



BRANDBOOK

01

INTRODUÇÃO

Este brandbook tem como objetivo principal respeitar a marca para que não haja ruídos na comunicação. Seu uso incorreto pode afetar o reconhecimento do público. Portanto, fique à vontade para usar este guia de marca sempre que achar necessário.

Índice

PLATAFORMA DA MARCA.....	4	VERSÃO DEGRADÊ	22	FONTE PRINCIPAL.....	33
VISÃO	5	ÍCONE.....	23	FONTE WEB	34
MISSÃO.....	6	TAGLINE.....	24		
VALORES.....	7				
		CORES.....	25	IMAGERY	35
MARCA.....	14	PRINCIPAIS.....	26	MARCA D'ÁGUA.....	36
COMPOSIÇÃO	15	DEGRADÊ	27	BACKGROUNDS.....	37
ÁREA DE PROTEÇÃO	16	SECUNDÁRIAS.....	28	PATTERN.....	38
REDUÇÕES.....	17	COMBINAÇÃO.....	29	ÍCONES E ILUSTRAÇÕES.....	39
APLICAÇÕES.....	18	USO INCORRETO	30		
VERSÃO VERTICAL.....	19			LINGUAGEM	40
VERSÃO MONOCROMÁTICA.....	20	TIPOGRAFIA	31	PALETA VERBAL.....	41
VARIAÇÕES MONOCROMÁTICAS.....	21	FONTE PRINCIPAL.....	32	TOM DE VOZ	42



plataforma
da marca

02

V I S ã O

Quando as pessoas usam melhor a tecnologia, elas têm mais tempo e liberdade para criar coisas grandiosas e inspirar o mundo a fazer o mesmo.

Acreditamos que, ao contrário de máquinas, **pessoas** são essencialmente **livres e criativas**.

Com **tempo e liberdade** para desenvolver suas ideias e habilidades, elas podem **criar coisas grandiosas** e **inspirar outras** a fazer o mesmo.

O mundo se torna melhor quando as pessoas **usam a tecnologia com mais inteligência** e ficam livres para fazer o que **só elas podem**.

MISSÃO

Desenvolvemos tecnologias que inspiram pessoas e equipes a criar e inovar com mais autonomia e eficiência enquanto as máquinas resolvem os problemas.

A **Betalabs** nasceu para fazer máquinas resolverem todos os problemas possíveis e assim dar **mais autonomia** às pessoas.

Desenvolvemos **tecnologias que inspiram** pessoas e equipes a buscar continuamente **melhores versões de si** – sempre beta! – e realizar o que melhor sabem fazer.

Trabalhamos para que elas sejam mais **eficientes e inovadoras** em suas criações.

VALORES

LEALDADE
nas relações

AUTONOMIA
para pessoas

EFICIÊNCIA
pela tecnologia

INOVAÇÃO
com relevância

VALORES

LEALDADE

**Nossa conversa é franca,
sem enrolação.**

É ter **máximo comprometimento**
nas dinâmicas de trabalho e no
diálogo aberto com nossos clientes,
fornecedores e parceiros.
É cumprir tudo aquilo que foi
combinado de maneira **justa,**
transparente e imparcial.

VALORES

AUTONOMIA

**Usar melhor a tecnologia
para ganhar tempo.**

É ter **controle sobre o tempo e a tecnologia** para poder pensar, criar, testar, realizar.

É dar **liberdade** às pessoas e incentivá-las a buscar sempre a **evolução** – como indivíduos, equipes, projetos, organizações.

EFICIÊNCIA

**Rotinas mais inteligentes,
sem complicação.**

É quando **consequimos organizar o que não se organizava antes** e permitir que tudo funcione da melhor forma possível.

É deixar mais **rápido, seguro e sem limites** para o desenvolvimento.

VALORES

INOVAÇÃO

**Inspiração para realizar
coisas relevantes.**

É a consequência natural de
**ambientes inspiradores em que
pessoas são livres para criar** a partir
do que sabem fazer melhor.
É construir e avançar no sentido do
que acreditamos ser **relevante para
um mundo melhor.**

LEALDADE

Nossa conversa é franca, sem enrolação.

É ter **máximo comprometimento** nas dinâmicas de trabalho e no diálogo aberto com nossos clientes, fornecedores e parceiros.

É cumprir tudo aquilo que foi combinado de maneira **justa, transparente e imparcial**.

EFICIÊNCIA

Rotinas mais inteligentes, sem complicação.

É ter **controle sobre o tempo e a tecnologia** para poder pensar, criar, testar, realizar.

É dar **liberdade** às pessoas e incentivá-las a buscar sempre a **evolução** – como indivíduos, equipes, projetos, organizações.

AUTONOMIA

Usar melhor a tecnologia para ganhar tempo.

É quando **consequimos organizar o que não se organizava antes** e permitir que tudo funcione da melhor forma possível.

É deixar mais **rápido, seguro e sem limites** para o desenvolvimento.

INOVAÇÃO

Inspiração para realizar coisas relevantes.

É a consequência natural de **ambientes inspiradores em que pessoas são livres para criar** a partir do que sabem fazer melhor.

É construir e avançar no sentido do que acreditamos ser **relevante para um mundo melhor**.

VALORES

LEALDADE

Nossa conversa é franca,
sem enrolação.

AUTONOMIA

Usar melhor a tecnologia
para ganhar tempo.

EFICIÊNCIA

Rotinas mais inteligentes,
sem complicação.

INOVAÇÃO

Inspiração para realizar
coisas relevantes.



marca 03

03.1 composição

O logo da Betalabs é composto pelo ícone, inspirado no símbolo do infinito, representando a infinidade de possibilidades que a Betalabs oferece a seus clientes, assim como as inúmeras ideias e soluções criativas que os clientes terão mais oportunidade e tempo para encontrar.

De forma discreta o ícone tem a forma da letra B, inicial da marca

A fonte com traços mais retos sem serifa remete à segurança, modernidade e tecnologia. Por ser mais grossa, tem fácil leitura em todos os meios, sejam eles gráficos ou digitais.



03.2 área de proteção

Utilize a letra "a" do naming como medida base de proteção para preservar a identidade da marca.



03.3 reduções

Para garantir que a marca fique sempre visível, atente-se aos tamanhos mínimos como mostram os exemplos ao lado.

digital



100px



25px

impresso



35mm



5mm

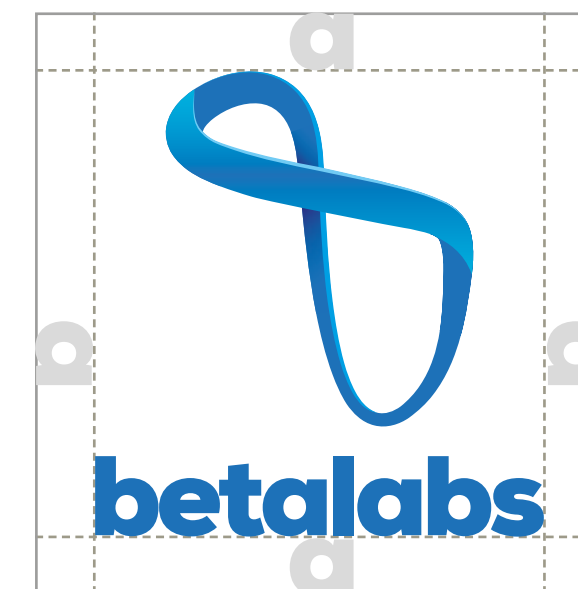
03.4 aplicações

Caso haja limitação de espaço para a marca ser usada, aplique-a de acordo com os exemplos ao lado.



03.4.1 versão vertical

Temos duas versões verticais da marca que podem ser aplicadas em peças gráficas e/ou digitais. Respeite a área de segurança como mostram os exemplos ao lado.



03.5 versão monocromática

Utilize esta versão da marca quando
houver limitação gráfica.
Veja o exemplo ao lado.



03.5.1 variações monocromáticas

Caso também haja limitação de espaço, use uma das variações ao lado.



03.6 versão degradê

Essa é a versão degradê da marca.
Utilize-a quando não houver
limitações gráficas e atente-se em
relação às cores, que devem seguir o
exemplo ao lado.



03.7 ícone

ícone

Quando houver restrição de tamanho para a aplicação da marca, utilize somente o ícone e suas versões como mostram os exemplos ao lado.



degradê



monocromático



variações de uso

03.8 tagline

As duas frases ao lado podem ser usadas separadamente ou juntas como “tagline” (assinatura institucional) em peças de comunicação que tenham espaço adequado para aplicação e leitura.



Vendas online, automação de processos e gestão



Plataforma única, de startups a grandes empresas



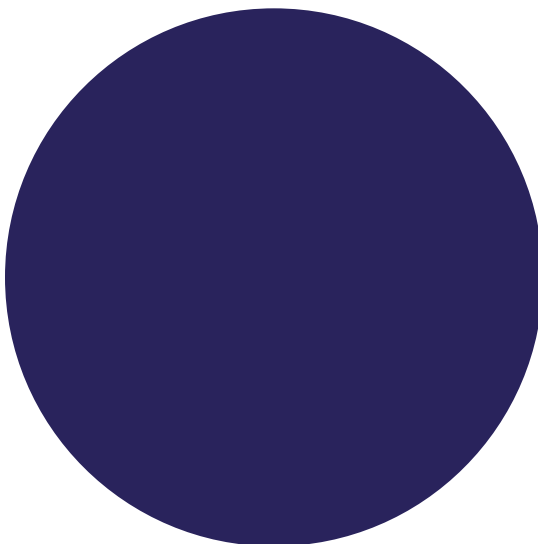
Vendas online, automação de processos e gestão
Plataforma única, de startups a grandes empresas



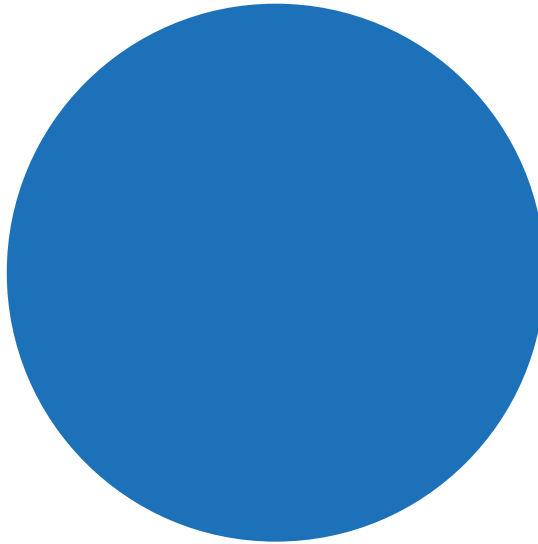
cores 04

04.1 principais

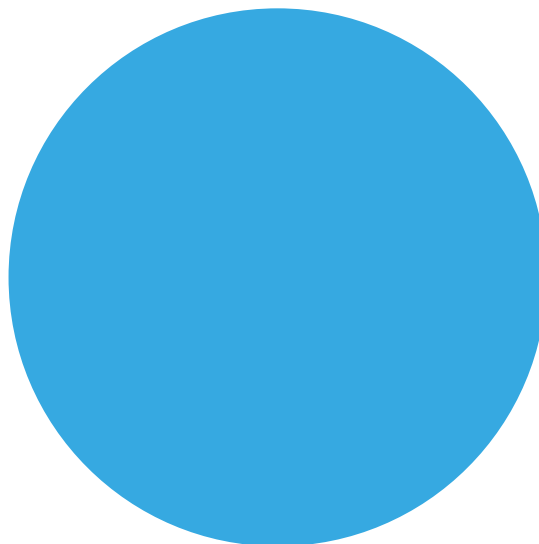
As variações da cor azul da marca transmitem confiança, verdade, intelectualidade e qualidade. Já as cores cinza e branca passam modernidade, clareza e honestidade. Adjetivos presentes no DNA da empresa.



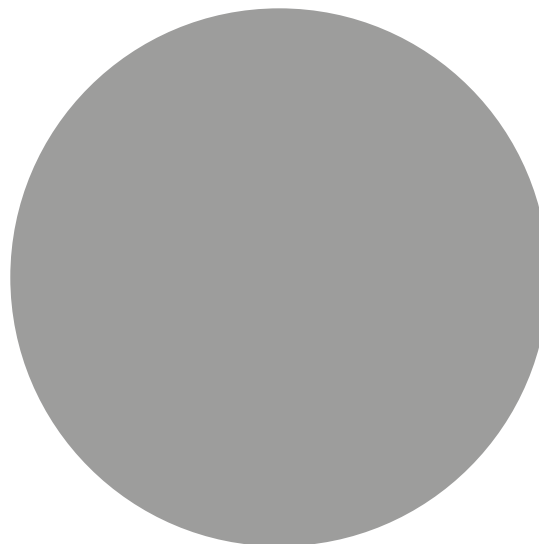
C100 M100 Y25 K25
R41 G35 B92
#29235C
PANTONE 540 C



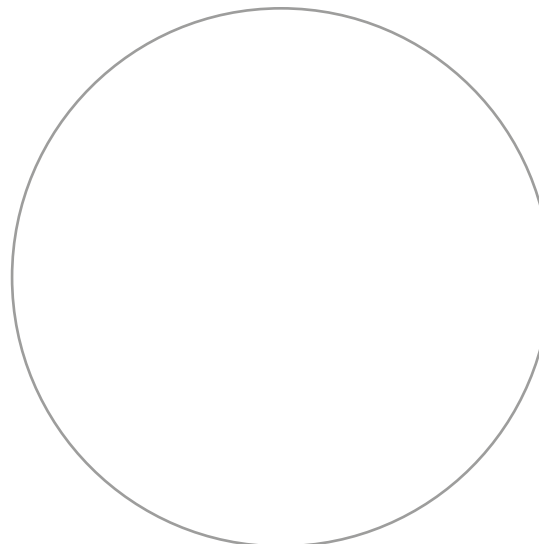
C85 M50 Y0 K0
R29 G113 B184
#1D71B8
PANTONE 285 C



C70 M15 Y0 K0
R54 G169 B225
#36A9E1
PANTONE 2925 C



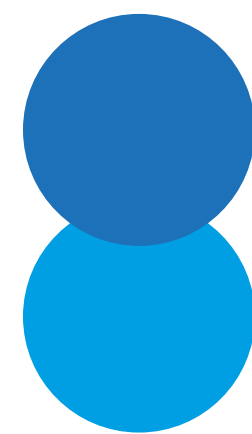
C0 M0 Y0 K50
R155 G155 B155
#9C9B9B
PANTONE 423 C



C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255
#FFFFFF

04.1.1 degradê

Para utilizar o degradê, lembre-se de usar sempre as variações da cor azul da marca, como mostram os exemplos ao lado.



04.2 secundárias

Utilize as cores complementares
para a criação de materiais
publicitários e/ou digitais da marca.



C0 M35 Y85 K0
R249 G178 B52
#F9B234

C0 M50 Y100 K0
R243 G146 B0
#F39200

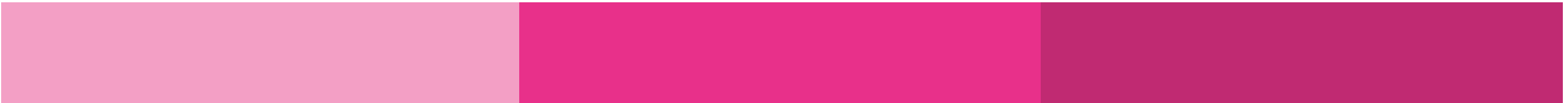
C0 M80 Y95 K0
R233 G78 B27
#E94E1B



C20 M0 Y100 K0
R220 G220 B0
#DEDC00

C50 M0 Y100 K0
R149 G193 B31
#95C11F

C85 M10 Y100 K10
R0 G141 B54
#008D36



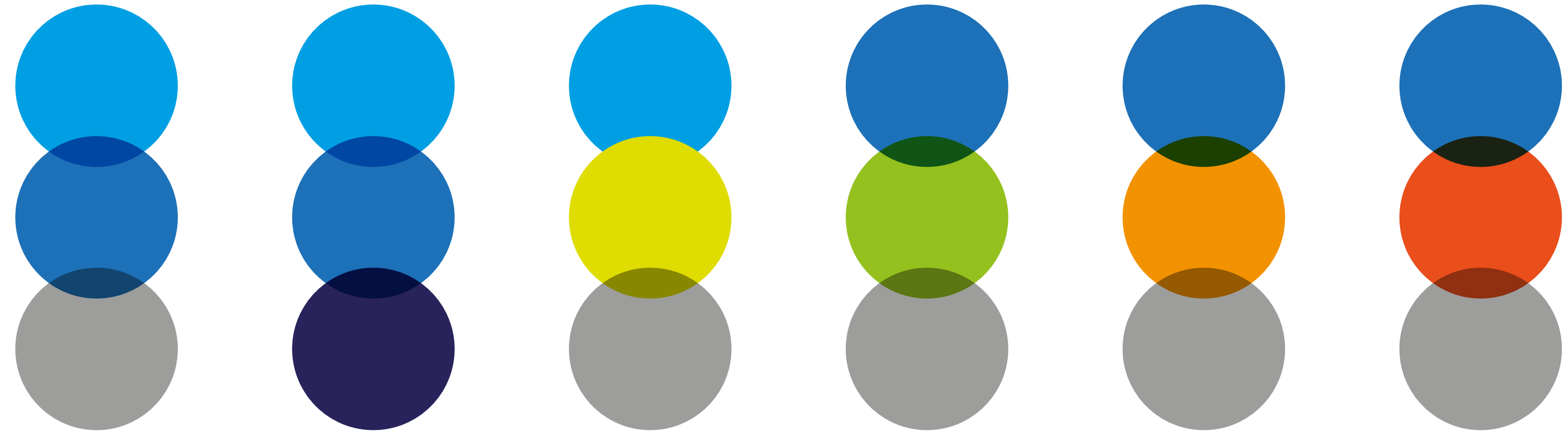
C0 M50 Y0 K0
R243 G159 B197
#F39FC5

C0 M90 Y0 K0
R232 G48 B138
#E8308A

C0 M90 Y0 K20
R192 G42 B114
#C02A72

04.3 combinação

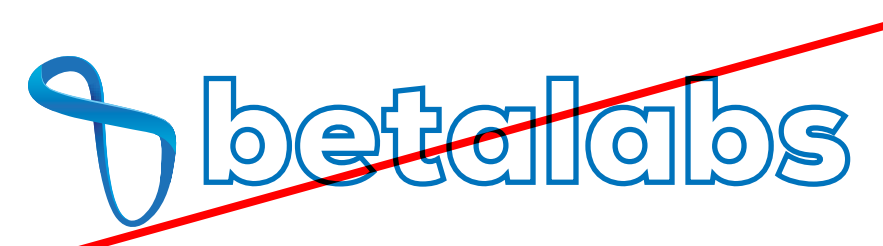
Para combinar as cores primárias e secundárias da marca para a criação de materiais publicitários, siga os exemplos ao lado.



04.4 uso incorreto



Estes são exemplos que nunca podem ser usados para a aplicação do logo em peças publicitárias ou qualquer outro material.



tipografia **05**

05.1 fonte principal

Para a construção de textos em peças publicitárias ou outro material, utilize a família da fonte Roboto.

Aa
BBBBb

05.1.1 fonte principal

Os estilos da fonte Roboto podem
ser utilizados para dar diferentes
pesos à leitura.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ0
123456789

Roboto Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZ0123456789

Roboto Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ0
123456789

Roboto Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Roboto Bold

05.2 fonte web

Em plataformas digitais que não processam fontes, como por exemplo um site, utilize a família da fonte Open Sans.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
Open Sans Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
Open Sans Italic

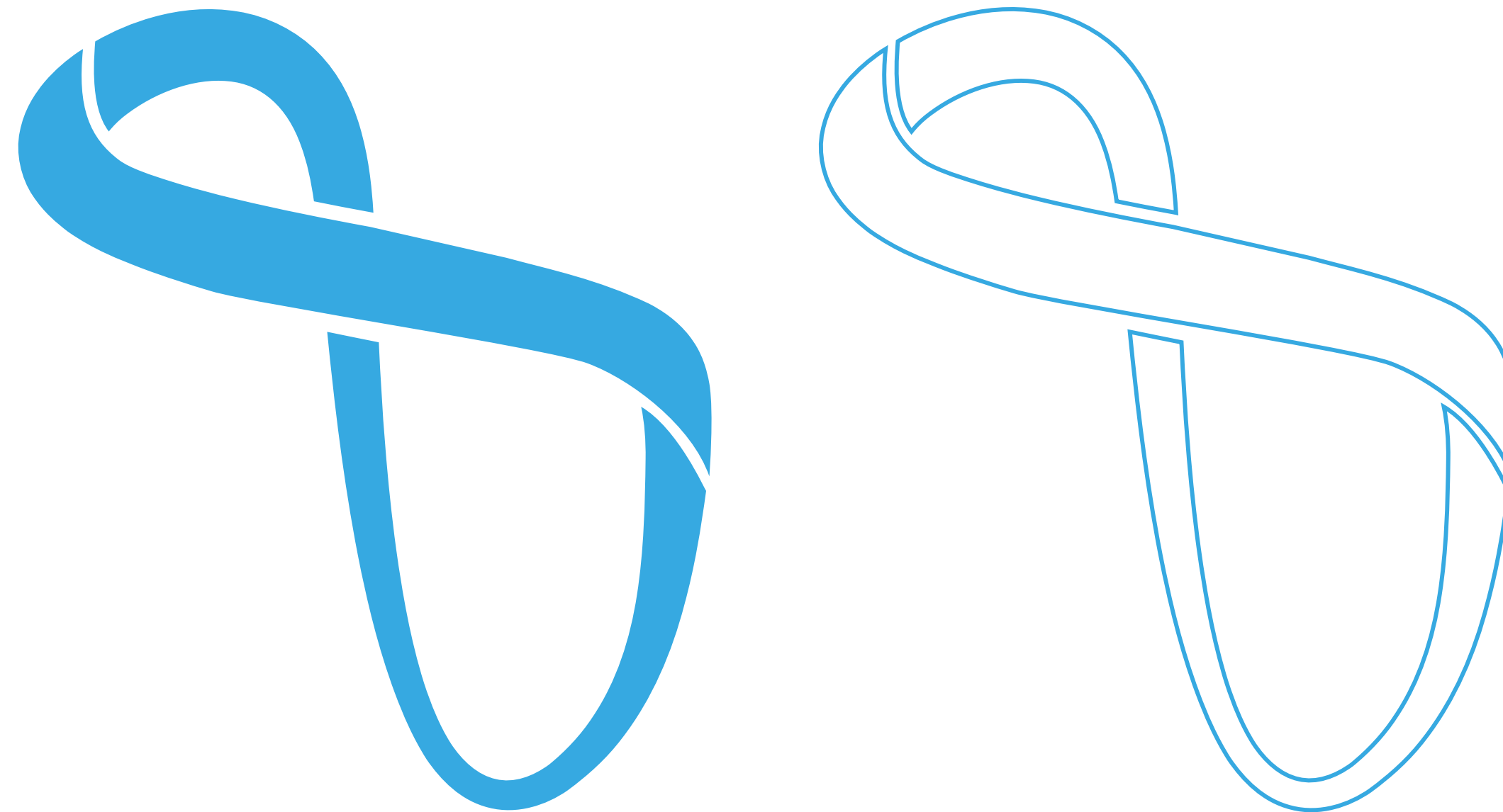
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
Open Sans Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
Open Sans Bold Italic

imagery 06

06.1 marca d'água

Para utilizar a marca d'água respeite os exemplos ao lado.



06.2 backgrounds

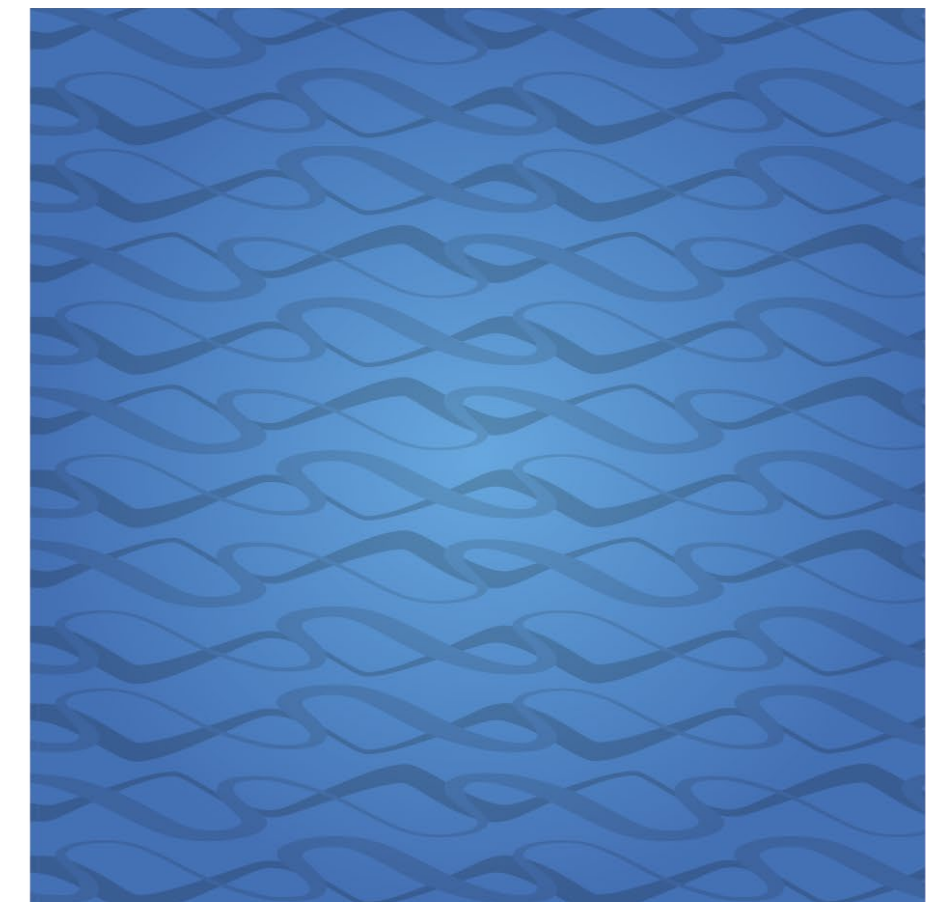
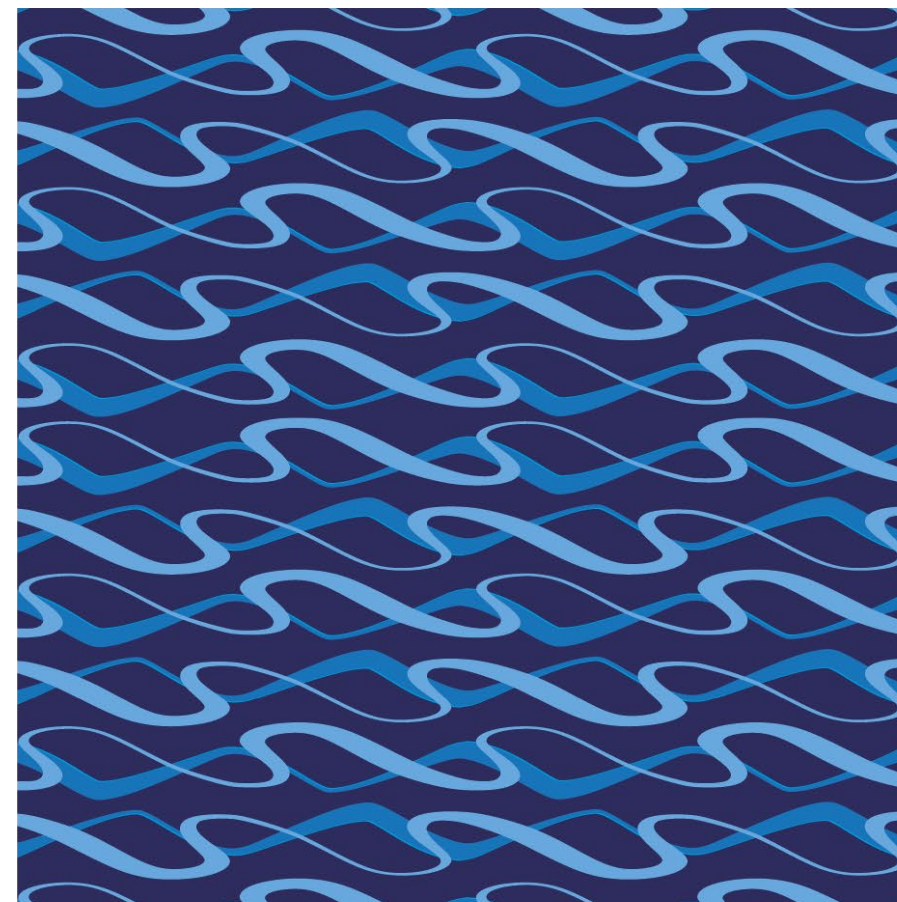


Para o uso da marca em fundos compostos, siga a orientação ao lado.



06.3 pattern

Foi criado um pattern institucional inspirado no ícone, no constante movimento e na plasticidade da marca. Utilize-o sempre com os degradês e a paleta de cores estabelecidos neste brandbook.



06.4 ícones e ilustrações

Para sustentar (quando necessário) as comunicações institucionais, foram criadas ilustrações isométricas que representam os serviços oferecidos pela Betalabs, como os exemplos ao lado. Novas ilustrações podem ser criadas seguindo esta linha estética para que não haja ruído na comunicação.





linguagem 07

PALETA VERBAL

TIME DE PONTA

Foco em pessoas
Meritocracia
Inteligência
Conhecimento
Resiliência

TECNOLOGIA

Segura
Inovadora
Otimizada

SOLUÇÃO

Simples, fácil, intuitivo
Ágil, rápido
Integrado
Dinâmico
Flexível
Mobile

PROPOSTA DE VALOR

Dar para a máquina
tudo o que ela pode
resolver e deixar para
as pessoas resolverem
coisas que só elas
conseguem.

LEALDADE

Comprometimento
Equilíbrio
Justiça
Diálogo
Transparência

AUTONOMIA

Liberdade
Controle
Ganhar tempo
Auto-serviço
Humanizar

EFICIÊNCIA

Automatizar rotinas
Facilitar caminhos
Menos burocracia
Trabalho inteligente
Escalabilidade

INOVAÇÃO

Inspiração
Criatividade
Realização
Crescimento
Relevância

PRÓXIMO

**Nossa voz é em tom de conversa,
como se estivéssemos falando
com alguém.**

TOM DE VOZ

- Usamos “nós” para nos referir à Betalabs.
- Podemos usar “você” quando quisermos nos referir a quem nos ouve ou nos lê.
- Evitamos termos complicados ou palavras difíceis e, se for preciso, explicamos logo em seguida o que queremos dizer.

OBJETIVO

**Vamos direto ao ponto,
sem enrolação.**

TOM DE VOZ

- Usamos frases curtas e em ordem direta.
- Falamos sempre o que mais importa primeiro.
- Cortamos excessos, resumimos e simplificamos ideias.

SOLÍCITO

**Estamos abertos ao diálogo,
gostamos de ensinar e de ir
para a prática.**

- Sempre mostramos abertura para conversa e disposição para ajudar.
- Damos dicas, passo a passo, tutoriais.
- Sempre que possível, puxamos o assunto para a prática e ilustramos com exemplos e resultados.