



El Ángulo

Manual de identidad

**CEUTA**  
**OPEN FUTURE**

*Telefonica*



Ciudad Autónoma  
de Ceuta



# Índice

1   Elementos básicos de identidad	3
1.1 Imagotipo El Ángulo	4
1.2 Ceuta Open Future	6
1.3 Endosos	7
2   Normas de utilización	8
2.1 Zonas de protección y reducción mínima	9
2.2 Utilización cromática	10
2.3 Usos admitidos	11
3   Cromática	13
3.1 Colores principales	14
3.2 Colores complementarios	15
4   Tipografías	16
5   Recursos gráficos y aplicaciones	18



1

Elementos básicos  
de identidad

## 1.1 Imagotipo El Ángulo

### 1 | Elementos básicos de identidad

#### 1.1 Imagotipo El Ángulo

##### 1.2 Ceuta Open Future

##### 1.3 Endosos

### 2 | Normas de utilización

#### 2.1 Zonas de protección y reducción mínima

##### 2.2 Utilización cromática

##### 2.3 Usos admitidos

### 3 | Cromática

#### 3.1 Colores principales

##### 3.2 Colores complementarios

### 4 | Tipografías

### 5 | Recursos gráficos y aplicaciones

La representación principal de la marca se basa en un imagotipo. El imagotipo hace referencia a la unión de una imagen (isotipo) y un texto (logotipo). A continuación veremos más detalladamente los casos de uso y las variantes de la marca.

#### IMAGOTIPO EN POSITIVO



#### IMAGOTIPO EN NEGATIVO



Podremos aplicar en esta versión el logotipo en blanco o en azul claro según necesidades.



# 1.1 Imagotipo El Ángulo

## Construcción gráfica de la marca

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

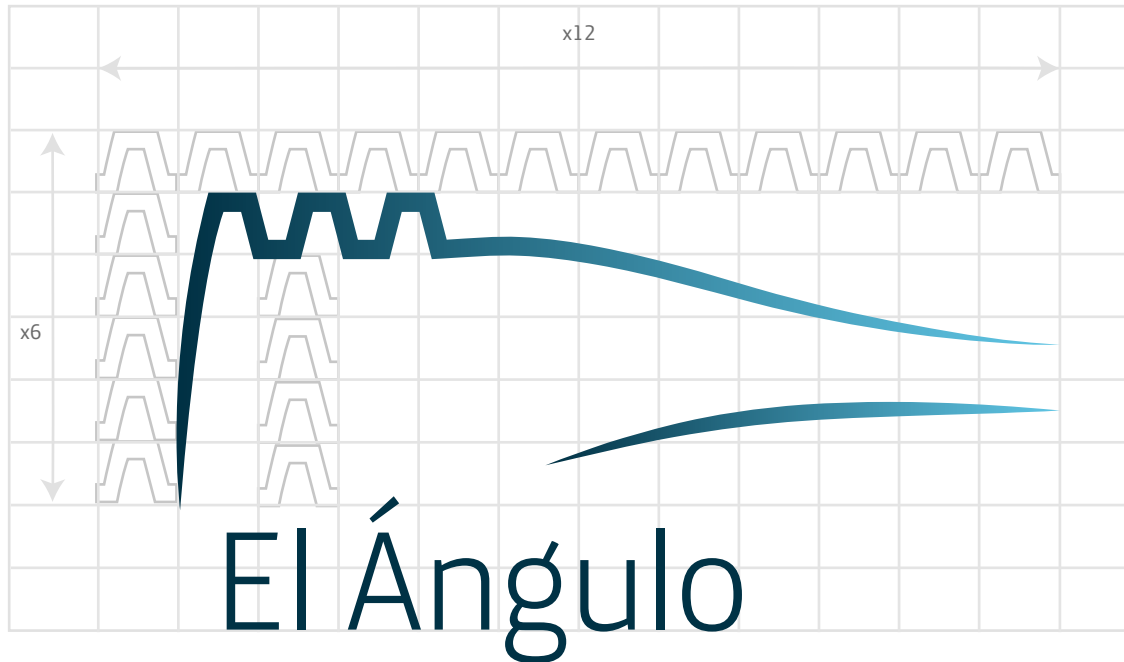
- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones



Unidad de medida.

Para establecer un criterio a la hora de la creación de la marca, nos basamos en una unidad de medida. En este caso, utilizamos como unidad de medida el recurso gráfico de la almena. Este recurso nos sirve para cuantificar las medidas de la marca.

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

IMAGOTIPO EN POSITIVO >

# CEUTA OPEN FUTURE

*Telefonica*



IMAGOTIPO EN NEGATIVO >

# CEUTA OPEN FUTURE

*Telefonica*



### 1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

### 2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

### 3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

### 4 | Tipografías

### 5 | Recursos gráficos y aplicaciones

En ocasiones será necesario diferenciar las actividades que se realicen dentro de la propia iniciativa. A continuación se ejemplifica la forma de proceder a la hora de realizar endosos de marca.

#### EJEMPLOS EN POSITIVO



#### EJEMPLOS EN NEGATIVO





2

Normas de  
utilización



## 2.1 Zonas de protección y reducción mínima

### 1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

### 2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

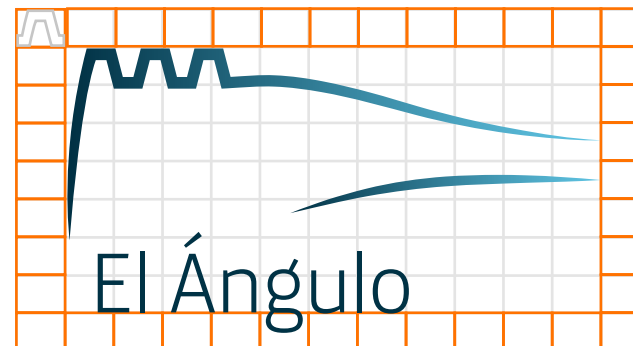
### 3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

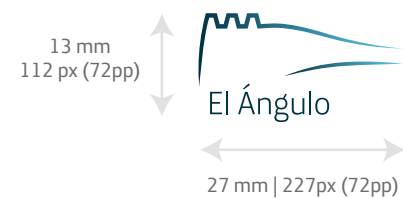
### 4 | Tipografías

### 5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Marcaremos una zona de protección alrededor de la marca para evitar influir sobre ella y repercutir negativamente en su lectura. Se tomará una unidad de medida de margen en su perímetro.



Aconsejamos un tamaño mínimo para la representación de la marca cuando existan limitaciones de espacio. En ese caso, se especifica el tamaño mínimo ya sea en formato digital o físico.



# 2.3 Utilización cromática

La marca podrá utilizarse tanto en su versión en positivo como en negativo, buscando el máximo contraste con el fondo para obtener la mayor legibilidad posible.



Versión positivo con degradado.



Versión positivo a una tinta. Siempre que debamos representar la marca a una tinta se utilizará el azul principal.



Versión en negativo sobre fondo oscuro.



Versión en negativo sobre fotografía oscura.



Evitar usar degradados con colores no pautados.



Evitar usar una tinta plana que no sea el azul principal de la marca.



Hacer un uso coherente de la versión positivo / negativo para asegurar un contraste óptimo.



Usar la versión negativo / positivo sobre fotografías buscando la máxima legibilidad.

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

## 2.4 Usos admitidos

### 1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

### 2 | Normas de utilización

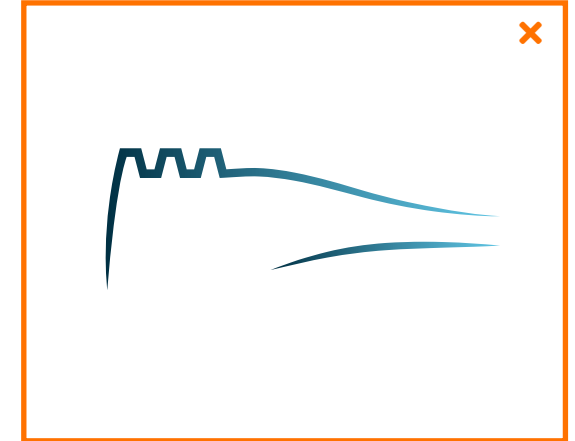
- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

### 3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

### 4 | Tipografías

### 5 | Recursos gráficos y aplicaciones



Podremos utilizar el isotipo de la marca como recurso gráfico en el caso de que la marca esté especificada con el imagotipo completo en la misma composición. No podremos utilizar el isotipo de forma aislada para representar la marca.



### 1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

### 2 | Normas de utilización

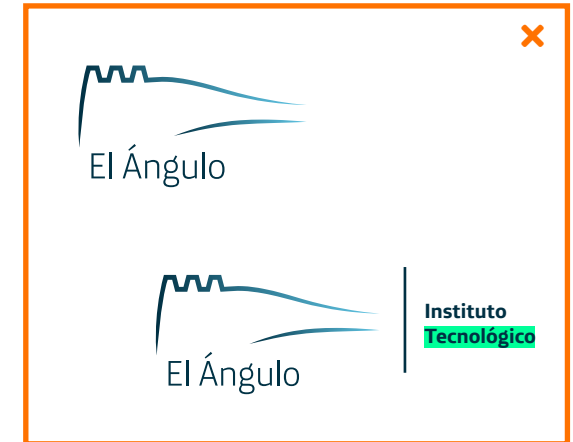
- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

### 3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

### 4 | Tipografías

### 5 | Recursos gráficos y aplicaciones



No podremos cambiar la posición del logo ni su proporción según el isotipo.



3

Cromática

## 3.1 Colores principales

### 1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

### 2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

### 3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

### 4 | Tipografías

### 5 | Recursos gráficos y aplicaciones

548 C  
**#003245**

C - 100	R - 0
M - 21	G - 50
Y - 18	B - 69
K - 78	

7703 C  
**#2593B5**

C - 93	R - 38
M - 13	G - 14
Y - 23	B - 182
K - 0	

305 C  
**#00EDFF**

C - 60	R - 0
M - 0	G - 237
Y - 9	B - 255
K - 0	

151 C  
**#FF7B00**

C - 0	R - 255
M - 60	G - 123
Y - 100	B - 0
K - 0	

#### COLORES BASE

Utilizaremos los colores principales como base en las comunicaciones gráficas y como color en los copios.

#### COLORES SECUNDARIOS

Por otro lado, reservaremos los colores secundarios como colores "Acento" para resaltar una parte de la comunicación gráfica (CTAs, enlaces importantes, etc).

## 3.1 Colores complementarios

### 1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

### 2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

### 3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

### 4 | Tipografías

### 5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Podremos utilizar los colores complementarios para reforzar algunos mensajes o dinamizar comunicaciones gráficas. Siempre deberemos de seguir utilizando en todas las piezas al menos uno de los color de la paleta de colores principales.

<b>104 C</b> <b>#A69A2C</b> C M Y K - 7, 13, 100, 28 R G B - 166, 154, 44	<b>Yellow C</b> <b>#FFFF00</b> C M Y K - 10, 0, 89, 0 R G B - 255, 255, 0	<b>100 C</b> <b>#FFFDAF</b> C M Y K - 0, 0, 56, 0 R G B - 254, 253, 178
<b>160 C</b> <b>#9D5412</b> C M Y K - 0, 71, 100, 31 R G B - 157, 84, 19	<b>151 C</b> <b>#FF7B00</b> C M Y K - 0, 60, 100, 0 R G B - 255, 123, 0	<b>2015 C</b> <b>#FFD8BA</b> C M Y K - 0, 16, 32, 0 R G B - 254, 215, 186
<b>7724 C</b> <b>#00966C</b> C M Y K - 82, 0, 67, 11 R G B - 0, 151, 109	<b>2412 C</b> <b>#00FF99</b> C M Y K - 75, 0, 75, 0 R G B - 0, 255, 152	<b>351 C</b> <b>#87FDDE</b> C M Y K - 27, 0, 23, 0 R G B - 178, 253, 223
<b>2613 C</b> <b>#58176E</b> C M Y K - 74, 99, 5, 11 R G B - 89, 24, 111	<b>254 C</b> <b>#980098</b> C M Y K - 49, 100, 0, 0 R G B - 152, 0, 152	<b>524 C</b> <b>#F6BAE3</b> C M Y K - 10, 23, 0, 0 R G B - 231, 185, 255





4

Tipografías



## 1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

## 2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

## 3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

## 4 | Tipografías

## 5 | Recursos gráficos y aplicaciones

### CUERPOS DE TEXTOS

#### Telefónica Text

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

### Títulos - Textos destacados

#### Telefónica Headline Light

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

### Fuente de sistemas

#### Verdana

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

A woman with dark curly hair, wearing a grey hoodie, is standing in profile and interacting with a whiteboard. She has her right hand on the board, which is covered in colorful sticky notes and lines. The background is a plain wall with a light fixture.

5

Recursos gráficos  
y aplicaciones



## 1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

## 2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

## 3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

## 4 | Tipografías

## 5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Se recogen a continuación algunos recursos gráficos y aplicaciones de la marca en comunicaciones.

### Grid con colores base y complementarios

Proponemos como recurso gráfico dividir las fotografías en cuadriláteros paralelos con diferentes tamaños, reservando algunos de estos cuadriláteros en colores planos ya sean de la paleta básica o de la complementaria. Tal como se muestra en el ejemplo, se aconseja utilizar fotografías donde se aprecie la cromática de la marca.

#### EJEMPLO GRID 01



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel,



## 1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

## 2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

## 3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

## 4 | Tipografías

## 5 | Recursos gráficos y aplicaciones

### Grid con colores base y complementarios

#### EJEMPLO GRID 02



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel,





## 1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

## 2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

## 3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

## 4 | Tipografías

## 5 | Recursos gráficos y aplicaciones

## Isotipo como recurso gráfico

Siempre que la marca esté visible, podremos utilizar el isotipo como recurso gráfico dentro de una comunicación. Este elemento no sustituye a la marca.



## 1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo El Ángulo
- 1.2 Ceuta Open Future
- 1.3 Endosos

## 2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos

## 3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

## 4 | Tipografías

## 5 | Recursos gráficos y aplicaciones





**CEUTA**  
**OPEN FUTURE**

*Telefonica*



Ciudad Autónoma  
de **Ceuta**