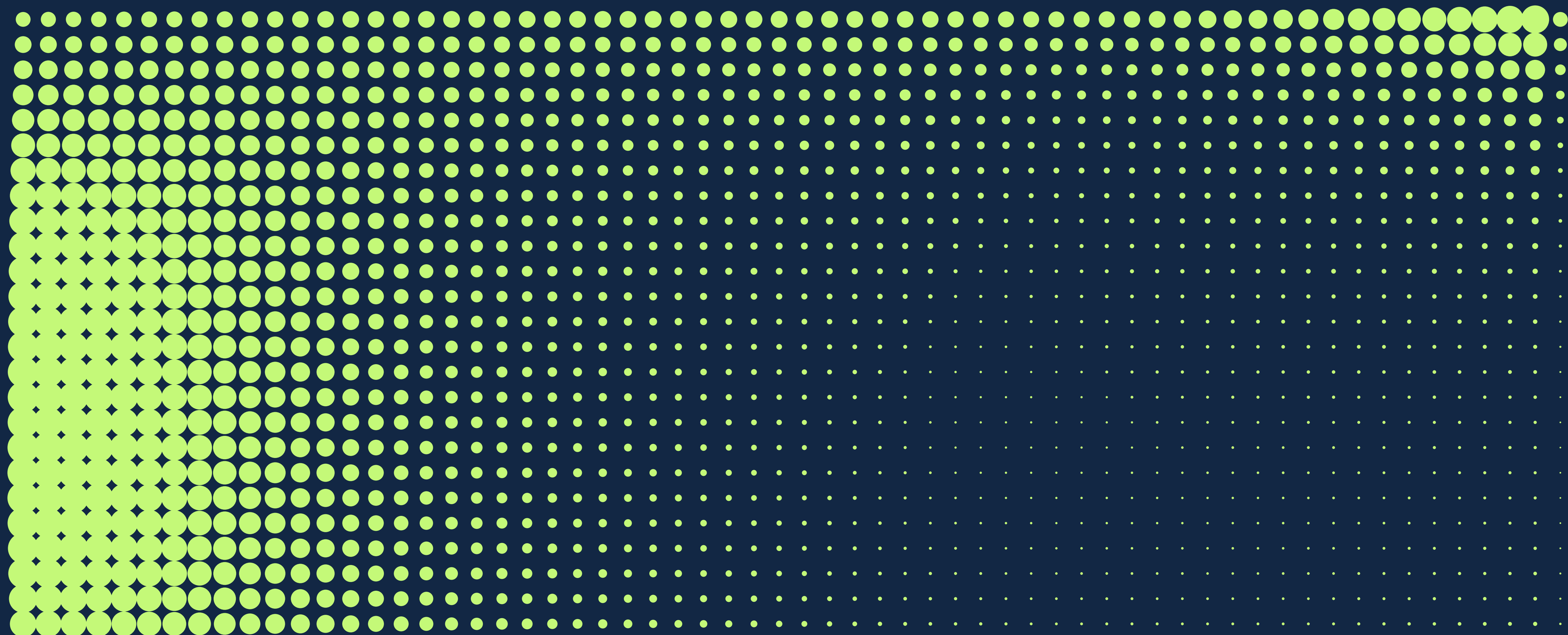


Manual de marca



Neste guia, você vai encontrar as principais diretrizes estratégicas verbais e visuais da Traive.

Este material é uma fonte de consulta e inspiração para soluções de comunicação e expressão da nossa marca, garantindo sua consistência e integridade.

Em caso de dúvidas, entre em contato com a área de Marketing da Traive pelo email:

marketing@traive.com.br

Este documento é navegável.

Clique sobre os itens para acessar o conteúdo e no símbolo da Traive, no topo da página, para retornar ao índice.



Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Índice

Manifesto

Propósito

Valores

Público

Benefícios

Atributos

Brand Idea

Posicionamento

Plataforma

Tom de Voz

Exemplos

Vocabulário

Narrativa

Logo

Cores

Grafismo

Grid

Tipografia

Ícones

Fotos

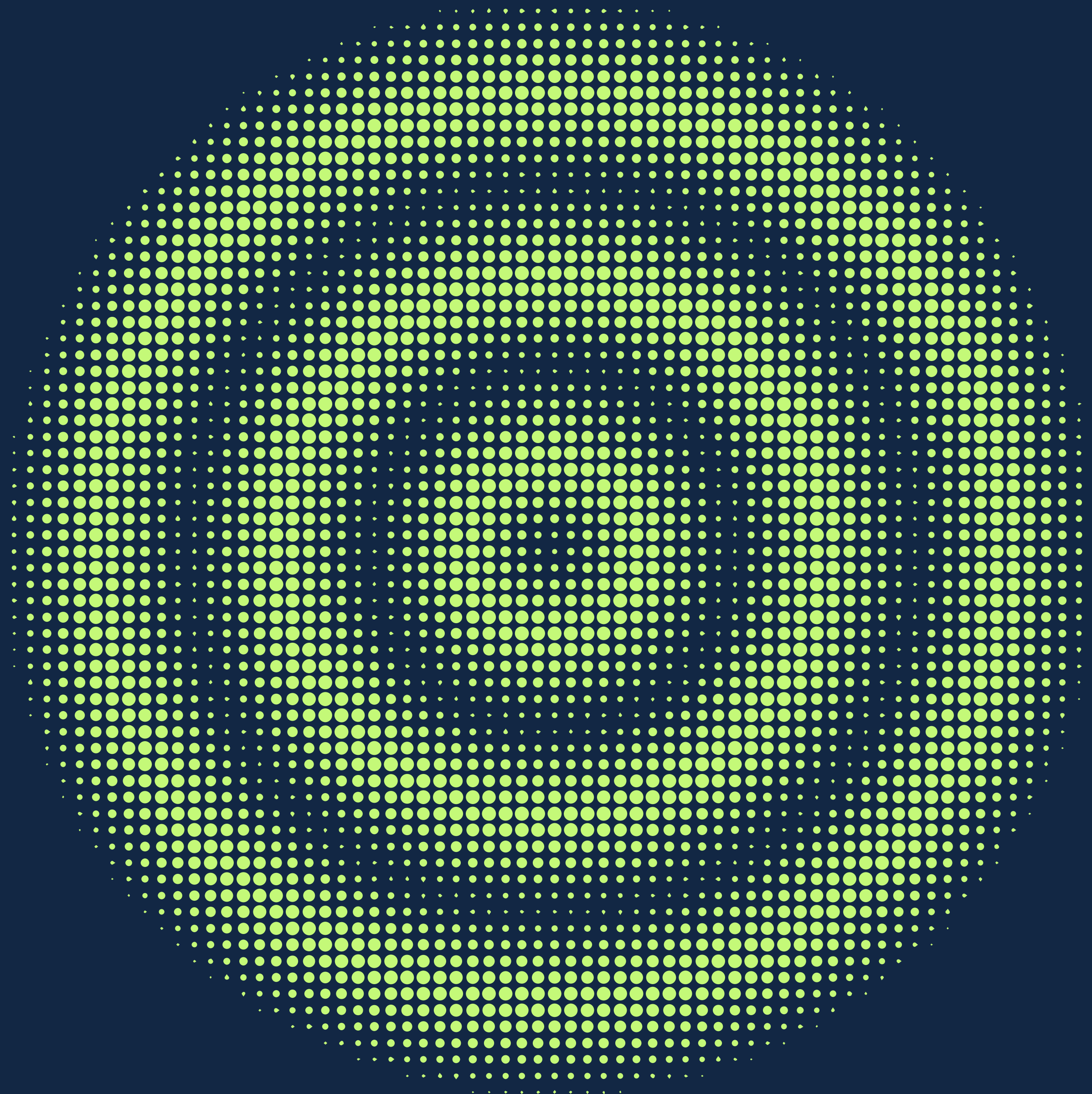
Papelaria

Digital

Diversos

2.0

Identidade
verbal



2.1 Tom de Voz

Racionalmente empático

Nosso tom de voz é:

Unicamente expert

2.1 Tom de Voz

Na prática:

Racionalmente empático

Para falar de um jeito pessoal e próximo e, ao mesmo tempo, objetivo e embasado, nós:

- interagimos com o leitor e nos colocamos como parte de uma discussão significativa e relevante;
- vamos direto ao ponto, mas não deixamos de fornecer informações adicionais e dados contextualizados (não nos limitamos a mostrar os números – explicamos por que são importantes);
- esclarecemos dúvidas sobre determinados temas, principalmente em relação à IA;
- valorizamos o papel do nosso público à luz da relevância global do segmento;
- utilizamos expressões e temas locais para demonstrar nossa proximidade do campo.

2.2 Exemplos

Racionalmente empático

Para falar de um jeito pessoal e próximo e, ao mesmo tempo, objetivo e embasado, nós:

- interagimos com o leitor e nos colocamos como parte de uma discussão significativa e relevante;
- vamos direto ao ponto, mas não deixamos de fornecer informações adicionais e dados contextualizados (não nos limitamos a mostrar os números – explicamos por que são importantes);
- esclarecemos dúvidas sobre determinados temas, principalmente em relação à IA;
- valorizamos o papel do nosso público à luz da relevância global do segmento;
- utilizamos expressões e temas locais para demonstrar nossa proximidade do campo.

Exemplos:

Pronto para ir além?
Vem com a gente!

(ISC members + Finance)

Pode ter certeza: nós vamos
transformar seu processo de crédito
de vez! Veja como...

(ISC Members)

Nós entendemos: você quer
reduzir as incertezas para investir
no agronegócio. Pois existe um
caminho!

(Finance)

2.2 Exemplos

Racionalmente empático

Para falar de um jeito pessoal e próximo e, ao mesmo tempo, objetivo e embasado, nós:

- interagimos com o leitor e nos colocamos como parte de uma discussão significativa e relevante;
- vamos direto ao ponto, mas não deixamos de fornecer informações adicionais e dados contextualizados (não nos limitamos a mostrar os números – explicamos por que são importantes);
- esclarecemos dúvidas sobre determinados temas, principalmente em relação à IA;
- valorizamos o papel do nosso público à luz da relevância global do segmento;
- utilizamos expressões e temas locais para demonstrar nossa proximidade do campo.

Exemplos:

Para as melhores decisões de crédito, a inteligência artificial da Traive tem capacidade de interpretar mais de 2.500 variáveis – e prontamente entregar scores confiáveis das propriedades rurais da sua região.

(ISC Members)

Nós tornamos a análise de riscos mais rápida e eficiente a partir de 6 bases de score que captam as variáveis mais relevantes do agronegócio.

(Finance)

2.2 Exemplos

Racionalmente empático

Para falar de um jeito pessoal e próximo e, ao mesmo tempo, objetivo e embasado, nós:

- interagimos com o leitor e nos colocamos como parte de uma discussão significativa e relevante;
- vamos direto ao ponto, mas não deixamos de fornecer informações adicionais e dados contextualizados (não nos limitamos a mostrar os números – explicamos por que são importantes);
- esclarecemos dúvidas sobre determinados temas, principalmente em relação à IA;
- valorizamos o papel do nosso público à luz da relevância global do segmento;
- utilizamos expressões e temas locais para demonstrar nossa proximidade do campo.

Exemplos:

Vamos falar sobre os ganhos reais de transformar IA numa aliada dos seus processos de crédito.

(ISC Members)

Como os avanços da tecnologia estão nos ajudando a diminuir a distância entre o agronegócio e o mercado financeiro.

(Finance)

2.2 Exemplos

Racionalmente empático

Para falar de um jeito pessoal e próximo e, ao mesmo tempo, objetivo e embasado, nós:

- interagimos com o leitor e nos colocamos como parte de uma discussão significativa e relevante;
- vamos direto ao ponto, mas não deixamos de fornecer informações adicionais e dados contextualizados (não nos limitamos a mostrar os números – explicamos por que são importantes);
- esclarecemos dúvidas sobre determinados temas, principalmente em relação à IA;
- **valorizamos o papel do nosso público à luz da relevância global do segmento;**
- utilizamos expressões e temas locais para demonstrar nossa proximidade do campo.

Exemplos:

Nós impulsionamos parcerias prósperas entre os players mais importantes de cada setor.

(ISC Members + Finance)

Todos os passos para a sustentabilidade levam ao agro: o que esperar do caminho que estamos trilhando.

(ISC Members + Finance)

2.2 Exemplos

Racionalmente empático

Para falar de um jeito pessoal e próximo e, ao mesmo tempo, objetivo e embasado, nós:

- interagimos com o leitor e nos colocamos como parte de uma discussão significativa e relevante;
- vamos direto ao ponto, mas não deixamos de fornecer informações adicionais e dados contextualizados (não nos limitamos a mostrar os números – explicamos por que são importantes);
- esclarecemos dúvidas sobre determinados temas, principalmente em relação à IA;
- valorizamos o papel do nosso público à luz da relevância global do segmento;
- **utilizamos expressões e temas locais para demonstrar nossa proximidade do campo.**

Exemplos:

Veja como as baixas temperaturas podem impactar as safras de arroz e trigo - e como análises baseadas em dados precisos podem transformar suas dúvidas em certeza!

Mexerica, bergamota, mimosa. Dados de propriedades rurais de Norte a Sul para decisões de crédito mais precisas.

(ISC Members)

** Essa diretriz pode ser mais relevante quando falamos com membros da cadeia de suprimentos.*

IMPORTANTE: CUIDADO PARA NÃO UTILIZAR GÍRIAS E EXPRESSÕES CARICATAS DE CADA REGIÃO, MAS SIM DEMONSTRAR QUE A TRAIVE ENTENDE AS PARTICULARIDADES DE CADA REGIÃO DO BRASIL.

2.2 Exemplos

Na prática:

Unicamente expert

Para demonstrar nosso foco e experiência no universo agrícola e financeiro, nós:

- incorporamos expressões e termos dos segmentos, ao mesmo tempo em que garantimos que o conteúdo seja claro e compreensível;
- explicamos expressões que podem não ser conhecidas para um público específico;
- combinamos palavras de ambos os segmentos em metáforas inspiradas;
- incluímos observações inteligentes e perspicazes para reinventar termos-padrão.

2.2 Exemplos

Unicamente expert

Para demonstrar nosso foco e experiência no universo agrícola e financeiro, nós:

- incorporamos expressões e termos dos segmentos, ao mesmo tempo em que garantimos que o conteúdo seja claro e compreensível;
- explicamos expressões que podem não ser conhecidas para um público específico;
- combinamos palavras de ambos os segmentos em metáforas inspiradas;
- incluímos observações inteligentes e perspicazes para reinventar termos-padrão.

Exemplos:

Com uma integração bidirecional, a inteligência artificial da Traive também pode cruzar dados com o ERP para gerar relatórios abrangentes e consolidados.

(Finance)

** Essa diretriz pode ser mais relevante quando falamos com membros do mercado financeiro, considerando a familiaridade do público com certos conceitos financeiros e suas definições.*

2.2 Exemplos

Unicamente expert

Para demonstrar nosso foco e experiência no universo agrícola e financeiro, nós:

- incorporamos expressões e termos dos segmentos, ao mesmo tempo em que garantimos que o conteúdo seja claro e compreensível;
- explicamos expressões que podem não ser conhecidas para um público específico;
- combinamos palavras de ambos os segmentos em metáforas inspiradas;
- incluímos observações inteligentes e perspicazes para reinventar termos-padrão.

Exemplos:

A governança de crédito digital – recurso que aprova ou recusa solicitações automaticamente, de acordo com sua política de crédito – é um dos pilares para decisões mais ágeis e assertivas.

(ISC Members)

** Essa diretriz pode ser mais relevante quando falamos com membros da cadeia de suprimentos do agro, considerando que o público pode não estar uniformemente familiarizado com certos aspectos das plataformas financeiras e/ou digitais.*

2.2 Exemplos

Unicamente expert

Para demonstrar nosso foco e experiência no universo agrícola e financeiro, nós:

- incorporamos expressões e termos dos segmentos, ao mesmo tempo em que garantimos que o conteúdo seja claro e compreensível;
- explicamos expressões que podem não ser conhecidas para um público específico;
- combinamos palavras de ambos os segmentos em metáforas inspiradas;
- incluímos observações inteligentes e perspicazes para reinventar termos padrão.

Exemplos:

Porque a tecnologia é o caminho natural para alimentar a cadeia de suprimentos do agro.

(ISC Members)

Um terreno fértil para cultivar investimentos prósperos.

(Finance)

2.2 Exemplos

Unicamente expert

Para demonstrar nosso foco e experiência no universo agrícola e financeiro, nós:

- incorporamos expressões e termos dos segmentos, ao mesmo tempo em que garantimos que o conteúdo seja claro e compreensível;
- explicamos expressões que podem não ser conhecidas para um público específico;
- combinamos palavras de ambos os segmentos em metáforas inspiradas;
- **incluímos observações inteligentes e perspicazes para reinventar termos-padrão.**

Exemplos:

Farm-to-traive: obtenha informações atualizadas sobre as safras.

(ISC Members)

Pense nos nossos relatórios automáticos para background check como um guia para a sua própria "inspeção de campo"!

(Finance)

2.3 Vocabulário

PALAVRAS-CHAVE

Metáforas e expressões:

Cultivar, colher,
de safra em safra,
Farm-to-traive.

Reasons-to-believe:

Organização, redução de custos, gestão,
liquidez, acesso, decisões de crédito,
processos de crédito.

Palavras da marca:

Prosperar, próspero, campo, caminho natural,
terreno fértil, sustentável, conexão.

Adjetivos e substantivos
para a plataforma:

Rápido, melhor, mais fácil, mais eficiente, mais preciso, mais
confiável, abrangente, integrado, simplificado, visibilidade,
dados, informação, análise de risco, score.

Adjetivos e substantivos
para tecnologia:

Revolucionário, inovador, impulsionado
por IA, avançado.

Metáforas e expressões:

Cultivar investimentos, inspeção de
campo, players mais importantes.

Reasons-to-believe:

Qualificados, ativos, rastreabilidade,
diversificação, parcerias, estratégias.



Agronegócio (membros ISC)

Existe um caminho para **diminuir a distância** entre a **agricultura e o crédito**: o jeito Traive, a plataforma que finalmente coloca um setor essencial da nossa economia no centro da revolução da IA.

Aqui, enxergamos a tecnologia como **o caminho natural para evoluir sua gestão de riscos** e organizar sua operação com governança, rapidez e precisão.

Agora, você pode tomar **decisões de crédito** com base em uma **análise de dados mais rápida e confiável do campo** – com **total visibilidade** do score dos produtores e das suas perspectivas financeiras. Você também tem **acesso facilitado** ao mercado financeiro para vender recebíveis e ganhar **maior liquidez**.

Porque com a Traive você tem a certeza de encontrar um terreno fértil para prosperar – da forma mais eficiente, fácil e **natural**.



Mercado financeiro

Existe um caminho para **diminuir a distância** entre o **mercado financeiro** e um setor essencial da nossa economia: o jeito Traive, a plataforma que finalmente coloca a **agricultura** no centro da revolução da IA.

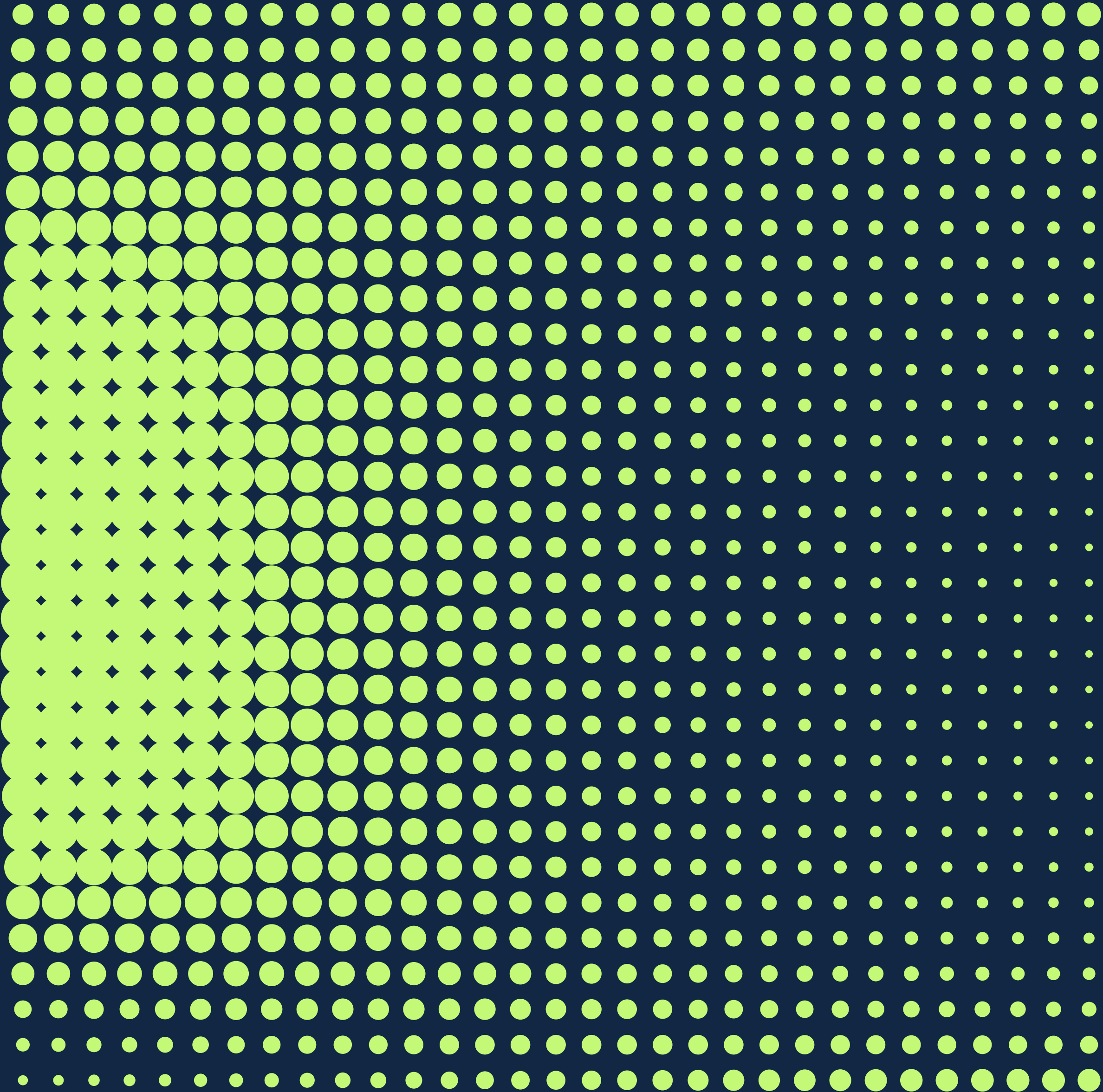
Aqui, enxergamos a tecnologia como **o caminho natural para reduzir as incertezas nos investimentos** e inspirar grandes parcerias no agronegócio.

Agora, você pode **diversificar** seus ativos com base em uma **análise de risco mais rápida e confiável** a partir de dados públicos e privados – além de identificar os **players mais importantes do campo** e criar **estratégias bem-sucedidas** com **total visibilidade** dos seus recebíveis e operações.

Porque com a Traive você tem a certeza de encontrar um terreno fértil para prosperar – da forma mais eficiente, fácil e **natural**.

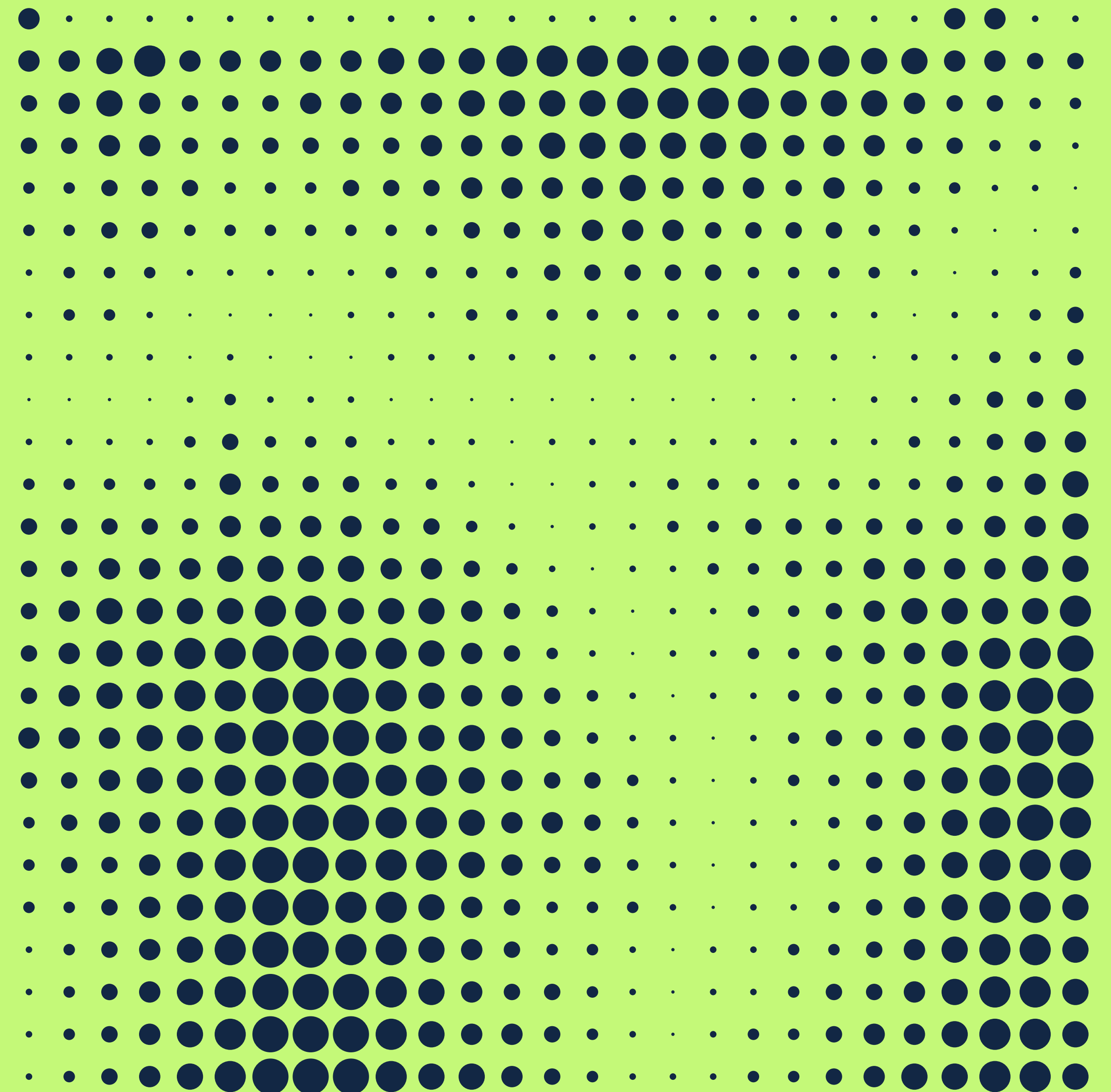
3.0

Identidade visual



3.1

Nosso logo



3.1.1 Apresentação

O logo Traive, entre todos os elementos da identidade visual, é o mais representativo.

Com uma tipografia única e forte, combinada com nosso símbolo, nos identifica de maneira clara e direta.



3.1.1 Apresentação

Nosso símbolo é a síntese visual dos nossos serviços e entregas de marca, com uma abordagem forte e direta, chegamos em uma repretação icônica.



3.1.2 Sobre Cores

Para garantir consistência, o logo de Traive deve ser aplicado, preferencialmente, em fundos **Branco, Areia, Marinho Traive ou Verde-Traive.**



3.1.3 Sobre Fotografia

O logo pode ser aplicado sobre fundos fotográficos sempre nas versões negativa ou positiva, de acordo com o contraste do fundo.

Ele deve ser aplicado em áreas com menos interferências, que garantam a legibilidade e o contraste.



3.1.4 Alto Contraste

O logo pode ser aplicado com cores únicas e sólidas, como Preto&Branco, seguindo o melhor contraste para leitura em cada cor de fundo sobreposto.

Essas variações são de **uso restrito** para aplicações com limitações de aplicação de múltiplas cores.



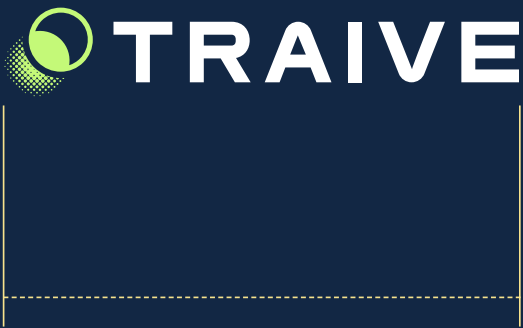
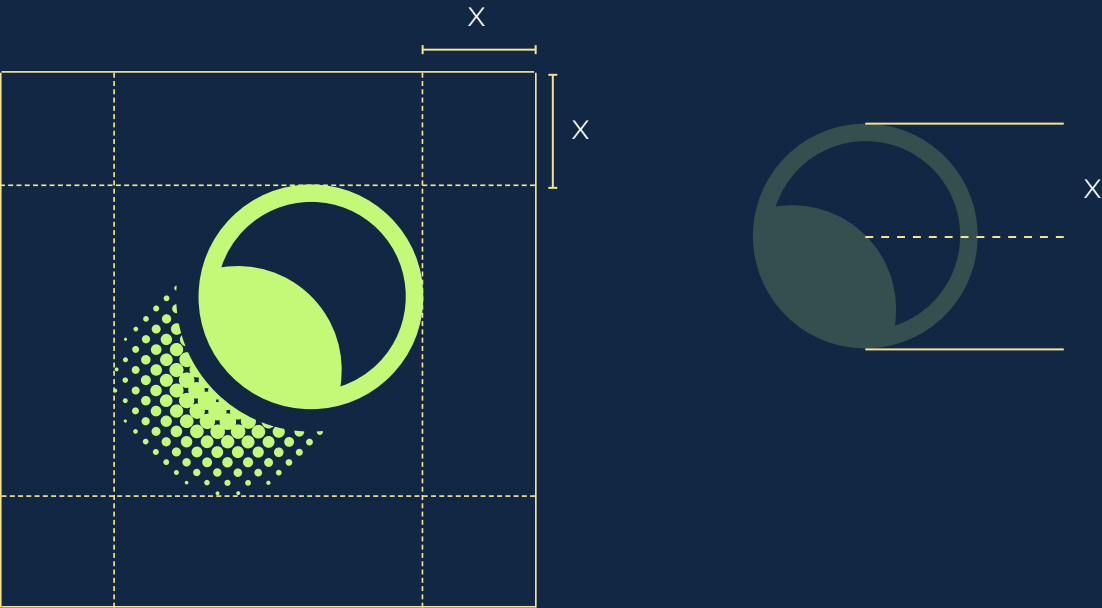
3.1.5 Cuidados na aplicação

Para garantir a integridade do logo, reunimos uma série de recomendações básicas de aplicação.

Aqui você encontra uma área de proteção e redução máxima.

É importante manter uma área de não interferência ao redor do logo para garantir sua integridade.

Esta zona de exclusão indica a distância mínima para qualquer outro elemento gráfico que pode ser posicionado em relação ao logo.



digital **180px**
impresso **2,8 cm**



digital **90px**
impresso **1,4 cm**

Para garantir uma perfeita leitura do logotipo, determinamos um limite para sua redução. Respeitando esse limite, preservamos sua legibilidade.

3.1.6 Frentes de Atuação

Nosso logo tem variações de acordo com o segmento que estamos trabalhando em nossa comunicação.

Temos a frente **Finance**, focada em investimento, mercado financeiro e o mundo coporativo.

E temos a frente **Agro**, focada mais no segmento agro, governança e crédito.

Para essas soluções, temos uma adição de descritivo e uma adequação cromática para diferenciação.



3.1.7 Logo sobre fundos diversos

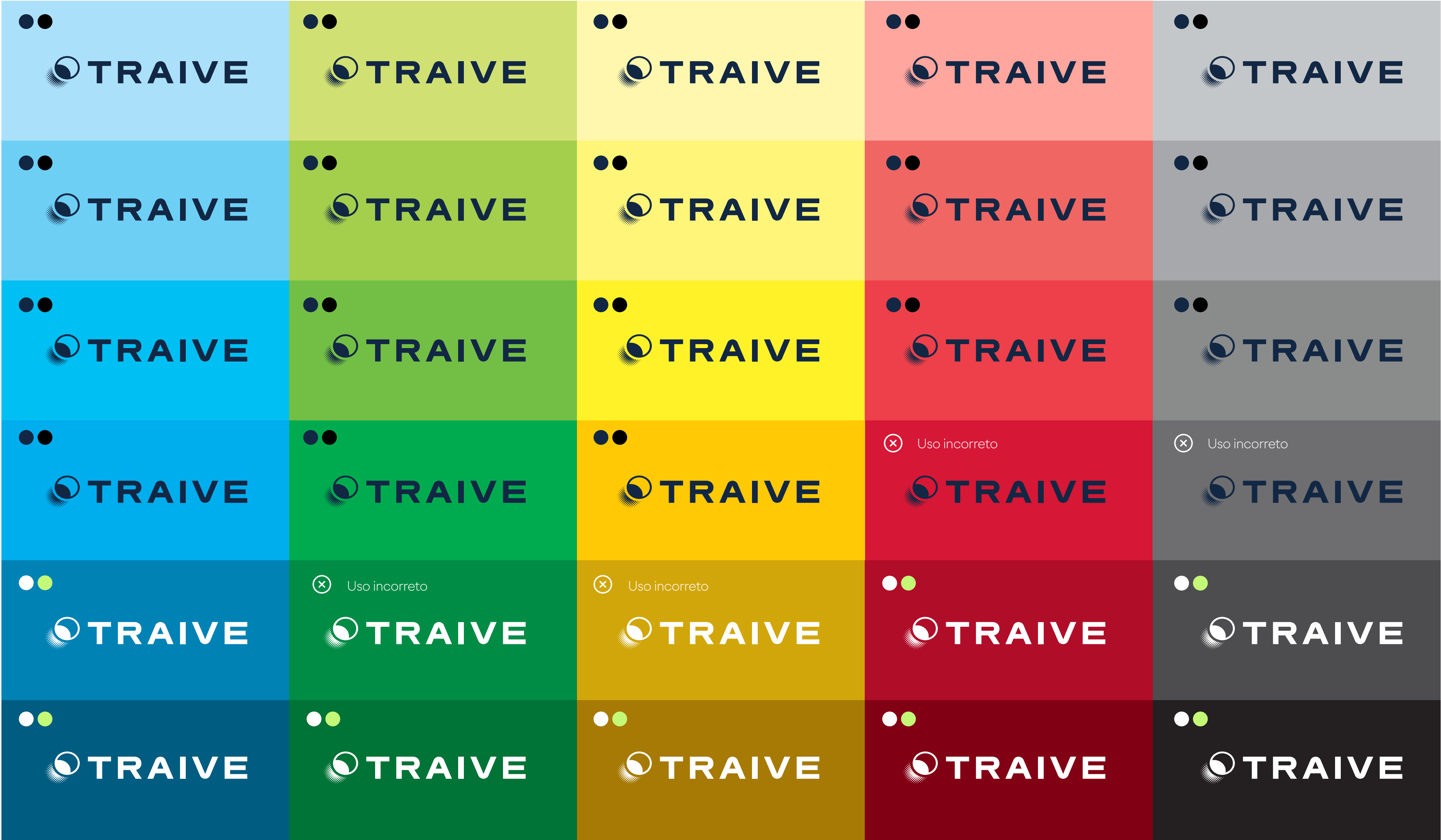
Ao aplicar o logo de **Traive em peças de parceiros ou campanhas publicitárias**, as cores de fundo podem não pertencer à paleta institucional.

Sempre recomendamos buscar o melhor contraste entre as combinações, preservando assim nosso logo.

Para fundos claros, recomendamos usar **Marinho-Traive ou Preto**.



Para fundos escuros, recomendamos o uso do **Branco ou Verde-Traive**.



3.1.8 Cuidados na aplicação

Exemplos de manuseio incorreto da marca que devem ser evitados, tanto para a reprodução do logo quanto para o símbolo.



⊗ Não alterar/remover elementos



⊗ Não distorcer



⊗ Não alterar a proporção entre elementos



⊗ Não aplicar efeitos



⊗ Não aplicar contorno/remover preenchimento



⊗ Não alterar a posição de elementos



⊗ Não aplicar partes do logo em diferentes cores



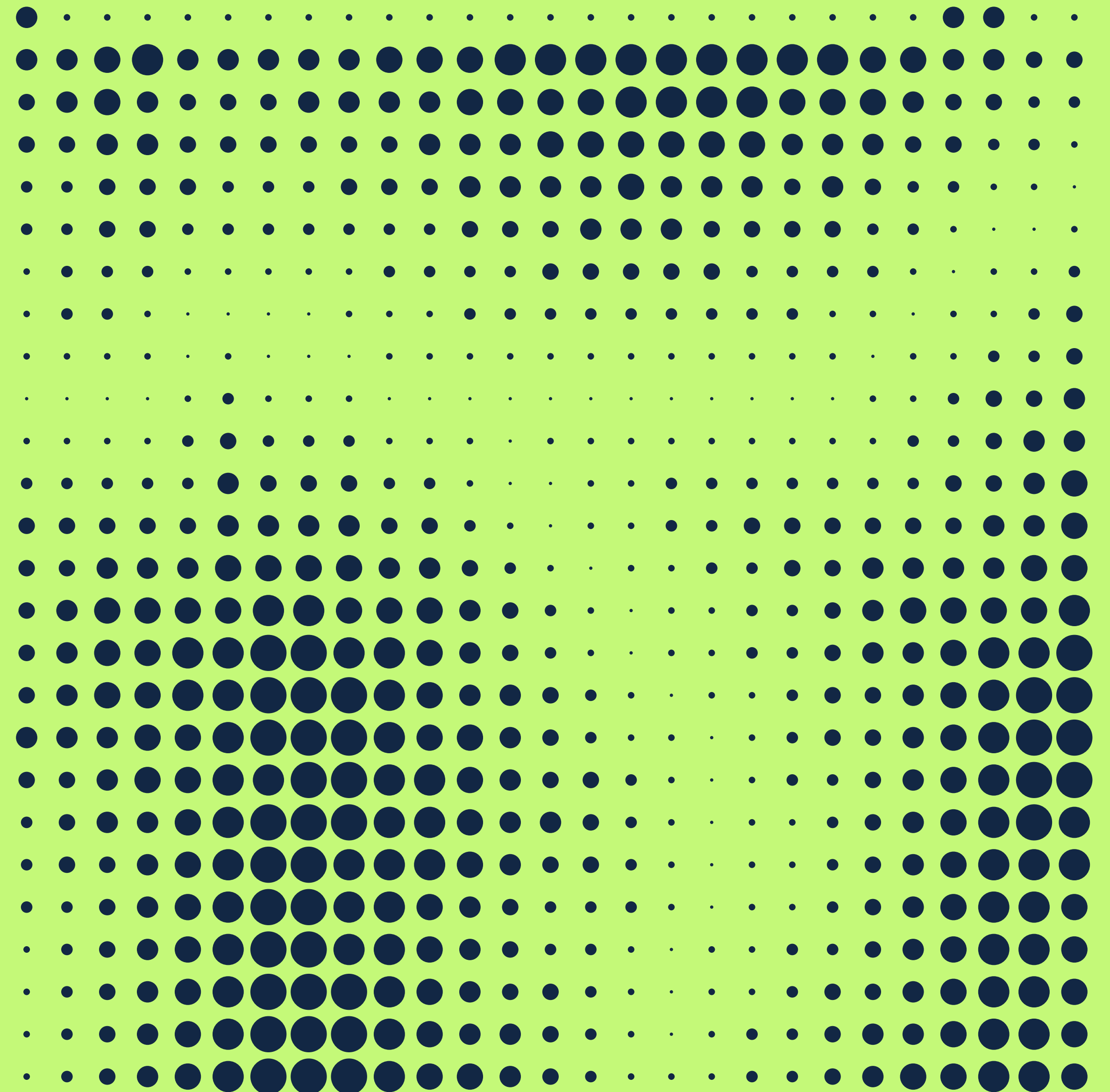
⊗ Não aplicar cor fora da paleta institucional



⊗ Não aplicar sobre fundo que prejudique a leitura

3.2

Nossas cores



3.2.1 Principais

Nossa paleta de cores principais é formada por 3 cores-base: **Branco, Marinho-Traive ou Verde-Traive.**

Essa combinação gera reconhecimento e diferenciação cromática para nossa marca.

BRANCO

Hex
#FFFFFF

RGB
255 255 255

CMYK
0 0 0 0

MARINHO-TRAIVE

Hex
#122744

RGB
18 39 68

CMYK
100 84 43 48

Pantone® 2767 C

VERDE-TRAIVE

Hex
#C4F978

RGB
196 249 120

CMYK
40 0 60 0

Pantone® 373 C

3.2.2 Produtos

Além das cores principais, também temos as cores base de nossos produtos: **Azul-Finance e Verde-Agro.**

Juntamente com nossa paleta, complementam e diferenciam em cada ramo de atuação.

BRANCO

Hex
#FFFFFF

RGB
255 255 255

CMYK
0 0 0 0

MARINHO-TRAIVE

Hex
#122744

RGB
18 39 68

CMYK
100 84 43 48

Pantone® 2767 C

VERDE-TRAIVE

Hex
#C4F978

RGB
196 249 120

CMYK
40 0 60 0

Pantone® 373 C

AZUL-FINANCE

Hex
#6E9BE2

RGB
110 155 226

CMYK
60 33 0 0

Pantone® 659 C

VERDE-AGRO

Hex
#05CC56

RGB
5 204 86

CMYK
71 0 83 0

Pantone® 7481 C

3.2.3 Complementares

Nossa paleta de cores complementares surge para ampliar nossas possibilidades de uso em nossas comunicações, sem perder nossa predominância das cores principais.

Podem ser utilizada em peças digitais e de comunicação no geral.

No digital, elas podem servir como base para uma expansão focada em usabilidade e suas necessidades.

BRANCO

MARINHO-TRAIVE

VERDE-TRAIVE

AZUL-FINANCE

VERDE-AGRO

AMARELO

Hex
#F7E38D

RGB
247 227 141

CMYK
5 8 55 0

LARANJA

Hex
#EC9462

RGB
236 148 98

CMYK
4 51 64 0

ROXO

Hex
#DF71DE

RGB
223 113 222

CMYK
23 62 0 0

AREIA

Hex
#D6CDC4

RGB
216 205 196

CMYK
18 18 22 1

3.2.4 Proporção Cromática

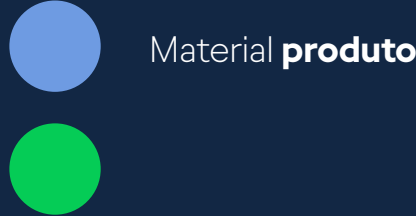
Embora a proporção das cores possa mudar bastante, dependendo da peça de comunicação, no geral a marca deve seguir a proporção sugerida nesta página.

Priorize as cores de reconhecimento para a construção de marca e reconhecimento junto aos clientes, consumidores e colaboradores.

Evite usar cores que não fazem parte dos nossos padrões e escalas que não trazem o residual de reconhecimento que buscamos.



Material **institucional**



Material **produto**

Cores de reconhecimento
São as cores que devem estar mais associadas à nossa marca e, portanto, as mais presentes em todos os materiais.

50%



Cores de destaque
Fazem equilíbrio e composição junto da cor de reconhecimento, dando ênfase em algum produto e segmento específico.

35%



Cores complementares
Têm o objetivo de complementar nossa paleta, mas não podem ter o mesmo protagonismo nas composições.

15%

3.2.4 Proporção Cromática

Nesta página, demonstramos alguns exemplos de proporções aplicadas na prática.

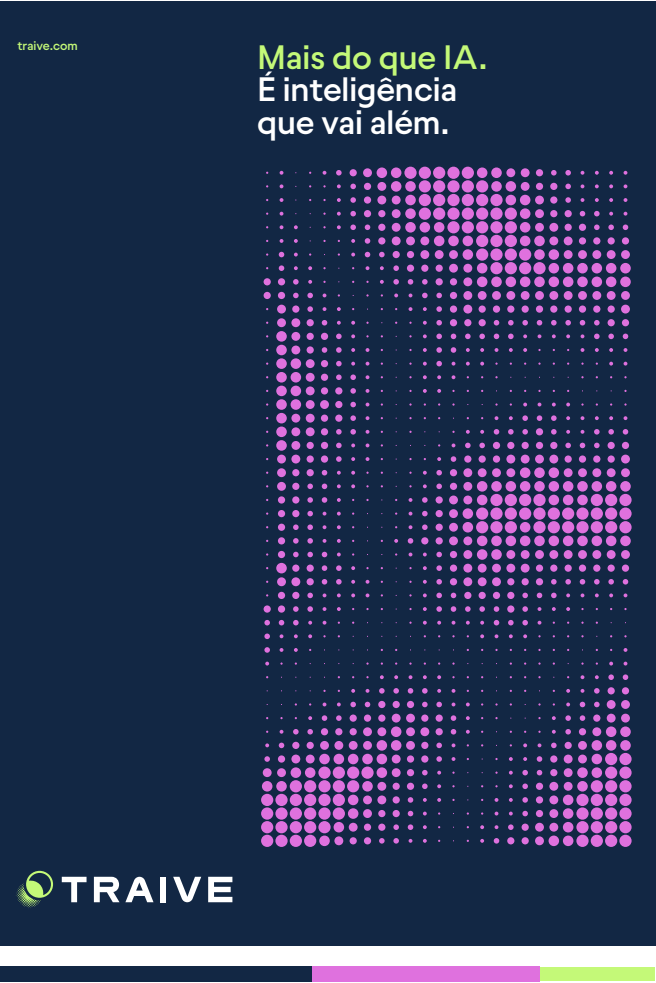
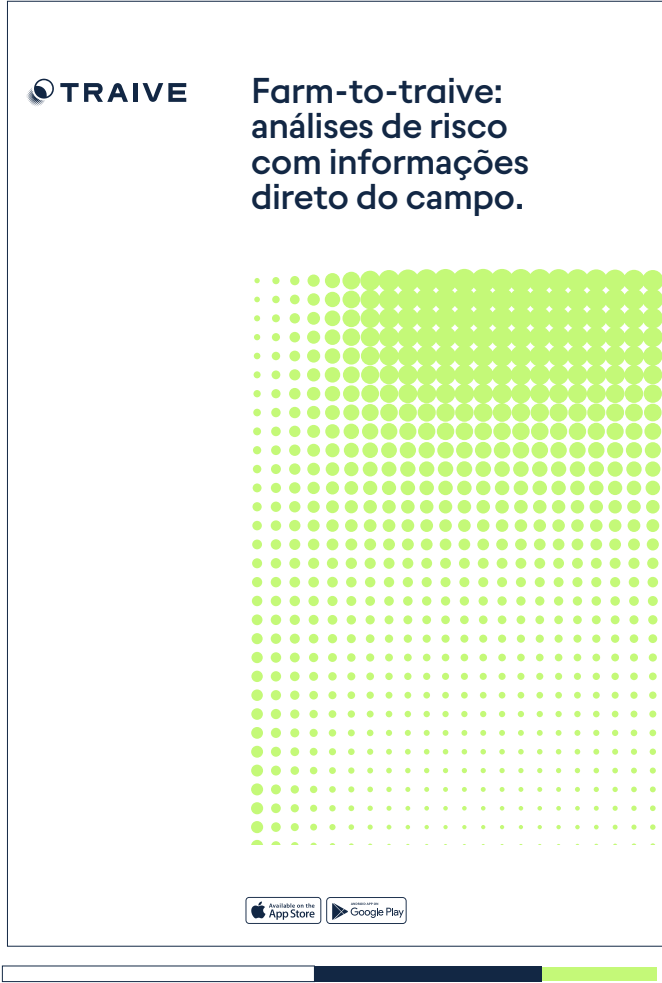
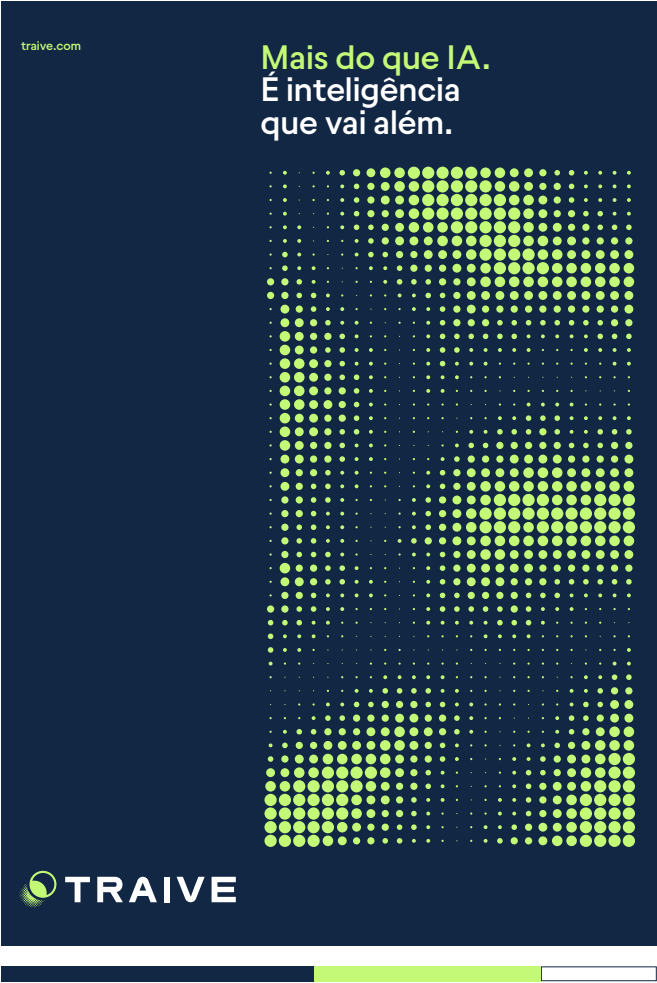
Temos uma distinção no material institucional, na qual priorizamos a combinação das cores **Marinho-Traive, Verde-Traive e Branco**.

Não recomendamos usar cores complementares em proporção de destaque.

Para os materiais de produtos, priorizamos os uso das duas cores respectivas **Verde-Agro e Azul-Finance**, combinadas com nossa cor **Marinho-Traive**.

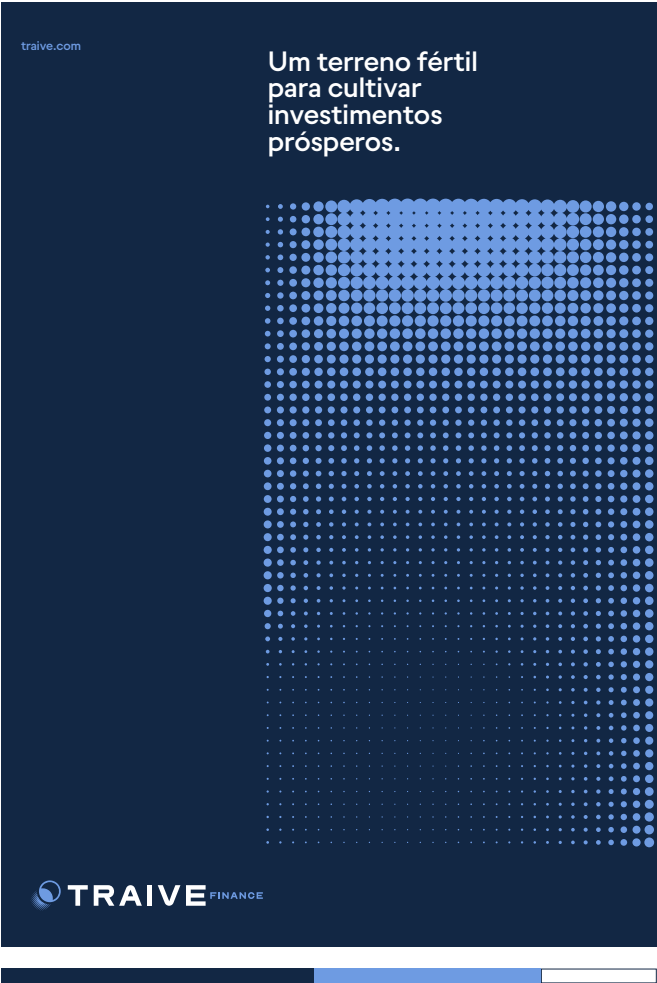
Assim, construímos diferenciação e segmentação em nossas comunicações.

material **institucional**



⊗ **Não** usar cores complementares nos grafismos

material **produtos**

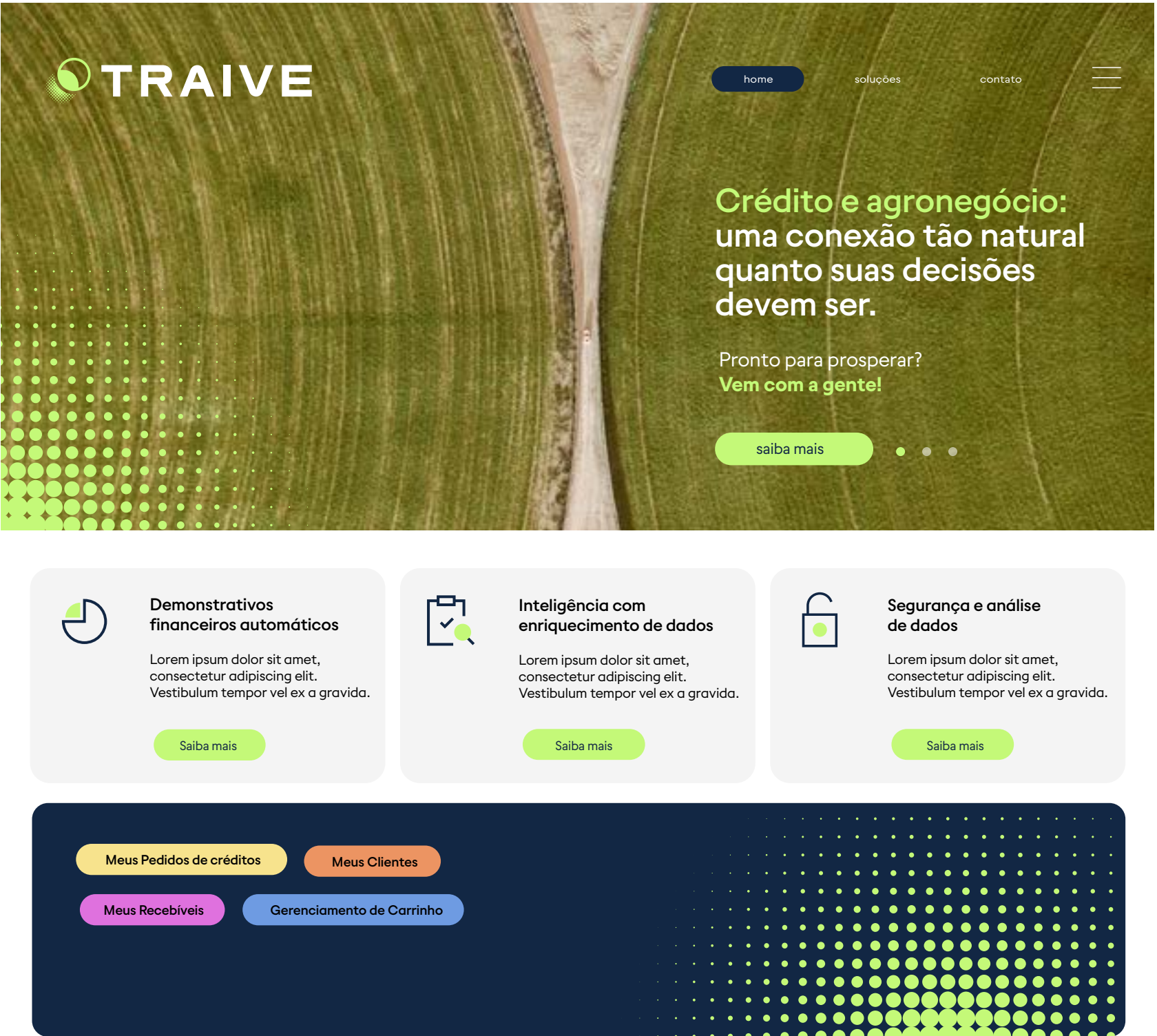
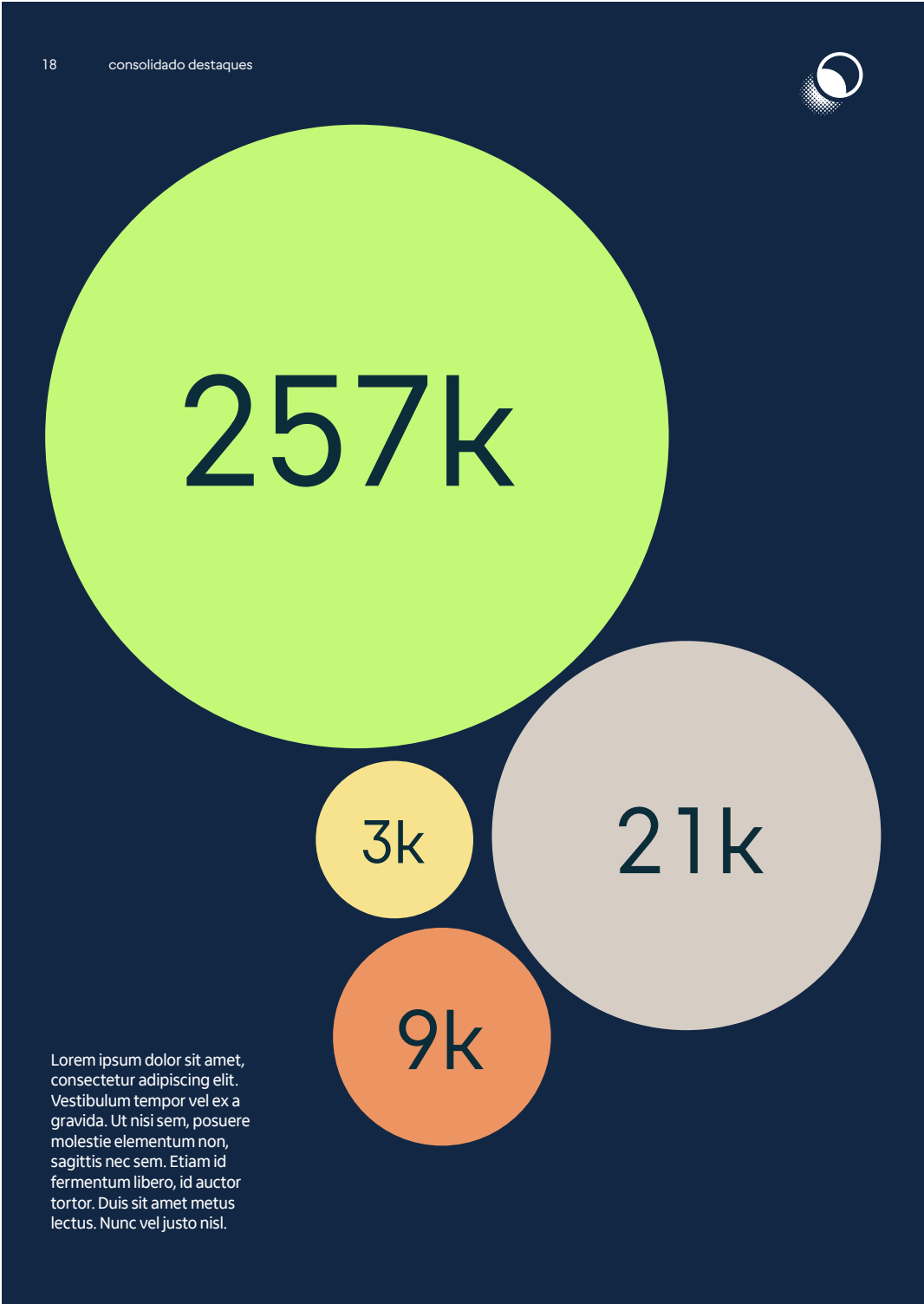


3.2.4 Proporção Cromática

Nossas cores complementares devem ser usadas para potencializar composições e hierarquias de nossas comunicações.

Sem perder a identificação das cores principais da marca e ajudando em pontos específicos.

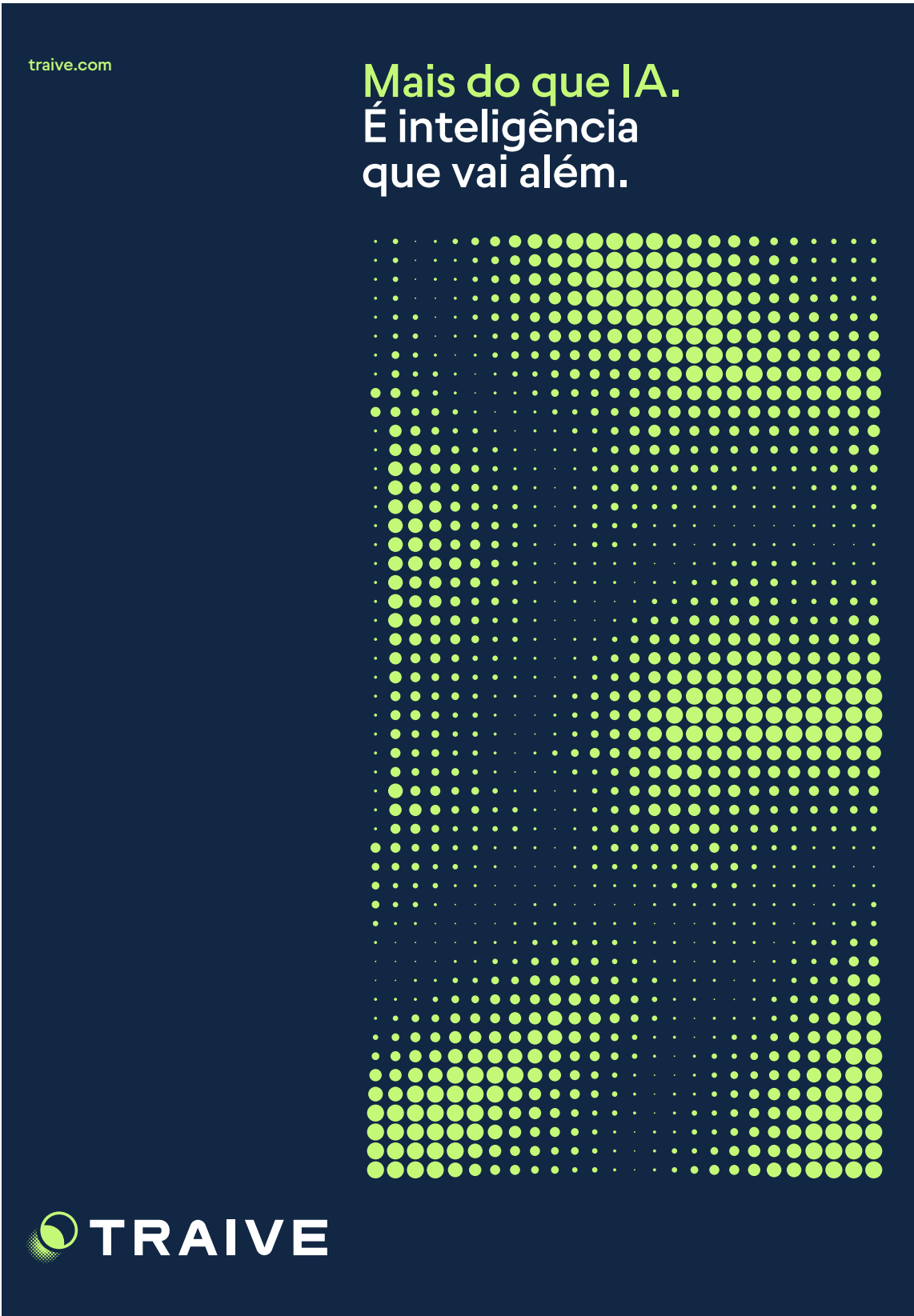
Ao lado, vemos alguns exemplos de como aplicar na plataforma, no site e em gráficos de resultados.



3.2.5 Acessibilidade

Para nosso Verde-Traive, temos algumas recomendações de uso específicas, priorizando algumas combinações e funções para o uso cromático.

Assim, conseguimos manter nossas cores de reconhecimento e, ao mesmo tempo, não gerar ruído em comunicação devido ao contraste cromático.



Fundo Marinho-Traive
Nas peças com fundo marinho, podemos usar o Verde-Traive em todos os elementos sem a preocupação de contraste, pois garantimos sua leitura sem nenhum ruído.



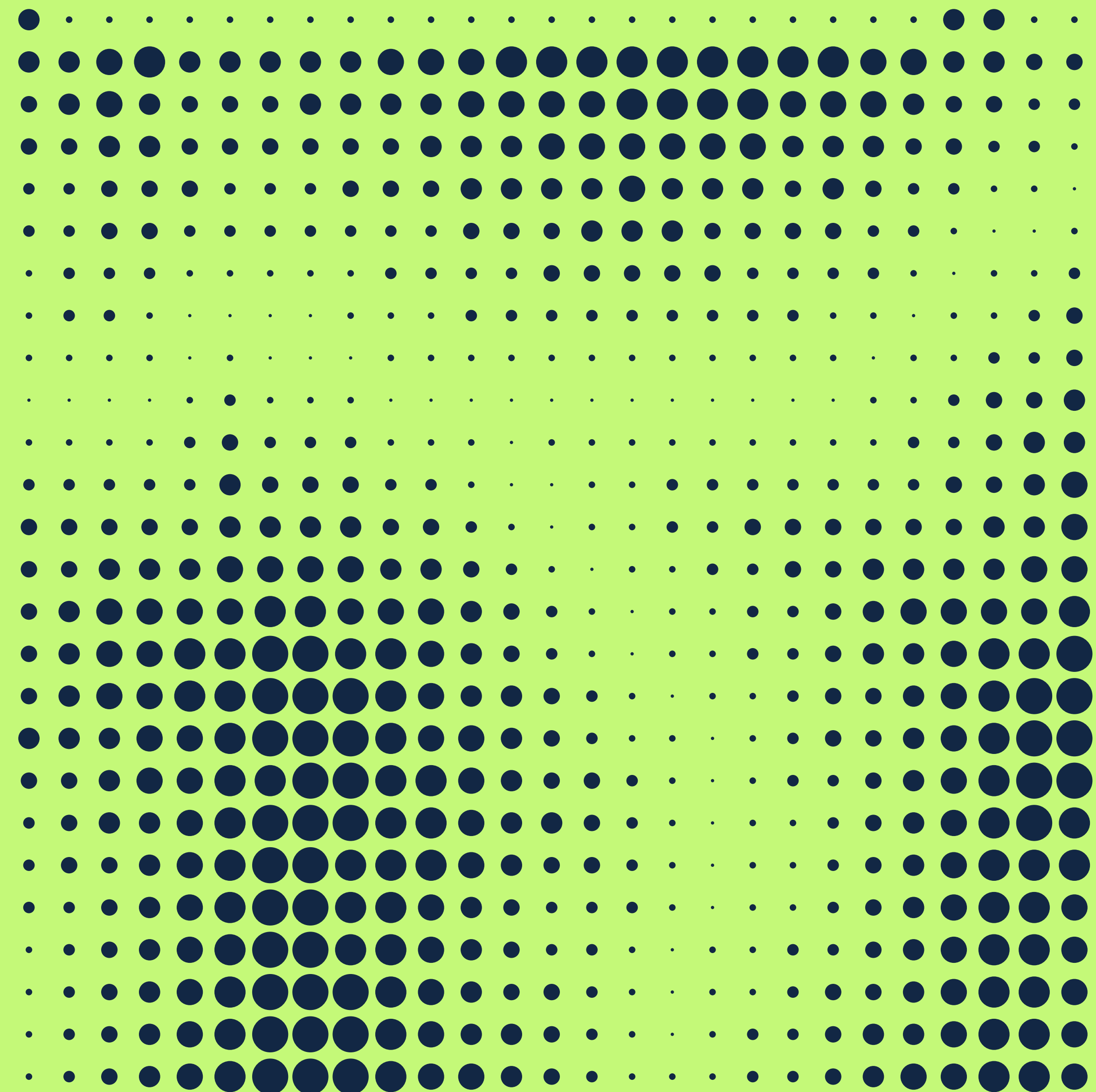
Fundo Verde-Traive
Quando temos um fundo com o Verde-Traive em predominância, a recomendação é o uso somente do marinho nos elementos.
Com essa combinação, temos a acessibilidade e o reconhecimento cromático garantidos.



Fundo Branco
Para peças com fundo branco, temos o uso do Verde-Traive em informações não fundamentais, como grafismos, detalhes, elementos gráficos secundários. Nas informações prioritárias, mantemos o Marinho-Traive, garantido, assim, toda a acessibilidade nas informações prioritárias apresentadas na peça.

3.3

Nosso grafismo

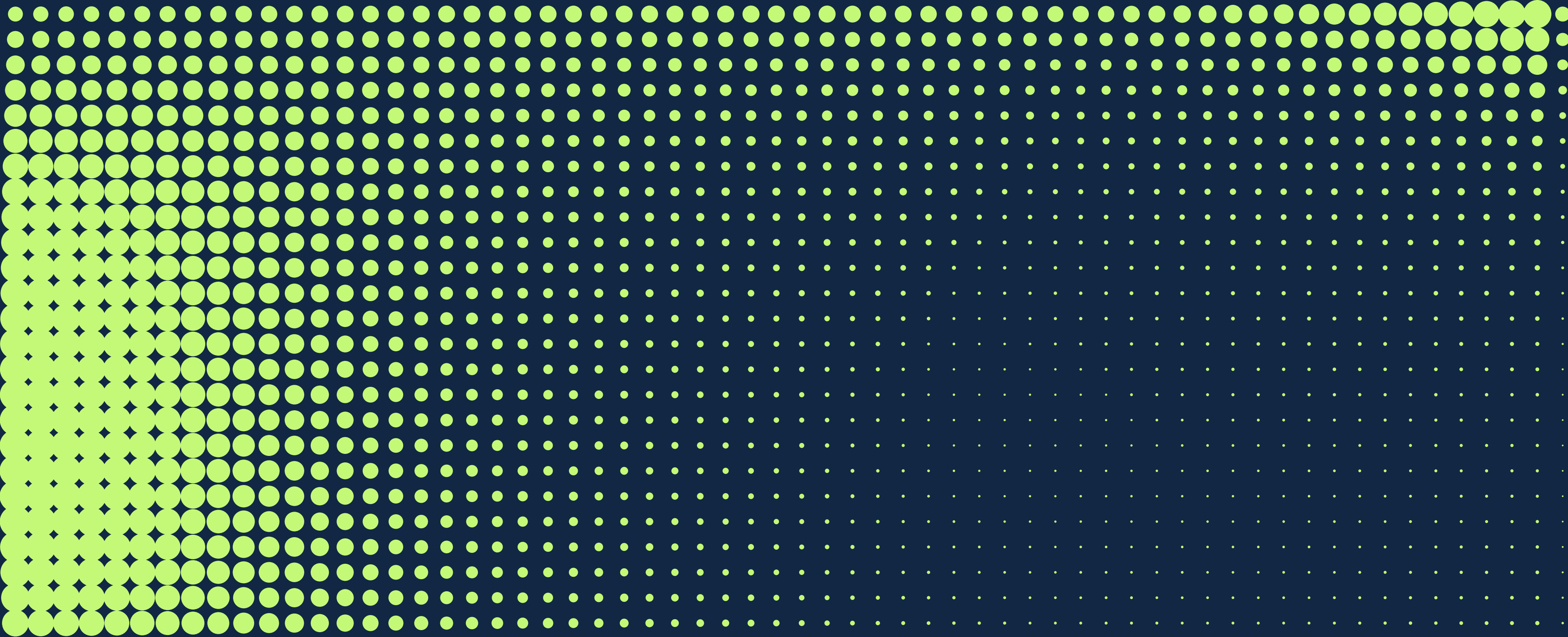


3.3.1

Introdução

O elemento gráfico do universo da Traive se desdobra a partir do nosso símbolo.

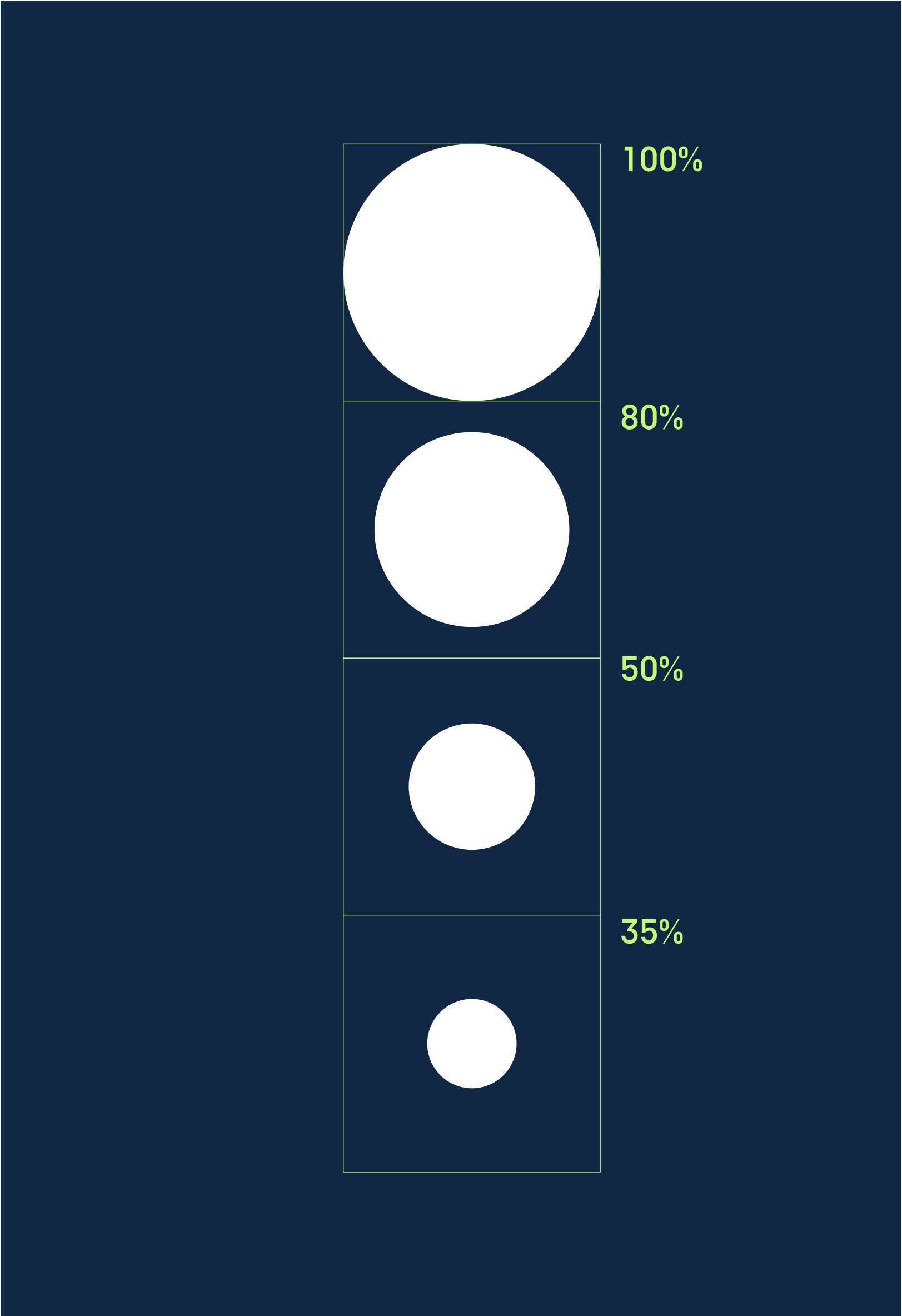
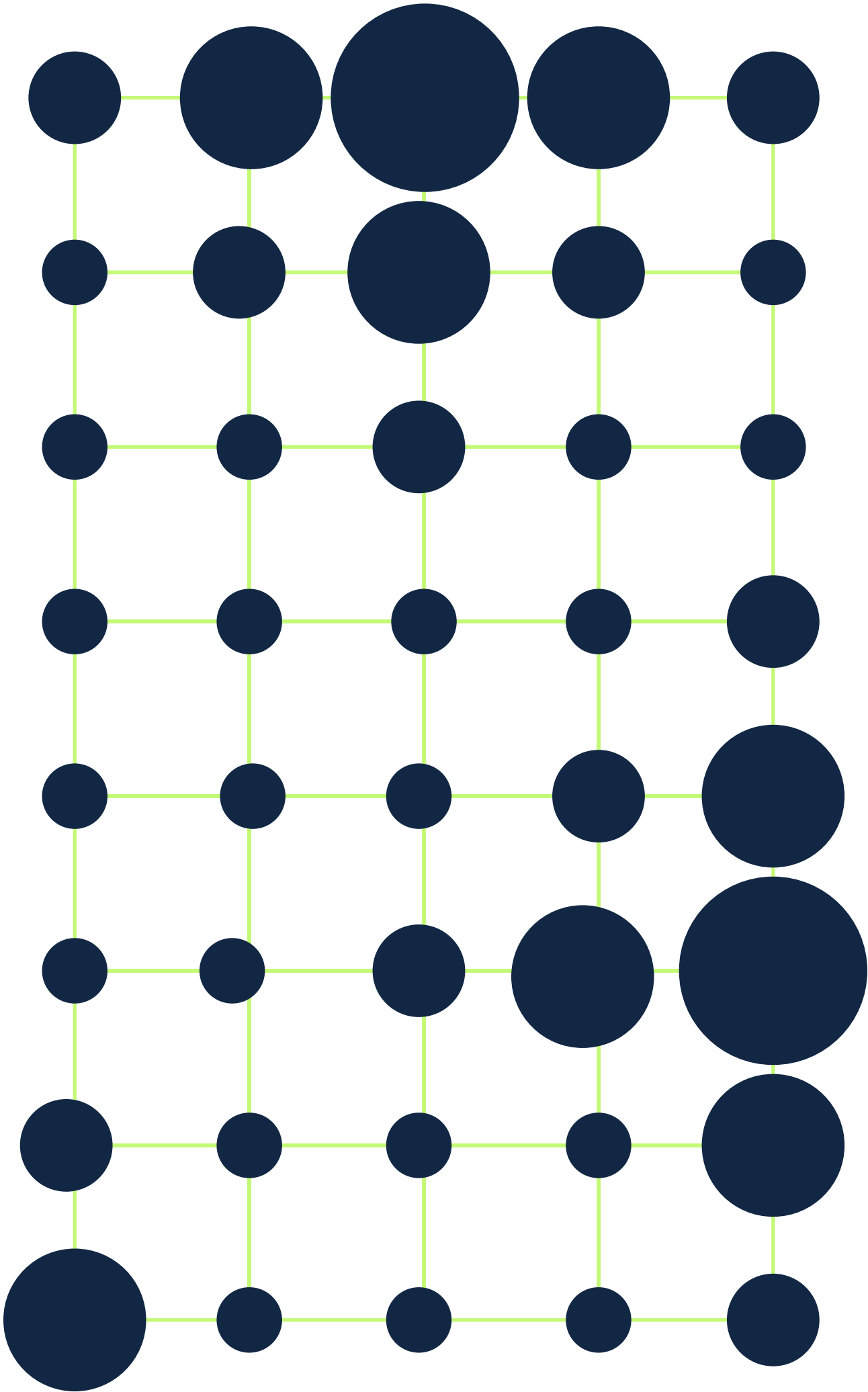
Uma malha gráfica com um comportamento visual responsivo dos padrões nela existente, tendo variação de escala e tamanho dos pontos que a constroem, dando diversidade e ritmo gráfico para nossas composições.



3.3.2 Construção

Nossa construção tem como base uma malha invisível, onde os pontos são localizados em suas interseções.

Esses pontos podem ter variação de tamanho, gerando ritmo e diversidade, formando nossos padrões gráficos utilizados em nossas comunicações.



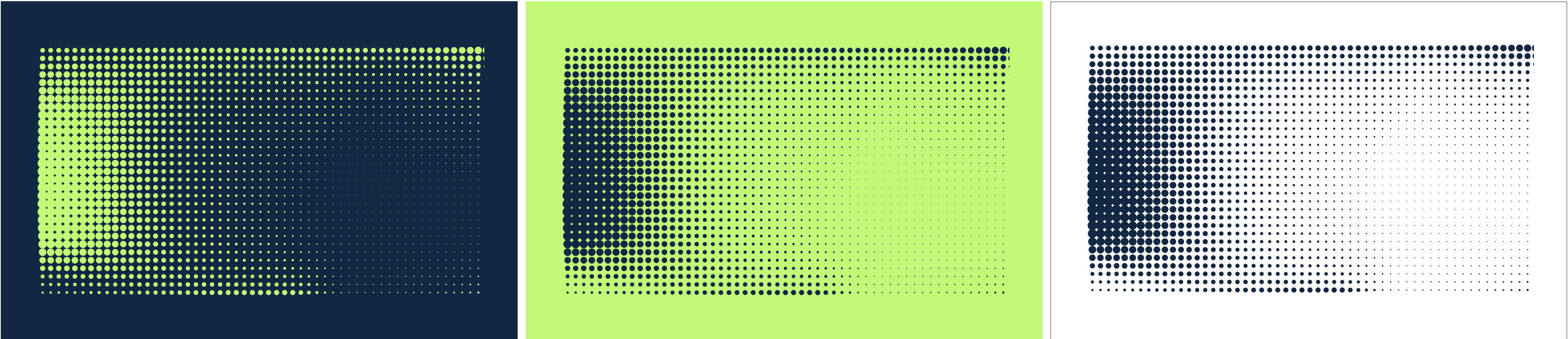
3.3.3

Sobre cores

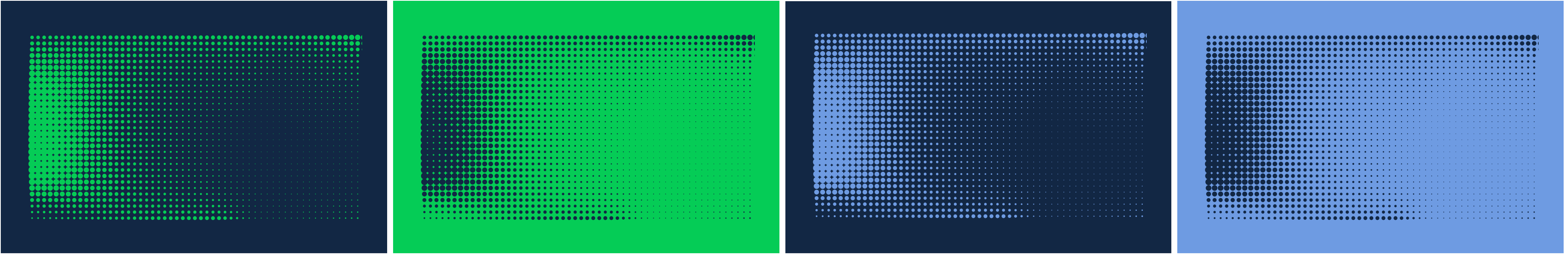
Temos algumas recomendações de adequação na utilização cromática do nosso elemento gráfico, a fim de manter a consistência e gerar o residual visual desejado, sem perder nosso reconhecimento e harmonia.

Para uso em produtos, temos uma adaptação cromática dos nossos elementos e fundos, assim podemos absorver em nossas composições o tom **Verde-Agro** ou **Azul-Finance**.

material institucional



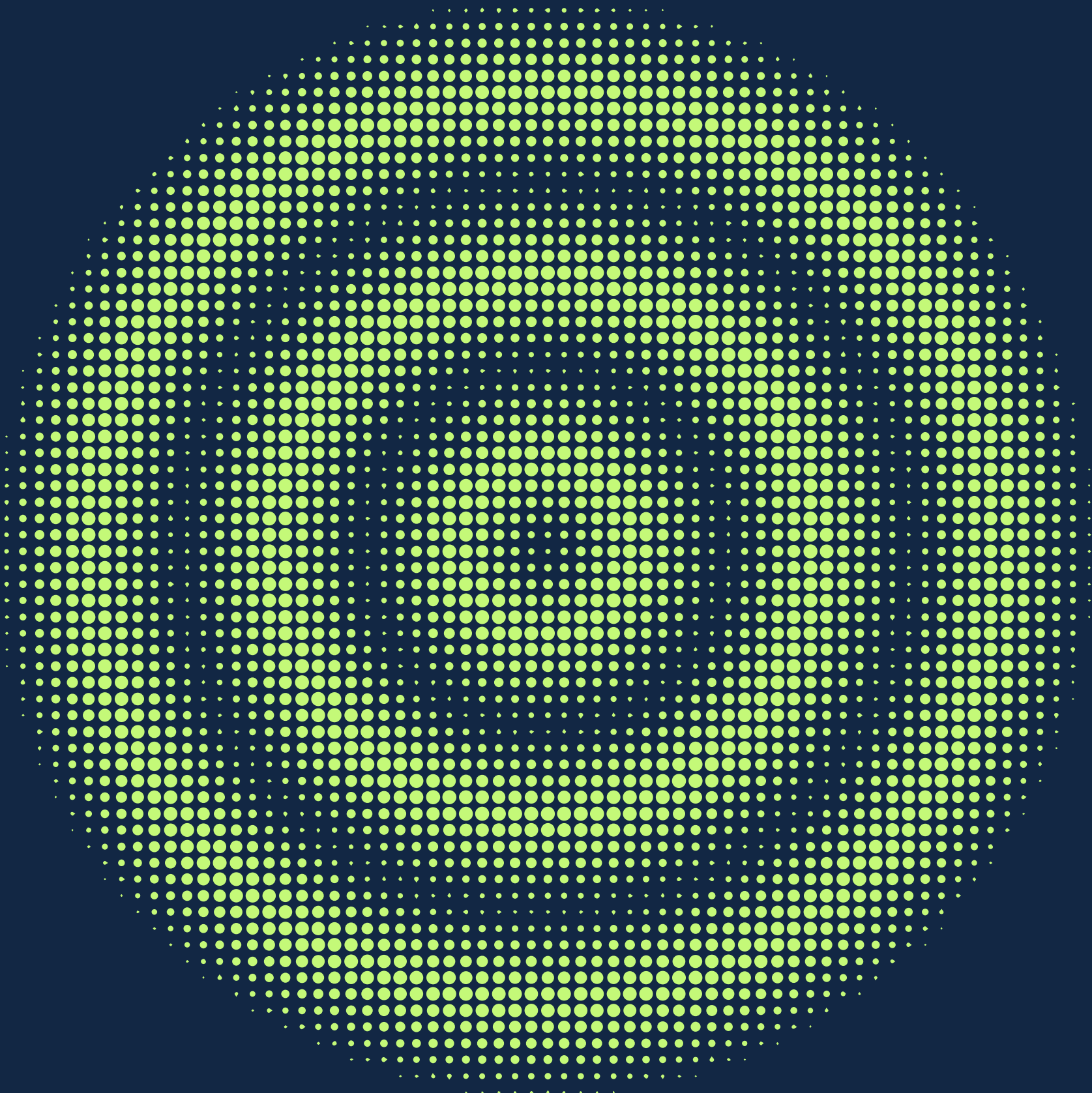
material produtos



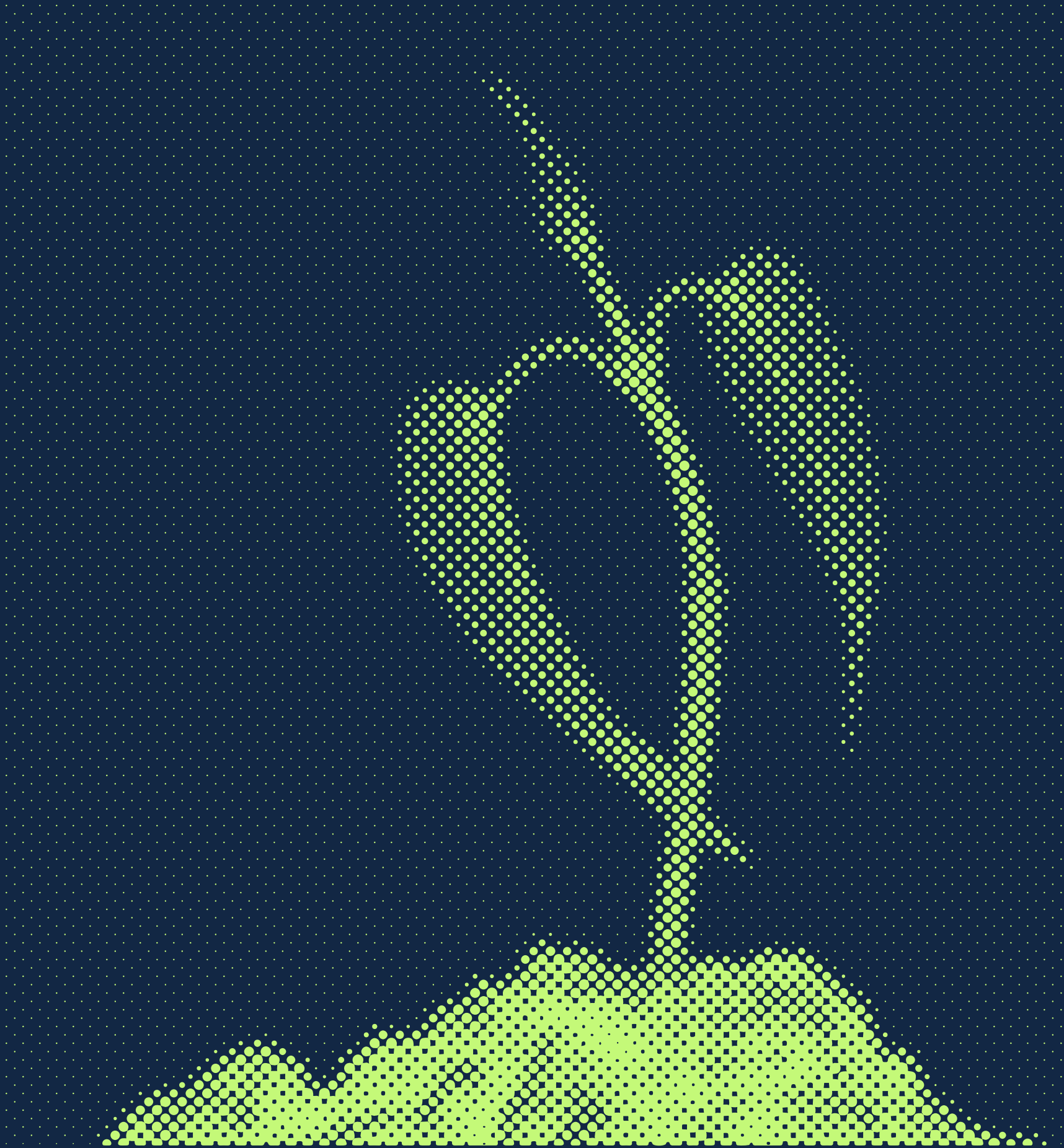
3.3.4 Contextos

Temos 2 representações recomendadas para nossos elementos gráficos. A primeira é uma abordagem mais ampla de nossos conceitos, gerando formas mais abstratas e dando ritmo gráfico para nossas composições.

A segunda é uma representação mais figurativa, em que tentamos representar elementos e signos conhecidos do nosso contexto de marca.



Nossas composições gráficas são composições mais livres em questão de representação, tendo resultados mais visuais e de grafismo.



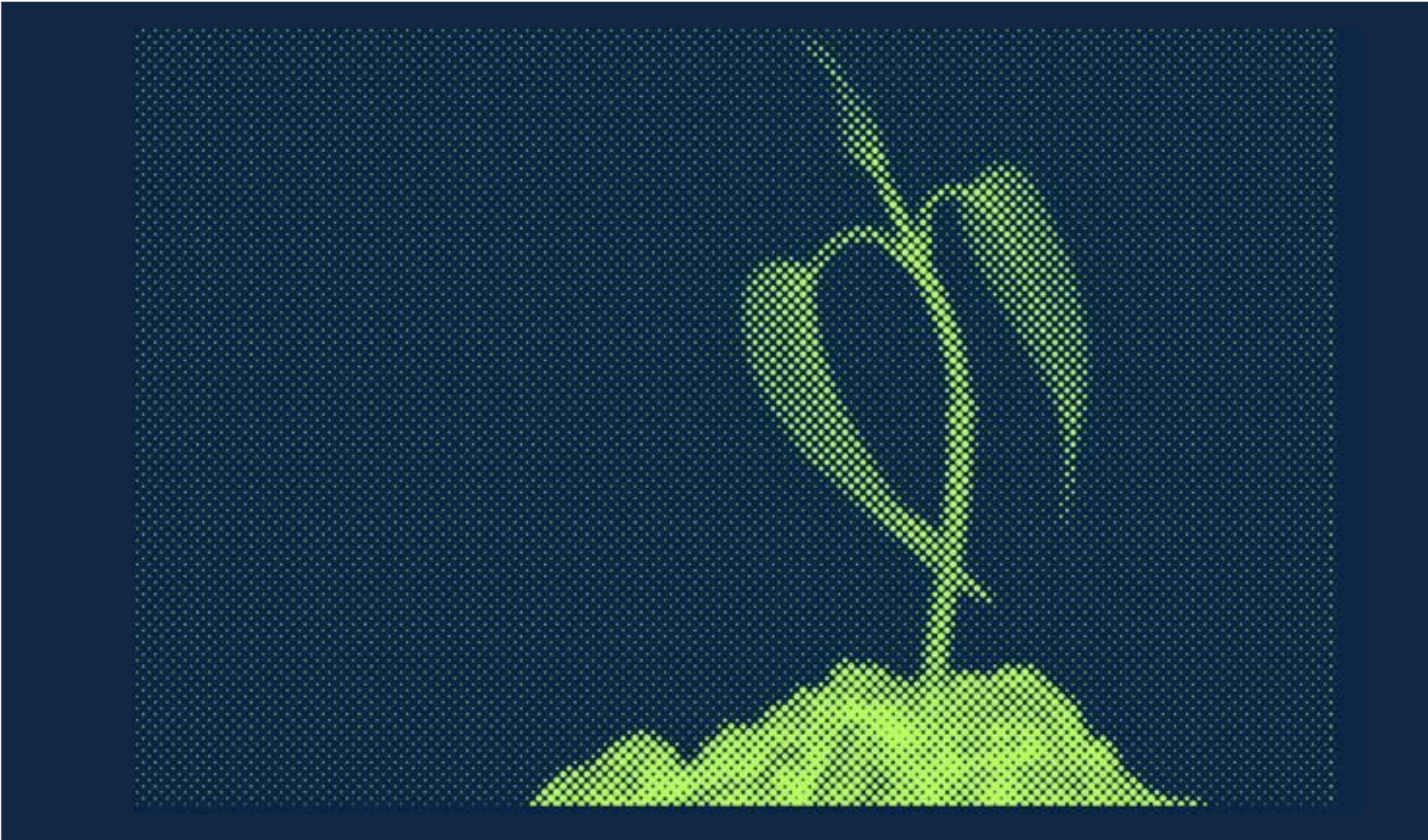
Nossas composições figurativas são uma tentativa de representação de algum elemento ou objeto do nosso contexto.

3.3.5 Composições figurativas

Para as composições figurativas, recomendamos como base o uso de uma imagem, seguindo de reforço de contraste e um tratamento reticulado para a construção do nosso padrão de pontos, gerando assim uma representação figurativa quem mantém nossos padrões gráficos.

Confira como:

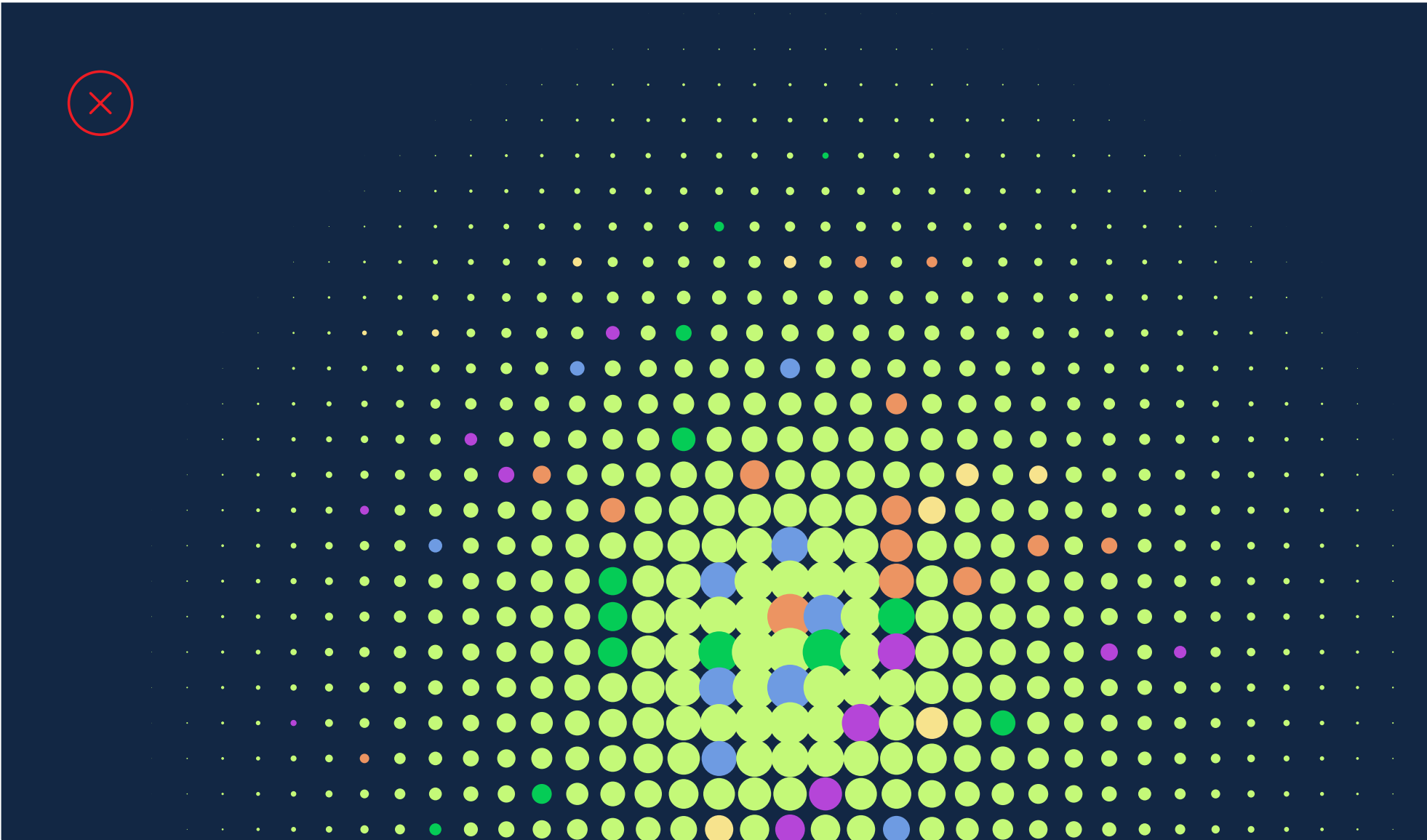
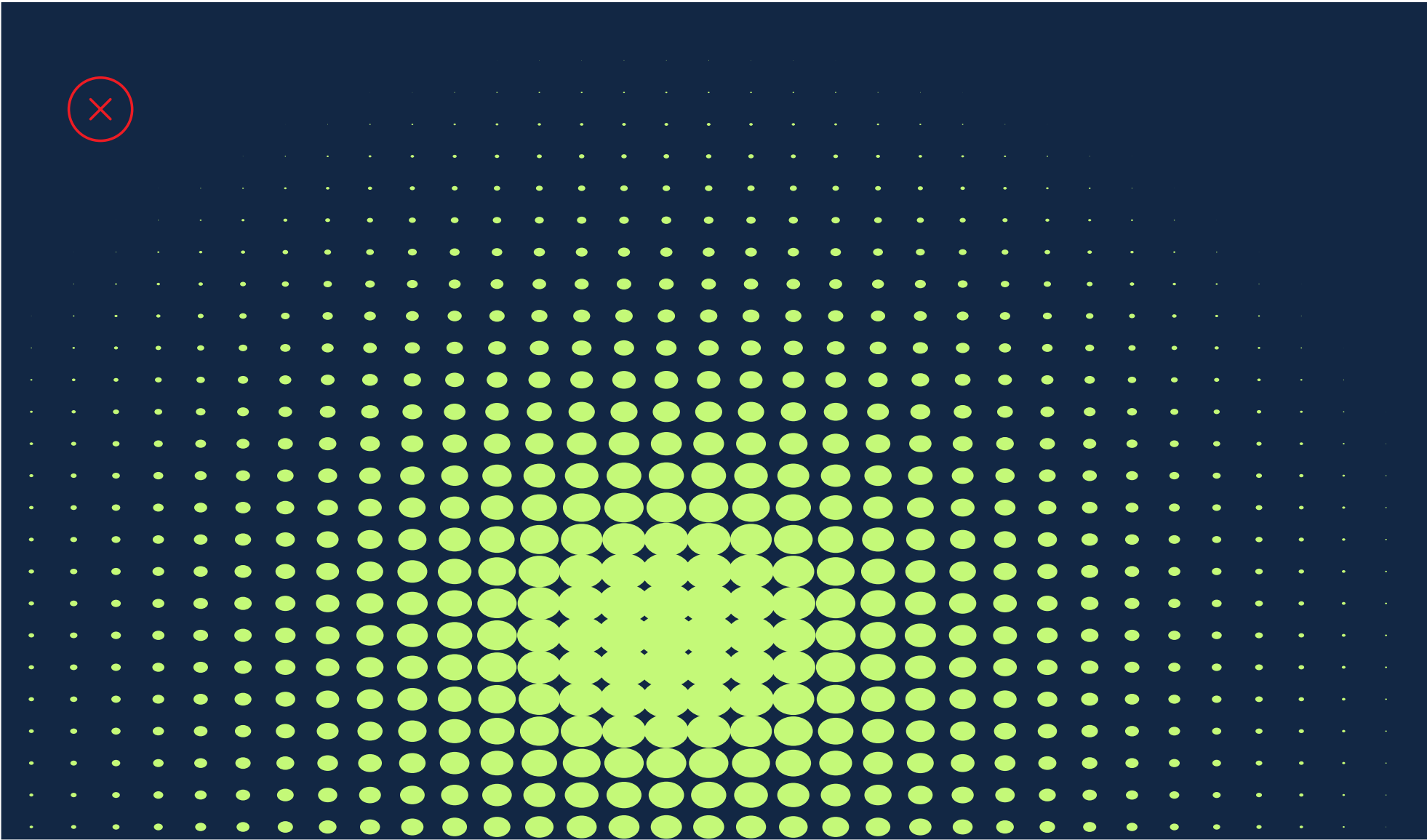
- 1. Escolha uma foto com alto contraste entre fundo e figura.
- 2. Deixe a foto e a figura ainda mais contrastantes utilizando Preto e Branco.
- 3. Transforme em um padrão reticulado, usando círculos como padrão gráfico.
- 4. Deixe nas cores da marca.



3.3.6 Não fazer

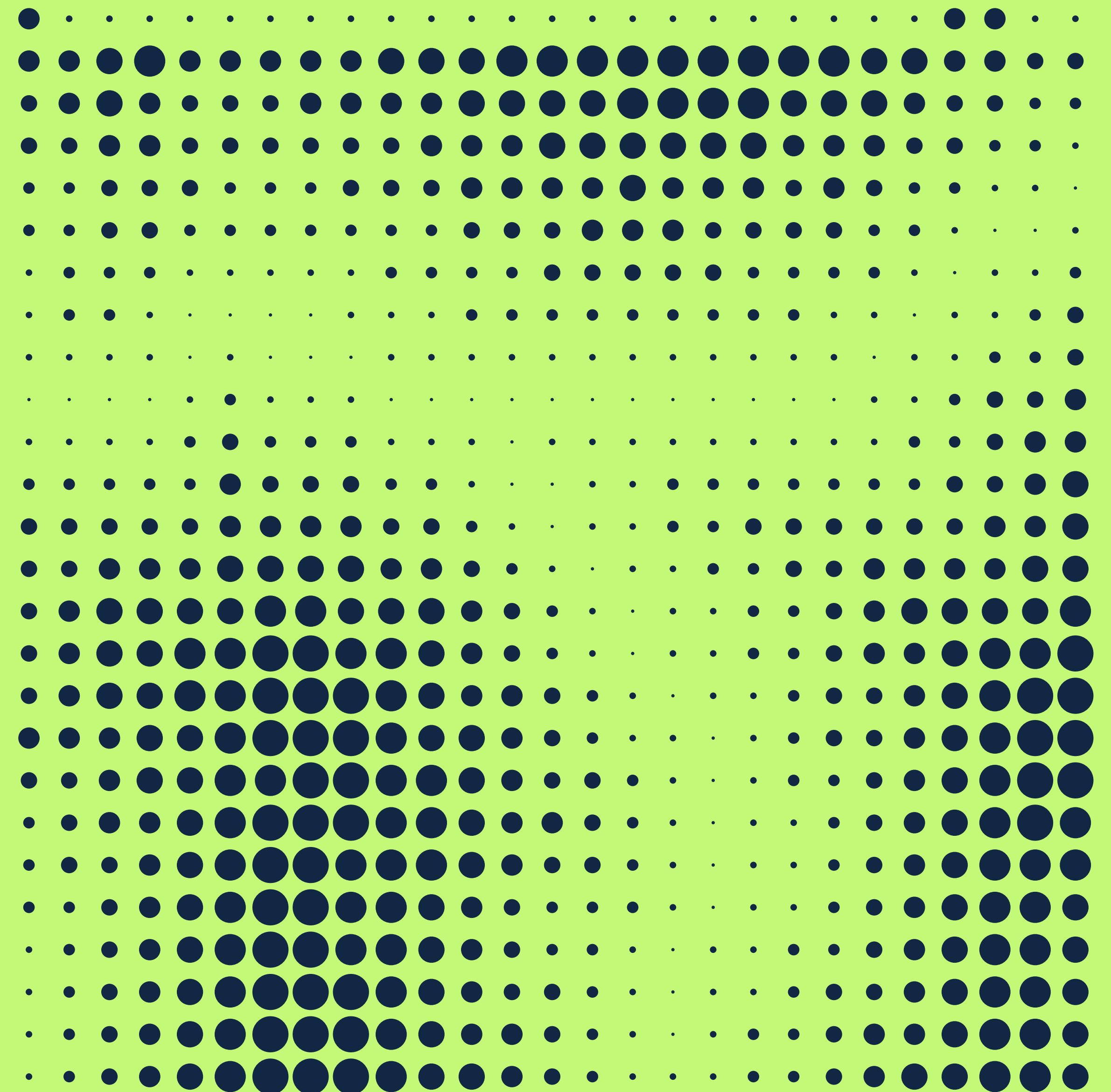
Para garantir melhor integridade nas aplicações dos grafismos, respeite sempre as regras apresentadas neste manual e evite as aplicações e composições apresentadas ao lado.

- 1. **Não** sobrepor texto com grafismo.
- 2. **Não** distorcer os pontos que compõem nosso grafismo.
- 3. **Não** seguir a malha invisível de construção dos pontos.
- 4. **Não** mudar as cores recomendadas ou combinar cores diferentes no mesmo grafismo.



3.4

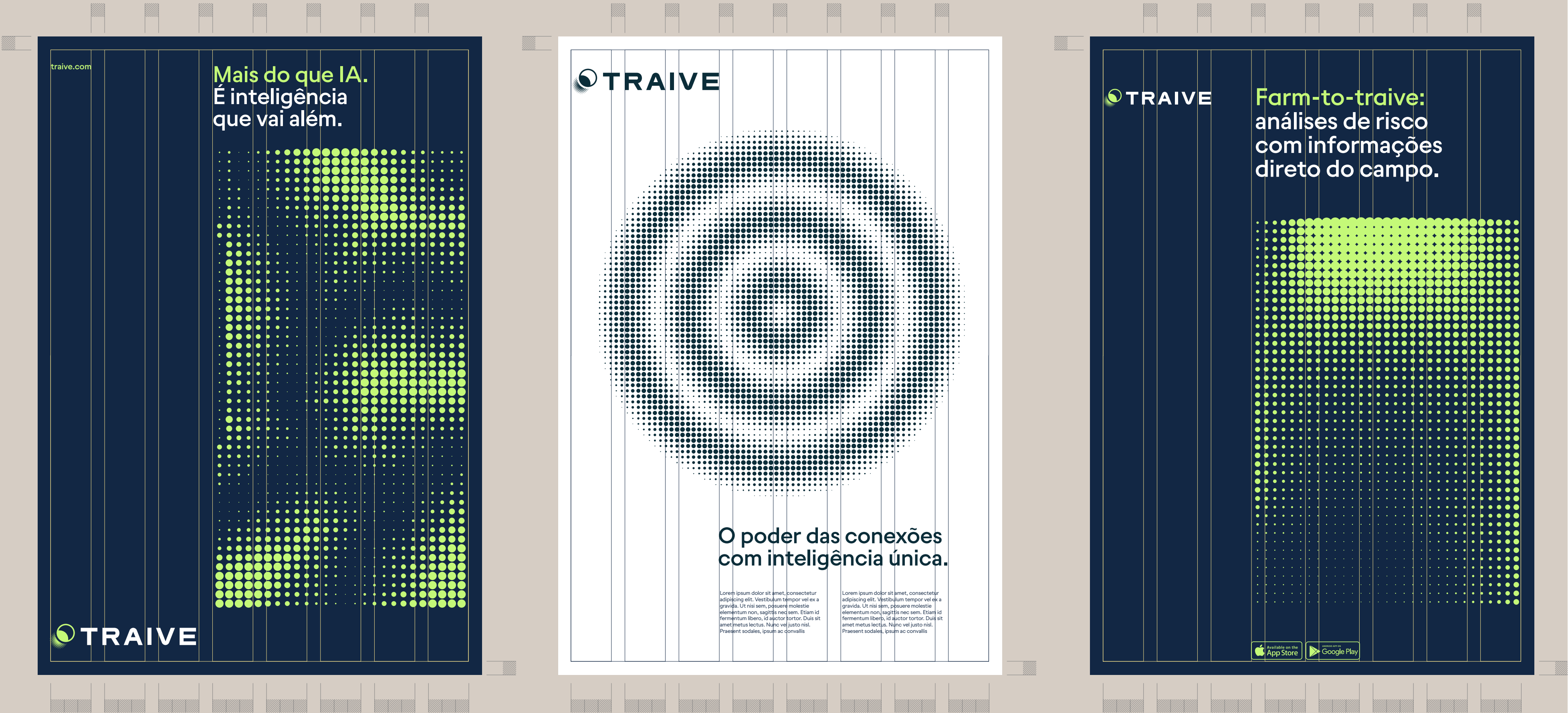
Nosso grid



3.4.1 Introdução

Para facilitar a composição gráfica dos materiais de comunicação, recomenda-se a utilização de um grid de 8 colunas.

Assim, geramos uma disposição com os respiros e os espaçamentos necessários para a orientação de diagramação.



traive.com

Mais do que IA.
É inteligência
que vai além.

TRAIVE

TRAIVE

O poder das conexões
com inteligência única.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit. Vestibulum tempor vel ex a
gravida. Ut nisi sem, posuere molestie
elementum non, sagittis nec sem. Etiam id
fermentum libero, id auctor tortor. Duis sit
amet metus lectus. Nunc vel justo nisi.
Praesent sodales, ipsum ac convallis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit. Vestibulum tempor vel ex a
gravida. Ut nisi sem, posuere molestie
elementum non, sagittis nec sem. Etiam id
fermentum libero, id auctor tortor. Duis sit
amet metus lectus. Nunc vel justo nisi.
Praesent sodales, ipsum ac convallis

TRAIVE

Farm-to-traive:
análises de risco
com informações
direto do campo.

3.4.2 Uso de imagem e ícones

Para as composições com imagens e ícones, também seguimos nosso grid de 8 colunas, sempre deixando espaços entre os elementos, evitando sobreposições.

Hierarquia clara, respiro e destaque para os elementos principais são os pontos que recomendamos em todas as composições.





Um terreno fértil
para cultivar
investimentos
prósperos.

TRAIVE FINANCE





O poder das
conexões com
inteligência
única.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum tempor vel ex a gravida. Ut nisi sem, posuere molestie elementum non, sagittis nec sem. Etiam id fermentum libero, id auctor tortor. Duis sit amet metus lectus. Nunc vel justo nisl.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum tempor vel ex a gravida. Ut nisi sem, posuere molestie elementum non, sagittis nec sem. Etiam id fermentum libero, id auctor tortor. Duis sit amet metus lectus. Nunc vel justo nisl.







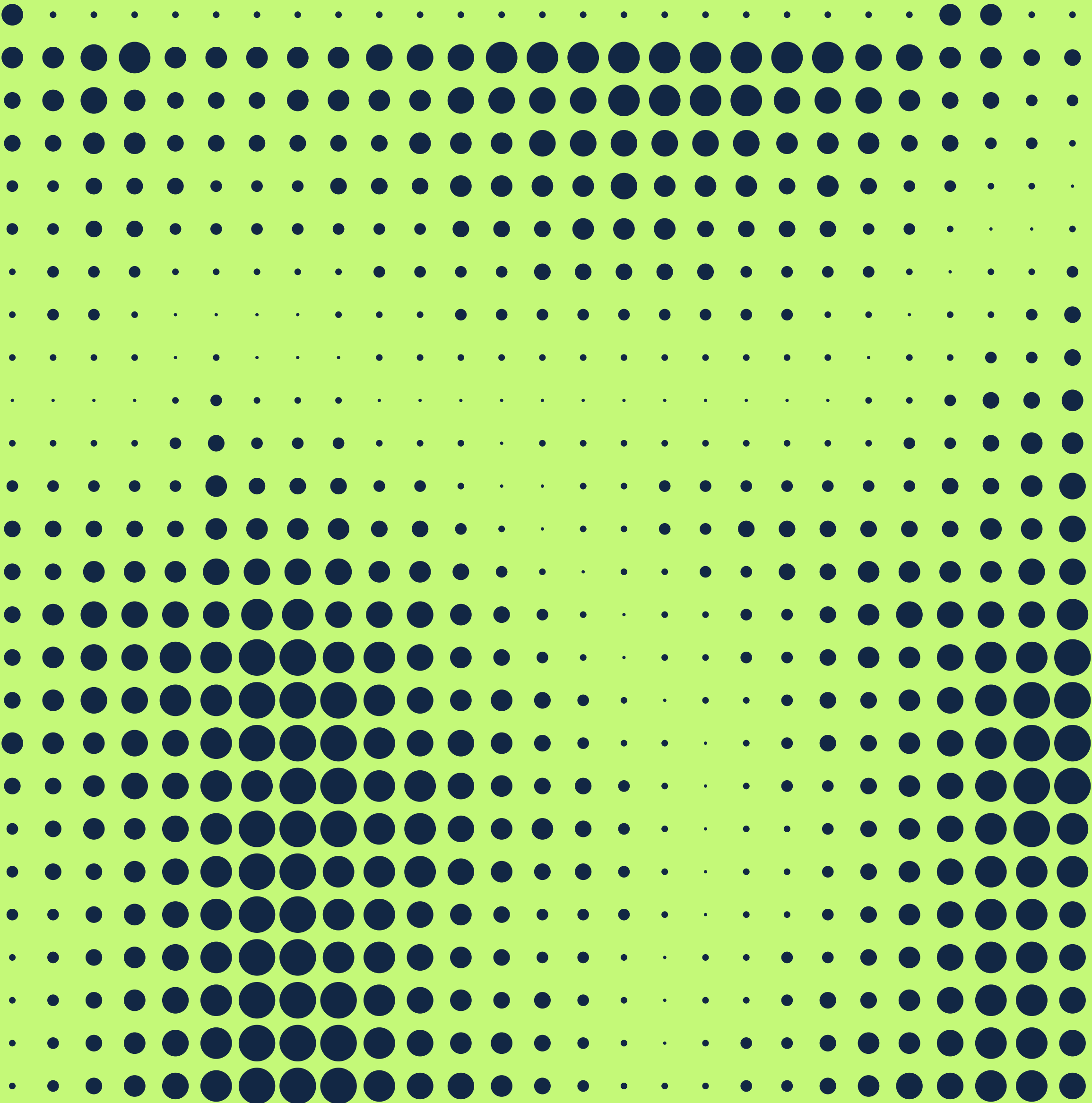
traive.com

O caminho natural
para alimentar a cadeia
de suprimentos do agro.



3.5

Nossa tipografia



3.5.1 Introdução

A identidade tipográfica é composta pela fonte Igual Typeface, escolhida para expressar nossas mensagens.

Ela expressa propriedades intrínsecas visuais e estratégicas de nossa marca.

A fonte tem uma estrutura sans serif com alguns caracteres mais geométricos, o que proporciona uma conexão maior com nossa identidade visual como um todo.

A família tipográfica apresenta pesos diferentes, permitindo uma ampla gama de usos e hierarquias.

Igual typeface

Thin
XLight
Light
Regular
Medium
Bold
XBold
Black

8 estilos

Variable Font

aaaaaaaaaa

abc

Igual typeface

8 estilos

aa

Thin

XLight

Light

Regular

Medium

Bold

XBold

Black

3.5.2 Fonte de Sistema

Como fonte de sistema para nossa identidade visual temos a Roboto, que é uma fonte funcional e segue algumas das bases de nossa fonte principal.

Aqui, ela assume o papel de fonte em momentos nos quais não podemos utilizar nossa fonte principal.

Roboto fonte

Thin
Light
Regular
Medium
Bold
Black

6 estilos

1234567890

abc

3.5.3 Combinações e Hierarquias

A nossa fonte Igual pode gerar combinações flexíveis, deixando a hierarquia clara e fluída em diferentes tipos de situações e conteúdos.

Ela varia em peso, tamanho e forma, e consegue conduzir a leitura com excelente adaptação a todas as necessidades de comunicação.

Aqui ao lado mostramos algumas possíveis combinações, onde sempre priorizamos a leitura, hierarquia e fluidez.

Para uma comunicação consistente e eficaz, siga sempre esta orientação.

Igual
Títulos

Igual
Subtítulos

Igual
Tópicos

Igual
Textos

Igual
Notas / descritivos

Intelligence
that thrives.

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.

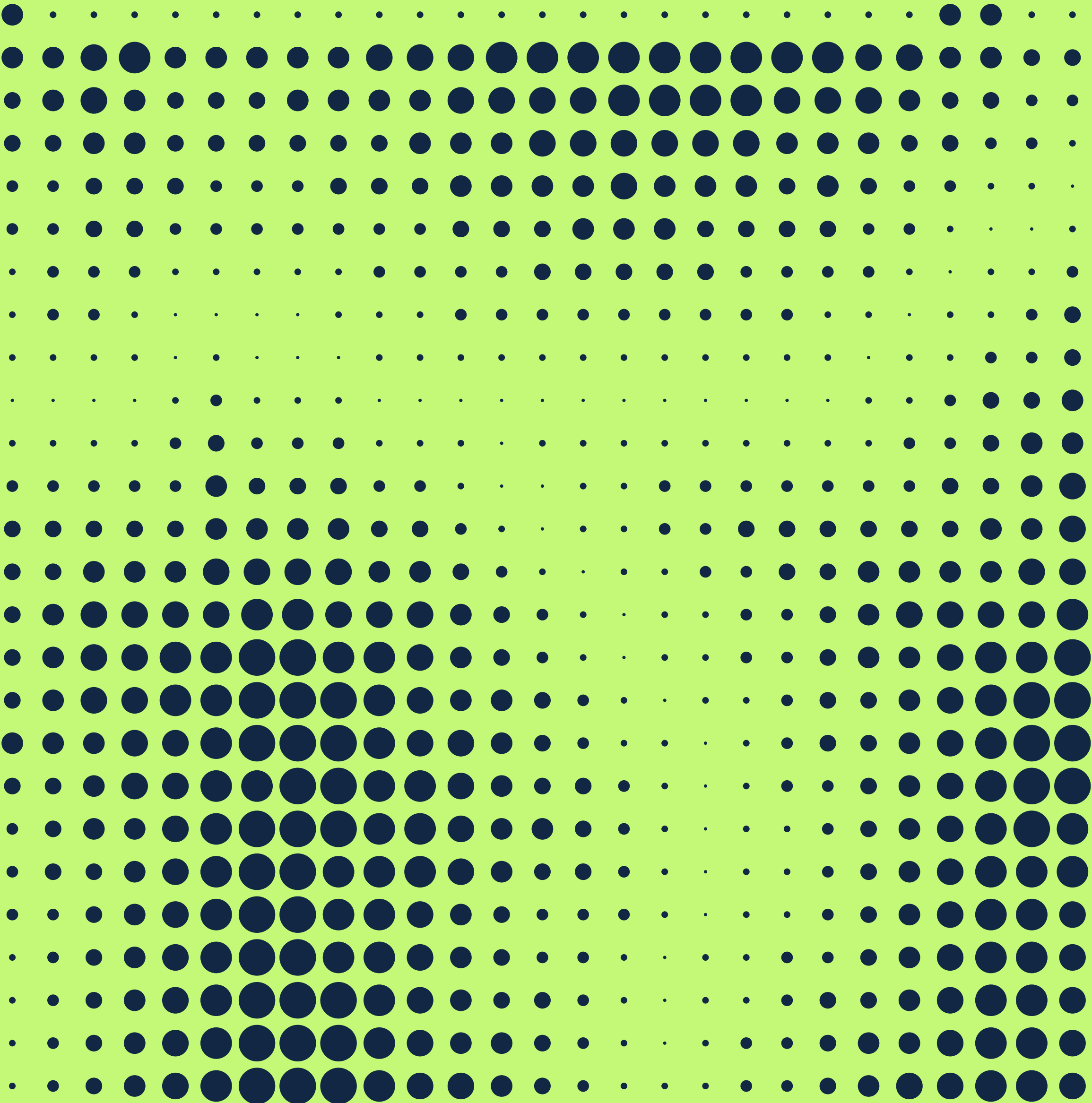
01 . Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent sem turpis, venenatis a justo eget, sollicitudin convallis ligula. Vestibulum a condimentum felis. Mauris vulputate tincidunt tempus. Mauris ornare pharetra velit, in euismod quam suscipit non. Integer pretium velit justo, non molestie felis cursus quis. Ut sagittis vestibulum nibh, a lacinia sem dapibus eu. Ut ut imperdiet sapien. Suspendisse justo purus, semper quis odio in, elementum eleifend turpis.

Note: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent sem turpis, venenatis a justo eget, sollicitudin convallis ligula.

3.6

Nossos Ícones



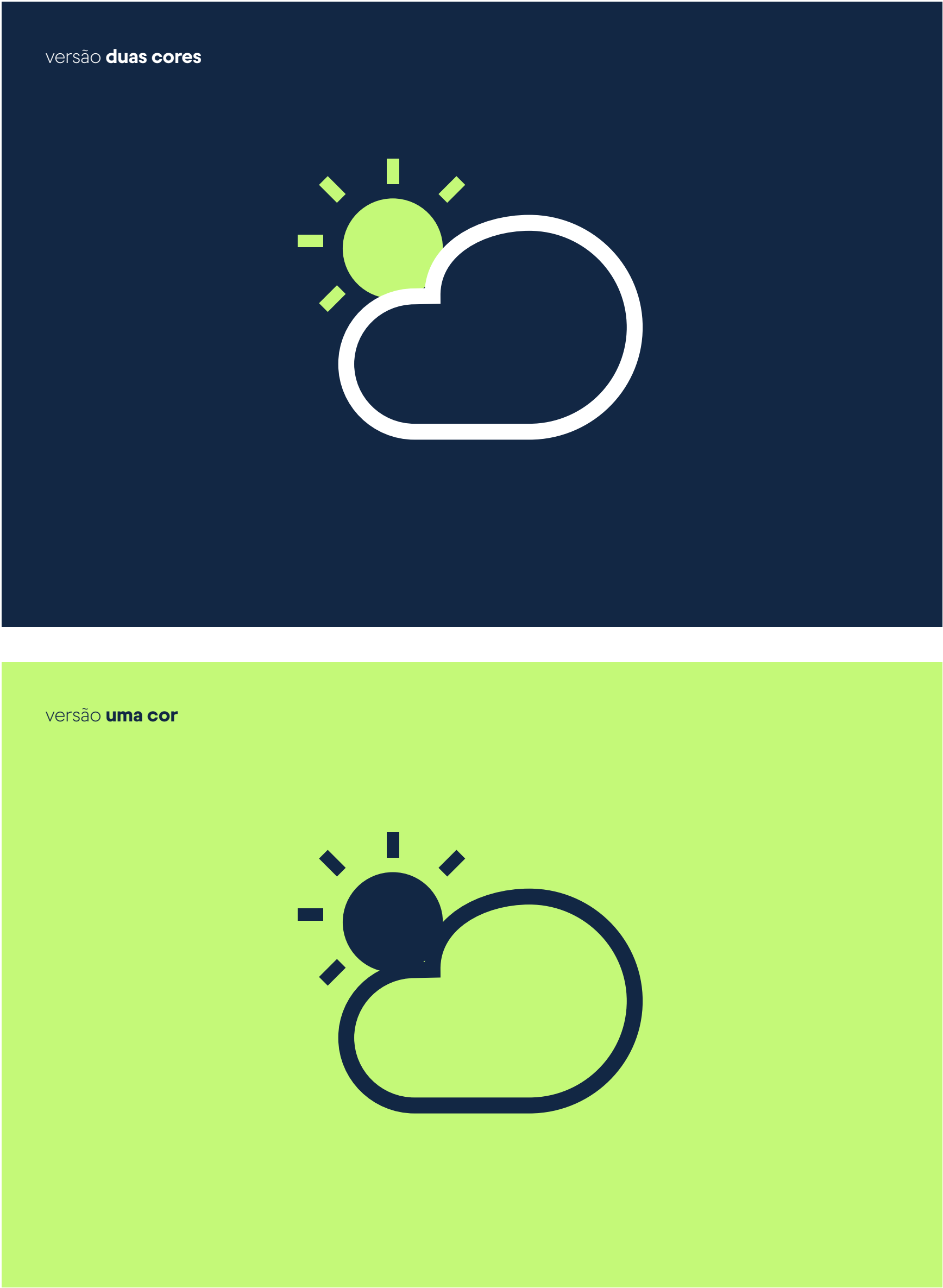
3.6.1 Introdução

Nossos ícones seguem o mesmo raciocínio na construção de outros elementos de nossa identidade visual.

Eles carregam a fluidez na construção, com terminações retas e a partição entre elementos, assim como nosso símbolo.

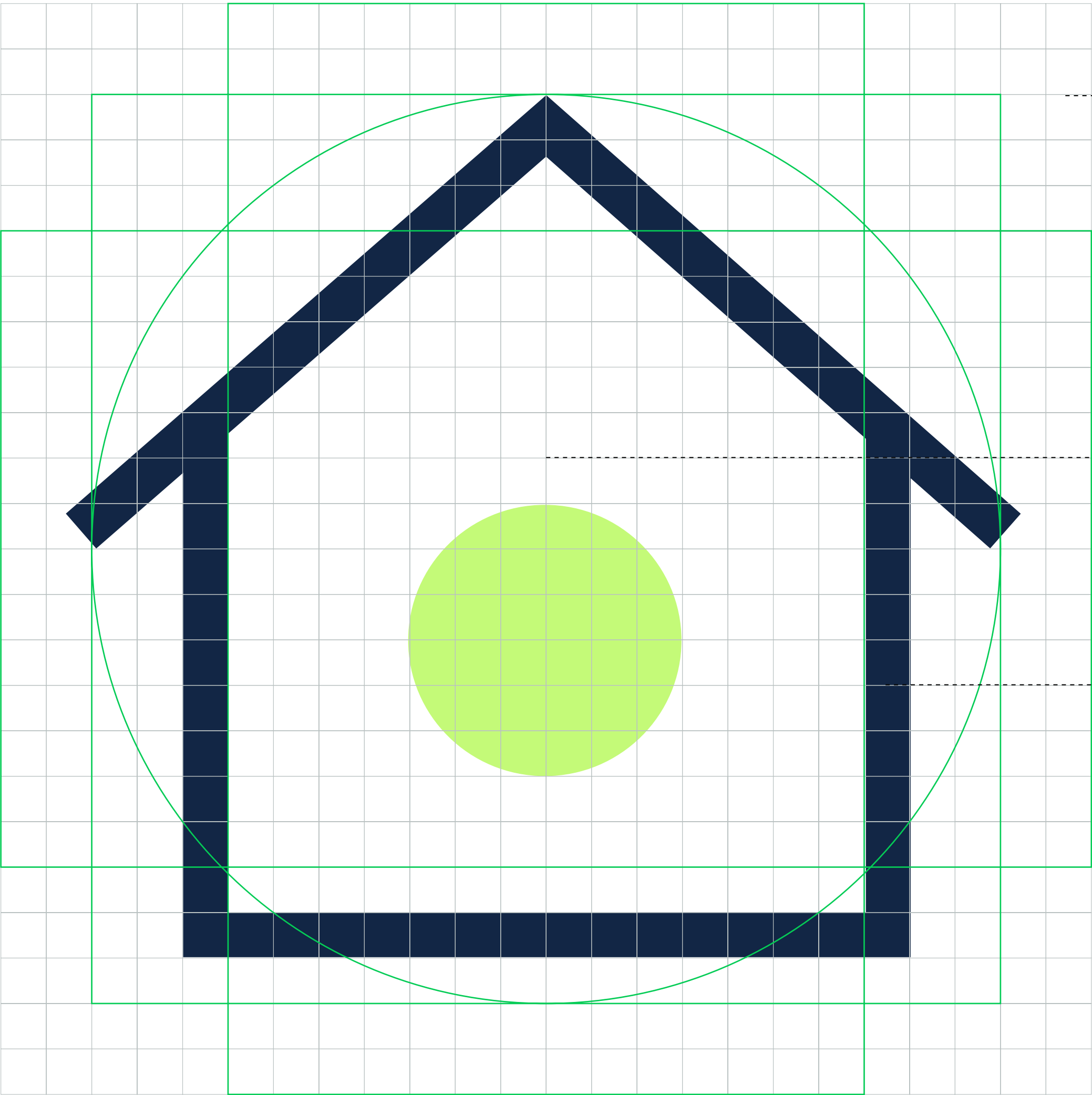
Independentemente da forma do desenho, os ícones devem ser construídos seguindo as referências e características básicas estabelecidas.

A **versão de uma cor** é recomendada para fundos claros, enquanto a **versão de duas cores** é mais recomendada para fundos escuros.



3.6.2 Construção

Para nossa construção, partimos de um grid modular de 24x24, usando uma forma preenchida combinada com uma forma em traço, criando um conjunto reconhecível e próprio.

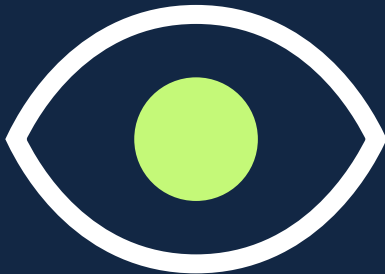
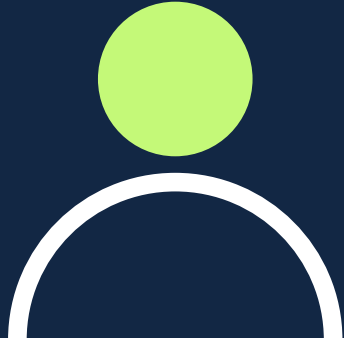


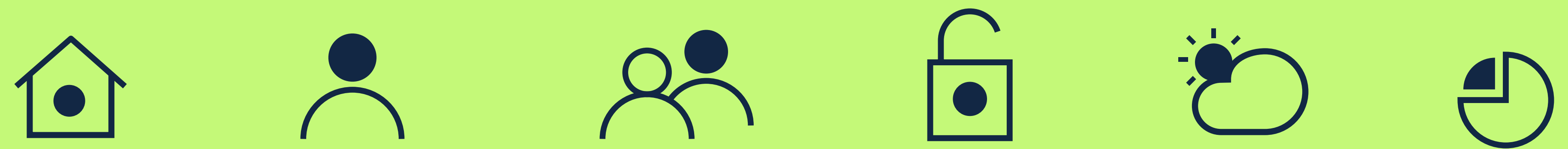
Grid de construção
Para a construção da família iconográfica, fizemos o uso de um grid modular (24x24). Dessa forma, garantimos uma consistência na construção de nossos ícones.

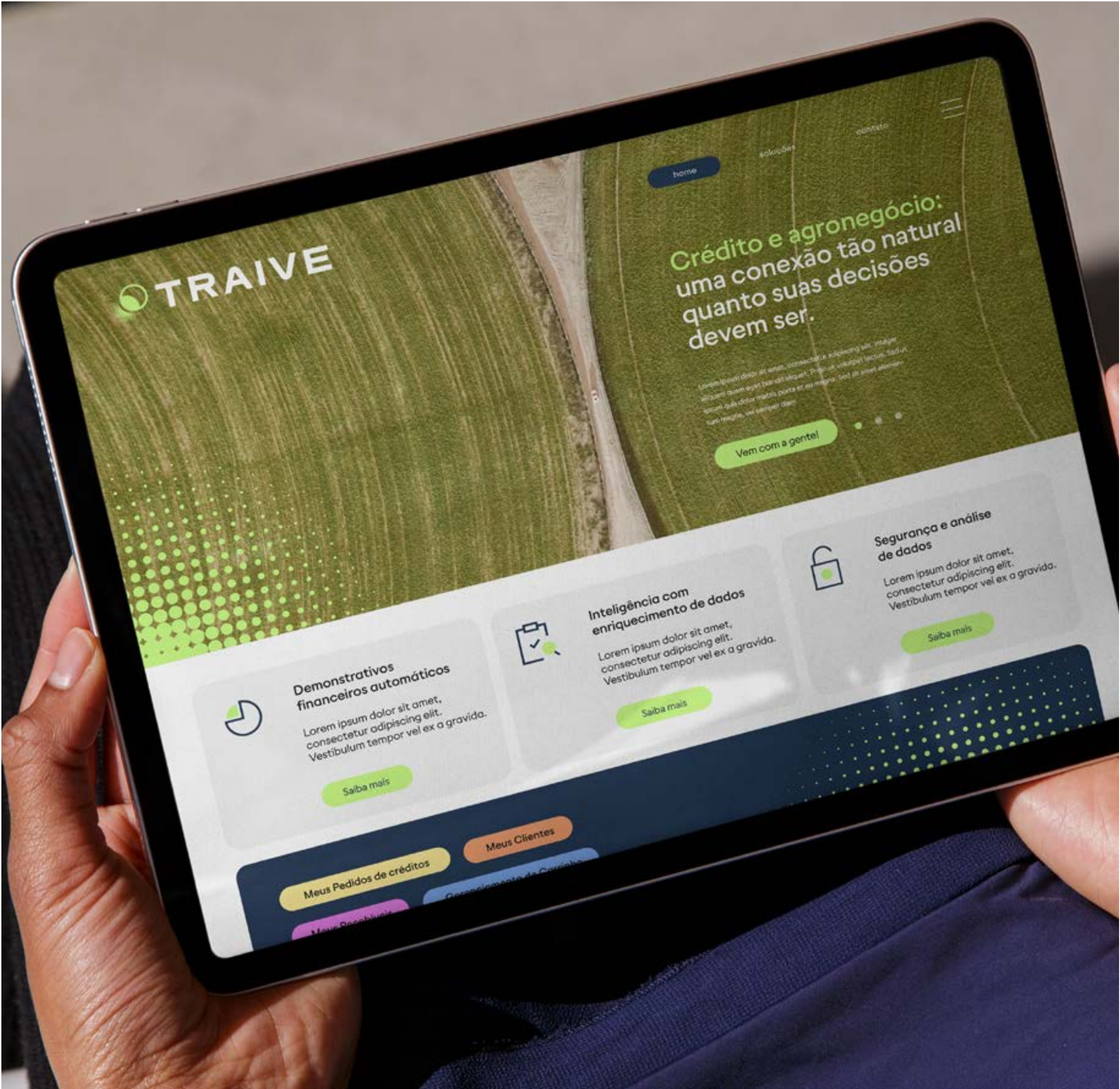
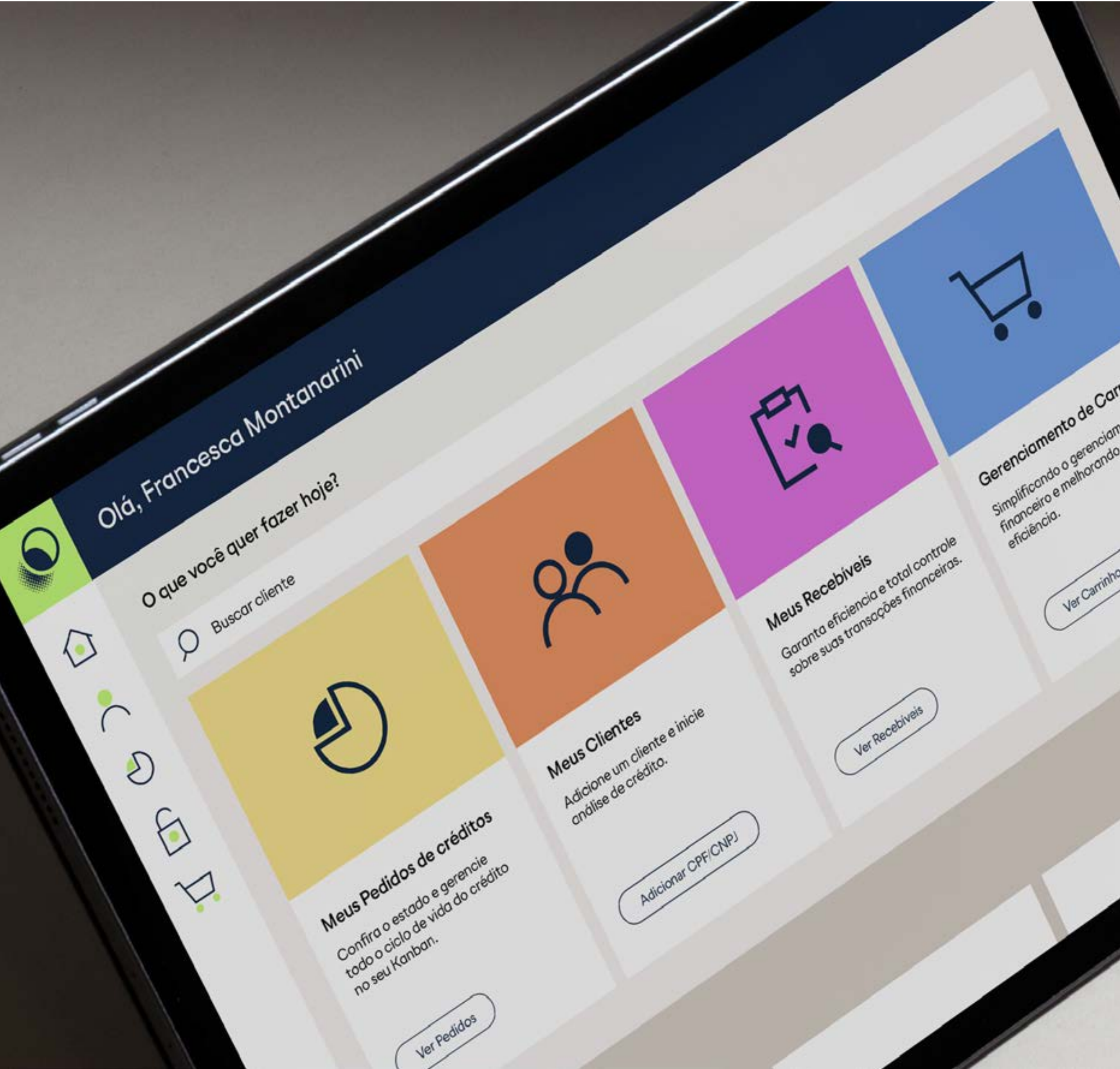
Forma preenchida
Para destacar o elemento central do desenho, usamos uma forma circular preenchida com uma cor clara.

Forma em traço
Para dar formar ao desenho, utilizamos um traço com base geométrica que se encaixa no padrão do nosso grid.

Com essa combinação de formas, temos um desenho temos um desenho único e com mais personalidade, além de termos formas simples com boa redução e reconhecimento.

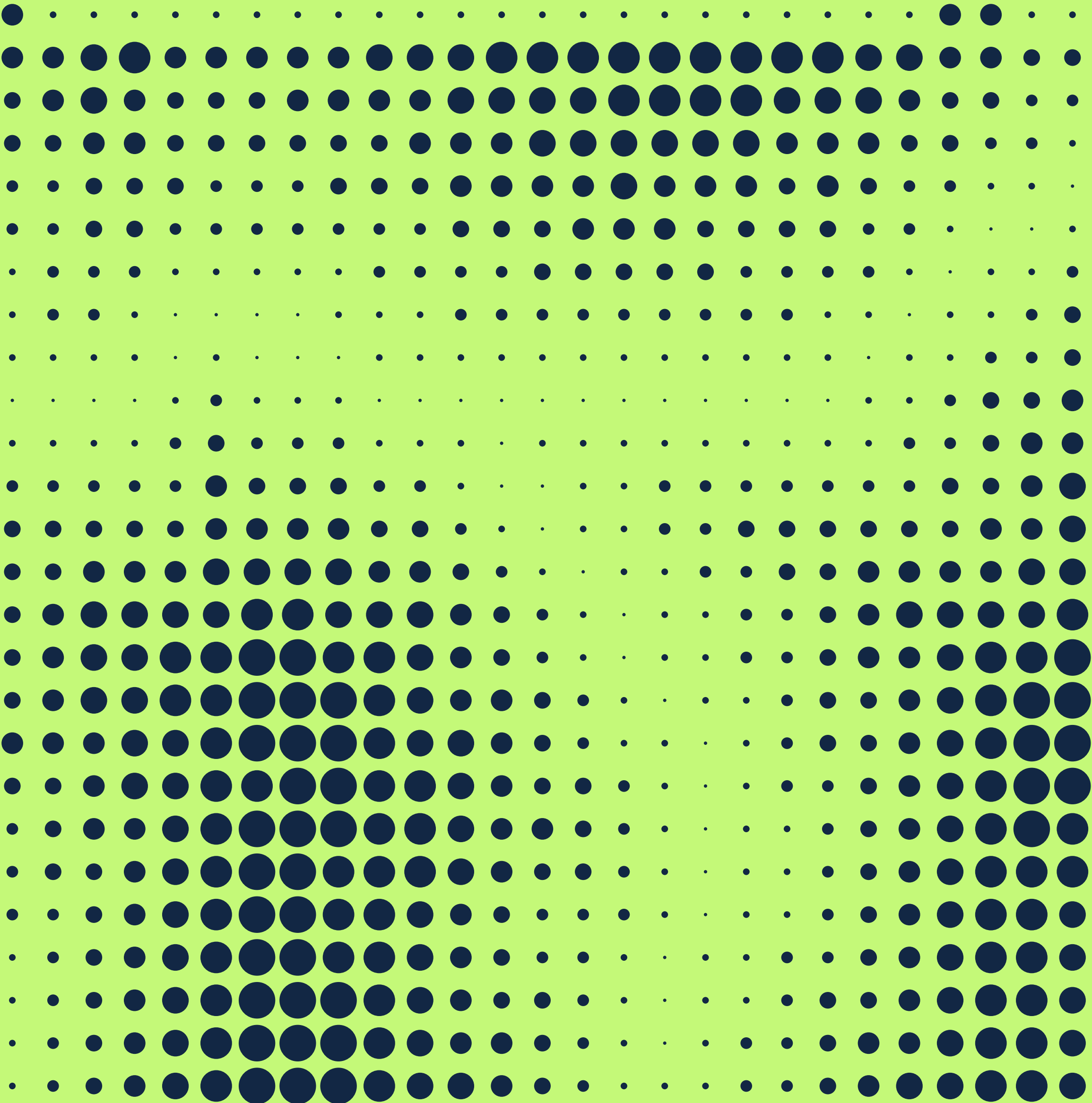






3.7

Nossas fotos



3.7.1 Introdução

Nossas fotos reforçam aspectos visuais e conceituais em nossa comunicação, além de ser uma conexão com nosso público, dando contexto, mostrando nossas tecnologias e o impacto delas na vida das pessoas.



3.7.1 Introdução

Temos dois temas gerais abordados em nossas fotos: Agro e Finance. Esses dois assuntos principais também são nossas frentes de atuação.

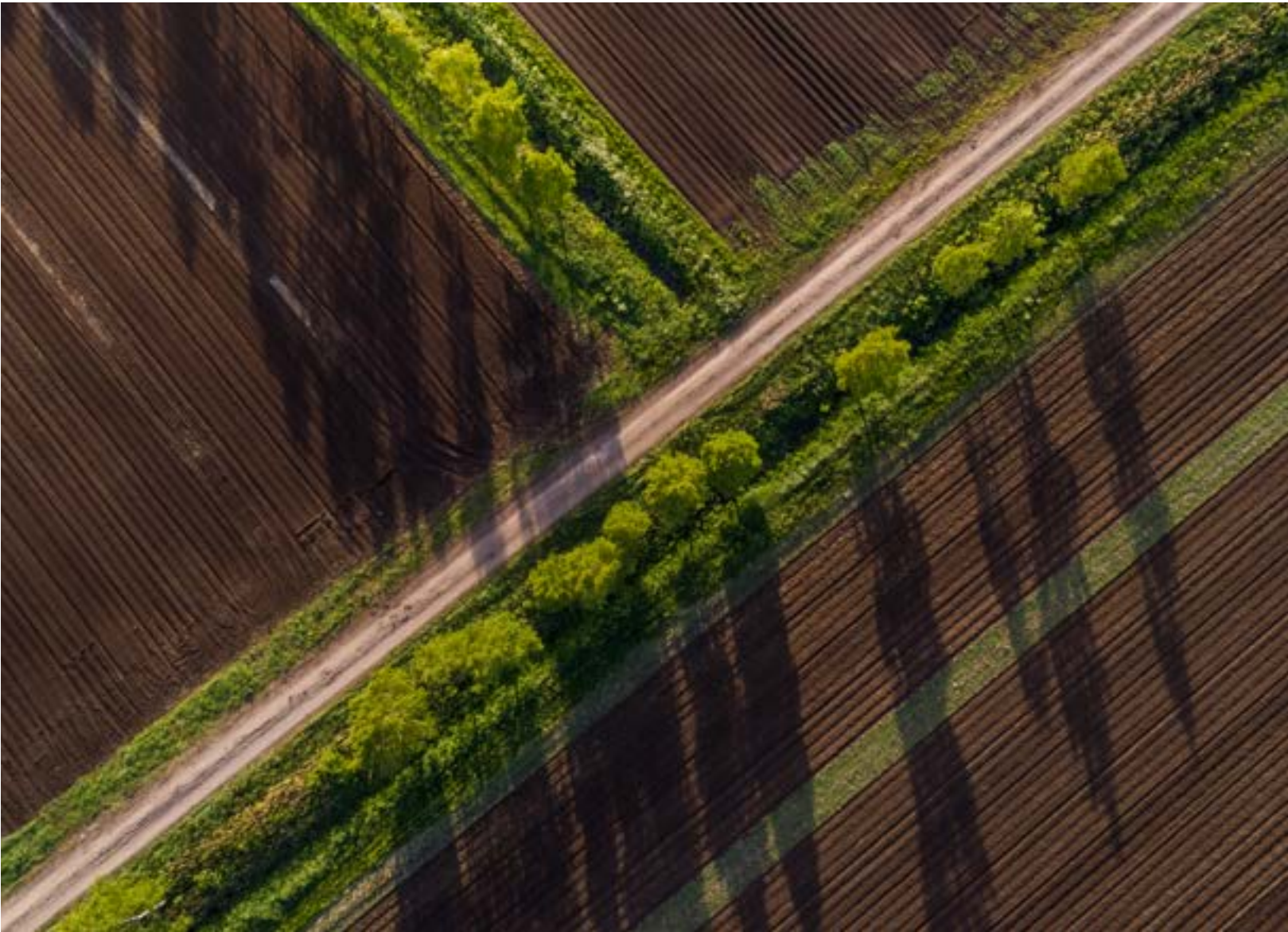
AGRO

FINANCE

3.7.2 Agro

Para as fotos com foco em nossa frente Agro, são feitas representações do contexto geral do segmento, com ênfase nos padrões gerados em planos abertos e nos detalhes e texturas dos planos fechados.





3.7.3 Finance

Para as fotos com foco em nossa frente Finance, são feitas representações do contexto geral do segmento, com ênfase nos padrões gerados em planos abertos e nos detalhes e texturas dos planos fechados.





3.7.4 Enquadramento

Para orientar o enquadramento mais adequado, recomendamos deixar o objeto ou personagem da ação sempre em evidência, prezando pelo protagonismo e pela predominância da informação.

Assim, dependendo do formato utilizado, podemos ter uma adequação das partes do cenário e outros elementos, se for o caso, sem prejudicar a comunicação central.



Enquadramento horizontal



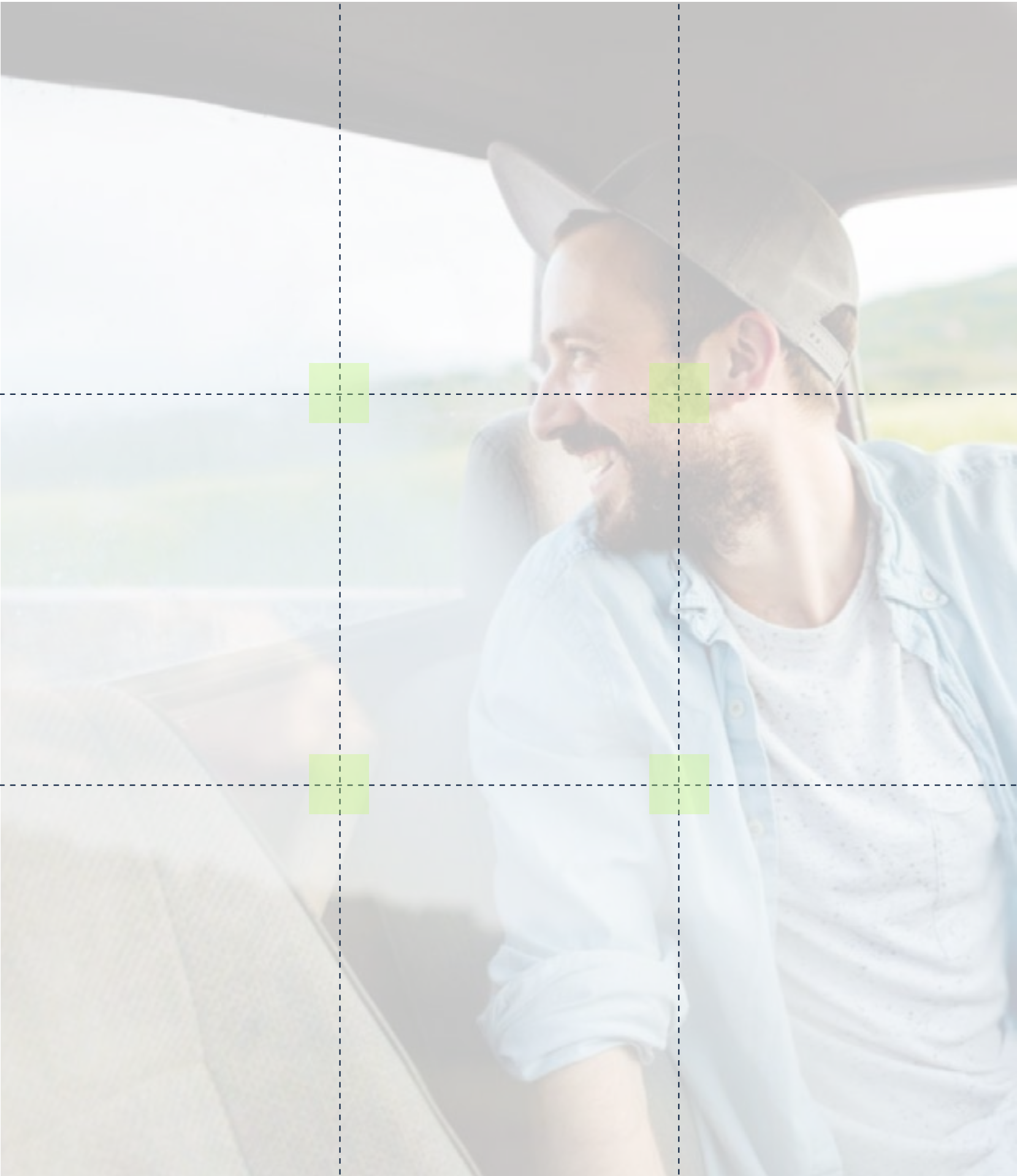
Enquadramento 4x3



Enquadramento vertical

3.7.5 Enquadramento

Com o intuito de uma melhor composição, dê preferência ao uso dos pontos de interseção da regra dos terços ou composições centralizadas.



3.7.6 Não fazer

Para garantir melhor integridade nas aplicações das nossas fotos, respeite sempre as regras apresentadas neste manual e evite as aplicações e composições apresentadas ao lado.

- 1. **Não** utilizar imagens com efeitos pesados.
- 2. **Não** utilizar imagens não naturais, com poses ou casting deslocados.
- 3. **Não** utilizar imagens com tratamentos fortes de cores.
- 4. **Não** utilizar imagens que não apresentam nossa nacionalidade ou localidade brasileira.



