

***Puerto de la Cruz***

*parte de ti*

***Guía de convivencia  
gráfica con otras marcas***

***Para qué y  
para quién es  
esta guía***

***Índice***

**Ésta es una guía práctica para la incorporación de la marca gráfica de destino turístico Puerto de la Cruz de forma correcta en los materiales de comunicación de otras marcas.**

Aquí se presentan el conjunto de normas para la representación de Puerto de la Cruz como marca secundaria, supeditándose a otra marca, pero conservando las reglas mínimas o recomendadas de la identidad.

Esta guía tiene como destinatarios a todas aquellas personas encargadas de la comunicación gráfica de marcas.

Logo en color .....	4
Cromatismo .....	6
Logo monocromo .....	8
Uso de positivo/negativo .....	10
Logo de contraste .....	12
Tamaños mínimos .....	14
Espacio de reserva .....	16
Relación de escala .....	18
Ejemplos .....	20
Aplicaciones .....	22

# Logo en color

La gráfica en color es la imagen principal y la primera opción de uso. Se compone de dos piezas conectadas; la pieza del **destino** (Puerto de la Cruz) y la pieza del **reclamo** (parte de ti).

Esta opción principal se usará siempre que el fondo sea blanco –y la cantidad de tintas del diseño lo permitan–

El logo se presenta en tres versiones distintas correspondientes a los tres idiomas principales de uso. La elección vendrá dada por el idioma del público destino de la pieza comunicativa que se esté trabajando y, si fuese en algún otro idioma distinto a éstos, se optará por la versión del logo en inglés.

Español

**Puerto de la Cruz**

*parte de ti*

Inglés

**Puerto de la Cruz**

*part of you*

Alemán

**Puerto de la Cruz**

*Teil von Dir*

# *Cromatismo*

Estos son los colores primarios de la identidad gráfica: un turquesa que representa la **naturaleza** y el color natural del mar –que mezcla el azul del cielo con el verde de sus fondos poco profundos– y un naranja que representa el **contacto humano** y la calidez.

Papel

Pantalla

Mar

Piel



Pantone

3125C

156C

CMYK

88 0 13 0

0 29 58 0

Hex

2CCCD3

FFCAAC

sRGB

44 204 211

255 202 172

# Logo *monocromo*

Si la gráfica de marca va a ser colocada sobre un fondo que no sea blanco, se recomienda pasar directamente a la opción del logo monocromo para buscar una mayor legibilidad.

En este caso, el cromatismo preferido serán los colores primarios de la marca (Mar primero, Piel después), pero hay libertad para modificarlo con el objetivo de mejorar la legibilidad y para adaptarlo al diseño en el que se trabaja.



Español

***Puerto de la Cruz***

*parte de ti*

Inglés

***Puerto de la Cruz***

*part of you*

Alemán

***Puerto de la Cruz***

*Teil von Dir*

# *Uso de positivo o negativo*

Como se indicaba anteriormente, el uso del logo monocromo está recomendado cuando el fondo no es blanco. La elección de la versión –positiva o negativa– de este logo vendrá dada por las características del fondo sobre el que se coloque y siempre buscando la mayor legibilidad posible.

En casos de fondos heterogéneos que dificulten la lectura, se valorará la opción del logo de contraste (véase pág. 12)

Uso de positivo

Uso de negativo

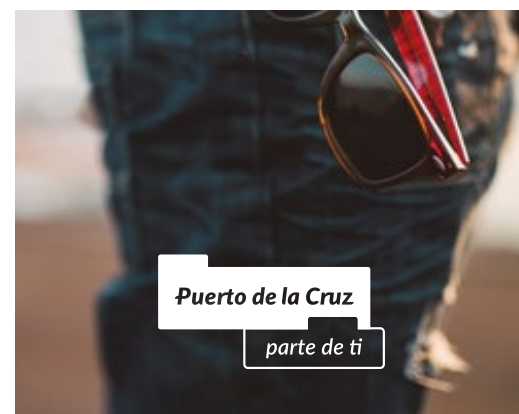
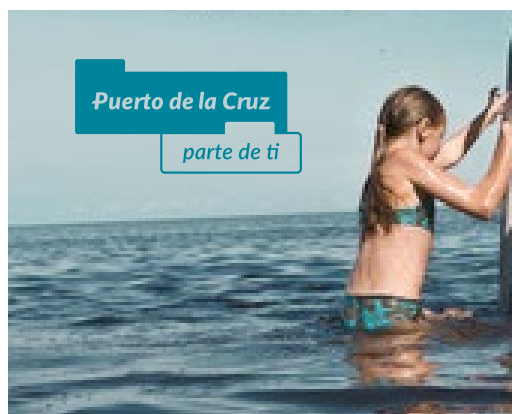
Sobre  
color



Sobre  
degradado



Sobre  
fotografía



# Logo de contraste

Para los casos en los que no sea posible colocar la identidad gráfica de la marca sobre un fondo de tonos uniformes sino que inevitablemente caiga sobre una foto contrastada o un gradiente de colores pronunciado, puede ser aconsejable sustituir el logo monocromo por el logo de contraste.

El logo de contraste está construido en dos colores pensando en el uso de una sola tinta offset, y usándola en combinación con el blanco para maximizar el contraste entre las piezas del logo y, al mismo tiempo, con el fondo sobre el que se coloca.

Al igual que en la opción monocroma del logo, aunque la preferencia cromática es la del color Mar definido en esta guía, hay libertad para seleccionar el color que mejor se adapte al diseño en el que se trabaja –siempre asegurando una buena legibilidad e identificación de la marca–

Español

***Puerto de la Cruz***

*parte de ti*

Inglés

***Puerto de la Cruz***

*part of you*

Alemán

***Puerto de la Cruz***

*Teil von Dir*

# ***Tamaños mínimos***

La reproducción de la marca gráfica debe buscar siempre la identificación y la legibilidad. Es por esto que se especifican tamaños mínimos para las representaciones impresas en papel y en pantalla que aseguren la visibilidad, y se plantean como única norma de estricto cumplimiento.

*Papel*  
*(a 300ppp)*



*Pantalla*  
*(a 72ppp)*



# ***Espacio de reserva***

Se aconseja un espacio de separación mínimo que depende del tipo de elemento gráfico que lo rodea.

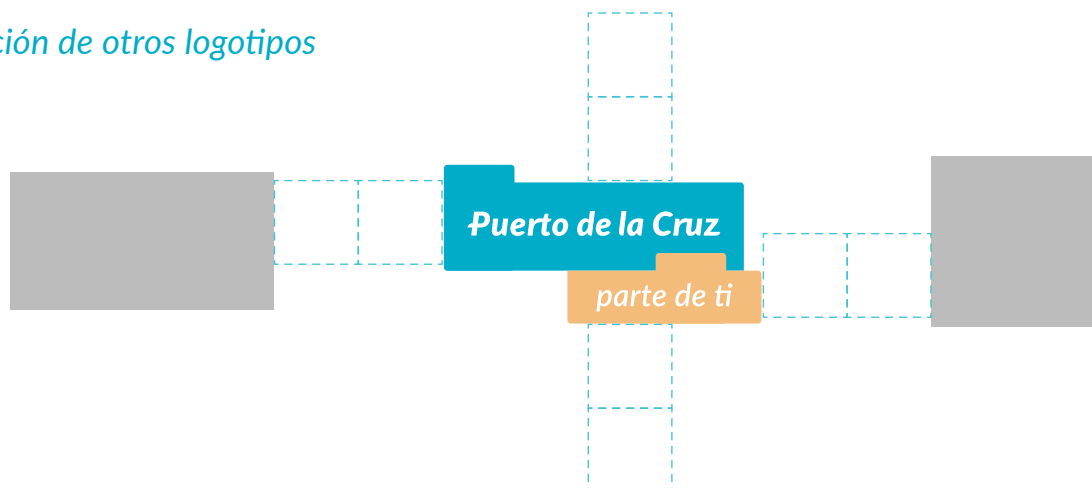
Así, si a lo que acompaña la marca es a **otros logotipos**, es recomendable una separación de dos veces el alto del rectángulo de la pieza color Mar.

Si la marca de Puerto de la Cruz se sitúa junto a **otros elementos** gráficos –tales como bloques de texto, fotografías o gráficas, por ejemplo– se recomienda una reserva de solo el equivalente al alto del rectángulo de la pieza color Mar.

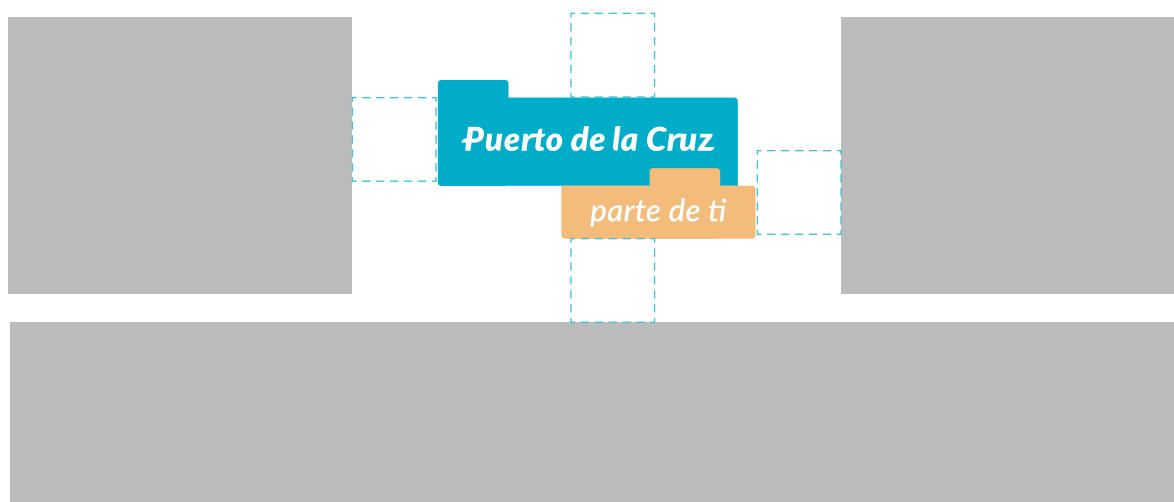
Una vez más, ésta es una norma flexible y queda a criterio del diseñador su compatibilidad con el peso, alineaciones y espacios del conjunto gráfico en el que se esté trabajando.



### *Separación de otros logotipos*



### *Separación de otros elementos*



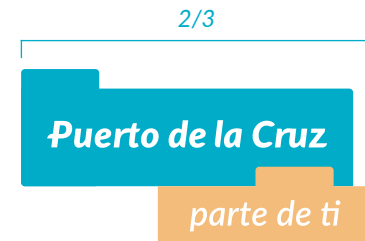
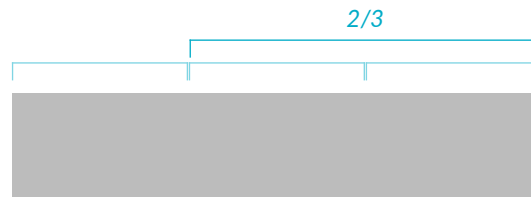
# ***Relación de escala***

Cuando la gráfica del destino Puerto de la Cruz acompañe como secundaria a otra marca en una publicación, se tratará la relación de tamaños según las siguientes guías orientativas de proporción y siempre teniendo en cuenta las normas de tamaño mínimo (véase pág. 14)

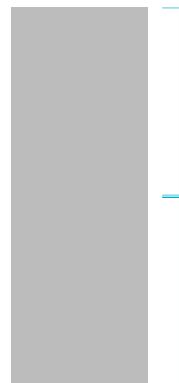
Espacio aproximado  
de marca principal

Marca Puerto de la Cruz

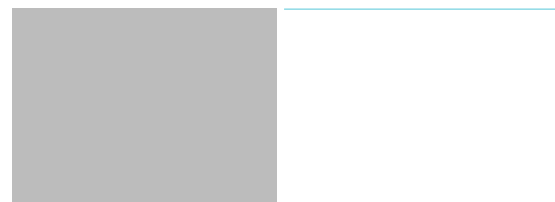
Marca con forma  
muy horizontal



Marca con forma  
muy vertical



Marca con forma  
aprox. cuadrada



# ***Ejemplos de convivencia de marcas***

Aquí mostramos cómo se aplican las reglas anteriores en tres ejemplos distintos de identidades gráficas que operarían como marca principal y donde Puerto de la Cruz actuaría como marca secundaria –como, por ejemplo, comunicaciones institucionales de los organismos mostrados–

Horizontal



Aprox.  
cuadrado



Aprox.  
cuadrado



# ***Tamaños recomendados por aplicación***

Para los casos en los que la marca destino de Puerto de la Cruz aparezca sola, como encabezado, éstas son las dimensiones recomendadas para los soportes más comunes y siempre teniendo en cuenta la normas de tamaño mínimo (véase pág. 14).

## Papel



A4



Sobre americano



## Pantalla



Escritorio / Tableta



Móvil



# ***Apéndice: La imagen en sus versiones***

Las siguientes páginas presentan la imagen de marca en sus diferentes versiones, tal cual deben ser usadas en programas de edición gráfica.



***Puerto de la Cruz***

*parte de ti*

***Puerto de la Cruz***

*part of you*

***Puerto de la Cruz***

*Teil von Dir*

***Puerto de la Cruz***

*parte de ti*

***Puerto de la Cruz***

*part of you*

***Puerto de la Cruz***

*Teil von Dir*

***Puerto de la Cruz***

*parte de ti*

***Puerto de la Cruz***

*part of you*

***Puerto de la Cruz***

*Teil von Dir*

