



MANUAL DE MARCA

ecora

INNOVACIÓN SEGURIDAD EXCELENCIA

ecora

INNOVACIÓN SEGURIDAD EXCELENCIA

1. ASPECTOS CONCEPTUALES DE LA MARCA

Las organizaciones requieren una **razón** para ser legitimadas por sus stakeholders estratégicos. Esto es lo que se entiende por «propósito de marca», una justificación u orden de grandeza desafiante, iluminador, convocante, conciso y valórico.

**IMPULSAR UN NUEVO
ESTÁNDAR EN LA MINERÍA,
COMBINANDO INNOVACIÓN,
SEGURIDAD Y UN SERVICIO
DE EXCELENCIA.**

Si el propósito responde al *por qué* de la marca, la misión define el **qué** y **cómo** se lleva a cabo esa justificación.

Ideamos y gestionamos servicios de mantenimiento de infraestructura y proyectos de construcción para la gran minería del norte de Chile, combinando experiencia, innovación, excelencia operativa y relaciones de confianza con nuestros clientes.

Por atributos de marca se entienden todos aquellos aspectos **diferenciadores** que permiten relevar a Ecora por sobre su competencia y coordinar los aspectos conceptuales y comunicacionales de la organización.

EXCELENCIA
OPERACIONAL
QUE GENERA
CONFIANZA

SEGURIDAD
COMO UN
INTRASABLE

INNOVACIÓN
EN TODO LO
QUE HACEMOS

ORIENTACIÓN
AL CLIENTE
Y AGILIDAD

Por narrativa de marca se entiende el **relato estratégico** que articula la identidad completa de la marca, dotando de sentido y coherencia todo lo que la empresa hace y comunica.

narrativa ecora

En **ecora** estamos dando un nuevo paso en nuestra historia. Después de años de crecimiento, iniciamos una etapa de evolución que consolida lo que somos y proyecta lo que queremos ser. Hoy, dividimos nuestras líneas de negocio en dos unidades especializadas: *Mantenimiento de Infraestructura* y *Proyectos de Obras Civiles*. Esta decisión nos permite enfocarnos con mayor precisión en los desafíos de cada servicio, fortalecer nuestras capacidades y seguir entregando resultados que marcan la diferencia en la gran minería del norte de Chile. Esta transformación no es solo estructural, es cultural y estratégica. Representa una forma de crecer sin perder lo que nos define: la cercanía, el compromiso, la capacidad de responder, y el orgullo de hacer bien nuestro trabajo. Creemos firmemente que cada proyecto —grande o pequeño— es una oportunidad para generar valor, construir confianza y dejar huella. Y eso solo se logra cuando lo que haces tiene sentido.

Nuestro propósito es claro: impulsar un nuevo estándar en la minería, combinando innovación, seguridad y un servicio de excelencia. Porque nacimos

aquí, en Antofagasta, y seguimos apostando por este territorio. Porque crecer no significa alejarnos, sino profundizar nuestros vínculos y ampliar el impacto positivo de lo que hacemos. Pero nada de esto sería posible sin nuestra gente. Cada persona que trabaja en **ecora** es protagonista de esta historia. Son quienes hacen posible que cada proyecto avance, que cada desafío se enfrente y que cada compromiso se cumpla. Nuestros trabajadores no sólo acompañan este crecimiento, lo impulsan. Y nosotros queremos estar a la altura: crecer con ellos, generar oportunidades reales, cuidar su bienestar y reconocer lo que hacen día a día. Porque este camino se recorre en equipo.

Para avanzar con coherencia en esta nueva etapa, nos movemos guiados por cuatro convicciones que definen cómo hacemos las cosas y enfrentamos cada desafío. Creemos en la **excelencia operacional**, porque hacer bien nuestro trabajo —siempre— es lo que construye la confianza que nos distingue. Practicamos la **seguridad** como un principio intransigente, porque ninguna meta vale más que la vida o la integridad de una persona. Vivimos la **innovación**

como una actitud diaria, una forma de pensar que nos empuja a mejorar, a anticiparnos, a encontrar nuevas formas de hacer las cosas. Y trabajamos con una profunda **orientación al cliente**, con agilidad y cercanía, porque cuando nuestros clientes avanzan, también lo hacemos nosotros. Y por sobre todo, sabemos que nuestro equipo humano es lo más valioso que tenemos.

Esta nueva etapa no es solo una reestructuración: es una declaración de futuro. Estamos listos para hacer más, y para hacerlo mejor. Para seguir avanzando con fuerza, pero sin perder el alma. Para seguir siendo **ecora**, con los pies en la faena, la vista en el futuro y el corazón en Antofagasta.

2 . ASPECTOS GRÁFICOS DE LA MARCA

El uso y distribución de los colores de Ecora deben ser aplicados tal como son sugeridos en este manual, donde el azul Pantone® 2748 C es el color principal y más relevante de la marca. De este modo, el porcentaje y los bloques de color distribuidos en esta página representan una proporción ideal y armónica de la paleta de la marca.

50%

PANTONE® 2748 C
#002873
R0 G40 B15
C100 M93 Y25 K20

*paleta cromática **ecora***

30%

#FFFFFF
R255 G255 B255
C0 M0 Y0 K0

5%

PANTONE® 2727 C
#0676e8
R6 G118 B232
C80 M53 Y0 K0

5%

PANTONE® 2120 C
#90e0ff
R144 G244 B255
C35 M0 Y0 K0

5%

PANTONE® 285 C
#0032ff
R0 G50 B255
C100 M75 Y0 K0

5%

PANTONE® 7521 C
#ff9976
R255 G153 B118
C0 M50 Y50 K0

El logotipo Ecora puede ser utilizado con o sin su bajada de marca de acuerdo a diversos criterios comunicacionales, estéticos y/o técnicos. Se sugiere aplicar el logo **extendido** en instancias corporativas y/o de carácter institucional. Se recomienda evitar categóricamente el uso de la versión extendida en situaciones cuando la legibilidad de la bajada de marca sea inviable. En tales casos preferir siempre la versión **estándar** del logo. Existe, además, una variante de la versión extendida (sin tilde en la palabra *Innovación*), que debe ser utilizada sólo cuando, por razones técnicas, sea imposible reproducir dicho signo ortográfico (aplicar este criterio en cualquier aplicación futura). Evitar siempre esta opción. Nótese que la bajada del logo extendido usa otro matiz de la paleta cromática. Respetar siempre este criterio, a menos que se comprometa la legibilidad.

ecora

INNOVACIÓN SEGURIDAD EXCELENCIA

ecora

LOGO EXTENDIDO

LOGO ESTÁNDAR

El **espacio de seguridad** del logotipo Ecora corresponde a un margen virtual delimitado por la letra «o» del nombre de la marca. Este lineamiento se aplica tanto a la versión extendida como a la versión estándar del logo.



El **tamaño mínimo** del logo

Ecora estará determinado por su legibilidad. Para avatares de redes sociales se recomienda usar el logo **reducido** de marca.

ecora



LOGO ESTÁNDAR

LOGO REDUCIDO

El logo Ecora puede ser aplicado en toda la paleta cromática de la marca, respetando siempre los criterios de uso definidos en este manual.



ecora



ecora



ecora



ecora



ecora



ecora

Ecora cuenta con una **arquitectura de marca** delimitada por un público externo —las submarcas de las líneas de negocio de la empresa— y por un público interno —las submarcas definidas por los proyectos internos de la organización—.

ecora
PROYECTOS DE
OBRAS CIVILES

ecora
MANTENCIÓN DE
INFRAESTRUCTURA

NEGOCIO

ecora
BIENESTAR

ecora
SEGURIDAD

CULTURA

Ecora cuenta diversas posibilidades para el tratamiento fotográfico de la marca, aunque se pueden agrupar en dos grandes estilos: **color** y **blanco y negro**. Se sugiere siempre filtrar las fotografías a color aplicando la paleta cromática de la marca. Tanto en el caso A y C, el porcentaje de opacidad del filtro es 85% en Multiplicar. Se recomienda usar blanco y negro para imágenes que contengan mucha información visual y cuyo despliegue *contamine* visualmente la pieza comunicacional (ver ejemplo B). El caso de D representa un recurso fotográfico de la marca que puede ser utilizado sobre todo para aislar y poner en valor cierto tipo de contenido relevante y representativo de Ecora, su propio quehacer o algún motivo de sus clientes.



COLOR

B&N

La fuente tipográfica principal de Ecora es **IMB Plex Mono**. Sin embargo, para textos extensos y de lectura siempre debe usarse **Spectral**. Tanto el ejemplo desplegado en esta página como todo este manual, pueden servir como ejemplo de una aplicación apropiada de la tipografía para la marca Ecora.

Descargar:

IBM PLEX MONO

SPECTRAL

SEGURIDAD Antofagasta INNOVACIÓN EXCELENCIA DUCTILIDAD IDEACIÓN AGILIDAD personas EFICACIA

TÍTULOS TEXTO

*Ficæ odiat. Agnis reius du
ciis undi quasinciane volo
Aboreporum, aditiis alibea
que magnam quos. Nemporpor.*

Cuerpo de textoAt a nataestrum lia ipiti dolorem renimus, corporepubdam quae es estiurepero qui denim aut dolorum voluptiae ne odia dolores modi omnimusam qui beriaOpturibusdae volupta sam quo miliquo magnienihit pe prate perum voluptus moloreriae sit, quatiae. Imillene non consed magnat quidunt quos- sitium aliatem ime occus evelitis iur, intisci molupta nobit, conescimenis sin ex etur? Ad magnatiorum qui doluptatecus dolorecerum harciis molupta que pore aborro beatur? dollate niet as utestrum alignis est, ullabor essimilia sim et illaborest, sequiduciet ipsapel iatiis ad quam, tet rem fugit odis dolorro. Natiamus. Obitassit quia placiens imolesequi coressunt, sapeliet odit a sus vent exceau ibusadolorerit od quam harchillent apiedebitas initis qui oditibz santur, et atemporre, coriaturem sam ipieni dolupta plabore nume nim quiaectoris ea necero illaccum quas es endi dit omnime nusdam cuptatia dolorer spidelibus mos expe nulparum aut aspis sed maximusant et a dist qui doluptint que velit volorep uditemporia doluptat eum quiat.

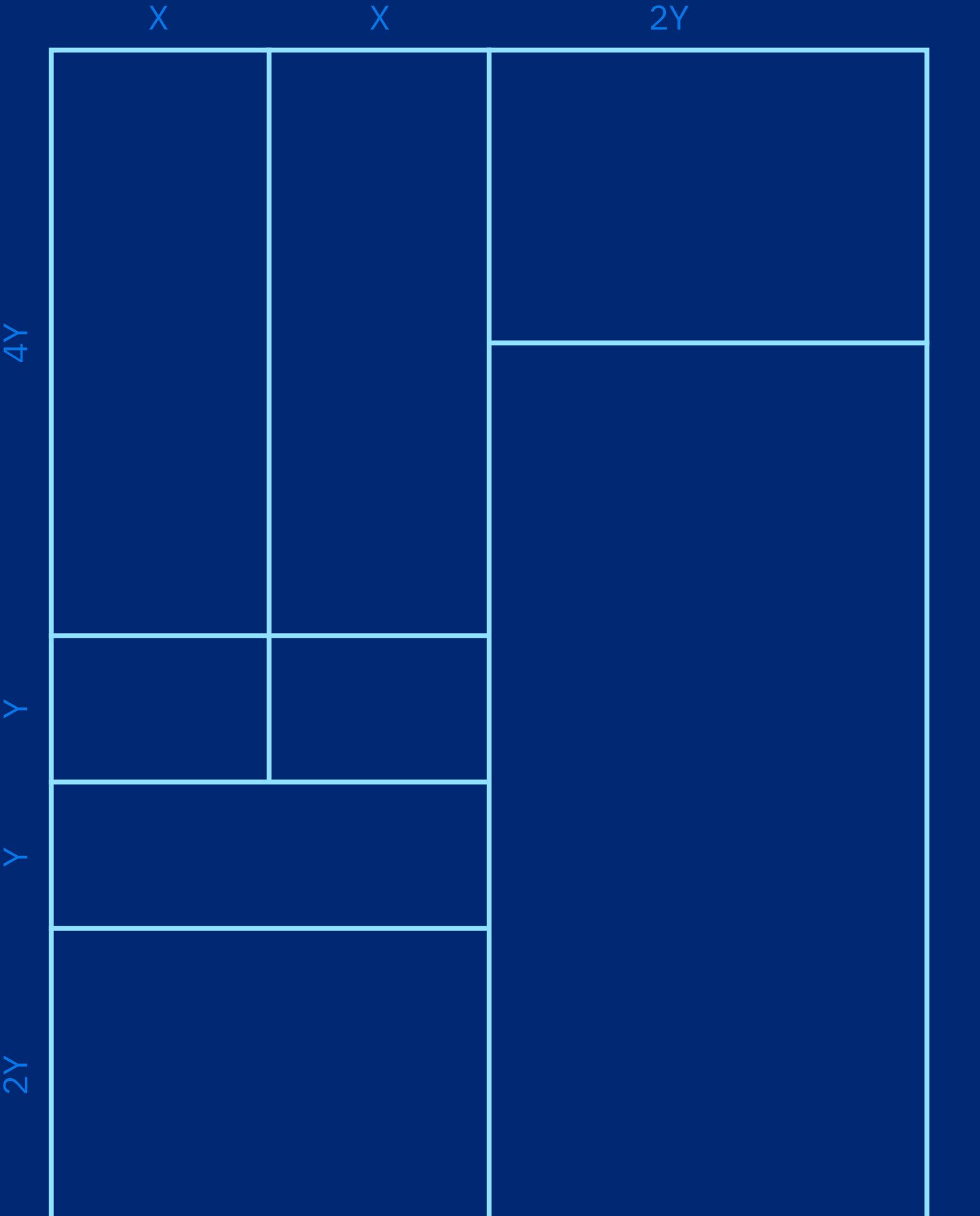
Sed quam eaquuntius alistibus, volum renihicatur adiam audam et offictem. Nem excernatis volecti onsequam magnis ut eius volupta tionem que quaspe es enis. Num ant musdam, quatem eatibuscia volores.

«Itataspe rendiore pra
nos re dolecatio tem.
Ga. Ut aut mincimus
sum faccus in pra
seque nobitat Magnis
accus duciis dolupta
eritatur? Atia sandent
aut everatia ipis as res
inum nistiur? Aquam quo
to cus apicidiciis et
auditatis abore volorum
ut. Ed que nem id ma
dolo odi blauda di cus
enimos sit autectur a
soluptae».

Nomre Apellido

USD\$17M

Ecora cuenta con una trama o retícula que busca hacer identificable y reconocible la organización más allá de recursos visuales como el logotipo o la paleta corporativa. De este modo, la retícula Ecora puede desplegarse en dos modalidades de acuerdo a la superficie del «objeto de aplicación». En general, para usos editoriales o de superficies regulares usar el **tipo A**. Para aplicar la trama en objetos de superficies irregulares o que compitan con otros elementos en términos de composición gráfica, prefirir el **tipo B**. Nótese en la retícula tipo A, donde todo el sistema se articula en base a las medidas X e Y y sus múltiplos proporcionales.



TIPO A



TIPO B

Ejemplo de la aplicación de la trama/retícula Ecora. Obsérvese en el ejemplo **tipo A** la prolongación de las líneas más allá del márgen. Este recurso debe usarse alternadamente y no en cada intersección exterior de la retícula.



TIPO A



TIPO B

3. INSPIRACIÓN VISUAL



ecora
BIENESTAR



ecora

INNOVACIÓN SEGURIDAD EXCELENCIA