



NUEVO MANUAL DE  
IMAGEN CORPORATIVA

2025



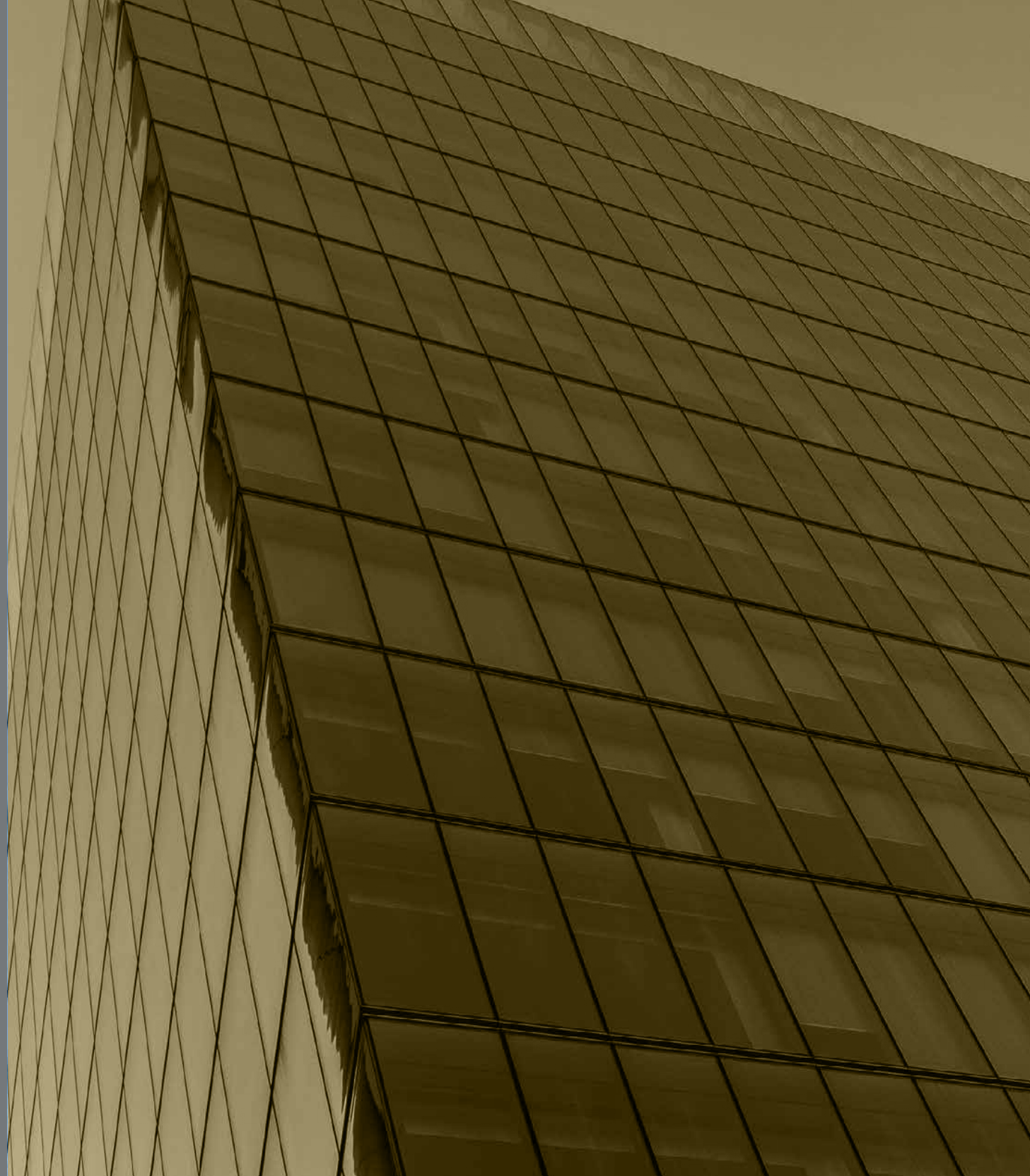
**opengela**  
OFICINAS REGENERACIÓN URBANA



# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b>	<b>3</b>
<b>2. La marca</b>	<b>6</b>
2.1 Elementos de la Marca	7
2.2 Versiones	8
2.3 Proporciones	9
2.4 Colores Corporativos	10
2.5 Tipografía Corporativa	11
2.6 Tamaños Mínimos	14
2.7 Aplicaciones Cromáticas	16
<b>3. Aplicaciones corporativas</b>	<b>23</b>
3.1 Papelería Básica	25
3.2 Señalización	33
3.3 Publicidad	37
<b>4. Convivencia con otras marcas</b>	<b>42</b>
4.1. Con la marca Gobierno Vasco	43
4.2 Con la marca Unión Europea	44
4.3 Normas de aplicación generales	45
<b>5. Web y dispositivos móviles</b>	<b>48</b>
<b>6. Distritos</b>	<b>50</b>
6.1 Personalización por Distrito	51
6.2 Normas Generales	54
6.3 Carteles Temporales versión marca	56
6.4 Carteles Temporales versión infografía o plano	59
6.5 Placas Permanentes	61
6.6 Rotulación Oficinas	63

# 1 > INTRODUCCIÓN



## > INTRODUCCIÓN

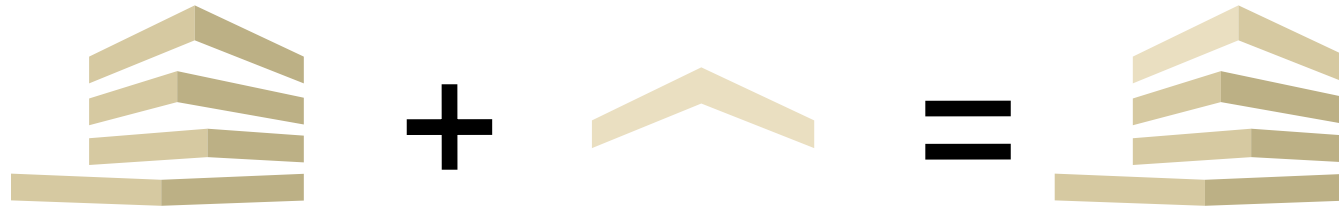
Opengela es la marca que identifica al modelo vasco de implantación de oficinas de proximidad que acompañan al vecindario en los barrios donde se desarrolla la regeneración urbana. Ha obtenido el apoyo de la Comisión Europea a través del programa Horizon 2020 (proyecto bajo el nombre HIROSS4all, en el periodo 2019-2022) y del programa LIFE (proyecto BIRTUOSS, 2023-2026).

La marca Opengela recoge la esencia de ambos proyectos, que han permitido extender el modelo desde los primeros barrios piloto (en Txonta –Eibar- y Otxarkoaga –Bilbao-) hasta numerosos municipios en toda Euskadi, no solo centrados en la rehabilitación de edificios sino también en aspectos sociales, económicos y ambientales.

La identidad corporativa se aplica en todas las oficinas de proximidad y en todos los soportes donde está presente Opengela (web, redes sociales, folletos, presentaciones...).

Este manual de normas universales se edita con el fin de garantizar la correcta aplicación de la marca OPENGELA en todas sus apariciones. Es de vital importancia para la imagen que queremos transmitir el respetar las pautas que se indican: colores, tipografías, márgenes, tamaños y proporciones..., para conseguir implantar una imagen clara, concreta y concisa, reforzando así una imagen del programa moderna y global.

## > INTRODUCCIÓN



### Síntesis del nacimiento del nuevo símbolo

El nuevo símbolo pretende reflejar la esencia del proyecto OPENGELA; la rehabilitación de viviendas en barrios vulnerables.

Este nace de la unión de dos ideogramas iniciales:

1. Por un lado un **icono** formado por franjas horizontales, que van dibujando los diferentes pisos de un **edificio** o vivienda.  
Para crear volumen las distintas franjas tienen dos tonos y nos permiten distinguir dos caras de un edificio.
2. Por otro lado hemos utilizado el ideograma-**flecha** apuntando hacia arriba, añadiendo y modificando la significación del icono y configurando nuestro símbolo. La flecha indica movimiento, desplazamiento. Si esto lo asociamos a «cambio», podemos invocar la idea de «rehabilitación».

La flecha también nos va servir, tanto hacia arriba como en vertical de recurso gráfico fundamental en todas las aplicaciones.

La unión de los **dos elementos gráficos** da lugar al nuevo símbolo. Un edificio formado por bandas horizontales que acaba coronado con un frontón en forma de flecha.

El nuevo símbolo para OPENGELA es sencillo, resume los valores de la marca, fácil de recordar, moderno pero perdurable en el tiempo.

## 2 > LA MARCA

- 2.1 Elementos de la marca
- 2.2 Versiones
- 2.3 Proporciones
- 2.4 Colores corporativos
- 2.5 Tipografía corporativa
- 2.6 Tamaños
- 2.7 Aplicaciones cromáticas



openg  
OFICINAS REGENERA

## > LA MARCA *2.1 Elementos*



### Elementos de la marca

La marca OPENGELA está compuesta por 2 elementos:

**Símbolo:** La parte simbólica o icónica de la marca, en este caso el edificio rematado con una flecha. **Logotipo:** Se trataría de la parte denominativa de la marca. En este caso “OPENGELA”. Dicho logotipo está formado por dos palabras diferentes “open” (en inglés: abierto) y gela (en euskera se refiere a oficina, ventanilla al público). Estas dos palabras se diferencian por medio de una familia diferente de una misma fuente. Pero siempre han de ir juntas y nunca separadas en la marca.

La relación de tamaños y la posición de estos 2 elementos son invariables y serán respetados en cualquier caso.

Para facilitar la aplicación de la marca en los diferentes soportes existen variaciones de la marca que serán establecidas en este manual así como la utilización de dichas variantes.

## > LA MARCA *2.2 Versiones*

### Versiones de la marca



#### 1. Versión horizontal

La marca se forma con la unión del anagrama o isotipo y el logotipo tal como ya hemos mencionado en este manual. En esta versión el isotipo se sitúa a la izquierda; y a su derecha, centrado en la vertical, el logotipo.



#### 2. Versión vertical

En esta versión el isotipo se coloca por encima del logotipo quedando éste centrado con respecto a la flecha que corona el isotipo. Esta opción se utilizará en aquellas aplicaciones en las que la mayoría de los elementos, textos, imágenes o gráficos, están centrados y requieren de una marca más centrada gráficamente. En esta aplicación de la marca el isotipo tiene mucho más protagonismo, y la usaremos por tanto cuando queramos potenciar el elemento gráfico frente al texto.



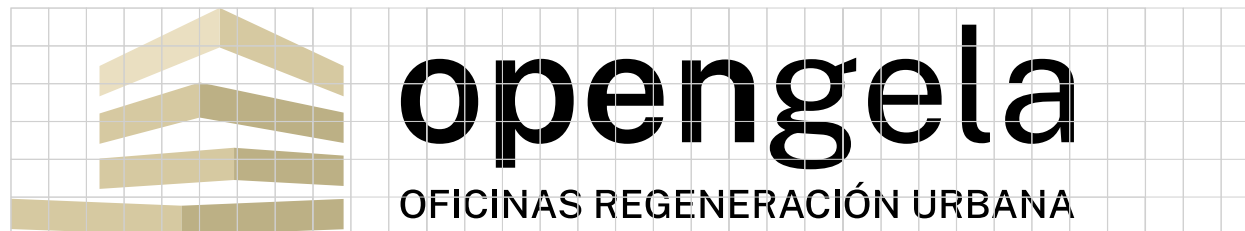
## › LA MARCA *2.3 Proporciones*

### Proporciones de la marca

Las proporciones de la marca son invariables y serán respetadas en cualquier caso. Se adjuntan además los archivos vectoriales de la marca para que puedan ser reproducidas de forma fidedigna. En los casos en los que se necesite construir la marca partiendo de plano, se debe respetar esta cuadrícula.

En ningún caso deben variar las distancias entre los caracteres que forman el nombre de la marca, ni entre el isotipo y el logotipo.

#### 1. Versión horizontal



#### 2. Versión vertical



> LA MARCA 2.4 Colores corporativos

Colores corporativos



**OPENGELA 1**

COLOR PREFERENTE



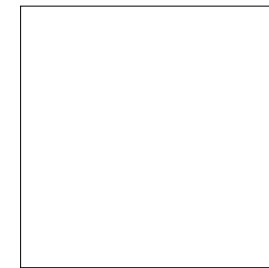
NEGRO



OPENGELA 2





OPENGELA 3



WHITE



	C M Y K	R G B	PANTONE	RAL	HTML
 OPENGELA 1	31 29 55 0	188 176 133	Pantone 452 C	RAL 1000	# bcb085
 OPENGELA 2	19 22 42 0	214 201 161	No se utiliza (en Pantone la versión es 2 tintas)	RAL 1014	# d6c9a1
 OPENGELA 3	9 15 29 0	234 223 193	No se utiliza (en Pantone la versión es 2 tintas)	RAL 1013	# eadfc1
 NEGRO	60 40 40 100	0 0 0	Pantone Black C	RAL 9005	# 000000
 BLANCO	0 0 0 0	255 255 255	Reserva	RAL 9016	# FFFFFFFF

> LA MARCA *2.5 Tipografía corporativa*

**Tipografía Corporativa.**

En la representación gráfica del nombre se utiliza **la Public Sans** combinando los grosores *semibold* y *regular*, utilizando la versión *medium* para el descriptivo.

En concreto el logotipo se conforma de dos palabras con dos tipos diferentes de esta misma familia.



**open**

**Public Sans SemiBold**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

**gela**

**Public Sans Regular**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

OFICINAS  
 REGENERACIÓN  
 URBANA

**Public Sans Medium**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

> LA MARCA *2.5 Tipografía corporativa*

**Tipografía Corporativa principal: Public Sans**

El nuevo logo se construyen a partir de la familia tipográfica de licencia libre Public Sans, que se puede descargar desde Google Fonts. Una tipografía neutral pero robusta que funciona tanto en aplicaciones impresas como digitales.

Tiene hasta 18 variaciones de la fuente que se pueden utilizar, desde la versión más delgada thin hasta la más gruesa black. Y, por supuesto, también se puede contar con la cursiva italic en las diferentes variedades.

Public Sans Extralight  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

Public Sans Thin  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

*Public Sans Extralight Italic*  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

*Public Sans Thin Italic*  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

Public Sans Light  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

*Public Sans Light Italic*  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

Public Sans Regular  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

*Public Sans Italic*  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

Public Sans Medium  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

*Public Sans Medium Italic*  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

**Public Sans Semibold**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

***Public Sans Semibold Italic***  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

**Public Sans Bold**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

***Public Sans Bold Italic***  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

**Public Sans ExtraBold**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

***Public Sans ExtraBold Italic***  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

**Public Sans Black**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

***Public Sans Black Italic***  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

## › LA MARCA *2.5 Tipografía corporativa*

### Tipografía secundaria para aplicaciones impresas: Cormorant Garamond

Para redactar un informe, una nota de prensa o cualquier otro tipo de documento que vaya a ser impreso, es mejor que reserves la Public Sans para los titulares, subtítulos y destacados y que utilices la Cormorant Garamond para el cuerpo de texto.

Cormorant Garamond Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

Cormorant Garamond Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

Ejemplo de uso de la Public Sans (titular) junto a la Cormorant Garamond (cuerpo de texto)

### **Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.**

Phasellus vel massa ut elit faucibus posuere. Pellentesque blandit, orci a eleifend pretium, erat lacus sodales sapien, sit amet pharetra turpis dolor vitae arcu. Praesent varius odio justo, sed commodo dui dignissim eu. Fusce efficitur sem in purus scelerisque laoreet. Nunc non viverra mauris. Pellentesque pulvinar eros ut erat consequat, finibus placerat felis pretium. Donec nec maximus elit, vel consequat diam.

### Tipografía secundaria para aplicaciones digitales:

#### Open Sans

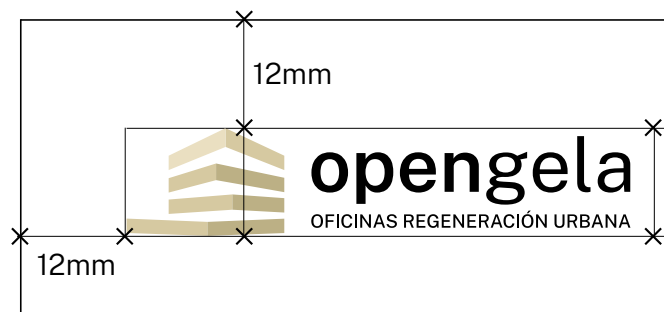
Para acompañar a la Public Sans en un contenido de pantalla, siempre dándole mayor presencia a la fuente principal.

Open Sans

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

> LA MARCA 2.6 Tamaños



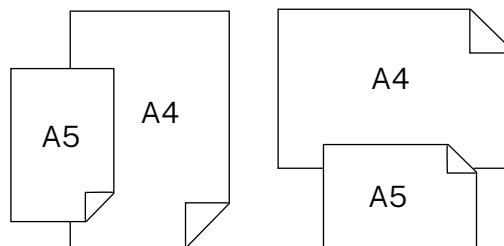
Alineación izquierda

12mm



Alineación izquierda

Tamaños de marca para DIN **A4** y DIN **A5**



**Espacio de protección de la marca**

Una imagen corporativa sólida no sólo se basa en el respeto a las proporciones, tipografías y colores. Logramos la coherencia de todas las aplicaciones gráficas y la uniformidad de todas las comunicaciones que van a convivir estableciendo tamaños fijos en la inserción de la marca.

Facturas, albaranes, hojas de carta, ofertas etc... convivirán a un mismo nivel para nuestro público objetivo, por lo que debemos evitar que la marca aparezca con pequeñas variaciones en los diferentes soportes.

La distancia con respecto a los límites del papel será igual a la altura del símbolo.

Esta regla no es válida para las tarjetas corporativas, en las que por lo reducido de su espacio el tamaño de la marca es algo inferior. Su tamaño y posición se detallan en el apartado Aplicaciones corporativas/tarjeta.

> LA MARCA 2.6 Tamaños

**Tamaños mínimos**









Cada una de las técnicas de impresión posee unas características diferenciadas cuyo resultado final depende a su vez del soporte utilizado, de forma que la reducibilidad de la marca impresa en offset (imprenta) sería algo superior en una impresión a dos tintas que en una cuatricromía. En el caso de una serigrafía por ejemplo, la reducibilidad sobre un adhesivo vinílico es muy superior a la reproducible sobre un soporte textil. Por los motivos anteriormente expuestos, este apartado es una guía meramente

orientativa. Recomendamos seguir las orientaciones del impresor. Así mismo recomendamos solicitar una prueba de color y dar el visto bueno a una prueba impresa sobre el soporte final.

El otro factor que se ha tenido en cuenta es la legibilidad/tamaño de impresión.

Aquí abajo se muestra un cuadro de reducciones aconsejadas:





**Según modo de impresión, reducción de la marca**

						
	CUATRICROMÍA	RGB	PANTONE	SERIGRAFÍA	MONOCROMÍA	B/N
	25 mm	150 píxel	25 mm	55 mm	25 mm	25 mm
	20 mm	120 píxel	20 mm	60 mm	20 mm	20 mm



> LA MARCA 2.7 Aplicaciones cromáticas

RESUMEN

1. Sobre blanco y fondos claros

Aplicación positiva	A. En sus colores	
	B. Monocroma plana	
	C. Tramas de 1 tinta	
	D. Tramas de 2 tintas	

2. Sobre fondos oscuros

Aplicación negativa	A. Preferente: Monocroma blanco	
	B. SOLO EN FONDO NEGRO Bicolor: blanco y «beige»	

1. SOBRE BLANCO Y FONDOS CLAROS:

A. Aplicación positiva en sus colores

Es la aplicación que mejor representa la marca.

Puede aplicarse en rgb o html en pantallas móvil o multimedia, en cmyk en sistemas de impresión, o en cualquier otro sistema; bien sea serigrafía, técnicas de impresión directa, etc.





› LA MARCA 2.7 Aplicaciones cromáticas

1. SOBRE BLANCO Y FONDOS CLAROS:

**B. Aplicación positiva monocroma plana**

Se trata la marca impresa a una sola tinta, sin tramas. Su uso se limitará a aplicaciones en las que las limitaciones de la técnica de impresión así lo exijan y que a su vez el resultado final pueda ser interpretado como consecuencia directa de ésta.

Es el caso de los sellos de caucho.

Se debe utilizar únicamente cualquiera de las tintas directas corporativas.

**C. Aplicación positiva en tramas de 1 tinta**

Se utiliza una sola tinta corporativa pero en todas las gamas de dicha tinta.

El caso más claro es su utilización en la prensa en blanco y negro.



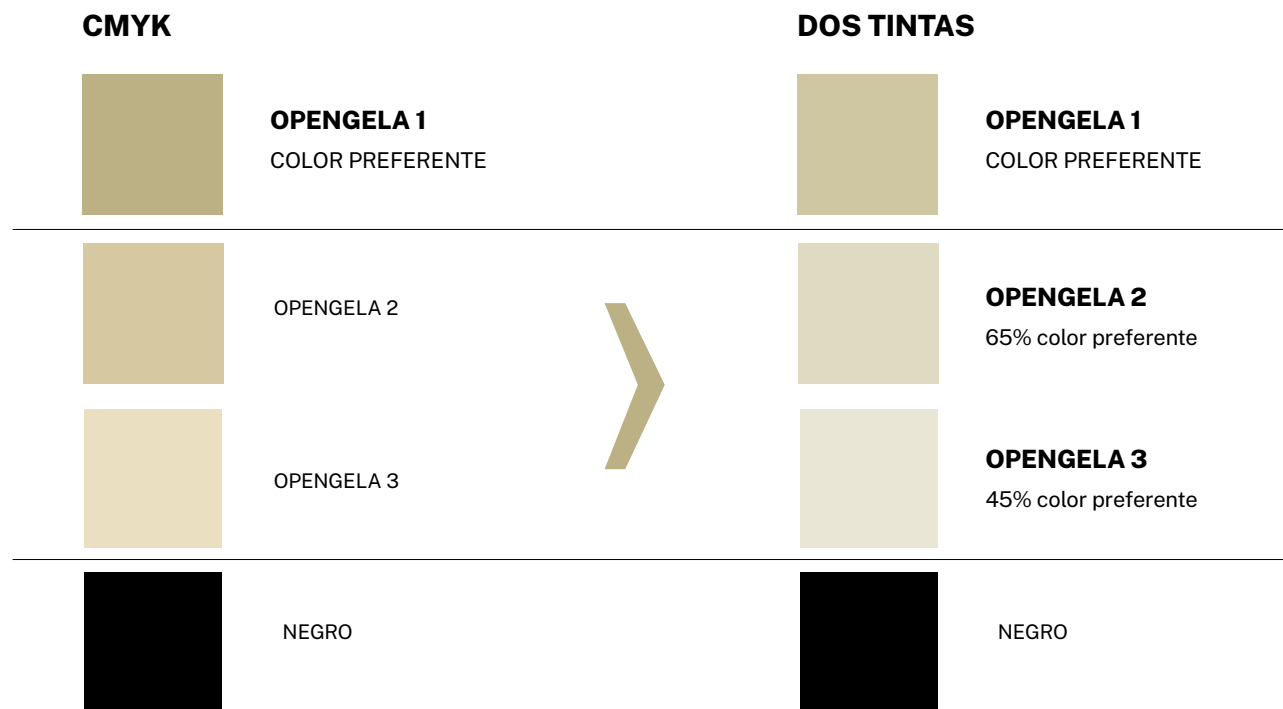
> LA MARCA *2.7 Aplicaciones cromáticas*

1. SOBRE BLANCO Y FONDOS CLAROS:

D. Aplicación positiva en tramas de 2 tintas

Se trata la marca impresa a dos tintas. Cuando las necesidades de reproducción sean de únicamente los dos colores corporativos, se reemplazará el color OPENGELA 2 por un 65% de porcentaje del OPENGELA 1 y el OPENGELA 3 por un 45%.

Es por ejemplo, el caso de la papelería.



> LA MARCA 2.7 Aplicaciones cromáticas

2. SOBRE FONDOS OSCUROS:

A. Aplicación negativa monocroma, blanco

En caso de fondos con el brillo más oscuro que el color Opengela 1, para la correcta visualización de la marca se utilizará principalmente la versión negativa, es decir monocroma en blanco.

B. Aplicación negativa bicolor, blanco y «beige»

**MUY IMPORTANTE:** Esta versión sólo estará permitida cuando el fondo es negro, o la imagen del fondo es tan oscura que prácticamente funciona como negro. En este caso las imágenes, aunque sean muy oscuras, no deben tener tonalidad de color saturada (se usaría la versión A monocroma), tienen que ser desaturadas, por tanto cercanas a el negro.

Tinta plana



Imagen



Sólo en negro



Imagen muy oscura



> LA MARCA *2.7 Aplicaciones cromáticas*

**Ejemplos de aplicación de la marca en diferentes fondos**

Según el tipo de fondo, en función de su color y tonalidad sobre el que se aplique la marca se podrán utilizar las diferentes versiones cromáticas.

Presentamos a continuación varios ejemplos de fondos y sus correspondientes aplicaciones.

**FONDO NEGRO O MUY OSCURO**

CMYK, RGB, DOS TINTAS



**FONDO OSCURO**

UNA TINTA



> LA MARCA *2.7 Aplicaciones cromáticas*

**Ejemplos de aplicación de la marca en diferentes fondos**

Cuando los fondos son de otro color, en función de la tonalidad sobre el que se aplique la marca, se podrán utilizar el logo en negro o en blanco.

**OTROS FONDOS**

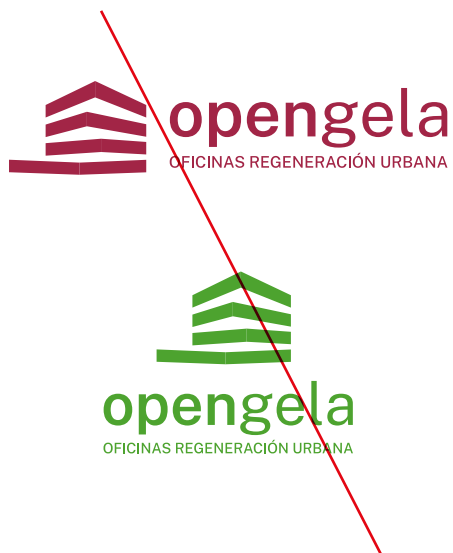


> LA MARCA *2.7 Aplicaciones cromáticas*

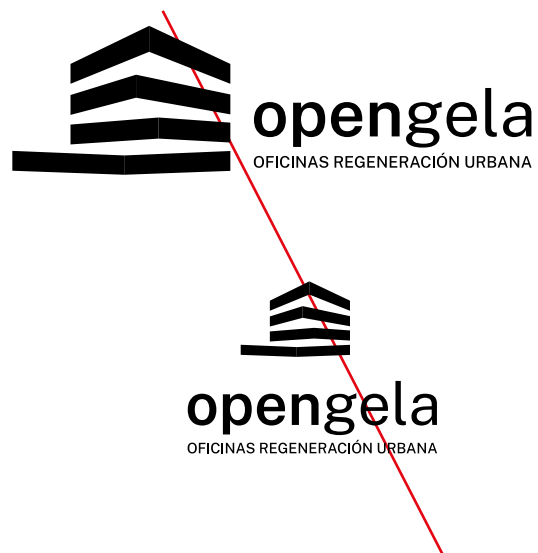
**Aplicaciones incorrectas de la marcados**

Presentamos algún ejemplo de aplicaciones totalmente prohibidas.

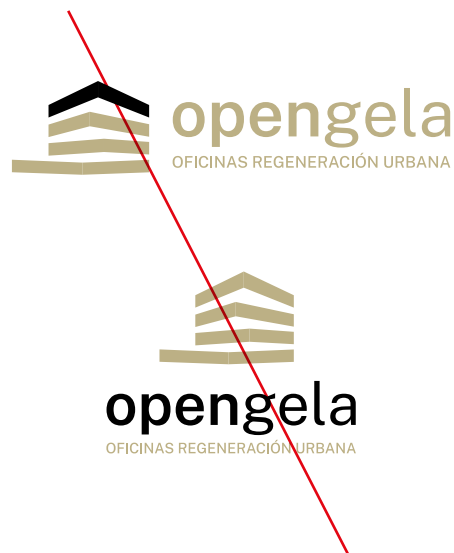
Las tintas planas han de ser las corporativas y no otras. Si esto no es posible se utilizará el negro o el blanco.



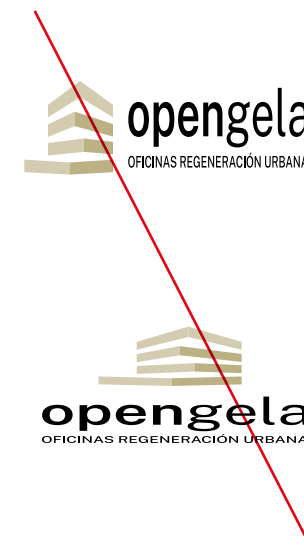
Las proporciones entre logotipo y símbolo no pueden alterarse. Tampoco las distancias entre ellos.



Los colores de la marca no podrán ser alterados.



La marca no deberá estar deformada en ningún caso.



3

## APLICACIONES CORPORATIVAS

- 3.1. Papelería Básica
- 3.2. Señalización
- 3.3. Publicidad



## > APLICACIONES CORPORATIVAS

### La flecha como recurso gráfico

#### A. Sólo como recurso gráfico, a gran tamaño

Además de los elementos visuales de la marca que ya hemos definido; logotipo, colores y tipografía corporativos, vamos a utilizar un elemento gráfico que va a contribuir a identificar y dar fuerza a todos los elementos visuales de la marca; se trata de la flecha que corona el edificio en el símbolo. Se puede usar indistintamente con el ángulo a la derecha, a la izquierda o incluso en horizontal.

Se aplicará en todas las aplicaciones visuales, tanto en papelería, publicaciones, online, etc, siempre siguiendo las pautas de este manual. Como recurso gráfico y a gran tamaño respecto a la marca.

Las normas de aplicación para los colores se resumen en la tabla adjunta.

#### B. Como símbolo gráfico

Cuando sea necesario utilizar una flecha en señalética o en alguna infografía, por ejemplo; se recomienda utilizar esta flecha corporativa en vez de otra diferente.

También como pequeña viñeta, a modo de barra espaciadora o punto de listados.

**En este modo de aplicación la flecha será monocroma en el color OPENGELA 1 preferente.**

### 1. Sobre blanco y fondos claros

Aplicación positiva	En sus colores		
	Monocroma plana		
	Tramas de 1 tinta		
	Tramas de 2 tintas		

### 2. Sobre fondos oscuros

Aplicación negativa	A. Preferente: Monocroma blanco		
	B. SOLO EN FONDO NEGRO Monocroma: color OPENGELA 1		





### 3.1. PAPELERÍA BÁSICA



> **APLICACIONES CORPORATIVAS** 3.1 *Papelería Básica*

En este apartado se encuentran las pautas para la construcción de las diferentes aplicaciones de la papelería básica que empleará OPENGELA. Se recomienda la impresión en las 2 tintas directas.

**DOS TINTAS**

**Tarjeta de presentación personal**

El siguiente modelo de tarjeta debe ser utilizado por el personal de OPENGELA.

Debe ser construida con las siguientes especificaciones:

**Formato: 55 x 85 mm.**

**Tipo de papel: cartulina 250 gr.**

**Color: blanco.**



**Tarjeta no personales**

Se recomienda la impresión en las 2 tintas directas.

**Formato: 55 x 85 mm.**

**Tipo de papel: cartulina 250 gr.**

**Color: blanco.**



> APLICACIONES CORPORATIVAS 3.1 Papelería Básica

DOS TINTAS

**Hoja carta**

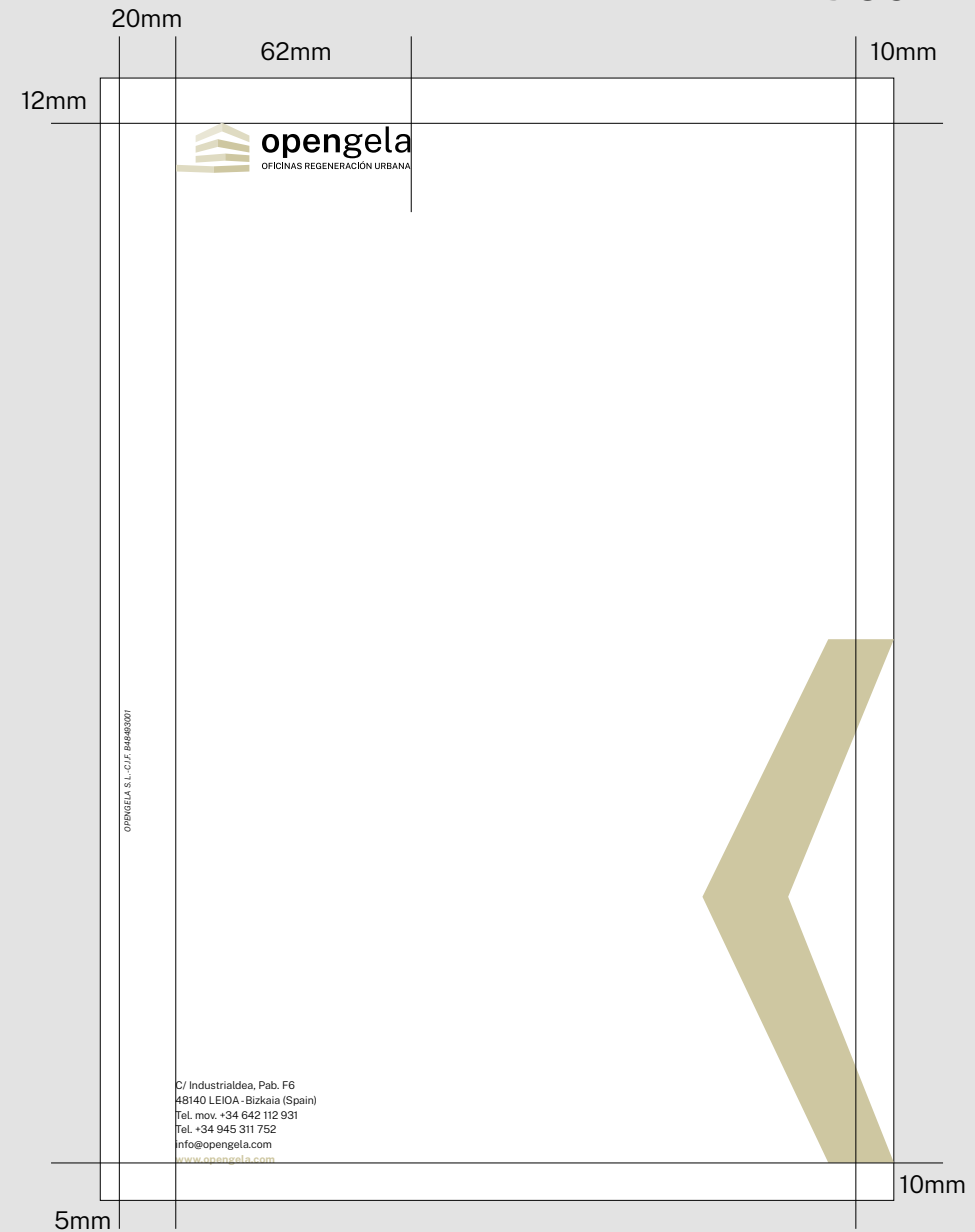
Se recomienda la impresión en las 2 tintas directas.

Debe ser construida con las siguientes especificaciones:

**Formato: 210 x 297 mm.**

**Tipo de papel: offset 100 gr.**

**Color: blanco.**



> APLICACIONES CORPORATIVAS *3.1 Papelería Básica*

UNA TINTA

**Carta - 2ª hoja**

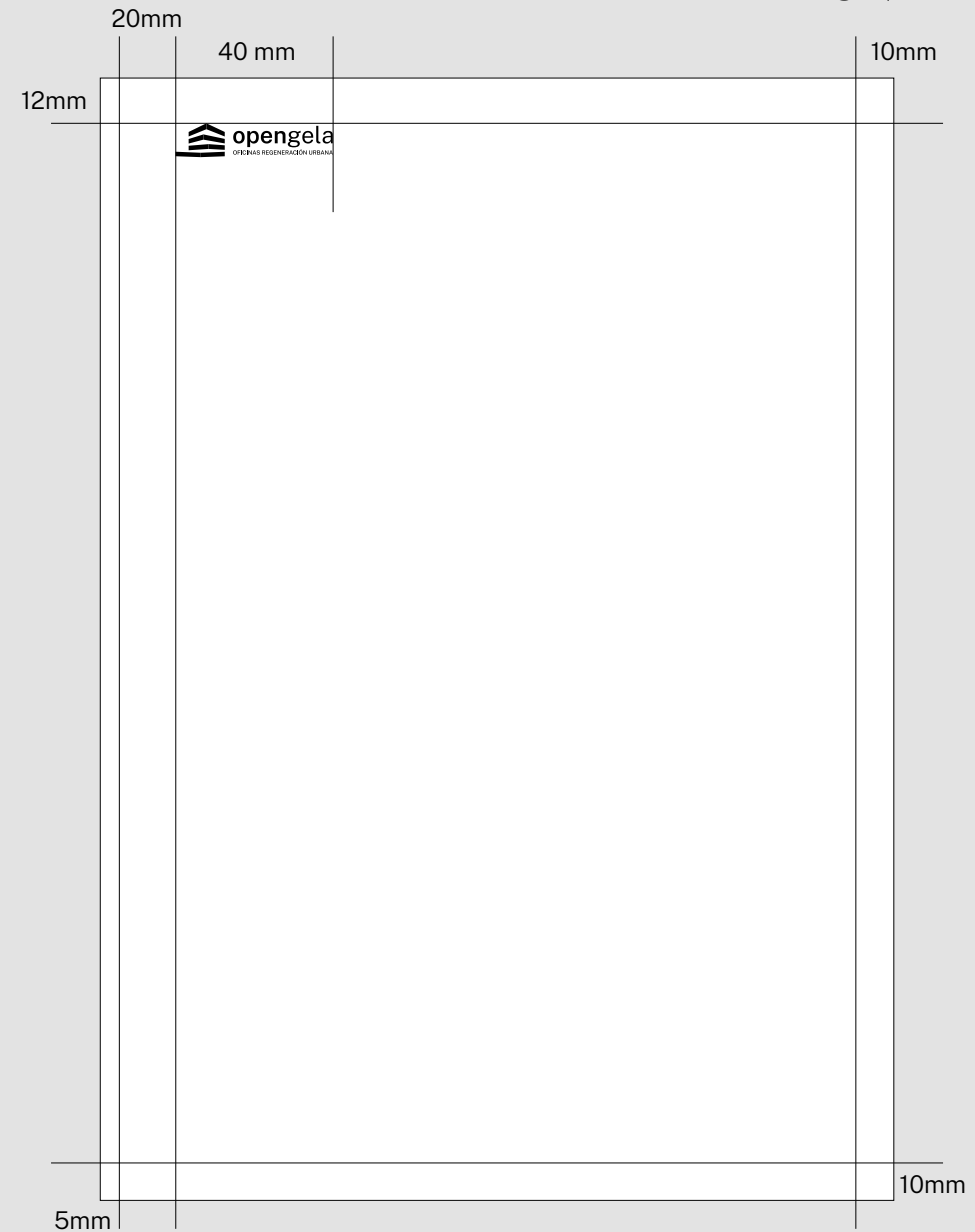
Se recomienda la impresión en negro.

Debe ser construida con las siguientes especificaciones:

**Formato:** 210 x 297 mm.

**Tipo de papel:** offset 100 gr.

**Color:** blanco.



> APLICACIONES CORPORATIVAS *3.1 Papelería Básica*

DOS TINTAS

**Sobre americano**

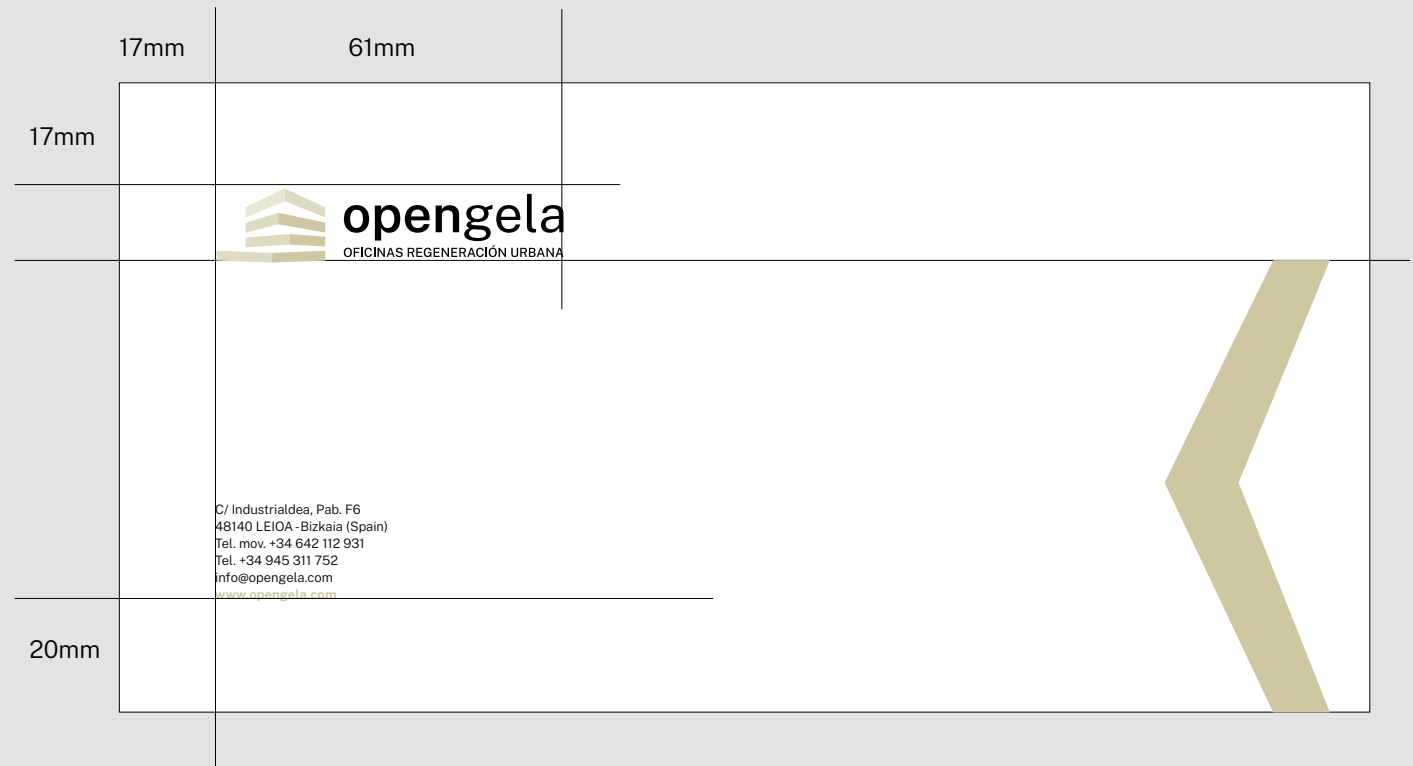
Se recomienda la impresión en las 2 tintas directas.

Debe ser construida con las siguientes especificaciones:

**Formato: 110 x 220 mm.**

**Tipo de papel: adhesivo con cinta de silicona.**

**Color: blanco.**



> APLICACIONES CORPORATIVAS 3.1 Papelería Básica

DOS TINTAS

**Sobre americano con ventana**

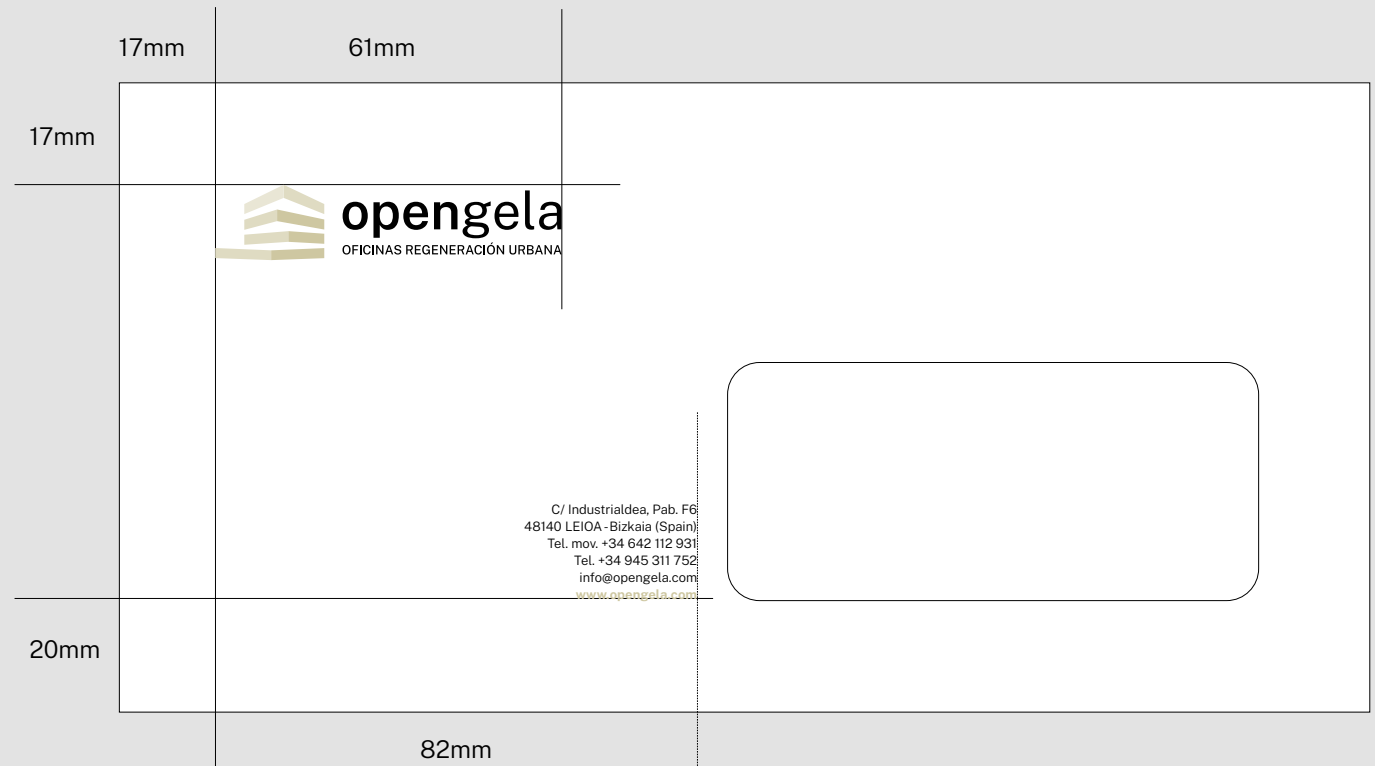
Se recomienda la impresión en los colores directos corporativos.

Debe ser construida con las siguientes especificaciones:

**Formato: 110 x 220 mm.**

**Tipo de papel: adhesivo con cinta de silicona.**

**Color: blanco.**



> APLICACIONES CORPORATIVAS 3.1 Papelería Básica

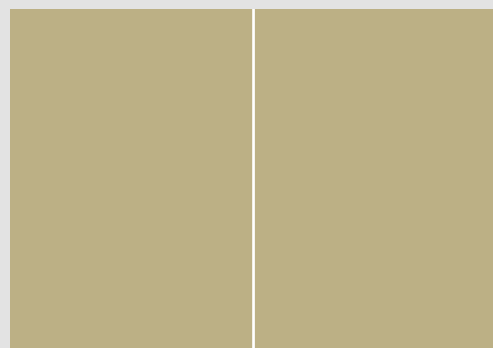
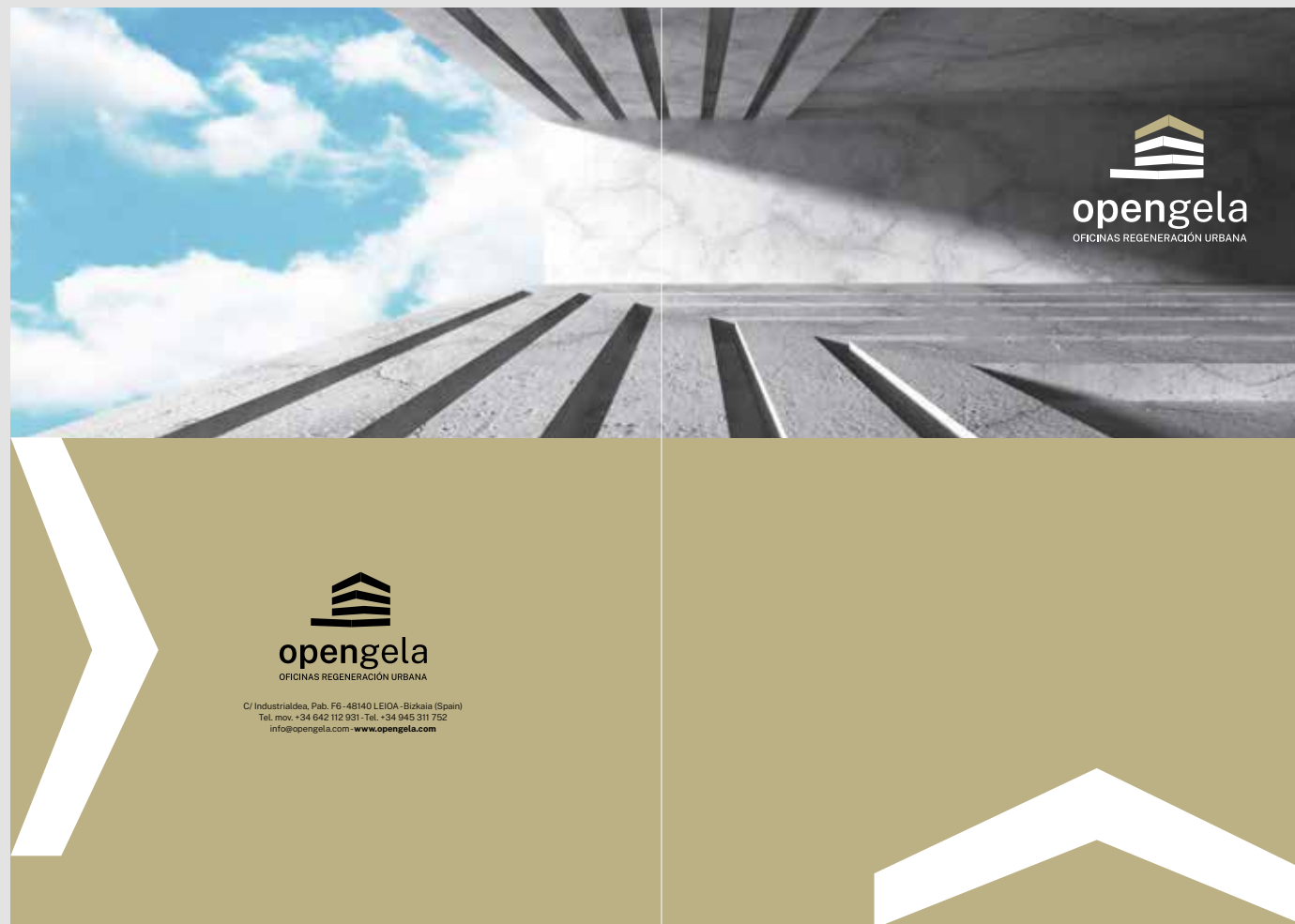
Formato: 305 x 432 mm.  
 Tipo de papel: cartulina 350 gr.  
 Color: blanco.  
 Acabado: Plastificado mate.

**La carpeta de prestigio**

La carpeta corporativa se utilizará para enviar o entregar en mano documentación. Este soporte se recomienda imprimir en cuatricromía.

El interior se imprimirá en el mismo color corporativo preferente.

El acabado será plastificado mate por ambas caras.



Cara interior

Cara exterior

> APLICACIONES CORPORATIVAS *3.1 Papelería Básica*

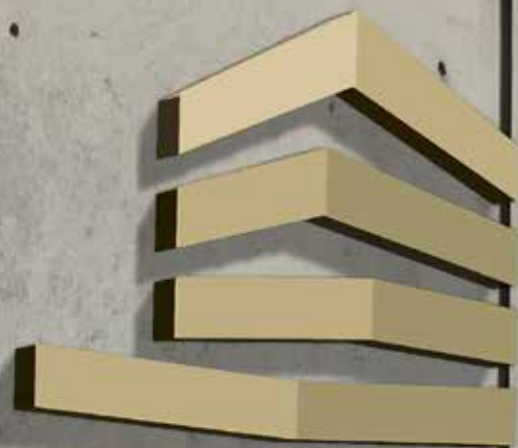
La carpeta de prestigio







## 3.2. SEÑALIZACIÓN



**Opengela**  
OFICINAS REGENERACIÓN URBANA

> APLICACIONES CORPORATIVAS 3.2 Señalización

**Stands para eventos**

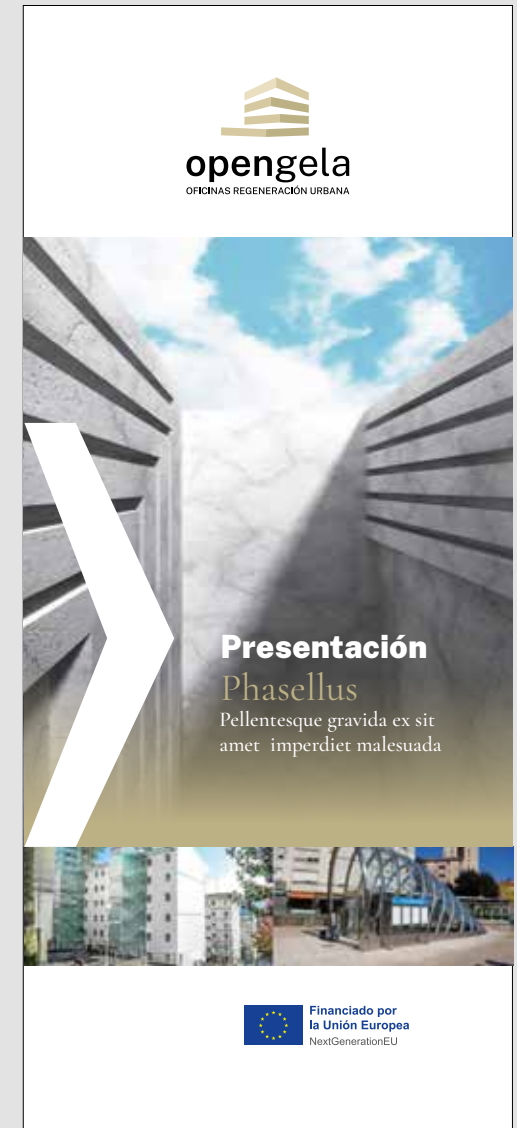
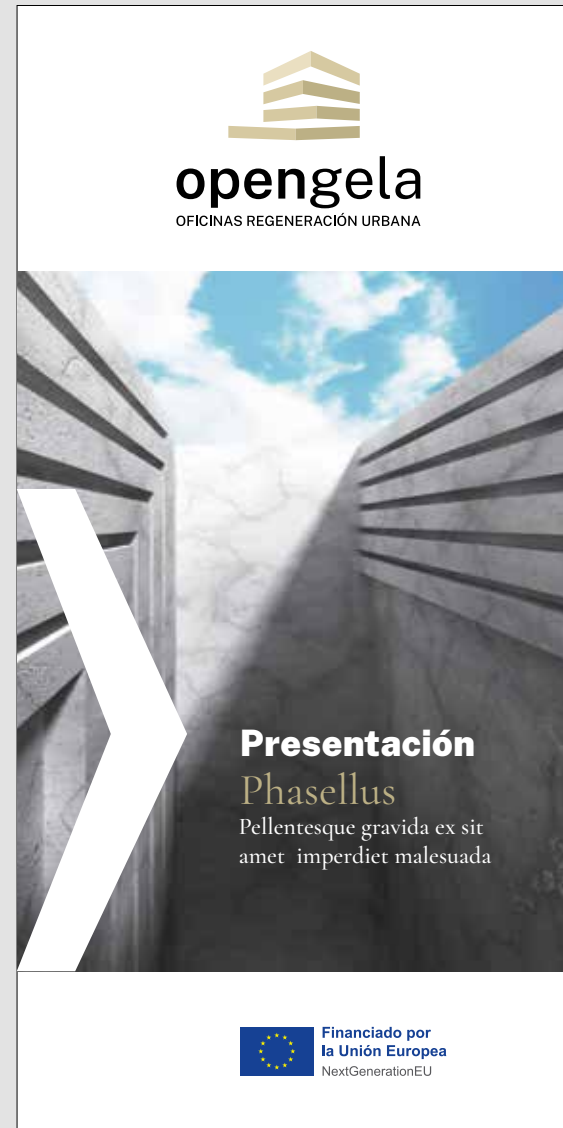
Para eventos, exhibiciones y jornadas se contempla la utilización de diferentes soluciones; como los roll up y los stands desmontables.

**Roll up**

Formatos: 1000 x 2000 mm. / 800 x 2000 mm.

Imagen: vinilo impreso

Soporte: acero.



**opengela**  
OFICINAS REGENERACIÓN URBANA

**opengela**  
OFICINAS REGENERACIÓN URBANA

**Presentación**  
*Phasellus*  
Pellentesque gravida ex sit  
amet imperdiet malesuada

**Presentación**  
*Phasellus*  
Pellentesque gravida ex sit  
amet imperdiet malesuada

 **Financiado por  
la Unión Europea**  
NextGenerationEU

 **Financiado por  
la Unión Europea**  
NextGenerationEU

> APLICACIONES CORPORATIVAS 3.2 Señalización

**Stands para eventos**

Para eventos, exhibiciones y jornadas se contempla la utilización de diferentes soluciones; como los roll up y los stands desmontables.

**Expositor desmontable**

Formato: 3400 x 2100x 30 mm.

Imagen: tela impresa

Soporte: estructura de barras en PVC.



**Mostrador desmontable**

Formato: 99 x 84 x 36,5 mm.

Imagen: tela impresa

Soporte: acero y pvc.







### 3.3. PUBLICIDAD



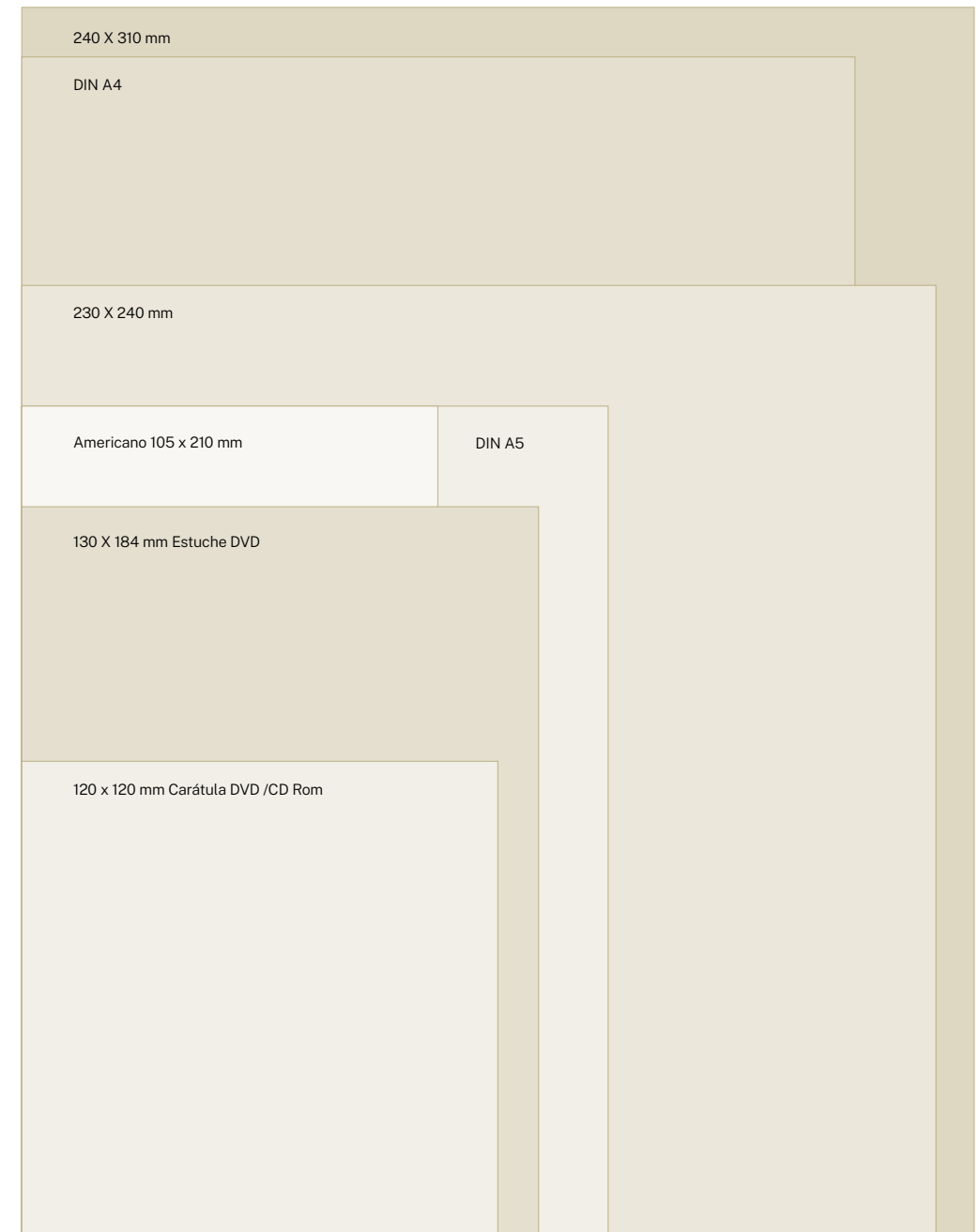
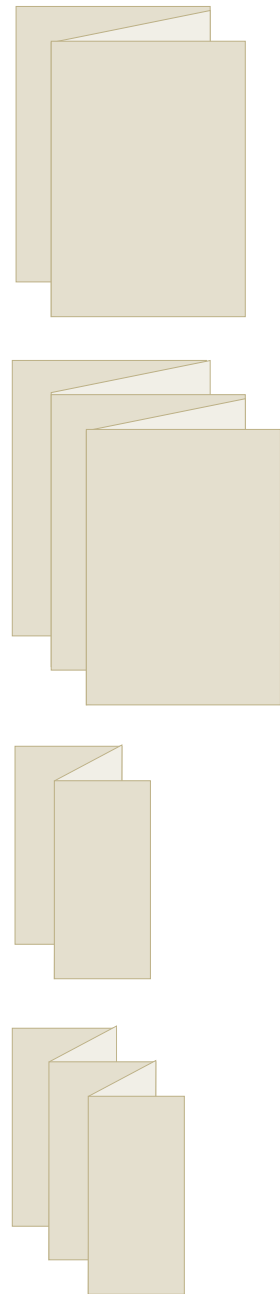
> **APLICACIONES CORPORATIVAS** *3.3 Publicidad Offline*

**Papeles y formatos**

Para las publicaciones de OPENGELA se recomienda utilizar únicamente papeles con acabado mate, estucado mate o bien offset pigmentado sin imitación de texturas. La ventaja del papel mate reside en que no refleja la luz y no entorpece la lectura de los textos.

Aparte de estas características, los papeles que se elijan para las publicaciones deberán tener el gramaje suficiente para que no deje transparentar en una cara de una página lo impreso en la otra.

Cuando se da un acabado de plástico a la portada de una publicación, se recomienda que éste sea mate.



## > APLICACIONES CORPORATIVAS

### 3.3 Publicidad Offline

#### Sistema gráfico para portadas

#### DIN A5 A4 y superiores

Además de la flecha ya utilizada en las aplicaciones de papelería, en los soportes de publicidad; catálogos, folletos, publicidad en prensa, etc, utilizamos una forma cuadrangular con una esquina cortada a la izquierda. En este espacio se aplicará el preferente o el negro corporativo exclusivamente, y en reserva en blanco irían los textos, título, subtítulo, etc.



## > APLICACIONES CORPORATIVAS *3.3 Publicidad Offline*

### Ejemplos de portadas

Existen dos modelos uno con el logotipo encima de la imagen en la versión en negativo con la flecha en el color preferente. Se usará siempre que la imagen sea lo suficientemente oscura.



En la segunda versión el logotipo se aplica a todo color sobre el fondo blanco. Asimismo los textos van en positivo sobre el blanco.





> APLICACIONES CORPORATIVAS

3.3 Publicidad Offline

Sistema gráfico para portadas tamaño americano 105x210



## 4 > CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

4.1. Con la marca Gobierno Vasco

4.2. Con la marca Unión Europea

4.3. Normas de aplicación generales



› CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS 4.1 Con la marca GOBIERNO VASCO

Con la marca GOBIERNO VASCO

Versiones

La marca conjunta tiene dos versiones de aplicación:

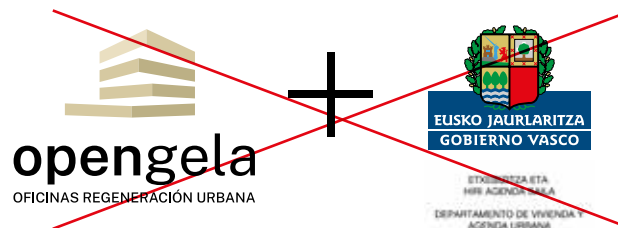
A. Preferente, con faldón.

En este caso la marca Gobierno Vasco lo hará con las proporciones y distancias establecidas como se muestra debajo, con la marca Gobierno Vasco en NEGRO monocromo y justificada en sus extremos con la marca OPENGELA.

En canales propios, podrán convivir el logo del área concreta con el del Departamento de Vivienda y Agenda Urbana del Gobierno Vasco en su versión negra. En diseños donde no haya demasiado espacio para la incorporación de la marca o en canales externos, no propios del Gobierno, se priorizará el uso combinado con faldón.



B. Secundaria, con la marca vertical



› CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS 4.2 Con la marca UNION EUROPEA

Marca «Financiado por la Union Europea»

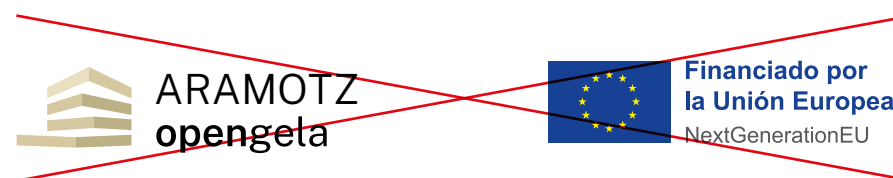
Marca Genérica

Dentro de los canales propios de promoción si la marca OPENGELA genérica debe convivir con la marca de la UE, en todas las aplicaciones que sea posible ambas marcas aparecerán en sus colores.



Marca con distritos

La marca por distritos **no se utilizará nunca SÓLA con la marca UE**, siempre deberán aparecer más marcas y se seguirán las indicaciones del apartado siguiente, 4.3



En algún distrito o elemento concreto puede que se use la marca «Life» en vez de la «Financiado por la Union Europea». En este caso se seguirá la misma norma: cuando aparece la marca genérica la marca de la UE en color y cuando aparece la marca con distrito y en conjunto con otras, la marca de la UE, monocroma negra o blanca.



Lema descriptivo

Solo en material donde se viertan posibles opiniones (newsletters, notas de prensa, página web...) se añadirá el lema dentro de un cuadrado.

Co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or CINEA. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Co-financiado por la Unión Europea. Los puntos de vista y opiniones expresadas son únicamente los de sus autores y no reflejan necesariamente los de la UE o CINEA. Ni la Unión Europea ni la autoridad financiadora pueden ser consideradas responsables de ellos.



> CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS 4.3 Normas de aplicación generales

Normas de aplicación generales

A. Canales Propios

Marca Genérica

SÓLO con Gobierno Vasco:

Dentro de los canales propios de promoción, si la marca OPENGELA genérica debe convivir con la marca del Gobierno Vasco se utilizará preferentemente la marca con faldón.



CON más marcas

Dentro de los canales propios de promoción, si la marca OPENGELA genérica debe convivir con más marcas el resto deberán aparecer a diferente nivel y en sus colores



> CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS *4.3 Normas de aplicación generales*

**A. Canales Propios**

**Marca con distritos**

En éste caso la marca OPENGELA aparece siempre junto al Gobierno Vasco y también, siempre con otras otras marcas asociadas.

Por tanto **no utilizaremos** la marca con faldón.

Se establece un nivel claro de proporciones entre la marca OPENGELA del distrito y las demás. De tal modo que no sea confuso la diferencia de niveles. Y las demás marcas usarán su versión monocroma en negro o en blanco.

Si por alguna necesidad deben estar todas las marcas al mismo nivel, se utilizará la versión en color de todas.

**Diferente Nivel**



**Mismo Nivel**

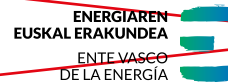


> CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS *4.3 Normas de aplicación generales*

**B. Canales Externos**

En canales externos la versión a utilizar será la preferente con faldón, conjunta de la marca OPENGELA y la marca GOBIERNO VASCO. Dependiendo del canal se podrá usar la versión con el departamento o sin él.

La versión de la Marca por Distritos **no se utilizará** en canales externos



5

# WEB Y DISPOSITIVOS MÓVILES





## > WEB Y DISPOSITIVOS MÓVILES

### Página web



# 6

## DISTRITOS

- 6.1 Normas para la personalización de la marca por distrito
- 6.2 Normas generales
  - 1. Tarjetas
- 6.3 Carteles temporales versión marca
- 6.4 Carteles temporales versión infografía o plano
- 6.5 Placas permanentes
- 6.6 Rotulación oficinas



> **DISTRITOS** *6.1. Normas para la personalización de la marca por distrito*

En un intento de identificación con el barrio la marca hará compatible su uso local en las distintas oficinas de distritos de cada barrio incorporando el nombre del barrio en la propia marca.

**Normas para la personalización de la marca por distrito**

Se establecen tres posibilidades para la personalización, en función de la dimensión del nombre definido.

Las tres opciones regulan la relación de proporciones entre el símbolo / nombre / opengela. Estableciendo como preferente la opción 1, secundaria la opción 2 y ocasional la opción 3.

No se contempla ninguna otra aplicación fuera de las normas de estas tres opciones.

Se muestran como ejemplo una para cada caso.

OPCIÓN 1



**ARAMOTZ**  
**opengela**

OPCIÓN 2



**AURORA**  
**VILDOSOLA**  
**opengela**

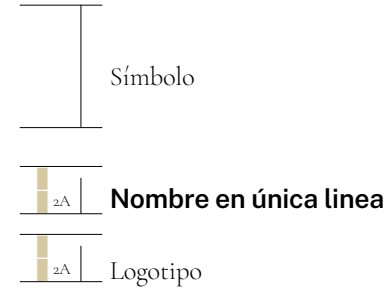
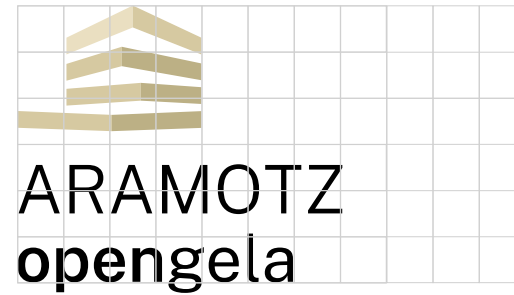
OPCIÓN 3



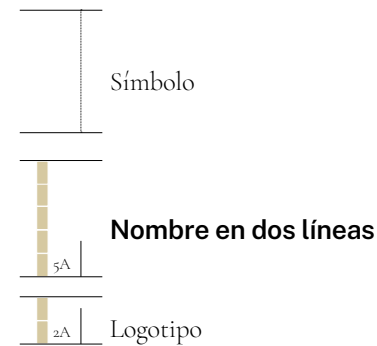
**PIO XII, BELASKOENEA,**  
**ADUANA ZAHARRA**  
**opengela**

> **DISTRITOS** *6.1. Normas para la personalización de la marca por distrito*

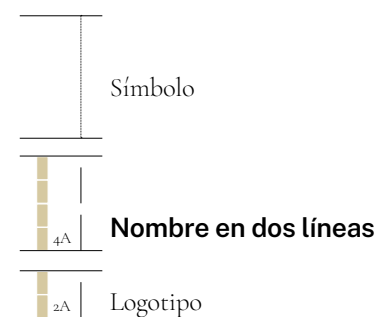
OPCIÓN 1  
preferente



OPCIÓN 2  
secundaria



OPCIÓN 3  
ocasional



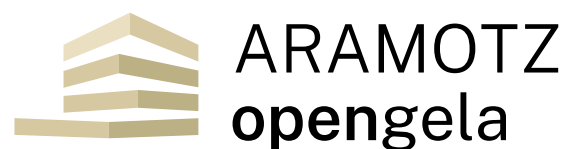
## > **DISTRITOS** *6.1. Normas para la personalización de la marca por distrito*

La opción principal será la vertical. Como segunda opción, para rotulaciones especiales se permitirá la opción horizontal.

Se muestran como ejemplo una para cada caso.

---

OPCIÓN  
HORIZONTAL 1



---

OPCIÓN  
HORIZONTAL 2



---

OPCIÓN  
HORIZONTAL 3



› **DISTRITOS** 6.2. Normas generales

**Papelería, documentación oficina**

Todas las convocatorias, licitaciones, convenios y resto de instrumentos jurídicos, que se desarrollen en este ámbito, deberán contener tanto en su encabezamiento como en su cuerpo de desarrollo la siguiente referencia:

Si son **CON** Financiación Europea:

«**Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU**»

Si son **SIN** Financiación Europea:

«**Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia**»

Para la creación de documentos que precisen realizarse en euskera, el texto «Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia» deberá traducirse como:

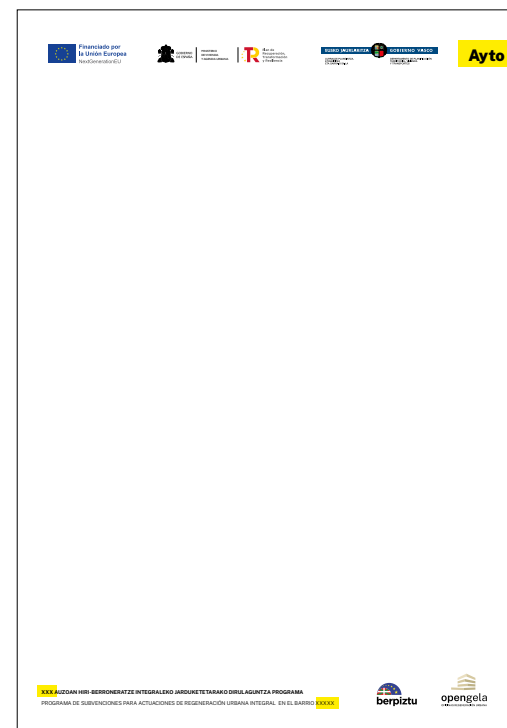
«**Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana**»

**Se aplicará a documentos como:**

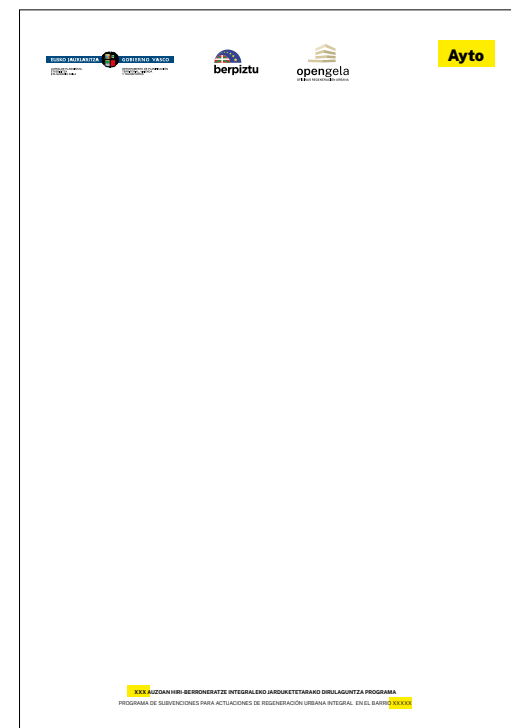
- Tarjetas de visita
- Formularios de solicitudes de ayudas
- Anuncios de licitación
- Pliegos de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas
- Contratos
- Trabajos presentados por el contratista (estudios, informes, encuestas, otros)
- Nota de prensa (referencia en el cuerpo del texto)

La versión de la marca a aplicar será como en el punto 4.3 del manual, la marca genérica OPENGELA y en convivencia con otras marcas al mismo nivel

Modelo documentos con Sellos NEXT-EU



Modelo documentos con Sellos FONDOS-PROPIOS



> **DISTRITOS** 6.2. Normas generales

**Tarjetas**

Se establecen dos opciones, una para distritos con financiación europea y otra para financiación con fondos propios.

**Formato:** 55 x 85 mm.

**Tipo de papel:** cartulina 250 gr.

**Color:** blanco.

Modelo tarjeta con fondos NEXT-EU



Public Sans Medium 7pt  
Public Sans Italic 6pt

Public Sans Light 5pt

Modelo tarjeta con fondos propios



Nombre Apellido  
Cargo Nonsequi Niminvelici occupta

C/ Industrialdea, Pab. F6 / 48140 LEIOA - Bizkaia (Spain)  
Tel. mov. +34 642 112 931 / Tel. +34 945 311 752  
info@opengela.com / [www.opengela.com](http://www.opengela.com)

› **DISTRITOS** 6.3. *Carteles Temporales versión marca*

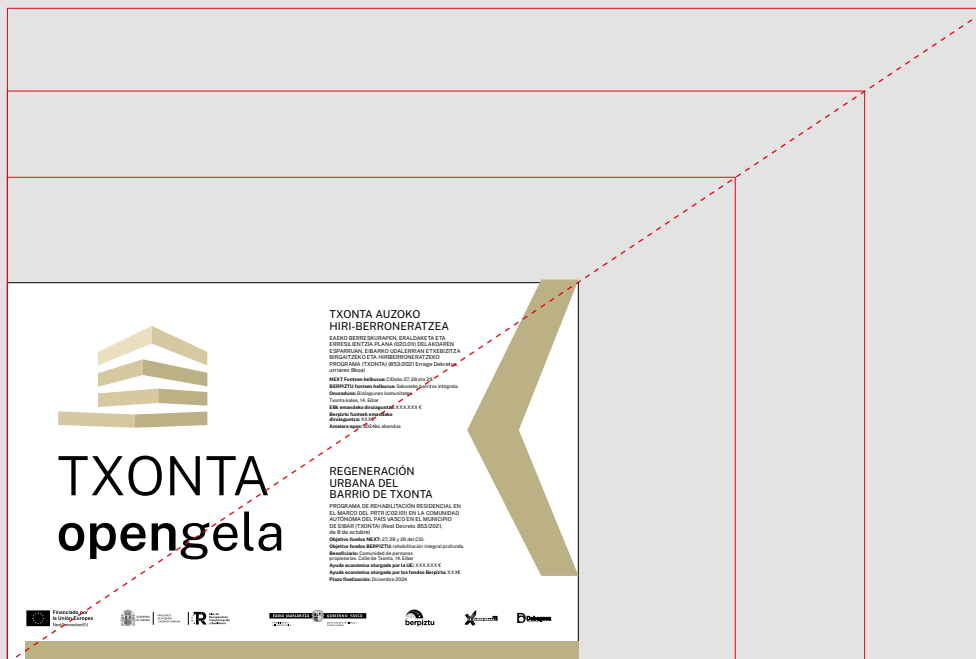
**Carteles Temporales versión marca**

En el caso de las actuaciones en las edificaciones, este cartel quedará fijado en el andamio o instalación que recubra la fachada del edificio, y en todo caso será conforme a lo dispuesto y de acuerdo a las ordenanzas municipales correspondientes. El cartel deberá ser de un material resistente a las condiciones meteorológicas (ignífugo, impermeable, resistente al viento...) y tendrá un tamaño mínimo (180x120cm) suficiente para que sea perfectamente visible y legible. En caso de modificar las dimensiones y se realicen carteles mayores, estas deberán ser proporcionales a la plantilla adjunta. Cuando se retiren los andamios se

realizará un nuevo cartel de dimensiones inferiores, (mínimo A3) siempre respetando las proporciones de las plantillas, y se colocará en un lugar visible de la fachada como por ejemplo el portal.

Para realizar dichos carteles se utilizarán las plantillas con un ejemplo aplicado que se muestran a continuación.

En función de la financiación del proyectos se establecen dos modelos: con financiación europea o sin ella.



420x280 mm

Aumento proporcional





> **DISTRITOS** 6.3. *Carteles Temporales versión marca*

Ejemplo: **CON** financiación europea

Marca personalizada

Contenido

Flecha

**TXONTA AUZOKO HIRI-BERRONERATZEA**  
 EAEKO BERRESKURAPEN, ERALDAKETA ETA ERRESILIENTZIA PLANA (020.01) DELAKOAREN ESPARRUAN, EIBARKO UDALERRIAN ETXEBIZITZA BIRGAITZEKO ETA HIRIBERRONERATZEKO PROGRAMA (TXONTA) (853/2021 Errege Dekretua, urriaren 8koa)  
**NEXT Funtzen helburua:** CIDeko 27, 28 eta 29.  
**BERPIZTU funtsen helburua:** Sakoneko berritze integrala.  
**Onuraduna:** Bizilagunen komunitatea.  
 Txonta kalea, 14. Eibar  
**EBk emandako dirulaguntza:** XXX.XXX €  
**Berpiztu funtsen emandako dirulaguntza:** XXX€  
**Amaiera epea:** 2024ko abendua

**REGENERACIÓN URBANA DEL BARRIO DE TXONTA**  
 PROGRAMA DE REHABILITACIÓN RESIDENCIAL EN EL MARCO DEL PRTR (C02.I01) EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO EN EL MUNICIPIO DE EIBAR (TXONTA) (Real Decreto 853/2021, de 8 de octubre)  
**Objetivo fondos NEXT:** 27, 28 y 29 del CID.  
**Objetivo fondos BERPIZTU:** rehabilitación integral profunda.  
**Beneficiario:** Comunidad de personas propietarias. Calle de Txonta, 14. Eibar  
**Ayuda económica otorgada por la UE:** XXX.XXX €  
**Ayuda económica otorgada por los fondos Berpiztu:** XXX€  
**Plazo finalización:** Diciembre 2024

**TXONTA opengela**

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU  
 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA  
 Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia  
 EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO  
 DEPARTAMENTO DE BIENESTAR Y ACCIÓN URBANA  
 berpiztu  
 X  
 Debogesa

**PIO XII, BELASKOENEA, ADUANA ZAHARRA AUZOKO HIRI-BERRONERATZEA**  
 Helburua: Sakoneko berritze integrala.  
 Onuraduna: Bizilagunen komunitatea.  
 Txonta kalea, 14. Eibar  
**EBk emandako dirulaguntza:** XXX.XXX €  
**Berpiztu funtsen emandako dirulaguntza:** XXX€  
**Amaiera epea:** 2024ko abendua

**PIO XII, BELASKOENEA, ADUANA ZAHARRA opengela**

**REGENERACIÓN URBANA DEL BARRIO DE PIO XII, BELASKOENEA, ADUANA ZAHARRA**  
 PROGRAMA DE REHABILITACIÓN RESIDENCIAL EN EL MARCO DEL PRTR (C02.I01) EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO EN EL MUNICIPIO DE EIBAR (PIO XII, BELASKOENEA) (Real Decreto 853/2021, de 8 de octubre)  
**Objetivo fondos NEXT:** 27, 28 y 29 del CID.  
**Objetivo fondos BERPIZTU:** rehabilitación integral profunda.  
**Beneficiario:** Comunidad de personas propietarias. Calle de Txonta, 14. Eibar  
**Ayuda económica otorgada por la UE:** XXX.XXX €  
**Ayuda económica otorgada por los fondos Berpiztu:** XXX€  
**Plazo finalización:** Diciembre 2024

Versión con la marca en Opción 3

12A  
Contenido

A Línea de marcas, logos, emblemas

1/2A

A

Europa / Ministerio / Gobierno Vasco / Berpiztu / Ayuntamiento / Entidad colaboradora (en caso de que exista)

> **DISTRITOS** 6.3. *Carteles Temporales versión marca*

Ejemplo: **SIN** financiación europea

Marca personalizada

Contenido

Flecha

**TXONTA AUZOKO HIRI-BERRONERATZEA**

**Helburua:** Sakoneko berritze integrala.  
**Onuraduna:** Bizilagunen komunitatea.  
 Txonta kalea, 14. Eibar  
**Berpiztu funtsek emandako dirulaguntza:** XXX€  
**Amaiera epea:** 2024ko abendua

**REGENERACIÓN URBANA DEL BARRIO DE TXONTA**

**Objetivo:** Rehabilitación integral profunda.  
**Beneficiario:** Comunidad de personas propietarias. Calle de Txonta, 14. Eibar  
**Ayuda económica otorgada por los fondos Berpiztu:** XX X€  
**Plazo finalización:** Diciembre 2024

**TXONTA**  
**opengela**

Logos: EUSKO JAURLARITZA, GOBIERNO VASCO, berpiztu, EIBAR TXONTA, Debegesa

**PIO XII, BELASKOENEA, ADUANA ZAHARRA**  
**opengela**

**TXONTA AUZOKO HIRI-BERRONERATZEA**

**REGENERACIÓN URBANA DEL BARRIO DE TXONTA**

**Objetivo:** Rehabilitación integral profunda.  
**Beneficiario:** Comunidad de personas propietarias. Calle de Txonta, 14. Eibar  
**Ayuda económica otorgada por los fondos Berpiztu:** XX X€  
**Plazo finalización:** Diciembre 2024

Logos: EUSKO JAURLARITZA, GOBIERNO VASCO, berpiztu, EIBAR TXONTA, Debegesa

Versión con la marca en Opción 3

12A  
 Contenido

A Línea de marcas, logos, emblemas

1/2A  
 A

Gobierno Vasco / Berpiztu / Ayuntamiento / Entidad colaboradora (en caso de que exista)

› **DISTRITOS** 6.4. *Carteles Temporales versión infografía o plano*

**Carteles Temporales versión infografía o plano**

En el caso de las actuaciones en la urbanización, la publicidad de las mismas se realizará, en un lugar visible, mediante un cartel rígido de 180 cm x 120 cm, resistente a las condiciones meteorológicas (ignífugo, impermeable, resistente al viento...).

Para realizar dichos carteles se utilizarán las plantillas con un ejemplo aplicado que se muestran a continuación.

En función de la financiación del proyectos se establecen dos modelos: con financiación europea o sin ella.

**CON financiación europea**



**OBRAREN HELBURUA ETA DESKRIBAPENA**

Urbanizazio-obrak hiri-zerbitzuak berrituko ditu: saneamendua, elektrizitatea, telefonía, gas naturala eta ur-hornidura.  
Era berean, Larrinagatxu errekatxoaren desbideratzeko lanak egingo dira, gaur egun azoko erdiko patioetik igarotzen da eta auzoaren mendebaldeko perimetrora desbideratuko da, errepidearen ondora. Obren helburua da, halaber, naturan oinarritutako konponbideak erabilzea, espazio publikoen iragazkortasun-baldintzak hobetzeko eta eremu horiek klimaren aldetik neutroak edota CO2ren hustubide bihurtzeko.

**OBJETIVOS Y DESCRIPCIÓN DE LA OBRA**

La obra de urbanización pretende renovar las instalaciones de saneamiento, electricidad, telefonía, gas natural y abastecimiento de agua.  
A su vez y como parte esencial de la intervención, se debe realizar el reencauzamiento del arroyo Larrinagatxu que actualmente pasa por el patio central del barrio, desviándolo al perímetro oeste del barrio, junto a la variante. La intervención tiene por objetivo también la incorporación de soluciones basadas en la naturaleza que permitan mejorar las condiciones de permeabilidad de los espacios públicos y avanzar en la transformación de estos ámbitos en lugares climáticamente neutros o sumideros de CO2.

**ARAMOTZ HIRI-BERRONERATZEA**

EAEKO BERRESKURAPEN, ERALDAKETA ETA ERRESILIENTZIA PLANA (020.01) DELAKOAREN ESPARRUAN, DURANGOKO UDALERRIAN ETXEBIZITZA BIRGAITZEKO ETA HIRIBERRONERATZEKO PROGRAMA (ARAMOTZ) (853/2021 Errege Dekretua, urriaren 8koa)

**NEXT Funtzen helburua:** CIDeko 27, 28 eta 29.  
**BERPIZTU funtsen helburua:** Sakoneko berritze integrala.  
**Onuraduna:** Bizilagunen komunitatea.  
Txonta kalea, 14. Eibar  
**EBk emandako dirulaguntza:** XXX.XXX €  
**Berpiztu funtsen emandako dirulaguntza:** XXX€  
**Amaiera epea:** 2024ko abendua

**REGENERACIÓN URBANA DEL BARRIO DE ARAMOTZ**

PROGRAMA DE REHABILITACIÓN RESIDENCIAL EN EL MARCO DEL PRTR (C02.I01) EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO EN EL MUNICIPIO DE ARAMOTZ (DURANGO) (Real Decreto 853/2021, de 8 de octubre)

**Objetivo fondos NEXT:** 27, 28 y 29 del CID.  
**Objetivo fondos BERPIZTU:** rehabilitación integral profunda.  
**Beneficiario:** Comunidad de personas propietarias. Calle de Txonta, 14. Eibar  
**Ayuda económica otorgada por la UE:** XXX.XXX €  
**Ayuda económica otorgada por los fondos Berpiztu:** XXX€  
**Plazo finalización:** Diciembre 2024



> **DISTRITOS** 6.4. Carteles Temporales versión infografía o plano

**SIN** financiación europea



**OBRAREN HELBURUA ETA DESKRIBAPENA**

Urbanizazio-obrak hiri-zerbitzuak berrituko ditu: saneamendua, elektrizitatea, telefonía, gas naturala eta ur-hornidura.  
Era berean, Larrinagatxu errekatxoaren desbideratzeko lanak egingo dira, gaur egun auzoko erdiko patiotik igarotzen da eta auzoaren mendebaldeko perimetrora desbideratuko da, errepidearen ondora. Obren helburua da, halaber, naturan oinarritutako konponbideak erabiltzea, espazio publikoen iragazkortasun-baldintzak hobetzeko eta eremu horiek klimaren aldetik neutroak edota CO<sub>2</sub>ren hustubide bihurtzeko.

**OBJETIVOS Y DESCRIPCIÓN DE LA OBRA**

La obra de urbanización pretende renovar las instalaciones de saneamiento, electricidad, telefonía, gas natural y abastecimiento de agua.  
A su vez y como parte esencial de la intervención, se debe realizar el reencauzamiento del arroyo Larrinagatxu que actualmente pasa por el patio central del barrio, desviándolo al perímetro oeste del barrio, junto a la variante. La intervención tiene por objetivo también la incorporación de soluciones basadas en la naturaleza que permitan mejorar las condiciones de permeabilidad de los espacios públicos y avanzar en la transformación de estos ámbitos en lugares climáticamente neutros o sumideros de CO<sub>2</sub>.

**ARAMOTZ  
HIRI-BERRONERATZEA**

**Helburua:** Urbanizazio-obrak eta Larrinagatxu errekatxoaren desbideratzeko lanak

**Onuraduna:** XXXXXXXX XXXXX XXXXX  
XXXXX

**Berpiztu funtsek emandako dirulaguntza:** XXX€

**Amaiera epea:** 2024ko abendua

**REGENERACIÓN  
URBANA DEL  
BARRIO DE ARAMOTZ**

**Objetivo:** Obras de urbanización y reencauzamiento del arroyo Larrinagatxu

**Beneficiario:** XXXXXXXX XXXXX XXXXX  
XXXXX

**Ayuda económica otorgada por los fondos Berpiztu:** XXX.XXX €

**Plazo finalización:** Diciembre 2024



› **DISTRITOS** 6.5. *Placas Permanentes*

**Placas Permanentes**

Una vez finalizada la obra se colocará una placa permanente en lugar visible del edificio beneficiario.

**Formato 297 x 198 mm en aluminio.**

El aluminio deberá ser de un tono muy oscuro. Para este caso, siguiendo las indicaciones del manual (pag 19) se utilizarán dos colores.

**Serigrafiada en dos tintas: blanco y Pantone 452 C.**

**CON** financiación europea

La línea de marcas/logos /emblemas, sigue las mismas normas que en los carteles temporales, con la diferencia de que aquí se utilizará sólo una tinta en esta línea.

En función de la financiación del proyecto se establecen dos modelos: con financiación europea o sin ella.

En cuanto al periodo de tiempo, debe instalarse en un plazo de tres meses a partir de la conclusión de la obra y por un periodo de, al menos, 4 años.

Si no es posible utilizar el tono de aluminio oscuro que es el indicado y preferente se reemplazará por PVC negro.



> **DISTRITOS** 6.5. *Placas Permanentes*



**SIN** financiación europea

**TXONTA AUZOKO HIRI-BERRONERATZEA**  
 Helburua: Sakoneko berritze integrala.  
 Onuraduna: Bizilagunen komunitatea.  
 Txonta kalea, 14. Eibar  
 Berpiztu funtsetako dirulaguntza: XXX €  
 Amaiera epea: 2024ko abendua

**TXONTA opengela**

**REGENERACIÓN URBANA DEL BARRIO DE TXONTA**  
 Objetivo: Rehabilitación integral profunda.  
 Beneficiario: Comunidad de personas propietarias.  
 Calle de Txonta, 14. Eibar  
 Ayuda económica otorgada por los fondos Bepiztu: XXX €  
 Plazo finalización: Diciembre 2024

EUSKO JAURIARITZA GOBIERNO VASCO  
 berpiztu  
 EIBARRO UDALTA  
 Debegea

> **DISTRITOS** 6.6. Rotulación oficinas

**Rotulación oficinas**

Para la rotulación de oficinas utilizaremos los mismos elementos gráficos indicados anteriormente en los carteles:

- 1. Marca OPENGELA personalizada / 2. Línea de marcas, logos, emblemas / 3. Elemento gráfico corporativo: flecha

**Materiales: Vinilo de corte al ácido y vinilo de corte opaco dos colores: blanco y Pantone 452 C**



**CON** financiación europea



Casos especiales donde no se puede vinilar los cristales



> **DISTRITOS** 6.6. Rotulación oficinas



**SIN** financiación europea



Casos especiales donde no se puede vinilar los cristales

