



MANUAL DAMARCA

GRUPO BAHAMAS



Seja bem-vindo(a) ao manual de utilização da marca do **Grupo Bahamas**. Ao seguir as orientações expressas neste documento, você contribuiu para preservar as características essenciais de nossa marca, reforça o nosso jeito de se comunicar e, claro, impulsiona o reconhecimento de nosso negócio perante stakeholders internos e externos.

Conheça as versões do logo, as fontes, as cores e outras orientações importantes para zelar por nossa imagem. Siga-as corretamente e facilite a percepção dos valores de nossa identidade pelas pessoas. Assim, você colabora para a construção de uma empresa cada vez mais forte.

Boa leitura!





O GRUPO BAHAMAS

Fundado em 1983 pelos sócios Paulo Roberto e Jovino Campos, o Grupo Bahamas é uma das maiores empresas de varejo do país.



MISSÃO

Ser a melhor solução para o dia a dia das pessoas, oferecendo produtos e serviços de qualidade, a preços justos e contribuindo para uma sociedade melhor.



VISÃO

Estar entre as maiores empresas de varejo alimentar do Brasil, com crescimento sustentável.



VALORES

Somos comprometidos com a responsabilidade socioambiental;

Valorizamos a simplicidade;

Respeitamos e somos diversos;

Transparência é essencial;

Ética e respeito são leis inegociáveis;

Prezamos a excelência no atendimento ao cliente;

Temos orgulho das nossas histórias.

BR O GRUPO
RAHAMAS

NOSSAS MARCAS

BAHAMAS
Mercado 

BAHAMAS
SuperMercado 

BAHAMAS
Hiper 

EMPÓRIO
BAHAMAS

BAHAMASMIX
O MENOR PREÇO NO VAREJO MELHOR AINDA NO ATACADO

BAHAMAS
express 

BAHAMAS
cred

BAHA PET 
O SEU ATACAREJO PET & GARDEN

IDENTIDADE VERBAL



A forma de comunicar a nossa marca reflete a nossa personalidade. Por isso, escrevemos buscando um diálogo simples, direto e de fácil assimilação para todos. Quando conversamos com o público, somos:

- **Simple**s e **leves**, sem sermos pejorativos ou complexos;
- **Versáteis** e **dinâmicos**, sendo entendidos por todas as idades, classes, etc.;
- **Atuais**, entendendo o contexto da sociedade para fazer parte da conversa.

E o mais importante: falamos sempre de igual para igual, em uma comunicação horizontalizada que engaja, motiva e emociona. Nunca usamos tom professoral ou superior, seja quem for o nosso interlocutor.

ATRIBUTOS

São conceitos gerais que permeiam a nossa comunicação:

-  Compromisso
-  Momento de compra
(entender o momento do cliente)
-  Facilidade
-  Tranquilidade
-  Economia
(Ofertas, preço baixo, promoções e suas variantes)
-  Variedade
-  Qualidade
-  Cidadania
(Empresa Cidadã)
-  Casa e comércio
(varejo e atacado)
-  Família



IDENTIDADE VISUAL

Um conceito forte é resultado de muito estudo, criatividade e dedicação.



No início, foram várias propostas...

GRUPO/BAHAMAS



GRUPO / **BAHAMAS**



**GRUPO
BAHAMAS**



LOGOTIPO

Até o nosso logo nascer com a seguinte ideia:



ABERTURA

A história do Grupo Bahamas **começa em março de 1983**, quando os sócios-fundadores, Paulo Roberto e Jovino Campos, inauguraram um pequeno bar no bairro Santa Luzia, em Juiz de Fora – MG.



An aerial photograph of a large, modern commercial building, possibly a supermarket or warehouse, with a parking lot in the foreground. A large, bright red arrow points upwards from the bottom center of the image, pointing towards the text 'ABERTURA' and 'EXPANSÃO'.

ABERTURA

EXPANSÃO

O primeiro empreendimento logo se transformou em um mercado, depois em um supermercado **até alcançar o patamar de rede** que atende diversas cidades e faz parte da rotina de milhões de pessoas.

An aerial photograph of a large retail store complex, likely a shopping center, with a prominent red triangle overlaid in the center. The text 'ABERTURA' is positioned to the left of the triangle, and 'EXPANSÃO' is to the right. Below the triangle, the text 'MINAS GERAIS' is displayed. A paragraph of text is located at the bottom right of the image, describing the company's presence in the state.

ABERTURA

EXPANSÃO

MINAS GERAIS

Atualmente, o Grupo Bahamas está entre as maiores empresas de varejo do Brasil, sendo protagonista em Minas Gerais e levando o **orgulho de ser mineiro** como uma bandeira que chega cada vez mais longe.

ABERTURA &
EXPANSÃO &
MINAS GERAIS



CRESCIMENTO
CONTÍNUO

O símbolo da bandeira de Minas Gerais também pode ser visto e interpretado como uma representação de **evolução** e **crescimento contínuo**. Pensando nisso, o símbolo é aplicado junto ao logo para remeter à ideia de **expansão** constante da empresa.



**GRUPO
BAHAMAS**

LOGO HORIZONTAL



**GRUPO
BAHAMAS**

LOGO VERTICAL

CORES

A paleta de cores segue o **azul** e o **vermelho**, já tradicionais da marca, e o **cinza**, como cor complementar.



#252376

Azul:
confiança,
credibilidade
e segurança.



#DB1C23

Vermelho:
determinação,
energia e paixão
pelo que se faz.

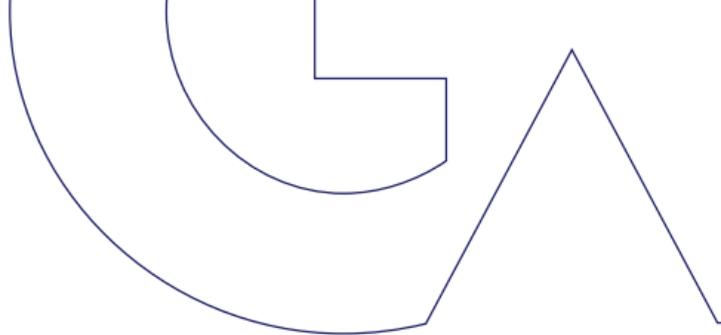


#929397

Cinza:
solidez,
modernidade
e compromisso.

TIPOGRAFIA

Para a tipografia, utilizamos a fonte **Metropolis Extra Bold** com dois objetivos claros: facilitar a leitura (assimilação) e aplicá-la nos mais variados contextos em que a marca é empregada.



Metropolis Extra Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

1234567890



ÁREA DE PROTEÇÃO

A área de proteção garante o respiro visual entre a marca e os demais elementos presentes ao redor. A distância equivale ao símbolo (g/triângulo/b).

Este espaço não deve ser violado.



VARIAÇÕES

Só são permitidas as variações apresentadas.



VARIAÇÕES

Opções **monocromáticas** para casos **restritos**.



APLICAÇÕES



PEÇAS

Algumas aplicações em peças diversas.







Carlos Eduardo
REPRESENTANTE
COMERCIAL

GB GRUPO
BAHAMAS



GB GRUPO
BAHAMAS

GB GRUPO
BAHAMAS



Faz parte do compromisso
zelar por uma marca forte.