Identidad Corporativa

Elementos Corporativos_Papelería_Editorial_Publicidad_Señalética

Comunidad de Madrid

introducción

Este Manual de Identidad Corporativa tiene como objetivo la readaptación, el diseño y la actualización de la Marca de la **Comunidad de Madrid**. Constituyendo un instrumento de consulta y trabajo para todas aquellas personas responsables de la correcta aplicación de la misma.

El Manual fija una serie de normas y pautas para la aplicación de la Identidad Corporativa de la **Comunidad de Madrid**, de modo que facilite su divulgación y vele por la coherencia a lo largo del tiempo.

El respeto estricto de las normas que se especifican en este Manual es imprescindible para conseguir la correcta implementación de la Identidad Corporativa. Los responsables de los diferentes departamentos deberán exigir la fidelidad y el respeto riguroso de las indicaciones de este Manual. Sólo así conseguiremos que las aplicaciones respondan de igual manera a la nueva identidad en todas sus manifestaciones internas y externas.

Todos los soportes de comunicación internos y externos de la **Comunidad de Madrid**, deberán respetar los criterios generales y el estilo marcado por este Manual. De manera que en el caso de que, por usos nuevos se planteasen situaciones de adaptación no contempladas en este documento, deberán consultarse exclusivamente con los responsables de la Imagen Corporativa (DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Departamento de Diseño) de la **Comunidad de Madrid** antes de abordar realizaciones concretas.

diccionario de términos

El usuario de este Manual de Identidad Corporativa encontrará con mucha frecuencia palabras técnicas que no le serán familiares. Por ello procedemos a describir algunos términos que pueden aparecer cuando tratamos trabajos gráficos:

A sangre. Es una imagen que se imprime hasta el borde exterior de la página.

En bandera. Texto sin justificar; es decir, un texto en el que los comienzos o finales de las líneas no están igualados verticalmente. Puede marcarse un texto a 'bandera derecha' (justificado sólo por ese lado), o a 'bandera izquierda', a la inversa.

Justificación. Ajuste de texto en el cual ambos márgenes de la caja se alinean verticalmente.

Caja baja (cb). Término referido a las letras minúsculas.

Capitular. Letra mayúscula inicial ampliada, que encabeza una columna o página de texto.

Gama cromática. Se trata del conjunto de colores que definen una marca. Su uso será preferente en todas aquellas actividades que lo requieran.

Punto Pica. Medida tipográfica estándar equivalente a (0,376 mm).

Resolución. Es la cantidad de puntos por unidad de medida con que se representa una imagen. Indica cuánto detalle puede observarse en una imagen, su grado de definición.

Impresión en offset (cuatricromía). Es la impresión a todo color mediante el uso combinado de cuatro tintas básicas: cián, magenta, amarilla y negra. En el offset se imprime sobre una superficie plana. La impresión en cuatricromía se realiza a base de superponer tramas de puntos de las tintas básicas citadas (CMYK). Esto significa que la impresión se realiza por medio de cuatro planchas.

Impresión colores planos. Son documentos cuyos colores son definidos por tintas planas. Se imprimen usando tintas premezcladas. Cada tinta se reproduce utilizando una plancha de impresión independiente. Así ocurre cuando se trabaja con colores Pantone.

Impresión digital. En este caso la impresión se realiza directamente, sin tener que utilizar ninguna plancha.

Gráficos vectoriales. Son los gráficos de vector o gráficos orientados a objetos. Se trata de imágenes que usan fórmulas geométricas para representarlas. Están compuestas por curvas y líneas llamadas vectores.
Los gráficos vectoriales son independientes de la resolución, lo que permite redimensionarlos sin perder calidad y ocupar así menos espacio de almacenamiento.
Suelen utilizarse para marcas o ilustraciones. En general no son aptos para codificar fotografías.
Estos documentos llevan las extensiones (.ai) si están realizados con Illustrator o (.fh) si están hechos en FreeHand. Es aconsejable que se exporten en la extensión (.eps) (.pdf). Es importante saber que estos documentos a escepción del (.pdf), sólo se pueden visualizar con programas de diseño.

EPS. Son imágenes vectoriales basadas en puntos y planos en lugar de píxeles, pudiendo cambiar su tamaño sin perder resolución. Estas imágenes no pueden ser visualizadas si no se poseen programas de diseño.

PDF. Es un formato de almacenamiento de documentos desarrollado por Adobe Systems, con extensión (.pdf). Está pensado para documentos susceptibles de ser impresos. Determina todos los detalles de cómo va a quedar y no requiere procesos anteriores de ajuste ni de maquetación.

Gráficos rasterizados o bitmap. Son imágenes cuyos datos están representados por una matriz de píxeles (puntos de colores) denominada raster. En esta matriz el color de cada píxel se define individualmente.
A diferencia de los gráficos vectoriales, que se modifican mediante la alteración de líneas, las imágenes de mapa de bits se cambian manipulando grupos de píxeles. La calidad de las imágenes depende del número de píxeles y de la cantidad de información de cada píxel. A mayor tamaño y calidad, mayor resolución, lo que implica también más ocupación de memoria.
Los mapas de bits dependen de la resolución. Pueden aparecer dentados y sin detalle si se crean en baja resolución y luego se aumentan o se imprimen a una resolución mayor.
Estos documentos son imágenes, definidas por las extensiones (.jpg), (.tif) (.png).

Atención *Las fotos tienen que ser de alta resolución para que no pierdan calidad. Conviene recordar que las imágenes de Internet suelen ir a 72 ppp, mientras que para imprenta es necesario que tengan una resolución de 300 ppp. Si es inferior, la imagen quedará pixelada.*
Además, las fotos que aparecen en Internet suelen tener derechos de autor y de reproducción.

JPG. Es un sistema de compresión fotográfica, con implicación de pérdidas.

TIFF. Formato de fichero utilizado para representar imágenes en blanco y negro, de escala de grises o de mapas de bits de color.

PNG: Es un formato de archivos de gráficos de mapa de bits, se utiliza en gráfismos pequeños para la web que necesiten transparencias. Evitar este formato en fotografías con mucho detalle, porque serán demasiado pesadas.

Identidad Corporativa. Es la denominación social de la identidad. Referenciada a una imagen gráfica que será la que defina la Identidad Corporativa y debe contemplarse en todas sus aplicaciones de comunicación.

Logotipo. Es la representación gráfica de la forma verbal con que se representan los departamentos y servicios.

Símbolo. Se trata del signo gráfico original. Constituye una figura con valores estéticos propios, cuyas connotaciones de identificación puede, por sí sola, evocar y memorizar la razón social que representa.

Marca. Es el conjunto visual formado por el símbolo y el logotipo, con el que, inicialmente, la **Comunidad de Madrid** debe presentarse siempre que sea posible, con el fin de acreditar su identificación al máximo en todos los segmentos donde actúa.

especificación de términos

La **identidad corporativa** es todo lo intangible que nos aporta una marca, su razón de ser: Qué es, qué hace y cómo lo hace. Es la suma de características, valores por la que se identifica y se diferencia del resto. Esta definida por la marca, las imágenes, las actitudes de sus empleados, las emociones que nos transmite y lo que nos proyecta, la forma de relacionarse entre los departamentos y el ciudadano...

La **identidad visual** es la parte tangible de una marca. Es el conjunto de los signos gráficos (colores, formas, palabras) que simbolizan la institución. Es difundida por medio de diferentes medios de comunicación (ejemplo: tarjetas de presentación, folletos, sitio Web). Sirve para diferenciarse de otros departamentos. La forma más conocida es el logotipo.

En la **Comunidad de Madrid** hay solo una marca, los otros logotipos se consideran submarcas y estas han de tener unas pautas gráficas preestablecidas, que han de tenerse en cuenta a la hora de crear dichas submarcas.

MARCA

Comunidad de Madrid

SUBMARCA

112 emergencias COMUNIDAD DE MADRID

Agencia de la Comunidad de Madrid para la Reeducación y Reinserción del Menor Infractor

Museo Arqueológico Regional

TACP Tribunal Administrativo de Contratación Pública

Imagen de Campaña, proyecto, línea gráfica o plan es la imagen que ayuda a construir, reforzar y mejorar la valoración pública de una marca, de un producto, de un servicio, ayudando a llamar la atención y el reconocimiento

elementos corporativos

versión01_2019

identidad

La Identidad, es el elemento esencial que define la Marca de la **Comunidad de Madrid**. Su representación debe ser exacta y siempre de acuerdo a las normas especificadas en este manual.

Comunidad
de Madrid

colores corporativos

Colores directos:
PANTONE 032

CMYK:
0%C 100%M 100%Y 0%K

Ral:
3024

RGB:
253R 0G 0B

HTML:
ff0000

Los colores corporativos (**rojo** y **negro**) definen la Marca de la **Comunidad de Madrid** y su uso será preferente en todas aquellas actividades que lo requieran.

La formulación cromática se facilita en esta página con los códigos de color establecidos para sus diversas aplicaciones.

Los códigos RGB y hexadecimal (HTML) son los adecuados para soportes web y formatos multimedia. Para reproducciones impresas usen los códigos de colores directos, cuatricomía y Ral.

Colores directos:
PANTONE BLACK

CMYK:
0%C 0%M 0%Y 100%K

Ral:
5004

RGB:
0R 0G 0B

HTML:
#000000

positivo
negativo

La reproducción de la marca a todo color bien en positivo y negativo se realizará en sus colores corporativos (rojo, blanco y negro). Incluyendo siempre en el símbolo de la **Comunidad de Madrid** un perfil fino (filete) en blanco, sean los fondos negros, blancos, claros, oscuros o del mismo color que la Marca.

Cuando la impresión sea en blanco y negro los colores rojo y negro pasarán a masa (100% negro), no tendrán valores grises.

COLOR

Positivo

Negativo

COLOR

Fondo blanco

Fondo color claro

Fondo color oscuro

Fondo del mismo color que la marca

UNA TINTA

Positivo

Negativo

tipografía corporativa

La tipografía corportiva identificará las distintas Consejerías o Direcciones Generales y cargos de la **Comunidad de Madrid**, a través de la fuente Arial.

Arial

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
ª ! ” $ % & / ( ) = ¿ ? ^ * ¨ Ç > \ |@# ¢ ¬ ÷ “ ” ≠ , [ ] } {–…

Arial Blak

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
ª ! ” $ % & / ( ) = ¿ ? ^ * ¨ Ç > \ |@# ¢ ¬ ÷ “ ” ≠ , [ ] } {–…

En este apartado se puede apreciar la proporcionalidad de como ha de ir reflejada la Consejería y la Dirección General con la marca de la **Comunidad de Madrid**.

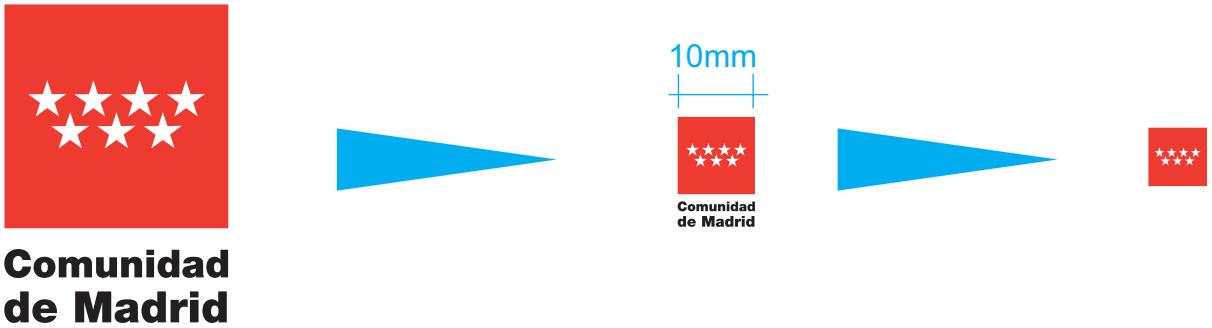
Caso práctico:
Tomando como referencia el alto del símbolo, si este mide (21a=15mm.), primero se compondría la Dirección General en Arial cp.14 e interlínea 14. La separación entre al Dirección General y la Consejería sera de 10p. La Consejería en Arial versales cp.14 en negro, e interlínea 14.

reducción

No es normativo efectuar cambios entre las proporciones establecidas de los elementos que componen la marca de la **Comunidad de Madrid**. Para mantener la integridad visual de la marca, debe hacerse la reducción a escala.

Con objeto de que la marca no pierda identidad visual y evitar problemas de legibilidad, esta podría reducirse íntegramente hasta 10mm de ancho, a partir de menos de 10mm el logotipo se elimina.

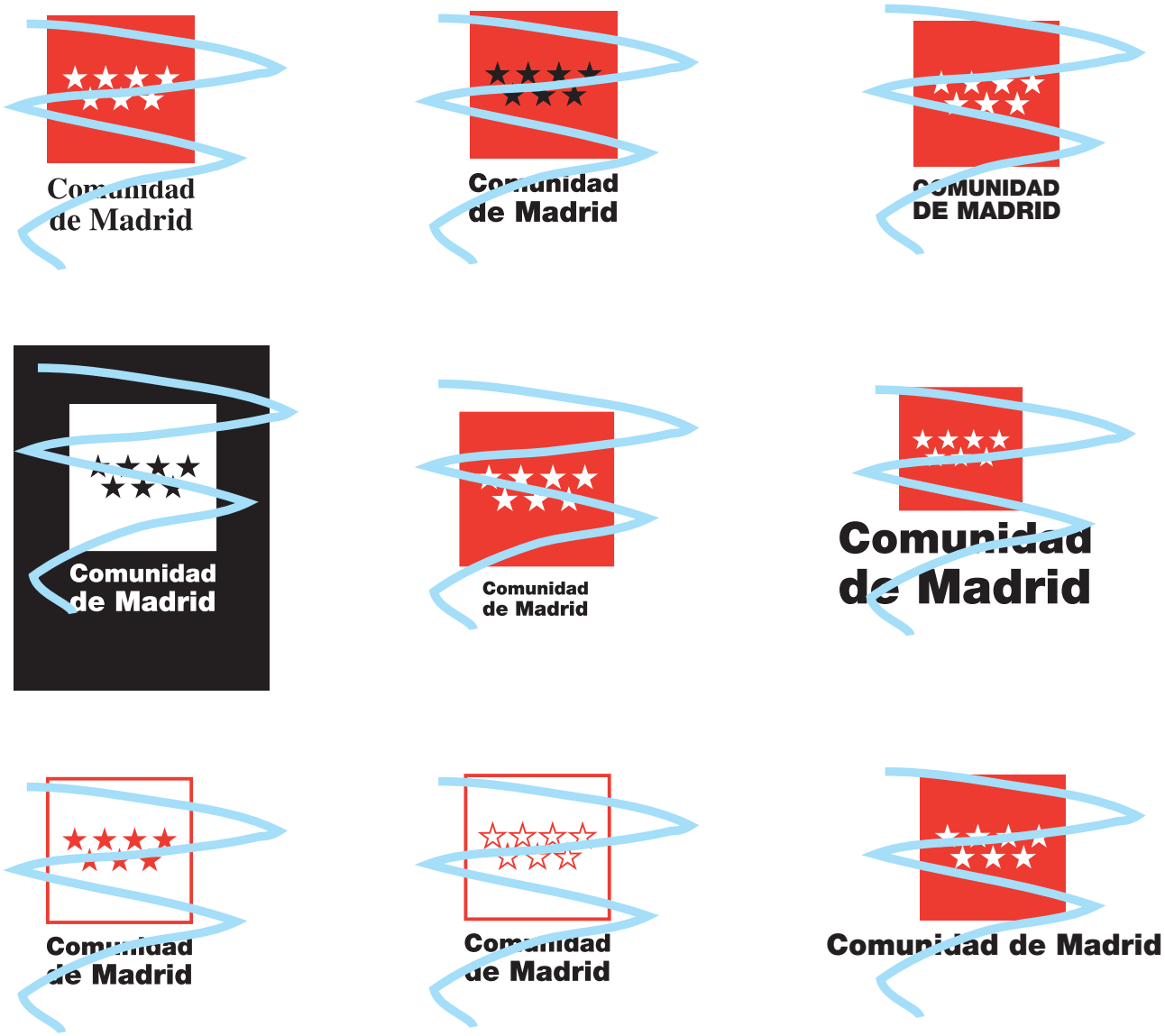
Solo en casos muy excepcionales y ante posibles problemas de tipo técnico que se puedan ocasionar a la hora de reproducir la Marca, se podrá modificar esta norma eliminando el texto de la parte inferior del Símbolo.



usos incorrectos

La única configuración aceptable de la marca de la **Comunidad de Madrid** es la mostrada en este manual. Cualquier cambio en los conceptos gráficos descritos desencadenaría la pérdida de identidad, por lo cual deben ser evitados inexcusablemente.

Con esta finalidad, mostramos varios usos incorrectos como ejemplos orientativos:



submarcas

Todos los departamento o instituciones que dependan o pertenezcan a la **Comunidad de Madrid** deberán llevar obligatoriamente el **símbolo** de la **Comunidad de Madrid** en su diseño.

Los departamentos que tengan marca propia deberán tener la aprobación de la Consejera/o y de la DIRECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Esto también incluye las imágenes que circulan por la web y las Redes Sociales.

SaludMadrid Hospital Universitario 12 de Octubre

Castillo de Manzanares el Real

112 emergencias COMUNIDAD DE MADRID

Centro de Asuntos Taurinos Madrid

iMiDRA Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario

Museo Arqueológico Regional

TACP Tribunal Administrativo de Contratación Pública

Teatros del Canal

papelería
altos cargos

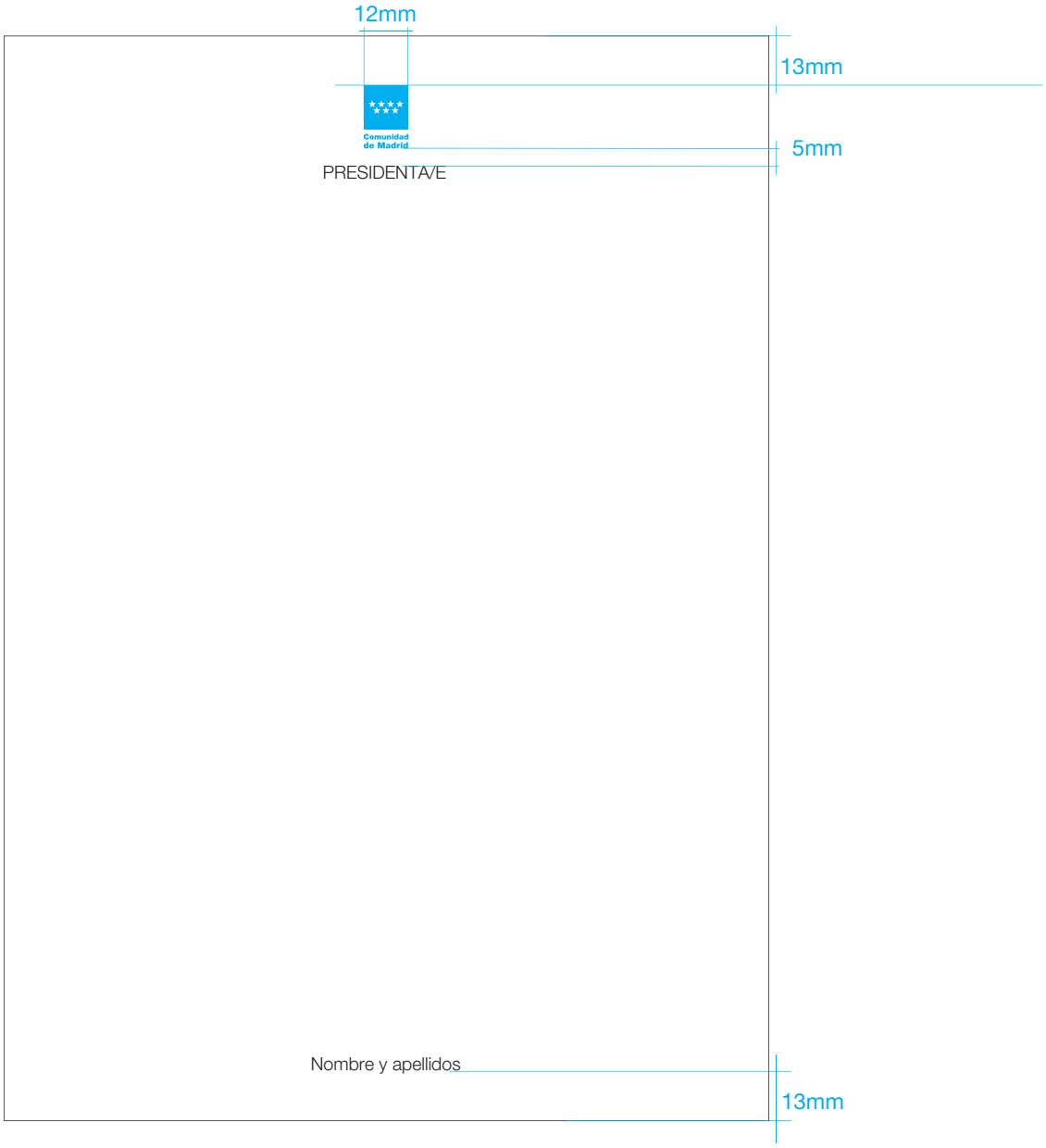
versión 01_2019

introducción

Este apartado define las pautas para la papelería utilizada para altos cargos: Presidenta/e, Consejeras/os y Viceconsejeras/os.

Las características que se dan del papel como de la cartulina son orientativas. Si en algún caso no etuviesen disponibles, puede utilizarse algún otro tipo, siempre que sus caraterísticas se asemejen a las indicadas en este Manual

carta 1



Formato:
DINA A4 (210x297mm).

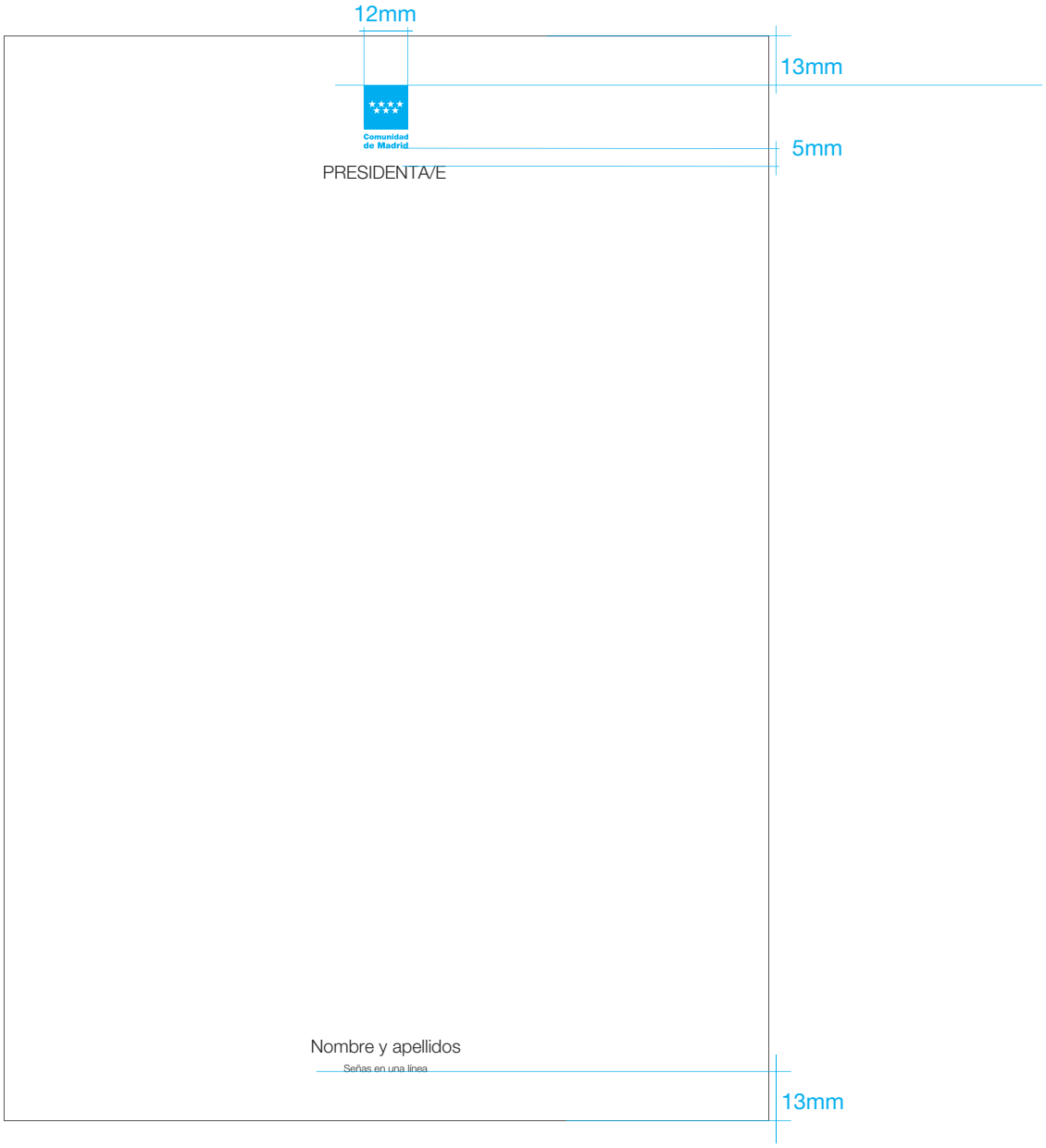
Papel:
Papel Registro blanco de 128grs. Alta calidad.

Impresión:
Símbolo: Golpe en seco.
Texto: Por negro.

Cargo:
Helvética light. Versales cp14. Interlínea 14. Centrada.

Nombre de la Presidenta/e o Consejera/o:
Helvética light cb. cp14.

carta 2



Formato:
DINA A4 (210x297mm).

Papel:
Papel Registro blanco de 128grs. Alta calidad.

Impresión:
Símbolo: Golpe en seco.
Texto: Por negro.

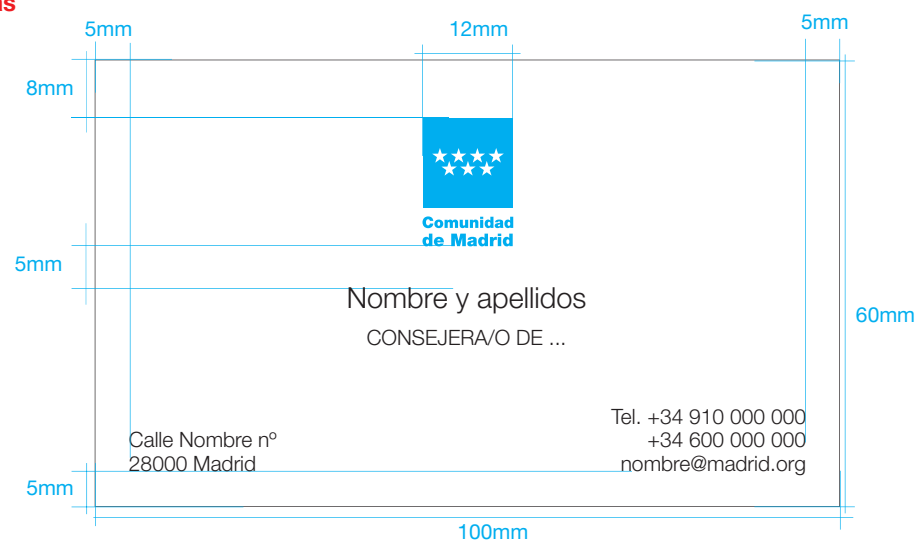
Cargo:
Helvética light. Versales cp14. Interlínea 14. Centrada.

Nombre de la Presidenta/e o Consejera/o:
helvética light cb. cp14. Interlínea 15. Centrada

Señas de la Presidenta/e o Consejera/o:
Helvética light cb. cp8. Centrada en una línea.

tarjetas

Cargo con señas



Solo cargo

Formato:
100x60mm.

Papel:
Cartulina tipo Bristol 250 grs. Color Blanco.

Impresión:
Símbolo: Golpe en seco.
Texto: Por negro.

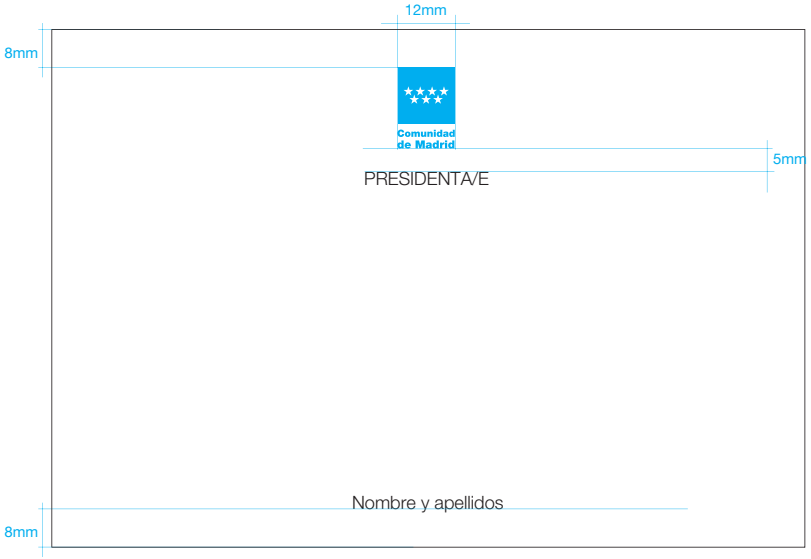
Nombre de la Presidenta/e o Consejera/o:
Helvética light cb. cp11. Interlínea 14

Cargo:
Helvética light. Versales cp8. Centrada.

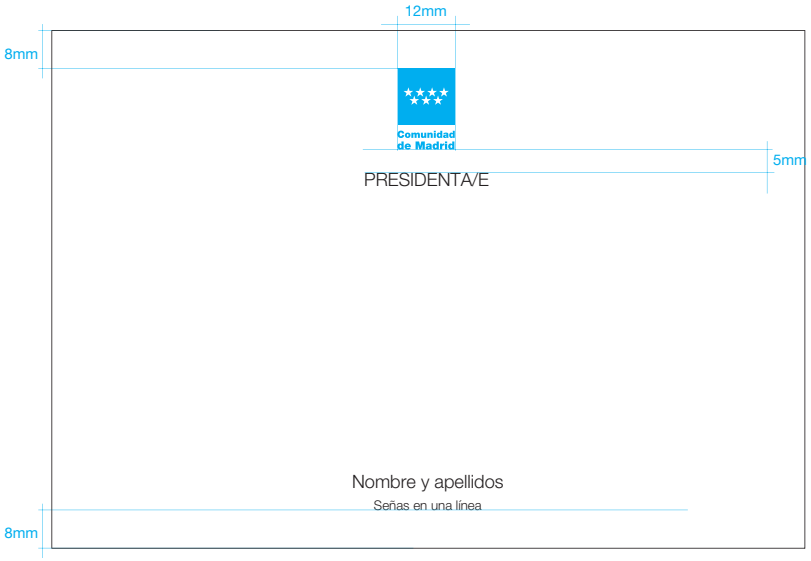
Señas:
Helvética light. cb. cp8. Interlínea 9.
Se dividirán en dos bloques: Las señas alineadas a la izquierda. Los telefonos y e-mail en bandera a la derecha.

tarjetón 1 y 2

Tarjetón 1



Tarjetón 2



Tarjetón 1

Formato:
160x110mm.

Papel:
Cartulina tipo Bristol 250 grs. Color Blanco.

Impresión:
Símbolo: Golpe en seco.
Texto: Por negro.

Cargo:
Helvética light. Versales cp11. Interlínea 11. Centrada.

Nombre de la Presidenta/e o Consejera/o:
Helvética light cb. cp11. Centrada.

Tarjetón 2

Formato:
160x110mm.

Papel:
Cartulina tipo Bristol 250 grs. Color Blanco.

Impresión:
Símbolo: Golpe en seco.
Texto: Por negro.

Cargo:
Helvética light. Versales cp11. Interlínea 11. Centrada.

Nombre de la Presidenta/e o Consejera/o y señas:
Helvética light cb. cp11. Interlínea 13. Centrada.

Señas:
Helvética light cb. cp8. Centrada.

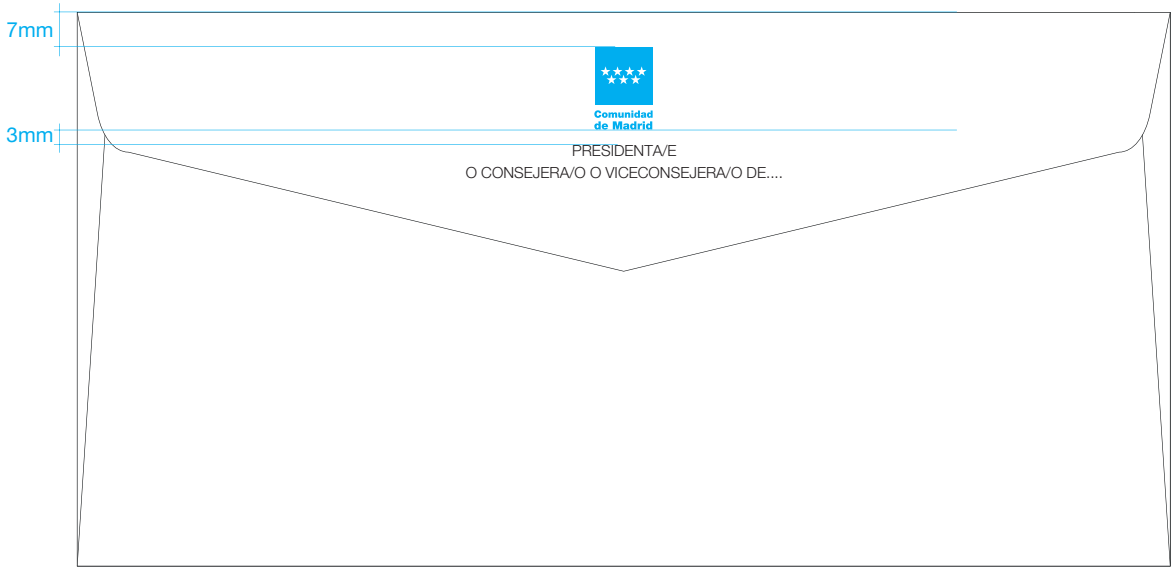
sobre

Formato:
Sobre americano 115x225mm.

Papel:
Papel offset 140 grs. Color Blanco. Con forro interior de seda

Impresión:
Símbolo: Golpe en seco.
Texto: Por negro.

Cargo:
Helvética light. Versales cp9. Interlínea 9. Cenrado.



papelería

versión 01_2019

introducción

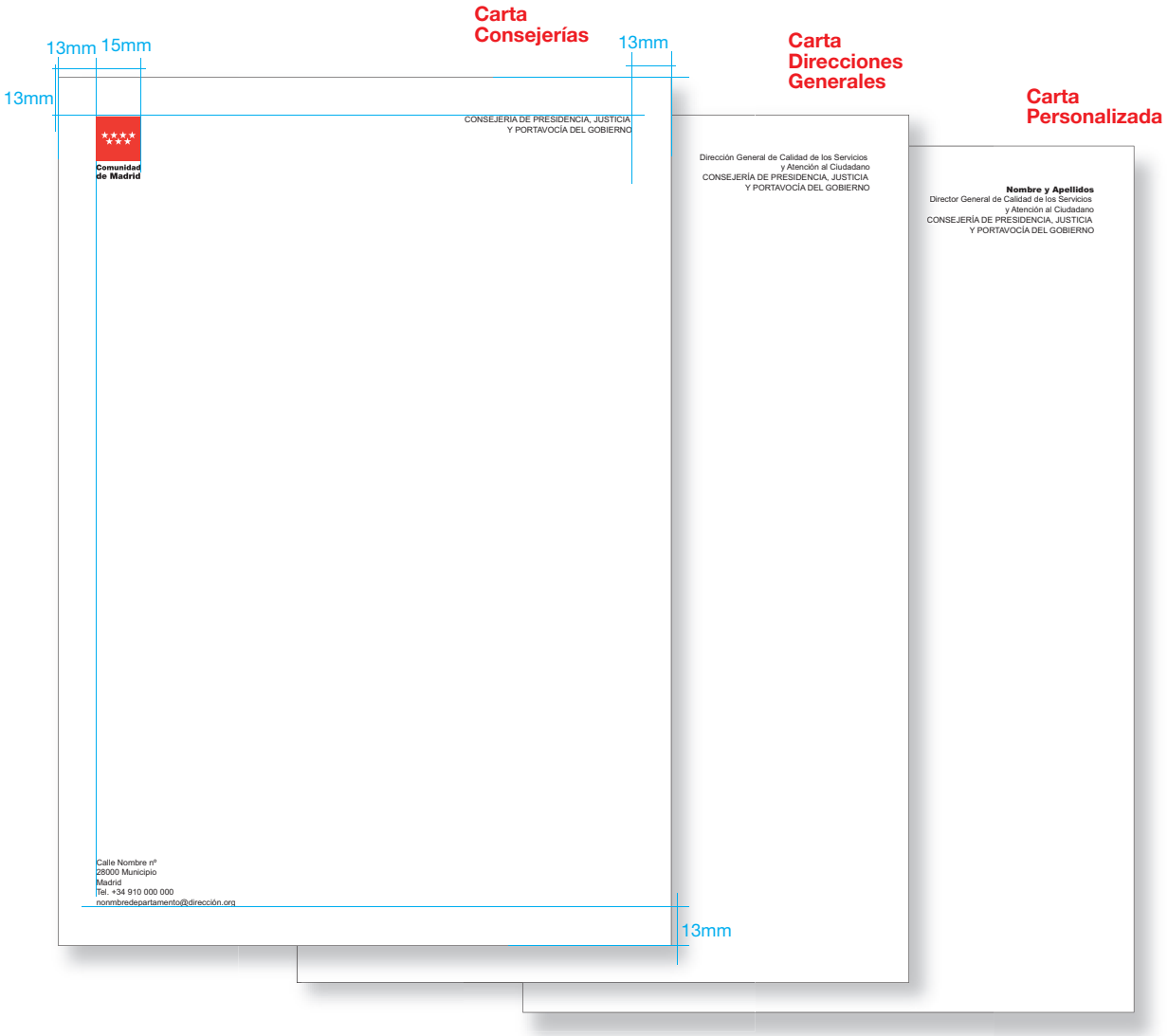
Este apartado define las pautas para todos los departamentos de la **Comunidad de Madrid**, a excepción de los Altos Cargos.

Las características que se dan del papel como de la cartulina son orientativas. Si en algún caso no etuviesen disponibles, puede utilizarse algún otro tipo, siempre que sus caraterísticas se asemejen a las indicadas.

La **Marca** de la **Comunidad de Madrid** que se ha de utilizar en los soportes de papelería que se presentan, será la que se muestra en esta página.

Comunidad
de Madrid

cartas



Formato:
DINA A4 210x297mm.
Papel:
Papel Offset 90grs.
Impresión
Rojo pantone 032 y negro.
Texto señas:
Arial regular. Versales cp8. Interlínea 10. Alineado a la izquierda.

ENCABEZADO CONSEJERÍAS

Consejería: Arial regular. Versales cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.

ENCABEZADO DIRECCIONES GENERALES

Direcciones Generales: Arial regular cb. cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.
Consejería: Arial regular. Versales cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.

ENCABEZADO PERSONALIZADA

Nombre: Arial negra cb. cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.
Cargo: Arial regular cb. cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.
Consejería: Arial regular. Versales cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.

Para el papel de carta hacer uso de la plantilla en Word que facilitará el departamento de Diseño, de la DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

ejemplo carta

Comunidad de Madrid

Dirección General
en dos líneas
NOMBRE DE LA CONSEJERÍA
EN DOS LÍNEAS

D. Nombre y Apellidos en representación de
NOMBRE DE LA EMPRESA

RESOLUCIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE TRABAJO POR LA QUE SE CONCEDE FRACCIONAMIENTO DEL PAGO DE LA SANCIÓN ST-0000/2019

VISTA la solicitud de fecha 00/03/2019 presentada por D. Nombre y apellido en representación de NOMBRE DE LA EMPRESA para el fraccionamiento del pago de la sanción ST-0000/2019 impuesta mediante Resolución del Director General de Trabajo de fecha 13 de marzo de 2019 y teniendo en cuenta los siguientes

HECHOS

PRIMERO.- La citada Resolución exigía a NOMBRE DE LA EMPRESA el reintegro a la Tesorería General de la Comunidad de Madrid de 0.000,00 euros, importe de la sanción impuesta.

SEGUNDO.- En la solicitud alega la mercantil existencia de dificultades económico-financieras que le impiden de forma transitoria efectuar el pago establecido de forma inmediata.

FUNDAMENTOS JURÍDICOS

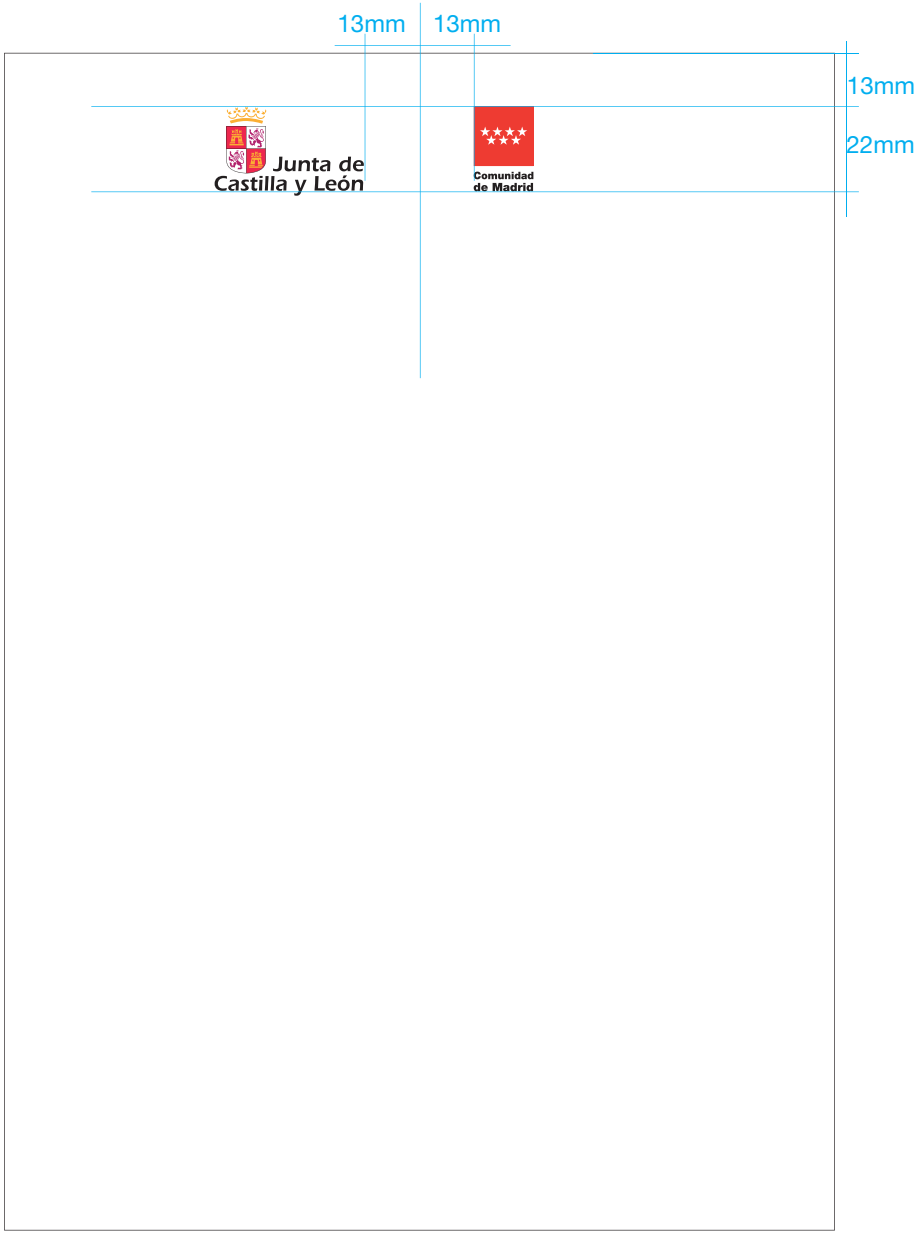
PRIMERO.- El artículo 1.2 de la Orden 2693/1999, de 16 de Septiembre, del Consejero de Hacienda, sobre recaudación de ingresos, por la que se modifica la Orden 3097/1996, de 9 de diciembre, establece que las Consejerías y Organismos Autónomos serán también competentes para, a través de los Centros Gestores responsables de los ingresos, y cuando se trate de deudas que no se hallen en periodo ejecutivo, conocer y resolver las solicitudes de suspensión, aplazamiento y fraccionamiento de pagos, así como la resolución de incidencias y el establecimiento de las correspondientes garantías, conforme al procedimiento que marca el Reglamento General de Recaudación y siempre que la petición de fraccionamiento sea presentada dentro del periodo voluntario.

SEGUNDO.- Los artículos 46 a 54 del Real Decreto 939/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Reglamento General de Recaudación, regulan la tramitación de las solicitudes de aplazamiento y fraccionamiento del pago de las deudas.

VISTAS las disposiciones citadas y demás aplicables y de general aplicación, esta Dirección General en uso de sus atribuciones

Calle Nombre nº
28000 Municipio
Madrid
Tlf: +34 910 000 000
nombredepartamento@direccion.org

carta convenio

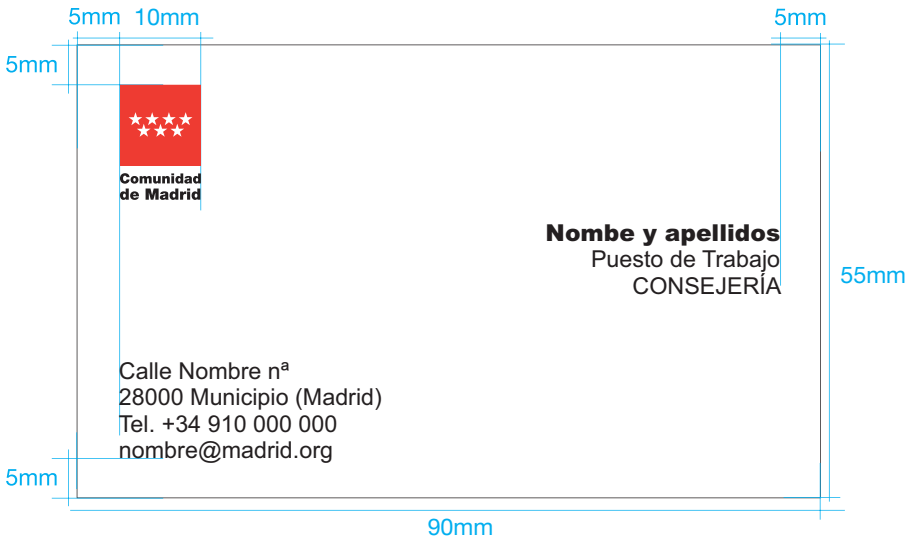


CONVENIOS DE LA COMUNIDAD CON OTRAS INSTITUCIONES

Formato:
DINA A4 210x297mm.

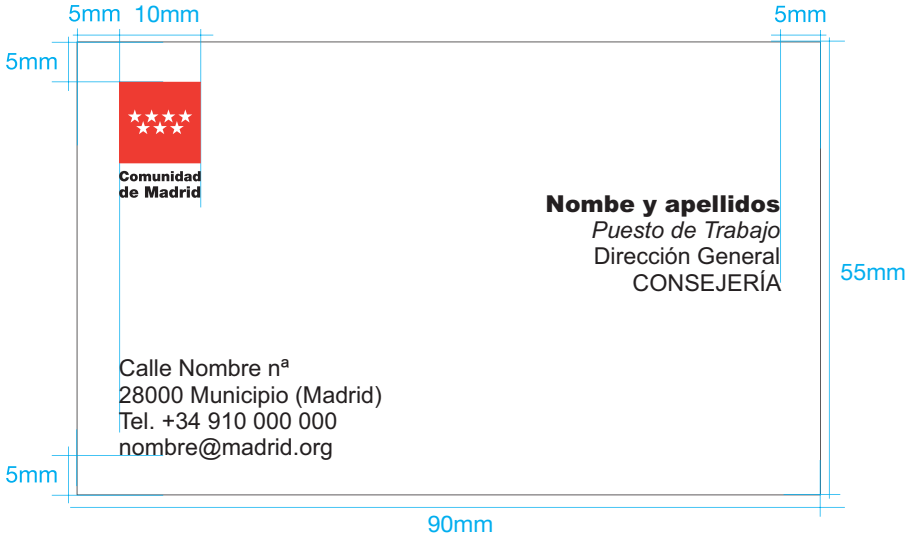
Papel:
Papel Offset 90grs.

tarjetas



Formato:
90x55mm.
Papel:
Cartulina tipo Bristol 250 grs. Color Blanco.
Impresión:
Rojo Pantones 032 y Negro

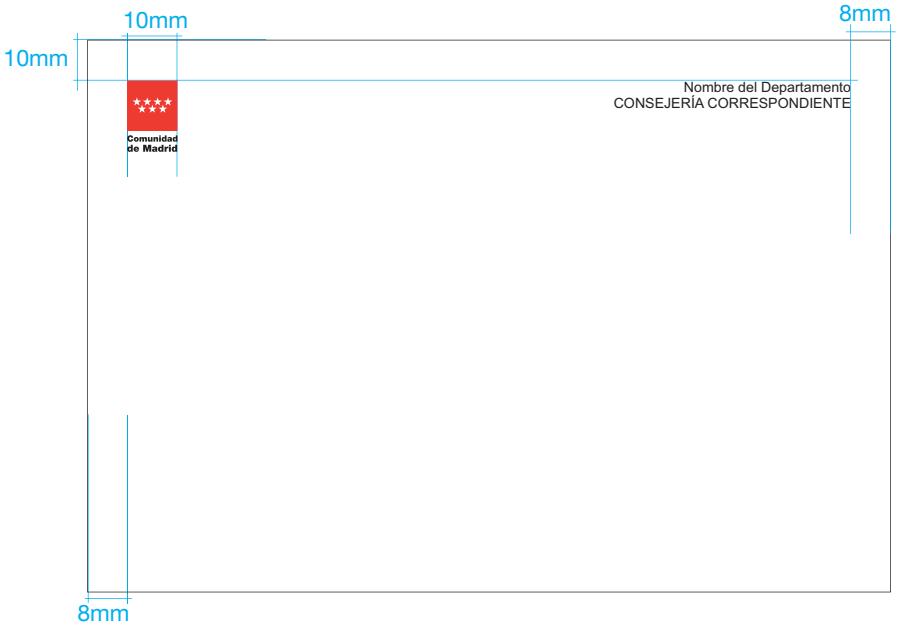
USO ORDINARIO SIN DIRECCIÓN GENERAL
Nombre y apellidos: Arial negra cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Puesto de trabajo: Arial regular cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Consejería: Arial regular versales. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Señas: Arial regular cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la izquierda.



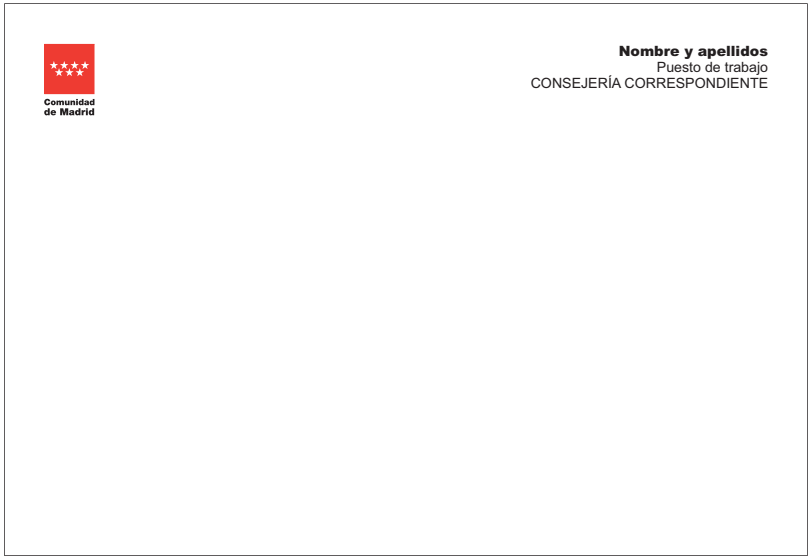
USO ORDINARIO CON DIRECCIÓN GENERAL
Nombre y apellidos: Arial negra cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Puesto de trabajo: Arial cursiva cb. cp8.Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Dirección General: Arial regular cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Consejería: Arial regular versales. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Señas: Arial regular cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la izquierda.

tarjetones

Tarjetón general



Tarjetón personalizado

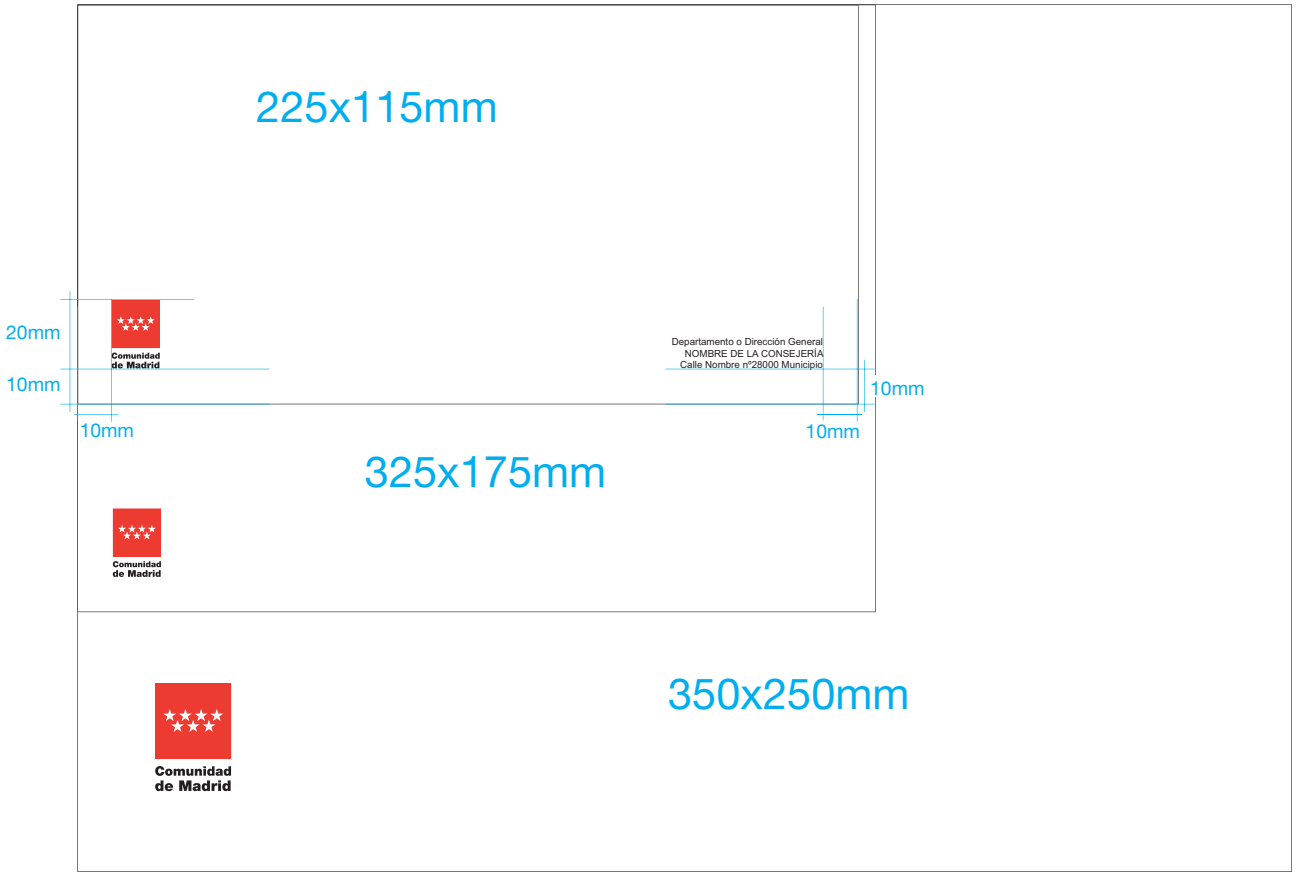


Formato:
160x110mm.
Papel:
Cartulina tipo Bristol 250 grs. Color Blanco.
Impresión:
Rojo Pantone 032 y negro

GENERAL
Departamento: Arial regular cb. cp8. Interlínea 9. Alineada a la derecha.
Consejería: Arial regular. Versales cp8. Interlínea 9. Alineada a la derecha.

PERSONALIZADA
Nombre y apellidos: Arial regnegra cb. cp8. Interlínea 9
Cargo: Arial regularcb cb. cp8. Interlínea 9. Alineada a la derecha.
Consejería: Arial regular. Versales cp8. Interlínea 9. Alineada a la derecha.

sobres



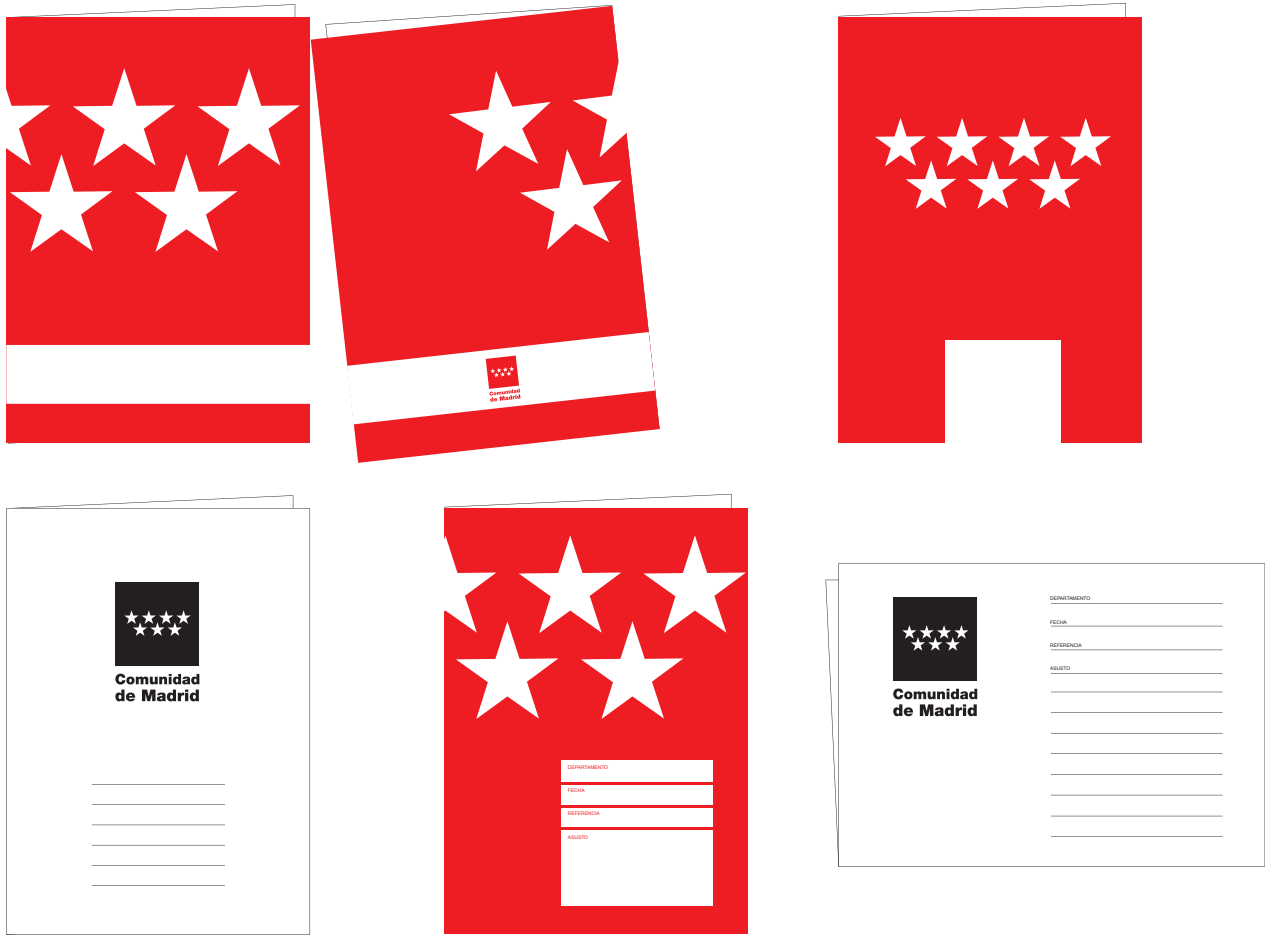
Impresión:
Rojo pantone 032 y negro.

PARA SOBRE AMERICANO
Textos departamento:
Arial regular cb. cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.

Consejería:
Arial regular Versales cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.

Señas:
Arial regular cb. cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.

carpetas



Formato:
240X320mm. Plegada

Consejos:
Recomendamos adaptarse a los troqueles que pueda tener la Imprenta de la **Comunidad de Madrid** para las carpetas con solapa.

Imprimir a un color. Rojo Pantone 032 ó Negro.

El peso del papel puede ir desde 300grs a 150grs según se utilice para uso externo o interno.

notas internas

En esta página se muestran una serie de modelos de papelería interna.

Las notas, documentos, etc., internos que se realicen en la **Comunidad de Madrid**, han de seguir la línea gráfica de estos modelos: Impresos a un color (negro) y el texto a utilizar será la Arial.

Colegio Público de Educación Infantil,
Primaria y Especial Gerardo Diego
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, JUVENTUD Y DEPORTE

NOTA INTERNA

FECHA: 02/10/2016 **REFERENCIA:** 5678K

DE CEIP Gerardo Diego **A** Dirección General de Infraestructuras y Servicios

PARLA MADRID

ASUNTO:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Typi non habent claritatem insitam; est usus legentis in iis qui facit eorum claritatem. Investigationes demonstraverunt lectores legere me lius quod ii legunt saepius. Claritas est etiam processus dynamicus, qui sequitur mutationem consuetudium lectorum. Mirum est notare quam littera gothica, quam nunc putamus parum claram, anteposuerit litterarum formas humanitatis per seacula quarta decima et quinta decima. Eodem modo typi, qui nunc nobis videntur parum clari, fiant sollemnes in futurum.

Colegio Público de Educación Infantil,
Primaria y Especial Gerardo Diego
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, JUVENTUD Y DEPORTE

REGISTRO DE ENVIOS

(UN EJEMPLAR PARA EL DESTINATARIO Y OTRO PARA DEVOLVER SELLADO).

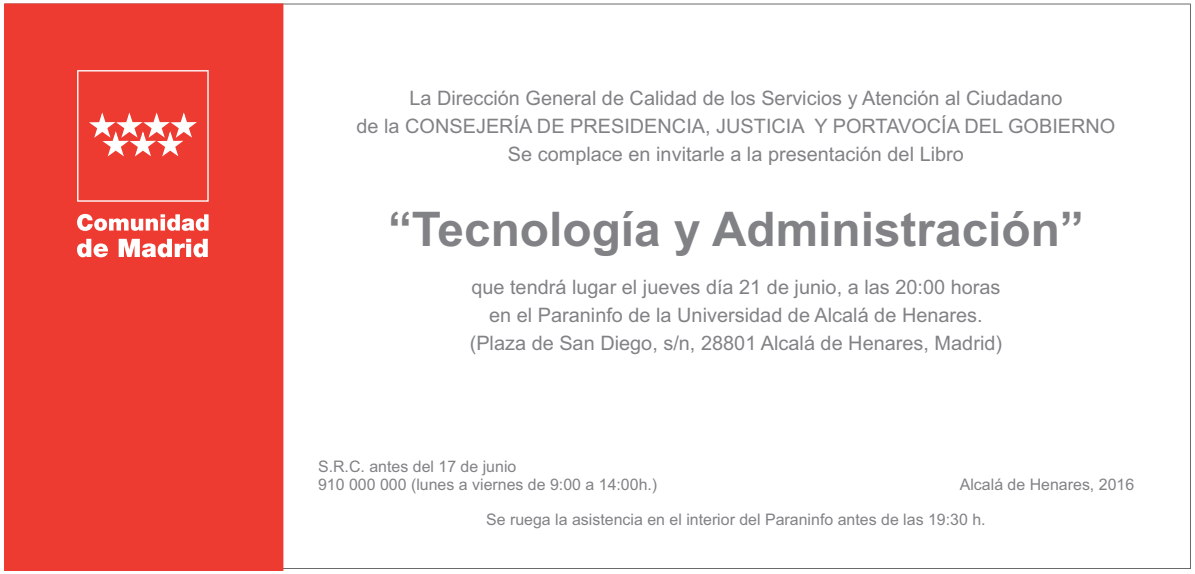
REMITENTE: CEIP Gerardo Diego. PARLA

DESTINATARIO/A: Dirección General de Infraestructuras y Servicios. MADRID

FECHA: 02/10/2016

Nº DE EXPEDIENTE: 5678K

ASUNTO: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim.

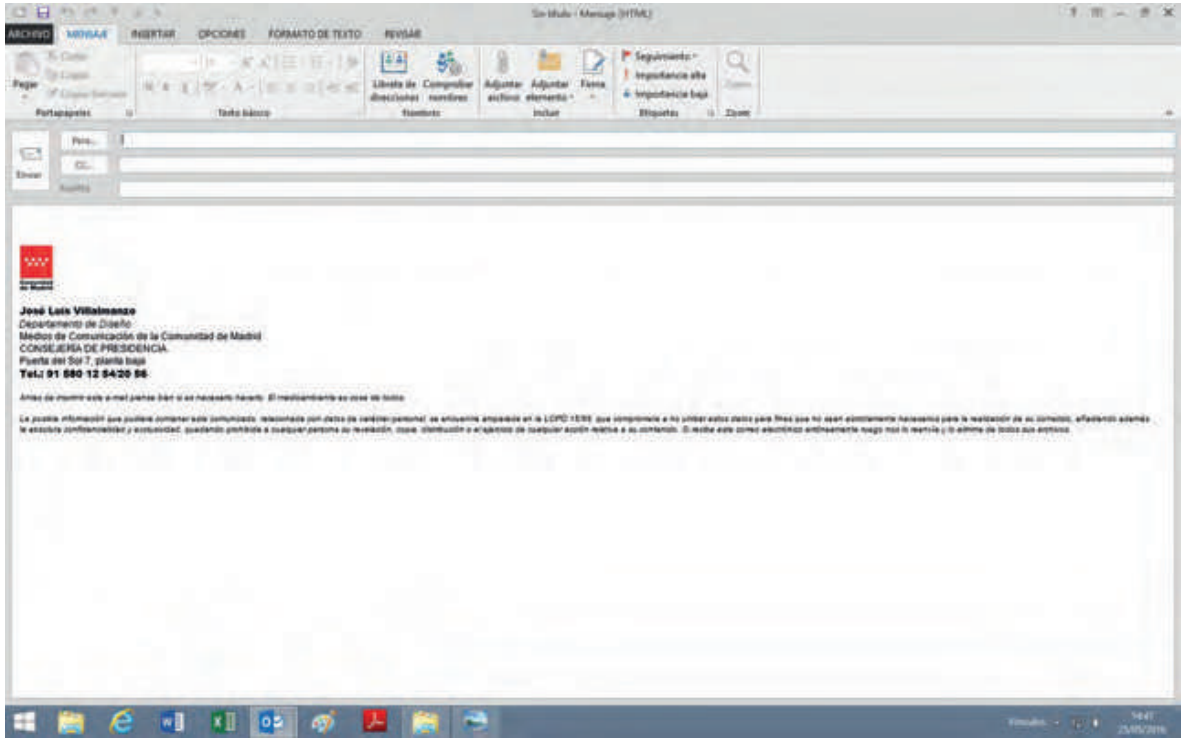


Formato:
220X100mm.

Consejos:
Enviar las invitaciones en formato (.pdf).

Si el acto tiene una imagen gráfica prediseñada, utilizar dicha imagen en la invitación.

firma
correo electrónico



Tamaño marca: 10mm. ancho

Texto:
***Nombre*:** Arial negra cb. cp9. Alineado a la izquierda.
Puesto de trabajo: Arial regular cursiva cb. cp9. Alineado a la izquierda.
Departamento: Arial regular cb. cp9. Alineado a la izquierda.
Consejería: Arial regular Versales cp9. Alineado a la izquierda.
Señas: Arial regular cb. cp9. Alineado a la izquierda.
Teléfono: Arial negra cb. cp9. Alineado a la izquierda.

Texto que se incorpora a la firma Arial cursiva cb. cp8.

FORMULA 1.
Para correos electrónicos que no implican recogida de datos personales asociados a alguna actividad del Registro de Actividades de Tratamiento:
"De conformidad con el Reglamento Europeo (UE) 2016/679 de Protección de Datos Personales (RGPD) y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, no se guardarán los datos personales que usted nos envía en el correo electrónico al que se contesta con este mail, puesto que el mismo no inicia procedimiento alguno al ser de carácter puramente informativo."

FORMULA 2.
Cuando el correo electrónico implica recogida de datos personales asociados a alguna actividad del Registro de Actividades de Tratamiento:
"Los datos personales recogidos de su correo electrónico serán tratados de conformidad con el Reglamento Europeo (UE) 2016/679 de Protección de Datos Personales (RGPD) y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. La información relativa al responsable del tratamiento y la finalidad, así como cualquier información adicional relativa a la protección de sus datos personales podrá consultarla en el siguiente enlace: www.comunidad.madrid/protecciondedatos. Ante el responsable del tratamiento podrá ejercer, entre otros, sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición y limitación del tratamiento."

carta de uso exclusivo
comunicado conjunto

Para **CONVENIOS, SUBVENCIONES, ETC. DE UNA CONSEJERÍA O DIRECCIÓN GENERAL CON OTRAS INSTITUCIONES** se utilizará la Marca denominada “departamentos”.

En esta página podemos ver un ejemplo de la Marca que hablamos.

Esta opción, **sólo se podrá utiliza** en los casos que una Consejería o Dirección General de la **Comunidad de Madrid por directriz de otras instituciones (Ministerios, Unión Europea,…)** que tengan la obligación de aparecer en los comunicados que realice conjuntamente con estas instituciones. Para ello es necesario ponerse en contaco con el Departamento de Diseño de la DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Comunidad de Madrid

CONSEJERÍA DE HACIENDA
Y FUNCIÓN PÚBLICA

Comunidad de Madrid

Dirección General de Patrimonio
y Contratación

CONSEJERÍA DE HACIENDA
Y FUNCIÓN PÚBLICA

ejemplos
carta de uso exclusivo
comunicado conjunto

Dirección General de Formación
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, EMPLEO Y HACIENDA

08-FIC1-00058.5/2015

ORDEN DE DENEGACIÓN DE SUBVENCIÓN

Nº Expediente:

Programa:

Asunto:

Beneficiario: N.I.F./N.I.E.:

HECHOS

Primero: Con fecha presentada por . por importe de € por la contratación de 1 **trabajador**, al amparo del Programa arriba referenciado.

Segundo: Examinada la documentación, se comprueba que el trabajador no cumple los requisitos para que la contratación sea subvencionable.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

Primero: La competencia para resolver el presente expediente viene determinada por lo dispuesto en las siguientes normas:

- Por Decreto 193/2015, de 4 de agosto, del Consejo de Gobierno, se establece la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda. Mediante Decreto 58/2018, de 21 de mayo, del Presidente de la Comunidad de Madrid, por el que se establece el número y denominación de las Consejerías de la Comunidad de Madrid, se dispone que corresponde a la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda las competencias que actualmente tiene atribuidas.
- El artículo 7.1.a) de la Ley 2/1995, de 8 de marzo, de subvenciones de la Comunidad de Madrid establece que son órganos competentes para conceder subvenciones los Consejeros en el ámbito de las Consejerías correspondientes.

Segundo: Mediante Acuerdo de 10 de julio de 2018, del Consejo de Gobierno, se aprueban las normas reguladoras y se establece el procedimiento de concesión directa de subvenciones del Programa de incentivos a la contratación indefinida.

Tercero: El artículo 4 del Acuerdo de 10 de julio de 2018, del Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid, establece los requisitos que deben cumplir los beneficiarios y las personas contratadas para la concesión de las ayudas.

Vistos los preceptos legales citados y demás normativa de general aplicación, y de acuerdo con el informe técnico.

EMPRESA

Página 1 de 2

RESOLUCIÓN DE LA DIRECTORA GENERAL DE FORMACIÓN POR LA QUE SE CONVOCA UN CURSO DE FORMACIÓN PARA LA HABILITACIÓN DE EXPERTOS COMO ASESORES Y/O EVALUADORES EN PROCEDIMIENTOS DE RECONOCIMIENTO DE COMPETENCIAS PROFESIONALES, REGULADO POR EL REAL DECRETO 1224/2009, DE 17 DE JULIO, EN LA FAMILIA PROFESIONAL DE SANIDAD, FINANCIADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL Y COFINANCIADO POR EL FONDO SOCIAL EUROPEO.

El Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral, establece en su artículo 22 que las Administraciones responsables del procedimiento de evaluación y acreditación, en el ámbito territorial correspondiente, realizarán funciones de planificación y gestión de la formación inicial y continua de los asesores y evaluadores, así como su habilitación y el mantenimiento del registro de los mismos.

Asimismo, dispone que la Administración General del Estado y las Administraciones competentes de las correspondientes Comunidades Autónomas habilitarán a las personas necesarias para garantizar el desarrollo de las funciones de asesoramiento y de evaluación, que deberán cumplir, en todo caso, los requisitos establecidos en el artículo 25 del citado Real Decreto, entre los que se encuentra superar un curso de formación específica organizado o supervisado por las administraciones competentes.

Los artículos 23 y 24 recogen, respectivamente, las funciones de los asesores y de los evaluadores en el marco de los procedimientos de evaluación y acreditación de las competencias profesionales, las cuales se deben desempeñar por personas habilitadas por las administraciones competentes.

El Real Decreto 694/2017, de 3 de julio, por el que se desarrolla la Ley 30/2015, de 9 de septiembre, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el Empleo en el ámbito laboral, señala en el artículo 22 que, con objeto de garantizar la presencia de asesores y evaluadores del sector productivo en el procedimiento de evaluación y acreditación, las Administraciones responsables potenciarán la habilitación de profesionales expertos en los sectores productivos que reúnan los requisitos establecidos en el artículo 25 del Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio.

La presente actuación se encuentra financiada por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y cofinanciada por el Fondo Social Europeo, dentro del programa de cooperación territorial de evaluación y acreditación de las competencias profesionales, en el marco del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación 2014-2020.

Por lo anteriormente expuesto, y en virtud de las facultades conferidas por el Decreto 193/2015, de 4 de agosto, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda, la Directora General de Formación

1

submarcas

Hospital Universitario 12 de Octubre

Castillo de Manzanares el Real

112 emergencias COMUNIDAD DE MADRID

Centro de Asuntos Taurinos Madrid

iMiDRA Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario

Museo Arqueológico Regional

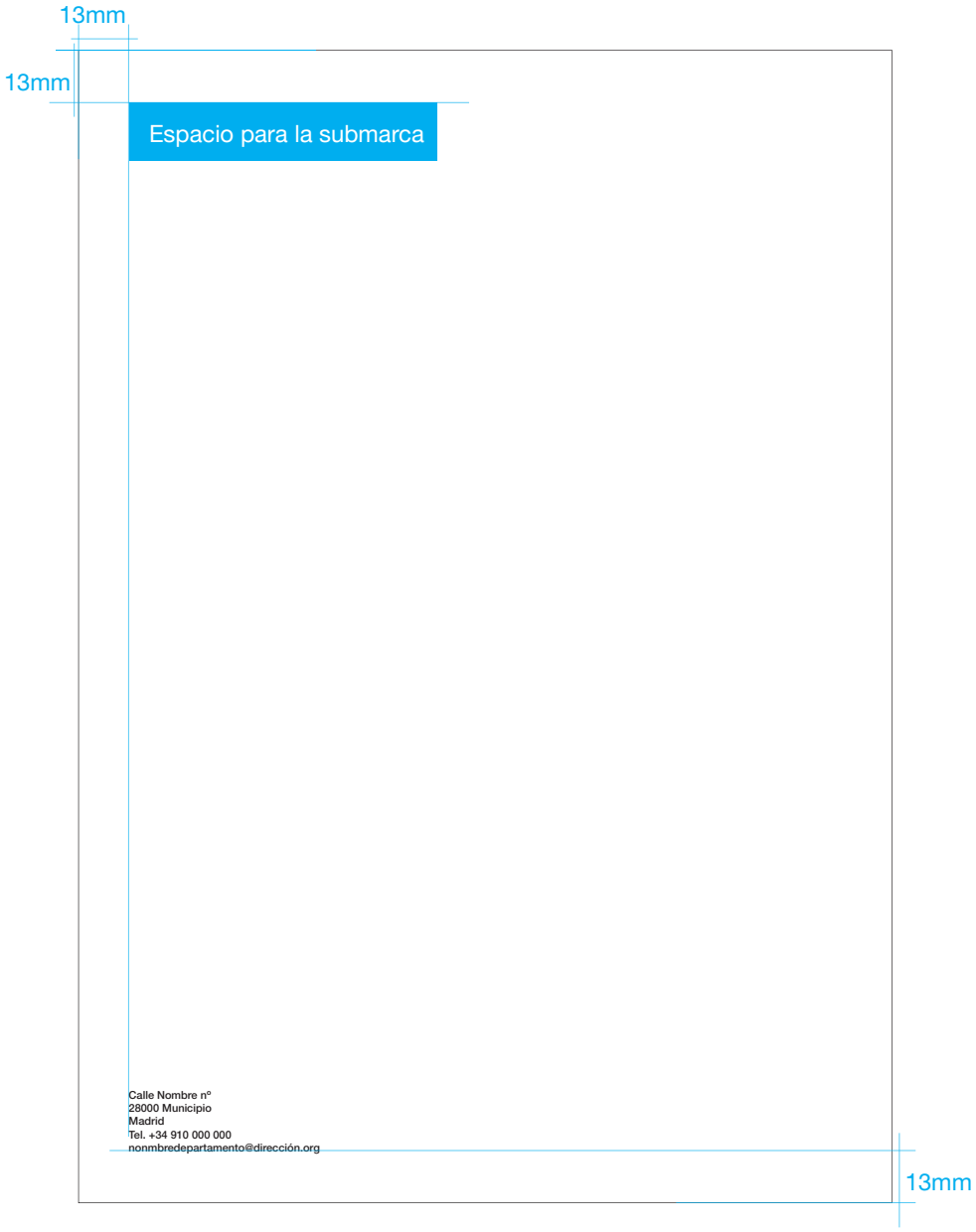
TACP Tribunal Administrativo de Contratación Pública

Teatros del Canal

Todos los departamento o instituciones que dependan o pertenezcan a la **Comunidad de Madrid** deberán llevar obligatoriamente el **símbolo** de la **Comunidad de Madrid** en su diseño.

Los departamentos que tengan marca propia deberán tener la aprobación de la Consejera/o y de la DIRECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Esto también incluye las imágenes que circulan por la web y las Redes Sociales.

carta
submarcas



Formato:
DINA A4 210x297mm.

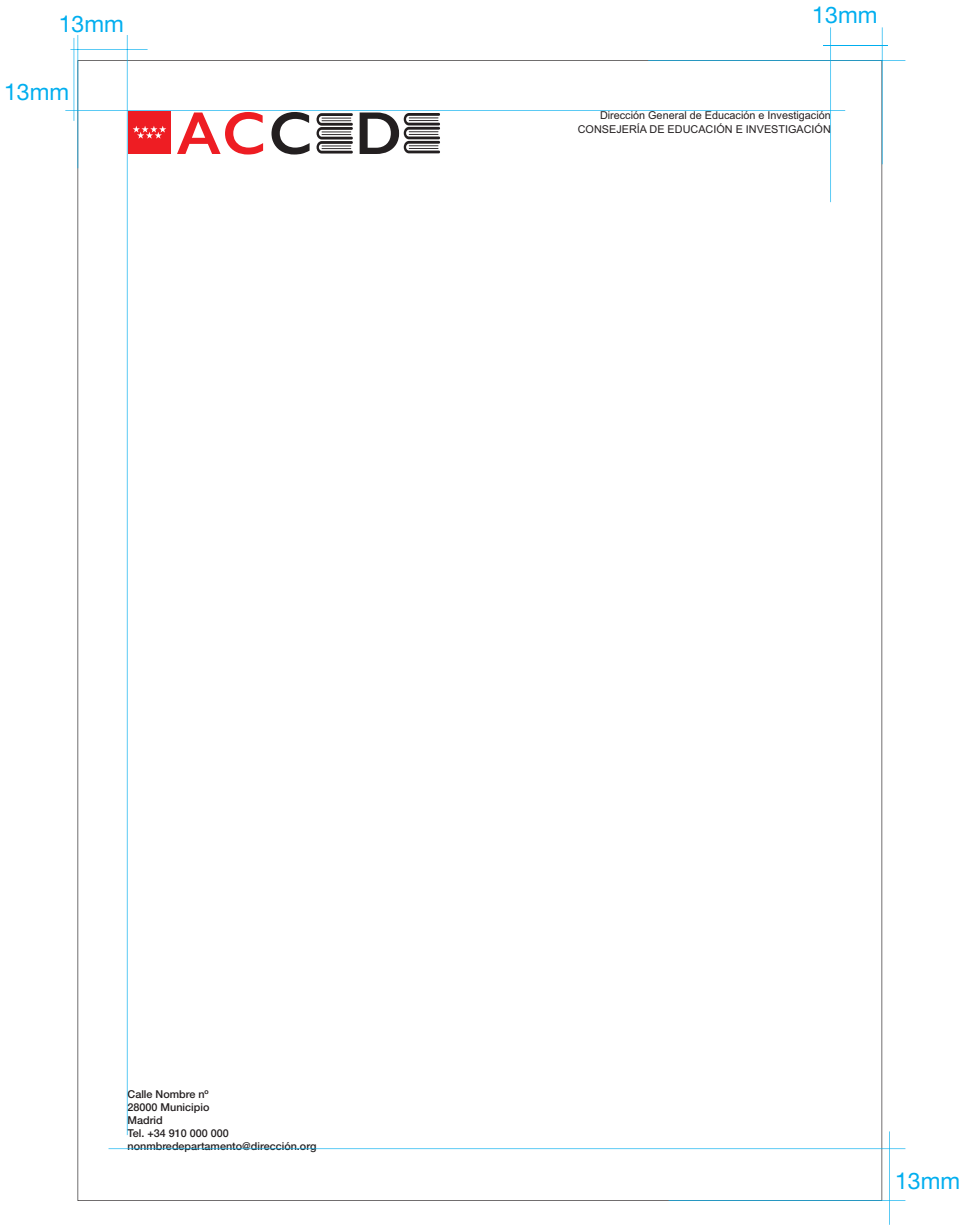
Papel:
Papel Offset 90grs.

Texto Señas:
Arial regular. Versales cp8. Interlínea 10. Alineado a la izquierda.

ejemplo
carta submarca

Calle Nombre nº
28000 Municipio
Madrid
Tel. +34 910 000 000
nonmbredepartamento@dirección.org

carta submarca con la consejería de la que depende



Formato:
DINA A4 210x297mm.

Papel:
Papel Offset 90grs.

TEXTO ENCABEZADO:
Dirección General: Arial regular cb. cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.
Consejería: Arial regular. Versales cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.

Señas:
Arial regular. Versales cp8. Interlínea 10. Alineado a la izquierda.

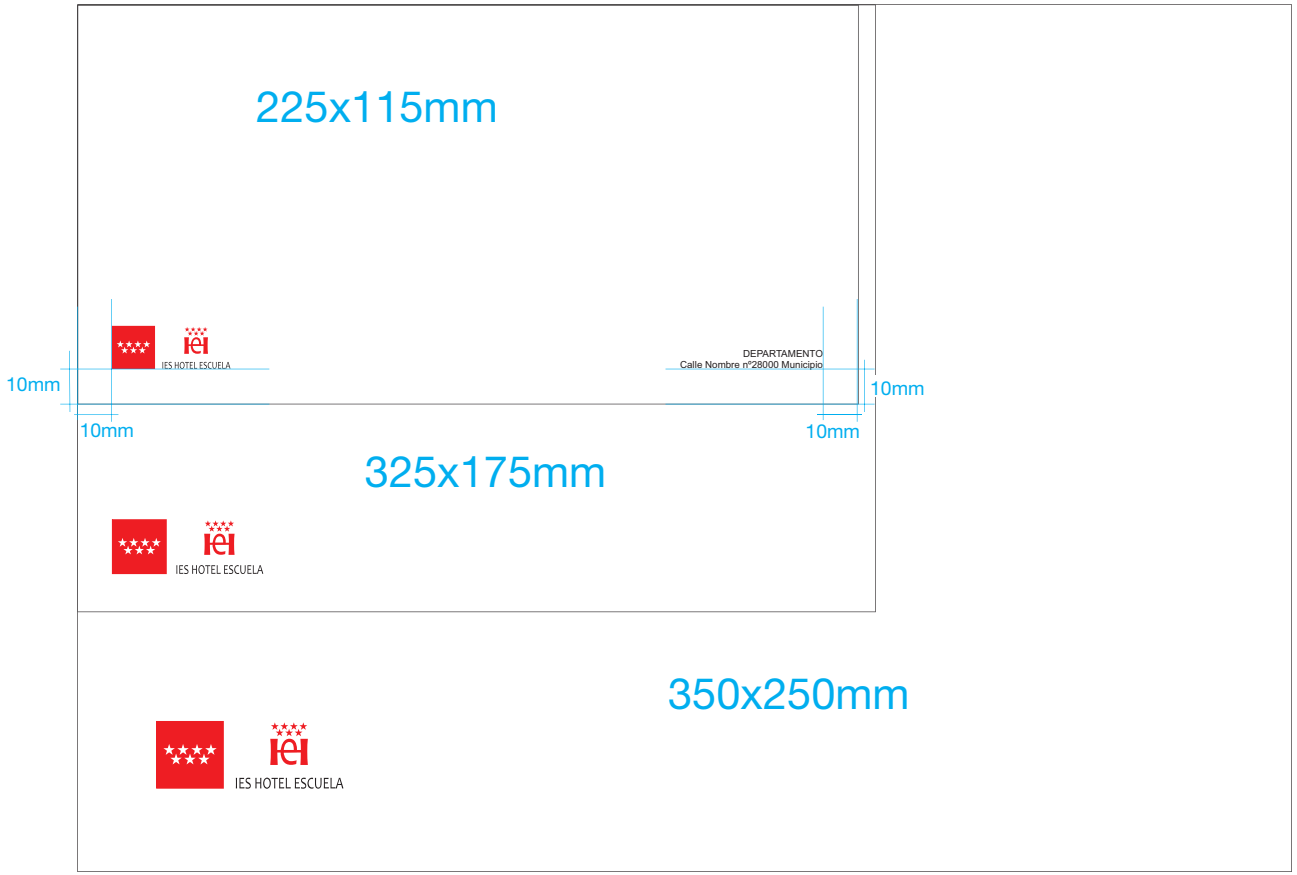
tarjetas submarca

Formato:
90x55mm.
Papel:
Cartulina tipo Bristol 250 grs. Color Blanco.
Impresión:
Rojo Pantones 032 y Negro

SUBMARCA DE LA COMUNIDAD DE MADRID
Nombre y apellidos:
Arial negra cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Puesto de trabajo:
Arial regular cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Señas:
Arial regular cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la izquierda.

SUBMARCA DE LA COMUNIDAD DE MADRID CON LA CONSEJERÍA DE LA QUE DEPENDE
Nombre y apellidos:
Arial negra cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Puesto de trabajo: Arial cursiva cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Dirección General:
Arial regular cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Consejería:
Arial regular versales. cp8. Interlínea 9. Alineado a la derecha.
Señas:
Arial regular cb. cp8. Interlínea 9. Alineado a la izquierda.

sobre
submarca



Formato:
225X115mm.

Impresión:
Rojo pantone 032 y negro.

TEXTOS
Departamento:
Arial regular Versales cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.

Señas:
Arial regular cb. cp8. Interlínea 10. Alineado a la derecha.

editorial

versión 01_2019

introducción

Denominamos “diseño editorial” a la creación de publicaciones tales como revistas, libros y folletos cuyo principal objetivo es transmitir ideas mediante la organización y presentación de imágenes y palabras con una coherencia gráfica y comunicativa entre el interior, el exterior y el contenido de la publicación.

En este apartado daremos algunos principios que hay que tener en cuenta en el diseño editorial:

Equilibrio: es generado en una página a través de una correcta distribución del “peso” de los elementos, en función de su tamaño, forma, tono y color.

Contraste: sirve al diseñador para dirigir la atención del lector.

Orden y organización: facilita la búsqueda que realiza el lector de aquello que le interesa.

Unidad: debe de existir entre los distintos elementos dentro de la misma página para aumentar la legibilidad, pero además esta unidad tiene que manifestarse con el resto de las páginas.

Homogeneidad: es la continuidad gráfica en todas las páginas de la publicación que realizamos.

Sencillez: utilizando los elementos con un sentido funcional, evitando todo lo que sea superfluo.

Libro, memorias: obra científica, artística, literaria o de cualquier otra índole que constituye una publicación unitaria en uno o varios volúmenes y que puede aparecer impresa o en cualquier otro soporte susceptible de lectura. Se entienden incluidos en la definición de libro, a los efectos de esta Ley [23/2011, de 29 de julio, de depósito legal], los libros electrónicos y los libros que se publiquen o se difundan por Internet o en otro soporte que pueda aparecer en el futuro, los materiales complementarios de carácter impreso, visual, audiovisual o sonoro que sean editados conjuntamente con el libro y que participen del carácter unitario del mismo, así como cualquier otra manifestación editorial.

Publicación seriada: toda obra científica, literaria o de cualquier índole que aparece o se comunica de forma continuada, editada en una sucesión de fascículos o partes separadas, que lleva normalmente una numeración, una gráfica similar y que no tiene una duración predeterminada.

Folleto: publicación de corta extensión, normalmente impreso en ambas caras y plegado.

Revista: publicación periódica (semanal, mensual,...) en forma de cuaderno con artículos de información general o de una materia determinada, con una cubierta flexible y ligera y a menudo ilustrada.

Publicación digital: es aquella obra cuyo formato, almacenamiento y distribución está basado en medios digitales y electrónicos.

Todas las publicaciones que sean editadas por la **Comunidad de Madrid**, sean libros, folletos, carteles, discos o publicaciones en línea, que sean difundidas al ciudadano, deberán ser editadas bajo unas pautas mínimas de construcción en:

- *Portada, cubierta, o primera*
- *Portadilla o portada interior*
- *Trasera, cubierta posterior o última*

Se podrán autorizar excepciones, previa consulta a esta DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

libro o informe
(portada y contraportada)

MARCA POR NEGATIVO

MARCA EN POSITIVO

Sólo la Marca Institucional de la **Comunidad de Madrid** aparecerá centrada, o alineada a izquierda o derecha, en la parte inferior de la cubierta. Debe utilizarse la versión positiva para fondos claros o la negativa para fondos oscuros.

La Marca con las denominaciones de consejería, dirección general, o servicios adscritos irá en la **Trasera**.

Recordar a la hora de diseñar la portada:

- *Simplificación al máximo.*
- *Que la portada comunique lo qué quéreis decir dentro.*

libro o informe
submarcas 1
(portada y contraportada)

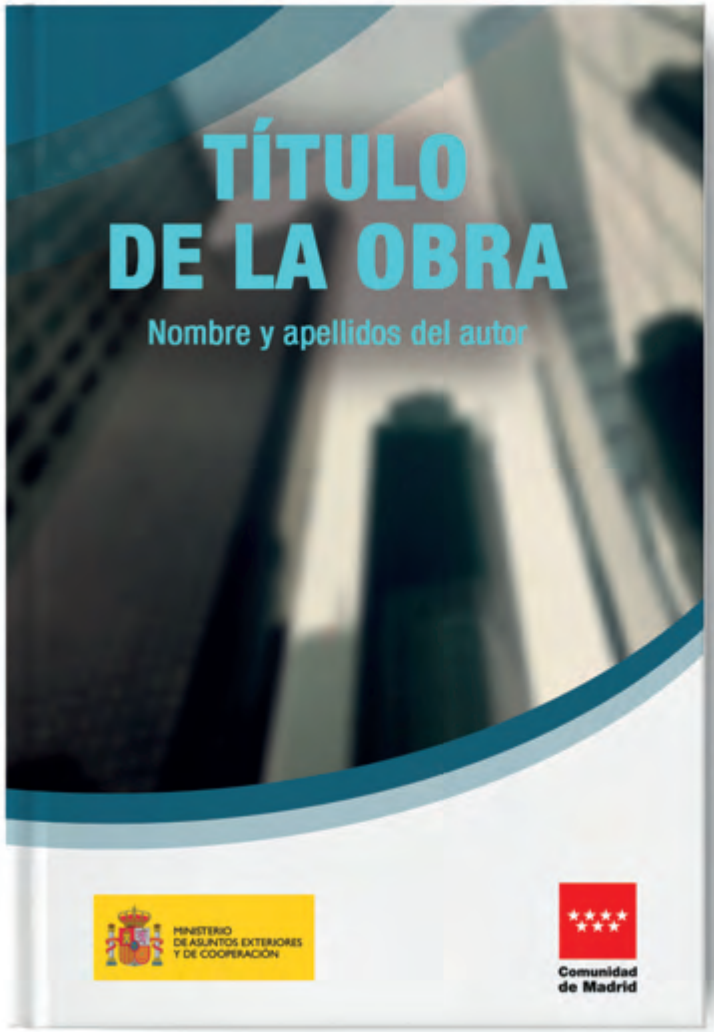
Cuando la publicación la realiza un organismo dependiente de la **Comunidad de Madrid** que tiene su propia marca (Submarca) se situará en la trasera de la publicación.

Se podrán autorizar excepciones, previa consulta a esta DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

libro o informe
submarcas 2
(portada y contraportada)

Cuando una Submarca de la **Comunidad de Madrid** tenga el Visto Bueno de la DIRECCION GENERAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN para su uso en portada, podrá aparecer en la trasera la Consejería a la que pertenece.

libro o informe
con otro organismo no adscrito
(portada)



En una publicación coeditada con otro organismo público o privado no adscrito a la **Comunidad de Madrid**, la marca de éste se situará en el ángulo inferior izquierdo de la portada y a su derecha, cerrando, el de la **Comunidad de Madrid**.

libro o informe
(maquetación interior)

PORTADA

CRÉDITOS

PORTADILLA

CONTENIDO GENERAL

División del interior en una publicación editorial:

Créditos:
Contienen datos específicos de la edición: año y número de la misma, nombres de los colaboradores (diseñador, fotógrafo, ilustrador, etc.), Copyright (derechos reservados al autor y editor) e ISBN. En la maquetación convencional irá en página par.

Portadilla:
Suele llevar la misma información que la portada del libro. Puede incorporar la marca de la consejería o dirección general correspondiente y, también, las marcas que aparecen en la trasera. Va en página impar y puede reproducirse a un solo color.

Contenido general:
Aquí irá la paginación, el título de la obra y la Marca Institucional de la **Comunidad de Madrid**.
Es importante que el diseñar en estas páginas incluya para facilitar la lectura, subtítulos, encabezamientos, pies de página, etc.

folletos

Solo la Marca Institucional de la **Comunidad de Madrid** aparecerá en la portada de este tipo de publicaciones, utilizando la versión positiva para fondos claros o negativa para fondos oscuros.

La consejería o la dirección general que publica el folleto irá en la contraportada o trasera. En el caso de ser editado por varias consejerías o departamentos de la **Comunidad de Madrid**, todos irán en la contraportada o trasera.

Los créditos, si los hubiera, deberán figurar en la contraportada o trasera, situándose en la parte inferior.

PORTADA

CONTRAPORTADA

PORTADA

CONTRAPORTADA

folletos submarcas

Cuando un departamento de la **Comunidad de Madrid** con marca propia realiza un folleto, dicha marca irá asociada al titular de portada, incluyendo la Marca de la **Comunidad de Madrid** en la parte inferior.

La consejería a la que pertenece dicho departamento puede ser reproducida en la contraportada o trasera.

folleto
con otro organismo no adscrito

En caso de coeditar la publicación con otro organismo público o privado no adscrito a la **Comunidad de Madrid**, la marca de éste se situarán en el ángulo inferior izquierdo de la portada y a su derecha, cerrando, el de la **Comunidad de Madrid**.

powerPoint

PowerPoint es una herramienta que no requiere de conocimientos técnicos avanzados y que está dirigida fundamentalmente a servir de apoyo en presentaciones o exposiciones de los más diversos temas. Para ello se dan una serie de recomendaciones generales:

1. Emplear la regla del 10-20. Esta regla indica que no deben usar más de 10 pantallas o diapositivas y que no se use tipografía de menos de 20 puntos.

2. Mantener la continuidad gráfica en todas las pantallas.

3. Evitar los párrafos largos o bloques de texto. Se trata de proporcionar apoyo a la exposición oral.

4. Exponer primero el objetivo y los puntos clave de la presentación, desarrollar cada uno de ellos, y por último resumir las acciones que se llevarán a cabo.

5. Un gráfico bien realizado puede expresar mejor una idea o concepto que una lista de puntos.

6. Las presentaciones no han de ser una mera lectura.

7. Se debe tener cuidado con el uso excesivo de los efectos. Pueden convertirse en el centro de atención y distraer a la audiencia.

8. Si la información es exhaustiva, es preferible completarla con un dossier para entregar a la audiencia.

9. Recuerde, menos es más.

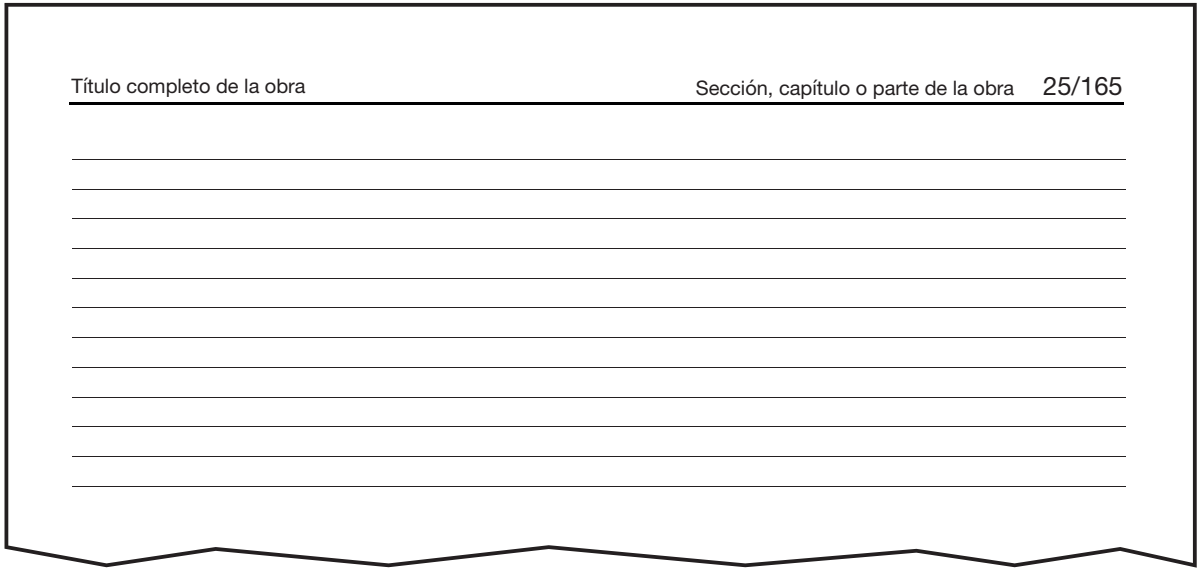
10. Todas las pantallas o diapositivas han de llevar la Marca de la **Comunidad de Madrid** de manera visible.

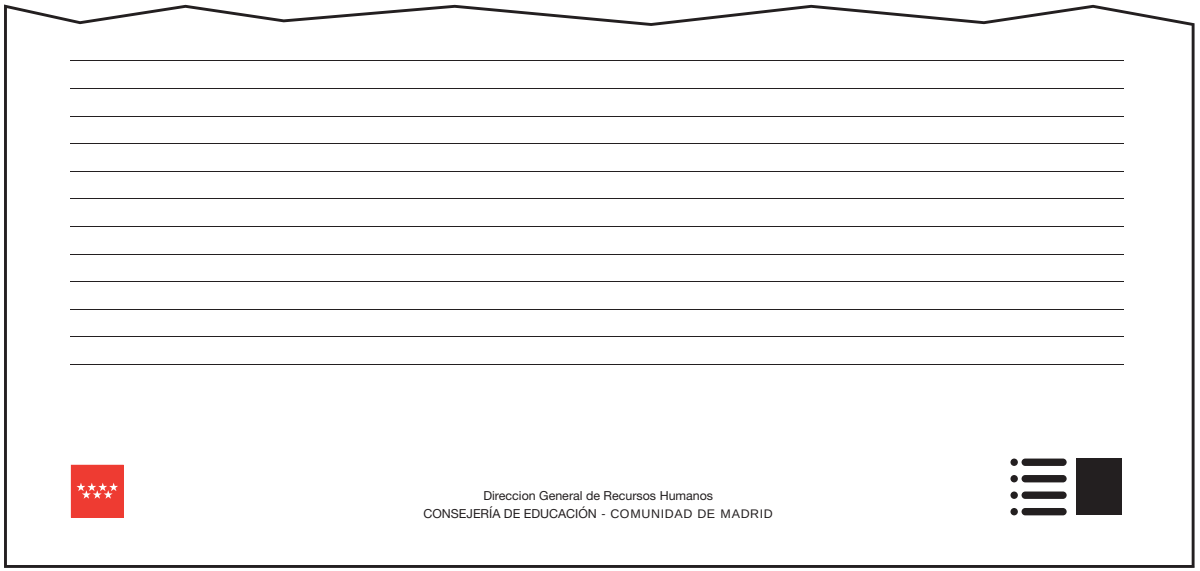
revistas

El símbolo Institucional de la **Comunidad de Madrid** aparecerá en la cabecera de la revista.

publicaciones digitales

ENCABEZADO





PIE DE PÁGINA

Para maquetación de las **portadas** seguir la pautas anteriormente descritas.

Maquetación interior de la publicación: En los **encabezados o cintillos** se incluirá el título de la obra, el capítulo o sección y la paginación.

En el **pie de página** irá el símbolo de la **Comunidad de Madrid** a la izquierda, el organismo que realiza la publicación se situará en el centro de la página y los iconos con hipervínculos a portada e indice, a la derecha.

En las publicaciones electrónicas nacidas digitales, estos elementos se incluirán desde el principio. La maquetación por lo general ha de tratarse como páginas individuales y no como páginas enfrentadas.

formato .epub

La publicaciones que se difunden en línea en diversos formatos electrónicos para lectura móvil, en la que es necesario que los textos se redimensionen adaptándose a la pantalla del dispositivo, deben ajustarse en lo posible a las prescripciones generales sobre publicaciones en lo relativo a portada, trasera, créditos y demás establecidas en este manual.

Además se tendrá en cuenta:
El formato EPUB es un formato con texto redimensionable de código abierto para leer textos e imágenes, ideal para la lectura móvil.

El fichero .epub deberá contener diversos elementos imprescindibles:

Tabla de contenidos (TOC) con la estructura de la obra (que incluya apartados propios para portada, sinopsis, título, créditos, índice… además de secciones y capítulos).

Páginas específicas para portada (imagen), sinopsis (annotation), página de título (portadilla), créditos, índice, en ese orden.

Metadatos, lo más completos posibles, (título, editor y promotor, año, referencia catalográfica, ISBN...)
Hiperenlaces internos y externos.

publicidad

versión 01_2019

VERSIÓN A

VERSIÓN B

En este apartado y como caso excepcional, la Marca de la **Comunidad de Madrid** puede aparecer en dos versiones. El uso de una u otra versión necesita la aprobación del departamento de Diseño de la DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

La publicidad es la herramienta que nos permite comunicar e informar a los ciudadanos de los servicios y actividades que la institución ofrece, ayudando a fortalecer la relación entre estos y la **Comunidad de Madrid**.
Debido a la creciente saturación de información que el ciudadano recibe, estamos obligados a diferenciarnos de alguna manera del resto de las instituciones. Para ello es necesario que la Marca de la **Comunidad de Madrid** en nuestros comunicados publicitarios sea visible y destaque claramente en cualquiera de los soportes que utilicemos. Por esta razón, este apartado ofrece normas para que la Marca de la **Comunidad de Madrid** sea utilizada de manera coherente en todos aquellos trabajos que se planteen desde las Consejería, Direcciones Generales y departamentos.

Como norma general los anuncios han de tener un diseño cuidado y presentar un mensaje sencillo y comprensible, de manera que con apenas fijar la vista en el anuncio el ciudadano, reciba el mensaje.

Dada la amplia gama de posibilidades gráficas que ofrece el campo publicitario, y respetando la creatividad de los profesionales que intervienen en la realización de las campañas publicitarias, este manual no quiere marcar pautas que puedan coartar la capacidad de los creativos y el desarrollo de sus trabajos publicitarios. Simplemente definiremos la situación de la Marca en función del soporte, predominando siempre su visibilidad.

anuncio (prensa diaria) institucional

ORDEN DE LA CONSEJERÍA DE TRANSPORTES, VIVIENDA E INFRAESTRUCTURAS, POR LA QUE SE SOMETE A INFORMACIÓN PÚBLICA LA RELACIÓN DE BIENES Y DERECHOS AFECTADOS POR EL EXPEDIENTE DE EXPROPIACIÓN FORZOSA PROMOVIDO CON MOTIVO DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO "RAMAL DE ENLACE DE LA CARRETERA M-609 CON LA M-607, SENTIDO NAVACERRADA", EN EL TÉRMINO MUNICIPAL DE COLMENAR VIEJO, DE ACUERDO CON LO PREVISTO EN EL ARTÍCULO 18 DE LA LEY DE EXPROPIACIÓN FORZOSA Y A EFECTOS DE LA URGENTE OCUPACIÓN DE LOS REFERIDOS BIENES.

Con fecha 15 de diciembre de 2016 la Consejería de Transportes, Vivienda e Infraestructuras aprueba el proyecto "RAMAL DE ENLACE DE LA CARRETERA M-609 CON LA M-607, SENTIDO NAVACERRADA", en el término municipal de Colmenar Viejo. Su anejo de expropiaciones contiene la relación de bienes y derechos afectados por expropiación y/o ocupación temporal.
De acuerdo con lo previsto en los artículos 15 y siguientes de la Ley de 16 de diciembre de 1954, reguladora de la Expropiación Forzosa, y concordantes de su Reglamento, de 26 de abril de 1957, la Administración deberá determinar los bienes y derechos cuya ocupación sea estrictamente indispensable para el fin de la expropiación, así como, en su caso, los que sean indispensables para previsibles ampliaciones de la obra o finalidad de que se trate. A tal efecto, procede someter al trámite de información pública recogido en el artículo 18 del mismo texto legal, por el plazo de quince días, la relación de bienes y derechos afectados por las expropiaciones necesarias para la ejecución de las obras relativas al proyecto de referencia.
En el referido plazo de 15 días podrán formularse cuantas alegaciones se consideren oportunas, y especialmente, las relativas a la procedencia de la ocupación o disposición de los bienes, y su estado material o legal. Los escritos de alegaciones se dirigirán a la Consejería de Transportes, Vivienda e Infraestructuras – Secretaría General Técnica – Área de Expropiaciones (C/ Maudes, 17– 28003 Madrid).
El plano parcelario del Proyecto podrá examinarse durante el referido plazo, a partir del día siguiente al de la publicación de esta Orden en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, en las oficinas del Área de Expropiaciones (calle Maudes nº 17 de Madrid), o en el Ayuntamiento de Colmenar Viejo.
Finalizado el plazo de información pública se estudiarán las alegaciones presentadas y se dictará Orden de conclusión de la información pública, efectuando, en su caso, las rectificaciones o modificaciones que resulten procedentes en la relación de bienes y derechos afectados.

Los propietarios afectados a la vista del Anejo de Expropiaciones del citado Proyecto son los que a continuación se relacionan:

Finca del plano parcelario	Finca Registral	Parcela Catastral	Propietario	Término Municipal	Naturaleza	Sup. Afectada (m2)	
						Exp	O.T
1	Números 90.203 y 3832 inscritas en el Registro de la propiedad nº35 de Madrid	28900A069000010000KG	Comunidad de Madrid	Madrid - Fuencarral-El Pardo	Rústica	9.592,32	424,14
2	Números 99.416 y 100.579 inscritas en el Registro de la propiedad nº35 de Madrid	1788101VK4818H0001GY	Comunidad de Madrid	Madrid - Fuencarral-El Pardo	Urbana	4.327,63	

VISTOS: La Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, la Ley de Expropiación Forzosa de 16 de diciembre de 1954 (BOE de 17 de diciembre), el Reglamento de Expropiación Forzosa de 26 de abril de 1957 (BOE de 20 de junio), la Ley 1/1983, de 13 de diciembre, de Gobierno y Administración de la Comunidad de Madrid (BOCM de 20 de diciembre de 1983), el Decreto 25/2015, de 26 de junio, de la Presidenta de la Comunidad de Madrid, por el que se establece el número y denominación de las Consejerías de la Comunidad de Madrid, así como el Decreto 199/2015, de 4 de agosto, del Consejo de Gobierno.

DISPONGO

PRIMERO.- Someter al trámite de Información Pública por el plazo de quince días, los bienes y derechos afectados por el expediente de expropiación forzosa con motivo de la ejecución del proyecto "RAMAL DE ENLACE DE LA CARRETERA M-609 CON LA M-607, SENTIDO NAVACERRADA" en el término municipal de Colmenar Viejo.

SEGUNDO.- Publicar la presente Orden en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, en el tablón de anuncios del Ayuntamiento afectado y en un diario de los de mayor circulación de esta Comunidad Autónoma.

Madrid, 27 de diciembre de 2016
El Consejero de Transportes, Vivienda e Infraestructuras,
P.D. (Orden 20.07.2015; BOCM 29.07.2015)
El Secretario General Técnico,
Jesús Mora de la Cruz

El anuncio "Institucional" requiere una imagen específica, que le diferencie claramente de la producción publicitaria restante.

MAQUETACIÓN

Un perfil de 1pt de grosor por negro rodeará el anuncio

Cabecera:

En todos los casos su diseño llevará una franja negra en la parte superior; con la VERSIÓN A de la marca situándose a la izquierda en su versión negativa.
La denominación de la consejería y direcciones generales siempre irán a la derecha de la fraja negra por negativo, compuestas en Arial Medium versales y c.b. respectivamente.

Contenido:

El titiular del anuncio irá en versales Arial Bold
Para el resto del contenido del anuncio Arial Medium.
Para destacar los apartados de: dispongo, primero, segundo,etc.. versales Arial Bold.
Para las fechas, nº de orden Cargo, etc... c.b. Arial Bold.
El cuerpo del texto ha de ser el mismo en todo el anuncio y su tamaño en pt. dependerá del espacio que se disponga.

carteles

GENERAL

GENERAL

SUBMARCA

CON ORGANISMO NO ADSCRITO

En los carteles, la Marca Institucional de la **Comunidad de Madrid** podrá ir en sus VERSIONES A y B utilizando la versión positiva para fondos claros o negativa para fondos oscuros, pero en cualquiera de los casos la Marca ha de ser muy visible.

Si el cartel lo realiza un departamento de la **Comunidad de Madrid** con marca propia, esta marca irá asociada al titular de portada, incluyendo la marca de la **Comunidad de Madrid** en la parte inferior.

En caso de coeditar la publicación con otro organismo público o privado no adscrito a la **Comunidad de Madrid**, la Marca de la **Comunidad de Madrid** cerrará el anuncio.

anuncio revista

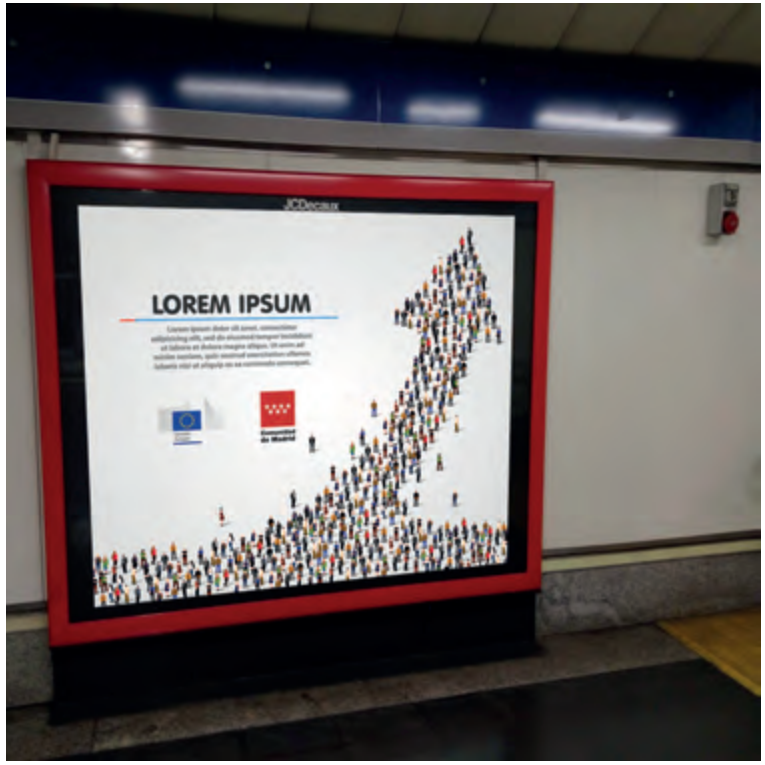
En los anuncios en prensa escrita, la Marca de la **Comunidad de Madrid** ha de ir obligatoriamente en la parte inferior derecha cerrando el anuncio.

mupis
y marquesinas

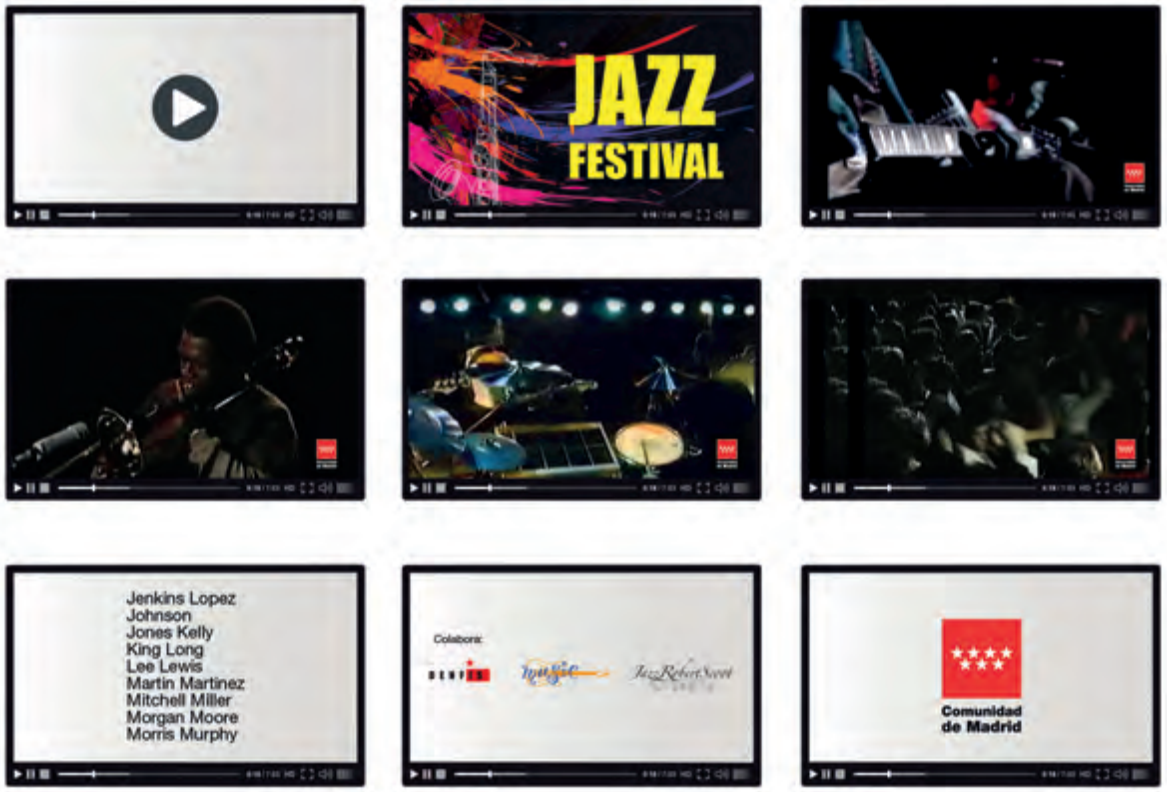
En los casos de los mupis y marquesinas, la Marca de la **Comunidad de Madrid** ha de ir obligatoriamente en la parte superior del anuncio.

vallas

En la vallas publicitarias, la Marca de la **Comunidad de Madrid** podrá situarse en la parte superior o inferior del cartel, según las necesidades del diseño, pero en cualquiera caso la Marca ha de ser muy visible.



vídeos



En cualquier tipo de grabación, ya publicitaria, ya promocional de la **Comunidad de Madrid**, los créditos aparecerán una vez finalizada la animación. Obligatoriamente cerrará con la Marca de la **Comunidad de Madrid** en positivo o negativo.

Como “mosca” se utilizará la Marca General de la **Comunidad de Madrid** o el Símbolo.

En casos especiales que por su contenido no pueda finalizar con la Marca, será necesario el visto buenodel departamento de Diseño de la DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

traseras, enaras,...

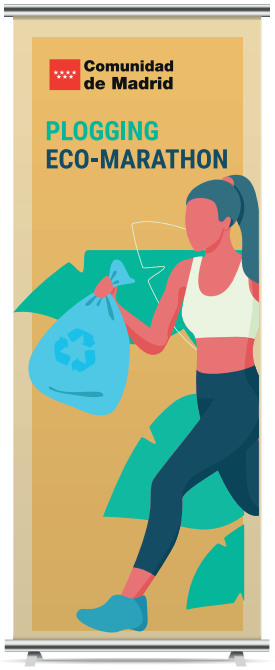
TRASERA ANCLADA AL SUELO

TRASERA SUJETA A LA PARED CON MESA DE PONENETES

La Marca de la **Comunidad de Madrid** en las traseras ha de situarse a una altura de 170cm. aproximadamente y ser bien visible.

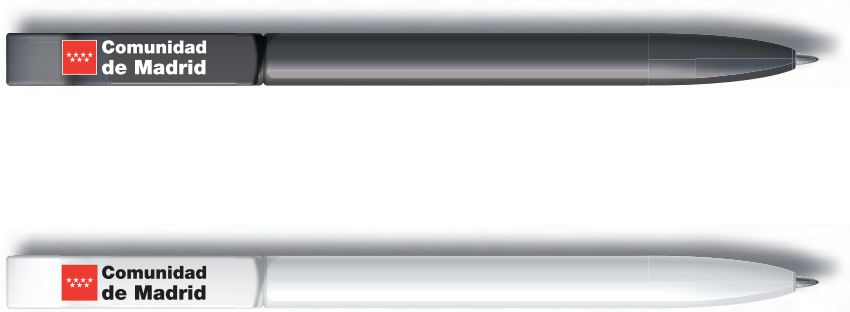
En el caso de las Enaras, la Marca ha de estar situada en la parte superior. Como norma general, toda información de la mitad hacia abajo de este tipo de soportes, pierde visiblidad, cuando estas están situadas sobre el suelo.

ENARA O ROLL UPS



promoción
merchandising

Aplicación de la Marca de la **Comunidad de Madrid** a elementos de promoción.



señaletica

versión 01_2019

introducción

Este manual es una guía que proporciona información, instrucciones y ejemplos que sirven de referencia a las necesidades que, en la práctica, pueden plantearse al afrontar un proyecto de señalización.

La línea de trabajo prioritaria en el desarrollo de este apartado ha sido buscar la máxima legibilidad y visibilidad, apoyándose en el uso corporativo del color y el empleo de un tamaño adecuado en la tipografía.

Es importante considerar que para conseguir una buena señalización, que comporte resultados efectivos, además de ofrecer una información adecuada en las señales, tenemos que lograr una correcta ubicación.

Atendiendo a los diversos tipos de señales por sus características y en virtud del lugar de emplazamiento e información que proporcionan, cabe establecer dos grandes bloques, que llamaremos:

Direccionales Señales en recorrido. Se subdivide en:
- **Exteriores**
- **Interiores** de edificios (Directorios de planta)...

Posicionales Situadas en el enclave. Se subdivide en:
- **Exteriores** de ubicación de zonas (topónimos) o de edificios. Acceso a edificios. Información...
- **Interiores** de edificios (Directorios. Ubicación de dependencias)...

Las señales de emergencia (salidas, extintores, cuadros contra incendios, alarmas, etc.) de los edificios no se recogen en este manual por hallarse sometidos a una normativa propia. Su aplicación deberá ajustarse a la normativa vigente

Las normas que aparecen en este manual para el área de señalización representan, como hemos dicho, la base sobre la que desarrollar los diferentes proyectos que se presenten. Por esta razón aconsejamos que a la hora de enfrentarnos a un problema de señalización nos asesoremos por personal especializado que nos ayude a definir las dimensiones, soportes y ubicaciones más adecuadas, accesibilidad, supresión de barreras arquitectónicas, etc. Atendiendo a las limitaciones que puedan surgir por las características espaciales y particulares de los lugares que se pretenden señalizar y que pueden condicionar los proyectos.

elementos visuales

Cromatismo

Siguiendo el cromatismo asociado a la Marca de la **Comunidad de Madrid**, usaremos el color rojo **(RAL 3024)** y negro **(RAL 5004)**.

RAL:
3024

RAL:
5004

Tipografía

Será utilizada la denominada tipografía corporativa Arial, en su versión **Arial Regular**.

ABCDEFGH
IJKLMNÑOPQ
RSTUVXYZ

abcdefghijklm
nñopqrstuvxyz

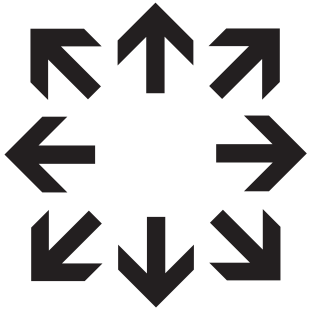
1234567890

Flechas

Las “Flechas” deben ir colocadas en un lateral del texto (en el lado al que direcciona), tanto a la izquierda como a la derecha, e indicando hacia los laterales, arriba o abajo, funcionando como señales indicativas del camino a seguir.

Según la inclinación de su eje, pueden presentarse en horizontal, vertical o en ángulo de 45°, conforme a la dirección que indican mostrando los cuatro sentidos: derecha, izquierda, arriba y abajo.

El icono de flecha utilizado corresponde al pictograma del sistema AIGA.



Pictogramas

Los pictogramas utilizados han de ser sintéticos y expresivos, de manera que sean comprendidos fácilmente por el público. Por ello el sistema de pictogramas propuesto es el del AIGA de dominio público y refrendados por los profesionales del sector.

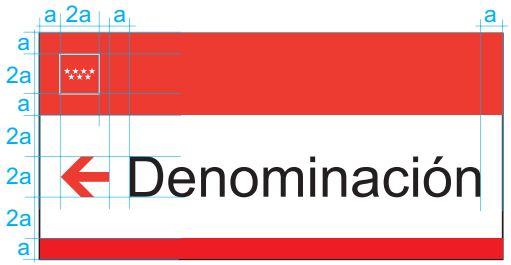
Si el pictograma cumple su función correctamente debe de llegar a sustituir a la expresión tipográfica. Por esta razón como norma general los pictogramas no van acompañados de texto.

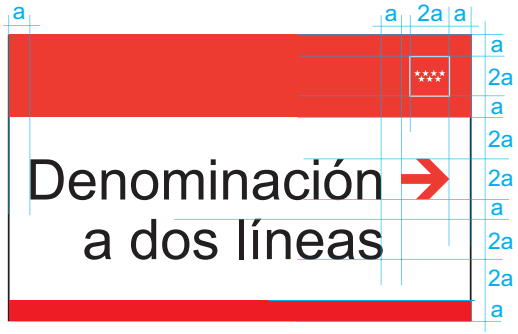
direccionales
(exterior)

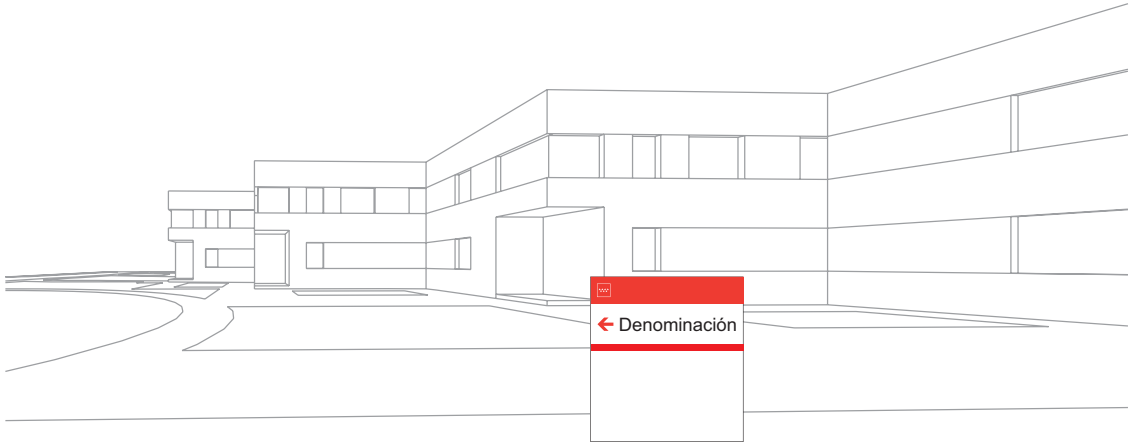
Las señales direccionales son las que marcan el recorrido que se debe seguirse para llegar a diferentes zonas. Deben situarse en lugares estratégicos para que faciliten y den continuidad al recorrido, ya que generalmente serán necesarias varias señales para marcar el camino hacia el lugar indicado.

La flecha se situará en un lateral del texto del que son indicativas, a la derecha o a la izquierda, pero siempre en el lado hacia el que señalen e irán alineadas al símbolo de la **Comunidad de Madrid**.

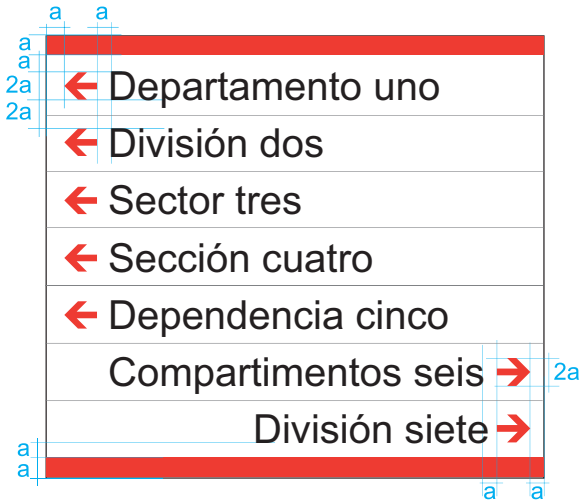
En cuanto a la utilización de materiales, tratándose de señales situadas al aire libre y sujetas a las inclemencias ambientales, se recomienda que dichos materiales sean los idóneos para resistir las agresiones de los cambios climáticos. Su elección será realizada por técnicos cualificados (arquitectos, urbanistas, diseñadores, etc.) con el propósito de que tanto el soporte como los materiales de impresión posean las características más aconsejables para su conservación y larga duración y, siempre que sea posible, este tipo de señales serán retroiluminadas, con el objetivo de lograr una correcta visión nocturna.

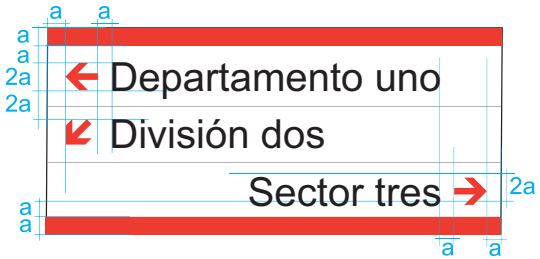






direccionales
(interiores)



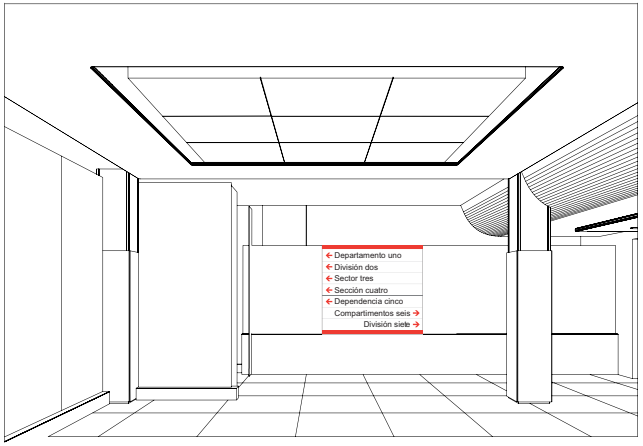


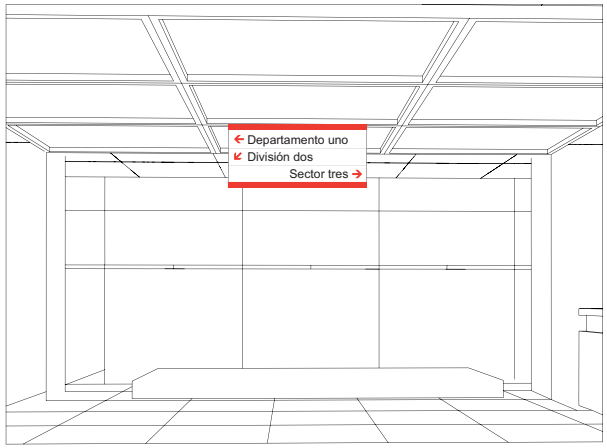
Las flechas que se utilizan en este tipo de señales, según la inclinación de su eje, pueden presentarse en horizontal, vertical o en ángulo de 45°.

En cualquier señal se situarán las flechas en un lateral del texto del que son indicativas, a la derecha o a la izquierda, pero siempre en el lado hacia el que señalan. Cuando se presenten varias flechas iguales deben ir en bloque, en un mismo margen.

Los textos se situarán alineados, a derecha o izquierda, según sus flechas correspondientes.

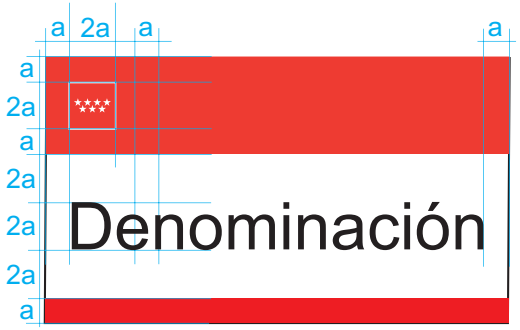
Recomendamos para la orientación de las personas con discapacidad visual, el uso del denominado “suelo o huella táctil”.

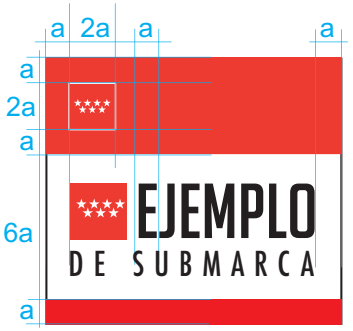


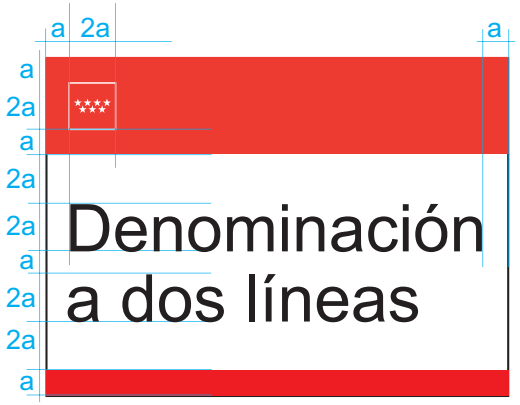


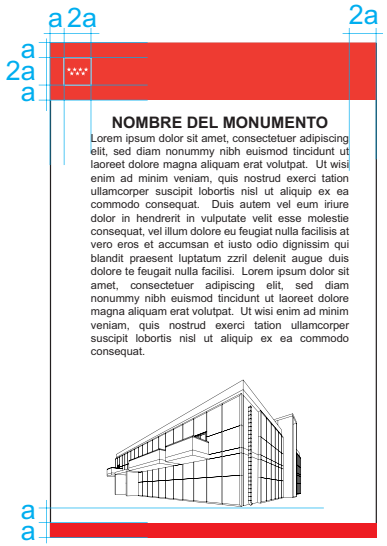
posicionales
(exterior 1)

Este tipo de señal esta ubicada en el propio enclave, que puede ser un edificio, su acceso, incluso un accidente geográfico, etc..

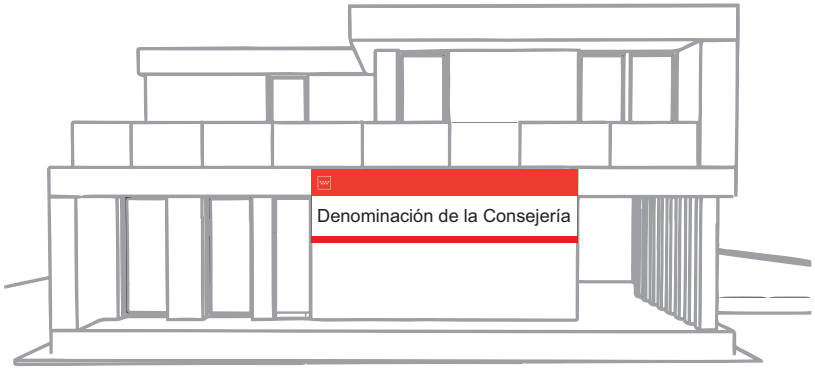








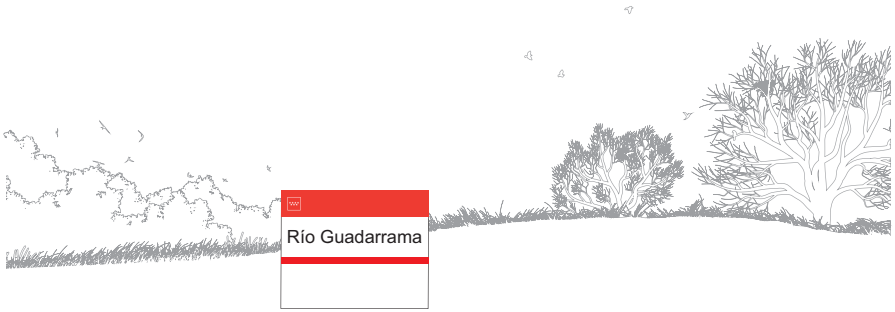
posicionales
(exterior 2)



IDENTIFICACIÓN DE EDIFICIO

ACCESO A OFICINAS

MONOLITO INFORMATIVO DE MONUMENTO



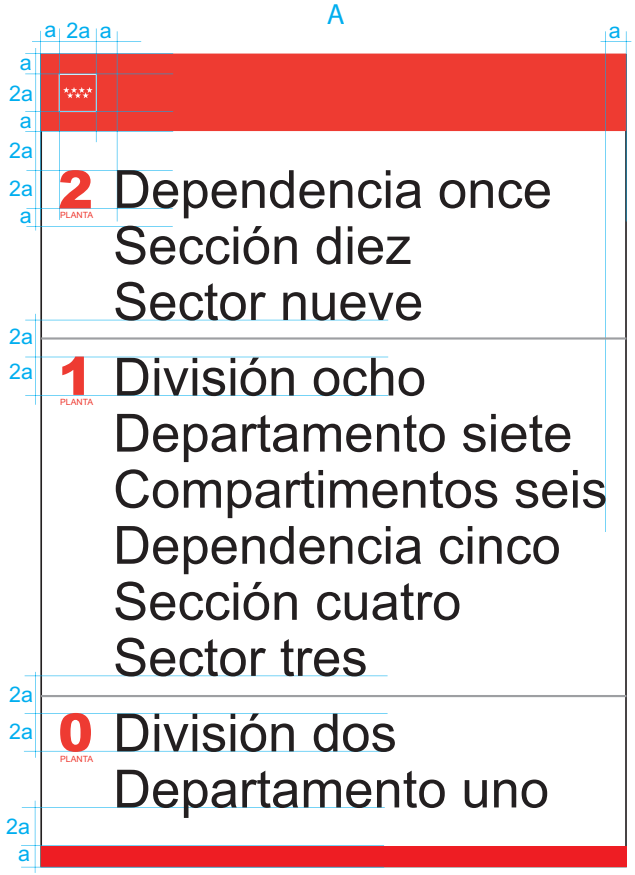
ACCIDENTE GEOGRÁFICO

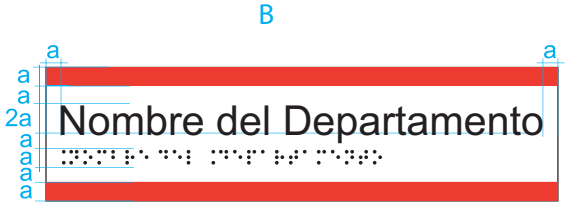
posicionales
(interior 1)

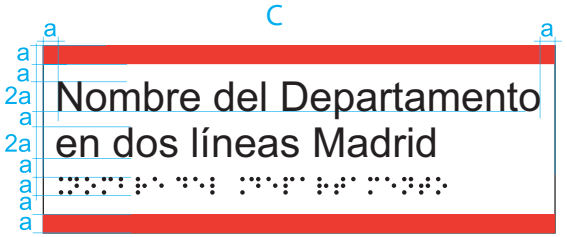
Ubicadas en el interior de los edificios, suelen estar situadas en vestíbulos como directorios, indicando los distintos departamentos de cada planta, o en las puertas identificando el departamento o servicio.

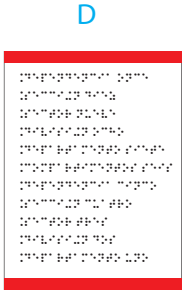
En los directorios, al ser más grandes por los general y estar situados a una altura considerable, se ha de incorporar una pequeña señal (D) al lado para las personas con discapacidad visual. En los casos de identificación de estancias, el texto en braille irá en la misma señal. Solo en los casos de señales perpenticulares a la pared, no se incorpora el texto en braille.

Recomendamos para la señalética del interior de los edificios el uso modular de las señales, siempre que sea posible, por su flexibilidad y adaptación, puesto que permitirá cambios a futuro.



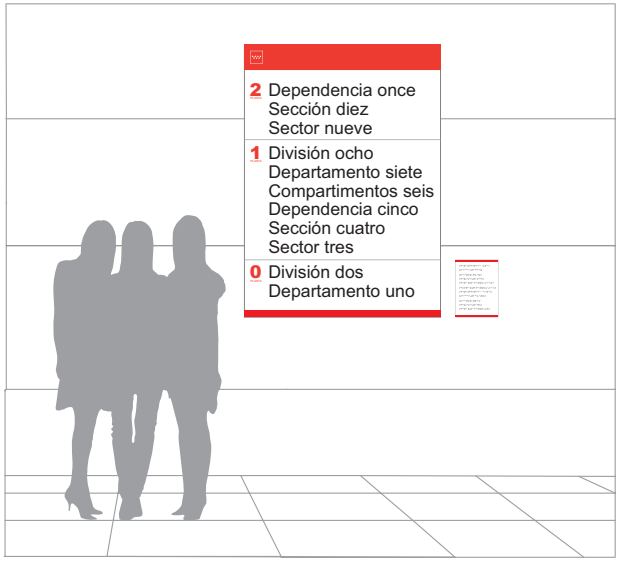




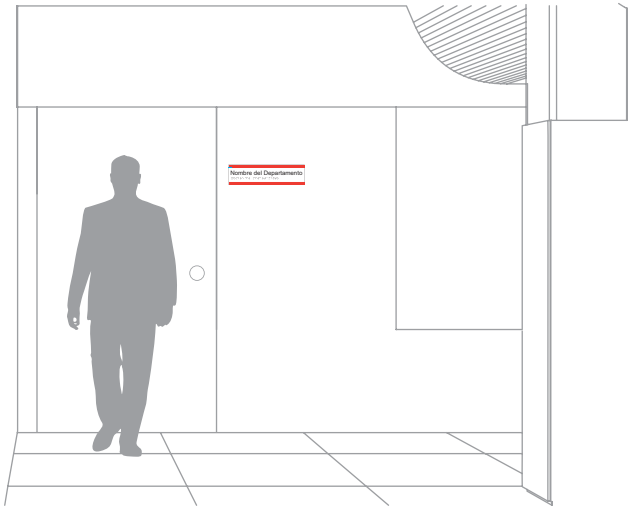


posicionales
(interior 2)

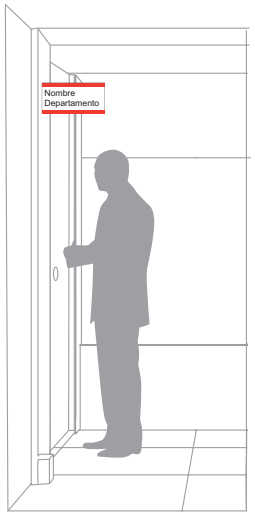
DIRECTORIO DE PLANTAS



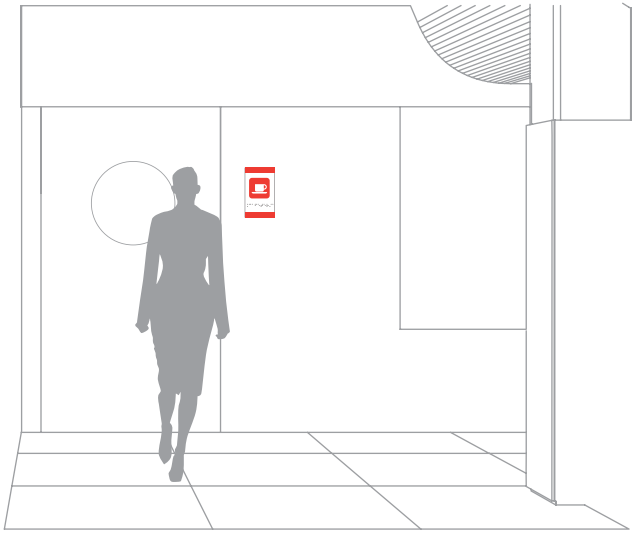
SEÑAL DE PARED



SEÑAL PERPENTICULAR O EN BANDEROLA

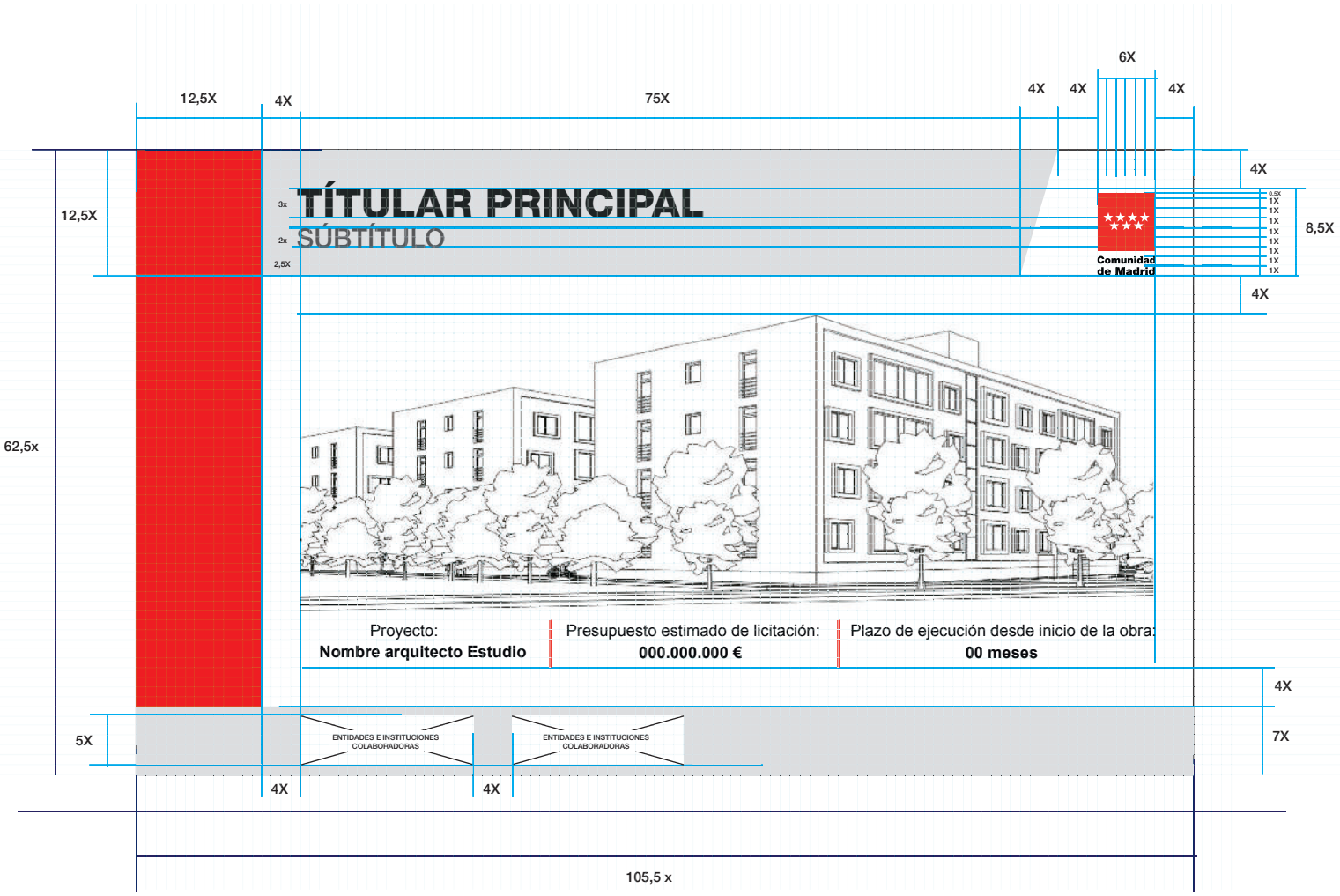


SEÑAL CON ICONO



valla informativa

Este tipo de valla será empleada por la Comunidad de Madrid como soporte para informar a los ciudadanos de obras, acondicionamientos, remodelaciones, etc... que pueda realizar, así como reflejar lugares, zonas, monumentos, etc...



RETÍCULA

El valor x será una estrella que conforma el imagotipo

COLORES PRINCIPALES

Franja izquierda vertical	C 0% M 100% Y 100% K 0%
Texto titular principal	100% NEGRO
Franja superior e inferior	15% NEGRO

FUENTES TIPOGRÁFICAS

Título: ARIAL BLACK

Datos: ARIAL REGULAR Y BLACK