

koa saúde

cuidado integral
que cresce com a família

Brandbook & Guia de Marca

Versão final de entrega · Setembro de 2026

validado com os sócios Camila e Bruno em 03/09/2026

CONSTRUÇÃO DE MARCA POR **ALUMMIÔ** · COMUNICAÇÃO, MARKETING & PERFORMANCE

ANTES DE COMEÇAR

Um guia serve para decidir mais rápido — não para engessar.

Este documento existe para que qualquer pessoa — recepção, enfermagem, designer, agência ou fornecedor — consiga produzir algo em nome da KOA e o resultado seja KOA. Ele responde o que fazer, mas principalmente por quê.

REGRA 01

O porquê vem antes do quê

Cada norma aqui tem uma razão declarada. Se a razão não se aplicar ao seu caso, converse com o guardião da marca antes de improvisar.

REGRA 02

Consistência > criatividade solta

Uma marca nova precisa se repetir para ser lembrada. Nos primeiros 18 meses, **repetir é mais valioso que variar.**

REGRA 03

É um documento vivo

Toda peça nova precisa respeitar o padrão. Façam sempre a revisão formal.

CAP. 1

Fundação — contexto, posicionamento, manifesto, valores e público.

CAP. 2

Identidade visual — logo, cor, tipografia, grafismos e imagem.

CAP. 3–4

Personagens e marca verbal — tom de voz, taglines e glossário.

CAP. 5–6

Aplicações, mockups, ambiente digital e governança da marca.

01 · ESCOPO CONTRATADO

O que a Fundação entrega — e onde está neste documento.

Frente 1 do projeto, Cláusula 3.2 do contrato.
Tudo conforme validação do projeto e as orientações concedidas pelos sócios **Camila e Bruno**.

ITEM CONTRATADO	ONDE ESTÁ NO GUIDE	STATUS
Posicionamento, manifesto e camada semântica	Capítulo 1 · Fundação — o momento, terreno competitivo, mapa, posicionamento, manifesto, propósito, valores, arquétipo, públicos e naming	Entregue
Tom de voz e taglines	Capítulo 4 · Marca verbal — quatro eixos, glossário, taglines, assinaturas e modelos de texto	Entregue
Logo, paleta de cores e tipografia	Capítulo 2 · Identidade visual — anatomia, versões, respiro, usos incorretos, paleta oficial, acessibilidade e escala tipográfica	Entregue
Símbolos e biblioteca de iconografia	Capítulo 2 — iconografia e grafismos proprietários. Capítulo 3 — Os Exploradores	Entregue
Aplicações em materiais e ambientação (consultório)	Capítulo 5 · Aplicações — papelaria, passaporte, fachada, salas, cor no ambiente, uniforme, brindes, digital e redes	Entregue
Regras de aplicação da marca	Regras em cada capítulo. Capítulo 6 · Governança — papéis, aprovação e kit de ativos	Entregue

Entrega da frente: biblioteca de logotipos vetorizados (principal, clara, preta, símbolo e lockup horizontal) + este documento de Guide oficial, em HTML navegável e em PDF A3 paisagem.

02 · O MOMENTO

Sair de uma franquia é abrir mão de um sistema pronto. E ganhar uma decisão.

A unidade de Moema deixa de operar como Amo Vacinas e passa a existir com marca própria. A virada começa pela operação que já existe: vacinação na clínica e em casa, aplicação de medicamentos e Pediatria. **Exames, testes e especialidades pediátricas entram na fase de expansão, depois do lançamento.** A troca de placa é o menor dos movimentos. O movimento real é deixar de vender dose e passar a vender acompanhamento.

DEIXAMOS PARA TRÁS

O modelo de franquia

- Identidade emprestada, decidida em outro estado
- Portfólio limitado à imunização
- Comunicação que deveria ser padronizada para 48 unidades diferentes, mas não é
- Concorrência por preço e conveniência

CONSTRUÍMOS AGORA

A KOA Saúde

- Universo próprio, autoral, difícil de copiar
- Vacinas + Pediatria + Odontopediatria; exames e especialidades
- Voz calibrada para o público real de Moema e regiões próximas
- Concorrência por preferência e continuidade, encanto e fidelização

Fonte do panorama de franquia: ABF/Portal do Franchising, dado atualizado em 27/10/2025 — 48 unidades Amo Vacinas (41 franqueadas + 7 próprias).

— 03 · O TERRENO

Todo mundo diz a mesma coisa. Isso é uma vantagem.

Mapeamos Amo Vacinas, Saúde Livre, Dr. Vacina, Vaccine Care, Vaccini, Einstein, Fleury e os independentes de Moema. O setor inteiro repete o mesmo repertório. **Quem sair dele e fazer diferente será notado.**

"A Saúde Livre é a rede que mais cresce — e também a que mais fecha unidades: expansão sem consistência. A ideia da KOA é unir a **autoridade técnica de padrão Einstein** à **fluidez, acessibilidade e encantamento** da experiência KOA.", diz a sócia Camila.

O QUE TODOS FAZEM

- "Atendimento humanizado" — dito por praticamente todos
- Grid de cards "do bebê ao idoso"
- Seringa, escudo, coração e família estilizada
- Selos e "5 estrelas no Google" como prova social
- Verbo hiperbólico: amor, carinho, "proteja quem você ama"
- Azul-saúde ou verde-vida em cor chapada
- Tom lúdico infantilizado aplicado a todos os públicos

O ESPAÇO VAGO

- **Acolhedor sem ser infantil.** O setor confunde carinho com infantilização — no público consciente isso é lido como falta de competência.
- **Continuidade, não avulso.** Todos vendem a dose. Ninguém vende o acompanhamento ao longo dos anos.
- **Esclarecer, não exortar.** A hesitação vacinal é tratada com palavra de ordem. Cabe explicar, orientar e direcionar.
- **Autoridade com fluidez.** O hospital tem autoridade e atrito. A franquia tem agilidade e nenhuma autoridade.

4
estados atingiram a meta de tríplice viral em 2023 — eram 27 em 2014
Anuário VacinaBR 2025 · IQC/SBIm/UNICEF

1 em 5
brasileiros já sentiu medo ou desistiu de vacinar após conteúdo negativo online
Pesquisa CNMP, 2024 · 3.000 entrevistados

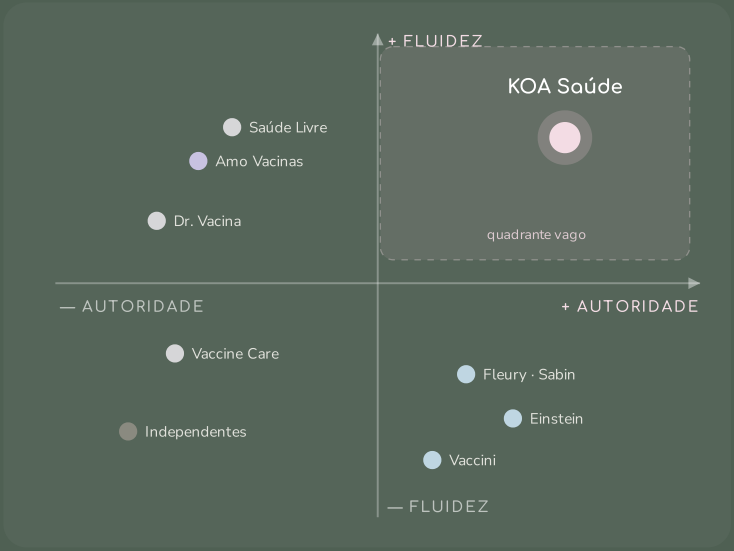
R$ 1,2 bi
movimentados por ano pelas clínicas privadas de vacinação no Brasil
ABCVAC · ~7% das doses aplicadas

83%
dos chefes de família em Moema têm ensino superior completo
Perfil socioeconômico do distrito

— 04 · O MAPA

O quadrante que ninguém ocupa.

Dois eixos explicam o setor inteiro. No horizontal, **autoridade clínica percebida**. No vertical, **fluidez da experiência** — agenda, espera, burocracia. Quem tem autoridade tem atrito. Quem tem agilidade não tem autoridade.



COMO LER

- **Esquerda alta:** as franquias. Ágeis e acessíveis, sem autoridade técnica reconhecida.
- **Direita baixa:** hospital e laboratório. Autoridade máxima, atrito máximo — o Einstein sequer faz acompanhamento pós vacina e, inclusive, direciona para Pronto Socorro em caso de reação.
- **Direita alta:** vazio. Autoridade com fluidez.

O posicionamento da KOA não é uma escolha estética — é o único ponto do mapa que ninguém defende. E defendê-lo custa **operação**, não comunicação: agenda que cumpre horário, histórico que alguém leu antes, e resposta técnica sem espera. A ambição é objetiva: **a autoridade técnica do padrão Einstein**, com a fluidez, a acessibilidade e o encantamento que só a KOA entrega.

Saúde Livre cresce mais rápido — e fecha mais unidades. É a rede mais agressiva em expansão do setor, mas também a de maior rotatividade de endereço. Reforça o argumento do quadrante: agilidade sem lastro operacional não sustenta autoridade — e é exatamente esse lastro que falta à esquerda alta do mapa.

Posições estimadas a partir de análise de site, portfólio de serviços, presença digital e material público de cada marca — não de pesquisa quantitativa com consumidores. Vale como mapa de decisão, não como dado de mercado.

05 · POSICIONAMENTO

A clínica que acompanha o crescimento — não só aplica a vacina.

A KOA não disputa a dose mais barata nem a agenda mais rápida. Disputa a posição de quem sabe onde a sua família está na trilha de saúde e o que vem depois. Vacina, exame e consulta deixam de ser três eventos avulsos e viram um percurso com registro, contexto e próximo passo.

DECLARAÇÃO DE POSICIONAMENTO

Para famílias que levam a saúde a sério e não têm tempo a perder, a **KOA Saúde** é a clínica de Moema que reúne vacinação e pediatria — e, na expansão, exames e especialidades — em um acompanhamento contínuo — porque cuidar de alguém que cresce exige memória, não apenas atendimento.

OS QUATRO PILARES

01 · Continuidade

Cada atendimento registra onde a família está e o que vem a seguir. A Trilha KOA é o produto, a dose é o meio.

02 · Clareza

Explicamos a razão de cada indicação. Contra a desinformação, argumento — não palavra de ordem.

03 · Repertório completo

Vacinação e pediatria no mesmo lugar desde o primeiro dia — exames e especialidades na expansão — com a mesma equipe lendo o mesmo histórico.

04 · Ambiente que desarma

O espaço, os personagens e o vocabulário existem para reduzir medo — da criança e do adulto.

06 · MANIFESTO

Ninguém cresce sozinho.

Todo crescimento é acompanhado. Tem alguém segurando a mão, alguém anotando a data, alguém que percebeu que dessa vez a febre passou mais rápido. Cuidado não é um instante — é uma sequência de instantes que alguém se deu ao trabalho de lembrar.

O coala carrega o filhote no dorso pelos primeiros meses de vida. Não porque ele não vá andar — mas porque ainda não é hora. Existe um tempo para proteger de perto e um tempo para soltar. Saber a diferença é a coisa mais difícil de quem cuida.

A KOA nasce para carregar a parte que dá para carregar: a memória, o calendário, a dose certa na idade certa, a resposta honesta quando a internet grita. Para que a família cuide do resto — que é viver.

Não prometemos que não vai doer. Prometemos que vai ser rápido, que alguém vai explicar antes, e que da próxima vez a gente vai lembrar do seu nome.

Aqui, proteger é uma expedição — e ela dura a vida inteira.



07 · PLATAFORMA

O que nos move, para onde vamos e o que não abrimos mão.

PROPÓSITO

Por que existimos

Transformar o cuidado preventivo em algo contínuo e compreensível — para que nenhuma família descubra tarde demais o que era evitável.

VISÃO

Onde queremos chegar

Ser a referência de saúde preventiva familiar da zona sul de São Paulo — reconhecida menos pelo volume de doses e mais pelo número de famílias acompanhadas há anos.

MISSÃO

O que fazemos todo dia

Reunir vacinação, pediatria e, progressivamente, exames e especialidades em uma experiência acolhedora, segura e sem burocracia, promovendo saúde com excelência técnica e afeto em todas as fases da vida.

OS QUATRO VALORES — OS MESMOS QUE ESTÃO NA PLACA DA RECEPÇÃO

Coragem

O que é: dizer o que precisa ser dito, mesmo quando é mais fácil calar. Recomendar o que é certo, não o que é mais caro.

Como se vê: explicamos quando uma vacina não é indicada. Reconhecemos erro na hora.

Curiosidade

O que é: perguntar mais uma vez antes de concluir. Estudar antes de opinar.

Como se vê: a anamnese não é formulário. Toda dúvida da família vira conteúdo para as próximas.

Cuidado

O que é: atenção aos detalhes que ninguém cobra — o nome certo, a poltrona reclinada, o adesivo depois.

Como se vê: ninguém sai da KOA sem saber qual é o próximo passo e quando.

Proteção

O que é: rigor técnico inegociável — cadeia de frio, registro, validade, protocolo.

Como se vê: a temperatura da câmara é auditável. O histórico é do paciente, não nosso.

08 · ARQUÉTIPO

O Cuidador que também é Explorador.

Marcas de saúde infantil param no Cuidador — e soam iguais, protetoras e ligeiramente ansiosas. A KOA combina o Cuidador com o Explorador: cuidar aqui não é blindar a criança do mundo, é prepará-la para ele. Por isso o universo da marca é uma expedição, não um berçário.

Cuidador · 70% — tom dominante

Presença, memória e proteção. É a base da relação com o adulto responsável — a promessa de que alguém está prestando atenção.

Explorador · 30% — tempero

Descoberta, coragem e trilha. É o que evita o excesso de doçura e o que faz a criança querer voltar. Aparece na ilustração, nos personagens e no vocabulário de percurso.

A TRADUÇÃO PRÁTICA

Só Cuidador diria	Cuidador + Explorador diz
“Proteja seu bebê”	“Vejam até onde vocês já chegaram”
“Seja corajoso”	“Você pode chorar. Vai ser rápido.”
“Calendário de vacinação”	“Trilha KOA”
“Cartão de vacina”	“Passaporte KOA”

O que a KOA nunca é: o Herói (que transforma a vacina em batalha), o Inocente (que finge que não dói) ou o Sábio distante (que explica sem escutar).

09 · PÚBLICO

Quem decide é o adulto. Quem precisa voltar é a criança.

Toda peça da KOA fala com dois públicos ao mesmo tempo, e essa é a tensão central da marca: falamos com adultos, encantamos crianças. Nunca o contrário.

PERSONA 01 · DECISORA

Carolina, 37 — a mãe que audita

Advogada, dois filhos (5 e 1 ano), mora a 8 minutos da clínica. Tem plano de saúde de alto padrão e ainda assim paga do bolso pelo que considera melhor.

- **Quer:** não perder janela de vacina e não repetir exame à toa.
- **Teme:** ser tratada como leiga — ou ser empurrada para vender.
- **Decide por:** competência percebida, previsibilidade de horário e alguém que lembre do histórico.
- **Repele:** linguagem infantilizada dirigida a ela, urgência fabricada, "proteja quem você ama".

PERSONA 02 · INFLUENCIADORA

Téo, 5 — quem faz a cena

Já sabe o que é agulha. Chorou da última vez. É ele quem determina se a visita vai ser tranquila ou um pequeno desastre para a família toda.

- **Quer:** entender o que vai acontecer e ter algum controle sobre isso.
- **Teme:** a surpresa — mais do que a dor em si.
- **Ganha a gente com:** os personagens, o carimbo no passaporte, poder escolher o braço.
- **Repele:** "não vai doer nada" (ele sabe que é mentira e perde a confiança).

PERSONA 03 · EXPANSÃO

Ricardo, 58 — o adulto que se lembrou

Levou o neto e descobriu que a própria carteira está desatualizada. Herpes-zóster, pneumo e gripe. Compra por conveniência e por confiança na equipe.

- **Quer:** resolver tudo em uma visita, sem burocracia de plano.
- **Teme:** ser visto como "o velho" num ambiente todo infantil.
- **Decide por:** a mesma equipe que cuidou do neto cuidar dele.
- **Repele:** ambiente e materiais que só falam com bebês.

Regra de ouro: o encantamento infantil mora na ilustração e no ambiente. A competência mora no texto. Quando os dois se invertem, a marca perde o adulto — e sem o adulto não há criança na cadeira.

10 · ARQUITETURA

Uma marca-mãe forte, serviços que não brigam com ela.

Modelo masterbrand: tudo assina KOA. Os serviços são qualificadores descritivos, nunca submarcas com identidade própria — exceto os dois ativos proprietários que carregam a promessa de continuidade.

NOMENCLATURA DE SERVIÇOS · DESCRITIVA

- **KOA Vacinas** — imunização de rotina e de viagem, todas as idades
- **KOA Exames** — coleta laboratorial e testes `fase de expansão`
- **KOA Pediatria** — consultas agendadas e puericultura (sem pronto atendimento)
- **KOA em Casa** — vacinação domiciliar (coleta na fase de expansão)
- **KOA Empresas** — campanhas in company e escolares

Regra: o qualificador vem sempre **depois** de KOA, com inicial maiúscula (preposições e artigos em caixa baixa, como em “KOA em Casa”), sem hífen e sem cor própria. Nunca “Koa+”, “KOAVac”, “Koa Kids”.

ATIVOS PROPRIETÁRIOS · COM IDENTIDADE

Trilha KOA

O plano de acompanhamento por fase da vida — o que substitui o “calendário de vacinação” genérico do setor. É o produto-âncora: a família não compra doses, entra numa trilha. Pode ganhar ícone próprio e uma cor de apoio, nunca um logo separado.

Passaporte KOA

A caderneta física e digital que registra a jornada. Carimbos por etapa concluída, espaço para anotação da família. É o objeto que sai da clínica e vira memória — o principal ativo de retenção da marca.

Base KOA

Nome interno do espaço físico de Moema. Usado em sinalização de ambiente e comunicação interna. Prepara a marca para uma segunda unidade sem reescrever o sistema.

11 · ARQUITETURA DE SERVIÇOS

O que a KOA comunica na virada — e o que fica para a expansão.

A identidade nasce preparada para o cuidado integral da criança, mas a comunicação da virada fala apenas do que a operação entrega hoje. Isso protege a transição e evita expor negociações antes da hora.

FASE 1 · VIRADA · ATÉ 12/10

Sai Amo, entra KOA

- **Vacinação na clínica** — todas as idades, com orientação da enfermagem
- **Vacinação domiciliar** — a mesma segurança, na casa da família
- **Aplicação de medicamentos** — mediante prescrição médica
- **Furo de orelha humanizado** — primeiro furo de bebês e crianças, com técnica e conforto
- **Plano de medicamentos e convênio corporativo** — parcerias vigentes continuam

FASE 2 · EXPANSÃO · 12/10 A 12/12

Quem a KOA será no mercado

- Exames laboratoriais com coleta infantil na clínica
- Triagem e prevenção: teste da bochechinha, pezinho ampliado, testes rápidos
- Especialidades pediátricas
- LEDterapia no furo de orelha, após a capacitação da equipe
- **Pediatria** — consultas sempre agendadas; agenda crescendo até atendimento diário

Até lá: nenhum nome de laboratório ou parceiro em negociação, e nenhum "em breve".

A KOA diz: "aplicação de medicamentos mediante prescrição médica" · "mais conforto" · "Espaço Dra. Júlia Vasconcelos dentro da KOA Saúde" · "Fale com nossa equipe de enfermagem". ✓

A KOA nunca diz: "pronto atendimento", "urgência" ou "24h" · "Odontopediatria" como serviço KOA · nome de medicamento de prescrição em peça pública · "sem dor" como promessa absoluta · "exames em breve". ×

— CAPÍTULO 2

Identidade visual

O sistema que faz a KOA ser reconhecida antes de ser lida. Logo e suas versões, área de respiro, cor com códigos e regras de acessibilidade, tipografia, iconografia, grafismos e direção de imagem.

- Logotipo e versões
- Sistema cromático
- Tipografia e hierarquia
- Grafismos e imagem



12 · LOGOTIPO

Cada elemento carrega um argumento.



A

O “o” que virou coala

O símbolo não é um adorno ao lado do nome — ele é uma letra. Isso torna o logotipo indivisível e a lembrança inevitável: quem viu uma vez lê “koa” e vê um rosto.

B

O broto no “k”

Uma folha nascendo do ascendente. É a assinatura do crescimento — o mesmo argumento da tagline, dito em forma.

C

O ramo de eucalipto no “a”

Fecha a palavra e abre o universo. Alimento do coala e planta de uso respiratório — o elo entre a fauna da marca e o território da saúde.

D

“saúde” espaçado

Comfortaa em peso leve com entreletra de +20% — a pausa que impede o conjunto de virar “fofo demais”. É onde o adulto encontra o registro clínico.

E

Traços arredondados sem contorno

Terminais totalmente redondos e ausência de outline: acolhe sem infantilizar, e reduz em escalas pequenas sem entupir.

13 · VERSÕES

Cinco versões.
Nenhuma improvisada.

Escolha pela quantidade de espaço e pelo processo de produção — nunca por gosto.



01 · Principal (vertical)

Uso preferencial. Fachada, papelaria, site, materiais impressos.



02 · Reduzida (sem "saúde")

Apenas quando a largura disponível ficar entre 90 e 120 px em tela, ou abaixo de 24 mm impresso.



03 · Símbolo isolado

Avatar, favicon, bordado, carimbo, adesivo — sempre que o lockup completo ficaria ilegível. Em contextos onde a marca ainda é desconhecida, o nome deve aparecer imediatamente ao lado (bio, legenda, placa).



04 · Monocromática clara

Arte oficial. Lettering em branco, coala preservado. Para fundo escuro, foto ou cor sólida da paleta. Sem sombra, sem contorno.



05 · Preto (monocromática escura)

Arte oficial. Documentos, contratos, impressão em preto e branco, anúncio de jornal, fax. Só sobre fundo claro — sobre Verde Sálvia ou escuro, use a versão 04.



Sobre cor da marca

Sempre a monocromática clara. Nunca a policromática nem a preta sobre Verde Sálvia — ambas perdem o contorno do símbolo.

14 · CONSTRUÇÃO

Área de respiro e tamanho mínimo.



A margem tracejada é a área de respiro. Nada entra nela — nem texto, nem foto, nem borda.

A MEDIDA X

X = a altura do símbolo (a cabeça do coala)

A área livre em todos os lados equivale a **0,5 X**. Em aplicações de grande formato — fachada, mural, painel de evento — use **1 X** para dar presença.

TAMANHOS MÍNIMOS

Principal · impresso	**24 mm de largura**
Principal · digital	**120 px de largura**
Reduzida · digital	**90 px de largura**
Símbolo · digital	**28 px · favicon 32 px**
Bordado / gravação	**símbolo, mín. 20 mm**

Abaixo de 28 px o rosto do coala perde os olhos e o focinho vira mancha. Nesse caso, use apenas o lettering “koa” sem o símbolo — e avise o guardião da marca.

15 · RESTRIÇÕES

O que nunca fazemos com o logotipo.

Toda marca morre um pouco em cada exceção. Estas oito não têm exceção.



Distorcer. Escala sempre proporcional. Nunca esticar, comprimir ou inclinar.



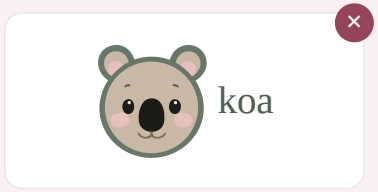
Cores fora da paleta. Nem no fundo, nem no logo. Sem gradientes, sem neon.



Efeitos. Sombra, contorno, relevo, brilho, bisel ou 3D — nenhum.



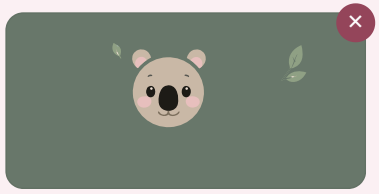
Fundo sem contraste. Sobre foto agitada, use fundo sólido ou a versão monocromática.



Recompor. O lettering não é uma fonte. Nunca redigite “koa” ao lado do símbolo.



Girar. O logotipo é sempre horizontal, alinhado à base da peça.



Policromia sobre cor da marca. Fundo Verde Sálvia pede a versão monocromática clara.



Adicionar textos ao lockup. Descritivos vivem fora da área de respiro, nunca colados.

16 · COR

Pastéis para acolher. Verde profundo para dar credibilidade.

As cores do universo KOA já funcionavam; faltava contraste. A paleta oficial separa as cores que **assinam** a marca das cores que **criam o universo**, e acrescenta uma camada de contraste para texto e informação técnica. É o que permite à KOA transitar entre acolhimento infantil, saúde, família e credibilidade clínica.

IDENTIDADE PRINCIPAL

ESTRUTURA

Verde Floresta

HEX #4F6053 · RGB 79 96 83

Fundos institucionais, contraste e peças sofisticadas. Texto sobre fundos claros.

PRINCIPAL

Verde Koa

HEX #68776A · RGB 104 119 106

Cor principal: logotipo, títulos grandes, ícones, botões, sinalização.

Verde Sálvia

HEX #B7C1AE · RGB 183 193 174

Apoio. A ponte entre o institucional e o universo.

BASE

Areia Koa

HEX #F2EFE6 · RGB 242 239 230

O "branco" da KOA. Fundo de impressos e ambientes.

DIGITAL

Off-white

HEX #FAF8F3 · RGB 250 248 243

Fundo digital: permite fundo claro sem que tudo fique bege.

CONTRASTE

Cinza Coala Profundo

HEX #5F635F · RGB 95 99 95

Textos corridos, legendas, informação técnica. 5,31:1 sobre Areia.

Tinta Floresta

HEX #3F4A42 · RGB 63 74 66

Derivação do Verde Floresta, só para texto pequeno sobre os pastéis.

POR QUE DUAS CORES DE CONTRASTE

O Cinza Coala Profundo proposto (#6C706D) ficava em 4,37:1 sobre Areia, abaixo do mínimo de 4,5:1 para texto, e foi escurecido para **#5F635F**. Nenhum dos verdes da marca é legível em texto pequeno sobre sálvia, lilás, azul ou blush; para isso existe a **Tinta Floresta**, que mede de 4,96 a 6,38:1 sobre os pastéis.

CMYK e Pantone de cada cor são fechados na prova de gráfica, sobre o papel escolhido.

17 · COR

As cores do universo — e a dose certa em cada ponto de contato.

PALETA DE ACOLHIMENTO

Lilás Suave
HEX #C8C2E1 · RGB 200 194 225

Universo infantil, personagens, campanhas.

Azul Nuvem
HEX #BFD6E2 · RGB 191 214 226

Saúde, leveza e confiança. Conteúdo técnico e categorias.

Rosa Blush
HEX #E9C7D3 · RGB 233 199 211

Acolhimento e destaques. Substitui o antigo coral.

Cinza Coala
HEX #D6D6D8 · RGB 214 214 216

Fundos suaves, divisórias, elementos decorativos.

As quatro não competem para ser "a cor da KOA": criam o universo — ambientes, personagens, campanhas, categorias de serviço, ilustrações e detalhes.

INSTITUCIONAL E CLÍNICO · SITE, RECEITUÁRIO, SINALIZAÇÃO, FACHADA, CARTÃO



ACOLHIMENTO E INFANTIL · CERTIFICADOS, PASSAPORTE, REDES, BRINDES, SALAS



Nos materiais infantis o Verde Floresta aparece só em texto e no logotipo — nunca como área de preenchimento. A marca acolhe sem infantilizar.

PALETA ILUSTRATIVA · EXPLORADORES



Chapéu #C9A66B · Couro #8B5E3C · Mapa #EADBB8 · Folha #7E9A6E. Os tons terrosos dos personagens enriquecem o universo, mas **não são cores institucionais**: nunca em texto, botão, logotipo ou sinalização.

ERROS CROMÁTICOS COMUNS

- **Verde fechado como fundo de material infantil.** Ali a base é Areia e os pastéis.
- **Coral ou laranja.** Saíram da marca. Destaque é Rosa Blush.
- **Saturar para chamar atenção.** A dessaturação é o diferencial.

18 · ACESSIBILIDADE

Combinações aprovadas — e as que reprovam.

Contraste medido pelo padrão WCAG 2.1. Texto normal exige 4,5:1; texto grande (≥24 px, ou ≥19 px em negrito) exige 3:1. Em material de saúde isso não é preciosismo: parte do público tem baixa visão, e a bula precisa ser lida.

Verde Floresta sobre Off-white

Títulos e texto

6,32:1 — AA · USO LIVRE

Branco sobre Verde Koa

Botão primário

4,73:1 — AA · BOTÕES E TEXTO

Tinta Floresta sobre Rosa Blush

Texto sobre pastel

5,98:1 — AA · USO LIVRE

Verde Koa em texto pequeno

4,12:1 sobre Areia — reprova. Verde Koa é cor de título (a partir de 24 px) e de preenchimento. Para texto, use Verde Floresta.

Verde Koa sobre Sálvia

2,54:1 — reprova. Sobre os pastéis, nenhum verde da marca serve para texto pequeno. Use Tinta Floresta.

Cinza #6C706D em legenda

4,37:1 — reprova. Por isso o Cinza Coala Profundo oficial é #5F635F (5,31:1).

Regra prática para quem produz: texto menor que 24 px só pode ser **Verde Floresta #4F6053**, **Tinta Floresta #3F4A42**, **Cinza Coala Profundo #5F635F** ou **branco sobre Verde Koa ou Verde Floresta**. Sobre os pastéis, só a Tinta Floresta. O sinal **#94455A** existe apenas para alerta e "não fazer" — nunca como cor de marca.

18 · ACESSIBILIDADE

Verificador de contraste.

Verificador de contraste · use antes de mandar qualquer coisa para produção

Escolha a cor do texto e a do fundo. A razão é calculada pela fórmula WCAG 2.1. Durante a construção deste guia foram encontradas 45 combinações reprovadas — a regra escrita não impediu nenhuma delas.

TEXTO

FUNDO

☐ Texto grande (≥ 24 px, ou ≥ 19 px em negrito)

Trilha KOA

A janela ideal desta dose vai até 12 de março.

8.72 : 1

#3F4A42 sobre #FAF8F3 · texto normal

AA ✓ AAA ✓

FERRAMENTA

Qual versão eu uso aqui?

A dúvida nº 1 de todo fornecedor. Escolha o fundo e o guia responde — inclusive dizendo quando a resposta é “nenhuma”.



Recomendação

Calculada pelo contraste entre o Verde Koa do logotipo e o fundo escolhido.

VERSÃO PRINCIPAL

Fundo claro. A policromática é sempre a primeira escolha — o Verde Koa do logotipo marca 4.46:1 contra este fundo.

Principal | Clara | Preta | Símbolo

Force uma versão nos botões acima para ver por que ela funciona — ou por que não funciona — naquele fundo.

19 · TIPOGRAFIA

Duas famílias. Uma acolhe, a outra informa.

O logotipo foi desenhado a partir da **Comfortaa SemiBold** e depois vetorizado — por isso a Comfortaa é a família de display oficial: os títulos da marca compartilham o mesmo DNA do logo. Ambas as famílias são gratuitas, com licença aberta (SIL OFL) e disponíveis para web, desktop e aplicativos.

Comfortaa

DISPLAY · A FONTE DO LOGOTIPO

Aa Bb Cc
1234567890

Geométrica de terminais totalmente arredondados, “a” de um andar e contraste zero. É a fonte com que o logotipo foi construído — usá-la nos títulos faz a marca parecer desenhada por uma mão só. Dá calor sem virar fonte de desenho animado.

Light 300 Regular 400 Medium 500 SemiBold 600 Bold 700

Use em: títulos, subtítulos, nomes de personagens, números de destaque, botões, sinalização.
Nunca use em: parágrafo longo, bula, termo de consentimento — a altura-x baixa da Comfortaa derruba a legibilidade acima de 3 linhas.
Nunca: redigitar “koa” em Comfortaa para recriar o logotipo. O lockup é vetorial e fechado.

Nunito Sans

TEXTO · CORPO, INTERFACE E MATERIAL CLÍNICO

Aa Bb Cc
1234567890

Humanista de leve arredondamento: mantém a temperatura da marca com altura-x generosa e ótima legibilidade em corpo pequeno — inclusive em bula, rótulo e receituário.

Light 300 Regular 400 **SemiBold 600** **Bold 700** **ExtraBold 800**

Use em: todo texto corrido, formulários, tabelas, legendas, e-mail, documentos clínicos.
Nunca use em: títulos grandes — quem manda no display é a Comfortaa.

Substitutas de sistema (e-mail, Word, PowerPoint, quando as fontes não estiverem instaladas): **Verdana** ou **Trebuchet MS** para texto e **Century Gothic** para títulos. Nunca Comic Sans, nunca Arial Rounded, nunca Papyrus.

20 · HIERARQUIA

A escala que organiza toda peça da marca.

Razão 1,25 (quarta maior). Valores de referência para tela em 16 px base — em impresso, converta proporcionalmente a partir do corpo 10 pt.

DISPLAY Comfortaa 600 · 61 px / 1.05 · -2%	Ninguém cresce sozinho
H1 Comfortaa 600 · 39 px / 1.15	Vacinas e pediatria em Moema
H2 Comfortaa 600 · 31 px / 1.2	A trilha da sua família
H3 Comfortaa 600 · 25 px / 1.3	Como funciona o acompanhamento

20 · HIERARQUIA

A escala de texto: do corpo à legenda.

DESTAQUE Nunito Sans 300 · 20 px / 1.5	O parágrafo de abertura que resume a página em uma respiração.
CORPO Nunito Sans 400 · 16 px / 1.65	O texto padrão de toda a comunicação. Linha entre 60 e 75 caracteres, alinhada à esquerda — nunca justificada, nunca centralizada em bloco longo.
APOIO Nunito Sans 400 · 13 px / 1.55	Legendas, notas de rodapé, informação de contraindicação e fonte de dado.
ETIQUETA Comfortaa 600 · 11 px · +18% tracking	CATEGORIA · SEÇÃO · CHAMADA

REGRA 01

Nunca mais de **três** níveis hierárquicos por peça. Se precisa de quatro, a peça está fazendo trabalho de duas.

REGRA 02

Títulos com **letter-spacing negativo** (-1% a -2%); etiquetas em caixa alta com **+18%**. Corpo sempre em espaçamento natural.

REGRA 03

Texto clínico — dose, validade, contraindicação — **nunca** abaixo de 12 px em tela ou 9 pt em impresso, e nunca em Verde Sálvia 500.

21 · ÍCONES

Ícones de traço, nunca de clip-art clínico.

O setor inteiro desenha seringa, escudo e coração. A KOA desenha trilha, folha, marco, casa, mão. Construção: traço de 2 px em grid de 24, cantos totalmente arredondados (raio = metade da espessura), terminais redondos, sem preenchimento.

Trilha

Percurso, etapas, acompanhamento. O ícone-âncora da marca.

Crescimento

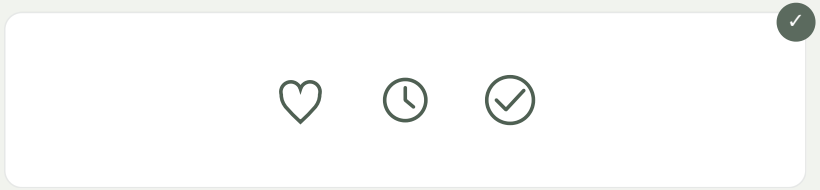
Fases da vida, desenvolvimento, puericultura.

Casa

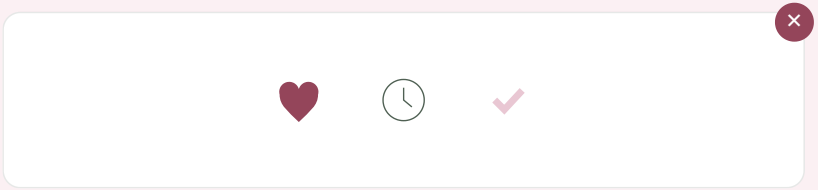
KOA em Casa, atendimento domiciliar, cuidado de família.

Calendário

Agendamento, janela de dose, lembrete de retorno.



Certo: espessura constante, mesmo grid, terminais redondos, uma única cor por conjunto, nível de detalhe uniforme.



Errado: misturar preenchido com traço, variar espessura no mesmo conjunto, usar mais de uma cor, ou puxar ícones de bancos genéricos.

22 · GRAFISMOS

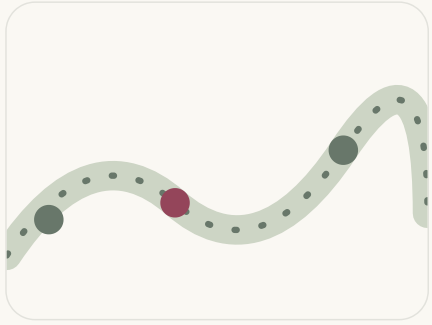
Quatro grafismos proprietários.

Peças que façam parecer KOA mesmo sem o logotipo à vista — o teste real de um sistema visual.



01 · Chuva de eucalipto

Folha do logo, espalhada com rotação livre. Fundo de embalagem, forro de sacola, papel de parede.



02 · A trilha

Curva contínua com marcos. Traduz o acompanhamento em forma. Timelines, banners, sinalização de fluxo.



03 · Horizonte

Montanhas sobrepostas em tons dessaturados. Rodapé de peça, capa, fundo de cabeçalho.

04 · Ondas de respiro

Curvas suaves e paralelas. Separador de seção, cabeçalho de e-mail, borda de certificado.

Regra de convivência: um grafismo por peça. Dois competem, três viram ruído. O grafismo é sempre fundo — nunca cobre texto, nunca disputa com o logotipo, e sua opacidade máxima sobre área de leitura é de 20%.

23 · IMAGEM

Ilustração para a criança. Fotografia para o adulto.

Essa divisão resolve na prática a tensão central da marca. O universo ilustrado encanta e ambienta; a fotografia comprova competência. Nunca se sobrepõem na mesma peça sem hierarquia clara.

ILUSTRAÇÃO · O UNIVERSO KOA

Aquarela digital, linha suave, sem contorno preto

- **Estilo:** preenchimento chapado com textura leve de aquarela, contorno na própria cor escurecida — nunca preto.
- **Cenário:** floresta de eucalipto, montanhas em camadas, céu difuso. Sempre horizonte visível.
- **Escala:** personagens em proporção infantil — cabeça grande, olhos amplos, corpo compacto.
- **Onde vive:** ambiente físico, materiais infantis, passaporte, redes sociais de conteúdo leve, embalagem.
- **Onde não vive:** comunicação com adulto sobre exames, preço, agendamento e informação clínica.

FOTOGRAFIA · A PROVA

Luz natural, gente real, sem sorriso de banco de imagem

- **Luz:** difusa e quente, preferencialmente natural. Sem flash duro, sem clareamento clínico.
- **Cor:** tratamento levemente dessaturado, temperatura quente. A foto tem que combinar com a paleta, não brigar.
- **Direção:** momentos de meio-caminho — o antes, a conversa, a mão no ombro. Não o instante da agulha.
- **Elenco:** pessoas reais de Moema, diversidade real de idade e etnia. Equipe própria sempre que possível.
- **Proibido:** banco de imagem genérico, enfermeira de dedo em riste, criança chorando, seringa em close, jaleco branco sobre fundo branco.



material infantil

Ilustração conduzindo peça dirigida à criança.

✓ Vacinação em casa

foto real · luz natural · sem ilustração

Fotografia conduzindo peça dirigida ao adulto.



× Tabela de preços

personagem + informação comercial

Personagem colado em informação clínica ou comercial. Isso infantiliza o adulto e derruba a autoridade.

— CAPÍTULO 3

Os Exploradores

Um mascote principal e quatro personagens de apoio. Não são enfeite: cada um resolve um problema específico da experiência de estar numa clínica com uma criança.

Base dos personagens enviada pela KOA · sistematização, fichas, travas e regras de uso pela Alummiô.


KOA


PIP


LUMI


JOEY

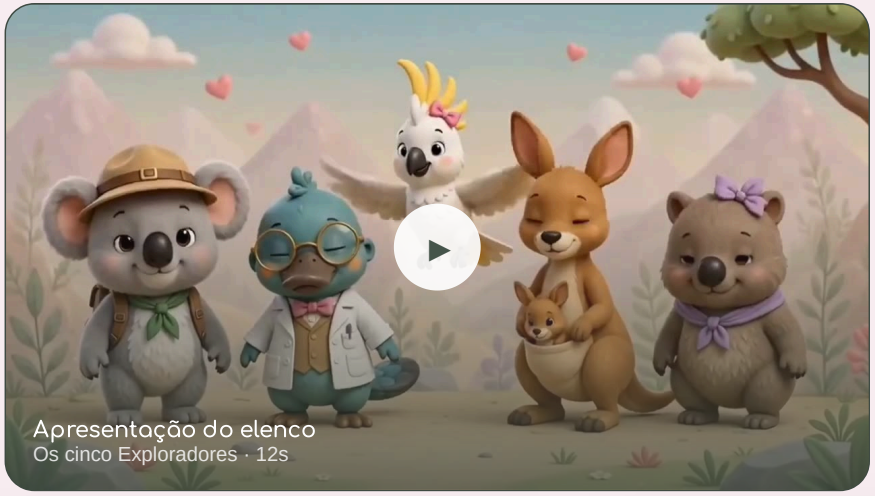

NOIX

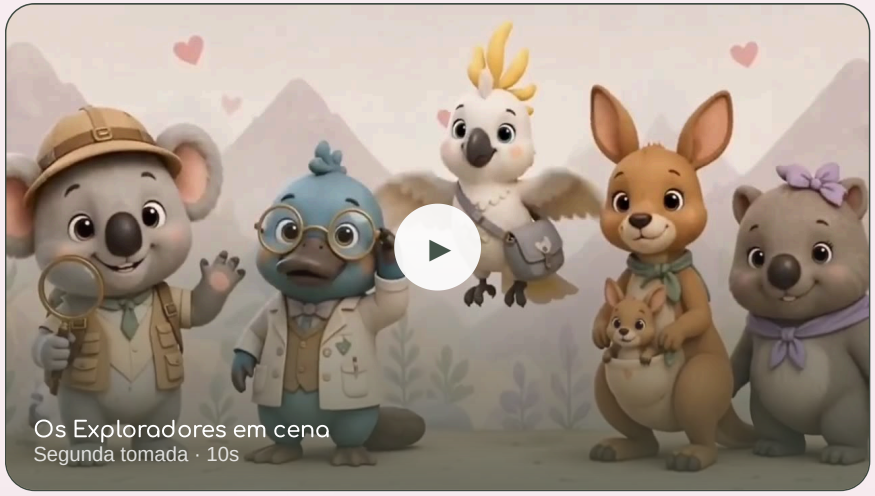
Clique em um personagem para ver a função dele no sistema.

FILME

Os Exploradores em movimento.

Como os personagens se comportam quando ganham tempo: ritmo, expressão e o jeito de cada um ocupar o quadro. Serve de referência para toda peça animada da marca — e mostra na prática as regras de motion do capítulo 6.





O QUE OBSERVAR

Ninguém tem movimento brusco. As entradas são por escala e fade, nunca por salto — a mesma regra que vale para o logotipo.

HIERARQUIA EM CENA

KOA ancora o quadro; os outros entram e saem. Mesmo em movimento, o mascote principal é o eixo.

USO

Abertura de institucional, ambientação em tela na recepção e conteúdo de rede. **Nunca** como fundo de peça com informação clínica.

Clique em qualquer quadro para ver em tela cheia. Esc fecha.

KOA

O GUARDIÃO DA FLORESTA

Coala. Calmo, atento, presente. Não fala alto, não faz graça, não distrai — apenas está ali. É o personagem que também é a letra “o” do logotipo, o que lhe dá um estatuto diferente dos outros quatro: KOA é a marca, os demais são o universo.



DUAS EXPRESSÕES DO MESMO PERSONAGEM

Símbolo (vetorial, plano): é a letra “o” do logotipo. Fixo, indivisível, sem variação. Usado em marca, sinalização, favicon, bordado e carimbo.

Personagem (volumétrico, 3D): o KOA explorador — chapéu de expedição, mochila e lenço. Vive na ambientação, no conteúdo e nos materiais infantis. **Nunca substitui o símbolo do logotipo.**

BÍBLIA DO PERSONAGEM

- **Traço de caráter:** a tranquilidade que se contagia.
- **Como se comporta:** observa antes de agir; seguro.
- **O que nunca faz:** não aplica vacina, não segura seringa, não usa jaleco, não vira médico. KOA acompanha — quem aplica é especialista em vacinas.
- **Voz:** quando fala (raro), fala curto e no presente. “Estou aqui.” “Vai passar rápido.” Nunca promete que não dói.
- **Onde aparece:** logotipo, fachada, avatar, passaporte, sinalização, adesivo de alta, embalagem.
- **Frequência:** 'É é o rosto padrão da marca.

Restrição estrutural: a versão do KOA usada no logotipo é fixa e vetorial. Ilustrações do personagem em outras poses são um ativo separado e nunca podem ser usadas no lugar do símbolo do logotipo.

25 · FICHA TÉCNICA

Como o KOA é construído — e o que nunca muda nele.

O personagem tridimensional já nasce com um figurino de expedição. Cada peça é um argumento de marca, não enfeite — e por isso é fixa.



CHAPÉU DE EXPEDIÇÃO

Em Mel/ocre com faixa Cacau. É o que impede o coala de virar bicho de pelúcia genérico: sinaliza **Explorador** e afasta o personagem do registro puramente infantil.

MOCHILA DE COURO

Carrega o que a família não precisa carregar — a memória, o calendário, o histórico. É o objeto que traduz a promessa central da marca em imagem.

LENÇO VERDE

Verde Sálvia no pescoço. Conecta o personagem à cor-marca e é o elemento que se repete no elenco: JOEY também usa lenço. É o “uniforme” dos Exploradores.

EXPRESSÃO

Sorriso fechado ou levemente aberto, olhar direto e sobrancelhas relaxadas. **Nunca** boca escancarada, susto, choro, careta ou olhos fechados.

25 · FICHA TÉCNICA

O que nunca muda no KOA.

TRAVAS DO PERSONAGEM

- A pelagem é sempre **cinza-quente** (família Pedra) com orelhas e bochechas em **Rosa Blush**. Nunca colorir o KOA de outra cor, nem para data comemorativa.
- O figurino é fixo. Novas poses são bem-vindas; **novas roupas não** — sem jaleco, sem estetoscópio, sem fantasia sazonal.
- KOA nunca segura seringa, agulha, frasco ou qualquer instrumento clínico. Ele acompanha; quem aplica é gente.
- Proporção travada: cabeça ≈ 1/3 da altura total. Nunca esticar, achatar nem “realistizar”.
- Sempre recortado, com sombra projetada suave. Nunca sobre fundo branco puro nem com contorno.

BIBLIOTECA DE POSES

Já disponível: em pé de frente. A produzir: acenando · sentado no galho · apontando para a trilha · de mãos dadas com criança · dormindo (comunicação de horário) · segurando o Passaporte. Toda pose nova entra nesta lista e volta para o guia.

26 · ELENCO DE APOIO

Quatro personagens, quatro funções operacionais.

Cada um existe para resolver um momento concreto da jornada. Se um personagem não tem função naquela peça, ele não entra nela.



PIP

O CIENTISTA CURIOSO

Ornitorrinco de óculos redondos, lupa e jaleco bordado com folhas de eucalipto. Explica por que — é a resposta da marca à desinformação.

Função: educação e esclarecimento.
Vive em: conteúdo explicativo, FAQ, posts sobre eficácia e efeitos, cartilhas.
Cores-trava: corpo verde-água #8FB3AC · jaleco Mapa #EADBB8 · gravata Rosa Blush #E9C7D3 · óculos #C9A66B

Travas: corpo sempre verde-água — nunca azul. Lupa e óculos fixos. O jaleco é só dele: **KOA nunca usa jaleco.**



LUMI

ESPALHA LEVEZA

Cacatua de crista amarela, laço, bolsa a tiracolo e medalha de folha. Chega antes, anuncia, entrega: o momento anterior ao procedimento, quando o medo é maior que a dor.

Função: avisar, entregar e aliviar o clima.
Vive em: lembretes, confirmação de agendamento, sinalização de espera, brinde.
Cores-trava: crista #F2C75C · corpo Areia #F2EFE6 · laço Rosa Blush #E9C7D3 · bolsa Lilás Suave #C8C2E1

Travas: sempre em voo ou pousada de asas abertas. Bolsa e medalha a definem como mensageira.

27 · ELENCO DE APOIO

Quem acolhe e quem tranquiliza.



JOEY

PROTEGE E ACOLHE

Canguru com o filhote na bolsa, boné de expedição e lenço verde. O vínculo mãe-e-filho e a continuidade que é o núcleo do posicionamento.

Função: vínculo, colo, acompanhamento ao longo do tempo.
Vive em: Trilha KOA, Passaporte, gestantes, primeira infância, KOA em Casa.
Cores-trava: pelagem #C98A4B · boné #7E9A6E · lenço Verde Sálvia #B7C1AE · flor Rosa Blush #E9C7D3

Travas: o filhote nunca sai da bolsa nem aparece sozinho. O lenço é o mesmo do KOA: o uniforme dos Exploradores.



NOIX

FORÇA QUE TRANQUILIZA

Wombat robusto e calmo, de laço e lenço lilás. O personagem do depois: quem já passou por isso e está bem. Coragem sem heroísmo. Grafia oficial: **NOIX**.

Função: reconhecimento e alta.
Vive em: adesivo pós-vacina, carimbo do passaporte, Certificado de Coragem, crianças maiores.
Cores-trava: pelagem #9C7A5E · laço e lenço Lilás Suave #C8C2E1 · bochechas Rosa Blush #E9C7D3

Travas: sempre sentado ou parado — o contraponto da LUMI. Nunca em pose de vitória ou punho erguido.

Hierarquia inegociável: KOA é a marca; PIP, LUMI, JOEY e NOIX são o universo. Numa peça institucional, KOA aparece sozinho. Numa peça de conteúdo, entra o personagem cuja função corresponde ao assunto. **Nunca mais de dois personagens na mesma peça** — exceto na ambientação física, onde o elenco completo é o cenário.

28 · REGRAS

Onde os personagens ajudam — e onde eles atrapalham.

✓ PODEM APARECER

- Ambientação física: mural, adesivo de porta, sinalização de sala, forro de teto
- Passaporte KOA, carimbos, cartilhas e certificados infantis
- Conteúdo educativo dirigido a crianças, ou a adultos sobre crianças
- **Exceção PIP:** ele é o único que pode acompanhar conteúdo técnico-explicativo para adultos — desde que a peça explique, e não venda nem informe preço
- Brindes: adesivo, curativo, marcador de livro, pelúcia, camiseta infantil
- Redes sociais em conteúdo leve, comemorativo ou de bastidor
- Lembrete de agendamento e mensagem de boas-vindas

× NÃO PODEM APARECER

- Tabela de preços, orçamento, contrato, nota fiscal
- Bula, contraindicação, termo de consentimento, laudo de exame
- Comunicado de crise, aviso sanitário, retificação, mudança de horário
- Comunicação dirigida ao público adulto e idoso (Persona Ricardo)
- Material corporativo B2B — KOA Empresas fala com RH, não com criança
- Qualquer peça em que a credibilidade técnica seja o argumento principal



Recolorir. Cada personagem tem paleta fixa. Nunca em cor de campanha ou datas comemorativas.



Deformar. Proporção sempre travada. A cabeça grande é parte da identidade.



Empilhar. Máximo de dois por peça, fora da ambientação física.



Fazer os personagens mentirem. Eles nunca minimizam a dor nem prometem o que não se cumpre.

— CAPÍTULO 4

Marca verbal

O setor todo escreve igual: amor, carinho, humanização, “proteja quem você ama”. A KOA se diferencia mais rápido pela palavra do que pela cor — porque quase ninguém está prestando atenção nesta parte.

Falamos com adultos.
Encantamos crianças.
Nunca o contrário.



29 · TOM DE VOZ

Quatro eixos. Cada um é uma linha que não se cruza.

Toda característica de voz tem um vizinho perigoso — o lugar para onde ela escorrega quando é exagerada. Os eixos abaixo marcam onde a KOA fica.

Claro — simplista

Explicamos com precisão, sem esconder complexidade atrás de metáfora infantil. O público de Moema entende “imunogenicidade” se você definir a palavra uma vez. Subestimar é ofender.

Caloroso — meloso

Calor está no cuidado com o detalhe — lembrar o nome, avisar o que vem — não no diminutivo. Zero “picadinha”, “bracinho”, “vacininha”. Um coração por peça, no máximo.

Preciso — frio

Número, prazo e critério sempre que existirem. Mas o dado vem acompanhado de consequência prática: “resultado em 24h” diz mais que “agilidade laboratorial”.

Confiante — alarmista

Afirmamos sem assustar. Nunca usamos medo como gatilho de venda — nem “surto”, nem “antes que seja tarde”, nem contagem regressiva fabricada.

Teste de uma linha: leia o texto em voz alta imaginando que está falando com uma advogada de 37 anos que está com pressa e não gosta de ser subestimada. Se soar como narração de desenho animado, reescreva. Se soar como bula de hospital, reescreva também.

30 · GLOSSÁRIO

O vocabulário que a KOA aposenta — e o que entra no lugar.

Esta tabela vale para tudo: site, redes, WhatsApp, e-mail, recepção, telefone e conversa na sala de aplicação. É a peça mais operacional deste guia.

NÃO DIZEMOS	DIZEMOS
“Não vai doer nada”	“Vai ser rápido. Pode apertar minha mão.”
“Seja corajoso, não chore”	“Você pode chorar. A gente termina do mesmo jeito.”
“Uma picadinha rápida”	“Uma picada. Conto até três antes.”
“Atendimento humanizado”	demonstrar — “a mesma enfermeira que atendeu seu filho da última vez”
“Proteja quem você ama”	“Vejam onde vocês estão na trilha.”
“Vacina salva vidas”	“A tríplice viral protege contra três doenças. Explico cada uma.”

NÃO DIZEMOS	DIZEMOS
“Calendário de vacinação”	“Trilha KOA”
“Cartão de vacina”	“Passaporte KOA”
“Cliente” / “paciente”	“família” — ou o nome da pessoa
“Corra, últimas doses!”	“A janela ideal desta dose vai até [data].”
“Pacote promocional”	“Plano de acompanhamento”
“Sinto muito pelo transtorno”	“Erramos nisso. Foi o que aconteceu e é o que vamos fazer.”

SOBRE DOR

Nunca negamos a dor. Negar destrói a confiança da criança na primeira vez e contamina todas as próximas. **Anunciamos, dimensionamos e damos controle:** “vai arder por dois segundos, você escolhe o braço”.

SOBRE HESITAÇÃO

Quem duvida não é ignorante — está mal informado, e provavelmente com medo. **Nunca ridicularizamos, nunca gritamos palavra de ordem.** Perguntamos o que ouviu, respondemos com o dado e citamos a fonte.

SOBRE PREÇO

Falamos de valor com números claros e sem constrangimento. **Nada de “consulte-nos”, nada de personagem ao lado de tabela.** Preço é assunto de adulto e merece tipografia de adulto.

— 31 · TAGLINES

Uma assinatura permanente. Um repertório de campanha.

ASSINATURA INSTITUCIONAL · PERMANENTE

cuidado integral que cresce com a família

Trava com o logotipo em aplicações institucionais — fachada, papelaria, rodapé de site, assinatura de e-mail. **Sempre em caixa baixa**, Comfortaa Light ou Regular, na cor Verde Sálvia ou branco. Não é substituível por campanha e não deve ser reescrita.

CONCEITO-GUIA DA MARCA

Ninguém cresce sozinho.

Territorial, não é assinatura de peça. É a frase que organiza o pensamento criativo de tudo — e abre o manifesto. Use em filme, campanha de lançamento e comunicação de marca.

TAGLINES DE CAMPANHA · POR CONTEXTO

Proteger é uma expedição.

Lançamento e marca. Ativa o Explorador e diferencia do tom protetor genérico do setor.

Cada dose é um passo.

Trilha KOA e retenção. Transforma o ato avulso em percurso.

A gente lembra por vocês.

Acompanhamento e CRM. É a promessa de memória — o núcleo do posicionamento.

Aqui, ninguém explica com pressa.

Consulta e conteúdo educativo. Ataca direto a hesitação vacinal.

Do primeiro dia ao dia em que ele te levar.

Público adulto e idoso. Abre a marca para além da criança sem perder o afeto.

Vacinas e pediatria. No mesmo lugar, com o mesmo cuidado.

Performance e mídia paga. Descritiva, direta, para quem ainda não conhece a marca.

Regra: uma tagline por peça. A assinatura institucional convive com a de campanha apenas quando estão em áreas visualmente separadas — campanha no topo, assinatura junto ao logotipo no rodapé.

32 · COPY TEMPLATES

Modelos prontos para os textos que mais se repetem.

Copie, troque os colchetes, publique. Foram escritos já obedecendo ao tom de voz e ao glossário.

WHATSAPP · LEMBRETE DE DOSE

Oi, [nome]. Aqui é a KOA.

A janela ideal da [vacina] do [nome da criança] vai até [data]. Separei dois horários que costumam funcionar para vocês: [dia] às [hora] ou [dia] às [hora].

Se preferir outro, é só responder aqui.

Sem urgência fabricada. Sem emoji em série. Oferece opção concreta em vez de pedir que a pessoa resolva sozinha.

INSTAGRAM · CONTEÚDO EDUCATIVO

“Vacina com febre pode?”

Depende do que está causando a febre — e essa é a resposta honesta.

Febre baixa por resfriado comum geralmente não contraindica. Febre alta ou doença aguda em curso, sim: adia-se para não confundir o quadro.

Quem decide é quem examina a criança naquele dia. Traz que a gente olha.

Território do PIP. Responde de verdade, admite que depende, e termina em ação — não em palavra de ordem.

RECEPÇÃO · ROTEIRO DA CRIANÇA

“Oi, [nome]. Hoje é [uma / duas] picada[s].

Funciona assim: você senta, escolhe o braço, e eu conto até três antes. Arde por uns dois segundos e passa.

Pode chorar se quiser — muita gente chora. Depois você escolhe o carimbo do passaporte.”

Antecipa, dimensiona, devolve controle e fecha com recompensa. Este roteiro é treinamento de equipe, não sugestão.

32 · COPY TEMPLATES

Mais modelos prontos.

E-MAIL · PÓS-ATENDIMENTO

Assunto: O que o [nome] tomou hoje — e o que vem depois

Registramos no Passaporte: [vacinas]. É normal ter dor no local e febre baixa nas próximas 24h; acima de 38,5°C ou por mais de dois dias, fale com a gente.

Próximo passo da trilha: [vacina], a partir de [data]. A gente avisa.

Cumpre a promessa central da marca: ninguém sai sem saber o próximo passo e quando.

SITE · DESCRIÇÃO DE SERVIÇO

[Nome da vacina]
Protege contra: [doenças].
Indicada a partir de: [idade].
Esquema: [nº de doses e intervalos].
Reações mais comuns: [lista].
Quando não aplicar: [contraindicações].

R$ [valor] · agendamento em [prazo]

Estrutura fixa para toda vacina do catálogo. Contraindicação e preço sempre visíveis — nada de "consulte-nos".

CRISE · RETIFICAÇÃO

O que aconteceu: [fato objetivo, sem rodeio].

O que já fizemos: [ação concreta e prazo].

O que fazemos agora: [medida para não repetir].

Quem responde por isso: [nome e contato direto].

Sem personagem, sem ilustração, sem "sentimos muito pelo transtorno". Fato, ação, responsável.

CAPÍTULO 5

Aplicações

Uma marca só existe quando encosta em alguma coisa. Papelaria, materiais clínicos, ambiente físico, uniforme, digital e redes — com as regras de composição de cada um.

- Papelaria
- Passaporte KOA
- Ambiente e sinalização
- Uniforme e brindes
- Digital e redes

33 · PAPELARIA

Papelaria institucional (artes em produção).



Cartão de visita · 90 × 50 mm

Papel reciclado 350 g, corte reto. Frente Off-white com logotipo policromático; verso

Verde Koa

com marca clara — não o verde fechado. Serviços do verso: Vacinação na clínica e em casa · Pediatria · Aplicação de medicamentos. Saem "Odontopediatria" e "Exames em breve".



Papel timbrado · A4

Logotipo no topo esquerdo (respiro 0,5 X), assinatura institucional no rodapé, grafismo Ondas em Rosa Blush a 40%. Margem de texto 25 mm.



Receituário e envelope

Símbolo na

versão preta

(o documento costuma ser impresso em P&B), área clínica em Nunito Sans, mínimo 9 pt.

Nenhum personagem

— é documento clínico.

34 · PAPELARIA DA VIRADA

Tudo que sustenta a operação, agora com a cara da KOA. (artes em produção)

Prioridade para 12/10: os impressos que a clínica usa todos os dias. O sistema é uma família — uma base e muitas variações — para produzir com agilidade e manter a consistência.

CERTIFICADO DE CORAGEM

6 estampas

Mesma base e mesma área de preenchimento, com cenas diferentes: usar os cinco Exploradores separados e todos juntos. A família coleciona, e a criança tem mais um motivo para voltar.

FOLDER DE VACINAS

Por fase da vida, sem preço

Calendário por fase, vacinação domiciliar e pacotes, com preço transparente. Conteúdo técnico, valores serão sempre validados pela KOA.

GUIA DE PRODUTOS E PACOTES

O catálogo do atendimento

Pacotes, o que cada um inclui, valores e condições. Impresso para o balcão e em PDF para envio no WhatsApp.

FLYER · FURO DE ORELHA HUMANIZADO

Primeiro furo de bebês e crianças: cuidado, técnica e conforto. Comunicar tudo que entregamos.

FLYER · VACINAÇÃO DOMICILIAR

Como funciona, para quem é e como agendar. KOA em Casa, com o mesmo cuidado da clínica.

BRINDES DE ALTA

Adesivos, tatuagens temporárias e o Blood Stop da coleção Os Exploradores, com os cinco personagens.

35 · ATIVO PROPRIETÁRIO

A caderneta é o objeto que sai da clínica e vira memória. (artes em produção)

É a peça mais estratégica do enxoval: o único material que a família guarda por anos, mostra para outras pessoas e traz de volta a cada visita. Substitui o cartão de vacina genérico e materializa a promessa de continuidade.



Caderneta, calendário e Certificado de Coragem

Formato A6 (105 × 148 mm), capa com campo para o nome, miolo com o calendário completo por idade, e o certificado entregue ao final — o objeto que a criança leva para mostrar na escola.

A TRILHA, DENTRO DA CADERNETA



O diferencial em relação a qualquer caderneta do mercado: além do registro do que já foi feito, o **próximo passo com data**. A criança vê progresso; o adulto vê planejamento.

Cinco expedições: cada Explorador conduz uma etapa — KOA (primeiros meses), JOEY (primeira infância), LUMI (idade escolar), PIP (reforços e viagem) e NOIX (adolescência). A cada dose, um selo ou adesivo, em diálogo com o Blood Stop.

Regra: o Certificado de Coragem nunca celebra “não ter chorado”. Ele reconhece ter passado por isso — o que vale para quem chorou também.

36 · AMBIENTE

A fachada aprovada.

A arte final da fachada é a referência oficial da marca e substitui o mockup da versão 1.0. A produção física segue com os fornecedores da KOA.



ILUMINAÇÃO

Letra caixa com luz indireta e quente. Nunca backlight frio, nunca néon.

ASSINATURA ÚNICA

A frase da vitrine deve ser a mesma do cartão e do site:
"CUIDADO INTEGRAL QUE CRESCE COM A FAMÍLIA"
.

SERVIÇOS DA VITRINE

Ponto de atenção: "Exames" e "Odontopediatria"; "Consultas médicas" e "Pediatria".

LEGIBILIDADE

Teste sempre a 20 m e à noite.

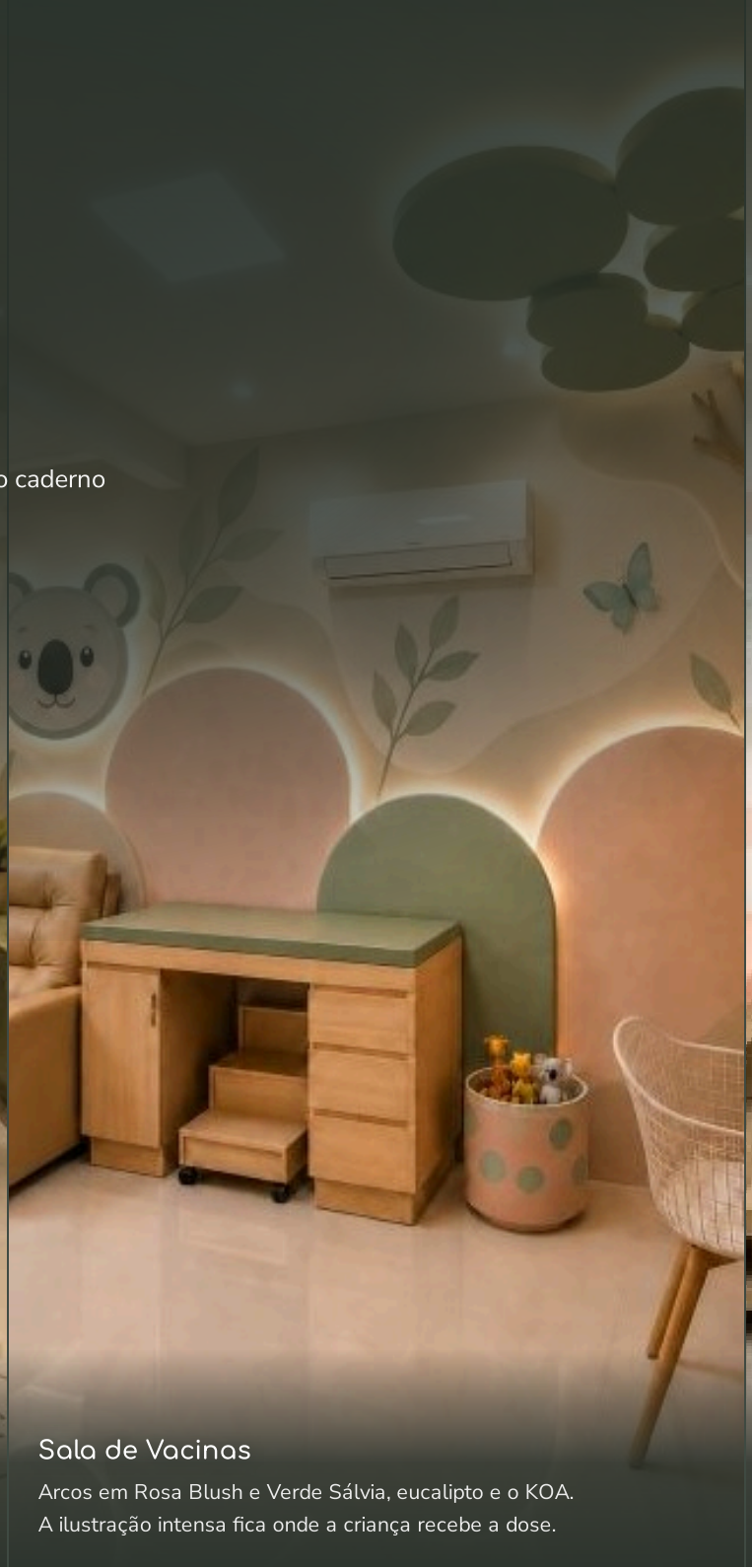
O projeto de arquitetura é a referência de ambientação.

Recepção, Sala de Vacinas e Sala das Princesas seguem o caderno de detalhamento da arquiteta Patrícia Resende.



Recepção

Folhas em sálvia sobre areia, balcão em arco e o logotipo iluminado.
É onde o adulto decide: sóbria e quente.



Sala de Vacinas

Arcos em Rosa Blush e Verde Sálvia, eucalipto e o KOA.
A ilustração intensa fica onde a criança recebe a dose.



Sala das Princesas

Castelo em Rosa Blush sobre areia e ondas suaves.
O mesmo sistema de cor, outra história.

38 · AMBIENTE

A mesma marca na tela e na parede.

COR DA MARCA	TINTA SUVINIL	MDF DE REFERÊNCIA
Areia Koa #F2EFE6	Papel Picado · B148	Areia Noronha (Eucatex) · alt. Areia (Arauco)
Verde Sálvia #B7C1AE	Capim-de-cheiro · C302	—
Verde Floresta #4F6053	—	Verde Floresta, linha Velluto (Duratex)
Rosa Blush #E9C7D3	—	Sal Rosa (Arauco) · alt. Rosa Milkshake (Guararapes)
Azul Nuvem #BFD6E2	—	Azul Sereno (Duratex) · alt. Azul Ardósia (Guararapes)



Recepção

Folhas em sálvia



Espaço de brincar

Areia, sálvia e luz quente

Luz quente de 2700 a 3000 K, madeira clara e tecido cru. Nunca piso e parede brancos com luz fria. A execução física (tinta, MDF, marcenaria, comunicação visual) é contratada pela KOA com seus fornecedores.

39 · AMBIENTE

Onde a floresta entra — e onde ela para.

A ilustração é intensa onde a criança espera e recebe a dose. Recepção e consultório ficam sóbrios: é onde o adulto decide.

SALA DE VACINAÇÃO · ELENCO COMPLETO

A única aplicação em que os cinco Exploradores convivem. O logotipo fica na parede oposta, fora da área ilustrada.

VARIAÇÃO · ELENCO REDUZIDO

Em sala menor, só o KOA. Menos personagens, mesma temperatura — o sistema escala para baixo sem perder identidade.

COMUNICAÇÃO DE PORTA

Símbolo recortado sobre a numeração, em madeira pintada. Fica a 1,40 m — visível para o adulto e para a criança.



Mural com o elenco

Sala de vacinação



Variação com o KOA

Sala menor



Sinalização de porta

Símbolo + numeração

Luz quente de 2700 a 3000 K, madeira clara e tecido cru. Nunca piso e parede brancos com luz fria.

40 · VESTUÁRIO

Uniforme: scrub colorido, fora do branco.

O branco mancha e cansa rápido na rotina de vacinação. O uniforme da KOA é **scrub** — prático, lavável e na cor da marca. Competência técnica na altura em que o adulto olha; encantamento na altura em que a criança olha.



Estampa Os Exploradores

Touca, recorte de bolso, faixa de punho ou jaleco infantil. Nunca sobre o peito.

ESPECIFICAÇÃO

- **Equipe assistencial:** scrub em **Verde Koa** (blusa e calça), logotipo claro no peito esquerdo, nome e registro profissional legíveis.
- **Toque dos Exploradores:** touca com a estampa, ou recorte no bolso — a ilustração fica na barra, no punho ou no bolso.
- **Recepção:** scrub ou polo em Verde Sálvia, com o mesmo logotipo.
- **Tecido:** tricoline ou microfibra com elastano, lavável a 60 °C.

Scrub
Verde Koa

Recepção
Verde Sálvia

Touca
estampa

41 · VESTUÁRIO

As peças do vestuário — e o que muda na v1.1.



Jaleco branco · substituído

A barra ilustrada continua válida como recurso, mas o branco sai do dia a dia da vacinação: mancha rápido e cansa a equipe. Fica reservado a foto institucional e consultório médico.



Camiseta de equipe

Malha penteada, silk fosco. Sobre branco, logotipo policromático; sobre Verde Koa, versão clara. Para ação externa, campanha in company e bastidor.

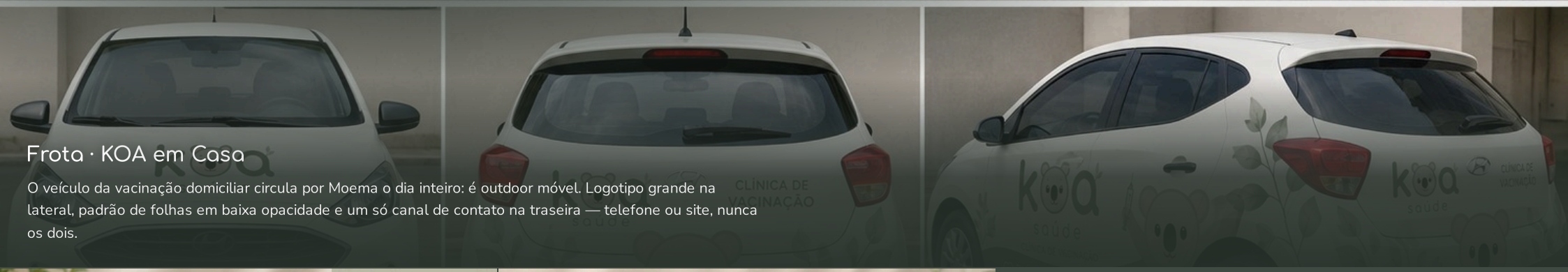
REGRAS QUE VALEM PARA TODAS AS PEÇAS

- Nome e registro profissional sempre legíveis — é o que sustenta a autoridade técnica.
- A ilustração vive na barra, no punho, na touca ou no bolso. **Nunca sobre o peito**, que é do símbolo e da identificação.
- Um personagem por peça. O elenco completo só na ambientação.
- Sem bordado em linha metálica, sem strass, sem estampa corrida em tecido de scrub.

— 42 · OBJETOS

A mídia que continua trabalhando depois que a família vai embora.





Frota · KOA em Casa

O veículo da vacinação domiciliar circula por Moema o dia inteiro: é outdoor móvel. Logotipo grande na lateral, padrão de folhas em baixa opacidade e um só canal de contato na traseira — telefone ou site, nunca os dois.



Sacola

Kraft natural, Chuva de eucalipto a 50%, cordão de algodão cru. Sem plastificação.



Caderno e caneca

Símbolo isolado — o lockup completo não sobrevive nessa escala.

CRITÉRIO PARA APROVAR UM BRINDE

- **Ser útil ou guardável.**
- **Sair da clínica** e ser visto por outras pessoas.
- **Resistir** a ser lavado ou manuseado.

Caneta genérica, chaveiro plástico e balão falham nos três.

43 · BRINDES INFANTIS

Adesivos, tatuagens e Blood Stop: a coleção Os Exploradores.

O brinde de alta fecha a visita com uma lembrança boa. As artes usam o estilo 3D oficial dos personagens e o logotipo na versão principal.



Cartela 1 · KOA e PIP

Tatuagens temporárias e adesivos.



Cartela 2 · LUMI e JOEY

Tatuagens temporárias e adesivos.



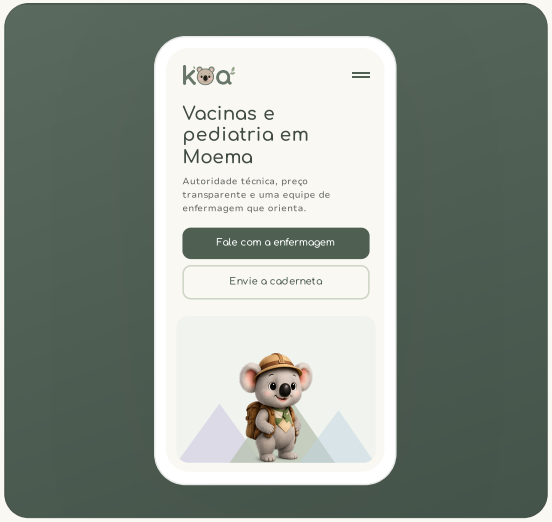
Cartela 3 · NOIX e elenco

Tatuagens temporárias e adesivos.

Blood Stop KOA · 25 mm: os cinco Exploradores em rotação no rolo. Tinta atóxica e adesivo hipoalergênico são exigência para a gráfica; a produção é contratada pela KOA.

44 · DIGITAL

Site e interface: o kit mínimo.



Home · mobile first

Título em Comfortaa 600, corpo em Nunito Sans, botão primário Verde Koa (branco sobre ele: 4,73:1).

COMPONENTES · ESTADOS E TOKENS

BOTÕES

- Primário · Verde Koa
- Hover · Verde Floresta
- Secundário · contorno
- Destaque · Rosa Blush
- Desabilitado

Controles inativos são isentos do contraste mínimo (WCAG 1.4.3) — ainda assim mantemos o rótulo legível.

CAMPOS E AVISOS

- Nome completo
- Foco · anel de 3 px
- Erro · com texto explicativo
- Aviso informativo
- Contraindicação · sempre com ícone

REGRAS DE INTERFACE

- **Página de vacinas:** conteúdo técnico organizado, **preço visível** e três saídas sempre à mão — "Fale com nossa equipe de enfermagem", "Envie a caderneta para avaliação" e "Receba uma orientação personalizada". Sem funil de perguntas antes do atendimento humano.
- **Raio de canto:** 10 px em componentes, 20 px em cartões, 100 px em pílulas. Nunca canto vivo.
- **Espaçamento:** grade de 8 px. Toda margem e respiro é múltiplo de 8.
- **Sombra:** duas apenas — padrão e elevada. Sempre difusa, de baixa opacidade e em tom esverdeado (rgba 63,74,66). Nunca sombra preta.
- **Alvo de toque:** mínimo 44 × 44 px. Metade do público está com uma criança no colo usando uma mão só.
- **Foco visível:** obrigatório em todo elemento navegável por teclado. Nunca outline: none.
- **Movimento:** transições de 150–250 ms. Respeitar prefers-reduced-motion.

45 · DIGITAL

A página de vacinas informa e qualifica. A equipe orienta e cuida.

É a vitrine da autoridade técnica da KOA: muito conteúdo, bem organizado, fácil de consultar — e com preço visível. O preço transparente comunica confiança, qualifica o contato e poupa o tempo do comercial.

AUTORIDADE TÉCNICA → SEGURANÇA → TRANSPARÊNCIA → CUIDADO INDIVIDUALIZADO → CONFORTO E EXPERIÊNCIA → FALAR COM UMA ENFERMEIRA

O QUE A PÁGINA TRAZ

- Calendário vacinal por fase da vida
- Ficha técnica de cada vacina, em linguagem de adulto
- Vacinação domiciliar e pacotes
- Tabela de preços visível, sem "consulte"
- Como funciona o atendimento, passo a passo

O DIFERENCIAL

A referência do setor é institucional e automatizada: a pessoa pede orientação, é mandada para o site e passa por várias perguntas antes de falar com alguém. A KOA inverte isso — **humano e consultivo**, com a enfermagem a um clique de distância.

O lúdico acolhe o ambiente e os materiais; na página de vacinas quem lidera é o conteúdo técnico.

AS TRÊS SAÍDAS, SEMPRE VISÍVEIS

- **Fale com nossa equipe de enfermagem**
- **Envie a caderneta para avaliação**
- **Receba uma orientação personalizada**

Nenhuma delas cobra formulário longo antes do atendimento humano.

Validação obrigatória: preço, cobertura, indicação, contraindicação e qualquer afirmação clínica são revisados pela KOA e pelo responsável técnico antes de publicar — CFM, COFEN, ANVISA e as regras de publicidade em saúde.

46 · SOCIAL

Redes sociais: um feed que se reconhece na miniatura.

O perfil da Amo Vacinas Moema será reposicionado, não recriado — a base de seguidores é ativo. A transição é visual e verbal, e acontece em três semanas.



Ritmo do grid 3×3

Alternância obrigatória: institucional → personagem → conteúdo → foto real. Nunca três posts ilustrados seguidos, nunca três textos seguidos.

AVATAR

Símbolo isolado centralizado sobre Areia Koa ou Rosa Blush. **Nunca o logotipo completo** — em 32 px o "saúde" vira mancha. Como a marca é nova, o nome de exibição do perfil ("KOA Saúde") faz o trabalho que o símbolo sozinho ainda não faz.

FORMATOS

Feed 4:5 (ocupa mais tela). Stories e Reels 9:16 com área segura de 250 px no topo e 320 px na base. Capa de destaque: símbolo sobre cor sólida.

LEGENDAS

Primeira linha entrega a informação — sem "arrasta pra ver". Máximo 3 hashtags, todas relevantes. Emoji: no máximo um, e nunca em conteúdo clínico.

GOOGLE MEU NEGÓCIO

Perfil novo com o mesmo avatar, fotos reais do espaço (não render), horário correto e resposta a **todas** as avaliações — inclusive as negativas, no tom da retificação.

46 · SOCIAL

A virada do perfil, sem perder a base.

COR NO FEED

O verde fechado sai do grid: fundos em Verde Sálvia (o mesmo tom da parede, Suvinil Capim-de-cheiro), Rosa Blush e Areia. Verde Floresta só em texto e logotipo.

PLANO DE VIRADA DO PERFIL · 3 SEMANAS

- **Semana 1 · preparar.** Conteúdo de bastidor sobre a mudança, sem revelar a marca. Mantém o alcance ativo.
- **Semana 2 · revelar.** Troca de nome, avatar e bio no mesmo dia. Post de manifesto + carrossel explicando o que muda e o que não muda (equipe, endereço, histórico).
- **Semana 3 · consolidar.** Grid já 100% KOA. Lista de transmissão no WhatsApp e e-mail para a base ativa, com o mesmo texto.
- **Regra da virada:** nunca dizer “deixamos de ser franquia”. Dizer o que a família ganha: mais serviços, mesmo time, mesmo lugar.

— 47 · MOTION

Como a marca se move.

Movimento é temperatura. Uma animação acelerada com salto e ricochete transformaria a KOA em desenho animado; uma animação linear e dura a transformaria em software corporativo. A marca se move como respiração.

ASSINATURA DE ENCERRAMENTO · 2,5 S



0,0–0,6 s	O broto do “k” cresce a partir da haste. Nada mais se move.
0,6–1,2 s	O coala entra por scale-up de 0,86 a 1,0 e pisca uma vez.
1,2–1,8 s	“saúde” aparece por fade com abertura de entreletra de 0 a +20%.
1,8–2,5 s	A assinatura institucional entra abaixo e o quadro respira.

Esta animação é a **especificação**, não uma ilustração dela. Os tempos e o easing acima são os que devem ser reproduzidos em After Effects, Lottie ou CSS.

SOM

- Paleta acústica: instrumentos de madeira, cordas dedilhadas, ambiência natural leve.
- **Proibido:** trilha de suspense, batida eletrônica, jingle cantado, som de agulha ou de choro.
- Assinatura sonora: três notas ascendentes em madeira, ≤ 1,2 s, sempre no fim.
- Todo vídeo publicado com legenda embutida — a maioria assiste sem som.

— 47 · MOTION

Princípios de animação.

PRINCÍPIOS DE ANIMAÇÃO

- **Easing:** sempre ease-out ou ease-in-out. Nunca linear, nunca bounce, nunca elástico.
- **Duração:** 150–250 ms em interface; 400–800 ms em elementos narrativos.
- **Um movimento por vez.** Elementos entram em sequência, nunca todos juntos.
- **Sem rotação do logotipo** e sem parallax agressivo.

Acessibilidade em movimento: nada pisca mais de três vezes por segundo (risco de convulsão fotossensível), e toda animação decorativa é suprimida quando o sistema do usuário pede prefers-reduced-motion. Informação nunca depende exclusivamente de animação para ser compreendida.

48 · GOVERNANÇA

Quem decide, o que se aprova e como a marca envelhece bem.

PAPÉIS

- **Guardião da marca** — uma pessoa nomeada, com poder de veto sobre qualquer peça pública. Sem guardião único, a marca se dissolve em seis meses.
- **Aprovadores de conteúdo clínico** — responsável técnico valida toda afirmação de saúde antes da publicação. Sem exceção.
- **Produtores** — agência, designers, fornecedores e a própria equipe. Trabalham a partir deste guia e do kit de ativos.
- **Revisão do guia** — a cada 6 meses, ou sempre que uma peça nova virar padrão.

KIT DE ATIVOS · O QUE ENTREGAR A TODO FORNECEDOR

- Logotipo vetorial nas cinco versões — `koa-logo-principal`, `-mono`, `koa-logo-reduzido`, `koa-logo-principal`, `koa-logo-claro`, `koa-logo-preto`, `koa-logo-reduzido`, `koa-simbolo` — cada um com variante clara e preta (SVG; exportar AI/EPS/PDF a partir deles). Há ainda `-1cor`, achatada em um tom só, para gravação, bordado e carimbo.
- Personagem KOA em PNG com fundo transparente, alta resolução
- Elenco de apoio em vetor · biblioteca de ícones · grafismos
- Fontes Comfortaa e Nunito Sans com licença SIL OFL
- Paleta em .ase (Adobe) e tokens CSS/JSON
- Este brandbook em HTML e PDF

CHECKLIST DE APROVAÇÃO · RODE ANTES DE PUBLICAR QUALQUER COISA

- [ ] O logotipo está em versão correta, com respiro e acima do tamanho mínimo?
- [ ] A proporção 60·25·10·5 foi respeitada — e o Coral ficou abaixo de 5%?
- [ ] Todo texto passa em 4,5:1 — e nenhum texto pequeno está em Verde Sálvia 500 ou Mel?
- [ ] Só um grafismo, no máximo dois personagens, no máximo três níveis de hierarquia?
- [ ] Se a peça tem preço, contraindicação ou informação clínica: **zero personagens**?
- [ ] O texto passa no teste de voz — nada de diminutivo, medo, urgência fabricada ou clichê do setor?
- [ ] Nenhuma promessa de que “não vai doer” e nenhuma afirmação clínica sem validação técnica?
- [ ] Há uma única tagline, e ela é a certa para o contexto?
- [ ] Imagens com texto alternativo, vídeos com legenda, contraste verificado?
- [ ] Publicidade de serviço de saúde: respeita as normas do CFM/COREN aplicáveis?

GOVERNANÇA · VALIDAÇÃO

Esta versão é a Fase 1 validada.

O Guide foi submetido à validação página a página e aprovado com retorno único e consolidado, nos termos das Cláusulas 5.2 e 5.4 do contrato.
Validação feita por **Camila**, sócia da KOA Saúde, em **03/09/2026**.

50	38	10	12
páginas validadas	aprovadas sem ressalva	aprovadas com ajuste pontual	ajustes executados nesta versão

AJUSTE SOLICITADO	COMO FOI RESOLVIDO
Menos verde escuro fechado; mais rosa blush, lilás e verde claro	Paleta oficial v1.1, com proporção por contexto
Terreno competitivo e referência de posicionamento	Capítulo 1 reescrito com a leitura da KOA
Coral	Retirado da marca; destaque passa a ser Rosa Blush
Grafia NOIX	Corrigida no documento inteiro
Papelaria: guia de produtos, folders e flyers	Em produção
Certificado de Coragem com 6 estampas	Em produção
Passaporte com outros personagens	Em produção
Fachada e salas	Arte final da fachada e projeto da arquitetura como referência
Uniforme sem branco, em scrub	Uniformes aprovados e enviados para confecção

PLANILHA DE VALIDAÇÃO

Página a página, com status, o ajuste solicitado e onde foi executado. É o documento que encerra a Fase 1 e libera a Fase 2.

Baixar a planilha validada (.xlsx)

Validação de 03/09/2026 · três abas: Resumo, Validação Fase 1 e Ajustes a executar.

Regra de governança: ajustes posteriores em itens já aprovados dependem de aceite prévio da Alummiô e podem implicar custo operacional adicional (Cl. 5.4 e 15.2).

GOVERNANÇA · DEFINIÇÕES

As definições que orientam esta versão.

Conforme orientações concedidas pela sócia **Camila** em 27 e 28 de agosto de 2026, consolidadas aqui para que toda peça nasça alinhada.

OPERAÇÃO · O QUE ENTRA NA VIRADA

- Vacinação na clínica e domiciliar, com o mesmo escopo de imunização de hoje
- Aplicação de medicamentos, incluindo as parcerias e planos já vigentes
- Pediatria: atendimento geral, **sempre agendado**, com agenda crescendo até ser diária
- Furo de orelha humanizado, com conforto e analgesia — LEDterapia entra após a capacitação
- **Sem** urgência ou pronto atendimento

PÓS-VIRADA · CONSTRUÇÃO DA KOA NO MERCADO

- Exames laboratoriais com coleta infantil na clínica
- Triagem e prevenção: bochechinha, pezinho ampliado e testes rápidos
- Especialidades pediátricas
- Parcerias e laboratórios: negociações só depois da KOA oficialmente na rua
- **Odontopediatria não é serviço da KOA** — sinalizar "Espaço Dra. Júlia Vasconcelos dentro da KOA Saúde"

POSICIONAMENTO E SITE

- Autoridade técnica de padrão hospitalar, sem cara nem experiência de hospital
- Ordem da mensagem: autoridade → segurança → transparência → cuidado individualizado → conforto → falar com a enfermagem
- Preço transparente no site: qualifica o contato e poupa o comercial
- Lúdico, Montessori, moderno e premium — sem o lúdico se sobrepor à saúde
- Diferencial: humano e consultivo, onde o setor é automatizado

✳ **Fonte desta página:** definições da sócia Camila (27 e 28/08/2026) e validação do Guide em 03/09/2026. O conteúdo técnico, clínico, de preço e de cobertura é revisado e validado pela KOA antes de qualquer publicação.

— 49 · SOM

A marca também tem um som.

Trinta segundos gravados especialmente para a KOA. Madeira, cordas dedilhadas e ambiência natural — a tradução acústica da mesma paleta dessaturada que rege o visual. Num setor que usa trilha genérica de banco, ter som próprio é diferenciação barata e imediata.



OS TRÊS CORTES OFICIAIS

Completa · 30s
Filme institucional, vídeo de fachada, ambientação na recepção.

Redes · 15s
Reels, Stories e anúncio. Entra depois do primeiro segundo de fala.

Sting · 4,5s
Fecha qualquer peça sobre a assinatura de marca. Nunca no meio.

COMO USAR

- **Sempre abaixo da voz.** Em peça com locução ou depoimento, a trilha fica a −18 dB do diálogo. Ela acompanha, não disputa.
- **O sting fecha, nunca abre.** Ele resolve; usar na abertura queima o efeito.
- **Legenda obrigatória.** A maioria assiste sem som — a trilha é ganho, jamais requisito para entender.
- **Nunca em conteúdo clínico sensível.** Comunicado de crise, aviso sanitário e retificação vão sem trilha.
- **Sem autoplay com som.** Em site e artefato digital, o som só toca por ação da pessoa.

FICHA TÉCNICA · MEDIDA DO ARQUIVO

ANDAMENTO
96 BPM
Ritmo de passo tranquilo — nem parado, nem apressado.

CENTRO TONAL
Lá menor
Notas dominantes A, C, E e G. Modo suave, sem tensão.

LOUDNESS
−13,7 LUFS
Pico real −1,3 dBTP. Sem clipping, com margem para mixar sob voz.

FAIXA DINÂMICA
4,7 LU
Compacta e constante: funciona em celular e em caixa de ambiente.

POR QUE ESTE SOM E NÃO OUTRO

O espectro é dominado por médio-grave (32%) e agudo (27%), com pouquíssimo grave (10%). É a assinatura acústica de **instrumento de madeira**, não de sintetizador — coerente com a regra de materiais do ambiente e com a temperatura da paleta.

Proibido: trilha de suspense, batida eletrônica, jingle cantado com o nome da marca, e qualquer som de agulha, choro ou alerta hospitalar.

RESUMO

A marca em uma página.

Feito para imprimir e colar na parede. Se alguém só puder ler uma página deste guia, que seja esta.

koa saúde

Ninguém cresce sozinho.

cuidado integral que cresce com a família

O QUE SOMOS

A clínica de Moema que reúne vacinação, Pediatria e cuidado infantil em um **acompanhamento contínuo**, com autoridade técnica e sem cara de hospital — porque cuidar de quem cresce exige memória, não apenas atendimento.

COR

Floresta · Koa · Sálvia · Areia · Blush · Lilás · Nuvem

TIPOGRAFIA

Comfortaa · títulos

Nunito Sans · texto e material clínico

VALORES

CORAGEM · CURIOSIDADE · CUIDADO · PROTEÇÃO

A REGRA QUE RESOLVE 90% DAS DÚVIDAS

Falamos com adultos.
Encantamos crianças.
Nunca o contrário.

Ilustração e personagens para a criança. Fotografia, número e tipografia de adulto para quem decide e paga. Preço, bula e contraindicação: **zero personagens**.



Ninguém cresce sozinho.

KOA saúde

Brandbook KOA Saúde · Versão final de entrega · Setembro de 2026

Conforme validação do projeto e orientações concedidas pela sócia Camila

Construção de marca por **Alummiô** — Comunicação, Marketing & Performance

Direção: Thayana Moura e Anderson Varela · alummio.com.br

Documento vivo · próxima revisão em março de 2027