



MANUAL DE MARCA GLOBAL 2021



¡Le damos la bienvenida!

Los marcos, las herramientas y los criterios en este Manual de Marca Global están diseñados para ayudarnos a trabajar en sintonía para impulsar una estrategia cohesiva, consistente y diferenciada hacia nuestra visión de cambio de los sistemas económicos.

	Le damos la bienvenida	2						
Nuestra marca	Nuestra marca	4	Identidad visual	Identidad visual	21	Elementos visuales	Elementos visuales	47
	Introducción	5		Kit de herramientas de nuestra marca	22		El “Círculo” y “Barra”	48
	Teoría del cambio	6		Arquitectura global de la marca según el público	23		Ilustraciones	49
	¿Qué hacemos	7		Plantilla de arquitectura regional de la marca	24		Diagramas	50
	Ejemplos de lo que hacemos	8		Portafolio del isologo	25		Iconografía	51
	Posicionamiento	9		Componentes del isologo: Descripción	26		Paleta de colores	52
	Visión de la red global B	10		• El “Círculo B”	27		Fotografía	53
	¿Qué significa la “B”?	11		Marca Maestra: Descripción	28		Tipografía	54
			• Usos incorrectos	29				
Comunicación de la marca	Comunicación de la marca	12	Marca de la Certificación: Descripción	30	Aplicaciones	Aplicaciones	55	
	Mensaje clave	13	• Tamaño	31		Plantilla de presentaciones		
	Narrativa	14	• Usos incorrectos	32		de Google	56	
	Manifiesto	15	• Versiones internacionales oficiales	33				
	Declaración de		• Uso por parte de entidades que			Contactos clave	57	
	Interdependencia de Empresas B	16	no son Empresas B	34				
	Tono de voz	17	• Criterios de uso: Empresas con varias					
	Tagline	18	marcas y entidades relacionadas	35				
	Definiciones clave	19	• Uso en packaging y envases	36				
	Definiciones clave (cont.)	20	• Uso en materiales impresos	37				
			• Uso en materiales digitales	38				
			• Uso de color	39				
		Ofertas para empresas y corporaciones						
		• Descripción	40					
		• Uso de color	41					
		Herramientas: Descripción	42					
		• Uso de color	43					
		Iniciativas y campañas						
		• Isologos con ilustraciones	44					
		• Isologos con texto únicamente	45					
		Símbolos de marca comercial	46					



Nuestra marca

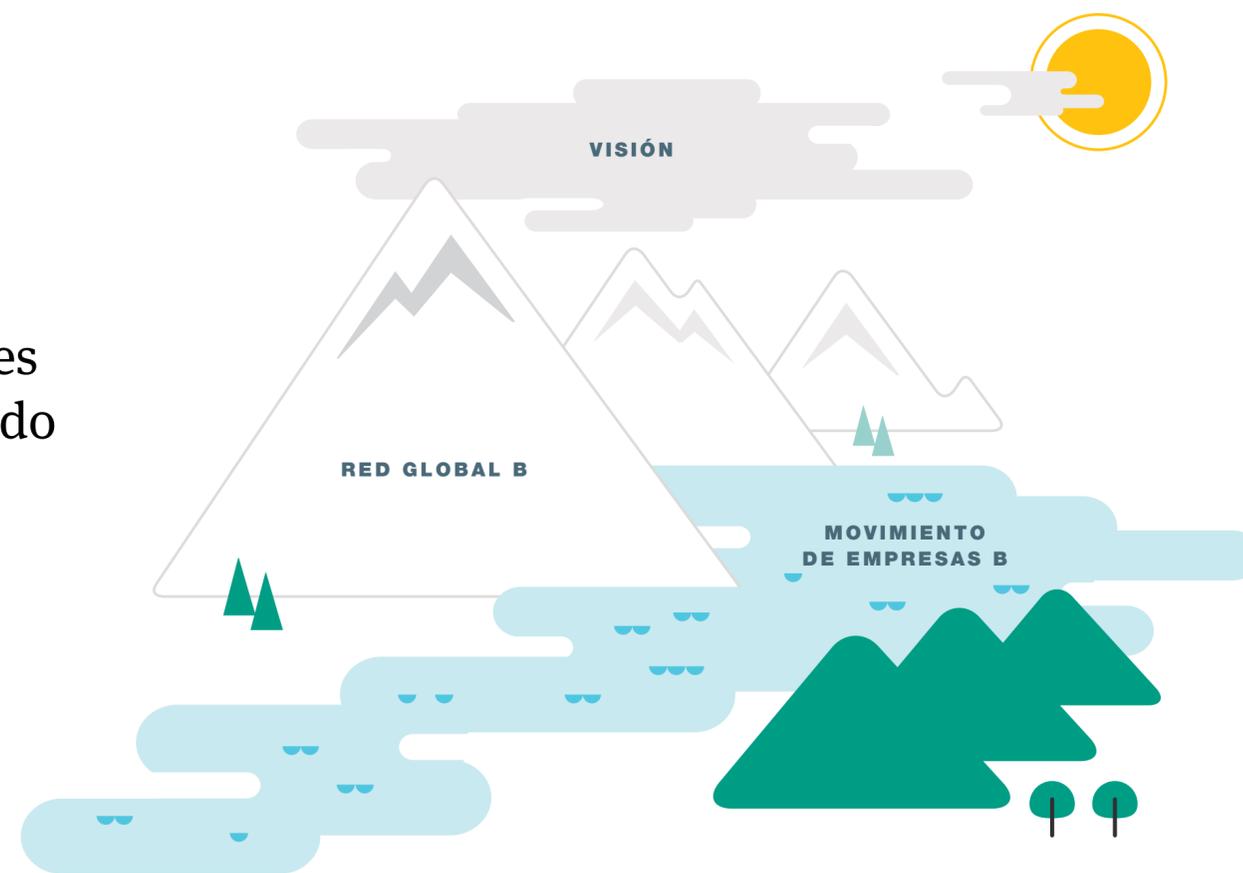
Una marca es mucho más que un logo: es un conjunto de convicciones fundamentales, es una visión, es una promesa. Se trata de un tono y de una voz definidos. Y está inspirada y delimitada por principios rectores que guían nuestras acciones y nuestro discurso.

Visión + Red + Movimiento

El sistema económico actual, impulsado principalmente por las empresas, no está cumpliendo con su gran promesa de crear un impacto positivo para el mundo, sino que está generando impactos negativos considerables.

B Lab es una red sin fines de lucro que trabaja para transformar la economía global para beneficiar a todas las personas, las comunidades y el planeta. Nuestra red internacional de organizaciones está liderando el cambio de los sistemas económicos para hacer realidad nuestra visión de una economía inclusiva, equitativa y regenerativa.

Estamos construyendo el movimiento de Empresas B para cambiar nuestro sistema económico, y para ello, debemos cambiar las reglas del juego. Creamos estándares, políticas, herramientas y programas para transformar el comportamiento, la cultura y la estructura del capitalismo. Movilizamos a la comunidad de Empresas B hacia una acción colectiva para abordar los desafíos más críticos de la sociedad.



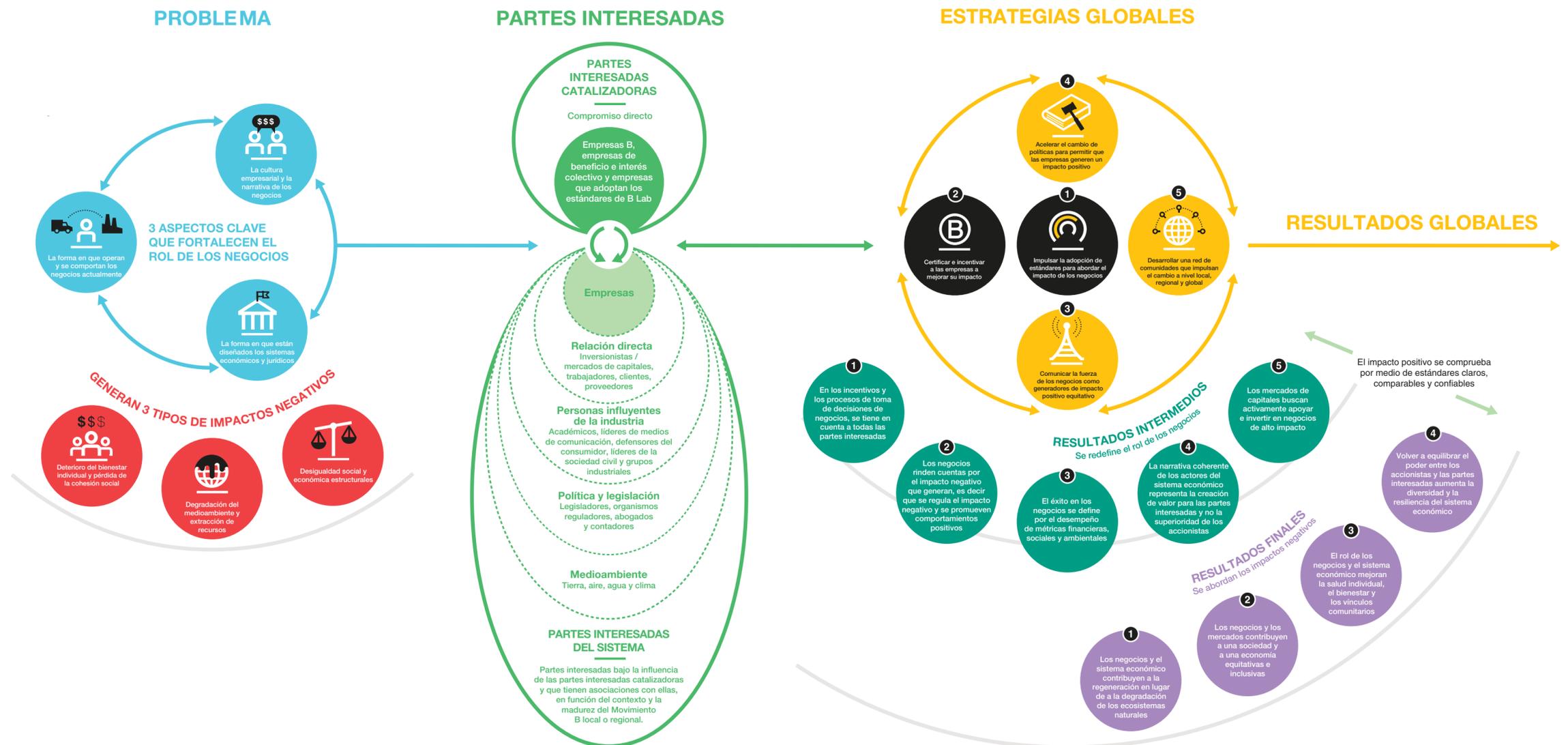


El problema

El sistema económico actual, impulsado principalmente por las empresas, no está cumpliendo con su gran promesa de crear un impacto positivo para el mundo, sino que está generando impactos negativos considerables.

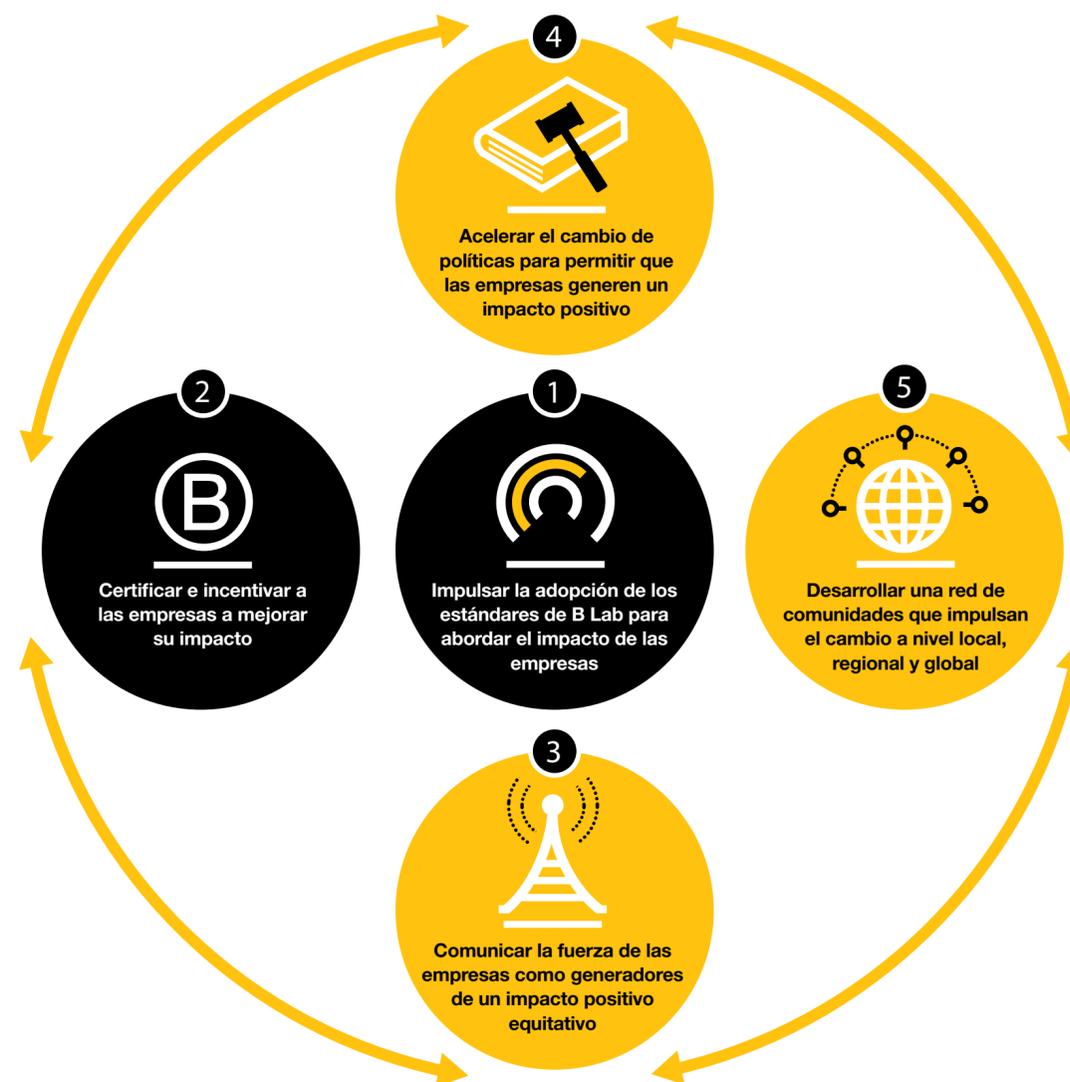
Nuestra visión para el cambio

Un sistema económico inclusivo, equitativo y regenerativo para todas las personas y para el planeta.



Nos enfocamos en cinco estrategias globales para alcanzar nuestra visión:

1. Impulsar la adopción de estándares de impacto
2. Certificar e incentivar a las empresas a mejorar su impacto
3. Comunicar la fuerza de las empresas como generadores de un impacto positivo equitativo
4. Acelerar el cambio de políticas
5. Desarrollar una red de comunidades para el cambio



NUESTRA MARCA: EJEMPLOS DE LO QUE HACEMOS



Trabajamos a nivel regional y global para desarrollar e implementar un sistema sólido de productos, programas, campañas e iniciativas al servicio de nuestras estrategias globales.

Productos

Innovaciones y propuestas diseñadas para resolver problemas de los clientes o de un mercado.

Programas

Un conjunto de actividades coordinadas diseñadas para apoyar las estrategias de las organizaciones.

Campañas

Acciones de marketing, comunicaciones o esfuerzos de promoción continuos o con plazos definidos para impulsar el conocimiento de determinados programas, productos o iniciativas.

	Impulsar la adopción de los estándares de B Lab para abordar el impacto de las empresas	Certificar e incentivar a las empresas a mejorar su impacto	Comunicar la fuerza de las empresas como generadoras de un impacto positivo equitativo	Acelerar el cambio de políticas para permitir que las empresas generen un impacto positivo	Desarrollar una red de comunidades que impulsan el cambio a nivel local, regional y global
PRODUCTOS GLOBALES	Evaluación de Impacto B SDG Action Manager	Certificación de Empresa B			
	Gestión de impacto	Certificación de Empresa B MNC Pathway (incluyendo B Movement Builders)	Cambio narrativo	Política global	
PROGRAMAS GLOBALES	Best For The World ODS Mes de las Empresas B	Best For The World Mes de las Empresas B	Net Zero 2030 Mes de las Empresas B Best For The World SDG Action Manager Best for Africa (África del Este)	Better Business Act (Reino Unido) De la superioridad de los accionistas al capitalismo de las partes interesadas (EE. UU./Canadá)	
				Coalición de la Casa Blanca para fomentar el crecimiento económico inclusivo (EE. UU y Canadá) Coalición de interdependencia (Europa) Programa Business for Good: Good for Business en Aotearoa, Nueva Zelanda (Australia y Nueva Zelanda) Grupo Internacional de Trabajo para una Reactivación Económica de Impacto [GITRE] (América Latina)	Champions Retreat B Hive B the Change Reimagining Business B Inspired Empresa +B B Corp Way Net Zero 2030 Desafío 10x We the Change Cities Can B / Ciudades + B B Academics
CAMPAÑAS (GLOBALES Y REGIONALES)					
INICIATIVAS REGIONALES					



Declaración de posicionamiento:

B Lab es una red sin fines de lucro que trabaja para transformar la economía global para beneficiar a todas las personas, las comunidades y el planeta.

Nombre de la marca:

B Lab

Nombre de la organización central:

B Lab Global

Nombres de las organizaciones asociadas:

B Lab Australia and New Zealand

B Lab Europa:

- B Lab France
- B Lab Germany
- B Lab Spain
- B Lab Switzerland

- Otros socios de B Lab en Europa: Benelux (Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo), Italia, países nórdicos (incluyendo Dinamarca, Suiza, Finlandia, Islandia, Noruega y Groenlandia), Polonia y Portugal

B Lab África del Este:

- B Lab Mauritius
- B Lab South Africa

B Lab Hong Kong / Macau

B Lab Korea

B Lab Taiwan

B Lab United Kingdom

B Lab US & Canada

B Corps China

Sistema B Internacional:

- Sistema B Argentina
- Sistema B Brasil
- Sistema B Chile
- Sistema B Colombia
- Sistema B Ecuador
- Sistema B México
- Sistema B Paraguay
- Sistema B Perú
- Sistema B Uruguay
- Sistema B América Central y el Caribe

B Market Builder Japan

B Market Builder Singapore & Malaysia

Nombre de la red:

Red Global B

Nombre del movimiento:

Movimiento de Empresas B

Nombre de la comunidad:

Comunidad de Empresas B



Nuestra visión global es promover un sistema económico inclusivo, equitativo y regenerativo para todas las personas y para el planeta.





La “B” significa **beneficios para todos**.
Estamos impulsando el movimiento
de Empresas B para cambiar nuestro
sistema económico y generar un impacto
positivo en todas las partes interesadas:
los trabajadores, las comunidades,
los clientes y nuestro planeta.



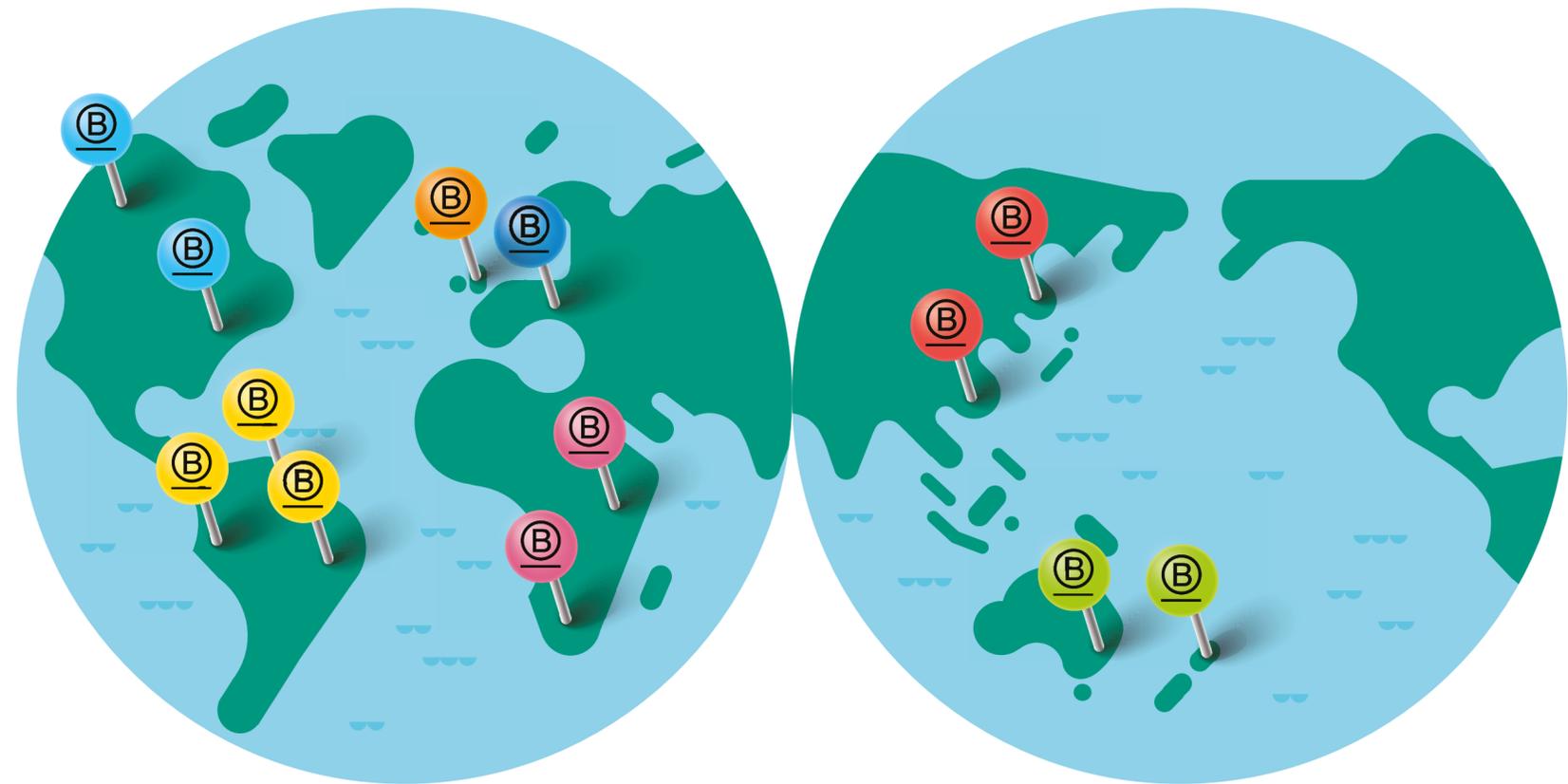


Comunicación de la marca

Las palabras que usamos importan. La forma en que hablamos sobre nosotros, nuestras ideas y nuestro movimiento global tiene un fuerte impacto en cómo nos comprenden los demás y cómo resonamos con los demás. Por ese motivo, ofrecemos los siguientes recursos para ayudarlo a comunicarse de manera consecuente y efectiva.



Estamos transformando la economía global para **beneficiar a todas las personas, las comunidades y el planeta**. Como organización que lidera el cambio de los sistemas económicos, nuestra red internacional crea estándares, políticas, herramientas y programas para empresas, y otorgamos una certificación —la Certificación de Empresas B— a las empresas que están abriendo el camino a una forma diferente de hacer negocios.





B Lab es una red sin fines de lucro que trabaja para transformar la economía global para beneficiar a todas las personas, las comunidades y el planeta. Nuestra red internacional de organizaciones está liderando el cambio de los sistemas económicos para hacer realidad nuestra visión de una economía inclusiva, equitativa y regenerativa.

Todo comenzó en 2006 con la idea de que crear una economía diferente no solo era posible, sino que era necesario; y las empresas podrían tomar la iniciativa e impulsar un nuevo modelo de negocios orientado al beneficio de todas las partes interesadas. Nuestra organización se hizo conocida por nuestra Certificación de Empresas B, que son empresas que cumplen con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, de transparencia y de responsabilidad empresarial.

Sin embargo, hacemos mucho más que eso. Estamos construyendo el movimiento de Empresas B para cambiar nuestro sistema económico, y para ello, debemos cambiar

las reglas del juego. B Lab crea estándares, políticas, herramientas y programas para transformar el comportamiento, la cultura y la estructura del capitalismo. Movilizamos a la comunidad de Empresas B para impulsar una acción colectiva que nos permita afrontar los desafíos más críticos de la sociedad.

Al aprovechar el poder de los negocios, B Lab tiene un impacto positivo en 150 industrias en 74 países, ayudando a crear un equilibrio entre fomentar sus ganancias y cumplir con su propósito. Juntos, estamos transformando nuestro sistema económico en uno que no beneficie a unos pocos, sino a todos: para abandonar la concentración de la riqueza y el poder y garantizar la equidad, para pasar de la explotación a la regeneración y para dejar de priorizar el individualismo para celebrar la interdependencia.

No descansaremos hasta que **todas** las empresas generen un impacto positivo en el mundo.

Juntos, transformamos la economía global para beneficiar a todas las personas, las comunidades y el planeta.

Juntos, lideramos el cambio de los sistemas económicos para hacer realidad nuestra visión de una economía inclusiva, equitativa y regenerativa.

Juntos, creamos estándares, políticas, herramientas y programas que transforman el comportamiento, la cultura y la estructura del capitalismo.

Juntos, estamos construyendo un movimiento global de personas que usan los negocios para generar un impacto positivo en el mundo.

Juntos, no descansaremos hasta que todas las empresas generen un impacto positivo en el mundo.

Juntos, estamos cambiando las reglas del juego para que todas las empresas puedan alinear las ganancias con sus propósitos.





Imaginamos una economía global que utiliza los negocios para generar un impacto positivo. Esta economía está compuesta por un nuevo tipo de empresas: las Empresas B, empresas con propósito que buscan beneficiar a todas las partes interesadas, no solo a sus accionistas. Como Empresas B y líderes de esta nueva economía, creemos que:

Debemos **ser el cambio** que buscamos en el mundo.

Todas las empresas deben ser gestionadas priorizando a **las personas y al lugar donde operan**.

A través de sus productos, sus prácticas y sus utilidades, las empresas deben aspirar a **no generar impactos negativos y a beneficiar a todas las partes interesadas**.

Para lograrlo, debemos actuar entendiendo que todos dependemos unos de otros y que, por lo tanto, somos responsables **de nosotros y de las futuras** generaciones.



B Lab tiene una voz **positiva, inclusiva y confiable**.

Es una **voz colectiva** que nos conecta con nuestro público, que explica de manera sencilla conceptos complejos, como el cambios de los sistemas económicos, sin argumentos simplistas ni condescendientes.

Nos comunicamos de forma clara y accesible.

Contamos historias basadas en datos, compartimos soluciones y nuestros progresos, y defendemos sin miedo todo lo que creemos que es correcto.



Transformamos la economía global
para **beneficiar a todas las personas,**
las comunidades y el planeta.





Empresas B Certificadas

Las Empresas B Certificadas, también llamadas solo Empresas B, son empresas que cumplen con los más altos estándares en términos de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad empresarial.

Movimiento de Empresas B

El movimiento de Empresas B es un movimiento global de personas que usan la fuerza de los negocios para generar un impacto positivo en el mundo. Juntos, estamos transformando nuestro sistema económico en uno que no beneficie a unos pocos, sino a todos: para abandonar la concentración de la riqueza y el poder y garantizar la equidad, para pasar de la extracción a la regeneración y para dejar de priorizar el individualismo para celebrar la interdependencia.

B Lab

B Lab es una red sin fines de lucro que trabaja para transformar la economía global para beneficiar a todas las personas, las comunidades y el planeta. B Lab crea estándares, políticas, herramientas y programas para transformar el comportamiento, la cultura y la estructura del capitalismo. Movilizamos a la comunidad global de Empresas B para impulsar una acción colectiva que nos permita afrontar los desafíos más críticos de la sociedad y trabajamos en conjunto con gobiernos, el entorno académico, coaliciones y otras instituciones para catalizar el cambio de los sistemas económicos.

Red Global B

Bajo el marco general de B Lab, la Red Global B —que incluye B Lab Global y a los socios globales— está compuesta por un grupo unificado de organizaciones globales, regionales y nacionales repartidas por todo el mundo. Nuestra red internacional de organizaciones está liderando el cambio de los sistemas económicos para hacer realidad nuestra visión de una economía inclusiva, equitativa y regenerativa.

B Lab Global

B Lab Global coordina la Red Global B para construir el movimiento de Empresas B y, de ese modo, guía la planificación estratégica para asegurar que la red esté alineada bajo objetivos y resultados compartidos que motiven el cambio de los sistemas económicos. B Lab Global facilita la comunicación y la colaboración entre las regiones y los equipos; desarrolla, gestiona y verifica los estándares para las Empresas B; implementa políticas globales; y desarrolla programas y productos nuevos.

Socios globales

Los socios globales impulsan el movimiento de Empresas B a nivel local en todo el mundo. Desarrollan, involucran y movilizan a sus comunidades, ecosistemas y alianzas regionales de Empresas B; así promueven economías locales más inclusivas, equitativas y regenerativas. Los socios globales le dan vida a nuestra teoría global del cambio promoviendo cambios en las políticas gubernamentales de cada país, amplificando historias inspiradoras de empresas que generaron un impacto positivo en el mundo y fomentando la transformación del comportamiento de las empresas en sus respectivas regiones.

Nuestro socio global en América Latina es **Sistema B**, una organización sin fines de lucro que tiene la convicción de que la responsabilidad social de los gobiernos, las organizaciones de la sociedad civil, los movimientos sociales, los ciudadanos y las empresas, en su conjunto, no es suficiente para resolver nuestros problemas sociales y ambientales actuales. Promueve la importancia de las Empresas B y otros actores económicos en América Latina para construir una nueva economía, en la que el éxito y los beneficios financieros incluyan el bienestar social y ambiental.

Estándares de B Lab

Los estándares sociales y ambientales de B Lab definen cómo las empresas pueden generar un impacto positivo. Creados a partir de investigaciones, mejores prácticas establecidas y aportes de las partes interesadas, estos estándares son la base de los requisitos para la Certificación de Empresa B y de las herramientas de gestión del impacto de B Lab, e informan los programas e iniciativas de acción colectiva de la red. Son supervisados por el Consejo Asesor de Estándares independiente de B Lab y tienen como finalidad ayudar a las empresas a mejorar, medir y gestionar su impacto en las personas y el planeta.

Gobernanza de las partes interesadas

La gobernanza de las partes interesadas es la práctica de valorar a las partes interesadas de la empresa, es decir todas aquellas personas afectadas por las actividades de la empresa, tanto como a sus accionistas. Las empresas construidas sobre este principio miden el éxito en función del valor generado para todas las partes interesadas, y creen en una economía que incentive que las empresas y las inversiones contribuyan a generar mayor valor social y ambiental, reconociendo la interdependencia de las personas, el planeta y la economía.



Empresas de beneficio e interés colectivo

Las empresas de beneficio e interés colectivo son un tipo de estructura jurídica que crea una base sólida para alinear una misión a largo plazo con la creación de valor para las partes interesadas. No es una certificación y está solo disponible en las regiones que han generado la legislación correspondiente. Para convertirse en una empresa de beneficio e interés colectivo, la empresa se debe constituir como tal en aquellos lugares donde está disponible. Algunas Empresas B Certificadas también son empresas de beneficio e interés colectivo, ya que la estructura corporativa de las empresas de beneficio e interés colectivo cumple con el requerimiento legal de la Certificación de Empresas B.

Antirracismo

El antirracismo implica más que el acto de “no ser racista” e incluye luchar y trabajar para derribar las estructuras que sustentan el racismo sistémico. Esta es la posición de B Lab con respecto al antirracismo: “Como organización, estamos en contra del racismo hacia las personas negras y de cualquier tipo de opresión, como la transfobia, el clasismo, el sexismo y la xenofobia. Nos comprometemos a promover una acción dirigida y sostenida para dismantelar los sistemas, las políticas, las prácticas y las ideologías racistas en nosotros mismos y en nuestras redes. A medida que seguimos aprendiendo sobre las injusticias en el mundo, trabajamos para generar una reorientación radical de nuestra consciencia y escuchar las voces de personas de comunidades negras, colectividad marrón, poblaciones indígenas y grupos marginados para impulsar resultados equitativos para todos”.

Justicia, equidad, diversidad e inclusión

Justicia: Un concepto de relaciones justas entre las personas y la sociedad. Implica eliminar las barreras que impiden el acceso a recursos y oportunidades en la sociedad para que todas las personas y comunidades puedan vivir una vida plena y digna.

Equidad: Asignar los recursos para asegurar que todas las personas tengan acceso a las mismas oportunidades. La equidad reconoce las ventajas y las barreras existentes y busca eliminar los obstáculos que impiden una participación plena de algunos grupos. El principio de equidad reconoce que hay poblaciones históricamente desfavorecidas y subrepresentadas, y que es necesario tomar en consideración estas condiciones desiguales.

Diversidad: Las diferencias psicológicas, físicas y sociales entre las personas, lo que incluye, entre otros, el origen, la etnia, la nacionalidad, la religión, el nivel socioeconómico, la educación, el estado civil, el idioma, la edad, el género, la orientación sexual, las capacidades mentales y físicas, y los estilos de aprendizaje. La diversidad no se trata solo de diferencias raciales.

Inclusión: Fomentar un sentido de pertenencia al centrar, valorar y amplificar las voces, las perspectivas y los estilos de aquellas personas que se enfrentan a más barreras por motivos de su identidad. El acto de crear entornos en los que cualquier persona o grupo se pueda sentir bienvenido, respetado, apoyado y valorado. Un entorno inclusivo y acogedor acepta las diferencias y garantiza el respeto de todas las personas, tanto en sus palabras y sus pensamientos como en sus acciones.

Justicia climática

La justicia climática reconoce que quienes menos han contribuido al cambio climático serán quienes más sufrirán sus consecuencias. La justicia climática prioriza las necesidades, las voces y el liderazgo de aquellos que se ven más afectados, poniendo a las personas y a la equidad en el centro de la acción por el clima y la incidencia climática.

Evaluación de Impacto B (BIA)

La Evaluación de Impacto B (BIA) es una plataforma gratuita y confidencial diseñada para ayudar a medir y gestionar el impacto positivo de una empresa en los trabajadores, la comunidad, los clientes y el medioambiente.

SDG Action Manager

Desarrollada por B Lab en conjunto con el Pacto Global de las Naciones Unidas, SDG Action Manager es una solución de gestión del impacto que les permite a las empresas canalizar sus acciones en favor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el trayecto hacia 2030. Esta plataforma permite una autoevaluación, comparación y mejora dinámica del impacto a través de una serie de preguntas, orientaciones y puntajes de desempeño relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los diez principios del Pacto Global de la ONU en las áreas de derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción. Es una herramienta de autoevaluación confidencial, gratuita y fácil de usar para todo tipo de empresas.



Identidad visual

En esta sección, encontrará instrucciones detalladas sobre cómo usar nuestros isologos de manera adecuada. Al seguir los estándares de la marca con atención, podremos garantizar la coherencia en nuestras comunicaciones a nivel mundial.

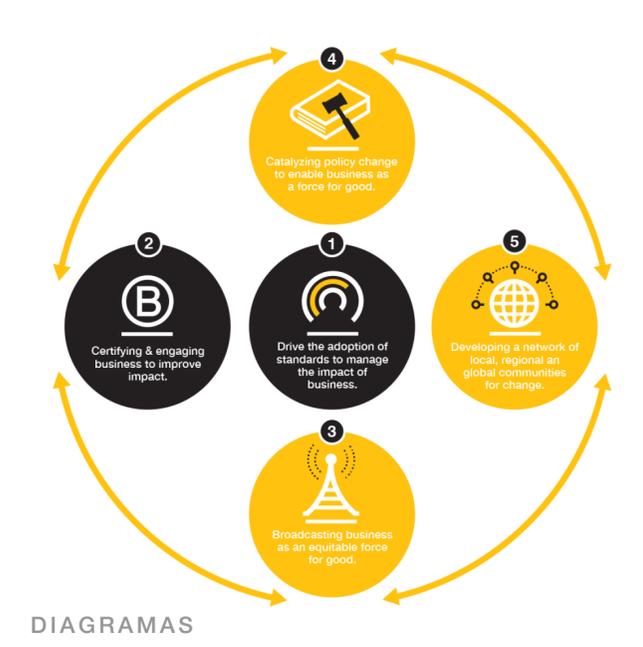
IDENTIDAD VISUAL: KIT DE HERRAMIENTAS DE NUESTRA MARCA



ICONOGRAFÍA



ISOLOGO



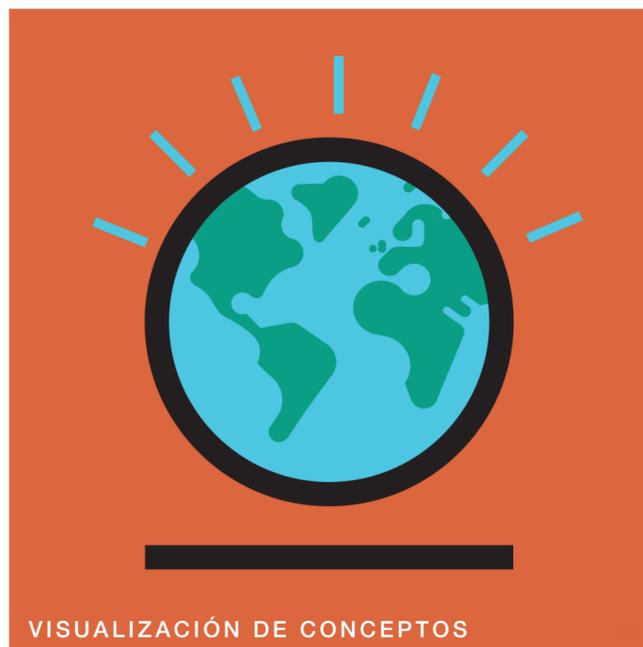
DIAGRAMAS



FOTOGRAFÍAS DE PAÑORAMA GENERAL



PALETA DE COLORES



VISUALIZACIÓN DE CONCEPTOS

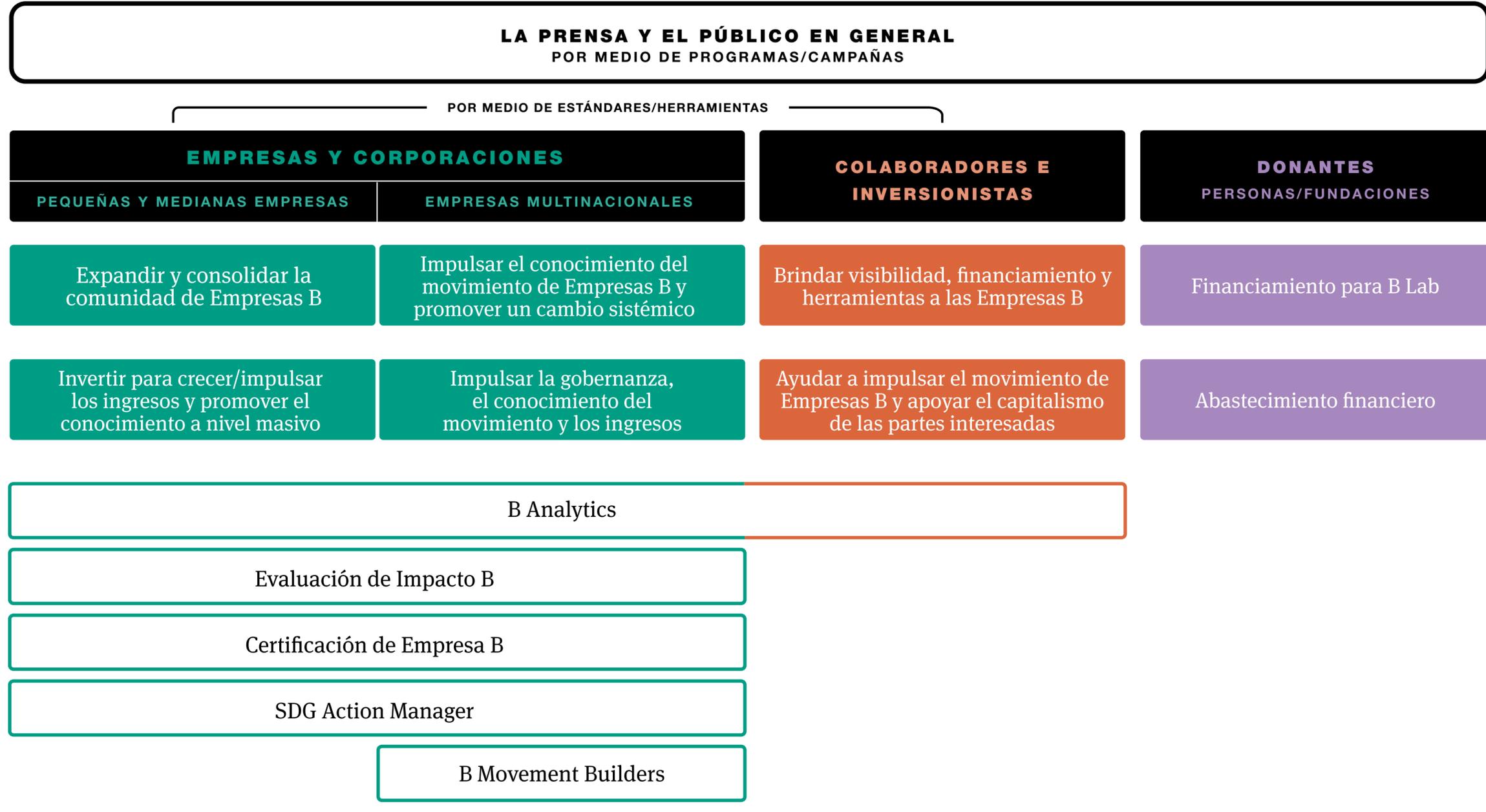
Now is the moment
to accelerate our core strategies and steer a movement at scale.

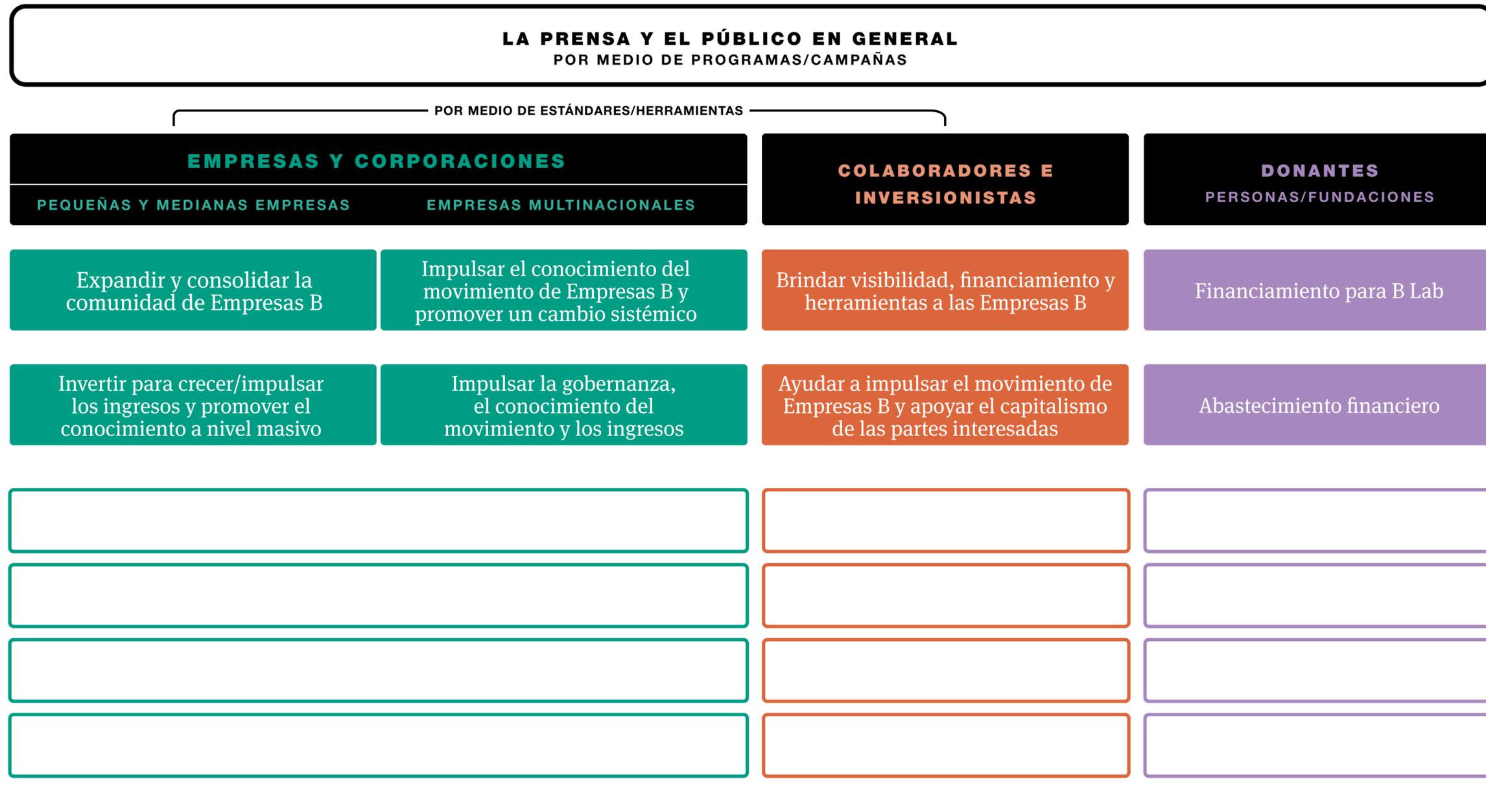
TIPOGRAFÍA



FOTOGRAFÍAS DE PERSONAS

IDENTIDAD VISUAL: ARQUITECTURA GLOBAL DE LA MARCA SEGÚN EL PÚBLICO

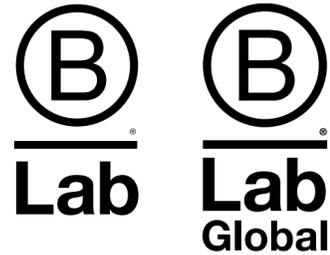




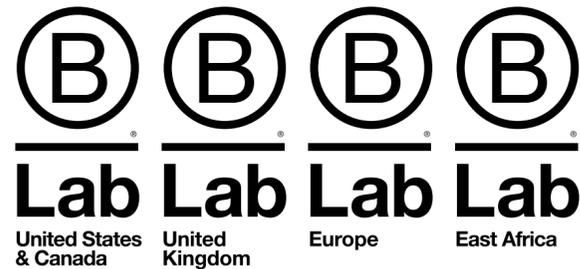
IDENTIDAD VISUAL: PORTAFOLIO DEL ISOLOGO



MARCA MAESTRA



SOCIOS GLOBALES Y POR PAÍS



OFERTAS

CERTIFICACIÓN



EMPRESAS Y CORPORACIONES



ASOCIACIONES



HERRAMIENTAS

PARA EMPRESAS B



BLOG



INICIATIVAS / CAMPAÑAS





Descripción

Nuestros isologos tienen 4 componentes principales que pueden combinarse de distintas formas según el rol o el público objetivo.

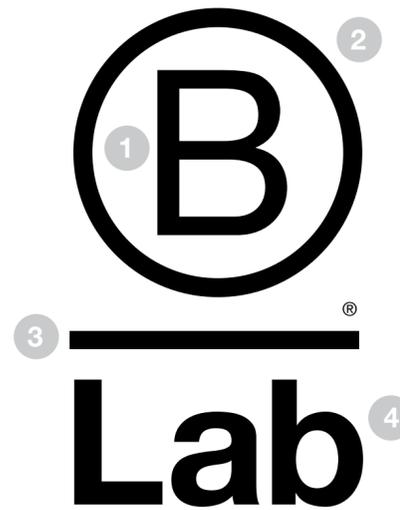
La “B” siempre debe usarse con el círculo y representa la visión central que atraviesa a toda la organización.

El “Círculo” puede usarse con los otros componentes principales o solo como un marco para imágenes.

La “Barra” puede usarse con los otros componentes principales o sola como una línea divisoria o un subrayado.

La fuente Helvetica Bold puede modificarse para transmitir el nombre o el tema de la marca. Cuando se usa con el “círculo B”, debe usarse mayúsculas solo en la inicial de la palabra.

- 1 La “B”
- 2 El “Círculo”
- 3 La “Barra”
- 4 Fuente Helvetica





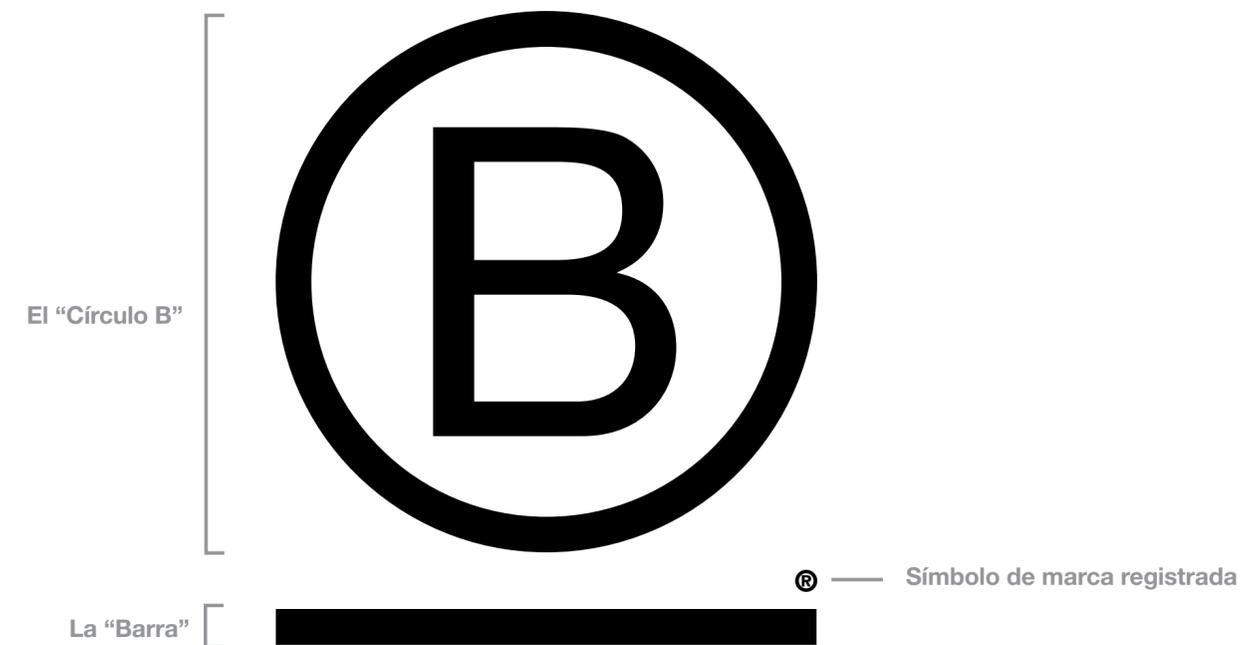
El “Círculo B”

La marca del “Círculo B” cumple una función importante, ya que es un marcador visual de nuestra visión general.

Aparece en todos los isologos para unificar nuestro portafolio. También puede usarse por su cuenta para representar a toda la organización.

Nunca debe usarse sin la barra.

Nunca debe usarse sin el símbolo de marca registrada.

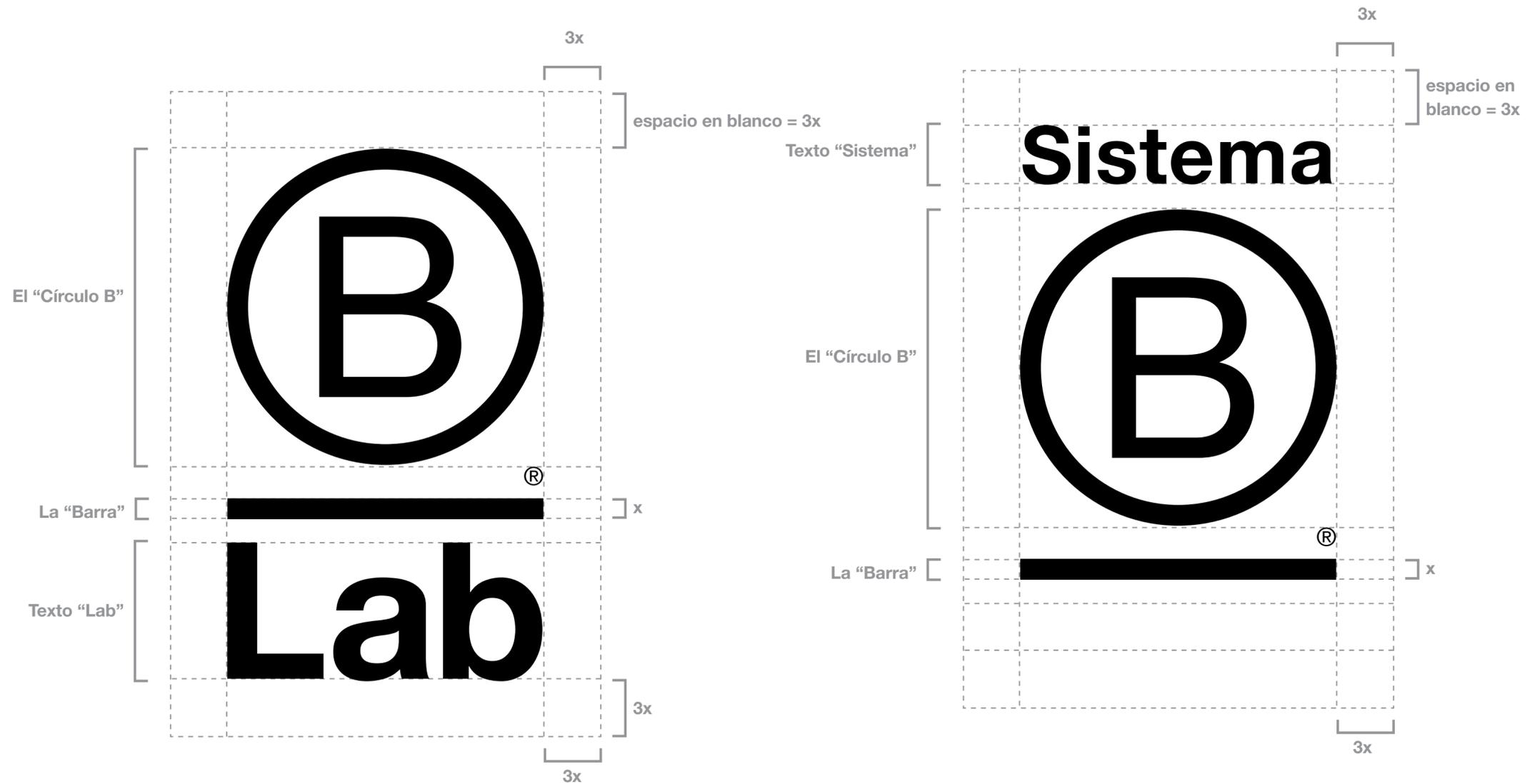




Descripción

La marca maestra se aplica a nuestra organización, la red global de B Lab, que incluye a los socios globales y a los socios de distintos países del mundo.

Para garantizar la legibilidad, siempre se debe respetar el espacio en blanco mínimo alrededor del isologo. Ese espacio separa la marca de otros elementos gráficos que puedan opacarla, taparla y minimizar su impacto.

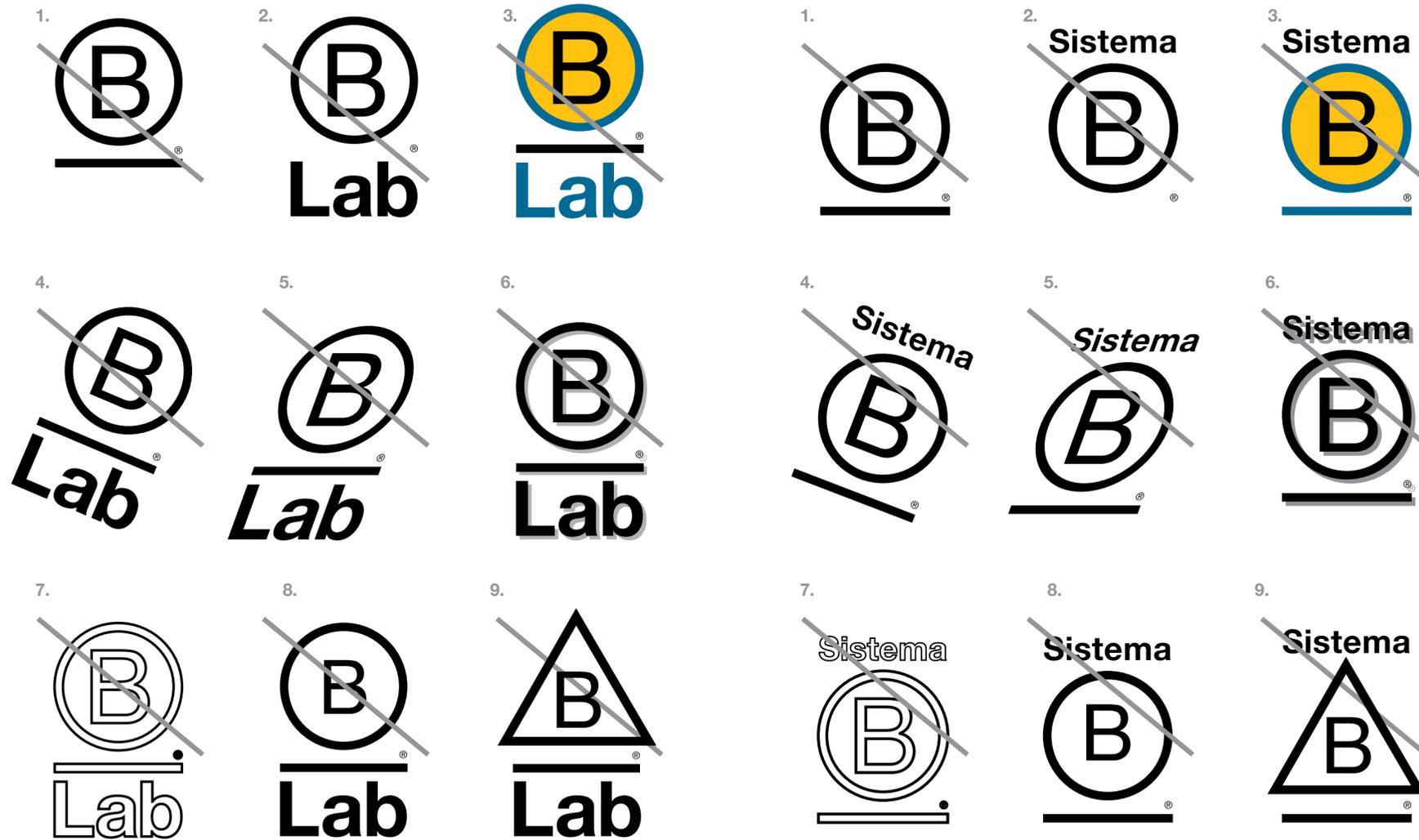




Usos incorrectos

Para desarrollar una identidad visual sólida para B Lab y Sistema B, es fundamental utilizar los isologos de manera correcta y uniforme. Estos son algunos ejemplos de usos incorrectos de los isologos de B Lab y Sistema B. La falta de uniformidad en el uso de los isologos puede afectar el valor de la marca.

NUNCA elimine el símbolo de marca registrada. No combine el isologo con ningún otro elemento que pudiera dar la impresión de crear una marca híbrida, como logos, palabras, elementos gráficos, fotos, eslóganes o símbolos.



1. Se reserva el uso de este isologo para la red global B únicamente.
2. No se debe eliminar la barra del isologo.
3. No se deben cambiar ni modificar los colores de los distintos elementos del isologo.
4. No se debe rotar ni inclinar el isologo.
5. No se debe distorsionar el isologo.
6. No se deben usar sombras paralelas, biseles ni efectos gráficos de ningún tipo.
7. No se debe utilizar solo el trazo en el isologo, se debe aplicar el relleno.
8. No se debe cambiar el tamaño de ningún elemento.
9. No se debe cambiar la forma de ningún elemento.



Descripción

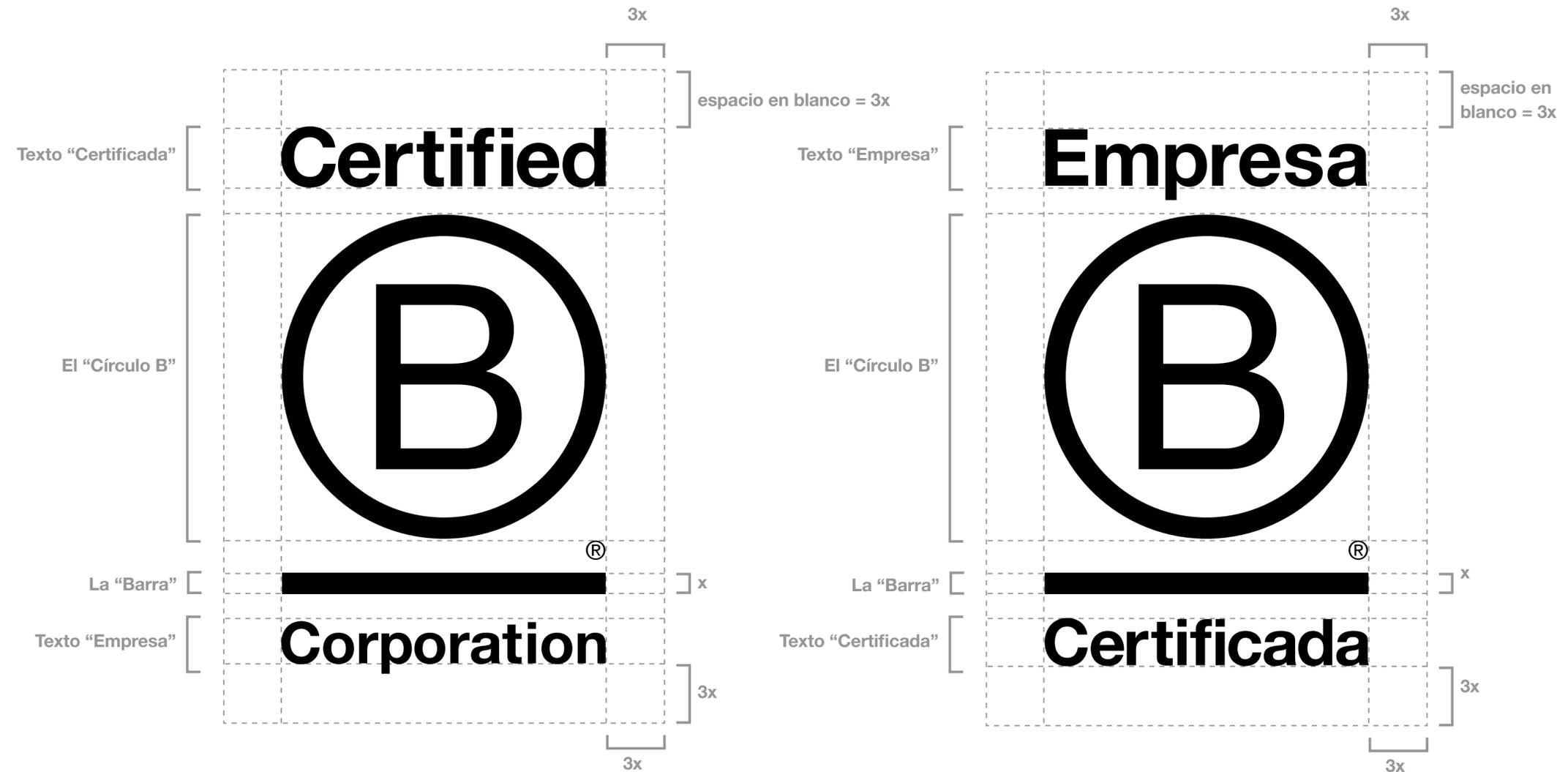
Solo pueden usar el isologo de Empresa B las empresas certificadas por B Lab: esto es señal de verificación, transparencia y responsabilidad. Las Empresas B y las marcas que han sido verificadas y aprobadas por B Lab pueden usar el sello en sus sitios web, sus empaques, sus anuncios y sus comunicaciones de marketing.*

El isologo de Empresa B está compuesto por cuatro elementos:

- el “Círculo B”
- la barra
- el texto “Certificada”
- el texto “Empresa”

Siempre debe aparecer en este formato. Ningún texto o imagen debe invadir el espacio en blanco del logo.

* Las empresas con varias marcas o entidades relacionadas deben consultar los criterios específicos del uso del isologo de B Lab, que recibirán durante el proceso de Revisión.





Tamaño

Para estandarizar el uso del isologo, contamos con cuatro tamaños para la mayoría de las aplicaciones: 50 píxeles de alto para banners web y encabezados de correo electrónico; 72 píxeles de alto para páginas web; 8 mm de ancho como mínimo para materiales impresos y 11 mm de ancho como mínimo recomendado para materiales impresos.

Conserve la forma y las proporciones para garantizar un uso preciso y uniforme. Nunca altere, rote, adorne ni intente recrear el isologo.

Recuerde mantener el espacio en blanco mínimo, incluso al cambiar el tamaño del isologo de manera proporcionada.

Tamaño mínimo

8 mm



Tamaño mínimo recomendado

11 mm



Tamaño mínimo para materiales impresos

Use el isologo de 8 mm u 11 mm en estos materiales:

- pósters
- folletos
- postales
- empaques de productos

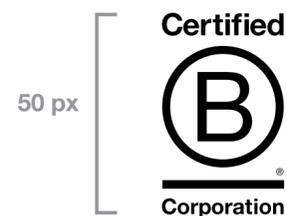
Tamaño mínimo para visualización en pantalla

Use el isologo de 50 píxeles en estos materiales:

- boletines de correo electrónico
- pies de página de presentaciones
- banners web

Use el isologo de 72 píxeles en estos materiales:

- páginas web

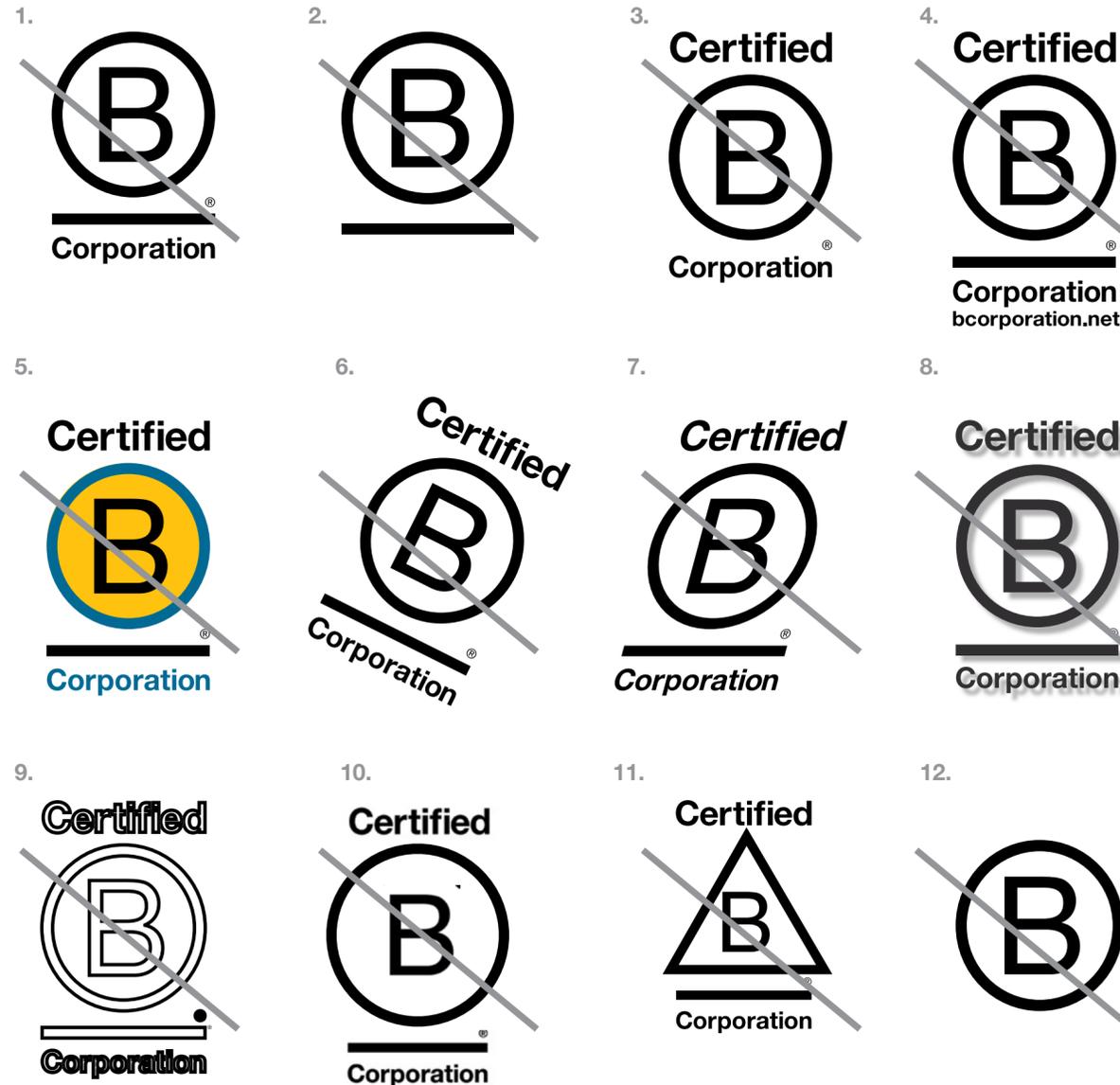




Usos incorrectos

Para desarrollar una identidad visual sólida para las Empresas B Certificadas, es fundamental utilizar el isologo de Empresa B de manera correcta y uniforme. Estos son algunos ejemplos de uso incorrecto del isologo de Empresa B. La falta de uniformidad en el uso del isologo puede afectar el valor de la marca.

NUNCA elimine el símbolo de marca registrada. No combine el isologo con ningún otro elemento que pudiera dar la impresión de crear una marca híbrida, como logos, palabras, elementos gráficos, fotos, eslóganes o símbolos.



1. No se debe eliminar el texto “Empresa” del isologo.
2. Se reserva el uso de este isologo para la red global B; las Empresas B Certificadas no deben usarlo.
3. No se debe eliminar la barra del isologo.
4. No se debe utilizar el logo con “bcorporation.net” debajo de la barra.
5. No se deben cambiar ni modificar los colores de los distintos elementos del isologo.
6. No se debe rotar ni inclinar el isologo.
7. No se debe distorsionar el isologo de ninguna manera.
8. No se deben usar sombras paralelas, biseles ni efectos gráficos de ningún tipo.
9. No se debe utilizar solo el trazo en el isologo, se debe aplicar el relleno.
10. No se debe cambiar el tamaño de ningún elemento.
11. No se debe cambiar la forma de ningún elemento.
12. No se debe eliminar el texto o la barra inferior del isologo.



Versiones internacionales oficiales

1.



2.



3.



1. Inglés

2. Francés

3. Francés (Canadá)*

4. Italiano

5. Alemán

6. Portugués/Español

4.



5.



6.



* La versión del isologo en francés canadiense solo debe usarse en el mercado canadiense.



Uso por parte de entidades que no son Empresas B

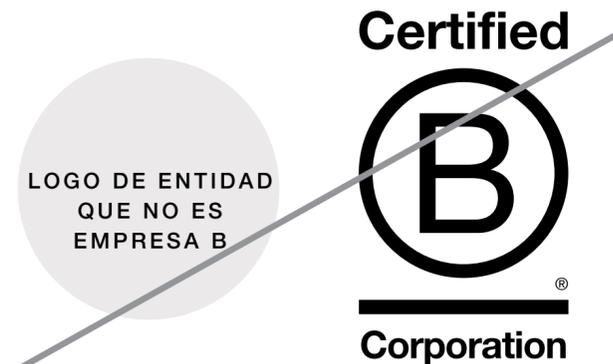
Los siguientes criterios se aplican a entidades que no son Empresas B que quieren usar el isologo de Certificación de Empresa B para promover el conocimiento de Empresas B entre su público.

Esto incluye, por ejemplo, la promoción de una asociación o un evento con una Empresa B o un grupo de Empresas B, una experiencia de tienda temporal con ofertas y productos de Empresas B o una sección dedicada a Empresas B en un supermercado o comercio minorista online.

Si su entidad no es una Empresa B y quiere usar el logo de Empresa B, pero todavía tiene dudas o preguntas después de leer esta página, envíe un mensaje a:

GlobalCommunications@bcorporation.net

1.



2.



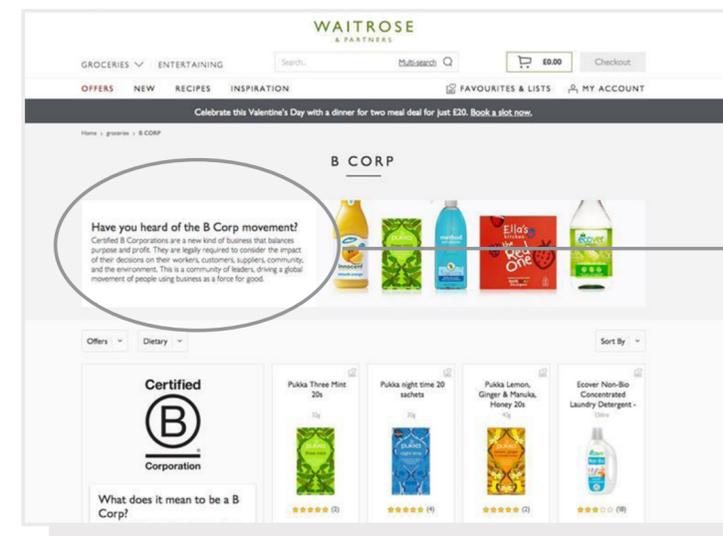
1. El isologo de Certificación no puede colocarse junto a un logo, el nombre o cualquier información específica de una entidad que no sea una Empresa B.

2. El isologo de Certificación solo debe usarse para describir marcas y productos de Empresas B.

3. El texto que se usa para describir la promoción debe indicar de manera explícita que la entidad responsable de esta promoción no es una Empresa B Certificada.

4. El texto debe explicar qué es una Empresa B Certificada.

4.



¿Conoce el movimiento de Empresas B?

Las Empresas B Certificadas son un nuevo tipo de empresa que busca alinear las ganancias con sus propósitos. Como tales, tienen la obligación legal de considerar el impacto de sus decisiones en su personal, sus clientes, sus proveedores, su comunidad y el medioambiente. Es una comunidad de líderes que impulsa un movimiento global de personas que usan la fuerza de los negocios para generar un impacto positivo.



Entidad independiente certificada con una sola marca:

- Puede usar el logo de Empresa B de acuerdo con los lineamientos de marca y referirse a su empresa como una Empresa B Certificada o Empresa B.

Subsidiaria certificada de una empresa matriz sin certificación:

Entidades certificadas que sean una subsidiaria con un nombre diferente o que estén ubicadas en un lugar distinto al de su empresa matriz no certificada y que hayan cumplido con el requisito legal o la certificación.

- Puede usar el logo de Empresa B de acuerdo con los lineamientos de marca y referirse a su empresa como una Empresa B Certificada o Empresa B.

Marcas y subsidiarias que no tienen el mismo nombre que la empresa matriz certificada:

Marcas que hayan obtenido una calificación verificada de más de 80 puntos en la Evaluación de Impacto B, independientemente de si tienen una empresa matriz certificada:

- Cualquier marca de una empresa matriz certificada que obtenga una calificación verificada de 80 y cumpla con los requisitos de transparencia para la certificación de empresa matriz certificada, obtiene acceso completo a la propiedad intelectual de Empresa B.

- Las comunicaciones de la marca deben incluir un enlace al perfil de Empresa B (en el directorio de Empresas B) de la empresa matriz certificada, donde la relación entre la marca y la empresa matriz sea clara.

- En el caso de las subsidiarias evaluadas por separado, se aplicará un costo adicional por cada página de perfil individual.

Marcas que no hayan obtenido una calificación verificada de más de 80 puntos en la Evaluación de Impacto B, independientemente de si tiene una empresa matriz certificada:

- Esas marcas no pueden usar el logo de Empresa B.
- Esas marcas pueden comunicar en un texto que son subsidiarias de una empresa matriz certificada, por ejemplo, “Esta marca secundaria X se enorgullece de ser parte de la compañía matriz Y, una Empresa B Certificada”.

Licenciatarios o relaciones de marca compartida:

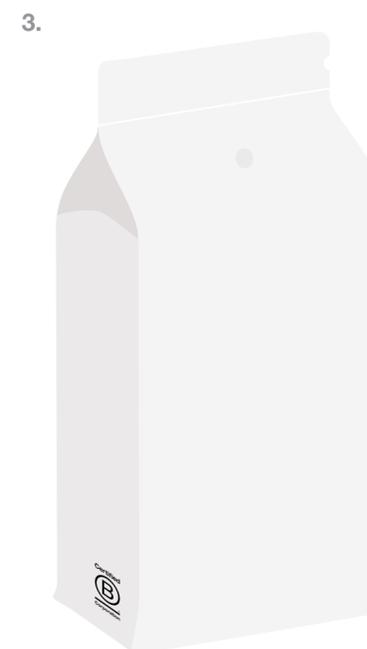
- Las marcas con licencia de una empresa matriz certificada no pueden usar el logo de Empresa B. La empresa matriz certificada tampoco puede mencionarlas ni usarlas en comunicaciones en las que la empresa matriz certificada haga referencia o muestre el logo de Empresa B.



Uso en packaging y envases

La ubicación ideal del isologo es en la parte frontal del envase junto con la marca principal.

Otra posibilidad es ubicarlo junto al panel informativo y nutricional.



1. Sellos verticales de certificación
2. Bolsas cerradas
3. Bolsas selladas para té o café
4. Etiquetas colgantes
5. Envases de cartón para líquidos
6. Envases cilíndricos
7. Cajas apilables



Uso en materiales impresos

Cuando el isologo de Empresa B está ubicado cerca de la marca principal, este debe ser de igual o menor tamaño. Ubicar el isologo de Empresa B cerca del logo de la marca principal ayuda a reforzar la importancia de la certificación.

1.

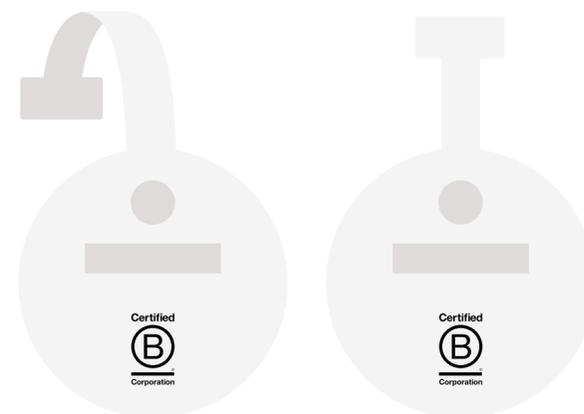


2.

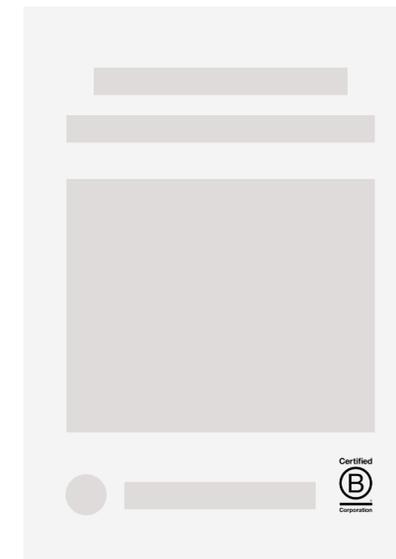


1. Correo directo
2. Anuncios impresos
3. Carteles para góndolas
4. Pósters promocionales

3.



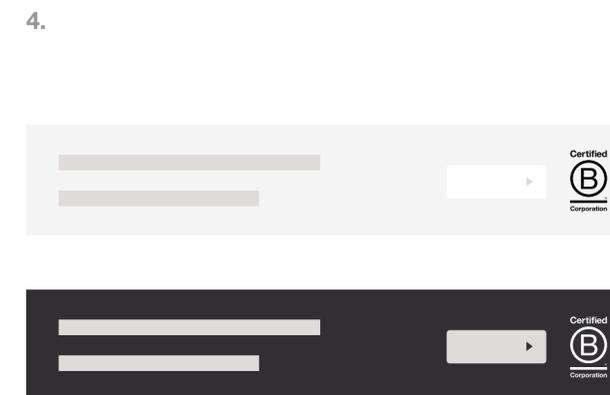
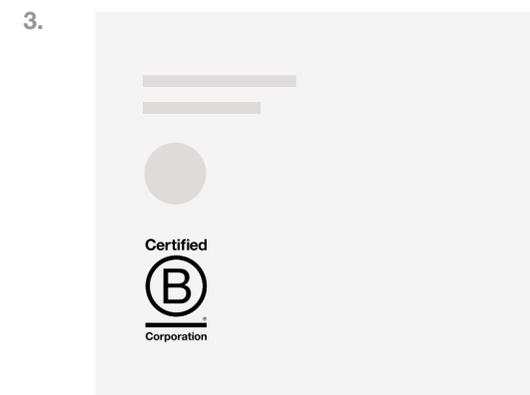
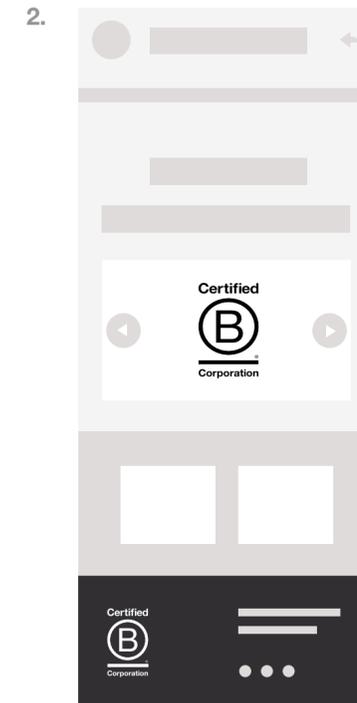
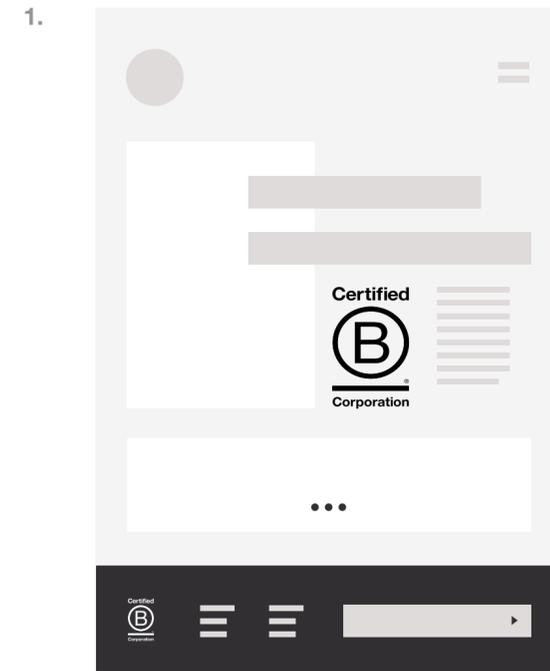
4.





Uso en materiales digitales

Cuando el isologo de Empresa B está ubicado cerca de la marca principal, este debe ser de igual o menor tamaño. Considere destacar la certificación de Empresa B en sus comunicaciones digitales y/o alinear el isologo con la información de contacto estándar que aparece en el pie de página.

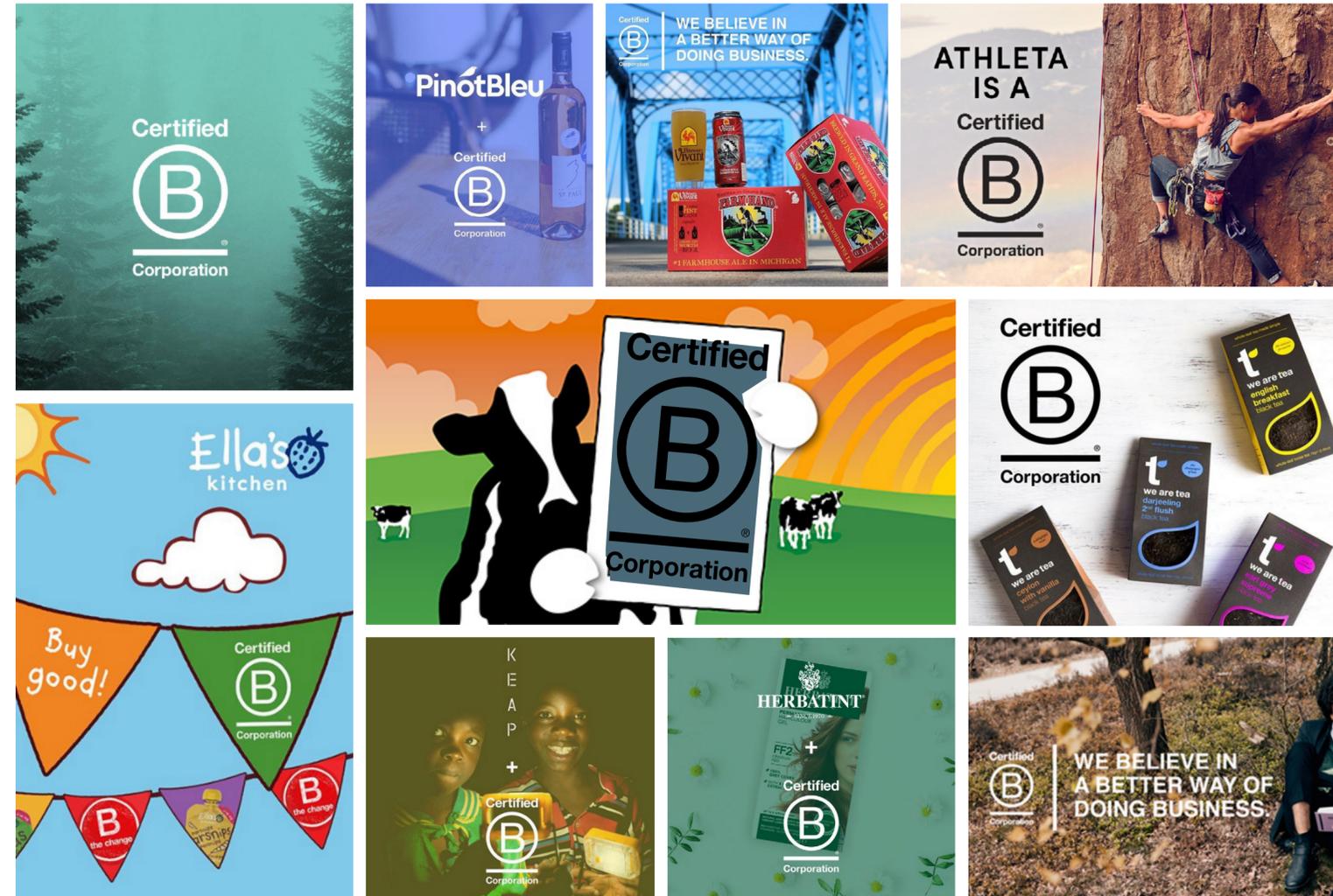


1. Pie de página de sitio web
2. Pie de página de correo electrónico
3. Firma de correo electrónico
4. Banner online



Uso de color

Para garantizar una integración armónica con la identidad visual de su marca y lograr una estética unificada en todas las comunicaciones, el isologo de Empresa B se puede aplicar, tanto en blanco como en negro, sobre cualquier fondo, patrón o imagen fotográfica.





Descripción

Si solo se requiere una línea de texto, la dimensión debe definirse de forma tal que la letra en mayúscula coincida con el tamaño y la barra del “Círculo B”.

Siempre debe aparecer en este formato. Ningún texto o imagen debe invadir el espacio en blanco del logo.

Ejemplo de dos palabras:



Otro ejemplo de dos palabras:



Ejemplo de una palabra:





Uso de color

El isologo de productos para empresas solo puede aparecer en color negro o en color blanco sobre un fondo de color.

El fondo puede ser negro, blanco o de uno de los colores en la paleta de colores secundarios.

Si se usa un fondo negro o de uno de los colores secundarios, el área de seguridad debe aumentarse a 3x después del nombre de la herramienta.





Descripción

El isologo de las herramientas está compuesto por tres o cuatro elementos:

- el "Círculo B"
- la barra
- el nombre de la herramienta
- el nombre opcional de la región

Siempre debe aparecer en este formato. Ningún texto o imagen debe invadir el espacio en blanco del logo.





Uso de color

El “Círculo B” puede pintarse de cualquier color incluido en la paleta secundaria.

La región y el nombre de la herramienta pueden ser de color negro o blanco si se invierte sobre un fondo de color.

El fondo puede ser negro, blanco o del color que se asignó al “Círculo B” para esa herramienta específica.

Si se usa un fondo de color, el área de seguridad debe aumentarse a 3x después del nombre de la herramienta.

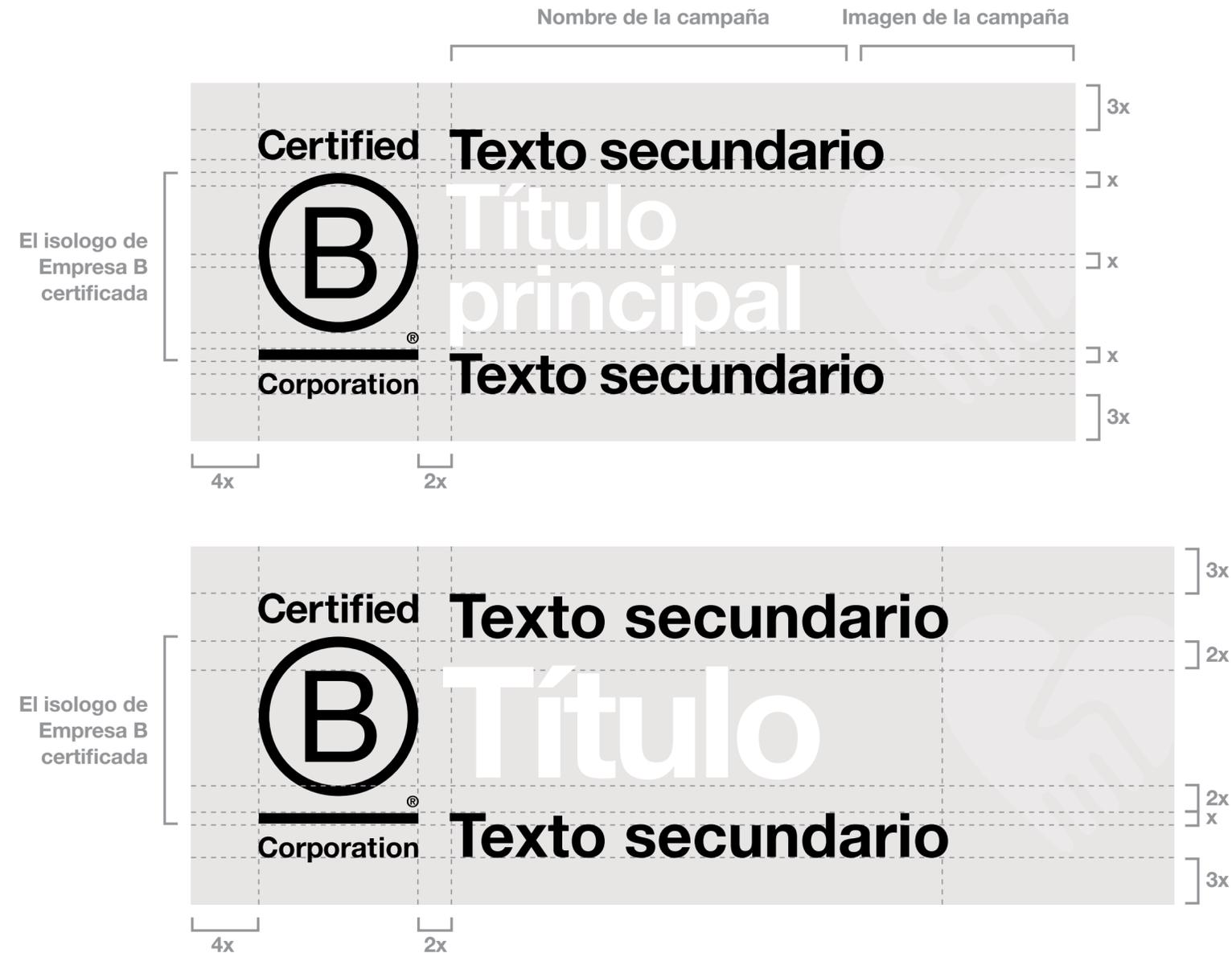




Isologos con ilustraciones

Hemos desarrollado una plantilla para garantizar un estilo uniforme en todas las iniciativas y campañas, con la opción de personalizar cada material.

Una vez que se haya completado la plantilla con su contenido, se puede modificar el diseño del texto para lograr un aspecto equilibrado.



ELEMENTOS FIJOS

- El "Círculo B"
- La barra
- Fuente Helvetica
- La tipografía solo puede ser de color blanco o negro

ELEMENTOS FLEXIBLES

- El mensaje
- El texto secundario puede colocarse arriba o debajo del texto principal
- Color de fondo
- Color/contenido de la ilustración

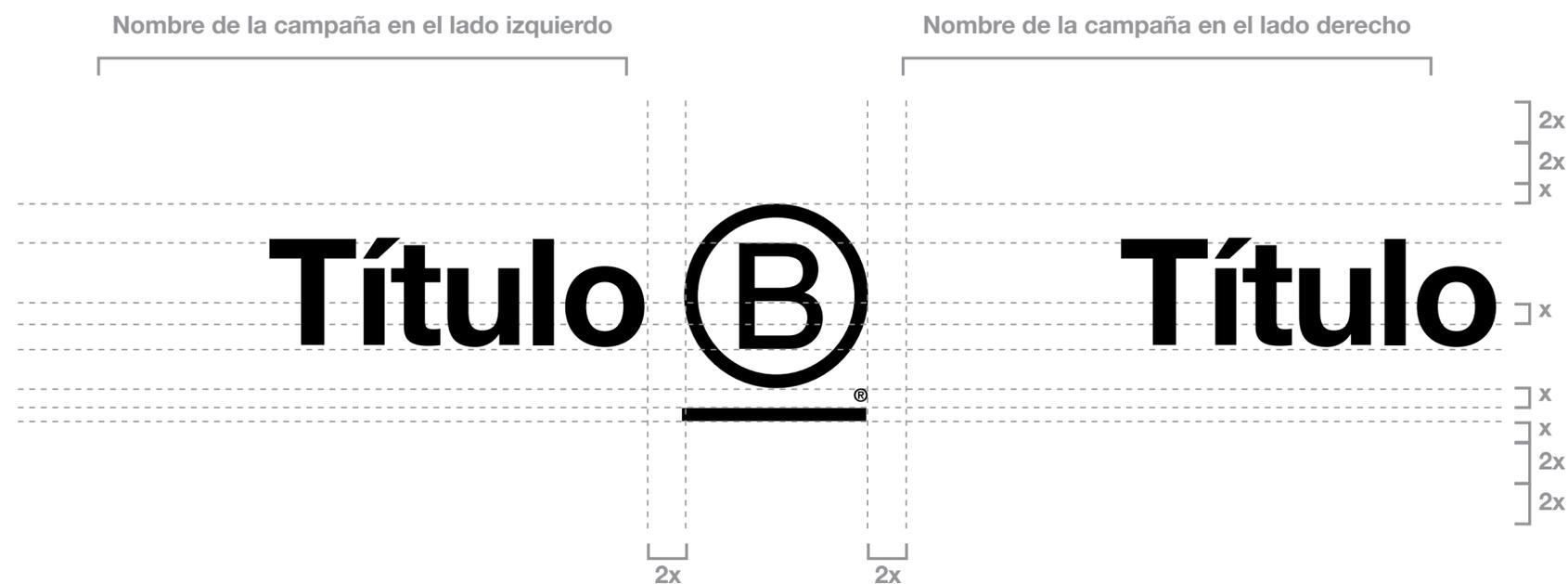
EJEMPLOS





Isologos con texto únicamente

Hemos desarrollado una plantilla para garantizar un estilo uniforme en todas las iniciativas y campañas, con la opción de personalizar cada material.



ELEMENTOS FIJOS

- El "Círculo B"
- La barra
- Fuente Helvetica

ELEMENTOS FLEXIBLES

- El mensaje
- La ubicación del mensaje a la izquierda o derecha del "Círculo B"
- Color del mensaje
- Uso de mayúsculas (en todas las letras, al inicio de la palabra, etc.)

EJEMPLOS





Siempre se debe utilizar el símbolo TM después de usar por primera vez las siguientes frases en un título o en un cuerpo de texto.

B Lab -----> TM

Certified B Corporation -----> TM

B Corp -----> TM

Empresa B Certificada -----> TM

People Using Business as a Force por Good -----> TM

People Using Business as a Force por Good -----> ®

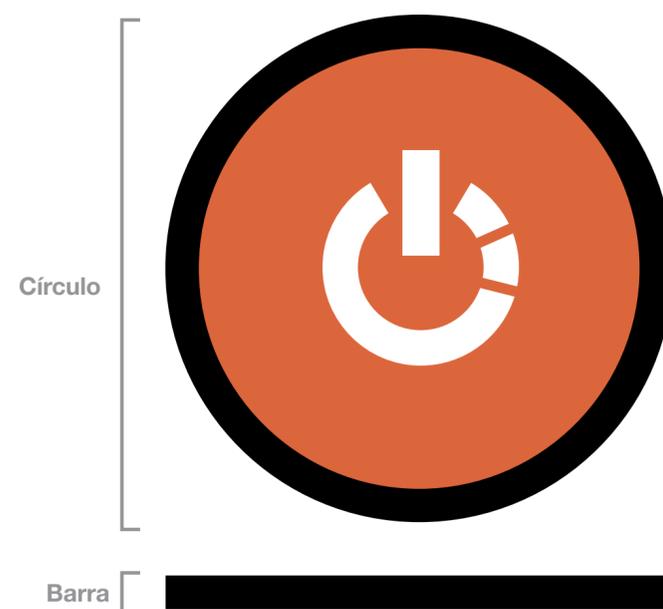
People Using Business as a Force por Good es una marca comercial registrada, y se puede usar el superíndice ®. B Lab es propietario del registro de marca comercial de “Personas que usan la fuerza de los negocios para generar un impacto positivo”. Un símbolo registrado puede usarse junto a ese mensaje. Si usa la versión más corta, lo correcto sería usar un símbolo de TM.



Elementos visuales

Aquí encontrará instrucciones detalladas sobre cómo usar de manera adecuada nuestros elementos visuales principales, entre ellos, la tipografía, la paleta de colores, la iconografía y las imágenes. Al seguir los estándares y el estilo de la marca con atención, podremos garantizar la coherencia en nuestras comunicaciones a nivel mundial.

El círculo y la barra pueden usarse para enmarcar y destacar ilustraciones o fotos.

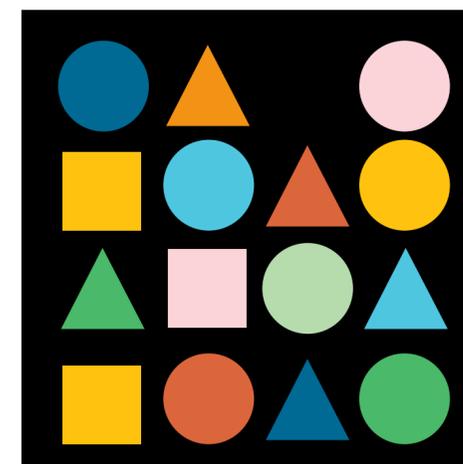
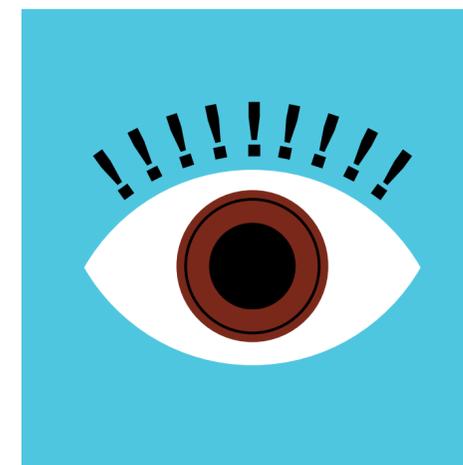




Es posible que quiera usar ilustraciones que expliquen sus actividades y representen conceptos abstractos.

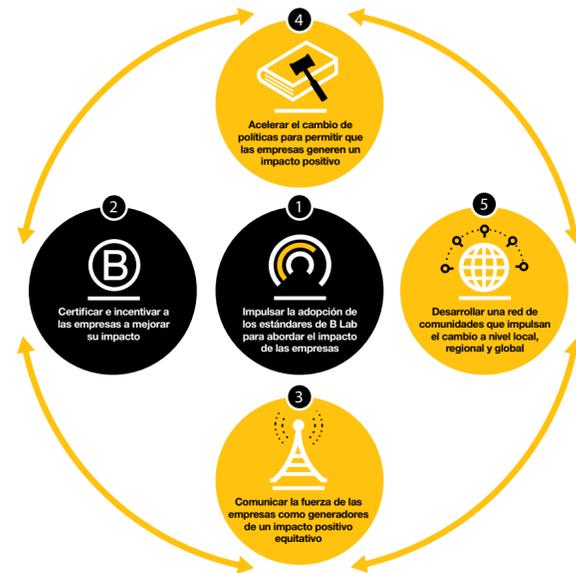
Encontrará una biblioteca llena de imágenes disponibles en nuestra [Biblioteca de ilustraciones de 2021](#).

Si quiere crear imágenes nuevas, deben tener un estilo similar y solo incluir colores de las paletas primaria, secundaria y de colores de énfasis.



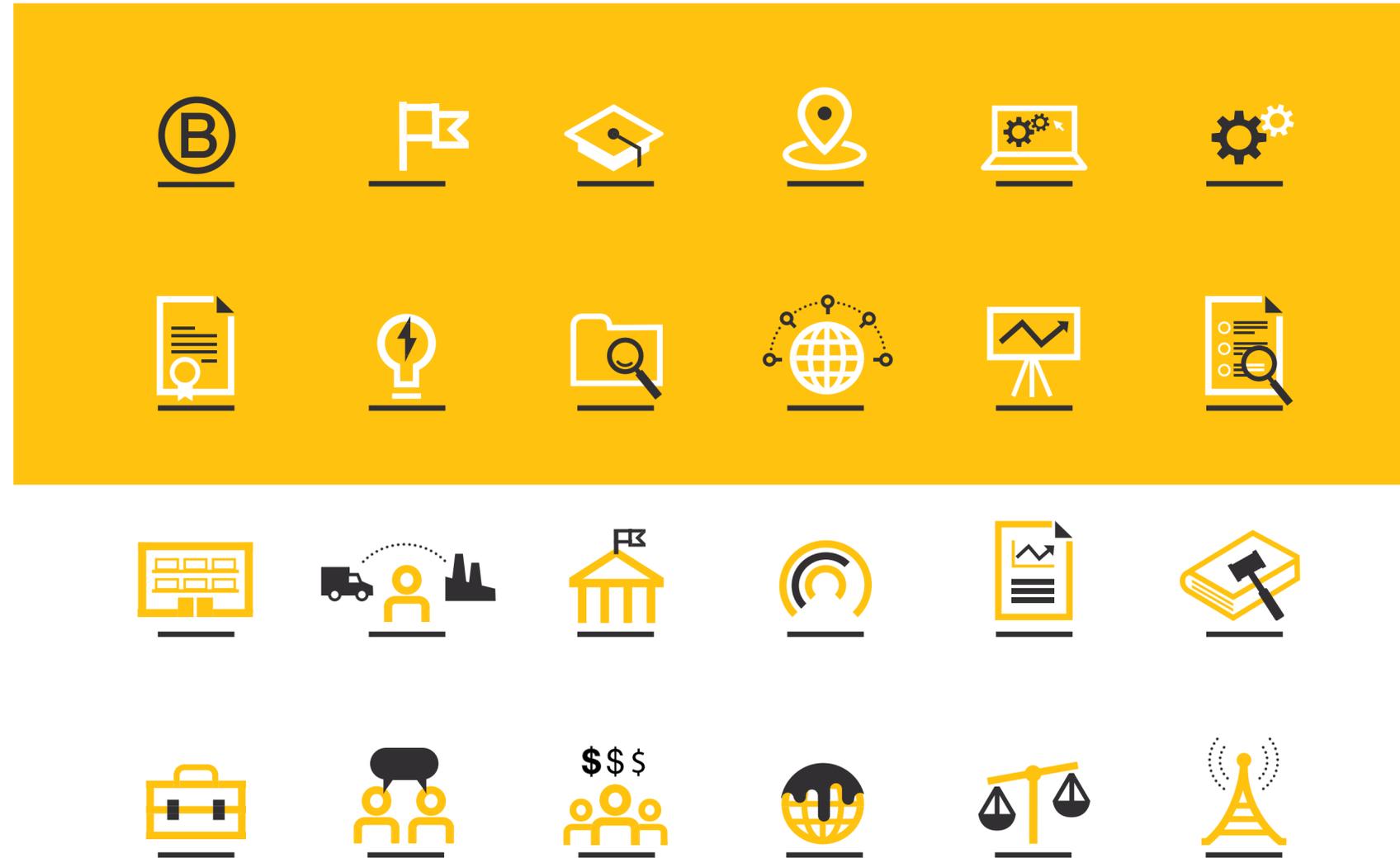
Los diagramas pueden ser útiles para transmitir un sistema o un concepto.

Considere incorporar elementos como el “Círculo” y la ”Barra” para crear un estilo reconocible.



Los íconos son una herramienta importante para ayudar a comunicar de manera visual un concepto o proceso.

Si es necesario crear íconos nuevos, deben tener un estilo uniforme. Use estos íconos a continuación como una guía para lograr la simplicidad, el estilo y la tipografía de nuestros íconos.



Los colores son una parte esencial de nuestra identidad de marca. El uso uniforme de la paleta de colores no solo fortalecerá la experiencia integrada de la marca, sino que también ayudará a comunicar una emoción específica al público.

FIJAS

Se deben respetar estas paletas de colores y no es posible modificarlas.

MARCA MAESTRA

NEGRO CMYK 00.00.00.100 RGB 247.148.29 #f7941d	BLANCO CMYK 00.00.00.00 RGB 137.208.200 #89d0c8
--	---

SDG ACTION MANAGER
Puede encontrar las especificaciones completas de los colores [aquí](#).

EVALUACIÓN DE IMPACTO B
Puede encontrar las especificaciones completas de los colores [aquí](#).

COLORES DE APLICACIONES	COLORES DE ÁREAS DE IMPACTO
--------------------------------	------------------------------------

FLEXIBLES

Las paletas de colores están disponibles para cualquier entidad de B Lab.

B LAB GLOBAL

VERDE AZULADO CMYK 85.15.60.00 RGB 0.157.133 #009d85	VERDE CMYK 00.70.80.00 RGB 74.185.105 #4ab969	VERDE CLARO CMYK 30.00.40.00 RGB 182.220.174 #b6dcae
ROJO OSCURO CMYK 15.100.90.05 RGB 190.30.45 #be1e2d	ROJO CMYK 00.90.75.00 RGB 239.64.68 #ef4044	NARANJA CMYK 00.70.80.10 RGB 220.102.60 #dc663c
AMARILLO OSCURO CMYK 00.50.95.00 RGB 247.148.40 #f79428	AMARILLO CMYK 00.25.100.00 RGB 255.194.14 #ffc20e	
AZUL OSCURO CMYK 90.50.25.05 RGB 7.110.149 #076e95	AZUL CMYK 75.30.00.00 RGB 43.147.209 #2b93d1	AZUL CLARO CMYK 60.00.10.00 RGB 79.198.224 #4fc6e0
PÚRPURA CMYK 00.35.50.00 RGB 167.136.190 #a788be	ROSA CMYK 00.20.05.00 RGB 251.212.218 #fbd4da	

A ELECCIÓN

Los socios globales tienen la posibilidad de crear sus propias paletas de colores.

SOCIOS GLOBALES

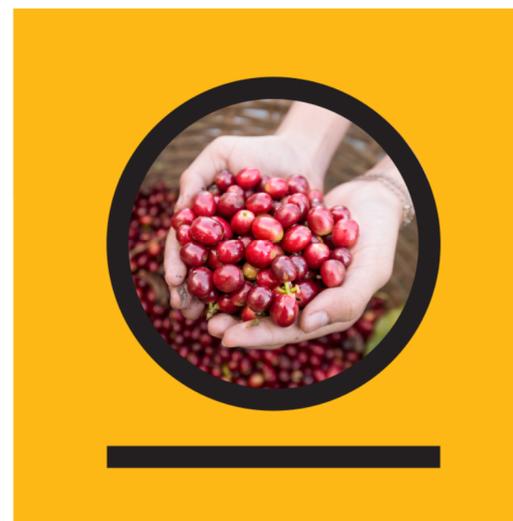
NOMBRE DEL COLOR CMYK 00.00.00.00 RGB 00.00.00 #000000	NOMBRE DEL COLOR CMYK 00.00.00.00 RGB 00.00.00 #000000	NOMBRE DEL COLOR CMYK 00.00.00.00 RGB 00.00.00 #000000
NOMBRE DEL COLOR CMYK 00.00.00.00 RGB 00.00.00 #000000	NOMBRE DEL COLOR CMYK 00.00.00.00 RGB 00.00.00 #000000	NOMBRE DEL COLOR CMYK 00.00.00.00 RGB 00.00.00 #000000
NOMBRE DEL COLOR CMYK 00.00.00.00 RGB 00.00.00 #000000	NOMBRE DEL COLOR CMYK 00.00.00.00 RGB 00.00.00 #000000	NOMBRE DEL COLOR CMYK 00.00.00.00 RGB 00.00.00 #000000

Las fotografías ayudan a respaldar nuestras iniciativas de comunicación, ya que atraen la atención del público y muestran las ideas generales de una manera más inmediata.

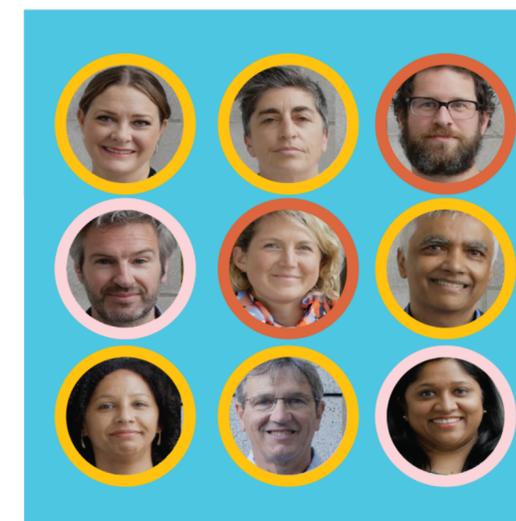
Si lo desea, es posible usar el “Círculo” y la “Barra” para enmarcar una imagen completa o destacar un área específica dentro de la imagen.



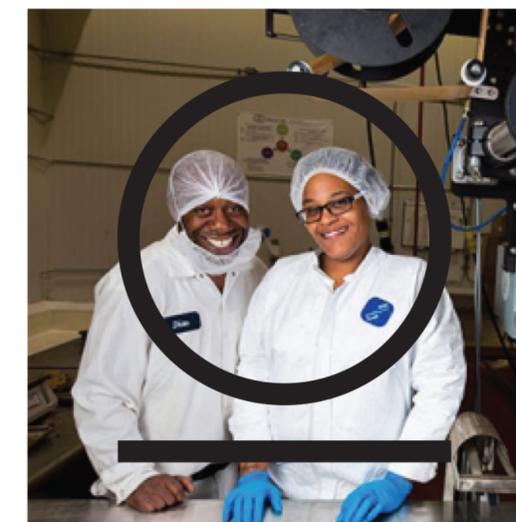
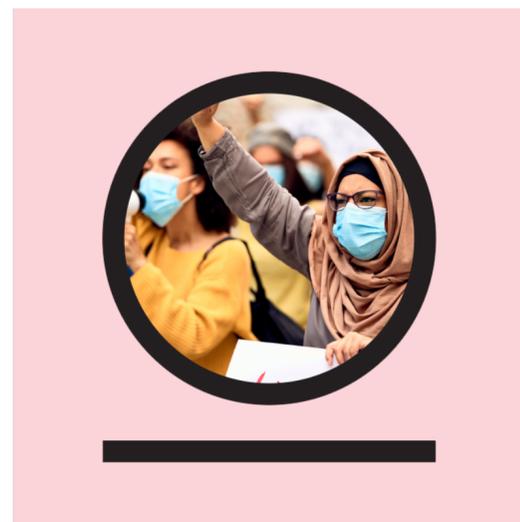
EL PANORAMA GENERAL



LOS PEQUEÑOS DETALLES



RETRATOS



Para los títulos principales, siempre se usa Helvetica Neue Bold.

A veces, se puede usar Helvetica Neue Black para dar más énfasis a una frase o sección.

Para el texto, siempre se usa Meta Serif Pro Book. Evite el uso de grosores que no sean Meta Serif Pro Book y Bold. No use un tamaño menor de 8 pt para Meta Serif Pro.

La tipografía en negrita se puede usar en contraste con fuentes que no sean negrita para agregar énfasis a palabras o frases clave.

Para usar en los títulos

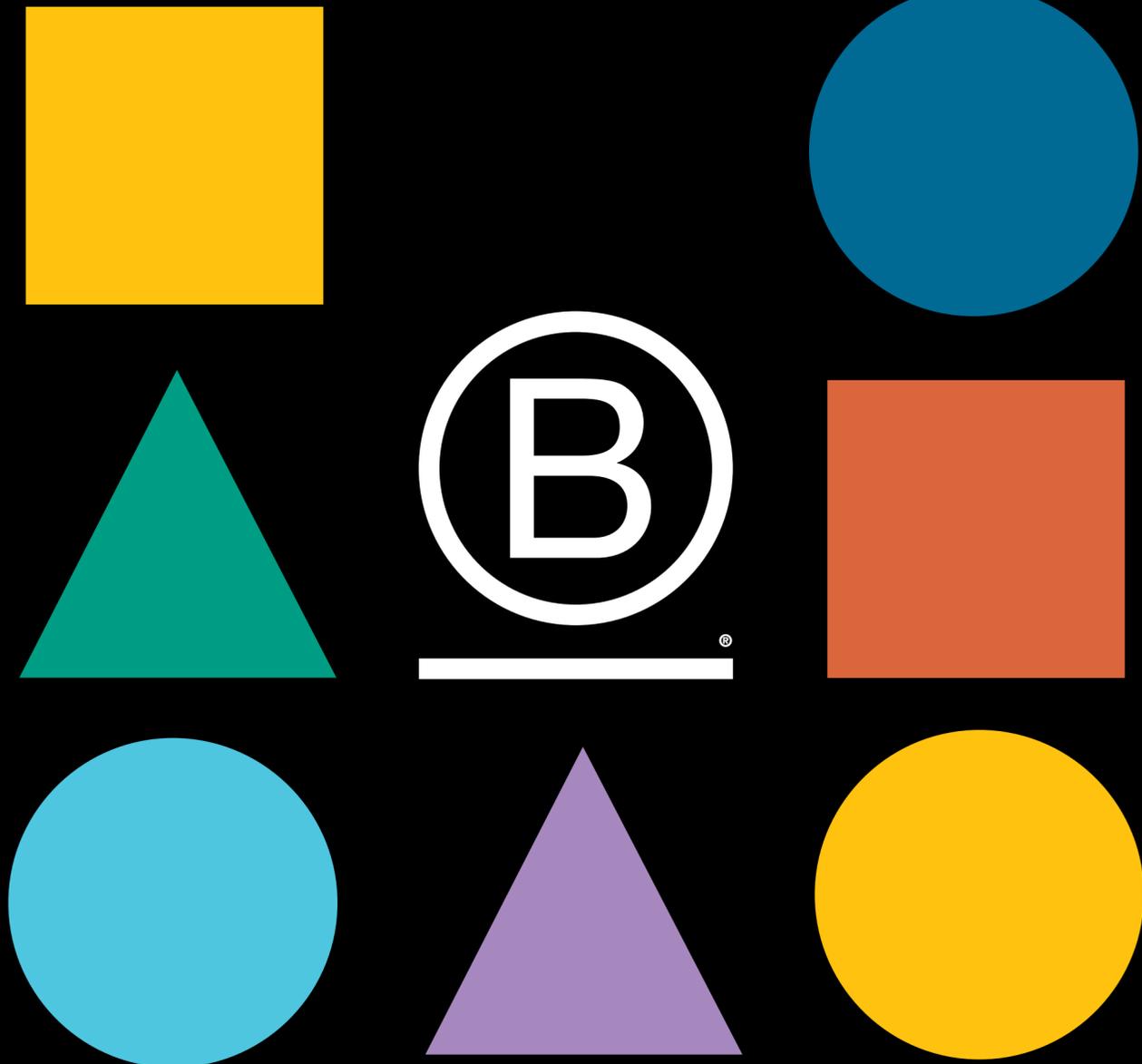
Helvetica Neue Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Para usar en los títulos

Helvetica Neue Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Para usar en el texto

Meta Serif Web Pro Book
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



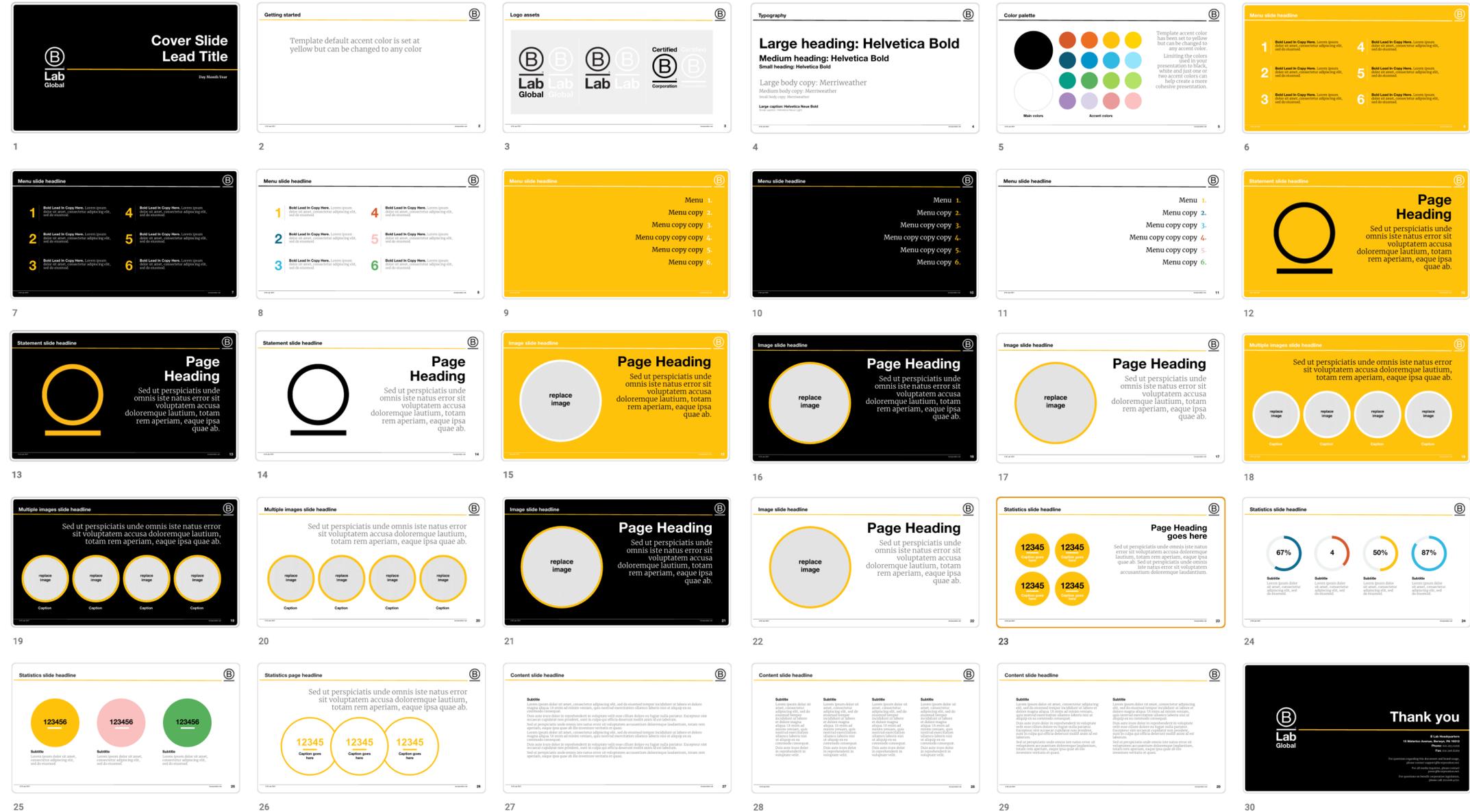
Aplicaciones

A continuación se incluyen algunos ejemplos que muestran cómo nuestros isologos y elementos visuales se combinan para proporcionar un lenguaje de marca coherente y cohesivo, además de plantillas que ayudan a usarlos correctamente.

APLICACIONES: PLANTILLA DE PRESENTACIONES DE GOOGLE



Para lograr la coherencia en todas las presentaciones, hemos creado una plantilla de Presentaciones de Google, disponible [aquí](#).





Si tiene alguna pregunta acerca del uso adecuado de estos lineamientos, no dude en contactarse con estas personas.

Para consultas sobre branding, marketing y comunicaciones:

Hannah Munger

Directora de Marketing y Comunicaciones Globales

B Lab Global

hmunger@bcorporation.net

Para consultas sobre asuntos legales y de propiedad intelectual:

Susan Cori

Directora Ejecutiva de Operaciones

B Lab Global

scori@bcorporation.net



GRACIAS