

Mayor

Manual de marca

Mayor

Nuestra marca es más que un logotipo o un nombre. Es la historia de lo que creemos. La marca forma parte de todo lo que hacemos y decimos, y depende de todos nosotros cuidarla.

Ya seas parte del equipo de Mayor o parte del ecosistema de colaboración, este manual te ayudará a convertirte en un buen embajador de la marca Mayor.

¡Bienvenido!

Esta guía ofrece una introducción sencilla a Mayor, su esencia y su identidad visual.

Te brinda las herramientas esenciales para representar nuestra marca de manera correcta, profesional y coherente, manteniéndote fiel a nuestros valores fundamentales.

En las siguientes secciones, descubrirás cómo definimos nuestro ADN, los elementos clave de nuestra identidad y nuestros recursos de diseño. También se incluyen ejemplos prácticos que te ayudarán a llevar estos conceptos a la realidad.

Por favor, lee esta guía con atención y consúltala cada vez que tengas dudas. Confiamos en que te ayudará a proteger y salvaguardar nuestra marca.

Índice

01 ADN de marca

02 Identidad visual

03 Ejemplos de aplicaciones

01

ADN de Marca

Mayor

Cerámica para exteriores exigentes.

Desde hace más de un siglo diseñamos y fabricamos cerámica con un nivel de detalle que garantiza confianza, durabilidad y belleza en cada proyecto de exterior.

Buscamos alcanzar el máximo nivel técnico y estético, pero también emocional: creamos espacios donde siempre apetece quedarse.

Por eso Mayor es hoy un referente internacional, elegido por quienes buscan unir rigor, calidad y carácter en sus terrazas y piscinas.

Creamos cerámica para exteriores.
Pero no cualquier exterior.
El que se vive, se disfruta y se recuerda.
Terrazas, piscinas, lugares que invitan a vivir
el tiempo, la luz y el agua.
Exteriores donde el diseño se piensa para
dejar huella.
Para transformar el exterior en atmósfera.
En posibilidades.

Con técnica, con estética y con el nivel de
exigencia que solo da la experiencia.
La innovación no es solo invención:
es exactitud, escucha y evolución
constante. Cada pieza, cada solución, cada
acabado, refleja nuestra forma de entender esto:
El exterior merece lo extraordinario: El mejor
diseño, la mejor ejecución, el mejor servicio.

Llevamos generaciones haciéndolo.
Hoy, lo hacemos para el mundo.
Para quienes no se conforman.
Para quienes saben que, cuando se trata del
exterior, lo que cuenta es todo.

Propuesta de valor

En Mayor diseñamos y fabricamos cerámica para exteriores con un nivel de detalle que marca la diferencia.

Piezas extrusionadas y piezas especiales que amplían las posibilidades de terrazas, piscinas y espacios exteriores.

Nuestra experiencia, el dominio técnico y el cuidado estético nos permiten ofrecer soluciones que combinan funcionalidad, diseño y carácter. Más de un siglo trabajando junto a arquitectos, paisajistas y distribuidores para que los exteriores se disfruten. Exteriores que se viven.

Exigencia

Hacemos las cosas bien. Y cuando están bien, buscamos hacerlas mejor.

Cuidado

Prestamos atención a todo lo que importa: los detalles, las personas y los procesos.

Innovación

Innovamos para crear exteriores que se sienten. Soluciones que transforman un espacio en una experiencia.

Diseño

Promovemos una cultura donde estética y técnica van de la mano. La belleza no es solo apariencia: debe servir a la funcionalidad y al uso diario.

Compromiso

Estamos con el cliente antes, durante y después. También con nuestra gente.

Visión

Llevamos más de un siglo diseñando y fabricando cerámica. Nuestra experiencia no se improvisa, se transmite, se perfecciona y se proyecta hacia lo que viene.

Personalidad

Inconformista e inquieta

Habla con energía y con intención. Tiene hambre de hacer las cosas mejor, de buscar soluciones nuevas, de no quedarse donde todos se quedan. Transmite reto, movimiento, mejora. No por ego, sino por orgullo de lo que puede llegar a ser.

Cercana y resolutive

Usa un tono directo, claro, sin rodeos. Habla como quien está al lado, no por encima. Escucha, entiende y responde. Se hace entender y hace sentir acompañado.

Atemporal y elegante

Transmite gusto y cuidado sin exagerar. Elige bien las palabras, sin adorno ni rigidez. Tiene sensibilidad, pero también claridad. Suena y se ve como una marca segura, contemporánea, precisa.

Coherente y comprometida

Promovemos una cultura donde estética y técnica van de la mano. La belleza no es solo apariencia: debe servir a la funcionalidad y al uso diario.

Abierta y ambiciosa

Ve el exterior como un espacio de posibilidades. Piensa en grande, actúa con criterio. Diseña para el mundo, sin perder su origen.

La personalidad definida nos ayuda a establecer un tono de voz específico para Mayor: líder, elegante, con criterio técnico, pero con emoción y aspiración. Tenemos que aplicar este tono a un copywriting interesante y propio.

1. Inconformista e inquieta → energía, proactividad, mejora continua
Hablar con dinamismo, mostrando ambición y ganas de avanzar.

Ejemplo: “Más diseño. Más detalle. Más posibilidades.”

2. Atemporal y elegante → gusto, meticulosidad, sobriedad estética
Frases limpias, equilibradas y con cuidado estético en la forma.

Ejemplo: “Cada detalle suma. Cada espacio vibra.”

3. Cercana y resolutiva → accesibilidad, claridad, tono humano
Lenguaje sencillo, directo, que genere confianza y acompañe.

Ejemplo: “Tu terraza. Tu piscina. Tu manera de disfrutar el exterior.”

La personalidad definida nos ayuda a establecer un tono de voz específico para Mayor: líder, elegante, con criterio técnico, pero con emoción y aspiración. Tenemos que aplicar este tono a un copywriting interesante y propio.

4. Coherente y comprometida → solidez, honestidad, responsabilidad
Promesas claras, mensajes firmes, que transmitan consistencia y confianza.

Ejemplo: “Mayor. Cerámica para exteriores exigentes.”

5. Abierta y ambiciosa → proyección, visión global, mentalidad expansiva
Voz con visión internacional y aspiración de liderazgo.

Ejemplo: “De Alicante al mundo. Liderando la cerámica para exteriores.”

Al emplear la voz de Mayor, elige los rasgos adecuados en cada caso. Hazlo siempre teniendo en cuenta **tres factores**:

El mensaje → ¿hablamos de producto técnico, de experiencia de uso o de propósito de marca?

El interlocutor → ¿nos dirigimos a arquitectos, distribuidores o cliente final?

El medio → ¿es una web corporativa, una red social, un catálogo o una presentación comercial?

Si el mensaje es técnico o institucional:
prioriza Coherente y comprometida
+ Atemporal y elegante.

Si hablamos a clientes o distribuidores:
pon acento en Cercana y resolutive
+ Coherente y comprometida.

Si buscamos inspirar o proyectar visión de futuro: activa Inconformista e inquieta
+ Abierta y ambiciosa.

Ejemplos prácticos

Web corporativa (institucional):

“Mayor. Cerámica para exteriores exigentes.”

(Claro, firme, con autoridad).

Redes sociales (experiencial, cliente final):

“Ese momento de café al sol. Mayor en estado puro.”

(Cercano, humano, experiencial).

Presentación a arquitectos (técnica):

“Cerámica de exterior pensada para proyectos exigentes.”

(Preciso, riguroso, experto).

Batería de Copys

Copys generales:

The art of living outdoors.

Más diseño. Más detalle. Más posibilidades.

Mayor. Cerámica para exteriores exigentes.

Design, detail, excellence.

We design exteriors. We deliver experiences.

Diseñamos exteriores que se viven, se sienten y se disfrutan.

Cada detalle suma. Cada espacio vibra.

Exteriors designed to stay.

Exteriores que invitan a quedarse.

Living outdoors, feeling at home.

This is not just outdoor. This is Mayor.

Batería de Copys

Copys generales:

Más de un siglo diseñando exteriores; y solo parece el principio.

The future of outdoor. With tradition behind.

De Alicante al mundo. Más de un siglo de rigurosidad cerámica.

De Alicante al mundo. Liderando la cerámica para exteriores.

From Alicante to the world. For the outdoors.

Más de un siglo marcando el estándar en cerámica para exteriores.

Batería de Copys

Copys para arquitectos y prescriptores:

El estándar de excelencia que solo Mayor sabe aplicar al diseño y de exteriores.

Soluciones cerámicas que se piensan, se diseñan y se resuelven.

Cerámica extrusionada para exteriores que exigen algo más.

El diseño empieza en el detalle. Y se confirma en el resultado.

Cerámica de exterior pensada para proyectos exigentes.

Innovación y experiencia al servicio de arquitectos y constructores.

Piezas especiales, resultados fiables, exteriores con carácter.

Batería de Copys

Copys para distribuidores y partners:

Piezas especiales. Soluciones reales.
Confianza compartida.

Ofrecer lo mejor no es complicado.

Exteriores que se venden solos. Porque se disfrutan mucho.

Diseñamos para durar. Y para que el cliente quiera quedarse.

Mayor: garantía de calidad y respaldo en cada proyecto.

Piezas especiales. Soluciones seguras.
Confianza compartida.

Cerámica de exterior que cumple siempre.

Batería de Copys

Copys para cliente final (particulares):

Mayor. Cuando el exterior se diseña como debe ser.

Es Mayor cuando todo encaja: el diseño, el detalle, tú.

Tu terraza. Tu piscina. Tu manera de disfrutar el exterior.

Hay exteriores bonitos. Y exteriores que invitan a quedarse.

Diseño, detalle y materiales que se sienten.

Ese momento de café al sol. Mayor en estado puro.

La sobremesa que se alarga. Mayor en estado puro.

Más de un siglo creando exteriores para disfrutar sin prisa.

02

Identidad visual

Logotipo

El logotipo de Mayor transmite la solidez, cercanía y elegancia atemporal de marca. Partiendo de una tipografía serifa con remates curvos y cálidos, que recuerdan a gotas de agua, se introduce con una "y" itálica en la letra central, que introduce dinamismo y aporta un carácter distintivo, manteniendo una elegante simetría.

La “M” mayúscula refuerza la contundencia y madurez de la marca, otorgando equilibrio al conjunto.



Tamaños mínimos del logotipo

Para garantizar siempre la legibilidad y su correcta reproducción, el logotipo no debe reproducirse por debajo de los tamaños mínimos establecidos. Estos límites aseguran que los trazos mantengan su definición en impresión y digital.

Tamaño mínimo aconsejado para impresión digital



*

En impresión digital, el trazo mínimo recomendado es de ~0,14 mm. En la versión más pequeña del logo, el trazo más fino mide 0,15 mm (0,4 pt).

Tamaño mínimo aconsejado para digital



*

Para asegurar la legibilidad en entornos digitales, el logotipo no debe reproducirse a menos de 48 px de alto.

Área de reserva mínima del logotipo

El área de reserva alrededor del logotipo debe ser siempre, como mínimo, equivalente al 15 % de su ancho total.

Para simplificar su aplicación en cualquier formato, este espacio se define usando el ancho de la letra “r” del logotipo como módulo de referencia. Esta solución es escalable automáticamente, evita cálculos innecesarios y refuerza la coherencia visual en todas las aplicaciones.



* El área mínima es la base, pero en algunos soportes se da más espacio por razones técnicas (impresión, encuadre, aire en el diseño). Eso no rompe la norma, sino que sigue respetándola.

Logotipo + tagline

Por norma general, el tagline se sitúa a la derecha del logotipo, en su versión de tres líneas. Juntos ocupan el ancho del formato y pueden ir alineados tanto al margen superior como al inferior.

Esta regla debe aplicarse siempre que el espacio libre entre el logotipo y el tagline sea igual o superior al espacio que ocupan las letras “May” del logotipo.



Logotipo + tagline

En soportes reducidos, el logotipo y tagline pueden mostrarse de dos formas diferentes:

1

Se crea un bloque formado por el logo y el tagline, con una separación entre ambos equivalente al ancho de la “r” del logotipo.



2

En disposición vertical, el tagline se coloca bajo el logotipo en dos líneas y así mantiene legibilidad en soportes estrechos y formatos reducidos



Tamaños mínimos de logotipo
+ tagline para impresión

Cuando el logotipo aparezca junto al tagline,
el tamaño mínimo vendrá marcado por el tagline.

Para asegurar su correcta legibilidad en
aplicaciones impresas, deben respetarse los
tamaños mínimos especificados en esta página.

Tamaño mínimo aconsejado
para su versión amplia



Tamaño mínimo aconsejado
para su versión estrecha



Tamaño mínimo aconsejado
para su versión vertical



*

La distancia entre logo y tagline en esta versión, varía
en base a la altura del formato.

Tamaños mínimos de logotipo
+ tagline para digital

Cuando el logotipo aparezca junto al tagline, el tamaño mínimo vendrá marcado por el tagline.

Para asegurar su correcta legibilidad en aplicaciones digitales, deben respetarse los tamaños mínimos especificados en esta página.

Tamaño mínimo aconsejado
para su versión amplia



Tamaño mínimo aconsejado
para su versión estrecha



Tamaño mínimo aconsejado
para su versión vertical



*
La distancia entre logo y tagline en esta versión, varía en base a la altura del formato.

Colores principales + paleta secundaria

El blanco y el negro son los colores principales de la marca. Garantizan coherencia, contraste y legibilidad en todas las aplicaciones. Siempre que sea posible, es recomendable utilizar el blanco roto detallado en esta página, que aporta mayor calidez.

La paleta se completa con colores de acento que funcionan como apoyo. Su uso es puntual y sirve para dar énfasis o variedad en determinadas aplicaciones.

*
Todos los colores cumplen los criterios de accesibilidad, garantizando buena percepción y lectura para todo tipo de usuarios. La paleta está planteada para mantener contraste suficiente en texto blanco sobre colores oscuros y en texto negro sobre colores claros.

Blanco		Negro			
HEX	#F9F3E6	HEX	#322F2C		
RGB	249 / 243 / 230	RGB	50 / 46 / 44		
CMYK	3 / 4 / 12 / 0	CMYK	66 / 60 / 60 / 70		
		Pantone	2336 C		
Verde oscuro		Ocre oscuro	Azul oscuro		
HEX	#3F4B2D	HEX	#995848	HEX	#3A5065
RGB	63 / 75 / 45	RGB	153 / 88 / 72	RGB	58 / 80 / 101
CMYK	70 / 48 / 82 / 50	CMYK	30 / 66 / 64 / 26	CMYK	80 / 60 / 40 / 30
Pantone	5743 C	Pantone	7524 C	Pantone	7545 C
Verde claro		Ocre claro	Azul claro		
HEX	#B3C96B	HEX	#FEE3C8	HEX	#CBDBEC
RGB	179 / 201 / 107	RGB	254 / 227 / 200	RGB	203 / 219 / 236
CMYK	38 / 6 / 70 / 0	CMYK	0 / 14 / 24 / 0	CMYK	24 / 9 / 4 / 0
Pantone	577 C	Pantone	9200 U	Pantone	2707 C

Tipografía

El peso principal es Regular. Como excepción, para títulos o textos de gran tamaño se empleará el peso Light para equilibrar ópticamente el grosor y mantener un diseño homogéneo

[Descargar tipografía.](#)

Nombre

Archivo

Regular weight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÑOPQR
STUVWXYZabcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz0123456789
.,:;¿?¡!()/&%\$@=

Light weight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÑOPQR
STUVWXYZabcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz0123456789
.,:;¿?¡!()/&%\$@=

Tipografía para alfabetos no latinos

La tipografía Roboto se empleará únicamente para alfabetos no latinos, como ruso o griego. Para garantizar coherencia y legibilidad, el peso principal a utilizar será Regular. El peso Light se usará para tamaños grandes.

[Descargar tipografía.](#)

Nombre	Roboto
Ruso	АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧ ШЩЪЫЬЭЮЯабвгдеёжзийклмнопрс туфхцчшщъыьэюя0123456789.,:;¿?¡)/&%\$@=
Griego	ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΥΦΧΨΩαβγ δεζηθικλμνξοπρστυφχψω012345678 9.,:;¿?¡()/&%\$@=

Ejemplo de uso tipográfico
según alfabeto

Archivo | Latino



Roboto | Cirílico



Roboto | Griego



Estructuras de texto

El título ocupa siempre la parte superior izquierda y debe disponerse a gran tamaño, proporcional al formato, ocupando al menos 4–5 columnas de la retícula de 6. El texto se alinea a la izquierda, nunca se centra ni se justifica.

El texto de apoyo se divide en dos bloques con el mismo número de líneas y mismo tamaño de texto, alineados a izquierda y derecha. El texto de cada bloque se justifica a la izquierda.

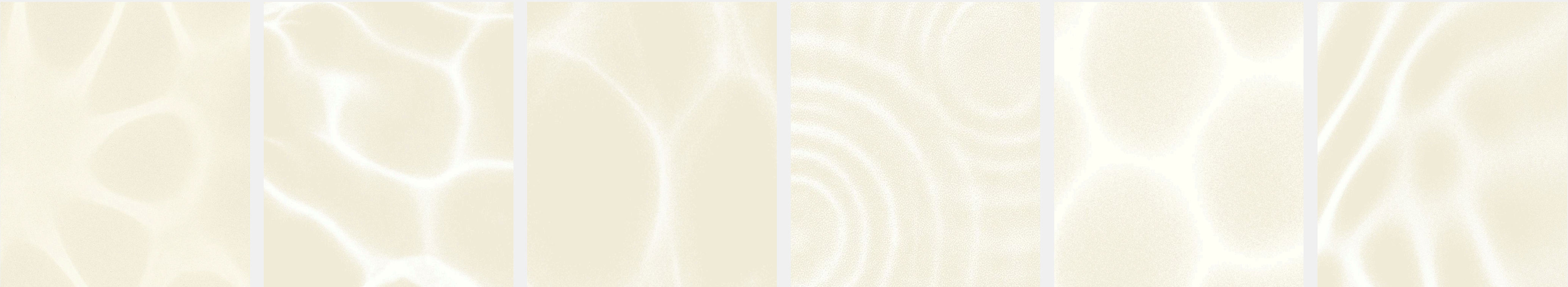
La caja de texto de la izquierda puede ser más ancha, dejando un espacio central amplio que actúe como elemento activo del diseño.



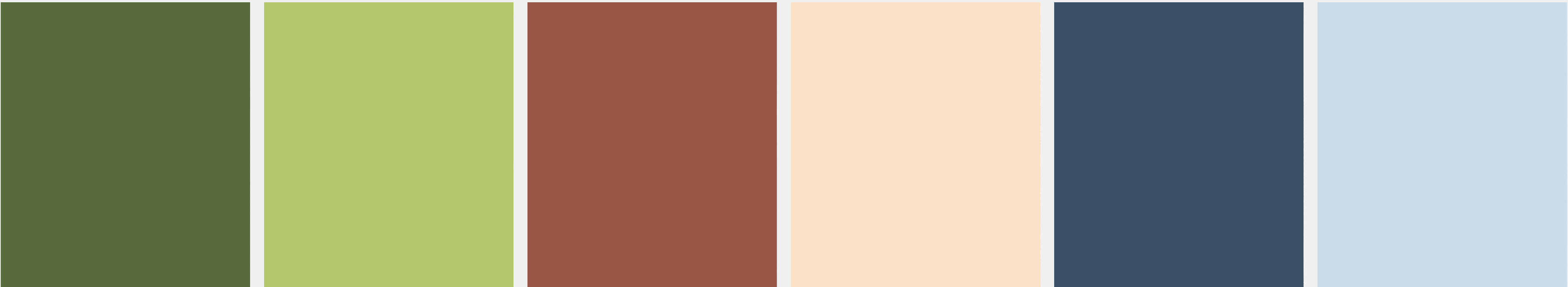
Elementos gráficos agua

Las texturas de agua se utilizarán como fondo y sin abusar. Los tonos neutros serán los más utilizados, y los tonos secundarios se usarán en aplicaciones concretas y/o combinados con fotografías que presenten esas gamas de color.

Tonos neutros



Tonos gama secundaria

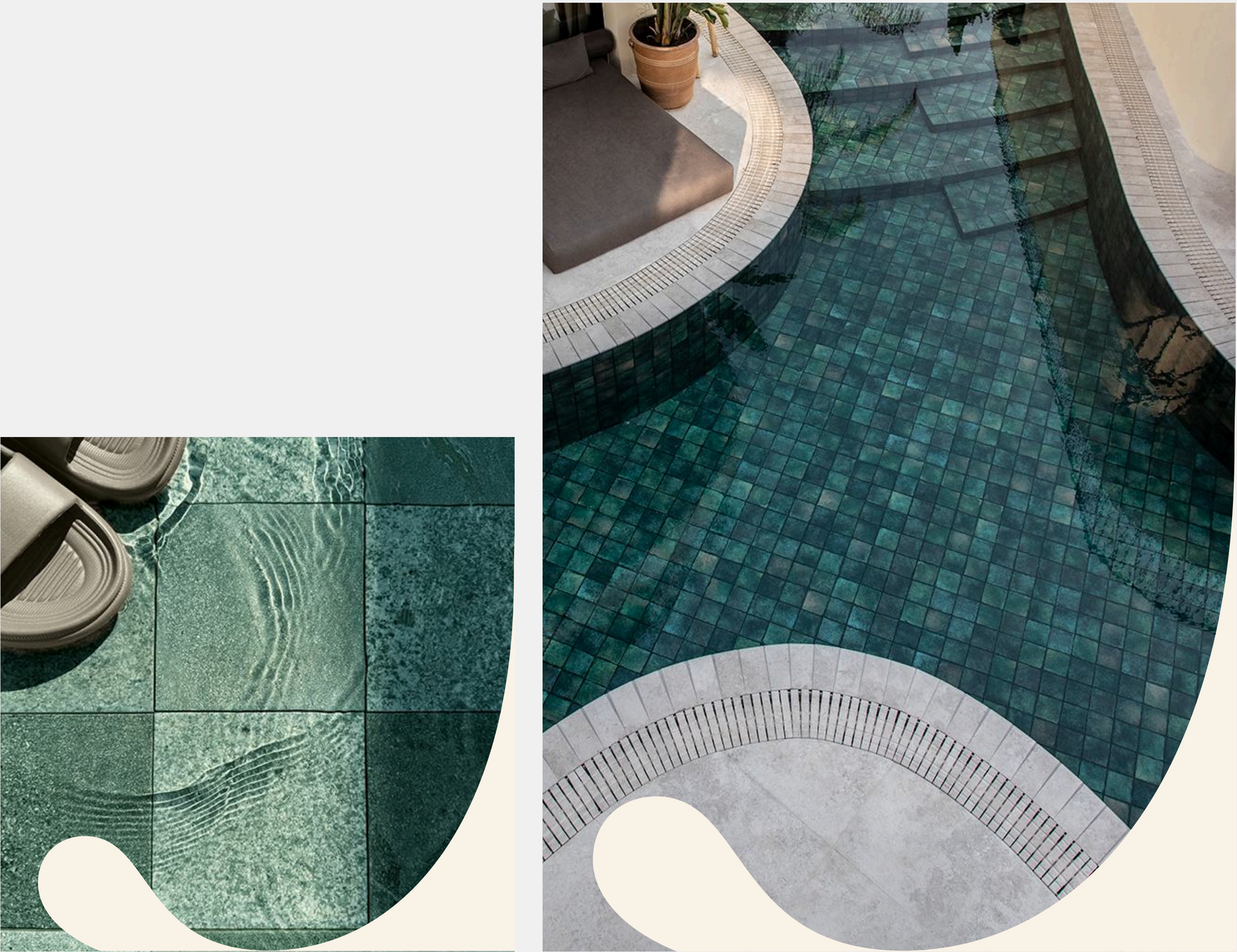
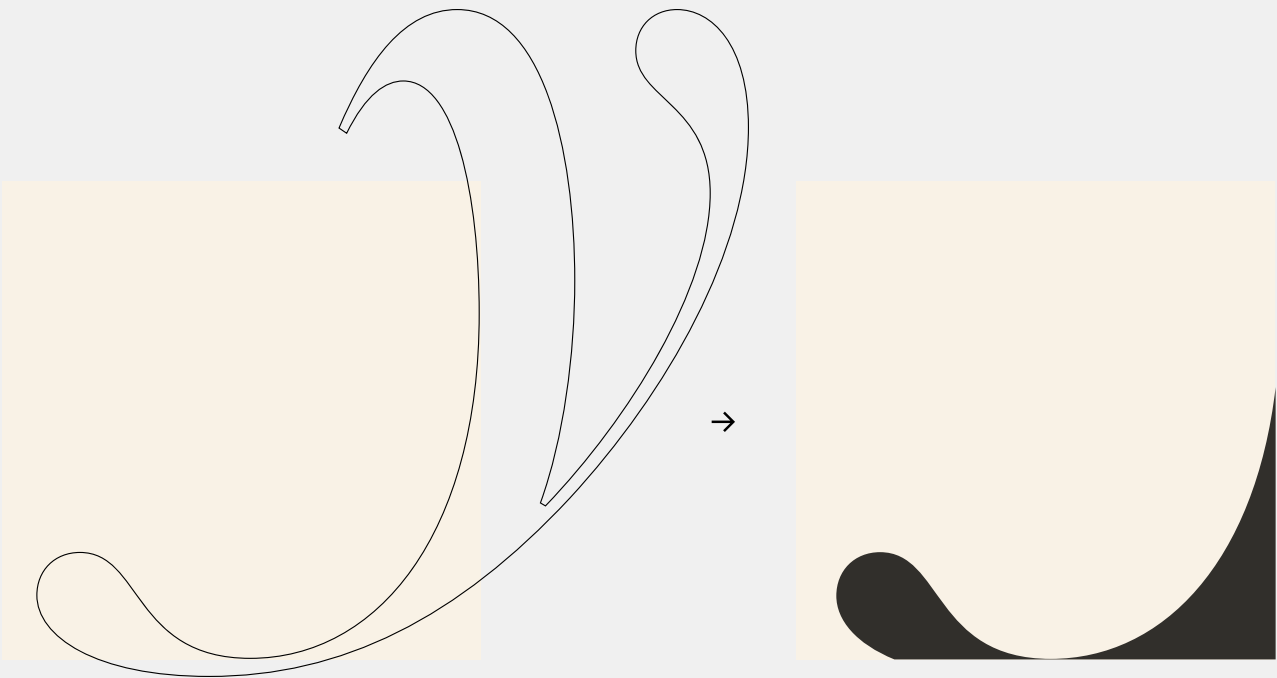


Máscaras gráficas

Las máscaras nacen de la curva de la “y” del logotipo y se utilizan como un recurso distintivo para dar coherencia a las imágenes de la marca.

Siempre se colocan en la esquina inferior derecha y pueden escalarse proporcionalmente para adaptarse al formato, ya sea vertical o cuadrado. La forma nunca se rota ni se deforma, mantiene su diseño original.

Construcción de la máscara



Dirección de arte de fotografías

Estas imágenes sirven de guía estética. Son una referencia de tonos, encuadres y atmósferas a considerar en futuros shootings. La marca se verá bien representada con una mezcla de imágenes variadas: personas disfrutando, personas expertas del sector, producto en bodegón, y producto en contexto.

* Es recomendable reflexionar sobre el mercado al que se dirige la comunicación al seleccionar las imágenes, evitando mostrar piernas sin textil en comunicaciones globales.

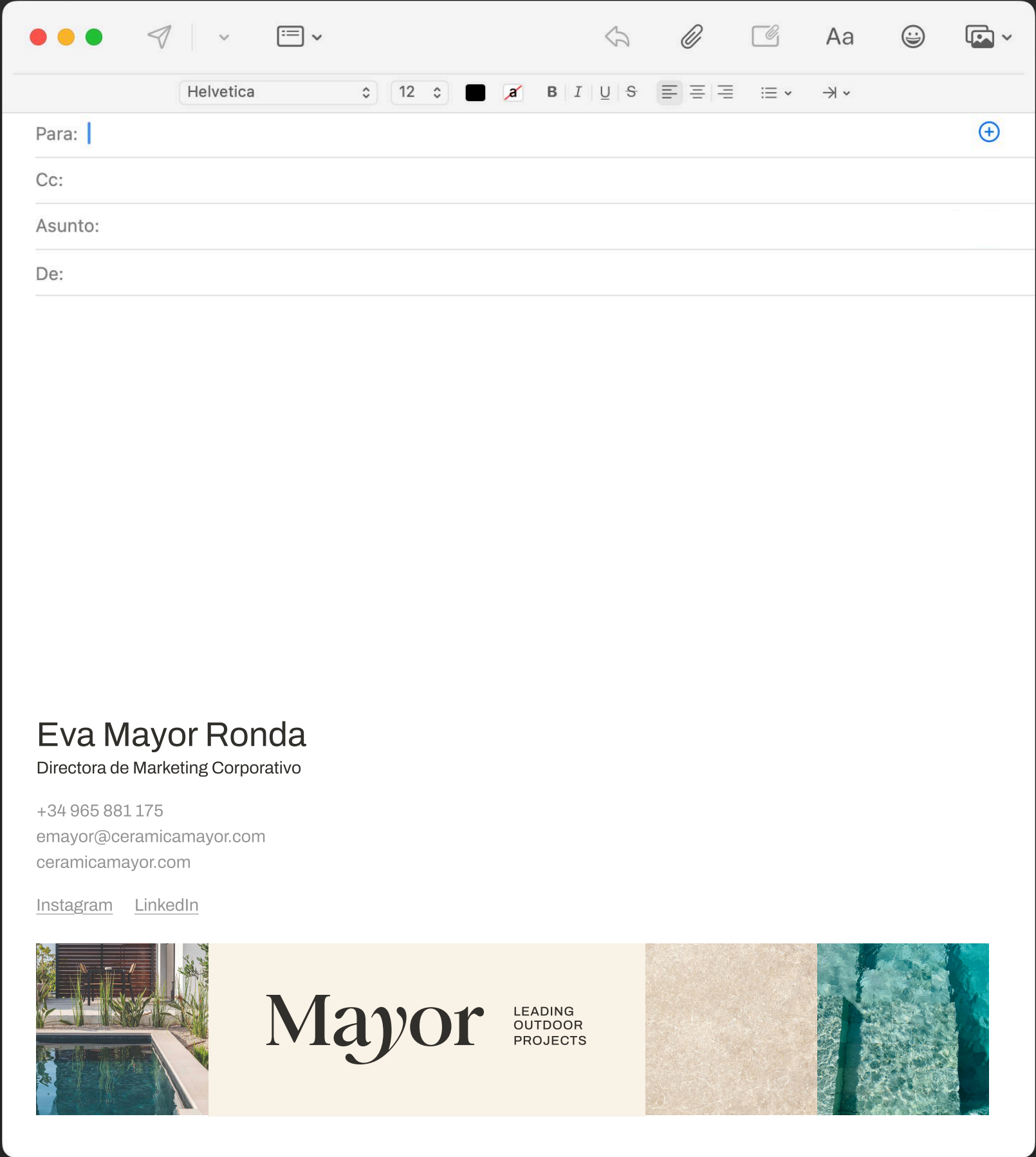
* Las fotos incluidas en esta página pueden estar sujetas a derechos de autor y no pueden ser utilizadas con fines comerciales, promocionales, de distribución pública o cualquier otro uso no autorizado. Se ponen a disposición únicamente con el propósito de servir como ejemplo.



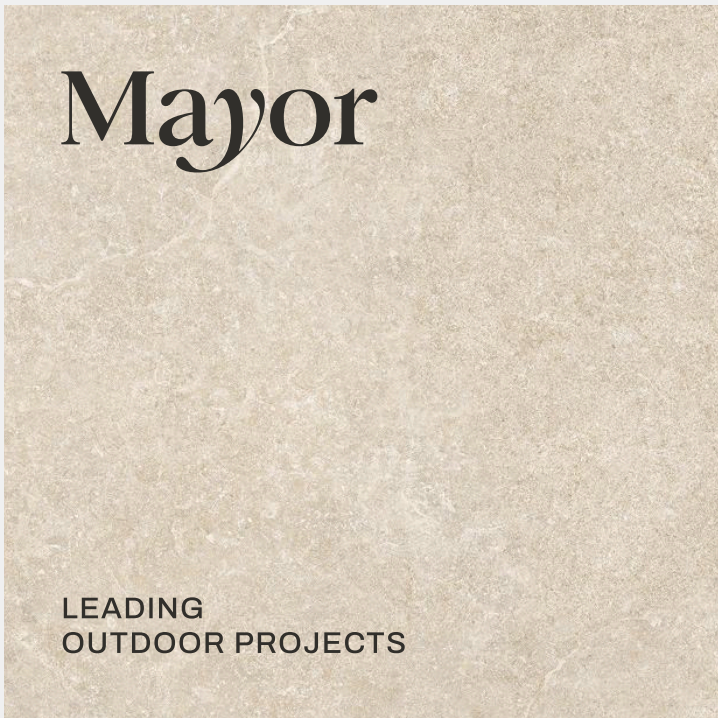
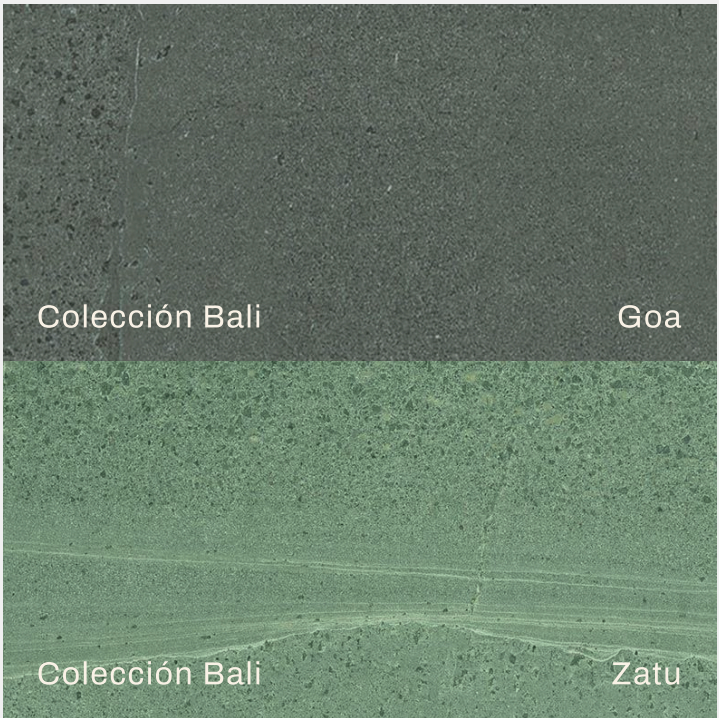
03

Ejemplos de aplicaciones









The future
of outdoor.
With tradition
behind.

Mayor

LEADING
OUTDOOR
PROJECTS



We design
exteriors.
We deliver
experiences.

Mayor

LEADING
OUTDOOR
PROJECTS



Las aplicaciones se desarrollarán principalmente en blanco y negro.

De manera complementaria, se podrán emplear los colores de la gama secundaria. Es recomendable elegir tonos que armonicen con el tono de las fotografías de la composición.



Colección Savoy

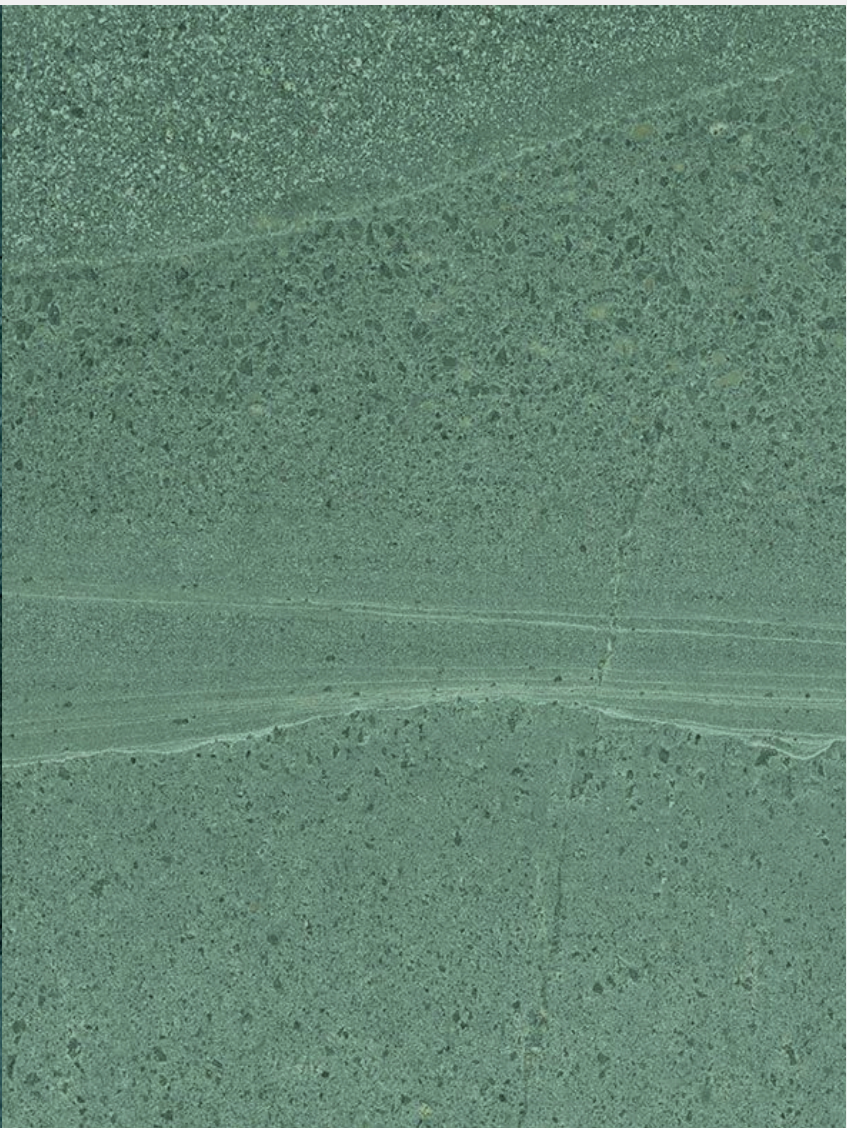
Una interpretación de la piedra Grigio Venato

nacida a los pies de los Alpes.

Mayor

LEADING OUTDOOR PROJECTS





Colección Bali

Una piedra natural de Indonesia

de un vibrante verde esmeralda.

Mayor

LEADING OUTDOOR PROJECTS







Mayor

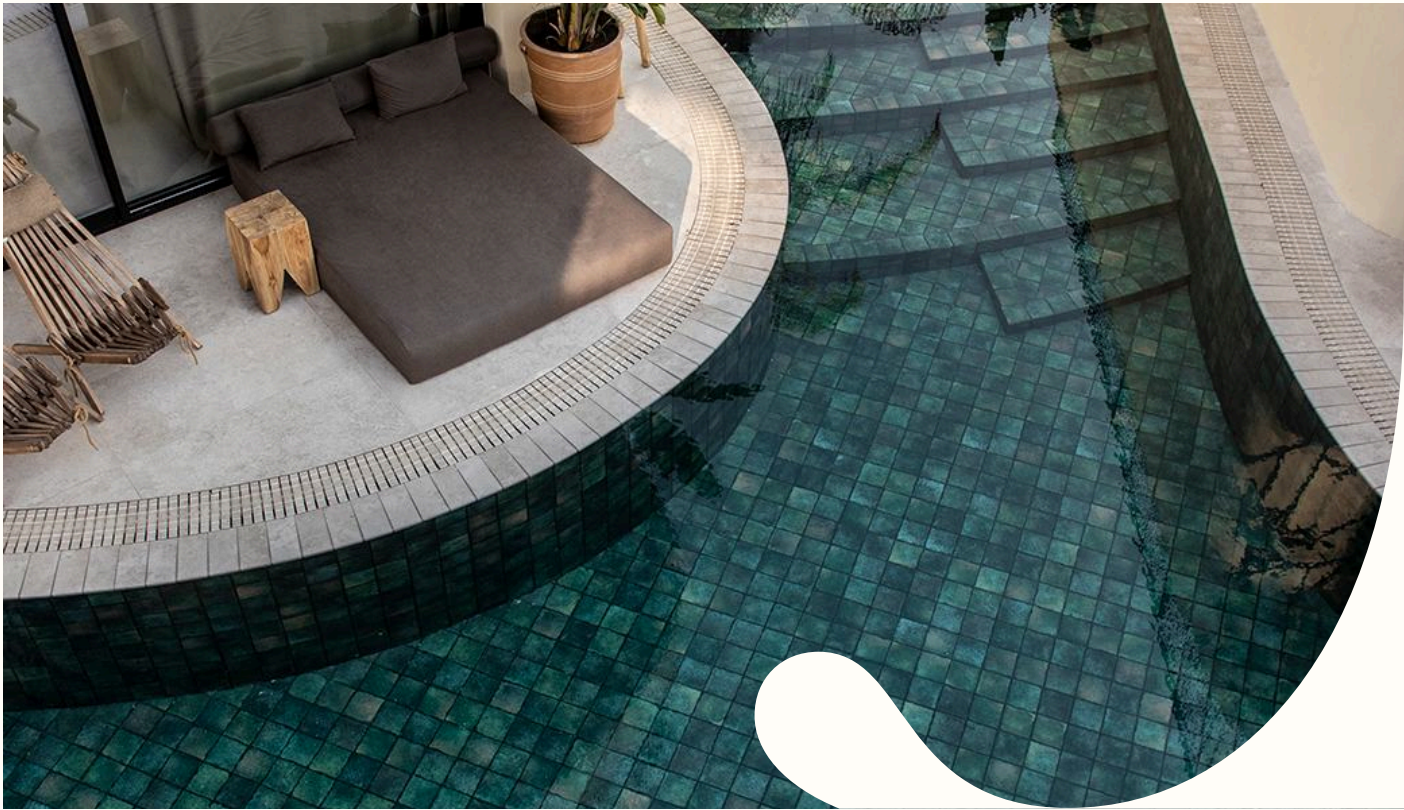
LEADING
OUTDOOR
PROJECTS

Living outside,
at its finest.

Septiembre 2025

Maecenas eget condimentum velit, sit amet feugiat lectus. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos.

Corem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam eu turpis molestie, dictum est a, mattis tellus. Sed dignissim, metus nec fringilla accumsan, risus sem sollicitudin lacus, ut interdum tellus elit sed risus.

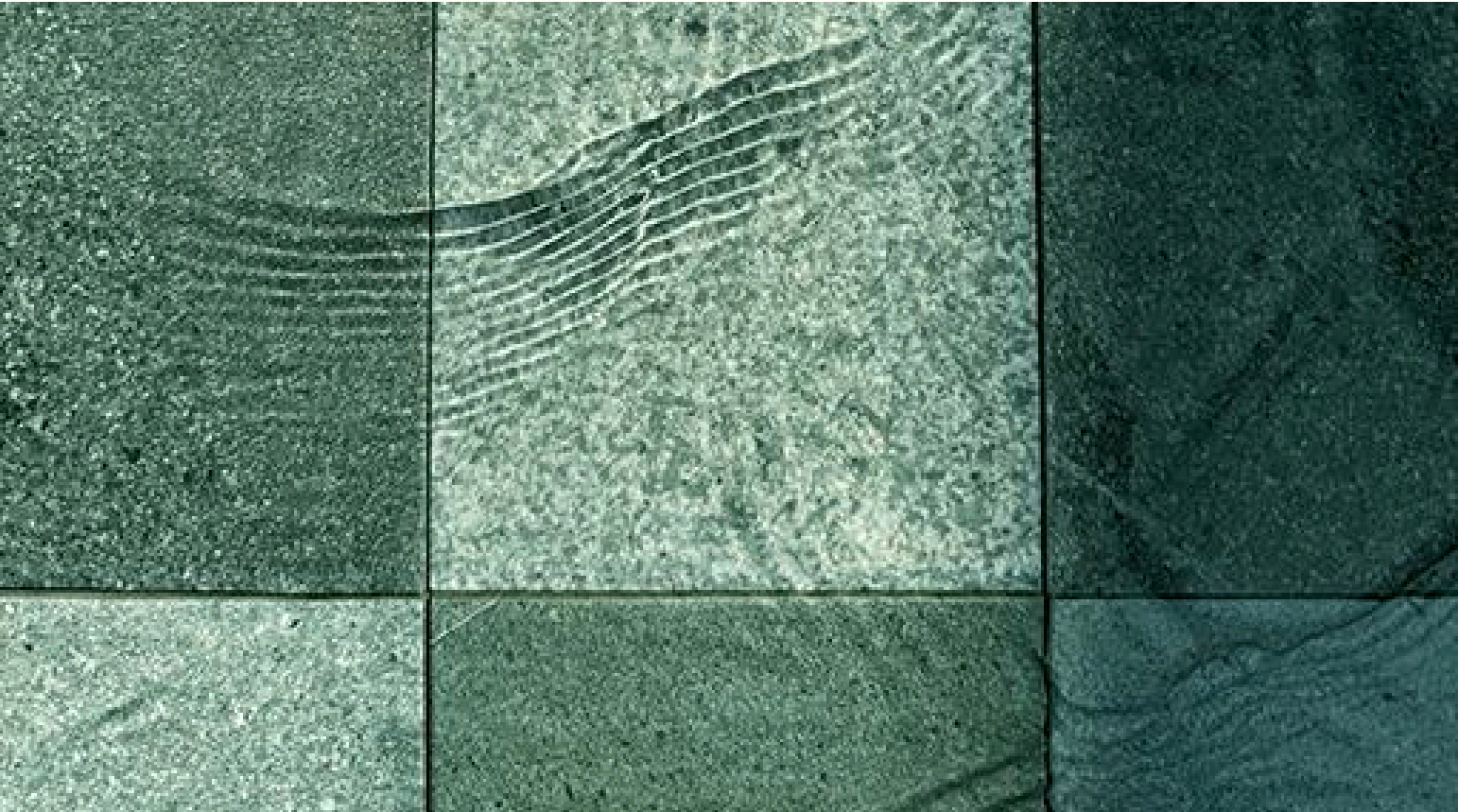


Mayor

LEADING
OUTDOOR
PROJECTS

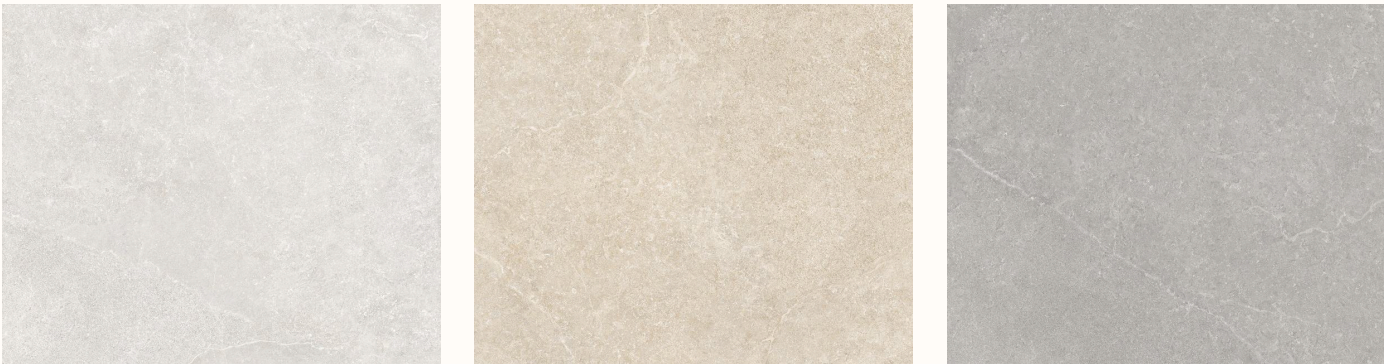
Nuevas colecciones
para este verano.

Septiembre 2025



Corem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam eu turpis molestie, dictum est a, mattis tellus. Sed dignissim, metus nec fringilla accumsan, risus sem sollicitudin lacus, ut interdum tellus elit sed risus.

Descarga el catálogo







Mayor

LEADING OUTDOOR PROJECTS

Colección Stromboli

Colores

Formatos

Borde Aruba

32,6x50cm 12.8"x19.7"

Borde Creta

32,6x50cm 12.8"x19.7"

Borde Maui

24,6x50cm 9.8"x19.7"

Borde Samoa

50x120cm 19.7"x47.6"

Mayor

LEADING
OUTDOOR
PROJECTS