

1. Elementos básicos de identificación visual

1.01. Identificador principal: la logomarca	10
1.02. Construcción de la logomarca	11
1.03. Tamaño mínimo. Área de respeto	12
1.04. Posición	13
1.05. Colores corporativos	15
1.06. Tipografía corporativa	17
Tipografía compatible	18
1.07. La logomarca sobre fondo de color	19
La logomarca a una tinta	20
La logomarca en negativo	21
1.08. Identificación de los departamentos	22
Tamaño mínimo	23

1.01. Identificador principal: la logomarca

La dignidad de la imagen del Gobierno de Aragón requiere una representación gráfica definida y una aplicación normalizada y sistemática de la misma.

La logomarca corporativa consta de un símbolo, la bandera en movimiento, y un logotipo, la denominación Gobierno de Aragón.

En sus aplicaciones se utilizará la versión horizontal, salvo en las situaciones excepcionales en que lo hagan imposible las características físicas del soporte (p.e. el lomo de un libro). En estos casos se utilizará la versión vertical. En ésta no se incluirá en ningún caso la denominación de departamento.

Construcción horizontal



Construcción vertical



1.02. Construcción de la logomarca

La logomarca, apaisada, que integra símbolo y logotipo, es el identificador principal.

En el ejemplo gráfico podemos ver las claves de su construcción.

El símbolo, que representa la bandera de Aragón en movimiento, ocupa la figura de un cuadrado. La longitud de su lado determinará la altura que ocupará el logotipo (la denominación Gobierno de Aragón compuesta en dos líneas, justificada a la izquierda, en la tipografía* Corinthian Bold, caja alta, con unos rasgos peculiares: unión de la letra "R" con la "N" y la "A", y la coincidencia en el mismo eje vertical de los centros de las letras "O").



*Ver 1.06. Tipografía corporativa

1.03. Tamaño mínimo. Área de respeto

El soporte, la distancia de observación y la iluminación son variables que condicionan el tamaño, que nunca debe ser excesivo, pues ofrecería una imagen de inseguridad.

La logomarca, igual que las palabras en la escritura, precisa de unos espacios en blanco, para manifestar su identidad. Por eso estableceremos un área de respeto, cuyos límites vendrán determinados por una línea imaginaria tal como vemos en el gráfico.

Tamaño mínimo



La anchura de la logomarca apaisada no será menor de 25 milímetros, ni inferior a 12 en su versión vertical.

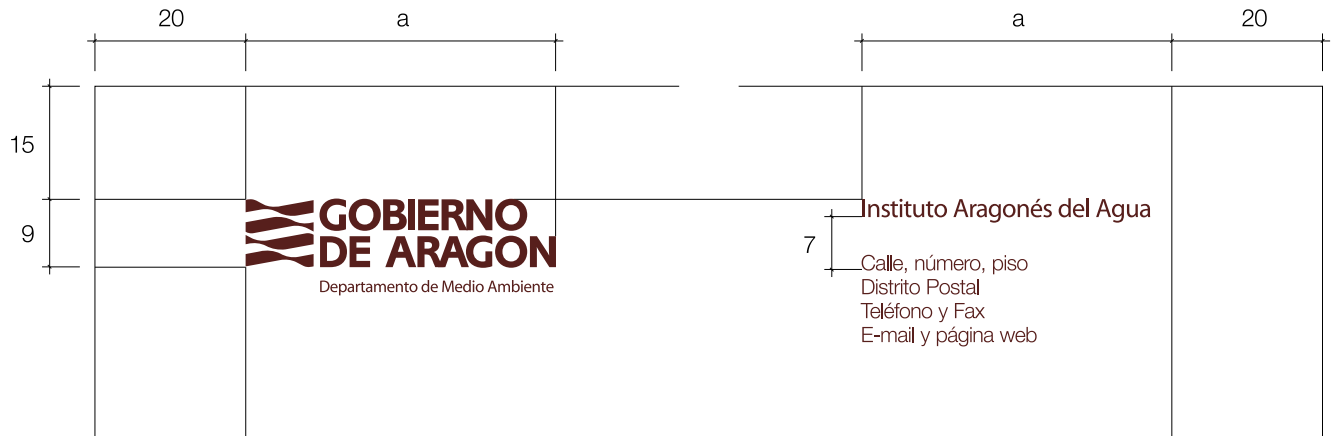
Área de respeto



1.04. Posición

El Gobierno de Aragón aparecerá en posición de emisión (parte superior izquierda de la página) o firma (parte inferior derecha), según el tipo de comunicación.

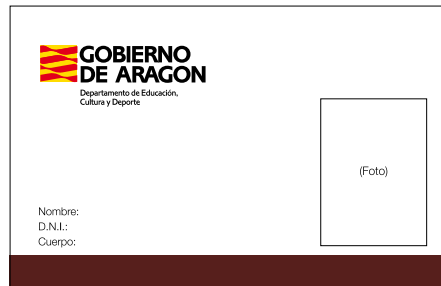
Modelo de carta



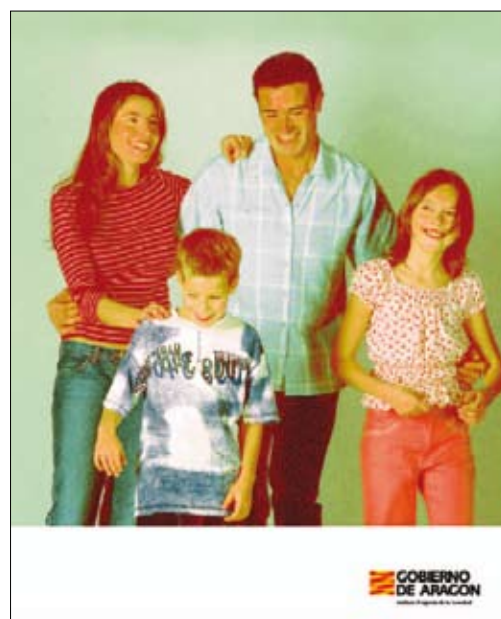
Página web



Carnet identificativo



Publicaciones



En publicidad informativa la logomarca Gobierno de Aragón aparecerá en posición de emisión y en las demás formas de publicidad, en posición de firma.



La Empresa Pública, Sociedad y Promoción del Turismo de Aragón, precisa contratar Técnico de Promoción para oficina de turismo y Técnico de Promoción para ferias y eventos.

> Misión

Realizarán funciones de atención al público, información turística y administrativas relacionadas con el puesto. En el primer caso el trabajo se desarrollará en la Oficina Principal en Zaragoza, mientras que el segundo exigirá asistencia a Ferias y eventos promocionales, nacionales e internacionales.

> Para ambos puestos

Preferentemente con titulación de Técnico en Turismo.
Se valorarán la experiencia en puestos similares, el dominio de idiomas (Inglés y Francés), y conocimientos administrativos.
Disponibilidad para viajar y carnet de conducir sólo para el puesto de Ferias y Eventos.

Interesados envíen su currículum y una foto reciente, indicando el puesto en el que están interesados/as a AYANET Recursos Humanos. c/ biarritz, 2-4, 50017 Zaragoza, Tel.: 976 30 04 78

Valla de publicidad exterior



1.05. Colores corporativos

Los colores corporativos son los correspondientes a la bandera de Aragón: el amarillo y el rojo; a los cuales complementa el color tierra. Los colores corporativos amarillo y rojo se utilizarán para la señalización de obras en sus versiones Pantone 116 y rojo Pantone 484 (ver página 94).



Cuatricromía

Magenta 10
Amarillo 100

RGB

Rojo 252
Verde 228

Pantone

109

RAL

1018



Cuatricromía

Magenta 100
Amarillo 100

RGB

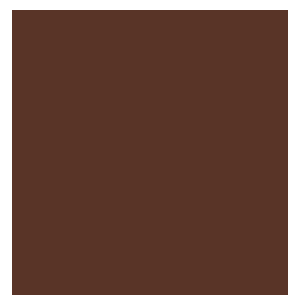
Rojo 210
Verde 35
Azul 51

Pantone

Red 032

RAL

3020



Cuatricromía

Cian 79
Magenta 94
Amarillo 100

RGB

Rojo 77
Verde 31
Azul 46

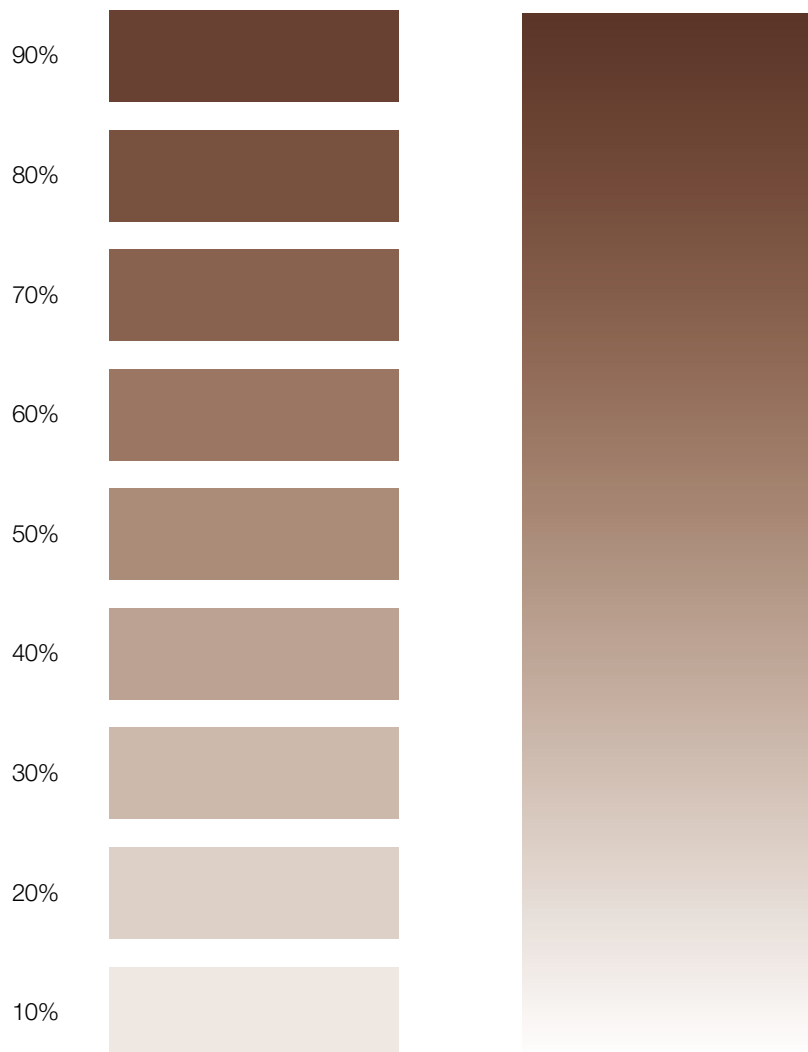
Pantone

504

RAL

3005

Para el color corporativo tierra se posibilita su uso en los diferentes porcentajes de saturación de color que se detallan.



1.06. Tipografía corporativa

Los caracteres tipográficos, con los que se compone el logotipo, las denominaciones de los departamentos y sus órganos, pertenecen a la familia Corinthian.

El logotipo se compone en Corinthian Bold, caja alta.

Los departamentos, en Corinthian Medium, caja baja.

Las direcciones generales, servicios y otros órganos, en Corinthian Light.

Corinthian Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Corinthian Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Corinthian Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Peculiaridades compositivas en el Logotipo

RN RA O O

Tipografía compatible

Tipografía compatible es aquella que convive con la corporativa en muy estrecha relación y de forma sistemática. Por ejemplo la que se precisa para componer la dirección en la papelería o en la señalización.

Helvetica Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvetica Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvetica Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Otras tipografías

¿Qué tipo de letra utilizar en un texto de un libro, folleto o anuncio publicitario? La respuesta: “el que mejor se adapte al contenido, al mensaje”.

No obstante, un consejo: “cuanto más limitemos nuestro repertorio tipográfico, más personalidad tendrán nuestras publicaciones”.

Una sugerencia:

Helvética o similar, para los textos breves.

Baskerville o similar, para los textos largos.

1.07. Logomarca sobre fondo de color

La logomarca podrá usarse en positivo o negativo según el fondo sobre el que se sitúe. Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



Un fondo blanco o muy claro permite aplicar la logomarca en colores corporativos sin ninguna consideración especial.



Un fondo amarillo no presenta ningún problema para aplicar la logomarca en colores corporativos con el logotipo en positivo, pero en estos casos similares el símbolo se ribeteará con una orla blanca, de grosor equivalente a la veintava parte del lado de su cuadrado.



La logomarca en color corporativo tierra al 100% de saturación de color, sobre fondo blanco.



La logomarca en color corporativo tierra al 100% de saturación de color, sobre fondo tramado al 20% del mismo color. Cuando el fondo no es blanco, para mejorar la percepción de la logomarca, el símbolo se ribeteará con una orla blanca de grosor equivalente a la veintava parte del lado de su cuadrado.

Logomarca a una tinta

En la versión a una tinta de la logomarca, el símbolo y el logotipo se reproducen al 100% de saturación de color. En el símbolo las cuatro barras siempre se reproducirán en positivo.

La versión a una tinta, salvo en el caso del color tierra, se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios de prensa...) así lo exijan o aconsejen. En estos casos la tinta es de color negro, pero puede ser cualquier otro color y el tratamiento de aplicación será el mismo que vemos en los ejemplos gráficos. Para versiones en negativo, consultar el capítulo correspondiente.



Sea la tinta negra, verde o de cualquier otro color que nos venga impuesto por la limitación de recursos o las circunstancias, la forma de aplicación será idéntica: 100% de color en el símbolo y en el logotipo.

Logomarca en negativo

Cuando el fondo sobre el que se aplique la logomarca sea tan oscuro que impida que se lea correctamente el logotipo en color negro, utilizaremos la logomarca en su versión en negativo.

La versión en negativo tiene como particularidad que el símbolo no cambia, siempre lo vemos en positivo. El logotipo sí, cambia de negro o color corporativo tierra a blanco.

Para mejorar la percepción de la logomarca, en estos casos, el símbolo se ribeteará con una orla blanca de grosor equivalente a la veintava parte del lado de su cuadrado.



La logomarca en colores corporativos.
Fondo 70% de negro.



La logomarca en colores corporativos.
Fondo negro.



La logomarca en color corporativo tierra.
Fondo 70% color corporativo tierra.



La logomarca en color corporativo tierra.
Fondo 100% color corporativo tierra.



La logomarca a una tinta: negro.
Fondo 70% de negro.



La logomarca a una tinta: negro.
Fondo negro.

1.08. Identificación de los departamentos. Tamaño mínimo

La identificación de los departamentos estará incorporada siempre en la logomarca Gobierno de Aragón.

En todos los casos, los textos no sobrepasarán la anchura del logotipo del Gobierno de Aragón, pudiendo utilizar tantas líneas como sean precisas, siempre justificadas a la izquierda.

El área de respeto de la logomarca del Gobierno de Aragón se amplía, en función de los elementos integrados.

La reducción al mínimo de la logomarca con departamento se establece en 30 milímetros de anchura.

Cuando se use en su versión vertical no se incluirá la denominación de ningún departamento.



Corinthian Medium, caja baja
Interletraje: -5
Interlineado = Cuerpo de letra
Justificado a la izquierda

Tamaño mínimo





En acciones que lleven a cabo dos o más departamentos, se usará la logomarca Gobierno de Aragón sin departamento.

Cuando se use en su versión vertical no se incluirá la denominación de ningún departamento.

Folleto

CONTENIDO

Presentación 2

LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

La Búsqueda de empleo 3

El proyecto profesional 3

Técnicas de búsqueda de empleo 4

El proceso de selección 5

Conclusiones 5

Cuestionario de evaluación sobre el conocimiento de técnicas activas de búsqueda de empleo 5

LA CARTA DE PRESENTACIÓN

Esquema general 6

La carta de presentación 6

Aspectos a considerar en la redacción y presentación 7

Estructura 7

Ejemplo de carta de autocandidatura 7

Ejemplo de carta de respuesta a un anuncio 8

EL CURRÍCULUM VITAE

El Currículum Vitae 9

Recomendaciones para la presentación 9

Tipos de currículum 9

Características de la presentación 10

Estructura y orden 10

Modelo de Currículum Vitae 12

Modelo de Currículum Vitae Europeo 14

TEST DE SELECCIÓN

Test de Selección 16

Grupos de pruebas laborales 16

LA ENTREVISTA DE TRABAJO

La entrevista de trabajo 17

¿Cuál es el objetivo? 17

Tipos de entrevistas personales 18

Cómo preparar la entrevista 18

Antes de acudir a una entrevista 19

Desarrollo de la entrevista (durante) 19

Despedida y cierre 20

Preguntas que nos pueden formular 20

Ideas para utilizar en la entrevista de puestos cualificados 21

DINÁMICA DE GRUPO

Dinámica de grupo 22

Tipos de dinámicas 22

RECURSOS PARA LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

Recursos para la búsqueda de empleo 23

Oficinas de empleo del INAEM 23

Instituto Aragonés de la Juventud 26

Agentes de colocación 26

Plan de Formación e Inserción Juvenil de Aragón (Fija) 26

Empresas de trabajo temporal 26

Empresas de selección 27

La Administración pública 27

Medios de comunicación 30

Búsqueda de empresas 32

Buscar trabajo en internet 33

Páginas web con ofertas de empleo 34

Trabajo en el extranjero 35

herramientas de BÚSQUEDA de EMPLEO para jóvenes

Gobierno de Aragón