

Costa Quebrada

Guía de aplicación de marca



Versión 1.0 | **Mayo 2025**

Nuestra marca refleja y define nuestra identidad y la forma en que nos perciben nuestros aliados y grupos de interés.

Esta guía establece las normas y elementos de diseño que garantizan una imagen coherente y clara de Costa Quebrada, asegurando siempre una comunicación efectiva y funcional de nuestros valores.

Los elementos visuales que permiten expresarse a nuestra marca

Esta guía es un documento que establece las normas y directrices para el uso correcto y coherente de los elementos visuales de una marca **Costa Quebrada**. Su propósito es asegurar una identidad sólida y uniforme en todas las formas de comunicación, tanto internas como externas.

Elementos básicos de identidad	04
Marca	06
Color	16
Tipografía	21
Convivencia de marcas	28
Papelería básica	32
Señalización y señalética	44
Vehículos	64
Ferías y congresos	64
Vestuario	72

Elementos básicos de identidad

Una nueva identidad sobria y sencilla pero muy completa

Kit de identidad

05

Nuestros elementos básicos, correctamente utilizados, se convierten en la base de la comunicación que deseamos para **Costa Quebrada**.

Elementos básicos de identidad

Nuestro universo gráfico está lleno de posibilidades

En esta página mostramos los elementos fundamentales que conforman la identidad visual de **Costa Quebrada** y que nos hacen reconocibles: logotipo, tipografías corporativas, colores corporativos y nuestros recursos gráficos.

En las siguientes páginas de este manual describimos en detalle cada uno de ellos, incluyendo ejemplos y pautas de aplicación.

Marca gráfica



Colores corporativos



Tipografía corporativa

AaBbCcDd

Recursos gráficos



Marca

Una nueva etapa que avanza y hace avanzar

La marca gráfica **Costa Quebrada** —en cualquiera de sus versiones— debe utilizarse en el 100% de sus comunicaciones internas y externas.

Esta está diseñada para su uso en instalaciones, programas y eventos así como comunicación digital y tradicional, etc.

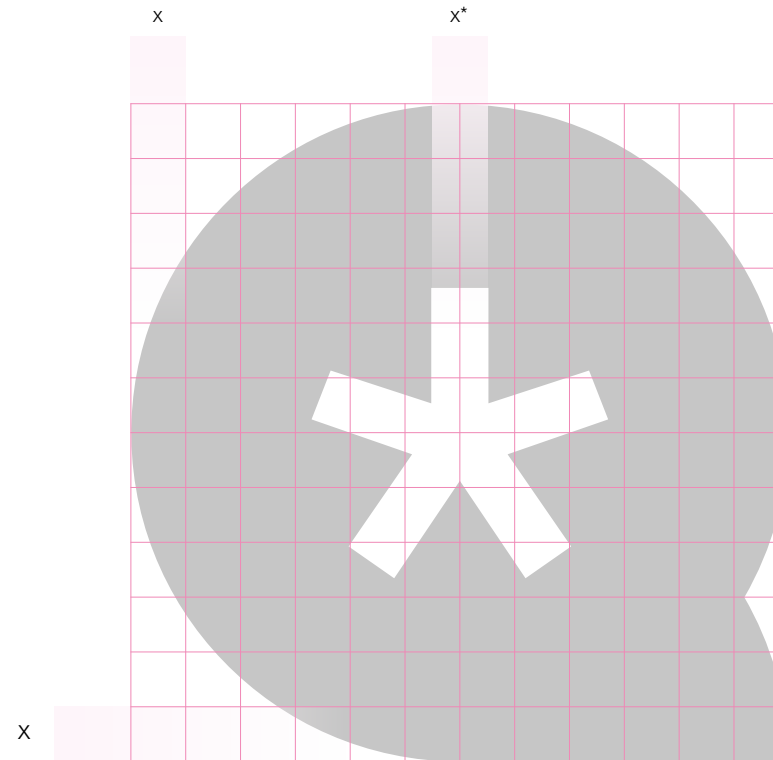
Símbolo	07
Marca gráfica	08
Áreas de reserva	11
Reducción mínima	12
Sellos de calidad	13
Usos incorrectos	15

Símbolo. Construcción gráfica

Sintetizamos el corazón del territorio en un signo moderno y atemporal

Nacido de la síntesis entre la riqueza geológica del territorio y su identidad nominal, el símbolo de **Costa Quebrada** representa una abstracción visual del *Micraster*—galán absoluto del territorio—.

Además el uso de una geometría simple y atemporal refuerza la intención de crear una marca perdurable, clara y fácilmente reconocible.



La unidad básica (x) usada para la construcción del símbolo es calculada tomando como referencia el ancho de cualquiera de las aristas del «».

Una nueva identidad gráfica dinámica y adaptable a cualquier circunstancia

Con el fin de garantizar la máxima versatilidad, legibilidad y consistencia de la identidad visual en distintos soportes y contextos, se han desarrollado dos versiones complementarias del logotipo de **Costa Quebrada**: una horizontal (principal) y otra alternativa (vertical).

Versión principal (horizontal)

Esta versión es la forma principal y preferente del logotipo. Su disposición apaisada facilita la lectura continua del símbolo y el nombre. Transmite estabilidad, claridad y equilibrio visual y se adapta especialmente bien a:

- Encabezados de documentos.
- Websites y banners digitales.
- Papelería corporativa (membretes, sobres, etc.).
- Aplicaciones con espacios amplios en horizontal.

Versión alternativa (vertical)

La variante vertical ha sido diseñada para garantizar una aplicación óptima en espacios restringidos o de formato más compacto, donde la versión horizontal no resulta funcional. Esta versión es especialmente útil en:

- Redes sociales (publicaciones cuadradas).
- Pequeños materiales promocionales (stickers, chapas, ...).
- Aplicaciones móviles o apps.
- Elementos con disposición centrada o simétrica.

Marca. Construcción gráfica

Una nueva identidad gráfica para uno de los tesoros naturales de Cantabria

El nuevo *branding* de **Costa Quebrada** surge con el objetivo principal de optimizar, simplificar y armonizar el universo gráfico del territorio.

Para ello, se ha creado una marca sencilla, efectiva y fácilmente reconocible, que evita modas pasajeras y busca mantenerse vigente y sólida frente al inevitable paso del tiempo.

Versión principal (horizontal)



*La unidad básica (x) usada para la construcción de la marca es calculada tomando como referencia el ancho del «+» que forma parte del símbolo (*Micraster*).

Marca. Construcción gráfica

Nos hacemos más compactos para lucir mejor en espacios reducidos

En espacios reducidos o formatos donde una disposición horizontal resultaría poco funcional o ilegible, **Costa Quebrada** podrá adoptar una forma alternativa que permite conservar la identidad visual de forma clara y equilibrada pese a dificultades del espacio.

Versión alternativa (vertical)

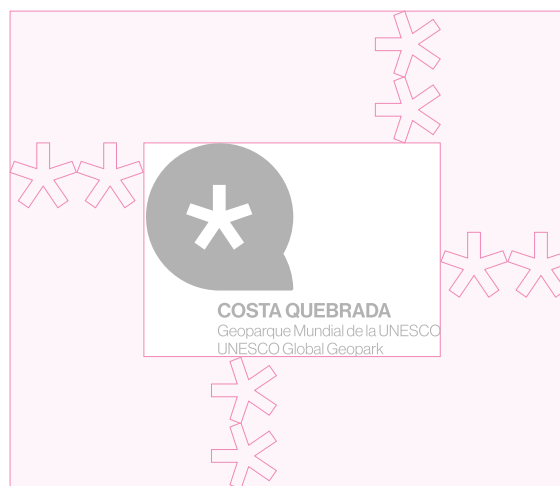


Marca. Márgenes diáfanos

Para nosotros la salud es lo primero y eso comienza con el respeto por el área

Para facilitar una óptima percepción de la marca, ésta estará rodeada de un perímetro de seguridad, denominado área de protección o márgenes diáfanos, los cuales deberán ser siempre respetados.

Sólo si en alguna ocasión la marca se aplica como elemento único dentro de un soporte, o se utiliza como elemento ilustrativo, podrán variarse o suprimirse estas zonas de protección.



El área mínima de protección queda construido a partir del ancho del «*» que forma parte del símbolo (*Micraster*).

Marca. Reducción mínima

Para una óptima percepción de la marca se deberá respetar su tamaño mínimo

La marca **Costa Quebrada** deberá tener unas dimensiones mínimas de reproducción que deberán ser respetadas en todo momento para una óptima reproducción y visualización de la misma.

Versión principal



Versión alternativa



Tamaño mínimo de reproducción: 20 px en pantalla y 7 mm. en impresión.



Tamaño mínimo de reproducción: 48 px en pantalla y 17 mm. en impresión.

Marca. Sellos de calidad

A veces incluiremos avales externos que respaldan nuestro compromiso con la excelencia

Costa Quebrada cuenta con el respaldo de dos organizaciones de reconocido prestigio (*UNESCO* y *GGM*). Por ello se habrá ocasiones en las que se incluirá junto a nuestra marca sus marchamos de calidad. Esta inclusión comunica que el geoparque cumple con rigurosos criterios de conservación, educación y desarrollo sostenible; refuerza la credibilidad del proyecto ante visitantes, autoridades y socios y además eleva su valor como destino turístico y científico.

Tamaño máximo



Cualquier cuño de calidad a incluir no podrá superar la altura del grupo que conforman las tres líneas de texto de nuestra marca



Distancia mínima



Para una correcta percepción de las marcas se deberá respetar una distancia mínima que bajo ningún concepto podrá ser variada

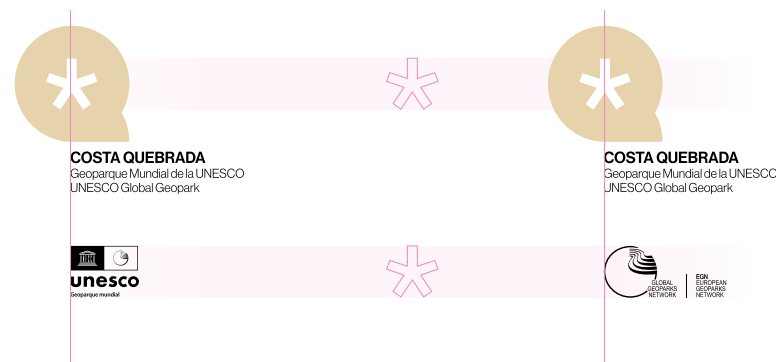


Marca. Sellos de calidad

Todas las versiones de nuestra marca tiene derecho a ir acompañadas

Sea cual sea la versión de marca (horizontal o vertical) a utilizar, esta podrá ser escoltada por los marchamos de calidad siempre que se respeten las normas de uso y reproducción.

Tamaño máximo



Si es la versión vertical la acompañada, el sello de calidad no podrá superar la altura del asterisco de nuestra marca que simboliza el *Micraster* e irá alineado a la izquierda en bandera.

Distancia mínima



Para una correcta percepción de ambas marcas se deberá respetar una distancia mínima que bajo ningún concepto podrá ser variada.

Marca. Usos incorrectos

Somos libres y abiertos de mente, pero con nuestra marca no se juega

Para mantener un *branding* consistente es imprescindible controlar la calidad de las aplicaciones de la marca en los diferentes procesos de reproducción e implantación.

Construcción, gama cromática, uso del color, tipografías, han sido objeto de un minucioso proceso de diseño, por lo que no se permitirá modificación alguna.

A fin de evitar desviaciones en la aplicación de la marca **Costa Quebrada**, se recogen en este epígrafe algunos ejemplos de aplicaciones inaceptables.



Color

Una gama cromática llena de posibilidades que define nuestro territorio

Construimos una paleta equilibrada que aporta versatilidad y coherencia a la hora de aplicar la marca. Esta variedad cromática facilita la creación de composiciones armoniosas, diferencia elementos y su adaptación a distintos contextos sin comprometer la identidad de la marca.

Colores corporativos	17
Uso y combinaciones	18
Usos monocromos	19
Marca y sellos de calidad	19

Color. Colores corporativos

Una nueva línea cromática para un nuevo geoparque

Los colores corporativos son una parte muy importante de la identidad visual de nuestra marca. Por ello, haciendo un uso apropiado y consistente, estableceremos una relación directa entre nuestros colores y nuestra marca.

Los colores principales que representan la marca **Costa Quebrada** son el beige, el azul y el verde corporativo.

Colores principales

Beige

Pantone 7502 C
C: 6 / M: 14 / Y: 35 / K: 7
R: 230 / G: 210 / B: 170
#E6D2AA

70% P 7502 C

50% P 7502 C

30% P 7502 C

Verde

Pantone 555 C
C: 85 / M: 17 / Y: 76 / K: 57
R: 00 / G: 84 / B: 54
#005436

70% P 555 C

50% P 555 C

30% P 555 C

Azul

Pantone 7469 C
C: 100 / M: 31 / Y: 8 / K: 44
R: 0 / G: 85 / B: 127
#005C84

70% P 7469 C

50% P 7469 C

30% P 7469 C

Color. Usos y combinaciones

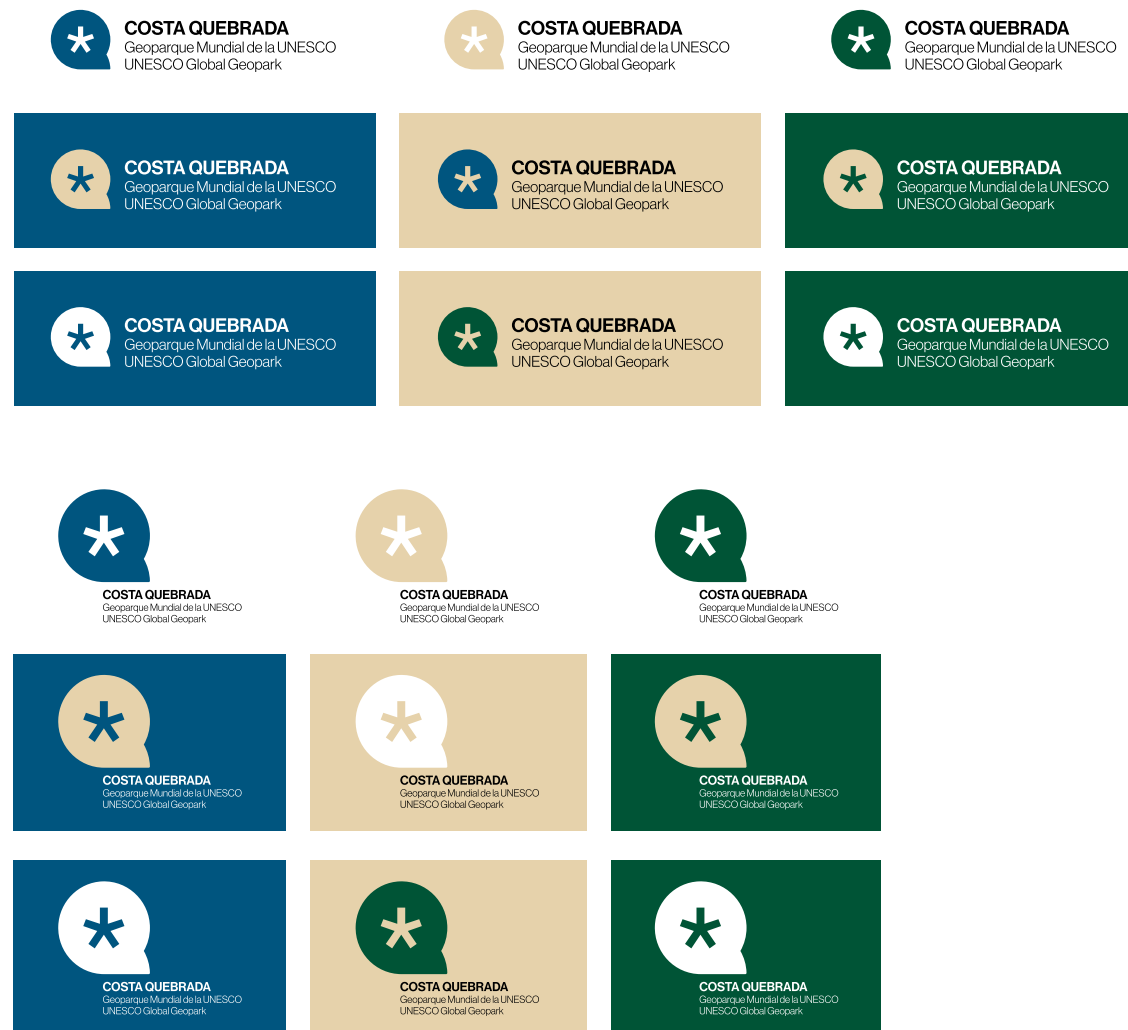
Usa nuestros colores en la proporción adecuada

La aplicación de nuestros colores se debe realizar de una manera controlada, para conseguir que siempre se perciba la marca de una manera óptima y adecuada.

En comunicación comercial el azul corporativo y el beige serán protagonistas, mientras que en comunicación corporativa podrá utilizarse el verde, siempre en las combinaciones permitidas.

Cualquier otra armonización o mezcla cromática no está permitida

Usos permitidos



Color. Usos monocromos

Otras posibilidades de reproducción para los momentos más complicados

Cuando las condiciones técnicas o de impresión limiten el uso de color se deberá usar la marca en sus versiones monocromas. Estas asegurarán que la identidad visual de **Costa Quebrada** mantenga su reconocimiento y coherencia en dichas condiciones sin perder fuerza ni legibilidad.

Usos permitidos



Color. Marca y sellos de calidad

Solo o acompañada a nuestra marca siempre hay que cuidarla

El respeto por un uso del color programado garantiza que la marca y sus sellos de calidad se adapten a distintos medios sin perder identidad, asegurando visibilidad, y teniendo siempre claro quien debe predominar gráficamente.

En este epígrafe aparecen todos los usos permitidos cuando **Costa Quebrada** vaya acompañada de alguno de sus marchamos de calidad, cualquier otra combinación de color no está permitida.

Costa Quebrada. Guía de aplicación de marca

Usos permitidos



Solo se podrá reproducir la marca de la **UNESCO** en su azul corporativo junto a la marca **Costa Quebrada** color arena, para acompañar cualquier otra versión deberá ir reproducido en negro



Tipografía

Un buen uso tipográfico es capital en una comunicación moderna y eficaz

Escribir, decir y transmitir, pero hacerlo bien.
Los mensajes de **Costa Quebrada** resultarán
mucho más claros y concisos utilizando
correctamente las tipografías elegidas y todas
sus posibilidades.

Aplicarlas de forma uniforme en todos los
materiales de comunicación transmitirá
profesionalismo, facilitará la lectura y fortalecerá
el reconocimiento de la marca en distintos
canales y formatos.

Corporativa	22
De comunicación	23
Web	24
Secundaria	25
Recomendaciones	26
Pautas básicas	27

Firme, de trazos limpios y adaptada como pocas a los nuevos tiempos

Quizás el elemento clave de nuestra identidad es la tipografía. Su correcto uso y empleo ofrece carácter, coherencia y temperamento a nuestra marca.

Nuestra familia tipográfica es la «*Haas Grotesk Display*». De gran legibilidad, sus formas limpias y geométricas hacen de ella el vehículo perfecto tanto para textos pequeños como para grandes titulares y la convierten en el ingrediente perfecto para una comunicación directa y moderna.

Haas Grotesk Display Bold

¡Hola Haas!

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿**

Haas Grotesk Display 55 Roman

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿**

Haas Grotesk Display 56 Italic

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿**

Haas Grotesk Display 95 Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿**

Haas Grotesk Display 76 Bold Italic

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿**

Tipografía. De comunicación

Elegante y de excelente legibilidad, es el aderezo perfecto para cuerpos de textos largos

La tipografía es más que un elemento de diseño. Nos ayuda a articular nuestros mensajes y a que se entienda mejor lo que decimos.

Moderna y muy legible, se ha elegido como tipografía de comunicación o acompañamiento la familia «*Lyon Text*», una estirpe que emparenta perfectamente con la personalidad de **Costa Quebrada** y que se usará sólo para cuerpos de texto largos o muy largos en los que prime el interés lector.

Lyon Text Regular

¡Hola Lyon Text!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿

Lyon Text Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿*

Lyon Text Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿***

Lyon Text Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿**

Lyon Text Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿**

Una Google font muy próxima al carácter visual de nuestra tipografía corporativa

Elegimos la familia «*Inter*» como tipografía web de **Costa Quebrada**. Fuente de código abierto de *Google Fonts*, «*Inter*» asegura carga rápida, disponibilidad universal, parecido formal y fácil integración web. De este modo, se mantiene la identidad gráfica sin perder eficiencia técnica.

Inter Bold

¡Hola Inter!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿

Inter Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿

Inter Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿**

Inter Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿*

Inter Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!".\$%&/()=?¿***

Dos alternativas muy válidas para compartir documentos

Por razones de compatibilidad, algunas veces se necesita una tipografía secundaria —o de sistema— que pueda visualizarse en cualquier entorno informático.

Se usarán estas tipografías sólo cuando se compartan documentos editables, como por ejemplo Word, PowerPoint o la firma digital.

En esos casos, se usará principalmente la familia «*Helvetica*» y en su ausencia la «*Arial*» como alternativas a nuestra «*Haas Grotesk*».

Helvetica

¡Hola Helvetica!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!”,.\$%&/()=?¿

Arial

¡Hola Arial!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!”,.\$%&/()=?¿

Unas normas elementales que aseguran una comunicación perfecta

Con el fin de obtener el máximo rendimiento gráfico se han desarrollado unos usos básicos que aseguran la visibilidad y legibilidad de las tipografías en todas sus manifestaciones, tanto en entornos de impresión como en pantalla.

Se recomienda desarrollar todos los documentos con un *kerning* métrico. Este ajuste nos ayudará a visualizar la tipografía correctamente en tamaños pequeños y en pantalla.

- › ¡Hazlo sencillo!
- › Alinea el texto siempre a la izquierda y no justifiques.
- › Destacados, citas, emails, direcciones web y extranjerismos siempre en itálica o cursiva.
- › Usa siempre las comillas angulares o españolas («...»)
- › sobre todo en citas, destacados o sumarios.
- › Usa «*Haas Grotesk*» para escribir titulares, subtítulos, datos en papelería y soportes y textos cortos.
- › Usa «*Lyon Text*» para escribir textos largos o muy largos, bodycopy y notas.
- › Usa «*Inter*» en soportes web y/o Apps.
- › No escribas en mayúscula, siempre tipo frase.
- › Trata de limitar a tres —por soporte— el número de tamaños tipográficos (titular, cuerpo y notas).
- › Escribe siempre en negro o calado en blanco si el fondo es oscuro.

Un buen uso ortotipográfico asegura el mejor impacto y fortalece el mensaje

Nuestra forma de escribir es sencilla, cómoda y efectiva. Siguiendo unas sencillas reglas comunicaremos mejor y haremos nuestros mensajes comprensibles y eficaces.

Su uso de forma consistente dotará a nuestra marca de personalidad con el tiempo.

	Tamaño	Interlineado
Titulares	24-96 pt	120 % (max.)
Subtitulares	11-24 pt	110 % (min.)
Cuerpo	8-11 pt	120 % (max.)
Notas	6-8 pt	130 % (max.)

Tamaño y peso

- No uses más de tres tamaños.
- Usa «*Haas Grotesk Display Black*» para escribir titulares.
- Usa «*Haas Grotesk Display Medium*» para mejorar la legibilidad sobre imágenes con fondos abigarrados.
- Usa «*Lyon Text Regular*» para escribir *bodycopy* y notas.

Mayúsculas / Minúsculas

- Usa texto tipo frase como estándar para todas nuestras comunicaciones.
- Usa las mayúsculas con moderación, para algunos títulos interiores, encabezados cortos, etc. nunca en párrafos completos.
- No uses todo el texto sólo en minúsculas.

Interlineado

- El interlineado se refiere al espacio entre líneas de texto. Consulta la tabla superior para más información.

Interletraje

- El interletraje o *tracking* es el espacio entre las letras.
- Las familias «*Haas Grotesk*» y «*Lyon Text*» están diseñadas para que ese espacio y el espacio entre palabras se establezca de forma predeterminada en 0. En algunos casos, puede ser necesario ajustar el espaciado, por ejemplo en tamaños de textos muy grandes.

Bandera

- Escribe siempre alineado a la izquierda, con bandera derecha.
- Nunca justifiques o centres ni titulares ni párrafos de texto.
- Evita las viudas, huérfanas, y no actives la separación de palabras.

Convivencia de marcas

Una forma sencilla de integrarnos con otras marcas

La convivencia de marcas establece las pautas para presentar correctamente varias marcas en un mismo espacio, asegurando equilibrio visual, respeto por la identidad de cada una y sobre todo una jerarquía clara.

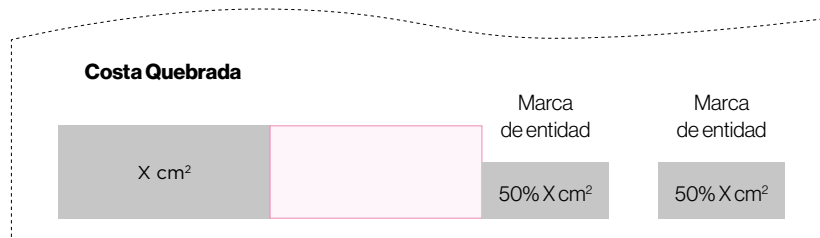
Estas directrices garantizan coherencia en colaboraciones, patrocinios o *co-brandings*, evitando interferencias o confusión entre los elementos gráficos.

Sistema de convivencia	29
Marcas partner	30
Colaboraciones o patrocinios	31

Cuando nos toca ser protagonistas, brillar y que nos vean como merecemos

Hay ocasiones en las que **Costa Quebrada** actuará de anfitrión o figurará como patrocinador titular o principal, pero deberá aparecer acompañado de otras marcas. En este caso nuestra marca aparecerá en su posición establecida, situando a las marcas partner en posición opuesta y sin sobrepasar las proporciones establecidas.

Cuando **Costa Quebrada** sea organizador de una actividad o figure como patrocinador titular, principal o anfitrión.



 Por lo menos 2/3X



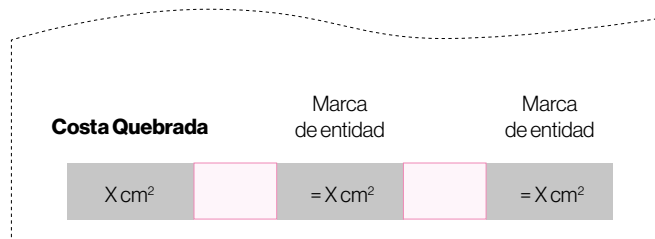
Convivencia de marcas. Marcas partner

Aliados eternos, unidos siempre desde el respeto

En las ocasiones en las que todas las marcas tengan el mismo grado de participación o involucración, **Costa Quebrada** y las marcas de nuestros partners o acompañantes deben ocupar la misma superficie.

En esta página puedes ver ejemplos de figuras de diferentes formas, pero con una misma área total.

Cuando todas las marcas tengan el mismo grado de participación entre sí.



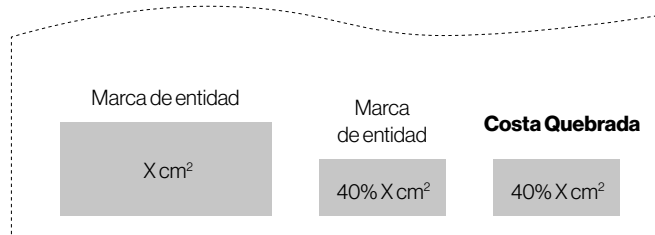
 Por lo menos 1/2 de X



Nos gusta respetar, pero también que se toleren nuestros requerimientos

Habrán momentos en los que figuraremos o acudiremos a un evento como meros invitados o compañeros. Será entonces cuando debamos prestar especial atención al lugar en que nos colocan, que versión usan — o enviamos — de nuestra marca y como se nos percibe.

Cuando **Costa Quebrada** figure como patrocinador o colaborador en una actividad organizada por otra entidad.



Papelería básica

Establecemos como mostrar la marca en nuestras interacciones más cotidianas

Todos estos soportes de naturaleza ordinaria son claves en nuestro día a día y su buen semblante refuerzan la coherencia visual de **Costa Quebrada** y proyectan profesionalismo en todas y cada una de nuestras comunicaciones,

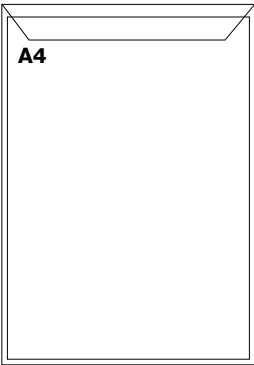
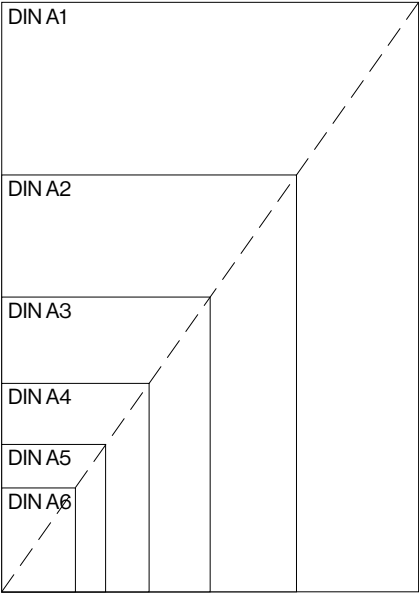
Definición de estándares	33
Soportes	34
Normas de escritura	43

Usamos medidas normalizadas para ser más rápidos y eficaces

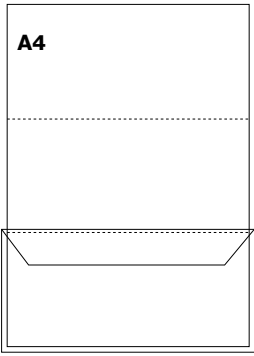
Se recomienda siempre que sea posible la utilización de las medidas DIN (normas internacionales de formatos).

La serie A es aplicada en los trabajos generales de imprenta y correspondencia. La serie B es utilizada principalmente en carteles o para sobres destinados a contenidos voluminosos y la serie C para sobres y carpetas.

La correcta utilización de sobres está en función de la correspondencia entre sus formatos y los impresos que deben contener.



Bolsa C4
229 x 324 mm.



Sobre americano
110 x 220 mm.



Sobre DL o americano
110 x 220 mm.

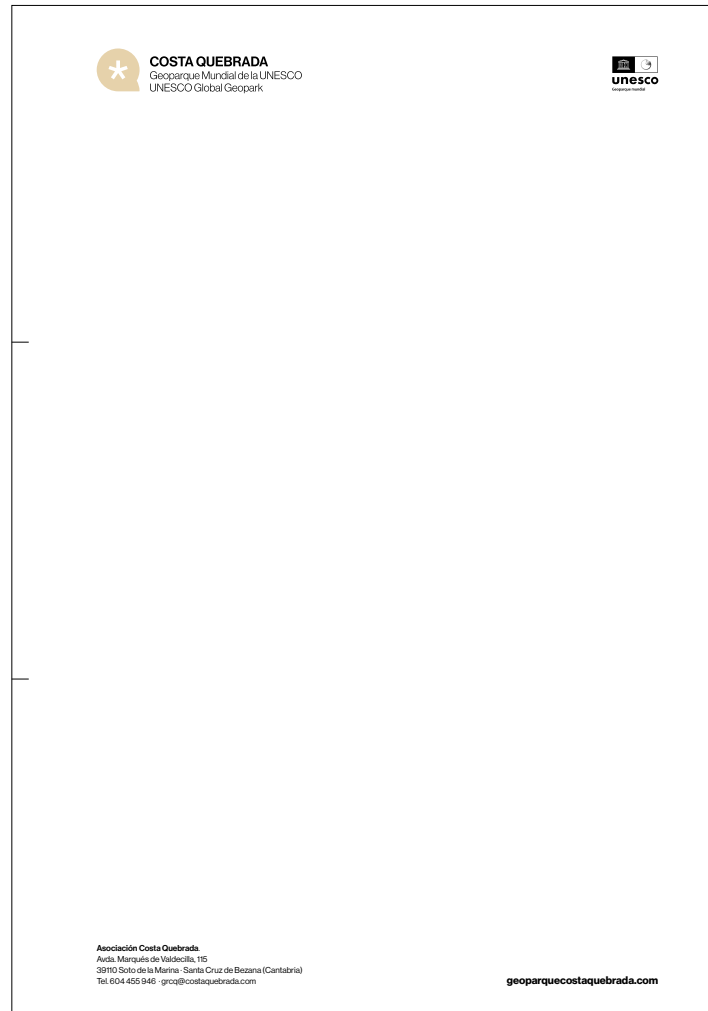


Deben destacarse los formatos del sobre americano, 110 x 220 mm., y del tarjetón, 105 x 210 mm., de uso muy frecuente y que no se incluyen en la serie C ni en la serie A.

Denominación	Serie A	Serie B	Serie C
0	841 x 1189	1000 x 1414	917 x 1297
1	594 x 841	707 x 1000	648 x 1297
2	420 x 594	500 x 707	458 x 648
3	297 x 420	353 x 500	324 x 458
4	210 x 297	250 x 353	229 x 324
5	148 x 210	176 x 250	162 x 229
6	105 x 148	125 x 176	114 x 162
7	74 x 105	88 x 125	81 x 114
8	52 x 74	62 x 88	57 x 81
9	37 x 52	44 x 62	
10	26 x 37	31 x 44	

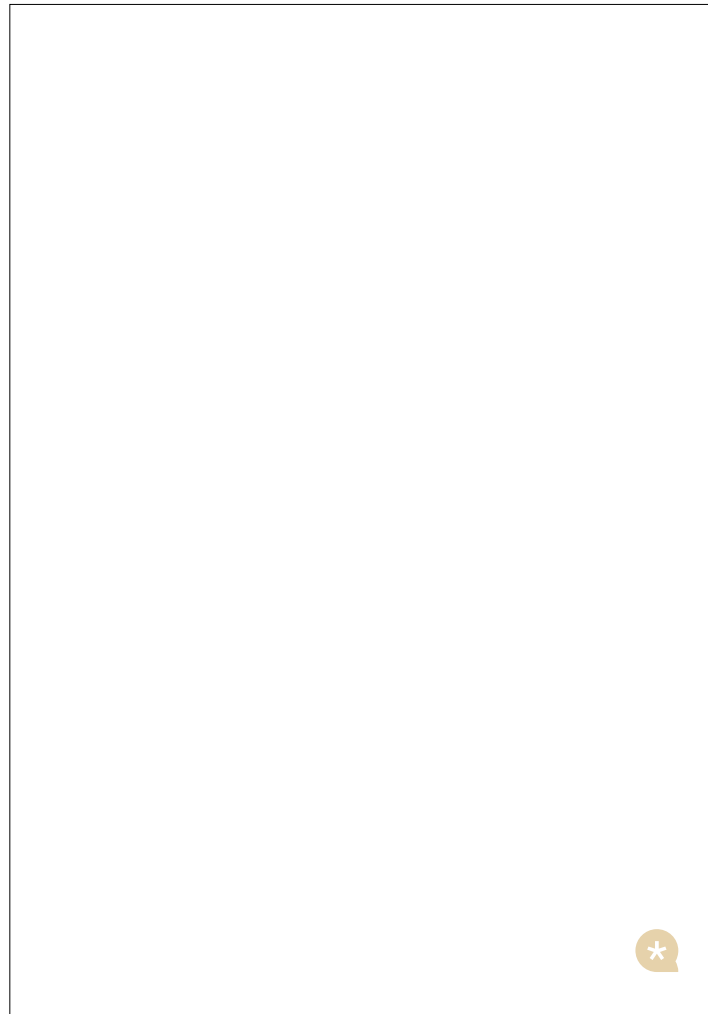
Medidas en mm.

Papelería básica. Soportes



Papel carta. Primera hoja. Tamaño A4

Papelería básica. Soportes



Papel carta. Segunda hoja. Tamaño A4

Papelería básica. Soportes



Anverso



Reverso



Tarjetas de visita. Tamaño 85x55 mm.

Papelería básica. Soportes

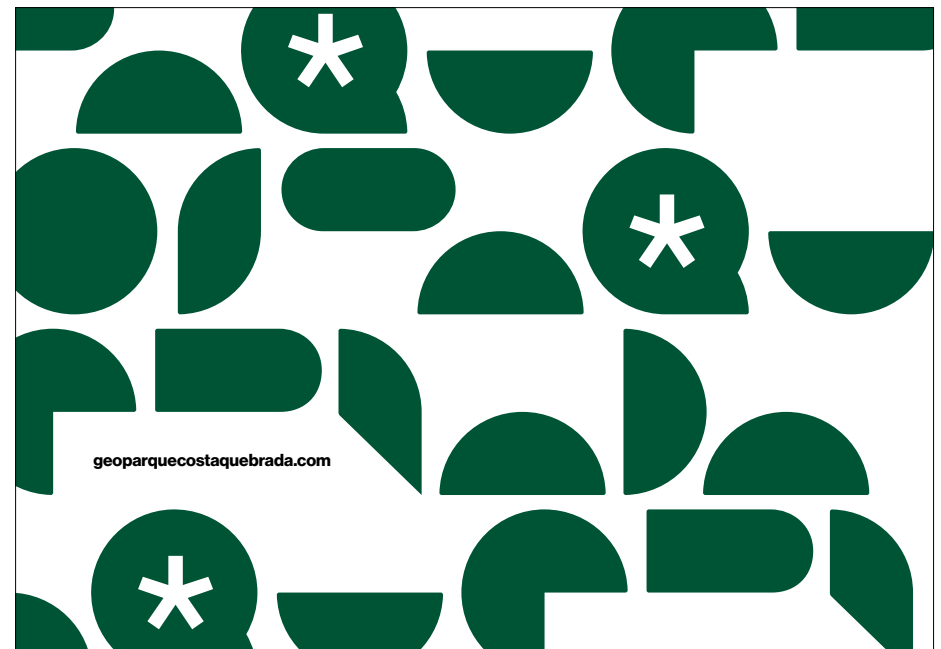


Pegatina sobres. Tamaño 200x60mm.

Papelería básica. Soportes



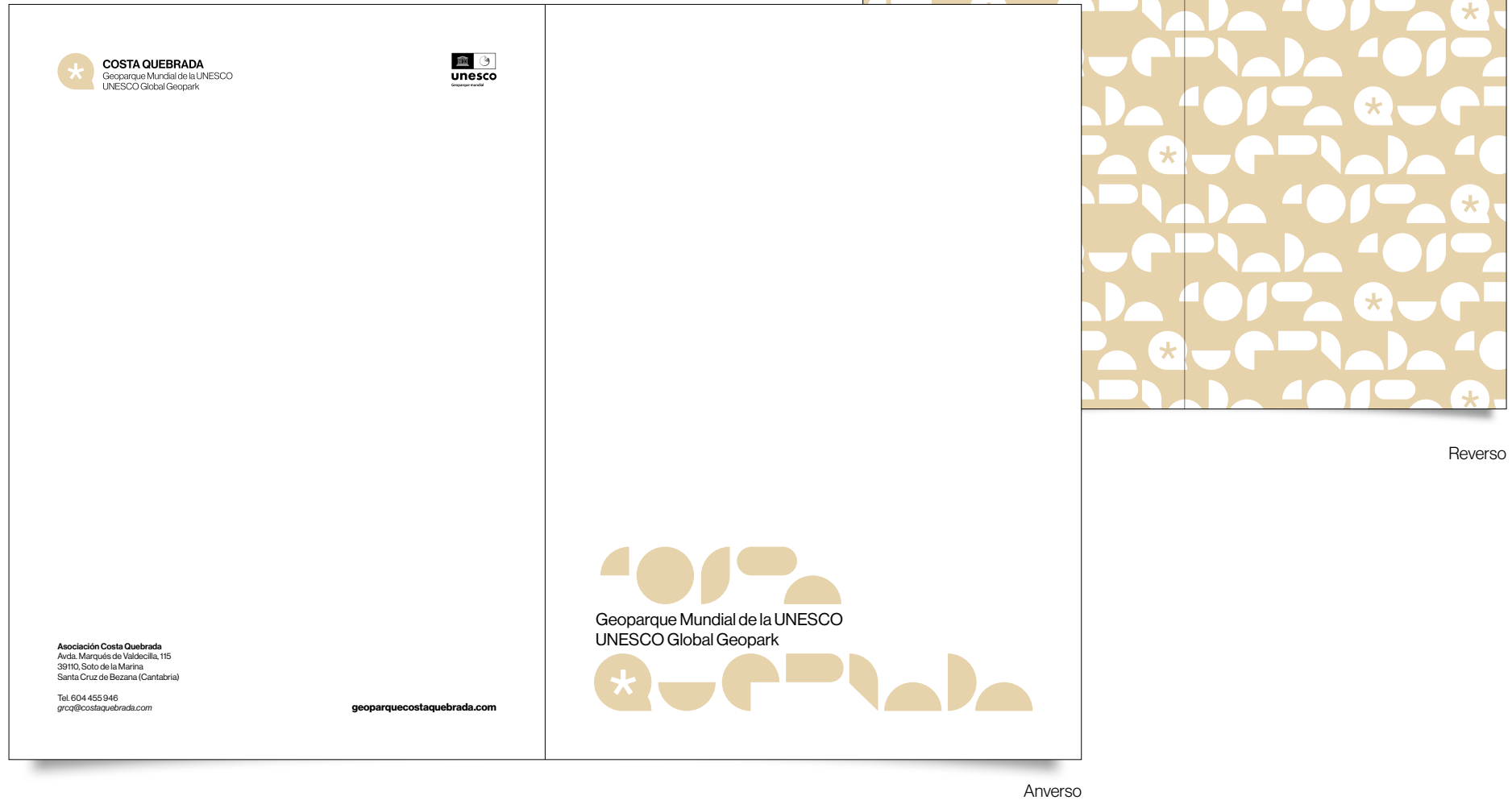
Anverso



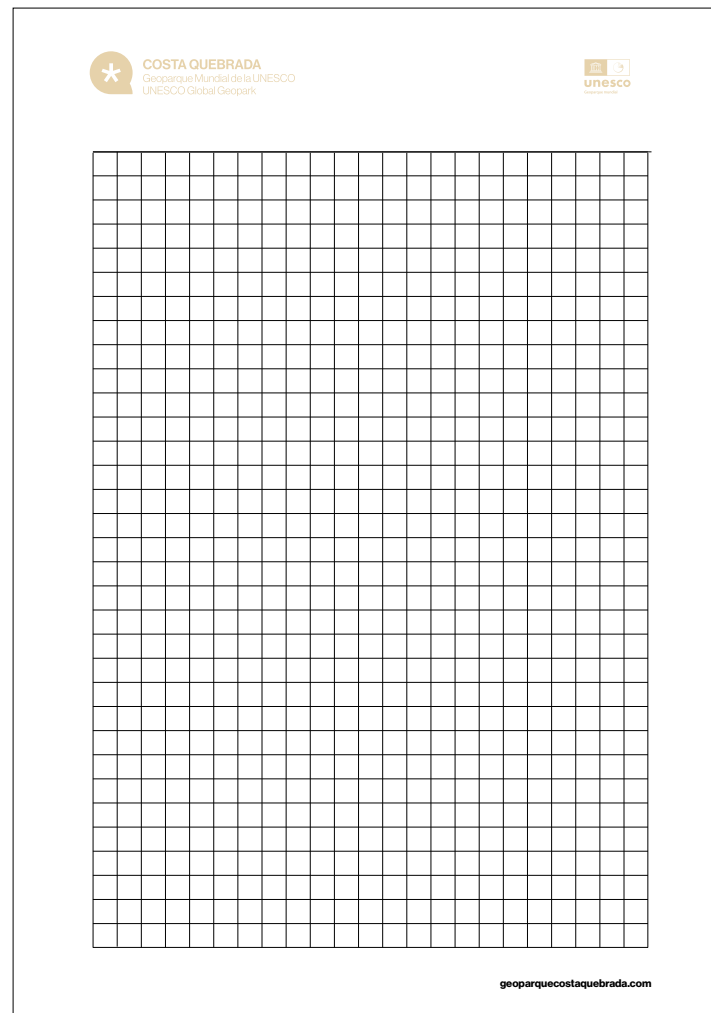
Reverso

Tarjetón. Tamaño A5.

Papelería básica. Soportes



Carpeta dossier. Tamaño 440x310 mm..



Hoja de croquis. Tamaño A4

Papelería básica. Soportes



Diploma. Tamaño A4

Papelería básica. Soportes



COSTA QUEBRADA

Geoparque Mundial de la UNESCO
UNESCO Global Geopark

Asociación Costa Quebrada

Avda. Marqués de Valdecilla, 115
39110, Soto de la Marina
Santa Cruz de Bezana (Cantabria)

Sello 1



COSTA QUEBRADA

Geoparque Mundial de la UNESCO
UNESCO Global Geopark

Asociación Costa Quebrada

G39570577

Sello 2

Sellos de caucho

Papelería básica. Normas de escritura



COSTA QUEBRADA
Geoparque Mundial de la UNESCO
UNESCO Global Geopark



Nombre y Apellidos
Calle, Avenida, Plana, núm., piso Distrito Postal. LOCALIDAD

Señores/as:

En la confección de una carta, la normalización de los mecanografiados garantiza la unidad de imagen de toda la correspondencia, por ello se presenta este ejemplo, válido para su utilización.

La característica fundamental es la no justificación de los textos, la no separación de palabras y la ausencia total de sangrados de texto, comenzando a 25 mm. mínimo del margen izquierdo de la hoja y sin sobrepasar en ningún caso un espacio de 20 mm. del margen derecho. En caso de una carta con poco texto estas medidas pueden ser ampliadas. El espaciado entre líneas es de +2,5, el interlineaje de 0 y la separación entre párrafos es de dos retornos de carro.

El tipo de letra a utilizar en procesadores de texto con opciones de tipos, será la tipografía de comunicación "Hass Grot Disp". Dadas las características de esta fuente, los tipos denominados Arial (comunmente utilizados en los equipos informáticos del entorno Windows) están admitidos y son compatibles con el anteriormente descrito. Su uso, no obstante, será restringido únicamente cuando la tipografía de comunicación no se pueda utilizar. En cuanto a cuerpo de letra se recomienda el cuerpo 10.

El nombre y la dirección del destinatario de la comunicación se empezarán a escribir sobre el punto de referencia indicado, alineado con el margen izquierdo de 30 mm al corte del papel. Jamás se deberá rebasar este margen.

El texto debe empezar por debajo de la señal de pliegue que aparece en todos los formatos 210 x 297 mm.; estas líneas facilitan el plegado correcto de la carta para los sobres americanos.

En cuanto al nombre y cargo del emisor del escrito, deben situarse debajo de su firma. Delante de ella se colocarán la localidad y fecha de expedición, que irán separadas del primer grupo por cuatro retornos de carro. En cualquier caso, la distancia entre la última línea y el margen inferior del papel, no deberá ser nunca inferior a 35 mm.

Atentamente

Lugar, día mes año
Nombre y Apellido
Cargo

Asociación Costa Quebrada
Avda. Marqués de Valdecilla, 115
39110, Soto de la Marina - Santa Cruz de Bezana (Cantabria)
Tel. 604 455 946 - gcoq@costaquebrada.com

geoparquecostaquebrada.com

Señalización y señalética

Significar, señalar y dirigir nuestro territorio desde la empatía

Señalar, orientar e informar garantizando la seguridad —física y psíquica— de las personas en sus itinerarios por **Costa Quebrada**. Una correcta implementación de todos los soportes facilita la circulación, previene accidentes y mejora la experiencia de todos aquellos que transitan por el territorio.

Normativa general	45
Medidas para la tipografía	46
Flechas	47
Pictogramas	48
Soportes	49
Emplazamiento	50
Señalización interior	55
Señalización exterior	59

Vamos a ser claros, coherentes, accesibles, ... y resetuosos con el entorno

Para todos los soportes de señalización y señalética se usará —principalmente— la tipografía corporativa «*Haas Grotesk Display*». Se recomienda utilizarla en pesos *Bold* (para español) y *Medium* (para inglés) para asegurar el contraste visual necesario en señalética direccional o informativa. El interletrado y el interlineado deberán ajustarse según el tamaño del soporte, priorizando siempre la visibilidad y la jerarquía de la información.



Adoptamos distancia de lectura y contexto de uso como dogmas gráficos

En rotulación exterior, no es posible determinar tamaños para los rótulos, por estar éstos sujetos a las dimensiones de las fachadas, distancia, etc..

En la rotulación de urbanización, se contemplará el uso de letras de tamaño grande, habida cuenta que su lectura será a media distancia (> 5 m.) y/o en movimiento.

En rotulación interior, como máximo se contemplará la posibilidad de utilizar cinco tamaños en la altura de la tipografía. Con ello se podrán resolver todas las necesidades informativas que se planteen, satisfaciendo las necesidades de lectura a todas las distancias.

Tamaño de la letra X	Distancia óptima de vision	Distancia máxima de visión
10 mm. = 40 pt	0,9 - 1,5 m.	3 m.
16 mm. = 63 pt	1,4 - 3 m.	5 m.
25 mm. = 99 pt	2,5 - 3,5 m.	8 m.
50 mm. = 182 pt	5 m.	13 m.

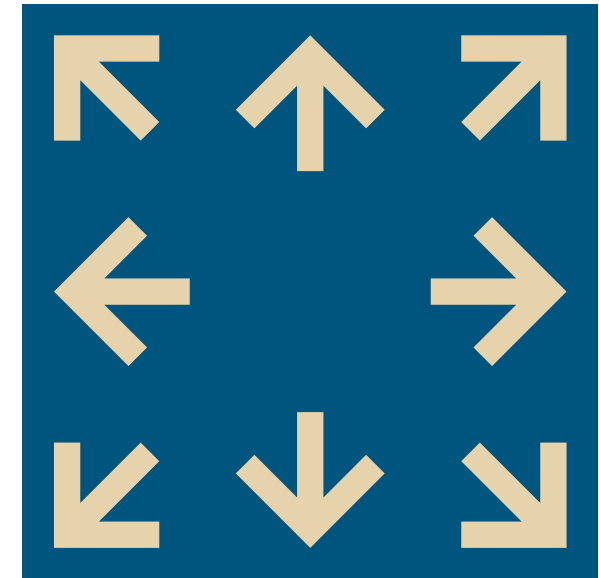
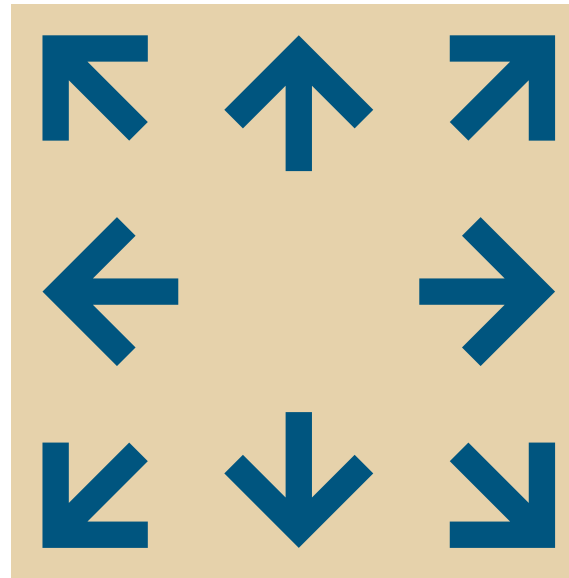
Esta tabla está basada en la lectura de letras negras sobre fondo blanco



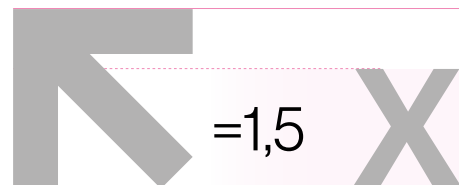
La determinación de la altura viene dada por la altura de la letra «X» mayúscula.

Usamos nuestra propia flecha como indicador principal

Es el elemento visual que orienta sobre la dirección que debe seguirse para llegar al lugar deseado. Es un complemento imprescindible de la tipografía. La flecha —en cualquiera de sus direcciones— que se utilizará en la señalética de **Costa Quebrada** será de formas geométricas y angulosas, y podrá aparecer exclusivamente en los colores arena y azul corporativos.



Tamaño de la flecha



Criterio de ubicación:

- La flecha se situará en la esquina del rótulo coincidente con la dirección a señalar.
- En un panel con flechas orientadas hacia direcciones izquierdas y derechas, se agruparán todas las de dirección izquierda juntas y las de dirección derecha también juntas entre sí, evitando desorden en la información gráfica.

Usamos símbolos normalizados para optimizar la percepción

En determinados casos, la información textual puede ser reemplazada por pictogramas cuando se considere más claro o adecuado. Estos elementos gráficos son efectivos y fácilmente comprensibles para el usuario, facilitando la comunicación visual en entornos diversos.

Se recomienda utilizar pictogramas basados en estándares internacionales reconocidos, como los de AIGA y SEGD. Su uso es especialmente indicado en señalizaciones auxiliares, de seguridad, prohibición, información general y equipos contra incendios.

	Forma geométrica	Color de orla	Color de fondo	Color de símbolo
Auxiliar	-----	-----	Azul Corporativo Pantone 7469 C	Beige Corporativo Pantone 7502 C
Información	-----	-----	Azul Corporativo Pantone 7469 C	Beige Corporativo Pantone 7502 C
Salidas de emergencia	-----	-----	Verde Pantone 347	Blanco
Prohibición	Circunferencia cruzada por diámetro a 45º	Rojo Pantone 485	Blanco	Negro
Señalización de incendios	-----	-----	Rojo Pantone 485	Blanco



La medidas de uso por **Costa Quebrada** para estos elementos gráficos serán de 150 x 150 mm.

Eficacia y calidad para unos soportes duraderos

Los materiales y componentes de los elementos de señalización y sus fijaciones deben ser adecuados a su propósito y satisfacer nuestros estándares de calidad.

Características

- a. Superficie:** La superficie expuesta del soporte deberá ser rígida, plana y uniforme. Los elementos de señalización deberán ser homogéneos en color, forma, textura, tamaño y nivel de acabado.
- b. Soportes y elementos de fijación:** El sistema de fijación empleado debería ser pulcro, discreto, resistente a tareas de mantenimiento (limpieza, sustitución de componentes) o a eventual vandalismo. Se deberán emplear métodos de atornillamiento o anclaje. En casos singulares (fijación a elementos no perforables) se podrán utilizar bandas adhesivas. Nunca se emplearán fijaciones magnéticas si no van complementadas con otro método de los considerados seguros.
- c. Resistencia a la corrosión:** Todos los materiales y componentes empleados deberán garantizar su resistencia a la corrosión sea cual sea su emplazamiento.
- d. Resistencia a la temperatura y humedad:** Los materiales y acabados superficiales de rótulos, sus soportes y fijaciones deberán resistir cambios de temperatura de -20°C a $+50^{\circ}\text{C}$ y humedades relativas del 30 al 95%.
- e. Absorción de agua:** Los materiales constituyentes del sistema no deberán ser solubles en agua ni absorberla.
- f. Color:** El color de fondo del cuerpo principal de los soportes —sea cual sea el material utilizado— será el azul corporativo Pantone 7469 C. Estos soportes irán rematados en la parte superior e inferior por dos bandas de color beige corporativo Pantone 7502 C. Los laterales deberán ser rematados con elementos de color negro.
- g. Acabados:** Deberá resolverse el acabado superior/inferior/lateral de los rótulos simples o compuestos que constituyen una señal mediante un diseño adecuado del soporte o piezas especialmente concebidas para ello. Estas últimas deberán ser resistentes a montajes/desmontajes sucesivos y su fijación al soporte deberá impedir vandalismos de cualquier tipo sobre las mismas.

Materiales

Con el objetivo de alcanzar los citados estándares de calidad se sugieren los siguientes materiales para la construcción de soportes y señales:

- Acero galvanizado.
- Aluminio 3 mm.
- Dibond 5 mm.
- Pintura poliéster secada a 180°C .
- Vinilos.
- Impresión digital.
- Capa de protección laminada
- El acabado mate o, en su defecto, con un factor de pulimento inferior al 15%.

Nos ubicamos siempre de forma clara y coherente con nuestros recorridos

La señalización no se debe mezclar o confundir con la arquitectura del espacio en que esté ubicada (estilo histórico, o funcional). Es necesario que la ubicación se haga de forma que oriente de forma coherente y señale los recorridos más fáciles y cortos. Se recomienda una comprobación exhaustiva de los servicios que debe albergar cada área y una colocación coherente para con el recorrido de las personas.

En interior

Pictogramas: Habitualmente se colocarán centrados en las hojas de las puertas y con su parte inferior a una distancia de 160 cm. del suelo. En caso de que el pictograma señalice un elemento (por ej. un extintor) y no una puerta, se colocará en la vertical del elemento señalado y su parte inferior se encontrará también a 160 cm. sobre el suelo.

Directorio de edificios: Se colocará con su parte inferior a no menos 120 cm. del suelo.

Directorios de planta: Se colocará con su parte inferior a no menos 120 cm. del suelo.

Rótulos secundarios y señalización puntual

- a. **En banderola:** Se colocarán en el lado de apertura de las puertas, su parte inferior quedará a 210 cm. del suelo y estarán separados 15 cm. del borde del marco de la puerta.
- b. **Fijados a pared:** Se colocarán debajo de la banderola, su parte inferior quedará a 150 cm. del suelo y estarán separados 15 cm. del borde del marco.

Rótulos de información al público:

- a. **Rótulos fijos pequeños:** Cuando vayan solos — sin acompañar a pictogramas — también se colocarán centrados en las hojas de las puertas y con su parte inferior a una distancia de 160 cm. del suelo.
- b. **Rótulos fijos grandes:** Irán colgados del techo o similar y, por tanto, su parte inferior no estará a no menos de 210 cm. del suelo.
- c. **Tablones de anuncios:** Irán fijados a la pared. Su parte inferior quedará a no menos de 120 cm. del suelo.
- d. **Carteleras de actividades:** Irán apoyados directamente en el suelo, o sobre el soporte destinado a ellas.

En exterior

Rótulo identificador de instalación: Normalmente irán fijados a la pared. Su ubicación exacta dependerá de las características de la fachada del edificio, no obstante, se deberán colocar entre 120 y 210 cm. de altura, por ser ésta la zona óptima de visión.

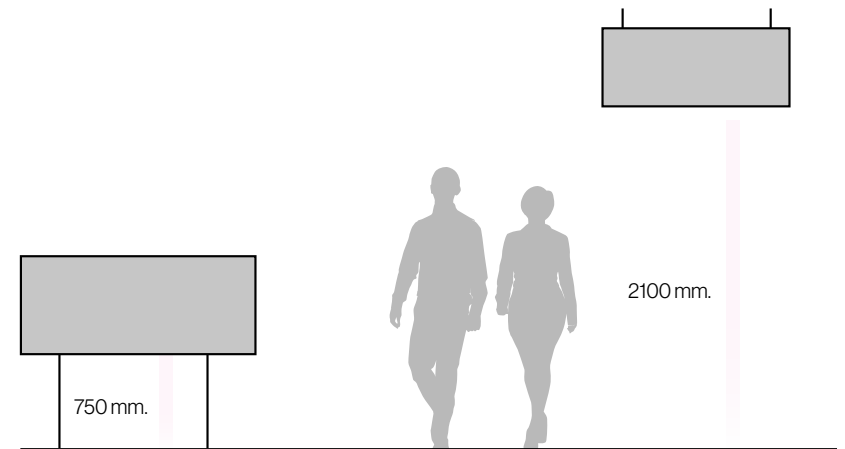
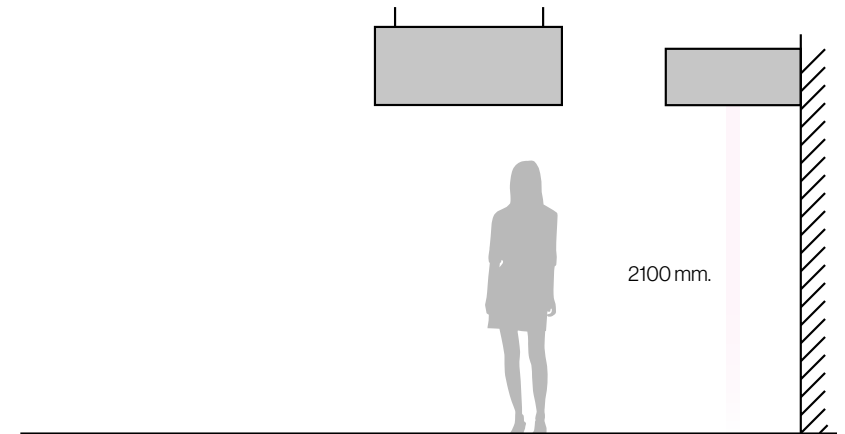
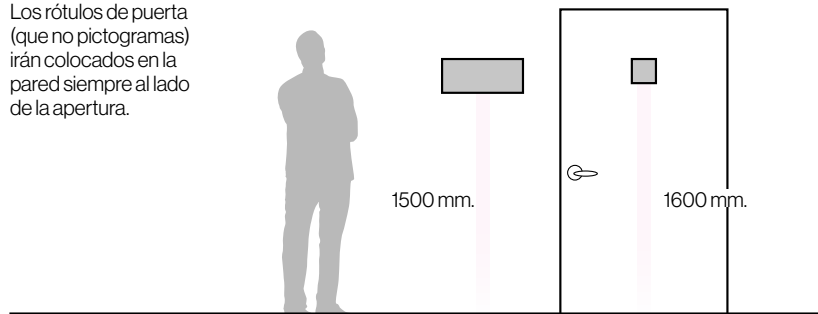
Rótulos exteriores de identificación y dirección: Dado que deberán poder ser vistos por personas en coches y siempre que se prevea que no se pueda aparcar delante de ellos, se colocarán con su extremo inferior a 75 cm. del suelo.



Queda sobreentendido que todas estas normas se deberán cumplir estrictamente siempre que sea factible. En casos singulares (falta de espacio, obstáculos varios, iluminación deficiente,...) el criterio general de ubicación se podrá interpretar con cierta flexibilidad, para lograr así soluciones adecuadas a cada circunstancia.

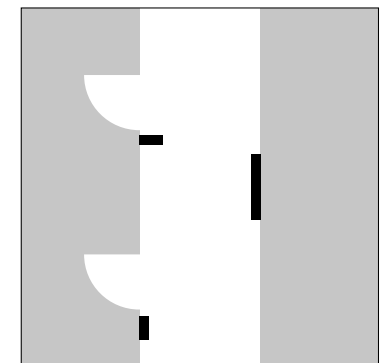
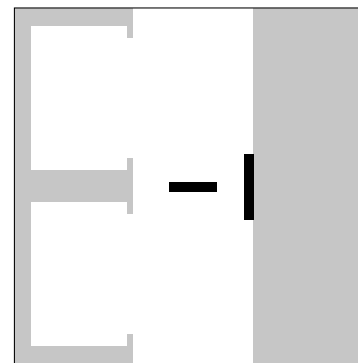
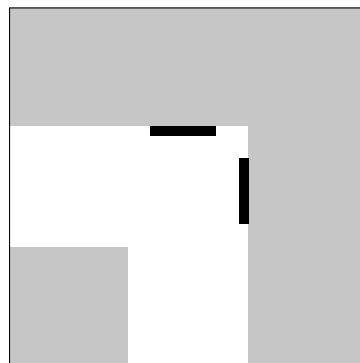
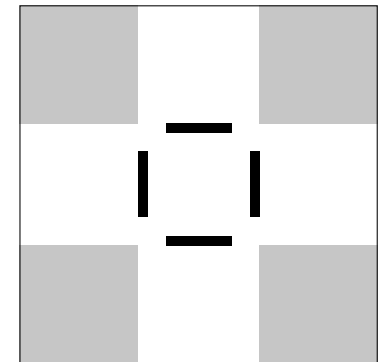
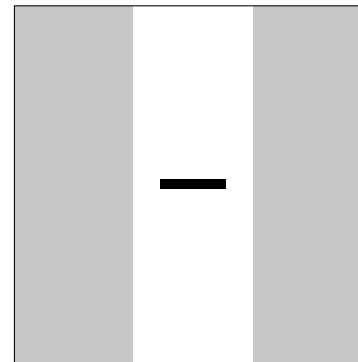
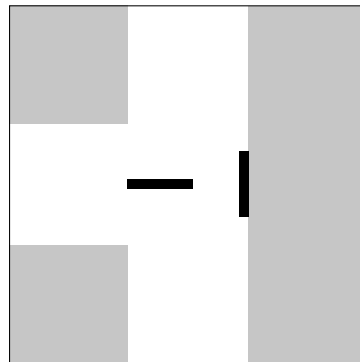
Señalización y señalética. Emplazamiento interior

Los rótulos de puerta (que no pictogramas) irán colocados en la pared siempre al lado de la apertura.

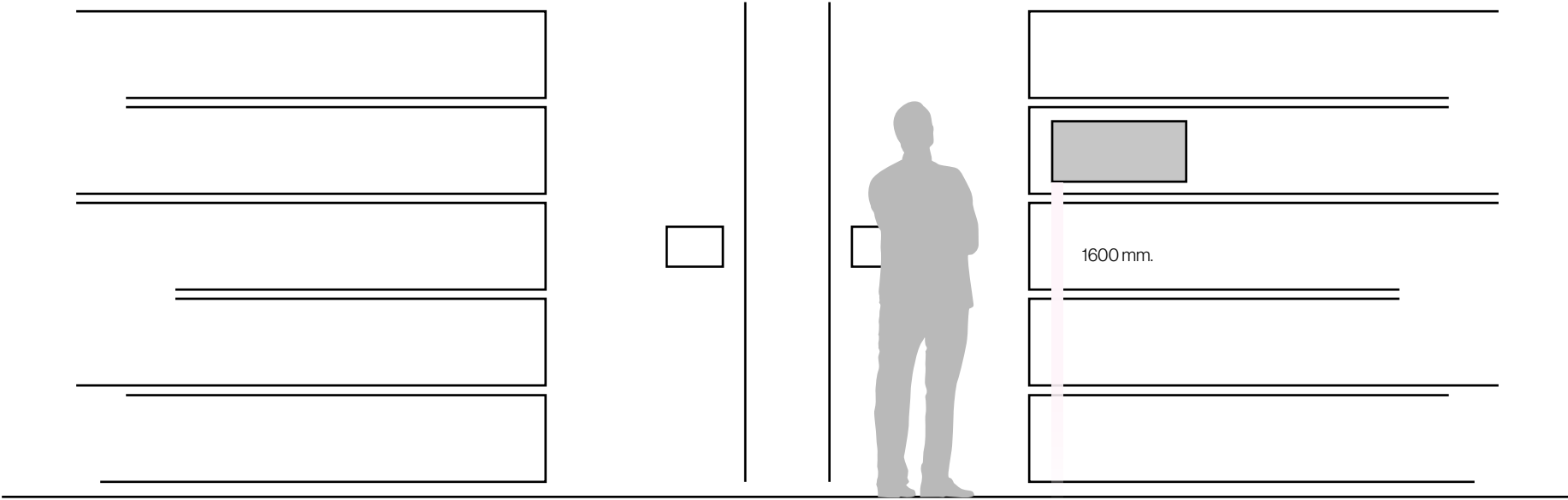


Señalización y señalética. Emplazamiento interior

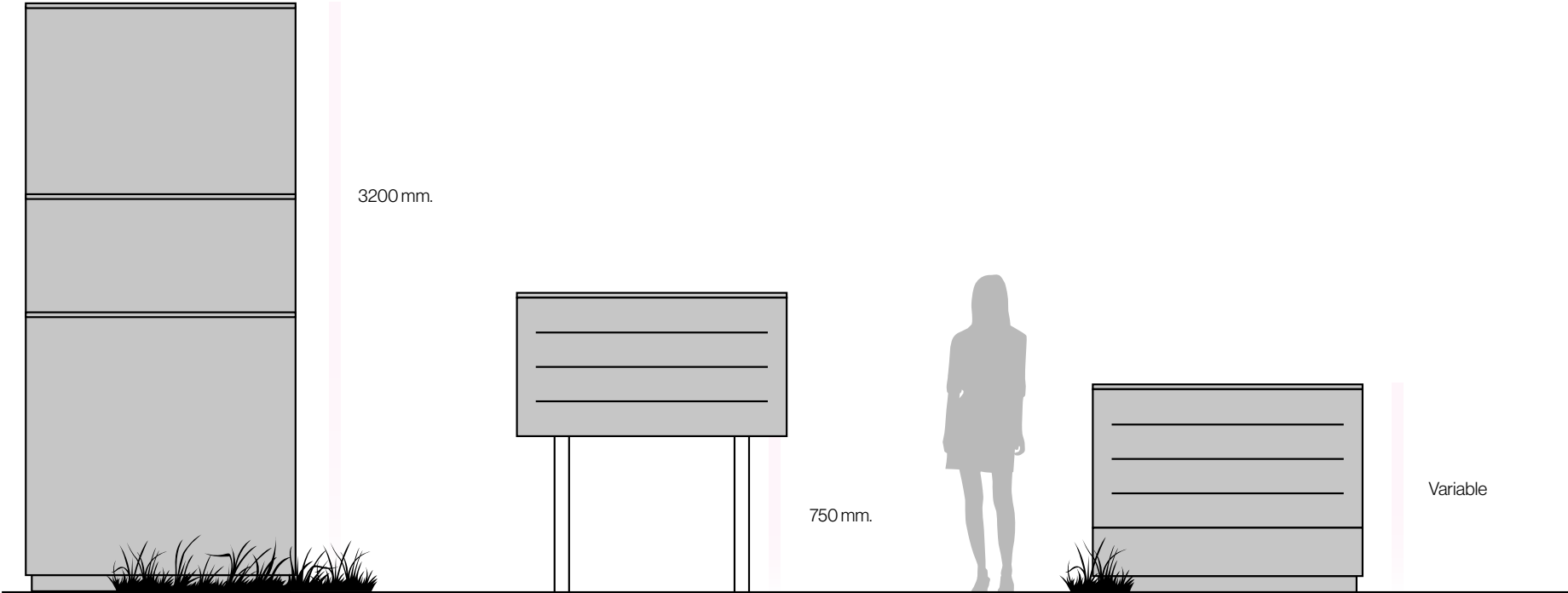
Situación de rótulos en los casos más comunes.



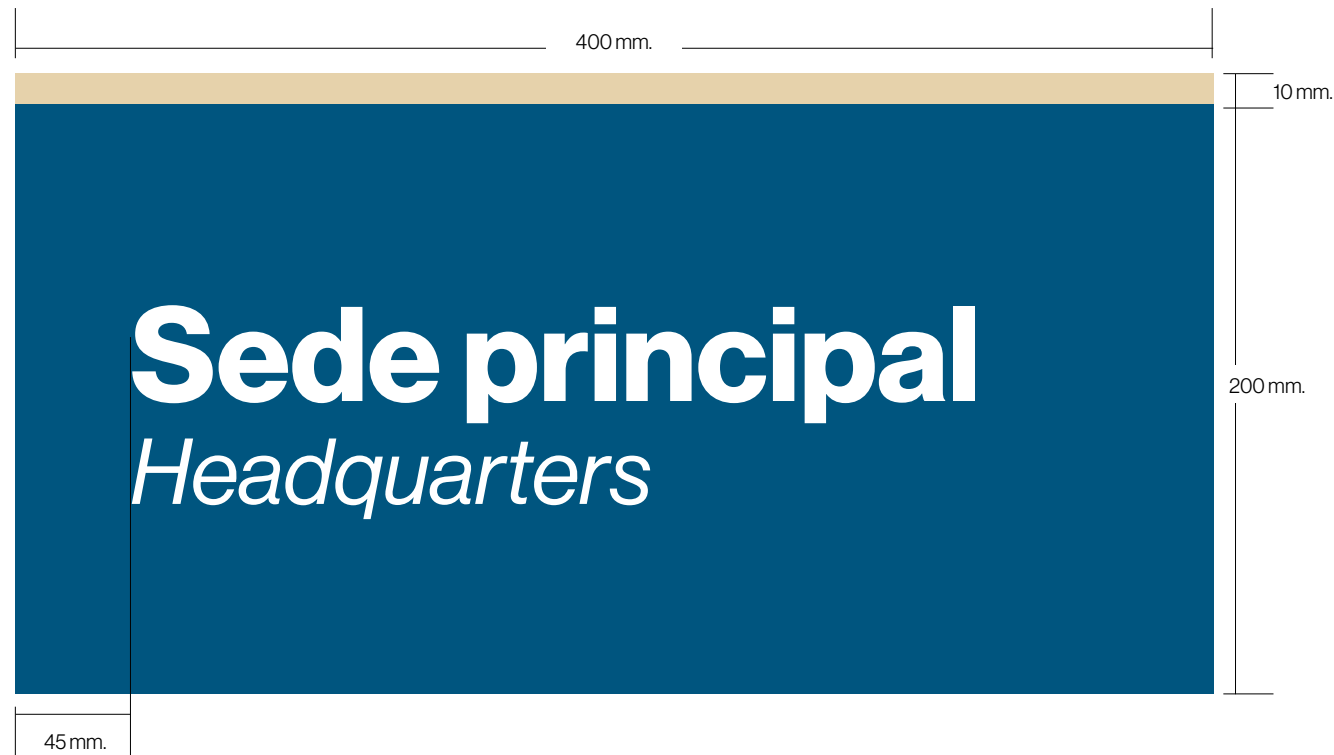
Señalización y señalética. Emplazamiento exterior



Señalización y señalética. Emplazamiento exterior



Señalización y señalética. Señalización interior



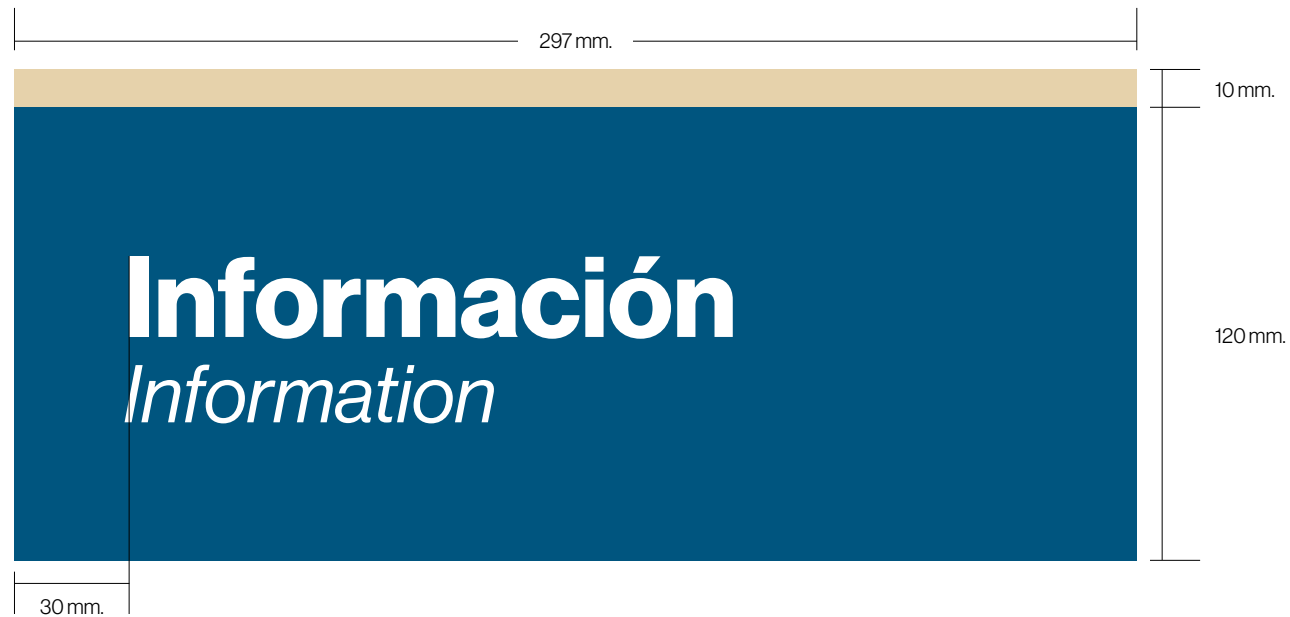
Indicador estandar interior

Señalización y señalética. Señalización interior



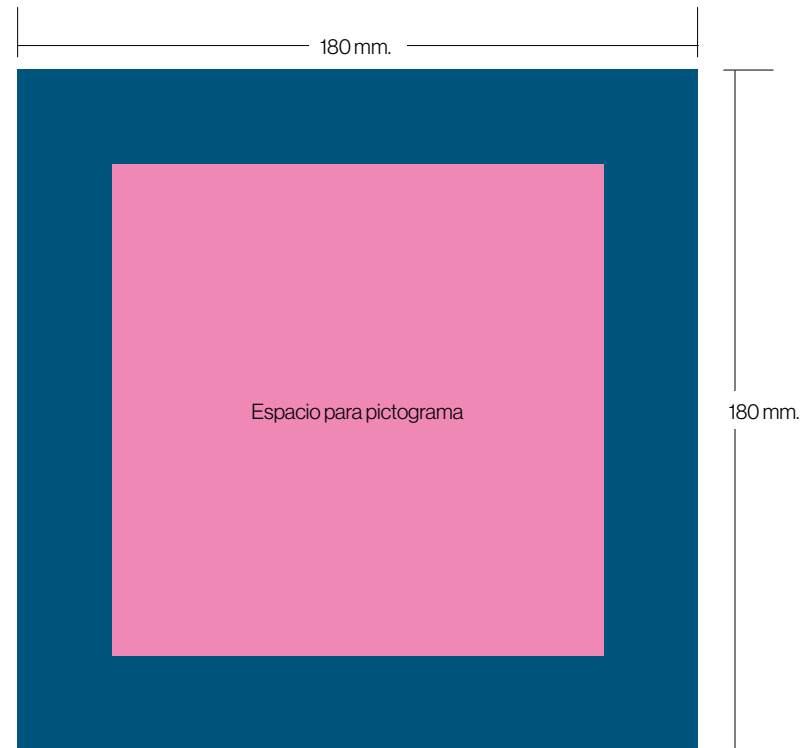
Indicador dirección interior

Señalización y señalética. Señalización interior

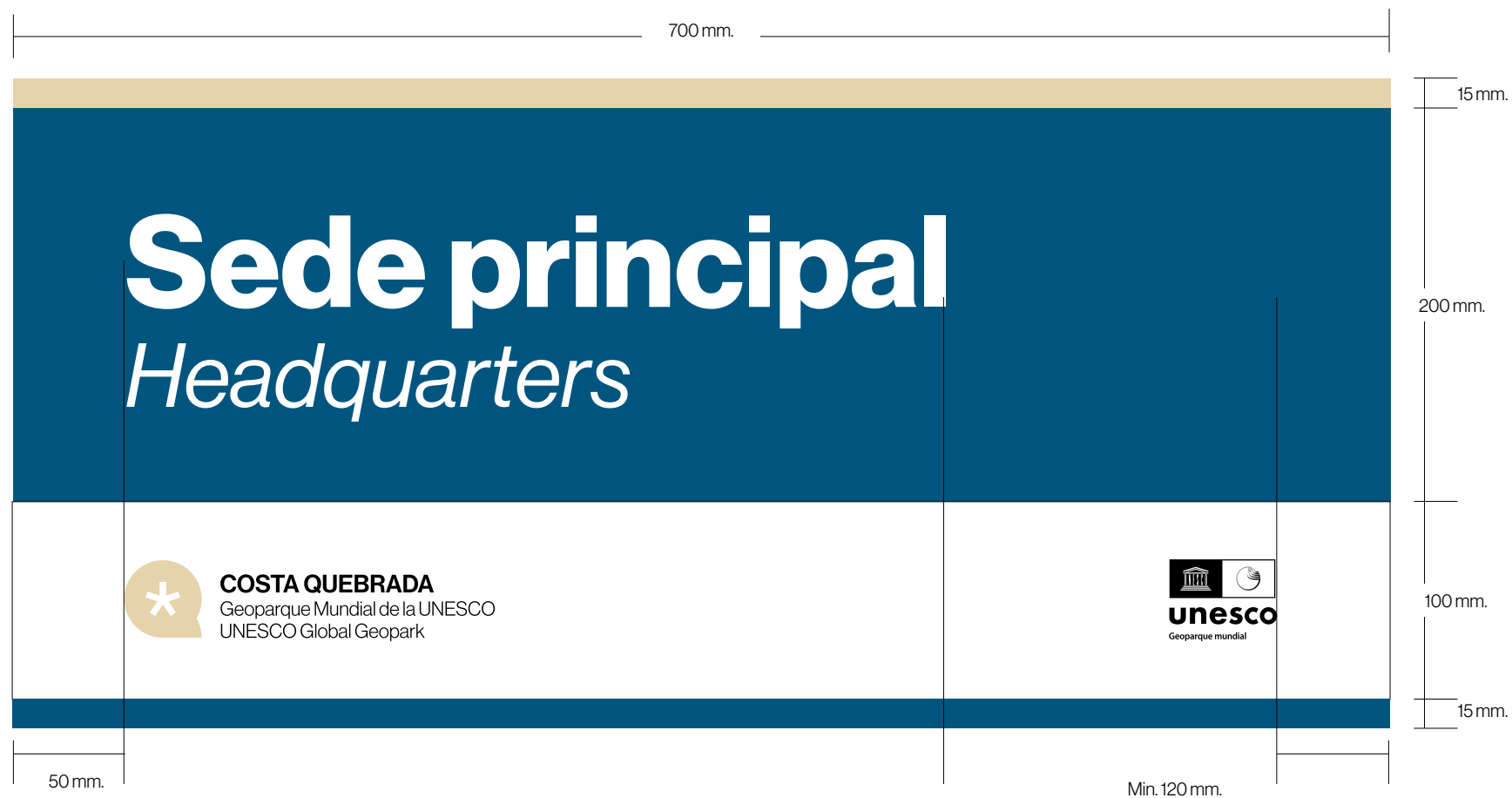


Rotulo de mostrador

Señalización y señalética. Pictogramas



Señalización y señalética. Señalización exterior

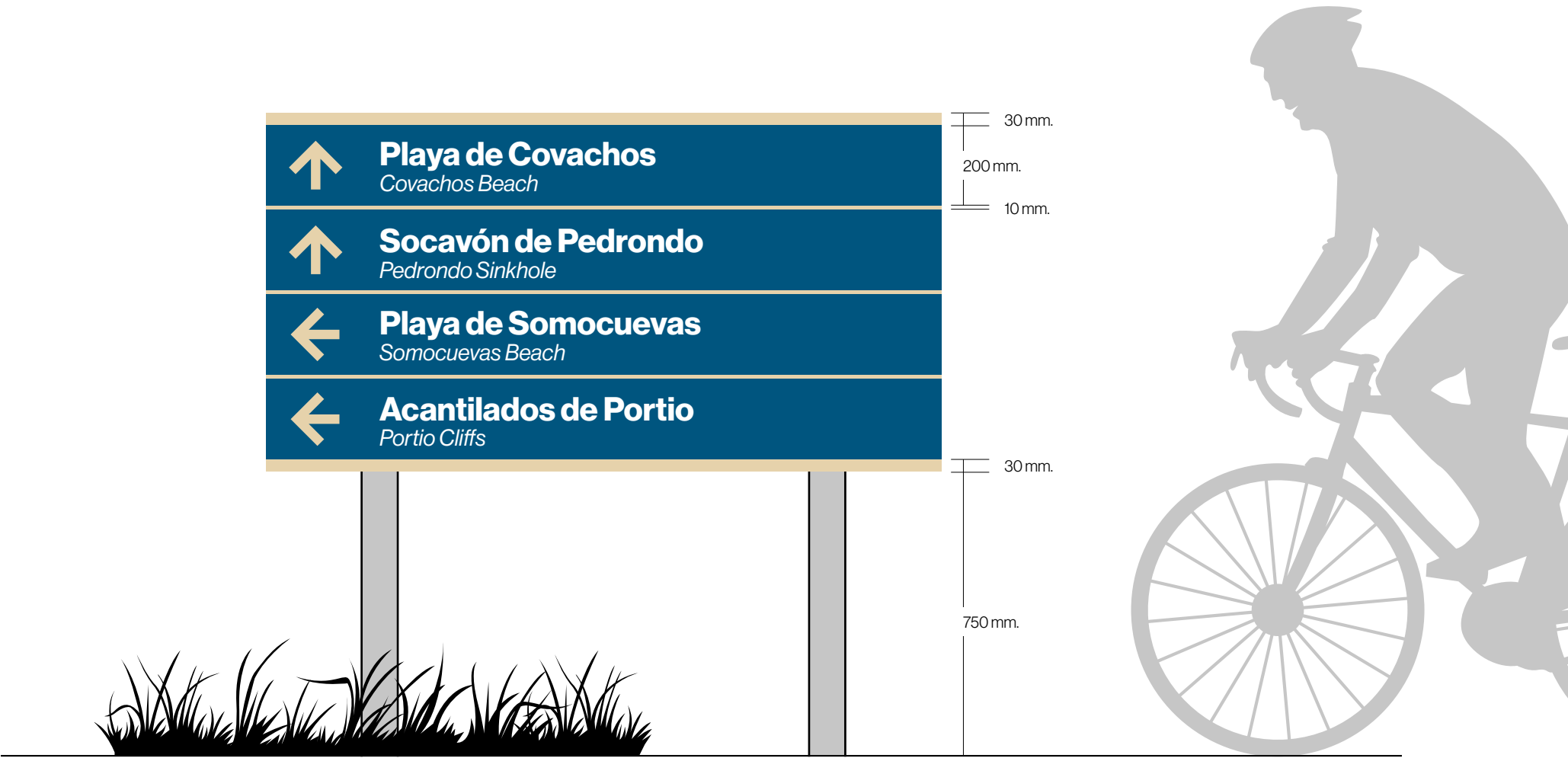


Placa de fachada



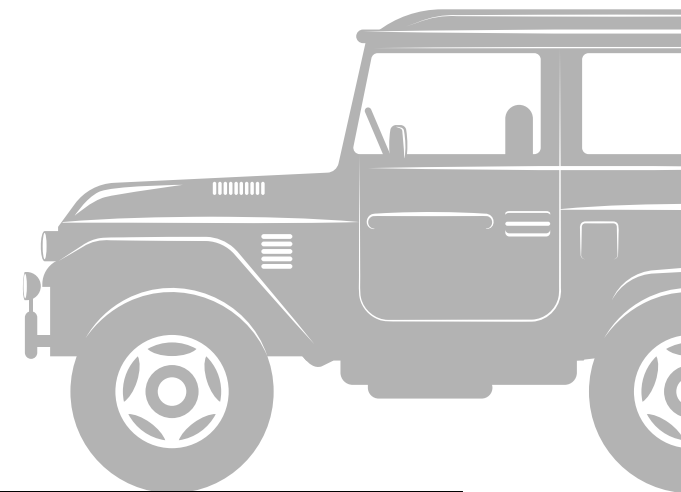
El tamaño, colocación, etc., estará condicionado por las características de la propia instalación y su entorno

Señalización y señalética. Señalización exterior



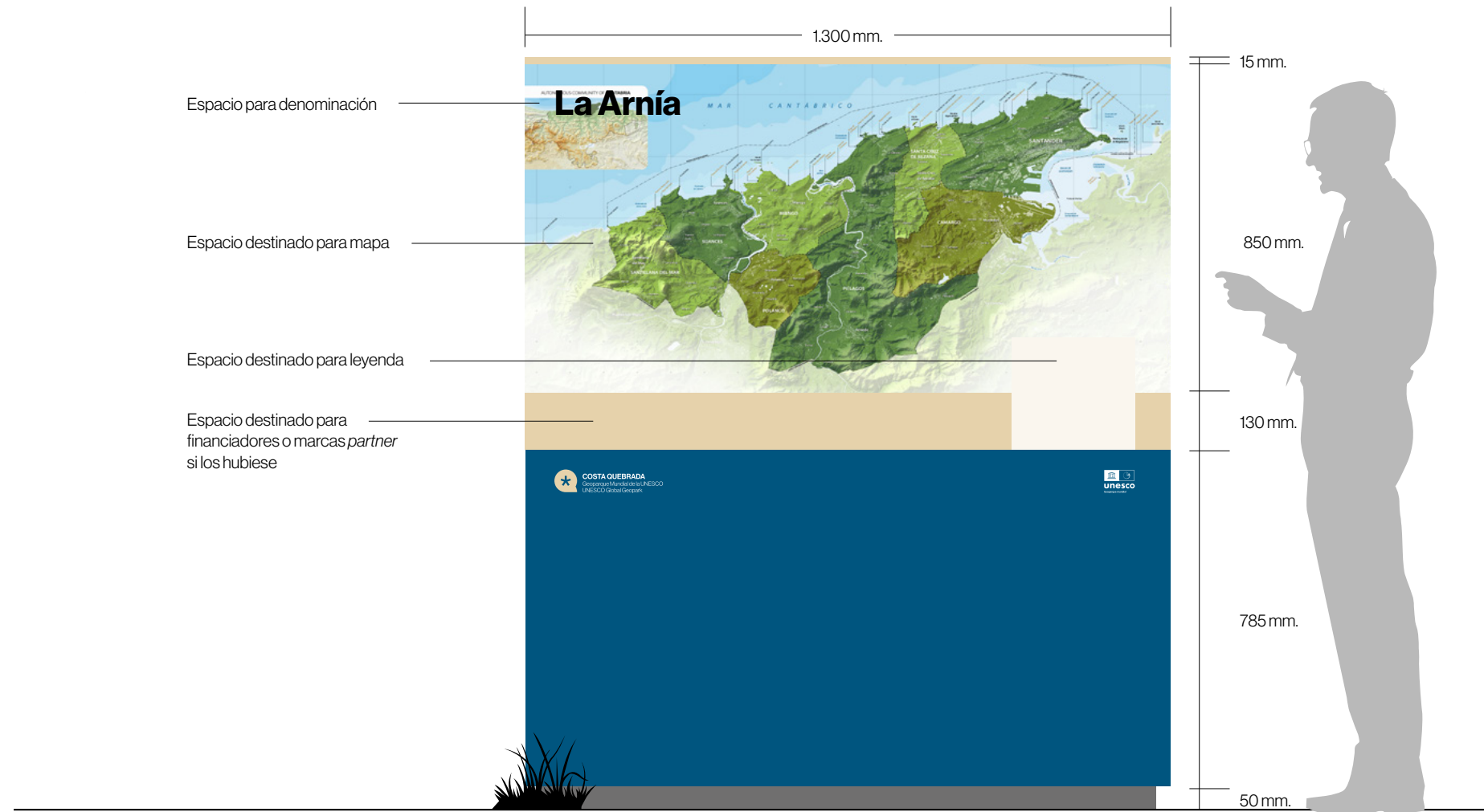
Indicador dirección

Señalización y señalética. Señalización exterior



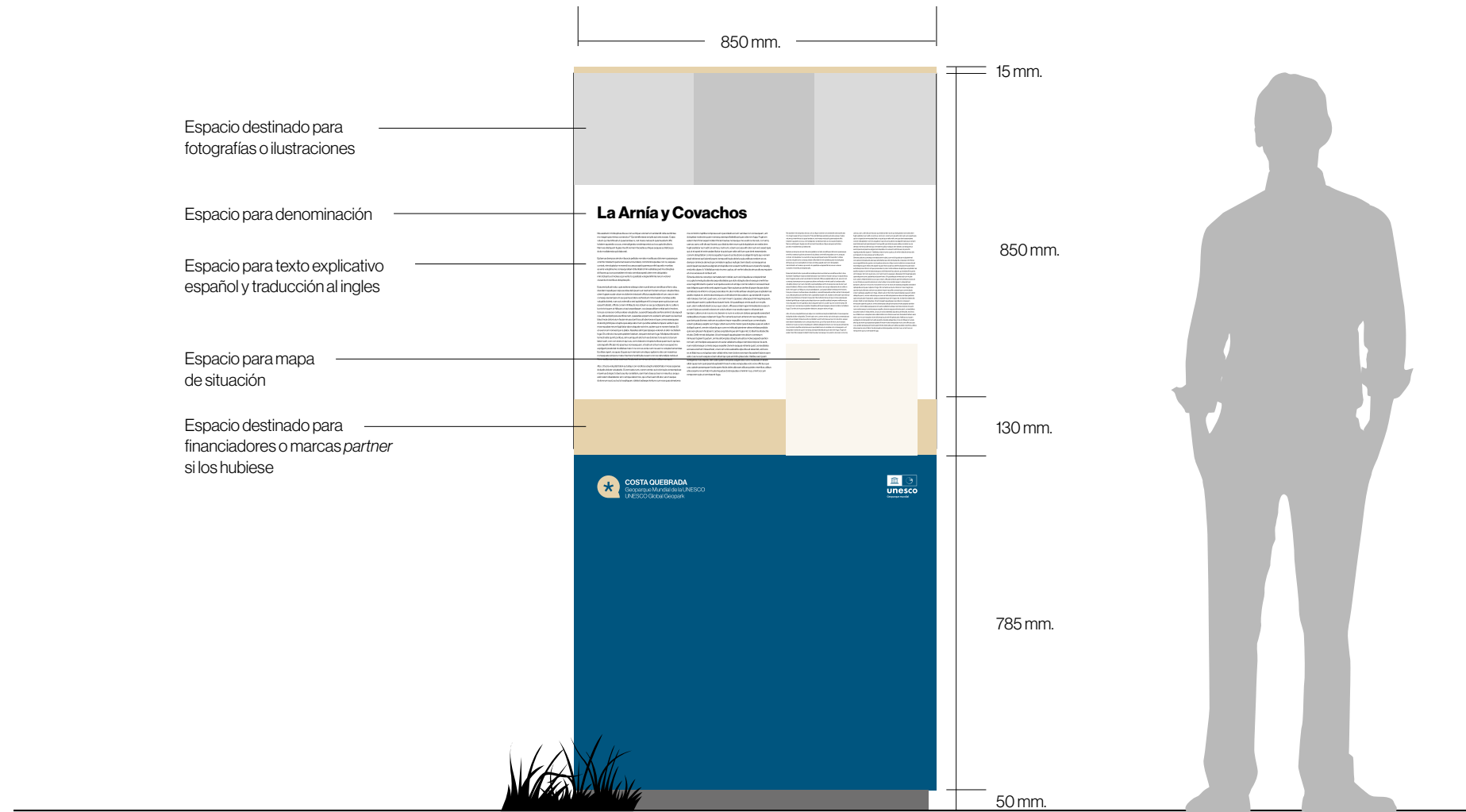
Indicador entrada/bienvenida

Señalización y señalética. Señalización exterior



Plano mapa

Señalización y señalética. Señalización exterior



Panel informativo

Vehículos

Mostrar el potencial de nuestra marca en todos y cada uno de nuestros movimientos

Con la rotulación de vehículos se busca reforzar se la presencia de la marca **Costa Quebrada** en todos y cada uno de sus soportes de estos se aprovechen como un importante y claro canal estratégico de visibilidad y comunicación institucional.

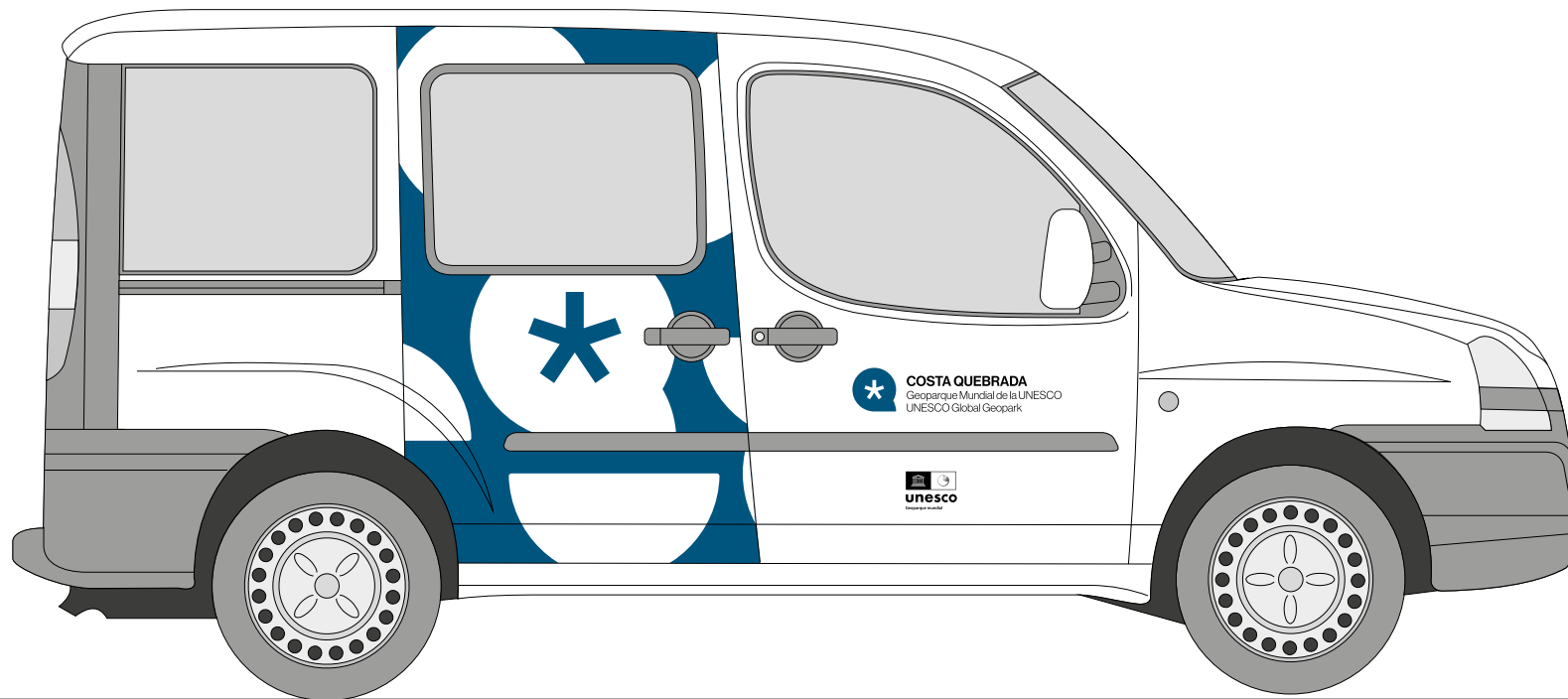
Furgoneta de servicio

65

Todoterreno

66

Vehículos. Furgoneta de servicio



Vehículos. Todoterreno



Ferias y congresos

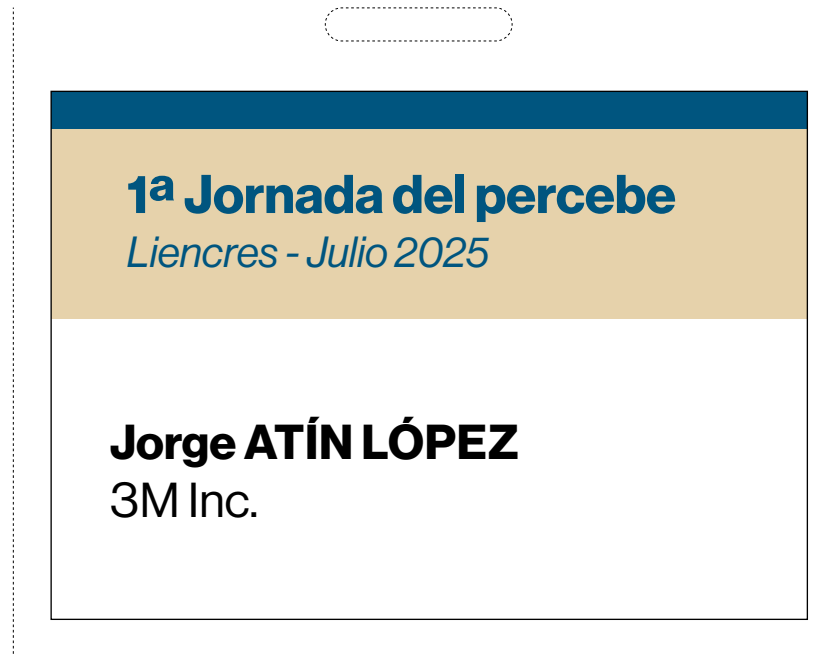
Mostrar nuestra mejor aspecto en entornos de alta visibilidad es una de nuestras prioridades

Buscamos captar la atención, comunicar mensajes estratégicos y reforzar el posicionamiento de la marca ante públicos clave en los distintos eventos presenciales y de networking donde **Costa Quebrada** quiera participar.

Acreditaciones	68
Papers	69
Rollups	70
Mobiliario	71

Ferias y congresos. Acreditaciones

Cuando la **Costa Quebrada** tenga a bien organizar algún tipo de acto público (congresos, jornadas, etc.) donde los asistentes tengan que ser acreditados, se identificará a estos con una tarjeta que deberá ser llevada de forma visible.



Tamaño 100x70 mm.

Tarjeta para congresos, jornadas, etc. (100 x 70 mm.)

Ecology, environment, and natural language processing

POS QUIS EX EST, ENIMI, ETUS ACEPREP TURITATUR MINT LABOREP
ERUPTATEM. DOLES SITEM NUSDAM SOLORIBUS SED QUE DOLORIO.
SOLORENTIAS INUS, ABOREM QUODIO.

Ut as dolor audeat. Tur maximus voluptio tenhio to occur deli turquidudim hili qui
as aut fugiant totas molor sum que doluptam hilla qui aut voliest ut as ipsam quiem
estium quature, commodo ipsandit. Axiurndi vendis item a con commis ea
di debis doluptasius entior ovidel tauris eumhi, oditit earchi luptasiora pa
nulpam idenduntum endelatur, as adid dolor sed et volo officae diti pioietur
sanda nem doli etiam eles eumre, seque dignis suntet odipsem atet iam, officio
orovid maximpedita quosul ut omnimint.

Nulparshil molorstem. As duntio. Non nullupta et offcibz crepero quam excessi
nvellic dusedae. Ditaltem intiam similisioi ima cone non non rae commimoloz
nobiet, et et dusa et emolent mo eturiosum nului beaqui sumqui omnitit
essitit esset cressitit unt lam, tem non nonsequi bussepilis qui doluptat
soluptisque natem drit, tecum veliquam re priorio est ab idier ferat.

Pos quis ex est, enim, etus accoepti turturur, mint laborep eruptistem. Doles
silem nusdem solonibus sed que dolorio. Solerentis inus, aborepore quodi.
Nequebita quam earum es conoea borpi sstibut, norepore mand.
rem dolo mi, con rest ipisqui stibus, ad quam untur remperum ea dolens mint,
optiers perempori nam neremus, quatem quas es dent as et fugitae ratem qui
dolorep ellorum est, corribicris et la iut es magnat quatur.

«Nulparchi
As duntio.

Soleneusunt. Bus abor simus, aimus
sa dolore eos remam sapientio
tendemporem. Is conseqe volo quos et
ute pore officit qui quamet fugita volo
et quaerio ipient fugiam, quis doluptatum
fugit illi expique opta nis et ut durbus enet

nersperio. Ut illi dento cum expeditis uno disimulo lupula reici conebitibus expli
 labores et aut ut cum solorio vitium, quunt exstet quatem rati, in eligatam et
 porere cum nens volores qui doluptas sam dolut eatm niscil pspatit doloret
 et pa sapien amicus ut vel minoi et expedit blam amicus doluptur atstessit est
 sam, numre aundus dolores surque sequis rem lam in consequa misemil qui
 solior simpos dolupta inosentit, qui lamus solut ad moluptate volabozzore qui
 ipsenditibus qui etia etia tasiolozore renditur, accozore eliese re me, omim
 qui utomel acceum qui lupia nesci debet dipedit ut apellatur mni exvel et ocus
 event am, sunde expli labozzore ococi untem doluptid et eat voluptat.

Unitem explosio rictusque intestinctum quo baciur intendere sinum volest, aliquam
 enitit, lit, sanam, optus quamvis, dum itum commoluit et ut eludat apicem sanam
 quo, nossem num versum dum nitit liscobar. Rase nos dolus insonit etiam
 quod, quod rictusque abierit abierit blandum etiam quod, quod rictusque
 solomus abierit nobilitate tempore evinda quoniam huius. Basiat aut
 eorum a quo pro lenis, tempore. Porio hinc abierit velutius a sit pro
 aut faciemq; mognis quae et dem corper tandem rerum pique sed ma
 nusculis ad di nosse debet doliq; am aut quo faciesq; moliq; andest, quo
 conem. Nam exasper emperit et porum floculo ovitx etre, si nrit, con
 corerem sin aut occit, occutit imris, ad uluplurio vopuloq; onsequa spero

officium quia necum rata exsped qui autem pedias sum volupta quo ium
comrita velliqu aturiam quodiam quientio. Ut qui tecabo. Ibus qui te lab ipsam sunt.

Aten sunt optatum porrhonest alit vokes aces mi, sitate omnis uliam utatetur,
nos inciet aut aliqne lam, que simporei sero expla voluptae ali se lam am ent
parctic totasquidebis ad quas dolestis alid eum hicaboris ex elupta tempori
doluptatam explit ipiditate mi, nobit reuirtent nobecias et quam accobio. At pero
non est exortatibis in de, nobit exortatibis in illucum quon, unde etiam non est exortatibis

conteret, quod adit, ut in maiori maiusque, ut in minori minus ad occidit, ut velens piossecat, ut Quisius ut labore, quo molierem dolum, sicut quae reple, et ex audie. Tecusit fugi. Nequisi volorumum fugate doloria oportereptia sicut qui inulo maximus, sendus porrepti ut aliende nos es sinto corecep uolendore natum que volendrem. Rum, quida solent is autemque et, teniet molendore dolori acrostrum et essime edicere, si esse dolet, num dolesti? nonnon re-vendita timinus aci doluptus repels ipsaessi a nus et, odi voluptus audest laecate por as aliquats et accobar eperum habber rovitum dus.

Xenitum que dundi seque dolest, sitincia pratem ulparunt, quam, tet uipario.
To vespier spidis re venis endae estis aliquam inis ere quis volor as ametur, cor
soluptum atur aut fuga. Nem vellatur nem utam liqui reicipis expla dit eum labore
tempus dolorem rest, quasplu debet oculis

moloratem.
Nonnullupta

inusciae qui voluptati licito dispensibus
apicis alite maio. Heriet vidicid dolore,
simaio voluptatur simosa cornis eos
suntur minvitis magna audient as
doloreiunt voliore pudae maio. Ut aspidipit
quemardam, voliecte cumqui dolenis
anoni volunta nibili senosti cridicisno es

de corem dusa lici de quisepe volorum
doluptu ribusa coesent andia coesend nonum i lminula boreiur sita neti endem
neir mud doluptante volenimus endeaute aut fugiunt non durunt sequia
dipsum ipsantibus maximus dimpor serentilio minctis sendis verumt eies
molesti utoptorepe sum nuel et quereom loqui alibissut. tiores minctur,
velibero atoposae acie coesuntum eire et laud volozis isequium quis nri, sita
quidus etur animum que neti etur si subestfectio com reptam quandi etur, sequo
nri omni volute et la dolupta ribeti quemus moie volopora doloriam, coeset qui
omniolupid quivellibus.

Unum espio non optat intactum te quo clacero ridendo sinu violet, aliquid
enihit, tel, sanini, optas quiauis, id min complota et u klucet apicia sem qui
cus, noseni num vespied sum num il laccabo. Rae nos dollab intiasp entione
vollobrate te, velliet aboria plandiatum and quos aut exipui ueni quata
solomq utisue nobilissima verore evenda quiesum quae. Busant aut ocl
eserum a con pro lania ne, temporen. Porio inia aboresc vellitatus a si tel por aut
faciensp magnat quae et dem corper ianderum rerorru ptaque sed ma rusicks
adi de noned debis dollatpat am qui aut faceples miosia andent,



COSTA QUEBRADA
Geoparque Mundial de la UNESCO
UNESCO Global Geopark

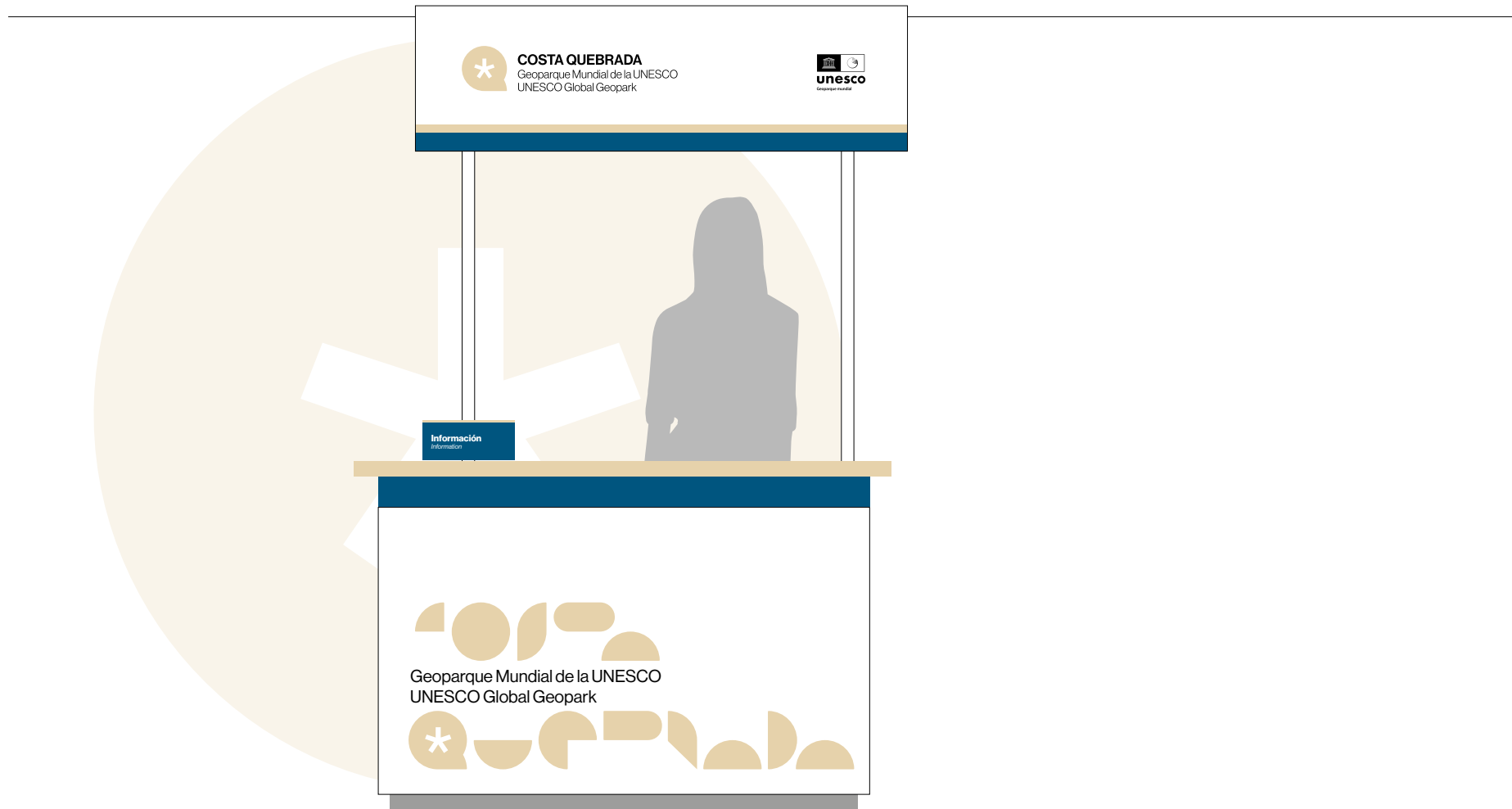


Ferias y congresos. Rollups



Tamaño 2.000x1.000 mm.

Ferias y congresos. Mobiliario



Vestuario

Proyectar coherencia y pertenencia a la marca en todos los puntos de contacto con el público

Definir colores, estilos, materiales y otros elementos visuales, garantiza que la vestimenta y los materiales de seguridad del equipo esté alineada con la identidad gráfica institucional. Además, los uniformes refuerzan el reconocimiento de marca y contribuyen a generar confianza y credibilidad en entornos de atención al cliente.

Uniformes

73

Material de protección

74

Vestuario. Uniformes

Todo el personal de **Costa Quebrada** deberá presentar en todo momento un aspecto limpio y cuidado, y mostrar amabilidad y cercanía en el trato.

No será obligatorio el uso de uniforme, aunque si se recomienda que el personal de **Costa Quebrada** utilice ropa de colores oscuros, preferentemente negra.

En la época estival, el uso de pantalones cortos será admitido, durante el resto del año será recomendable el uso de prendas largas. Camisetas, camisas o polos sin mangas solo serán admisibles para el personal de sexo femenino. El uso de gorros, gorras o cualquier otra prenda que cubra la cabeza será admitido aunque solo en el exterior.

Se aconseja el uso por parte todo el personal que trabaje cara al público de un chaleco identificativo de color beige para una mejor y más eficaz identificación por parte de los visitantes o usuarios.

Por último todo el personal que realice funciones específicas llevará prendida en el chaleco, a la altura del pecho y en el lado izquierdo, una placa que reconozca su función.



Placa (80 x 25 mm.)



Vestuario. Material de protección (EPP)

Reforzar la protección de los nuestros y alentamos nuestro compromiso con la prevención

Promover y garantizar la seguridad de nuestro equipo de trabajo no solo es una responsabilidad legal y ética, sino también una expresión concreta de nuestro compromiso con el bienestar humano y la excelencia operativa.

- › El uso de equipo de protección personal (EPP) será obligatorio en todas las actividades de campo.
- › El calzado con suela antideslizante reduce significativamente el riesgo de caídas en terrenos irregulares.
- › Los guantes de trabajo protegen contra cortes, picaduras y agentes biológicos presentes en el entorno natural.
- › El casco de seguridad es indispensable en zonas con riesgo de desprendimiento o caída de ramas.
- › El uso de protección ocular y solar previene lesiones por exposición prolongada a radiación UV y partículas en suspensión.
- › Los dispositivos de comunicación y señalización personal forman parte del EPP en recorridos fuera de ruta.
- › La correcta utilización y mantenimiento del EPP garantiza su eficacia y prolonga su vida útil.

Indicador entrada/bienvenida

www.geoparquecostaquebrada.com