

MANUAL DE MARCA • BRAND GUIDELINES

# Ipromove Tech.

Identidade visual, padrões e diretrizes para uso consistente da marca em todos os pontos de contato.

BEM-VINDO

# Sobre este manual

---

Este manual existe para garantir que a marca Ipromove Tech seja apresentada com consistência, profissionalismo e identidade em todos os materiais — do site institucional ao crachá de colaborador.

Mais do que uma logo, uma marca é a soma de todas as percepções que clientes, parceiros e colaboradores constroem ao longo do tempo. Para que essas percepções se acumulem em algo coerente e forte, é essencial que cada peça de comunicação — visual ou textual — siga os mesmos princípios.

As páginas a seguir reúnem todas as diretrizes necessárias para aplicar corretamente a identidade Ipromove Tech: variações da logo, paleta de cores, tipografia, tom de voz e exemplos de aplicação em diferentes suportes.

## A quem se destina

Este documento é referência obrigatória para colaboradores internos, designers parceiros, agências de comunicação, fornecedores gráficos e qualquer profissional envolvido na criação ou veiculação de materiais que utilizem a marca Ipromove Tech.

## Manutenção e atualizações

Este manual é um documento vivo. Atualizações são feitas sempre que necessário para acompanhar a evolução da marca. Versões antigas devem ser substituídas, e dúvidas sobre o uso correto da identidade devem ser direcionadas ao time de comunicação.

## ÍNDICE

# Sumário

---

Sete capítulos cobrem todos os elementos da identidade visual e verbal da marca.

<b>01</b>	<b>A Marca</b>	<b>P. 06</b>
<b>02</b>	<b>A Logo</b>	<b>P. 10</b>
<b>03</b>	<b>Paleta de Cores</b>	<b>P. 20</b>
<b>04</b>	<b>Tipografia</b>	<b>P. 26</b>
<b>05</b>	<b>Aplicações</b>	<b>P. 30</b>
<b>06</b>	<b>Tom de Voz</b>	<b>P. 40</b>
<b>07</b>	<b>Governança</b>	<b>P. 44</b>

---

# 01 A Marca

Quem somos, no que acreditamos e o propósito que nos move.  
Tudo o que vem visualmente parte daqui.

## QUEM SOMOS

# Ipromove Tech

---

Somos uma empresa de tecnologia que transforma ideias em soluções digitais de alta qualidade — produtos que ajudam empresas a crescer com mais eficiência, velocidade e resultado.

Atuamos como parceiros estratégicos dos nossos clientes, combinando tecnologia, design e gestão para entregar soluções que funcionam na prática. Nosso portfólio inclui desenvolvimento de aplicativos móveis, plataformas web personalizadas, integrações de sistemas, design de interfaces e squads de desenvolvimento dedicados.

Com sede em Maringá, Paraná, atendemos provedores de internet, instituições financeiras, associações comerciais e empresas em diversos segmentos que buscam transformação digital com profundidade técnica.

**"Usamos tecnologia para resolver problemas reais e acelerar resultados. Construimos soluções que fortalecem empresas e ampliam sua capacidade de crescer."**

— Propósito Ipromove Tech

## DIRECIONAMENTO

# Missão & Visão

---

## Missão

Desenvolver soluções digitais que tornem processos mais ágeis, eficientes e inteligentes.

Nossa razão de existir está em conectar tecnologia a problemas reais — entregar resultado prático, não apenas software.

## Visão

Ser referência em inovação tecnológica e impacto digital para empresas no Brasil.

Buscamos ser reconhecidos não pelo tamanho, mas pela profundidade e relevância das soluções que entregamos ao mercado.

## POSICIONAMENTO

## Inovação digital para empresas que querem crescer.

Combinamos engenharia, design e estratégia para acelerar a transformação digital de quem nos confia seus desafios.

## PRINCÍPIOS

# Nossos Valores

O que guia nossas decisões, relações e a forma como construímos tecnologia todos os dias.

## Foco no Cliente

Colocamos o cliente no centro de tudo o que fazemos, buscando entender profundamente suas necessidades e entregar soluções que gerem valor real.

## Coragem para Inovar

Incentivamos ideias ousadas, testes rápidos e aprendizado contínuo, sempre com responsabilidade e visão de longo prazo.

## Aprendizado Contínuo

Valorizamos conhecimento, compartilhamento e evolução constante — individual e coletiva — porque acreditamos que tecnologia evolui no ritmo de quem a constrói.

## Colaboração e Empatia

Trabalhamos em equipe, apoiamos uns aos outros e construímos um ambiente saudável, respeitoso e produtivo onde diferentes perspectivas fortalecem o resultado final.

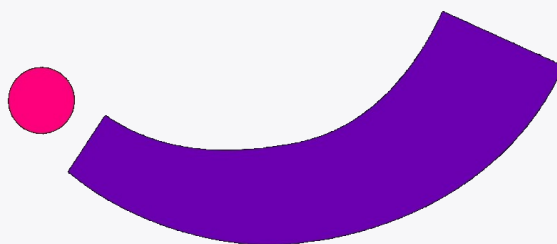
# 02 A Logo

O elemento mais reconhecível da marca. Sua construção, significados, variações e regras de uso.

## CONCEITO

# Significado

A logo Ipromove Tech traduz visualmente os valores da marca: movimento, energia e conexão humana com a tecnologia.



## A curva ascendente

Representa movimento, crescimento e a trajetória positiva que entregamos aos nossos clientes. É um sorriso, uma onda, um avanço — uma forma orgânica num universo geométrico.

## O ponto magenta

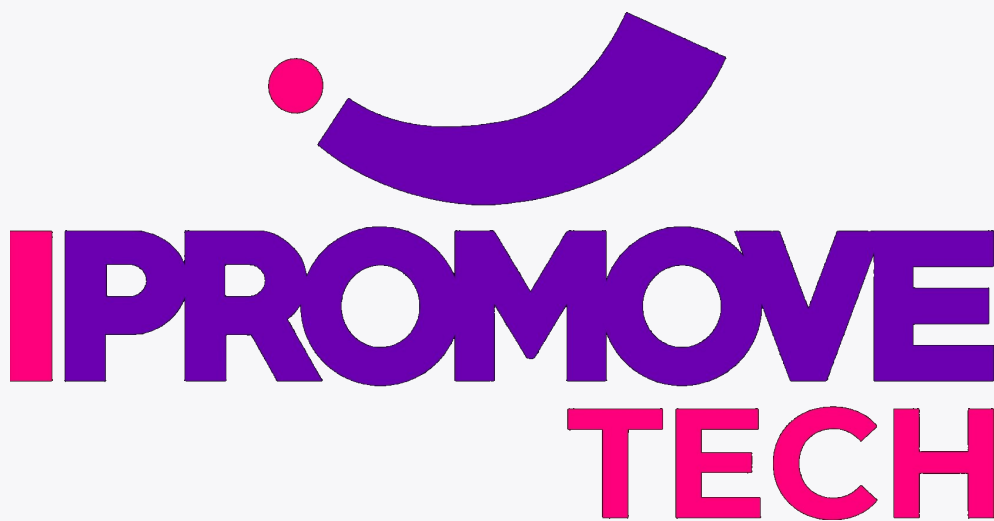
É a faísca, o ponto de partida, o "i" estilizado. Simboliza a energia inicial — a ideia, a inovação, o cliente — que coloca tudo em movimento.

Juntos, ponto e curva formam um símbolo único, dinâmico e otimista — exatamente o que queremos transmitir como parceiros de transformação digital.

## VERSÃO PRINCIPAL

# Logo oficial

Esta é a versão preferencial da logo. Deve ser usada sempre que houver espaço e contraste adequados.



Logo principal · Versão colorida · Para uso sobre fundos claros e neutros

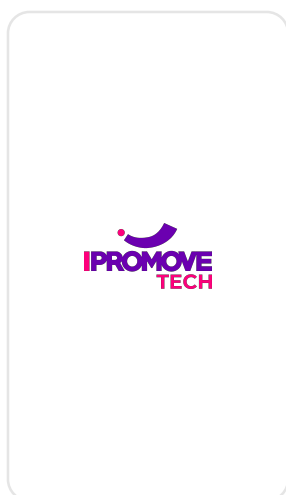
## Composição

A logo é composta por três elementos: o símbolo (curva + ponto), o logotipo "PROMOVE" (com o "I" inicial em destaque magenta) e o descritor "TECH" (em magenta, abaixo). Esses elementos formam um conjunto único e não devem ser separados, redimensionados ou reposicionados independentemente, exceto nos casos previstos neste manual.

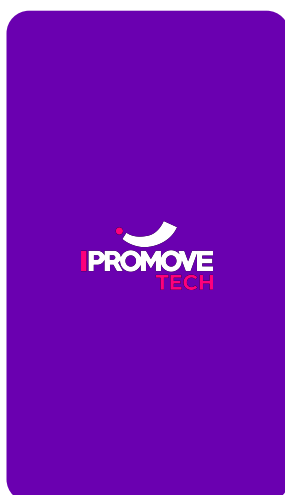
## VARIAÇÕES

# Versões da logo

Cada versão tem um contexto de uso. Escolher a variação correta garante legibilidade e impacto.



Colorida positiva · Fundo claro



Branca · Fundo roxo institucional



Branca · Fundos escuros e fotos



Monocromática preta · Impressão p/b

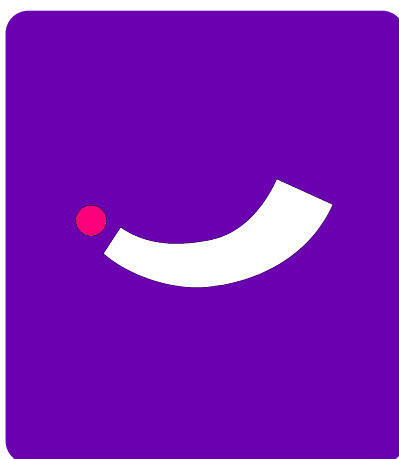
## VERSÃO REDUZIDA

# O símbolo

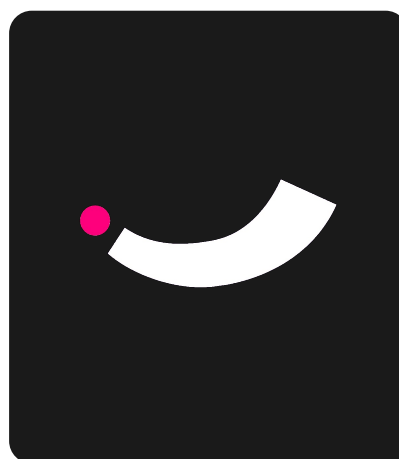
Em situações de espaço reduzido — favicons, apps, perfis de redes sociais — usamos apenas o símbolo, que carrega a essência visual da marca.



Colorido



Branco em fundo roxo



Branco em fundo escuro

## Quando usar apenas o símbolo

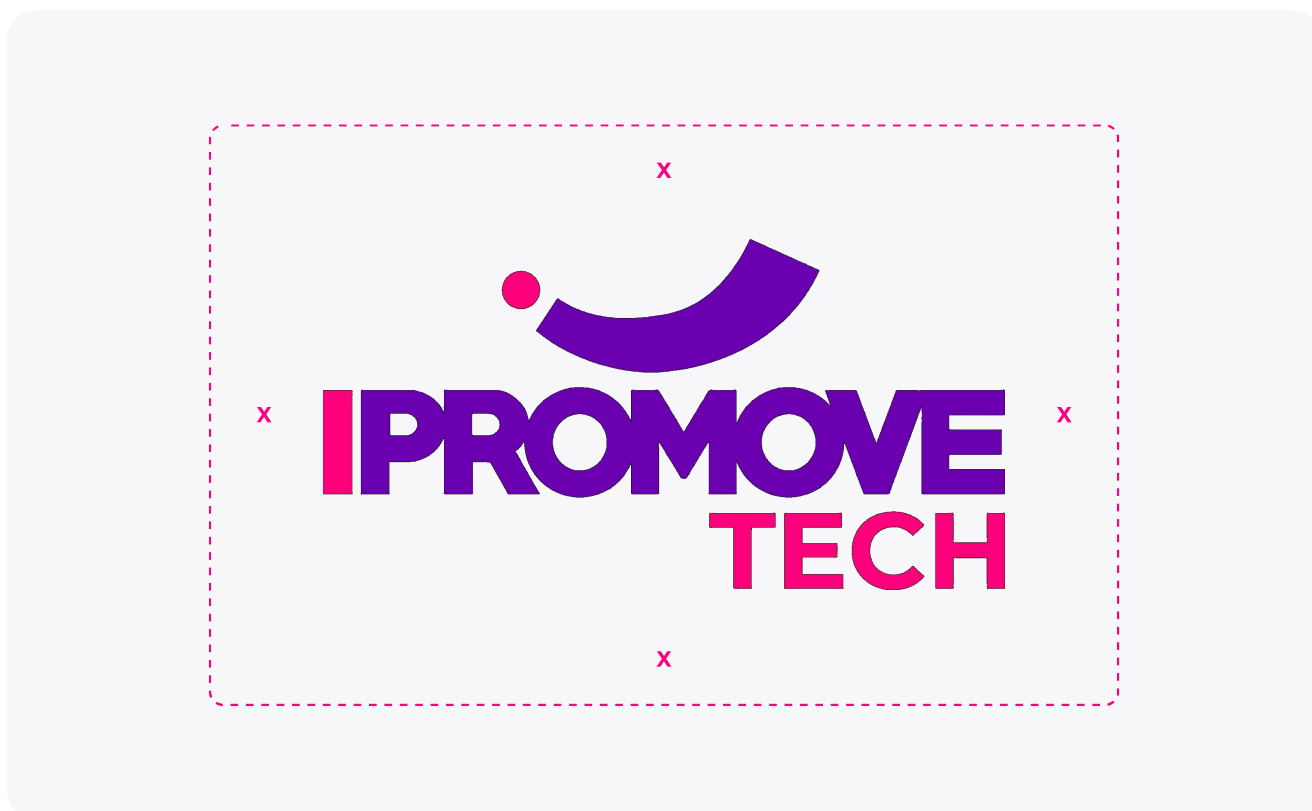
O símbolo isolado pode (e deve) ser usado em contextos onde a logo completa não cabe ou competiria visualmente: avatares de redes sociais, favicons, ícones de app, selos, padrões decorativos e watermarks. Ele carrega força visual suficiente para representar a marca quando usado em contextos de marca já consolidada.

Em contextos de primeiro contato (apresentações comerciais, capas de propostas, materiais externos), prefira sempre a logo completa.

## ÁREA DE PROTEÇÃO

# Espaço seguro

A logo precisa de respiro. Ao redor dela, mantenha sempre uma área livre de outros elementos (textos, imagens ou bordas).



A área de proteção mínima (X) equivale à altura da letra "P" no logotipo.

## Por que isso importa

A área de proteção evita que a logo seja "comprimada" visualmente por outros elementos próximos, o que enfraquece sua presença e prejudica a leitura. Sempre que possível, ofereça mais espaço do que o mínimo definido — o respiro adicional reforça percepção de qualidade e profissionalismo.

## DIMENSÕES

# Tamanho mínimo

Abaixo dos tamanhos mínimos, a logo perde legibilidade. Use o símbolo nesses casos.

IMPRESSO



30 mm · largura mínima

DIGITAL



120 px · largura mínima

SÍMBOLO ISOLADO



12 mm · impresso



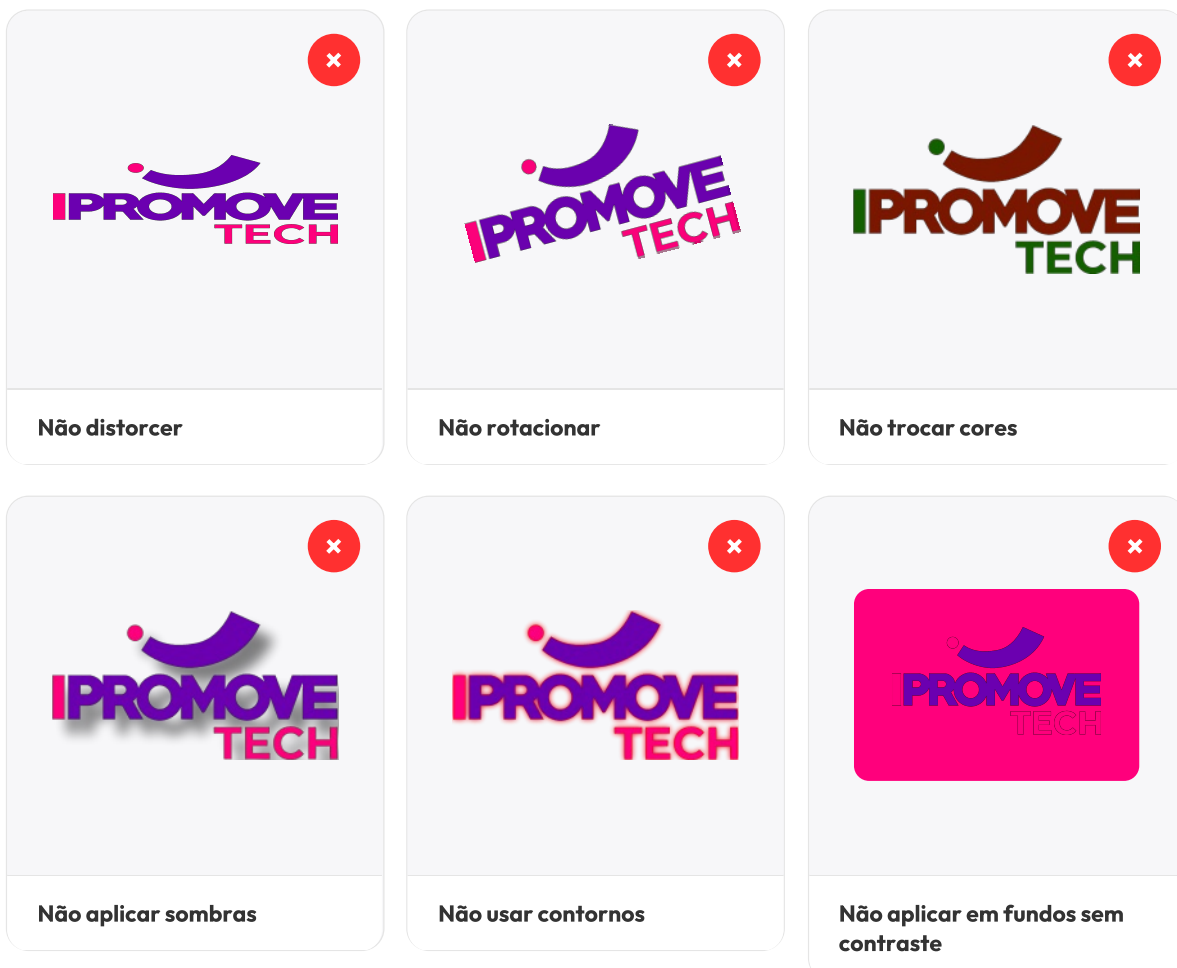
48 px · digital

Tamanhos abaixo desses prejudicam a legibilidade do descritor "TECH" e dos detalhes do símbolo. Em telas de alta densidade (Retina, 4K), garanta sempre a aplicação em arquivos vetoriais (SVG) sempre que possível.

## ATENÇÃO

# Usos incorretos

Estes são exemplos do que não fazer. Qualquer modificação não prevista neste manual descaracteriza a marca.



Em caso de dúvida sobre uma aplicação específica, consulte o time de comunicação antes de publicar.

## RECURSOS

# Arquivos da logo

A logo está disponível em diferentes formatos. Use o formato adequado para cada finalidade.

FORMATO	INDICAÇÃO DE USO	COR / SUPORTE
<b>SVG</b>	Web, apps, design vetorial. Escala infinita sem perda.	RGB
<b>PNG</b>	Apresentações, e-mails, documentos digitais. Suporta transparência.	RGB
<b>PDF / EPS</b>	Impressão profissional, gráficas, materiais físicos.	CMYK
<b>ICO</b>	Favicons de site (apenas o símbolo).	RGB

## Boas práticas

Sempre que possível, prefira formatos vetoriais (SVG, PDF, EPS) sobre formatos rasterizados (PNG, JPG). Vetores não perdem qualidade em qualquer escala. Para web, SVG é a melhor escolha — combina qualidade visual com peso reduzido. Para impressão, peça à gráfica os arquivos em CMYK e nunca use PNGs ampliados em materiais físicos.

Os arquivos oficiais ficam disponíveis no repositório de marca da empresa. Nunca recrie a logo do zero a partir de uma imagem encontrada na internet — sempre use os arquivos oficiais.

# 03 Paleta de Cores

As cores são memória. A combinação roxo + magenta é a impressão digital cromática da Ipromove Tech.

## CORES PRIMÁRIAS

# Paleta principal

Três cores estruturam toda a comunicação visual da marca. São elas que devem aparecer em qualquer aplicação institucional.

<b>Roxo</b>	<b>Magenta</b>	<b>Branco</b>																								
<table border="0"> <tr> <td>HEX</td> <td>#6A00B0</td> </tr> <tr> <td>RGB</td> <td>106 · 0 · 176</td> </tr> <tr> <td>CMYK</td> <td>76 · 100 · 0 · 0</td> </tr> <tr> <td>PANTONE</td> <td>2592 C</td> </tr> </table>	HEX	#6A00B0	RGB	106 · 0 · 176	CMYK	76 · 100 · 0 · 0	PANTONE	2592 C	<table border="0"> <tr> <td>HEX</td> <td>#FF007C</td> </tr> <tr> <td>RGB</td> <td>255 · 0 · 124</td> </tr> <tr> <td>CMYK</td> <td>0 · 95 · 25 · 0</td> </tr> <tr> <td>PANTONE</td> <td>213 C</td> </tr> </table>	HEX	#FF007C	RGB	255 · 0 · 124	CMYK	0 · 95 · 25 · 0	PANTONE	213 C	<table border="0"> <tr> <td>HEX</td> <td>#FFFFFF</td> </tr> <tr> <td>RGB</td> <td>255 · 255 · 255</td> </tr> <tr> <td>CMYK</td> <td>0 · 0 · 0 · 0</td> </tr> <tr> <td>PANTONE</td> <td>—</td> </tr> </table>	HEX	#FFFFFF	RGB	255 · 255 · 255	CMYK	0 · 0 · 0 · 0	PANTONE	—
HEX	#6A00B0																									
RGB	106 · 0 · 176																									
CMYK	76 · 100 · 0 · 0																									
PANTONE	2592 C																									
HEX	#FF007C																									
RGB	255 · 0 · 124																									
CMYK	0 · 95 · 25 · 0																									
PANTONE	213 C																									
HEX	#FFFFFF																									
RGB	255 · 255 · 255																									
CMYK	0 · 0 · 0 · 0																									
PANTONE	—																									

Os valores Pantone são aproximações de referência. Em produções gráficas profissionais, peça à gráfica que faça a equivalência exata com o material e papel utilizados.

## EQUILÍBRIO

# Proporção de uso

As cores não devem aparecer em quantidades iguais. A hierarquia entre elas é parte da identidade da marca.



Proporção sugerida para aplicações institucionais como apresentações, propostas e materiais corporativos.

## Como aplicar essa regra

**Roxo (60%)** — domina como cor estrutural. Aparece em fundos de capa, headers, blocos de destaque e elementos de ancoragem visual. É a cor que, à distância, identifica a marca.

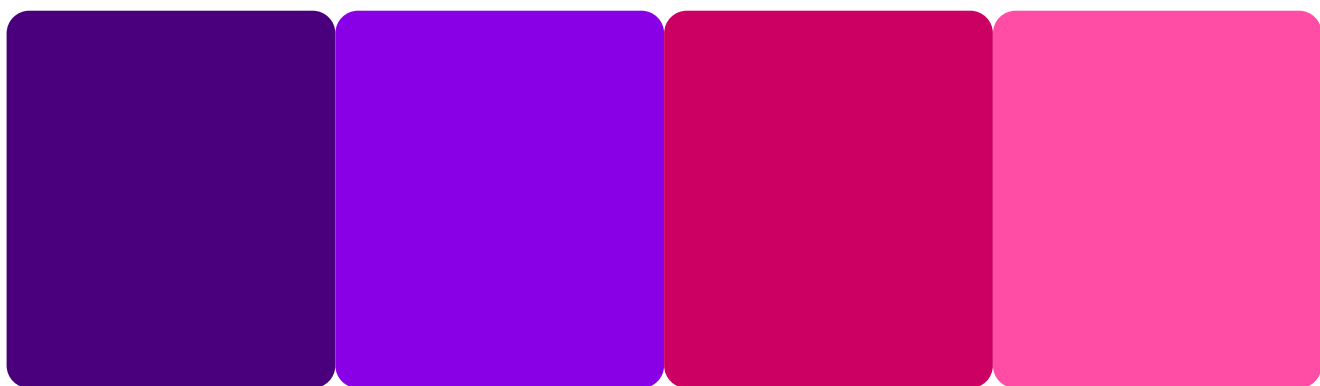
**Branco (30%)** — é o respiro. Garante legibilidade do conteúdo e equilíbrio visual. Em layouts editoriais, o branco geralmente assume o papel principal e o roxo entra como destaque institucional.

**Magenta (10%)** — é o ponto de atenção. Reserve-o para chamadas, links, CTAs, elementos interativos, números importantes e detalhes que precisam ser notados primeiro. Magenta em excesso perde a função de destaque.

CORES DE APOIO

# Paleta secundária

Tons neutros e variações que dão suporte à comunicação sem competir com a paleta principal.



Roxo Profundo  
#4A007D

Roxo Vibrante  
#8A00E6

Magenta Profundo  
#CC0063

Magenta Suave  
#FF4DA6

## Tons neutros



Preto  
#1A1A1A

Cinza Escuro  
#333333

Cinza Médio  
#888888

Cinza Claro  
#E5E5E5

Cinza Fundo  
#F7F7F9

Use as variações de roxo e magenta para criar profundidade em gradientes, hover states e elementos secundários. Os tons neutros estruturam textos, divisores, fundos de cards e elementos auxiliares de UI.

## GRADIENTE INSTITUCIONAL

# Roxo → Magenta

O gradiente entre as duas cores principais é uma assinatura visual poderosa para banners, capas e elementos digitais.



**Energia em movimento**

## Especificação técnica

```
background: linear-gradient(135deg, #6A00B0 0%, #FF007C 100%);
```

## Quando usar

O gradiente deve ser tratado como um recurso de impacto, não como elemento padrão. Use em capas de propostas, banners de redes sociais, headers de landing pages e materiais de campanhas. Evite aplicá-lo em textos longos, formulários ou seções extensas — ele compete com a leitura.

A direção sugerida é 135° (diagonal) com o roxo no canto superior esquerdo e o magenta no canto inferior direito. Variações são aceitas se mantiverem a hierarquia visual entre as cores.

# 04 Tipografia

Letras também comunicam. A escolha tipográfica reforça o caráter moderno, técnico e acessível da marca.

## FAMÍLIA TIPOGRÁFICA OFICIAL

# Outfit

A Outfit é uma sans-serif geométrica moderna, com formas limpas, ótima legibilidade em telas e personalidade tecnológica.



OUTFIT · GOOGLE FONTS

## Origem e licença

A Outfit é gratuita, distribuída pelo Google Fonts sob a Open Font License (OFL). Pode ser usada livremente em projetos comerciais, web e impressos.

[fonts.google.com/specimen/Outfit](https://fonts.google.com/specimen/Outfit)

## Por que escolhemos

Geométrica e contemporânea, casa perfeitamente com a logo. Funciona bem em todos os tamanhos, de microcopy a títulos display, e tem ampla variedade de pesos para hierarquias claras.

## PESOS DISPONÍVEIS

# Variações de peso

---

A Outfit tem cinco pesos oficialmente adotados pela marca. Cada peso tem um papel na hierarquia.

LIGHT · 300 **Tecnologia que move negócios**

---

REGULAR · 400 **Tecnologia que move negócios**

---

MEDIUM · 500 **Tecnologia que move negócios**

---

SEMIBOLD · 600 **Tecnologia que move negócios**

---

BOLD · 700 **Tecnologia que move negócios**

## Recomendações

Pesos extremos (Light e Bold) usam-se com parcimônia. Light é ideal para textos auxiliares de capa e citações grandes; Bold é reservado para títulos e palavras-chave dentro de parágrafos.

## HIERARQUIA

# Aplicação dos pesos

A hierarquia tipográfica garante que o leitor entenda imediatamente a estrutura da informação.

DISPLAY · OUTFIT BOLD 700 · 56PT

## Inovação digital

TÍTULO · OUTFIT SEMIBOLD 600 · 24PT

### Soluções para empresas que querem crescer

SUBTÍTULO · OUTFIT MEDIUM 500 · 14PT

#### Aplicativos, plataformas e integrações sob medida

CORPO · OUTFIT REGULAR 400 · 10.5PT

Atuamos como parceiros estratégicos do seu negócio, combinando tecnologia, design e gestão para entregar soluções que funcionam na prática e geram resultados reais.

LEGENDA · OUTFIT LIGHT 300 · 8PT

Cliente: ACIM · Setor: Associação Comercial e Industrial · Solução: Plataforma de gestão de associados

## COMPATIBILIDADE

# Fontes de fallback

Quando a Outfit não estiver disponível (e-mails, sistemas legados, certas plataformas), use as fontes de substituição abaixo, na ordem de prioridade.

## Stack de fallback web

```
font-family: 'Outfit', ui-sans-serif, system-ui,
  -apple-system, 'Segoe UI', Roboto,
  'Helvetica Neue', Arial, sans-serif;
```

## Tabela de substituição

CONTEXTO	FONTE IDEAL	SUBSTITUIÇÃO
Web / App	Outfit	system-ui (stack)
E-mail	Outfit	Arial / Helvetica
Apresentação	Outfit	Calibri / Segoe UI
Documento Word	Outfit	Arial / Calibri

As fontes de substituição não devem ser usadas em peças de marca finais (capas, banners, materiais publicitários). Para essas situações, sempre embarque ou converta a Outfit em outline.

# 05 Aplicações

Como a marca ganha vida em diferentes suportes —  
papeleria corporativa, redes sociais, mockups e materiais  
físicos.

## PAPELARIA CORPORATIVA

# Cartão de visita

85 × 50 mm · Frente em roxo institucional, verso em branco com logo principal.



MOCKUP · FRENTE E VERSO

## Especificações técnicas

**Formato:** 85 × 50 mm · **Papel sugerido:** Couché 300g/m<sup>2</sup> · **Acabamento:** laminação fosca + verniz localizado UV no símbolo · **Impressão:** 4×4 cores (CMYK)

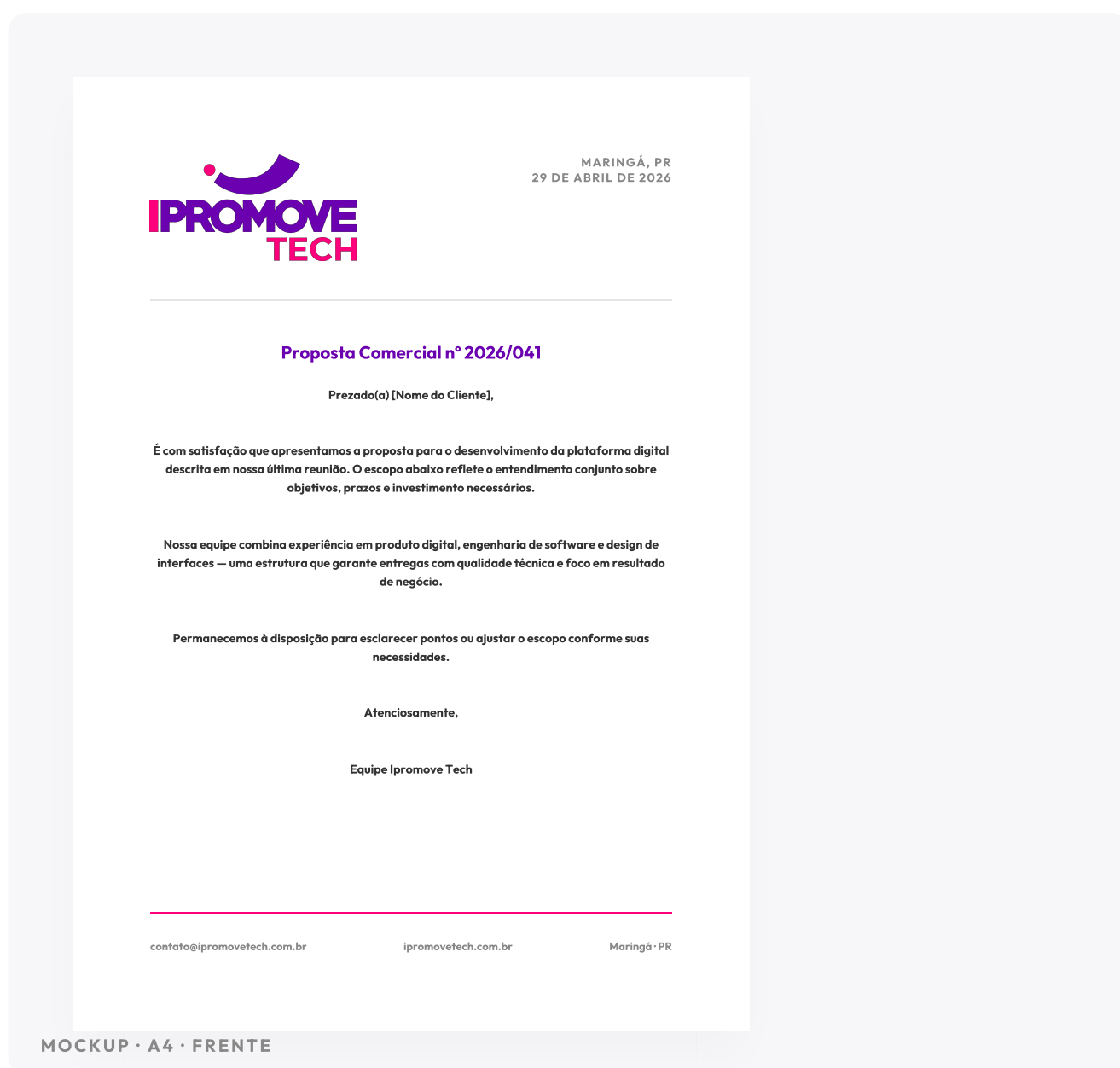
## Conteúdo obrigatório

**Frente:** nome, cargo, e-mail, telefone, site. **Verso:** logo principal centralizada. Não incluir endereço completo (privacidade) — apenas cidade, se relevante.

## PAPELARIA CORPORATIVA

# Papel timbrado

**A4 · Formato profissional para correspondências, propostas comerciais e documentos oficiais.**



**Margens: 25mm topo · 20mm laterais · 20mm rodapé. Sem timbre digital aplicado em assinaturas escaneadas — para correspondências por e-mail, use a versão digital exportada em PDF/A para garantir fidelidade visual.**

## COMUNICAÇÃO DIGITAL

# Assinatura de e-mail

Padrão visual unificado para todas as assinaturas profissionais da Ipromove Tech.

PRÉ-VISUALIZAÇÃO

**Douglas Santos****CO-FOUNDER & CEO**

douglas@ipromovetech.com.br · +55 (44) 9 9999-9999

ipromovetech.com.br · Maringá · PR · Brasil

## Padrão obrigatório

Toda assinatura deve incluir, obrigatoriamente: logo principal (imagem), nome completo, cargo (em maiúsculas e magenta), e-mail corporativo e telefone. Site, cidade e estado são opcionais mas recomendados.

## O que evitar

Frases motivacionais, citações pessoais, imagens decorativas extras, banners de campanha sem aprovação prévia, ícones de redes sociais avulsos. Mantenha a assinatura limpa e profissional — ela é uma extensão do material institucional.

## Fonte

Use Outfit quando suportada pelo cliente de e-mail. Para fallback (Outlook, Gmail), Arial é a fonte segura. Não use Times New Roman, Comic Sans ou outras fontes não-corporativas.

REDES SOCIAIS

# Avatares de perfil

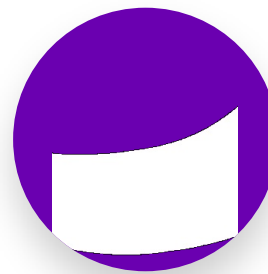
A imagem de perfil é, na maioria das vezes, a primeira impressão da marca em redes sociais.



Avatar institucional  
LinkedIn · Instagram · X



Versão monocromática  
Para uso secundário ou perfis pessoais oficiais



Avatar minimalista  
Espaços muito reduzidos

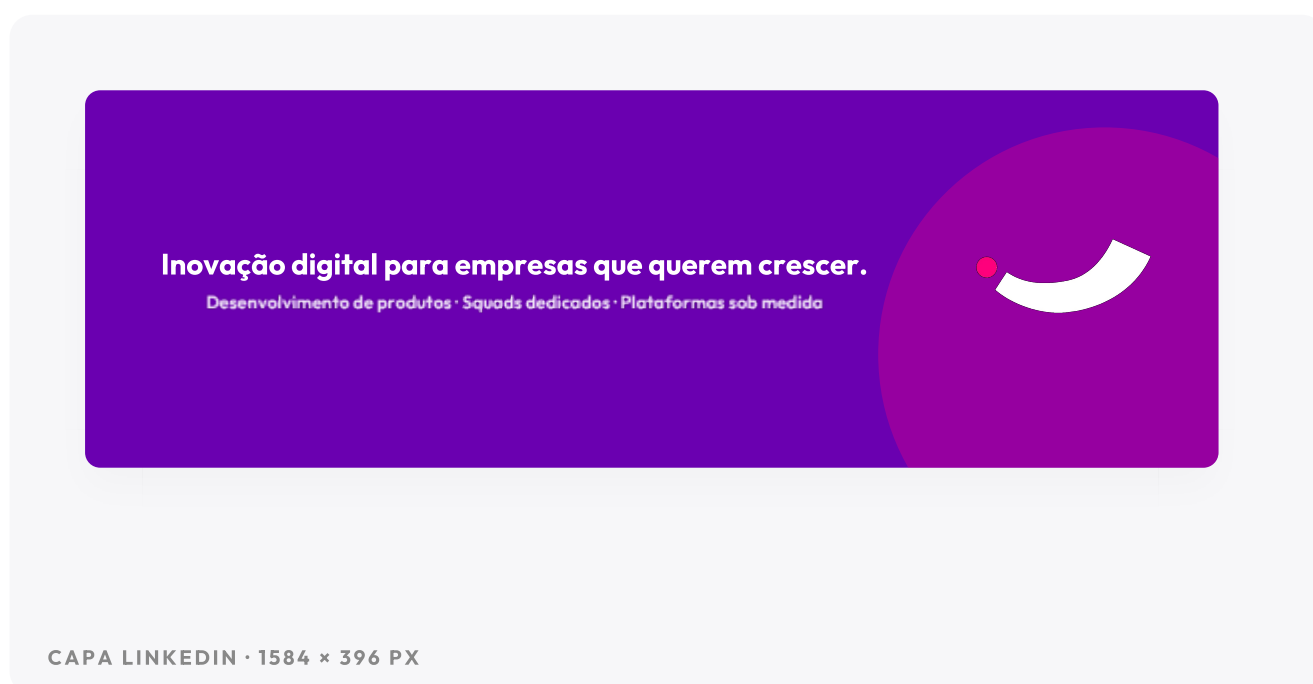
## Especificações técnicas por rede

REDE	DIMENSÃO (PX)	FORMATO
LinkedIn	400 × 400	PNG / JPG
Instagram	320 × 320	PNG / JPG
Facebook	320 × 320	PNG / JPG
YouTube	800 × 800	PNG / JPG

## REDES SOCIAIS

# Capas de perfil

Banner de capa para LinkedIn, Facebook e demais redes que oferecem header visual.



## Diretrizes de conteúdo

A capa deve comunicar imediatamente o posicionamento da marca em uma frase curta. Use o gradiente roxo institucional, com o símbolo posicionado discretamente à direita. Texto principal alinhado à esquerda, em branco, com peso 700.

Mantenha sempre uma área de respiro nas bordas (especialmente no LinkedIn, onde o avatar sobrepõe parte da capa no canto inferior esquerdo).

## Variações por campanha

Em momentos de campanha (lançamentos, eventos, conquistas), a capa pode ser substituída por arte temática — desde que mantenha as cores da paleta principal e o símbolo da marca visível. O logotipo completo pode ser substituído pelo símbolo isolado quando a arte for muito visual.

REDES SOCIAIS

# Posts de feed

Modelos visuais para publicações no Instagram e LinkedIn. Formato quadrado 1080×1080 px.



## Estrutura visual

Cada post tem: tag categórica (em magenta, maiúsculas, kerning amplo), título principal (Outfit Bold), e assinatura visual no rodapé com o símbolo.

## Categorias sugeridas

INSIGHT · CASE · CULTURA · BASTIDORES · ANUNCIO · DICA · REFLEXÃO. Mantenha a categoria coerente com o conteúdo do post.

## MATERIAIS FÍSICOS

# Camiseta institucional

Uniformes para eventos, conferências e uso interno do time. Aplicação preferencial em algodão branco ou roxo institucional.



MOCKUP · CAMISETA BÁSICA · LOGO NO PEITO

## Especificações

Posicionamento: peito esquerdo, alinhado à altura do coração · Tamanho da logo: 8-10 cm de largura · Técnica: serigrafia ou bordado · Cor da estampa em peças roxas: branco

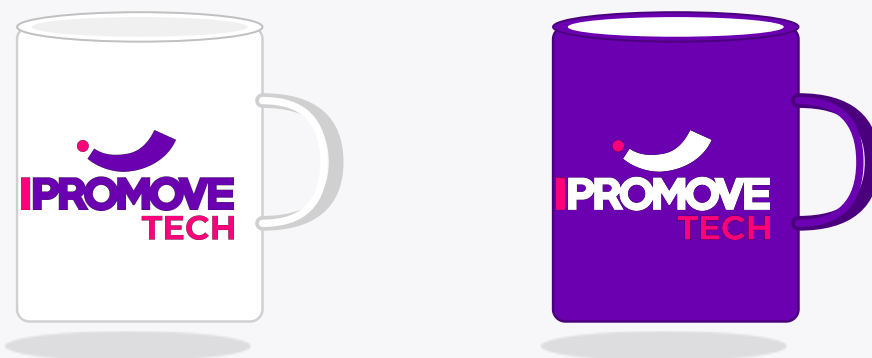
## Variações aceitas

Camisetas brancas com logo colorida (uso casual) · Camisetas roxas com logo branca (uniforme oficial) · Camisetas pretas com logo branca (eventos premium)

## MATERIAIS FÍSICOS

# Caneca corporativa

Brinde institucional para colaboradores, clientes e parceiros. Cerâmica branca com logo principal.



MOCKUP · CANECA CERÂMICA 325ML

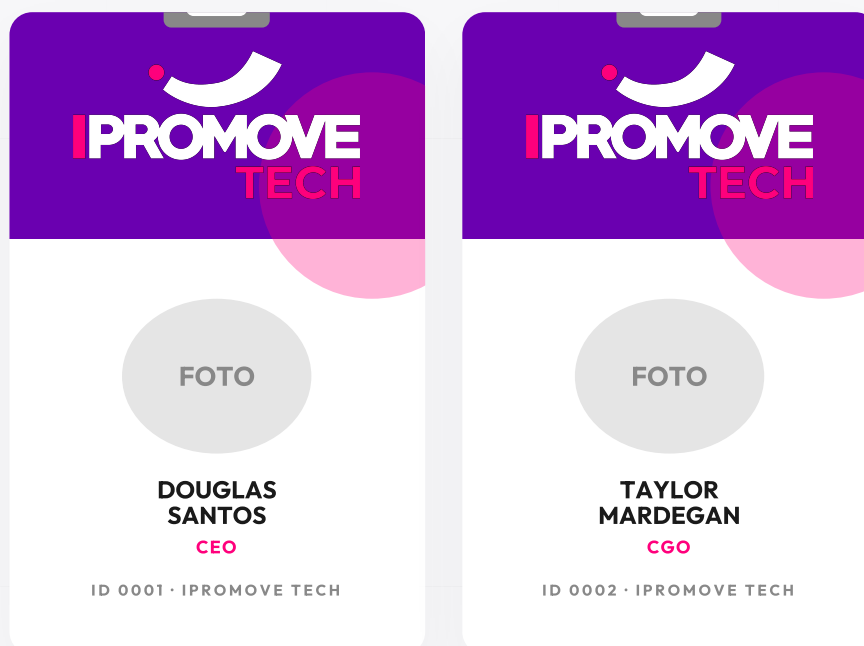
## Variações

Versão branca com logo colorida é o padrão para distribuição em eventos e brindes para clientes. A versão roxa, mais institucional, é reservada para colaboradores e parceiros estratégicos. Sublimação é a técnica recomendada para garantir cores fiéis.

MATERIAIS FÍSICOS

# Crachá institucional

Identificação para colaboradores em eventos externos, visitas a clientes e atividades corporativas.



MOCKUP · CRACHÁ VERTICAL 8.5 × 12 CM

## Especificações

**Formato:** 85 × 120 mm · **Material:** PVC rígido ou cartão couché 350g · **Acabamento:** laminação fosca · **Furo central superior para clipe / cordão**

## Conteúdo

**Topo (faixa roxa):** logo branca · **Centro:** foto do colaborador (35 × 35 mm), nome em destaque, cargo em magenta · **Rodapé:** ID e nome da empresa

# 06 Tom de Voz

Como a marca fala. As palavras que escolhemos são tão estratégicas quanto as cores.

## PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO

# Como falamos

A Ipromove Tech tem uma personalidade verbal clara: técnica sem ser fria, próxima sem ser informal demais, confiante sem ser arrogante.

### Direta e clara

Vamos ao ponto. Cliente busca solução, não discurso. Frases curtas, ideias diretas, jargão só quando agrega valor real.

### Técnica e precisa

Falamos com propriedade sobre o que entregamos. Nomeamos tecnologias, mostramos resultados em números, mas sempre traduzimos o impacto em valor de negócio.

### Confiante, nunca arrogante

Mostramos competência pelo trabalho, não por superlativos. Evitamos "melhor", "líder", "inigualável". Preferimos comprovar com cases.

### Humana e próxima

Por trás da tecnologia há pessoas. Falamos como gente fala, com leveza onde cabe, mas mantemos a postura profissional em contextos institucionais.

## BOAS PRÁTICAS

# Faça e não faça

Comparativo prático para guiar a comunicação em todos os canais.

## ✓ FAÇA

- "Reduzimos em 40% o tempo de atendimento da operação."
- "Nossa solução integra IXC e EAI sem retrabalho."
- "Vamos entender seu cenário antes de propor."
- "Tecnologia que entrega resultado mensurável."
- "Time enxuto e dedicado, com squads autônomos."

## × EVITE

- "Somos a melhor solução do mercado." (vago)
- "Disruptivo, inovador e revolucionário." ( clichê)
- "Nosso ecossistema de IA-first será a chave da sua sinergia." (jargão vazio)
- "Manda pra gente que a gente vê." (informal demais)
- "Excelência em qualidade." (genérico)

## Regra geral

Antes de publicar qualquer texto institucional, faça três perguntas: (1) Soa como gente? (não como manual técnico ou folheto de venda) · (2) Tem prova? (números, casos, exemplos concretos) · (3) Resolve o problema do leitor? (foco no cliente, não em nós mesmos).

## APLICAÇÃO PRÁTICA

# Exemplos por canal

O tom se mantém, mas o registro se ajusta ao canal. Veja exemplos de aplicação.

## SITE / LANDING PAGE

"Desenvolvemos produtos digitais que transformam processos, ampliam resultados e colocam sua empresa à frente do mercado."

## LINKEDIN INSTITUCIONAL

"Nosso time concluiu mais um marco no Super App do Provedor: integração nativa com IXC ACS. Resultado: assinantes resolvem problemas de Wi-Fi sem abrir chamado. Uma vitória da automação que pesa no NPS e no caixa."

## INSTAGRAM (POST DE BASTIDORES)

"Sexta de demoday no escritório. O time apresentou 4 melhorias que vão pra produção semana que vem. Tecnologia bem feita é assim: pequenos passos, contínuos, com gente boa."

## PROPOSTA COMERCIAL

"A solução proposta atende três objetivos: reduzir o custo operacional do atendimento, aumentar a conversão de novos serviços e fortalecer a relação digital com seus assinantes. Os marcos abaixo refletem nossa metodologia de entrega contínua."

## RESPOSTA A CLIENTE (E-MAIL)

"Olá, recebido. Vou validar com o time técnico e te respondo até o fim do dia com o caminho recomendado. Qualquer urgência, me chama no WhatsApp."

# 07 Governança

Quem cuida da marca, como solicitar materiais e o que fazer em caso de dúvida.

## CUIDADO COM A MARCA

# Como solicitar materiais

Toda peça externa que use a marca Ipromove Tech deve passar por validação do time de comunicação antes da publicação ou impressão.

## Processo de solicitação

- 1 **Brief escrito — descreva objetivo, público, prazo e formato necessário.**
- 2 **Envio ao time de comunicação — via canal oficial (e-mail ou ferramenta interna).**
- 3 **Produção ou aprovação — o time produz internamente ou valida material recebido de fornecedor.**
- 4 **Entrega final — em formato apropriado, com arquivos editáveis arquivados no repositório de marca.**

## Repositório de arquivos oficiais

Logo (todas as variações), templates de documentos, modelos de apresentação e este manual ficam disponíveis no repositório interno da empresa. Solicite acesso ao time de comunicação se ainda não tiver.

## Em caso de dúvida

Antes de publicar qualquer peça com dúvida sobre uso correto da marca, prefira sempre consultar. É mais barato corrigir antes da impressão do que recolher material já distribuído.

## EQUIPE RESPONSÁVEL

# Liderança

As pessoas que respondem pela estratégia, produto e comunicação da Ipromove Tech.

## PRODUTO &amp; ENGENHARIA

## Douglas Santos

Co-Founder & CEO

Lidera o desenvolvimento de produtos e a execução técnica da Ipromove Tech, conectando tecnologia, experiência do usuário e performance para entregar soluções digitais escaláveis e de alto impacto.

## ESTRATÉGIA &amp; RELACIONAMENTO

## Taylor Mardegan

Co-Founder & Chief Growth Officer (CGO)

Lidera o crescimento da Ipromove Tech por meio de estratégias comerciais, parcerias e networking, conectando oportunidades de negócio a soluções digitais para empresas em crescimento.

## Contato institucional

## E-MAIL GERAL

[contato@ipromovetech.com.br](mailto:contato@ipromovetech.com.br)

## SITE

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

## RECRUTAMENTO

[rh@ipromovetech.com.br](mailto:rh@ipromovetech.com.br)

## ESCRITÓRIO

Maringá · PR · Brasil

CONTROLE DE VERSÃO

# Histórico do manual

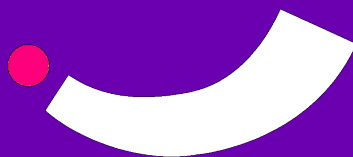
Registro de atualizações e versões deste documento. Sempre verifique se está usando a versão mais recente.

VERSÃO	DATA	ALTERAÇÕES
1.0	Abril/2026	Versão inicial · Estabelecimento da identidade visual completa: logo, paleta, tipografia, aplicações em papelaria, redes sociais e materiais físicos. Definição do tom de voz e processos de governança.

PRÓXIMAS VERSÕES

## Manual em evolução

À medida que a marca cresce, novos contextos de uso aparecem. Este manual será atualizado periodicamente com novos templates, exemplos de aplicação e refinamentos de tom de voz. Sugestões são bem-vindas — envie ao time de comunicação.



# Tecnologia que **move** **negócios.**

Este manual é o ponto de partida. A marca se constrói no dia a dia,  
em cada peça, cada conversa, cada entrega. Cuide dela.

---

SITE

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

E-MAIL

[contato@ipromovetech.com.br](mailto:contato@ipromovetech.com.br)

LOCAL

Maringá · PR