



NORMAS BÁSICAS DE IDENTIDAD CORPORATIVA DEL CENTRO ASOCIADO DE LA UNED DE MADRID (CAMA)

Julio de 2015

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La identidad corporativa es una faceta esencial de cualquier organización moderna por la que ésta proyecta en la sociedad –a través de una imagen y/o eslogan– su misión y sus valores. La identidad corporativa es parte de la cultura de una organización, y debe entenderse como un sello de compromiso hacia los clientes externos, un valor añadido que transmite eficacia y uniformidad. No en vano, suele afirmarse que una organización sin identidad corporativa, o con una identidad dispersa, puede generar en sus clientes sensaciones confusas alejadas de los estándares de coherencia y calidad que se deben perseguir.

Las directrices externas por las que se rige la implantación del Plan de Calidad del Centro Asociado de Madrid contemplan la aplicación y vigilancia de unas normas que regulen la identidad corporativa de nuestra Institución. Aunque el Centro Asociado de Madrid, tal como dispone su Convenio actual y el ROFCA, opera descentralizadamente mediante sedes distribuidas en distintos municipios con objeto de facilitar la atención al estudiante, no se debe olvidar que **desde el punto de vista organizativo es una entidad única**. Por esta razón, todas sus dependencias y unidades operativas deben aplicar una identidad corporativa visual común ante todos nuestros clientes, actuales y potenciales: estudiantes, ciudadanos, instituciones, organizaciones, empresas, proveedores, etc. En nuestro caso, debemos tener en cuenta además que, en la Comunidad Autónoma de Madrid, operan otros centros asociados de la UNED, con sus propios rasgos visuales definitorios, muy semejantes a los nuestros, debiendo evitar en todo momento potenciales confusiones.

En consecuencia, a tenor de lo expuesto, se establecen las siguientes normas básicas que deberán observarse en lo concerniente al uso del único logotipo oficial, acrónimos, pie de firma en correos electrónicos, cabecera y pie de página en papelería, dominios de Internet y redes sociales.

ÁMBITO DE APLICACIÓN

Las instrucciones recogidas en este documento afectan a **toda la comunidad del Centro Asociado de Madrid**, personal y unidades administrativas o funcionales, tales como Dirección, Gerencia, Secretaría General, Subdirecciones, Centros de Zona, Secretarías, Bibliotecas, COIE, CUID, proveedores de servicios, así como cualesquiera otras que puedan erigirse en el futuro.



Las normas expuestas se observarán en:

- cualquier tipo de documento, impreso o electrónico, tales como escritos, notas informativas, avisos, correos electrónicos, cartelería, folletos, publicaciones, títulos formativos propios, web, etc.
- actividades de promoción, actos institucionales.
- zonas o elementos de las diversas dependencias del Centro Asociado de Madrid en los que sea preciso identificar cargos y/o dependencias (señalética).

LOGOTIPO OFICIAL DEL CENTRO ASOCIADO DE MADRID

Por acuerdo de Consejo de Gobierno de la Universidad, el único logotipo oficial del Centro Asociado de Madrid es el que incluye la denominación *UNED-Madrid* (Manual Básico de Identidad Corporativa para Centros Asociados, 2007). Es el que se muestra a continuación:



Este logotipo es el símbolo de nuestra Institución, por lo que **deberá necesariamente ser reproducido tal como fue diseñado, sin alteraciones de ningún tipo, siendo el único que deberá ser utilizado.**

Se evitarán, a toda costa, los siguientes usos incorrectos, entre otros:

- Alterar el texto que incorpora, eliminarlo, sustituirlo o insertar contenidos añadidos (p. ej., nombres de centros de zona, bibliotecas, dependencias, etc.).
- Alterar su forma y sus proporciones o relación de aspecto.
- Modificar su color (verde pantone 343; RGB 0 83 62; Hex #00533F) y/o aplicar efectos visuales o fotográficos que lo distorsionen, salvo el uso de la versión en escala de grises para impresión en b/n. La versión perfilada del logotipo sólo se utilizará cuando se use sobre un fondo de color sobre el que no contraste lo suficiente.
- Coexistir con otros logotipos o símbolos, salvo que la inclusión venga obligada por la existencia de actividades de colaboración, contratos o convenios con terceras partes ajenas al Centro Asociado de Madrid.

ACRÓNIMO

El acrónimo del Centro Asociado de Madrid es CAMA (utilizándose siempre en género masculino).

FIRMAS EN CORREOS ELECTRÓNICOS

Con vistas a unificar al máximo la identidad corporativa en la comunicación, las firmas de los correos electrónicos se ceñirán a los ítems que se recogen en el ANEXO I, sustituyendo los elementos en <color rojo>.

PAPELERÍA

La disposición de los elementos de papelería debe ceñirse a la establecida por la UNED. El CAMA dispone de una plantilla genérica sobre la que se sustituirán los campos resaltados en <color rojo>, siguiendo las indicaciones que allí aparecen. Para sobres u otro tipo de papelería deberá consultarse a la Secretaría General.

TIPOGRAFÍA

La tipografía oficial de la UNED es Fontana Semibold. En su ausencia, se utilizará una tipografía de la familia Arial, Helvética, Sans-serif o semejantes (Tahoma, Calibri), en las que predominen los rasgos rectos que faciliten la lectura e impresión.

DOMINIO DEL CENTRO ASOCIADO (URL Web)

El dominio oficial del Centro Asociado de Madrid que deberá reseñarse es:

www.unedmadrid.es

Por cuestiones de posicionamiento en buscadores, esta URL es la única que deberá figurar, evitando el uso de URL dirigidas a subpáginas específicas de la web (bibliotecas, centros de zona, COIE, CUID, etc.).



REDES SOCIALES

La única cuenta oficial de Twitter para reseñar debe ser:

@UNEDMadrid

CARTELERÍA (uso de códigos QR e imágenes)

Con objeto de facilitar la recogida de datos mediante dispositivos móviles (smartphones, tabletas), todo documento impreso que promocióne actividades del CAMA deberá necesariamente incorporar un *código QR* que facilite la recogida de los principales datos (URL si existe, correo electrónico de contacto, direcciones, teléfonos, etc.). La información recogida en este código QR deberá siempre adaptarse a las normas expuestas en el presente documento.

Respecto a las imágenes incorporadas en papelería o web, éstas deberán ser propiedad del CAMA o, en su defecto, estar libres de derechos, debiéndose observar con especial atención esta particularidad ante potenciales infracciones de la normativa sobre propiedad intelectual y derecho al honor, intimidad e imagen personal.



ANEXO I

Plantilla de firma para incluir en correos electrónicos

Deberán sustituirse los campos en < rojo > con los datos apropiados:

<Nombre y Apellidos del responsable del escrito>
<Unidad Administrativa o cargo>
<Centro de Zona o unidad administrativa, si procede>
Centro Asociado de la UNED de Madrid
<Calle, número>
<Código postal-población>
<Teléfono>

www.madrid.uned.es

twitter: @UNEDMadrid



AVISO LEGAL.- Su dirección de correo electrónico, y cualquier otro dato personal que nos facilite, constan en un fichero de titularidad del Centro Asociado de la UNED de Madrid, ante el cual podrá ejercer los derechos que le confiere la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (LOPD). Para ello deberá enviar una solicitud por escrito, adjuntando fotocopia de su DNI, dirigida a la Secretaría General del Centro Asociado de la UNED de Madrid, C/ Tribulete 14 (3ª planta), 28012-Madrid (España).

Este mensaje y los ficheros adjuntos que le acompañan pueden contener información confidencial que no puede ser difundida. Si usted no es el destinatario indicado, queda advertido de que la utilización, divulgación o copia sin autorización está prohibida en virtud de la legislación vigente. Si usted ha recibido este correo por error, tenga la amabilidad de eliminarlo de su sistema y avisar inmediatamente al remitente mediante reenvío a su dirección electrónica.