
MANUAL DE IDENTIDAD

**CEUTA
OPEN FUTURE**




El Ángulo

Índice

1 Elementos básicos de identidad	3
1.1 Logotipo	4
1.2 Iniciativas colaboradoras	6
1.3 Endosos	7
2 Normas de utilización	8
2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio	9
2.2 Utilización cromática	10
2.3 Usos admitidos	11
2.4 Referenciación en páginas web de startup	12
3 Cromática	13
3.1 Colores principales	14
4 Tipografías	15
5 Recursos gráficos y aplicaciones	17



1

ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD



1.1 Logotipo

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

La representación principal de la marca se basa en un logotipo.

A continuación veremos más detalladamente los casos de uso y las variantes de la marca.

Logotipo en positivo



Logotipo en negativo



Logotipo a una tinta



1.1 Logotipo

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Uso del logotipo simplificado >

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.

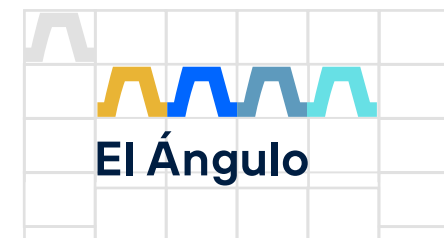
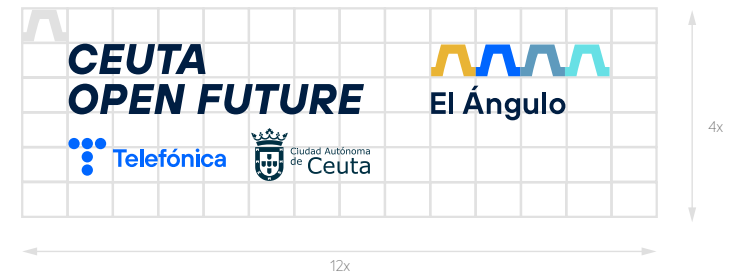
Construcción de la marca >

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.



Unidad de medida.



1.2 Iniciativas colaboradoras

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Iniciativas colaboradoras >

Las marcas de las entidades colaboradoras Cofinanciado por la Unión Europea deberán acompañar siempre que se produzca una comunicación externa.



Cofinanciado por la Unión Europea

Aplicaciones a una tinta >



Cofinanciado por la Unión Europea



Cofinanciado por la Unión Europea



1.3 Endosos

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Endosos



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.

**CEUTA
OPEN FUTURE**



El Ángulo

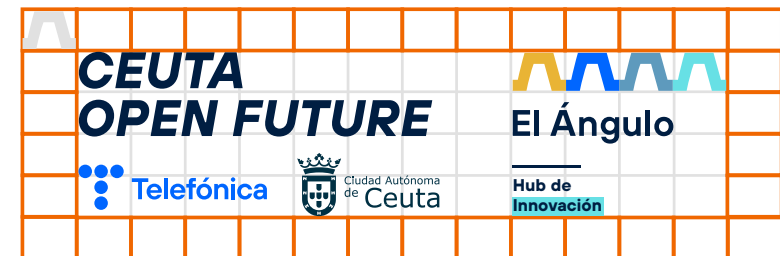
Formación
Tecnológica

**CEUTA
OPEN FUTURE**



El Ángulo

Hub de
Innovación



2

NORMAS DE UTILIZACIÓN



2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Zonas de protección

Para una correcta legibilidad de la marca deberemos asegurar una correcta distancia de seguridad. 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.



Aplicaciones de la marca según espacio

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

Espacio amplio. Tamaño mínimo 113px de altura



Espacio reducido. Simplificado 70 px de altura.



2.2 Utilización cromática

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Versiones de la marca

Sobre fondos claros utilizaremos siempre la versión positiva de la marca, mientras que sobre fondos medios u oscuros aplicaremos la versión negativa.



Aplicaciones de la marca a una tinta

Ante la necesidad de aplicar la marca a una sola tinta, utilizaremos las versiones positivas y negativas de la marca según el fondo sobre el que se aplique.

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.



2.3 Usos admitidos

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

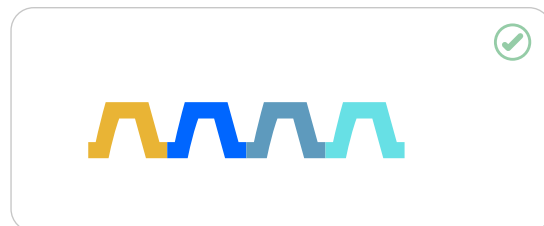
3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

A continuación mostramos algunos ejemplos de buenas y malas prácticas a la hora de representar la marca.



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



Evitaremos alterar la composición de los elementos de la marca.



Evitaremos hacer uso de efectos y colores no admitidos en el manual. Prestaremos atención a no utilizar colores de fondo iguales a los que componen el logotipo para evitar "pérdida" de información.



2.4 Referenciación en páginas web de startups

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

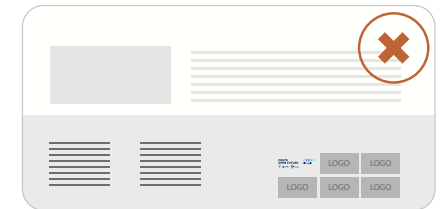
Ser una startup acelerada en El Ángulo tiene un valor añadido, por lo que las empresas usufructuarias que hayan superado satisfactoriamente el periodo de incubación podrán mencionar a la iniciativa en sus correspondientes webs. Para ello, aconsejamos que dicha mención sea en el propio footer de la web incluyendo el logo de la iniciativa.

A continuación indicamos algunas recomendaciones a tener en cuenta:

1. Preferiblemente, se aconseja utilizar el logo completo junto a las entidades colaboradoras.
2. En la parte superior del logo añadiremos el texto "Empresa acelerada/incubada en:"
3. Se recomienda hacer un buen uso de la versión negativa y positiva del logo para buscar el mejor contraste con el color de fondo.
4. No se recomienda superar la reducción mínima especificada en este manual.
5. No es admisible sustituir el logo de la iniciativa por el texto de su nombre.



Ejemplo de uso de la versión positiva en lugar de la versión negativa, generando un mal contraste.



Uso del logo de la iniciativa más el logo de El Ángulo excediendo el tamaño mínimo permitido.



Referenciación de la iniciativa en texto en lugar de insertar la marca.



En este caso, se debería haber utilizado la versión en negativo en el logo al ser el color del footer similar a uno de los colores que componen la marca.



3

CROMÁTICA



3.1 Colores principales

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Colores principales



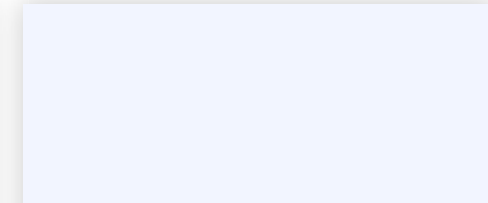
Grey 9

HEX #031A34
 RGB 3, 26, 52
 CMYK 100, 87, 48, 62



Telefónica Blue

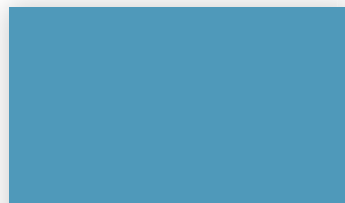
HEX #0066FF
 RGB 0, 102, 255
 CMYK 85, 50, 0, 0



Telefónica White (Grey 1)

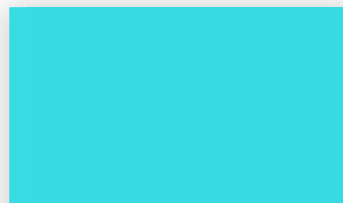
HEX #F2F4FF
 RGB 242, 244, 255
 CMYK 10, 2, 0, 0

Colores secundarios



Blue light

HEX #4E99BB
 RGB 78, 153, 187
 CMYK 75, 22, 17, 2



Turquoise light

HEX #38DCE3
 RGB 56, 220, 227
 CMYK 70, 0, 21, 0



Orange

HEX #F0B646
 RGB 240, 182, 70
 CMYK 0, 33, 90, 0



4

TIPOGRAFÍAS



1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías**5 | Recursos gráficos y aplicaciones****Destacados - titulares****Telefónica Sans Bold**

COF

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy**z**
 1234567890(,.;:?!\$&*)

Titulares

Telefónica Sans Light

COF

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy**z**
 1234567890(,.;:?!\$&*)

Cuerpo de texto

Telefónica Sans Regular

COF

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy**z**
 1234567890(,.;:?!\$&*)

Alternativa

Verdana

COF

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy**z**
 1234567890(,.;:?!\$&*)

Utilizaremos la tipografía Verdana como fuente de sistemas en el caso de no poder utilizar ninguna de la familia Telefónica Sans



5

RECURSOS GRÁFICOS Y APLICACIONES



Recursos gráficos y aplicaciones

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

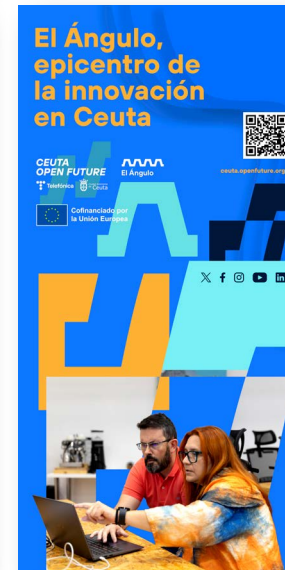
3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Los elementos geométricos que componen la marca podrán ser utilizados como recursos decorativos en las distintas piezas para redes sociales o merchandising.



Recursos gráficos y aplicaciones

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Iniciativas colaboradoras
- 1.3 Endosos

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y aplicación según espacio
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startup

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones



CEUTA
OPEN FUTURE



Telefónica



Ciudad Autónoma
de Ceuta



El Ángulo