes institucionais: Roobert e Matter Mono.

A Roobert é a fonte principal da Dock. Nas composições são utilizados os pesos Light, Regular e Semibold.

A Matter Mono é a fonte de apoio e é utilizada nos pesos Regular e Semibold.

MATTER MONO

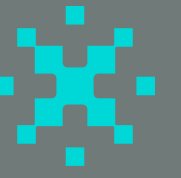
AA

PESOS

MATTER MONO REGULAR
MATTER MONO SEMIBOLD

CARACTERES

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789
!@#\$%&*



TÍTULOS GRANDES E DESTAQUES

Roobert Light para
títulos grandes
e destaques.

USO EM COMPOSIÇÕES

As fontes possuem finalidades específicas e devem ser usadas corretamente para garantir legibilidade e consistência entre os materiais.

TÍTULOS PEQUENOS E SUBTÍTULOS

Roobert Regular e **Semibold** para
títulos pequenos e subtítulos.

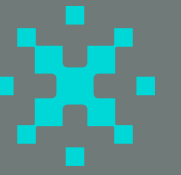
LEGENDAS E DESCRITIVOS

MATTER MONO REGULAR E **SEMIBOLD** PARA LEGENDAS
E DESCRITIVOS, SEMPRE EM CAIXA ALTA.

TEXTOS CORRIDOS

Roobert Regular para textos corridos.
Se necessário, podemos **destacar** partes
do texto com a **Roobert Semibold**.





SORA

Aa

PESOS

Sora Light
Sora Regular
Sora Semibold

CARACTERES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%&*

FONTES DE USO RESTRITO

Nos casos em que não seja possível utilizar as fontes institucionais, utilize a Sora no lugar da Roobert, e a Roboto Mono no lugar da Matter Mono.

Elas são utilizadas sempre em materiais digitais on-line, e servem para situações em que não seja possível hospedar a fonte da marca, por exemplo.



PARA BAIXAR
A SORA,
[CLIQUE AQUI](#)

PARA BAIXAR
A ROBOTO MONO,
[CLIQUE AQUI](#)

ROBOTO MONO

AA

PESOS

ROBOTO MONO REGULAR
ROBOTO MONO SEMIBOLD

CARACTERES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
!@#\$%&*

Tipografia de sistema



FONTES DE USO RESTRITO

Nos casos em que não seja possível utilizar as fontes institucionais e nem as fontes web, utilize a Arial no lugar da Roobert. Para substituição da Matter Mono, utilize também a Arial, mas sempre em caixa alta.

Elas são utilizadas em materiais enviados a terceiros que não possuem a licença da fonte, por exemplo, como um arquivo PPT.

ARIAL

Aa

PESOS

Arial Regular
Arial Bold

CARACTERES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%&*

ARIAL EM CAIXA ALTA

AA

PESOS

ARIAL REGULAR
ARIAL BOLD

CARACTERES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
!@#\$%&*

Tipografia

CORES EM TEXTO

As cores devem sempre ser aplicadas em textos de forma em que haja um bom contraste e legibilidade.

Veja esquema ao lado para combiná-las corretamente entre fundo e textos.



SEMPRE UTILIZE OS
ARQUIVOS ORIGINAIS.

Títulos e destaques em branco ou preto.

Textos corridos em Preto.

LEGENDAS E DESCRITIVOS EM PRETO.

Títulos e destaques em azul ou branco.

Textos corridos em Branco.

LEGENDAS E DESCRITIVOS EM BRANCO.

Títulos e destaques em azul ou branco.

Textos corridos em Branco.

LEGENDAS E DESCRITIVOS EM BRANCO.

Títulos e destaques em azul ou preto.

Textos corridos em Preto.

LEGENDAS E DESCRITIVOS EM PRETO.

Títulos e destaques em azul ou preto.

Textos corridos em Preto.

LEGENDAS E DESCRITIVOS EM PRETO.

Fotografia

TEMAS

O estilo fotográfico da Dock é inspirado em nossos atributos.

Ele é dividido em três temas:

- Fluid
- Tech native
- Two steps ahead

Fluid

Tech native

Two steps ahead

Fotografia

Fluid

Fotos que representam fluidez. São inspiradas em partículas, água, rios e mares. Apesar das imagens serem reais, é importante que elas sejam abstratas e transmitam movimento.

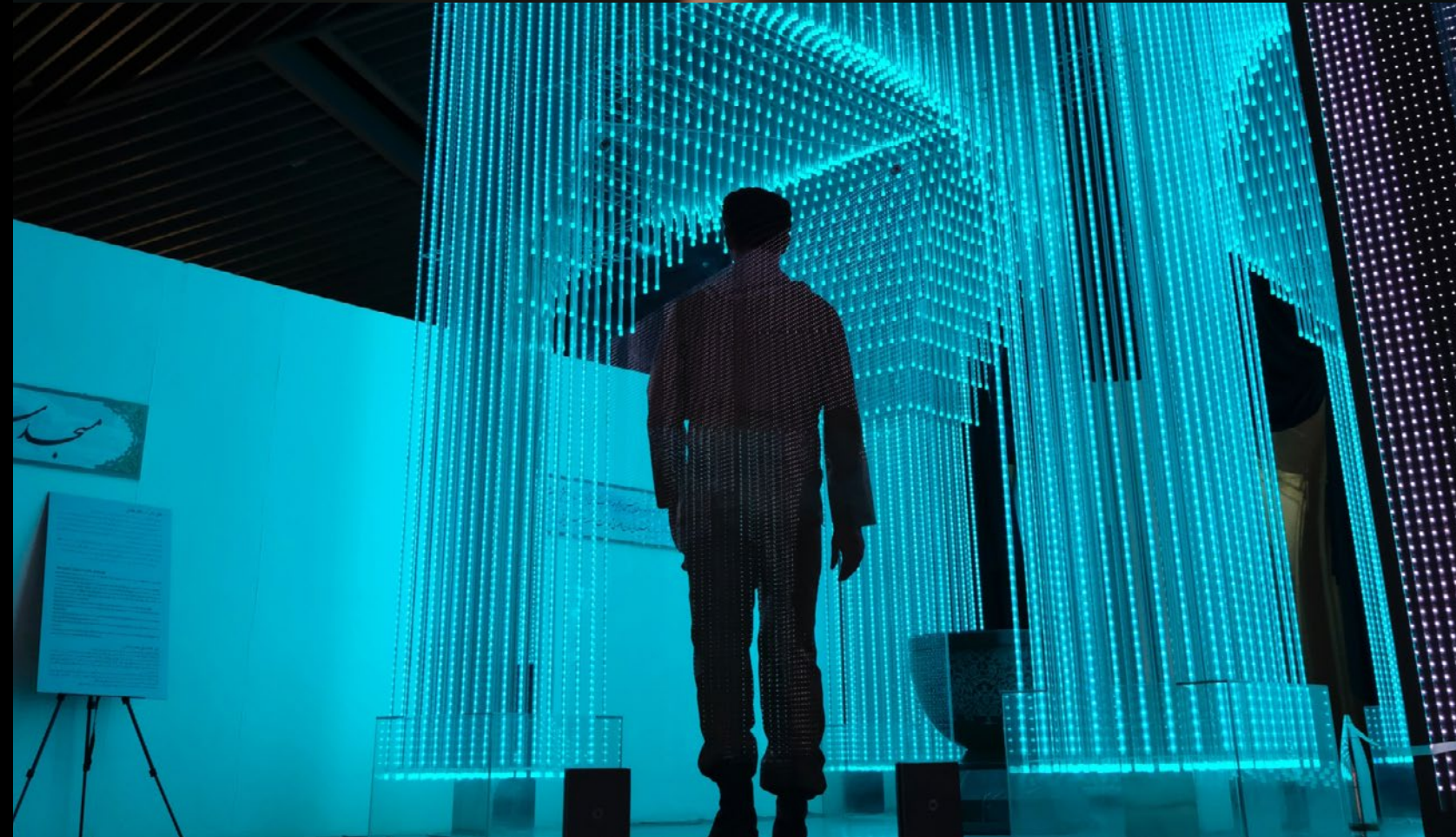
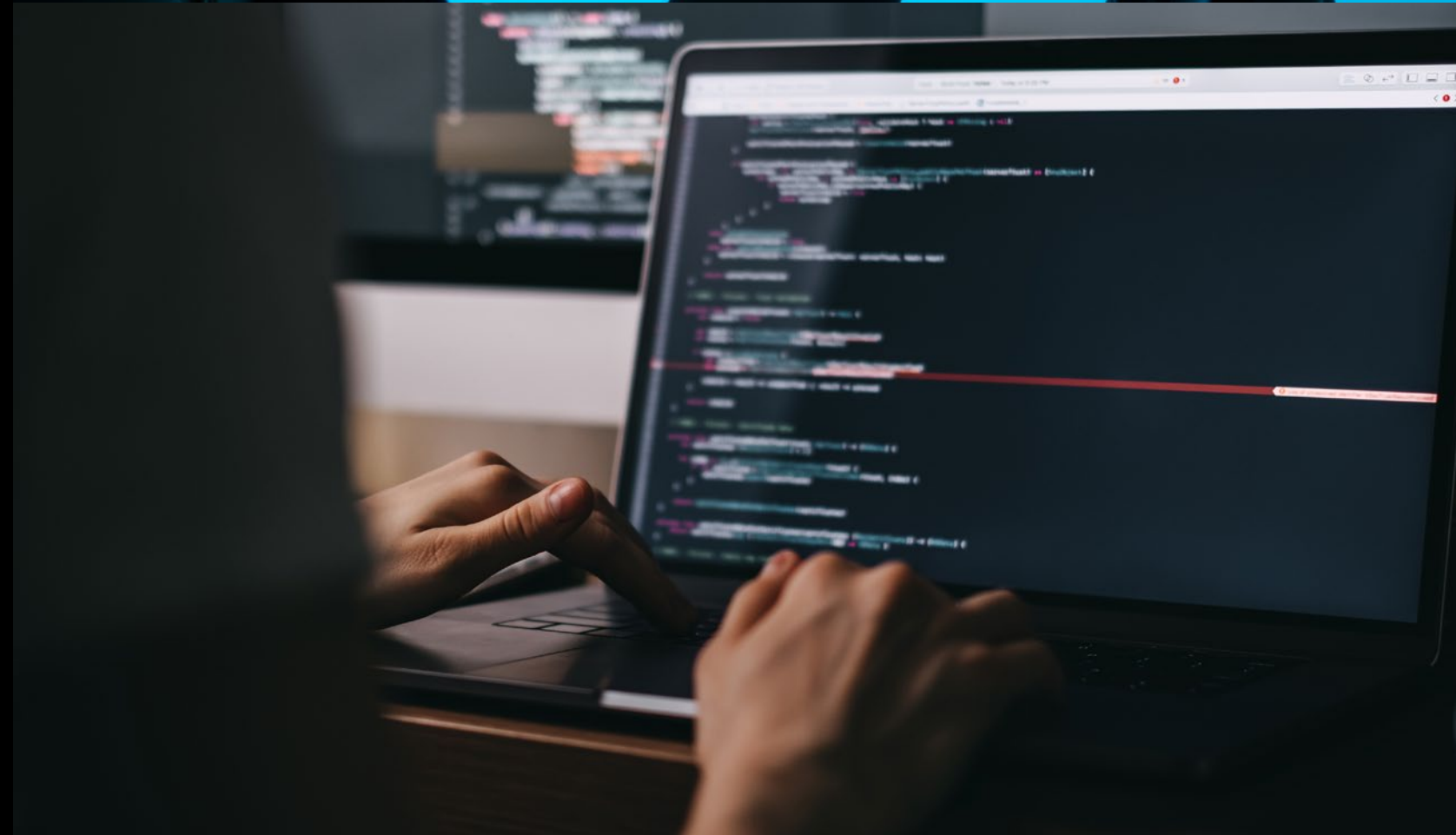


Fotografia

Tech native

Fotos que evidenciam tecnologia, inovação, programação e meios de pagamento. Podem ser aspiracionais ou ligadas ao nosso negócio.

Qualquer marca, real ou fictícia, e layouts de interfaces, devem ser apagadas ou desfocadas.



Fotografia

Two steps ahead

Fotos que protagonizam pessoas e o nosso espírito ousado e visionário.

Deve-se representar pessoas, de forma espontânea, de vários lugares, com variedade em etnia, estilo de vida e gênero, evitando estereótipos.





TRATAMENTO

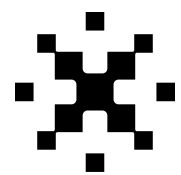
O tratamento deve dar acabamento de uma leve baixa de saturação e um bom contraste. Assim como os tons azulados devem ser levemente realçados, a fim de reafirmar as cores principais da marca.

SEM TRATAMENTO



COM TRATAMENTO

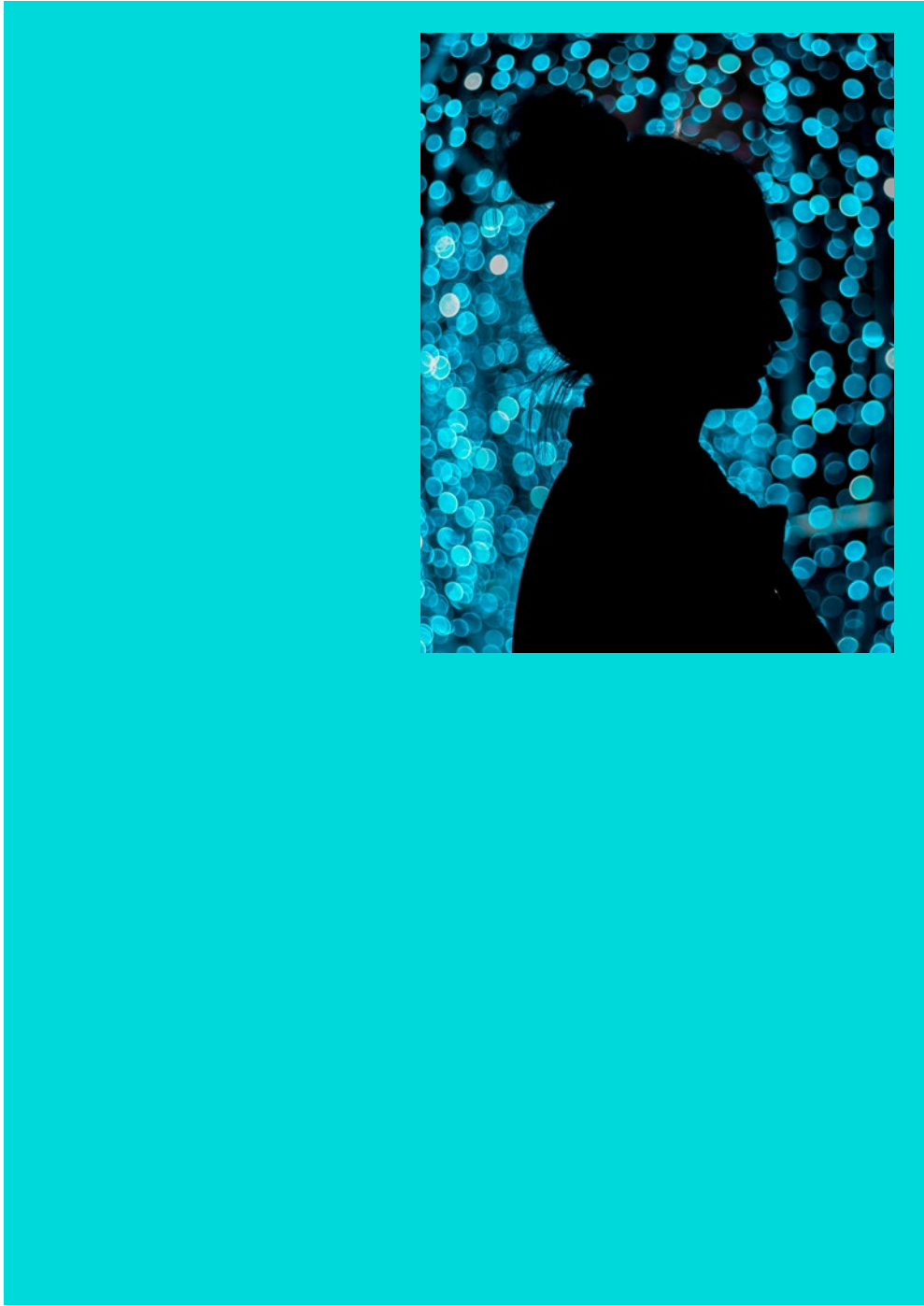




APLICAÇÃO EM PEÇAS

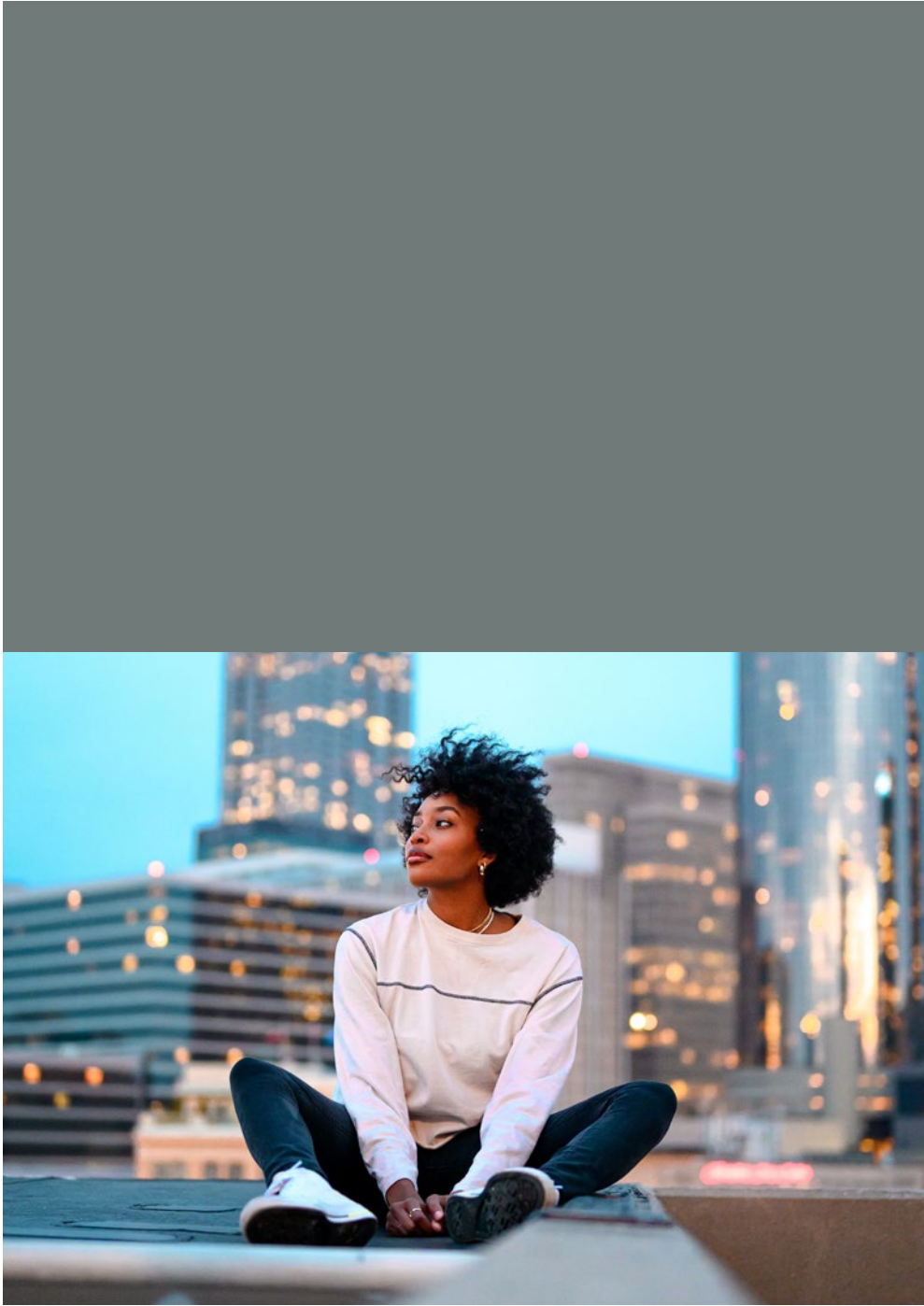
As fotografias podem ser aplicadas de três formas em peças:

- Editorial
- Parcial
- Fundo



EDITORIAL

As fotos são posicionadas dentro da margem.



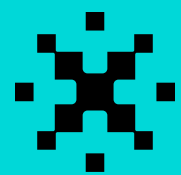
PARCIAL

As fotos são posicionadas de forma que três dos seus lados sangram.



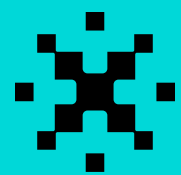
FUNDO

As fotos ocupam a área total da peça.



O grafismo da Dock, assim como o logo, é a representação visual do nosso Brand ID: Tech your business free.

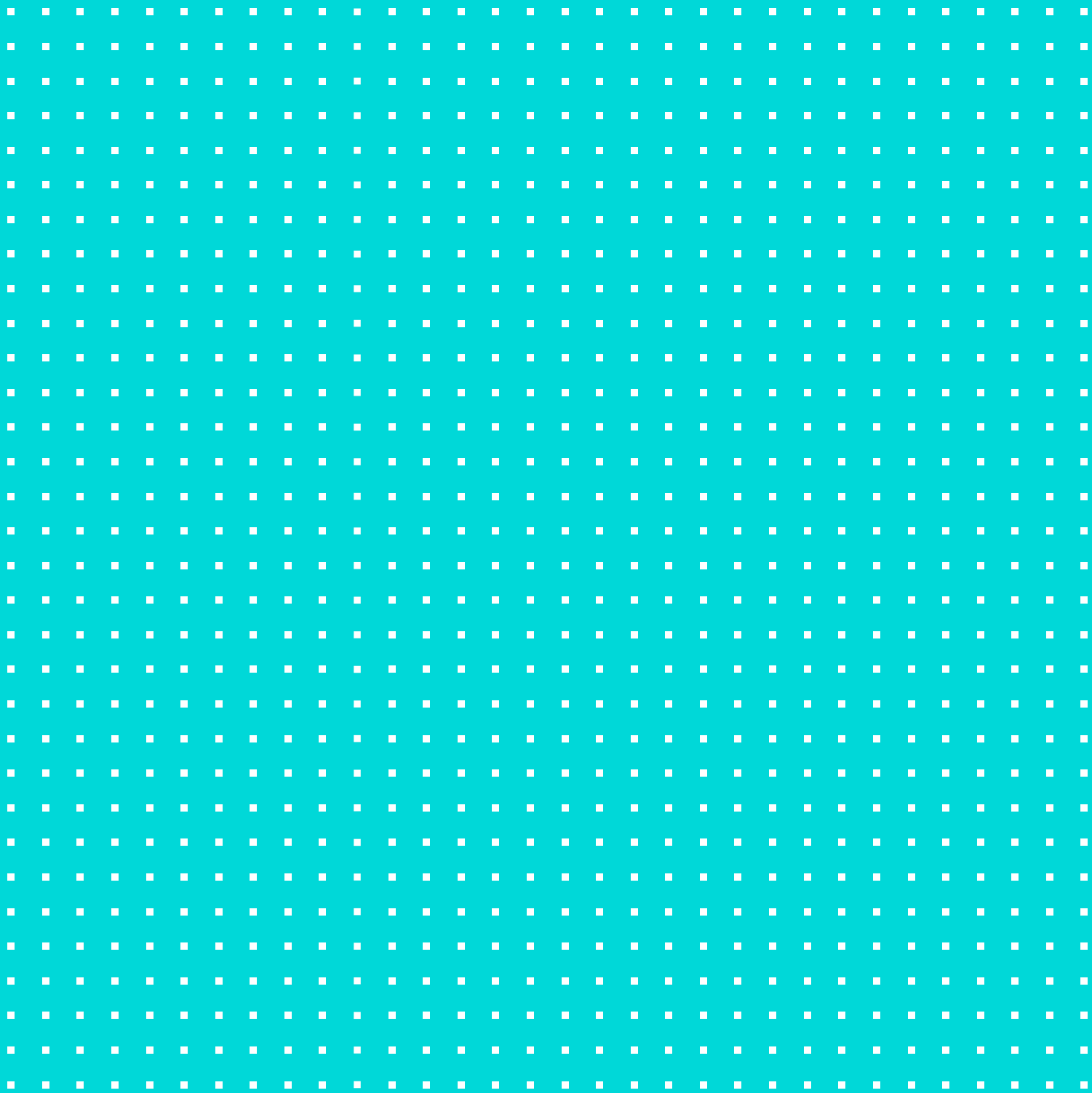
Ele é gerado por um software on-line flexível que permite criar infinitas possibilidades em qualquer formato.



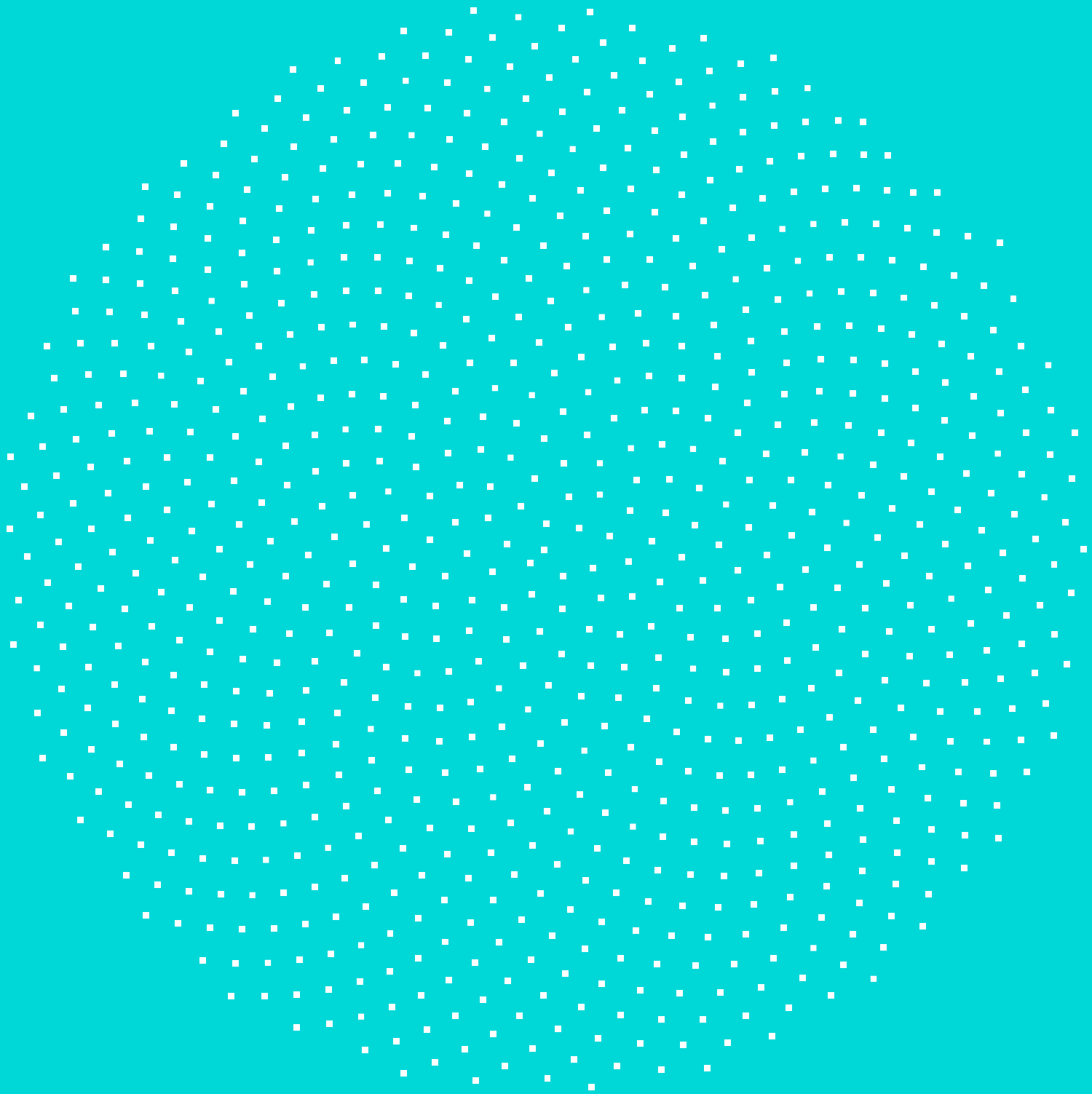
FORMA

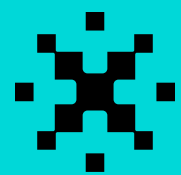
O primeiro passo na construção do grafismo é a escolha da forma base: retângulo ou círculo.

RETÂNGULO



CÍRCULO



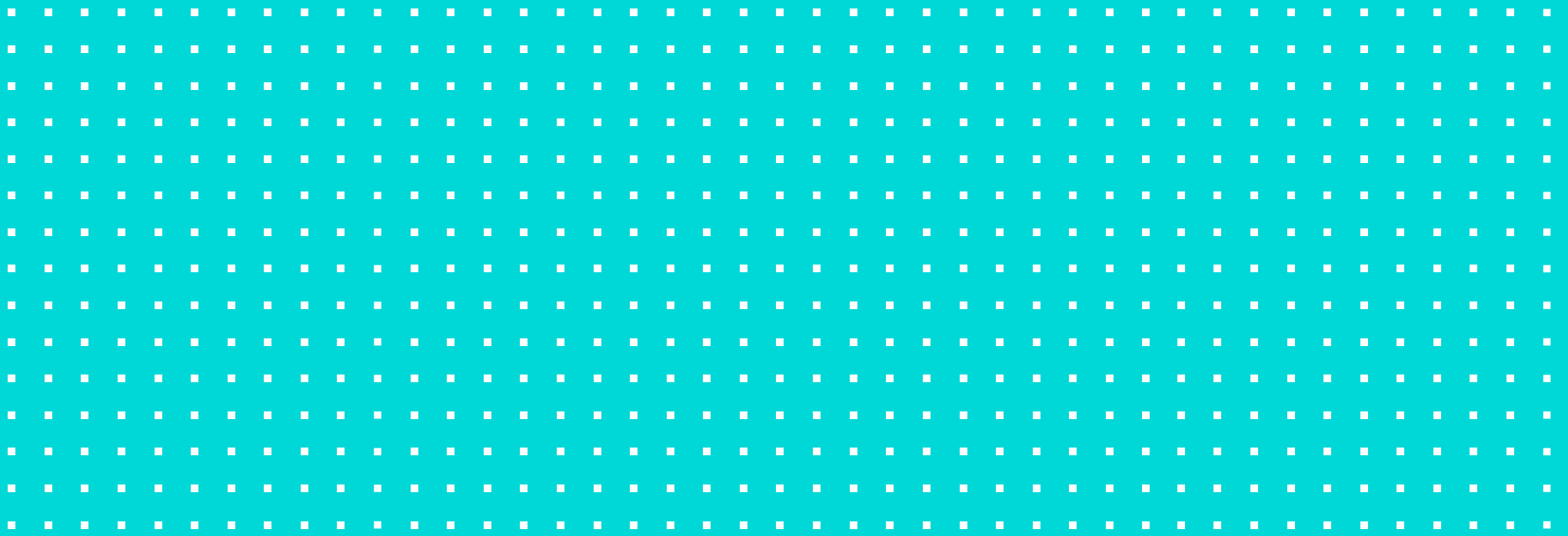


PROPORÇÃO

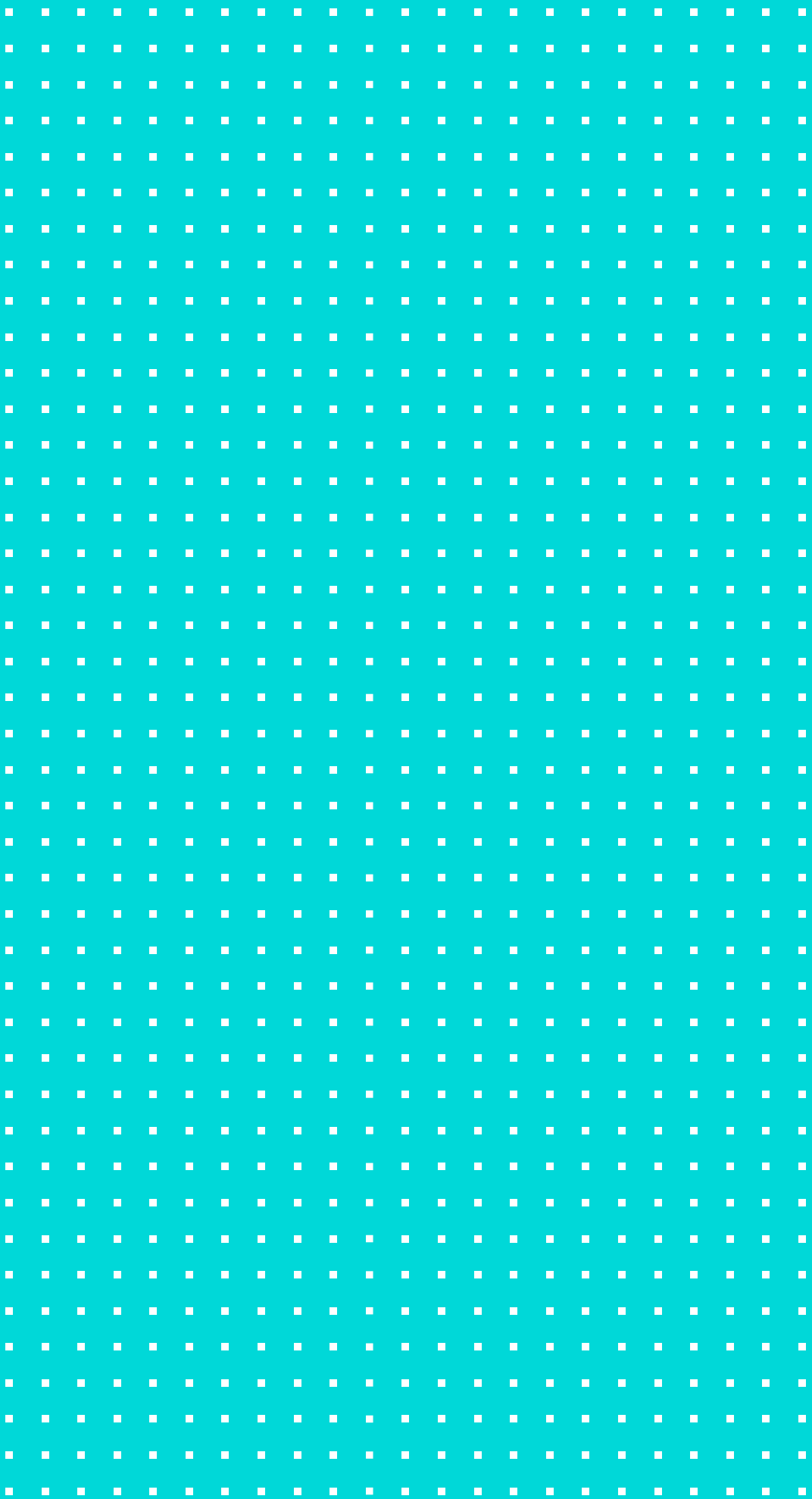
Se a forma escolhida for a retângulo, é possível alterar a sua porporção entre largura e altura, tornando a forma mais vertical ou horizontal.

A forma círculo deve sempre manter a proporção de forma que a altura e largura sejam iguais.

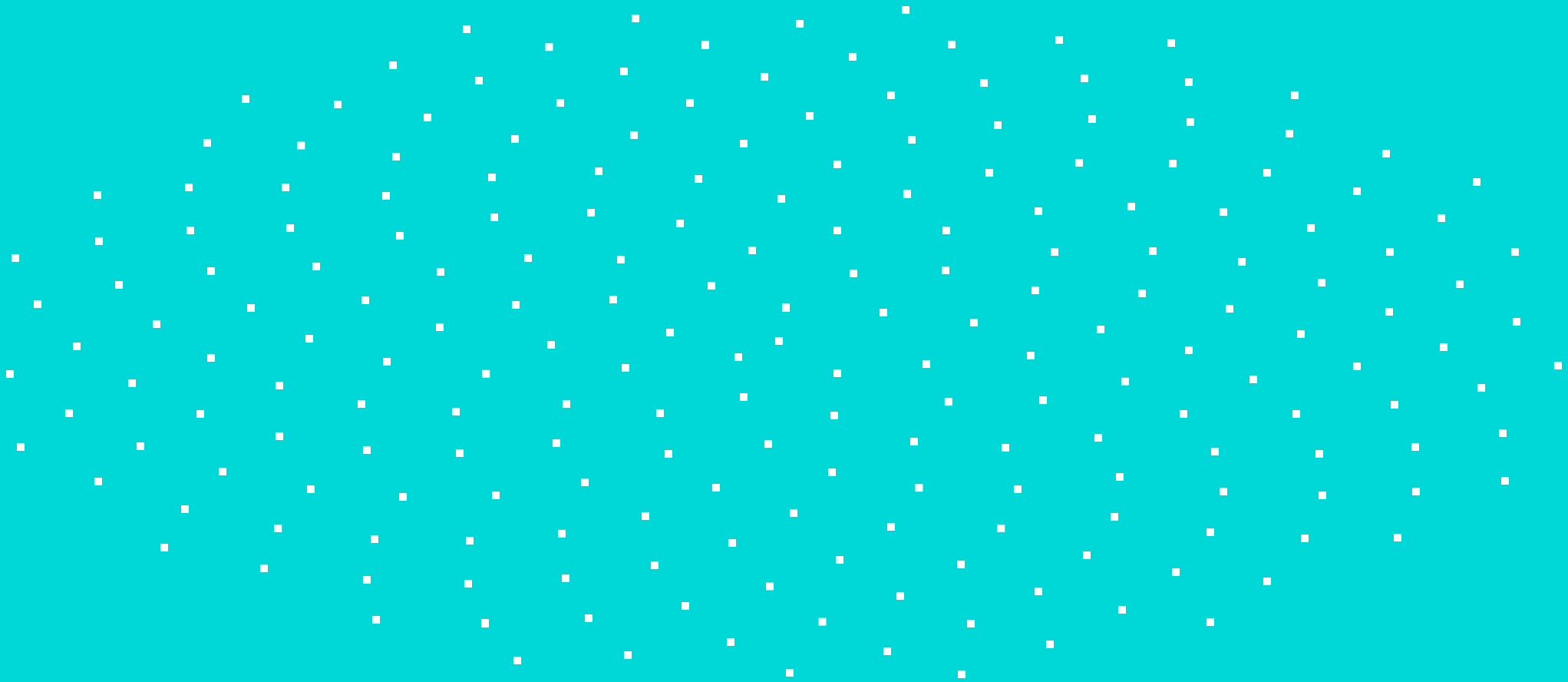
RETÂNGULO HORIZONTAL

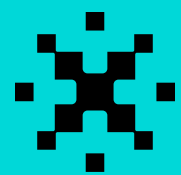


RETÂNGULO VERTICAL



CÍRCULO COM PROPORÇÕES DIFERENTES





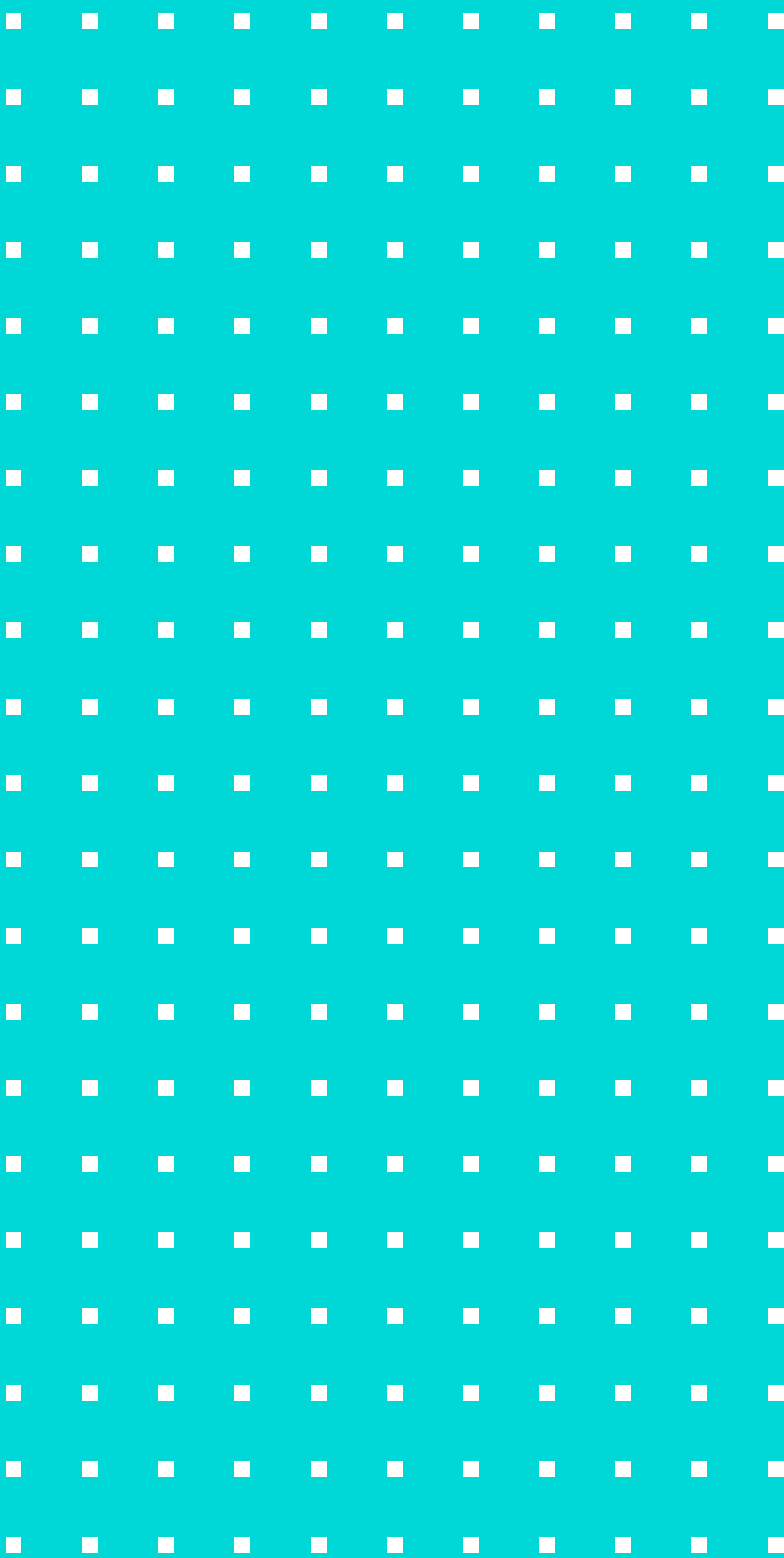
DENSIDADE

Pela ferramenta, é possível definir a densidade de “pixels” do grafismo.

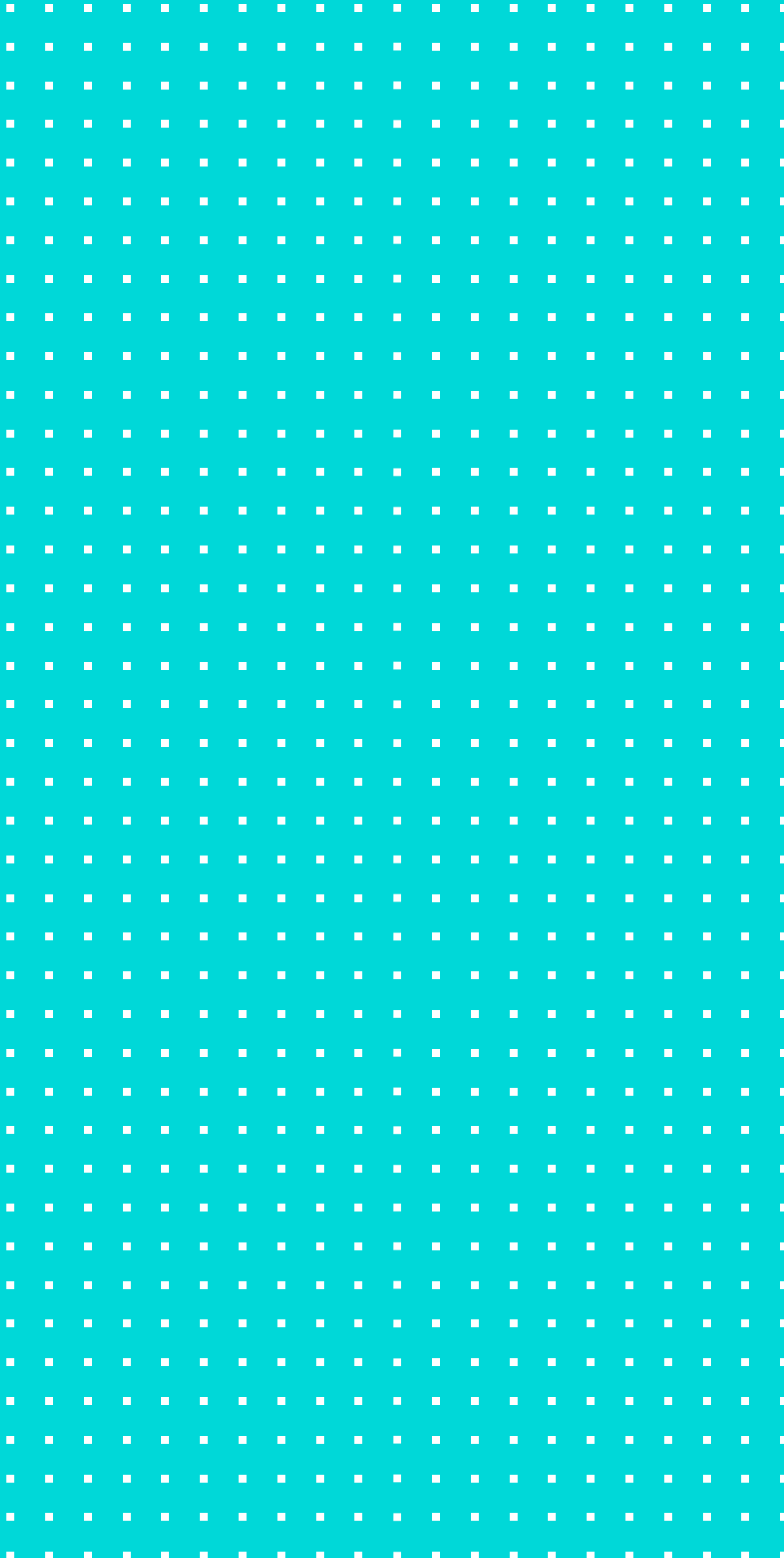
Como cada peça possui um tamanho e formato, não existe uma regra exata para definir a densidade. A definição é baseada na percepção visual.

Ao lado, temos exemplos de densidades correta e incorretas.

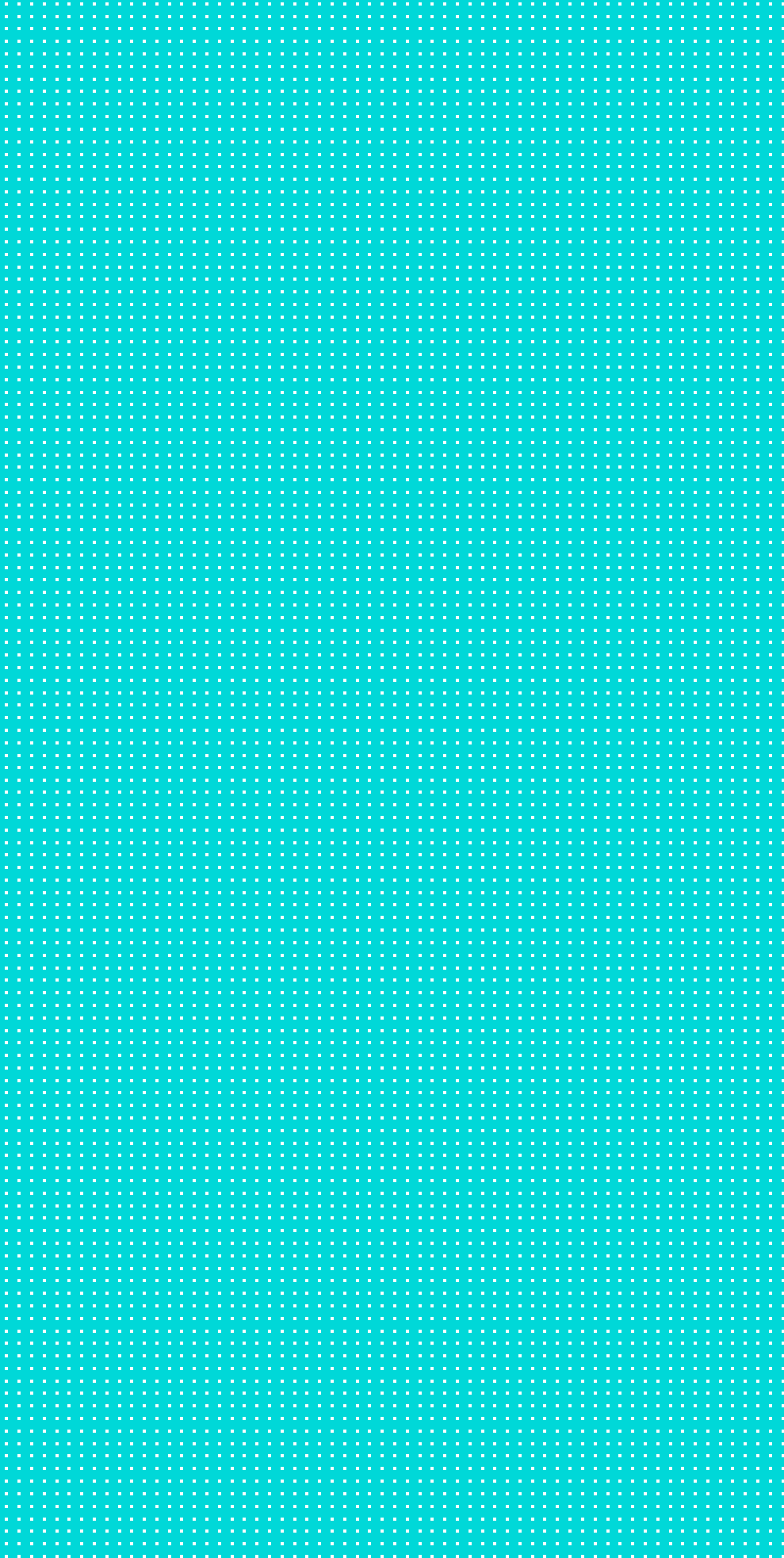
BAIXA DENSIDADE



DENSIDADE CORRETA



ALTA DENSIDADE



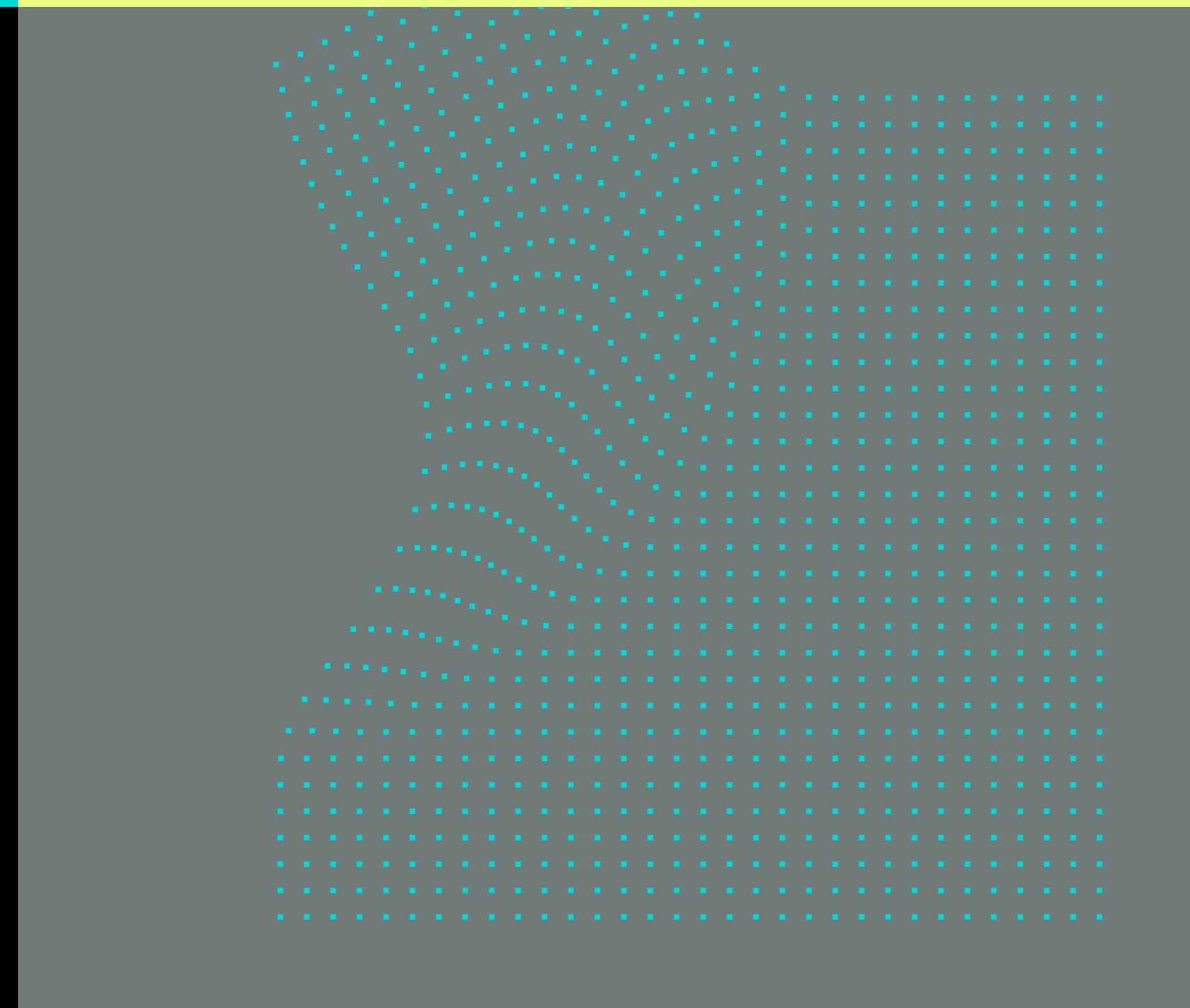
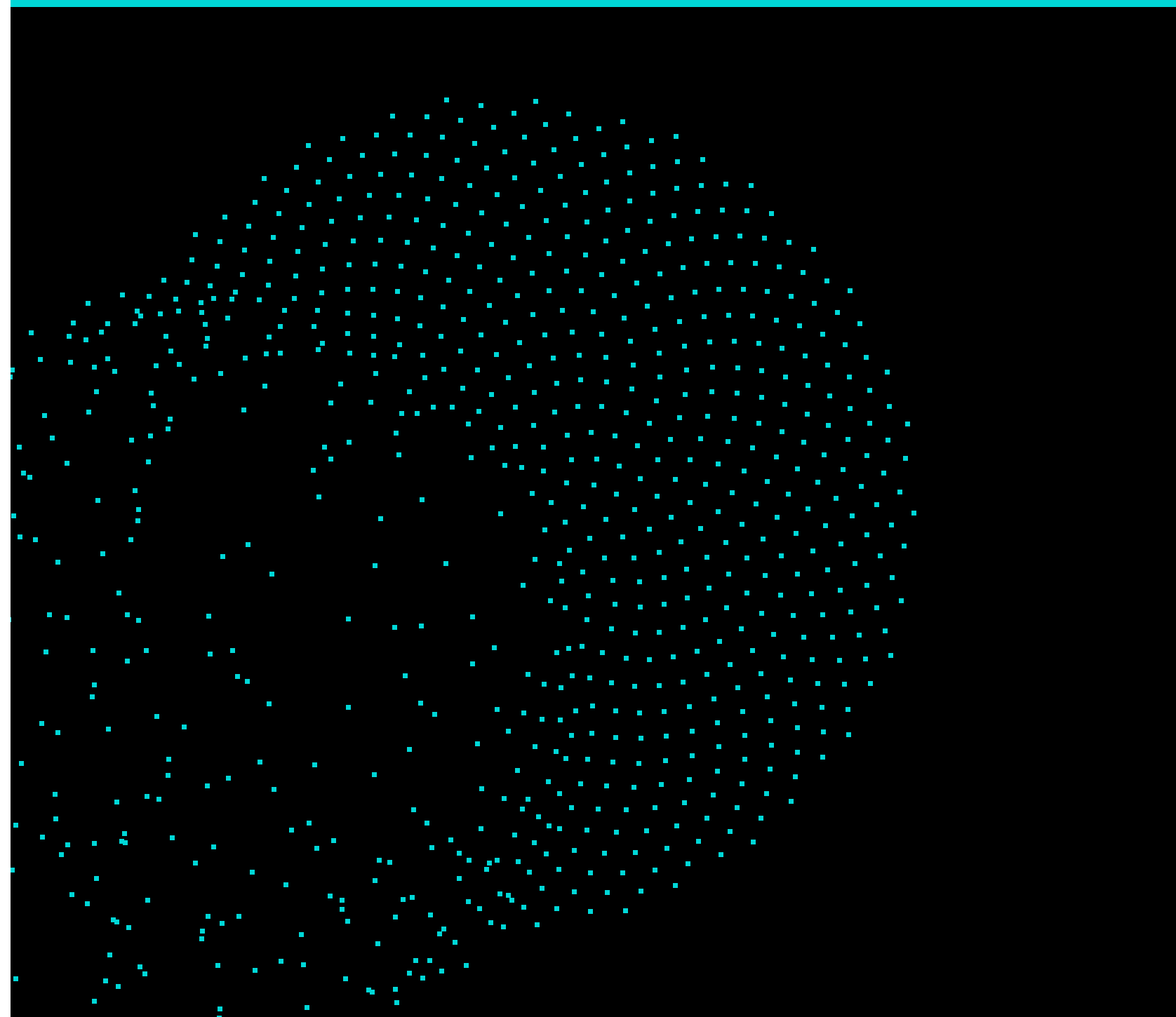
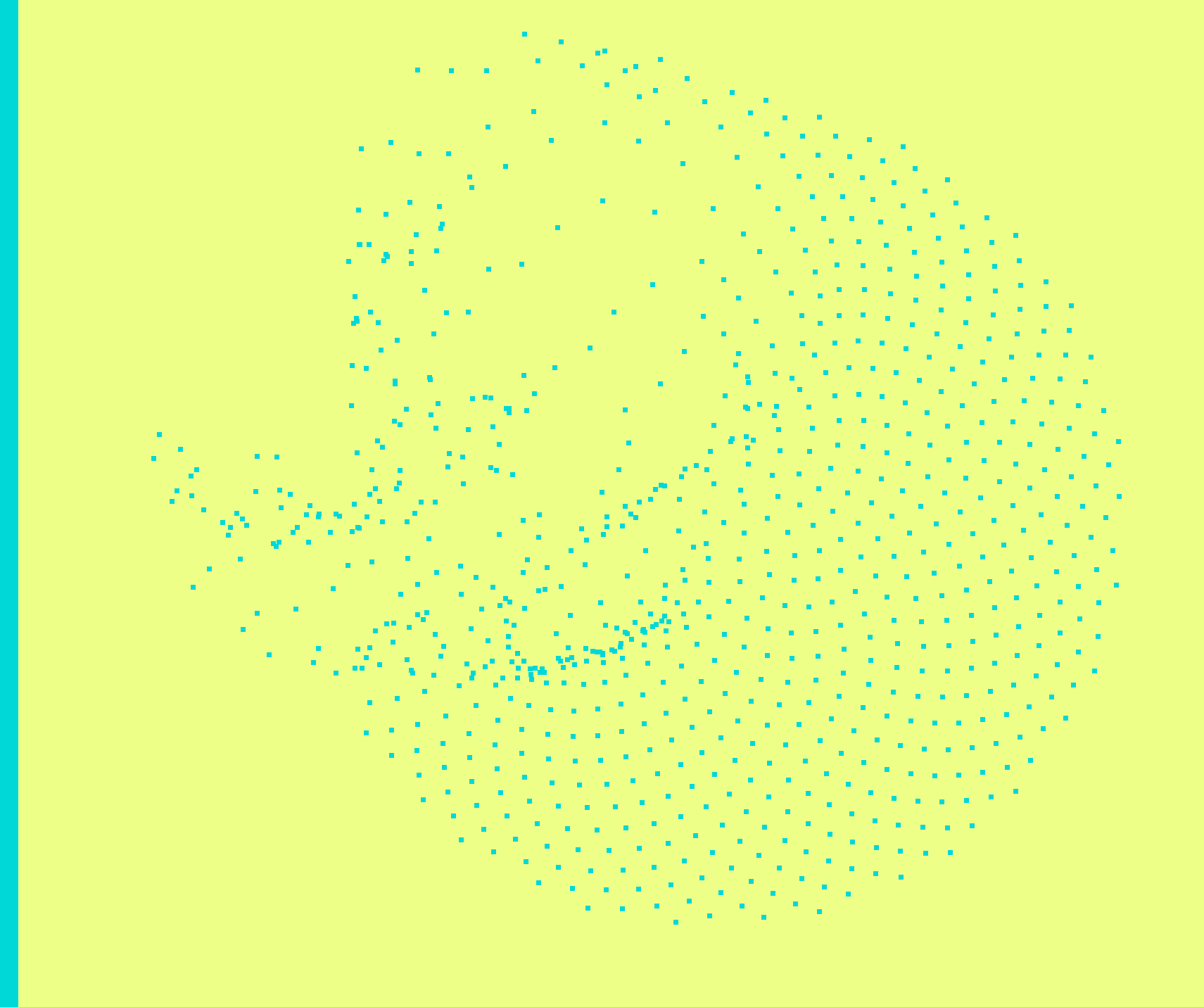
Grafismo

DISTORÇÃO

Podemos escolher entre diferentes tipos de distorção. Cada um possui um comportamento visual único.

Além do tipo, é possível definir a sua posição, tamanho e intensidade.

O efeito deve ser aplicado nas laterais, de forma que parte da base original seja visivelmente mantida.

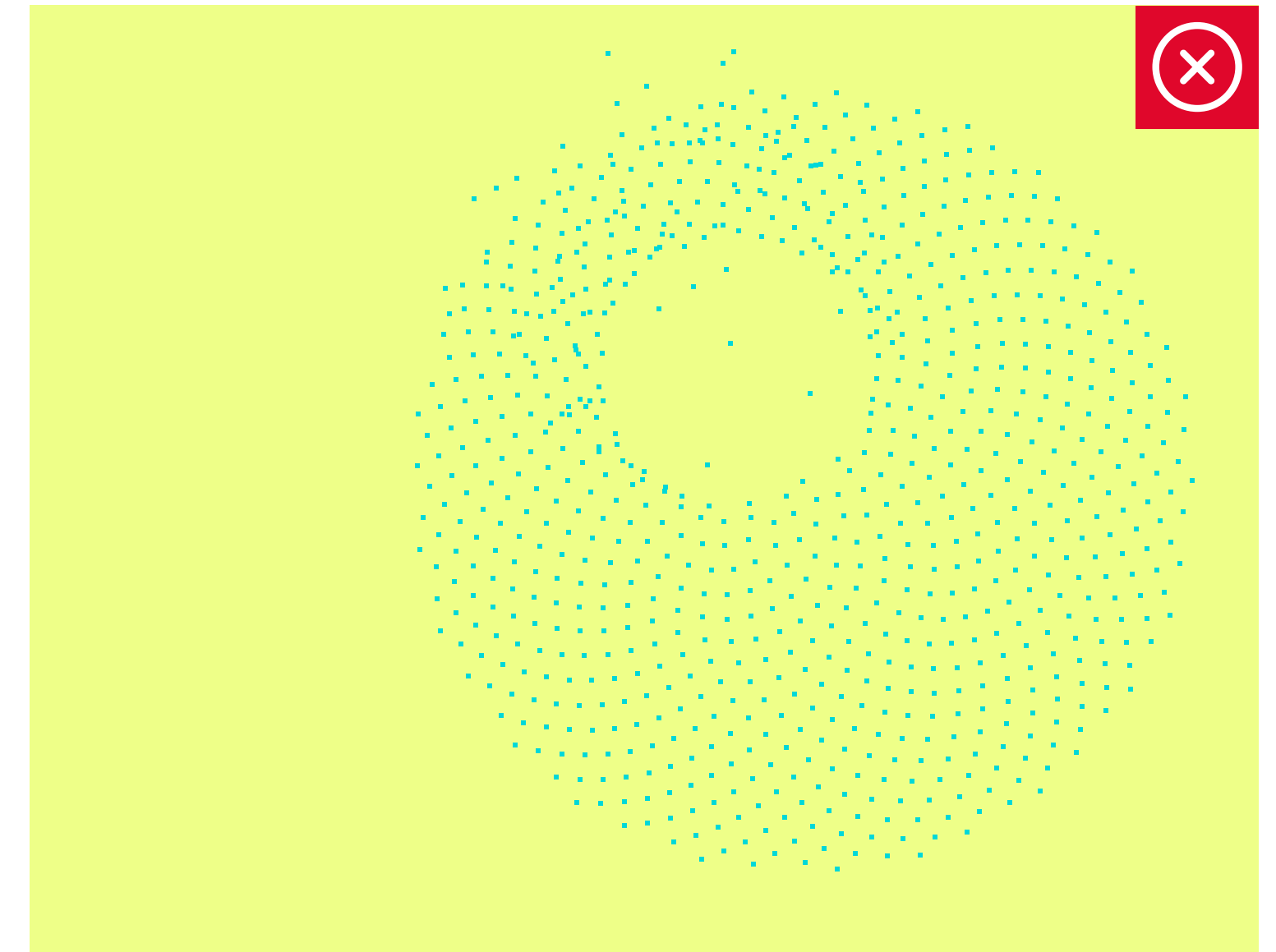


Grafismo

01



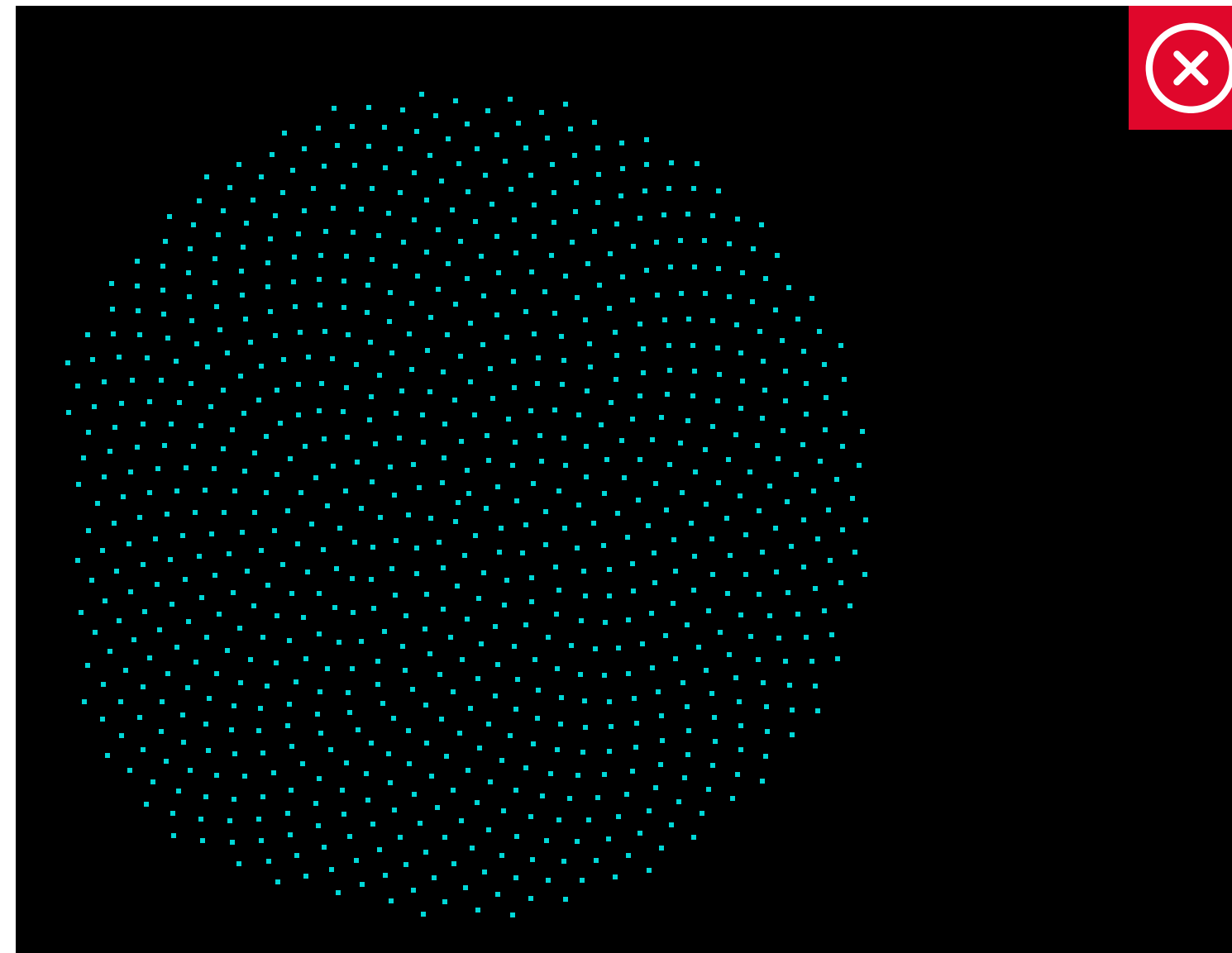
02



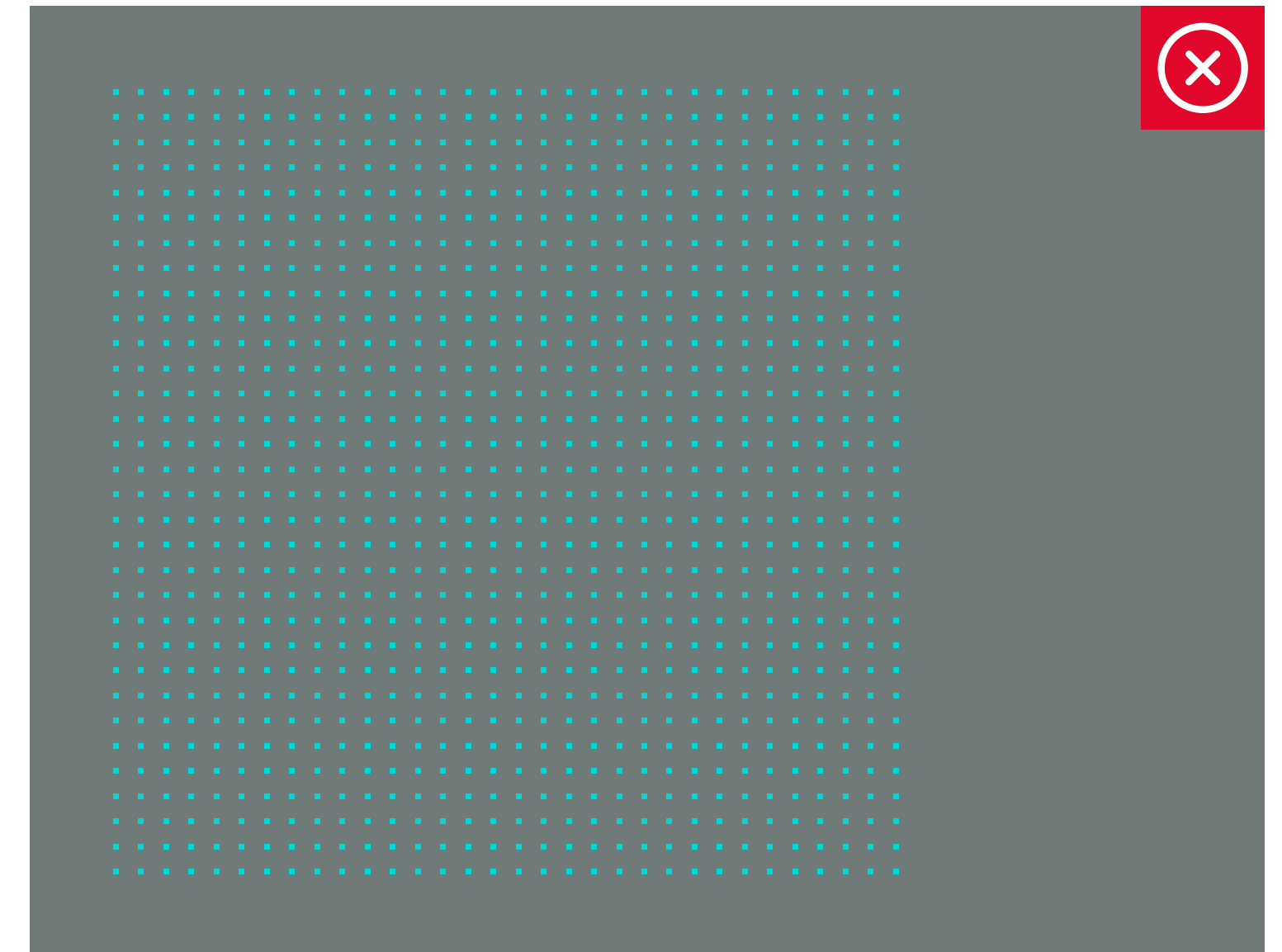
CUIDADOS NA DISTORÇÃO

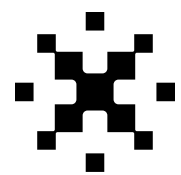
- 01 Não aplique a distorção na totalidade da forma.
- 02 Não aplique a distorção apenas na parte interna.
- 03 Não aplique o efeito de forma que seja quase imperceptível.
- 04 Não utilize o grafismo sem aplicar a distorção.

03



04





APLICAÇÃO EM PEÇAS

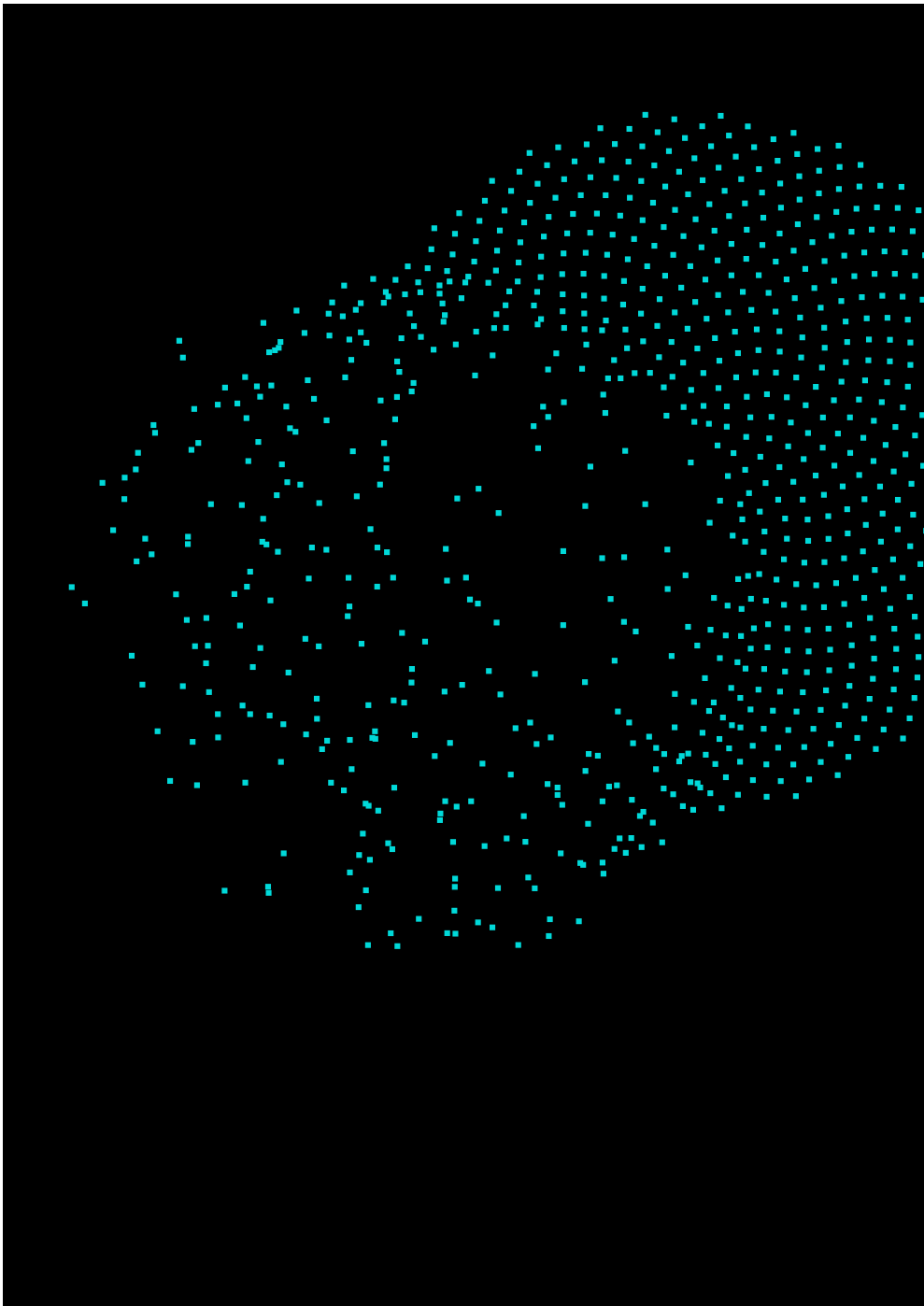
Os grafismos podem ser aplicados de duas formas em peças:

- Editorial
- Livre



EDITORIAL

Os grafismos são posicionados na margem. As partes que sofreram o efeito de distorção podem sangrar.



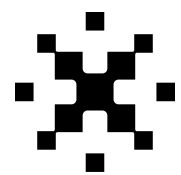
LIVRE

Os grafismos podem ser posicionados de forma livre na peça, contanto que ainda seja reconhecível a forma original sem distorção.



CUIDADO

Não aplique mais de um grafismo por peça.



INTERAÇÃO COM TEXTOS



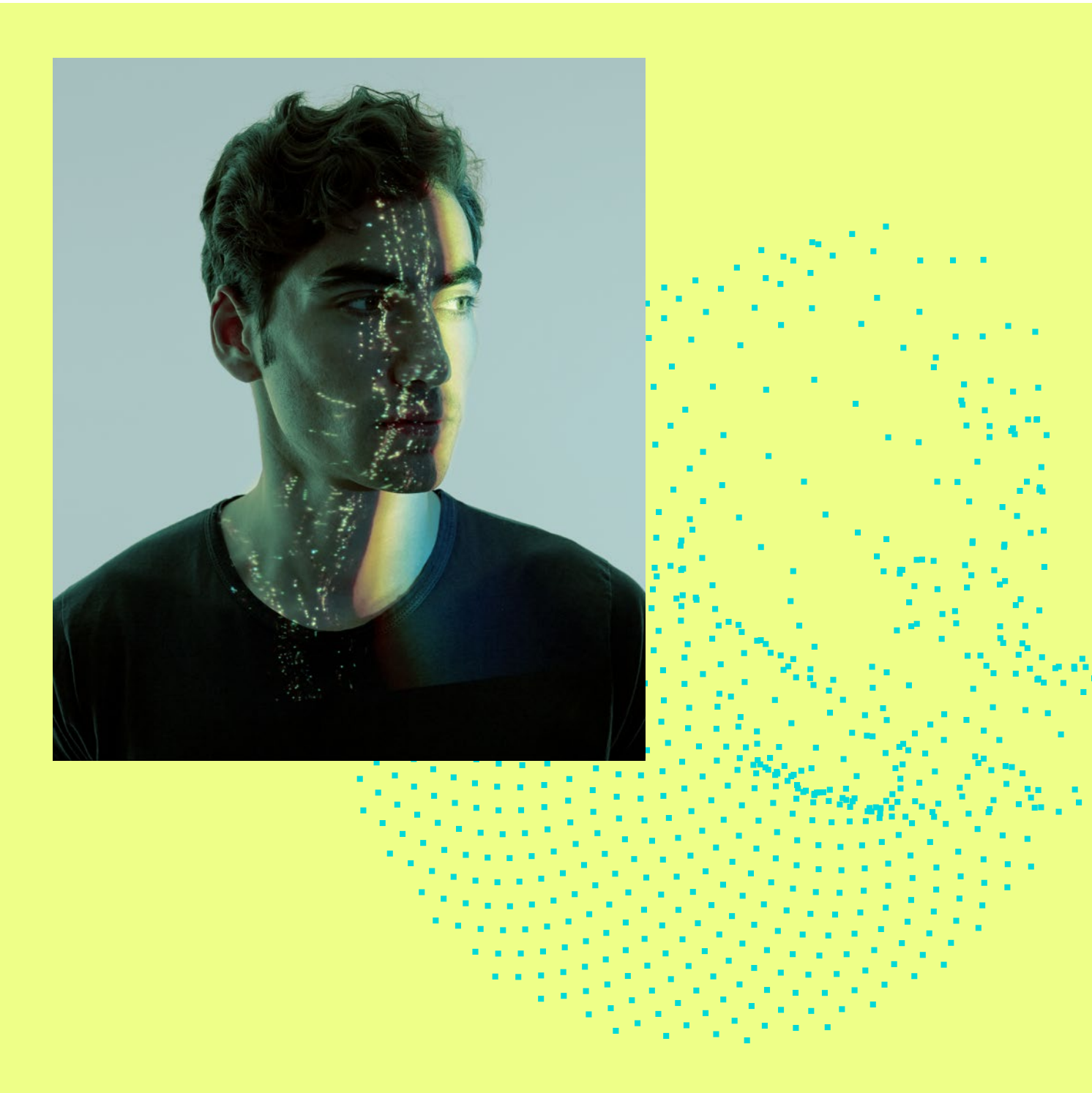
INTERAÇÃO

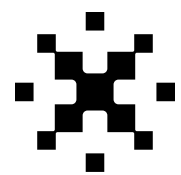
O grafismo pode interagir com textos e fotos, contanto que a legibilidade seja preservada.

Os textos devem estar sempre acima do grafismo. Dê preferência aos espaços em que a textura sofreu a distorção para a interação.

Em fotos, o grafismo deve estar sempre abaixo.

INTERAÇÃO COM FOTOS





CUIDADOS NA INTERAÇÃO

- 01 Tome cuidado para que o grafismo não prejudique a legibilidade de textos.
- 02 O grafismo não deve ser aplicado em cima de fotos.

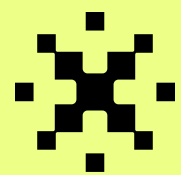
01



02



Composição de peças



MÓDULO
MARGEM
GRID
APLICAÇÃO DOS ELEMENTOS
COMPOSIÇÃO FINAL



Módulo

Para uma maior consistência na composição de peças da Dock, devemos sempre construí-las a partir do módulo.

Ele é a base para criar a margem e definir tamanhos e distâncias. O módulo é obtido ao dividir a maior lateral da peça em 40 partes iguais.

01 MÓDULO

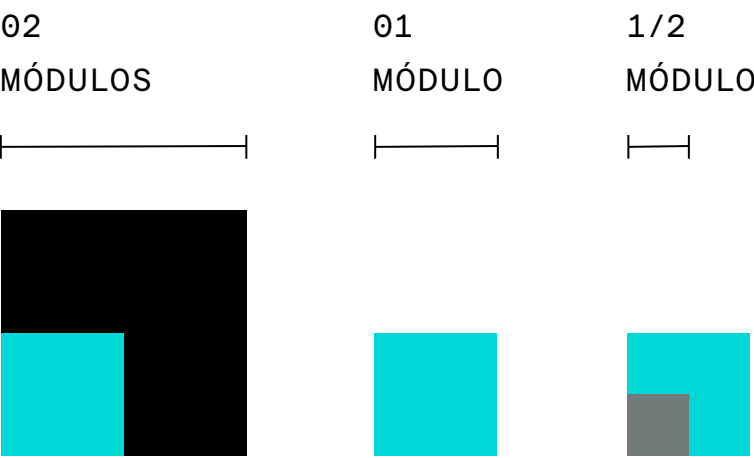


01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40

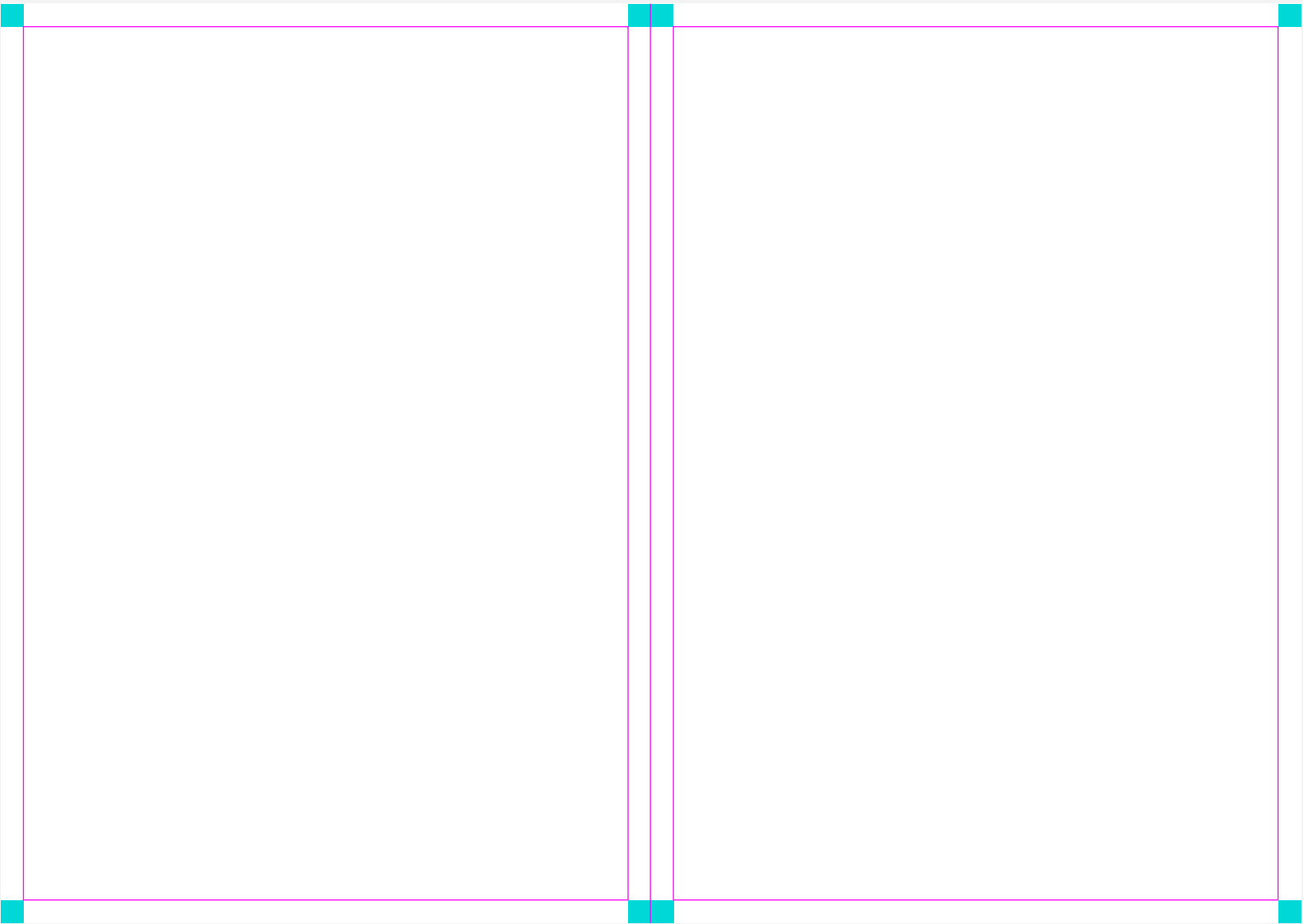
Margem

Use 1 módulo para definir a margem da peça gráfica.

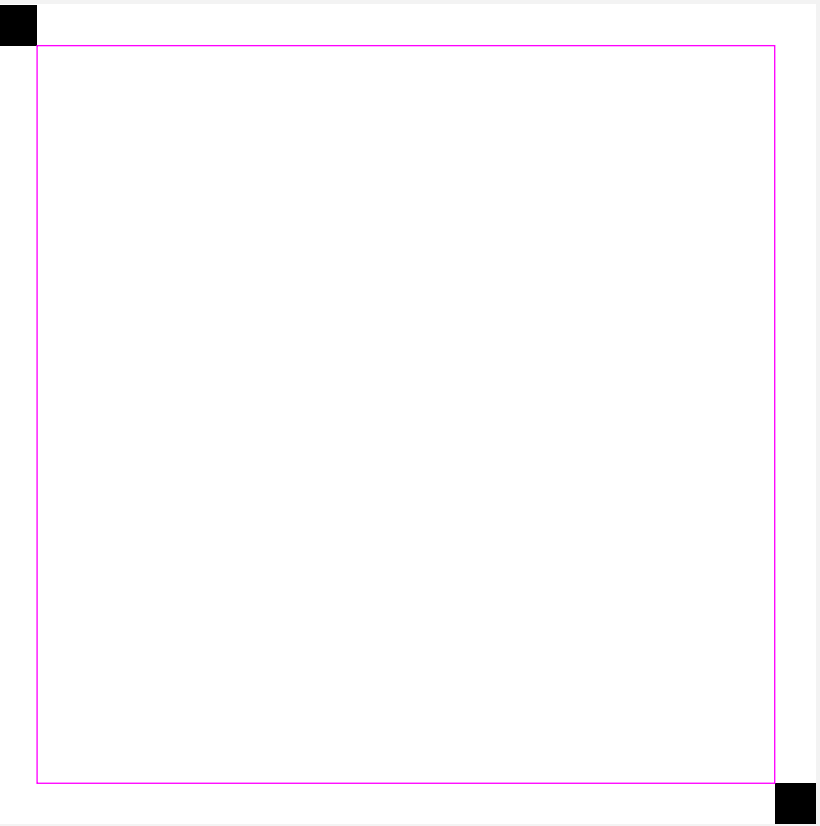
Em casos de layouts em que a margem fique muito apertada, pode-se utilizar 2 módulos como medida para dar mais respiro ao conteúdo.



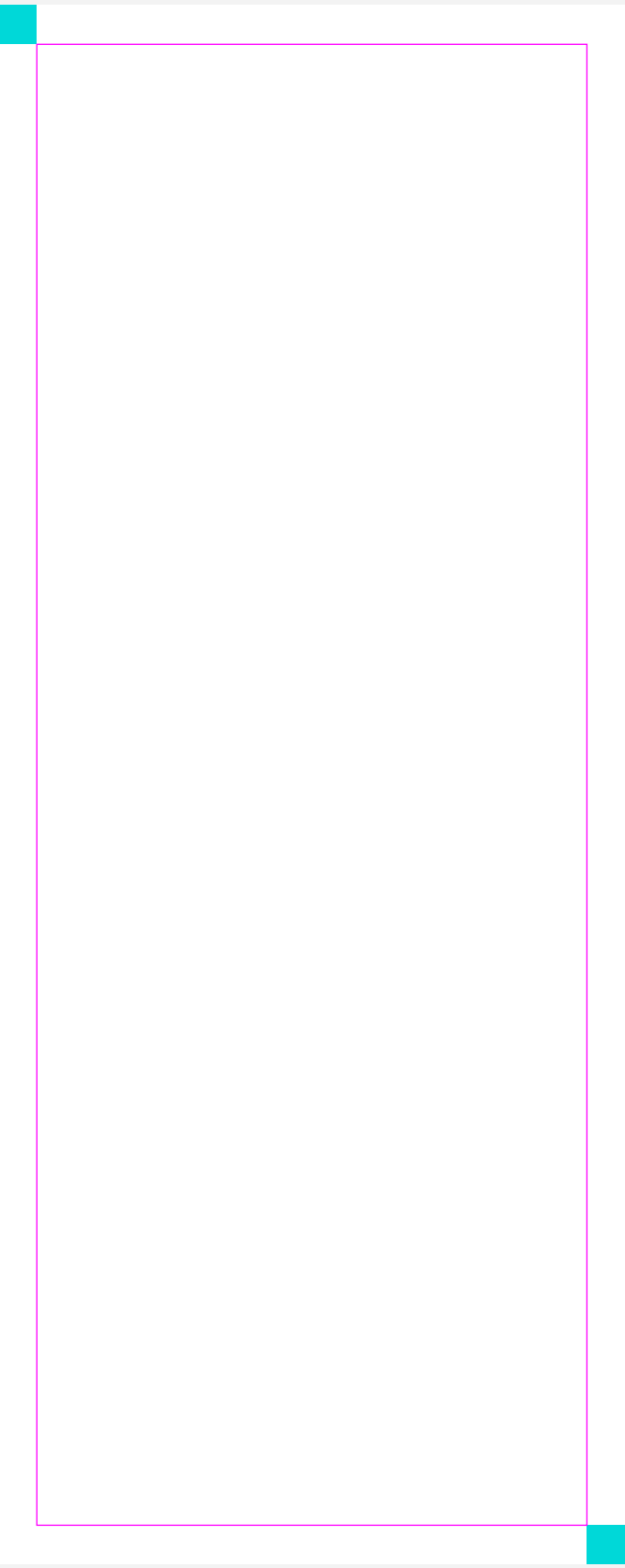
PÁGINA DUPLA



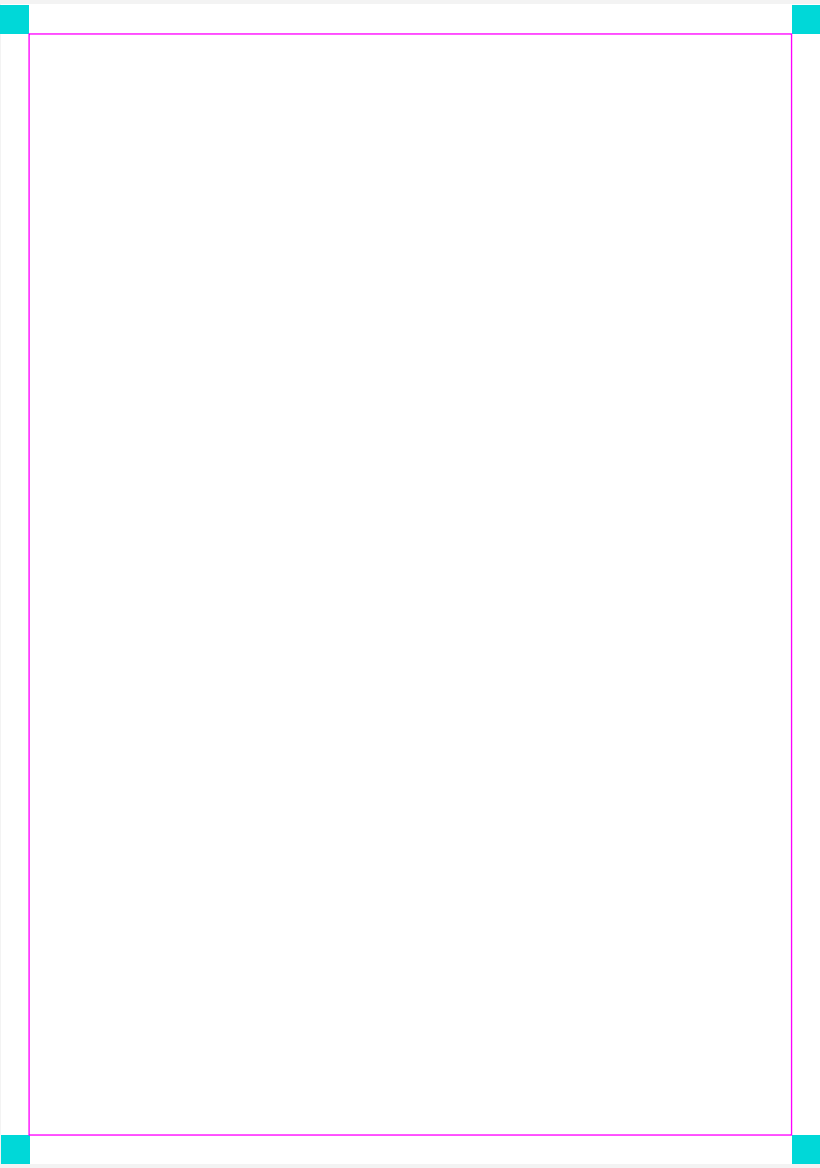
POST REDES SOCIAIS



EXTREMO VERTICAL



POSTER



MUB



EXTREMO HORIZONTAL

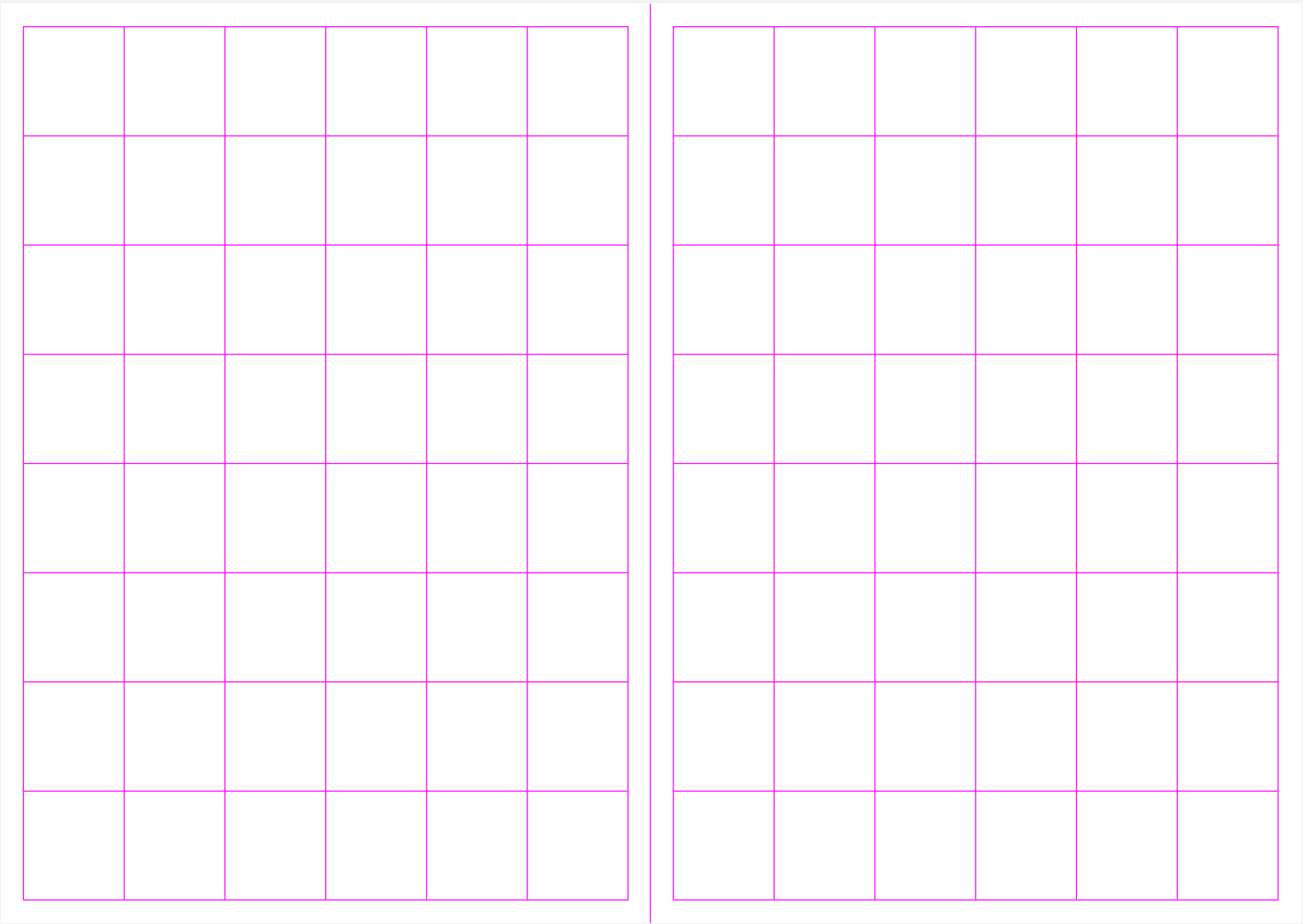


Grid

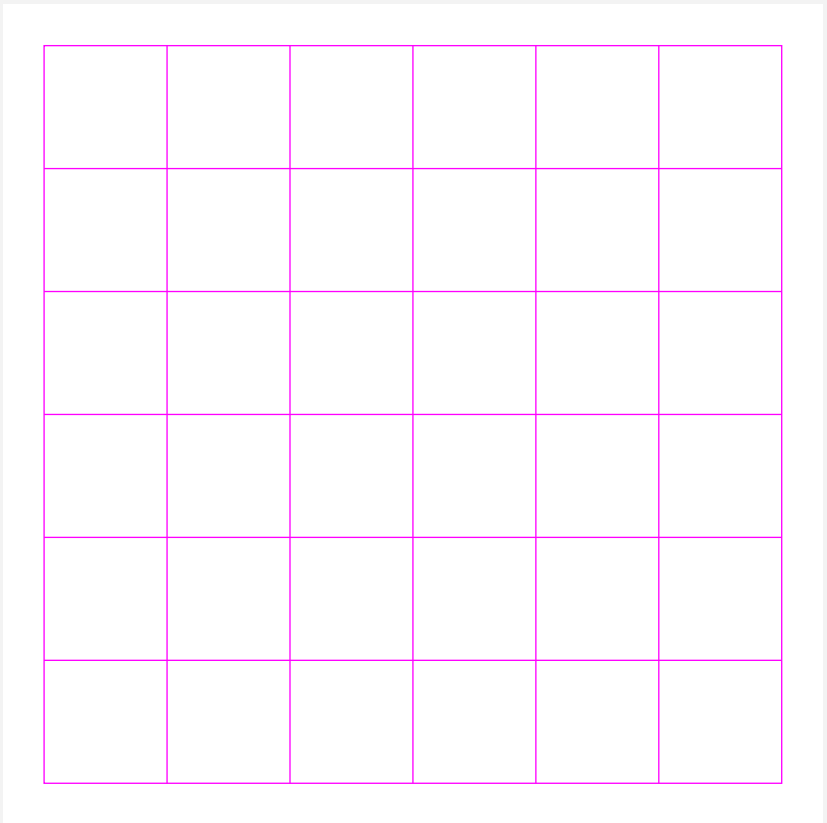
Para definir o grid, divida a peça em linhas e colunas. O número de linhas e colunas pode variar de acordo com o formato, tamanho e conteúdo da peça gráfica.

As áreas resultantes do grid devem ser próximas a um quadrado.

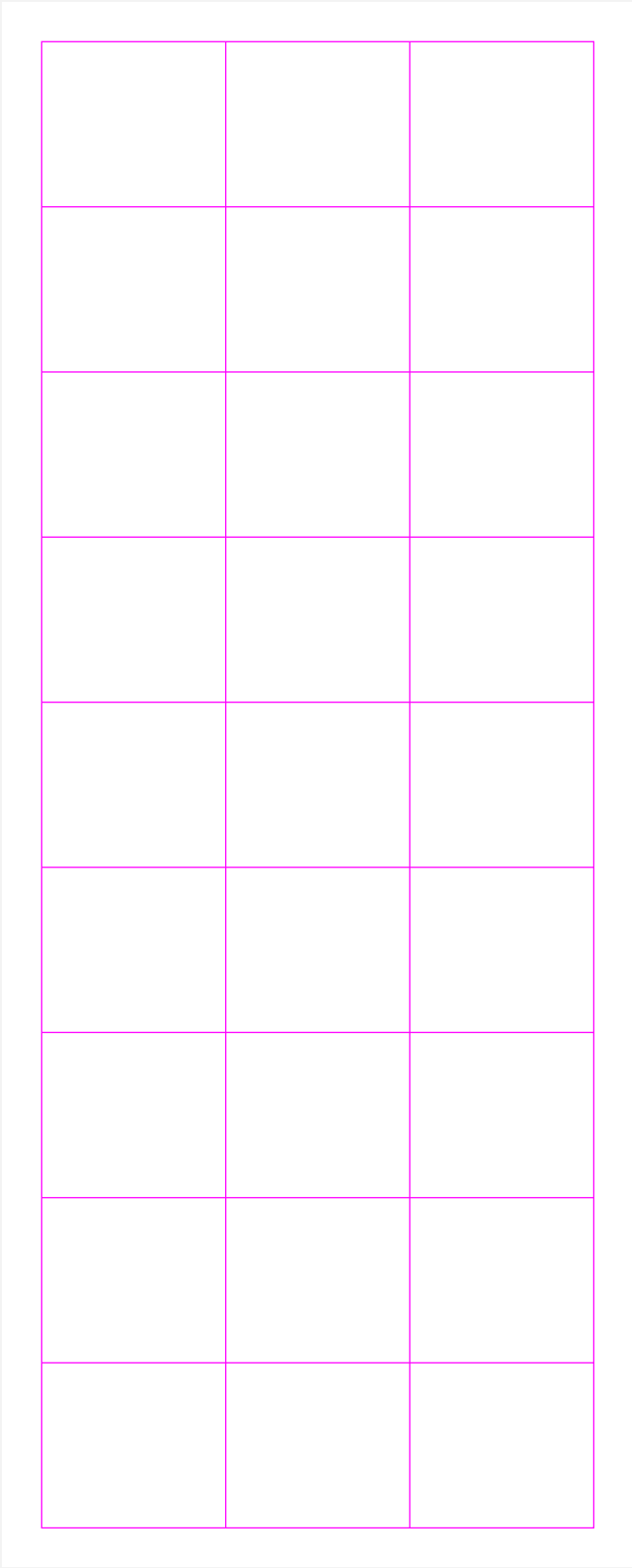
PÁGINA DUPLA



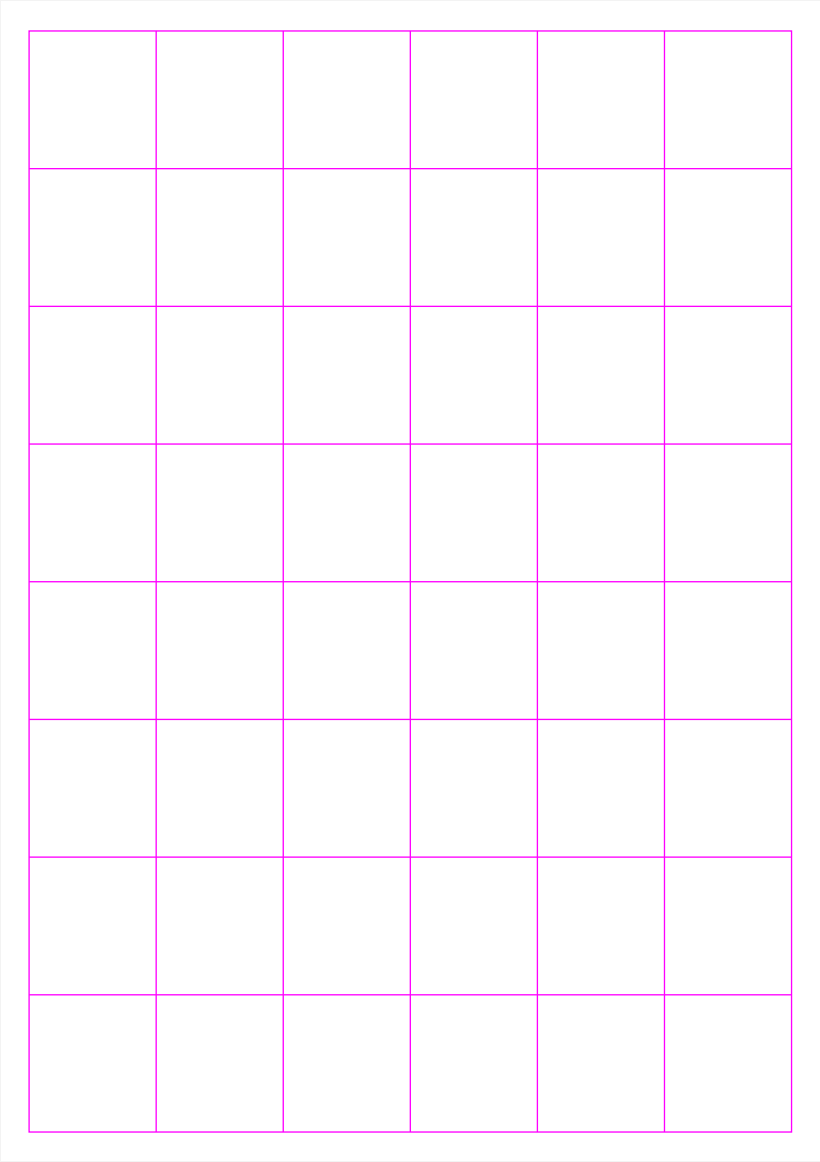
POST REDES SOCIAIS



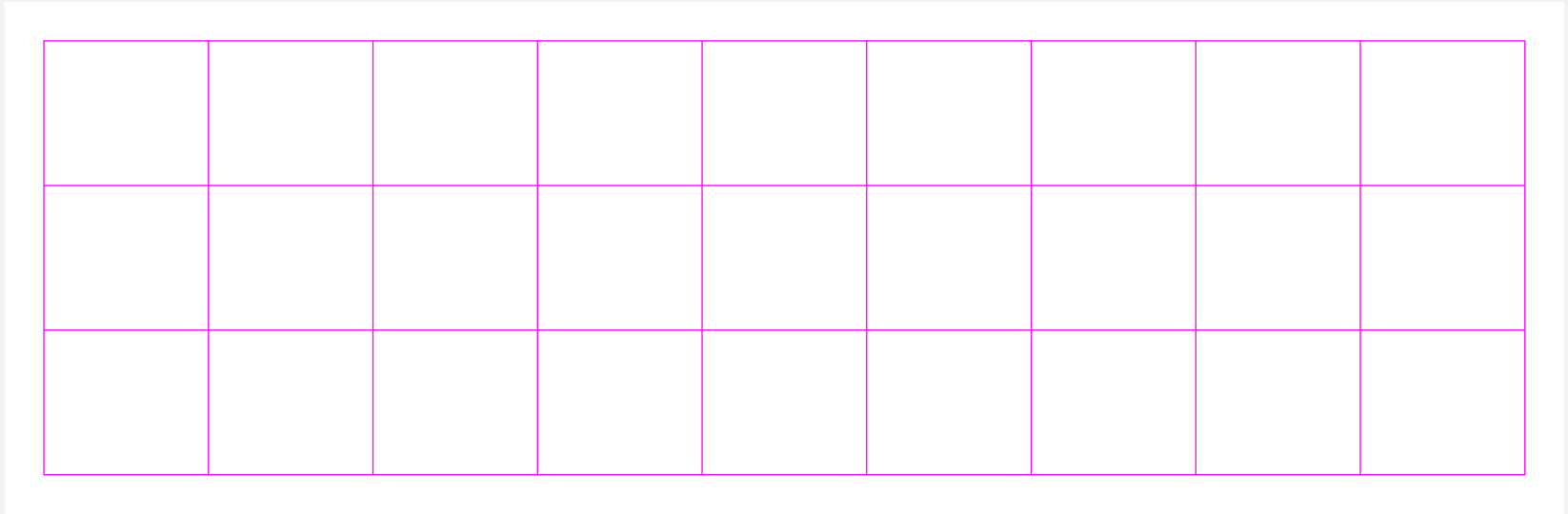
EXTREMO VERTICAL



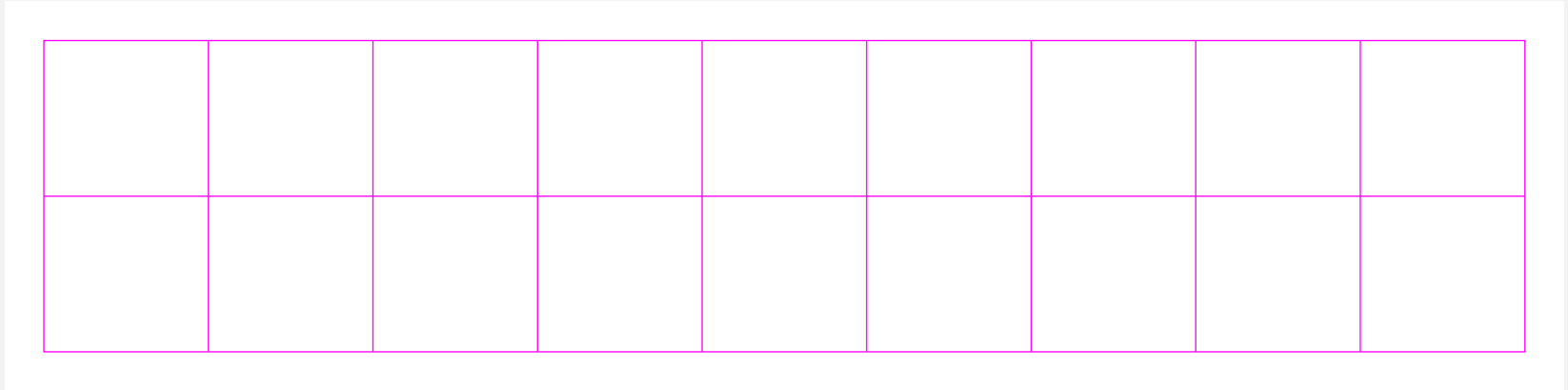
POSTER



MUB



EXTREMO HORIZONTAL

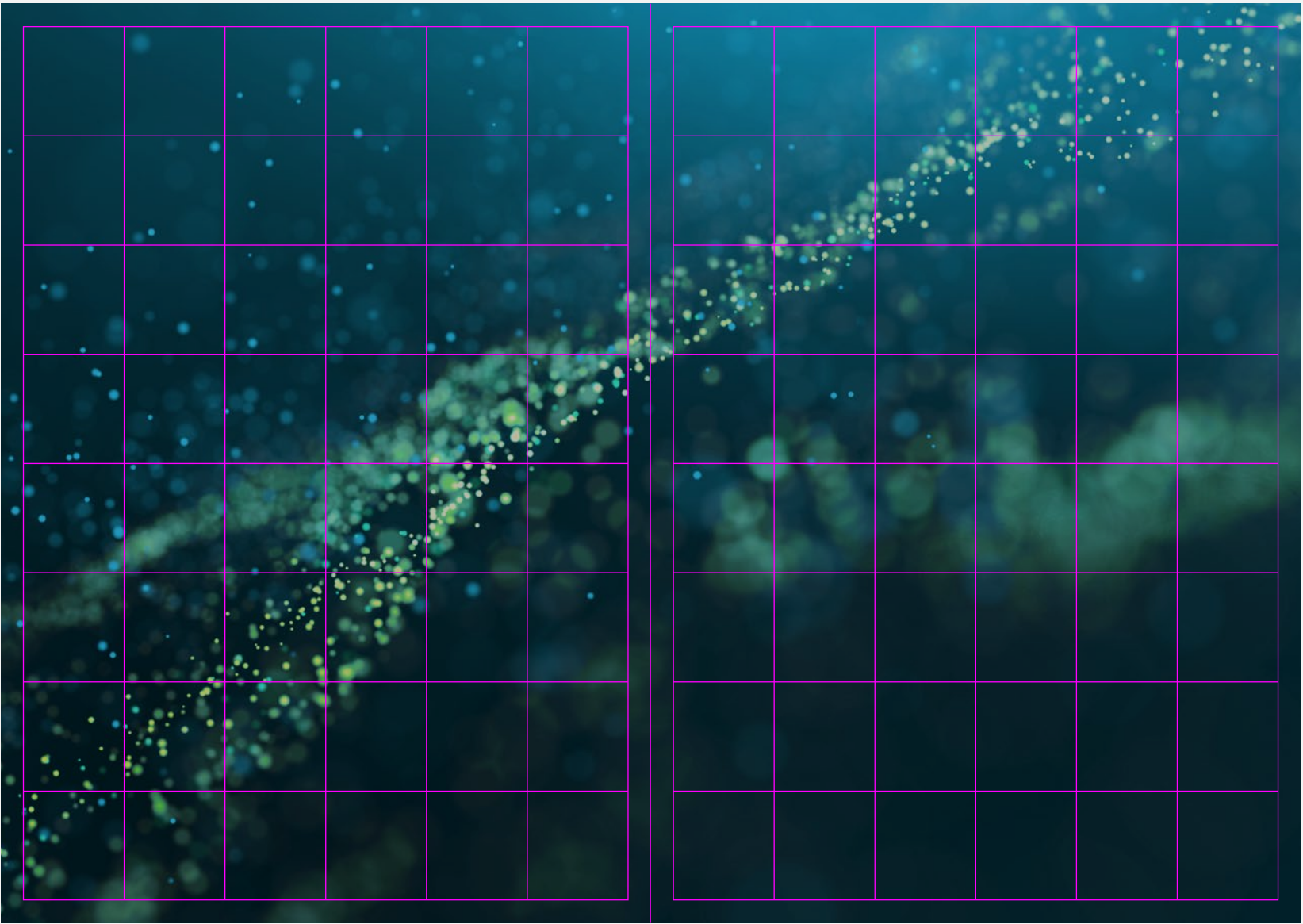


Aplicação dos elementos

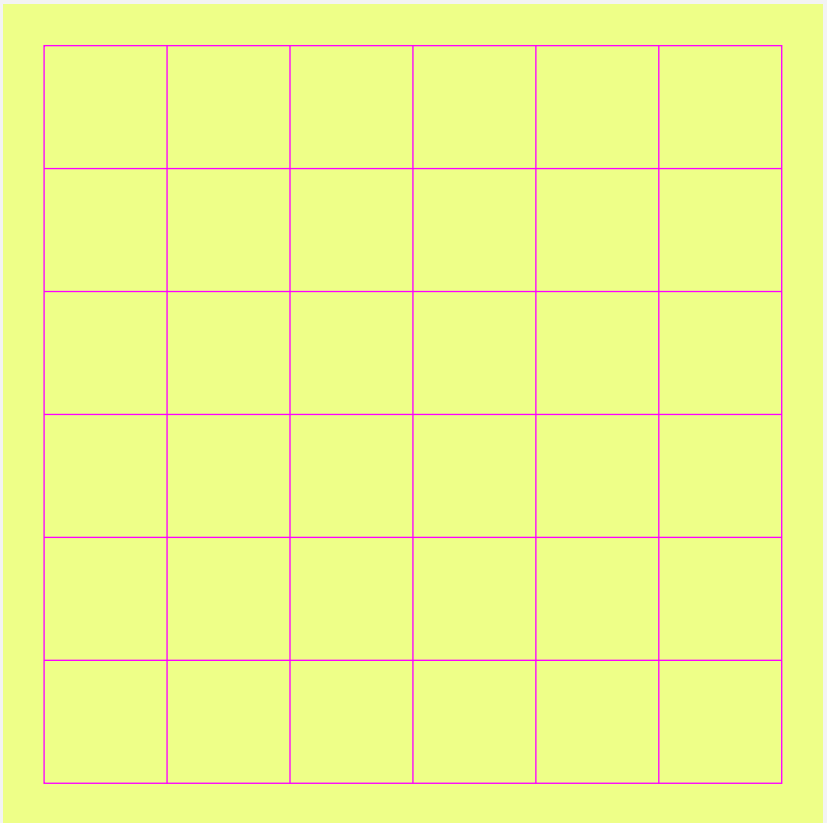
FUNDOS

O fundo da peça pode receber qualquer cor da paleta institucional da Dock. Outra possibilidade de uso é o fundo fotográfico.

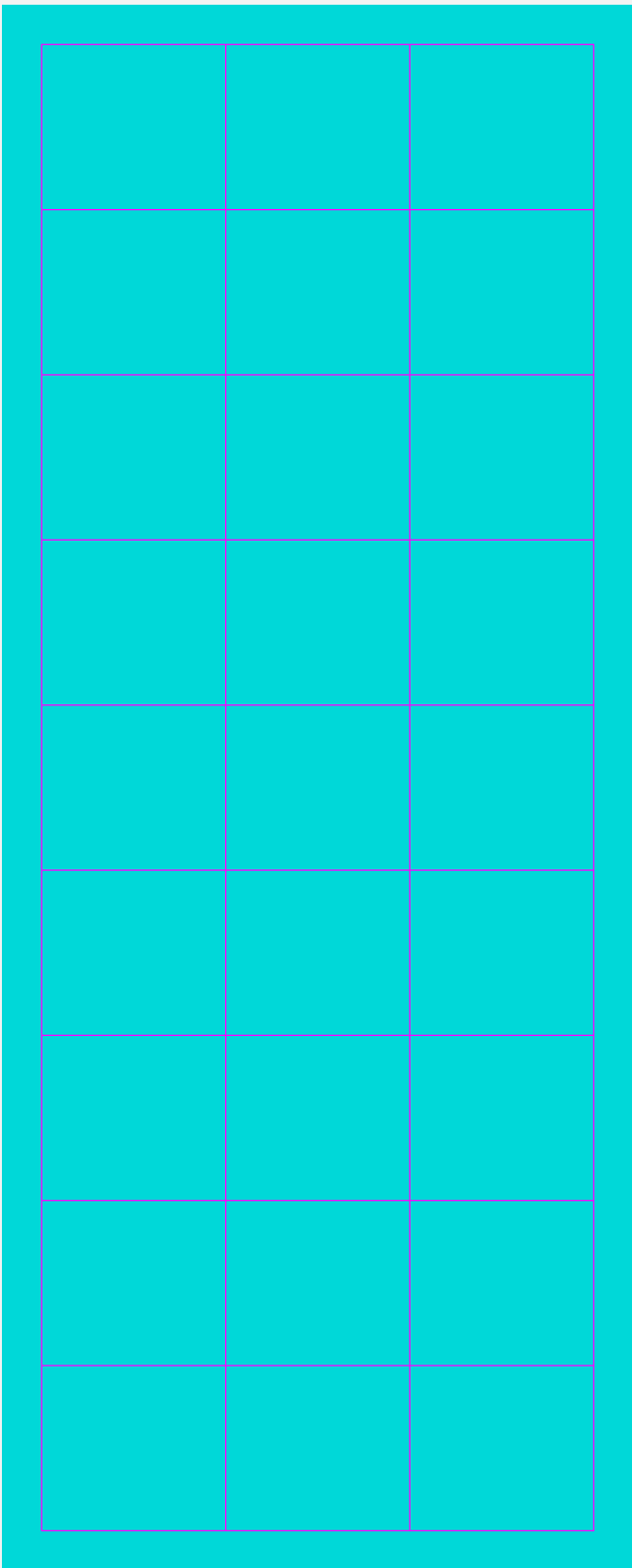
PÁGINA DUPLA



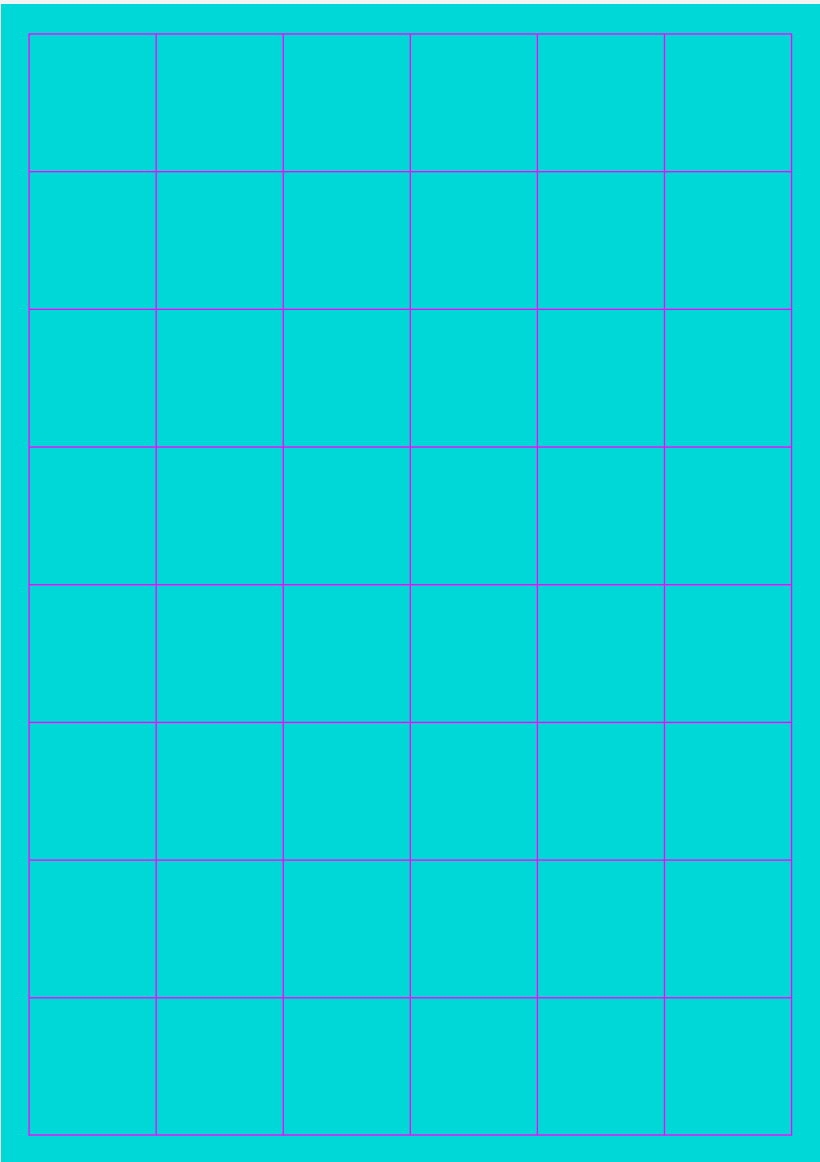
POST REDES SOCIAIS



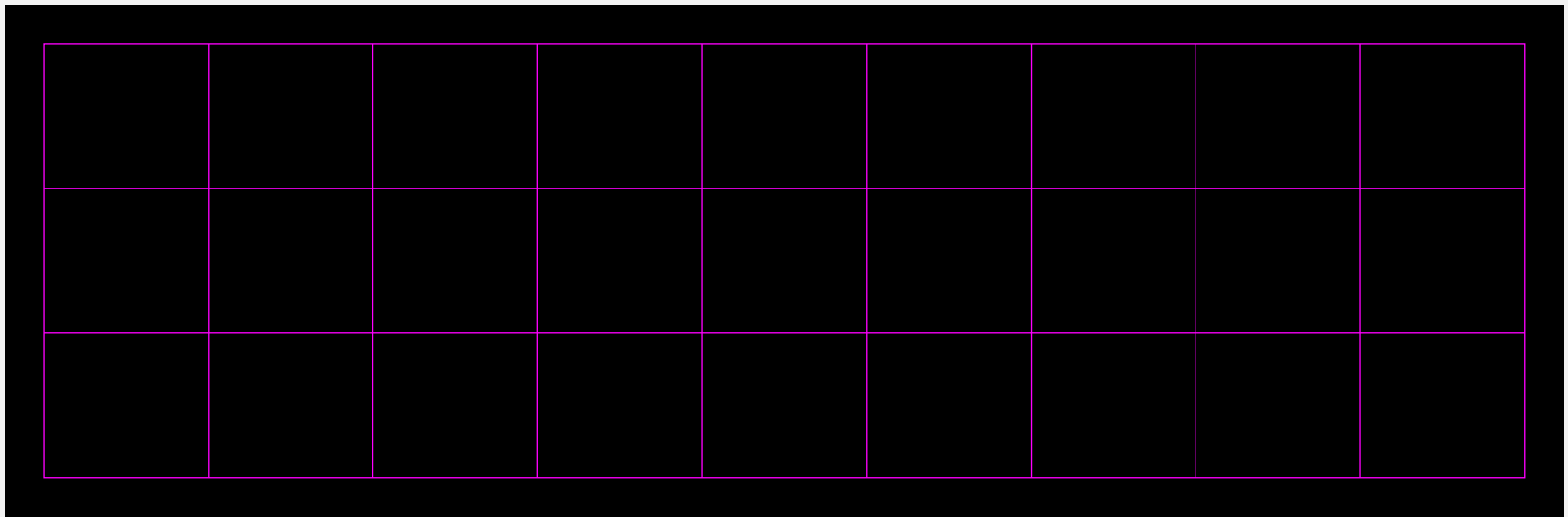
EXTREMO VERTICAL



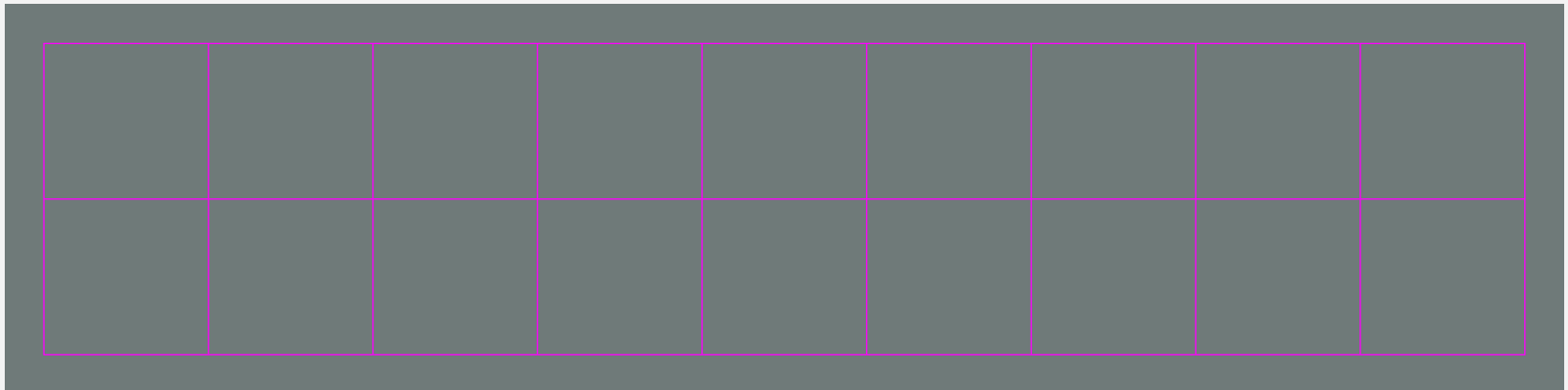
POSTER



MUB



EXTREMO HORIZONTAL



Aplicação dos elementos

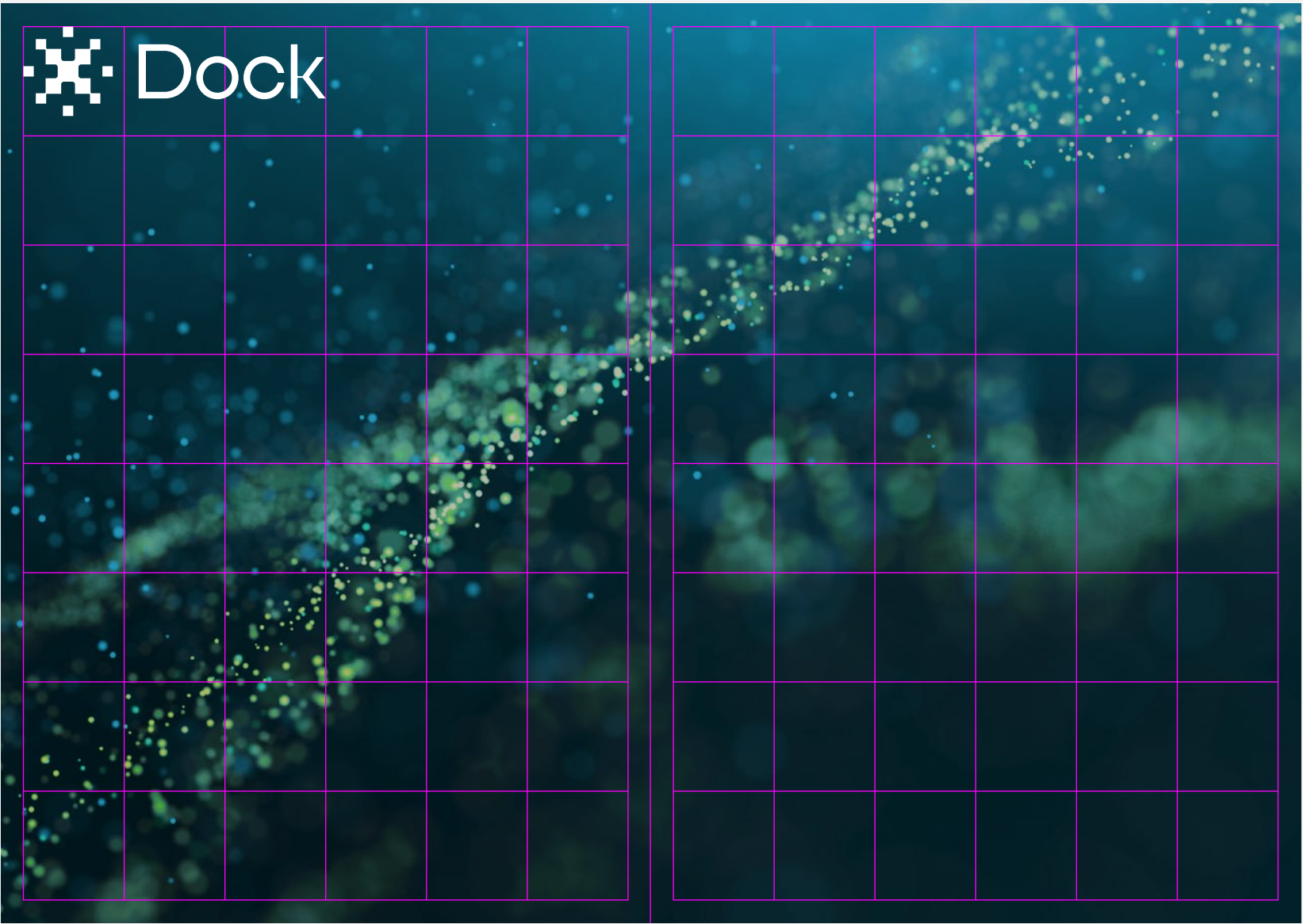
LOGO

O logo deve ser posicionado em um dos cantos da peça, sempre encostado na margem.

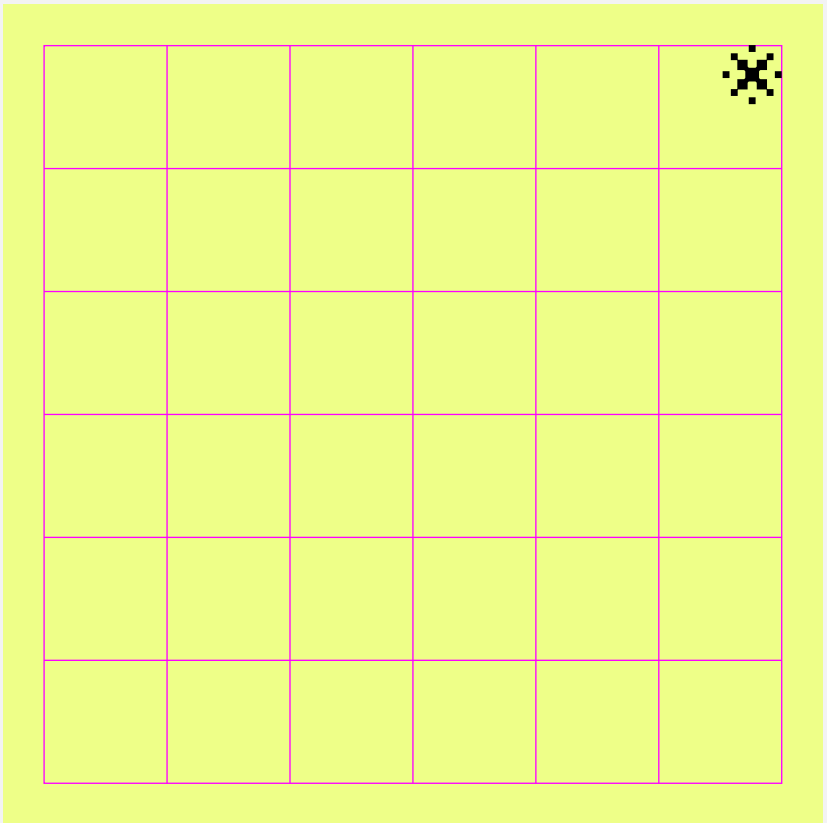
Ao dimensionar, aconselha-se que sua altura esteja entre 1,5 e 2 módulos.

O logo também pode assumir uma postura mais protagonista. Nesse caso, o logo é ajustado de acordo com a colunagem da peça.

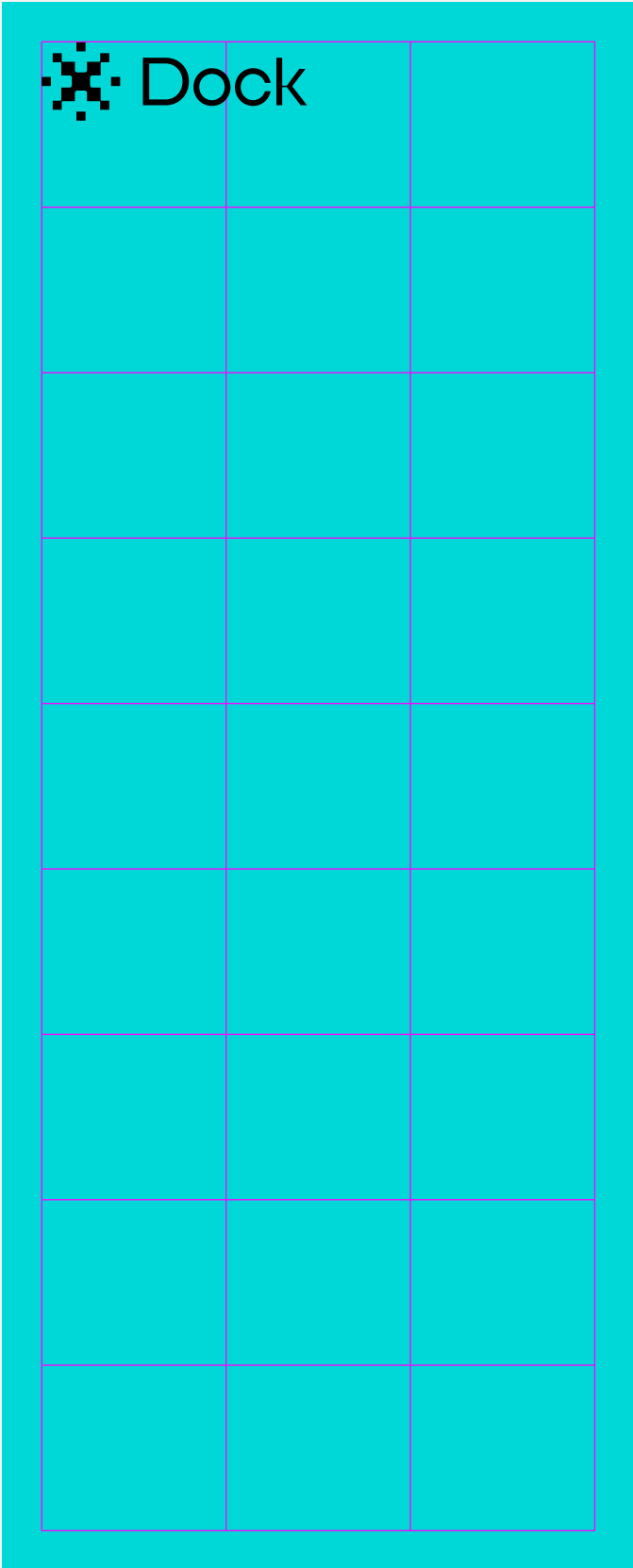
PÁGINA DUPLA



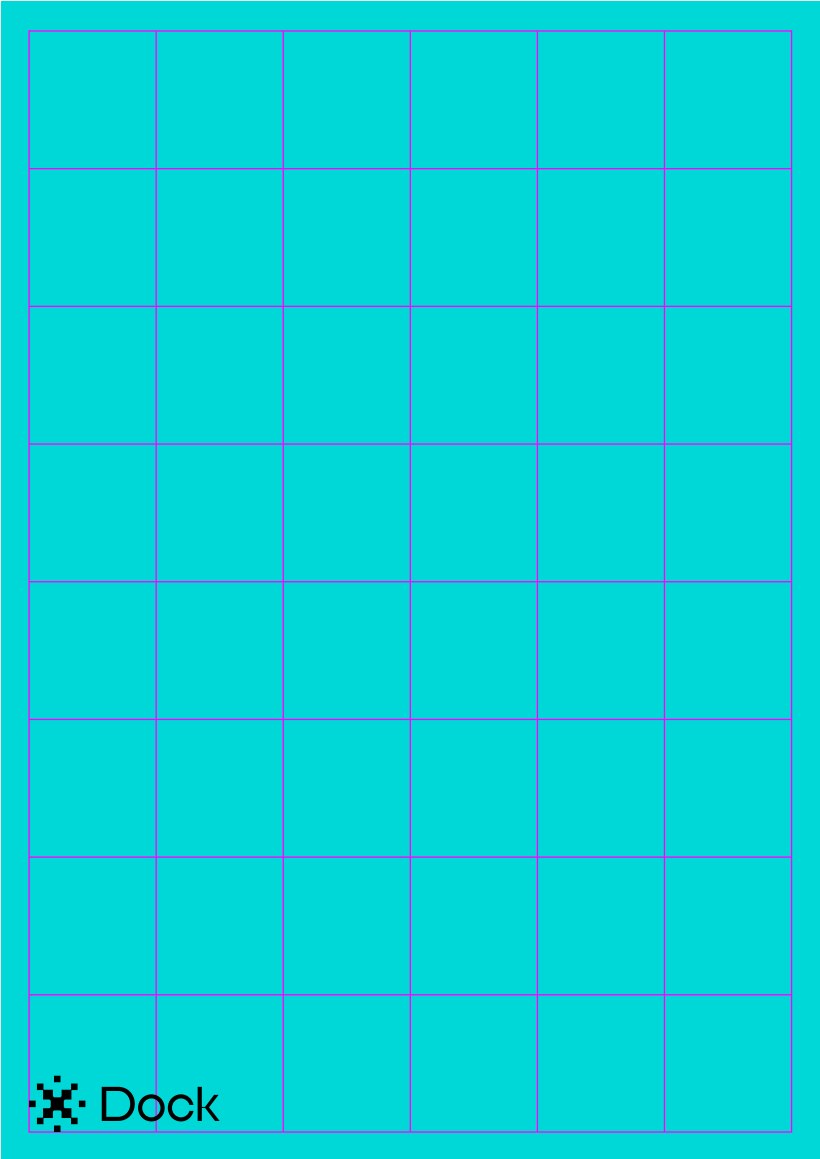
POST REDES SOCIAIS



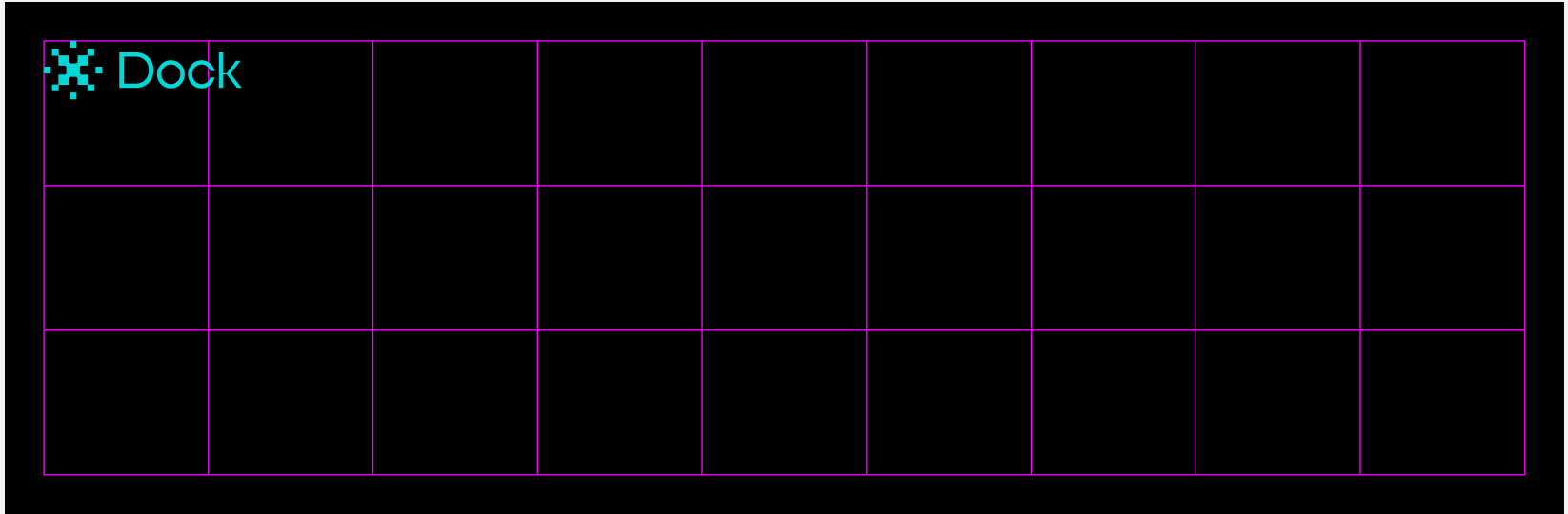
EXTREMO VERTICAL



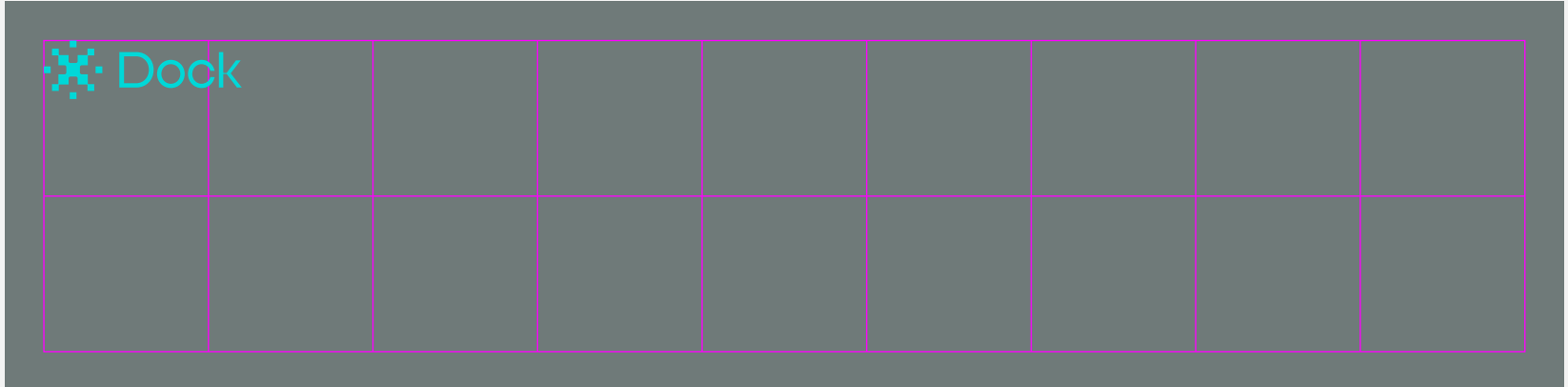
POSTER



MUB



EXTREMO HORIZONTAL

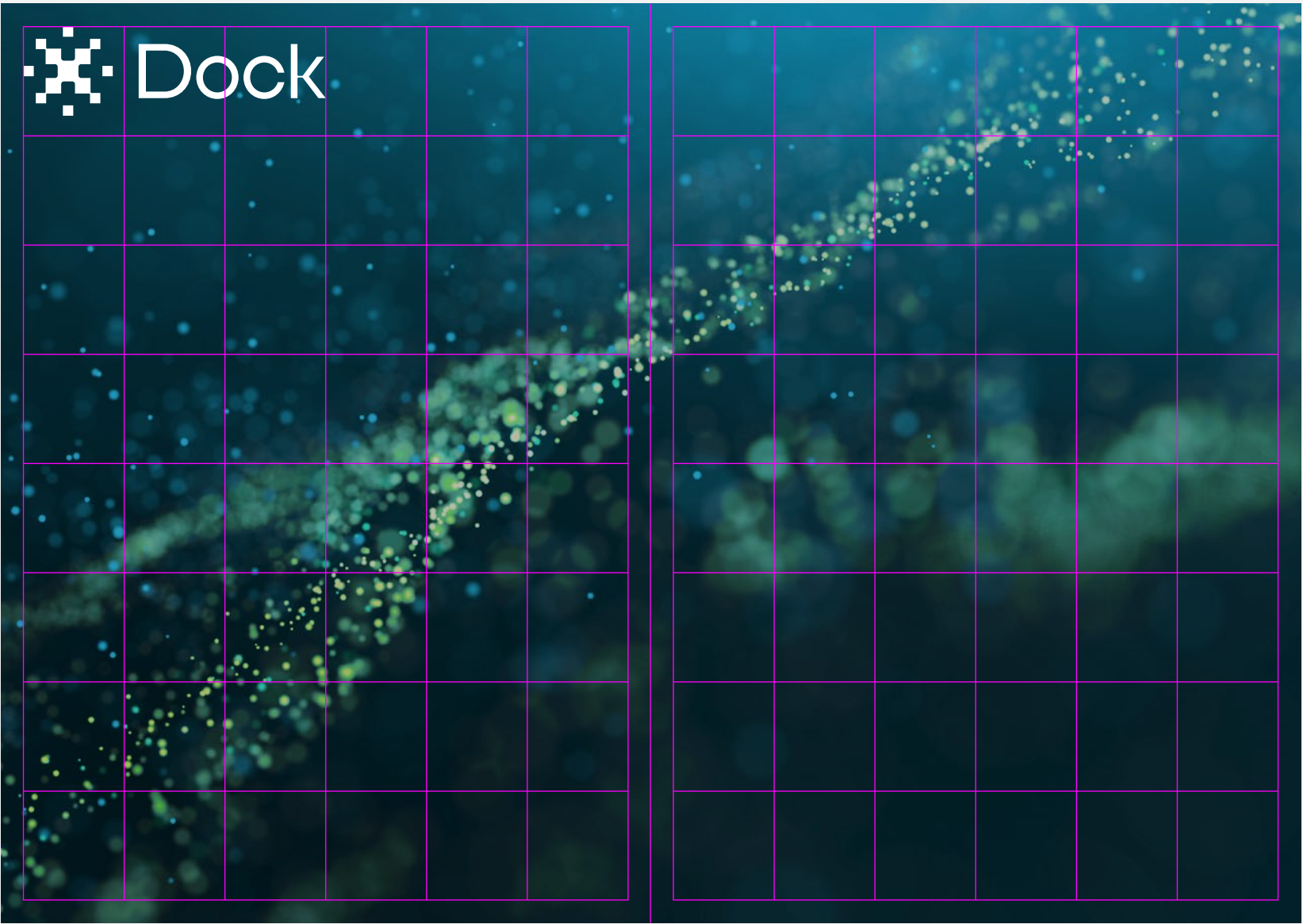


Aplicação dos elementos

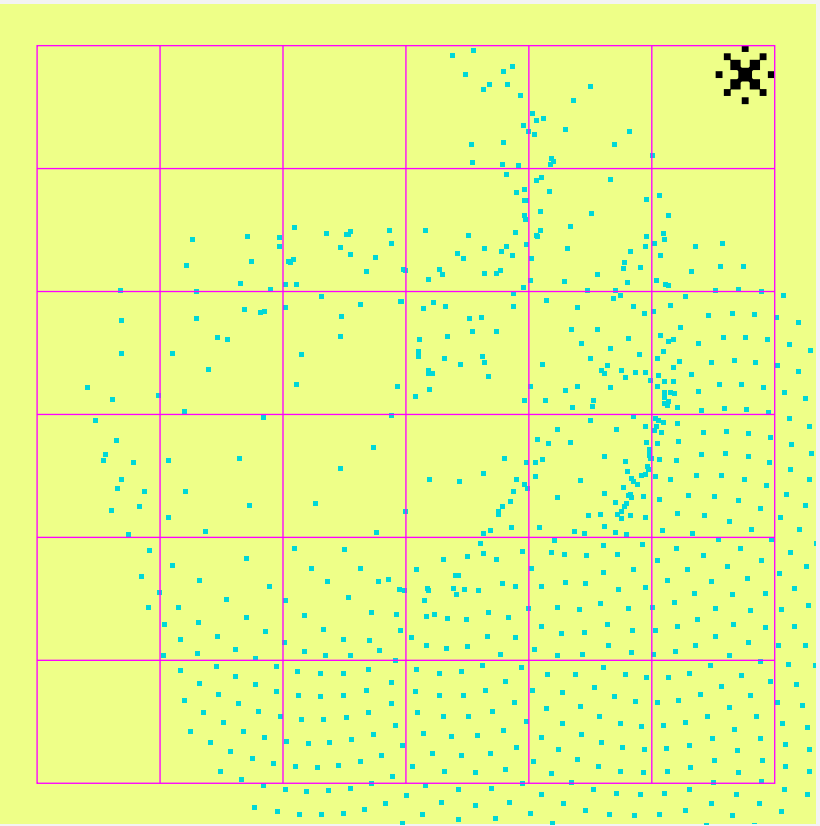
GRAFISMOS E FOTOS

Aplique os grafismos e fotos seguindo as orientações do guia.

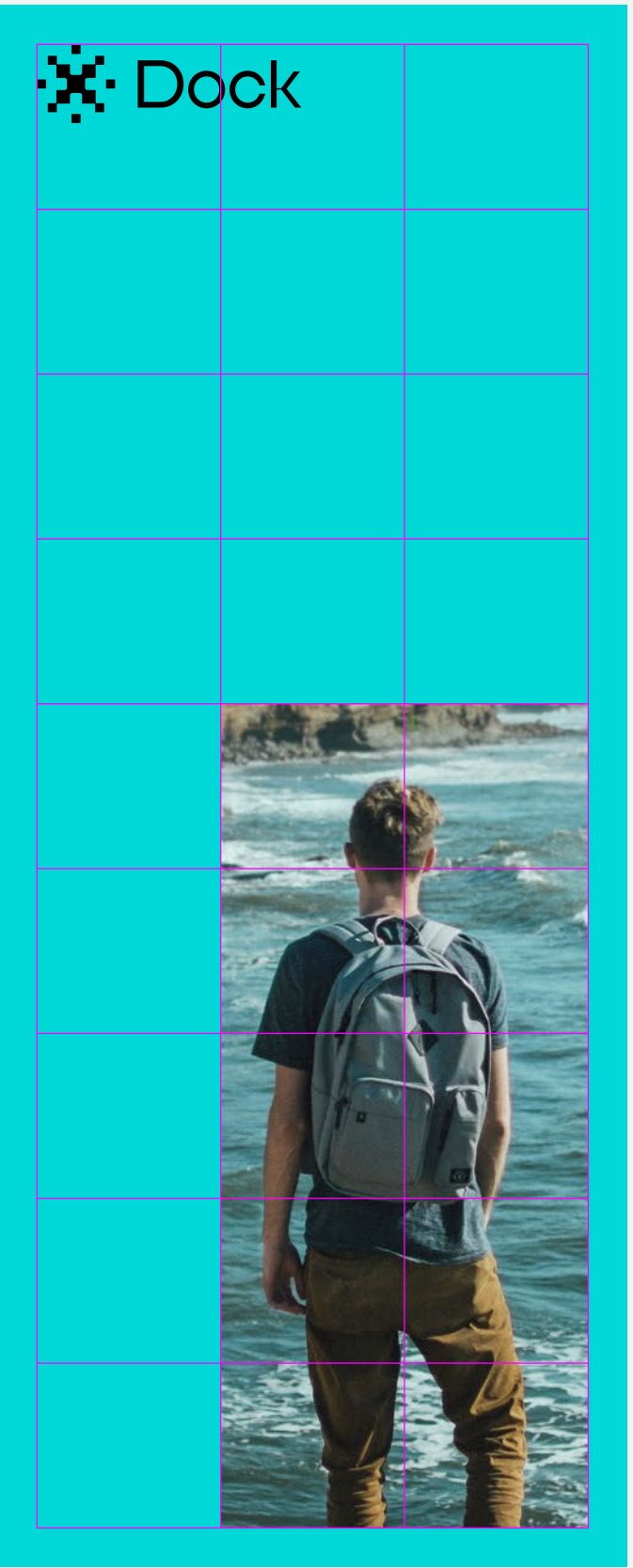
PÁGINA DUPLA



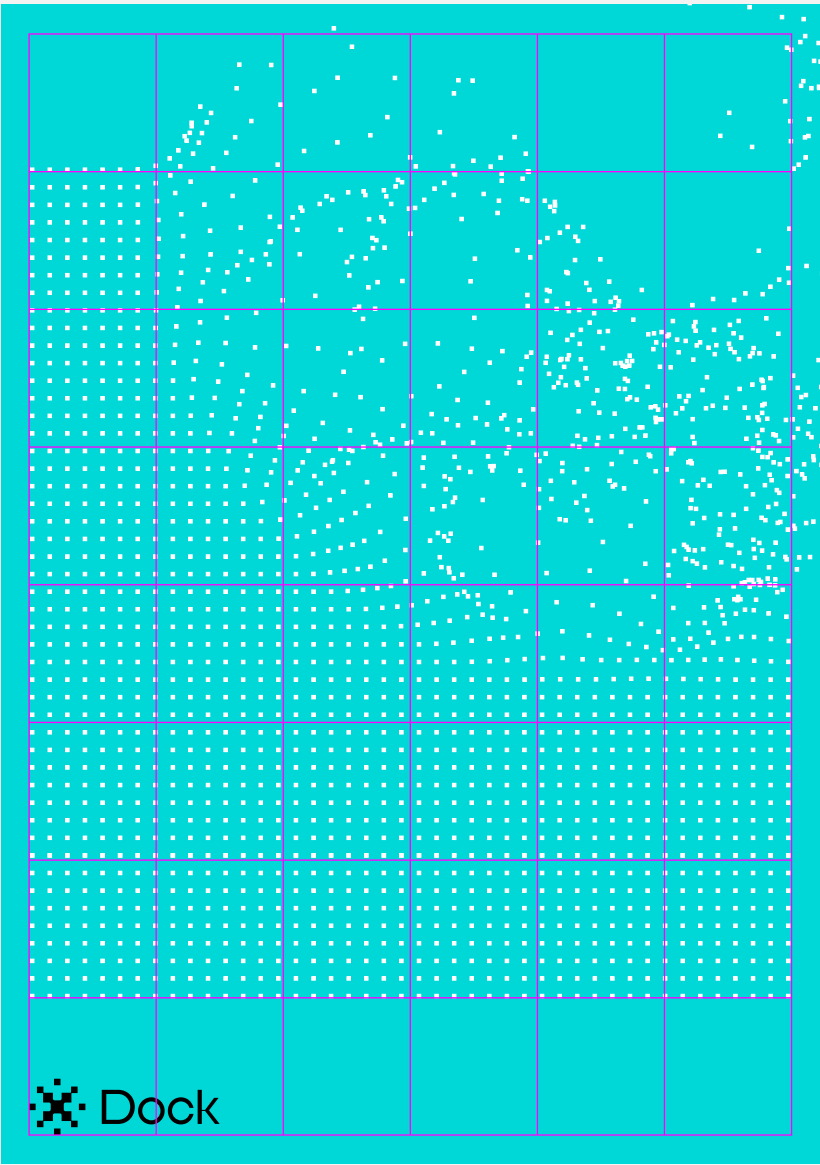
POST REDES SOCIAIS



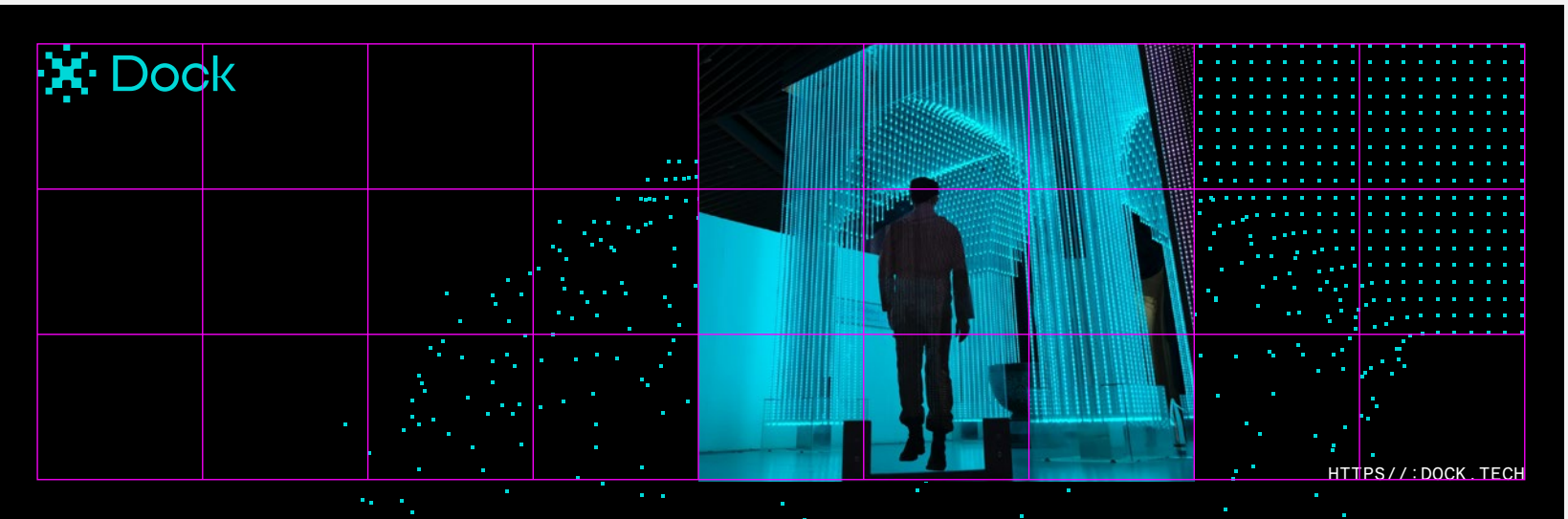
EXTREMO VERTICAL



POSTER



MUB



EXTREMO HORIZONTAL



Aplicação dos elementos

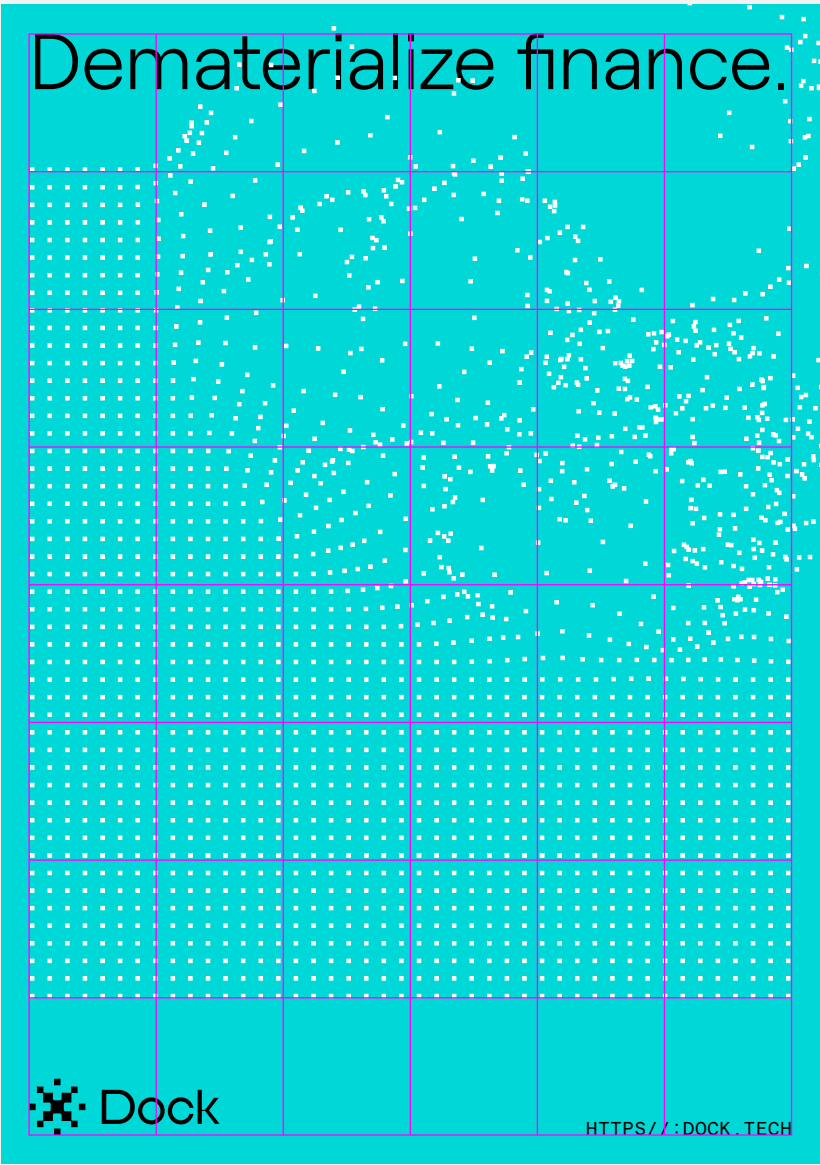
TEXTOS

Insira os textos atentando-se à hierarquia de informações e seu fluxo de leitura.

PÁGINA DUPLA



POSTER



MUB



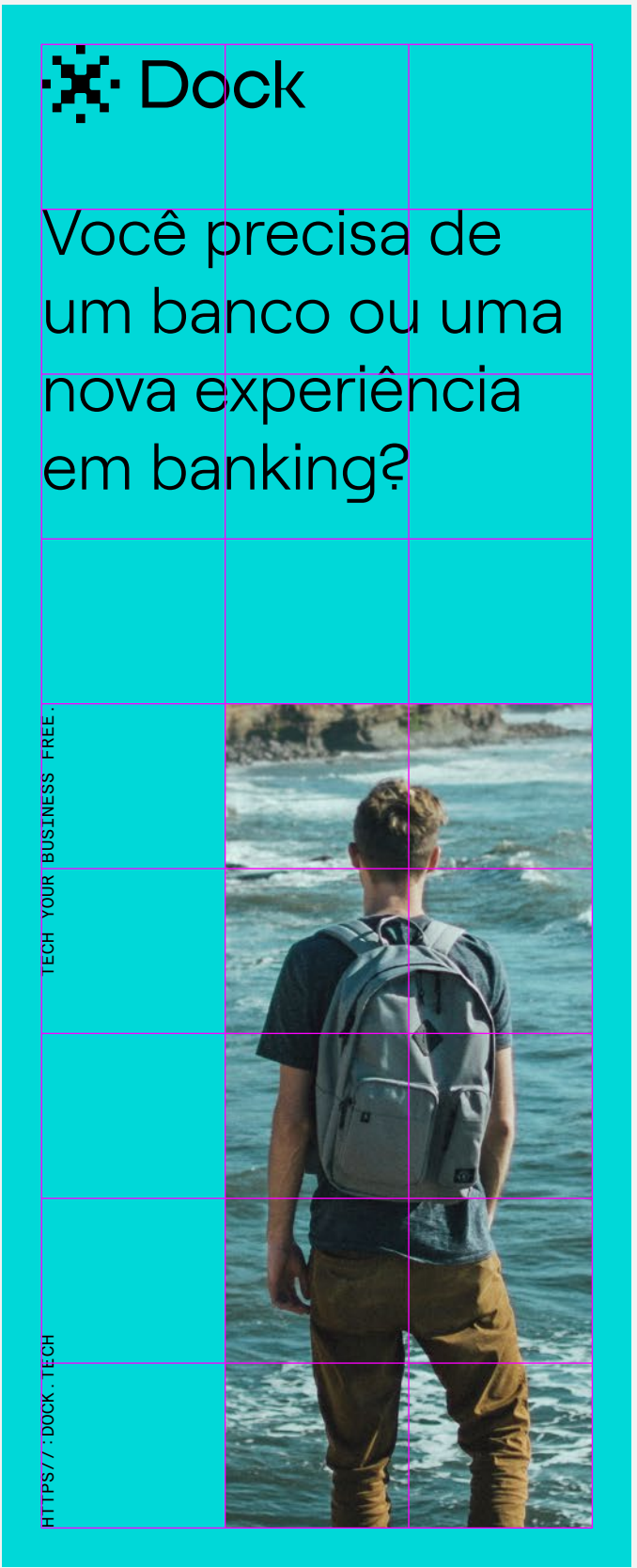
EXTREMO HORIZONTAL



POST REDES SOCIAIS



EXTREMO VERTICAL



Composição final

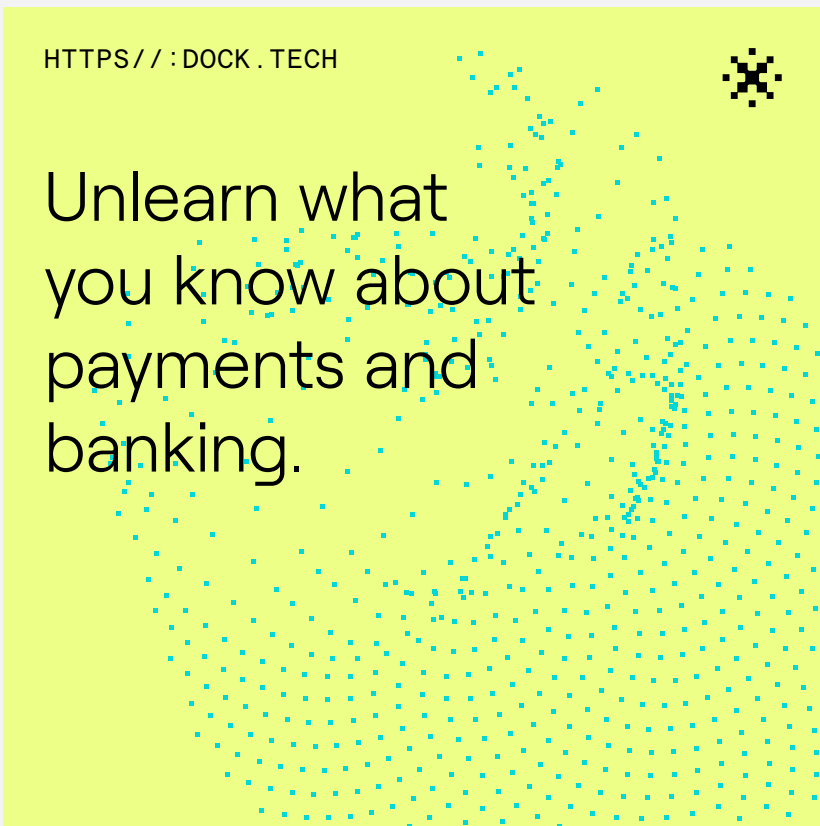
Combine os elementos seguindo as diretrizes deste guia obter peças coerentes com a identidade da Dock. Atente-se à limpeza visual e respiro entre os elementos.

A identidade foi pensada para ser versátil. Portanto, é possível criar uma variedade de composições, sejam elas mais fotográficas, gráficasou tipográficas.

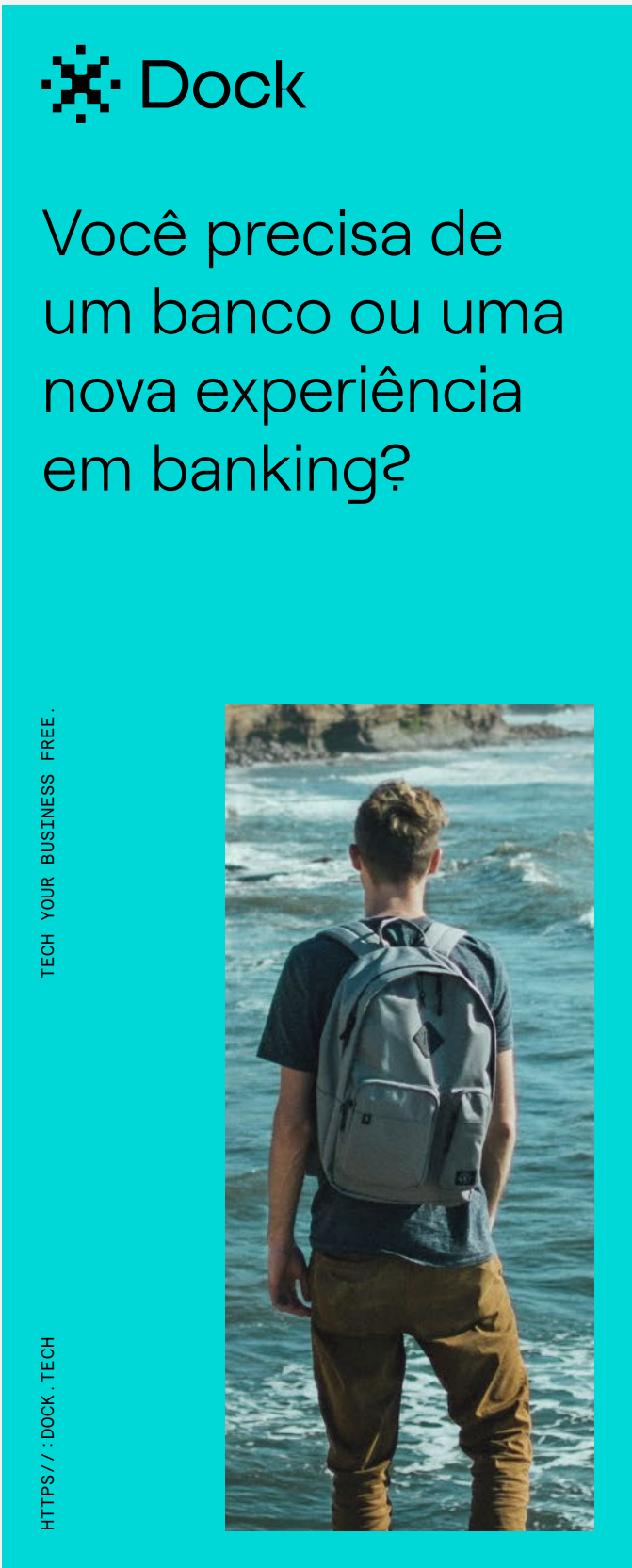
PÁGINA DUPLA



POST REDES SOCIAIS



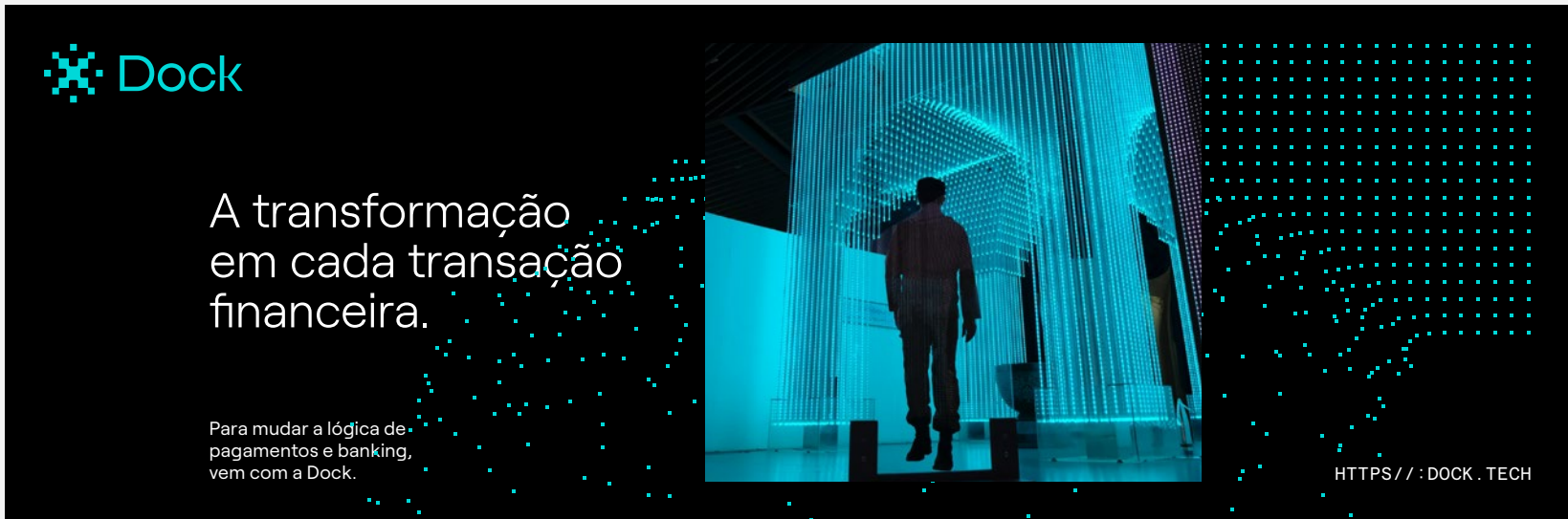
EXTREMO VERTICAL



POSTER



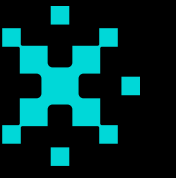
MUB

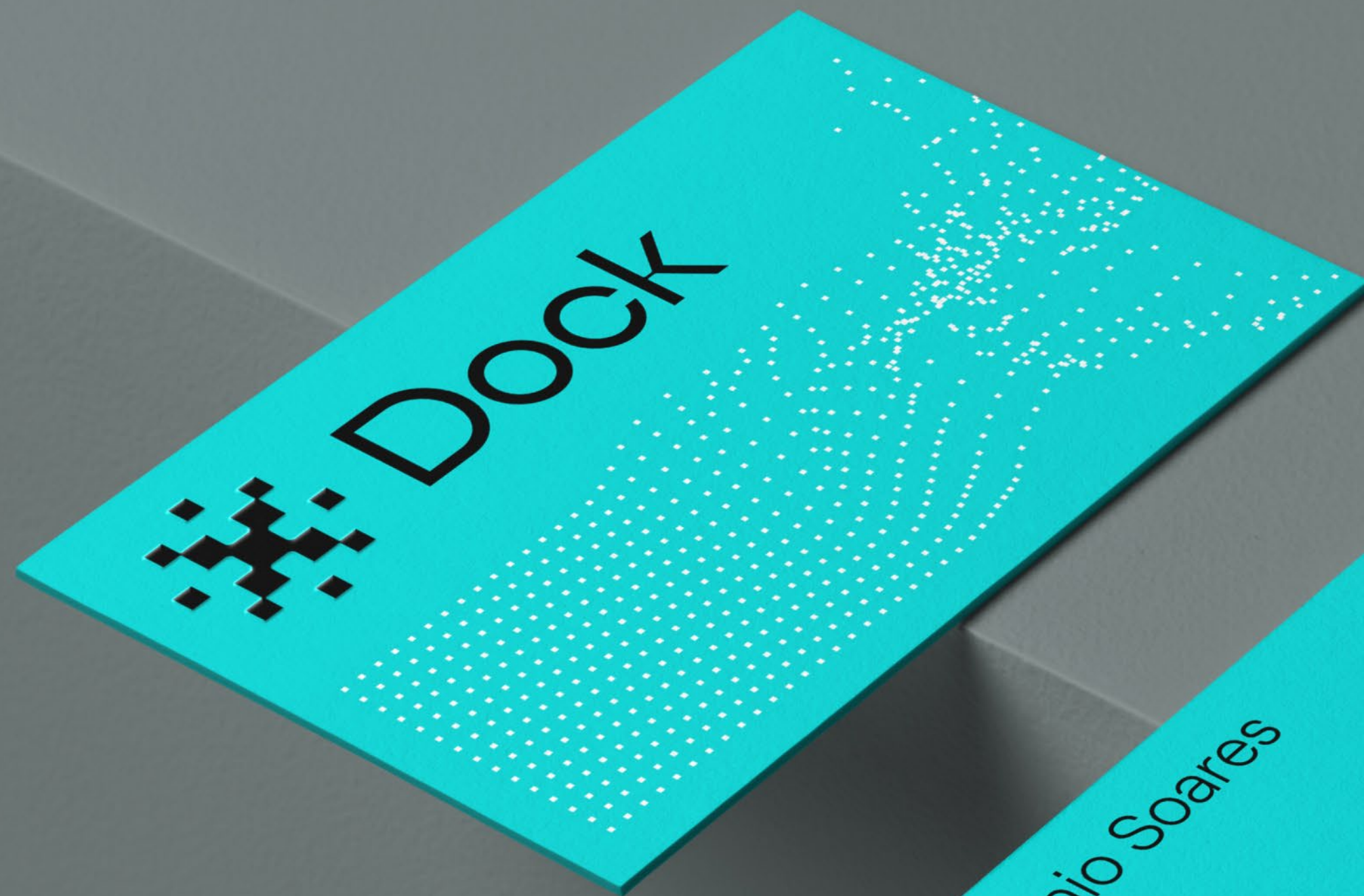


EXTREMO HORIZONTAL



Aplicações



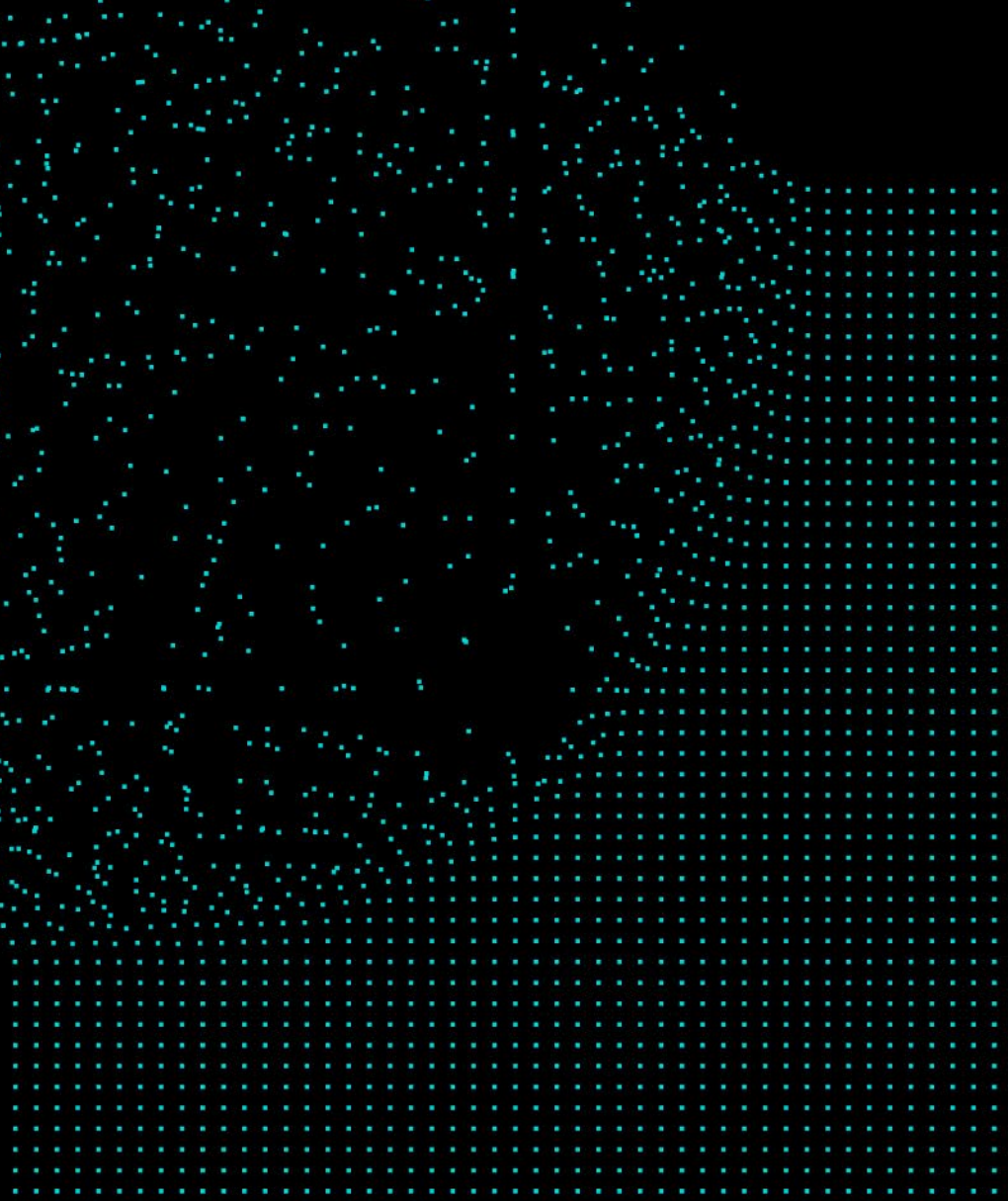


Dematerialize finance.



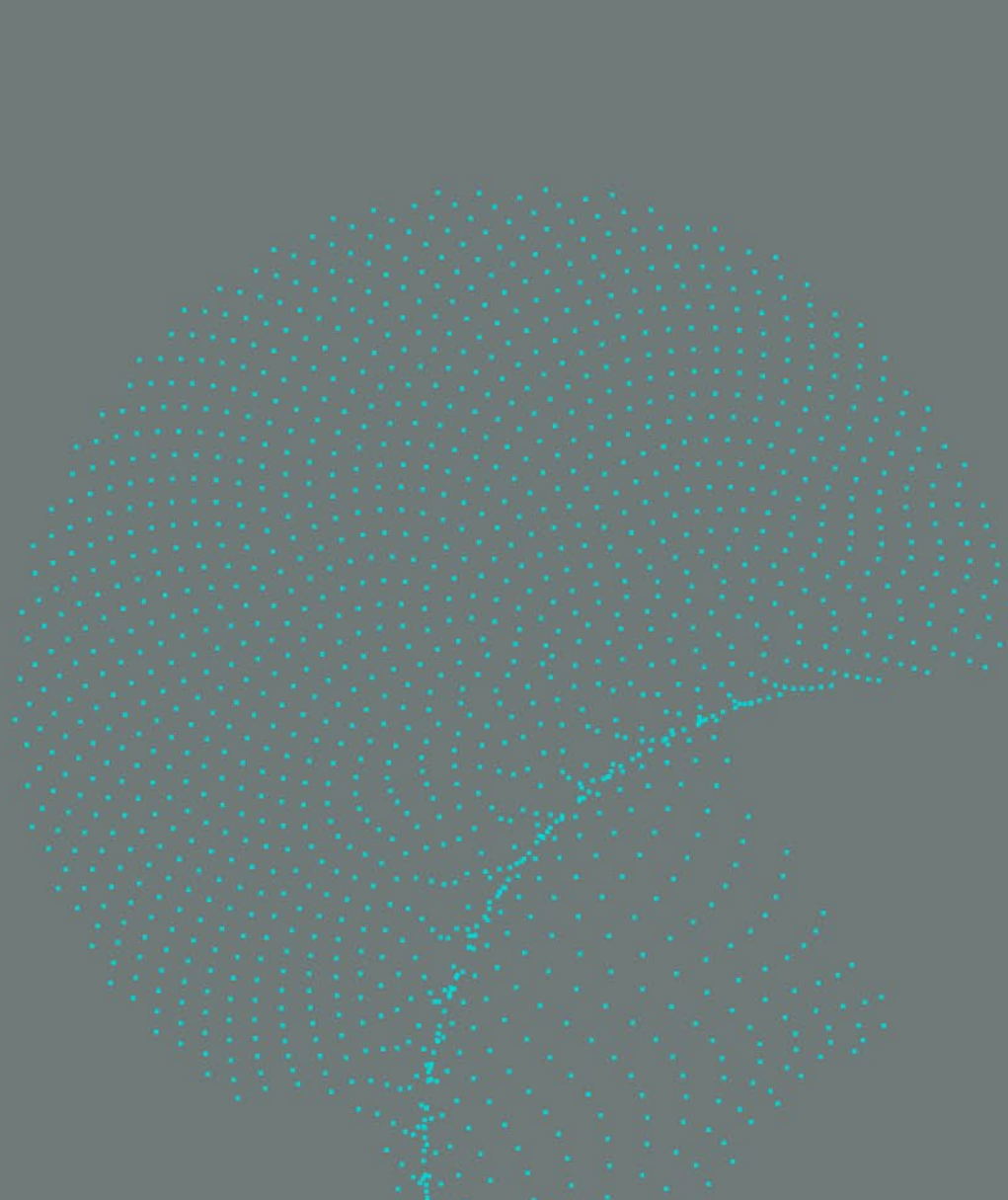
[HTTPS://:DOCK.TECH](https://dock.tech)

Dematerialize finance.



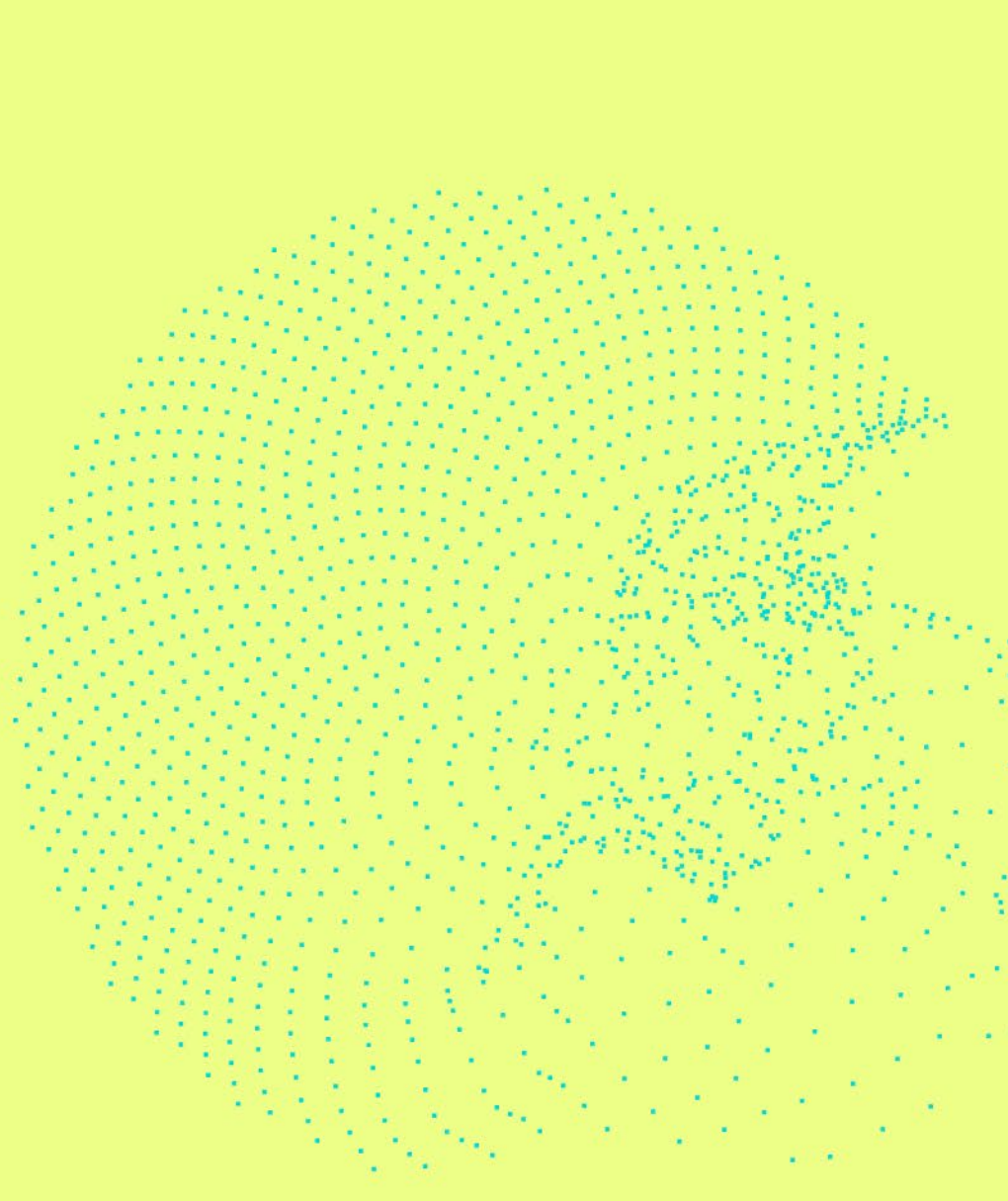
[HTTPS://:DOCK.TECH](https://dock.tech)

Dematerialize finance.



[HTTPS://:DOCK.TECH](https://dock.tech)

Dematerialize finance.



[HTTPS://:DOCK.TECH](https://dock.tech)



Uma nova
experiência.

Invisível.
Inimaginável.
Inesperada.

TECH YOUR BUSINESS FREE.

[HTTPS://:DOCK.TECH](https://dock.tech)



Decodificar pagamentos.
Impulsionar negócios.



TECH YOUR BUSINESS FREE.

[HTTPS://:DOCK.TECH](https://dock.tech)



Pagamentos
e banking
como você
nunca imaginou.

TECH YOUR BUSINESS FREE.

[HTTPS://:DOCK.TECH](https://dock.tech)



Você precisa de
um banco ou uma
nova experiência
em banking?

TECH YOUR BUSINESS FREE.

[HTTPS://:DOCK.TECH](https://dock.tech)



A transformação
em cada transação
financeira.

Para mudar a lógica de
pagamentos e banking,
vem com a Dock.



[HTTPS://DOCK.TECH](https://dock.tech)



Decodificar pagamentos.
Impulsionar negócios.



TECH YOUR BUSINESS FREE.

[HTTPS://:DOCK.TECH](https://dock.tech)

15:48

50
km/h

[COMPANY](#)[SOLUTIONS](#)[INDUSTRIES](#)[PEOPLE](#)[BR](#) [US](#) [ES](#)[CONTACT](#)

Making finance organic.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus justo sapien, ultrices sed ligula sit amet, fringilla ultrices lorem. Vivamus suscipit consequat lectus quis venenatis. Phasellus tristique aliquet magna, vitae rhoncus justo sagittis sed.

[LEARN MORE](#)



Dock



HTTPS:// : DOCK . TECH

Unlearn what
you know about
payments and
banking.



Dock



HTTPS:// : DOCK . TECH

Tech your
business free.

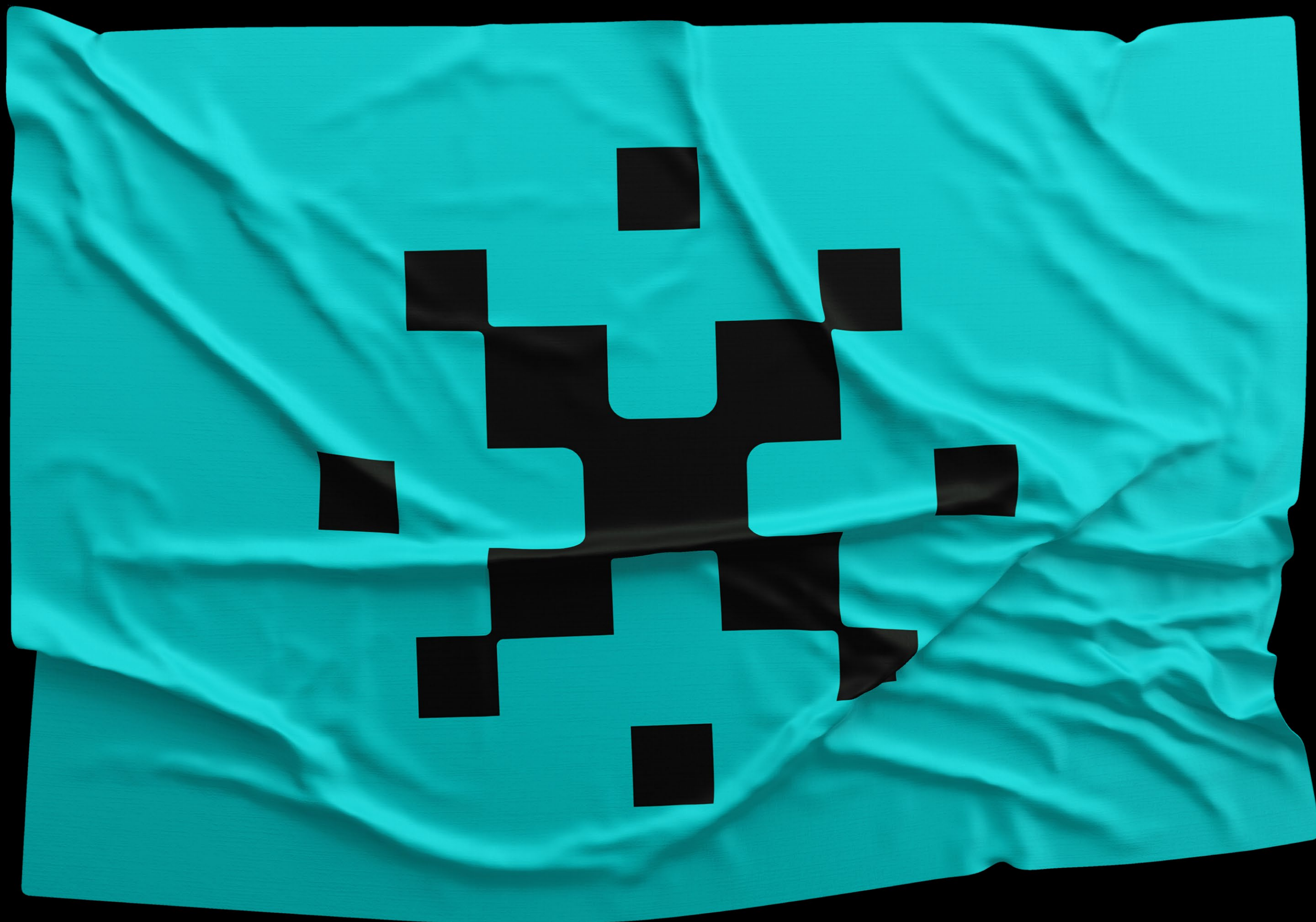


Dock





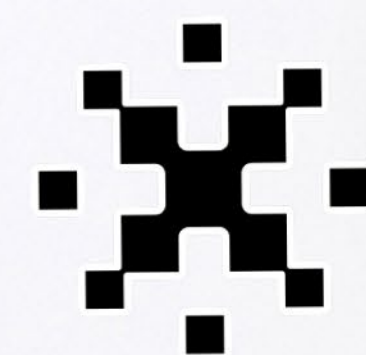
Dock





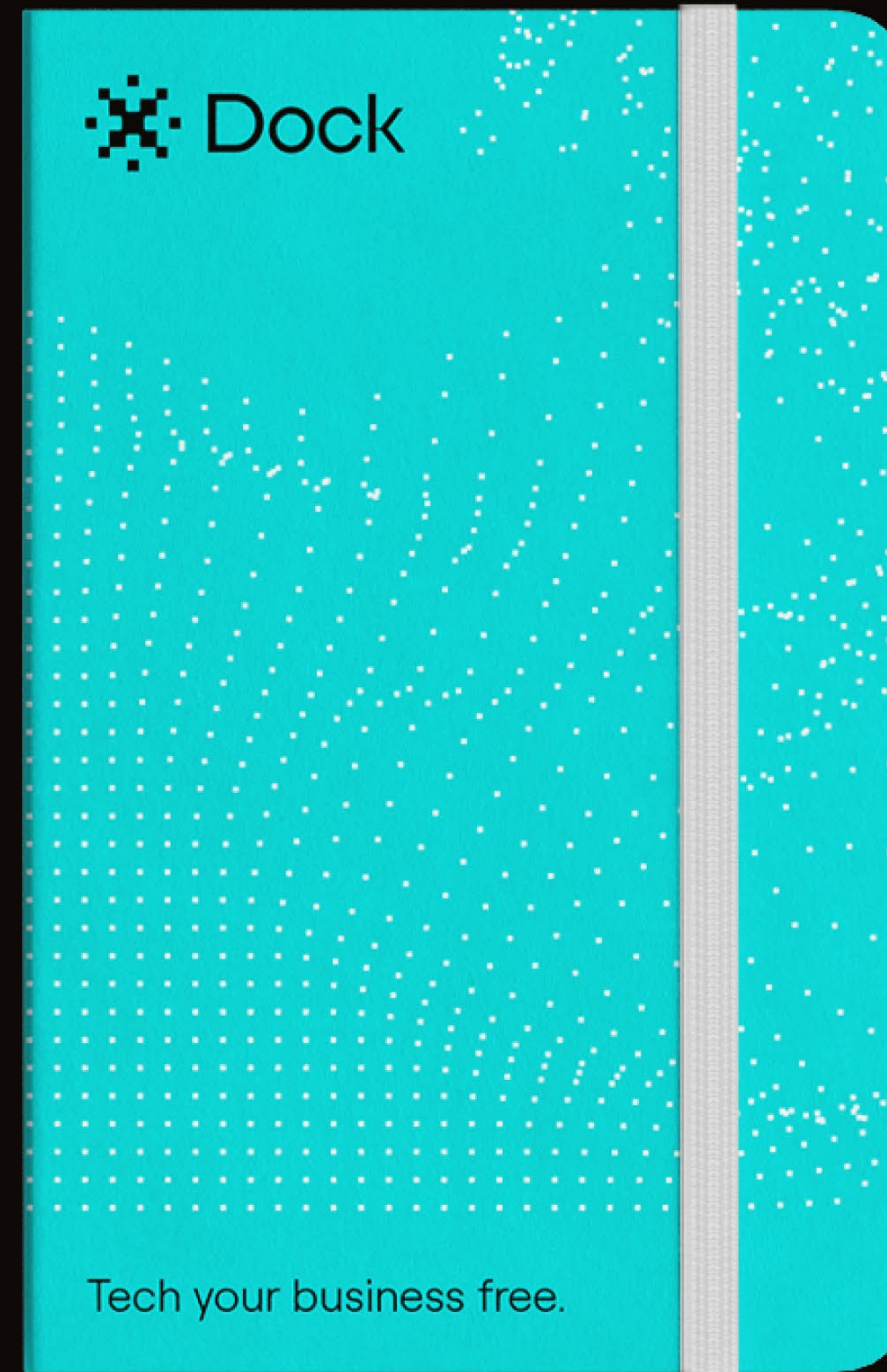
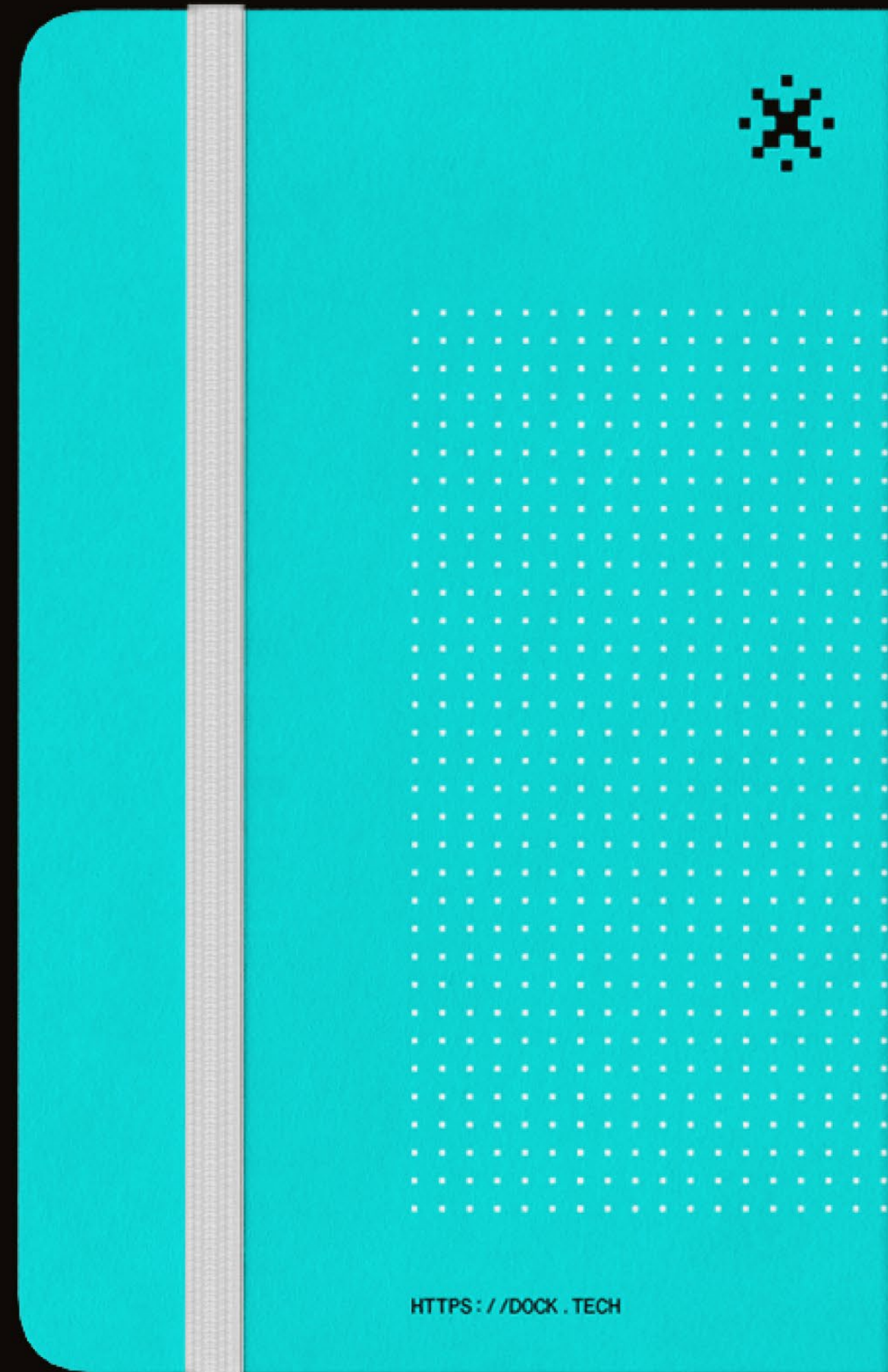






Dock





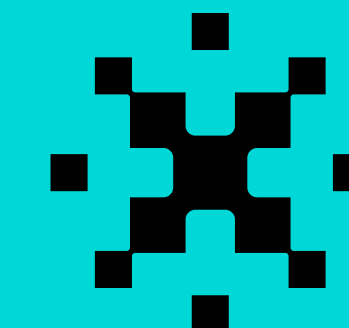




A nossa força,
com ainda mais
intensidade.







iN

Desenvolvimento de posicionamento
estratégico e identidade da marca.

iN - Consultoria de Marcas