

**mk**vision  
brand marketing



## Versiones

La marca se ha ideado en dos versiones diferentes, una extendida y una reducida, con el fin de utilizar la que mejor se adapte a las exigencias del soporte en el que se colocará.

La versión extendida incorpora la frase brand marketing, que resume la filosofía de la empresa. Mientras que la representación breve es tan sólo un resumen del nombre. Ambas versiones poseen su equivalente en negativo para así facilitar la adaptación ya mencionada.

### EXTENDIDA EN POSITIVO



mkvision  
brand marketing

### REDUCIDA EN POSITIVO



mkv

Las versiones en negativo tienen como fondo dos porcentajes diferentes del color corporativo. Este aspecto será tratado de manera ampliada en el apartado de colores. En todas las versiones en negativo ha de haber un espacio mínimo de 5 milímetros de trama por cada lado que permita a la marca respirar.

EXTENDIDA EN NEGATIVO



REDUCIDA EN NEGATIVO



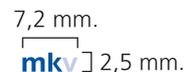
Para la representación en negativo siempre hay que respetar un espacio de 5 mm. de trama por cada lado.

### Tamaño mínimo permitido

La reducción de ambas versiones (extendida y reducida) está supeditada a la correcta lectura de todos sus componentes, es decir, siempre ha de leerse con claridad incluso la letra más pequeña (brand marketing).

Por tanto, el tamaño mínimo es de 25 mm. de ancho por 67 mm. de alto en la marca extendida. Y 7,2 mm. de ancho por 2,5 de alto para la reducida.

Siempre que la versión extendida se necesite a un tamaño inferior del estipulado, se deberá emplear la versión reducida, pues resulta más legible.



## Tipografías

La marca ha sido concebida en dos tipografías. El objetivo principal es otorgarle expresión, elegancia y equilibrio. La expresión se consigue a través del empleo de una letra dinámica y sinuosa. Una fuente moderna que, por sus rasgos, imprime elegancia y sencillez a la imagen de la empresa. Una elegancia que, resulta equilibrada gracias al empleo de letras de una misma familia tipográfica.

### MAC

#### Eras Demi

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

#### Eras Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

### CORRESPONDENCIAS PC

**Eras Demi — Eras Demi ITC**

Eras Medium — Eras Medium ITC



## Colores

La marca ha sido creada a una sola tinta: un azul intenso. Elegido entre un amplio abanico de colores planos de la gama Pantone solid to process con el fin de proporcionale armonía y emotividad.

### MONOCROMÍA

 Pantone 661 PC

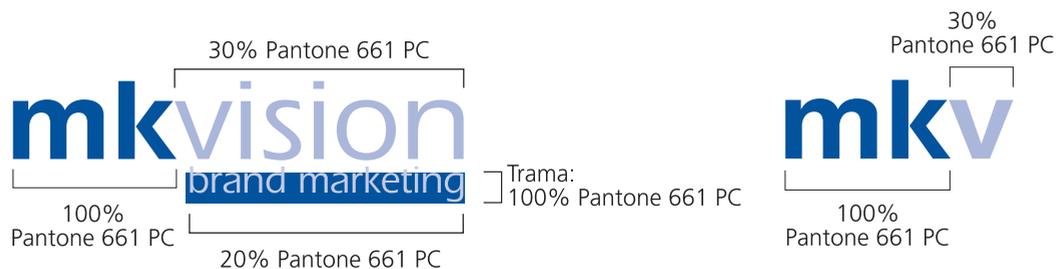
### PORCENTAJES

 100% Pantone 661 PC

 30% Pantone 661 PC

 20% Pantone 661 PC

Dichos porcentajes se distribuyen de la siguiente forma:



#### COMPOSICIÓN CUATRICROMÍA

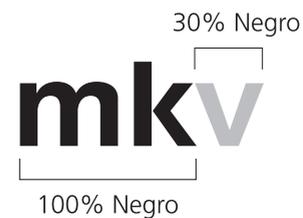
- 100% Cyan
- 69% Magenta
- 0% Amarillo
- 9% Negro

#### COMPOSICIÓN RGB

- 0% Rojo
- 52% Verde
- 115% Azul

#### EQUILAVENCIA ESCALA DE GRISES

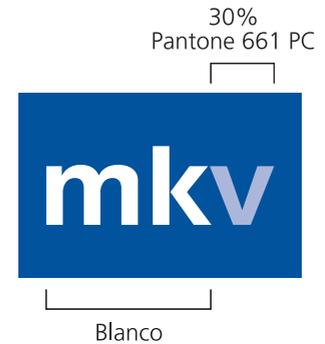
- 100% Negro
- 30% Negro
- 20% Negro



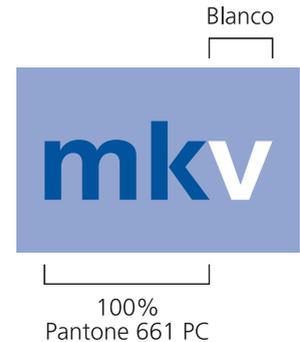
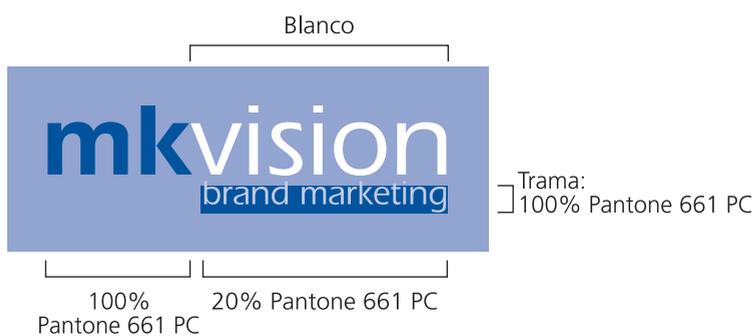
## REPRESENTACIÓN EN NEGATIVO

La representación en negativo puede hacerse en color o en escala de grises. En cuanto al color, se pueden utilizar de fondo dos porcentajes distintos del Pantone corporativo:

■ 100% Pantone 661 PC

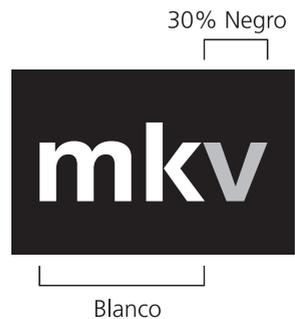


■ 40% Pantone 661 PC



La representación en escala de grises se hace de este modo:

■ 100% Negro



La papelería corporativa comprende varios elementos que son necesarios para la comunicación de la empresa con su entorno: tarjetas de visita, sobres, cartas, carpeta contenedora, CD's y DVD's.

### Tarjetas

Las tarjetas han sido diseñadas en dos versiones: genéricas y personales.

#### GENÉRICA

Están creadas para ser impresas a dos caras y a una sola tinta (1+1), el Pantone corporativo 661 PC. Sus medidas son 85 x 45 mm.

En ellas aparece tanto la versión extendida de la marca como la abreviada, de manera que se asocien desde el principio. De este modo, podremos emplear posteriormente la versión abreviada aislada sin que la marca pierda significado.

La versión genérica de las tarjetas de visita tan sólo contiene los datos genéricos de la empresa: dirección, teléfono fijo y correo electrónico.

La cara principal va en positivo, mientras que la trasera se representa en negativo.

Delantera



Trasera



## PERSONALIZADA

La función de dicha tarjeta es facilitar el contacto directo con los diferentes cargos de la empresa. Para ello, se incluyen los datos personales: nombre, cargo, teléfono móvil y e-mail personal. Continúa con el diseño de la tarjeta genérica en lo que se refiere a datos de contacto genéricos y porcentajes de color. Además también está impresa a dos caras, siendo la trasera común a ambas versiones.

Delantera

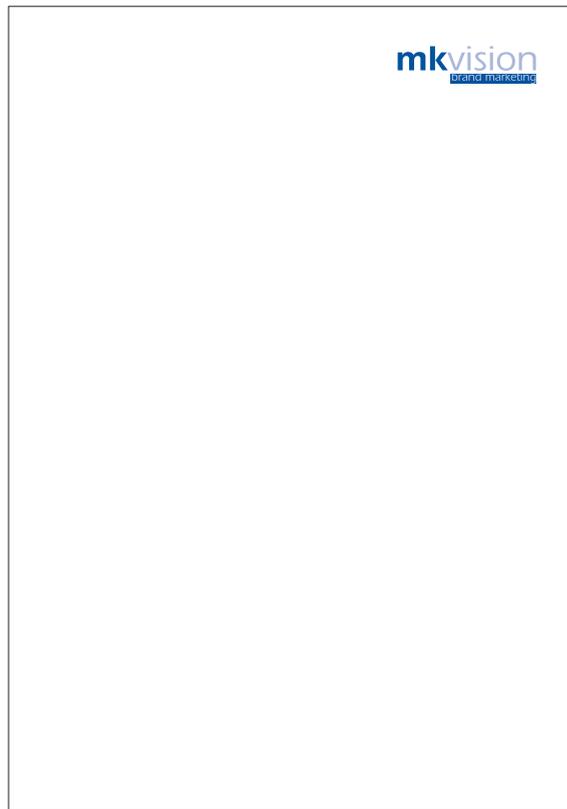


Trasera



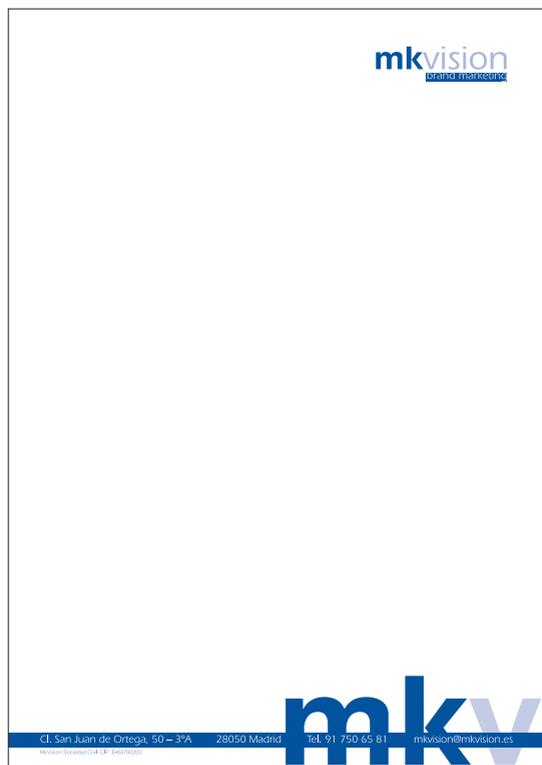
## Cartas

Para diseñar la carta se ha partido del tamaño A4, del Pantone corporativo 661 PC y de un diseño simple en el que sólo aparece la marca, en su versión extendida, en la esquina superior derecha. De este modo, obtenemos una carta polivalente que puede ser usada para cualquier tipo de documento.

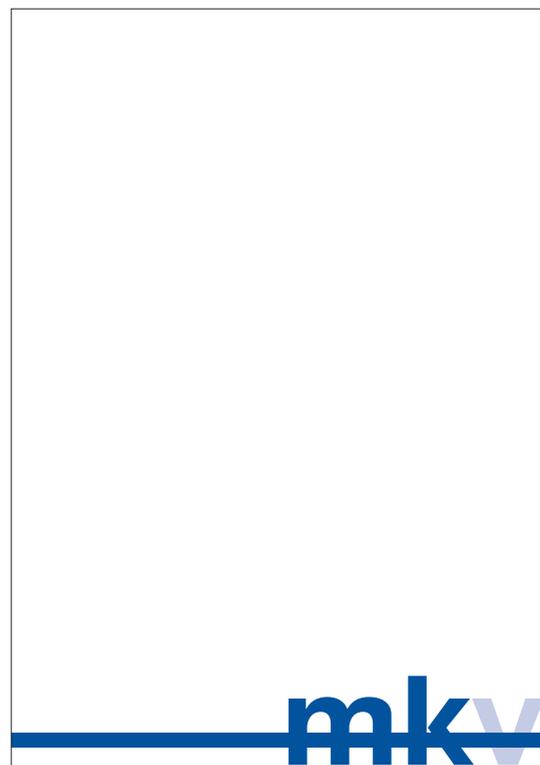


Asimismo, se han diseñado dos cartas más elaboradas que pretenden ser la primera y segunda hoja de un envío postal. La primera contiene, además de la versión extendida y la reducida de la marca, los datos fiscales y de contacto de la empresa. Mientras que el segundo diseño tan sólo contiene la marca en su formato reducido. De este modo, se consigue coherencia y asociación entre ambos elementos.

Primera hoja



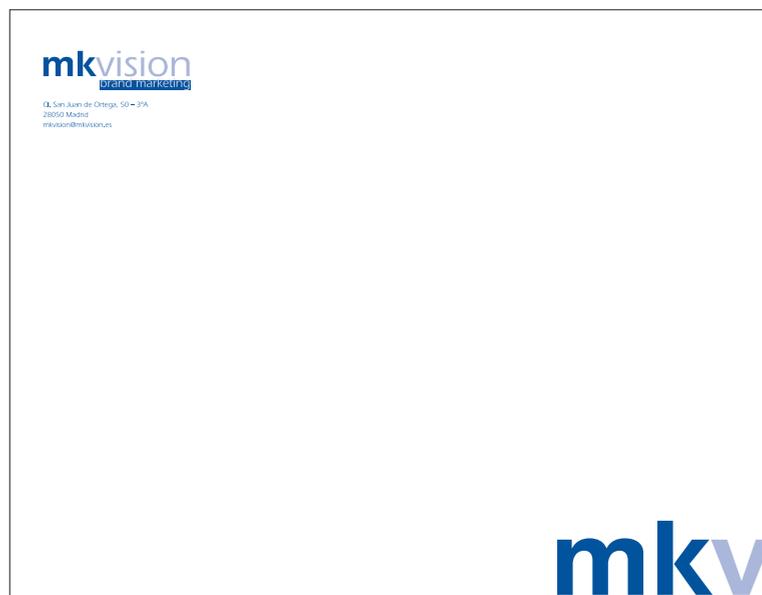
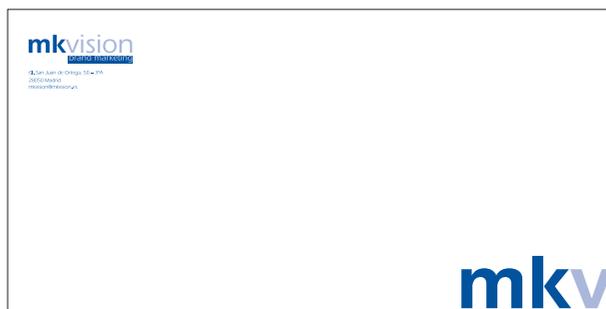
Segunda hoja



## Sobres

Existen dos tamaños de sobre siguiendo las indicaciones de medidas estándares de Correos. Por un lado, tenemos el formato más clásico, que es el sobre americano, con un tamaño exacto de 225 mm. x 100 mm. Y por otro, el sobre grande, cuyo tamaño supera en algunos milímetros al A4 (326 x 250 mm.).

Ambos siguen el mismo esquema: versiones extendida y reducida de la marca, color corporativo y datos de contacto de la empresa.



## Carpeta

La carpeta tiene un tamaño abierto de 470 x 315 mm. con hendido y plegada. Por lo tanto, la carpeta cerrada mide 235 x 315 mm. para que pueda contener hojas tamaño A4. Está impresa sólo en la cara exterior y a una sola tinta, el Pantone 661 PC corporativo.

En ella aparecen ambas versiones de la marca y los datos de contacto de la empresa.

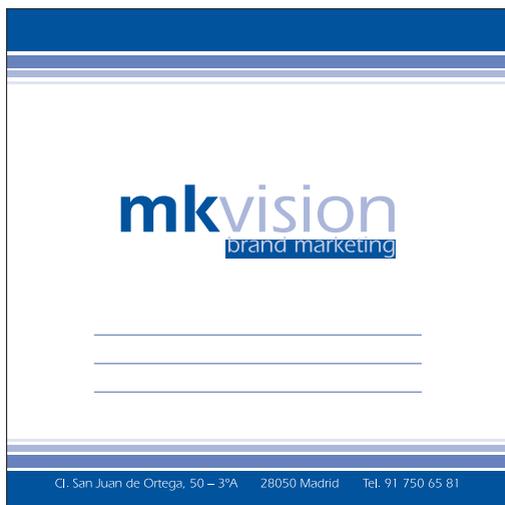
Trasera

Delantera





Delantera



Trasera



## GALLETAS

Se utilizará el mismo diseño de galleta para CD y DVD.



El diseño de la marca y el desarrollo de papelería corporativa y manual de identidad ha sido realizado por:



Av. Giorgeta, 25C - 5ª  
46007 Valencia  
Tel. 963 290 352  
Fax 963 290 352  
Móvil 646 148 335

Cl. Quartell, 3 - 17ª  
46500 Sagunto (Valencia)  
Tel. 961 188 207  
Fax 963 290 352  
Móvil 659 713 337

[publicalia@ono.com](mailto:publicalia@ono.com)



mkv