



MANUAL DA MARCA



Seja **bem-vindo(a)**

SUMÁRIO

01

PLATAFORMA DA MARCA

Introdução	05
Manifesto da CAPEMISA	06
Inspirações	08
Missão, Visão e Valores	09
Marcas do Grupo	10
Jeito de C CAPEMISA	12
Tom de Voz	13
Padrão de Escrita	14

02

IDENTIDADE VISUAL

Composição das Marcas	16
Arquitetura da Marca	17
Nosso Slogan	18
Área de Segurança	19
Redução Máxima Permitida	20
O Símbolo	21
Utilização do Símbolo	22
Variações da Logo	23
Usos Incorretos	24
Barra de Assinaturas	25
Paleta de Cores	26
Tipografia Primária	27
Tipografia Secundária	28
Aplicações	29

03

PRODUTOS E SELOS

Institucional	32
Produtos Individuais	33
Produtos Empresariais	35
Selos	37



PLATAFORMA DA MARCA



**SOMOS
FEITOS DE
PESSOAS
PARA
PESSOAS!**

Jorge Andrade, Presidente da CAPEMISA.

INTRODUÇÃO

Este não é apenas um Manual de Identidade Visual.
É um convite para mergulhar na **essência da CAPEMISA**.

Aqui, cada diretriz carrega um propósito maior: traduzir, com consistência e verdade, o nosso jeito de cuidar, de nos conectar e de transformar a vida das pessoas por meio da proteção.

Mais do que regras, este material reúne aquilo que nos define, o nosso jeito de ser e de fazer: o **“Jeito de C CAPEMISA”**.

Aqui, você encontrará os princípios que orientam a nossa marca e ajudam a garantir **consistência, clareza e propósito** em cada aplicação para que, independentemente do canal ou formato, a CAPEMISA continue sendo reconhecida.

MANIFESTO CAPEMISA

Por que existimos?

A **CAPEMISA** acredita em algo simples, mas transformador:

As pessoas seguras são mais felizes.

Esse não é apenas um slogan. É a expressão de uma crença que nasce da nossa história. Desde a nossa origem, acreditamos no cuidado como ferramenta de transformação, especialmente para quem mais precisa. Por isso, trabalhamos para ampliar o acesso à proteção e tornar essa felicidade possível para cada vez mais pessoas.

Nossa origem define o nosso olhar

A **CAPEMISA** tem raízes em um propósito maior: o cuidado com as pessoas. Desde o início, nossa atuação esteve conectada ao apoio e à proteção de quem mais precisava, especialmente pessoas em situação de vulnerabilidade. Nós nascemos para manter viva a obra social do **Lar Fabiano de Cristo**.

Essa origem nos ensinou algo que carregamos até hoje:

Proteger é mais do que oferecer um produto. É gerar impacto real na vida das pessoas.

É tornar o futuro um pouco mais leve.
É permitir que mais pessoas tenham segurança para seguir em frente.



Formatura dos Colaboradores no curso superior realizado pela ENS, Escola de Negócios e Seguros e oferecido pela CAPEMISA.

Proteção que transforma

Quando falamos de proteção e segurança, não estamos falando apenas de Seguros e Capitalização.

Estamos falando de:

- + tranquilidade no presente
- + segurança para o futuro
- + dignidade para as famílias
- + liberdade para viver

Acreditamos que a segurança tem o poder de transformar realidades, porque ela reduz incertezas e amplia possibilidades.

É assim que enxergamos o nosso papel, não apenas como uma empresa que oferece soluções com **foco nos seus 3Cs, nossos pilares: Colaboradores, Corretores e Clientes**, mas como uma marca que contribui ativamente para construção de uma sociedade mais justa.



Humanismo

Estabelecer relações pautadas na compaixão e na tolerância. Expressa-se no cuidado com o próximo: Colaboradores, Corretores, Clientes, fornecedores e os todos que se relacionem com a empresa.



Simplicidade

Ser direto e claro, evitando excessos. Revela-se no jeito de ser, fazer e falar.



Eficiência

Fazer mais com menos. Presente nos processos e no atendimento.



Amor

Amar o que faz, com compromisso e dedicação, tanto ao mercado quanto a todos os beneficiários de nossa causa. É inspirado na história que a Empresa tem de amor ao próximo.



Comprometimento

Fazer parte da construção de uma sociedade responsável, solidária e feliz.



Diversidade

Promover ações que estimulem uma sociedade mais ampla e plural.



Coragem

Reunir forças para fazer acontecer, reinventar-se, enfrentar novos desafios e nunca desistir.



MISSÃO

Cuidar das pessoas por meio de soluções em Seguros, Previdência e Capitalização, oferecendo produtos e serviços que unem qualidade, inovação e propósito. Gerar valor para Colaboradores, Corretores, Clientes, Acionistas e Parceiros, construindo relações de confiança e contribuindo para uma vida mais segura e mais tranquila, mantendo a vocação social.



VISÃO

Estar entre as 8 (oito) seguradoras independentes mais rentáveis do mercado de Vida e Previdência; gerando soluções que criem valor a seus Clientes e parceiros, alcançando resultados sustentáveis e crescentes e mantendo os valores humanos e sociais como uma diretriz ideológica.



VALORES

Acreditamos no Respeito como base de todas as relações, valorizando a diversidade e agindo com consciência em tudo o que fazemos. Atuamos com Comprometimento, Responsabilidade Social e Espírito de Equipe, sempre em busca de evolução conjunta e resultados consistentes. Colocamos o Cliente no Centro das nossas decisões, com Profissionalismo, foco em qualidade e melhoria contínua. E é com Ética, Transparência e um olhar atento ao nosso papel social que construímos conexões verdadeiras e contribuimos para um mundo melhor.

Da esquerda para direita: Renato Maia, Presidente do FUCAP e Conselheiro da CAPEMISA, Laerte Lacerda, Presidente do Conselho da CAPEMISA, Janete Figueiredo, Presidente da CAPEMISA Social e Conselheira da CAPEMISA, Regina Oliveira, Presidente do Lar Fabiano de Cristo e Jorge Andrade, Presidente da CAPEMISA Seguradora e CAPEMISA Capitalização.



A CAPEMISA nasceu com um propósito que vai além do negócio: apoiar e fortalecer o trabalho do Lar Fabiano de Cristo, uma Instituição de Assistência Social com mais de 65 anos de experiência que atende pessoas em situação de vulnerabilidade social de todas as faixas etárias, da infância à terceira idade, em suas mais de 40 unidades espalhadas pelo Brasil.



É uma entidade que atua na promoção da cidadania e assistência social, focada em assessorar organizações da sociedade civil e defender direitos de populações vulneráveis em todo o Brasil. Ela fortalece a rede socioassistencial, capacitando instituições parceiras e apoiando projetos sociais para melhorar o atendimento ao público.



Instituição que patrocina a educação profissionalizante, contribuindo para a geração de oportunidades e inclusão. Ao mesmo tempo, apoia e valoriza manifestações culturais e artísticas, reforçando a importância do desenvolvimento humano em todas as suas dimensões.



É um fundo de pensão que oferece previdência complementar para garantir renda futura aos participantes, Colaboradores da CAPEMISA.



Empresa que oferece soluções em Seguros de Vida e Previdência, contribuindo para a proteção financeira e o bem-estar de pessoas e famílias. Atua para proporcionar segurança diante dos imprevistos e apoio em diferentes momentos da vida, por meio de produtos acessíveis, flexíveis e alinhados às diversas necessidades dos Clientes.



Empresa que desenvolve soluções em Capitalização, por meio das modalidades Incentivo e Filantropia Premiável, apoiando empresas na geração de resultados e no fortalecimento de seus negócios. Ao mesmo tempo, contribui para a sustentabilidade de instituições filantrópicas, promovendo impacto social positivo e ampliando o alcance de iniciativas voltadas ao bem-estar coletivo.

JEITO DE C CAPEMISA



Ele se manifesta na conexão que criamos, na criatividade que impulsiona nossas soluções e na consistência com que atuamos. Esse conceito **nasce dos nossos 3Cs** que são nossos pilares: Colaborador, Corretor e Cliente, e se expande em tudo o que fazemos.

Viver o **Jeito de C** é entender que cada interação importa, cada comunicação carrega a nossa essência e que as **decisões devem refletir quem somos como marca.**

Tom de Voz

Nos comunicamos de forma **humana, próxima e confiável**.

Falamos de forma simples, sem complicar. Traduzimos temas que podem parecer complexos em mensagens acessíveis, diretas e fáceis de entender.

Mantemos uma comunicação acolhedora, que transmite segurança e sobretudo a nossa linguagem valoriza o respeito e a empatia, pois colocamos as pessoas no centro da conversa, criando conexões genuínas em cada ponto de contato.



“Você pode contar com proteção financeira em momentos importantes da vida.”



“Informamos que a presente solução visa atender às necessidades do segurado.”



“Mais tranquilidade para você viver o presente com segurança.”



“Cobertura securitária mediante condições contratuais vigentes.”



humana próxima e confiável

PADRÃO DE ESCRITA

1. Nome da marca

Deve ser sempre escrito em caixa-alta, respeitando suas variações oficiais.

Ex.: CAPEMISA Seguradora, CAPEMISA Capitalização etc. 

2. Produtos e categorias

Nomes de produtos, soluções e categorias devem ser escritos com iniciais maiúsculas.

Ex.: Seguro de Vida, Previdência, Título de Capitalização, Filantropia Premiável, Incentivo etc. 

3. Siglas e nomes específicos de produtos

Devem ser grafados integralmente em letras maiúsculas.

Ex.: PME CAPEMISA, CAPEMISA VIVA 

4. 3 Cs

Os pilares da marca devem ser sempre destacados com iniciais maiúsculas e seguindo a ordem: Colaboradores, Corretores e Clientes.

5. Nomes de cargos e setores

Devem ser escritos com iniciais maiúsculas, valorizando sua relevância institucional.

Ex.: Diretor Comercial, Gerente de Recursos Humanos, Marketing e Comunicação etc. 

6. Assistências

Os nomes das assistências devem ser escritos com iniciais maiúsculas, respeitando sua nomenclatura oficial.

Ex.: Assistência Apoio Emocional, Diária de Incapacidade Temporária, Assistência Desconto de Medicamentos etc. 

7. Hashtags

Devem ser escritas com palavras unidas e iniciais maiúsculas, facilitando a leitura e mantendo o padrão visual.

Ex.: #CapemisaSeguradora, #DiaDasMães, #OutubroRosa 

8. Uso de termos em português

Devem ser escritas com palavras unidas e iniciais maiúsculas, facilitando a leitura e mantendo o padrão visual.

Ex.: Day off → Dia de Folga
Home office → Trabalho remoto 



IDENTIDADE VISUAL

Sobre o nosso Logotipo

Nossa marca é composta pela integração entre símbolo, tipografia e tagline. Juntos, esses elementos formam uma assinatura visual sólida que comunica proteção e modernidade, garantindo a consistência da identidade **CAPEMISA** em todos os pontos de contato.

Composição das Marcas

Logotipo

Símbolo

Tipografia



CAPEMISA

SEGURADORA

Tagline

Arquitetura da Marca

A marca deve seguir rigorosamente as dimensões estabelecidas neste manual, sendo X = a altura da letra "E" de **CAPEMISA**.

Não são permitidas alterações ou ajustes, seja no símbolo, seja na tipografia, assim como kerning (entre letras) e dimensões da marca.

Não faça reconstruções; solicite ao setor de Marketing os arquivos originais para a sua devida aplicação.

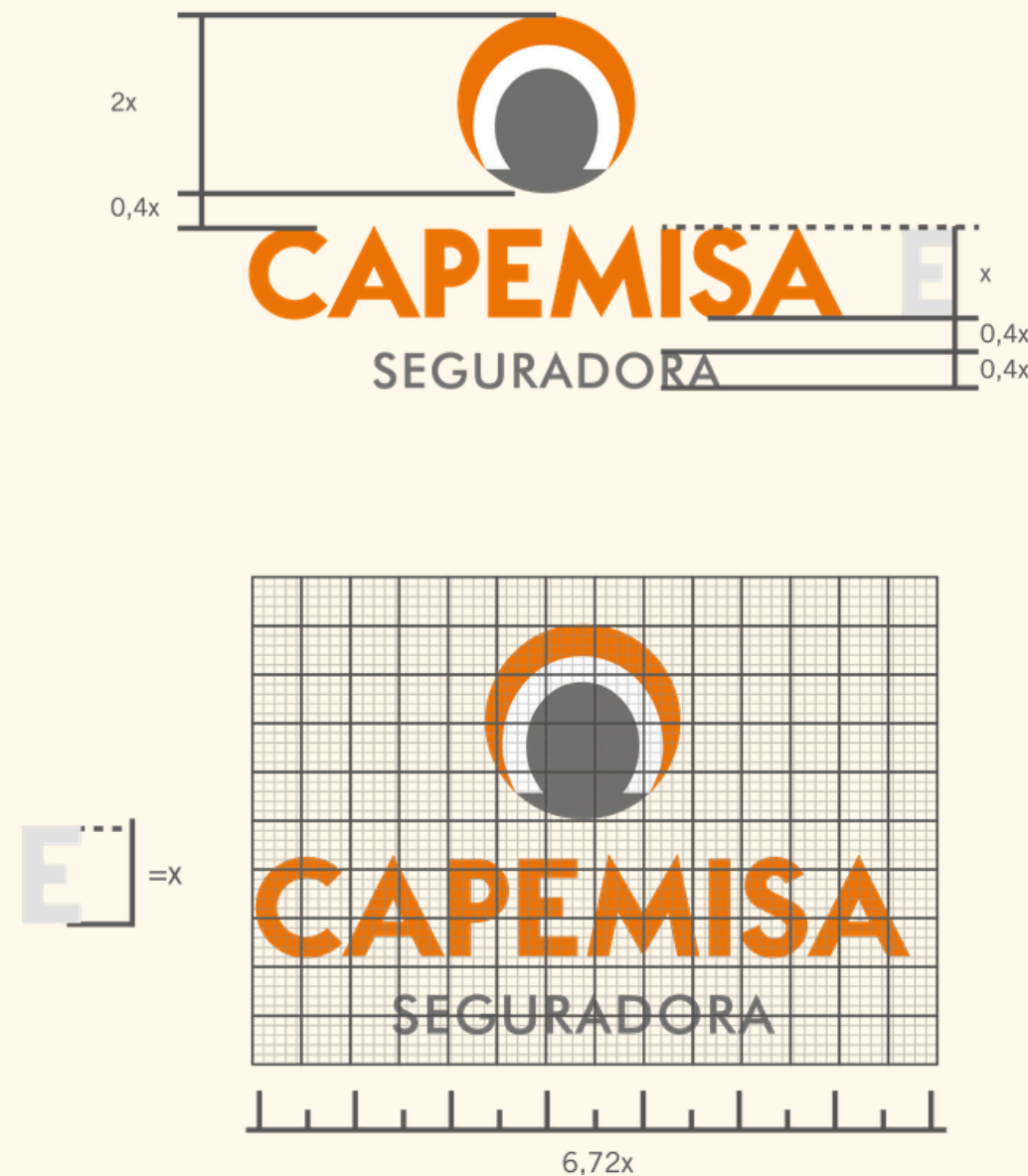
A malha construtiva é utilizada para orientar a reprodução da marca em grandes escalas, quando não for possível a impressão digital.

A reconstrução manual da marca fica restrita às exemplificadas e/ou similares.

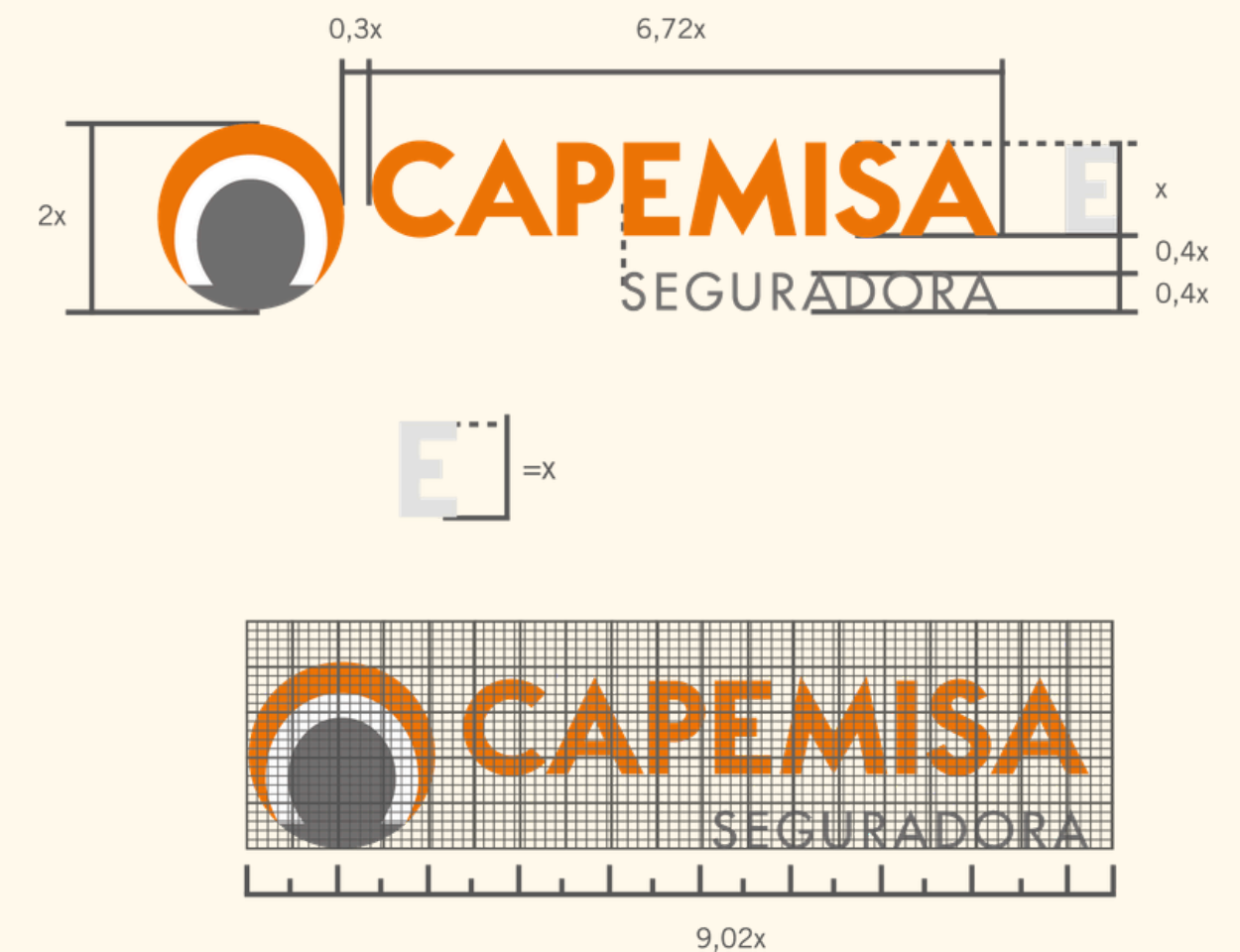
Ex .: paredes texturizadas, navios, pisos irregulares etc.

Arquitetura da Marca

Versão Vertical



Versão Horizontal



Nosso Slogan

A CAPEMISA usa como slogan a frase:

“As pessoas seguras são mais felizes”.

O uso do slogan não é obrigatório, mas deve acompanhar em **caixa alta** a marca sempre que for possível e relevante para a transmissão da mensagem.

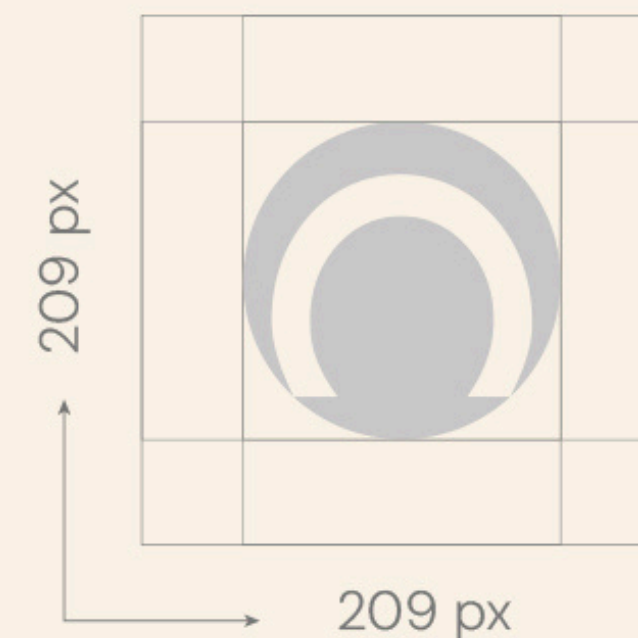
Nosso Slogan



Área de segurança

Para garantir a integridade visual e a máxima legibilidade da marca **CAPEMISA**, deve-se respeitar sempre uma área de proteção em seu entorno.

Esta margem mínima impede que textos, imagens ou outros elementos gráficos interfiram na nossa assinatura visual. A distância deve seguir rigorosamente as proporções indicadas no diagrama ao lado, assegurando o respiro necessário para o logotipo em qualquer superfície de aplicação.



Redução Máxima Permitida

A redução máxima permitida é determinada com o intuito de preservar a boa leitura da marca. As reduções devem atender às especificações descritas.

Reduções abaixo de 3 cm devem ser impressas em PANTONE® ou em cores chapadas.

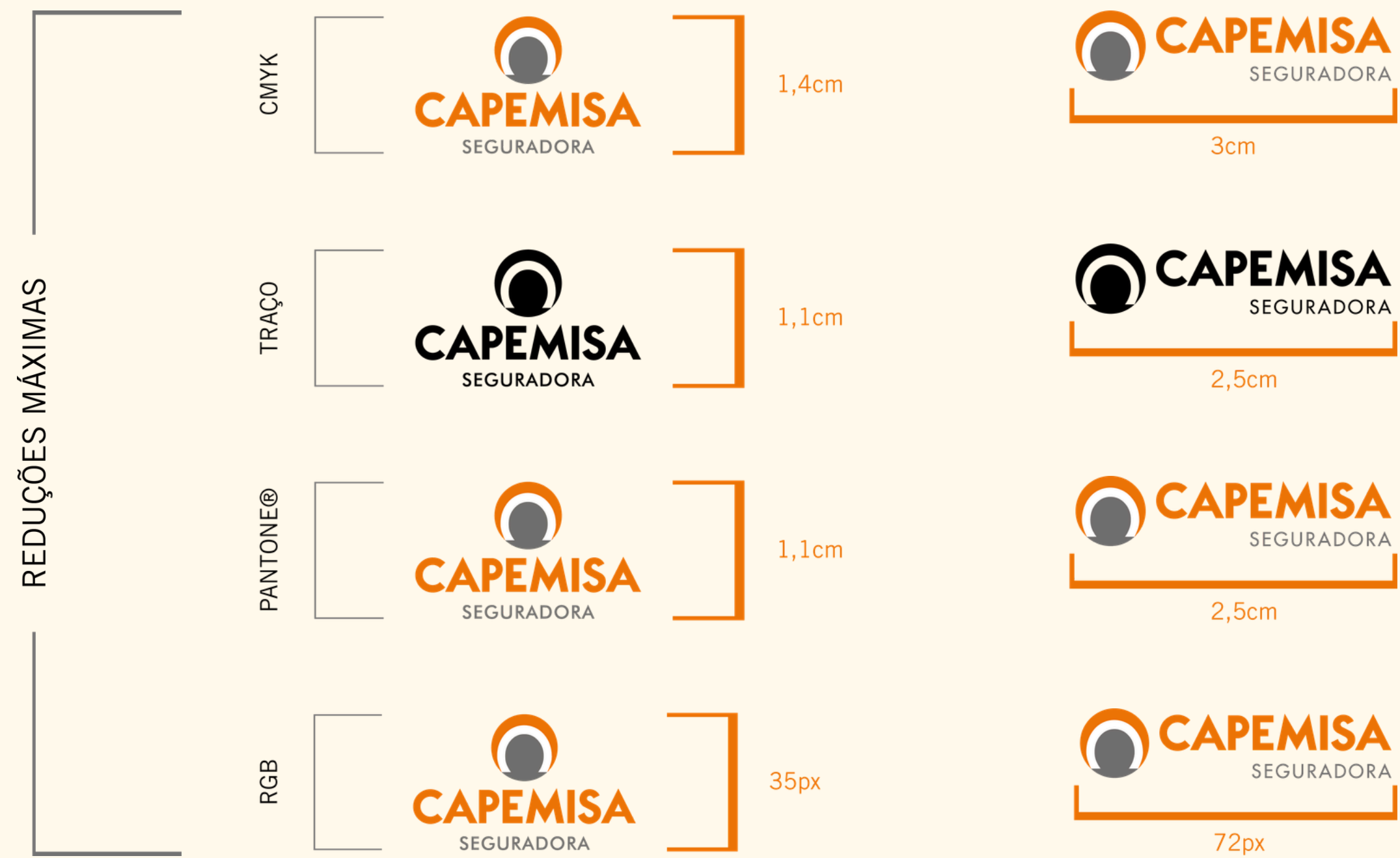
Nunca reproduzir em policromia abaixo dessas medidas, pois as retículas podem ser comprometidas em reduções extremas.

Em aplicações em que a redução máxima permitida não foi possível, deve-se informar ao *Marketing CAPEMISA*, que orientará qual procedimento será adotado.

A marca **CAPEMISA** não pode ser assinada sem o **SEGURADORA**.

Nunca use somente o símbolo como assinatura institucional.

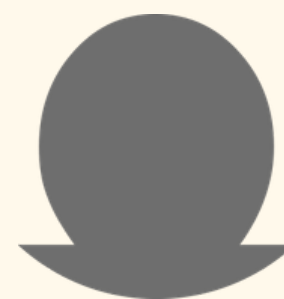
Redução Máxima Permitida





O Símbolo

Representa a aura da proteção sobre o ser humano e traduz a essência da marca **CAPEMISA**, as pessoas seguras são mais felizes.



O Cinza

Traz a solidez e confiança.



O Laranja e Branco

Transmitem a segurança, tranquilidade e felicidade.

O arco do símbolo deve ser **sempre branco** nas versões coloridas, a fim de impedir interferências quando aplicado sobre imagens.

Obs: Na versão positiva e negativa, o arco deve ser vazado.

Utilização do Símbolo

A utilização isolada do símbolo é permitida apenas quando aplicada em contextos nos quais a identidade da **CAPEMISA** esteja claramente presente e associada à comunicação da marca.

Exemplo: stands de feiras, eventos institucionais e perfil das redes sociais oficiais.

Utilização do Símbolo



Estande **CAPEMISA**



Símbolo sendo utilizado

Versão em cores
(preferencial) →



Versão positiva
(flat) →



Versão negativa
(flat) →



Usos Incorretos

A marca nunca deve ser distorcida, rotacionada, espelhada, ter suas cores invertidas ou modificadas.

Não deve ter sombras ou contornos, alinhamento de outra forma diferente do manual ou **quaisquer elementos que não sejam pertencentes à marca.**

Usos Incorretos

✗ Alinhamento diferente



✗ Usar sem o ícone



✗ Colocação de sombras



✗ Inversão de cores



✗ Sem assinatura do seguimento



✗ Mudança na posição do símbolo



✗ Distorção



✗ Modificações feitas com IA



✗ Usar traçados ou contornos



✗ Mudanças das cores



✗ Sobre imagens que comprometam a leitura



Barra de Assinaturas

Em casos específicos em que a família de marcas é apresentada em conjunto, siga a área de proteção e convivência com outras marcas.

Versão 2 linhas

	2x		2x		2x	
2x	 LAR FABIANO DE CRISTO		 CAPEMISA SOCIAL		 ASSOCIAÇÃO CLUBE SALUTAR	
2x	 FUCAP FUNDO DE PENSÃO		 CAPEMISA SEGURADORA		 CAPEMISA CAPITALIZAÇÃO	
2x						

Versão horizontal

							2x
	 LAR FABIANO DE CRISTO	 CAPEMISA SOCIAL	 ASSOCIAÇÃO CLUBE SALUTAR	 FUCAP FUNDO DE PENSÃO	 CAPEMISA SEGURADORA	 CAPEMISA CAPITALIZAÇÃO	
2x							
	2x	2x	2x	2x	2x	2x	

Versão vertical

2x		
	 LAR FABIANO DE CRISTO	
2x		
	 CAPEMISA SOCIAL	
2x		
	 ASSOCIAÇÃO CLUBE SALUTAR	
2x		
	 FUCAP FUNDO DE PENSÃO	
2x		
	 CAPEMISA SEGURADORA	
2x		
	 CAPEMISA CAPITALIZAÇÃO	
		2x

Cores primárias

Laranja CAPEMISA	Pantone 166
HEXA: # e27800	
CMYK: 0, 65, 100, 0	
RBG: 226, 120,0	
	100%
	80%
	70%
	60%
	40%

Cinza CAPEMISA	Cool gray 9
HEXA: # 636363	
CMYK: 0, 0, 0, 70	
RBG: 99, 99,99	
	100%
	80%
	70%
	60%
	40%

Cores complementares

Amarelo CAPEMISA	Pantone 143
HEXA: # f2c800	
CMYK: 0, 25, 100, 0	
RBG: 242, 200,0	
	100%
	80%
	70%
	60%
	40%

Preto CAPEMISA	Black Neutral
HEXA: # 000000	
CMYK: 0, 0, 0, 100	
RBG: 0, 0,0	
	100%
	80%
	70%
	60%
	40%

Tipografia principal TradeGothic LT

Recomendamos como tipografia institucional a Trade Gothic, desenvolvida pelo designer Jackson Burke em 1948.

Essa fonte deve ser aplicada em materiais institucionais, campanhas publicitárias, post para mídias sociais etc.

Tipografia Principal

Alfabeto

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

Números

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Variações

Light - Medium - **Bold**

Tipografia Secundária

Arial Condensed

Fica estabelecido o uso da fonte
Arial em versão condensada com o
tamanho de 12px, para a
elaboração dos documentos
CAPEMISA.

Tipografia Secundária

Alfabeto

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

Números

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Aplicações

A aplicação da marca **CAPEMISA** sobre fundo deve sempre priorizar o contraste.

Quando não for possível o contraste, a marca deve ser aplicada sobre uma base branca ou nas versões em traço (flat).

Anúncio



Banner digital



Redes sociais



Aplicação em brindes



Eventos, OOH e patrocínios





PRODUTOS E SELOS

INSTITUCIONAL



PRODUTOS INDIVIDUAIS

CAPEMISA **VIVA**⁷

BILHETE **PREMIÁVEL**

Estrutura de escrita

Produtos Individuais

As marcas de produtos individuais **CAPEMISA** seguem o mesmo princípio estrutural dos produtos coletivos; em ambas o símbolo não será usado. Haverá a inversão de cores. Ou seja, o primeiro nome passa a usar o cinza institucional, e o segundo nome usa o laranja.

Obs: Podendo ter o uso de gráfosmos ou elementos que contribuam para a construção da produto.

Estrutura de Escrita - Produtos Individuais

Corpo:
38,5 pt

Alinhamento:
à esquerda – caixa-alta

Kerning:
5

Futura
Std book

Laranja **CAPEMISA** Pantone 166
HEXA: # e27800
RBG: 226, 120,0

BILHETEPREMIÁVEL

Futura
Std Bold

Cinza **CAPEMISA** Cool gray 9
HEXA: # 636363
RBG: 99, 99,99

PRODUTOS EMPRESARIAIS

VIDAEVENTOS

PMECAPEMISA

GLOBALFLEX

VIVAFLEX

Estrutura de escrita

Produtos Empresariais

As marcas de produtos **CAPEMISA** são construídas a partir da fonte Futura Std, sendo o ramo em Futura Std Bold e a assinatura **CAPEMISA** em Futura Std Book. Havendo a necessidade de criação de um novo produto, o designer deve utilizar as orientações ao lado para sua padronização

Estrutura de Escrita - Produtos Empresariais

Corpo:

38,5 pt

Alinhamento:

à esquerda – caixa-alta

Kerning:

5

Futura
Std book

Cinza **CAPEMISA** Cool gray 9

HEXA: # 636363

RBG: 99, 99,99

PMECAPEMISA

**Futura
Std Bold**

Laranja **CAPEMISA** Pantone 166

HEXA: # e27800

RBG: 226, 120,0

Selos

Os selos criados para programas devem seguir as premissas da marca **CAPEMISA**, como o uso da paleta cromática e tipografia.

O uso de outras tipografias deve ser exclusivas para o nome do programa, sendo que a assinatura **CAPEMISA** deve ser aplicada na tipografia institucional Futura.



Esse guia é de consulta obrigatória para uso da marca **CAPEMISA** em aplicações de caráter verbal e gráfico.

Para orientações de procedimentos em casos de situações pontuais não exemplificadas nesse guia, entre em contato.



www.capemisa.com.br

