

# Manual da Marca 2023

# Sumário

## I. Identidade Organizacional

*Missão*

*Visão*

*Valores*

## II. Identidade Visual

*Cores da marca*

*Cores das áreas*

*Cores dos projetos*

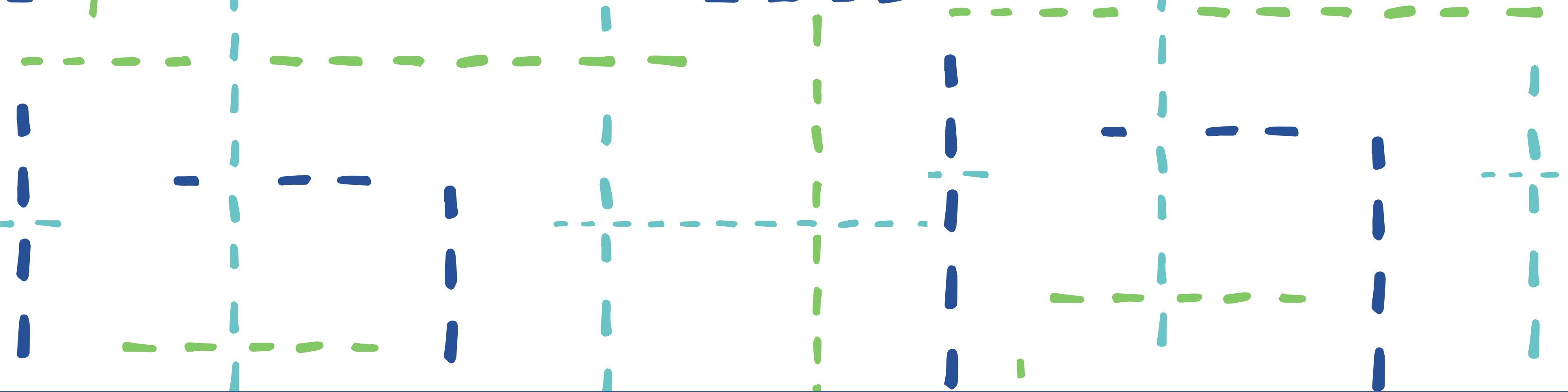
## III. Comunicação

*Instagram*

*Facebook*

*Site*

*LinkedIn*



# I. Identidade Organizacional

# I. Identidade Organizacional

## Missão

Promover o crescimento do setor social, o desenvolvimento dos membros da entidade, e a conscientização sobre questões socioambientais por meio de eventos, consultoria e incubação de empreendimentos de impacto.

# I. Identidade Organizacional

## Visão

Ser referência nacional enquanto organização estudantil, com propósito de fortalecer e conectar o setor social.

# I. Identidade Organizacional

## Valores

**1** Audácia: Sair da zona de conforto, assumindo riscos, enfrentando medos, desafiando o senso comum ou buscando inovações.

**2** Coletividade: Trabalhar em sinergia por um propósito comum, desenvolvendo um ambiente integrado, acolhedor, fortalecido e harmônico, que possibilite a horizontalidade da tomada de decisão.

**3** Empatia: Colocar-se no lugar do outro, permitindo a construção de pontes entre realidades distintas.

# I. Identidade Organizacional

## Valores

4

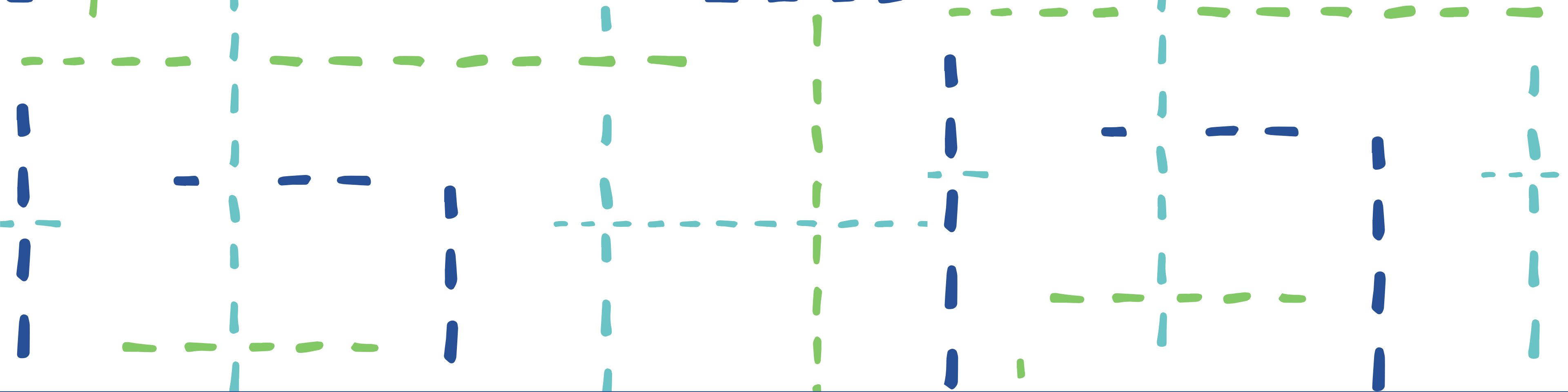
**Excelência:** Buscar constantemente o aperfeiçoamento de nossos processos e projetos, prezando pelo profissionalismo e comprometimento em nossas ações.

5

**Responsabilidade Social:** Basear nossas ações no compromisso com as questões sociais, sempre ciente do nosso papel como entidade.

6

**Transparência:** Garantir clareza e acessibilidade em nossos processos, tomadas de decisão e transmissão de informação.



# Identidade Visual



# II. Identidade Visual

## Cores da marca



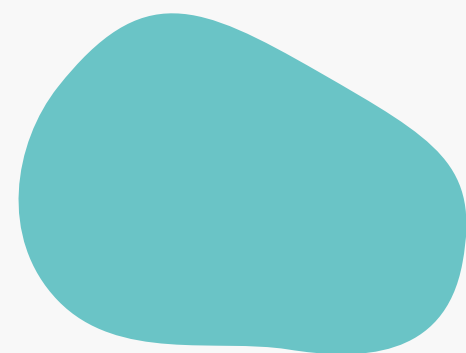
HEX #285096

RGB (40,80,150)



HEX #82C864

RGB (130,200,100)



HEX #6ac4c6

RGB (106,196,198)

# II. Identidade Visual

## Cores das áreas

Áreas Internas  
*Presidência*



*Vice-Presidência*



*Marketing*



*Gestão de Pessoas*



Áreas de Projetos  
*Consultoria*



*Eventos*

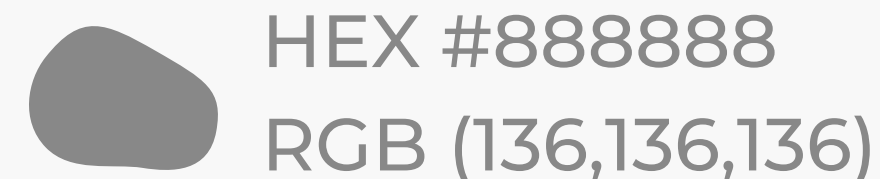


*Incubadora*



Conselhos

*Consultivo e Fiscal*



# II. Identidade Visual

## Cores dos Projetos Integrados

### *3 Zero Club*

 HEX #54B1B2  
RGB (84, 177, 178)

 HEX #C4A46B  
RGB (196, 164, 107)

 HEX #F0AA55  
RGB (240, 170, 85)

### *Social em Ação*

 HEX #195ebd  
RGB (0, 171, 201)

 HEX #8766c4  
RGB (135, 102, 196)

 HEX #a1cda4  
RGB (161, 205, 164)

### *Coletivos*

#### *Mulheres FEASô*

 HEX #940c0c  
RGB (148, 12, 12)

#### *Negritude FEASô*

 HEX #2a4d6b  
RGB (42, 77, 107)

 HEX #e16044  
RGB (225, 96, 68)

# II. Identidade Visual

## Tipografia

### Fontes para Título

Raleway

Oswald

**Abril Fatface**

**BEBAS NEUE**

### Fontes para Texto

Montserrat

Trocchi

Arimo

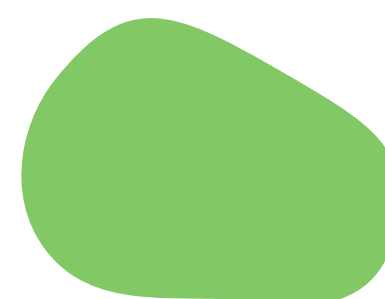
# II. Identidade Visual

Logotipo - Clássico



HEX #285096

RGB (40,80,150)



HEX #82C864

RGB (130,200,100)

# II. Identidade Visual

Logotipo - Versões Preto e Branco



# II. Identidade Visual

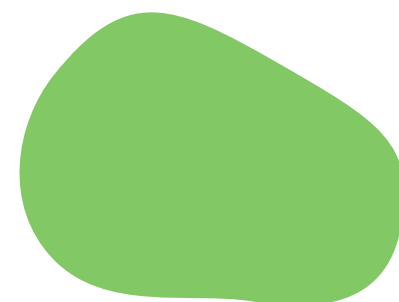
Slogan

# #fazendoadiferença



HEX #285096

RGB (40,80,150)



HEX #82C864

RGB (130,200,100)

# II. Identidade Visual



Slogan

## #fazendoadiferença

Fazendo a Diferença é um slogan que invoca ação e transformação. Simboliza o lado tangível do nosso trabalho, o ato de por a mão na massa, a nossa contribuição ativa na melhoria da sociedade.

Está sempre relacionado às nossas ações, projetos e conquistas.

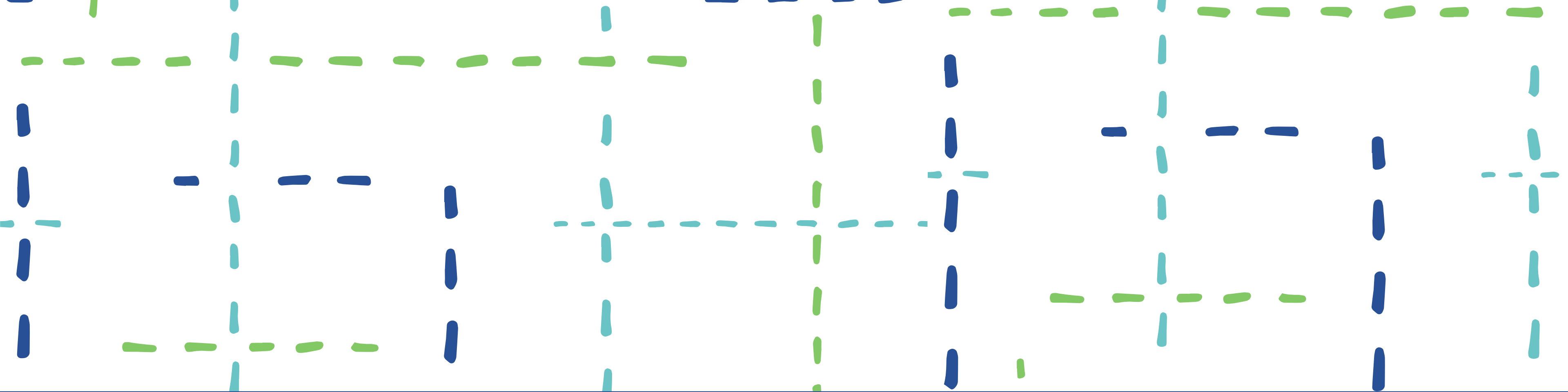


# II. Identidade Visual



Proporções





# Comunicação

# III. Comunicação



## Instagram

Nosso Instagram foi criado em março de 2018. Ele tem seu foco muito mais voltado aos alunos da FEA, por ser uma rede social mais rotineira. Assim, nosso meio de nos comunicarmos nessa rede social acaba tendo um tom bem mais descontraído, assim como demandado pelo público que procuramos atingir.

Costumamos postar campanhas no feed e parcerias nos stories.

 [@feasocialusp](https://www.instagram.com/feasocialusp)

# III. Comunicação



## Facebook

O nosso Facebook é a rede social com o foco mais abrangente. Visamos atingir desde o público feano, como alunos, professores e funcionários, até aqueles que recebem os nossos serviços e a comunidade externa em geral - no que tange, principalmente, os universitários.

No Facebook, além das campanhas, divulgamos com mais intensidade os recrutamentos e eventos da entidade.



[facebook.com/feasocial](https://facebook.com/feasocial)

# III. Comunicação



## Site

Lançado em março de 2018, conta com uma abordagem mais profissional e mais geral dos serviços que oferecemos, visando atingir mais o público relacionado com o terceiro setor.

Nele, buscamos atualizar anualmente os portfólios, além de publicar informações úteis e atualizadas sobre a entidade.



[feasocialusp.org](https://feasocialusp.org)

# III. Comunicação



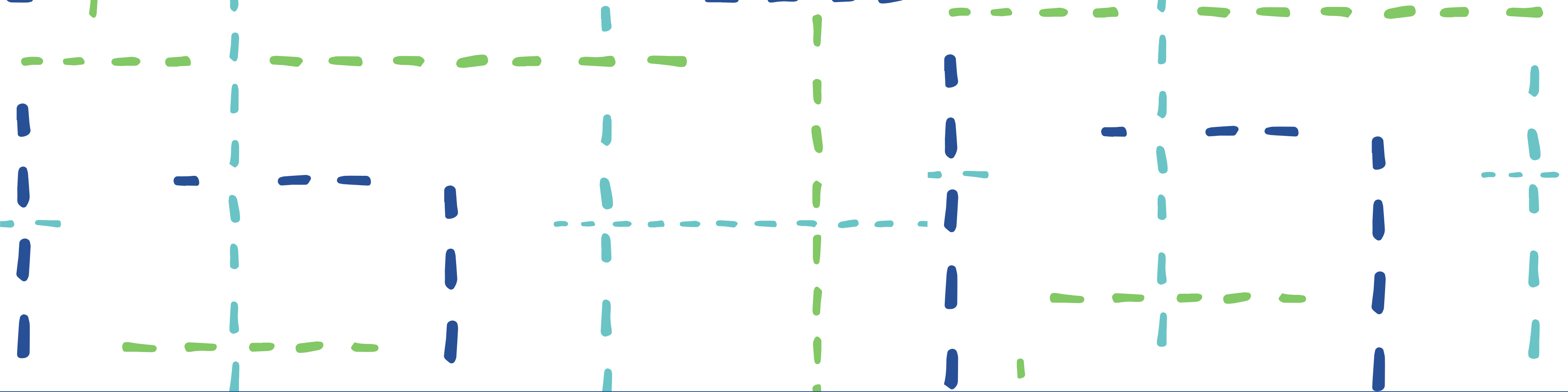
## LinkedIn

Assim como o site, o LinkedIn conta com uma abordagem mais profissional e mais geral dos serviços que oferecemos. Por meio dele, conseguimos nos conectar com o público relacionado com o terceiro setor, bem como docentes e parceiros.

O diferencial dessa plataforma é a interação com as pessoas, que não ocorre da mesma maneira como no site.



[linkedin.com/company/feausp-social](https://www.linkedin.com/company/feausp-social)



 /feasocial

 @feasocialusp

 FEA Social USP

 [www.feasocialusp.org](http://www.feasocialusp.org)

 [feauspsocial@gmail.com](mailto:feauspsocial@gmail.com)

