



MANUAL DE IDENTIDAD DE MARCA

Índice

de contenidos

03	Valor conceptual Concepto detrás de la marca	18	Elementos corporativos Concepto detrás de la marca
04	Contexto y filosofía Valores detrás de la marca	19	Patrón de marca Versiones del patrón corporativo
05	Visión y misión Objetivos de la marca	21	Tipografías corporativas Jerarquías de las tipografías
06	Tono comunicativo Lenguaje que emplea la marca	22	Colores corporativos Paletas de color y equivalencias
07	Construcción Proporciones de la marca	24	Usos correctos Cómo utilizar el imagotipo
08	Proporciones Medidas establecidas de la marca	25	Usos incorrectos Cómo no utilizar el imagotipo
09	Área de reserva Aire al rededor de la marca	27	MoodBoard Imágenes de inspiración de marca
10	Tamaños mínimos Reducción en impresión y digital	28	Fondos Imágenes para usos en fondos
11	Versiones y variaciones Variantes del imagotipo	29	Aplicaciones Ejemplos de usos de la marca

Valor conceptual

La identidad de marca de Librería Virtual MITECO se ha desarrollado con un enfoque estratégico contemporáneo, buscando construir una unidad visual versátil, reconocible, adecuada para el uso en entornos digitales y con gran carga simbólica.

La propuesta se alinea con los valores del Ministerio: conocimiento, sostenibilidad, territorio y desarrollo social. Se apoya en un lenguaje visual geométrico y lineal, que transmite orden, precisión y accesibilidad, en coherencia con el carácter técnico y divulgativo del proyecto.

El simbolismo detrás de su isotipo permite además conectar tanto con el público especializado como con usuarios más generales. El eje central es un símbolo enmarcado en un cuadrado, aportando estabilidad y estructura, que funciona como contenedor de significado.

En su interior podemos reconocer varios elementos visuales clave. El libro abierto, que conecta directamente con la idea de publicación, archivo y difusión del conocimiento.

Estas mismas formas evolucionan hacia hojas orgánicas, reforzando el vínculo con la biodiversidad y el entorno natural. Se articula como una espiga, símbolo asociado al crecimiento y territorio (reto demográfico).

La incorporación de un elemento circular en la parte superior introduce una lectura más humana, vinculada a la población, demografía y equilibrio entre personas y medio ambiente. Este círculo nos vincula también con la idea de sol, la naturaleza y la luz.

La construcción del símbolo a través de líneas refuerza una estética moderna y digital, alejándose de recursos evidentes. Une lo orgánico con lo geométrico para ofrecer una interpretación más contemporánea.

Esta misma lógica se traslada al desarrollo del nombre, donde el uso de líneas horizontales dentro de un rectángulo acompaña al símbolo, generando continuidad visual, ritmo y cohesión en el conjunto.

De este modo, se construye una narrativa visual integrada que conecta conocimiento, sostenibilidad y desarrollo, proyectando una identidad cercana, accesible y con vocación pública.

El uso del color verde refuerza la idea de ecología, mientras que el negro nos conecta con la divulgación editorial. Se introducen adicionalmente colores secundarios de apoyo, que componen una paleta cromática corporativa reconocible y con carácter.

El sistema desarrollado permite versatilidad de usos, tanto del conjunto completo como de su isotipo (símbolo) aislado, asegurando adaptabilidad en todo tipo de aplicaciones: entornos digitales, publicaciones, papelería y soportes editoriales, etc.

En conjunto, la identidad no solo identifica, sino que construye un relato coherente con la misión del MITECO, posicionando la Librería Virtual como un espacio actualizado y accesible, donde el conocimiento impulsa el desarrollo sostenible y el equilibrio territorial.

Contexto de la marca

Librería Virtual MITECO nace como el repositorio digital de publicaciones oficiales del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, reuniendo documentación especializada, informes técnicos, estudios, estadísticas y contenidos divulgativos vinculados al medio ambiente, el territorio, la sostenibilidad y la transición ecológica.

Filosofía y valores

Se entiende el conocimiento como una herramienta fundamental para impulsar la sostenibilidad, la conciencia ambiental y el desarrollo social. La marca busca acercar el contenido técnico e institucional a la ciudadanía mediante una comunicación clara, contemporánea y accesible.

Conocimiento y divulgación	La difusión de información y contenidos especializados constituye el núcleo de la marca, promoviendo el acceso abierto al conocimiento.
Sostenibilidad y territorio	Refleja el compromiso con la biodiversidad, el equilibrio territorial y el desarrollo sostenible, conectando naturaleza, sociedad y crecimiento.

Visión y misión

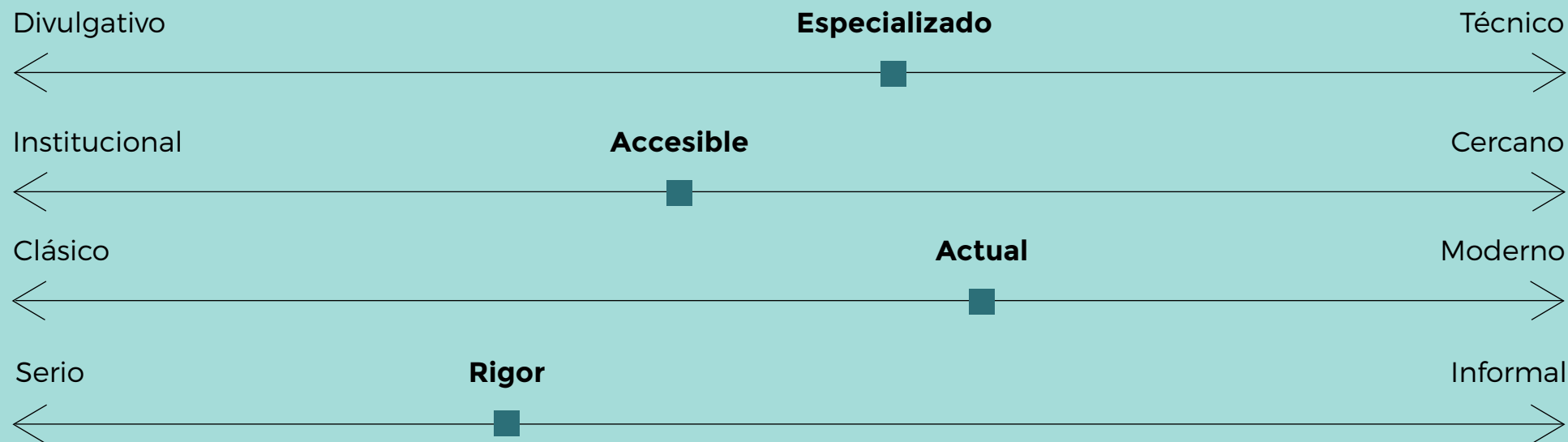
visión

Convertirse en un espacio digital de referencia en el ámbito de la divulgación ambiental e institucional, reconocido por facilitar el acceso a conocimiento especializado sobre transición ecológica, biodiversidad y territorio.

misión

- Difundir publicaciones, estudios y recursos especializados vinculados al MITECO.
- Facilitar el acceso a conocimiento técnico y divulgativo a través de una plataforma digital accesible.
- Acercar la información ambiental y territorial a públicos tanto especializados como generales
- Construir una identidad sólida, reconocible, versátil y adaptable, coherente con los valores del MITECO.

Tono comunicativo



El tono de Librería Virtual MITECO es claro, accesible y riguroso. La comunicación se construye desde una perspectiva institucional y especializada, pero buscando siempre facilitar la comprensión y el acceso al conocimiento mediante un lenguaje ordenado, directo y actual. Se prioriza una comunicación divulgativa pero estructurada y precisa, capaz de conectar tanto con perfiles técnicos como con públicos más generales.

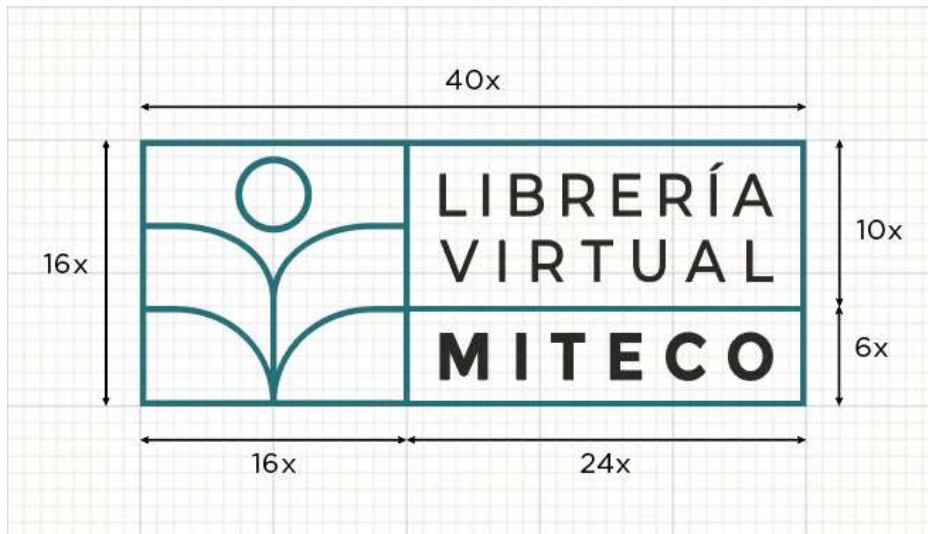
Evita un tono excesivamente corporativo, frío o distante, apostando por una comunicación institucional pero más próxima. Transmite conocimiento, sostenibilidad y confianza desde una imagen equilibrada entre precisión técnica y cercanía.

Construcción

del imago tipo



Proporciones del imagotipo



Para la construcción del imagotipo, se establece una unidad de medida con valor "x" y se fijan las proporciones, que deberán respetarse siempre, en base a dicha unidad.

Área de reserva

Para favorecer la correcta visualización del imagotipo, deberán respetarse siempre (en todas sus variantes y versiones), los espacios blancos de reserva, que equivaldrán a, mínimo, 3 veces el valor de “x” por cada lado de la marca.



Reducción

usos mínimos

/ Uso Impreso



27 mm

/ Uso Digital



65 px

Para garantizar siempre la legibilidad, no se usará el imagotipo por debajo de los tamaños mínimos para usos impresos y digitales para cada versión aquí pautados.

Versiones y variantes

Se detallan las diferentes versiones y variantes en las que podrá emplearse el imagotipo.

Se deberá respetar la jerarquía de usos pautada para poder garantizar la solidez, coherencia y profesionalidad de la identidad de marca en todos sus tamaños, formatos, aplicaciones y contextos de uso posibles.

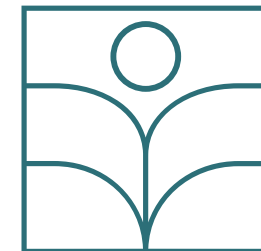
Variantes principales

Se utilizará el imagotipo de forma preferente y general. Pero podrá utilizarse el isotipo aislado como símbolo representativo de la marca para usos concretos como sellos, pegatinas, favicon, etc.

/ Imagotipo



/ Isotipo





Versiones

Se emplearán de forma preferente sus dos variantes principales tanto positiva como blanca sobre fondo corporativo, según soporte. Se utilizará, de forma secundaria, en sus cuatro variantes alternativas de usos en negativo sobre fondos de colores corporativos. Se utilizará en sus versiones monocromas y escala de grises de forma excepcional, cuando el soporte y uso de tintas así lo requiera.

/ Versiones
Principales



/ Versiones
Negativo



/ Versiones
Fondos

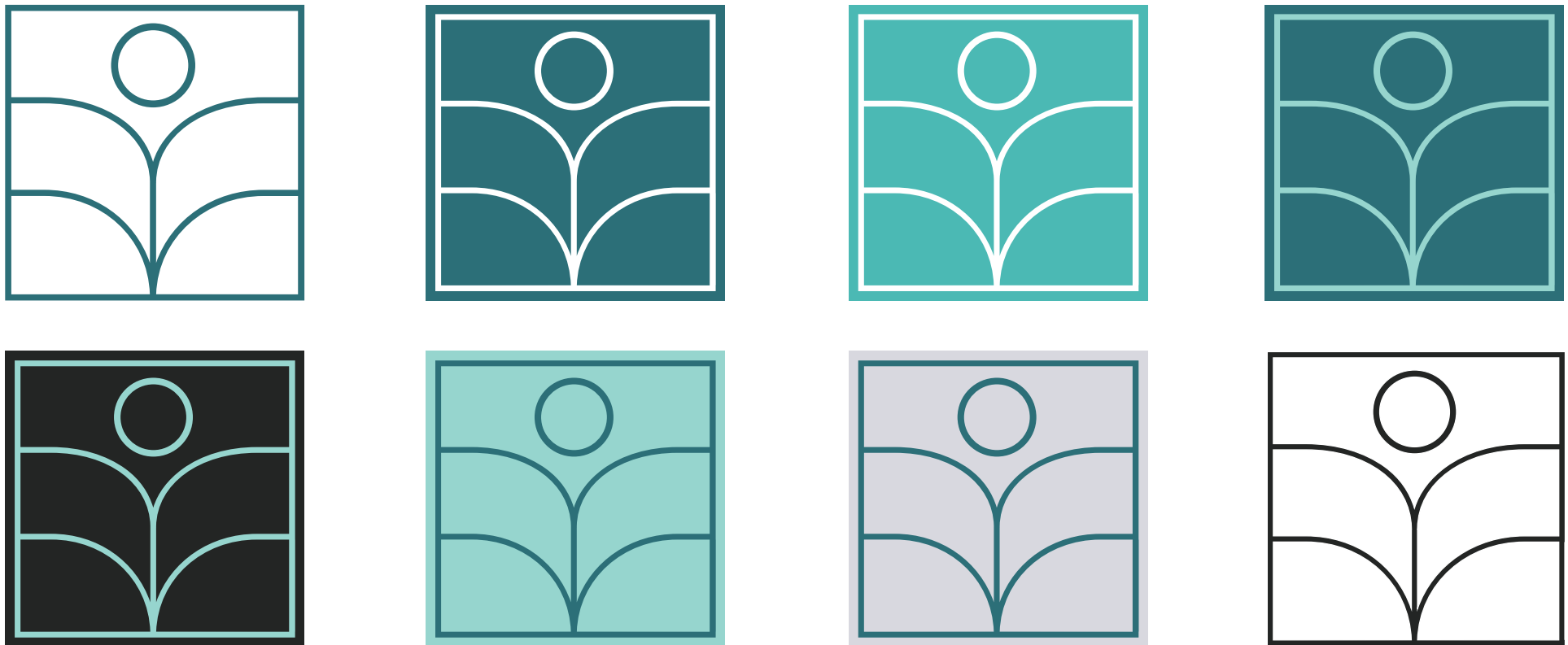


/ Versión
Monocroma



/ Versión
Escala de grises





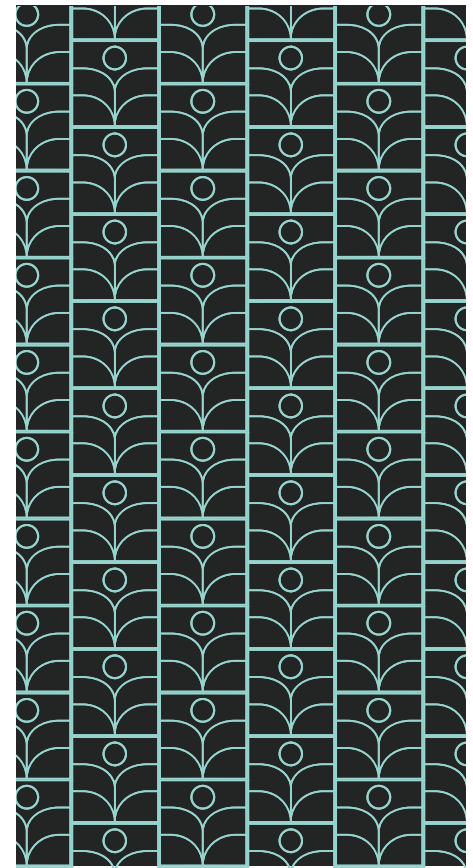
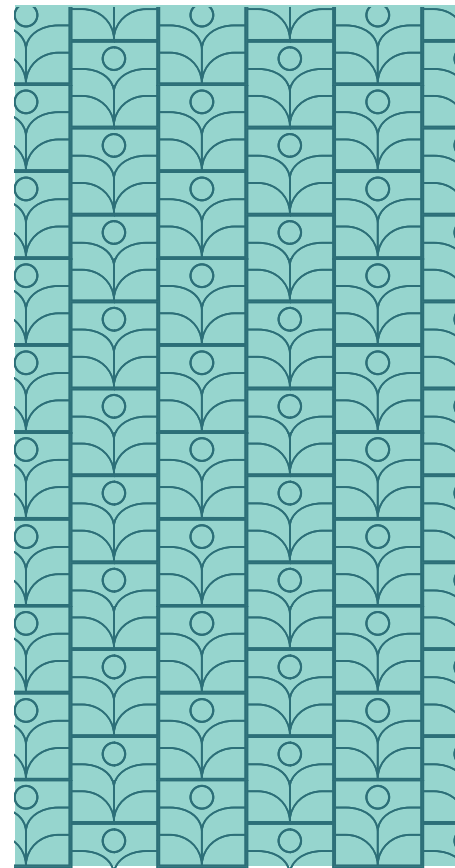
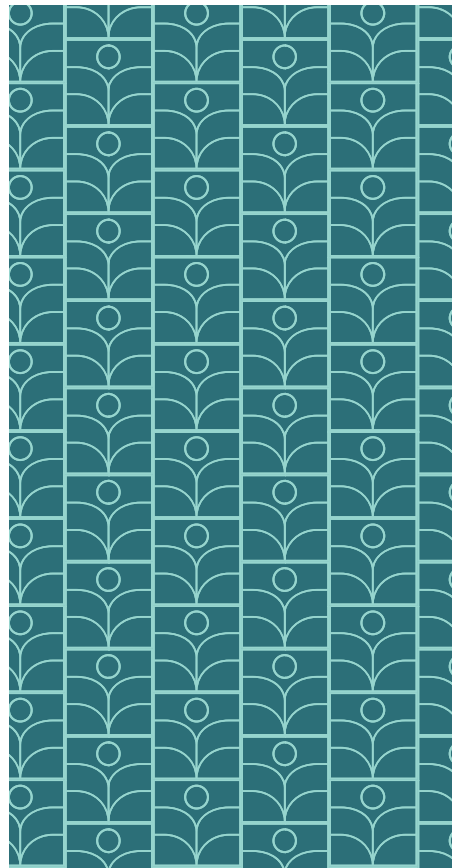
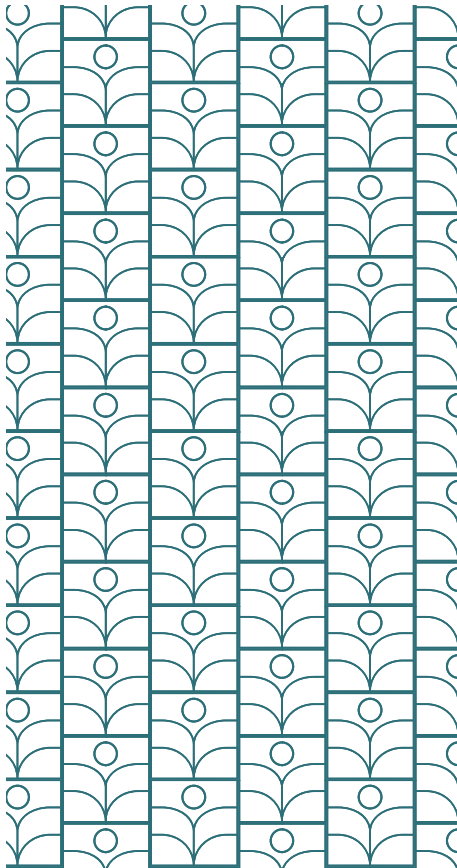
Isotipo

USOS _____

El isotipo se podrá utilizar en todas estas versiones, como símbolo de la marca. Será el único elemento que podrá utilizarse aislado, con opacidad reducida (marca de agua), cortado (como recurso compositivo), repetido en patrón, etc.

Patrón de marca

Se desarrolla un patrón de marca corporativo para utilizar en fondos, textil, packaging, etc, como recurso de repetición y compositivo asociado a la marca. Podrá emplearse en sus diferentes variantes de color, según soporte e intención.



Elementos corporativos _____

/Tipografías

A nivel tipográfico, la propuesta combina elegancia editorial y funcionalidad contemporánea.

Para el naming se plantea **“Montserrat”** en sus pesos regular y bold. Tipografía sans serif moderna, limpia, accesible y legible, que introduce el contrapunto funcional y digital.

Como tipografía de apoyo se utiliza **“Playfair Display”**, una serif que aporta carácter, sofisticación y un guiño al mundo editorial, reforzando el valor del contenido publicado y añadiendo contraste.

Esta combinación tipográfica permite equilibrar tradición y actualidad, generando una identidad sólida, reconocible y adaptable a distintos contextos.

/Paleta de colores

- **Verde Petróleo** (color principal): vinculado a la sostenibilidad con una perspectiva técnica y actual.
- **Negro Carbón** (para textos): aporta profundidad, contraste y carácter institucional y editorial.
- **Turquesa** (color secundario): introduce frescura, innovación y dinamismo dentro del sistema visual.
- **Verde Agua Suave** (para variantes en negativo del logo y fondos): refuerza la conexión con lo natural desde una lectura ligera y accesible.
- **Gris Perla** (para fondos): actúa como base neutra, aportando equilibrio, limpieza y aire visual y editorial.

Esta combinación cromática permite construir una identidad moderna, digital y flexible, donde el contraste entre tonos neutros y verdes aporta personalidad, sin perder claridad ni rigor institucional.

Tipografías corporativas

/ Tipografía Principal

Montserrat

Aa

Para uso en en el
imago tipo, bloques de
texto y párrafos. En todas
sus variantes de light a
bold para jerarquizar.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

/ Tipografía de apoyo

Playfair Display

Aa

Para uso en elementos
textuales de apoyo para
generar contraste, como
subtítulos y entradillas
de texto.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

/Color Principal

Verde Petróleo

Pantone 2213 C
RGB 44 111 120
CMYK 80 36 41 22
#2c6f78

/Color Principal

Negro Carbón

Pantone Black C
RGB 35 37 36
CMYK 69 61 61 72
#232524

/Color
Secundario

Turquesa

Pantone 7472 C
RGB 75 185 180
CMYK 66 4 34 0
#4bb9b4

/Color
Secundario

Verde Agua

Pantone 331 C
RGB 160 213 206
CMYK 40 0 22 0
#96d5ce

/Color
Fondos

Gris Perla

Pantone 663 C
RGB 216 216 223
CMYK 14 11 7 0
#d8d8df

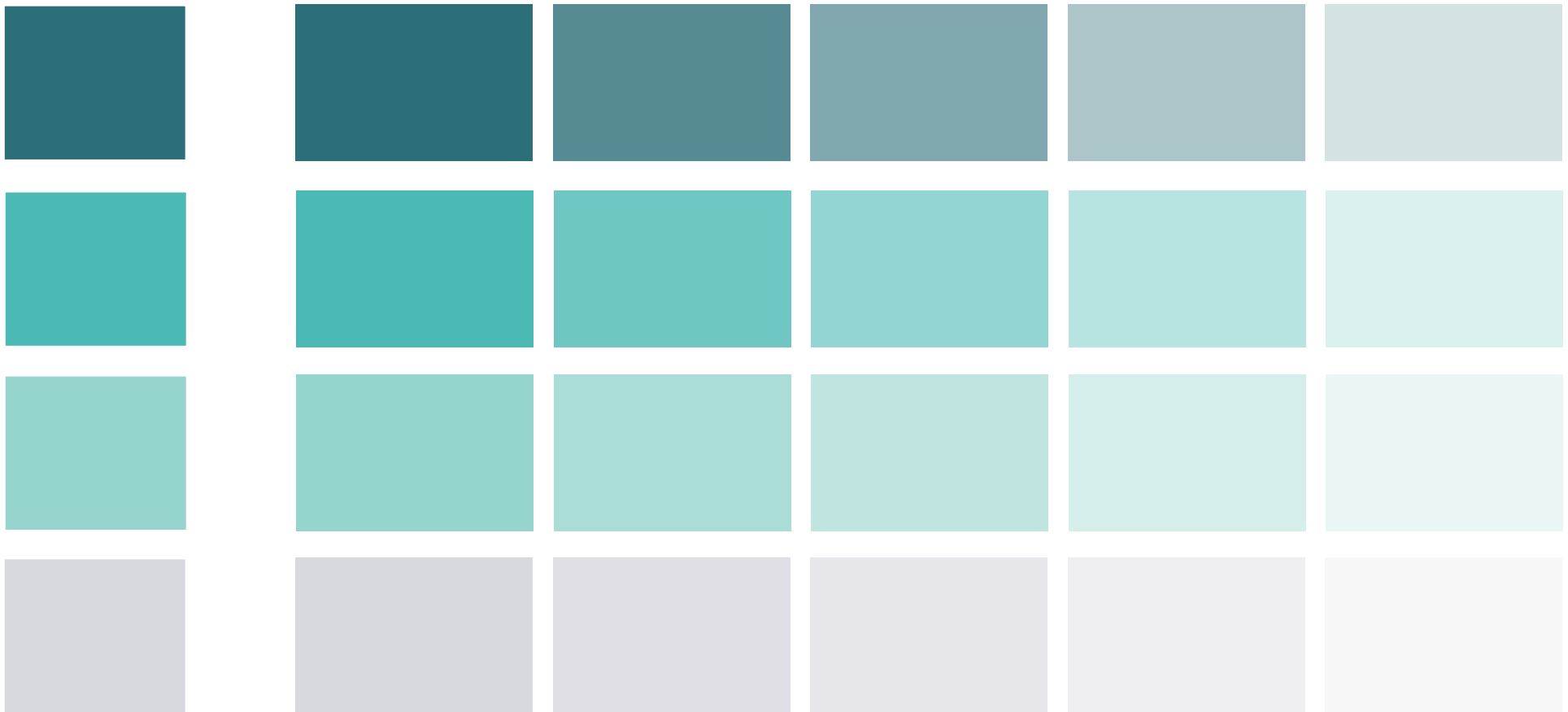
/Color
Aire

Blanco Papel

RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0 0
#ffffff

Escala tonal

Para lograr tonos más claros, podremos reducir la opacidad de los colores corporativos. Estos matices podrán utilizarse para crear una atmósfera más suave en fondos o recursos de diseño para web, presentaciones, catálogos editoriales, etc,



Usos correctos

Para aplicar la marca sobre fondos, se priorizarán siempre los de colores corporativos y las imágenes similares a la estética del MoodBoard.

Cuando sea necesario aplicarlo sobre fondos de colores no corporativos (si no se puede evitar), así como cuando se aplique sobre imágenes, se utilizarán exclusivamente sus versiones monocroma blanca y negra, como se muestra. No se utilizará sobre fondos o imágenes que no permitan legibilidad.

/ Fondos corporativos



/ Fondos no corporativos — claro / oscuro



/ Imágenes — clara / oscura



Usos incorrectos

01



02



03



04



05



06



07



08



Eliminar elementos .01

Cambiar los colores .02

Deformar el logo .03

Rotar el logo .04

Aplicar efectos .05

Mover elementos .06

Cambiar tipografías .07

Utilizar el logo pixelado .08

Mood board

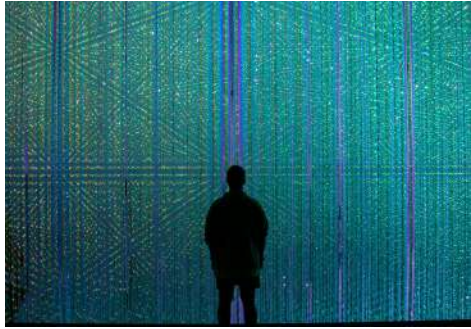
El MoodBoard define una serie de imágenes vinculadas a la identidad, que nos servirán como acompañamiento en redes, web, presentaciones... y como inspiración y referencia de la estética objetivo.

Los **conceptos de inspiración** de la marca, son:

- Espigas, trigo, vegetación y flores
- Conocimiento, divulgación, publicaciones especializadas, texto y libros
- Transición ecológica, sostenibilidad, biodiversidad, flora y fauna
- Población y reto demográfico
- Naturaleza, paisaje, territorio, crecimiento y equilibrio entre sociedad y medio ambiente
- Entornos digitales contemporáneos, accesibilidad y claridad visual
- Diseño editorial, sistemas gráficos estructurados y lenguaje institucional moderno
- Información pública, investigación, análisis y difusión del conocimiento

Los **colores de inspiración** y afinidad de la marca, son:

- Tonos verdes vinculados a la ecología y la sostenibilidad
- Colores presentes en la naturaleza: vegetación, agua, paisaje y luz natural
- Composiciones, estructuras y texturas naturales



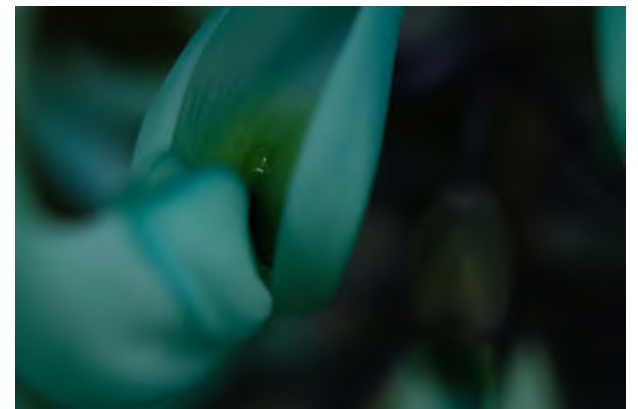
Fondos

USOS

Se editarán las imágenes de uso para asemejarse a los colores corporativos, pudiendo aplicar una capa del color corporativo principal a 10–30% de opacidad encima de la fotografía.

Estos fondos (u otros posibles similares) se emplearán como un recurso recurrente de apoyo visual para la marca en presentaciones corporativas, redes sociales, web, catálogo editorial, etc.

A continuación se muestran algunas imágenes de ejemplo para utilización en fondos corporativos vinculados a la marca, para uso en presentaciones, catálogos editoriales, etc.



Aplicaciones

ejemplos de usos

A continuación se ejemplifican algunos de los posibles usos del imago tipo sobre diferentes elementos de diseño (ficticios), incluyendo la muestra sobre diversas tintas especiales, tales como stampings plata u oro, papeles texturizados, relieves, hendidos, barnices, rótulos tridimensionales), etc.

Estos ejemplos se usarán como referencia a la hora de utilizar la identidad en el futuro en cualquiera de los posibles soportes finales y son representativos de su versatilidad.



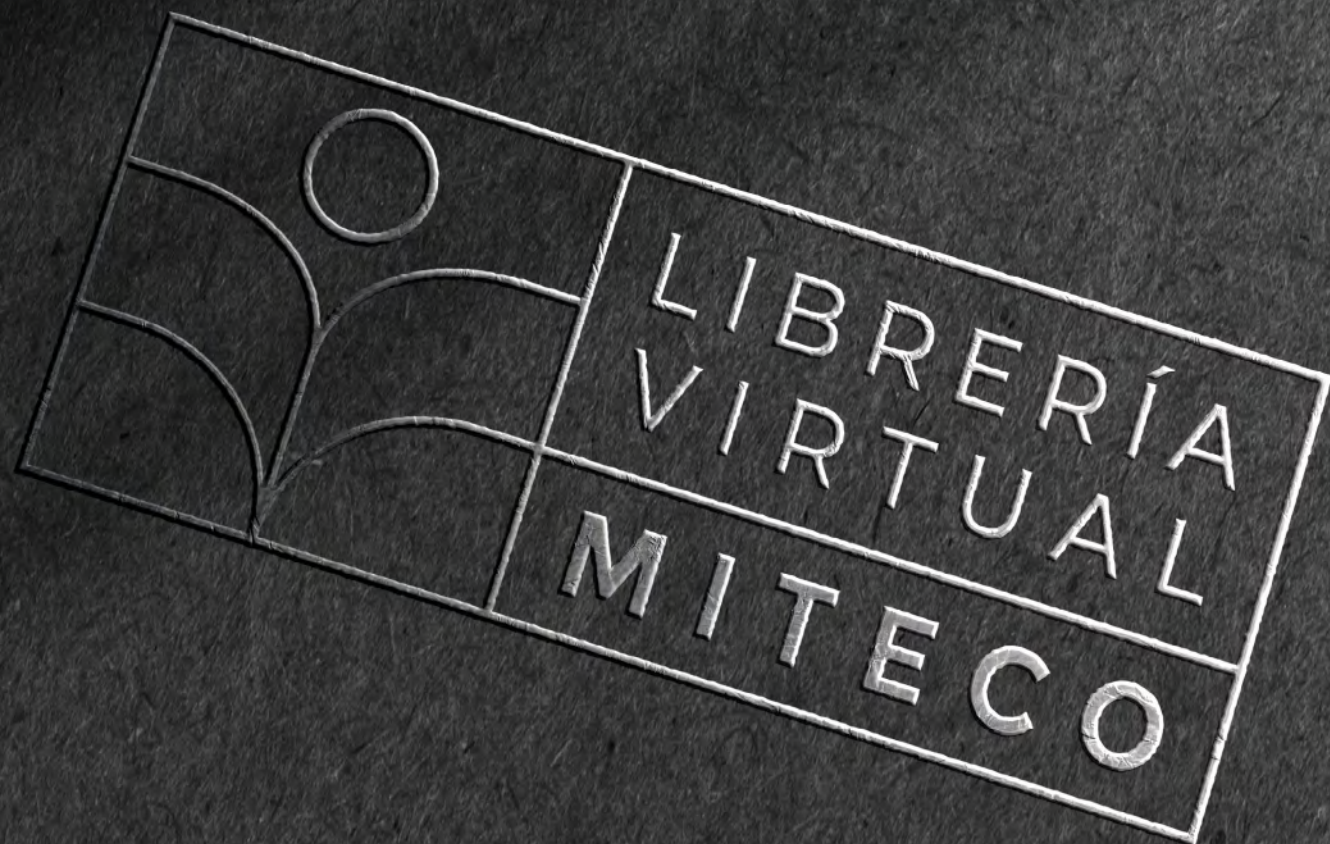
LIBRERÍA
VIRTUAL

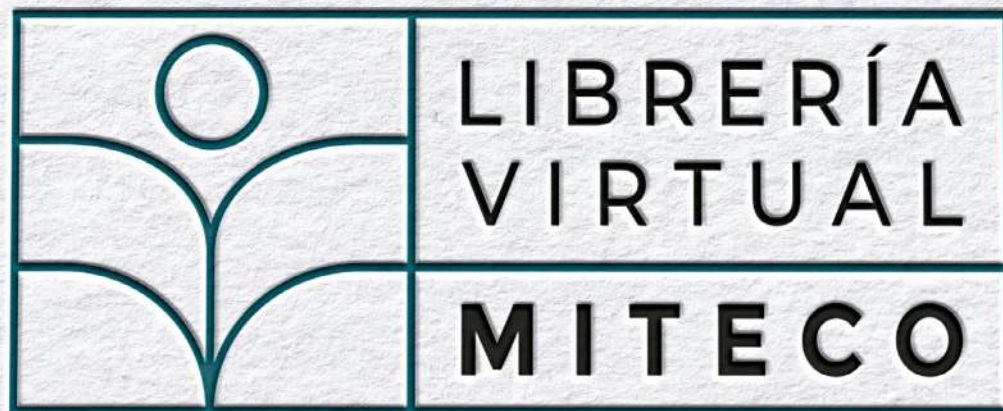
MITECO



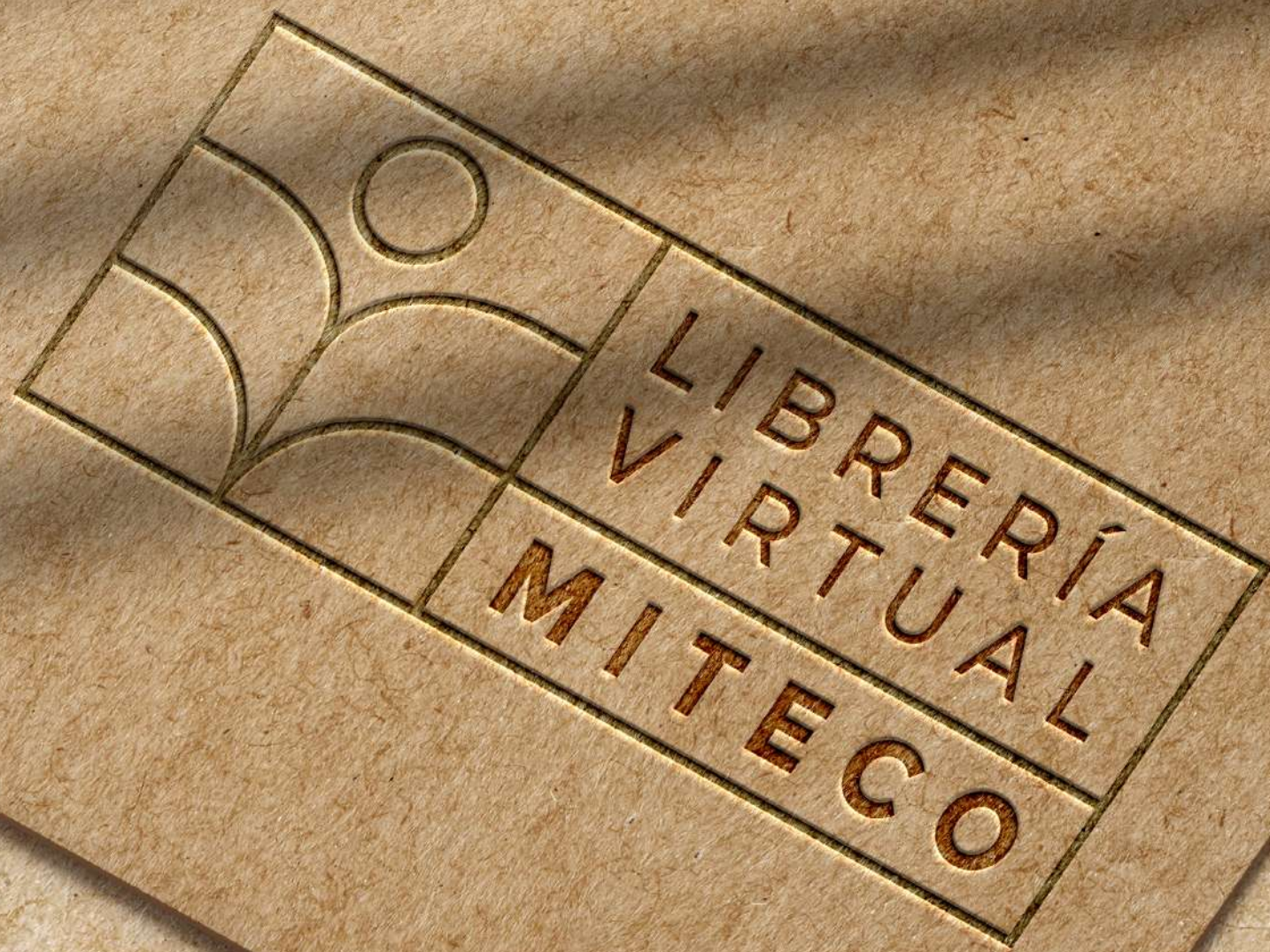








LIBRERÍA
VIRTUAL
MITECO



LIBRERÍA
VIRTUAL
MITECO





LIBRERÍA
VIRTUAL

MITECO







LIBRERÍA
VIRTUAL
MITECO

Gracias

Branding Tania Izquierdo © 2026

taniaizquierdo.com | info@taniaizquierdo.com