



Identidad visual
del Ayuntamiento de Calahorra

Manual de normas de uso de la marca



Calahorra
Ayuntamiento

MARCA Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
DEL AYUNTAMIENTO DE CALAHORRA

Dirección de Comunicación

CONCEPTO GRÁFICO
Y REALIZACIÓN DE ESTE MANUAL:

ADERAL
creación y gestión de marcas

Director creativo: Gustavo Velasco
www.aderal.es

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN _____	01
Tres aspectos previos	
0. MARCA DE CALAHORRA _____	04
1. SISTEMA DE IDENTIFICACIÓN DE LA MARCA _____	05
1.1. Introducción _____	06
1.2. Símbolo gráfico _____	08
1.3. Logotipo _____	09
1.4. Marca institucional _____	10
1.5. Unidad de identificación (marca institucional) _____	11
1.6. Arquitectura de marca _____	19
1.7. Variantes no aceptadas (marca institucional) _____	23
1.8. Marca ciudad _____	24
1.9. Unidad de identificación (marca ciudad) _____	25
1.10. Tipografías institucionales _____	31
1.11. Elemento gráfico de apoyo _____	33
2. SISTEMA DE PAPELERÍA _____	34
2.1. Introducción _____	35
2.2. Formatos estándares de papelería _____	36
2.3. Uso externo _____	37
2.4. Uso interno _____	53
2.5. Impresos administrativos _____	60
3. SEÑALÉTICA _____	67
3.1. Introducción _____	68
3.2. Aspectos previos _____	69
3.3. Señalización urbana _____	72
3.4. Señalización de edificios _____	76
4. VEHÍCULOS _____	82
4.1. Introducción _____	83
4.2. Vehículos _____	84
5. SISTEMA DE VESTUARIO _____	87
5.1. Introducción _____	88
5.2. Vestuario _____	89
6. COMUNICACIÓN Y ELEMENTOS PROMOCIONALES _____	92
6.1. Introducción _____	93
6.2. Piezas de comunicación _____	94
6.3. Elementos promocionales _____	100
7. WEB / MULTIMEDIA _____	103
7.1. Introducción _____	104
7.2. Web _____	105
7.3. Firma y correo electrónico _____	111
7.4. Powerpoint _____	112

TRES ASPECTOS PREVIOS:

1. Una nueva identidad visual que nos proyecta hacia el futuro

Después de una exhaustiva labor de análisis, diagnóstico y diseño; **el Ayuntamiento de Calahorra cuenta con una nueva identidad visual, acorde con su historia y sus cualidades, que representará a partir de este momento a la ciudad.**

2. Todos los que formamos parte del Ayuntamiento de Calahorra somos parte de su identidad visual

La identidad visual de una ciudad, de la relevancia de Calahorra, va mucho más allá de la utilización puntual de un logotipo y un símbolo gráfico. Dicha identidad debe estar presente en todos los aspectos comunicacionales de la ciudad de forma homogénea y coordinada.

La identidad visual se refleja obviamente en todos los elementos gráficos de la misma (documentos institucionales, catálogos turísticos, señalética, página web, etc.), pero también se hace patente en otros ámbitos: stands en ferias y eventos; presentaciones, ponencias, obsequios institucionales...

El uso coherente y estructurado que se haga de la marca, por parte de todos aquellos que tengamos acceso a la misma, es imprescindible para que la imagen de Calahorra esté a la altura de su importancia.

Las indicaciones contenidas en este manual son la referencia para todas aquellas personas que tienen que utilizar la marca del Ayuntamiento de Calahorra, y deben ser aplicadas en el ámbito de sus contenidos.

3. Este manual es una herramienta para realizar un uso adecuado de la identidad visual del Ayuntamiento de Calahorra

A continuación se detallan los elementos que componen la nueva identidad visual de Calahorra, así como las claves para la utilización correcta de éstos. Además se especifican los diferentes aspectos técnicos relacionados con el uso de la marca; con el objetivo de que la utilización de ésta esté definida y normalizada con exactitud.

También se proporcionan los diseños de las piezas básicas de comunicación.

Este Manual presenta en los distintos capítulos normas de uso de estricta obligación de cumplimiento. No obstante, en caso de presentarse dudas o dificultades sobre su aplicación se procederá a realizar la consulta concreta a la Dirección de Comunicación del Ayuntamiento de Calahorra.

0

MARCA DE CALAHORRA

La **marca de Calahorra** es la resultante de la combinación coordinada y estructurada de dos variantes:
la **marca institucional**, destinada a cubrir todos los aspectos comunicacionales de carácter oficial y administrativo del Ayuntamiento; y la **marca ciudad**, cuyo objetivo será la difusión promocional y turística.



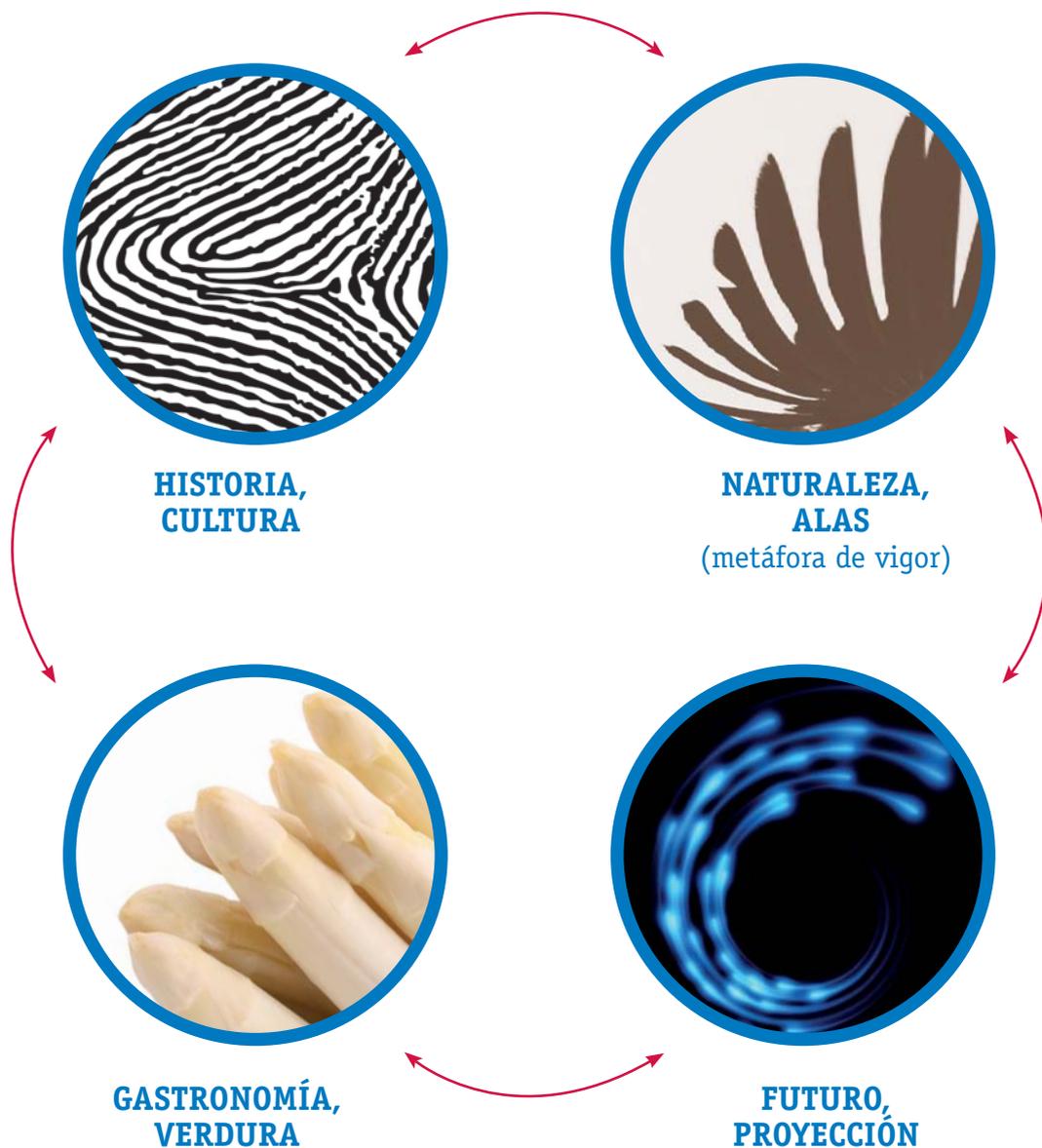
1

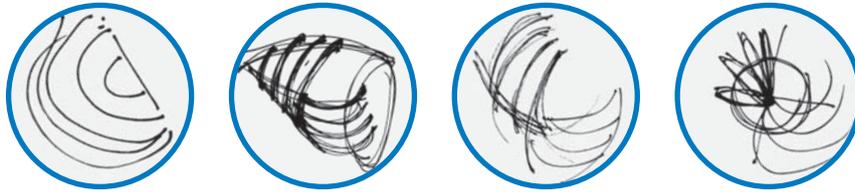
SISTEMA DE IDENTIFICACIÓN DE LA MARCA



1.1. INTRODUCCIÓN

La nueva marca de Calahorra tiene como **origen conceptual varios de los aspectos y valores inherentes a la propia ciudad y a su historia:**





1.2. SÍMBOLO GRÁFICO

El símbolo gráfico de la marca es una composición asimétrica que tiene como origen gráfico la forma de la letra "C" -inicial del nombre de la ciudad-. El resultado es un símbolo altamente sugerente y versátil.

El símbolo gráfico podrá utilizarse de manera independiente, con respecto al logotipo, en aplicaciones concretas y en diversas articulaciones, que se especifican en este manual.



1.3. LOGOTIPO

El logotipo lo compone una tipografía contemporánea, cuyas terminaciones -a modo de serifas- le proporcionan un sutil clasicismo. En definitiva, un logotipo homogéneo con rasgos sinuosos.

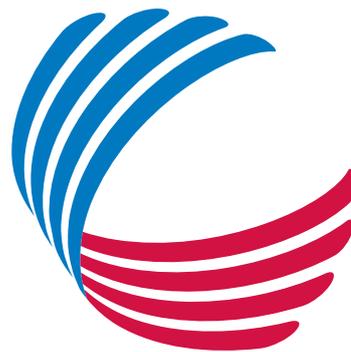
Las letras que componen el logotipo no podrán ser modificadas ni en sus formas ni en sus proporciones; y, por supuesto, no se podrán utilizar tipografías alternativas a modo de logotipo.

Calahorra

1.4. MARCA INSTITUCIONAL

10

La marca institucional del Ayuntamiento de Calahorra es la variante destinada a cubrir todos los aspectos comunicacionales de carácter oficial y administrativo del mismo.



Calahorra
Ayuntamiento

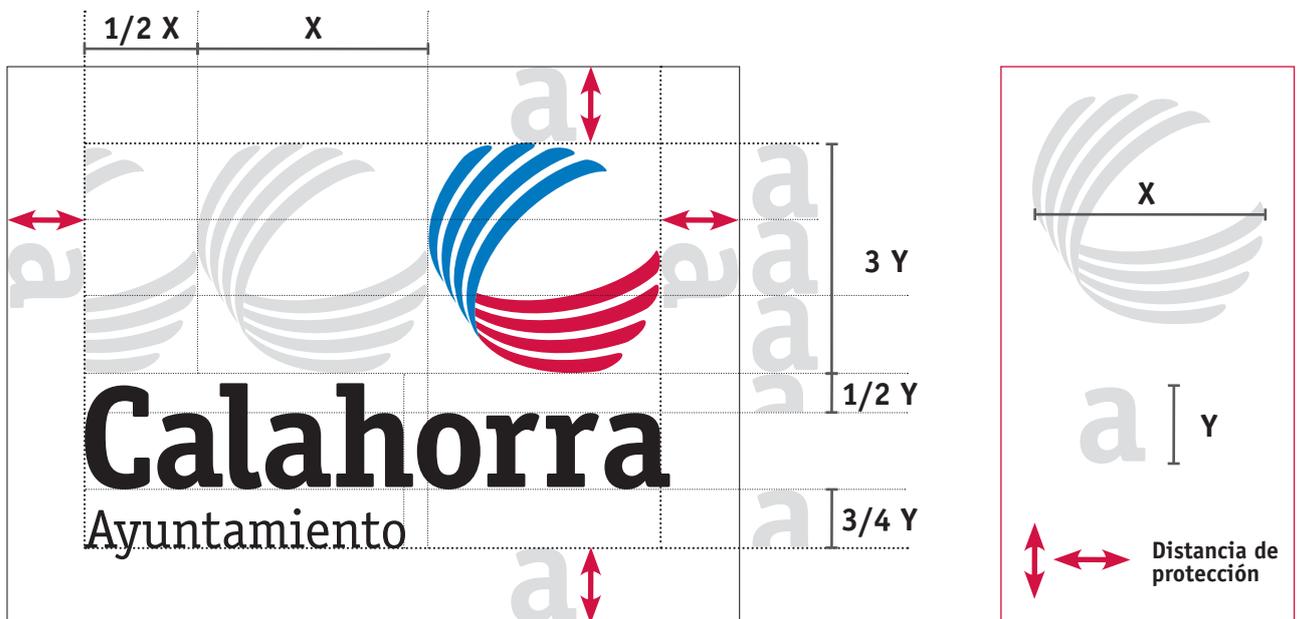
La reproducción de la marca -en cualquiera de sus variantes- se llevará a cabo a partir de los archivos originales digitales facilitados.

1.5. UNIDAD DE IDENTIFICACIÓN DE LA MARCA INSTITUCIONAL

En este apartado se especifican las particularidades estructurales, compositivas y cromáticas de la unidad de identificación -nombre constructivo de la marca completa-, así como las relativas a los criterios de reproducción de la misma.

1.5.1. Criterio de construcción y espacio de protección

Es importante que la marca del Ayuntamiento de Calahorra vaya dispuesta de tal manera que visualmente no sea "invadida" por otros elementos, por lo que se propone que siempre haya una espacio vacío alrededor de la unidad de la marca. Dicho espacio corresponderá, como mínimo, a la altura del cuerpo de la letra "a".



1.5.2. Colores institucionales

Estos colores nos representarán, identificarán y proyectarán en ámbitos de carácter oficial y administrativo. A continuación también se detallan los diferentes sistemas de reproducción -y sus niveles cromáticos-, según el soporte en el que se vaya a plasmar la marca.

PANTONE (color directo)

Referencia principal para todas las aplicaciones impresas. Siempre que sea posible se utiliza el color directo Pantone. Para cualquier otro sistema que no esté mencionado aquí, la especificación Pantone es la referencia base.

CMYK (cuatricromía)

Modelo de color sustractivo utilizado en la impresión por cuatricromía y en impresoras de color.

RGB (fuente de luz)

Colores utilizados en sistemas digitales de proyección y visualización (monitores y pantallas).

RAL (pintura)

Sistema cromático normalizado de pintura industrial.

VINILO (adhesivo)

Sistema cromático normalizado de adhesivos industriales.

1.5.2.1. Gama principal

Pantone solid coated 300	C (Cian) = 100 M (Magenta) = 44 Y (Amarillo) = 0 K (Negro) = 0	R (Rojo) = 0 G (Verde) = 113 B (Azul) = 181	RAL 5017	Vinilo MACal 9839-22pro
Pantone solid coated 193	C (Cian) = 0 M (Magenta) = 100 Y (Amarillo) = 66 K (Negro) = 13	R (Rojo) = 175 G (Verde) = 0 B (Azul) = 59	RAL 3020	Vinilo MACal 9859-12pro
Pantone solid coated Black	C (Cian) = 0 M (Magenta) = 0 Y (Amarillo) = 0 K (Negro) = 100	R (Rojo) = 0 G (Verde) = 0 B (Azul) = 0	RAL 9005	Vinilo MACal 9889-00pro

1.5.2.2. Gama secundaria (asociada principalmente a la marca ciudad)

Pantone solid coated 321	C (Cian) = 100 M (Magenta) = 0 Y (Amarillo) = 31 K (Negro) = 23	R (Rojo) = 0 G (Verde) = 128 B (Azul) = 145	RAL 5021	Vinilo MACal 9849-33pro
Pantone solid coated 377	C (Cian) = 45 M (Magenta) = 0 Y (Amarillo) = 100 K (Negro) = 24	R (Rojo) = 141 G (Verde) = 160 B (Azul) = 41	RAL 6018	Vinilo MACal 9849-24pro
Pantone solid coated 357	C (Cian) = 80 M (Magenta) = 0 Y (Amarillo) = 100 K (Negro) = 56	R (Rojo) = 53 G (Verde) = 94 B (Azul) = 39	RAL 6016	Vinilo MACal 9849-21pro
Pantone solid coated 2577	C (Cian) = 40 M (Magenta) = 45 Y (Amarillo) = 0 K (Negro) = 0	R (Rojo) = 160 G (Verde) = 147 B (Azul) = 191	RAL 4001	Vinilo MACal 9859-32pro
Pantone solid coated 258	C (Cian) = 43 M (Magenta) = 76 Y (Amarillo) = 0 K (Negro) = 0	R (Rojo) = 142 G (Verde) = 86 B (Azul) = 149	RAL 4005	Vinilo MACal 9859-31pro
Pantone solid coated 227	C (Cian) = 0 M (Magenta) = 100 Y (Amarillo) = 7 K (Negro) = 19	R (Rojo) = 166 G (Verde) = 0 B (Azul) = 99	RAL 4006	Vinilo MACal 9859-09pro
Pantone solid coated 191	C (Cian) = 0 M (Magenta) = 76 Y (Amarillo) = 38 K (Negro) = 0	R (Rojo) = 204 G (Verde) = 93 B (Azul) = 112	RAL 3017	Vinilo MACal 9859-15pro
Pantone solid coated 145	C (Cian) = 0 M (Magenta) = 47 Y (Amarillo) = 100 K (Negro) = 8	R (Rojo) = 209 G (Verde) = 144 B (Azul) = 25	RAL 1007	Vinilo MACal 9809-13pro
Pantone solid coated 132	C (Cian) = 0 M (Magenta) = 28 Y (Amarillo) = 100 K (Negro) = 30	R (Rojo) = 180 G (Verde) = 146 B (Azul) = 23	RAL 1005	Vinilo MACal 9809-10pro
Pantone solid coated 405	C (Cian) = 0 M (Magenta) = 10 Y (Amarillo) = 33 K (Negro) = 72	R (Rojo) = 104 G (Verde) = 98 B (Azul) = 82	RAL 7010	Vinilo MACal 9889-02pro
Pantone solid coated 401	C (Cian) = 0 M (Magenta) = 5 Y (Amarillo) = 11 K (Negro) = 23	R (Rojo) = 207 G (Verde) = 202 B (Azul) = 192	RAL 7032	Vinilo MACal 9889-14pro
Pantone Metallic coated 8003	C (Cian) = 30 M (Magenta) = 25 Y (Amarillo) = 40 K (Negro) = 20	R (Rojo) = 160 G (Verde) = 155 B (Azul) = 134	RAL 9022	Vinilo MACal 9869-00pro

MUY IMPORTANTE 1: la referencia cromática principal siempre será la del sistema PANTONE

MUY IMPORTANTE 2: Cada sistema de reproducción tiene unas características técnicas particulares e inexorables, que provocan sensibles diferencias cromáticas de un mismo color.

1.5.3. Criterios de reproducción

1.5.3.1. Reproducción a una tinta

En determinadas ocasiones será necesario reproducir la marca a una sola tinta y, en este caso, sólo se utilizarán los colores corporativos institucionales -especificados en el apartado anterior- según los requerimientos cromáticos, comunicacionales y/o creativos del soporte en cuestión.



1.5.3.2. Reproducción sobre fondos de color

En determinadas ocasiones será necesario reproducir la marca sobre fondo de color y, en este caso, la citada marca siempre se reproducirá en blanco.

15



1.5.3.3. Reproducción en B/N

Como norma se reproducirá la marca con los colores corporativos principales, habiendo posibilidad, para determinadas piezas, de la utilización de ésta en tinta negra.

16



1.5.3.4. Reproducción sobre fotografías

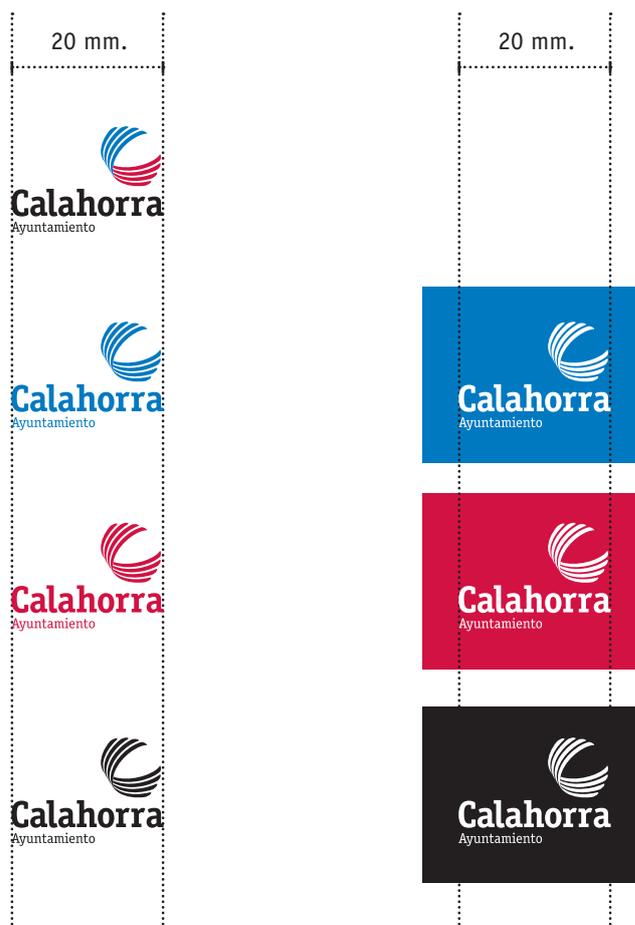
La reproducción de la marca sobre fondos fotográficos se podrá llevar a cabo, en piezas específicas -principalmente en comunicación publicitaria-, siempre y cuando la legibilidad de la marca no se vea afectada.



1.5.4. Nivel de reductibilidad

El tamaño de reproducción de la marca variará en función de la pieza en la que se aplique, teniendo como objetivo la armonía compositiva con respecto al formato y el conjunto de los elementos dispuestos.

La única limitación con respecto al tamaño de reproducción de la marca es la que hace referencia al nivel de reductibilidad de la misma: salvo que sea absolutamente imprescindible la marca no se reproducirá con un cuerpo menor de 20 mm. de ancho, ya que si se supera este umbral la legibilidad comienza a ser dificultosa.



1.6. ARQUITECTURA DE MARCA

La arquitectura de marca define y presenta gráficamente la estructura organizativa de la ciudad de Calahorra y sus diferentes servicios institucionales, históricos y turísticos.

19

Una arquitectura de marca normalizada es necesaria para reflejar las diferentes articulaciones existentes con respecto a ésta; a través de una estructura bien definida, que proporciona unidad y orden al conjunto de posibilidades.

1.6.1. Arquitectura de marca institucional (Marca Ayuntamiento + Áreas organizativas y Servicios)



1.6.1.1 Ejemplos

1.6.1.1.1 Ejemplo nomenclatura breve



1.6.1.1.2. Ejemplo nomenclatura media



1.6.1.1.3. Ejemplo nomenclatura larga



Se facilitará el archivo digital editable, a partir del cual se genera la arquitectura de marca institucional.

1.6.2. Arquitectura de marca no institucional (Marca + Denominaciones)



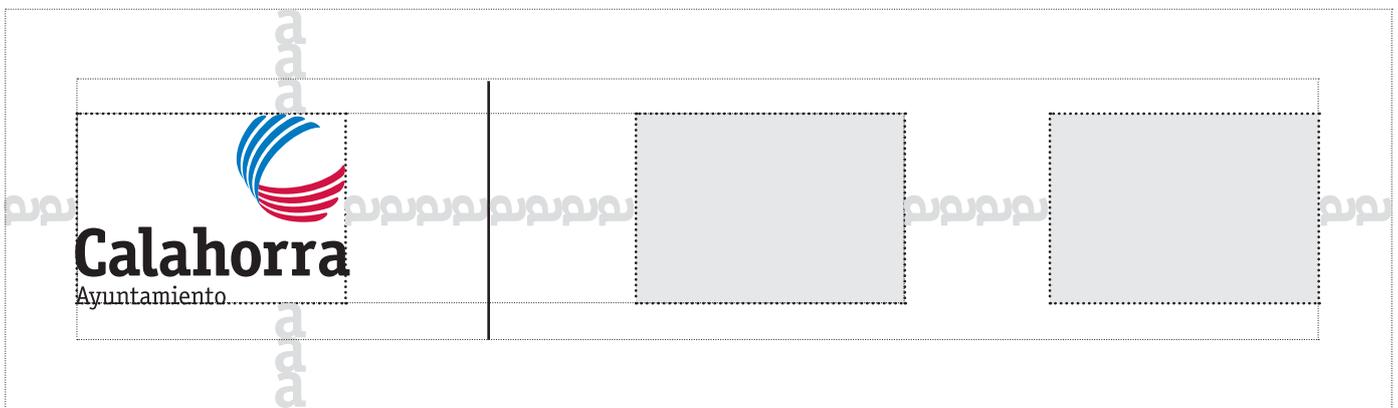
1.6.2.1 Ejemplos



Se facilitará el archivo digital editable, a partir del cual se genera la arquitectura de marca no institucional.

1.6.3. Convivencia con otras marcas

En todos aquellos documentos, emitidos por el Ayuntamiento de Calahorra, que requieran de una organización de convivencia de la marca institucional con otras (sea cual sea el carácter de éstas), se dispondrá siempre la marca del Ayuntamiento a la izquierda de un “filete gráfico”; mientras que la marca o las marcas que completen la convivencia se ubicarán a la derecha de dicho “filete”, siguiendo la siguiente estructura y respetando estas proporciones:



1.6.3.1 Ejemplos



Cuando la marca del Ayuntamiento requiera convivir con otras marcas (en documentos emitidos por organizaciones que no sean el propio consistorio) ésta se adecuará a las indicaciones dadas.

1.7. VARIANTES NO ACEPTADAS MARCA INSTITUCIONAL

A lo largo de este primer capítulo del manual se han ido mostrando las líneas maestras de la marca de la ciudad de Calahorra y del uso correcto de la misma; aún así en este punto, de variantes no aceptadas, mostramos las variaciones que de ninguna manera se podrán plasmar:



**Como norma general nunca se variará la disposición
de las partes de la marca institucional**

1.8. MARCA CIUDAD

La marca ciudad de Calahorra cuenta con dos versiones (horizontal y vertical). Son composiciones gráficas formadas por el símbolo gráfico, el logotipo y un mensaje promocional (éste variará en base a la comunicación emitida, así como el color del conjunto de la composición).

Marca ciudad versión vertical



Calahorra
mensaje

Marca ciudad versión horizontal



Calahorra

mensaje

Se facilitará el archivo digital editable, a partir del cual se generan los mensajes promocionales.

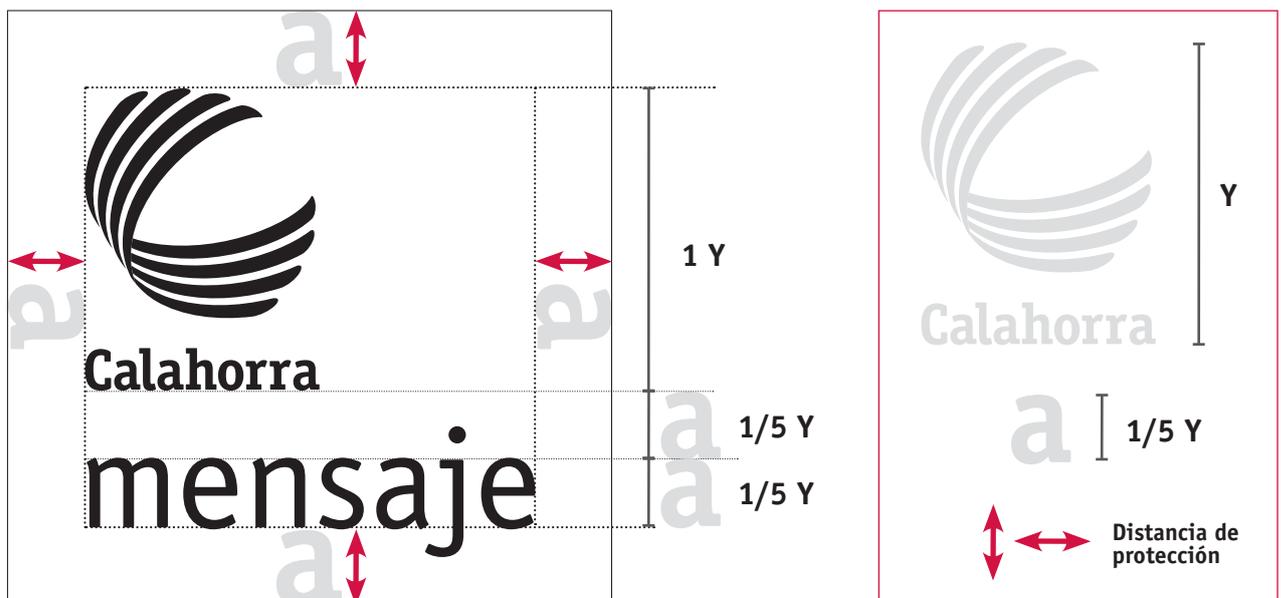
1.9. UNIDAD DE IDENTIFICACIÓN DE LA MARCA CIUDAD

En este apartado se especifican las particularidades estructurales, compositivas y cromáticas de la unidad de identificación -nombre constructivo de la marca completa-, así como las relativas a los criterios de reproducción de la misma.

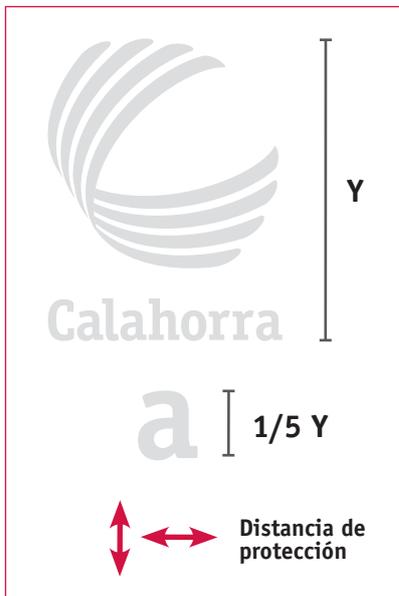
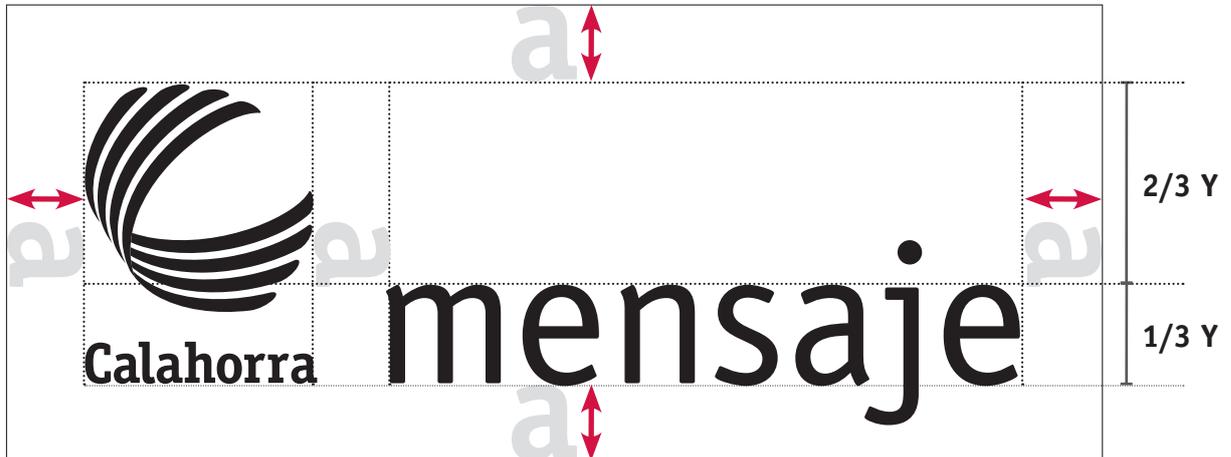
1.9.1. Criterio de construcción y espacio de protección

Es importante que la marca ciudad de Calahorra vaya dispuesta de tal manera que visualmente no sea “invadida” por otros elementos, por lo que se propone que siempre haya un espacio vacío alrededor de la unidad de la marca. Dicho espacio corresponderá, como mínimo, a la altura del cuerpo de la letra del “mensaje”, el cual siempre dispondrá en minúscula.

Marca ciudad versión vertical



Marca ciudad versión horizontal



Como norma, nunca se modificarán las disposiciones de los elementos que componen la marca ciudad (de ninguna de las dos versiones). **IMPORTANTE:** el mensaje siempre irá en minúsculas.

1.9.2. Diez ejemplos de mensajes promocionales

En este punto se reflejan diez ejemplos de mensajes promocionales de la ciudad, aplicados con la gama cromática secundaria, asociada principalmente a la marca ciudad.



Calahorra
moderna



Calahorra
natural



Calahorra
dinámica



Calahorra
llamativa

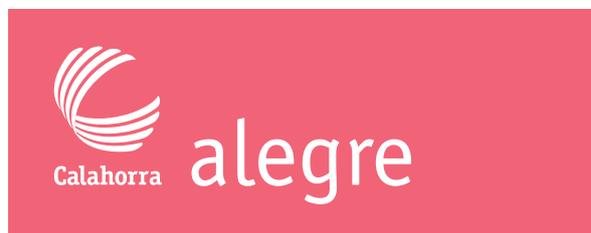


Calahorra
universal









1.10. TIPOGRAFÍAS INSTITUCIONALES

Las tipografías institucionales son otro instrumento de comunicación primordial. En combinación con el resto de elementos corporativos (marca, colores, soportes, etc.) las tipografías ayudan a representar a la ciudad, de manera personalizada.

1.10.1. Tipografía institucional principal

La familia tipográfica principal es la ITC OFFICINA, que cuenta con dos variantes: ITC OFFICINA SANS e ITC OFFICINA SERIF (ambas simultáneamente cuentan con las fuentes: book, book italic, bold y bold italic); que la dotan de una versatilidad importante, y que cubren las posibles necesidades de carácter tipográfico.

ITC OFFICINA SANS

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.:;[()]¿?¡!@+-*'"

ITC OFFICINA SERIF

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.:;[()]¿?¡!@+-*'"

1.10.2. Tipografía institucional de sustitución

Para medios electrónicos de uso interno, como aplicaciones de Microsoft® Office (ej. presentaciones Power Point) y para páginas web, se deberá utilizar las tipografías de sistema Verdana y Georgia. Especialmente en casos en los que una aplicación tenga que ser vista y compartida por terceros que no dispongan de nuestra tipografía, será necesario utilizar las tipografías aquí especificadas.

Las tipografías de sustitución nunca se deberán utilizar para aplicaciones profesionales o soportes de comunicación impresos.

Verdana

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 .,:;[()]¿?i!@+ -*'""

Georgia

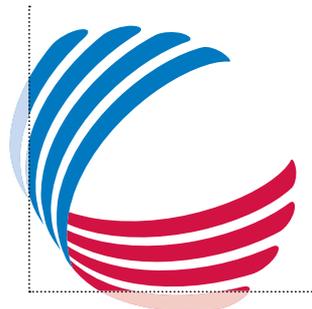
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 .,:;[()]¿?i!@+ -*'""

1.11. ELEMENTO GRÁFICO DE APOYO

Contamos con un elemento gráfico de apoyo, resultante de la sustracción de una parte del símbolo gráfico; mostrando, en este caso, el fragmento compositivamente más dinámico del mismo. Dicho elemento reforzará, en las diferentes piezas en las que se utilice, la implantación de la nueva identidad visual de Calahorra; además de mejorar el conjunto de las composiciones.

Este elemento siempre se dispondrá en la parte inferior izquierda de las piezas donde se utilice, a un tamaño que atienda al formato particular de cada pieza (pudiendo servir de referencia aproximada que la altura del elemento sea de 1/3 del total del alto de la citada pieza). Cromáticamente el elemento se plasmará al 10 % de trama -como porcentaje referencial, pudiéndose aumentar si se requiriese- del Pantone 193 o del Pantone 300 o de tinta negra, según convenga.

Área "recortada"



Se facilitará el archivo digital del elemento gráfico de apoyo.
IMPORTANTE: nunca se podrá modificar el fragmento compositivo.

2

SISTEMA DE PAPELERÍA



2.1. INTRODUCCIÓN

El sistema de papelería será fundamental en la difusión y en la comunicación de la ciudad, debido a que las piezas que componen dicho sistema están continuamente en tránsito, tanto dentro como fuera de las instalaciones de las instituciones de la ciudad, en poder de dirigentes, funcionarios, proveedores, etc.; cumpliendo una “labor institucional” primordial.

En este capítulo se desarrollan las piezas más relevantes que componen la papelería del Ayuntamiento de Calahorra, proporcionando las claves para homogeneizar todo el sistema, y para reforzar la comunicación gráfica de la ciudad en lo relativo a este tipo de documentos.

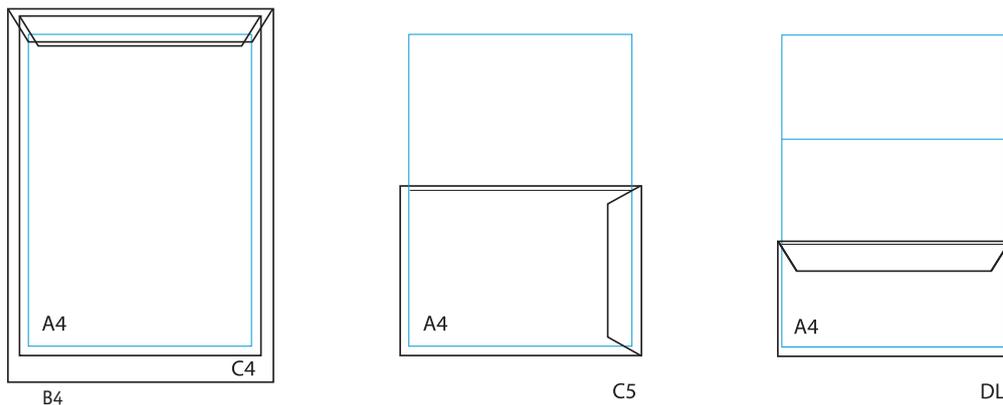
También se muestran las guías principales en cuanto a proporciones y formatos para poder llevar a cabo adecuadamente otras piezas que llegado el momento se pudiera requerir.

2.2. FORMATOS ESTÁNDARES DE PAPELERÍA

El sistema de papelería se rige por las normas DIN, muy extendidas y de uso habitual en la mayoría de instituciones, y disponibles en gran parte de empresas de artes gráficas y reprografía.

Referencia DIN A: para papeles, impresos, etc.

Referencia DIN B y C: para sobres y bolsas.



CÓDIGO	A	B	C	DL
0	841 x 1.189	1.000 x 1.414	917 x 1.297	
1	594 x 841	707 x 1.000	648 x 917	
2	420 x 594	500 x 707	458 x 648	
3	297 x 420	353 x 500	324 x 458	
4	210 x 297	260 x 360	229 x 324	220 x 110
5	148 x 210	176 x 250	162 x 229	
6	105 x 148	125 x 176	114 x 162	
7	74 x 105	88 x 125	81 x 114	
8	52 x 74	62 x 88	57 x 81	
9	37 x 52	44 x 62	40,5 x 57	
0	26 x 37	31 x 44	28,5 x 40,5	

2.3. USO EXTERNO

Las piezas del sistema de papelería de uso externo, comprenden las emitidas por Alcaldía y las de uso general del Ayuntamiento de Calahorra, hacia los ciudadanos, personalidades, instituciones o empresas.

ALCALDÍA:

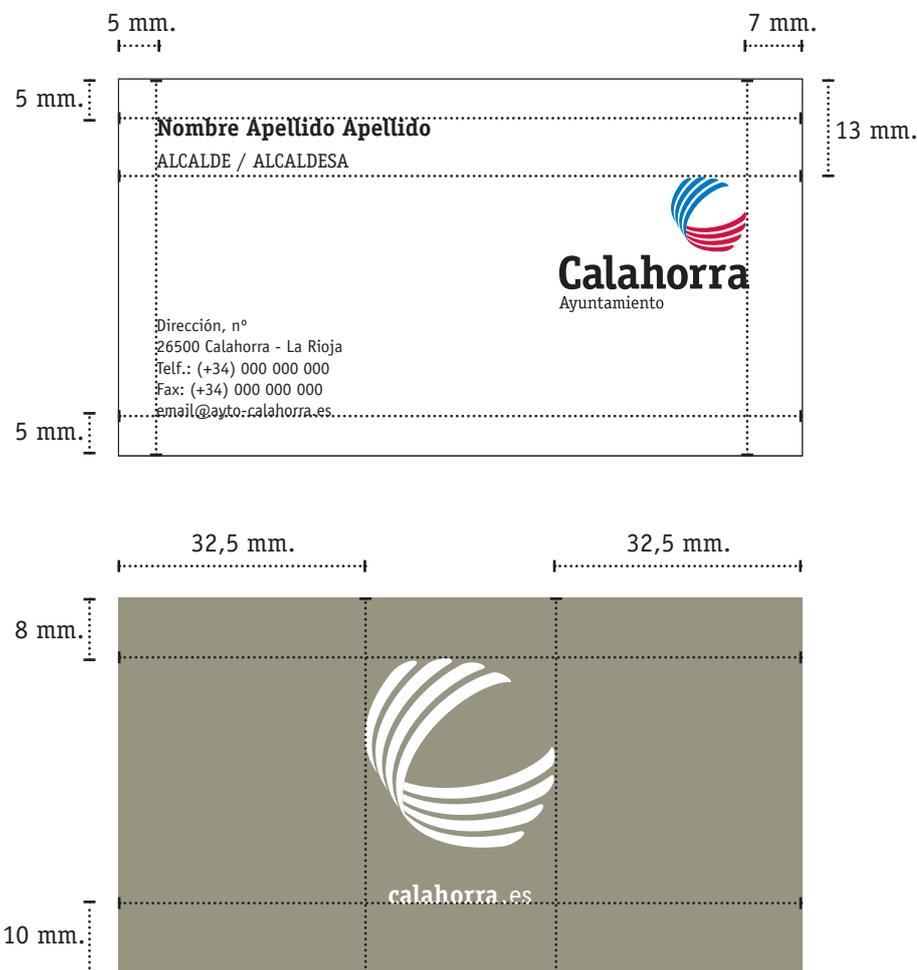
- Tarjeta
- Tarjetón
- Hoja de carta
- Saluda
- Invitación

USO GENERAL

- Tarjeta
- Hoja de carta
- Sobres
- Hoja de fax
- Carpeta

2.3.1. ALCALDÍA

2.3.1.1. Tarjeta (anverso y reverso)



Formato: 90 x 50 mm.
Anverso: 3 tintas (Pantones 193, 300 y Black) /
Reverso: 1 tinta (Pantone Metallic 8003).
Cartulina verjurada blanca
(Conqueror - Galgo - Fedrigoni).
300 gr/m².
Impresión Offset.

Nombre y Apellidos
Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Bold).
Cuerpo: 9 pt.

Alcalde / Alcaldesa
Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Book),
en caja alta.
Cuerpo: 7,5 pt.

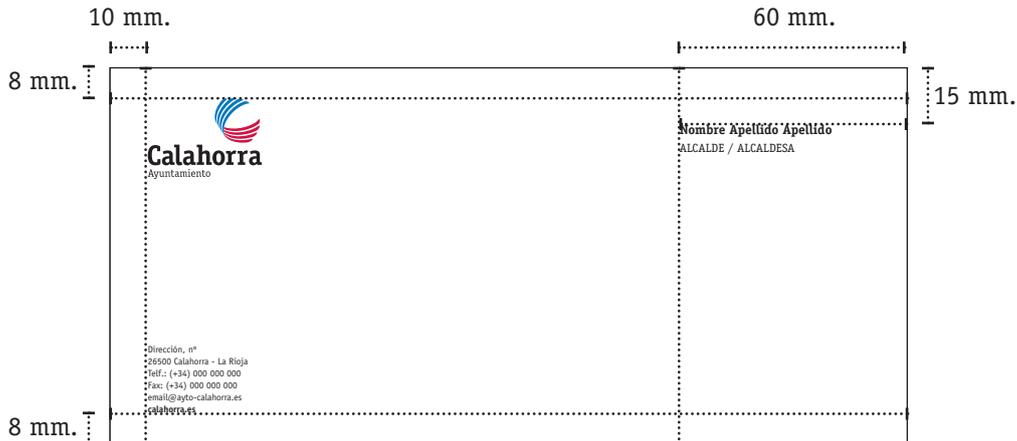
Bloque de dirección
Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 6,5 pt.

Marca
Pantones 193, 300 y Black.
25 mm. de ancho.

Símbolo gráfico
Blanco.
25 mm. de ancho.

web
Blanco.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Book y Bold).
Cuerpo: 9 pt.

2.3.1.2. Tarjetón (anverso y reverso)



Formato: 210 x 100 mm.
Anverso: 3 tintas (Pantones 193, 300 y Black) /
Reverso: 1 tinta (Pantone Metallic 8003).
Cartulina verjurada blanca
(Conqueror - Galgo - Fedrigoni).
300 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Nombre y Apellidos

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Bold).
Cuerpo: 10 pt.

Alcalde / Alcaldesa

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Book),
en caja alta.
Cuerpo: 9 pt.

Bloque de dirección

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Web, en tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 7 pt.

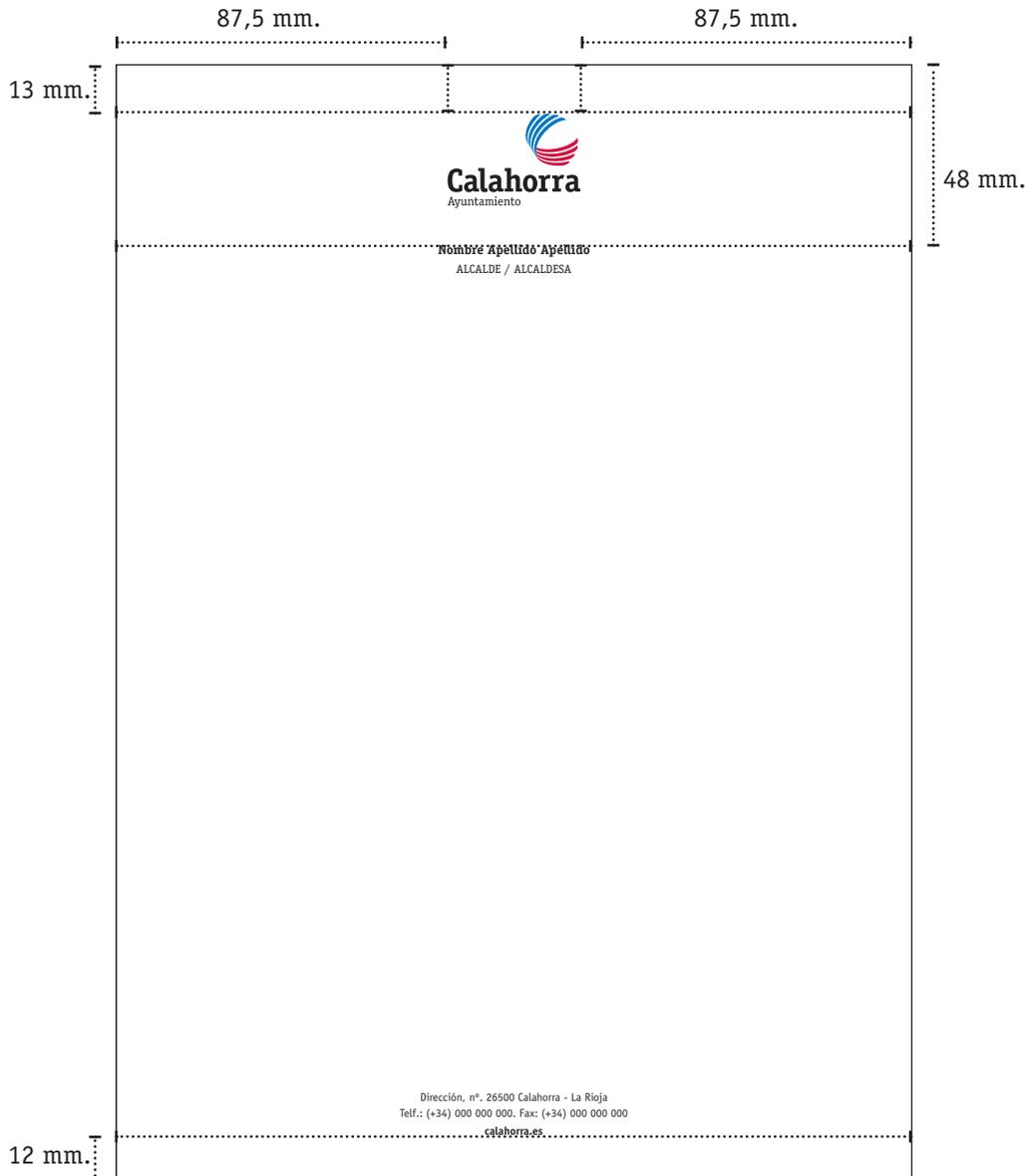
Marca

Pantones 193, 300 y Black.
30 mm. de ancho.

Marca

Blanco
60 mm. de ancho.

2.3.1.3. Hoja de carta (anverso)



Formato: Din A4 (210 x 297 mm.)
Anverso: 3 tintas (Pantones 193, 300 y Black)
Papel verjurado blanco
(Conqueror - Galgo - Fedrigoni).
100 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Nombre y Apellidos

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Bold).
Cuerpo: 10 pt.

Alcalde / Alcaldesa

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Book),
en caja alta.
Cuerpo: 9 pt.

Bloque de dirección

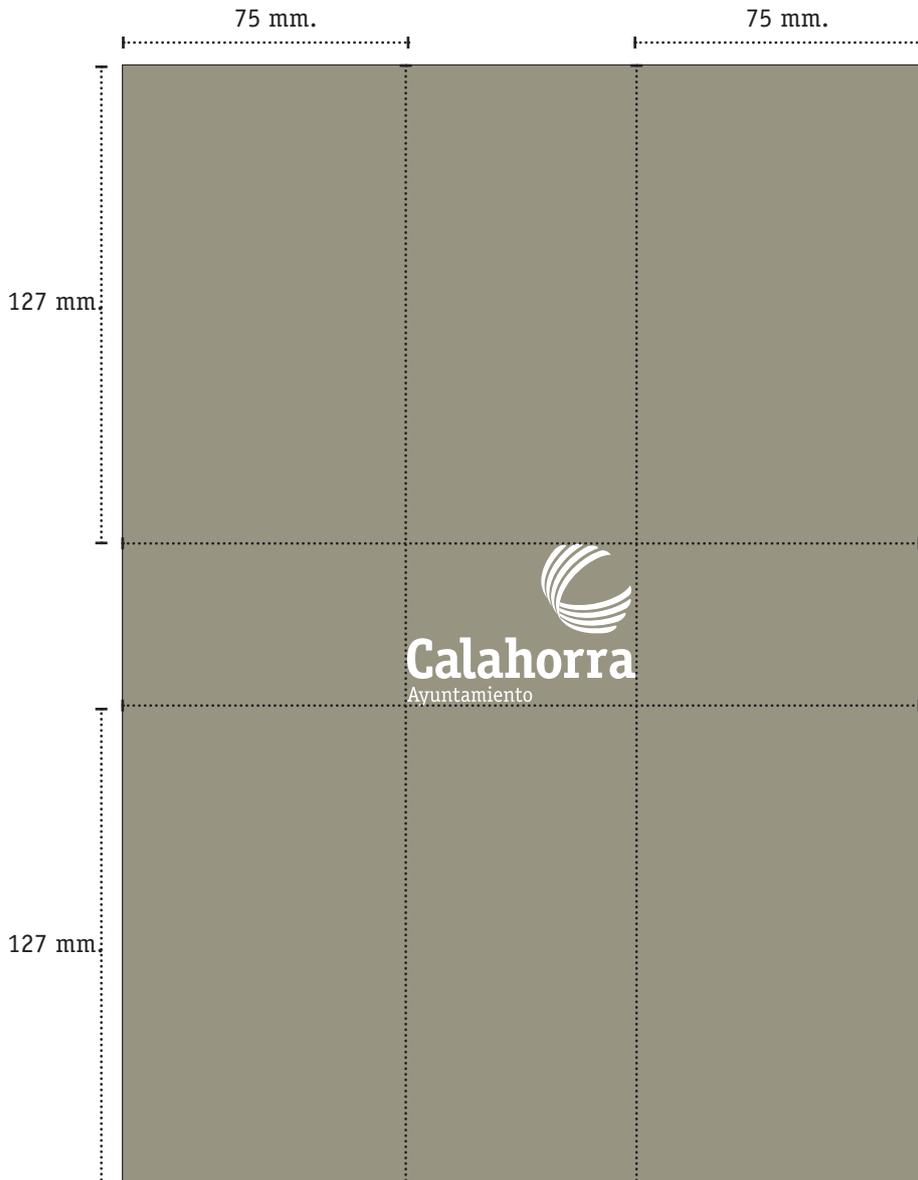
Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 8,5 pt.

Web, en tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 8,5 pt.

Marca

Pantones 193, 300 y Black.
35 mm. de ancho.

Hoja de carta (reverso)

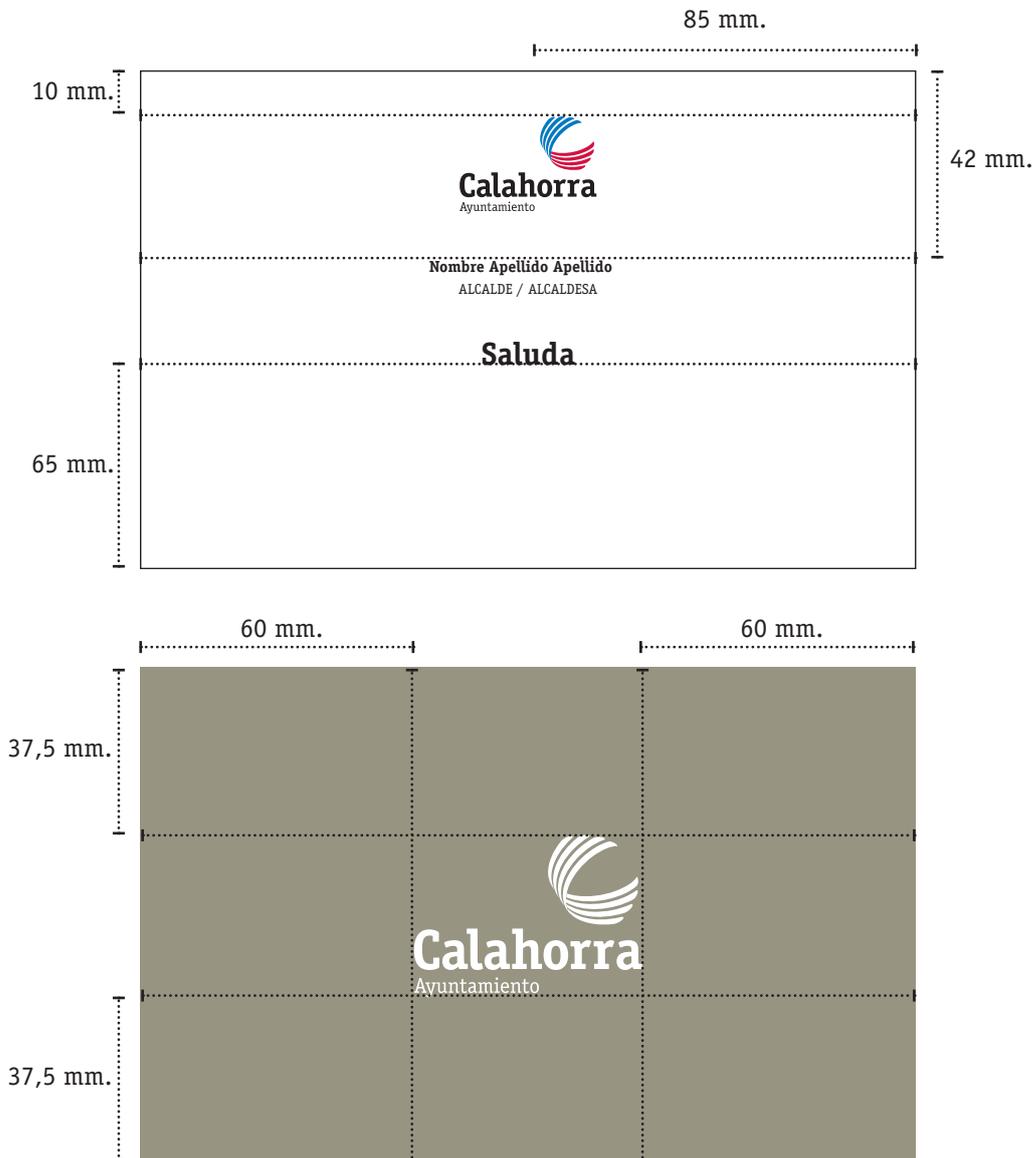


Formato: Din A4 (210 x 297 mm.)
Reverso: 1 tinta (Pantone Metallic 8003).
Papel verjurado blanco
(Conqueror - Galgo - Fedrigoni).
100 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Marca
Blanco
60 mm. de ancho.

2.3.1.4. Saluda



Formato: 170 x 110 mm.
Anverso: 3 tintas (Pantones 193, 300 y Black) /
Reverso: 1 tinta (Pantone Metallic 8003).
Papel verjurado blanco
(Conqueror - Galgo - Fedrigoni).
100 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Nombre y Apellidos

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Bold).
Cuerpo: 10 pt.

Alcalde / Alcaldesa

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Book),
en caja alta.
Cuerpo: 9 pt.

Texto "Saluda"

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Web, en tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 7 pt.

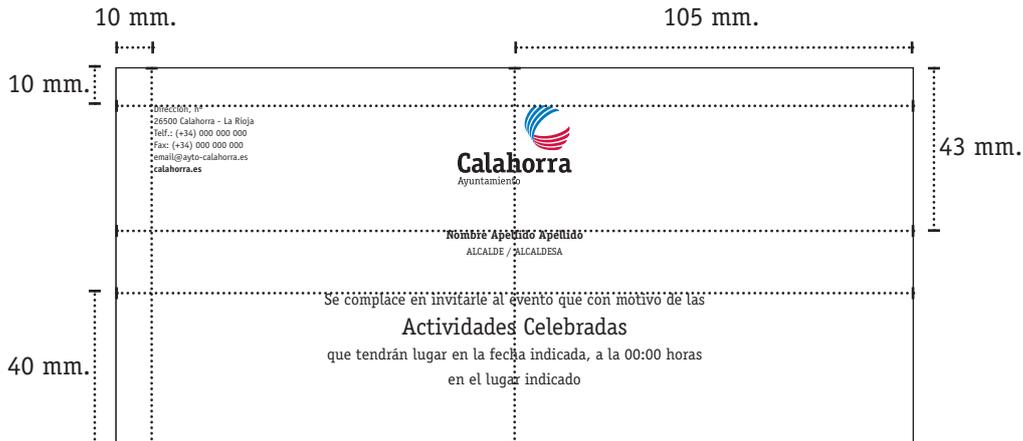
Marca

Pantones 193, 300 y Black.
30 mm. de ancho.

Marca

Blanco
50 mm. de ancho.

2.3.1.5. Invitación



Formato: 210 x 100 mm.
Anverso: 3 tintas (Pantones 193, 300 y Black) /
Reverso: 1 tinta (Pantone Metallic 8003).
Cartulina verjurada blanca
(Conqueror - Galgo - Fedrigoni).
300 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Nombre y Apellidos

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Bold).
Cuerpo: 9 pt.

Alcalde / Alcaldesa

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Book),
en caja alta.
Cuerpo: 7,5 pt.

Texto

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 12 pt.

Actividades

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 18 pt.

Bloque de dirección

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Web, en tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 7 pt.

Marca

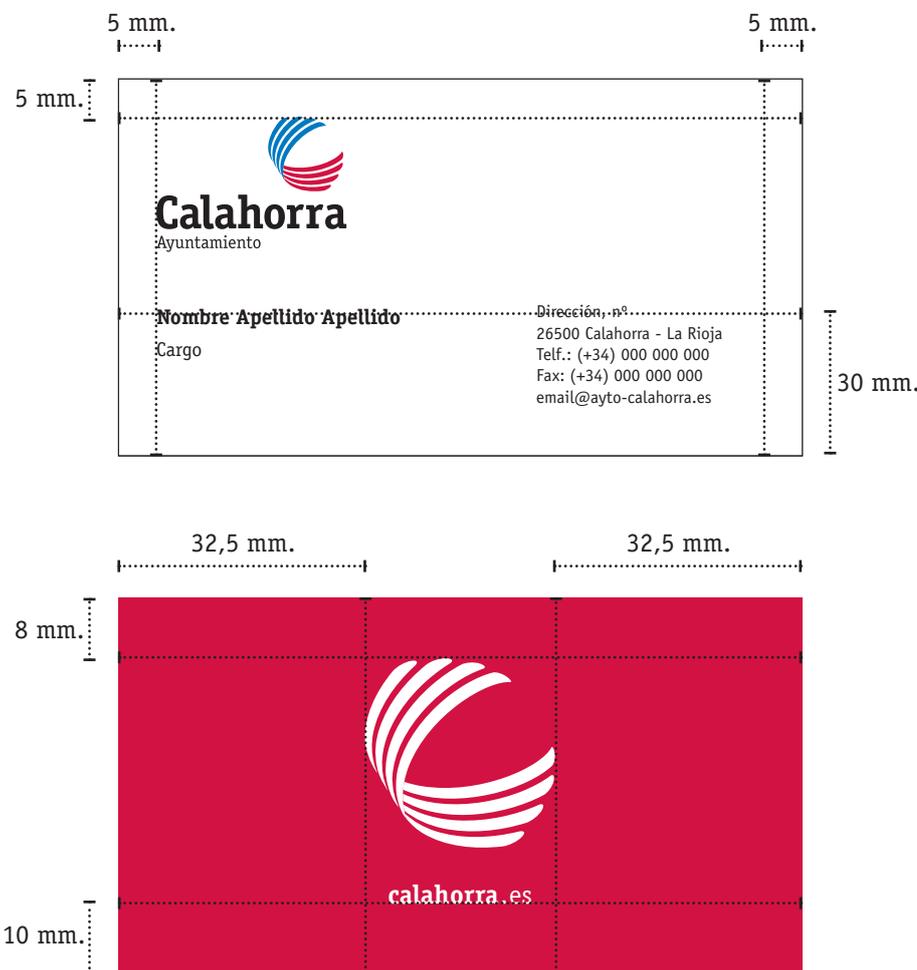
Pantones 193, 300 y Black.
30 mm. de ancho.

Marca

Blanco
60 mm. de ancho.

2.3.2. USO GENERAL

2.3.2.1. Tarjeta (anverso y reverso)



Formato: 90 x 50 mm.
Anverso: 3 tintas (Pantones 193, 300 y Black) /
Reverso: 1 tinta (Pantone 193).
Papel estucado mate
300 gr/m².
Impresión Offset.

Nombre y Apellidos
Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Bold).
Cuerpo: 8 pt.

Cargo
Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Book),
en caja alta.
Cuerpo: 7,5 pt.

Bloque de dirección
Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 6,5 pt.

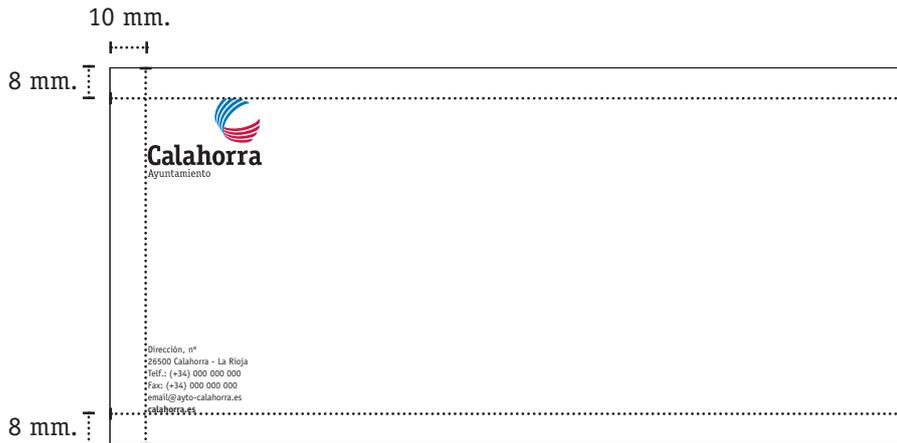
Marca
Pantones 193, 300 y Black.
25 mm. de ancho.

Símbolo gráfico
Blanco.
25 mm. de ancho.

web
Blanco.
Tipografía ITC OFFICE SERIF (Book y Bold).
Cuerpo: 9 pt.

Por motivo de costes, se admite la posibilidad de suprimir la impresión del reverso de la tarjeta de uso general, quedando éste en blanco.

2.3.2.2. Tarjetón (anverso y reverso)



Formato: 210 x 100 mm.
Anverso: 3 tintas (Pantones 193, 300 y Black) /
Reverso: 1 tinta (Pantone 193).
Papel estucado mate
300 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Bloque de dirección

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Web, en tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 7 pt.

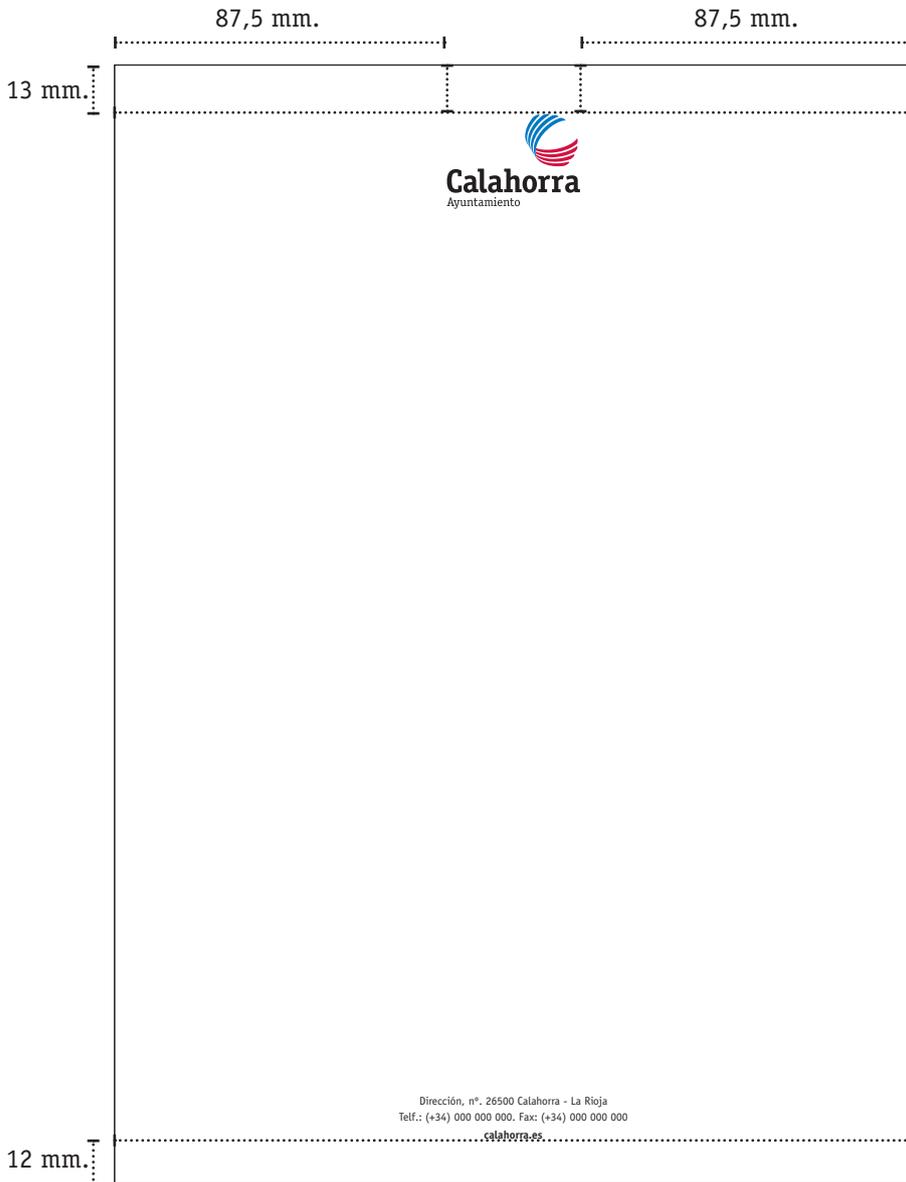
Marca

Pantones 193, 300 y Black.
30 mm. de ancho.

Marca

Blanco
60 mm. de ancho.

2.3.2.3. Hoja de carta (anverso)



Formato: Din A4 (210 x 297 mm.)
Anverso: 3 tintas (Pantones 193, 300 y Black)
Papel Offset ecológico o reciclado.
90 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Bloque de dirección

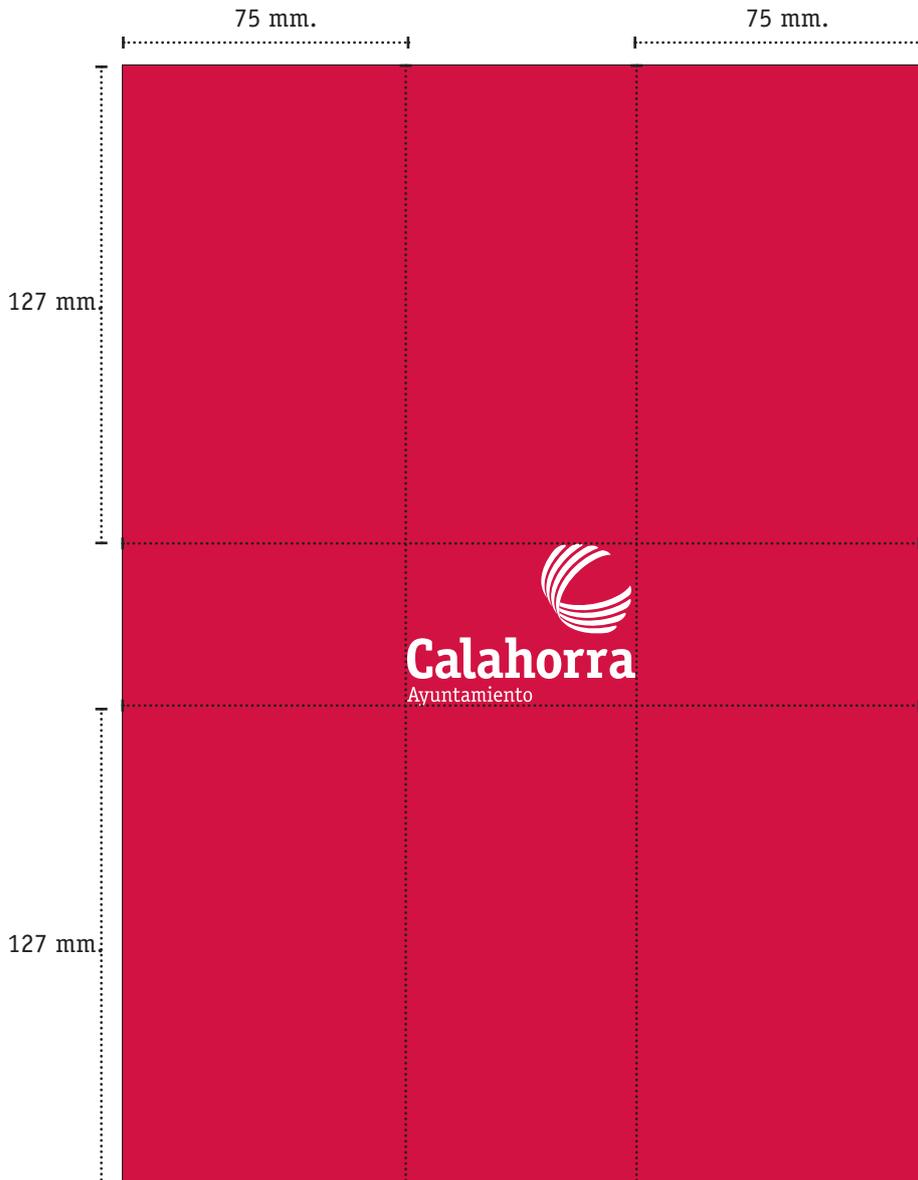
Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 8,5 pt.

Web, en tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 8,5 pt.

Marca

Pantones 193, 300 y Black.
35 mm. de ancho.

Hoja de carta (reverso)



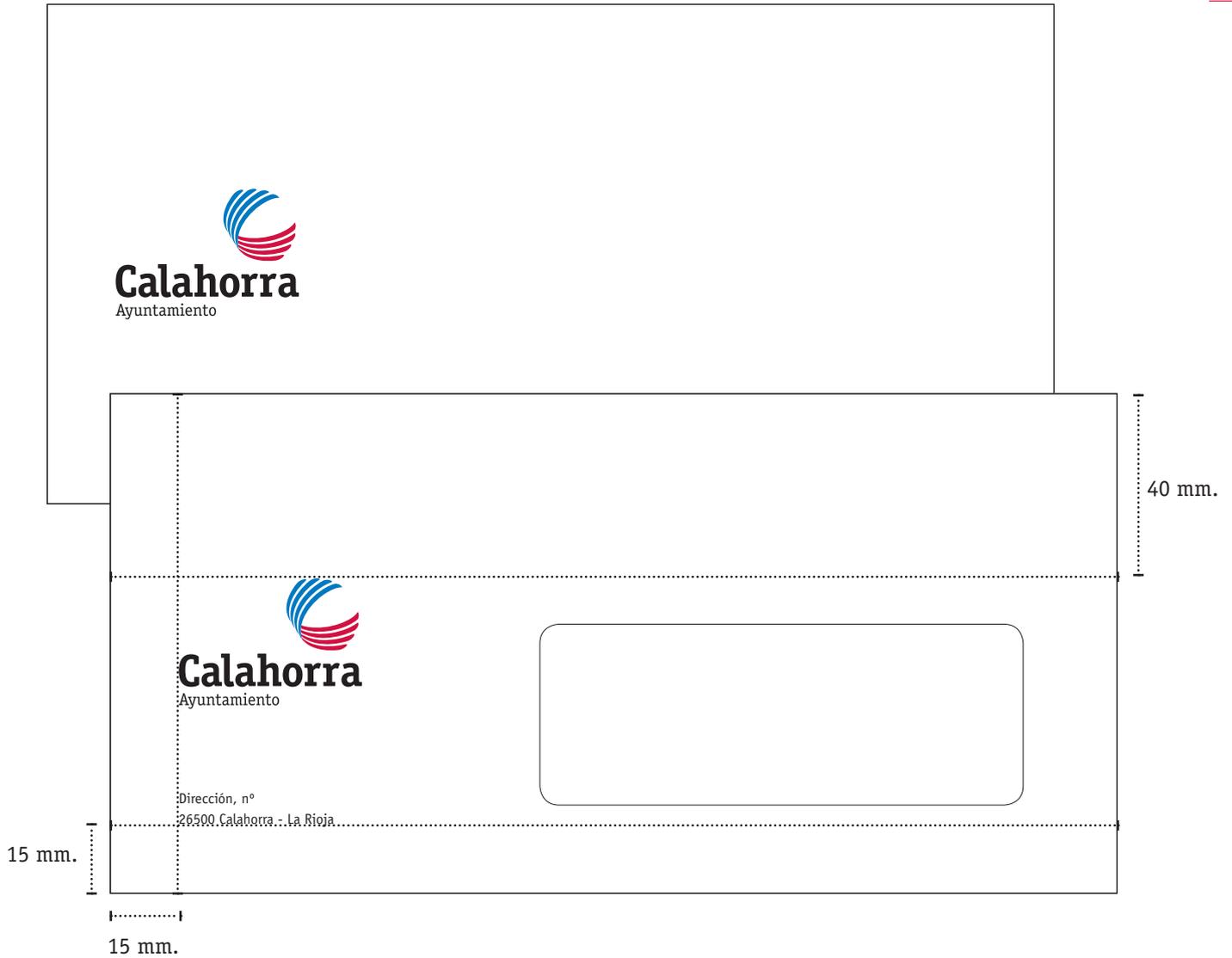
Formato: Din A4 (210 x 297 mm.)
Reverso: 1 tinta (Pantone 193).
Papel Offset ecológico o reciclado.
90 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Marca
Blanco
60 mm. de ancho.

Por motivos de funcionalidad, se da la posibilidad de que el reverso de la hoja de carta sea blanco, sin ningún elemento.

2.3.2.4. Sobre americano (sin / con ventana)



Formato: DL4 (220 x 110 mm.)
3 tintas (Pantones 193, 300 y Black)
Papel Offset ecológico o reciclado.
100 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 70 %

Marca

Pantones 193, 300 y Black.
40 mm. de ancho.

Bloque de dirección

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 9 pt.

2.3.2.5. Sobre DIN B4 (folio prolongado)



Formato: DIN B4 (360 x 260 mm.)
3 tintas (Pantones 193, 300 y Black)
Papel Offset ecológico o reciclado.
100 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Marca

Pantones 193, 300 y Black.
60 mm. de ancho.

Bloque de dirección

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 9 pt.

2.3.2.6. Hoja de fax (hoja inicial)

The diagram shows a fax cover sheet template with the following dimensions and layout:

- Top margin: 30 mm (left and right)
- Right margin: 15 mm
- Header area: 40 mm high, containing the Calahorra Ayuntamiento logo.
- Body area: 20 mm high, containing the word "FAX" in large letters.
- Form fields: A series of horizontal lines for the following fields:
 - A: _____
 - Nº de Fax: _____
 - De: _____
 - Fecha: _____
 - Empresa: _____
 - Referencia: _____
 - Páginas (incluyendo ésta): _____
 - Asunto: _____
- Bottom margin: 17 mm

Formato: Din A4 (210 x 297 mm.)
Plantilla.
Archivo digital para envío de fax.

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Fax

Tinta negra.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 35 pt.

Palabras

Tinta negra.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 10 pt.

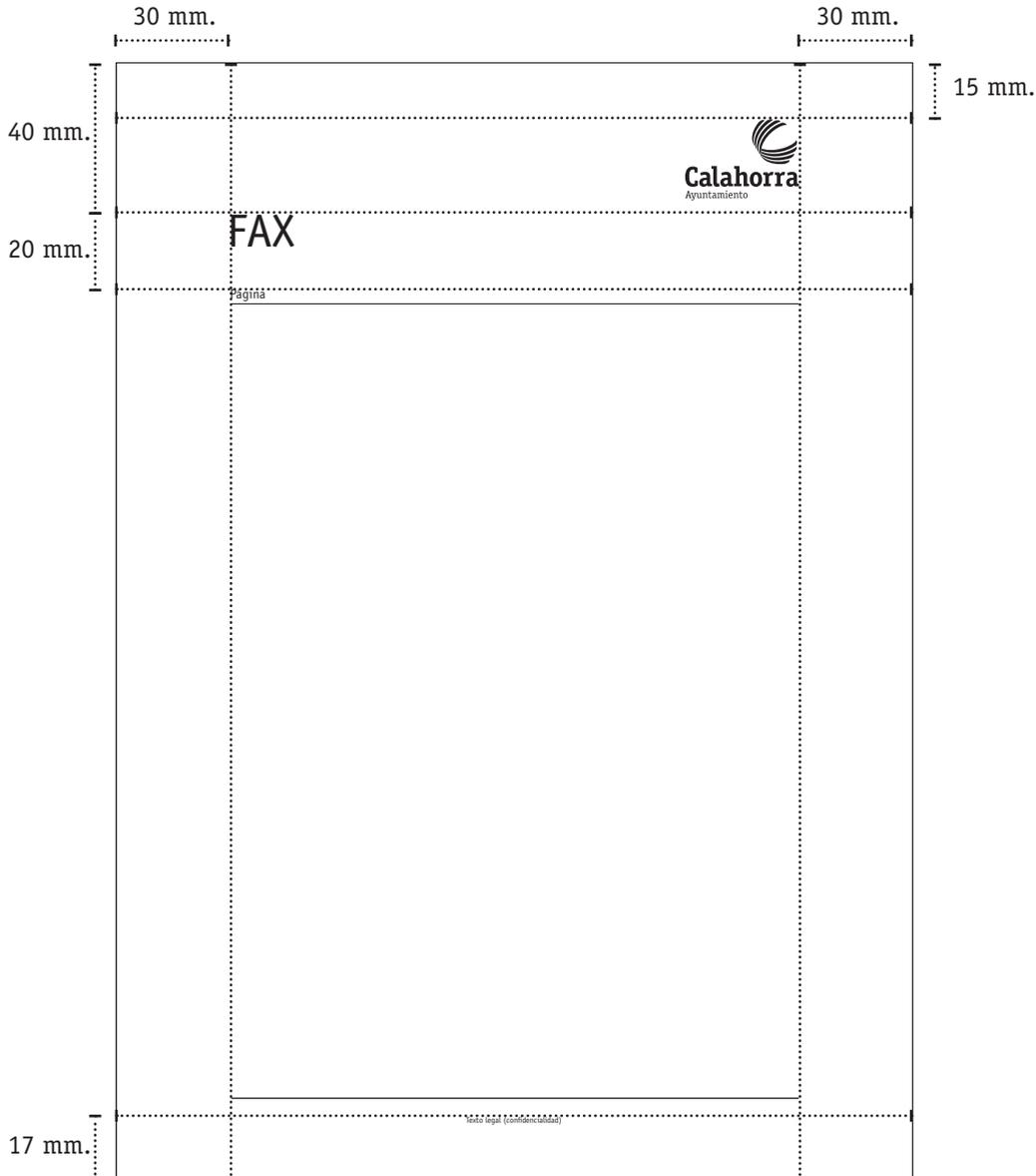
Texto legal

Tinta negra.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 6 pt.

Marca

Tinta negra.
30 mm. de ancho.

2.3.2.7. Hoja de fax (hoja secundaria)



Formato: Din A4 (210 x 297 mm.)
Plantilla.
Archivo digital para envío de fax.

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Fax

Tinta negra.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 35 pt.

Palabras

Tinta negra.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 10 pt.

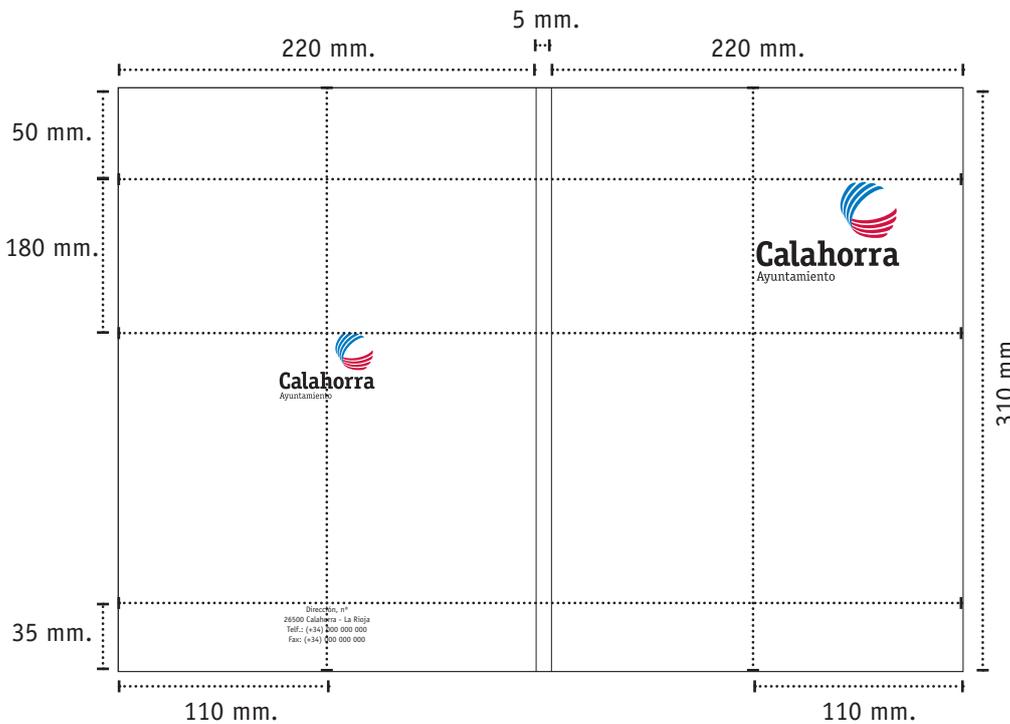
Texto legal

Tinta negra.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Cuerpo: 6 pt.

Marca

Tinta negra.
30 mm. de ancho.

2.3.2.8. Carpeta comercial



Formato: 448 x 310 mm. (lomo 8 mm.)
Exterior: 3 tintas (Pantones 193, 300 y Black) /
Interior: 1 tinta (Pantone 193).
Cartulina estucada mate / Plástica mate
300 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 75 %

Bloque de dirección

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Book).
Web, en tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 7 pt.

Marca (contraportada)

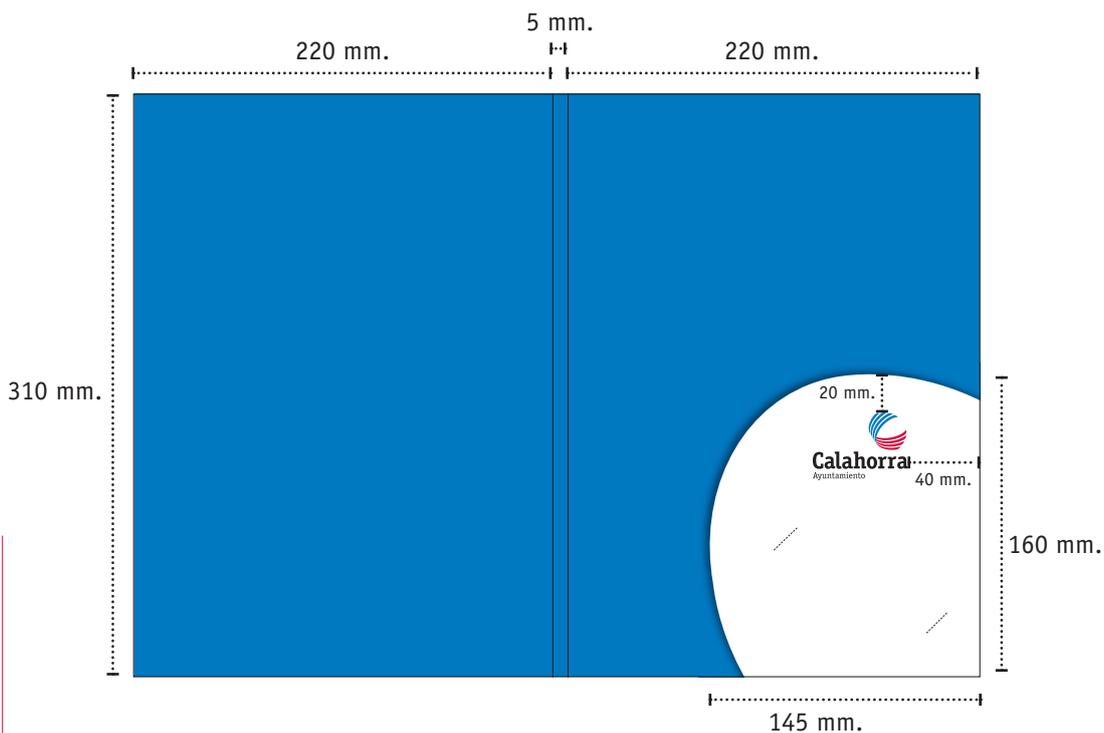
Pantones 193, 300 y Black.
50 mm. de ancho.

Marca (portada)

Pantones 193, 300 y Black.
75 mm. de ancho.

Marca (solapa)

Pantones 193, 300 y Black.
50 mm. de ancho.



2.4. USO INTERNO

Las piezas del sistema de papelería de uso interno son aquellas que se emiten desde el Ayuntamiento de Calahorra y hacia el propio Ayuntamiento.

- Nota
- Sellos
- Carpeta archivo
- Carpeta expediente
- Tarjeta de fichar

2.4.1. Nota



2.4.2. Sello



Formato: 45 x 40 mm.

IMPORTANTE: tamaño real



P.P.

Tinta negra.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 12 pt., en caja alta.

Archivo Municipal

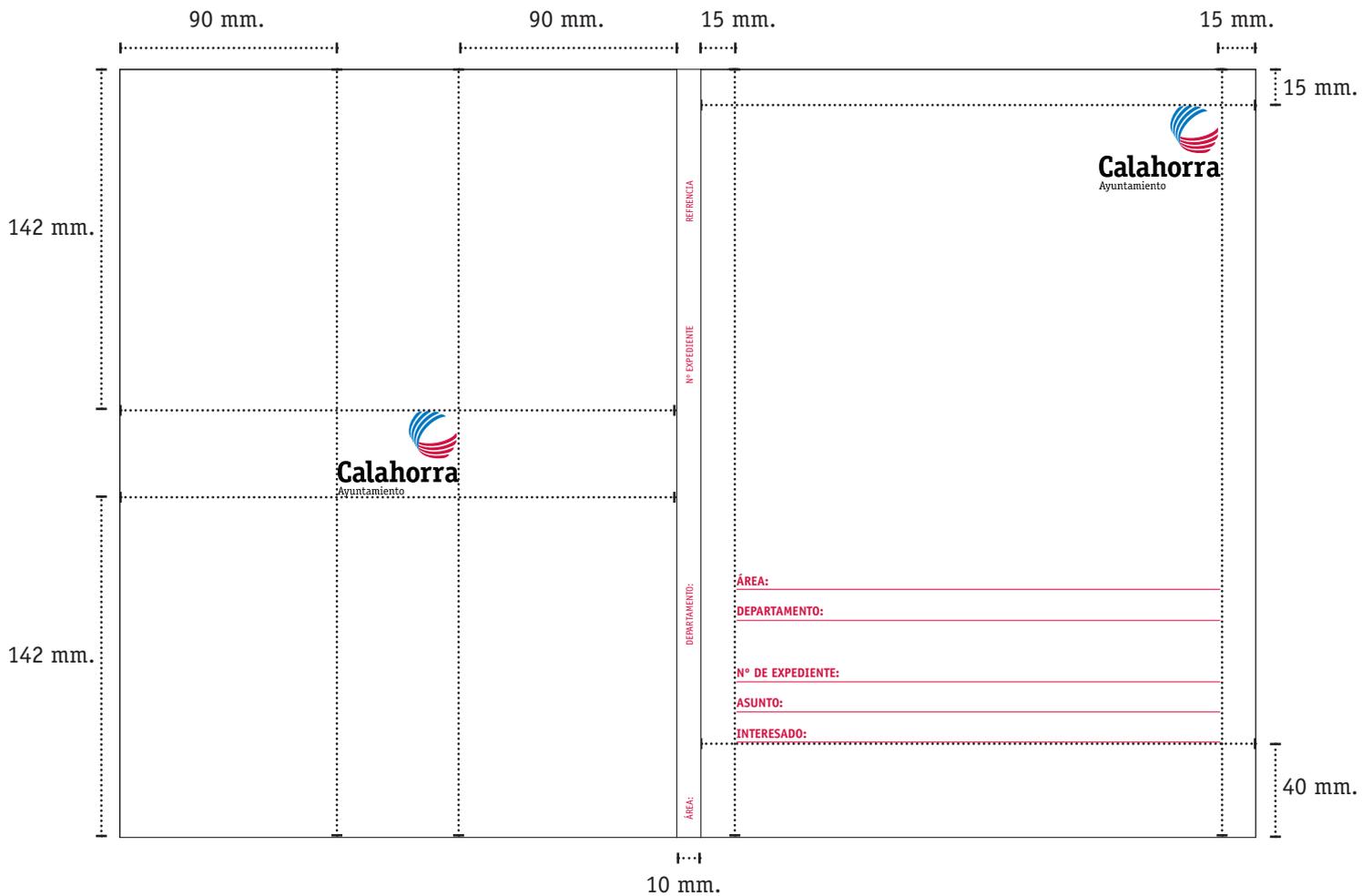
Tinta negra.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 10 pt., en caja alta.

Marca

Tinta negra.
35 mm. de ancho.



2.4.3. Carpeta interna de uso habitual



Formato: 230 x 320 mm. (cerrada)
3 tintas (Pantones 193, 300 y Black)
Cartulina blanca ecológica o reciclada.
250 gr/m².
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 65 %

Marca (contraportada)
Pantones 193, 300 y Black.
50 mm. de ancho.

Marca (portada)
Pantones 193, 300 y Black.
50 mm. de ancho.

Títulos
Pantone 193.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 15 pt.

2.4.4. Carpeta de archivo

The diagram shows a file folder cover template with the following dimensions and layout:

- Overall width: 230 mm (90 mm + 90 mm + 15 mm + 15 mm)
- Overall height: 320 mm (142 mm + 142 mm + 15 mm)
- The left side is a solid red area (142 mm high) containing the Calahorra Ayuntamiento logo in the center.
- The right side is a white area (142 mm high) containing a form with the following fields:
 - Expediente
 - Dependencia
 - Fecha iniciación
 - Fecha terminación
 - Interesado
 - Asunto
 - Antecedentes
 - Notas
 - Observaciones
 - Archivo
 - Legajo n°
 - Expediente n°
 - Código n°
- The top right corner of the white area contains the Calahorra Ayuntamiento logo.

Formato: 230 x 320 mm. (cerrada)
1 tinta (Pantones 193)
Cartulina blanca ecológica o reciclada.
250 gr/m2.
Impresión Offset.

IMPORTANTE: escalado al 65 %

Marca (contraportada)

Blanco.
50 mm. de ancho.

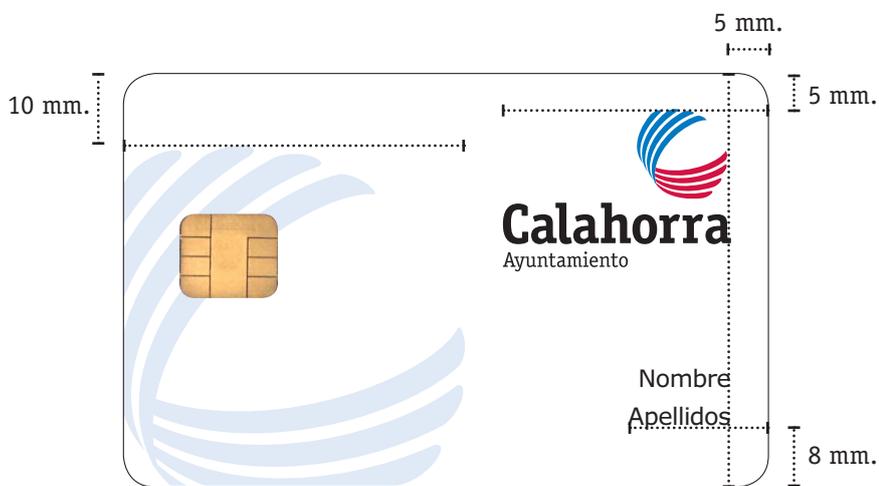
Marca (portada)

Pantone 193.
35 mm. de ancho.

Títulos

Pantone 193.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 15 pt.

2.4.6. Tarjeta de empleados



Formato: 85 x 55 mm.
Anverso: 3 tintas (Pantones 193, 300 y Black).
Papel estucado mate
300 gr/m².
Impresión Offset.

Nombre y Apellidos

Pantone Black.
Verdana (Regular).
Cuerpo: 9 pt.

Marca

Pantones 193, 300 y Black.
50 mm. de ancho.

Elemento gráfico de apoyo

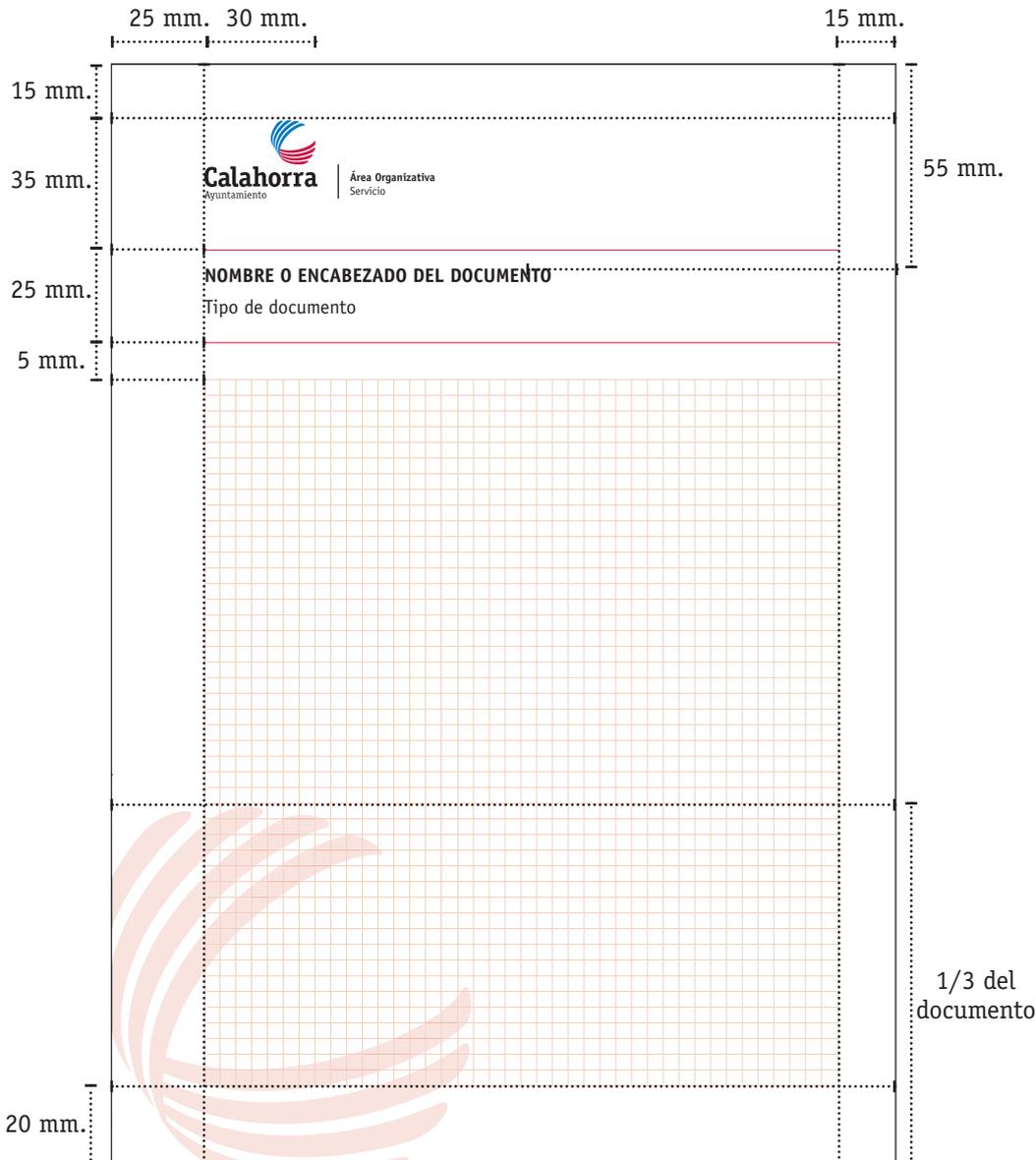
Pantone 300 (10% de opacidad).
45 mm. de ancho.

2.5. IMPRESOS ADMINISTRATIVOS

El Ayuntamiento y sus diversas áreas organizativas generan una gran cantidad y diversidad de impresos de carácter administrativo, que en cualquier caso son soportes de identidad.

La normalización de estos impresos, además de integrar los elementos básicos de identidad, ofrecen una imagen de eficacia y calidad en la gestión.

2.5.2. Impresos administrativos



Formato: Din A4 (210 x 297 mm.)
Anverso: 3 tintas (Pantones 193, 300 y Black)

IMPORTANTE: escalado al 50 %

Marca

Pantones 193, 300 y Black.
30 mm. de ancho.

+ Área y Servicio

Pantones Black.
a proporción de la marca.

Elemento gráfico de apoyo

Pantone 193 (10 % de trama).
100 mm. de ancho.

Nombre o encabezado del documento

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 15 pt., en caja alta.

Tipo de documento

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 15 pt.

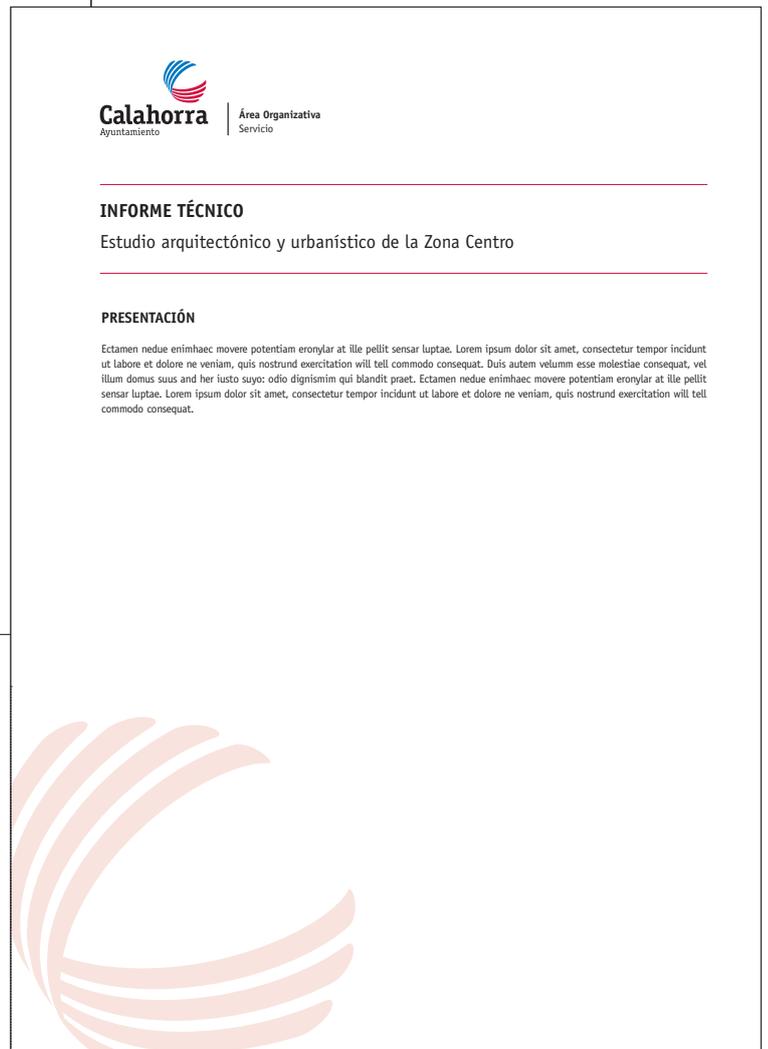
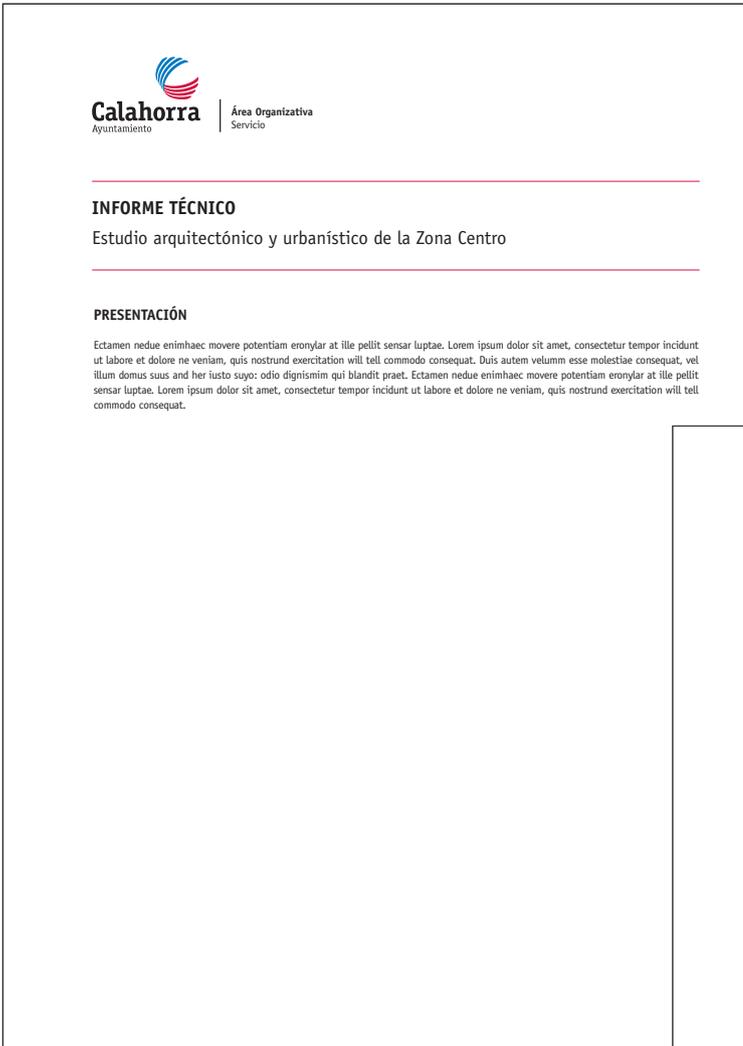
Titular

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 12 - 14 pt., en caja alta.

Texto

Pantone Black.
Tipografía ITC OFFICE SANS (Bold).
Cuerpo: 9 - 11 pt.

2.5.3. Ejemplos de documentos administrativos





INFORME TÉCNICO

Estudio arquitectónico y urbanístico de la Zona Centro

PRESENTACIÓN

Ectamen nedeu enimhaec movere potentiam eronylar at ille pellit sensar luptae. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur tempor incidunt ut labore et dolore ne veniam, quis nostrund exercitation will tell commodo consequat. Duis autem velumm esse molestiae consequat, vel illum domus susus and her iusto suyo: odio dignismim qui blandit praet. Ectamen nedeu enimhaec movere potentiam eronylar at ille pellit sensar luptae. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur tempor incidunt ut labore et dolore ne veniam, quis nostrund exercitation will tell commodo consequat.



INFORME TÉCNICO

Estudio arquitectónico y urbanístico de la Zona Centro

PRESENTACIÓN

Ectamen nedeu enimhaec movere potentiam eronylar at ille pellit sensar luptae. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur tempor incidunt ut labore et dolore ne veniam, quis nostrund exercitation will tell commodo consequat. Duis autem velumm esse molestiae consequat, vel illum domus susus and her iusto suyo: odio dignismim qui blandit praet. Ectamen nedeu enimhaec movere potentiam eronylar at ille pellit sensar luptae. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur tempor incidunt ut labore et dolore ne veniam, quis nostrund exercitation will tell commodo consequat.





PARTE DE VACACIONES Y DÍAS LIBRES

Según convenio

1. Lugar y fecha

LUGAR:

FECHA / HORA:



PARTE DE VACACIONES Y DÍAS LIBRES

Según convenio

1. Lugar y fecha

LUGAR:

FECHA / HORA:





PARTE DE VACACIONES Y DÍAS LIBRES

Según convenio

1. Lugar y fecha

LUGAR:

FECHA / HORA:



PARTE DE VACACIONES Y DÍAS LIBRES

Según convenio

1. Lugar y fecha

LUGAR:

FECHA / HORA:



3

SEÑALÉTICA



3.1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de todo sistema de señalización es el de orientar e informar. El sistema de señalización transmitirá además una valiosa imagen de orden y calidad de servicio, mediante un conjunto de señales gráficas y tipográficas.

Las normas y los ejemplos mostrados en este capítulo tratan de ser la base y referencia para la generalidad de los proyectos de señalización, siendo necesaria la participación de profesionales (arquitectos/as, urbanistas, diseñadores/as, etc) que desarrollen las características particulares de cada caso, sobre los siguientes principios:

- Crear señales con una gran definición y sencillez.
- Mensaje lo más sintético y estricto posible.
- Soportes estándares que faciliten la correcta aplicación de la identidad.

El sistema de señalización se divide en dos áreas:

- **SEÑALIZACIÓN URBANA**
- **SEÑALIZACIÓN DE EDIFICIOS**

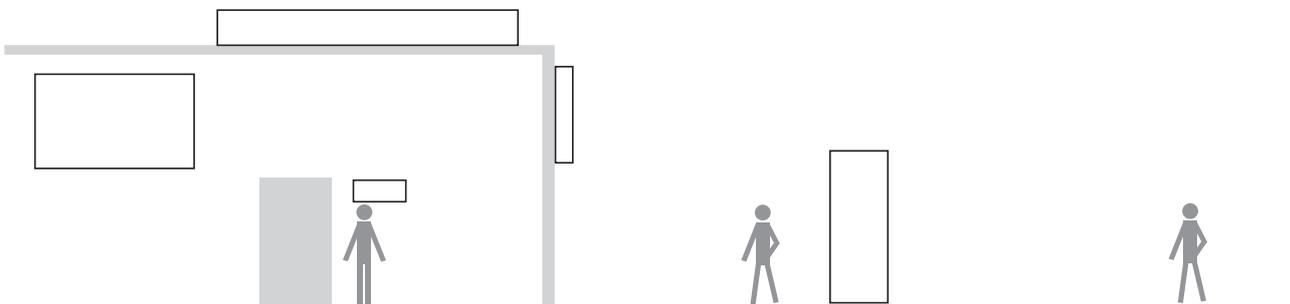
3.2. ASPECTOS PREVIOS

El sistema de señalización se organiza según los diferentes tipos de rótulos que, a su vez, se clasifican en función de tres variables:

Función: los rótulos que sirven para guiar hacia un lugar, rótulos de orientación. Los indicadores del lugar “in situ”, de localización, para señalar el lugar exacto en el que se cumple la función.

Ubicación: exterior e interior.

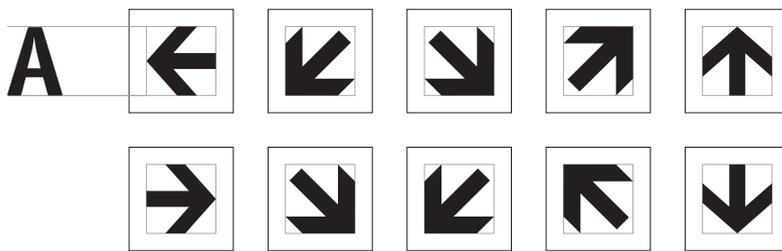
Distancia de legibilidad: gran distancia, media distancia y corta distancia.



En este capítulo se presentarán los diferentes tipos de rótulos estableciendo sus características conforme a las consideraciones anteriores.

3.2.1. Flechas

Las flechas son importantes en cualquier señal de tipo direccional. Según la inclinación de su eje, pueden presentarse en horizontal, vertical o en ángulo de 45°. Conforme a la dirección que indican mostrarán cuatro sentidos: derecha, izquierda, arriba y abajo.



3.2.2. Pictogramas

Los pictogramas han de ser lo más sintéticos y expresivos posible con el fin de ser comprendidos por públicos de diferentes culturas y con diferentes idiomas. Generalmente los pictogramas se reproducirán en blanco sobre fondo rojo (Pantone 193), pero también tienen su propio código internacional de reproducción cromática. Son los ejemplos que aquí mostramos reproducidos en gris.



3.2.3. Retícula básica señalética

En el caso de la señalética tomaremos como referencia la medida de "1X", equivalente a un módulo, y hablaremos de proporciones en lugar de medidas. Esta retícula será la guía para la disposición de todos los elementos que cualquier señal necesite llevar (logotipos, textos, líneas, lutos, etc...)



3.2.4. Tipografía

La tipografía institucional principal ITC OFFICINA SANS, se utilizará para la realización de todos aquellos elementos pertenecientes a la señalización.

3.2.5. Cromatismo

Para la señalización urbana, como norma general, predominará el azul (Pantone 300) combinándose éste principalmente con el blanco, y utilizando el negro y el rojo (Pantone 193) para la reproducción puntual de textos y flechas.

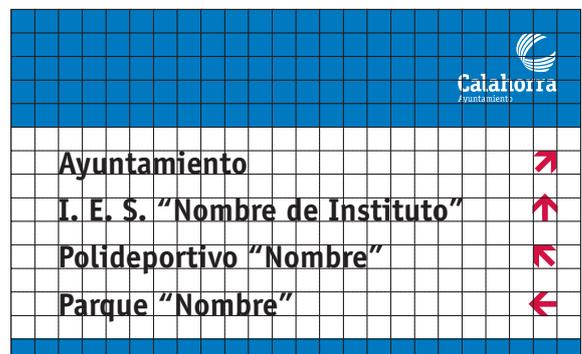
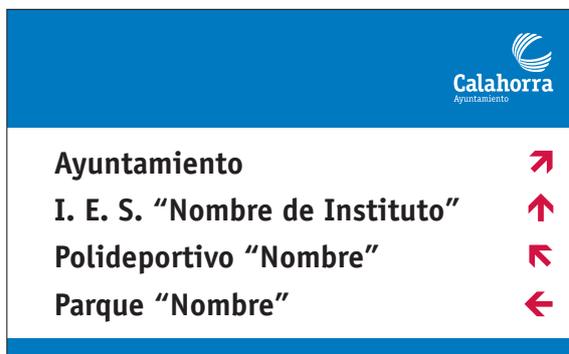
En el caso de la señalización de edificios, por el contrario, el color predominante será el rojo (Pantone 193), combinándose éste principalmente con el blanco, y utilizando el negro y el propio rojo (Pantone 193) para la reproducción puntual de textos y flechas.

3.3. SEÑALIZACIÓN URBANA

Son señales situadas por toda la ciudad, que dependiendo de la información que facilitan, pueden ser, de dirección, informativas o "in situ".

Este tipo de señalización urbana suele visualizarse con mayor detenimiento que la de carreteras o interurbana; por ello puede contener una información más extensa respecto a la ubicación de accidentes geográficos (ríos, montes, etc.), lugares de interés turístico, paisajístico o urbano (monumentos, edificios históricos, parques naturales, etc.), así como de edificios y servicios del Ayuntamiento (centros de salud, residencias, colegios, centros deportivos, servicios culturales, educativos, de transporte, de protección ciudadana, administrativos, etc).

3.3.1. Dirección



3.3.2. In situ

Estas son señales situadas en el exacto lugar que indican, e informan de la zona, el edificio, el organismo, el centro o el paraje al cual hacen referencia.



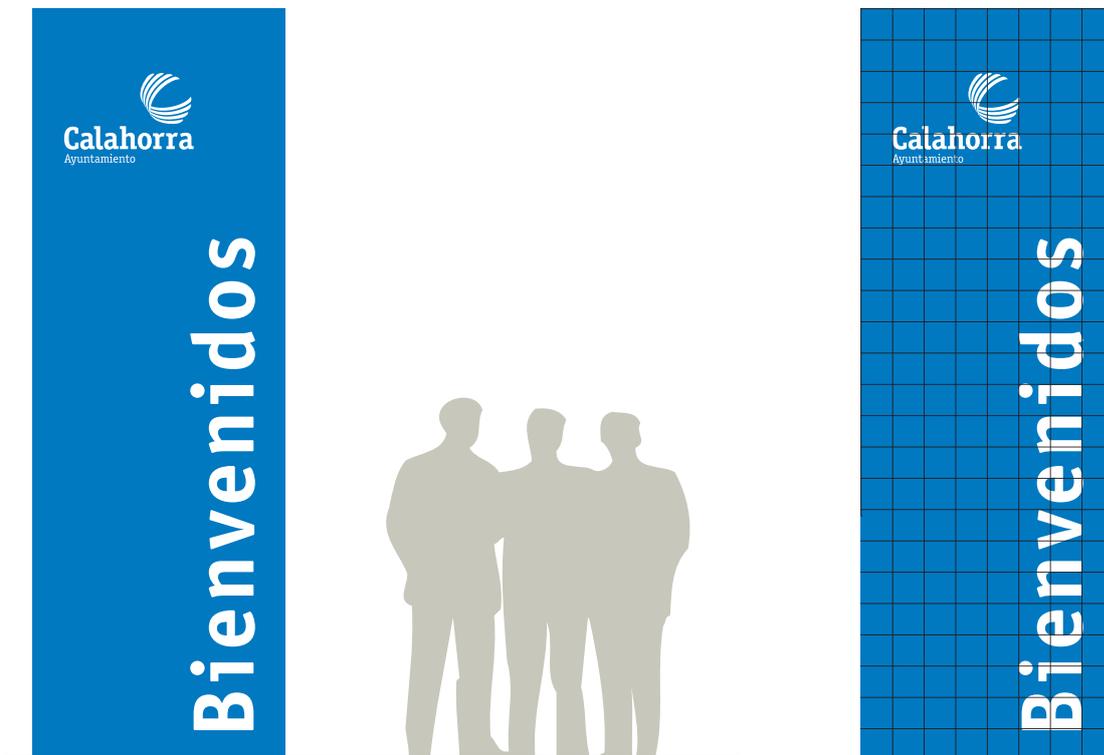
3.3.3. Informativa

Estas señales por su ubicación pueden contener información más extensa si así se requiriese o si fuera necesario.



3.3.4. Tótems

Estas señales son de algún modo un anuncio permanente del punto indicado, que además de informar sirve para añadir valores positivos a la identidad y, por extensión, a la imagen de la propia ciudad.



3.3.5. Valla de obra

La señalización de todos aquellos proyectos que se están llevando a cabo es la única que, por su carácter temporal y fáctico, admite la inclusión de los datos administrativos pertinentes por razones normativas o de interés para la ciudadanía.



3.3.6. Señalización general de tráfico

Se muestra orientativamente un panel general de tráfico con una placa de preseñalización para una localización situada en el interior de la ciudad, siendo muy cuidadosos y respetando siempre la normativa del sistema homologado de señalización de tráfico.



3.4. SEÑALIZACIÓN DE EDIFICIOS

Se ha buscado un sistema sencillo, en el que se favorece la legibilidad y la buena visibilidad, que se integre en el entorno evitando excesos visuales.

Este tipo de señalización, atendiendo al carácter y la función que cumplen en cada caso, se divide en:

- Exteriores
- Directorios
- De dirección

Para desarrollar los elementos de señalización de este apartado hay que tener presentes todas las características y particularidades que pueden darse en cada aplicación concreta (arquitectura del edificio, espacio físico para colocar las señales, distancia y condiciones de legibilidad, etc.).

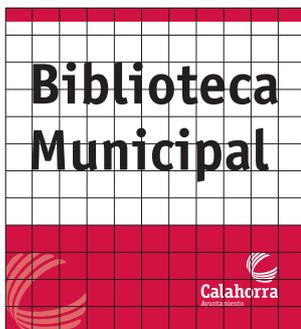
Cada proyecto requiere la dirección de técnicos (diseñadores/as, especialistas en señalización, arquitectos, etc.) para que, en cada caso se sepa desarrollar el proyecto oportuno, aplicando las directrices generales de este Manual.

El conjunto de normas debe cumplirse lo más estrictamente posible, sabiendo también interpretar esta normativa con cierta flexibilidad para llegar a la solución más adecuada en situaciones que así lo puedan demandar.

3.4.1. Exteriores

3.4.1.1. Placa fachada

Señales situadas a la entrada o en la fachada de los edificios. Su formato dependerá de las características de cada edificio o local a señalar. En los casos que las puertas de acceso sean de cristal se han diseñado adhesivos realizado en vinilo traslúcido.



Casos especiales

Señal diseñada para situaciones específicas donde ya existe una señalización que no permite una implantación masiva del nuevo sistema de señalización recogido en este manual.



Alzado lateral



3.4.1.2. Rótulos o luminosos

El objetivo es obtener la máxima visualización o ser una llamada inmediata de atención, por ello es importante, como criterio a seguir, ser conciso en la información comunicada.

En la medida de lo posible deberían estar iluminados, mediante focos o retroiluminación, para mejorar la visibilidad por la noche.

C. M. SERVICIOS SOCIALES



Panel / Caja de luz

Centro
Municipal
de **SERVICIOS
SOCIALES**



3.4.2. Directorios

3.4.2.1. De exterior

Estarán formados por paneles independientes con el fin de que puedan intercambiarse cuando sea necesario variar alguna de las denominaciones, conteniendo -si fuera necesario- elementos tipográficos, pictogramas e incluso planos simplificados de los lugares a los que se refieren.



3.4.2.2. De interior

Los contenidos deben ser lo más sencillos posible, no convirtiendo el espacio en una "maraña" de denominaciones administrativas.

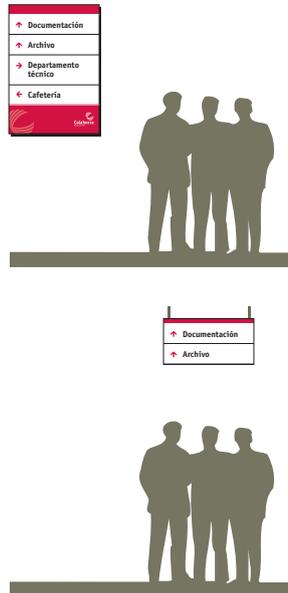
Se muestra una alternativa de uso del color para su integración en espacios donde el interiorismo o las características arquitectónicas así lo aconsejen.



3.4.3. De dirección

3.4.3.1. Interior

Se ubican en lugares estratégicos para que faciliten y den continuidad al recorrido, ya que generalmente serán necesarias varias para marcar el camino hacia el lugar indicado. Su fijación podrá ser: a la pared, en banderola, colgando del techo.



Estas señales si van fijadas a la pared, se ubicará su punto medio entre una altura de 1,70 y 2 m. con respecto a la distancia del suelo.

Si fuesen de banderola o colgadas del techo, se colocarán de forma que su límite inferior no baje de los 220 cm. con respecto al suelo, por si es necesario pasar por debajo de ellas.

Si la señal es de tipo directorio seguir las normas de la Señalización de edificios - Directorios de exterior y de interior.

3.4.3.2. In situ

Se refiere a los rótulos o letreros que identifiquen un servicio, departamento, área, etc. Pueden situarse, en pared o banderola, junto a puertas, así como en ventanillas, mostradores o mesas.



En pared:

Situados al lado de la apertura de la puerta, a 15 cm. del marco y con su parte inferior a 150 cm. del suelo.



En banderola:

Se sitúan al lado de la apertura de la puerta, con una separación del marco de 15 cm. y su parte inferior a 220 cm. del suelo.

En ventanilla:

Siempre que se pueda se colocarán en la parte alta, pegados sobre el cristal o cualquier otro material, o colgados del techo, manteniendo una altura aproximada de 220 cm. del suelo.

En mostradores y mesas:

Pueden situarse colgando del techo, al igual que en ventanillas, o sobre el propio mostrador, con soporte para apoyar sobre la superficie.

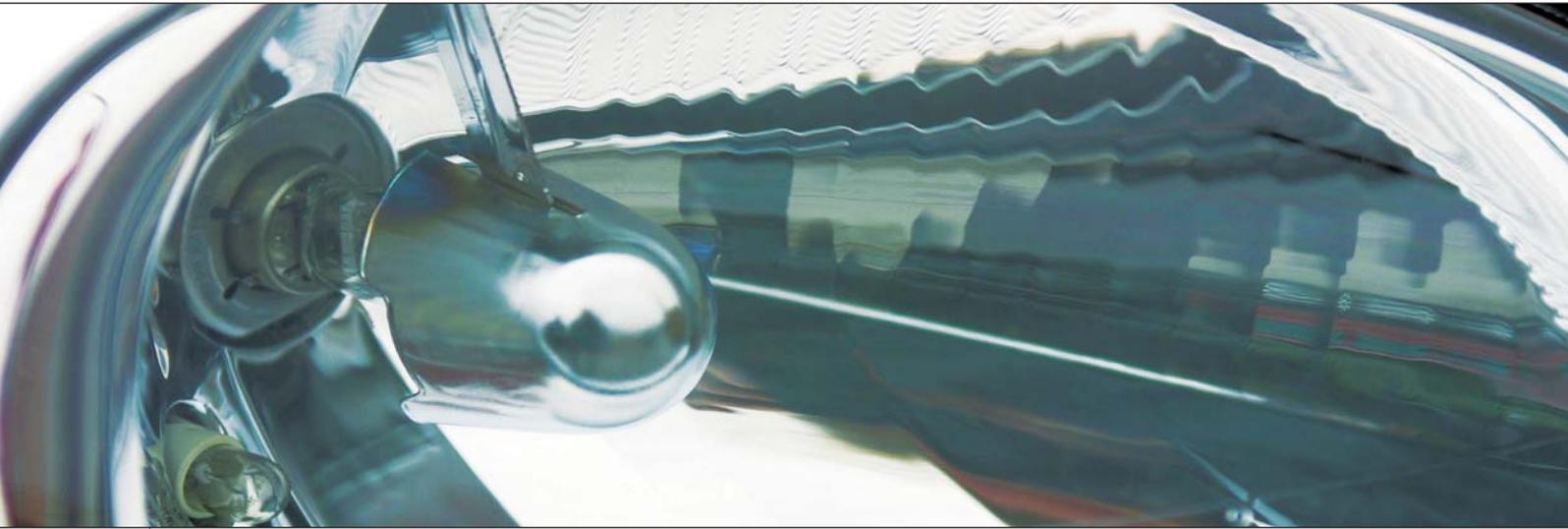
D. Nombre y Apellidos



Para las señales o pictogramas de otro tipo (extintores, material contra incendios, alarmas, aseos, etc.) existe materiales, diseños y medidas homologadas según Real Decreto 1403/1986, de 9 de mayo, B.O.E. nº 162 de 8 de julio de 1986.

Por tanto, sólo la ubicación tendrá que ser decidida por el/la profesional que realice cada proyecto en particular.

4 VEHÍCULOS



4.1. INTRODUCCIÓN

La pauta general para la identificación de vehículos del Ayuntamiento de Calahorra es la sencillez, en cuanto a la composición, para conseguir de manera factible una flota de vehículos unificada, reconocible y visualmente coherente.

Fundamentalmente la comunicación institucional en los vehículos **consistirá en la disposición de la marca del Ayuntamiento y el dominio web del mismo, en los espacios más adecuados de los laterales (puertas delanteras, puertas correderas y cajas) y de los capós frontales;** teniendo en cuenta, en cada caso, las particularidades estructurales de cada vehículo (embellecedores, hendiduras, etc.).

También se da la posibilidad de utilizar el “elemento gráfico de apoyo” para la rotulación de algunos modelos de gran tamaño.

En cuanto al color, el blanco será principalmente en el que deben estar pintados los vehículos, tanto propios como en alquiler (renting, etc.).

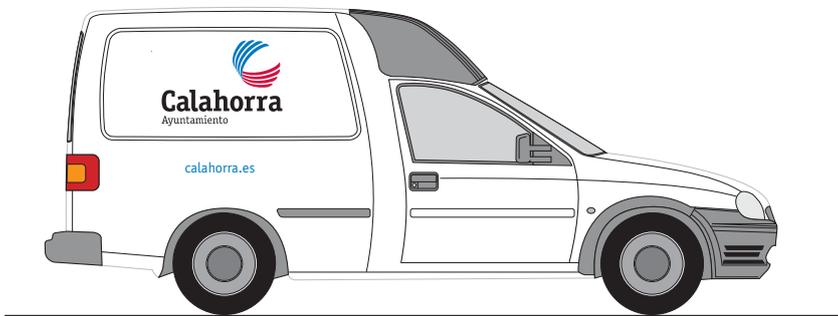
Los colores para la reproducción de la marca corporativa serán las equivalencias “RAL” o “vinilo” a los Pantones 193, el 300 y Black (pudiéndose utilizar la variante blanca de la marca sobre algunos de los colores institucionales). Los Materiales para la rotulación deben poseer unas características que garanticen su estabilidad y duración, recomendándose los vinilos adhesivos transparentes

4.2. VEHÍCULOS

4.2.1. Automóvil



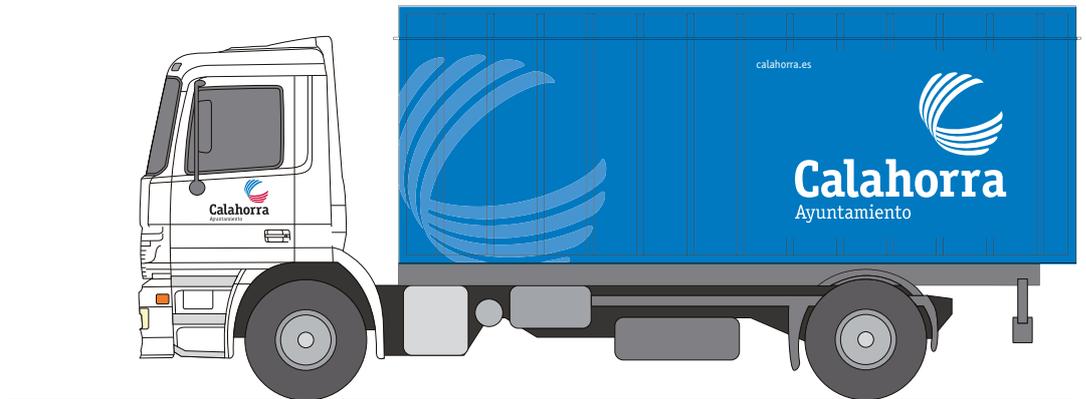
4.2.2. Furgoneta



4.2.3. Furgón



4.2.4. Otros vehículos



4.2.5. Rotulaciones “promoción de la ciudad”

Habrán casos puntuales, en los que con el objetivo de promocionar algún evento, actividad o simplemente los valores de la ciudad, se pueda rotular algunos de los vehículos del Ayuntamiento- preferentemente los de gran tamaño-.



5

SISTEMA DE VESTUARIO



5.1. INTRODUCCIÓN

Por lo que respecta al sistema de vestuario -de aquellos miembros del Ayuntamiento de Calahorra que, por su actividad profesional, lo requieran- la pauta genérica es igualmente muy sencilla:

la marca institucional irá serigrafiada o bordada en el tejido correspondiente, en la parte superior izquierda de las prendas, a la altura del pecho.

Los colores de las citadas prendas, así como los de los elementos visuales reproducidos sobre éstas, serán principalmente los colores institucionales de la Gama principal: Pantones 193, 300 y Black.

MUY IMPORTANTE: la referencia cromática será la del sistema PANTONE, que servirá como pauta cromática, para el sistema de reproducción elegido al llevar a cabo las prendas.

5.2. VESTUARIO

5.2.1. Servicios generales



Camisa manga larga



Camisa manga corta



Jersey



Chaqueta



Anorak



Gorra

5.2.2. Servicios de mantenimiento



Polo azul



Camiseta



Sudadera

Polo blanco y pantalón



Anorak reflectante



mono



Chaqueta reflectante



gorra

5.2.3. Deportes



Chándal



Anorak



Sudadera



Camiseta



Polo

6

COMUNICACIÓN Y ELEMENTOS PROMOCIONALES



6.1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo es un tanto particular, con respecto al conjunto del mismo, ya que en él se exponen varios elementos gráficos que, además de las pautas generales de estructuración, requieren un nivel de personalización y creatividad mucho más acentuada que las demás piezas.

En este capítulo se exponen ejemplos del “tono expresivo” de las piezas comunicacionales que puede necesitar el Ayuntamiento de Calahorra para adecuarse a las exigencias de los nuevos tiempos.

También se exponen ejemplos significativos de diferentes elementos promocionales.

MUY IMPORTANTE:

Resulta primordial que las piezas comunicacionales, que se desarrollen con el objetivo específico de proyectar y dar a conocer la ciudad y sus actividades, sean coordinados y llevados a cabo por especialistas en la materia, ya que este tipo de comunicación tiene que estar milimétricamente analizada, con una realización personalizada en función de lo que se quiera comunicar y de los públicos objetivos a los que vaya destinado.

6.2. PIEZAS DE COMUNICACIÓN

El desarrollo de las diferentes piezas de comunicación del Ayuntamiento de Calahorra debe seguir tres máximas elementales: coherencia, flexibilidad y creatividad; siempre teniendo en cuenta las directrices comunicacionales que se reflejan en este manual.

Para llevar a cabo cualquier pieza de comunicación es importante que:

- los textos mostrados estén compuestos con la tipografía principal institucional, con sus diferentes variantes y posibilidades.
- las ilustraciones, gráficos o fotografías deben poseer un nivel técnico de calidad, evitando el uso de malos originales (fotocopias, fotos de poca resolución, etc.) para su reproducción.
- según de qué pieza de comunicación se trate se utilizará la marca institucional

6.2.1. Comunicados

En este apartado se encuadran los avisos, convocatorias, edictos y, en definitiva, todo tipo de comunicados oficiales del Ayuntamiento, donde la información que predomina es el propio texto, ajeno a ningún tipo de “floritura tipográfica”, por ello la máxima de este tipo de piezas será la concisión.

Titular Anuncio

Lmet, consectetur tempor incidunt ut labore et dolore ne veniam, quis nostrund exercitation will tell commodo consequat. Duis autem velumm esse molestiae consequat, vel illum domus suus and her iusto suyo.

Odio dignismim qui blandit praet. Ectamen nedue enimhaec movere potentiam eronylar at ille pellit sensar luptae. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur tempor incidunt ut labore et dolore ne veniam, quis nostrund exercitation will tell commodo consequat. Duis autem velumm esse molestiae consequat, vel illum.

Um quam, quat, quis augait nos num in vercilit lorem zzrilit enit ad er auguer alisi exer ilit lum zzriureratum eniam volum zzriure vel iliquat lut



Titular Anuncio

Lmet, consectetur tempor incidunt ut labore et dolore ne veniam, quis nostrund exercitation will tell commodo consequat. Duis autem velumm esse molestiae consequat, vel illum domus suus and her iusto suyo.

Odio dignismim qui blandit praet. Ectamen nedue enimhaec movere potentiam eronylar at ille pellit sensar luptae. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur tempor incidunt ut labore et dolore ne veniam, quis nostrund exercitation will tell commodo consequat. Duis autem velumm esse molestiae consequat, vel illum.



+ info: 91 248 39 16

Dirección, nº / 00000 Calahorra
Tel.: 00 000 00 00 / www.ayto-calahorra.es

6.2.2. Ejemplo de cartel institucional

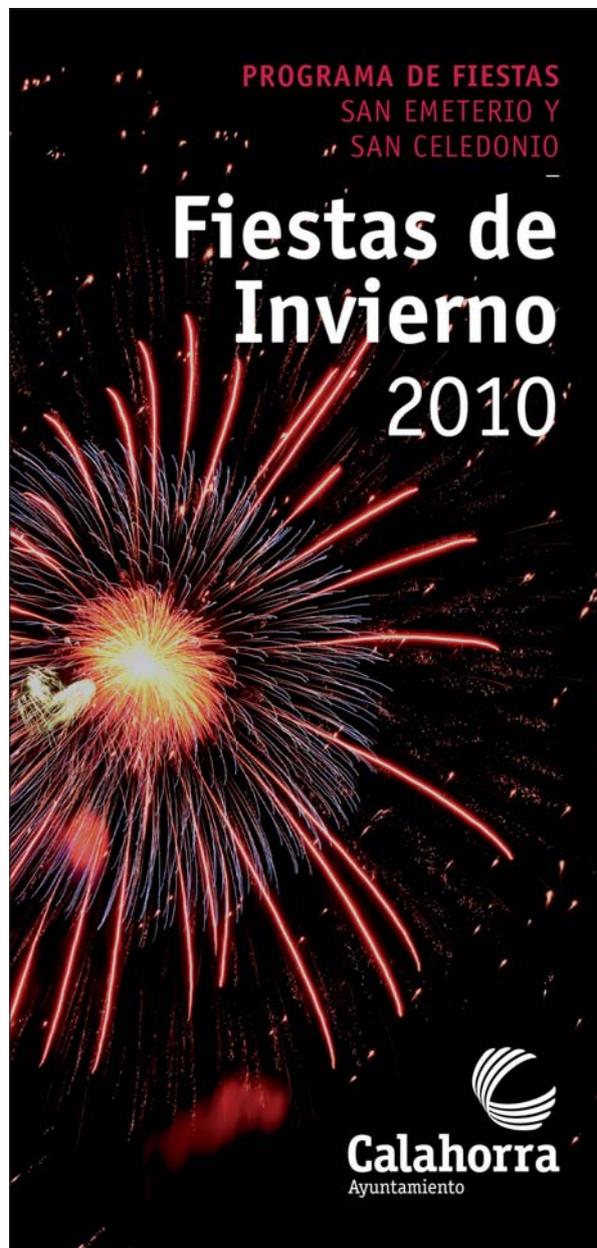
95

Los carteles institucionales son una de las piezas gráficas que permiten un mayor ejercicio de creatividad y conceptualización, con el objetivo de llamar la atención de los destinatarios de la información expresada, pero siempre teniendo en cuenta la estructuración coherente de la misma.



6.2.3. Ejemplo de portada de folleto institucional

Al igual que los carteles, las portadas de los folletos deben comunicar la información de manera ordenada y concisa, apoyándose en imágenes atractivas que ayuden y que complementen los textos.



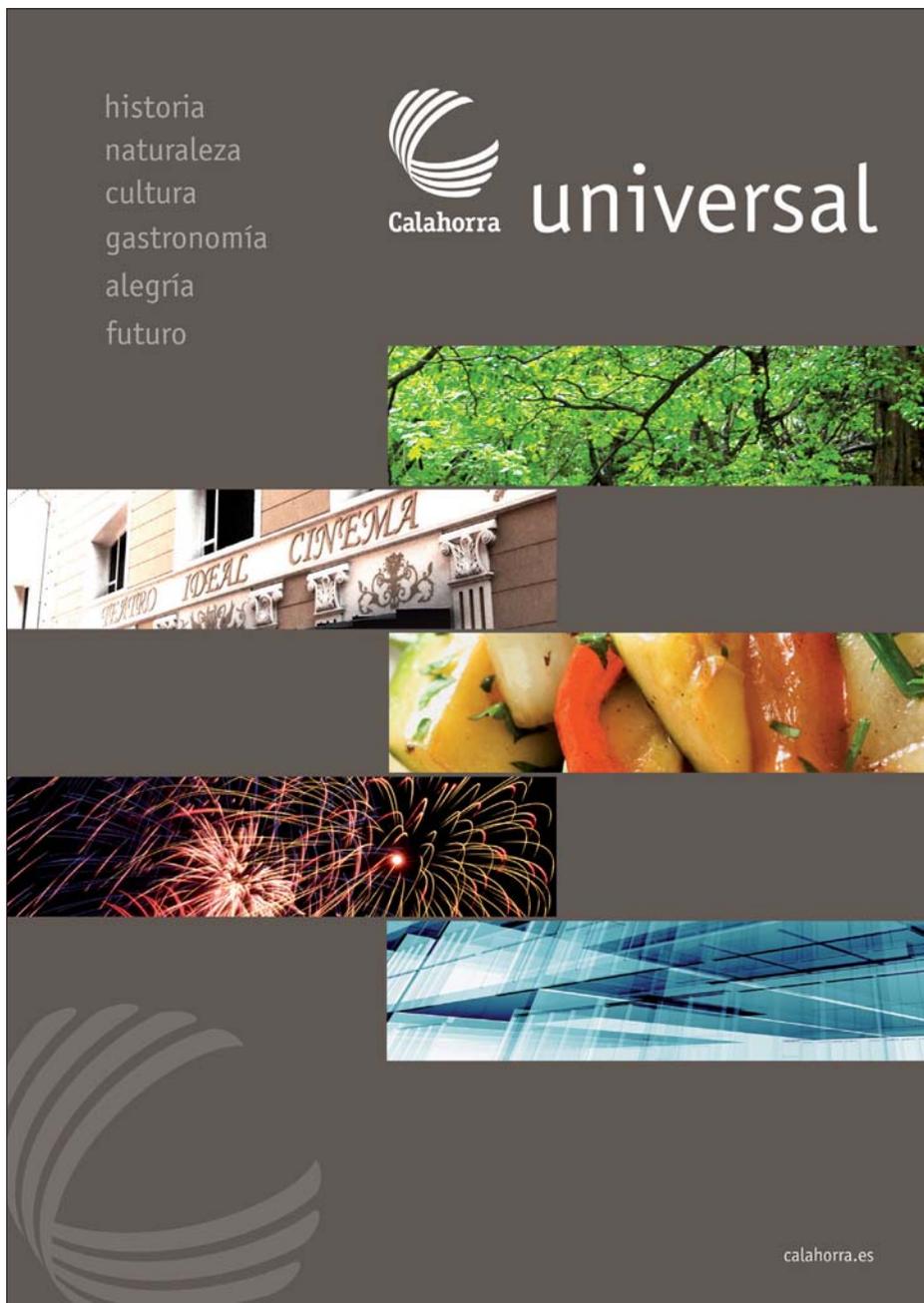
6.2.4. Ejemplo de portada de revista municipal

En este apartado se muestra lo que podría ser la portada de una publicación informativa y de ocio, sobre asuntos relacionados con la ciudad y sus actividades municipales, orientada a los propios ciudadanos. Es el citado ejemplo se ofrece una posible solución visual da la portada de la misma.



6.2.5. Ejemplo de anuncio de promoción de la ciudad

Para la promoción de la ciudad los anuncios que se desarrollen podrán incorporar la marca ciudad, utilizando en cada caso el mensaje más adecuado (ver el punto 1.9 del primer capítulo del Manual), que dependerá de lo que se quiera comunicar en cada momento y del público objetivo al que se quiera llegar.



6.2.6. Pancartas, distintivos, etc.

El Ayuntamiento de Calahorra, así como sus diversas Áreas o Servicios, convoca diferentes actos de muy diversa índole, que en cualquier caso deben contar para su identificación con los signos de identidad del Ayuntamiento. Se presentan en esta página varios ejemplos y posibilidades, para que sirvan como referencia.



6.3. ELEMENTOS PROMOCIONALES

En este apartado se muestran soportes publicitarios que sean utilizados para comunicar los símbolos de la identidad corporativa al público en general. Para ello se utilizarán objetos de muy diversa índole: llaveros, bolígrafos, mecheros, camisetas, paraguas, etc.

Por la amplitud de elementos que pueden ser objetos promocionales utilizados por el Ayuntamiento nos limitamos a ofrecer unos ejemplos que sirvan de referencia y unos puntos a tener en cuenta para la realización de cualquier objeto promocional:

1. Asegurarse que la estampación de los elementos de identidad se realiza sin pérdida alguna de la calidad de reproducción.
2. No elegir objetos que obligen a poner tamaños muy pequeños para el símbolo o la marca corporativa, dificultando así la correcta visibilidad.
3. Pedir al fabricante o proveedor como norma general una muestra de prueba para asegurarnos la calidad del producto acabado.

6.3.1. Tazas



6.3.2. Gorras



6.3.3. Pendrive

102



6.3.4. Paraguas



7

WEB / MULTIMEDIA



7.1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la comunicación “on line” es para cualquier institución un elemento de comunicación absolutamente esencial. La página web del ayuntamiento de Calahorra, en este sentido, debe ser un enlace sencillo y útil entre el consistorio y sus ciudadanos; pero también una herramienta de estímulo para la economía de la ciudad, mostrando las cualidades de la misma y una imagen cuidada que la favorezca.

La estructura de la web debe ser clara, versátil y directa, en favor de una usabilidad sencilla y una comunicación fluida con aquellas personas que la visiten; mostrando un aspecto contemporáneo y dinámico, adecuado para todos los públicos, sea cual sea su conocimiento informático.

Estas directrices genéricas, para el desarrollo de la web, se extenderán también al conjunto de documentos multimedia emitidos por el Ayuntamiento de Calahorra: presentaciones PowerPoint, audiovisuales, etc.

En cuanto a los elementos gráficos utilizados -tipografías, colores, etc.- para este tipo de piezas de comunicación, siempre se recurrirá a los institucionales del Ayuntamiento de Calahorra, ya especificados en este Manual.

7.2. WEB

7.2.1. Index - Home

La página de portada de la web del Ayuntamiento cumplirá principalmente una función promocional de la ciudad, con un vídeo o animación que variará en base al mensaje comunicado. Por supuesto, desde esta portada, podremos ir directamente a los cuatro grandes apartados de la web.



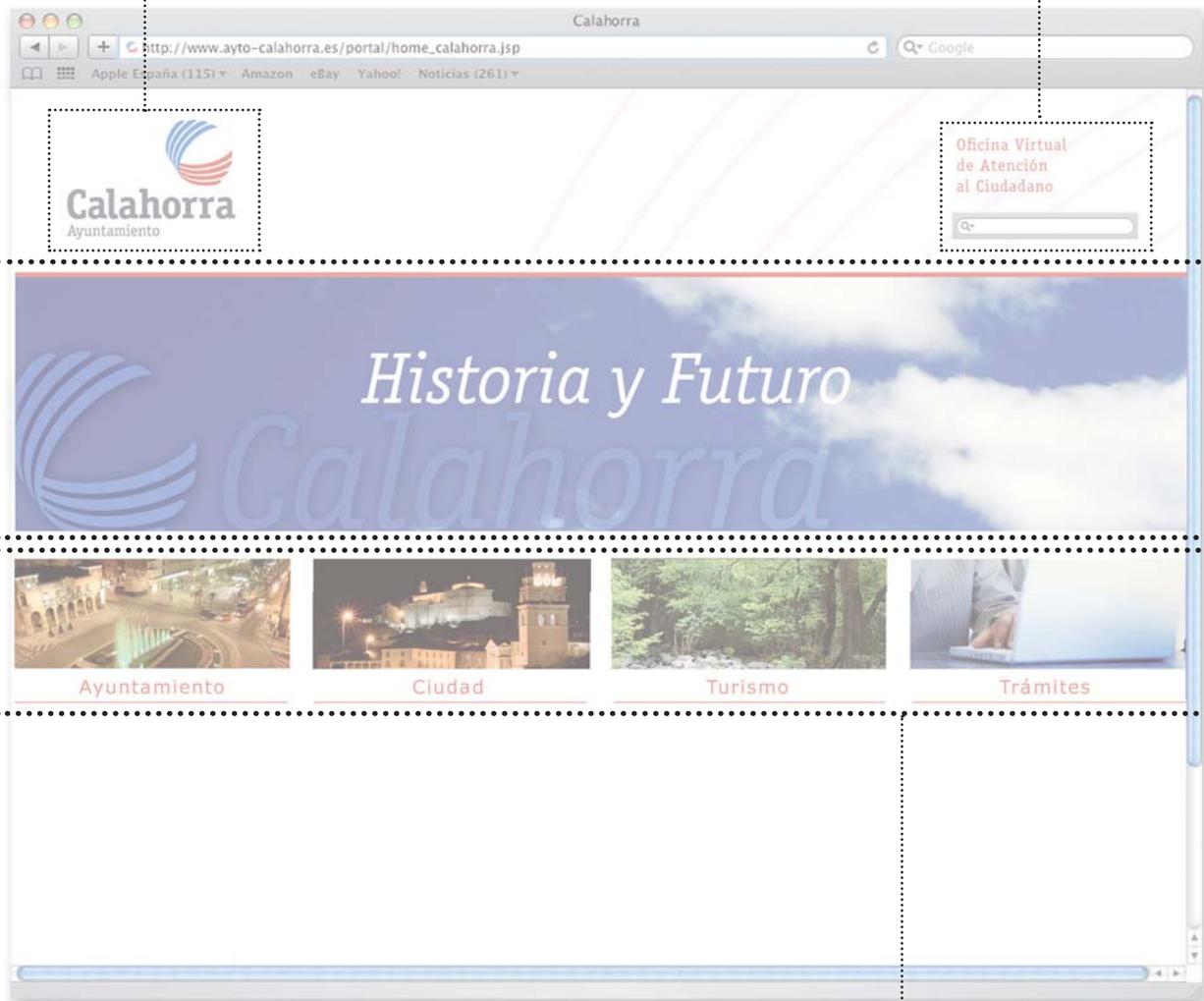
Visualmente la web deber ser ordenada y limpia, con una utilización moderada de los tonos de la identidad visual del Ayuntamiento.



7.2.2. Index - Home

La marca institucional siempre “coronará” la web, en la misma posición.

El “campo” del buscador de la OVAC, siempre irá posicionado en el mismo lugar



Área de ubicación del benner promocional de la ciudad

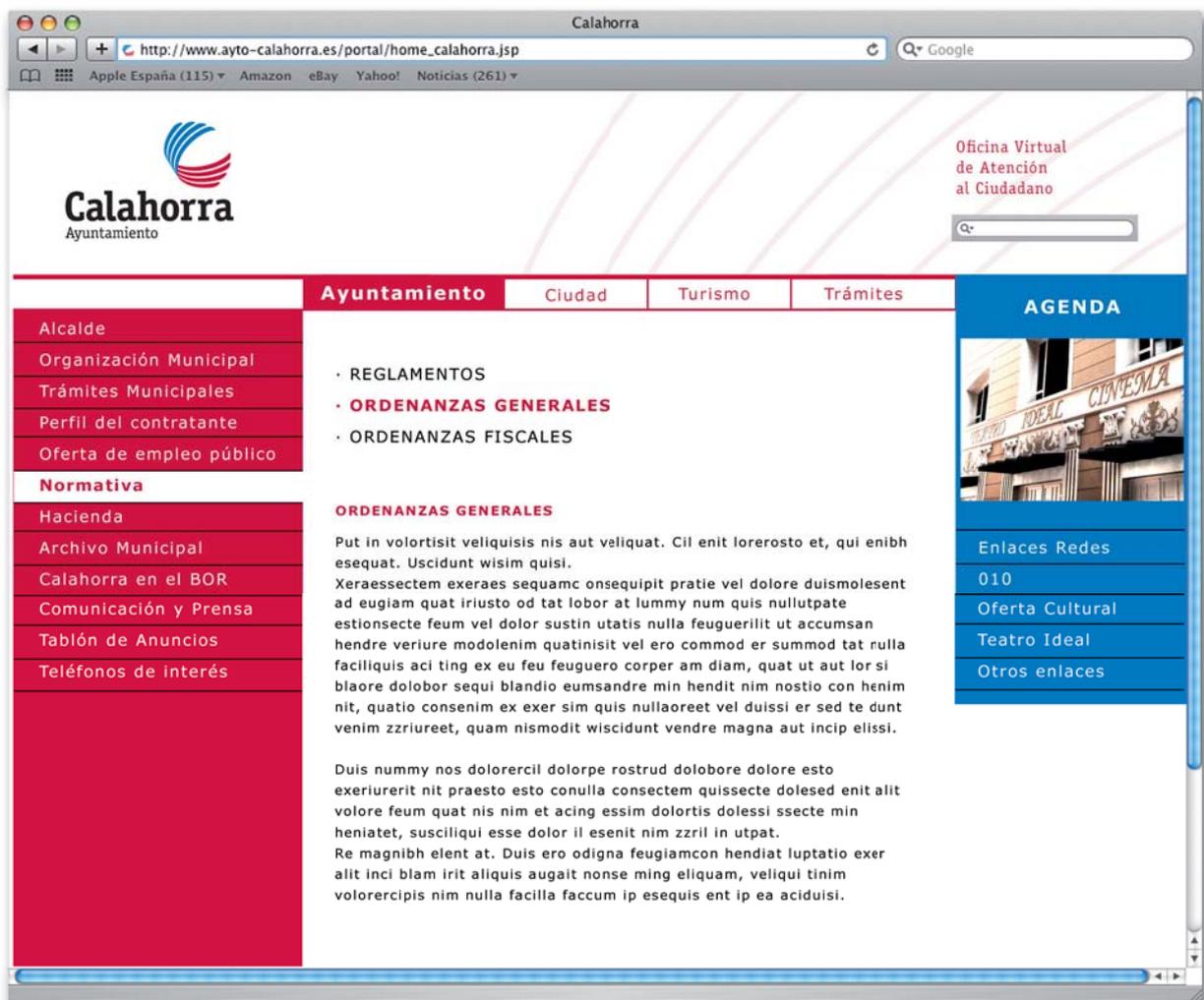
Área de ubicación de los botones de las grandes áreas de la web

7.2.3. Modelo página secundaria

Al acceder a uno de los cuatro grandes grupos de información de la web, encontramos una estructura web claramente organizada, con acceso directo al resto de los grandes grupos, y también a los subapartados de información.



La estructura es extremadamente intuitiva -con el objetivo ya comentado de facilitar y simplificar la navegación-, encontrando el menú principal en la parte central superior. Los subpartados del menú principal se despliegan en la parte lateral izquierda, dejando todo el centro de la web para el desarrollo de la información. Por otra parte, el lateral derecho se destina a apartados destacados.

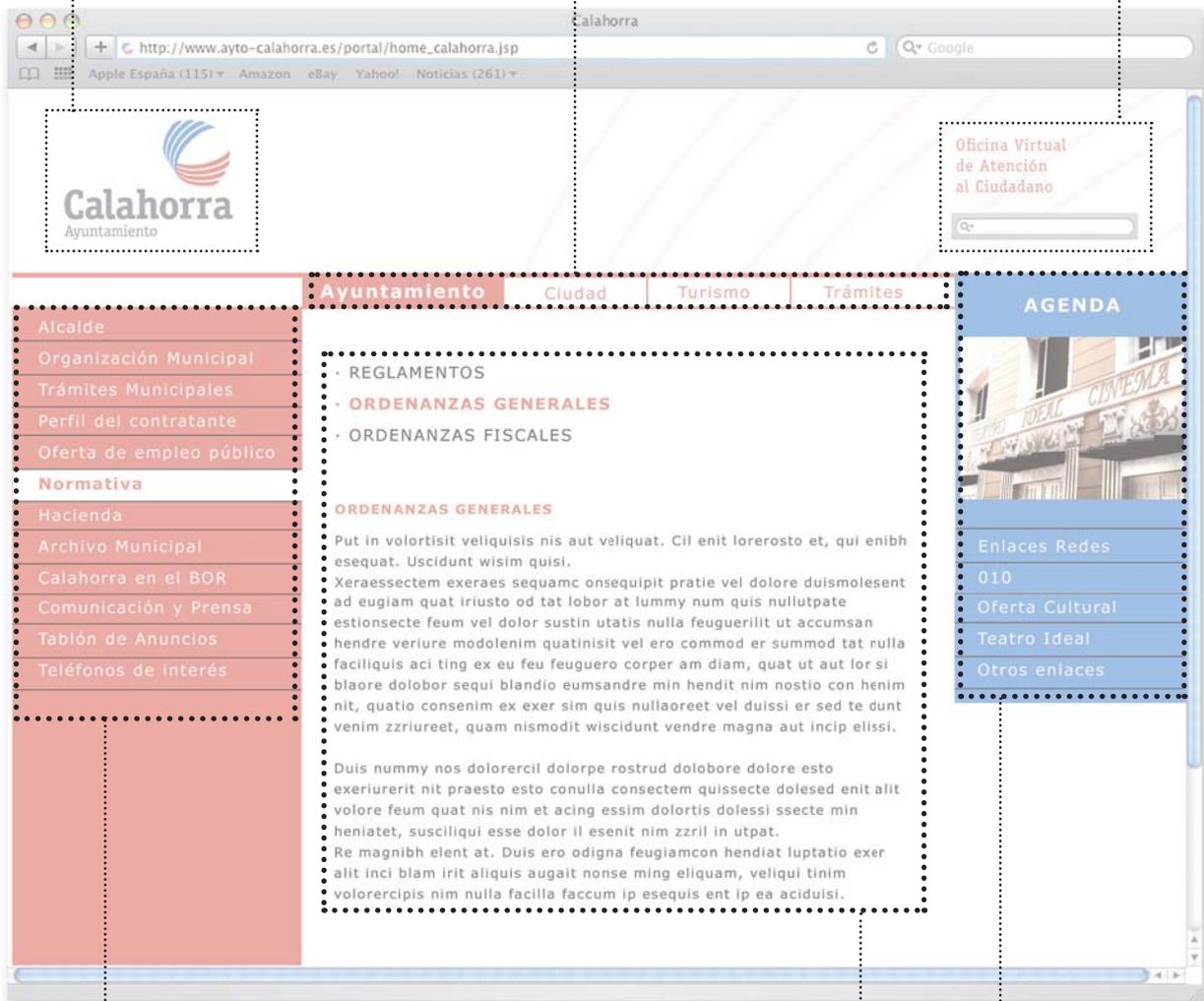


7.2.4. Modelo página secundaria

La marca institucional siempre “coronará” la web, en la misma posición.

El “campo” del buscador de la OVAC, siempre irá posicionado en el mismo lugar

Menú principal

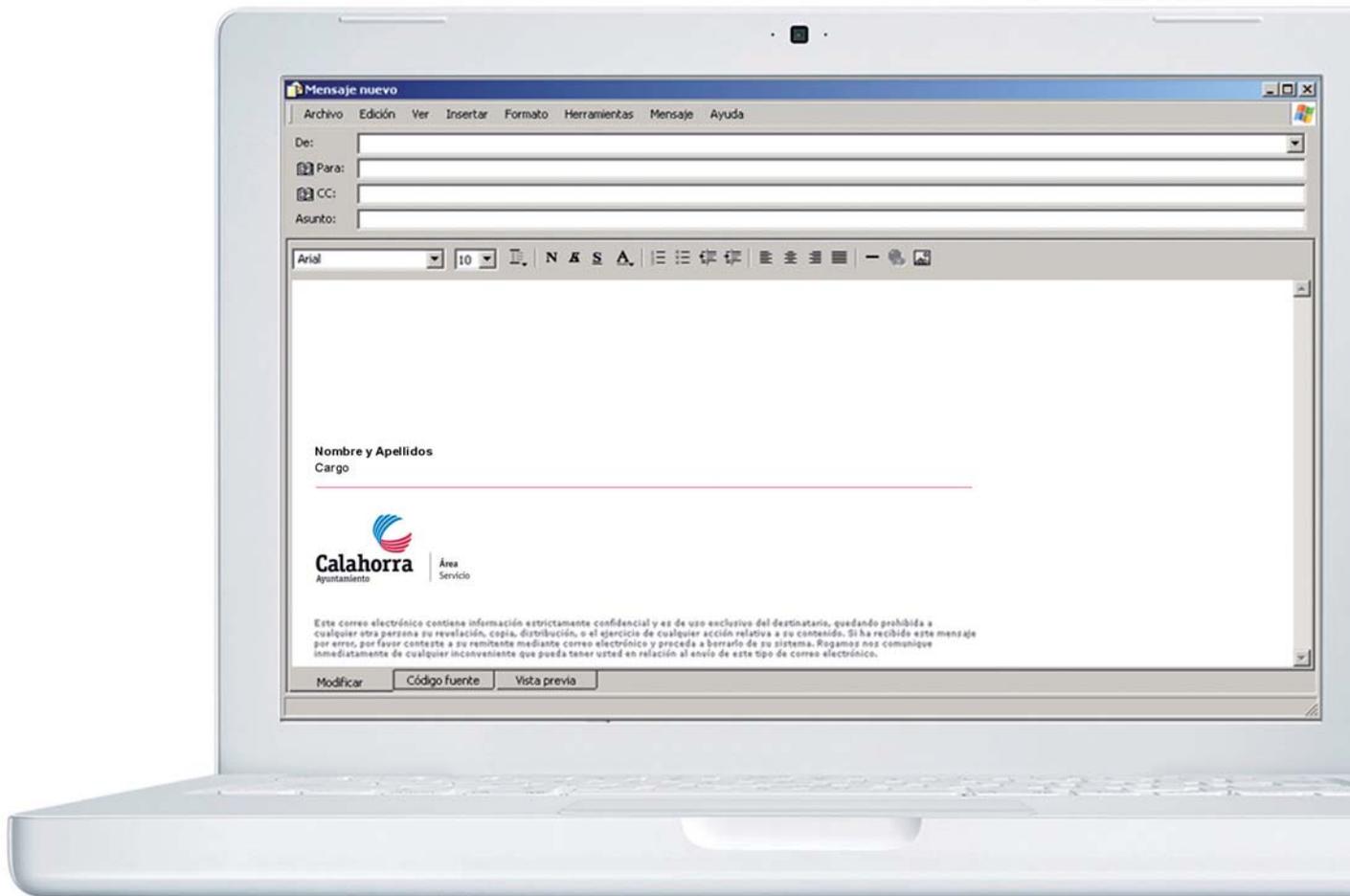


Área de ubicación del submenú

Área de ubicación de los botones de las grandes áreas de la web

Área de ubicación de los apartados destacados

7.3. FIRMA CORREO ELECTRÓNICO

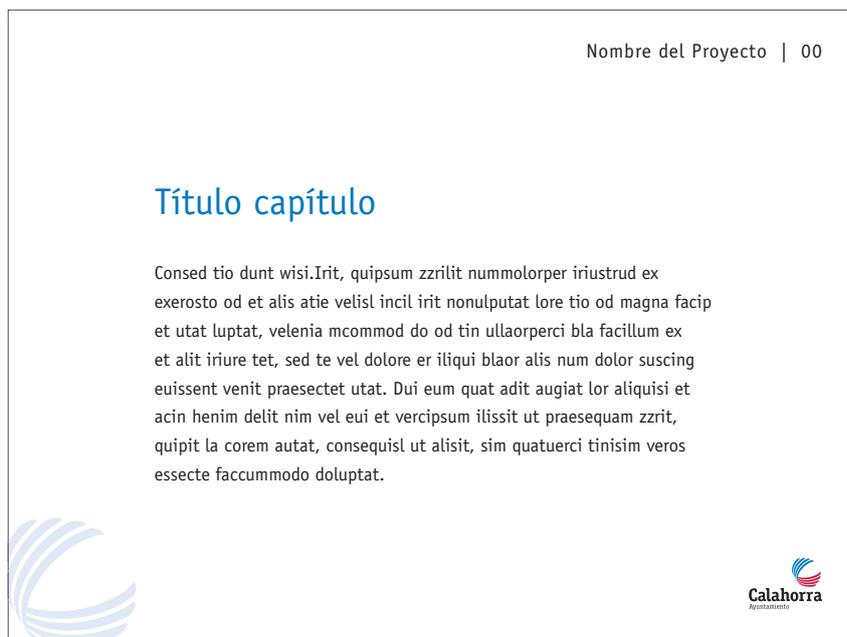
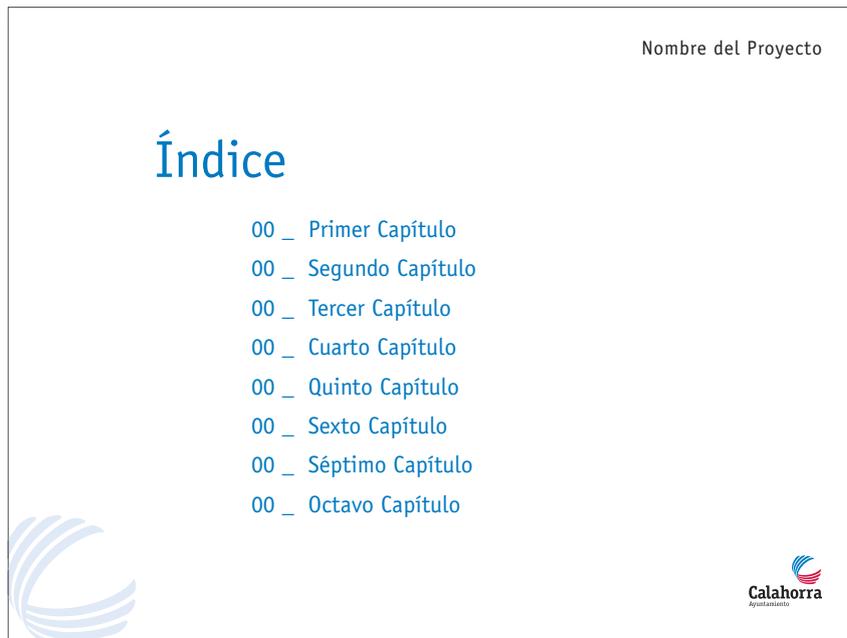


7.4. POWERPOINT

7.3.1. Portadas



7.3.2. Interiores



Nombre del Proyecto | 00



Consed tio dunt wisi.Irit, quipsum zzrilit nummolorper iriustrud ex exerosto od et alis atie velisl incil irit nonulputat lore tio od magna facip et utat luptat, velenia mcommod do od tin ullaorperci bla facillum.



Nombre del Proyecto | 00



Consed tio dunt wisi.Irit, quipsum zzrilit nummolorper iriustrud ex exerosto od et alis atie velisl incil irit nonulputat lore tio od magna facip et utat luptat, velenia mcommod do od tin ullaorperci bla facillum.

