MANUAL DE
IDENTIDADE VISUAL

TECNISA

Mais construtora por m²

TECNISA

Mais construtora por m²

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

INTRODUÇÃO

A imagem da TECNISA é o resultado do conjunto das ações, relacionamentos, produtos e comunicações estabelecidas com todos os públicos.

Com objetivo de definir uma única identidade e obter máxima eficácia nos investimentos de comunicação, é necessária a padronização de todas as manifestações da empresa.

O Manual de Identidade Visual foi desenvolvido para garantir a unidade na comunicação, normatizando de maneira correta a aplicação da logomarca.

Todos os colaboradores são agentes disseminadores da marca, por isso, contamos com o cuidado e atenção em cada detalhe.

Atenciosamente,
Meyer Joseph Nigri

ÍNDICE

1. SOBRE A MARCA TECNISA

05 1.1 HISTÓRIA
06 1.2 ESSÊNCIA DA MARCA
07 1.3 APRESENTAÇÃO DA MARCA

2. CÓDIGO VISUAL TECNISA

09 2.1 MARCA PREFERENCIAL
10 2.2 MARCA SECUNDÁRIA
11 2.3 MARCA COLORIDA: VERSÃO 3D E 2D
12 2.4 MARCA MONOCROMÁTICA: VERSÃO 3D E 2D
13 2.5 USO RESTRITO DA MARCA
14 2.6 PALETA CROMÁTICA
15 2.7 PALETA CROMÁTICA SECUNDÁRIA
16 2.8 APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS
17 2.9 APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS DIVERSOS
18 2.10 TIPOGRAFIA OFICIAL E SECUNDÁRIAS
21 2.11 GRAFIA DO NOME EM TEXTOS CORRIDOS
22 2.12 REDUÇÃO MÁXIMA
23 2.13 USOS INCORRETOS

3. PAPELARIA BÁSICA

25 3.1 CARTÃO DE VISITAS
26 3.2 PAPEL TIMBRADO
27 3.3 ENVELOPE OFÍCIO
28 3.4 ENVELOPE SACO
29 3.5 PASTA

4. OUTRAS APLICAÇÕES

32 4.1 KEY VISUAL
33 4.2 GRAFISMO DE APOIO
34 4.3 ANÚNCIO INSTITUCIONAL
35 4.4 ANÚNCIO DE PRODUTO
36 4.5 LEGENDA CORPORATIVA
37 4.6 CRACHÁ
38 4.7 SACOLA
39 4.8 CADERNO
40 4.9 LÁPIS
41 4.10 XÍCARA E PIRES
42 4.11 BALA
43 4.12 SACHÊ DE AÇÚCAR E ADOÇANTE
44 4.13 TAPUME DE OBRA
45 4.14 PLACA DE OBRA

5. APLICAÇÕES DIGITAIS

47 5.1 TEMPLATE DE E-MAIL
48 5.2 PAPEL DE PAREDE
49 5.3 TEMPLATE DE APRESENTAÇÃO

TECNISA
Mais construtora por m²

1. SOBRE A MARCA TECNISA

1.1 HISTÓRIA

A TECNISA é uma das maiores e mais inovadoras empresas do mercado imobiliário brasileiro. Ao longo de mais de 35 anos, imprime como diferencial da marca a disposição de inovar continuamente em todas as áreas: seja na maneira de construir, respeitando o meio ambiente, de lançar novidades e facilidades nos empreendimentos, de antecipar tendências e de relacionar-se com os clientes.

A companhia atua de forma integrada (incorporação, construção e vendas) e tem como principais diferenciais a forte reputação, a qualidade de seus produtos e a consistente rentabilidade. Possui lançamentos e empreendimentos em Brasília, Curitiba, Fortaleza, Manaus, São José dos Campos, Salvador, Santos e São Paulo.

1.2 ESSÊNCIA DA MARCA

MANIFESTO DA MARCA

A assinatura da marca TECNISA não é apenas um discurso. Ela resume a missão, visão e valores da empresa. Quem trabalha na construtora, respira o significado da marca com a missão de honrar o compromisso de **ser mais construtora por m².**

MISSÃO

Oferecer produtos e serviços no mercado imobiliário, cuja rentabilidade e satisfação dos clientes assegurem a sustentabilidade da Empresa e a valorização da marca TECNISA.

VISÃO

Ser reconhecida como a melhor empresa do segmento imobiliário, perpetuando nosso negócio pela rentabilidade, qualidade de entrega, inovação e relacionamento com clientes, colaboradores e investidores.

1.2 ESSÊNCIA DA MARCA

VALORES

INTEGRIDADE

Conduzimos nossos negócios de forma transparente e íntegra. Pautamos nossas ações pelos mais altos padrões profissionais. Cumprimos o que prometemos. Não garantimos que não vamos cometer erros, mas garantimos que sempre vamos corrigi-los e aprender com eles.

ATITUDE

Pensamos e agimos como donos do negócio, garimpando todas as oportunidades que aparecem no mercado. Somos comprometidos, persistentes, proativos e tomamos riscos de forma responsável. Agimos com cordialidade e respeito; temos senso de urgência e pontualidade. Lideramos com exemplos.

RESULTADO

Somos obstinados pela busca de resultados, pois são eles que garantem o retorno sobre nossos investimentos, a satisfação dos acionistas e a remuneração dos colaboradores. Por meio deles, viabilizamos o crescimento, o sucesso e a perenidade do nosso negócio.

MERITOCRACIA

Recompensamos e proporcionamos oportunidades para que as pessoas cresçam na razão direta de seus resultados, avaliados de forma clara, objetiva e completa.

GENTE

Recrutamos, retemos e desenvolvemos os melhores profissionais, que tenham entusiasmo, proatividade e trabalhem duro. Trabalhamos em equipe num ambiente aberto a questionamentos e sugestões, com a autoestima elevada para desenvolver todo o nosso potencial criativo.

EXCELÊNCIA E QUALIDADE

Mantemos nossa obstinação pelas coisas bem feitas e pela busca dos mais altos padrões de qualidade. Desenvolvemos e implantamos padrões de excelência em tudo o que fazemos. Isso está em nosso DNA. Trabalhamos duro para entregar produtos e serviços de alta qualidade e dentro dos prazos acordados.

2. CÓDIGO VISUAL TECNISA

2.1 MARCA PREFERENCIAL

A marca TECNISA possui duas relações de proporção entre o símbolo e o logotipo (versão horizontal e versão vertical) e essas são as únicas relações permitidas entre esses elementos. É preferencial o uso da marca na versão horizontal (versão principal), como demonstrado ao lado.

As cores e proporções entre os elementos devem seguir as regras estabelecidas neste manual.

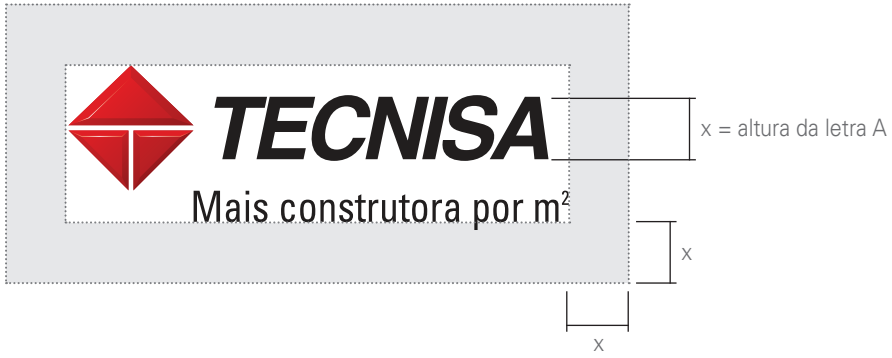
ÁREA DE PROTEÇÃO

É importante respeitar uma área mínima de proteção, sem a interferência de elementos externos, para que a legibilidade da marca não seja prejudicada. Essa área é equivalente à altura da letra A do logotipo.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Versão principal (horizontal)

Área de proteção da marca



2.2 MARCA SECUNDÁRIA

A marca secundária da TECNISA representa a versão vertical da relação do símbolo e logotipo. O critério de escolha da versão da marca a ser aplicada envolve a qualidade de leitura e equilíbrio estético e quando não couber o uso da marca em sua versão preferencial (horizontal) .

As cores e proporções entre os elementos devem seguir as regras estabelecidas neste manual.

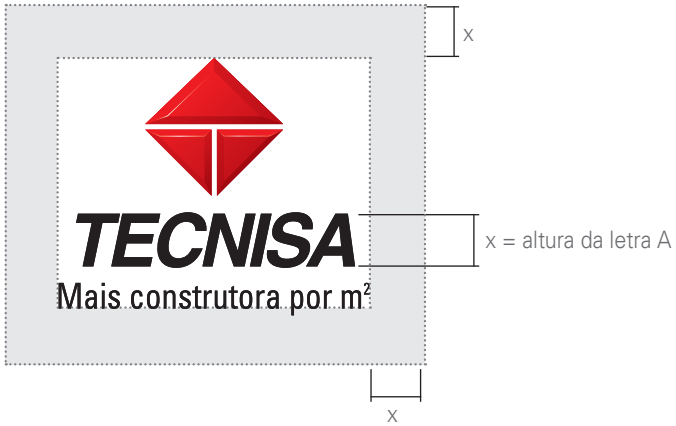
ÁREA DE PROTEÇÃO

É importante respeitar uma área mínima de proteção, sem a interferência de elementos externos, para que a legibilidade da marca não seja prejudicada. Essa área é equivalente à altura da letra A do logotipo.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Versão secundária (vertical)

Área de proteção da marca



2.3 MARCA COLORIDA: VERSÃO 3D e 2D

Deve-se, sempre que possível, fazer o uso da marca na versão com losango tridimensional (com volumes), tanto na versão preferencial quanto na secundária de disposição dos elementos.

O uso da marca TECNISA com losango bidimensional (cor chapada) deve ficar restrito a casos específicos onde não se possa aplicá-lo em 3D, como em impressões em silk screen, tapume de obra, etc.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Marca em duas cores com losango tridimensional (com volumes)

Marca em duas cores com losango bidimensional (cor chapada)

2.4 MARCA MONOCROMÁTICA: VERSÃO 3D e 2D

A aplicação da marca TECNISA na versão monocromática restringe-se às situações onde não há possibilidade de seu uso em cores.

Assim como na versão colorida, deve-se, sempre que possível, fazer o uso da marca na versão com losango tridimensional (com volumes), tanto na versão preferencial quanto na secundária de disposição dos elementos.

O uso da marca TECNISA com losango bidimensional (cor chapada) deve ficar restrito a casos específicos onde não se possa aplicá-lo em 3D, como em impressões em silk screen, tapume de obra, etc.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Marca monocromática com losango tridimensional (com volumes)

Marca monocromática com losango bidimensional (cor chapada)

2.5 USO RESTRITO DA MARCA

A marca deve sempre ser aplicada como demonstrada neste manual, contendo o símbolo, logotipo e assinatura. Em alguns casos especiais é possível uma aplicação diferente, porém somente sob aprovação do departamento de marketing TECNISA.

SOMENTE SÍMBOLO

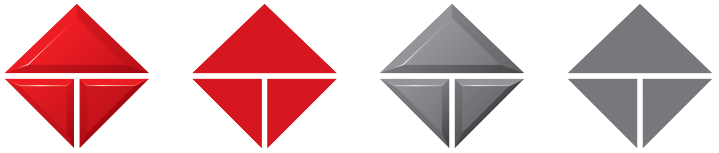
- Materiais de uso exclusivo interno da empresa;
- Ações de endomarketing com colaboradores;
- Ações e campanhas de incentivo a corretores.

SEM ASSINATURA

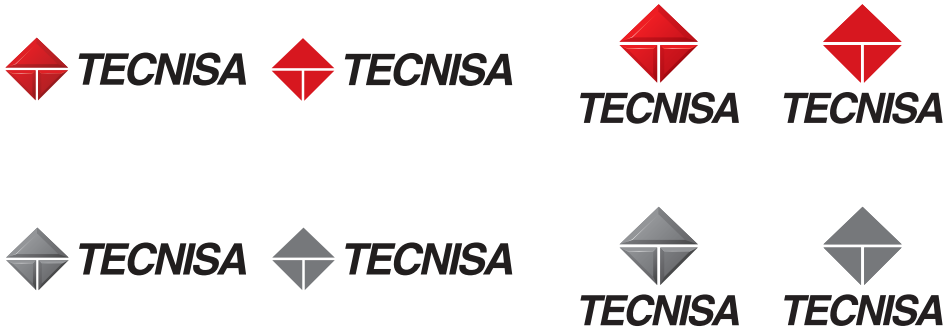
Aplicações em patrocínios, em reduções menores do que o tamanho mínimo estabelecido neste manual (p. 23).

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Aplicação somente do símbolo



Aplicação sem assinatura



2.6 PALETA CROMÁTICA

A cor é um elemento de identificação da marca, portanto deve ser utilizada respeitando sempre as regras estabelecidas.

PANTONE
Para impressões em cores especiais.

CMYK
Para impressões em quadricromia.

RGB
Para visualização em telas de computador e TV.

HEXADECIMAL
Para aplicação na web.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

PANTONE
1797 C

CMYK
C 0 M 100 Y 100 K 10

RGB
R 204 G 0 B 0

HEXADECIMAL
cc0000

PANTONE
BLACK C

CMYK
C 0 M 0 Y 0 K 100

RGB
R 0 G 0 B 0

HEXADECIMAL
000000

DEGRADÊ – Escala de vermelhos

CMYK
C 0 M 100 Y 100 K 10

RGB
R 204 G 0 B 0

HEXADECIMAL
cc0000

CMYK
C 0 M 100 Y 100 K 50

RGB
R 128 G 0 B 0

HEXADECIMAL
800000

O degradê deve ser utilizado como um recurso complementar da comunicação TECNISA.

2.7 PALETA CROMÁTICA SECUNDÁRIA

Na paleta cromática de TECNISA, o prata e o cinza são utilizados como cores secundárias, sendo aplicadas em grafismos e fundos, apoiando as cores da paleta principal.

PANTONE
Para impressões em cores especiais.

CMYK
Para impressões em quadricromia.

RGB
Para visualização em telas de computador e TV.

HEXADECIMAL
Para aplicação na web.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

PRATA

PANTONE
877 C

CINZA
PANTONE
COOL GRAY 5

CMYK
C 0 M 0 Y 0 K 30

RGB
R 178 G 178 B 178

HEXADECIMAL
b2b2b2

DEGRADÊ – Escala de cinzas

CMYK
C 0 M 0 Y 0 K 05

RGB
R 242 G 242 B 242

HEXADECIMAL
f2f2f2

CMYK
C 0 M 0 Y 0 K 25

RGB
R 191 G 191 B 191

HEXADECIMAL
bfbfbf

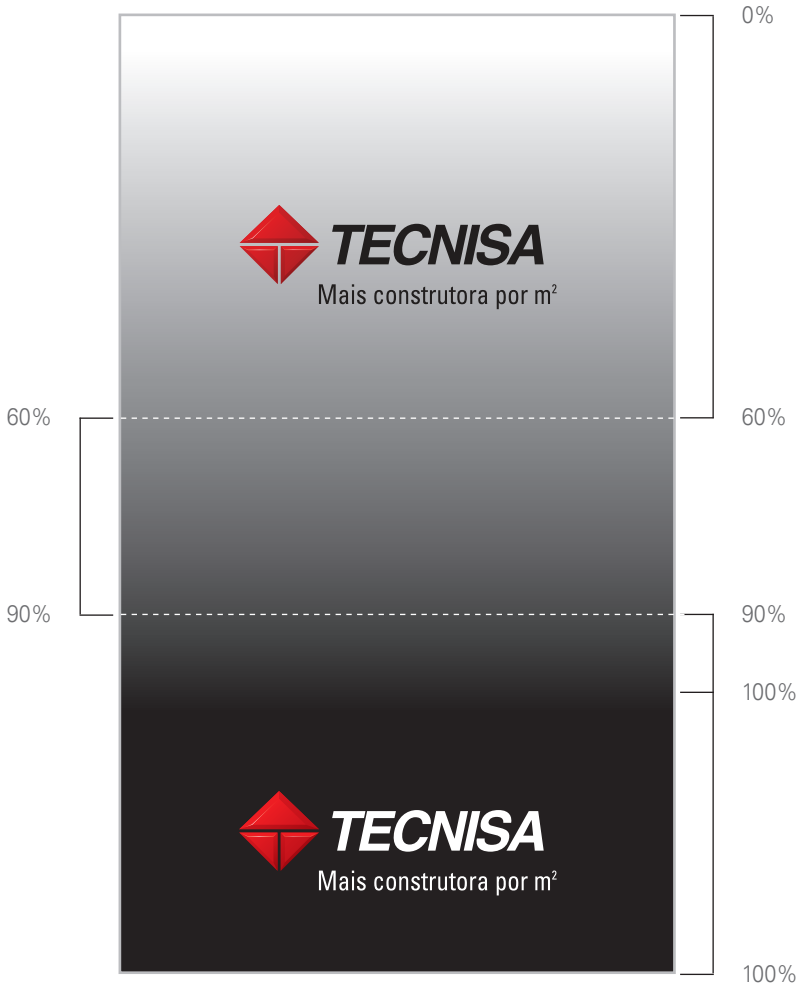
O degradê deve ser utilizado como um recurso complementar da comunicação TECNISA, em materiais em que a ideia de luz e foco se tornam importantes.

2.8 APLICAÇÃO DA MARCA SOBRE FUNDOS

A marca deverá ser aplicada sobre fundos que permitam o máximo de contraste para garantir uma boa legibilidade. Neste caso, os fundos são equivalentes de 0% a 60% de preto, após a conversão em escala de cinza.

A utilização da marca sobre as cores equivalentes de 90% a 100% de preto é permitida na versão negativa.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.



2.9 APLICAÇÃO DA MARCA EM FUNDOS DIVERSOS

Com o objetivo de garantir uma melhor leitura da marca TECNISA, esta deve ser aplicada em fundos que não prejudiquem sua legibilidade. Quando isso não for possível, a marca deve ser aplicada buscando o maior contraste.

No caso de fundos de cor, dá-se preferência de aplicação em branco, cinza e preto.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Fundos de cor

TECNISA
Mais construtora por m²

TECNISA
Mais construtora por m²

TECNISA
Mais construtora por m²

Fundos fotográficos

2.10 TIPOGRAFIA OFICIAL E SECUNDÁRIAS

Para conferir uma unidade na comunicação da marca TECNISA, foi estabelecida para uso na papelaria a família tipográfica Univers e as suas variações de peso.

Ao lado seguem algumas variações.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Univers

AaBbCcDd**EeFfGg**1234**567**

Univers 45 Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Univers 47 Light Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Univers 55 Roman
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Univers 57 Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Univers 65 Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Univers 67 Bold Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Univers 75 Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

2.10 TIPOGRAFIA OFICIAL E SECUNDÁRIAS

Para uso em materiais publicitários em geral (folhetos, folders, etc.) foi estabelecida a família tipográfica Myriad Pro e todas as suas variações.

Ao lado seguem algumas variações.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Myriad Pro

AaBbCcDdEeFf123456

Myriad Pro Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Myriad Pro Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Myriad Pro Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Myriad Pro Light Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Myriad Pro Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Myriad Pro Bold Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

2.10 TIPOGRAFIA OFICIAL E SECUNDÁRIAS

No meio digital, como por exemplo, e-mails, documentos em Word, planilhas e apresentações em Power Point e preenchimentos eletrônicos, deverá ser adotado a família tipográfica Calibri.

Para uso em websites adota-se a família tipográfica Museo Sans.

Ao lado seguem algumas variações.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Calibri

AaBb**CcDd**12**34**

Calibri Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Calibri Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Museo Sans

AaBbCc**DdEe**123**45**

Museo Sans 100
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Museo Sans 300
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Museo Sans 500
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Museo Sans 700
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Museo Sans 900
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

2.11 GRAFIA DO NOME EM TEXTOS CORRIDOS

Em textos corridos de uso geral, o nome TECNISA deverá ser sempre grafado em caixa alta, conforme demonstrado no exemplo desta página.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Com trinta e seis anos de atividade, a TECNISA é uma das maiores, mais tradicionais e inovadoras empresas do mercado imobiliário brasileiro. Além de atuar de forma integrada (incorporação, construção e vendas), tem como diferenciais a forte reputação, foco no atendimento do cliente e qualidade de seus produtos, vendas pela internet e consistente rentabilidade.

2.12 REDUÇÃO MÁXIMA

A marca poderá apresentar uma redução máxima de tamanho de acordo com as especificações exemplificadas nesta página.

Para que não haja um compromentimento de sua legibilidade, para a versão horizontal, a largura mínima não deve ultrapassar 30 mm e, na versão vertical, a largura mínima é de 24 mm.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Versão horizontal

30 mm

Versão vertical

24 mm

2.13 USOS INCORRETOS

Para garantir uma melhor eficiência na comunicação e preservação da marca TECNISA, é incorreta qualquer aplicação que não estiver dentro dos padrões estabelecidos neste manual, como mostram alguns exemplos desta página.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

A proporção entre o losango e TECNISA **não** pode ser modificada

Não utilizar a marca com efeitos visuais.

Não reconstituir ou modificar a marca.

Não alterar as cores institucionais.

Não deformar a marca.

Não utilizar a maca em outline.

Não aplicar sobre fundos vermelhos.

Não aplicar sobre degradês diferentes dos estipulados neste manual.

Não aplicar sobre fundos que não permitam sua leitura clara

3. PAPELARIA BÁSICA

3.1 CARTÃO DE VISITA

O cartão de visitas deve respeitar as especificações da marca TECNISA.
A diagramação, o conteúdo, as cores institucionais e a tipografia devem seguir as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

3.2 PAPEL TIMBRADO

O papel timbrado (tamanho A4) deve respeitar as especificações da marca TECNISA. A diagramação, o conteúdo, as cores institucionais e a tipografia devem seguir as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Elementos de texto: Calibri corpo 10pt
Bloco de endereçamento: Calibri corpo 9pt

A primeira linha do papel timbrado é um controle que cada área deve fazer mantendo o padrão abaixo:

TCSA/NOME ÁREA(abreviado)/
Numeração (com 4 números)/Ano

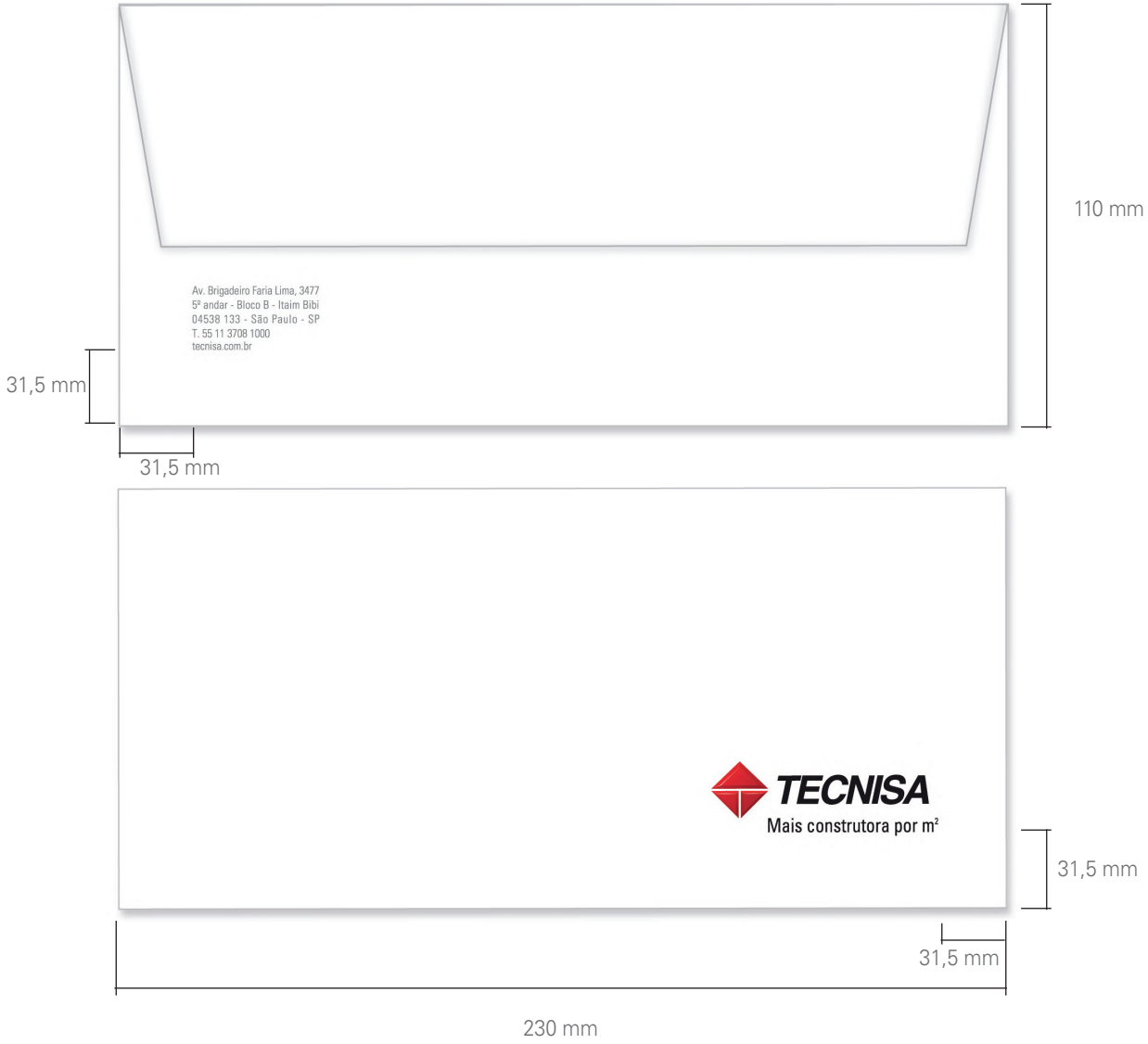
Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

3.3 ENVELOPE OFÍCIO

O envelope ofício deve respeitar as especificações da marca TECNISA.
A diagramação, o conteúdo, as cores institucionais e a tipografia devem seguir as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Bloco de endereçamento:
Univers Condensed Light

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

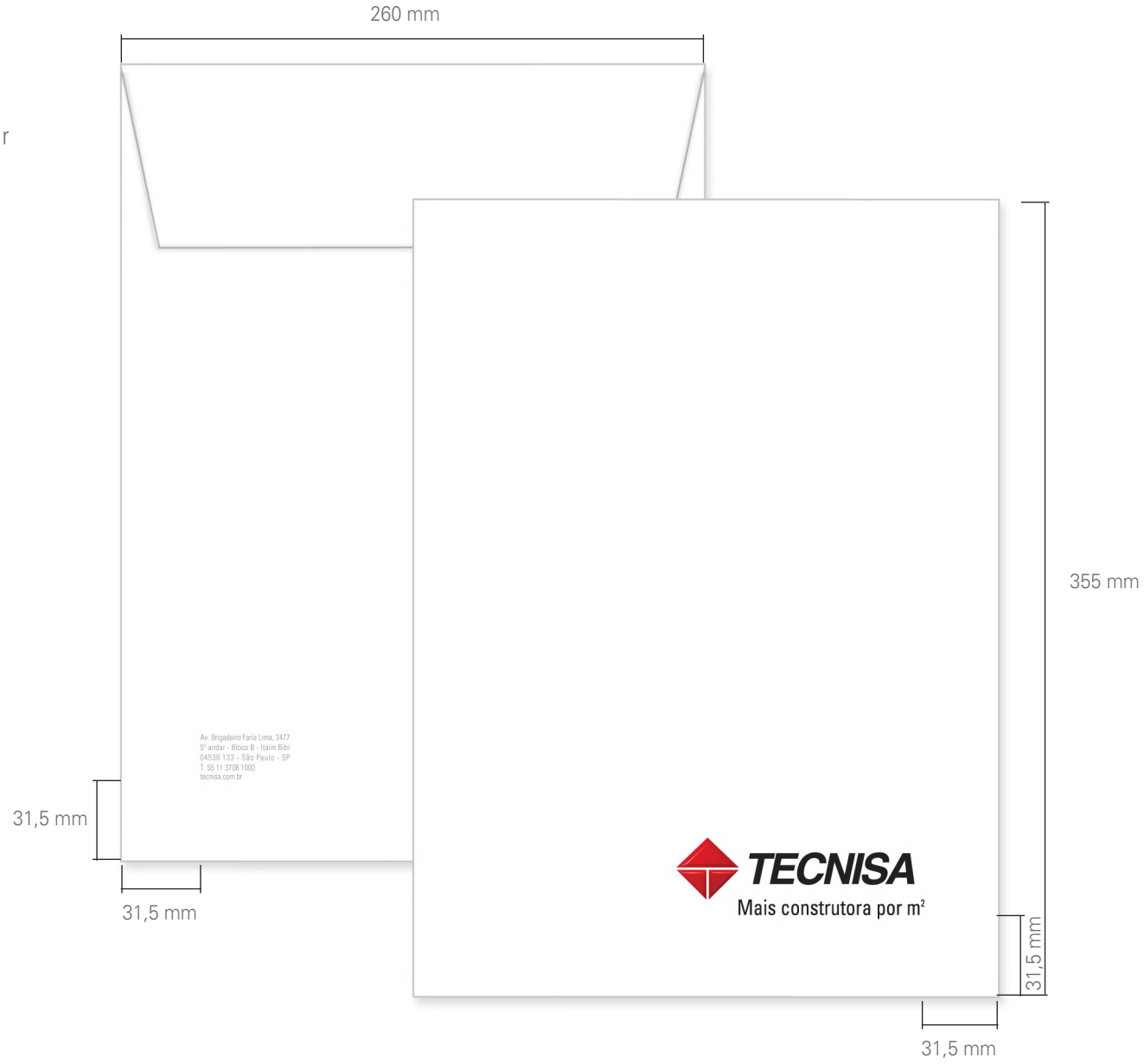


3.4 ENVELOPE SACO (A4)

O envelope saco (tamanho A4) deve respeitar as especificações da marca TECNISA.
A diagramação, o conteúdo, as cores institucionais e a tipografia devem seguir as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Bloco de endereçamento:
Univers Condensed Light

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.



3.5 PASTA

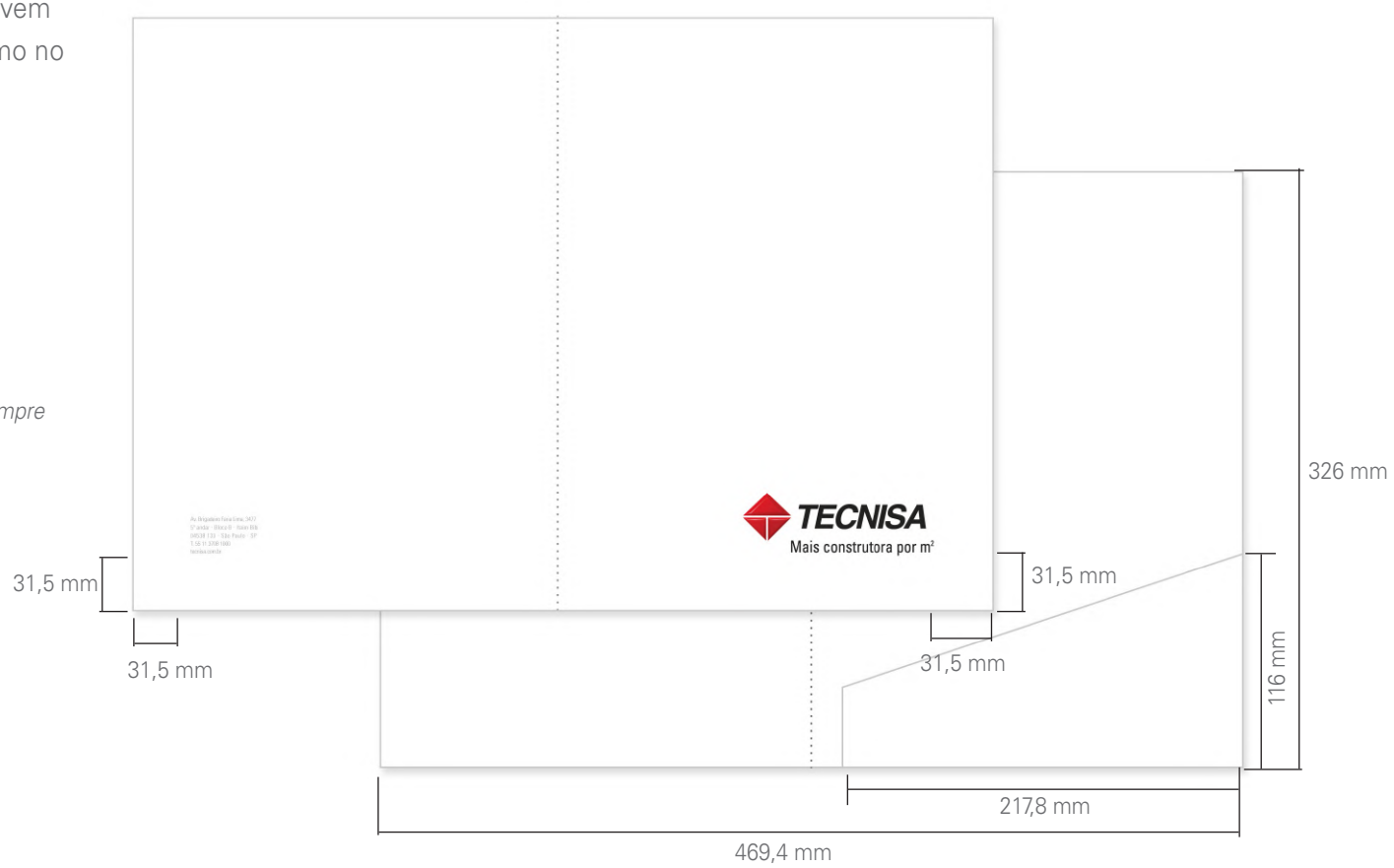
A pasta deve respeitar as especificações da marca TECNISA. A diagramação, o conteúdo, as cores institucionais e a tipografia devem seguir as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Bloco de endereçamento:
Univers Condensed Light

Na parte interna da pasta há um bolso.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Simulação



4. OUTRAS APLICAÇÕES

4.1 KEY VISUAL

A estrutura do Key Visual da identidade visual da TECNISA é composta do grafismo de apoio e a marca alinhada à esquerda. Essa composição é utilizada em algumas peças como o lápis, templates de Power Point, etc.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

4.2 GRAFISMO DE APOIO

A partir das formas da marca, foi desenvolvido uma grafismo a fim de complementar a comunicação visual TECNISA.

É importante respeitar sempre esta estrutura, composição dos elementos e cores para manter uma unidade visual.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

4.3 ANÚNCIO INSTITUCIONAL

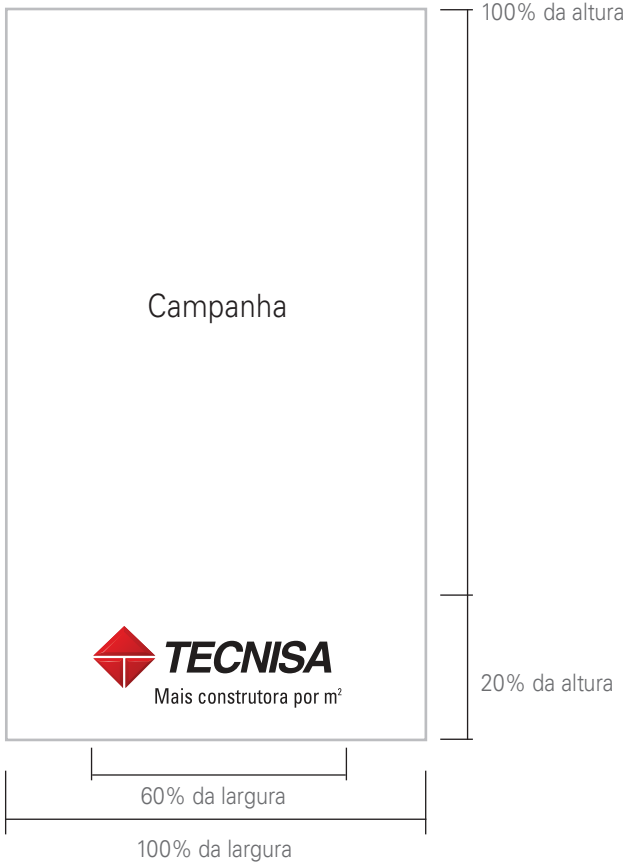
Os anúncios institucionais TECNISA devem seguir as especificações de composição, tipografias e cores descritas nesse manual.

A estrutura a ser seguida deve ser de acordo com o modelo ao lado, atentando-se às seguintes recomendações:

- Título: mensagem curta e objetiva
- Pouco texto
- Imagem que chame a atenção, provocativa e inovadora
- Família tipográfica: Myriad Pro

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Estrutura:



Exemplo:

4.4 ANÚNCIO DE PRODUTO

Os anúncios de produto TECNISA devem seguir as especificações de composição, tipografias e cores descritas nesse manual.

A estrutura a ser seguida deve ser de acordo com o modelo ao lado, atentando-se às seguintes recomendações:

- Destaque: bairro e dormitórios. O bairro deve estar sempre na parte superior do anúncio e dormitórios com a fonte em maior tamanho que a dos demais elementos
- Marca TECNISA grande
- Obrigatório: endereço, telefone, site, logotipos das empresas participantes e texto legal

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Exemplo:

4.5 LEGENDA CORPORATIVA

As legendas servem para indicar o tipo de participação da TECNISA em diferentes veiculações. Estas legendas devem sempre manter o padrão aqui descrito para garantir a identidade visual da marca.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

4.6 CRACHÁ

O crachá TECNISA deve respeitar as especificações da marca TECNISA.
A diagramação, o conteúdo, as cores institucionais e a tipografia devem seguir as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

4.7 SACOLA

A sacola TECNISA deve respeitar as especificações da marca TECNISA, seguindo as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

4.8 CADERNO

O caderno TECNISA deve respeitar as especificações da marca TECNISA, seguindo as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

4.9 LÁPIS

A arte do lápis deve respeitar as especificações da marca e grafismo TECNISA, seguindo as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Simulação

4.10 XÍCARA E PIRES

Nas louças, a marca TECNISA deve ser aplicada somente no pires, seguindo as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

4.11 BALA

A arte da bala deve respeitar as especificações da marca TECNISA, seguindo as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Simulação

4.12 SACHÊ DE AÇÚCAR E DE ADOÇANTE

A arte aplicada nos sachês de açúcar e adoçante deve respeitar as especificações da marca TECNISA, seguindo as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Simulação

4.13 TAPUME DE OBRA

O tapume de obra segue o Key Visual da identidade visual, com a marca TECNISA aplicada ao centro. Devem ser respeitadas as especificações de marca e grafismo, seguindo as definições deste manual, como no exemplo demonstrado abaixo.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

4.14 PLACA DE OBRA

As placas de obra deve respeitar as especificações da marca TECNISA, seguindo as definições deste manual, como no exemplo demonstrado ao lado.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

Empreendimentos residenciais

Empreendimentos comerciais

5. APLICAÇÕES DIGITAIS

5.1 TEMPLATE DE E-MAIL

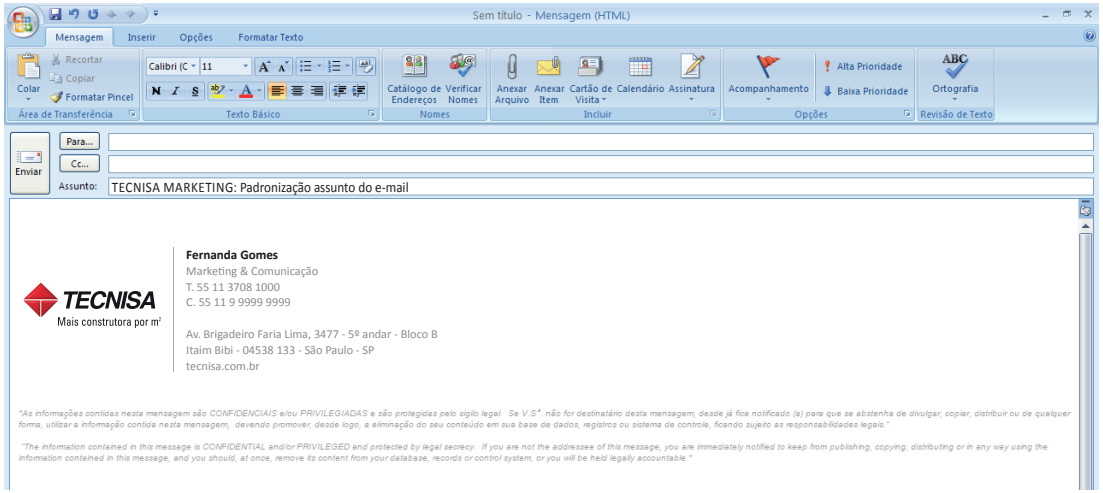
A assinatura de e-mail TECNISA deve seguir as especificações de composição, tipografias e cores descritas nesse manual.

A estrutura a ser seguida deve ser de acordo com o modelo ao lado, atentando-se às seguintes recomendações:

- Sempre colocar nome da empresa e área no assunto quando falar com *stakeholders* externos. Evitar abreviação da área.
  Ex: TECNISA MARKETING: Assunto

- Importante manter a assinatura no envio e nas respostas dos e-mails para facilitar o acesso do receptor aos seus dados e manter o padrão.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.



5.2 PAPEL DE PAREDE

A estrutura do papel de parede deve ser seguida de acordo com o modelo ao lado. Esse material possui dimensões de 1280 x 960 pixels.

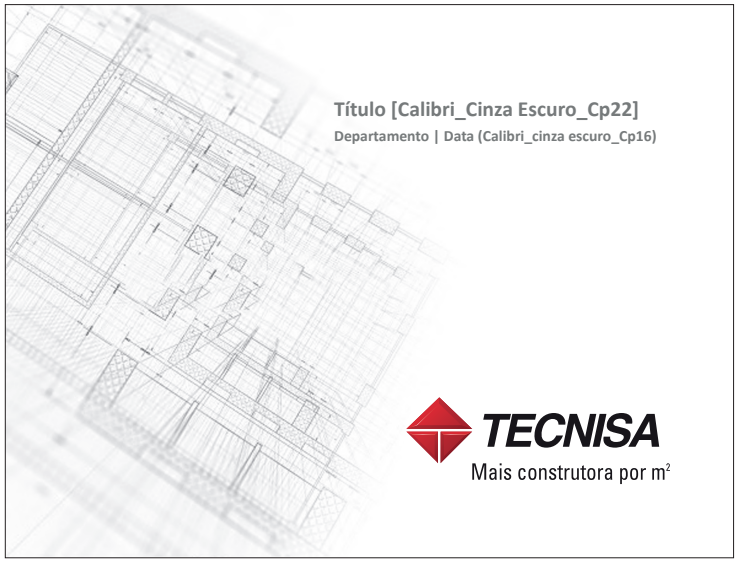
Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.

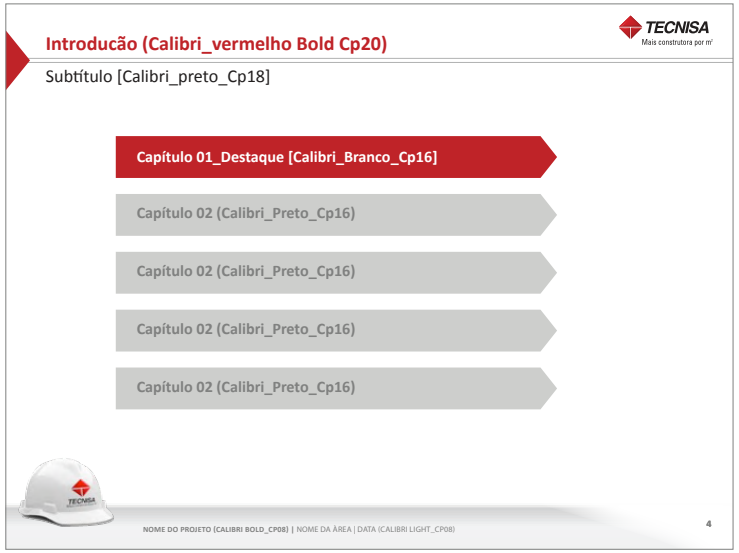
5.3 TEMPLATE DE APRESENTAÇÃO

Os templates de Power Point para apresentação da TECNISA, devem seguir as especificações de composição, tipografias e cores descritas nesse manual.

A estrutura a ser seguida deve ser de acordo com o modelo que segue.

Para evitar distorções na comunicação, utilize sempre o arquivo original de arte-final.





Introducão (Calibri_vermelho Bold Cp20)

Subtítulo [Calibri_preto_Cp18]

Texto [Calibri _cinza escuro _Cp16 pt]

Sollicitudin leo. Aenean facilisis, massa aliquam malesuada aliquam, mauris libero imperdiet mauris, in cursus sapien justo eget nulla. Ut non lorem vitae ligula feugiat mattis. Duis id turpis condimentum, facilisis ante quis, venenatis purus. Nulla ut dolor eget felis congue pharetra. Sed suscipit, augue dictum lacinia dolor eget felis congue pharetra.

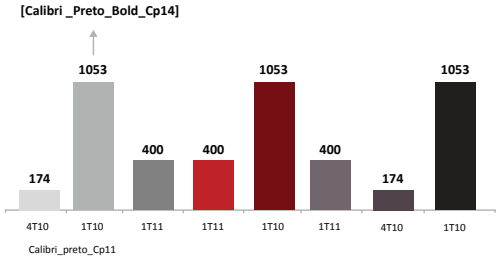
- Nulla ut dolor eget felis congue pharetra. Nunc placerat eleifend
- Nulla ut dolor eget felis congue pharetra. Nunc placerat eleifend
- Nulla ut dolor eget felis congue pharetra. Nunc placerat eleifend

NOME DO PROJETO (CALIBRI BOLD_CP08) | NOME DA ÁREA | DATA (CALIBRI LIGHT_CP08) 4

Título (Calibri_vermelho Bold Cp20)

Subtítulo [Calibri_preto_Cp18]

TÍTULO GRÁFICO [CAIXA ALTA]
(Calibri_vermelho_R204 B0 G0 Bold Cp20)



NOME DO PROJETO (CALIBRI BOLD_CP08) | NOME DA ÁREA | DATA (CALIBRI LIGHT_CP08) 4

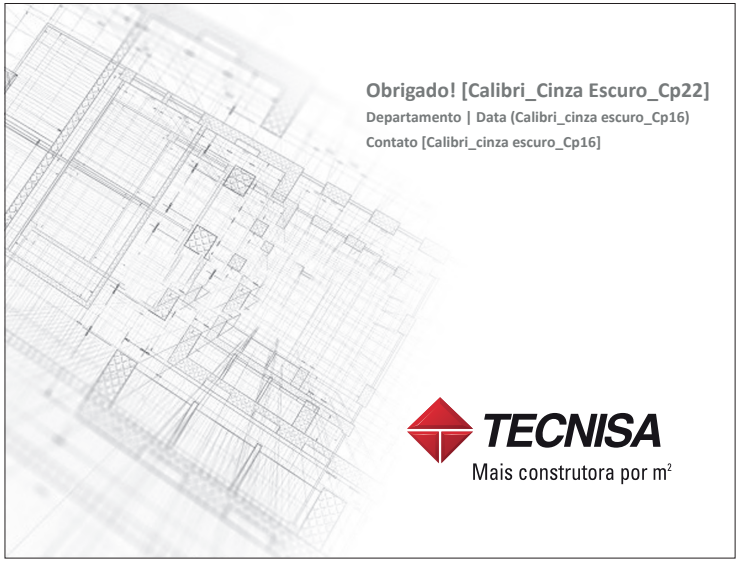
Título (Calibri_vermelho Bold Cp20)

Subtítulo [Calibri_preto_Cp18]

Título Tabela [calibri_preto_bold cp11]	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum
Título Tabela [calibri_preto_bold cp11]	**Loremipsum**	**Loremipsum**	**Loremipsum**	**Loremipsum**
Texto Tabela [calibri_cinza_ cp11]	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum
Texto Tabela [calibri_cinza_ cp11]	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum
Texto Tabela [calibri_cinza_ cp11]	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum
Texto Tabela [calibri_cinza_ cp11]	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum
Texto Tabela [calibri_cinza_ cp11]	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum
Texto Tabela [calibri_cinza_ cp11]	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum
Texto Tabela [calibri_cinza_ cp11]	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum	Loremipsum

Legenda Tabela [calibri_preto_Cp11]

NOME DO PROJETO (CALIBRI BOLD_CP08) | NOME DA ÁREA | DATA (CALIBRI LIGHT_CP08) 4



Esperamos que este Manual de Identidade Visual possa ajudá-lo a compreender nossa identidade visual e como aplicar nossa marca.

TECNISA

Mais construtora por m²