



BRANDBOOK

Guia estratégico de marca,
Identidade Visual e Verbal



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

FARMARCAS





Introdução

Este brandbook foi desenvolvido com o objetivo de orientar a construção e desenvolvimento da marca **Entrefarma** 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 Entrefarma

Identidade Verbal

Como nos comunicamos
verbalmente e prestamos
um atendimento mais próximo

Identidade Visual

Como nos apresentamos visualmente
e proporcionamos boas experiências

06. Missão, Visão e Valores
09. Posicionamento
10. Cultura
11. Propósito

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

21. Logotipo
32. Cores
34. Tipografia
37. Fotografia
39. PDV: Estrutura Externa
58. PDV: Estrutura Interna
68. Insumos e Uniformes
78. Comunicação

A large, thick, lime-green curved shape, resembling a stylized 'C' or a partial circle, is positioned on the left side of the image. It is set against a solid dark blue background.

Plataforma de Marca

Nossa missão

Oferecer tranquilidade e serviço de qualidade aos nossos consumidores por meio de um bom relacionamento e ótimas condições comerciais.



Nossa visão

Ser reconhecida como a melhor rede farmacêutica associativista de Minas Gerais. Ser referência em padrão de lojas, serviço de qualidade e a melhor rede para possíveis interessados.

Nossos Valores

Colaboração: nossos associados trabalham em conjunto para evolução da rede

Amizade: parceria além do profissional, buscamos um relacionamento integral com parceiros e consumidores

Inovação: procuramos sempre a melhoria de processos para trazer bons resultados

União: mantemos o mesmo direcionamento para atingirmos objetivos em comum

Nosso Posiciona - mento

Uma rede de farmácias
com olhar atento às necessidades
de saúde e bem-estar da região.



Somos uma rede de farmácias que nasceu
em Minas Gerais, oferecendo serviço próximo
e atencioso para **cuidar de pessoas!**

Acreditamos que a construção
de **relações sólidas** é base para uma
excelente gestão com **olhar atento**
às necessidades do cuidado com a **saúde**
e **bem-estar** em cada região em que atuamos.

“ Manter a **harmonia,**
a amizade
e o **associativismo**
de **todos os envolvidos** „

Esta é a nossa **Cultura**

Aproximar e
cuidar
de pessoas
em favor do
crescimento
em **conjunto.**

Este é o nosso **Propósito**



Identidade Verbal

Nossa marca é

**CARISMÁTICA,
COLABORADORA,
CONFIDENTE,
HUMANA,
E AGRADÁVEL!**

Cada um desses atributos
possui características próprias!



Brand persona

Quais as características físicas e comportamentais de quem representará 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 Entrefarma.

Como me pareço:

Mulher, 42 anos,
branca, cabelos lisos, castanho escuro.

Como é a minha voz:

Solicita, natural, bem humorada, sorridente
e tranquila. Carrega um leve sotaque mineiro.

Como falo:

“Olá, Camila. Tudo bem com você?
Como é que eu posso te ajudar hoje?”

Como não me verá falar?

“Oi, tudo bem? Posso ajudá-la?”

Traços de personalidade

Orienta e reforça as ações diárias na comunicação.

Carismática

É inspiração para seu círculo social, sua gentileza e simpatia envolve a todos.

Ações e Verbos:

Encantar

Agradar

Participar

Colaboradora

Acredita que o crescimento real é aquele que acontece com todo o grupo.

Ações e Verbos:

Abraçar

Amparar

Colaborar

Confidente

É bom ouvinte, se relaciona com empatia e atenção.

Ações e Verbos:

Escutar

Preservar

Estimar

Humana

Preza por estar em sintonia e criar alianças profundas.

Ações e Verbos:

Absorver

Instruir

Apoiar

Agradável

Prioriza a harmonia em suas relações e gosta de trabalhar em grupo.

Ações e Verbos:

Envolver

Agradar

Atrair

Tons de voz

Para aplicar os atributos e personalidade na comunicação verbal

Cordial

Sua simpatia atrai a todos

É uma presença sempre bem-vinda, sabe se portar com diferentes públicos sem esforço.



Fale mais em coletividade para agradar diferentes públicos. Evite discursos muito específicos.



Se adequar não quer dizer falta de personalidade.

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.

Convidativo

Apresenta sua paixão e encanta a todos

Deixe claro o seu propósito para atrair as pessoas para o mesmo objetivo.



Valorize narrativas e como conta suas histórias para gerar pertencimento.



Não fantasie sobre cenários perfeitos para que as pessoas comprem a sua história.

Território de palavras

Repertório para construção verbal, baseado no que somos e o que queremos ser.

Proprietárias

Amizade	Próximo
Tranquilidade	Engajamento
União	Relação
Da gente	Parceria
Daqui	Gestão
Família	Capacitação
Olhar	Alinhado
Cuidado	
Atenção	
Região	

Do mercado

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

Proibidas

Rivalidade
Insegurança
Discórdia
Difícil
Indiferente
Ignorar
Abandonar
Caro
Longe

Buyer persona

Com quem falaremos com mais frequência?

Maria tem 45 anos é trabalhadora autônoma/liberal.

Mora em uma pequena cidade de Minas Gerais com o marido e os filhos.

Gosta de cuidar da saúde e bem-estar, de si e dos filhos, além de se interessar muito por dicas fáceis e rápidas para resolver problemas do dia a dia, sejam eles relacionados à saúde ou soluções domésticas.

Seus objetivos são:

- Cuidar da própria saúde, higiene e bem-estar.
- Cuidar da saúde dos filhos e do marido.
- Observar as necessidades de reposição de itens de higiene e beleza em casa.
- Durante a pandemia, orientar a família sobre o uso de máscara, álcool gel e higiene adequada.

Seus problemas são:

- Saber quais produtos são mais eficientes para as suas necessidades.
- Receber um suporte atencioso e adequado para ajudar na tomada de decisões de suas tarefas (no box anterior).
- Confiar na veracidade das informações que consome.
- Arcar com os custos necessários para higiene e saúde da família.

Como podemos ajudá-la:

- Ouvi-la para entender suas necessidades específicas e oferecer soluções personalizadas.
- Ser uma fonte confiável de informações sobre bons hábitos de higiene e saúde.
- Estar presente no momento em que ela dedica um tempo para cuidar de si e da família.

“ Quem
é daqui sabe:
economia
de verdade! ”

é o nosso slogan institucional



Identidade Visual

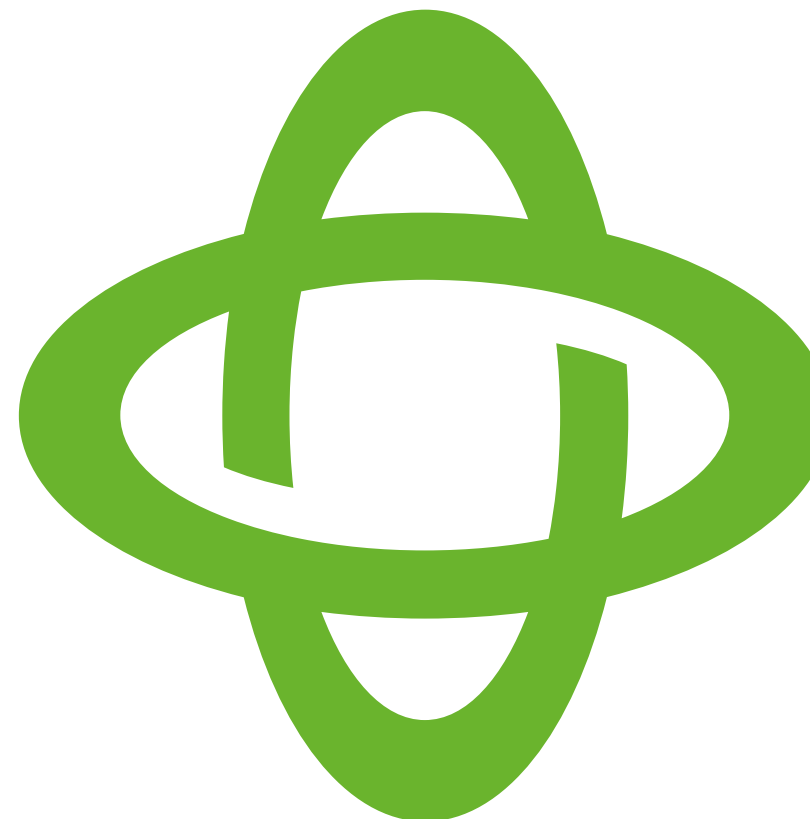
Logotipo

- 22 Nosso símbolo**
- 23 Assinatura e Aplicações**
- 24 Aplicação P&B**
- 25 Aplicação: usos corretos e incorretos**
- 26 Grade de Construção**
- 27 Área de Proteção**
- 29 Padrão de Cores**
- 31 Redução máxima**

Nosso símbolo

Muito além de uma simples representação gráfica, o nosso símbolo reflete nossos valores e nossa força para a união.

A forma é inspirada no **entrelaçamento** de duas alianças que, baseadas também no símbolo da cruz verde, ajuda a identificar e dar visibilidade à nossa marca que se une para crescer em conjunto e cuidar de pessoas.



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, 1C e 2C.

Aplicação Horizontal (Prioritária)

Aplicação Vertical

Versão
Primária
(Prioritária)

1A



2A



Versão
Secundária

1B



2B



Versão
Monocromática

1C



2C



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.

Aplicação Horizontal
(Prioritária)

Aplicação Vertical

Negativa



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. 23).



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.

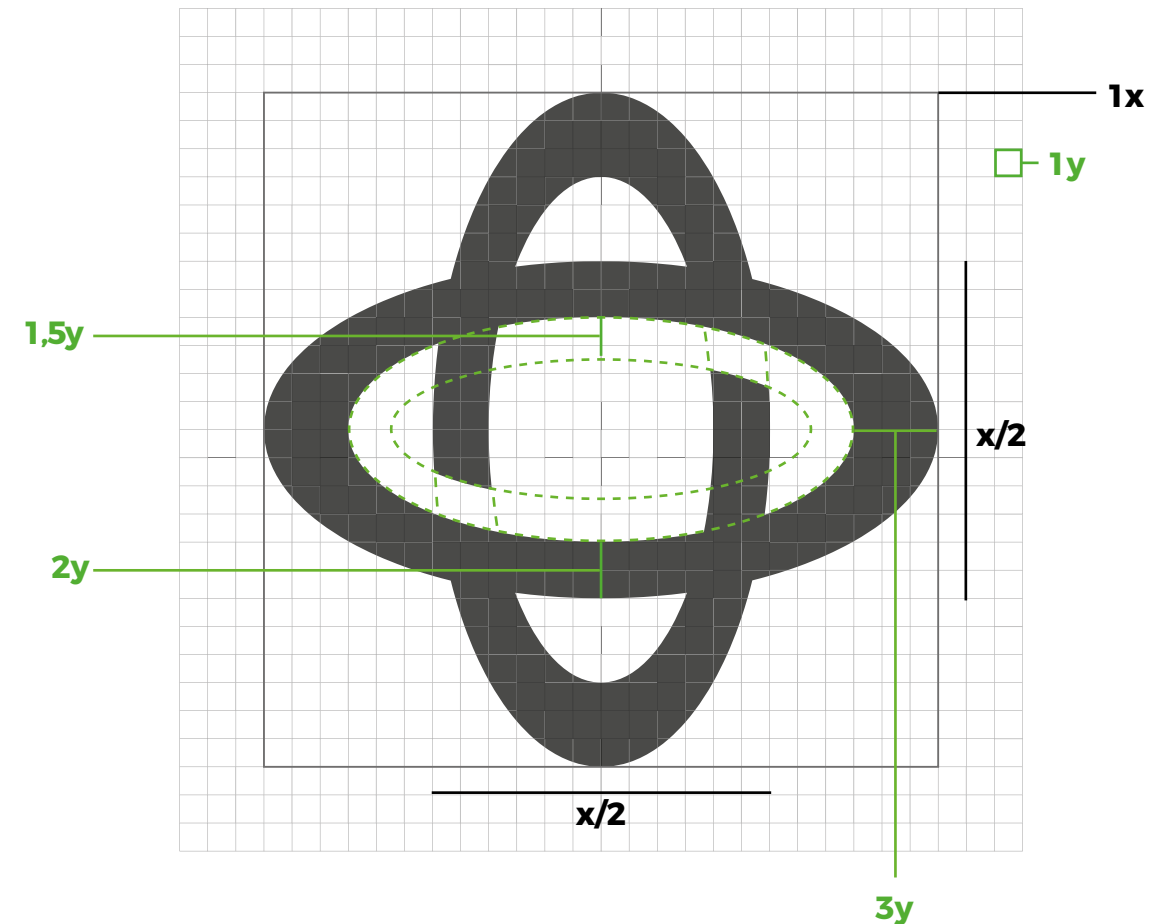


Grade de construção

O logotipo da entrefarma foi construído com base em uma malha gráfica para torná-lo mais harmônico e reproduzível.

A grade de construção facilita e ajuda a compreender o processo de criação e reprodução da marca.

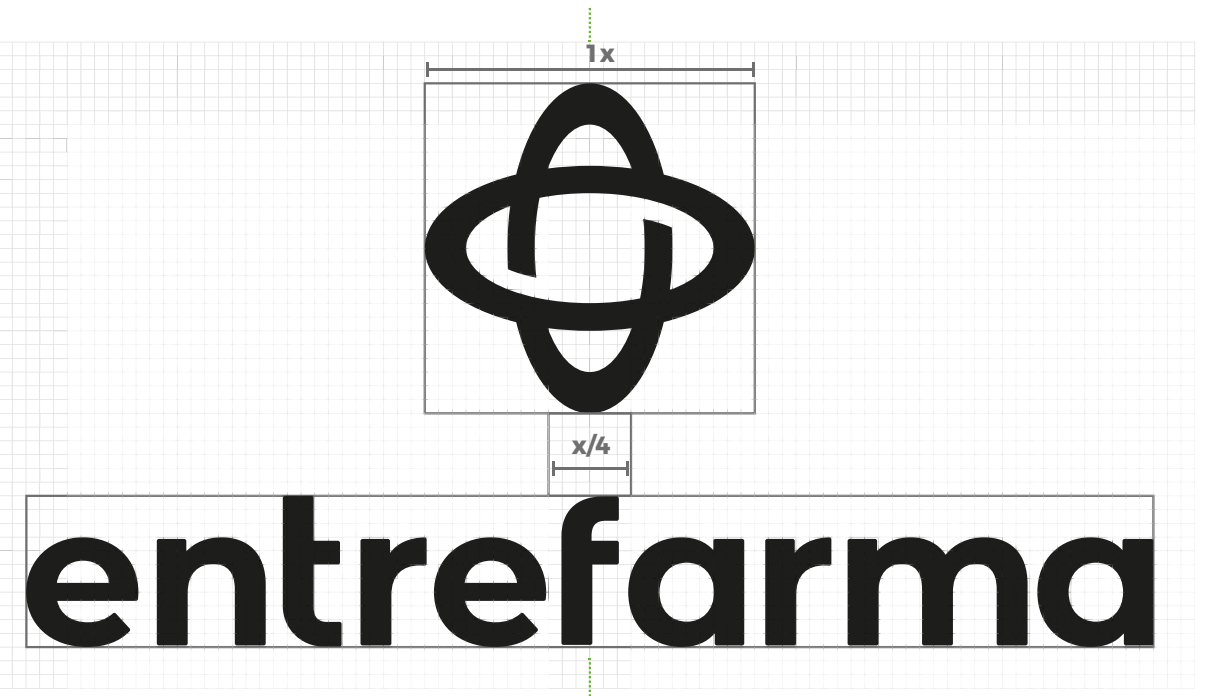
Ao lado, é possível conferir a lógica de construção do símbolo.



Grade de construção

Ao lado, é possível conferir a lógica de construção e alinhamento dos elementos do logotipo.

Alinhamento horizontal
centralizado pela
letra "e"

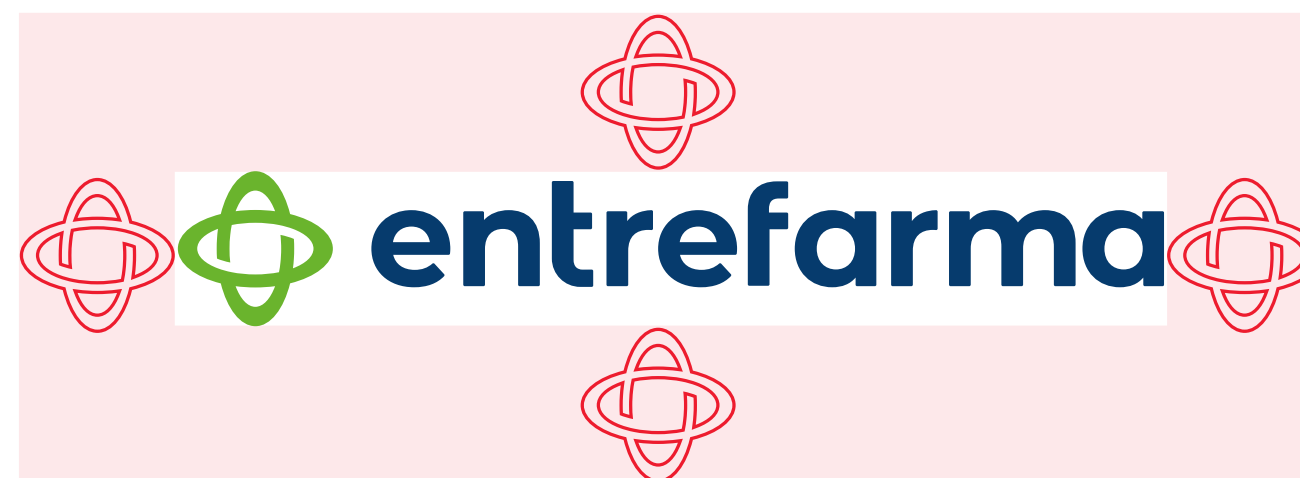


Alinhamento vertical
centralizado ao meio

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.

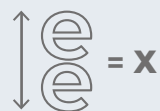
Como referência, foi utilizado o valor de 1x, definido pelo símbolo que compõe o logotipo.



Área de proteção

A área de proteção da versão vertical (1B) foi estruturada para manter a boa acomodação e visibilidade do logotipo em espaços gráficos mais verticais.

Para este caso, a área de proteção é menor que x, sendo 3x menor que seu tamanho ou equivalente à altura 2 letras “e” 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 Entrefarma é de **25 mm** para materiais impressos.
2. A redução máxima em ambientes digitais para o logo de Entrefarma é de **150 px**.

1.

 entrefarma



25 mm

impressos



2.

 entrefarma



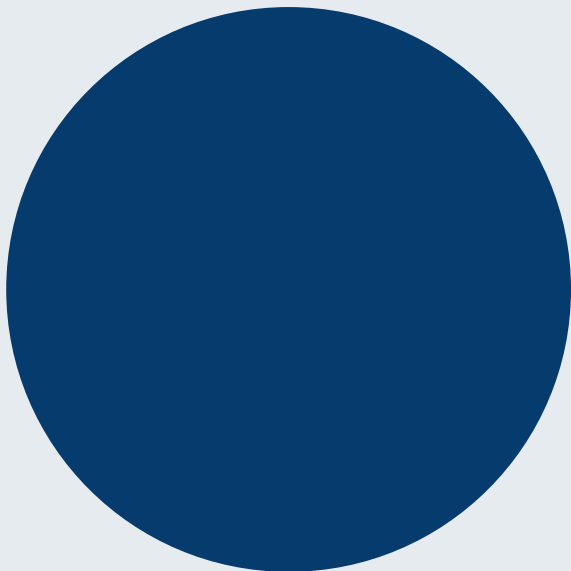
150 px

digital

Paleta de Cores

Nossas cores

Cores Principais



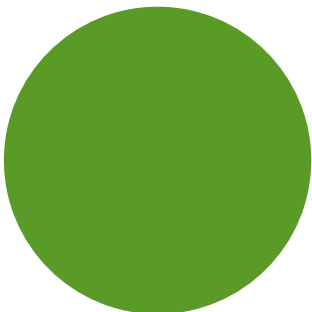
Hexadecimal 063b6d
RGB 6 | 59 | 109
CMYK 100 | 79 | 31 | 17
Pantone 7687



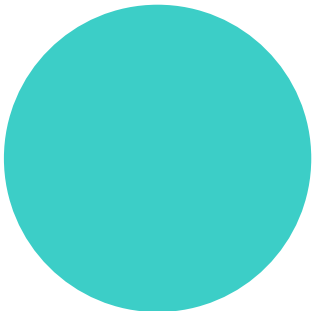
Hexadecimal 6ab42d
RGB 106 | 180 | 45
CMYK 64 | 0 | 100 | 0
Pantone 361

A marca possui 2 cores principais e 2 cores secundárias.
Essas cores comunicam os atributos de tranquilidade e harmonia da marca e podem ser trabalhadas em gradientes e sobrepostas.

Cores Secundárias



Hexadecimal 40b246
RGB 90 | 154 | 39
CMYK 64 | 0 | 100 | 20
Pantone 363



Hexadecimal 3ccec7
RGB 60 | 206 | 199
CMYK 64 | 0 | 30 | 0
Pantone 326

Tipografia

Fonte

Ao lado, a família que foi estabelecida para construção do logotipo e dos materiais de comunicação presentes nos pontos de contato.

Para os materiais e comunicações da Entrefarma são permitidos as utilizações ao lado, sempre no regular e bold, sem o uso do estilo itálico a fim de preservar a marca.

thin	Montserrat
extralight	Montserrat
light	Montserrat
regular	Montserrat
medium	Montserrat
semibold	Montserrat
bold	Montserrat
extrabold	Montserrat
black	Montserrat

Aa

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

Lettering e Chamadas

Para trazer mais propriedade a Títulos, Letterings e Chamadas, recomendamos, sempre que possível, o uso da **Montserrat Alternates na letra “a” em caixa baixa**, a alternativa estilística da Montserrat.

Este formato alternativo da fonte, torna a chamada mais refinada, delicada e amigável, reforçando atributos emocionais da marca.

a → a

Fotografia

Nossa Fotografia

Orientamos utilizar **fotos coloridas** e evitar imagens em preto e branco. As cores não precisam ser tão fortes e artificiais, pois assim garantimos uma comunicação harmônica, agradável e tranquila. Naturalidade na fotografia é o segredo!

Sempre que possível, use fotos que contenham **luz natural** e elementos que sejam de cores azuladas e esverdeadas. Isso ajuda a remeter às nossas cores e reforçar ainda mais a nossa identidade.

✓ **Somos carismáticos, humanos e agradáveis!**
Por isso, nossas fotos devem transmitir essas sensações.

✗ **Não somos frios, artificiais e desanimados.**
Nossas fotos não devem transmitir essas sensações.



PDV:

Estrutura Externa

- 40 Modelo de fachada**
- 45 Especificações técnicas**
- 46 Tipos de fachada**
- 48 Medidas letreiro**
- 49 Formatos alternativos de letreiro**
- 50 Acabamento letreiro**
- 51 Faixa de segurança**
- 52 Totens de Calçada e Estacionamento**
- 54 Totem Urbano**
- 56 Bandeira**



Modelo fachada

A fachada das lojas Entrefarma 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.



Exterior da loja conceito



Exterior da loja padrão



Interior da loja



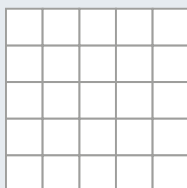
Interior da loja

Especificações técnicas

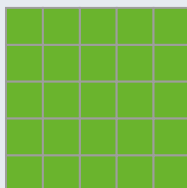
As lojas recebem o acabamento nas paredes em pastilhas e pintura. O letreiro é feito em ACM.

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

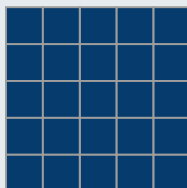
Pastilhas



Branco
10010
10x10 cm
Rejunte Branco



Verde Claro
10130
10x10 cm
Rejunte Branco



Azul
10180
10x10 cm
Rejunte Azul

Pintura



Branco Neve

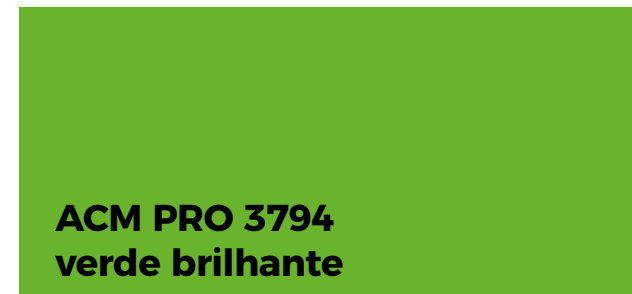


Verde Folha
Pantone 361C
RM043



Azul del Rey
Pantone 7687C
RM138

ACM



ACM PRO 3794
verde brilhante



ACM PRO 061
azul alto brilho

Adesivos



#010 White



#061 Green



#050 Dark Blue

Referências

Tecnogres BR

Suvinil

Projeto Alumínio

Oracal Adesivos

Fachada padrão

Abaixo, 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. Bloco de **pastilhas azuis** com **1 m de altura** ou **ACM Azul**.
5. Faixa de **pastilhas verdes** ou **ACM verde** com **20 cm de altura**.
6. **Pastilhas brancas** ou **ACM Branco** em toda a parte superior da parede externa.
7. Portal nas portas de entrada em **ACM verde** com testeira de **20 cm a 30 cm** de largura e, no mínimo, **15 cm** de profundidade

Observações

—

Em lojas de esquina, não é necessário repetir o logotipo da Febrafar.



Fachada conceito

Abaixo, é possível conferir as referências de materiais e detalhes que fazem parte do projeto de lojas conceito.

1. Totem arquitetônico estrutural em **ACM Azul**.
2. Marquise em **ACM Verde**.
3. Parede base em **ACM Branco**.
4. Painel de LED interno.
5. Fachada envidraçada para maior visibilidade do interior da loja.

Observações

—

Em lojas de esquina, não é necessário repetir o logotipo da Febrafar.



Medidas letreiro

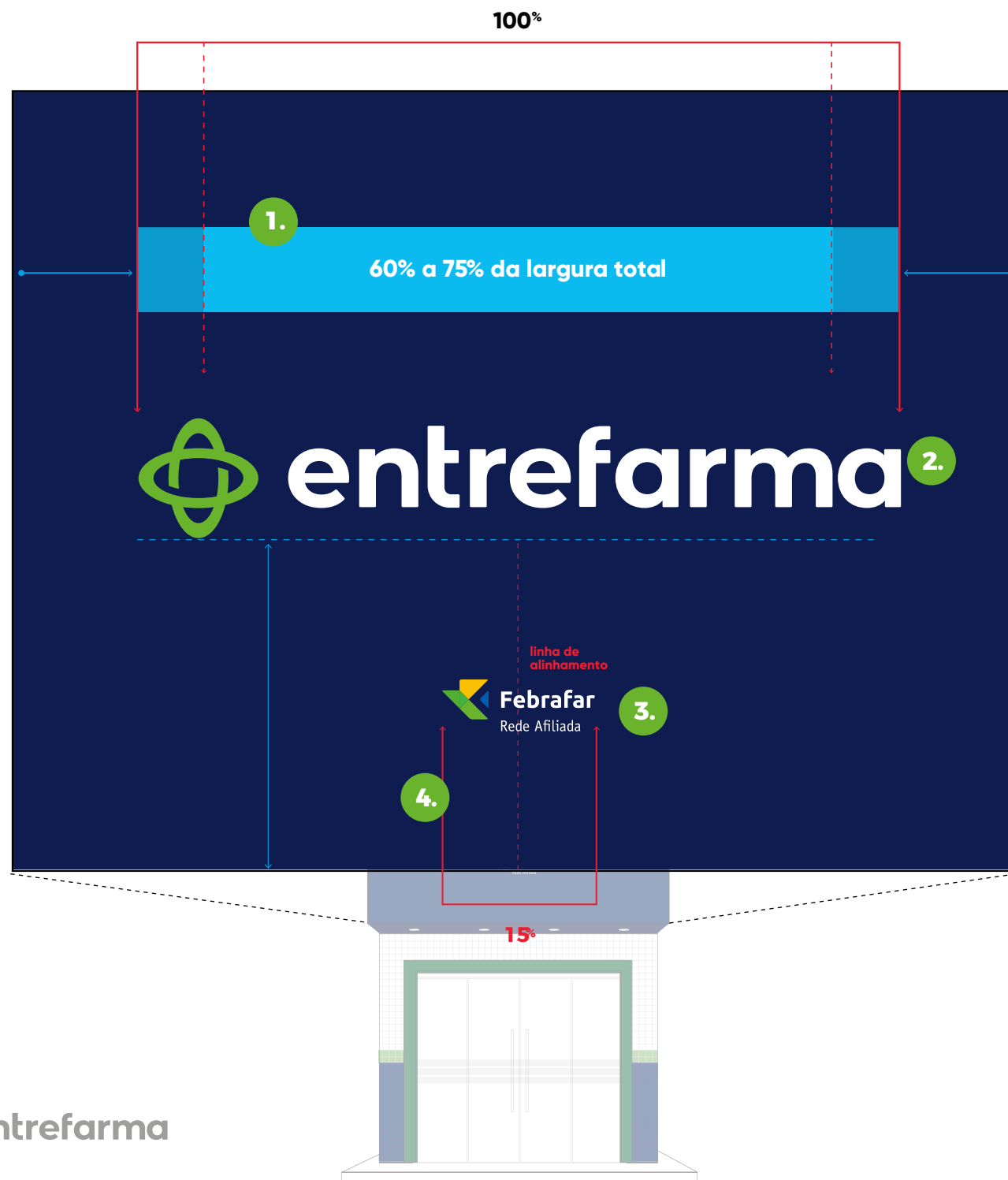


1. Medida de **1/3 da altura** da fachada para cálculo da área de aplicação máxima do símbolo **Entrefarma**.
2. Logo da **Entrefarma** centralizado verticalmente no espaço destinado à fachada.
3. Logo **Febrafar** com **15% da largura** do logo **Entrefarma**, seguindo proporções.
4. Alinhamento do logo **Febrafar** pela **linha de base** da letra “e” do logo **Entrefarma**.
5. Logo da **Febrafar** centralizado **horizontalmente** na área livre da lateral direita do letreiro.

Observações

—

Em lojas de esquina, não é necessário repetir o logotipo da Febrafar.



Formatos alternativos 1

Abaixo, é possível conferir as regras de aplicação para formatos **verticalizados** de fachada.

1. Largura do **logo Entrefarma** calculada com base na largura da fachada, entre 60 e 75% do total.
2. Logo **Entrefarma centralizado verticalmente e horizontalmente** a partir do espaço de respiro da marca.
3. Logo da **Febrafar centralizado verticalmente e horizontalmente** na **área inferior do letreiro**, abaixo o logo da Entrefarma.
4. Logo **Febrafar com 15% da largura do logo Entrefarma**, seguindo proporções e alinhamentos.

Observações

—
Em lojas de esquina, não é necessário repetir o logotipo da Febrafar. A margem de segurança da marca nunca ultrapassa as dimensões da testeira.



Formatos alternativos 2

Abaixo, é possível conferir as regras de aplicação para formatos **largos** de fachada (a partir de **10 m** de largura).

1. Medida de **1/2 da altura** da fachada para cálculo da área de aplicação máxima do símbolo **Entrefarma**.
2. Logo da **Entrefarma** centralizado verticalmente no espaço destinado à fachada.
3. Logo **Febrafar com 15% da largura** do logo **Entrefarma**, seguindo proporções.
4. Alinhamento do logo **Febrafar pela linha de base** da letra **“e”** do logo **Entrefarma**.
5. Logo da **Febrafar** centralizado **horizontalmente** na área livre da lateral direita do letreiro.

Observações

—

Em lojas de esquina, não é necessário repetir o logotipo da Febrafar.

Acabamento letreiro

1. Revestimentos do letreiro:
PRO 061 Azul Alto Brilho
e **PRO 3794 Verde Brilhante**.
2. **Logo Entrefarma** em formato letra
caixa de **PVC expandido** de **20 mm**
com pintura automotiva.
3. **Logo Febrafar** em letra caixa
de **PVC expandido** de **20 mm** com
pintura automotiva; Ou adesivo
de recorte seguindo especificações.



Faixa de segurança

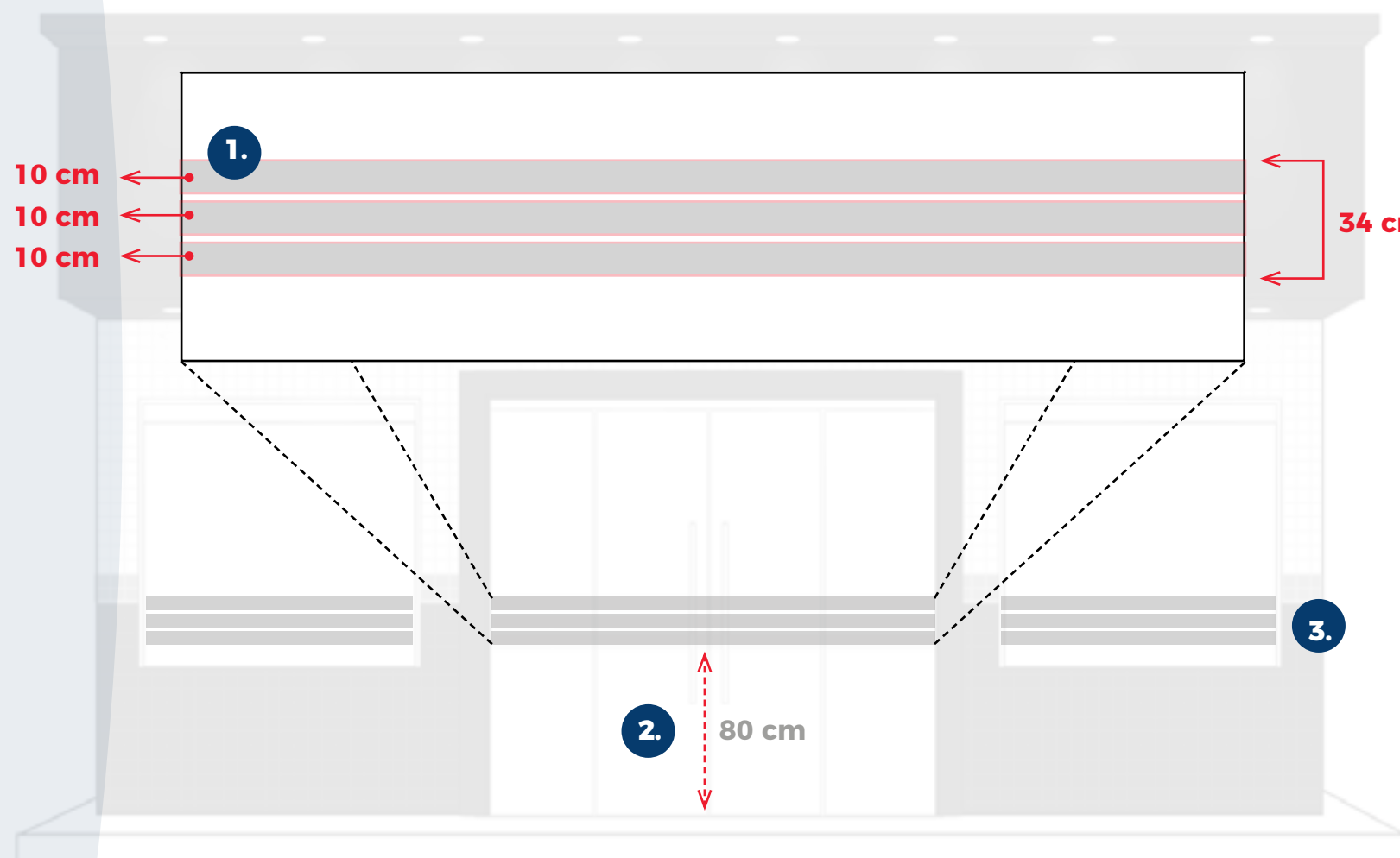
Abaixo, é possível conferir as medidas das **faixas de segurança jateadas** que devem ser aplicadas nas **portas de vidro** e nos painéis e/ou janelas de vidro, para atender ao **Código de Segurança** previsto pelo **Corpo de Bombeiros**.

1. 3 faixas com 10 cm cada.
Distância de 2 cm entre as caixas.
Total da altura da faixa de segurança: 34 cm
2. Aplicação das faixas a 80 cm do piso.
3. A aplicação das faixas em painéis e/ou janelas de vidro deve ser feita nos casos onde os mesmos não estejam sendo utilizados para fins de comunicação.

Observações

—

A aplicação dos adesivos nos vidros é um item de segurança que possui especificações técnicas próprias, portanto, elas não devem ser aplicadas alinhadas com as faixas da fachada.



Totem calçada

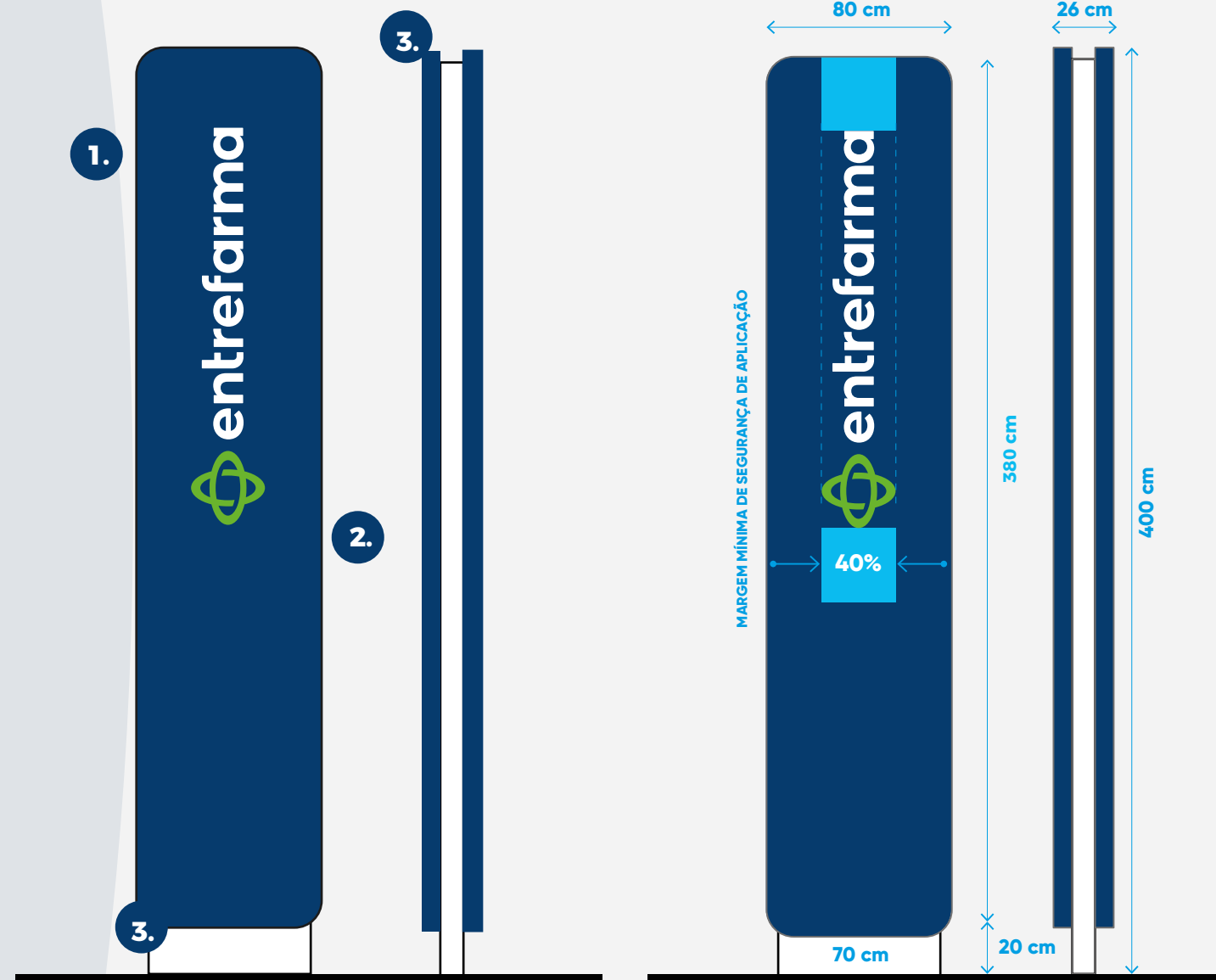
Lojas que podem fazer a utilização do totem, devem seguir os padrões abaixo para elaboração do material.

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

As medidas apresentadas a seguir são uma sugestão para um totem de pequeno porte.

Para totens maiores, as proporções desenhadas ao lado devem ser respeitadas.

- 1. Placa Metálica com pintura automotiva; Ou, ACM; Ou, Acrílico iluminado.**
Aplicação de adesivo nos símbolos e texto.
- 2. Estrutura em Placa Metálica ou ACM.**
Aplicação de adesivo ou letreiro luminoso no **Logo Entrefarma**.
- 3. Estrutura** recuada, na **cor azul**.

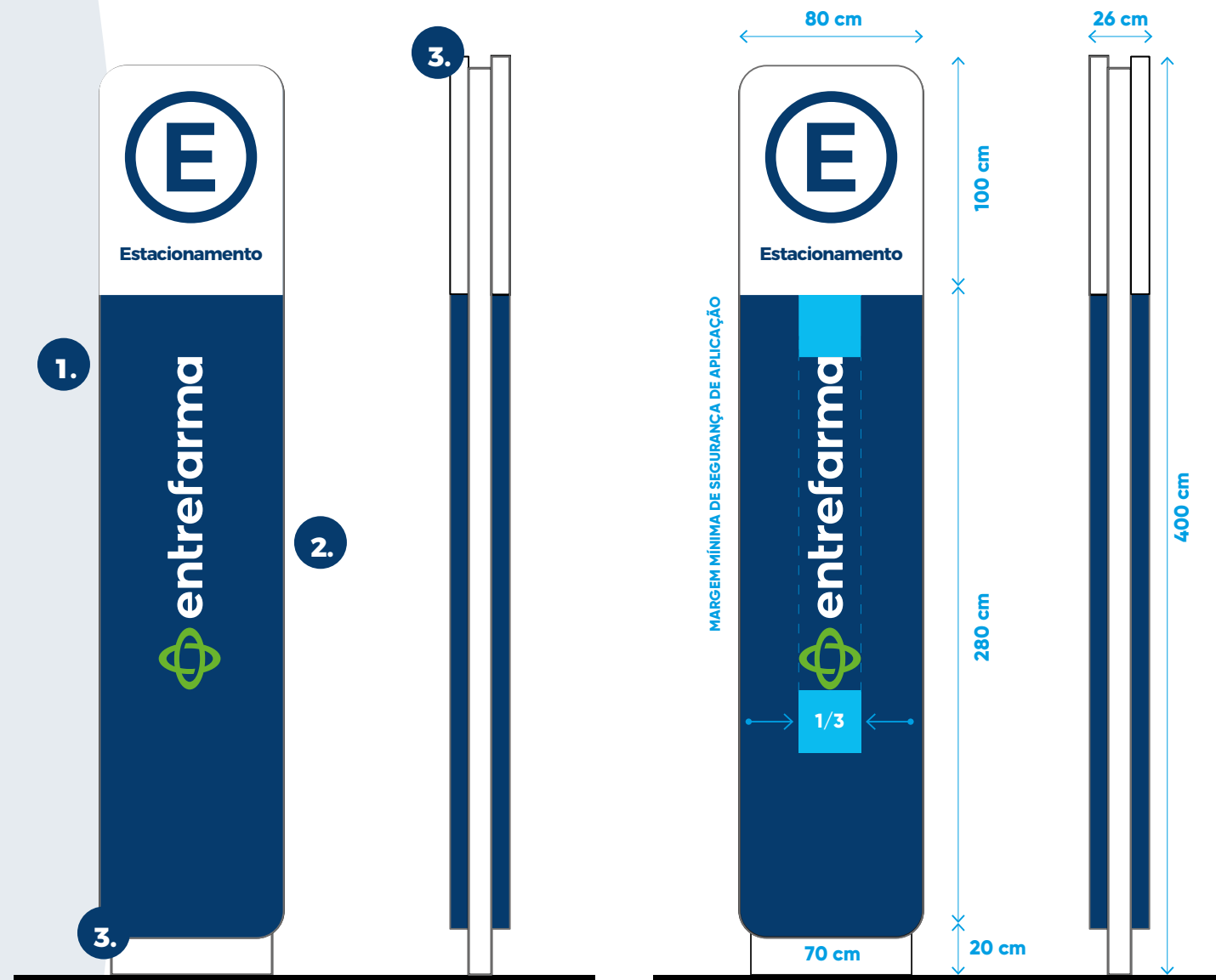


Totem calçada estacionamento

Lojas que podem fazer a utilização do totem, de calçada / estacionamento 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.

- 1. Placa Metálica com pintura automotiva; Ou, ACM; Ou, Acrílico iluminado.** Aplicação de adesivo nos símbolos e texto.
- 2. Estrutura em Placa Metálica ou ACM.** Aplicação de adesivo ou letreiro luminoso no **Logo Entrefarma**.
- 3. Estrutura** recuada, na **cor azul**.



Para totens/ peças menores que 4 metros de altura, A LARGURA DEVERÁ SER DIMINUÍDA PROPORCIONALMENTE.

*Os arquivos devem ser solicitados ao departamento de marketing da Farmarcas.

Totem urbano

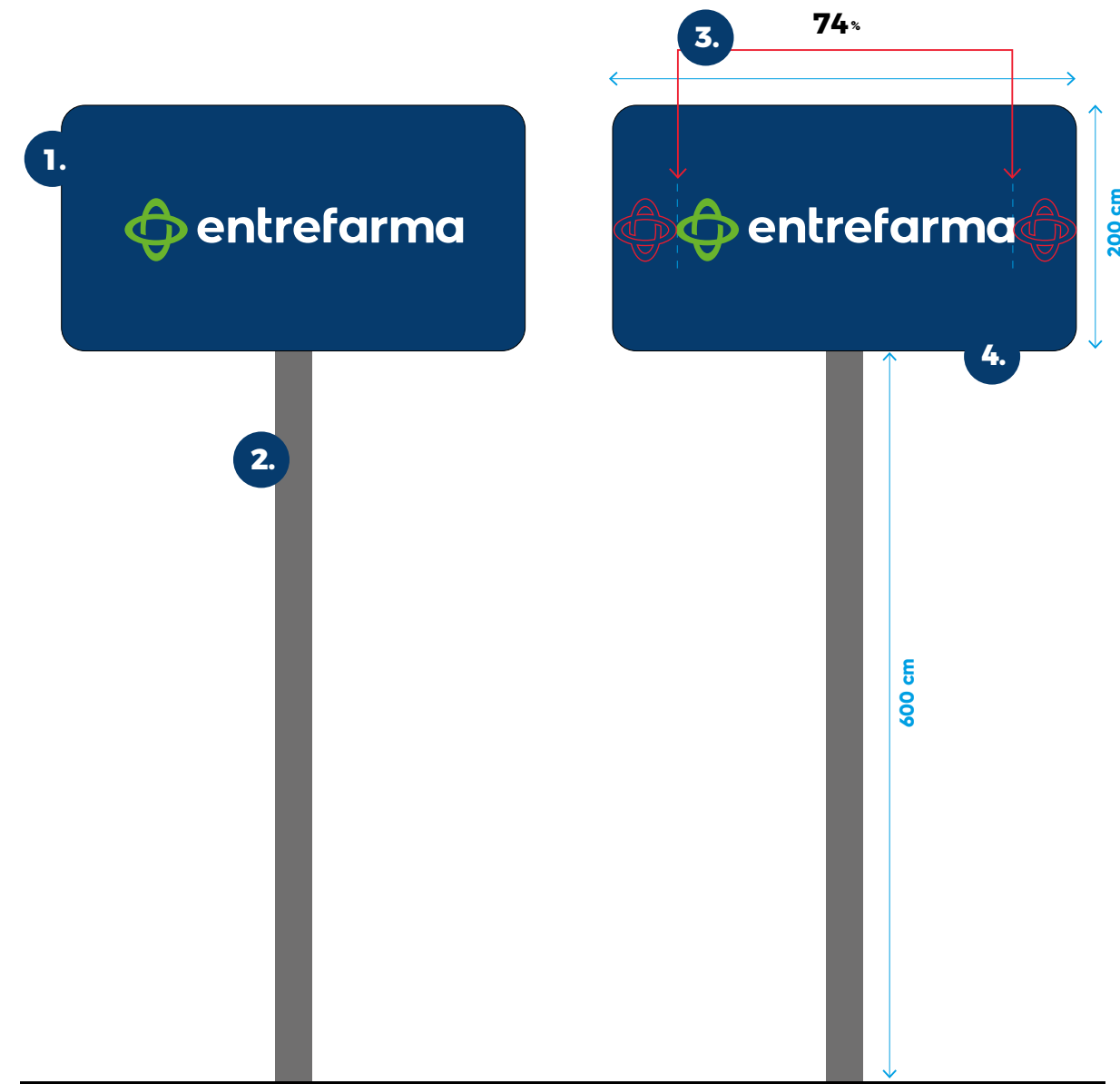
Lojas que podem fazer a utilização do totem devem seguir os padrões a seguir para elaboração do material.

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

As medidas apresentadas a seguir são uma sugestão para um totem de pequeno porte.

Para totens maiores, as proporções desenhadas ao lado devem ser respeitadas.

- 1. Placa Metálica** com pintura automotiva; Ou, Lona Pintada / Adesivada (iluminada); Aplicação de adesivo no logo Entrefarma
- 2. Estrutura Metálica**
Altura mínima sugerida de **6 metros**. Verificar dimensões com o fornecedor.
- 3.** Diagrama de construção do letreiro.
- 4. Logo centralizado horizontal e verticalmente**, respeitando a **área de proteção da marca**. Aplicação em **74% da largura total** do totem.



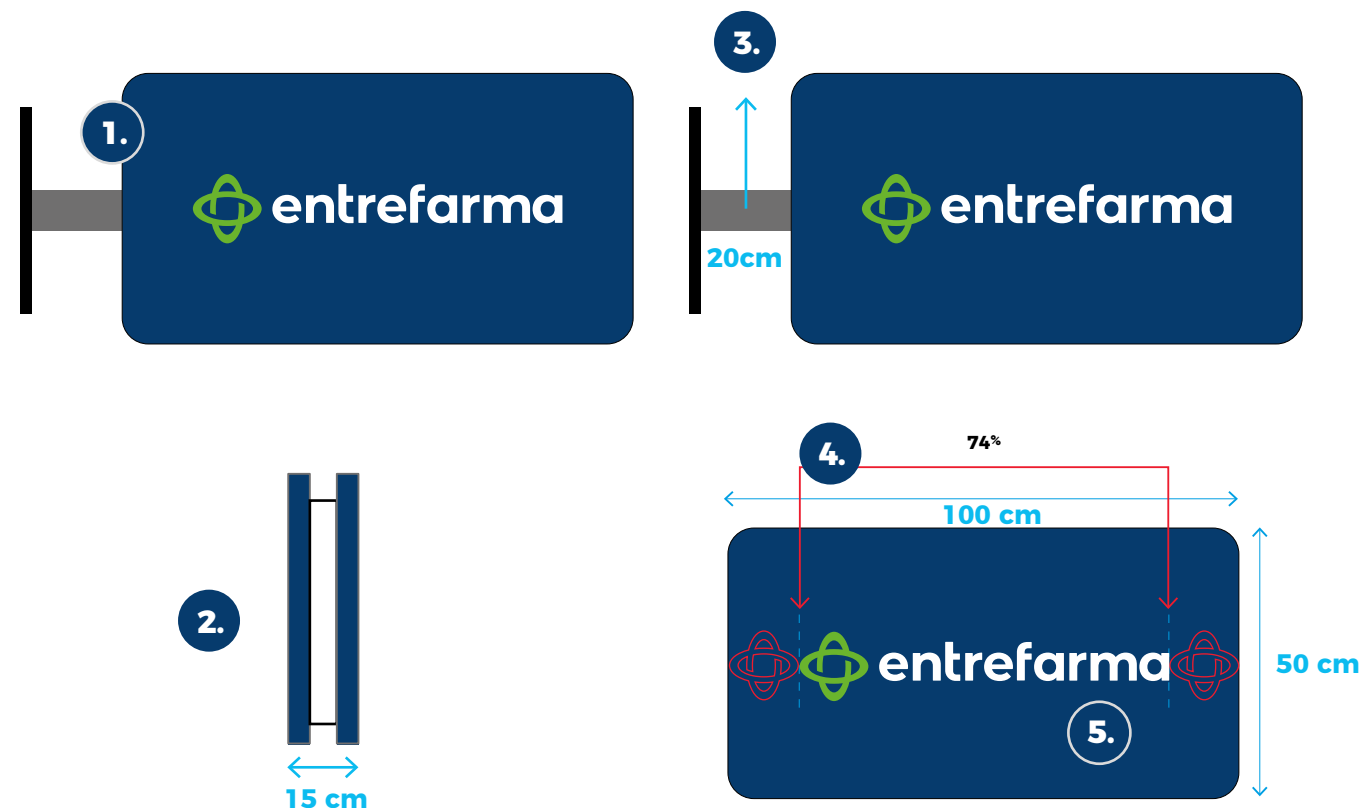
Totem urbano

- 1. Placa Metálica** com pintura automotiva; Ou, Lona Pintada / Adesivada (iluminada); Aplicação de adesivo ou letreiro luminoso no logo Entrefarma.
- 2. Estrutura Metálica. Altura mínima** sugerida de **6 metros de altura**. Verificar dimensões com o fornecedor.
- 3.** Diagrama de construção do letreiro.
- 4. Logo centralizado horizontalmente e verticalmente**, respeitando a área de proteção da marca. **Aplicação em 70% da largura total** do totem, quando houver bandeira.
- 5.** Bandeira em **1/4** da altura total da placa do totem.
- 6.** Destaque da bandeira em **60%** do **tamanho total da largura**.



Bandeira calçada

1. **Placa Metálica** com pintura automotiva; Ou, Lona Pintada / Adesivada (iluminada); Aplicação de adesivo ou letreiro luminoso no logo Entrefarma
2. **Placas em sanduíche.** Estrutura na cor azul. Largura total sugerida de 15 cm.
3. Medidas e distância sugerida da parede de 20 cm
4. Diagrama de construção do letreiro
5. **Logo centralizado horizontal e verticalmente**, respeitando a **área de proteção da marca**. Aplicação em **74% da largura total** da bandeira.



PDV:

Estrutura interna

- 59 Sanca**
- 61 Piso, iluminação e climatização**
- 62 Fechamento balcão**
- 63 Porta panfleto e Tapete**
- 64 Dermocosméticos**
- 65 Testeira de gondôla**
- 66 Cestão**
- 67 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.

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 Entrefarma deverá ser instalado na sanca.

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

Observações

–

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



Sanca

O logo da Entrefarma deve ser aplicado em Letra Caixa de PVC 20 mm, seguindo as especificações deste manual.

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.



Modelo ilustrativo

Piso, iluminação e climatização

O piso valoriza o ambiente, por isso, busque por porcelanato branco ou equivalente. Evite sempre pisos escuros, cinza, cimento queimado etc.

A iluminação de LED é fundamental para destacar os produtos. A sugestão é utilizar lâmpadas de LED tubular com calha.

Climatização

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



Fechamento balcão

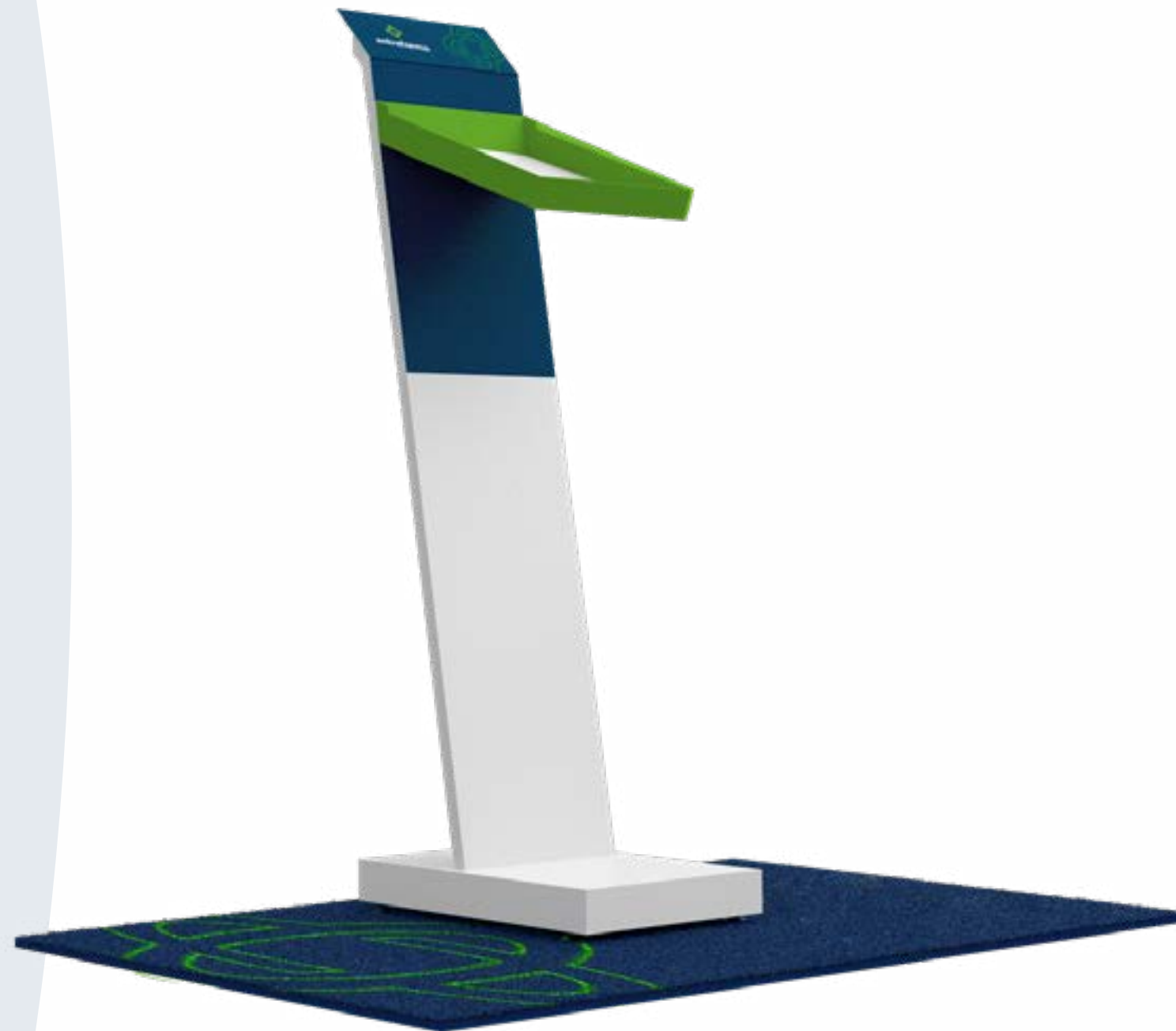
No vidro do balcão existem duas opções de aplicação de adesivos para que os produtos ali expostos não atrapalhem a visibilidade.

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



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

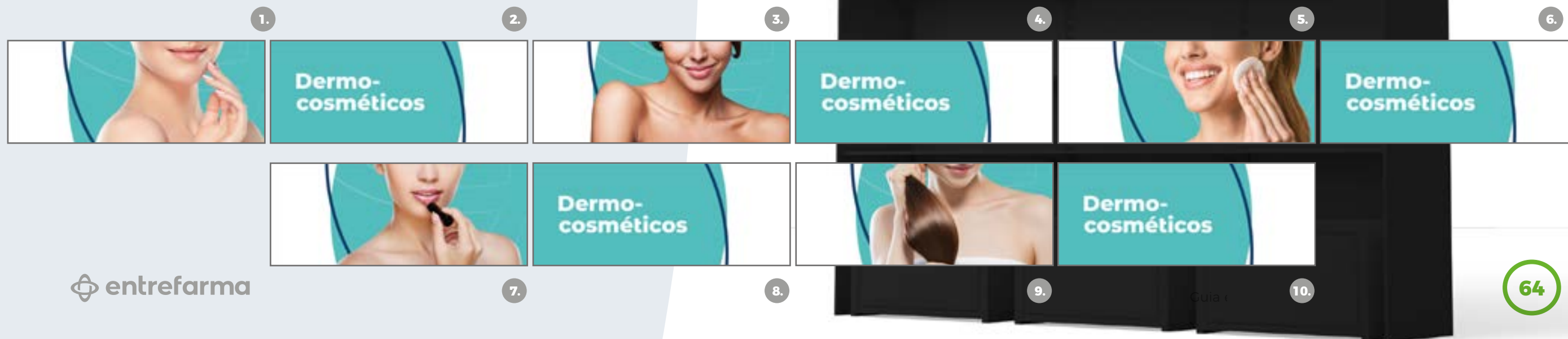
Os módulos foram projetados para serem usados em testeiras de seções de dermocosméticos.

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.



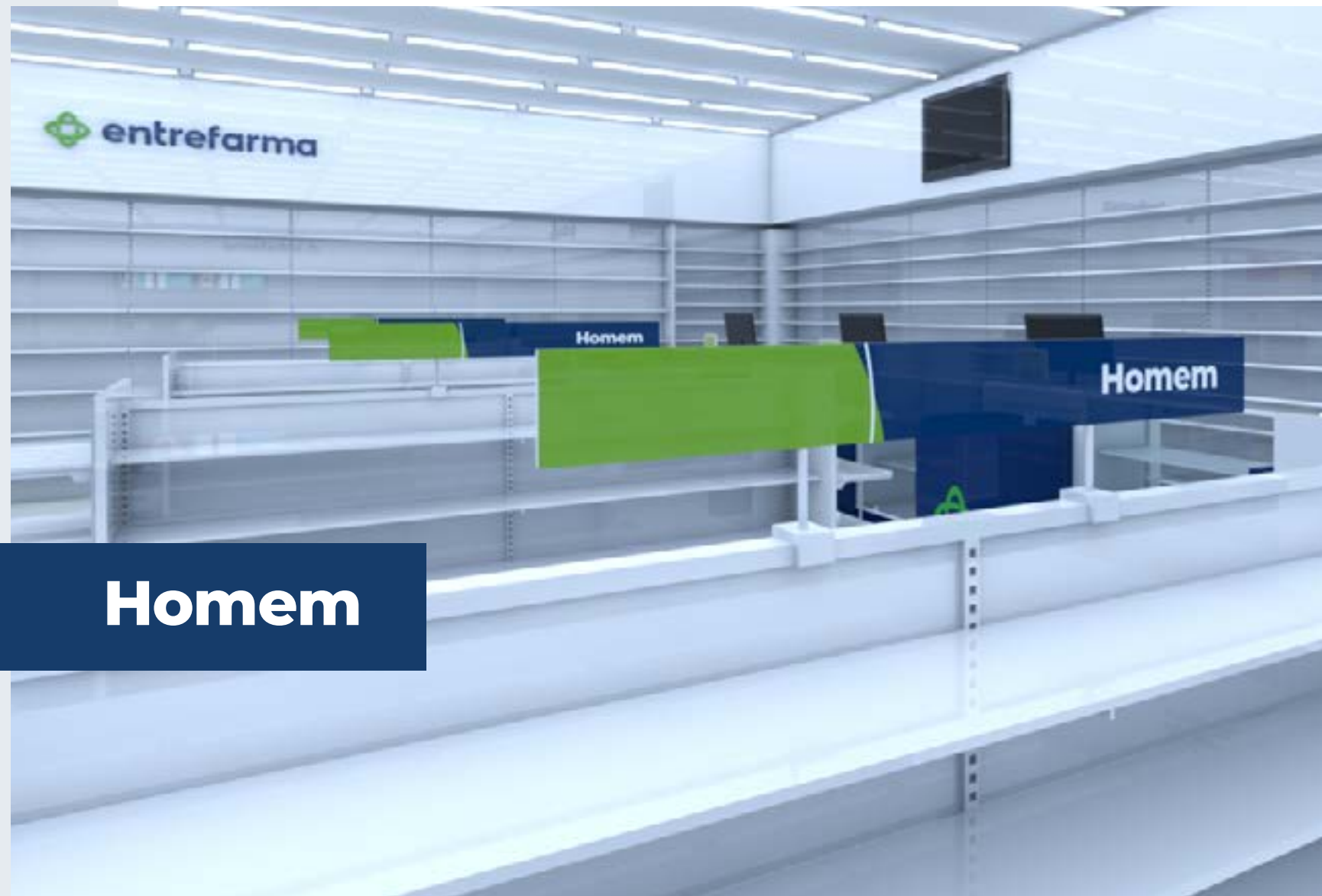
Testeira de gôndola

Comunicação para utilização em testeiras de gôndola.

INFORMAÇÕES PARA IMPRESSÃO

Medidas: 89 cm X 9 cm
Material: Supremo 350 g

Homem



Cestão

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

Estrutura: Aço impresso com o símbolo **Entrefarma**

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

Fundo: Com divisão niveladora

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

Comunicação: Padrão Entrefarma

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

- 69 Sacola plástica**
- 70 Bobina**
- 71 Crachá e Cordão**
- 72 Bata Perfumista**
- 73 Polo Perfumista**
- 74 Polo Farmacêutico**
- 75 Polo Balconista**
- 76 Jaleco**
- 77 Jaqueta**

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 Entrefarma.

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

Acabamento: --



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

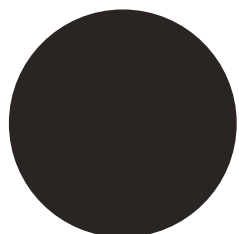
Nunca alterar o arquivo para impressão.
As imagens ao lado são apenas para visualização.
Solicitar material do Fornecedor



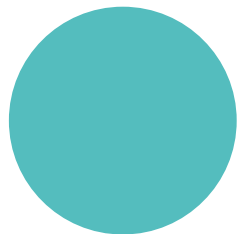
Bata perfumista

Bata para identificação do perfumista.
Ideal para dias de frio.

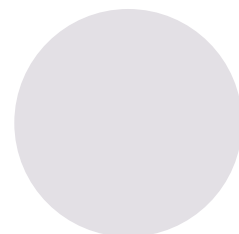
Logos e detalhes em silk reflexivo.



C 0
M 0
Y 0
K 100



C 64
M 0
Y 30
K 0
361 C



C 0
M 0
Y 0
K 10
663 C

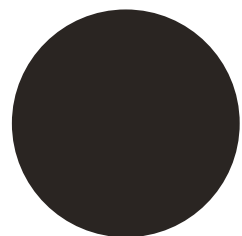
 entrefarma



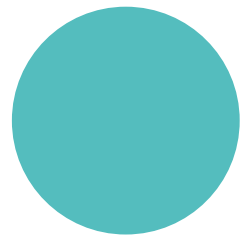
Polo longline

Perfumista

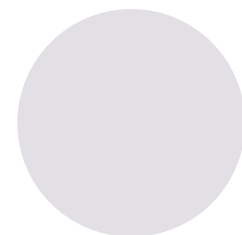
Camisa polo para identificação do perfumista.
Utilizar o modelo longline, cujo comprimento
é maior do que a polo comum.



C 0
M 0
Y 0
K 100



C 64
M 0
Y 30
K 0
361 C

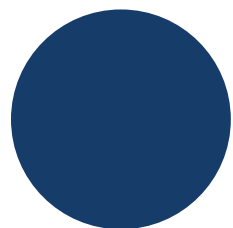


C 0
M 0
Y 0
K 10
663 C



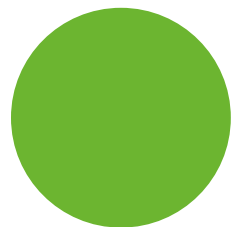
Polo Farmacêutico

Camisa polo para identificação do farmacêutico.
Logos e detalhes bordados.



C 100
M 79
Y 31
K 17

7687C



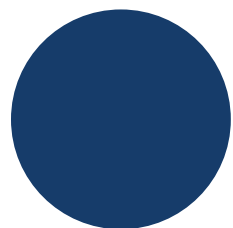
C 64
M 0
Y 100
K 0

361C



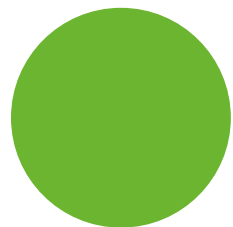
Polo Balconista

Camisa polo para identificação do balconista.
Logos e detalhes bordados.



C 100
M 79
Y 31
K 17

7687C



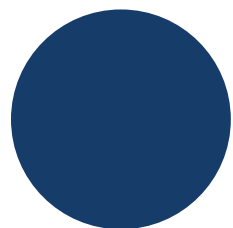
C 64
M 0
Y 100
K 0

361C



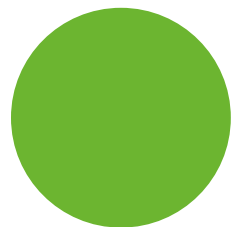
Jaleco Farmacêutico

Jaleco para identificação do farmacêutico.
Logos e detalhes bordados.



C 100
M 79
Y 31
K 17

7687C



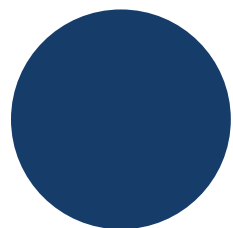
C 64
M 0
Y 100
K 0

361C

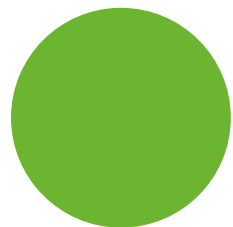


Jaqueta Entrefarma

Jaqueta em poliéster.
Logos e detalhes bordados.



C 100
M 79
Y 31
K 17
7687C



C 64
M 0
Y 100
K 0
361C



Comunicação externa

Adesivos vitrine

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

Quem é daqui sabe:
só no App
ofertas exclusivas
pra você ativar!



Canal direto com a loja

Ofertas especiais

Peça, receba ou retire

Participação em promoção de prêmios

entrefarma

FACILIDADES PARA VOCÊ

Produtos

Promoções

Linha de medicamentos

Conteúdo

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

Anti-concepcionais
Economia de verdade!

Desconto mínimo de

26%

Todas as marcas*

*Exclui anticoncepcionais orais. Consulte a lista com o farmacêutico.

Genérico
Barato
de verdade!

Mínimo de 50%

até **90%**



de desconto!

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

Quem é daqui sabe:
é só pedir
que a gente leva!



Liga pra gente:
(00) **0000.0000**

Quem
é daqui sabe:
economia
de verdade!



entrefarma

Brandbook V1.2
Guia da marca
Janeiro de 2022
Todos os direitos reservados

FARMARCAS