

# BRAND BOOK

## Paleta de Cores

Nossas cores dão vida a nossa marca. Não utilize cores fora da paleta.

### Primária

VERDIGRIS

**HEX**  
00ACAC

**CMYK**  
76, 4, 37, 00

**RGB**  
0, 172, 172

### Secundária

SEASALT

**HEX**  
F6FCFC

**CMYK**  
2%, 0%, 0%, 1%

**RGB**  
247, 252, 252

### Complementar

BRANCO

**HEX**  
FFFFFF

**CMYK**  
0, 0, 0, 0

**RGB**  
255, 255, 255

GUNMENTAL

**HEX**  
202C3A

**CMYK**  
45%, 24%, 0%, 77%

**RGB**  
32, 45, 59

## Logotipo

Nosso logotipo é uma combinação de Símbolo e Tipografia, sendo está, a Versão primária.

Além disso é possível usar o logotipo na sua Versão reduzida ou Versão secundária.

Símbolo



Tipografia

**SULTS**

Logotipo - Versão primária



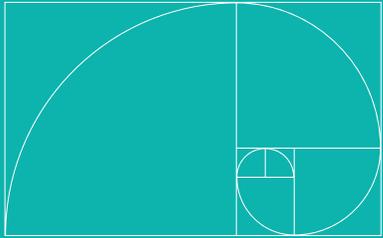
Versão  
reduzida

**SULTS**

Versão Nominativa

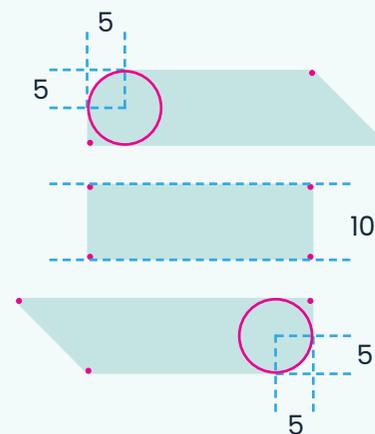
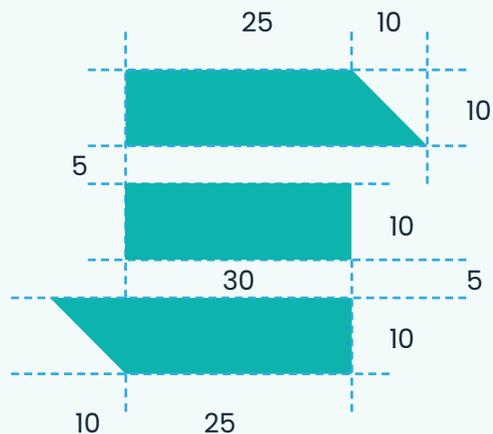
# Símbolo Proporção

O símbolo do Sults foi criado com a Proporção Áurea, também conhecida como, Sequência de Fibonacci, Número de Ouro ou Divina Proporção.



# Símbolo

Medidas, diâmetros e ângulos.



## 1. Medidas

Começamos o símbolo Sults a partir de um Retângulo de escala 3x1 (largura x altura).

No exemplo 30x10mm.

## 2. Diâmetros

O **Círculo A**, tem a **altura do Retângulo** do símbolo Sults, **no exemplo 10mm**.

E o **Círculo B**, é sempre **8% do tamanho do Círculo A**.

## 3. Ângulo

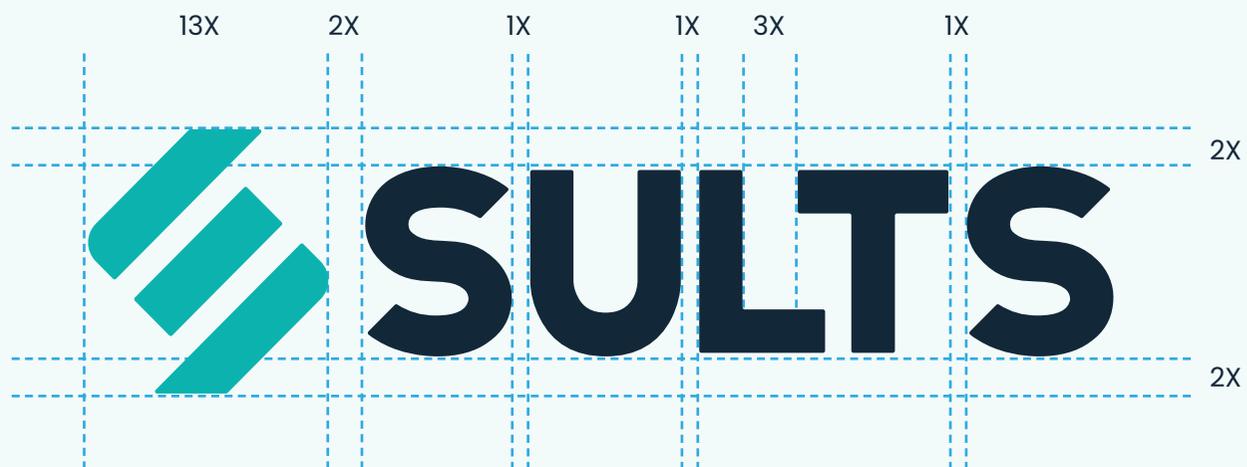
Após a Medidas e Diâmetros, giramos **45°**, para ter o símbolo da Sults.

**Logotipo  
primária**



# Espaços

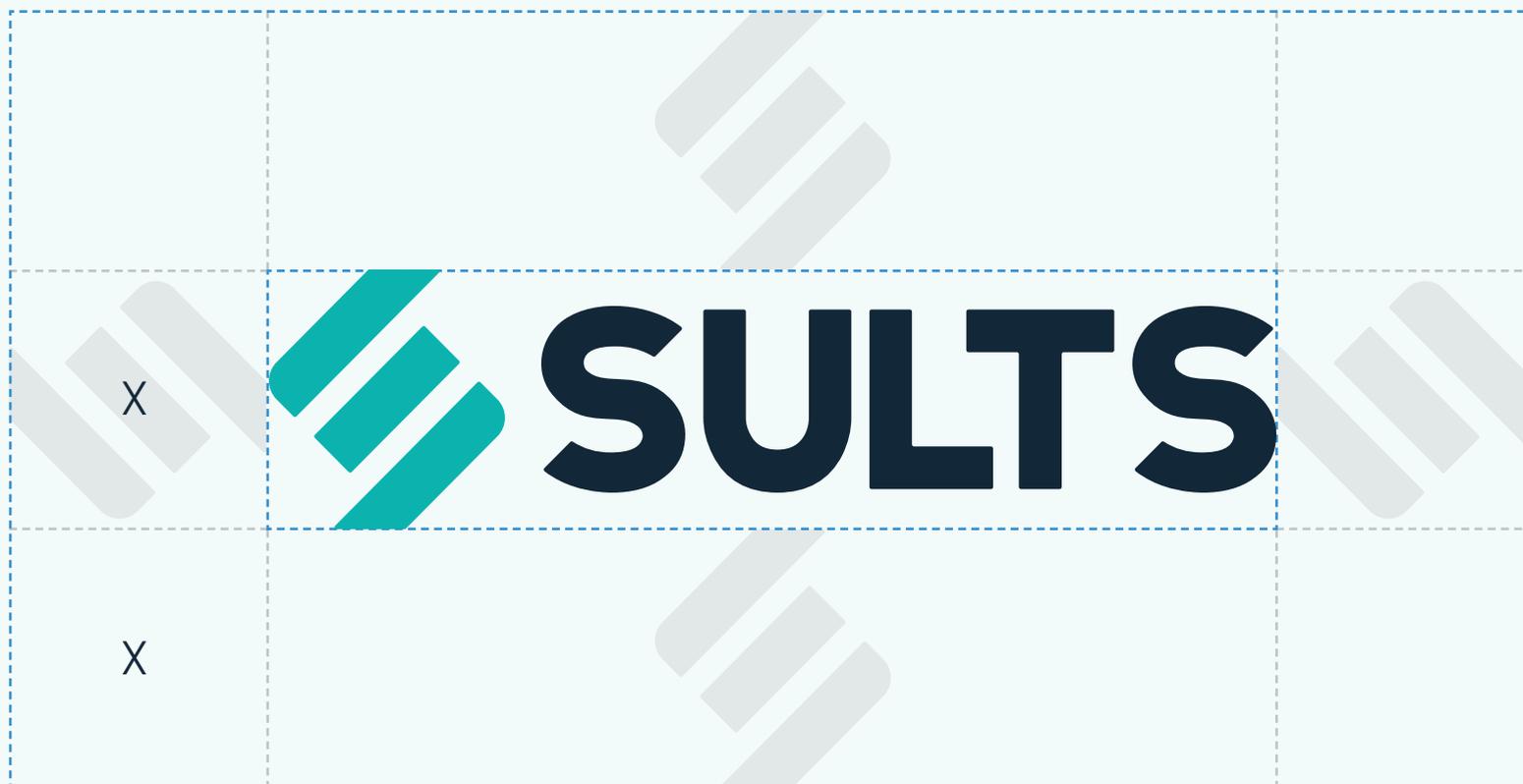
O espaço entre o símbolo e as fontes, são definidos por X.



## Área livre

Ao colocar outros elementos perto do logotipo, use X como métrica para determinar a área livre.

Nesta Versão, X é igual a altura do símbolo do Sults.



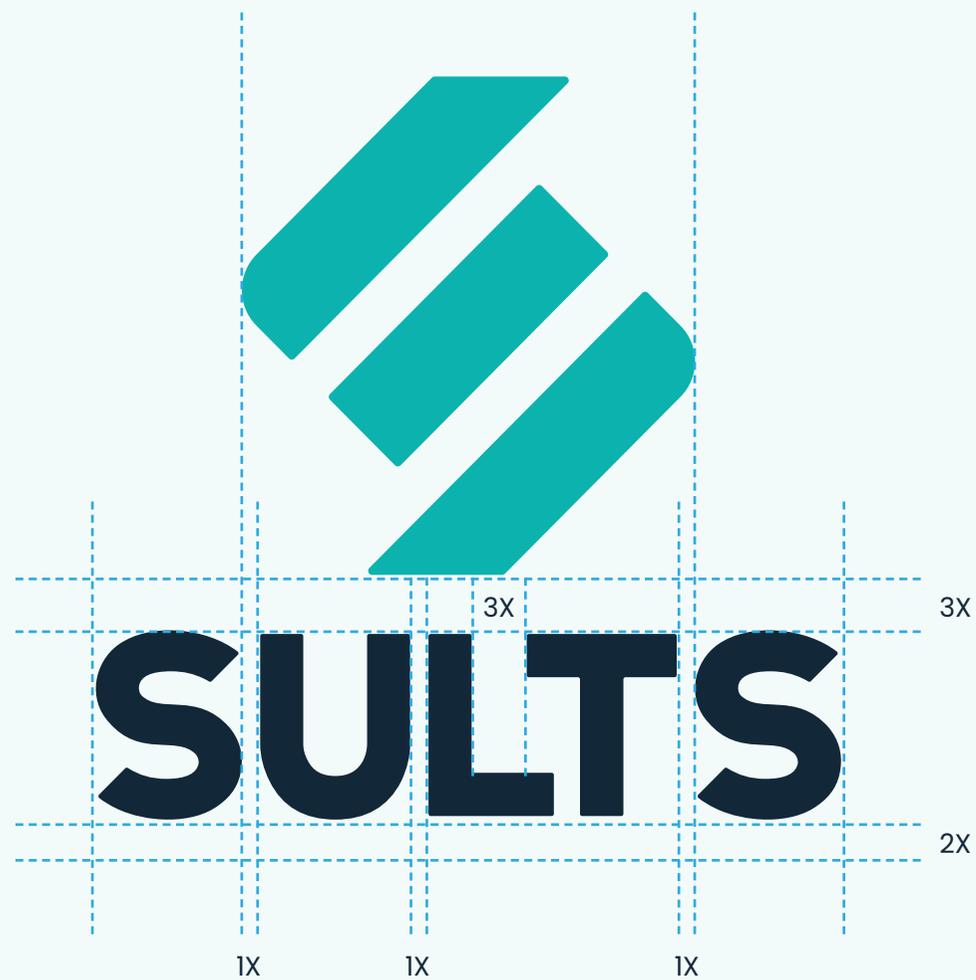
**Logotipo**  
versão  
secundária



**SULTS**

## Espaços

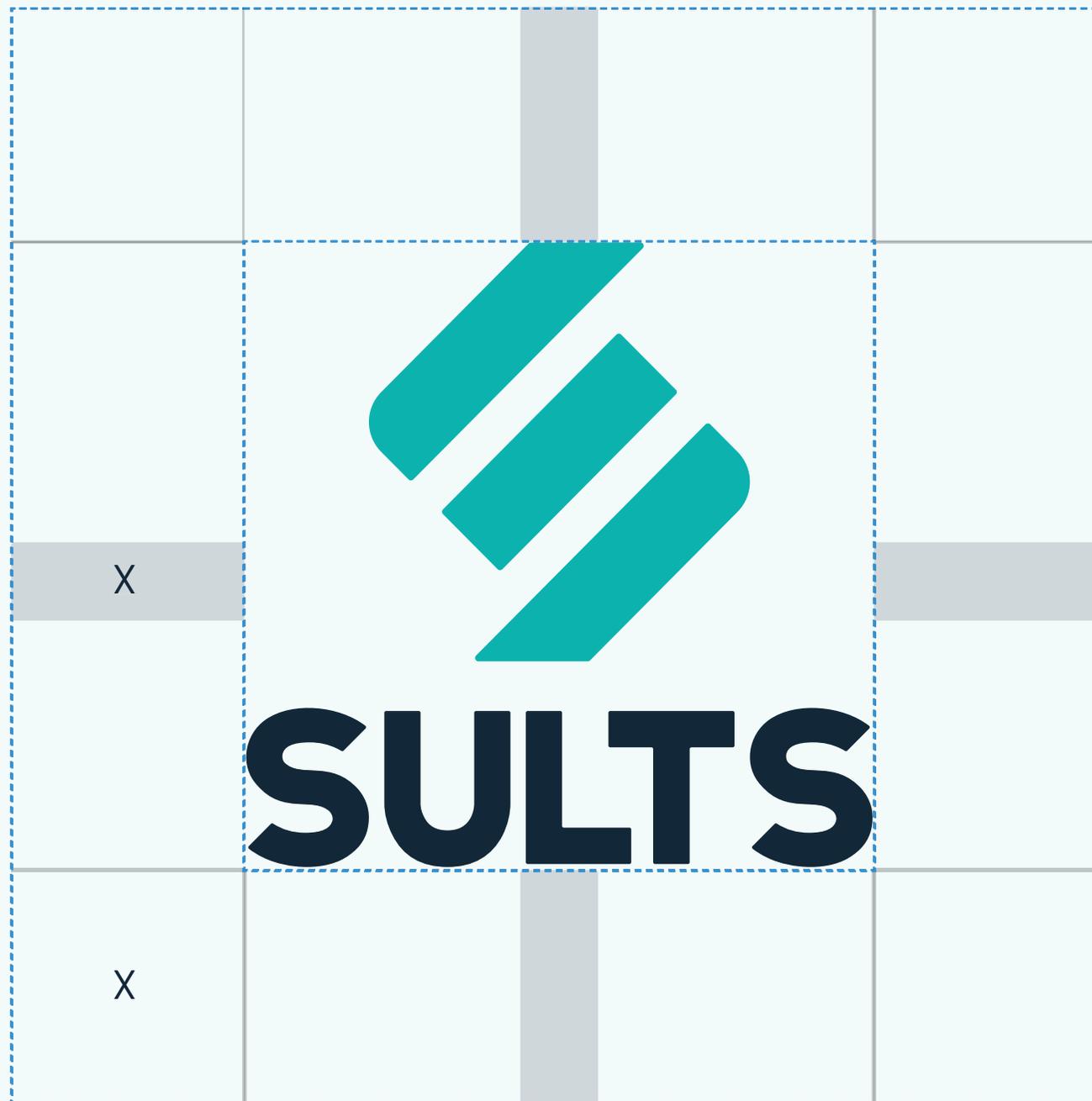
O espaço entre o símbolo e as fontes, são definidos por X.



## Área livre

Ao colocar outros elementos perto do logotipo, use X como métrica para determinar a área livre.

Nesta Versão, X é igual a largura do retângulo do centro do símbolo do Sults, com 0 graus.



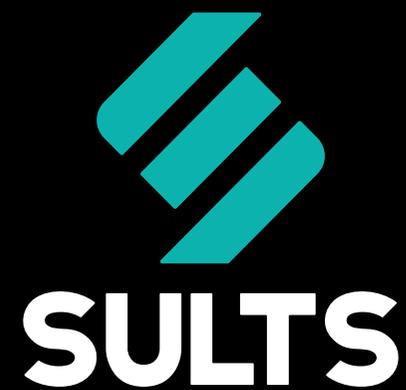
## Versão preferencial positiva

A versão preferencial positiva da Marca deve ser usada sempre que o fundo for branco ou claro. Use as cores **Verdigris** e **Gunmetal** da paleta de cores. Seu contraste e legibilidade devem ser sempre preservados.



## Versão preferencial híbrida

Quando a cor de fundo for o Gunmetal, Preto, ou outro tom escuro, o logotipo deve preferencialmente ser aplicado com o símbolo Verdigris e o "escrito" branco.



## Versão de uso restrito negativa

O monocromático deve ser utilizado quando podemos usar apenas uma cor no logotipo, no caso o branco nas cores Verdigris, Gunmetal e Preto (ou outro fundo escuro). Com o princípio que haja fácil visualização.

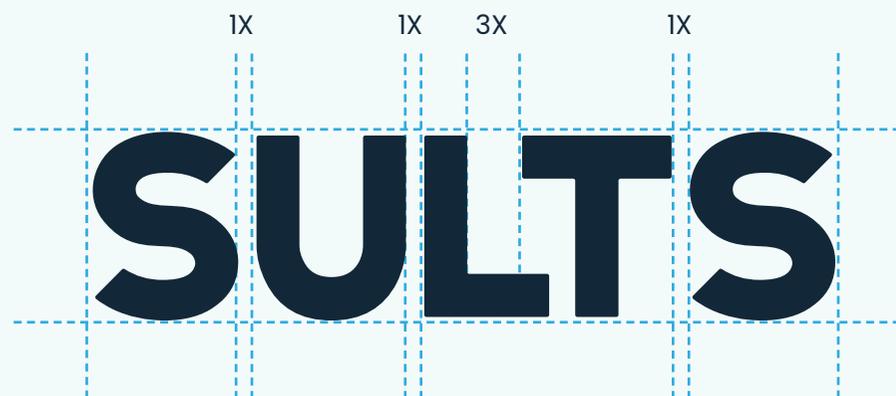


**Logotipo**  
versão  
nominativa

**SULTS**

## Espaços

O espaço entre o símbolo e as fontes, são definidos por X.



**Logotipo**  
**versão**  
**nominativa**  
vertical

**SULTS**

**Logotipo  
versão  
nominativa**

**SULTS**

**SULTS**

**SULTS**

**SULTS**

## Versão de uso restrito negativa

Esta versão deve ser utilizada quando podemos usar apenas uma cor na Versão Nominativa, no caso o Branco. Nas cores Verdigris, Gunmetal e Preto (ou outro fundo escuro). Com o princípio que haja fácil visualização.

**SULTS**

**SULTS**

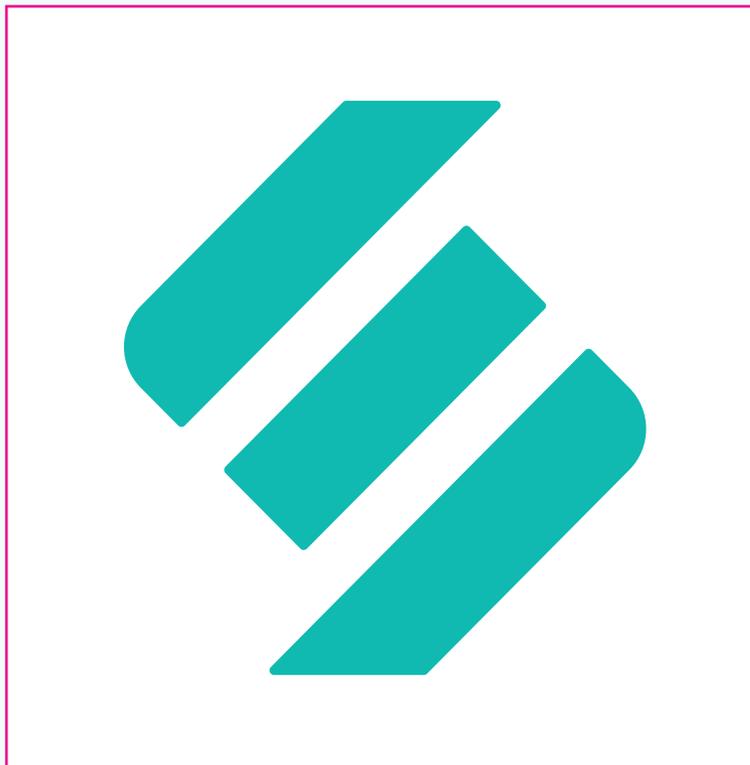
**SULTS**

**SULTS**

**SULTS**

**SULTS**

## Logotipo Formatos



Formato 1x1

### **Símbolo**

Esta versão é ideal para formatos 1x1, que não dependem da escrita. Por exemplo.

Foto de perfil da empresa nas redes sociais como, LinkedIn, Instagram, Facebook. Aplicativo na App Store ou Google Play, além do Favicon do Site.

Todas essa mídias, já tem o nome ao lado da foto, não sendo necessário usar a versão Símbolo + Escrita.



Formato 1x1

### **Logotipo**

Esta versão é ideal para formatos 1x1 que dependem da escrita.

# Logotipo

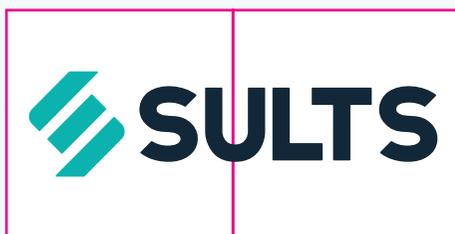
## Formatos



Formato 3x1



Formato 3x1



Formato 2x1



Formato 2x1

### **Logotipo**

Esta versão é ideal para formatos 3x1, 2x1, ou próximos. Quando queremos reforçar o Símbolo + Escrita.

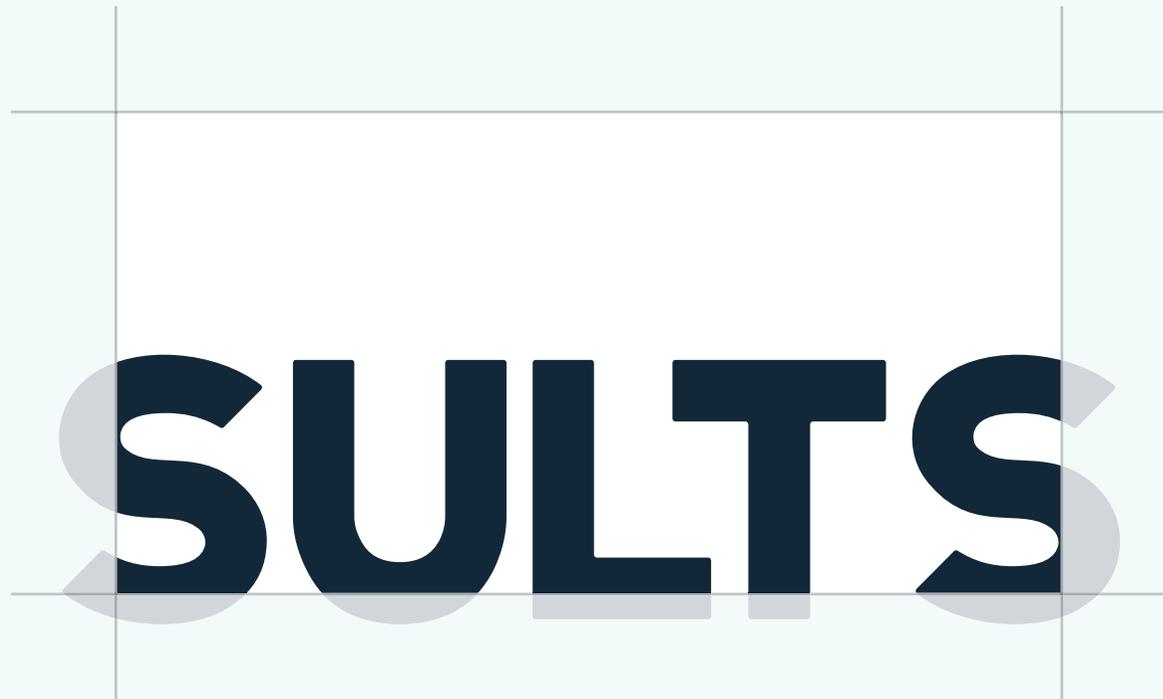
### **Nominativa**

Esta versão é ideal para formatos 3x1, 2x1 (horizontais) ou 1x3, 1x2 (verticais), ou próximos. Quando queremos reforçar apenas o nome Sults.

## Corte

Uma das maneiras de usar a **Marca nominativa** sozinha, é com o seu tamanho grande e partes ocultas.

Esta versão não substitui o logotipo, ela é usada apenas como recurso estético, textura ou apoio, para preencher um espaço vazio por ou como marca d' água.



## Corte formatos

É possível usar esta versão tanto na horizontal quanto na vertical (de baixo pra cima).

Pode ser usada como apoio, para preencher um espaço vazio em uma peça por exemplo. Ou seja, não deve chamar mais atenção que o tema principal.

Esta aplicação não substitui o logotipo. Tal que, não é necessário conseguir ler a palavra Sults.

## Formatos horizontais



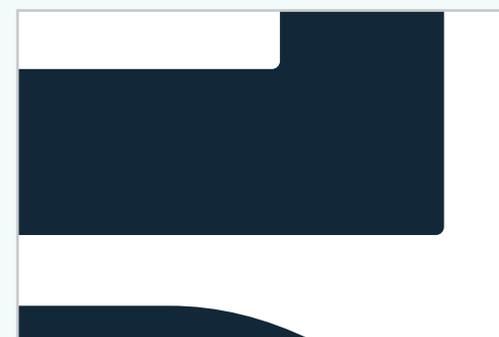
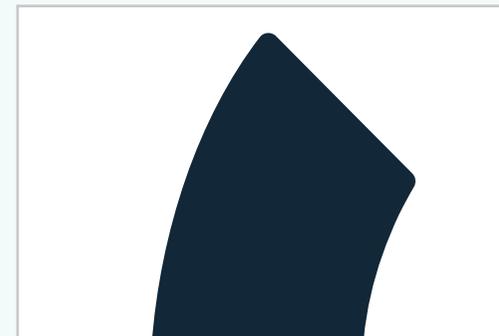
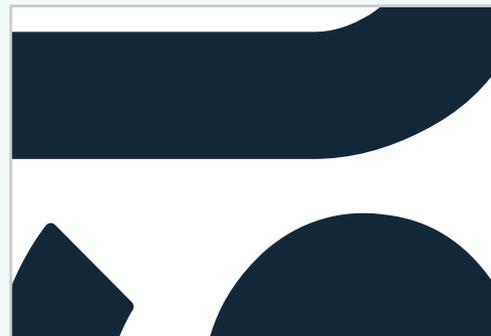
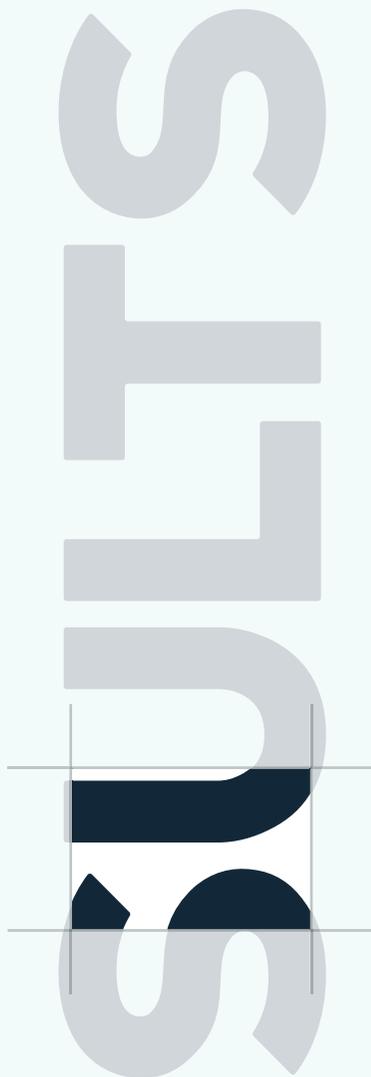
## Formato verticais



## Recursos Estéticos vertical

Diferentes posições e tamanhos criam formas únicas em cada posição.

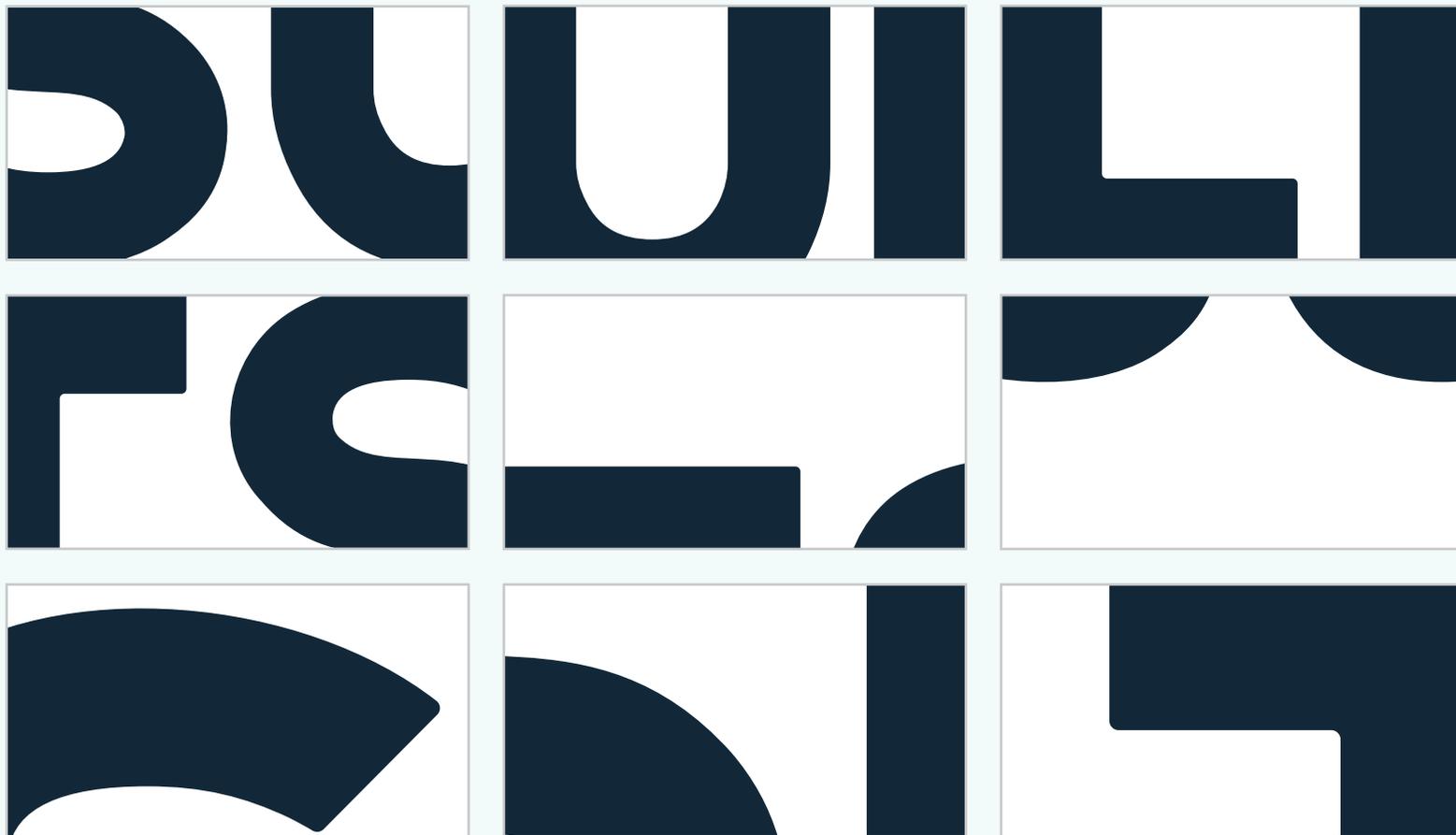
Use este recurso apenas como marca d' água.



## Recursos Estéticos horizontal

Diferentes posições  
e tamanhos criam  
formas únicas em  
cada posição.

Use este recurso  
apenas como marca  
d' água.

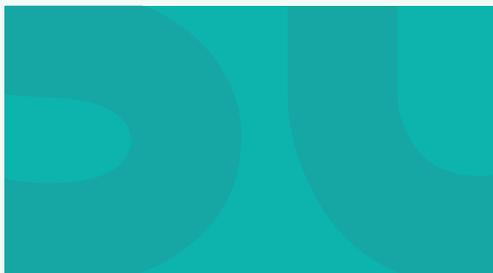


## Recursos Estéticos marca d' água

A opacidade pode variar de acordo com o propósito da arte.

Porém as cores das Versões devem ser seguidas conforme os exemplos do lado.

### Versões



#### Escura sob Verdigris

Cor Gunmetal com 3% a 7% de opacidade.



#### Clara sob Verdigris

Cor #00B7B2.



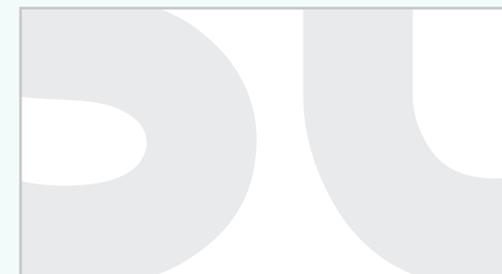
#### Escura sob Gunmetal

Cor Preto com 4% a 20% de opacidade.



#### Clara sob Gunmetal

Cor Verdigris com 3% a 10% de opacidade.



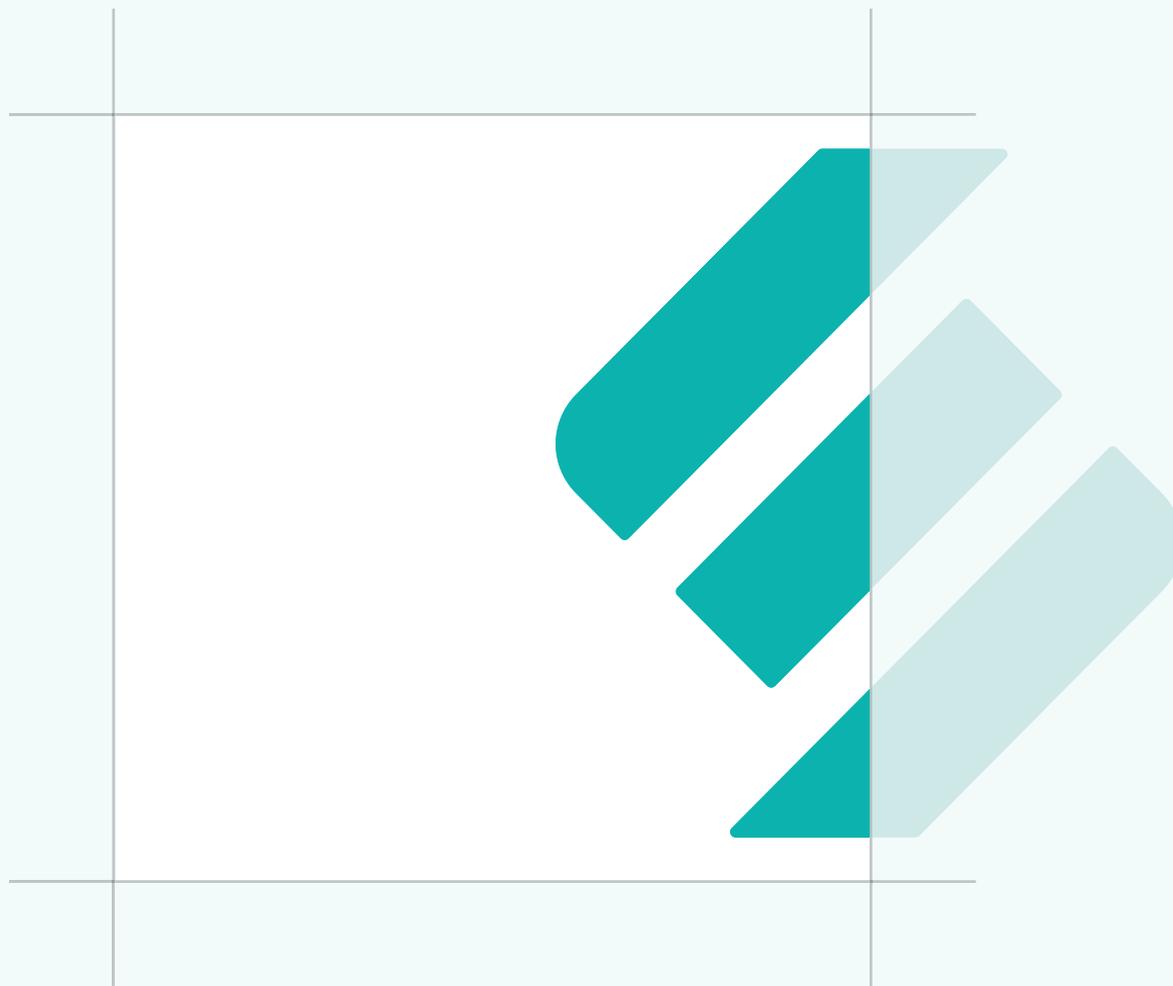
#### Escura sob Neutra

Cor Gunmetal com 3% a 7% de opacidade sob fundo Branco.

## Corte

Uma das maneiras de usar o **Símbolo** sozinho, é com o seu tamanho grande e partes ocultas.

Esta versão não substitui o logotipo, ela é usada apenas como recurso estético, textura ou apoio, para preencher um espaço vazio por ou como marca d' água.

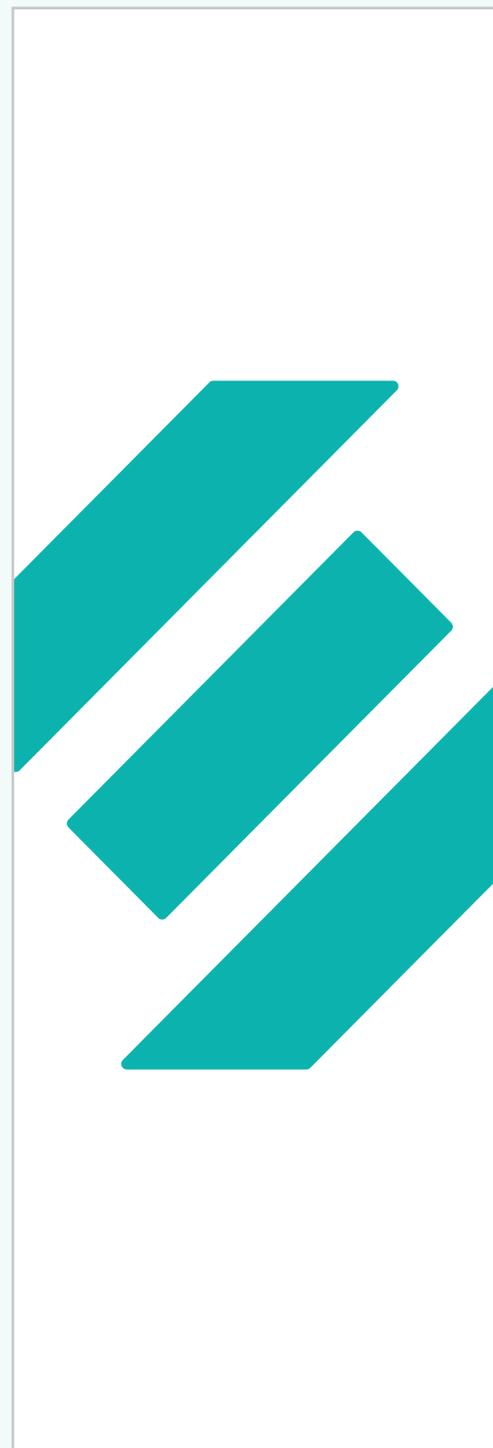


## Corte formatos

Esta versão só pode ser usada neste ângulo, não sendo possível rotacionar.

Pode ser usada como apoio, para preencher um espaço vazio em uma peça por exemplo. Ou seja, não deve chamar mais atenção que o tema principal.

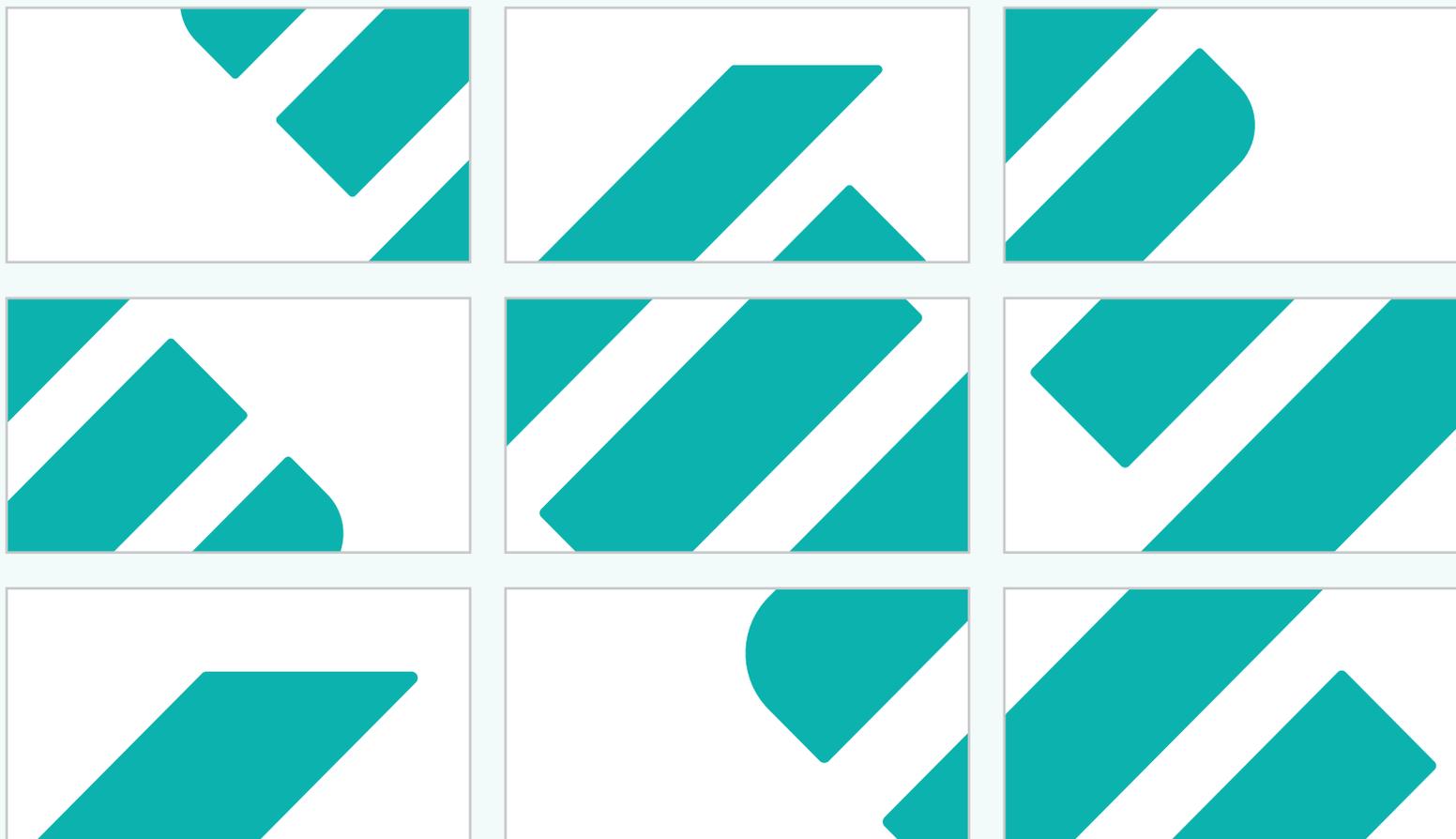
Esta aplicação não substitui o logotipo. Tal que, não é necessário conseguir ler a palavra Sults.



# Recursos Estéticos Símbolo

Diferentes tamanhos e posições, criam imagens únicas.

**Use este recurso apenas como marca d' água.**



# Recursos Estéticos marca d' água

A opacidade pode variar de acordo com o propósito da arte.

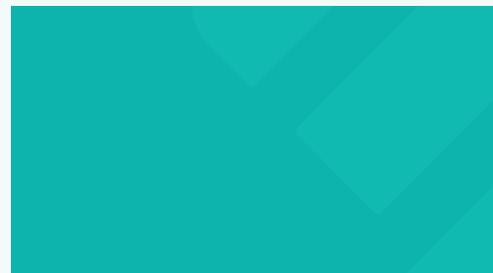
Porém há limitações para opacidades e cores das Versões. Siga as opções ao lado.

## Versões



### Escura sob Verdigris

Cor Gunmetal com 3% a 7% de opacidade.



### Clara sob Verdigris

Cor #00B7B2.



### Escura sob Gunmetal

Cor Preto com 4% a 20% de opacidade.



### Clara sob Gunmetal

Cor Verdigris com 3% a 10% de opacidade.



### Escura sob Neutra

Cor Gunmetal com 3% a 7% de opacidade sob fundo Branco.

## Tipografia Principal

A Poppins é uma fonte moderna e atemporal. Seus diferentes estilos nos dão opções variadas de aplicações. Use ela como fonte principal.

# Poppins

## Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**À Á Ã Ä Å Æ Ç 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % &**

**o a \* " ' = + - \_ / \ [ ] { } 0 ! ? . : , ; < >**

**Bold**      **Excelência não é um ato, é um hábito!**

Medium      Excelência não é um ato, é um hábito!

Regular      Excelência não é um ato, é um hábito!

Light      Excelência não é um ato, é um hábito!

## Principais usos

Confira as melhores aplicações da fonte Poppins e o seus principais usos.

# Poppins

### Título

**Sempre use a Poppins Black.**

### Subtítulo

Sempre use a Poppins Medium ou **Poppins Bold**, caso queira mais destaque.

### Corpo

Sempre use a Poppins Regular, Poppins Light, ou **Poppins Bold**, caso queira mais destaque.

### Citação

*Sempre use a Poppins, independente do estilo, **na sua versão italic.***

### Fonte: / observação:

Sempre use a Poppins Regular ou Poppins Light, com o princípio que haja fácil leitura.

## Tipografia secundária e do sistema

A Open Sans é uma fonte sem serifa projetada para dispositivos. Ela possui diferentes pesos e excelente leituras mesmo em tamanhos menores. Por todas essas características únicas, ela é a fonte principal da nossa plataforma Sults.

# Open Sans

### Extrabold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ÀÁÃÄÊËÍÔÚÇ 1234567890 @\$%&**

**oa\*"' = + - \_ ^[]{}() !?. : , ; < >**

<b>Bold</b>	<b>Excelência não é um ato, é um hábito!</b>
Medium	Excelência não é um ato, é um hábito!
Regular	Excelência não é um ato, é um hábito!
Light	Excelência não é um ato, é um hábito!

## Principais usos

Caso não seja possível usar a família tipográfica Poppins, use a Open Sans. Confira as melhores aplicações da fonte Poppins e o seus principais usos.

# Open Sans

Título

**Sempre use a Open Sans Extrabold.**

Subtítulo

Sempre use a Open Sans Medium ou **Open Sans Bold**, caso queira mais destaque.

Corpo

Sempre use a Open Sans Regular, Open Sans Light, ou **Open Sans Bold**, caso queira mais destaque.

Citação

*Sempre use a Open Sans, independente do estilo, na sua versão italic.*

Fonte: / observação:

Sempre use a Poppins Regular ou Poppins Light, com o princípio que haja fácil leitura.

## Pattern (padrão)

Pattern é um elemento visual que se repete de forma sistemática.

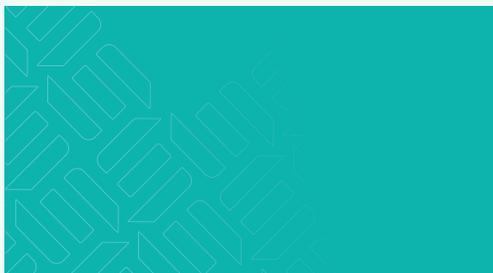
A consistência nos elementos visuais é essencial para construir e reforçar a identidade da SULTS. Por isso, definimos padrões (patterns) com as principais características que compõem nossa identidade visual.



## Pattern contornado

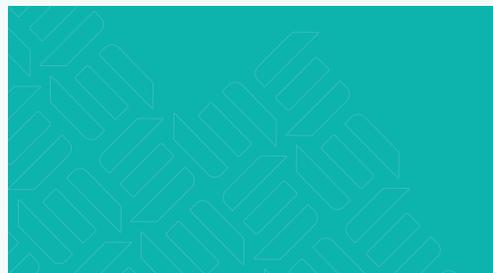
A utilização do padrão sem o preenchimento é recomendada na maioria das situações, pois proporciona alta adaptabilidade e baixa retenção do usuário. Isso permite que a identidade SULTS seja facilmente reconhecida quando o padrão não é o foco principal.

## Versões



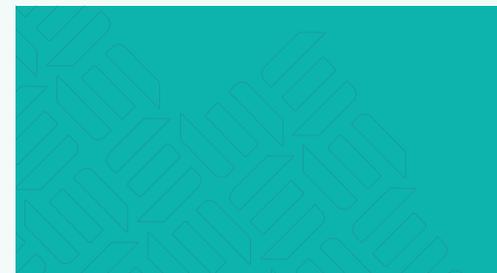
### Transparência sob Verdigris

Cor #33FFFC.



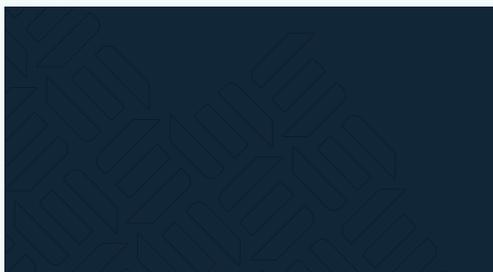
### Claro sob Verdigris

Cor #00B7B2.



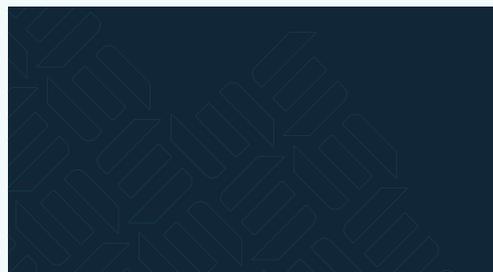
### Escuro sob Verdigris

Cor #33FFFC.



### Escuro sob Gunmetal

Pattern preto com 20% de opacidade sob fundo Gunmetal.



### Claro sob Gunmetal

Cor Verdigris com 30% de opacidade.



### Verdigris sob Gunmetal

Cor Verdigris com 100% de opacidade.

## Pattern preenchido

O padrão preenchido, por sua vez, é recomendado apenas quando se deseja destacá-lo como objeto principal. Por isso, seu uso é indicado para recursos físicos não impressos, como paredes, revestimentos em ACM e brises.

### Versões



#### Transparência sob Verdigris

Cor #33FFFC.



#### Claro sob Verdigris

Cor #00B7B2 com 25% de opacidade.



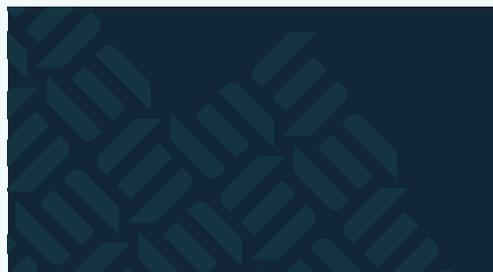
#### Escuro sob Verdigris

Cor #08827c.



#### Escuro sob Gunmetal

Pattern preto com 20% de opacidade.



#### Claro sob Gunmetal

Cor Verdigris com 30% de opacidade.



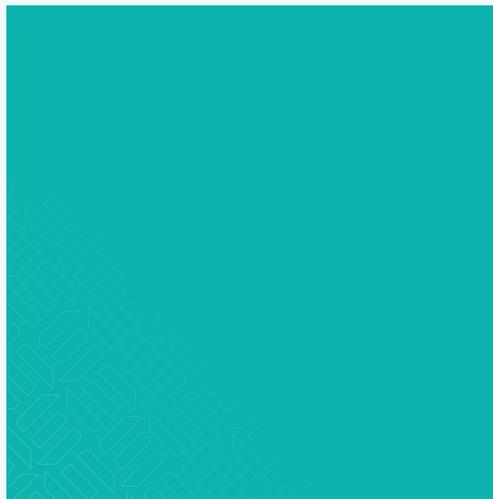
#### Verdigris sob Gunmetal

Cor Verdigris com 100% de opacidade.

# Pattern

## Lógica de uso

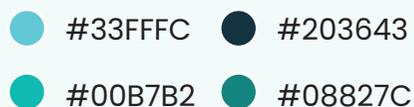
Garantir que os padrões sejam usados de forma correta é essencial para manter a consistência da marca em todos os pontos de contato.



### Cor base e transparência



Utilize as cores pré-estabelecidas para manipular o pattern verdigris. São elas:



Para outros tipos de aplicação, como sob imagem ou ambientes físicos, utilize branco ou preto com opacidade reduzida, simulando uma marca d'água.

### Proporção

A proporção utilizada no pattern é 50% maior do que a largura da arte.

Exemplificando: Em uma apresentação com 1920 pixels de largura, utilizaremos um padrão com cerca de 2880 pixels de largura<sup>1</sup>.

O contorno presente nos elementos do padrão não pode sofrer alterações de quantidade, assim, escalando de acordo com o tamanho original.

<sup>1</sup> 1.5x maior

### Posicionamento e angulação

A angulação do símbolo deve ser mantida, para preservar sua identidade visual.

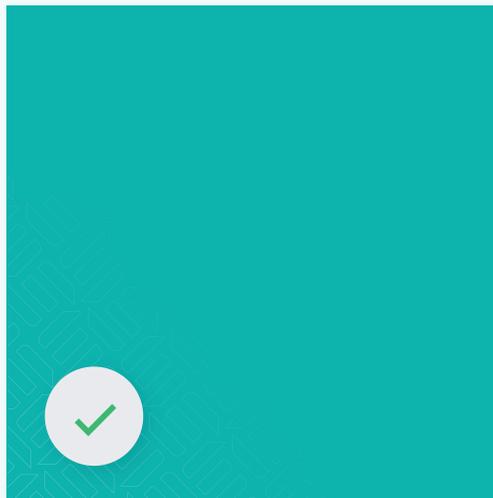
Caso seja aplicado o efeito de transparência, o mesmo deve sempre ser direcionado ao centro<sup>1</sup>.

É altamente recomendado o uso do pattern nas extremidades, todavia, não é limitado seu uso preenchendo ou sendo contida na arte.

<sup>1</sup> Verifique a primeira ilustração para compreender melhor.

## Pattern utilização

Utilize padrões para fortalecer a identidade da SULTS em post em mídia social, interface, apresentação e comunicação visual.



### Por que é certo?

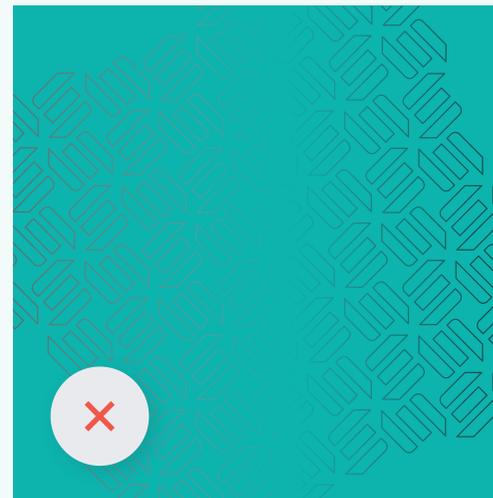
O pattern possui a cor #33FFFC sob o fundo verdigris;

O tamanho do pattern é correto em relação a arte<sup>1</sup>;

A arte possui o posicionamento recomendado para o pattern<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> É 1.5x maior que a arte de fundo.

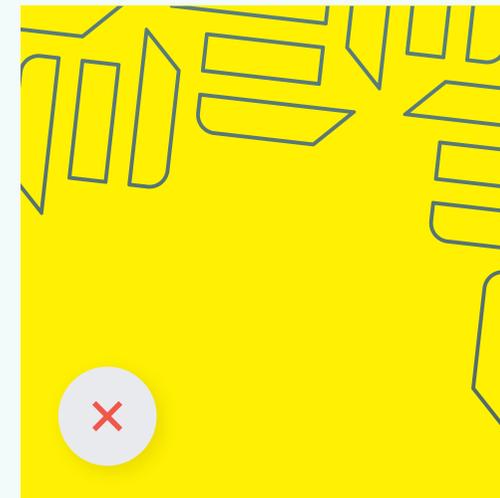
<sup>2</sup> Iniciando nas extremidades.



### Por que é errado?

Quando usamos o recurso de transparência, sempre mantemos a cor base iniciando mais ao canto;

Procure sempre utilizar o padrão branco com opacidade de 10% para marca d'água ou 50% para destacar na aplicação.



### Por que é errado?

Não utilizamos o pattern sob cores de fundo não relacionadas a nossa paleta;

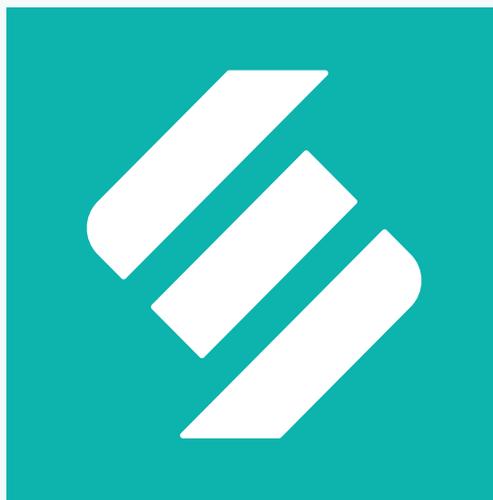
O tamanho do pattern também é muito grande, ou seja, mais que 1.5 vezes o tamanho do arte;

A angulação presente<sup>1</sup> não é permitido no padrão.

<sup>1</sup> A imagem se encontra com 38.5° de angulação.

# Logotipo Formatos

Quando vamos aplicar o logotipo em diferentes formatos, devemos dar preferência ao formato que melhor encaixa.



## Formato 1x1

### Versão reduzida

Esta versão é ideal para formatos 1x1, que não dependem da escrita.

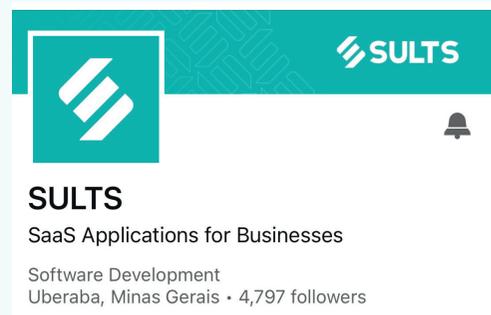
Por exemplo: foto de perfil da empresa nas redes sociais como LinkedIn, Instagram, Facebook.

Aplicativo na AppStore ou Google Play, além do Favicon do Site.

Todas essa mídias, já tem o nome Sults próximo da foto, não sendo necessário usar a versão com escrita.



## Instagram



## LinkedIn



## Capterra

### Versão secundária

Usamos o logo secundário em pontos de contato onde o público não conhece a SULTS. A versão vertical é melhor para formatos 1x1 que a horizontal. Isso garante que nossa marca seja reconhecida e conecte bem com o público.

## Fotografia

Garantir que as imagens sejam usados de forma correta é essencial para manter a consistência da marca em todos os pontos de contato.

Acreditamos no poder que uma boa história tem de criar conexões significativas, e nossas imagens precisam cumprir com esse objetivo, colocando profissionais no centro de um contexto.

Histórias reais, construído com visão e colaboração, para nos conectar em torno de um propósito maior.



SEM TRATAMENTO

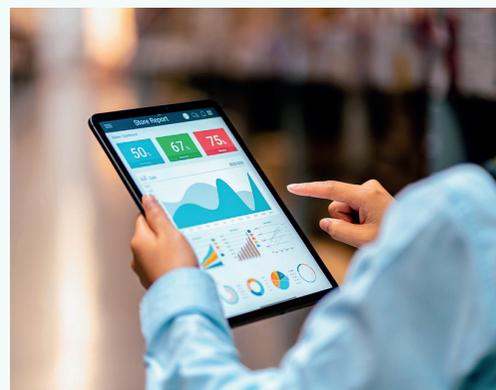
COM TRATAMENTO

# Fotografia utilização

As imagens são detalhadas, utilizando contraste e formas para criar uma sensação de profundidade.

Tons frios e luz natural criam uma sensação autêntica e humana, a qualidade azulada da iluminação remete tecnologia.

Cores vibrantes, contextos reais e composição limpa.



## Fotografia cuidados

Os exemplos mostrados nesta página servem para ilustrar alguns dos possíveis usos inadequados da fotografia, porém não abrangem todas as situações.

### O que se deve evitar



#### Tecnologia abstrata

Imagens ultra tecnológicas ou com interfaces irreais devem ser evitados.



#### Contexto irreal e/ou pousado

Pessoas de alto sorriso, olhando para câmara ou retratando ações irrealistas devem ser evitados.



#### Descontração

Situações que não prezam por um ambiente disciplinado devem ser evitados.



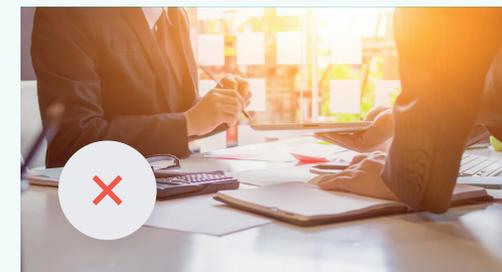
#### Composição de objeto 2D + 3D

Compor ilustrações abstratas sob fotos humanas devem ser evitadas.



#### Imagens de baixa qualidade

Imagens com alto nível de compressão ou inadequadas para o tamanho aplicado devem ser evitadas.



#### Pós-produção excessiva ou qualidade cinematográfica

Efeitos de luz, blur e vinheta de forma excessiva devem ser evitadas.

## Tom de voz

Expressamo-nos de maneira única, pois palavras são ferramentas poderosas para a construção da nossa marca. O tom de voz da SULTS orienta e inspira o nosso jeito de falar e de escrever em comunicações para todos os públicos, internos e externos.



# **A SULTS é uma marca inovadora, que escuta os clientes e propõe soluções. A gente se comunica de maneira ágil e descontraída, transmitindo segurança a partir de uma atitude confiante.**

Somos sociáveis, carismáticos, simpáticos e envolventes, valorizamos a interação. Estamos sempre dispostos a ouvir de verdade, somos racionais e, por isso, olhamos a situação por diversos ângulos, sempre nos colocando no lugar do outro. Usamos a linguagem do dia a dia, escrevendo e falando de um jeito amigável.

A interação acontece muitas vezes por meio de nossas palavras. Por isso, inspiramos as pessoas também com o nosso jeito de falar, fazendo valer o propósito de promover a gestão corporativa de excelência.

A SULTS é entusiasmada e otimista. Passamos a imagem de que estamos sempre prontos para ajudar na evolução das empresas, de um jeito inovador.

## Tom de voz falamos sobre

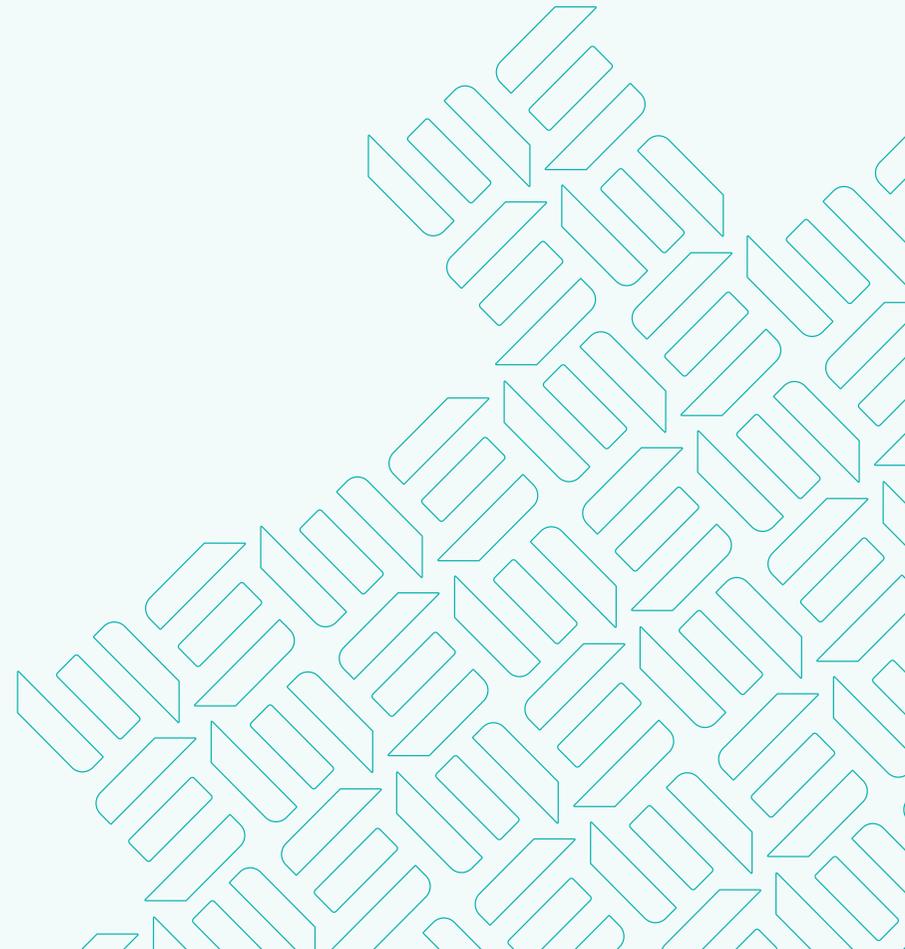
Assuntos relevantes para o mundo corporativo são nosso tema principal. Um olhar atento às tendências, às redes sociais e às mudanças de comportamento nos ajudam a falar sobre o que interessa.

# Sempre pensamos em como vamos escrever ou falar, analisando o contexto e quem está lendo ou escutando a mensagem, se adaptando ao meio e ao público.

Fazemos pensar com assuntos relevantes, realizando abordagens estratégicas entre diferentes informações e contextos.

Possuímos argumentos claros e fundamentados, mostrando autoridade no assunto.

Passamos a mensagem de que nos tornamos melhores quando estamos juntos. Por isso, estamos sempre disponíveis, prontos para ajudar.



## Tom de voz como falamos

Temos um olhar otimista sobre os negócios e, por isso, transmitimos essa atitude em nossa comunicação. Um jeito de colocar isso em prática é priorizar o modo afirmativo.

# Geramos reflexões com enfoque na solução, orientando para o futuro e para a ação.

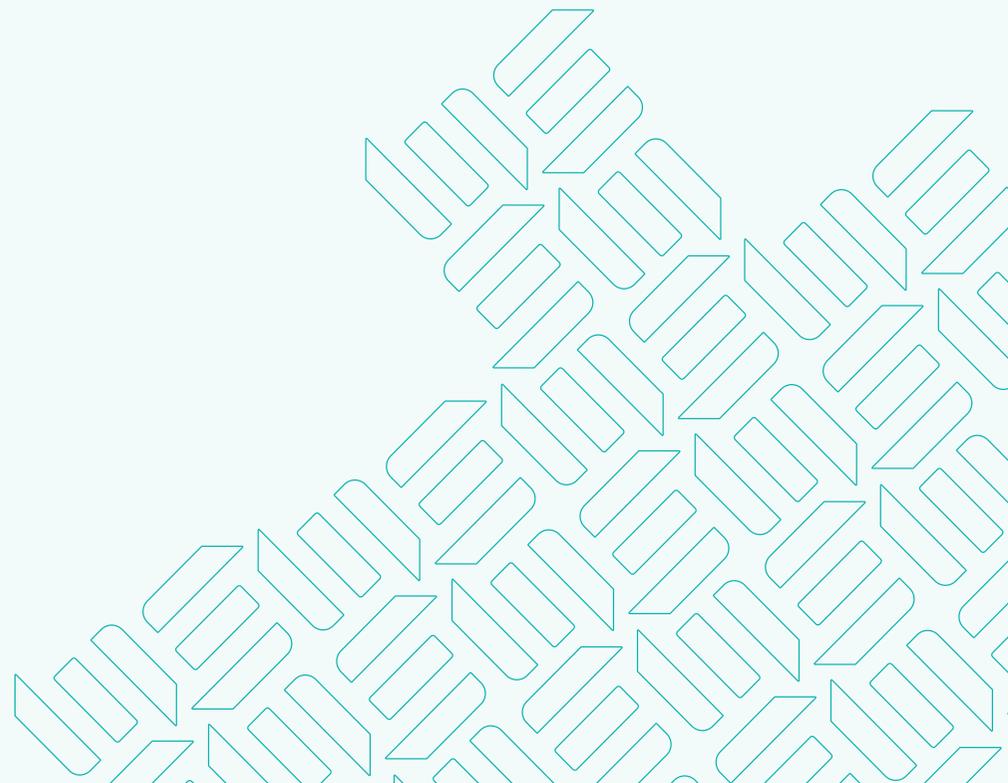
Somos cordiais e, sempre que possível, incluímos em nosso discurso expressões como: olá, tudo bem?/ bom dia/ por favor/ muito obrigado. Criamos um diálogo amigável com perguntas e comentários para criar um vínculo emocional com o nosso público.

Temos um olhar otimista sobre os negócios e, por isso, transmitimos essa atitude em nossa comunicação. Um jeito de colocar isso em prática é priorizar o modo afirmativo.

Nossa linguagem é informal, porém não usamos gírias. Em interações digitais, usamos emoji, mas evitamos fazer abreviações disseminadas, como: vc, td bem, pq, blz etc.

Somos extrovertidos e simpáticos, como quem fala com bastante entusiasmo. Em textos, escrevemos de forma direta. Demonstramos autoridade no assunto, sendo explícitos e transparentes.

A gente entra no assunto de forma descontraída e aberta, gerando proximidade com quem nos ouve, como numa conversa de quem já se conhece. Por isso, somos eficientes e criamos conexões verdadeiras.



## Aplicações papeleria

Quando se trata dos nossos itens de papeleria, priorizamos o uso da cor principal que caracteriza a marca, o que confere uma conexão visual imediata com nossa identidade.

Essa escolha cuidadosa visa transmitir a essência da SULTS de maneira memorável e impactante, tanto para os destinatários internos quanto externos dos nossos materiais.



## Aplicações utilitários

Para a concepção dos elementos, optamos por cores neutras que sejam atrativas tanto para nossos clientes internos quanto externos, garantindo sua aplicabilidade ampla. Recomendamos dar preferência ao branco ou ao preto.

