

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Óper

AGOSTO 2025 - VERSÃO 1.2



Arquivo completo de matrizes para Download no Google Drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1hebY3zpoAMIF56Phz5k6BczUgVj9zjqP?usp=sharing>

Escaneie o QR Code



Aqui estão reunidos os conceitos que norteiam a identidade visual da marca **Óper**. Sistema de marcas e os elementos que compõem a nossa imagem e Branding.

Sabemos que construir uma marca forte e consistente é um trabalho coletivo. Por isso, as orientações deste guia devem ser respeitadas em toda e qualquer comunicação da marca, seja em impressos, web, merchandising ou embalagens.

1. Logotipia

1.1	Conceito	Pg. 03
1.2	Malha construtiva	Pg. 04
1.3	Versões cromáticas	Pg. 05
1.4	Versão slogan	Pg. 07
1.5	Marca d'água	Pg. 08
1.6	Área de proteção	Pg. 09
1.7	Versão box	Pg. 10
1.8	Dimensões mínimas	Pg. 11
1.9	Restrições	Pg. 12
1.10	Símbolo	Pg. 13

2. Vocabulário Visual

2.1	Elementos de marca	Pg. 14
2.2	Padrões	Pg. 15
2.3	Iconografia	Pg. 17
2.4	Co-branded	Pg. 07

3. Cores

3.1	Institucionais	Pg. 19
3.2	Complementares	Pg. 22
3.3	Gradientes	Pg. 23

4. Tipografia

4.1	Fonte principal	Pg. 25
4.2	Usos padronizados	Pg. 27

5. Comunicação

5.1	Elementos	Pg. 28
5.2	Formas e shapes	Pg. 29

6. Ambiência

6.1	Exemplificação	Pg. 30
6.2	Organização espacial	Pg. 31
6.3	Grids	Pg. 32

Conceito



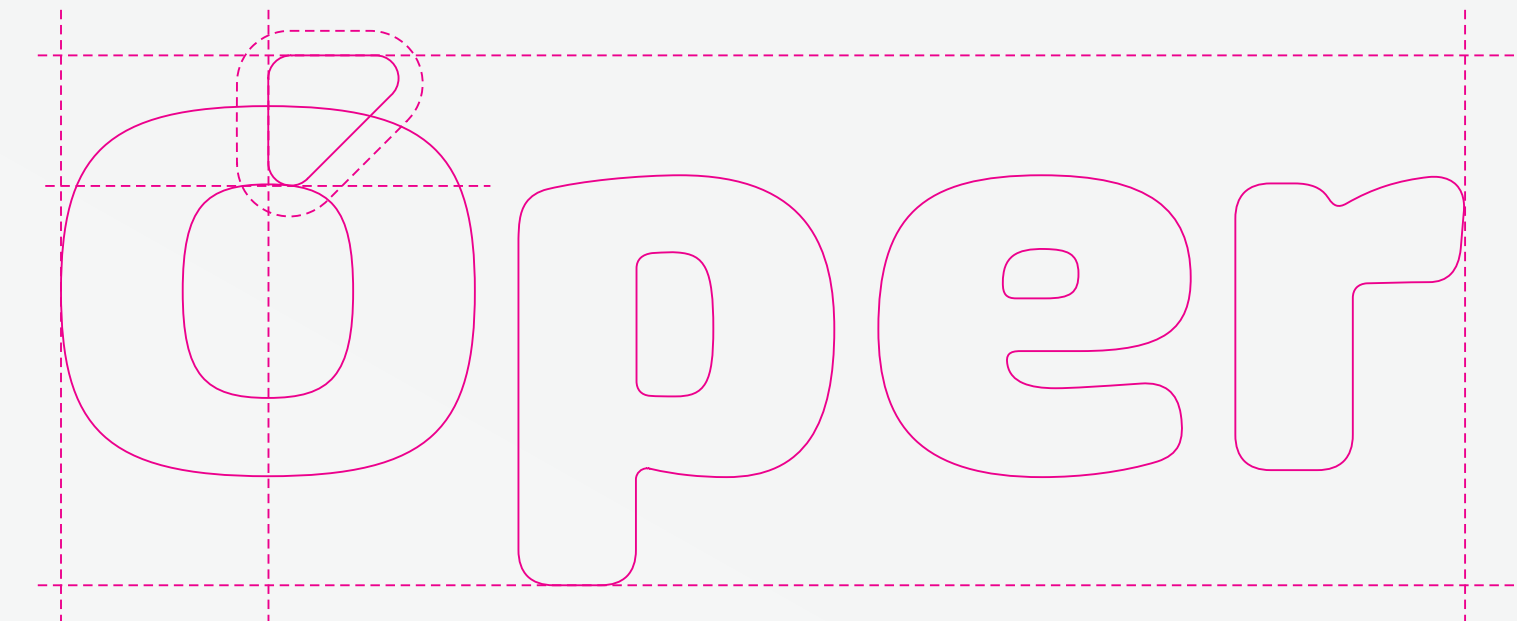
A nossa marca passou por um processo de atualização, em que o antigo código visual foi corrigido, eliminando os elementos destoantes e mantendo as características funcionais, estruturais e de cor em sua nova apresentação.

Utilizamos agora uma tipografia mais orgânica e amigável, eliminando arestas e tornando a marca mais simpática e ao mesmo trazendo mais impacto com o reforço das suas formas.

A chave de personalidade de nosso logotipo é baseada no acento agudo de "Óper", que antes era confuso e agora se transformou em uma chave visual, posicionado de forma precisa e natural sobre a inicial transmitindo rigor e modernidade.

Nova essência da percepção e atributos de marca e produtos:

- . Modernidade
- . Inovação
- . Precisão
- . Premium
- . Qualidade
- . Desempenho



1.2

Logotipia Oficial

A nossa marca assina tudo o que fazemos. É através dela que o mercado nos identifica e reconhece, e que construímos relações de confiança com nossos públicos.

Importante: utilize sempre os arquivos originais do logo.

Malha construtiva

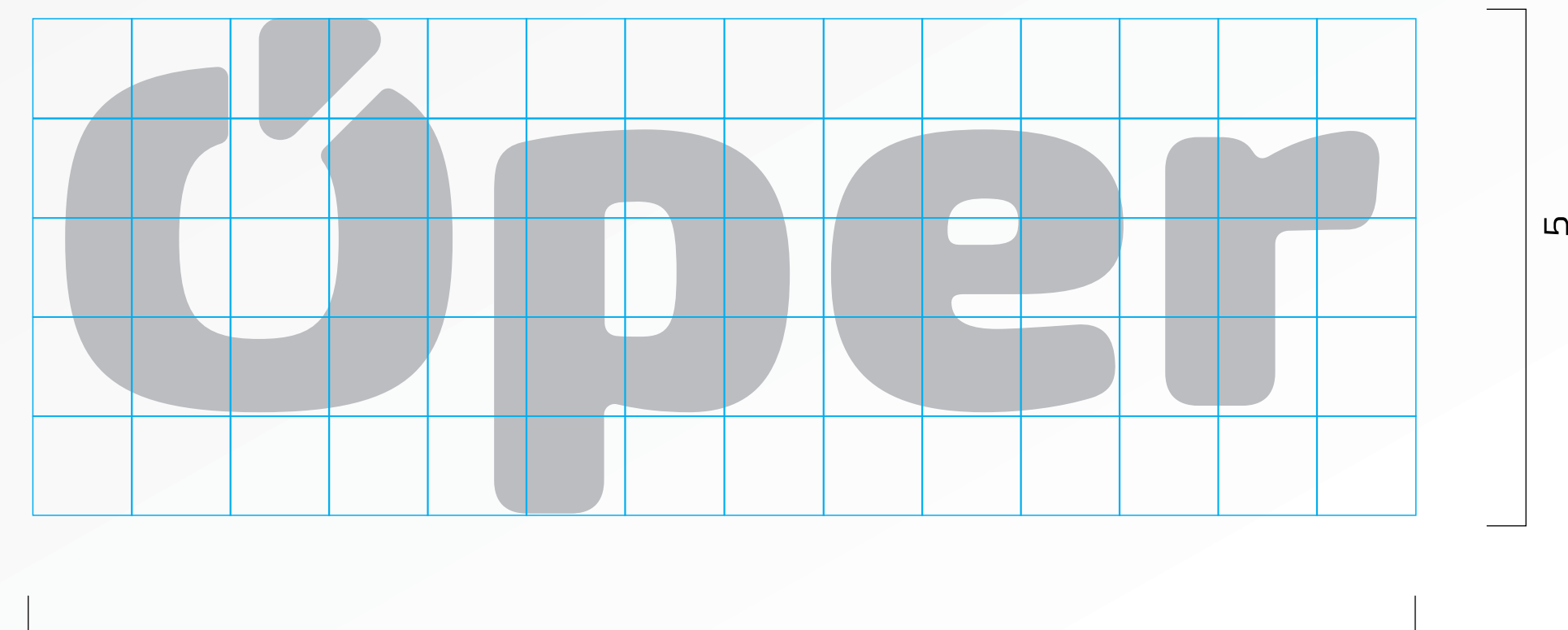
A malha construtiva é um recurso que usamos como base para delimitar e criar as variações do logo.

Ela nos permite ter uma assertividade simétrica mais eficiente, gerando um bom equilíbrio e harmonia entre os elementos.

A malha básica de construção do logotipo sintético é de 5 unidades na vertical por 14 unidades na horizontal, considerando a altura de duas unidades na parte nominativa.



LOGOTIPO MALHA CONSTRUTIVA 14:5



14

1.3

Logotipo Sintético

Versões Cromáticas sintética

Preferencial Monocromática

Esta é a versão principal do logo com uma cor, laranja oficial.

**Diretório de arquivos separados Vetorizados (CDR, AI, EPS e PDF)
em cores CMYK (impressão policromia) e Pantone (Impressão cor pura)
e RGB (em imagem JPG e PNG para aplicação Digital) :**

<https://drive.google.com/drive/folders/1G2JNOxcyQe7WCfVDF8hoD1Sj1lRU0Xgb?usp=sharing>



Versão
Positiva

Prerencial Bicromática

Para maior destaque e com a possibilidade de usarmos duas cores, esta versão é a preferencial, particularmente em ambientes digitais.

Importante.

A versão bicromática só pode ser usada com o nosso laranja oficial que compõe as cores institucionais, isso reforça a nossa personalidade.

Versão
Negativa

1.3

Logotipia

Versões

Secundária monocromática P&B

Esta é a versão especial do logo.
Deve ser usada em casos de suportes
que permitem apenas a utilização do preto.

Arquivos em:

https://drive.google.com/drive/folders/1BYHimhK_YA4GXfzsPul2YVFLyRvfFe45?usp=sharing



Óper

Versão
Positiva

Alternativa Negativa

Para fundo em cor e imagens que
não possibilitem o uso da versão
preferencial, utilize o logo na versão
alternativa em branco.

Importante.

A versão alternativa em negativo
preferencialmente deve ser feita com
as cores institucionais, isso reforça sua
nossa personalidade.

Óper

Versão
Negativa

1.4

Logotipo Promocional

Versões com Slogan

O slogan da Óper: «**É mais Ferramenta.**» cria um forte diferencial e promessa de marca. Utilize a versão da marca com slogan em material promocional para apelo mais forte em vendas. Consulte o time de Marketing antes de empregar essa versão.

**Diretório de arquivos separados Vetorizados (CDR, AI, EPS e PDF)
em cores CMYK (impressão policromia) e Pantone (Impressão cor pura)
e RGB (em imagem JPG e PNG para aplicação Digital) :**

<https://drive.google.com/drive/folders/19pDvnG4nLtknWkj5tvsLhcS2ElQgmyr6?usp=sharing>

The Óper logo in orange, featuring a stylized 'O' with a small 'o' inside it, followed by the word 'per' in a bold, sans-serif font.

Versão
Positiva

É mais ferramenta.

The Óper logo in black, featuring a stylized 'O' with a small 'o' inside it, followed by the word 'per' in a bold, sans-serif font.

Versão
Negativa

É mais ferramenta.

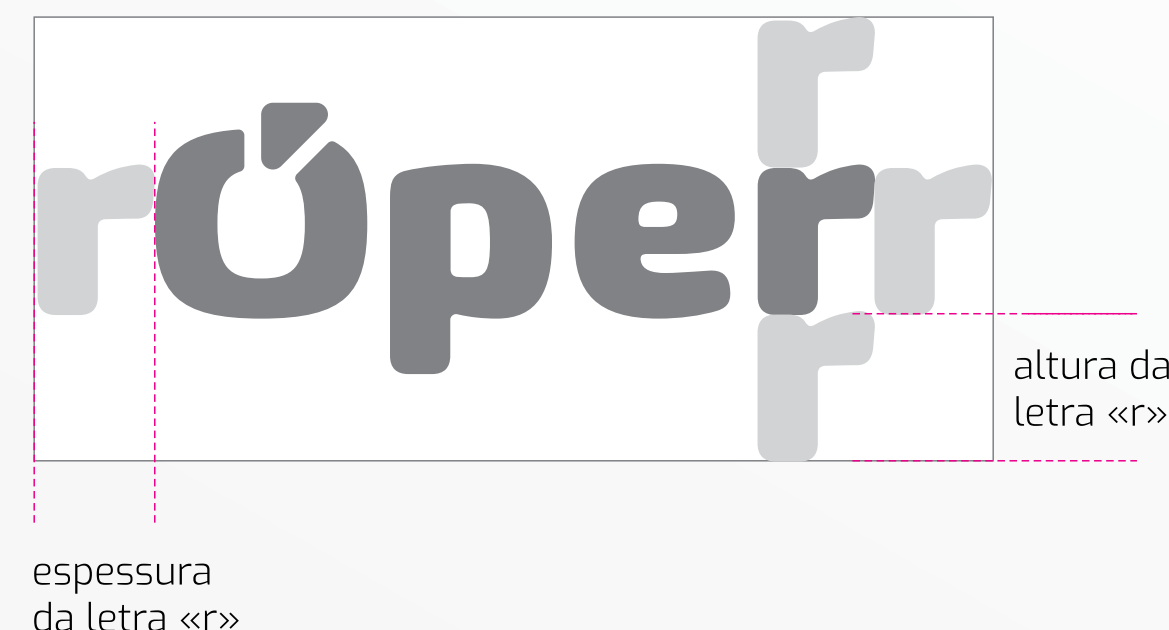
1.7

Logotipo Box

Aplicações

É a nossa marca delimitada por um campo de aplicação, utilize respeitando as proporções sugeridas,, em que o box é definido pela altura e espessura da letra «r» presente em nosso nome e sempre nas cores institucionais.

Campo espacial do box



**Diretório de arquivos separados Vetorizados (CDR, AI, EPS e PDF)
em cores CMYK (impressão policromia) e Pantone (Impressão cor pura)
e RGB (em imagem JPG e PNG para aplicação Digital) :**

<https://drive.google.com/drive/folders/1X9Aajl6-oo1oh-xK3RYPGSuonJ6hbVYY?usp=sharing>



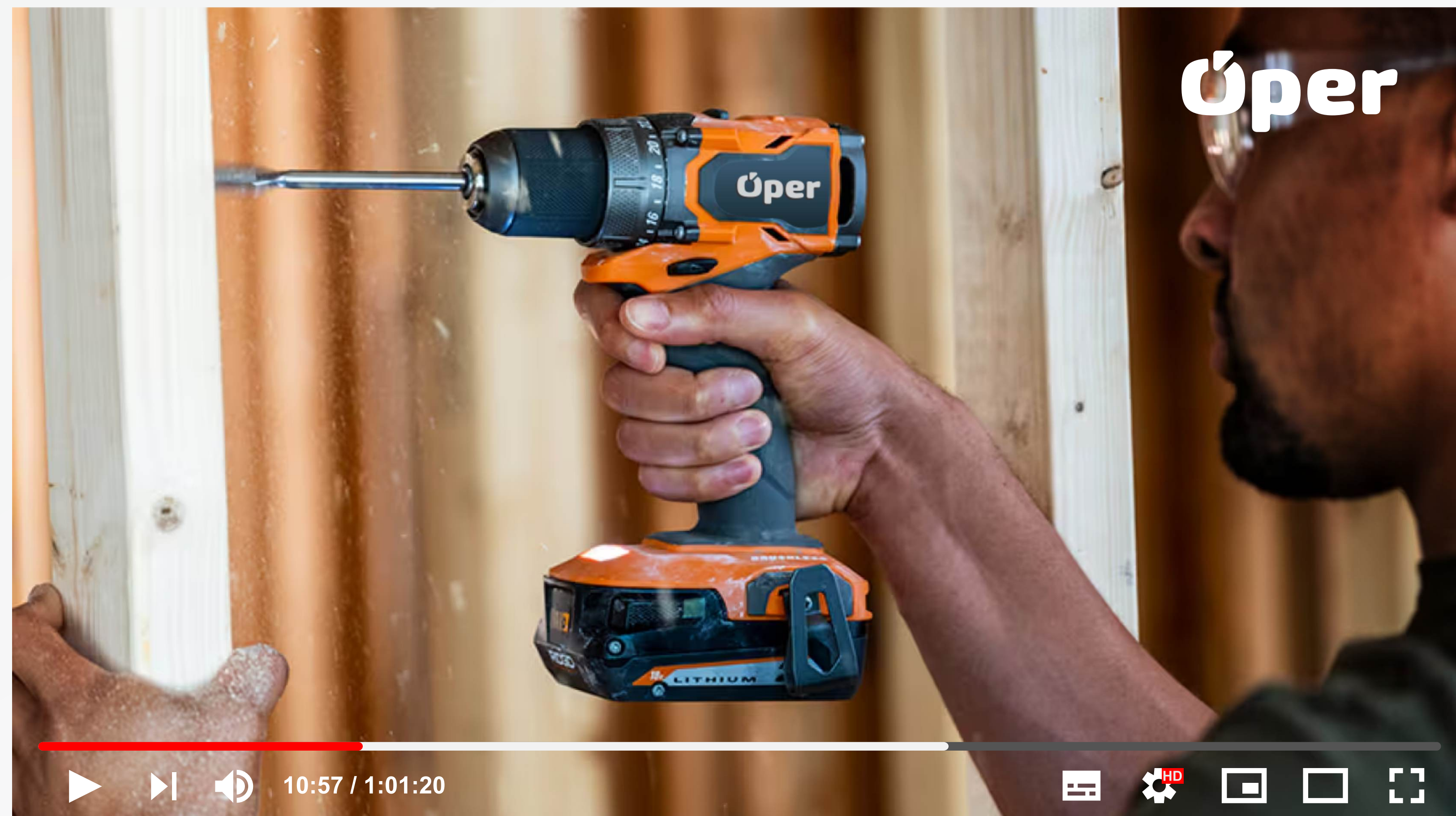
1.5

Logotipia

Marca d'água

Para uso como marca d'água em vídeos utilize sempre a versão alternativa em branco.

- Posicione no canto superior direito.
- Evite usar transparências para preservar melhor legibilidade.



Arquivo para Download no Google Drive:

<https://drive.google.com/file/d/1035VCVbm87oiYgekgUdGBIC1z2cqHKOH/view?usp=sharing>

1.6

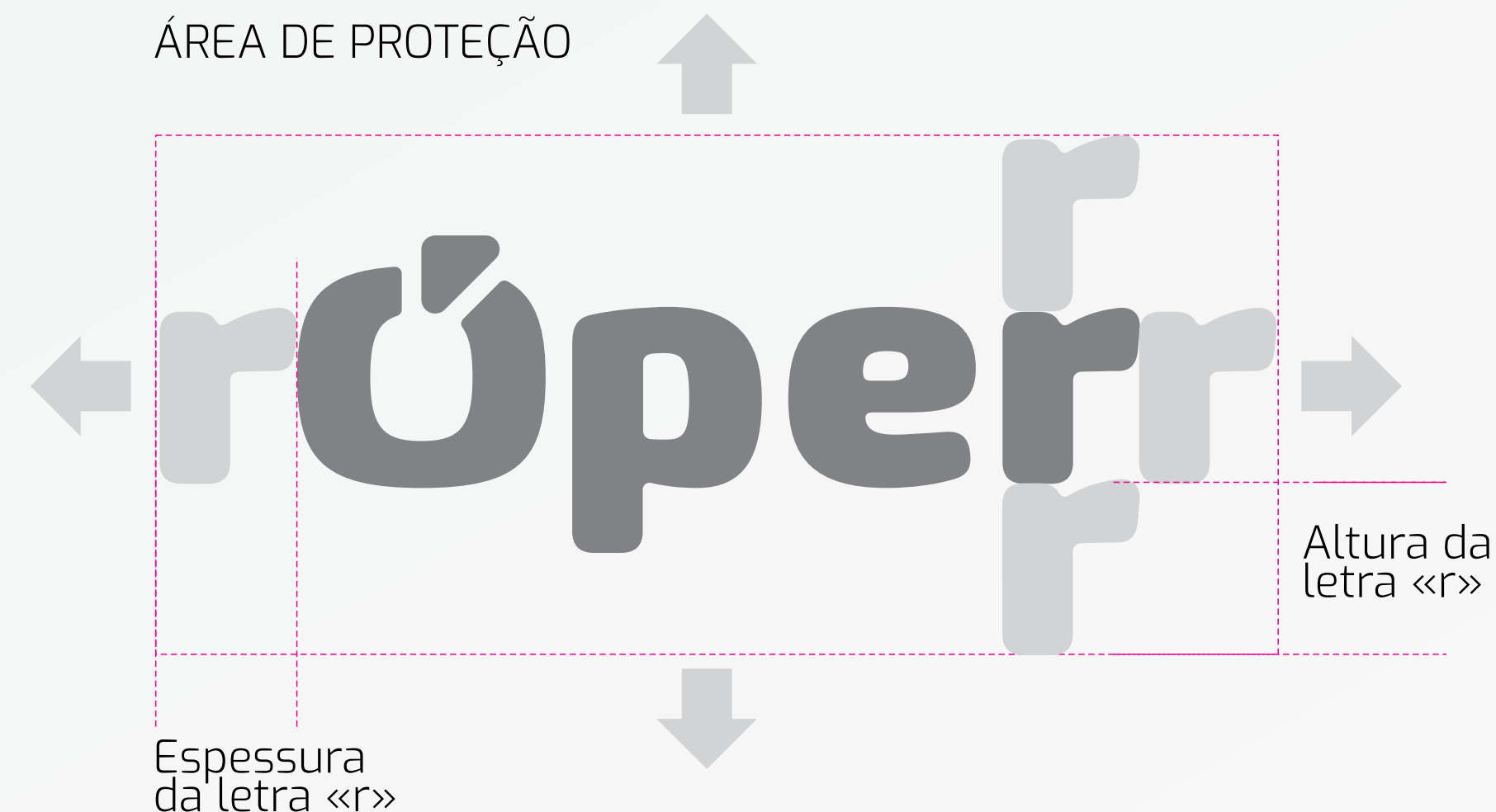
Logotipia

Área de proteção

Para garantir legibilidade e reconhecimento, o logo deve ser aplicado com no mínimo [r] de distância de qualquer outro elemento gráfico, como ilustrado ao lado.

A unidade de referência "r" é a altura da letra e espessura da letra.

Essa é a chamada "área de proteção", que deve ser aplicada ao redor do logo **Óper** e respeitada sempre.



d quist quatis accatius duciaerore, ommolle strumqu atecti beris
i quia solorepudam nos ma dis et lamet, que elitas santotatur, etur,
et parum anducie nderum soluptatendi ulpa vellique verias poria
ab il excea am sitam sinum aut illorei umenisi tatureptatur aut etur?
s dit haru
el maxir
spis mos
am, aut c
em rem
usam fug
est volupt
uriorpos c
maximus
im usciis
os aperur
es dio cus
ditione mquatur simi, nem is quas maxime restem fugitae pel etur am aut
ommolor ererrore, autMagni sita pos mo event hiciistotas quae. Genieni
stiat officio. Nem qui dundit harum nobit quodipidus, ullaute mporentis
ae. Nam nus id molupta sperro volupta venesendit, sam sunt liqui cus.

Óper





1.8

Logotipia

Dimensões mínimas

Para garantir a leitura do logo mesmo em áreas reduzidas, respeite as dimensões mínimas descritas nesta página.

Logotipo monocromático

Box

digital

Óper 30 px

Óper 45 px

impressão

Óper 9 mm

Óper 15 mm

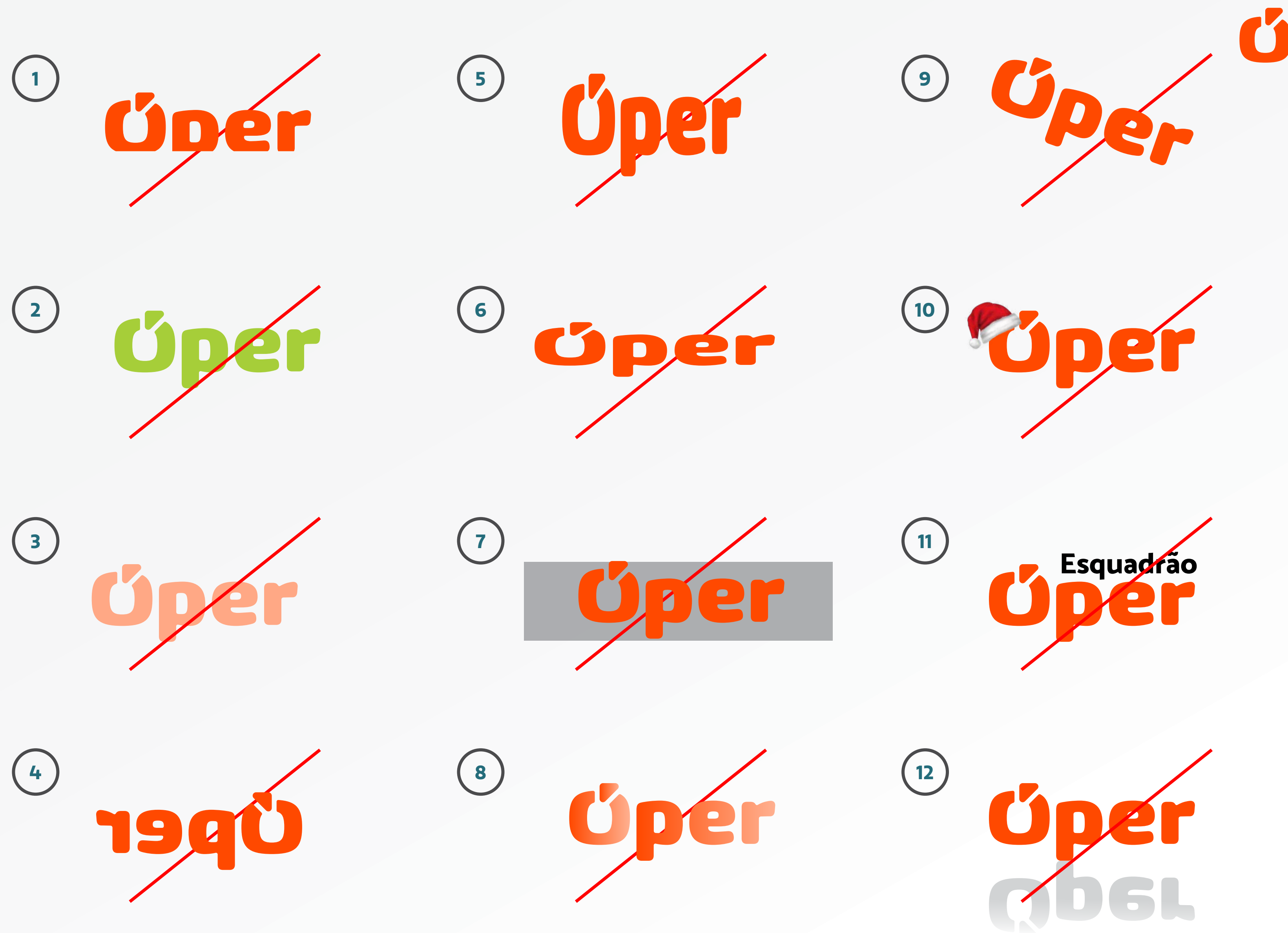
1.9

Logotipia

Usos incorretos

O logo não deve ser alterado em nenhum de seus elementos. Para manter sua integridade deve-se sempre seguir o arquivo original da marca.

1. Não crie cortes.
2. Não altere a cor do logo.
3. Não altere a opacidade.
4. Não espelhe
5. Não mude a letra.
6. Não distorça.
7. Não utilize sombra.
8. Não utilize gradiente.
9. Não rotacione.
10. Não utilize adereços.
11. Não coloque textos adicionais.
12. Não coloque reflexos.



1.10

Logotipia

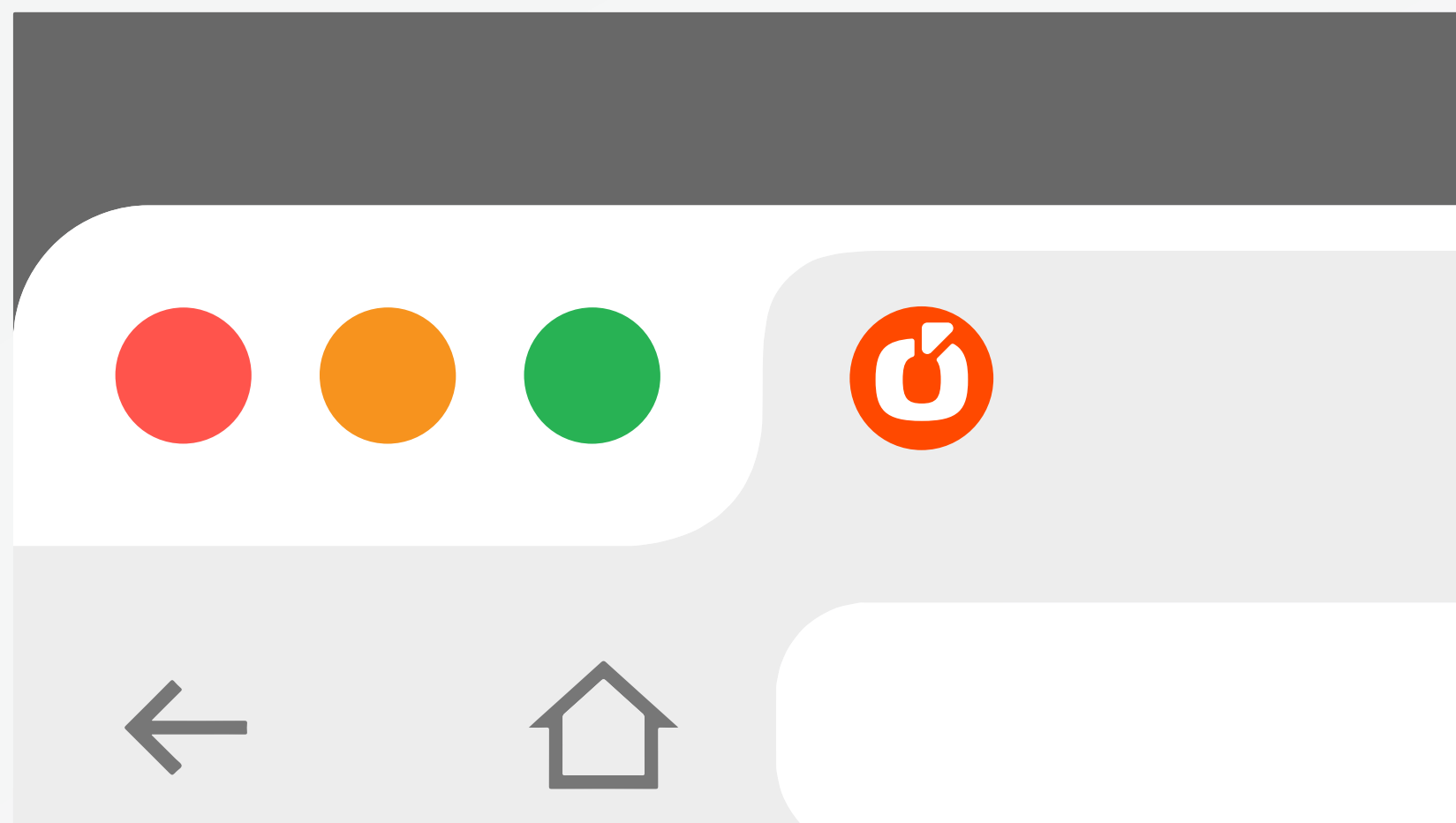
Símbolo

Uso especial

O uso do logo sem descritivo é de uso especial e preferencial para:

- Avatar e Favicon

Favicon



Símbolos / Avatar Óper
em imagem (PNG) e Vetorizados (AI e PDF):

https://drive.google.com/drive/folders/1dZfbMTBotnqOK-3W_tvHX5DZO1PP6Giz?usp=sharing

Avatar Positivo (mais institucional)



SÍMBOLO MONOCROMÁTICO POSITIVO

Prioriza Simplicidade
em produção gráfica
Exemplo aplicação:
Bordados, marca
de produtos e
vaixo relevo

Avatar Negativo (mais promocional)



SÍMBOLO BICROMÁTICO NEGATIVO

Prioriza Impacto
mais informal
Exemplo aplicação:
Propaganda e
PDV



SÍMBOLO MONOCROMÁTICO NEGATIVO

Prioriza legibilidade
mais informal
Exemplo aplicação:
Avatar Facebook
Perfil Instagram



SÍMBOLO BICROMÁTICO POSITIVO

Prioriza impacto
mais informal
Exemplo aplicação:
Perfil LinkedIn
Favicon Site



2.1

Vocabulário Visual

Elementos Marcas Ganchos Comerciais

O símbolo é ponto de partida para a criação de imagens temáticas e sugestivas dos nossos diferenciais, ajudando a fortalecer a nossa imagem de marca e discurso de marketing.

Os elementos de marca estão presentes em toda a comunicação, aumentando o recall de lembrança e força da identidade visual.

TEMAS E GANCHOS VISUAIS

SÍMBOLO MATRIZ



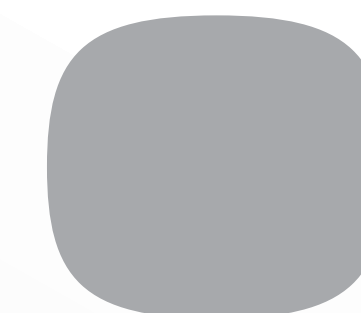
TRIANGULO DIRECIONAL



BOX VERTICAL



BOX HORIZONTAL



É MAIS
ENERGIA.



É MAIS
QUALIDADE.



É MAIS
GARANTIA.



É MAIS
AVANÇO.

Arquivo para Download no Google Drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1AlmUx-2tOPonKYhKj0fwu75bB92g-VYe?usp=sharing>

2.2

Padrões

Pattern

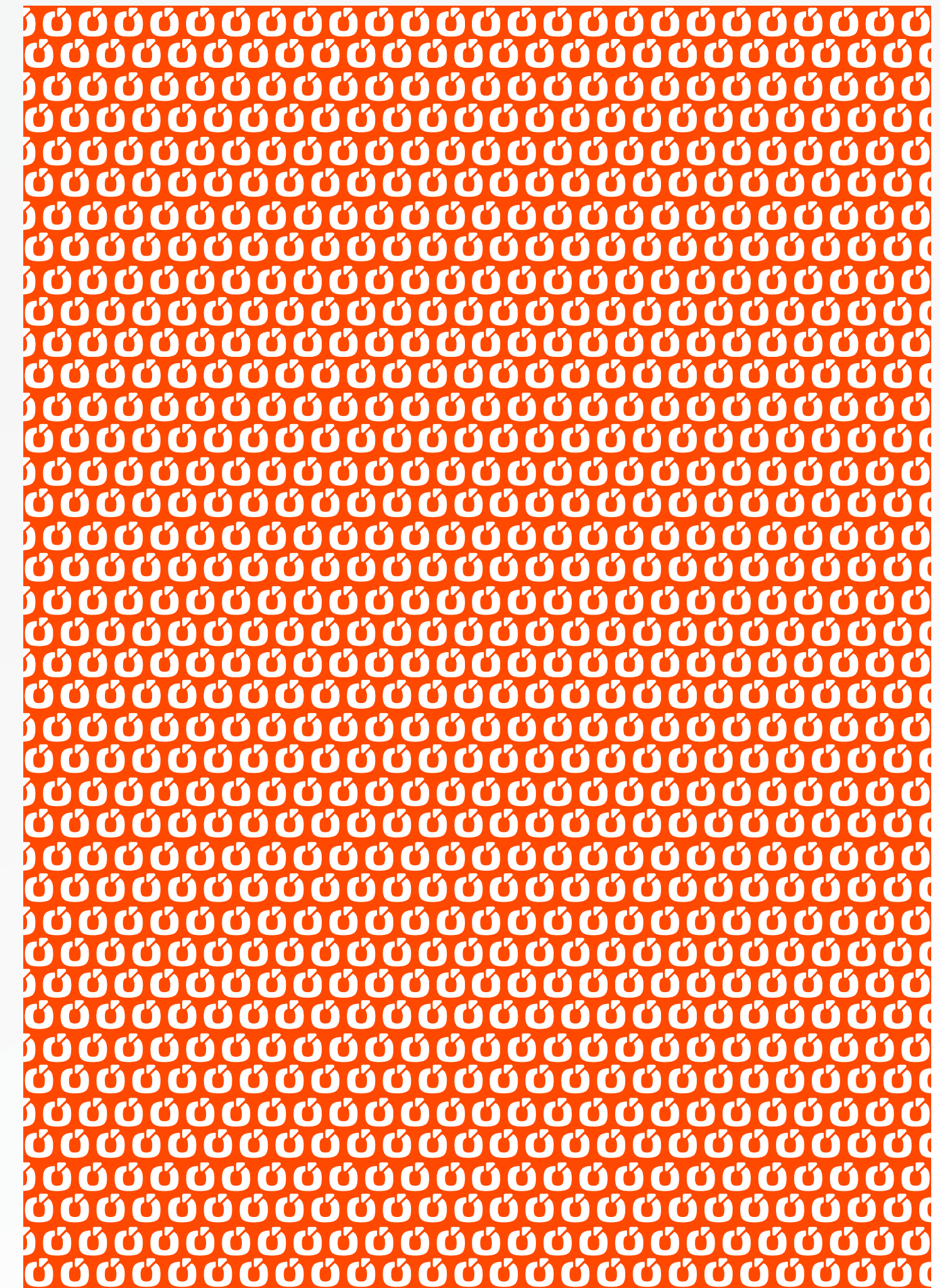
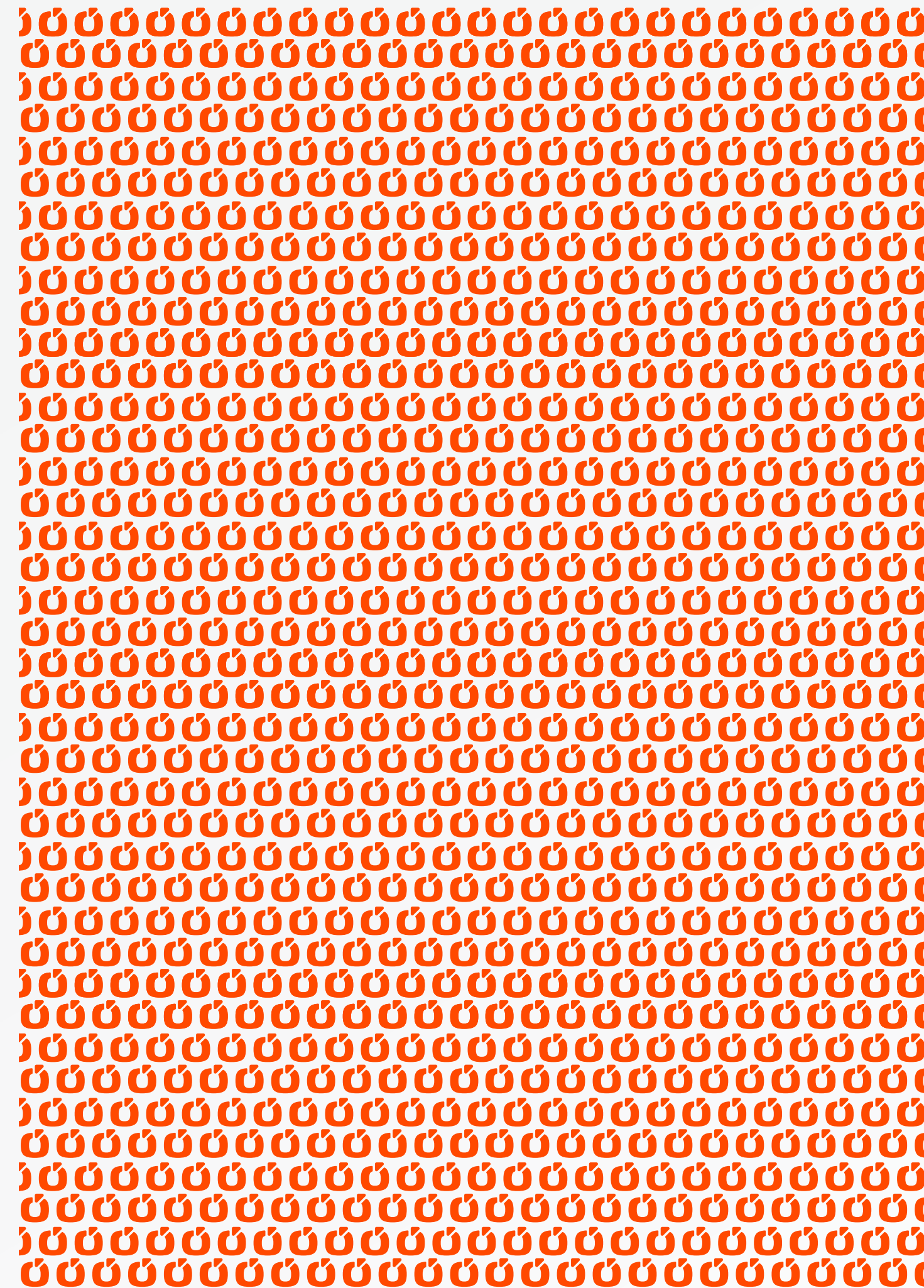
O pattern Óper é a padronagem formada pela repetição do logotipo, é um asset proprietário.

Como usar:

- Monocromático e uniforme.
- Cores rebaixadas, médio ou baixo contraste em relação ao fundo.
- Pode ser usada em outline (contorno), mas sem preenchimento de cor.

Sugestões de momentos de aplicação:

- Redes sociais.
- Site: páginas secundárias.
- Materiais impressos: carta, cartaz, prisma de nome, memorando, apostilas, cadernos, brindes.
- Eventos: crachás, fitas de identificação, backdrops, forração.
- Sinalização e ambientação: adesivagem em vidro, fundo de placas, papel de parede.



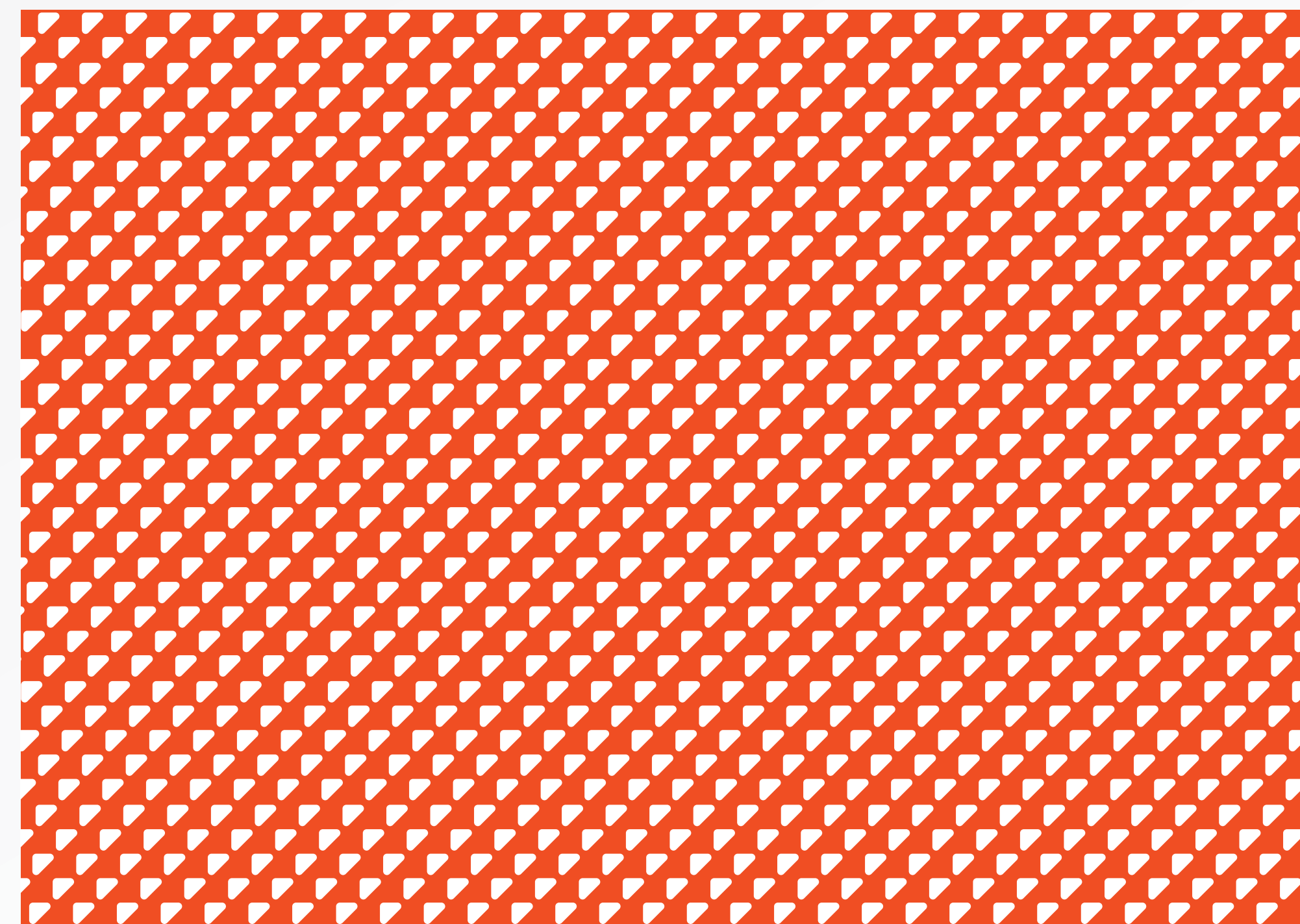
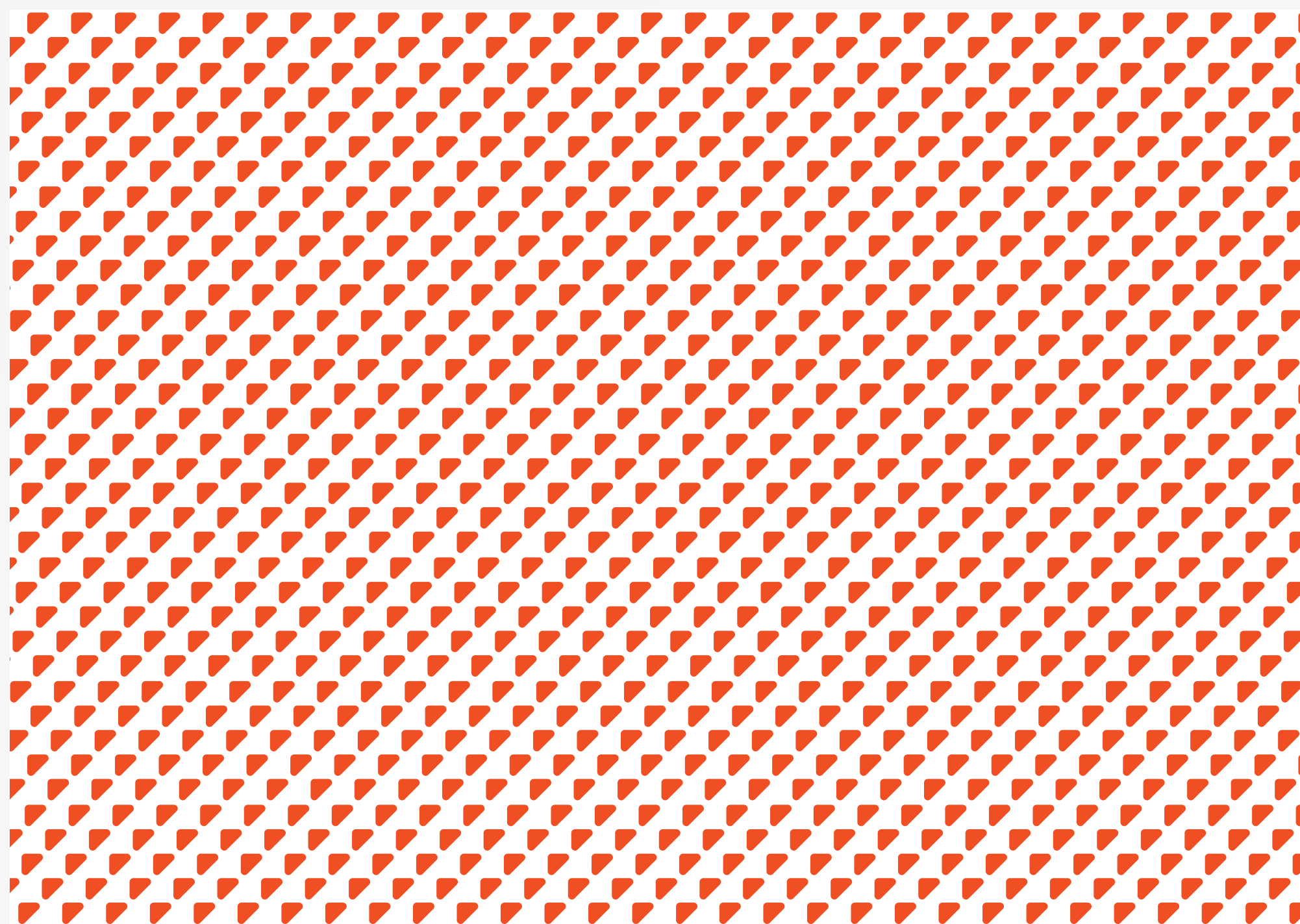
Arquivos A4 para Download no Google Drive Vetorizados (CDR, AI e PDF):

https://drive.google.com/drive/folders/1iMooVcyb1AqquBOR420fqTnL_bLQfFtG?usp=sharing

2.2

Padrões

Padrão Óper baseado no elemento de marca: acento logotipo



Arquivo para Download no Google Drive:

https://drive.google.com/drive/folders/1iMooVcyb1AquuBOR420fqTnL_bLQfFtG?usp=sharing



2.3

Iconografia

Bullets

Iconografia com a utilização de shape e estilo da marca
Exemplos.

COMUNICAÇÃO



TELEFONE



FACEBOOK



INSTAGRAM



E_MAIL



WHATS_APP

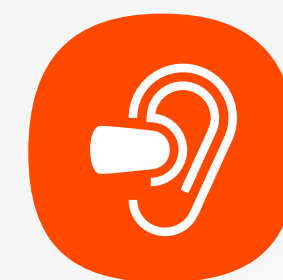
SEGURANÇA



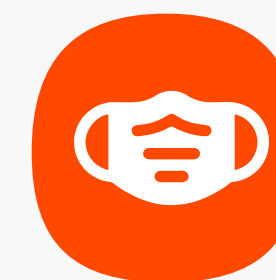
ÓCULOS



CAPACETE



AURICULAR



MÁSCARA



LUVAS

APOIO



ATENÇÃO



FACEBOOK



DIRECIONAIS



DIRECIONAIS



DIRECIONAIS

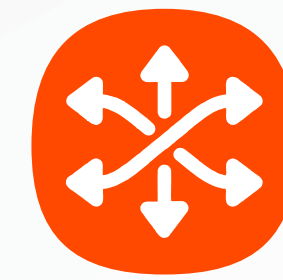
FUNÇÃO



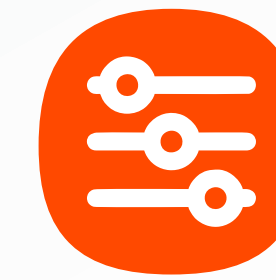
AMPERAGEM



TENSÃO



FUNÇÃO
MULTIÚSO



AJUSTE
MULTINÍVEL



PODER
FORTE

Arquivo para Download no Google Drive:

https://drive.google.com/drive/folders/1HHJhKrEIAIxQhil3qu1mau_53LS2nqfm?usp=sharing

2.4

Co-Branded

Parcerias ou Endosso

Para assinatura de relações de parcerias ou ações, sempre posicione o logo da **Óper** do lado direito, junto com o sinal gráfico.

Endosso (Exemplo)



Óper

Parcerias (exemplo)



Óper

3.1

Cores

Institucionais

O Laranja Profundo é a cor principal da identidade da **Óper**. Ele deve estar presente em toda peça de comunicação (anúncios, comunicação interna) ou contexto **Óper** (site, páginas de rede sociais, catálogos), juntamente com o Preto, o Branco ou Off-White.

Atenção:

Salientamos que é desejável sempre conferir o uso deste Laranja, pois a intenção é ele ser o mais vívido possível, para aplicação digital, a cor **Web Safe Color #Ff4900** é a ideal no caso de cor pura, será o **Pantone 172C**, em policromia, CMYK é composta de **80% de Magenta e 100% de Yellow** e 0% de Black ou Ciano.

LARANJA

PANTONE: 172 C

PRETO

PANTONE: BLACK 6C

LARANJA

C: 00 M: 80 Y: 100 K: 00

PRETO

C: 00 M: 00 Y: 00 K: 100

LARANJA

R: 255 G: 73 B: 0

WEB SAFE COLOR:
#FF4900

PRETO

R: 00 G: 00 B: 00

WEB SAFE COLOR:
#000000

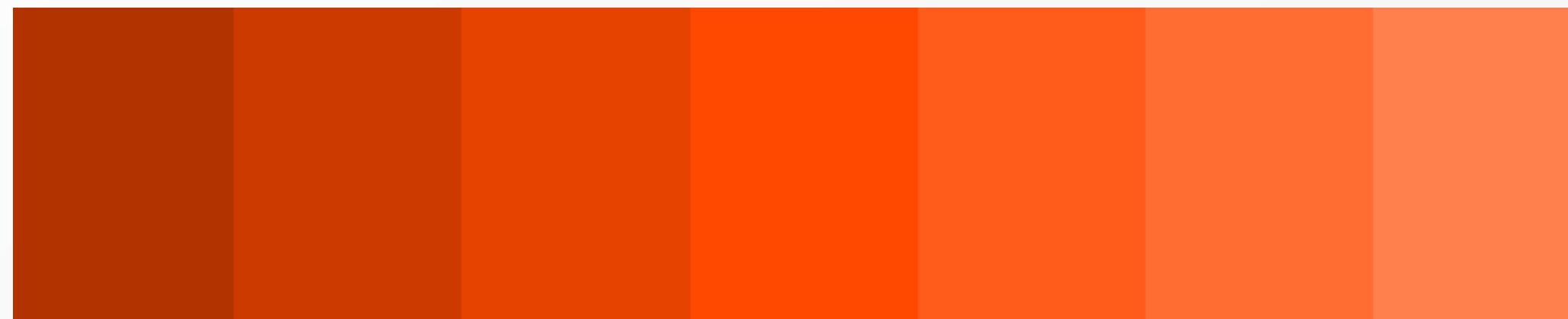
3,1

Cores

Principal Tons

O Laranja vivo Óper pode ser modulado em diferentes tons a fim de compor a comunicação em conformidade com a adição ou subtração de luminância.

Escala monocromática

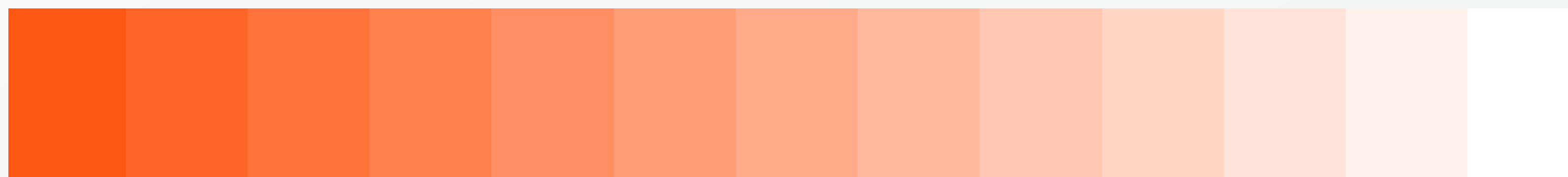


Tons e matizes adicionado preto ou adicionando branco

Variação de cor de sombra



Variação de cor de matiz (luminância)



LARANJA VIVO ÓPER

3.1

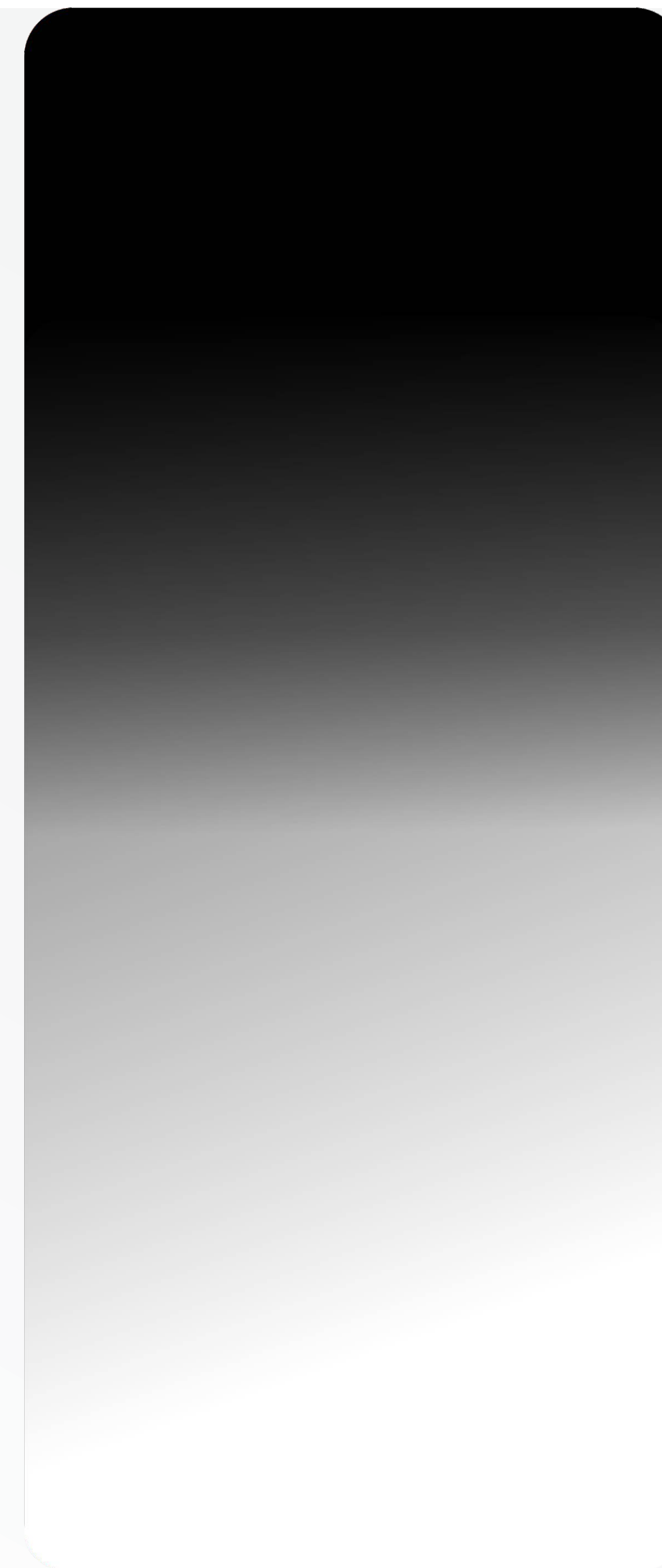
Cores

Principais escala

A escala de cores serve para a modulação e composição em conjunto com as cores principais, sua utilização será em função de dinamismo e trazer mais diversidade na comunicação.

Arquivo para Download no Google Drive:

<https://drive.google.com/file/d/1n4maDg91YDb7qgzpT4VZZ6TpeZ4yd1VG/view?usp=sharing>

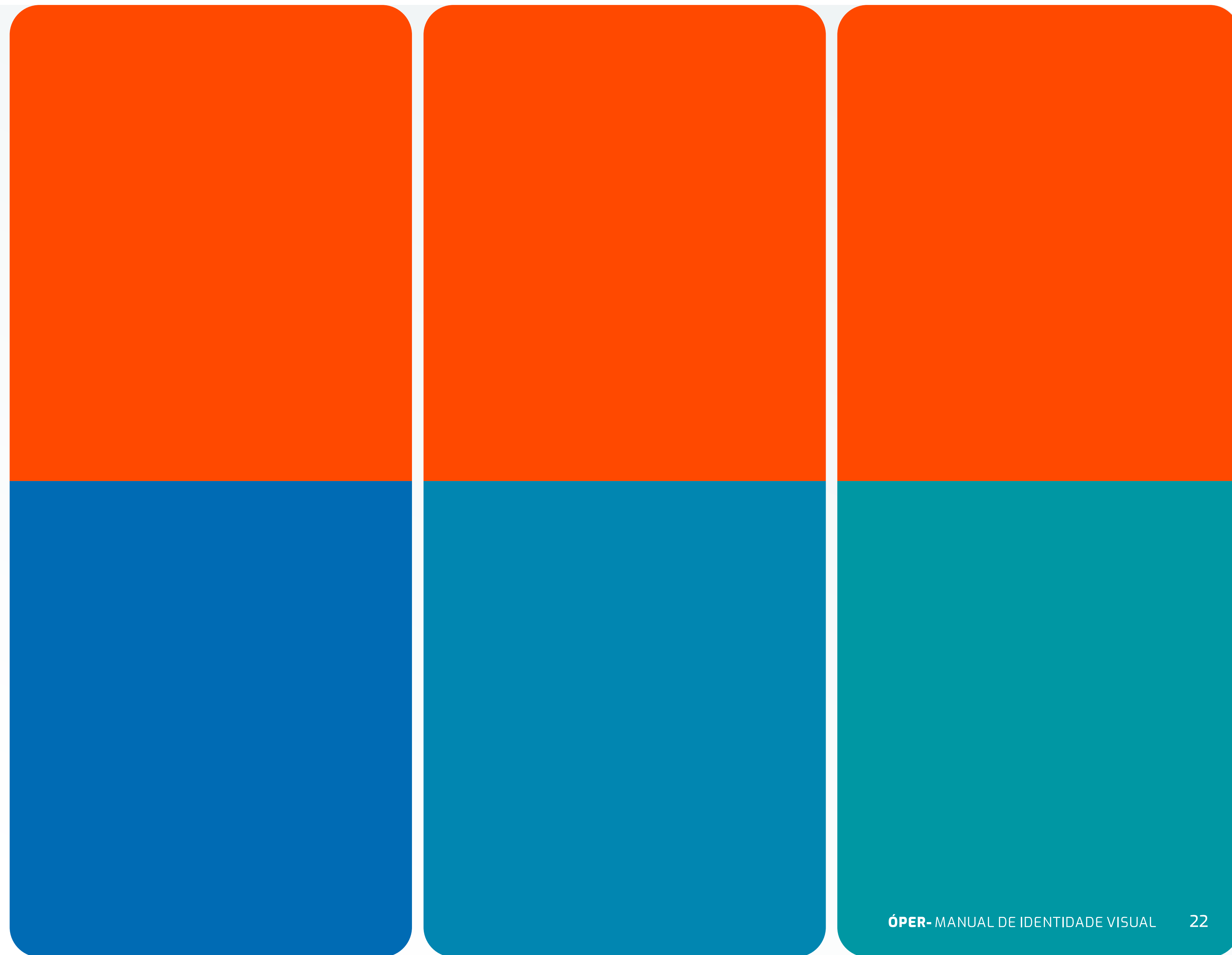
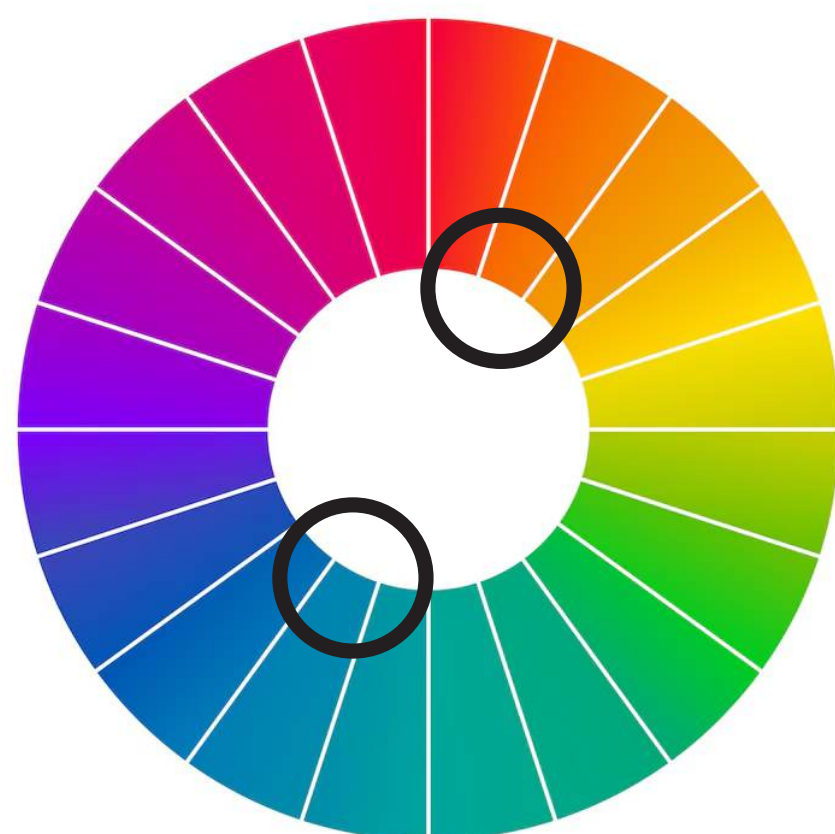


3.2

Cores Complementares

As cores da paleta complementar são os azuis vibrantes e verde água, elas existem para trazer contraste, riqueza e diversidade ao sistema. Quando utilizadas, devem estar acompanhadas do Laranja Óper de forma predominate.

São cores contrastantes são as mais indicadas para o uso em campos de destaque ou em botões ou áreas de call to action. Elas foram definidas em função da oposição no círculo cromático, garantindo o máximo contraste visual para o olho humano.



3.3

Cores

Gradientes

Cores Principais

Esta aplicação serve para a modulação e composição em backgrounds e fundos de apoio, a sua utilização será em função de dinamismo e trazer mais diversidade na comunicação.

Arquivo para Download no Google Drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/13Wg2kUP5f0ijxuJneq1A-Ha0677rYGxA?usp=sharing>

3.3

Cores

Gradientes

Cores Principais e
Complementares

Esta aplicação serve para a modulação e composição em backgrounds e fundos de apoio, a sua utilização será em função de dinamismo e trazer mais diversidade na comunicação.

Arquivo para Download no Google Drive:

https://drive.google.com/drive/folders/1vO576t_AfHNdkLqF1-ercoR9Lau_VwmZ?usp=sharing



4.1

Tipografia

Fonte principal

A família tipográfica EXO
é a fonte da identidade **Óper**
Ela deve ser usada em todo tipo
de comunicação.

Esta fonte está disponível para
download em Google Fonts.

Aa Exo

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%&☒()

Thin
Extra Light
Regular Light
Normal
Medium
Semi Bold
Bold
Extra Bold
Black

Fonte para Download web:

<https://fonts.google.com/specimen/Exo>

Fonte para Download Drive:

https://drive.google.com/drive/folders/17_yq13doTW92vVRMES4iiNwQm70kT_l2?usp=sharing



4.1

Tipografia Completa

A família tipográfica é mais atual para toda informação de marca, o tipo de fonte EXO, é bem desenhado e com extensa família, Esta será a fonte utilizada no projeto gráfico por possuir grande legibilidade e ainda ser uma fonte de uso livre disponível na biblioteca Google Fontes para download.

EXO
ULTRA
LIGTH

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

EXO
THIN
ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

EXO
LIGTH

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

EXO
LIGTH
ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

EXO
NORMAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

EXO
NORMAL
ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

EXO
SEMI
MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

EXO
BLACK
ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

EXO
NORMAL
ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

EXO
BOLD
ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Tipografia Alternativa

LATO
Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

LATO
Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

A fonte **Lato** pode ser usada para documentos e apresentações (Word, PowerPoint) e em comunicações onde não é possível o uso da fonte **EXO**. Esta fonte está disponível para download em Google Fonts.

<https://fonts.google.com/specimen/Lato>

4.2

Tipografia

Usos padronizados

Ao lado, algumas recomendações

para usos em títulos, subtítulos e textos.

Importante:

- Evite uso de caixa alta em excesso. Utilize pontualmente para destacar palavras isoladas. Evite aplicar numa frase inteira.
- Hierarquia por tamanhos: utilize tamanhos diferentes para propósitos distintos, para deixar clara a ordem de importância.
- Respiros entre blocos: explore espaços diferentes entre blocos de informações, reforçando a diferenciação entre os conteúdos e construindo uma leitura fluida e agradável.

Títulos/Quotes - Light e/ou **BOLD**

Impulsionamos a construção conjunta de futuros positivos

Subtítulo - Regular

Nós usamos a tecnologia para criar o futuro que você deseja alcançar.

Texto de apoio - Semi Bold

Ajudamos empreendedores a conduzir e implementar a evolução dos seus negócios.

Textos - LIGHT

Nós usamos a tecnologia para criar o futuro que você deseja alcançar. Ajudamos empreendedores a implementar a evolução dos seus negócios através de soluções integradas de comunicação e gestão para que nossos clientes tenham o melhor resultado e eficiência quando se pensa em gestão de propriedades e administração imobiliária.



Bold e/ou Light

para títulos/
mensagens
de destaque.

Regular

são versáteis e servem
para destacar mensagens
logo após o título.

Medium

para informações
que dão suporte
a uma mensagem
principal.

Light

para informações
longas, como
textos descritivos.



5,1

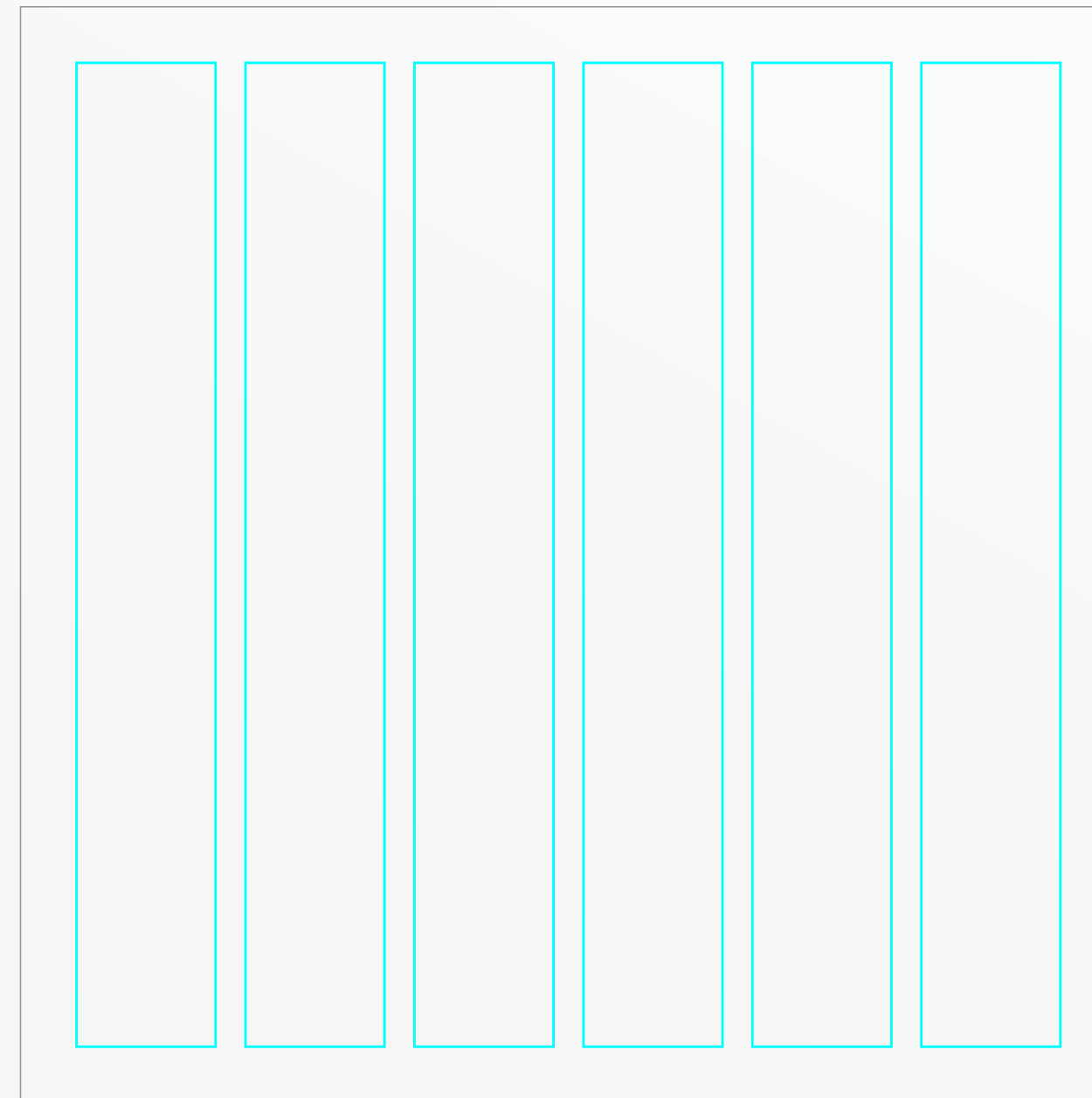
Comunicação aplicada Elementos

Para potencializar a nossa comunicação e criar uma imagem forte e coesa, desenvolvemos um Guide Line para aplicar em todo material impresso e digital.

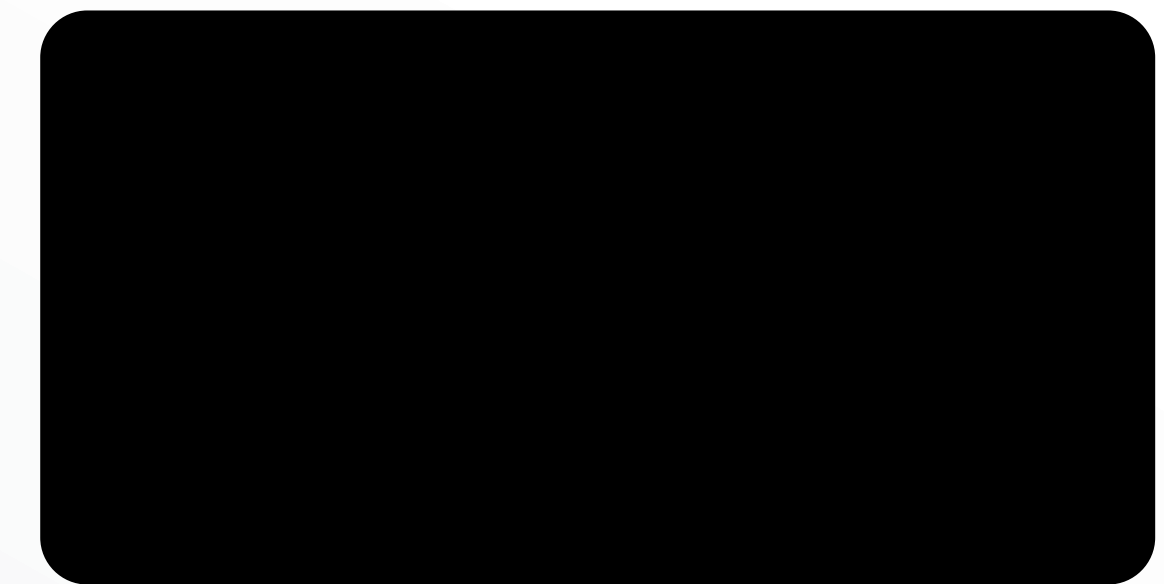
Ele é composto de Grid Espacial, Direção de Fotografia, Tipografia, Cores e elementos de marca.

A utilização destes fatores garantirá o recall de marca e trará uma percepção maior e melhor pelo mercado e cliente.

GRID



CORES



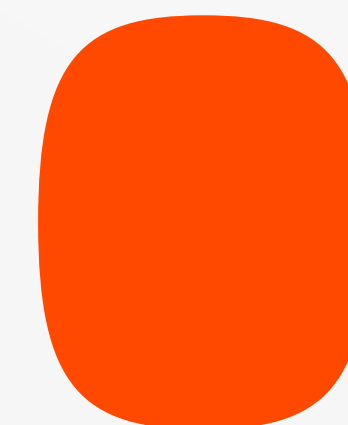
SÍMBOLO MATRIZ



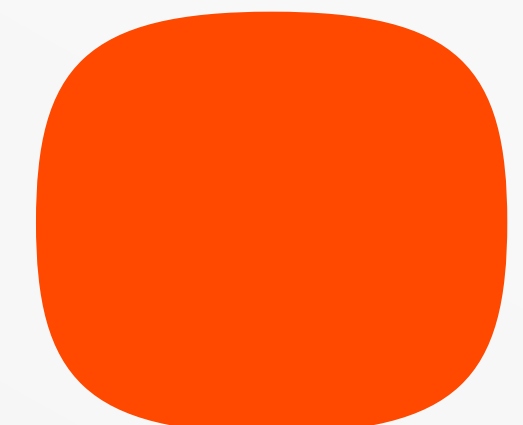
TRIANGULO DIRECIONAL



BOX VERTICAL



BOX HORIZONTAL



Arquivo Boxes e Triangulos para Download no Google Drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1MLIGyaZcDRO52PnrNRNg4Tyq3gDNA9EJ?usp=sharing>

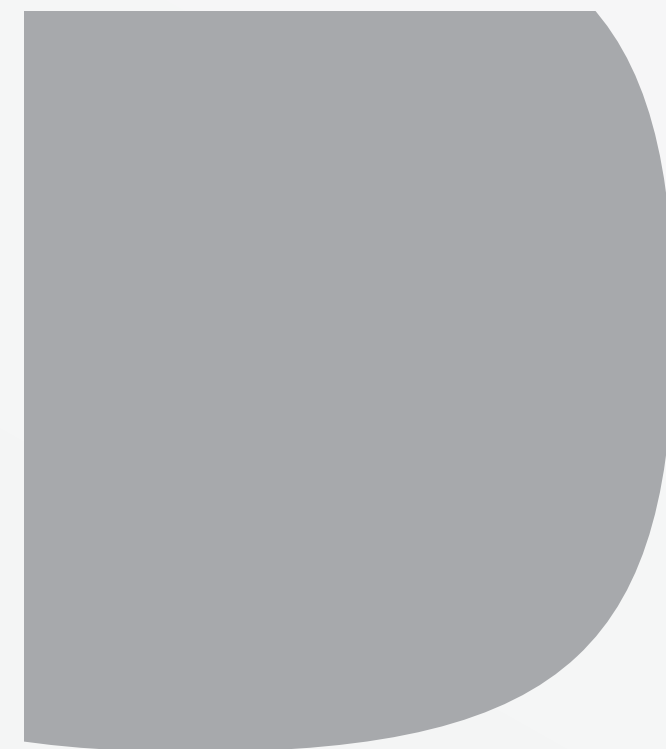
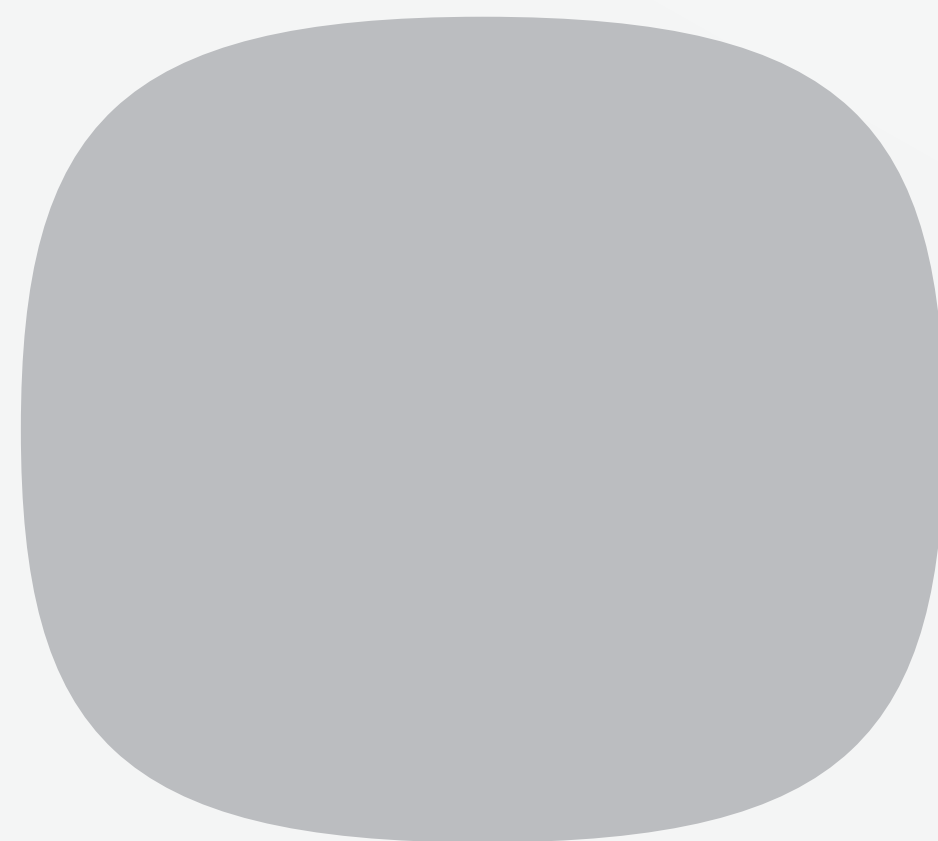


5.2

Vocabulário Visual

Formas e shapes

São as formas geométricas principalmente criadas a partir do símbolo, em que definimos planos focais com alto grau de sinergia com as formas e elementos da marca.



Arquivo para Download no Google Drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1drVSJOuYwf8NdGbNor8XyergWzYrtsaq?usp=sharing>

6.1

Ambiência de marca

Exemplos de
aplicação.



6.3

Grid base da Comunicação

Organização Espacial

Para referência de posicionamento das informações e para manter uma margem segura entre os limites do layout, utilizamos o grid de 6 colunas.

Proporções:

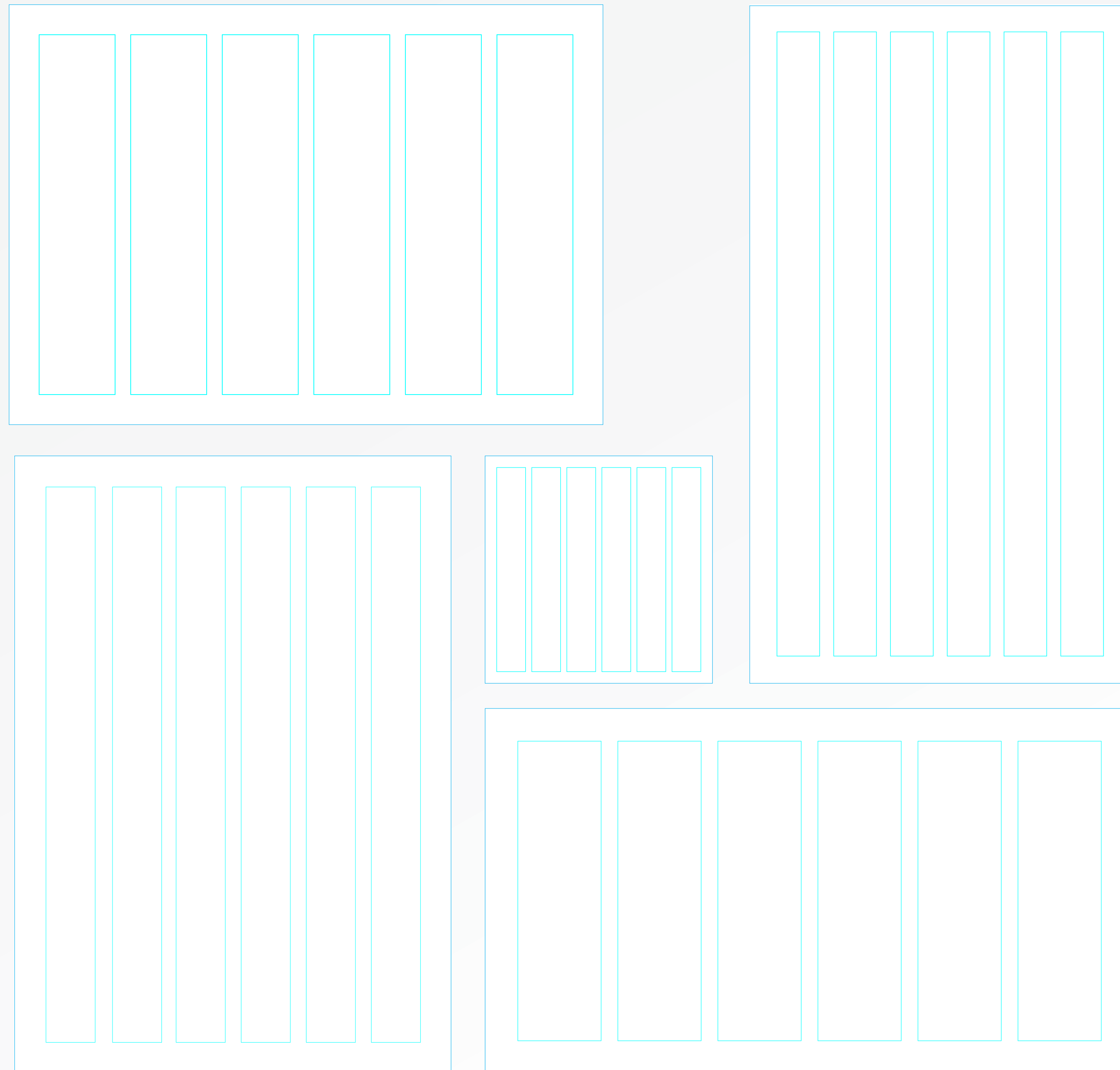
Margem interna: 5% da maior medida da mídia (largura ou altura).

Entre colunas: 2,5% da maior medida da mídia.

Altura e largura das colunas: determinadas conforme o grid desenhado a partir das medidas das margens internas e os espaços entre colunas.

Arquivo para Download no Google Drive:

<https://drive.google.com/file/d/1n4ma4VZZ6TpeZ4yd1VG/view?usp=sharing>



Lorem ipsum dolor amet, sit amet

adipiscing elit, sed diam
 nonummy nibh euismod
 tincidunt ut laoreet dolore
 magna aliquam erat
 volutpat. Ut wisi enim
 ad minim veniam, quis
 nostrud exerci tation
 ullamcorper suscipit
 lobortis nisl ut aliquip
 ex ea commodo
 volutpat. Ut wisi enim
 ad minim veniam, quis
 nostrud exerci tation
 ullamcorper suscipit
 lobortis nisl ut aliquip
 ex ea commodo
 suscipit lobortis
 suscipit lobortis



ANUAL
GARANTIA
2X
A MELHOR
DO BRASIL



F. mais ferramenta



adipiscing elit, sed diam
 nonummy nibh
 nisl
 euismod
 posu
 et
 nonummy nibh



adipiscing elit, sed diam
 nonummy nibh
 nisl
 euismod
 posu
 et
 nonummy nibh

adipiscing elit, sed diam
 nonummy nibh
 nisl
 euismod
 posu
 et
 nonummy nibh

adipiscing elit, sed diam
 nonummy nibh
 nisl
 euismod
 posu
 et
 nonummy nibh

operferramentas.com.br

6.2

Aplicação

Exemplo

Lorem ipsum dolor amet, sit amets

adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo

volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo suscipit lobortis suscipit lobortis

Óper
É mais ferramenta.

GARANTIA
12
MESES



adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh loris nibh euismod ipsilun et nonummy nibh

adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh loris nibh euismod ipsilun et nonummy nibh



adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh loris nibh euismod ipsilun et nonummy nibh

adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh loris nibh euismod ipsilun et nonummy nibh

adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh loris nibh euismod ipsilun et nonummy nibh



operferramentas.com.br

Arquivo para Download no Google Drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1JLWM7BjK9CyhjfVJ0f1s9bKonC5RvPho?usp=sharing>

6.2

Aplicação

Exemplo

Lorem ipsum dolor amet, sit amets

adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo

volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo suscipit lobortis suscipit lobortis

Óper
É mais ferramenta.

GARANTIA
12
MESES



adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh loris nibh euismod ipsilun et nonummy nibh

adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh loris nibh euismod ipsilun et nonummy nibh



adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh loris nibh euismod ipsilun et nonummy nibh

adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh loris nibh euismod ipsilun et nonummy nibh

adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh loris nibh euismod ipsilun et nonummy nibh



operferramentas.com.br

Arquivo para Download no Google Drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1mAz6yZlayjkZdbRjjYde-x1SSmPGauls?usp=sharing>

MANUAL DE **IDENTIDADE VISUAL**

Obrigado!

Para outras informações ou dúvidas,
entre em contato com o responsável técnico
por este manual:

Luiz Gonçalves
luiz@alias.com.br
(31) 9 9977 6378



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Óper

É mais ferramenta.



ATENÇÃO:

O conteúdo deste documento destina-se exclusivamente aos colaboradores da empresa. Não pode ser duplicado, usado ou publicado, no total ou em parte, para qualquer outro propósito que não de conhecimento das normas de aplicação de identidade visual da marca em referência.



Arquivo completo de matrizes para Download no Google Drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1hebY3zpoAMIF56PhzSk6BczUgVj9zjqP?usp=sharing>

Escaneie o QR Code