

**MEDICARE**

# Manual de Normas Gráficas

# JUNHO 2022 V.1.0



**TEMOS  
O PLANO  
CERTO  
PARA SI.**

O manual de normas gráficas Medicare tem como objetivo garantir a coerência gráfica de todas as manifestações da marca, estabelecendo uma identidade única, sólida e facilmente reconhecível.

Todas as regras definidas neste manual deverão ser respeitadas, sem exceção, independentemente da peça de comunicação a ser produzida.

O cumprimento destas normas permite reforçar a personalidade da marca e assegurar uma imagem coesa.

## A MARCA MEDICARE

03	Identidade Medicare
04	O nosso logo
05	Proteção do logo
06	Tipografia
07	Símbolo
08	Tamanho do logo
09	Posição do logo
10	Uso incorreto do logo
11	Slogan
12	Relação do logo com o slogan
13	Selos de confiança
14	Ícones

## AS CORES DA MARCA

15	Paleta de cores
16	Cor
17	Formas da marca
18	Volume das formas

## O QUE EMOCIONA A MARCA

20	Fotografia
21	Imagens Oficiais   Planos
22	Imagens Oficiais   Demonstração
23	Imagens Oficiais   Wallpapers
24	Imagens Oficiais   Ilustração
25	Fotografia com forma
26	Composição de fotografia
27	Capas/Contracapas/Miolo
29	Guia do Cliente
30	Embaixadora
31	Estacionário
35	Sinalética
36	Merchandising
37	Stickers
38	Tabela de preços

## DOCUMENTAÇÃO INTERNA

39	Templates Powerpoint e Word
----	-----------------------------

## REGRAS DE DOCUMENTAÇÃO

40	Templates de documentos
----	-------------------------

## A VOZ DA MARCA

41	A nossa tipografia
42	Princípios tipográficos
43	Hierarquia tipográfica
45	Normas de escrita
49	Normas das ressalvas

## A MARCA ONLINE

51	Layouts
53	Call to action
54	Inputs
55	Assinatura de email
56	Template email
60	Template redes sociais

# Identidade Medicare

Ao longo dos anos, a Medicare tem vindo a se transformar à medida que continua a crescer. Podemos mostrar, orgulhosamente, ao mundo o que nos tornámos um líder global no nosso mercado.

Para a Medicare, a marca é valiosa, pois define a nossa história e mostra a todos os Clientes, Parceiros e potenciais Colaboradores porque razão a Medicare é única e permite-nos, também, destacar da concorrência. Com o auxílio do nosso logótipo, a Medicare, ao dia de hoje, é uma marca visível e memorável na vida dos portugueses.

Nas páginas seguintes, iremos evidenciar algumas regras básicas sobre como aplicar e usar o nosso logótipo. Mas, em caso de dúvida, verifique com a equipa da marca.



**MEDICARE**<sup>®</sup>

---

## A MARCA MEDICARE

# O nosso logo

A principal representação da marca Medicare é através da sua forma horizontal. Esta é a nossa assinatura em todos os suportes sejam eles digitais ou analógicos, *above* ou *below the line*.

### O ícone/símbolo

Enquanto o ícone da cruz pode ser usado de forma independente em certos casos, todas as principais peças de marketing e comunicação devem incluir: ícone e nome da marca Medicare. A cruz tem sido o nosso icónico símbolo desde sempre. É de conhecimento universal a ligação com os cuidados de saúde (cruz vermelha, bandeira suíça e os cães são-bernardo em auxílio no salvamento de pessoas na neve).

### A marca registada

O símbolo ® deve parecer legível. Se o logótipo surgir particularmente pequeno ou grande, o símbolo ® pode precisar de ser ajustado.

### O logótipo

O nosso logótipo é composto por duas partes indissociáveis: nome da marca mais o símbolo. Quando combinados, estes criam uma assinatura exclusiva e humana da empresa, remetendo à garantia da qualidade no acesso a Serviços de Saúde particulares.

### Nossa marca

O que se pretende alcançar com a marca são sinais de confiança, credibilidade e satisfação junto dos consumidores. O índole da nossa marca está em honrar e alcançar todos os dias os nossos compromissos ao providenciar às famílias as melhores soluções de acessos à saúde privada.



Ícone/símbolo

Nome da marca

Marca registada



Alinhamento do ícone/símbolo

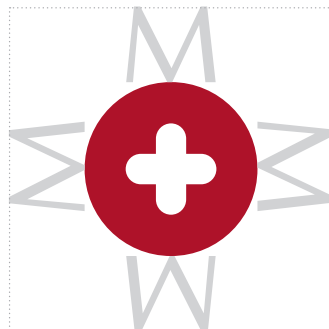
**O nosso logótipo identifica-nos com a saúde e fornece aos nossos Clientes e potenciais Clientes a garantia de qualidade e excelência.**

# Proteção do logo

Para garantir a integridade e o impacto do nosso logótipo, mantemo-lo proeminente e visível, alocando uma zona de exclusão. Essa zona de exclusão define o mínimo de área de espaço livre ao redor do logótipo e deve ser mantido livre de elementos gráficos, pois é fundamental para o impacto e legibilidade da nossa identidade de marca.

Alocamos uma exclusão mínima da zona que é igual à altura do nome da marca Medicare.

Em circunstâncias extremas, o espaço restrito pode ser reduzido para 50 % da altura.



**Tecnicamente, é possível criar o logótipo em vários tamanhos.  
No entanto, existem tamanhos mínimos para aplicativos de logótipo na tela e fora dela.**

A tipografia do logótipo é a "Sakkal Majalla Regular". Uma fonte desenhada por "Mamoun Sakkal", "Sakkal Design and Steve Matteson", "Ascender Corp". É uma fonte árabe baseada na caligrafia naskh (desenvolvida no atual Irão, entre os séculos XIV e XV).

Regular  
Bold

SAKKAL MAJALLA

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

!"#\$%&/'()=?\*^a^\_;>\'«'+~°-.,  
1234567890

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

!"#\$%&/'()=?\*^a^\_;>\'«'+~°-.,  
1234567890

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

# A MARCA MEDICARE

## Símbolo

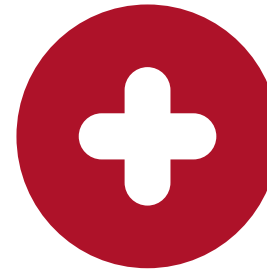
A Medicare tem atingido patamares de crescimento únicos no mercado sendo hoje a marca líder em Planos de Saúde.

Somos hoje em dia sobejamente conhecidos pelos consumidores portugueses, que reconhecem e respeitam a nossa marca.

Perante tamanho crescimento, os níveis de exigência e responsabilidade são outros e revela-se essencial definir regras de utilização da nossa marca e do seu logótipo.

Nas páginas seguintes, mostramos alguns conceitos básicos sobre como aplicar e usar a nossa imagem.

Em caso de dúvida, não hesite em falar com o Departamento de Marketing.



Ícone App Medicare



Favicon browser

# Tamanho do logo

O tamanho correto para o nosso logótipo foi definido para os formatos mais usados, cujo as medidas são:

- A5:  $148 + 210 = 24$  mm
- A4:  $210 + 297 = 34$  mm
- A3:  $297 + 420 = 48$  mm
- A2:  $420 + 594 = 84$  mm
- A1:  $594 + 841 = 96$  mm

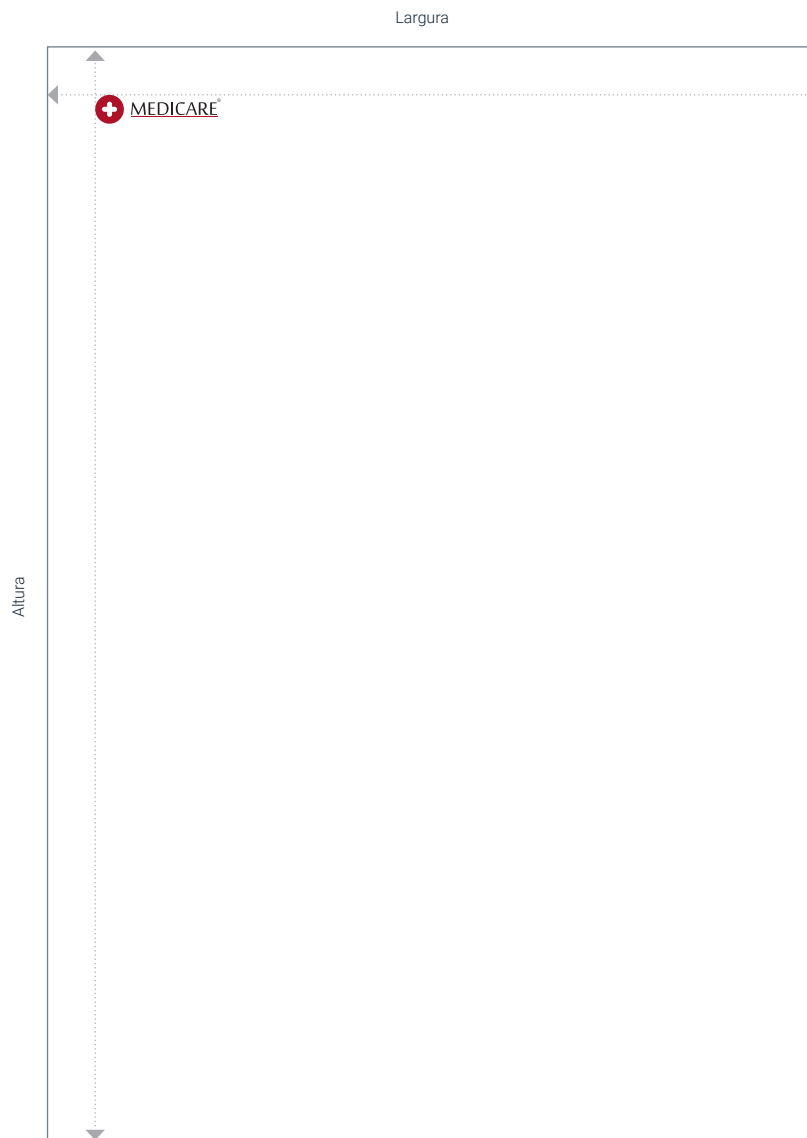
Cartão de Visita -  $85 + 55 : 5 = 28$  mm

Para calcular o **tamanho do logótipo Medicare** basta **somar a largura com a altura da tela e dividir o resultado por 15**. Sempre que resulta um número com 3 casas decimais, arredonda-se até aos 0,5 mm.

Quaisquer que sejam as dimensões da aplicação, nunca se deve usar o nosso logótipo com tamanho inferior a 30 mm/175 px de largura. Em casos excepcionais, pode usar o nosso símbolo da cruz.

## Tamanho mínimo

- Screen logo (larg.) = 175 px  
símbolo = 35 px
- Print logo (larg.) = 24 mm  
símbolo = 6 mm



Largura + Altura (suporte) : 15 = tamanho logo

Exp.:  $297 + 210$  mm : 15 = 34 mm (larg. do logo)



# Posição do logo

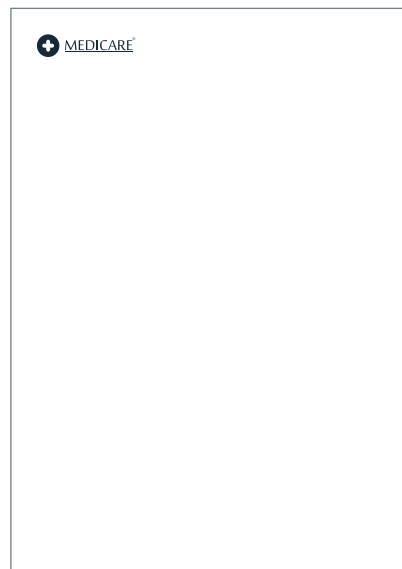
Em comunicações impressas, é importante colocar o nosso logótipo onde é mais destacável e mais limpo em relação ao layout considerando a zona onde a comunicação será vista.

A posição ótima do logótipo no que respeita a estacionário (papel carta, convites, cartões) será no topo à esquerda. Isso garante consistência através da nossa comunicação.

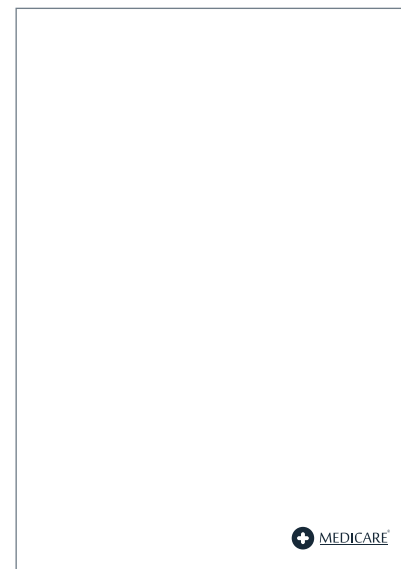
No entanto, para a comunicação publicitária, os cantos inferiores são os mais apropriados se as circunstâncias determinam que seja a melhor posição.

Para descobrir a **posição do logótipo** em qualquer formato, basta **somar a largura com a altura da página e dividir por 40**. O resultado será o valor das margens de segurança do documento.

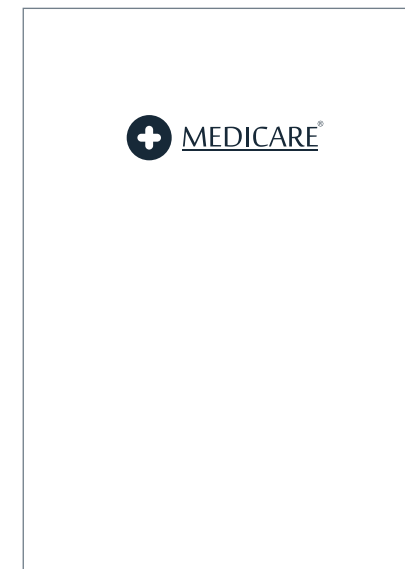
Posição para estacionário



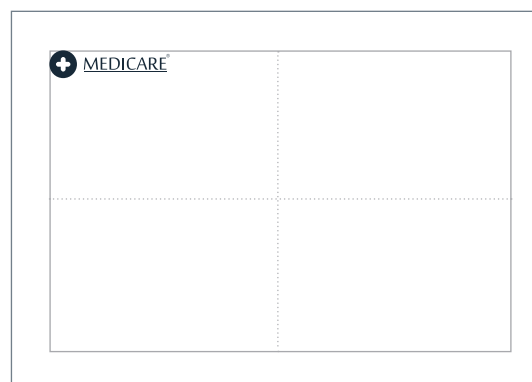
Posição para publicidade



Posição centrada



Em algumas circunstâncias o logótipo pode ser centralizado e se tornar o elemento principal da comunicação. O logótipo pode ser móvel, em cima ou em baixo adequado para aplicações como sinalização, stands de exposição, bandeiras, etc.



Largura + Altura (suporte) : 40 = tamanho margens  
Exp.: 297 + 210 mm : 40 = 13 mm (margens do papel)

# Uso incorreto do logo



⊗ Não aplicar efeitos ou sombra.



⊗ Não fazer outline.



⊗ Não usar o antigo logo



⊗ Não aplicar outras cores.



⊗ Não alterar o tamanho do símbolo.



⊗ Não utilizar o nome sem o símbolo.



⊗ Não trocar os elementos.



⊗ Não distorcer os elementos.



⊗ Não acrescentar elementos gráficos

Os mesmos exemplos se aplicam ao símbolo quando usado isolado.

O slogan tem o poder de oferecer e fortalecer ainda mais a personalidade da marca, transmitindo ao Cliente a promessa de valor que oferecemos. Está associado à linguagem escrita e estética da Marca.

O slogan Medicare pretende chegar aos consumidores de forma assertiva e confiável.

Pode ser grafado a minúsculas, em texto corrido, ou todo em maiúsculas em títulos e outras referências, conforme necessário.

# TEMOS O PLANO CERTO PARA SI.

#### Medicare

Trabalhamos para melhorar as condições de saúde oferecendo serviços específicos.

#### Planos de Saúde

Os nossos Planos são adequados às necessidades de cada Cliente.

#### Pessoas

A nossa maior preocupação é garantir satisfação com os Serviços de Saúde.

Na Medicare, definimos uma mensagem forte tendo como principal objetivo, chegarmos aos nossos Clientes, Colaboradores e Prestadores/Parceiros.

#### Clientes

# TEMOS O PLANO CERTO PARA SI.

#### Colaboradores

# O NOSSO MELHOR PLANO ÉS TU.

#### Prestadores/Parceiros

# EMPRESA LÍDER EM PLANOS DE SAÚDE.

# Relação do logo com o slogan

Como posicionar o logótipo da Medicare ao lado do slogan "TEMOS O PLANO CERTO PARA SI.?"

Por regra, o slogan é alinhado com o logótipo, não obstante está à esquerda ou à direita, o importante é que exista relação de alinhamento entre eles.

O lettering Roboto Black em capslock é obrigatório, bem como a disposição das palavras (em 4 linhas).

**TEMOS  
O PLANO  
CERTO  
PARA SI.**



**TEMOS  
O PLANO  
CERTO  
PARA SI.**



**EMPRESA  
LÍDER EM  
PLANOS  
DE SAÚDE.**



**EMPRESA  
LÍDER EM  
PLANOS  
DE SAÚDE.**



**O NOSSO  
MELHOR  
PLANO  
ÉS TU.**



**O NOSSO  
MELHOR  
PLANO  
ÉS TU.**



# Selos de confiança

É necessário ter o cuidado de garantir que o logótipo Medicare permaneça proeminente em relação aos selos de confiança.

## Selos

### Posição vertical e horizontal

No caso da necessidade de manter os selos próximos do logótipo, a sua distância corresponde à dimensão do símbolo do logo Medicare.

Quando em conjunto, os selos devem estar alinhados no início ou limite do logótipo.

No caso de existirem apenas dois selos, a sua largura deverá ocupar 2/3 da largura do logótipo.



# A MARCA MEDICARE

## Ícones

A identidade da marca Medicare dispõe desde já de um conjunto de pictogramas, que poderão formar uma biblioteca crescente de ícones disponíveis para criar diversos suportes de comunicação.

As aplicações aconselhadas devem utilizar preferencialmente cores da identidade visual sendo que num mesmo documento todos os pictogramas devem ter a mesma cor. Eventualmente, sessões diferentes poderão utilizar pictogramas de cores diferentes, utilizando uma única cor dentro de cada secção do documento.

O uso excessivo destes elementos deverá ser evitado, sob custo de infantilizar a imagem da Medicare e de criar demasiado ruído visual numa identidade que foi concebida como minimalista.



## AS CORES DA MARCA

# Paleta de cores

O vermelho é a cor predominante da nossa marca com a particularidade de ser num tom vibrante e vivo, porque é desta forma que queremos associar aos cuidados de saúde. Nós somos inspiradores e energéticos, por isso demos à cor vermelha um toque mais luminoso para ir ao encontro da emoção humana e relacioná-la com a vida (= cor viva).

### Logótipo

Sempre que possível, deve usar o nosso logótipo principal.

### Única cor

O logótipo a uma cor apenas poderá ser utilizado se existir alguma restrição que prejudique a qualidade/leitura do logótipo. Nesse caso, utilizamos o preto/branco, como por exemplo em pequenos itens de merchandising.



PANTONE Black  
CMYK C=0 M=0 Y=0 K=100  
RGB R=0 G=0 B=0  
HTML 000000



PANTONE 187  
CMYK C=7 M=100 Y=82 K=26  
RGB R=174 G=16 B=34  
HTML #ae1022  
VINYL ORACAL gama 651 | Vermelho 031 Mate  
RAL 3000



PANTONE 432  
CMYK C=65 M=43 Y=26 K=78  
RGB R=37 G=48 B=59  
HTML #25303b



PANTONE 184  
CMYK C=0 M=73 Y=32 K=0  
RGB R=236 G=101 B=126  
HTML #ec657a



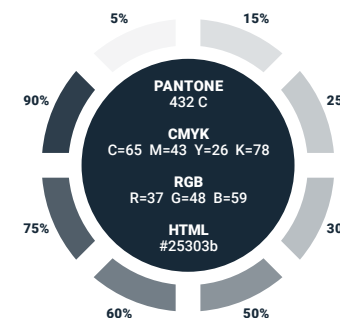
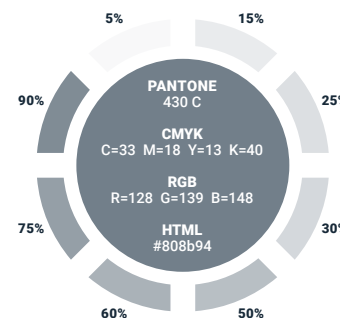
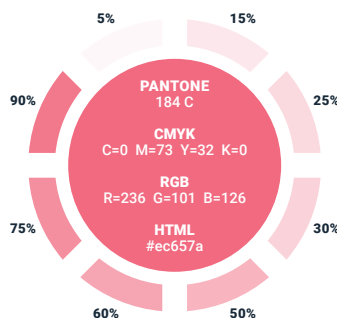
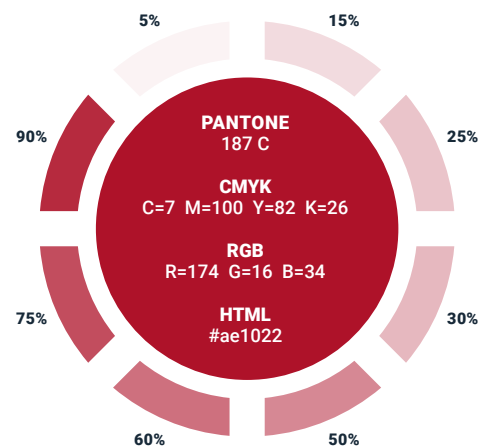
PANTONE 430  
CMYK C=33 M=18 Y=13 K=40  
RGB R=128 G=139 B=148  
HTML #808b94

A cor do logótipo é a identidade da marca Medicare. Usamos a cor como uma expressão do verdadeiro espírito de partilha e como ilustração dos nossos valores de marca, incluindo a preocupação dos cuidados de saúde.

Esta página exibe as cores primárias e secundárias da marca.

A primária consiste somente no vermelho. As secundárias em duas cores: rosa e cinzento.

Contudo, o branco deve ocupar um espaço fortemente significativo à comunicação da nossa identidade.





# Formas da marca

Criámos algumas formas de marca únicas que usamos nos layouts para dar ritmo e impacto às nossas comunicações. Temos dois tipos de formas que permitem uma flexibilidade no posicionamento.

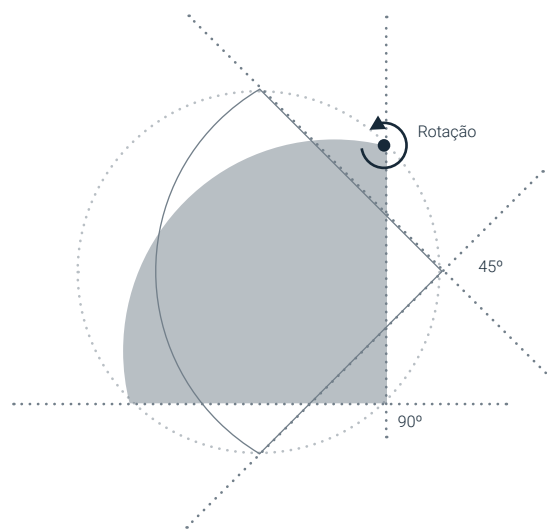
Estas formas são usadas como dispositivos de retenção de texto, fotografia, e eventualmente em ilustração e gráficos de informação.

Ao criar uma composição com as nossas formas, é importante considerar todos os elementos como um todo.

## A forma com cor

As formas de uma cor são para compor fundos e podem ser dimensionadas para qualquer layout. As cores a utilizar devem ser as oficiais da marca.

A forma aqui exemplificada deve sempre sangrar fora da página, pelo menos num ângulo reto.



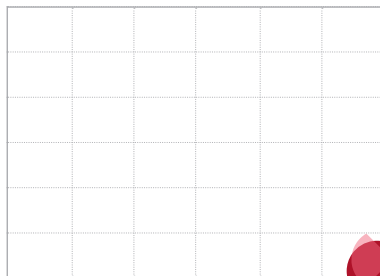
# AS CORES DA MARCA

## Volume das formas

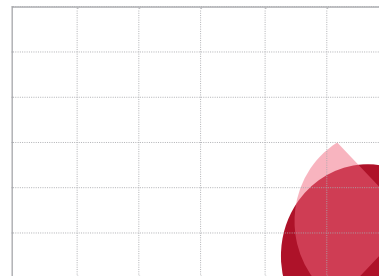
As formas da marca podem ser dimensionadas, cortadas e escaladas para três volumes, como demonstra o diagrama.

Este princípio aplica-se aos formatos paisagem e retrato.

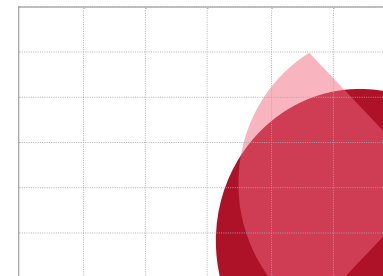
Tamanho mínimo (paginação)



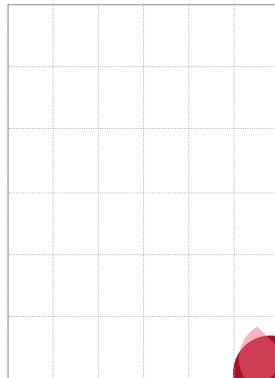
Tamanho intermédio (capas)



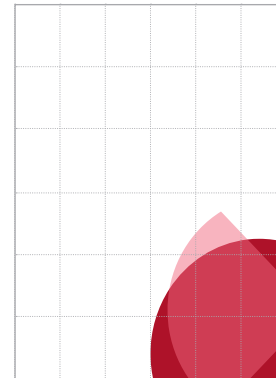
Tamanho grande (fundos)



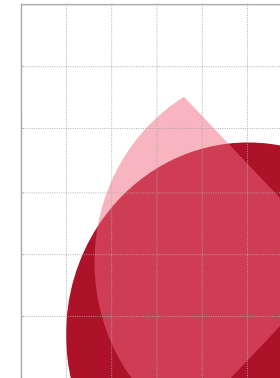
Tamanho mínimo (paginação)



Tamanho intermédio (capas)



Tamanho grande (fundos)



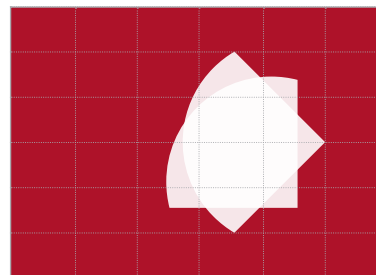
As formas podem ser giradas para se adequarem aos layouts.



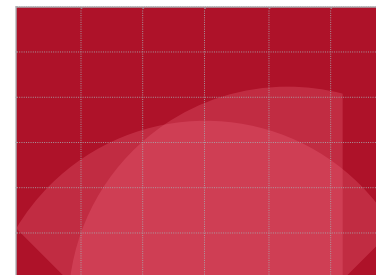
As formas podem ser espelhadas horizontalmente ou verticalmente.

# Volume das formas | Variantes

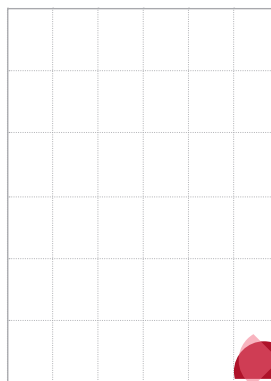
Tamanho intermédio (capas)



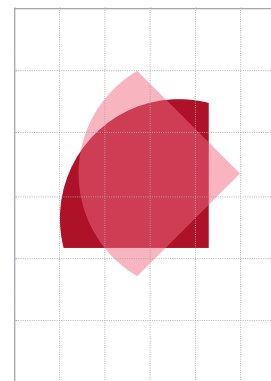
Tamanho grande (fundos)



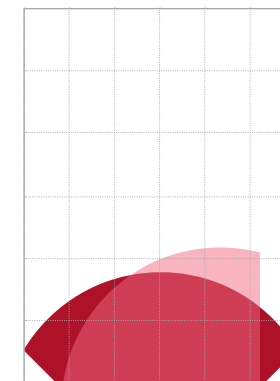
Tamanho mínimo (paginação)



Tamanho intermédio (capas)



Tamanho grande (fundos)



As formas podem ser giradas para se adequarem aos layouts.



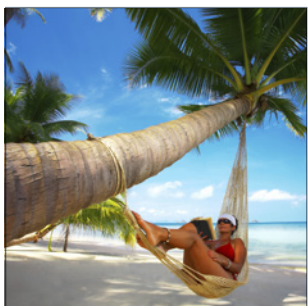
As formas podem ser espelhadas horizontalmente ou verticalmente.

## O QUE EMOCIONA A MARCA

# Fotografia

As nossas imagens fotográficas são humanizadas. Refletem pessoas felizes e saudáveis e de bem com a vida.

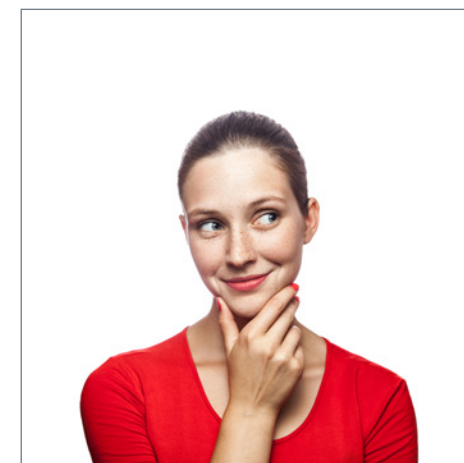
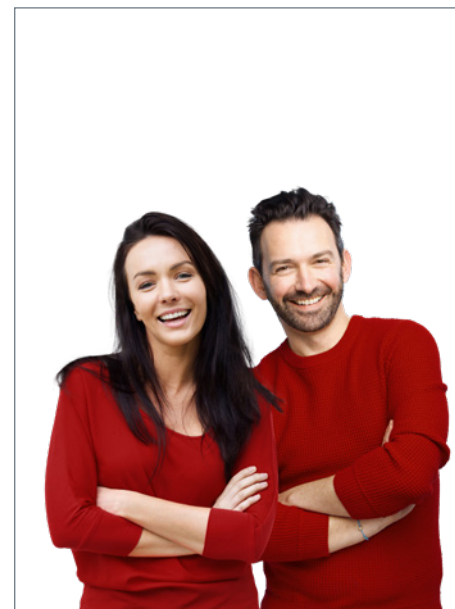
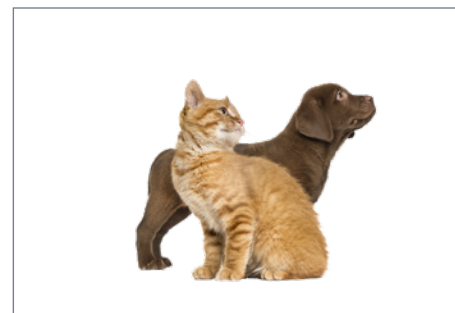
A nossa direção fotográfica usa recortes na fotografia para destacar a humanização sem deixar que a composição permaneça *clean* com o seu fundo branco.



⊗ Não usar imagens com fundo de paisagens

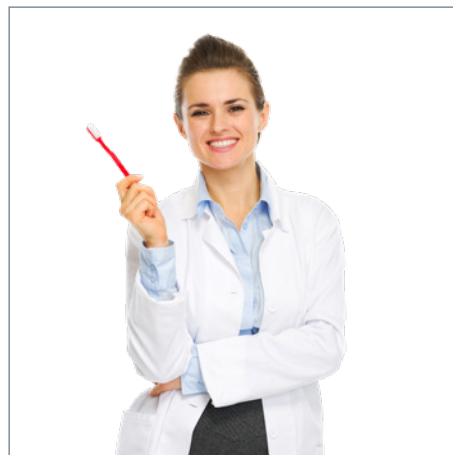


⊗ Não sobrepor gráficos às imagens





✓ Rede Médica



✓ Medicina Dentária



✓ Médico ao Domicílio



✓ Consulta de Clínica Geral ao Domicílio



✓ Aconselhamento Médico ao Telefone



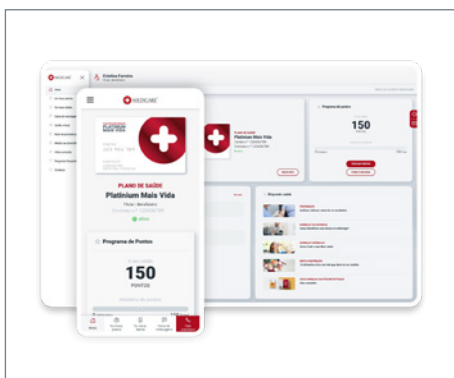
✓ Transporte para o Hospital



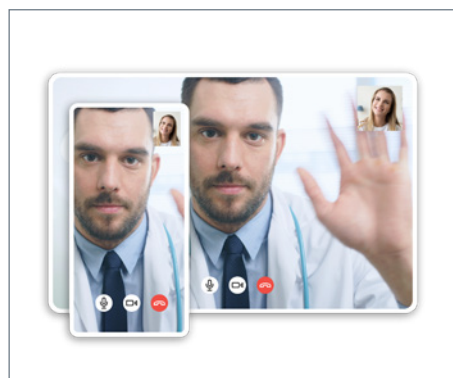
✓ Plano Vetecare



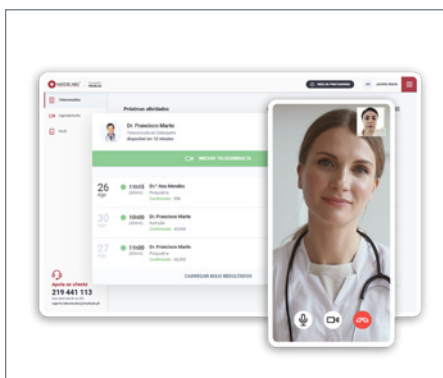
✓ Plano Automóvel



✓ Área do Cliente



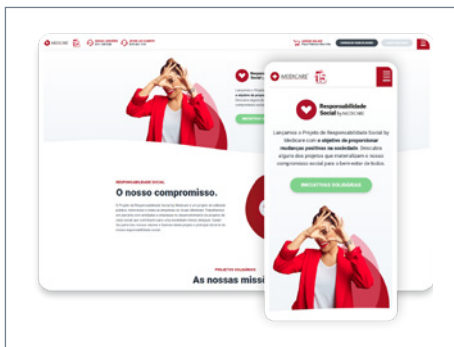
✓ Video-consulta



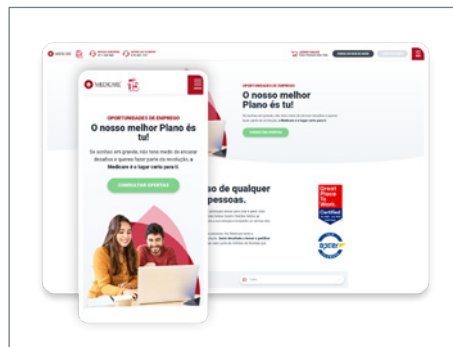
✓ Teleconsulta



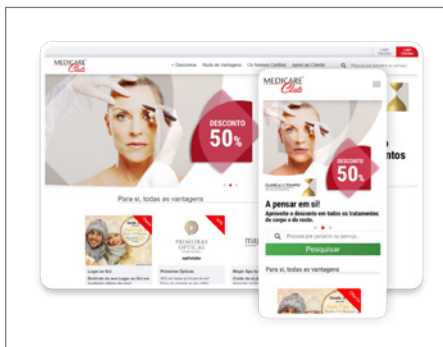
✓ Programa de Pontos



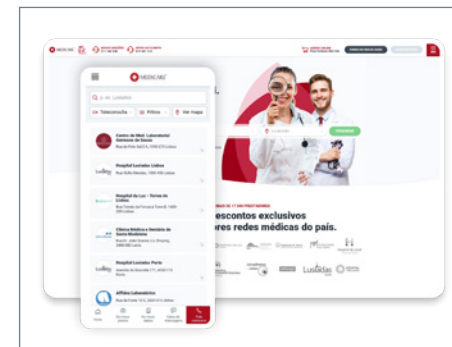
✓ Responsabilidade Social



✓ Recrutamento



✓ Medicare Club

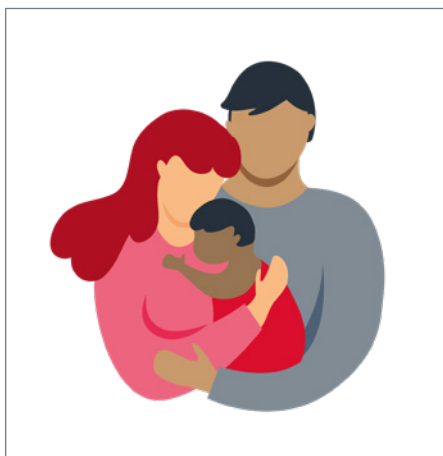
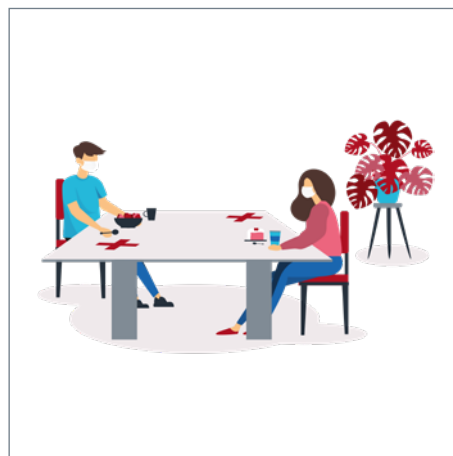
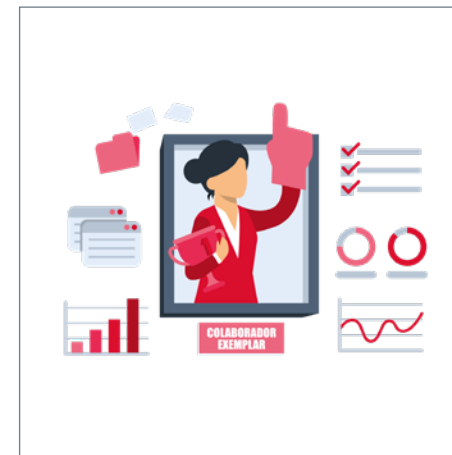
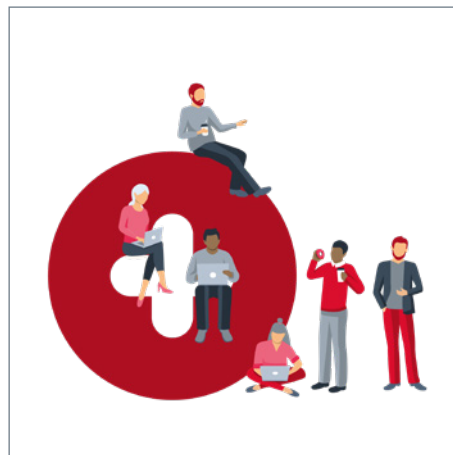
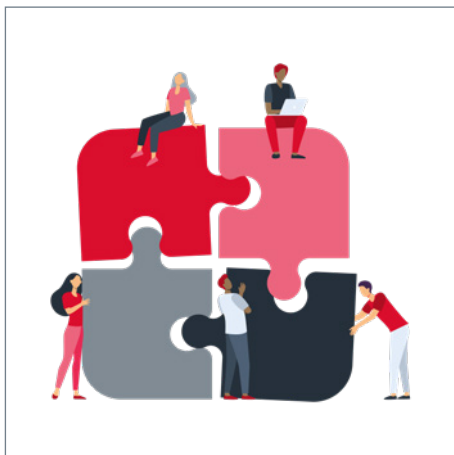


✓ Rede Prestadores

# Imagens oficiais | Wallpapers



# Imagens oficiais | Ilustração





## O QUE EMOCIONA A MARCA

# Fotografia com forma

Para que a comunicação visual seja fluída, criamos parâmetros de formas e tamanhos sem descurar a boa qualidade da imagem.

As formas quando misturadas com fotografia têm alguns princípios que garantem dinâmica e clareza da nossa comunicação.

Exemplo publicidade



Exemplo miolo



Exemplo publicidade



Exemplo capa



Exemplo miolo



Exemplo miolo



Exemplo miolo



# Composição de fotografia

Exemplo publicidade



Exemplo miolo



Exemplo publicidade



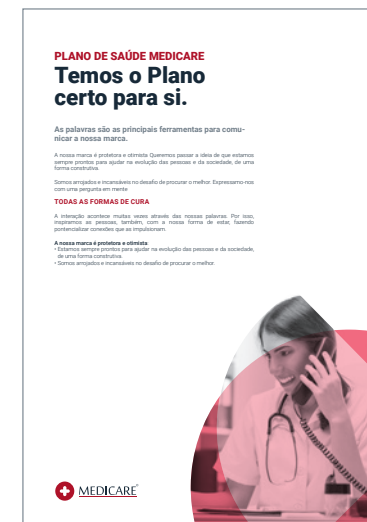
Exemplo publicidade



Exemplo miolo



Exemplo miolo



# Capas/Contracapas/Miolo

Para uniformizar a nossa comunicação criámos uma página tipo para ser usada como contracapa a suportes gráficos como brochuras, flyers, catálogos, manuais e apresentações institucionais.



# Capas/Contracapas/Miolo



# O QUE EMOCIONA A MARCA

## Guia do Cliente

**MEDICARE**  
**NORMAS GRÁFICAS**  
 JUNHO 2022 V.1.0



Papel: Formato A4  
 297 x 210 mm

Logótipo Capa: 56 mm largura

Logótipo Miolo: 34 mm largura

Titulo Capa: 27 pt Roboto Black  
 Cor: C=7 M=100 Y=82 K=26

Subtitulos Capa: 54 pt Roboto Black  
 Cor: 100 % K



Papel: Formato A4  
 297 x 210 mm

Logótipo Miolo: 34 mm largura

Titulo Miolo: 12 pt Roboto Black  
 Cor: C=7 M=100 Y=82 K=26

Subtitulos Miolo: 24 pt Roboto Black  
 Cor: 100 % K

Texto: 9 pt Roboto Light  
 12 pt Leading

## O QUE EMOCIONA A MARCA

# Embaixadora

Eleita a mulher mais influente de Portugal pela **executiva.pt**, Cristina Ferreira é uma clara mais-valia na estratégia de marketing da empresa.

Elemento chave para subir os níveis de confiança e recordação dos consumidores, a Cristina Ferreira foi importante na performance global da Medicare.

### Onde usar a imagem da Cristina

#### Publicidade *Above-the-Line* e pré-venda

- Facebook ADS
- Instagram ADS
- Landing pages
- Anúncios PRINT e TV
- Redes sociais
- IVR

### Onde evitar a imagem da Cristina

#### Comunicação institucional e pós-venda

- Contratos
- Condições Gerais & Particulares
- Comunicação *One-to-One*



## O QUE EMOCIONA A MARCA

# Estacionário

O estacionário inclui cartão de visita, capas para arquivo, envelopes, papel de carta, papel timbrado, assinatura digital e material de escritório, como calendários, canetas, bloco de notas, entre outros, que são meios de comunicação com o exterior.

Todos esses elementos falam pela marca quando nenhum de nós a representa.

O estacionário é um elemento transmissor da identidade corporativa que, tal como o logótipo, deve ser utilizado de forma coerente e com o objetivo de fortalecer a marca que representamos.



## O QUE EMOCIONA A MARCA

# Estacionário

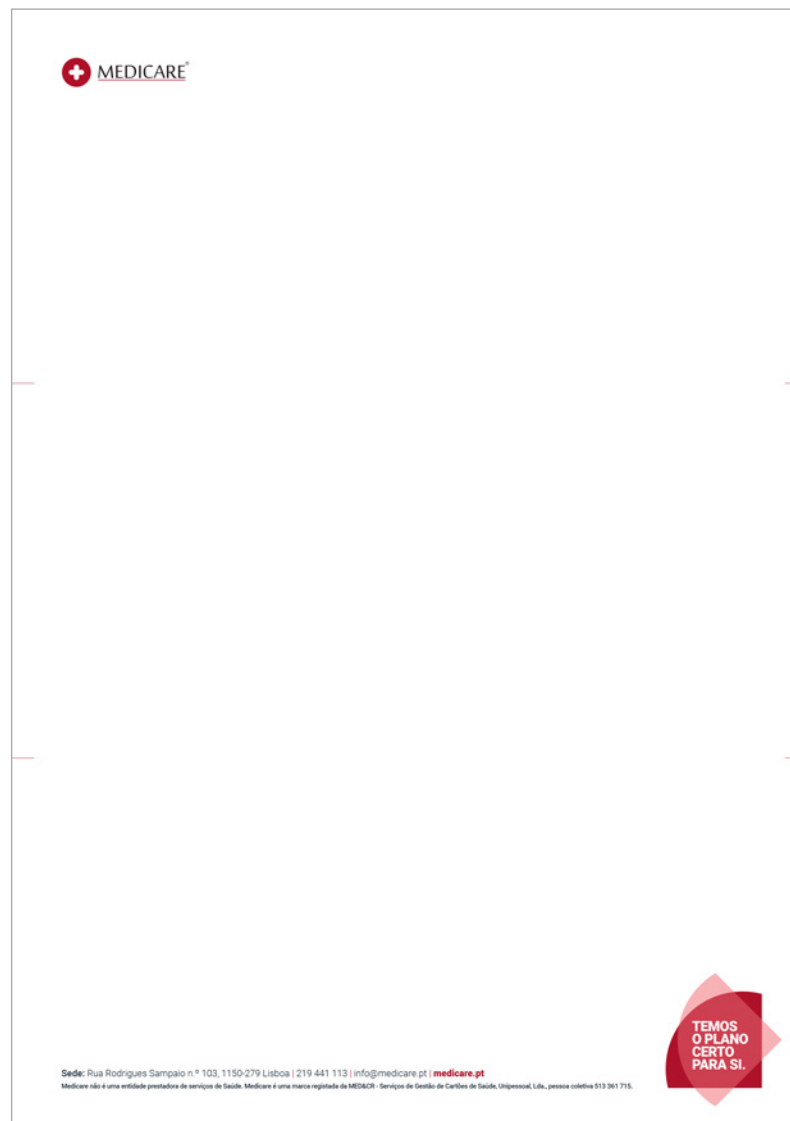
Papel: Formato A4  
210 x 297 mm

Logótipo: 34 mm largura

Ressalva: Roboto Medium  
5 pt Type / 6 pt Leading  
Cor: 100 % K

Morada: Roboto Light  
7 pt Type / 9 pt Leading  
Cor: C=65 M=43 Y=26 K=78

Site: Roboto Black  
7 pt Type / 9 pt Leading  
Cor: C=7 M=100 Y=82 K=26





# O QUE EMOCIONA A MARCA

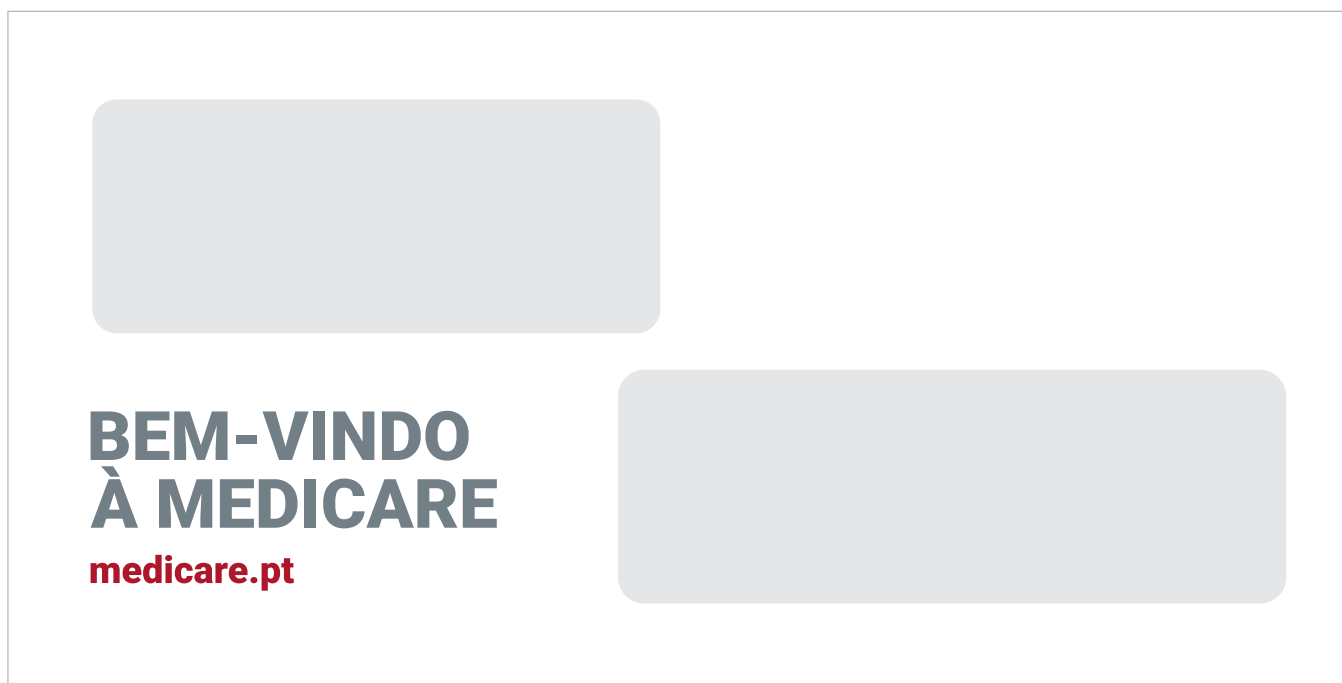
## Estacionário

Papel: Formato DL  
220 x 110 mm

Slogan: Roboto Black  
30 pt Type  
C=33 M=18 Y=13 K=40

Site: Roboto Black  
15 pt Type  
C=7 M=100 Y=82 K=26

Morada: Roboto Regular  
9 pt Type  
C=33 M=18 Y=13 K=40



## O QUE EMOCIONA A MARCA

# Estacionário

Papel: Cartão  
55 x 85 mm

Logótipo: 28 mm largura

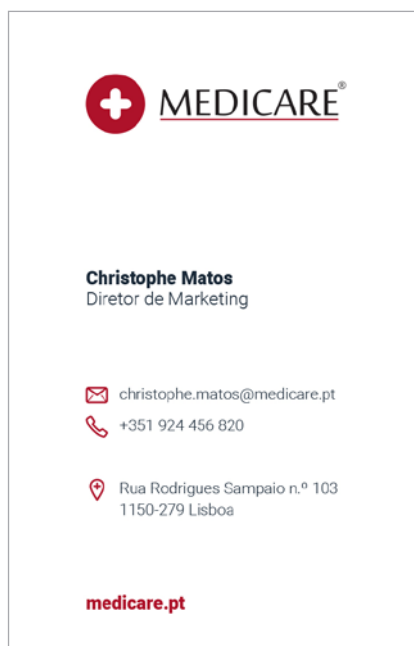
Selos: A medida dos 3 selos  
em altura é de 13 mm  
A distância entre os selos  
é de 2 mm.

Morada: Roboto Light  
7 pt Type / 9 pt Leading  
Cor: C=65 M=43 Y=26 K=78

Site: Roboto Black  
7 pt Type / 9 pt Leading  
Cor: C=7 M=100 Y=82 K=26

Nome: Roboto Black  
9 pt Type / 8 pt Leading  
Cor: C=65 M=43 Y=26 K=78

Cargo: Roboto Medium  
6 pt Type / 8 pt Leading  
Cor: C=65 M=43 Y=26 K=78



## O QUE EMOCIONA A MARCA

# Sinalética

A assinatura de qualidade pode fazer a diferença em visitantes e possíveis Clientes da forma como vêm a nossa empresa.

O logótipo da Medicare é a nossa imagem de marca, como tal, é usado em sinalização externa e em ambientes interiores como áreas de receção e interiores do edifício.

Uma sinalização clara e informativa é vital para áreas acessíveis ao público. A consistência e os sinais atraentes também trazem benefícios para visitantes, ajudando-os a orientar e alertando-os para obter informações.

A sinalização secundária inclui sinalização interna e direcional em todo o edifícios. A sinalização direcional é mais funcional e por isso a referência à Medicare é secundária.

Placa para parceiros  
Versão parede



# O QUE EMOCIONA A MARCA

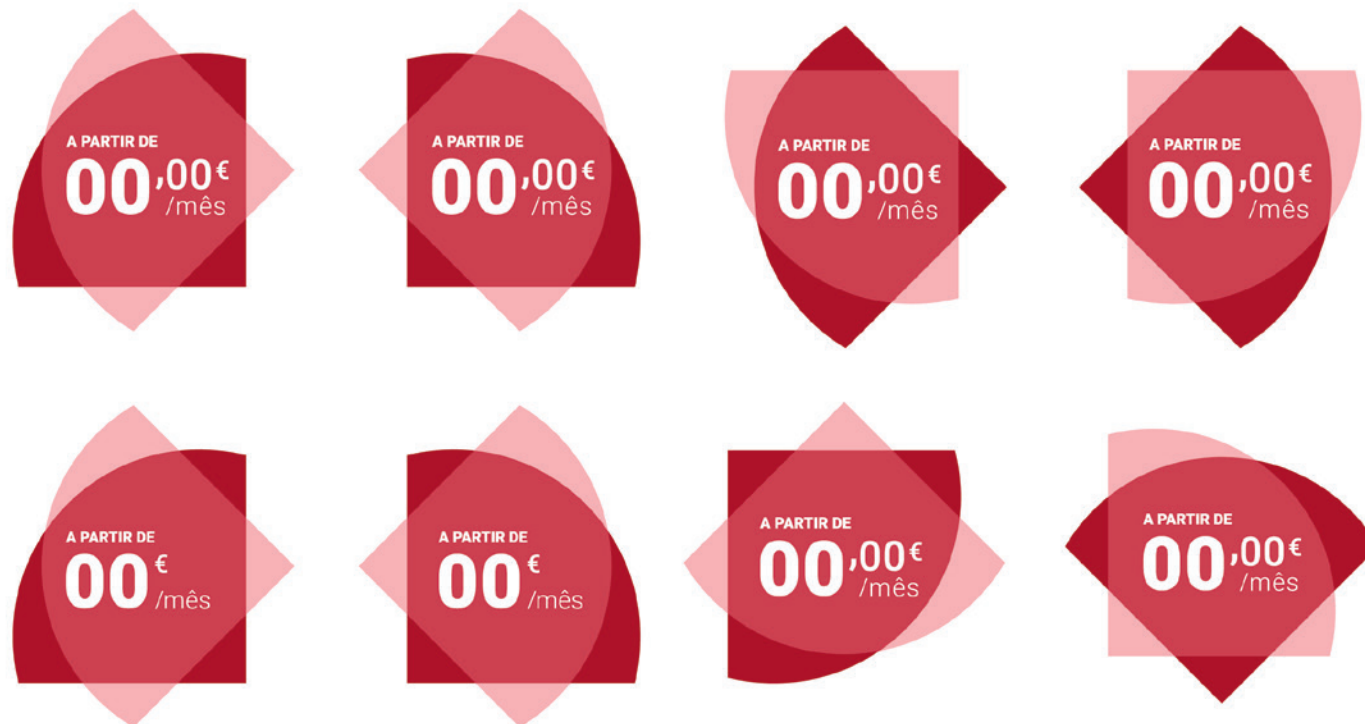
## Merchandising



## O QUE EMOCIONA A MARCA

# Stickers

O preço em destaque tem um tamanho mínimo igual ao módulo base.  
Se o preço vem no título ou dentro de outras caixas de texto, devem obedecer ao estilo e peso do nível onde está inserido.



# O QUE EMOCIONA A MARCA

## Tabela de preços

	1 PESSOA	CUSTO EXTRA POR NOVA ADEÇÃO (ATÉ 4 ADESÕES POR PESSOA)	SERVIÇO OPCIONAL CHECK-UP DOMICILIÁRIO (2X ANO OU 1X SEMESTRE)
PREÇO CLIENTE MEDICARE	20€ /mês	EXTRA DE 20€ /mês	5€ /mês POR PLANO
PREÇO NOVO CLIENTE	29,90€ /mês	POR CADA PLANO SÉNIOR ADICIONAL	

Taxa única de adesão para novo Cliente Medicare | 20€

NÚMERO DE BENEFICIÁRIOS	1 A 2 PESSOAS	3 A 6 PESSOAS	ASSINATURA DA REVISTA MEN'S OU WOMEN'S HEALTH FORMATO E-PAPER
PREÇO DE VENDA	25€ /mês	30€ /mês	+10€ /ano   SERVIÇO OPCIONAL

Taxa única de adesão para novo cliente Medicare e para cliente Medicare | 20€  
Taxa única de adesão para cliente Medicare sem subscrição de revista e-paper Men's ou Women's Health | GRÁTIS

NÚMERO DE BENEFICIÁRIOS	1 PESSOA	2 PESSOAS	3 PESSOAS	4 PESSOAS	5 PESSOAS	6 PESSOAS
PREÇO DE VENDA PAGAMENTO MENSAL	60€ /mês	120€ /mês	180€ /mês			

### PREÇO DE CAMPANHA ATUAL

PAGAMENTO MENSAL	44,90€ /mês	49,90€ /mês	54,90€ /mês
PAGAMENTO ANUAL	480€ /ano	540€ /ano	600€ /ano

Pagamento Mensal: Taxa única de adesão para novo Cliente Medicare | 10€  
Pagamento Anual: Taxa única de adesão para novo Cliente Medicare | GRÁTIS

O Plano de Saúde é para quantas pessoas?

− 2 PESSOAS +

Tipo de pagamento

Mensal  Anual

PREÇO	60€	→	PREÇO DE CAMPANHA	44,90€
VALOR POR PESSOA	30€	→	VALOR POR PESSOA	22,45€

Taxa única para novo cliente: 10€

Capa

Miolo

P.	ITEM DESCRIPTION	QT	PREÇO	MONTANTE
PT108	Exposed Bumper (Body and Exterior)	4	600.00	2,400.00
PT097	BonnetHood (Body and exterior)	1	450.00	450.00
PT450	Headlights	6	360.00	2,160.00
PT620	Dent	1	1,000.00	1,000.00
PT238	AC Compressor	1	2,000.00	2,000.00
PT550	Car Battery	8	800.00	6,400.00
SUBTOTAL				14,410.00
				14,410.00
TOTAL				15,562.80

Contracapa

Capa

Miolo

Contracapa

# REGRAS DE DOCUMENTAÇÃO

## Templates de documentos

Cartas brindes

Cartas de boas vindas

Cartas de 2.ª vias (templates word)

Adendas

Autorização débitos diretos

Condições Particulares

Condições Gerais

Consentimentos

Acordos de parcerias

Tabelas de preços



# A nossa tipografia

Roboto é o tipo de letra que usamos para os suportes informáticos e todo o tipo e comunicação.

É uma fonte univesal da Google e tem uma natureza dupla, um esqueleto mecânico e formas em grande parte geométricas. A fonte apresenta curvas amigáveis e abertas que permitem ajustar as letras na sua largura natural, criando um ritmo de leitura mais natural e mais comumente encontrado nos tipos humanista e serifas.

Light  
Regular  
Medium  
Bold  
Black

# Roboto

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

!"#\$%&/'=?\*^a^\_;>\'«´+~°-.,  
1234567890

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

!"#\$%&/'=?\*^a^\_;>\'«´+~°-.,  
1234567890

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm  
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

!"#\$%&/'=?\*^a^\_;>\'«´+~°-.,  
1234567890

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm  
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

!"#\$%&/'=?\*^a^\_;>\'«´+~°-.,  
1234567890

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm  
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

!"#\$%&/'=?\*^a^\_;>\'«´+~°-.,  
1234567890

A Fonte utilizada para texto em todos os suportes de comunicação (anúncios, documentos jurídicos, apresentações, web...) é a Roboto, uma fonte moderna, acessível e emocional. Desenhada no próprio Google por Christian Robertson.

A falta de serifas na fonte e as proporções de cada carácter mais o seu espaçamento distingue-se pela perfeição da legibilidade.

Roboto é uma fonte do sistema, logo está presente na maioria dos computadores.

Usamos três estilos; Light, Medium e Black. Cada estilo tem a sua hierarquia e como regra geral, não poderá existir uma combinação de mais de 2 cores da paleta primária.

## Headlines

Para criar impacto nos nossos headlines, escolhemos o estilo Black, sendo que o antetítulo será sempre no vermelho do logo e o título no cinzento escuro.

## Corpo de texto

Todo o texto deverá estar em estilo Light da Roboto - este pode ser apoiado com subtítulos definidos pela Roboto Medium.

Headlines

Roboto Black  
20 pt

**O Headline deverá estar equilibrado com o corpo de texto.**

20 pt Leading

Corpo de texto

Roboto Light  
10 pt

O rastreamento ligeiramente negativo bem como o devido espaçamento, permite um corpo de texto legível, ainda que se altere o tamanho.

12 pt Leading

O tipo de hierarquia e especificações perante conteúdos.

Como regra geral, uma combinação não pode ter mais de 3 cores.

## PLANO DE SAÚDE MEDICARE

# Temos o Plano certo para si.

2 x 16 pt Leading

As palavras são as principais ferramentas para comunicar a nossa marca.

16 pt Leading

Somos arrojados e incansáveis no desafio de procurar sempre as melhores soluções para a saúde e bem-estar dos nossos Clientes. Expressamo-nos com uma pergunta em mente.

### TODAS AS FORMAS DE EXPRESSÃO

A interação acontece muitas vezes através das nossas palavras. Por isso, motivamos com a nossa forma de estar, fazendo potencializar conexões emotivas.

#### A nossa marca é protetora e otimista

Trabalhamos cada vez mais e melhor para proporcionar os melhores Planos aos nossos Clientes.

2 x 12 pt Leading

<sup>(1)</sup> A interação acontece muitas vezes através das nossas palavras. Por isso, inspiramos as pessoas, também, com a nossa forma de estar, fazendo potencializar conexões que as impulsionam.

Roboto Black  
Caixa alta  
Cor: C=7 M=100 Y=82 K=26  
20 pt Type / 20 pt Leading

Roboto Black  
Caixa alta e baixa  
Cor: C=65 M=43 Y=26 K=78  
40 pt Type / 40 pt Leading

Roboto Bold  
Caixa alta e baixa  
Cor: C=33 M=18 Y=13 K=40  
14 pt Type / 16 pt Leading

Roboto Light  
Caixa alta e baixa  
Cor: C=65 M=43 Y=26 K=78  
10 pt Type / 12 pt Leading

Roboto Bold  
Caixa alta  
Cor: C=7 M=100 Y=82 K=26  
12 pt Type / 12 pt Leading

Roboto Medium  
Caixa alta e baixa  
Cor: C=65 M=43 Y=26 K=78  
10 pt Type / 12 pt Leading

Roboto Regular  
Caixa alta e baixa  
Cor: C=65 M=43 Y=26 K=78  
8 pt Type / 8 pt Leading

## Medicare: género e forma

Sempre que for necessária uma referência, verbal ou escrita, do género, deve-se utilizar o feminino.

Apresentamos como devemos comunicar o nome Medicare em texto corrido.



Sem prejuízo de outras disposições deste Contrato, a utilização abusiva do Serviço Medicare, nomeadamente a utilização por terceiros do Cartão Medicare, confere à Sociedade o direito de suspender imediatamente o Serviço Medicare e o gozo dos respetivos Benefícios associados ao Plano Medicare subscrito, bem como de resolver o Contrato, sendo o Cliente e/ou o(s) Beneficiário(s), conforme aplicável, o(s) único(s) responsável(eis) pelos danos.



Sem prejuízo de outras disposições deste Contrato, a utilização abusiva do Serviço MEDICARE, nomeadamente a utilização por terceiros do Cartão MEDICARE, confere à Sociedade o direito de suspender imediatamente o Serviço MEDICARE e o gozo dos respetivos Benefícios associados ao Plano MEDICARE subscrito, bem como de resolver o Contrato, sendo o Cliente e/ou o(s) Beneficiário(s), conforme aplicável.

**A palavra Medicare poderá ser utilizada em caixa alta (MEDICARE) se necessário, em títulos e subtítulos, desde que o texto se apresente de igual forma.**

## Nomes do Plano e como utilizar

Todos os nomes referentes aos Planos, deverão ser comunicados sempre em caixa alta e baixa.

### Exemplos



#### Plano de Saúde Platinum

#### Outros exemplos válidos

Plano de Saúde Sénior  
Plano Auto  
Plano Alimentar Mais Sabor Plus  
etc...



#### plano de saúde platinum

#### Outros exemplos não válidos

plano de Saúde Sénior  
plano Auto  
plano Alimentar Mais Sabor Plus  
etc...

## Palavras complementares

Todas as palavras complementares referentes aos Planos devem ser comunicados sempre em caixa alta e baixa.

### Exemplos



**C**artão Plano de Saúde Platinum  
**C**redencial Plano de Saúde Platinum  
**C**ampanhas Plano de Saúde Platinum

#### Outros exemplos válidos

**K**it Plano de Saúde Platinum  
**P**restador/**P**arceiro  
**C**liente Platinum/**B**eneficiário Platinum  
**R**ede Platinum/Médica /**S**ociedade\_do Grupo Medicare  
**O**utras Formas  
Plano de Saúde ...  
Serviço de Apoio ao C- ente



cartão Plano de Saúde Platinum  
campanhas Plano de Saúde Platinum  
rede Plano de Saúde Platinum

#### Outros exemplos não válidos

kit Plano de Saúde Platinum  
prestador Medicare  
parceiro Medicare  
cliente Platinum  
beneficiário Platinum

## Comunicação de horas

Segundo a Língua Portuguesa, a representação de horas não é efetivada com a utilização de dois-pontos, e sim com a abreviação da palavra hora, que é h.

Equanto que a representação de minutos é realizada com a abreviação da palavra minuto, o que podemos simplificar por "min", ou simplesmente omitindo.

## Exemplos

 9h - 12h30

### Outros exemplos válidos

24h/dia  
24h/7d  
24 horas

 9:00 - 12:30 - 9h00 - 12h:30

### Outros exemplos não válidos

24h / dia  
24H/7D  
24h

## Notas de rodapé

Utilizar sempre numerário consecutivo para notas explicativas em *subscript*.  
A ferramenta a utilizar será a *Tools subscript*.

## Exemplos

- <sup>(1)</sup> Estes serviços estão associados ao Cartão Platinum Mais Vida Gift. Este cartão permite o acesso aos serviços sem custo e é inteiramente gratuito para o Cliente Platinum Mais Vida.
- <sup>(2)</sup> O valor da taxa de adesão se aplicável e mensalidade, são debitados conforme instruções do Cliente na sua conta bancária.

## Contactos e NIF

Todos os números de contactos e NIF devem ser formatados de forma a que a sua numeração seja separada a cada 3 algarismos.

## Exemplos

 210 000 000

### Outros exemplos válidos

910 000 000  
960 000 000  
220 000 000  
200 000 000

 210000000

Na apresentação do contacto com o indicativo internacional deverá acrescentar +351, no caso de Portugal.

 +351 210 000 000

 00351210000000

## Valores numéricos

Todos os valores numéricos devem ser apresentados com o símbolo do Euro (€).

O separador das classes de milhares deverá ser sempre um espaço e nunca um ponto ou vírgula; enquanto o separador dos centimos deverá ser uma vírgula e nunca um ponto.

### Exemplos

 10 000 €

### Outros exemplos válidos

20 € / 17,50 €  
0,50 €  
22 000 €  
1 000 000 €

 €10.000

### Outros exemplos não válidos

20.00€ / 17.50 / 17 50  
0.50€ / 0 50€  
22.000,00€ / 22 000,00€  
1.000.000€ / 1 000.000,00€

## Sistemas de unidades

Existem casos em que temos que acompanhar valores (símbolos) que representam como:

- valores de acréscimo, valores numéricos,
- valores de distância e valores de medidas.

Valores que serão apresentados **com** espaço.

### Exemplos

 60 %

### Outros exemplos válidos

+60  
60 mm  
60 cm  
60 km

 60%

### Outros exemplos não válidos

+ 60  
60mm  
60cm  
60km

## Hiperligações ou URLs

Todas as hiperligações devem omitir a definição do protocolo de comunicação (http://). Exceto em situações de envio de documentação externa, por exemplo: contratos com entidades externas.

### Exemplos

 [medicare.pt](http://www.medicare.pt)

### Outros exemplos válidos

medicare.pt  
aderir.medicare.pt  
medicare.pt/planos/platinum-mais-vida

 <https://www.medicare.pt>

### Outros exemplos não válidos

www.medicare.pt  
www.medicare.pt/planos/platinum-mais-vida

## Uso e ausência dos dois pontos (:)

O uso dos dois-pontos em títulos, subtítulos e tópicos, em que, o seu respetivo texto se inicie na linha abaixo, deve ser retirado; no entanto, quando os dois-pontos estão presentes na mesma linha do conteúdo, este deve-se manter.

## Exemplos



### OBSERVAÇÕES

**Médico ao Domicílio:** Serviço Médico ao Domicílio prestado pelos Parceiros nas condições por estes definidas, disponível durante 24 horas, todos os dias do ano, através do Serviço de Apoio ao Cliente.

### Transporte de Urgência

Serviço de transporte, ativados através da solicitação dos Parceiros, sob indicação do Serviço de Médico ao Domicílio para o Serviço Nacional de Emergência, para o Beneficiário à unidade hospitalar pública mais próxima.



### OBSERVAÇÕES:

**Médico ao Domicílio** Serviço Médico ao Domicílio prestado pelos Parceiros nas condições por estes definidas, disponível durante 24h, todos os dias do ano, através do Serviço de Apoio ao Cliente.

### Transporte de Urgência:

Serviço de transporte, ativados através da solicitação dos Parceiros, sob indicação do Serviço de Médico ao Domicílio para o Serviço Nacional de Emergência, para o Beneficiário à unidade hospitalar pública mais próxima.

## Assinaturas e entrada de cartas

É importante termos entradas de carta coerentes para comunicar numa só voz com os nossos Clientes. A Medicare comunica de forma simples, sem demasiado formalismo, mantendo sempre cordialidade em todos os pontos de comunicação.





## Alinhamentos e processos das ressalvas

### Medicare

**Ressalva 1** - Medicare é uma marca registada da MED&CR - Serviços de Gestão de Cartões de Saúde, Unipessoal, Lda., pessoa coletiva 513 361 715, com a sede social em Rua Rodrigues Sampaio n.º 103 em Lisboa, que gere Planos de Saúde que disponibilizam o acesso a uma rede exclusiva de Parceiros especializados na prestação de cuidados de saúde.

**Ressalva 2** - A Medicare não é uma entidade prestadora de Serviços de Saúde. Medicare é uma marca registada da MED&CR - Serviços de Gestão de Cartões de Saúde, Unipessoal, Lda., pessoa coletiva 513 361 715.

### DEVERÃO SER APLICADAS DA SEGUINTE FORMA

**Ressalva 1** - Informação a ser usada em todos os documentos que sejam usados com Parceiros:

- i) Assinatura de email;
- i) Acordos de parceria, documentos para Prestadores;
- iii) Convenções;
- iv) Apresentações comerciais;
- v) Site.

**Ressalva 2** - Informação a ser usada na comunicação com o Cliente:

- i) Condições Gerais;
- ii) Condições Particulares;
- ii) Credencial;
- iv) Guia do Cliente.

**Nota:** Caso tenhamos a morada em rodapé nos documentos, não será necessário de a repetir na resslava. Ficando da seguinte forma:

Medicare é uma marca registada da MED&CR - Serviços de Gestão de Cartões de Saúde, Unipessoal Lda., pessoa coletiva 513 361 715, que gere Planos de Saúde que disponibilizam o acesso a uma rede exclusiva de Parceiros especializados na prestação de cuidados de saúde.

## Exemplos

### Documentações



### Contracapas



## Alinhamentos e processos das ressalvas

### Gesticlub

**Ressalva Vetecare** - Vetecare é uma marca registada da Gesticlub Unipessoal Lda., pessoa coletiva 514 364 190 que gere Planos de Saúde que disponibilizam o acesso a uma rede exclusiva de Parceiros especializados na prestação de cuidados de saúde animal.

**Ressalva Mais Sabor Plus** - Mais Sabor Plus é uma marca registada da Gesticlub Unipessoal Lda., pessoa coletiva 514 364 190 que gere Planos Alimentares que disponibilizam o acesso a uma rede exclusiva de Parceiros especializados na área da saúde e bem-estar.

**Ressalva Medicare Auto** - Medicare Auto é uma marca registada da Gesticlub Unipessoal Lda., pessoa coletiva 514 364 190 que gere Planos de Serviços Automóveis que disponibilizam o acesso a uma rede exclusiva de Parceiros especializados em serviços para automóveis e de mobilidade.

### INFORMAÇÃO A SER USADA EM TODOS OS DOCUMENTOS

- i) Assinatura de email;
- ii) Acordos de parceria, documentos para Prestadores;
- iii) Convenções;
- iv) Apresentações comerciais;
- v) Site.
- vi) Condições Gerais;
- vii) Condições Particulares;
- viii) Credencial;
- ix) Guia do Cliente.

**Nota:** Estas ressalvas terão que ser acompanhadas da seguinte ressalva, sempre que haja um logo Medicare:

Medicare é uma marca registada da MED&CR - Serviços de Gestão de Cartões de Saúde, Unipessoal, Lda., pessoa coletiva 513 361 715.

## Exemplos

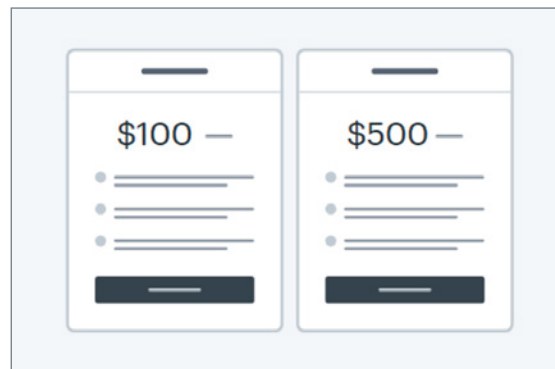
### Documentações



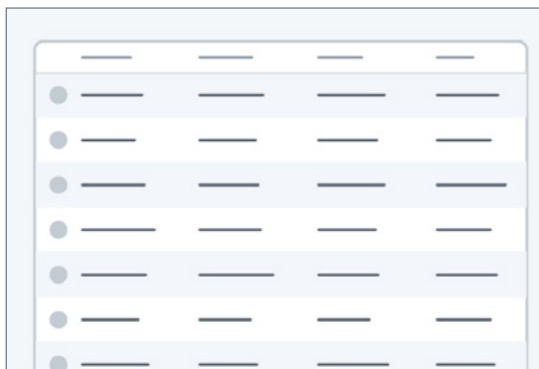
### Contracapas



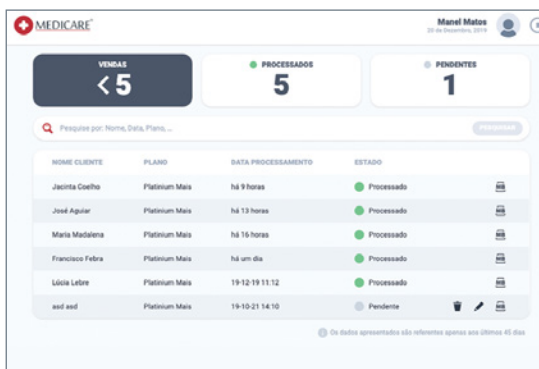
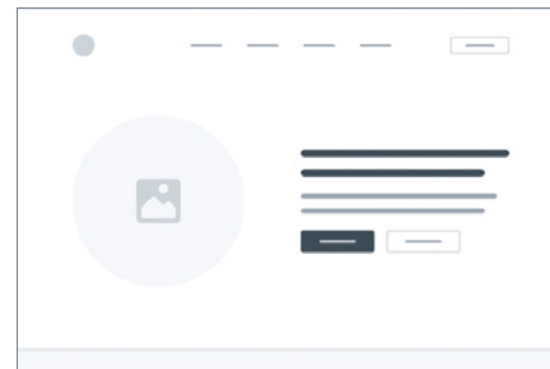
Colunas comparativas



Tabela



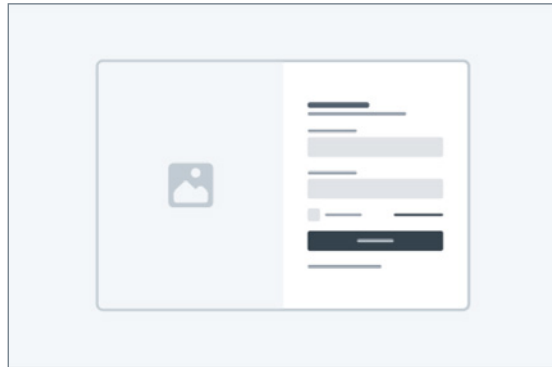
Hero



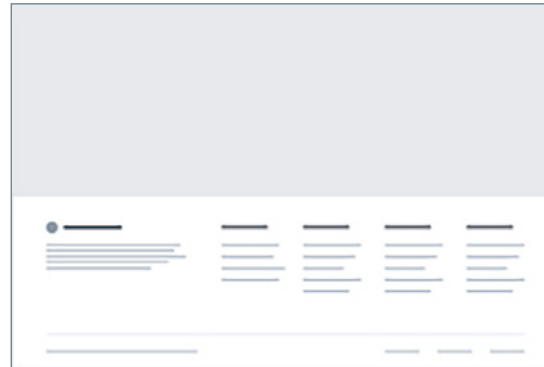
# A MARCA ONLINE

## Layouts

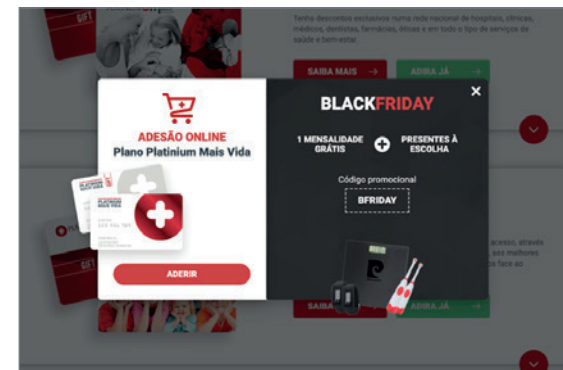
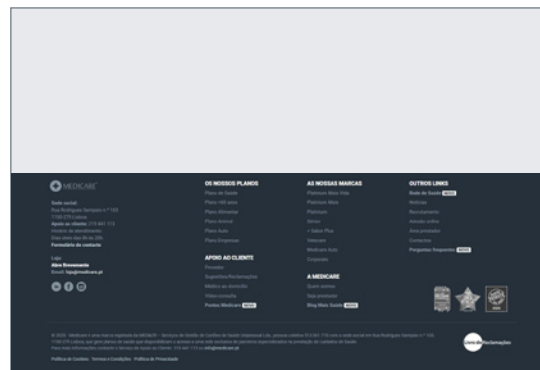
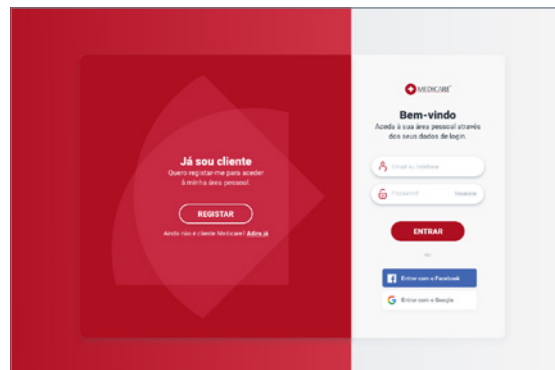
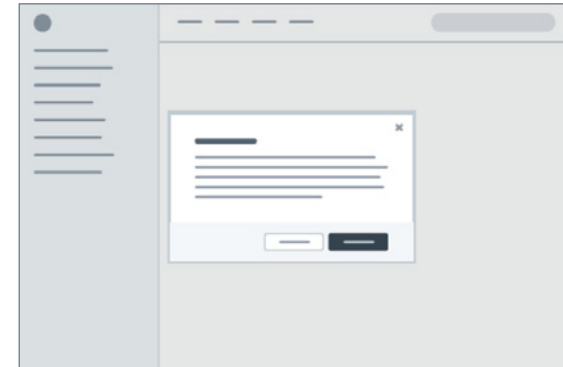
Login



Footer



Model/Pop Up



# A MARCA ONLINE

## Call to action

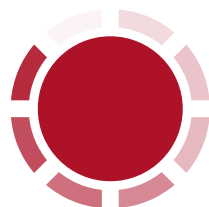
Os Call to actions (CTA) deverão obedecer a várias regras na sua aplicação.

Existem dois níveis de importância de CTA. Denominamo-los por principais e secundários. Nos principais, o fundo, deverá sempre ser preenchido por uma cor plana e o texto interior deverá sempre ser branco. Os CTA secundários, apenas a border deve ser colorida, assim, assumem menos protagonismos face aos primários.

Existem duas possibilidades na forma dos CTA. Os de forma retangular com um *border-radius* de 5 px. E os de forma arredondada com um *border-radius* de 100 px. A escolha da forma do botão está condicionada ao elemento onde ele é inserido. Se for dentro de “caixa” (exemplo: formulários, heros, etc.) devemos usar a versão arredondada. Em todas as outras situações prevalece a versão retangular.

Altura do CTA deverá ser sempre 50 px. A largura mínima deverá ser 170 px.

Se o CTA tiver um símbolo gráfico no interior (exemplo: seta), este deve estar alinhado à direita com um *padding* de 5 px. E o texto deve estar alinhado à esquerda com um *padding* esquerdo de 10 px. Sem símbolo o texto deve estar alinhado ao centro.



RGB  
R=174 G=16 B=34  
HTML  
#ae1022



RGB  
R=37 G=48 B=59  
HTML  
#25303b



RGB  
R=132 G=201 B=139  
HTML  
#84c98b

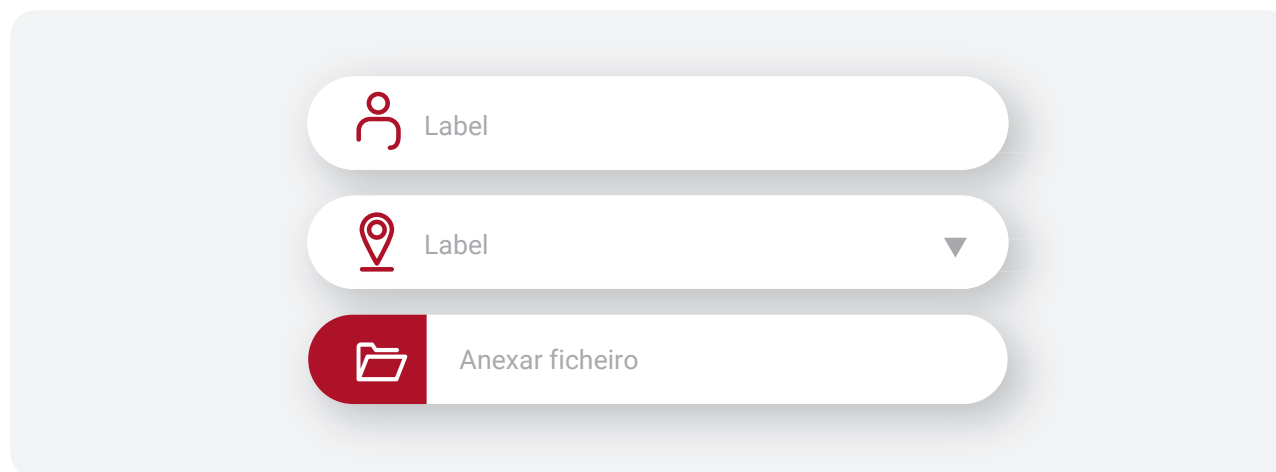
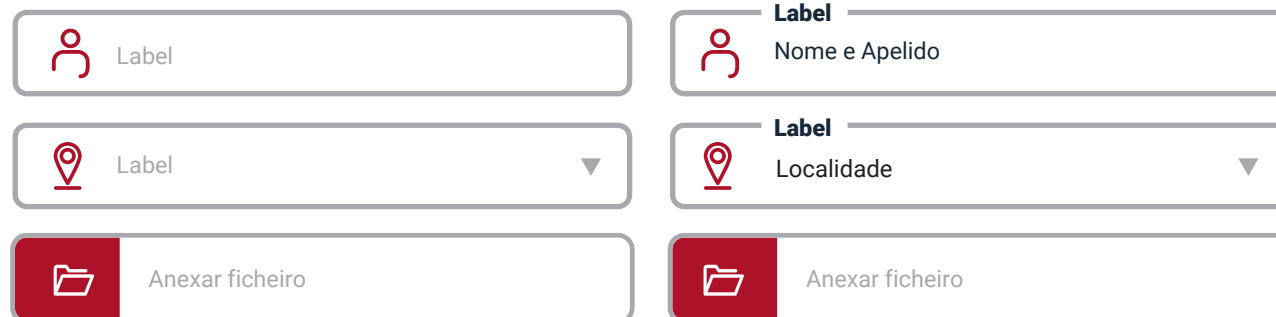


# Inputs

Existem duas possibilidades na forma inputs. Os de forma retangular com um *border-radius* de 5 px. E os de forma arredondada com um *border-radius* de 100 px. A escolha da forma do input está condicionada ao elemento onde ele é inserido. Se for dentro de “caixa” (exemplo: formulários, heros, etc.) devemos usar a versão arredondada. Em todas as outras situações prevalece a versão retangular.

Sempre que possível o input deve ter um ícone representativo conforme indicado na imagem à direita.

Aconselha-se o uso da label no interior do input, e se possível, após o Cliente preencher o input, a label deve reposicionar-se por cima.

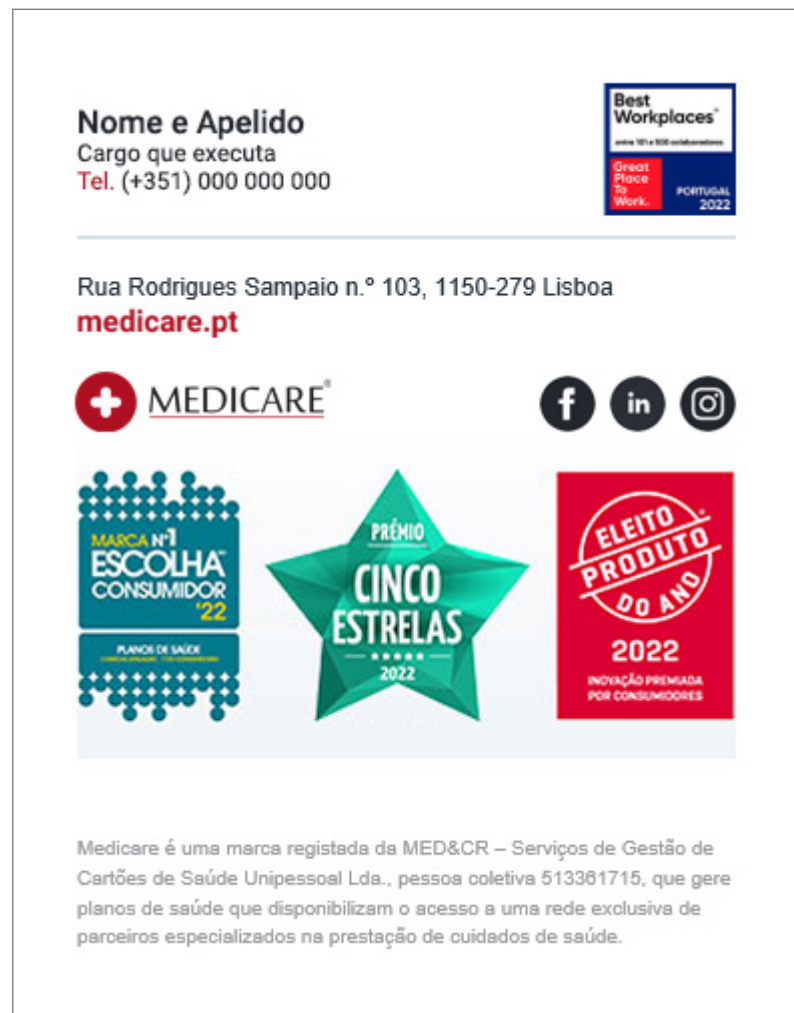


# Assinatura de email


Uma boa assinatura de email é notável, chama a atenção de um leitor e cria uma luz positiva e profissional. É a oportunidade de dar brilho e aumentar os índices de confiança da marca, de forma sóbria e elegante.

A nossa assinatura diferencia-se pela animação no nosso logo, em formato GIF. A animação é perceptível em todos os *Web-based* email Clients (Ex. Gmail, Yahoo) assim como nas principais Apps de emails como o *Outlook for mobile* e Apps nativas de emails para Android & iPhone. O ficheiro foi pensado para que apareça de forma completa na sua versão estática, para Webmails que não suportem animações GIF.







Assinatura Outlook



Nome e Apelido  
Cargo que executa  
Tel. (+351) 000 000 000



Rua Rodrigues Sampaio n.º 103, 1150-279 Lisboa  
**medicare.pt**



Medicare é uma marca registada da MED&CR – Serviços de Gestão de Cartões de Saúde Unipessoal Lda., pessoa coletiva 513361715, que gere planos de saúde que disponibilizam o acesso a uma rede exclusiva de parceiros especializados na prestação de cuidados de saúde.

Para qualquer tipo de comunicação em massa externa ou interna deve ser usada o template base ou uma das suas opções. (ver página seguinte).

No header deve constar alinhado à esquerda o logótipo da Medicare com a largura de 150 px. Alinhado à direita devemos colocar o título, subtítulo e se aplicável o número de contrato do Cliente.

O hero é facultativo. Se optarmos por colocar não deverá exeder os 200 px de altura.

No body temos um título e subtítulo que também é facultativo. No corpo de texto deve seguir as normas de escrita definidas neste manual (ver pág. XX).

No pré-footer temos duas colunas que nos permite destacar informações com o utilizador. A coluna do lado direita é dedicada exclusivamente ao Apoio ao Cliente. A coluna esquerda é genérica.

No footer colocamos as moradas (sede social e loja), url da página, as redes sociais e, finalmente, o disclaimer legal da marca.

É importante seguir as definições técnicas (tipo de fonte, tamanho, etc.) que se encontra na imagem à direita.

Template base

Definições técnicas

header

hero

body

pré-footer

footer

**IMAGEM LOGO**  
LARGURA: 140 PX

**TÍTULO**  
**Subtítulo**  
Núm. Contrato Cliente

**IMAGEM HERO**  
LARGURA: 600 PX - ALTURA: 200 PX

**Título facultativo**  
**Sub-título facultativo**

Caro(a) Cliente,

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea sunt commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Com os melhores cumprimentos,  
A equipa Medicare.

**DESTAQUE APOIO AO CLIENTE**

**DESTAQUE GENÉRICO**

**Sede social:** Morada sede social  
XXXX-XXX Localidade

**Loja:** Morada loja  
XXXX-XXX Localidade

**uri página**

Disclaimers: [img] [img] [img]

Disclaimer legal da marca

**ROBOTO BLACK | 13 PX | UPPERCASE | LINE-HEIGHT 19 PX**  
**Roboto Black | 17 px | Sentence Case**  
Roboto Regular | 11 px | Sentence Case

**IMAGEM HERO**  
LARGURA: 600 PX - ALTURA: 200 PX

**Roboto Black | 33 px | Sentence Case**  
**Roboto Black | 17 px | Sentence Case**

Roboto Regular | 13 px | Sentence Case | Line-height 19 px

consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea sunt commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

eu fugiat nulla pariatur,  
deserunt mollit

**DESTAQUE APOIO AO CLIENTE**

**DESTAQUE GENÉRICO**

Roboto Regular | 11 px | Sentence Case | Line-height 17 px deserunt mollit

**roboto regular | 13 px | lower case**

Roboto Regular | 11 px | Sentence Case | Line-height 17 px deserunt mollit

Disclaimers: [img] [img] [img]

Roboto Regular | 9 px | Sentence Case | Line-height 13 px



**IMAGEM LOGO**  
LARGURA: 142 PX

**TÍTULO**  
**Subtítulo**  
 Núm. Contrato Cliente

**IMAGEM HERO**  
LARGURA: 600 PX - ALTURA: 200 PX

**Título facultativo**  
**Sub-título facultativo**

Caro(a) Cliente,

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea sunt commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Com os melhores cumprimentos,  
 A equipa Medicare.

**DESTAQUE APOIO AO CLIENTE** **DESTAQUE GENÉRICO**

**Sede social:** Morada sede social  
 XXXX-XXX Localidade **uri página**

**Loja:** Morada loja  
 XXXX-XXX Localidade

Disclaimer legal da marca

**IMAGEM LOGO**  
LARGURA: 142 PX

**TÍTULO**  
**Subtítulo**  
 Núm. Contrato Cliente

**Título facultativo**  
**Sub-título facultativo**

Caro(a) Cliente,

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea sunt commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Com os melhores cumprimentos,  
 A equipa Medicare.

**DESTAQUE APOIO AO CLIENTE** **DESTAQUE GENÉRICO**

**Sede social:** Morada sede social  
 XXXX-XXX Localidade **uri página**

**Loja:** Morada loja  
 XXXX-XXX Localidade

Disclaimer legal da marca

**IMAGEM LOGO**  
LARGURA: 142 PX

**TÍTULO**  
**Subtítulo**  
 Núm. Contrato Cliente

Caro(a) Cliente,

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea sunt commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Com os melhores cumprimentos,  
 A equipa Medicare.

**DESTAQUE APOIO AO CLIENTE** **DESTAQUE GENÉRICO**

**Sede social:** Morada sede social  
 XXXX-XXX Localidade **uri página**

**Loja:** Morada loja  
 XXXX-XXX Localidade

Disclaimer legal da marca

**IMAGEM LOGO**  
LARGURA: 142 PX

**TÍTULO**  
**Subtítulo**  
 Núm. Contrato Cliente

Caro(a) Cliente,

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea sunt commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Com os melhores cumprimentos,  
 A equipa Medicare.

**Sede social:** Morada sede social  
 XXXX-XXX Localidade **uri página**

**Loja:** Morada loja  
 XXXX-XXX Localidade

Disclaimer legal da marca

# Template de email | footer

Existem dois tipos diferentes de footers. A versão simples, que contempla a informação do site e das redes sociais da instituição, utilizada para comunicações internas. A outra versão, contempla a informação anterior, assim como a morada da sede e da loja. A ressalva legal deverá estar presente em todas as comunicações externas.

Mobilidade interna - RH



**MOBILIDADE INTERNA**  
**Dep. Operações e Débitos**

---

Caro(a) Colaborador(a),

Após conclusão das entrevistas para o Recrutamento Interno do DOD, informamos que ficou selecionada para integrar o Departamento a colaboradora **Xxxxxx Xxxxxxxx (Qualidade)**.

A Raquel vai transitar no próximo dia **2 de janeiro de 2020**.

Desejamos boa sorte à Raquel neste novo desafio profissional!


Com os melhores cumprimentos,  
Departamento de Recursos Humanos

**medicare.pt**



Footer para emails internos


**medicare.pt**



Footer para emails externos

**Sede social:**  
Rua Rodrigues Sampaio n.º 103,  
1150-279 Lisboa


**medicare.pt**



---


Medicare é uma marca registada da MED&CR - Serviços de Gestão de Cartões de Saúde Unipessoal Lda., pessoa coletiva 513 361 715, que gere Planos de Saúde que disponibilizam o acesso a uma rede exclusiva de Parceiros especializados na prestação de cuidados de saúde.

Welcome mail Platinum Mais Vida




**Plano Platinum Mais Vida**  
N.º Contrato: @ContractNumber

---



**PRÉMIOS MEDICARE**  
**Obrigado pela confiança.**



---

Caro(a) Cliente,

Antes de mais, gostaríamos de manifestar a nossa satisfação pela sua preferência.

Seja bem-vindo(a) à família Medicare.

Aproveitamos para informar que em breve receberá os seus cartões na sua morada. Receberá também na morada indicada para o efeito, o(s) seu(s) presente(s) de boas-vindas. [Consulte aqui](#) as condições de entrega.

**TITULAR DO PLANO**

NOME DO CLIENTE: @FullName	N.º CARTÃO: @CardNumber
PLANO DE SAÚDE: Platinum Mais Vida	RIF DO CLIENTE: @TaxNumber
VAL. CREDENCIAL: @ValidatorDate	N.º CONTRATO: @ContractNumber

**BENEFICIÁRIOS**

@row2 @row3 @row4 @row5 @row6	
1 @Name1	N.º CARTÃO: @CardNumber1

**COBERTURA DE ACIDENTES PESSOAIS**

Relembramos que a ativação da cobertura sem custos adicionais de Acidentes Pessoais - no caso de ser elegível - obriga a **validação e aceitação das Condições Particulares**.

**VALIDAR ONLINE** ou **219 441 113**


Serviço de Apoio ao Cliente

Para mais informações sugerimos que aceda ao Guia do Cliente:  
**Guia Platinum Mais Vida**

**APOIO AO CLIENTE**  
**219 441 113**  
info@medicare.pt

**PLANO PLATINUM MAIS VIDA**  
**Descarregue o seu Guia do Cliente.**


[↓ GUIA DO CLIENTE](#)



---

Sede social:  
Rua Rodrigues Sampaio n.º 103,  
1150-279 Lisboa

**medicare.pt**



---

Medicare é uma marca registada da MED&CR - Serviços de Gestão de Cartões de Saúde Unipessoal, Lda., pessoa coletiva 513 361 715, que gere Planos de Saúde que disponibilizam o acesso a uma rede exclusiva de Parceiros especializados na prestação de cuidados de saúde.

# Template de email criativo

O template criativo serve para responder à necessidade de ter uma solução que permita ao designer liberdade criativa. Este só pode ser usado pela a equipa de Marketing.

Serve para comunicações de eventos, passatempos/concursos, prémios, etc.

Template



Exemplo



Exemplo



# Template redes sociais

Este template serve para publicações de facebook, instagram e linkedIn.

A imagem deve ser trabalhada no dobro da resolução necessária para garantir a máxima qualidade da publicação, ou seja: 1200 (px) x 1200 (px).

O conteúdo escrito, não deve ultrapassar as margens de segurança de 50 px.

É obrigatório o uso do elemento visual da marca. Apenas deve ser usado um elemento por publicação.

O logótipo pode estar em duas posições:

- em baixo e alinhado ao centro;
- em baixo e alinhado à direita.

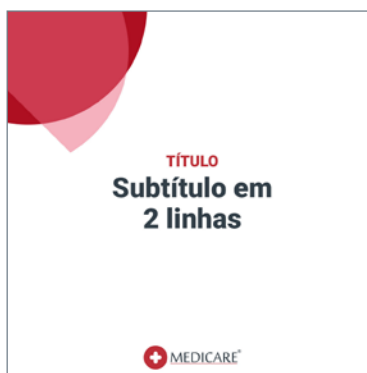
Sempre que necessário podemos usar fundo branco, de forma a garantir a sua legibilidade.

## Definições técnicas



margem de segurança

## Exemplos:





**TEMOS  
O PLANO  
CERTO  
PARA SI.**

PARA MAIS INFORMAÇÕES

**219 441 113**  
**medicare.pt**