RESTAURA

Manual de Identidad Corporativa

RESTAURA

Identidad General
2023

La identidad corporativa de una institución pública es un componente esencial que le permite comunicar su misión, valores y propósito a la sociedad en general. Los fundamentos de una identidad sólida para una institución pública pueden resumirse de la siguiente manera:

1.- Misión y Valores Claros: estos principios actúan como un faro que orienta las acciones y decisiones de la institución.

2.- Logotipo e Imagen Visual: Un logotipo distintivo y una imagen visual coherente son elementos clave de la identidad corporativa. El logotipo debe representar los valores y la esencia de la institución, y la paleta de colores y el estilo gráfico deben ser consistentes en todas las comunicaciones.

3.- Comunicación Coherente: Todas las comunicaciones, ya sean impresas o digitales, deben seguir una línea coherente en términos de diseño y tono. Esto crea una impresión unificada y profesional en el público.

4.- Transparencia y Responsabilidad: La institución debe comunicar sus acciones y decisiones de manera abierta y honesta, promoviendo la confianza de la sociedad.

5.- Participación Ciudadana: La identidad corporativa debe reflejar un interés en escuchar y colaborar con la comunidad, mostrando empatía hacia sus necesidades y preocupaciones.

6.- Servicio Público de Calidad: Esto incluye eficiencia, accesibilidad y un enfoque en el bienestar de la sociedad.

7.- Cultura Organizativa: La identidad corporativa se refleja en la cultura interna de la institución. Los empleados deben encarnar los valores de la institución y trabajar juntos en busca de sus objetivos.

8- Innovación y Adaptabilidad: Una institución pública debe mostrar su capacidad para adaptarse a un entorno en constante evolución. La identidad corporativa debe reflejar un espíritu de innovación y mejora continua.

9.- Compromiso Ambiental y Social: En la actualidad, es importante que la identidad corporativa incluya un compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Esto demuestra que la institución se preocupa por el futuro y el bienestar de la sociedad.

10.- Consistencia a lo largo del tiempo: La identidad corporativa debe perdurar a lo largo del tiempo, evolucionando gradualmente según las necesidades y los valores cambiantes de la institución, pero manteniendo elementos fundamentales que la identifiquen.

Una identidad corporativa efectiva en una institución pública no solo refuerza su presencia y credibilidad, sino que también contribuye a establecer una conexión significativa con la comunidad a la que sirve, fortaleciendo así su capacidad para cumplir con su misión y objetivos.

Índice

Presentación de la marca

Construcción de la marca
Área de respeto
Tamaño de uso mínimo de la marca
Tinta corporativa
Tipografía

Formatos de papelería corporativa

Tarjetas
A4
Sobres comerciales
Carpeta
Firma MAil

La construcción de esta imagen del Organismo viene dada por los elementos que forman el imagotipo del la Diputación de Badajoz, haciendo que éste sea facilmente relaccionado con la institución de la que depende.

DIPUTACIÓN DE BADAJOZ

RESTAURA

El logotipo se podrá utilizar en dos formatos o correcciones dadas ambas de su original. Esta presenta la nueva identidad para adaptarla a las necesidades gráficas que se requieran en cuaquier soporte o espacio donde se deba de situar.

1. Formato Vertical

2. Formato Horizontal

Presentación de marca
Construcción de Marca. Planimetría

Opción logo oficial
1. Logo negativo-verde
2. Logo en verde
3. Logo en rojo
4. Logo negativo-rojo

1

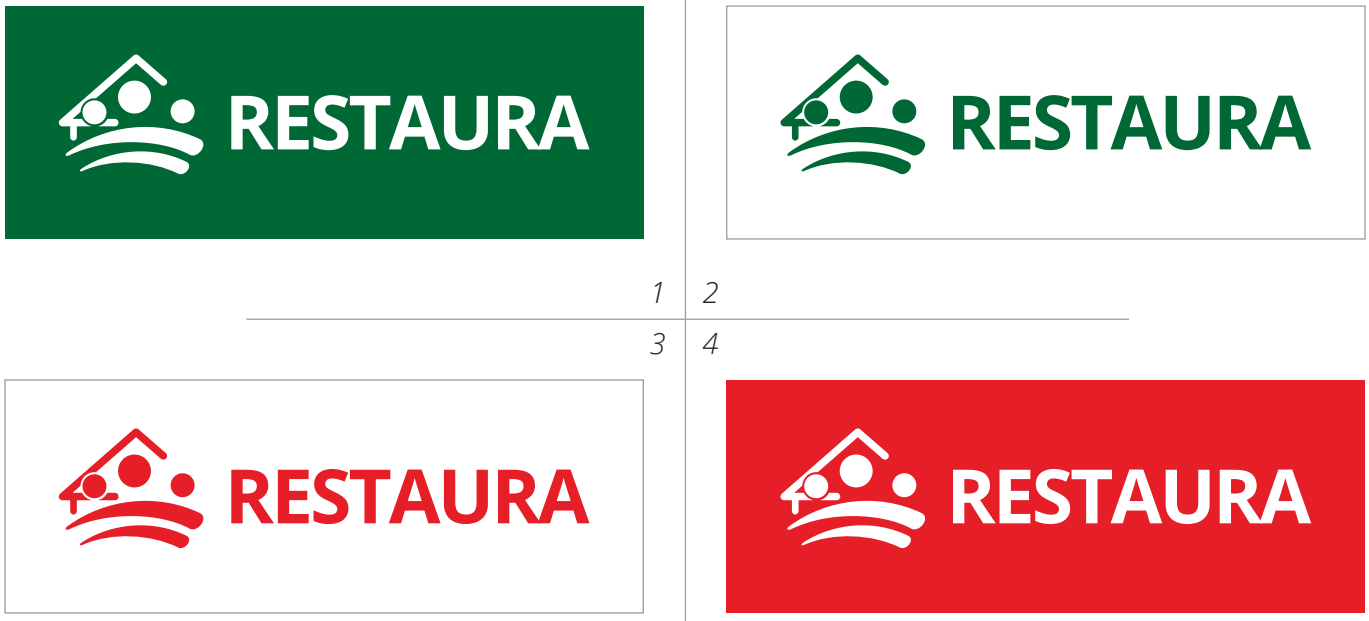
2

3

4

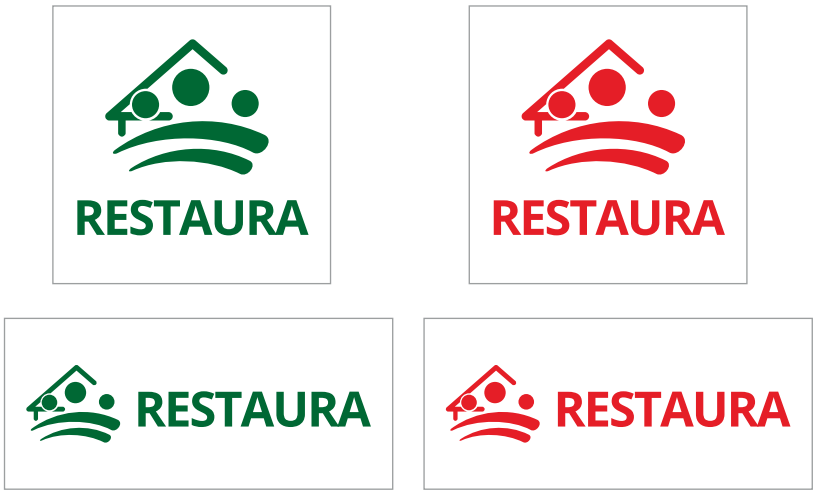
Presentación de marca
Construcción de Marca. Planimetría

Opción logo horizontal
1. Logo negativo-verde
2. Logo en verde
3. Logo en rojo
4. Logo negativo-rojo



Presentación de marca
Construcción de Marca. Monocromático

Opción logo oficial
Los usos del logo en monocromo será aplicado siguiendo las normas generales mostradas. Cuando exista un fondo blanco, se podrá utilizar el verde o el rojo. Cuando exista un fondo medio-claro, se podrá utilizar en negro o en blanco. Cuando exista un fondo oscuro, se podrá utilizar en blanco.



1. Fondo claro

2. Fondo medio

Presentación de marca
Construcción de Marca. Monocromático

3. Fondo oscuro

Presentación de marca
Área de Respeto.

Espacios exteriores de respeto para elementos externos. Siempre utilizados en soportes gráficos o digitales. Cuando sea requerido, podrá adoptse una de las dos formas definidas del logo para utilizar en espacios donde cualquier otro elemento ocupe el espacio de aire reproducible.

Presentación de marca
Tamaño de uso mínimo de la marca.

1.

2.

3.

4.

1. Tamaño mínimo 2x1,7cms.
2. Tamaño para impresión
3. Tamaño para digital
4. Tamaño otras aplicaciones
El tamaño mínimo será para utilizar en publicidad textil o imprenta, ya que es un mínimo exigible que imprenta podrá reprodcir y, en textil, se podrá conseguir en vinilo o pantallas. Para serigrafía sí está en tamaño de uso adecuado. El tamaño mínimo para conseguir en plataformas digitales será el determinado por la resolución de la pantalla. Si bien se aconseja utilizar ese mínimo de 2x1,7 cm. para que sea legible en cualquier dispositivo.

Presentación de marca
Uso incorrecto de la marca

Los usos incorrectos que se muestran en el presente manual son orientativos para la marca. Debería de garantizarse siempre, ante cualquier situación en la que se debe utilizar, que el imagotipo y el texto no se desajusten de lo establecido en éste manual como permitdo. De la misma forma, siguiendo la linea aquí descrita, se prohíbe el uso del logo desproporcionado o cualquier otra deformación.

Presentación de marca
Tinta Corporativa

El color escogido es el rojo, con el verde como complemento del texto. El gris es un color "comodín" que se utilizará siempre en aquellas funciones o espacios donde se requiera su mejor uso, buscando que la marca sea diferenciada del resto de elementos del entono en el que se encuentren.

Pantone: 485C CMKY: 0C-94M-95Y-1K RGB: 195R-43G-33B	Pantone: P 141-8 C CMKY: 100C-0M-94Y-48K RGB: 0R-98G-46B	Pantone: 485C CMKY: 40C-31M-32Y-10K RGB: 156R-155G-155B

Open Sans es una tipografía sans-serif humanista diseñada por Steve Matteson, encargada por Google y lanzada en 2011. Está basada en la fuente Droid Sans, diseñada para dispositivos Android, pero es un poco más ancho. Con amplias aberturas en muchas letras y una gran altura x (mayor tamaño de las letras minúsculas), la tipografía es muy legible en pantallas y en tamaños pequeños.

Open Sans

Open Sans Light
Open Sans Light Italic
Open Sans Bold
Open Sans Bold Italic

Open Sans fue desarrollado con un "esfuerzo vertical, con unas formas abiertas y una apariencia neutral pero amigable" y está "optimizado para una mejor legibilidad en entornos impresos, web y móviles"

Regular

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn

Italic

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn

Bold

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn

Formatos de papelería corporativa
Tarjetas

La papelería corporativa se presenta en formatos estándar para su uso y aplicación.

Formatos de papelería corporativa
Documento A4

Documento A4 con recurso específico para cada área. Las otras separaciones por o en departamentos se registrará en la parte inferior de la hoja.

RESTAURA

Calle: nombre, número, puerta, letra
Código Postal-Localidad/Provincia
tel: +34 xxx xxx xxx
emaio:xxx@restaura.es

Área de Atención a la Ciudadanía

RESTAURA

Área de Atención a la Ciudadanía

Formatos de papelería corporativa
Sobres

Sobre según normativa, todos los tamaños tendrán el mismo diseño.
Sobre comercial 11x23 cm (C5/6)

Formatos de papelería corporativa
Carpetas

Carpeta simple con solapa

Formatos de papelería corporativa
Firma Mail

Todos los emails deberán tener la estructura que se representa. La tipografía a utilizar será la Open Sans, en los formatos descritos.

RESTAURA

Nombre Apellido Apellido

Recursos Humanos

Calle: nombre, número, puerta, letra
Código Postal-Localidad/Provincia
tel: +34 xxx xxx xxx
emaio:xxx@restaura.es

www.restaura.es