

Manual de identidad corporativa de la Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid

Manual con sensibilización de perspectiva de género



Universitat
Oberta
de Catalunya

Trabajo Fin de Grado
Diseño y Creación digitales

Autora: Vanessa Serrano Martínez
Tutora TFG: Rosana Viloca Puig
Profesora TFG: Elena Bartolomeu

Dedico mi proyecto de fin de grado a mis hijos, a Eduardo y a mis padres por su apoyo, paciencia, cariño y motivación a lo largo de estos años. Su respaldo ha sido fundamental para demostrarme que la edad no es un obstáculo para cumplir los sueños. Gracias por inspirarme y acompañarme en este camino.

Asimismo, deseo expresar mi profundo agradecimiento a mi tutora de proyecto, Rosana Viloca, por su dedicación, seguimiento y constante motivación, transmitiéndome que la creatividad no tiene límites.

Finalmente, agradezco a mis amigas y amigos que han creído en mí y han contribuido de alguna manera también a este logro.

"I'm the kind of woman that when my feet hit the ground every morning, the devil says, 'Oh shit, she's up already!"
(anónimo).

Resumen

El objetivo central del trabajo de fin de grado es la elaboración del **Manual Corporativo de la Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid**, el cual no contaba con una versión previa. Este manual abarca tanto aspectos visuales como la aplicación de la perspectiva de género.

La necesidad de renovar la imagen corporativa se fundamentó en un análisis que incluyó estudios de género, comparativos con otras empresas públicas de vivienda y encuestas a la ciudadanía de Rivas. Los resultados mostraron la importancia de actualizar la imagen para reflejar la evolución de la empresa y conectar con una audiencia más diversa.

El manual incorpora secciones de lenguaje inclusivo y uso de imágenes con perspectiva de género, cumpliendo con la Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Este proyecto destaca por integrar códigos visuales y lingüísticos en un solo manual, proyectando una imagen moderna y comprometida con la igualdad. **El proyecto fortalece el vínculo entre la EMV y la ciudadanía, mejorando su profesionalidad, credibilidad y compromiso con la igualdad de género.**

Palabras clave: Manual corporativo, perspectiva de género, empresas municipales, instituciones, lenguaje visual, lenguaje inclusivo

Abstract

The central objective of this final degree project is the creation of the Corporate **Manual for the Municipal Housing Company of Rivas Vaciamadrid**, which previously did not have one. This manual covers both visual aspects and the application of a gender perspective.

The need to renew the corporate image was based on an analysis that included gender studies, comparisons with other public housing companies, and surveys of Rivas citizens. The results demonstrated the importance of updating the image to reflect the company's evolution and to connect with a more diverse audience.

The manual incorporates sections on inclusive language and the use of images with a gender perspective, complying with Organic Law 3/2007 for the effective equality of women and men. This project stands out by integrating visual and linguistic codes into a single manual, projecting a modern image committed to equality. **The project strengthens the bond between the EMV and the citizens, enhancing its professionalism, credibility, and commitment to gender equality.**

Keywords: Corporate Manual, gender perspective, municipal companies, institutions, visual language, inclusive language.

INDICE

1.	Introducción	<u>6</u>
2.	Descripción, definición e hipótesis	<u>7</u>
2.1.	Conceptos y vocabulario	<u>8</u>
3.	Objetivos	<u>9</u>
4.	Metodología	<u>10</u>
4.1.	Recursos	<u>11</u>
4.2.	Planeamiento del desarrollo	<u>12</u>
4.3.	Cronograma de trabajo	<u>15</u>
5.	Marco teórico	<u>16</u>
5.1.	Identidad de la EMV y su evolución	<u>16</u>
5.1.1.	Definición de la Empresa Municipal de la vivienda. (EMV). Misión	<u>16</u>
5.1.2.	Evolución de la EMV su trayectoria y estrategia de comunicación	<u>16</u>
5.2.	Implementación de la perspectiva de género en las instituciones	<u>19</u>
5.2.1.	Definición y marco jurídico	<u>19</u>
5.2.2.	Plan de Igualdad del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid con políticas transversales	<u>20</u>
6.	Marco metodológico y desarrollo	<u>22</u>
6.1.	La marca	<u>22</u>
6.1.1.	Misión, visión y valor de la marca	<u>26</u>
6.1.2.	Público Objetivo.....	<u>26</u>
6.1.3.	DAFO	<u>27</u>
6.2.	Proceso de investigación	<u>28</u>
6.2.1.	Referentes de empresas públicas	<u>28</u>
6.2.2.	Posicionamiento	<u>35</u>
6.2.3.	Análisis cuantitativo	<u>36</u>
6.2.4.	Diagnóstico para la implementación de la perspectiva de género	<u>41</u>
6.2.5.	Análisis cuantitativo	<u>42</u>
6.2.6.	Bechmarking	<u>45</u>
6.2.7.	Mooboard	<u>47</u>
6.2.8.	Propuesta de valor	<u>48</u>
6.2.9.	Conclusiones parciales	<u>48</u>
7.	Desarrollo de identidad. Manual Identidad Corporativa con perspectiva de género	<u>49</u>
7.1.	Logotipo	<u>49</u>
7.2.	Código gráfico	<u>50</u>
7.2.1.	Concepto	<u>50</u>
7.2.2.	Proceso creativo	<u>50</u>
7.2.3.	Bocetos	<u>52</u>
7.2.4.	Resolución final	<u>53</u>
7.3.	Aplicaciones	<u>54</u>
7.3.1.	Papelería corporativa	<u>56</u>
7.3.2.	Aplicaciones offline	<u>57</u>
7.3.3.	Aplicaciones online	<u>61</u>
7.3.4.	Merchandising	<u>65</u>
7.4.	Aplicación de la perspectiva de género	<u>66</u>

8.	Plan de comunicación	68
8.1.	Objetivos	68
8.2.	Estrategias	68
8.3.	Acciones	69
8.3.1	Ejemplos de acciones audiovisuales.....	71
9.	Diseño prototipo web	75
10.	Conclusiones	86
11.	Bibliografía	87
12.	Anexos	90
12.1	Anexo I. Gráficos análisis cuantitativo	90

1. Introducción

La perspectiva de género en la comunicación institucional.

En las últimas décadas, el enfoque de género ha emergido como una preocupación central en la agenda de la sociedad contemporánea. La comprensión de las desigualdades arraigadas en las estructuras sociales y la necesidad de promover la igualdad de género ha ganado terreno en todos los ámbitos, desde la política hasta la economía, desde la cultura hasta la educación. Este cambio de paradigma ha llevado a una reevaluación fundamental de las prácticas y políticas existentes, impulsando a las organizaciones y entidades públicas a adoptar una perspectiva de género en sus actividades y decisiones.

En España, la promoción de la igualdad de género ha sido respaldada por la legislación nacional, incluida la **Ley Orgánica 3/2007¹ de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres**. Esta ley, que entró en vigor en 2007, constituye un hito importante en la promoción de la igualdad de género

¹ Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres Publicado en: «BOE» núm. 71 [en línea] [consultado 25 de febrero de 2024] <https://www.boe.es/eli/es/lo/2007/03/22/3/con>

al establecer medidas concretas para prevenir y eliminar la discriminación por razón de género, así como para promover la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida pública y privada.

En este contexto legal y social, **las entidades públicas en España han asumido un papel crucial en la promoción de la igualdad de género**. Reconociendo su responsabilidad en la construcción de sociedades más justas e inclusivas, estas instituciones han adoptado una perspectiva de género en sus políticas y prácticas.

El Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid (Madrid), ha implementado una política de igualdad transversal a través de la ordenanza municipal² que abarca diversas áreas de acción, desde su gestión interna hasta en la prestación de sus servicios municipales. Esta política busca promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres,

La Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid, como empresa dependiente del Ayuntamiento y como parte

² Ordenanza de integración de la igualdad en la gestión municipal del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid (Ayto. Rivas Vaciamadrid, 2022) [en línea] [consultado 25 de febrero de 2024] <https://www.rivasciudad.es/normativa/ordenanza-municipal-de-transversalidad-del-principio-de-igualdad-entre-mujeres-y-hombres-en-tramitacion/>

integral de esta política de igualdad tiene la responsabilidad de contribuir de manera transversal a la promoción de los principios de igualdad de género, diversidad y no discriminación en todas sus actividades y decisiones. Por lo tanto, la elaboración de un Manual de Identidad Corporativa desde una perspectiva de género es una medida coherente con el compromiso de la empresa con la equidad y la inclusión en la ciudadanía de Rivas Vaciamadrid.

2. Descripción, definición e hipótesis

Para contextualizar y comprender mi motivación para llevar a cabo mi Trabajo de Fin de Grado (TFG), es importante mencionar que soy empleada de la Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid desde su creación en el año 2003.

A lo largo de los años, he observado que **la EMV de Rivas carece de una identidad corporativa y una imagen visual claramente definida. Hasta la fecha, no existe un manual corporativo que respalde el uso y aplicación de elementos de identidad visual.** Únicamente, el logotipo ha sido el único elemento que ha sostenido la imagen de la empresa. Por esta razón, mi TFG no consistirá en un rediseño, ya que

no hay un manual preexistente para ser modificado, sino en la creación de uno nuevo que sea necesario para mejorar la imagen de la empresa ante la ciudadanía de Rivas, englobando el único elemento que se debe rediseñar como es el logotipo de la empresa.

Para realizarlo es necesario tener en cuenta que la EMV es una empresa municipal dependiente del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid. Actualmente, el consistorio, está implementando un plan de igualdad transversal³ que abarca todas sus concejalías y empresas municipales, por lo que no sólo hay que tenerlo en cuenta, sino que **es fundamental que desde la EMV se adapte una política de género tan importante para la sociedad actual.**

Durante mi grado universitario, me he sentido más identificada como diseñadora con varias asignaturas como han sido Proyecto I (identidad y marca), producción digital, comunicación y gestión del diseño. Cada una de estas áreas estarán presentes en mi TFG.

Es importante resaltar que el diseño escogido para la realización de la presente memoria tiene un estilo formal. Esta elección

³ Políticas Públicas con perspectiva de género. Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid, 2016. [en línea] [consultado 6 de febrero de 2024] <https://www.rivasciudad.es/noticias/organizacion-municipal/2016/09/15/politicas-publicas-con-perspectiva-de-genero/862600042912/>

busca transmitir una imagen de seriedad y profesionalismo, reflejando el rigor requerido para una empresa pública dentro del contexto académico.

2.1 Conceptos y vocabulario

A lo largo del desarrollo del trabajo se incluirán conceptos y vocabulario que dada su importancia es necesario describir.

A continuación se define los siguientes conceptos:

1. EMV de Rivas.⁴ Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid, Madrid. La Empresa Municipal de la Vivienda, en adelante (EMV Rivas) es la empresa municipal dependiente del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid, encargada de proyectar y construir viviendas protegidas, locales comerciales, garajes y otras encomiendas de gestión al servicio de la ciudadanía.

2. Vivienda protegida. Tal y como indica la Comunidad de Madrid, la vivienda protegida⁵ es un tipo de vivienda que está sujeta a ciertas regulaciones y restricciones impuestas por las

4 Empresa Municipal de la Vivienda Sobre la EMV. (n.d.). [en línea] [consultado 20 de febrero de 2024] <https://emv.rivasciudad.es/sobre-emv/>

5 Vivienda Protegida de la Comunidad de Madrid, Comunidad de Madrid, [en línea] [consultado 25 de febrero de 2024] <https://www.comunidad.madrid/servicios/vivienda/vivienda-prottegida-nueva-construccion>

autoridades gubernamentales como el precio y calidades, con el fin de garantizar el acceso a la vivienda a sectores específicos de la población que pueden enfrentar dificultades para adquirir una vivienda en el mercado libre.

3. Perspectiva de género. Enfoque analítico que busca entender las relaciones de poder entre hombres y mujeres en la sociedad, así como las diferencias sociales, políticas y culturales que existen entre los géneros.

Este enfoque reconoce las desigualdades de género arraigadas en estructuras sociales y culturales, buscando identificar y abordar dichas desigualdades. La primera vez que este término se utilizó fue en la IV Conferencia Mundial de la Mujer⁶ en el año 1994 que se celebró en Beijín y que fue organizado por la ONU⁷.

4. Políticas transversales de género. Las políticas transversales de género son aquellas que integran la

6 Conferencias Mundiales sobre la Mujer. Naciones Unidas (s.f). ONU [en línea] [consultado 25 de febrero de 2024] <https://www.unwomen.org/es/how-we-work/intergovernmental-support/world-conferences-on-women>

7 Naciones Unidas. (s.f) [en línea] [consultado 25 de febrero de 2024] <https://www.un.org/es/about-us>

perspectiva de género en todas las áreas de acción política y administrativa, reconociendo que las desigualdades de género atraviesan todos los ámbitos de la sociedad.

5. Plan de Igualdad municipal. Conjunto de medidas y acción municipal diseñadas de forma transversal para promover la igualdad de género y eliminar la discriminación por razón de género en el ámbito local como los ayuntamientos.

6. Comunicación institucional con perspectiva de género.

Conjunto de acciones y estrategias diseñadas para promover la igualdad de género en todas las comunicaciones y mensajes emitidos por la institución, debiendo ser inclusivas, respetuosas y representativas de la diversidad de género, evitando estereotipos y discriminación basada en el género.

3. Objetivo

El objetivo principal del trabajo fin de grado es **crear un manual corporativo de identidad visual para la Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid (EMV de Rivas), desde una perspectiva de género, con el fin de establecer una identidad corporativa sólida y una imagen visual coherente.**

Este manual incluirá pautas y directrices para el uso adecuado del logotipo de la empresa, así como la aplicación de elementos visuales en diversos contextos y medios, considerando las distintas realidades y necesidades de mujeres y hombres.

Se buscará rediseñar el logotipo actual de la EMV para adaptarlo a los estándares actuales y mejorar su efectividad en la comunicación con la ciudadanía de Rivas, promoviendo la inclusión y la equidad de género en todos los aspectos de la identidad corporativa.

Mediante este trabajo, **pretendo fortalecer la presencia y percepción de la EMV en la ciudadanía, así como contribuir a una mayor cohesión en su imagen institucional.**

El proyecto se centrará en tres puntos importantes que desarrollaré a lo largo de este trabajo para cumplir el objetivo.

a) Creación de un manual corporativo de identidad visual

- Evaluación crítica del logotipo actual de la EMV para determinar su efectividad en la comunicación con la ciudadanía y su alineación con los valores y objetivos de la empresa actuales.

- Propuesta de rediseño del logotipo, teniendo en cuenta las necesidades específicas de la EMV y la cohesión corporativa municipal.
- Elaboración de un manual detallado que establezca los lineamientos y normas para la correcta aplicación de la identidad visual de la Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid.
- Inclusión de directrices específicas para el uso del logotipo de la empresa en diferentes contextos y medios, asegurando coherencia y consistencia en su presentación.

b) Perspectiva de género

- Análisis exhaustivo de las necesidades y expectativas de la ciudadanía de Rivas, desde una perspectiva de género, para identificar posibles brechas o desigualdades en la percepción y acceso a los servicios de la EMV.
- Integración de consideraciones de género en el diseño del manual corporativo, garantizando que las políticas de identidad visual sean inclusivas para todos los grupos de la sociedad, en cumplimiento de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

c) Mejora de la imagen institucional

- Implementación de las nuevas directrices y el logotipo rediseñado en materiales de comunicación y marketing de la EMV, con el objetivo de fortalecer su presencia y percepción de la ciudadanía ripense.
- Promoción de una imagen institucional, cohesiva y profesional, que refleje los valores y compromisos de la EMV con la ciudadanía de Rivas y contribuya a generar confianza y credibilidad en la empresa.

4. Metodología

Para cumplir los objetivos marcados es necesario marcar una planificación elaborada que incluya la asignación de los recursos necesarios y una estructuración del planeamiento del desarrollo acompañado a un cronograma de trabajo que permita alcanzar las expectativas y llegar así a los objetivos propuestos.

A continuación, se presenta una propuesta inicial de planificación.

4.1 Recursos

Es necesario contar con diversos recursos para poder realizar correctamente el proyecto.

A lo largo de mi experiencia profesional como fotógrafa y a través de los estudios del grado en la universidad he podido desarrollar habilidades enfocadas en herramientas dirigidas al diseño.

Redacción e investigación

- Google Drive- Carpeta en la nube con los documentos.
- Microsoft Word- Redacción de la memoria
- Microsoft Excel- Análisis de datos
- Microsoft Access- Análisis de bases de datos
- Flourish y Tableau- Realización de visualizaciones de datos.

Maquetación

- Adobe InDesign- Maquetación informe y manual corporativo.

Diseño

- Adobe Illustrator- Creación logotipo e imagen
- Figma- prototipo página web

Edición fotográfica y vídeo

- Adobe Photoshop- Edición fotográfica.
- Adobe premiere pro- Edición vídeo, memoria y vídeos promocionales.
- Adobe lightroom- Edición fotográfica.
- Material fotográfico y vídeo
- Cámara de fotos Canon 7D Mark II, sensor CMOS 20,2 mpx,
- Objetivo Canon EF 70-200 mm f/4.0
- Objetivo Canon EF 50 mm f/1.4 USM
- Tarjeta memoria 128 GB
- Trípode

Banco de imágenes

- Adobe stock, licencia universitaria
- Freepik licencia premium

Recursos humanos

- Vecinas y vecinos para la realización de encuestas y la participación en el video promocional de un plan de vivienda.
- Gerencia y personal de la EMV para poder recabar datos para su análisis.

4.2 Planeamiento del desarrollo

La planificación de una estructura sólida y a la vez coherente y asumible hará que pueda llevar con éxito el trabajo escogido.

El desarrollo consta de tres importantes puntos a desarrollar en el mismo orden que se describen a continuación.

1. Marco teórico

Para comprender a fondo la Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas desde su establecimiento y su trayectoria hasta la fecha actual, es necesario realizar un análisis que nos permitirá entender sus características distintivas, su propuesta de valor y los objetivos que persigue. **Conocer la historia y evolución de la empresa nos dará una perspectiva más clara sobre las posibles carencias y necesidades** comunicativas que enfrenta en su interacción con la ciudadanía ripense.

Para integrar la perspectiva de género en el manual de identidad corporativa, es imprescindible **examinar detenidamente el plan de igualdad desarrollado por el Ayuntamiento**. Esto implica definir las propuestas concretas que se plantean en el plan, así como comprender el marco jurídico al que está sujeto y las políticas transversales en las que la empresa trabaja en consonancia con este plan. Este análisis nos ayudará a identificar

cómo podemos incorporar de manera efectiva la perspectiva de género en el diseño de la identidad corporativa de la EMV, asegurando así que refleje los valores de igualdad y equidad promovidos tanto por la empresa como por el municipio en su conjunto.

2. Marco metodológico.

Una vez que hayamos desarrollado el marco teórico, comenzaremos a realizar un análisis más profundo dentro de un marco metodológico.

En primer lugar, se realizará un **proceso de investigación**. **Valoraremos y analizaremos las empresas de vivienda municipales más importantes a nivel nacional.**

A raíz de esta primera toma de contacto podremos comprender e identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la EMV de Rivas.

Utilizando esta información, **seremos capaces de aplicar esta técnica (DAFO) para realizar un análisis interno más detallado**, que nos permitirá identificar los aspectos clave que requieren atención y las áreas donde la EMV puede mejorar.

Es importante definir el **público objetivo** a la que la EMV se dirige, los valores, la edad, el género, la ocupación, los estudios, los intereses y su unidad familiar conociendo el estado civil o de convivencia.

Una vez definido el paso siguiente es analizar este público a través de un **análisis cuantitativo** que se conformará de encuestas de la ciudadanía. Con este análisis integral, podremos interpretar los resultados para así identificar acciones concretas que permitan mejorar la comunicación de la EMV con la ciudadanía.

Estas acciones siempre se realizarán desde una perspectiva inclusiva que integre la perspectiva de género. Además, nos servirá más adelante para lanzar campañas de comunicación diseñadas para revalorizar la reputación y la imagen de la empresa, enfocadas en las necesidades y expectativas identificadas en el análisis previo.

Seguiremos realizando un análisis mediante un proceso de **Benchmarking externo**, el cual nos permitirá identificar y estudiar las buenas prácticas llevadas a cabo por la empresa municipal más competitiva.

Siguiendo el enfoque propuesto por Riley (2018)⁸, este benchmarking será de proceso, siendo objetivo conocer en detalle las estrategias exitosas implementadas por la empresa municipal más competitiva y compararlas con las prácticas de la EMV de Rivas. Realizar un **moodboard** nos dará las primeras pinceladas de la reconstrucción visual de nuestra empresa y definir la propuesta de valor.

Dentro de este marco metodológico y una vez analizada la parte de la empresa, **se realizará un análisis para la implementación de la perspectiva de género como punto importante e inclusivo en la EMV**. Para llevar a cabo el análisis de perspectiva de género, se realizará un diagnóstico con método cuantitativo permitiendo así comprender la situación actual en relación con las cuestiones de género y orientar las acciones hacia la equidad e inclusión.

Una vez realizado podremos implementar los resultados no sólo en el manual corporativo como marca de identidad, sino en las políticas de vivienda que puedan ser desarrolladas por la EMV. Para ello mostraremos como método necesario la adquisición de un compromiso de evaluación por parte de la EMV para poder realizar un seguimiento y en su caso adaptar y modificar

8 Riley Jim (2018, April 14). Benchmarking (Business Performance Management), tutor2uR [Video]. consultado 25 de febrero de 2024] YouTube. [Benchmarking \(Business Performance Management\)](#)

en el tiempo según las necesidades de la ciudadanía. En el Manual de Identidad se indicará un protocolo para aplicar la implementación.

3. Desarrollo del Manual de identidad corporativa con perspectiva de género.

A partir del marco metodológico se desarrollará la propuesta del Manual de Identidad Corporativa con perspectiva de género, basándonos en el análisis del marco teórico y metodológico.

Se realizará un análisis de la identidad actual de la marca, definiendo los nuevos valores y **realizando una revisión de la marca actual, procediendo al rediseño de un nuevo logotipo, considerando un nuevo código gráfico.**

Se presentarán distintas aplicaciones de la marca en formatos offline y online asegurando que reflejen los principios de igualdad de género. Se diseñará un conjunto de merchandising que promueva la igualdad de género y la inclusión.

Se incluirá un manual de estilo que nos dé las pautas claras para la redacción de textos y mensajes que eviten estereotipos de género y promuevan la igualdad. Este código de lenguaje no sexista e inclusivo estará integrado en el manual de identidad

corporativa y servirá como referencia para los planes de comunicación con la ciudadanía.

Así mismo, se propondrá una estrategia de comunicación. **Como parte final se desarrollará un prototipo de página web** que refleje la nueva imagen de la marca, incorporando elementos visuales y contenido que promueva la igualdad de género y la diversidad.

4.3. Cronograma de trabajo

	marzo					abril				mayo					junio	
	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4	semana 5	semana 6	semana 7	semana 8	semana 9	semana 10	semana 11	semana 12	semana 13	semana 14	semana 15	semana 16
Borrador índice																
Introducción, justificación y motivación																
Analizar objetivos y metodología																
Descripción del planteamiento de desarrollo																
HITO 1 Entrega reto 1		15-mar														
Estructuración en índice completo																
Marco teórico																
Desarrollo Emv Rivas																
Desarrollo Plan de Igualdad Atyo Rivas																
Marco metodológico																
Investigación referentes de empresas públicas																
Misión, visión y valor de la marca																
DAFO																
Público objetivo EMV																
Proceso de investigación																
Cuantitativo y cualitativo. Encuestas y entrevistas																
Bechmarking																
Moodboard																
Propuesta de valor																
Conclusiones parciales																
Desarrollo de la marca																
Análisis para implementación de perspectiva de género																
HITO 2 Entrega reto 2						5-abr										
Desarrollo del manual de identidad																
Briefing																
Logotipo																
Código gráfico																
Código del lenguaje inclusivo y no sexista																
Papelería corporativa.Aplicaciones online y offline/																
Plan de comunicación																
HITO Entrega reto 3											9-may					
Prototipo web																
Finalización del proyecto																
Finalización de la memoria																
Autoinforme																
HITO 2 Entrega reto 4															7-jun	
Video defensa																
HITO Entrega TFG																16-jun

5. Marco teórico

Es crucial examinar y comprender el contexto teórico que guía esta labor, como se menciona en el punto anterior. Analizar historia y los valores asociados a la EMV de Rivas nos proporcionará una comprensión más completa de una realidad en constante evolución. Además, es fundamental tener claridad sobre los planes de igualdad institucionales, en este caso el que se está implantando en el Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid y asegurar su representación en todos los niveles de la organización.

Este entendimiento de ambos temas sentará las bases para desarrollar el marco metodológico necesario para cumplir con el propósito de este trabajo de fin de grado, la creación de un manual corporativo con enfoque sensible a la perspectiva de género.

5.1 Identidad corporativa y su evolución.

En este punto me enfocaré en definir la EMV de Rivas, examinando tanto su trayectoria histórica como sus valores fundamentales.

Esta comprensión me permitirá evaluar, según la hipótesis planteada, la importancia de implementar cambios en la forma en que se comunica con la ciudadanía.

5.1.1 Definición de la Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid (EMV).

La Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid se creó en el año 2003 para satisfacer una necesidad esencial como es el acceso a una vivienda asequible a toda la ciudadanía ripense. Tal y como indica el Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid en su página web, la EMV es una sociedad mercantil de su titularidad⁹ con capital 100% público. Es una empresa dependiente del consistorio y, por lo tanto, forma parte de la integración de las políticas sociales, en este caso a la vivienda.

5.1.2 Evolución de la EMV de Rivas en su trayectoria y estrategia de comunicación

Hasta la fecha, la ciudad de Rivas ha desarrollado un parque público y ha impulsado seis planes de viviendas destinadas

⁹ Equipamientos. (s.f.) Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid, en línea] [consultado 27 de febrero de 2024] <https://www.rivasciudad.es/equipamiento/empresa-municipal-de-la-vivienda/>

tanto a alquiler como a compra. En total, se han puesto a disposición de los ciudadanos ripenses más de 3000 viviendas.

Cabe destacar que hasta el año 2016, la gestión de la EMV se externalizó a una empresa privada. Desde sus inicios hasta el momento actual, la población de Rivas ha experimentado un notable crecimiento. Según el censo de padrón¹⁰ de 2003, la población era de 39,630 residentes. Sin embargo, el último dato registrado en 2023 muestra un incremento significativo, alcanzando los 101.806 habitantes. Este rápido crecimiento poblacional es un factor relevante que influye en la aplicación de la política de vivienda durante este período.

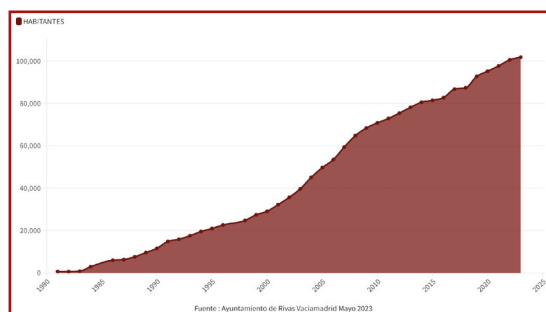


Figura 1. Ayto Rivas Vaciamadrid [Evolución de habitantes en el municipio de Rivas.] [visto 6 de febrero de 2024] www.rivasciudad.es

10. Rivas en cifras. (s.f.) Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid [en línea] [consultado 27 de febrero de 2024] <https://www.rivasciudad.es/rivas-en-cifras/evolucion-de-la-poblacion>

El primer plan de vivienda se desarrolló a principios de 2003, y el 21 de septiembre del mismo año se llevó a cabo el primer sorteo de vivienda pública protegida. La mayoría de estas viviendas estaban destinadas a personas menores de 35 años. Incluso antes de la crisis económica de 2008¹¹, el acceso a la vivienda para este grupo demográfico comenzaba a ser complicado debido a diversos factores, como la tardía inserción en el mercado laboral, lo que retrasaba la edad de emancipación.

Para contextualizar, según las estadísticas de población de Rivas proporcionadas por la Comunidad de Madrid en 2004¹², alrededor del 52% de la población era menor de 35 años, lo que indicaba que era un municipio bastante joven.

El grupo de edad, comprendido entre los 18 y 35 años, edad normativa para la emancipación, se aproximaba al 24% de la población total, lo que equivalía a 9.509 jóvenes en el municipio. Este último dato era importante, ya que en el primer plan de

11. Informe Anual 2008. La economía española. Banco de España (2009) [en línea] [consultado 27 de febrero de 2024] <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/08/cap5.pdf>

12. Estadísticas fijas. Comunidad de Madrid. [en línea] [consultado 27 de febrero de 2024] <https://www.madrid.org/iestadis/fijas/estructu/general/territorio/descarga/rivas05.pdf>

vivienda se recogieron 3.613 solicitudes¹³, cerca del 34% del grupo de edad entre 18 y 35 años.

La EMV se adelantó al establecer como prioridad abordar esta necesidad, y su estrategia de comunicación en los primeros planes de vivienda se enfocó en este aspecto.

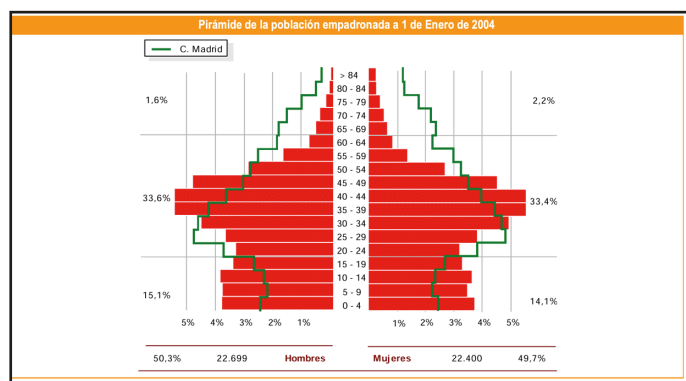


Figura 2. Comunidad de Madrid. [Pirámide de la población de Rivas Vaciamadrid]. [en línea] [visto 9 de febrero de 2024]www.comunidadmadrid.madrid

Esto se evidenció en la creación del logotipo, anuncios y planes de comunicación diseñados específicamente para llegar a este grupo demográfico en particular.

¹³ Artículo “Adjudicadas las viviendas del I Plan Municipal”. Poveda A. Revista Este de Madrid. Octubre 2003 [[consultado 27 de febrero de 2024]

Desde entonces, se realizaron cinco planes adicionales de vivienda que la ciudadanía recibió positivamente, **generando aceptación y una imagen de la EMV favorable entre la población de Rivas Vaciamadrid**. Hasta el año 2014 se construyeron en total 3.330 viviendas protegidas de las cuales 2.821 fueron en régimen de venta y 664 en régimen de alquiler.¹⁴ En todos estos años hasta la actualidad **la EMV carecía de un manual corporativo y su identidad se limitaba al logotipo utilizado desde el principio, lo que resultó en una falta de definición clara de su identidad**.

A pesar de estar asociada al Ayuntamiento, la EMV operaba de manera independiente en cuanto a comunicación, careciendo de una estrategia comunicativa.

La externalización tanto de la gestión como del diseño de estrategias y acciones de comunicación resultó en una falta de cohesión en este aspecto.

Una nueva imagen actualizada y coherente ayudaría a fortalecer la percepción pública de la EMV como un actor importante en el municipio.

¹⁴ Datos facilitados por la Empresa Municipal de la vivienda de Rivas Vaciamadrid, para el presente TFG.. 5 Marzo 2024

5.2 Implementación de la perspectiva de género en las instituciones.

Para poder integrar la perspectiva de género en cualquier manual corporativo, es esencial comprender el marco jurídico y los principios de igualdad que lo respaldan. En las siguientes líneas, se analizará brevemente cómo esto se aplica al ámbito de la vivienda y la comunicación, y cómo el plan de igualdad del Ayuntamiento de Rivas servirá como base para implementar estas prácticas.

5.2.1. Definición y marco teórico

La ley orgánica 3/2007 de 22 de marzo¹⁵ para la igualdad efectiva de mujeres y hombres constituye el marco jurídico al que debemos hacer referencia. Además, la Constitución Española abordaba ya el principio de no discriminación y el derecho a la igualdad, así como la obligación de promoverlos a través de los poderes públicos¹⁶.

¹⁵ Ley orgánica 3/2007 de 22 de marzo. BOE 71 de 23 de marzo de 2007 [en línea] [consultado 6 de marzo de 2024] <https://www.boe.es/eli/es/lo/2007/03/22/3/con>

¹⁶ Constitución Española de 29 de diciembre de 1978 BOE 311_ [en línea] [consultado 6 de marzo de 2024] <https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/1/>

La Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo establece la necesidad de políticas públicas que promuevan la igualdad entre hombres y mujeres. Uno de los aspectos clave para garantizar su efectividad es la colaboración transversal entre instituciones.¹⁷

Este hecho hace que la EMV, como empresa dependiente del Ayuntamiento, deba integrar la perspectiva de género en todas sus políticas y acciones, trabajando en conjunto con otras con el Ayuntamiento para promover la igualdad de género en el ámbito de la vivienda.

Dentro de esta ley, se identifican varios puntos fundamentales que deben aplicarse en la EMV como administración y que pueden integrarse en el Manual Corporativo:

- Implantación del **lenguaje no sexista e inclusivo** en el ámbito administrativo.¹⁸

¹⁷ Artículo 21. Colaboración entre las Administración públicas. Ley orgánica 3/2007 de 22 de marzo. BOE 71 de 23 de marzo de 2007 [consultado 6 marzo de 2024]

¹⁸ Artículo 14, punto 3. Criterios generales de la actuación de los poderes públicos. Ley orgánica 3/2007 de 22 de marzo. BOE 71 de 23 de marzo de 2007. [consultado 6 marzo de 2024]

- Adecuación de **formularios y solicitudes incluyendo indicadores de género** y otros necesarios que permita a la EMV de Rivas observar desigualdades y explotar los datos para obtener información relativa al acceso a la vivienda.¹⁹ En la actualidad, la EMV no utiliza indicadores de género ni ningún otro indicador que pueda detectar la desigualdad de mujeres y hombres en dicho acceso. Este enfoque facilitaría la implementación de políticas y planes en materia de acceso a la vivienda, tal como lo indica la ley. Estas medidas estarían dirigidas a hacer efectivo el principio de igualdad, promoviendo además el acceso a la vivienda de las mujeres en situación de necesidad o riesgo de exclusión, así como aquellas que hayan sido víctimas de violencia de género²⁰.
- Creación con **perspectiva de género de estrategias de comunicación, transmisión de la imagen en campañas publicitarias** como en comunicados a la ciudadanía. Son aspectos fundamentales, tal y como indica el artículo 36 de la Ley de Igualdad, en las que deben velar por transmitir

¹⁹ Artículo 20. Adecuación de las estadísticas y estudios. Ley orgánica 3/2007 de 22 de marzo. BOE 71 de 23 de marzo de 2007 [consultado 7 marzo de 2024]

²⁰ Artículo 31. Políticas urbanas de ordenación territorial y vivienda. Ley orgánica 3/2007 de 22 de marzo. BOE 71 de 23 de marzo de 2007 [consultado 7 marzo de 2024]

una imagen no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, así como una imagen plural e igualitaria, contribuyendo de esta manera a promover la igualdad de género y combatir los estereotipos de género.²¹

No obstante, aunque la ley es de obligado cumplimiento, en la parte de investigación intentaremos analizar la comprensión que tiene la ciudadanía sobre estos aspectos y cómo perciben su aplicación en la práctica.

5.2.2. Plan de igualdad del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid y sus políticas transversales.

En el año 2014, el Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid comenzó a diseñar estrategias para poder poner en marcha la unidad de igualdad. Esta unidad de igualdad es un grupo de trabajo que actualmente sigue en funcionamiento y es la encargada de revisar constantemente el funcionamiento del mismo.²² **La unidad de igualdad, desde un principio, la llamaron Unidad Transversal de género (UTG).** Su misión es la

²¹ Artículo 36. Igualdad y medios de comunicación. Ley orgánica 3/2007 de 22 de marzo. BOE 71 de 23 de marzo de 2007

²² "Un instrumento para la igualdad real. UTC". (2018). Comunicado interno del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid. Fuente Ayto. Rivas Vaciamadrid., 6 marzo de 2024

integración de los principios de igualdad en el Ayuntamiento y promover la implementación de la perspectiva de género²³

(Documento Rector de la UTG de Rivas Vaciamadrid, 2014).

Tal y como recoge en su documento rector, sus responsabilidades, además de impulsar estos principios, incluyen la recopilación, análisis y divulgación de información, la participación en la programación y planificación, y la identificación de situaciones discriminatorias.

En el pleno de 29 de septiembre de 2022 se aprobó inicialmente la **“Ordenanza de transversalidad del principio de igualdad entre hombres y mujeres en la gestión municipal”**²⁴. Antes de llevarla a pleno, se realizó una consulta pública para conocer la opinión de organizaciones y ciudadanía. Esta consulta se realizó en junio de 2022.²⁵ A fecha actual se está trabajando para implementar la ordenanza, y para tener la aprobación definitiva

23 Documento Rector de la UTG de Rivas Vaciamadrid. 2014. [consultado 10 de marzo de 2024] <https://www.rivasciudad.es>

24 Artículo “Rivas aprueba una ordenanza que refuerza la igualdad en la gestión municipal”, Diario Rivas, octubre 2024 Equipamientos. (s.f.) Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid, en línea] [consultado 10 de marzo de 2024] <https://www.diarioderivas.es/rivas-ordenanza-igualdad/>

25 Consulta pública. Ordenanza de transversalidad del principio de igualdad entre hombres y mujeres en la gestión municipal Equipamientos. (s.f.) Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid, en línea] [consultado 10 de marzo de 2024] <https://www.rivasciudad.es/hormativa/ordenanza-municipal-de-transversalidad-del-principio-de-igualdad-entre-mujeres-y-hombres-en-tramitacion/>

en el pleno. No obstante, la UTG comenzó a dar formación a todo el personal del Ayuntamiento, así como implementar internamente un manual sobre el lenguaje inclusivo con alternativas no sexistas²⁶.

Dada la singularidad de la EMV, no sólo es necesaria la implementación de la ordenanza, sino establecer internamente mecanismos para supervisar su cumplimiento y desarrollar políticas específicas para identificar, abordar o reducir las brechas de desigualdad, tanto hacia la ciudadanía como internamente entre el personal encargado de la gestión de la EMV.

Como hemos indicado anteriormente, **es importante incluir en el manual corporativo, no sólo su manual visual, sino una guía sobre alternativas de lenguaje no sexista específico para la gestión llevada,** una adecuación en el diseño de solicitudes o cualquier otro documento referido a la ciudadanía con la implementación del lenguaje inclusivo y de indicadores, y el diseño de creaciones y estrategias de comunicación sin estereotipo de género.

26 Información facilitada por el Ayto. de Rivas Vaciamadrid. 09 de marzo de 2024.

6. Marco metodológico y desarrollo.

Para desarrollar el proyecto analizaremos el diseño de la marca de la EMV. Definiremos la misión, visión y valor así como el público objetivo. A través de un análisis cualitativo y cuantitativo podremos obtener unas conclusiones parciales que nos ayudarán a desarrollar la identidad de la EMV.

6.1 La marca

Desde la creación de la EMV, su imagotipo no ha experimentado ningún cambio significativo. Su diseño geométrico, que simula un edificio con ventanas de colores, fue acertado en sus primeros años al transmitir una imagen juvenil que conectaba con el público objetivo principal de la época.



Figura 3 EMV Rivas (s.f) [Logotipo] [en línea]
[fecha consulta 5 de febrero de 2024]
www.emvrivas.com

Sin embargo, al comparar este imagotipo con el escudo o logo del Ayuntamiento de Rivas, se observa una notable disparidad entre ambas imágenes. Esta falta de coherencia visual sugiere que la EMV no es percibida como una institución dependiente del Ayuntamiento, sino más bien como una empresa independiente.



Figura 4 Ayuntamiento de Rivas
(s.f) [Logotipo] [en línea] [fecha
consulta 5 de febrero de 2024]
www.rivasciudad.es

En la imagen principal de los planes, en la cartelería, formularios y folletos, la presencia del Ayuntamiento era prácticamente nula. **Este hecho no se buscó deliberadamente, pero tampoco se consideró la repercusión que podría tener.**



Figura 5. Imagen promocional del 1er Plan de Vivienda. Facilitado por la EMV de Rivas Vaciamadrid. Febrero de 2024



Figura 6. Imagen promocional del 2º Plan de Vivienda. Facilitado por la EMV de Rivas Vaciamadrid. Febrero de 2024

Fue en el año 2013, cuando un informe de la Cámara de Cuentas arrojó irregularidades en la gestión de la EMV²⁷. Este hecho produjo que el Gobierno Municipal tomara la decisión de prescindir de la empresa externa y municipalizar

27 Informe de fiscalización del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid y sus entidades dependientes de los ejercicios 2010 y 2011. Cámara de Cuentas de la Comunidad de Madrid. 2013. [en línea] [consultado 9 de marzo de 2024] https://www.camaradecuentasmadrid.org/admin/uploads/Informe_Fiscalizacion_Ayto_Rivas_Vaciamadrid_2010_y_2011.pdf

el servicio asumiendo la gestión²⁸. Sin embargo, este cambio no se completó hasta el año de 2016 donde finalmente el Ayuntamiento asumió la política de gestión.

Durante estos años previos a la municipalización, la gestión de la comunicación seguía externalizada. En este período, se implementaron cambios creativos en la estrategia de comunicación. Aunque estos cambios podrían ser efectivos individualmente, alejaban cada vez más la imagen de la EMV de una identidad institucional cohesiva.

Se puede observar en las imágenes proporcionadas en la siguiente página no existe una estrategia unificada. En algunos casos, el logo del Ayuntamiento está ausente en la creatividad utilizada para folletos y vallas publicitarias, mientras que, en otros, para la promoción de la misma urbanización de viviendas, la imagen varía. Otra singularidad es que el logo del VI Plan de Vivienda difiere de los logos de los planes anteriores. **Esta falta de coherencia crea una imagen disminuida en conjunto.**

28 Artículo "IU de Rivas quiere municipalizar la EMV ante posibles irregularidades" Madrid Diario. 26 de noviembre de 2013. [en línea] [consultado 9 de marzo de 2024] <https://www.madridiario.es/noticia/406340/municipios/iu-de-rivas-quiere-municipalizar-la-emv-ante-las-posibles-irregularidades.html>

VENTE A VIVIR A RIVAS!

229 VIVIENDAS
PARCELA RC-8 EDITH PIAF

Viviendas de dos y tres dormitorios, con plaza de garaje y trastero incluido en precio.

OBRA COMENZADA

Desde 129.511€ + IVA

INFORMATE YA!
EN EL JOVEN BARRIO DE LA LUNA

EMPRESA MUNICIPAL DE LA VIVIENDA DE RIVAS VACIAMADRID
Avingda José Hierro 36 Edif. Aho, 28522 Rivas Vaciamadrid Telf: 91 670 22 30



SABES POR QUÉ NO TE FIAS DE LO QUE TE CUENTAN POR AHÍ?*

TU VIVIENDA EN RIVAS

1. SIN PENALIZACIONES SI RENUNCIAS
2. DEVOLUCIÓN DE APORTACIONES EN 60 DÍAS EN CASO DE DESEMPEÑO
3. PLAN DE PAGOS PERSONALIZADO A TUS NECESIDADES

Y JUNTO

VIVIENDA 36
EMPRESA MUNICIPAL DE LA VIVIENDA DE RIVAS VACIAMADRID
AVDA. JOSÉ HIERRO 36 28522 RIVAS VACIAMADRID - WWW.EMVRIVAS.COM - TLF: 91 670 22 30 - ADMONESTRACION@EMVRIVAS.COM

VEN A VIVIR AL BARRIO DE LA LUNA

TU VIVIENDA DESDE 119.000€ + IVA

INFORMATE
Avingda José Hierro 36
Edif. Aho, 28522 Rivas Vaciamadrid
Telf: 91 670 22 30



Aparcamientos
EN COMPRA Y ALQUILER

ESTA PRIMAVERA RESGUARDA TU COCHE DEL SOL Y LA LLUVIA

EN COMPRA desde 7.000€ IVA

EN ALQUILER desde 40€ IVA INCLUIDO

INFORMATE YA!

APARCAMIENTOS DISPONIBLES

- RIVAS URBANIZACIONES
- RIVAS CENTRO
- BARRIO DE LA LUNA

EMPRESA MUNICIPAL DE LA VIVIENDA DE RIVAS VACIAMADRID
Avingda José Hierro 36 Edif. Aho, 28522 Rivas Vaciamadrid
Telf: 91 670 22 30 - WWW.EMVRIVAS.COM

EMPRESA MUNICIPAL DE LA VIVIENDA DE RIVAS VACIAMADRID

RESIDENCIA EDITH PIAF BARRIO DE LA LUNA

229 VIVIENDAS VPPB

Viviendas de 3 dormitorios con plaza de garaje y trastero.

Desde 129.511€ + IVA

INFORMATE YA!

OBRA AVANZADA

EMV RIVAS VACIAMADRID
Avingda José Hierro 36 Edif. Aho, 28522 Rivas Vaciamadrid
Tlf: 91 670 22 30 / Mail: administracion@emvriivas.com
Lunes a Viernes de 8:30h a 14:30h

INFORMACIÓN EN CASITA DE OBRA:
C/ Medios de la Plaza de Mayo 40 Rivas Vaciamadrid.
Viernes: 17:30h a 20:30h
Sábado y Domingo: Martes 10:00h a 14:00h / Jueves 17:30h a 20:30h

OBRA FINANCIADA POR

Sanja Santander

Figura 7 Cartelería años 2012-2016.
Facilitado por la EMV de Rivas Vaciamadrid. Marzo 2024

Como hemos mencionado anteriormente, a partir de 2016 la EMV se integró en el funcionamiento del Ayuntamiento. Sin embargo, la crisis institucional desencadenada por el informe de la Cámara de Cuentas provocó que la EMV viera deteriorada su imagen ante la ciudadanía.

Sin duda, la EMV actualmente está llevando a cabo una serie de proyectos ambiciosos y diversificados, que van desde la creación de nuevas viviendas de alquiler para jóvenes para satisfacer la necesidad, hasta iniciativas de viviendas colaborativas para personas mayores y la rehabilitación de viviendas en el municipio.

Este impulso positivo que actualmente se está realizando, podría mejorar y amplificarse aún más mediante un cambio y renovación de imagen, lo que ayudaría a transmitir confianza y a cohesionar su identidad como una institución integral del Ayuntamiento.

La página web actual de la EMV es otro ejemplo de la notable falta de cohesión de la del Ayuntamiento, lo que dificulta el reflejo de la institución como parte integral de la administración municipal.

La disparidad entre ambas páginas web sugiere una falta de coordinación y coherencia en la imagen institucional.

Esto puede afectar negativamente la percepción de la EMV como una entidad dependiente del Ayuntamiento de Rivas, y podría dificultar la comunicación efectiva de sus servicios y valores a la ciudadanía.

Como se puede apreciar en las siguientes figuras, podemos observar esa disparidad en la web entre las dos marcas, lo cual refleja esa falta de cohesión. Sin embargo, existe un único detalle que destaca la relación entre la EMV y el Ayuntamiento, la presencia del escudo del Ayuntamiento integrado en la cabecera de la página de la EMV.

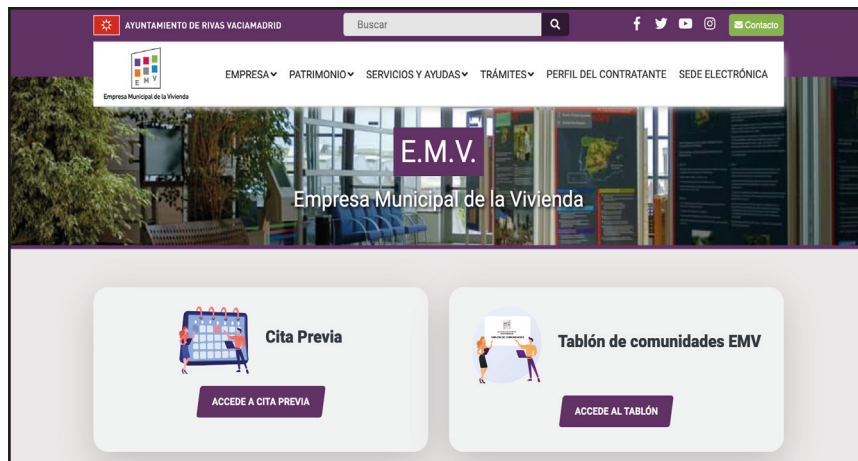


Figura 8. Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid. [página principal] [en línea] [visto 9 de febrero de 2024] www.emvrivas.es

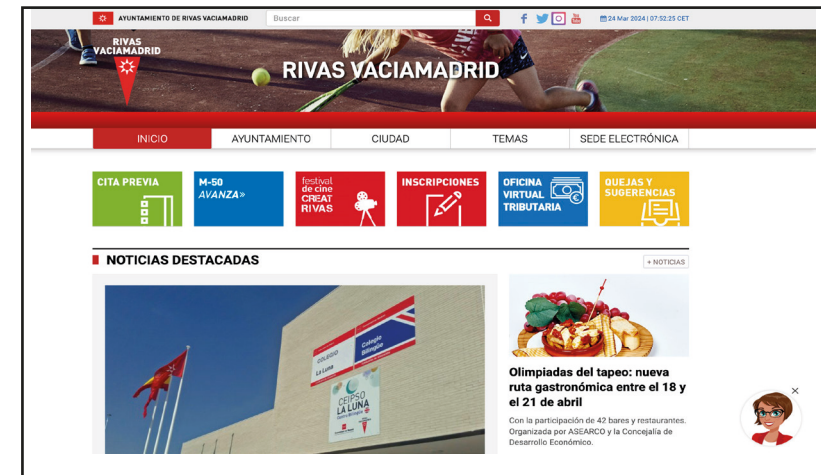


Figura 9. Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid, [página principal] [en línea] [vista 9 de febrero] www.rivasciudad.es

Una nueva imagen actualizada y coherente ayudaría a fortalecer la percepción pública de la EMV como un actor importante en el municipio.

6.1.1. Misión, visión y valor de la marca.

Misión

La misión de la EMV de Rivas es servir de herramienta de gestión para facilitar de manera inclusiva el acceso a la vivienda a la ciudadanía de Rivas.

Visión

La visión sobre de la EMV es consolidar la gestión y reforzar la comunicación con la ciudadanía de forma más accesible e inclusiva, atendiendo las necesidades reales de las vecinas y vecinos del municipio.

Valores

- **Compromiso social.** La EMV mantiene un compromiso social trabajando con dedicación para garantizar el acceso a una vivienda adecuada, promoviendo así la equidad y justicia social.
- **Transparencia y ética.** La EMV actúa con integridad y transparencia en la gestión.
- **Innovación y sostenibilidad.** La EMV proyecta soluciones sostenibles en la gestión y construcción de viviendas, se busca promover un desarrollo urbano responsable.

- **Colaboración transversal.** La EMV valora la colaboración y participación de otras entidades de forma transversal.

6.1.2 Público objetivo

El público objetivo de la EMV abarca varios segmentos de la población dependiendo de los proyectos . El principal son las personas residentes en Rivas, a quienes debe proporcionar acceso plural e inclusivo a la vivienda.

- **Jóvenes ripenses.** La EMV debe garantizar el acceso a la vivienda para los jóvenes residentes en el municipio, asegurando que puedan acceder a viviendas protegidas debido a la disparidad de sueldos frente a los precios del mercado de vivienda.
- **Familias de bajos recursos.** Contribuir con políticas transversales con la Comunidad de Madrid para facilitar el acceso a familias de bajos recursos.
- **Personas mayores.** Las personas mayores que buscan opciones de vivienda adaptadas a sus necesidades específicas, como viviendas colaborativas.
- **Personas emprendedoras** que necesitan comenzar su negocio y están en búsqueda de locales comerciales a un precio justo.

6.1.3 Análisis DAFO

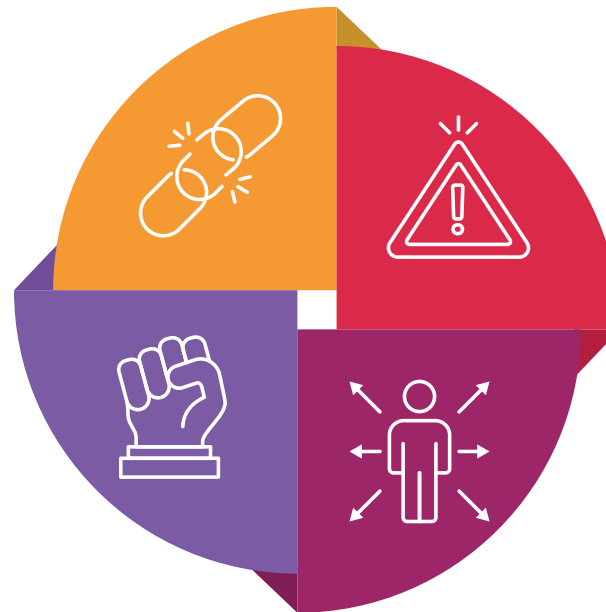
A continuación, se presenta un análisis DAFO detallado que proporciona una visión de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la EMV de Rivas con el objetivo de identificar áreas clave para el desarrollo estratégico y la mejora de la empresa.

Debilidades

- Imagen debilitada por aspectos políticos y sociales.
- Imagen no renovada.
- Inexistencia de redes sociales.
- No existe una estrategia de comunicación.
- No existe un departamento de comunicación y diseño.

Fortalezas

- Empresa con mucha experiencia.
- Imagen y logotipo afianzado.
- Empresa reconocida nacionalmente por sus políticas de vivienda.
- Empresa dependiente del ayuntamiento.



Amenazas

- Deterioro de la imagen.
- Infundir desconfianza.
- Ciudadanía molesta.
- Creencia por parte de la ciudadanía de empresa independiente.
- Creencia por parte de la ciudadanía de empresa lucrativa.

Oportunidades

- Renovar imagen. Al ser dependiente del ayuntamiento que tenga un carácter más institucional, fomentando así la credibilidad.
- Crear sinergias de comunicación con el Ayuntamiento.
- Creación de un dpto. de comunicación.
- Creación de redes sociales y renovación de web.

6.2 Proceso de investigación

En el proceso de investigación, analizaremos las empresas públicas de vivienda más importantes para obtener una visión comparativa y crear un mapa de posicionamiento. Realizaremos un análisis cuantitativo específico sobre la EMV de Rivas. Además, llevaremos a cabo un benchmarking para evaluar las prácticas. También consideraremos la propuesta de valor y finalmente se realizarán las conclusiones parciales.

6.2.1 Referentes de empresas públicas.

A continuación, nos centraremos en conocer las empresas públicas de vivienda más significativas para identificar sus fortalezas y sus debilidades tanto en contenido como en identidad visual.

Analizaremos tres empresas municipales de vivienda de gran relevancia, la EMS de Madrid, la Empresa de vivienda de Barcelona y la Empresa Municipal de Vivienda de Alcobendas.

1. Empresa Municipal de la Vivienda y Suelo de Madrid. (EMVS de Madrid)

La EMVS de Madrid es una referencia en el ámbito de la vivienda pública en España. Esta empresa dependiente del Ayuntamiento de Madrid es reconocida por su larga trayectoria y su compromiso con el acceso a la vivienda asequible. Fue fundada en 1981 ha desarrollado más de 32.000 viviendas protegidas en construcción, tanto en régimen de alquiler o de compra y rehabilitación²⁹

El logotipo de EMVS Madrid destaca por su enfoque tipográfico y su simplicidad. Su diseño minimalista transmite la identidad de la empresa de manera clara.

Su propuesta está alineada con las directrices tipográficas establecidas por el Ayuntamiento de Madrid³⁰, con el cual está estrechamente vinculada al ser también empresa dependiente.

²⁹ Portal de Datos Abiertos del Ayuntamiento de Madrid [en línea] [visto 19 marzo 2024.] <https://datos.madrid.es>

³⁰ Ayuntamiento de Madrid (s.f) [Manual de Identidad del Ayuntamiento de Madrid] [en línea] [fecha de consulta 19 de marzo de 2024] <https://madrid.es>

En consonancia con estas directrices, han optado por utilizar la tipografía Gill Sans Regular para elementos invariables, como es el caso del logotipo. Esta tipografía es una fuente sans-serif con líneas limpias.

Esta elección tipográfica garantiza la coherencia visual y una identidad institucional sólida con el Ayuntamiento de Madrid.

El color elegido, al igual que la tipografía, se identifica con el de su Ayuntamiento, que utiliza tres versiones, el azul corporativo, azul digital y negro.



Figura 10. Ayuntamiento de Madrid (s.f) [Manual de Identidad del Ayuntamiento de Madrid] [en línea] [fecha de consulta 19 de marzo de 2024] <https://madrid.es>



Figura 11. EMVS Madrid (s.f) [logotipos EMVS] [en línea] [fecha de consulta 19 de marzo de 2024] www.emvs.es

Si comparamos las páginas web de ambas instituciones, podemos notar una similitud en la estética de sus cabeceras y en la forma en que transmiten la información visualmente, utilizando símbolos o pictogramas para enlazar a los contenidos más relevantes.

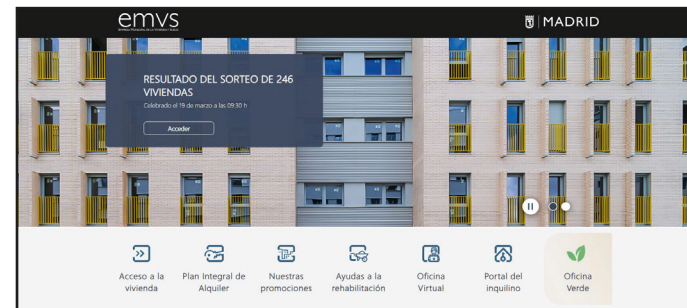


Figura 12. Página oficial de la EMVS Madrid [en línea], [fecha de consulta 18 de Marzo de 2024] www.emvs.es



Figura 13. Página oficial del Ayto de Madrid [en línea], [fecha de consulta 18 de Marzo de 2024] <https://madrid.es>

Puntos fuertes de la marca

- **Asociación con el Ayuntamiento de Madrid.**
- **El logotipo de la EMVS se beneficia de una imagen institucional** sólida al estar vinculado como una submarca del Ayuntamiento de Madrid, transmitiendo seriedad y profesionalismo inherentes a una empresa pública.
- **Logo claro y limpio** que garantiza una fácil comprensión e identificación rápida.
- **Fácil implementación.**
- **Refleja la esencia y valores** del Ayuntamiento de Madrid.
- **Página web de usabilidad sencilla y clara.**

Puntos débiles de la marca

- **El logotipo podría carecer de personalidad distintiva.** Es importante que una marca tenga una identidad visual que haga destacar la singularidad de la empresa y que la diferencien de otras instituciones.
- **Página web sobria y excesivamente formal.** Visualmente no está claro su público objetivo al utilizar tan sólo fotografías de viviendas. La intención es darle formalismo, pero se queda en una web fría y poco emocional.

2. Institut Municipal de l’Habitatge i Rehabilitació de Barcelona

El Institut Municipal de l’Habitatge i Rehabilitació de Barcelona (IMHAB) se creó en el 2018 en base a una necesidad de crear y gestionar el patrimonio municipal. Su crecimiento en cuanto a construcción y gestión del parque ha sido exponencial donde ha llegado a gestionar 11.500 viviendas en el año 2022³¹. Esta empresa, al ser municipal, depende del Ayuntamiento de Barcelona que es el que le ha cedido las competencias en cuanto a la gestión y creación de parque público de viviendas y rehabilitación.

El imagotipo del IMHAB se compone de una “B” ciega, en el que se incluye un cuadrado. La “B” representa Barcelona y el cuadrado una ventana en lo que puede ser en su conjunto un edificio. La tipografía usada es la Arial, una tipografía sencilla, conocida y de palo seco. Esta tipografía es la que une al Ayuntamiento de Barcelona, combinado con los trazos redondos que rodean el escudo institucional.

Los colores difieren en cuanto a sus colores principales, pero en sus versiones podemos ver que algunas veces coinciden.

³¹ Institut Municipal de l’Habitatge i Rehabilitació (s.f) [en línea] [fecha consulta 22 marzo de 2024] www.habitatge.barcelona/es



Figura 14 Institut Municipal de l'Habitatge i Rehabilitació (s.f) [Logotipo IMHAB] [en línea] [fecha consulta 22 marzo de 2024] www.habitatge.barcelona/es



Ajuntament de Barcelona



Figuras 15 y 16 Ayuntamiento de Barcelona (s.f) [logos] Manual de Identidad del Ayuntamiento de Barcelona, [en línea] [fecha de consulta 21 de marzo de 2024] <https://ajuntament.barcelona.cat/>

En cuanto a la web, su página principal parece como si fuera una extensión de la web del propio ayuntamiento, aunque su dirección es distinta. Esta sensación es la ausencia del propio imago tipo del IMHAB que no se encuentra en la cabecera de la página principal, tan sólo el del Ayto. de Barcelona. Esta situación crea confusión para entender su estructura.



Figura 17. Página oficial IMHAB [en línea], [fecha de consulta 24 de Marzo DE 2024] www.habitatge.barcelona/es



Figura 18. Página oficial del Ayuntamiento de Barcelona [en línea], [fecha de consulta 24 de Marzo DE 2024] <https://ajuntament.barcelona.cat/es/>

Puntos fuertes

Los puntos fuertes del logotipo del IMHAB son los siguientes:

- **El logotipo posee un diseño funcional y con personalidad**, fácilmente reconocible, lo que contribuye a su efectividad en la comunicación de la identidad.
- **Utilización de la misma tipografía que la del ayuntamiento.** La elección de utilizar la misma tipografía que la del Ayuntamiento de Barcelona permite asociar fácilmente al Instituto de Vivienda con la administración municipal, reforzando su imagen como parte integrante.
- **La página web destaca por su limpieza visual y la estructuración clara de la información.** Esto facilita la navegación de los usuarios y la búsqueda de información mejorando la experiencia del usuario.
- **El logotipo y la página web transmiten un carácter institucional**, lo que ayuda a generar confianza y credibilidad.

Puntos débiles

- **El isotipo del IMHAB es notable por su grosor**, especialmente en su versión en color negro. Al reducir su tamaño, su densidad puede hacer que se **perciba como una mancha o un área difusa**.

- **Página principal de la web confusa.** La ausencia del imatopito del IMHAB en la cabecera puede generar falta de cohesión y dificultar la identificación de la página.

3. Empresa Municipal de la Vivienda de Alcobendas.

La Empresa Municipal de la Vivienda de Alcobendas (EMVALSA) **es una empresa referente en la Comunidad de Madrid por su gestión en vivienda pública.**

Depende directamente del Ayuntamiento de Alcobendas y lleva construidas 1869 viviendas públicas. (dato a marzo 2024)³²

El imatopito de la Empresa Municipal de la Vivienda y Suelo de Alcobendas (EMVALSA) se compone de una combinación de tipografía y una imagen que representa la corona del escudo del Ayuntamiento de Alcobendas.

Como se puede apreciar en las siguientes figuras, **la presencia de la imagen de la EMVALSA se integra completamente en la marca del Ayuntamiento de Alcobendas**, lo que refuerza la relación institucional entre ambas entidades.

³² Empresa Municipal de la Vivienda de Alcobendas [en línea] [fecha consulta 24 marzo de 2024] <https://emvalsa.org>

La elección de una tipografía de palo seco y el uso de los colores principales verde y amarillo son consistentes con el logo del Ayuntamiento, lo que proporciona una identidad visual unificada y coherente entre la EMVALSA y el Ayuntamiento de Alcobendas.



Figura 19 y 20. Emv de Alcobendas [Imagotipo de la EMVALSA en dos colores principales] [en línea] [visto 23 de marzo de 2024]. <https://emvialsa.org/>



Figura 21 y 22. Ayto de Alcobendas [magotipo del Ayto de Alcobendas en su dos colores principales] [visto 23 de marzo de 2024]. <https://www.alcobendas.org/>

La página web de EMVALSA guarda coherencia de la de su Ayuntamiento. Mantiene en su cabecera su imagotipo junto al del Ayuntamiento.

Los colores principales empleados en sus diseños de información son los mismos que los de su imagen, por lo que da sensación de coherencia.

A diferencia de las otras Empresas estudiadas su web es más dinámica, con una información más accesible a la ciudadanía.

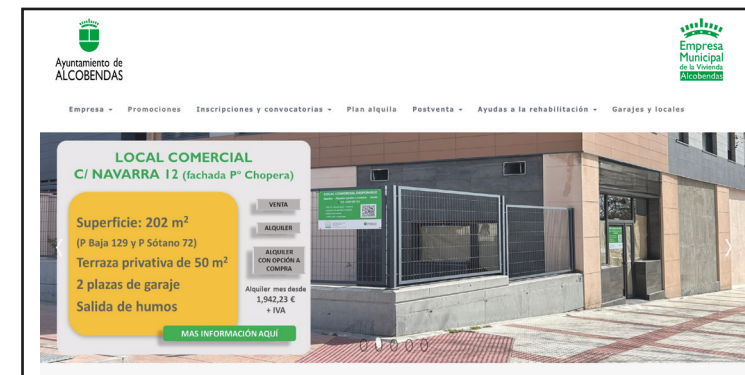


Figura 23 Emv de Alcobendas [en línea] [visto 23 de marzo de 2024]. <https://emvialsa.org/>

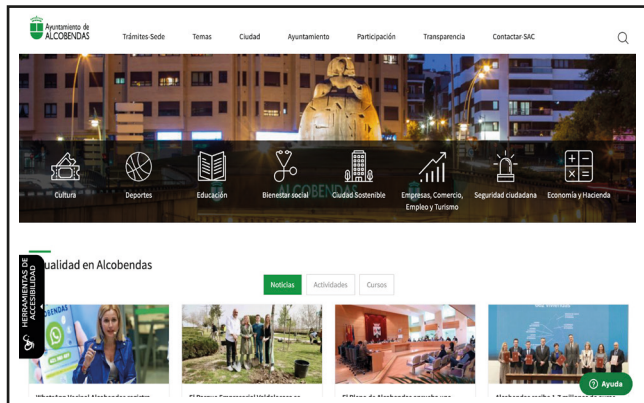


Figura 24, Ayto de Alcobendas [en línea] [visto 23 de marzo de 2024]. <https://www.alcobendas.org/>

Puntos fuertes

Los puntos fuertes del logotipo de la Empresa Municipal de la Vivienda y Suelo de Alcobendas (EMVALSA) y su presencia en la web son los siguientes:

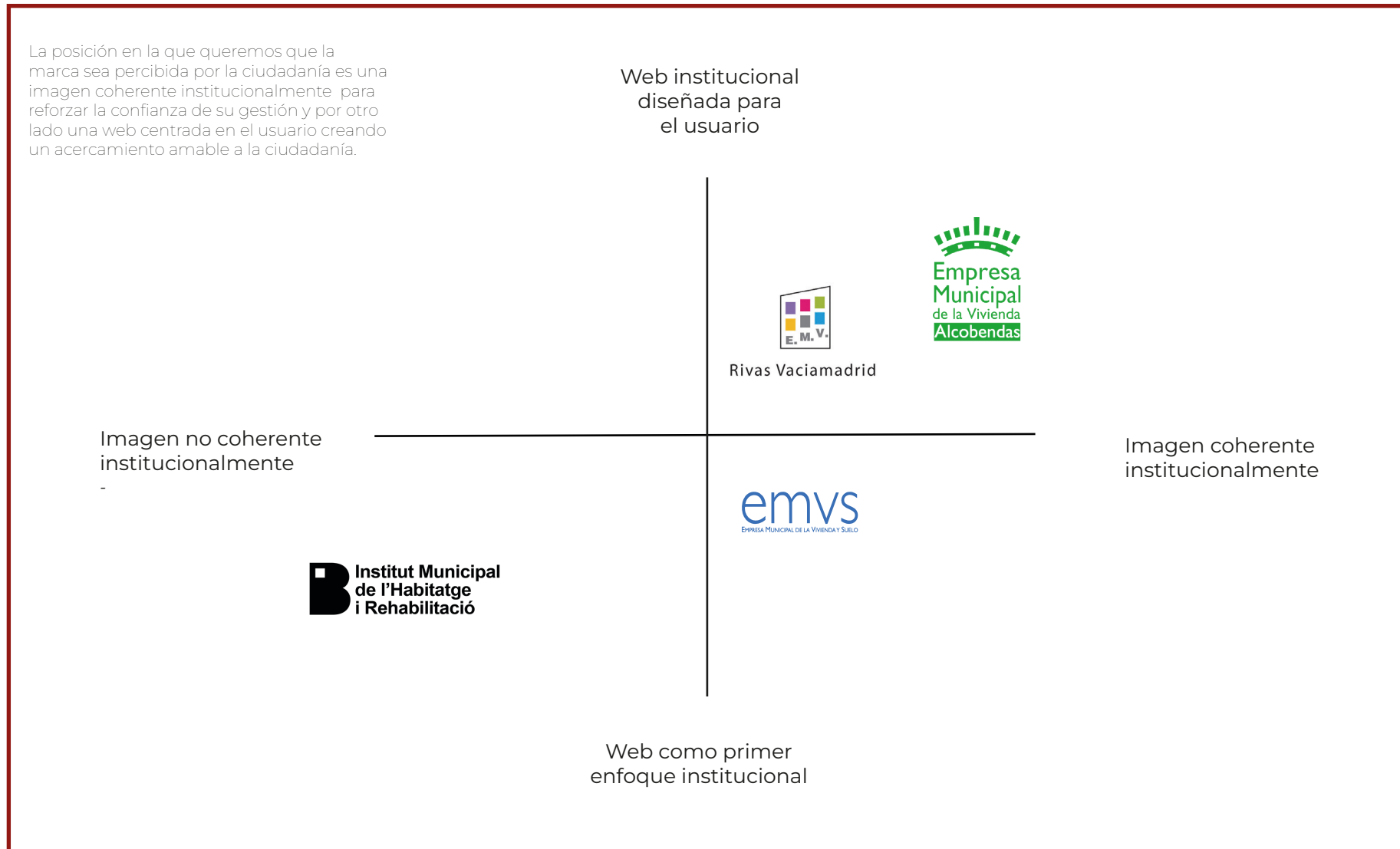
- **La integración del logotipo de EMVALSA con elementos visuales del Ayuntamiento de Alcobendas** fortalece la asociación y la relación entre ambas entidades, lo que puede transmitir confianza y respaldo institucional.
- **Mantiene una coherencia cromática.** El uso de los mismos colores que el Ayuntamiento de Alcobendas garantiza una armonía visual y una identidad unificada.

- **La página web de EMVALSA se destaca por su dinamismo y su estructura** bien organizada que proporciona una navegación clara. La inclusión de la cabecera con el logotipo de la empresa y del Ayuntamiento refuerza la identidad institucional.

Puntos débiles

- **El imagotipo carece de una estructura visual independiente del Ayuntamiento de Alcobendas.** Esto puede debilitar su capacidad para destacar como una entidad única.
- **La utilización de la corona de un escudo en el logotipo puede limitar su versatilidad y originalidad.** Esta dependencia de un elemento tradicional puede restar modernidad y creatividad al diseño, así como dificultar su adaptación a diferentes contextos y usos.
- **El imagotipo tiene una falta de coherencia en la estructura del texto,** con tamaños diferentes y el resaltado excesivo de la palabra “Alcobendas” con un fondo verde. Esto puede resultar en una falta de equilibrio visual y dificultar la legibilidad y la comprensión del logotipo.

6.2.2 Posicionamiento



6.2.3. Análisis cuantitativo.

A través de un análisis cuantitativo, en este caso realizando encuestas a una muestra de la población, nos permitirá recopilar datos específicos y cuantificables sobre la EMV de Rivas, incluyendo información sobre su funcionamiento. Su valoración nos proporcionarán insights importantes que complementarán el análisis.

La encuesta se ha realizado por medio de un formulario distribuido en las redes sociales, concretamente en diversos foros del municipio, para poder llegar al público directo que utiliza o puede utilizar los servicios de la EMV de Rivas. Han participado en total 99 personas, con la siguiente distribución sociodemográfica:

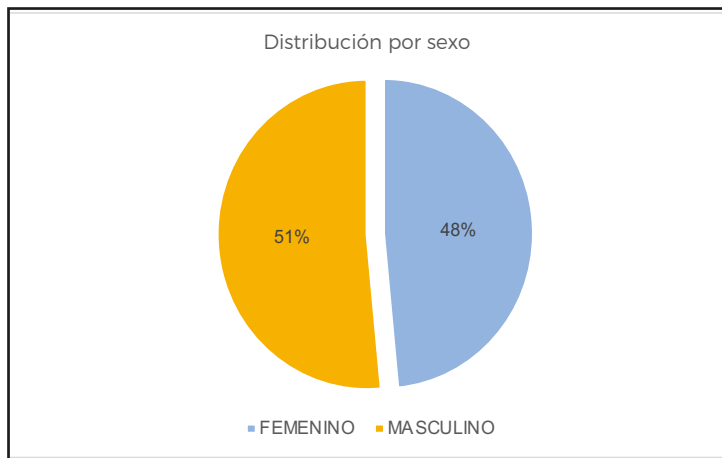


Figura 25, Distribución por sexo

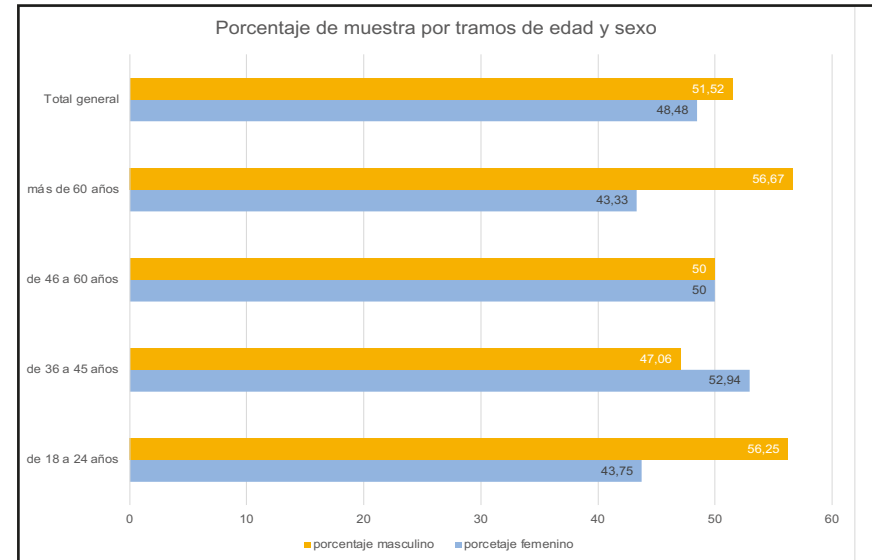


Figura 26 Distribución tramos de edad y sexo.

La distribución por sexo de forma general (fig,25) muestra prácticamente el mismo porcentaje en ambos grupos, lo que sugiere que no existe ninguna disparidad significativa en este aspecto.

En la figura 26 se ha distribuido la muestra por tramos de edad y sexo. El resultado es similar en su mayoría, excepto en el tramo de 18 a 24 años, donde el sexo masculino es más representativo en 8 puntos porcentuales.

No obstante, podemos observar que la muestra por sexo está muy equilibrada en general, lo que sugiere que es una buena muestra para analizar las preguntas de la encuesta y obtener conclusiones representativas sobre la población objetivo.

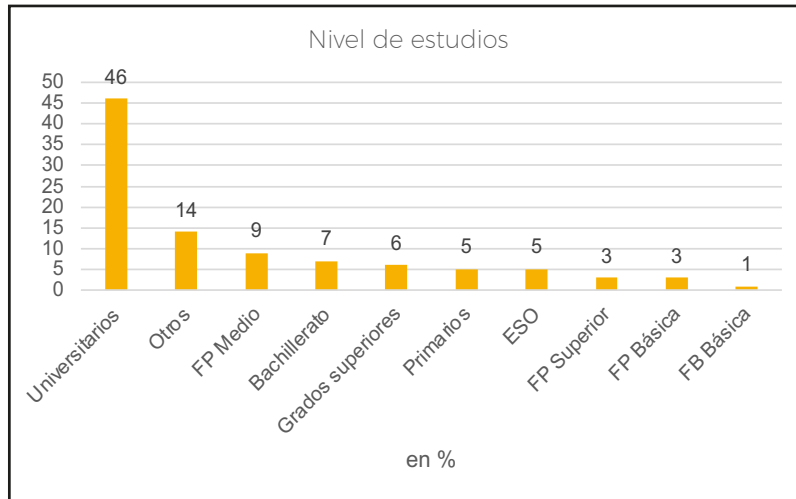


Figura 27 Nivel de estudios

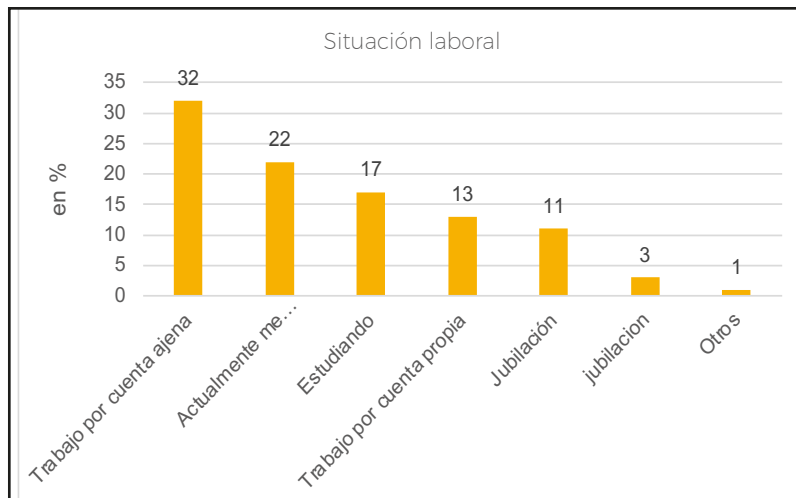


Figura 28, Situación laboral

En la muestra de nivel de estudios, se observa una clara diferencia, donde el 46% de las personas encuestadas tienen estudios universitarios (fig. 27).

Este dato sugiere un nivel educativo más alto en la muestra, lo que podría influir en las respuestas y percepciones de las personas encuestadas sobre las cuestiones planteadas. Además, podría indicar la necesidad de adaptar las estrategias de comunicación y las políticas para llegar a grupos con niveles educativos más bajos y garantizar una representación más equitativa en los resultados.

En la muestra de situación laboral (fig.28), también es importante destacar que, aunque el 45% se encuentra actualmente trabajando (ya sea por cuenta ajena o propia), el 22% se encuentra en situación de desempleo. Este dato es relevante porque puede ser clave para comprender necesidades relacionadas con el acceso a la vivienda. La situación de desempleo puede dificultar el acceso a la misma debido a la falta de ingresos estables lo que destaca la importancia de implementar políticas de vivienda inclusivas.

Para determinar nuestro tipo de muestra, fue necesario investigar sobre la situación de vivienda de cada una de las personas participantes. Para ello, se creó una pregunta

específica sobre el tipo de vivienda en la que actualmente residían. Esta pregunta nos ha permitido recopilar información sobre la diversidad de situaciones de vivienda dentro de nuestra muestra, ayudando a analizar la necesidad de vivienda en el municipio (fig 29)

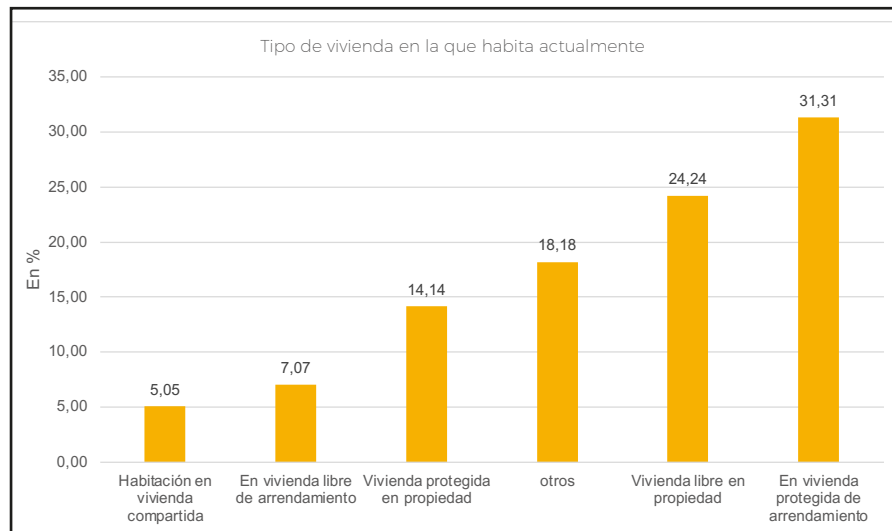


Figura 29 Tipo de vivienda

Como hallazgo importante, podemos observar, el 31% de las personas encuestadas vive en vivienda protegida en arrendamiento, en comparación con el 24% que posee vivienda libre en propiedad. Este dato es muy importante, ya que refleja el movimiento hacia la vivienda en arrendamiento,

especialmente la vivienda protegida. Esto puede indicar una tendencia hacia un mayor interés en opciones de vivienda más accesibles y asequibles, lo que resalta la necesidad de políticas que fomenten y protejan este tipo de vivienda.

Este hecho confirma nuestra percepción sobre la importancia de la EMV como una herramienta esencial para garantizar el acceso equitativo a viviendas adecuadas para la ciudadanía.

A continuación, se han presentado un total de 12 preguntas cerradas relacionadas con la opinión sobre la necesidad de vivienda pública y la percepción de la imagen de la EMV de Rivas, así como de su página web.

Las respuestas han arrojado las claves sobre lo que la EMV puede mejorar e integrarlo en el servicio a la ciudadanía.

Podemos observar los gráficos de todas las respuestas en **el anexo 1 “Gráficos análisis cuantitativo”**. No obstante a continuación analizamos los datos más significativos de cada pregunta.

1. ¿Qué piensa sobre la afirmación de que la vivienda es una primera necesidad?

El 69% de las personas encuestadas afirman que la vivienda actualmente es una primera necesidad. Esta pregunta responde a una percepción que concuerda con la noción ampliamente aceptada de que la vivienda es un derecho básico y esencial.

2. ¿Considera que las empresas municipales de vivienda contribuyen positivamente al desarrollo y bienestar de los municipios?

Un 57% están totalmente de acuerdo de que las empresas municipales de vivienda contribuyen positivamente frente al 2% que están poco de acuerdo. La respuesta arrojada confirma la necesidad de la Empresas Municipales de Vivienda como herramienta para dar solución a los problemas de acceso a la vivienda.

3. ¿Cree que las EMV son empresas independientes de los ayuntamientos?

Frente al 43% de la muestra que entiende que las EMV son independientes de los ayuntamientos, un 38% no lo sabe y sólo

un 16% afirma que son dependientes. Este hecho corrobora que la ciudadanía no tiene un conocimiento preciso sobre la relación entre las EMV y los ayuntamientos, lo que subraya la importancia de una comunicación coherente y clara sobre este tema.

4. ¿Cree usted que la EMV de Rivas es efectiva en la promoción y provisión de vivienda asequible para la ciudadanía ripense?

Un porcentaje del 17% está totalmente en desacuerdo. Es esencial tener en cuenta este dato, ya que refleja un nivel significativo de descontento con la gestión de la EMV. Este desacuerdo puede deberse tanto a experiencias pasadas como a preocupaciones actuales sobre la eficacia o equidad de las políticas y acciones llevadas a cabo por la EMV.

5. ¿Está satisfecho con la gestión de la EMV de Rivas?

Los datos significativos son un 17% totalmente de acuerdo frente a 14% que está poco de acuerdo. La pregunta está relacionada con la anterior y demuestra que es necesario un cambio en la comunicación con la ciudadanía y su gestión.

6. ¿Cuál es la percepción general que usted tiene sobre la imagen de la EMV?

Dentro de las respuestas como datos significativos, un 38% considera buena la imagen frente a un 25% poco buena y 7,7% que es muy mala. Es necesario cambiar la imagen tanto visual como de gestión de la EMV para conseguir una mejor percepción de la misma.

7. ¿Considera que la imagen visual de la EMV es institucional?

Como dato significativo un 33% está de acuerdo y un 31% está en desacuerdo. Afirma la necesidad de comunicar a través del sistema gráfico la dependencia de la EMV con el Ayuntamiento,

8. ¿Crees que debería cambiar la imagen corporativa visual de la EMV?

Tan sólo un 34% esta de acuerdo en el cambio de la imagen corporativa visual, Se deberá revisar la imagen corporativa.

9. ¿La página web satisface la información que buscas?

Un 31% de la muestra contesta que sí le satisface ante un 27% que no lo sabe, En este caso la respuesta arroja que quizás una gran parte del 27% no ha interactuado con la web por no tener la necesidad de acceder a los servicios de la EMV.

10. ¿Le parece institucional la página web de la EMV?

Un 59% afirma que sí le parece que la página de la EMV sea institucional frente a un 32% que no. Según la respuesta es necesaria realizar cambios en la web para que se asimile a la página del Ayuntamiento y encontrar así cohesiones que lo identifique como empresa dependiente.

11. ¿Le resulta fácil registrarte en el Registro Único de solicitantes de vivienda de arrendamiento a través de la web de la EMV?

Un 40% le resulta difícil registrarse en el Registro Único de solicitantes. Este Registro es el principal trámite para acceder a una vivienda de arrendamiento. Se realiza tanto por la web o por cita previa que se solicita por la misma página. Es un hecho importante ya que tener un acceso sencillo

acortaría plazos y facilitaría a la ciudadanía su gestión, evitando así desplazamientos innecesarios a las oficinas de la EMV.

12. ¿Consideraría útil un tutorial en forma de video o infografía que guíe el proceso de inscripción en el Registro Único?

Un 68% de la muestra le sería útil una guía para la realización del trámite de solicitar la inscripción en el registro único. Es importante facilitar a la ciudadanía el acceso a la vivienda utilizando herramientas comunicativas.

Tras el análisis de las respuestas a estas preguntas, podemos arrojar varios insights que se deben tener en cuenta.

- . Necesidad de vivienda pública.
- . Consolidar la confianza en la EMV con su gestión.
- . Mejorar la comunicación.
- . Mejorar la experiencia del usuario con la web.

6.2.4 Diagnóstico para la implementación de la perspectiva de género.

El diagnóstico de la perspectiva de género en la EMV de Rivas revela varias deficiencias importantes que requieren atención:

- . Ausencia de estudios y políticas de género en vivienda. La falta de estudios y políticas específicas de género.
- . Falta de implantación de un plan de igualdad. La EMV corre el riesgo de perpetuar prácticas y estructuras que mantienen la discriminación de género y obstaculizan el progreso hacia la igualdad de género.
- . Carencia de un manual de lenguaje no sexista e inclusivo específico. Puede mostrar falta de sensibilidad y conciencia sobre el impacto del lenguaje en la reproducción de estereotipos de género.

Antes de realizar las conclusiones parciales realizaremos un estudio a través de un análisis cuantitativo.

6.2.5 Análisis cuantitativo.

En este análisis, se ha realizado una encuesta con preguntas cerradas a través de redes sociales en diversos foros, sin restringirme únicamente al municipio de Rivas. Esta elección se fundamenta en que las preguntas abordan temas de políticas con perspectiva de género que afectan a la población en general, sin tener un enfoque exclusivo en Rivas.

La muestra la conforman 71 personas con la siguiente situación demográfica:

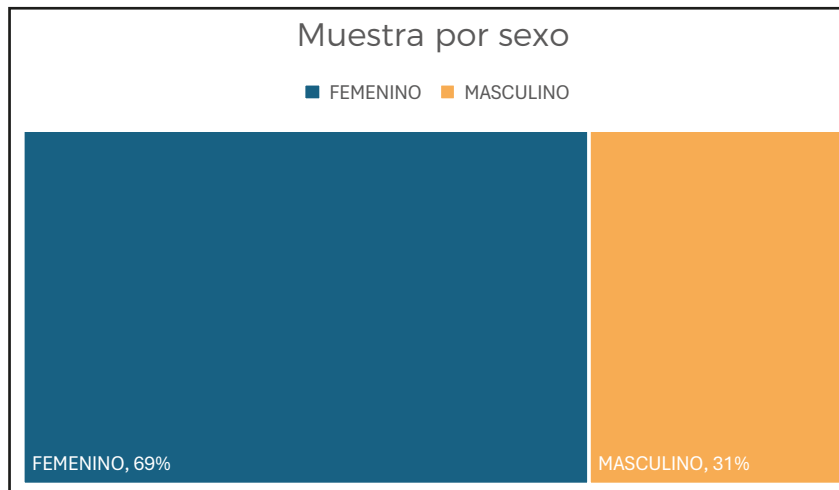


Figura 30 Muestra por sexo

La muestra ha arrojado un resultado significativo en cuanto al sexo femenino, con un 69% de personas encuestadas (figura 30).

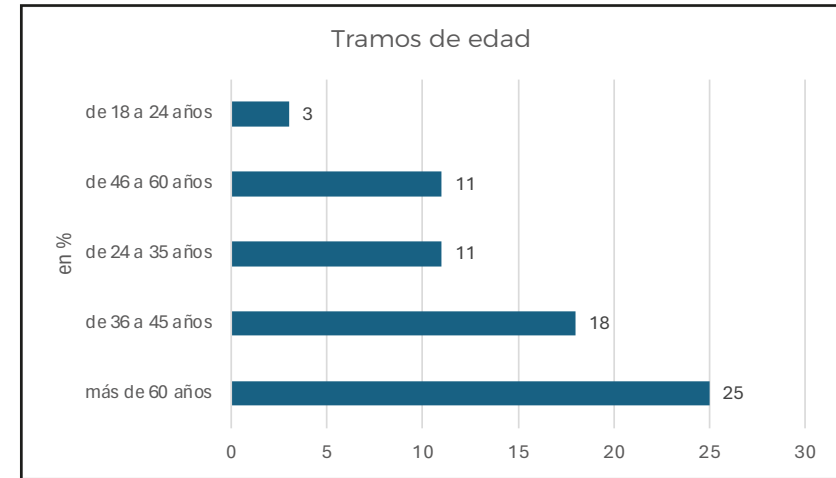


Figura 31 Tramos de edad

Los tramos de edad están mayormente representados por mayores de 60 años (fig 31) con una situación laboral mayoritariamente compuesta por personas trabajadoras por cuenta ajena o jubiladas (fig 32). Este perfil demográfico sugiere una importante participación de mujeres y una predominancia de personas de edad avanzada en la encuesta, lo que puede influir en las percepciones y respuestas recopiladas en el estudio.

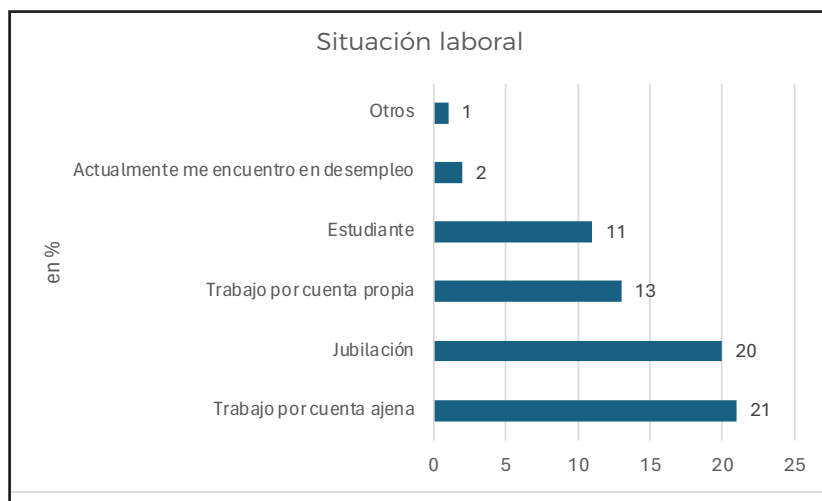


Figura 32 Tramos de edad

Se han formulado 8 preguntas cerradas para recopilar opiniones sobre la perspectiva de género en las instituciones y su implementación.

Los gráficos de respuestas se pueden observar en el **anexo 1 “Gráficos análisis cuantitativo”**.

A continuación analizamos los resultados más significantes de cada pregunta que han arrojando respuestas interesantes sobre la sensibilidad de la perspectiva de género en las instituciones públicas.

1. ¿Considera que las instituciones públicas están comprometidas con la promoción de la igualdad de género en todas sus políticas y acciones?

El 26% de las personas encuestadas cree que las instituciones públicas están comprometidas con la promoción de la igualdad de género en todas sus políticas y acciones, mientras que un 33% indica lo contrario. Además, un 39% responde que tal vez.

Estos resultados sugieren que no está claro para muchas personas encuestadas si las políticas y medidas que promueven la igualdad de género se están desarrollando adecuadamente, tanto a nivel nacional como local. Esta falta de claridad refleja la necesidad de una mayor transparencia y comunicación por parte de las instituciones públicas en relación con sus esfuerzos por promover la igualdad de género.

2. ¿Considera importante que las instituciones públicas utilicen un lenguaje inclusivo que refleje la diversidad de género en tu comunidad?

Mayoritariamente, un 75% de las personas encuestadas consideran importante la utilización del lenguaje inclusivo, una respuesta que refleja una preocupación significativa dentro

de la ciudadanía sobre este tema. Esto subraya la importancia de que las instituciones públicas adopten prácticas de comunicación que reflejen la diversidad de género lo que podría promover un entorno más inclusivo.

3. ¿Cree que el uso de lenguaje inclusivo por parte de las instituciones públicas contribuye a promover la igualdad de género y a crear un ambiente más inclusivo para toda la ciudadanía?

Sí, el uso de lenguaje inclusivo por parte de las instituciones públicas contribuye significativamente a promover la igualdad de género y a crear un ambiente más inclusivo para toda la ciudadanía. Esto se refleja en la opinión de un 66% de las personas encuestadas que respondieron afirmativamente. Utilizar un lenguaje inclusivo no sólo fomenta la igualdad y el respeto entre la ciudadanía, sino que también ayuda a derribar estereotipos y barreras de género.

4. ¿Cree que las instituciones públicas deberían implementar más medidas para garantizar la igualdad de género en la atención y el servicio a la ciudadanía?

La gran mayoría de las personas encuestadas (70%) consideran que las instituciones públicas deberían implementar más medidas para garantizar la igualdad de género en la atención

y el servicio a la ciudadanía. Esta respuesta sugiere un fuerte respaldo a la idea de que las instituciones deben tomar acciones concretas para abordar las disparidades de género y garantizar un trato equitativo independientemente de su género.

5. ¿Ha observado el uso de lenguaje inclusivo en la comunicación y los documentos oficiales de las instituciones locales?

El 47% de las personas encuestadas afirman haber observado el uso de lenguaje inclusivo en la comunicación y los documentos oficiales de las instituciones locales. Sin embargo, un 27% indica que no lo ha observado. El resto de los encuestados respondió "tal vez". Estos resultados sugieren que, si bien algunas instituciones locales pueden estar utilizando lenguaje inclusivo en su comunicación oficial, aún queda trabajo por hacer para garantizar su adopción generalizada.

6. ¿Ha observado el uso de lenguaje inclusivo en la comunicación y los documentos oficiales de las instituciones locales?

El 41% de las personas encuestadas afirman haber observado el uso de lenguaje inclusivo en la comunicación. Estos resultados sugieren que, aunque algunas instituciones locales pueden

estar utilizando lenguaje inclusivo, todavía hay una proporción significativa de personas que no han notado su presencia en la comunicación oficial. Sería necesario una mayor difusión y aplicación del lenguaje inclusivo.

7. ¿Has experimentado discriminación de género al recibir atención por parte de las instituciones públicas?

El 31% de las personas encuestadas afirma haber experimentado discriminación de género al recibir atención por parte de las instituciones públicas. Esto indica que existe un porcentaje significativo de la población que ha enfrentado este tipo de discriminación en sus interacciones con las instituciones. Aunque el 67% no ha experimentado discriminación de género, y un 6% respondió “tal vez”, estos resultados sugieren que aún queda trabajo por hacer para garantizar que todas las personas reciban una atención no discriminatoria.

8. ¿Crees que la brecha salarial puede influir en el acceso a la vivienda por parte de las mujeres?

El 82% de las personas encuestadas cree que la brecha salarial puede influir en el acceso a la vivienda por parte de las mujeres. Este resultado sugiere un amplio reconocimiento de la interrelación entre la brecha salarial de género y la capacidad

de las mujeres para acceder a una vivienda adecuada. La brecha salarial puede limitar los ingresos disponibles de las mujeres, lo que a su vez puede dificultar su capacidad para pagar alquileres o hipotecas y acceder a viviendas de calidad. Esto destaca la importancia de abordar la brecha salarial como parte de los esfuerzos más amplios para garantizar la igualdad de acceso a la vivienda para todos los miembros de la sociedad.

6.2.6. Benchmarking

El análisis que hemos realizado de las empresas públicas que tienen encomendada la gestión de vivienda, nos ha proporcionado claves para mejorar la imagen y percepción ante la ciudadanía de la EMV de Rivas.

- **Integración del logotipo con elementos visuales del Ayuntamiento**

La integración del logotipo de EMVALSA con elementos visuales del Ayuntamiento de Alcobendas es un punto fuerte que transmite confianza y respaldo institucional. La EMV de Rivas podría considerar una estrategia similar, integrando elementos visuales del Ayuntamiento de Rivas en su logotipo para fortalecer la asociación entre ambas entidades.

- **Coherencia cromática y diseño funcional del logotipo**

La coherencia cromática y el diseño funcional del logotipo del IMHAB son puntos destacados.

La EMV de Rivas debería asegurarse de que su logotipo mantenga una paleta de colores coherente y un diseño funcional que sea fácilmente reconocible y transmita la identidad de la institución de manera clara.

- **Usabilidad y claridad en la estructura de la página web.**

La página web de EMVALSA se destaca por su dinamismo y estructura bien organizada, mientras que la del IMHAB por su limpieza visual y estructuración clara de la información.

La EMV de Rivas puede mejorar la accesibilidad de su sitio web adoptando elementos de estas prácticas, como una navegación clara, una estructura bien organizada y una presentación visual limpia que facilite la búsqueda de información para los usuarios.

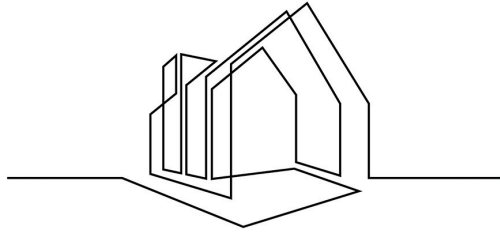
- **Reflejar la esencia y valores del Ayuntamiento**

Al igual que la EMVS de Madrid, la EMV de Rivas podría beneficiarse de una asociación sólida con el Ayuntamiento de Rivas, reflejando sus valores y esencia en el diseño del logo y la comunicación institucional.

Sería importante que la EMV de Rivas y el Ayuntamiento unan fuerzas para asegurar una coherencia en la transmisión de información y comunicados relacionados con la vivienda. De esta forma se garantiza que ambos organismos transmitan un mensaje unificado y cohesivo, reforzando así la confianza a la ciudadanía.



moodboard



URW DIN

3 Widths

URW DIN hamburgefonts

Condensed Width

URW DIN hamburgefonts

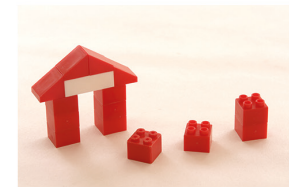
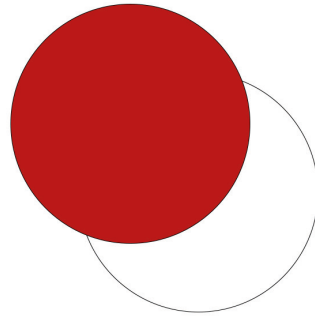
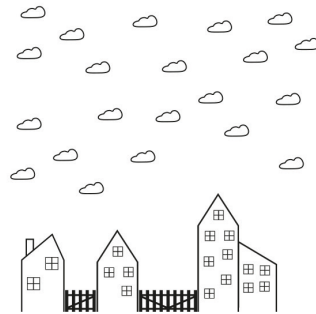
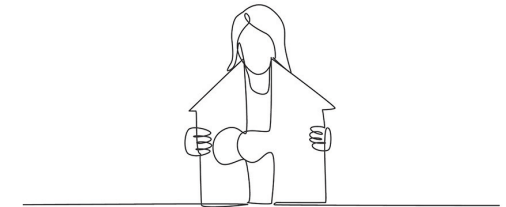
Semi Condensed Width

URW DIN hamburgefonts

Regular Width



RIVAS VACIAMADRID



6.2.8. Propuesta de valor

La Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas **se distingue y se diferencia por su compromiso con la ciudadanía. Este compromiso se caracteriza por una profunda sensibilidad hacia la misma integrando perspectivas de género y otros aspectos relevantes para garantizar la inclusión y equidad en todas sus acciones.** La empresa valora la cercanía con sus vecinos y se esfuerza por conocer sus preocupaciones fortaleciendo un tejido de ciudad.

Para afianzar este compromiso debe implementar estrategias de comunicación efectiva e inclusiva que pongan en el centro a la ciudadanía, al tiempo que se mantenga una imagen institucional sólida. Será importante mejorar la accesibilidad y facilidad de uso de la página web, permitiendo a los usuarios realizar trámites de manera rápida y sencilla.

La EMV, para consolidar marca de confianza, se enfocará en fomentar activamente la participación ciudadana realizando eventos de interés, y creación de comunidades de vecinos y vecinas para que sean principales actores en las decisiones.

6.2.9. Conclusiones parciales

Una vez realizada la hipótesis y tras el estudio de las empresas públicas de viviendas más importantes, así como las respuestas de la ciudadanía, se puede concluir que la EMV de Rivas sigue siendo una de las empresas públicas de vivienda más relevantes en su gestión, considerando su número de habitantes. La ciudadanía continúa valorándola como una herramienta útil para abordar la problemática del acceso a la vivienda.

Sin embargo, se identifica la necesidad de reforzar su carácter institucional. Esto podría lograrse mediante el rediseño de estrategias de comunicación que refuercen su imagen y presencia pública. Asimismo, es crucial facilitar el acceso a los trámites e información a la ciudadanía a través de nuevas herramientas y plataformas que sean más intuitivas y accesibles. Estas medidas podrían contribuir a fortalecer la posición de la EMV como una entidad importante en la gestión de vivienda y a mejorar su relación con la ciudadanía.

La implementación de una guía dentro del manual de identidad corporativa que integre principios de igualdad de género no sólo reforzará el compromiso de la EMV con la inclusión y la equidad, sino que también aumentará significativamente su valor como entidad.

7. Desarrollo de identidad. manual de Identidad Corporativa con perspectiva de género.

En este punto se abordará el proceso de definición y establecimiento de la identidad corporativa de la empresa, considerando de manera integral la perspectiva de género

7.1 Logotipo

El primer aspecto a considerar es el rediseño del logotipo actual, que ha permanecido sin modificaciones desde su creación en 2003. Se busca una percepción renovada y actualizada que refleje la evolución y los valores actuales de la empresa.



Figura 33. Logo actual de la EMV. La intención es su rediseño adaptándolo a la nueva actualidad pero manteniendo su esencia y reconocibilidad.

El logo actual, diseñado originalmente para atraer a un público joven, ha sido altamente reconocible en la ciudad y se ha convertido en un símbolo identificador de la empresa desde su creación en 2003.

Su diseño juvenil, con líneas finas y la representación de un edificio, ha funcionado, siendo acertado y atrayente para la ciudadanía. Sin embargo, dada la evolución de la empresa en su gestión y los cambios actuales, **es necesario revitalizar la imagen para adaptarse a una audiencia más amplia**, que abarque todas las edades. Además, **es crucial establecer una conexión visual más fuerte con el Ayuntamiento para generar confianza y transmitir la colaboración institucional.**

Considerando que actualmente no existe presencia en redes sociales ni una comunicación externa activa, este momento representa una oportunidad óptima para realizar un rediseño que no sólo renueve la imagen, sino que también refleje una evolución en la gestión y enfoque hacia el servicio a la ciudadanía.

Es importante destacar que la EMV se consideraría submarca del logo del Ayuntamiento al ser empresa dependiente del mismo. Institucionalmente y para comunicaciones oficiales el logo de la EMV aparece al lado del logo del Ayuntamiento.

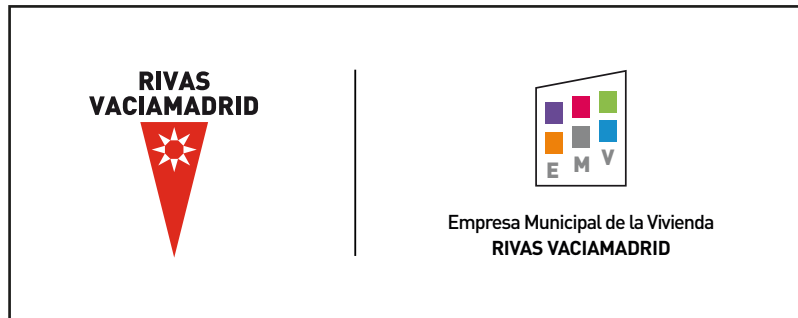


Figura 34 . Composición actual del logo como submarca institucional.

7.2 Código gráfico.

7.2.1 Concepto

En el contexto del proceso de rediseño del logo actual, se plantea una estrategia para renovar ciertos aspectos clave, como el color, la tipografía y elementos estructurales específicos. Este rediseño **busca la necesidad de actualizar la imagen corporativa con la importancia de preservar la esencia y la identidad visual que han caracterizado al logo desde su creación en 2003.**

Al conservar la esencia y reconocibilidad del logo actual, se **garantiza una transición suave y una continuidad en la percepción de la marca por parte de la ciudadanía.**

Sin embargo, la introducción de cambios estratégicos como el color fortalecerá la conexión visual con el Ayuntamiento proyectando la imagen institucional que buscamos.

7.2.2 Proceso creativo

En el proceso creativo primeramente se centró en el rediseño del símbolo. La intención siempre fue conservar la silueta del edificio ya que forma parte de la imagen reconocible.

La silueta del edificio con tejado a un agua, sugiere un edificio moderno, no plano y en contra de un tejado a dos aguas, una técnica habitual y recurrente en el diseño de los logotipos del sector inmobiliario.

El primer enfoque consistía en jugar con el color del logotipo actual, incorporando el rojo institucional. Este paso simplemente servía para observar el funcionamiento del color y su efecto.



Empresa Municipal de la Vivienda

Figura 35 . Modificaciones cambio de color

Se decidió buscar inspiración en ilustraciones de edificios y comunidades, con la intención de infundirle vida al diseño. Una de las imágenes que ayudó a bocetar las primeras creaciones fue la representación de una comunidad de vecinos y vecinas interactuando y formando conexiones. En esta representación se imaginan conversaciones e interacciones entre los miembros de la misma comunidad. Esta idea conllevó a bocetos de bocadillos de personajes.



Figura 36. Motivación de cambio

Primeras ideas. Logo continuista

A partir de aquí, la primera idea, era la transformación de las ventanas del antiguo logo, que eran rígidas y vacías. Se sustituyeron por unas ventanas con formas más redondeadas y flexibles, que recordaran los bocadillos de diálogo.

Este cambio le daría una apariencia más dinámica y moderna, e intentaría reflejar la idea de interacción y participación. La intención era realizar una transición suave en la percepción de la ciudadanía, por lo que se basó en el logotipo original.

La primera forma que se le dio a las ventanas tenían líneas suavemente redondeadas e imitaban a los bocadillos de diálogos.

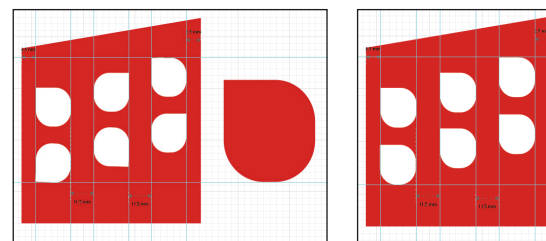


Figura 37. Construcción de logotipo con ventanas en diferentes direcciones

Para asemejar e institucionalizar el logo, se incluyó lo que se denomina "la roseta" que lleva incorporado el propio logotipo del ayuntamiento.

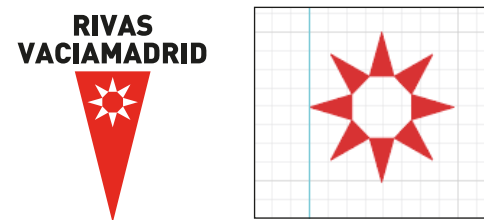


Figura 39 Roseta del logo del Ayto de Rivas.

Tomando como base las ideas previamente mencionadas, se elaboró la primera idea como boceto para el rediseño del símbolo, incorporando el acrónimo EMV.

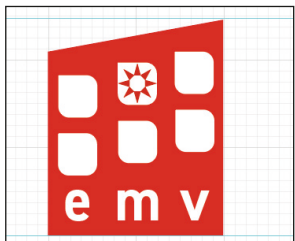


Figura 40. Boceto continuista.

Una vez conformado se llegó a la conclusión de que **el logo era demasiado continuista, y sus características le hacían poco legible, complejo y no funcional, por lo que se descartó esta línea de imagen.**

Búsquedas de nuevas ideas

Se optó por buscar nuevas ideas **sin dejar atrás de lado el concepto de la comunicación entre la vecindad.** El bocadillo del diálogo fue el centro de los bocetos.



Figura 41. Idea centrada en la comunicación.

7.2.3 Bocetos

A partir de esta idea se comenzaron a construir diferentes bocetos hasta llegar a la resolución final. Primeramente se desarrollaron bocetos toscos pero donde la idea empezaba a coger forma.

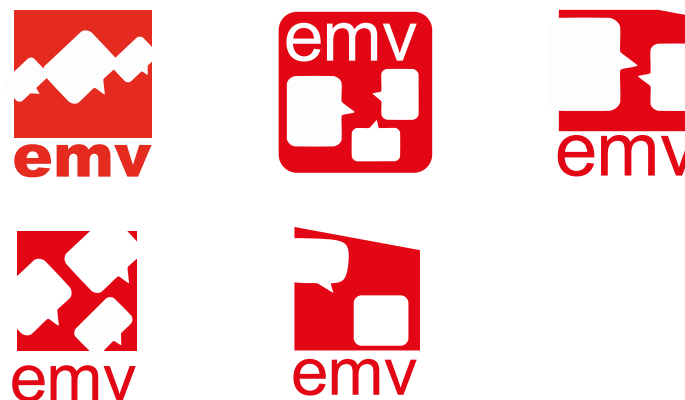


Figura 42. Bocetos.

El dejar como base el edificio fue un decisivo también para llegar a un punto medio de espíritu continuista o renovador

El uso del edificio como base fue crucial para alcanzar un equilibrio entre continuidad e innovación. El primer diseño, representado en la figura 43, presentaba un logo **simple con tres elementos, capturando la esencia de la comunicación entre vecinos**, siendo el boceto más aproximado al elegido. Sin embargo, este diseño fue descartado debido a que su apariencia daba la sensación de pertenecer a una cadena televisiva.



Figura 43. Boceto del primer resultado funcional.

Tras varias iteraciones, se llegó al diseño final del logo. Se ajustó la posición del bocadillo hacia la derecha para crear un espacio abierto. Se optó por el color rojo como el color institucional. El acrónimo se redactó en minúsculas para agregar suavidad y calidez, utilizando la tipografía Helvética Bold, reconocida por su legibilidad en todas las circunstancias.

7.2.4. Resolución final Bocetos

Rediseño final

SÍMBOLO



IMAGOTIPO



**Empresa Municipal de la Vivienda
Rivas Vaciamadrid**

Logo como submarca



En el logotipo como submarca, se evita el uso del nombre completo "Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid" para evitar redundancia en la información.

Se utiliza el color institucional del logo del ayuntamiento recogido en su manual, siendo los principales:

Rojo Pantone 458 CVC
C 0 M 93 Y 92 K 0
R 255 G 17 B 0
#ff1100

Negro Pantone Process Black C
C 91 M 79 Y 62 K 97
R 0 G 0 B 0 S
#000000

Se utiliza la tipografía DIN Bold.

7.3 Aplicaciones de la marca

La Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas ha mostrado carencias en su proyección de la comunicación ante los vecinos y vecinas ripenses.

Es necesario comprender las necesidades específicas de la Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas y buscar medios para aplicar la marca de manera efectiva, buscando formas de interactuar con los usuarios e integrando elementos visuales para difundir los valores de la empresa.

En este punto se pone en práctica la aplicación de la marca con un valor añadido: la perspectiva de género.

Buscamos que la imagen infunda institucionalidad y, al mismo tiempo, sea clara y cercana.

Es fundamental esforzarse en reflejar la diversidad de la sociedad actual a través de aplicaciones offline y online. Además, se quiere garantizar que nuestra comunicación, tanto escrita como verbal, refleje los valores de igualdad y respeto hacia todas las personas, independientemente de su género.

Para lograr este objetivo, ampliaremos nuestra estrategia mediante la inclusión en el manual de una guía sobre el uso del lenguaje no sexista.

Esta guía esta diseñada para ofrecer alternativas que promuevan la igualdad y el respeto, y contendrá una lista de los términos más utilizados en las instituciones públicas que condicionan el género.

Este recurso se basa en una relación de términos de lenguaje no sexista **elaborada por el Ayuntamiento de Rivas y proporcionada internamente a sus trabajadores públicos y empresas municipales** (Base de datos del buscador de alternativas no sexistas al lenguaje, 2016).

Para adaptar esta guía a las necesidades específicas de la Empresa Municipal de la Vivienda, **se han seleccionado y ajustado los términos más relevantes y utilizados en la EMV.**

Este enfoque integral reafirma y pone en valor a la empresa con un compromiso de igualdad y diversidad en el servicio íntegro a la ciudadanía, ya que la propia organización formará parte de esta aplicación.

En el manual corporativo se ha conformado de dos bloques diferenciados, el "Manual Visual" y la "Guía de uso con perspectiva de género".

Dentro del **Manual Visual** se han incorporado las siguientes aplicaciones:

Papelería corporativa

- Cartas
- Sobres
- bolsas
- tarjetas

Cartelería Corporativa

- Mupis, opis y marquesinas
- Banderolas

Comunicación online

- Página web
- Firmas mails
- Redes sociales
- Aplicaciones audiovisuales

Señalética corporativa

- Señalética oficina
- Vallas de obra

Material de merchandasing

- Obsequios y caja de bienvenida.

En la **Guía de uso con perspectiva de género** se incorpora:

- Tabla de referencia de términos del lenguaje no sexista
- Aplicación en la publicidad
- Aplicación de indicadores

7.3.1. Papelería corporativa

Es importante subrayar nuevamente que la EMV es una empresa municipal, lo cual la posiciona como una submarca en las comunicaciones oficiales.

Este hecho implica que el logo del Ayuntamiento debe estar presente en la mayoría de las aplicaciones, ya sea como logo de submarca o como un elemento de apoyo, pero no como protagonista de las comunicaciones.

Así pues la papelería corporativa se ha realizado con el logo institucional (Ayuntamiento-EMV) y la construcción en cada aplicación se ha diseñado con las medidas y márgenes adecuados para su visualización.

En el manual visual se muestran la construcción de cartas, sobres, bolsas, carpeta y tarjetas, ya sean genéricas o con nombre.

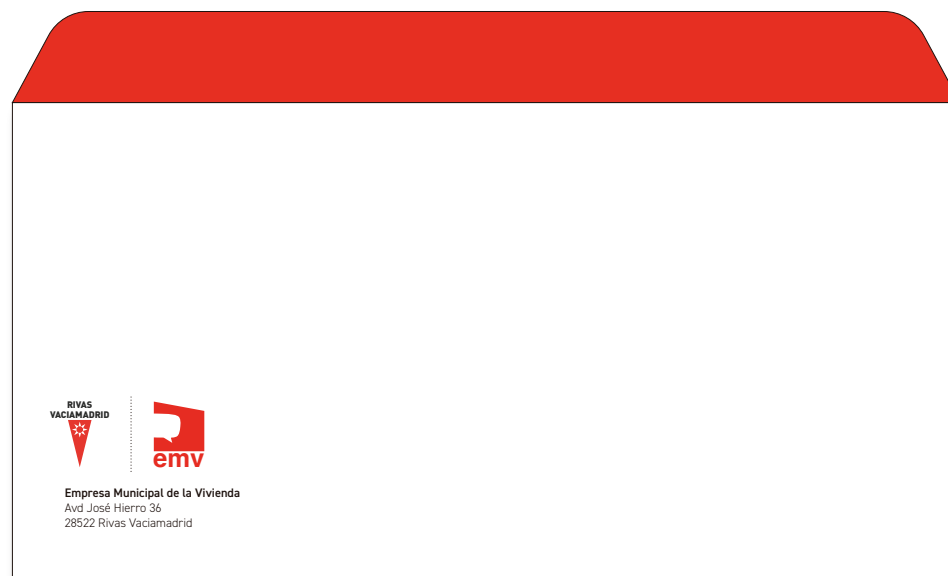


Figura 42 Ejemplo construcción de sobre incluido en el manual corporativo.



Figura 44 Ejemplo de construcción de tarjeta, general y de cargos.

7.3.2. Aplicaciones offline

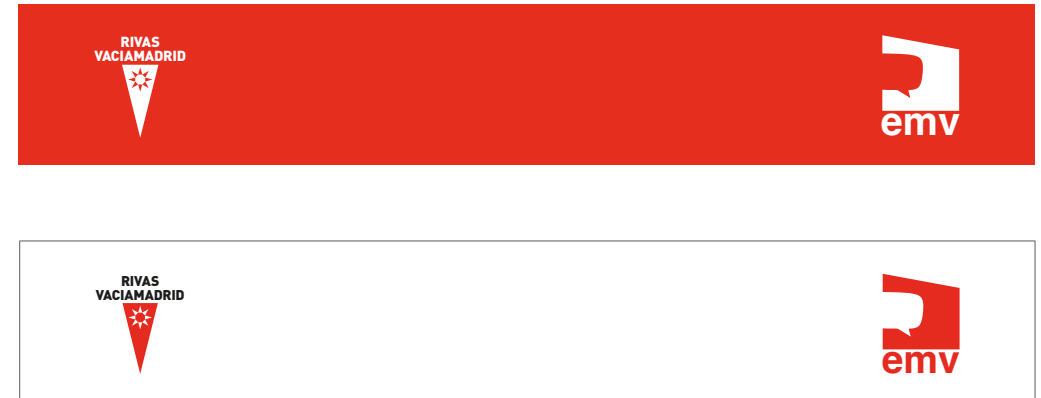


Figura 45 Propuesta de banda institucional

En el caso de la cartelería, se ha pensado en un concepto integrador institucional. **Se ha diseñado una banda institucional** donde aparece el logo del Ayuntamiento y el símbolo de la EMV.

Esta banda servirá para crear un nexo municipal. Será compatible añadir, en la parte superior, el logotipo de la EMV para referir el protagonismo de la acción.

A través de este concepto se podrá construir la cartelería con una estructura organizada, para que visualmente sea reconocible la comunicación de la EMV.

Como se puede observar en la figura 46, la colocación de la banda irá en la parte inferior del cartel. Dentro de la misma se podrá añadir información relevante y corta.



Figura 46. Construcción de cartelería

Para cohesionar más la comunicación, la tipografía dentro de la banda será Helvética. En los espacios de contenido variable se podrá utilizar otro tipo de tipografía que se adapte al diseño.

En el manual visual se aconseja utilizar de forma generalizada esta composición, aunque siempre pueden existir excepciones debido al tipo de diseño del cartel.

Las imágenes deben ser cuidadosamente elegidas.

Esta norma no sólo se indica por el estilo que queremos incorporar en la identidad, sino porque, como más adelante veremos, no se utilizarán bajo ningún concepto imágenes que perpetuen los estereotipos de género y sexualice a la mujer.

No obstante, cumpliendo lo anterior, **el estilo fotográfico se basará en fotografías donde la ciudadanía sea protagonista, representando así la diversidad y creando un vínculo de cercanía con los vecinos y vecinas de Rivas.** Esta elección se recoge del estilo fotográfico que el ayuntamiento realiza habitualmente, tanto en carteles como la presencia en la propia revista municipal. Por otro lado también se utilizarán **ilustraciones de líneas finas, creando contenidos limpios y reconocibles.**

JORNADAS MUNICIPALES DE VIVIENDA

Políticas públicas de vivienda

8 de septiembre 2024, 19:00h
Edificio Atrio, Avd José Hierro 36



Intervienen:

Joan Ramon Riera, Comisionado de vivienda. Ayto Barcelona.
Aída Castillejo, Alcaldesa de Rivas Vaciamadrid
Luis Enrique Espinoza, Gerente de la EMV de Rivas
Yasmin Manji, Consejera Delegada de la EMV de Rivas



www.emvrivasciudad.es



¡Ahora ya puedes!

Abierto el plazo para la inscripción en el
Registro Único de Solicitantes

Del 1 de abril al 30 de junio



Más información
www.emvrivasciudad.es



PROGRAMA COHOUSING SENIOR

55 nuevas viviendas colaborativas
para mayores de 55 años

¡infórmate!



www.emvrivasciudad.es
cohousing@emvrivasciudad.es
91 670 22 30



¡QUÉDATE EN RIVAS!



PROMOCIÓN DE
50 VIVIENDAS PARA JÓVENES



NSCRIPCIONES HASTA EL 4 DE MAYO
www.emvrivasciudad.es



Las aplicaciones en **formatos offline**, como los mupis y las marquesinas, cumplirán las mismas normas de diseño y comunicación. **Estos soportes han sido seleccionados debido a su alta visibilidad entre la ciudadanía de Rivas.**



Figura 47. Ejemplo de aplicación entre otras.

7.3.3. Aplicaciones online

En las aplicaciones online, es necesario indicar cómo se aplica el logo, ya sea de forma individual o institucional.

En la actualidad, la EMV utiliza una **firma digital** que incluye el logo del ayuntamiento, pero carece de cohesión en cuanto a tipografía y estructuración de la información. Por tanto, es importante establecer en el manual corporativo las normas para su correcta aplicación.

Se ha construido con el logotipo de marca, al considerar las comunicaciones de carácter institucional.



Figura 48. Firma correo electrónico

Otra aplicación del logotipo se encuentra en la **página web**, donde es crucial definir su comportamiento y su presencia estructural.

Es importante destacar que uno de los prototipos presentados en este TFG es el rediseño de la página web actual de la EMV. Sin embargo, en este punto nos enfocaremos en cómo se debe aplicar el logotipo en esta herramienta para garantizar una presencia coherente.

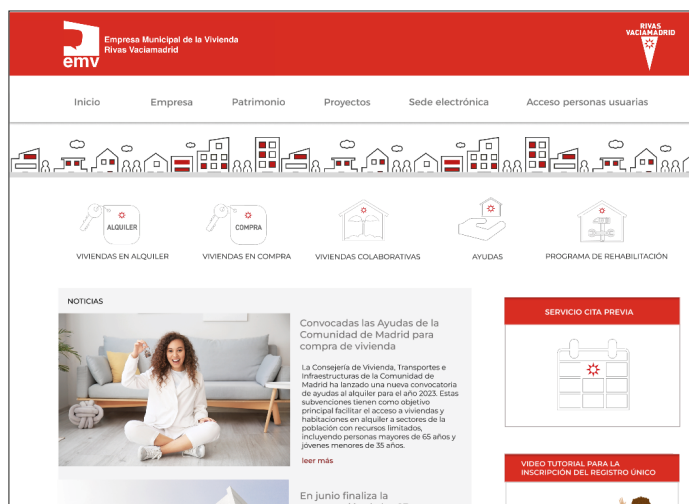


Figura 49. Comportamiento del imagotipo de la EMV en el prototipo de rediseño de la página web

En el nuevo prototipo de la página web (fig.49), se puede observar cómo se ha colocado el imagotipo de la EMV en la parte izquierda del menú, otorgándole protagonismo.

A su vez, el logo del ayuntamiento se posiciona en el lado derecho del menú. Esta disposición estará presente en todas las páginas de la web.

Sin embargo, en las **redes sociales**, el logotipo de la EMV se mostrará **únicamente con el símbolo**, sin la presencia del logo del Ayuntamiento.

Esta decisión se toma con el objetivo de diferenciar claramente las redes sociales de ambas instituciones, ya que cada una tiene su propia identidad y público objetivo.



Figura 50. Comportamiento del símbolo de la EMV en las redes sociales. Izquierda X y derecha Facebook.

Las imágenes se comportarán siguiendo el estilo fotográfico, fondos claros, limpios, personas como protagonistas o ilustraciones con trazos finos.

En cuanto al **tratamiento del logotipo en medios audiovisuales**, se ha establecido en el manual el uso del imagotipo o símbolo de la EMV como elemento protagonista al inicio del mismo (en todas sus versiones), ya sea como introducción o mosca. Además, se especifica que en la pantalla final del audiovisual deberá aparecer la marca institucional (Ayuntamiento-EMV). Se puede observar el funcionamiento en los dos audiovisuales reflejados como documentos anexos y diseñados para este TFG.

Es importante destacar que en el manual visual se ha incorporado la **sección de señalética**.



Figura 51 Ejemplo de comportamiento de los logotipos.

Dado que la EMV dispone de un edificio al que los ciudadanos acuden de manera presencial, era crucial contar con señalética adecuada para proporcionar información. Así pues, en el manual se detallan la tipografía, la tipología de iconografía, pictogramas y el formato para la señalética.



Figura 52. Ejemplo de comportamiento del logo en la señalética.

Como promotora de vivienda, la EMV tiene la necesidad de la utilización de las **vallas de obra** de las promociones de vivienda.

Este tipo de valla es informativa y obligatoria³³ cumpliendo así Ordenanza de Tramitaciones Urbanísticas del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid y publicado en el BOCM nº 66 del 19 de marzo de 2015. En dicha ordenanza, en su artículo Artículo 34.2, indica que es necesario, para obtener licencia urbanística, ubicar dentro de la parcela objeto de la obra y siendo visible desde la vía pública, un cartel con datos como descripción de las obra, plazo de ejecución, fecha de inicio de las obras, autor de proyecto, dirección de obra y de ejecución, coordinador de seguridad y salud, y constructora o promotor. Esta valla debe tener como dimensión máxima de 4x2,5 m. En estos casos, aparecerá el logotipo como submarca.

La composición de la valla estará caracterizada por un fondo blanco, con el texto descriptivo de las características del proyecto ubicado en la parte izquierda, y una infografía del mismo situada en la parte derecha.

Esta disposición será representativa de la EMV y permitirá una presentación clara y ordenada de la información, facilitando la comprensión de la ciudadanía y su identificación.



Figura 53. Composición de valla a pie de obra de promoción.

33. Ordenanza de Tramitaciones Urbanísticas del Ayto de Rivas Vaciamadrid. BOCM nº 66 del 19 de marzo de 2025

7.3.4. Merchandising

Antes de finalizar el manual visual, se encuentra la sección dedicada a los productos de **merchandising**.

Como producto a destacar es una caja de bienvenida que se entregará a los vecinos y vecinas que adquieran una vivienda, tanto en alquiler como en compra. Esta caja no sólo contendrá las llaves de la vivienda, sino también manuales de uso detallados y otros obsequios.

Entre estos obsequios se encontrarán una libreta personalizada, un bolígrafo con el logotipo de la EMV y un llavero. Todos estos elementos estarán detallados en el manual visual, asegurando una presentación coherente para dar una bienvenida a la ciudadanía ripense.

El diseño será sencillo, se integrarán los colores corporativos y el imágotipo o símbolo de la EMV.



Figura 54. Composición de la "Caja de Bienvenida".



Figura 55. Ejemplo de productos de merchandising que se encuentra en el manual

7.4 Aplicación de la perspectiva de género

La inclusión de la sección "Guía de uso con perspectiva de género" en el manual de identidad, aborda de manera integral la construcción de la imagen corporativa, considerando tanto los aspectos visuales como los valores y principios éticos que la empresa representa. **Es una innovación significativa su incorporación dentro del ámbito de los manuales corporativos, ya que reconoce la importancia de integrar la perspectiva de género en todas las facetas de la identidad y comunicación de la empresa.**

En el contexto de la administración pública y, más específicamente, en el ámbito de la Empresa Municipal de la Vivienda (EMV), la inclusión de la perspectiva de género se vuelve aún más importante cumpliendo así la citada anteriormente Ley de igualdad, donde exige que las instituciones públicas adopten medidas concretas para garantizar la igualdad de género en todas sus actuaciones. Por lo tanto, es imperativo que la imagen corporativa de la EMV refleje este compromiso en su propio manual de identidad.

Este apartado se ha estructurado en tres puntos principales:

Tabla de referencia de términos. Se proporciona una tabla que incluye los términos más utilizados en la administración pública, con variantes respetuosas con la diversidad de género. Esta herramienta facilita el uso de un lenguaje inclusivo y no sexista en todos los documentos y comunicaciones de la EMV.

Esta tabla se ha realizado gracias a la base de datos del buscador de alternativas no sexistas al lenguaje (2016), elaborado por el Ayuntamiento de Rivas y que ha sido proporcionado a sus trabajadores y trabajadoras de manera interna. **A partir de la misma se han seleccionado y se han agregado los términos más comunes utilizados en la EMV de Rivas.**

Este recurso ha sido diseñado de manera visual y funcional para facilitar la búsqueda y consulta de términos. La tabla ha sido organizada alfabéticamente para permitir un acceso rápido al glosario, donde cada término está acompañado por sus posibles alternativas al lenguaje.

TABLA DE REFERENCIA LENGUAJE INCLUSIVO			Aplicación con perspectiva de género
Autónomos Las personas autónomas Las y los autónomos	Concejales Corporación municipal Las y los concejales Las concejalas y concejales Las Concejalas	Discapacitados Personas con discapacidad Personas con diversidad funcional (en su caso) Personas con certificado de discapacidad Personas con movilidad reducida (en su caso)	Expertos Las personas expertas Los y las expertas Especialistas Personal experto
Autorizado La persona autorizada La persona con la autorización La persona a la que se autorice	Consejeros El Consejo Las y los consejeros Las consejeras y consejeros	Domiciliado Con domicilio en Personas domiciliadas	Extranjeros Personas extranjeras
Autorizante (e) Persona que autoriza Quien autoriza	Contratista (e) La persona contratista La empresa contratista La entidad contratista	Empadronado Con empadronamiento en Las personas empadronadas	Firmante (e) Firmado Quién firma
Beneficiarios Quiénes se beneficien de Las personas beneficiarias de El o la beneficiaria	Coordinador La coordinación Personal coordinador Las y los coordinadores	Empleados Las y los empleados El equipo humano La plantilla El personal	Funcionarios El funcionario El personal funcionario Funcionarios y funcionarias Las personas funcionarias
Bienvenidos Os damos la bienvenida	Demandado La parte demandada A quien se demanda La persona demandada	Empresarios Las empresas El sector empresarial La persona física o jurídica titular de la empresa	Gerente (e) La Gerencia El o la gerente La persona que ejerce la gerencia
Cada uno Cada persona Cada parte	Demandantes (os) Cada demandante Las personas demandantes La parte demandante	Encargado La persona encargada	Gestores Quiénes gestionan Las personas gestoras El personal gestor Equipo gestor
Candidatos Las personas candidatas Las y los candidatos Las candidatas y candidatos Las candidaturas	Desempleados Personas en desempleo Los y las desempleadas	Esposas Cónyuges Parejas	Habitantes (os) La población Quiénes habitan en el municipio
Ciudadanos La ciudadanía La población Las ciudadanas y ciudadanos	Destinatario Para La persona destinataria La entidad destinataria	Estudiantes (os) El estudiantado Las y los estudiantes	Hijos Las y los hijos La descendencia
Colaboradores Con la colaboración de Personal colaborador Personas colaboradoras	Director La dirección La o el director	Evaluadores El equipo evaluador Los y las evaluadoras El personal evaluador Las personas que evalúan	Immigrantes El colectivo inmigrante La población inmigrante Las personas inmigrantes
Concejal Responsable de Concejalía El concejal o la concejala El o la concejala			

Figura 56. Captura de tabla de referencia del lenguaje inclusivo del nuevo manual de identidad de la EMV.

Selección de imágenes no sexistas. Se establece la importancia de seleccionar imágenes que no perpetúen estereotipos de género y que reflejen la diversidad de la sociedad.



Figura 57. Ejemplo de fotografía no permitida, expuesta en el manual de identidad de la EMV.

Uso de indicadores de género y sociales. Se enfatiza la necesidad de incluir indicadores de género y sociales en todos los formularios y solicitudes de la EMV como una práctica estándar. Esto permite recopilar datos relevantes que faciliten la evaluación del impacto de las políticas y acciones de la empresa en la igualdad de género y el bienestar social.

8. Plan de comunicación

El plan de comunicación de la EMV será esencial, ya que ayudará a definir claramente los objetivos que se quieren lograr. Este plan garantiza que los mensajes sean claros, coherentes y consistentes. Además, permitirá adaptar los mensajes según la segmentación de la audiencia.

La planificación del plan de comunicación optimizará los recursos disponibles, asegurando una gestión eficiente. Finalmente, la evaluación continua nos ayudará a identificar lo que funciona y lo que no, permitiendo realizar ajustes necesarios para una mejora constante.

Para realizarlo debemos tener en cuenta los objetivos, las estrategias y las acciones que se llevará a cabo.

8.1 Objetivos

En este punto diferenciamos el objetivo general del plan de comunicación y los objetivos específicos.

Objetivo general

El objetivo principal del plan de comunicación será fortalecer la imagen y presencia de la EMV entre los vecinos y vecinas de

Rivas, así como posicionarse como una empresa municipal de vivienda referente en el territorio nacional.

Objetivos específicos

- .Mejorar la comunicación con los ciudadanos a través de múltiples canales.
- .Promover la transparencia y la confianza en la gestión de la EMV.
- .Asegurar que todas las comunicaciones reflejen los valores de igualdad y no discriminación.
- .Incrementar el conocimiento y uso de los servicios ofrecidos por la EMV
- .Posicionar la EMV como referente en gestión de vivienda pública.

8.2 Estrategias

Para llegar a los objetivos serán necesario utilizar estrategias. Las estrategias planteadas son las siguientes:

Comunicación multicanal

Se utilizarán variedad de canales de comunicación (online y offline) para llegar a diferentes segmentos de la población.

Transparencia y accesibilidad

Se proveerá información clara, precisa y siempre accesible sobre los servicios y proyectos de la EMV.

Inclusión y diversidad

Se implementará una comunicación inclusiva y no sexista en todos los materiales y medios de comunicación.

Interacción y participación ciudadana

Se fomentará la participación de la ciudadanía ripense en actividades y proyectos de la EMV, asegurando un feedback constante y constructivo.

Colaboraciones transversales

Se fomentará políticas de vivienda de manera trasversal con diferentes instituciones de gestión de vivienda pública intercambiando esfuerzos para fortalecer las mismas.

8.3 Acciones

En primer lugar se realizará un **calendario de acciones** para la planificación estratégica. Este calendario ayudará a la identificación de las actividades, el establecimiento de plazos, la asignación de recursos y su seguimiento. No todas las acciones se incluirán dentro de este calendario ya que algunas serán consistentes en el tiempo y son atemporales.

A continuación se indicarán las acciones más importantes a realizar:

Mejora de la página web

La primera acción será rediseñar la página web de la EMV para hacerla más intuitiva y accesible, asegurando que incluya toda la información relevante y actualizada.

Dentro de la misma se implementará una sección de noticias para mantener informados a los ciudadanos sobre las novedades y proyectos que se actualizarán semanalmente.

Presencia en redes sociales

Se creará y se mantendrán perfiles activos en las principales redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) para difundir información y fomentar la interacción con los ciudadanos.

Se publicará contenido regular y relevante, incluyendo noticias, actualizaciones de proyectos y eventos comunitarios.

Videotutoriales para trámites

Se creará y se distribuirá videotutoriales que guíen a los ciudadanos en la realización de trámites administrativos relacionados con la vivienda.

Publicación en revistas

Se realizará mensualmente publicación de artículos y anuncios en la revista municipal y en diferentes revistas locales del municipio. Estos contenidos estarán enfocados en informar a la ciudadanía sobre los nuevos proyectos, políticas de vivienda, y logros de la EMV, así como en promover los valores y servicios de la empresa. Las publicaciones podrán incluir entrevistas, reportajes sobre los proyectos y testimonios de vecinos y vecinas.

Cartelería y señalética

Se realizará un diseño de cartelería unificada y se instalarán vallas informativas en las obras de construcción estableciendo coherencia y cohesión.

“Caja de Bienvenida”

Se entregará una “caja de bienvenida” a los nuevos residentes que adquieran una vivienda a través de la EMV, incluyendo carta de bienvenida de la Alcadesa y del Gerente de la EMV y un manual de presentación del municipio, con ofertas educativa, social y servicios de Rivas. En la misma caja se entregarán las llaves de la vivienda, el manual de uso, y obsequios personalizados (libreta, bolígrafo, llavero).

Guía sobre lenguaje no sexista

Se distribuirá una guía y se formará sobre el uso del lenguaje no sexista entre los empleados y se aplicarán en los materiales de comunicación de la EMV.

Eventos y talleres

Se organizarán eventos y talleres para informar a los ciudadanos sobre los servicios, ayudas y proyectos de la EMV.

Se fomentará la participación ciudadana en la planificación y desarrollo de proyectos.

Colaboración con otras instituciones

Se establecerán acuerdos de colaboración con otras instituciones de gestión de vivienda pública para coordinar esfuerzos y compartir buenas prácticas.

La EMV participará y realizará foros y redes de trabajo interinstitucionales para promover políticas de vivienda de manera transversal.

Evaluación

Una vez realizadas las acciones se procederá a una evaluación y seguimiento de cada una de ellas. La evaluación las mediremos por:

- Aumento en la participación de los ciudadanos en las actividades y proyectos de la EMV.
- Incremento en el tráfico del sitio web y la interacción en redes sociales.
- Mejoras en la percepción y satisfacción de los ciudadanos con los servicios de la EMV, medido a través de encuestas y feedback.
- Número de acuerdos de colaboración establecidos con otras instituciones.
- Número de visualizaciones de los audiovisuales.

Se realizará una revisión trimestral de los avances y resultados para ajustar y mejorar las estrategias y acciones según sea necesario.

8.3.1. Ejemplos de acciones audiovisuales

Se realizarán formatos audiovisuales para la presentación de nuevos proyectos y para publicitar la ciudad de Rivas. Estos materiales incluirán videos promocionales pudiendo

incluir entrevistas y recorridos virtuales de las propiedades, destacando las ventajas de vivir en Rivas. Para el proyecto, se han desarrollado dos audiovisuales:

Videotutorial

Este audiovisual está realizado para ayudar a los usuarios y usuarias a inscribirse en la bolsa de alquiler del "Registro único de solicitantes de vivienda" a través de la web. La experiencia ha demostrado que es necesario contar con una pequeña guía para superar las barreras de las inscripciones en línea, facilitando a la ciudadanía la realización de trámites sin tener que desplazarse.

Para crear este videotutorial, se ha utilizado el programa Animaker, una herramienta especializada en la creación de videos con personajes y voces generados por inteligencia artificial. El video guía a la ciudadanía paso a paso en el proceso de inscripción, de manera fácil e intuitiva. Es un video cercano, con un protagonista amigable que se distancia del formalismo. Se han incluido ilustraciones tipo cómic del edificio de la EMV, un lugar muy conocido en la población ripense por su singularidad.

La imagen del logotipo se muestra como mosca durante el video y aparece al final junto con el logo del ayuntamiento.



El video se ha subido a la plataforma de Youtube pudiéndose visualizar o bien de forma interactiva o a través del siguiente enlace:

<https://youtu.be/a7urJ2a39IQ>

Video promocional de Rivas

Este video institucional promueve la ciudad de Rivas como un lugar ideal para vivir.

El objetivo es presentar el municipio, destacando sus cualidades y equipamientos, de manera que en un minuto se pueda tener una idea clara de lo que ofrece. No sólo transmite cercanía, emotividad y un sentido de pertenencia para los habitantes de Rivas, sino que también sirve para enseñar y promocionar nuestra ciudad fuera del municipio.



Se han tomado imágenes del municipio, incluyendo la sede de la EMV y las viviendas construidas por la empresa. La grabación de estas tomas han sido posible gracias a la colaboración y permiso otorgado por la EMV de Rivas para este trabajo de fin de grado.

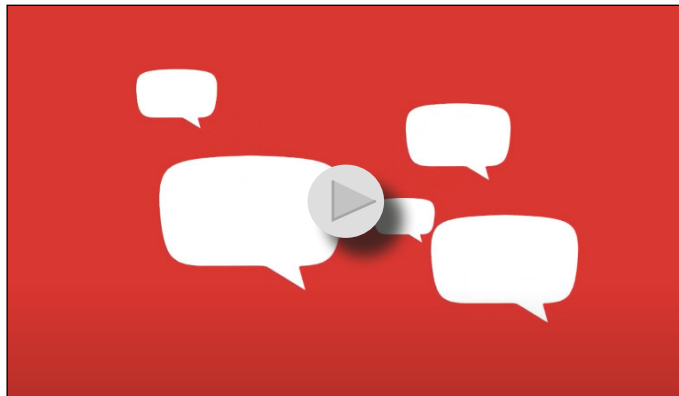
El video tiene una resolución FullHD 1220*1080, 1080p. Se ha editado con el programa Adobe Premier, escogiendo como contenedor MP4. Para poder cohesionar los colores y contrastes de cada toma, se ha realizado edición del etalonaje para unificar los parámetros.

La música de fondo utilizada en el proyecto cuenta con licencia de Kongamusic con un formato WAV.

De igual manera que en el anterior video se ha subido a la plataforma de Youtube pudiéndose visualizar o bien de forma interactiva o a través del siguiente enlace:

<https://youtu.be/JLeJfYw5dKs>

Como se ha podido observar en este último video, se ha creado una cortinilla de cierre utilizando un grafismo con el fin de que aparezca en cada video audiovisual de promoción de la EMV. El diseño de esta cortinilla agrupa varios "bocadillos" que emergen simulando una conversación comunitaria, fusionándose finalmente con el logotipo de la EMV. El objetivo es reforzar la identidad y el significado del logotipo:



<https://youtu.be/KnHoJ1Js54o>

Es importante señalar que la plataforma Youtube muestra los videos por defecto con una resolución 480p SD y es necesario cambiar la configuración manualmente para poder verlo en HD

Estos materiales audiovisuales, además de publicarse en la página web de manera semipermanente, se implementarán dentro del calendario de acciones en las redes sociales.

Como hemos comentado anteriormente, en nuestro plan de comunicación se utilizarán las redes de Facebook, Instagram y X. La elección de estas redes sociales se debe a su capacidad para alcanzar a un amplio público objetivo, lo que nos permite llegar a más personas.

El establecimiento de un calendario debe ser coherente con los recursos humanos disponibles y el contenido que se puede crear. Por eso, se implementarán tres publicaciones a la semana de forma transversal entre las redes. Esto asegurará una presencia efectiva en las plataformas, manteniendo a la audiencia informada e interesada en las novedades de la EMV.

Estos contenidos deben adaptarse a la estrategia de la empresa que queremos promover, asegurando la relevancia y el valor para la ciudadanía. Es crucial mantener una coherencia, con los objetivos a largo plazo, permitiendo una comunicación efectiva y una mayor conexión con las personas usuarias. A continuación, en la siguiente página, se muestra un hipotético calendario de acciones para las redes sociales, donde se presentan algunos tipos de contenidos que pueden ser utilizados.

SIMULACIÓN DE CONTENIDO

SEMANA	DÍA	FACEBOOK/INSTAGRAM	X
Semana 1	Lunes	Publicación sobre una nueva iniciativa de vivienda y foto de un proyecto reciente.	Tweet sobre la nueva iniciativa y enlace al post de Facebook.
	Miércoles	Foto o video de detrás de cámaras de un proyecto de construcción en curso.	Hilo sobre el progreso del proyecto e imágenes.
	Viernes	Publicación promocional de servicios de asesoramiento de vivienda.	Tweet sobre los servicios de asesoramiento + enlace directo a la página web.
Semana 2	Lunes	Foto o video de una promoción destacada.	Tweet destacando la promoción y foto.
	Miércoles	Publicación colaborativa con una organización local de vivienda.	Hilo sobre la colaboración y beneficios para los residentes.
	Viernes	Publicación sobre ayudas actuales para la adquisición de vivienda.	Publicación sobre ayudas actuales para la adquisición de vivienda.
Semana 3	Lunes	Publicación con testimonio de un beneficiario de los servicios de vivienda.	Tweet con un extracto del testimonio e imagen.
	Miércoles	Videotutorial para realizar el trámite de solicitar inscribirse en el registro único.	Videotutorial para realizar el trámite de solicitar inscribirse en el registro único.
	Viernes	Noticia corta sobre actualidad en vivienda y video o foto.	Tweet con noticia corta sobre actualidad en vivienda y foto.
Semana 4	Lunes	Foto del equipo de la empresa municipal de vivienda trabajando.	Tweet sobre el trabajo del equipo + foto.
	Miércoles	Publicación sobre un nuevo artículo en la sección noticias de la web.	Tweet destacando el nuevo artículo más enlace.
	Viernes	Foto de una zona comunitaria o parque relacionado con la vivienda.	Tweet con una cita inspiradora más foto del lugar.
Semana 5	Lunes	Video entrevista con experto.	Tweet destacando la entrevista más enlace.
	Miércoles	Publicación call action.	Tweet promoviendo el post de instagram.
	Viernes	Publicación video promocional de Rivas.	Tweet promoviendo video promocional de Rivas.

9. Prototipo de página web

Para complementar el trabajo de fin de grado, se ha desarrollado un prototipo de página web responsive utilizando el programa Figma. El objetivo principal es plasmar la identidad visual de la empresa, no sólo a través de su logotipo, sino también transmitiendo su esencia global.

Este prototipo está diseñado con unas medidas de 1280x1024, aunque el largo está en función del contenido. Incluye diversas páginas con **contenido ficticio, diseñadas con un enfoque claro y limpio**, caracterizado por un fondo blanco, líneas finas, ilustraciones y fotografías que mantienen una coherencia estética y emplean lenguaje inclusivo y representaciones no sexistas en todas sus secciones.

La página de inicio será la que establezca la distribución en casi todas las páginas restantes, manteniendo una estructura de contenido sencilla y clara. Para este prototipo, se han diseñado **7 páginas con el fin de visualizar un conjunto coherente y poder imaginar el proyecto en su totalidad.**

En la creación de esta estructura, se ha utilizado una retícula de 12 columnas, la cual resulta fundamental para diseñar la página

añadiendo los contenidos de manera equilibrada. Esta retícula permite organizar los elementos de la página de manera proporcionada, asegurando una presentación visualmente atractiva y funcional. Cada elemento del diseño se alinea con estas columnas, lo que facilita la consistencia y cohesión en todas las páginas del sitio web.

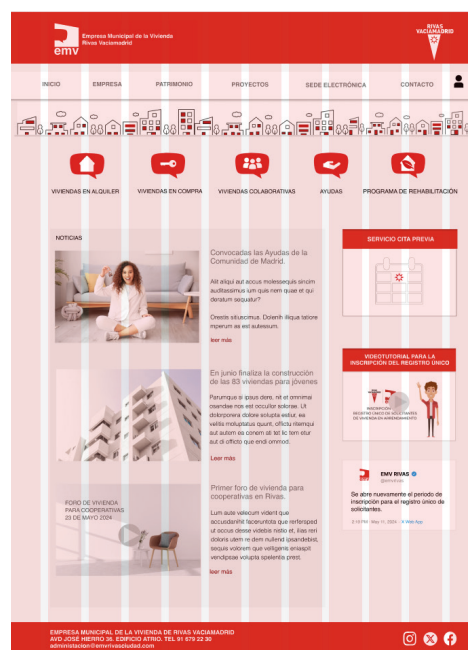


Figura 58. Retícula del diseño

En la página de inicio, los elementos clave se presentan de manera destacada y ordenada, con un enfoque en la información más relevante para el usuario. La organización hace que la navegación sea sencilla.

El menú superior de la página es intuitivo, proporcionando acceso rápido a las secciones esenciales, como información corporativa, el patrimonio ofrecido a la ciudadanía (incluyendo viviendas y aparcamientos), proyectos destacados (como viviendas colaborativas y rehabilitación), acceso a la sede electrónica y un apartado específico para las personas arrendatarias. Además, se han implementado botones con iconos específicos en la parte inferior del menú, facilitando a los usuarios encontrar los servicios más solicitados y demandados como viviendas en alquiler, viviendas en venta y ayudas.

El espacio central está dedicado a noticias destacadas. Este espacio proporciona dinamismo ya que las noticias serán actualizadas cada cierto tiempo, mientras que la columna lateral derecha ofrece contenido visual y accesos rápidos, como la solicitud de cita previa y la visualización de los últimos tweets.

En las páginas interiores, el layout sigue siendo coherente, con una distribución equilibrada de los elementos y un énfasis en la

legibilidad y la claridad visual. El uso de espacios en blanco y una tipografía clara contribuyen a una experiencia de usuario cómoda y agradable.

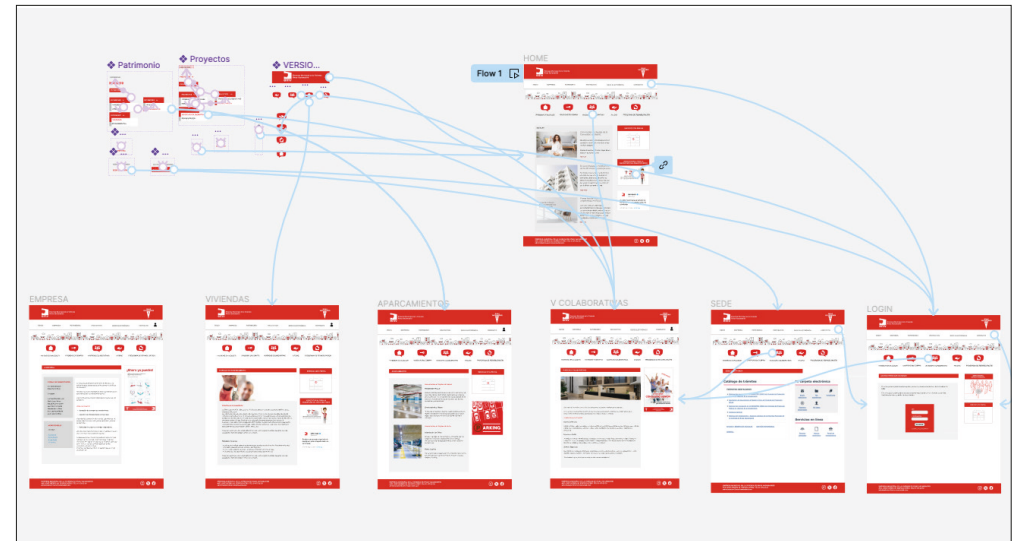
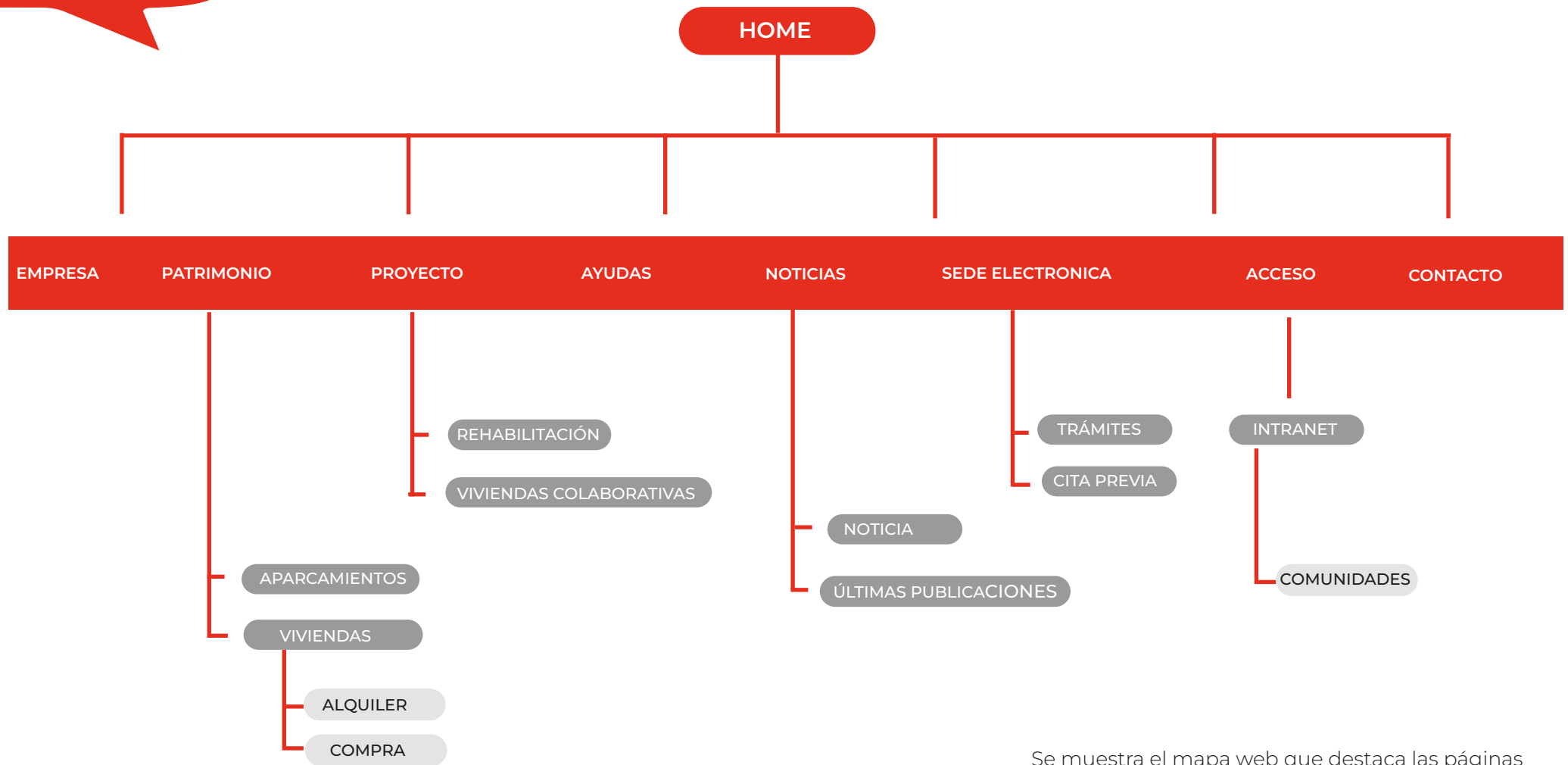


Figura 59. Mapa de enlaces.

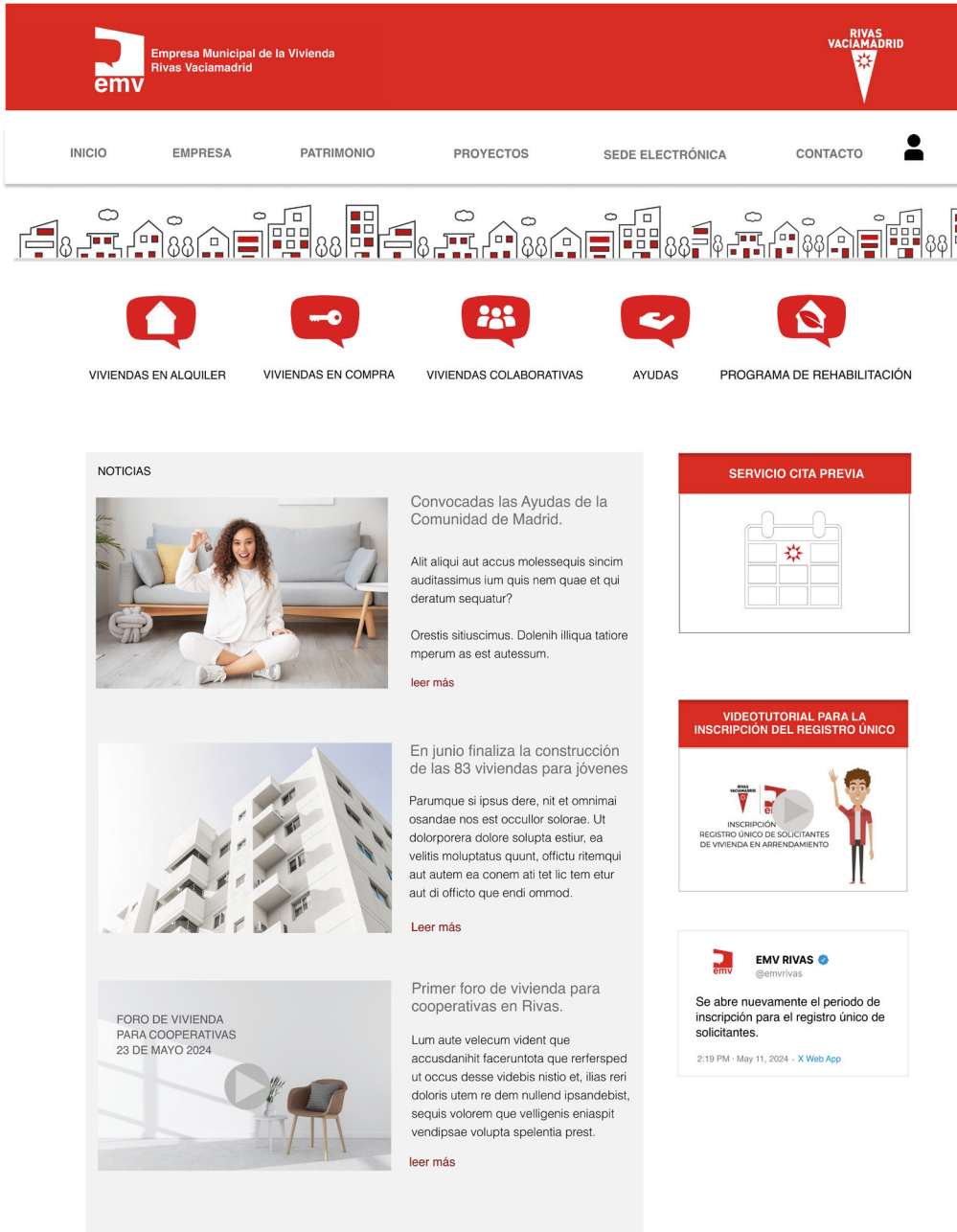
El prototipo al completo se puede ver a través del siguiente enlace: [Prototipo de figma. EMV de Rivas.](#)

A continuación se expone el mapa web y ejemplos de las diversas páginas realizadas.

MAPA WEB
emvrivasciudad.es



Se muestra el mapa web que destaca las páginas más importantes del sitio. Este mapa proporciona una visión general de la estructura del sitio, mostrando la interconexión entre las diferentes secciones y páginas.



En el margen izquierdo de esta página, podemos observar la **página principal de la web**.

La estructura será la misma que seguirán las demás páginas. Como se puede entrever el diseño es muy intuitivo, lo que facilita a la persona usuaria navegar con facilidad.

Es en esta página donde se introduce el apartado de noticias. Como hemos mencionado anteriormente, el contenido se renovará continuamente para darle dinamismo.

Se ha incluido un submenú con una iconografía que recuerda al logotipo y que contiene enlaces a los contenidos más demandados por las personas usuarias.

En la parte derecha del apartado de noticias se ha dejado un espacio para añadir información relevante. No obstante, en la página principal siempre aparecerá una llamada al servicio de "Cita Previa", para que la persona usuaria pueda acceder sin dificultad y reservar una cita para realizar cualquier trámite, ya sea telefónico o presencial. En este caso, la imagen enlazará a una página externa que realiza esta función y que no está integrada en la página web de la EMV.

Figura 60. Página principal



- 
VIVIENDAS EN ALQUILER
- 
VIVIENDAS EN COMPRA
- 
VIVIENDAS COLABORATIVAS
- 
AYUDAS
- 
PROGRAMA DE REHABILITACIÓN

LA EMPRESA

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Consejera Delegada:
Isabel García Pérez

Consejeros

- Juan Martínez Rodríguez
- Maria López Gómez
- Antonio Ruiz Fernández
- Laura Sánchez García
- Manuela García Pérez
- Rocío Santolaya Martín
- Javier Jiménez Roca

ACTAS CONSEJO

Año 2024

- [30 de enero](#)
- [25 de febrero](#)
- [16 de marzo](#)
- [25 de abril](#)

¡Ahora ya puedes!

Abierto el plazo para la inscripción en el Registro Único de Solicitantes

Del 1 de abril al 30 de junio



Más información
www.emrivasciudad.es



Una de las páginas más estática pero que es fundamental, es la página sobre información de la **Empresa**.

Es la página más institucional y te informa sobre la dedicación de la EMV así como la composición del Consejo de Administración.

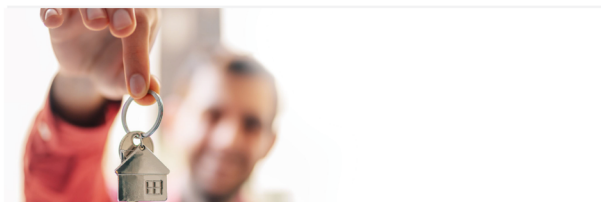
Al ser una institución debe existir transparencia por lo que se deben colgar las actas de los Consejos ordinarios o extraordinarios, así como cualquier información relevante para la ciudadanía.

Figura 61. Página Empresa



- VIVIENDAS EN ALQUILER
- VIVIENDAS EN COMPRA
- VIVIENDAS COLABORATIVAS
- AYUDAS
- PROGRAMA DE REHABILITACIÓN

VIVIENDAS EN ARRENDAMIENTO



Viviendas en arrendamiento

La EMV dispone de Us, odis quunt ut officis cores ressitae numquam, quantiis eossitis di arcitio. Nequibus moluptatur Alis essi quaestota sequeae sa dolum dem fugit odio. Cum, ut aut acepudis quassum aut endite voloremtem rero odis et fuga. Ut omnis quo dolupta volorro viduciaepro eatus cullupti aspernam aut quosamus rehenes ecepla con nusam que pa que audis necerum que qui con reped et rest odit imi, consesequi cullam, ut fuga. Ruptibus est a velia eati volorpores experorest expe suntur at. Everovitio et alit evellen iendis audigendi officil iquasitem explatur rem dolores delita quae parcilis sandanda idebis delenim usdanihit fuga. Ugitas ad enis dolorro ium, quam eost, ommissimodi ni solorporior rem quia cum idelest, officim aximus, nat.

Totae sus quam que none veruptaspid mil ium idel imint voluptatio omnisse quiaectur, inum ea quosseratio. Nam doluptalent, omnis minum quam

Requisitos de acceso

- odis quunt ut officis cores ressitae numquam, quantiis eossitis di arcitio. Nequibus moluptatur
- Alis essi quaestota sequeae sa dolum dem fugit odio.
- Cum, ut aut acepudis quassum aut endite voloremtem rero odis et fuga.
- Ut omnis quo dolupta volorro viduciaepro eatus cullupti aspernam aut

Totae sus quam que none veruptaspid mil ium idel imint voluptatio omnisse quiaectur, inum ea quosseratio. Nam doluptalent, omnis minum quam

SERVICIO CITA PREVIA



VIDEOTUTORIAL PARA LA INSCRIPCIÓN DEL REGISTRO ÚNICO



EMV RIVAS
 @emvrivas

Se abre nuevamente el periodo de inscripción para el registro único de solicitantes.

2:19 PM · May 11, 2024 · X Web App

En el menú "Patrimonio" se encuentra la sección que dirige a la página de **Vivienda en Arrendamiento**.

Esta página es la más demandada y contiene información sobre las viviendas, promociones, requisitos de acceso y la forma de inscripción en el "Registro Único de Solicitantes de Vivienda en Arrendamiento".

En el lado izquierdo se incluye un videotutorial para informar a las personas usuarias sobre cómo pueden inscribirse en dicho registro.

Figura 63. Página Viviendas en arrendamiento



- VIVIENDAS EN ALQUILER
- VIVIENDAS EN COMPRA
- VIVIENDAS COLABORATIVAS
- AYUDAS
- PROGRAMA DE REHABILITACIÓN

APARCAMIENTOS

Aparcamientos en Régimen de Alquiler

Residencial El Parque

Ubicado estratégicamente cerca del centro comercial y de ocio, este aparcamiento ofrece plazas amplias y seguras para tu vehículo. Con un alquiler mensual asequible de 50 euros, es la opción perfecta para aquellos que buscan comodidad y accesibilidad.

Zona Industrial La Ribera

Si trabajas en la zona industrial, nuestro aparcamiento en régimen de alquiler te brinda la tranquilidad de un lugar seguro para estacionar tu vehículo durante tus horas laborales.

Aparcamientos en Régimen de Venta

Urbanización Los Olivos

Buscas una plaza de aparcamiento permanente para tu hogar? En la tranquila urbanización de Los Olivos, ofrecemos plazas de aparcamiento en venta a precios competitivos.

Centro Histórico

Para aquellos que desean estar en el corazón de la acción, tenemos plazas de aparcamiento en venta en el centro histórico de Rivas.

SERVICIO CITA PREVIA



Otra de las páginas que se ha desarrollado como ejemplo es la **página de información de aparcamientos**. Se puede acceder a ella a través del menú "Patrimonio".

Esta página informa sobre los garajes disponibles construidos y gestionados por la EMV. En el lado derecho de la página siempre aparecerá el enlace al servicio de cita previa y se podrán añadir en la misma columna carteles o enlaces a información importante sobre este contenido.

Figura 62. Página Aparcamientos



Empresa Municipal de la Vivienda
Rivas Vaciamadrid

RIVAS
VACIAMADRID



INICIO
EMPRESA
PATRIMONIO
PROYECTOS
SEDE ELECTRÓNICA
CONTACTO






VIVIENDAS EN ALQUILER



VIVIENDAS EN COMPRA



VIVIENDAS COLABORATIVAS



AYUDAS



PROGRAMA DE REHABILITACIÓN

VIVIENDAS COLABORATIVAS



Descubre el innovador proyecto de cohousing para mayores en nuestras nuevas parcelas.

En un esfuerzo por promover la comunidad y el envejecimiento activo, presentamos nuestro plan para la construcción de 30 viviendas colaborativas destinadas a personas mayores.

Características del Proyecto:

Diseño Colaborativo

Las 30 viviendas serán diseñadas con la participación activa de los futuros residentes. Desde la disposición de las habitaciones hasta las áreas comunes, cada aspecto del diseño reflejará las necesidades y deseos de la comunidad.

Espacios comunes

Además de las viviendas individuales, el proyecto incluirá una variedad de espacios comunes para fomentar la interacción social y el bienestar. Desde jardines compartidos hasta salas de estar comunitarias, los residentes tendrán numerosas oportunidades para conectarse y colaborar.

Servicios Específicos

Reconociendo las necesidades únicas de los mayores, el proyecto contará con servicios especializados, como atención médica a domicilio, actividades de bienestar y programas de apoyo comunitario.

¡No pierdas la oportunidad de ser parte de esta innovadora iniciativa!



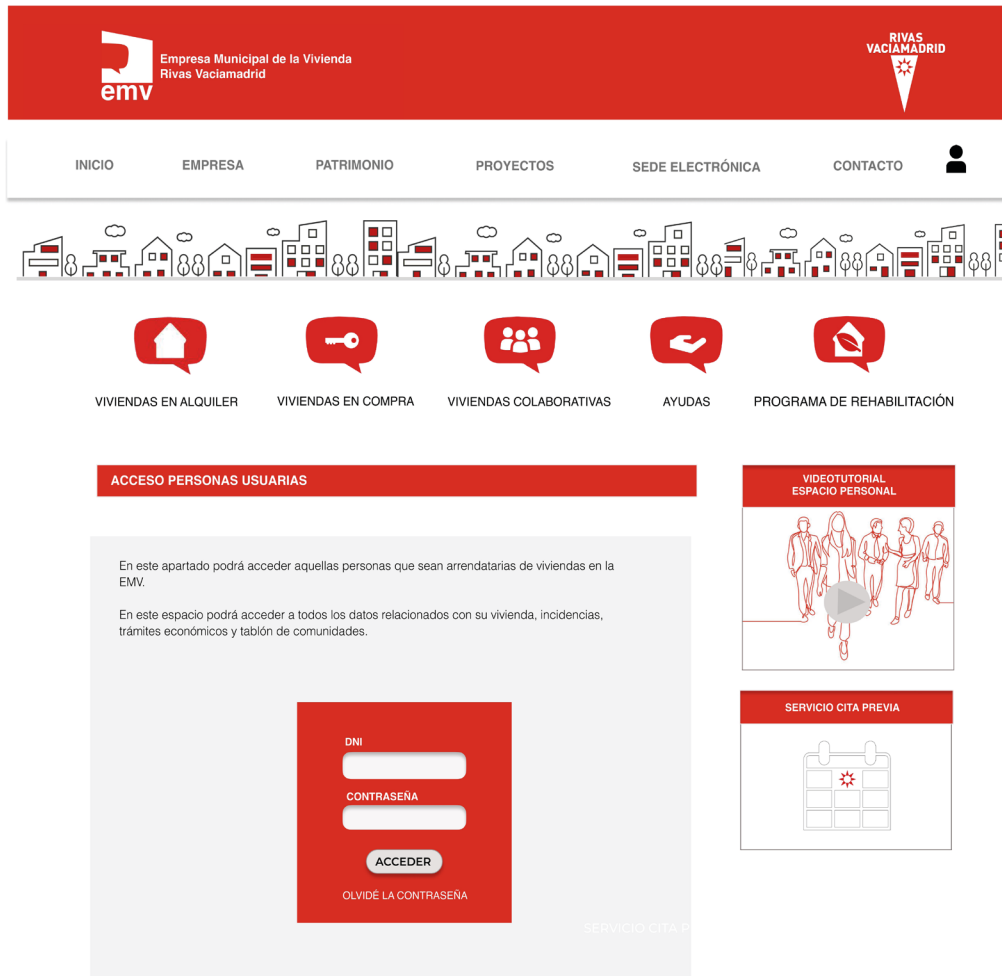
La **página de viviendas colaborativas** están dirigidas a personas mayores.

El cohousing es un modelo de vivienda colaborativa en el que un grupo de personas decide vivir en una comunidad que comparte ciertos espacios y recursos. Cada familia o individuo tiene su propia vivienda privada, pero también tienen acceso a áreas comunes como cocinas, comedores, jardines, salas de estar y espacios para actividades comunitarias. Este modelo fomenta la interacción social, la cooperación y el apoyo mutuo entre los miembros de la comunidad.

La EMV en estos momentos está realizando dicho proyecto y está siendo muy acogido por lo que es necesario que la información esté reflejada en la página web.

Como se puede observar en esta página se ha cambiado la disposición del texto y la fotografía pero siempre dentro de la estructura del diseño de la retícula para generar coherencia.

Figura 64. Página Viviendas colaborativas



La página de acceso para personas usuarias que se ha desarrollado en el prototipo, se encuentra disponible a través del icono de login del propio menú.

Para ingresar en este espacio, la persona usuaria deberá iniciar sesión utilizando el DNI y una contraseña generada previamente. Una vez autenticada, será redirigida a una intranet interna donde podrá acceder a toda la información relacionada con su vivienda.

En la columna izquierda, se ha simulado la imagen de un videotutorial sobre el uso de la intranet para que las personas usuarias puedan familiarizarse con sus funcionalidades y maximizar su aprovechamiento.



La página de la **Sede Electrónica**, que constituye el último componente desarrollado para este TFG, representa un ejemplo concreto de la implementación de servicios digitales en el ámbito administrativo. En esta página, se ofrece una interfaz virtual que permite a los usuarios acceder a trámites, procedimientos y servicios ofrecidos por la entidad, todo ello de manera electrónica. La Sede Electrónica es una herramienta fundamental en la modernización y agilización de la gestión administrativa, facilitando la interacción entre la administración y los ciudadanos.

En este caso, el contenido es una integración con la plataforma de administración electrónica "Gestiona", desarrollada por la empresa esPublico. Esta plataforma está diseñada para facilitar la gestión interna de las entidades públicas. **La integración con "Gestiona" implica que no se pueda modificar el diseño, los colores, la disposición ni la tipografía del contenido, lo que puede afectar la coherencia con las demás páginas del sitio web.** Para evaluar su efectividad, se ha realizado una captura de la integración, lo que permite analizar su funcionamiento.

Figura 66. Página sede electrónica

Conclusiones sobre el prototipo.

El desarrollo del prototipo **ha servido para ejemplificar el diseño de la marca en la web y su gestión de contenido.**

La estructura de las páginas permite una fácil navegación y acceso a la información relevante siendo la interfaz intuitiva incluso para personas con poca experiencia tecnológica.

Este diseño facilita la actualización constante del contenido, asegurando que las personas usuarias siempre tengan acceso a la información más reciente.

El uso de elementos gráficos y textuales de manera coherente mejora la comprensión y retención de la información presentada. No debemos olvidar que la aplicación de la perspectiva de género a través del lenguaje inclusivo y una representación equilibrada añade un valor significativo a la web de la EMV.

10. Conclusiones finales

El presente Trabajo de Fin de Grado ha abordado la renovación y aplicación de la identidad visual de la Empresa Municipal de la Vivienda de Rivas Vaciamadrid con un enfoque innovador a través de la perspectiva de género. A lo largo de este proyecto, se han analizado y desarrollado diversas estrategias para fortalecer la imagen corporativa de la EMV y mejorar su comunicación tanto online como offline.

El rediseño del logotipo ha sido uno de los pilares fundamentales del proyecto. Se intentó mantener la esencia del logo anterior reconociendo su valor y aceptación entre la ciudadanía, pero se realizaron ajustes significativos en color, tipografía y estructura para modernizarlo.

Se ha demostrado la importancia de una presencia coherente y profesional de la marca en todas sus aplicaciones. Se han establecido directrices claras para el uso del logotipo y los elementos visuales. En particular, la diferenciación entre el uso del logotipo en las plataformas digitales y las publicaciones impresas ha sido clave para mantener la consistencia de la marca pero siempre de una forma coherente y que implique un sentido institucional.

Un logro destacado ha sido la integración de una guía de lenguaje no sexista, adaptada a los términos más utilizados en la EMV, basada en la guía inclusiva del Ayuntamiento de Rivas. Este enfoque asegura una comunicación equitativa y refuerza el compromiso de la EMV con la igualdad de género y la diversidad.

Las acciones propuestas mejorarán la percepción de la empresa entre la ciudadanía ripense y sentarán las bases como referente en empresas municipales con una normativa inclusiva y eficaz.

Como conclusión puedo indicar que el proyecto ha logrado establecer una identidad visual actualizada y coherente, alineada con los valores de institucionalidad, transparencia y cercanía. Se han retomado y reforzado los valores principales de la EMV de Rivas lo que aporta modernidad y una percepción renovada que ayudará a transmitir nuevamente una imagen positiva y cercana a la ciudadanía.

Rivas, junio de 2024

11. Bibliografía y webgrafía

AjBcn - Normativa Gráfica. (n.d.). <https://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>

Análisis del público objetivo: qué es y ejemplos | Qualtrics. (2022, May 10). Qualtrics. Retrieved March 11, 2024, from <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/analisis-del-publico-objetivo/>

Ayuntamiento de Madrid. (n.d.). <https://www.madrid.es/portal/site/munimadrid>

Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid. (2013). Buscador de alternativas no Sexistas al Lenguaje [Dataset].

BOE-A-2007-6115 Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. (2007, March 22). Retrieved March 1, 2024, from <https://www.boe.es/eli/es/lo/2007/03/22/3/con>

Chaves, N., Celda, R., Asociados, & Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid. (n.d.). Manual de Imagen Corporativa del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid. Contrataciones Del Estado. Retrieved February 15, 2024, from <https://contrataciondelestado.es/wps/wcm/connect/001e533a-0eb5-4c13-82ba-464699cb2e05/DOC20181001113605MANUAL+DE+IMAGEN+-CORPORATIVA.pdf?MOD=AJPERES>

Conferencias mundiales sobre la mujer. (n.d.). ONU Mujeres. Retrieved March 6, 2024, from <https://www.unwomen.org/es/how-we-work/inter-governmental-support/world-conferences-on-women>

De La Dehesa, G., De La Dehesa, G., & De La Dehesa, G. (2004, January 2). La doble dependencia de los jóvenes. Cinco Días. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2004/01/03/economia/1073246148_850215.html

De Rivas Vaciamadrid, A. (2022, November 14). Ordenanza municipal de Transversalidad del principio de igualdad entre mujeres y hombres (EN TRAMITACIÓN) - Rivas Ciudad. Rivas Ciudad. Retrieved March 1, 2024, from <https://www.rivasciudad.es/normativa/ordenanza-municipal-de-transversalidad-del-principio-de-igualdad-entre-mujeres-y-hombres-en-tramitacion/>

Del Pino, D. (2013, December 3). Un agujero de 20 millones de euros provoca un terremoto político en el Ayuntamiento insignia de IU. Público. <https://www.publico.es/politica/agujero-20-millones-euros-provoca.html>

E.D. (2023, March 15). ¿Qué provocó la crisis financiera de 2008? www.20minutos.es - Últimas Noticias. <https://www.20minutos.es/noticia/5109941/0/que-provoco-la-tesis-financiera-2008/>

Empresa Municipal de la Vivienda y Suelo de Madrid. (n.d.). <https://www.emvs.es/>

EMVIALSA. (n.d.). <https://emvialsa.org/>

Espinosa, R. (2023, October 3). BENCHMARKING: qué es, tipos, etapas y ejemplos. Roberto Espinosa. <https://robertoespinosa.es/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos/>

Espúblico. Plataforma de gestión administrativa <https://www.espublico.com/>

Grupo de personas mayores (Imagen). (2024). Adobe. <https://stock.adobe.com/>

Habitatge. (2023, July 18). Habitatge. <https://www.habitatge.barcelona/ca>

Hilera de Casas (Imagen). (2024). Adobe. Licencia Educativa. <https://stock.adobe.com/>

Instituto de las Mujeres - BEIJING, IV CONFERENCIA MUNDIAL DE LA MUJER. (n.d.). Retrieved March 9, 2024, from <https://www.inmujeres.gob.es/areasTematicas/Internacional/ConferenciasNNUU.htm>

Manual. (n.d.). identidad.madrid.es. <https://identidad.madrid.es/manual/>

Mdo/e.P. (2014, January 8). IU de Rivas quiere municipalizar la EMV ante las “posibles irregularidades.” Madridiario. <https://www.madriario.es/noticia/406340/municipios/iu-de-rivas-quiere-municipalizar-la-emv-ante-las-posibles-irregularidades.html>

Página Web del Ayuntamiento de Alcobendas. (n.d.). <https://www.alcobendas.org/es>

Pareja de jóvenes con llaves (Imagen). (2024). Adobe. Licencia Educativa. <https://stock.adobe.com/>

Periódico, E. (2018, January 26). Barcelona crea el nuevo Instituto Municipal de la Vivienda y rehabilitación. www.elperiodico.com. <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20180126/barcelona-crea-nuevo-instituto-municipal-6580138>

Pictogramas. (2024). Adobe. Licencia Educativa. <https://stock.adobe.com/>

Portal de datos abiertos del Ayuntamiento de Madrid. (n.d.). <https://datos.madrid.es/portal/site/egob>

Redacción. (2021, June 4). Rivas Vaciamadrid: dos décadas de apuesta por la vivienda pública. Diario De Rivas. <https://www.diarioderivas.es/vivienda-publica-rivas-vaciamadrid/>

Redacción Catalunyaapress, Vilapress, & Redacción Catalunyaapress. (2020, October 26). ¿Quiénes son las cuatro empresas que quieren adjudicarse la construcción de vivienda de alquiler del Área Metropolitana de Barcelona? VilaPress. <https://www.vilapress.cat/texto-diario/mostrar/2135476/quienes-cuatro-empresas-quieren-adjudicarse-construccion-vivienda-alquiler-area-metropolitana-barcelona>

Señalética Vector. (2024). Adobe. Licencia Educativa. <https://stock.adobe.com/>

Sobre la EMV. (n.d.). Retrieved March 3, 2024, from <https://emv.rivasciudad.es/sobre-emv/>

tutor2u. (2018, April 14). Benchmarking (Business Performance Management), Riley Jim. [Video]. YouTube. Retrieved March 4, 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=8mY2YrYAE-U>

UNE-ISO 9186-1:2022 Símbolos gráficos. Métodos de evaluación. . . . (n.d.). <https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma?c=N0068585>

United Nations. (n.d.). La Organización | Naciones Unidas. Retrieved March 9, 2024, from <https://www.un.org/es/about-us>

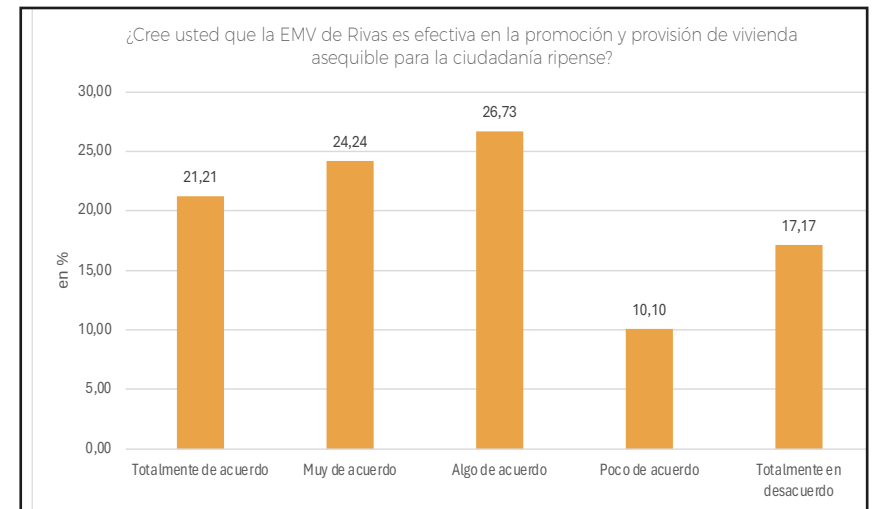
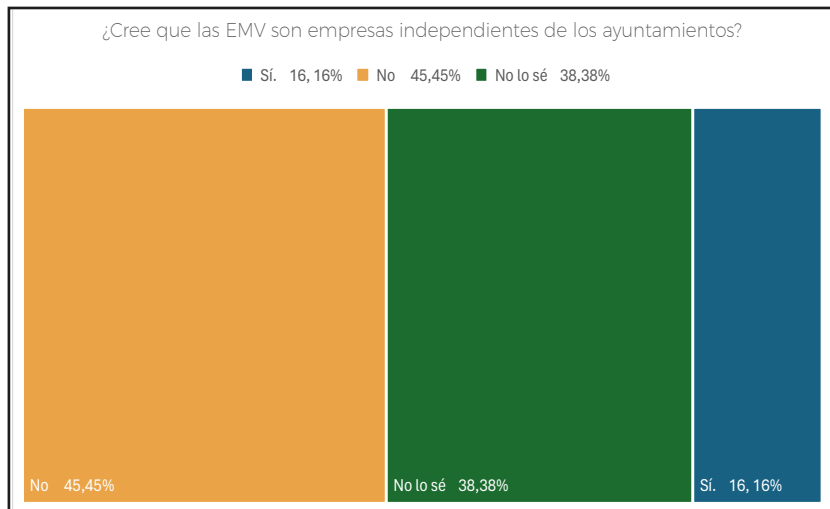
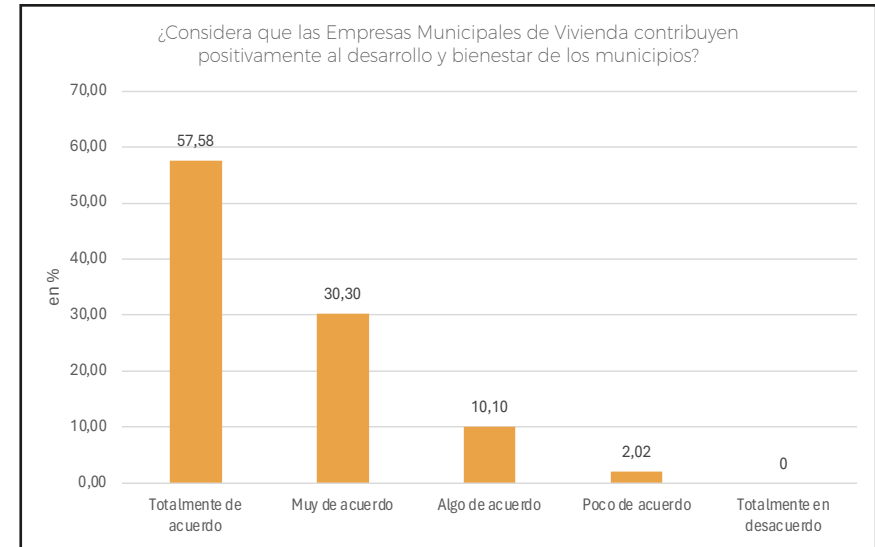
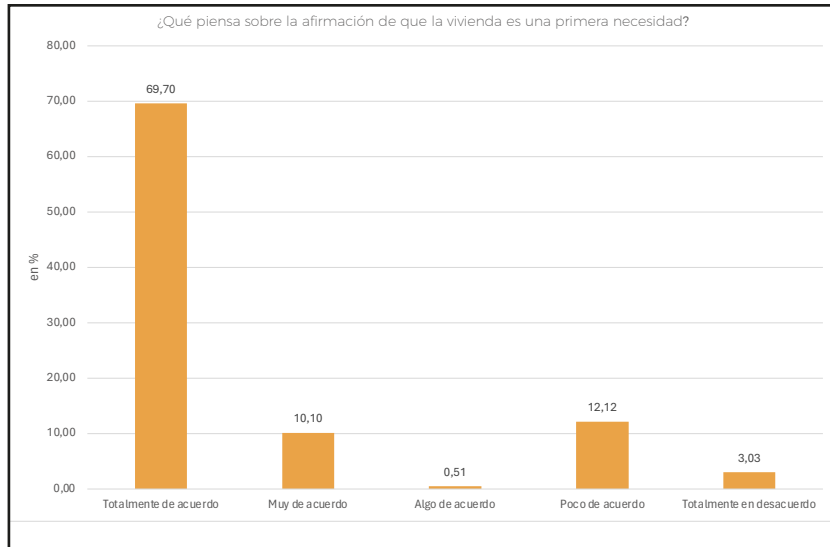
Vaciamadrid, A. R. (2022, September 16). Una ordenanza para integrar la igualdad en la gestión municipal. Rivas Ciudad. Retrieved March 1, 2024, from <https://www.rivasciudad.es/noticias/feminismos-mujeres-lgtbi/2022/09/16/una-ordenanza-para-integrar-la-igualdad-en-la-gestion-municipal/862600188816/>

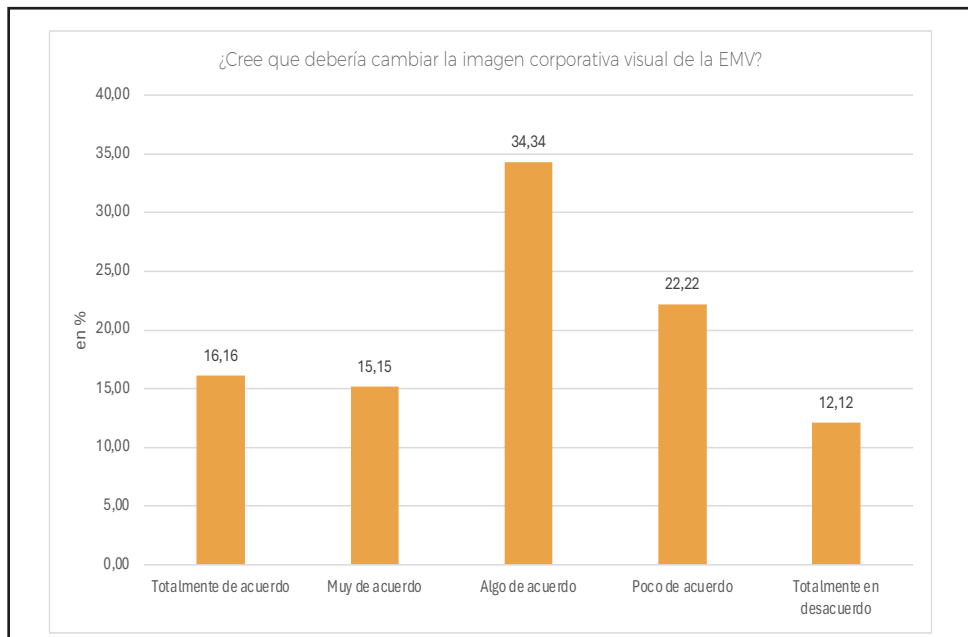
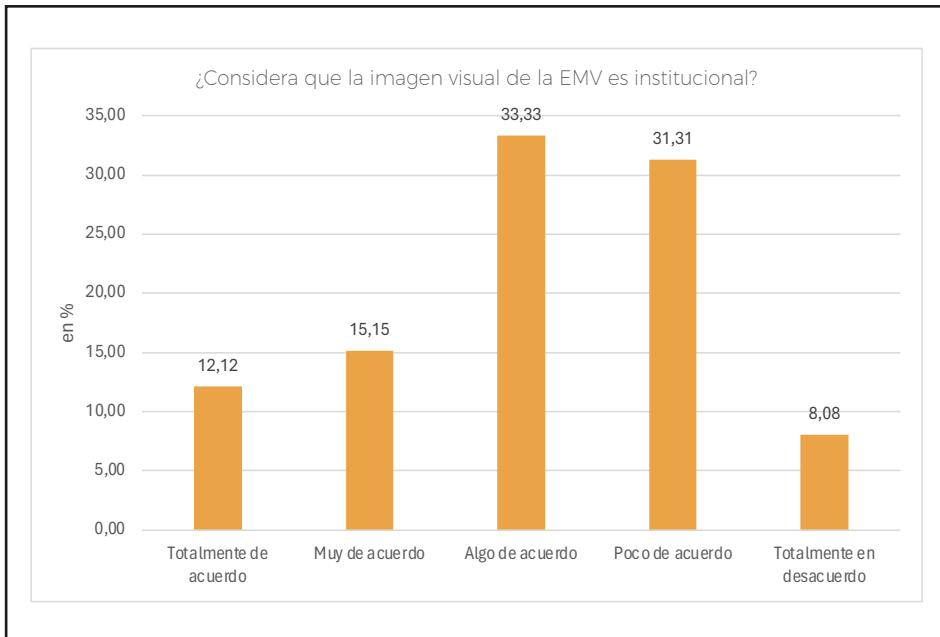
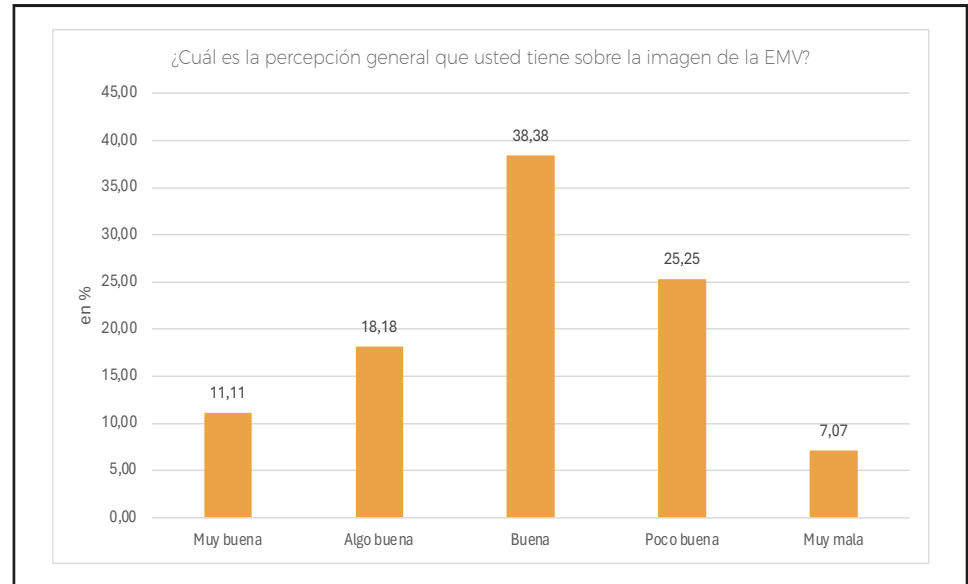
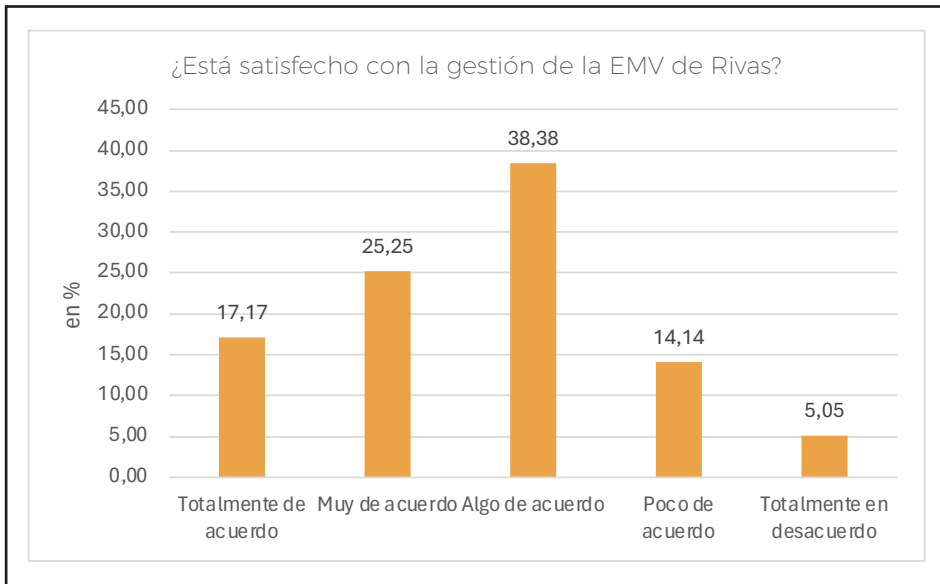
Vector edificio vecinos (imagen vectorial). (2024). Adobe. <https://stock.adobe.com/>

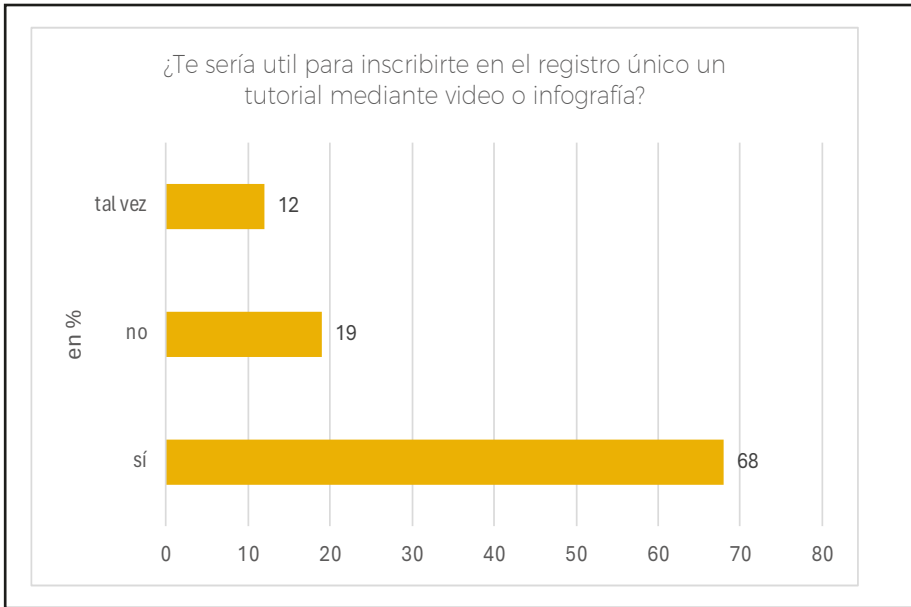
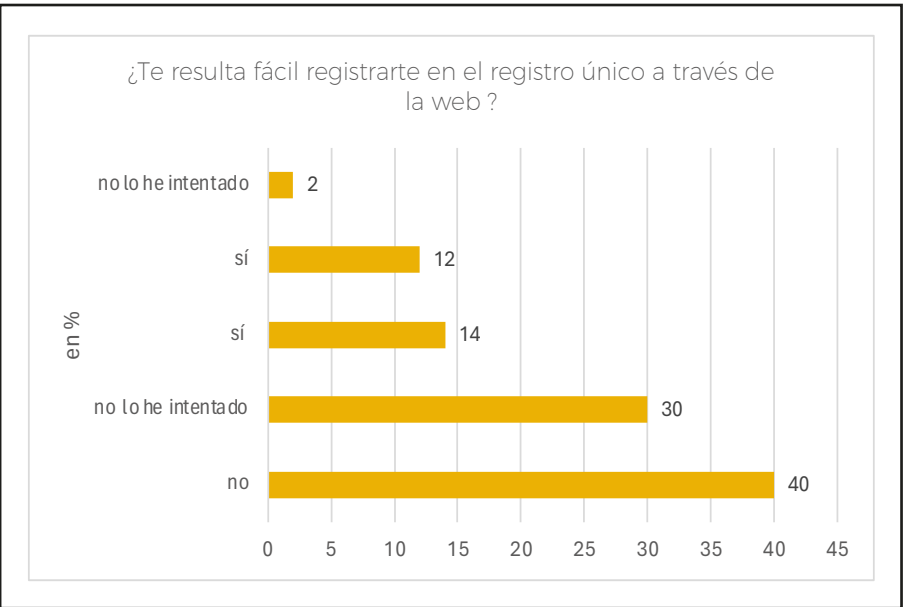
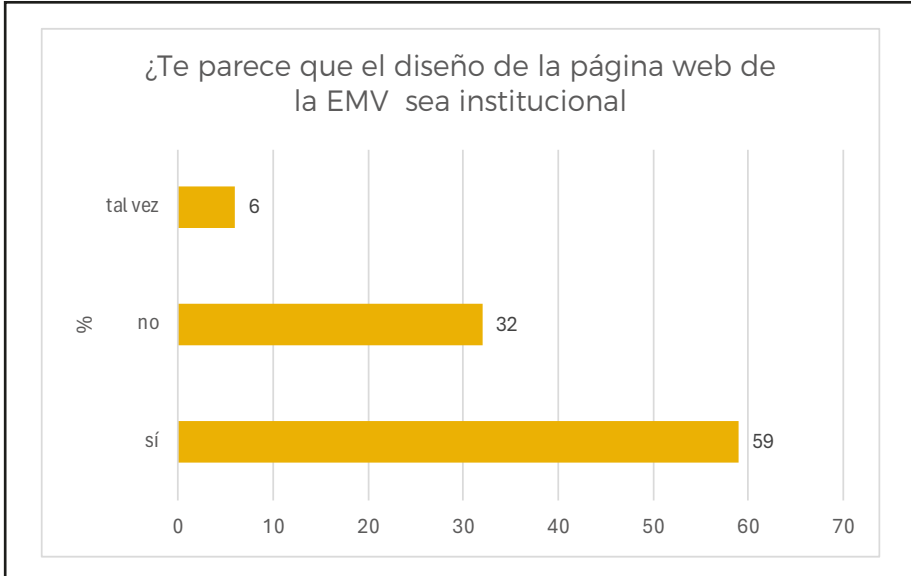
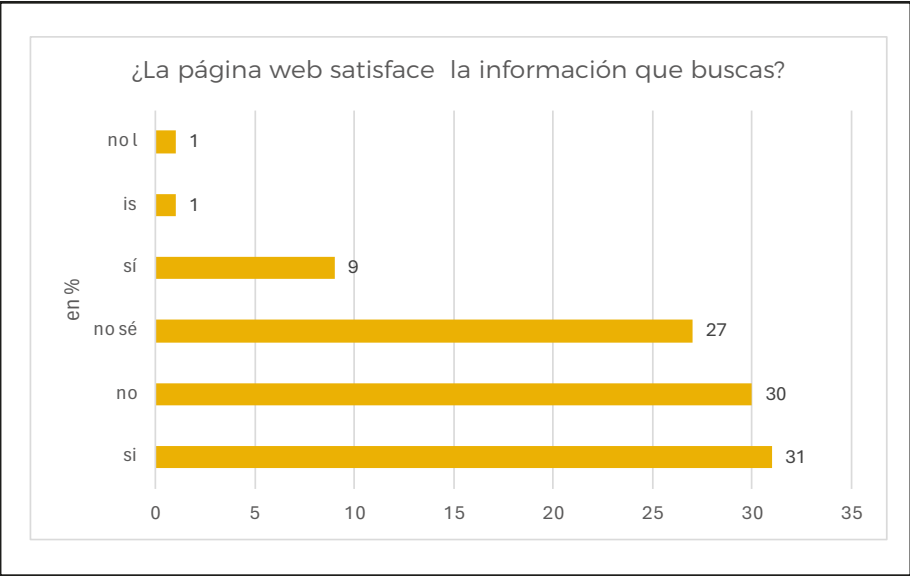
Voos, M. (n.d.). Benchmarking: qué es y cómo utilizarlo. Retrieved March 2, 2024, from <https://business.trustedshops.es/blog/que-es-benchmarking-como-puedes-utilizarlo/>

12. Anexos

12.1 Anexo gráficos análisis cuantitativo

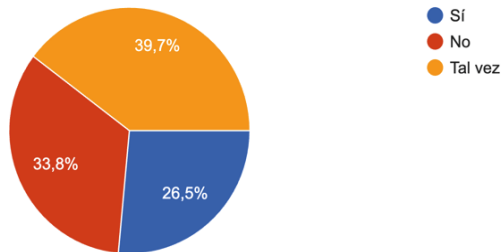






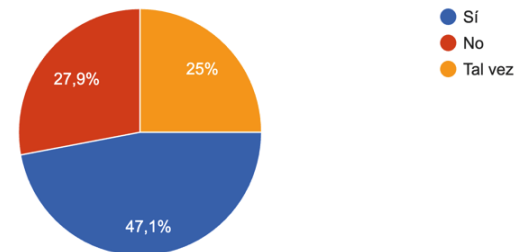
¿Consideras que las instituciones públicas están comprometidas con la promoción de la igualdad de género en todas sus políticas y acciones?

68 respuestas



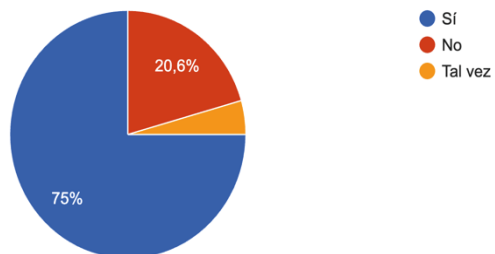
¿Has observado alguna discriminación de género en publicidad institucional o en los mensajes comunicativos de las instituciones públicas?

68 respuestas



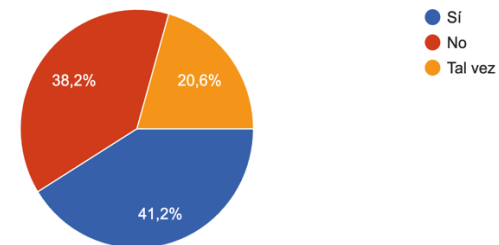
¿Consideras importante que las instituciones públicas utilicen un lenguaje inclusivo que refleje la diversidad de género en tu comunidad?

68 respuestas



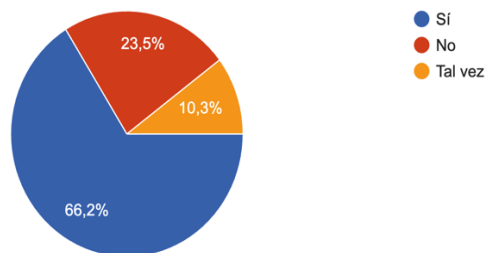
¿Has observado el uso de lenguaje inclusivo en la comunicación y los documentos oficiales de las instituciones locales?

68 respuestas



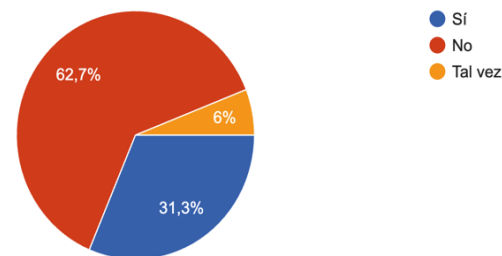
¿Crees que el uso de lenguaje inclusivo por parte de las instituciones públicas contribuye a promover la igualdad de género y a crear un ambiente más inclusivo para todos los ciudadanos?

68 respuestas



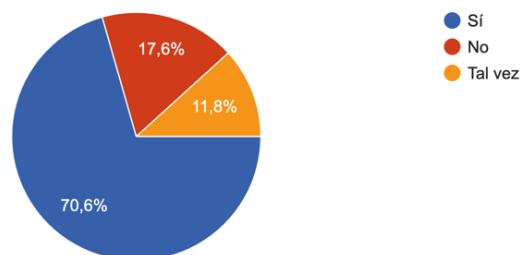
¿Has experimentado discriminación de género al recibir atención por parte de las instituciones públicas?

67 respuestas



¿Crees que las instituciones públicas deberían implementar más medidas para garantizar la igualdad de género en la atención y el servicio a la ciudadanía?

68 respuestas



¿Crees que la brecha salarial puede influir en el acceso a la vivienda por parte de las mujeres?

68 respuestas

