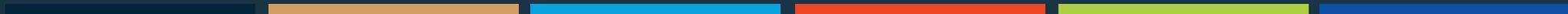




CLUB DEPORTIVO TENERIFE

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA **MARCA**





Este manual es
una herramienta esencial
para mantener la fuerza
de nuestra identidad visual

Sobre este manual

La elaboración de este documento surge como necesidad de normalización y unificación de criterios que definen la identidad del Club Deportivo Tenerife. La ausencia del cumplimiento de estas pautas puede llevar a la desvirtuación de nuestra imagen y, como consecuencia, a una identidad confusa nada deseable.

Por tanto, aplicar sus indicaciones de forma correcta y coherente en todos nuestros mensajes y puntos de contacto garantiza una correcta comunicación y difusión pública de la imagen del Club.

Este documento debe ser una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la marca. Las directrices marcadas no pretenden restringir la creatividad en nuestra imagen gráfica, sino ser una guía para la comunicación de la esencia de nuestra entidad.

A este manual se adjunta un dispositivo de almacenamiento externo que contiene los archivos gráficos más importantes.

No está permitido manipular los archivos gráficos de la marca.

En el caso de otros archivos tipo plantilla, deberán respetarse las normas y características definidas en este manual.

Para cualquier duda o necesidad al respecto podrá ponerse en contacto con el departamento de marketing a través del correo electrónico:

marketing@clubdeportivotenerife.es



ARQUITECTURA DE MARCA ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

1 MARCA

Historia gráfica de una marca

1.1 Escudo

1.1a Esquema de proporciones
y área de seguridad

1.1b Cromatismo corporativo

1.2 Logosímbolo

1.2a Tipografías corporativas.
Tipografía PRINCIPALES
y SECUNDARIAS

1.2b Versiones.
Esquemas estructurales
y área de seguridad

- Versión VERTICAL 1
- Versión VERTICAL 2
- Versión HORIZONTAL

1.2c Escala de reducción

1.2d Usos correctos e incorrectos

1.2e Reproducción sobre fondos y fotografías

1.2f Cobranding

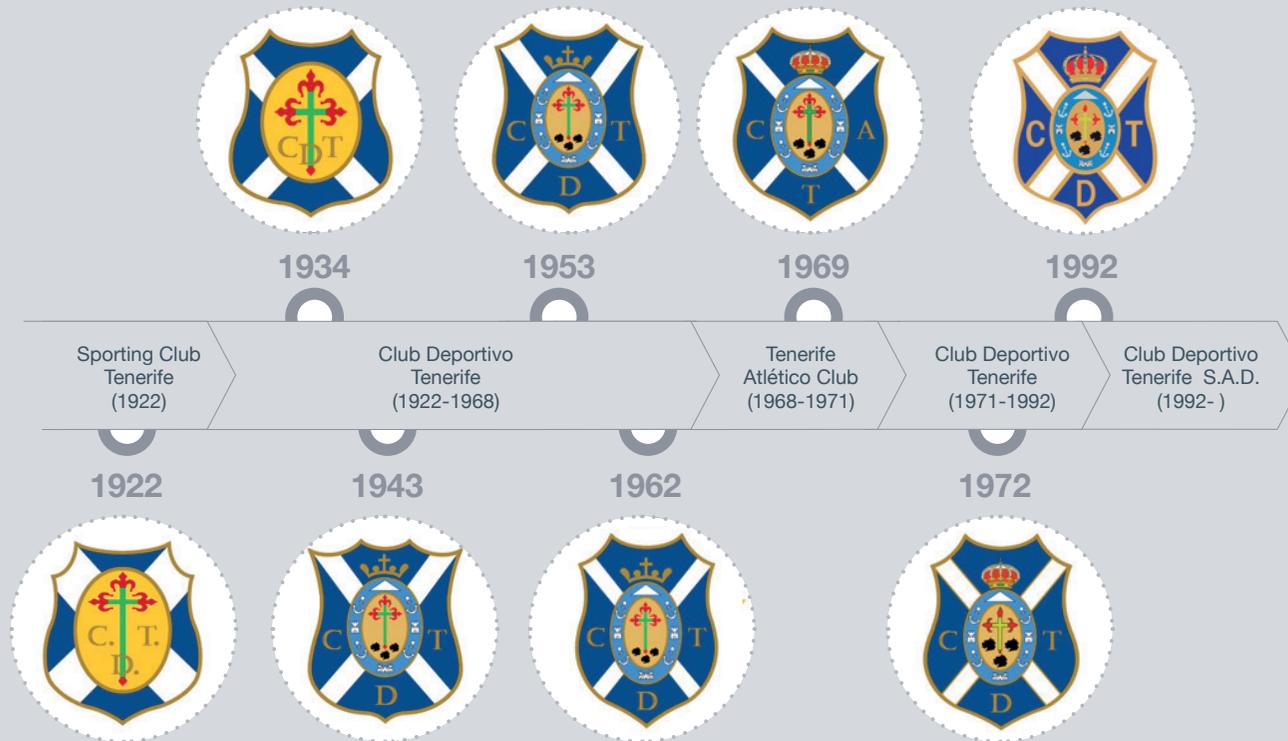
1.2g Convivencia con claim

1.3 Elementos gráficos

1.4 La marca escrita



Historia gráfica de una marca



EL ESCUDO La Geometría de un Sentimiento

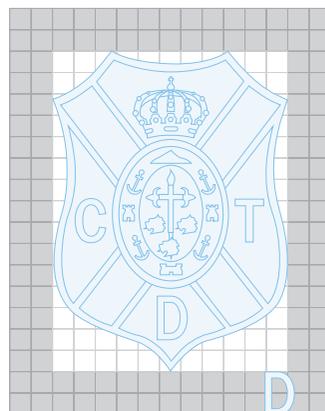
El emblema que representa al **Club Deportivo Tenerife**, con su forma de cinco puntas tan identificadora contiene elementos del escudo de Santa Cruz de Tenerife y la bandera de Tenerife. Es un elemento importantísimo que hay que cuidar, ya que identifica y representa, incluso más allá de lo deportivo.



1.1 ESCUDO

1.1a Esquema de proporciones y área de seguridad

En este esquema podemos observar las proporciones utilizadas en la construcción del escudo, así como el área mínima de seguridad que debe respetarse a la hora de colocarlo al lado de cualquier otro elemento en la maquetación.



D 2a
Área de seguridad

1.1b Cromatismo Corporativo

Salvo el Pantone 286 que lo consideramos como **color corporativo primario**, el resto de los colores presentes en el escudo configuran la gama de **colores secundarios** de la marca.

Pantone 179 C

 **C0 M89 Y84 K0**
R229 G62 B48
#e03c31
RAL 3018

100%

Pantone 299 C

 **C80 M15 Y0 K0**
R0 G161 B224
#00a1e0
RAL 5012

100%

Pantone 7509 C

 **C15 M37 Y67 K3**
R216 G164 B98
#d6a461
RAL 1002

100%

Pantone 382 C

 **C33 M0 Y100 K0**
R195 G214 B0
#bed600
RAL 1016

100%

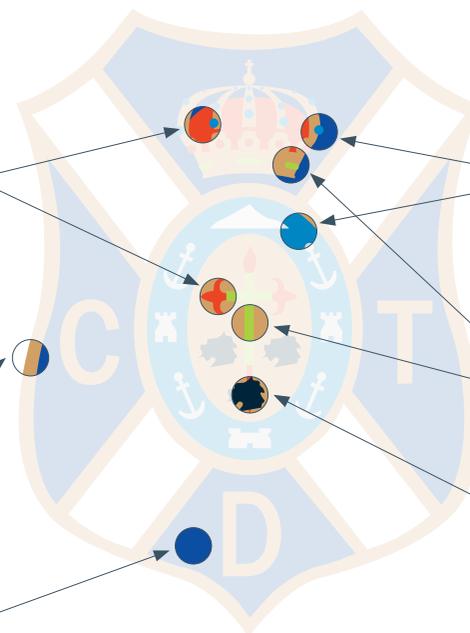
Pantone 286 C

 **C100 M79 Y16 K3**
R0 G51 B161
#0033a0
RAL 5017

100%

Pantone 5395 C

 **C100 M71 Y39 K95**
R3 G32 B47
#03202F
RAL 5020



Se muestra la codificación en el sistema Pantone, su equivalencia en los diferentes sistemas y los códigos cromáticos internacionales.

1.2 LOGOSÍMBOLO

1.2a Tipografías Corporativas

Tipografías PRINCIPALES

Los caracteres “C, D, y T” presentes en el escudo, están realizados utilizando tipografías sans serif, bold y de aspecto condensado similar a la Arial Narrow.

En la estructuración de la marca, la tipografía **Asap** fue la fuente elegida dada la afinidad formal entre los trazos curvos del escudo y de la tipografía, así como por su similitud con la tipografía contenida en el escudo, más concretamente, con su aspecto condensado.

Para el claim se utilizará la fuente **Neo Sans** en su estilo Medium Italic.

Tipografías SECUNDARIAS

Como norma genérica y de cara a la elaboración de textos en piezas gráficas tanto digitales como impresas, se utilizarán tipografías sans o de palo seco, de tendencia condensada como es el caso de la familia tipográfica **Verdana** que, en ofimática está disponible en casi todos los sistemas operativos.

Por coherencia y para gráficas con diseño off/online se ha elegido su versión **PRO**, más amplia en cuanto a estilos y que es capaz de dar respuesta a las maquetaciones más complejas.

Arial Narrow Bold

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn**op**qrstuvwxyz
!"\$%&/()=?¿¡`+Ç}

Aa Asap Bold

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn**op**qrstuvwxyz
!"\$%&/()=?¿¡`+Ç}

NEO SANS Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn**op**qrstuvwxyz
!"\$%&/()=?¿¡`+Ç}

Aa VERDANA PRO Regular

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn**op**qrstuvwxyz
!"\$%&/()=?¿¡`+Ç}



1.2b Versiones
Esquemas estructurales
y áreas de seguridad

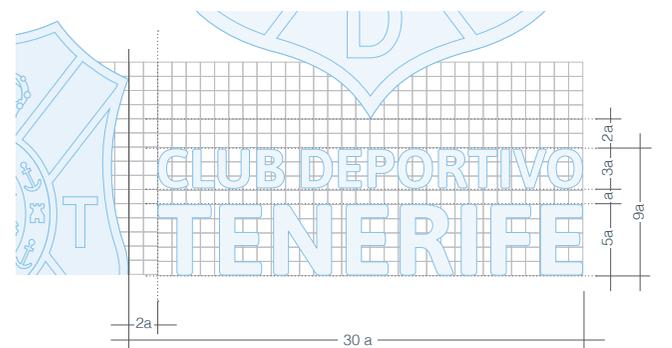
En los siguientes apartados se describen todas las versiones del logotipo tanto a nivel compositivo como a nivel cromático. En un primer lugar se muestran los esquemas constructivos donde se pautan sus proporciones y áreas de seguridad, y a continuación podemos ver las diferentes versiones cromáticas.

La elección de cada una de ellas vendrá dado por las dimensiones y orientación del espacio de ubicación, así como por las limitaciones en cuanto a tintas en su reproducción.

Se usará de forma preferente la **versión a color**, cuya composición está descrita en el apartado anterior. En el caso de que en el uso de esta versión la visualización y legibilidad se vean comprometidas, o que por cualquier otro motivo no pueda usarse, se utilizará alguna de las otras versiones.

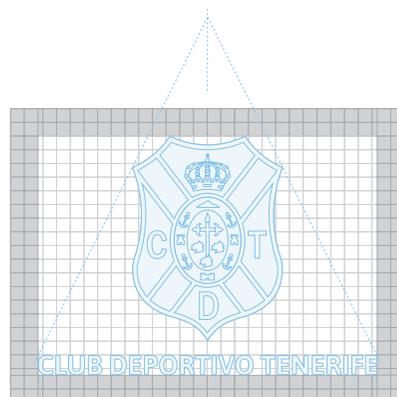
En el caso de la **versión en escala de grises**, indicada para usar en piezas impresas sólo con negro, los porcentajes utilizados son el 18%, 24%, 44%, 68%, 84%, 86% y 93% de negro.

Esquema constructivo del logotipo



Versión
VERTICAL 1

Esta composición constituye la **versión principal** de la marca y será de uso preferente en aplicaciones de marcada presencia institucional.



CLUB DEPORTIVO TENERIFE



CLUB DEPORTIVO TENERIFE



CLUB DEPORTIVO TENERIFE

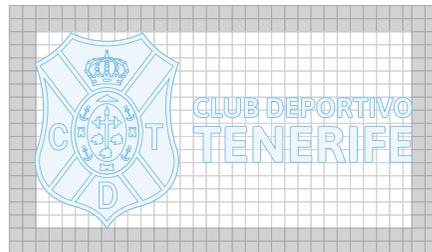


CLUB DEPORTIVO TENERIFE

Versión
VERTICAL 2



Versión
HORIZONTAL



**CLUB DEPORTIVO
TENERIFE**



**CLUB DEPORTIVO
TENERIFE**



**CLUB DEPORTIVO
TENERIFE**



**CLUB DEPORTIVO
TENERIFE**

1.2c Escala de reduccción

Si bien los tamaños grandes no presentan problemas, nos preocupa la legibilidad y correcta identificación del escudo en los tamaños más pequeños. En ellos, mientras que la tipografía es legible e identificable, no sucede lo mismo con los pequeños elementos que contiene el escudo en tamaños por debajo de **12 mm de alto**. Por ello, y como norma de prevención, no podrá utilizarse el escudo en tamaños inferiores a esta dimensión.



1.2d Usos correctos e incorrectos

- 1- Salvo en casos muy especiales como el favicon, el símbolo no podrá utilizarse en solitario, ya que el texto es importante para una correcta identificación de la marca.
- 2- No distorsionar ni alterar la composición del logotipo.
- 3- No deformar la marca.
- 4- No crear versiones cromáticas ni estructurales distintas a las descritas en este manual.
- 5- No utilizar tipografías diferentes.
- 6- No utilizar contorneos o perfilados, ni ningún otro efecto o filtro.



1.2e Reproducción sobre fondos y fotografías

Como podemos comprobar en estos ejemplos, el logotipo pierde legibilidad tanto sobre fondos oscuros como sobre fondos con demasiado colorido. Por tanto, se aconsejan fondos claros que garanticen el suficiente contraste. En el caso de que no se pueda variar el fondo y la legibilidad se vea comprometida, podrá utilizarse la versión en negativo o situarlo sobre cualquier elemento gráfico que sirva para mejorar su visualización.

Estilo fotográfico: Desde este manual, no limitamos el estilo fotográfico más allá de que cumplan con una excelente calidad técnica ya que entendemos que es limitar la creatividad. Como hemos visto antes, no está permitido añadir contornos en blanco o negro, así como cualquier efecto o filtro digital.

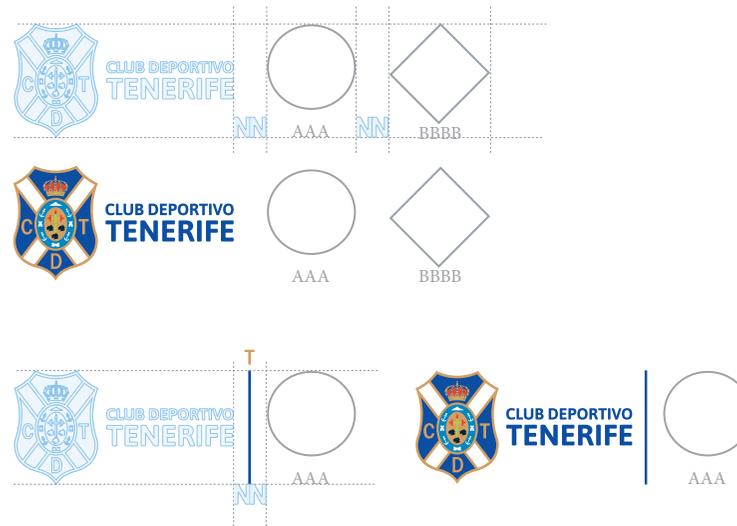
En caso de duda al respecto, consultar al departamento de marketing del Club.



1.2f Cobranding

Es muy frecuente que la marca deba situarse al lado de otras marcas con las que tienen una determinada relación como pueden ser patrocinios o colaboraciones. En estos casos, éstas serán las pautas a seguir:

- a) Mantener una **proporción similar**. La marca institucional mantendrá un tamaño similar al de las marcas con las que conviva y será colocada tan a la izquierda como mayor sea su peso en el evento.
- b) En estos esquemas podemos ver las **distancias mínimas** de separación con las marcas adyacentes en los dos casos de convivencia más frecuentes. Se usará el módulo "N" para estructurarlos y siendo el elemento separador, en el caso del binomio, un filete del grosor de la letra "T" en el Pantone 286.
- c) Mantener una **aparición similar**. La marca se expresará con la misma apariencia que la marca anexa. Esto quiere decir que se usarán las versiones y colores según las condiciones de reproducción y la relación o comportamiento de conjunto.
- d) Recordar que la altura mínima de la marca es de **12 mm**.



1.2g Convivencia con claim

En los esquemas siguientes podemos ver cómo estructurar la convivencia entre las diferentes versiones de la marca y el claim, y las características de éste en cuanto a tipografía, color, justificación y alineación.

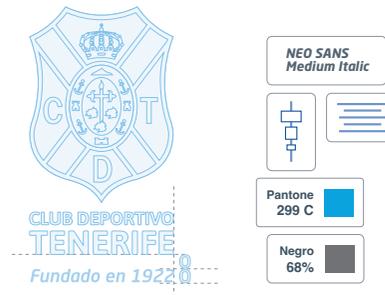
Composición Horizontal



Composición Vertical 1



Composición
 Vertical 2



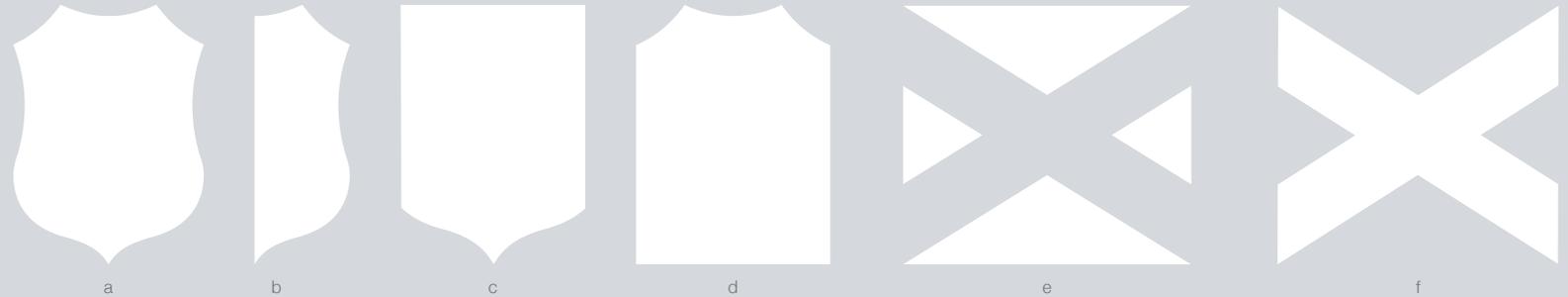
Composición
 Vertical 3



1.3 ELEMENTOS GRÁFICOS

Nuestra marca debe contemplar todas las posibilidades de comunicación gráfica para ayudar a la entidad a realizar una adecuada difusión de la Institución. En la actualidad, parte de la comunicación gráfica de una marca tan extensa como esta, a menudo, apoya sus comunicaciones gráficas online y offline en otros recursos, como los elementos gráficos.

Formas para fondos y como contenedoras de imágenes



MÓDULO BASE



ELEMENTO GRÁFICO

1.4 LA MARCA ESCRITA

Podemos hablar del Club Deportivo Tenerife utilizando varias formas:

Club Deportivo Tenerife SAD

Denominación que se utiliza en piezas de marcado carácter institucional.

Dentro de un cuerpo de texto, esta versión de la marca se escribirá siempre con su inicial en mayúscula y el resto de letras en minúscula.

CD Tenerife

Es la fórmula más común que podemos encontrar tanto en prensa escrita como en el entorno digital.

Se escribirán las iniciales siempre en mayúsculas.

Es una fórmula más visual, ya que nadie dice CD Tenerife. Sin embargo, el conjunto sintetiza muy bien el nombre completo a nivel conceptual.

El Tenerife

La versión toponímica es la más extendida, quizás por ser más corto y rápido de decir, simplifica al máximo la marca sin perder representatividad. Se usa tanto de forma escrita como hablada.

El TETE

...y así se le llama desde el cariño.

· Pautas generales

Tanto en titulares como en el resto de textos, la marca irá siempre en la misma tipografía que el resto del texto donde va inmerso sin necesidad de cambiar de estilo para resaltarlo, entrecorillarlos, etc.

La marca nunca debe partirse, por lo que en el caso de que el nombre completo no cupiese en una línea, se forzaría el salto a la siguiente para no separar el nombre.

Tampoco se aplicará un tratamiento de color diferente ni deberemos insertar el logotipo en el texto.

	PTS	PLD	DIF	
1 UD ALMERÍA	28	13	+15	12 SD HUES
2 SD EIBAR	24	13	+3	13 CD LUGO
3 CD TENERIFE	23	13	+7	14 BURGOS
4 UD LAS PALMAS	23	13	+6	15 CF FUEN
5 REAL VALLADOLID CF	22	13	+5	16 CD MIRA
6 SD PONFERRADINA	22	13	+5	17 GIRONA
7 REAL SPORTING	22	13	+3	18 REAL SO
8 REAL OVIEDO	19	13	+2	19 REAL ZA
9 UD IBIZA	18	13	-1	20 CD LEGA
10 FC CARTAGENA	18	13	-3	21 SD AMO
11 MÁLAGA CF	17	13	-3	22 AD ALCC



El CD Tenerife se encomienda a La Mor

La familia al completo del CD Tenerife viajó ayer a la Patrona de Canarias para pedirle suerte en esta nueva temporada de Segunda División. La ofrenda floral a la Virgen de Candelaria...



mejora la galería de los Viejos para dar aseríos de Anaga. Las canalizaciones para que iba el suministro desde 2019.



