



Guia Rápido da Marca

03	Apresentação	14	Cores e Fontes	22	Tabelas e Gráficos
04	A FQM	17	Frases Obrigatórias	24	Aplicações
08	Logo e Aplicações	20	Estilo Fotográfico		



Apresentação

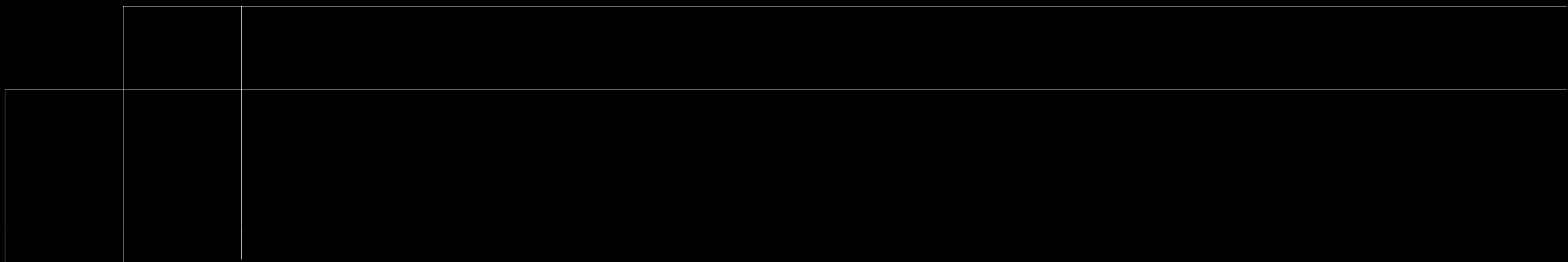
Este é um Guia Rápido, que traz a essência do nosso Sistema Visual. Aqui você encontrará as orientações para construirmos juntos um visual consistente. E alinhado com nosso posicionamento, atributos e valores.

Esse material tem por finalidade alinhar com todas as áreas e empresas do Grupo as possibilidades de uso e quando usar a marca institucional da FQM. Além de aplicar adequadamente o logotipo da empresa, é papel de todos os colaboradores estarem atentos a correta aplicação nos novos materiais e artes criadas, bem como as correções e ajustes que se sejam possíveis e necessários nos materiais mais antigos.

Certamente surgirão dúvidas neste Guia Rápido, para isso basta mandar um email para **a área de Criação através do e-mail: criacao@emidiapubli.com.br**

01

A FQM





Nossa História

A FQM está presente no mercado brasileiro desde 1932, sempre atendendo com excelência às necessidades de médicos e consumidores através de produtos seguros e eficazes.

Buscamos constante aprimoramento de nosso portfólio e o resultado desse trabalho é visto na qualidade e aceitação de nossos produtos ao longo dos anos pelos nossos clientes.

Atualmente estamos divididos em 2 unidades de negócio – **CONSUMO (suplementos alimentares, medicamentos OTC e cosméticos)** e **PRESCRIÇÃO (medicamentos de marca**

vendidos sob prescrição médica e linha dermatológica).

Com o compromisso de sempre inovar em seus produtos, a empresa tem uma relevante atuação em diversos seguimentos, como pediatria, cardiologia, alergia e SNC (Sistema Nervoso Central) com medicamentos de alta qualidade e aceitação no mercado.

Nossa consciência pela saúde nos impulsiona a buscar excelência em todos os processos e o melhor em tudo o que estamos fazendo.

Posicionamento

Visão & Missão

Visão

- ▶ Ser conhecida pela classe médica por sua linha de produtos de alta qualidade e relevância, seus serviços prestados a médicos e pacientes e pela conduta ética de seus profissionais;
- ▶ Ter junto ao público em geral uma imagem relacionada a produtos confiáveis, cómodos e eficazes;
- ▶ Ser considerada uma excelente empresa por seus profissionais;
- ▶ Figurar entre as melhores empresas do ramo.

Missão

Promover a saúde e o bem-estar colocando à disposição da classe médica soluções terapêuticas modernas que contribuam para a melhoria da qualidade de vida.

Posicionamento

Valores

Valores

Comunicação

Encorajamos a maturidade na comunicação, sendo transparentes e bem-intencionados em todos os nossos relacionamentos, lidando aberta e sinceramente com nossas diferenças para assegurarmos o alinhamento e a compreensão da mensagem.

Questionar

Colocamos nossa paixão a serviço dos clientes internos e externos, para superarmos as expectativas sobre o que é esperado e cumprirmos sempre com os compromissos assumidos.

Protagonismo

Estimulamos a reflexão e a busca contínua pelo desenvolvimento, desafiando as pessoas e a organização ao crescimento e aperfeiçoamento contínuo.

Ética, Respeito e Integridade

Conduzimos nossos negócios com alto padrão de ética, respeito e integridade entre os profissionais. Reforçamos a justiça e o respeito nas palavras e ações do dia a dia, aceitando às diferenças individuais e mantendo nosso vínculo de confiança.

Excelência e Qualidade

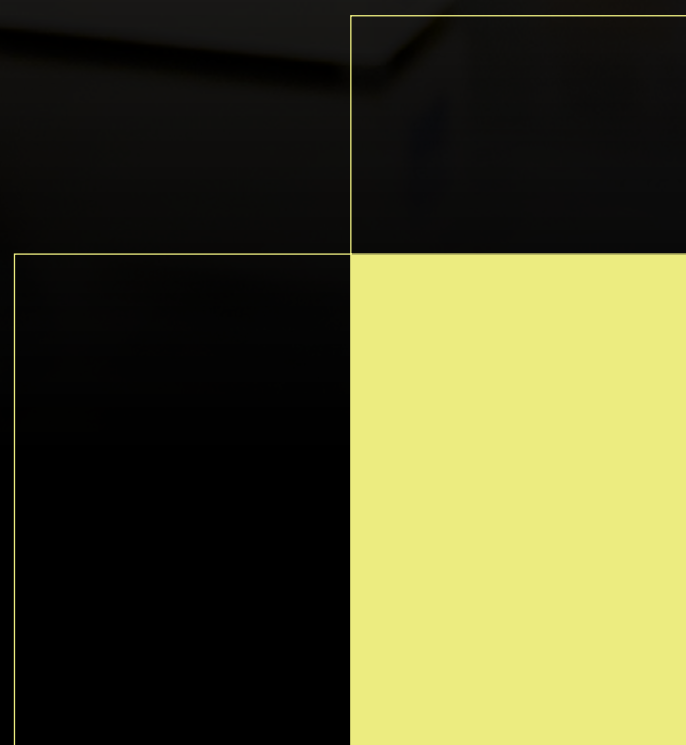
Promovemos, buscamos e mantemos a excelência em tudo o que fazemos, através do comprometimento pessoal com a qualidade dos produtos e serviços providos pela organização.

Inovar e Criar

Incentivamos a criação e inovação de soluções e ideias, que possam ser aplicadas no cotidiano para promovermos melhores desempenho e resultados.

02

Logo e
aplicações



Área de proteção

Para aumentar a percepção da Marca é necessário respeitar uma área em toda a sua volta, livre de qualquer interferência. A medida da nossa área de arejamento é a altura e largura da letra "M" do logo posicionado nas extremidades do logo.

Redução

O limite de redução da Marca é de 1cm de comprimento.

Proporção da Marca

A proporção entre altura e largura da Marca é de 2:1, conforme diagrama ao lado.



Área de proteção

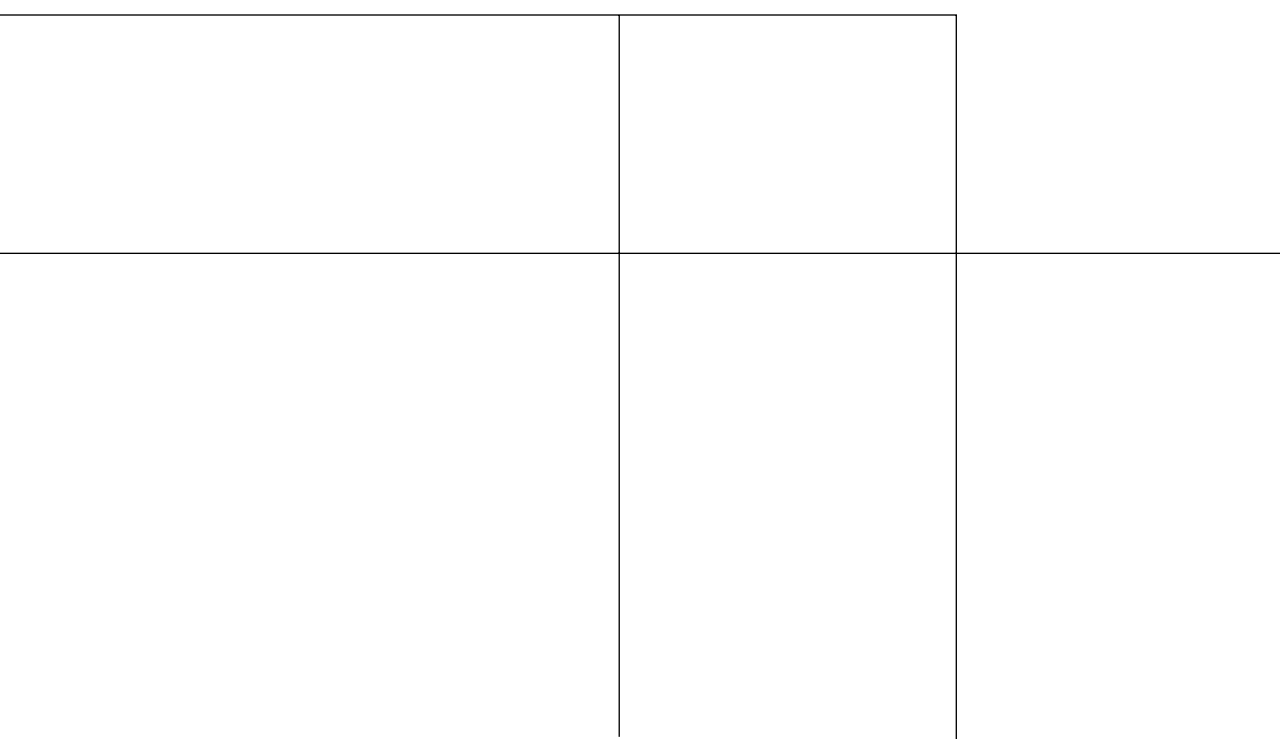


2,5 cm
para bordados



1 cm
Para aplicações
em geral

Redução máxima

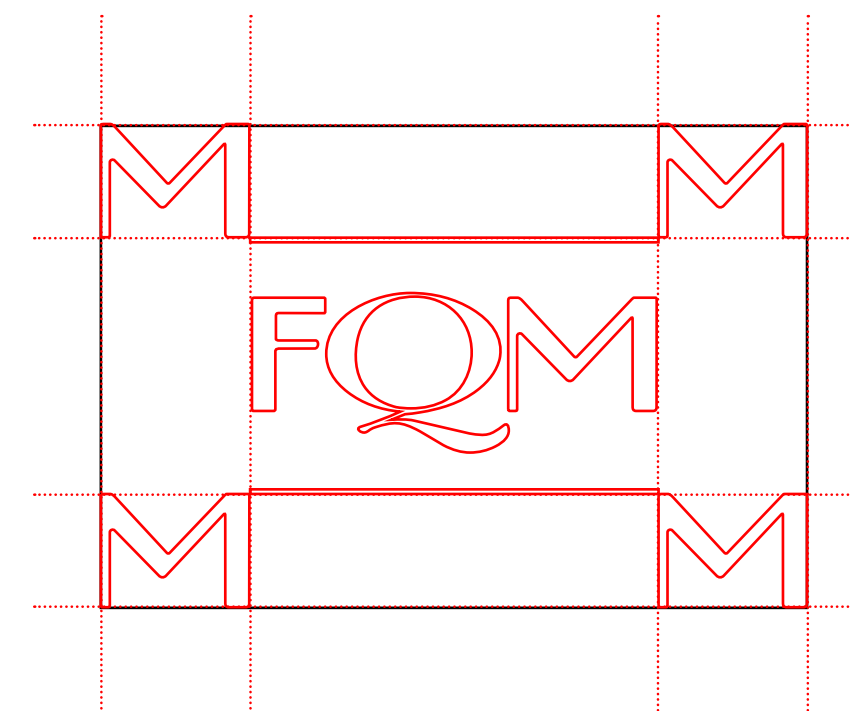


Logo com etiqueta

Uso em fundos que atrapalhem a leitura

Com o intuito de proteger a integridade do logo, o uso da etiqueta preta deve ser feita quando o logo é aplicado sobre fundos texturizados ou com qualquer tipo de interferência que prejudiquem sua leitura.

Exemplos na página seguinte.



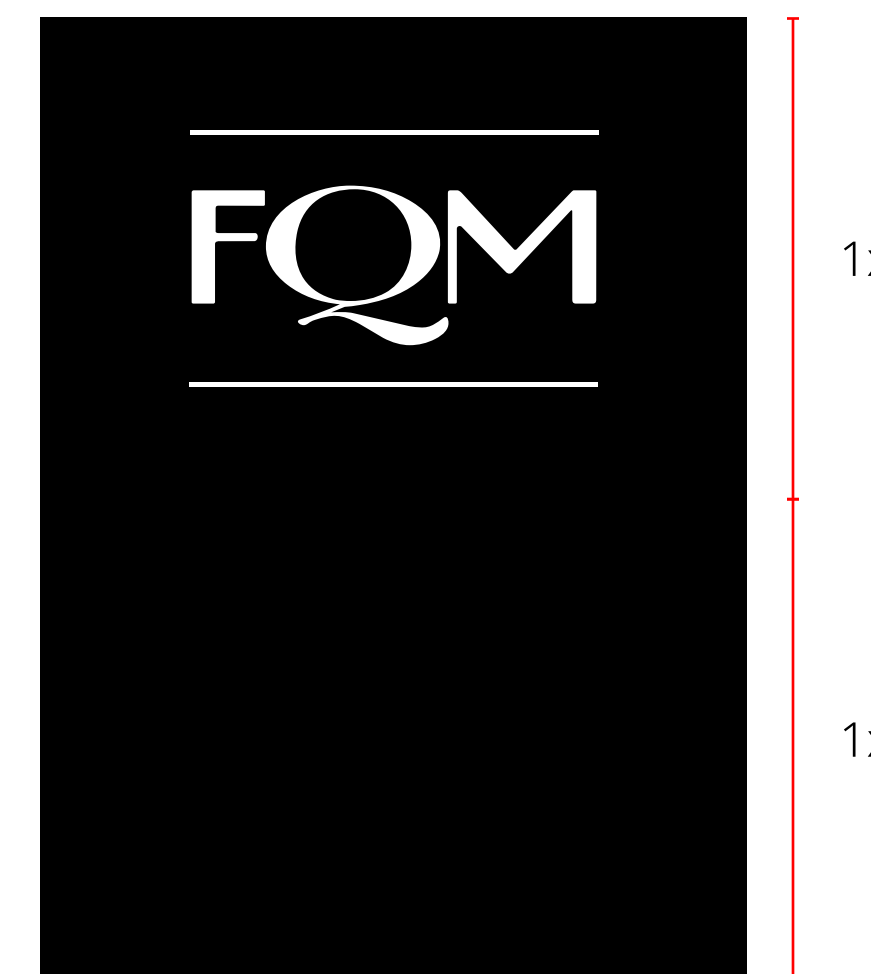
Malha construtiva da etiqueta



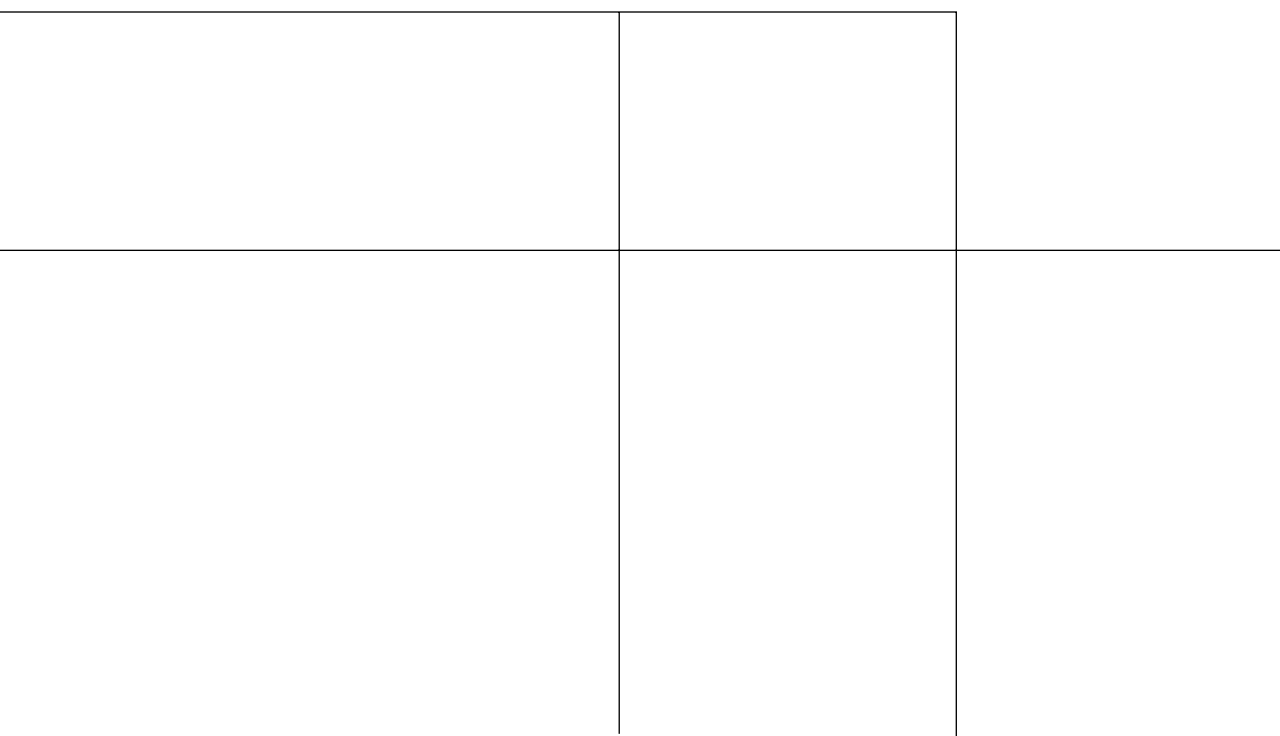
Etiqueta simples



Etiqueta estendida 1,5x



Etiqueta estendida 2x

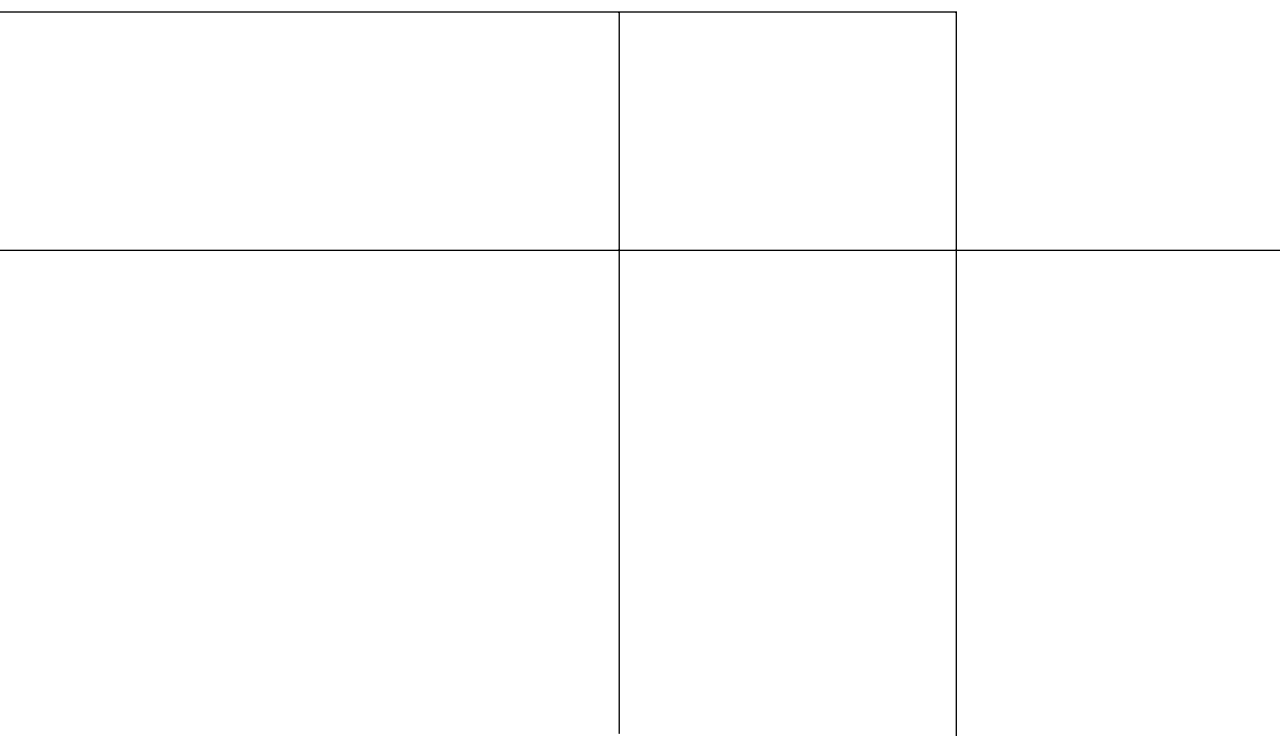


Aplicação da etiqueta

Exemplos

Podemos ver ao lado exemplos de aplicação das etiquetas tanto na versão normal e estendida.

IMPORTANTE: O uso desta etiqueta em branco ou em outra cor não é permitido.

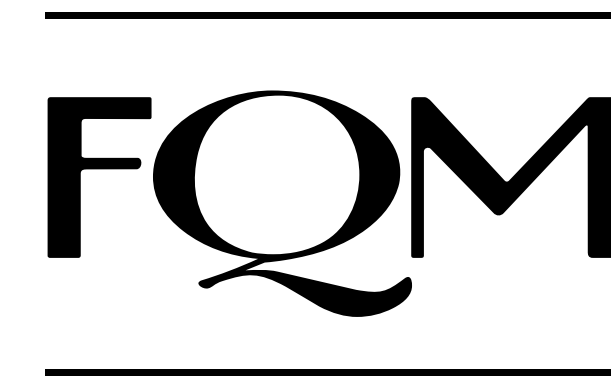


Cores do Logo

Deve-se usar o logo aplicado estritamente nas cores branca ou preta.

IMPORTANTE: Outras cores de aplicações não estão contempladas para uso, portanto são proibidas.

Usar em preto ou branco



NÃO usar em nenhuma outra cor



A proporção do logo nunca deverá ser violada, pois isso causa problemas de identificação descaracterizando a comunicação visual.

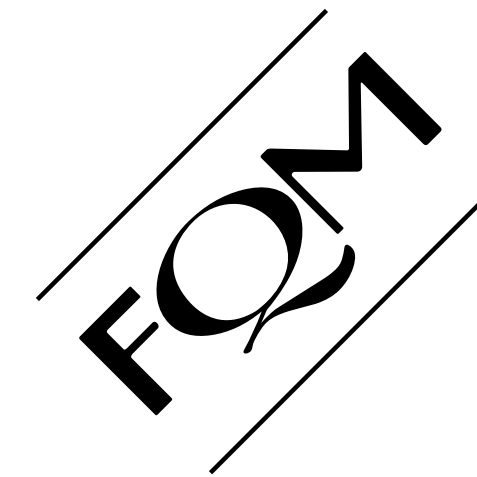
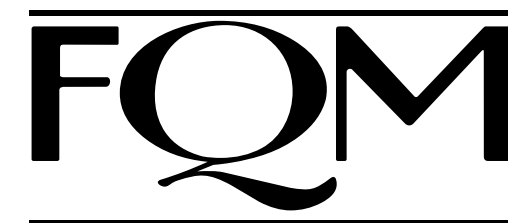
IMPORTANTE: Nunca inserir o logo FQM dentro de outros logos ou selos.



Logo correto para uso sem nenhuma alteração

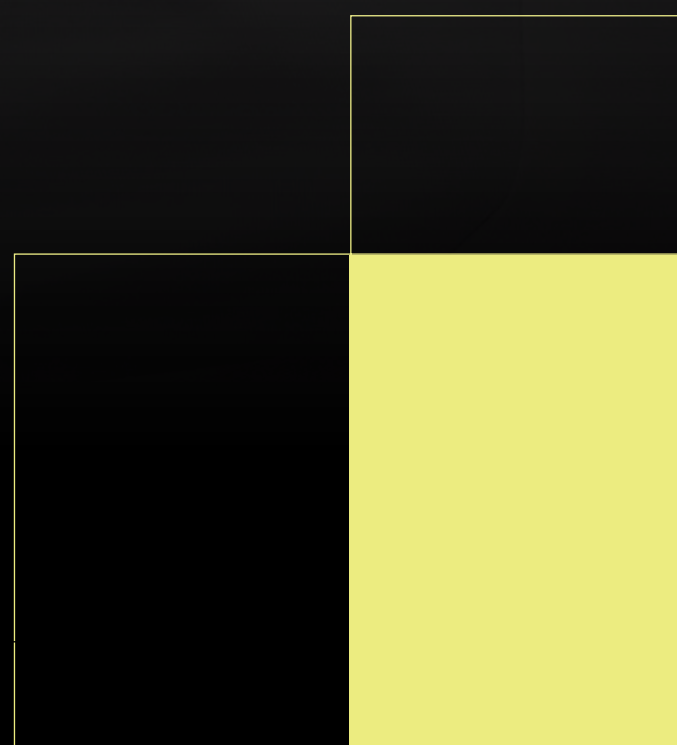


Alguns exemplos do que NÃO pode ser feito



03

Fontes e
Cores



Nosso sistema principal de cores é baseado no Preto e Branco, isso significa que a maior parte da nossa comunicação será expressa através dessas duas cores.

No entanto, temos 3 cores de apoio que devem ser usadas de forma pontual nas comunicações para ajudar a dar destaque e enfatizar determinados conteúdos.

Pantone Black

RGB 29 29 27

CMYK 0 0 0 100

Pantone White

RGB 255 255 255

CMYK 0 0 0 0

Pantone xxxx

RGB 243 235 123

CMYK 9 0 63 0

Pantone xxx

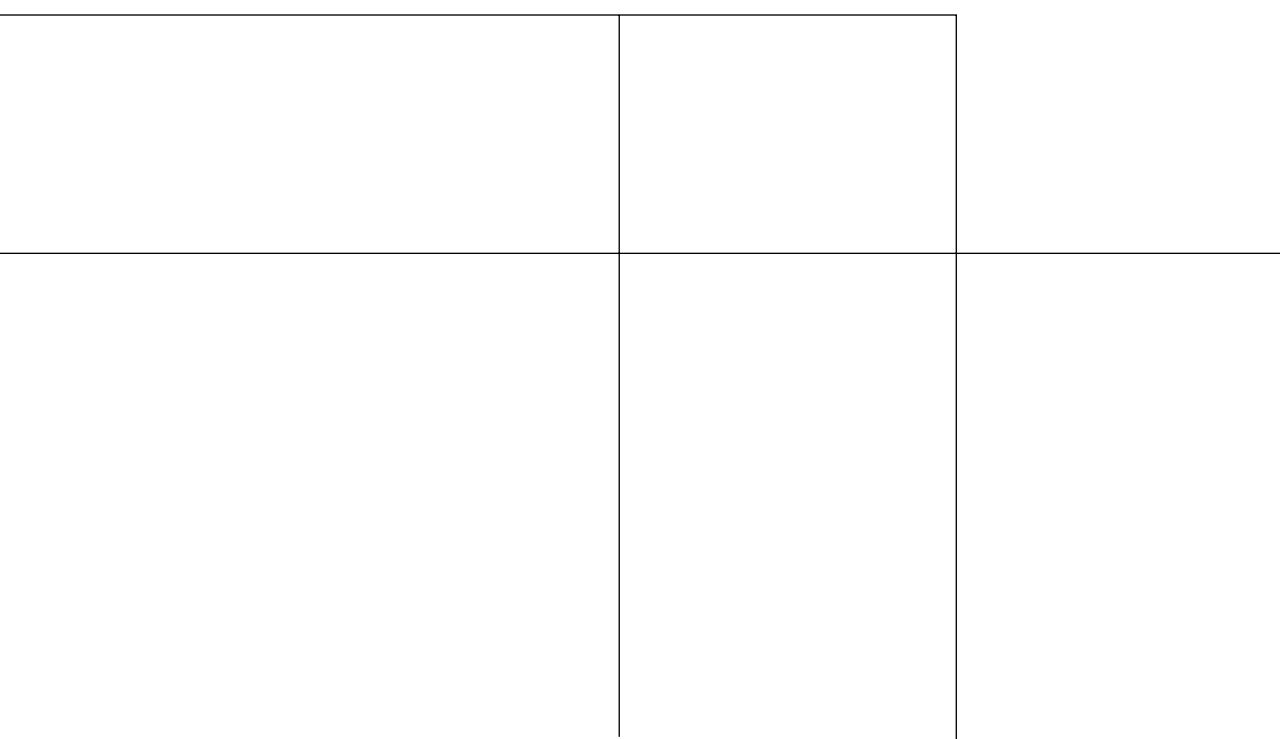
RGB 139 192 77

CMYK 53 0 84 0

Pantone 287 C

RGB 14 48 109

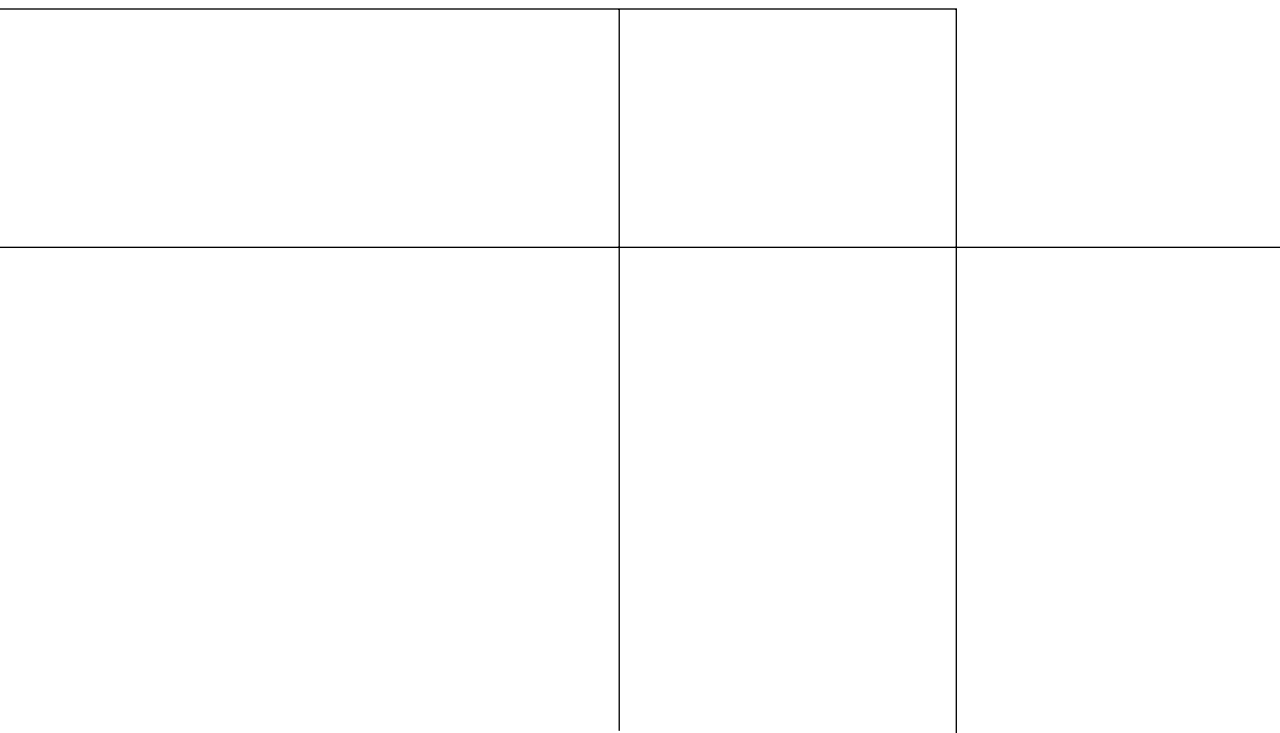
CMYK 100 79 0 37



A fonte também é um fator de comunicação importante dentro do nosso sistema de identidade visual, por isso, deve-se usar as seguintes fontes: Gotham (família completa) e Noto Sans (família completa).

Fonte usada para
títulos ***Gotham bold***

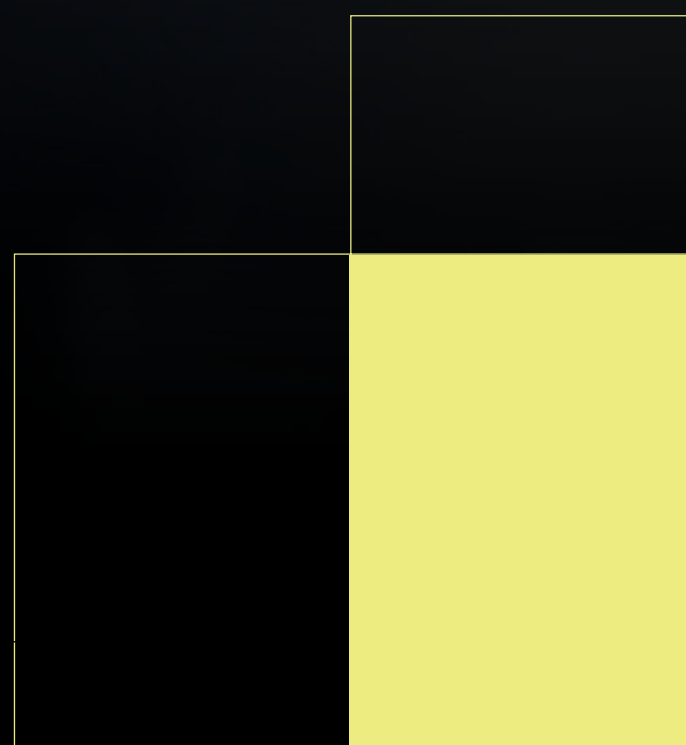
Fonte usada para
textos **Noto Sans**



0

4

Frases
Obrigatórias



Elas devem estar presentes nos materiais onde o logo do medicamento ou embalagem são citados.

A estrutura ao lado deve ser respeitada, principalmente os elementos de SAC e logo FQM que devem estar sempre na mesma linha e localizado nas extremidades do texto.

O tamanho das fontes e elementos vão variar de acordo com o tamanho do material promocional (separatas, anúncios, telas VA's), porém é importante ressaltar que essa informação não deve chamar mais atenção que a comunicação, por isso é recomendado aplica-la em áreas mais discretas e que não atrapalhem a arte.

Importante: Não modificar a fonte, pois a fonte recomendada possui ótima leitura (mesmo em tamanhos reduzidos) além de ocupar menos espaço facilitando a aplicação da informação.

Exemplo de proporção entre os elementos

↗ Helvetica Neue LT 47 Light Condensed - corpo 8,5 pt ↗ Helvetica Neue LT Std 77 Bold Condensed - corpo 8,5 pt

Nome do produto (substância). **Forma farmacêutica e apresentação:** Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam quis nostrud. **Indicações:** exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis. **Contraindicações:** iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas. **Advertências:** sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro. **Interações medicamentosas:** quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam. **Reações adversas:** aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit. **Posologia:** laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? **M.S:** 0.0000.0000. **VENDA SOB PRESCRIÇÃO MÉDICA.** SAC 0800-250110. Para ver o texto de bula na íntegra, acesse o site www.fqm.com.br.

Referências bibliográfica: 1. in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident 2. Bula do produto

↘ Helvetica Neue LT Std 47 Light Condensed - corpo 7 pt

↗ Helvetica Neue LT Std 47 Light Condensed - corpo 8 pt

Setembro/ 2017 ↗ Helvetica Neue LT Std 77 Bold Condensed - corpo 7 pt

Material destinado exclusivamente à classe médica

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.

0800 025 0110
sac@fqm.com.br

FQM

3cm 7cm 1.5cm

Proporção entre
SAC e Logo FQM

1x M

0800 025 0110
sac@fqm.com.br

FQM

MMMMMMMM

7x

Por regra da ANVISA a frase onde está constando as contraindicações precisa ser 30% maior do que o resto do texto.

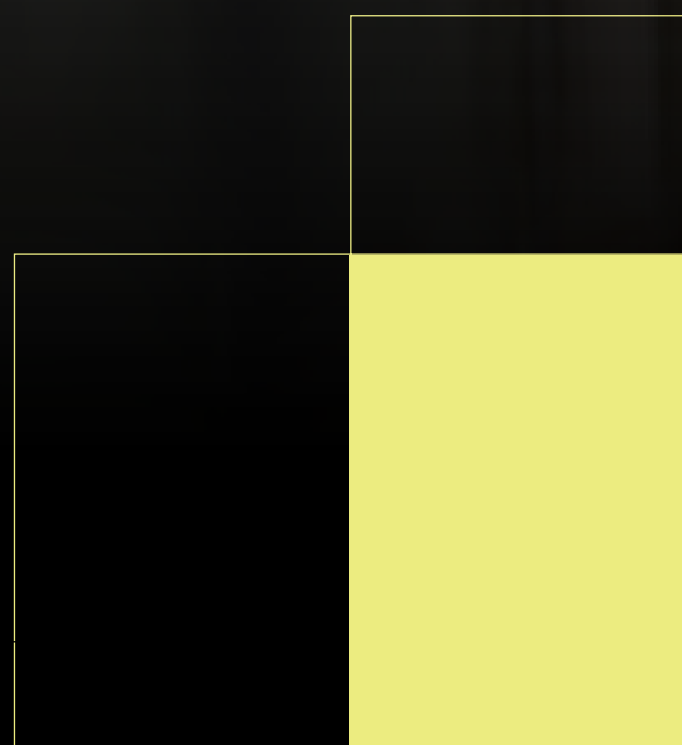
CONTRAIINDICAÇÕES: ESTE MEDICAMENTO É CONTRAIINDICADÔ PARA PESSOAS COM...

Motix® (Arnica montana + Associação). **Apresentações:** Pomada – Uso externo - Bisnaga com 50g. Comprimidos sublinguais – Via oral – Frasco com 50 comprimidos. Solução em gotas – Via oral – Frasco com 30 ml – 18 gotas/ml. Injetável – Via parenteral - Ampola com 2,2 ml. **Indicações:** é um medicamento auxiliar no tratamento de traumatismos como torções, contusões, hematomas, fraturas, edemas pós-cirúrgicos e pós-traumáticos, e inchaços em geral....

Referências: 1. ST LAURENT Gill et al. Deep Sequencing Transcriptome Analysis of Murine Wound Healing: Effects of a Multicomponent, Multitarget Natural Product Therapy-Tr14. *Frontiers in molecular biosciences*, v. 4, p. 57, 2017...

05

Estilos
Fotográficos



Estilo Fotográfico

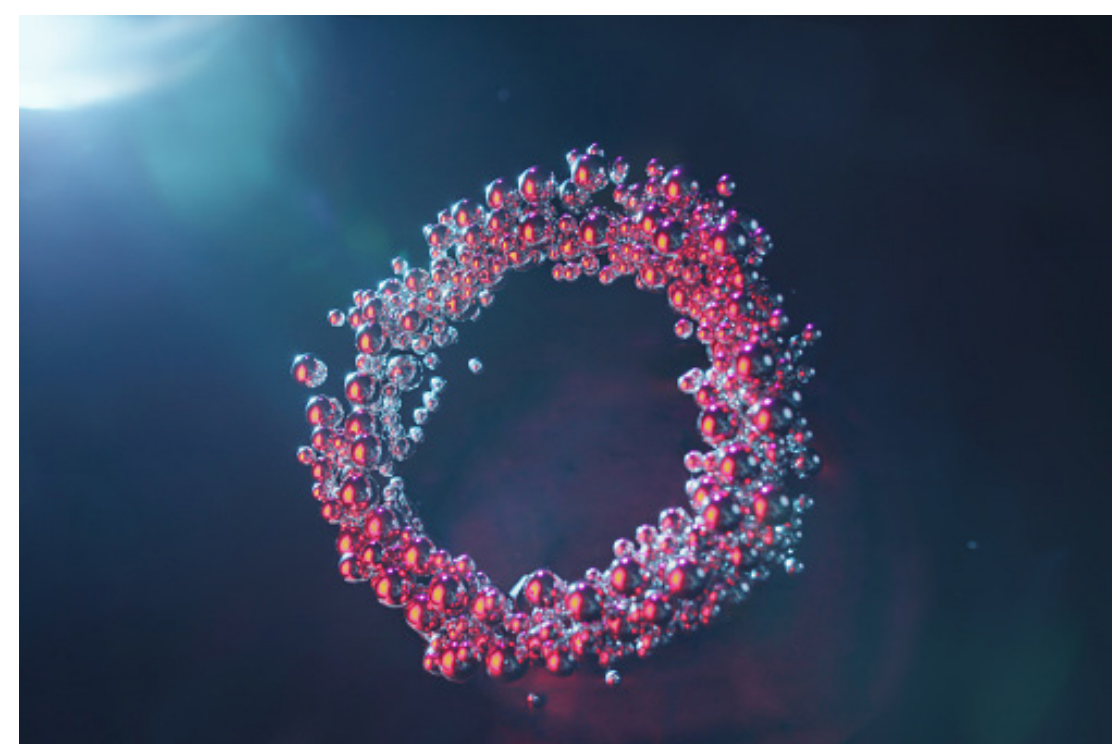
Ao usar uma foto na comunicação institucional recomendamos fotos nas quais haja humanização e bem-estar. Ambientes bem iluminados buscando mais naturalidade. Nessas fotos a diversidade deve ser levada em consideração.

Fotos que expressem tecnologia também podem ser consideradas seguindo também a regra de boa iluminação natural.

Imagens em close e super close podem ser inseridas nas mesmas condições de iluminação e contexto.

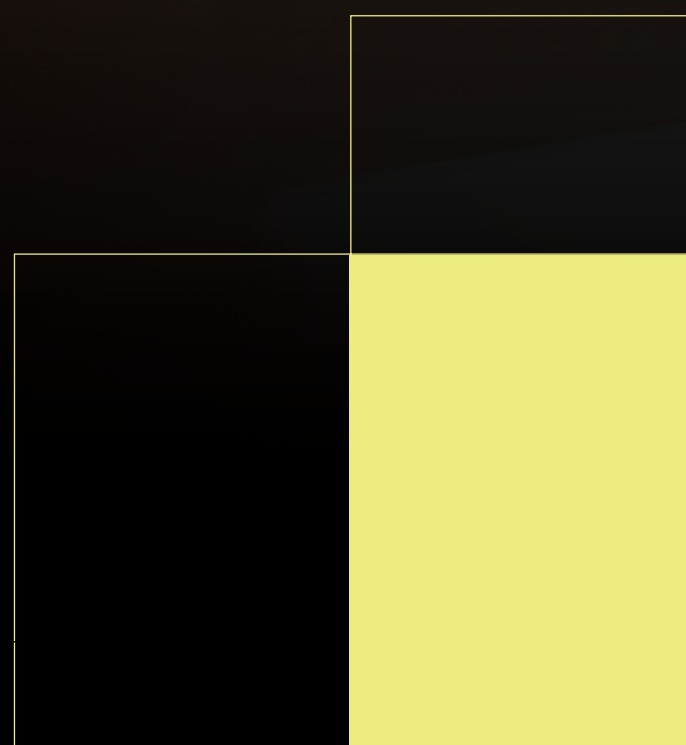


TOPO



06

Gráficos e Tabelas



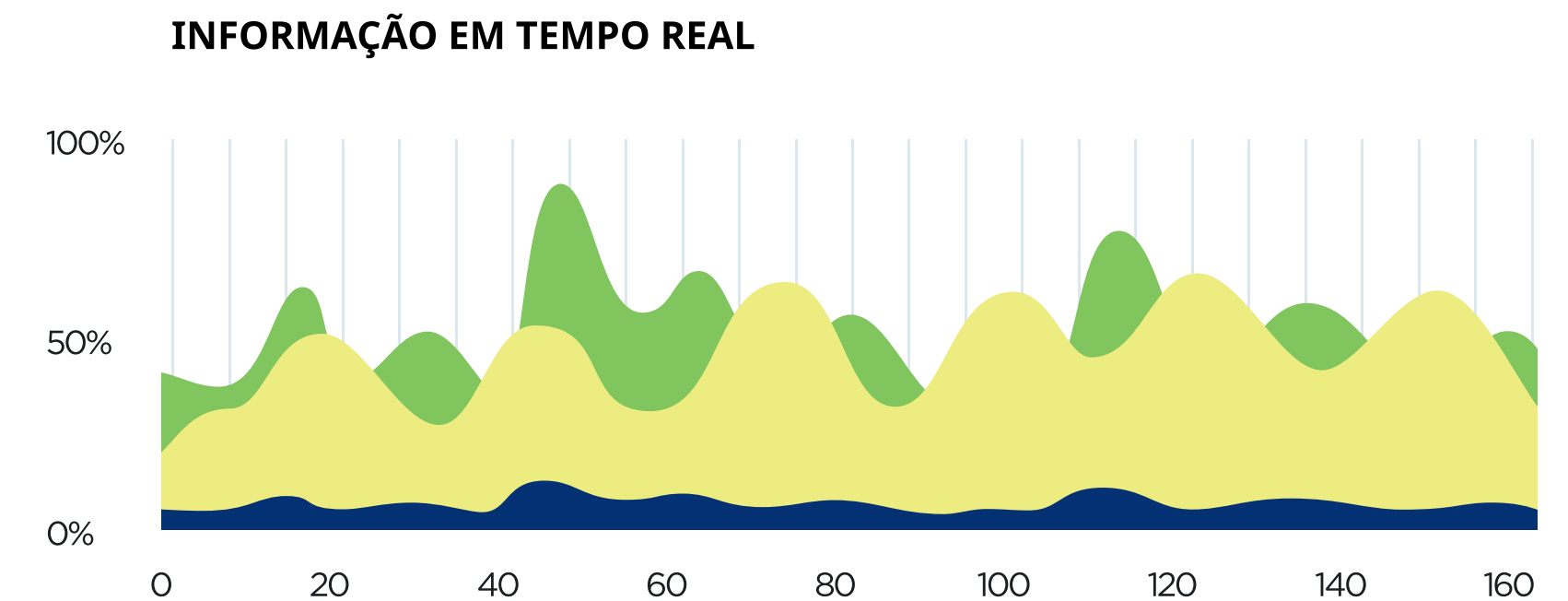
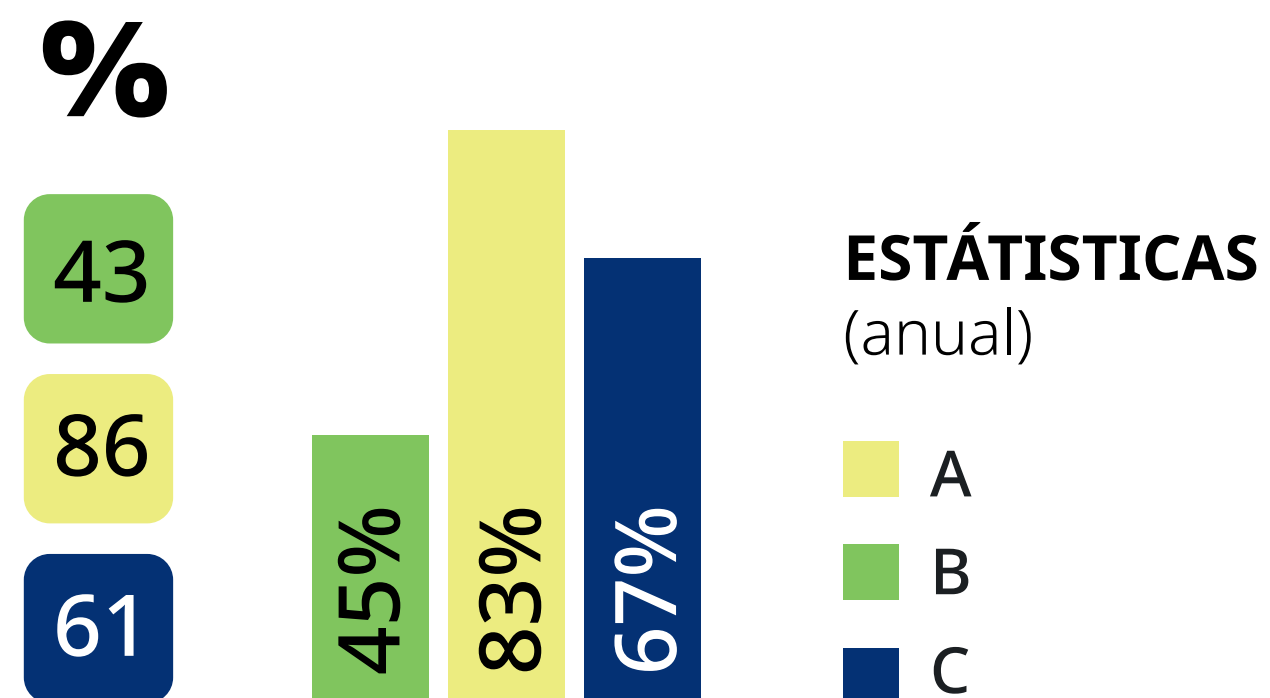
Nas tabelas, deve predominar o uso do preto no seu cabeçalho, texto e linhas de apoio.

Caso haja a necessidade de dar destaque a algum elemento, pode-se usar uma das cores previamente apresentadas aqui neste manual.

Nos gráficos, recomenda-se não utilizar a cor preta para trazer leveza e destaque.

CABEÇALHO	INFORMAÇÃO
Informação 1 ▲	12.000
Informação 2	10
Informação 3	200
Informação 4	3.560
Informação 5	1.830

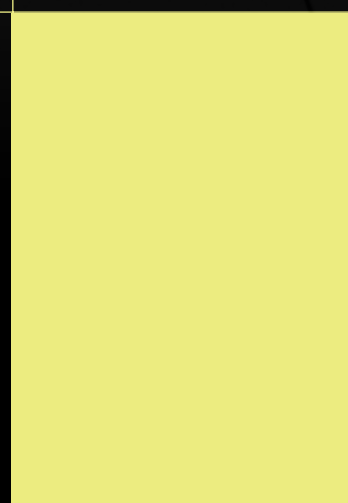
**texto para observação*



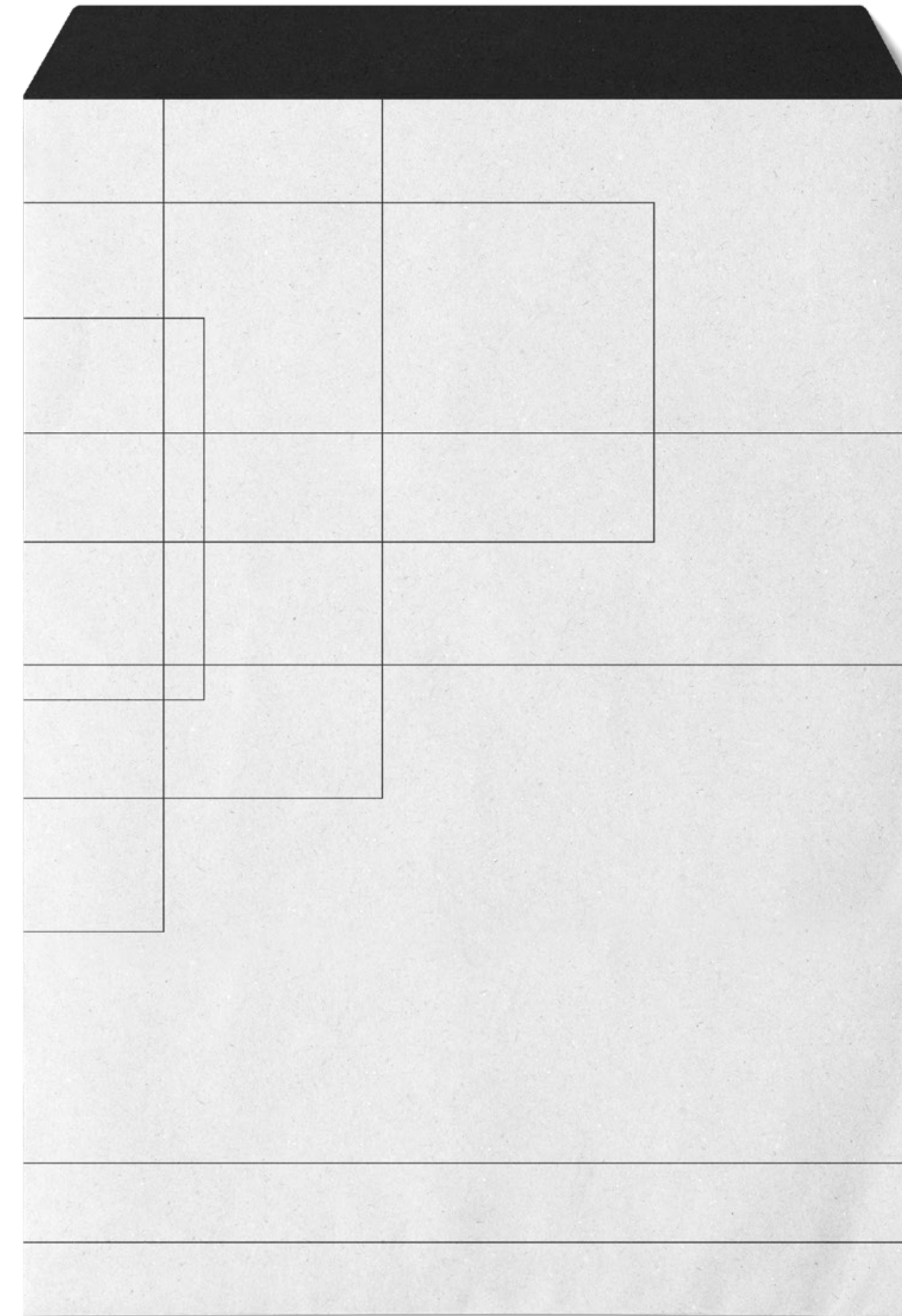
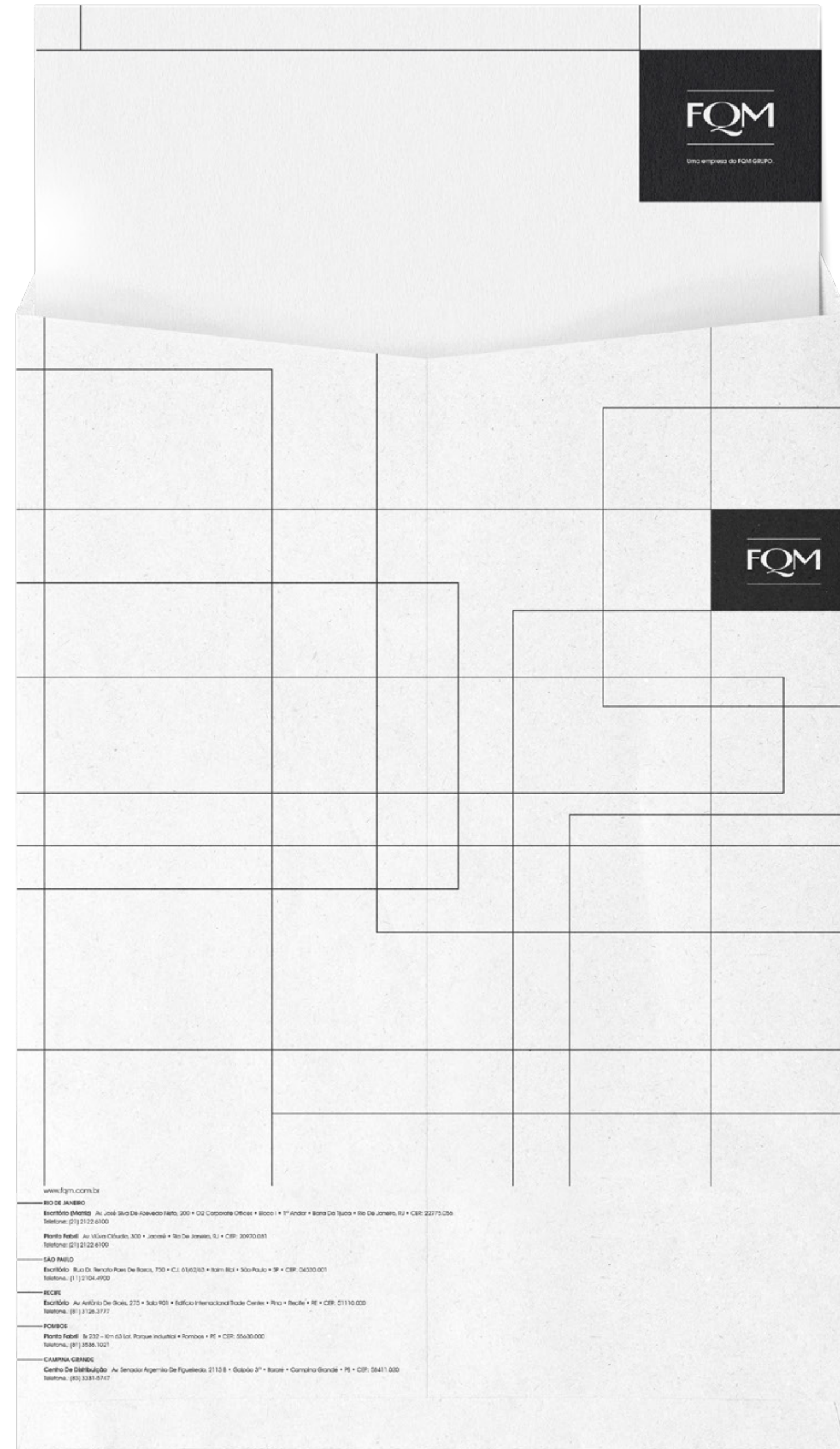
07

Aplicações

FQM



Papelaria



Stand



Obrigado!

