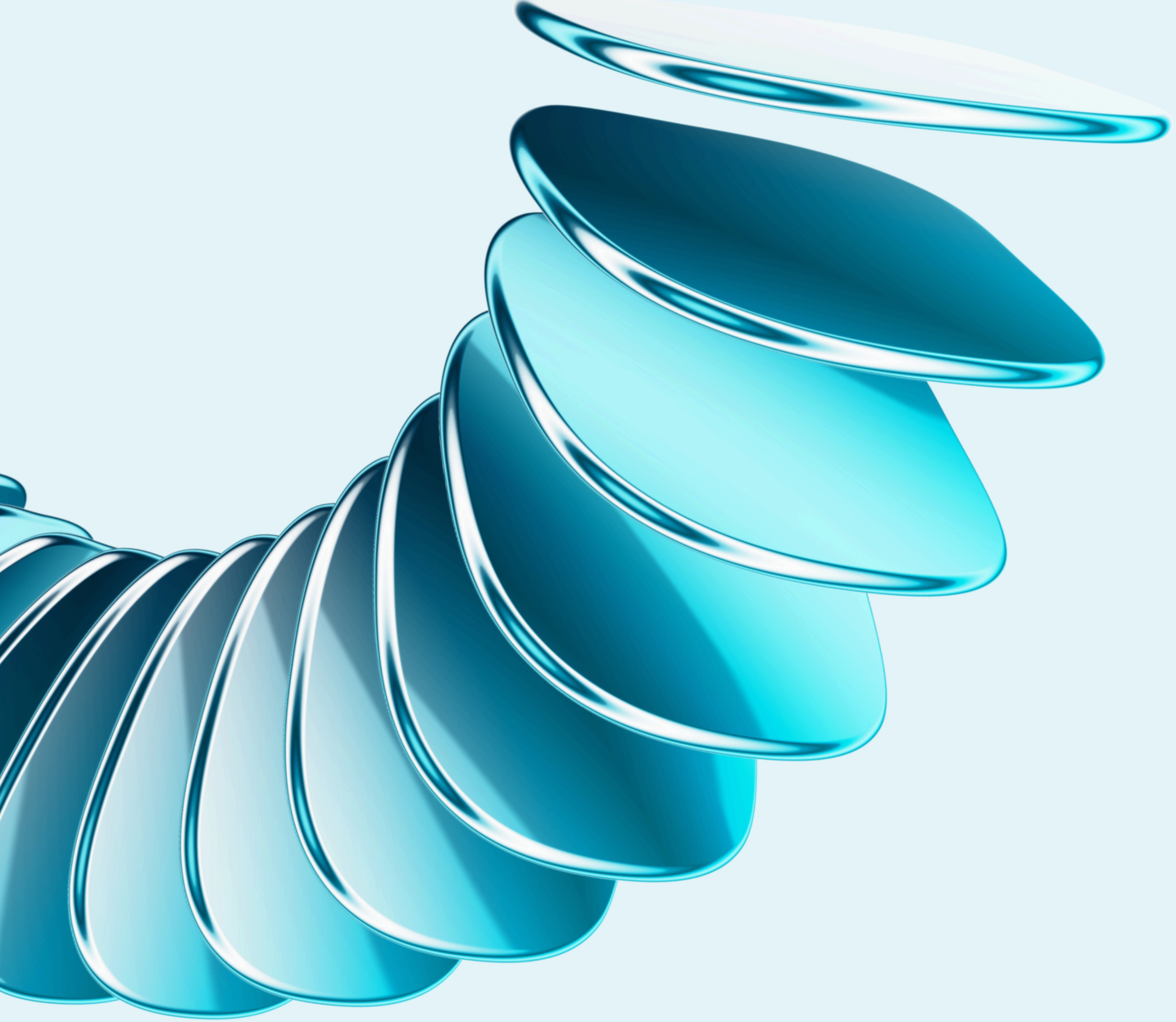


VULP AIR

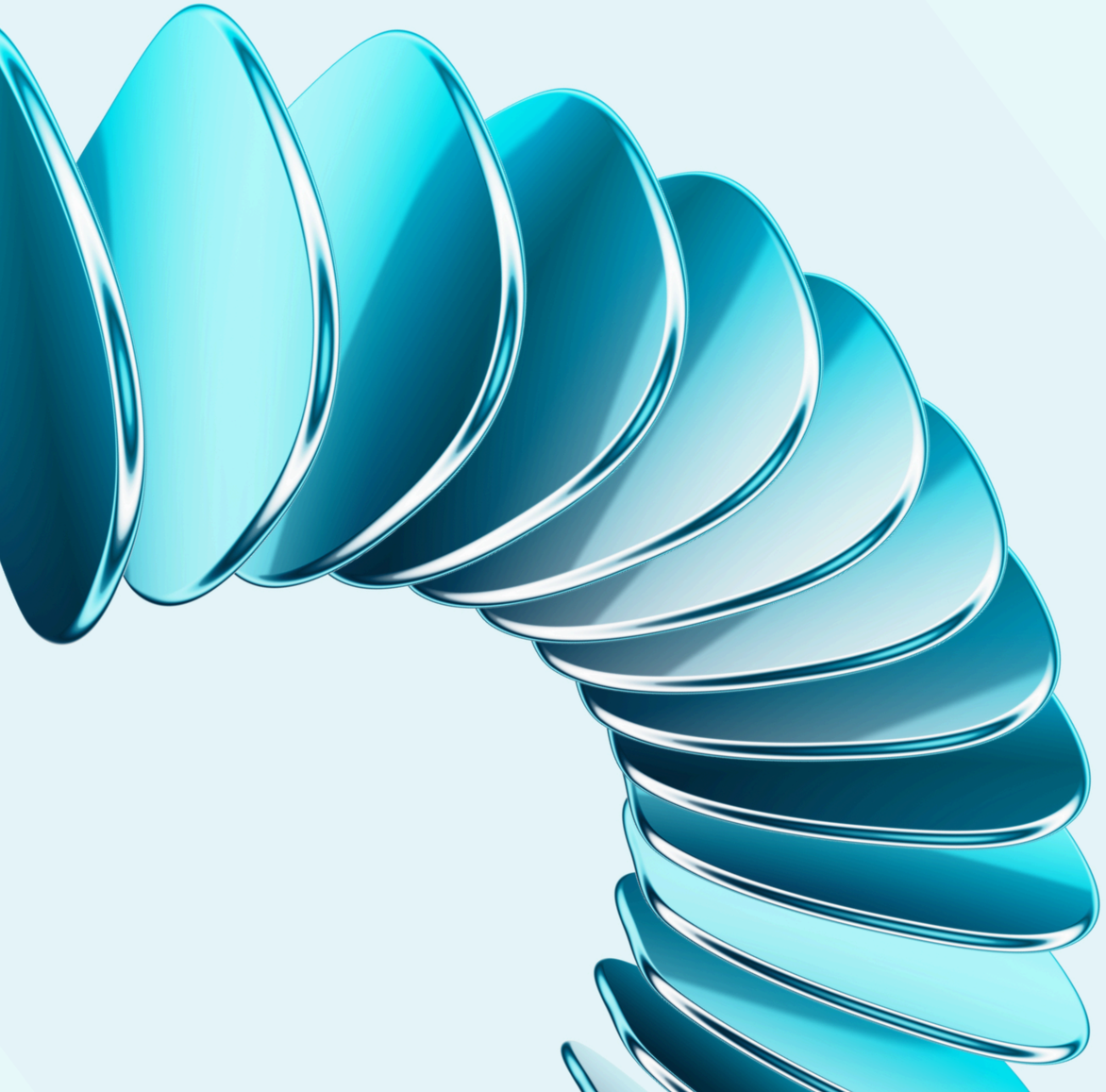
Brandbook

VERSÃO 02 • MAIO 2025

Este Brandbook define os princípios estratégicos, visuais e verbais da Vulp Air, garantindo consistência na forma como nos apresentamos e tomamos decisões — do discurso da marca às suas expressões.

É uma ferramenta prática para quem comunica a Vulp: de redatores a designers, de lideranças a parceiros comerciais. Serve como bússola criativa e comportamental.

→ Vamos começar?



01 Diretrizes estratégicas →
- Nosso nome
- Posicionamento
- Narrativa

02 Identidade verbal →
- O que é
- Voz
- Tom
- Vocabulário
- Orientações gerais
- Na prática

03 Identidade visual →
- Versões de marca
- Paleta de cor
- Tipografias
- Iconografia
- Elementos gráficos
- Estilo fotográfico
- Efeito Frost Glass
- Grid modular

04 Aplicações e exemplos →



01 Diretrizes estratégicas

Nosso nome

Ajuda a esclarecer em que setor estamos, sem perder a inteligência e a sonoridade leve. Mesmo em inglês, "Air" é uma palavra já bem difundida nacionalmente.

Vulp Air

Vem de vulpes vulpes, a raposa-do-ártico.
Animal que domina os extremos com agilidade, inteligência e adaptação.
Como a gente faz com o conforto térmico das empresas. A gente observa, entende e age com precisão. Sempre atentos ao que o cliente precisa — e prontos pra adaptar.

Posicionamento
O que é



→

Uma ferramenta que ajuda a orientar decisões de negócio e comunicação.

Ele define um território único e diferenciado para seus públicos prioritários, dando clareza ao valor da marca e ao seu propósito.

Posicionamento

POR QUE
Existimos para

Ele define um território único e diferenciado para seus públicos prioritários,
dando clareza ao valor da marca e ao seu propósito.

O QUE
Somos

Explica o que a empresa é e o que ela entrega para o mercado.
Carrega o principal diferencial.

COMO
Nosso jeito de fazer

O jeito de fazer da marca, seus diferenciais competitivos.
O que nos torna únicos, gerando valor e conexão para o público principal.

PERSONALIDADE

Traços de personalidade que a marca projeta para criar conexão com seu público alvo.
São percebidos na forma que a marca se relaciona com as pessoas

PARA QUEM

Para quem a marca é direcionada.
Priorizar público primário e o que ele busca e valoriza ao se relacionar com a marca.

Posicionamento

POR QUE
Existimos para

Simplificar a gestão da climatização.

O QUE
Somos

Climatização inteligente por assinatura.
Oferecemos soluções personalizadas de conforto térmico, do projeto à manutenção, com planos flexíveis para mais eficiência e previsibilidade da sua operação, sem dor de cabeça.

COMO
Nosso jeito de fazer

NO RITMO DO CLIENTE

Atendimento ágil e eficiente, em qualquer lugar do Brasil.

Combinamos presença nacional e uma abordagem resolutiva para entender e resolver o que o cada cliente precisa. Sempre parceiros, sempre disponíveis.

A GENTE SIMPLIFICA

Cuidamos de tudo com um olhar inteligente e integrado, do projeto à manutenção.

Nossos planos personalizados garantem cobertura total, sem compra de equipamentos e sem imprevistos. Apenas climatização eficiente e sem complicação.

CONHECIMENTO QUE FAZ A DIFERENÇA

São 50 anos de experiência reunidos em um time de excelência – com conhecimento técnico, inteligência aplicada e profissionalismo.

Da execução do básico até soluções tecnológicas que antecipam o futuro do setor.

SUCESSO COMPARTILHADO

O seu desafio também é o nosso — e isso não é discurso é atitude, e a base do nosso modelo de negócios. Sabemos que a sua operação prospera quando a nossa entrega está alinhada à sua.

Por isso, oferecemos um serviço que resolve, feito pra durar.

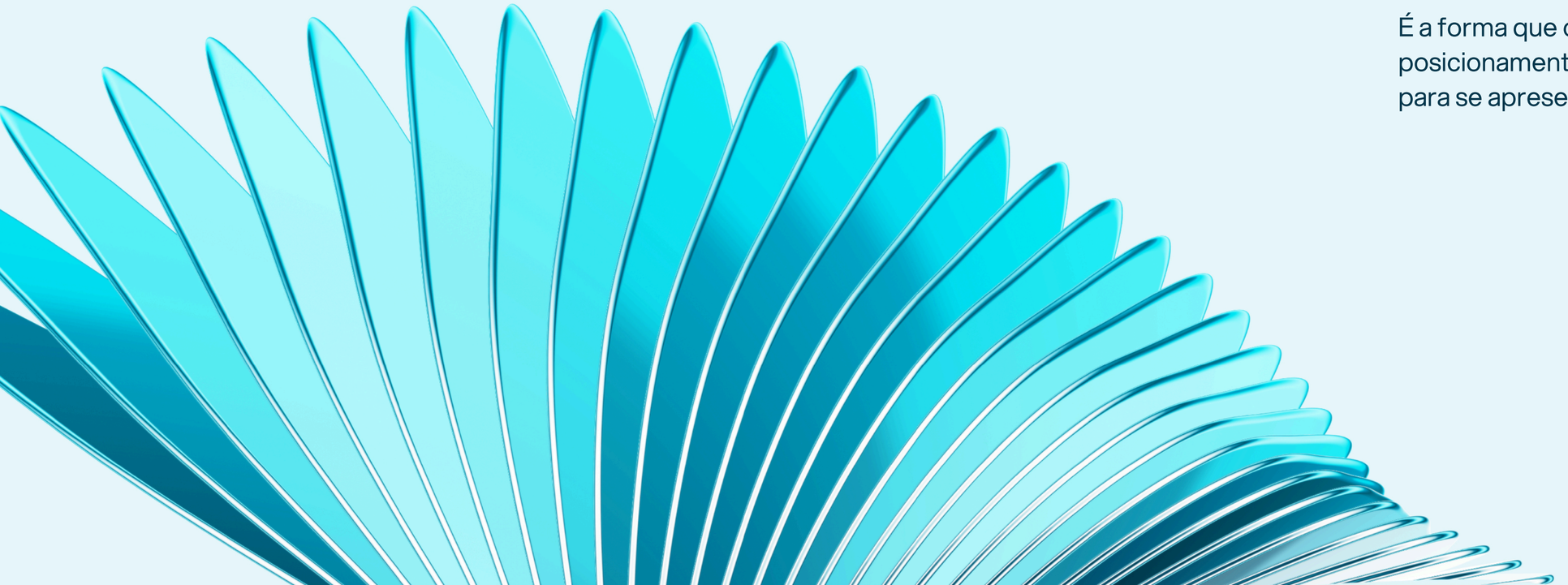
PERSONALIDADE

EMPÁTICA • INTELIGENTE • PROFISSIONAL • DESCOMPLICADA

PARA QUEM

Gestores de empresas abertos a um novo jeito de climatizar: com máxima eficiência e sem complicação.

Narrativa
O que é



→

É a história que contamos sobre nossa marca.

É a forma que comunicamos nosso posicionamento, sendo uma expressão da marca para se apresentar, comunicar ou engajar.

Narrativa



Acreditamos que a climatização não precisa ser complicada — e nem deveria.

Por muito tempo, manter ambientes confortáveis significou investir pesado em equipamentos que envelhecem rápido, lidar com manutenções imprevisíveis e perder tempo resolvendo problemas que não fazem parte do seu negócio.

Chegou a hora de mudar isso. O que nos guia? Simplificar a gestão da climatização.

Somos a **Vulp**, climatização inteligente por assinatura. Transformamos a climatização do seu negócio com soluções personalizadas de conforto térmico.

Nada de compras inesperadas. Nada de pendências que tiram o seu sono.
Cuidamos de tudo — do projeto à manutenção. Equipamentos sempre atualizados, suporte contínuo e eficiência garantida.

Mais conforto, menos consumo. Mais controle, menos desperdício.

Pra nós, climatização deve ser assim: no ritmo do seu negócio e do futuro.
Se tem um problema, a gente resolve. Se algo precisa mudar, a gente antecipa.
Porque quando dizemos que estamos do seu lado, é porque o seu desafio também é o nosso.

Nosso modelo vai além de soluções. É liberdade para focar no que realmente importa: a segurança, o bem-estar e o crescimento da sua empresa.
Porque inteligente é simplificar.

Vulp Air Climatização inteligente por assinatura



02
Identidade verbal

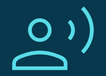
As marcas falam

Quando pensam em produtos.
Quando contratam pessoas.
Quando anunciam suas ofertas.
Falam até quando não dizem nada!

O jeito de falar de uma marca é uma escolha que deve ser coerente com o que ela quer ser.

Então, vamos usar e abusar da nossa identidade verbal pra construir um jeito só nosso!

Nossa identidade verbal é feita de:



Voz

Reflete a essência e personalidade da marca, e por isso deve ser sempre consistente.

+



Tom

Mostra a intenção da comunicação no momento, se ajustando de acordo com o público e o momento da experiência.

+



Vocabulário

Nosso universo de palavras. Expressões e termos que a gente se apropria pra gerar mais relevância e diferenciação.

Uma voz que traduz nosso jeito de climatizar: com inteligência, proximidade e precisão.

Para simplificar processos, resolver de verdade e cuidar do que importa: o conforto de quem tá com a gente.



Voz

1
Empática

É próxima, humana e leve.
Mostra que entende a rotina e os desafios do cliente, e se posiciona como parceira.

NÃO É
Invasiva

2
Profissional

É madura, confiável e confiante.
Transmite credibilidade com linguagem clara e segura.
Mostra domínio sem distanciamento.

NÃO É
Inacessível

3
Inteligente

É sagaz, estimulante e objetiva.
Traduz complexidade em clareza e provoca reflexão sem arrogância.

NÃO É
Arrogante

4
Descomplicada

É simples, didática e generosa.
Explica com leveza e foge dos jargões e tecniquês.

NÃO É
Superficial

Voz
Diretrizes

1 Empática
2 Profissional
3 Inteligente
4 Descomplicada

Boas práticas:

Fale direto com o cliente, com acolhimento e respeito.
"A gente cuida do ar, você cuida do resto."

Mostre que entende a realidade do cliente.
"Sabemos o quanto a climatização é essencial pro seu negócio
— mas não é porque é importante que precisa dar trabalho."

Reforce o nosso lado parceiro.
"Porque quando dizemos que estamos do seu lado,
é porque o seu desafio também é o nosso."

Não combina com a gente!

Forçar intimidade.
"Amigão, vem com a gente."
→ Prefira acolher sem apelidos ou exageros.

Dramatizar demais as situações.
"A sua vida nunca mais será a mesma."
→ Prefira falar da transformação com leveza.

Tom professoral.
"Você precisa entender como a climatização funciona."
→ Prefira: "Climatização inteligente é aquela que não dá trabalho."

Voz
Diretrizes

1 Empática
2 Profissional
3 Inteligente
4 Descomplicada

Boas práticas:

Traga dados e experiência com clareza.
“+130.000 equipamentos operando. Não começamos ontem.
Conhecemos os bastidores, os desafios e o que realmente funciona.”

Demonstre segurança sem soar impessoal.
“São 50 anos de experiência reunidos em um time de especialistas
que cuida de tudo — do projeto à manutenção.”

Posicione a marca com confiança.
“Cuidamos de tudo. Sem susto, sem sobra, sem tralha.”

Não combina com a gente!

Tom burocrático, distante ou institucional demais.
“Prezados clientes, informamos que...”
→ Prefira: “Estamos juntos para garantir conforto com eficiência.”

Ficar em cima do muro ou não afirmar expertise.
“Talvez possamos ajudar.”
→ Prefira: “Sabemos como resolver.”

Trazer informação inacessível e palavras que um leigo não entenderia.
“Disponibilizamos soluções de Climate as a Service visando
a otimização integrada de ambientes térmicos corporativos.”
→ Prefira: “Cuidamos de todo o seu conforto térmico:
do projeto à manutenção, com suporte contínuo e no ritmo da sua operação.”

Voz
Diretrizes

1 Empática
2 Profissional
3 Inteligente
4 Descomplicada

Boas práticas:

Busque novos jeitos de dizer o que todo mundo já diz.
“Climatizar é preciso. Complicar, não.”

Traduza ideias complexas com clareza e impacto.
“Mais conforto, menos consumo. Mais controle, menos desperdício.”

Use analogias que surpreendem sem perder o foco.
“Vulp vem de vulpes vulpes — a raposa-do-ártico.
Animal que domina os extremos com agilidade, inteligência e adaptação.”

Não combina com a gente!

Trocadilhos batidos ou metáforas clichês do setor.
"Com Vulp você não esquenta a cabeça! Fique frio que a gente resolve!"
→ Prefira: “Com a Vulp, o conforto térmico é sem dor de cabeça
e no ritmo do cliente."

Usar um tom pedante, elitista ou arrogante.
“Você ainda gasta dinheiro com ar-condicionado?”
→ Prefira: “Pare de pagar pelo problema. Comece a investir na solução.”

Frases óbvias demais.
“Ar-condicionado é importante.”
→ Prefira: “Conforto térmico é mais do que conforto
— é eficiência, bem-estar e produtividade em movimento.”

Voz
Diretrizes

1 Empática
2 Profissional
3 Inteligente
4 Descomplicada

Boas práticas:

Prefira frases curtas e diretas.
“Mais conforto, menos preocupação. Mais eficiência, menos custo.
Com Vulp, a conta é simples.”

Explique conceitos complexos com exemplos práticos.
“Nada de compras inesperadas. Nada de pendências que tiram o seu sono."

Estruture o conteúdo com leveza e facilitando a compreensão.
"Se tem um problema, a gente resolve.
Se algo precisa mudar, a gente antecipa."

Não combina com a gente!

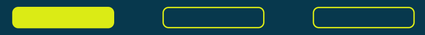
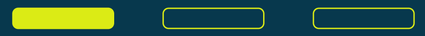
Usar jargões ou termos técnicos desnecessários.
“Sistemas HVAC multizona com controle proporcional.”
→ Prefira: “Soluções personalizadas de conforto térmico.”

Frases longas ou confusas.
“Dado o contexto operacional e considerando os fatores externos...”
→ Prefira: “Cuidamos de tudo. Sem susto.”

Explicações rasas ou promessas vazias.
“É simples assim, nem precisa pensar.”
→ Prefira: “A gente cuida de tudo, com eficiência e previsibilidade.”

Exagerar na informalidade, com gírias e contrações em excesso.
"Pra que viver de passado? A Vulp é top em climatização"
→ Prefira: "A climatização evoluiu. A Vulp acompanha o ritmo do seu negócio — com inteligência, eficiência e zero complicação."

Tom
Calibragem

Atitude	Momentos mais engajadores e descontraídos	Momentos mais técnicos e sensíveis
USO	Campanhas internas e externas, mídias sociais etc.	Releases, propostas, contratos, comunicados oficiais etc
1 Empática		
2 Profissional		
3 Inteligente		
4 Descomplicada		

Vocabulário

Expressões e palavras que são a nossa cara:

Expressões

- Porque inteligente é simplificar.
- Climatização inteligente por assinatura.
- Simplificar a gestão da climatização.
- Soluções personalizadas de conforto térmico, com planos flexíveis para mais eficiência e previsibilidade da sua operação, sem dor de cabeça.
- Transformamos a climatização do seu negócio com soluções personalizadas de conforto térmico.
- A evolução em conforto térmico.
- Mais conforto, menos consumo. Mais controle, menos desperdício.
- Cuidamos de tudo — do projeto à manutenção.
- Climatizar é preciso. Complicar, não.
- A conta é simples.
- Vem com Vulp.

Palavras

- Conforto térmico
- Eficiência
- Inteligência
- Simplificação
- Personalização
- Flexibilidade
- Climatização
- Eficiência
- Agilidade
- Simplificação
- Previsibilidade
- Parceria
- Experiência
- Tecnologia
- Confiança
- Especialistas
- Cuidado
- Ritmo
- Resolução
- Operação
- Economia
- Sustentabilidade

Orientações gerais
Sobre nosso nome



”Vulp Air”

Esse é o nosso nome completo, e deve ser usado sempre que a gente for se apresentar pela primeira vez ou quando não houver um contexto de marca.

”Vulp”

Esse é o nosso apelido, mais direto e próximo. Use-o sempre que nosso nome completo já tiver sido mencionado ou se nosso logo já estiver presente.

Importante!

A Vulp é feminina. Sempre use “a Vulp”, e os pronomes devem seguir o feminino:

- A Vulp oferece soluções...
- Com ela, climatização é simples.
- Muito obrigada.

Orientações gerais
Como apresentar Vulp

1x linha

Somos a Vulp,
climatização inteligente por assinatura.

1x parágrafo

Somos a Vulp,
climatização inteligente por assinatura.
Oferecemos soluções personalizadas de conforto térmico, do projeto à manutenção, com planos flexíveis para mais eficiência e previsibilidade da sua operação, sem dor de cabeça.

Elevator pitch

Olha, a gente sabe que climatização costuma ser uma dor de cabeça — equipamento caro, manutenção imprevisível, um monte de coisa pra resolver que nem faz parte do seu negócio.

A Vulp vem pra mudar isso, com evolução em conforto térmico.
O que a gente faz é simplificar a gestão da climatização, oferecendo um modelo de climatização inteligente por assinatura.

Cuidamos de tudo: do projeto à manutenção. E sempre com soluções personalizadas de conforto térmico e planos flexíveis, que trazem mais eficiência e previsibilidade pra sua operação — sem dor de cabeça.

Você não compra equipamento, não se preocupa com conserto, nem fica na mão. Se der problema, a gente resolve. Se precisar adaptar, a gente antecipa. É conforto com controle.

No fim das contas, é isso: climatização do jeito que deveria ser.
No ritmo do seu negócio — e do futuro.

Orientações gerais

Uso de emojis nas redes sociais

Quando faz sentido usar:

- Para reforçar uma ideia ou dar leveza à leitura.
- Para organizar o texto em posts ou listas
  Ex: bullets visuais
- Para marcar ações ou benefícios com leveza e clareza
  Ex: 🚀 Eficiência; 🔧 Solução; 💨 Agilidade
- Para engajar
  Ex: stories, comentários, posts de conversa.

Quando não faz sentido usar:

- Para exagerar emoções ou infantilizar a mensagem
  Ex: 😍🥹🤣
- Para fazer brincadeiras óbvias com o tema de climatização
  Ex: ❄️🥶 em excesso.
- Para substituir o conteúdo, enfraquecendo a clareza da comunicação.
- Em respostas a críticas negativas:
  Pode soar desrespeitoso e gerar irritação.

Importante!

Emojis são um recurso de apoio, não o centro da comunicação.

Use de forma estratégica, moderada e relevante para reforçar a mensagem — nunca para enfeitar.

Resumo

Pratique

Empática

- Linguagem que acolhe, sem forçar intimidade.
- Fala direto com cliente ("você") para mostrar parceria.
- Tom que reconhece a realidade do cliente sem dramatizações.

Profissional

- Frases que transmitem segurança sem frieza.
- Fala da história da empresa com dados e experiência.
- Posicionamento claro sobre o que entregamos.

Evite

- Frases excessivamente emocionais.
- Forçar intimidade (ex: "amigo", "parceirão").
- Dramatizações do tipo "a sua vida nunca mais será a mesma".
- Frases que soem arrogantes ou inflexíveis.
- Tom burocrático, rebuscado ou distante, sem jargões ou tecniquês.
- Explicações rasas para temas técnicos.
- Exagerar na informalidade, com gírias e contrações em excesso (ex: "Tô", "Cê", "Pra").
  → Não somos uma startup.

Inteligente

- Frases com ritmo e um jeito novo de dizer o que todo mundo já diz.
- Provocações sutis que estimulam a reflexão.
- Clareza com sofisticação: é afiada, não elitista.

Descomplicada

- Frases curtas, diretas e com boa cadência.
- Explicação clara de conceitos complexos.
- Estruturas que facilitam a compreensão rápida.

Checklist
Calibragem

No final, reflita se a mensagem...

- ☐ Fala direto com o cliente, com proximidade, sem forçar intimidade.
- ☐ Reconhece a realidade e os desafios do cliente, reforçando parceria.
- ☐ Transmite segurança com clareza e confiança, sem ser fria ou distante.
- ☐ Mostra experiência e domínio de forma acessível, sem tecniquês.
- ☐ Usa frases inteligentes para dizer o que todo mundo já diz de um jeito diferente.
- ☐ Evita clichês e trocadilhos óbvios.
- ☐ Prefere frases curtas, diretas e estruturadas pra facilitar a compreensão.

Se marcar pelo menos 4 itens, você fez um ótimo trabalho!

Na prática

Exemplos para deixar nossa comunicação mais proprietária e próxima de ponta a ponta.

Na prática
Site

TÍTULO

Finalmente,
climatização
inteligente.

Descomplicada
Uma frase que resolve muito com pouco.
Já mostra a proposta com clareza.

TEXTO DE APOIO

Somos a Vulp Air, oferecemos soluções personalizadas de conforto térmico, do projeto à manutenção, com planos flexíveis para mais eficiência e previsibilidade da sua operação, sem dor de cabeça.

CTA: Conheça a Vulp →

Na prática
Site

TÍTULO

A gente cuida do ar,
você cuida do resto.

Empática
Linguagem afetiva, acolhedora.
Mostra parceria real, sem forçar intimidade.

TÓPICOS

No ritmo do cliente
Atendimento ágil, presença nacional e parceria de verdade.

A gente simplifica
Cuidamos de tudo, do projeto à manutenção.

Inteligente
Linguagem objetiva, com ritmo e clareza.
Brinca com o esperado e surpreende na forma.

Conhecimento que faz a diferença

50 anos de experiência. E a gente segue aprendendo.

Sucesso compartilhado

O seu desafio também é o nosso — e isso não é discurso é atitude.

Descomplicada
Destrincha o conteúdo pra ficar mais fácil e gostoso de ler.

Na prática
Post #01

TÍTULO

Climatizar é preciso.
Complicar, não.

LEGENDA DO POST

Sabemos o quanto a climatização é essencial para o seu negócio — para o conforto térmico dos seus clientes, do seu time e da operação como um todo. Mas não é porque é importante que precisa dar trabalho.

Na Vulp Air, acreditamos que inteligente é simplificar.

São 50 anos de experiência e reunidos em um time de especialistas que cuida de tudo — do projeto à manutenção.

Conte com a gente para simplificar.

Inteligente
Frase curta, com jogo de linguagem e raciocínio afiado. Passa inteligência sem esforço.

Empática
Reconhece a realidade do cliente com empatia e respeito, sem parecer que está ensinando algo óbvio.

Profissional
Credibilidade bem dosada: autoridade sem ser arrogante ou institucional demais.

Na prática
Post #02

TÍTULO

Pare de pagar pelo problema.
Comece a investir na solução.

LEGENDA DO POST

Por muito tempo, manter ambientes confortáveis significou investir pesado em equipamentos que envelhecem rápido, lidar com manutenções imprevisíveis e perder tempo resolvendo problemas que não fazem parte do seu negócio.

Chegou a hora de mudar isso.
Nada de compras inesperadas.
Nada de pendências que tiram o seu sono.

Cuidamos de tudo — do projeto à manutenção.
Equipamentos sempre atualizados, suporte contínuo e eficiência garantida.

Vem com Vulp.

Inteligente
Provocativa na medida certa.
Faz pensar, sem soar superior.

Descomplicada
Explicação didática de um novo modelo, sem enrolar nem parecer técnica demais.

Profissional
Mostra autoconfiança e segurança sem perder a personalidade.

Na prática

Post carrossel #03

POST 01

Por que Vulp Air?

POST 02

Vem de vulpes vulpes,
a raposa-do-ártico.

POST 03

Animal que domina os extremos com agilidade, inteligência e adaptação. Como a gente faz com o conforto térmico das empresas.

Inteligente
Traz uma analogia esperta no próprio nome.

POST 04

A gente observa, entende e age com precisão. Sempre atentos ao que o cliente precisa — e prontos pra adaptar.

Empática
Mostra cuidado, prontidão e flexibilidade — sem soar bajulador ou sentimental demais.

POST 05

Vulp é climatização inteligente por assinatura. Porque inteligente é simplificar.

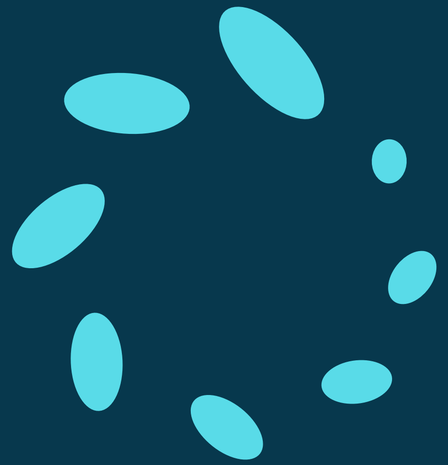
Profissional
Clareza total no que a marca faz e entrega.



03 Identidade visual

Apresentação

Nossa identidade visual reflete a inteligência e fluidez do nosso serviço.
É feita para ser percebida como tecnológica, leve e eficiente.
Tudo é pensado para facilitar, nunca para complicar.



Sempre no ritmo dinâmico dos nossos clientes
Climatização passo a passo e sem atrito

Apresentação



Inteligência e eficiência com quem mais entende
A caixa-alta aporta presença e seriedade,
enquanto as suaves curvas trazem ritmo e fluidez à leitura

Apresentação
Anatomia

Nosso logo



Complemento para registro

Símbolo

Logotipo

Versões de marca

Para maior flexibilidade de aplicação, temos duas versões de composição que podem ser usadas de acordo com o espaço disponível. Veja abaixo a indicação de uso de cada uma delas:

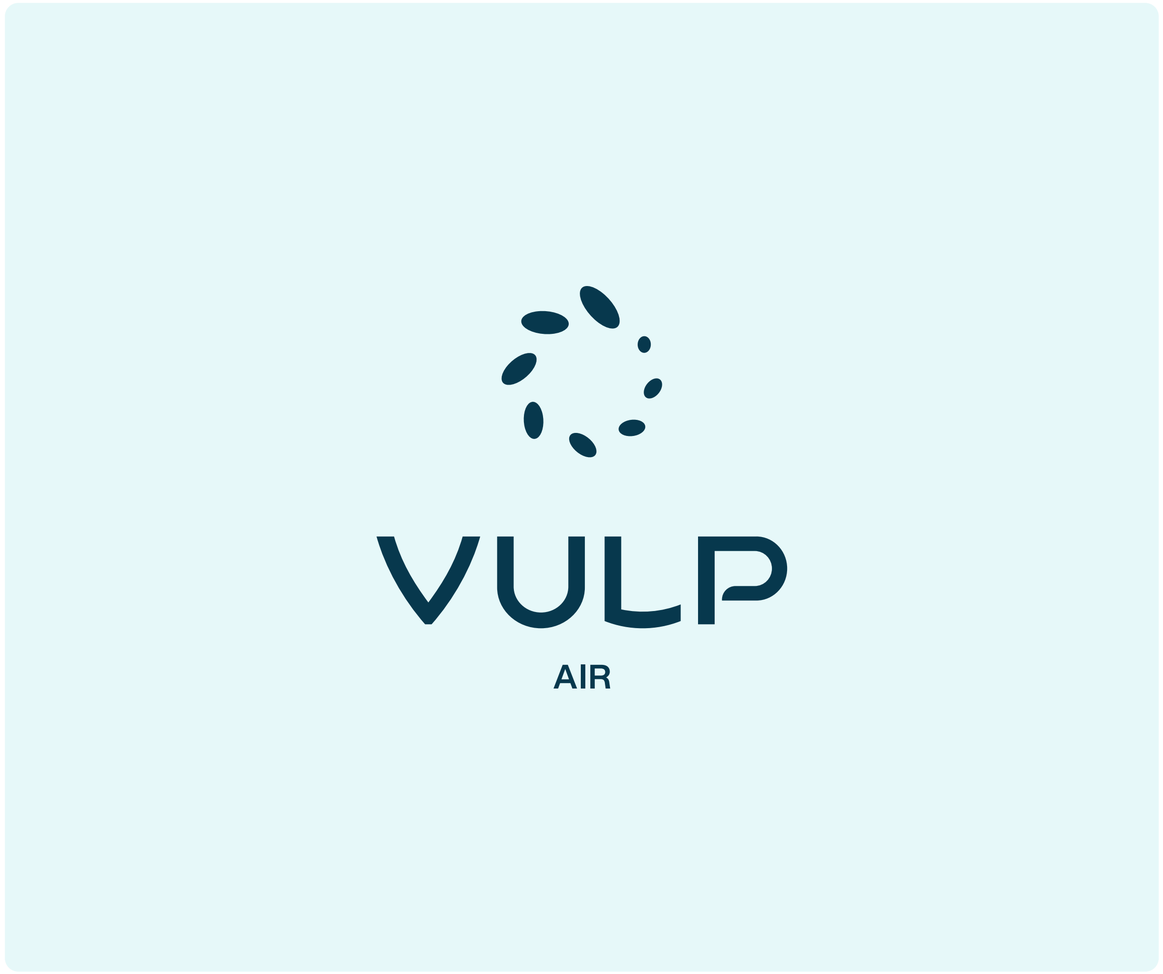
CLIQUE PARA BAIXAR

VERSÃO PREFERENCIAL



Deve ser usada sempre que possível,
em todos os pontos de contato da marca.

VERSÃO VERTICAL



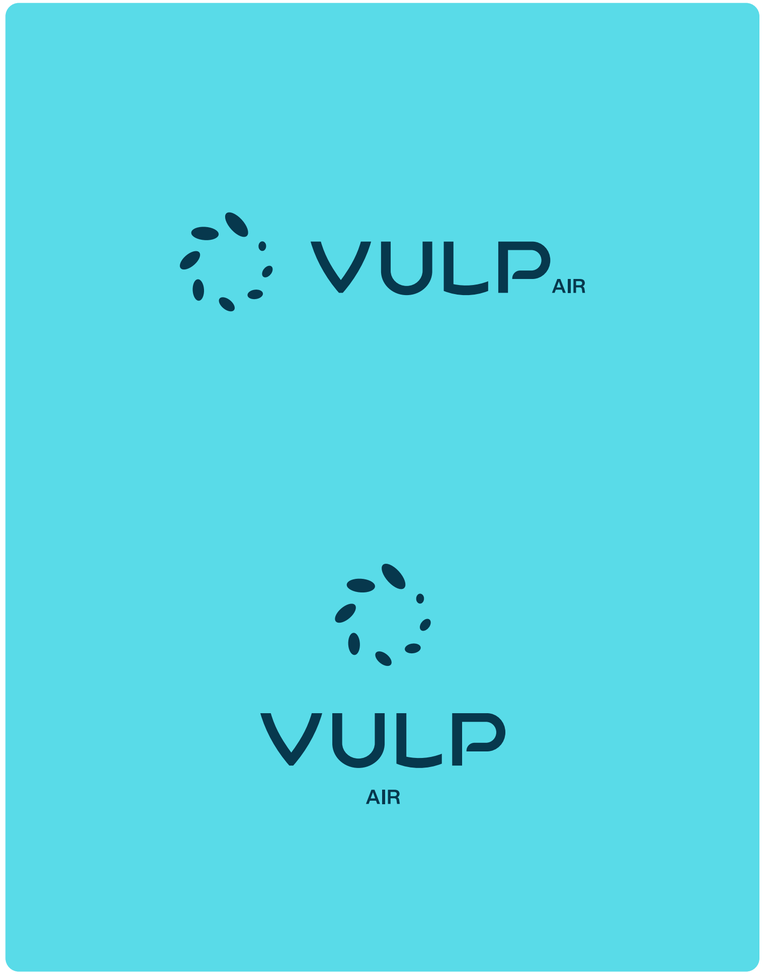
Usada junto a alinhamentos centralizados
ou em peças com pouco espaço horizontal.

Versões cromáticas

Siga as versões de cor abaixo de acordo com o contraste e nível de ruído com o fundo, garantindo legibilidade em toda a comunicação.

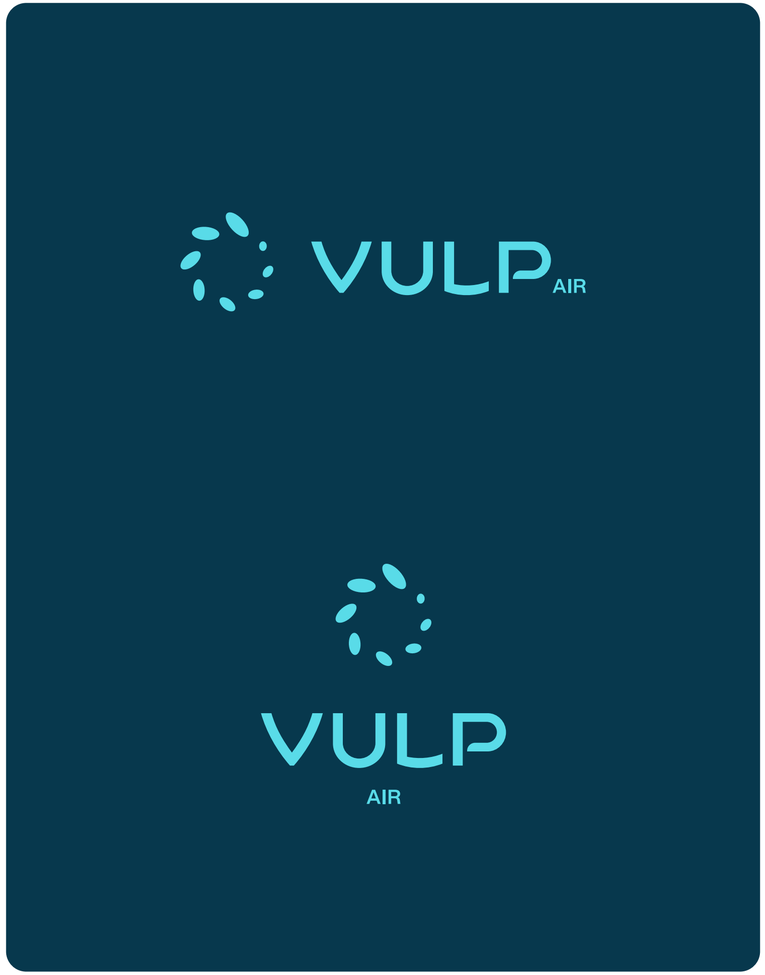
VALE LEMBRAR
As variações de cor também são válidas para o símbolo quando usado de forma isolada.

POSITIVA AZUL-ESCURO



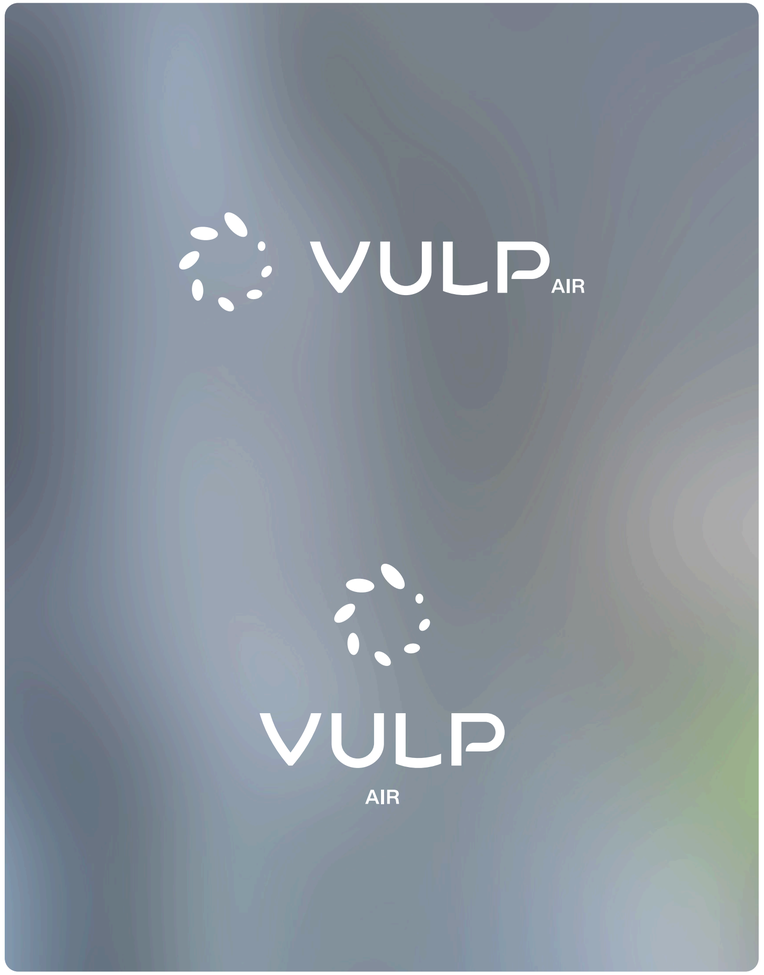
Ideal para fundos claros à médios, sendo os azuis turquesa e claro da paleta os fundos prioritários.

POSITIVA AZUL-TURQUESA



Ideal para fundos escuros, desde que haja contraste suficiente com o azul-turquesa.

NEGATIVA



Ideal para fundos fotográficos ou quando a versão azul-turquesa não gerar contraste. Sempre aplique a marca sobre áreas com baixa interferência visual, ok?

Redução máxima & uso do símbolo

Define os menores tamanhos que a marca pode ter sem comprometer os detalhes ou legibilidade, tanto em materiais digitais quanto impressos.
A legibilidade pode variar de acordo com a densidade de pixels na tela ou tipo de substrato no impresso. Por isso, sempre teste a marca antes de aplicá-la, ok?

REDUÇÃO MÁXIMA



IMPRESSO: L = 24 MM DIGITAL: L = 240 PX



IMPRESSO: A = 14 MM DIGITAL: A = 140 PX



IMPRESSO: A = 4 MM DIGITAL: A = 40 PX

AVATAR PARA MÍDIAS REDUZIDAS E REDES SOCIAIS

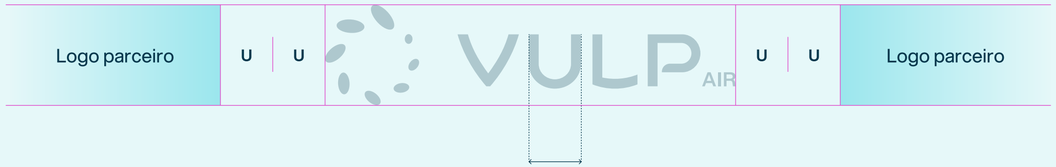


Para uso em meios digitais, usamos nosso símbolo isolado e sempre no fundo azul escuro.

Lockup & Convívio de marcas

Nem sempre o nosso logo aparece sozinho.
Ele pode ser aplicado com outras marcas parceiras, por isso é importante delimitar diretrizes que garantem um convívio harmônico.

CONSTRUÇÃO



VERSÕES CROMÁTICAS SOBRE DIFERENTES FUNDOS



Ambas na versão positiva sobre fundos branco, claros ou com contraste suficiente para ambas marcas





Ambas na versão negativa sobre fundos escuros

Paleta de cor
Códigos

Nossa paleta de cores é tática e diversa, explorando tonalidades de azul que reforçam a associação ao segmento de climatização e sensação de conforto. Ao mesmo tempo, as cores secundárias trazem energia e luminosidade.

DICA
O azul-escuro pode ser usado como massa de cor de fundo para peças e pontos de contato com maior nível de seriedade.

PRINCIPAIS

AZUL-CLARO

RGB 230/248/250
HEX #E6F8FA
CMYK 22/00/02/00
PANTONE 290C

São as principais cores aplicadas como massa de fundo, trazendo leveza e frescor.

APOIO

AZUL-TURQUESA

RGB 90/220/232
HEX #5ADCE8
CMYK 55/00/10/00
PANTONE 2198C

Por estar presente no nosso logo, também é uma cor vital de identificação da nossa marca.

AZUL-ESCURO

RGB 7/56/77
HEX #07384D
CMYK 100/65/45/30
PANTONE 4160C

Dada sua intensidade, tem maior frequência de uso em textos.

SECUNDÁRIAS

VERDE-LIMÃO

RGB 220/235/21
HEX #DCEB15
CMYK 15/00/95/00
PANTONE 389C

ROSA

RGB 224/70/202
HEX #E046CA
CMYK 05/85/00/00
PANTONE 239C

ROXO

RGB 113/94/208
HEX #715ED0
CMYK 60/55/00/00
PANTONE 2725C

De uso estratégico, são pontos de luz para destacar informações secundárias.

Paleta de cor
Usos e proporção

Os tons azul-claro e turquesa são regentes na comunicação, serão a maior frequência e presença de uso. Notem como as cores de apoio são pontuais, estratégicas para criar highlights que guiam o olhar na "hegemonia" azul.

Já o azul-escuro traz seriedade e sobriedade, destacando em especial as demais cores luminosas da paleta.



Proporção de cores:



Proporção de cores:



Proporção de cores:

Paleta de cor
Gráficos e tabelas

Quando apresentamos diversos segmentos em nossas análises, podemos usar a paleta estendida para aumentar a diferenciação dos temas e ajudar o entendimento do usuário.

Os subtons são derivados das nossas cores principais e são recomendados apenas para materiais digitais.

CÓDIGOS

#209199	#07384D
#23A5B1	#1D4D65
#27BBCB	#2C607B
#2ACCDF	#3B7592
#3BD4E3	#4984A4
#5ADCE8	#6397B5
#88E7EF	#7CAAC7
#B7F0F4	#9CC4DD

CORES DE APOIO

#B7F0F4	#715ED0	#E046CA
#E5F04F	#8D7ED9	#E66BD5
#EDF58A	#AA9EE3	#EC90DF
#F6FAC4	#C6BFEC	#F3B5EA

EXEMPLO DE USO

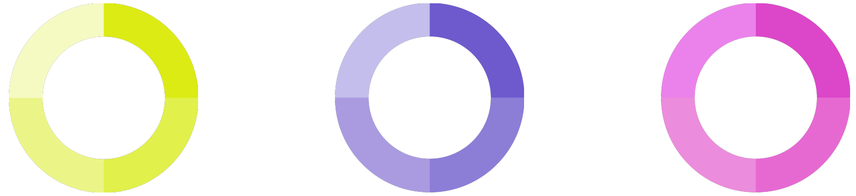
PALETA COMPLETA



PALETA ESTENDIDA



PALETA APOIO ESTENDIDA



Tipografias
Abertura

Climatização não precisa ser complicada.

Nossos textos também não. →

Tipografias
Comunicação

A simplificação e inteligência segue como um direcional na escolha dos nossos elementos visuais, e a tipografia não foge disso. Sendo uma tipografia direta, racional e objetiva, a fonte Aspekta irá materializar toda comunicação.

VALE LEMBRAR
Seu uso e distribuição é gratuito, mas leia com atenção à licença para garantir seu correto uso.

CLIQUE PARA BAIXAR

SIMPLES LIMPA OBJETIVA GRATUITA

CRIADA POR: **Ivo Dolenc**



Aspekta

CARACTERES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 ¿ ? ¡ ! & @

PESOS MAIS FREQUENTES

300 350 400 450 **500**

Tipografias
Plataforma Google

Para ferramentas como Slides, Sheets ou Docs, a DM Sans assume a prioridade como fonte da identidade, trazendo traços próximos à Aspekta e evitando atrito entre pontos de contato da marca.

VALE LEMBRAR
Seu uso e distribuição é gratuito, mas leia com atenção à licença para garantir seu correto uso.

CLIQUE PARA BAIXAR

GRATUITA

CRIADA POR: **Colophon Foundry**

a@ DM Sans

CARACTERES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 ¿ ? ¡ ! & @

PESOS MAIS FREQUENTES

Light Regular

Medium **Semi**

DIFERENÇAS VISUAIS: ASPEKTA & DM SANS



Tipografias
Entrelinhas

Para evitar fórmulas complexas, a melhor referência será o respiro visual e um intervalo guia extraído da própria altura dos caracteres do texto. Busque caracteres retos e sem ascendentes/descendentes, como a letra "z".

Evite entrelinhas apertados, em especial para mídias com pouca área disponível (Ex.: Banners e mídia de performance) ou pontos de contato vistos à distância (Ex.: OOH)

REFERÊNCIA: ALTURA DO CARACTERE

Climatizar
é preciso.
Complicar,
não.

A partir de um caractere reto, busque um entrelinhas correspondendo a 80 a 90% da altura da letra referência



EXEMPLOS

H = 60%



H = 70%



H = 80%



H = 90%



Tipografias
Recomendações

Explore a tipografia como recurso gráfico, junto de uma boa relação de pesos e tamanhos que ajudem na hierarquia da informação e reforcem uma peça fácil e intuitiva para leitura.

Nativa de diversos sistemas operacionais, a fonte Arial é a escolha para os momentos em que não for possível usar a fonte Aspekta.

HIERARQUIA E COMBINAÇÕES

RETRANCA NO PESO 600

Títulos no peso 300

Texto corrido em Aspekta 450
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod

TÓPICOS EM PESO 600

- Tópicos em 450
- Tópicos em 450
- Tópicos em 450
- Tópicos em 450

BOAS PRÁTICAS

→ Evite variar pesos e cores em uma mesma frase. Utilize esses recursos apenas em momentos pontuais, para destacar o que realmente importa;

→ Utilize sempre os pesos recomendados acima para manter suas composições equilibradas, evitando os pesos mais extremos como **700** e **750**;

→ Alinhamentos à esquerda são mais confortáveis para textos volumosos;

→ Use os pesos **600** a **650** para destaques pontuais e estratégicos;

→ Caixa-alta pode ser aplicado pontualmente como identificadores da sessão (retranca) ou botões.

FONTE DE SISTEMA

ARIAL REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ARIAL ITALIC
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ARIAL BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ARIAL BOLD ITALIC
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Iconografia
Usos & boas práticas

Os ícones nos ajudam a ilustrar ideias ou conceitos de forma rápida e direta. Na nossa identidade, eles terão um uso pontual e sempre como suporte para conteúdo, tornando apresentações, instruções e tutoriais ainda mais fáceis.

Para ajudar no dia a dia, recomendamos a biblioteca de ícones da Google, bem completa e gratuita para uso comercial.

CLIQUE PARA ACESSAR

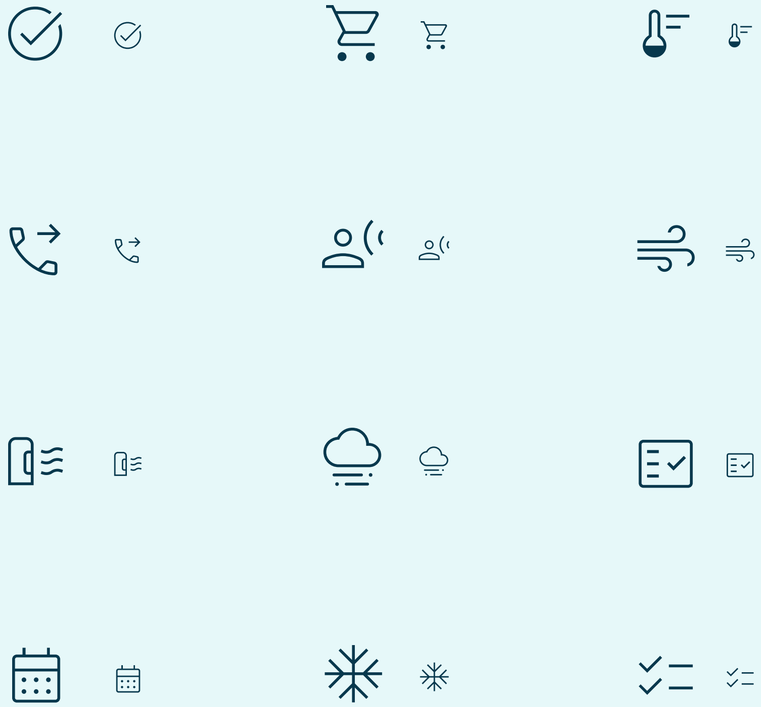
CONFIGURAÇÕES RECOMENDADAS

Fill:	Off
Weight:	200
Grade:	-25
Optical size:	48px

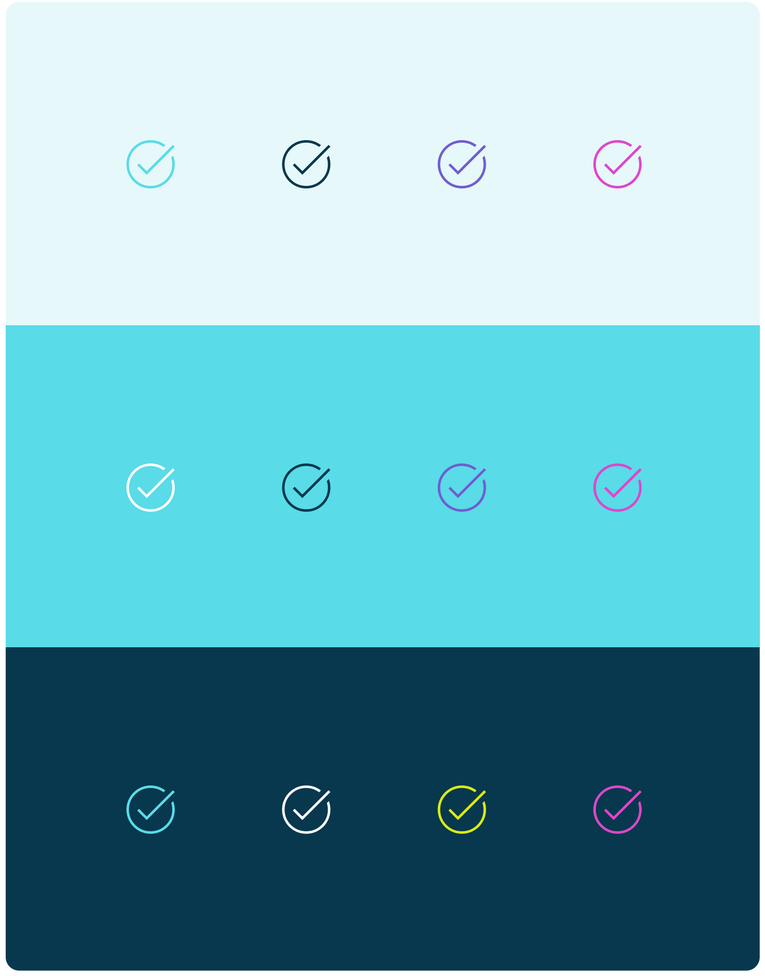
Depois de configurar os atributos e valores acima, selecione o ícone desejado e logo no menu à direita clique no botão "SVG" para download do arquivo em vetor.

DICA!
No mesmo menu direito, você pode configurar o tamanho e cor (usando o código Hexa) e baixar o ícone na versão "PNG", ideal para apresentações.

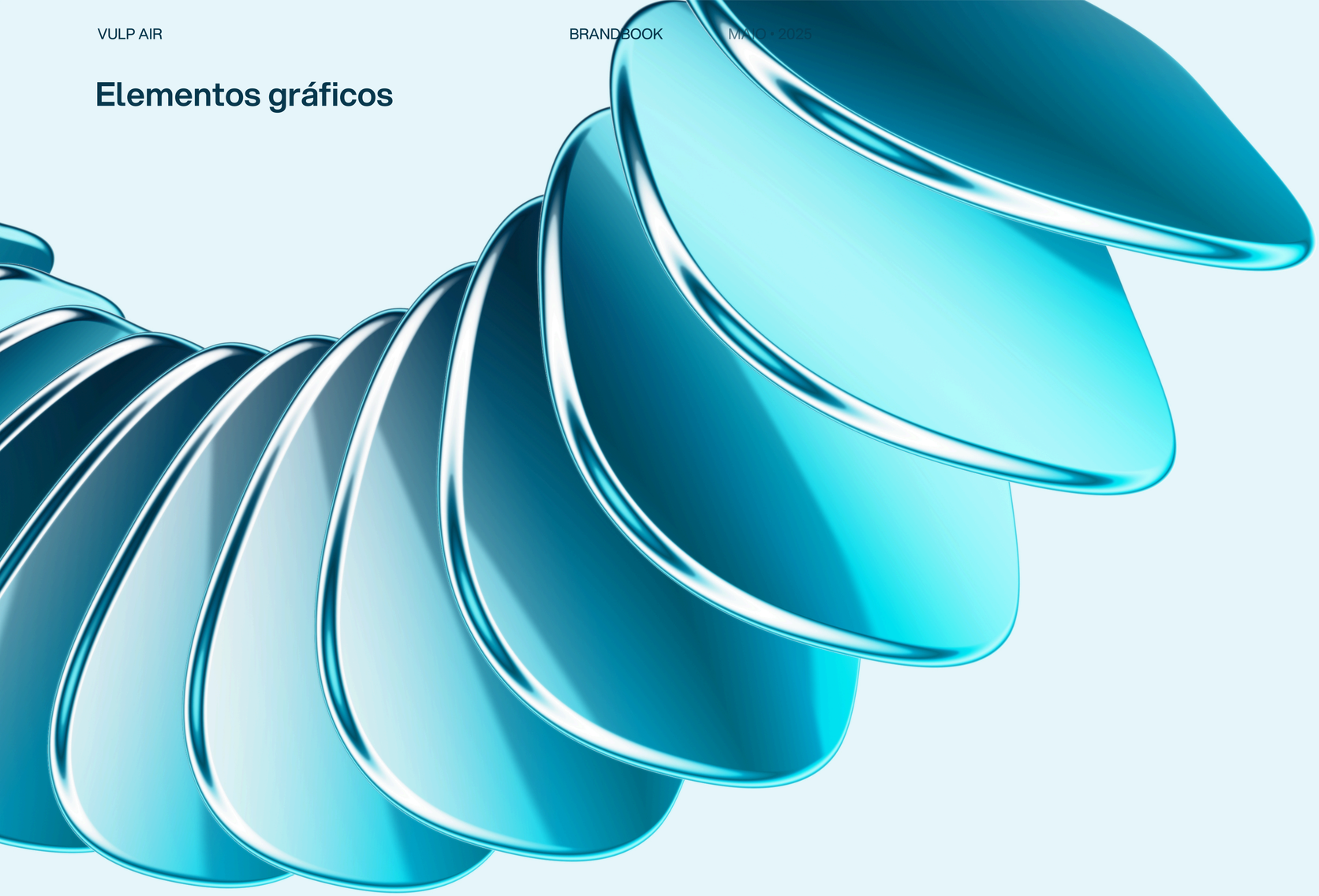
EXEMPLOS E REDUÇÃO



COMBINAÇÃO DE CORES SOBRE FUNDOS



Elementos gráficos



Movimento inteligente em matéria e textura

As estruturas gráficas tridimensionais traduzem o conceito de ar em movimento, reforçando a ideia de climatização de forma eficiente e elegante.

Elementos gráficos
Características

Os elementos contam com algumas características que traduzem graficamente a sensação de um fluxo inteligente e contínuo de ar. Veja ao lado:

NA SENSAÇÃO

Qualidade e tecnologia

NA ESTÉTICA

- Superfícies polidas
- Brilho metálico

NA SENSAÇÃO

Conforto e fluidez térmica

NA ESTÉTICA

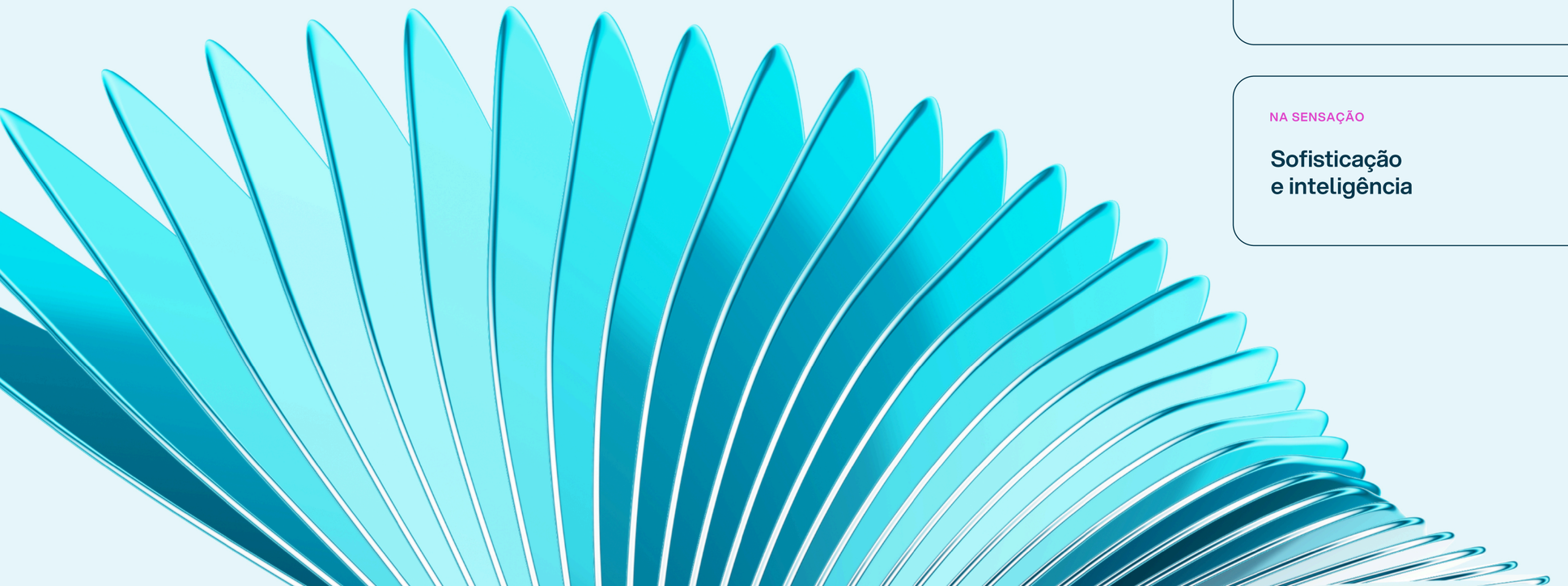
- Movimento fluido e plástico
- Fluxo de gradientes azuis
- Sequencialidade

NA SENSAÇÃO

Sofisticação e inteligência

NA ESTÉTICA

- Composições organizadas
- Acabamentos precisos
- Experiência passo a passo



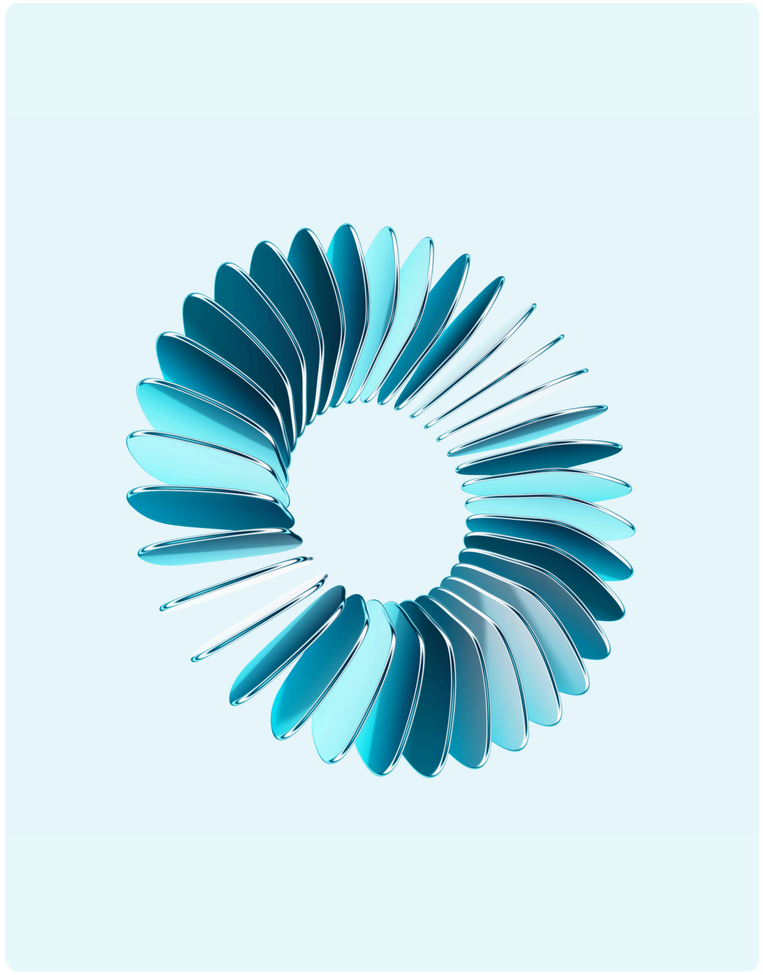
Elementos gráficos
Tipos

Se dividem em três tipos para gerar maior flexibilidade de aplicação e intenção na comunicação. Conheça abaixo:

VALE LEMBRAR
Para novos renders, explore diferentes perspectivas a partir desses três estilos.

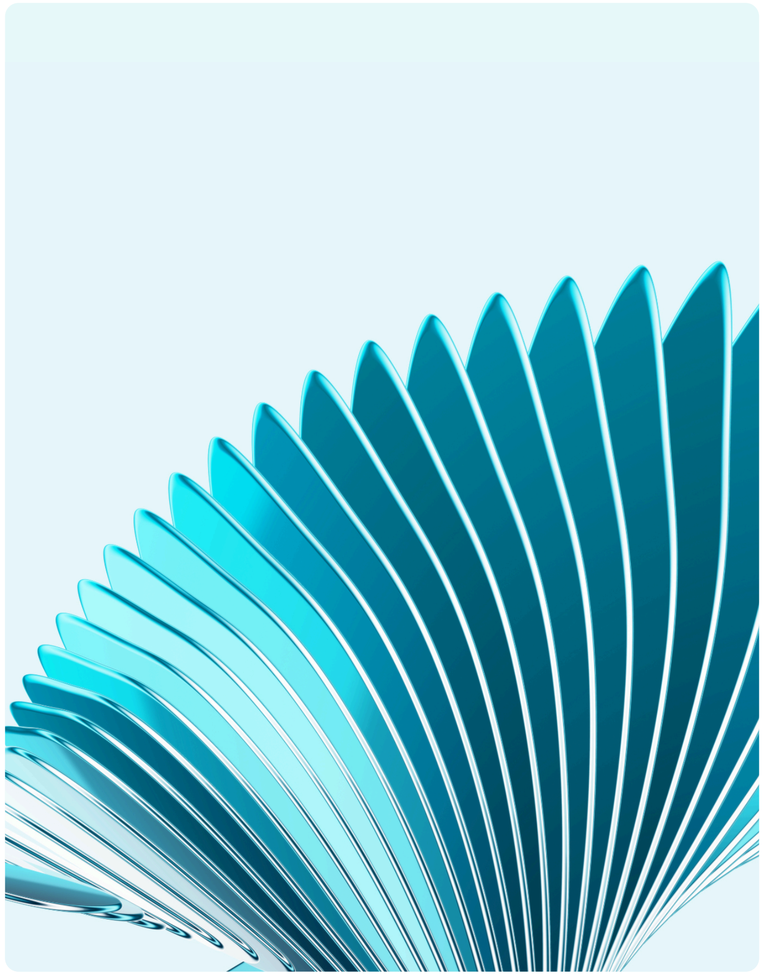
CLIQUE PARA BAIXAR

01 / HÉLICES



Seu movimento circular se assemelha às pás e movimento dos circuladores de ar.

02 / PÉTALAS



Gera um movimento sequencial, expansível e unidirecional, como um leque.

03 / ORBITAIS



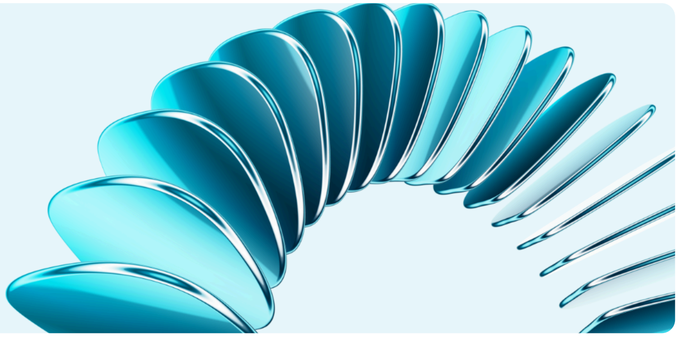
Pela sua perspectiva lateral, reforçam a sensação de movimento.

Elementos gráficos
Deck

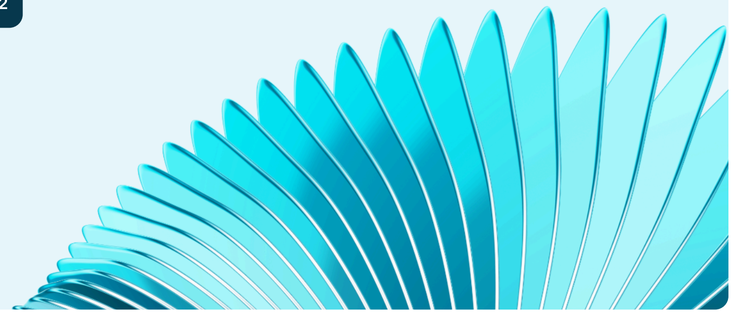
Mesmo no formato estático, a sequencialidade dos elementos geram a sensação de movimento e também criam a intenção de organização: um fluxo organizado da experiência de climatização passo a passo.

CLIQUE PARA BAIXAR

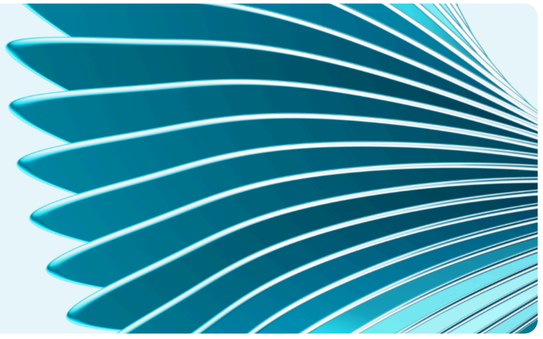
01

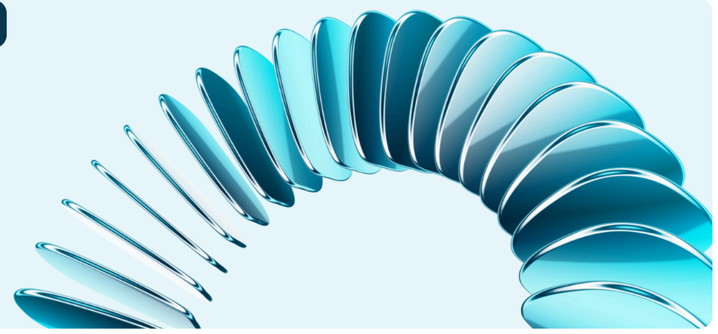

03


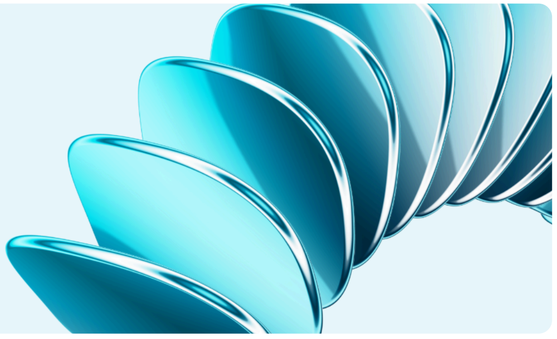
01

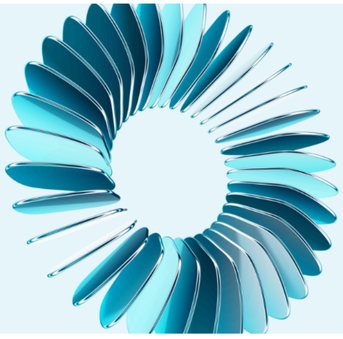

02


01


02


03


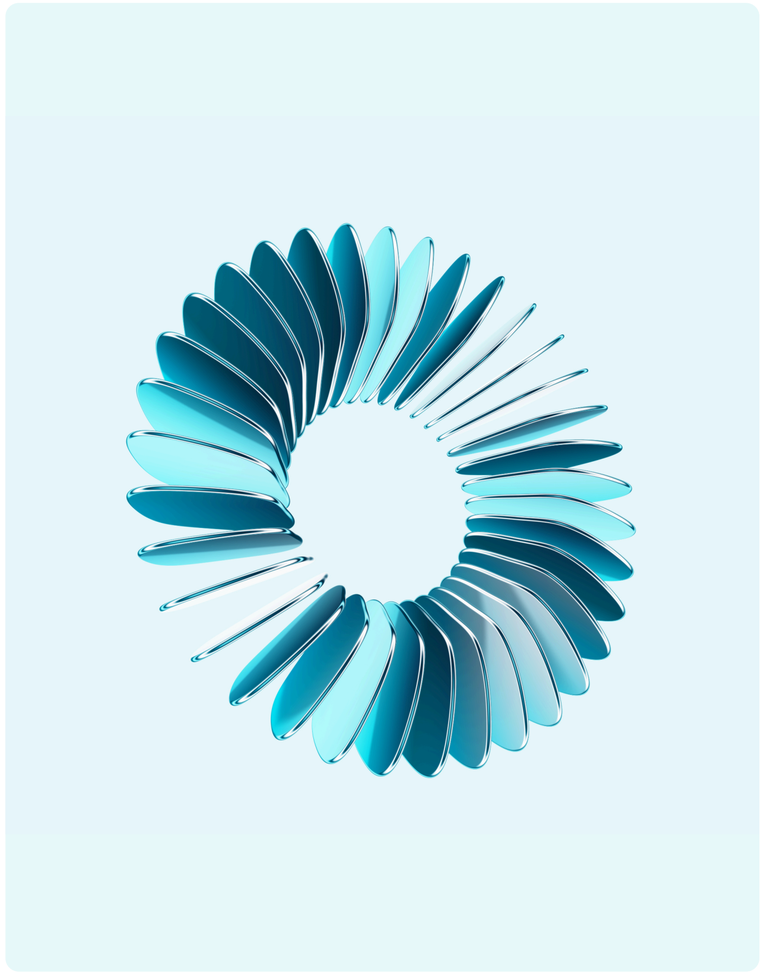
03


01


Elementos gráficos
Câmeras

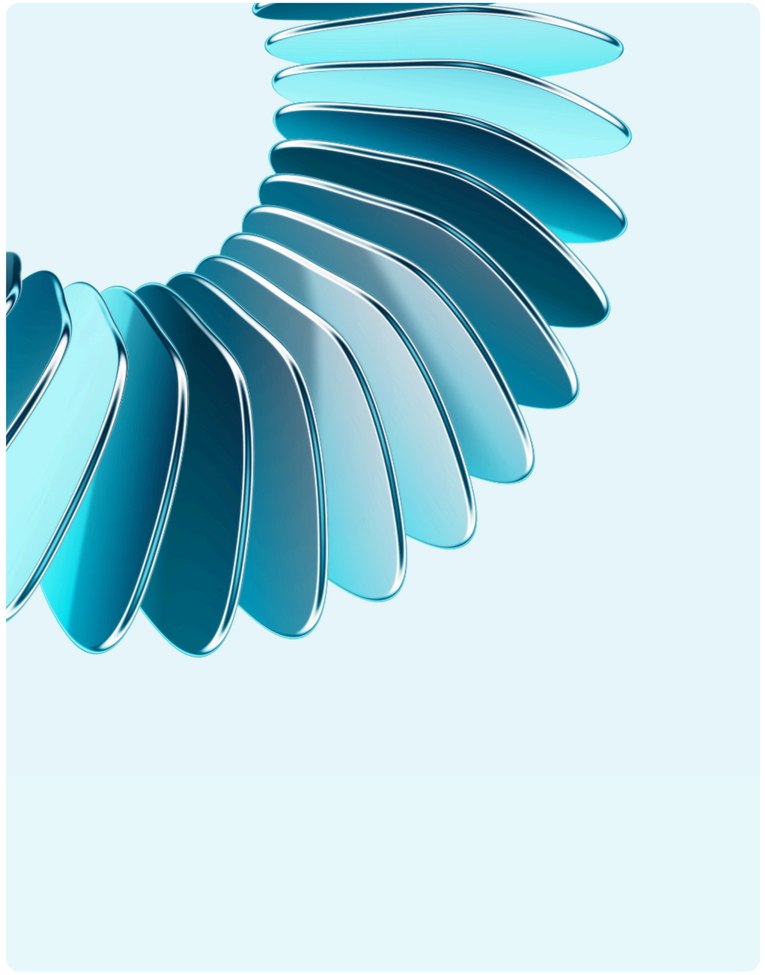
Os tipos 01 e 03, Hélices e Orbitais, podem ser aplicados de forma maximalista e em grandes proporções da composição.

ZOOM OUT



Uso isolado, ”flutuando” na composição.

ZOOM IN



Uso como recorte em grande proporção, expandindo os limites da peça.

EXEMPLO DE USO

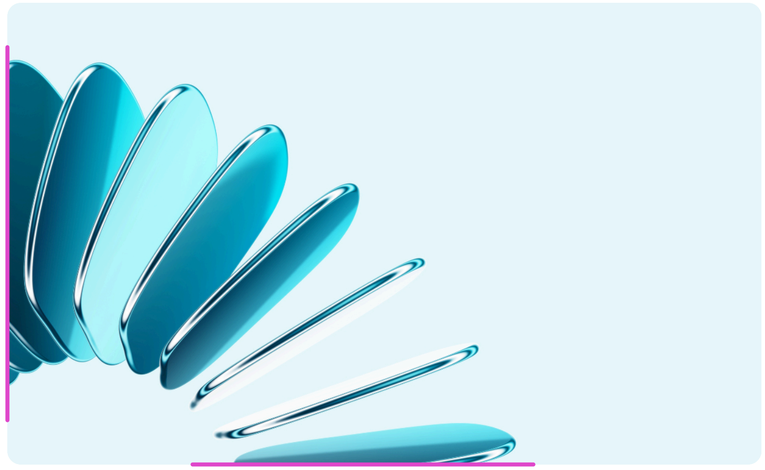




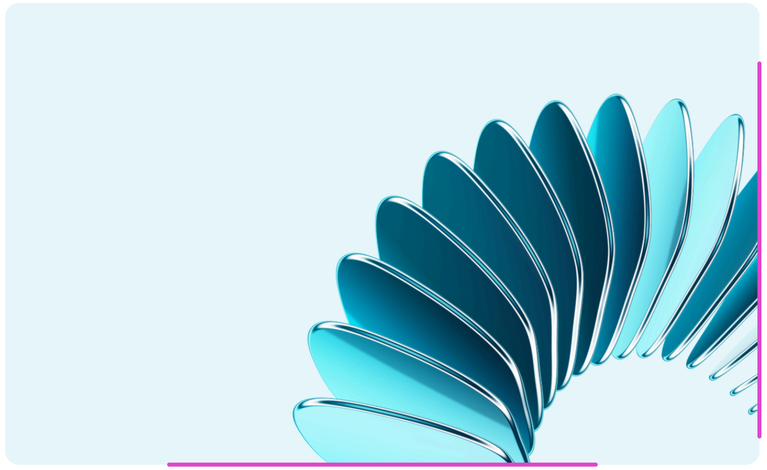
Elementos gráficos
Orientação e alinhamentos

Ao aplicá-los em larga proporção na comunicação, os elementos podem “sangrar” os limites da peça. Isso ajuda a criar recortes com maior presença e potência, além de abrir caminho para o conteúdo ter uma área definida.

EXEMPLO DE USO







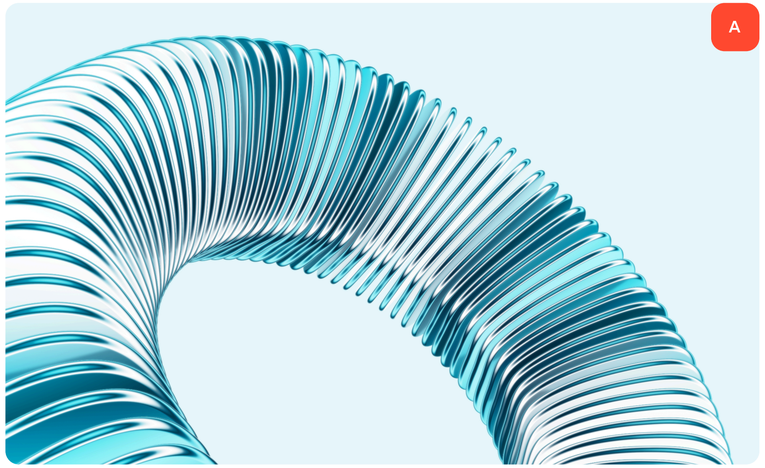


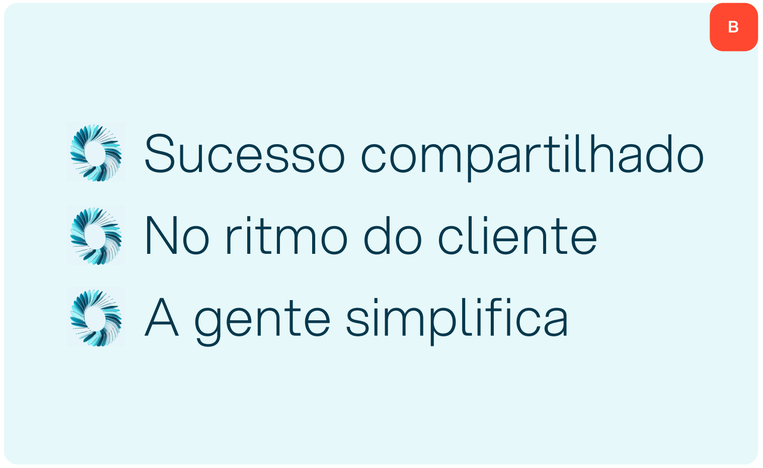
EXEMPLO DE USO

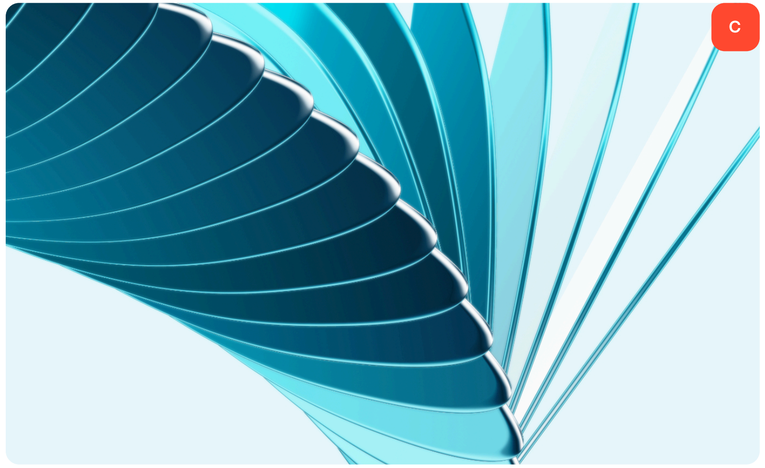


Elementos gráficos
Cuidados adicionais

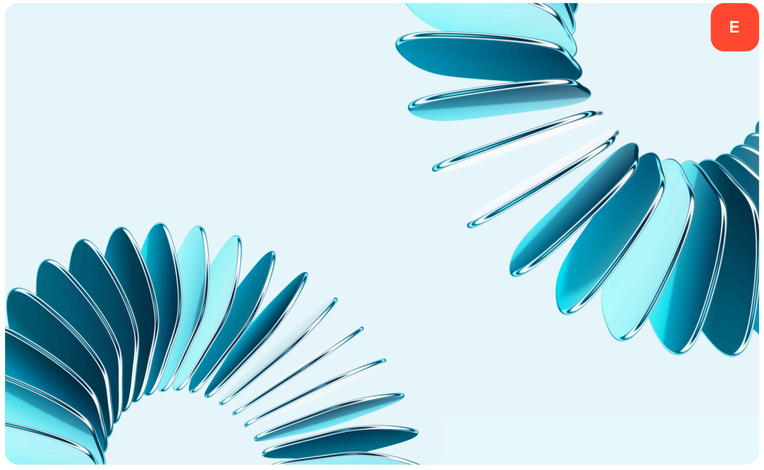
A: Não altere número de pétalas, gerando sensação de complexidade
B: Não use como decoração genérica (Ex.: Bullets)
C: Não gere perspectivas complexas ou ruidosas
D: Não use cores secundárias ou fora da paleta
E: Não use mais do que um elemento por peça
F: Não sobreponha textos com os elementos, comprometendo a legibilidade













Estilo fotográfico
Abertura

→

Como o ar, conforto e confiança a gente sente.

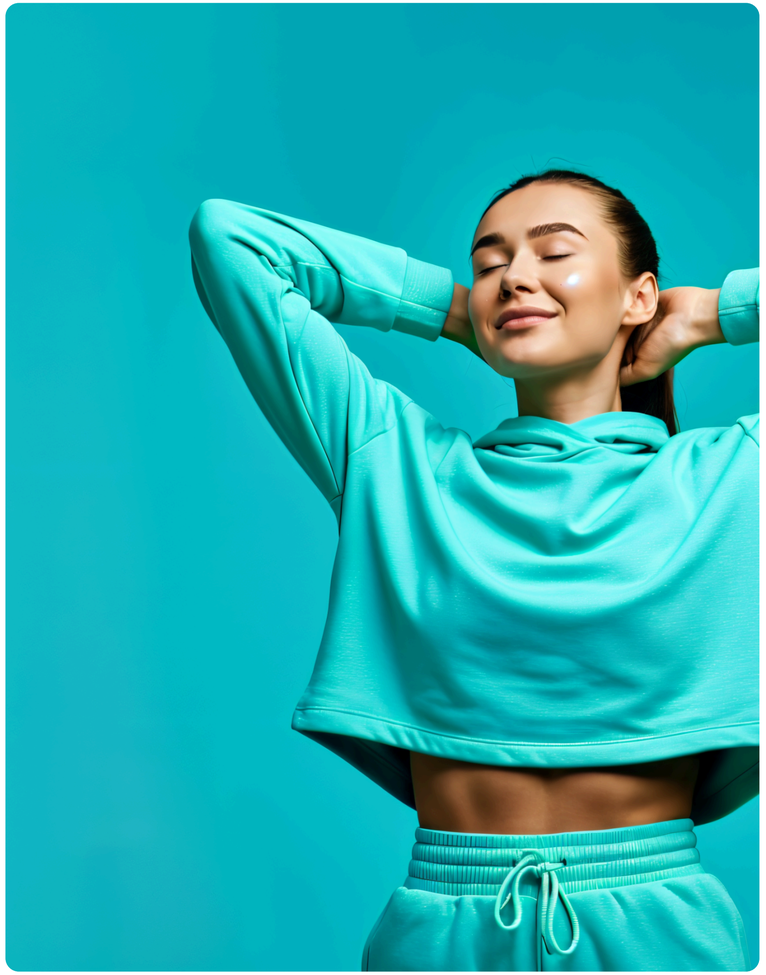
Mais que falar, é mostrar.
Construímos um universo imagético que explora da sensação à aplicação, com foco e limpeza visual.



Estilo fotográfico
Verticais

Criam amplitude para identidade, indo do lifestyle que transmite atributos aspiracionais da marca, até o técnico pelo qual tangibilizamos nossa atuação e soluções. Descubra abaixo:

01 / LIFESTYLE



Incidência de uso na comunicação: 40%

02 / PRODUTO AMBIENTADO



40%

03 / PRODUTO ISOLADO



20%

Estilo fotográfico

01 / Lifestyle

Permeia a sensação do ar, frescor, a tranquilidade de vivenciar um sistema de climatização que funciona. Com os fundos lisos e azul-turquesa, garantimos a nossa presença e identificação de marca.



OBJETIVO

Comunicar a experiência emocional e sensorial proporcionada pela climatização inteligente, usando dos modelos para tangibilizar os diferentes contextos de aplicação.

CARACTERÍSTICAS ESTÉTICAS

- Fundo liso, em tons de azul-turquesa da paleta da marca
- Iluminação frontal difusa, suave e fria
- Expressão facial de tranquilidade, relaxamento ou alívio
- Modelos e vestimentas que representem os diferentes segmentos que a Vulp pode ajudar, como: Academias, escolas e universidades, escritórios, hospitais e clínicas, entre outros
- Roupas em tons coordenados: Monocromáticos ou complementares ao fundo

BOAS PRÁTICAS E INDICAÇÃO DE USO

- Campanhas de awareness e institucionais, direcionadas para gestores de empresas
- Evitar fundos com textura, sombras duras ou múltiplas fontes de luz
- Evitar emoções neutras, poses estáticas ou excesso de acessórios

As imagens acima são ilustrativas. Para maior controle na escolha de modelos e dress code, é indicado a produção das imagens via shooting e pós-produção.

Estilo fotográfico
02 / Produto ambientado

Traz o contexto e ambientação para as soluções, sem estar atrelado à marcas específicas ou modelos de aparelhos. Em complemento às sensações despertadas com o direcional Lifestyle, com essa vertical tangibilizamos nosso segmento de atuação.



OBJETIVO

Mostrar os sistemas de climatização instalados e operando em contexto real, reforçando aplicabilidade e modernidade.

CARACTERÍSTICAS ESTÉTICAS

- Ambientes iluminados por luz natural difusa ou luz fria artificial, reforçando sensação de frescor
- Arquitetura corporativa, hospitalar, educacional ou comercial, que traga contexto do ambiente
- Perspectiva ampla e ângulo levemente inclinado (hero angle)
- Profundidade de campo sutil: foco no produto, com ambiente levemente desfocado ao fundo

BOAS PRÁTICAS E INDICAÇÃO DE USO

- Materiais de aplicação técnica e tangibilização das soluções
- Pode incluir pessoas de forma secundária (trabalhadores, clientes, público de passagem), sempre de forma desfocada: o foco é o equipamento
- Evitar cenas ruidosas ou com poluição visual
- Evitar ambientes escuros ou iluminação quente

As imagens acima são ilustrativas. Para maior fidelidade de modelos ou ambientes, é indicado a produção das imagens via shooting.

Estilo fotográfico

02 / Produto ambientado

OUTROS EXEMPLOS



As imagens acima são ilustrativas. Para maior fidelidade de modelos ou ambientes, é indicado a produção das imagens via shooting.

Estilo fotográfico
03 / Produto isolado

Inspirado em códigos visuais de tecnologia e produto, explora um mix entre das verticais 01 e 02 ao dar foco para os aparelhos, evitando o excesso de ruído visual de diferentes ambientes.



OBJETIVO

Destacar os sistemas de climatização de forma elegante, sem dar ênfase à determinada marca ou modelo de aparelho.

CARACTERÍSTICAS ESTÉTICAS

- Fundos lisos: preto, azul escuro ou gradiente azul escuro
- Iluminação lateral e de recorte, com brilho controlado para realçar textura metálica
- Perspectiva técnica (ângulo de 30° ou ¾)
- Produtos centralizados e isolados, sem interferência de outros objetos ou fundo

BOAS PRÁTICAS E INDICAÇÃO DE USO

- Ideal para uso em fichas técnicas, catálogos e/ou apresentações comerciais
- Evitar reflexos excessivos ou recortes que gerem excesso de ruído visual

As imagens acima são ilustrativas. Para maior fidelidade e controle a partir de modelos existentes, é indicado a produção das imagens via renders 3D.

Estilo fotográfico
Recomendações finais

CORES

Manter fidelidade à paleta da marca: azul-turquesa, azul-claro e neutros

COERÊNCIA

Evitar mistura de estilos em uma mesma composição

LUZ E CONTRASTE

Luz difusa azulada ou clara, sem contraluz agressivo ou sombras duras

PÓS-PRODUÇÃO

Tratamento leve, sem filtros exagerados ou HDR artificial

FORMATO E CORTE

Preferência por retrato ou widescreen com margem de respiro

INCLUSÃO

Representar diversidade brasileira e de perfis etários, étnicos e profissionais

CONTEXTO

Modelos e profissionais adultos que representem seus ambientes de trabalho e setores estratégicos para a marca.



Recursos adicionais
Abertura

Expandimos nosso universo visual para garantir uma comunicação sempre clara e consistente, através de dois recursos táticos:

01 / Efeito Frost Glass

02 / Grid modular



Frost Glass
Passo a passo

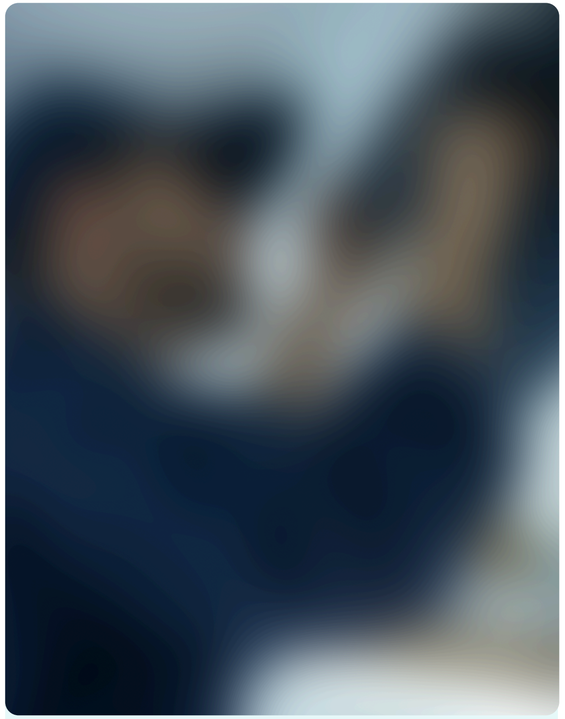
Criam um efeito de vidro, adicionando a sensação de transparência e limpeza para comunicação. É um ótimo recurso para composições com conteúdo, gerando uma base neutra para garantir a legibilidade. Siga o passo a passo abaixo:

DICA
Veja outras variações desse efeito no capítulo:
04 Aplicações e exemplos

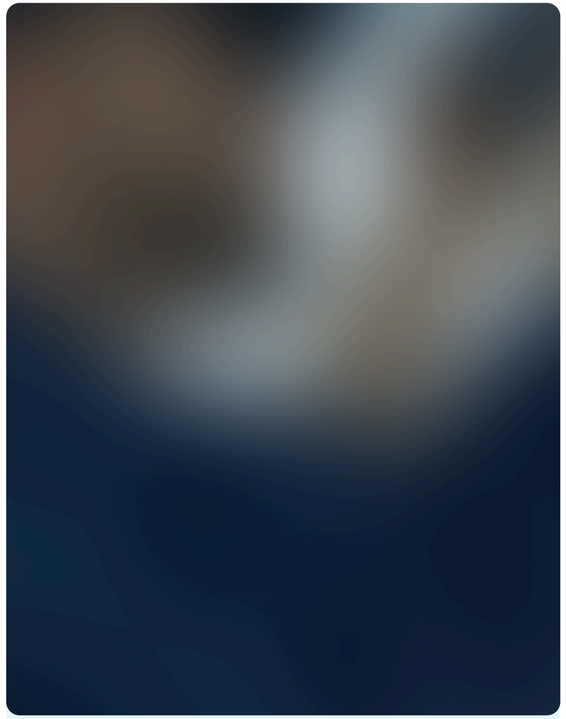
EXEMPLO DE USO



PASSO 01
Duplique a imagem original e abra o arquivo no Adobe Photoshop.



PASSO 02
Aplique a sequência de efeitos:
Filter → Blur → Gaussian Blur:
Radius: 60-70px*



PASSO 03
Redimensione a imagem, de preferência aumentando suas proporções, para tornar as massas de cor ainda mais uniformes.

EXEMPLO DE USO



Aplique a imagem nos módulos gerados pelo grid que veremos nas próximas páginas.

*O Radius pode ser adaptado de acordo com resolução da imagem; Imagem exemplo com: 2464 x 1856 px

Frost Glass
Combinação de imagens

Ao alternar as imagens originais e com efeito, podemos ter resultados diferentes e interessantes de acordo com suas tonalidade de cores.

DICA
O efeito frost aplicado nos elementos gráficos criam massas de azuis com muito frescor e presença das tonalidades da identidade.

CONTINUADO: EFEITO FROST USA A MESMA IMAGEM APLICADA

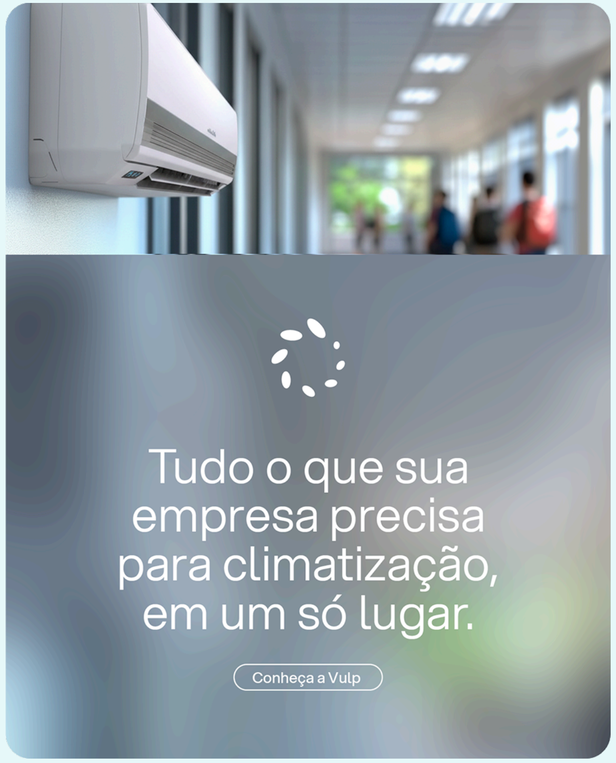


IMAGEM UTILIZADA PARA EFEITO



USO IDEAL

Dão coesão total entre fundo e contexto fotográfico, como uma continuidade da paleta de cores da imagem

VANTAGENS

- Maior neutralidade
- Visual homogêneo
- Alto grau de integração cromática com imagem

ALTERNADA: EFEITO FROST USA UMA IMAGEM DIFERENTE DA APLICADA

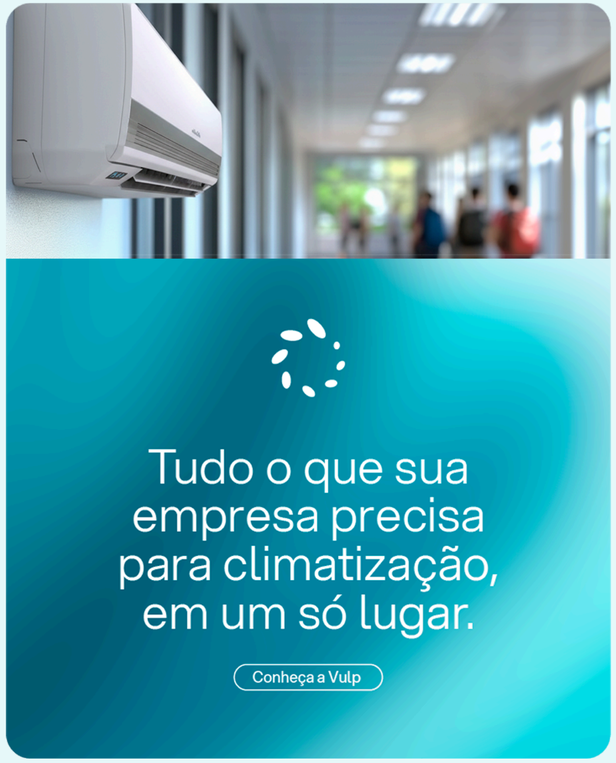


IMAGEM UTILIZADA PARA EFEITO



USO IDEAL

Quando a imagem ou conteúdo precisa de mais contraste visual para garantir a legibilidade.

VANTAGENS

- Destaca elementos sem conflitar com a fotografia
- Cria efeitos visuais mais sensoriais

Frost Glass
Combinação de imagens

OBSERVAÇÃO
Apesar dos elementos gráficos serem base para o efeito, seu uso em combinado cria duas texturas simultâneas (polida e esfumaçada) que devemos evitar.

EXEMPLO COM USO CONTINUADO



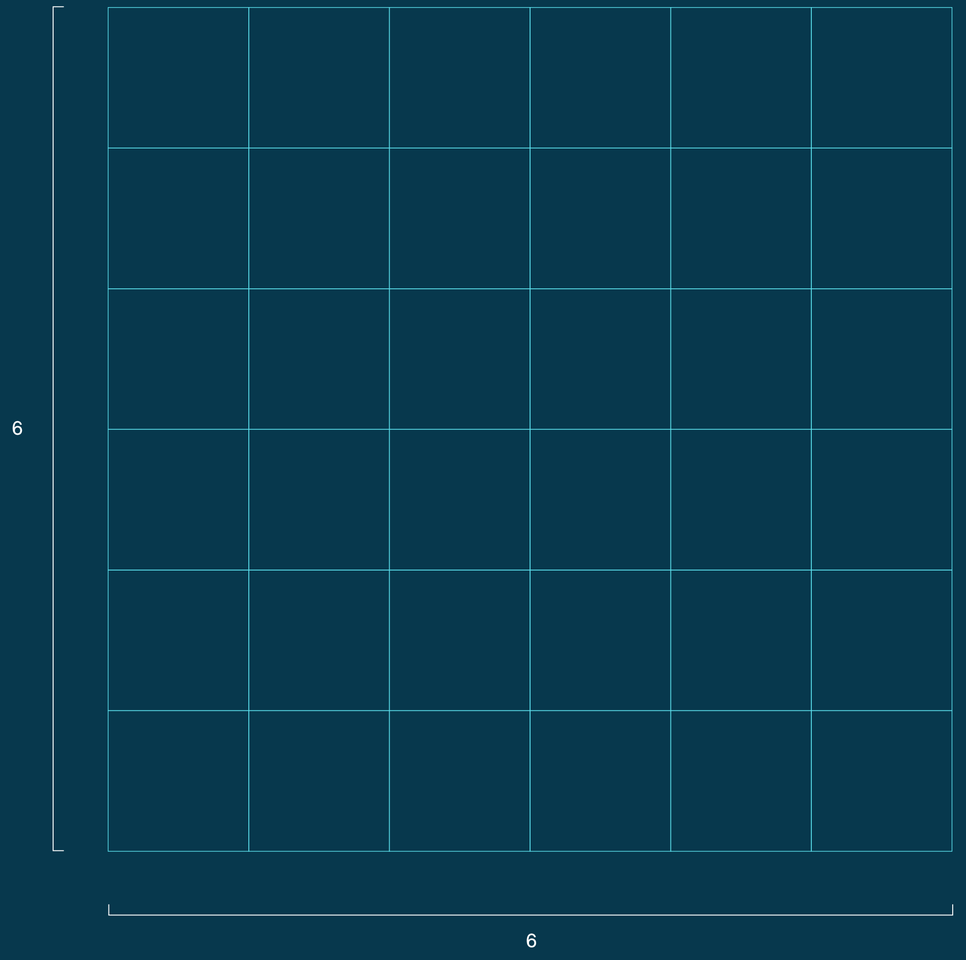
EXEMPLO COM USO ALTERNADO



USO PROIBIDO: USO SIMULTÂNEO DO ELEMENTO JUNTO AO EFEITO FROST



Grid modular
Apresentação

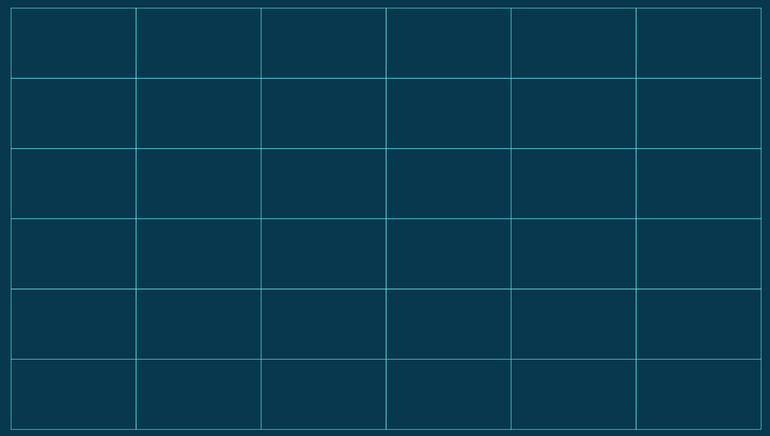


→
Cria módulos claros e versáteis
para aplicação de imagens
e efeito frost glass.

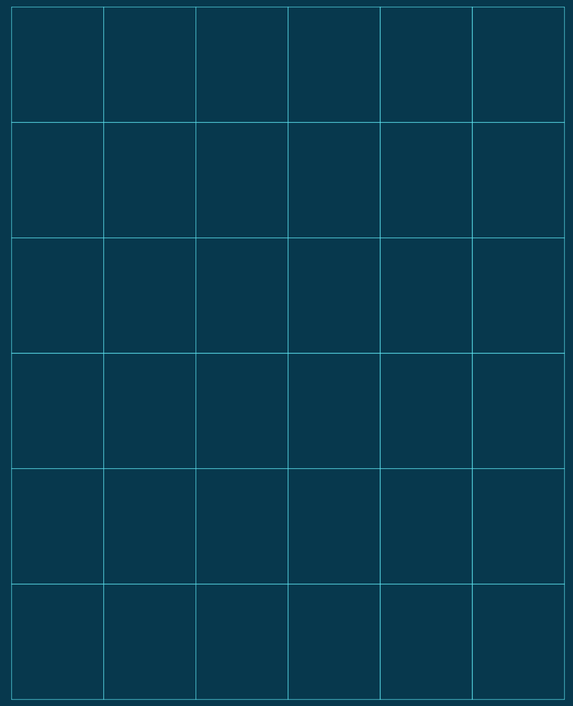
Grid modular
Flexibilidade

→

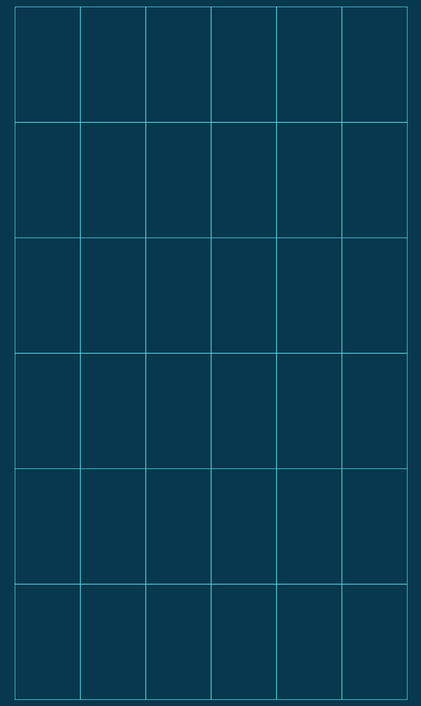
Pode se adaptar à diferentes proporções de arte, é só redimensionar!



WIDE
1920x1080 px



POST
1080x1350 px



STORIES
1080x1920 px

Grid modular
Aplicação

Com a ajuda dos módulos, podemos elencar diferentes níveis de destaque para a imagem ou texto, criando diferentes dinâmicas sempre com consistência.

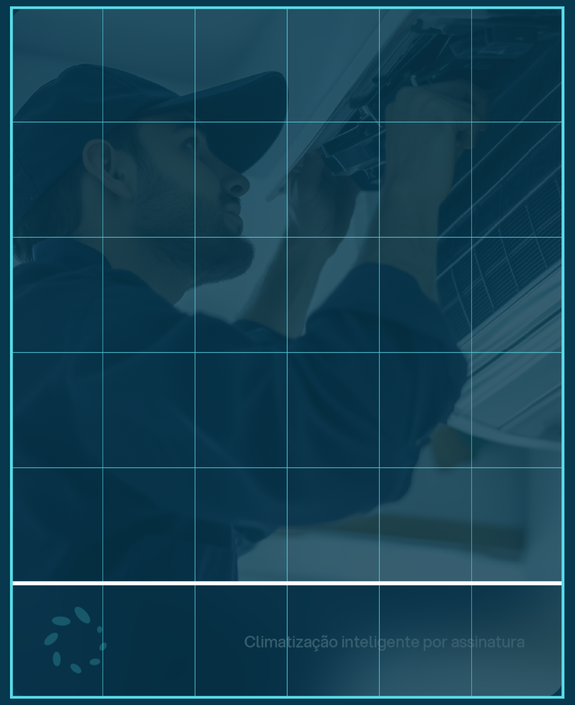


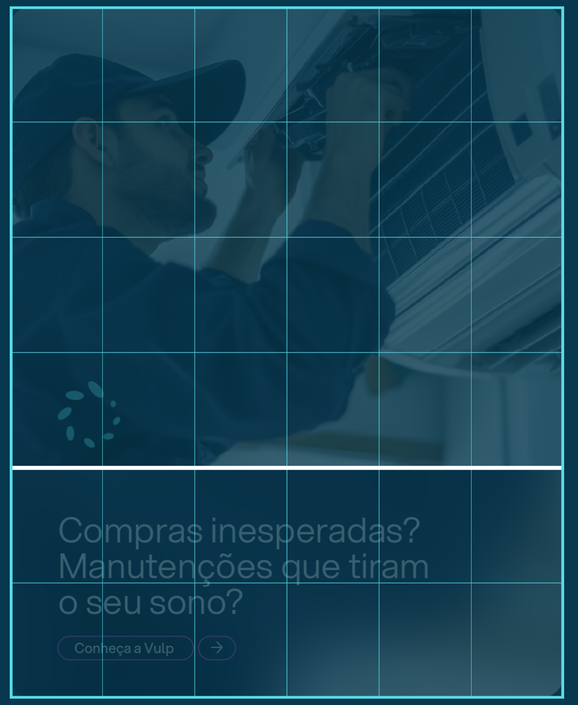


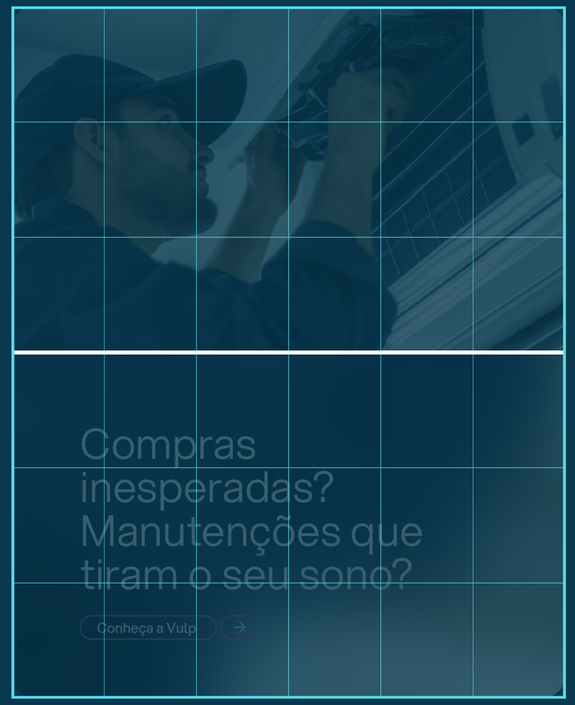


Grid modular
Aplicação

Com a ajuda dos módulos, podemos elencar diferentes níveis de destaque para a imagem ou texto, criando diferentes dinâmicas sempre com consistência.







Grid modular
Exemplos

→

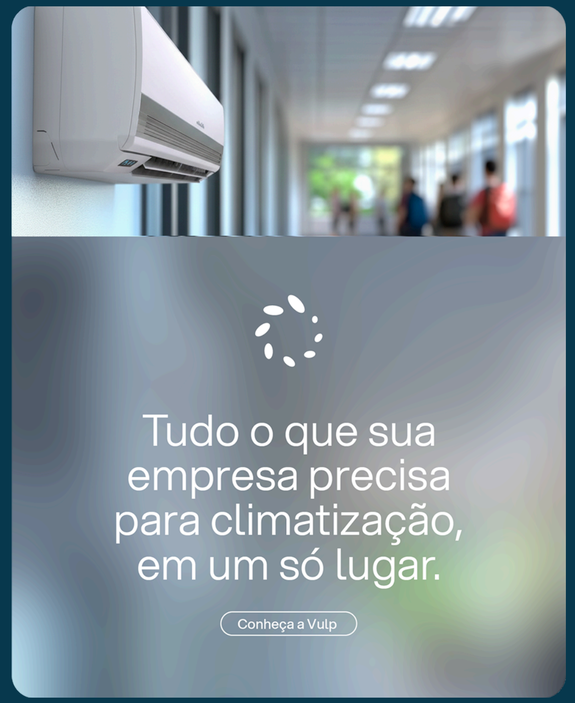
De acordo com a intenção da peça, composições verticais também podem ser criadas.



No exemplo acima, temos:
- Área da imagem na proporção 6x3
- Área do texto na proporção 6x3
- Efeito frost glass em composição continuada (mesma imagem)



No exemplo acima, temos:
- Área da imagem na proporção 4x6
- Área do texto na proporção 2x6
- Efeito frost glass em composição alternada



No exemplo acima, temos:
- Área da imagem na proporção 6x2
- Área do texto na proporção 6x4
- Efeito frost glass em composição continuada



04
Exemplos e aplicações


VULP AIR

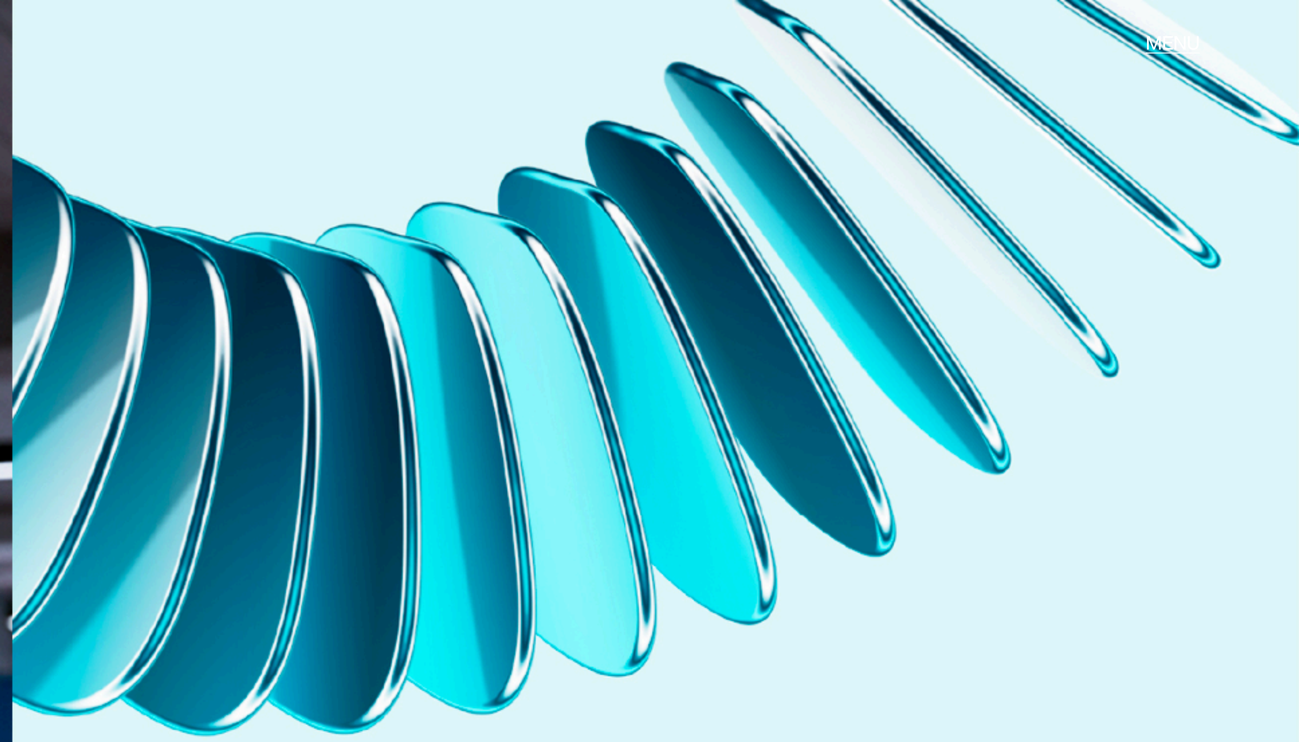

VULP AIR


VULP AIR
Seu negócio voa
Sua climatização
também deveria.
Conheça a Vulp
Climatização inteligente por assinatura.


APRESENTAÇÃO
COMERCIAL
MARÇO 2025
VULP AIR
Climatização
no ritmo do seu
negócio e do futuro.


VULP AIR
Climatização
não precisa
ser complicada
– e nem deveria.
Conheça a Vulp
VULP
AIR





Conheça a Vulp →

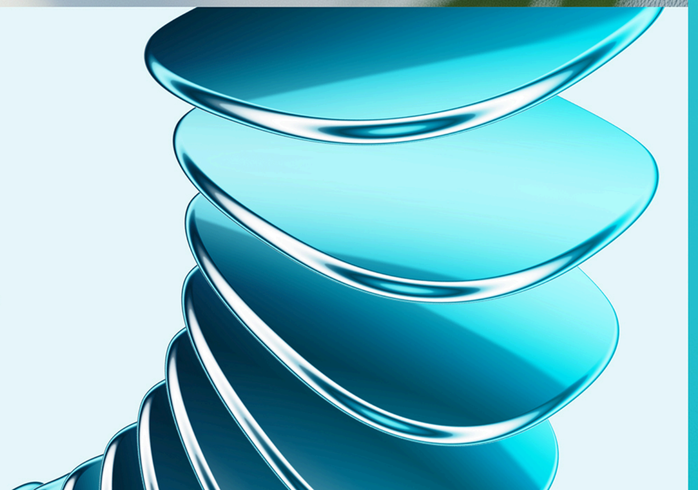
Tudo o que sua empresa precisa para climatização, em um só lugar.

VULP AIR



Com Vulp,
a conta é simples.

vulpair.com.br



VULP AIR



Seu negócio
já tem desafios
o suficiente.

Climatização não
deveria ser um deles.

vulpair.com.br

Vulp Air



Vulp Air

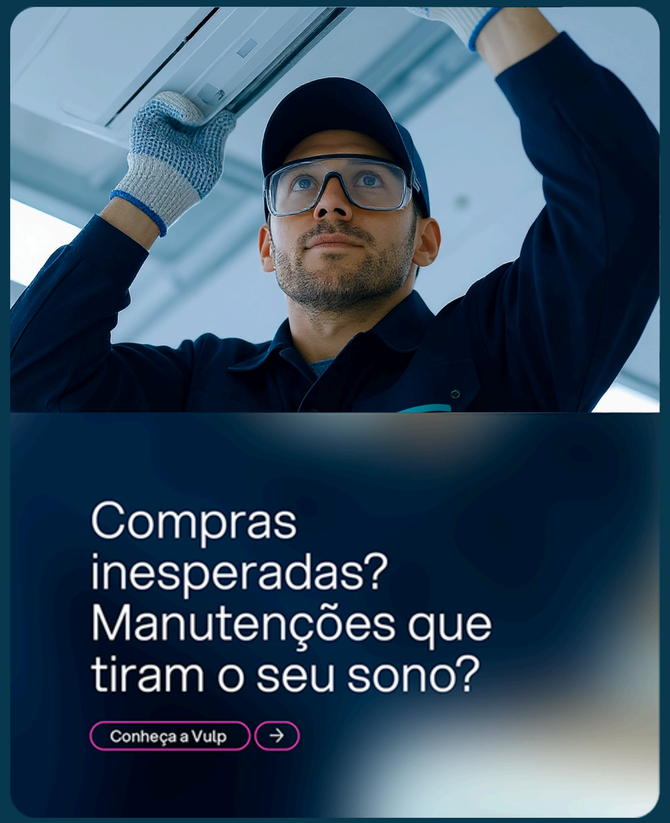


Vulp Air

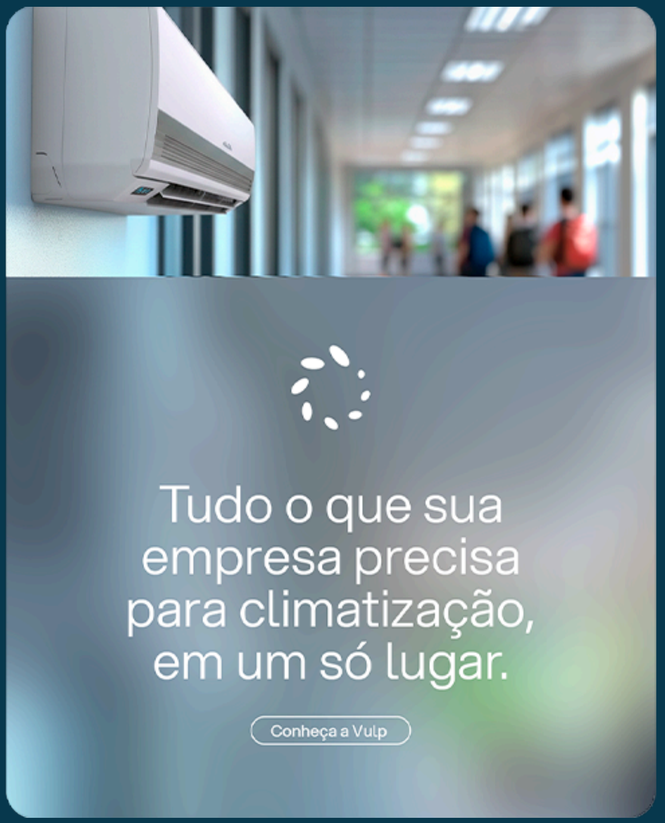



VULP AIR
Sobre
Soluções
Atendimento
Blog
Fale com um gerente
Finalmente, climatização inteligente.
Conheça a Vulp
Oferecemos soluções personalizadas de conforto térmico, do projeto à manutenção, com planos flexíveis para mais eficiência e previsibilidade da sua operação, sem dor de cabeça.


VULP AIR
Sobre
Soluções
Atendimento
Blog
Fale com um gerente
A gente cuida do ar, você cuida do resto.
NO RITMO DO CLIENTE
Atendimento ágil, presença nacional e parceria de verdade.
A GENTE SIMPLIFICA
Cuidamos de tudo, do projeto à manutenção.
CONHECIMENTO QUE FAZ DIFERENÇA
50 anos de experiência. E a gente segue aprendendo.
SUCESSO COMPARTILHADO
O seu desafio também é o nosso — e isso não é discurso é atitude.
Conheça nossas soluções


Compras inesperadas? Manutenções que tiram o seu sono?
Conheça a Vulp


VULP
AIR
Climatização inteligente por assinatura


Tudo o que sua empresa precisa para climatização, em um só lugar.
Conheça a Vulp

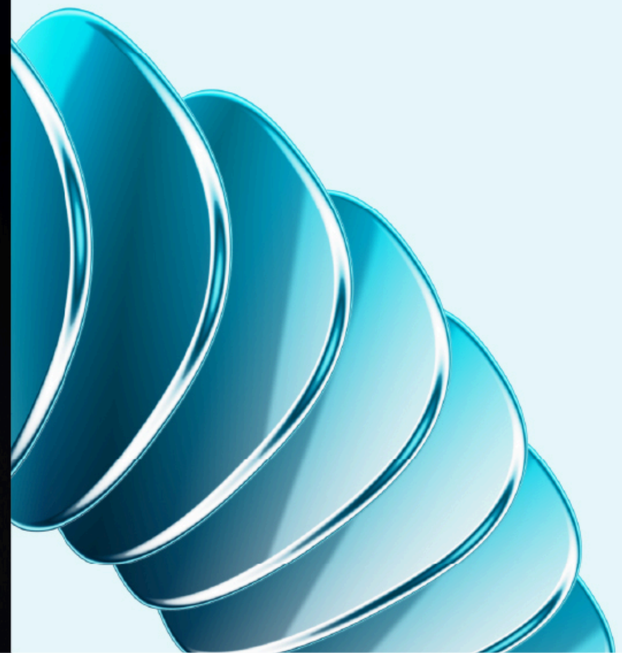
VULP AIR



Seu foco é o seu negócio.
O nosso é manter o clima perfeito pra ele.

vulpair.com.br







VULP AIR

MAIO • 2025

Naming, estratégia,
identidade verbal e visual
criados por Marcas com Sal.

Todo o conteúdo deste documento é
confidencial. As imagens utilizadas são
ilustrativas e protegidas por direito autoral.

