

envarias®  
Grupo·epm

Contribuimos a la **armonía de la vida**  
para un mundo mejor.

# Índice



|    |                                  |
|----|----------------------------------|
| 5  | <b>ADN Emvarias</b>              |
| 9  | <b>Concepto Gráfico</b>          |
| 17 | <b>Aplicaciones de Marca</b>     |
| 19 | +Uniformes                       |
| 31 | +Aplicación y Manejo de la Marca |
| 41 | +Señalética                      |
| 44 | +Marcación de Vehículos          |
| 46 | <b>Estilo de Comunicación</b>    |
| 47 | +Fotografías                     |
| 50 | +Ilustraciones                   |

# Introducción



Emvarias Grupo EPM presenta esta versión actualizada de su Manual de Identidad y Marca Corporativa, con el objetivo de estandarizar los diferentes elementos y lineamientos que componen la identidad visual, los atributos de marca, entre otros, que se requieran para la gestión empresarial, en la que pueden intervenir diferentes grupos de interés como colaboradores, proveedores, contratistas y aliados, entre otros, que establecen relaciones contractuales, comerciales y/o de otro tipo con Emvarias.

**ADN** Emvarias

# Nuestro propósito



En Emvarias Grupo EPM contribuimos a la armonía de la vida para un mundo mejor.

Aportamos para cumplir con este propósito a través de la gestión integral de residuos y diversas acciones para una Medellín más sostenible.

# Nuestros valores



**Calidez:** la atención de las necesidades de cada uno en términos de empatía, respeto y amabilidad, es la base del servicio que ofrecemos y el compromiso que asumimos frente a cada miembro de la sociedad.

**Responsabilidad:** conocemos el papel que nos compete en términos económicos, sociales y ambientales; sabemos que ello implica el manejo de recursos que pertenecen a los miembros actuales de la sociedad, pero también a las generaciones futuras.

**Transparencia:** cada acción está enmarcada por los fines de la sociedad, las reglas de distintos niveles creadas por esta y las expectativas que el Grupo EPM genera para los demás miembros de la sociedad, mediante comunicación oportuna, veraz y completa.

# Atributos

Son cualidades que se deben ver reflejadas en las diferentes formas de comunicación con los grupos de interés permitiéndoles reconocerla, distinguirla y diferenciarla de otras.

A continuación presentamos cinco atributos que nos inspiran:

**A**  
Abierta

**Abierta**, porque es accesible a todo el mundo.

**H**  
Humana

**Humana**, porque somos cálidos y transmitimos cercanía y confianza.

**G**  
Global

**Global**, nuestra marca es polivalente y está en expansión.

**R**  
Responsable

**Responsable**, porque somos transparentes y nos preocupamos por las personas.

**C**  
Confiable

**Confiable**, porque hacemos las cosas bien, somos ágiles y eficientes en el servicio.

# Concepto **Gráfico**

## El distintivo visual

Se debe mostrar en que tono se desea comunicar, tanto en el aspecto gráfico como de lenguaje, colores corporativos y tipografías para que haya unidad a la hora de desarrollar ideas referentes a la marca. Igualmente, se debe tener en cuenta el espacio libre de protección de la marca para que ningún elemento gráfico perturbe y entorpezca la presencia de esta en cualquier circunstancia, sobre cualquier medio, superficie o material.

Es la representación gráfica que define la marca dándole la personalidad que se requiere proyectar hacia el público en general, con el propósito de posicionar adecuadamente la empresa entre sus grupos de interés.

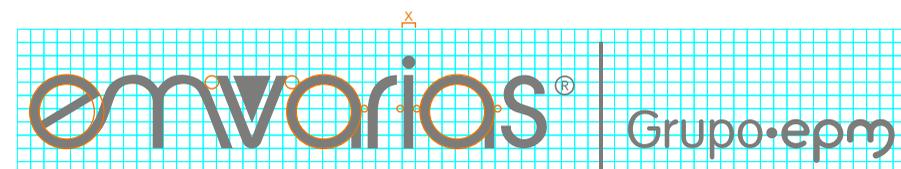


emvarias®  
Grupo·epm

The logo features the word "emvarias" in a lowercase, rounded sans-serif font. The "e" is orange, "m" is orange, "v" is green with a downward-pointing triangle above it, "a" is orange, "r" is orange, "i" is orange, and "a" is orange. A registered trademark symbol (®) is to the right. Below it, "Grupo·epm" is written in a smaller, grey, lowercase sans-serif font.

# Construcción del logotipo

Para representar las formas del logotipo es necesario crear la refícula constructiva, esta será el instrumento encargado de garantizar su adecuada reproducción y de organizar todos los elementos gráficos que intervienen en su creación. La refícula constructiva debe tener unas subdivisiones armónicas, que permitirán regularizar y sistematizar todos y cada uno de los elementos gráficos que entran en juego en la precisión del logo. La refícula impone orden, uniformidad y coherencia, transmite estructura y mecánica.



Tamaño mínimo 2 cm



Tamaño mínimo 3,2 cm



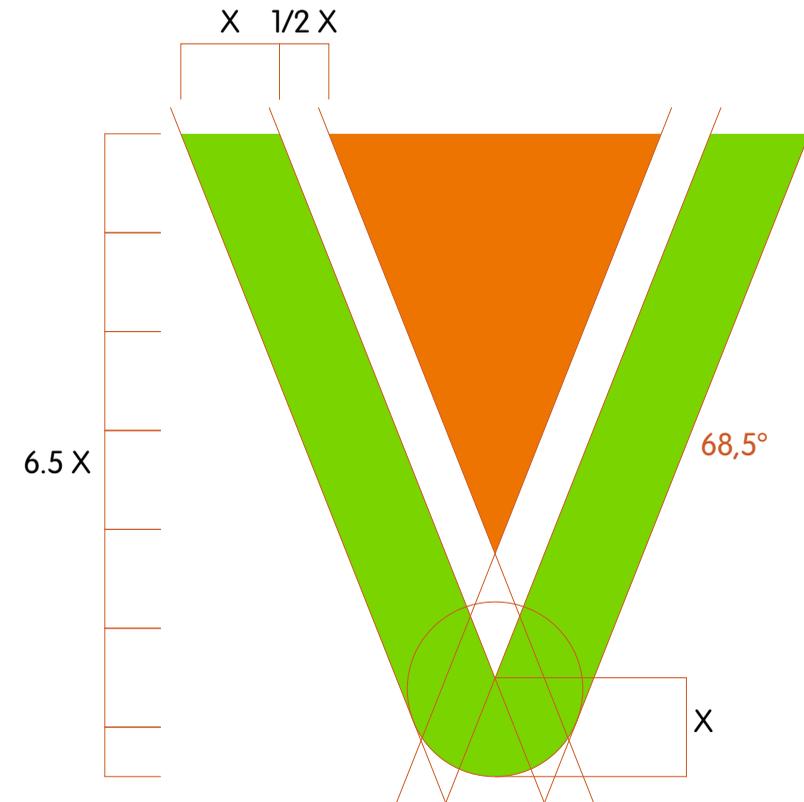
# Símbolo y construcción

Forma parte del distintivo visual. Es el signo que aporta la carga conceptual a la marca.

Nunca será un sustituto del distintivo visual, sino una extensión, un despliegue, un complemento.

Es una manera más fresca, libre y espontánea de expresar la identidad.

Al igual que el distintivo visual, se muestra la base constructiva que permite la correcta proporción a las partes que la forman. Se detalla la precisión, la simetría y el equilibrio interno de su construcción.



# Área de protección mínima

Para evitar que ningún elemento gráfico perturbe y entorpezca la presencia nítida de la marca gráfica y asegurar que tenga siempre el espacio de protección suficiente a su alrededor, se debe definir un espacio libre mínimo, que nunca podrá ser menor.

Siempre que sea posible, y aconsejable por la naturaleza de la aplicación, se procurará que este espacio libre sea superior a estas medidas.

Aunque la posición horizontal es la preferente y más habitual, cuando el logotipo deba aparecer en posición vertical, el espacio libre de protección alrededor de la marca gráfica debe ser el mismo que el que se ha establecido para la posición vertical.



# Colores corporativos

Los colores corporativos son un aspecto que ayuda a definir la identidad, personalidad o estilo de una empresa. Se debe procurar que los colores reflejen lo que se quiere proyectar a los diferentes grupos de interés.

**Pantone Solid Coated:**  
Orange 021C

R 238 / G 116 / B 2  
C 0 / M 64 / Y 100 / K 0

**Aplicación en bordado:** Catálogo de hilos Marathon 2050

**Pantone Solid Coated:**  
375C

R 122 / G 212 / B 0  
C 48 / M 0 / Y 94 / K 0

**Aplicación en bordado:** Catálogo de hilos Marathon 2241

K 30

K 65

# Variantes cromáticas

Los colores corporativos deben combinarse de tal manera que permitan posibilidades de aplicaciones cromáticas diversas y atractivas, sin desvirtuar la esencia de su identidad. Esto permite mantener el rigor y flexibilidad de la marca.

Se debe mostrar el conjunto de las posibles variantes por orden decreciente de importancia. Cuando existan limitaciones de número de tintas, la marca gráfica se debe aplicar a un solo color. También se debe mostrar una versión del logotipo en bajo o en alto relieve para estampar la marca en objetos y utensilios. En el membrete de carta y el resto de papelería, la versión sobre blanco es la que debe prevalecer.

|                  |   |
|------------------|---|
| Policromía       |    |
| Escala de grises |    |
| Negativo         |    |
| positivo         |   |
| Monocromo        |  |
| Fondo de color   |  |

# Tipografía corporativa

La tipografía es uno de los elementos más importantes de la marca, siendo esta capaz de transmitir una emoción, un sentimiento o, en este caso, una personalidad. VAG Rounded es elegida por ser una fuente que transmite muy bien los valores, atributos y personalidad de nuestra marca.



## VAG Rounded Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890  
¿?!´:;.,

## VAG Rounded Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890  
¿?!´:;.,

# Aplicaciones no permitidas

Alterar los colores o sus tonalidades de alguna forma no contemplada.



Estirar, achatar o aplicar algún efecto que modifique la estructura del logotipo.



Alterar la proporción de cualquiera de sus elementos.



Alterar el orden de los elementos de forma diferente a las especificaciones en este manual.



# Aplicaciones de Marca

**Uniformes**

# Tipo de marcación para uniformes



**Contratistas**



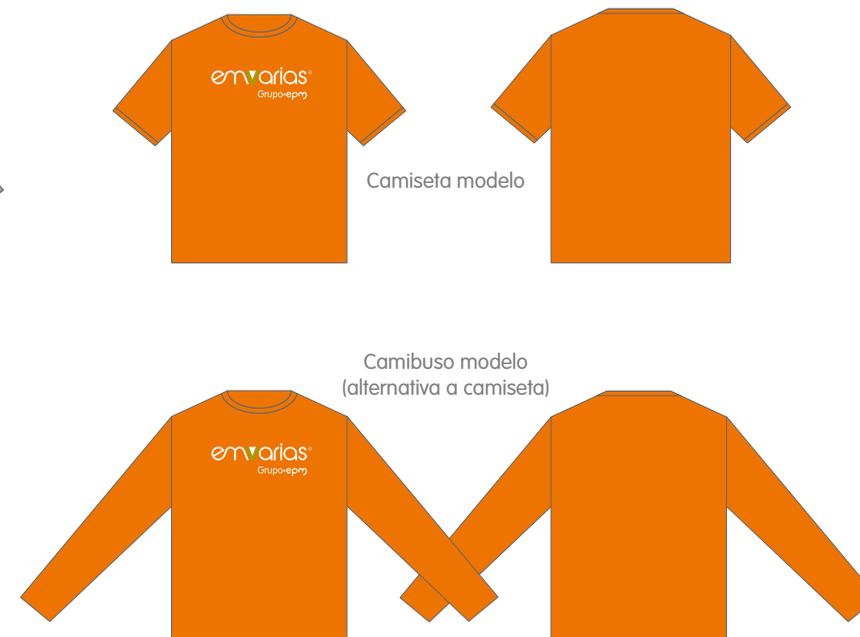
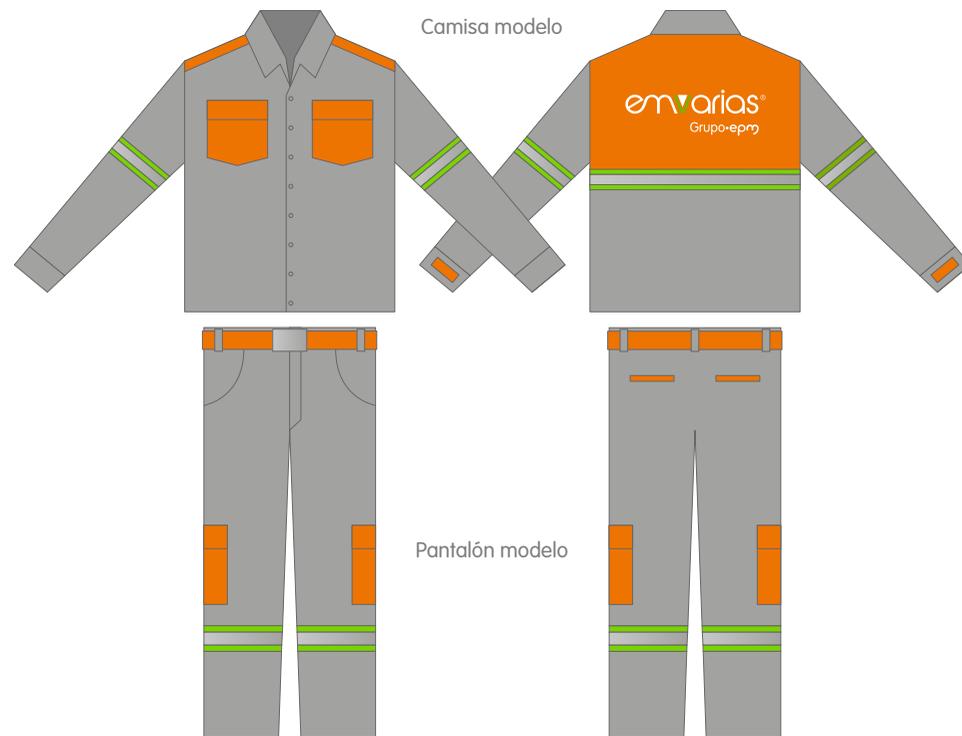
**Convenios y Alianzas**



**Vinculados**

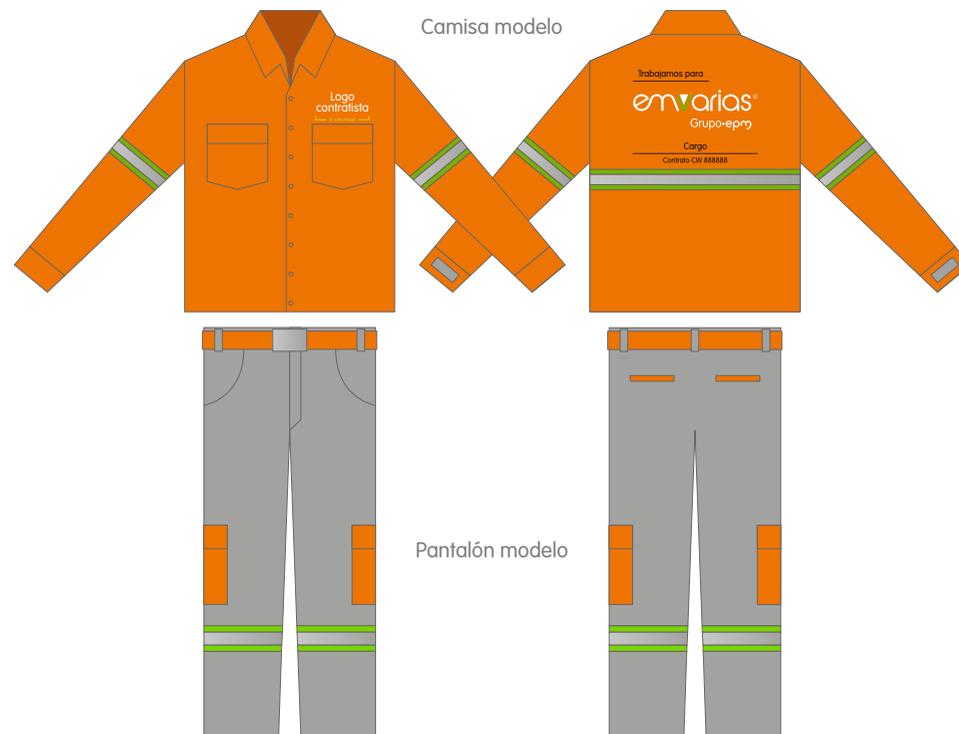
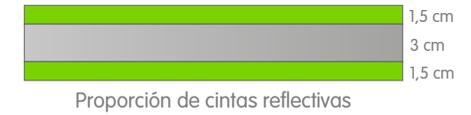
# Uniforme para operarios vinculados

Este diseño aplica para: operarios de barrido, operarios de lavado, operarios de recolección, operarios de corte y cesped



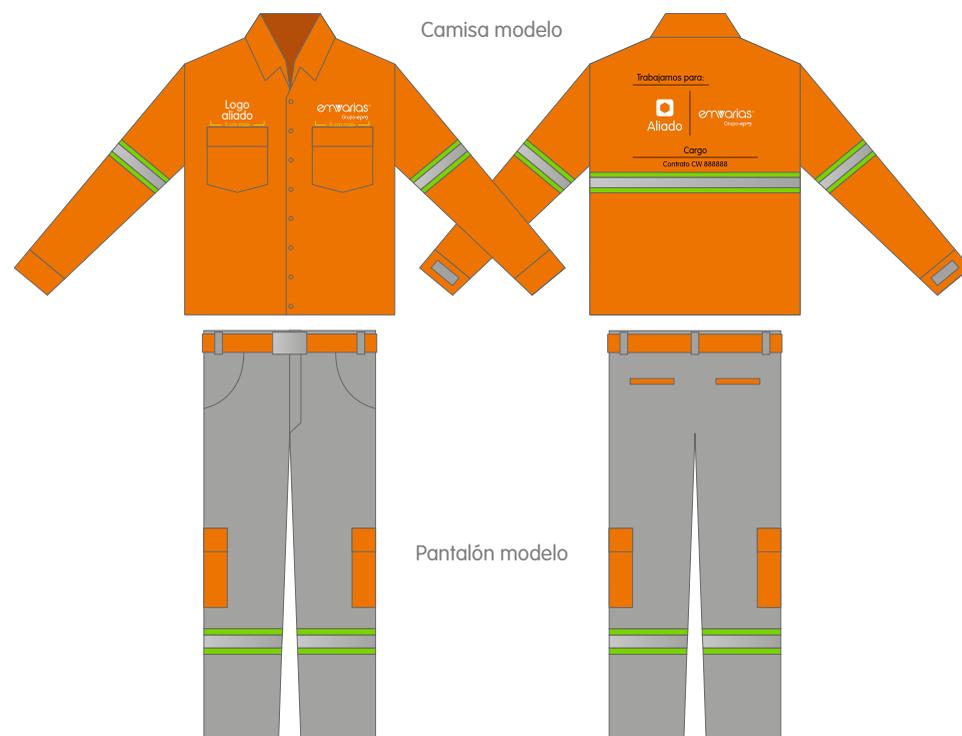
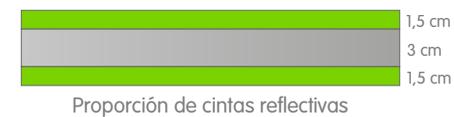
# Uniforme para operarios contratistas

Este diseño aplica para: operarios de barrido, operarios de lavado, operarios de recolección, operarios de corte y césped.



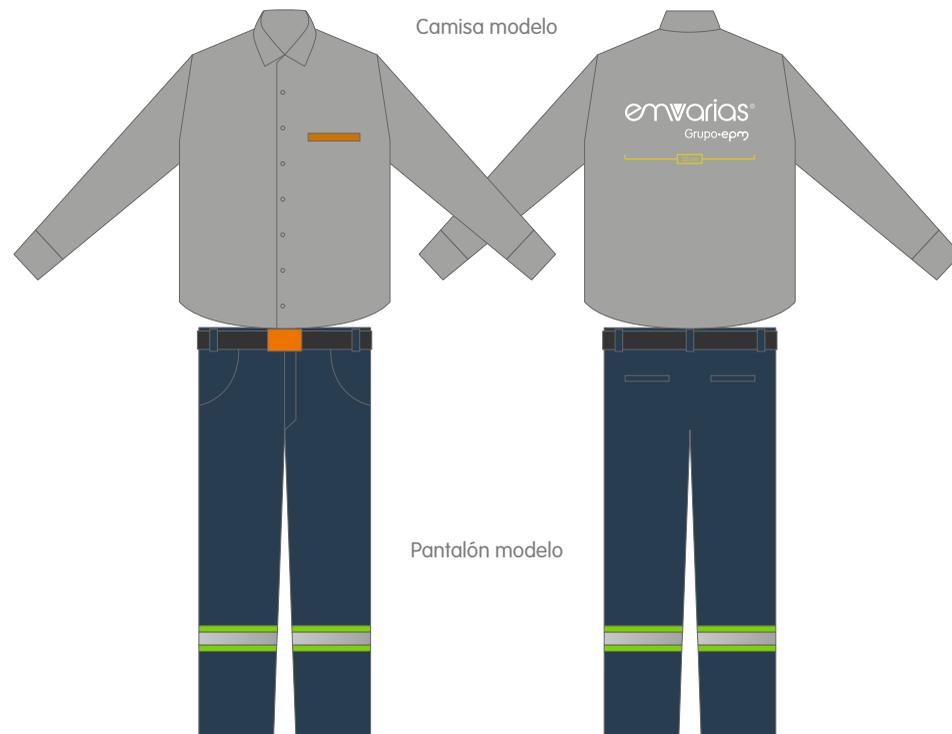
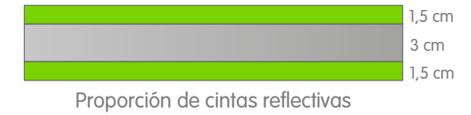
# Uniforme para operarios de alianzas y convenios

Este diseño aplica para: operarios de barrido, operarios de lavado, operarios de recolección, operarios de corte y césped.



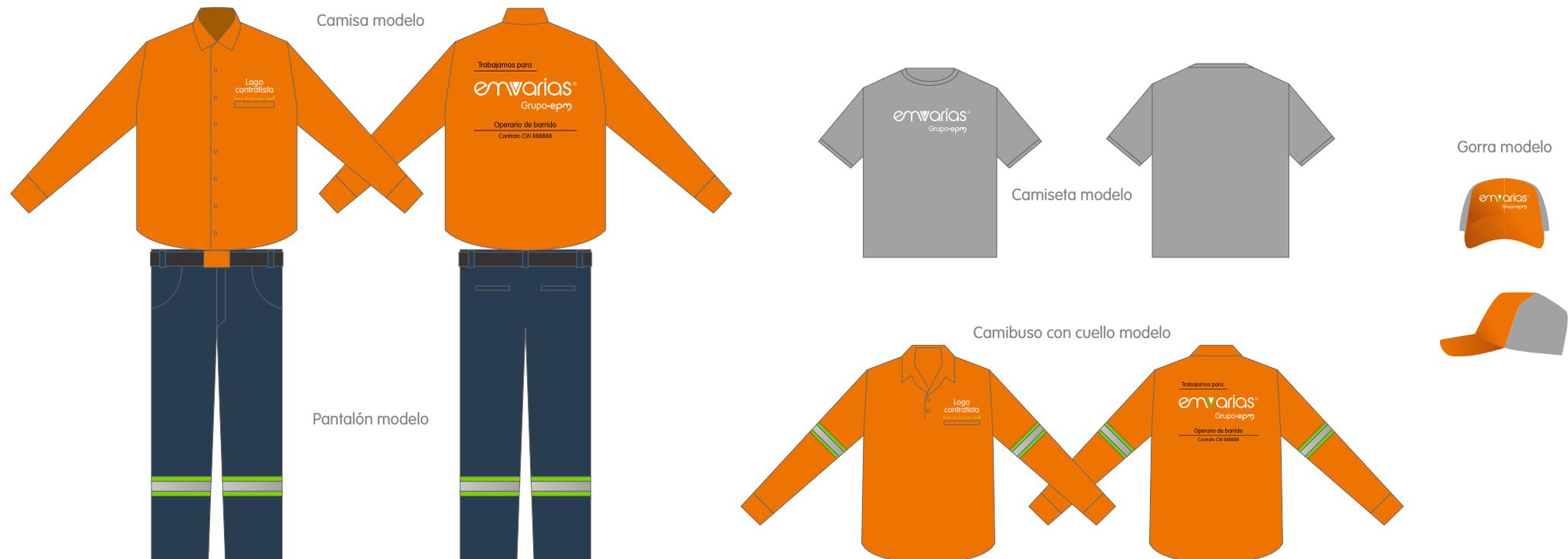
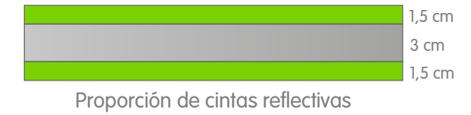
# Uniforme para conductores

Este diseño aplica solo para **conductores vinculados**



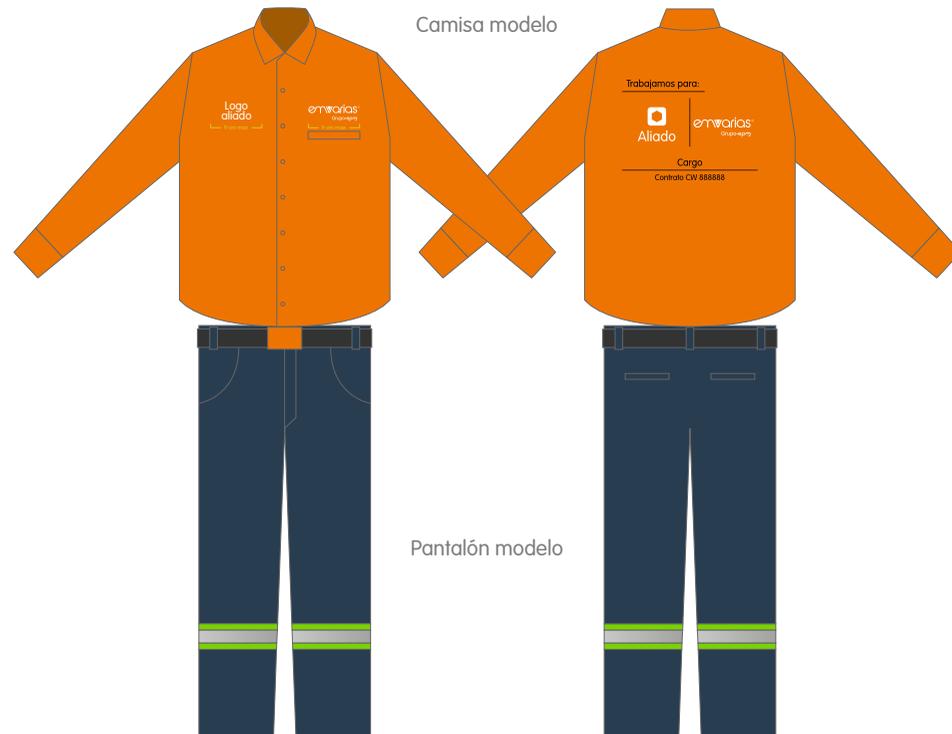
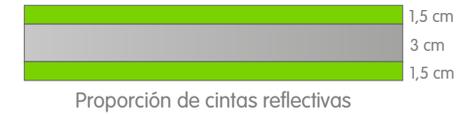
# Uniforme para conductores

Este diseño aplica solo para **conductores contratistas**

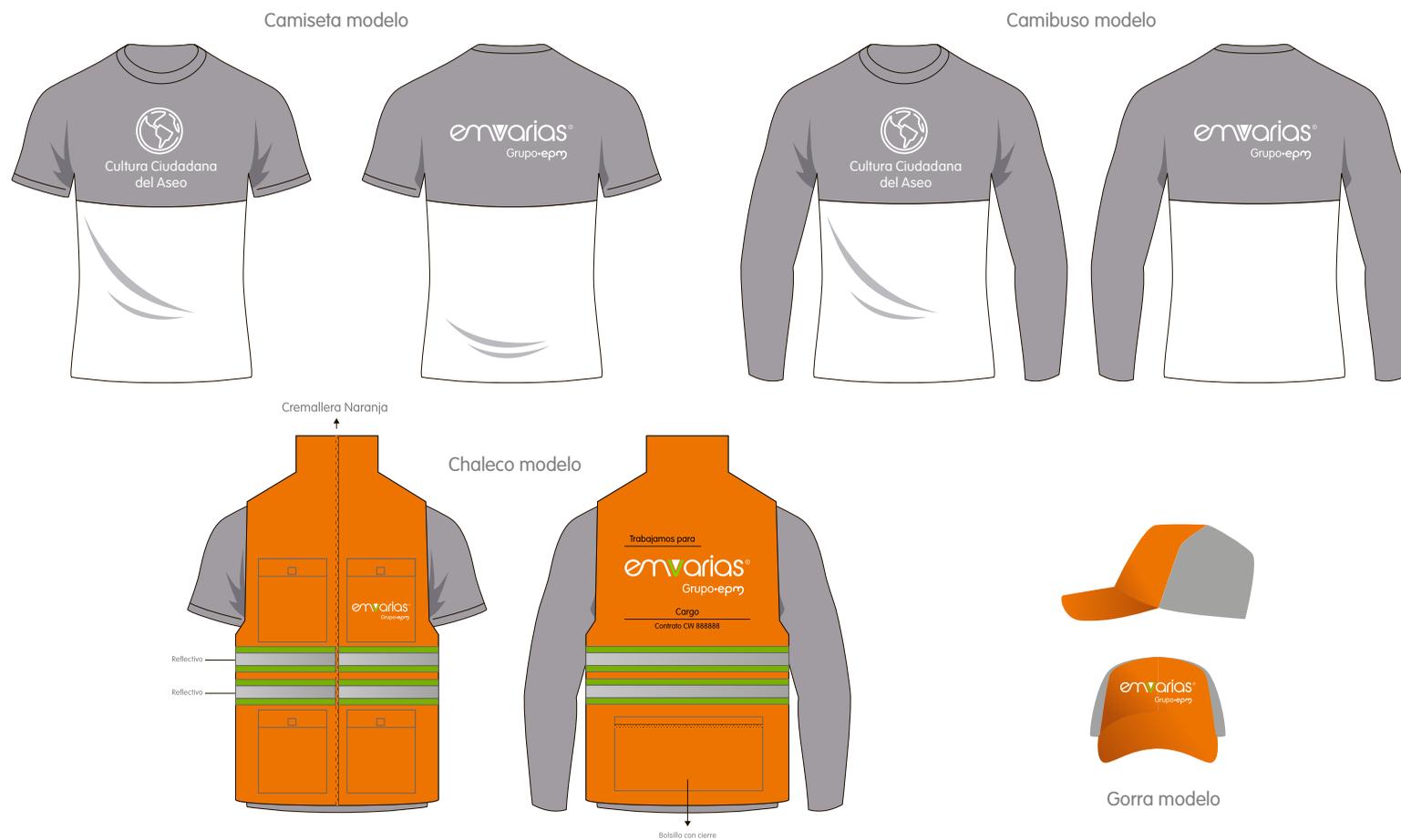


# Uniforme para conductores

Este diseño aplica solo para **conductores en alianzas o convenios**



# Uniforme para equipo de Cultura Ciudadana del Aseo



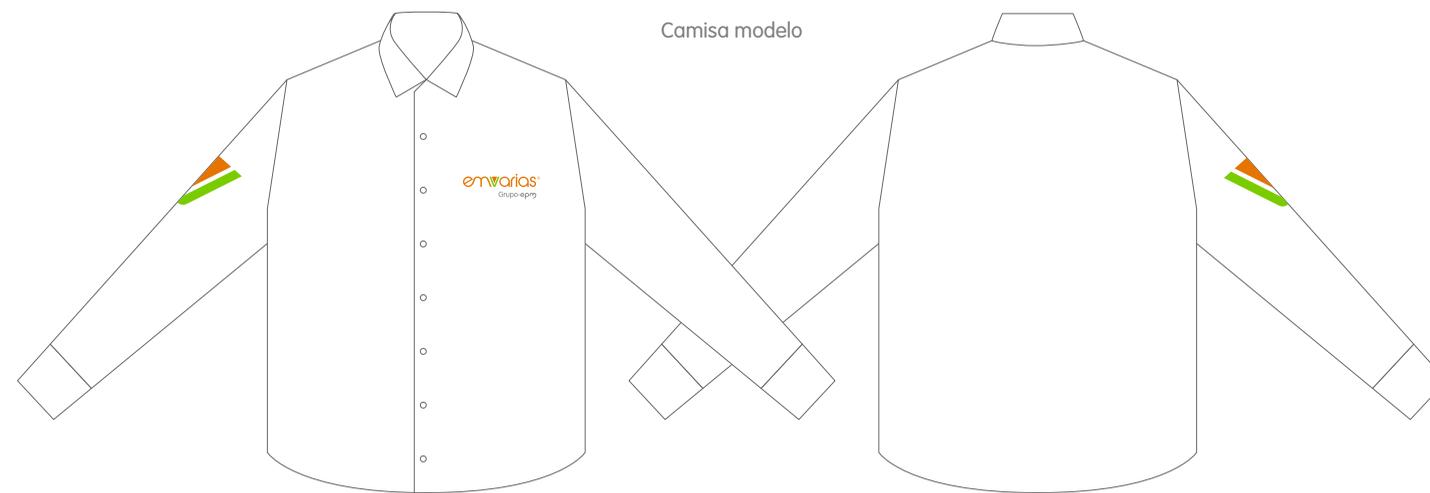
# Uniforme Relleno Sanitario la Pradera



# Uniforme aforadores



# Uniforme equipo comercial

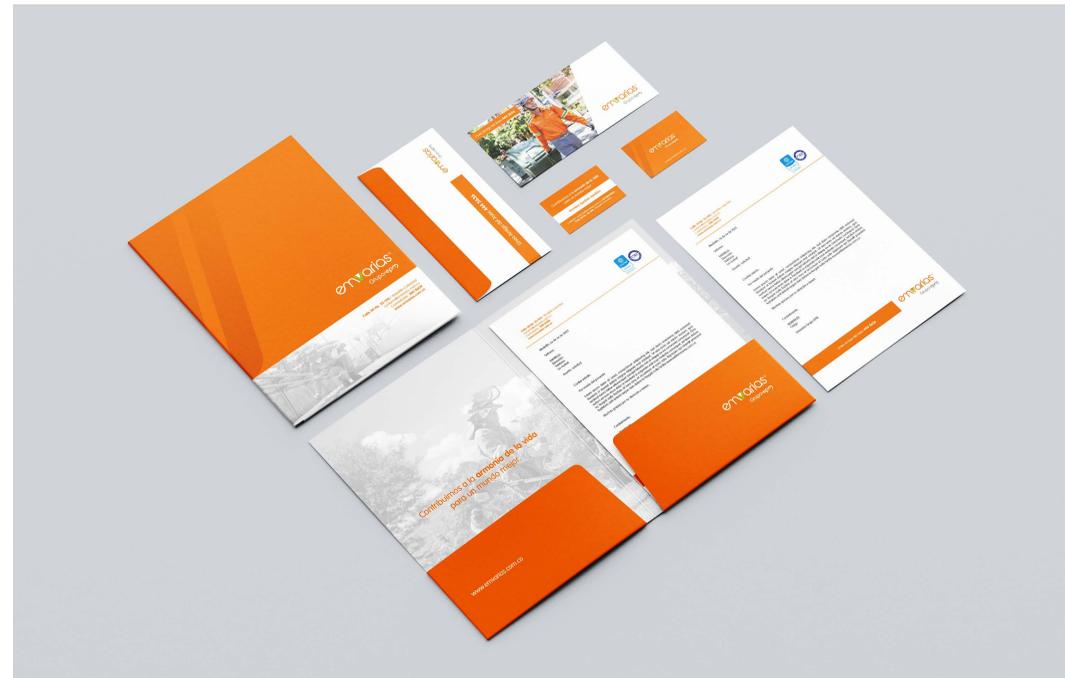


# Aplicación y manejo de la marca

# Aplicación en papelería corporativa

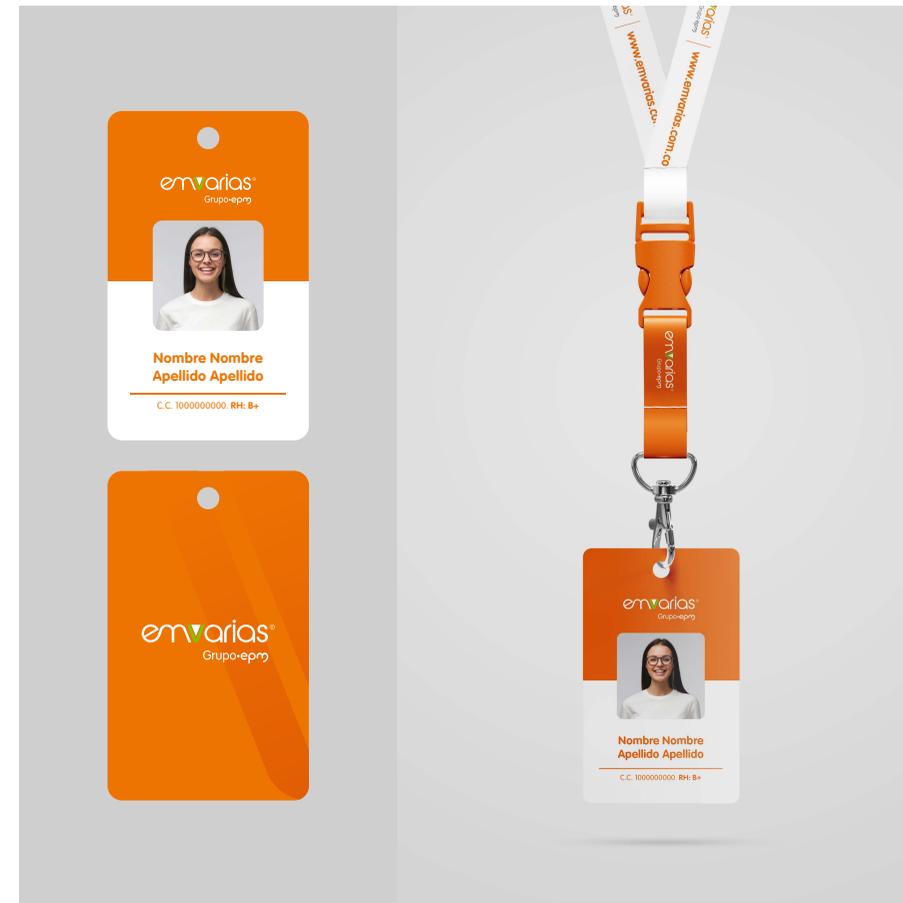
Los componentes de papelería corporativa suelen tener contacto más permanente y directo con el cliente. Cada vez que el cliente abra una carta o revise el correo, reconocerá nuestra imagen gráfica y toda la información relacionada a la misma.

La imagen de la papelería corporativa debe fortalecer dicha marca y hacer que la empresa, servicio o producto obtenga una comunicación continua con los grupos de interés.



# Carnet Corporativo

El carnet corporativo es un documento de uso exclusivo de los empleados, con el cual puede acreditar que hacen parte de la empresa. En este se encontrará el logo con endoso, nombre, foto, cédula y grupo sanguíneo.

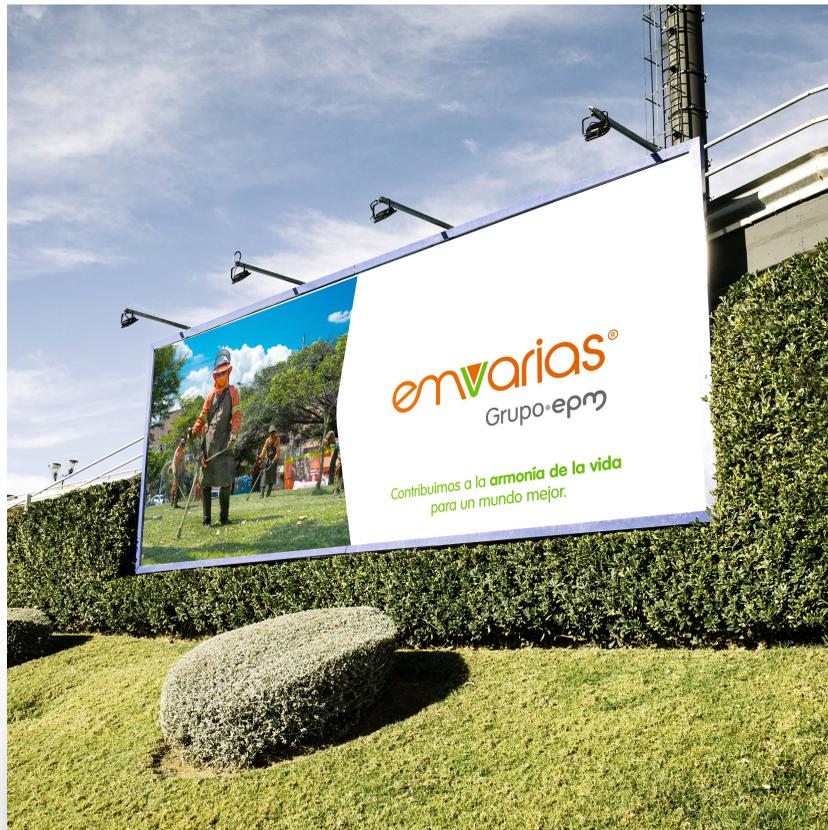


## Aplicación junto a otras marcas

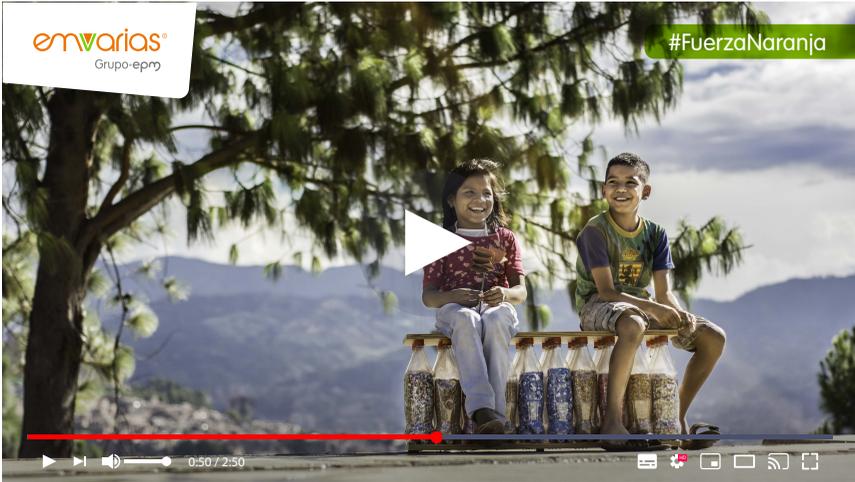
Cuando la filial se vincule a algún patrocinio donde comparte visibilidad con otras marcas la idea es que endose de forma vertical, preferiblemente su ubicación debe de ser la última a la derecha. Debe cerrar el volumen de logos.



# Aplicación en piezas publicitarias



# Aplicación en piezas audiovisuales



emvarias®  
Grupo-epm

#FuerzaNaranja

0:50 / 2:50

#loremipsum #loremipsum

Corazón Naranja

300 views

Emvarias  
604 uscriptores

SUBSCRIBE

This screenshot shows a YouTube video player for the video 'Corazón Naranja'. The video thumbnail depicts two children sitting on a row of Emvarias bottles outdoors. The video player interface includes a play button, progress bar at 0:50 / 2:50, and standard YouTube controls. Below the video, the title 'Corazón Naranja' and '300 views' are visible, along with the channel name 'Emvarias' and a 'SUBSCRIBE' button.



emvarias®  
Grupo-epm

2:40 / 2:50

#loremipsum #loremipsum

Corazón Naranja

300 views

Emvarias  
604 Suscriptores

SUBSCRIBE

This screenshot shows the same YouTube video player for 'Corazón Naranja', but the video content is a solid grey screen with the Emvarias logo and 'Grupo-epm' text centered. The progress bar shows 2:40 / 2:50. The interface elements below the video, including the title, views, channel name, and subscribe button, are identical to the first screenshot.

# Plantillas de presentación para PowerPoint



# Puntos Naranja Móviles

El brandeo de los Puntos Naranja Móviles funciona completamente igual para todos (fondo naranja y marcación blanca).

Aunque se debe tener en cuenta que estos puntos también pueden ser objeto de intervenciones artísticas como lo es el graffiti, lo ideal es que los artistas siempre busquen la forma de que permanezca visible el logo y el nombre Punto Naranja Móvil.



# Canastillas - código de colores 2021



# Contenedores - código de colores 2021



# Señalética

# Señalética en sedes

Para implementar la señalización en las sedes propias, se analizará cada lugar con el fin de cumplir las necesidades de orientación e información espacial, las cuales siempre estarán acompañadas de la identidad de marca.

Los escenarios determinados para analizar son:

1. Áreas de aproximación
2. Porterías / Accesos
3. Áreas de direccionamiento
4. Edificios
5. Hall de acceso edificios
6. Espacios de operación
7. Espacios técnicos
8. Zonas comunes

Especificaciones técnicas:

Es importante tener en cuenta las variables que pueden afectar la señalización para determinar las especificaciones técnicas, causas como el clima, el viento, las superficies, el tráfico de visitantes, etc. pueden alterar el estado futuro de las piezas, por lo que desde la planeación es vital ser cuidadoso con cada detalle para ser efectivos al seleccionar las especificaciones, tales como, los sistemas de fijación, el tipo de materiales, construcción y acabados.



# Señalización de seguridad

Con esta señalización se busca establecer criterios uniformes y homogéneos de seguridad y salud en el trabajo, para esto se debe clasificar la información acorde a los grupos y categorías a las cuales pertenezca, teniendo en cuenta que un exceso de la misma puede generar confusión.

Algunos de los aspectos por los cuales se instala señalización son:

1. Dar información general sobre el uso de un área.
2. Llamar la atención de los trabajadores sobre la existencia de determinados riesgos, prohibiciones u obligaciones.
3. Alertar a los trabajadores sobre protección o evacuación en caso de emergencia.
4. Facilitar la localización e identificación de algunos recursos o instalaciones de protección.
5. Orientar o guiar a los trabajadores para realizar maniobras peligrosas o trabajar en áreas donde existan riesgos predeterminados.

Con la asesoría del Equipo Salud Ocupacional, un funcionario del área realizará la identificación de los sitios y los elementos o circunstancias que requieren señalizarse.

**Amarillo:** precaución, riesgo de peligro



**Rojo:** pare, prohibición, prevención del fuego



**Azul:** acción de mando



**Verde:** Condición de seguridad



**Blanco:** Condición de seguridad



# Marcación de Vehículos

# Vehículos de residuos ordinarios

Los vehículos son uno de los principales referentes de la marca. Permiten que el público identifique rápidamente la presencia de la empresa. Por eso es de gran importancia tener en cuenta la ubicación que se sugiere para que haya unidad y un uso acertado del logotipo.



# Estilo de comunicación

# Fotografías

# Fotografías de interacción humana

El estilo visual y las imágenes fotográficas tienen mucho que ver con la presencia humana en ellas: Las personas, la gente, los protagonistas reales de la vida. Un mundo habitado que disfruta de nuestros productos y servicios. La maravilla de lo cotidiano no tendría ningún sentido sin la maravilla de la vida a la que servimos.

La razón de ser de las empresas del Grupo EPM es la gente, nuestra gente, a la que ofrecemos cada día, de manera constante, lo más necesario, lo esencial, el bienestar del día a día, facilitando sus quehaceres, sus ilusiones y todo aquello que hace posible existir sin apenas percibirlo.



# Fotografías de procesos, flota y lugares

El objetivo de este tipo de fotografías es mostrar la parte más industrial de la empresa, la parte que nos muestra como una empresa sólida y grande, pero siempre buscando el punto en que las fotografías no representen agresividad.

se debe de tener en cuenta que la intención siempre es comunicarnos de una forma amable y limpia.



# Ilustraciones

# El Universo de Linda Calle



Pepe



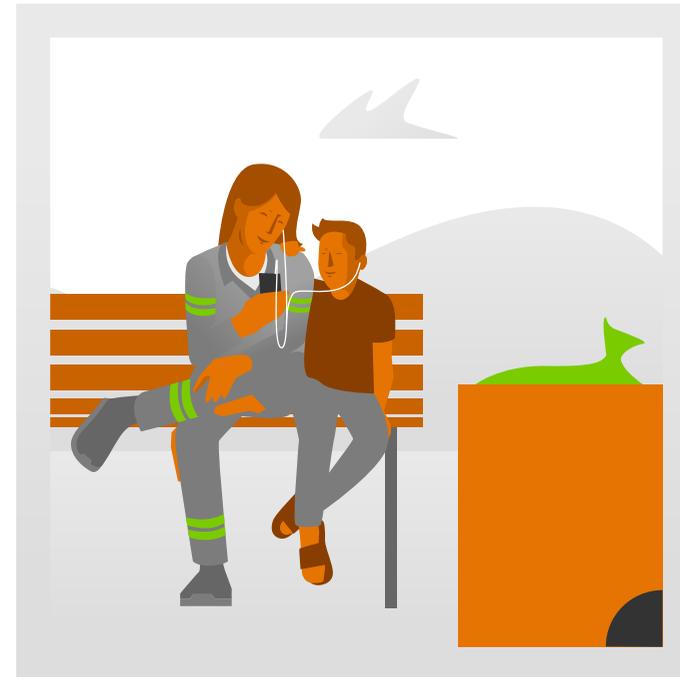
Linda Calle



Amado Medellín

# Ilustraciones Flat

Este tipo de ilustraciones son de gran ayuda para apoyo de las comunicaciones tanto internas como externas, ya que son ilustraciones sobrias que se pueden combinar muy bien con el estilo gráfico de Emvarias, estas son ilustraciones muy adaptativas las cuales pueden modificar fácilmente para darle el sentido que se quiere y así reforzar el mensaje que se quiere transmitir.



# Ejemplo de ilustraciones no permitidas

Evitar las ilustraciones muy cargadas de elementos, ilustraciones que no tienen ningún significado, objetivo o se desvían mucho del estilo de ilustración que manejamos



envarias®  
Grupo·epm