

Manual de marca

Identidad visual



Introducción

Este manual reúne las herramientas básicas para la correcta aplicación gráfica y uso de la marca Fovipol. Como elementos constitutivos se establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

Este manual asegura la consecución de una imagen homogénea y fácilmente identificable.



Indice

- 1** Entorno
- 2** Construcción de Marca
- 3** Tipografía
- 4** Colorimetría
- 5** Versiones
- 6** Usos Incorrectos
- 7** Aplicaciones

Entorno

T

MISIÓN

“Servir a la Familia Policial a nivel nacional, mediante el manejo de los recursos y la atención de nuestros colaboradores de manera transparente, veraz y multidisciplinaria a fin de contribuir con el logro de la vivienda digna que asegure la estabilidad trazada por nuestros administrados además del fortalecimiento de su confianza en nosotros.”

VISIÓN

“Ser la Entidad de preferencia de financiamiento para la Familia Policial, que brinde bienestar y asistencia a nivel nacional para satisfacer las necesidades de acceso a la vivienda digna en favor de nuestros aportantes”

Rebranding

El cambio realizado en el logo de FOVIPOL es sutil, pero significativo. El isotipo (la silueta de la casa) y la tipografía principal se mantienen, lo que garantiza continuidad visual y reconocimiento por parte del público.

La principal modificación está en el subtítulo, que pasa de:

Antes: “Fondo de Vivienda Policial”

Ahora: “Fondo de Vivienda de la PNP”

Este ajuste busca precisar la identidad institucional, alineándola de forma más directa con la Policía Nacional del Perú (PNP). Aunque el cambio es mínimo en términos gráficos, refuerza el vínculo institucional y otorga mayor claridad en la denominación oficial, lo que puede favorecer la recordación y confianza en la entidad.

Imagen Institucional:



Antes



Ahora

Construcción de la marca

2

Imagotipo

La marca Fovipol está constituida por un imagotipo, una representación gráfica conformada por un ícono y el nombre de la marca como texto. Juntos conforman un conjunto visual que funciona también por separado. Tanto la representación visual como los colores corporativos deben respetarse para su correcto uso.



Proporciones

Cada x representa una unidad dentro de la retícula, esto con la finalidad de respetar las proporciones del imago tipo y evitar su incorrecto uso y distorsión.



Área de protección

El área designado al imagotipo no debe ser rebasado por ningún otro elemento, esto para asegurar su legibilidad e independencia visual con respecto a otros elementos gráficos.



Tipografía

3

Una fuente compacta y versátil

Como tipografía principal usaremos la familia Montserrat. Una fuente compacta y versátil que gracias a su acabado y limpieza nos permite conectar de manera rápida con nuestros clientes.

Tiene una gran variedad de pesos, lo que nos brinda un alto contraste y la posibilidad de generar combinaciones de mensajes más atractivos.

Principal: Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Secundaria: Heading

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

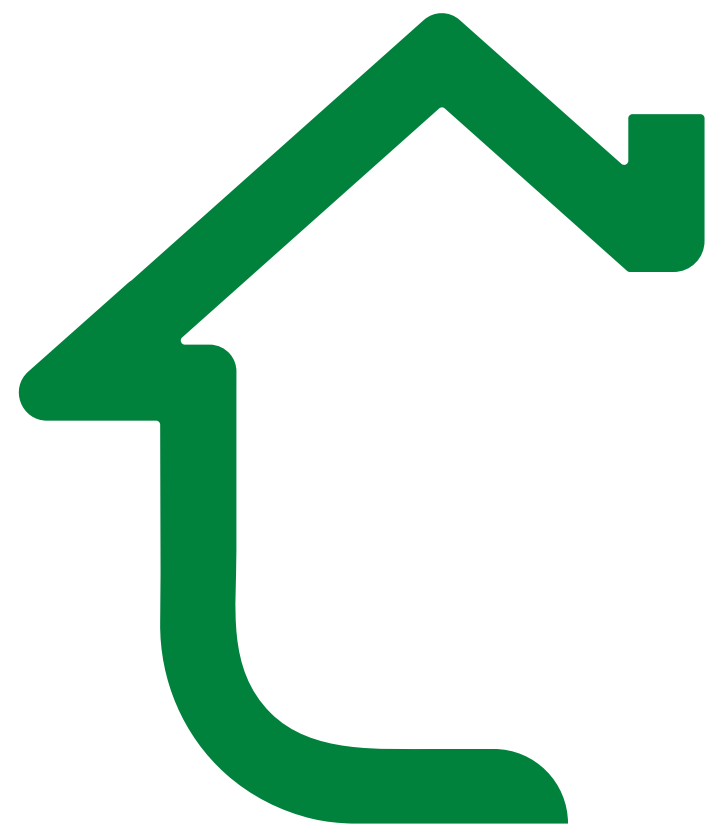
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Colorimetría



Estos son los valores cromáticos representativos de la marca Fovipol. Con sus respectivos valores para la visualización digital e impresa.



Fovi

PANTONE: 7731 C
HEX: #00843c

R: 0	C: 87%
G: 132	M: 22%
B: 60	Y: 97%
	K: 7%



Pol

PANTONE: 626 C
HEX: #216057

R: 33	C: 84%
G: 96	M: 37%
B: 87	Y: 60%
	K: 33%

Sistema de degradado

Versiones

5

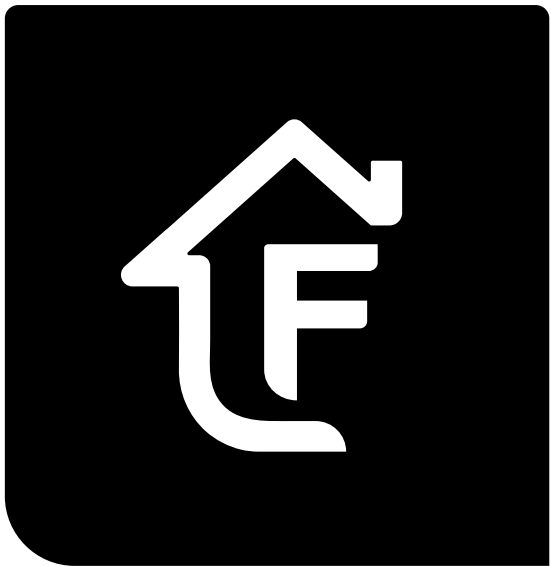
Versiones de la marca

La representación gráfica de Fovipol está basada en un imagotipo, es decir que, ícono y texto funcionan por separado manteniendo coherencia en su representación.

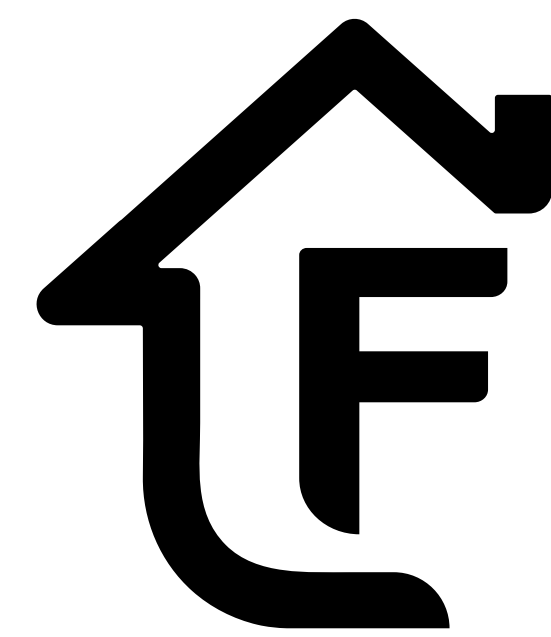
Este imagotipo puede variar en una versión reducida para una mejor reproducción en medios comerciales y publicitarios.



En Blanco y Negro









Usos Incorrectos



Bajo ningún motivo se deben realizar modificaciones que distorsionen la marca de Fovipol.

Lo que se busca es reconocimiento y uniformidad en todos los medios posibles, por lo tanto, su mal uso sería perjudicial.

Queda prohibido utilizar colores fuera de los establecidos, cambiar la forma del ícono, modificar su ancho y alto, cambiar tipografía, o modificar la distribución de sus partes, entre otras cosas.

Cambio de color



Sombra



Modificar el ícono



Elementos invertidos



Distorsión



Rotación



Aplicaciones



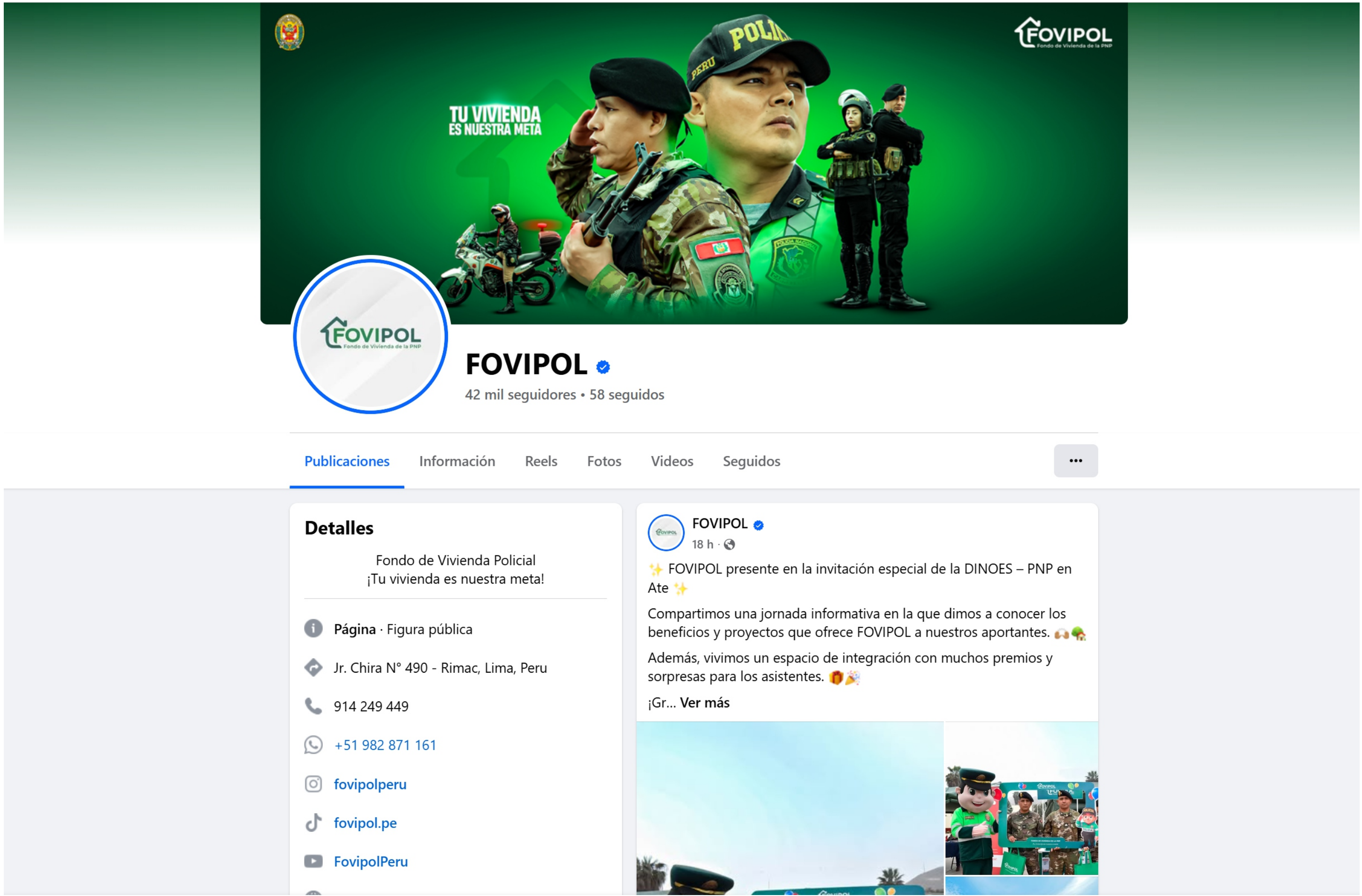
Feed de Instagram



Feed de Instagram



Portada Facebook



Plantilla de Facebook



Plantilla de Facebook





TOMATODO DE ACERO



TOMATODO DE PLASTICO



LAPICERO METALICO



GORRA BORDADA



BOLSA NOTEX



PELOTA ANTIESTRES



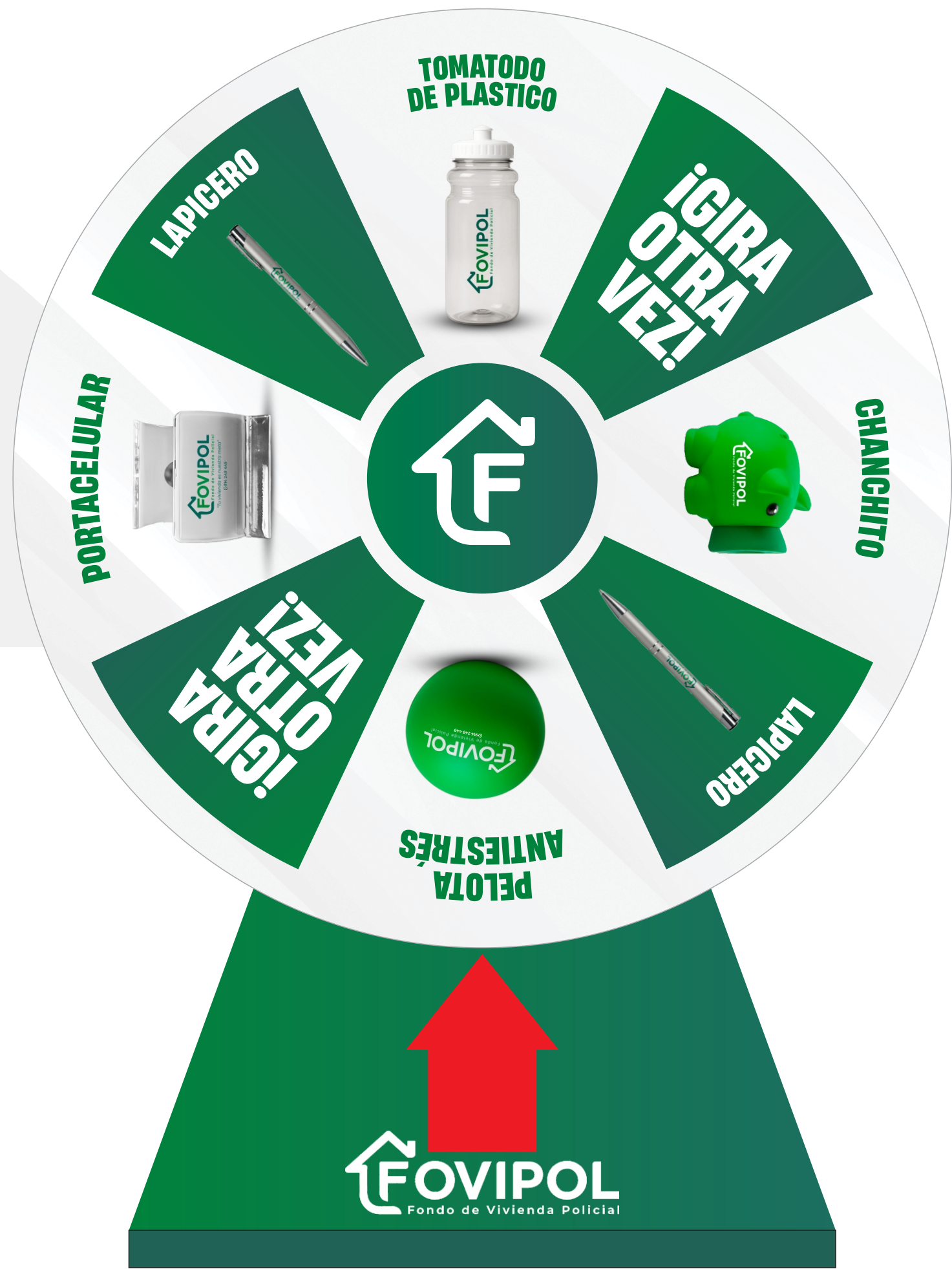
TERMO DE ACERO



LLAVERO LINTERNA



RULETA DE PREMIOS



PINES PUBLICITARIOS



CHANCHO PUBLICITARIO



PORTA CELULAR



POLOS PUBLICITARIOS



LIBRETA ECOLOGICA



