

I. COMUNIDAD AUTÓNOMA

3. OTRAS DISPOSICIONES

Consejería de Educación, Formación y Empleo

8522 Orden de 18 de mayo de 2011, de la Consejería de Educación, Formación y Empleo por la que se establece el logotipo de formación profesional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y se regula su uso.

La ordenación de un sistema integral de Formación Profesional, cualificaciones y acreditación queda recogido como premisa fundamental en la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional.

El Plan del Sistema Integrado de Formación Profesional de la Región de Murcia 2010-2013 establece como objetivo general del Plan "Consolidar un Sistema Integral de Formación Profesional, de calidad e innovador, fruto del diálogo social, que contribuya a la cualificación inicial y permanente del capital humano a través de las distintas modalidades de formación, y a la puesta en valor de esa cualificación mediante la acreditación de las competencias profesionales, con el fin de promover, favorecer y facilitar el desarrollo profesional y social de las personas, su empleabilidad, y la competitividad y productividad de las empresas, utilizando para ello los adecuados instrumentos de información y orientación laboral.

El Decreto 318/2009, de 2 de octubre del Consejo de Gobierno, por el que se establecen los Órganos Directivos de la Consejería de Educación, Formación y Empleo establece por primera vez, y en consonancia con lo anteriormente expuesto, la integración en un único departamento las competencias de Formación Profesional del sistema educativo y para el empleo.

Si bien existe una imagen propia de la formación profesional específica, actualmente denominada "del sistema educativo" (regulada por Orden de 28 de junio de 2006, de la Consejería de Educación y Cultura, por la que se crea el logotipo de formación profesional específica de la Región de Murcia y se regula su uso) así como de la formación profesional para el empleo (según Orden de 20 de diciembre de 2002, de la Consejería de Trabajo y Política Social, por la que se crea y regula el uso del Logotipo del Servicio Regional de Empleo y Formación), no existe hasta ahora una imagen unificada, integrada, y por tanto, no diferenciada de los dos sistemas de Formación Profesional existentes.

Por todo lo anterior, en virtud de la competencia atribuida por el artículo 16.2.d) de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia,

Dispongo

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

1. La presente orden tiene por objeto la creación del logotipo de Formación Profesional en la Región de Murcia y su uso dentro del ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, conforme a lo dispuesto en el Anexo Técnico a esta Orden.

2. Se podrá utilizar el logotipo de Formación Profesional en todo documento que contenga actos administrativos, incluidos los actos de mero trámite, en bienes, en informaciones, publicaciones, folletos, anuncios en prensa, impresos, diplomas, títulos u otro tipo de expresión en cualquier soporte, incluidos los audiovisuales o telemáticos, así como señalizaciones, rótulos y carteles de carácter informativo o publicitario y, en todo caso, siempre que la Dirección General de Formación Profesional y Educación de Personas Adultas lo estime conveniente.

3. El logotipo de Formación Profesional podrá aparecer junto al del Servicio Regional de Empleo y Formación en las actuaciones de formación profesional en que intervenga ese Organismo Autónomo.

Artículo 2. Uso.

1. La utilización del logotipo será exclusiva de la Administración Regional.

No obstante se podrá determinar el uso potestativo u obligatorio del logotipo por otros organismos, entidades y particulares, para actividades en materia de Formación Profesional en las que intervenga, colabore o participe la Administración Regional.

2. Podrá ser utilizado por todos los centros que impartan enseñanzas de Formación Profesional sostenidas con fondos públicos.

3. La Dirección General de Formación Profesional y Educación de Personas Adultas podrá autorizar la reproducción del logotipo previa solicitud por escrito del interesado, a la que deberá acompañarse una memoria justificativa del uso que se quiere dar al mismo.

La autorización para el uso del logotipo de Formación Profesional establecerá las condiciones a las que deberá ajustarse el mismo sin que, en ningún caso, puedan introducirse alteraciones en su reproducción.

4. El logotipo de Formación Profesional objeto de esta Orden no podrá utilizarse en supuestos o términos distintos de los contemplados en la presente Orden.

Disposición derogatoria única.

Queda derogada la Orden de 28 de junio de 2006, de la Consejería de Educación y Cultura, por la que se crea el logotipo de formación profesional específica de la Región de Murcia y se regula su uso, así como cuantas disposiciones de igual o inferior rango resulten incompatibles con la presente Orden.

Disposición final única.

La presente orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Región de Murcia.

En Murcia, 18 de mayo de 2011.—El Consejero de Educación, Formación y Empleo, Constantino Sotoca Carrascosa.

ANEXO TÉCNICO

Manual de Identidad Corporativa

Formación Profesional



Manual de Identidad Corporativa



Índice de contenidos

Identidad visual	01. Imagen Corporativa e Identidad Visual
	02. Connotación: Conceptos que conforman la marca
	03. El símbolo
	04. Logotipo
	05. Tipografía corporativa
	06. Construcción y tamaño mínimo
	07. Colores corporativos
	08. Aplicación sobre fondos a color

01. Imagen Corporativa e Identidad Visual



La **Imagen Corporativa** es la representación que los públicos tienen de una corporación, entendiendo por ésta cualquier empresa u organización que ofrece productos o servicios a un público.

El cuidado de esta imagen es esencial, ya que *"no basta con hacer las cosas bien si no comunicamos eficazmente este hecho"*.

Para este fin contamos con la **Identidad Visual**, un conjunto de elementos gráficos que encabezados por el logotipo generan una imagen de marca, definiendo el carácter de una institución, empresa o asociación.

Una identidad Visual bien concebida es esencial para generar una imagen corporativa clara y definida, que dote a la entidad de una personalidad propia, mejorando la comunicación con sus públicos.

Esta Identidad Visual se crea a partir de un planteamiento conceptual que nos llevará a la creación de la imagen de marca (o corporativa) a través de formas, tipografías, colores.

02. Connotación: Conceptos que conforman la marca



Nos hemos centrado en diferentes conceptos que harán de puente entre la marca y sus públicos estableciendo vínculos entre estos y mejorando el proceso de comunicación.

Rigor:

Propiedad y precisión (RAE). Una característica exigida a cualquier institución pública. Símbolo de crecimiento y progreso, adjetivos estos de gran importancia en cualquier labor de carácter formativa.

Modernidad:

Nuestro estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir el proyecto, la promesa que hacemos a cada una de nuestras audiencias. Para ello hacemos uso de una estética fresca, ágil, sencilla, compacta y moderna.



03. El símbolo



El símbolo que acompaña al logotipo se compone de dos elementos, por un lado las iniciales de la marca a la cual se hace referencia, y por otro, una esfera.

Las letras que componen este símbolo se caracterizan por ser sólidas, lo cual sugiere firmeza y seriedad; y por estar inclinadas, aspecto que indica progreso y avance.

La esfera recoge en su interior un símbolo direccional ascendente que indica avance y progreso. Esta característica es fundamental cuando de lo que se trata es de representar la adquisición de unos conocimientos que permitan un rápido crecimiento en el mundo laboral.

La flecha asimétrica como valor simbólico indica dirección ascendente y de futuro. La forma esférica aporta solidez y tridimensionalidad al símbolo.

Este símbolo podrá funcionar sólo cuando no sea posible la reproducción del logotipo.



04. El logotipo



El logotipo es la visualización gráfica del sonido.
Logo = Tipografía/Texto

El logotipo ofrece una imagen moderna, seria, elegante y sobria, propiedades que le son otorgadas debido a su color azul. Este color refuerza al conjunto de la marca, uniéndose con la viveza y poder del verde.

La tipografía es de palo seco, y su combinación de estilos en el logotipo forman un conjunto sólido y moderno que refuerzan el conjunto de la marca.

Formación **Profesional**

05. Tipografía corporativa



Fuente catalogada en el grupo de las Sans serif, creada por el diseñador suizo Adrian Frutiger.

La familia Frutiger está compuesta por numerosos tipos, pero se van a utilizar dos para el logotipo, la LT Std 55 Roman y la Lt Std 65 Bold.

Ambas versiones combinan perfectamente en el conjunto que forma el logotipo.

Dicha tipografía debe emplearse en el desarrollo de la papelería corporativa, para soportes publicitarios y en los elementos principales.

Se eligió esta tipografía por su claridad, modernidad y sobretodo por su buena legibilidad.

Frutiger LT Std 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Frutiger LT Std 65 Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

06. Construcción y tamaño mínimo



Construcción de la marca.

Aquí se muestra la marca en su conjunto y el método que se ha utilizado para su construcción, respetando unas proporciones óptimas para su mejor interpretación, de esta manera, se genera un conjunto sólido y firme.

Área de respeto.

Es la zona ficticia que recoge la marca y en la que no debe introducirse ningún elemento. En la imagen corresponde a la línea que delimita dicho área.

Tamaño mínimo.

Es el tamaño más pequeño permitido al que puede reproducirse la marca. De esta manera se evita que pueda ser mal reproducida, siendo ilegible o mal interpretada.

Se ha establecido un tamaño mínimo para la marca principal, y otro para el símbolo. Este último se utiliza cuando no es posible la reproducción del conjunto de la marca.

Construcción de la marca



Tamaño mínimo



07. Colores corporativos



Los colores elegidos han tratado de crear una marca fresca, ágil, joven y moderna, pero que la doten al mismo tiempo de seriedad y formalidad.

PANTONE 548 C

Azul como gama cromática: aporta a la marca seriedad, elegancia y sobriedad.

PANTONE 375 C

Verde como gama cromática: infiere a la marca poder, viveza y esperanza para apoyar el logotipo.



Pantone 375 C
RGB: 146, 212, 0
CMYK: 48, 0, 94, 0
HTML: 92D400

Pantone 548 C
RGB: 0, 66, 80
CMYK: 100, 21, 28, 78
HTML: 004250

08. Aplicación sobre fondos a color



Aquí se muestra la aplicación de cada una de las variaciones de la marca cuando funcionan sobre fondo de color, ya sea la marca principal sobre sus colores corporativos, o la marca a una sola tinta, sobre diferentes fondos de color.

Marca principal a dos tintas sobre fondos a color.



Pantone 375 C



Pantone 548 C

Marca principal a una tinta sobre fondos a color.



Blanco



Negro



70% Negro



Pantone 375 C