

Manual de Práticas de Excelência – Avaliação por Imagens

Introdução

Este documento foi desenvolvido como um guia técnico para orientar os Anjos da Farmarcas na avaliação das farmácias com base em imagens enviadas pelas lojas. Ele reúne todas as Instruções de Trabalho (ITs) que compõem o modelo de certificação de excelência da rede, abordando critérios estruturais, visuais e operacionais.

Cada IT representa uma prática fundamental para garantir que as unidades estejam alinhadas ao padrão de qualidade estabelecido pela Farmarcas, promovendo uma experiência positiva para o cliente e fortalecendo a identidade da marca.

 **Finalidade:** Padronizar a análise das imagens encaminhadas pelas farmácias, permitindo uma checagem eficiente e estruturada de conformidade com os critérios estabelecidos.

 **Público-alvo:** Anjos responsáveis pela análise, coordenação do time de Sucesso do Associado e gestores envolvidos no processo de excelência.

 **Metodologia:** As fotos analisadas devem permitir a validação visual de cada critério descrito. Em caso de inconformidade, o item deve ser sinalizado para correção e posterior reavaliação.

A seguir, você encontrará todas as instruções de trabalho divididas por tema, contendo:

- Objetivo da prática;
- Justificativa e importância;
- Como executar a análise;
- Tabela de critérios com pesos e orientações;
- KPIs e ferramentas de apoio.

 Índice**Página Código Etapa**

03	IT001	Fachada
06	IT002	Estrutura Interna
09	IT003	Cestão de Ofertas Padronizado
11	IT004	Dermocosméticos
15	IT008	Setorização
17	IT009	Avaliação do Mix de Produtos
19	IT010	Comunicação Visual Interna
22	IT011	Mobiliário de Vendas – Gôndolas, Módulos e Check-out
25	IT012	Exposição de MIP (GC MIP)
28	IT013	Itens de Apoio à Operação e Atendimento Farmacêutico

IT001 – Etapa Fachada

Objetivo

Assegurar que a fachada da farmácia esteja conservada, padronizada e alinhada à identidade visual da rede, proporcionando uma primeira impressão positiva e transmitindo profissionalismo e confiança ao cliente.

Por que isso é importante?

A fachada é o primeiro ponto de contato visual do cliente com a farmácia. Quando bem cuidada, reforça o posicionamento da marca, atrai o consumidor e transmite a qualidade dos serviços oferecidos pela rede.

Como executar a prática?

Realizar inspeção visual semanal da fachada, identificando qualquer tipo de inconformidade estética, estrutural ou funcional. Em caso de falhas, acionar a manutenção local ou providenciar a correção imediata.

Critérios Avaliados por Grupo

GRUPO: Comunicação Visual Externa

Nº Critério	Orientações		Peso
1	ACM sem avarias/desbotado	Base de letreiro conservada, sem rachaduras ou desgaste	3
2	Lembrete com formato e cor adequados	Conforme manual de identidade visual da rede	3
3	Logo principal posicionada	Visível, centralizada, com proporção e respiros adequados	3
4	Logo principal sem avarias	Sem riscos, trincas ou desbotamento	3
5	Logo atualizada	Conforme última versão aprovada pela rede	3
6	Logo Febrifar atualizada	Corretamente aplicada, centralizada e sem distorções	3
7	Iluminação do letreiro	Visível à noite, sem áreas escuras	2
8	Lâmpadas/refletores funcionando	Sem diferença de cor ou intensidade	2
9	Totem bem posicionado	Não obstrui pedestres ou veículos	2
10	Totem conservado	Sem desbotamento, trincas ou oxidação	2

11	Totem com marca atualizada	Alinhada à identidade visual da rede	2
12	Adesivos e painéis conservados	Sem rasgos, manchas ou pichações	2
13	Adesivos e painéis atualizados	De acordo com o manual da rede	2

 GRUPO: Calçada / Entrada da Loja

Nº	Critério	Orientações	Peso
14	Calçada sem buracos	Piso íntegro, sem trincas ou buracos	3
15	Calçada sem obstáculos	Livre para circulação segura de pedestres	3
16	Rampa acessível	Inclinação conforme norma e em bom estado	3

 GRUPO: Estacionamento

Nº	Critério	Orientações	Peso
17	Piso do estacionamento	Sem buracos ou falhas estruturais	2
18	Vagas demarcadas	Faixas visíveis e organizadas	2
19	Estacionamento sinalizado	Placas visíveis indicando o local	2

 Onde essa prática é executada?

Na fachada externa da farmácia: paredes, letreiros, revestimentos, calçada e iluminação.

 Responsáveis pela Execução

- **Gestor da Farmácia:** inspeção e registro das inconformidades
- **Equipe de Manutenção Local:** correções estruturais e estéticas
- **Auditor Farmarcas:** validação em auditoria

Indicadores de Sucesso (KPIs)

- % de lojas aprovadas no item Fachada
- Tempo médio de resolução das não conformidades
- % de lojas com fachada padronizada

Ferramentas de Apoio

- Manual de Identidade Visual da Rede
- Radar Check-list com fotos
- Relatório de manutenção e correções

Classificação e Peso dos Itens

- **Peso 3:** alto impacto visual e confiança do consumidor
- **Peso 2:** padronização e comunicação
- **Peso 1:** detalhes estéticos com menor impacto

IT002 – Estrutura Interna

 Objetivo

Garantir que a estrutura física interna da loja esteja padronizada, limpa, funcional e acolhedora, reforçando a identidade da marca e proporcionando uma experiência confortável, segura e agradável ao consumidor.

 Por que isso é importante?

O ambiente interno impacta diretamente a permanência, percepção de qualidade e confiança do cliente. Um espaço bem iluminado, com temperatura adequada, identidade visual consistente e sem ruídos estruturais transmite profissionalismo e cuidado.

 Como executar a prática?

Realizar inspeções quinzenais para avaliar a conformidade com os padrões estruturais da rede. Em caso de inconformidade, acionar a manutenção ou realizar ajustes imediatos.

 Critérios Avaliados por Grupo
 GRUPO: Piso

Nº	Critério	Orientações	Peso
1	Piso no padrão da rede	De acordo com o manual de marca da rede	3
2	Piso íntegro	Sem desníveis, sujeira excessiva ou manchas	3

 GRUPO: Paredes e Pilares

Nº	Critério	Orientações	Peso
3	Cor branca padrão rede	Conforme orientações da Farmarcas	3
4	Paredes limpas	Sem manchas, riscos ou infiltrações	3

 GRUPO: Forro

Nº	Critério	Orientações	Peso
5	Cor branca	Alinhada à identidade visual	3
6	Sem imperfeições	Alinhado, sem ondulações	3
7	Sem manchas/infiltrações	Visual limpo e preservado	3

 GRUPO: Iluminação Interna

Nº	Critério	Orientações	Peso
8	Tipo de luminária	TuboLED ou plafon	3
9	Cor da iluminação	Branco frio ou branco neutro	3
10	Lâmpadas funcionando	Sem lâmpadas queimadas	2

 GRUPO: Sanca

Nº	Critério	Orientações	Peso
11	Sanca em ACM	Material recomendado pela rede	3
12	Cor conforme marca	De acordo com identidade visual	3
13	Sanca íntegra	Sem rachaduras, avarias ou desbotamento	3

 Onde essa prática é executada?

Toda a área interna da farmácia acessível ao cliente: atendimento, circulação, espera.

 Responsáveis pela Execução

- **Gestor da Farmácia:** inspeção e documentação
- **Equipe de Manutenção Local:** ajustes e manutenções
- **Auditor Farmarcas:** validação em auditoria

 Indicadores de Sucesso (KPIs)

- % de lojas com estrutura aprovada
- Tempo médio de correções
- % de lojas dentro do padrão



Ferramentas de Apoio

- Manual de Identidade Visual
- Radar Check-list
- Registro fotográfico



Classificação e Peso dos Itens

- **Peso 3:** conforto, segurança, limpeza
- **Peso 2:** conservação estética e funcional
- **Peso 1:** padronização visual

IT003 – Cestão de Ofertas Padronizado

 Objetivo

Garantir uma exposição padronizada, atrativa e estratégica de produtos de alto giro e baixo custo, com foco na captação de clientes por preço e no aumento do ticket médio por meio de compras por impulso.

 Por que isso é importante?

- Aumenta a atratividade visual logo na entrada da loja.
- Estimula a compra por impulso com produtos populares e acessíveis.
- Comunica visualmente organização e estratégia da rede.
- Reforça a identidade visual com cores, logotipo e precificação padronizada.
- Facilita a gestão de estoque e reposição de produtos.

 Como executar a prática?

Utilizar módulos padronizados com identidade visual da rede (vermelho, faixas brancas, logomarca). Posicionar em locais de alto fluxo, com produtos organizados por cor ou categoria. Garantir precificação visível, organização, volume e manutenção contínua.

 Critérios Avaliados por Grupo
 GRUPO: Mobiliário – Cestões

Nº Critério	Orientações		Peso
1	Cestões em local estratégico	Frente de loja ou próximo ao MIP	2
2	Cor do cestão padronizada	Cor padrão da rede	2
3	Faixa e logomarca aplicadas	Logomarca visível, aplicação correta	2
4	Modelo do cestão conforme padrão	Em aço, conforme manual da rede	2
5	Logo da rede visível	Posicionamento correto	2
6	Comunicação de preço adequada	Precificador legível, padrão de comunicação seguido	2
7	Cestão conservado	Sem amassados, ferrugem ou desbotamento	2

GRUPO: Mix de Produtos – Cestões

Nº	Critério	Orientações	Peso
8	Mix de produto satisfatório	Cestão bem preenchido, sem aparência de vazio	3

Onde essa prática é executada?

Na área de vendas da farmácia, especialmente nas zonas de maior fluxo de clientes, como entrada principal ou ao lado do caixa.

Responsáveis pela Execução

- **Gestor da Farmácia:** define os produtos e supervisiona a exposição
- **Equipe de Atendimento e Estoque:** montagem, manutenção e reposição diária
- **Auditor Farmarcas:** valida o padrão visual e organizacional

Indicadores de Sucesso (KPIs)

- % de lojas com cestão padronizado ativo
- Taxa de conversão dos produtos expostos
- Nível de reposição e manutenção (checklists internos)

Ferramentas de Apoio

- Manual de Identidade Visual da Rede
- Gabarito de montagem do Cestão
- Radar Check-list com fotos e observações

Classificação e Peso dos Itens

- **Peso 3:** itens com alto impacto visual e estratégico para a atração de clientes
- **Peso 2:** aspectos que garantem funcionalidade, clareza e organização
- **Peso 1:** detalhes complementares que aumentam a eficiência visual

IT004 – Dermocosméticos

Objetivo

Garantir que o setor de dermocosméticos esteja posicionado de forma estratégica e profissional, com expositores padronizados, mix adequado e comunicação visual clara, promovendo a valorização da categoria e a experiência de compra do cliente.

Por que isso é importante?

- É uma categoria de alta margem com forte potencial de aumento do ticket médio.
- Transmite imagem de modernidade, cuidado e confiança.
- Expositores bem utilizados reforçam a autoridade da loja.
- Um mix bem trabalhado gera fidelização e recorrência.
- Valoriza a atuação de dermoconsultoras e ativações da indústria.

Como executar a prática?

Avaliar se o setor possui sinalização adequada, expositores atualizados, organização por marca e função, presença de lançamentos e visibilidade de materiais promocionais.

Critérios Avaliados por Grupo

GRUPO: Mobiliário – Dermo

Nº	Critério	Orientações	Peso
1	Posicionamento adequado	Próximo ao balcão de medicamentos	2
2	Modelo de móvel	Móveis no padrão indicado pela Farmarcas	3
3	Níveis de exposição	Presença de 6 níveis de prateleiras no expositor	3
4	Testeiras atualizadas	Comunicação conforme padrão visual da rede	3
5	Iluminação adequada	Luz suficiente e padronizada	3
6	Porta-preços	Todas as prateleiras com porta-preço instalado corretamente	3
7	Categorias permitidas	Apenas dermocosméticos, cosméticos, maquiagem e perfumes	3

Onde essa prática é executada?

No setor de dermocosméticos da farmácia, geralmente localizado próximo ao atendimento ou em pontos estratégicos de circulação.

Responsáveis pela Execução

- **Gestor da Farmácia:** define o mix e monitora a apresentação
- **Equipe de Atendimento e Estoque:** reposição, limpeza e organização
- **Auditor Farmarcas:** avalia exposição, padronização e mix disponível

Indicadores de Sucesso (KPIs)

- % de lojas com mix completo por marca
- Nível de execução das ativações com a indústria
- Presença de dermoconsultora ativa nas auditorias
- Crescimento da categoria no ticket médio

Ferramentas de Apoio

- Manual de Identidade Visual e Layout do Setor
- Guia de Produtos Prioritários por Marca
- Check-list visual com fotos de referência

Classificação e Peso dos Itens

- **Peso 3:** alto impacto na percepção de valor da farmácia
- **Peso 2:** garantem clareza, estética e alinhamento com o público
- **Peso 1:** componentes complementares de organização visual

IT008 – Setorização

Objetivo

Garantir que a loja esteja corretamente setorizada, com organização estratégica dos produtos por categorias, foco em experiência de compra, fluxo inteligente e valorização das seções prioritárias da farmácia.

Por que isso é importante?

- Melhora a jornada de compra e facilita a localização dos produtos.
- Valoriza áreas estratégicas como dermocosméticos, infantis, promocionais e MIPs.
- Garante padronização da identidade visual e exposição adequada por categoria.

Como executar a prática?

Realizar análise visual da disposição dos setores da loja com base nas fotos enviadas e no checklist da rede. Avaliar se os produtos estão agrupados por função e categoria, se as zonas prioritárias estão bem posicionadas e se a circulação do cliente é fluida e lógica.

Critérios Avaliados e Orientações de Execução

Nº Critério	Orientações	Peso
1 Setores bem definidos	Setores visivelmente separados e organizados por categoria	3

Onde essa prática é executada?

Em toda a área interna da loja acessível ao cliente, incluindo entrada, gôndolas centrais, prateleiras laterais, ilhas promocionais, ponta de gôndola e balcão de atendimento.

Responsáveis pela Execução

- **Gestor da Farmácia:** planeja o layout e orienta a manutenção da organização
- **Equipe de Atendimento e Reposição:** mantém o setorizado conforme o padrão
- **Auditor Farmarcas:** avalia a organização e coerência com o checklist visual ou presencial

Indicadores de Sucesso (KPIs)

- % de lojas com setorização aprovada no checklist visual
- Índice de fluidez do cliente (avaliação do auditor)
- Aumento de vendas nas categorias bem posicionadas
- Tempo médio de reorganização em casos de inconformidade

Ferramentas de Apoio

- Manual de Layout de Loja da Rede
- Gabarito visual de setorização
- Check-list com fotos por setor obrigatório

Classificação e Peso dos Itens

- **Peso 3:** impactam diretamente a experiência de compra e percepção de valor
- **Peso 2:** estruturam lógica e funcionalidade da exposição
- **Peso 1:** complementam a atratividade e organização visual

IT009 – Avaliação do Mix de Produtos

 Objetivo

Assegurar que o mix de produtos em categorias estratégicas esteja completo, alinhado ao perfil de consumo da região e adequado à proposta comercial da rede, promovendo uma experiência de compra mais assertiva e rentável.

 Por que isso é importante?

- Um mix bem estruturado evita rupturas.
- Melhora a atratividade das seções.
- Maximiza o potencial de vendas.
- Garante presença de produtos essenciais para o cliente.
- Impacta diretamente o desempenho da loja.

 Como executar a prática?

Avaliar a variedade, profundidade e cobertura de produtos em cada categoria listada. Comparar com o sortimento sugerido pela rede. Validar presença de produtos âncora, essenciais e de alta demanda.

 Critérios Avaliados por Grupo
 GRUPO: Mix de Produtos

Nº Critério	Orientações		Peso
1	Mix de Perfumaria	Diversidade, volume e marcas do setor de higiene e beleza	3
2	Mix de MIPs	Variedade e presença dos principais medicamentos isentos de prescrição	3
3	Mix Paredão de Medicamentos	Profundidade de itens e presença dos SKUs estratégicos	3
4	Mix Infantil / Cuidados ao Bebê	Diversidade de fraldas, shampoos, pomadas e itens de cuidado infantil	3

 Onde essa prática é executada?

Nas seções de perfumaria, MIPs, paredão de medicamentos e cuidados infantis, conforme layout da loja.

Responsáveis pela Execução

- **Gestor da Farmácia:** avalia o sortimento e executa ações corretivas
- **Equipe Comercial / Compras:** análise de ruptura e abastecimento
- **Auditor Farmarcas:** valida durante auditoria de excelência

Indicadores de Sucesso (KPIs)

- % de seções aprovadas no critério de mix por categoria
- Nível de ruptura em produtos-chave
- % de lojas com mix mínimo completo por seção estratégica

Ferramentas de Apoio

- Relatórios de cobertura de sortimento por categoria
- Checklist de mix ideal por seção
- Dados de venda por curva ABC

Classificação e Peso dos Itens

- **Peso 3:** impacto direto nas vendas e na satisfação do cliente
- **Peso 2:** contribuem para a variedade e estratégia de posicionamento
- **Peso 1:** complementam a profundidade do mix

IT010 – Comunicação Visual Interna

Objetivo

Assegurar que a comunicação visual interna da farmácia esteja de acordo com o padrão da rede, garantindo clareza na navegação do cliente e reforço da identidade da marca no ambiente interno.

Por que isso é importante?

- Cria um ambiente organizado, acolhedor e coerente com o posicionamento da rede.
- Melhora a experiência do cliente e orienta o fluxo dentro da loja.
- Valoriza a imagem da farmácia com sinalização clara e padronizada.

Como executar a prática?

Verificar logos, adesivos, sinalizações e comunicação aplicada nas sancas, empenas e área de caixa. Comparar com o manual de identidade visual da rede. Corrigir avarias, desbotamentos ou posicionamentos incorretos.

Critérios Avaliados por Grupo

GRUPO: Logo na Sanca

Nº	Critério	Orientações	Peso
1	Logos posicionados	Mínimo de 1 por face de sanca, sem excesso	2
2	Formato e dimensões	Conforme o manual da marca	2
3	Sem avarias	Logos intactos, sem desbotamento ou danos	2

GRUPO: Farmarcas Sanca

Nº Critério		Orientações	Peso
4	Presença do logo Farmarcas	Aplicado conforme padrão da rede	2
5	Posicionamento adequado	Centralizado, proporcional e visível	2

 GRUPO: Empena Interna

Nº Critério		Orientações	Peso
6	Comunicação atualizada	Adesivos com campanhas vigentes da rede	2
7	Sem avarias	Comunicação limpa, sem rasgos ou desbotamento	2

 GRUPO: Comunicação de Fluxo

Nº Critério		Orientações	Peso
8	Sinalização de caixas	Orientações visuais claras e visíveis	2
9	Sinalização de fila única	Comunicação clara para organização da fila	2
10	Sinalização preferencial	Letreiro ou adesivo visível, de fácil leitura	2
11	Sinalização de senha	Indicação clara e posicionada corretamente	2

Onde essa prática é executada?

Interior da loja: sancas, paredes, empanas e áreas próximas aos caixas.

 Responsáveis pela Execução

- **Gestor da Farmácia:** aplicação e atualização da comunicação
- **Equipe de Trade/Visual Merchandising:** suporte na padronização
- **Auditor Farmarcas:** validação na auditoria

 Indicadores de Sucesso (KPIs)

- % de lojas com comunicação visual interna aprovada
- % de sinalizações atualizadas e posicionadas corretamente
- Ocorrência de falhas visuais ou comunicações despadronizadas

 Ferramentas de Apoio

- Manual de Identidade Visual da Rede
- Check-list de Comunicação Interna
- Kit de Comunicação Visual por rede

IT011 – Mobiliário de Vendas – Gôndolas, Módulos e Check-out

 Objetivo

Assegurar que o mobiliário da farmácia esteja padronizado, funcional, conservado e com boa circulação, proporcionando organização, conforto ao cliente e valorização da exposição dos produtos.

 Por que isso é importante?

- A estrutura e a disposição dos móveis influenciam diretamente a experiência de compra.
- A padronização do mobiliário reforça a identidade da rede.
- Organiza o fluxo do cliente e contribui para a performance comercial da loja.

 Como executar a prática?

Avaliar disposição, circulação, conservação, comunicação visual e quantidade de níveis dos móveis. Conferir se o mobiliário está conforme os modelos indicados pela Farmarcas. Aplicar o checklist e registrar inconformidades com fotos.

 Critérios Avaliados por Grupo
 GRUPO: Gôndolas

Nº Critério	Orientações		Peso
1	Disposição das gôndolas	Alinhamento paralelo entre gôndolas	2
2	Modelo Farmarcas	Gôndolas centrais nos modelos indicados	3
3	Conservação geral	Sem riscos, manchas, sujeira ou avarias	3
4	Rodapés padronizados	Cores conforme identidade da marca	3
5	Comunicação de categorias	Suportes com identificação clara	3
6	Níveis de prateleiras	Quantidade adequada à exposição	3
7	Porta etiquetas	Presentes, na cor branca e sem avarias	3

GRUPO: Circulação do Cliente

Nº	Critério	Orientações	Peso
8	Acessibilidade	Sem obstruções por displays ou móveis	2
9	Boa circulação	Espaçamento adequado entre gôndolas	2

GRUPO: Módulos de Parede

Nº Critério	Orientações		Peso
10	Modelo padrão	Módulos indicados pela Farmarcas	3
11	Conservação	Sem riscos, manchas ou avarias	3
12	Rodapés (quando aplicável)	Cores conforme marca da loja	3
13	Comunicação de categorias	Presença de suporte com sinalização	3
14	Porta etiquetas	Presentes, brancos e sem avarias	3

GRUPO: Balcão ou Check-out

Nº	Critério	Orientações	Peso
15	Modelo padrão	Conforme os indicados pela Farmarcas	3
16	Cores padronizadas	Tampos e rodapés conforme identidade visual	3
17	Conservação do balcão	Sem avarias, manchas, amassados ou coloração alterada	3

Onde essa prática é executada?

Área central e lateral da farmácia (gôndolas e módulos), balcão de atendimento e área de checkout, corredores e espaços de circulação.

Responsáveis pela Execução

- **Gestor da Farmácia:** avaliação e padronização do mobiliário
- **Equipe de Merchandising / Reposição:** suporte na comunicação e disposição
- **Auditor Farmarcas:** validação durante auditorias

Indicadores de Sucesso (KPIs)

- % de lojas aprovadas no quesito mobiliário
- Incidência de circulação obstruída ou móveis fora do padrão
- % de comunicação visual instalada nos móveis

Ferramentas de Apoio

- Manual de Layout e Mobiliário Farmarcas
- Checklist de Avaliação com fotos
- Plano de Ação de Correções e Padronizações

Classificação e Peso dos Itens

- **Peso 3:** móveis alinhados à identidade da marca e que valorizam a experiência de compra
- **Peso 2:** aspectos de circulação e disposição funcional
- **Peso 1:** elementos de apoio visual e organização complementar

IT012 – Exposição de MIP (GC MIP)

 Objetivo

Assegurar que os expositores de medicamentos isentos de prescrição (MIP) estejam organizados, padronizados e sinalizados conforme as diretrizes da Farmarcas, promovendo clareza na comunicação e facilitando a experiência de compra.

 Por que isso é importante?

- Facilita a localização dos produtos pelo cliente.
- Reforça a categorização funcional dos medicamentos.
- Contribui para o aumento das vendas respeitando o padrão visual da rede.

 Como executar a prática?

Avaliar se os módulos estão posicionados corretamente ao lado do balcão de medicamentos. Conferir se há alinhamento com os modelos indicados, comunicação visual e ordem correta de categorias. Utilizar o checklist para inspeção e correção.

 Critérios Avaliados por Grupo
 GRUPO: Mobiliário – GC MIP

Nº Critério	Orientações		Peso
1	Posição dos módulos	MIP posicionado ao lado do balcão de medicamentos	2
2	Modelo padrão	Módulos no padrão indicado pela Farmarcas	3
3	Conservação	Sem avarias, riscos, sujeira ou manchas	3
4	Cores por categoria	Gripes (azul claro), dores (vermelho), digestivo (amarelo), vitaminas (laranja), primeiros socorros (azul escuro)	3
5	Comunicação de categorias	Sinalizações visíveis e de fácil leitura	3
6	Níveis de prateleira	Quantidade adequada à exposição	3
7	Porta etiquetas	Presentes, brancas e em bom estado	3
8	Ordem dos módulos	Gripe > Dor > Digestivo > Vitaminas > Primeiros socorros (iniciando a partir do balcão)	3

Onde essa prática é executada?

Na área de exposição dos medicamentos isentos de prescrição, próxima ao balcão de medicamentos.

Responsáveis pela Execução

- **Gestor da Farmácia:** organização e verificação da estrutura e sinalização
- **Equipe de Merchandising / Reposição:** posicionamento e manutenção dos expositores
- **Auditor Farmarcas:** validação conforme o padrão em auditoria

Indicadores de Sucesso (KPIs)

- % de lojas com GC MIP em conformidade na auditoria
- % de expositores com categorias ordenadas corretamente
- Ocorrência de módulos com avarias ou sinalização incorreta

Ferramentas de Apoio

- Manual de Layout GC MIP – Farmarcas
- Checklist com fotos para verificação
- Relatório de adequação do layout

Classificação e Peso dos Itens

- **Peso 3:** elementos que garantem clareza de navegação e impulsionam vendas
- **Peso 2:** estrutura e conservação dos expositores
- **Peso 1:** detalhes de acabamento e complementos visuais

IT013 – Itens de Apoio à Operação e Atendimento Farmacêutico

 Objetivo

Assegurar que a farmácia disponha dos elementos estruturais mínimos para garantir o bom funcionamento operacional, atendimento técnico qualificado e uma experiência completa para o cliente.

 Por que isso é importante?

- Garante o cumprimento das exigências sanitárias.
- Viabiliza a oferta de serviços farmacêuticos.
- Amplia o potencial comercial da loja com conveniências que agregam valor à experiência do cliente.

 Como executar a prática?

Verificar a existência e as condições de uso dos itens listados. Confirmar se estão corretamente posicionados, higienizados e em operação. Registrar evidências quando necessário para fins de auditoria.

 Critérios Avaliados por Grupo

Nº Grupo		Critério	Orientações
1	MOBILIÁRIO	MOBILIÁRIO DE DESCARTE	A farmácia possui o mobiliário de descarte
2	SALA DE SERVIÇOS FARMACÊUTICOS	SALA SERVIÇOS FARMACÊUTICOS	A farmácia possui sala de serviços farmacêuticos
3	GELADEIRA TERMOLÁBIL	GELADEIRA TERMOLÁBEIS	A farmácia possui geladeira para armazenar os termolábeis
4	GELADEIRA BEBIDAS	GELADEIRA CONVENIÊNCIA	A farmácia possui geladeira para venda de bebidas

 Onde essa prática é executada?

Sala de atendimento farmacêutico, área técnica de armazenamento de medicamentos, checkout ou área de autosserviço.

 Responsáveis pela Execução

- **Gestor da Farmácia:** garante presença, funcionamento e manutenção dos itens
- **Equipe Técnica:** uso e controle dos equipamentos conforme legislação
- **Auditor Farmarcas:** validação durante ciclos de avaliação

Indicadores de Sucesso (KPIs)

- % de lojas com todos os itens presentes e operantes
- Conformidade com requisitos sanitários e operacionais
- Redução de não conformidades em auditoria

Ferramentas de Apoio

- Manual de Boas Práticas Farmacêuticas
- Checklist de Estrutura Operacional
- Relatório de Manutenção e Registros Técnicos

Classificação e Peso dos Itens

- **Peso 3:** itens essenciais à segurança e atendimento farmacêutico
- **Peso 2:** elementos que asseguram operação eficiente
- **Peso 1:** itens complementares para conveniência do cliente