



atisa
éxito compartido

Manual de marca



Los fundamentos de Atisa como marca

Un **brandbook o manual de marca** es un documento en el que se recoge la esencia de una marca, tanto en sus formas como en sus significados.

Por tanto, todas las expresiones de Atisa como marca y todos sus desarrollos futuros están obligados a respetar este documento y sus lógicas.



éxito compartido



atisa

éxito compartido

Éxito compartido concentra la promesa máxima de Atisa como marca: **lograr de forma conjunta aquellos objetivos que por separado, quizá, no podríamos ni soñar.**



El éxito de Atisa no es ajeno
a todos los que lo hacemos
posible: empleados, clientes,
equipo directivo, proveedores,
prescriptores, aliados...

ai

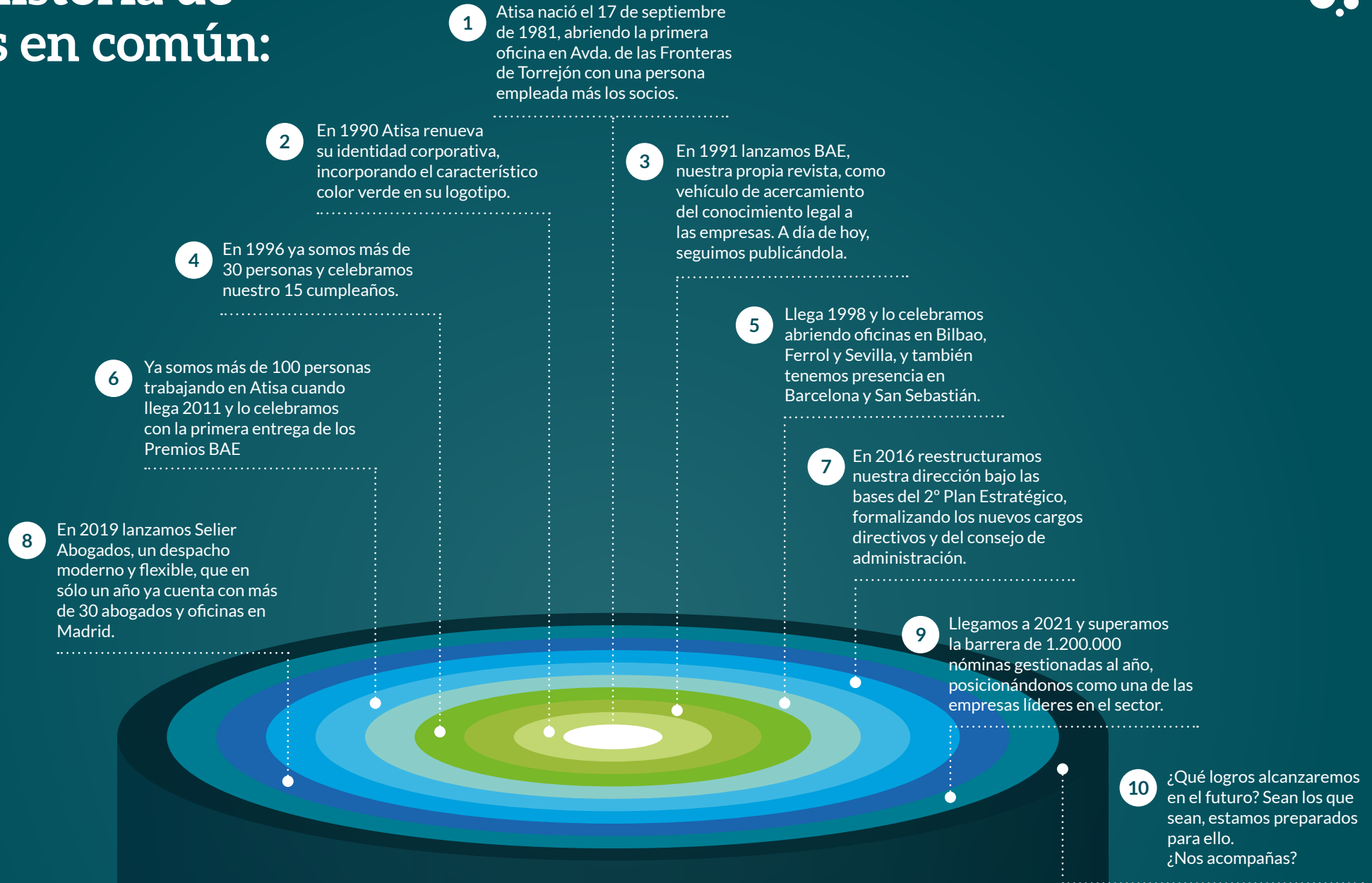
El éxito de nuestros clientes es
nuestro también: **nuestra razón
de ser es impulsar sus proyectos
empresariales.**

Y ese éxito, que logramos gracias
a nuestros conocimientos y
procedimientos, **lo sentimos como
propio.**



¿Qué sentido tiene el éxito si no se comparte?

Una historia de logros en común:



Equipo de Atisa,
25 de noviembre de 1989



**Siempre supimos que el futuro sería mucho mejor
gracias al esfuerzo compartido**

Quiénes somos:

**Impulsamos proyectos empresariales
con servicios externos de alto valor
para todas las áreas de gestión.**

Y lo hacemos gracias a un gran equipo interdisciplinar y flexible
capaz de dar solución a las exigencias de cualquier negocio y sector.



El logotipo es la representación visual más icónica de la marca.
Donde se depositan y simbolizan con el tiempo todos los significados, conceptos
y emociones que asociamos a Atisa.



Este es nuestro **imagotipo** (también llamado símbolo o forma gráfica)

atisa

Este es nuestro **logotipo** tipográfico denominativo: nuestro nombre.



atisa



¿Cómo escribimos Atisa?

Nuestro nombre de marca se escribe siempre en minúsculas con la inicial en mayúsculas.

Sólo hay una excepción: nuestro logo.





Verde oscuro

Nuestro color principal,
asociado a **Atisa** como marca.

Azul

Representa el **valor** que
aportamos con nuestras
soluciones y servicios.

Verde claro

Simboliza la razón de que
existamos: **nuestros clientes**



Nuestros colores

Nuestros tres colores principales, verde oscuro, verde claro y azul simbolizan nuestra personalidad y valores.

Pero no están solos: acompañándoles hay todo un equipo de colores en la misma gama dispuestos a apoyarles y hacer aún más creativas y únicas nuestras comunicaciones.





Nuestro logotipo

Nuestro logotipo simboliza y sintetiza en unas formas gráficas simples todo lo que somos y queremos aportar al mundo: nuestros valores y principios, nuestros conocimientos y experiencia, nuestra forma de apoyar en su crecimiento a las empresas con las que trabajamos para construir un mejor futuro para todos/as.



Nuestro logotipo, reducido

En ocasiones nuestro logotipo aparecerá en tamaños muy pequeños, tanto que pueden comprometer su identificación o hacer que pierda fuerza visual.

Para evitarlo, te presentamos nuestras versiones responsive o reducidas.



Logotipo versión reducida



Imagotipo versión reducida



Creamos el futuro con soluciones de valor, acompañando a nuestros clientes con innovación, flexibilidad y un equipo de personas entusiastas, a la vanguardia y promoviendo un entorno más justo y sostenible.

Los conceptos clave que dan sentido a nuestra misión:



valor

Vemos las dificultades como retos y nos esforzamos para conseguir soluciones ágiles, eficaces, innovadoras y que cumplan los objetivos.

futuro

Uno de nuestros recursos diferenciales y que más nos ha caracterizado siempre: cómo encaramos el futuro con entusiasmo, seguridad y confianza.

personas

Cuidarlas, apoyarlas y ofrecerles soluciones es la razón de que estemos aquí. Están en el corazón de nuestro propósito.

justo

Sabemos que Atisa somos todos los que la hacemos posible tanto a nivel interno como externo, y compartimos nuestro agradecimiento convirtiéndola en una de las mejores marcas en las que trabajar en España.

Los conceptos clave que dan sentido a nuestra misión:



En Atisa somos solucionadores: por encima de los problemas y las adversidades, nuestra orientación es siempre la de solventar cualquier reto que se presente.

El carácter innovador de Atisa está siempre presente en todos nuestros servicios: no hay reto que no podamos confrontar ni dificultad a la que no le encontremos solución.

innovación

soluciones

entusiastas

Una de las características del equipo de Atisa es su orientación a cliente, siempre con la ilusión de poder demostrar nuestras capacidades.



Nuestros valores no son palabras vacías,
son directrices que nos orientan a la acción,
que nos obligan a comportarnos de un modo
concreto en todas nuestras actividades.





No dejamos a nadie atrás.

**Por eso somos solidarios,
motivadores, tenaces, leales
y comunicativos.**

No dejamos a nadie atrás.

Porque nos importan las personas y hacer el viaje en compañía.

Fomentamos la colaboración por encima de la competencia. Que todos ganemos es el mejor resultado posible.

Nunca abandonamos a una persona a su suerte.





Creemos en el largo plazo.

Por eso somos consistentes,
flexibles, reflexivos, fiables
y honestos.



Creemos en el largo plazo.

Porque creemos en el futuro y sabemos que podemos alcanzar el éxito con paso firme, gracias al esfuerzo de todos.


La confianza es una pieza clave, tanto en nuestro equipo como del cliente hacia nosotros.

Siempre buscamos el enfoque positivo.



**Sabemos que detrás de los
números siempre hay personas..**

**Por eso somos sensibles,
responsables, apasionados,
empáticos y generosos.**

A female worker in a yellow hard hat and safety glasses is working on an engine in a factory. She is wearing a red and white plaid shirt and a dark apron. The background shows various mechanical parts and tools.

Sabemos que detrás de los números siempre hay personas.

Porque compartimos la ilusión y responsabilidad de nuestros clientes, y sabemos el esfuerzo y la superación personal que hay detrás de cada realidad empresarial.

Nuestro equipo y clientes tienen nombre, no son códigos.

Sabemos escuchar: para nosotros es importante la comunicación.



Somos solucionadores.

Por eso somos valientes,
análíticos, inteligentes,
eficaces y sabemos
anticiparnos.



Somos solucionadores.

Porque no tenemos miedo a la incertidumbre, y dónde otros ven dificultades, nosotros vemos oportunidades.

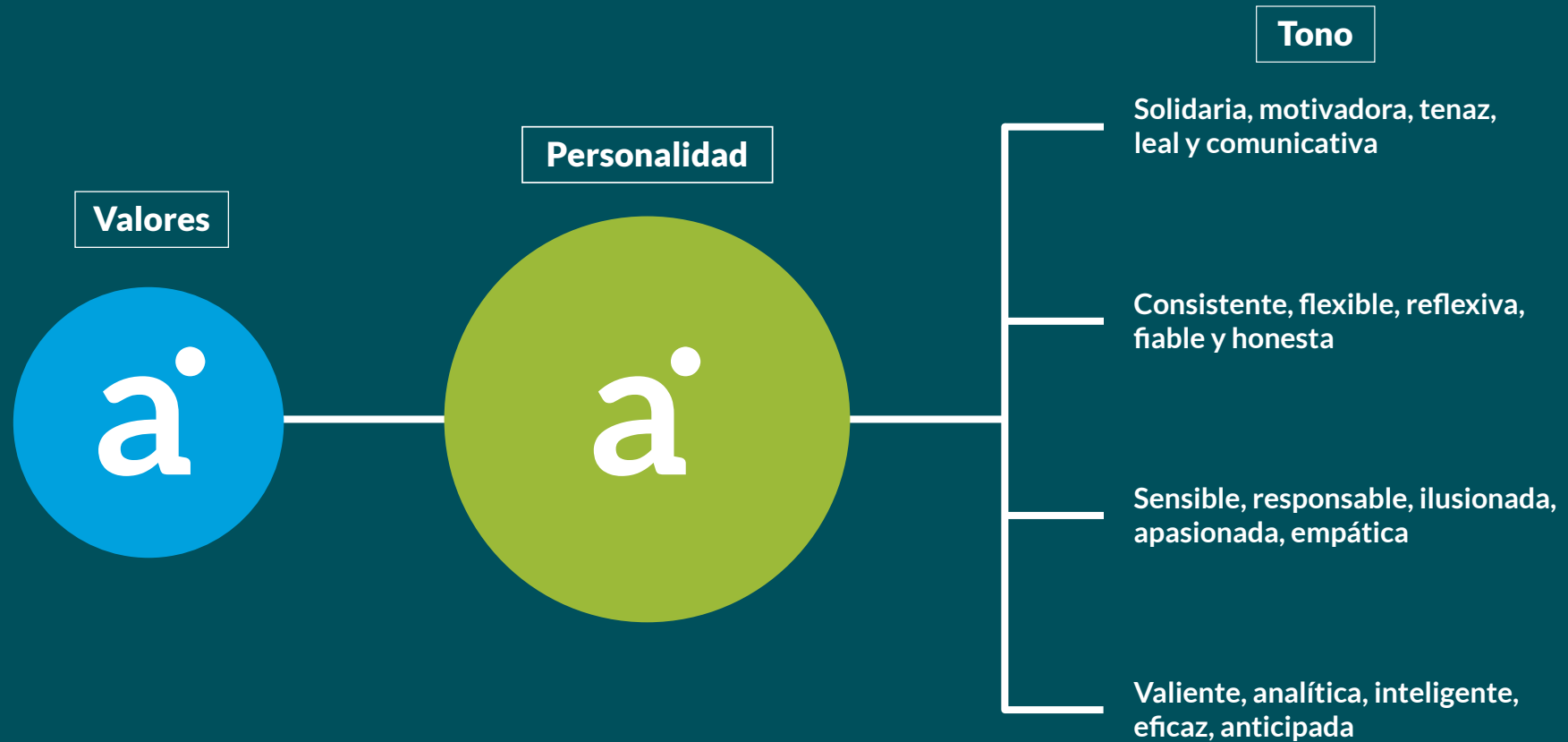
Ser líderes en servicios de gestión nos exige un alto grado de conocimiento, investigación y especialización.

Nos orientamos a la resolución de problemas.

Cómo es nuestra voz

Nuestro tono de marca es la proyección de nuestra personalidad en nuestra comunicación.

Nuestro tono, es decir, nuestra forma de comunicarnos, de hablar, de expresarnos e incluso de comportarnos debe reflejar nuestra personalidad, que a su vez está en consonancia con nuestros valores





Comunicamos nuestros valores y personalidad a través del tono, día a día, con coherencia y flexibilidad.

El tono no es sólo lo que decimos: también es cómo lo decimos.

Nos ayuda a modular la expresión de nuestra personalidad en cada contexto, verbal o visual.

Porque la consistencia es lo más importante en la comunicación de nuestra marca.



El tono también lo aplicamos a nuestra **identidad visual** (desde nuestro logotipo hasta nuestras oficinas).

El tono nos ayuda a expresarnos de manera inequívoca e identificable en nuestra **identidad verbal**.





Futuro

Nuestra visión está siempre orientada hacia el futuro, trazando una línea que nos llevará muy lejos.

Nacimos con el fax, y ahora somos líderes en la implantación de las nuevas tecnologías al ámbito de la gestión.

Nuestra asombrosa capacidad de adaptación es sólo un reflejo de nuestra proyección siempre de cara al futuro, con la confianza y seguridad que nos da saber que estamos preparados para él.

Carga positiva

Miramos hacia el futuro con optimismo y queremos que esa energía positiva se traslade siempre a todos aquellos que entren en contacto con nuestra marca.

Queremos motivar, inspirar y generar ilusiones que desemboquen en acciones y afronten retos.

Y lo hacemos tanto a nivel interno como con nuestros clientes.

Nos esforzamos por escucharte, comprenderte y ayudarte con un lenguaje claro y positivo. Y ese compromiso lo orientamos a la acción y solución de problemas de forma efectiva y ágil.



De persona, a persona

Nuestro propósito sitúa a las personas como fin último del progreso y la creación de riqueza.

Cuidamos a las personas tanto a nivel interno como externo, porque nos importan. Somos abiertos, inclusivos y nos encanta compartir y apoyar a los demás.

Estamos ahí para arrimar el hombro cuando hace falta, porque somos expertos, pero también aliados, compañeros.

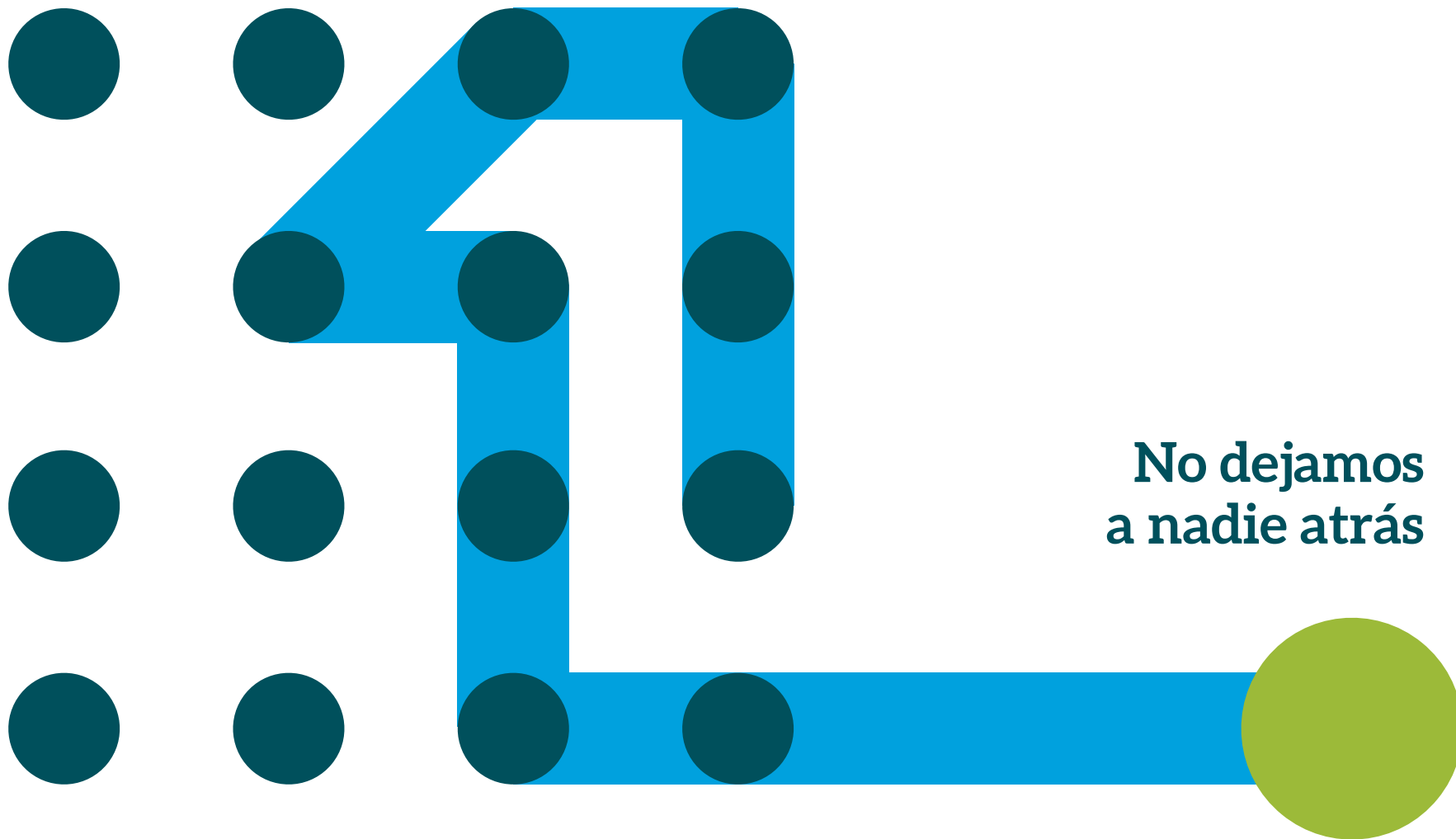
Es nuestra forma de agradecer el apoyo y las oportunidades que recibimos.



Ideogramas

Nuestro imagotipo está compuesto por unas pocas formas básicas con las que creamos originales composiciones gráficas -a modo de ilustraciones sencillas- que nos ayudan a expresar conceptos y mensajes asociados a nuestra marca.

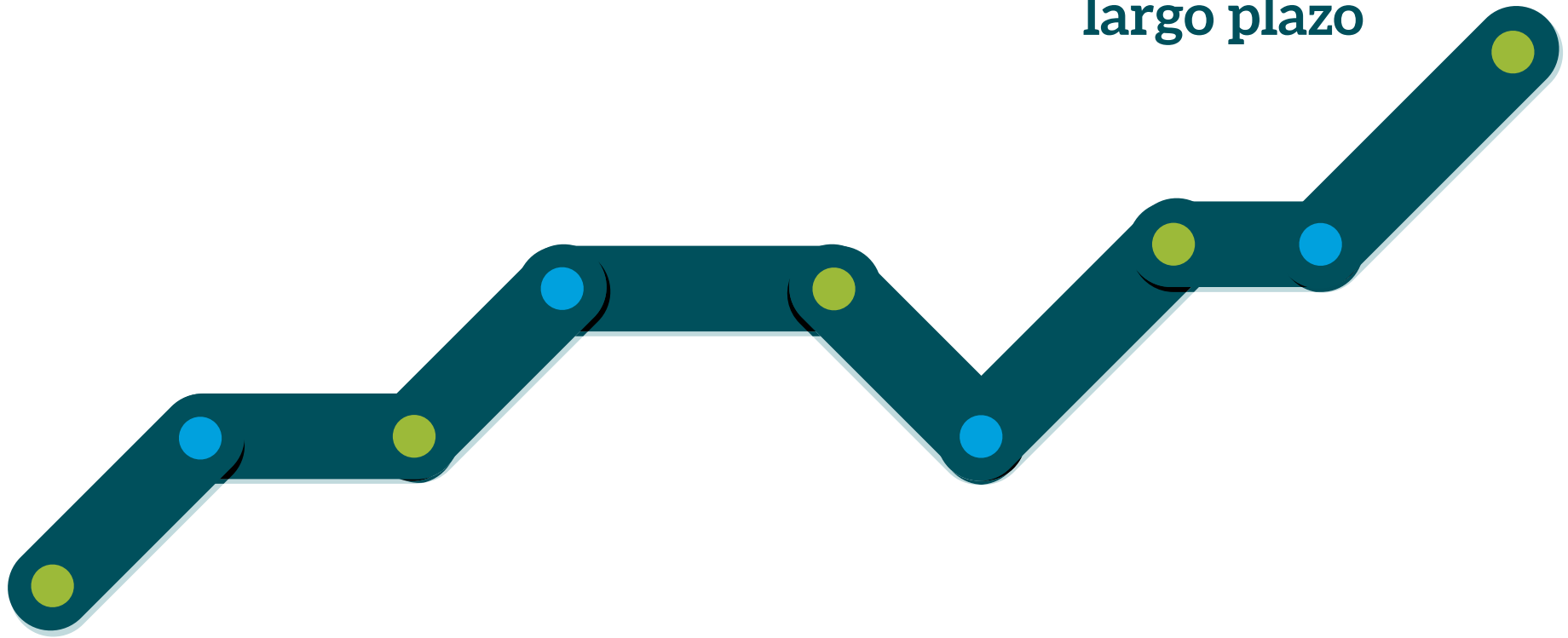
En ellos siempre encontrarás los tres círculos del imagotipo -con los tres colores corporativos principales- que simbolizan los tres ingredientes esenciales de Atisa: las personas, nuestros clientes y el valor que aportamos.

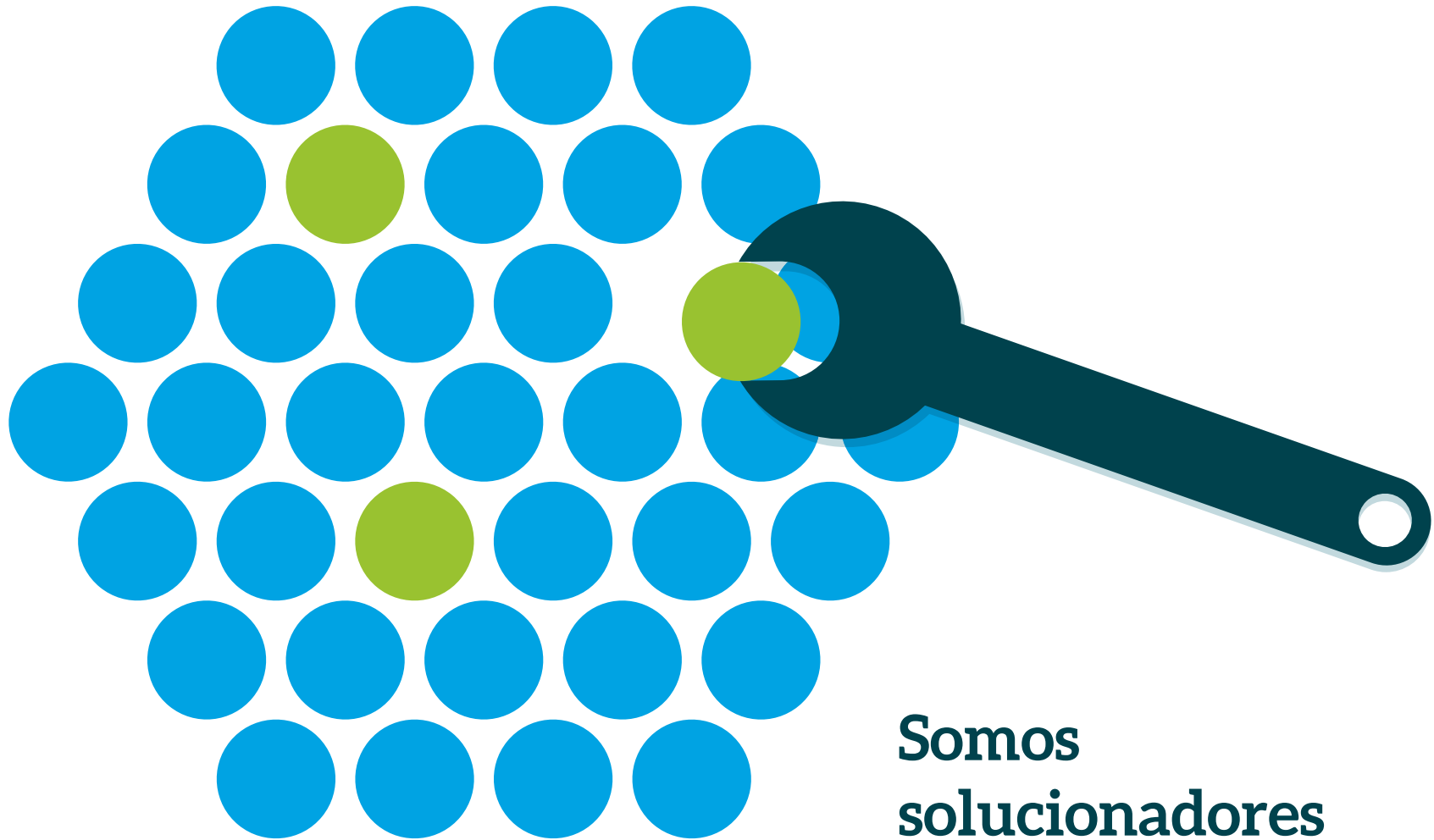


**No dejamos
a nadie atrás**



Creemos en el
largo plazo







Iconos

Nuestros iconos son únicos: han sido creados para Atisa de forma personalizada.

Llevan nuestros colores y siguen un estilo simple, limpio y profesional. Por eso encajan tan bien con nosotros.



Contable/ Fiscal

Externalización de procesos financieros
Estudio viabilidad/ valoración empresas
Operaciones vinculadas
Estados financieros
Cuentas anuales
Impuestos



Jurídico

Asesoría legal
Laboral
Fiscal
Mercantil
Societario
Civil
Subvenciones
Gestión impagados
Portal

Iconos:





Ilustraciones

Los personajes que aparecen en nuestras ilustraciones son como todas las personas que formamos parte de Atisa: diversas, generosas, eficaces, optimistas, leales, apasionadas.

Por ello les verás llamando por teléfono, escribiendo en su ordenador, hablando con compañeros/as, viajando, aprendiendo, o iniciando nuevas aventuras...

Ilustraciones:

Las ilustraciones nos ayudan a narrar historias, expresar emociones y acercar nuestra voz al interlocutor con una imagen cercana, alegre, diversa y amigable.





Fotografías

En Atisa las personas son las protagonistas de nuestras imágenes. Siempre.

Transmiten nuestros valores, filosofía y personalidad con rigor, pero también con profundo respeto hacia lo que representan.



Fotografías:

En nuestras imágenes siempre podemos reconocer a sus protagonistas y sentirnos inspirados por ellos. Por este motivo, no verás personas anónimas ni con actitudes negativas. Solo gente que refleja la diversidad humana con naturalidad y con una actitud positiva, honesta, optimista, generosa, responsable y leal.





Facilitamos la creación sostenible de riqueza y el progreso de una sociedad que sitúe a las personas en el centro de la actividad económica.

Los conceptos clave que dan sentido a nuestro propósito:



Facilitamos la creación de riqueza y el progreso de una sociedad sostenible que sitúa a las personas en el centro de la actividad económica.

Atisa no pierde su condición de “facilitador”, de colaborador necesario, de ayudante indispensable para todos aquellos que quieran aprovechar las ventajas que proporciona a sus aliados.

Atisa es especialista en la gestión de organizaciones. Por eso mismo sabe que siempre todo lo que se hace a nivel institucional es por y para las personas. Nuestra labor es subrayar que las personas y su bienestar deben ser nuestra máxima aspiración.

Atisa, con unos valores profundamente humanistas, es además optimista y cree en la capacidad del ser humano de mejorar constantemente sus sociedades, avanzando hacia un futuro donde el bienestar sea la norma para el mayor número de personas.

Atisa busca que haya cada vez más comodidades y avances materiales (riqueza), pero obligatoriamente sostenibles, entendiendo por esto la estabilidad necesaria para que perdure en el tiempo. Sostenibilidad es volver a poner el medio y largo plazo encima de la mesa.



Recursos para conocer y emplear la marca

Manual de ID. Visual

Manual de Identidad Visual: aquí se recogen todas las normas de obligado cumplimiento relativas a las expresiones visuales de Atisa.

Manual de Tono de Marca e Id. Verbal

Manual de Tono de Marca e Identidad Verbal: documento que establece el tono que se debe emplear en las comunicaciones de Atisa, tanto internas como externas, y las normas de escritura de obligado cumplimiento.

Brand Center

El Brand Center es el repositorio de todas las herramientas que puedes necesitar para aplicar la marca de manera coherente y consistente: información práctica, documentación, plantillas, normativa, etc.





Las consultas y dudas relativas a este documento se resolverán poniéndose en contacto con el Departamento de Marketing y Comunicación:

Almudena Molinero

Directora de Marketing

almudena.molinero@atisa.es

Sara Barroso

Técnico de marca

sara.barroso@atisa.es



atisa