

FacilVitrum.

Vidrio con criterio. Transformación, manufactura y vidrios especiales para quien diseña y construye.

ANTES DE EMPEZAR

¿Qué es un brand book?

Un brand book (o manual de marca) define cómo es vuestra marca y cómo se usa.

Recoge lo esencial (qué os hace diferentes, vuestra forma de comunicar, el logo, los colores y la tipografía) y, sobre todo, cómo aplicarlo bien y qué conviene evitar. Sirve para que, lo use quien lo use (vuestro equipo, una imprenta, un rotulista o una agencia), la marca se vea y suene siempre igual: coherente y reconocible. No es un documento para guardar en un cajón, sino una guía de consulta cada vez que se crea algo con vuestro nombre.

ÍNDICE

Lo que contiene este libro.

01 Identidad y propósito →

03 Voz y tono →

05 Cómo NO aplicar la marca →

07 Color →

09 Aplicaciones →

11 Cierre →

02 Arquitectura de producto →

04 Logo →

06 Tipografía →

08 Dirección de arte →

10 Coherencia del sistema →

Una cristalería que mira a la arquitectura.

FacilVitrum nació de la compra de una antigua cristalería y de una decisión: dejar de ser un taller más y convertirse en el aliado técnico de quien diseña y construye con vidrio.

Historia y propósito

FacilVitrum transforma, manufactura y distribuye vidrio plano de altas prestaciones desde su fábrica de más de 5.000 m² en Badalona. La empresa surgió al adquirir una cristalería tradicional y abrir su mercado hacia el diseño, el interiorismo y la arquitectura. Ese es su propósito: que el vidrio deje de ser un material de catálogo y se convierta en una solución pensada, asesorada y bien resuelta para cada proyecto. Del vidrio decorativo a la solución técnica más compleja, FacilVitrum acompaña al profesional en todo el recorrido.

Posicionamiento *(onlyness)*

Solo FacilVitrum reúne **fábrica propia de transformación integral del vidrio** (del decorativo a lo técnico, con impresión digital vitrificada incluida) **y asesoramiento directo al profesional**, sin la distancia de una gran industria ni los límites de una cristalería de barrio.

Propuesta de valor

- **Transformación integral.** Corte, templado, laminado, mecanizado, decorado e impresión digital bajo un mismo techo. Una sola interlocución para todo el proyecto.
- **Asesoramiento técnico real.** Un equipo que entiende de prestaciones, normativa y obra, y que ayuda a elegir el vidrio correcto antes de fabricarlo.
- **Del decorativo a lo técnico.** Una gama que cubre desde el vidrio que se ve hasta el vidrio que tiene que aguantar, pisarse o aislar.
- **Cercanía sin distancia.** El tamaño justo para tratar de tú al profesional y la capacidad de fábrica para responder a proyectos exigentes.

Audiencia

Cristalerías y distribuidores

Compran para revender o instalar. Valoran plazo, calidad constante y que el pedido llegue bien. Hablan en espesores, medidas y cantos. Necesitan un proveedor que no falle.

Constructores e instaladores

Trabajan a pie de obra. Quieren prestaciones claras (seguridad, normativa, marcado CE) y resolver dudas técnicas rápido. Deciden por fiabilidad y servicio, no por marketing.

Interioristas

Buscan acabado, color y textura. Les interesa lo decorativo, la impresión digital, el mate, el lacado. Deciden por cómo queda y por las posibilidades que el vidrio les abre.

Arquitectos y estudios

Diseñan fachadas, barandillas, suelos, separaciones. Necesitan un fabricante que entienda el proyecto, aporte soluciones y documente prestaciones. Valoran rigor y referencias de obra.

Una marca, muchas soluciones.

FacilVitrum opera con arquitectura **monolítica**: una sola marca cubre todas las líneas de producto. Las familias no tienen logo ni paleta propios; se nombran de forma descriptiva y consistente, siempre bajo el paraguas FacilVitrum. Las colecciones decorativas con nombre propio (estilo *aTela*, *aMineral*) heredan la marca y comparten el sistema visual.

Familias de producto

Templados

Vidrio de seguridad templado y termoendurecido.

Acanalados · Laminados tela · Impresión digital · Herrajes

Laminados

Seguridad y prestaciones combinando láminas.

Pisables / antideslizantes · Laminados de seguridad

Decorativo

El vidrio como acabado: textura, color y mate.

Serigrafía · Mate · Lacado · Colecciones (aTela, aMineral)

Impresión digital vitrificada

Línea estrella: imagen de alta definición fundida en el vidrio.

Tecnología Vitro-Jet · Personalización total

Reglas de nomenclatura

- El nombre madre va siempre primero: `FacilVitrum · Impresión digital`, nunca un nombre de producto suelto sin la marca.
- Las familias se nombran en **descriptivo técnico** (Templados, Laminados, Decorativo), no con nombres de fantasía.
- Las colecciones decorativas con nombre propio mantienen el prefijo en minúscula y la "a" del isotipo: `aTela`, `aMineral`, `aPrint`. Son colecciones, no marcas: nunca llevan logo propio.
- Cuando se listan varias familias juntas, orden de más técnico a más decorativo: *Templados · Laminados · Decorativo · Impresión digital*.

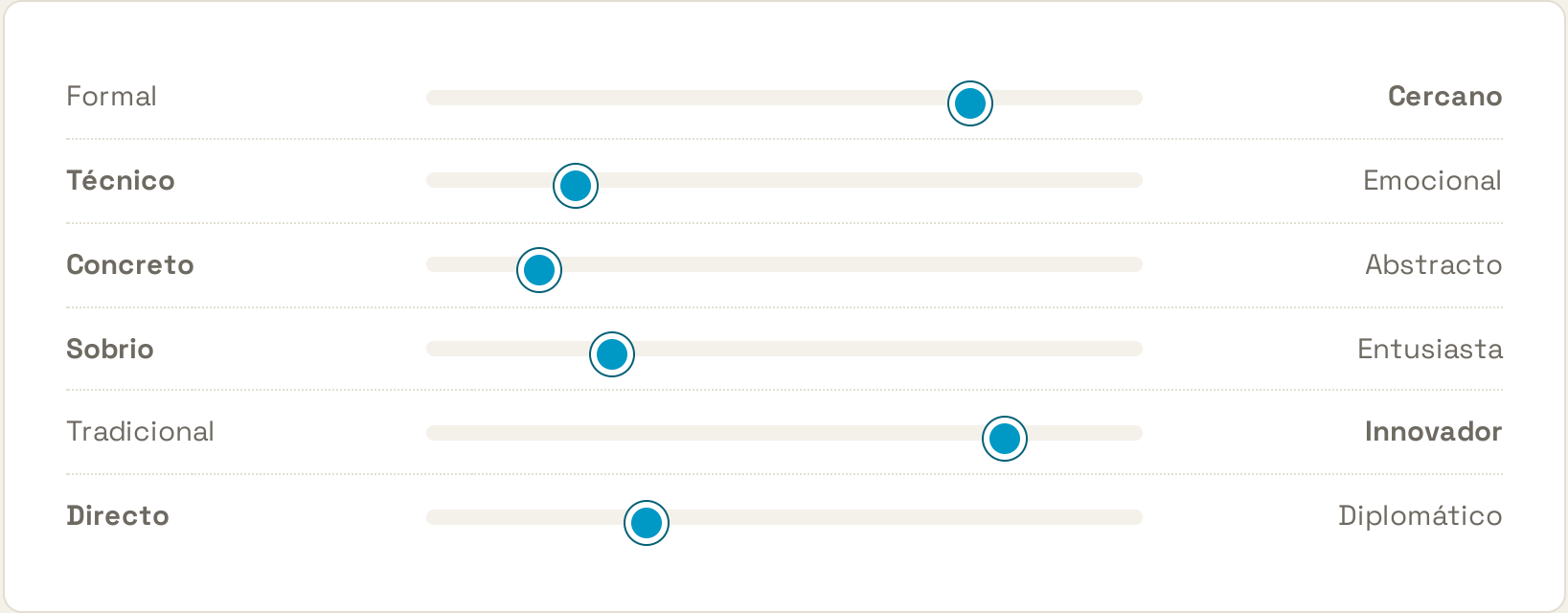
Técnica, directa y cercana.

FacilVitrum habla como asesora: con conocimiento del material, sin rodeos y de tú a tú. Frases claras, dato concreto, cero humo comercial. El profesional que escucha tiene que notar que del otro lado hay alguien que sabe de vidrio.

Arquetipo: *el Experto cercano*

No es el Vendedor ni el Visionario. Es el Experto que se sienta a tu lado: domina el oficio (el Sabio) pero lo explica sin distancia, en el idioma de obra (el del que está a pie de tajo). Recomienda, advierte de lo que no conviene y resuelve. Su autoridad viene del conocimiento, no del adjetivo.

Dimensiones de voz (scoring sobre 100)



Suena como / No suena como

Suena como

- ✓ Técnico de fábrica que te dice qué vidrio aguanta y cuál no
- ✓ Asesor que entiende tu proyecto antes de pasarte precio
- ✓ Ficha de producto clara: prestación, medida, uso

No suena como

- ✗ Folleto comercial lleno de superlativos
- ✗ Multinacional fría y despersonalizada
- ✗ Anuncio con mayúsculas y promesas vacías

Vocabulario

Usamos

- ✓ Vidrio · templado · laminado · espesor · canto
- ✓ Prestación · seguridad · marcado CE · normativa
- ✓ Asesoramos · resolvemos · fabricamos a medida
- ✓ Proyecto · obra · solución · acabado
- ✓ Transformación integral del vidrio

Evitamos

- ✗ Líder indiscutible · el mejor · número uno
- ✗ Calidad insuperable · excelencia absoluta
- ✗ Soluciones 360º · sinergias · partner estratégico
- ✗ Revolucionario · disruptivo · mágico
- ✗ Mayúsculas continuas y signos de exclamación múltiples

Ejemplos on-brand vs off-brand (escenarios reales)

✓ ON-BRAND · HERO WEB

Llegada a *facilvitrum.com*

Vidrio con criterio.

Transformamos, fabricamos y asesoramos: del vidrio decorativo a la solución técnica más exigente.

✗ OFF-BRAND · HERO WEB

Estilo a evitar

¡LÍDERES EN VIDRIO DE CALIDAD INSUPERABLE!

Soluciones 360º que revolucionan el sector. ¡Pide presupuesto ya!

✓ ON-BRAND · EMAIL A ARQUITECTO

Respuesta a una consulta de obra

Hola Marta, para esa barandilla de 1,10 m te recomiendo un laminado 10+10 con butiral de seguridad. Te paso ficha y prestaciones. Si el canto va visto, lo pulimos brillo.

✗ OFF-BRAND · EMAIL A ARQUITECTO

Plantilla impersonal

Estimado cliente, agradecemos su interés en nuestros productos de máxima calidad. Un asesor contactará con usted a la mayor brevedad posible.

✓ ON-BRAND · POST LINKEDIN

Caso de impresión digital

Impresión digital vitrificada sobre vidrio templado para un trasdosado de cocina. La imagen va fundida en el vidrio: no se raya ni pierde color.

✗ OFF-BRAND · POST LINKEDIN

Estilo hype

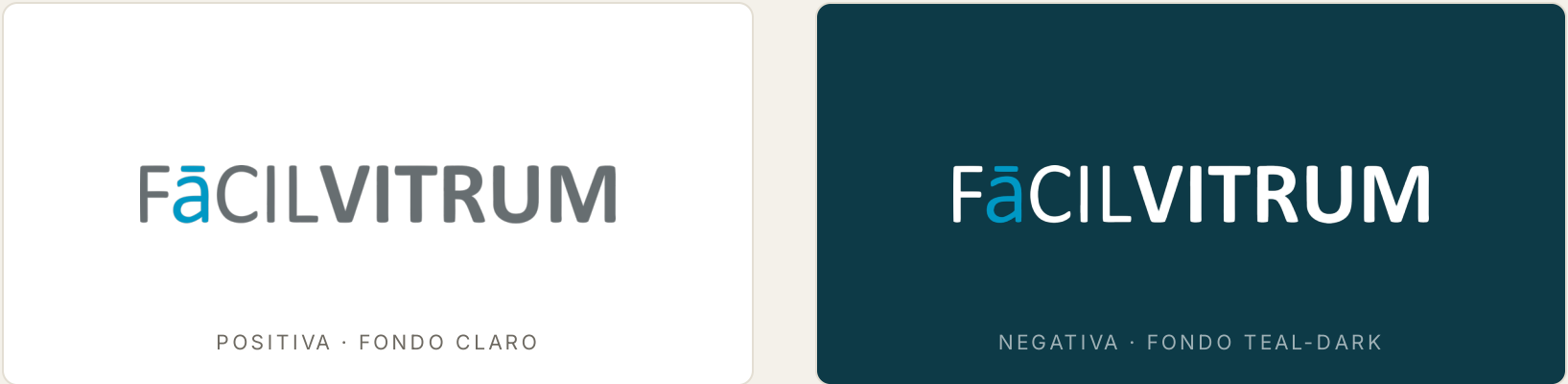
🚀🔥 ¡El FUTURO del vidrio ya está AQUÍ! 😊

Descubre la solución más DISRUPTIVA del mercado 💎 #innovación #top #glass

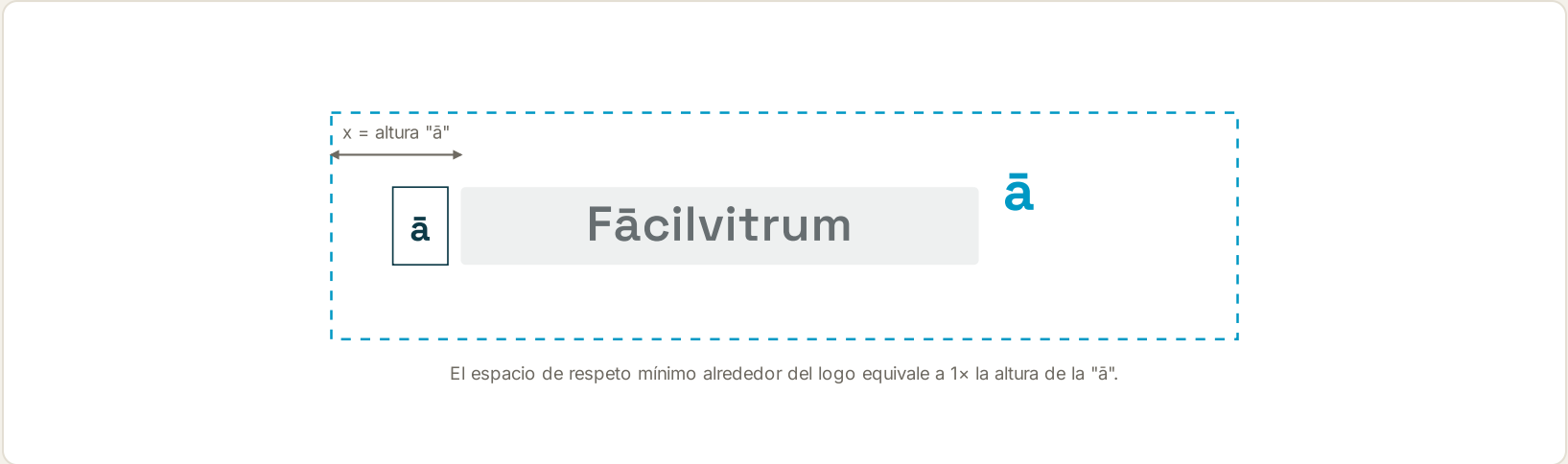
El logo y la "ā", ancla de la identidad.

El logotipo FacilVitrum combina el isotipo "ā" (la a con macrón, tomada de "Fácil") y el wordmark en gris cálido. El isotipo es la pieza más reconocible y funciona solo como marca corta, sello y favicon. La identidad crece alrededor de este logo, no contra él.

Versión positiva y negativa



Espacio de respeto y tamaños mínimos



TAMAÑO MÍNIMO DIGITAL

120 px de ancho

Por debajo, el wordmark pierde legibilidad. Usar el isotipo "ā" como marca corta.

TAMAÑO MÍNIMO IMPRESO

28 mm de ancho

Para papelería y tarjeta. La imprenta usa siempre el SVG vectorial.

FAVICON / AVATAR

Isotipo "ā"

A 32 px o menos: solo el isotipo, nunca el logo completo.

Lo que rompe la identidad.

Esta sección es tan importante como las anteriores. Sin reglas claras de "qué evitar", la marca se diluye en cada material que sale por la puerta. Cada antipattern incluye la razón.

5.1 Logo — usos prohibidos



✗ No estirar horizontal
Rompe la proporción y el reconocimiento.



✗ No comprimir vertical
Aspect ratio fijo siempre.



✗ No rotar
El logo se lee horizontal. Ni en rótulos ni en vehículos.



✗ No añadir sombras ni 3D
Bisel, relieve y sombra anulan la limpieza técnica.



✗ No añadir brillos / neón
Glow y fluor son ruido ajeno a la marca.



✗ No recolorar fuera de paleta
Solo positivo (gris+turquesa) o negativo. Nunca rojos, rosas ni fucsias.



✗ No usar sobre fondo de bajo contraste
Si el ratio < 4.5:1 (WCAG AA), usar la versión negativa.

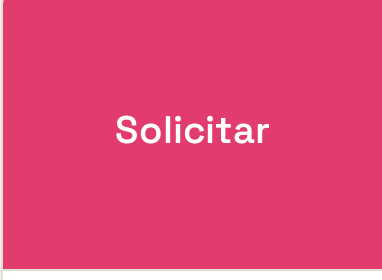


✗ No usar sobre foto ruidosa
Si la imagen compite, va sobre banda lisa o velo.



✗ No añadir contorno / outline
Es un parche cuando el fondo no funciona. Cambia el fondo.

5.2 Color — fuera de paleta



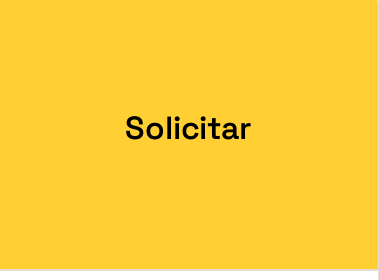
✗ Rojos, rosas, fucsias
Colores vetados por la marca. Nunca, en ningún material.



✗ Turquesa como fondo masivo + texto blanco
Contraste insuficiente. El turquesa es acento, no lienzo.

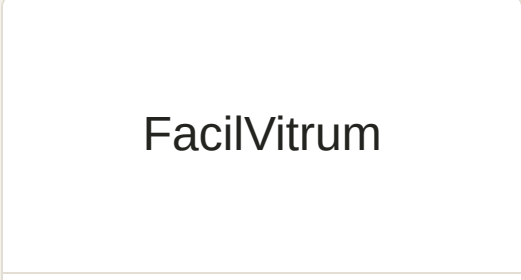


✗ Degradados turquesa→oscuro
Rompe la identidad de color plano. Usar color sólido.

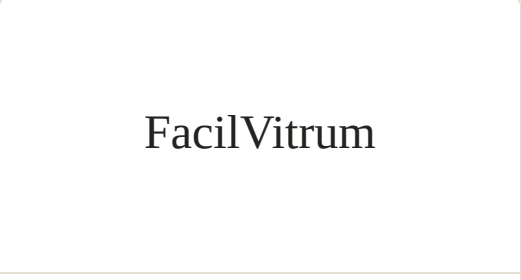


✗ Colores ajenos como acento
El acento es el turquesa de marca. Nada de amarillos ni naranjas.

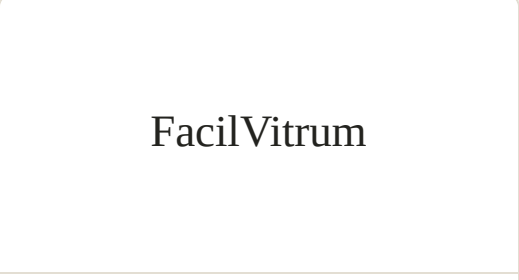
5.3 Tipografía — antipatterns



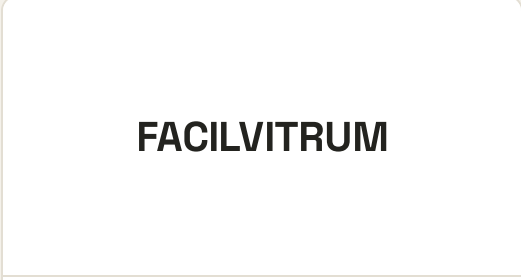
✗ Arial o fuentes del sistema
La identidad es Space Grotesk + Inter. Nunca defaults del CMS.



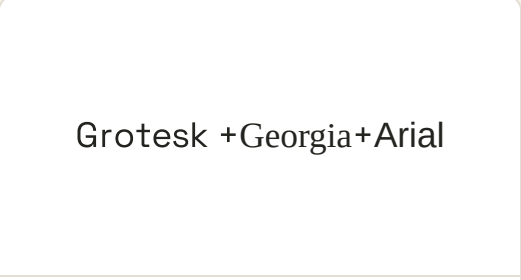
✗ Serifs (Times, Georgia)
La marca es sans, técnica y limpia. Sin serífas.



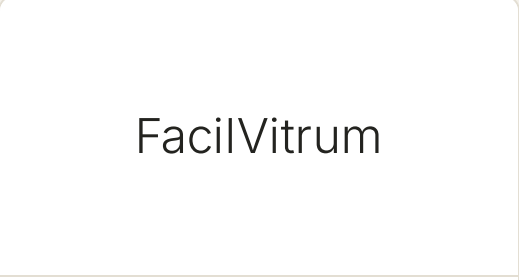
✗ Display informales
Comic Sans, Papyrus y similares no existen en la marca.



✗ Titulares en mayúsculas continuas
Choca con la voz cercana. Solo en eyebrows y etiquetas cortas.



✗ Mezclar 3+ familias
Máximo dos: display (Space Grotesk) + body (Inter).



✗ Pesos no oficiales
Inter 300–700, Space Grotesk 400–700. Ultraligeras no.

5.4 Voz y mensaje — qué no decimos

Palabras prohibidas

- ✗ Líder · el mejor · número uno · insuperable
- ✗ Excelencia absoluta · calidad sin igual
- ✗ Soluciones 360º · partner estratégico · sinergias
- ✗ Revolucionario · disruptivo · mágico
- ✗ Promesas sin dato que las respalde

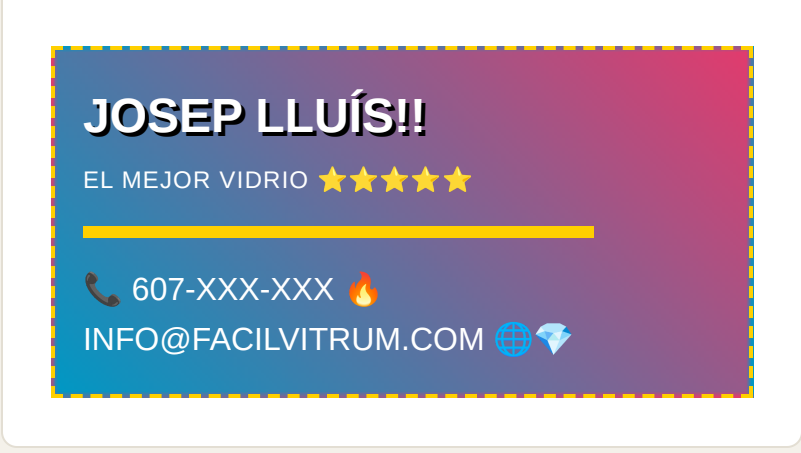
Tonos prohibidos

- ✗ Corporativo distante ("estimado cliente, le informamos...")
- ✗ Hype / influencer ("el FUTURO del vidrio 🚀🔥")
- ✗ Marketing agresivo ("¡ÚLTIMAS UNIDADES! ¡PIDE YA!")
- ✗ Superlativos vacíos sin prestación concreta
- ✗ Mayúsculas continuas y exclamaciones múltiples

5.5 Mockups — pares correctos vs incorrectos

El truco no es solo mostrar el antipattern, sino ponerlo **junto** al correcto para que la diferencia sea evidente.

✗ TARJETA DE VISITA — INCORRECTO



✓ TARJETA DE VISITA — CORRECTO



✗ POST — INCORRECTO



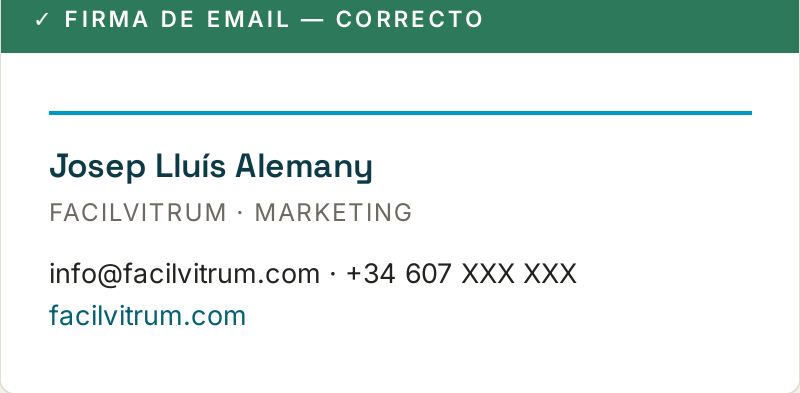
✓ POST — CORRECTO



✗ FIRMA DE EMAIL — INCORRECTO



✓ FIRMA DE EMAIL — CORRECTO



Grotesca técnica + sans legible.

FacilVitrum deja atrás las fuentes heredadas (Frutiger, Verdana, defaults del CMS) y adopta un sistema propio de dos familias: una grotesca de carácter para titulares y una sans neutra para cuerpo. Sin serifas: la marca es técnica, limpia y moderna.

Display · titulares

SPACE GROTESK · 400 / 500 / 600 / 700

Vidrio con criterio.

Para hero, titulares de sección, lockups y datos destacados. Sus formas geométricas con detalle técnico aportan el "punto de energía" de la marca sin perder sobriedad. No bajar de 1.3 rem en pantalla.

Aa Aa Aa Aa Aa Aa

Body · UI

INTER · 300 / 400 / 500 / 600 / 700

Prestaciones claras, lectura cómoda.

Inter es la sans más equilibrada de Google Fonts para web y documentación técnica. Lectura cómoda en pantalla y en ficha de producto, números tabulares para espesores y medidas, soporte multi-idioma (ES/CA) y todos los pesos que el sistema necesita sin archivos pesados.

Aa Aa Aa Aa Aa Aa

Rationale de la combinación

Space Grotesk + Inter es una pareja contemporánea y precisa: la grotesca aporta el carácter técnico y el punto de energía (cercano al mundo de la arquitectura y el diseño industrial que FacilVitrum quiere habitar); Inter aporta la neutralidad legible que exige una web con fichas, medidas y catálogo. Ambas son gratuitas, multi-idioma, servidas por Google Fonts en un solo request y desplegadas sin licencias en WordPress.

Base cálida, energía turquesa.

La identidad parte del turquesa del logo (`#0098c4`), el "punto de energía", y lo apoya sobre una base neutra **cálida** (no blanco frío) que conecta con el mundo material de la arquitectura. El gris de marca (`#676e71`) es neutro cálido, no azulado: por eso la base cálida es coherente con la propia identidad.

Paleta primaria

Turquesa #0098c4 Acento, isotipo, highlights, detalles. El "punto de energía". Nunca como fondo masivo de texto.	Turquesa profundo #036176 Texto, enlaces y CTAs sobre fondo claro (cumple WCAG AA).	Teal-grafito #0d3a47 Fondos oscuros, footer, secciones dramáticas. Nunca negro puro.
---	--	---

Paleta de neutros y soporte

Gris cálido #676e71 El gris del logotipo. Texto secundario, etiquetas.	Hueso base #F4F1EA Fondo principal de página. No blanco puro.	Paper #FBFAF5 Tarjetas y superficies elevadas.	Tinta #23231F Cuerpo de texto · 16–18 px.
---	--	---	--

Verificación WCAG *(combinaciones aprobadas y vetadas)*

Texto	Fondo	Ratio	Nivel	Uso
<code>#23231F</code>	<code>#F4F1EA</code>	15.1 : 1	AAA	Cuerpo principal
<code>#0D3A47</code>	<code>#F4F1EA</code>	10.6 : 1	AAA	Titulares
<code>#036176</code>	<code>#F4F1EA</code>	5.2 : 1	AA	Enlaces y CTAs sobre claro
<code>#FFFFFF</code>	<code>#0D3A47</code>	11.9 : 1	AAA	Texto sobre fondo oscuro
<code>#06303C</code>	<code>#0098C4</code>	5.0 : 1	AA	Texto oscuro sobre turquesa (botón)
<code>#FFFFFF</code>	<code>#0098C4</code>	2.9 : 1	FAIL	NO usar blanco sobre turquesa en texto pequeño

Regla práctica: sobre el turquesa `#0098c4` se escribe en **tinta oscura**, no en blanco. Si hace falta blanco, usar el teal-grafito de fondo.

Rationale

El turquesa es innegociable: es el color del isotipo y lo que el cliente identifica como su "punto de energía". La novedad respecto a la web actual (fría y genérica) es la **base cálida**: hueso en lugar de blanco puro y grises cálidos en lugar de azulados. Esa calidez es lo que separa una marca de material premium de una corporativa cualquiera, y encaja con el territorio de diseño y arquitectura al que FacilVitrum quiere acercarse. El turquesa se reserva como acento; nunca inunda la página.

Que hable el material.

Estilo fotográfico

- **El vidrio como protagonista.** Transparencias, reflejos, cantos, textura. La foto muestra el material, no lo esconde tras lifestyle.
- **Luz natural y limpia.** Luz que atraviesa el vidrio y revela su acabado. Sombras suaves, nada de flash duro.
- **Contexto arquitectónico real.** Vidrio instalado en obra: barandillas, suelos, separaciones, fachadas, cocinas. La prueba de que funciona.
- **Fábrica con orgullo.** Planta de Badalona, maquinaria, proceso. Las fotos profesionales de instalaciones de 2023 son un activo: úsense.
- **Cero stock posado.** Nada de modelos sonriendo a cámara ni manos genéricas. Realidad de producto y obra.

Vidrio a contraluz · reflejos · canto pulido ✓ SÍ ES El material y su transparencia, protagonistas.	Barandilla / suelo de vidrio en obra real ✓ SÍ ES Vidrio instalado, contexto arquitectónico.	Modelo sonriendo en oficina genérica de stock ✗ NO ES Lifestyle corporativo sin material.
--	---	--

Iconografía

Iconos de línea, stroke 1.5 px, esquinas suaves (radio 2 px), tamaño base 24 px. Monocolor: #0d3a47 sobre claro, #fff sobre oscuro, turquesa solo para destacar. Sin iconos rellenos ni multicolor. Family sugerida: Lucide o Phosphor (regular).

Vidrio	Laminado	Templado	Arquitectura	Impresión	Certificado

Cómo se ve en el mundo real.

Mockups de los touchpoints de FacilVitrum, incluidos los usos que la propia empresa marcó: web, vehículos, uniformes y catálogos. Cada uno aplica el logo real y respeta las reglas de los capítulos anteriores.

WEB · HERO

Vidrio con criterio.

Transformación, manufactura y vidrios especiales.

→ Ver soluciones · Pedir asesoramiento

01 · WEB FACILVITRUM.COM · HOME HERO

FāCILVITRUM

Josep Lluís Alemany

FACILVITRUM · MARKETING

Avgda. Cerdanya 77 · P.I. Pomar de Dalt
08915 Badalona
info@facilvitrum.com · +34 607 XXX XXX

02 · TARJETA DE VISITA

FāCILVITRUM

REF · TPL-105

Templado de seguridad 10 mm

FAMILIA · TEMPLADOS

Espesor	10 mm
Dimensión máx.	4360 × 2100 mm
Prestación	Seguridad · CE
Acabado canto	Pulido brillo

03 · FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO

Impresión digital fundida en el vidrio.

FACILVITRUM · BADALONA

04 · POST REDES 1080×1080

FāCILVITRUM

facilvitrum.com · Badalona

05 · ROTULACIÓN DE VEHÍCULO

06 · UNIFORME DE EQUIPO (ISOTIPO BORDADO)

FāCILVITRUM

CATÁLOGO · 2026

Soluciones en vidrio.

07 · PORTADA DE CATÁLOGO

Hola Marta,

Para esa barandilla de 1,10 m te recomiendo un laminado 10+10 de seguridad. Te adjunto ficha y prestaciones. Si el canto va visto, lo pulimos a brillo.

Cualquier duda, me dices.

Josep Lluís Alemany

FACILVITRUM · MARKETING

info@facilvitrum.com · +34 607 XXX XXX

facilvitrum.com

08 · FIRMA DE EMAIL

Una sola marca, sin fugas.

FacilVitrum tiene muchas líneas de producto, pero **una sola identidad**. La coherencia es parte del activo de marca: cada material que sale (ficha, vehículo, post, catálogo, web) debe reconocerse como FacilVitrum sin necesidad de leer el nombre.

Reglas de gobernanza

- Ninguna línea de producto (Templados, Laminados, Decorativo, Impresión digital) crea logo, color o tipografía propios. Todas heredan este sistema.
- Las colecciones decorativas (`aTela`, `aMineral`, `aPrint`) son nombres de colección, no marcas: se escriben en la tipografía de marca, sin logotipo independiente.
- El **logo siempre en vectorial** (SVG) para impresión y rotulación; PNG solo para pantalla.
- Las fuentes (Space Grotesk + Inter) se cargan desde Google Fonts en web; en documentos de oficina, usar las mismas o sus equivalentes más cercanos, nunca Arial/Times por defecto.
- Ante la duda, gana la sobriedad: menos color, más aire, el material como protagonista.

Activos maestros

- Logotipo horizontal y isotipo "ā": `SVG` (vector) + `PNG` color y negativo.
- Paleta, tipografía y tokens: capítulos 06 y 07 de este libro, y el design system que parte de él.
- Este brand book es la fuente de verdad. Cualquier nueva aplicación se valida contra él.

Brand book conforme

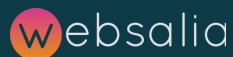
Cumple los mínimos del sistema de marca de Websalia: identidad, voz, logo, antipatterns, tipografía, color (con WCAG), dirección de arte y aplicaciones.

v1.0
CONFORME

FāCILVITRUM

Vidrio con criterio.

DISEÑADO POR



v1.0 · Junio 2026 · websalia.com