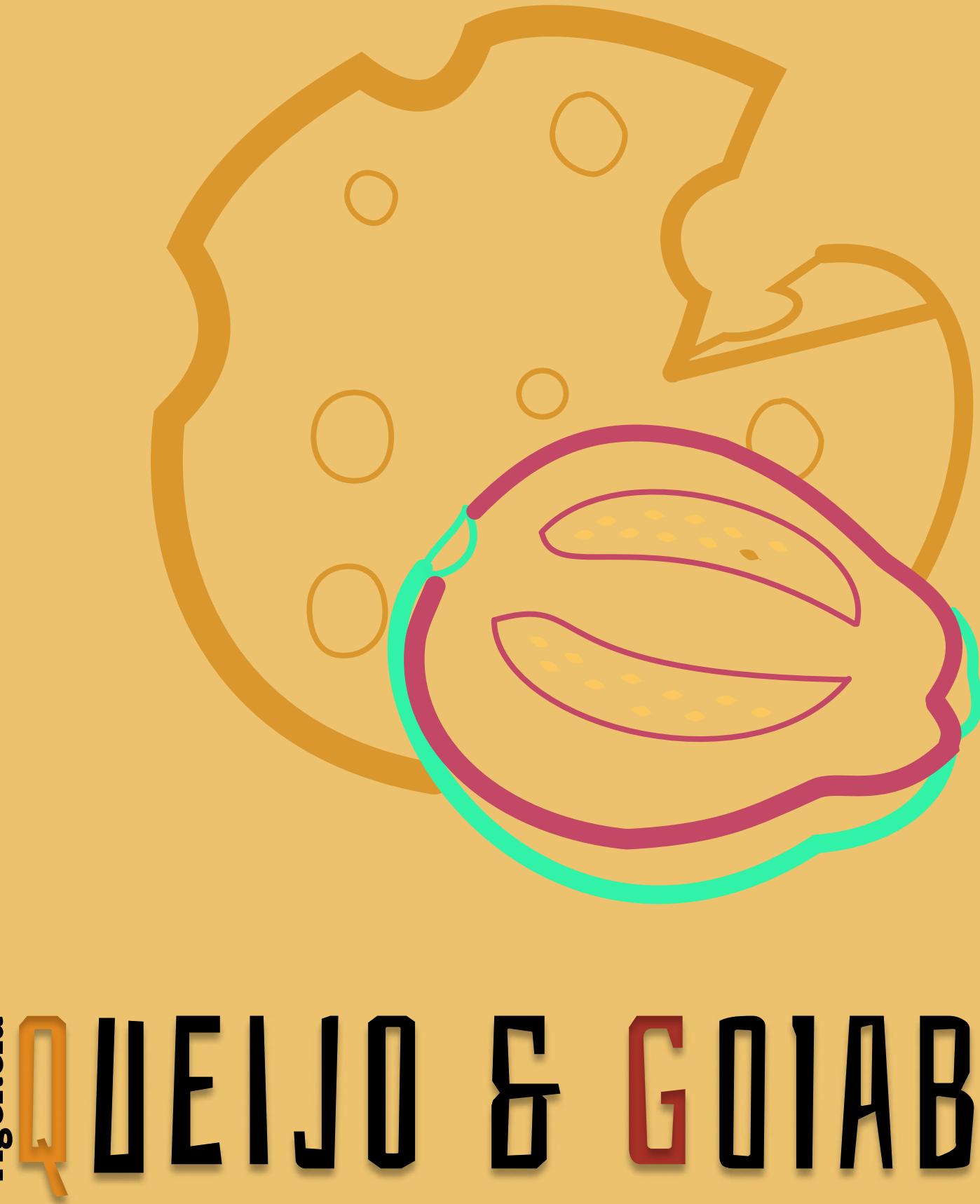
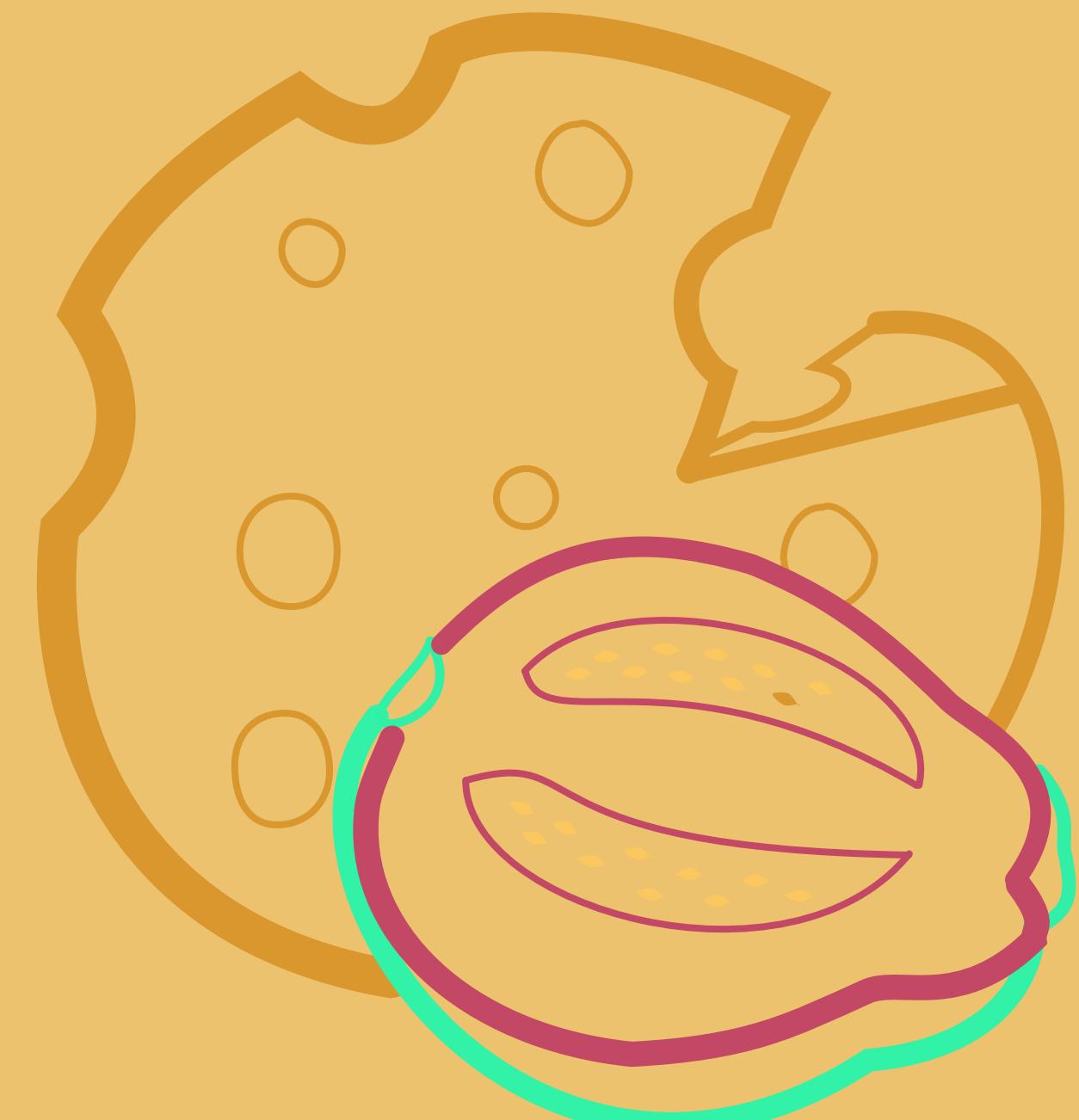


Agência



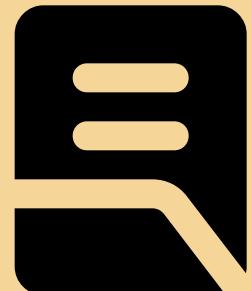
QUEIJO & GOIABADA

Manual de Identidade Visual



Agência **QUEIJO & GOIABADA**

O sabor perfeito para seu marketing



Resumo

Da mesma forma que a combinação do queijo com a goiabada, queremos unir nossas habilidades e ideias para potencializar novas marcas através de estratégias de marketing bem planejadas e únicas, tornando-as populares no cenário nacional, tal como o típico doce que trazemos no nosso nome.

CARÔMETRO



Guilherme Araujo

Diretor e Produtor artístico



Thamires Mendonça

Produtora e Revisora escrita



Izabelly Pereira

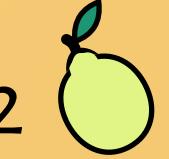
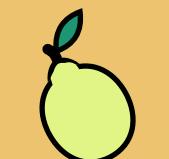
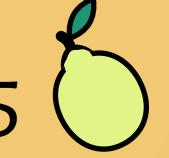
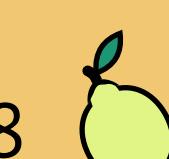
Pesquisadora e Gerente de Branding



João Victor

Coordenador de Arte e Conteúdo

SUMÁRIO

CAPA	1 	APLICAÇÕES DA LOGO	10 
EMPRESA	2 	MALHA GRÁFICA	12 
RESUMO	3 	TIPOGRAFIA	13 
CAROMETRO	4 	PADRÃO CROMÁTICO	15 
SUMÁRIO	5 	PAPELARIA	16 
MISSÃO E VISÃO	6 	BRINDES	17 
VALORES	7 	COMPONENTES	21 
CONCEITO Logo	8 	FICHA TÉCNICA	23 
CONCEITO SLOGAN	9 		

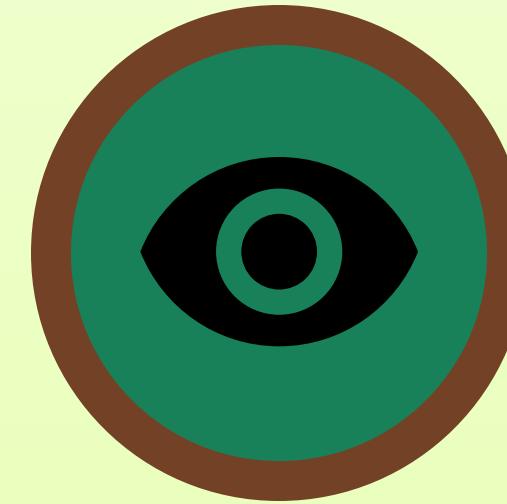
MISSÃO

E

VISÃO



Promover a visibilidade de pequenos negócios nos meios digitais e físicos, sendo uma espécie de adubo para potencializar o desenvolvimento da marca.



Ser um espaço que proporcione visibilidade nacional para novas empresas, sendo uma representação de força e firmeza em nossos compromissos com os clientes, tal como a madeira da goiabeira, que é firme e tampouco se abala.



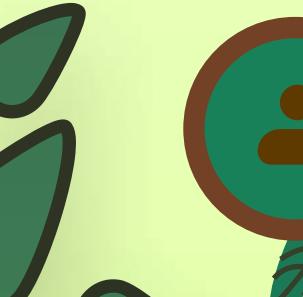
VALORES



Estimular a conservação do meio ambiente através de práticas, métodos e pensamentos ecológicos e sustentáveis nos designs;



Caráter empresarial forte e firme, buscando agir com excelência e ética;



Orgulho de ser quem somos;



Confiança e compromisso para os clientes;



Potencializar a oportunidade de crescimento de pequenos negócios;

CONCEITO: LOGO



Fazendo referência ao nome da agência de forma direta, a logo é composta por um queijo e uma goiaba (base da goiabada)



Trazendo cores que fazem uma referencia nacional. O amarelo e verde referencia a bandeira do Brasil, e o rosa da fruta nativa



CONCEITO: SLOGAN

O sabor perfeito para seu marketing

 Trazer sabor para o marketing
de empresas e negócios 

 Cada negócio/empresa deve ser única
e ter um “sabor” próprio e distinto das
demais 

 Somos o tempero ideal para seu
négocio 

APLICAÇÃO DE LOGOS

Primária



Secundária

QUEIJO & GOIABADA

Aplicações corretas



Sempre deve aplicar em uma cor sólida com uma cor que não misture com a logo escondendo seus elementos

APLICAÇÃO DE LOGOS

POSITIVA E NEGATIVA



INCORRETAS



Ordem errada da tipografia



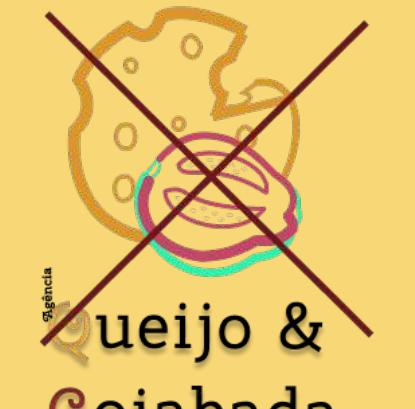
Cores de fundo erradas



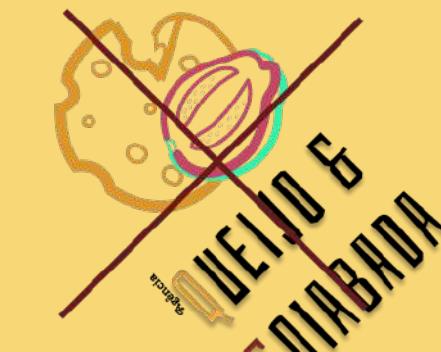
Distorcido



QUEIJO &
GOIABADA



Trocara tipografia

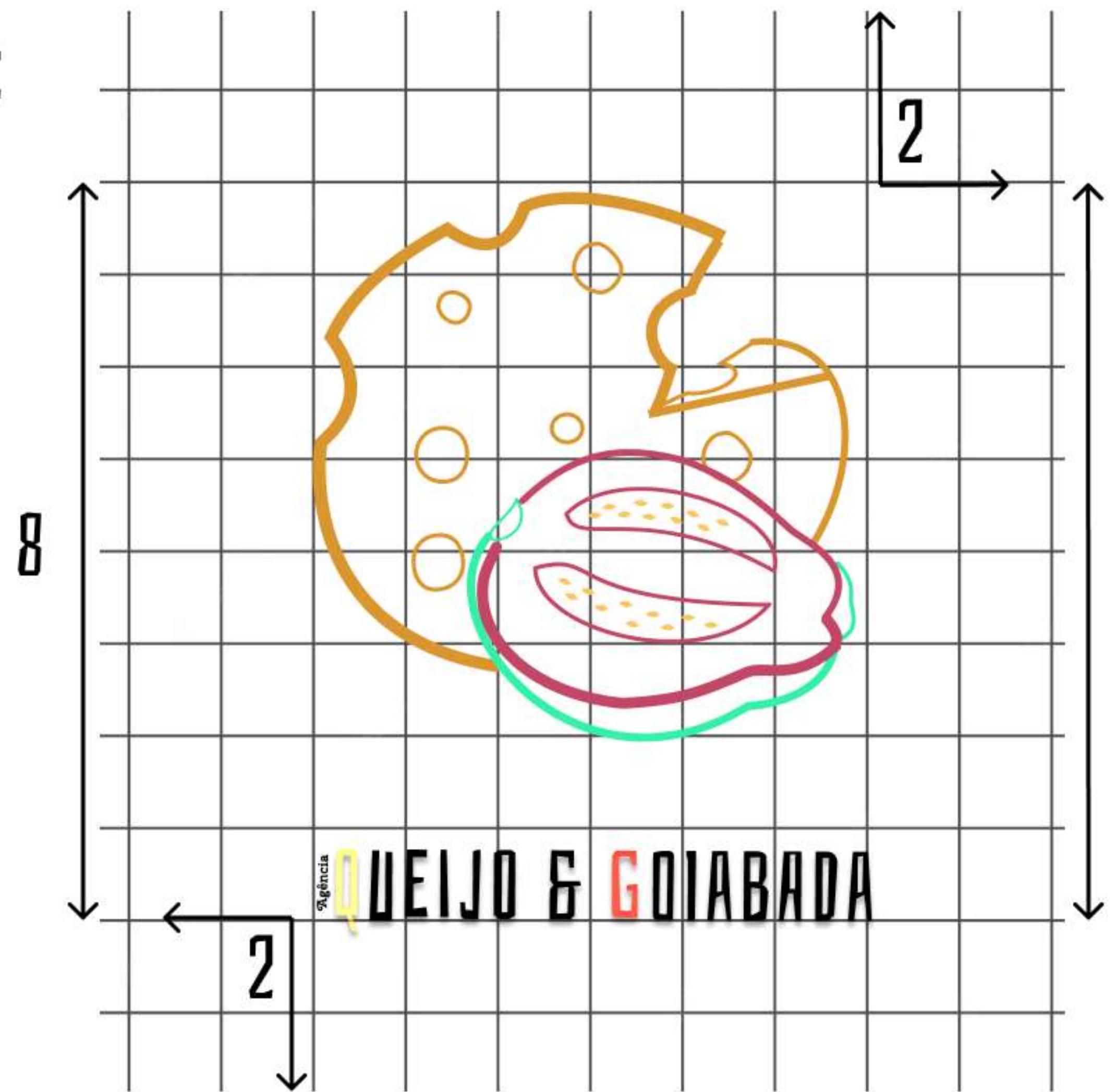


Rotacionar

SOBRE TEXTURAS



MALHA GRÁFICA:



TIPOGRAFIA

LOGO

Cherry Swash

Estilo simples porém apresentando uma espiral e pontas que acabam se direcionando para cima



Bahianita

Escolhida por apresentar um estilo voltado para o comum, extravagante e forte para ressaltar a força da empresa



A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P
,Q,R,S,T,U,V,W,X,Y,Z
a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m,n,o,p,q
,r,s,t,u,v,w,x,y,z
0,1,2,3,4,5,6,7,8,9
!,@,#,\$,%,&,*,(,),[],{},?



TIPOGRAFIA

SLOGAN

Annie Use Your Telescope

Já em forma mais leve e fina, relembrando escrita sem alinhamento para mostrar que somos pessoas comuns

A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q,R,S,T,U,V,W,X,Y,Z

a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m,n,o,p,q,r,s,t,u,v,w,x,y,z

0,1,2,3,4,5,6,7,8,9

!,@,#,\$,%,&,*,(,),[],{},?



TEXTOS

Alegreya Sans

Para passar um entendimento mais claro nos slides nada mais justo do que uma fonte regular com alinhamento nas letras

A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q,R,
S,T,U,V,W,X,Y,Z

a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m,n,o,p,q,r,s,t,u,
v,w,x,y,z

0,1,2,3,4,5,6,7,8,9

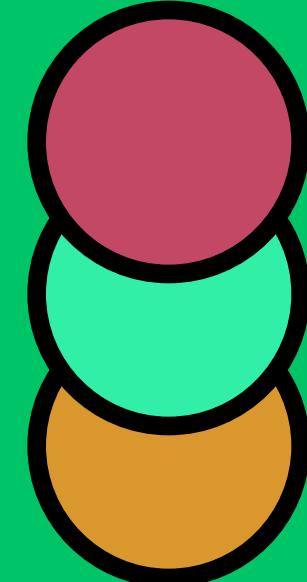
!,@,#,\$,%,&,*,(,),[],{},?



PADRÃO CROMÁTICO



#Hexadecimal . RGB . (CYMK%)



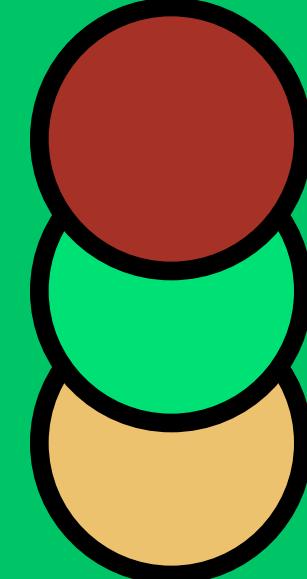
#C24865 . 194, 72, 100 . (0%, 63%, 48%, 24%)

#31EFA6 . 49, 239, 166 . (79%, 0%, 31%, 6%)

#D9972E . 217, 151, 46 . (0%, 30%, 79%, 15%)



#Hexadecimal . RGB . (CYMK)



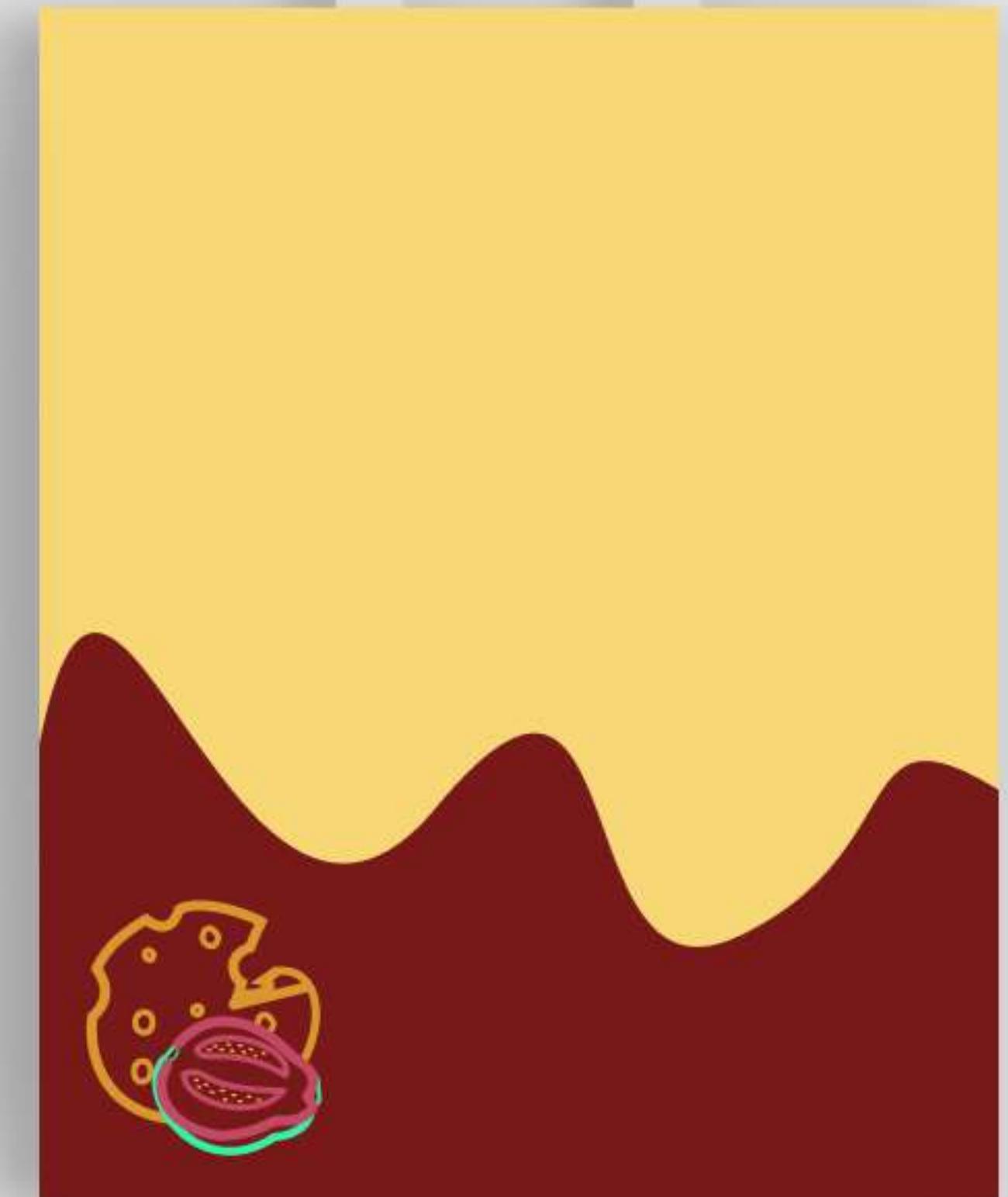
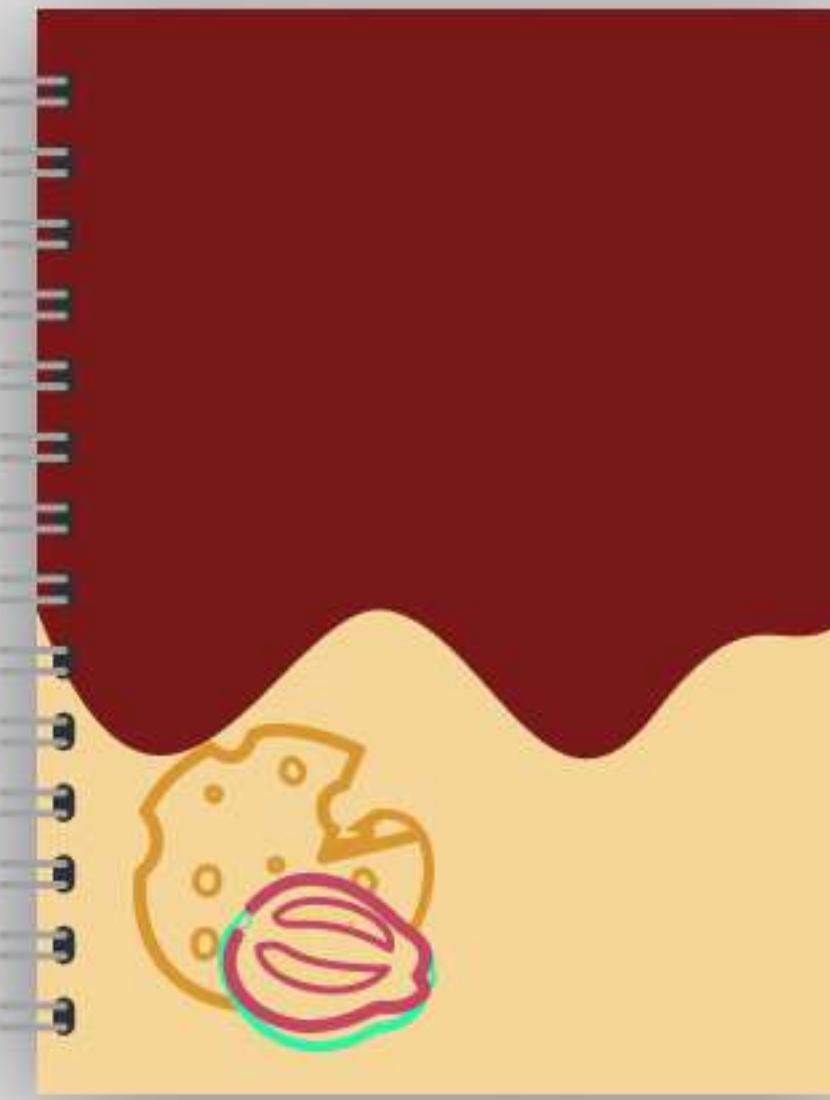
#A63126 . 166, 49, 38 . (0%, 70%, 77%, 35%)

#00E175 . 0, 225, 117 . (100%, 0%, 48%, 12%)

#ECC26E . 236, 194, 110 . (0%, 18%, 53%, 7%)

A escolha dos tons de **amarelo** se deve por representar nosso **otimismo** no serviço de divulgação das outras empresas, o **verde** para representar as **florestas** e a **origens** do nosso povo, o **vermelho** se comporta como **chamativo** forte, e o **rosa** representa o cárter da **união de nossas forças e inteligência** que entregamos aos clientes

PAPELARIA



BRINDES



BRINDES



BRINDES







Agência



INTEGRANTES

- JOÃO VICTOR
- IZABELLY PEREIRA
- THAMIRE MENDONÇA
- GUILHERME ARAUJO

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

INTEGRANTES

Guilherme Araujo Alves (RA: 1431302211030)

Izabelly Pereira dos Santos (RA: 1431302211005)

João Victor da Silva de Oliveira (RA: 1431302211014)

Thamires Mendonça Beserra (RA: 1431302211011)

AGÊNCIA: **QUEIJO & GOIABADA**

FATEC CARAPICUIBA

CURSO: DESIGN DE MÍDIAS DIGITAIS

DISCIPLINA: Comunicação Visual

ORIENTAÇÃO: Profa. Dra. Sandra Trabucco Venzuela

JUNHO 2023