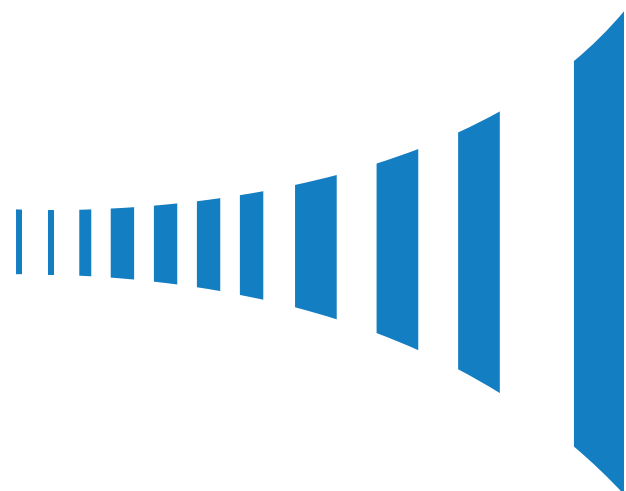




La Lonja
de la innovación



Telefónica



Puerto de Huelva

Manual de identidad

Índice

1 | Elementos básicos de identidad 03

1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación 03

1.2 Entidades colaboradoras 05

2 | Normas de utilización 08

2.1 Zonas de protección y reducción mínima 08

2.2 Utilización cromática 10

2.3 Usos admitidos 11

2.4 Referenciación en páginas web de startups 12

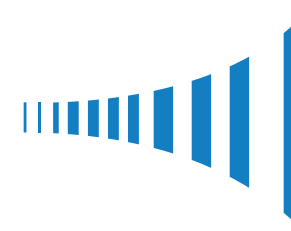
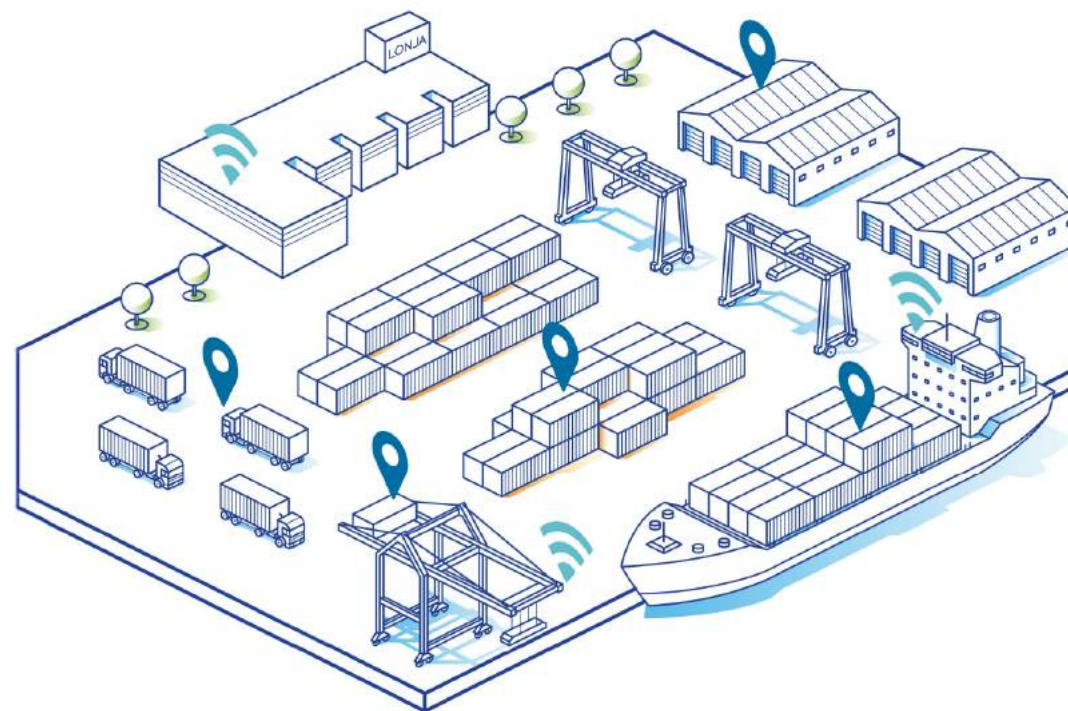
3 | Cromática 13

3.1 Colores principales 13

3.2 Colores complementarios 14

4 | Tipografías 15

5 | Recursos gráficos y aplicaciones 16



La Lonja
de la innovación



1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación

1 | Elementos básicos de identidad

1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación

1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

2.1 Zonas de protección
y reducción mínima

2.2 Utilización cromática

2.3 Usos admitidos

2.4 Referenciación en páginas web de
startups

3 | Cromática

3.1 Colores principales

3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

La representación 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 se muestran más detalladamente los diversos casos de usos y variantes de la marca.

Imagotipo en positivo



Imagotipo en negativo



Imagotipo en negativo



1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación

1 | Elementos básicos de identidad

1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación

1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

2.1 Zonas de protección y reducción mínima

2.2 Utilización cromática

2.3 Usos admitidos

2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

3.1 Colores principales

3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Construcción de la marca



Para establecer un criterio a la hora de la creación de la marca podremos tomar de referencia la medida de la altura de “caja baja” del tagline del isotipo para indicar el posicionamiento de la marca. Este recurso nos sirve para cuantificar las medidas de la marca.

Conceptualización

Representamos unas ondas similares a la de los dispositivos móviles que nos ofrecen una máxima cobertura, haciendo alusión a la cobertura máxima de la marca a los diversos proyectos de innovación.

El logotipo hace referencia al espacio donde se encuentra, al cuál se le ha dado otro uso sin perder su función principal, sustituyendo los productos del mar por productos tecnológicos e innovadores.

(Lonja = Espacio público dedicado al comercio de pescado y marisco, estos centros logísticos suponen un importante punto de venta y selección de producto.)

En el tagline se hace referencia a esto, situándolo como centro de innovación y desarrollo.

Se han usado como colores principales los del escudo de Huelva, azul y blanco, ya que es el lugar donde se encuentra el edificio.



1.2 Entidades colaboradoras

1 | Elementos básicos de identidad

1.1 Imagetipo La Lonja de la innovación

1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

2.1 Zonas de protección
y reducción mínima

2.2 Utilización cromática

2.3 Usos admitidos

2.4 Referenciación en páginas web de
startups

3 | Cromática

3.1 Colores principales

3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

¿Qué entidades participan?

En todas las comunicaciones, las marcas de las entidades colaboradoras Telefónica y Puerto de Huelva deberán acompañar siempre que sea posible a la marca La Lonja de la innovación, pudiendo aparecer de forma conjunta, **nunca por separado**, cuando sea necesario.

Telefónica



Autoridad Portuaria de Huelva



Puerto de Huelva

ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

1.2 Entidades colaboradoras

1 | Elementos básicos de identidad

1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación

1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

2.1 Zonas de protección
y reducción mínima

2.2 Utilización cromática

2.3 Usos admitidos

2.4 Referenciación en páginas web de
startups

3 | Cromática

3.1 Colores principales

3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

En la representación de la marca junto con las iniciativas colaboradoras destacaremos siempre la presencia La Lonja de la innovación sobre las otras entidades.

Versión en positivo



Versión en negativo



Versión en negativo



1.2 Entidades colaboradoras

1 | Elementos básicos de identidad

1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación

1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

2.1 Zonas de protección y reducción mínima

2.2 Utilización cromática

2.3 Usos admitidos

2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

3.1 Colores principales

3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

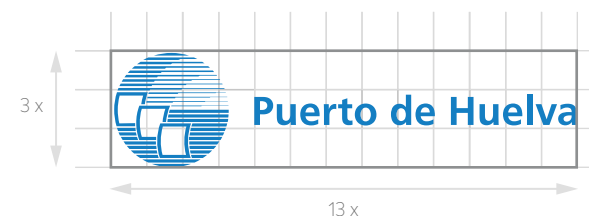
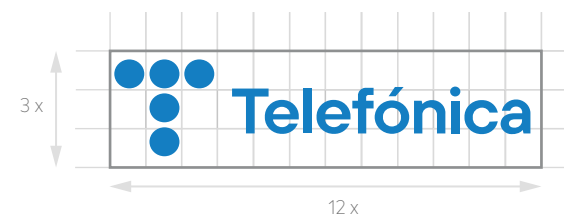
Construcción de la marca junto con las iniciativas colaboradoras

Para una correcta aplicación de la marca junto con las entidades colaboradoras intentaremos, siempre que sea posible, guardar las normas de proporción aquí especificadas.

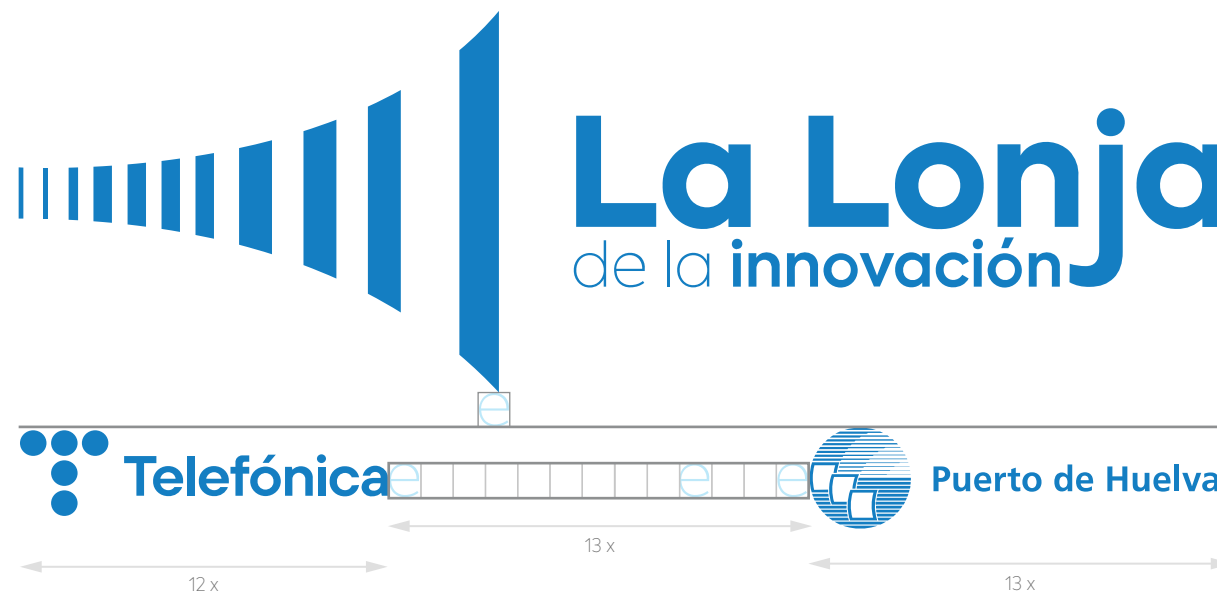
Se deberá respetar la proporción en la representación de las iniciativas colaboradoras.

Podremos utilizar la versión conjunta con las entidades colaboradoras en la parte inferior, o de forma separada.

No deberemos utilizar otras versiones de las marcas para representar dichas iniciativas



Unidad de medida.



2.1 Zona de protección y reducción mínima

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagen La Lonja de la innovación
- 1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

2.1 Zonas de protección y reducción mínima

- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

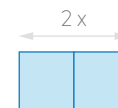
- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Zonas de protección

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



Distancia de seguridad.



2.1 Zona de protección y reducción mínima

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagen La Lonja de la innovación
- 1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

2.1 Zonas de protección y reducción mínima

- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

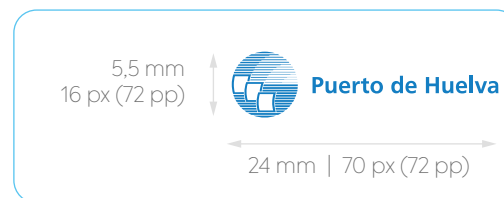
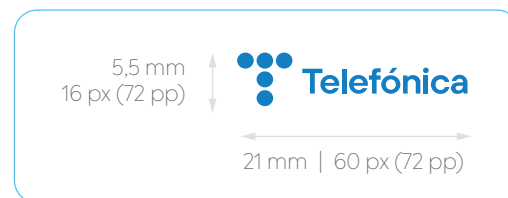
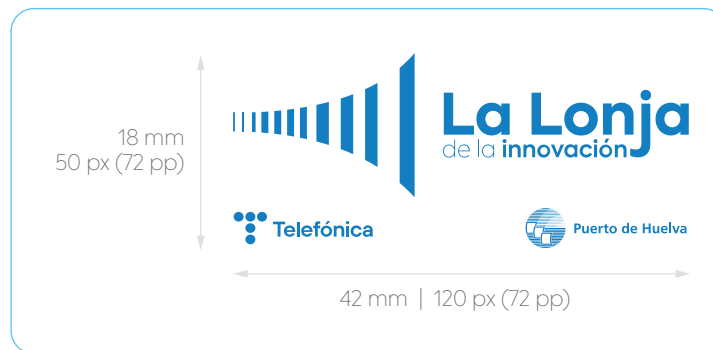
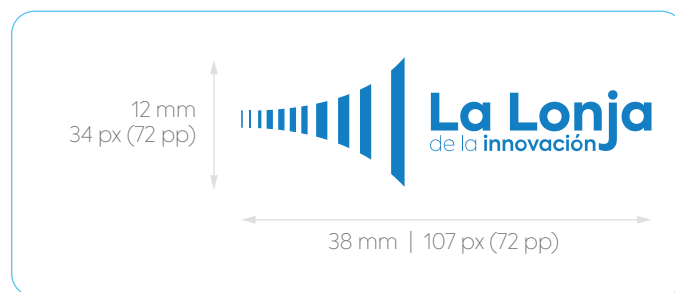
- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Reducción mínima

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.



Aplicaciones de la marca según espacio

Según las necesidades de espacio, podremos representar la marca con diferentes aplicaciones.

Espacio amplio



Espacio medio



Espacio medio. Simplificado.



2.2 Utilización cromática

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación
- 1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

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.



Uso de la marca a una tinta

Ante la necesidad de aplicar la marca a una sola tinta podremos, 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 Imagotipo La Lonja de la innovación

1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

2.1 Zonas de protección y reducción mínima

2.2 Utilización cromática

2.3 Usos admitidos

2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

3.1 Colores principales

3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

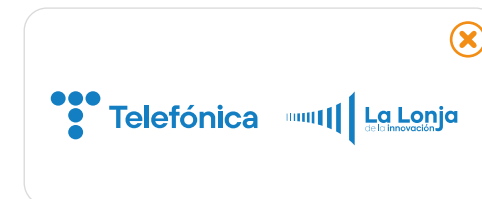
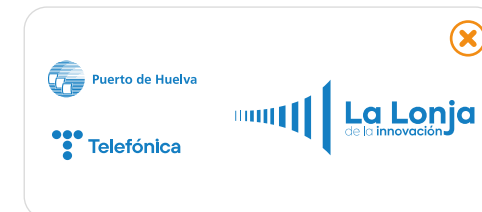
A continuación mostramos algunos ejemplos de buenas y malas prácticas a la hora de representar la marca.



Evitaremos alterar la composición de los elementos de la marca.



Evitaremos hacer uso del imagotipo o del logotipo de la marca de forma individual en una composición.



No podremos representar la marca La Lonja de la innovación al mismo nivel que las entidades colaboradoras.



Evitaremos hacer uso de efectos y colores no admitidos en el manual.

2.4 Referenciación en páginas web de startups

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagen La Lonja de la innovación
- 1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

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

2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

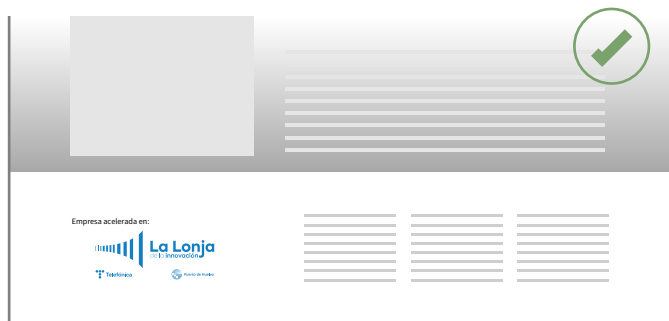
4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

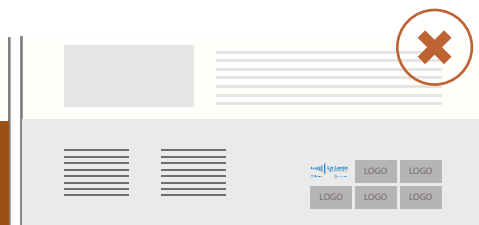
Ser una startup acelerada en La Lonja tiene un valor añadido, por lo que las empresas usufructuarias que hayan superado satisfactoriamente el periodo de incubación podrán mencionar a la iniciativa en sus correspondientes webs. Para ello, aconsejamos que dicha mención sea en el propio footer de la web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

A continuación indicamos algunas recomendaciones a tener en cuenta:

- 1 - Preferiblemente, se aconseja utilizar el logo completo de La Lonja junto a las entidades colaboradoras.
- 2 - En el caso de que el color del footer no sea blanco, se deberá utilizar el logo sobre una pastilla blanca.
- 3 - En la parte superior del logo añadiremos el texto “Empresa acelerada en:”
- 4 - Se recomienda hacer un buen uso de la versión negativa y positiva del logo para buscar el mejor contraste con el color de fondo.
- 5 - No se recomienda superar la reducción mínima especificada en este manual.
- 6 - No es admisible sustituir el logo de la iniciativa por el texto de su nombre.



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



Uso del logo de la iniciativa más el logo de La Lonja excediendo el tamaño mínimo permitido. En este caso, se debería haber optado únicamente por el logo de la iniciativa.



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



En este caso, se debería haber utilizado una pastilla blanca de fondo en el logo al ser el color del footer un color no admitido.

3.1 Colores principales

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación
- 1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Color primario 1

PANTONE P 109-8 C

#0E7BC0

C - 84	R - 14
M - 43	G - 123
Y - 1	B - 192
K - 0	

Color medio 1

PANTONE P 115-5 C

#73C6F0

C - 55	R - 115
M - 4	G - 198
Y - 0	B - 240
K - 0	

Color medio 2

PANTONE P 101-16 C

#19233E

C - 100	R - 25
M - 87	G - 35
Y - 45	B - 62
K - 51	

Color primario 2

WHITE**Proporción de colores**

Siempre que sea posible, haremos un uso del color siguiendo las proporciones aquí mostradas. Utilizaremos los colores base para la mayor parte de las composiciones gráficas.

3.2 Colores complementarios

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación
- 1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Para la realización de las diversas aplicaciones gráficas de la marca La Lonja de la innovación podremos hacer uso de colores complementarios a modo de apoyo.

PANTONE P 124-5 C

#63C2CC

C - 60	R - 99
M - 0	G - 194
Y - 22	B - 204
K - 0	

PANTONE P 115-10 C

#D2E9F7

C - 21	R - 210
M - 2	G - 233
Y - 2	B - 247
K - 0	

PANTONE P 105-5 C

#6887AD

C - 64	R - 104
M - 41	G - 135
Y - 18	B - 173
K - 3	

PANTONE P 174-10 C

#637080

C - 65	R - 99
M - 48	G - 112
Y - 37	B - 128
K - 15	

PANTONE P 179-6 C

#B2B2B2

C - 33	R - 178
M - 25	G - 178
Y - 26	B - 178
K - 5	

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación
- 1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones

Axiforma Bold

APH

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(.,:?!\$&*)

Destacados Títulos

Axiforma Regular

APH

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(.,:?!\$&*)

Cuerpo de texto

Axiforma Light

APH

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(.,:?!\$&*)

Títulos

Frutiger

APH

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(.,:?!\$&*)

Utilizaremos la tipografía Frutiger como fuente alternativa en el caso de no poder utilizar ninguna de la familia Axiforma, ya que es la utilizada en el logotipo Puerto de Huelva.

5 Recursos gráficos y aplicaciones

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación
- 1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones



5 Recursos gráficos y aplicaciones

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación
- 1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startups

3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones



5 Recursos gráficos y aplicaciones

1 | Elementos básicos de identidad

- 1.1 Imagotipo La Lonja de la innovación
- 1.2 Entidades colaboradoras

2 | Normas de utilización

- 2.1 Zonas de protección y reducción mínima
- 2.2 Utilización cromática
- 2.3 Usos admitidos
- 2.4 Referenciación en páginas web de startups

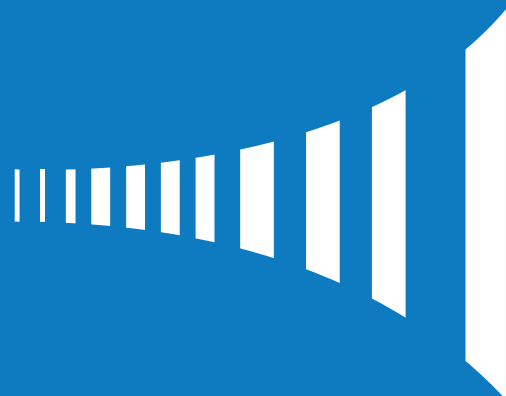
3 | Cromática

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Colores complementarios

4 | Tipografías

5 | Recursos gráficos y aplicaciones





La Lonja
de la innovación



Puerto de Huelva