

ANDALUCÍA
OPEN FUTURE

Manual de identidad

Índice

1/ Elementos básicos de identidad

- 1.1 Logotipo Andalucía Open Future
- 1.2 Construcción gráfica de la marca
- 1.3 Logotipos centros Crowworking y entidades asociadas

2/ Normas de utilización

- 2.1 Normas de escritura de la marca
- 2.2 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.3 Utilización cromática

3 / Cromática

- 3.1 Color principal
- 3.2 Colores secundarios

4 / Tipografías

ANDALUCÍA
OPEN FUTURE

Introducción

Una marca proyecta la imagen de una compañía, tanto hacia el exterior como hacia las personas que tienen contacto con ella y en el modo en el que se comunica. El estilo, la coherencia formal, la constancia en las comunicaciones de un producto definen, en último término, su personalidad. La identidad corporativa que hace identificable a una marca entre el universo de productos que existen en la categoría.

La finalidad de este manual es la de describir, de manera clara y unívoca, la identidad corporativa de Andalucía Open Future; y la de explicar cómo debe desarrollarse esa identidad en las diferentes aplicaciones comunicativas. Este manual pretende, por tanto, normalizar y homogeneizar los parámetros gráficos que deberán emplearse, de modo uniforme, por todas aquellas personas encargadas de desenvolver y representar la imagen tanto de la marca como todas las entidades, programas, y otras aplicaciones asociadas. A modo de normativa de aplicación de la identidad corporativa, deberá ser leído con detenimiento y comprendido antes de proceder a la puesta en práctica de los componentes de esa identidad.

Debidamente aplicado, este manual asegura la consecución de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable para nuestra organización, a la vez que optimiza la eficacia de sus comunicaciones.

A group of people are gathered around a table, looking at a laptop screen. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter. The people are dressed in casual attire, including t-shirts and a sweater. They appear to be in a collaborative work or meeting environment.

1. Elementos básicos de identidad

1. Elementos básicos de identidad

1.1. Logotipo Andalucía Open Future



ANDALUCÍA
OPEN FUTURE

Versión positivo



ANDALUCÍA
OPEN FUTURE

Versión negativo

1. Elementos básicos de identidad

1.1. Logotipo Andalucía Open Future

ANDALUCÍA
OPEN FUTURE_

Telefonica



Versión vertical en positivo.

ANDALUCÍA
OPEN FUTURE_

Telefonica



Versión vertical en negativo.

1. Elementos básicos de identidad

1.2. Construcción gráfica de la marca



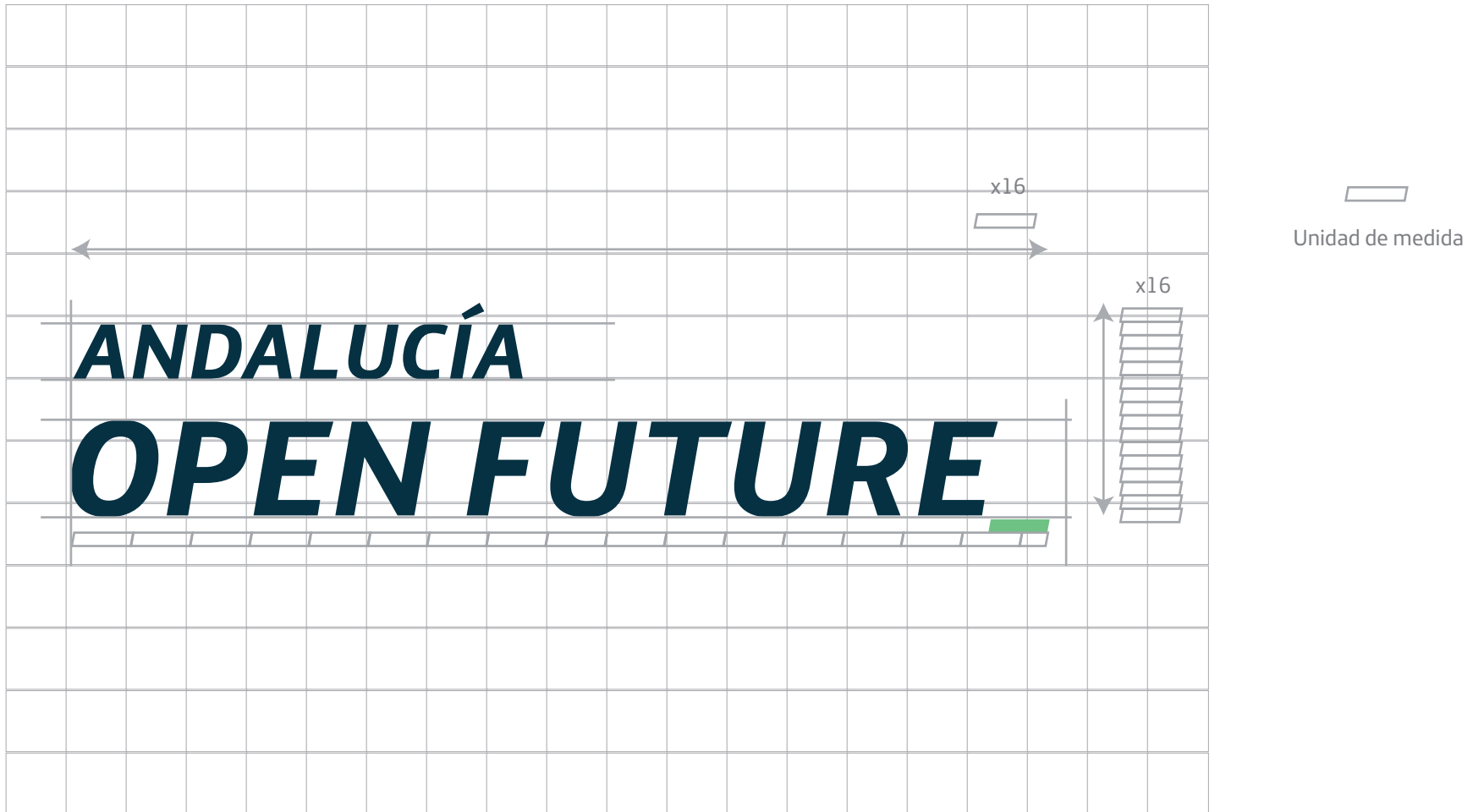
Versión horizontal en positivo.



Versión horizontal en negativo.

1. Elementos básicos de identidad

1.2. Construcción gráfica de la marca



1. Elementos básicos de identidad

1.2. Construcción gráfica de la marca

ANDALUCÍA

OPEN FUTURE

OPEN FUTURE

Telefonica



JUNTA DE ANDALUCÍA

1. Elementos básicos de identidad

1.3. Logotipo Centros Crowdfunding y entidades asociadas



El Cubo

Versión positivo



El Cubo

Versión negativo

1. Elementos básicos de identidad

1.3. Logotipo Centros Crowdfunding y entidades asociadas



Versión vertical en positivo.



Versión vertical en negativo.

1. Elementos básicos de identidad

1.3. Logotipo Centros Crowdworking y entidades asociadas



Versión horizontal en positivo.



Versión horizontal en negativo.

1. Elementos básicos de identidad

1.3. Logotipo Centros Crowdfunding y entidades asociadas



Construcción y separaciones

En el caso de ir los logos de los centros crowdfunding acompañados del logo Andalucía Open Future y las entidades participantes correspondientes, las unidades de separación entre estos elementos serán el propio logo de Open Future y el "cuadrado" que acompaña al logo del centro "El Cubo".



1. Elementos básicos de identidad

1.3. Logotipo Centros Crowdfunding y entidades asociadas



La Farola

Versión positivo



La Farola

Versión negativo

1. Elementos básicos de identidad

1.3. Logotipo Centros Crowdfunding y entidades asociadas



Versión vertical en positivo.



Versión vertical en negativo.

1. Elementos básicos de identidad

1.3. Logotipo Centros Crowdfunding y entidades asociadas



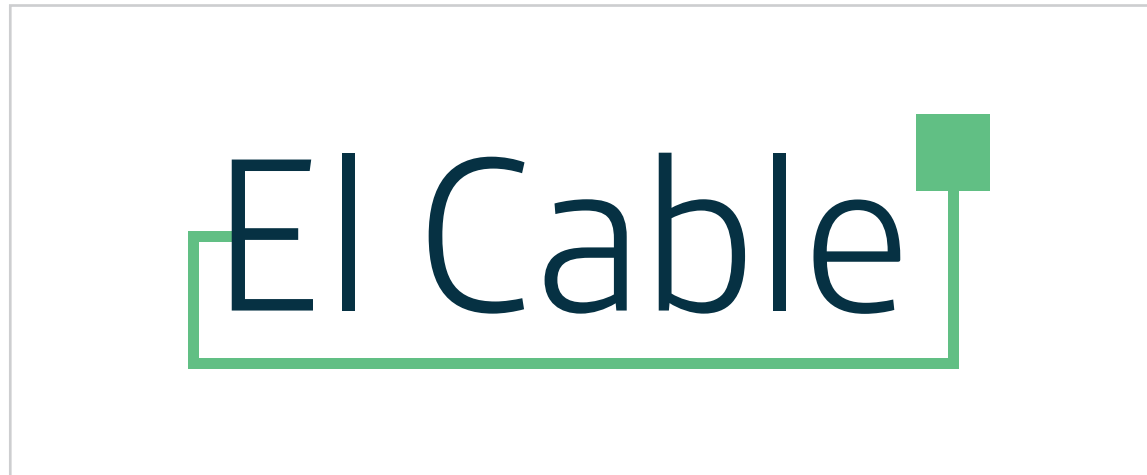
Versión horizontal en positivo.



Versión horizontal en negativo.

1. Elementos básicos de identidad

1.3. Logotipo Centros Crowdfunding y entidades asociadas



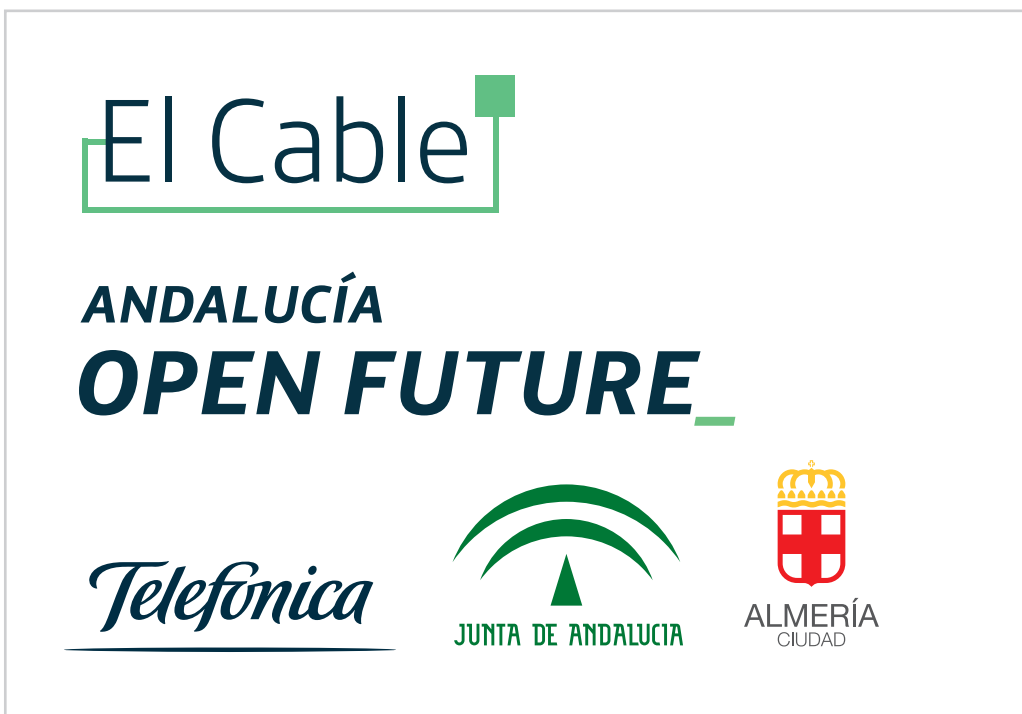
Versión positivo



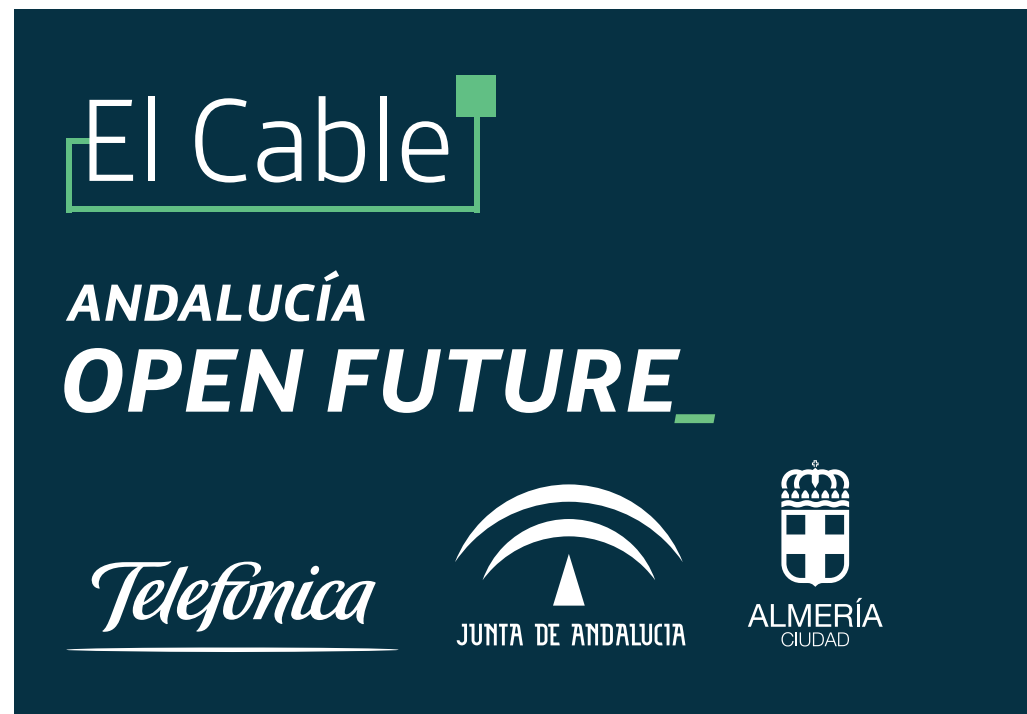
Versión negativo

1. Elementos básicos de identidad

1.3. Logotipo Centros Crowdfunding y entidades asociadas



Versión vertical en positivo.



Versión vertical en negativo.

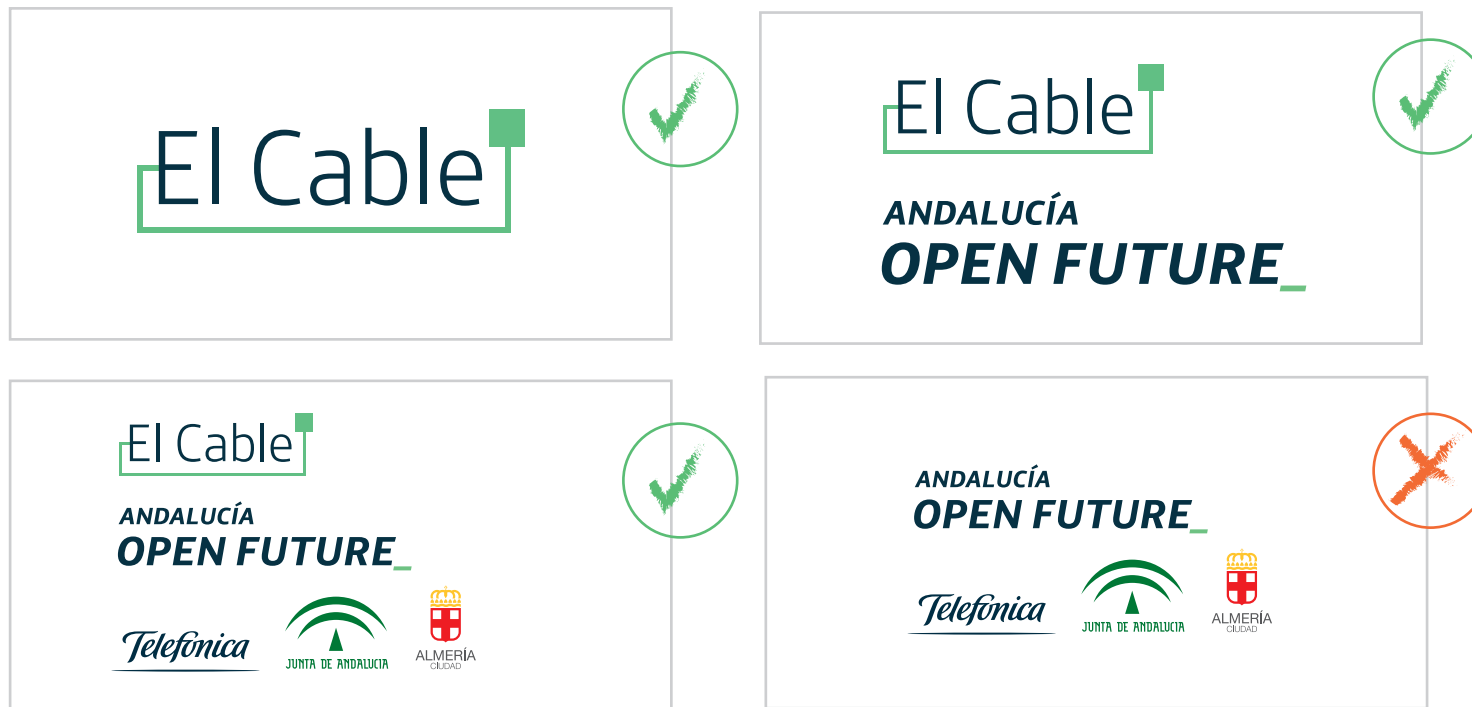
1. Elementos básicos de identidad

1.3. Logotipo Centros Crowdfunding y entidades asociadas



1. Elementos básicos de identidad

1.3. Logotipo Centros Crowdfunding y entidades asociadas



Usos no admitidos de logos.

En el caso de los logos de los centros crowdfunding de Andalucía Open Future, estos sí tendrán autonomía por sí solos, pudiendo ir acompañados de logo de Andalucía Open Future o independientes de éste.

Por otro lado, los logos de los ayuntamientos sólo podrán aparecer siempre que vayan relacionados con el centro crowdfunding correspondiente, no teniendo autonomía para aparecer sin estos en la composición.

A blurred background image showing a group of people in a meeting. A man in a blue shirt is pointing at a screen, and a woman in a yellow shirt is looking at it. The image has a light blue overlay.

2. Normas de utilización

2. Normas de utilización

2.1. Normas de escritura de la marca

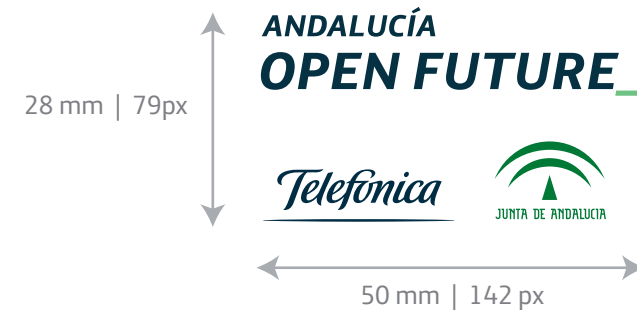
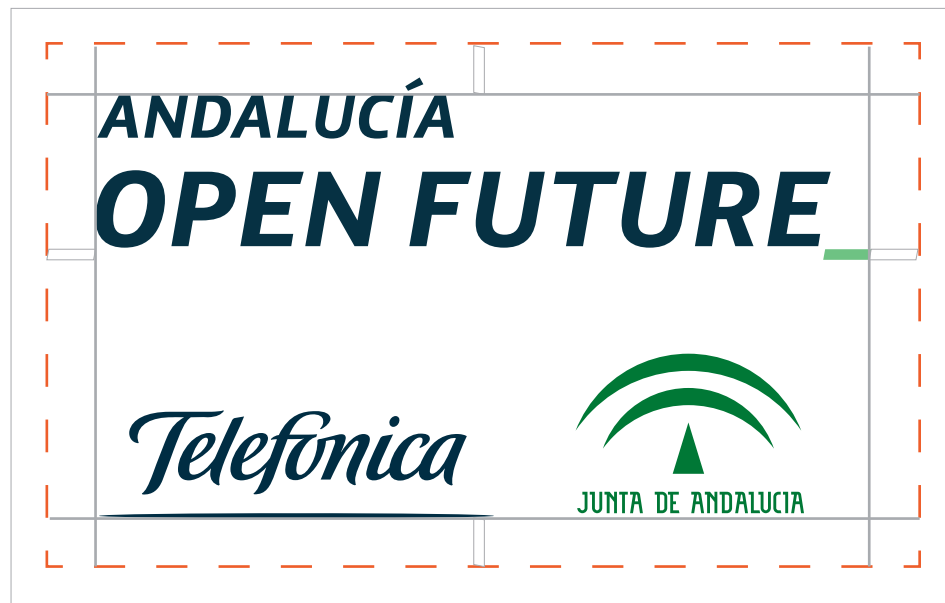
A la hora de escribir, tanto en medios digitales como físicos, la marca Andalucía Open Future, seguiremos siempre las siguientes indicaciones:

- Siempre escribiremos Andalucía Open Future como tres palabras sin combinar ninguna de ellas.
- Utilizaremos siempre las iniciales en mayúsculas.
- Cuando escribamos la marca nunca añadiremos al final el guión bajo, reservándolo únicamente como elemento gráfico en el caso del logo.



2. Normas de utilización

2.2. Zonas de protección y reducción mínima



2. Normas de utilización

2.3. Utilización cromática

Evitaremos siempre que sea posible utilizar la marca Andalucía Open Future sobre un fondo de color que no sea blanco, negro o pertenezca a los colores corporativos.





3. Cromática

3. Cromática

3.1. Colores principales

548 C

C -100	R -0
M -64	G -59
Y -47	B -79
K -42	

#003B4C

3115 C

C -75	R -0
M -0	G -191
Y -18	B -214
K -0	

#00BFD6

7479 CP

C -62	R -0
M -0	G -255
Y -62	B -148
K -00	

#00ff94

3. Cromática

3.2. Colores secundarios

#004356
R=0 G=67 B=86
C=96 M=19 Y=18 K=69

#005466
R=0 G=84 B=105
C=91 M=16 Y=17 K=61

#006476
R=0 G=100 B=118
C=87 M=14 Y=17 K=52

#007486
R=0 G=116 B=134
C=82 M=12 Y=16 K=43

#008597
R=0 G=133 B=151
C=78 M=9 Y=16 K=35

#0095A7
R=0 G=149 B=167
C=73 M=7 Y=15 K=26

#00A5B7
R=0 G=165 B=183
C=69 M=5 Y=15 K=17

#00B6C7
R=0 G=182 B=199
C=64 M=2 Y=14 K=9



4. Tipografías

4. Tipografía

4.1. Tipografías

Telefónica Text

A B C D E F G H I J L K 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

Cuerpos de textos

Telefónica Headline Light

A B C D E F G H I J L K 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

Titulares - Destacados

Verdana

A B C D E F G H I J L K 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

Fuente de sistema

ANDALUCÍA
OPEN FUTURE 