

**MANUAL DE
IMAGEN CORPORATIVA**



FESP

**FUERZAS ESPECIALES
Y SEGURIDAD PRIVADA**

FESP
FUERZAS ESPECIALES
Y SEGURIDAD PRIVADA



PÁGINA

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. Introducción	6
1.2. Identificación de Objetivos	7
2. IMAGEN CORPORATIVA	8
2.1. Identificación básica	9
2.2. Antecedentes y razones	9
3. TERMINOLOGÍA	10
3.1. Imagen Corporativa	11
3.2. Identidad Visual	11
3.3. Manual de Identidad Corporativa	11
3.4. Marca Corporativa	11
3.5. Isotipo	12
3.6. Logotipo	12
3.7. Isologo	12
4. LA EMPRESA	13
4.1. Historia	14
4.2. Características generales de la empresa	16
4.3. Misión	16
4.4. Visión	16
4.5. Objetivos de la Empresa	16
4.6. Satisfacción del cliente	16
4.7. Análisis de las fuerzas competitivas	17
4.7.1. Proveedores	17
4.7.2. Competencia	17
4.8. Ubicación	17
5. LA MARCA	18
5.1. Composición y descripción	19
5.2. Factores claves	19
5.2.1. Conceptos	19
5.2.2. Elementos	19
5.3. Fonotipo	19
5.4. Grafimetría del Imagotipo	20
5.5. Área de seguridad	20
5.6. Variantes del logo	21
5.6.1. Alineación vertical	21
5.6.2. Alineación horizontal	21
5.7. Isologo	22
5.8. Isologo Tridimensional	22
5.9. Isologo y el uso de los colores	23
5.10. Punto comparativo entre isologos	24
5.11. Isologo en escala de grises	25
5.12. Isologo en una tinta	26

	PÁGINA
5.13. Positivo / Negativo	26
5.14. Tipografía corporativa	27
5.15. Tamaño mínimo	28
5.16. Planimetría del isologo	27
5.17. Aplicaciones incorrectas	29
6. USOS DEL ISOLOGO	30
6.1. Ubicación y color	31
6.2. Utilización del Logotipo	32
6.3. Ubicación	32
6.4. Jerarquía del tamaño	32
7. SOPORTES INSTITUCIONALES	33
7.1. Área de seguridad	34
7.2. Papelería básica	35
7.2.1. Tarjeta de Presentación	35
7.2.2. Hoja A4	36
7.2.3. Sobre Americano	37
7.2.4. Carpeta Institucional	38
7.2.5. Sobre Manila	39
7.2.6. Tarjeta de Identificación	40
8. UNIFORMES EMPRESARIALES	41
8.1. Uniformes	42
8.2. Uniformes Administrativos	42
8.3. Uniformes de Guardias y Custodios	43
8.4. Uniformes para Traslado de Valores	44
9. SEÑALÉTICA INSTITUCIONAL	45
9.1. Señalética Interna	46
9.2. Pictogramas	47
10. VEHÍCULOS	48
10.1. Vehículos de Uso Interno	49
10.2. Vehículos para Traslado de Valores	50
10.3. Motocicletas	51
11. APLICACIONES EN PAGINA WEB	52
11.1. Rediseño de Pagina Web	53
11.2. Pagina Inicio	53
11.3. Pagina Servicios	54
11.4. Pagina Contactenos	54
11. APÉNDICE	52
Anexos	53

1.- INTRODUCCIÓN

1.1. INTRODUCCION

En la actualidad, una empresa, una institución pública o privada o un producto requieren incuestionablemente una imagen oficial para comunicarse con el público, que los identifique y distinga, y que contribuya al pleno conocimiento social de sus servicios.

Este manual recoge las visualizaciones y variaciones de la marca FESP CÍA. LTDA. y fija unas normas que regulan sus aplicaciones de forma coherente. Es imprescindible que estas normas de imagen gráfica sean implantadas de modo global en todas las actividades y servicios de la empresa, primando la identidad de la misma como unidad.

Será responsabilidad de FESP CÍA. LTDA. velar por la correcta aplicación de esta imagen oficial en todos los usos y casos.

Es importante señalar que este manual admite cierta flexibilidad: el manual sufrirá cambios con criterio y creatividad. Su buen uso exige su implantación entre todo el personal, a fin de garantizar, en todos los casos, el empleo correcto de los elementos gráficos, colores y tipografía, así como el material de papelería y soportes promocionales.

Cabe recalcar que cualquier modificación que se realice arbitrariamente que se encuentre dentro de los parámetros ya dispuestos en este manual quedará restringida y sancionada dentro de las políticas de la empresa.

Las empresas vinculadas de una u otra manera con FESP CÍA. LTDA. tendrán que conocer estas normas de uso de la marca y consultar con la misma cuando surjan dudas, si el caso lo requiera.

1.2. IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS

- Presentar una imagen de Identidad Corporativa completa que refleje todas las funciones y servicios.
- Permitir a la empresa gozar de una imagen funcional y de alta competitividad.
- Proporcionar la comprensión de los componentes visuales de la marca y la manera de usarlos. Seguirla ayudará a crear una marca tan poderosa como la entidad que representa.

Objetivos

2.- IMAGEN CORPORATIVA

Antecedentes

2.1. IDENTIFICACIÓN BÁSICA

La identificación visual de una empresa se conforma a través del uso armónico del nombre, símbolos y colores que la distinguen. Su correcta utilización es esencial para lograr efectos de recordación positiva e inmediata en el observador.

Este Manual de Imagen Corporativa de FESP CÍA. LTDA., se edita con el fin de unificar los elementos visuales que la identifican, para proyectar una adecuada comunicación visual interna y externa.

El isotipo de FESP CÍA. LTDA., la tipografía de su nombre, los colores que la distinguen, no podrán ser modificados. Este manual debe constituirse en elemento de obligada consulta en todos aquellos casos en que se utilicen los símbolos.

2.2. ANTECEDENTES Y RAZONES

La Imagen Corporativa de toda Institución hace referencia a la manera, como se utiliza el nombre e isologo en las diferentes piezas y mensajes comunicativos o publicitarios con los que se relaciona la entidad y su target. Debido a que la empresa FESP CÍA. LTDA. tiene pocos años en el mercado, se decidió innovar su estilo creando una nueva Identidad Corporativa.

El proyecto para rediseñar la imagen corporativa de FESP CÍA. LTDA., es con el fin de que dicha empresa llame la atención del consumidor. El proyecto incluirá un nuevo isologo de la marca, al cual se le realizará su respectivo manual; también la papelería grafica será muy importante para el envío memorándum o cartas, ya que ésta también es imprescindible para la imagen de una compañía que desea destacar en el mercado; debido a que estamos rediseñando una nueva imagen a la marca, esto nos indica que también habrá que diseñar una identidad apropiada al vendedor del servicio, ya que ellos son los que tienen contacto directo con el cliente, y los clientes son el motor fundamental de una empresa.

Antecedentes

3.- TERMINOLOGÍA

3.1. IMAGEN CORPORATIVA

Es una imagen mental ligada a una corporación y a lo que ella representa, especialmente por conducto de su identidad visual expresada por signos gráficos, pero también de su comportamiento y sus actuaciones. La imagen corporativa abarca la imagen de marca y la imagen de empresa.

3.2. IDENTIDAD VISUAL

La identidad visual es la traducción simbólica de la identidad corporativa de una organización, concretada en un programa o manual de normas de uso que establece los procedimientos para aplicarla correctamente.

3.3. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

El manual es un documento que abarca información de todos los elementos básicos del sistema de identidad, desde la explicación de cómo han sido creados los signos de identidad de la empresa y el modo correcto de reproducirlos y aplicarlos en los diferentes sustratos.

Su objetivo es delimitar por escrito los parámetros y lineamientos a seguir para lograr un sistema gráfico unificado en todos los sentidos, aclarando de antemano cualquier posible duda sobre los procedimientos de aplicación en los diferentes materiales.

El manual tiene un papel central en la introducción y aplicación de la identidad corporativa. Su contenido comprende los elementos de identidad corporativa y el sistema de diseño desarrollado por la agencia de diseño o diseñadores, normas de aplicación y organización originadas en la propia empresa.

3.4. MARCA CORPORATIVA

Representación mental de un determinado “estilo” de una empresa, transmitida especialmente a través de sus actividades y de sus actuaciones comerciales.

3.5. ISOTIPO

Este tipo de logo carece de tipografía y se crea únicamente con un ícono o imagen. Se refiere a la parte, generalmente, icónica o más reconocible, de la disposición espacial en diseño de una marca ya sea corporativa, institucional o personal.

Es el elemento constitutivo de un Diseño de Identidad, que denota las connotaciones de mayor jerarquía dentro de un proyecto y que a su vez delinea el mapa connotativo para el diseño del logotipo, así como la siguiente aplicación de diseño en las restantes etapas de un proyecto de identidad corporativa.

3.6. LOGOTIPO

Logotipo, conocido coloquialmente también como logo, es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo y es aquel distintivo o emblema conformado a partir de letras, abreviaturas, entre las alternativas más comunes, peculiar y particular de una empresa, producto o marca determinada.

3.7. ISOLOGO

Es la combinación de un Logotipo con un Isotipo, es decir, tiene tanto tipografía como ícono; el texto y la imagen se encuentran fundidos.



4.- LA EMPRESA

4.1. HISTORIA

FESP – FUERZAS ESPECIALES Y SEGURIDAD PRIVADA CÍA. LTDA., es una empresa de seguridad que inició sus actividades en el año 2008 bajo la dirección del Ing. Víctor Ponce García quien actualmente desempeña el cargo de Gerente General y la Lcda. Raquel Vélez como Jefe de Recursos Humanos.

Esta compañía ofrece servicios de seguridad privada para residencias, empresas públicas o privadas como agencias bancarias, gasolineras, centros comerciales, entre otras; así también brinda servicios de seguridad personal como guardaespaldas y custodios.

El diseño de la imagen corporativa (isologo, papelería, señalética, etc.) de FESP fue realizado en Perú, y de manera empírica según lo dado a conocer por parte de sus directivos, razón por la cual ellos consideran que un rediseño de imagen de la empresa llevado a cabo de forma profesional sería el primer paso para sobresalir en su área, atraer mayor cantidad de usuarios y en un futuro ser considerada una empresa referente de la seguridad privada.

No sólo se quiere que la empresa FESP CÍA LTDA. sea reconocida por prestar buenos servicios, sino que también llegue a la mente del consumidor, mediante una imagen propia creada por profesionales.

FESP CÍA LTDA. no consta con una imagen corporativa adecuada, para el mercado en la cual se desempeña; tampoco se le da el uso respectivo a su logotipo, ya que la empresa no cuenta con una papelería que contenga una imagen similar a la señalética, además de que los empleados usan uniformes que no proyectan la imagen del logotipo actual.

El proyecto para rediseñar la imagen corporativa de FESP CÍA LTDA., es con el fin de que dicha empresa llame la atención del consumidor. El proyecto incluirá un nuevo isologo de la marca, al cual se le realizará su respectivo manual; también la papelería grafica será muy importante para el envío de memorándum o cartas, ya que ésta también es imprescindible para la imagen de una compañía, que desea destacar en el mercado con una Imagen Global demarcada.

La Empresa

Y debido a que se rediseñará su imagen a la marca, esto indica que también habrá que diseñar una imagen apropiada a la Administración de la empresa, ya que ellos son los que tienen contacto directo con el cliente. Por lo cual se procederá a crear nuevos uniformes para los empleados, señalética y demás, dentro del edificio de la Compañía.

Una de las competencias principales de FESP CÍA LTDA. es Laar Security y G4S, dado que ellos poseen imagen corporativa definida y llevan una ventaja considerable, el mayor problema con el que sufre la empresa, es el de no constar con una apropiada imagen corporativa, y esto abarca desde su respectivo isologo, que en la actualidad poseen 2 que a largo plazo producen confusión, tienden a cambiar sus uniformes, no poseen una correcta señalética, identificados estos problemas se los resolvería con un correcto rediseño de la marca, empresa e imagen corporativa.



La Empresa

4.2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA

La empresa desde su creación hasta la actualidad siempre se ha caracterizado por ser una organización seria, honesta y confiable, que respeta a sus clientes, manteniendo así un sitio en el mercado de las empresas de seguridad.

El posicionarse en la mente del consumidor no es fácil, ya que existen muchas barreras que superar, una de ellas era no disponer de local propio, problemas económicos y políticos que poco a poco con sacrificio y perseverancia se fueron solucionando.

4.3. MISIÓN

Brindar servicios de seguridad y guardianía privada de calidad dentro de nuestra ciudad.

4.4. VISIÓN

Ser líderes en el mercado de empresas de seguridad en el país.

4.5. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- Satisfacer las necesidades del cliente.
- Brindar servicios de seguridad privada de calidad.
- Capacitación constante del Recurso Humano.

4.6. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La empresa en vista que el cliente es la razón de ser tiene como finalidad estos puntos:

- Capacitación continua al personal.
- Mejor remuneración de los Recursos Humanos.
- Anticiparse a las expectativas del cliente.
- Asesoría técnica al cliente.
- Ofrecer servicios de calidad.
- Servicio de traslado de valores.

La Empresa

4.7. ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS

FESP CÍA. LTDA. solo será una empresa de calidad en la medida que logre establecer una sociedad sólida con los empleados, proveedores y clientes, ésto garantizará el buen funcionamiento de la organización.

4.7.1. Proveedores:

La política de la empresa con respecto a sus proveedores es el desarrollo de sus relaciones a largo plazo y mutuamente exitosas, que permitan mantener los estándares de calidad de la Compañía.

4.7.2. Competencia:

La empresa también encara la ardua competencia de varias empresas dedicadas a la misma actividad pero sin alcanzar lo más valioso que tiene una empresa comercial que son los clientes, razón de ser de la organización.

Una de las competencias principales de FESP CÍA LTDA. es Laar Security y G4S dado que ellos poseen imagen corporativa definida y llevan una ventaja considerable, el mayor problema con el que sufre la empresa es el de no contar con una apropiada imagen.

La empresa se cuida mucho en cuanto a la competencia, analizamos sus debilidades y fortalezas, y cambiarlas para nosotros como oportunidades y amenazas.

4.8. UBICACIÓN

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Ciudad: Guayaquil

Zona: Norte

Dirección: Cdla. Vernaza Norte Mz. 23 V#8 (atrás del Mall del Sol)

Teléfono: (593-4) 2296-346 * 2292-831 (Fax)

Website: www.fespseguridad.com

E-mail: victorponce70@hotmail.com

Casilla: 0904854

La Empresa

5.- LA MARCA

5.1. COMPOSICIÓN Y DESCRIPCIÓN

La empresa FESP CÍA. LTDA. posee una identidad corporativa formada de manera empírica, por eso se creará la imagen gráfica, la cual identifica y marca la empresa, es un símbolo de distinción y la dota de personalidad, evitando falsificaciones y plagios. Debe transmitir el carácter de la empresa. Está formada por el isotipo y el logotipo, que deben ser utilizados como un solo elemento gráfico llamado "isologo". Las distancias y las proporciones entre los distintos elementos no deben ser alteradas.

5.2. FACTORES CLAVES

5.2.1. Conceptos:

Seguridad, confianza, solidez, responsabilidad, innovación, prestigio, seriedad, modernidad.

5.2.2. Elementos:

Símbolos, escudo.

5.3. FONOTIPO

El fonotipo es constituido por la manera fonética de pronunciar el logotipo. Es la identidad verbal de la marca. Siempre se pronunciará el nombre "FESP" por la unión de sus siglas mas no como cada letra por separado, se dio ese encaje para darle más fortaleza al nombre.

La Marca

5.4. GRAFIMETRÍA DEL ISOLOGO

En este manual corporativo se presenta su escala por medio del plano técnico del logotipo y de sus partes es posible mantener firme las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La X equivale a la medida establecida por unidad dentro del plano, el número representa las veces que la medida X está en la imagen en horizontal y vertical. En el siguiente caso la X equivale a centímetros. El ancho del logo es de 2,5x y el alto de 5x según la cuadrícula proporcional a utilizar.



5.5. ÁREA DE SEGURIDAD

Es una zona invisible alrededor del imatipo que protege de otros textos, bordes, gráficas o ilustraciones. En este caso la línea imaginaria es la línea rosada. **(Véase la grafimetría)**

La Marca

5.6. VARIANTES DEL ISOLOGO

El Isotipo y el Logotipo tienen dos posibilidades de colocarse uno al lado del otro, según el formato y las condiciones de la pieza gráfica en que va a utilizarse. Estas dos disposiciones (únicas opciones de relación) a continuación con las respectivas proporciones.

Dichas proporciones se basan en la medida X expuesta en la página anterior. No varían en nada las alteraciones solo cambia el lugar de la ubicación.

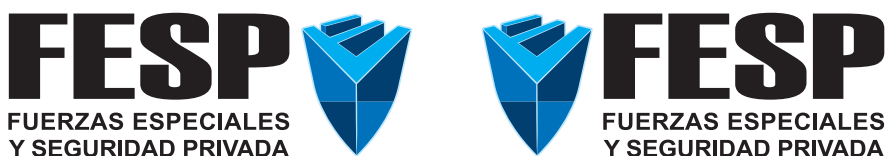
5.6.1. ALINEACIÓN VERTICAL

Es permitido la colocación del texto centrado debajo del isotipo mientras se conserven las proporciones establecidas.



5.6.2. ALINEACIÓN HORIZONTAL

Está permitida la colocación del texto alineado a la izquierda o derecha del isotipo mientras se conserven las proporciones establecidas. Las proporciones de la tipografía en base al ícono varían hasta tener la misma altura de éste.



5.7. ISOLOGO

El isologo de FESP CÍA. LTDA. es de forma dinámica y fácil de reconocer, tiene la forma de una F y una E cuyas perspectivas forman debajo un escudo. El escudo simboliza el concepto de seguridad de una manera abstracta y a la vez modernista. Se utilizó el color azul porque evoca seguridad y confianza, se lo asocia con la calma, esta vinculado con la inteligencia y las emociones profundas y simboliza la sabiduría y la fidelidad.

Se utilizó en el logotipo el color negro ya que transmite nobleza y elegancia, su uso en una época fue utilizado como la singularización de un determinado estatus social porque tenía que ver con la protección que este color ejercía contra los movimientos del mal.



5.8. ISOLOGO TRIDIMENSIONAL

El uso de éste isologo formado de manera tridimensional le daría realce y elegancia donde sea que fuere utilizado, sólo puede usarse de ésta forma, sin alteraciones de color ni de forma.



La Marca

5.9. ISOLOGO Y EL USO DE LOS COLORES

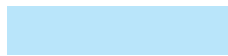
Los colores institucionales son inalterables en cuanto a sus valores en tintas directas, CMYK (aplicable a medios impresos) y RGB (aplicable a medios digitales), y a su distribución entre los elementos del mismo como se muestran a continuación.



FESP
FUERZAS ESPECIALES
Y SEGURIDAD PRIVADA



C: 100 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 0 G:174 B: 239
H: 196,32 S:100 B:93,73



C: 25 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 185 G:229 B: 251
H: 200 S:26,29 B:98,43



C: 100 M: 50 Y: 0 K: 0
R: 0 G:114 B: 188
H: 203,62 S:100 B: 73,73



C: 0 M: 50 Y: 0 K: 100
R: 35 G:31 B: 32
H: 345 S:11,43 B: 13,73



C: 100 M: 50 Y: 0 K: 50
R: 0 G:64 B: 113
H: 206,02 S:100 B: 44,31

La Marca

5.10. PUNTO COMPARATIVO ENTRE ISOLOGOS



- En la cromática del isologo de FESP predominan el negro y el rojo asociados con la fuerza, el valor y el poder físico.
- La tipografía utilizada en las siglas FESP está distorsionada y desproporcionada en relación a la usada para el nombre de la compañía.
- La fuente tipográfica utilizada para el nombre de la compañía está demasiado contraída lo que dificulta su entendimiento y lectura.
- La imagen del target utilizada en el isologo en 2D y la del isologo en 3D tienen diferencias muy marcadas en cuanto al grosor del trazo.
- La utilización de sombras y gradientes en el isologo horizontal representan un problema para reproducirlo en un tamaño mínimo.



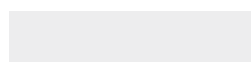
- Los colores utilizados son el azul y negro que evocan seguridad, confianza y protección contra el mal respectivamente.
- Las tipografías utilizadas para el logotipo son de palo seco lo que da una relación coherente entre las siglas FESP y el nombre de la empresa.
- Las fuentes tipográficas utilizadas tanto en las siglas como en el nombre de la compañía no tienen serifa lo que facilita su legibilidad.
- La imagen usada en el isologo es un escudo que simboliza seguridad, el cual en la versión 2D y 3D no sufre alteraciones de color ni de forma.
- El prescindir del uso de gradientes y sombras permite la reproducción adecuada del isologo hasta el tamaño mínimo permitido.

5.11. ISOLOGO EN ESCALA DE GRISES

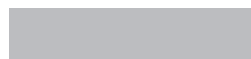
A continuación se muestran los porcentajes de negro y blanco que se aplican al isologo si va a ser utilizado con dicha característica. Esta posibilidad es válida si la pieza que va a soportarlo lo amerita, o si ésta también es en blanco y negro.



FESP
FUERZAS ESPECIALES
Y SEGURIDAD PRIVADA



Black
K: 7,5 %



Black
K: 30 %



Black
K: 59,5 %



Black
K: 100 %

La Marca

5.12. ISOLOGO A UNA TINTA

Cuando va a utilizarse el logo en una sola tinta diferente a la versión en blanco y negro, está permitido únicamente utilizar tonos azules solamente si es en tinta china marcado con sello de caucho.

La opción de utilizar el isologo a una tinta puede presentarse cuando se manejan en la pieza en que va a ser aplicada, tonos específicos con los que el color o el negro sean discordantes o cuando las necesidades técnicas así lo requieran, (periódicos, cabecera de fax, etc.).



5.13. POSITIVO / NEGATIVO

Estas dos opciones del isologo se utilizan cuando va a ser aplicado en una tonalidad única de color, como un sello, ya sea negro, azul o cualquier tinta dentro de las gamas permitidas.



La Marca

5.14. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía que se utiliza en el logotipo compone e identifica la modalidad de las letras con sus variantes. Se utiliza tipos de palo seco como la Arial por su legibilidad y la Haettenschweiler por su dureza.



- 1 Haettenschweiler - Regular - Escala Horizontal 166,88 %

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !"#\$%&/()=?i¿'+*"[_-.,:;

- 2 Arial - Narrow Bold - Escala Horizontal 125,75 %

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !"#\$%&/()=?i¿'+*"[_-.,:;

La Marca

5.15. TAMAÑO MÍNIMO

El isologo puede ser ampliado a cualquier tamaño siempre y cuando se conserven sus proporciones. El tamaño mínimo recomendado para la reproducción de la marca es de 2 cm. x 3,6 cm (este valor puede variar dependiendo de la calidad de impresión del dispositivo en el que se efectúe la reproducción), por supuesto, reducido de manera proporcional. Es importante respetar el tamaño a fin de asegurar su correcta visualización.



5.16. PLANIMETRÍA DEL ISOLOGO

Por medio del plano técnico del isologo y de sus partes es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones.



5.17. APLICACIONES INCORRECTAS

En cuanto al color, distorsión y distribución.
En cuanto a la relación Isotipo / Logotipo.

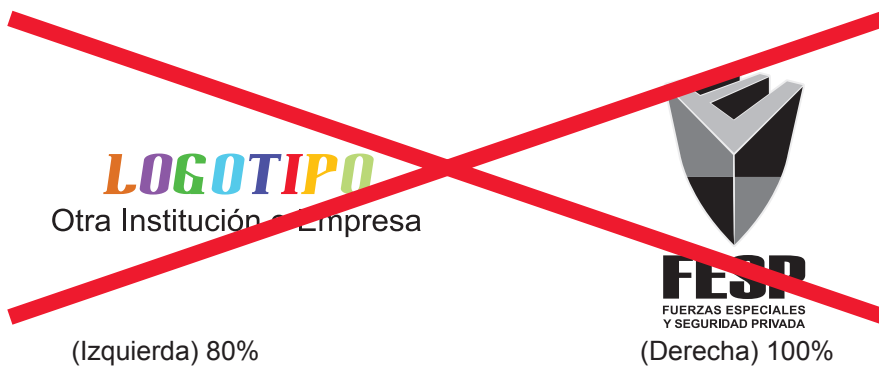


La Marca

6.- USOS DEL ISOLOGO

6.1. UBICACIÓN Y COLOR

Cuando el isologo de la empresa va en color (policromía), los demás isologos pueden ir de la misma forma. No está permitido usar otras marcas en color si el de FESP CÍA. LTDA. está en blanco y negro.





(Izquierda) 100%

LOGOTIPO

Otra Institución o Empresa

(Derecha) 80%

6.2. UTILIZACIÓN DEL ISOLOGO

Para logotipos de empresas afines a FESP CÍA. LTDA., cuando se utilicen en cualquier pieza gráfica o de exhibición, a raíz de algún convenio establecido, deben manejarse bajo las normas que se describen a continuación.

Cualquier logotipo debe ser usado *siempre* en compañía del isologo de FESP CÍA. LTDA. Por ningún motivo puede ser usado solo en piezas gráficas, informativas o de exhibición.

6.3. UBICACIÓN

Cualquier logotipo debe ser usado *siempre* a la derecha o debajo del isologo de FESP CÍA. LTDA. para respetar la jerarquía de la empresa, no puede ser usado a la izquierda o encima del mismo. Ambos logotipos deben ser ubicados en un lugar *visible*.

6.4. JERARQUÍA DEL TAMAÑO

Cualquier logotipo debe ser usado *siempre* en una proporción máxima del 80% del tamaño del isologo de nuestra empresa.

7.- SOPORTES INSTITUCIONALES

7.1. ÁREA DE SEGURIDAD

Para una presentación consistente es importante mantener alrededor del isologo un área de seguridad que lo protegerá de otros textos, bordes, gráficos o ilustraciones. No respetar el área de seguridad afecta la legibilidad y el impacto. El área de seguridad que debe mantenerse alrededor del logotipo es a la altura equivalente de $0,3 \times$ a la proporción que se amplíe el mismo, como se ilustra en esta página.



soportes

7.2. PAPELERÍA BÁSICA

A continuación se muestra la aplicación del isologo sobre la papelería básica institucional. Todas éstas aplicaciones llevan el isologo tridimensional, para darle mayor elegancia y presentación, ya que éstos son la carta de presentación para negociar con los clientes.

7.2.1. Tarjeta de Presentación 8.5 cm x 5 cm

Fondo cian con el isologo ubicado en el centro hacia la izquierda. Presenta los datos de la persona que las porte y el domicilio de las oficinas.



S
e
r
v
i
c
i
o
s

7.2.2. Hoja A4 21 cm x 29.7 cm

Hoja con el isologo empresarial a 3 cm mas la proporción, a un márgen de 1 cm en el superior y de 2,5 cm en el izquierdo. Lleva una franja entrecortada con azul y cyan, en la cual se ubica el isotipo en transparencia del 10% de tonalidad. En la esquina inferior izquierda los datos de ubicación de la empresa.

margen 1 cm.

margen 2,5 cm.

FESP
FUERZAS ESPECIALES
Y SEGURIDAD PRIVADA

Xxxxxxx
Xxxxxxxx Xxxxx Xxxxxxx
Xxxxxxxx.-

Xx Xxx xxxxxxxxxxx:

Xxxxxxxxxxxxx x xxxxxxxxxxxxxxx x xxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxx xxx xxx
xxxxxxxxxxxxxxxx xxx xxxxxxxxxxx xxx
xxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx xxx
xxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

X xxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx
xxxxxx xxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

XXXXXxxxxxxxx

Cdla. Vernaza Norte Mz. 23 Villa 8 (Atrás del Mall del Sol)
TELF.: (04) 2296-346 ° FAX: (04) 2292-831
WEBSITE: www.fespseguridad.com
EMAIL: victorponce70@hotmail.com

Soportes

7.2.3. Sobre Americano

Sobre con el mismo esquema de la hoja A4, pero en sentido horizontal. Servirá para enviar oficios, memos, cartas, notificaciones, etc.

SOBRE ABIERTO



SOBRE CERRADO



7.2.4. Carpeta Institucional

Carpeta de presentación A4, para entregar documentos empresariales de manera formal. Contiene el mismo formato de la papelería antes presentada.



7.2.5. Sobres Manila

Ubicación del isologo y datos de manera sencilla, a una sola tinta, y puede ser impreso en los sobres manila amarillos normales de cualquier medida, siempre y cuando se ubique de esta manera el área de impresión para mantener el orden.



7.2.6. Tarjeta de Identificación

Ésta tarjeta es de uso interno, servirá con un mecanismo de seguridad para abrir puertas dentro de la oficina. Contiene el isologo tridimensional de la Compañía para darle elegancia, además los datos de la persona que la porta y su cargo dentro de la empresa. Con su otra alternativa, que en éste caso sería una tarjeta color blanco y líneas azules, con las mismas características de la azul.



8.- UNIFORMES EMPRESARIALES

8.1. UNIFORMES

Mantendrán la imagen interna y externa al ser utilizados. Los colores institucionales, en tono real o en tonos bajos se mantienen. El personal de actividades de seguridad contarán con su respectivo equipo como son chalecos antibalas, armas, municiones, etc.

8.2. UNIFORME ADMINISTRATIVO

Lo usan sólo los administradores y secretarias, está conformada por una camisa color blanco o celeste pastel, corbata azul eléctrico y terno azul marino para los administradores. Para las secretarias un conjunto de pantalón con blazer azul marino, por dentro una blusa color celeste.



Uniformes

8.3. UNIFORME DE GUARDIAS Y CUSTODIOS

Lo usarán única y exclusivamente los empleados que están entrenados para dichas actividades, el primero está conformado por una camisa de color celeste con tiras azul marino en los hombros, corbata azul eléctrico, con el isologo bordado a colores en el hombro derecho, pantalón y gorra de oficial en azul marino y zapatos negros. El uniforme de los custodios o guardaespaldas está conformado por un terno azul marino, camisa celeste y corbata azul eléctrico. Ambos uniformados llevarán en sus uniformes unas placas metálicas que contienen el isologo en alto relieve.



Uniformes

8.4. UNIFORME PARA TRASLADO DE VALORES

Éste equipo de personas por razones de seguridad es el que mejor protección llevará. Consiste en un uniforme de estilo militar, de color azul marino, tipo anti-motín; sus accesorios necesarios serán rodilleras y botas negras, chaleco antibalas negro con el isologo de la empresa bordado, hombreras con el isologo de la empresa estampado. Además guantes de cuero y casco negro.

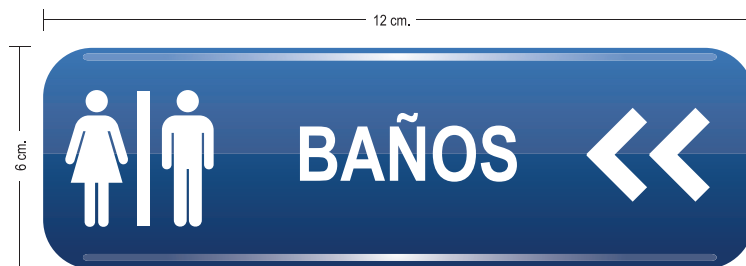


9.- SEÑALÉTICA INSTITUCIONAL

9.1. SEÑALÉTICA INTERNA

Es una actividad perteneciente al diseño gráfico que estudia y desarrolla un sistema de comunicación visual sintetizado en un conjunto de señales o símbolos que cumplen la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas.

La Señalética es una técnica que permite optimizar la puesta en un sistema de codificación las señales y los signos destinados a orientar y facilitar a las personas respecto a su ubicación y a sus acciones en los distintos espacios y ambientes dentro de la empresa.



Señalética

9.2. PICTOGRAMAS

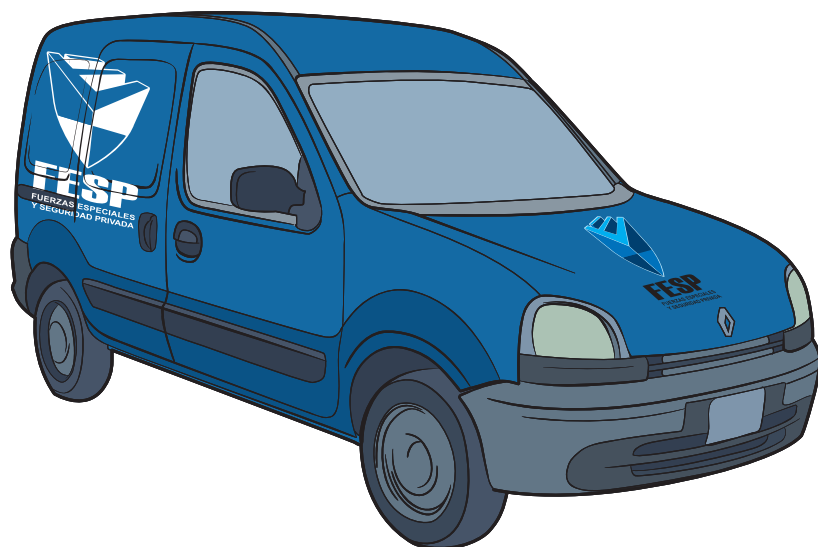
También llamada gráfica de imágenes o pictografía. Es un diagrama que utiliza imágenes o símbolos para mostrar datos para una rápida comprensión. En un pictograma, se utiliza una imagen o un símbolo para representar una cantidad específica.



10.- VEHÍCULOS

10.1. VEHÍCULOS DE USO INTERNO

En caso de tenerlos o adquirirlos se recomiendan, preferentemente, que sean de color blanco o azul para poder facilitar la aplicación de stickers para su decoración con la imagen de marca.



10.2. VEHÍCULOS PARA TRASLADO DE VALORES

Asimismo de preferencia, color blanco. Deberían ser vehículos blindados, extremadamente seguros, para custodiar dinero y documentos importantes con suma seguridad para satisfacción del cliente.



vehículos

10.3. MOTOCICLETAS

De preferencia que sean azules, para diferenciarlas de los carros. Se utilizará una moto tipo Cross que servirá para los guardias y servirán para patrullar zonas como residenciales, bancos, etc. También una moto tipo Paseo, ésta a diferencia de las otras sólo será utilizada por los mensajeros para su fin.



11.- APLICACIONES EN PAGINA WEB

11.1. REDISEÑO DE PAGINA WEB

El rediseño de la imagen corporativa de FESP Cía. Ltda. implica también el rediseño de su página web empresarial (fespseguridad.com), mediante la cual toda persona natural o jurídica interesada en contratar los servicios seguridad que presta la compañía puede tener acceso a la información requerida y la manera de contactarse con la misma.

11.2. PAGINA INICIO



11.3. PAGINA SERVICIOS



Intro Nosotros Servicios Galería Contáctenos

FESP
FUERZAS ESPECIALES
Y SEGURIDAD PRIVADA

Garantizamos su Seguridad

SERVICIOS

Como una empresa de vigilancia reconocida en el mercado prestamos los siguientes servicios:

- Vigilancia con armamento completo para protección bancaria, comercial, industrial y residencial.
- Sistema de radio comunicación a nivel nacional.
- Estudios de seguridad.
- Seguridad VIP.
- Consultoría de seguridad.
- Auditoría y análisis de seguridad empresarial.
- Verificación de antecedentes.
- Verificación de Domicilios.
- Investigación Completa.
- Asesores y Consultores Técnicos de seguridad.
- Vigilancia.

FESP
FUERZAS ESPECIALES
Y SEGURIDAD PRIVADA

LLÁMANOS: 2 296 - 019

Contáctenos a: informacion@fespseguridad.com

11.4. PAGINA CONTACTENOS



Intro Nosotros Servicios Galería Contáctenos

FESP
FUERZAS ESPECIALES
Y SEGURIDAD PRIVADA

Garantizamos su Seguridad

CONTACTENOS

Seguros de poder servirlos mejor y como ustedes nuestros principales clientes se lo merecen, ponemos a su disposición nuestros números de teléfono y correos electrónicos de contacto:

Teléfonos:
(593-4) 2296-346 - Administración
(593-4) 2296-019 - Ventas

Móvil:
(593-9) 2243-986

Telefax:
(593-4) 2292-831

Mail:
administracion@fespseguridad.com
informacion@fespseguridad.com
ventas@fespseguridad.com

Dirección:
Cda. Vernaza Norte Mz. 23 V. 8 - Detrás del C.C. Mall del Sol

12. APÉNDICE

ANEXOS: Alternativas, varios.

Presentamos los bocetos que formaron parte del proceso de la metodología del diseño.



FESP
FUERZAS ESPECIALES
Y SEGURIDAD PRIVADA



FESP