

Manual de Identidad Visual



montaña  palentina



# montaña palentina

Manual de Identidad Visual

Proyecto desarrollado por  
Treze Comunicación para la  
Agrupación Comarcal de Desarrollo Montaña Palentina



En el marco del Proyecto de Cooperación:  **Mover Montañas**



plaza del ochavo, 2 \_ 47001 valladolid  
T. 983 336 396 \_ treze.com.es



## Elementos básicos de identidad

- Símbolo
- Forma verbal
- Tipografía corporativa
- Marca A. Versión Básica
- Marca B. Versión Sello
- Marca C. Versión Firma
- Aplicación del color
- Positivo y negativo

## 1.1. Elementos básicos de identidad: **Símbolo.**

---



## 1.2. Elementos básicos de identidad: **Forma verbal.**

---

montaña **palentina**

### 1.3. Elementos básicos de identidad: **Tipografía corporativa.**

---

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Trade Gothic Condensed

montaña

**palentina**

Trade Gothic Bold Condensed

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

## 1.4. Elementos básicos de identidad: **Marca A. Versión Básica.**

---

Se trata de la versión básica de la marca. Su uso se destina a una representación de carácter más global o territorial. Identifica de una forma directa y legible el territorio.



montaña palentina

## 1.5. Elementos básicos de identidad: **Marca B. Versión Sello.**

---

Esta versión está destinada, principalmente, al marcaje de productos y servicios desarrollados en la Montaña Palentina. Su formalización gráfica, con apariencia de sello, tiene una legibilidad limitada para ser empleada en otro tipo de aplicaciones.



## 1.6. Elementos básicos de identidad: **Marca C. Versión Firma.**

---

La versión Firma comparte función con la anterior, es decir, está destinada al marcaje de productos y servicios desarrollados en la Montaña Palentina. Sin embargo, su uso resulta más amplio al destinarse, además, a una identificación asociada a la de los agentes socioeconómicos del territorio, o en la señalización con carácter de marco territorial.



montaña palentina

## 1.7. Elementos básicos de identidad: **Aplicación de color.**

---

Para un uso versátil de las tres versiones de la marca, no se contemplan criterios rígidos en la aplicación del color. En cualquier caso, siempre se utilizará un único color para el conjunto de la marca.

Se empleará el más adecuado a cada entorno gráfico, atendiendo a:

- Nivel de protagonismo.
- Armonía cromática con el entorno de aplicación.



## 1.8. Elementos básicos de identidad: **Positivo y Negativo.**

---

En la construcción de los elementos que integran la marca, en cualquiera de las tres versiones, se ha tenido muy presente que su uso en negativo o positivo resultara igual de eficaz. Únicamente dependerá de la idoneidad de cada caso.

Para la aplicación del color en las versiones en negativo, se seguirán los mismos criterios recogidos en el apartado anterior.



## 2

### Entornos de aplicación

- A. Promoción territorial
- B. Productos y servicios
- C. Señalización del territorio

## 2.A. Entornos de aplicación. Promoción territorial.

---

- Promoción gráfica: Cartel, vallas publicitarias, anuncios en prensa,...
- Televisión: Anuncios.
- Medios audiovisuales.
- Internet: Web, banner publicitario,...
- Merchandising.
- ....

### Versiones

---

Marca B. Versión Sello



Marca C. Versión Firma



Marca A. Versión Básica

### Criterios generales de aplicación

---

- **Elección de versión:** Se utilizará prioritariamente la versión Básica, al resultar la más legible. En cualquier caso, queda totalmente abierta la posibilidad de utilización del resto de las versiones, para no limitar las posibilidades creativas en aplicaciones con un marcado carácter publicitario.
- **Aplicación de color:** Sin restricciones. El más adecuado al entorno gráfico de cada caso.
- **Positivo o negativo:** El más adecuado al entorno gráfico de cada caso.

## 2.A.1. Entornos de aplicación. Promoción territorial. **Ejemplo 1: Valla publicitaria.**

---



## 2.A.2. Entornos de aplicación. Promoción territorial. **Ejemplo 2: Merchandising.**

---



## 2.A.3. Entornos de aplicación. Promoción territorial. **Ejemplo 3: Merchandising.**

---



## 2.B. Entornos de aplicación. Productos y servicios.

---

- Servicios turísticos.
- Productos agroalimentarios.
- Artesanía.
- Otros productos y servicios.

### Versiones

---



Marca B. Versión Sello

Marca C. Versión Firma



### Criterios generales de aplicación

---

- **Elección de versión:** en función del nivel de representación:
  - **Versión Sello:**
    - Identificación del lugar de origen de productos y servicios.
  - **Versión Firma:**
    - Identificación del lugar de origen de productos y servicios.
    - Identificación asociada a la de los agentes socioeconómicos del territorio.
- **Aplicación de color:** Sin restricciones. El más adecuado al entorno gráfico de cada caso.
- **Positivo o negativo:** El más adecuado al entorno gráfico de cada caso.
- **Ubicación:** El uso de la marca en estas aplicaciones, siempre tiene carácter de sello o firma territorial. Su protagonismo siempre estará supeditado a:
  - La marca o denominación del producto o servicio principal.
  - La identificación del agente socioeconómico.La versión Firma siempre se ubicará en el extremo derecho de las aplicaciones y dentro de una banda.

## 2.B.1. Entornos de aplicación. Productos y servicios. **Ejemplo 1: Alimentación.**

---



## 2.B.2. Entornos de aplicación. Productos y servicios. **Ejemplo 2: Alimentación.**

---



## 2.B.3. Entornos de aplicación. Productos y servicios. **Ejemplo 3 : Alimentación.**

---



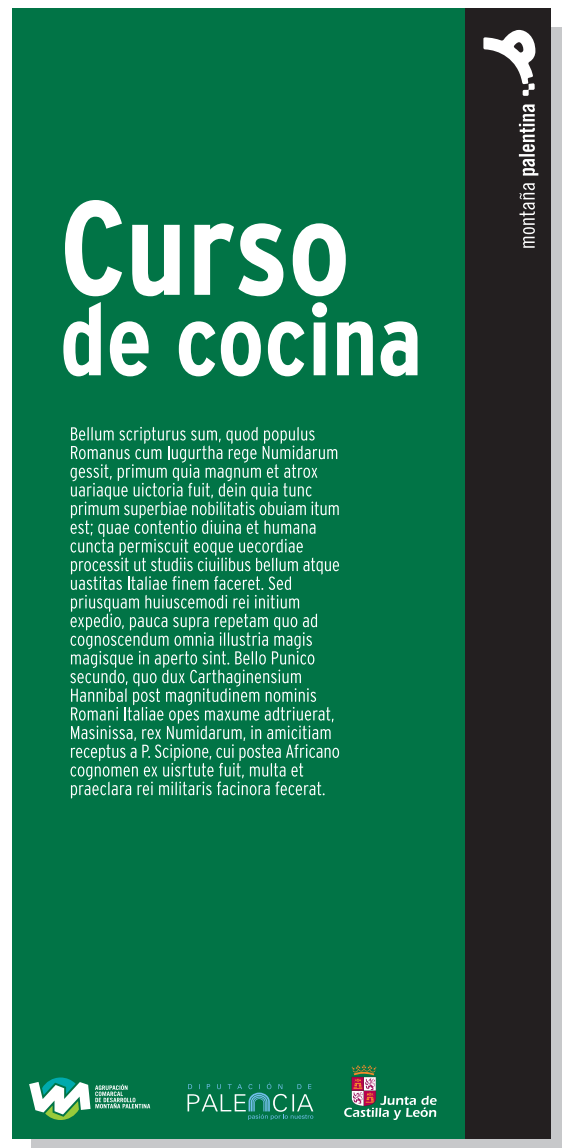
## 2.B.4. Entornos de aplicación. Productos y servicios. Ejemplo 4: Publicación.

---



## 2.B.5. Entornos de aplicación. Productos y servicios. Ejemplo 5: Cartel-Folleto.

---



## 2.B.6. Entornos de aplicación. Productos y servicios. **Ejemplo 6: Tarjeta comercial.**

---



## 2.C. Entornos de aplicación. Señalización del territorio.

---

- General: en zonas de acceso a la Montaña Palentina.
- Asociada a municipios y localidades.
- Asociada a rutas y otros espacios.

### Versiones

---



### Criterios generales de aplicación

---

- **Elección de versión:** en función del nivel de representación:
  - **Versión Básica:**
    - Identificación territorial genérica.
  - **Versión Firma:**
    - Identificación asociada a municipios y localidades.
    - Identificación asociada a rutas y otros espacios.
- **Aplicación de color:** Sin restricciones. El más adecuado al entorno gráfico de cada caso.
- **Positivo o negativo:** El más adecuado al entorno gráfico de cada caso.
- **Ubicación:** La versión Firma siempre se ubicará en el extremo derecho de las aplicaciones y dentro de una banda.

## 2.C.1. Entornos de aplicación. Señalización del territorio. **Ejemplo 1: Señal - Valla.**

---



## 2.C.2. Entornos de aplicación. Señalización del territorio. **Ejemplo 2: Señal Localidad.**

---



## 2.C.3. Entornos de aplicación. Señalización del territorio. Ejemplo 3: Señal Ruta.

---

