



Servicio de
Atención a la
Ciudadanía

Manual de Identidad Corporativa



Servicio de
Atención a la
Ciudadanía

INDICE

INTRODUCCIÓN	4
ELEMENTOS BÁSICOS DE LA IDENTIDAD	7
IMAGOTIPO Y LOGOTIPO	12
PAPELERÍA CORPORATIVA	19
APLICACIONES	30
SOPORTES MULTIMEDIA	37
SEÑALIZACIÓN	39

INTRODUCCIÓN

Vivimos en la sociedad del consumo y hoy en día son numerosas las empresas e instituciones que solicitan la atención de los ciudadanos. Por ello, la comunicación constituye una parte fundamental de la gestión, siendo uno de los pilares necesarios para lograr los objetivos. Los ayuntamientos e instituciones estatales necesitan proyectar una imagen corporativa correcta ante las instituciones o empresas con las que se relaciona, ante los ciudadanos que las mantienen y ante su propia organización.

De ahí la necesidad de la comunicación corporativa, no sólo como herramienta para un Ayuntamiento más transparente y cercano al ciudadano, sino también para hacer más eficaz la propia gestión. Si la circulación de información y conocimiento ayudan al progreso, las adecuadas actuaciones en el campo de la comunicación corporativa van a permitir que nuestros distintos públicos reconozcan e identifiquen con facilidad el Servicio a la Atención a la Ciudadanía y obtengan al tiempo una imagen coherente y favorable.

El Ayuntamiento de Torrox es consciente de la importancia de una comunicación interna y externa coherente, que no presente ningún tipo de fragmentación. Con este manual se pretende evitar la trascendencia de una comunicación distorsionada dada la reputación de las instituciones públicas que pone en peligro la eficacia y rentabilidad de la comunicación integral.

Es necesario que el Ayuntamiento de Torrox desarrolle una adecuada política de comunicación, que contribuya a crear una imagen positiva y favorable entre todos sus públicos, ello repercutirá en el buen funcionamiento del mismo y de sus empleados, así como en su rentabilidad social.

Un factor clave para el éxito de la comunicación lo constituye la integración que en ella tengan todos los niveles de empleados. La comunicación es una forma de actuación que debe llevar a cabo toda organización. La imagen intencional se crea a partir de la identidad visual y comunicación corporativa.

Para crear una imagen intencional en los públicos que exprese de forma tangible la personalidad corporativa destacaremos algunos rasgos de identidad y atributos que estratégicamente nos interesen. Estos rasgos que la organización proyecte hacia el exterior serán los que en mayor medida mejoren la imagen del Ayuntamiento de Torrox y del nuevo Servicio de Atención a la Ciudadanía (SAC) facilitando una perspectiva lo más favorable entre sus receptores.

Pero esta imagen intencional debe basarse en la realidad de la identidad corporativa de la organización y no en planteamientos imaginarios.

Se debe abandonar así la idea de aludir a hechos o características que no forman parte de nuestra cultura por el simple hecho de magnificar nuestra imagen y dar de esta manera una visión que no corresponde con lo que realmente somos y representamos.

La imagen del Servicio de Atención a la Ciudadanía es un fenómeno intangible que ofrece servicios por ello está sujeto a la poca estabilidad que representa este tipo de atributos. Es por ello que para que sea eficaz y duradera, genere una imagen positiva que debe estar basada en al menos tres hechos.

El primero de ellos es que la imagen debe estar basada en la propia realidad del Servicio de Atención a la Ciudadanía con el fin de acercar su realidad corporativa a la imagen intencional que pretende dar.

La segunda condición para alcanzar una imagen positiva es que en la mente de los públicos predominen los puntos fuertes frente a los débiles.

Y el tercer hecho radica en la coordinación de las políticas formales con las funcionales en la gestión de la imagen, con la intención de maximizar los resultados en términos de imagen.

El manual de identidad corporativa recoge las normas para la aplicación de la identidad del nuevo servicio que propone la institución. Este contiene todas las soluciones a los principales problemas gráficos con los que se encuentra la organización. Su existencia está justificada para conseguir en cualquier aplicación de la imagen una comunicación lineal, coherente y uniforme.

El manual contiene todo lo que la organización debe saber para que no existan problemas de comunicación. La estructura del manual es sencilla y fácil de utilizar. Es importante que el usuario se atenga a las normas y restricciones establecidas en él. Su existencia no tendría sentido si el personal de la organización no se compromete a llevar a cabo la comunicación de la forma señalada, ya que esta falta de compromiso se reflejara en sus actos y actitudes distorsionando la imagen que el Servicio de Atención a la Ciudadanía desea y pretende presentar.



ELEMENTOS BÁSICOS DE LA IDENTIDAD

Este manual tiene como objeto dotar al Servicio de Atención a la Ciudadanía de una imagen homogénea y diferenciada. El buen uso de este manual exige su implantación entre todos los miembros de la organización, con el fin de garantizar, en todos los casos, el empleo de nuestra marca en material de papelería, señalización, promoción, etc.

El imagotipo está compuesto por grafías y por un elemento que puede ser extraído para otras aplicaciones más. El logotipo de una institución va evolucionando en función de la imagen y el cambio que vaya teniendo la organización.



El imagotipo está compuesto por una imagen abstracta formada por óvalos con los tres colores corporativos. Estas formas están dispuestas de manera aleatoria. La disposición de ésta forma expresa dinamismo, modernidad y avance en el futuro; respetando el desarrollo sostenible social.



Están presentes en el imagotipo dos grafías /A/ y /C/, respectivamente; ambas inciden sobre las palabras "Atención" y "Ciudadanía" palabras primarias en la prestación que ofrece el Servicio de Atención a la Ciudadanía.

La letra /A/ está representada bajo la familia tipográfica de la "Bauhaus" que significa escuela de artes gráficas que crea un lenguaje visual más claro y de fácil recuerdo.

El asta transversal de la grafía /A/ en este caso está constituida de forma vertical porque la familia tipográfica así lo requiere. Éste esta representada por el color verde.



La letra /C/ también está encarnada dentro de la familia de la "Bauhaus". En éste caso representada de color naranja.

Más adelante se explica el por qué le corresponde a cada grafía un color y no otro. Cada color tiene una simbología y ésta ha de ser coherente con lo que el Servicio de Atención a la Ciudadanía (SAC) ha de expresar a sus públicos.



IMAGOTIPO

El imagotipo se encuentra compuesto por las grafías /A/ y /C/ y por un tres ovalos dispuestos de forma aleatoria en la esquina superior derecha. Cada óvalo posee uno de los tres colores.

Servicio de
Atención a la
Ciudadanía

LOGOTIPO

El logotipo se construye en tres líneas. "Servicio de" en caja alta, en caja media "Atención a la" y en caja baja "Ciudadanía". Siempre en mayúsculas las iniciales de las palabras "Servicio", "Atención" y "Ciudadanía" (S.A.C) y justificado.



Servicio de
Atención a la
Ciudadanía



Servicio de
Atención a la
Ciudadanía

MARCA

La marca "SAC" añade al imagotipo oficial el logotipo "Servicio de Atención a la Ciudadanía" en la parte inferior o a la derecha y justificada.

Una parte esencial de toda identidad visual está definida por sus colores corporativos. Se trata de los códigos cromáticos que han de ser asociados automáticamente a la imagen del Servicio de Atención a la Ciudadanía con su uso Continuo.

Por ello es fundamental que se reproduzcan con fidelidad y evitando variaciones que puedan contribuir a la confusión y dispersión de la imagen de la organización.

COLORES CORPORATIVOS



PANTONE HEX Black U



PANTONE 648



PANTONE H 580-1 C



PANTONE H 160-2 C

El naranja combina la energía que da el rojo con la felicidad del amarillo. Representa el entusiasmo y la creatividad. Es un color que encaja muy bien con la gente joven, por lo que es muy recomendable para comunicar con ellos.

En heráldica el naranja representa la fortaleza y la resistencia. El color naranja tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy fácil para captar atención y subrayar los aspectos más destacables de una página web.

El naranja significa sabiduría, claridad de ideas, y riqueza. Con frecuencia representa alta calidad. Es por ello que se asocia la letra /C/ con Calidad además de Ciudadanía. Ya que las prestaciones ofrecidas a la ciudadanía son de calidad.

El azul es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad. Representa la lealtad, la confianza. Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión. El azul es un color frío ligado a la inteligencia y la conciencia.

Cuando se usa junto a colores cálidos (amarillo, naranja), la mezcla suele ser llamativa. Puede ser recomendable para producir impacto, atención. El azul oscuro representa el conocimiento, la integridad, la seriedad y el poder.

El verde en contraposición al rojo (connotación de peligro), se utiliza en el sentido de "vida libre" en señalización. Es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista. El verde sugiere estabilidad y resistencia.

En heráldica el verde representa el crecimiento, la esperanza y perspectivas de futuro .

El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.

Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad.

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía corporativa de una organización se convierte en un elemento esencial para la coherencia de su identidad visual, unificando su imagen a través de su uso continuado.

Hemos seleccionado la familia tipográfica "Century", por su sencillez formal, su claridad visual, su fácil lectura y su elegancia.

Asimismo, incluimos la fuente "Arial", en sus diferentes versiones, para la redacción de diversos documentos ya que es una fuente común en la mayoría de los equipos informáticos utilizados por el personal del Ayuntamiento de Torrox, al estar incluida en la licencia corporativa del sistema operativo más utilizado.

Century

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

ARIAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ARIAL BLACK

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

ARIAL UNICODE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

LOGOTIPO Y MARCA



El imagotipo del "SAC" debe ir siempre acompañado de la tipografía "Servicio de Atención a la Ciudadanía", tal y como se representa en esta figura, conformando la Marca **SERVICIO DE ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA** (Torrox).



Esta marca podrá ser descargada desde la página web oficial del Servicio de Atención a la Ciudadanía o en su defecto en la página web que el Ayuntamiento de Torrox ponga a la disposición de su público interno y/o externo

USOS INCORRECTOS

En este apartado se muestran distintos usos incorrectos a la hora de representar gráficamente la identidad del Servicio de Atención a la Ciudadanía.

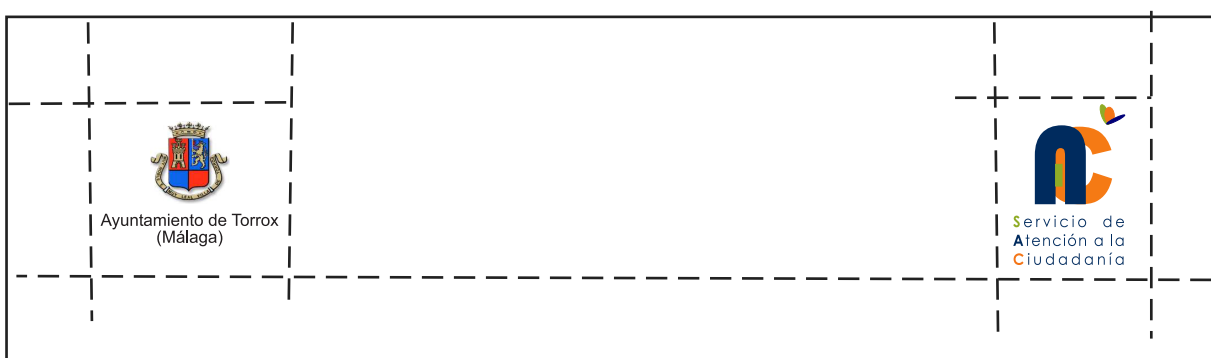
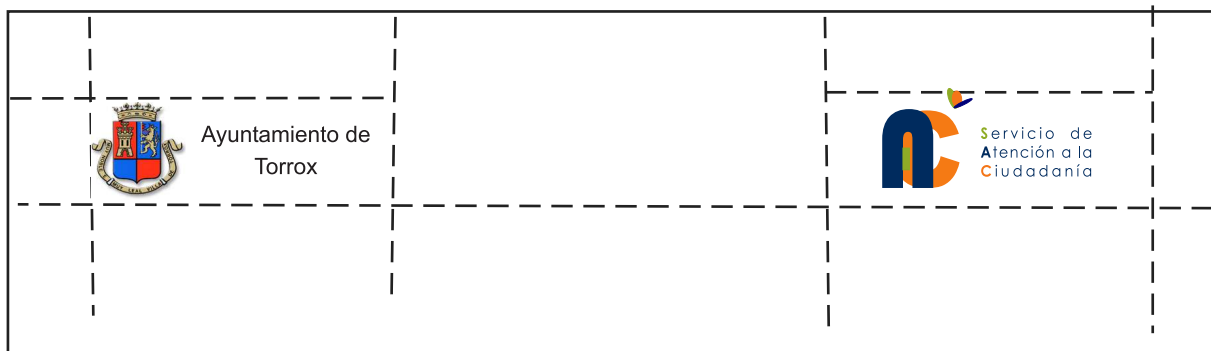


NO se utilizara otro logotipo que no este incluído en este documento

NO se utilizaran colores fuera de los utilizados en este manual

NO se alteraran las proporciones de marca del Servicio de Atención a la Ciudadanía de Torrox.

COEXISTENCIA CON EL ESCUDO



En la mayoría de documentos ésta nueva marca coexistirá junto al escudo del Ayuntamiento de Torrox, siendo esta utilizada en mayor medida para el uso del Servicio de Atención a la Ciudadanía.

En cualquier caso, se considera que el Exmo. Ayuntamiento de Torrox debería procurar que todos sus departamentos y colectivos de la organización tuvieran claro que la dispersión de la imagen de esta organización, como la de las instancias que quieren distinguir su unidad y que, para ello, desestiman el poder de la imagen oficial de esta organización.

RETICULA CONSTRUCTIVA



Determinados soportes por sus circunstancias impiden la utilización de originales.

En esta sencilla cuadrícula se puede observar la construcción y el desarrollo de la marca y sus distintas proporciones.

ZONAS DE PROTECCION



Cuando la marca del Servicio de Atención al Ciudadano de Torrox, tenga que aparecer junto a otros logotipos se deberá respetar el espacio indicado independientemente del número de logotipos que lo acompañen. Se ha de respetar la medida de referencia n.