

Hu
es

MANUAL BÁSICO DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Ca

0.0

EL OBJETIVO DE ESTE MANUAL ES PRESENTAR LOS ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD VISUAL QUE FUNDAMENTAN LA MARCA HUESCA LA MAGIA Y DAR UNAS PAUTAS PARA SU CORRECTO USO Y APLICACIÓN.

PARA CONSTRUIR UNA MARCA SÓLIDA, COHERENTE Y DISTINTA HACE FALTA QUE USEMOS SU EXPRESIÓN GRÁFICA DE UNA MANERA CORRECTA Y CONSISTENTE. POR ELLO, ES FUNDAMENTAL QUE CUALQUIER PERSONA QUE UTILICE Y APLIQUE NUESTRA IDENTIDAD VISUAL CONSULTE ESTE MANUAL.

PARA CUALQUIER DUDA O ACLARACIÓN CONTACTE CON EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE TUHUESCA.
TEL. 974 101 777

0.1

LA
CONSTRUCCIÓN
DE
LA
MARCA

SIGNOS
DE
PERSONALIDAD
DE
HUESCA
LA
MAGIA

HUESCA ES HISTORIA

PALEOLÍTICA
IBÉRICA
ROMÁNICA
GÓTICA
RENACENTISTA
BARROCA
CASTILLOS
CATEDRALES
COLEGIATAS
MURALLAS
MONUMENTOS
PALACIOS
FORTALEZAS
PUENTES
MONASTERIOS
FUENTES
ALDEAS
PUEBLOS

0.2

LA
CONSTRUCCIÓN
DE
LA
MARCA

SIGNOS
DE
PERSONALIDAD
DE
HUESCA
LA
MAGIA

HUESCA ES **U**NICA
POR SUS PIRINEOS
POR SUS SOMONTANOS
POR SUS LLANOS
POR SUS PARQUES NATURALES
POR SUS ESPACIOS PROTEGIDOS
POR SU PATRIMONIO NATURAL
POR SUS SENDEROS
POR SU FLORA
POR SU FAUNA
POR SU GASTRONOMÍA
POR SUS RESTAURANTES
POR SUS VINOS
POR SUS BODEGAS
POR SUS DEPORTES DE AVENTURA
POR SU GENTE

0.3

LA
CONSTRUCCIÓN
DE
LA
MARCA

SIGNOS
DE
PERSONALIDAD
DE
HUESCA
LA
MAGIA

HUESCA ES **e**XPERIENCIAS

DE MOMENTOS MÁGICOS
DE UNA ESCAPADA
DE FIN DE SEMANA
DE UN PUENTE CORTO
DE UN PUENTE LARGO
DE SEMANA SANTA
DE VACACIONES
DE PRIMAVERA
DE VERANO
DE OTOÑO
DE INVIERNO

0.4

LA
CONSTRUCCIÓN
DE
LA
MARCA

SIGNOS
DE
PERSONALIDAD
DE
HUESCA
LA
MAGIA

HUESCA ES S OÑAR

LEYENDAS
MITOS
SERES FANTÁSTICOS
PIRINEOS
VALLES
MONTAÑAS
DESIERTOS
LAGOS
IBONES
RÍOS
PAISAJES
NATURALEZA
NIEVE
RELAX
DESCANSO
PAZ

0.5

LA
CONSTRUCCIÓN
DE
LA
MARCA

SIGNOS
DE
PERSONALIDAD
DE
HUESCA
LA
MAGIA

HUESCA ES CULTURA

FIESTAS POPULARES
FIESTAS ANCESTRALES
TRADICIONES
FESTIVALES
MUSEOS
ARTE

0.6

LA
CONSTRUCCIÓN
DE
LA
MARCA

SIGNOS
DE
PERSONALIDAD
DE
HUESCA
LA
MAGIA

HUESCA ES **a** MIGA

ACCESIBLE
RESPETUOSA
FAMILIAR
CERCANA
ABIERTA
HOSPITALARIA
GRANDES HOTELES
HOTELES CON ENCANTO
CASAS RURALES
CENTROS VACACIONALES
REFUGIOS DE MONTAÑA
BALNEARIOS
APARTAMENTOS
HOSTALES
CAMPINGS
ÁREAS DE ACAMPADA

0.7

MARCA

LA
CONSTRUCCIÓN
DE
LA
MARCA

SIGNOS
VISUALES
DE
LA
IDENTIDAD
DE
HUESCA
LA
MAGIA

PARA EVIDENCIAR
LOS GRANDES CONTRASTES
QUE NOS ENCONTRAMOS
EN EL TERRITORIO
UTILIZAMOS MAYÚSCULAS
Y MINÚSCULAS
EN DIFERENTES CUERPOS
TIPOGRÁFICOS
PARA COMPONER
EL LOGOTIPO.

HUESCA

PALEOLÍTICA IBÉRICA ROMÁNICA GÓTICA RENACENTISTA
BARROCA CASTILLOS CATEDRALES COLEGIATAS MURALLAS
MONUMENTOS PALACIOS FORTALEZAS PUENTES MONASTE-
RIOS FUENTES ALDEAS PUEBLOS PIRINEOS SOMONTANOS
LLANOS PARQUES NATURALES ESPACIOS PROTEGIDOS
PATRIMONIO NATURAL SENDEROS FLORA FAUNA GASTRONOMÍA
RESTAURANTES VINOS BODEGAS DEPORTES DE AVENTURA
GENTE MOMENTOS MÁGICOS ESCAPADAS FIN DE SEMANA
PUENTES SEMANA SANTA VACACIONES PRIMAVERA VERANO
OTOÑO INVIERNO LEYENDAS MITOS SERES FANTÁSTICOS PIRI-
NEOS VALLES MONTAÑAS DESIERTOS LAGOS IBONES RÍOS
PAISAJES NATURALEZA NIEVE RELAX DESCANSO PAZ FIESTAS
POPULARES FIESTAS ANCESTRALES TRADICIONES FESTIVALES
MUSEOS ARTE ACCESIBLE RESPETUOSA FAMILIAR CERCANA
ABIERTA HOSPITALARIA GRANDES HOTELES HOTELES CON
ENCANTO CASAS RURALES CENTROS VACACIONALES REFUGIOS
DE MONTAÑA BALNEARIOS APARTAMENTOS HOSTALES
CAMPINGS ÁREAS DE ACAMPADA

0.8

MARCA
PRINCIPAL

LA
CONSTRUCCIÓN
DE
LA
MARCA

SIGNOS
VISUALES
DE
LA
IDENTIDAD
DE
HUESCA
LA
MAGIA

LA MAGIA FORMA PARTE
DE LA PERSONALIDAD
DE LA PROVINCIA,
DEL TERRITORIO Y DE TODAS
SUS EXPERIENCIAS.
POR LO TANTO LA INTEGRAMOS
DENTRO DEL LOGOTIPO
FORMANDO PARTE DE UN TODO.

Y LA COMPOSICIÓN
ES VERTICAL PARA POTENCIAR
UNA DE LAS PRINCIPALES
CARACTERÍSTICAS
OROGRÁFICAS DE LA
PROVINCIA:
LOS PIRINEOS.

Hu
es
La Magia
Ca

HUESCA

La Magia

0.9

MARCA
SECUNDARIA

LA
CONSTRUCCIÓN
DE
LA
MARCA

SIGNOS
VISUALES
DE
LA
IDENTIDAD
DE
HUESCA
LA
MAGIA

LA MAGIA FORMA PARTE
DE LA PERSONALIDAD
DE LA PROVINCIA,
DEL TERRITORIO Y DE TODAS
SUS EXPERIENCIAS.
POR LO TANTO LA INTEGRAMOS
DENTRO DEL LOGOTIPO
FORMANDO PARTE DE UN TODO.

10.

MARCA

LA
CONSTRUCCIÓN
DE
LA
MARCA

SIGNOS
VISUALES
DE
LA
IDENTIDAD
DE
HUESCA
LA
MAGIA

LA MAGIA DE HUESCA ES
ABIERTA, FLEXIBLE Y
MODULABLE. SE ADAPTA
PERFECTAMENTE A CUALQUIER
ENTORNO Y NOS PERMITE
UTILIZAR SU LOGOTIPO TANTO
EN SU VERSIÓN VERTICAL
COMO HORIZONTAL PARA NO
ROMPER LA ARMONÍA DE LA
COMUNICACIÓN.
SIENDO EL LOGOTIPO VERTICAL
LA MARCA PRINCIPAL.

MARCA PRINCIPAL

Hu
es
La MaGia
Ca

MARCA SECUNDARIA

Huesca
La MaGia

11.

MARCA

LA
CONSTRUCCIÓN
DE
LA
MARCA

SIGNOS
DE
LA
PERSONALIDAD
DE
HUESCA
LA
MAGIA

¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE MAGIA?

HABLAMOS DE PODER. UN LUGAR MÁGICO ES AQUEL DONDE TODO ES POSIBLE. POR ESO HABLAR DE MAGIA ES HABLAR TAMBIÉN DE HUESCA. PORQUE EN HUESCA EL TIEMPO SE DETIENE PARA CONTEMPLAR UN PAISAJE. LA HISTORIA SE CONFUNDE CON LA LEYENDA. EL MUNDO DE LA IMAGINACIÓN CONVIVE CON EL DE LA REALIDAD POR TIERRA, AGUA Y AIRE. LOS COLORES SE SABOREAN Y LOS SONIDOS SE TOCAN.

HABLAMOS DE SUEÑO, LA CAPACIDAD DE HACER SOÑAR DEBE ESTAR PRESENTE EN TODAS LAS PIEZAS DE COMUNICACIÓN QUE LLEGUEN AL CONSUMIDOR, DESDE EL TEXTO A LAS IMÁGENES PASANDO POR EL LOGO O LAS VOCES DE LOS LOCUTORES.

HABLAMOS DE ESPECTÁCULO. EL CUENTO DE NUNCA ACABAR, LA MAGIA DE HUESCA.

12.

FAMILIAS
TIPOGRÁFICAS

FUENTE
PRINCIPAL

PALATINO
LINOTYPE

PALATINO
LINOTYPE
BOLD

EL LOGOTIPO SE HA CREADO A PARTIR DE LA TIPOGRAFÍA PALATINO, UN TIPO DE LETRA QUE COMBINA A LA PERFECCIÓN FUERZA Y SENSIBILIDAD, SIGNOS CARACTERÍSTICOS DE LA PERSONALIDAD DE HUESCA. ES UNA TIPOGRAFÍA QUE IMITA LAS LETRAS FORMADAS POR UNA PLUMA Y UN TINTERO, MUY FÁCIL DE LEER. LA UTILIZACIÓN DE LA PALATINO HACE LA CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO POTENTE PERO A LA VEZ AGRADABLE.

Palatino
Linotype

ABCDEFG
HIJKLMN
ÑOPQRST
UVWXYZ

abcdefghijkl
klmnñopq
rstuvwxyz

1234567890

Palatino
Linotype
Bold

ABCDEFG
HIJKLMN
ÑOPQRST
UVWXYZ

abcdefghijkl
klmnñopq
rstuvwxyz

1234567890

13.

FAMILIAS
TIPOGRÁFICAS

FUENTE
SECUNDARIA

FRANKLIN
GOTHIC
BOOK

FRANKLIN
GOTHIC
DEMI

PARA TODAS LAS PIEZAS DE
COMUNICACIÓN UTILIZAREMOS
LA TIPOGRAFÍA FRANKLIN
GOTHIC DEMI EN LOS TITULARES
Y LA FRANKLIN GOTHIC BOOK
PARA EL CUERPO DE TEXTO.
UN TIPO DE LETRA DE PALO
SECO, CON GRAN PERSONALIDAD
Y CAPAZ DE RESISTIR EL PASO
DEL TIEMPO, SIENDO UN TIPO DE
LETRA MUY PERIODÍSTICO, QUE
COMBINA A LA PERFECCIÓN
FUERZA Y ELEGANCIA Y TRABAJA
EN SINTONÍA CON LA PALATINO
LINOTYPE DE NUESTRA MARCA.

Franklin
Gothic
Book

ABCDEFG
HIJKLMN
ÑOPQRST
UVWXYZ

abcdefghij
klmnñopq
rstuvwxyz

123456
7890

Franklin
Gothic
Demi

ABCDEFG
HIJKLMN
ÑOPQRST
UVWXYZ

abcdefghij
klmnñopq
rstuvwxyz

123456
7890

14.

MARCA
ESPACIO
VITAL



15.

MARCA
TAMAÑO
MÍNIMO
DE
APLICACIÓN

HueSca
La MaGIA

HueSca
La MaGIA

Mínimo
15mm

Hu
es
La MaGIA
Ca

Hu
es
La MaGIA
Ca

Mínimo
15mm

16.

MARCA

DISPOSICIONES
INCORRECTAS

~~Hu
es
Ca~~
La MaGIA

~~Huesca~~
La MaGIA

~~Hu
es
Ca~~
La MaGIA

~~Hu
es
Ca~~
La MaGIA

~~Huesca~~
La MaGIA

~~HU
ES
CA~~
La MaGIA

~~Hu
es
Ca~~
La MaGIA

~~Huesca~~
La MaGIA

~~Hu
es
Ca~~
La MaGIA

17.

MARCA

COLORES
PERMITIDOS

SÓLO SE PERMITEN ESTAS

TRES APLICACIONES.

LA PRIMERA OPCIÓN, SIEMPRE
QUE LA MARCA LO PERMITA,
ES LA UTILIZACIÓN DE LA MARCA
EN COLOR VERDE CORPORATIVO,
PANTONE 336 C.

COMO SEGUNDA OPCIÓN
SE PODRÁ UTILIZAR LA MARCA
EN POSITIVO (NEGRO)
O EN NEGATIVO (BLANCO).

EL COLOR DOMINANTE EN
HUESCA ES EL VERDE. EL VERDE
DE LOS ÁRBOLES, DE LOS
VALLES Y DE LOS CULTIVOS.
UN VERDE REPRESENTADO POR
EL COLOR PANTONE 336 C.
OPTIMISTA, TRANQUILO Y
RELAJANTE.

PRIMERA
OPCIÓN

Hu
es
La MaGia
Ca



PANT. 336
C. 100%
M. 000%
Y. 067%
K. 047%



BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%

SEGUNDA
OPCIÓN

Hu
es
La MaGia
Ca



NEGRO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 100%



BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%

HueSca
La MaGIA



PANT. 336
C. 100%
M. 000%
Y. 067%
K. 047%



BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%

HueSca
La MaGIA



NEGRO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 100%



BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%

18.

MARCA

APLICACIONES
DIGITAL

EN WEB

EL LOGOTIPO SOLO
SE PODRÁ UTILIZAR
EN BLANCO.

SE PUEDE UTILIZAR
SOBRE FONDOS PLANOS
Y SOBRE IMÁGENES.



19.

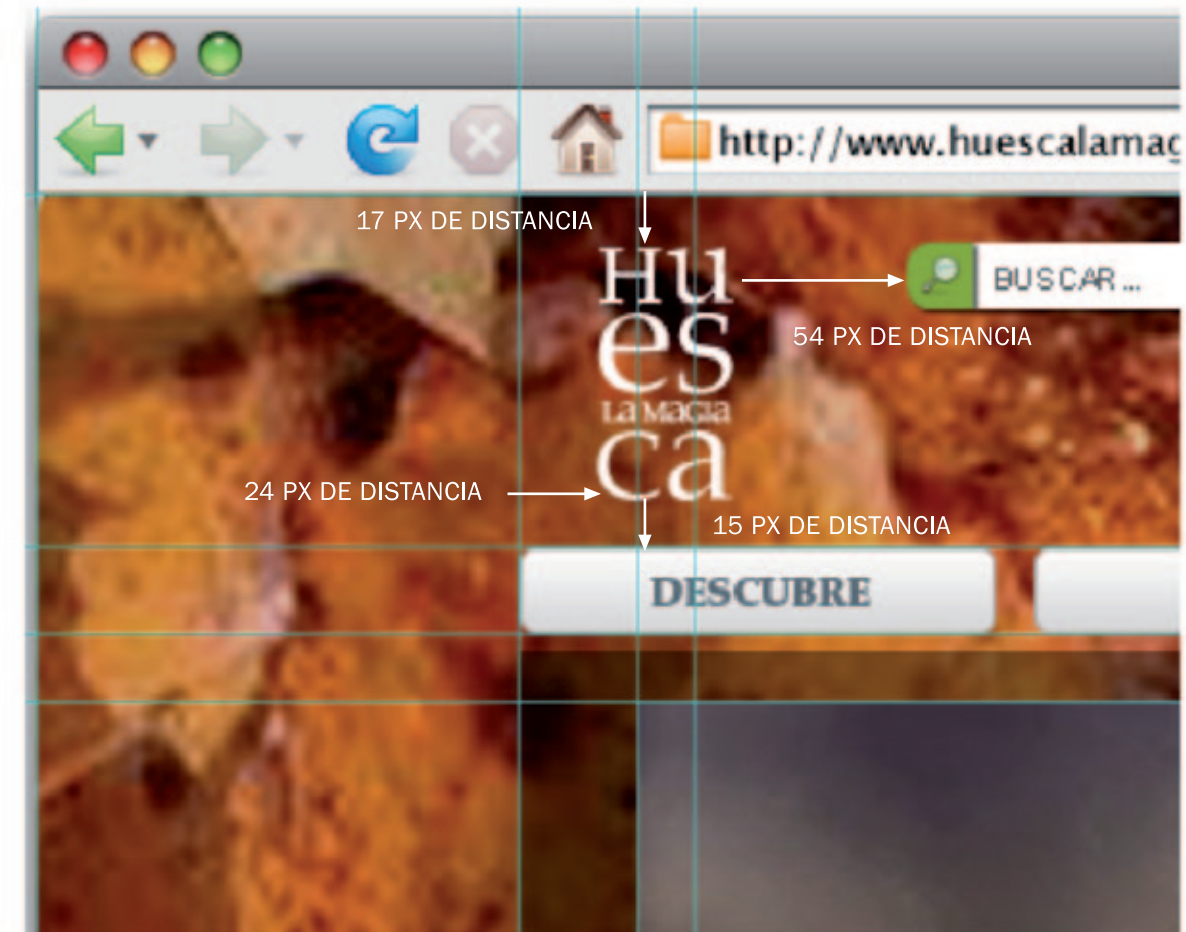
MARCA

APLICACIONES
DIGITAL

EN WEB

EL LOGOTIPO SOLO
SE PODRÁ UTILIZAR
EN BLANCO.

SE PUEDE UTILIZAR
SOBRE FONDOS PLANOS
Y SOBRE IMÁGENES.



20.

MARCA

APLICACIONES
DIGITAL

EN WEB

EL LOGOTIPO SOLO
SE PODRÁ UTILIZAR
EN BLANCO.

SE PUEDE UTILIZAR
SOBRE FONDOS PLANOS
Y SOBRE IMÁGENES.

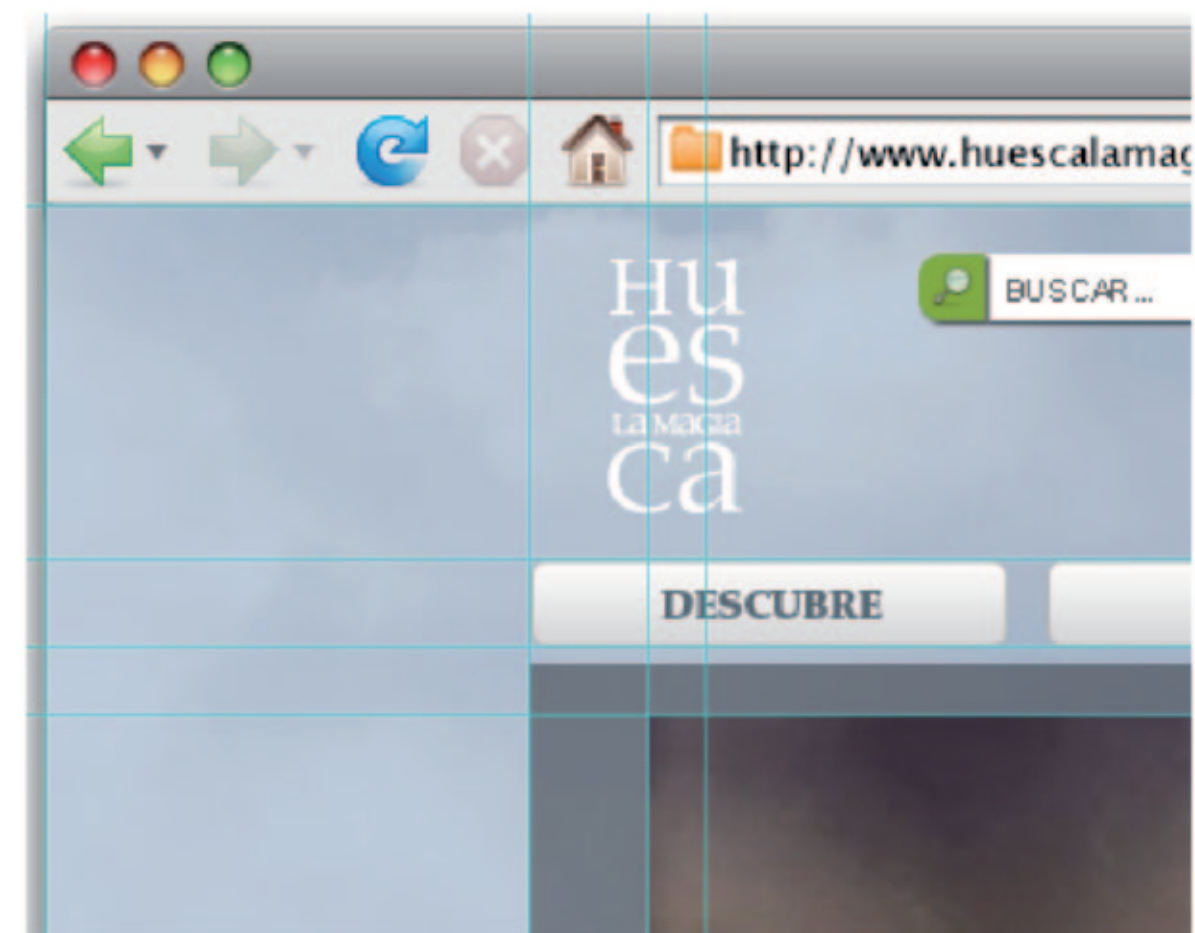


21.

MARCA
APLICACIONES
DIGITAL

EN WEB
EL LOGOTIPO SOLO
SE PODRÁ UTILIZAR
EN BLANCO.

SE PUEDE UTILIZAR
SOBRE FONDOS PLANOS
Y SOBRE IMÁGENES.



22.

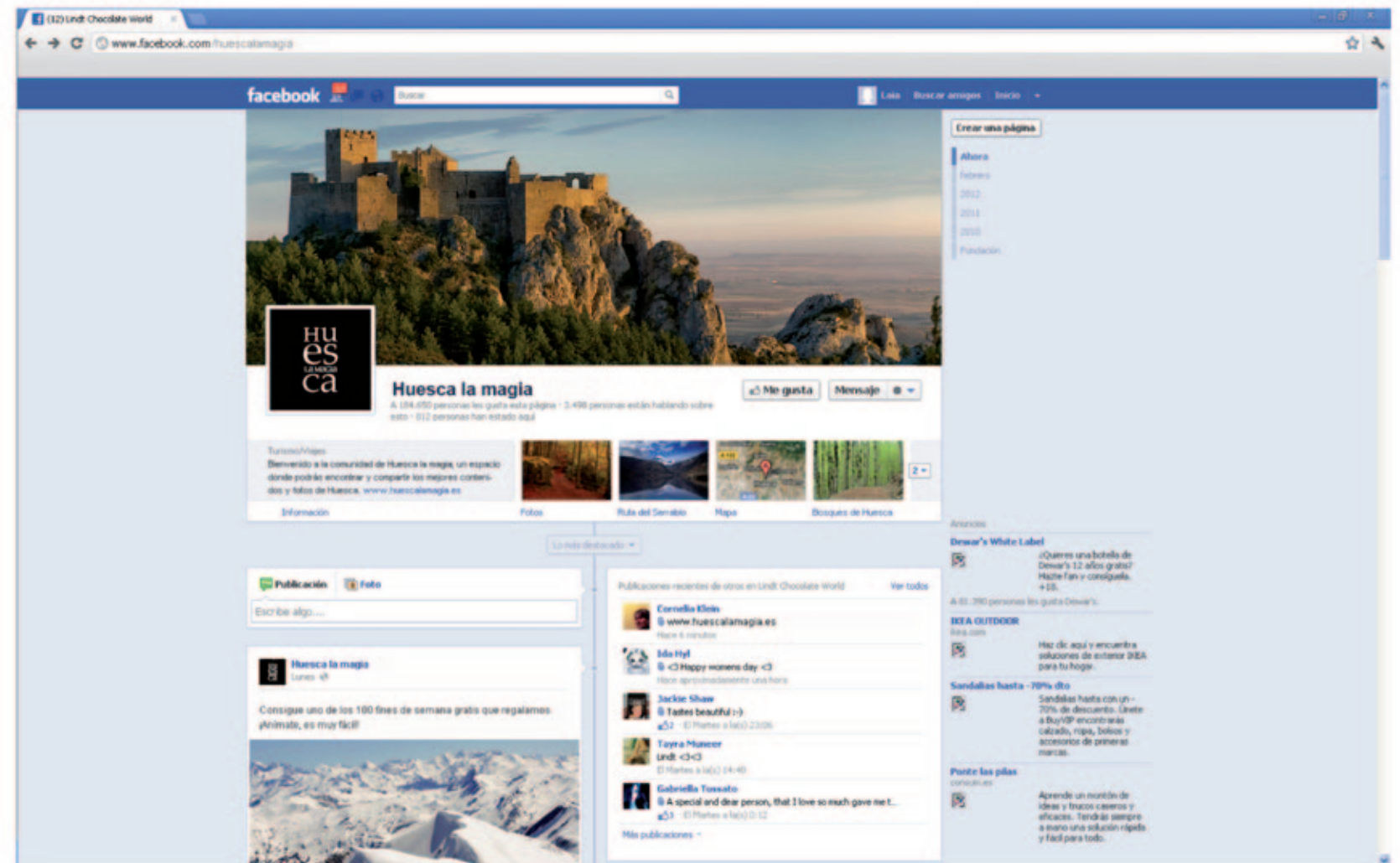
MARCA

APLICACIONES
DIGITAL

EN FACEBOOK EL LOGOTIPO
SOLO SE PODRÁ UTILIZAR
EN BLANCO.

SE PUEDE UTILIZAR
SOLO SOBRE FONDO
NEGRO.

EN LAS IMÁGENES
NO DEBE APARECER
TEXTO ALGUNO EXCEPTO
EN EL CABECERO SUPERIOR.



23.

MARCA

APLICACIONES
DIGITAL

EN FACEBOOK EL LOGOTIPO
SOLO SE PODRÁ UTILIZAR
EN BLANCO.

SE PUEDE UTILIZAR
SOLO SOBRE FONDO
NEGRO.

EN LAS IMÁGENES
NO DEBE APARECER
TEXTO ALGUNO EXCEPTO
EN EL CABECERO SUPERIOR.

40 PX DE DISTANCIA



24.

MARCA
APLICACIONES
DIGITAL

EN FACEBOOK EL LOGOTIPO
SOLO SE PODRÁ UTILIZAR
EN BLANCO.

SE PUEDE UTILIZAR
SOLO SOBRE FONDO
NEGRO.

EN LAS IMÁGENES
NO DEBE APARECER
TEXTO ALGUNO EXCEPTO
EN EL CABECERO SUPERIOR.

80 PX DE ALTO



43 PX DE ANCHO



25.

MARCA
APLICACIONES
DIGITAL

EN GOOGLE + EL LOGOTIPO
SOLO SE PODRÁ UTILIZAR
EN BLANCO.

SE PUEDE UTILIZAR
SOLO SOBRE FONDO
NEGRO.

EN LAS IMÁGENES
NO DEBE APARECER
TEXTO ALGUNO EXCEPTO
EN EL CABECERO SUPERIOR.

190 PX DE ANCHO



95 PX DE ANCHO



26.

MARCA
APLICACIONES
DIGITAL

EN TWITTER EL LOGOTIPO
SOLO SE PODRÁ UTILIZAR
EN BLANCO.

SE PUEDE UTILIZAR
SOLO SOBRE FONDO
NEGRO.

EN LAS IMÁGENES
NO DEBE APARECER
TEXTO ALGUNO EXCEPTO
EN EL CABECERO SUPERIOR.

96 PX DE ANCHO



48 PX DE ANCHO



27.

MARCA
APLICACIONES
DIGITAL

EN YOUTUBE EL LOGOTIPO
SOLO SE PODRÁ UTILIZAR
EN BLANCO.

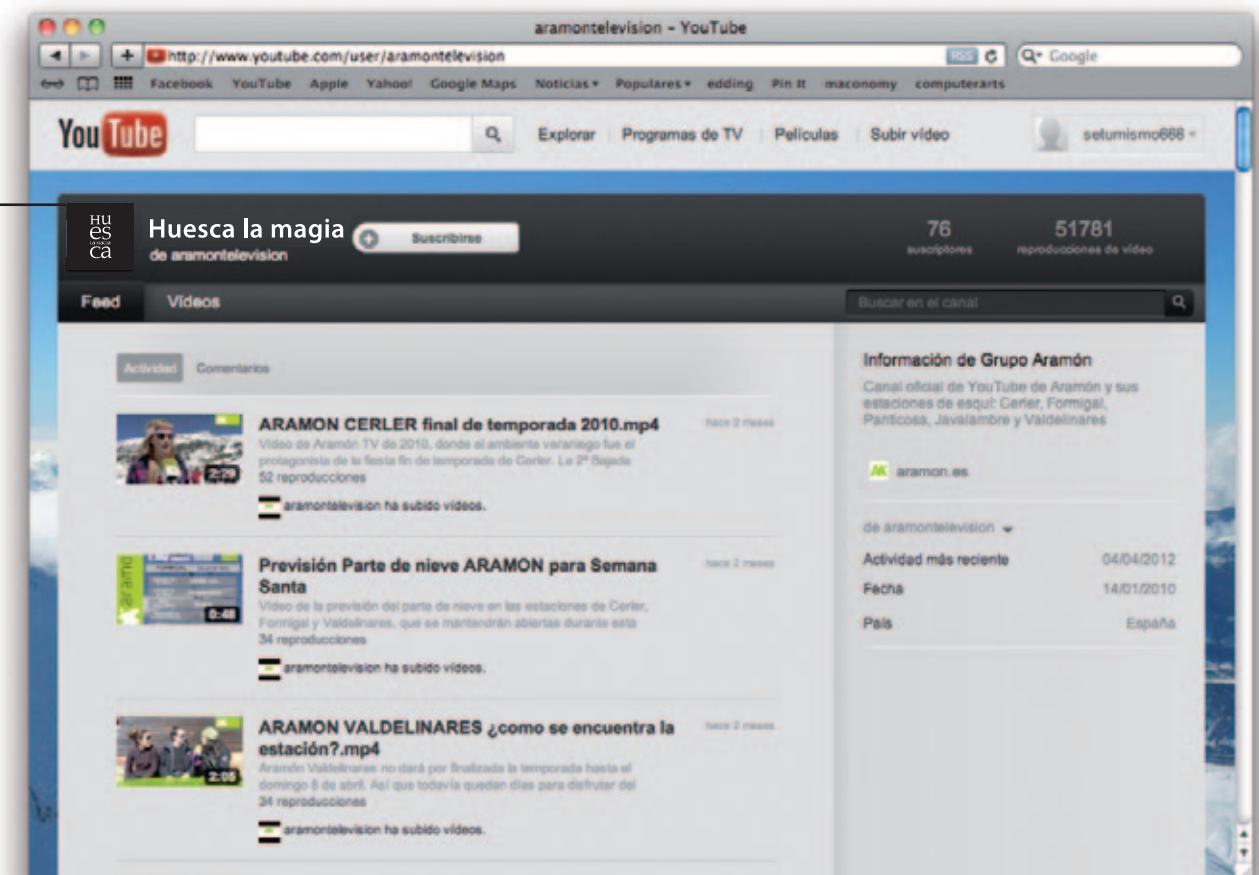
SE PUEDE UTILIZAR
SOLO SOBRE FONDO
NEGRO.

EN LAS IMÁGENES
NO DEBE APARECER
TEXTO ALGUNO EXCEPTO
EN EL CABECERO SUPERIOR.

46 PX DE ANCHO



25 PX DE ANCHO



28.

MARCA

EQUIVALENCIA
PARA
COLORES
WEB

SÓLO SE PERMITEN ESTAS
TRES APLICACIONES.
LA PRIMERA OPCIÓN, SIEMPRE
QUE LA MARCA LO PERMITA,
ES LA UTILIZACIÓN DE LA MARCA
EN COLOR VERDE CORPORATIVO,
PANTONE 336 C.
COMO SEGUNDA OPCIÓN
SE PODRÁ UTILIZAR LA MARCA
EN POSITIVO (NEGRO)
O EN NEGATIVO (BLANCO).

PRIMERA
OPCIÓN

Hu
es
La MaGIA
Ca

#00624b



#00624b

SEGUNDA
OPCIÓN

Hu
es
La MaGIA
Ca

#1a171b



#ffffff

HueSca
La MaGIA

#00624b



#00624b

HueSca
La MaGIA

#1a171b



#ffffff

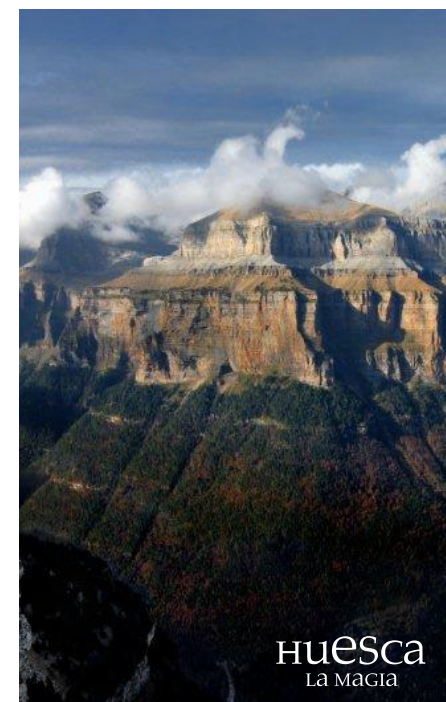
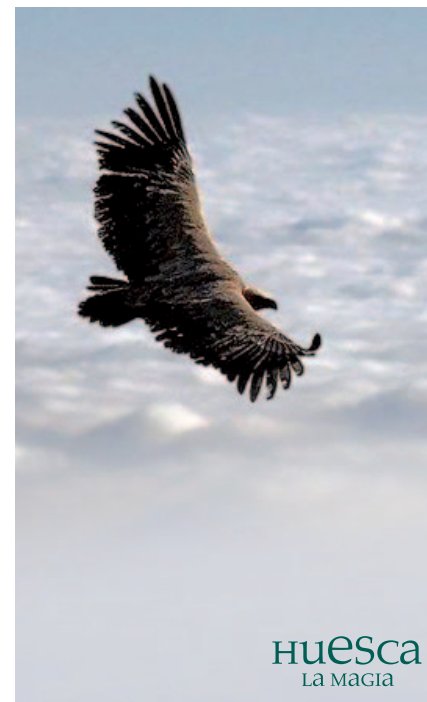
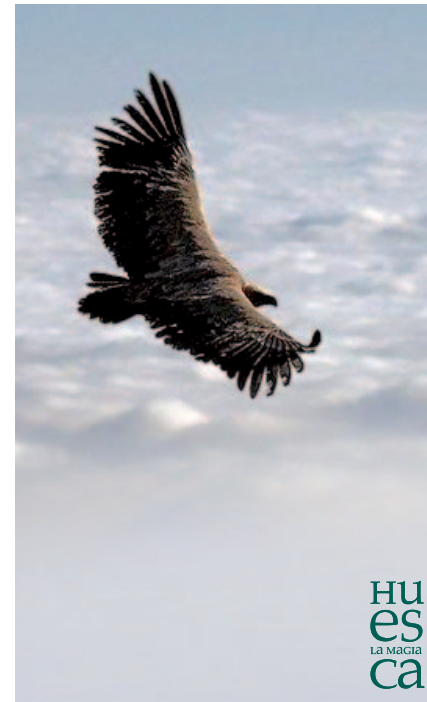
29.

MARCA

APLICACIÓN
SOBRE
FOTOGRAFÍAS

SÓLO SE PERMITEN ESTAS
TRES APLICACIONES.

LA PRIMERA OPCIÓN,
SIEMPRE QUE LA MARCA LO
PERMITA, ES LA UTILIZACIÓN
DE LA MARCA EN COLOR
VERDE CORPORATIVO,
PANTONE 336 C.
COMO SEGUNDA OPCIÓN
SE PODRÁ UTILIZAR LA MARCA
EN POSITIVO (NEGRO)
O EN NEGATIVO (BLANCO).



30.

MARCA

EXTENSIONES
DE
LA
MARCA

COMPOSICIÓN
PRODUCTO
TURÍSTICO

ESTAS MARCAS DEBERÁN
APLICARSE SIEMPRE QUE
LA COMUNICACIÓN SEA
ESPECÍFICA DE UN
PRODUCTO TURÍSTICO
DEFINIDO.

MARCA PRINCIPAL

Hu
es
ca
La magia del descanso

Hu
es
ca
La magia en familia

Hu
es
ca
La magia de los Pirineos

Hu
es
ca
La magia de la aventura

Hu
es
ca
La magia de la bici

Hu
es
ca
La magia del paisaje

Hu
es
ca
La magia de la naturaleza

Hu
es
ca
La magia de la historia

Hu
es
ca
La magia para todos

Hu
es
ca
La magia para todos

Mínimo
15mm

31.

MARCA

EXTENSIONES
DE
LA
MARCA

COMPOSICIÓN
PRODUCTO
TURÍSTICO

ESTAS MARCAS DEBERÁN
APLICARSE SIEMPRE QUE
LA COMUNICACIÓN SEA
ESPECÍFICA DE UN
PRODUCTO TURÍSTICO
DEFINIDO.

MARCAS SECUNDARIAS

HueSca
La magia del descanso

HueSca
La magia en familia

HueSca
La magia de los Pirineos

HueSca
La magia de la aventura

HueSca
La magia de la bici

HueSca
La magia del paisaje

HueSca
La magia de la naturaleza

HueSca
La magia de la historia

HueSca
La magia para todos

HueSca
La magia para todos

Mínimo
15mm

32.

MARCA

EXTENSIONES
DE
LA
MARCA

COLORES

LA
MAGIA
DEL
DESCANSO

SÓLO SE PERMITEN ESTAS
TRES APLICACIONES.

1. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES OSCURAS, SE UTILIZARÁ EN BLANCO.
2. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES CLARAS, SE UTILIZARÁ EN NEGRO.
3. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS BLANCOS O NEGROS, SE UTILIZARÁ EL COLOR DIRECTO AZUL PANTONE 299 C.

ES EL COLOR DE LOS ESPACIOS INFINITOS
COMO EL CIELO Y EL AGUA. ES UN COLOR
RELAJANTE QUE TRANSMITE TRANQUILIDAD.

OPCIÓN FONDOS FOTOGRÁFICOS



OPCIÓN FONDOS BLANCO Y NEGRO



33.

MARCA

EXTENSIONES
DE
LA
MARCA

COLORES

LA
MAGIA
EN
FAMILIA

SÓLO SE PERMITEN ESTAS
TRES APLICACIONES.

- 1. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES OSCURAS, SE UTILIZARÁ EN BLANCO.
- 2. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES CLARAS, SE UTILIZARÁ EN NEGRO.
- 3. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS BLANCOS O NEGROS, SE UTILIZARÁ EL COLOR DIRECTO AMARILLO PANTONE 102 C.

EL COLOR AMARILLO SIMBOLIZA EL SOL, DENOTA FELICIDAD Y ALEGRÍA Y ES SÍMBOLO DE CONEXIÓN. ES UN COLOR FAMILIAR POR EXCELENCIA. SIEMPRE EMPUJA HACIA DELANTE, HACIA LO BUENO, HACIA EL FUTURO Y HACIA EL DISFRUTE GRUPAL.

OPCIÓN FONDOS FOTOGRÁFICOS

Hu
es
ca
La magia en familia

● NEGRO
● C. 000%
● M. 000%
● Y. 000%
● K. 100%

Hu
es
ca
La magia en familia

○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%

HueSca
La magia en familia

● NEGRO
● C. 000%
● M. 000%
● Y. 000%
● K. 100%

HueSca
La magia en familia

○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%

OPCIÓN FONDOS BLANCO Y NEGRO

Hu
es
ca
La magia en familia

● PANT. 102 C
● C. 000%
● M. 001%
● Y. 100%
● K. 000%

Hu
es
ca
La magia en familia

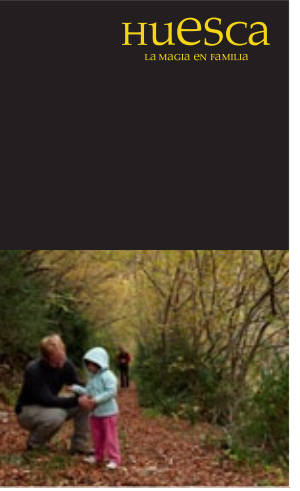
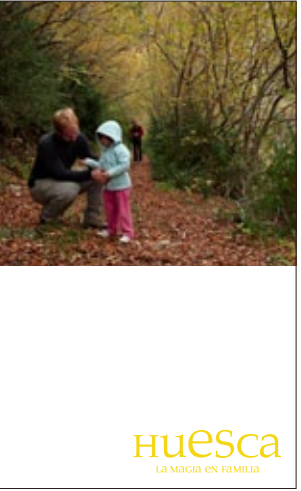
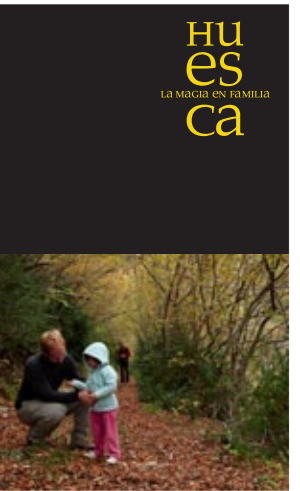
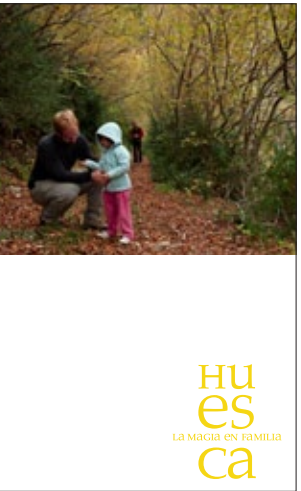
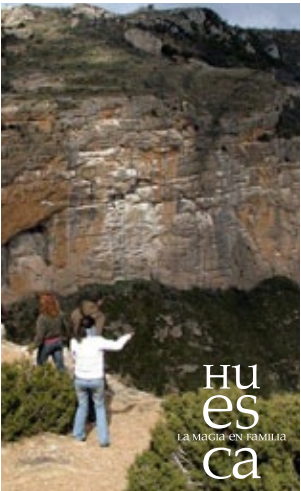
○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%

HueSca
La magia en familia

● PANT. 102 C
● C. 000%
● M. 001%
● Y. 100%
● K. 000%

HueSca
La magia en familia

○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%



34.

MARCA

EXTENSIONES
DE
LA
MARCA

COLORES

LA
MAGIA
DE
LOS PIRINEOS

SÓLO SE PERMITEN ESTAS
TRES APLICACIONES.

1. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA
APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS
O ILUSTRACIONES OSCURAS, SE UTILIZARÁ
EN BLANCO.

2. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA
APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O
ILUSTRACIONES CLARAS, SE UTILIZARÁ EN NEGRO.

3. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE
FONDOS BLANCOS O NEGROS, SE UTILIZARÁ EL
COLOR DIRECTO AZUL PANTONE 294 C.

EL COLOR AZUL OSCURO TRANSMITE SERENIDAD,
RIQUEZA Y SUPERIORIDAD, AL IGUAL QUE LOS
PIRINEOS. LA PARTE DEL TERRITORIO QUE ESTÁ
MÁS CERCA DEL CIELO, DE ESE CIELO AZUL
CARACTERÍSTICO DE NUESTROS PAISAJES
E IBONES DE MONTAÑA.

OPCIÓN FONDOS FOTOGRÁFICOS



● NEGRO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 100%



○ BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%



● NEGRO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 100%



○ BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%

OPCIÓN FONDOS BLANCO Y NEGRO



● PANT. 294 C
C. 100%
M. 058%
Y. 000%
K. 021%



○ BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%



● PANT. 294 C
C. 100%
M. 058%
Y. 000%
K. 021%



○ BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%



35.

MARCA

EXTENSIONES
DE
LA
MARCA

COLORES

LA
MAGIA
DE
LA AVENTURA

SÓLO SE PERMITEN ESTAS
TRES APLICACIONES.

1. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA
APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS
O ILUSTRACIONES OSCURAS, SE UTILIZARÁ
EN BLANCO.

2. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA
APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O
ILUSTRACIONES CLARAS, SE UTILIZARÁ EN NEGRO.

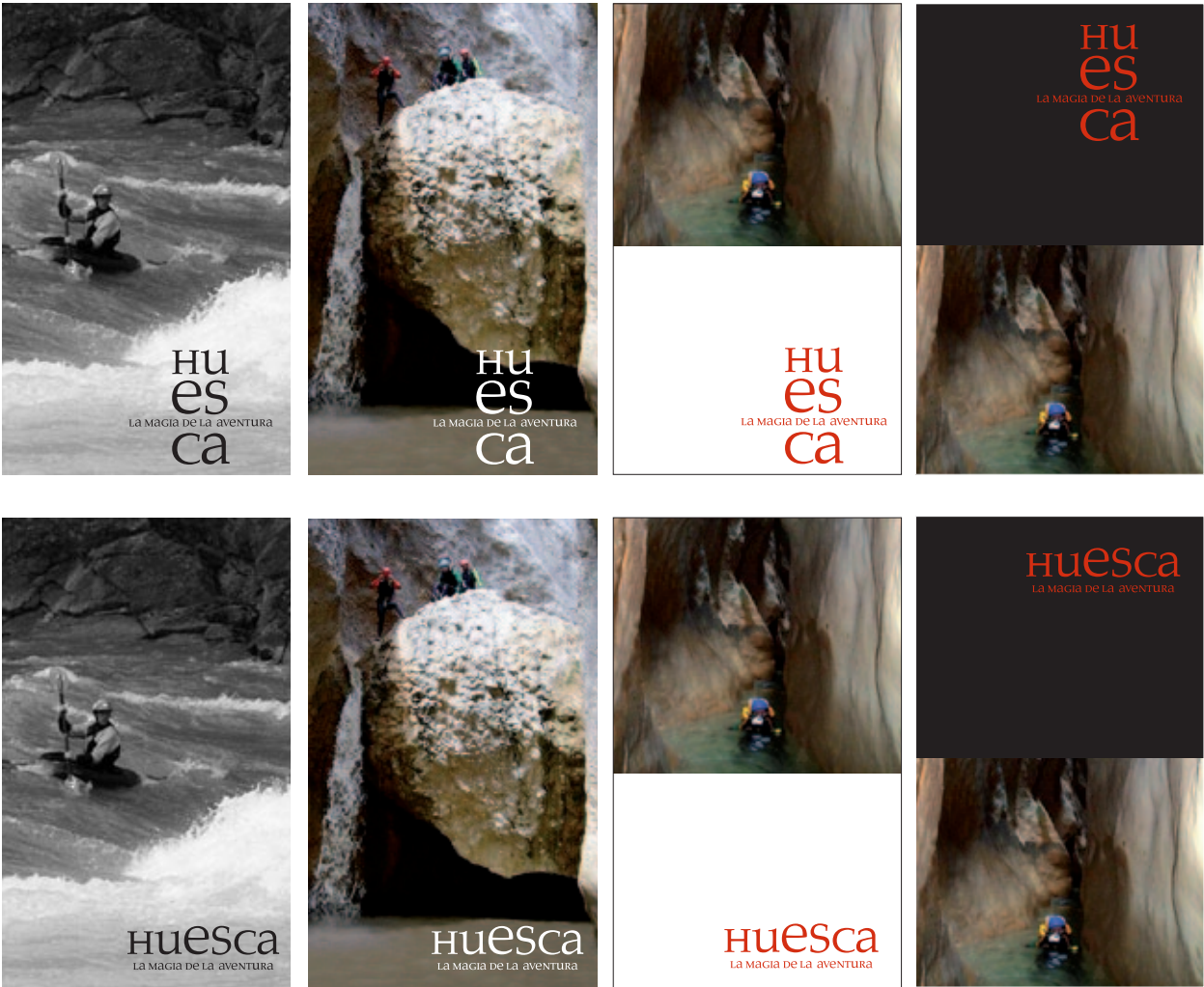
3. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE
FONDOS BLANCOS O NEGROS, SE UTILIZARÁ EL
COLOR DIRECTO ROJO PANTONE 485 C.

ES UN COLOR CALIENTE, QUE REFLEJA
AGRESIVIDAD Y UN ALTO GRADO DE ACTIVIDAD POR
LO QUE ES CONSIDERADO EXCITANTE. DENOTA
PASIÓN, VITALIDAD Y AVENTURA.

OPCIÓN FONDOS FOTOGRÁFICOS



OPCIÓN FONDOS BLANCO Y NEGRO



36.

MARCA

EXTENSIONES
DE
LA
MARCA

COLORES

LA
MAGIA
DE
LA
BICI

SÓLO SE PERMITEN ESTAS
TRES APLICACIONES.

1. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES OSCURAS, SE UTILIZARÁ EN BLANCO.
2. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES CLARAS, SE UTILIZARÁ EN NEGRO.
3. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS BLANCOS O NEGROS, SE UTILIZARÁ EL COLOR DIRECTO NARANJA PANTONE 021 C.

EL COLOR NARANJA ES UN COLOR VIBRANTE, ES UNA COMBINACIÓN DEL COLOR ROJO DE LA AVENTURA Y LA ACCIÓN Y EL COLOR AMARILLO DE LA ENERGÍA Y EL SOL. ES UN COLOR ESTIMULANTE Y QUE ENCONTRAMOS EN EL PAISAJE DE HUESCA CUANDO LA DESCUBRIMOS SUBIDOS EN NUESTRA BICICLETA.

OPCIÓN FONDOS FOTOGRÁFICOS

Hu
es
ca
La magia de la bici

● NEGRO
● C. 000%
● M. 000%
● Y. 000%
● K. 100%

HueSca
La magia de la bici

● NEGRO
● C. 000%
● M. 000%
● Y. 000%
● K. 100%

Hu
es
ca
La magia de la bici

○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%

HueSca
La magia de la bici

○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%

OPCIÓN FONDOS BLANCO Y NEGRO

Hu
es
ca
La magia de la bici

● PANT. 021 C
● C. 000%
● M. 053%
● Y. 100%
● K. 000%

HueSca
La magia de la bici

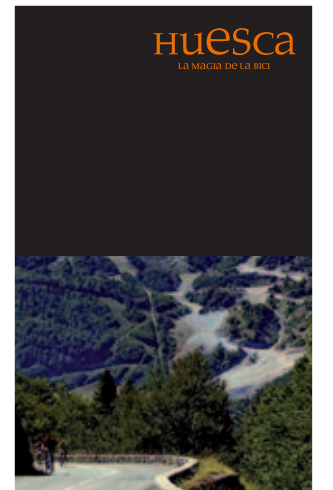
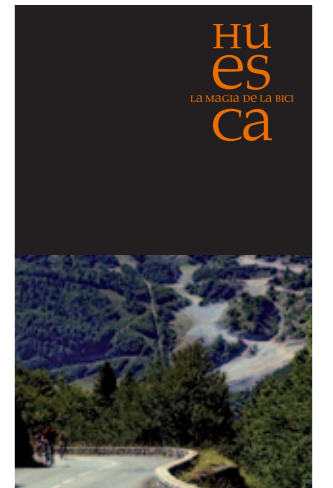
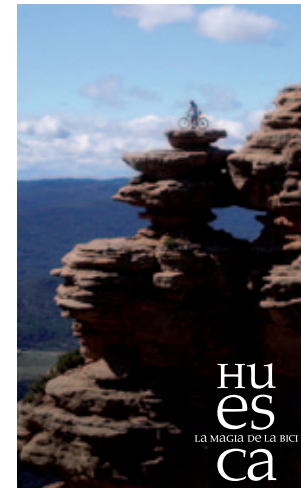
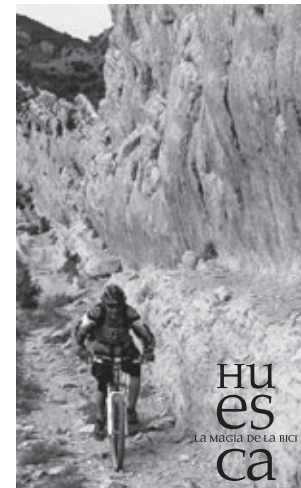
● PANT. 021 C
● C. 000%
● M. 053%
● Y. 100%
● K. 000%

Hu
es
ca
La magia de la bici

○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%

HueSca
La magia de la bici

○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%



37.

MARCA

EXTENSIONES
DE
LA
MARCA

COLORES

LA
MAGIA
DEL
PAISAJE

SÓLO SE PERMITEN ESTAS
TRES APLICACIONES.

1. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES OSCURAS, SE UTILIZARÁ EN BLANCO.
2. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES CLARAS, SE UTILIZARÁ EN NEGRO.
3. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS BLANCOS O NEGROS, SE UTILIZARÁ EL COLOR DIRECTO MORADO PANTONE 2425 C.

EL COLOR MORADO O VIOLETA TIENE UN CARÁCTER ESPECIAL EN EL PAISAJE: LA LAVANDA, LA ORQUÍDEA, LA LILA, LA VIOLETA Y OTRAS FLORES SON DELICADAS Y PRECIOSAS, COMO LA MAGIA DEL PAISAJE DE HUESCA. ES UN COLOR QUE SATISFACE LA NECESIDAD DE TRANQUILIDAD, AL TIEMPO QUE AÑADE UN TOQUE DE MISTERIO, MAGIA Y EMOCIÓN.

OPCIÓN FONDOS FOTOGRÁFICOS

Hu
es
ca
La magia del paisaje

● NEGRO
● C. 000%
● M. 000%
● Y. 000%
● K. 100%

HueSca
La magia del paisaje

● NEGRO
● C. 000%
● M. 000%
● Y. 000%
● K. 100%

Hu
es
ca
La magia del paisaje

○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%

HueSca
La magia del paisaje

○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%

OPCIÓN FONDOS BLANCO Y NEGRO

Hu
es
ca
La magia del paisaje

● PANT. 2425 C
● C. 051%
● M. 100%
● Y. 000%
● K. 025%

HueSca
La magia del paisaje

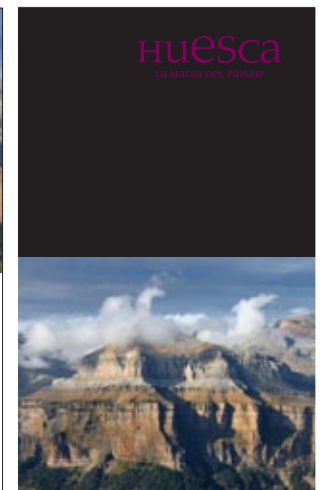
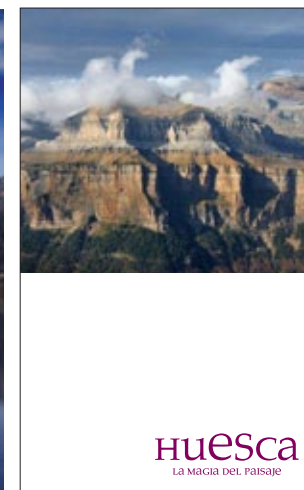
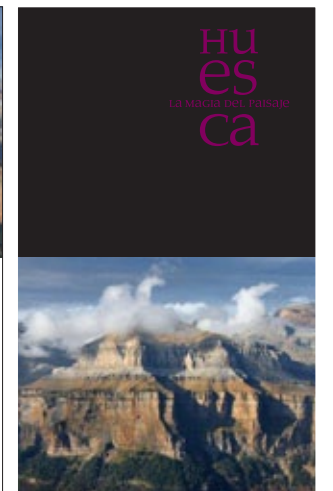
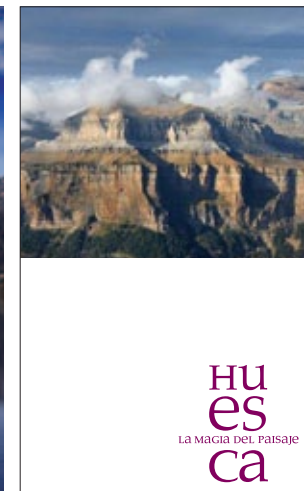
● PANT. 2425 C
● C. 051%
● M. 100%
● Y. 000%
● K. 025%

Hu
es
ca
La magia del paisaje

○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%

HueSca
La magia del paisaje

○ BLANCO
○ C. 000%
○ M. 000%
○ Y. 000%
○ K. 000%



MARCA

EXTENSIONES DE LA MARCA

COLORES

LA
MAGIA
DE LA
NATURALEZA

SÓLO SE PERMITEN ESTAS
TRES APLICACIONES.

1. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE
FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES OSCURAS,
SE UTILIZARÁ EN BLANCO.

2. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA
APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O
ILUSTRACIONES CLARAS, SE UTILIZARÁ EN NEGRO.

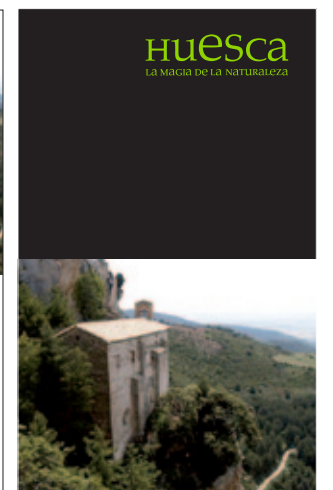
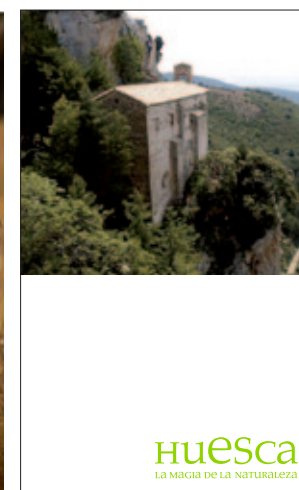
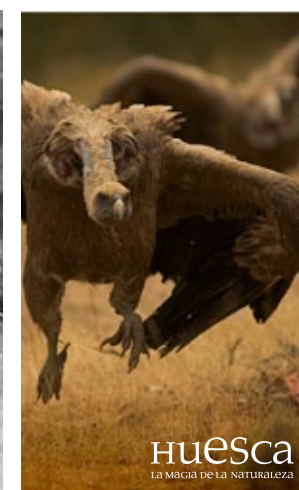
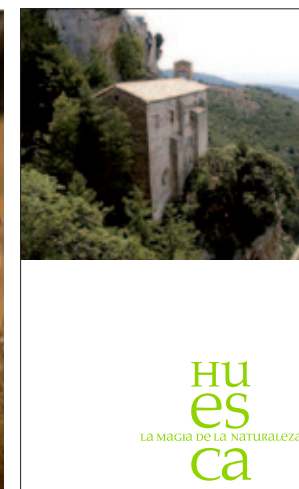
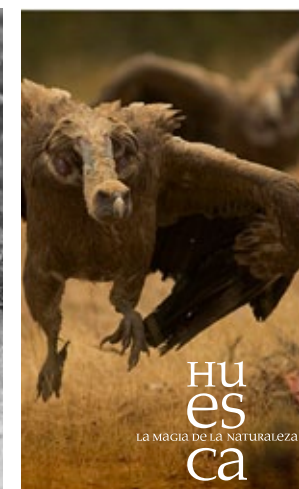
3. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE
FONDOS BLANCOS O NEGROS, SE UTILIZARÁ EL COLOR
DIRECTO VERDE PANTONE 375 C.

ES EL COLOR AFÍN CON LA NATURALEZA Y NOS
CONECTA CON ELLA. UN COLOR QUE CREA
UN SENTIMIENTO DE CONFORT Y RELAJACIÓN,
DE CALMA Y PAZ INTERIOR, QUE NOS HACE SENTIR
EQUILIBRADOS INTERIORMENTE. ESTÁ ASOCIADO
A LA ARMONÍA, EL CRECIMIENTO, LA FRESCURA,
LA EXHUBERANCIA Y LA BELLEZA.

OPCIÓN FONDOS FOTOGRÁFICOS



OPCIÓN FONDOS BLANCO Y NEGRO



39.

MARCA

EXTENSIONES
DE
LA
MARCA

COLORES

LA
MAGIA
DE
LA
HISTORIA

SÓLO SE PERMITEN ESTAS
TRES APLICACIONES.

1. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES OSCURAS, SE UTILIZARÁ EN BLANCO.
2. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES CLARAS, SE UTILIZARÁ EN NEGRO.
3. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE FONDOS BLANCOS O NEGROS, SE UTILIZARÁ EL COLOR DIRECTO MARRÓN PANTONE 7502 C.

ES EL COLOR DE LA TIERRA,
UN COLOR QUE APORTA ESTABILIDAD
Y SE ASOCIA INDISCUTIBLEMENTE
CON LA PIEDRA Y EL ADOBE.

OPCIÓN FONDOS FOTOGRÁFICOS



OPCIÓN FONDOS BLANCO Y NEGRO



SÓLO SE PERMITEN ESTAS
TRES APLICACIONES.

1. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE
FONDOS FOTOGRÁFICOS O ILUSTRACIONES
OSCURAS, SE UTILIZARÁ EN BLANCO.

2. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA
APLICADA SOBRE FONDOS FOTOGRÁFICOS O
ILUSTRACIONES CLARAS, SE UTILIZARÁ EN NEGRO.

3. SIEMPRE QUE LA MARCA VAYA APLICADA SOBRE
FONDOS BLANCOS O NEGROS, SE UTILIZARÁ
EL COLOR DIRECTO MARRÓN PANTONE 7516 C.

COMO PIGMENTO ES LA MEZCLA DE TODOS LOS
COLORES Y HACE REFERENCIA A LA SEGURIDAD,
LA CONSTANCIA Y LA FIABILIDAD.

ES UN COLOR QUE DEFINE EL ENTORNO
Y QUE SE ASOCIA CON LOS MATERIALES ROBUSTOS,
SIENDO EL COLOR IDEAL PARA COMUNICAR LA
ACCESIBILIDAD DE HUESCA.

OPCIÓN FONDOS FOTOGRÁFICOS



● NEGRO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 100%



○ BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%



● NEGRO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 100%



○ BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%

OPCIÓN FONDOS BLANCO Y NEGRO



● PANT. 7516 C
C. 000%
M. 052%
Y. 100%
K. 035%



○ BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%



● PANT. 7516 C
C. 000%
M. 052%
Y. 100%
K. 035%



○ BLANCO
C. 000%
M. 000%
Y. 000%
K. 000%



41.

MARCA
CONVIVENCIA
CON
OTRAS
MARCAS



42.

MARCA

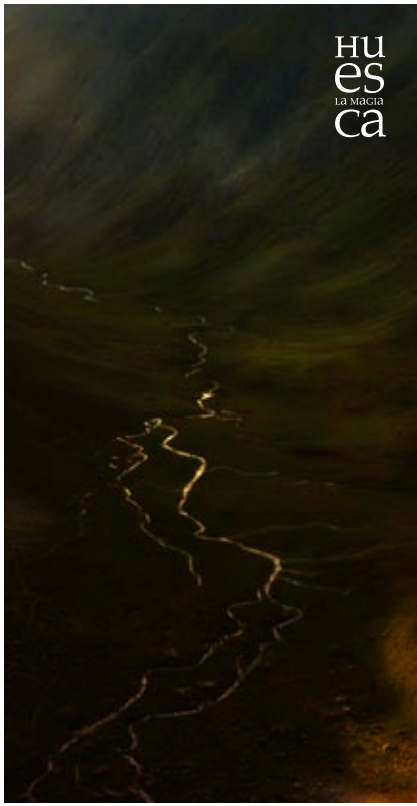
APLICACIÓN
DE LA MARCA
A DIFERENTES
FORMATOS



BANNER
FORMATO
VERTICAL



ENARAS
BANDEROLAS



FOLLETOS
FORMATO
VERTICAL



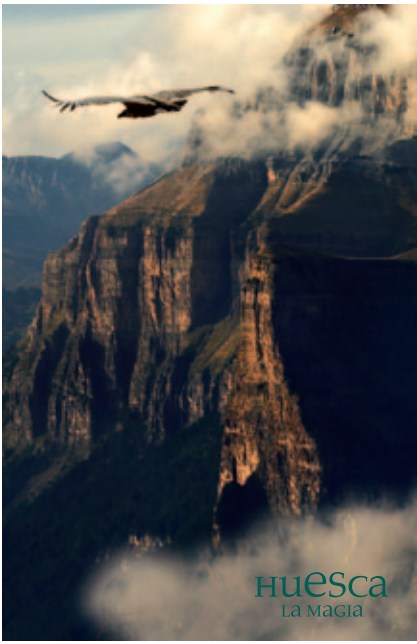
CARTELES



BANNER
FORMATO
HORIZONTAL



FOLLETOS
FORMATO
HORIZONTAL



PÁGINA
REVSITAS

43.

MARCA

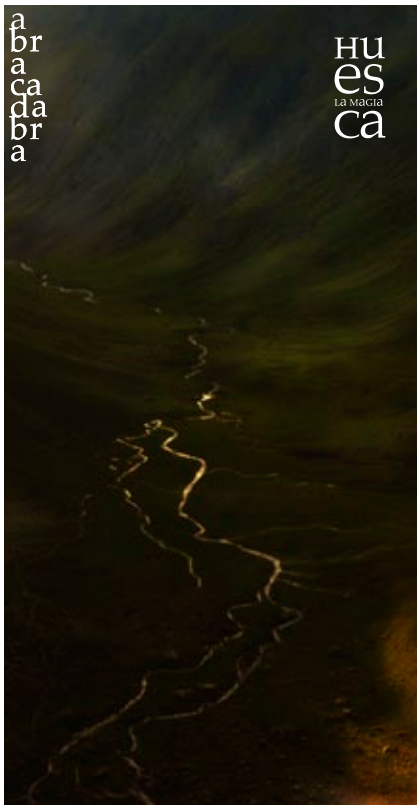
APLICACIÓN
DE LA MARCA
A DIFERENTES
FORMATOS



BANNER
FORMATO
VERTICAL



ENARAS
BANDEROLAS



FOLLETOS
FORMATO
VERTICAL



CARTELES



BANNER
FORMATO
HORIZONTAL



FOLLETOS
FORMATO
HORIZONTAL



PÁGINA
REVSITAS

44.

MARCA

MERCHANDISING

GORRAS



45.

MARCA

MERCHANDISING

CAMISETAS



46.

MARCA

MERCHANDISING

CAMISETAS



47.

MARCA

MERCHANDISING

BOLSA
PAPEL



48.

MARCA

MERCHANDISING

BOTELLÍN
MOCHILA



49.

MARCA
MERCHANDISING

LINTERNA
BRÚJULA



50.

MARCA
MERCHANDISING

LLAVERO
BOLÍGRAFO
PEN DRIVE



Hu
es
La magia
Ca