



MANUAL DE REFERÊNCIA LOJA DE CIDADÃO

PARTE V IDENTIDADE, IMAGEM E SINALÉTICA

FICHA TÉCNICA

Título	Lojas de Cidadão - Manual de Referência - Parte V - Identidade, Imagem e Sinalética		
Autor	Equipa de Marketing e Comunicação/ Agência para a Reforma Tecnológica do Estado, I.P.		
Versão	1.2	Data de versão	04/12/2025
Revisto por	Equipa de Marketing e Comunicação	Data de revisão	04/12/2025
Classificação	Restrito	Nº de pág.	59
Referência	---		
Aprovado por	Conselho Diretivo	Data aprovação	DEZ/2024
Contactos	Morada: Rua de Santa Marta, n.º 55, 2.º e 3.º, 1150 - 294 Lisboa Tel.: 21723 12 00 www.arte.gov.pt comunicacao@arte.gov.pt		

Histórico de alterações

Data	Versão	Descrição	Responsável
29/01/2025	1.1	Logótipo vertical, Balcão de informações, Bandeirola exterior (logótipo), Diretório Digital, Sinalética Drecional.	EMC/IA
04/12/2025	1.2	Pág. 23, 24, 25, 26, 27, 29, 34, 38, 39, 40, 41, 45, 46, 50, 52, 53	EMC/IA

ÍNDICE

NORMAS DA MARCA	3
INTRODUÇÃO	4
1. MARCA	5
1.1. Logótipo	6
1.2. Símbolo	7
1.3. Cores	8
1.4. Tipografia	9
1.5. Assinatura	10
1.6. Área de segurança	11
1.7. Versões do logótipo	12
1.8. Comportamento cromático	13
1.9. Aplicação em fotografia	14
1.10. Dimensões mínimas	15
1.11. Aplicações incorretas	16
2. SINALÉTICA LOJA DE CIDADÃO	17
2.1. Princípios e conceitos da Loja Cidadão	18
2.2. Cores	19
2.3. Elementos visuais	20
3. IMAGEM EXTERIOR DA LOJA	21
3.1. Sinalética de entrada da Loja	22
3.2. Sinalética de entrada e logótipo	23
3.3. Sinalética de entrada em galeria comercial	24
3.4. Sinalética de entrada em edifícios históricos	25
3.5. Placa exterior iluminada	26
3.6. Totem exterior	26
3.7. Horário	27
3.8. Avisos na entrada	28
3.9. Mupis digitais	28
3.10. Decoração de montras	29
3.11. Decoração de superfícies vidradas	30
4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA	31
4.1. Entrada de Loja	32
4.2. Dispensadora de senhas	34
4.3. Diretório digital	35
4.4. Balcão de informações	37
4.5. Placas de entidade	38
4.6. Área da entidade	39
4.7. Numeração de posto	40
4.8. Painel de informações	41
4.9. Placa numeração de slot	41
4.10. Sinalética direcional	42
4.11. Caracterização de espaços comuns – zona de espera	43
4.12. Caracterização de espaços comuns – vãos interiores	44
4.13. Sinalização de zonas comuns – WC	45
4.14. Sinalização de zonas comuns – acesso restrito	46
4.15. Placa de inauguração	46
4.16. Placa de financiamento	46
4.17. Identificação de funcionários	47
5. ATENDIMENTO DA ARTE NA LOJA	48
5.1. Espaço Cidadão	49
5.2. Mobiliário	50
6. MODELOS DE COMUNICAÇÃO	51
6.1. Formulários	52
6.2. Avisos	53
7. VIATURAS	54
7.1. Decoração	55
8. MERCHANDISING	56
8.1. Aplicações	57

NORMAS DA MARCA

Este Manual concentra as normas gráficas da marca Loja de Cidadão, alinhada com o ecossistema do serviço omnicanal de atendimento para cidadãos e empresas, a marca gov.pt.

Estas diretrizes devem ser aplicadas de forma rigorosa na produção de todo o tipo de peças gráficas e a designação em qualquer peça ou texto deve ser sempre “Loja de Cidadão”.

É um instrumento de trabalho prático e completo, que guia a utilização gráfica da marca nas diversas ocasiões. Só assim pode ser garantida a coerência de imagem e personalidade, fundamental para que a marca seja percecionada como uma entidade única.

Os elementos e peças apresentados, assim como as normas gráficas de utilização, constituem a imagem da marca, devendo ser integralmente respeitados em todos os seus aspetos. Qualquer incongruência com as normas descritas neste manual poderá fragilizar a identidade da marca.

INTRODUÇÃO

A identidade da Loja de Cidadão reflete uma nova filosofia na relação entre a Administração Pública e o Cidadão.

A proximidade é um dos fatores que mais se destaca neste projeto, que orientou, desde o início, toda a concepção dos espaços, organização de serviços, com vista a uma vivência confortável, clara e atual.

A marca representa esta faceta da Administração Pública, que simboliza o Cidadão (o centro) e um serviço simples, dinâmico e moderno que se materializa à sua volta (a envolvente).

Os espaços de atendimento são igualmente acessíveis e funcionais na sua organização, contendo modelos de serviço inovadores, adequados às necessidades reais de uma sociedade moderna.

A intervenção nos espaços de atendimento visa, ela também, uma nova experiência de interação sustentada por uma nova noção de acessibilidade e rapidez na identificação dos serviços. Para isto, contribui uma visão especializada sobre a organização das funcionalidades e o destaque atribuído à componente de identificação e sinalização dos fluxos e percursos no espaço arquitetónico.

A imagem das Lojas de Cidadão, aqui apresentada, foi atualizada e está mais simples na sua forma e cor e representa um novo conceito mais dinâmico, centrado nas necessidades e nas expectativas dos seus utilizadores, baseado em soluções transversais, na articulação de serviços e na agregação de valor associado ao contexto socio-demográfico específico de cada Loja.

Este novo conceito pretende ser suficientemente flexível para se poder adaptar ao contexto de implantação de cada Loja mas deverá marcar, necessariamente, uma mudança no modelo de prestação de serviços, colocando o utilizador no centro do processo e com o objetivo de proporcionar ao Cidadão um serviço mais eficiente e ágil, com diferentes valências de atendimento e que sirva como veículo para a literacia digital da sociedade e para a promoção da igualdade e da inclusão.

Neste Manual a cor azul ganhou força e personalidade e nova identidade visual pretende transmitir modernidade, inovação, maior flexibilidade e transversalidade.

1. MARCA

1.1. Logótipo

1.2. Símbolo

1.3. Cores

1.4. Tipografia

1.5. Assinatura

1.6. Área de segurança

1.7. Versões do logótipo

1.8. Comportamento cromático

1.9. Aplicação em fotografia

1.10. Dimensões mínimas

1.11. Aplicações incorretas

1. MARCA

1.1. LOGÓTIPO

O logótipo é o elemento mais distintivo da marca em todas as suas ações de comunicação, publicidade, sinalização e merchandising.

Esta é uma das versões do logótipo, composto por um símbolo e lettering, para o universo presencial da marca, no ecossistema omnicanal de atendimento.

O símbolo, cores e estilo do lettering é o elemento comum ao universo digital e presencial.



1. MARCA

1.2. SÍMBOLO

O símbolo é a evolução e estilização do logótipo das Lojas Cidadão para um símbolo mais moderno, mais atual e mais identitário do atendimento omnicanal.

Mantém-se a associação do símbolo a ter como foco a proximidade ao “Cidadão” e o seu relacionamento com serviços, mais simples, modernos e dinâmicos.

Este símbolo é transversal aos vários canais de atendimento: gov.pt, Lojas de Cidadão, Espaços Cidadão, Linha telefónica e App, de forma a que a identidade visual de todo o ecossistema de atendimento seja mais uniforme, consistente, coesa e reconhecida.



1. MARCA

1.3. CORES

A nova identidade visual apresenta-se na cor azul e pretende transmitir modernidade, inovação, maior flexibilidade e agilidade, valores associados a um novo modelo de atendimento baseado no conceito omnicanal com soluções mais transversais e articuladas entre serviços.

São três as cores com que a marca se apresenta: uma cor principal e duas cores secundárias.



Principal

Azul Marca

HEX #1A65FA
RGB 26, 101, 250
CMYK 90, 60, 0, 2
PANTONE 2727 C
RAL 5015
VINIL MATE ORACAL 052M
PVC --- (ou equivalente)

Secundárias

Azul Escuro

HEX #002B82
RGB 0, 43, 130
CMYK 100, 67, 0, 49
PANTONE 2747
RAL 5013
VINIL MATE ORACAL 065M
PVC --- (ou equivalente)

Azul Claro

HEX #1CA3FC
RGB 28, 163, 252
CMYK 89, 35, 0, 1
PANTONE 2995
RAL 5012
VINIL MATE ORACAL 053M
PVC --- (ou equivalente) Pág.8

1. MARCA

1.4. TIPOGRAFIA

A fonte principal da marca é a Firme que deverá ser utilizada nos suportes de comunicação.

A Noto Sans é a fonte escolhida na impossibilidade de usar a fonte principal.

Disponível em: <https://fonts.google.com/noto>

Fonte: Firme

abcdefghijklmnopqrstuwxz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Fonte: Noto Sans

abcdefghijklmnopqrstuwxz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Firme Family
abc

Firme Thin

Firme Book

Firme Medium

Firme Bold

Firme Extrabold

Firme Black

1. MARCA

1.5. ASSINATURA

A assinatura é uma promessa clara e próxima com os cidadãos.

Estarmos ligados implica estarmos disponíveis, em qualquer momento e em qualquer situação. Implica estarmos dispostos a ouvir, a resolver, a ajudar o cidadão naquilo que ele precisa de concretizar.

A opção de utilização do logótipo com assinatura irá depender dos meios de comunicação e público-alvo.

A assinatura pode ser utilizada em peças de comunicação sem que esteja diretamente associada ao logótipo.



**Loja
Cidadão**

**Serviços Públicos
ligados a si**

A assinatura deve respeitar a distância mínima, alinhamento e proporções indicadas quando apresentada junto ao logótipo.

1. MARCA

1.6. ÁREA DE SEGURANÇA

Para que o logótipo mantenha uma leitura eficaz, deve ser considerada uma área de segurança à sua volta, com o objetivo de o proteger face a outros elementos gráficos. A referência é o círculo interior do “o”.

Estas margens referem-se às distâncias mínimas definidas, devendo ser sempre respeitadas e, sempre que possível, aumentadas.

Estas margens aplicam-se também às restantes marcas desta identidade visual.



1. MARCA

1.7. VERSÕES DO LOGÓTIPO

Deve ser dada prioridade à aplicação do logótipo nas versões principais. Em algumas situações é admitida a aplicação do logótipo com símbolo a azul e lettering a branco, nomeadamente em fachadas de Lojas e peças de comunicação.

Para prever diferentes necessidades de aplicação e limitações condicionadas pelos diferentes tipos de suportes, foram criadas versões do logótipo que possibilitam utilização em casos de horizontalidade e verticalidade extrema.

Para a reprodução do logótipo em qualquer formato ou material, devem ser sempre respeitadas as proporções e cores do logótipo original.

Versões principais



Outras versões



1. MARCA

1.8. COMPORTAMENTO CROMÁTICO E MONOCROMÁTICO

O logótipo deve sempre apresentar-se nas suas cores principais e adaptar-se ao contexto de aplicação em que se insere, garantindo sempre a sua boa leitura. Deve ser preservado o contraste entre a cor do fundo e o logótipo à semelhança dos exemplos apresentados.

Na impossibilidade de formatos coloridos, a cor do logótipo deve ser 100% branca ou preta, garantindo assim o contraste máximo.



1. MARCA

1.9. APLICAÇÃO EM FOTOGRAFIA

O logótipo pode ser aplicado sobre um fundo fotográfico, desde que este não comprometa a sua legibilidade. Deve ser preservado o contraste entre a fotografia e o logótipo.



1. MARCA

1.10. DIMENSÕES MÍNIMAS

Para garantir a legibilidade do logótipo e símbolo, devem ser respeitadas as dimensões mínimas aqui descritas, tanto para ecrã como para impressão.

Estas dimensões referem-se aos limites mínimos definidos, devendo ser respeitadas e, sempre que possível, aumentadas.

Sem assinatura

Ecrã - 150px



Impressão - 30mm

Com assinatura

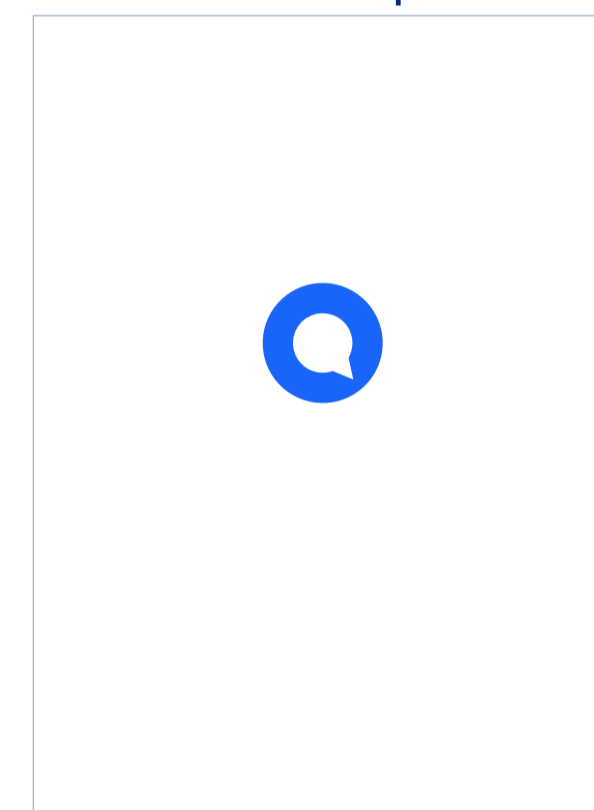
Ecrã - 175px



Impressão - 40mm

Símbolo

Ecrã - 45px



Impressão - 9mm

1. MARCA

1.11. APLICAÇÕES INCORRETAS

O logótipo não deverá ser alterado de forma a não prejudicar a coerência e percepção da identidade da marca.

É também necessário respeitar a integridade da assinatura, preservando a sua estrutura formal e cromática.

Do lado direito são apresentadas algumas das incorreções mais frequentes.

Não adulterar a configuração do logótipo nem a disposição do símbolo e das letras.



Não criar nenhum tipo de gradiente no logótipo. Não atribuir ao logótipo uma cor diferente.



Não distorcer, achatar, inclinar ou rodar nenhum elemento.



2. SINALÉTICA

LOJA DE CIDADÃO

2.1. Princípios e conceitos da Loja de Cidadão

2.2. Cores

2.3. Elementos visuais

2. SINALÉTICA LOJA DE CIDADÃO

2.1. PRINCÍPIOS E CONCEITOS DA LOJA DE CIDADÃO

As primeiras Lojas de Cidadão, consideradas de 1ª Geração, foram abertas em grandes centros urbanos, com horários alargados, e nelas as entidades que as integraram teriam postos de atendimento fora da sua rede de atendimento tradicional.

O conceito foi alargando ao resto do País e surgiram no território nacional as Lojas de 2ª Geração, com um horário reduzido, levando a Loja de Cidadão a cada concelho.

Um novo paradigma surge em 2014, com a nova vaga de Lojas de Cidadão, construídas e geridas pelos municípios. No fundo, tratam-se de Lojas de Cidadão de 2ª Geração, com autonomia de gestão, mas associadas à Rede Nacional de Lojas, com a obrigação de manter a marca «Loja de Cidadão». Ainda assim, a ARTE é a entidade responsável por acompanhar todo o processo, desde a obra até à abertura, e é interlocutora com as entidades que irão integrar a Loja.

Em 2021 a imagem das Lojas de Cidadão foi modernizada, através da simplificação do seu logótipo, no desenho de elementos de imagem que caracterizam a Loja e na introdução de diretórios e MUPIS digitais.

Este novo manual surge na sequência do novo modelo de atendimento omnicanal, que oferece ao cidadão um serviço público contínuo e integrado, independentemente do canal utilizado. A nova imagem das **Lojas de Cidadão**, ligada à marca "gov.pt", representa o atendimento presencial. Esta identidade visual inclui símbolos, cores e lettering comuns a outros canais, de forma a transmitir confiança e reconhecimento.

Este novo modelo de atendimento assenta no pressuposto que cada Loja deverá integrar pelo menos duas das seguintes entidades nucleares: Finanças, IRN – Instituto dos Registos e do Notariado, ISS, I.P. – Instituto da Segurança Social, I.P. e ainda integrar um Espaço Cidadão.

2. SINALÉTICA LOJA DE CIDADÃO

2.2. CORES

As cores associadas aos elementos de imagem da Loja de Cidadão representam a nova visão para a marca.

<p>Azul Marca</p> <p>HEX #1A65FA RGB 26, 101, 250 CMYK 90, 60, 0, 2 PANTONE 2727 C RAL 5015 VINIL MATE ORACAL 052M PVC --- (ou equivalente)</p>	<p>Azul Escuro</p> <p>HEX #002B82 RGB 0, 43, 130 CMYK 100, 67, 0, 49 PANTONE 2747 RAL 5013 VINIL MATE ORACAL 065M PVC --- (ou equivalente)</p>	<p>Azul Claro</p> <p>HEX #1CA3FC RGB 28, 163, 252 CMYK 89, 35, 0, 1 PANTONE 2995 RAL 5012 VINIL MATE ORACAL 053M PVC --- (ou equivalente)</p>	
<p>Cinza Claro</p> <p>HEX #DEDEDE RGB 222, 222, 222 CMYK 0, 0, 0, 13 PANTONE Cinza Frio 1 C RAL 7035 VINIL MATE ORACAL 072M PVC --- (ou equivalente)</p>	<p>Branco</p> <p>HEX #FFFFFF RGB 255, 255, 255 CMYK 10, 0, 0, 0 PANTONE 75-1 RAL 9003 VINIL MATE 3M 100-10 PVC White (ou equivalente)</p>	<p>Cinza Escuro</p> <p>HEX #323E48 RGB 56, 62, 66 CMYK 0, 0, 0, 90 PANTONE 432 RAL 7016 VINIL MATE 073 Dark Grey PVC Black (Ecolight ou equivalente)</p>	<p>VINIL FROST</p>

2. SINALÉTICA LOJA DE CIDADÃO

2.3. ELEMENTOS VISUAIS

Esta decoração define a identidade da Loja e é baseada no símbolo da marca e no estilo geométrico, caracterizado pelo uso predominante de círculos e elementos ovais.

A paleta de cores será centrada nos diversos tons de azul, criando uma identidade visual limpa e moderna. As formas são desenhadas para garantir um design coeso e esteticamente agradável.

Os elementos geométricos podem ter incorporadas fotografias que humanizam a identidade visual, sugerindo que a marca é também centrada nas pessoas.

Estes elementos podem ser utilizados em diferentes escalas e materiais, de acordo com aplicações concretas.

As fotografias aqui apresentadas têm caráter meramente ilustrativo e visam transmitir a essência do ambiente de loja.

A decoração deverá ser produzida em vinil de recorte à cor e frost e aplicada no interior, de forma a garantir a durabilidade deste material. Em alguns casos, poderá ser utilizado vinil frost impresso.

A elaboração de peças de decoração deve ser sempre articulada com a ARTE, de forma a garantir a correta aplicação dos elementos de imagem.

Serviços Públicos ligados a si



3. IMAGEM EXTERIOR DA LOJA

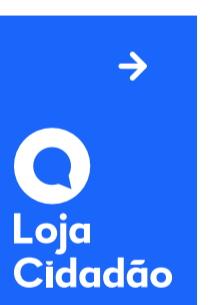
- 3.1. Sinalética de entrada da Loja
- 3.2. Sinalética de entrada e logótipo
- 3.3. Sinalética de entrada em galeria comercial
- 3.4. Sinalética de entrada em edifícios históricos
- 3.5. Placa exterior iluminada
- 3.6. Totem exterior
- 3.7. Horário
- 3.8. Avisos na entrada
- 3.9. Mupis digitais
- 3.10 Decoração de montras
- 3.11. Decoração de superfícies vidradas

3. IMAGEM EXTERIOR DA LOJA

3.1. SINALÉTICA DE ENTRADA DE LOJA

As Lojas de Cidadão poderão ser instaladas em edifícios, em galerias comerciais ou em edifícios históricos.

A sinalética de entrada e decoração de fachadas inclui a aplicação do **logótipo da Loja de Cidadão** na fachada, **sinalética direcional** em espaços comerciais, **placa exterior**, sempre que as características do edifício o permitam, **totem de rua** quando necessário, **horário**, **avisos**, **MUPI** e **decoração de montras**.



3. IMAGEM EXTERIOR DA LOJA


3.2. SINALÉTICA DE ENTRADA E LOGÓTIPO

A entrada de Loja é composta por estrutura metálica com forra de chapa lacada ou compósito de alumínio tipo Dibond ou equivalente, cor branco RAL 9003 e o logótipo da Loja de Cidadão. O símbolo LC e o lettering são em chapa metálica lacada à cor por fora com e o interior de cada letra e simbolo devem ser em branco, de forma a garantir uma melhor difusão da iluminação. Todos os elementos são retro iluminados por módulos de LED alta densidade com um afastamento de 2 cm à base.

De acordo com a arquitetura do edifício, podem ser utilizadas as várias versões do logótipo e o seu tamanho também é variável, mas não inferior a um metro de largura. O logótipo pode também ser aplicado diretamente na parede, respeitando as mesmas características.



Especificações:

- Profundidade das letras: igual à largura definida para o corpo da letra  descontando o afastamento de 2 cm
- Profundidade do símbolo: dobro da profundidade do corpo da letra "L" descontando o afastamento de 2 cm
- Afastamento à base (chapa/parede): 2 cm



3. IMAGEM EXTERIOR DA LOJA

3.3. SINALÉTICA DE ENTRADA EM GALERIA COMERCIAL

A entrada é composta por estrutura metálica com forra de chapa lacada ou compósito de alumínio tipo Dibond ou equivalente, cor branco RAL 9003 e o logótipo da Loja de Cidadão.. O símbolo LC e o lettering são em chapa metálica lacada à cor e as frentes em acrílico opalino com aplicação de vinil da mesma cor. As restantes características do logótipo estão indicadas na página anterior.



Sinalética direcional em espaços comerciais

Para colocar em zonas comerciais que exijam orientação até à localização da Loja. Poderão ser produzidos elementos de sinalética específicos, de acordo com os manuais normativos de imagem de zonas comerciais onde a Loja está inserida (ex. sinalética de entidade, interior, exterior ou direcional).

Esta sinalética pode ser feita em PVC ou acrílico à cor azul e os elementos gráficos aplicados em vinil de recorte branco.

O tamanho 28x40 destina-se a ser aplicado em parede, tendo em consideração um pé direito até 3 metros, mas a placa pode ser maior, caso seja para aplicar suspensa, em áreas com pé direito acima dos 3 metros.



Especificações:

- Dimensão: 28x40cm
- Espessura: 5mm
- Material: PVC ou acrílico à cor
- Elementos gráficos: vinil recortado, branco

3. IMAGEM EXTERIOR DA LOJA

3.4. SINALÉTICA DE ENTRADA EM EDÍFICOS CONSIDERADOS HISTÓRICOS

Nos edifícios históricos, o logótipo exterior a ser aplicado deve respeitar as características do edifício, sendo prevista sinalética composta por estrutura metálica com forra em aço inox escovado. Símbolo e lettering com iluminação posterior por meio de LED na cor branca.

O símbolo «Loja Cidadão» em aço inox escovado pode também ser aplicado noutras situações, nomeadamente quando no edifício já existam logótipos de outras entidades aplicados neste material, garantindo assim a uniformidade estética do edifício.

Especificações:

- Profundidade das letras: igual à largura definida para o corpo da letra descontando o afastamento de 2 cm
- Profundidade do símbolo: dobro da profundidade do corpo da letra “L” descontando o afastamento de 2 cm
- Afastamento à base (chapa/parede): 2 cm



3. IMAGEM EXTERIOR DA LOJA

3.5. PLACA EXTERIOR ILUMINADA

As bandeirolas permitem mais facilmente a identificação da existência da Loja de Cidadão naquele local, por parte de quem circula nas proximidades.

Podem ser fabricadas em aço inox/alumínio/chapa lacada e faceadas em acrílico ou PVC, preferencialmente iluminadas através LED. Caso seja iluminada, deverá ser previsto um ponto de energia que permita a iluminação.

Este elemento é opcional e deve ser utilizado sempre que as características do edifício permitam a sua aplicação na fachada. O modelo da fotografia é exemplificativo.

Dimensão de referência: 45x45x5cm, fixação à parede em chapa quinada em “u” lacada a preto com 3 cm de vista.

3.6. TOTEM EXTERIOR

O Totem de rua é uma sinalética facultativa e destina-se a identificar a Loja de Cidadão quando esta se encontra em locais pouco visíveis, nomeadamente dentro de espaços comerciais cobertos.

Esta peça é constituída por uma estrutura vazada revestida a chapa lacada ou compósito de alumínio tipo Dibond, ou equivalente, cor branco RAL 9003 matte, assente em base metálica com suportes estruturais interiores.

Os elementos de imagem, iconográficos e informativos deverão ser em vinil de recorte. Esta peça deverá ter frente e verso sempre que seja visível de ambos os lados.

Dimensão de referência: 60x200x10cm.



3. IMAGEM EXTERIOR DA LOJA

3.7. HORÁRIO

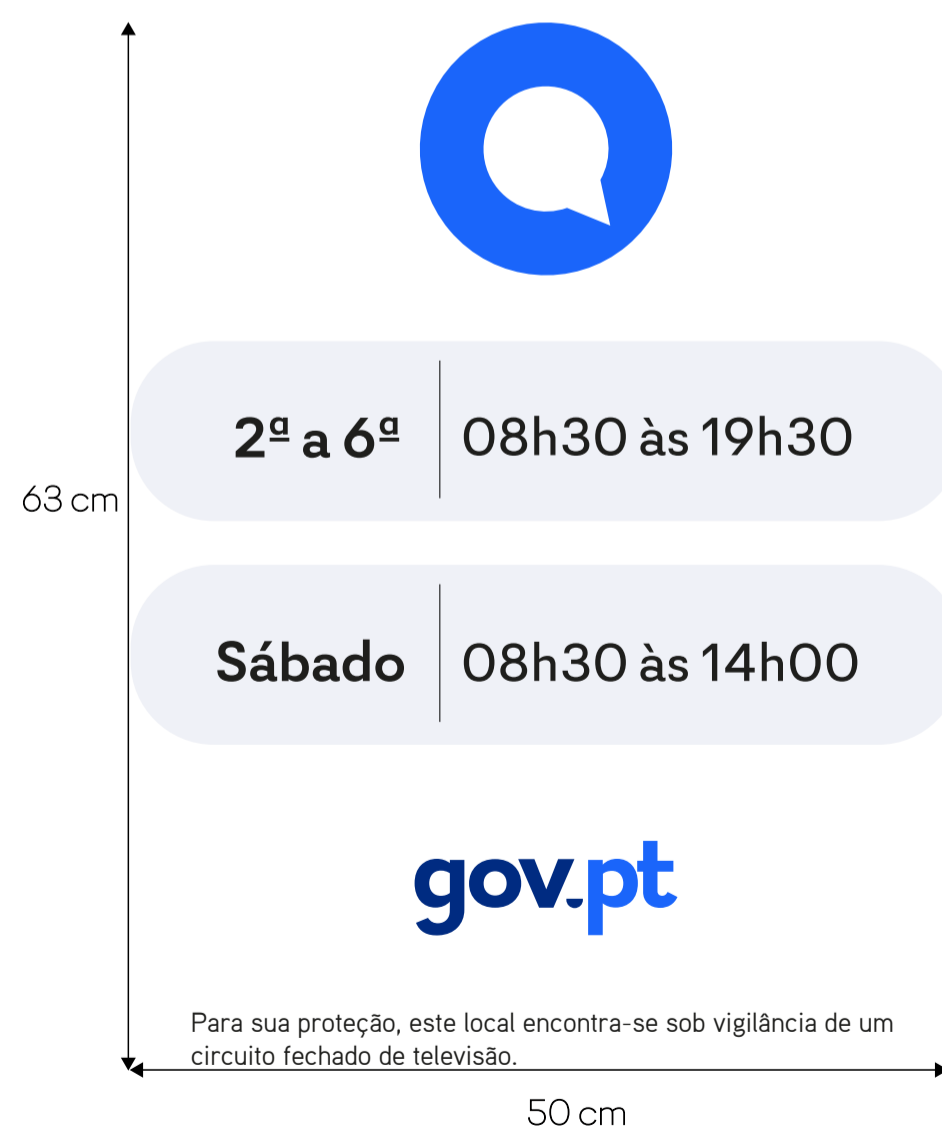
O horário deve estar na(s) entrada(s) da Loja bem visível para o exterior, no vidro junto à porta.

Em edifícios que não permitam aplicação no vidro, o horário pode ser aplicado em placa acrílica com 4 fixações e afastadores da parede em aço inox. Dimensão da placa: 47x62cm.

A peça é feita e aplicada em vinil de recorte e deve conter o símbolo LC, os dias de semana, horário de funcionamento, o URL gov.pt, bem como indicação de que alguns serviços dentro da Loja podem ter horário diferente daquele que está afixado e nota sobre videovigilância. O fundo cinza onde está o horário pode ser em vinil cinza ou frost. O lettering é preto e a fonte Firme Medium.

Nota: Este horário apresentado é exemplificativo e esta peça só deve ser produzida após aprovação do horário a ser praticado pela Loja.

Exemplo de horário para vidro



Mancha do horário: 50x63cm

Exemplo de horário em placa para edifício histórico



Placa: 57x69cm

3.8. AVISOS NA ENTRADA

Os avisos normalizados devem ser afixados próximos do horário, em local visível para o exterior, em vinil autocolante com o fundo azul escuro e o lettering e ícones a branco.



Especificações:

- Dimensão: 19x13cm
- Material: vinil autocolante impresso, fundo azul e elementos gráficos a branco, cantos arredondados

3. IMAGEM EXTERIOR DA LOJA

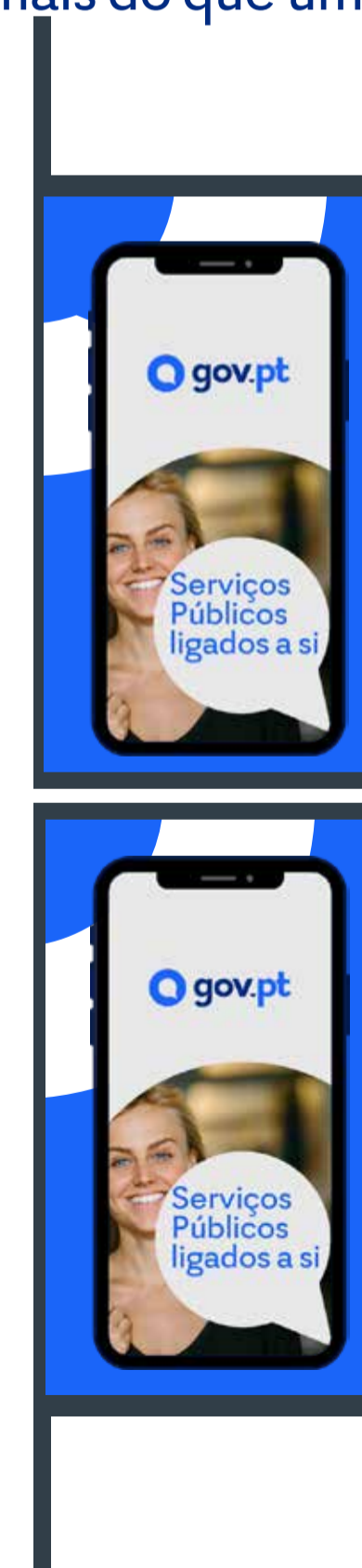
3.9. MUPIS DIGITAIS

A montra deve prever MUPIS digitais com suporte a partir do teto ou do chão. Estes MUPIS destinam-se a divulgar conteúdos digitais de comunicação ou informativos e são geridos em rede. Necessitam de um ponto de energia e um ponto de rede, de forma a permitir a gestão remota de conteúdos, através do sistema de gestão MagicInfo ou compatível.

Estes MUPIS digitais devem também ser utilizados no interior da Loja (entrada ou zonas de espera) e destinam-se à divulgação de campanhas próprias definidas ou a definir pela ARTE. Nos casos em que a Loja tenha mais do que um MUPI, os conteúdos podem ser personalizados para cada um passar um conteúdo diferenciado. Lojas com várias zonas de espera devem ter mais do que um MUPI.

Caraterísticas Recomendadas para MUPIS

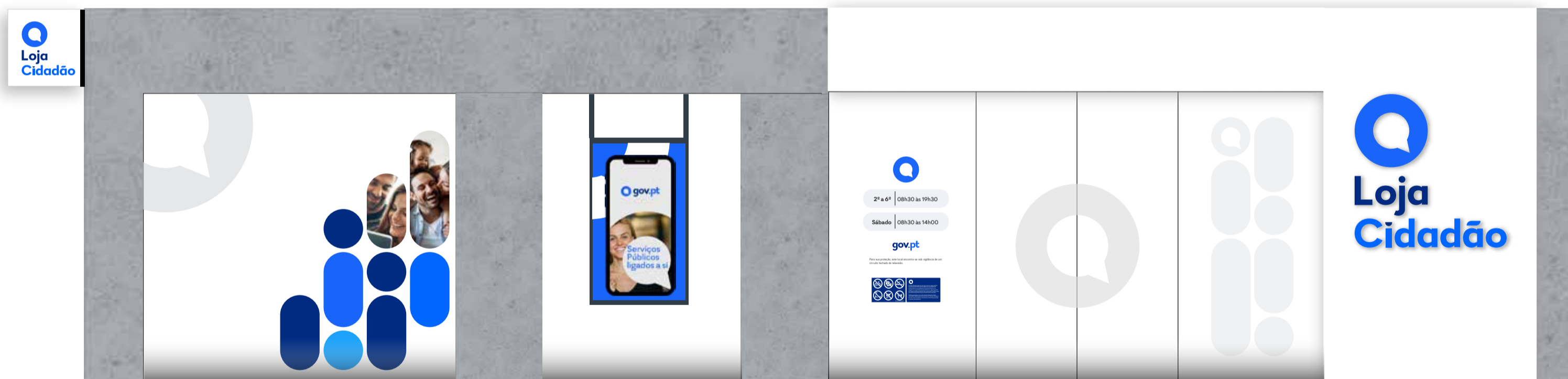
MUPI	Faces/ Modelo	Dimensão (opcional) Polegadas/cm	Orientação LCD	Gama	Condições de luz	Suporte	Software Gestão de conteúdos	Obs.
Montra 2 faces	Quando o MUPI está em locais que permitem a visibilidade de ambos os lados. Tipo Samsung modelo OM46N-D/OM55N-D ou equivalente.	Área de exibição ativa: 46" (101,80x57,26) 55" (120,96x68,04)	Montra: Vertical	Equipamento de gama profissional para uso intensivo. Sempre compatíveis com sistema Magicinfo.	MUPIS em montra, expostos à luz solar direta, devem ter caraterísticas que permitam exibir uma imagem nítida, perfeita e de qualidade, nestas condições.	Suporte tipo Vogel's PFFC 4655 ou equivalente, aplicado a partir do chão ou do teto. Suporte deve prever a integração dos cabos.	MagicInfo ou compatível, adquirido através de licença. Cada MUPI uma licença. Permite gestão integrada de conteúdos em todas as Lojas de Cidadão. Gestão de conteúdos: ARTE.	Soluções diferentes, para Lojas com caraterísticas específicas ou projetos já em curso, devem sempre ser discutidas com a ARTE, de forma a ser garantida a melhor solução.
Interior Loja	Tipo Samsung modelo QMR49/QMR55 ou equivalente. Quando no interior da Loja se pretender visibilidade nas duas faces, podem ser utilizados 2 LCD's com as costas unidas.	Área de exibição ativa: 49" (107,37x60,40) 55" (120,96x68,04)	Interior Loja: Preferencialmente vertical. Estes modelos permitem orientação vertical ou horizontal.	Equipamento de gama profissional para uso intensivo. Sempre compatíveis com sistema Magicinfo.	No interior de Loja, expostos a outras condições de iluminação, podem ter caraterísticas diferentes, desde que garantam a qualidade de imagem.	Suporte na parede, tipo Vesa. Sempre que possível deve ficar inserido em nicho na parede, com solução construtiva a definir no projeto de arquitetura.		



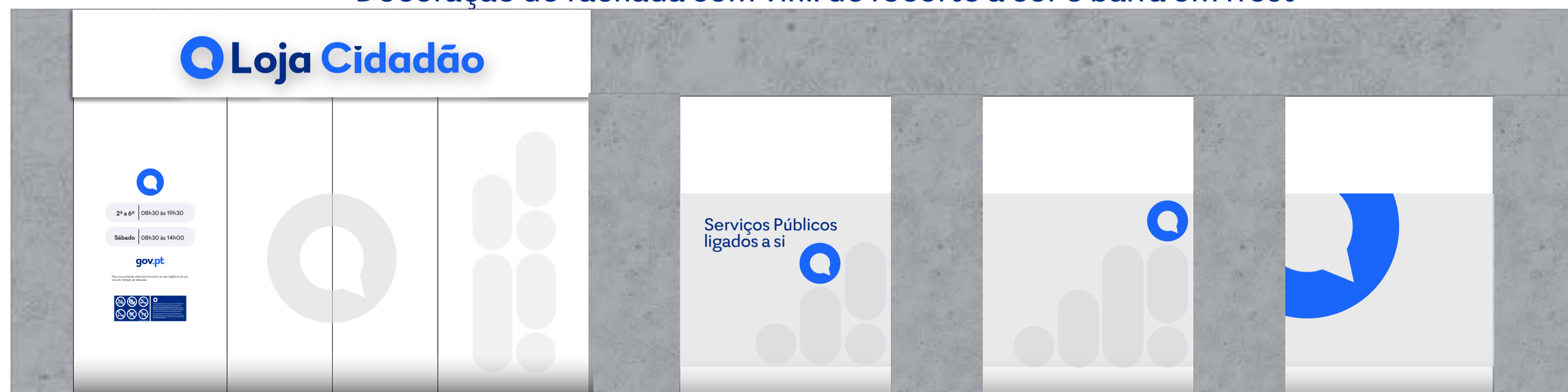
3. IMAGEM EXTERIOR DA LOJA

3.10. DECORAÇÃO DE MONTRAS – EXEMPLOS

Decoração de fachada com vinil de recorte à cor e frost



Decoração de fachada com vinil de recorte à cor e barra em frost



Decoração de montra de edifícios históricos
Caso a fachada tenha vãos, estes podem ser decorados de acordo com os elementos gráficos disponíveis neste manual, desde que não interfiram com as normas associadas às características do edifício histórico.

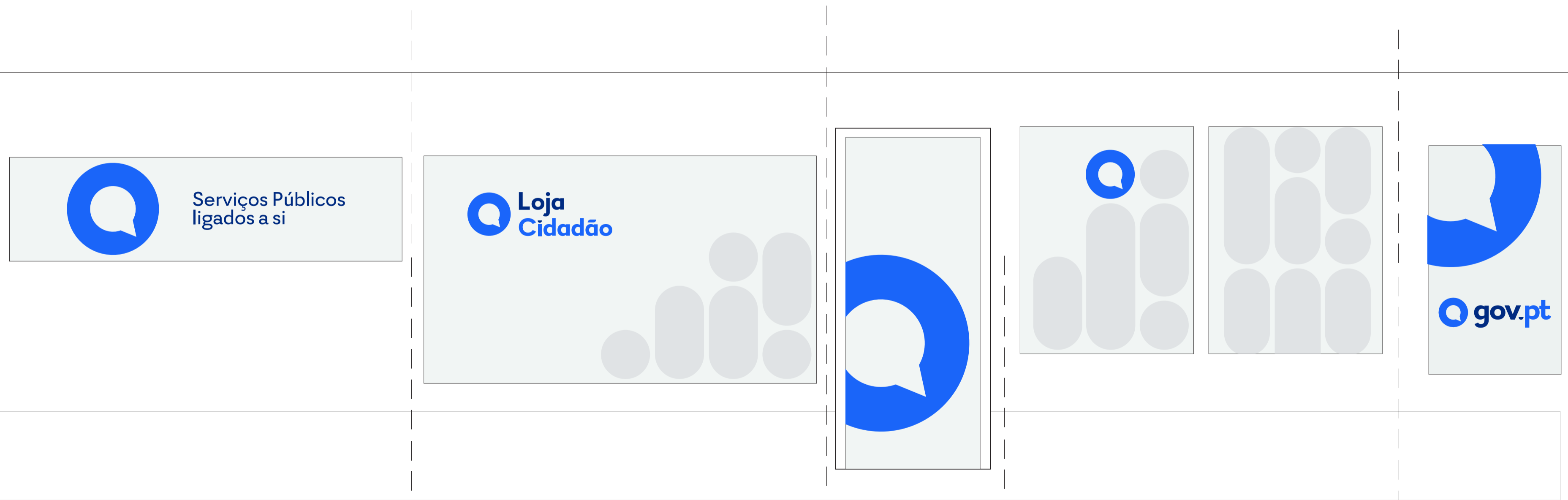
Podem ser elaboradas outras composições utilizando os elementos geométricos do manual (círculos e ovais).

É importante que a escala utilizada nos elementos geométricos seja uniforme em toda a loja.

3. IMAGEM EXTERIOR DA LOJA

3.11. DECORAÇÃO DE SUPERFÍCIES VIDRADAS – EXEMPLOS

As composições são exemplificativas para diversas superfícies vidradas, nomeadamente janelas. Podem ser consideradas variações dos elementos a aplicar em função das dimensões e configurações. Estas decorações podem servir também para decorar vidros interiores.



4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.1. Entrada de Loja

4.2. Dispensadora de senhas

4.3. Diretório digital

4.4. Balcão de informações

4.5. Placas de entidade

4.6 Área da entidade

4.7. Numeração de posto

4.8 Painel de informações

4.9. Placa numeração de slot

4.10. Sinalética direcional

4.11. Caracterização de espaços comuns –
zona de espera

4.12. Caracterização de espaços

comuns – vãos interiores

4.13. Sinalização de zonas comuns –
WC

4.14. Sinalização de zonas comuns –
acesso restrito

4.15. Placa de inauguração

4.16. Placa de financiamento
e financiamento

4.17. Identificação de funcionários

4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.1. ENTRADA DE LOJA

A zona de entrada é o sítio de distribuição dos cidadãos e onde a imagem da Loja é fundamental. Nesta área, deverão estar os seguintes equipamentos de apoio: dispensadora de senhas, LCD de senhas com sistema SIGA, diretório e balcão de informações.

Nas entradas de Loja deverão estar identificadas no diretório as diferentes entidades e serviços que a integram a Loja e a sua distribuição pelas áreas.

Na área da entrada principal da Loja pode optar-se pela existência de um balcão de informações de apoio ao Cidadão, no entanto este não é obrigatório e será mais necessário em Lojas de grande dimensão, sendo de salientar que deverá ser considerado caso existam recursos humanos suficientes para o manter em funcionamento.

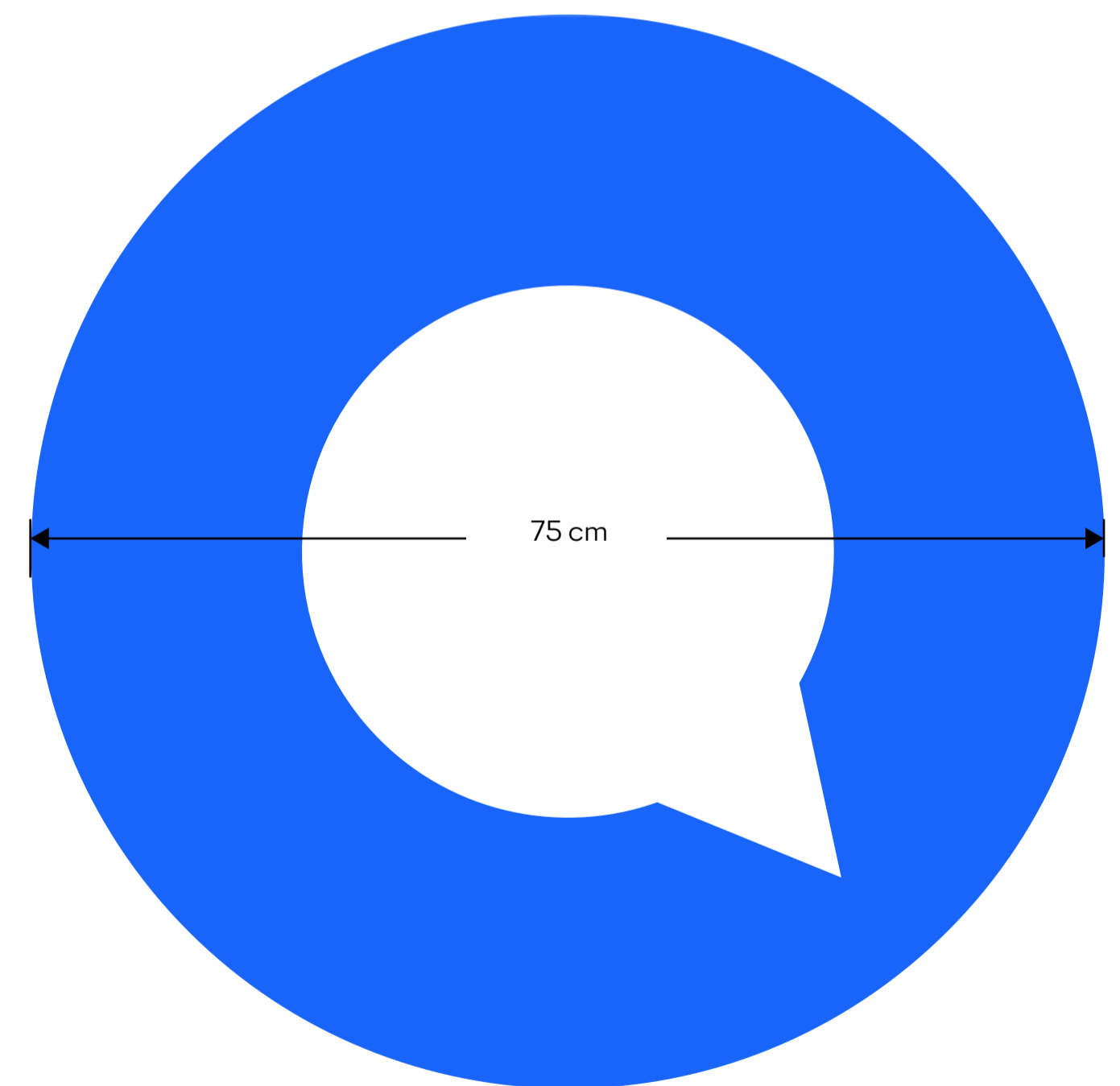


4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.1. ENTRADA DE LOJA - SIMBOLO

A entrada de Loja é o primeiro ponto de contato visual do cidadão e tem um papel crucial em criar uma boa impressão, despertando o interesse e um convite a explorar o interior para tratar dos assuntos que o levaram à Loja.

O simbolo da marca deverá estar presente na entrada de loja de forma a fortalecer o reconhecimento da mesma e ajudar os clientes a identificarem imediatamente onde se encontram. Este simbolo será feito em chapa ou MDF lacado à cor, com 75x75x5 cm e iluminação LED, posterior. Será aplicado sobre painéis de MDF revestidos a melamina madeira.

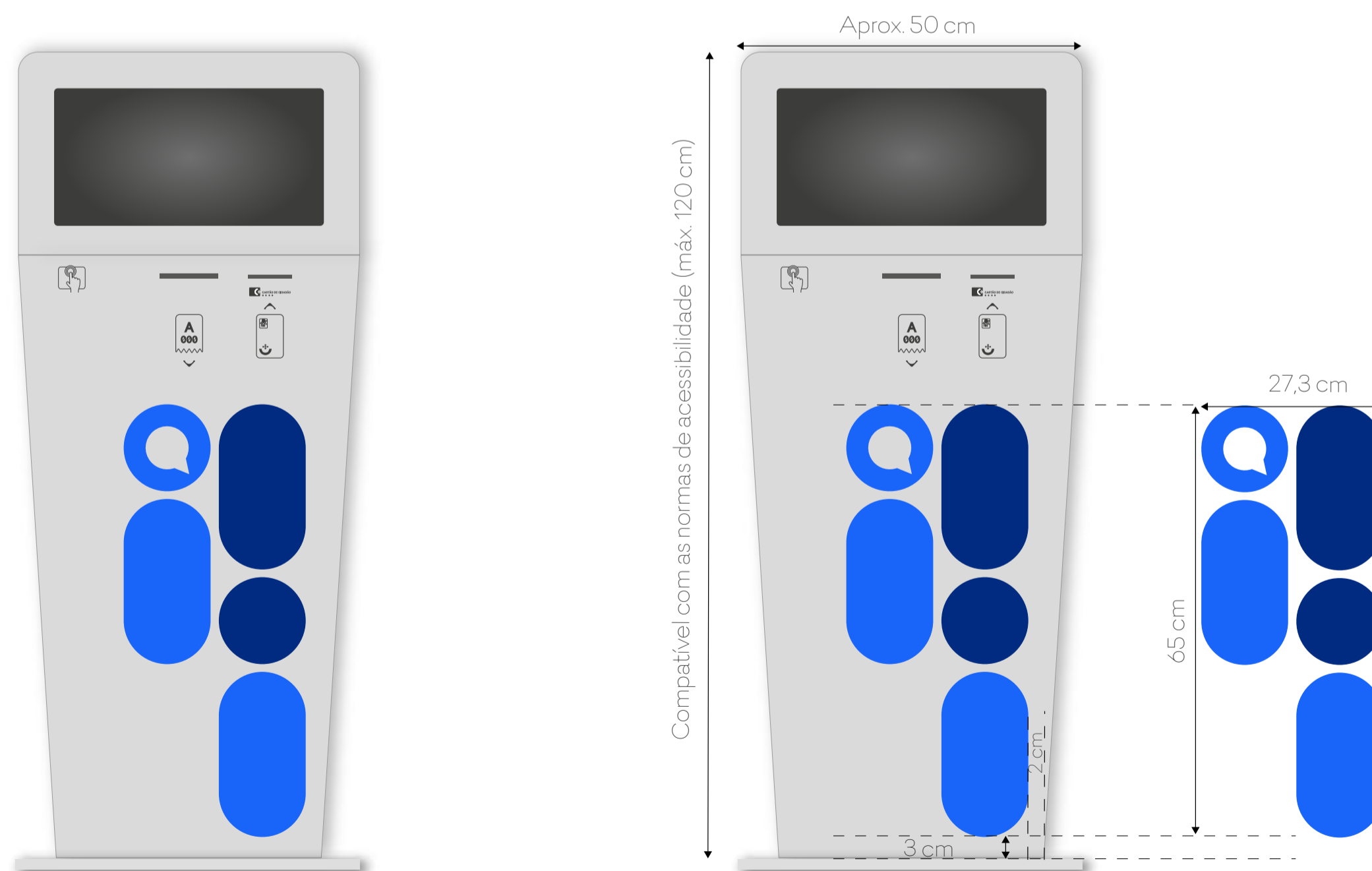


4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.2. DISPENSADORA DE SENHAS

A dispensadora de senhas deve ser equipada com o Sistema Integrado de Gestão do Atendimento (SIGA) e está vinculada aos LCD de visualização da chamada. A sua localização será na entradas da Loja e preferencialmente perto do diretório com informação da distribuição das entidades. Quando a Loja, pela sua dimensão ou disposição (p. ex. dois pisos), tiver mais que uma dispensadora, a segunda unidade deve ser colocada numa zona mais interior de circulação ou no piso superior.

Deverá ter uma estrutura robusta e de características anti vandálicas. A sua base é em chapa lacada a cinzento RAL 7035, com aplicação de elementos de imagem em vinil de recorte. O modelo de dispensadora de senhas poderá variar conforme o fornecedor.



4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.3. DIRETÓRIO DIGITAL

O diretório digital é uma solução que necessita de um ponto de rede e de energia e permite a gestão remota e monitorização.

- Diretório principal digital com 75' polegadas, Horizontal – Lojas com um grande número de entidades.
- Diretório principal digital com 65' polegadas, Horizontal – Lojas com menor número de entidades.

Os diretórios digitais devem ter integrado um sistema de gestão de conteúdos tipo MagicInfo ou compatível. A gestão dos conteúdos dos diretórios digitais são responsabilidade da ARTE, equipa de Marketing e Comunicação.

Cada diretório é personalizado de acordo com as entidades presentes na Loja.

Caraterísticas Recomendadas para Diretórios Digitais

Diretórios	Dimensão (opcional) Polegadas/cm	Orientação LCD	Gama	Suporte	Software Gestão de conteúdos	Obs.
Diretórios Principais	Área de exibição ativa: 75" (165,02x92,82) 65" (142,84x80,35)	Horizontal	Equipamento de gama profissional para uso intensivo, tipo Samsung QB75R/QB65R/ ou equivalentes, sempre compatíveis com sistema Magicinfo ou equivalente.	Suporte tipo Vesa ou equivalente, aplicado na parede. Poderá ser utilizado um suporte a partir do teto, em alguns casos. Deve sempre ser assegurada a integração dos cabos numa calha ou no suporte.	MagicInfo ou compatível, adquirido através de licença. Cada MUPI uma licença. Permite gestão integrada de conteúdos em todas as Lojas de Cidadão. Gestão de conteúdos: ARTE.	Soluções diferentes, para Lojas com caraterísticas específicas ou projetos já em curso, devem sempre ser discutidas com a ARTE, de forma a ser garantida a melhor solução.
Diretórios Secundários	Área de exibição ativa: 49" (107,37x60,40) ou 55" (120,96x68,04)	Horizontal	Equipamento de gama profissional para uso intensivo, tipo Samsung QB49R ou equivalente, sempre compatível com sistema Magicinfo ou equivalente.			

4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.3. DIRETÓRIO DIGITAL (CONT.)

Nos casos em que a Loja tenha vários pisos, mais do que uma entrada ou quando a circulação seja mais complexa, a Loja deve ter mais que um diretório, ou seja, deve ter um **diretório secundário** que poderá ter uma dimensão menor.

Os diretórios digitais ficam normalmente fixos com um suporte aplicado na parede. Em algumas Lojas, tendo em conta as suas características específicas, podem ficar suspensos.



4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.4. BALCÃO DE INFORMAÇÕES

O Balcão de Informações é um equipamento opcional, provido com telefone e computador em rede, que serve de apoio a um colaborador que está na frente de Loja a dar informações.

Este balcão é de MDF lacado a branco mate RAL 9010 com o tampo termolaminado na cor branco. Tamanho de referência do balcão: 200x85cm, sendo que a parte plana onde fica o logótipo centrado tem 130cm.

Os elementos de imagem são aplicados em vinil de recorte, centrado horizontalmente e com as distâncias indicadas na imagem.



4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.5. PLACA DE ENTIDADE

As placas de entidade são um elemento comum a todas as entidades e os que as diferencia é o próprio logótipo. Estas placas são em formato L e têm duas faces expostas para uma melhor visibilidade. São de MDF com 40x40x1,5cm, lacadas à cor azul RAL 5015, com os logótipos que identificam as várias entidades, em vinil de recorte branco e têm iluminação LED, posterior. São fixas à madeira da ilha, na entrada da zona de atendimento, colocadas a 1,5cm abaixo do topo da ilha. Em alguns casos a ilha pode ter 2 placas, uma em cada extremidade da ilha.

Estas placas servem igualmente para identificar serviços disponíveis na loja: Unidade de Gestão, Autoatendimento ou Videochamada.

Placas de entidade



Placas de serviços



Placas para Lojas Remodeladas



Nas lojas a remodelar as placas ficam colocadas em bandeira, tal como as placas anteriores. Podem ser em PVC/MDF 40x40x1cm (cantos arredondados), com fixação à parede, em inox ou alumínio, na mesma dimensão da placa (40cm).



4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.6. ÁREA DA ENTIDADE

As entidades têm um espaço próprio na Loja e não são autorizados, salvo com prévia autorização da ARTE, a junção de entidades e/ou a partilha de uma zona de atendimento por diferentes entidades com serviços distintos.

As entidades também não estão autorizadas a colocar sinalética e elementos de imagem próprios que comprometam a imagem uniforme da loja.

Dentro da sua área, cada entidade pode disponibilizar informação ao cidadão através de um LCD, gerido por meios próprios.

A área de cada entidade terá um painel informativo normalizado para colocação de 4 avisos A4 em papel. Caso seja necessário, pode ser colocado um painel adicional, numa das laterais exteriores.



4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.7. NUMERAÇÃO DE POSTO

A numeração de posto é aplicada nas divisórias entre postos de atendimento, no canto superior mais próximo da zona onde está o cidadão, em acrílico ou PVC de 1 cm. Os números devem ter 15 cm de altura.

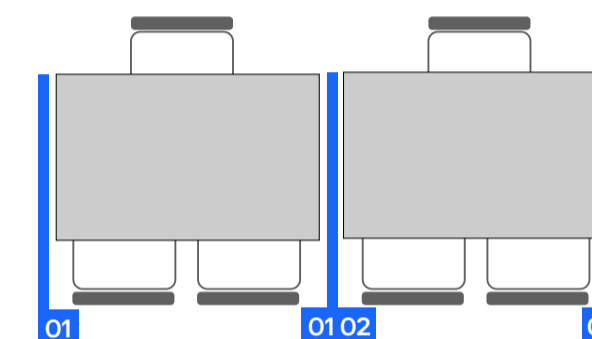
A numeração é aplicada de forma sequencial, da esquerda para a direita, em cada entidade, ou seja, cada entidade inicia sempre em 1 e termina no número referente ao último posto.

O lettering de numeração é na fonte Firme bold e são aplicados nas divisórias por meio de fixadores metálicos no interior.

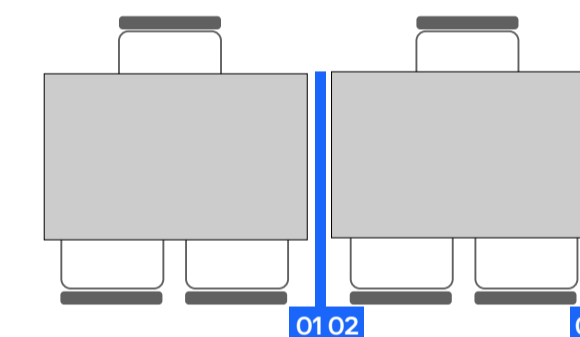


Exemplos

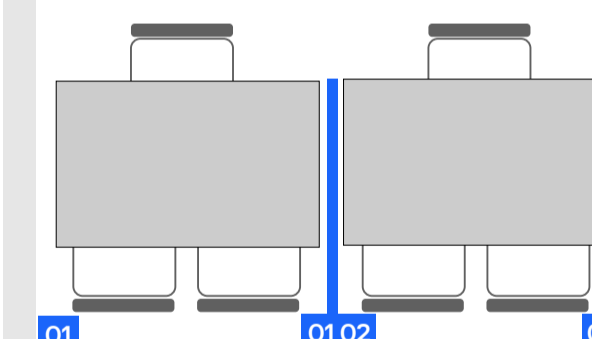
Aplicações com 3 divisórias



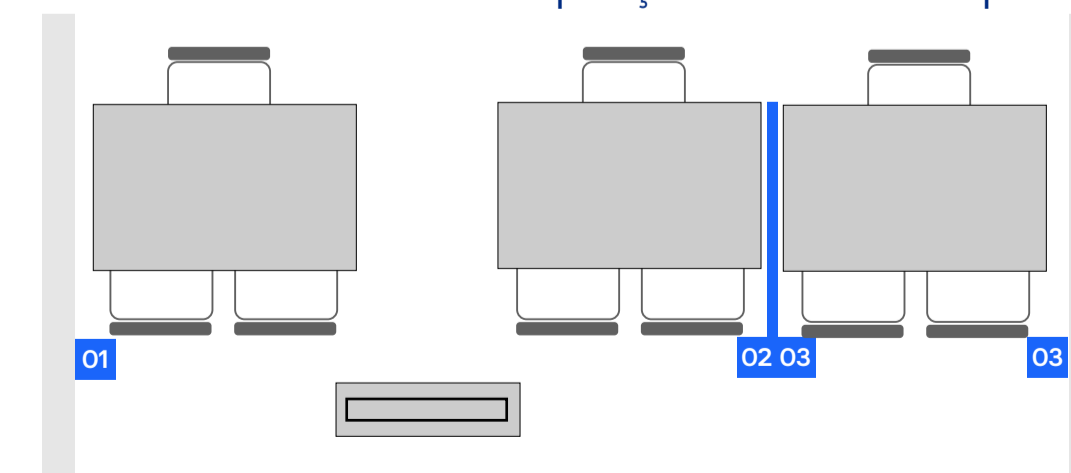
Aplicações com 2 divisórias



Aplicações com 2 divisórias e parede



Aplicações com 1 divisória e paredes



4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

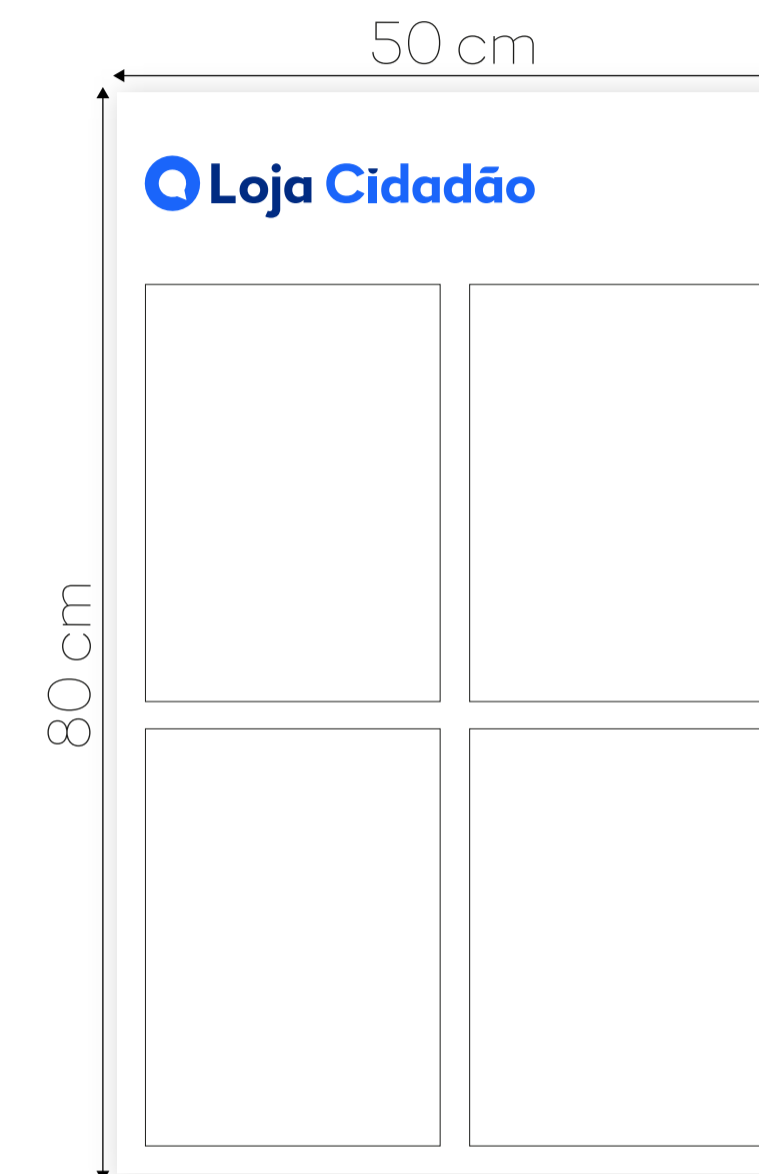
4.8. PAINEL DE INFORMAÇÕES

Os painéis de divulgação de informações de caráter obrigatório, como editais ou avisos, devem ser colocados junto a cada entidade e acessíveis ao cidadão.

Junto à entrada de Loja também deve existir um painel de informação para colocação dos avisos gerais da Loja.

A base é em PVC/acrílico branco com 50x80cm. Tem quatro bolsas A4 de acrílico transparentes.

Para as Lojas já existentes, que necessitem de substituir painéis, prevalece a dimensão dos painéis anteriores (86,6x64cm).

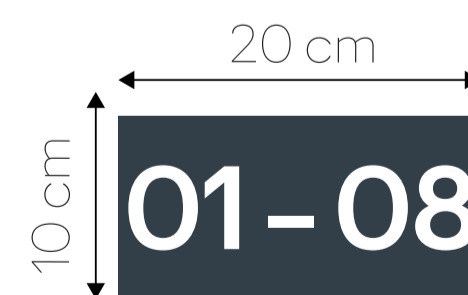


4.9. PLACAS DE NUMERAÇÃO DE SLOT DE ATENDIMENTO

As placas de slot têm o objetivo de permitir ao cidadão identificar o número de postos de atendimento de uma respectiva área e facilitar o acesso ao respectivo posto. São em acrílico ou PVC de 0,5cm à cor cinza escuro com a numeração em vinil de recorte branco, lettering Firme Bold.

Colocar com afastamento da parede igual à espessura da placa.

A placa deve ser aplicada no local considerado como o de melhor visibilidade e tendo em conta a organização dos postos de atendimento.



4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.10. SINALÉTICA DIRECIONAL

A sinalética direcional é fundamental em espaços públicos, pois orienta e facilita a movimentação das pessoas, promovendo uma experiência organizada e faz com que encontrem mais facilmente o caminho até ao destino desejado. Esta sinalização de orientação deverá ser aplicada sobre as paredes a 170 cm do chão, que é a altura aproximada dos olhos de uma pessoa em pé para facilitar uma leitura rápida.

As placas têm como base o cinza escuro e o fundo que indica a orientação da seta tem dois tons de azul: sinalética direcional de entidades/serviços o azul mais forte e sinalética direcional de áreas comuns o azul mais claro. A parte azul da placa fica à esquerda se a seta indicar a esquerda ou seguir em frente e à direita se a indicação for para a direita. Tentar sempre agrupar as placas de acordo com a orientação que indicam: todas as que indicam esquerda ficam juntas e o mesmo para as que indicam em frente ou direita.

As placas devem ser posicionadas na loja conforme a necessidade de orientar o cidadão na circulação, com setas a indicar o caminho a seguir. A quantidade e a distribuição das placas podem variar de loja para loja.

São em acrílico ou PVC de 0,5cm, 45x13cm (cantos arredondados), com os vários elementos em vinil, lettering Firme bold. Colocar com afastamento da parede igual à espessura da placa.



4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.11. CARATERIZAÇÃO DE ESPAÇOS COMUNS – ZONA DE ESPERA

A zona comum de atendimento e circulação deve prever uma solução que caracterize a identidade da Loja de Cidadão.

Zonas de espera e de circulação

A caraterização destas zonas deverá ser feita através de aplicação de elementos em vinil de recorte, aplicado diretamente nos painéis que revestem as paredes, tendo o cuidado de interromper o vinil nos perfis das juntas que unem os painéis, de modo a garantir a durabilidade da aplicação.



4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.12. CARATERIZAÇÃO DE ESPAÇOS COMUNS – VÃOS INTERIORES

A decoração de vidros interiores é modelar de acordo com os espaços e baseada nos elementos visuais disponíveis neste manual. Pode também ser utilizada para garantir maior privacidade em algumas áreas da Loja, sendo complementada com uma faixa de vinil frost, no interior.

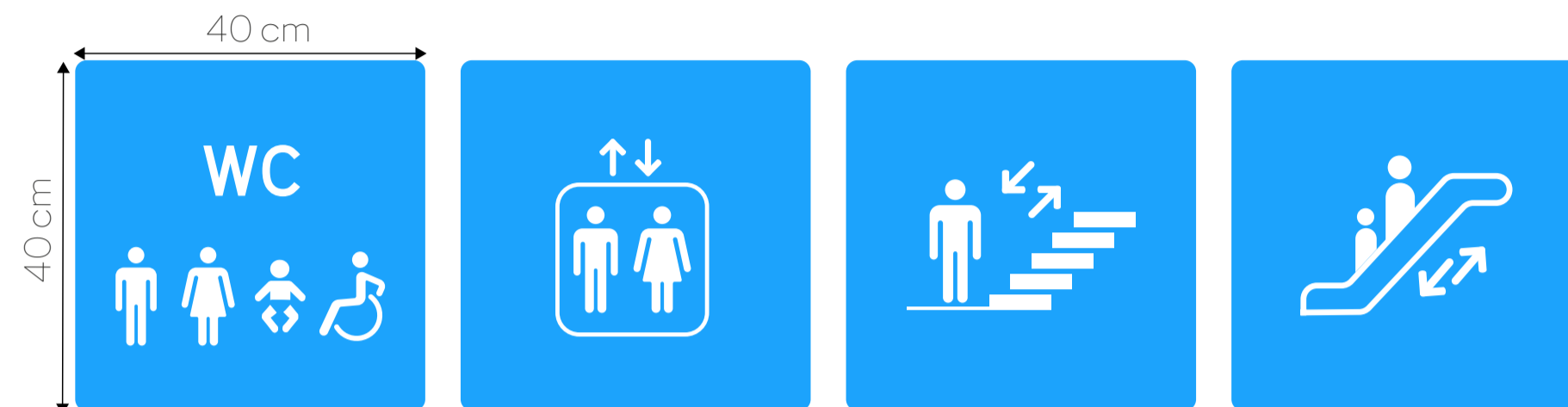
A decoração deverá ser produzida em vinil de recorte à cor e vinil frost e aplicada no interior, de forma a garantir a durabilidade deste material. Em alguns casos poderá ser utilizado vinil frost impresso. A elaboração destas peças deve ser sempre articulada com a ARTE, de forma a garantir a correta aplicação dos elementos de imagem.



4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.13. SINALIZAÇÃO DE ZONAS COMUNS E WC

As instalações sanitárias e equipamentos de acesso, como escadas e/ou elevadores, devem estar identificadas de forma visível para o Cidadão. São placas em acrílico ou PVC de 1cm, à cor RAL 5012, de 40x40cm (cantos arredondados), com a iconografia aplicada em vinil de recorte branco. São fixas à parede em local visível. Colocar com afastamento da parede igual à espessura da placa.

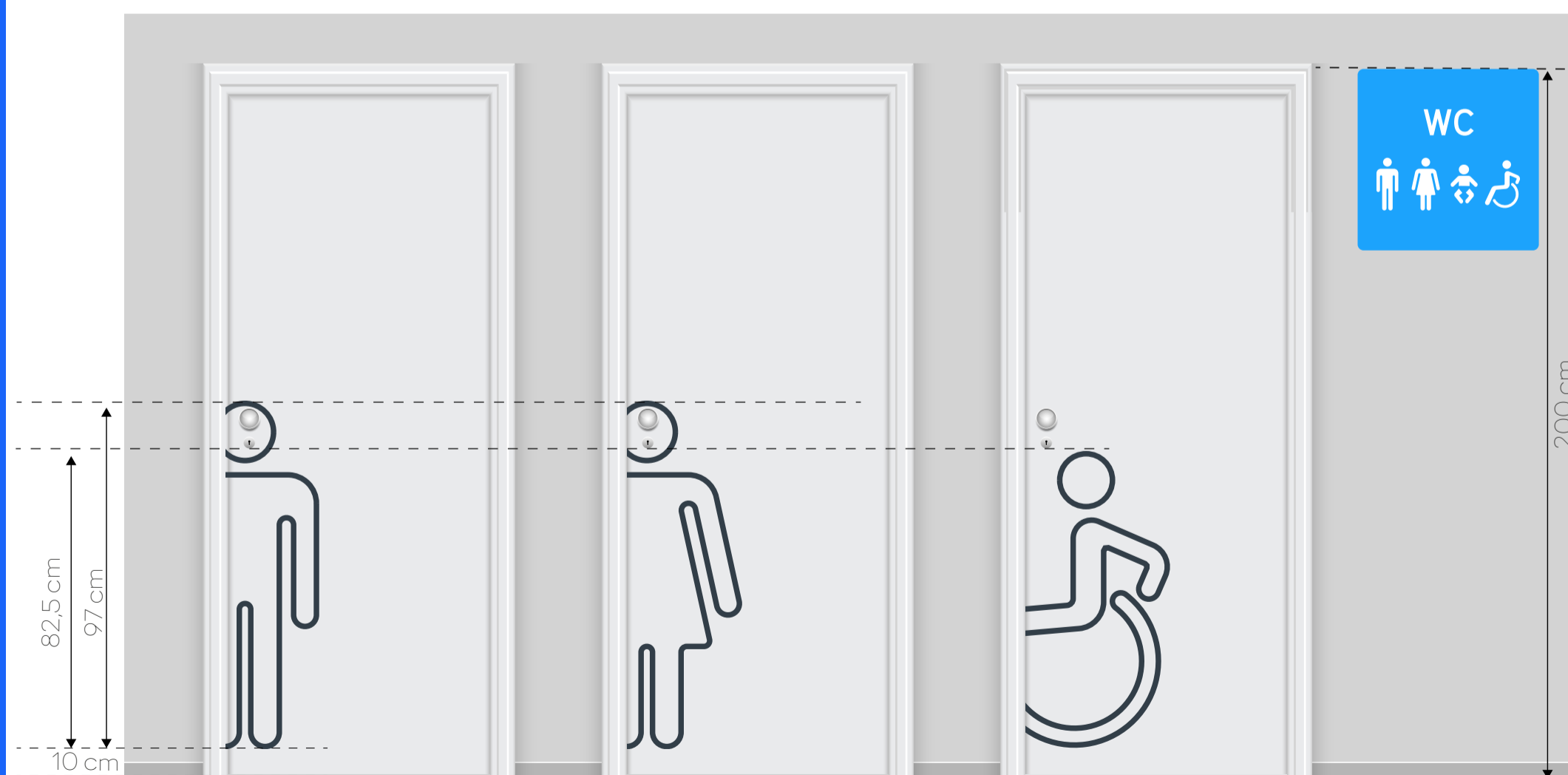


Sinalização das portas das instalações sanitárias – opção vinil

As portas das instalações sanitárias devem ser identificadas com a respetiva iconografia. Estes elementos devem ser feitos em materiais que garantam qualidade e durabilidade, sugere-se MDF 3mm, à cor RAL7016 e aplicado sobre a porta.

Sinalização das portas das instalações sanitárias – opção placa

Esta opção para as portas é mais flexível quando o mesmo WC é para diferentes destinatários. São placas em acrílico ou PVC de 0,5cm, cinza escuro 7016, de 20x20cm (cantos arredondados), com iconografia em vinil branco.



No capítulo III do Manual das Lojas (Arquitetura) está também indicada a possibilidade de aplicação de pictogramas, tipo JNF ou equivalente.

4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.14. SINALIZAÇÃO DE ZONAS COMUNS – ACESSO RESTRITO E PLACAS DE SALAS

A sinalética de zonas interditas deve ser colocada em áreas onde o Cidadão não pode circular. As placas em PVC 0,5 cm à cor cinza escuro, 32x13 cm (cantos arredondados) com a iconografia aplicada em vinil de recorte branco, são afixadas com fita cola dupla face. Nas portas de vidros colocar uma contra placa na mesma cor para não ficar visível a colagem à porta.

Outras salas, inclusive de backoffice, devem ser identificadas com placas nas mesmas dimensões e respetivas designações. Nas lojas com vários pisos podem também ser utilizadas para identificar os pisos (patamar das escadas).



4.15. PLACA DE INAUGURAÇÃO

Placas de Inauguração 40x40cm, em acrílico de 1,5 cm, aplicada com 4 fixações e afastadores da parede em aço inox. Com logótipos e lettering (fonte Firme medium), em vinil de recorte.

As placas devem ser colocadas a 200 cm de altura.



4.16. PLACA DE FINANCIAMENTO

Placas de financiamento PRR 40x40cm, em acrílico de 1,5cm, aplicada com 4 fixações e afastadores da parede em aço inox. Lettering, elementos gráficos e logótipos em vinil de recorte, conforme modelo.



Estas placas, antes da sua aplicação, devem ser sempre validadas pela ARTE. Na aplicação na parede podem ser colocadas lado a lado ou uma sob a outra.

4. IMAGEM INTERIOR DA LOJA

4.17. IDENTIFICAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS

Para identificação dos funcionários das Lojas de Cidadão são utilizadas fitas de colocar ao pescoço e cartão que indica o nome, entidade (entidade é opcional) e o url gov.pt.

Os cartões são impressos a cores em polipropileno, frente e verso. O nome deve ser escrito manualmente, na zona cinza do cartão.



5. ATENDIMENTO DA ARTE NA LOJA

Espaço Cidadão

5. ATENDIMENTO DA ARTE NA LOJA DE CIDADÃO

5.1. ESPAÇO CIDADÃO

O Espaço Cidadão é um ponto de atendimento que reúne serviços de diferentes entidades num único balcão. Em cada Loja deve existir um Espaço Cidadão, situado preferencialmente junto a uma entrada de Loja.

Identidade

Assim como a marca das Lojas de Cidadão, a imagem dos Espaços Cidadão também foi atualizada. Seguindo os mesmos princípios da marca das Lojas, está mais simples na sua forma e cor.

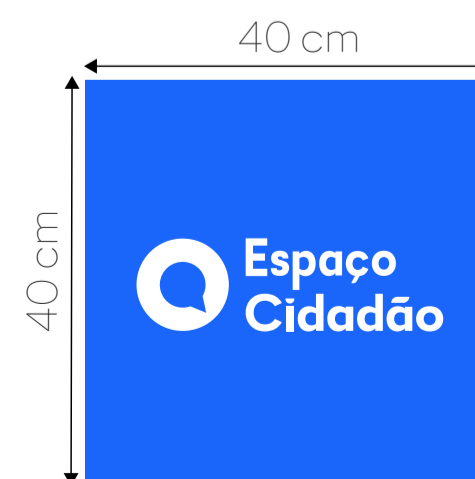
Normas da Marca

A versão principal do logótipo deverá ser utilizada sempre que não existam restrições técnicas que o impossibilitem. A relação entre os vários elementos do logótipo é fixa e, como tal, não deve de forma alguma ser alterada ou redesenhada. As cores da marca, símbolo e lettering são as iguais à marca Loja de Cidadão. Para informações mais detalhadas sobre a marca, deve consultar o Manual de Normas gráficas da marca Espaço Cidadão.



Sinalética

A zona de atendimento do Espaço Cidadão é assinalada no diretório da loja e a placa de entidade identifica o local de atendimento. Dentro da Loja, o Espaço Cidadão, em termos de imagem e sinalética rege-se pelas mesmas regras que as outras entidades.



5. ATENDIMENTO DA ARTE NA LOJA DE CIDADÃO

5.2. MOBILIÁRIO

O Espaço Cidadão tem o mobiliário comum da Loja e normalmente tem 1 a 2 postos de atendimento.



6. MODELOS DE COMUNICAÇÃO

6.1. Formulários

6.2. Avisos

6. MODELOS DE COMUNICAÇÃO

6.1. FORMULÁRIOS - SUGESTÕES E LOUVVORES

Este modelos são em formato A4 e devem ser facultado ao cidadão sempre que sejam solicitados.

Loja Cidadão SUGESTÃO | SUGGESTION N° /

LOJA DE CIDADÃO | ONE STOP SHOP

Nome | Name: _____
 E-mail ou Morada | E-mail or address: _____
 Código Postal | Postal Code: _____
 Telefone | Phone Number: _____ Número de Contribuinte | Taxpayer Number: _____

SUGESTÃO | SUGGESTION

Assunto | Subject: _____

Indique, p.f., qual o(s) motivo(s) da sugestão | Please indicate the reason(s) for the suggestion:

Organização e Gestão/ Instalações Organization and Management / Facilities	Burocracia/ Procedimentos Bureaucracy / Procedures
Atendimento/ Recursos Humanos Customer Service / Human Resources	Entidades/ Serviços Prestados Entities / Services Provided
Sistemas de Informação Information systems	Condições Ambientais/ Higiene e Segurança Environmental Conditions / Health and Safety

DESCRIÇÃO DA SUGESTÃO | SUGGESTION:

Autorizo o uso dos meus dados pessoais fornecidos para tratamento interno e resposta a sugestões apresentadas na Loja de Cidadão. A informação será tratada conforme políticas internas de segurança e confidencialidade, sendo preservada pelo tempo estritamente necessário. A AMA compromete-se a tratar os dados apenas para as finalidades identificadas e adotar as medidas necessárias para assegurar a confidencialidade e integridade dos mesmos. Para informação adicional pode consultar a [Política de Privacidade - AMA](#). Não invogue a autoridade concedida, bem como solicitar acesso, retificação, portabilidade, apagamento ou a limitação do tratamento no que lhe disser respeito, ou qualquer outra das suas opções, para o contacto: [@oamg.pt](#).

I authorize the use of my personal data provided for internal processing and response to suggestions presented at One Stop Shop. The information will be treated in accordance with internal security and confidentiality policies and stored for the strictly necessary time. AMA commits to processing the data only for the identified purposes and to adopting the necessary measures to ensure their confidentiality and integrity. For additional information, you can consult the [Privacy Policy - AMA](#). You can withdraw consent any time, as well as request access, rectification, portability, deletion or restriction of processing concerning the data subject or to object to processing of any of your personal data by contacting: [@oamg.pt](#).

Data | Date: / / Assinatura | Signature: _____

A PREENCHER PELOS SERVIÇOS | TO BE COMPLETED BY SERVICES:

Data | Date: / / Hora | Hour: h Recebido por | Received by: _____

[www.ama.gov.pt](#)

Sugestões

Loja Cidadão LOUVOR | PRAISE N° /

LOJA DE CIDADÃO | ONE STOP SHOP

LOUVADOR | PRAISER

Nome | Name: _____
 E-mail ou Morada | E-mail or address: _____
 Código Postal | Postal Code: _____
 Telefone | Phone Number: _____ Número de Contribuinte | Taxpayer Number: _____

LOUVADO | PRAISED

Funcionário(a) | Employee: _____

Indique, p.f., qual o(s) motivo(s) do louvor | Please indicate the reason(s) for the praise:

Eficiência/eficácia Efficiency	Dedicado/empenho Commitment/Dedication
Profissionalismo/competência Professionalism	Disponibilidade/atenção Availability/Attention
Rapidez Rapidity	Simpática Sympathy
Recursos Resources	Educação/cortesia Education/Courtesy
Excelência no atendimento Service excellence	

OBSERVAÇÕES | OBSERVATIONS:

Autorizo o uso dos meus dados pessoais fornecidos para tratamento interno e resposta a louvores apresentados na Loja de Cidadão. A informação será tratada conforme políticas internas de segurança e confidencialidade, sendo preservada pelo tempo estritamente necessário. A AMA compromete-se a tratar os dados apenas para as finalidades identificadas e adotar as medidas necessárias para assegurar a confidencialidade e integridade dos mesmos. Para informação adicional pode consultar a [Política de Privacidade - AMA](#). Não invogue a autoridade concedida, bem como solicitar acesso, retificação, portabilidade, apagamento ou a limitação do tratamento no que lhe disser respeito, ou qualquer outra das suas opções, para o contacto: [@oamg.pt](#).

I consent to the use of my personal data provided for internal processing and response to praises presented at One Stop Shop. The information will be treated in accordance with internal security and confidentiality policies and stored for the strictly necessary time. AMA commits to processing the data only for the identified purposes and to adopting the necessary measures to ensure their confidentiality and integrity. For additional information, you can consult the [Privacy Policy - AMA](#). You can withdraw consent any time, as well as request access, rectification, portability, deletion or restriction of processing concerning the data subject or to object to processing of any of your personal data by contacting: [@oamg.pt](#).

Data do Louvor | Date of Praise: / / Assinatura | Signature: _____

A PREENCHER PELOS SERVIÇOS | TO BE COMPLETED BY SERVICES:

Data | Date: / / Hora | Hour: h Recebido por | Received by: _____

[www.ama.gov.pt](#)


Louvores

6. MODELOS DE COMUNICAÇÃO

6.2. AVISOS

Os Avisos de Loja são em formato A4 e destinam-se a ser afixados na Painel de Informações disponível na entrada da Loja. Estes avisos mostram a aplicação da nova imagem que deve ser reproduzida nos restantes avisos utilizado na Loja.



AVISO
NOTICE




RUÍDO
NOISE

Podemos ouvir música, ler ou conversar, mas sem incomodar.
Esta Loja é de todos, por favor, mantenha o silêncio.

We can listen to music, read or talk, without disturbing.
This Shop belongs to everyone, please keep silent.



AVISO
NOTICE





RECLAMAÇÕES, SUGESTÕES E LOUVORES
COMPLAINTS, SUGGESTIONS AND COMPLIMENTS

Na Loja de Cidadão existem livros de reclamações e formulários de registo de sugestões e louvores.
Por favor dirija-se à Unidade de Gestão.
Online, em www.livroamarelo.gov.pt, pode também apresentar o seu elogio, sugestão ou reclamação.

The Citizen Shop has complaints books and forms for registering suggestions and compliments.
Please contact the Management Unit.
Online, at www.livroamarelo.gov.pt, you can also submit your compliments, suggestions or complaints.

DL n.º 135/99 de 22 de abril, republicado pelo DL n.º 73/2014 de 13 de maio e atualizado pelo DL n.º 74/2017 de 21 de junho.
DL n.º 156/2005, de 15 de setembro atualizado pelo DL n.º 74/2017, de 21 de junho.
DL no. 135/99 of 22 April, republished by DL 73/2014 of 13 May and updated by DL no. 74/2017 of 21 June.
DL no. 156/2005, of 15 September updated by DL no. 74/2017, of 21 June.



7. VIATURAS

7.1. Decoração

7. VIATURAS

7.1. DECORAÇÃO

A decoração de viaturas está prevista neste manual, no entanto a decoração será sempre ajustada ao modelo de veículo.



8. MERCHANDISING

8.1. Aplicações

8. MERCHANDISING

8.1. ALGUMAS APLICAÇÕES

No merchandising sugerimos uma maior liberdade de colocação dos elementos de forma a adaptar facilmente aos objetos personalizados. No entanto, é obrigatório respeitar as cores da marca e utilizar apenas os elementos gráficos da marca.



