



TRABAJO FIN DE GRADO

ANÁLISIS Y DESARROLLO DE LA IDENTIDAD VISUAL  
CORPORATIVA DE LA ESCUELA CIUDADANA DE  
PREVENCIÓN DE RIESGOS DE ZARAGOZA

Autor

ANA COVADONGA JIMÉNEZ ROBRES

Directores

LAURA ASIÓN CÉSAR GARCÍA

INGENIERÍA DE DISEÑO INDUSTRIAL Y DESARROLLO DE PRODUCTO

2023-2024





## RESUMEN

Este Trabajo Fin de Grado está enfocado en el desarrollo de un universo visual para la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos de Zaragoza.

La identidad visual no es únicamente un manual de marca y un logo, sino todos los elementos que comunican visualmente la idea que una empresa o entidad quiere transmitir. Esto se ha conseguido después de realizar varios análisis e investigaciones para averiguar posibles puntos de mejora y desarrollando distintos elementos como folletos, roll ups o un merchandising adecuado. Todo esto, además, sirve para dar a conocer esta entidad y el servicio que ofrece a la población.

También se han llevado a cabo distintas propuestas de mejora para su página web y redes sociales, con el fin de que tengan una relación coherente entre ellas y entre la identidad visual de la Escuela. Y como se ha mencionado, servirá para aumentar la comunidad de ciudadanos que estén interesados en la Escuela y sus servicios.

Finalmente, se mencionará el desarrollo de imagen de convivencia con el Museo del Fuego. Ambas entidades comparte ubicación y redes sociales por lo que es lógico desarrollar elementos visuales que hagan entender al público que existe una conexión entre estas, al mismo tiempo que muestren una diferencia de las dos.

## ABSTRACT

This Final Degree Project is focused on the development of a visual universe for the Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos of Zaragoza.

A visual identity is not only a brand manual and a logo, but all the elements that visually communicate the idea that a company or entity wants to convey. This has been achieved after carrying out various analyzes and a research to find out possible points of improvement. Also, by developing different elements such as brochures, roll-ups or appropriate merchandising. All of this helps to publicize this entity and the service it offers to the population.

Some proposals have also been carried out for its website and social media, so that they have a coherent relationship with the visual identity. And, as previously mentioned, it will serve to increase the community of citizens who are interested in it.

Finally, the development of the image of coexistence with the Fire Museum will be mentioned. Both entities share location and social networks. It is logical to develop visual elements that make people understand that there is a connection between them, while showing that they are different firms.



## Índice

1.INTRODUCCIÓN.....	7
1.1. Presentación.....	7
1.2. Objetivos .....	8
1.3. Metodología.....	8
1.3.1. Cronograma.....	9
2. INVESTIGACIÓN.....	10
2.1. Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos.....	10
2.1.1. ¿Qué es la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos? .....	10
2.1.2. Situación inicial.....	11
2.2. Investigación .....	11
2.2.1. Encuesta.....	12
2.2.2. Journey Map.....	18
2.3. Propuestas a desarrollar.....	20
3. DESARROLLO.....	22
3.1. Folleto .....	22
3.2. Roll ups.....	23
3.3. Presentación sesiones formativas.....	25
3.4. Folleto resumen de la sesión teórica.....	28
3.5. Página web.....	30
3.5.1. Pantallas.....	31
3.6. Redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter).....	46
3.6.1. Información de interés en redes sociales.....	49
3.7. Papelería y Merchandising .....	54
3.8. Tarjetas identificativas.....	57
3.9. Rediseño del folleto del museo .....	58
4. CONCLUSIONES.....	60
5. BIBLIOGRAFÍA .....	61



## 1.INTRODUCCIÓN

### 1.1. Presentación

Este proyecto se centra en la creación de un universo visual para La Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos.

Esta entidad, perteneciente al Ayuntamiento de Zaragoza, quiere difundir su imagen con el fin de llegar a posicionarse en la mente de la comunidad y que los ciudadanos conozcan el servicio que ofrece.

Por esta razón, surge la necesidad del desarrollo visual de su identidad corporativa para conseguir la mejora y avance de la imagen de marca, además de un mayor reconocimiento de la experiencia formativa por parte del usuario final.

La identidad visual no se limita únicamente a un logotipo; abarca una serie de elementos visuales cohesivos que transmiten los valores, la personalidad y la esencia de la organización. Este trabajo de fin de grado reflejará el proceso de desarrollo y la importancia de la identidad visual corporativa.

La identidad visual corporativa desencadena una serie de efectos directos en la percepción que tiene el cliente sobre una entidad. Una identidad visual sólida no solo establece una conexión emocional con los consumidores, sino que también mejora la reconocibilidad y la credibilidad de la empresa.[1]

La falta de una identidad visual bien definida puede llevar a la confusión de la marca y a la pérdida de oportunidades para generar un impacto duradero en la mente de los consumidores.

## 1.2. Objetivos

El objetivo principal es ser capaz de desarrollar un proyecto de diseño gráfico de manera profesional, generando una identidad y un universo visual de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos, representando sus valores.

Para lograr este propósito, se han establecido los siguientes puntos:

- Desarrollar distintas sugerencias de elementos tangibles como folletos, roll-ups o merchandising para el aumento del globo visual.
- Implementar correcciones de ciertos fallos de aplicación, localizados en presentaciones y redes sociales, expuestos en su manual de marca.
- Buscar puntos de mejora mediante un proceso de investigación para alcanzar el máximo potencial del servicio ofrecido por esta entidad.
- Exponer unas propuestas de diseño para la página web actual y redes sociales, de forma que se cree una unión entre toda la publicidad online de la Escuela y ésta sea más fácil de entender por parte del usuario final.
- Crear una unión visual entre la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos y el Museo del Fuego y de los Bomberos, al mismo tiempo que se realice una diferenciación entre las entidades.

## 1.3. Metodología

Para el desarrollo del proyecto he seguido varias etapas, definidas individualmente para una realización óptima del trabajo. Además, he empleado un cronograma para una mejor organización.

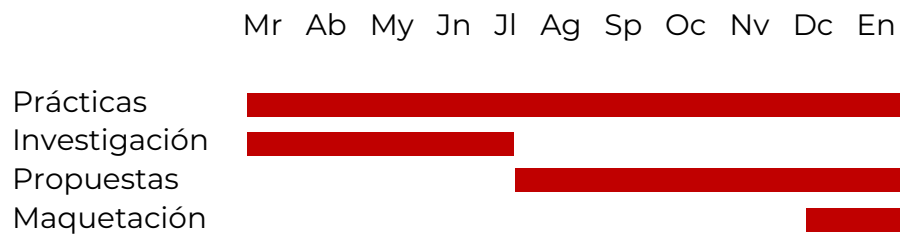
Las etapas de desarrollo establecidas para este trabajo se dividen en las siguientes fases:

- La fase de investigación, con tres pilares fundamentales:
  - Contextualización de la escuela y su universo gráfico, analizando los diferentes elementos con los que ya cuenta.
  - Trabajo y estudio de investigación, en el cual se han elaborado una entrevista y un journey map con el fin de averiguar las necesidades de las personas que acuden a la Escuela.



- Propuestas y conclusiones, para intentar perfeccionar la experiencia del usuario durante el servicio y desarrollar identidad visual de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos.
- La fase de desarrollo, cuyo fin consiste en llevar a cabo todas las ideas de propuestas concluidas durante la investigación. En esta fase, se incluyen algunos de los trabajos realizados durante mi periodo de prácticas en la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos.
- Finalmente, la maquetación de todo el trabajo realizado a lo largo de estos meses.

### 1.3.1. Cronograma



## 2. INVESTIGACIÓN

### 2.1. Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

#### 2.1.1. ¿Qué es la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos?

Para entender un poco lo que es la Escuela y el servicio que ofrece vamos a exponer los objetivos redactados en la memoria:

- Generales
  - Concienciar a los diferentes grupos sociales de los riesgos que se pueden generar en el entorno en el que se desenvuelven diariamente, como sus propios hogares, centros de trabajo, colegios o comercios.
  - Formar e informar a los ciudadanos (casa uno en su nivel y realidad) de cómo y por qué se pueden generar esos peligros para saber cómo reaccionar ante esos riesgos de una forma segura, sencilla y realista, tanto a nivel teórico como práctico.
- Específicos
  - Los ciudadanos que participen en esta formación deberán lograr:
    - Aprender a gestionar una emergencia, conociendo los protocolos básicos de cada posible situación de riesgo y cómo reaccionar frente a ellos.
    - Aprender a tomar decisiones en esos momentos de estrés, de una forma rápida y segura.
    - Conocer nuestras habilidades personales y preparación, logrando una confianza en nosotros mismos, aprendiendo a coordinarnos con nosotros en estas situaciones de emergencia.
    - Comprender los conceptos básicos de cada una de las diferentes emergencias con las que nos podemos encontrar (incendios, accidentes, emergencias de cualquier tipo, etc.).
    - Aprender las técnicas y el manejo de los elementos activos y pasivos de extinción que tenemos a nuestro alcance.

### 2.1.2. Situación inicial

Antes del comienzo de este trabajo, la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos contaba con un contenido definido de identidad visual escaso:

- El manual de marca (con dos versiones distintas del logotipo y una tercera en convivencia con el logotipo del Museo del Fuego y de los Bomberos).
- La presentación PowerPoint utilizada durante la parte teórica de la sesión (si tener cohesión visual con los elementos anteriores).
- El pequeño folleto estilo cómic de la sesión realizado por el ilustrador aragonés Carlos Malavida (lo que aportaba a la entidad un carácter desenfadado y entretenido).
- El diploma que se entrega cuando finaliza la experiencia formativa, siguiendo la misma estética del cómic y realizado por el mismo ilustrador.
- La página web y redes sociales, estas últimas compartidas con el Museo del Fuego y de los Bomberos.

### 2.2. Investigación

Además de los encargos realizados durante las prácticas para este proyecto, he considerado necesaria la elaboración de una encuesta con un doble objetivo:

- Comprobar el conocimiento de los ciudadanos sobre la escuela.
- Encontrar mejoras de la experiencia por parte de los ciudadanos que hayan realizado el curso.

También un journey map, representando visualmente todo el proceso del cliente, para tener en cuentas sus necesidades, motivaciones y puntos críticos y así mejorar el servicio.[2]

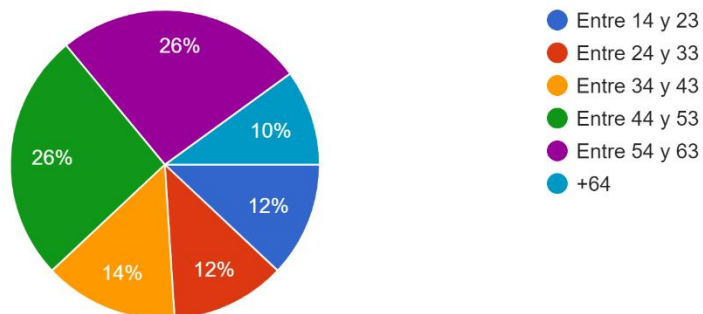
Hay que tener en cuenta, que durante todo el proceso de diseño se debe mantener una coherencia de la imagen de marca que se ha reflejado el manual. Por lo tanto, que los elementos que se desarrollen tendrán que llevar esa estética marcada.

### 2.2.1. Encuesta

Para poder evaluar y valorar la satisfacción del servicio por parte de los clientes, he realizado una encuesta que ha sido enviada tanto a aquellos que han realizado la experiencia formativa como a usuarios aleatorios para comprobar el conocimiento de los ciudadanos respecto a la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos.

#### Edad

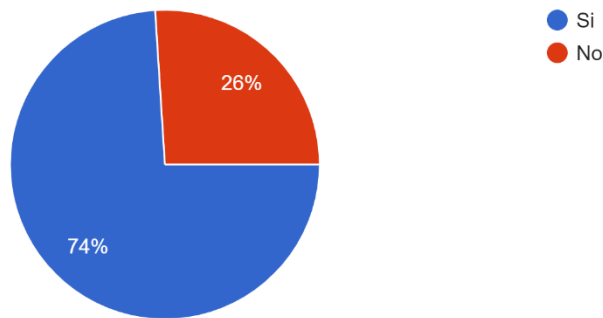
50 respuestas



Se intentó realizar la encuesta a personas de todos los rangos de edad, pues el servicio ofrecido por la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos puede realizarse desde los 14 años. Como resultados de la primera pregunta se obtuvo que el 12% tiene en 14 y 23 años; otro 12%, entre 24 y 33, el 14% de las respuestas fueron contestadas por personas entre 34 y 43 años, 26% entre 44 y 53 y lo mismo con 54 y 63; el resto (10%) personas de más de 64 años.

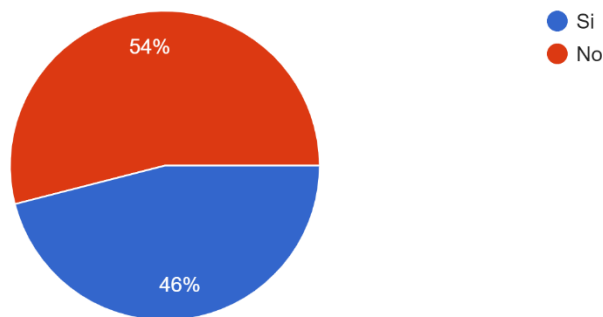
¿Conoces el Museo del Fuego?

50 respuestas



¿Conoces la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos?

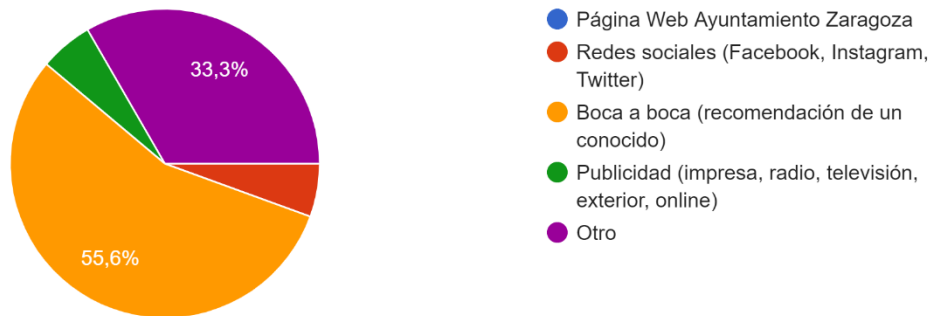
50 respuestas



Como era de esperar, al ser este más antiguo que la Escuela, el Museo es más conocido por los ciudadanos. Es cierto que estos resultados no son totalmente reales y probablemente el porcentaje de personas que conozcan la Escuela es mucho menor que el resultado de la encuesta. Pero como hemos mencionado anteriormente, esta encuesta también se envió a aquellos que tomaron su servicio y aun con esto, el porcentaje de personas que no conocen la Escuela es mayor al de aquellas que sí la conocen. Revisando individualmente las respuestas, otra conclusión que sacamos de estas dos preguntas es que todos los que conocen la Escuela, conocen el Museo pero no todos los que conocen el Museo conocen la Escuela.

¿Cómo has conocido la Escuela Ciudadana? (contestar si la respuesta de la pregunta anterior es Si)

36 respuestas

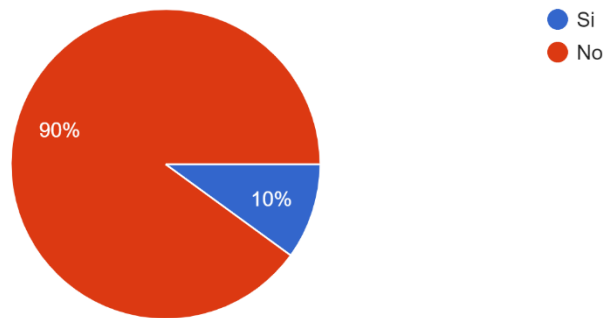


Uno de los objetivos de este trabajo, además de desarrollar su imagen corporativa es conseguir que la escuela sea popular entre los ciudadanos.

Actualmente su medio de comunicación más fuerte es el 'Boca a boca' y los menos usados 'redes sociales' y 'publicidad'. A día de hoy, nadie conoce la Escuela por medio de la página web.

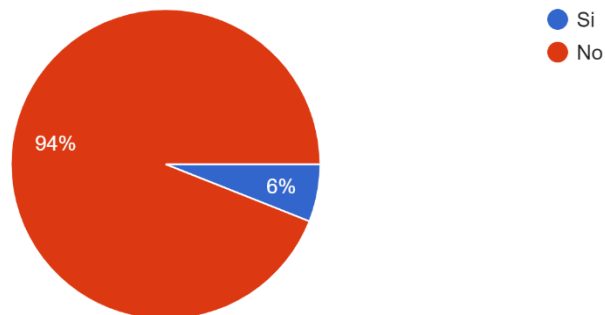
¿Conoces las páginas de Facebook, Twitter o Instagram de la Escuela Ciudadana?

50 respuestas



¿Conoces la página web de la Escuela Ciudadana?

50 respuestas

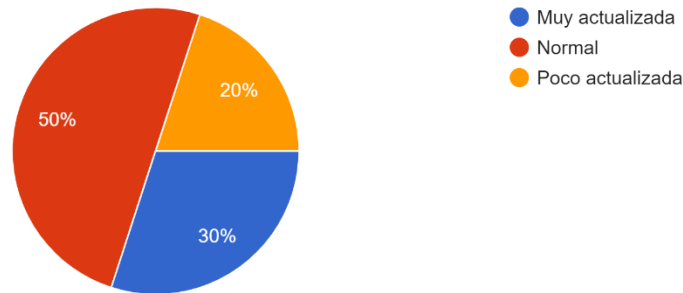


En relación a los resultados anteriores, comprobamos que tanto las redes sociales como la página web de la Escuela no son, por lo general, conocidas.

El 90% de las personas no conocen ninguna red social de la Escuela Ciudadana y el 94% no conocen la página web.

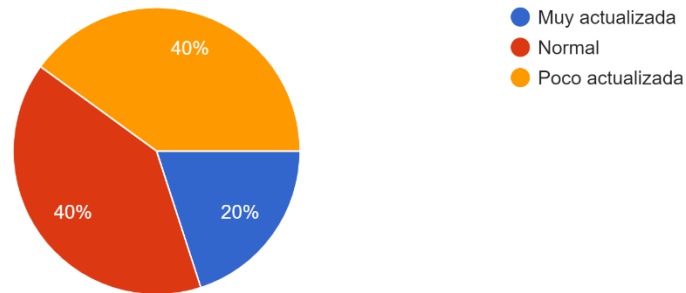
¿Consideras actualizada la información de sus publicaciones? (contestar si la respuesta de la pregunta anterior es Si)

10 respuestas



¿Consideras actualizada la información de la página web? (contestar si la respuesta de la pregunta anterior es Si)

5 respuestas

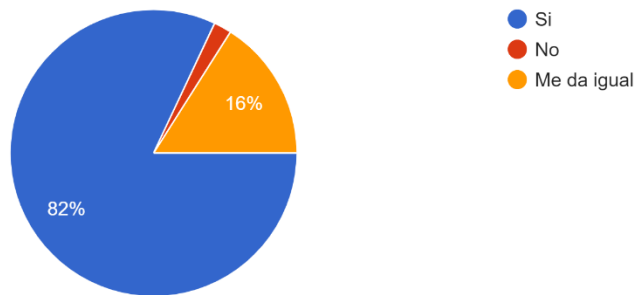


El 50% piensa que las redes sociales tienen una actualización media, el 30% muy actualizada y el 20% poco actualizada. De la página web, los resultados son 40% de actualización media (normal), otro 40% poco actualizada y el 20% muy actualizada.



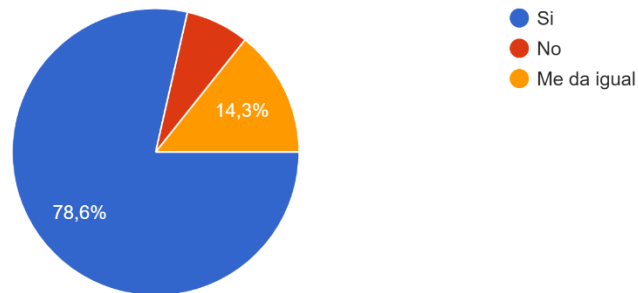
¿Te parece necesario que el personal cuente con algún tipo de tarjeta identificativa? (por ejemplo, para dirigirnos a ellos por su nombre durante la experiencia)

50 respuestas



¿Te gustaría recibir algún tipo de Merchandising después del curso? (Ej: totebags, tazas, cuadernos, bolígrafos, etc.)

42 respuestas



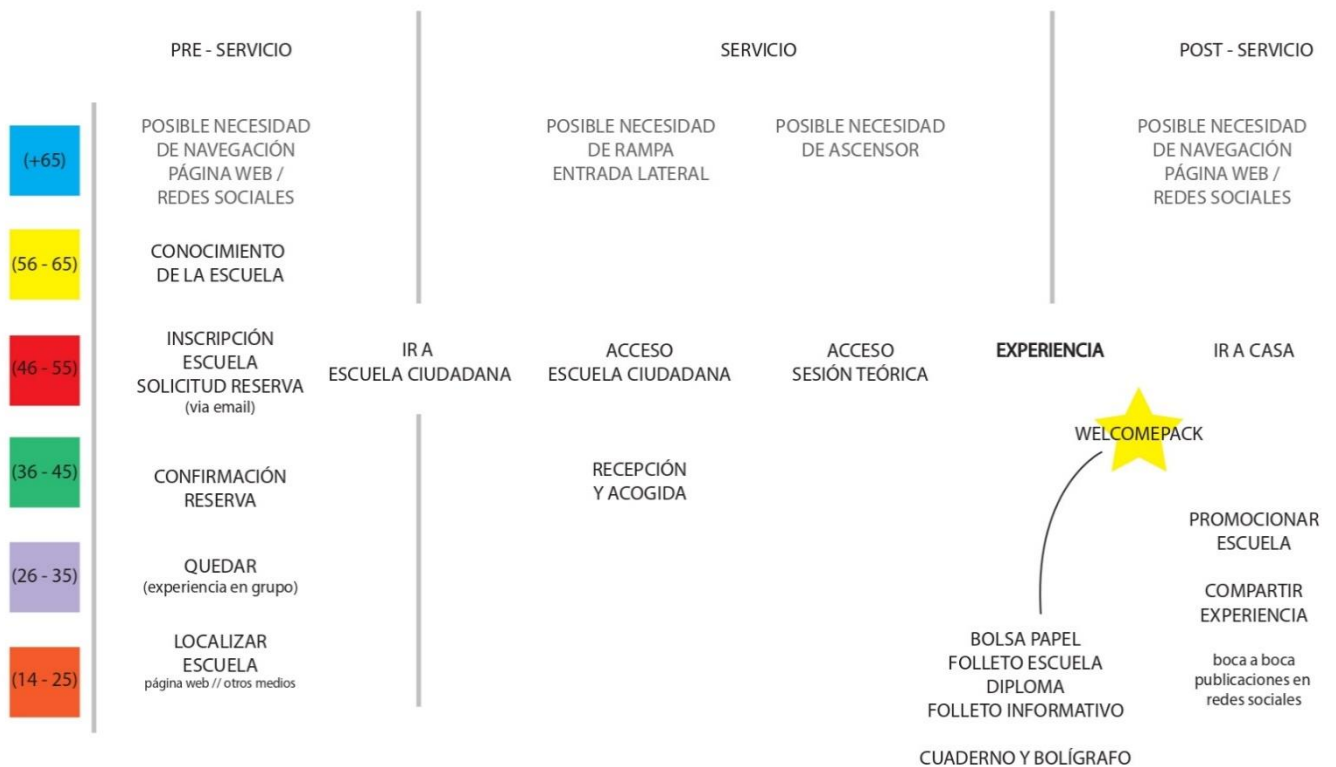
Por norma general, es sabido que a las personas les gusta recibir algún tipo de merchandising cuando visita algún museo o similar; esto se reafirma viendo que el 82% de las respuestas a esta pregunta es SÍ.

Como pregunta final de la encuesta, se le pidió a los ciudadanos opinión sobre cómo visibilizar la Escuela y la mayoría de las respuestas fue potenciando el uso de las redes sociales y la página web.

### 2.2.2. Journey Map

Un mapa de viaje es una herramienta muy útil que tiene como objetivo principal encontrar las necesidades del cliente para lograr una experiencia de servicio más satisfactoria.

Se representa la experiencia del ciudadano a medida que interactúa con el servicio a lo largo del tiempo, analizando todas las etapas de manera individual.



Se identifica el cliente objetivo. En este caso, el servicio que ofrece la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos es apto para personas mayores de 14 años.

Una vez dividido el mapa en pasos de viaje o etapas (pre-servicio, servicio y post-servicio), con todas las subetapas correspondientes, se procede a definir los puntos de contacto.

Estos puntos de contacto pueden ser en línea (como ocurre sobre todo en el pre y post-servicio con las redes sociales, página web o correo electrónico) o fuera de línea (durante la experiencia).

Al analizar el mapa, se identifica dónde pueden surgir oportunidades de mejora para conseguir que la experiencia del cliente sea lo más satisfactoria posible; de manera que se puedan tomar decisiones para optimizar el proceso.

Los puntos identificados en este mapa son:

- En la etapa pre-servicio, cabe la posibilidad de que el cliente quiera buscar más información y navegue en la página web (la cual carece de información y tiene algunos fallos que, en la siguiente fase de desarrollo, se corregirán y mejorarán).
- Durante la experiencia, puede surgir la necesidad de que usuario tenga que dirigirse al prestador del servicio (en este caso, uno de los bomberos que explica la sesión) y aunque es cierto que al iniciar la experiencia se presentan, no sobraría la presencia de unas tarjetas identificativas con el nombre de cada sujeto del personal. En la encuesta realizada se observa que este punto es útil para los ciudadanos.
- Una vez terminada la sesión, a los clientes siempre les gusta por norma general llevarse un algún tipo de publicidad, por lo que cabría la posibilidad de desarrollar un welcome pack con merchandising de la escuela.
- Además, es posible que quieran publicar en redes sociales su experiencia (no saben de la existencia de ellas).

Todas estas conclusiones, se trasladarán a propuestas que se expondrán a continuación.

### 2.3. Propuestas a desarrollar

Con los resultados de la encuesta y el journey map, podemos concluir diferentes puntos a desarrollar:

1. La realización de un folleto general de la Escuela y de un folleto resumen; en el que se resuma el contenido de la sesión teórica de manera más formal (no en estilo cómic) donde se explique todo lo explicado en la experiencia formativa.
2. El desarrollo de merchandising para un hipotético WelcomePack que, además de los folletos y el diploma para el ciudadano, incluya algún tipo de regalo como, por ejemplo, un cuaderno.
3. La posibilidad de comprar en la tienda de la Escuela productos como tazas, cantimploras, camisetas, gorras, etc.
4. Desarrollar la página web para dar a conocer mejor el servicio y que los usuarios puedan tener más información sobre la experiencia antes de recibir el curso.
5. Conseguir una mayor difusión en redes sociales, subiendo más publicaciones de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos.
6. Además de publicaciones informativas de la Escuela, colgar también diferentes informaciones de interés; por ejemplo, fases de un incendio. De esta forma se fomenta el concepto de cercanía y aumenta la interacción.
7. La realización de tarjetas identificativas para el personal, de modo que los participantes de la experiencia puedan dirigirse a ellos por su nombre.
8. El rediseño del folleto del Museo del Fuego y de los Bomberos, en coherencia con la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos, para mantener una estética común en todos los elementos gráficos.



### 3. DESARROLLO

#### 3.1. Folleto

La Escuela no contaba con ningún tipo de publicidad informativa impresa. Este factor llevaba a la falta de conocimiento por parte de los ciudadanos de este servicio. Además de a la confusión del público entre la Escuela y el Museo, ya que no había ningún medio diferenciador entre ambas entidades (están en el mismo edificio, comparten redes sociales y solo existía propaganda del último).

El folleto cuenta con títulos claros y breves, argumentaciones completas y fotografías reales tomadas durante las sesiones. En la portada, aparece una de las ilustraciones de Carlos Malavida, manteniendo así una cohesión con el otro folleto/cómic y el diploma que se entrega cuando finaliza la experiencia.

Se tuvo en cuenta el tipo de impresión para ajustar el documento de Illustrator en el que se desarrolló el diseño del folleto, para garantizar que los colores, las sangres y el formato .pdf que se envió a la imprenta fuera el correcto.

Desde marzo de 2023, este folleto está disponible a todos los ciudadanos en la recepción de la Escuela Ciudadana de Riesgos. De los resultados extraídos de la encuesta se concluyó que poca gente conoce todavía, por lo que sería útil publicarlo en las distintas redes sociales con las que cuenta la entidad.

Utilizar los colores, tipografías, logotipos y elementos visuales consistentes en el folleto ayuda a reforzar la imagen de la marca y la percepción que tienen los ciudadanos de ella.

Mantener una estética coherente demuestra un alto nivel de profesionalismo y atención al detalle. Esto crea confianza entre los participantes y refleja que la empresa se preocupa por la calidad de su material educativo.

Al utilizar elementos visuales reconocibles, como el logotipo, los colores distintivos y el estilo de diseño característico, los ciudadanos podrán identificar rápidamente el folleto como un recurso relacionado con la empresa y la formación.



APRENDER A TOMAR DECISIONES EN MOMENTOS DE ESTRÉS

CONOCER NUESTRAS HABILIDADES PERSONALES

COMPRENDER LOS CONCEPTOS TEÓRICOS BÁSICOS

APRENDER LAS TÁCTICAS Y EL MANEJO DE LOS ELEMENTOS ACTIVOS Y PASIVOS DE EXTINCIÓN A NUESTRO ALCANCE




C/. Ramón y Cajal nº 32  
50004 ZARAGOZA - ESPAÑA  
Teléfono: 976 724 262  
escuelaciudadanabomberos@zaragoza.es



Figura 1: Cara 1 del folleto de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

## 1º ESCUELA CIUDADANA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS DE ESPAÑA



**OBJETIVOS**

Concienciar de los riesgos que se pueden generar en el entorno en el que se desenvuelven diariamente


Informar de cómo y por qué se pueden generar estos peligros para saber cómo reaccionar

**EXPERIENCIA FORMATIVA**

Destinada al conocimiento de la prevención y la gestión de una emergencia en nuestro entorno.

Sesión teórica  
Talleres participativos  
Realidad virtual  
Simulación de incendios de interiores  
Extinción de fuego real con extintores

Enfocado en el objetivo de saber desenvolvernó de una forma práctica en diferentes situaciones de riesgo.



**HORARIOS (SESIONES)**

Lunes y Martes de 10 a 12h  
Miércoles y Jueves de 17 a 19h  
Sábados de 10 a 12h  
Otros horarios: consultar

Mínimo 5, máximo 10-15 personas por sesión  
Duración de la experiencia 2h aprox  
Mayores de 14 años

**INFORMACIÓN Y RESERVAS**

Enviar un mensaje de correo electrónico a [escuelaciudadanabomberos@zaragoza.es](mailto:escuelaciudadanabomberos@zaragoza.es)

Indicando la siguiente información

Nombre del solicitante  
Número de teléfono de contacto  
Número de participantes  
Día de la formación que se solicita

El coste de la sesión variará según las Tasas Municipales\*\*

Figura 2: Cara 2 del folleto de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

### 3.2. Roll ups

Este tipo de medio divulgativo se utilizó durante la semana de la prevención en Zaragoza celebrada en marzo de 2023.

Un roll up es un tipo de publicidad en formato display que destaca principalmente por ser auto enrollable.

Se desarrollaron dos paneles diferentes

- El primero, de izquierda a derecha, tenía una finalidad más informativa de lo que es la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos. En él se expone su logotipo, el de bomberos, entendiéndose así que es un servicio de BOMBEROS ZARAGOZA y su dirección de correo electrónico.
- El segundo, sin embargo, tiene un carácter más divertido. Muestra en logotipo de la Escuela en la parte superior y una ilustración de Carlos Malavida. Se ve un enfoque más cercano, lo que transmite al público confianza.

En ambos, se incluye en la parte inferior a la derecha el logotipo de Zaragoza; tal y como indica su manual de marca [3] pues es una entidad perteneciente al Ayuntamiento.



Figura 3: Roll ups de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos



### 3.3. Presentación sesiones formativas

Uno de los primeros pasos para crear una unidad y generar un universo visual coherente fue el rediseño de la presentación utilizada en la experiencia formativa.

La estética es lo primero que vemos, con una presentación limpia y ordenada se consigue que la sesión teórica sea percibida por el público de manera más positiva, además de transmitir el mensaje de manera más clara.



Figura 4: Portada presentación Power Point de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

La portada antigua, como se observa en la Figura 4, era de color verde oscuro con una imagen en estilo animado, y el nombre de la entidad quedaba separado. Los logotipos de Bomberos Zaragoza y Ayuntamiento contaban con un fondo blanco que se podría suprimir.

Ahora, la portada está ordenada y tiene sentido; las dimensiones son compatibles con la pantalla de modo que no quedan franjas negras a los lados. El título está esclarecido por lo que antes de empezar a hablar ya sabemos qué nos van a contar y el nombre de la entidad 'Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos' ya no queda tan anárquico.



Figura 5: Portada MODIFICADA presentación Power Point de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

Inicialmente, el fondo de las diapositivas era amarillo y naranja, como vemos en la Figura 6.

La tipografía era variada, al igual que el tamaño de las letras y el grosor de estas.

Ahora, el fondo es de color gris, mismo tono que el de las letras del logotipo en versión color, evitando así distracciones innecesarias.

La tipografía utilizada es la indicada en el manual de marca Futura Std Book; una tipografía lineal y legible, sin serifas que resulta muy simple visualmente pero a la vez profesional).



Figura 6: Diapositiva presentación Power Point de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

## ¿QUÉ VAMOS A APRENDER?

### TEÓRICA

1. PRIMER FACTOR EN NUESTRA SEGURIDAD: **LA PREVENCIÓN**  
Identificar riesgos en nuestro entorno, vivienda, trabajo, lugares donde nos movemos
2. ¿POR QUÉ EMPIEZAN Y SE APAGAN LOS INCENDIOS?  
Teoría del fuego (Triángulo del fuego - métodos de extinción)  
Elementos extintores a nuestro alcance
3. ¿QUÉ HACER ANTE UN INCENDIO?  
Pautas a seguir

### PRÁCTICA/ TALLERES

Salas de realidad virtual, simulación de incendio, escenarios de fuego real



Figura 7: Diapositiva MODIFICADA presentación Power Point de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

### 3.4. Folleto resumen de la sesión teórica

Durante la sesión teórica, se habla de varios puntos muy útiles para actuar en caso de incendio. Todos los asistentes pueden tomar nota de lo que se va explicando pero, es más cómodo para ellos que al final de la charla se les entregue un pequeño folleto/manual con un resumen de los puntos clave explicados a lo largo del curso.

Esto ya se realiza, entregando el folleto estilo cómic con el que ya cuenta la Escuela, pero no está de más entregar otro con las explicaciones redactadas de manera más clara para que el cliente las capte con mayor facilidad.

Por esta causa, se diseñó el folleto resumen. Su propósito es que los ciudadanos puedan quedárselo y mantener los conocimientos adquiridos durante la charla.

Los folletos actúan como recordatorio visual y escrito. Los ciudadanos pueden repasar los conceptos fundamentales, lo que contribuye a la retención de la información. La estructura organizada que ofrece este resumen (en comparación con el folleto estilo cómic) ayuda a los participantes a comprender mejor los temas presentados en la sesión teórica. Además, si en un futuro se desea repasar uno de los temas en particular o recordar cualquier tipo de información siempre pueden recurrir al folleto, de manera rápida y práctica (sin necesidad de buscar recursos en línea).

Este folleto, a pesar de tener una estética más formal, sigue la línea de identidad visual de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos. Esto es fundamental para establecer una coherencia en la comunicación y crear una experiencia unificada para los participantes. Al mantener la misma tipografía, se asegura que la información sea fácil de leer y comprender, lo que contribuye a una experiencia de aprendizaje efectiva.

Si los ciudadanos encuentran valioso el contenido del folleto, es más probable que lo compartan con otros. Al mantener la identidad visual de la empresa, se amplía la difusión de la marca y de la formación.



Figura 8: Mockup del folleto resumen de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

El documento comento completo esta adjunto en los anexos de este trabajo. Se ha guardado en formato .pdf con las características adecuadas para una óptima impresión: marcas de corte y sangres.

### 3.5. Página web

El análisis y mejora de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos [4] se ha desarrollado para resolver la posible necesidad del usuario, observada en el journey map, de navegar en ella para buscar información tanto de la Escuela como del servicio que ofrece.

Además la página web es una de las mejores vías con las que una entidad puede contar en la actualidad para utilizarla a modo de publicidad, y así llegar a los ciudadanos de manera que estos conozcan la escuela y su misión.

Las mejoras (hipotéticas) que se han realizado, en este caso, han sido para poder lograr:

- Utilizarla como medio de publicidad para dar a conocer la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos
- Informar mejor del servicio que ofrece la escuela
- Diferenciar a la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos del Museo del Fuego y de los Bomberos.

Analizando varias páginas web relacionadas con el sector, se han concluido varios puntos clave para garantizar su eficiencia. Pues, para tener una buena página web hay que conseguir una combinación de diseño atractivo, funcionalidad sólida y un contenido relevante:

- Interfaz clara, con un diseño limpio y profesional (coherente con la identidad visual de la entidad)
- Pantallas simples e intuitivas, el menú de navegación tiene que ser fácil de usar para que los usuarios encuentren la información rápidamente.
- Tipografía simple
- Colores básicos
- Textos no muy largos y de calidad, manteniendo un contenido actualizado y relevante
- Imágenes de calidad. [5]

La página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos forma parte de la red del Ayuntamiento de Zaragoza, por lo que aspectos como las fuentes tipográficas, colores utilizados y la organización del mapa de sitio no pueden modificarse.

### 3.5.1. Pantallas



Figura 9: Pantalla inicial ANTIGUA de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

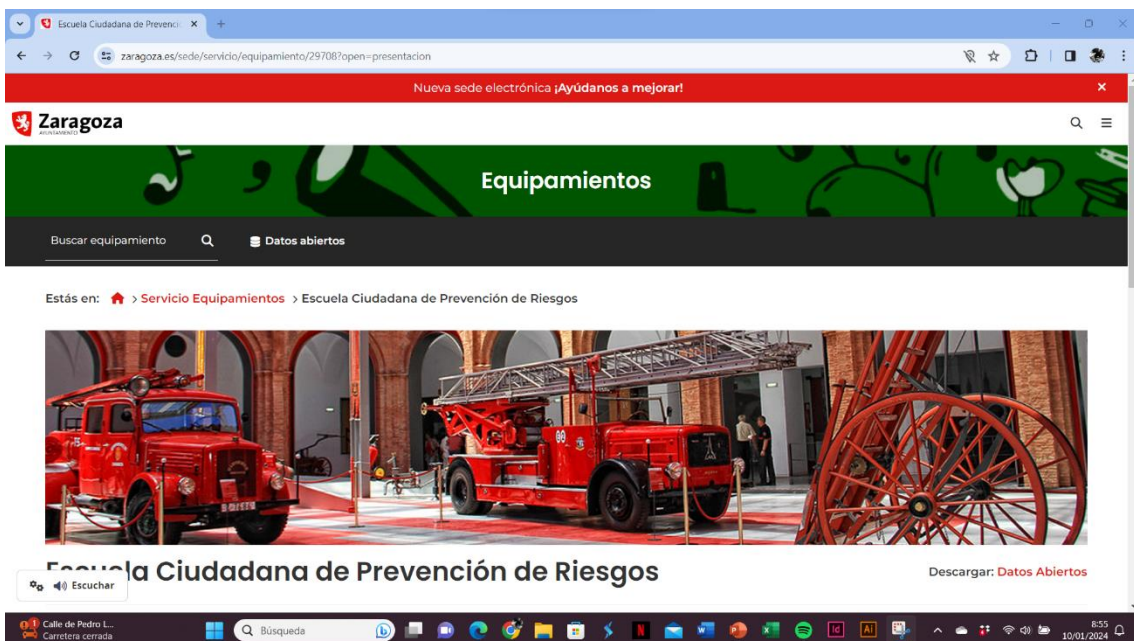


Figura 10: Pantalla inicial ACTUAL de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos



Figura 11: Pantalla inicial MODIFICADA de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

Existe un cambio del diseño de la página web de la Escuela.[]  
 A continuación, se va a analizar lo que se ha modificado, lo que se ha quedado igual, y las propuestas de mejora que todavía se pueden realizar.

A grandes rasgos, se ha mejorado la búsqueda en la home. Se han eliminado iconos que eran poco intuitivos y los enlaces a las redes sociales (estos botones, llevaban a la cuentas del Ayuntamiento de Zaragoza; pues aunque estemos en la sección de la Escuela Ciudadana, la página es del Ayuntamiento).

La imagen principal no ha sufrido ningún cambio. Esto es un error, ya que esta imagen no es de la Escuela, sino del Museo del Fuego.

En la Figura 11, se ha diseñado corregido este último punto, mediante el desarrollo de un banner que guarda relación con la escuela, su servicio y el folleto desarrollado con anterioridad.





Figura 12: Pantalla 'BARRA DE MENÚ' de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

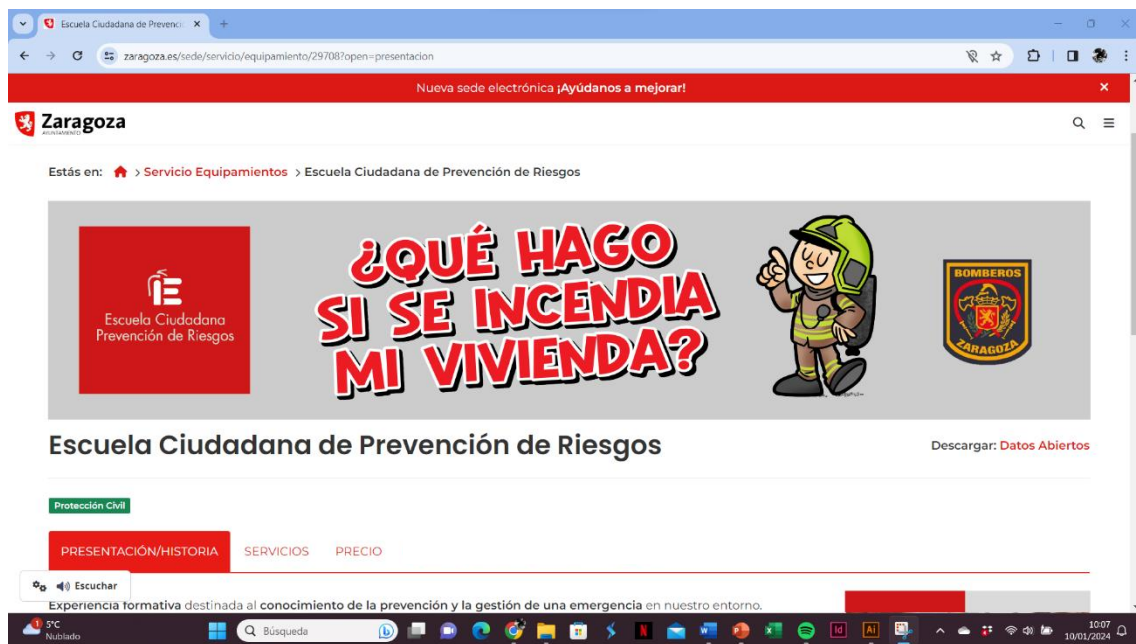


Figura 13: Pantalla 'BARRA DE MENÚ' MODIFICADA de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

Aunque la barra de menú de la Figura 12 ha tenido cambios respecto los de la Figura 9, seguimos viendo algunas posibles mejoras.

Las barras de menú de una página web cuantos menos elementos tengan, más fácil de entender serán para el usuario.

En este caso, hemos eliminado el apartado de Equipamientos y Galería; cuya explicación se defenderá más adelante.

Por lo tanto, en la Figura 13 quedan 3 secciones:

- Presentación/ Historia
- Servicios
- Precio



Figura 14: Pantalla 'PRESENTACIÓN/HISTORIA' de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos



Figura 15: Pantalla 'PRESENTACIÓN/HISTORIA' de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

El primer desglose de la barra de menú es el de 'PRESENTACIÓN/HISTORIA' donde nos explica, muy brevemente, mediante un texto y 3 fotografías en qué consiste el servicio que ofrece la Escuela.

No se presenta la Escuela cómo tal sino el curso que brinda y tampoco hay ningún tipo de redacción en cuanto a historia.

Se ha realizado un cambio de texto, en el cual se explica realmente lo que el objetivo de la Escuela.

También se han modificado las imágenes por otras de mayor calidad y tamaño.

Además, se desarrolla el cuadro lateral derecho que aparece en todas las pantallas.

Este elemento fijo consta de una foto en la que aparecen distintos vehículos que, de nuevo, pertenecen al Museo del Fuego y de los Bomberos; no a la Escuela Ciudadana de Prevención.

De este modo, para que el usuario no entre en confusión se sustituirá esta foto por el logotipo de convivencia del Museo y la Escuela. Así, se diferencian ambas entidades pero también se le transmite al público una información muy valiosa que es la coexistencia de las dos sociedades.

Debajo de esta foto se nos indica la dirección y el correo electrónico de la Escuela; además de cómo llegar aportándonos la ayuda visual de un pequeño mapa.



Figura 16: Pantalla 'SERVICIOS' 1 de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

El siguiente elemento de menú es 'SERVICIO'.

Cuando clicamos en él, nos aparece el título 'Tramites que puedes realizar en este equipamiento' y debajo un botón de Talleres Prevención de Riesgos.

Al ser únicamente un servicio, podría salir la información de primera mano en esta pantalla sin necesidad de clicar una vez más, ya que es un paso que podemos evitar.

Cuando damos clic al botón 'Talleres Prevención de Riesgos', la web nos dirige a la pantalla de la Figura 17, donde podemos observar la explicación del Taller de la Escuela.

Estás en: [Inicio](#) > [Buscador trámites](#) > Talleres Prevención de Riesgos

## Talleres Prevención de Riesgos

Protección y Seguridad Ciudadana Educación, Cultura y Ocio

La Experiencia formativa se compone de una sesión teórica y una serie de talleres participativos, como realidad virtual, simulación de incendios de interiores y extinción de fuego real con extintores, todos enfocados en el objetivo

### Objetivos

- Aprenderemos a tomar decisiones en esos momentos de estrés, de una forma rápida y segura.
- Conoceremos nuestras habilidades personales y preparación, logrando confianza en nosotros mismos, aprendiendo a coordinarnos con otros, en estas situaciones de emergencia.
- Comprenderemos los conceptos teóricos básicos de una forma sencilla, de cada una de las diferentes emergencias con las que nos podemos encontrar (incendios, accidentes, emergencias de cualquier tipo, etc.).
- Aprenderemos las técnicas y manejo de elementos de extinción que tenemos a nuestro alcance tanto activos como pasivos.

Duración: de la experiencia formativa, 2h. Aprox.

- Mínimo 5, máximo 10 participantes por sesión.
- Mayores de 14 años.
- Sesiones:
  - Lunes y Martes de 10 a 12 h.
  - Miércoles y Jueves de 17 a 19 h.
  - Sábados de 10 a 12 h.

### Pago

El coste de la sesión variará según Tasas Municipales.

### Formas de tramitación

✉ @Por Correo

**Dirección**  
escuelaciudadanabomberos@zaragoza.es

**Proceso**  
Interesados en participar mandar correo indicando:

- Nombre del solicitante.
- Numero de teléfono de contacto.
- Numero de participantes.
- Dia de la formación que interese.

**Última actualización:** 2022-11-22  
JSON | XML | CSV

**Órgano gestor**  
Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos  
C/ Santiago Ramón y Cajal, 32 - 50004  
escuelaciudadanabomberos@zaragoza.es

**Descripción**  
**Pago**  
**Formas de tramitación**

**Organo gestor**  
Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

Figura 17: Pantalla 'SERVICIOS' 2 de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

Al leerlo nos suena familiar, pues ya estaba ese mismo primer texto en la pantalla de 'PRESENTACIÓN/HISTORIA' de la Figura 14. Es aquí donde tiene sentido esta explicación, ya que nos está hablando del servicio que ofrece la Escuela.

Vemos que hay un desarrollo más minucioso, pues incluye objetivos, duración de la experiencia, horario y la forma de tramitación para pedir cita.

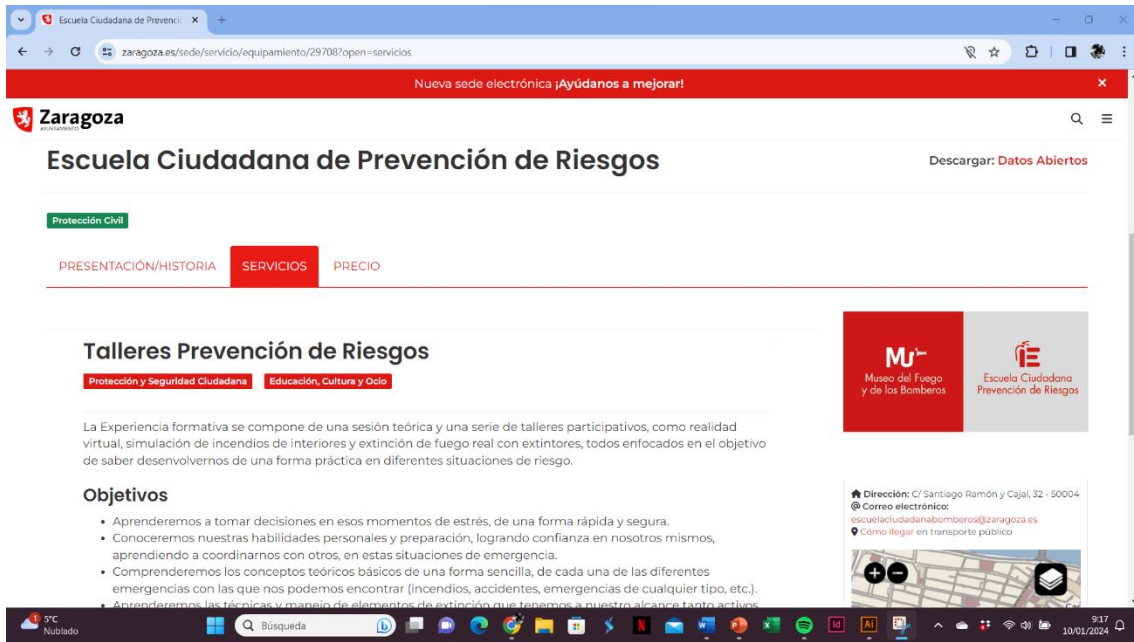


Figura 18: Pantalla 'SERVICIOS' MODIFICADA de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

El cambio realizado en esta pantalla es simplemente la eliminación del clic, ahorrándonos pasos y exponiendo de forma más directa el servicio.



Figura 19: Pantalla 'PRECIO' de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos



Figura 20: Pantalla 'PRECIO' MODIFICADA de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos



El tercer desglose del menú corresponde a 'PRECIO' donde se exponen las distintas tarifas con las que cuenta la Escuela dependiendo de distintos factores como pueden ser la edad, centros educativos, etc.

En esta pantalla no hay ningún tipo de error o mejora que se pueda aplicar, pues la explicación es clara y concisa.

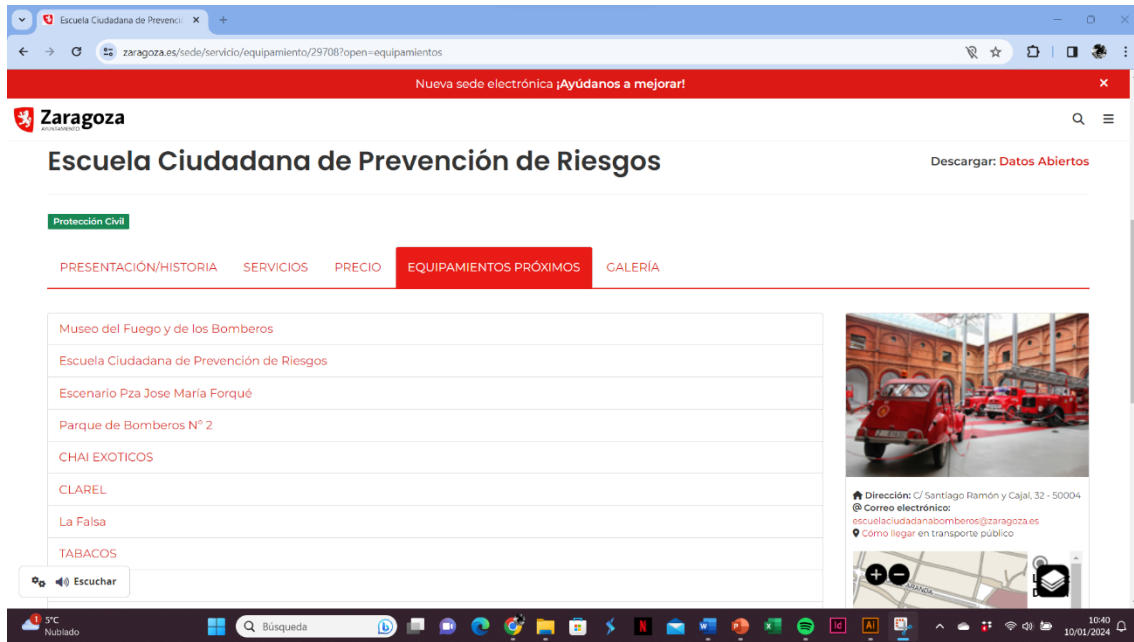


Figura 21: Pantalla 'EQUIPAMIENTOS PRÓXIMOS' de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

En 'EQUIPAMIENTOS PRÓXIMOS' se nos exponen distintos comercios y lugares que se encuentran cerca del espacio donde está ubicada la Escuela Ciudadana.

La finalidad de este punto es un poco dudosa, pues el objetivo de la página web es informar al usuario del servicio que ofrece la Escuela; no de los establecimientos cercanos a ella.

Por este motivo, el desglose queda eliminado de la barra de menú; como se puede ver en la Figura 13.



Figura 22: Pantalla 'GALERÍA' de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

El último botón del menú es 'GALERÍA' pero no aparece ningún contenido en esta sección.

Tener una sección vacía no aporta nada en una página web. Se podría decir, incluso, que quita valor ya que el usuario lo puede percibir como un fallo o signo de dejadez.

Una opción que se puede valorar sería el añadir un link a redes sociales, pero al dirigirse a una cuenta distinta a la de @ayuntamientozaragoza y ser la página web de este no creo tampoco que sea viable.

Por lo que la decisión final es eliminar esta sección de la barra de menú.



Figura 23: Pantalla 'BUSCADOR DE ACTIVIDADES' de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

Esta sección, ya no forma parte de la página actual de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos puesto que el análisis y conclusiones que hemos realizado se han aplicado en la realidad. Además de las secciones existentes; antes había una más añadida: 'BUSCADO DE ACTIVIDADES' Cuando hacemos clic en 'ACTIVIDADES' nos aparece de nuevo otro botón de 'Cursos y Talleres' el cual nos condice a la siguiente pantalla

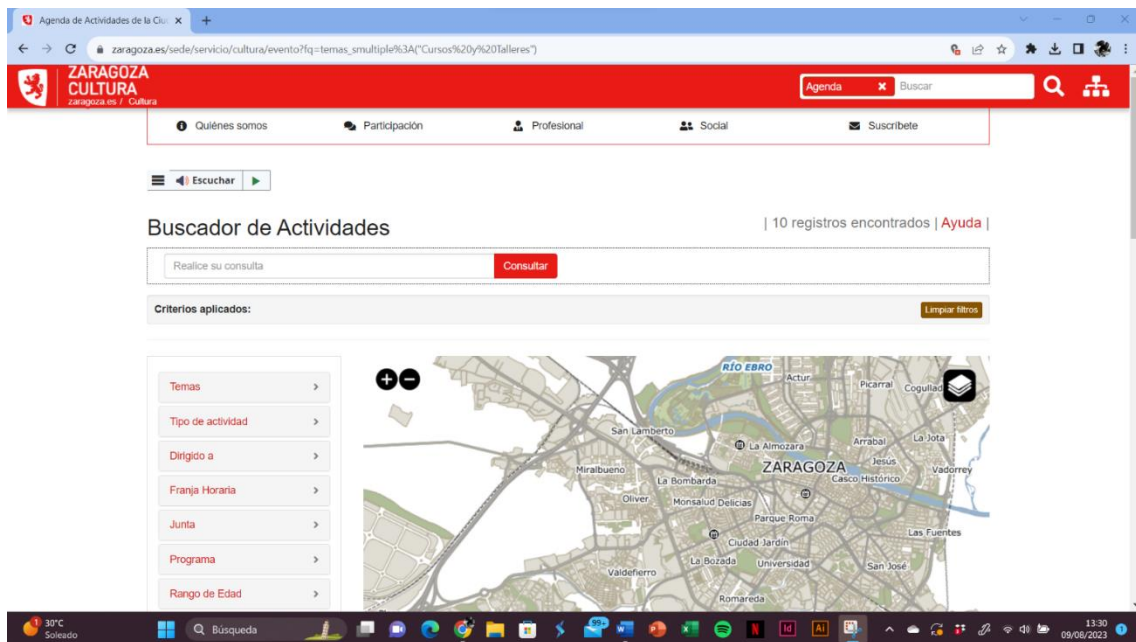


Figura 24: Pantalla 'BUSCADOR DE ACTIVIDADES' de la página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

Ambas pantallas, Figura 23 y Figura 24, se han eliminado. No aportaban ninguna información relevante y además, generaban confusión con la pantalla 'SERVICIOS'.

### 3.6. Redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter)

La Escuela ciudadana de Prevención de Riesgos tiene varias cuentas en redes sociales en convivencia con el Museo del Fuegos y de los Bomberos.

**Instagram:** museofuego[6]

**Twitter:** museofuego[7]

**Facebook:** Museo del Fuego y Escuela Ciudadana[8]

Con aproximadamente 800, 1700 y 3100 seguidores respectivamente.

En España, la red social más utilizada (después de WhatsApp) es Instagram y en nuestro caso, es la que menos seguidores tiene; por lo que desde el punto de vista de marketing, podemos ayudarnos de un buen diseño para darnos a conocer y que esta red social sea nuestro 'escaparate' a nuestros potenciales, es decir, público objetivo.[9]

Las redes sociales permiten incrementar rápida y fácilmente la visibilidad de una empresa, llegando a una gran audiencia potencial. Es importante que las redes sociales, al igual que la página web, reflejen los valores de la entidad.

Por este motivo, debe existir una coherencia entre las redes y la página web, de modo que los posts que se vayan a publicar recordarán a la estética de la web.

Antes de realizar distintas propuestas de desarrollo en redes, revisamos el estado actual de estas.

Lo primero que llama la atención al entrar en Facebook y Twitter es el uso incorrecto del logotipo; por lo que nuestra primera iniciativa para la mejora de las redes, y una de las más importante, es el cambio de la imagen de convivencia de los logotipos del Museo del Fuego y de los Bomberos con el de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos.

En ambas cuentas el logotipo de convivencia es erróneo.

Se puede observar que tanto la tipografía, como el tamaño de esta son erróneas; además del color.



Figura 25: Pantalla inicial de Twitter de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos



Figura 26: Pantalla inicial de Facebook de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

A continuación se muestra la Figura 27; en la que aparece el logotipo de convivencia.

Comparándolo con el que presentan ambas cuentas, se ve que la tipografía del museo no es la correcta en las Figuras 24 y 25.

Al igual que el Pantone del rojo, que tiene un tono más oscuro que el de la Figura 26.



Figura 27: Logotipo de convivencia del Museo del Fuego y la Escuela Ciudadana



### 3.6.1. Información de interés en redes sociales

De la encuesta realizada, cuyos resultados ya se han expuesto anteriormente, se concluyó que, de las pocas personas que conocían las redes sociales de la Escuela Ciudadana, estas opinaban que la información que presentaban no estaba muy actualizada.

Observando las publicaciones (sobre todo, centrándonos en Instagram), podemos apreciar que la mayoría están relacionadas con el Museo del Fuego y de los Bomberos a pesar de, como hemos dicho ya, la cuenta es también de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos.

Para ganar mayor público, he diseñado varios 'posts' que podrían ser de interés general y llamarían la atención de los ciudadanos cuando estos aparezcan en la pantalla de explorar.

Lo que se quiere conseguir con este tipo de publicaciones es también fomentar el concepto de cercanía y definir aún más la identidad visual de la Escuela. Esto conseguirá aumentar la interacción con los ciudadanos, creando una comunidad online que da a conocer el servicio.



Figura 28: Propuestas de publicaciones que mantienen la identidad visual de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

Es importante, aún en redes sociales, mantener la misma estética en toda la publicidad que se expone al público. Es así la única manera de conseguir un universo visual.

En esta publicación, hay más de 4 tipografías diferentes y colores vibrantes.

Aquí, propongo un ejemplo de la misma publicación pero con el estilo de la identidad del manual de marca de la Escuela.

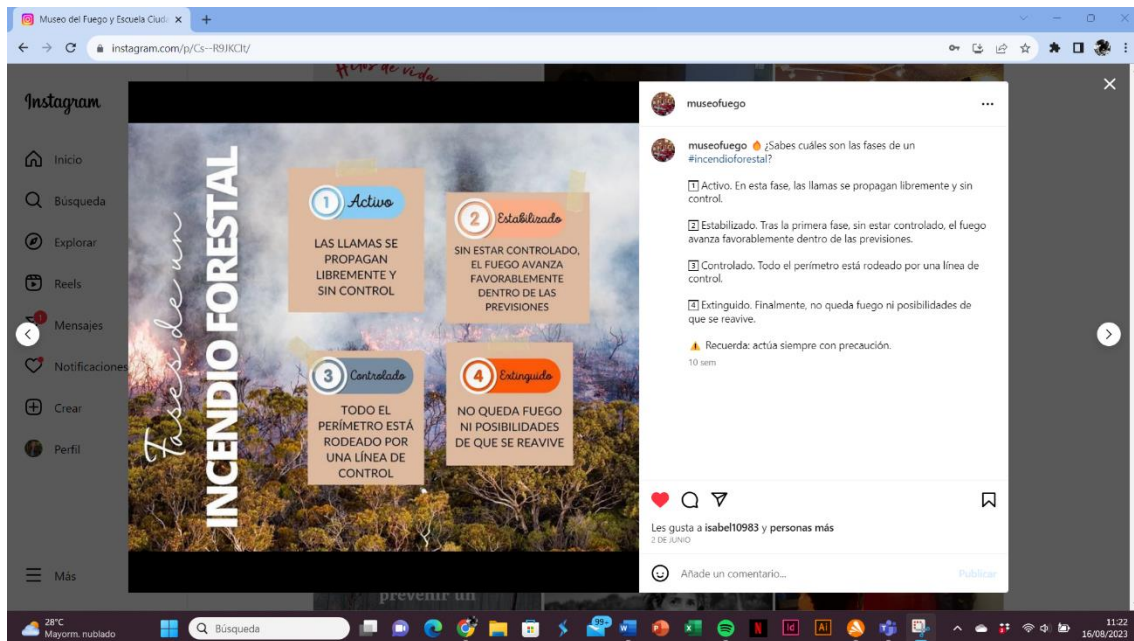


Figura 29: Publicación sobre Incendio Forestal en la red social Instagram

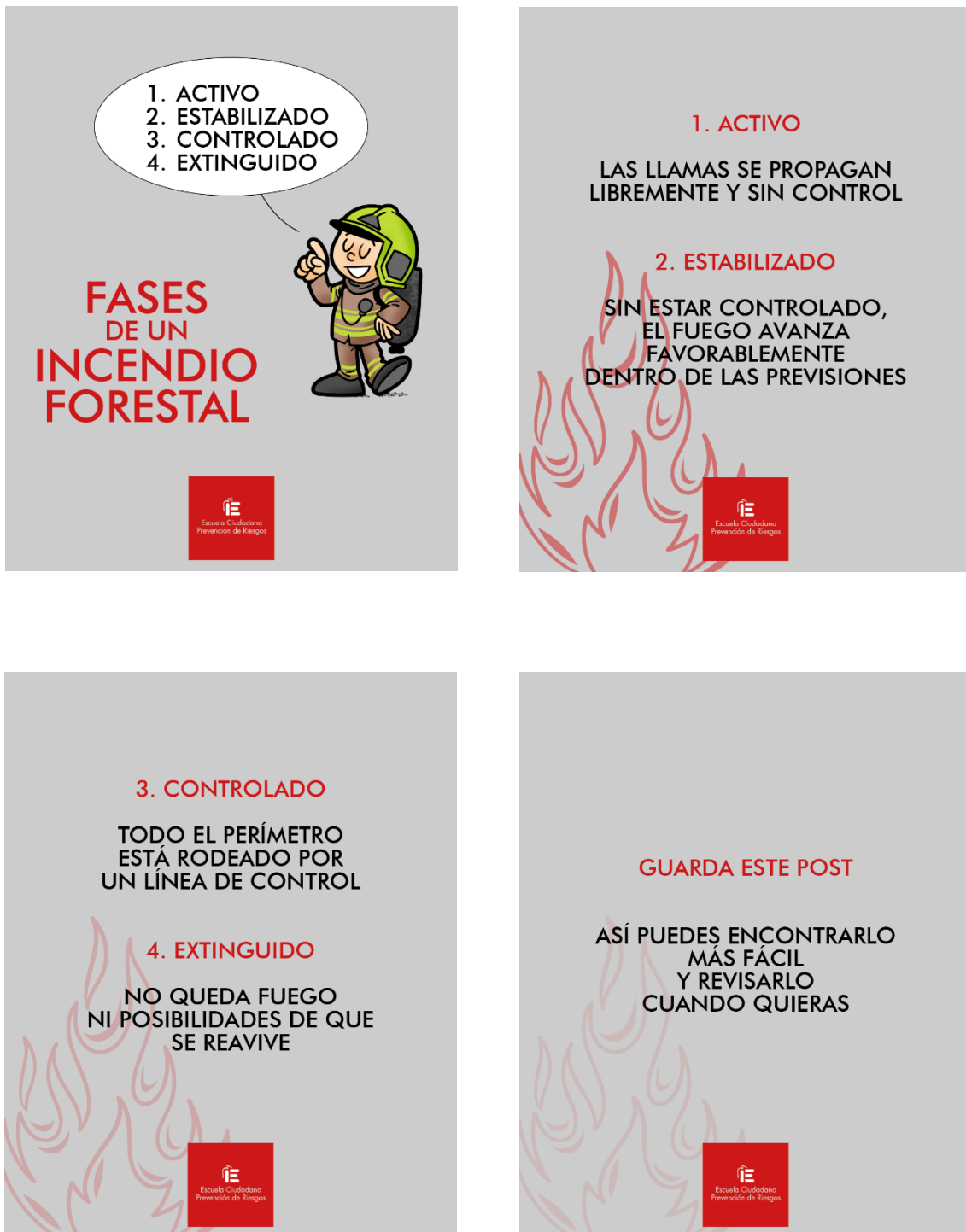


Figura 30: Publicación MODIFICADA sobre Incendio Forestal en la red social Instagram en formato carrusel

Para aumentar la visibilidad de una empresa y mantener una coherencia en la identidad visual se recurre a las redes sociales. Las publicaciones de fotos y videos, reels y stories son un medio publicitario con mucha fuerza en la actualidad y las marcas lo utilizan para vender sus ideas y productos.

En las propuestas de la Figura 26, se publicita el folleto de La Escuela Ciudadana, su merchandising y también se comparte contenido valioso cómo pueden ser 'tips' o consejos de prevención.

Es primordial para conseguir un universo visual mantener una coherencia entre nuestras redes y página web. Utilizando fuentes, colores y logotipos consistentes en tu contenido.

El logotipo de la Escuela se encuentra en la zona central inferior de todas las propuestas de los posts, también aparece en ocasiones el logotipo de BOMBEROS ZARAGOZA y una ilustración estilo 'cómic' que también se encuentra en el banner principal que hemos propuesto en la página web, tal y como se muestra en la Figura 11.

### 3.7. Papelería y Merchandising

El merchandising desempeña un papel crucial en el desarrollo de la identidad corporativa; transmitiendo los valores y esencia de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos.

Esta comercialización aumenta el conocimiento y reconocimiento del servicio. Al igual que lo haría un posible Welcome Pack, con los folletos de la Escuela, el diploma que se entrega al finalizar el curso y la entrega de un cuaderno como el de la Figura 33.

A continuación se desarrollarán los mockups de productos como tazas personalizadas, cantimploras, camisetas o gorras que estarían a la venta en la recepción del edificio.

Todos estos elementos permiten el avance de una imagen visual unificada.

Un merchandising bien diseñado consigue crear una experiencia única y memorable para los ciudadanos.



Figura 31: Mockup de una botella con el logotipo de La Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos



Figura 32: Mockup de una taza con el logotipo de La Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos



Figura 33: Mockup de un cuaderno con el logotipo de La Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

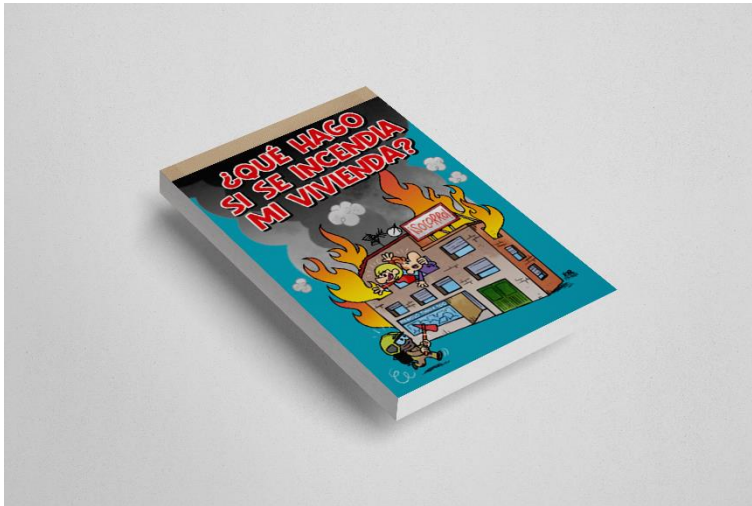


Figura 34: Mockup de un cuaderno con la ilustración de Carlos Malavida para la Escuela Ciudadana





*Figura 36: Mockup de una camiseta con el logotipo de La Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos*



*Figura 37: Mockup de una gorra con el logotipo de La Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos*



### 3.8. Tarjetas identificativas

Una de las preguntas realizadas en la encuesta fue si los ciudadanos veían necesario que los trabajadores de la Escuela llevaran tarjetas identificativas para poder dirigirnos a ellos por su nombre y la mayoría (82%) votó 'Sí'.

La creación de estas tarjetas es una excelente manera de personalizar la experiencia del cliente y facilitar la comunicación.

Por lo que ahora se muestra la propuesta de tarjeta identificativa que se ha diseñado, para cumplir los resultados de la encuesta.

Las medidas son las mismas que las estandarizadas en una tarjeta de visita (85x55mm) y el diseño se ha realizado en Adobe Illustrator.

Las dos caras son iguales, para que en el caso de que se de la vuelta, siga siendo visible la información necesaria.

El color de fondo es blanco de manera que resalta con el azul marino del uniforme que llevan los bomberos y el nombre esta a un tamaño lo suficientemente grande para que los asistentes puedan leerlo sin dificultad, además la tipografía es la expuesta en el manual de marca, garantizando así la coherencia de marca.

Se ha colocado el logo principal de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos, asegurándonos de que este tenga un tamaño adecuado en relación con el resto de la tarjeta.



Figura 38: Mockup de las tarjetas identificativas para el personal de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos

### 3.9. Rediseño del folleto del museo

El rediseño del folleto del Museo del Fuego y de los Bomberos tiene como objetivo alinear su diseño visual con el folleto de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos. Esto fortalece la identidad corporativa y coherencia entre las dos entidades que comparten espacio y objetivos comunes. Además, contribuye a mejorar la experiencia del público y a potenciar la imagen de ambas instituciones.

Al alinear los diseños, se crea una imagen unificada que refleja la asociación entre el Museo del Fuego y de los Bomberos y la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos; fortaleciendo la percepción de profesionalismo y organización (lo que genera confianza en los visitantes). Al compartir colores y tipografía se reafirma la conexión y se transmite armonía.

La inclusión en este folleto de redes sociales proporciona un canal de comunicación moderno y facilita el acceso a información actualizada; aparte de la ya existente en la página web del Museo. [10]



Figura 39: Mockup del rediseño del folleto del Museo del Fuego y de los Bomberos



Figura 40: Cara 1 de la propuesta del folleto informativo del Museo del Fuego y de los Bomberos



Figura 41: Cara 2 de la propuesta del folleto informativo del Museo del Fuego y de los Bomberos

#### 4. CONCLUSIONES

A lo largo de todos estos meses, he ido entendiendo que un proyecto de estas características requiere de mucho tiempo y esfuerzo.

He aprendido la importancia comunicativa de una imagen visual corporativa.

Tener que desarrollar un Trabajo de Fin de Grado, en este caso de diseño, para una entidad que ya es real y existe es muy enriquecedor ya que puedes ir viendo, a medida que avanzas, cómo tus horas de trabajo van dando su fruto. Pues eres afortunada de ver en la realidad lo que has desarrollado y que no se queda únicamente solo una idea.

A veces puede ser más complicado desarrollar una identidad ya hecha que una diseñada por ti misma ya que tienes que adaptarte a algo externo y conseguir que todo lo que realices tenga coherencia con lo que ya estaba definido en un primer momento.

Finalmente, pienso que todas mis propuestas y elementos creados han conseguido transmitir los valores que la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos quiere trasladar al público.

Quiero dar las gracias a la Escuela Ciudadana y al Museo del Fuego por haberme dado esta oportunidad de trabajar con ellos y por todo su apoyo y cariño durante los meses de prácticas.

Y a mis tutores, por ayudarme en cada paso; dándome ideas y acompañándome en todo momento.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

- [1] DKV. IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA ¿Qué es y que incluye?  
<https://dkvintegrabilia.org/blog/identidad-visual-corporativa-que-es-y-que-incluye/> (última visita: 20/01/2024)
- [2] BLOG HUBSPOT. CUSTOMER JOURNEY MAP. ¿Qué es y cómo usarlo?  
<https://blog.hubspot.es/service/customer-journey-map>  
(ultima consulta: 19/01/2024)
- [3] AYUNTAMIENTO ZARAGOZA. Aplicaciones básicas de identidad corporativa del Ayuntamiento de Zaragoza  
<https://www.zaragoza.es/contenidos/guia-estilo/identidadCorporativa.pdf>  
(última consulta: 10/12/2023)
- [4] AYUNTAMIENTO ZARAGOZA. Página web de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos  
<https://www.zaragoza.es/sede/servicio/equipamiento/29708> (última consulta: 17/01/2024)
- [5] PROYECTO DE MÓDULO 2020/21. OPTIMIZAME GRUPO 21-08  
Diseño de un sistema de producto servicio para Ribawood. Memoria.  
Interacción usuario producto. Descripción de la Interfaz.
- [6] INSTAGRAM. Cuenta oficial de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos y el Museo del Fuego y de los Bomberos  
<https://www.instagram.com/museofuego/> (última consulta: 20/01/2024)
- [7] TWITTER. Cuenta oficial de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos y el Museo del Fuego y de los Bomberos  
<https://twitter.com/museofuego?lang=es> (última consulta: 20/01/2024)
- [8] FACEBOOK. Cuenta oficial de la Escuela Ciudadana de Prevención de Riesgos y el Museo del Fuego y de los Bomberos  
[https://www.facebook.com/museodelfuego/?locale=es\\_ES](https://www.facebook.com/museodelfuego/?locale=es_ES) (última consulta: 20/01/2024)
- [9] INCUBADORA DESPEGUE. Método de comunicación disruptiva para mejorar los resultados de las empresas en el mercado.  
<https://programadespegue.com/>  
(última consulta 17/01/2024)

[10] AYUNTAMIENTO ZARAGOZA. Página web del Museo del Fuego y de los Bomberos

<https://www.zaragoza.es/sede/portal/bomberos/servicio/equipamiento/4465> (última consulta: /01/2024)