

Manual de marca

2024

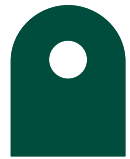
Introducción



Este manual recoge los enunciados y las pautas de aplicación de nuestras principales identidades de marca: social, actitudinal, verbal y visual.

Ha sido creado para que la aplicación de las mismas sea coherente y sólida y afiance una estrategia de marca reconocible y duradera. Por eso, lo ponemos a disposición de todos aquellos profesionales que trabajen con Ecovidrio, para facilitar su labor de interpretación y articulación según unos mismos criterios.

Este es un trabajo de equipo. Todos en Ecovidrio hemos participado en su elaboración y tenemos la responsabilidad de velar por su correcta aplicación.



01	Estrategia de marca	4	Versión vertical		03.5. Color	69
	Introducción	5	Positivo	42	Paleta de color	70
	Explicación general	6	Negativo	43	Porcentaje de uso	71
	Brand Matrix de Ecovidrio	7	Construcción	44	Recomendaciones	72
			Área de reserva	45		
02	Narrativa	19	Tamaño mínimo de reproducción	46	03.6. Recursos gráficos	73
	Narrativa. Versión larga	20	Convivencia con submarcas	47	Emblema	74
	Narrativa. Versión corta	25	Convivencia con otros logotipos	48	Versiones en otras lenguas	75
			Aplicación	49		
03	Identidad visual	29	Aplicación de logotipo sobre color	51	03.7. Estilo ilustrativo	76
			Usos indebidos	52	Estilo	77
					Construcción	78
					Pautas de uso	79
03.1.	Claves de la identidad visual	30	03.3. Isotipo	53	03.8. Estilo Iconográfico	80
	Logotipo	31	Positivo	54	Recomendaciones generales	81
	Sistema gráfico	32	Negativo	55		
			Construcción	56		
03.2.	Logotipos	33	Área de reserva	57	03.9. Estilo fotográfico	82
	Versión horizontal		Tamaño mínimo de reproducción	58	Tono y estilo	83
	Positivo	34	Aplicación	59	Recomendaciones generales	84
	Negativo	35	Aplicación de isotipo sobre color	61		
	Construcción	36				
	Área de reserva	37	03.4. Tipografía	62	03.10. Estilo infográfico	85
	Versión con <i>tagline</i>		Figtree	63	Recomendaciones generales	86
	Positivo	38	Jerarquías tipográficas	65		
	Negativo	39	Subrayado	66	03.11. Aplicaciones	87
	Construcción	40	Alternativa de sistema	67		
	Área de reserva	41	Recomendaciones	68		



01

Estrategia de marca



Introducción

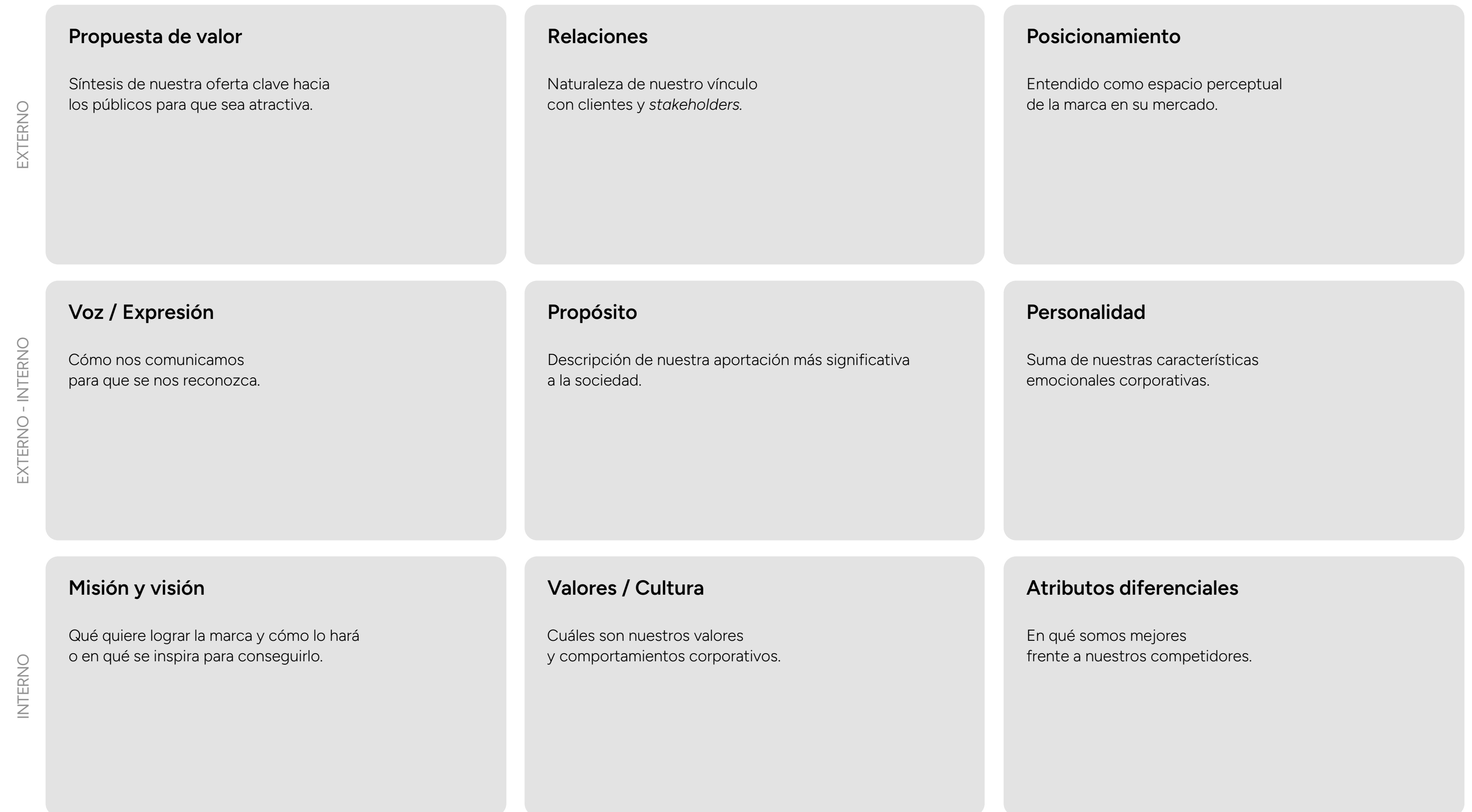
Nuestra estrategia de marca parte de la definición de lo que somos, lo que hacemos y por qué lo hacemos; de nuestra contribución social, de nuestros valores y de aquellos atributos y formas de expresarnos que nos diferencian.

Esta conceptualización se recoge en la herramienta Brand Matrix. A partir de nuestro Propósito corporativo, definimos el resto de las declaraciones esenciales de nuestra marca. Todas ellas, aplicadas de forma sostenida en el tiempo, nos guían hacia el afianzamiento de una marca coherente, sólida y socialmente comprometida.



Explicación general

La herramienta más valiosa para alinear el propósito y la personalidad con los elementos de la cultura corporativa de la marca es la Brand Matrix, propuesta por Harvard tras una década de investigación. Construirla y aplicarla permite aprovechar todas las fortalezas del propósito y derivarlas hacia las claves de su identidad corporativa.





Explicación general

La herramienta más valiosa para alinear el propósito y la personalidad con los elementos de la cultura corporativa de la marca es la Brand Matrix, propuesta por Harvard tras una década de investigación. Construirla y aplicarla permite aprovechar todas las fortalezas del propósito y derivarlas hacia las claves de su identidad corporativa.

Primera diagonal

Facilita la activación de capacidades frente a los **competidores**.

Propuesta de valor	Relaciones	Posicionamiento
Voz / Expresión	Propósito	Personalidad
Misión y visión	Valores / Cultura	Atributos diferenciales

Horizontal

Facilita las **comunicaciones/marketing**.

Propuesta de valor	Relaciones	Posicionamiento
Voz / Expresión	Propósito	Personalidad
Misión y visión	Valores / Cultura	Atributos diferenciales

Segunda diagonal

Facilita la activación de capacidades relacionadas con la **estrategia**.

Propuesta de valor	Relaciones	Posicionamiento
Voz / Expresión	Propósito	Personalidad
Misión y visión	Valores / Cultura	Atributos diferenciales

Vertical

Facilita la interacción **interna/externa**.

Propuesta de valor	Relaciones	Posicionamiento
Voz / Expresión	Propósito	Personalidad
Misión y visión	Valores / Cultura	Atributos diferenciales



Brand Matrix de Ecovidrio

EXTERNO	Propuesta de valor "Somos el único SCRAP especializado en vidrio que ofrece a las empresas una respuesta única para la sostenibilidad de todos sus envases; a las administraciones un modelo de gestión de confianza y excelencia; y a la sociedad la garantía de que avanza hacia un futuro responsable con las siguientes generaciones".	Relaciones • Corresponsables • Confiables • Transparentes • Proactivas	Posicionamiento "Ser el líder referente en la gestión de calidad y excelencia del vidrio que garantiza los objetivos de circularidad".
	Voz / Expresión • Honesta • Segura • Atenta • Ingeniosa • Cercana • Optimista	Propósito "Hacer realidad la transformación de nuestros pueblos y ciudades ante los retos de la economía circular para que el esfuerzo de empresas, administraciones y comunidades prospere gracias a nuestro conocimiento, dedicación y capacidad de innovación".	Personalidad • Responsable • Exigente • Servicial • Noble • Colaborativa • Alegre
INTERNO	Misión (Qué) "Ponernos al servicio de empresas, administraciones y sociedad para hacer posible el cumplimiento solvente y ambicioso de la legislación en materia de gestión de residuos de envases". Visión (Cómo) "Aplicando nuestra experiencia especialización y eficiencia en la creación de estrategias innovadoras que fomenten la corresponsabilidad entre todos los actores de la cadena de valor".	Valores / Cultura Las 5 'Es' de los valores de Ecovidrio: • Ética • Excelencia • Ejemplaridad • Eficiencia • Equipo	Atributos diferenciales • Especialización en vidrio • Involucración en la gestión integral del vidrio • Reputación, legado y experiencia • Uso de la innovación y la data para generar conocimiento • Acompañamiento a todos los grupos de interés • Comunicación honesta y transparente



Brand Matrix de Ecovidrio

Propósito

“Hacer realidad la transformación de nuestros pueblos y ciudades ante los retos de la economía circular para que el esfuerzo de empresas, administraciones y comunidades prospere gracias a nuestro conocimiento, dedicación y capacidad de innovación”.

Legítimo

La integración de esfuerzos es su esencia más auténtica, basada en la importancia social, económica y ambiental de la transición hacia la economía circular. Ecovidrio impulsa esta transformación, logrando que el esfuerzo conjunto de todos los actores dé frutos y se traduzca en un cambio real.

Relevante

Este propósito da lugar a explicar las distintas dimensiones de Ecovidrio. Además, subraya un valor añadido propio: experiencia en la gestión, compromiso en la acción y optimización de procesos, creación de nuevos productos y servicios, y anticipación ante los retos de la economía circular.

Diferencial

Por un lado, capitaliza su presencia en ‘pueblos y ciudades’ como rasgo de su proximidad. Además, está formulado de forma más ambiciosa e inspiradora que sus competidores. Por último, empasta con una personalidad humilde, sencilla al reconocer el esfuerzo de todos los *stakeholders*.



Brand Matrix de Ecovidrio

Propuesta de valor

“Somos el único SCRAP especializado en vidrio que ofrece a las empresas una respuesta única para la sostenibilidad de todos sus envases; a las administraciones un modelo de gestión de confianza y excelencia; y a la sociedad la garantía de que avanza hacia un futuro responsable con las siguientes generaciones”.

Describe a Ecovidrio a partir de su mayor diferencial racional (especialización en vidrio) reforzando su posicionamiento. Además, alude a los beneficios que más resuenan entre los principales stakeholders: soluciones globales; modelo de excelencia; garantía de futuro responsable.



Brand Matrix de Ecovidrio

Propuesta de valor

“Somos único SCRAP especializado en vidrio que ofrece una respuesta única para la circularidad de los envases”.

Utilizaremos esta fórmula cuando necesitemos un descriptor general que sintetice nuestra propuesta de valor.



Brand Matrix de Ecovidrio

Atributos diferenciales

- Especialización en vidrio
- Involucración en la gestión integral del vidrio
- Reputación, legado y experiencia
- Uso de la innovación y la data para generar conocimiento
- Acompañamiento a todos los grupos de interés
- Comunicación honesta y transparente

Nos distingue:

Especialización. Clave: especialización + material atractivo.

Gestión. Clave: involucración; ventanilla única + especialización.

Acompañamiento. Clave: last mile con todos los stakeholders.

Innovación. Clave: uso de la data para mejorar operativa + labor prospectiva.

Reputación. Clave: prestigio de nuestro conocimiento, experiencia y trayectoria.

Comunicación honesta y transparente. Clave: esfuerzo real por conectar con todos los públicos incluso en la forma de comunicarnos.



Brand Matrix de Ecovidrio

Posicionamiento

“Ser el líder referente en la gestión de calidad y excelencia del vidrio que garantiza los objetivos de circularidad”.

Aspiramos a ser el líder en gestión de vidrio en el que se puede confiar.



Brand Matrix de Ecovidrio

Misión

“Ponernos al servicio de empresas, administraciones y sociedad para hacer posible el cumplimiento solvente y ambicioso de la legislación en materia de gestión de residuos de envases”.

- Aunque resulta inspiradora es concreta, porque contiene una promesa de cumplimiento para cada *stakeholder* y especifica el área de especialización y campo de acción de Ecovidrio (gestión de residuos de envases).
- Indica una postura proactiva y de apoyo hacia los clientes y la comunidad (al servicio).
- La clave de esta actividad está en la descripción de lo que hacemos (cumplimiento).



Brand Matrix de Ecovidrio

Visión

“Aplicando nuestra experiencia especialización y eficiencia en la creación de estrategias innovadoras que fomenten la corresponsabilidad entre todos los actores de la cadena de valor”.

- Destaca la importancia de la experiencia y la especialización (vínculo con el conocimiento y capacidades de Ecovidrio).
- Compromiso con la mejora continua propia de la excelencia y wording que enlaza con la creatividad (creación de estrategias innovadoras).
- Incluye la corresponsabilidad que menciona el plan estratégico y refuerza el papel activo de todos los actores de la cadena de valor.



Brand Matrix de Ecovidrio

Relaciones

- Corresponsables
- Confiables
- Transparentes
- Proactivas

Corresponsables: en particular hacia administraciones y empresas adheridas.

Confiables: hacia todos los públicos, en particular empresas.

Transparentes: hacia todos los públicos, especialmente administración y empresas.

Proactivas: hacia todos los públicos.



Brand Matrix de Ecovidrio

Valores y cultura

- Ética
- Excelencia
- Eficiencia
- Equipo
- Ejemplaridad

Entre paréntesis, el tipo de relación con el que se relaciona de forma principal.

- Ética (**Transparencia**)
- Excelencia (**Proactividad**)
- Eficiencia (**Confiables**)
- Equipo (**Corresponsables**)
- Ejemplaridad (**Todas las relaciones**)



Brand Matrix de Ecovidrio



- Honesta y Transparente
- Ingeniosa
- Segura
- Cercana
- Atenta
- Optimista

Honesto y Transparente: se relaciona con los rasgos ‘responsable’ ‘exigente’ y ‘noble’.

Ingeniosa: se relaciona con todos sus rasgos de personalidad, modulando cada uno cuando corresponda.

Segura: se relaciona con los rasgos ‘responsable’ y ‘exigente’

Cercana: se relaciona con su personalidad colaborativa.

Atenta: se relaciona con su personalidad ‘servicial’, ‘noble’ y ‘alegre’.

Optimista: se relaciona con su personalidad ‘alegre’ y puede relacionarse con ‘responsabilidad’ (marca que confía en el impacto positivo).



Narrativa



02.1

Narrativa. Versión larga



Narrativa. Versión larga

Una organización es líder cuando inspira confianza.

Y ganarse la confianza implica resultados, solidez y una transparencia como la del vidrio.

Somos el único SCRAP especializado que ofrece

- a las empresas una respuesta única para la sostenibilidad de todos sus envases;
- a las administraciones un modelo de gestión de confianza y excelencia;
- y a la sociedad la garantía de que avanza hacia un futuro responsable con las siguientes generaciones.

Podemos hacerlo porque nos avalan casi tres décadas de experiencia, reputación y trayectoria de éxito como la única entidad sin ánimo de lucro que se implica directamente en todas y cada una de las etapas de la gestión del envase vidrio. Nos conoces, somos los del verde.

Cuando decimos 'todas y cada una', lo decimos de verdad:

Somos conscientes de su compromiso con la sostenibilidad y lo ponemos en valor haciendo suyos nuestros logros.

Desde nuestro nacimiento trabajamos como su mejor aliado orientando nuestro esfuerzo en garantizar el cumplimiento excelente de sus obligaciones en materia de gestión de residuos de envases.

Somos expertos en el envase de vidrio, pero ofrecemos una respuesta única para todos sus envases y materiales.

Ahora, más que nunca y dado que las exigencias se multiplican, reforzamos nuestra apuesta de acompañamiento.



Narrativa. Versión larga

Tenemos al mejor equipo y una oferta de servicios de alto valor en materia de prevención y ecodiseño de sus envases, cumplimiento de sus obligaciones de reporte y trazabilidad con el Ministerio, formación y defensa de sus intereses.

Todo con el compromiso de la mayor eficiencia y transparencia.

Como siempre ha sucedido, pero evolucionando a través de la innovación, nuestro foco sigue claro: sabemos que nuestro deber fundamental es incrementar la tasa de recogida separada y la tasa de reciclado de envases de vidrio para que España ocupe el lugar que le corresponde en materia de circularidad y prosperidad sostenible. Transformamos los envases en otros nuevos. Todos, de verdad. Ya nos conoces, somos los del iglú verde, un icono de nuestras calles.

Somos el SCRAP mejor preparado para lograr que se cierre el círculo porque somos el único que se implica gestionando las operaciones en el terreno, con los pies en el suelo. Y lo hacemos como pioneros en España de la aplicación de la analítica de datos para tomar decisiones innovadoras en residuos. Yendo siempre más allá, retando a lo establecido.

Aunque estamos centrados en la recogida separada y de envase a envase, por ser la más circular, no nos quedamos ahí:

Queremos alcanzar el residuo cero.

Y también buscamos nuevas vías para recuperar material en plantas de RU o buscando usos alternativos a materiales de desecho.

Hacemos todo lo necesario para evitar que un recurso de valor acabe en el vertedero.



Narrativa. Versión larga

Nuestra presencia en todos los ciclos del proceso nos convierte en guardianes de la trazabilidad y la calidad de este círculo perfecto.

Formamos equipo con recuperadores, recicladores y vidrieros.

Garantizar la ambición en los objetivos es una obsesión para nosotros.

Esta mirada global, nos permite ofrecer información transparente —como el vidrio— y trazada a todos los niveles de la administración, ciudadanos y empresas.

Nuestra estrategia de sostenibilidad nos empuja a ser un agente del cambio y a comprometernos a generar el menor impacto de todas nuestras operaciones.

Tenemos un gran reto por delante.

Pero nos guía la misión de ponernos al servicio de empresas, administraciones y sociedad para hacer posible el cumplimiento solvente y ambicioso de la legislación en materia de gestión de residuos de envases.

Y contamos con el gran propósito de hacer realidad la transformación de nuestros pueblos y ciudades ante los retos de la economía circular para que el esfuerzo de empresas, administraciones y comunidades prospere gracias a nuestro conocimiento, dedicación y capacidad de innovación.

Afrontamos el futuro con vocación de servicio e inconformismo y con nuestros valores como bandera: ética, excelencia, eficiencia, equipo y ejemplaridad. Con E de Ecovidrio.



Narrativa. Versión larga

Aliados de las empresas.
Compañeros de las administraciones.
Movilizadores de ciudadanos
y hosteleros.

Ecovidrio

Conocimiento

Dedicación

Resultados



02.2

Narrativa. Versión corta



Narrativa. Versión corta

Una organización es líder cuando inspira confianza.

Y ganarse la confianza implica resultados, solidez y una transparencia como la del vidrio.

Somos el único SCRAP especializado que ofrece

- a las empresas una respuesta única para la sostenibilidad de todos sus envases;
- a las administraciones un modelo de gestión de confianza y excelencia;
- y a la sociedad la garantía de que avanza hacia un futuro responsable con las siguientes generaciones.

Tenemos un gran reto por delante.

Pero contamos con un gran propósito para alcanzarlo:

“Hacer realidad la transformación de nuestros pueblos y ciudades ante los retos de la economía circular para que el esfuerzo de empresas, administraciones y comunidades prospere gracias a nuestro conocimiento, dedicación y capacidad de innovación”

Podemos hacerlo porque nos avalan casi tres décadas de

Experiencia

Reputación

Y trayectoria de éxito

Como la única entidad sin ánimo de lucro que se implica directamente en todas y cada una de las etapas de la gestión del envase de vidrio.



Narrativa. Versión corta

Cuando decimos 'todas y cada una',
lo decimos de verdad:

En primer lugar, porque trabajamos con
la industria en la prevención, el ecodiseño
de envases y todas las obligaciones que elevan
su apuesta con el medioambiente a la altura
que exigen los nuevos tiempos.

También nos verás en las calles. Muy cerca de ti.
Llamándote a la acción y al compromiso con
nuestras campañas. Y recogiendo del iglú verde
los envases para transformarlos en otros nuevos.

Todos.

Y así, infinitas veces.

Porque el vidrio es el mejor ejemplo
de circularidad.

El material que puede reciclarse al 100%
sin perder calidad, una y otra vez,
en un círculo perfecto.

Un círculo al servicio del futuro al que
nos asomamos con vocación de servicio
e inconformismo y con nuestros valores
como guía:

Ética. Eficiencia. Excelencia. Equipo.
Ejemplaridad.

Valores con E, de Ecovidrio.



Narrativa. Versión corta

Aliados de las empresas.

Compañeros de las administraciones.

Movilizadores de ciudadanos
y hosteleros.

Ecovidrio

Conocimiento

Dedicación

Resultados



Identidad visual



03.1

Claves de la identidad visual



Logotipos

Positivo

Versión horizontal	Versión con <i>tagline</i>
Versión vertical	Isotipo

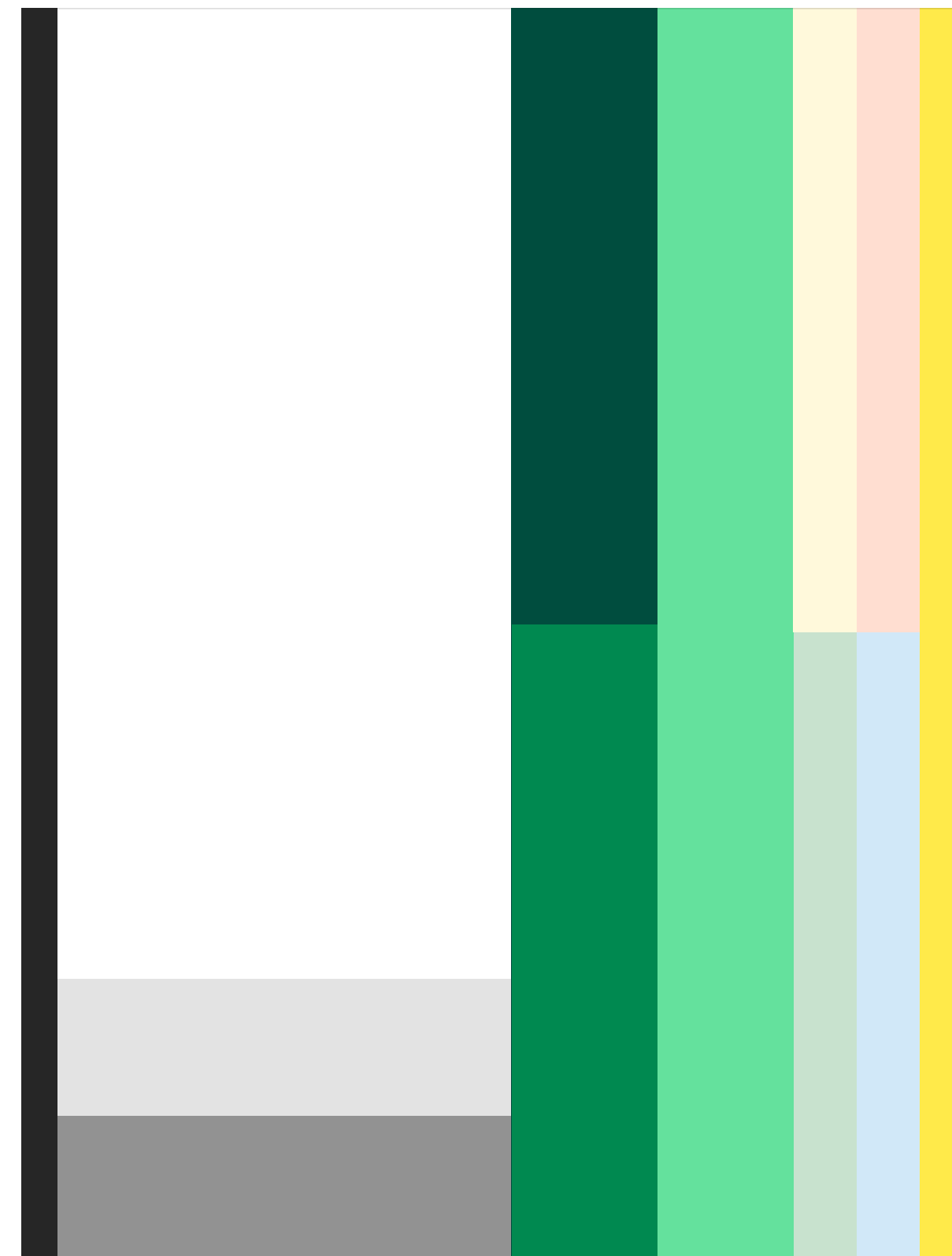
Negativo

Versión horizontal	Versión con <i>tagline</i>
Versión vertical	Isotipo



Sistema gráfico

Paleta de color



Tipografía

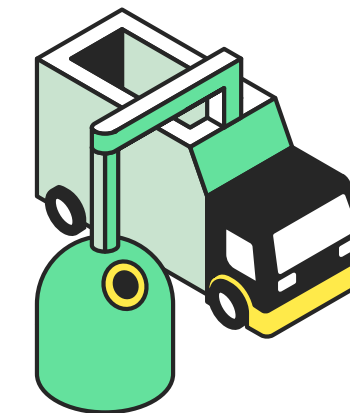
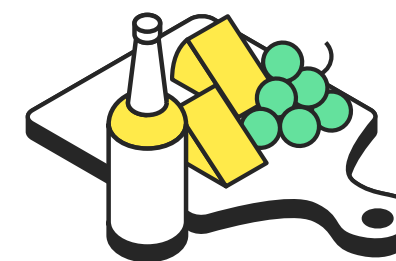
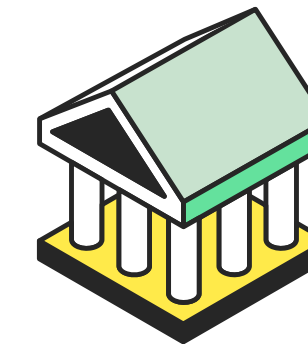
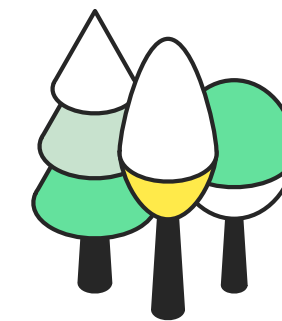
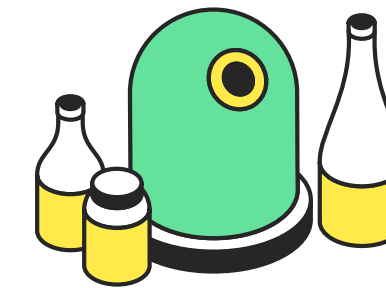
Figtree

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789
¿?¡!@&%/*+()

Estilo ilustrativo



Estilo fotográfico





03.2

Logotipos



Versión horizontal. Positivo

Esta es la versión horizontal del logotipo de Ecovidrio.

Sobre fondos claros se aplicará la versión en positivo del logotipo.





Versión horizontal. Negativo

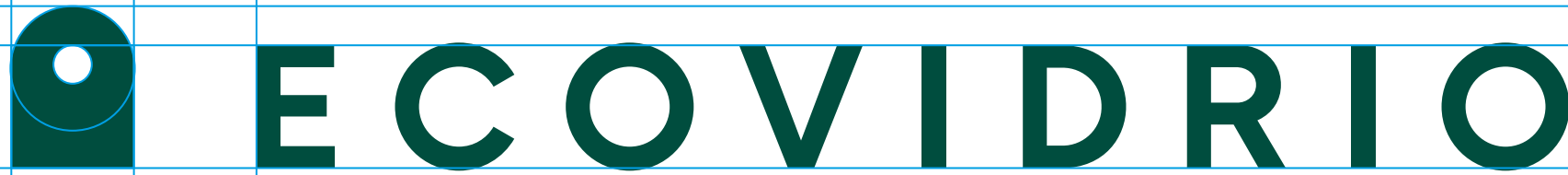
Sobre fondos oscuros se aplicará
la versión en negativo del logotipo.





Versión horizontal. Construcción

Para alinear correctamente la versión horizontal del logotipo con otros elementos gráficos se toman como referencia las líneas de construcción.





Versión horizontal. Área de reserva

Para generar área de reserva de la versión horizontal del logotipo se emplea el doble del ancho del isotipo.

Este espacio de reserva no debe ser invadido por ningún elemento extraño al logotipo para mantener la legibilidad de este.





Versión con *tagline*. Positivo

Esta es la versión con *tagline* del logotipo de Ecovidrio.

Sobre fondos claros se aplicará la versión en positivo del logotipo.





Versión con *tagline*. Negativo

Sobre fondos oscuros se aplicará
la versión en negativo del logotipo.





Versión con *tagline*. Otras lenguas

Esta es la versión con *tagline* del logotipo de Ecovidrio con su correspondiente traducción a otras lenguas.

En contextos donde la lengua oficial sea el catalán, gallego, euskera o inglés se prioriza el uso del logotipo con su correspondiente traducción frente a la versión en castellano.

Las versiones traducidas a otras lenguas del logotipo con tagline de Ecovidrio siguen las mismas pautas de aplicación que su versión en castellano. 

Catalán



Gallego



Euskera



Inglés





Versión con *tagline*. Construcción

Para alinear correctamente la versión con *tagline* del logotipo con otros elementos gráficos se toman como referencia las líneas de construcción.





Versión con *tagline*. Área de reserva

Para generar área de reserva de la versión con *tagline* del logotipo se emplea el doble del ancho del isotipo.

Este espacio de reserva no debe ser invadido por ningún elemento extraño al logotipo para mantener la legibilidad de este.





Versión vertical. Positivo

Esta es la versión vertical del logotipo de Ecovidrio.

Sobre fondos claros se aplicará la versión en positivo del logotipo.





Versión vertical. Negativo

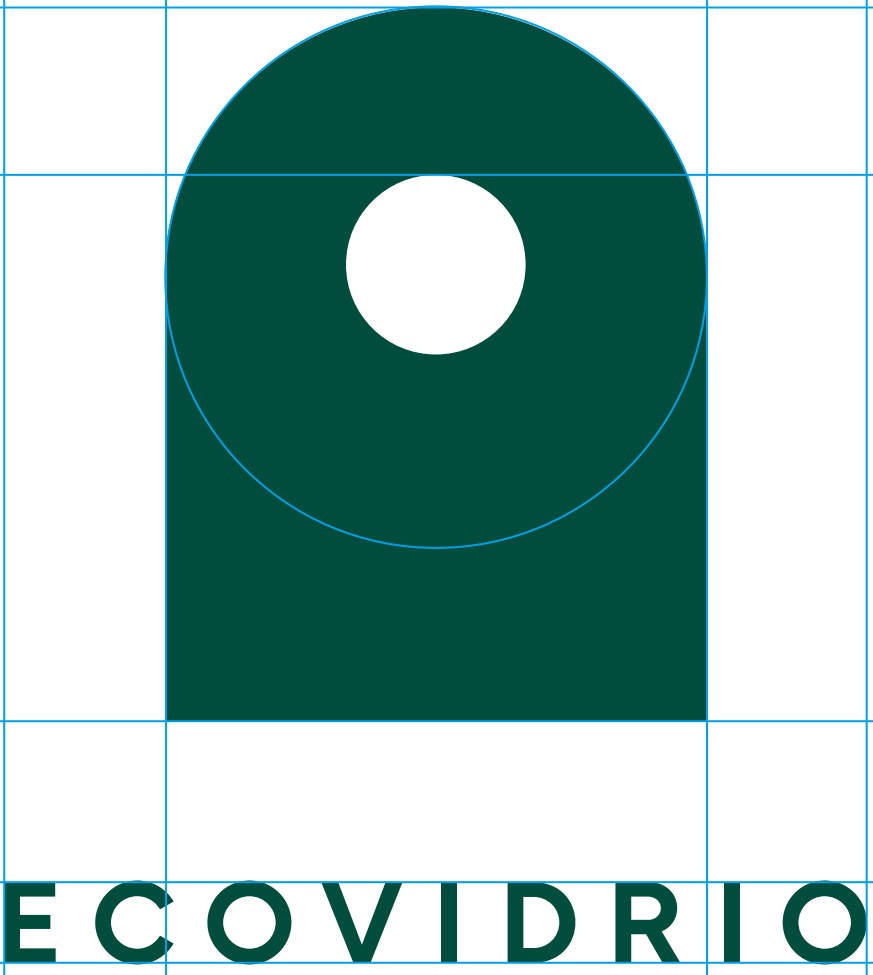
Sobre fondos oscuros se aplicará la versión en negativo del logotipo.





Versión vertical. Construcción

Para alinear correctamente la versión vertical del logotipo con otros elementos gráficos se toman como referencia las líneas de construcción.





Versión vertical. Área de reserva

Para generar área de reserva de la versión vertical del logotipo se emplea el ancho del isotipo al 50%.

Este espacio de reserva no debe ser invadido por ningún elemento extraño al logotipo para mantener la legibilidad de este.



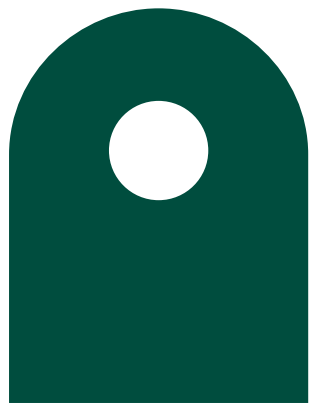


Tamaño mínimo de reproducción

El tamaño mínimo de reproducción del logotipo horizontal es de 25 mm de ancho para soportes impresos y de 200 px para soportes digitales.

El tamaño mínimo de reproducción del logotipo con *tagline* es de 35 mm de ancho para soportes impresos y de 300 px para soportes digitales.

El tamaño mínimo de reproducción del logotipo vertical es de 15 mm de ancho para soportes impresos y de 100 px para soportes digitales.



ECOVIDRIO





Convivencia con submarcas

Cuando sea necesario que el logotipo de Ecovidrio conviva con el logotipo de alguna de sus submarcas o iniciativas, el logotipo de Ecovidrio irá siempre en primer lugar.

Para generar una buena convivencia entre los logotipos se emplea siempre el área de reserva pautado en el manual.

Se utiliza el área de reserva correspondiente a la versión del logotipo de Ecovidrio que se esté utilizando.





Convivencia con otros logotipos

Para generar una buena convivencia entre el logotipo de Ecovidrio y el logotipo de otras instituciones y organismos se emplea siempre el área de reserva pautado en el manual.

Se utiliza el área de reserva correspondiente a la versión del logotipo de Ecovidrio que se esté utilizando.





Aplicación

Tanto en formatos horizontales como en verticales y cuadrados, el logotipo se podrá alinear tanto a las cuatro esquinas del documento como al centro respetando el margen.

Se utilizará en cada caso la opción que mejor se integre en el diseño.

Estas pautas de aplicación son comunes a todas las versiones del logotipo de Ecovidrio. 





Aplicación

En redes sociales

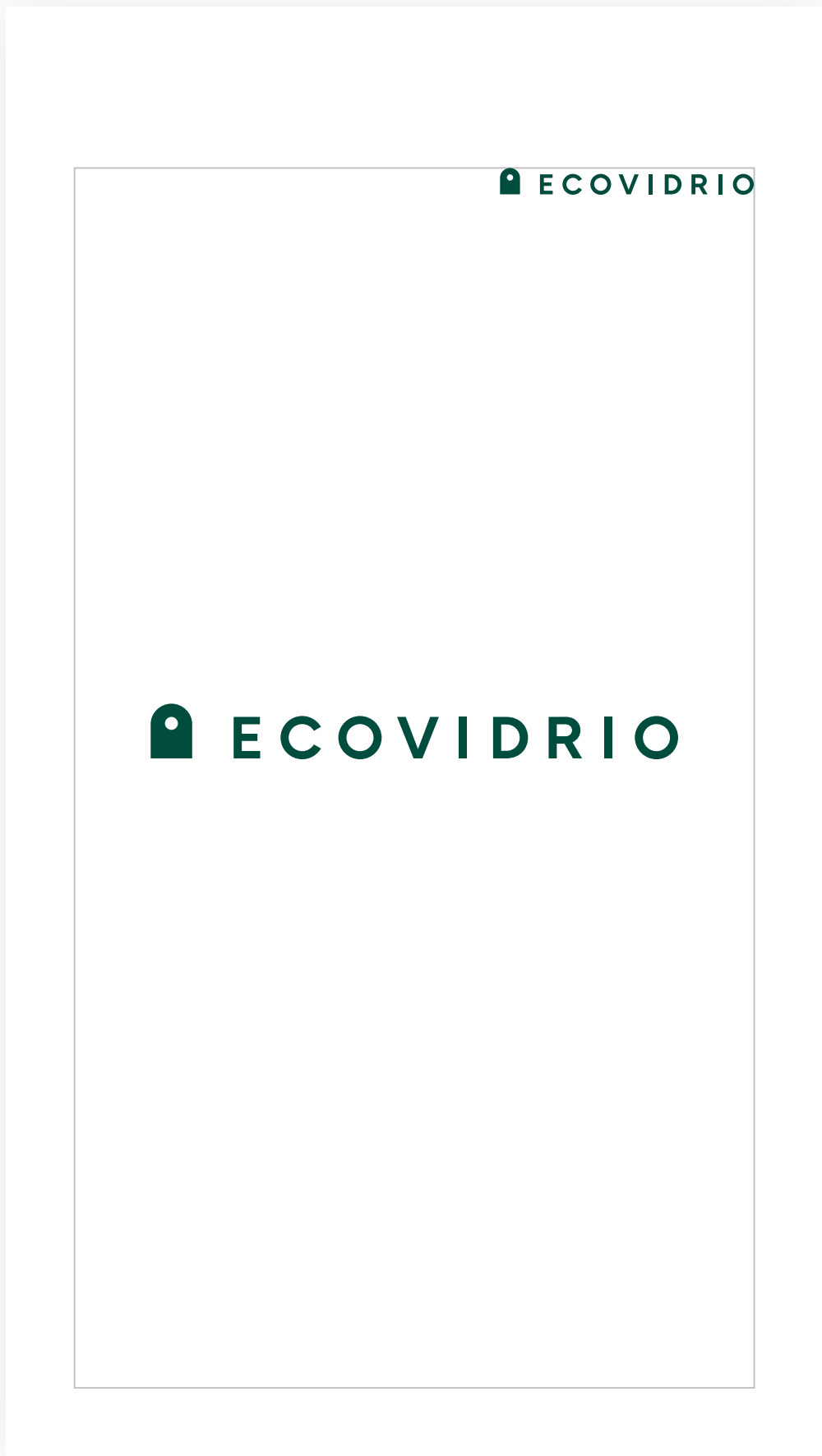
Se prioriza el uso de las versiones horizontal yvertical sobre la versión horizontal con claim.

Imagen de perfil: Se emplea el logotipo únicamente en positivo y negativo con fondo verde botella.

Cabeceras y formato vertical El logotipo se aplica en la esquina superior derecha o a mayor tamaño centrado en el documento respetando los márgenes.

Formato 1:1: El logotipo se aplica en las cuatro esquinas a mayor tamaño centrado en el documento respetando los márgenes.

Se respetan en todos los formatos el área de reserva y los tamaños mínimos de reproducción especificados en apartados anteriores de este manual, así como el área de seguridad que corresponda a cada formato. 





Aplicación del logotipo sobre color

En el siguiente esquema se muestra una representación de la aplicación del logotipo sobre color o fotografía.

Sobre colores claros o imágenes de tonos luminosos, se utiliza la versión en positivo del logotipo.

Sobre colores oscuros o intensos, se aplica la versión en negativo del logotipo.

Estas pautas de aplicación son comunes a todas las versiones del logotipo de Ecovidrio. 





Usos indebidos

Se deben respetar los usos canónicos del logotipo para una aplicación sólida, legible y coherente de la identidad visual.

Estas pautas de aplicación son comunes a todas las versiones del logotipo de Ecovidrio. 



 No deformar las proporciones del logotipo.



 No rotar el logotipo.



 No utilizar el trazo del logotipo.



 No utilizar el logotipo en colores distintos a los establecidos.



 No aplicar efectos o degradados en el logotipo.



 No modificar la composición del logotipo.



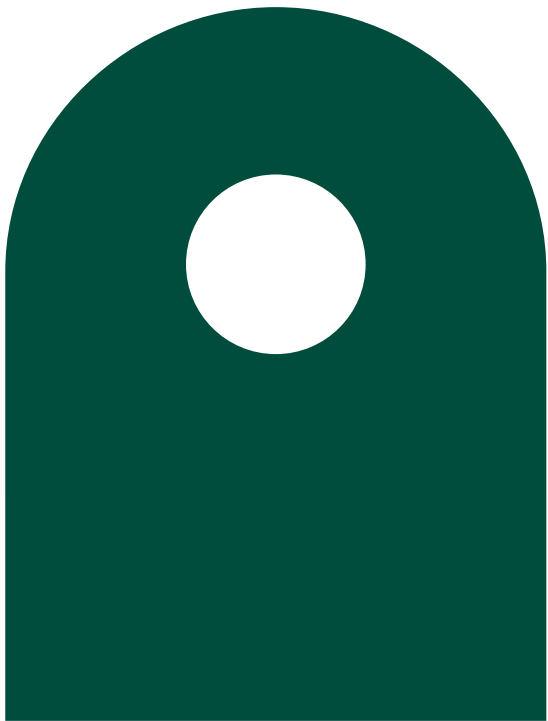
03.3

Isotipo



Positivo

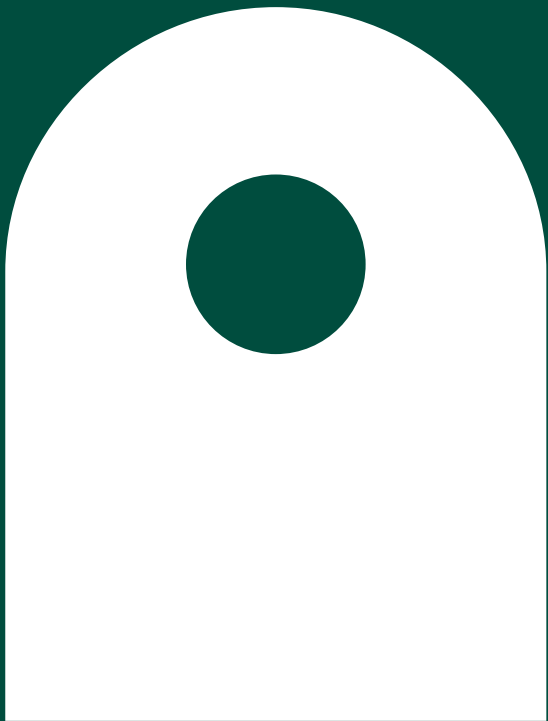
Sobre fondos claros se aplica la versión en positivo del isotipo.





Negativo

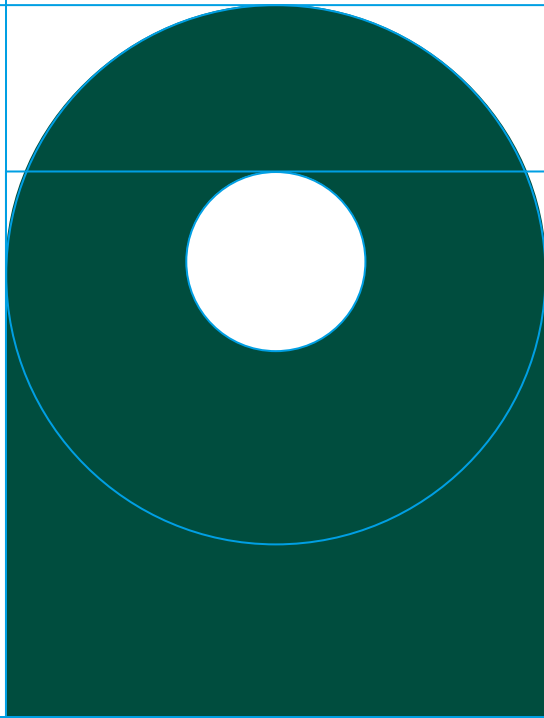
Sobre fondos oscuros se aplica la versión en negativo del isotipo.





Construcción

Para alinear correctamente el isotipo con otros elementos gráficos, se toman como referencia las líneas de construcción.

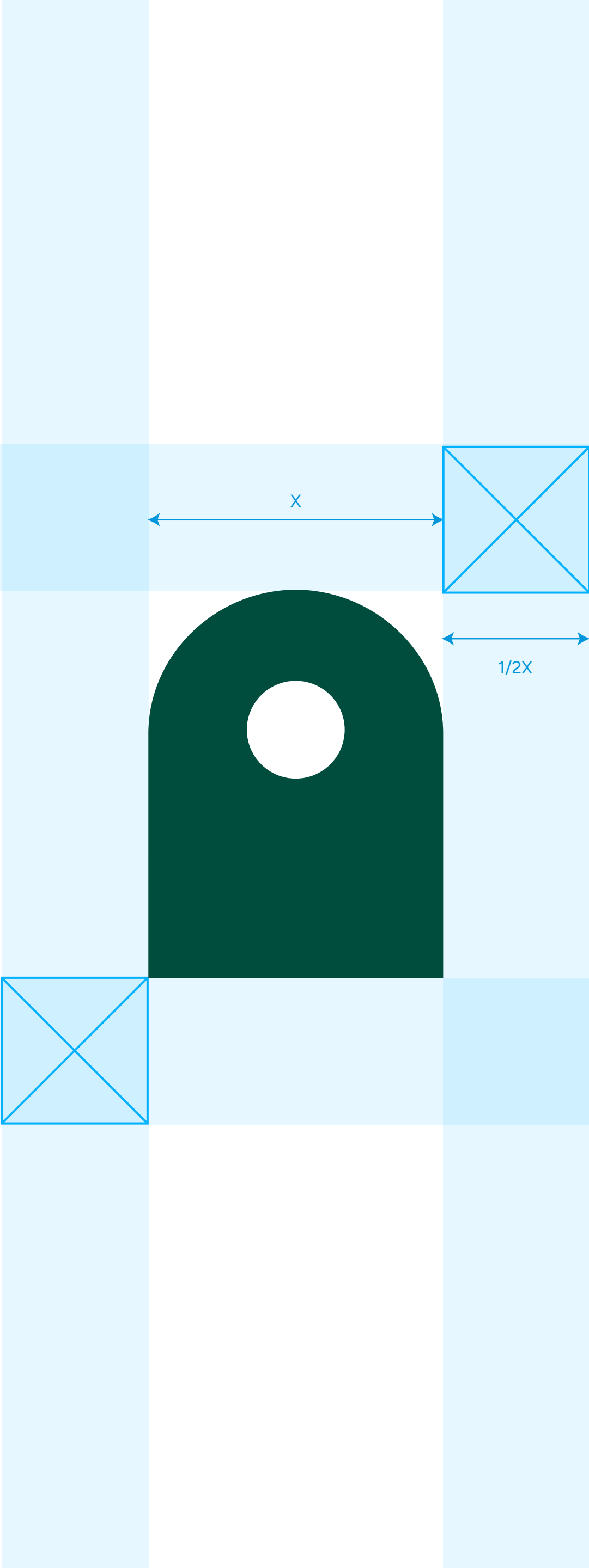




Área de reserva

Para generar área de reserva se utiliza el 50% del ancho del isotipo.

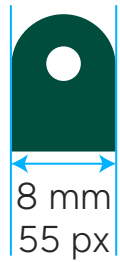
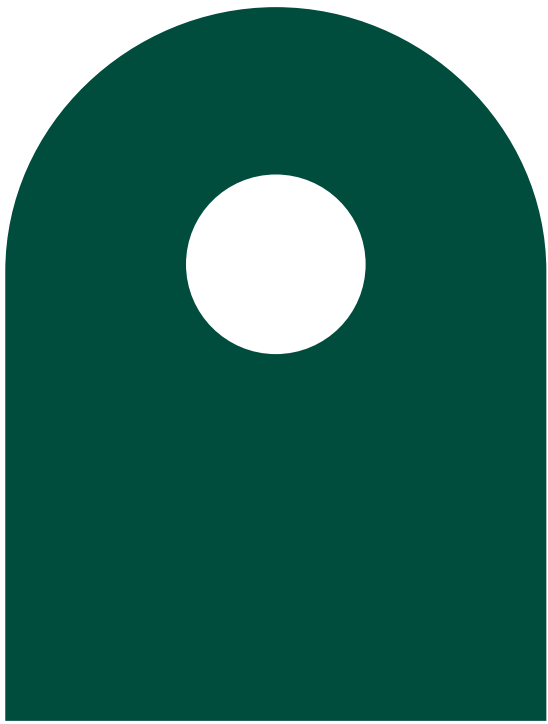
Este espacio de reserva no debe ser invadido por ningún elemento extraño al isotipo para mantener la legibilidad de este.





Tamaño mínimo de reproducción

El tamaño mínimo de reproducción del isotipo es de 8 mm de ancho para soportes impresos y de 55 px para soportes digitales.

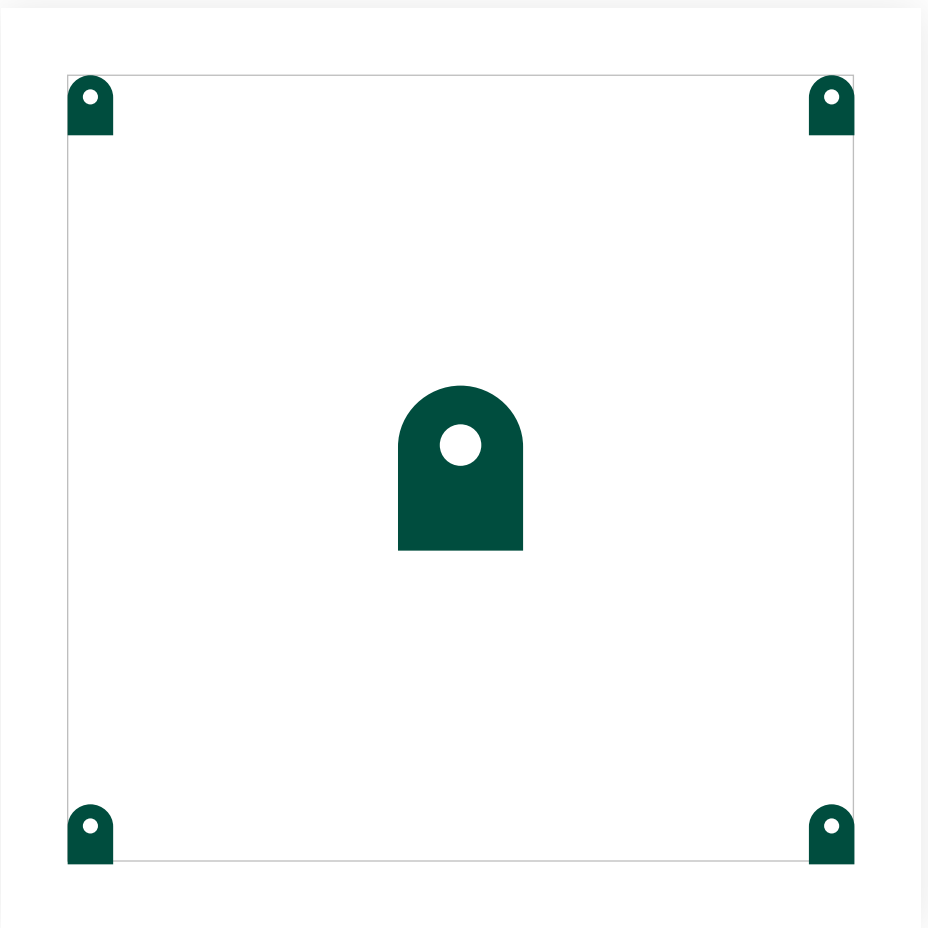
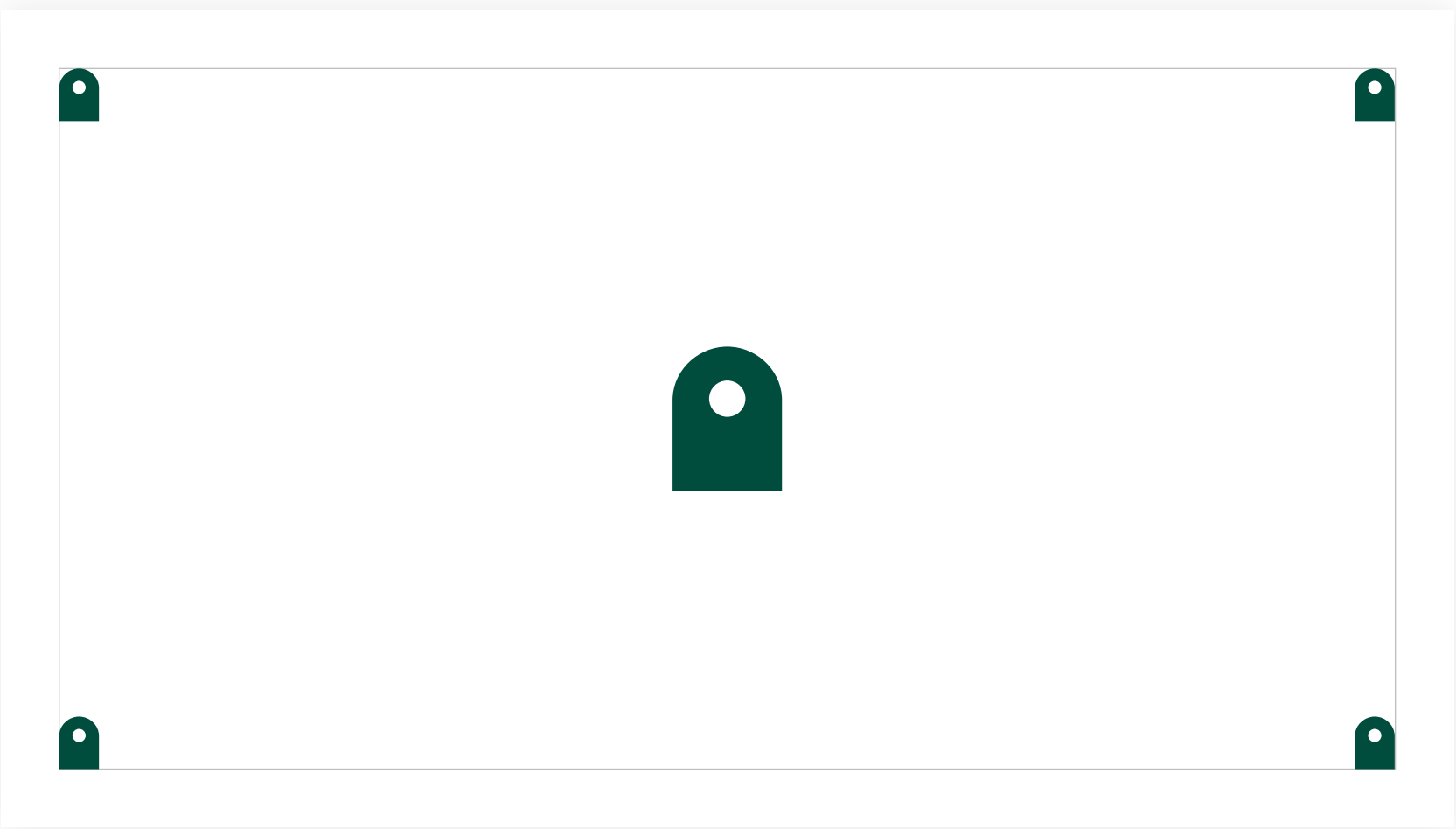
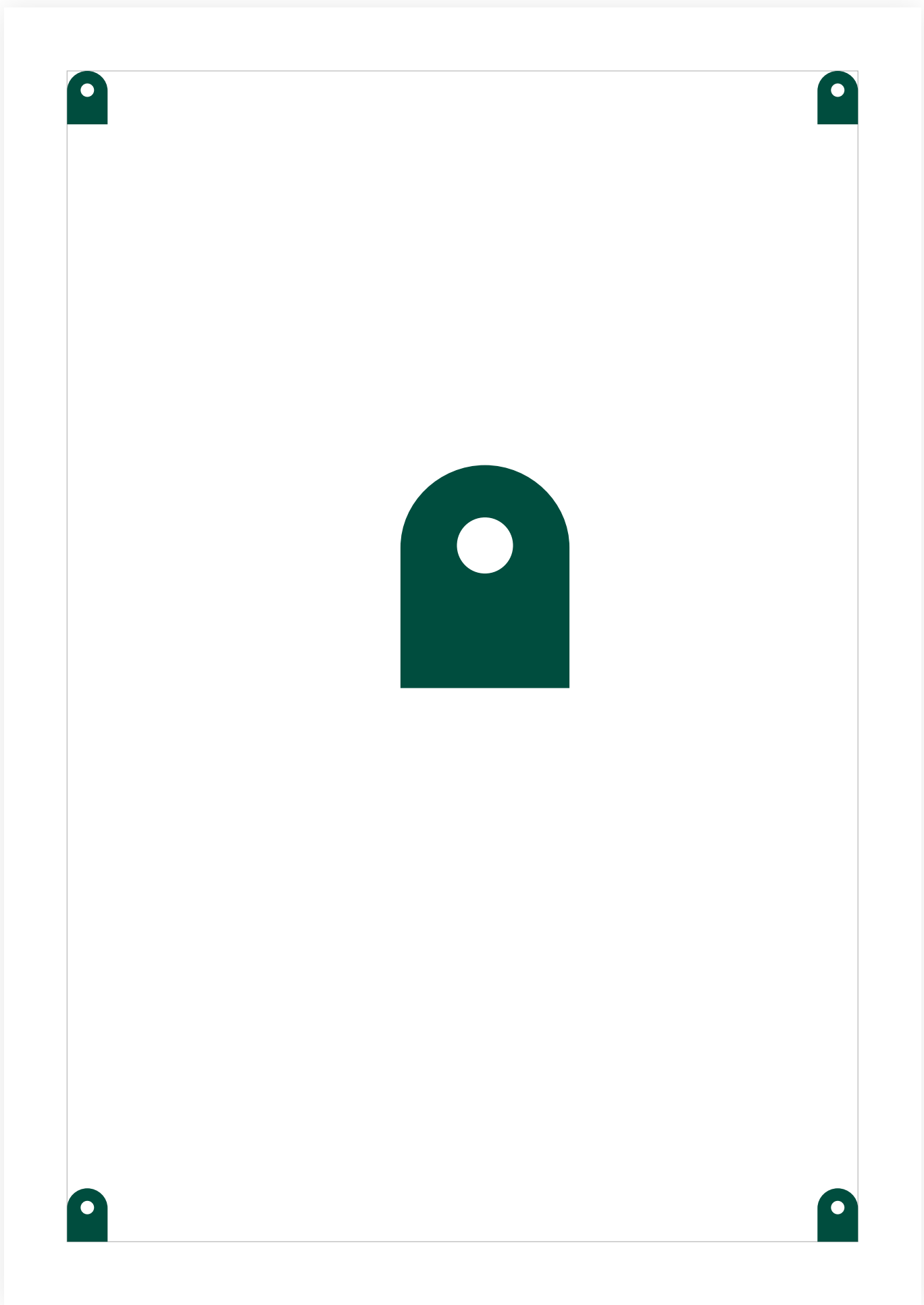




Aplicación

Tanto en formatos horizontales como verticales y cuadrados, el isotipo se puede alinear tanto al centro de la pieza como a las cuatro esquinas respetando el margen del documento.

En todos los casos, se utiliza la disposición que mejor se integre en el diseño.





Aplicación

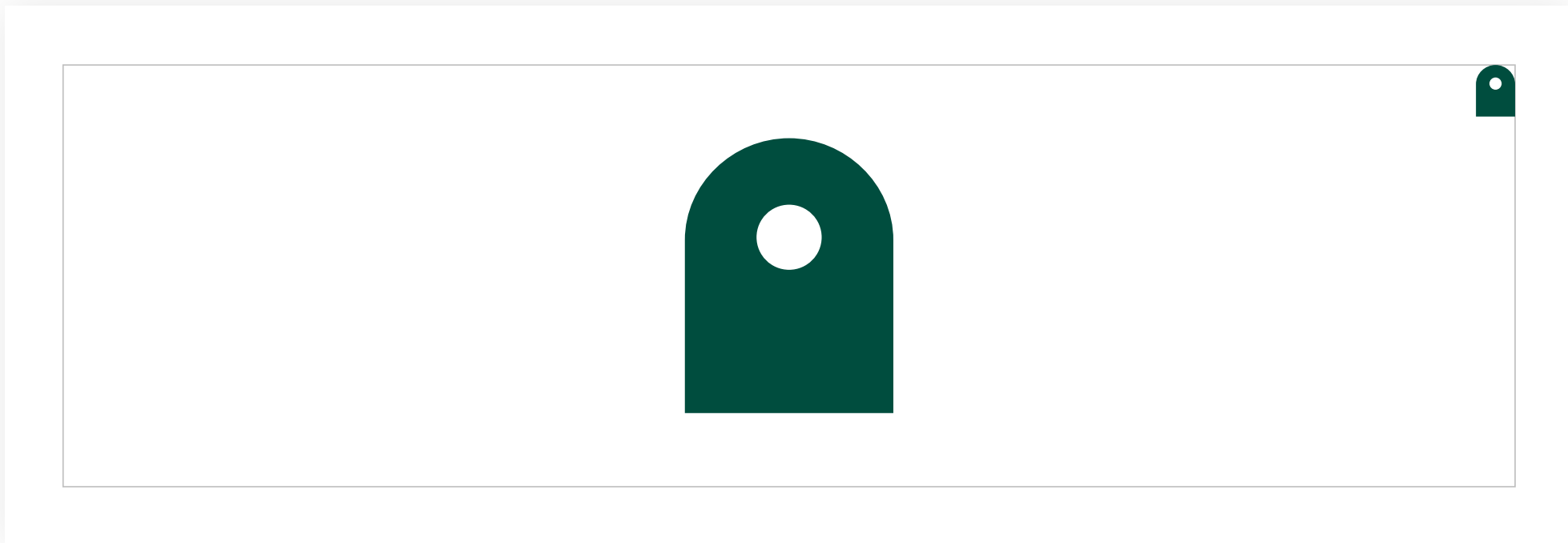
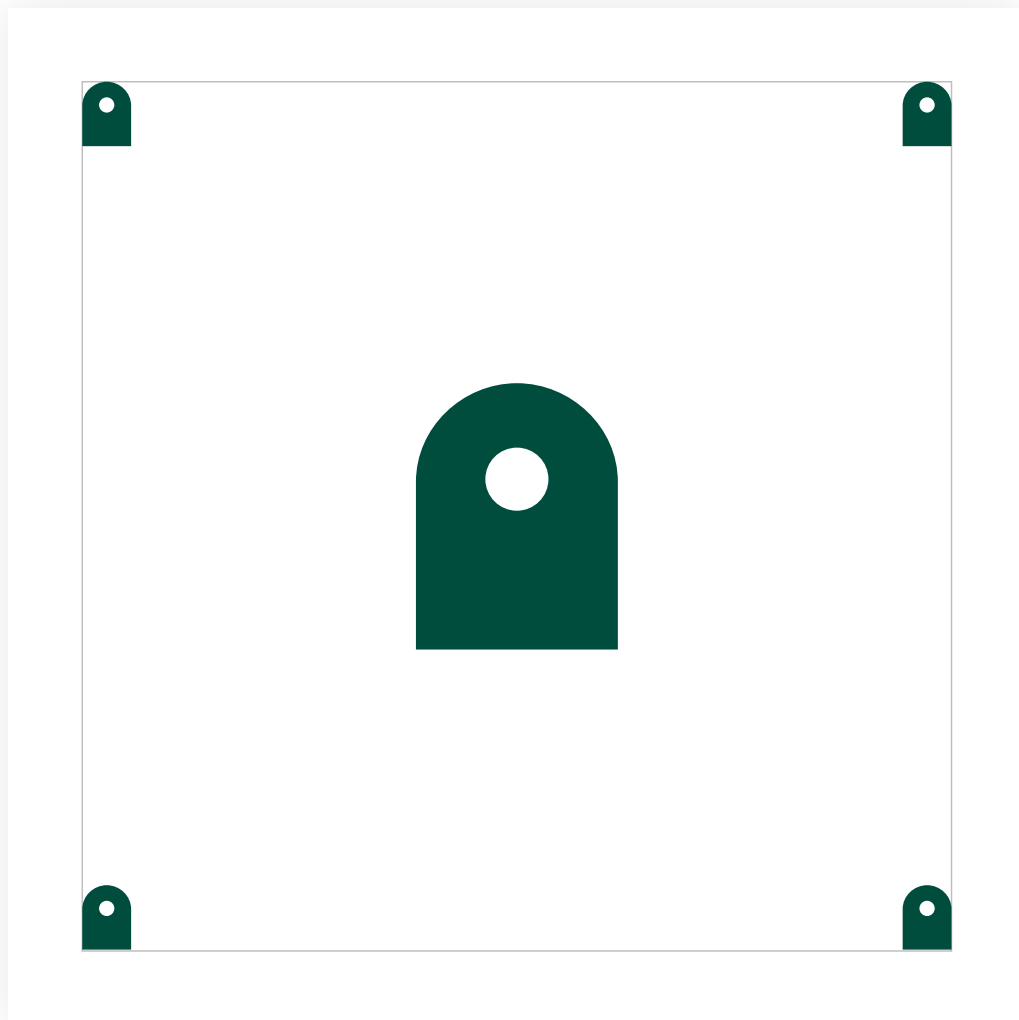
En redes sociales

Imagen de perfil: Se emplea el isotipo únicamente en positivo y negativo con fondo verde botella.

Cabeceras y formato vertical El isotipo se aplica en la esquina superior derecha o a mayor tamaño centrado en el documento respetando los márgenes.

Formato 1:1: El isotipo se aplica en las cuatro esquinas a mayor tamaño centrado en el documento respetando los márgenes.

Se respetan en todos los formatos el área de reserva y los tamaños mínimos de reproducción especificados en apartados anteriores de este manual, así como el área de seguridad que corresponda a cada formato. 

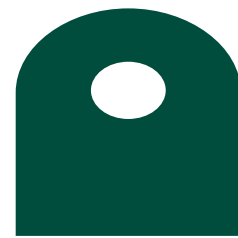




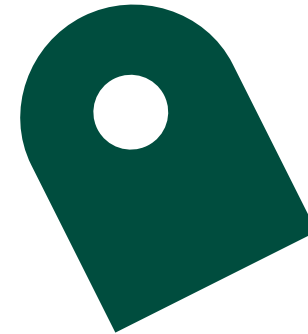
Usos indebidos

Se deben respetar los usos canónicos del isotipo para una aplicación sólida, legible y coherente de la identidad visual.

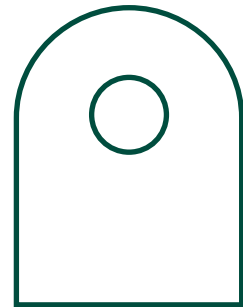
* Salvo excepciones en las que se utilice el isotipo como elemento gráfico personalizado en campañas de comunicación temáticas. En ese caso se usará exclusivamente como elemento de comunicación y nunca como una versión del isotipo.



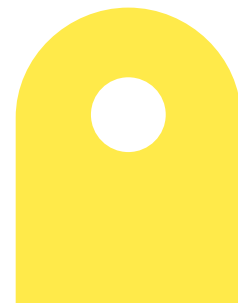
No deformar las proporciones del isotipo.



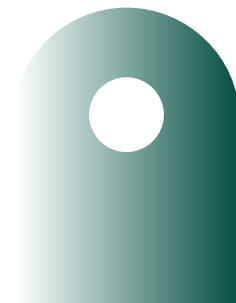
No rotar el isotipo.



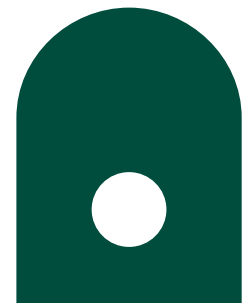
No utilizar el trazo del isotipo.



No utilizar el isotipo en colores distintos a los establecidos.



No aplicar efectos o degradados en el isotipo.



No modificar ni añadir elementos a la composición del isotipo*.



03.4

Tipografía



Figtree

Figtree es una tipografía sans-serif contemporánea, diseñada para ser versátil y legible en una amplia variedad de contextos.

Se caracteriza por sus líneas limpias, formas geométricas y una estructura simple pero sofisticada. Los caracteres son ligeramente redondeados, lo que les otorga un toque amigable y moderno, manteniendo al mismo tiempo una estética minimalista.

Descargar tipografía

abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ

0123456789
¿?¡!()/&%\$#

Figtree



Figtree

Esta tipografía cuenta con siete pesos tipográficos.

Se priorizan los pesos tipográficos más finos como light o regular, y se utilizarán medium, semibold y bold para destacados o jerarquías tipográficas.

Se recomienda evitar el uso de los pesos tipográficos Extrabold y Black.

AaBbCc123

Light + Italic

AaBbCc123

Bold + Italic

AaBbCc123

Regular + Italic

AaBbCc123

Extrabold + Italic

AaBbCc123

Medium + Italic

AaBbCc123

Black + Italic

AaBbCc123

Semibold + Italic



Jerarquías tipográficas

Para facilitar la legibilidad y comprensión de los contenidos se establecen jerarquías tipográficas.

Para ello, se pautan cuerpos y estilos diferentes para titulares, texto corrido o destacados.

Antetítulos, ladillos y pies
Figtree Medium Mayúscula

SOBRE NOSOTROS

Una organización líder que inspira confianza

Grandes titulares
Figtree Semibold

Titulares
Figtree Semibold

Somos los del verde

Somos el único SCRAP especializado que ofrece: a las empresas una respuesta única para la sostenibilidad de todos sus envases; a las administraciones un modelo de gestión de confianza y excelencia; y a la sociedad la garantía de que avanza hacia un futuro responsable con las siguientes generaciones.

Tenemos un gran reto por delante. Pero contamos con un gran propósito para alcanzarlo: “Hacer realidad la transformación de nuestros pueblos y ciudades ante los retos de la economía circular para que el esfuerzo de empresas, administraciones y comunidades prospere gracias a nuestro conocimiento, dedicación y capacidad de innovación”

Botón
Figtree Semibold

Saber más

Destacados (titular)
Figtree Semibold

La hostelería, nuestra aliada

Destacados (cuerpo de texto)
Figtree Light

El sector hostelero es un gran motor para la economía y el desarrollo. Somos un país de bares y nosotros trabajamos para que esos bares se comprometan con el reciclaje de envases de vidrio y contribuyan a la lucha contra el cambio climático y la sobreexplotación de los recursos.

Numerales
Figtree Semibold

+60

Nuevos planes de acción

Ecovidrio pone en marcha más de sesenta nuevos planes de acción de cara a cumplir los objetivos marcados en el año 2030.



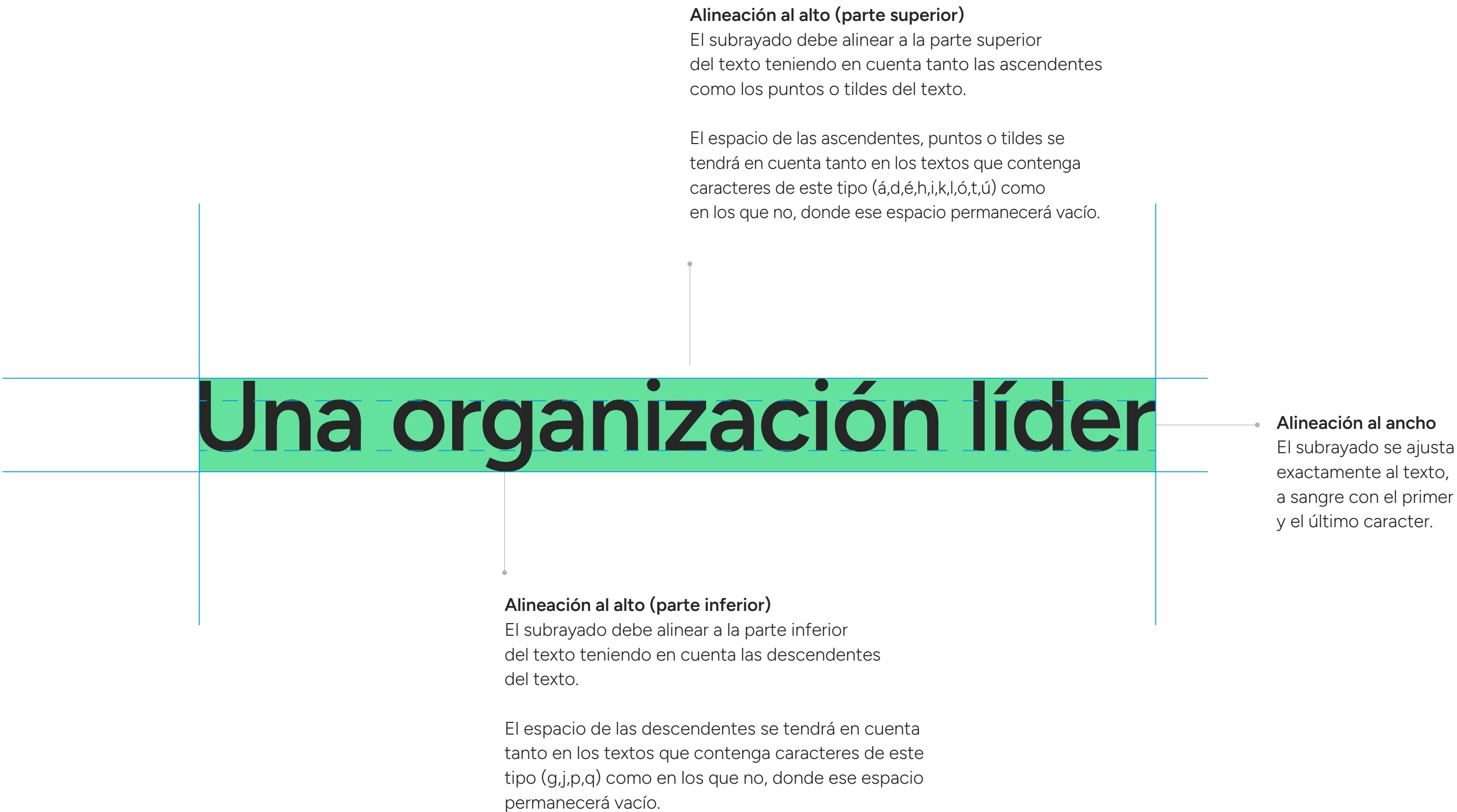
Subrayado

Uno de los elementos tipográficos más destacados en Ecovidrio es el uso de subrayados para enfatizar o destacar frases o palabras clave.

Este recurso se aplica siempre en verde manzana, empleando el peso semibold en la tipografía.

El subrayado debe ajustarse exactamente al texto, sin dejar espacios entre el borde del subrayado y las letras. Debe abarcar todo el ancho del texto, y en altura debe alinearse con las ascendentes y las descendentes del texto, así como con puntos y tildes.

En aquellos softwares que esté disponible (PowerPoint, Word, Paper, etc.) se usará la opción de subrayado preestablecido.





Alternativa de sistema

La tipografía de sistema se utiliza únicamente cuando no sea posible emplear la tipografía corporativa. En esos casos concretos se emplea la tipografía Arial para sustituir a la tipografía corporativa Figtree.

AaBbCcDd 1234

Figtree



AaBbCcDd 1234

Arial



Recomendaciones

Para que el uso de la tipografía sea consistente debemos seguir las siguientes recomendaciones:

Subrayados

Uno de los elementos tipográficos más destacados en Ecovidrio es el uso de subrayados para enfatizar o destacar frases o palabras clave.

Este recurso se aplica siempre en verde manzana, empleando el peso semibold en la tipografía y ajustando los márgenes tal y como se indica en el apartado anterior.

Grandes numerales

Los numerales pueden aplicarse a grandes tamaños para dar expresividad a las piezas.

Sobre fondos en verde medio y verde oscuro se emplean en blanco a una opacidad del 20%

Sobre fondos en menta, azul, crema y salmón se emplean en blanco a una opacidad del 50%

Movilización

En redes sociales

Para garantizar la legibilidad se evitan los textos por debajo de 14 pt. en estos formatos.

La tipografía puede emplearse a mayor tamaño así como en movimiento para conseguir piezas más expresivas.

Cuando el sistema operativo no permita el uso de la tipografía corporativa se emplea la alternativa de sistema (Arial)

Destacado

Pueden emplearse módulos cuadrados para destacar información.

Se aplican siempre en verde manzana sobre imagen o fondo de color. Tanto la tipografía como los iconos se utilizan en negro.



03.5

Color



Paleta de color

La paleta consta de doce colores, con un mayor peso de tonos verdes, asociados históricamente a la marca por su vínculo con el vidrio. El verde botella es el color principal, seguido de verde medio, verde manzana y blanco, que aporta equilibrio y luminosidad.

Como colores secundarios, se emplean cuatro tonos pastel: crema, menta, salmón y azul. Además, la paleta incluye dos tonos de gris, un negro para dar modernidad y un amarillo utilizado puntualmente para añadir frescura en recursos como la ilustración, generando un vínculo con el amarillo del iglú.

Se emplean los valores RGB y Hexadecimal para materiales digitales y los valores CMYK y Pantone para materiales impresos.

Verde botella

HEX #005746
RGB 0, 87, 70
CMYK 90, 0, 60, 60
PANTONE 343 C

Verde medio

HEX #009556
RGB 0, 149, 86
CMYK 88, 0, 83, 21
PANTONE 7731 C

Menta

HEX #D0E7D4
RGB 208, 231, 212
CMYK 20, 0, 15, 0
PANTONE 621 C

Crema

HEX #FFFBD F
RGB 255, 251, 223
CMYK 0, 0, 20, 0
PANTONE 7499 C

Blanco

HEX #FFFFFF
RGB 255, 255, 255
CMYK 0, 0, 0, 0
—

Verde manzana

HEX #76E5A3
RGB 118, 229, 163
CMYK 50, 0, 40, 0
PANTONE 352 C

Salmón

HEX #FFE3D7
RGB 255, 227, 215
CMYK 0, 15, 15, 0
PANTONE 4031 C

Azul

HEX #D9ECF B
RGB 217, 236, 251
CMYK 20, 0, 0, 0
PANTONE 290 C

Gris claro

HEX #E7E7E7
RGB 231, 231, 231
CMYK 0, 0, 0, 10
PANTONE Cool Gray 1C

Gris medio

HEX #9D9D9D
RGB 157, 157, 157
CMYK 0, 0, 0, 50
PANTONE Cool Gray 8C

Negro

HEX #262626
RGB 38, 38, 38
CMYK 0, 0, 0, 100
PANTONE BLACK C

Amarillo

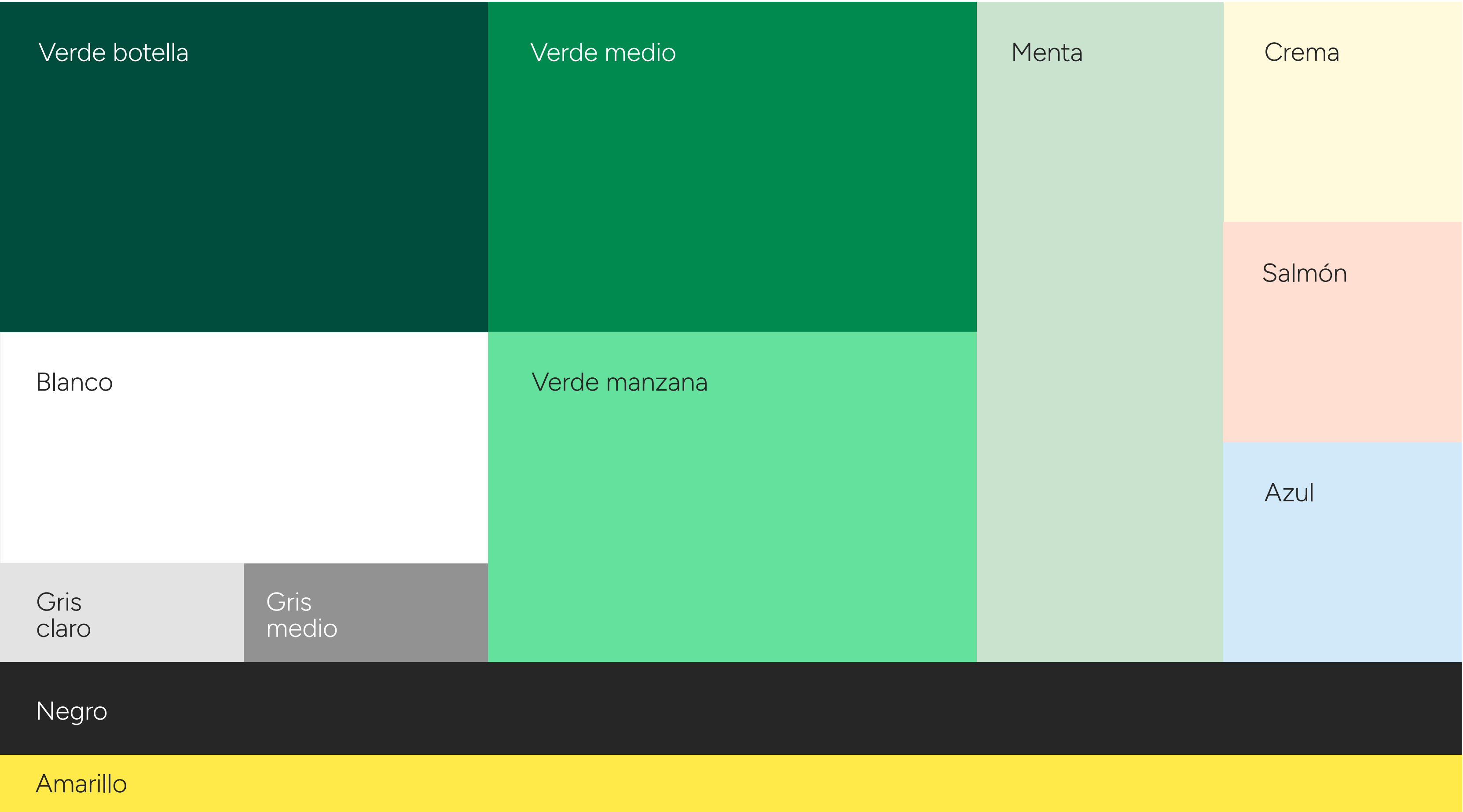
HEX #FFEE3B
RGB 255, 238, 59
CMYK 0, 0, 90, 0
PANTONE 102 C



Porcentajes de uso

Este esquema representa el porcentaje de uso de la paleta corporativa y la prioridad de uso de cada color.

La identidad visual de Ecovidrio prioriza el uso de los tonos verdes, blanco y gris seguido del crema, salmón y azul. El amarillo y el negro tienen un uso puntual para ilustraciones y textos respectivamente.





Recomendaciones

Para que el uso del color sea consistente se deben seguir las siguientes recomendaciones:

Color en las ilustraciones

En las ilustraciones, se debe evitar el uso de otros colores (pertenecientes a la paleta corporativa o no) que no sean los pautados en el manual.

03.7 Estilo ilustrativo

Fondo de color

Se pueden usar como fondo todos los colores de la paleta corporativa a excepción del negro y el amarillo.

En redes sociales

Se aplican siempre los colores corporativos utilizando los valores RGB.

Se evita incluir colores que no pertenezcan a la paleta corporativa salvo, de forma excepcional, cuando se requiera para crear líneas gráficas o campañas de comunicación concretas.

¿Quieres una tapa?



ecovares
ECOVIDRIO

Una organización líder que **inspira confianza**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur 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. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla.

#Sostenibilidad #Ecovidrio #Futuro

08

Uso del amarillo

Se reserva el uso del color amarillo para el emblema, las ilustraciones y para algunos destacados puntuales.

Uso del negro

Se reserva el uso del color negro únicamente para textos e ilustraciones.



03.6

Recursos gráficos



Emblema

Ecovidrio cuenta con un emblema característico de la marca: la ilustración de “solo vidrio” de los contenedores verdes.

El emblema se emplea principalmente en materiales corporativos de carácter más informal, y que permitan un tono más expresivo y amable.

Puede emplearse tanto en cinco tintas como a una sola tinta. Se prioriza el uso del emblema a una sola tinta en aquellos soportes en los que sea necesario optimizar el uso de tinta.

Emblema a cinco tintas



Emblema a una tinta





Versiones en otras lenguas

El emblema cuenta con versiones específicas en las lenguas oficiales tanto en su aplicación a tres tintas como en su aplicación monocromática.

En contextos donde la lengua oficial sea el catalán, gallego o euskera se prioriza el uso del emblema con su correspondiente traducción frente a la versión en castellano.

Las versiones traducidas a otras lenguas  del emblema siguen las mismas pautas de aplicación que su versión en castellano.

Catalán



Euskera



Gallego





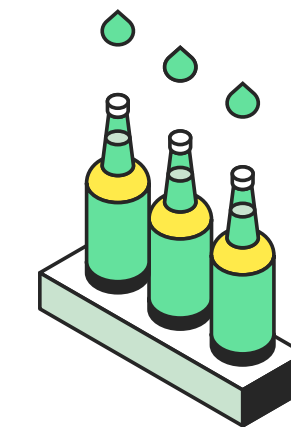
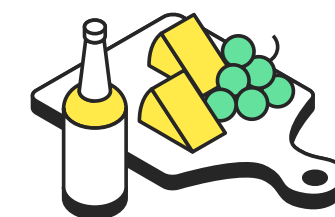
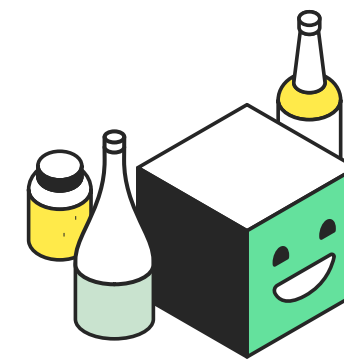
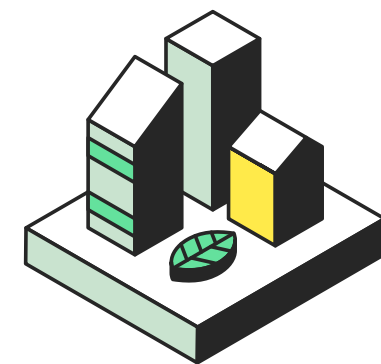
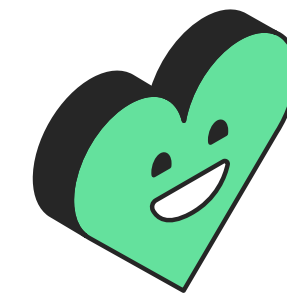
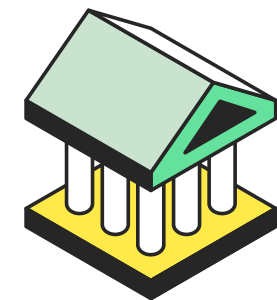
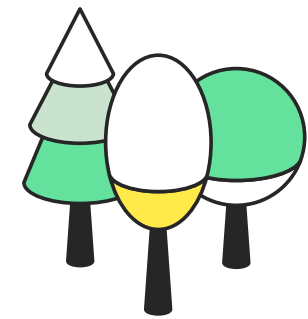
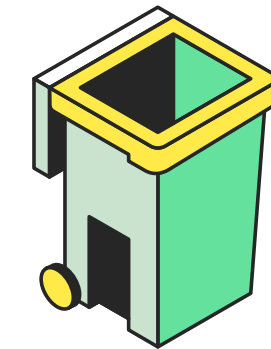
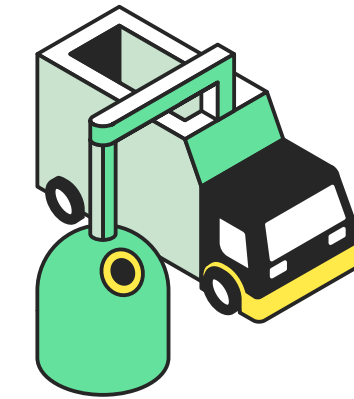
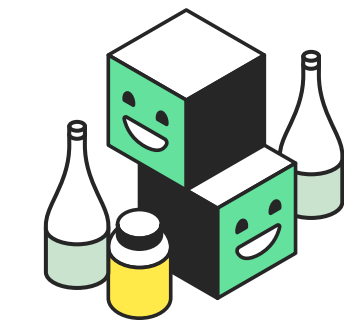
03.7

Estilo ilustrativo



Estilo

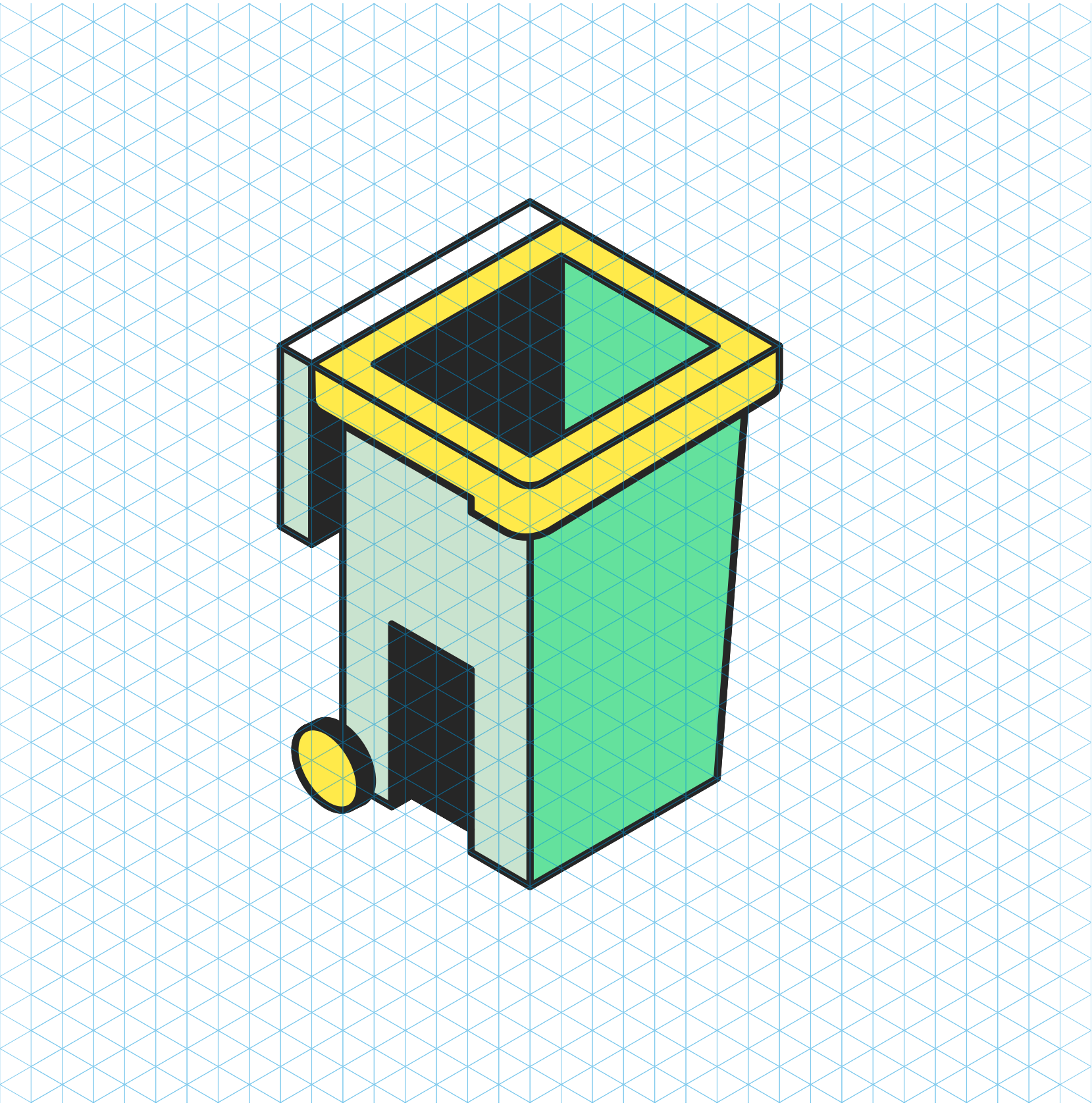
Ecovidrio cuenta con una estilo ilustrativo que permite a la marca expresar y representar de manera sencilla escenas y procesos complejos relacionados con el reciclaje del vidrio desde un tono amable, cercano, alegre y moderno, en línea con los atributos de su personalidad.





Construcción

Las ilustraciones se componen a partir de una retícula isométrica, que otorga una sensación tridimensional, así como de formas geométricas simples que combinan la masa y la línea para crear composiciones sencillas y limpias.





Pautas de uso

Para un uso consistente del estilo ilustrativo se recomienda emplear el mismo tamaño cuando se utilicen varias ilustraciones en un mismo material, así como seguir siempre las siguientes pautas de aplicación del color:

Trazo

- Negro

Relleno

- Negro
- Blanco
- Verde medio
- Verde manzana
- Menta
- Amarillo

Color de fondo*

- Blanco
- Gris claro
- Menta
- Azul
- Crema

*Evitar los verdes oscuros y medios así como el gris medio, amarillo y negro para impedir que se empasten con las ilustraciones.



03.8

Estilo iconográfico



Recomendaciones generales

Para la reproducción del estilo iconográfico se recomienda:

01. Mantener el mismo grosor de línea en todos los iconos, proporcional al tamaño en el que se apliquen.

02. Evitar los acabados redondeados, siempre que no sean necesarios para la representación del concepto.

03. Los iconos deben transmitir sensación de cercanía y amabilidad.

04. Se debe mantener el mismo nivel de detalle en todos los iconos de la marca.





03.9

Estilo fotográfico



Tono y estilo

El lenguaje fotográfico de Ecovidrio se caracteriza por tener un tono amable y cercano, a la par que profesional y riguroso.

En estilo fotográfico predominan las imágenes cálidas con escenas naturales de diferentes temáticas.

Se muestran tanto imágenes más inspiradores de la ciudadanía, hosteleros y otros agentes implicados en la cadena de reciclaje del vidrio, como imágenes más técnicas sobre el proceso de reciclaje.





Recomendaciones generales

Para una buena creación y selección fotográfica se recomienda:

- 01. **Buscar perspectivas y encuadres limpios.**
- 02. **Optar por luces naturales.**
Una buena iluminación es fundamental.
- 03. **Evitar escenas con mucho ruido visual.**
- 04. En caso de que aparezcan personas, **se recomiendan posturas y actitudes naturales**, así como optar por retratarlos en escenarios reales.
- 05. **Buscar fotografías donde abunden los tonos claros y la luminosidad.**
- 06. En la medida de lo posible, **se evitará que aparezcan en las fotografías colores vibrantes y llamativos** que no pertenezcan a la paleta corporativa.





03.10

Estilo infográfico



Recomendaciones

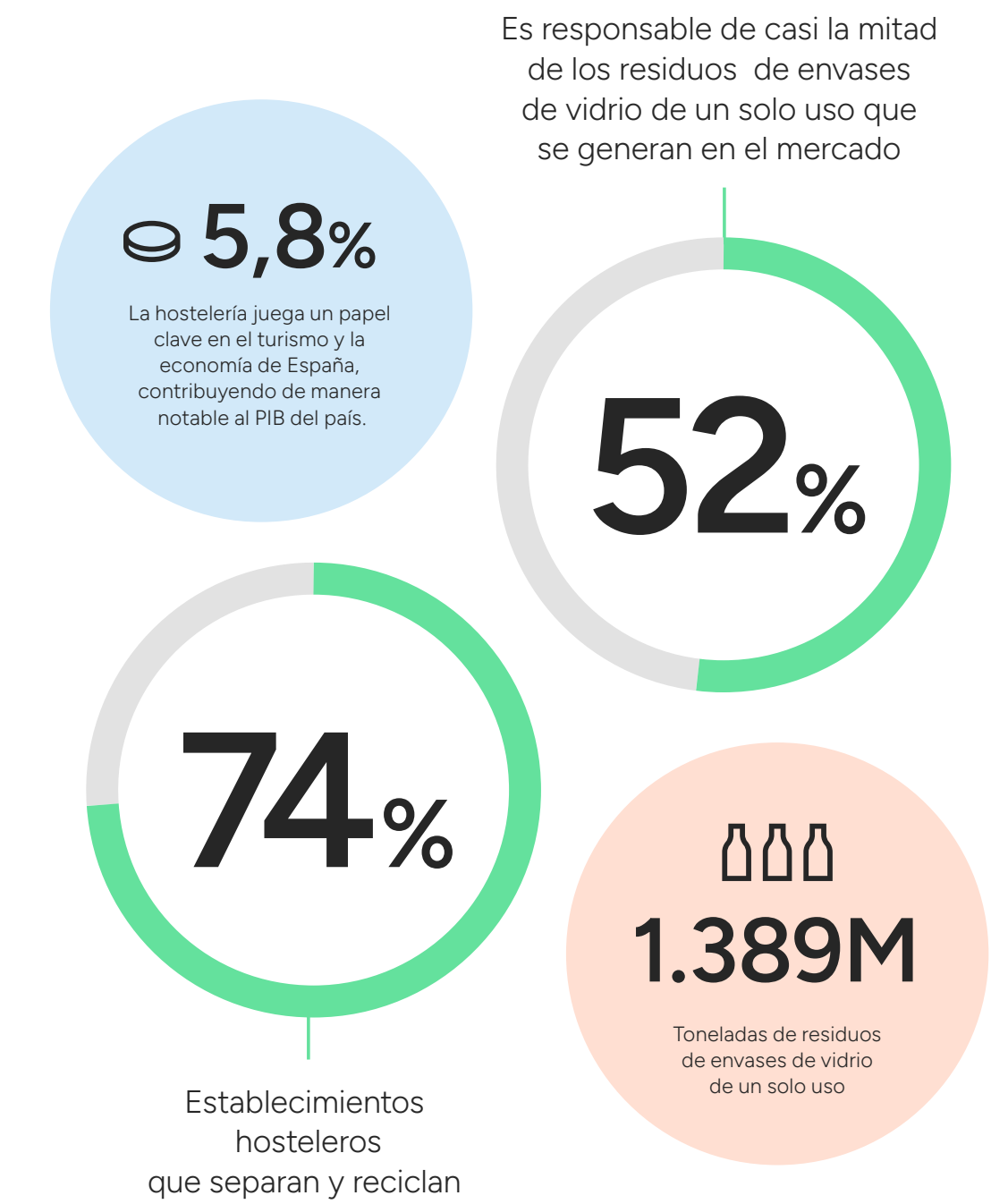
En los gráficos estadísticos debe primar la claridad y la legibilidad de los datos. Para ello se pauta el uso de gráficos planos sin perspectivas ni relieves.

Pueden emplearse todos los colores de la paleta corporativa. Se emplea el verde manzana cuando se quiera destacar algún aspecto del gráfico. Se debe evitar el uso del amarillo y el negro como fondo.

Se utilizan contrastes en las jerarquías tipográficas para facilitar la legibilidad de los datos.

Cuando sea necesario, pueden emplearse iconos e ilustraciones para facilitar la comprensión de los gráficos estadísticos o infografías.

La hostelería



Opina que estar adherido es más cómodo para cumplir con las obligaciones de la ley



9/10
Considera que Ecovidrio da un servicio bueno para trámites como FDE



127.946

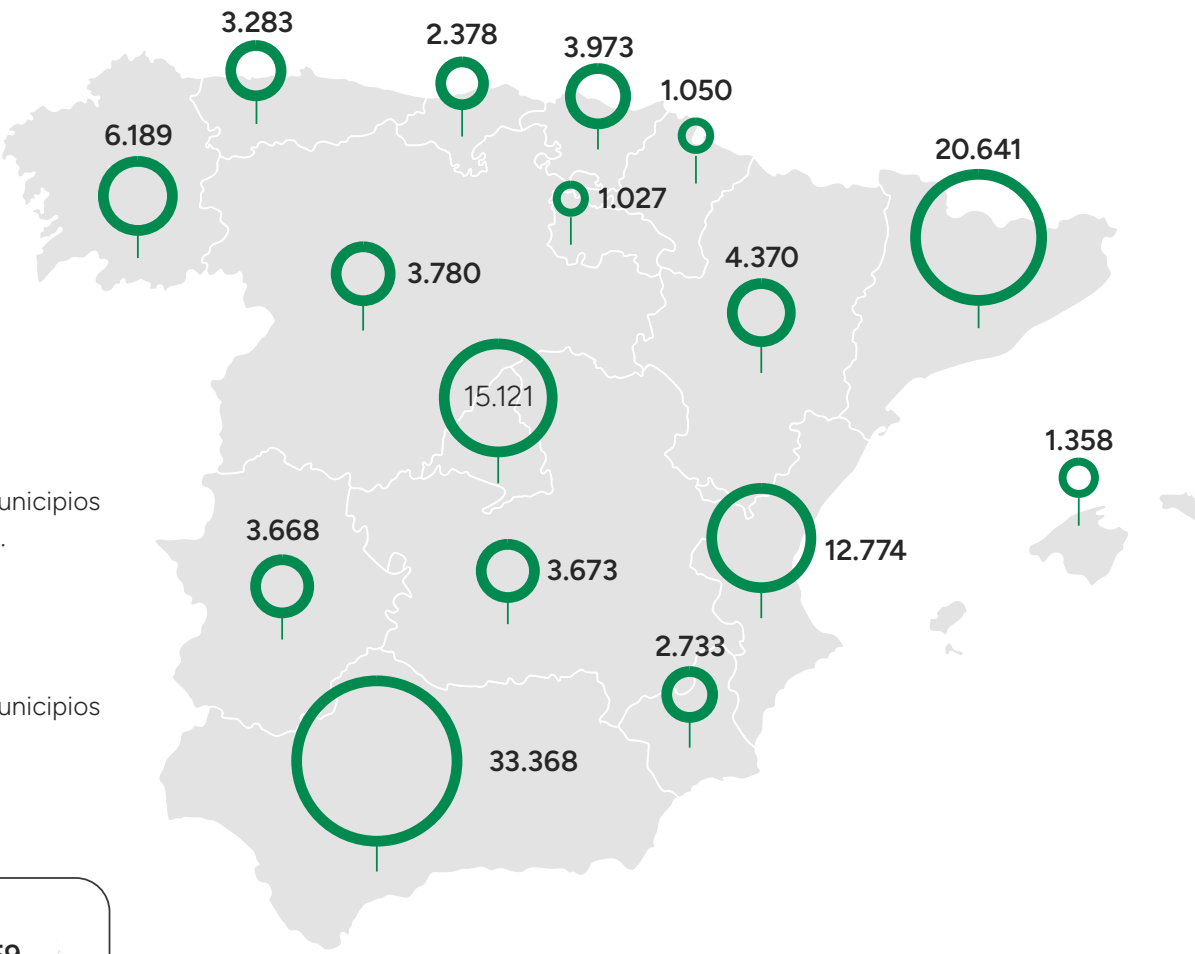
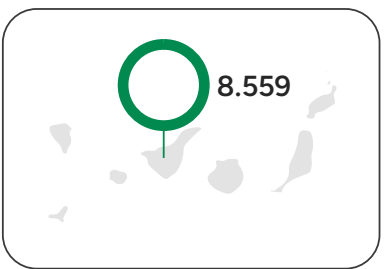
Establecimientos impactados a nivel nacional

117.746

Establecimientos en municipios de + 12.500 habitantes.

10.200

Establecimientos en municipios de - 12.500 habitantes.





03.11

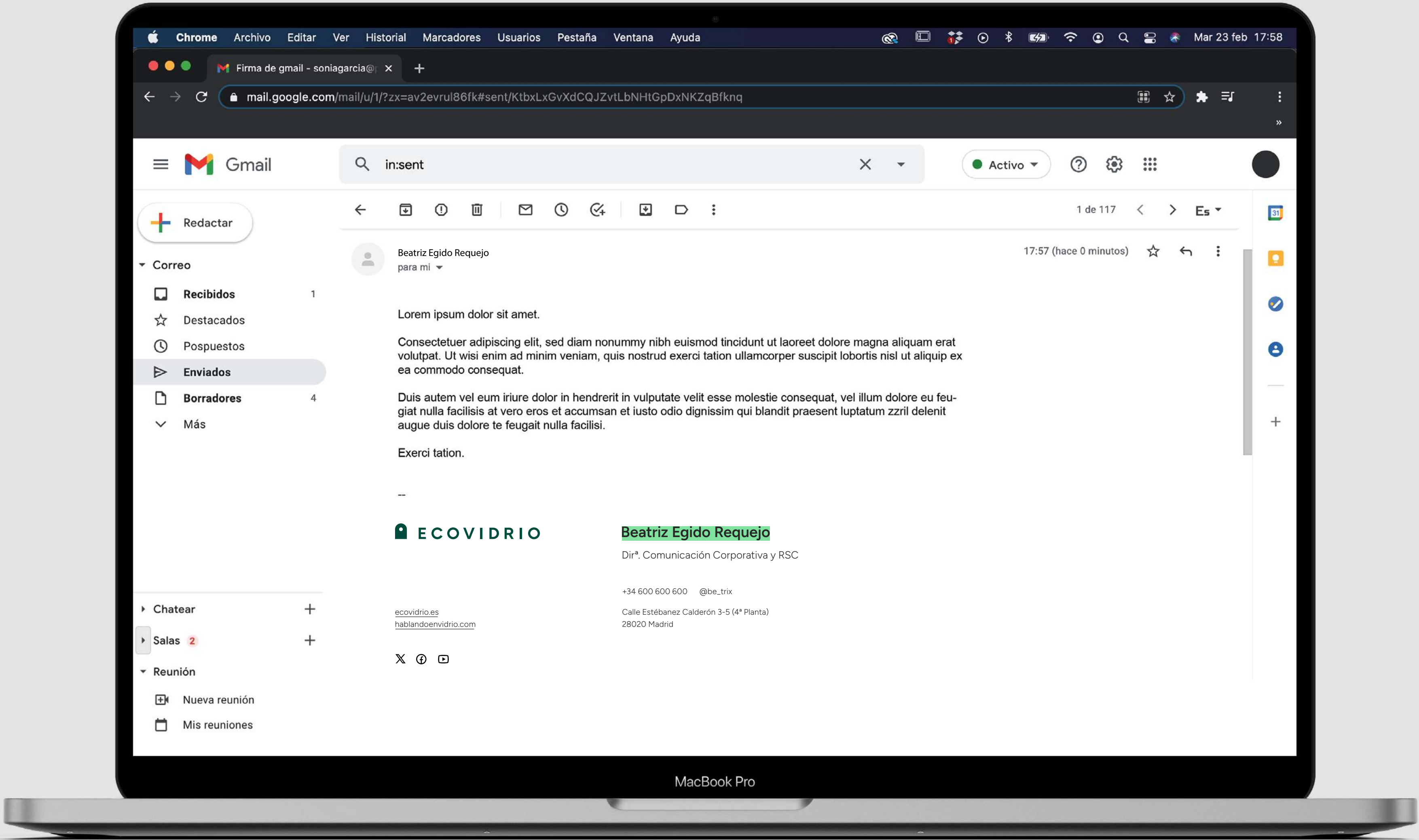
Aplicaciones





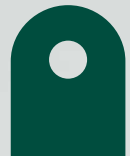


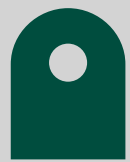


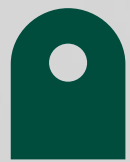














Ecovidrio
Somos el único SCRAP especializado que gestiona la recogida selectiva y la sostenibilidad desde el origen.
Servicios Mediambientales · Madrid, Community of Madrid · [Información de contacto](#)
11 mil seguidores · 11-50 empleados
[+ Seguir](#) [Enviar mensaje](#) [Más](#)

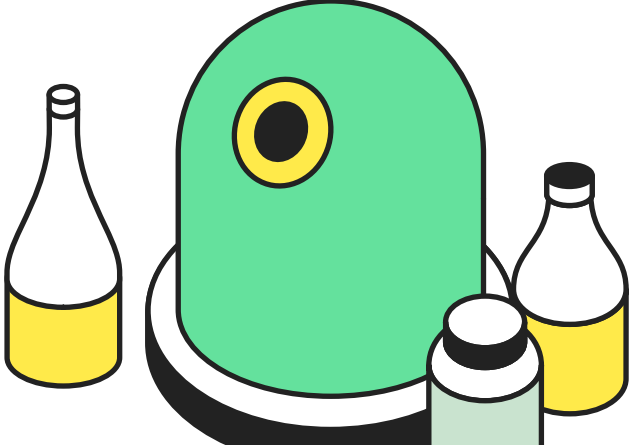


Somos los del verde

Ecovidrio
Somos el único SCRAP especializado que gestiona la recogida selectiva y la sostenibilidad del v desde el origen.
Servicios Mediambientales · Madrid, Community of Madrid · [Información de contacto](#)
11 mil seguidores · 11-50 empleados
[+ Seguir](#) [Enviar mensaje](#) [Más](#)



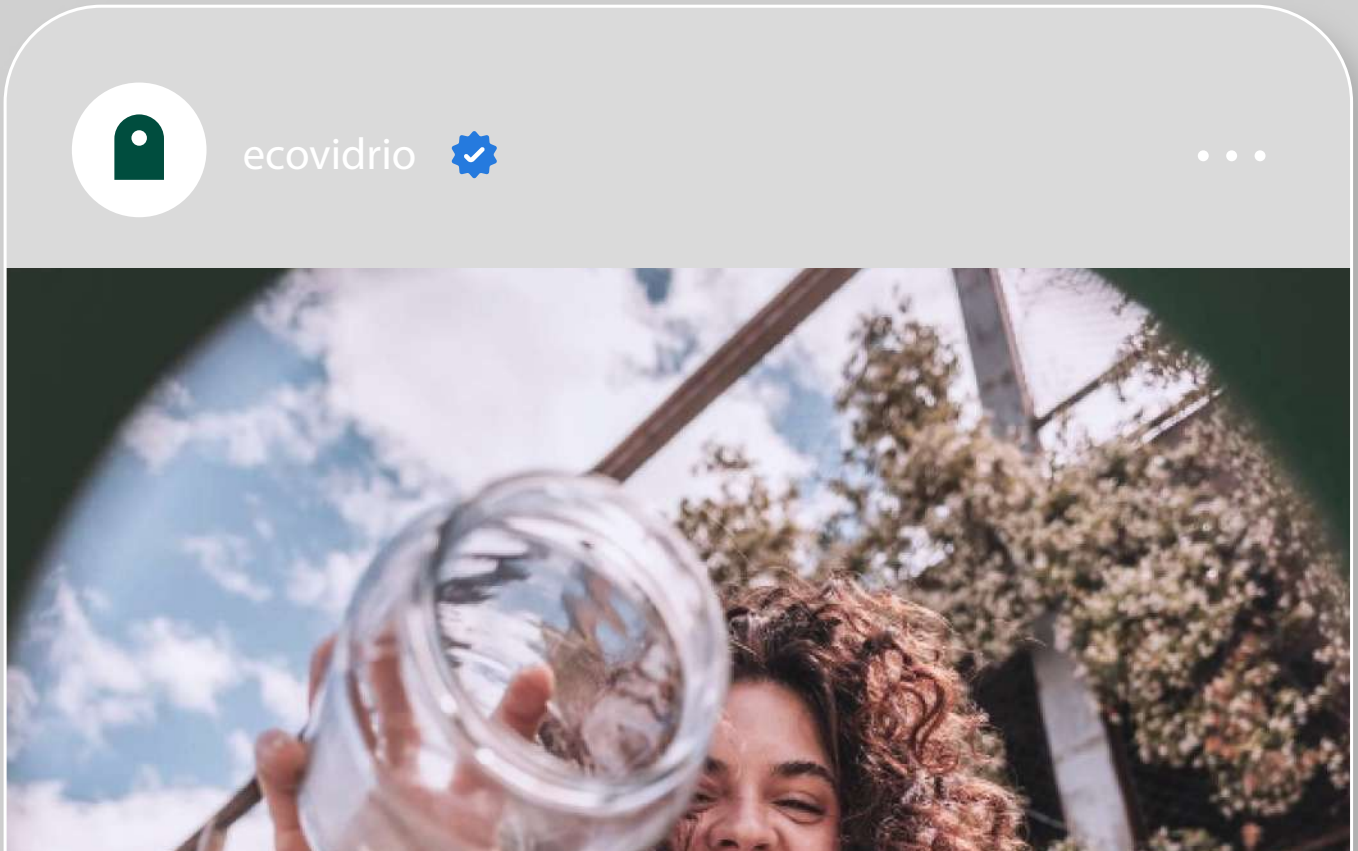
Conocimiento
Dedicación
Resultados

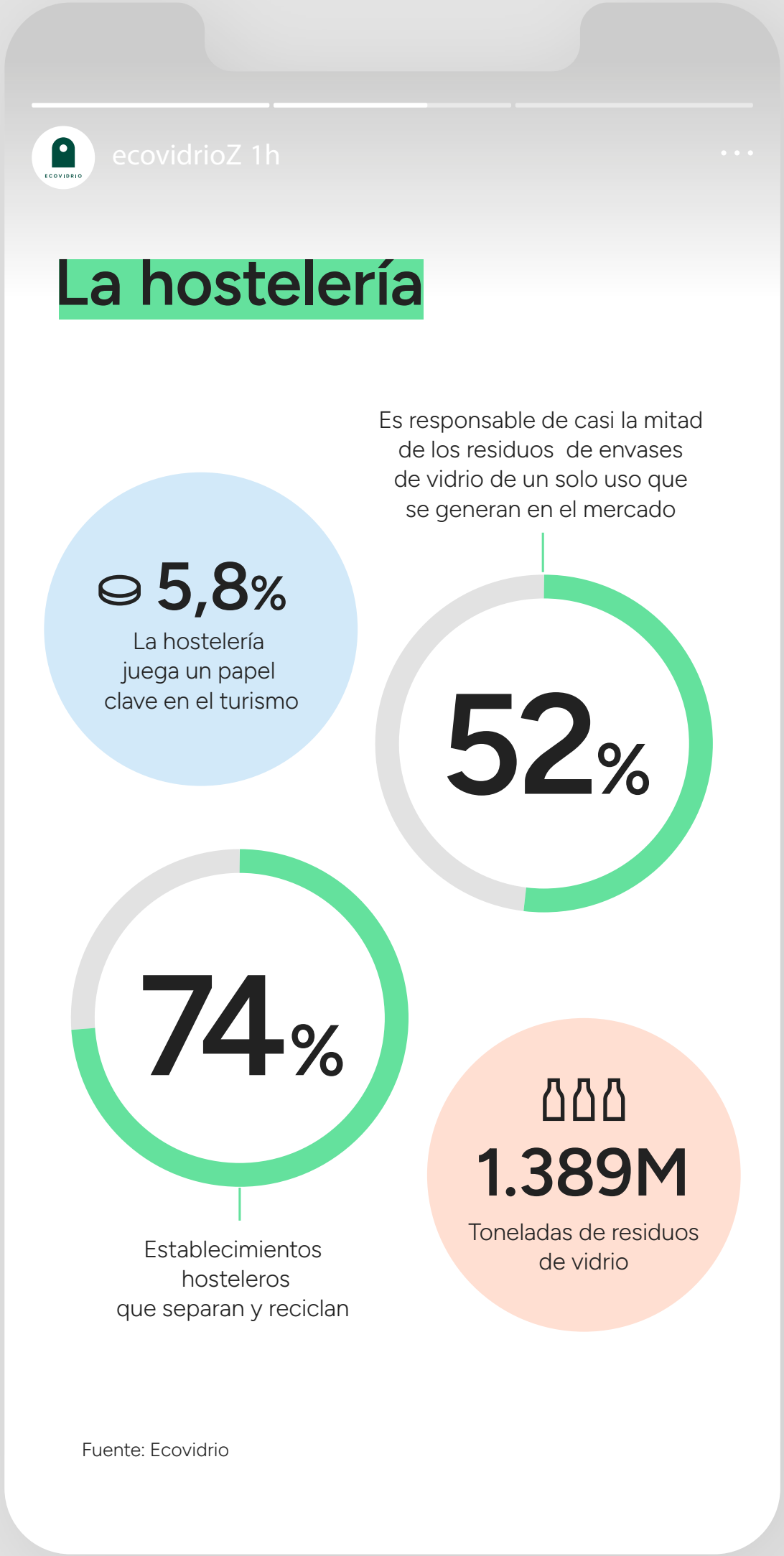


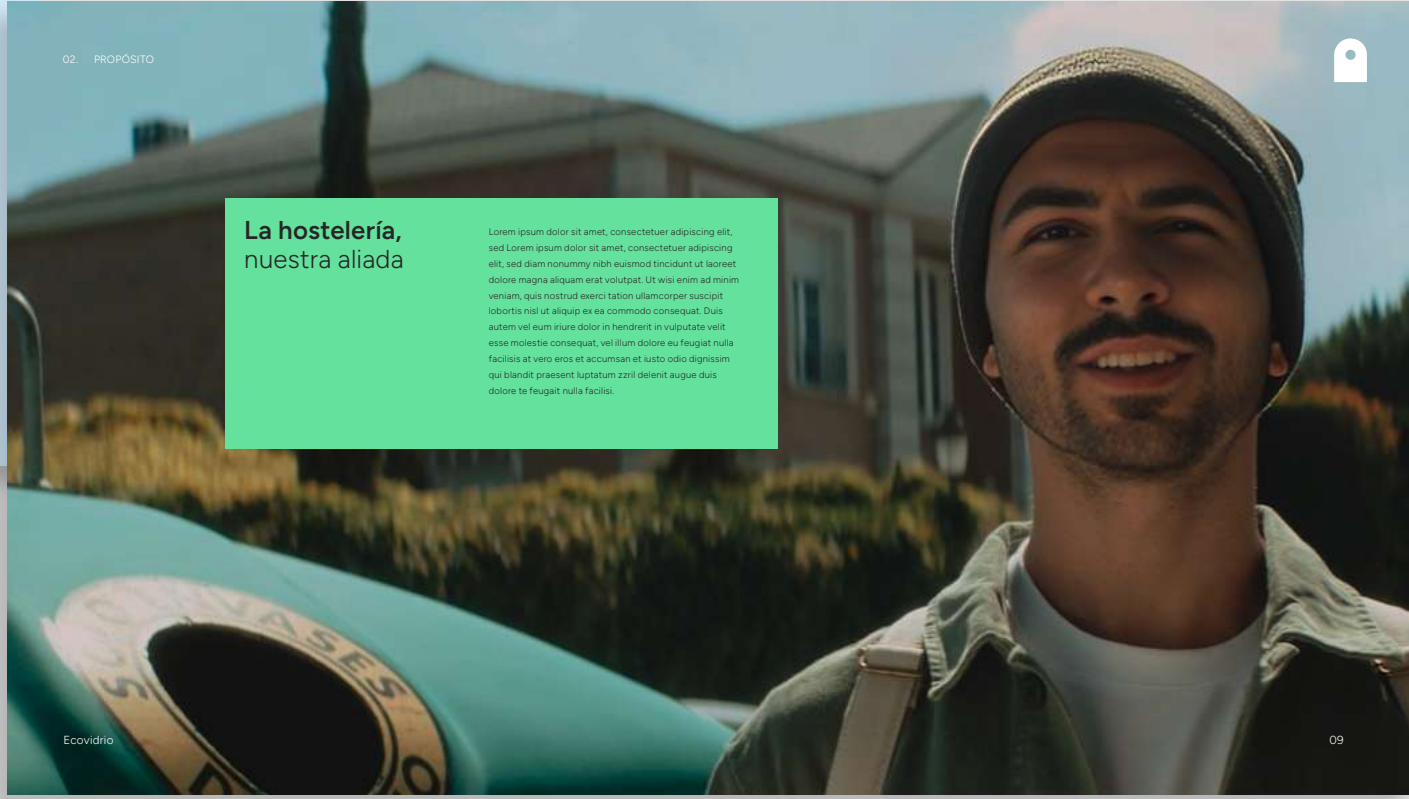
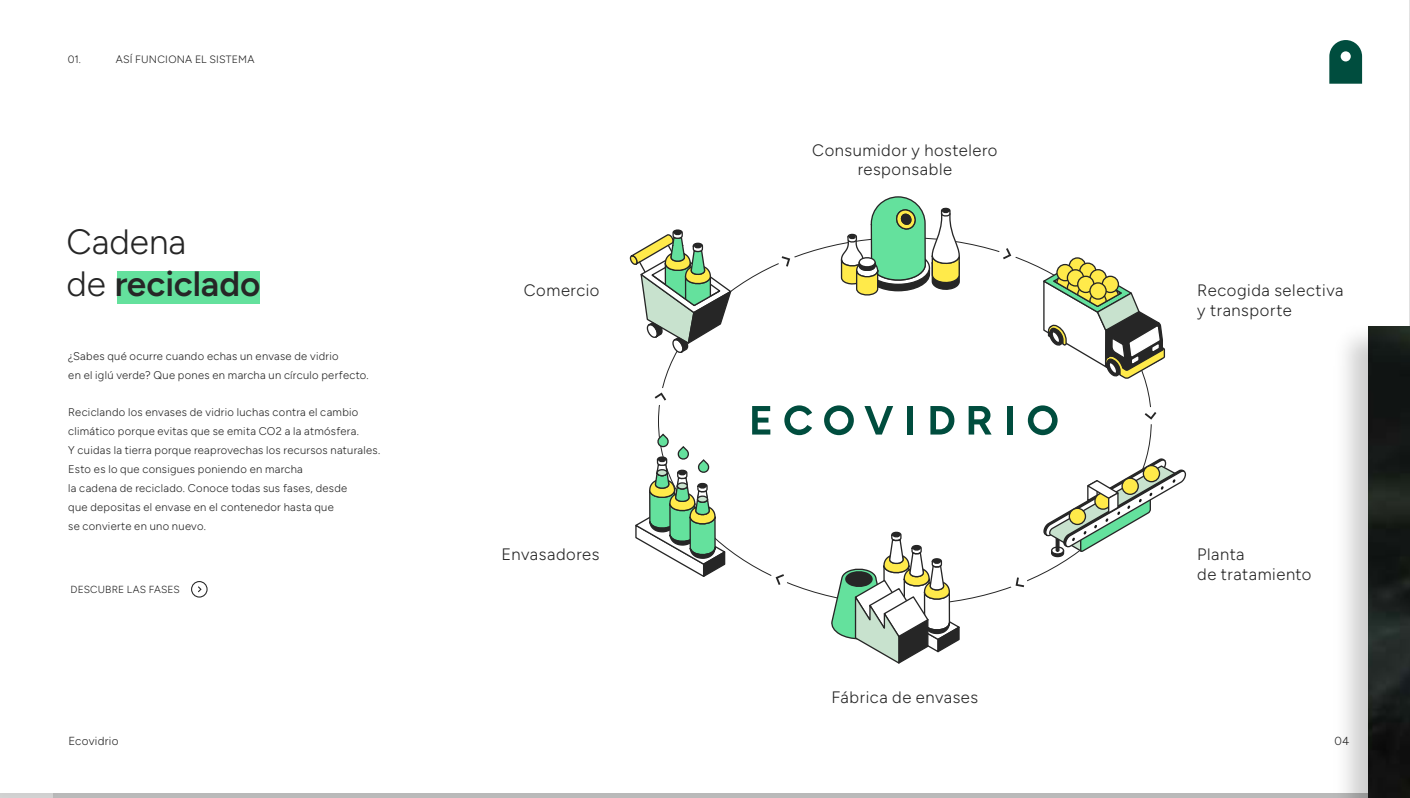
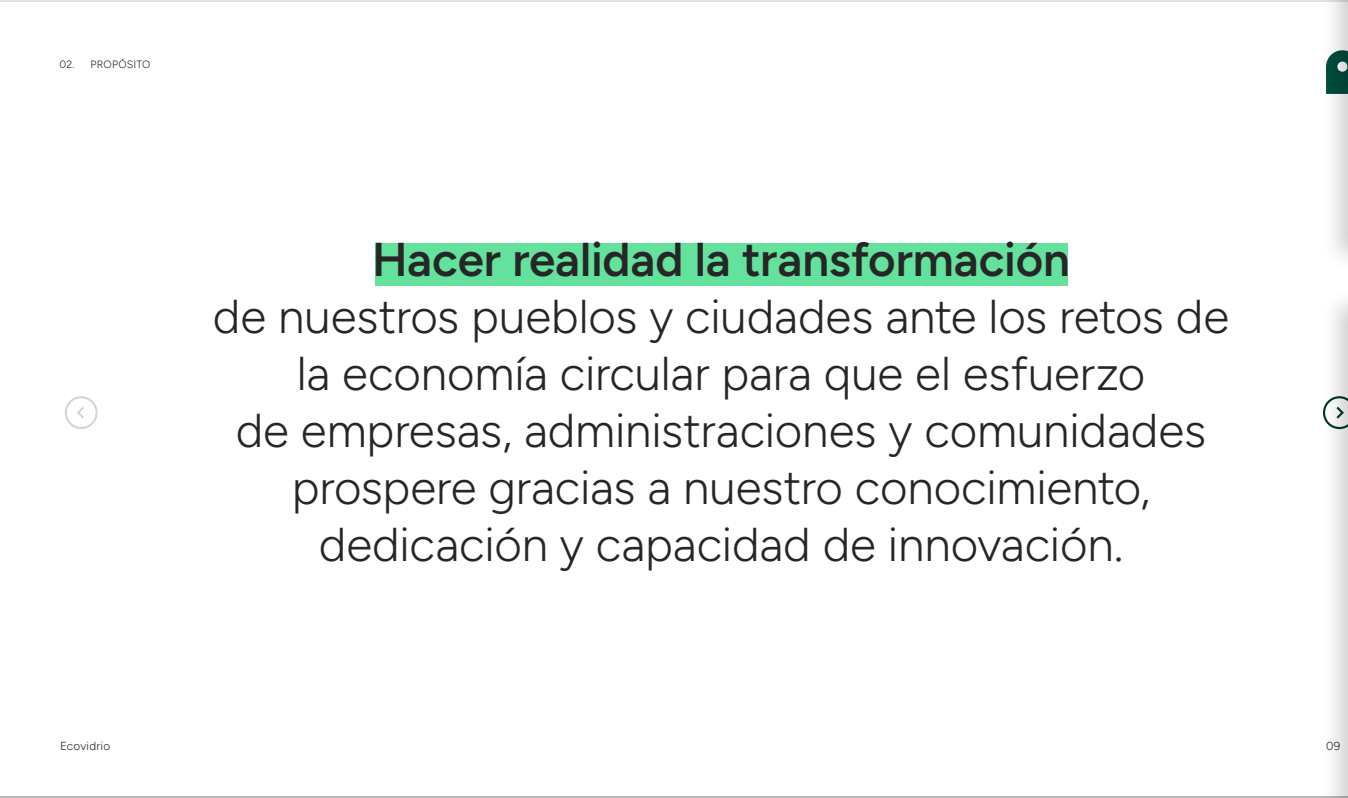


Ecovidrio
Somos el único SCRAP especializado que gestiona la recogida selectiva y la sostenibilidad del vidrio desde el origen.
Servicios Mediambientales · Madrid, Community of Madrid · [Información de contacto](#)
11 mil seguidores · 11-50 empleados
[+ Seguir](#) [Enviar mensaje](#) [Más](#)

ecovidrio.com







Disclaimer



Los diseños incluidos en este documento son ejemplos de uso en base a las guías de diseño de la identidad visual de la marca. En ningún caso representan un contenido real o un arte final.



Manual de marca 2024