

Manual de Diagnóstico

Nombre de la empresa
SIATO Limitada

Nombre del proponente
Jorge Tarek García

Dirigido a
Rafael Rengifo
Gerente de la empresa

Proyecto
Asesoría de imagen

Fecha
Noviembre de 2006

Contenido

Introducción

La Empresa:

Historia
Misión
Visión
Valores
Política de Calidad
Filosofía
Servicios

La Marca:

Descripción
Análisis
Dianóstico

La Propuesta:

La Marca
Aplicaciones de la Marca

Introducción

Este manual tiene como objetivo principal iniciar un proceso de evaluación y análisis de la imagen gráfica de la empresa, teniendo en cuenta para el desarrollo de la nueva marca, los aciertos y falencias de la imagen actual, y obtener a partir de este análisis un diagnóstico. Este diagnóstico es el punto de partida para la realización de una asesoría de imagen de la empresa, donde se analizará con criterios de diseño y se llegará a un resultado conforme con lo evaluado en este manual.

La Empresa

Nombre

SIATO Limitada

Historia

Servicios integrales para aviación y turismo Ltda.- SIATO fue constituida el 9 de Septiembre de 1994 como empresa comercial, cumpliendo todos los requisitos de ley, orientada a la prestación de los servicios a la industria aérea en virtud de la amplia experiencia de su gestor, José Arturo Rengifo C.; La principal motivación para esta decisión fue el voto de confianza otorgado por Avianca en razón al momento y por motivos coyunturales que la compañía visualizó desde comienzos de la década de los 90. Su domicilio es la isla de de San Andrés y su cobertura ha sido el departamento Archipiélago de San Andrés Isla, Providencia y Santa Catalina.

El compromiso con Avianca de agenciamiento general ha consistido en atender manejos comerciales en cuanto a la promoción de servicios y productos en forma directa y brindando la mejor asesoría y asistencia a través de las agencias de viajes. La atención en tierra a las aeronaves, servicios especiales a pasajeros. También le delega Avianca a SIATO la atención integral de aeronaves de compañías extranjeras que en operación charter realizan vuelos a San Andrés, se han atendido Aerolíneas Europeas, de Norte, Centro y Sur América con los estándares de Avianca, obteniendo especial reconocimiento por la calidad y eficiencia en la prestación de estos servicios.

Misión

Entregar a nuestros clientes en el sector de la aviación y del turismo servicios de calidad a precios razonables,

a través del desarrollo de nuestra gente y un buen lugar de trabajo. Desarrollar nuestras actividades dentro de las normas éticas, morales, legales comerciales y ambientales que contribuyen al bienestar de la comunidad.

Visión

En un futuro seremos una de las 5 mejores Empresas en la prestación de servicios integrales de Aviación y turismo, reconocida por sus servicios de Calidad.

Valores

- Seguridad
- Honestidad
- Cumplimiento
- Lealtad
- Calidez
- Respeto
- Amor al trabajo

Política de Calidad

Esta política, orienta la gestión de SIATO Ltda., para consolidarse como una Empresa con estándares del más alto nivel de gestión en la prestación de servicios integrales de aviación en Colombia y el Caribe. Nosotros estamos comprometidos en:

- 1) Valorar y gestionar a nuestra gente,
- 2) Tener una actitud abierta al cambio
- 3) Satisfacer los requisitos de nuestros Clientes,
- 4) Cumplir con la legislación, regulaciones y otros requisitos reglamentarios aplicables a nuestro negocio.
- 5) Prevenir los riesgos que puedan:
 - a) Ocasionar el deterioro de la

La Empresa

calidad y seguridad de nuestros Servicios
b) Causar accidentes a nuestros empleados y ala comunidad con la que interactuamos.
6) Mejorar continuamente el desempeño de nuestros procesos.

Filosofía

Prestar los mejores servicios a nuestros clientes con personal calificado, bien tratado propendiendo por el bienestar de nuestro personal y sus familias, de igual forma la comunidad es importante.

Servicios

Servicios a la aviación en todo su contexto (atención en tierra de aviones, atención de pasajeros, descargue y cargue, aseo del avión, carga, correo).

La Marca

DESCRIPCIÓN

Símbolo

El símbolo de la marca esta compuesto por dos pictogramas convencionales. El primer pictograma alude a la aviación y corresponde al grupo objetivo de la empresa, este pictograma esta ubicado en la parte izquierda (con respecto al lector) de la marca, está encuadrado en un rectángulo con las esquinas redondeadas. Al lado derecho de este pictograma se encuentra otro con las mismas características de encuadre, pero en este caso alude a la ubicación geográfica de la empresa, ya que se encuentra en la Isla de San Andrés.

Logotipo

El componente tipográfico de la marca está ubicado en la parte derecha de la misma, justo después de los dos pictogramas. Está hecha aparentemente con la fuente Zurich en su versión bold. Existe en la composición tipográfica una inclinación de alrededor de 15 a 20 grados hacia la derecha y con un íter letrado reducido. La letra S del nombre tiene un puntaje considerablemente mayor al resto de las letras.

Logosímbolo

Los elementos de la marca interactúan de manera horizontal estando los pictogramas en la parte izquierda del texto, y manejan los tamaños correspondientes al tamaño de la letra S del texto.

Color

Toda la marca es manejada en una sola tinta de color negro.

ANÁLISIS

Símbolo

La utilización de pictogramas convencionales hace que la marca sea fácilmente asociada con los servicios y su ubicación, pero estos elementos hacen de la marca poco memorable y con probabilidades de confusión ya que estos elementos son utilizados en muchas circunstancias.

Logotipo

La elección tipográfica como tal no es mala, la utilización de las letras, la variación de tamaño no cumple ningún propósito específico, ya que la letra S no tiene más importancia que las otras.

Logosímbolo

El logotipo posee una horizontalidad muy extensa, que hace que su reproducción a escalas pequeñas no funcione bien. La implementación de un copy explicando el significado del nombre podría afianzar la identidad de la empresa.

La Marca

DIAGNÒSTICO

Simbolo

El problema principal de este símbolo es que tiene múltiples asociaciones y reconocimiento entre las personas y por lo tanto esto dificulta la directa asociación de estos con la empresa.

Logotipo

Para comenzar, en el logotipo de esta empresa la connotación "Ltda." sobra por lo que el símbolo junto con el logotipo ya son lo suficiente largos como para generar recordación de todos los elementos juntos. Además no es necesario aclarar que es una asociación limitada. Como un segundo punto del logotipo, la "S" en SIATO es más grande que el resto del texto, así tratando de resaltar servicio, pero esto no es necesario porque el resto del texto tiene la misma importancia.

Logosimbolo

La marca se utiliza de diferentes maneras en diferentes piezas por lo tanto esto evidencia la ausencia de un manual de identidad y la poca importancia que se le da a la marca dentro de la empresa.

Color

La ausencia de color en toda la composición de la marca no le ayuda a tener alto nivel de recordación.

La Propuesta

La Marca

La propuesta consiste en crear un solo elemento que conforme la marca. Los pictogramas, que se encuentran en la marca actual se eliminarán pero, se seguirá utilizando un elemento que así como el avión cumpla la función de evocar el concepto de aviación a la marca. Se utilizará una tipografía conservando la característica palo seco fusionada con el elemento que evoque la aviación. La incorporación de un copy conteniendo las funciones de la empresa o la explicación de sus siglas ayudara mucho a afianzar la marca y hacer más claro sus servicios. Por último, la incorporación de los colores sugeridos por la gerencia ayudará a darle más identidad y recordación a la marca.

Las Aplicaciones de la Marca

La propuesta consiste en dos líneas de piezas direccionadas a cumplir funciones diferentes que conserven la unidad de identidad con la marca y con la empresa.

Piezas Operativas

Está compuesta por toda la papelería (membrete, tarjeta de presentación, sobres, cabezotes de fax), las facturas y los documentos equivalentes.

Piezas de Uso Interno de los Empleados

Esto comprende todo lo que debe ser parte de la dotación de los empleados como son los uniformes, escarapelas, carnets, papelería interna.

Estas líneas de piezas deben contar con una pauta diagramática común que permite el desarrollo de otros elementos futuros, conforme la empresa lo necesite en el transcurso de su crecimiento y solidificación.

Esta propuesta se hace con el fin de facilitar todos los procesos de comunicación tanto internos como externos, con el fin de que la empresa establezca bases más sólidas en el desarrollo de su cadena de calidad.