



Projeto de Identidade Visual

Go Dogs



INTRODUÇÃO

A identidade visual é o que transforma uma marca em um elemento tangível, facilita seu reconhecimento e a diferencia de seus concorrentes. É por meio dela que uma empresa transmite visualmente os seus valores e sua filosofia.

Este manual tem como objetivo estabelecer normas, aonde os elementos gráficos e visuais que compõem a marca sejam organizados e sistematizados de maneira uniforme e coerente. Elementos como tipografia, cores e formas, entre outros, necessitam de ser bem fixados, para a composição de novos materiais da instituição, essa repetição dos elementos gráficos é o que dá uniformidade e aumenta o grau de lembrança da marca.

O uso das regras aqui determinadas ajudarão a reforçar a comunicação visual da empresa.

INSTITUCIONAL

Missão:

Prestar Serviços de cuidados e bem estar de cães, suprindo as necessidades destes e de seus tutores, com qualidade, confiabilidade e custos acessível.

Visão:

Ser o espaço para cães líder de mercado e exemplo a ser seguido em termos de estrutura e serviços prestados. Destacando-se pela equipe capacitada e comprometida com a qualidade total e satisfação dos clientes.

Valores:

Compromisso, Ética, Confiabilidade, Dedicção e Inovação.





HISTÓRIA DA MARCA

Inicialmente uma empresa de Dog Walker, que viu uma grande oportunidade de mercado pouco explorada na cidade que seria o day care e hospedagem de cães. Com investimento externo de dois sócios construímos o negócio e desde o início tem obtido sucesso com a criação de nome e serviços prestados.

Atualmente empresa de apenas dois sócios que pretende seguir fazendo a marca crescer e expandir para o oferecimento de novos serviços e produtos.

A Arroyo Pets cumpriu sua missão e se tornou referência em sua categoria na região de Goiânia, porém, com seus projetos de expansão, foi necessário refletir sobre a marca e como ela se comporta no mercado. Foi chegada a conclusão que a marca precisava de mudanças, de uma marca que traduza todo o carisma e carinho que sentimos com nossos trabalhos e clientes.

Assim surgiu a GO DOGS.

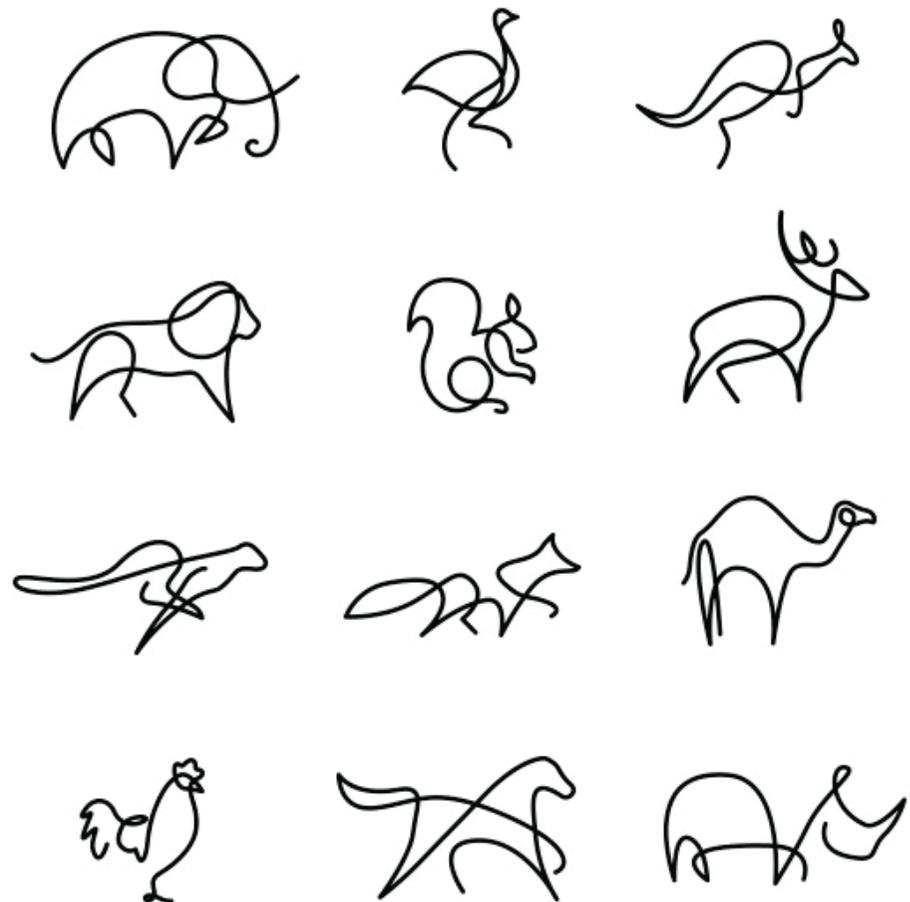
MINIMALISMO

“Menos é mais.”

Em forma de estilo visual, o minimalismo é atemporal. Enquanto as tendências minimalistas na moda vêm e vão com o tempo, este estilo para um logotipo funciona perfeitamente a qualquer momento.

O minimalismo é uma corrente artística que só utiliza elementos mínimos e básicos.

Se trata de passar valores como modernidade, pureza, simplicidade, requinte e usabilidade.



A MARCA



GO DOGS



GO DOGS

O logotipo, é o principal elemento gráfico dentre os materiais que compõem a identidade visual da Go Dogs. A tipografia deve ser sempre acompanhada do ícone da marca, que por sua vez, pode ser utilizado sozinho dependendo da aplicação final.

A tipografia de traços lineares e leitura direta, tem como atributos, a fácil comunicação da marca para um público global e a versatilidade de aplicação em variados suportes.

“Na alegria e leveza, no movimento e na simplicidade o cão nos conquista. Sua pureza, nos deixa fascinados.”

DIMENSIONAMENTO MÍNIMO

O dimensionamento mínimo para a reprodução do logotipo em suporte impresso é de 13mm de altura na versão vertical e 7mm de altura na horizontal. Deve ser considerado uma dimensão maior que 13 e 7mm de altura em alguns casos aonde os meios são de impressão em baixa resolução, como impressoras jato de tinta, flexografia e serigrafia, a resolução do equipamento é que vai definir o quão maior a reprodução deve ser.

Para a reprodução digital o dimensionamento mínimo é de 52 px de altura na versão vertical e 28 px de altura na horizontal.

É importante que a dimensão mínima aqui demonstrada seja o máximo de redução na aplicação da marca, uma utilização menor faria com que o logotipo perdesse informações que o descaracterizariam.



Redução impresso:
13 x 13 mm



Redução impresso:
30 x 7 mm



Redução impresso:
52px x 52px



Redução digital:
111 x 28 px

ÁREA DE PROTEÇÃO

Com o propósito de preservar a integridade do logotipo a área de proteção deve ser respeitada. Essa margem de segurança protege a marca de interferências causadas por elementos próximos dela.

Foi definido que a área livre em volta do logotipo deve ter uma área livre calculada com base em sua altura da palavra Go Dogs.



TIPOGRAFIA

A tipografia pincipal de escolha da marca é a **Museo 700** com serifa.

A tipografia tem características modernas e letras que ajudam a manter a legibilidade.

Além disso, a família conta com fontes sem serifas, o que só aumenta a força da identidade visual da empresa.

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

Museo 100

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Museo 300

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Museo 500

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Museo 700

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Museo 900

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

TIPOGRAFIA AUXILIAR

Museo Sans 100

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Museo Sans 300

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Museo Sans 500

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Museo Sans 700

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Museo Sans 900

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

A tipografia auxiliar é a Museo Sans, que pertence a mesma família da tipográfica principal.

Ela deve ser utilizada em casos onde a fonte principal não consegue suprir as necessidades do projeto, por exemplo, materiais com grande massa de texto.

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.).

CORES INSTITUCIONAIS

A cor é um dos principais recursos utilizados por uma marca para se diferenciar de seus concorrentes no mercado e um dos elementos mais importantes da identidade. Algumas instituições são mais memorizadas por suas cores do que pelo logotipo ou até mesmo do símbolo, um grande exemplo disso é o Facebook.

O uso das cores não pode ser aleatório, pois as mesmas são capazes de transmitir sensações que podem atrair ou afastar pessoas.



GO DOGS

#a2cd3a

#333b1b

#e0452a #f6bc18 #2c2d2d #2c2d2d #e0576a #2c2d2d #6fc9be #2c2d2d



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS



GO DOGS

#5e5f60 #2c2d2d #e0576a #e0576a

PALETA DE CORES AUXILIARES

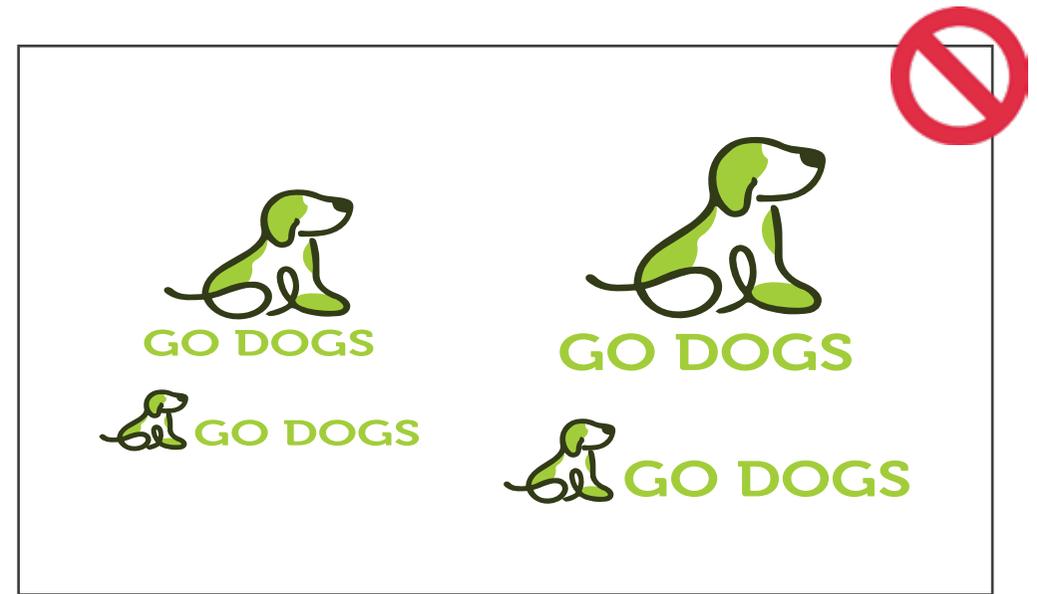
As cores auxiliares servem para complementar as cores institucionais e consolidar o padrão cromático da identidade gráfica.

Estas cores podem ser utilizadas isoladamente ou em combinação de duas ou mais cores, sempre partindo do princípio de que qualquer combinação entre elas deve ter contraste o suficiente para resultar em um padrão harmônico.

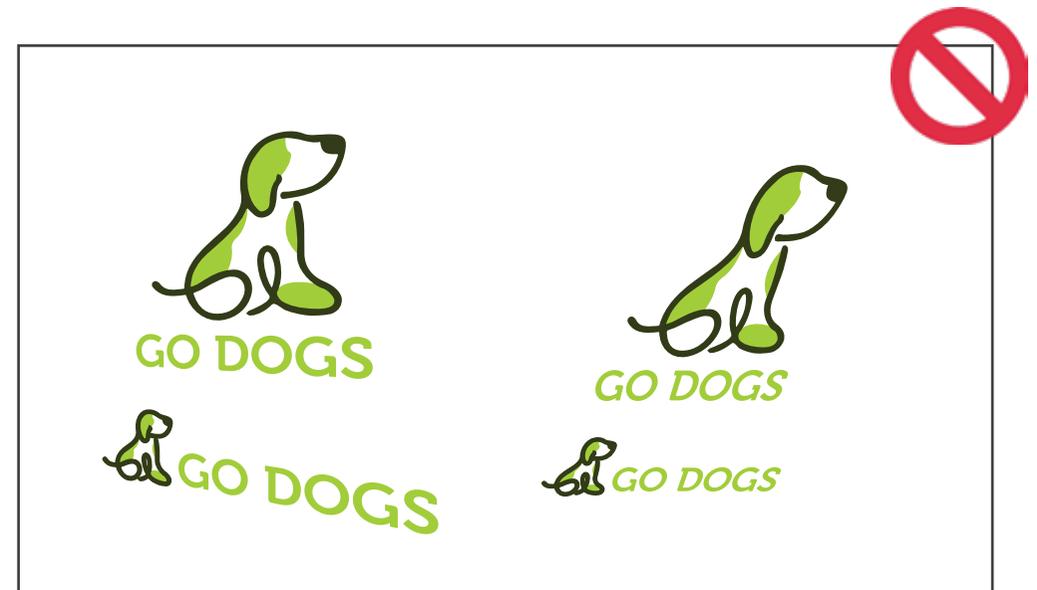
Devem ser feitos sempre testes de impressões para verificação em suportes como papéis de embalagens como o Kraft, que devido à sua superfície escura, altera a aparência das cores após impressas.

FORMAS NÃO PERMITIDAS

É muito importante preservar a integridade dos principais elementos da identidade visual da empresa. Por isso, em nenhuma hipótese as distorções na estrutura do logotipo e símbolos devem ocorrer, como é mostrado ao lado.



Não esticar ou achatar a marca, alterando a estrutura do tipograma.



Não distorcer e inclinar a marca



Não aplicar o logotipo sobre fundos listrados ou com degradê.

USO INDEVIDO DE CORES E EFEITOS

Em nenhuma hipótese as aplicações simuladas ao lado devem ocorrer. Essas distorções cromáticas e efeitos usados no logotipo descaracterizam e enfraquecem a marca.



Não aplicar bordas ou sombras no logotipo.



alca
AGÊNCIA DIGITAL