

# Manual de marca

Octubre de 2019



# Introducción

La forma más importante de expresar nuestra marca es a través de nuestra identidad.

Es más que un nombre o un logotipo. Se trata de la forma que tenemos de presentarnos a nuestras audiencias. Les dice quiénes somos, en qué nos diferenciamos y lo que pueden esperar de nosotros. Nuestra identidad es la suma de todo lo que representamos.

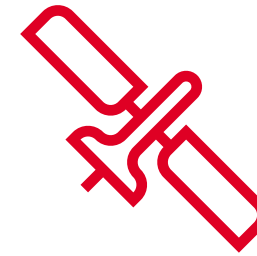
Esta guía se ha desarrollado para asegurar la consistencia en la aplicación de nuestra marca.

Nuestra marca es  
todo aquello que se  
percibe de nosotros y  
que nos hace únicos.

# Índice



Abc



Preciso  
Retador  
Inteligente  
Cercano  
Actual  
Empático

## 1. Logotipo

- 1.1 Presentación
- 1.2 Área de seguridad y tamaños mínimos
- 1.3 Versiones de color
- 1.4 Brandline
  - 1.4.1 Área de seguridad y tamaños mínimos
  - 1.4.2 Versiones de color
- 1.5 Fondos permitidos
- 1.6 Usos incorrectos

## 2. Colores

- 2.1 Principales
- 2.2 Secundarios

## 3. Tipografía

- 3.1 Corporativa
- 3.2 Alternativa

## 4. Estilo fotográfico

- 4.1 Temáticas
- 4.2 Deportistas
- 4.3 Personas
- 4.4 Sectores
- 4.5 Productos y servicios

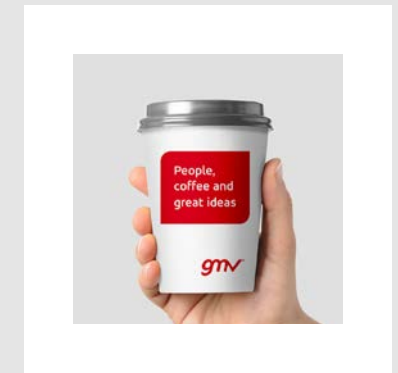
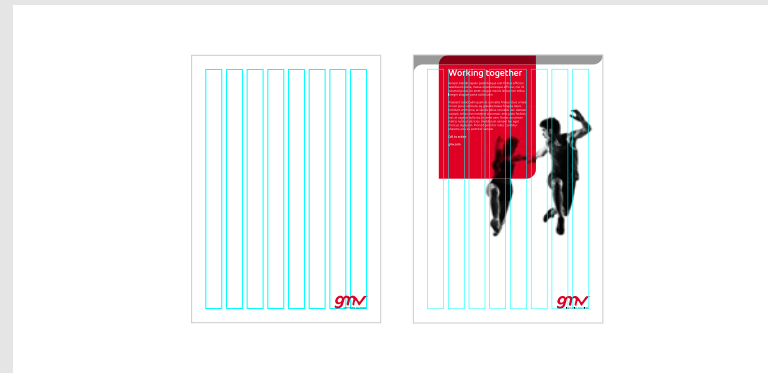
## 5. Iconografía

- 5.1 Concepto
- 5.2 Diseño y construcción
- 5.3 Colección

## 6. Tono de voz

- 6.1 Características

# Índice



## 7. Productos

- 7.1 Naming
- 7.2 Diseño y construcción

## 8. Arquitectura de marca

- 8.1 Niveles

## 9. Sistema de firma

- 9.1 Layout
- 9.2 Retícula y tamaño del logotipo
- 9.3 Posición del logotipo
- 9.4 Formas
  - 9.4.1 Línea gris
  - 9.4.2 Contenedor de imágenes
  - 9.4.3 Contenedor de textos
  - 9.4.4 Interrelación
    - 9.4.4.1 Línea gris con contenedor de textos
    - 9.4.4.2 Contenedor de imágenes con contenedor de textos

- 9.5 Construcción de textos
- 9.6 Tamaño de textos

## 10. Comunicación

- 10.1 Corporativo
- 10.2 Sectores
- 10.3 Productos
- 10.4 Posters
- 10.5 Revistas
- 10.6 Intranet
- 10.7 Redes sociales
- 10.8 Video

## 11. Aplicaciones

- 11.1 Tarjeta
- 11.2 PPTs
- 11.3 Anuncio de revista
- 11.4 Tríptico
- 11.5 Informe anual
- 11.6 Revista
- 11.7 Roll-ups
- 11.8 Banners
- 11.9 Web
- 11.10 Oficina
- 11.11 Taza

# 1. Logotipo

# Logotipo

## Presentación

El logotipo de GMV representa la base de nuestro futuro. Su aplicación de forma consistente y coherente refleja nuestra filosofía de empresa.

Para asegurar su legibilidad, el logotipo debe ser reproducido de su arte final y no debe ser alterado bajo ninguna circunstancia.



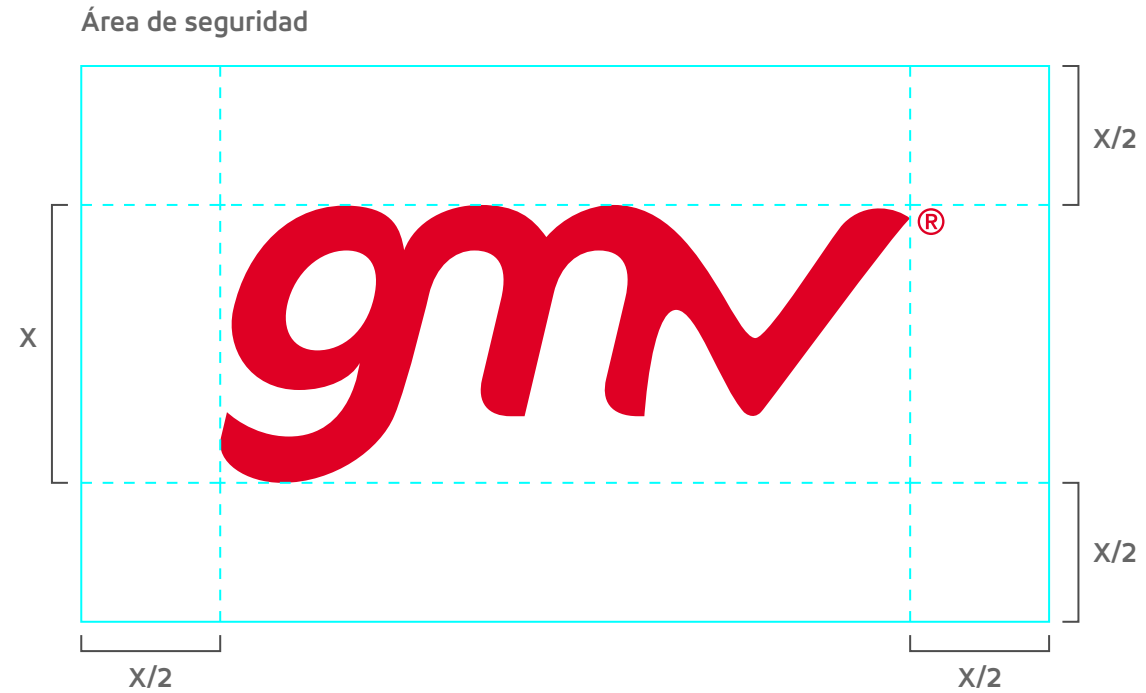
# Logotipo

## Área de seguridad y tamaños mínimos

Con el fin de asegurar en todo momento la perfecta legibilidad del logotipo de GMV, se dejará siempre un área de protección alrededor del mismo, que no podrá ser ocupada por ningún otro elemento gráfico.

El área de protección se construye a partir del alto de la letra “g”, que denominaremos “X”. Al rededor del logotipo tendrá que haber una distancia de X/2.

Se recomienda no aplicar el logotipo en tamaños inferiores a los aquí expuestos.



### Tamaños mínimos



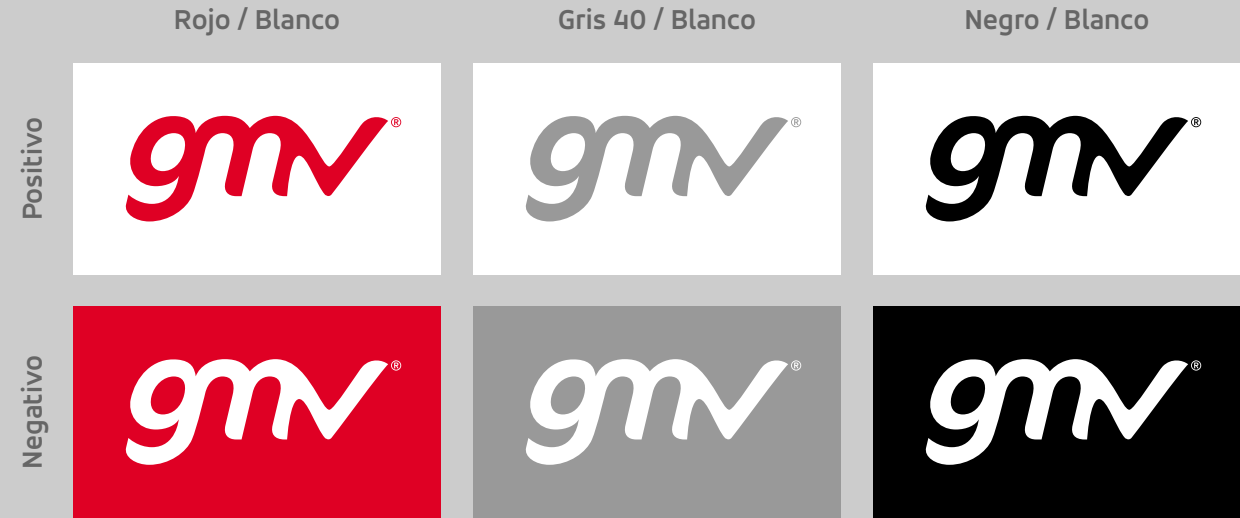
10 mm  
40 px

# Logotipo

## Versiones de color

En esta página se reproducen las versiones de color del logotipo de GMV.

En los artes finales del logotipo se podrán encontrar las equivalencias en códigos de color PANTONE®, CMYK y RGB.





# Brandline

## Área de seguridad y tamaños mínimos

El brandline ayuda a definir el objetivo empresarial de la marca; por lo tanto, en comunicación, se preferirá la utilización de este con el logotipo.

Con el fin de asegurar en todo momento la perfecta legibilidad del brandline, se dejará siempre un área de protección alrededor del logotipo con brandline, que no podrá ser ocupada por ningún otro elemento gráfico.

El área de protección se construye a partir del alto de la letra “g”, que denominaremos “X”. Al rededor del logotipo tendrá que haber una distancia de X/2.

Se recomienda no aplicar el logotipo con brandline en tamaños inferiores a los aquí expuestos.

### Área de seguridad



### Tamaños mínimos



20 mm  
120 px

# Brandline

## Versiones de color

En esta página se reproducen las versiones de color del logotipo con brandline de GMV.

En los artes finales del logotipo con brandline se podrán encontrar las equivalencias en códigos de color PANTONE®, CMYK y RGB.

	Rojo, Negro / Blanco	Rojo / Blanco	Gris 40 / Blanco	Negro / Blanco
Positivo				
Negativo				

# Fondos permitidos

Además de las versiones de color del logotipo, este podrá aplicarse sobre imágenes teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

1. Deberá prevalecer la legibilidad y respectarse el área de seguridad del logotipo.
2. El logotipo podrá aplicarse en rojo y blanco, sobre imágenes de cualquier color, prefiriendo los neutros.
3. Aunque pueda aplicarse sobre imágenes de diferentes colores, en la comunicación deberá haber presencia de los colores corporativos: rojo, blanco, granate, gris y negro.
4. En diseño editorial o presentaciones PPT, en páginas interiores, el logotipo podrá aplicarse sobre otros colores corporativos (granate, negro y grises secundarios), ya que en la portada y contraportada deberá estar aplicado el sistema de firma de la marca, lo cual asegura la presencia del logotipo en su versión principal y los colores corporativos en los porcentajes recomendados.



# Usos incorrectos del logotipo

Todas las piezas de comunicación, sin importar su mensaje específico, deben representar a GMV, y su logotipo nunca debe ser comprometido para adaptarse a un determinado diseño, concepto creativo o sistema de impresión.

El logotipo debe ser reproducido de su arte final y no debe ser alterado bajo ninguna circunstancia.

A continuación encontrarás algunos usos incorrectos del logotipo.



No rotar el logotipo.



No aplicar efectos, ni distorsionar el logotipo.



No aplicar sombras al logotipo.



No cambiar la tipografía del logotipo.



No cambiar la tipografía del brandline.



No utilizar el brandline con proporciones y/o relación con el logotipo distintas a la norma.



No superponer el logotipo sobre fotografías donde pierda legibilidad.



No aplicar el logotipo sobre texturas.



No cambiar los colores del logotipo.



No invertir los colores del logotipo con el brandline.



No aplicar texturas dentro del logotipo.



No aplicar elementos ajenos al logotipo y el brandline.

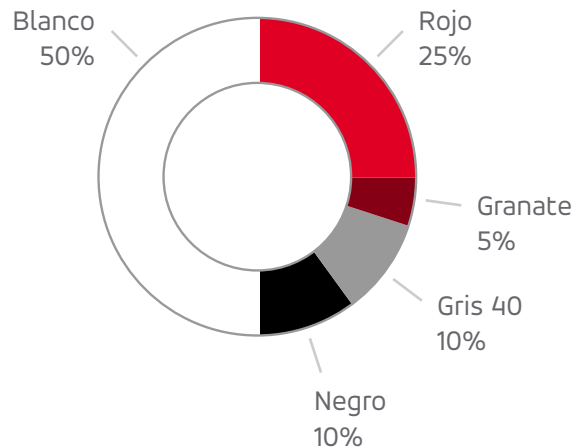
## 2. Colores

# Colores Principales

Nuestros colores ayudan a definir la identidad de GMV; estos nunca deben ser reemplazados por otros colores similares.

Nuestros colores principales son el rojo, granate, gris 40, negro y blanco.

A través de todos sus puntos de contacto, nuestra marca deberá aplicar su paleta de colores principales de la siguiente forma:



## Colores principales

### Rojo

PANTONE 185 C  
CMYK 0 100 100 0

RGB 223 0 36  
HEX DF0024

RAL 3020

### Granate

PANTONE 1807 C  
CMYK 0 100 100 40

RGB 134 0 21  
HEX 860015

### Gris 40

PANTONE Cool gray 8C  
CMYK 0 0 0 40

RGB 153 153 153  
HEX 999999

### Negro

PANTONE Black 6C  
CMYK 30 30 0 100

RGB 0 0 0  
HEX 000000

### Blanco

PANTONE no aplica  
CMYK 0 0 0 0

RGB 255 255 255  
HEX FFFFFFFF

# Colores

## Secundarios

Nuestros colores ayudan a definir la identidad de GMV; estos nunca deben ser reemplazados por otros colores similares.

La paleta de colores secundarios está compuesta por las tonalidades de grises aquí presentadas.

### Colores secundarios

Gris 90	Gris 80	Gris 70	Gris 60	Gris 50	Gris 40	Gris 30	Gris 20	Gris 10
PANTONE Pro. Black 90%	PANTONE Pro. Black 80%	PANTONE Pro. Black 70%	PANTONE Pro. Black 60%	PANTONE Pro. Black 50%	PANTONE Pro. Black 40%	PANTONE Pro. Black 30%	PANTONE Pro. Black 20%	PANTONE Pro. Black 10%
CMYK 0 0 0 100	CMYK 0 0 0 80	CMYK 0 0 0 70	CMYK 0 0 0 60	CMYK 0 0 0 50	CMYK 0 0 0 40	CMYK 0 0 0 30	CMYK 0 0 0 20	CMYK 0 0 0 10
RGB 25 25 25	RGB 51 51 51	RGB 76 76 76	RGB 102 102 102	RGB 127 127 127	RGB 153 153 153	RGB 178 178 178	RGB 204 204 204	RGB 229 229 229
HEX 191919	HEX 333333	HEX 4C4C4C	HEX 666666	HEX 7F7F7F	HEX 999999	HEX B2B2B2	HEX CCCCCC	HEX E5E5E5

# 3. Tipografía



# Tipografía Corporativa

La familia Accord Alternate compone la tipografía corporativa de la marca (para documentos elaborados por el departamento de diseño gráfico). Se utilizarán los pesos tipográficos aquí presentados.

## Tipografía corporativa

# Accord Alternate

Accord Alternate Regular  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789#\$%()!¿?/@&\*

## Pesos tipográficos

Accord Alternate ExtraLight  
*Accord Alternate ExtraLight Italic*  
Accord Alternate Regular  
*Accord Alternate Italic*  
**Accord Alternate Bold**  
***Accord Alternate Bold Italic***  
***Accord Alternate ExtraBold Italic***

# Tipografía

## Alternativa

La tipografía Verdana forma parte del sistema operativo de todo ordenador. Esta será nuestra tipografía para uso general.

### OUTLOOK

Para cambiar el texto predeterminado en Outlook, deberemos hacerlo seleccionando la tipografía verdana de la siguiente forma:  
**Archivo > opciones > correo > diseño de fondo y fuentes...**

### Tipografía alternativa

# Verdana

## Verdana Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789#%()!¿?/@&\*

### Pesos tipográficos

Verdana Regular

*Verdana Italic*

**Verdana Bold**

***Verdana Bold Italic***

## 4. Estilo fotográfico

# Estilo fotográfico

## Temáticas

Nuestro estilo fotográfico es uno de los elementos más importantes de nuestra identidad. Es la clave para trasladar nuestra diferenciación en nuestro entorno competitivo.

Nuestro estilo fotográfico tiene como objetivo lograr un vínculo emocional con nuestras audiencias y a la vez diferenciarnos de la competencia.

El estilo fotográfico de GMV se distingue por las siguientes temáticas:

1. Deportistas
2. Personas
3. Sectores
4. Productos y servicios

1.



2.



4.1

3.



4.

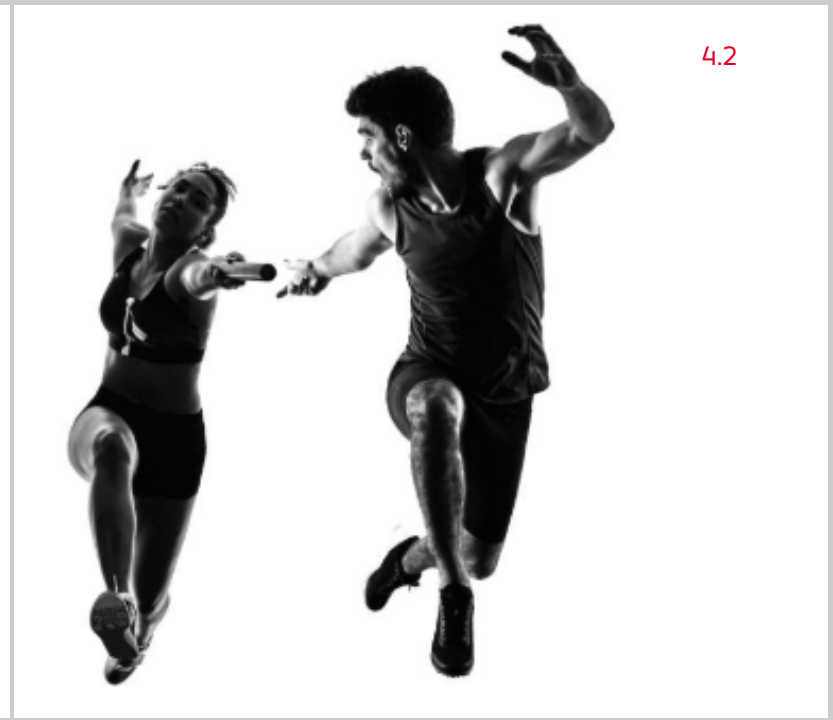


## Estilo fotográfico Deportistas

Uno de nuestros *Key visual* más importantes es el uso de imágenes deportivas, que se inspiran en nuestro carácter retador y ganador, en la energía e ilusión que ponemos en nuestro trabajo.

Las imágenes de deportistas siempre deberán ir en blanco y negro, sobre fondo blanco, muy contrastadas y dinámicas. Deberán comunicar metafóricamente que “vamos más allá”.

Esta temática será utilizada principalmente cuando la marca hable como corporación.



# Estilo fotográfico

## Personas

Dar soluciones innovadoras que benefician a las personas, son el motor que nos impulsa en ir más allá. Tanto clientes y usuarios, como los miembros de GMV, nos debemos sentir protagonistas de ese objetivo.

En esta temática, nuestras audiencias deben sentirse identificadas con las imágenes. Personajes reales, positivos y dinámicos en situaciones naturales. La atmósfera de las fotografías deberá transmitir cercanía y empatía.

Ambientes con fondos neutros y acentos en color rojo y granate, que pueden estar en el vestuario, como en el atrezo.

Podemos utilizar imágenes donde no estén personas, pero se sienta su presencia.

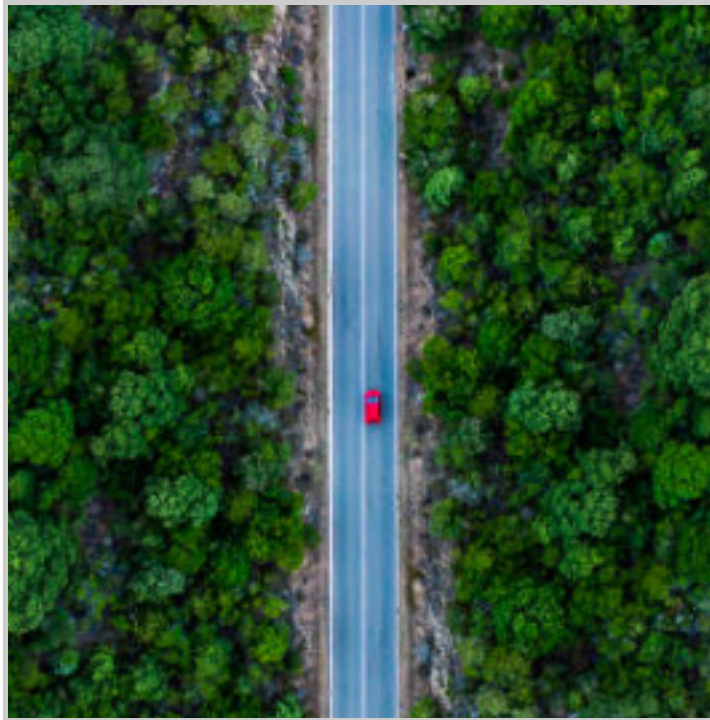


# Estilo fotográfico

## Sectores

GMV ofrece soluciones en diversos sectores. Podrán ser representados con fotografías de elementos o servicios que representen literalmente el sector o imágenes más abstractas, para significados más complejos.

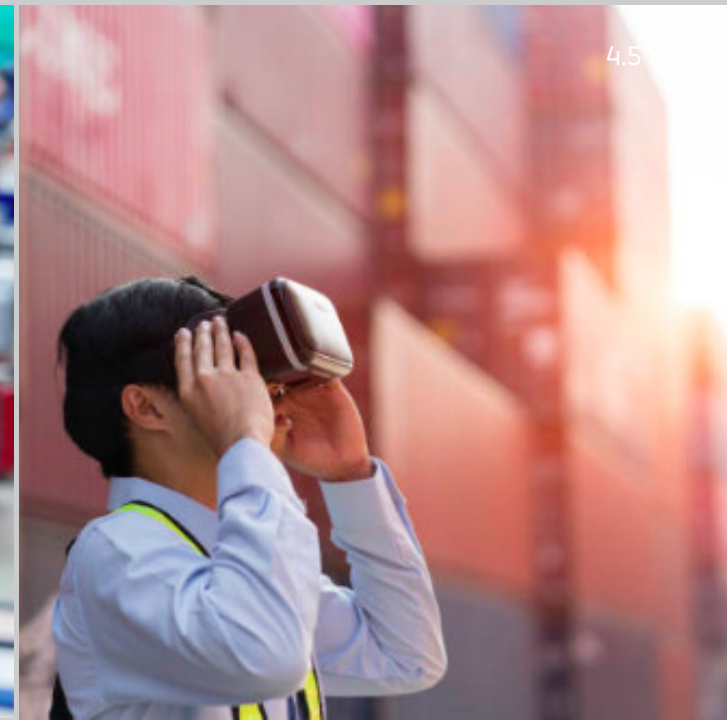
Si la fotografía lo permite, se debe incluir de forma natural el color rojo o granate en elementos, vestuario o atrezzo.



## Estilo fotográfico Productos y servicios

Dado el carácter de nuestro negocio habrá ocasiones en que se introducirán fotografías de productos o entornos de nuestros servicios. Estas imágenes deberán caracterizarse por tener como foco el producto/servicio, ambientada en un entorno donde se utilice el mismo.

Si la fotografía lo permite, se debe incluir de forma natural el color rojo o granate en elementos, vestuario o atrezzo.





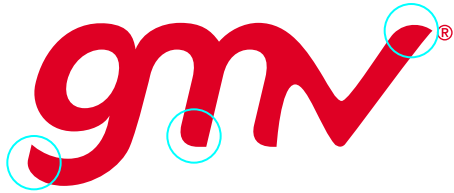
# 5. Iconografía

# Iconografía

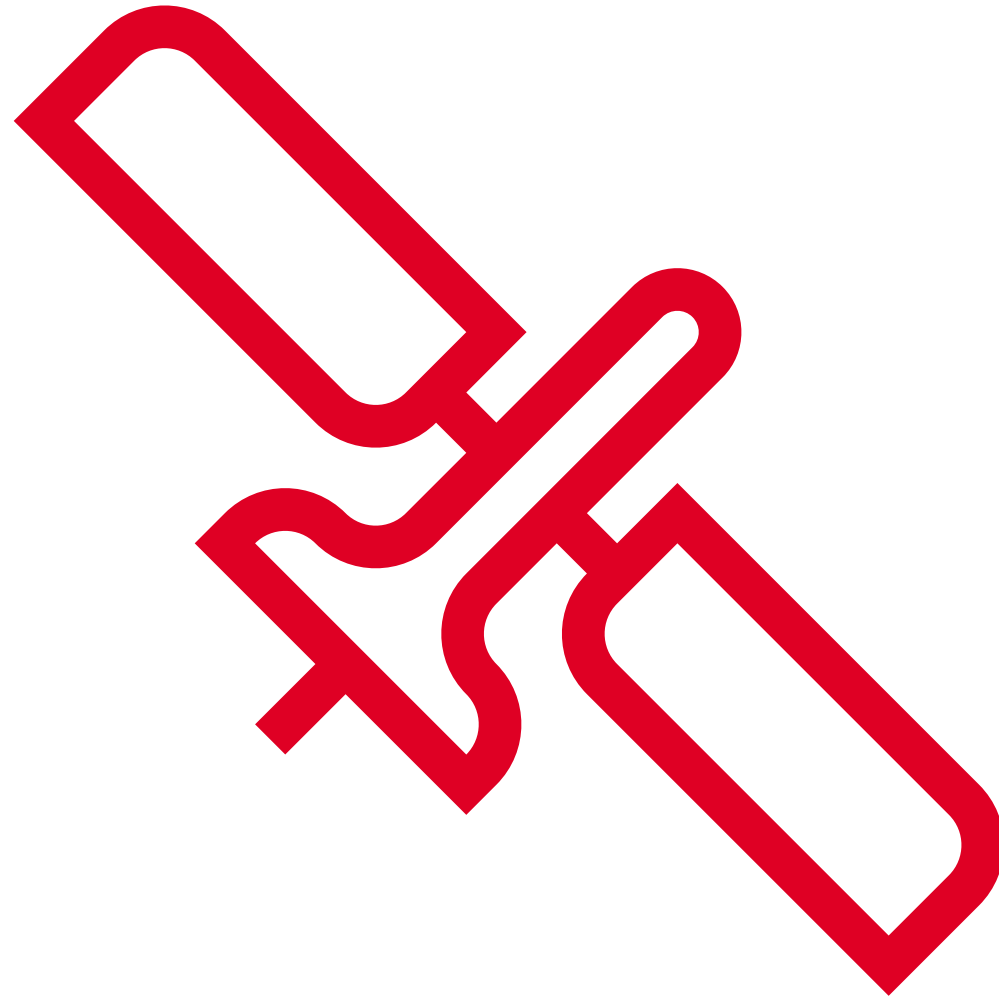
## Concepto

Los iconos nos ayudan a representar y comunicar ideas de una forma más directa.

El diseño de nuestros iconos ha sido inspirado en las formas del logotipo de GMV, logrando una armonía con otros elementos del look & feel que han sido inspirados de igual manera, como lo son la tipografía corporativa y las formas utilizadas en el sistema de firma.



Forma esencial  
de iconografía



# Iconografía

## Diseño y construcción

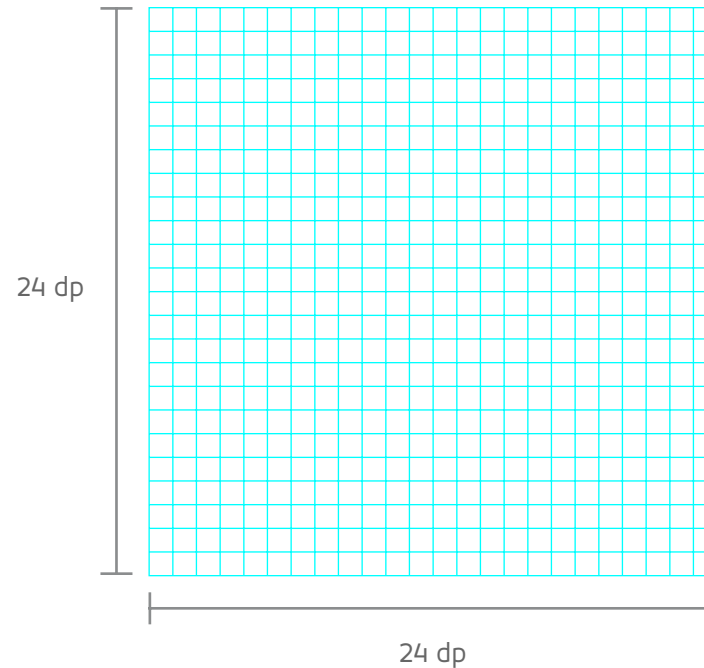
Diseñaremos la iconografía a partir de un grid de 24 x 24 dp.

Construir nuestros iconos sobre este sistema nos permitirá escalarlos a 36, 48, 60, 72 dp y así consecutivamente, conservando su precisión y claridad visual.

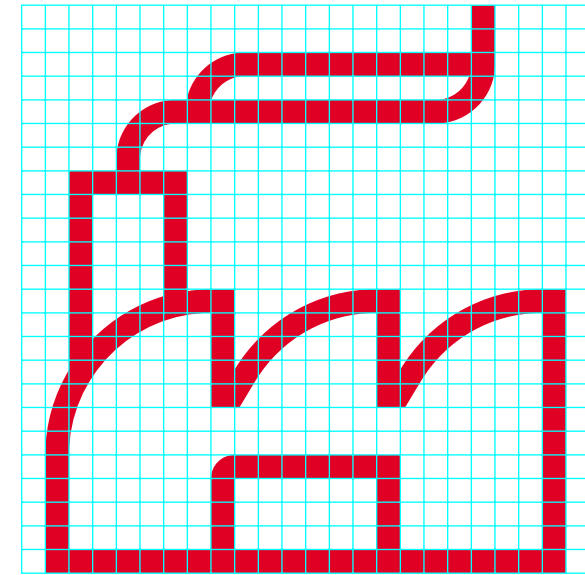
La anatomía de los iconos tendrá las siguientes características:

- El grosor de la línea deberá ser de 1 dp.
- La forma esencial deberá aparecer, como mínimo una vez, en cada icono (salvo contadas excepciones donde el significado prevalezca sobre la forma).
- El radio mínimo de la curva de la forma esencial será de 1dp.
- La forma esencial podrá unirse con otras, prefiriendo que las curvas queden en diagonal (Ver forma de contenedores de texto en formatos publicitarios).

Grid



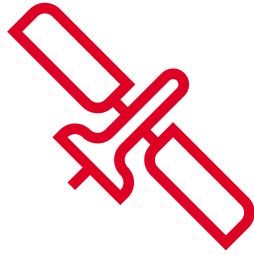
Anatomía



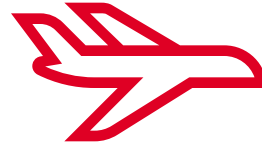
Forma esencial  
de iconografía

# Iconografía

## Colección



Espacio



Aeronáutica



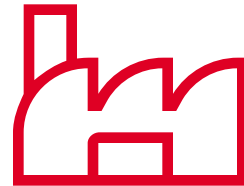
Defensa y seguridad



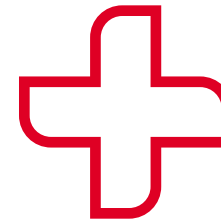
Sistemas inteligentes de transporte (ITS)



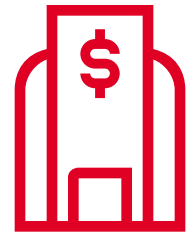
Automoción



Industria



Sanidad



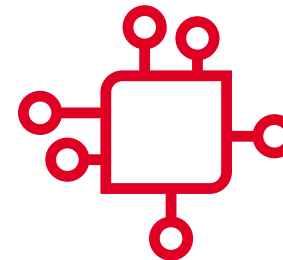
Financiero



Servicios públicos digitales



Ciberseguridad



Servicios

## 6. Tono de voz

# Tono de voz

## Características

El tono de voz de GMV es un elemento más que ayuda a comunicar nuestra esencia y personalidad de marca en todos los puntos de contacto.

El tono de voz de nuestra marca se resume en seis puntos. Nuestro tono de voz es preciso, retador, inteligente, cercano, actual y empático.

### Características

## Preciso

El mensaje debe ir directo al grano. Comunicar lo esencial de forma simple y clara.

## Retador

Debemos causar la intriga y la sorpresa creando mensajes atractivos y diferenciales.

## Actual

Evitar conceptos pasados de moda e intentar utilizar los términos más actuales.

## Inteligente

Sin caer en tecnicismos ni en la pedantería, nuestro tono de expresión deberá mostrar esa chispa de inteligencia que nos caracteriza.

## Cercano

Siempre nos mostraremos cercanos a nuestras audiencias, presentándonos como un socio de confianza.

## Empático

Tener en cuenta a la audiencia a la que uno se dirige en cada caso, adaptando el mensaje al lenguaje del receptor, conservando el rigor y la seriedad que nos caracterizan.

# 7. Productos

# Productos

## Naming

GMV es nuestra marca, la que queremos fortalecer y comunicar, y debemos evitar diluirla dando excesivo protagonismo a sus productos. Por tanto Los nombres de los mismos deben ser descriptivos o evocativos y fáciles de pronunciar. Ejemplo: GMV Mobility Tracker o GMV Satellite Tracker.

Los productos deben intentar evitar las siglas salvo que sean estándares de la industria como por ejemplo SCC.

Los nombres de productos tienen dos formas de ser aplicados:

1. Logotipado
2. En cuerpo de texto

### 1. Logotipado

***Atalaya***®

### 2. En cuerpo de texto

Ejemplos:

“... GMV ***Atalaya*** monitoriza diversas fuentes, en modalidades de 8x5 o 7x24...”

“... GMV pone a disposición de sus clientes el servicio de vigilancia digital: ***Atalaya***.”

“... Las soluciones que ofrece GMV en el sector de la Ciberseguridad son: ***Atalaya***, ***Gestvul*** y ***Checker***.”



# Productos

## Diseño y construcción

La tipografía Accord Alternate ExtraBold Italic será la indicada para los productos de GMV.

El nombre de los productos deberá ir siempre con la inicial en mayúscula y las restantes en minúsculas, salvo excepciones que deberán ser aprobadas por el departamento de comunicación de GMV.

El descriptor irá todo en mayúsculas en la tipografía Accord Alternate Bold.

Tanto el nombre del producto como su descriptor se aplicarán en color negro.



Positivo

**Hifly<sup>®</sup>****GMV Planner**

Negativo

**Hifly<sup>®</sup>****GMV Planner**

## 8. Arquitectura de marca

# Arquitectura de marca

## Niveles

## Denominación

## Marca

### 1. Corporativo

GMV



### 2. Empresas

GMV (independientemente de su denominación social)



### 3. Sectores

Espacio

**ESPACIO**

### 4. Productos

*Transmitto*

**Transmitto**<sup>®</sup>  
MULTIMEDIA UNIFIED MESSAGING

# 9. Sistema de firma

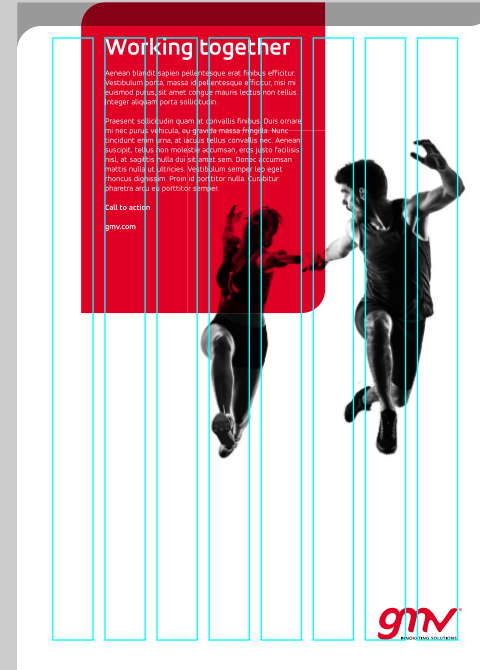
# Sistema de firma

## Layout

El layout se refiere a la disposición de los elementos de diseño dentro de una pieza publicitaria.

Los elementos de diseño son:

- 1. Sistema de firma:** retícula de diagramación, tamaño y posición del logotipo, formas (contenedores de textos e imágenes).
- 2. Imagen:** fotografías, ilustraciones e iconos.
- 3. Textos:** titular, body copy, call to action, web, Sector y producto.



# Sistema de firma

## Retícula y tamaño del logotipo

El sistema de firma dicta las normas para el tamaño y posicionamiento del logotipo según las dimensiones de la pieza; además determina la retícula de diagramación de la misma.

### Paso 1

Primero debemos establecer el lado más corto de la pieza el cual denominaremos "A" y dividirlo entre 40; el valor resultante será la medida básica "X".

### Paso 2

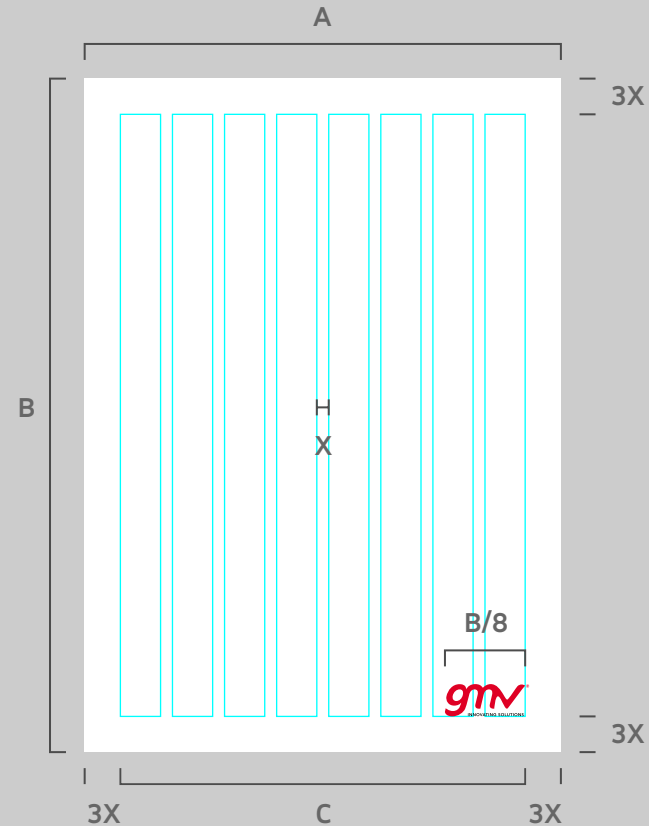
Los márgenes a cada lado serán de 3X.

### Paso 3

El ancho del área para textos lo llamaremos "C" y crearemos 8 columnas con medianiles (separaciones) de medida igual a X.

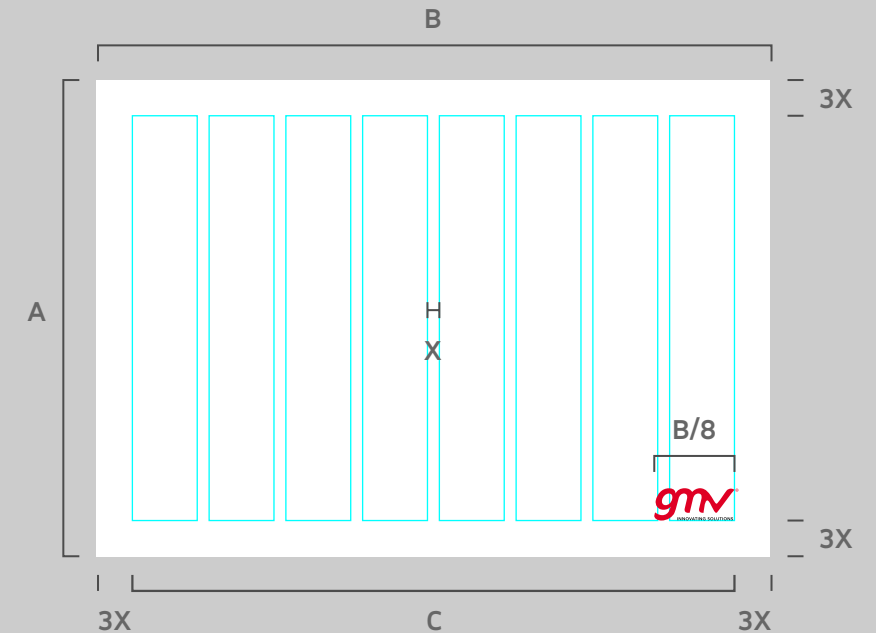
### Paso 4

Para determinar el tamaño del logotipo de GMV, su ancho será el resultado de dividir entre 8 lado más largo de la pieza, denominado "B".



A = Lado más corto  
X = A/40

B = Lado más largo  
Ancho logotipo = B/8



C = A - 6X

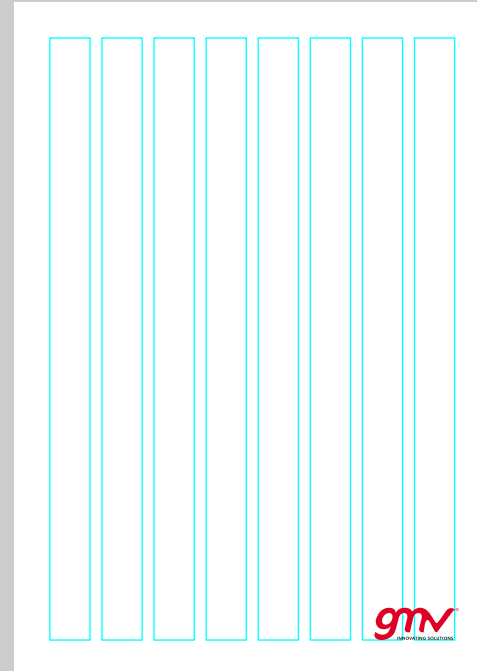
# Sistema de firma

## Posición del logotipo

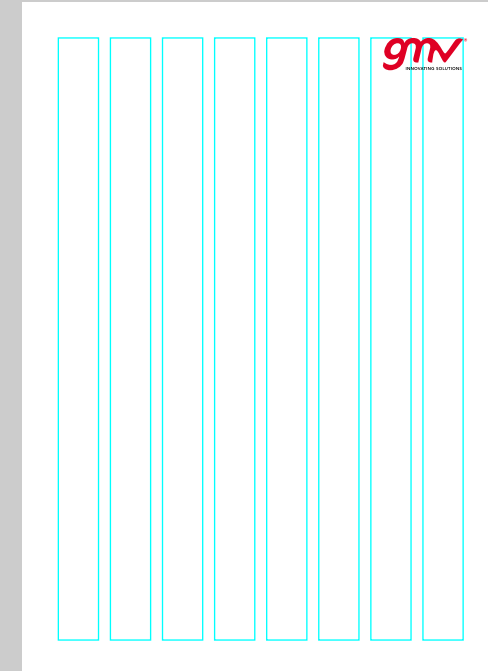
El logotipo podrá tener dos posiciones:

- **Principal:** esquina inferior derecha.
- **Alternativa:** esquina superior derecha.

Posición principal



Posición alternativa



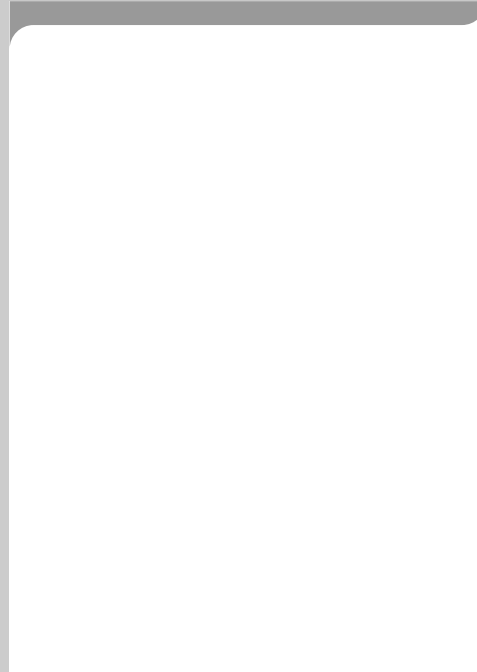
# Sistema de firma

## Formas

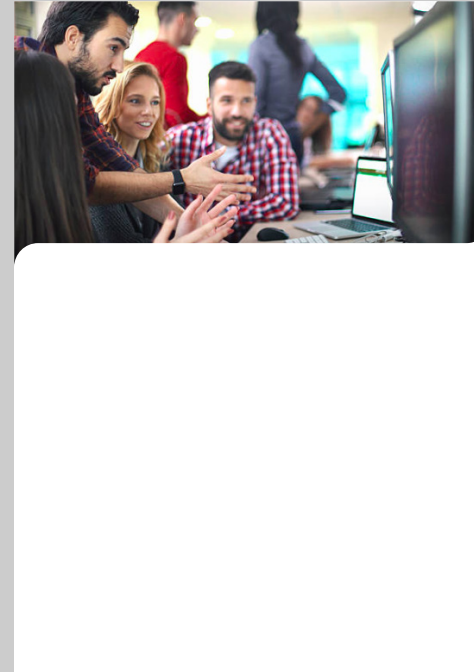
Las formas del sistema de firma de la marca se caracterizan porque armonizan con la tipografía de nuestro logotipo. Distinguimos tres tipos de formas según su uso:

1. **Línea gris:** Exclusiva en comunicación corporativa con imágenes de deportistas en blanco y negro.
2. **Contenedor de imágenes.**
3. **Contenedor de textos**

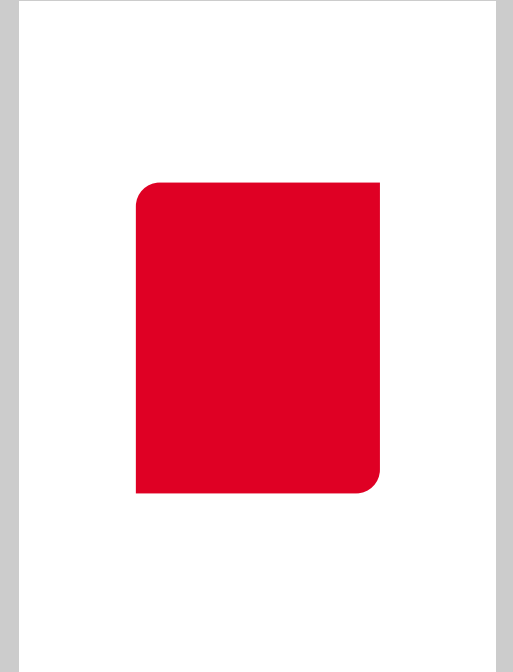
Línea gris



Contenedor de imágenes



Contenedor de textos





# Sistema de firma

## Formas

### LÍNEA GRIS

Será utilizada principalmente con imágenes de deportistas.

La línea gris caracteriza por tener una curva en su esquina superior derecha y una contracurva en su esquina inferior izquierda.

Su altura deberá ser de 4X e irá a todo lo ancho/alto de la pieza. Los radios de los círculos que componen sus curvas serán de 2X.

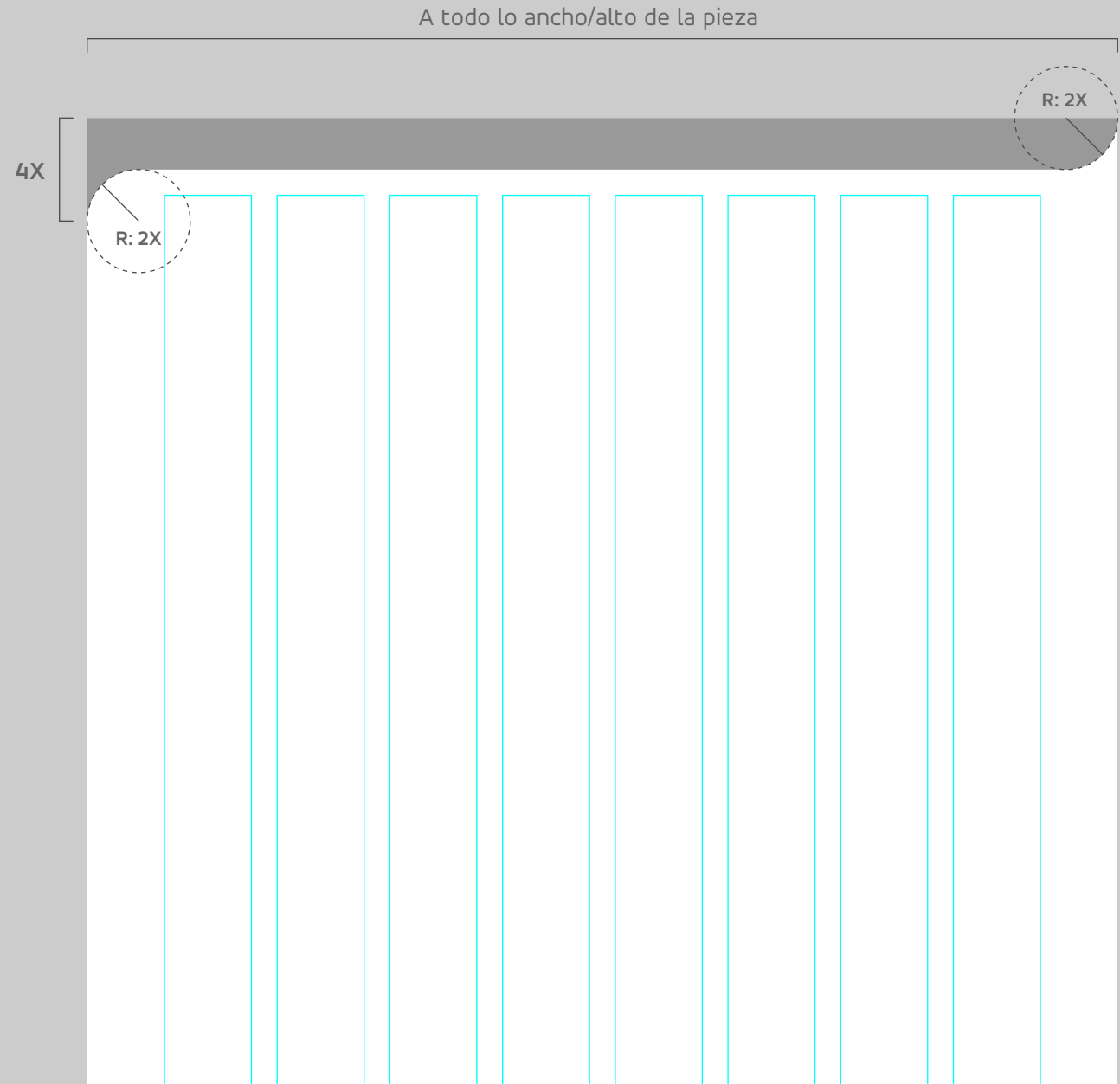
El color de la línea será el gris 40.

La línea gris tiene dos posiciones dentro del layout:

**Borde superior**



**Borde izquierdo**



# Sistema de firma

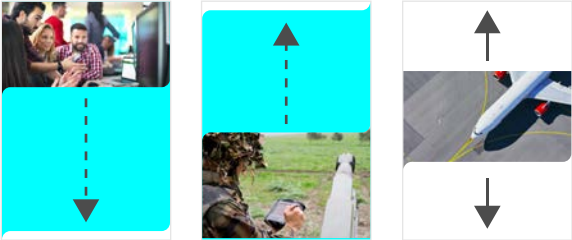
## Formas

### CONTENEDOR DE IMÁGENES

Será utilizado en toda comunicación donde se necesite incluir una imagen.

El contenedor de imágenes, al igual que la línea gris, se caracteriza por tener una curva en su esquina inferior derecha y una contracurva en su esquina inferior izquierda.

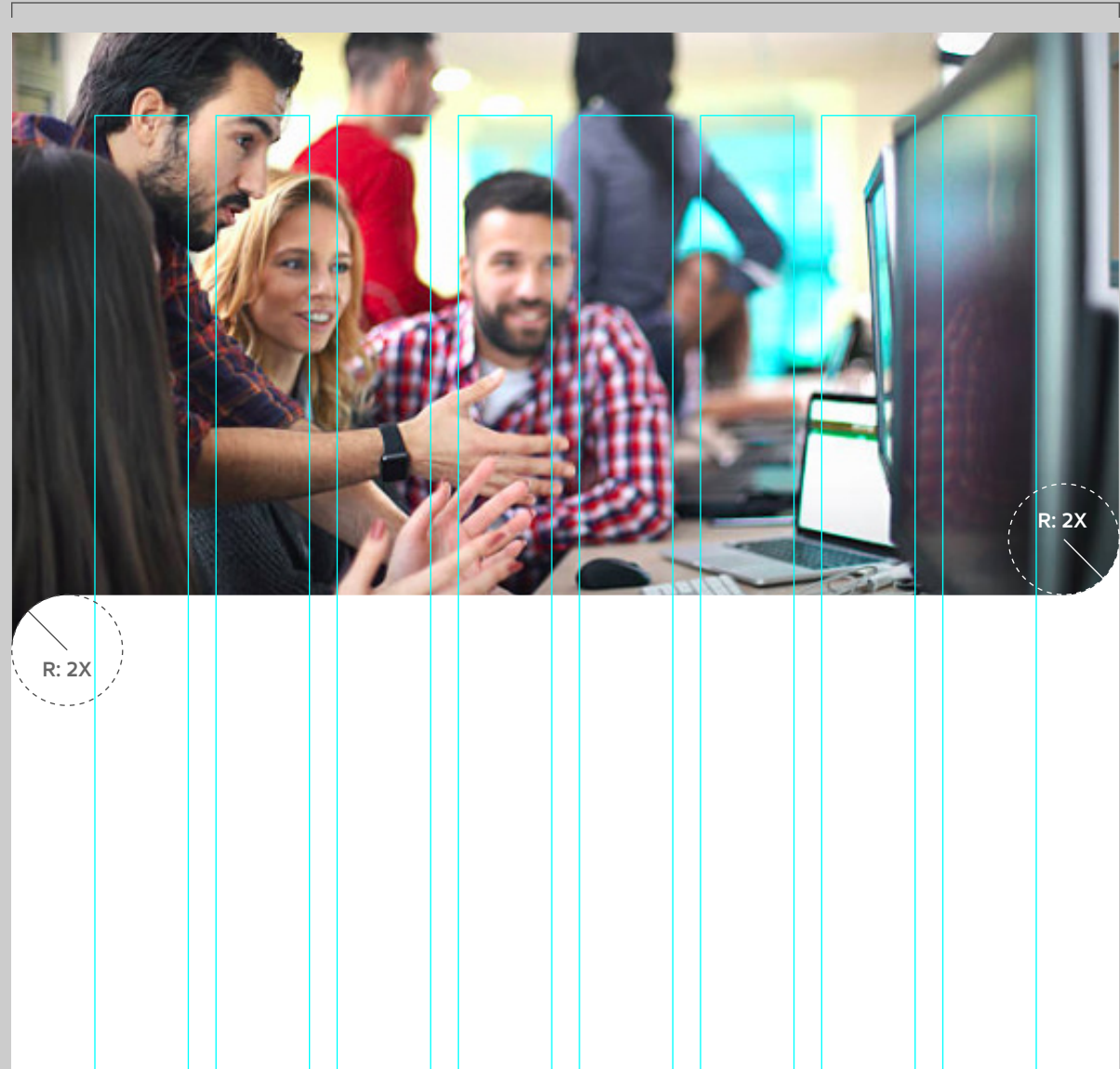
Su altura es variable e irá todo lo ancho de la pieza. Los radios de los círculos que componen sus curvas serán de 2X.



(\*) El contenedor de imágenes **en páginas interiores** de una comunicación, podrá reducirse con relación a las columnas de la retícula.

A todo lo ancho de la pieza (\*)

Variable



# Sistema de firma

## Formas

### CONTENEDOR DE TEXTOS

Será utilizado en toda comunicación donde se necesite incluir textos.

El contenedor de textos se distingue por tener en curva la esquina superior izquierda e inferior derecha y las esquinas restantes en ángulo recto.

La medida del radio de la circunferencia será de 2X en la esquina curva. El tamaño del contenedor para textos tendrá una altura variable y su ancho será establecido por las columnas que ocupe el texto. Entre el texto y los bordes del contenedor habrá 2X como margen mínimo. Los márgenes podrán ser superiores si la composición lo requiere.

El contenedor de textos deberá ir en el color rojo de la marca.



# Sistema de firma

## Formas

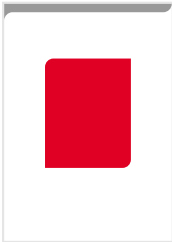
### INTERRELACIÓN

#### Línea gris con contenedor de textos

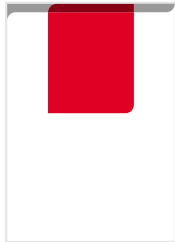
Esta combinación de formas deberá ser utilizada en comunicación corporativa y con imágenes de deportistas en blanco y negro.

Las formas podrán estar separadas o juntas en una transparencia con efecto multiplicar (multiply). De esta superposición se obtiene el color granate corporativo.

#### Separadas

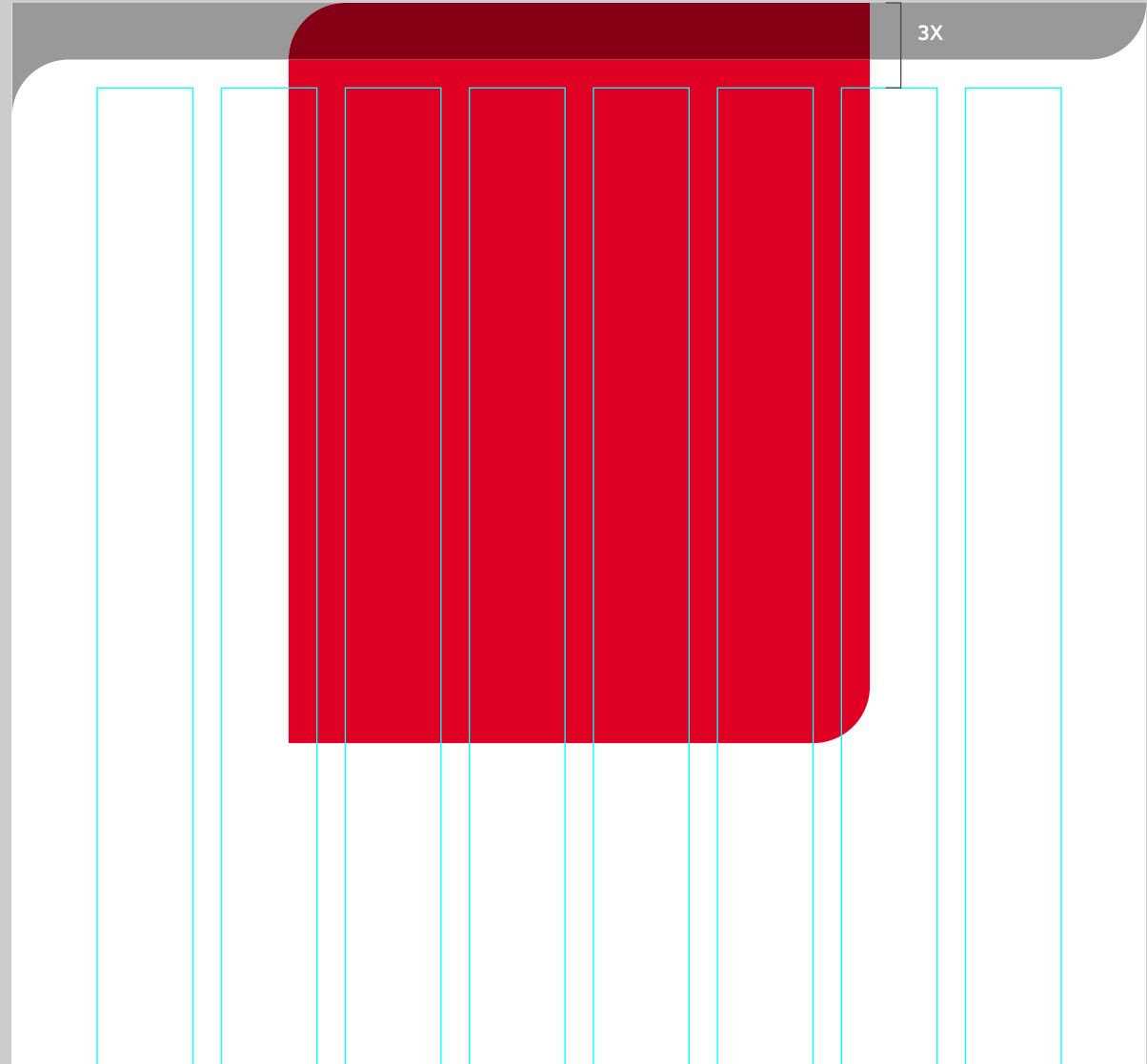


#### Juntas



El margen mínimo, cuando estén superpuestas estas formas, deberá ser de 3X.

### Márgen mínimo en superposición



# Sistema de firma

## Formas

### INTERRELACIÓN

#### Contenedor de imágenes con contenedor de textos

Esta combinación de formas podrá ser utilizada en cualquier comunicación donde el layout contenga una imagen y texto.

Las formas podrán estar separadas o juntas, con el contenedor de textos sobre el contenedor de imágenes en una transparencia con efecto multiplicar (multiply). De esta superposición se obtendrán tonalidades cercanas al color granate corporativo.

#### Separadas



#### Juntas



El margen mínimo, cuando estén superpuestas estas formas, deberá ser de 3X.

### Margen mínimo en superposición



3X

# Sistema de firma

## Construcción de textos

En esta página presentamos la construcción de textos para comunicación.

### Sector

Tipografía: Accord Alternate Bold

Color: rojo / blanco.

Tamaño: tamaño del titular dividido entre 2.

### Titular

Tipografía: Accord Alternate Bold

Color: rojo / blanco.

Tamaño: tamaño del body copy multiplicado por 3.

### Body copy

Tipografía: Accord Alternate Regular

Color: negro o gris / blanco.

Tamaño: tamaño recomendado según pieza. (Ver página siguiente).

### Call to action y web

Tipografía: Accord Alternate bold

Color: negro o gris / blanco.

Tamaño: tamaño del body copy.

### Alineación

Todos los textos deberán ir alineados a la izquierda, sin cortes de palabras.

Sector	E-HEALTH
Titular	Bringing healthcare closer to citizens
Body copy	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla auctor quam hendrerit, aliquet nunc ut, dignissim enim. Aenean tincidunt augue non tortor rutrum imperdiet. Pellentesque pretium vulputate tellus. Aenean interdum bibendum nulla quis hendrerit. Nam at congue ex. Maecenas luctus ligula volutpat est ultricies, at hendrerit felis posuere. In hac habitasse platea dictumst. Proin porta urna id odio facilisis, eu luctus ipsum ullam.</p>
Call to action	Call to action.
Web	gmv.com

“L” mayúscula en tamaño del titular.

# Sistema de firma

## Tamaño de textos

A continuación presentamos tamaños tipográficos orientativos según el tamaño de la pieza.

Las normas generales, para conseguir un contraste tipográfico adecuado entre las partes que componen los textos para los mensajes publicitarios son las siguientes:

**Titular** = tamaño body copy x 3. En situaciones especiales, donde se necesite un titular más grande, podrá multiplicarse el body copy por 4. Si por el contrario, se necesita un titular más pequeño, podrá multiplicarse el body copy x 2.

**Body copy** = tamaños sugeridos en esta página.

**Call to action y web** = tamaño body copy.

**Sector** = tamaño titular / 2.

**Producto** = tamaño del titular.

### Nota:

Para piezas de medidas superiores, recomendamos establecer un tamaño legible para el body copy y aplicar las normas anteriormente expuestas.

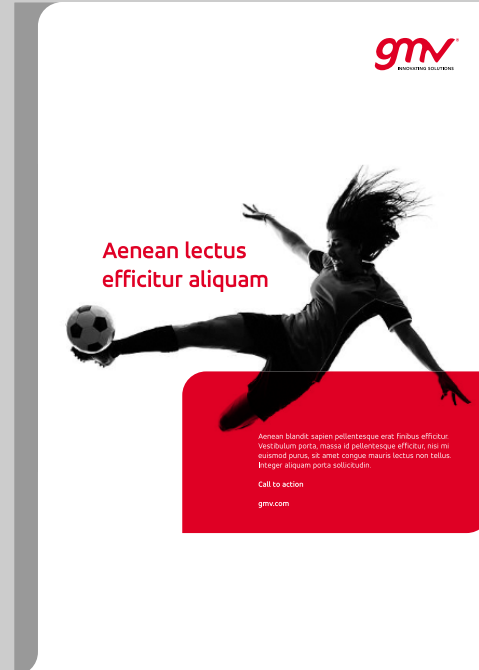
	Faldón 20 x 7 cm	A5 14,8 x 21 cm	A4 21 x 29,7 cm	A3 29,7 x 42 cm
<b>Titular</b> Accord Alternate Bold	24 - 27 pt.	27 - 30 pt.	30 - 33 pt.	36 - 42 pt.
<b>Body copy</b> Accord Alternate Regular	8 - 9 pt.	9 - 10 pt.	10 - 11 pt.	12 - 14 pt.
<b>Call to action y web</b> Accord Alternate Bold	8 - 9 pt.	9 - 10 pt.	10 - 11 pt.	12 - 14 pt.
<b>Sector</b> Accord Alternate Bold	12 - 13,5 pt.	13,5 - 15 pt.	15 - 16,5 pt.	18 - 24 pt.
<b>Producto</b> Accord Alternate ExtraBold italic	32 - 36 pt.	36 - 40 pt.	40 - 44 pt.	48 - 56 pt.

# 10. Comunicación



# Comunicación Corporativo

## Anuncios



**gmv**  
PARTNERS SOLUTIONS

**Aenean lectus  
efficitur aliquam**

Aenean blandi sagittis pellentesque erat. Finibus efficitur. Vestibulum porta, massa id pellentesque efficitur, nisi mi eusmodi purus, sit amet congue mauris lectus non tellus. Integer aliquam porta sollicitudin.

**Call to action**  
gmv.com



**Mauris quis maxim  
faucibus ultricies**

Aenean blandi sagittis pellentesque erat finibus efficitur. Vestibulum porta, massa id pellentesque efficitur, nisi mi eusmodi purus, sit amet congue mauris lectus non tellus. Integer aliquam porta sollicitudin.

Prasent sollicitudin quam sit convallis finibus. Duis ornare mi nec purus vehicula, eu gravida massa fringilla. Aenean suscipit, tellus non molestie accumsan, eros justo facilisis nisi, at sagittis nulla dui sit amet sem. Donec accumsan.

**Call to action**  
gmv.com

**gmv**  
PARTNERS SOLUTIONS

# Comunicación

## Sectores

### Anuncios



**E-HEALTH**  
**Bringing healthcare closer to citizens**

Aenean blandit sapien pellentesque erat. finibus efficitur. Vestibulum porta, massa id pellentesque efficitur, nisi in eusmodi purus, sit amet congue mauris lectus non tellus. Integer aliquam porta sollicitudin.

Preesent sollicitudin quam ac convallis finibus. Dui ornare in nec purus vehicula, eu gravida massa fringilla. Nunc tincidunt enim urna, at lacus tellus convallis nec. Aenean suscipit, tellus non molestie accumsan, eros justo finibus nisi, at sagittis nulla dui sit amet sem. Donec accumsan mattis nulla ut ultricies. Vestibulum semper leo eget rhoncus dignissim. Proin id puritator nulla. Curabitur pharetra orci eu porttitor semper.

Call to action  
gmv.com



**AERONAUTICS**  
**Mauris sollicitudin quis aliquet metus ultrices**

Aenean blandit sapien pellentesque erat. finibus efficitur. Vestibulum porta, massa id pellentesque efficitur, nisi in eusmodi purus, sit amet congue mauris lectus non tellus. Integer aliquam porta sollicitudin.

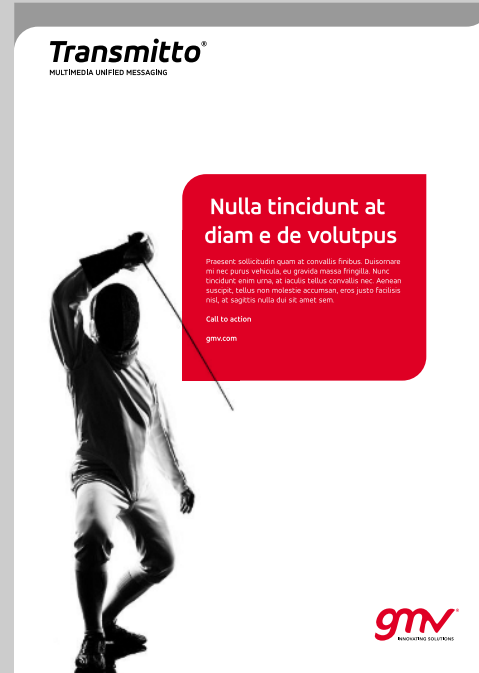
Preesent sollicitudin quam ac convallis finibus. Dui ornare in nec purus vehicula, eu gravida massa fringilla. Nunc tincidunt enim urna, at lacus tellus convallis nec. Aenean suscipit, tellus non molestie accumsan, eros justo finibus nisi, at sagittis nulla dui sit amet sem. Donec accumsan mattis nulla ut ultricies. Vestibulum semper leo eget rhoncus dignissim. Proin id puritator nulla. Curabitur pharetra orci eu porttitor semper.

Call to action  
gmv.com



# Comunicación Productos

## Anuncios



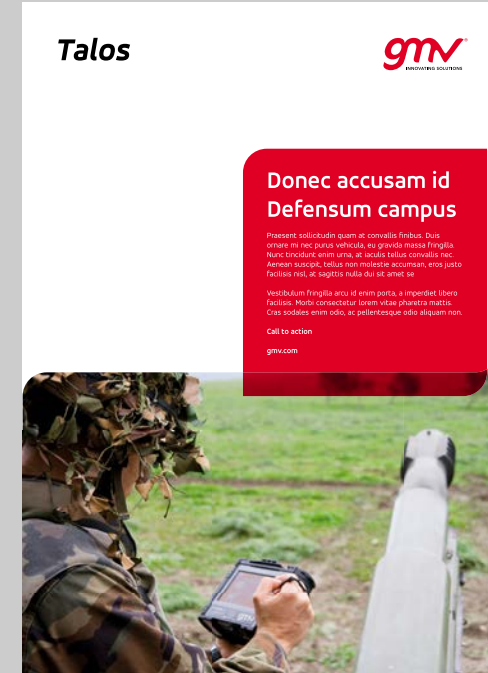
**Transmitto**  
MULTIMEDIA UNIFIED MESSAGING

**Nulla tincidunt at  
diam e de voluptus**

Present, sollicitudin quam at convallis finibus. Duis  
omare ne nec purus vehicula, eu gravida massa fringilla.  
Nulla tincidunt enim urna, at iaculis tellus convallis nec.  
Aenean suscipit, tellus non molestie accumsan, eros justo  
ferries nisi, ac sagittis nulla du sit amet se.

Call to action  
gmv.com

**gmv**  
INNOVATIVE SOLUTIONS



**Talos**

**gmv**  
INNOVATIVE SOLUTIONS

**Donec accusam id  
Defensum campus**

Present, sollicitudin quam at convallis finibus. Duis  
omare ne nec purus vehicula, eu gravida massa fringilla.  
Nulla tincidunt enim urna, at iaculis tellus convallis nec.  
Aenean suscipit, tellus non molestie accumsan, eros justo  
ferries nisi, ac sagittis nulla du sit amet se.

Vestibulum fringilla eros id enim porta, e imperdiet libero  
ferries. Nam consectetur lorem vitae pharetra mattis.  
Cras sodales enim odio, ac pellentesque odio aliquam non.

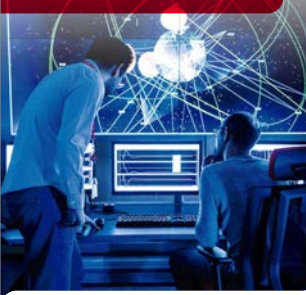
Call to action  
gmv.com

# Comunicación Productos

## Folletos

**Hifly®**

**Maecenas nibh ause varius a exquis veri efficitur eras er simplicitas etis aeromus**



**gmv**  
INNOVATION SOURCES

**Hifly®**

**Lorem ipsum dolor asit met**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In sed justo id dolor dignissim scelerisque sed et diam. Maecenas nibh augue, varius a ex quis, efficitur tempor neque. Vivamus ut augue eget justo finibus sodales nec eget tellus. Maecenas eleifend laoreet augue.

**Vehicula tristique elementum**


Pellentesque vestibulum pulvinar lacus vitae pulvinar. Donec non mi diam. Fusce leo odio, scelerisque hendrerit magna.

Vitae, lacinia fringilla mauris. Nulla sit amet libero elementum, auctor mi sed, mollis massa. Quisque sem massa, lobortis ut enim at, ultricies mollis lectus. In mollis libero velit, eu mollis tortor hendrerit. Donec sit amet volutpat ligula. Orci varius natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur.

**Aliduum ultrices velit**

Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Sed congue, arcu nec interdum dapibus.

Maecenas nibh augue, varius a ex quis, efficitur tempor neque. Vivamus ut augue eget justo finibus sodales nec eget tellus.



**Hifly®**

**Vivamus tempor vehicula nisi eu interdum massa et suspendissen**

**Componentus elementis**

Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Sed congue, arcu nec interdum dapibus, odio nunc luctus lacus, quis faucibus sapien est. id sapien. Phasellus turpis odio, tempus pulvinar laoreet et, ultrices id ante.

**Maesas aeuge efencis**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In sed justo id dolor dignissim scelerisque sed et diam. Maecenas nibh augue, varius a ex quis, efficitur tempor neque. Vivamus ut augue eget justo finibus sodales nec eget tellus. Maecenas eleifend laoreet augue.

Curabitur dignissim pulvinar nisi, nec congue neque fermentum at. Aliquam in dolor elementum, sodales lectus interdum, mattis sem. Fusce vel orci sit amet eros bibendum egestas id id risus.

**Vehicula tristique elementum**

Pellentesque vestibulum pulvinar lacus vitae pulvinar onec non.

Vitae, lacinia fringilla mauris. Nulla sit amet libero elementum, auctor mi sed, mollis massa. Quisque sem massa, lobortis ut enim at, ultricies mollis lectus. In mollis libero velit, eu mollis tortor hendrerit. Donec sit amet volutpat ligula. Orci varius natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur.

**Fusce factorum**

**Interdum et malesuada**

Fames ac ante ipsum primis in faucibus. Sed congue, arcu nec interdum dapibus, odio nunc luctus lacus, quis faucibus sapien est. id sapien eritos seris vet anequam itus.

**Consectetur vitae**

Nullam cursus miene non iaculis lobortis. Nullam egestas hendrerit commodo Pellentesque ac tellus ante. Delitias emeritum ttilit per egnas essen gusper cuates.

**Neque lectur firmates ter**

Fermentum faucibus eros. Phasellus pretium sed odio eu malesuada. Vivamus quis leo est. Vivamus tempor vehicula nisi eu interdum. Nulla vitae augue massa. Fusce sit amet varius mi. Integer condimentum velit id eros ultrices porttitor.

**Suspendisse suscipit vehicula tristique**

Aliquam ultrices vitae nisi quis accumsan. Nunc quis risus vel leo commodo suscipit. Mauris vitae nunc vel sem facilisis ultrices vitae et justo. Donec at semper eros. Fusce vel hendrerit nulla.

**Curabitur dignissim pulvinar nisi**

Tec congue neque fermentum at. Aliquam in dolor elementum, sodales lectus interdum, mattis sem. Fusce vel leo commodo suscipit. Mauris vitae nunc vel sem facilisis vel orci sit amet eros bibendum egestas id id risus. Cras at leo.

# Comunicación

## Pósters

### Pósters



# Comunicación

## Revistas

### Portadas



Diseño excepcional para revistas.

# Comunicación

## Plataformas internas

### Cornerstone



# Comunicación

## Redes sociales

### Facebook





# Comunicación

## Video

### CABECERAS

Para video HDTV de 1080p existen áreas de seguridad predeterminadas, tanto para la acción como para los textos. Nuestro sistema de firma ha sido adaptado teniendo como base dichas áreas.

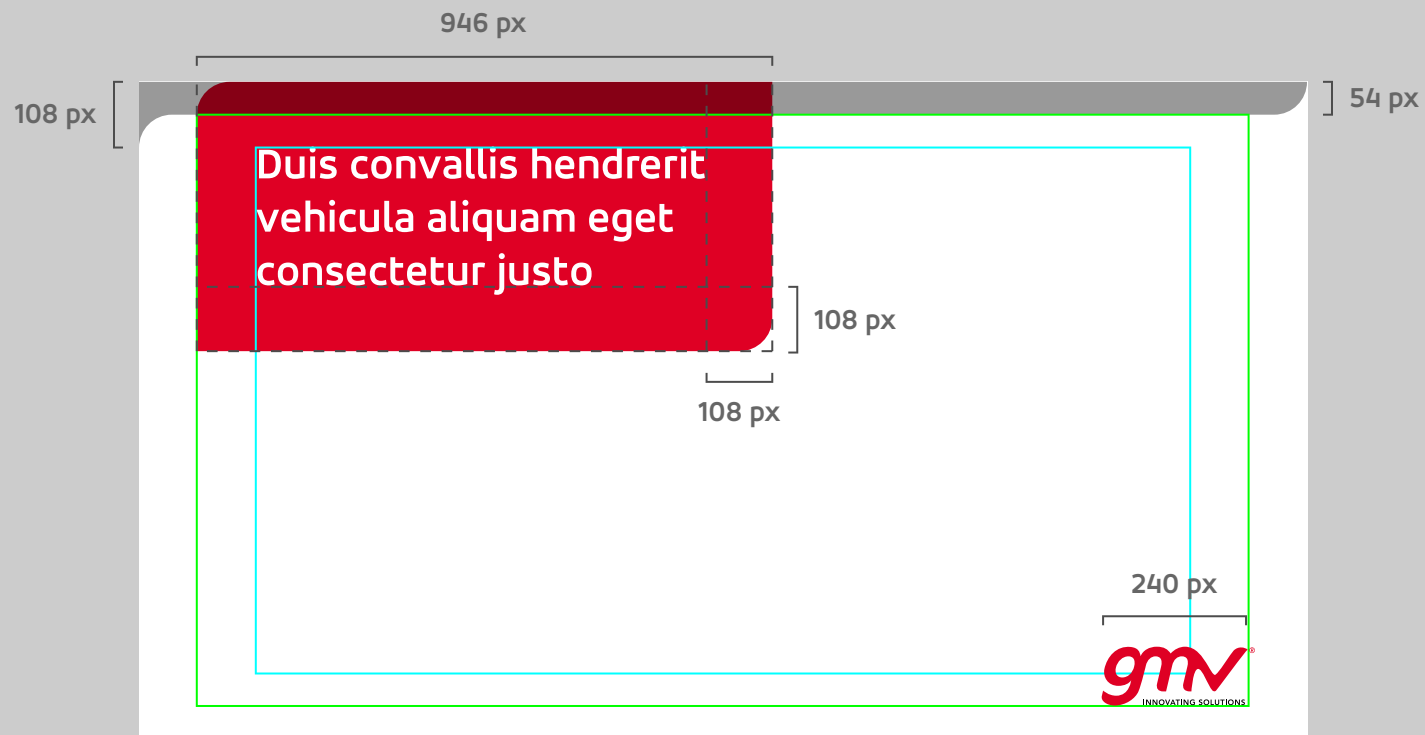
El tamaño de X ha sido obtenido aplicando el sistema de firma, y la construcción de la línea gris coincide con las márgenes horizontales de las áreas de seguridad para HDTV de 1080p, como se puede ver en la imagen.

El área de seguridad para textos determinará el posicionamiento del titular y del logotipo de GMV.

El contenedor para textos deberá ser ubicado en el margen izquierdo del área de acción y podrá variar su altura siempre conservando un margen, con respecto al titular, de 108px.

Los titulares podrán tener un tamaño entre 70pt y 80pt.

HDTV 1080p / 16:9



#### ÁREAS DE SEGURIDAD

- Acción
- Textos

#### SISTEMA DE FIRMA

- X= 1080 / 40
- X= 27px

# Comunicación

## Video

### MOSCA

El logotipo como “Mosca” para televisión, tendrá como posición el borde superior derecho del área de seguridad para acción de HDTV 1080p y su ancho será de 180px.

El color para el logotipo de GMV “Mosca” será el blanco, y podrá aplicarse en transparencia del mismo color.

HDTV 1080p / 16:9

180 px



#### ÁREAS DE SEGURIDAD

- Acción
- Textos

# Comunicación

## Video

### CARTELAS

El contenedor para textos deberá estar ubicado en el borde inferior izquierdo del área de acción. El contenedor podrá variar su ancho, conservando un margen con respecto al titular de 108px.

Los textos tendrán un tamaño de 60pt.

HDTV 1080p / 16:9



#### ÁREAS DE SEGURIDAD

- Acción
- Textos

# Comunicación Video

## CIERRES

El logotipo tendrá un ancho de 600px y deberá estar centrado, tanto vertical como horizontalmente en la pantalla.

En cierres de video de terceros, cuando no podamos garantizar la aplicación del logotipo sobre fondo blanco, se debe proporcionar al tercero el logotipo en blanco, por ser el que mejor funciona sobre imágenes o colores no corporativos. Ante cualquier duda, se debe consultar con el departamento de comunicación de GMV.

HDTV 1080p / 16:9



### ÁREAS DE SEGURIDAD

- Acción
- Textos

# 11. Aplicaciones

# Aplicaciones

## Tarjeta

### FRONT

#### Tamaño

85 x 55 mm.

#### Logotipo

Tamaño: ancho 20 mm.

Color logotipo: Pantone® 185

Color baseline: Pantone® Process Black 100%.

#### Nombre

Tipografía: Accord Alternate Bold.

Tamaño: 8 pt.

Interlineado: 10 pt.

Tracking: 10.

Alineación: izquierda.

Color: Pantone® Process Black 60%.

#### Cargo

Tipografía: Accord Alternate Regular.

Tamaño: 8 pt.

Interlineado: 10 pt.

Tracking: 10.

Alineación: izquierda.

Color: Pantone® Process Black 60%.



Nombre Apellido Apellido  
Cargo

T. +34 321 098 765  
M. +34 345 678 901  
naa@gmv.com

Calle de Isaac Newton, 11  
28760 Tres Cantos, Madrid



#### Teléfonos, email y dirección

Tipografía: Accord Alternate Regular.

Tamaño: 8 pt.

Interlineado: 10 pt.

Tracking: 10.

Alineación: izquierda.

Color: Pantone® Process Black 60%.



# Aplicaciones

## PPTs



**Nota:** En PPTs la tipografía no ha cambiado, seguimos utilizando la familia tipográfica Verdana.



# Aplicaciones PPTs

**Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit varius nostra primis, rutrum.**

Subtítulo de varias líneas para sustituir el texto por otro, subtítulo de dos líneas para sustituir el texto por otro., hasta cuatro líneas




© 2019 GMV Property - All rights reserved

**Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit varius nostra primis, rutrum.**

Subtítulo de varias líneas para sustituir el texto por otro, subtítulo de dos líneas para sustituir el texto por otro., hasta cuatro líneas




© 2019 GMV Property - All rights reserved

**Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit varius nostra primis, rutrum.**

Subtítulo de varias líneas para sustituir el texto por otro, subtítulo de dos líneas para sustituir el texto por otro., hasta cuatro líneas




© 2019 GMV Property - All rights reserved

**Estructura márgenes y guías interiores (NO USAR ESTE FONDO)**


Sobre nosotros	Análisis	Entregas
Sectores	Objetivos del proyecto	Tiempos
Servicios	Proceso	Términos legales
Tendencias	Referencias	



© 2019 GMV Property - All rights reserved

**Contenido**

Sobre nosotros	Análisis	Entregas
Sectores	Objetivos del proyecto	Tiempos
Servicios	Proceso	Términos legales
Tendencias	Referencias	



© 2019 GMV Property - All rights reserved

**Portadilla**

Sobre nosotros	Análisis	Entregas
Sectores	Objetivos del proyecto	Tiempos
Servicios	Proceso	Términos legales
Tendencias	Referencias	

**Subtítulo**

**Fotos a sangre**  
Las fotos pueden ir a sangre en el lado derecho.

Justo voluptat non magna dictum leo maecenas torquent, dui parturient habitasse gravida dapibus platea mus lobortis.

**Lorem Ipsum**  
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit varius nostra primis, rutrum justo volutpat non magna dictum leo maecenas torquent, dui parturient habitasse gravida dapibus platea mus lobortis pellentesque.



© 2019 GMV Property - All rights reserved

**Título hasta dos líneas Para sustituir.**

**Subtítulo**

**Fotos a sangre**  
Las fotos pueden ir a sangre en el lado derecho.

Justo voluptat non magna dictum leo maecenas torquent, dui parturient habitasse gravida dapibus platea mus lobortis.

**Lorem Ipsum**  
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit varius nostra primis, rutrum justo volutpat non magna dictum leo maecenas torquent, dui parturient habitasse gravida dapibus platea mus lobortis pellentesque.




© 2019 GMV Property - All rights reserved

**Título hasta dos líneas Para sustituir.**

**Subtítulo**

- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor




© 2019 GMV Property - All rights reserved

**Nota:** En PPTs la tipografía no ha cambiado, seguimos utilizando la familia tipográfica Verdana.

# Aplicaciones PPTs

**Título hasta dos líneas  
Para sustituir.**

**Subtítulo**

Permitidas fotos a sangre por lado izquierdo y derecho cuando estén en esta disposición. Volutpat non magna dictum leo maecenas torquent, dui parturient habitasse gravida dapibus platea mus lobortis pellentesque. Tristique morbi ultrices eget dignissim vitae phasellus risus turpis magnis habitasse odio nullam potenti tortor proin lobortis.



© 2019 GMV Property - All rights reserved. Pág 17. 



Lorem ipsum dolor  
 Lorem ipsum dolor  
 sit amet consectetur  
 adipiscing elit varius  
 nostra primis,  
 rutrum justo  
 volutpat non magna  
 dictum leo  
 maecenas

© 2019 GMV Property - All rights reserved. Pág 18. 

Texto libre para extenderse tanto como sea necesario y comunicar alguna idea.

© 2019 GMV Property - All rights reserved. Pág 21. 

**Título hasta dos líneas  
Para sustituir.**


**Subtítulo**

Lorem ipsum dolor  
 3.800  
 Lorem ipsum dolor  
 Lorem ipsum dolor sit  
 amet consectetur

Lorem ipsum dolor  
 350.800  
 Lorem ipsum dolor  
 Lorem ipsum dolor sit  
 amet consectetur

Lorem ipsum dolor  
 350.800  
 Lorem ipsum dolor  
 Lorem ipsum dolor sit  
 amet consectetur


Lorem ipsum dolor  
 Lorem ipsum dolor sit  
 amet consectetur  
 rutrum justo volutpat non magna dictum leo  
 maecenas torquent, dui parturient habitasse.

© 2019 GMV Property - All rights reserved. Pág 20. 

**Título hasta dos líneas  
Para sustituir.**


**Subtítulo**

- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor
- Lorem ipsum dolor



**Forecast**

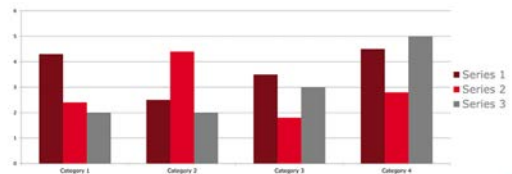
- Spain
- France
- Germany
- Poland

© 2019 GMV Property - All rights reserved. Pág 15. 


**Título**

**Subtítulo**

Lorem ipsum dolor  
 Lorem ipsum dolor  
 Lorem ipsum dolor  
 sit amet consectetur  
 adipiscing elit varius  
 nostra primis,  
 rutrum justo  
 volutpat non magna  
 dictum leo  
 maecenas  
 habitasse gravida  
 dapibus platea  
 mus lobortis  
 pellentesque.  
 Tristique morbi  
 ultrices eget  
 dignissim vitae  
 phasellus risus  
 turpis magnis  
 habitasse odio  
 nullam potenti  
 tortor proin  
 lobortis.



■ Series 1  
 ■ Series 2  
 ■ Series 3

© 2019 GMV Property - All rights reserved. Pág 16. 

gmv.com

**Muchas gracias**



© 2019 GMV Property - All rights reserved.

gmv.com

**Muchas gracias**

John P. Smith  
 jsmith@gmv.com



© 2019 GMV Property - All rights reserved.

**Nota:** En PPTs la tipografía no ha cambiado, seguimos utilizando la familia tipográfica Verdana.

# Aplicaciones

## Anuncio de revista



# Aplicaciones

## Tríptico



# Aplicaciones

## Informe anual



# Aplicaciones

## Revista



# Aplicaciones

## Roll ups



# Aplicaciones

## Banner mailing



Sentimos la presencia  
de la fuerza en ti,  
¿tú la sientes?

SI NO

**gmv**  
INNOVATING SOLUTIONS

The banner features a black and white photograph of a hand in a dark, textured sleeve gripping a silver metal tool. To the right of the hand is a red rounded rectangle containing white text and two white buttons labeled 'SI' and 'NO'. The GMV logo is positioned in the bottom right corner of the banner.



# Aplicaciones

## Web



# Aplicaciones Oficina



Nos atrevemos  
y lo logramos

Resolvemos los problemas más complejos.



# Aplicaciones Oficina



Passion for challenges  
and opportunity  
for innovation



# Aplicaciones

## Taza



Este manual de identidad visual debe complementarse con un set que contiene los artes finales del logotipo de GMV en todas sus versiones y la iconografía de la marca.

Para conseguir estos artes finales o resolver cualquier duda relacionada con este documento, póngase en contacto con el Departamento de Comunicación de GMV.  
[marketing@gmv.com](mailto:marketing@gmv.com)