



# ecora

INNOVACIÓN SEGURIDAD EXCELENCIA

MANUAL  
DE MARCA

|  
**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 mantención 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.



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 intransable, 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 modos, 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

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.

logotipo **ecora**

ecora

INNOVACIÓN SEGURIDAD EXCELENCIA

LOGO EXTENDIDO

ecora

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—.



NEGOCIO



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

textos ecora

SEGURIDAD  
Antofagasta  
INNOVACIÓN  
EXCELENCIA  
DUCTILIDAD  
IDEACIÓN  
AGILIDAD  
personas  
EFICACIA

TÍTULOS  
TEXTO

Ficæ odiat. Agnis reius du  
ciis undi quasinciande volo  
Aboreprorum, aditiis alibea  
que magnam quos. Nemporpor.

Cuerpo de textoAt a nataestrum lia ipiti dolorem re-  
nimus, corporepudam quaes es estiurepero qui denim  
aut dolorum voluptiae ne odia dolores modi omnimu-  
sam 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 magnationum qui  
doluptatecus dolorestis dolorecerum harciis molup-  
ta que pore aborro beatur? dollate niet as utestrum  
alignis est, ullabor essimilia sim et illaborest, sequi-  
duciet ipsapel iatiis ad quam, tet rem fugit odis do-  
lorro. Natiamus. Obitassit quia placien imolesequi  
coressunt, sapeliet odit a sus vent exceaqu ibusado-  
lorerit od quam harchillent apiendebitas initis qui  
oditibu santur, et atemporrore, coriaturem sam ipie-  
ni 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.

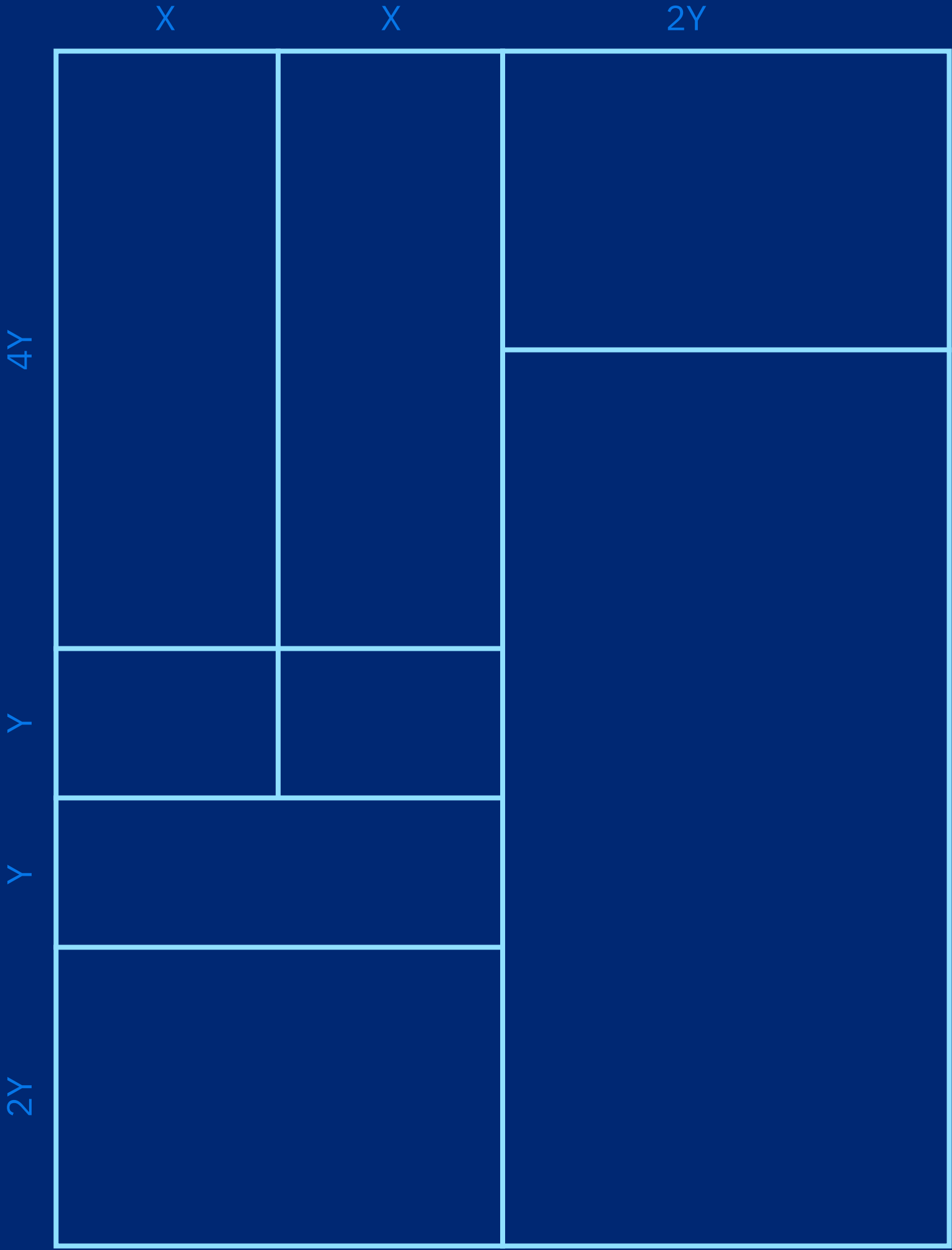
Sed quam eaquuntius alistibus, volum renihica-  
tur adiam audam et offictem. Nem excernatis volecti  
onsequam magnis ut eius volupta tionem que quaspe  
es enis.Num ant musdam, quatem eatibuscia volores.

«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 apliación». 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, prefeir 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 margen. Este recurso debe usarse alternadamente y no en cada intersección exterior de la retícula.



TIPO A



TIPO B

# 3. INSPIRACIÓN VISUAL







# ecora

INNOVACIÓN SEGURIDAD EXCELENCIA