



---

# MANUAL DE MARCA

## FIRMA DE REVISIÓN Y APROBACIÓN

**Fecha Elaboración:**

17 de diciembre del 2023

**Elaborado por:**

Lcda. Maribel López Robles  
**Analista de Imagen Corporativa**

**Revisado por:**

Ing. Diana Tinoco Ajila  
**Coordinadora de Gestión de Comunicación Social**

**Autorizado por:**

Cnel. Martín Cucalón de Ycaza  
**Primer Jefe del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil**  
Comité de Administración y Planificación

---

## 1. El logo

---

### **DESCRIPCIÓN**

El logo en la gráfica busca representar con las seis estrellas doradas a las seis provincias que conforman la Segunda Zona bomberil: Guayas, Los Ríos, Santa Elena, Manabí, El Oro y Galápagos.

El océano y el horizonte simbolizan la zona costera, a la que pertenecen las provincias que conforman la Segunda Zona.

La escalera, el hacha, la bocina y el arpón como elementos distintivos de las actividades bomberiles, que simbolizan el trabajo y esfuerzo de los bomberos.

Los laureles, a los costados, representan la victoria del combate de las llamas.

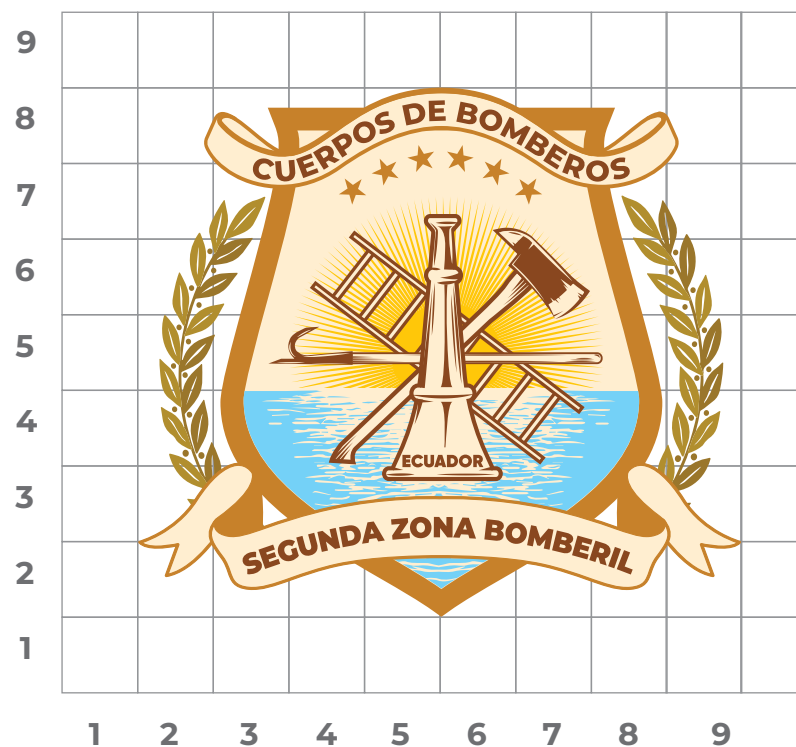


## 1. El logo

### GRILLA DE CONSTRUCCIÓN

En la presente retícula se muestran las relaciones entre elementos y su disposición en el plano compositivo.

Las proporciones no podrán ser modificadas ni alteradas a fin de conservar intacta la identidad visual de la marca.



## 1. El logo

### ESPACIO DE PROTECCIÓN

*Mientras más espacio exista alrededor de la marca mayor será su impacto y su hegemonía*

*El área de protección de la marca corresponde al espacio mínimo alrededor de la misma que debe quedar limpio de cualquier elemento ajeno para garantizar la óptima lectura y completa legibilidad de la marca.*

*Respetar el área de resguardo es de vital importancia para preservar el impacto y el valor de la marca*



## 1. El logo

---

### VERSIÓN A COLOR

*El color es un elemento importante dentro de la identidad de la marca, ya que los colores institucionales permiten distinguirla del resto.*



## 1. El logo

---

### VARIANTES DE COLOR

La marca puede ser aplicada en 4 versiones de colores específicos aparte de su color original sobre blanco.

Para conservar los atributos de identidad intactos, la reproducción de la marca deberá realizarse siempre utilizando los colores especialmente seleccionados para la marca.



## 1. El logo

---

### **VARIANTES ESCALA DE GRIS**

*Siempre que sea posible, se prefiere el uso de la marca en su versión full color.*

*Para la ocasión que sea necesaria a continuación presentamos las opciones tanto en blanco y negro.*





## 1. El logo

---

### **TAMAÑO MÍNIMO**

*Para no afectar la lectura ni la pregnancia de la marca, su aplicación reducida debe respetar un tamaño mínimo.*

*Habrá que respetar las respectivas diferencias de tamaño para piezas gráficas impresas y en el caso de presencia en pantalla.*



## 1. El logo

### USOS INCORRECTOS

Aquí unos ejemplos de lo que no se debe hacer con la marca.

- No cambiar los colores corporativos
- No aplicar borde de ningún tipo
- No modificar su tamaño de manera desproporcionada.
- No inclinar de voltear la marca.



## 2. Color

---

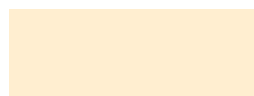
### **CODIFICACIÓN DE COLOR**

Los colores estarán codificados por su formulación en CMYK para impresión y para sus respectivas adaptaciones a pantallas en RGB.



CMYK  
19 ; 53 ; 100 ; 4

RGB  
181 ; 128 ; 52



CMYK  
0 ; 6 ; 19 ; 0

RGB  
250 ; 236 ; 207



CMYK  
31 ; 74 ; 100 ; 30

RGB  
122 ; 73 ; 38



CMYK  
0 ; 22 ; 100 ; 0

RGB  
241 ; 198 ; 49



CMYK  
48 ; 0 ; 0 ; 0

RGB  
149 ; 208 ; 245



CMYK  
35 ; 48 ; 100 ; 15

RGB  
144 ; 118 ; 53



CMYK  
30 ; 40 ; 100 ; 6

RGB  
166 ; 140 ; 57

### 3. Tipografía

---

#### **TIPOGRAFÍA PRINCIPAL**

**Montserrat Bold**

---

**ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890**

#### **TIPOGRAFÍA SECUNDARIA**

**Montserrat Black**

---

**ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890**

### 3. Tipografía

## TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

Sus principales utilizaciones serán en sus variantes BOLD y REGULAR, sin embargo se podrá utilizar el resto de la familia de MONTSERRAT para jerarquización de textos de ser necesario.

#### Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890

#### Montserrat Medium

ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890

#### Montserrat Bold Italic

**ABCDEFGHIJKLM**  
**ÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklm**  
**ñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

#### Montserrat Bold

**ABCDEFGHIJKLM**  
**ÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklm**  
**ñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

## 3. Piezas gráficas

### COMUNICADO OFICIAL



CUERPOS DE BOMBEROS DE LA SEGUNDA ZONA

#### COMUNICADO OFICIAL

Los Bomberos del Ecuador alzamos nuestra voz en contra de la violencia que afecta a nuestra nación. Como defensores de la vida y entidades de primera respuesta ante emergencias, rechazamos todo acto violento y de discordia, e instamos a alcanzar la paz. La unión es nuestra fortaleza y el diálogo, la solución.

Exhortamos a encontrar en nuestras diferencias un camino hacia la convivencia armoniosa. Hacemos un llamado a las autoridades y los ciudadanos a construir juntos un país donde prime la paz.

#### ABNEGACIÓN Y DISCIPLINA

Guayaquil, 11 de marzo del 2023

### 3. PAPELERÍA

## HOJA MEMBRETADA

