REGLAMENTO DE USO DE LA MARCA COLECTIVA

SABERES DO MONTE

TITULO 1

DISPOSICIONES GENERALES

PRELIMINAR. - DEFINICIONES

MARCA: Marca española colectiva "SABERES DO MONTE" que protege los productos y servicios del ANEXO 1, conforme se presente su solicitud ante la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).

Antecedentes de la Marca: La MARCA se ha creado en el marco del proyecto "RURALtXA!: impulso de la bioeconomía rural revalorizando la ganadería extensiva de montaña vinculada a la conservación de la biodiversidad", llevado a cabo por la Universidade da Coruña, la Universidad de Santiago de Compostela y HAZI, y que cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU. Este proyecto recoge entre sus objetivos mejorar la competitividad de productores y la viabilidad de explotaciones que desarrollen de forma sostenible su actividad sobre hábitats de interés comunitario, y poner en valor las actividades ganaderas necesarias para la conservación de los hábitats y del paisaje y los productos derivados de las mismas, así como su comercialización.

ENTIDAD: titular de la marca colectiva en régimen de cotitularidad entre la Universidade da Coruña (UDC) y la Universidade de Santiago de Compostela (USC). Referidos indistintamente en el presente Reglamento como ENTIDAD o titular de marca.

USUARIO DE MARCA: persona física o jurídica facultada para utilizar la marca, esto es, las personas físicas o jurídicas que cumplan con los requisitos del presente Reglamento, y que se encuentren inscritas en los registros correspondientes por parte de la ENTIDAD. Referidos indistintamente en el presente Reglamento como Usuario de marca o persona física o jurídica facultada para utilizar la marca.

REGISTRO DE USUARIOS DE MARCA: registro que llevará a cabo la ENTIDAD donde se incluirán todos los USUARIOS DE MARCA y productos amparados, autorizados para su uso en LA MARCA,

PRODUCTO AMPARADO: productos para los que el USUARIO DE MARCA si ha recibido confirmación del cumplimiento de los requisitos según ANEXO 2 Y ART. 14 del presente Reglamento, por parte de la ENTIDAD, y, se encuentran inscritos en los registros correspondientes.

HÁBITATS: Con el término hábitats o hábitats naturales se hace referencia a la definición establecida en la "Directiva 92/43/CEE del Consejo, de 21 de mayo de 1992, relativa a la conservación de los hábitats naturales y de la fauna y flora silvestres", es decir, zonas terrestres o acuáticas diferenciadas por sus características geográficas, abióticas y bióticas, tanto si son enteramente naturales como seminaturales.

ARTÍCULO 1.- OBJETO DEL REGLAMENTO

1.1. El presente Reglamento tiene por objeto fijar las condiciones de uso de la **Marca Colectiva SABERES DO MONTE**, en adelante denominada LA MARCA.

1.2. LA MARCA es el signo que identifica determinados productos y servicios que derivan de prácticas tradicionales que contribuyen a la conservación de hábitats de montaña, como son los brezales, turberas y otros hábitats seminaturales, su biodiversidad y los servicios ecosistémicos que estos generan. Se trata de actividades que mantienen los hábitats en un estado de conservación favorable, e incluyen, entre otras, la ganadería en extensivo y las prácticas tradicionales asociadas, el manejo tradicional de los caballos salvajes, así como actividades compatibles que ponen en valor la conservación de los mismos, como son la apicultura o el ecoturismo. Estas prácticas mantienen vivos los hábitats naturales y las comunidades rurales locales. Los atributos que comparten todas las zonas son la sostenibilidad (por la vía de la conservación de los hábitats), la autenticidad (identidad cultural) y el desarrollo rural.

1.3. Los productos y servicios que se identificarán con LA MARCA son los enumerados en el ANEXO 1, que deberán haber cumplido con las características señaladas en el ANEXO 2, y con los mecanismos de control identificados en el Artículo 14 del presente Reglamento.

ARTÍCULO 2.- RÉGIMEN JURÍDICO

LA MARCA se regirá por las Disposiciones contenidas en el presente Reglamento y en los preceptos relativos a las marcas llamadas colectivas o de cualquier otro modo que sirvan para distinguir en el mercado los productos y servicios relacionados en el ANEXO 1 de los USUARIOS DE MARCA en cualquier estado del mundo. Asimismo, serán de aplicación las Disposiciones autonómicas, estatales y de la UE que correspondan en razón de la materia.

ARTÍCULO 3 TITULARIDAD DE LA MARCA

La titularidad de LA MARCA será de varias entidades de derecho público en régimen de cotitularidad al 50%, que procedemos a nombrar a continuación:

- Universidade da Coruña (UDC)
Rúa da Maestranza 9, 15001 A Coruña,
Objeto: Universidad Pública.

-Universidade de Santiago de Compostela (USC)
Pazo San Xerome, Praza do Obradoiro s/n, 15782 Santiago de Compostela
Objeto: Universidad Pública.

De ahora en adelante, denominadas todas y conjuntamente como la ENTIDAD.

3.1. LA ENTIDAD cumplirá el fin de velar por el estricto cumplimiento de este Reglamento.

El domicilio del titular de LA MARCA se fija en Rúa da Maestranza 9, 15001 A Coruña.

TÍTULO 2

CONDICIONES DE USO DE LA MARCA

ARTÍCULO 4 PERSONAS AUTORIZADAS PARA UTILIZAR LA MARCA (USUARIOS DE MARCA)

4.1. El uso de LA MARCA corresponde únicamente a las personas físicas o jurídicas que cumplan con los requisitos del presente Reglamento. De ahora en adelante, también podrán ser referidos como usuario/s de LA MARCA, o personas físicas o jurídicas facultadas para utilizar la marca.

4.2. Además de las personas físicas o jurídicas que constituyen LA ENTIDAD, tendrán derecho a utilizar LA MARCA, todas las personas físicas o jurídicas que elaboren los productos y servicios, enumerados en el ANEXO 1, y cuyos productos y servicios reúnan las características, y se sometan a los procedimientos de control fijados en el ANEXO 2 de este Reglamento.

4.3. El derecho conferido por LA MARCA no permitirá a su titular privar a un usuario de la marca del uso en el comercio del signo SABERES DO MONTE, siempre que dicho uso se realice conforme al Reglamento.

4.4. Las personas facultadas para usar LA MARCA no podrán emplearla para distinguir productos y servicios distintos de los enumerados en el ANEXO 1, ni para tales productos y servicios, si los mismos no cumplen con las características establecidas en el ANEXO 2, y se someten a los procedimientos de control establecidos en el Artículo 14 del presente Reglamento.

4.5. El usuario de LA MARCA no podrá registrar en ningún país un signo idéntico o semejante o que, de cualquier forma, pueda inducir a error, confusión o asociación con LA MARCA

4.6. El usuario de LA MARCA no podrá utilizar otros signos o marcas semejantes que puedan inducir a error o confusión o asociación con LA MARCA, a menos que tuviera derechos adquiridos y, en concreto, marcas registradas con anterioridad a la fecha de constitución de LA ENTIDAD.

4.7. LA MARCA sólo podrá ser utilizada por personas físicas o jurídicas que cumplan con las condiciones que se estipulan en el presente Reglamento, siendo éste un derecho de carácter personalísimo que no podrá ser cedido o licenciado, en todo o en parte, a terceros.

QUINTO.- EXTINCIÓN DEL DERECHO DE USO DE LA MARCA

El derecho de uso de LA MARCA se extingue:

a) Por pérdida de las condiciones que facultan a las personas físicas o jurídicas a utilizar la marca.

b) Por incumplimiento de las obligaciones que asumen las personas físicas o jurídicas, con respecto al uso de LA MARCA establecidos en el presente Reglamento.

c) En caso de suspensión de pagos, concurso de acreedores o quiebra del usuario de marca.

d) Por el impago por parte de los usuarios de las cuotas, derramas y otras aportaciones que puedan establecerse con arreglo al presente Reglamento.

SEXTO.- PUBLICIDAD DE LA MARCA

6.1. La promoción y publicidad de LA MARCA será realizada por su titular, o por las personas autorizadas por la ENTIDAD.

6.2. Queda prohibida la promoción o publicidad, directa o indirecta, de LA MARCA realizada a título individual por los usuarios de LA MARCA, a menos que dicha promoción o publicidad sea expresamente autorizada por LA ENTIDAD por entender que se hace en beneficio de LA MARCA.

6.3. Cuando los usuarios de LA MARCA utilicen marcas propias tendrán, por supuesto, derecho a promocionar y publicitar las mismas, y a indicar en tal publicidad o promoción que los productos que elaboran pertenecen a SABERES DO MONTE.

SÉPTIMO.- DEFENSA

7.1. La defensa de LA MARCA corresponde a LA ENTIDAD, y en su caso a personas autorizadas por la misma, sin perjuicio de la colaboración que puedan prestar los usuarios de la misma para su mejor defensa.

7.2. La defensa de la marca incluirá, con carácter ejemplar y no exhaustivo:

a) Acciones contra quienes violen LA MARCA utilizándola sin derecho.

b) Acciones contra quienes soliciten u obtengan registros que sean incompatibles con LA MARCA.

c) Acciones para defender LA MARCA frente a ataques, de cualquier naturaleza, realizados contra la misma, en cualquier vía.

7.3. Las personas facultadas para utilizar LA MARCA, sólo podrán ejercitar acciones por violación de LA MARCA, con el consentimiento del titular.

Además, en el procedimiento por violación entablado por el titular de LA MARCA, podrá intervenir cualquier persona facultada para hacerlo, a fin de obtener reparación del perjuicio que se le haya causado.

7.4. Si cualquiera de las personas facultadas para utilizar LA MARCA tiene conocimiento de una violación de LA MARCA, o de un intento de registro incompatible con ella, deberá ponerlo en conocimiento inmediato del titular de la misma, comunicándole los datos precisos para que el titular pueda ejercitar las acciones pertinentes.

7.5. En el caso de que terceras personas ejerciten acciones contra las personas facultadas para utilizar LA MARCA, por entender que el empleo de la misma infringe sus derechos, el titular de LA MARCA colaborará en la defensa del usuario y, si es posible, intervendrá directamente en el litigio.

OCTAVO.- GASTOS

8.1. Todos los gastos que soporte el titular de LA MARCA por su registro, por la realización de los controles establecidos en el presente Reglamento, por la promoción y publicidad de LA MARCA, y por su defensa, podrán ser repercutidos a las personas autorizadas a su uso en proporción al uso que realicen de LA MARCA.

8.2. LA ENTIDAD establecerá las condiciones en que deben realizarse los correspondientes pagos.

TÍTULO 3

CONDICIONES DEL USO DE LA MARCA. MEDIDAS DE CONTROL. SANCIONES

NOVENO.- CONTROL DE CALIDAD

Los productos y servicios a los que se aplique LA MARCA, deberán cumplir con las características, y haberse sometido a los mecanismos de control identificados en el ANEXO 2 de este Reglamento.

DÉCIMO.- MEDIDAS Y ORGANISMOS DE CONTROL

10.1 Las medidas de control serán las establecidas en el Artículo 14 del presente Reglamento y en el ANEXO 2.

10.2. El control podrá ser efectuado directamente por el titular de LA MARCA o por terceras entidades legalmente autorizadas para realizar, en todo o en parte, tales controles, elegidas y autorizadas, a tal fin, por el titular.

UNDÉCIMA.- SANCIONES

11.1. En el supuesto de incumplimiento de las normas del presente Reglamento, así como de las ulteriores y posibles modificaciones que legalmente se realicen del mismo, se revocará con carácter automático la autorización otorgada para utilizar LA MARCA, sin que la persona autorizada pueda exigir del titular de la misma, indemnización alguna.

11.2. La persona autorizada será responsable, por dicho incumplimiento, de los daños que se causen a LA MARCA o a terceros.

Además, deberá retirar inmediatamente de los productos y servicios que incumplan el presente Reglamento, las etiquetas o cualquier otro elemento promocional en el que se emplee LA MARCA para que en ningún momento, frente a ningún consumidor, queden identificados con LA MARCA productos elaborados incumpliendo el presente Reglamento.

TÍTULO 4

OBLIGACIONES DEL TITULAR DE LA MARCA Y DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA UTILIZAR LA MARCA

DÉCIMOSEGUNDA.-OBLIGACIONES DEL TITULAR DE LA MARCA

a) Mantendrá en vigor LA MARCA. En este caso, LA ENTIDAD se obliga a mantener la marca vigente mientras haya un mínimo de 10 usuarios de marca.

b) Podrá defenderla frente a acciones de nulidad, caducidad, o cualquier otra. En este caso, LA ENTIDAD podrá personarse para defender la marca, y podrá autorizar a los usuarios interesados para que se personen en la defensa de la marca.

c) Podrá defenderla contra su uso indebido, sea por personas autorizadas o por terceros.

d) Mantendrá secreto sobre la información que, teniendo tal carácter, haya recibido de las personas autorizadas para el uso de LA MARCA en el ejercicio de las medidas de control, u otras establecidas en este Reglamento. Esta obligación será impuesta, en su caso, a la entidad que realice controles externos.

e) Contribuirá a los gastos que se deriven de la aplicación de este Reglamento, en la proporción que les corresponda de acuerdo con el Art. 8.

f) LA ENTIDAD se compromete a ejercer el control de la marca a través de los grupos de investigación a los que están adscritos los investigadores principales Jaime Fagúndez Díaz, de la UDC, y Ramón Alberto Díaz Varela, de la USC. Además, la ENTIDAD divulgará y promocionará la marca por sí misma, a través de los investigadores mencionados anteriormente, y también en colaboración con terceras entidades autorizadas para tal fin.

DÉCIMOTERCERA.- OBLIGACIONES DE LA PERSONA AUTORIZADA PARA EL USO DE LA MARCA (USUARIO DE MARCA)

Sin perjuicio de cualesquiera otras obligaciones establecidas en otros artículos de este Reglamento, las personas autorizadas para el uso de LA MARCA, quedan obligadas a:

a) Cumplir íntegramente el Reglamento de Uso.

b) No usar indebidamente LA MARCA.

c) Permitir el ejercicio de las medidas de control previstas en el Reglamento, facilitando, en su caso, el acceso a sus dependencias, al personal de la Entidad o de la entidad de control por ella escogida.

d) Abonar las cuotas que, en su caso, serán establecidas, por LA ENTIDAD para el cumplimiento de sus fines.

TÍTULO 5

DÉCIMOCUARTA.- PROCEDIMIENTO DE USO DE LA MARCA, INSCRIPCIÓN COMO USUARIO DE MARCAY MECANISMOS DE CONTROL

14.1. Las personas físicas o jurídicas que deseen usar LA MARCA se dirigirán a LA ENTIDAD a través de los siguientes correos electrónicos: otri.protección@udc.es y avte@usc.es para comunicar los productos y/o servicios que van a ser identificadas con LA MARCA.

14.2. LA ENTIDAD confirmará el número de productos/servicios en los que podrá utilizarse LA MARCA, previa comprobación y confirmación de que los productos y servicios en los que tal signo va a utilizarse cumplen todas y cada una de las obligaciones y requisitos establecidas en este Reglamento. De producirse dicha confirmación, LA ENTIDAD procederá al registro de este como USUARIO DE MARCA, especificando los productos y servicios en los que tal signo va a utilizarse.

14.3. Los USUARIOS DE MARCA, identificarán los productos del ANEXO I que cumplan con los requisitos establecidos en este Reglamento, con LA MARCA dentro de la etiqueta de los productos de cada usuario de marca, y en el caso de servicios en su promoción, cuyas características serán establecidas por LA ENTIDAD, según el Manual de Identidad Corporativa de LA MARCA (ANEXO 3) que será entregado a cada usuario de marca en soporte digital y en donde se establecen los usos, logotipos, colores, tipografía y demás atributos de LA MARCA para su correcto uso e implantación.

DÉCIMOQUINTA. - MODIFICACIÓN DEL REGLAMENTO DE USO DE LA MARCA

15.1. El titular de LA MARCA podrá modificar este Reglamento cuando así lo considere necesario u oportuno.

15.2. La modificación del Reglamento deberá ser sometido al conocimiento y aprobación de las correspondientes Oficinas de registro de marcas ya sean nacionales o supranacionales donde se haya registrado la marca, que no accederá a su registro si no cumple los requisitos establecidos en los preceptos relativos a las marcas llamadas colectivas o de cualquier otro modo que sirvan para distinguir en el mercado los productos y servicios relacionados en el artículo 1.2. y ANEXO 1 de los usuarios de marca en cualquier estado del mundo.

Además, la modificación del Reglamento de uso queda sujeta a observaciones de terceros solicitando la desestimación de la solicitud de modificación.

15.3. La modificación del Reglamento de uso sólo surtirá efecto a partir de la fecha de inscripción de dicha modificación en el Registro.

ANEXO 1

PRODUCTOS Y SERVICIOS A IDENTIFICAR CON LA MARCA

Clase 9:
Publicaciones descargables; publicaciones electrónicas descargables [revistas]; contenidos multimedia; aplicaciones de software descargables; aplicaciones móviles descargables; Guía de formación en formato electrónico; Manuales de formación en formato electrónico; Material de cursos educativos descargable.

Clase 16:
Publicaciones impresas; Publicaciones periódicas; Publicaciones promocionales; Material promocional impreso; Publicaciones periódicas impresas sobre turismo; Guías [manuales]; Guías turísticas [publicaciones]; Publicaciones publicitarias; Manuales de formación; Manuales educativos; Material de educación e instrucción; Publicaciones educativas.

Clase 29:
Carne y productos cárnicos; Frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; Jaleas, mermeladas, compotas; Frutos, hongos, verduras, frutos secos y legumbres procesados; Huevos y ovoproductos; Leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos; Insectos y larvas preparados; Aceites y grasas comestibles.

Clase 30:
Té; Harinas y preparaciones a base de cereales; Productos de panadería; Productos de pastelería; Azúcar; Miel; Especias; Hierbas en conserva; Sales, aliños, aderezos y condimentos.

Clase 31:
Productos agrícolas, acuícolas, hortícolas y forestales en bruto y sin procesar; Granos y semillas en bruto o sin procesar; Frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; Hierbas aromáticas frescas; Plantas y flores naturales; Bulbos, plantones y semillas para plantar; Cultivos agrícolas e hidropónicos, productos hortícolas y forestales; Hongos; Esporas y micelios [para fines agrícolas]; Animales vivos; Productos alimenticios y bebidas para animales; Alimentos y piensos para animales.

Clase 35:
Asistencia, asesoramiento y consultoría en servicios de promoción, marketing y publicidad; Distribución de publicidad, marketing y material con fines promocionales; Organización de ferias con fines comerciales o de publicidad; Servicios de publicidad, marketing y promoción; Desarrollo de campañas promocionales; Servicios publicitarios relacionados con el sector turístico; Difusión de material publicitario y promocional; Publicidad de los productos y servicios de vendedores en línea a través de una guía de búsqueda en línea; Provisión de guías publicitarias de consulta en línea; Difusión de información comercial; Facilitación de

información comercial y de negocios; Facilitación de información relacionada con el marketing; Información comercial y empresarial en línea (online); Servicios de información de negocios; Suministro de información sobre marketing; Servicios de consultoría empresarial en agricultura; Gestión empresarial de lugares de interés turístico; Servicios de venta al por menor y al por mayor, en establecimientos y a través de redes mundiales de informática de productos de carne, productos cárnicos, frutas, verduras, hortalizas, legumbres, jaleas, mermeladas, compotas, hongos, frutos secos, huevos, ovoproductos, leche, quesos, mantequilla, yogur, insectos, larvas, aceites, grasas comestibles, té, harinas, preparaciones a base de cereales, productos de panadería, productos de pastelería, azúcar, miel, especias, sales, aliños, aderezos, productos agrícolas, productos acuícolas, productos hortícolas, productos forestales, granos, semillas, hierbas aromáticas, plantas, flores, semillas, cultivos agrícolas, cultivos hidropónicos, esporas, micelios, animales vivos, productos alimenticios para animales, bebidas para animales.

Clase 39:
Organización de visitas y excursiones; Facilitación de información relacionada con rutas de viajes; Suministro de información a turistas sobre excursiones y visitas turísticas; Prestación de servicios de información turística y de viajes.
Clase 41:
Servicios educativos relacionados con la conservación de la naturaleza; Educación y formación en materia de conservación de la naturaleza y el medio ambiente; Prestación de servicios de educación relacionados con temas ecológicos; Servicios de formación en materia de agricultura, horticultura y silvicultura; Publicación del contenido editorial de sitios a los que puede accederse a través de una red informática mundial; Organización de excursiones guiadas educativas; Formación; Servicios de organización de giras [excursiones] con fines de formación; Asesoramiento en materia de educación; Desarrollo de material educativo; Facilitación de cursos educativos; Organización de actividades educativas; Organización de congresos y conferencias con fines culturales y educativos; Publicación de guías educativas y de formación; Facilitación de lugares de interés turístico con fines culturales; Facilitación de lugares de interés turístico con fines de entretenimiento.

Clase 42:
Pruebas, autenticaciones y control de calidad; Servicios científicos y tecnológicos; Redacción técnica; Servicios relacionados con las ciencias naturales; Consultoría técnica de ciencias medioambientales; Peritajes ambientales; Recogida de información sobre medio ambiente; Servicios de ensayo e inspección ambientales; Servicios de consultoría en materia de medio ambiente; Suministro de información tecnológica sobre innovaciones respetuosas con el medio ambiente y ecológicas; Investigación científica relacionada con la ecología; Investigación en el campo de la ecología; Servicios de ensayo técnico; Control técnico e inspección; Mediciones y ensayos técnicos; Consultoría técnica de ingeniería medioambiental; Asesoría técnica en el área de la tecnología medioambiental.

ANEXO 2

PLIEGO DE CONDICIONES DE LA MARCA SABERES DO MONTE

CAPÍTULO PRIMERO.- (Generalidades)

Artículo 1-

De acuerdo con lo establecido en el pliego de condiciones de LA MARCA podrán acogerse a dicha marca los productos y servicios enumerados en el ANEXO 1, cuyas características se establecen en los sucesivos artículos.

Artículo 2-

La promoción otorgada por LA ENTIDAD, se extiende a aquellos productos y servicios que derivan de prácticas tradicionales que contribuyen a la conservación de hábitats de montaña, como son los brezales, turberas y otros hábitats seminaturales, su biodiversidad y los servicios ecosistémicos que estos generan. Se trata de actividades que mantienen los hábitats en un estado de conservación favorable, e incluyen, entre otras, la ganadería en extensivo y las prácticas tradicionales asociadas, el manejo tradicional de los caballos salvajes, así como actividades compatibles que ponen en valor la conservación se los mismos, como son la apicultura o el ecoturismo. Estas prácticas mantienen vivos los hábitats naturales y las comunidades rurales locales. Los atributos que comparten todas las zonas son la sostenibilidad (por la vía de la conservación de los hábitats) la autenticidad (identidad cultural) y el desarrollo rural.

Artículo 3-

El fomento y control de los productos acogidos bajo LA MARCA, quedan encomendados a LA ENTIDAD o a las personas autorizadas por la ENTIDAD.

CAPÍTULO SEGUNDO (De la producción)

Artículo 4-

La zona de producción de los productos promocionados por LA ENTIDAD, está constituida por zonas de montaña de la Comunidad Autónoma de Galicia.

CAPÍTULO TERCERO (De las características de los productos)

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN/CONDICIONES
Carne de vacuno	**Sistema de manejo:** Sistema extensivo, que emplea hábitats naturales de montaña sin transformarlos, como brezales y turberas, que pueden ser combinados con el uso de pastos de la explotación parte del año, generalmente en montes vecinales en mano común. **Contribución a la biodiversidad y conservación de hábitats:** Sistemas tradicionales que contribuyen al buen estado de conservación de hábitats seminaturales, como brezales, entre otros, y al mantenimiento de su biodiversidad asociada. **Raza:** Razas rústicas de vacuno de carne, adaptadas a los pastos naturales de montaña, preferiblemente razas autóctonas y sus cruces (rubia y sus cruces, cachena, vianesa, entre otras). **Acabado:** Carne de ternera, de vacuno mayor y de buey, nacida, criada y sacrificada en el entorno de los hábitats utilizados, procurando reducir los desplazamientos y minimizar la huella de carbono. En cuanto a las terneras, animales cebados o pasteros. Animales cebados preferiblemente en la propia explotación o, en su defecto, cebados en cebaderos próximos bajo criterios que podrán ser definidos en su momento por LA ENTIDAD. Acabado en Galicia. **Otras marcas:** compatible con otras marcas y sellos, como Ternera Gallega Suprema, Vaca galega-Boi galego, De yerba, etc.

	Convivencia con marca del productor: compatible con otras marcas individuales.
Carne de cabrito/cordero	**Sistema de manejo:** Sistema de pastoreo en extensivo, que emplea hábitats naturales de montaña sin transformarlos, como brezales y turberas, que pueden ser combinados con el uso de pastos de la explotación parte del año, generalmente en montes vecinales en mano común. **Contribución a la biodiversidad y conservación de hábitats:** Sistemas tradicionales que contribuyen al buen estado de conservación de hábitats seminaturales, como brezales, entre otros, y al mantenimiento de su biodiversidad asociada. **Raza:** Razas rústicas de ovino y caprino, adaptadas a los pastos naturales de montaña, preferiblemente razas autóctonas. **Acabado:** Carne de ovino y caprino nacida, criada y sacrificada en el entorno de los hábitats utilizados, procurando reducir los desplazamientos y minimizar la huella de carbono. **Otras marcas:** compatible con otras marcas y sellos, como Pastores de Galicia, entre otras. **Convivencia con marca del productor:** compatible con otras marcas individuales.
Carne de potro	**Sistema de manejo:** sistema de manejo tradicional, que emplea hábitats naturales de montaña sin transformarlos, como brezales y turberas, en la práctica totalidad del año, generalmente en montes vecinales en mano común. **Contribución a la biodiversidad y conservación de hábitats:** sistemas tradicionales que contribuyen al buen estado de conservación de hábitats seminaturales, como brezales, entre otros, y al mantenimiento de su biodiversidad asociada. **Raza:** caballos salvajes de pequeña talla, adaptados a los pastos naturales de montaña, incluyendo los caballos de Pura Raza Galega. Excepcionalmente podrán considerarse aquellos animales de otras razas que usen los hábitats parte del año.

	Acabado: carne de potro, fundamentalmente pastero, nacido, criado y sacrificado en el entorno de los hábitats utilizados, procurando reducir los desplazamientos y minimizar la huella de carbono. **Otras marcas:** compatible con otras marcas y sellos de garantía. **Convivencia con marca del productor:** compatible con otras marcas individuales.
Miel y otros productos apícolas	Colmenares situados en el entorno de hábitats seminaturales, como los brezales, entre otros, contribuyendo a la conservación de la biodiversidad mediante la polinización. **Otras marcas:** compatible con otras marcas y sellos, como Mel de Galicia. **Convivencia con marca del productor:** compatible con otras marcas individuales.

SERVICIOS	DESCRIPCIÓN/CONDICIONES
Experiencias de turismo y ecoturismo	Los servicios y productos amparados por la marca deberán poner en valor e integrar aspectos relacionados con la importancia de la conservación de los hábitats y de las actividades tradicionales, así como de las manifestaciones y patrimonio cultural y etnográfico asociado a estas. Incluyen experiencias como visitas interpretativas, paneles, talleres, actividades de educación ambiental, entre otras. **Otras marcas**: compatible con otras marcas y sellos. **Convivencia con marca del productor**: compatible con otras marcas individuales.

CAPÍTULO CUARTO (De los derechos y obligaciones).

Artículo 6.-

1.- Solo las personas físicas o jurídicas que cumplan con los requisitos de los artículos indicados anteriormente, podrán producir productos y ofrecer servicios que presenten LA MARCA.

2.- El derecho al uso de LA MARCA, en propaganda, publicidad, documentación y etiquetas, es exclusivo de los USUARIOS DE MARCA, personas físicas o jurídicas facultadas para el uso, esto es, las firmas inscritas en los registros correspondientes. Ver Disposición Decimocuarta, Titulo V.

4.- Los USUARIOS DE MARCA quedan obligados al cumplimiento de las disposiciones de este Pliego de condiciones y a los acuerdos que, dentro de su competencia, dicte LA ENTIDAD, así como a satisfacer el importe que en su caso les corresponda.

Artículo 7.-

Los USUARIOS DE MARCA no podrán utilizar las marcas, símbolos, emblemas, leyendas publicitarias o cualquier otro tipo de propaganda relacionada con LA MARCA, en la comercialización de otros productos para el que el usuario no ha recibido confirmación del cumplimiento de los requisitos según ANEXO 2 Y ART. 14 del presente Reglamento, también denominados como productos no amparados por LA ENTIDAD.

Artículo 8.-

En las etiquetas de los productos amparados (productos para el que el usuario si ha recibido autorización y confirmación del cumplimiento de los requisitos según ANEXO 2 Y ART. 14 del presente Reglamento, y han sido inscritos en el registro correspondiente) podrá figurar LA MARCA, además de los datos que, con carácter general, se determina en la legislación aplicable.

Artículo 9.-

1.- Todo producto amparado que por cualquier causa presente defectos, alteraciones sensibles o que en su producción se hayan incumplido los preceptos de este Pliego de condiciones o los preceptos de elaboración señalados por la legislación vigente, podrá ser descalificado por LA ENTIDAD, lo que llevará consigo la pérdida del derecho de uso de LA MARCA.

2.- LA ENTIDAD podrá anular la descalificación de un producto amparado una vez justificada la circunstancia que la motivase.

CAPÍTULO DÉCIMO (Del departamento de control).

Artículo 10.-

Para los servicios de control y vigilancia LA ENTIDAD recurrirá a un equipo técnico experto en la materia.

CAPÍTULO DECIMOPRIMERO (De las infracciones, sanciones y procedimientos)

Artículo 11.-

Todas las actuaciones que sea preciso desarrollar en materia de expedientes sancionadores, se atendrán a las normas de este Pliego de condiciones, a la normativa vigente tanto de carácter general, como de carácter especial.

Artículo 12.-

Las infracciones a lo dispuesto en este Pliego de condiciones y a los acuerdos de esta entidad, serán sancionadas con apercibimientos, multa, suspensión temporal en el uso de la marca colectiva o baja en el registro o registros de la misma, conforme se expresa en los artículos siguientes.

Artículo 13.-

1.- Las actas de inspección se levantarán por triplicado y serán suscritas por el personal autorizado de LA ENTIDAD y la entidad acogida objeto de la inspección, en poder de la cual quedará una copia de esta. Ambos firmantes podrán consignar en el acta cuantos datos o manifestaciones consideren convenientes.

Si el interesado de la inspección se negara a firmar en el acta, se hará constar.

2.- Cuando el técnico de LA ENTIDAD que levante el acta lo estime necesario, podrá disponer que la mercancía quede retenida por plazo no superior a siete días hábiles a partir de la fecha de levantamiento del acta de inspección.

Las mercancías retenidas se considerarán como mercancía en depósito, no pudiendo por tanto ser trasladadas, manipuladas, ofrecidas en ventas o vendidas; en el caso que se estime procedente, podrán ser precintadas durante el plazo mencionado en el párrafo anterior.

3.- De acuerdo con la Ley de Procedimiento Administrativo, esta sociedad podrá solicitar informes a las personas que considere necesario, hacerles comparecer a este fin en las oficinas en que se tramiten las actuaciones, aclarar o complementar los extremos contenidos en las actas levantadas por el equipo técnico autorizado de LA ENTIDAD y como diligencia previa a la posible incoación de expediente.

Artículo 14.-

1.- La incoación o instrucción de los expedientes corresponderá a LA ENTIDAD cuando el infractor esté inscrito como usuario de marca. En los demás casos, esta entidad hará uso de sus derechos ante los Tribunales de Justicia para la Defensa de la Competencia o ante la instancia correspondiente.

2.- En los expedientes de carácter sancionador incoados por LA ENTIDAD deberá actuar como Instructor un miembro del órgano responsable de LA ENTIDAD.

3.- La resolución de los expedientes tendrá lugar en el seno del órgano responsable de LA ENTIDAD

Artículo 15.-

Darán lugar a las acciones legales pertinentes por parte de LA ENTIDAD ante los Tribunales de Justicia competentes, contra personas físicas o jurídicas no inscritas en los registros de la misma los siguientes hechos:

- El uso de LA MARCA.
- Las utilizaciones de razones sociales, nombres sociales, marcas, expresiones, signos o emblemas, que, por su identidad o similitud gráfica o fonética con los nombres protegidos por LA ENTIDAD, o con los signos o emblemas característicos de la misma, puedan inducir a confusión sobre la naturaleza o el origen de los productos, sin perjuicio de los derechos adquiridos que sean reconocidos por LA ENTIDAD
- Cualquier acción que cause perjuicio o desprestigio a LA ENTIDAD o tienda a producir confusión en el consumidor.

Artículo 16.-

1.- Las infracciones cometidas por las personas inscritas en los Registros de LA ENTIDAD se clasifican a efectos de su sanción en la forma siguiente:

• Faltas Administrativas leves y graves. - Que se sancionarán con multa de hasta el 1O por 100 del valor de las mercancías afectadas.

Estas faltas administrativas se refieren a las inexactitudes en las declaraciones, albaranes, asientos, libros, registro, y demás documentos y especialmente las siguientes:

1) Omisión o inexactitud en las declaraciones para la inscripción en los distintos registros, de los datos y comprobantes que en cada caso sean precisos.
2) No comunicar inmediatamente a LA ENTIDAD cualquier variación que afecte a los datos suministrados en el momento de la inscripción como usuario de marca.
3) El incumplimiento por omisión o inexactitud de lo establecido en este Pliego de condiciones en relación con las declaraciones de características de productos.
4) Las restantes infracciones al Pliego o a los acuerdos de LA ENTIDAD en la materia a que se refiere este apartado

• Infracciones por el uso indebido de la marca o por actos que pueden causarle perjuicio o desprestigio. Que se sancionarán con multas desde 60 €, hasta el doble del valor de la mercancía o productos afectados, cuando aquel supere dicha cantidad. Estas infracciones son las siguientes:

1) La utilización de razones sociales, nombres comerciales, marcas, símbolos o emblemas, que hagan referencia a LA ENTIDAD o a los nombres protegidos por ella, en la comercialización de otros productos no amparados y homólogos a los protegidos.
2) El empleo de la marca en productos que no estén amparados a esta sociedad, conforme a las normas establecidas por la legislación vigente y por el Reglamento.
3) El empleo de nombres comerciales, marcas o etiquetas no aprobadas por LA ENTIDAD, en los casos a que se refiere este apartado.
4) La indebida negociación o utilización de los documentos, precintos, etiquetas, contra etiquetas, sellos, etc., propios de LA ENTIDAD.
5) La expedición de productos que no corresponden a las características mencionadas y determinadas por este Pliego de condiciones.
6) En general, cualquier acto que contravenga lo dispuesto en este Pliego de condiciones o los acuerdos de LA ENTIDAD, y que perjudique o desprestigie a la misma, o suponga uso indebido del nombre.

2.-En los casos de infracciones graves, además de las sanciones establecidas en el apartado anterior podrá aplicarse al infractor la suspensión temporal de uso de la marca o la baja en los registros de la misma, en los casos de reincidencia.

La baja supondrá la exclusión del infractor de los Registros de LA ENTIDAD y, como consecuencia, la pérdida de los derechos inherentes a la adhesión a la misma.

Artículo 17.-

De las infracciones en productos etiquetados de LA ENTIDAD, será responsable la firma o razón social cuyo nombre figure en la misma sobre las que se deriven del transporte de mercancías, sin perjuicio de las responsabilidades sobre las personas que determine al respecto el vigente Código de Comercio y disposiciones complementarias.

Artículo 18.-

En caso de desaparición, cambio o cualquier manipulación efectuada sobre las mercancías retenidas o intervenidas, si da lugar, se estará a lo dispuesto en Código Penal.

Artículo 19.-

En el caso de reincidencia, las multas serán superiores en un 50% a las máximas señaladas en el presente Reglamento.

En el caso de tercera reincidencia por faltas graves, se le podrá dar baja definitiva en el registro de LA ENTIDAD.

Se considera reincidente al infractor sancionado por infringir cualquiera de los preceptos de este Reglamento en los cinco años anteriores.

Artículo 20.-

1.- Las multas deberán abonarse en metálico o talón conformado dentro del plazo de quince días hábiles inmediatos al de su notificación. En caso de no efectuarse en el plazo citado, se procederá a su cobro por vía de apremio.

2.- En el caso de presentarse recursos ante LA ENTIDAD, contra la sanción impuesta, se acompañará al mismo resguardo del ingreso del importe de los gastos originados por el expediente en LA ENTIDAD.

3.- Las infracciones, menos la baja definitiva a este Pliego, prescriben a los 5 años de su comisión, por lo que toda la documentación que se determina en el mismo, respecto a los productos a que se refiere, deberá ser conservada durante dicho periodo.

Artículo 21.-

Deber de ser secreto a las personas que intervengan en las actuaciones e inspecciones contra infracciones.

ANEXO 3

MANUAL DE USO DE LA MARCA SABERES DO MONTE

ARTÍCULO 1.- Modalidad de uso de la marca

La modalidad de uso autorizada de la marca es la siguiente:

Uso pleno de la marca: se entiende por uso pleno la reproducción de todos los elementos que componen la misma: logotipo y denominación completa, tal y como figura a continuación:

saberes do monte

Para reproducir la marca como imagen, se debe contactar con LA ENTIDAD para hacer llegar los archivos necesarios.

ARTÍCULO 2.- Alteraciones de la marca

Las dimensiones de la marca son libres, de forma que la misma podrá ampliarse o reducirse, si bien no podrán alterarse, total o parcialmente, las proporciones de los diferentes elementos que la componen; ni su posición; ni modificarse colores ni tipo de letra.

ARTÍCULO 3.- Configuración de la marca como hipervínculo

Si bien con carácter voluntario, se considerará una buena práctica, a efectos de colaborar a la máxima difusión de la MARCA y de sus fines, el que las personas autorizadas para el uso de la marca asociadas o las empresas y entidades colaboradoras que puedan utilizar la marca conforme al TÍTULO V. DÉCIMOCUARTA. - PROCEDIMIENTO DE USO DE LA MARCA Y MECANISMOS DE CONTROL Reglamento, cuando la misma la utilicen en documentación electrónica, la configuren como hipervínculo a la página web de la ENTIDAD.

saberes do monte

Manual de Identidade Visual Corporativa

Neste manual concéntranse todas as posibilidades que ten a identidade visual de **Saberes do Monte** de ser utilizada.

Nel, atoparemos todas as ferramentas necesarias para facer un uso correcto da marca gráfica. Desta forma, poderase utilizar de forma coherente e adecuada a identidade visual, contribuíndo a que sexa acorde coa imaxe e co universo visual definido para ela.

É a guía que debes ter a man no momento en que queiras aplicar a marca en calquera das súas posibilidades, pois a debida utilización deste manual contribuirá á consecución dos obxectivos da identificación e reforzo da mesma.

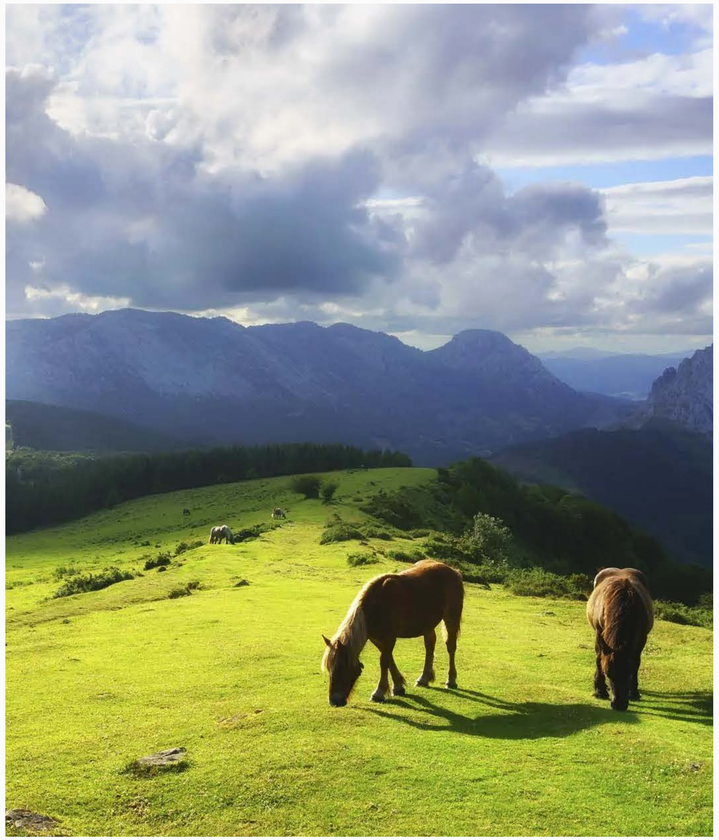
Manual de Identidade Visual Corporativa

saberes do monte

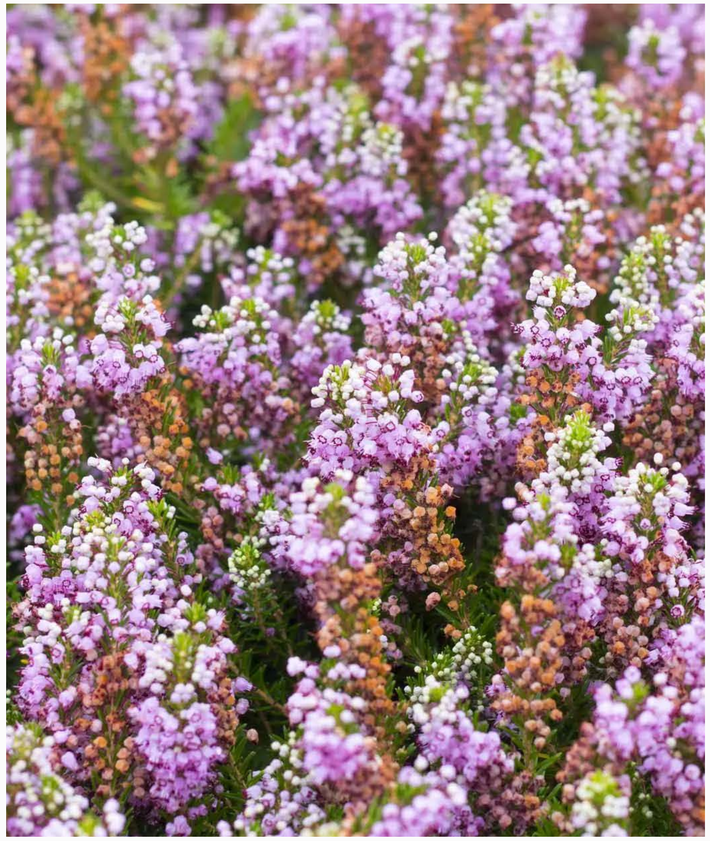
ÍNDICE

4 Acerca de Saberes do Monte
8 Marca gráfica
22 Contorna cromática
25 Versión principal da marca
29 Contorna tipográfica
34 Tagline
42 Recursos gráficos
46 Aplicacións corporativas

Acerca de
Saberes do Monte



Facer xuntos unha Galicia máis **auténtica**



Saberes do Monte xorde pola unificación e destaque dos atributos compartidos polas diferentes zonas rurais de O Xistral, Monte Maior, A Faladoira e A Groba.

O proxecto baséase na revitalización da bioeconomía rural e conservación dos hábitats. Funcionando como unha ferramenta estratéxica para achegar cohesión e reforzar a identidade común das áreas implicadas.

É por iso que consegue axudar en posicionar os diferentes produtos e servizos no mercado e facilitando o seu recoñecemento e valoración.

DECLARACIÓNS

Os nosos principais valores son a sostibilidade, a colaboración, a resiliencia e a revitalización rural.

Queremos converternos nun referente na promoción de prácticas sostibles que integren a conservación da biodiversidade co desenvolvemento socioeconómico local, apoiando as comunidades rurais e fomentando o ecoturismo en Galicia e máis aló.

A misión principal é a posta en valor das actividades tradicionais da gandaría extensiva, cabalos en liberdade, apicultura e o turismo sostible.

Cremos na importancia da súa difusión para o impulso desta bioeconomía rural.

Marca gráfica

O logotipo de **Saberes do Monte** é a representación gráfica do nome da iniciativa. Está deseñado coidadosamente, constituíndo a súa ferramenta principal de representación e serve de áncora co resto de elementos que conforman a identidade visual corporativa.

Nas seguintes páxinas mostramos cal foi o proceso de construción do logotipo e a base conceptual que seguimos para chegar á solución da marca gráfica.

UTILIZAMOS A TIPOGRAFÍA GAZPACHO

Para o desenvolvemento do logotipo tomamos como base a tipografía Gazpacho. Unha baseada nas letras dos anos 80, conseguindo un aspecto próximo, familiar e amigable. Desta forma conectámonos cos valores principais da entidade.

saberes
do monte

MODIFICACIÓNS PARA A SÚA LEXIBILIDADE

Levamos a cabo axustes e compensacións tanto métricas como ópticas nas separacións entre caracteres. Deste xeito, aseguramos unha visualización e lectura óptimas, así como unha gran solidez no espazo.



Gazpacho orixinal.

Gazpacho modificada.

MODIFICACIÓNS PARA UNHA MARCA EN CONXUNTO

Intervimos na construción do identificador. Conseguimos unha marca máis estable, diferenciadora e sólida. Outorgamos maior protagonismo aos dous elementos principais do nome, deixando a preposición nun estado acompañativo.



Gazpacho orixinal.

Gazpacho modificada.

A MARCA EN CONXUNTO

Observamos un conxunto con maior harmonía, personalidade e un carácter único. Obtemos un logotipo recoñecible, próximo e característico. Formando unha peza sólida e diferencial.

saberes
do monte

saberes
do monte

A EXPRESIÓN DA QUEIROGA

A nosa intención é expresar a unión coa natureza para obter un todo, unha conxunción que exprese os valores arraigados á nosa terra. A queiroga, a forma máis icónica, a peza que representa o proxecto, que o caracteriza e expresa.

MARCA GRÁFICA



ZONA DE CONFORT

Ao redor do logotipo de Saberes do Monte sempre se deberán respectar as seguintes especificacións na súa zona de confort. Esta área é o espazo mínimo de aire que debe haber en torno ao logotipo para garantir a máxima claridade na representación da marca gráfica.

Normalización da zona de confort.



Zona de confort resultante.



TAMAÑOS MÍNIMOS

Co obxectivo de facilitar a súa máxima lexibilidade, o logotipo de Saberes do Monte deberá respectar os seguintes tamaños mínimos de reprodución:

Tamaño mínimo de impresión

En impresión, o logotipo nunca deberá reducirse por baixo 10 mm de altura.

10 mm



Tamaño mínimo dixital*

Para publicacións dixitais non deberá reducirse por baixo de 40 px de altura.

40 px



Para reproducións por baixo do tamaño mínimo dixital de 40 px de alto, contemplamos unha versión “responsive” da marca aplicada no apartado “Saberes do Monte responsive”.

VERSIÓN CON REXISTRO

Versión da marca gráfica de Saberes do Monte no caso de estar protexida mediante o rexistro da súa identidade visual, polo que contemplamos un logotipo que así o reflicte e que será usado naqueles casos nos que destacar esta característica da marca sexa necesario ou recomendado legalmente.



ZONA DE CONFORT

Exactamente igual que na súa representación sen símbolo de rexistro, para asegurar a máxima claridade deberanse respectar as seguintes especificacións na súa zona de confort.

Normalización da zona de confort.



Zona de confort resultante.



TAMAÑOS MÍNIMOS

Co obxectivo de facilitar a súa máxima lexibilidade, o logotipo de Saberes do Monte deberá respectar os seguintes tamaños mínimos de reprodución:

Tamaño mínimo de impresión

En impresión, o logotipo nunca deberá reducirse por baixo 18 mm de altura.

18 mm



Tamaño mínimo dixital*

Para publicacións dixitais non deberá reducirse por baixo de 60 px de altura.

60 px



Para reproducións por baixo do tamaño mínimo dixital de 40 px de alto, contemplamos unha versión “responsive” da marca aplicada no apartado “Saberes do Monte responsive”.

SABERES DO MONTE RESPONSIVE

No caso de que a reprodución da marca deba facerse nun espazo que obrigue a escalar o logotipo de Saberes do Monte por baixo dos tamaños mínimos anteriormente explicados neste manual, por exemplo nun favicon web, contemplamos unha variante da marca que a reduce á súa mínima representación gráfica.

Esta versión só deberá empregarse cando non teña cabida o logotipo, xa que o seu uso continuado pode provocar unha desconexión entre os diferentes elementos que forman a identidade visual corporativa de Saberes do Monte.



Uso do logotipo por defecto
en tamaño estándar



Uso do logotipo naquelas
aplicacións de tamaño reducido
(bolígrafos, chapas, USB...)



Uso do logotipo na súa redución
máxima. Para esas situacións límite,
para icona, favicon de web...

Contorna
cromática

CONTORNA CROMÁTICA

Elaboramos a paleta cromática como unha ferramenta de diferenciación. Atopamos un espazo de interese no que a marca de Saberes do Monte sairá destacada dentro do ecosistema.

Este espazo de interese, xunto á aposta de romper co establecido deu como resultado unha gama de cor versátil, cunha orixe claramente natural e inédita.

COR PRINCIPAL
MONTE

HTML #3E5745
RGB 62 87 69
CMYK 73 43 68 41

COR SECUNDARIA
TURBEIRA

HTML #719999
RGB 113 153 153
CMYK 59 26 37 7

COR SECUNDARIA
QUEIROGA

HTML #CB6180
RGB 203 97 128
CMYK 18 72 29 4

COR SECUNDARIA
AUGA

HTML #96B8D7
RGB 150 184 215
CMYK 46 19 8 0

COR SECUNDARIA
SOMBRA

HTML #1C2231
RGB 28 34 49
CMYK 92 79 50 65

COR SECUNDARIA
NUBRADO

HTML #D7E1E6
RGB 215 225 230
CMYK 19 8 9 0

Versión principal da marca

VERSIÓN POSITIVA

O logotipo de Saberes do Monte é o noso principal activo e usarémolo como versión positiva sobre fondo branco únicamente na cor principal Monte.



VERSIÓN NEGATIVA

Contemplamos o uso desta versión da marca para ser aplicada sobre calquera das cores corporativas.



VERSIÓN MONOCROMA

As versións monocromas en positivo e negativo só deberán utilizarse en casos de restricións de cor ou fondo por motivos de impresión ou reprodución.





Contorna
tipográfica

A familia tipográfica Poppins é a seleccionada para conformar o universo tipográfico de Saberes do Monte. Unha fonte que aporta o carácter amigable da entidade. Cunha variedade de pesos de moito contraste, limpa e de moi boa lexibilidade tanto en soportes dixitais como impresos.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRST UVWXYZ abcdefghijklmnño pqrstuvwxyz 0123456789

O peso “Semibold” será o utilizado para titulares ou mensaxes/cifras de especial importancia que merezan ser destacados.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUV WXYZ abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUV WXYZ abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz 0123456789

O peso “Light” e a súa variante cursiva será o utilizado para a redacción de texto continuo e para subtítulos.

Exemplo de titular
Poppins Semibold.

Facer xuntos unha Galicia máis auténtica.

Exemplo de subtítulo
Poppins Light Italic.

Revitalización da bioeconomía rural e conservación dos hábitats. Achegar cohesión e reforzar a identidade común das áreas implicadas.

Exemplo de texto
Poppins Light.

Queremos converternos nun referente na promoción de prácticas sostibles que integren a conservación da biodiversidade co desenvolvemento socioeconómico local, apoiando as comunidades rurais e fomentando o ecoturismo en Galicia e máis aló.

A misión principal é a posta en valor das actividades tradicionais da gandaría extensiva, cabalos en liberdade, apicultura e o turismo sostible.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

12 ANOS IMPLANTANDO MELLORAS

34 PRODUTOS LOCAIS GALEGOS

Exemplo de cifras destacadas
Poppins Semibold.

Exemplo de lenda
Poppins Light en caixa alta.

Co obxectivo de establecer un estilo de texto homoxéneo, a escritura de titulares realizarase mantendo sempre a aliñación a esquerda.

Cando a palabra “Saberes do Monte” forme parte dun texto continuo non se seguirán as normas ortográficas xerais, escribíndose a inicial das palabras protagonistas en maiúscula tanto cando se atope ao comezo de oración ou despois dun punto, e como nos demais supostos.

Exemplo de titular.

Os nosos valores son a máis clara demostración do que facemos cada día

Exemplos de escritura da palabra “Saberes do Monte”.

Saberes do Monte quere converterse nun referente na promoción de prácticas sostibles que integren a conservación da biodiversidade co desenvolvemento socioeconómico local, apoiando as comunidades rurais e fomentando o ecoturismo en Galicia e máis aló.

A misión principal de Saberes do Monte é a posta en valor das actividades tradicionais da gandaría extensiva, cabalos en liberdade, apicultura e o turismo sostible.

COR DE TEXTO

Para a redacción evitaremos o uso da contorna cromática corporativa. Para que o contraste das mensaxes coa gama de cor principal sexa o adecuado escribiremos utilizando a cor negra como tonalidade preferente, tendo dous grises para casos nos que sexa necesario destacar de maneira cromática algún apartado do texto.

NEGRO PRINCIPAL
CARBÓN

HTML #1A1A1A
RGB 26 26 26
CMYK 0 0 0 90

GRIS SECUNDARIO
CINZA

HTML #4D4D4D
RGB 77 77 77
CMYK 0 0 0 70

GRIS SECUNDARIO
GRANITO

HTML #808080
RGB 128 128 128
CMYK 0 0 0 50

Tagline

O tagline “**Hábitats que alimentan**” utilízase de forma separada e descontextualizada do logotipo. É dicir, non está vinculado a este como un conxunto absoluto, senón que a súa colocación e uso dependerá do espazo de composición ou lenzo nas súas diferentes aplicacións. Deberá situarse o suficientemente preto deste pero con liberdade de encaixe e colocación a criterio profesional. Con todo, establécese unha medida de referencia mínima con respecto ao logotipo como se mostra no encaixe desta páxina e como representación mínima nunca deberá ser modificada nin alterada.

CONFIGURACIÓN DO TAGLINE NUNHA ÚNICA LIÑA



Rotulación do tagline coa tipografía Poppins Light.

TAGLINE NUNHA ÚNICA LIÑA - ZONA DE CONFORT

Exactamente igual que na súa representación sen tagline, para asegurar a máxima claridade na representación do conxunto logotipo+tagline, deberanse respectar as seguintes especificacións na súa zona de confort.

Normalización da zona de confort.



Zona de confort resultante.



TAMAÑOS MÍNIMOS

Co obxectivo de preservar a lexibilidade do tagline, o logotipo deberá respectar os seguintes tamaños mínimos de reprodución:

Tamaño mínimo de impresión

En impresión, o logotipo nunca deberá reducirse por baixo 10 mm de altura.

10 mm



Hábitats que alimentan

Tamaño mínimo dixital*

Para publicacións dixitais non deberá reducirse por baixo de 40 px de altura.

40 px



Hábitats que alimentan

Para reproducións por baixo do tamaño mínimo dixital de 40 px de alto, contemplamos unha versión “responsive” da marca aplicada no apartado “Saberes do Monte responsive”.

CONFIGURACIÓN DO TAGLINE EN DÚAS LIÑAS



TAGLINE EN DÚAS LIÑAS - ZONA DE CONFORT

Normalización da zona de confort.



Zona de confort resultante.



TAMAÑOS MÍNIMOS

Co obxectivo de preservar a lexibilidade do tagline, o logotipo deberá respectar os seguintes tamaños mínimos de reprodución:

Tamaño mínimo de impresión

En impresión, o logotipo nunca deberá reducirse por baixo 10 mm de altura.

10 mm



Tamaño mínimo dixital*

Para publicacións dixitais non deberá reducirse por baixo de 40 px de altura.

40 px



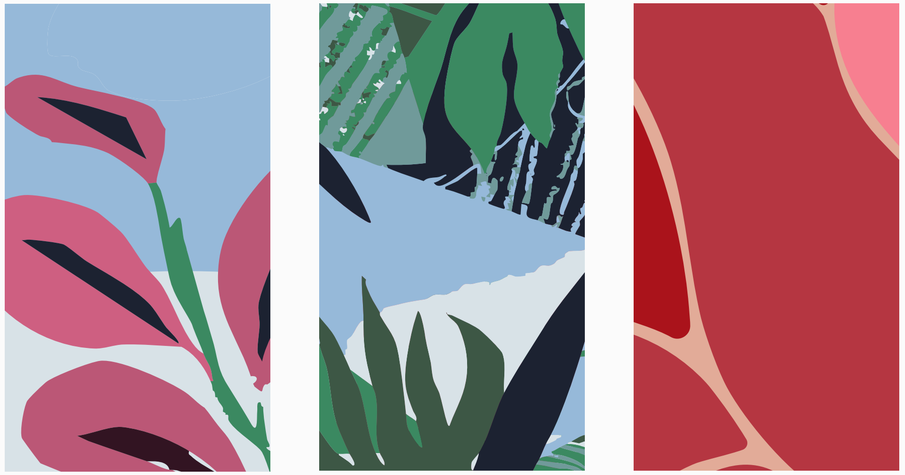
Para reproducións por baixo do tamaño mínimo dixital de 40 px de alto, contemplamos unha versión “responsive” da marca aplicada no apartado “Saberes do Monte responsive”.

Recursos
gráficos

CONTORNA ILUSTRATIVA

O recurso gráfico da identidade está baseada na simbolización e representación da entidade. Esta levarase a cabo con gran expresión a través das formas planas, a cor e a composición.

Dotaremos a marca de gran enerxía, fortaleza e atractivo visual. Conseguindo un aspecto rompedor, rechamante e que non deixe a ninguén indiferente.



** Estas gráficas e seguintes aplicacións foron desenvolvidas de maneira ficticia para a proposta da identidade corporativa. En ningún momento se trata de pezas definitivas, tendo que ser elaboradas e supervisadas para a súa fiel consecución.


saberes
do monte
FERIA DE PRODUCTOS ARTESANALES
2025©
SABORESDOMONTE.ES
22-27 FEBRERO
THE BODY SHOP


saberes
do monte
FERIA DE PRODUCTOS ARTESANALES
2025
SABORESDOMONTE.ES
22-27 FEBRERO

Aplicacións corporativas

PEZAS CORPORATIVAS DA ENTIDADE

A continuación atoparémonos con diferentes aplicacións corporativas desenvolvidas para a mostra do seu comportamento en escenarios reais.

Vemos dúas liñas claramente diferenciadas. Unha marca máis estable, equilibrada e correcta naquelas comunicacións formais, pragmáticas e cordiais. E unha segunda liña na que entra en xogo a proposta aprobada coa expresión ilustrativa, destinada a aquelas pezas na que debe lucir e destacar a marca, como elementos de merchandising e pezas de actuación que nos permita maior liberdade.


saberes do monte
Carlos Suárez
Membro asociado
saberesdomonte.com
info@saberesdomonte.com
900 000 000

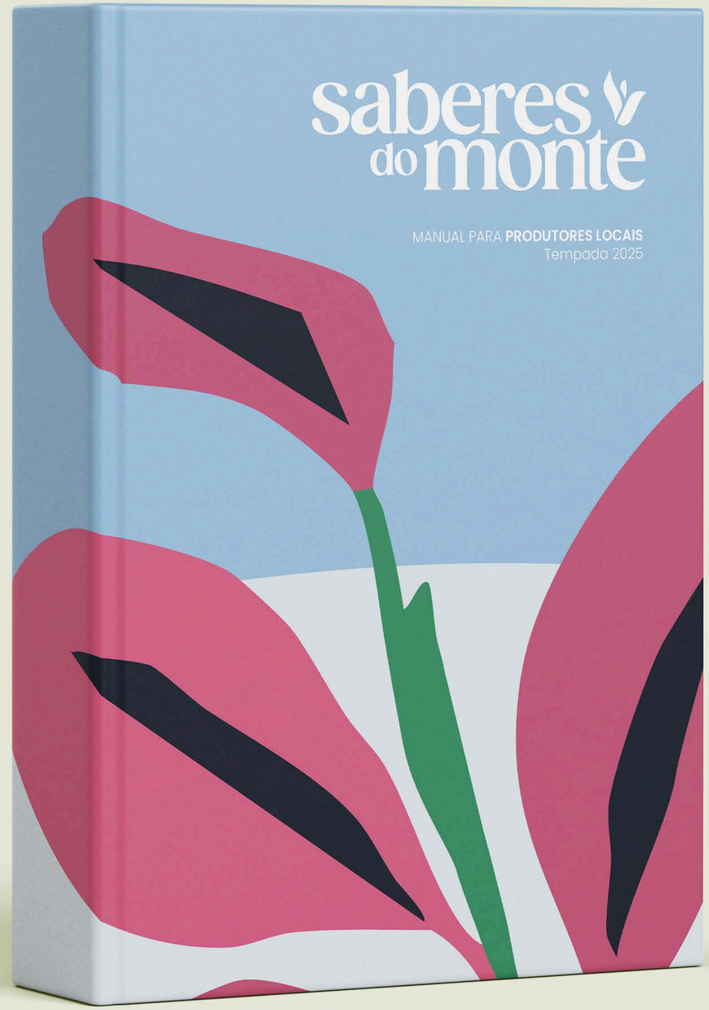

saberes
do monte


saberes do monte
Querido colaborador,
Con gran ilusión, queremos presentarche Saberes do Monte, un
900 000 000
info@saberesdomonte.com
saberes do monte


saberes do monte
saberes do mont
Querido colaborador,
Con gran ilusión, queremos presentarche Saberes do Monte, u
proxecto nado do compromiso coa nosa terra, a súa riqueza
esforzo de quen a traballa. Somos unha asociación de p
Galicia que une tradición, sustentabilidade e calid
conservación de especies e espazos, a p
lecemento do vínculo que nos cone
produto loca
ntorna,


biodiversidade e garanta a autenticidade do que chega á mesa dos consumidores. Sabemos que só coa colaboración e o apoio de persoas e entidades comprometidas como ti, poderemos consolidar esta visión e seguir crecendo.
Queremos aproveitar esta oportunidade para agradecerche o teu apoio e confianza. Cada paso que damos é posible grazas á implicación de quen, como ti, cren no poder do local e na importancia de preservar o noso.
Encantaríanos seguir contando contigo nesta aventura, construíndo xuntos un futuro onde Galicia e os seus produtores sexan protagonistas dun modelo máis xusto, sostible e auténtico.
Estamos á túa disposición para compartir máis detalles, escoitar ideas e explorar novas formas de colaboración.
Un abrazo,
saberes do monte
Carlos Suárez
Membro asociado
saberesdomonte.com
900 000 000


saberes
do monte


saberes
do monte
MANUAL PARA PRODUTORES LOCAIS
Tempada 2025


Saberes do monte
MANUAL PARA PRODUTORES LOCAIS
Tempada 2025


~100% NATURAL~
DESDE
2015
MIEL
PRODUCIDA EN GALICIA
GALICIA
CALIDADE
saberes do monte
About Our Honey
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam euismod. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod.
No Preservatives.
No Added Flavours.
No Added Suger. No Added Colors.
Warning: Lorem ipsum dolor sit amet consectetuer adipiscing.


ABRE FÁCIL AQUÍ
ABRE FÁCIL AQUÍ
ODUCTO FICTICIO · PRODUCTO FICTICIO · PRODUCTO FICTICIO · PRODUCTO FICTICIO
LACÓN CURADO
PRODUCTO 100% GALLEGO
GALICIA
CALIDADE
saberes
do monte


saberes
do monte


saberes
do monte


saberes
do monte

