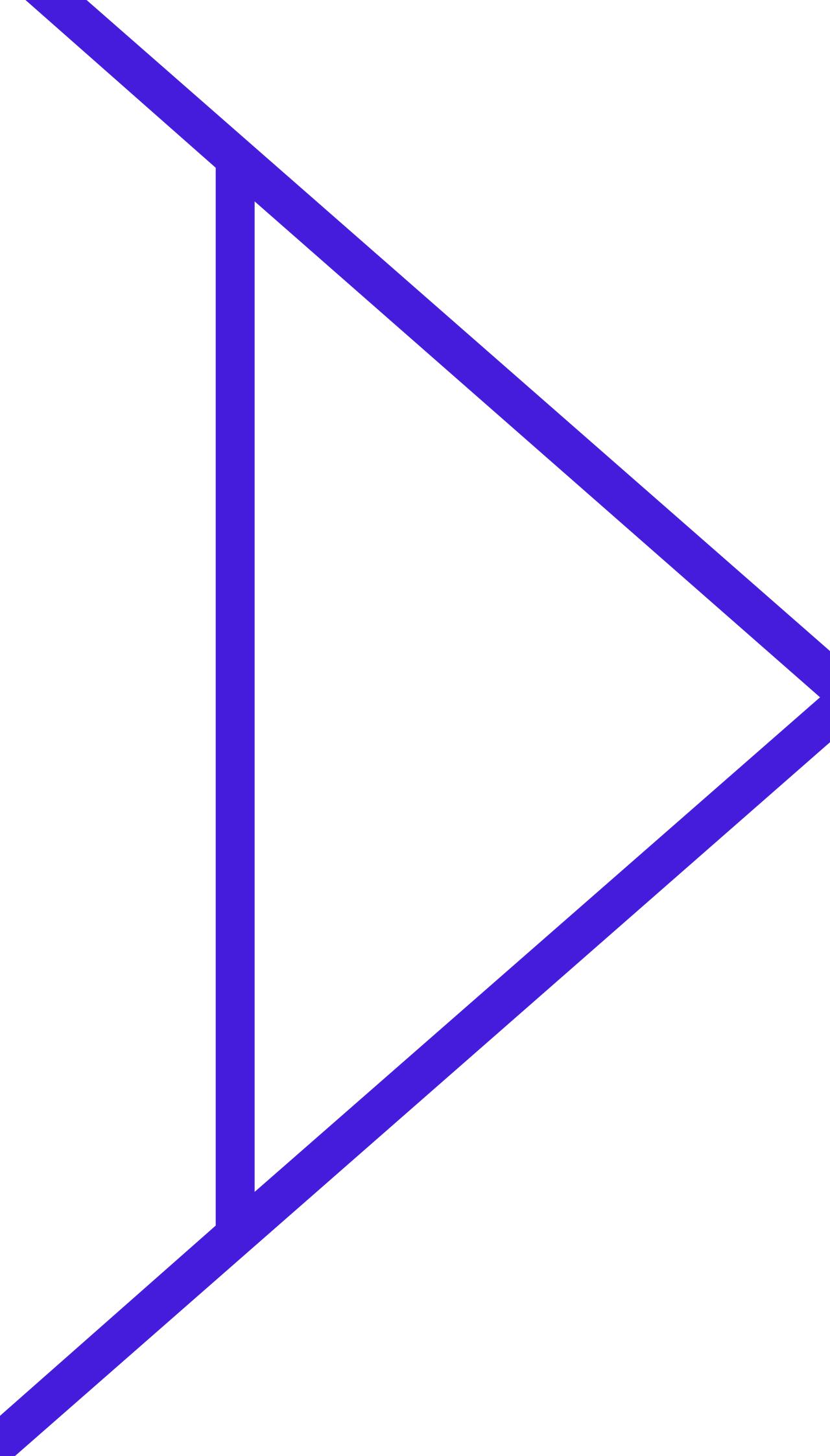


**Guia da Marca**

Versão\_2024

**MATERA**



# Este é o guia da marca Matera

Aqui, apresentamos a arquitetura de marca e os elementos básicos da identidade visual.

Trazemos ainda alguns exemplos de aplicação para **orientar e inspirar** os responsáveis pelo uso da marca.

## sumário

### 1 Posicionamento

|            |    |
|------------|----|
| Propósito  | 5  |
| Atributos  | 7  |
| Brand Idea | 10 |
| Valores    | 15 |

### 2 Logo

|                     |    |
|---------------------|----|
| Versões do Logotipo | 33 |
| Símbolo             | 42 |

### 3 Tom de voz

|          |    |
|----------|----|
| Parceiro | 26 |
| Inovador | 29 |

### 4 Universo visual

|                 |    |
|-----------------|----|
| Paleta de Cores | 45 |
| Tipografia      | 50 |
| Grafismos       | 57 |
| Aplicações      | 61 |



# Posicionamento

O posicionamento é a ideia central que guia a marca. Ele reúne orientações claras e relevantes para o gerenciamento da marca – um sólido ponto de referência sobre sua visão de futuro e um guia inspirador para sua atuação, expressão e experiência.

01.1

# Propósito

Uma crença, uma vocação, uma causa que conecta a marca a um contexto mais amplo e define seu papel na sociedade.



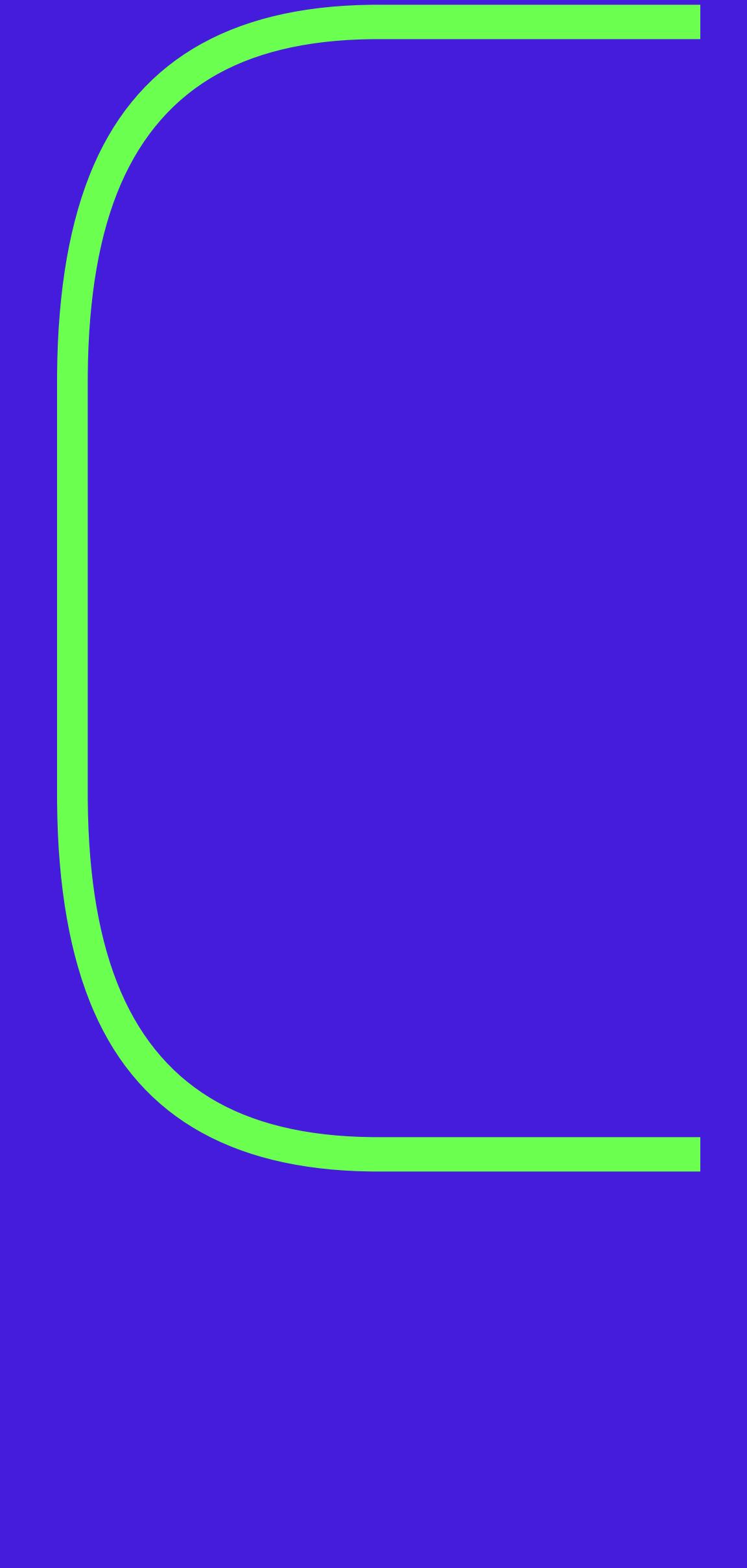
Qual é nosso papel na vida  
das pessoas?

**Transformar o negócio  
dos nossos clientes e  
democratizar o acesso  
aos serviços financeiros.**  
Desenvolvendo soluções  
seguras, robustas  
e inovadoras.

01.2

# Atributos

Características funcionais  
e de personalidade que  
definem a atuação e a  
experiência da marca.



Como queremos  
ser percebidos?

### Atributos principais:

Atributo 01

# Somos confiáveis.

Atributo 2

**Fortalecemos conexões.**

Atributo 3

**Refletimos expertise.**

Atributo 4

**Valorizamos pessoas.**

Atributo 5

**Sabemos transitar.**

Atributo 6

**Olhamos para frente.**



## Palavras-chave:

### Atributo 01

**Somos confiáveis**

Líder.  
Transparente.  
Atenta.  
Sábia.

### Atributo 02

**Fortalecemos conexões**

Parceira.  
Presente.  
Leal.  
Colaborativa.

### Atributo 03

**Refletimos expertise**

Segura.  
Confiável.  
Sólida.  
Experiente.

### Atributo 04

**Valorizamos pessoas**

Humana.  
Autêntica.  
Empática.  
Acolhedora.

### Atributo 05

**Sabemos transitar**

Flexível.  
Adaptável.  
Diversa.  
Versátil.

### Atributo 06

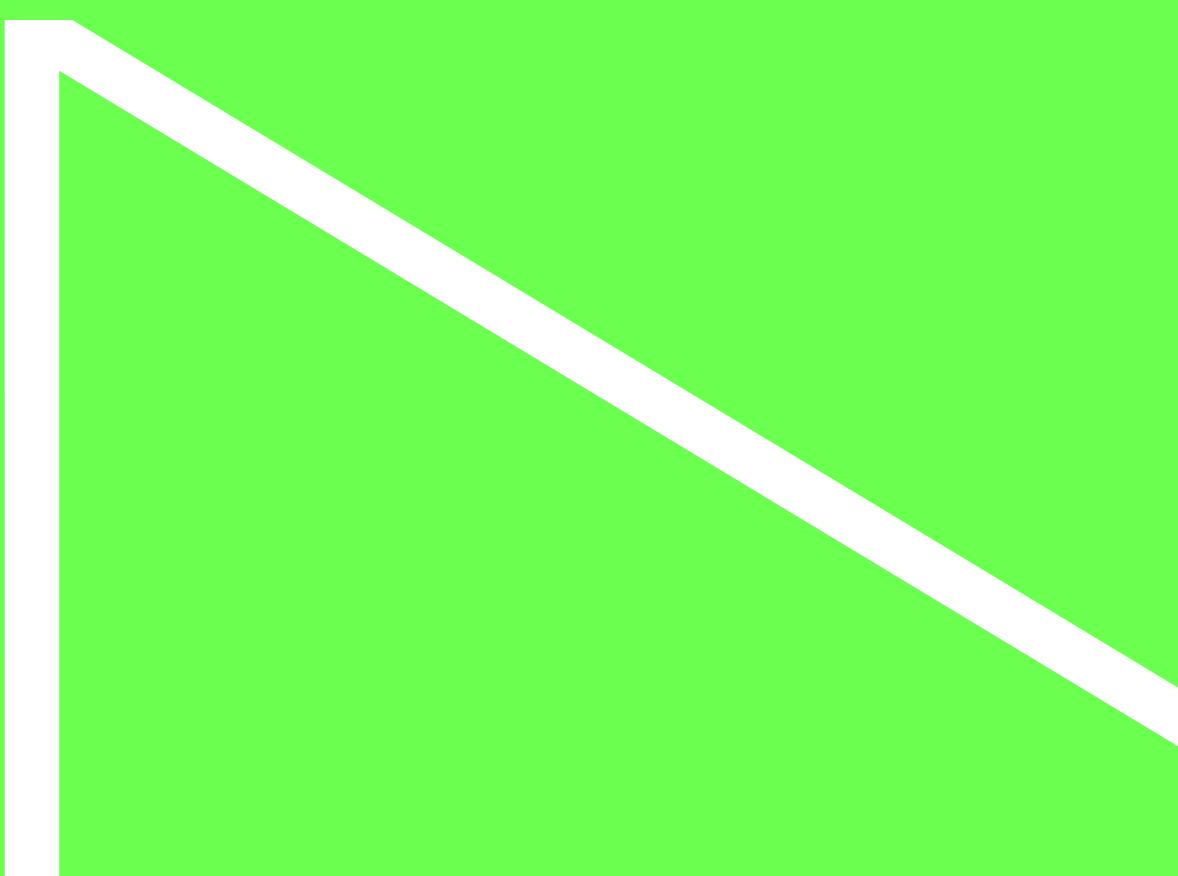
**Olhamos para frente**

Inteligente.  
Inovadora.  
Visionária.  
Arrojada.

01.3

# Brand Idea

Conceito interno que guia tudo o que envolve a marca. É aquilo que a empresa deseja que a marca represente na mente dos consumidores ao longo do tempo.



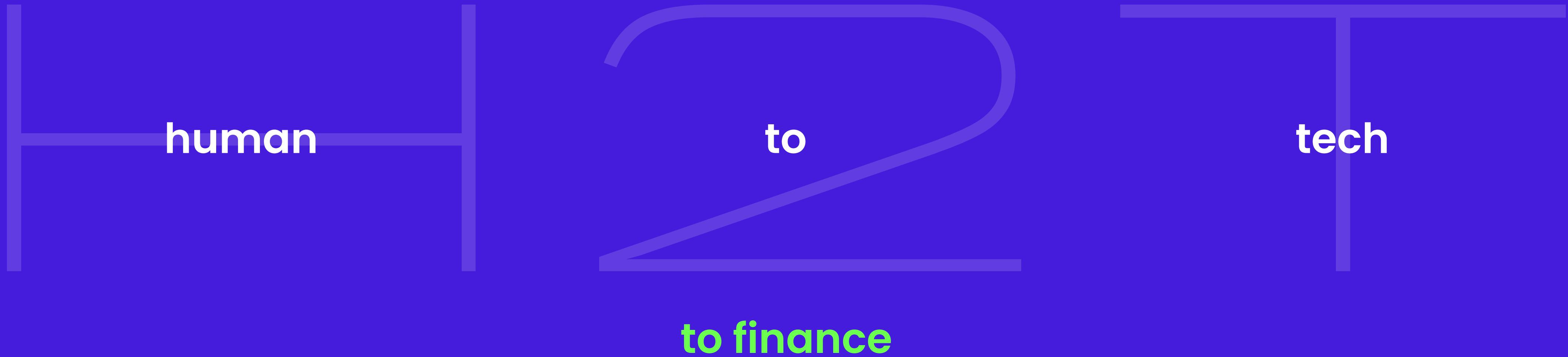
Propósito  
Atributos  
**Brand Idea**  
Valores

human

to

tech to finance | to business | to banking | to digitalization | to new

Por meio da sinergia entre empatia humana e tecnologia de ponta,  
desenvolvemos soluções tecnológicas para serviços financeiros





## Na prática

Devemos promover experiências que reforçem em nossos públicos a sensação de ter a tecnologia usada a seu favor, com a empatia da Matera somada à inteligência de suas soluções.



### No site e em materiais institucionais:

Apresentamos nosso portfólio como uma solução versátil, capaz de se ajustar às diversas demandas e perfis de nossos clientes.

### No nosso conteúdo:

Demonstramos nossa experiência abordando diversas perspectivas e destacando a habilidade da Matera em navegar com sucesso diferentes desafios.

### Durante os atendimentos:

Buscamos estabelecer uma conexão genuína, promovendo uma comunicação empática e colaborativa.

**01.4**

# valores

São mensagens estrategicamente desenvolvidas para transmitir informações sobre a marca para cada audiência, garantindo uma narrativa consistente em todas elas.

**Deixa  
Comigo!**

Obstinados  
pelo Cliente

Melhor a  
cada dia

Somos  
inconformados

De gente  
para gente

É junto que  
se ganha

Ética é  
inegociável

# Deixa Comigo!

Somos comprometidos com cada entrega, de ponta a ponta, definimos os responsáveis e não aceitamos demandas sem dono. Assumimos desafios como oportunidades, agimos para resolvê-los. Temos autonomia, responsabilidade, motivação e compromisso.

Deixa  
Comigo!

Obstinados  
pelo Cliente

Melhor a  
cada dia

Somos  
inconformados

De gente  
para gente

É junto que  
se ganha

Ética é  
inegociável

# Obstinados pelo Cliente

Investimos em criar vínculos de confiança com nosso cliente, valorizamos e entendemos o seu negócio, nos colocamos no seu lugar. Sempre. Nossa meta é facilitar a vida do cliente e agregar valor para o seu negócio.

**Deixa  
Comigo!**

**Obstinados  
pelo Cliente**

**Melhor a  
cada dia**

**Somos  
inconformados**

**De gente  
para gente**

**É junto que  
se ganha**

**Ética é  
inegociável**

# **Melhor a cada dia**

Para nós não existe “aqui sempre foi assim”. Antecipamos e enfrentamos problemas, nos desafiamos continuamente. Somos um só time, uma só Materia, executando com excelência, cooperação e sintonia todos os dias.

Deixa  
Comigo!

Obstinados  
pelo Cliente

Melhor a  
cada dia

Somos  
inconformados

De gente  
para gente

É junto que  
se ganha

Ética é  
inegociável

# Somos inconformados

Para nós não existe "aqui sempre foi assim". Antecipamos e enfrentamos problemas, nos desafiamos continuamente. Somos um só time, uma só Materia, executando com excelência, cooperação e sintonia todos os dias.

**Deixa  
Comigo!**

**Obstinados  
pelo Cliente**

**Melhor a  
cada dia**

**Somos  
inconformados**

**De gente  
para gente**

**É junto que  
se ganha**

**Ética é  
inegociável**

# **De gente para gente**

Nos importamos genuinamente com pessoas. Respeitamos suas individualidades, suas diversidades e suas necessidades, criando relações de trabalho leves e seguras, que tragam oportunidades de crescimento e evolução para indivíduos e sociedade. Acreditamos que quando as pessoas crescem, a Matera cresce.

**Deixa  
Comigo!**

**Obstinados  
pelo Cliente**

**Melhor a  
cada dia**

**Somos  
inconformados**

**De gente  
para gente**

**É junto que  
se ganha**

**Ética é  
inegociável**

**É junto que  
se ganha**

Nos importamos genuinamente com pessoas. Respeitamos suas individualidades, suas diversidades e suas necessidades, criando relações de trabalho leves e seguras, que tragam oportunidades de crescimento e evolução para indivíduos e sociedade. Acreditamos que quando as pessoas crescem, a Matera cresce.

**Deixa  
Comigo!**

**Obstinados  
pelo Cliente**

**Melhor a  
cada dia**

**Somos  
inconformados**

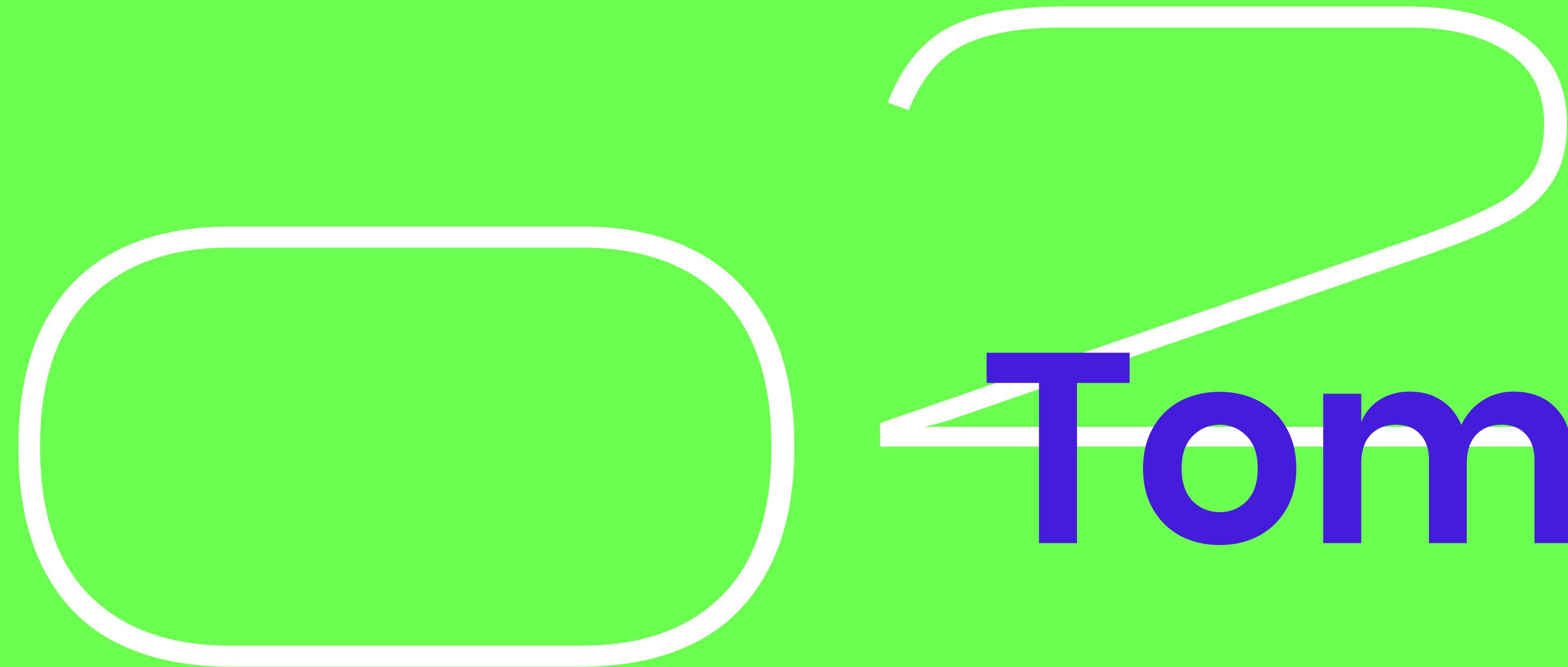
**De gente  
para gente**

**É junto que  
se ganha**

**Ética é  
inegociável**

# **Ética é inegociável**

A ética é a base da confiança e está presente em tudo o que fazemos e somos, do topo à base. Somos sinceros, temos integridade, solidez e respeito para lidar com os negócios do cliente. Na Matera, ética é unanimidade. O que é certo é certo e ponto.



# Tom de voz

O tom de voz é a expressão verbal de uma marca. Ele tangibiliza o posicionamento ao determinar a linguagem textual, ou seja, como a marca se expressa através de palavras. Assim, serve de inspiração e também traz unidade à comunicação.

**Parceiro**

**Inovador**

# Parceiro

Diretrizes de linguagem

**Colaborativo**  
**Experiente**

**Diretrizes de linguagem**

# Colaborativo

## Experiente

**Na prática:**

**De:** Oferecemos atendimento durante o horário comercial.

**Para:** Nossa parceria é constante, incondicional! Estamos com você pro que der e vier.

**Utilize uma linguagem que demonstre colaboração e esteja sempre disponível.**

**Prefira termos como:**

"junto com você", "em parceria", "trabalhando lado a lado", "sempre à disposição".

**Diretrizes de linguagem**

# Colaborativo Experiente

**Na prática:**

**De:** Temos experiência em Core Banking há mais de 30 anos.

**Para:** Quando o assunto é banking, a gente sabe o caminho certo! Há 30 anos nos reinventamos para trazer o que há de mais novo em produtos para o mercado financeiro.

**Priorize uma linguagem que reflita a experiência da marca.**

**Use termos como:**

“Sabemos a regra do jogo”, “já conhecemos o caminho”, “isso é certo！”, “nossa expertise nos torna mais certeiros”, “conselho de quem sabe”.

# Inovador

Diretrizes de linguagem

**Descomplicado**  
**Seguro**

**Diretrizes de linguagem**

# Descomplicado Seguro

**Na prática:**

**De:** A Solução Matera Risk garante integridade e consistência das informações, com inteligência embarcada para que você tome as melhores decisões de maneira estratégica.

**Para:** Você sabia que a Solução Matera Risk é ideal para o seu negócio? É a consistência de informação de dados que o seu negócio precisa pra crescer de maneira estratégica.

**Utilize uma linguagem que descomplique termos técnicos e que busque também ser educativa.**

**Prefira termos como:**

"Você sabia que...?", "Em outras palavras",  
"Já parou pra pensar que...?"

**Diretrizes de linguagem**

# Descomplicado Seguro

**Na prática:**

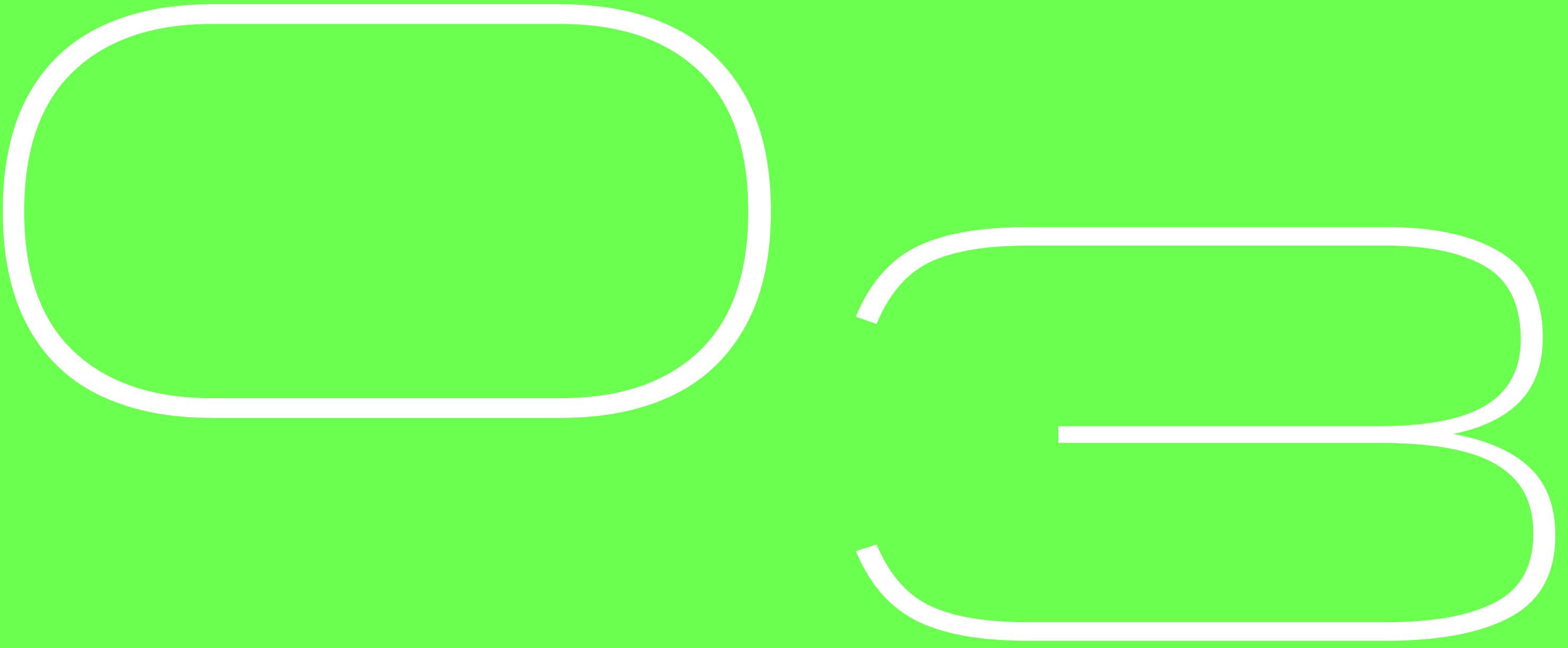
**De:** A Matera deseja sempre se aprimorar e estar à frente do mercado. Para atingir este objetivo, desenvolvemos parcerias estratégicas com grandes empresas de tecnologia que nos ajudam a atingir nossos resultados. Realizamos uma criteriosa seleção prezando por qualidade, inovação e segurança, além de total integração com nossas ofertas.

**Para:** Contamos com parceiros de peso, que nos ajudam a criar, inovar e desenvolver estratégias com grandes empresas de tecnologia do mercado.

**Utilize uma linguagem que demonstre segurança e confiança em nosso trabalho.**

**Prefira termos como:**

"Somos experientes", "Temos conhecimento",  
"Somos especialistas"



# Logo

O logotipo tem a função de sinalizar a presença da marca e seus ideais em todo material do qual ele faça parte. Além disso, ele pode ser utilizado como um elemento gráfico, compondo a área de algum material da marca em meio a outros objetos.

# MATERA

## Versão principal

Deve ser utilizado nas cores e fundos que pertençam às cores principais da marca. Essa medida tem como objetivo preservar a consistência, a legibilidade e o contraste da marca nas aplicações e, por isso, deve sempre ser seguida.

# Versões adicionais

Nosso logotipo apresenta variações que podem ser usadas visando a melhor legibilidade e contraste possíveis. As variações a seguir são as únicas autorizadas para uso.

# MATERA

Versão de uso principal

# MATERA

Versão de uso secundário

# MATERA

Versão de uso secundário

# MATERA

Versão de uso secundário

## Versão monocromática

O logotipo de Matera deve ser aplicado nas versões autorizadas de cores, porém, em casos de restrição de cores, é possível aplicar em preto e branco, conforme as versões ao lado.



MATERA

Versão monocromática negativa



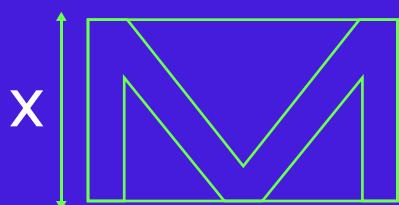
MATERA

Versão monocromática positiva

## Redução e proteção

É importante manter um espaço de proteção em relação a outros elementos para preservar a leitura. Veja ao lado algumas instruções de espaçamento que devem ser respeitadas para a aplicação do logotipo.

As medidas de redução máxima devem sempre ser respeitadas, garantindo a legibilidade. Siga as instruções de medidas para a redução do logotipo e do símbolo, tanto no uso impresso como no uso digital.



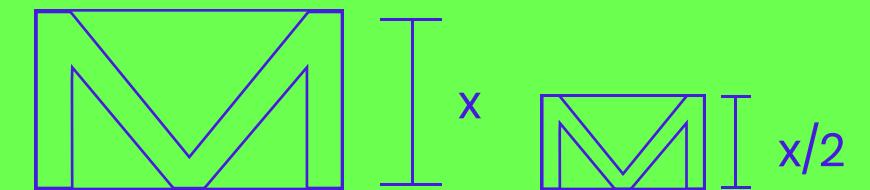
O X equivale à altura da letra M presente no logo de Matera.

MATERA  
—  
120 px / 42 mm

**Meios impressos: 42 mm**  
**Meios digitais: 120 px**

Exemplo de medida de altura definida para o logotipo e para o descritivo a partir da altura do logotipo.

**MATERA**



Certifique-se de utilizar a fonte Poppins Regular no descritivo para garantir consistência visual e legibilidade adequada.

## Logotipo + descritivo

O logotipo de Matera, quando acompanhado de um descritivo, deve ser metade do tamanho da logotipo.

**MATERA** crédito  $\frac{1}{2}x$

**MATERA** pix  $\frac{1}{2}x$

**MATERA** investimento  $\frac{1}{2}x$

**MATERA** pagamento  $\frac{1}{2}x$



Não adicionar elementos



Não distorcer



Não rotacionar



Não alterar a tipografia



Não aplicar sombras e efeitos



Não aplicar transparência



Não usar o logotipo em outline



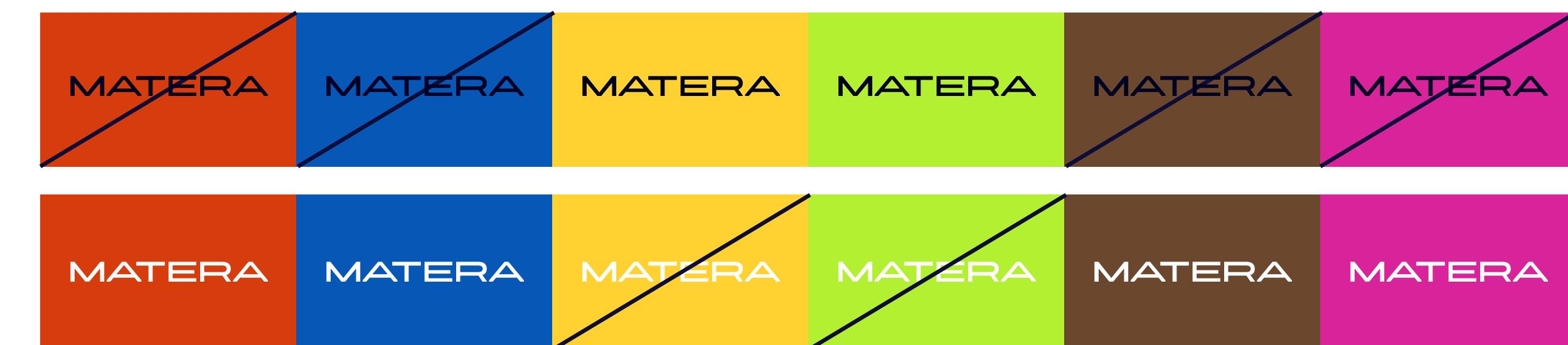
Não trocar as cores do logotipo por outras



Não alterar o desenho do logo

## Usos indevidos

O uso indevido do logotipo representa um risco ao fortalecimento da marca Matera. Veremos a seguir exemplos de aplicação que são proibidas.



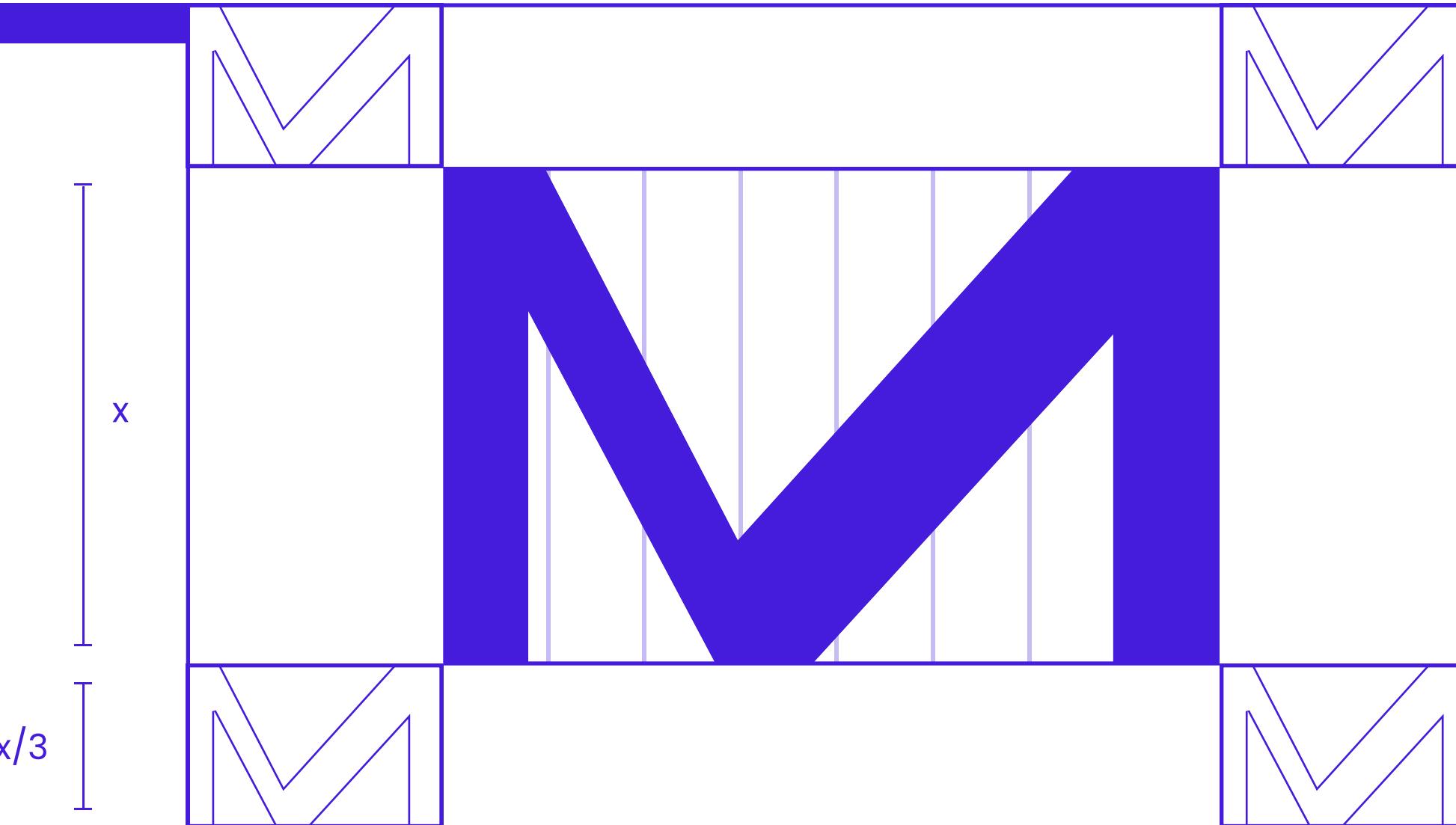
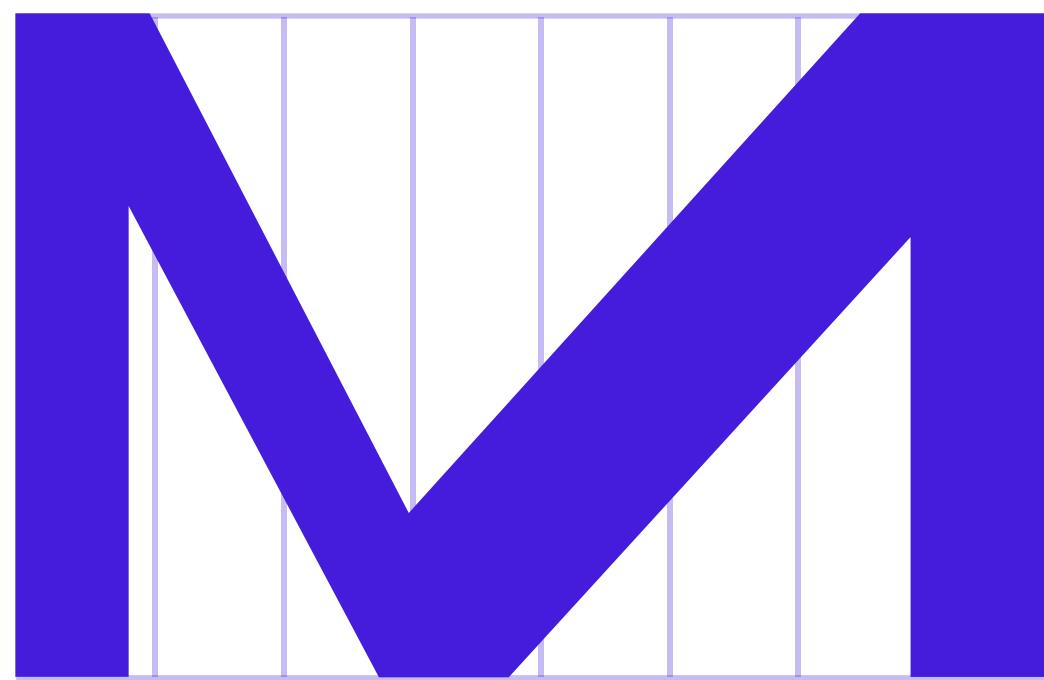
## Aplicação sobre fundos coloridos

O nosso logotipo pode ser utilizado sobre fundos coloridos. Para preservar a sua consistência, a legibilidade e o contraste nas aplicações, devemos seguir as combinações exemplificadas ao lado.

03.1

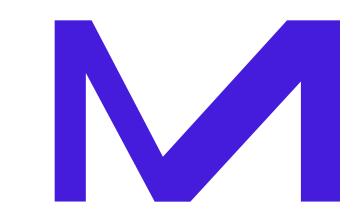
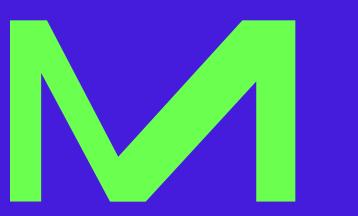
# Símbolo

A representação  
reduzida do  
logotipo da marca  
é o símbolo.



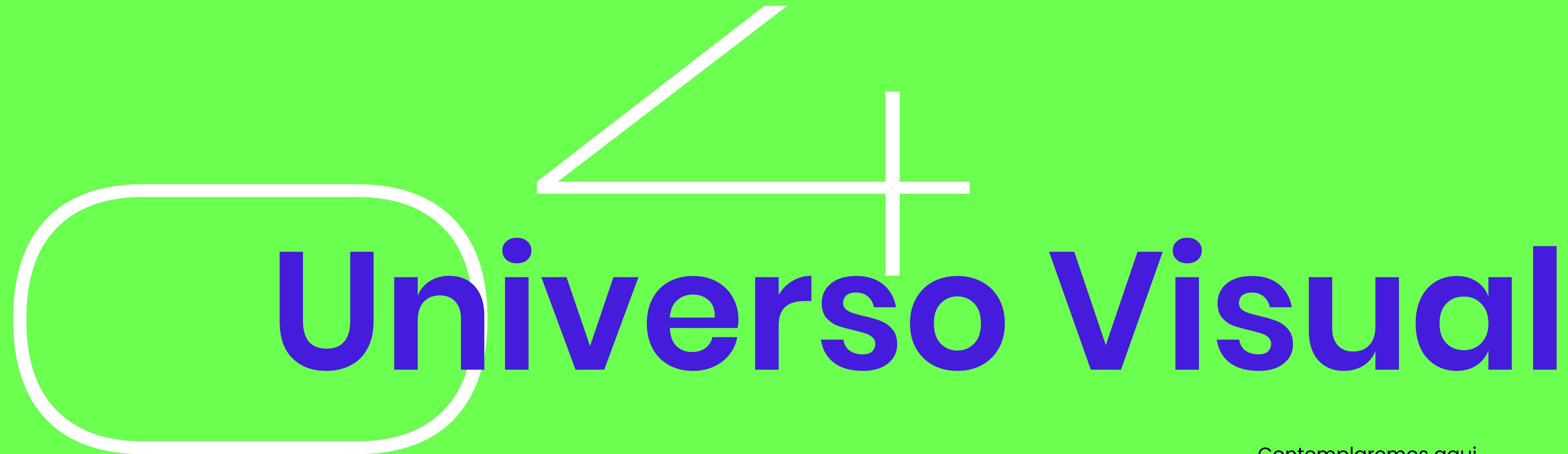
## Símbolo

Siga as mesmas regras  
de aplicação e restrição  
apresentadas previamente  
para o logotipo.



## Cores do símbolo

Pode ser utilizado nas cores e fundos que pertençam às cores principais da marca. Essa medida tem como objetivo preservar a consistência, a legibilidade e o contraste da marca nas aplicações e, por isso, deve sempre ser seguida.



Contemplaremos aqui as orientações de todo o universo da nossa marca e como devemos construí-la ao longo do tempo em materiais impressos e digitais.

04.1

# Paleta de cores

As cores primárias geram identificação e reconhecimento de marca. Por isso, elas devem ser utilizadas prioritária e extensivamente na comunicação de Matera

Pantone 2369 C  
#461CDC  
RGB: 70 28 220  
CMYK: 82 82 00 00

Pantone 2286 C  
#6BFF50  
RGB: 107 255 80  
CMYK: 50 00 100 00

Pantone BLACK 6 C  
#000023  
RGB: 00 00 35  
CMYK: 100 89 48 80

Pantone 000 C  
#FFFFFF  
RGB: 255 255 255  
CMYK: 00 00 00 00

Pantone COOL GRAY 2 U  
#F2F2F2  
RGB: 242 242 242  
CMYK: 04 02 02 00

Pantone 421 U  
#BFBFBF  
RGB: 191 191 191  
CMYK: 25 20 20 00

## Proporções de uso

A paleta de cores de Matera é dividida entre cores principais e cores secundárias.

As cores principais devem ser utilizadas com maior frequência e predominância nas peças: como cores de fundo, textos, título, etc;

As cores secundárias deverão ser aplicadas apenas em detalhes como textos menores, call to actions ou em exceções.

cores principais

cores secundárias

## Boas práticas de acessibilidade

# Contraste adequado em textos

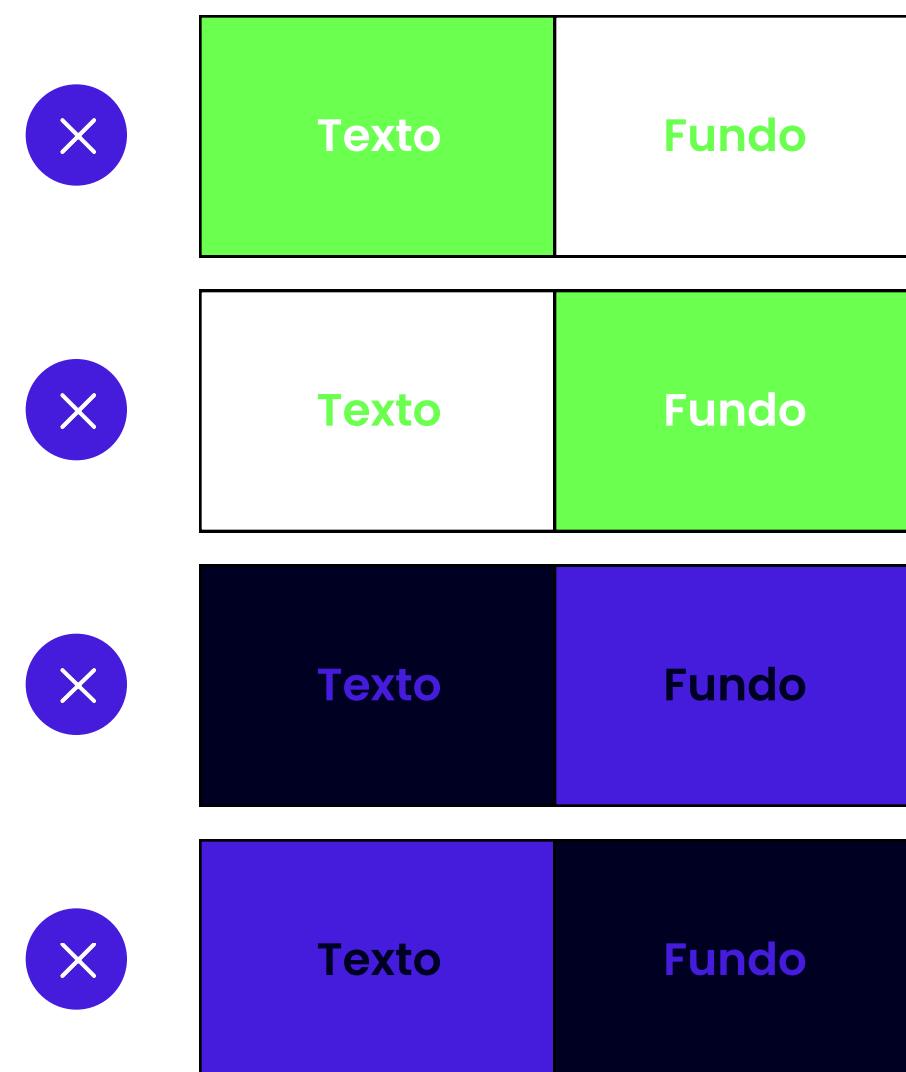
O uso adequado de cores é crucial para garantir um contraste eficaz entre texto e fundo, melhorando a legibilidade e acessibilidade para todos.

Os exemplos a seguir ilustram essa importância: enquanto alguns apresentam um bom contraste e são recomendáveis, outros têm contraste insuficiente e devem ser evitados.

### Aplicações autorizadas:



### Aplicações não autorizadas:



O WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) estabelece diretrizes globais para a acessibilidade do conteúdo na web.

A seguir, está a pesquisa que destaca os níveis de contraste de maior para menor eficácia e que explicam as regras de uso da tela anterior.



04.2

# Tipografia

A tipografia é um importante elemento na identificação da marca. Reforça nas nossas mensagens aspectos estéticos que queremos trazer no nosso universo.

## Tipografia Institucional

A nossa família tipográfica de sistema é a **Arial**. Nós utilizamos ela em textos quando não é possível utilizar a Poppins, por conta de restrições de sistema.

A nossa família tipográfica institucional é a **Poppins**. Nós usamos ela em textos corridos em geral e títulos.

### Pesos utilizados

Poppins Thin  
Poppins Extralight  
Poppins Light  
Poppins Regular  
Poppins Medium  
Poppins SemiBold  
**Poppins Bold**

### Uso

Recomendamos utilizar os tipos Regular e Semibold para garantir uma leitura clara e acessível.

## Tipografia conceitual

A NOSSA TIPOGRAFIA PARA TÍTULOS E DESTAQUES É A ORGANETTO.

### Pesos utilizados

---

ORGANETTO EXP THIN

ORGANETTO EXP ULTRALIGH

No Adobe Fonts:

ORGANETTO VARIABLE

### Uso

---

Ela deve ser aplicada de forma pontual em nossas composições, trazendo maior flexibilidade ao criar layouts. Além disso, é utilizada no grafismo da marca, reforçando nossa identidade visual.

## Boas práticas de acessibilidade

# Tamanho para apresentações

Busque padronizar os tamanhos de fonte como:

18 - 24pt para títulos

14 - 18pt para subtítulos

11 - 12pt para textos corridos

10pt para legendas e informações complementares

**OBS:** Não é recomendado utilizar a fonte menor que 8pt.

|      |   |                                       |
|------|---|---------------------------------------|
| 24pt | ↑ | <b>Título</b>                         |
| 18pt | ↑ | <b>Subtítulo</b>                      |
| 12pt | ↑ | Textos corridos                       |
| 10pt | ↑ | Legendas e Informações complementares |

## Boas práticas de acessibilidade

# Espaçamento para apresentações

Busque padronizar os espaçamentos das linhas entre textos e parágrafos como:

## Uso

---

**Entre as linhas:** pelo menos 1,5 vezes o tamanho do texto.

**Entre parágrafos:** pelo menos o dobro do tamanho do texto.

**Entre letras:** pelo menos 0,12 vezes o tamanho do texto.

**Entre palavras:** pelo menos 0,16 vezes o tamanho do texto

## Legibilidade

---

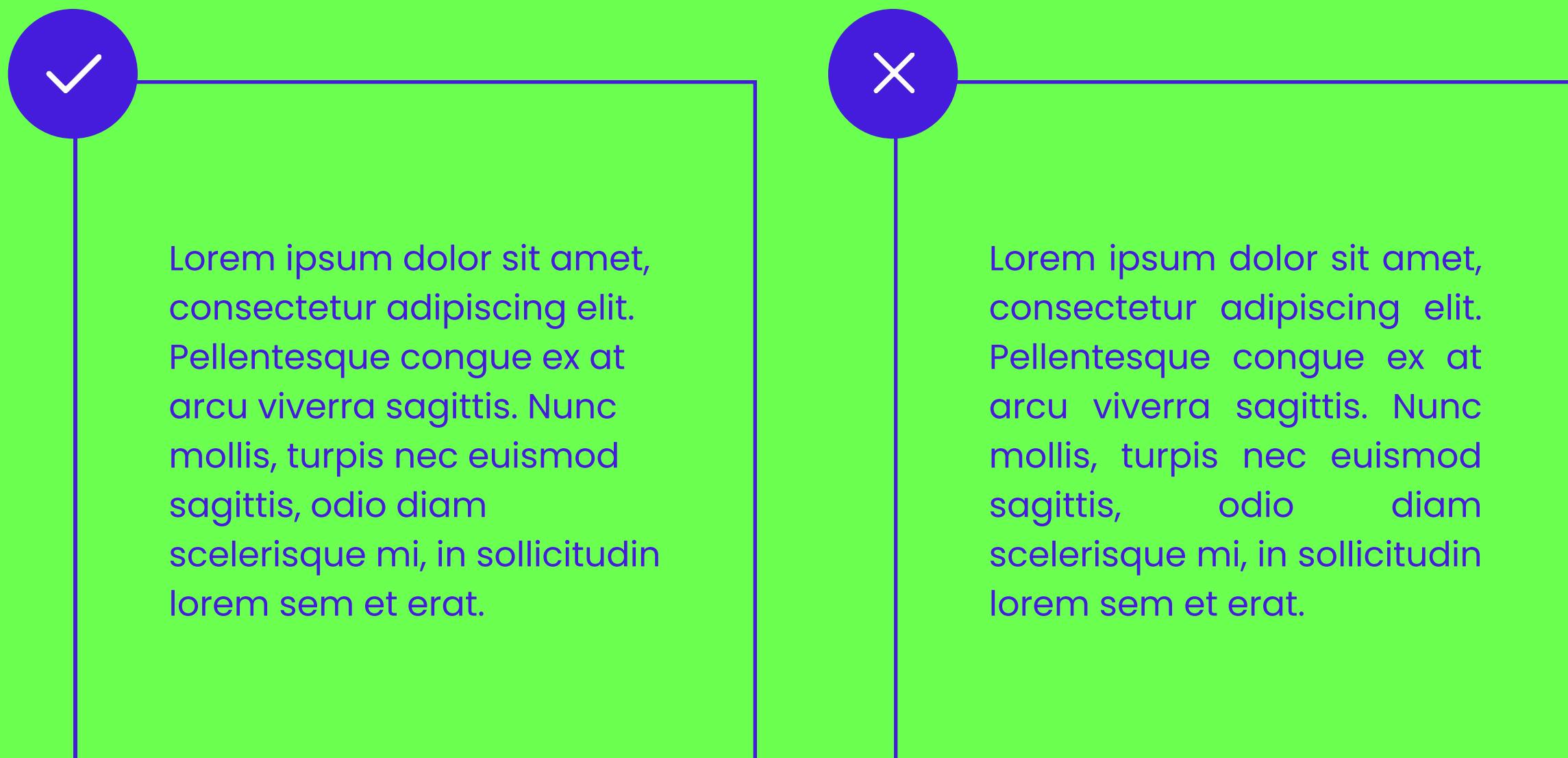
Linhas muito próximas, ou, por outro lado, muito distantes, podem dificultar a transição visual de uma para outra.

Além disso, caracteres ou palavras que estejam muito próximos uns dos outros podem tornar difícil a sua distinção.

## Boas práticas de acessibilidade

# Alinhamento

Opte por um texto alinhado à esquerda e não justificado. Apesar de o texto justificado parecer visualmente mais harmonioso, esse tipo de alinhamento pode dificultar a transição visual de uma linha para outra. Além disso, ele cria espaços irregulares entre as palavras, o que pode prejudicar a fluidez e a compreensão durante a leitura.



## Boas práticas de acessibilidade

# Uso de maiúsculas e minúsculas

Para garantir que um texto breve, que consiste em apenas algumas palavras isoladas, seja visível e rapidamente legível, opte por tamanhos de fonte maiores ou utilize letras maiúsculas. No entanto, não é recomendado usar texto em letras maiúsculas para passagens mais longas, como subtítulos e parágrafos completos, pois isso pode reduzir a legibilidade.



04.3

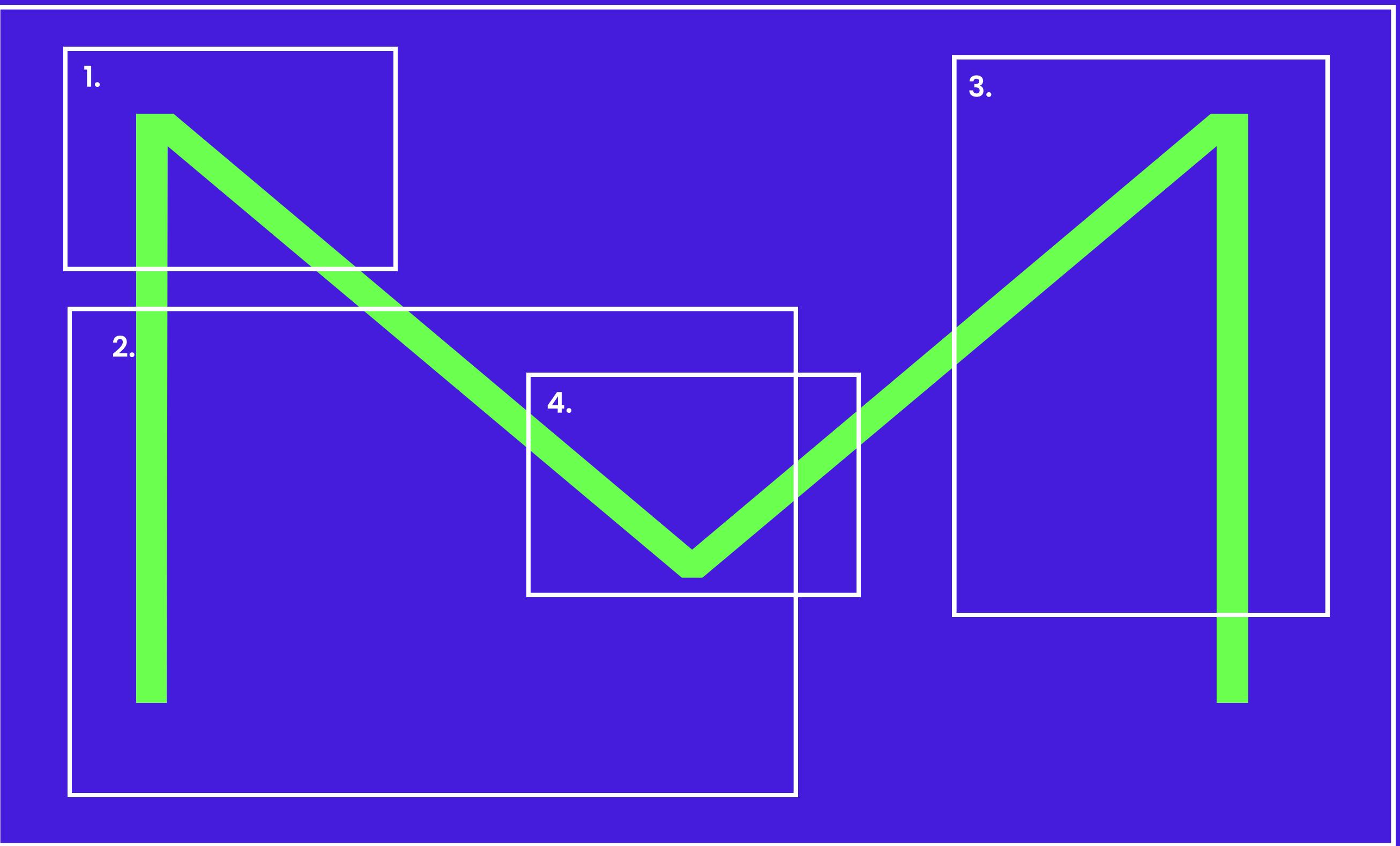
# Grafismos

Os grafismos da Matera desempenham papel crucial na distinção e reconhecimento da nossa marca.

## Grafismos abstratos

Nossa estética visual é construída através da expansão das letras, utilizando a tipografia Organetto. Estes grafismos abstratos são formas artísticas que traduzem a nossa habilidade de criar algo único com nossas próprias mãos.

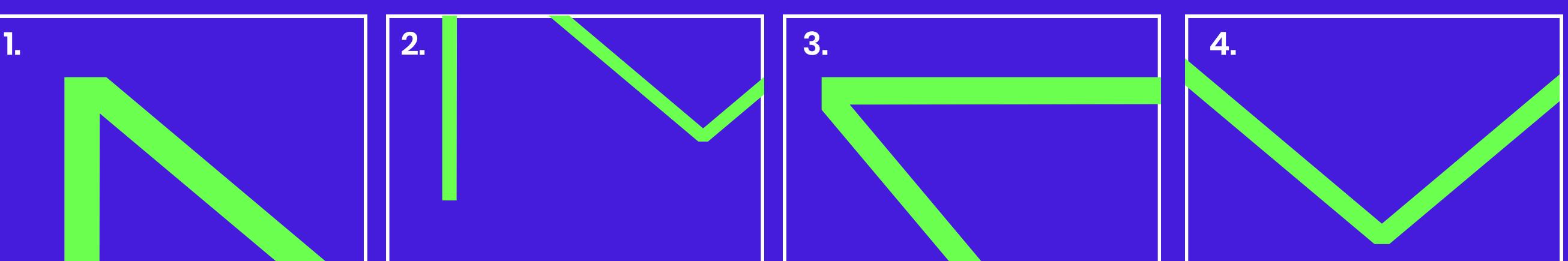
## Grafismo

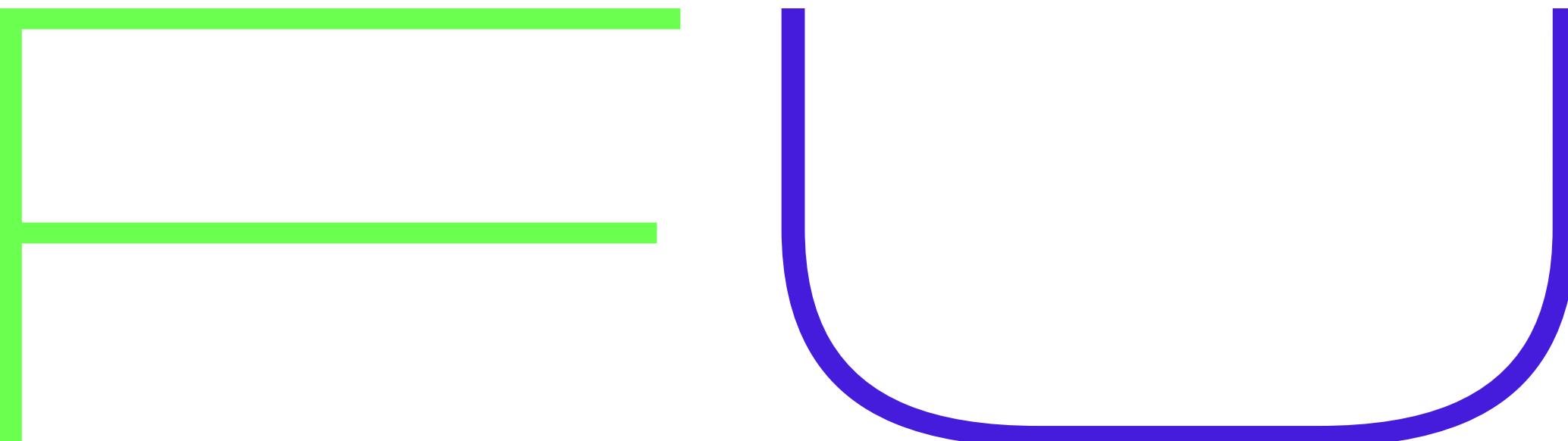


## Aplicação de grafismo abstrato

Os grafismos são extremamente versáteis, permitindo a extração de múltiplos recortes de uma única letra da tipografia Organetto, o que enriquece e diversifica nosso universo visual.

## Recortes do mesmo grafismo





## Palavras Chave

Nosso grafismo também é constituído através da expansão de palavras chave na composição, utilizando a tipografia Organetto.

04.4

# Aplicações

A seguir, trazemos exemplos de como podemos aplicar a nova identidade.

Paleta de cores  
Tipografia  
Grafismos  
**Aplicações**

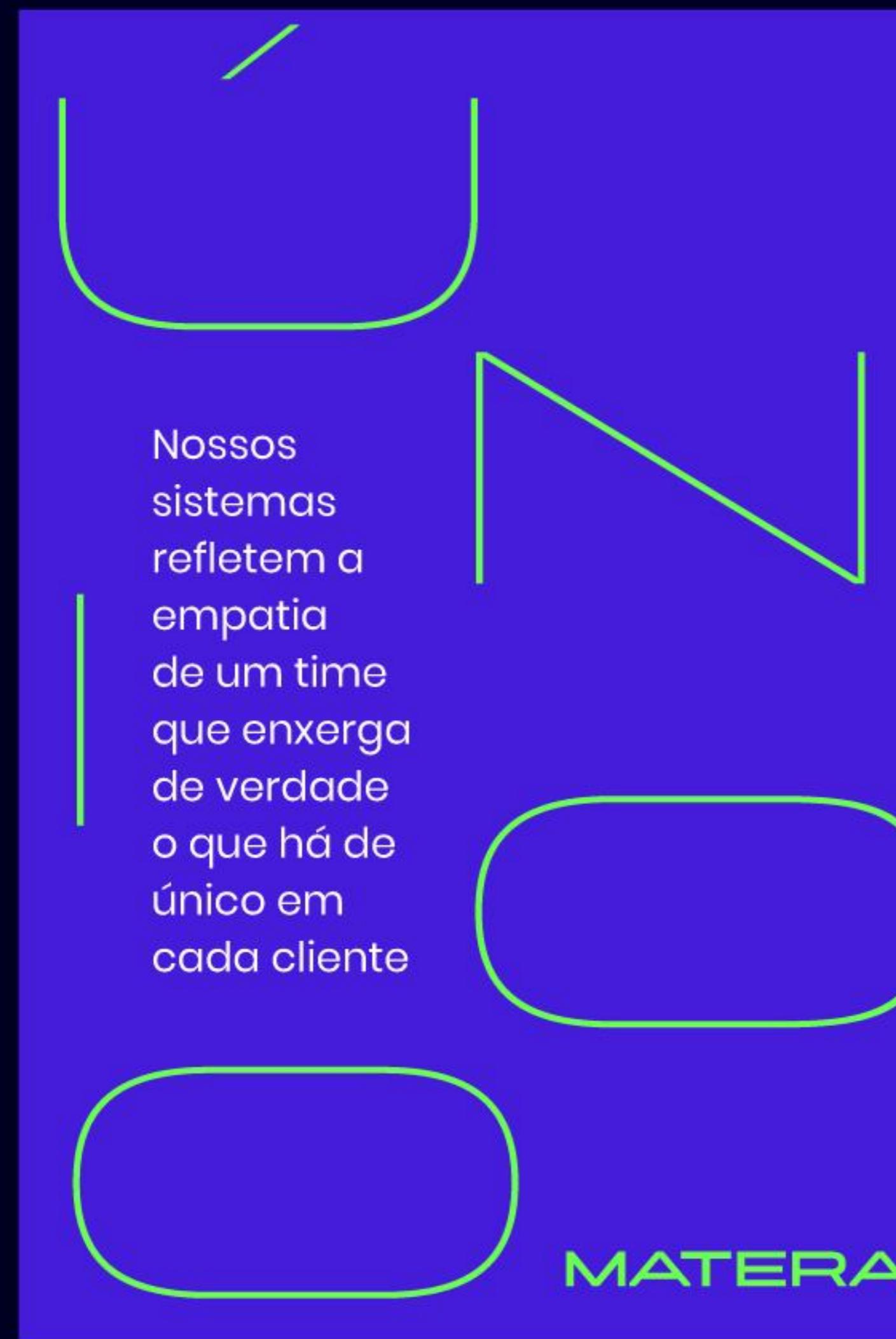
Empowering  
Finance  
Through  
Technology



**MATERA**

[matera.com.br](http://matera.com.br)







Paleta de cores  
Tipografia  
Grafismos  
**Aplicações**

## Guia de marca

Sempre consulte este material ao utilizar a marca Matera. Para casos não citados aqui, fale com [marketing@matera.com](mailto:marketing@matera.com)

É importante salientar que o conteúdo deste material é confidencial e de uso interno ou de fornecedores autorizados. As fotos aqui veiculadas são meramente ilustrativas e de propriedade de terceiros, titulares dos direitos autorais. Fica vedada, portanto, sua reprodução.

# MATERA