



ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS MOÇAMBICANAS
DE CONSULTORIA

Manual de Identidade Corporativa



O que é Identidade Corporativa?

Identidade Corporativa é o conjunto de imagens, símbolos, logotipos, cores, fontes e padrões gráficos que são definidos como únicos e representativos de uma determinada instituição, produto ou serviço.

Ele compreende todo e qualquer material gráfico (físico ou digital).

Para que serve um manual da Identidade Corporativa?

A aplicação de uma identidade corporativa é feita através de um Manual de Identidade Corporativa, que estrutura a apresentação

visual da empresa, especificando conceitos, parâmetros, amostra de cores, modelos, layouts, originais impressos e/ou arquivos digitais que servem para orientar o desenvolvimento de todas as peças de identidade visual da empresa.

É uma fonte de conhecimento imediata, cuja utilização rigorosa garante que se atinjam os objetivos desejados.

Sempre que quiser criar um novo produto deverá fazer-se acompanhar por este Manual de modo a que se sigam todas as regras aqui colocadas.

A marca, é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros análogos, de procedência diversa, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas.

A marca pode ser representada graficamente por uma composição de um símbolo e/ ou logotipo, tanto individualmente quanto combinados, sobre um produto, um serviço ou uma empresa, ou seja, pode se apresentar de três maneiras:

Nominativa: É constituída por uma ou mais palavras do alfabeto romano, compreendendo, também, os neologismos e as combinações de letras e/ou algarismos romanos e/ou arábicos.

Figurativa: É constituída por desenho, imagem, figura ou qualquer forma estilizada de letra e número, isoladamente, bem como dos ideogramas de línguas tais como o japonês, chinês, hebraico, etc.

Mista: É constituída pela combinação de elementos nominativos e elementos figurativos ou de elementos nominativos, cuja grafia se apresente de forma estilizada.

Ela funciona como uma ferramenta de comunicação entre as empresas, instituições e os clientes, que, em um nível global, apresentam-se cada vez mais distantes.

A marca é considerada um dos elementos-chave para o estabelecimento de um programa de identidade corporativa, que é um sistema cuidadosamente projetado de todos os elementos visuais.

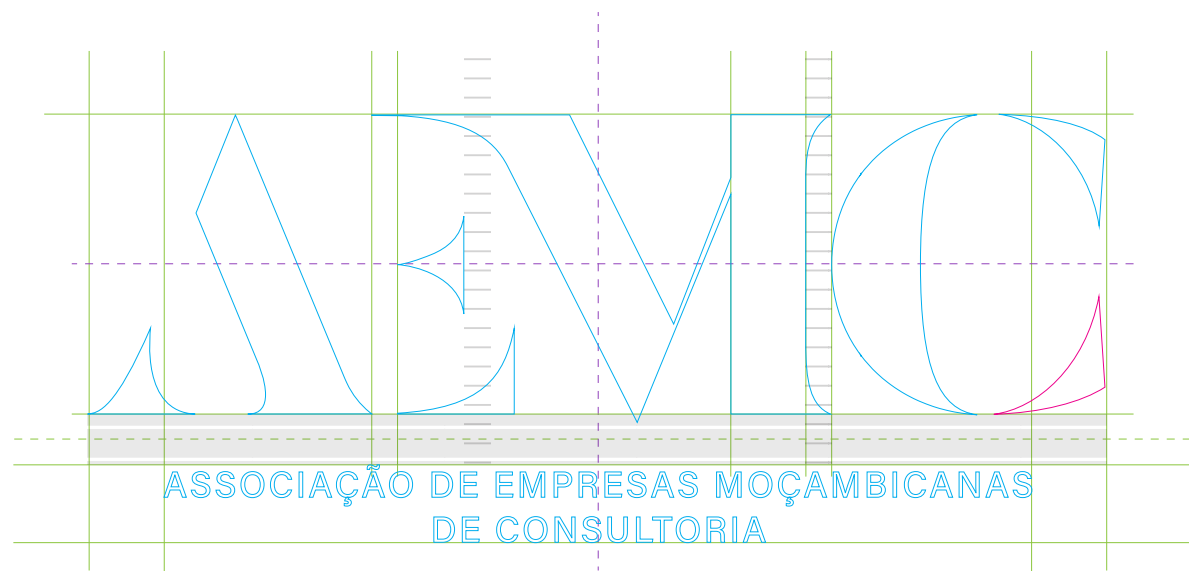
A identidade corporativa se manifesta de várias maneiras:

ela pode aparecer na marca gráfica da empresa, nas suas comunicações (interna e externa), no seu ambiente de produção ou atendimento, no tratamento que dá ao seu cliente, nas apresentações de seus profissionais, no seu material impresso, no seu nome, no seu portfólio de produtos e etc.

Todas essas manifestações contribuem para a construção da imagem corporativa. Ela é constituída por retalhos do que a empresa é, do que a empresa faz e do que a empresa diz.

O processo de formação de uma imagem é um processo sempre complexo, pois é o resultado de uma abstração que cada indivíduo forma em sua mente a partir de operações de simplificação com atributos mais ou menos representativos para ele.

Estes atributos são, em sua maioria, provenientes de três fontes de informação: os meios de comunicação de massa, as relações interpessoais e a experiência pessoal.



The logo consists of the letters 'AEMC' in a bold, stylized serif font. The 'A' and 'E' are connected, as are the 'M' and 'C'. The letters are black and have a classic, elegant feel.

ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS MOÇAMBICANAS
DE CONSULTORIA

AEMC

ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS MOÇAMBICANAS
DE CONSULTORIA



ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS MOÇAMBICANAS
DE CONSULTORIA



ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS MOÇAMBICANAS
DE CONSULTORIA

1.



2.



3.



1.



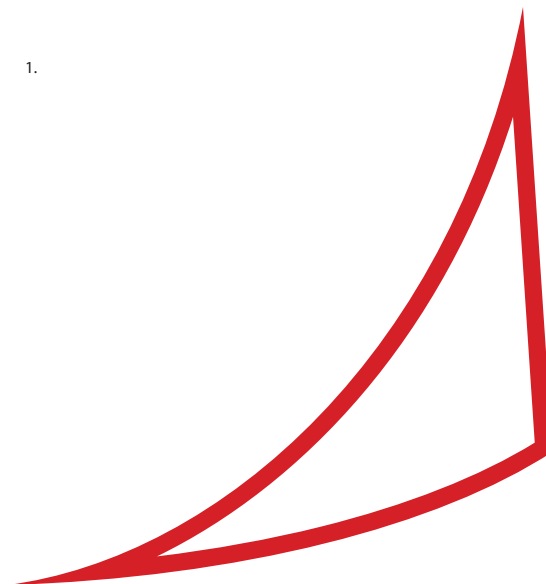
ASSOCIAÇÃO
DE EMPRESAS
MOÇAMBICANAS
DE CONSULTORIA

2.

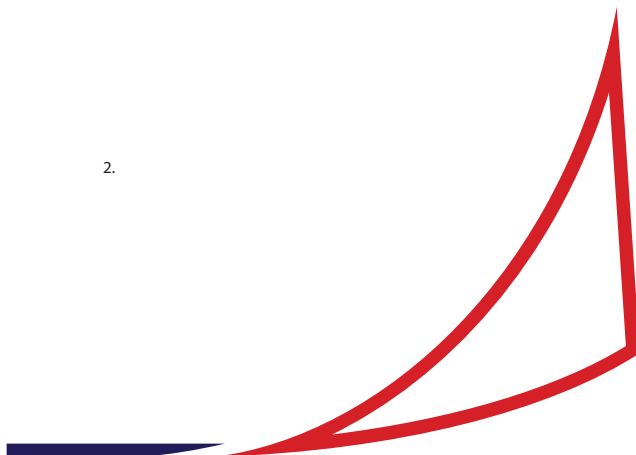
AEMC ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS MOÇAMBICANAS DE CONSULTORIA



1.



2.



Cores corporativas

12

As cores da Marca deverão ser sempre respeitadas consoante as normas aqui descritas, seja utilizando os pantones ou as cores em CMYK ou RGB, assegurando assim a fiabilidade exigida.

Para impressos (off-set e serigrafia) estão indicados os padrões CMYK quadricromia e Pantone®.

Para mídias digitais são utilizados os padrões RGB e HTML.



C=100 M=100 Y=26 K=32
R=34 G=29 B=90
#221D5A



C=11 M=100 Y=100 K=2
R=211 G=32 B=39
#D32027



C=0 M=0 Y=0 K=80
R=88 G=89 B=91
#58595B

Arejamento da marca

13

Deve-se manter uma zona de exclusão sistemática em torno da marca. Este espaço representa a distância mínima entre o logotipo e qualquer outro elemento de design ou texto.

A distância mínima deve ser respeitada conforme diagrama. Entretanto, para obter melhores resultados, recomenda-se utilizar, sempre que possível, uma reserva maior que o requisito mínimo.

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was

popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.



Fonte utilizada na construção da Marca. Nenhuma outra pode ser utilizada sem o risco de ferir a identidade da mesma.

O uso dessa família tipográfica está previsto também para aplicações nos demais textos (anúncios publicitários, cartas, endereços de papelaria institucional, títulos e textos de formulários, etc.).

A b c

Opção 1

Acumin Variable Concept

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 Ç!/?»«'*=)(

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 Ç!/?»«'*=)(

Opção 2

Roboto

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !"#\$%&/()=?»*`Çª^_;

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !"#\$%&/()=?»*`Çª^_;

Regras - Uso incorreto da marca

15

Os usos incorretos mais frequentes:

baixo contraste, distorções de proporção, cores incorretas e alteração dos elementos componentes da Marca.

Outros casos, como reduções acima do limite mínimo estabelecido e invasão da área de não interferência em aplicações da marca também são considerados usos incorretos.



Mudança no logo



Contornos



Distorção dimensional



Cores incorrectas

CONTROLE DE FUNDO

Para maximizar clareza, legibilidade e impacto, a assinatura da marca devem ser reproduzidas com fundos que proporcione contraste suficiente. O fundo preferencial é o branco, caso o branco não seja opção use uma das 4 cores corporativas.

Ao imprimir a assinatura em fundos coloridos, evite criar um ambiente que concorra com a assinatura, ou que a faça "vibrar" ou se dissipar. Sempre escolha cores de fundo que complementem as cores da marca e ofereçam um valor de contraste distinto.

Quando a cor for escura, use a assinatura em negativo (branco). Em fundos de cor clara, imprima a assinatura em positivo (preto), sobre fundos com as cores corporativas use a assinatura em negativo (branco).

Ao trabalhar com fotografias, a assinatura deve ficar legível. Evite imprimir a assinatura em uma área muito detalhada ou de alto contraste da fotografia.

USO INDEVIDO DA ASSINATURA

Para gerar familiaridade com as assinaturas da marca, além de dar consistência aos seus atributos de personalidade, é essencial e obrigatório reproduzi-las com uniformidade.

Para preservar a integridade e o impacto das nossas assinaturas:

- Não reposicione o ícone ou o logotipo da marca.
- Nunca reproduza a assinatura em outras cores além das recomendadas.
- Não altere a parte do ícone ou logotipo.
- Nunca apresente a assinatura com um fundo complexo.
- Não use tipos alternativos nem altere o logotipo.
- Nunca confine a assinatura em qualquer formato.

Estacionário

As aplicações da marca em impressos e elementos de comunicação visual que apresentem a imagem da imprensa perante o público devem obedecer a critérios extremamente rígidos, visando a manutenção de uma imagem única.

Esses usos são chamados institucionais e são os itens básicos da identidade visual.

Papel A4
297 mm altura x 210 mm largura
Timbrado Geral

1 cm

1 cm



ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS MOÇAMBICANAS
DE CONSULTORIA

(+258) 21 322 186
-
secretariado@aemc.org.mz
-
Av. 25 de Setembro, nº 2526
-
NUIT | 7000 6067 5

Exmo Sr. Lorem,

Lorem ipsum ne dignissim constituam scripserit quo

Mucius aliquid ad his. Mollis explicari et cum, mel vide latine principes no. Habeo omittantur eu vix, perfecto takimata delicatissimi in vix. Congue quodsi scribentur te eum. Mel ne noster dolorem gloriatur, nam natum illum oratio at, id sonet tempor quo.

Id legimus recteque scribentur sea, ius ad odio abhorreant, ei sed graeci possim ullamcorper. No ius saepe recteque mediocrem, mei aperiam explicari ei. Nibh viderer qui ei. Lorem fabellas disputando te eum, nam ei veri consul. Ne legendos platonem comprehensam pro. Mei at sensibus occurreret, quo modus quando contentiones eu, mei nostrud vivendum recteque id.

Mutat tation assentior sit at. Idque libris lobortis nam cu, id eos albucius definiebas. Nam prima ullum percipitur an, mea atomorum reprimique eloquentiam ei, hendrerit scriptorem intellegebat pri ad. Referrentur neglegentur nam eu, eu utroque feugait delicatissimi cum.

Debet inductum at qui, sea ei erat vivendo mnesarchum, wisi vidit rebum ex eos. Numquam assentior ex vis. Vim no eirmod veritus expetenda, enim puto ignota vim et. Pri falli platonem eu, et wisi propriae voluptaria pro.

Com os melhores cumprimentos



www.aemc.org.mz

Envelope A4
297 mm altura x 210 mm largura

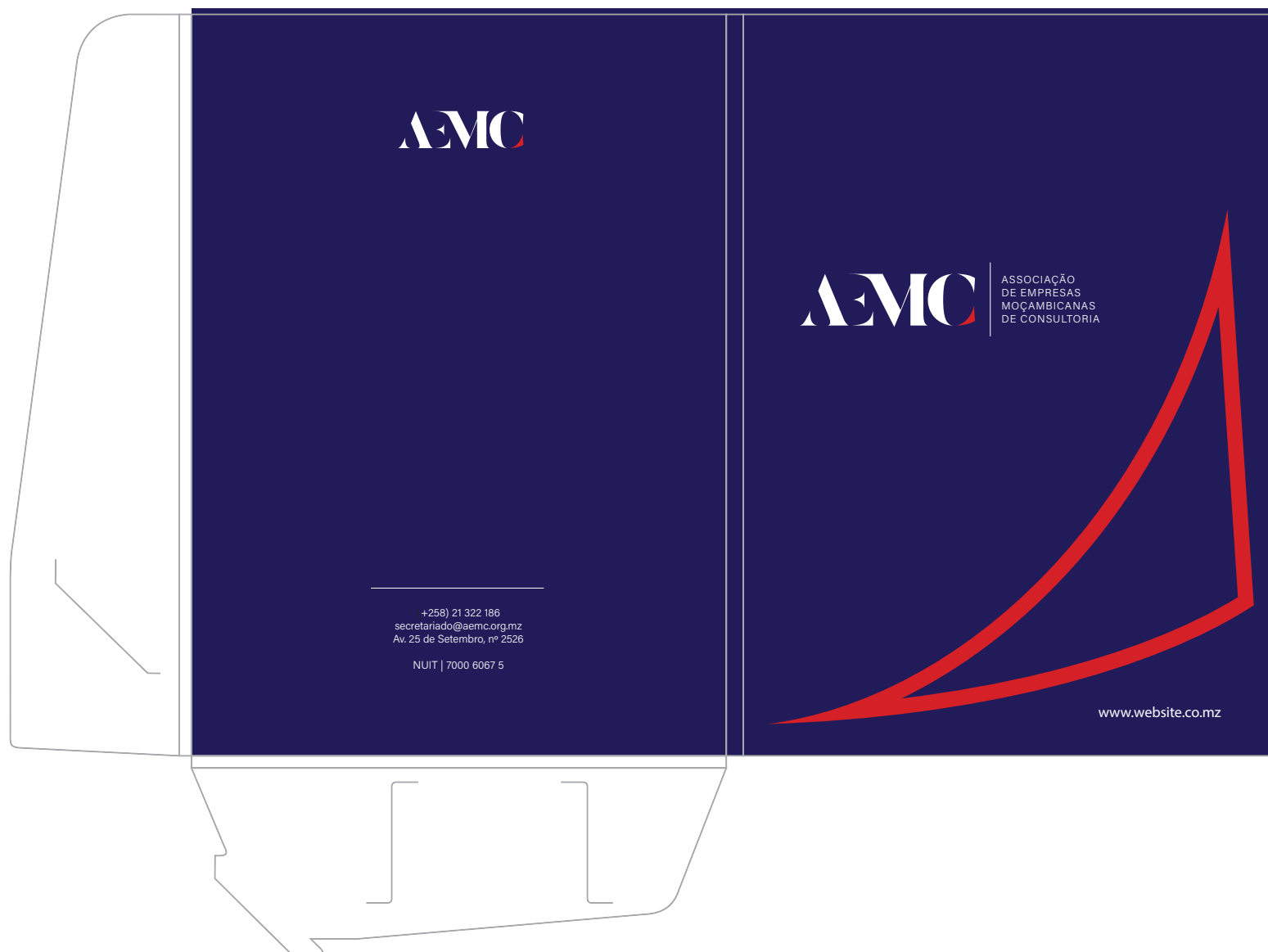


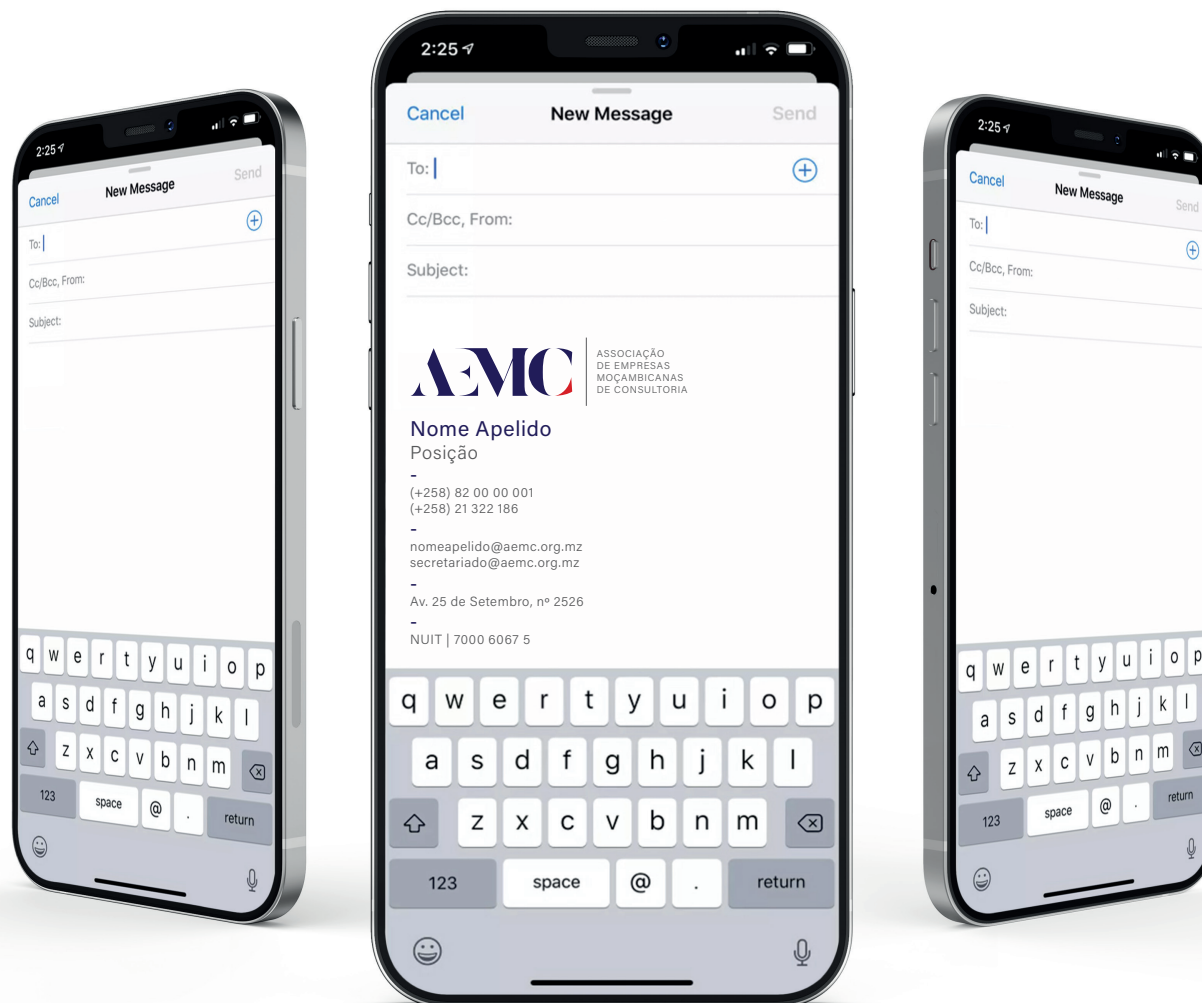
Envelope DL
110 mm x 220 mm



Altura: 90mm
Largura: 50 mm







1.



2.



1.



OBRIGADO