

bluesoft

Manual de Identidade Visual | Bluesoft Sistemas





Este manual de identidade visual foi criado para demonstrar corretamente os critérios de aplicação da marca Bluesoft, bem como o seu uso com outras marcas.

Pedimos para que os critérios aqui estabelecidos sejam preservados e seguidos corretamente. Quaisquer modificações e formas do uso deste manual deve ser consultado e aprovado pela área de Marketing, através do e-mail: marketing@bluesoft.com.br.

O uso deste manual irá colaborar diretamente para uma comunicação mais eficaz e um fortalecimento visual da marca Bluesoft.

1. Estratégia de Marca

A Bluesoft possui a experiência de mais de 500 estabelecimentos implantados. Além disso, conta com profissionais especializados com mais de 30 anos de experiência nos setores supermercadista, varejista e atacadista.

O objetivo da organização é **prover soluções para tornar as empresas mais ágeis e prósperas**. **Mais ágeis** não apenas para ser veloz, mas também para saber se adaptar e mudar de direção quando precisar. E **mais prósperas**, para ser sempre melhor, para crescer, para progredir e poder gerar mais valor.

Dessa forma, almejamos ser a melhor empresa de Sistema de Gestão do Mundo.

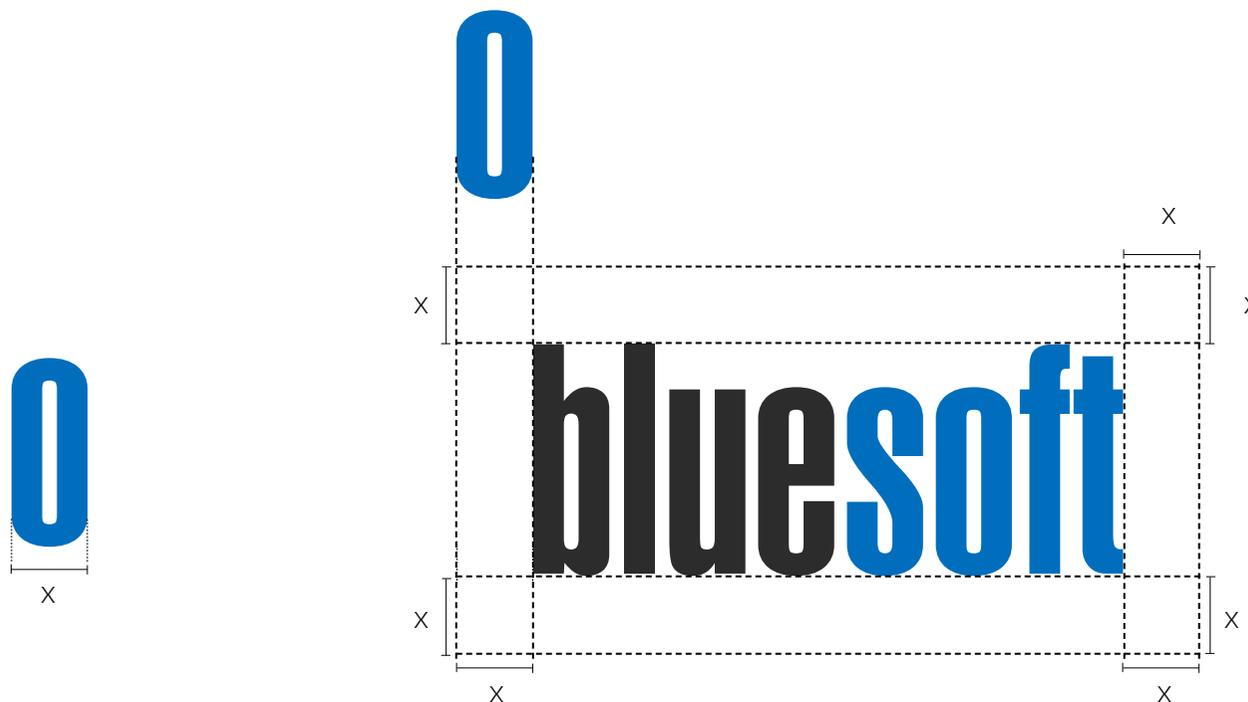
Por que não?

1.1. Estratégia de Marca



A Bluesoft possui 4 fundamentos que norteiam sua cultura: **Evolução, Eficácia, Integridade e Entusiasmo.**

2. Área de Proteção



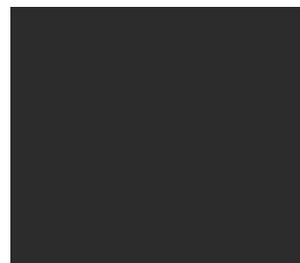
Para a utilização correta da marca Bluesoft com outras marcas ou elementos gráficos, é necessário resguardar um espaço ao redor da marca, preservando assim sua legibilidade. A este espaço, chamamos de “arejamento”. O espaço mínimo de arejamento da marca é igual a base da letra “O” do logotipo, e este valor é igual a distância “X”.

3. Cores Institucionais

A utilização dessas cores tem como objetivo padronizar a comunicação e é fundamental para a correta manutenção e aplicação da marca.

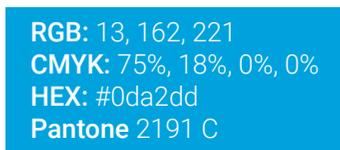


RGB: **0, 103, 178**
CMYK: **97%, 58%, 5%, 0%**
HEX: **#0067b2**
Pantone: **2196 C**

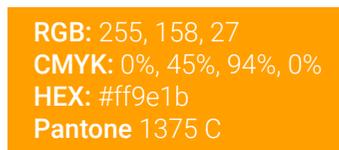


RGB: **48, 48, 48**
CMYK: **82%, 79%, 70%, 48%**
HEX: **#303030**
Pantone: **Black 3 C**

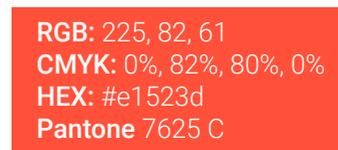
Essas cores devem ser utilizadas na comunicação interna da empresa, com o intuito de reafirmar os valores da marca Bluesoft e quando for divulgado algo da cultura da marca para a comunicação externa.



RGB: 13, 162, 221
CMYK: 75%, 18%, 0%, 0%
HEX: #0da2dd
Pantone 2191 C



RGB: 255, 158, 27
CMYK: 0%, 45%, 94%, 0%
HEX: #ff9e1b
Pantone 1375 C

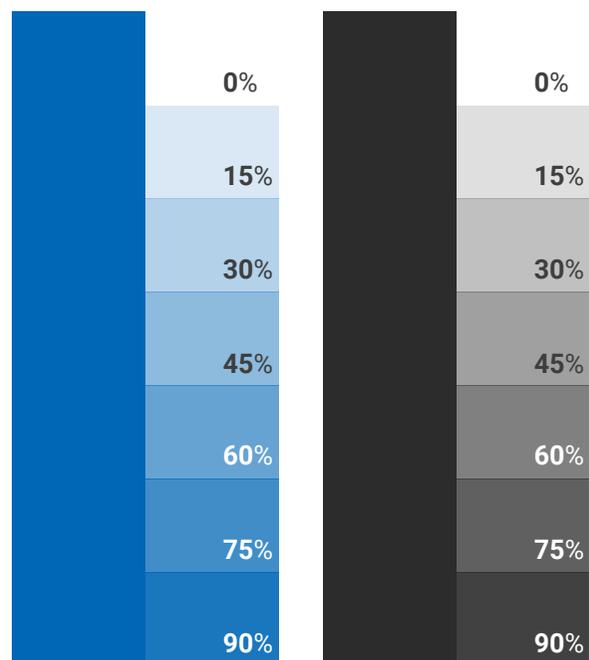


RGB: 225, 82, 61
CMYK: 0%, 82%, 80%, 0%
HEX: #e1523d
Pantone 7625 C



RGB: 93, 184, 96
CMYK: 50%, 0%, 73%, 0%
HEX: #5db860
Pantone 360 U

3.1. Cores Secundárias



Além das cores institucionais que devem ser utilizadas, há também as variações tonais (incluindo o branco), que podem ser utilizadas em materiais gráficos e web para a padronização da comunicação da marca.

4. Família Tipográfica

AG Letterica Ultra Compressed Roman

A fonte **AGLettericaUltraCom Roman** compõe o logotipo da empresa Bluesoft.

Roboto

Thin, *Thin Light*, Light, *Light Italic*, Regular, *Italic*,
Medium, Medium Italic, Bold, Bold Italic, Black, Black Italic

A família tipográfica **Roboto** deve ser utilizada em materiais gráficos e Web, com as variações de Thin a *Italic* para textos e de Medium a *Black Italic* para títulos e destaques, podendo ser utilizada também na comunicação interna.

Roboto Slab

Thin, Light, Regular, **Bold**

A família tipográfica **Roboto Slab** pode ser utilizada como tipografia secundária em títulos e áreas de destaque nos materiais gráficos e Web da Bluesoft, bem como na comunicação interna da empresa.

5. Positivo e Negativo



bluesoft

As versões monocromáticas (preto e branco), devem ser usadas quando houver limitações técnicas ou limitações de visibilidade.

6. Aplicação em Fundos Coloridos

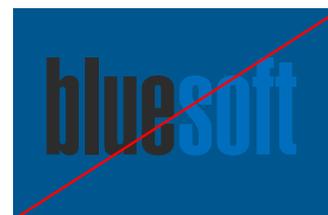
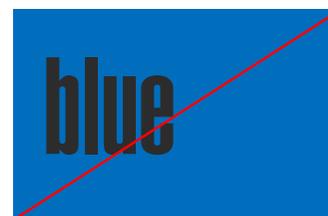
As aplicações de identidade da marca Bluesoft sobre fundos coloridos devem seguir um padrão de total legibilidade.

Os fundos coloridos que prejudicam a legibilidade da marca devem ser evitados. Assim como os fundos coloridos que compõem a cor do logotipo.

Por isso, em casos assim, utilize a marca em versão positiva.

E para as cores secundárias, recomendamos que as porcentagens da cor azul: 0%, 15%, 30% e 45% esteja com a marca em sua versão original. E para as porcentagens: 60%, 75% e 90%, com a marca em aplicação positiva.

Já para a cor cinza, recomendamos que as porcentagens: 0%, 15% e 30%, esteja com a marca em sua versão original. E para as porcentagens: 45%, 60%, 75% e 90%, com a marca em aplicação positiva.



45%



30%

6.1. Aplicação em Fundos Coloridos



As aplicações da marca em fundos fotográficos ou texturizados devem seguir o padrão de legibilidade. Sendo assim, a marca Bluesoft deve ser usada em sua versão positiva (cor branca), além da sua versão original. Podendo ser utilizada também acompanhada por uma área de respiro na cor branca, em casos especiais.

7. Usos Incorretos da Marca



Mudar as cores originais do logotipo



Adicionar traçado



Alterar a proporção original



Inverter as cores do logotipo



Efeitos de contorno



Alterar a tipografia original



Logotipo distorcido



Desrespeitar a área de proteção



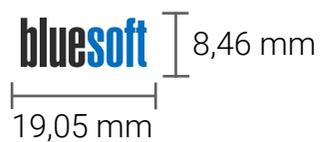
Alterar o espaçamento das fontes



Utilizar o logotipo com texto

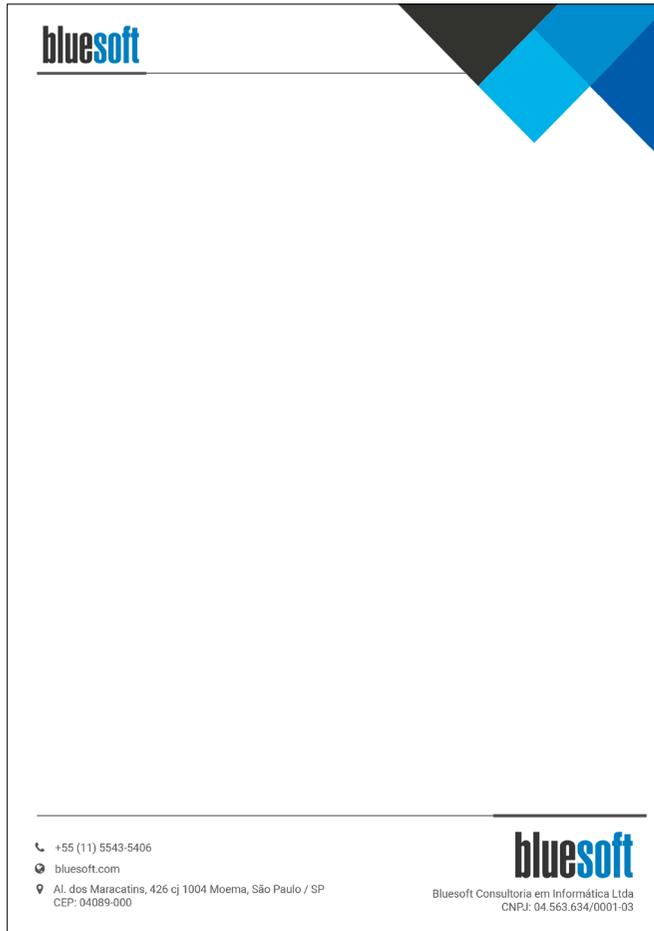
A marca não deve ser alterada em hipótese alguma. Acima figuram alguns erros que não podem acontecer. Por isso, verifique os usos incorretos e assegure de que a marca Bluesoft não seja alterada.

8. Redução Máxima



A redução demasiada de qualquer marca dificulta sua leitura e o seu reconhecimento. Para que isso não ocorra com a marca Bluesoft, foi determinado o limite de redução, sendo ele de 19,05 mm para materiais impressos e 54 px para a utilização web. A redução além deste limite, comprometerá a leitura da marca.

9. Aplicação em Papelaria



Papel Timbrado

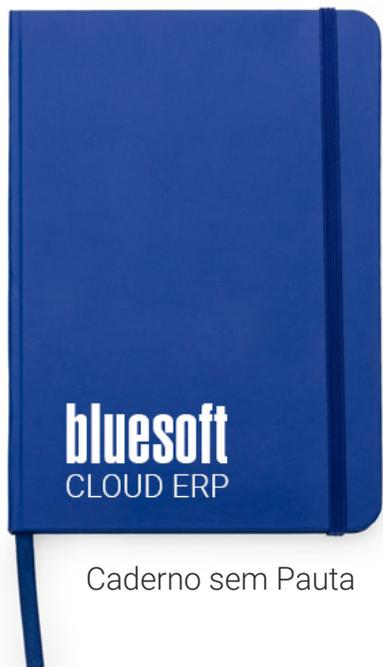


Flyer



Cartão de Visita

9. Aplicação em Outros Materiais



Caderno sem Pauta



Camiseta



Caneta



Crachá

bluesoft

bluesoft.com.br

