



BRANDBOOK

Guia estratégico de marca,
Identidade Visual e Verbal



A **AC Farma** é uma associação de drogarias afiliada à **FEBRAFAR** (Federação Brasileira das Redes Associativistas de Farmácias) e administrada pela **Farmarcas**.

FARMARCAS
Rede Associada

 **Febrifar**
Rede Associada

Introdução

Este brandbook foi desenvolvido com o objetivo de orientar a construção e desenvolvimento da marca AC Farma em seus mais variados pontos de contato.

Apresentamos de maneira completa, a forma como a comunicação deve ser estruturada para seus stakeholders, as principais diretrizes estratégicas da plataforma de marca, sua identidade verbal e visual e orientações para a comunicação no ponto de venda.

Índice

Plataforma de Marca

Nosso ponto de partida
para ser AC Farma

- 06. Missão, Visão e Valores
- 09. Posicionamento
- 10. Propósito

Identidade Verbal

Como nos comunicamos
verbalmente e prestamos
um atendimento mais próximo

- 12. Personalidade
- 13. Brand Persona
- 14. Traços de Personalidade
- 15. Tons de Voz
- 16. Território de Palavras
- 17. Buyer Persona
- 19. Slogan Institucional

Identidade Visual

Como nos apresentamos visualmente
e proporcionamos boas experiências

- 20. Logotipo
- 28. Cores
- 30. Tipografia
- 32. PDV: Estrutura Externa
- 47. PDV: Estrutura Interna
- 55. Insumos e Uniformes
- 65. Comunicação

Plataforma de Marca

Missão

FAZER PARTE DA HISTÓRIA DOS NOSSOS ASSOCIADOS E CLIENTES, oferecendo atendimento próximo e ótimas condições comerciais.





Visão

Ser reconhecida como uma **REDE FARMACÊUTICA PROFISSIONAL E FAMILIAR**. Referência em lojas premium, serviço atencioso e uma ótima oportunidade a possíveis interessados **PARA ALCANÇAR O NÚMERO DE 100 LOJAS EM 2024**.

Valores

UNIDADE: mantemos o nosso foco em um mesmo propósito para alcançar objetivos comuns.

HARMONIA: trabalhamos em conjunto e total colaboração.

TRANQUILIDADE: desejamos que todos que entrem em contato conosco, sintam-se acolhidos.

CUMPLICIDADE: colaboramos para um projeto que se realiza coletivamente.

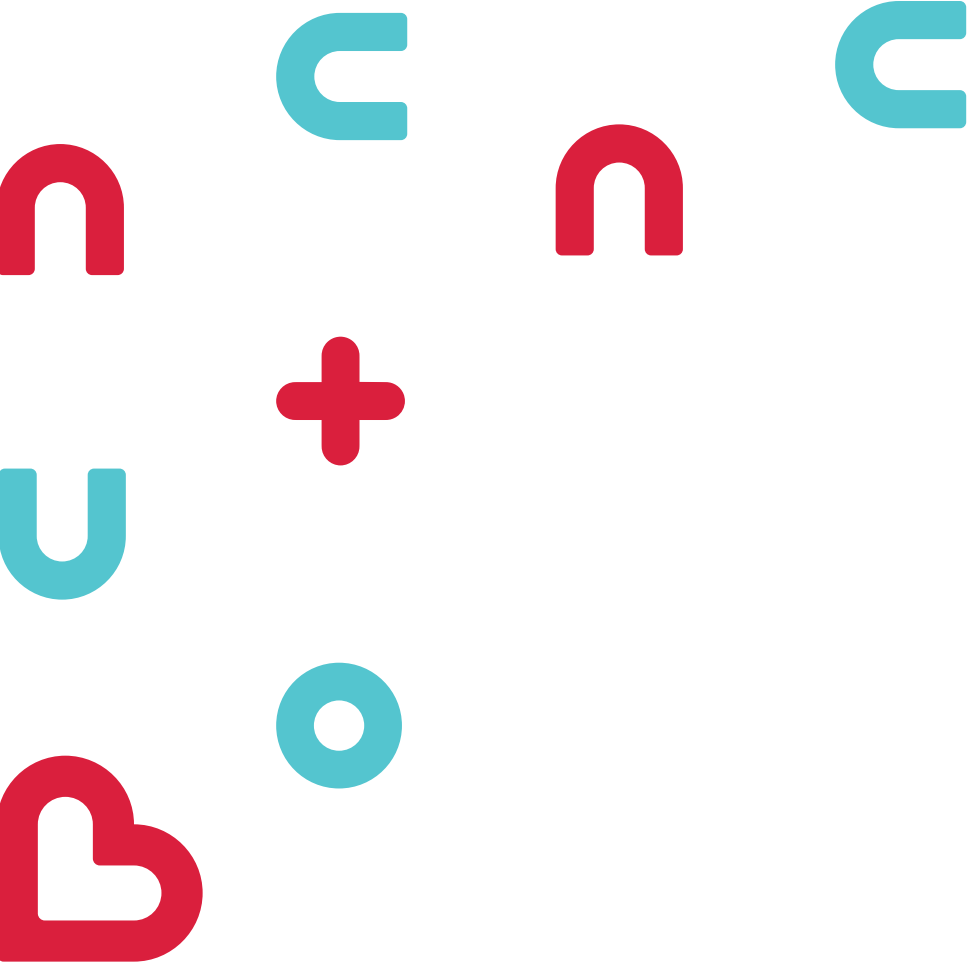


Posicionamento

Uma rede de confiança que cuida das pessoas como se fossem da família.

Somos uma rede de farmácias do sul do Brasil. Oferecemos um atendimento diferenciado para consumidores e associados que buscam **CRESCER, CUIDAR DA FAMÍLIA E EVOLUIR EM COMUNIDADE.**

Um trabalho de anos de experiência e confiança, no qual acreditamos que faz a diferença oferecer serviços de forma próxima em um mundo onde a relação entre indivíduos tende a ser mais impessoal. **CUIDAMOS DAS PESSOAS COMO SE FOSSEM DA FAMÍLIA.**



Construir
relacionamentos
que gerem
**bem-estar
e crescimento
em conjunto.**

Este é o nosso
Propósito

Identidade Verbal

A AC Farma é

**confidente,
dedicada,
humana
e leal.**

Cada um destes atributos
possui características próprias.

Brand Persona

Se a AC Farma fosse uma pessoa

Quais características físicas e comportamentais de quem representará a nossa marca em diversos pontos de contato?

Essa definição deve ser usada de referência para casting de imagem e voz de pessoas que personificarão a AC Farma.

Como me pareço:

Mulher, 40 anos,
branca e cabelo castanho

O que gosto de fazer:

- Viajar
- Praticar corrida ao ar livre
- Curtir momentos em família e entre amigos
- Assistir um bom filme
- Ler um bom livro

O que ambiciono:

Ter uma vida estável o suficiente
para proporcionar um ambiente de muito
carinho e amor à família e amigos

Traços de Personalidade

Orienta e reforça as ações diárias na comunicação.

Confidente

É BOM OUVINTE, SE RELACIONA COM EMPATIA E ATENÇÃO.

Verbos e Ações:

Escutar

Proteger

Simpatizar

Dedicada

SEMPRE ATENTA PARA CUMPRIR O SEU PROPÓSITO de gerar crescimento para aqueles com quem se importa.

Verbos e Ações:

Admirar

Dedicar

Oferecer

Humana

É CAPAZ DE ACOLHER E COMPREENDER OS DESEJOS DOS OUTROS por estar sempre em sintonia com aqueles que a cercam.

Verbos e Ações:

Instruir

Captar

Acolher

Leal

TEM O RESPEITO DAQUELES QUE A CERCAM porque sabe equilibrar transparência e sigilo em suas relações.

Verbos e Ações:

Respeitar

Assegurar

Seguir

Tons de Voz

Para aplicar os atributos e personalidade na comunicação verbal

Amável

Diminui as distâncias com cortesias

Cative a atenção do seu público gerando vínculos ao ser gentil e próxima.



FALE COM PROXIMIDADE
e esteja alinhado com seus propósitos para gerar acolhimento



EVITE FORÇAR A PROXIMIDADE,
ela deve ser natural para não gerar afastamento

Familiar

Gera intimidade para aproximar

Usa palavras e gestos de acordo com o perfil do público para gerar amizade e cumplicidade.



COMPARTILHAR BONS CONSELHOS E CONHECIMENTO
faz sucesso com as pessoas que te admiram



FUJA DOS TERMOS TÉCNICOS,
use palavras mais conhecidas do seu público

Motivacional

Mostre que sabe o que está fazendo

Acredite no seu potencial e no do outro para partilhar as conquistas.



ENCORAJE COM CONFIANÇA AO DIZER QUE O OUTRO PODE CHEGAR ONDE QUER.
Valide o sucesso em comunidade



Não é preciso ser animado o tempo todo, **CRIE MOMENTOS DE PAUSA E REFLEXÃO**

Território de Palavras

Veja como o território de palavras pode ser usado como repertório para construir mensagens alinhadas à nossa personalidade e dentro do nosso tom de voz.

Proprietárias

Amizade	Região
Satisfação	Próximo
Tranquilidade	Relação
Acolher	Gestão
Família	Alinhado
Cuidado	Do coração
Atendimento	Transparência
Atenção	Empatia

Do mercado

Saúde	Variedade
Tradição	Bem-estar
Preço baixo	Beleza
Economia	Excelência
Promoção	Comerciais
Desconto	Estratégia
Faturamento	Profissionalismo
Crescimento	

Proibidas

Rivalidade	Longe
Insegurança	Ansiedade
Discórdia	Medo
Difícil	
Indiferente	
Ignorar	
Abandonar	
Caro	



Buyer Persona

Com quem
**falaremos com
mais frequência?**

Marcia Regina tem 45 anos e é professora.

Mora em Criciúma com o marido e os filhos.

Gosta de curtir momentos em família, ler, ver TV e usar as redes sociais para estar em contato com familiares e amigos. Se preocupa com a saúde e o bem-estar de todos e é a responsável pelos cuidados com a família. Se interessa por relacionamentos duradouros nos quais pode confiar para receber dicas para resolver os problemas do dia a dia.

Slogan
institucional

Faz parte
**da sua
família!**

Identidade Visual

Logotipo

- 21** Assinatura e aplicações
- 22** Aplicação P&B
- 23** Aplicação: usos corretos e incorretos
- 25** Malha de construção
- 26** Área de proteção
- 27** Redução máxima

Assinatura e aplicações

Ao lado, é possível conferir as assinaturas da nossa marca e suas versões.

A aplicação horizontal em sua versão primária (1A) é a principal referência de aplicação da marca e deve ser tida como prioritária.

Para tornar mais flexível as aplicações nos pontos de contato físicos e impressos, foram criadas versões alternativas que visam garantir reprodutibilidade e visibilidade.

Essas variações devem se restringir às versões apresentadas ao lado, seguindo sua ordem de prioridade: 1A, 2A, 1B, 2B.

Aplicação Horizontal
(Prioritária)

Aplicação Vertical

Versão Primária
(Prioritária)

1A



2A



Versão Secundária

1B



2B



Aplicação P&B

Por vezes é necessária a aplicação do logotipo em preto e branco ou escala de cinza.

Para esses casos, existem as aplicações positivas e negativas, que podem ser conferidas ao lado.



Negativa

Aplicação Horizontal
(Prioritária)



Aplicação Vertical



Positiva



Aplicação: uso correto

A aplicação do logotipo sobre imagens deve ser conforme exemplos ao lado.

A imagem de fundo não pode comprometer a leitura do logo, devendo oferecer contraste com as cores e respeitar a área de proteção do logotipo.

Na ausência dessa possibilidade, é recomendado o uso de uma das variações propostas no item Assinatura e Aplicações (p. 21).



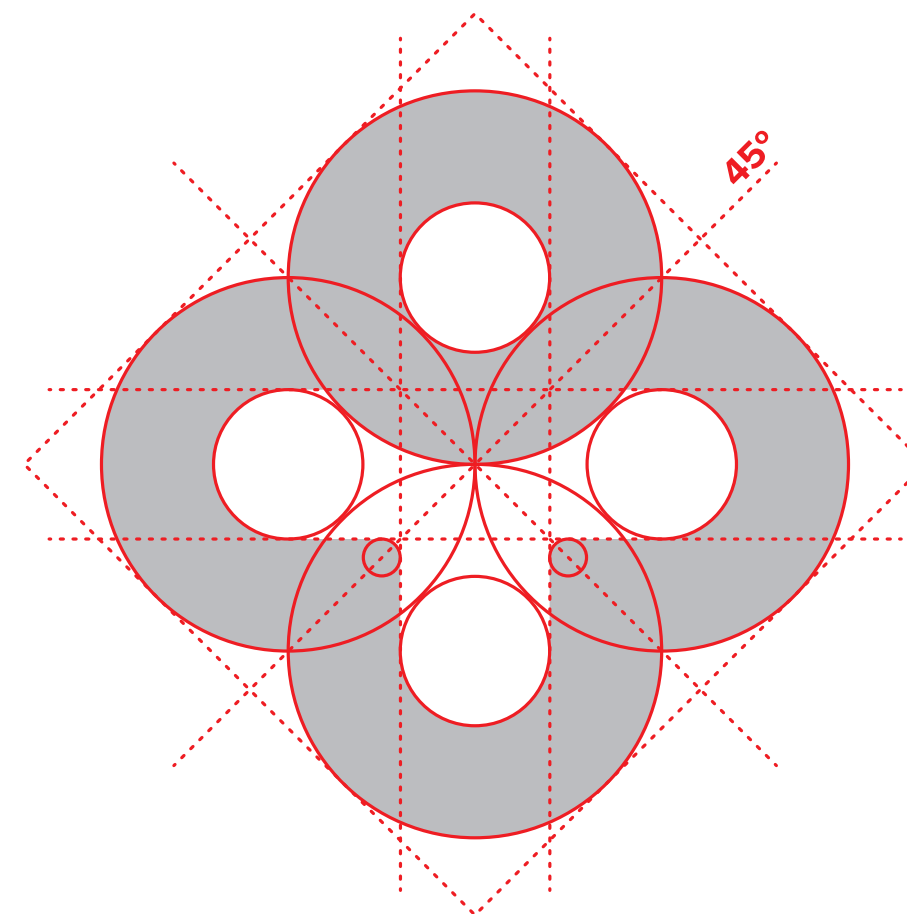
Aplicação: uso incorreto

Não é permitida a utilização de nenhuma das formas de aplicação ao lado, ou opções que descaracterizem a marca ou distorçam seus elementos, alterando fontes, símbolos, grid, e cores que não estejam listadas neste manual.



Malha de construção

A malha de construção da marca **serve para entender a modularização que foi usada para construção do logotipo**, estabelecendo simetria entre os elementos do logo. Também facilita a reconstrução do logotipo caso seja necessário.



Área de proteção

A área de proteção do logotipo deve ser respeitada em todo e qualquer tipo de aplicação que o logo possa ser utilizado.

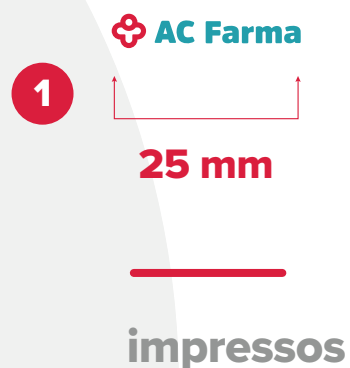
Como referência, foi utilizado o valor de 1x da letra “a” do logotipo.



Redução máxima

A redução máxima é necessária para preservar a legibilidade da marca aplicada em qualquer meio e material.

1. A redução máxima do logo da AC Farma é de **25 mm para materiais impressos.**
2. A redução máxima em ambientes digitais para o logo da AC Farma é de **150 px.**



Paleta de Cores

Cores

As variações do vermelho e do azul compõem o logotipo da AC Farma.
A cor preta é utilizada para a versão P&B do logotipo assim como a utilização em fontes, em que pode ser usada a variação dos tons de preto conforme destacado.

Cores Principais

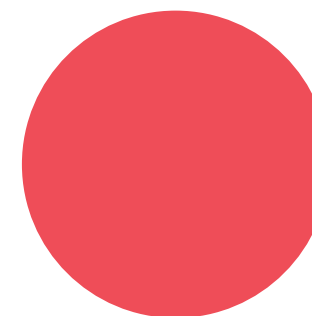


Hexadecimal #da1f3d
RGB 218 | 31 | 61
CMYK 10 | 100 | 80 | 0
Pantone 1795 C

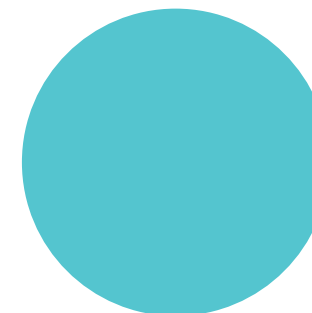


Hexadecimal #00aab5
RGB 0 | 170 | 181
CMYK 100 | 0 | 35 | 0
Pantone 7466 C

Cores Secundárias



Hexadecimal #f04e58
RGB 240 | 78 | 88
CMYK 0 | 85 | 60 | 0
Pantone 1785 C



Hexadecimal #56c5d0
RGB 86 | 197 | 208
CMYK 60 | 0 | 20 | 0
Pantone 325 C

Tipografia

Tipografia

A fonte da AC Farma é a Goldplay e suas variações de peso mostradas abaixo. Como fonte de apoio e para massa de texto foi escolhida a Proxima Nova. Para o ambiente on-line foi selecionada a Verdana.

thin Goldplay
regular Goldplay
medium Goldplay
semibold **Goldplay**
bold **Goldplay**
black **Goldplay**

Aa

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk
LlMmNnOoPpQqRrSsTtUu
VvXxYyZz
1234567890
;.,!@#\$%^&*()_+

thin Proxima Nova
regular Proxima Nova
medium Proxima Nova
semibold Proxima Nova
bold Proxima Nova
black **Proxima Nova**
bold **Proxima Nova**
black **Proxima Nova**

Aa

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk
LlMmNnOoPpQqRrSsTtUu
VvXxYyZz
1234567890
;.,!@#\$%^&*()_+

PDV:

Estrutura Externa

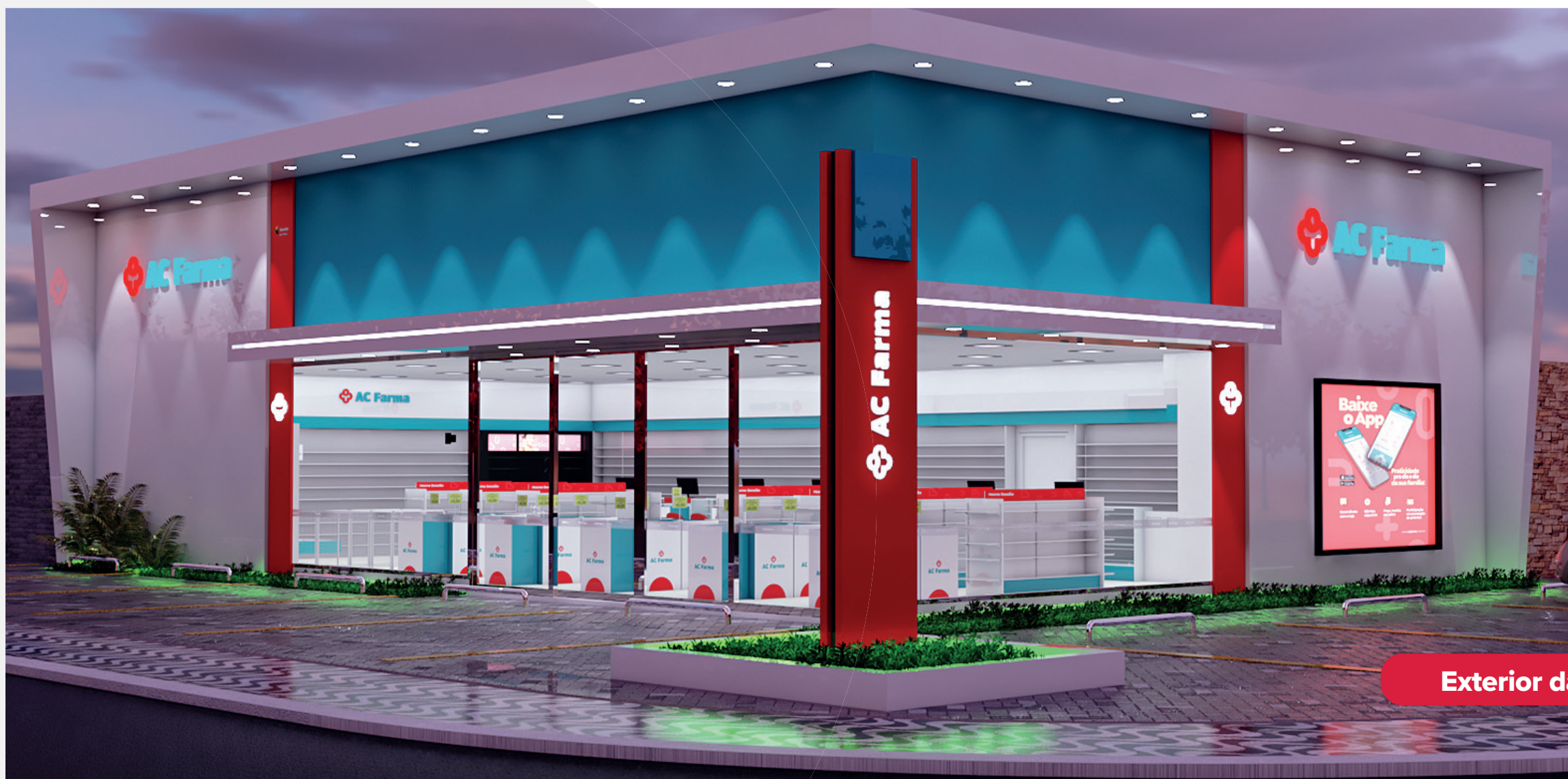
- 33** Modelo fachada
- 38** Especificações técnicas
- 39** Fachada padrão
- 40** Medida letreiro
- 41** Acabamento letreiro
- 42** Letreiro 24h
- 43** Letreiro 24h - 3 Lados
- 44** Faixa de segurança
- 45** Totem de chão
- 46** Bandeira calçada



Modelo fachada

A fachada das lojas AC Farma possuem um padrão para que sua identidade visual seja efetiva.

Ao utilizar esse padrão, a fachada deve seguir uma série de regras a fim de estabelecer um padrão visual único em todo seu território de abrangência.





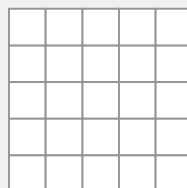


Interior da loja



Especificações técnicas

Pastilhas



Branco
10010
10x10 cm
Rejunte Branco

Pintura

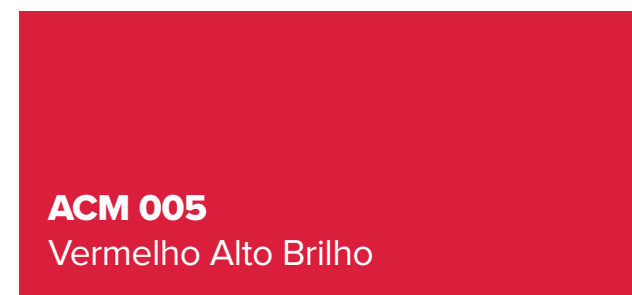
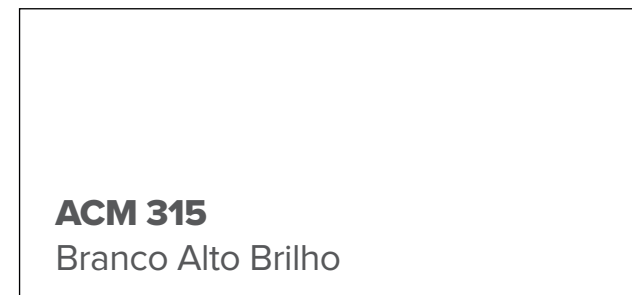


**Martim
Pescador**

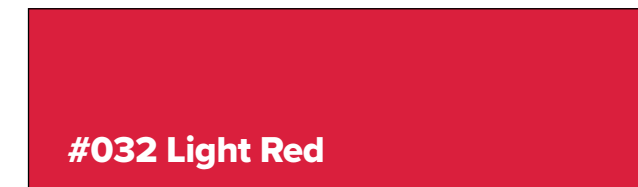
As lojas recebem o acabamento nas paredes em pastilhas e pintura. **O letreiro é feito em ACM.**

O logo da rede em letra caixa, que deve ser confeccionado no material: **PVC expandido (20 mm com pintura automotiva).**

ACM



Adesivos



Referências

Tecnogres BR

Suvinil

Projeto Alumínio

Oracal Adesivos

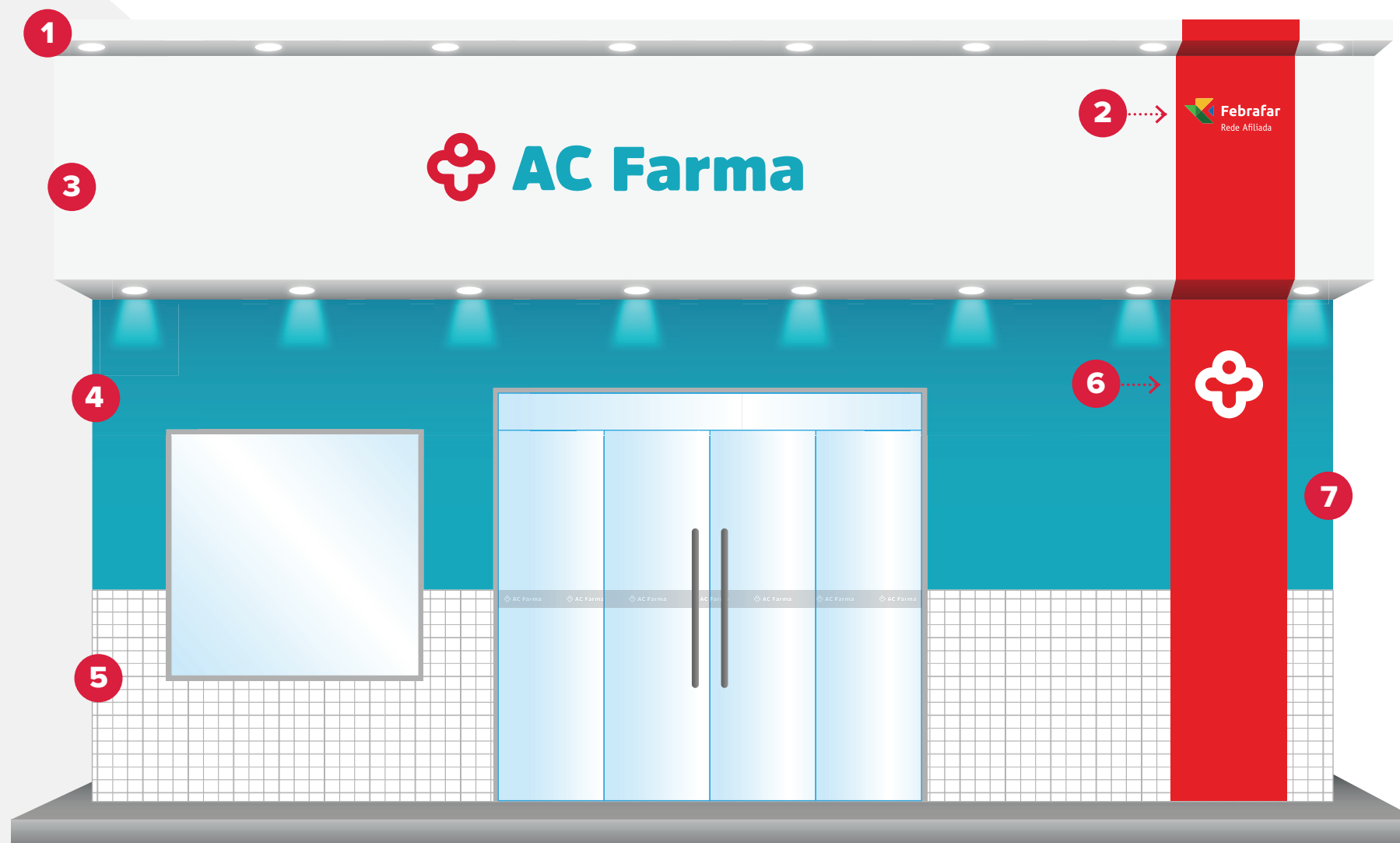
Fachada padrão

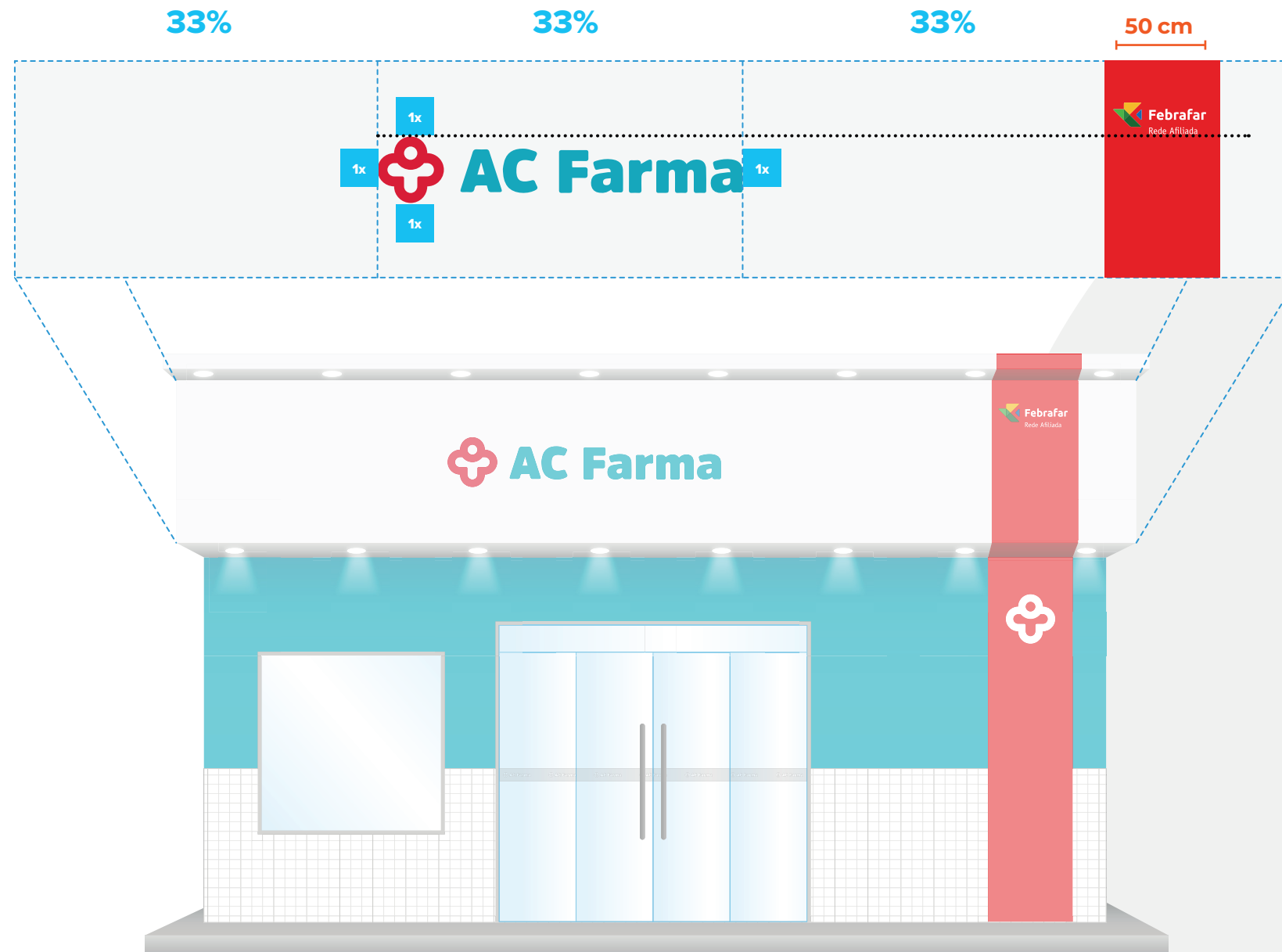
Ao lado, é possível conferir todas as medidas que devem ser respeitadas para manter a identidade visual das lojas da rede.

1. **15 cm de altura e 30 cm de profundidade** para iluminação.
2. Logo da Febrafar **aplicado no letreiro principal**.
3. Altura mínima do letreiro sugerido: **150 cm**.
4. Pintura.
5. Pastilhas brancas ou ACM Branco em toda parte inferior, **com altura de 140 cm. Com pastilhas de 10x10 cm**.
6. O símbolo do logo deverá ser posicionado **após 190 cm partindo do piso**.
7. A margem entre a faixa e o fim da parede **dever ser de 20 cm**.

Observações

—
Em lojas de esquinas, não há a necessidade de repetir a aplicação do logo da Febrafar



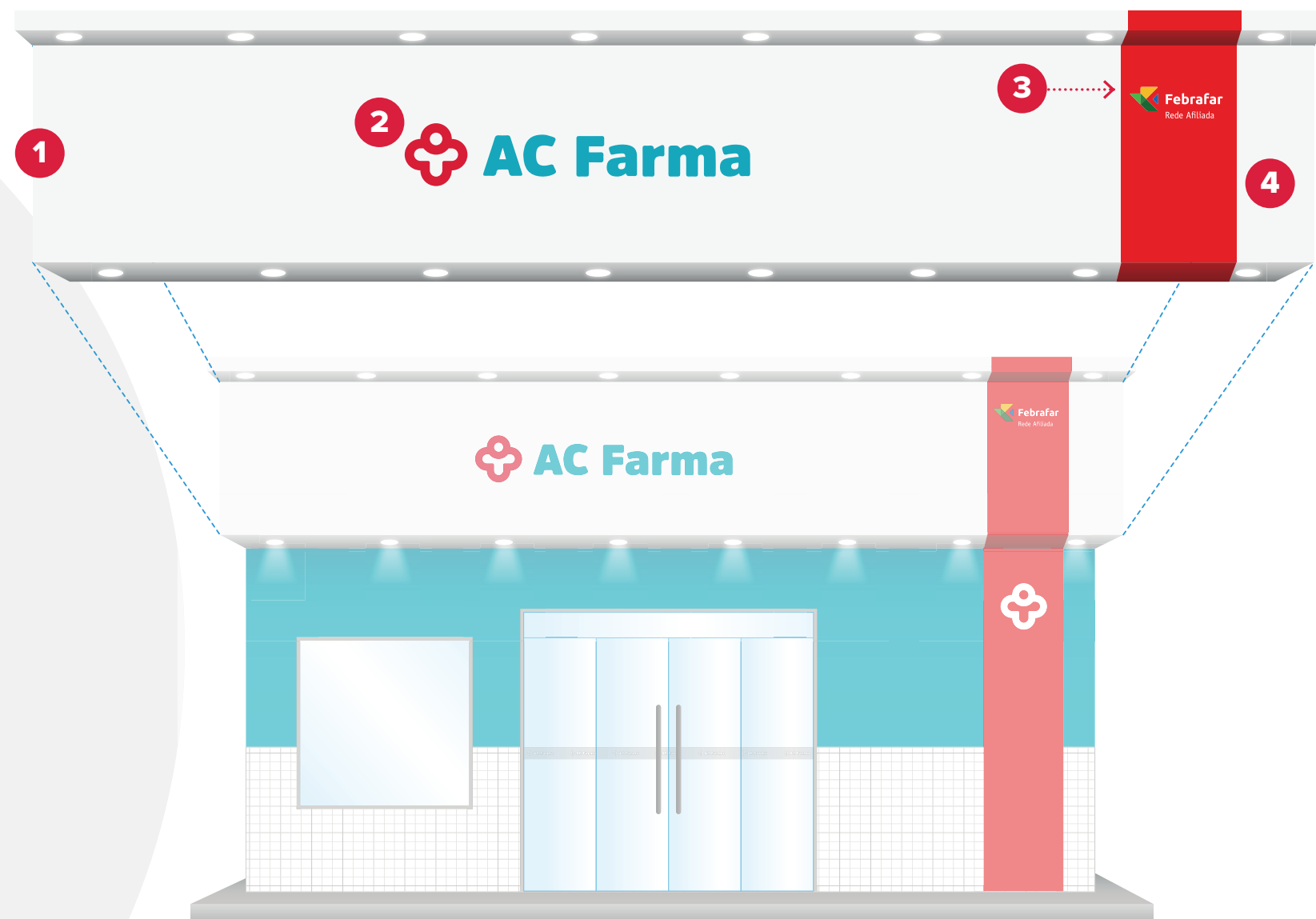


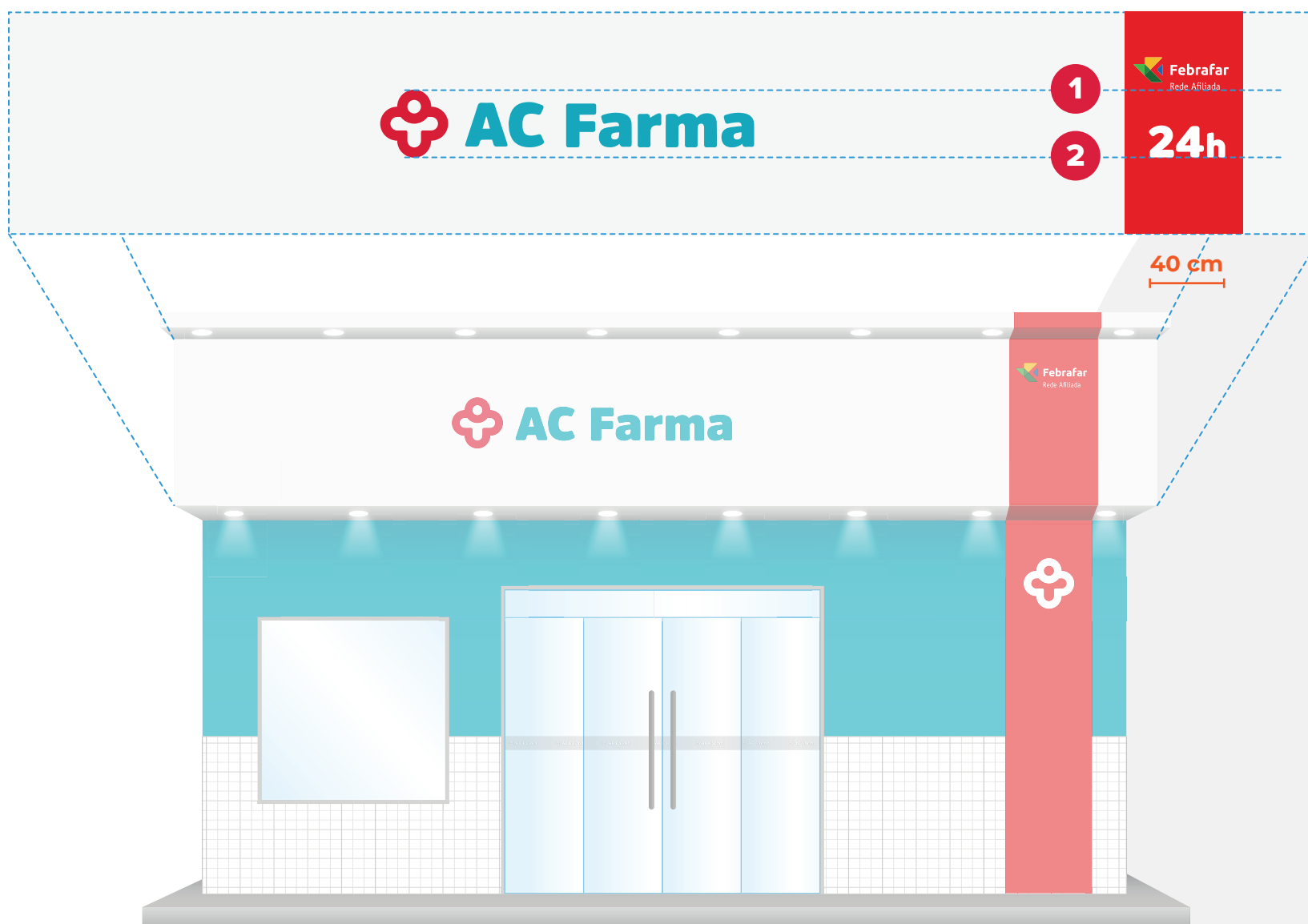
Medidas letreiro

1. O logo da AC Farma deve ser sempre aplicado ao centro da fachada utilizando como referência **a regra de 33% do espaço e as margens de segurança de "x"**.
2. O logo da Febrafar deve ser **posicionado com sua base alinhada ao topo do símbolo da AC Farma**.
3. O logo da Febrafar **deve ter 50 cm de largura**.

Acabamento letreiro

1. ACM Branco Alto Brilho
2. Letra caixa luminosa
3. Letra caixa
4. Faixa ACM Vermelho Alto Brilho



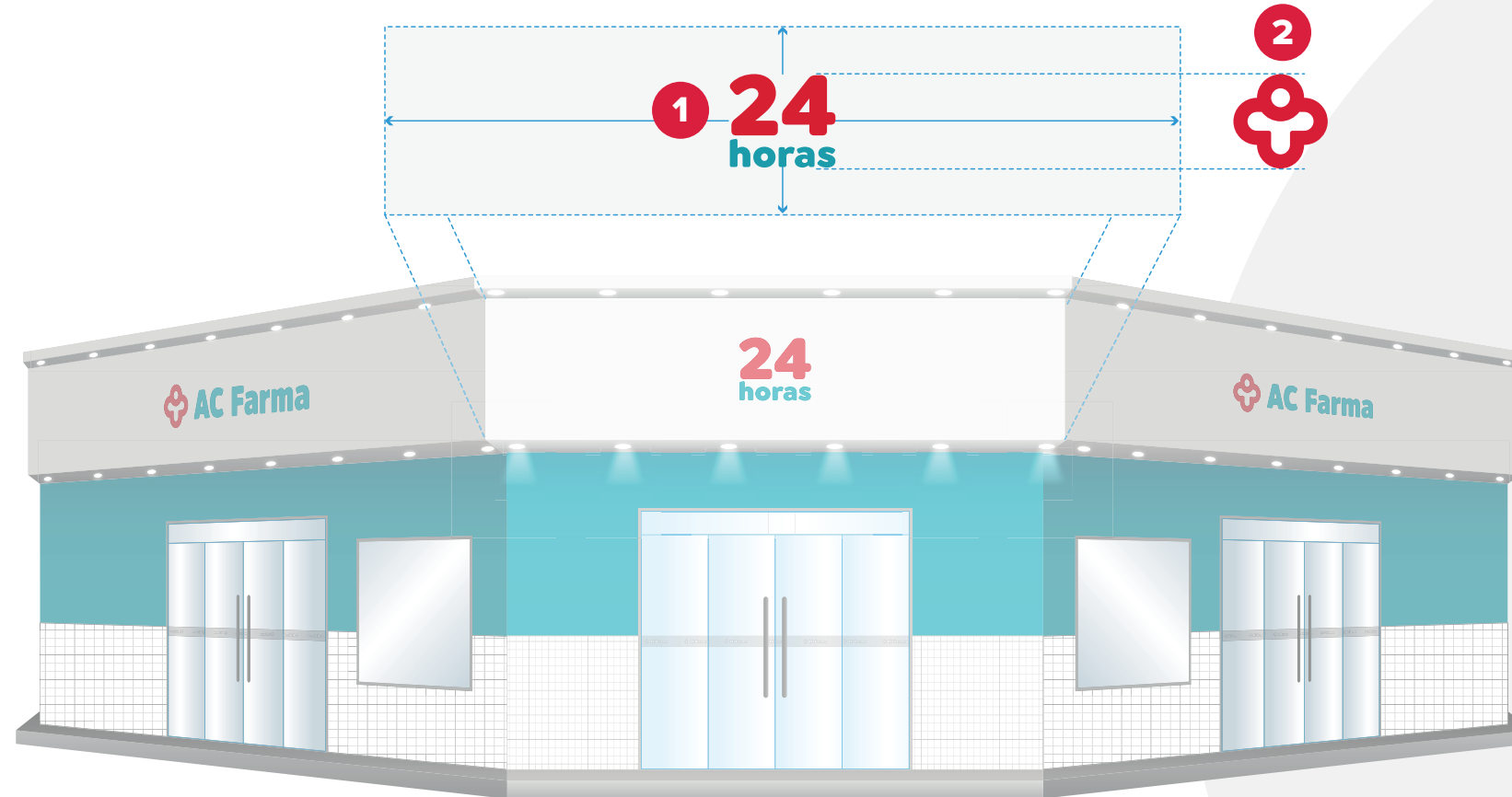


Letreiro 24h

1. Alinhamento:

Type do ícone deve ser aplicado na faixa vermelha, alinhado com a base do símbolo do logo da AC Farma e centralizado com o logo da Febrafar.

2. O type de 24h deve ter 40 cm de largura.



Letreiro 24h 3 lados

1. Alinhamento:

Type do ícone deve ser aplicado centralizado na face central do letreiro.

2. A altura deve ser igual à **altura do símbolo** do logo da AC Farma.

Faixa de segurança

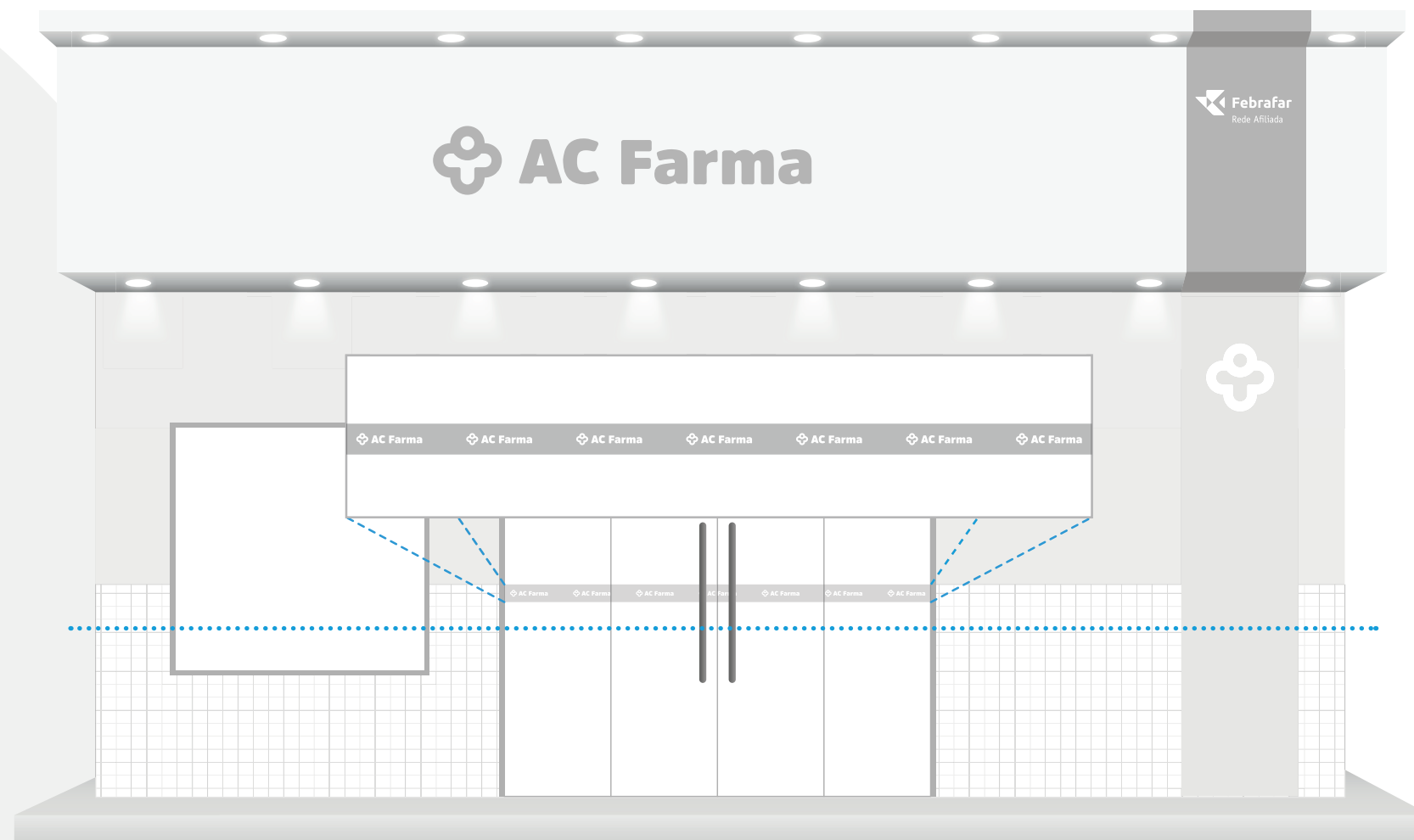
A faixa adesiva para portas serve para orientar os consumidores sobre a existência da porta e evitar acidentes. É utilizada principalmente em portas de vidro.

Informações para Impressão

Material: Adesivo jateado com recorte
Tamanho: 10 cm de altura

Observações

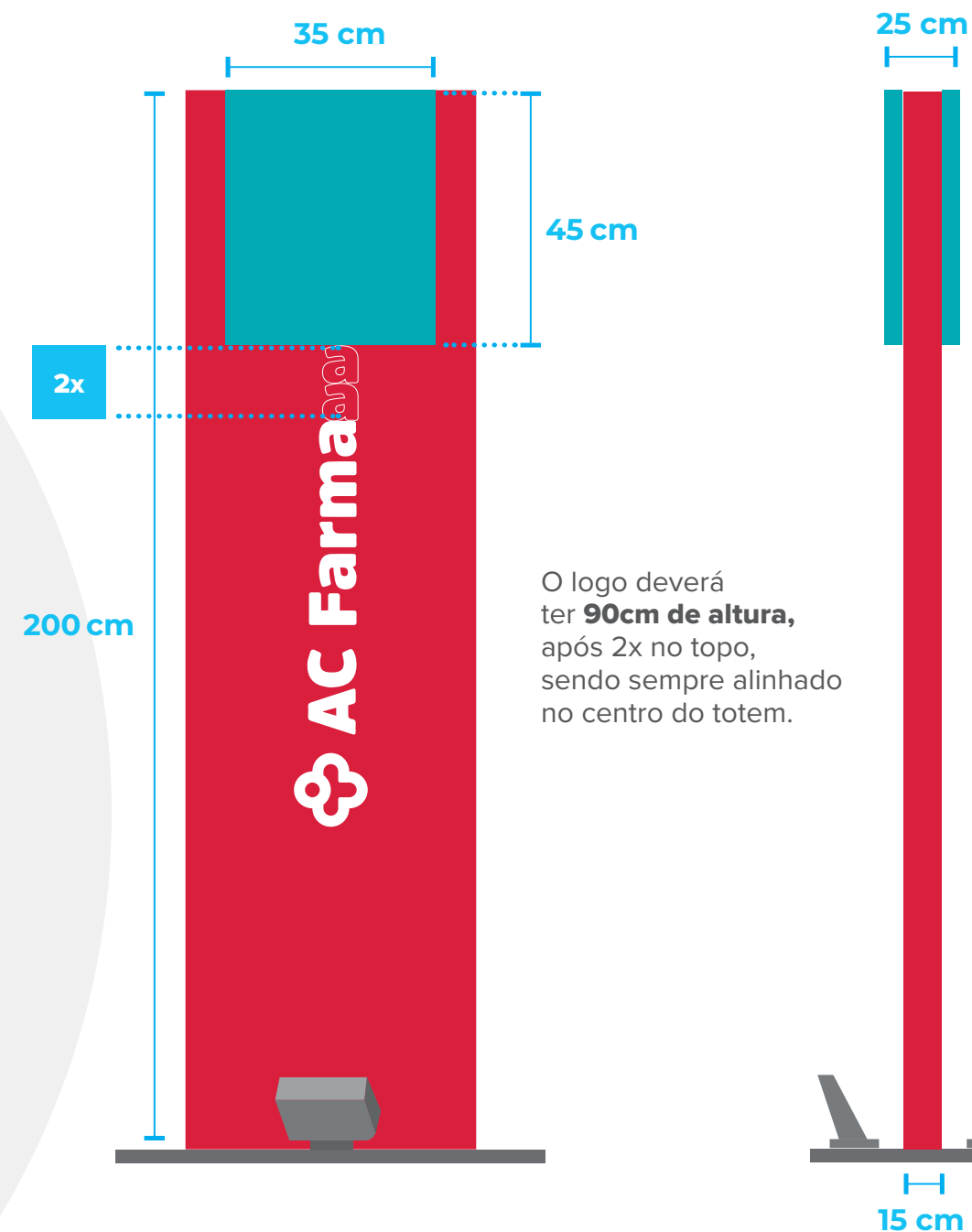
—
A aplicação da faixa deve estar alinhada ao topo do início das pastilhas



Totem de chão

Lojas que podem fazer a utilização do Totem devem seguir os padrões ao lado para elaboração do material.

O tamanho do Totem deve ser estabelecido juntamente com a empresa que for realizar o desenvolvimento, seguindo as regras e proporções estabelecidas neste manual.

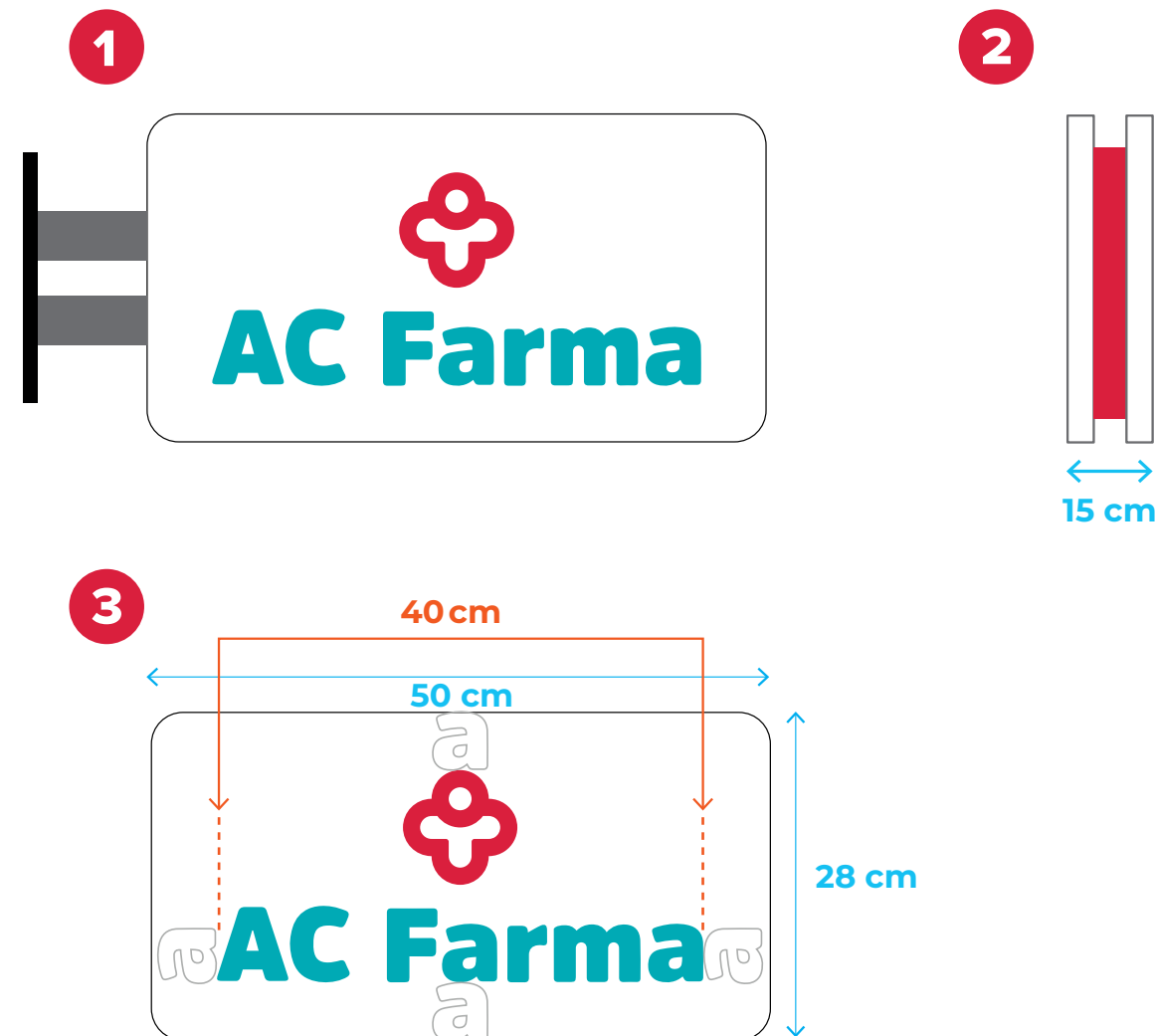


Bandeira calçada

Lojas que não podem fazer a utilização do totem de chão devem seguir os padrões ao lado para elaboração da bandeira dupla face.

Informações para Impressão

Medidas:	50 x 28 cm
Espessura:	16 cm
Iluminação:	Led (interno)
Acabamento:	Recorte laser c/ cantos arredondados
Fixação:	2 tubos de 50 mm
Acrílico:	Vermelho Cod. 302 - Uniplex Verde Siccob Cod. 610 - Uniplex



PDV:

Estrutura interna

- 48** Sanca
- 50** Piso, iluminação e climatização
- 51** Fechamento balcão
- 52** Porta panfleto e tapete
- 53** Dermocosméticos
- 54** Testeira de gôndola
- 55** Cestão
- 56** Longarina

Sanca

A sanca é um dos elementos utilizados na área interna do layout e auxilia na ambientação, oferecendo ao cliente um aumento da amplitude visual de produtos dentro da loja.

Deve ser construída em **ACM Alto Brilho**.

A altura da sanca ideal tem 90 cm, podendo variar conforme a necessidade do imóvel e deve ser construída a partir da altura da prateleira (2,20 m).

Obs. 1: o logo da AC Farma deverá ser instalado na sanca.

Obs. 2: para sancas menores que 60 cm, o departamento de projetos deve ser consultado.

Observações

—
A instalação poderá ser feita por fornecedor local, desde que seguidas rigorosamente as especificações deste manual.





Sanca

A faixa de setorização deve ser aplicada na parte inferior da sanca, com uma altura de **1/4 da altura total da sanca**.

O texto com as seções devem ter a altura de **1/3 da faixa**.

O logo da AC Farma deve ser aplicado em **letra caixa de acrílico 20 mm**.

Já a logo da Farmarcas, deve ser aplicada, preferencialmente, centralizada à direita da marca da drogaria, na sanca dos fundos da loja, voltada para a entrada da loja. Ou, quando não houver possibilidade, na sanca atrás do balcão de atendimento.

A aplicação deve ser feita em **adesivo de recorte**, seguindo as especificações deste manual.



Observações

O logo Farmarcas no PDV deverá ser aplicado com **45%** do tamanho do logo principal da sanca e alinhado verticalmente ao centro e horizontalmente entre o lado direito da sanca e o logo principal.

Piso, iluminação e climatização

O piso valoriza o ambiente, por isso, busque por porcelanato claros:

cinza, branco ou, de preferência, o bege claro. A iluminação de LED é fundamental para destacar os produtos. **A sugestão é utilizar Led Tubular pela praticidade e menor custo de manutenção, mas também é possível a luminária Plafon quadrada embutida.**

Climatização

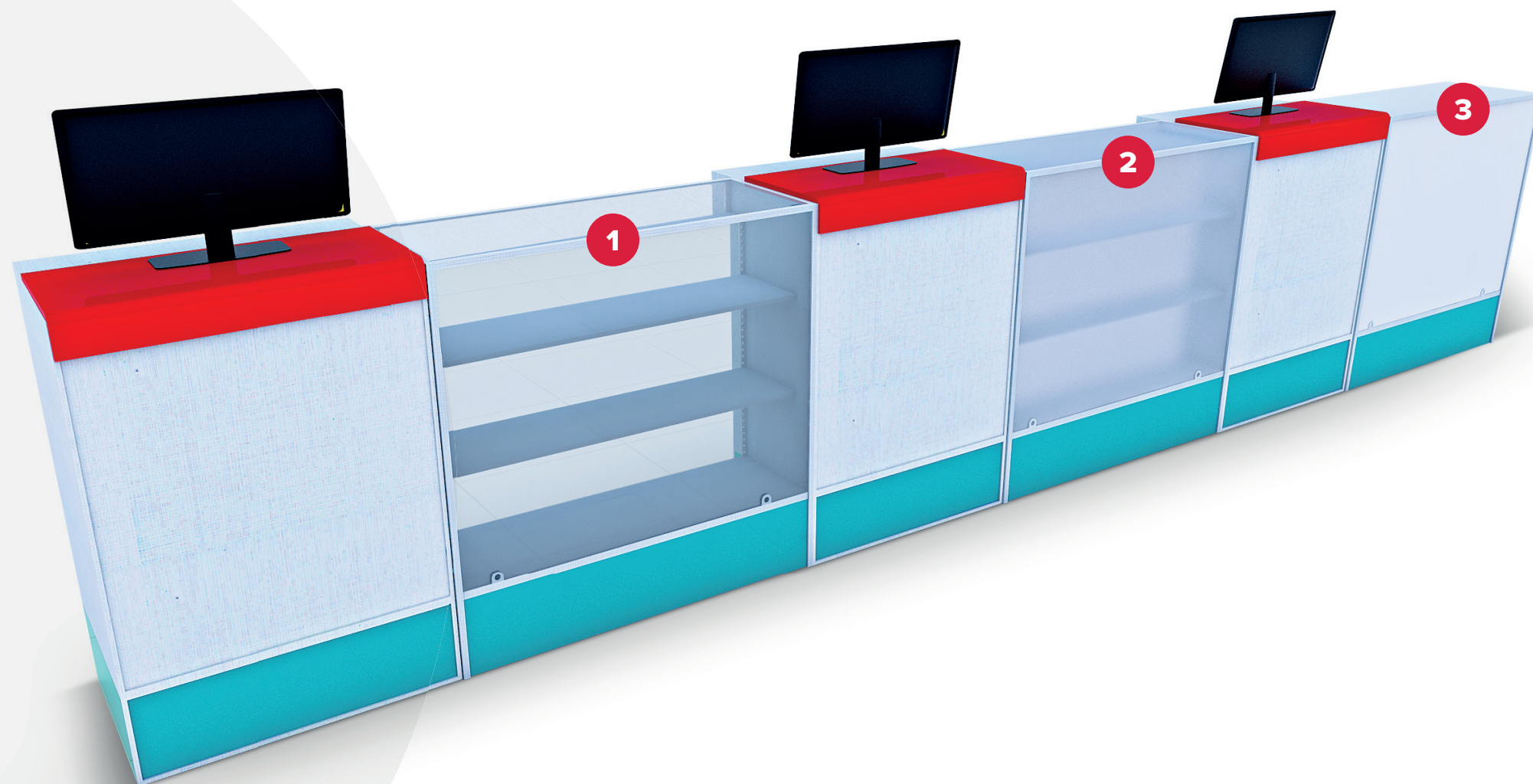
Todas as lojas devem utilizar ar-condicionado e cortina de ar.



Fechamento balcão

No vidro do balcão existem duas opções de aplicação de adesivos para que os produtos ali expostos não atrapalhem a visibilidade.

1. **Sem Adesivo**
2. **Adesivo Jateado**
3. **Adesivo Branco Leitoso**





Porta panfleto e tapete

Porta panfleto **confeccionado em aço**.
O tapete deve ser utilizado na entrada de loja. As cores especificadas devem ser tomadas como referência.



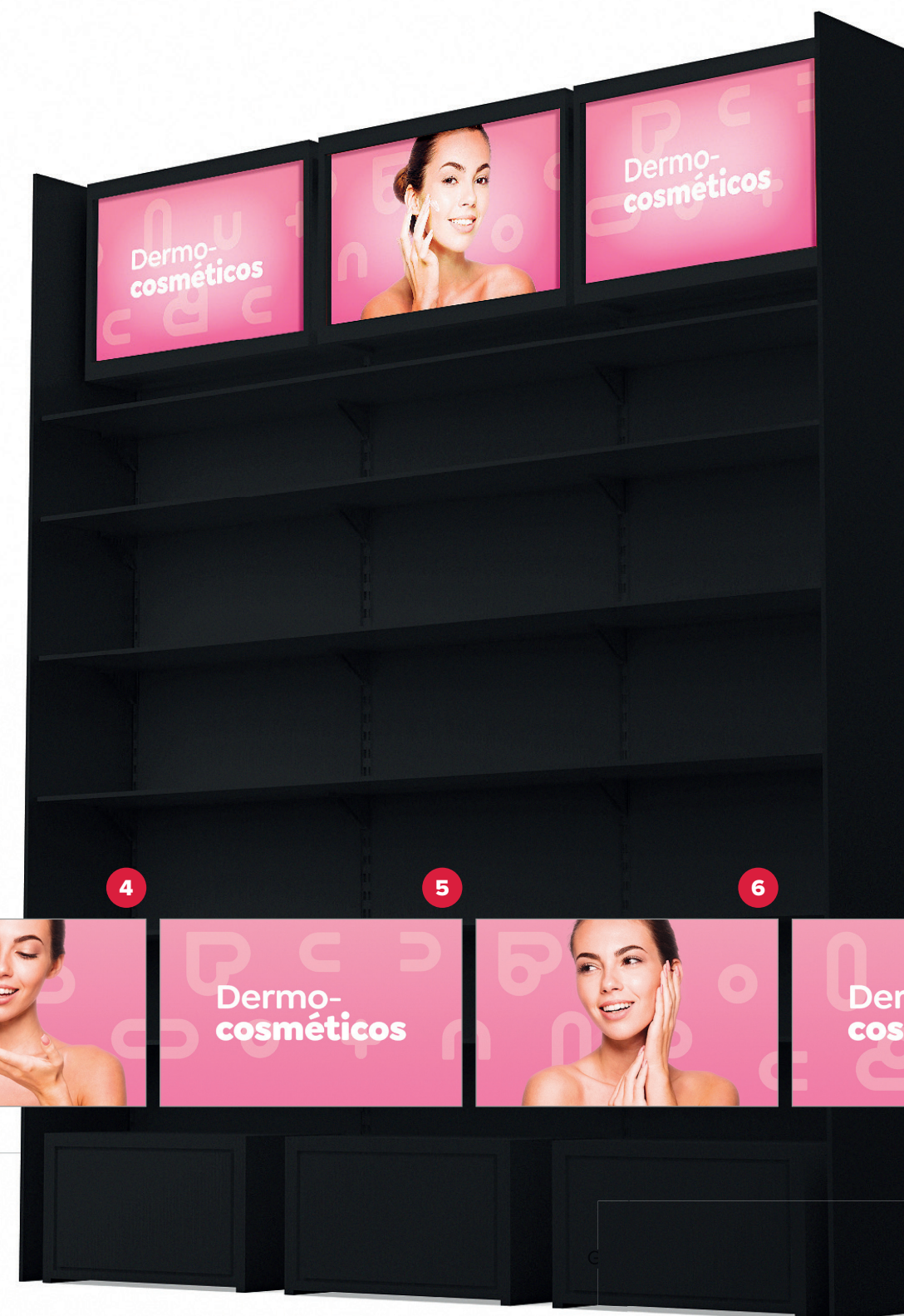
Dermo-cosméticos

Os módulos foram projetados para serem usados em testeiras de seções de dermocosméticos.

Informações para impressão

Medidas: **54 X 33,5 cm**

Utilizar a quantidade de módulos de acordo com cada projeto. **Consultar disposição e ordem dos módulos para o projeto com equipe de padronização.**



Testeira de gôndola

Comunicação para utilização
em testeiras de gôndola

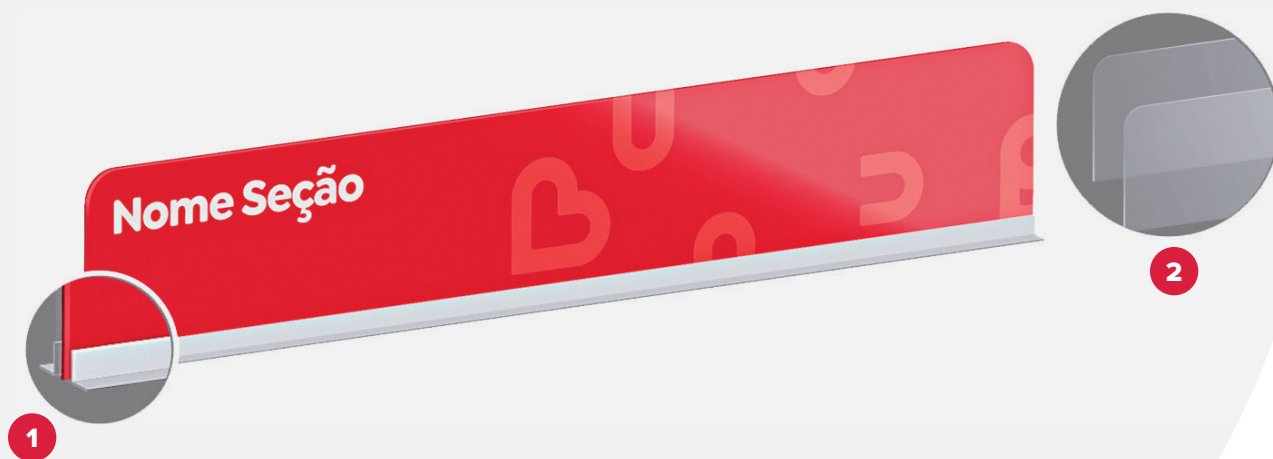
Informações para Impressão:

Medidas: **100 x 18 cm**

Material: **Duo Design 300 g**

Acabamentos:

1. Cantoneiras de **Alumínio**
2. Chapas **PS Cristal 2 mm**



Cestão

O cesto é confeccionado em aço e utilizado para venda de produtos estratégicos da rede.

Estrutura: **Aço impresso**
com o logotipo da **AC Farma**

Dimensões: **60 cm x 90 cm x 40 cm** (LxAxP)

Fundo: **Com divisão niveladora**

Largura: **1,60 m / 2,60 m / 3,60 m**

www.metalfarma.com.br



Longarina

Assento e encosto com espuma injetada, revestida em couro sintético, unidos por lâmina de aço de alta resistência.

Medidas Acabadas: 1400 mm x 600 mm

Estrutura: estrutura tubular em aço com parede de 2.2 e tratamento antiferrugem

Acabamento: espuma injetada de alta densidade revestida com couro sintético

Modelos: contendo 2, 3 e 4 lugares



Materiais de insumo e uniformes

- 58** Sacola plástica
- 59** Bobina
- 60** Crachá e cordão
- 61** Polo farmacêutico(a)
- 62** Polo balconista
- 63** Jaleco farmacêutico(a)
- 64** Jaqueta AC Farma

Sacola plástica

A sacolinha é confeccionada em plástico biodegradável.

Serve para o cliente acondicionar as suas compras e como ferramenta para propagar a marca da rede.



Bobina

A bobina é utilizada na registradora do caixa e deve conter a arte ao lado, referente à marca AC Farma.

O material pode ser confeccionado por fornecedores não homologados, desde que seguindo as especificações deste manual.

Informações para Impressão:

Medidas:	22 x 30 cm
Material:	Offset
Gramatura:	95 g
Impressão:	4 x 0



Crachá e cordão

Utilizado para identificação de pessoas e funções.
Importante para fortalecer diálogo direcionado dentro da loja, bem como a identificação e função dos colaboradores.

Informações para Impressão Crachá

Suporte: PVC 1 mm
Tamanho: 55 x 85 mm
Impressão: 4 x 0 (Termotransferência)
Acabamento: Cantos arredondados
Furo para Presilha

Informações para Impressão Cordão

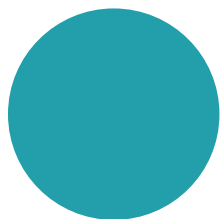
Suporte: Tecido
Tamanho: 12 x 900 mm / 20 X 900 mm
Impressão: 4 x 4
Acabamento: Presilha

Nunca alterar o arquivo para impressão. As imagens ao lado são apenas para visualização. Solicitar material do Fornecedor.



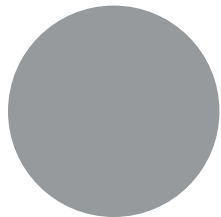
Polo farmacêutico(a)

Camisa polo para identificação do(a) profissional. Logos e detalhes bordados.



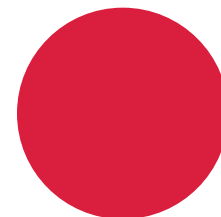
C: 100%
M: 0%
Y: 35%
K: 0%

7466 C



C: 0%
M: 0%
Y: 0%
K: 60%

Cool Gray 6C



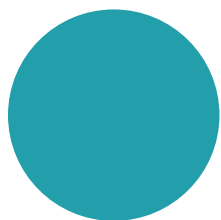
C: 10%
M: 100%
Y: 80%
K: 0%

1795 C



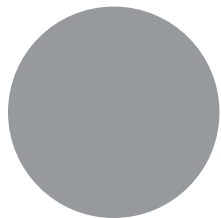
Polo balconista

Camisa polo para identificação do(a) balconista.
Logos e detalhes bordados.



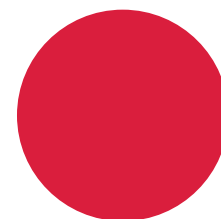
C: 100%
M: 0%
Y: 35%
K: 0%

7466 C



C: 0%
M: 0%
Y: 0%
K: 60%

Cool Gray 6C



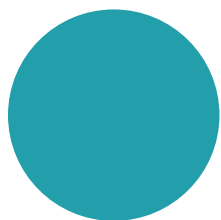
C: 10%
M: 100%
Y: 80%
K: 0%

1795 C

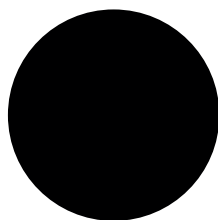


Jaleco farmacêutico(a)

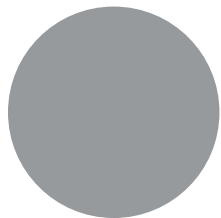
Jaleco para identificação do(a) profissional.
Logos e detalhes bordados.



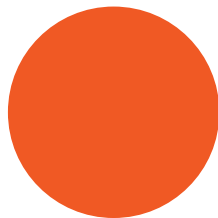
C: 100%
M: 0%
Y: 35%
K: 0%
7466 C



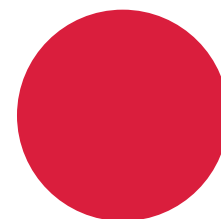
C: 20%
M: 0%
Y: 0%
K: 100%
Neutral Black C



C: 0%
M: 0%
Y: 0%
K: 60%
Cool Gray 6C



C: 0%
M: 80%
Y: 100%
K: 0%
Orange 021 C

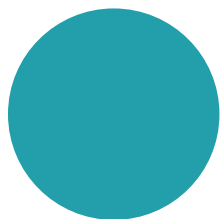


C: 10%
M: 100%
Y: 80%
K: 0%
1795 C



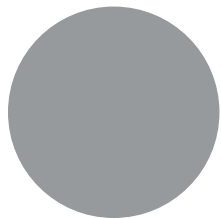
Jaqueta AC Farma

Jaqueta em poliéster.
Logos e detalhes bordados.



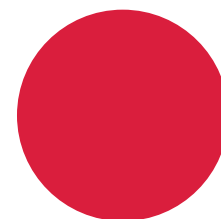
C: 100%
M: 0%
Y: 35%
K: 0%

7466 C



C: 0%
M: 0%
Y: 0%
K: 60%

Cool Gray 6C



C: 10%
M: 100%
Y: 80%
K: 0%

1795 C



Comunicação externa

Adesivos vitrine

Comunicações da fachada por ordem de prioridade e importância. A ordem nos espaços disponíveis da loja deve sempre respeitar a determinação deste guia.

1



Baixe o App

Praticidade pro dia a dia da sua família!

Disponível na  

-  **Canal direto com a loja**
-  **Ofertas especiais**
-  **Peça, receba ou retire**
-  **Participação em promoção de prêmios**

2



Anti-concepcionais

Tranquilidade e cuidado pra você!

Desconto mínimo de 25%* Todas as marcas!

*Exceto anticoncepcionais onerosos. Consulte lista com atendente.

3



**Genérico
barato**
pra toda
a família!

até **90%**
de desconto!*

*Em medicamentos genéricos, exceto onerosos. Consulte lista com atendente.

4

**Ligue e
receba!**

Medicamentos e outros
produtos, entregues
onde você estiver!

(xx) XXXX-XXXX
(xx) XXXX-XXXX



 Deixa que
a gente leva

5



Faz parte
**da sua
família!**

6



Faz parte
**da sua
família!**



Brandbook V1.0
Guia da marca
Dezembro de 2022
Todos os direitos reservados

FARMARCAS