



## Manual de Identidad Visual

346.048.4

159 m

Instituto Nacional de las Mujeres

Manual de identidad visual / Instituto Nacional de las Mujeres. -- 1. ed. -- San José:  
Instituto Nacional de las Mujeres, 2007. -- (Colección Documentos; n. 45)  
24 p.; 21 X 14 cm.

ISBN 978- 9968-25-124-2

1.PROTECCION DE DISEÑOS. 2.IMAGEN Y DISEÑO CORPORATIVO. 3. DERECHOS DE  
AUTOR/A. 4.MARCAS DE EMPRESAS. 5.OFICINA GUBERNAMENTAL DE LA MUJER I. Título

## Créditos:

Instituto Nacional de las Mujeres, INAMU.

Todos los derechos reservados.

### Comisión de Libro de Marca:

Ivannia Arias Zúñiga.

Alejandra Ducca Durán.

Zelenia Rodríguez Morales.

Gina Valitutti Chavarría.

### Equipo consultor:

Isis Campos Zeledón.

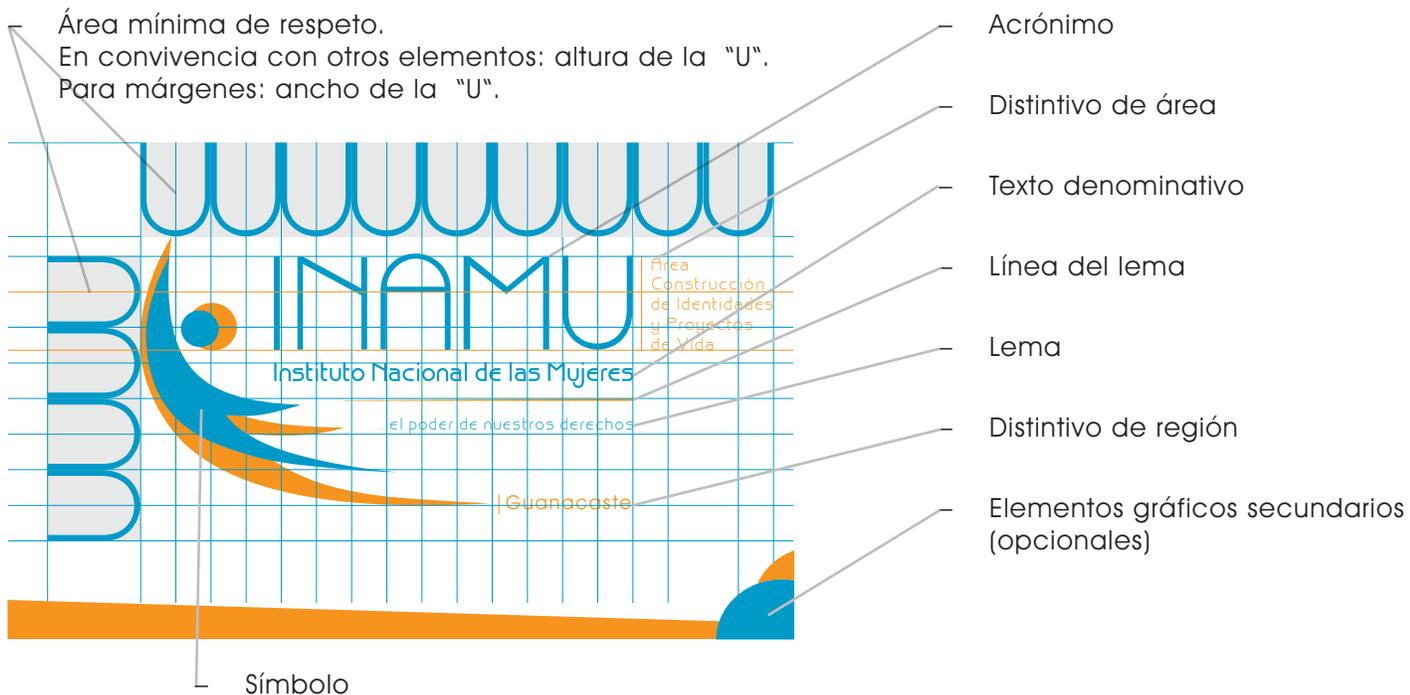
Ester Molina Figuls.

Rodrigo "Kike" Molina Figuls.

# 1. La marca



## 1.1. Retícula y componentes de la marca



## 1.2. Paleta primaria



### **TURQUESA INAMU**

- Color proceso (CMYK): C= 100, M= 0, Y=8 K=13
- Tinta especial: PANTONE 313 C ó PANTONE 313 U
- WEB: #0099BA
- RGB: R=0, G=153, B=186



### **NARANJA INAMU**

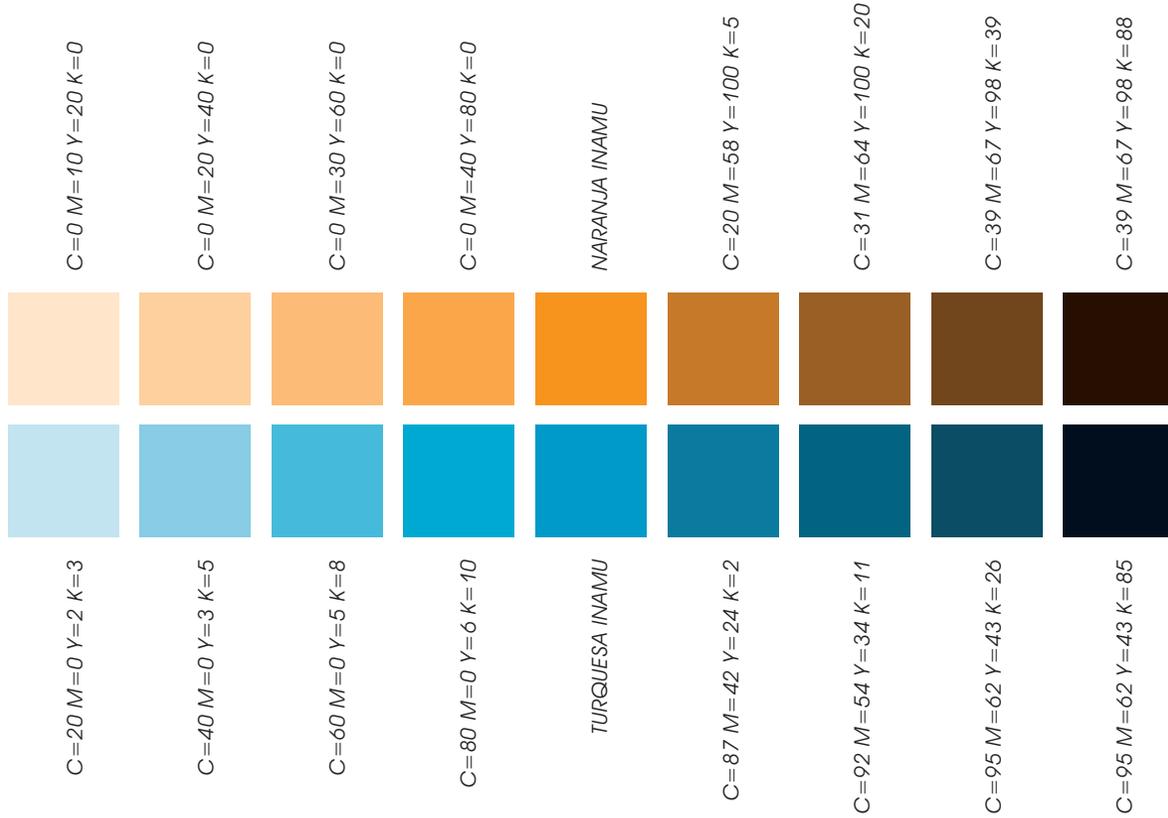
- Color proceso (CMYK): C= 0, M= 50, Y=100 K=0
- Tinta especial: PANTONE152 C ó PANTONE152 U
- WEB: #D97300
- RGB: R=217, G=115, B=0



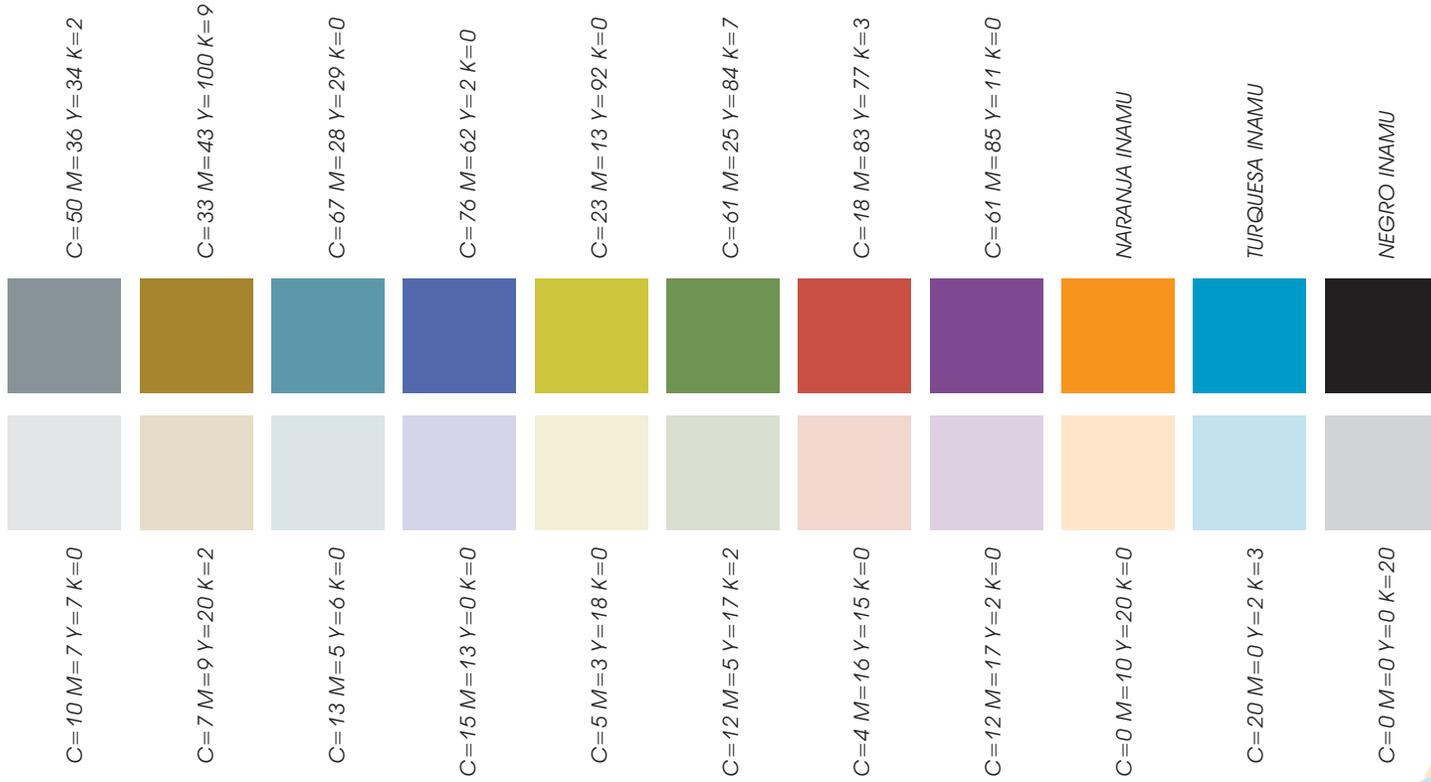
### **NEGRO INAMU**

- Color proceso (CMYK): C= 0, M= 0, Y=0 K=100
- Tinta especial: PANTONE Process Black
- WEB: #2B2926
- RGB: R=43, G=41, B=38

### 1.3. Gama tonal de paleta primaria



## 1.4. Paleta secundaria



## 1.5. Tipografía institucional

### Tipografía Principal: Brisk

A B C C H D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c c h d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

Á É Í Ó Ú á é í ó ú

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

### Tipografía Secundaria: ITC Avant Garde Gothic

A B C C H D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c c h d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

Á É Í Ó Ú á é í ó ú

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

*ExtraLight, ExtraLightOblique,*

*Book, BookCondensed, BookOblique,*

**Demi, DemiCondensed, DemiOblique,**

*Medium, MediumCondensed, MediumOblique*

**Bold, BoldCondensed, BoldOblique**

## 1.6. Variaciones permitidas



1. Símbolo\*
2. Símbolo + Acrónimo
3. Símbolo + Acrónimo + Texto denominativo
4. Símbolo + Acrónimo + Texto denominativo + Lema
5. Distintivos de región
6. Distintivos de área
7. Marca apaisada (horizontal)

\* Se permitirá el uso de la versión "solo símbolo", siempre y cuando se cumplan las siguientes condiciones:

- 1- En casos excepcionales, en los cuales su uso sea imprescindible por razones de diseño y representación visual (por ejemplo, como un matasello o como "botón" en una aplicación multimedia).
- 2- Siempre y cuando la marca completa figure en la misma producción, de tal forma que se convierta en referente del símbolo.

## 1.7. Usos correctos de color y fondo



1. Fondo de color sólido suficientemente contrastante
2. Vaciado (del color del papel)
3. Monocromía (un sólo color)\*
4. Fondo fotográfico no competitivo
5. Fondo fotográfico contrastante
6. Fondo fotográfico oscuro
7. Monocromía en negro sobre fondos claros

\* Para monocromías que no sean en negro... Otras versiones monocromas se pueden utilizar para acabados especiales como embosados o estampados en plata y oro. Si una publicación va a ser impresa en una sola tinta que no pertenezca a los colores institucionales, es preferible utilizar la marca vaciada (marca de color del papel).

## 1.8. Tamaños mínimos



1. Tamaño mínimo para Litografía.
2. Tamaño mínimo para Serigrafía, no se recomienda colocar el texto denominativo ni otros textos finos.

## 1.9. Coexistencia con otras marcas



Si la producción es del INAMU, nuestra marca debe ubicarse de última, (en un orden de importancia de izquierda a derecha, siendo la última de la derecha la marca del INAMU).

EL tamaño de todas las marcas debe ser visualmente proporcional. Esto quiere decir que no siempre es apropiado guiarse por los tamaños relativos del ancho y alto. Es más importante que el grupo de marcas aparezca balanceado a simple vista.

El espacio mínimo de distancia entre la marca del INAMU y otras debe corresponder con la altura de la letra U de su acrónimo.

## 1.10. Usos incorrectos





- No distorsione la proporción entre alto y ancho.
- No agregue elementos extraños a la marca.
- No coloque la marca dentro de una caja.
- No cambie la tipografía de la marca.
- No rellene la marca con una imagen.
- No elimine el color de relleno de la marca.
- No coloque la marca sobre fondos visualmente competitivos que le puedan restar fuerza.
- No agregue efectos de línea o "aura" blanca alrededor de la marca.

## 2. Papelería institucional

### 2.1. Normas generales

#### Composición de la papelería...

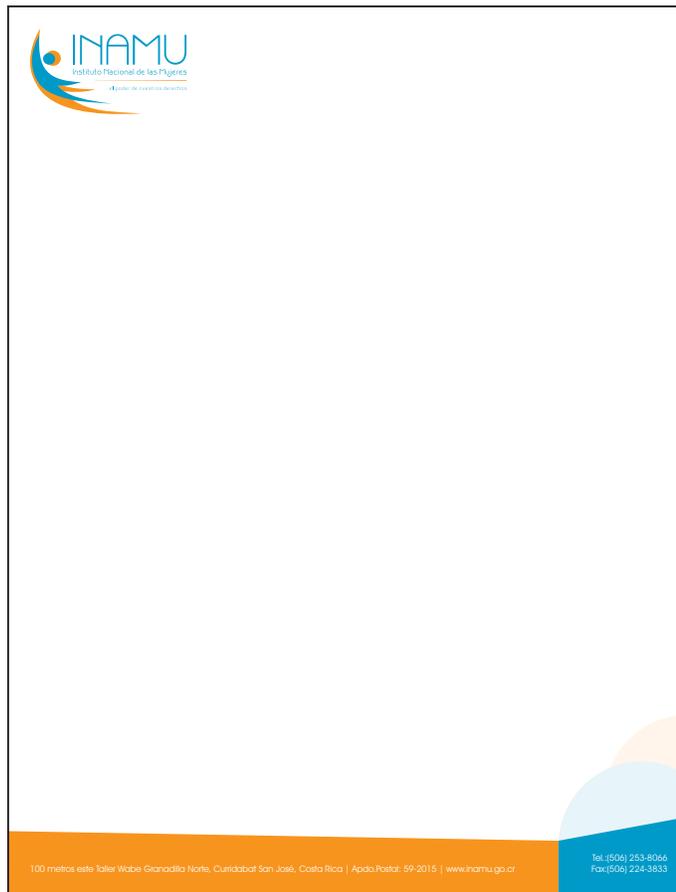
Para el diseño de papelería institucional la marca debe ubicarse cerca del margen superior izquierdo. Con una distancia al margen equivalente con el ancho de la letra "U" del acrónimo.

#### Elementos gráficos secundarios...

Los elementos gráficos secundarios están diseñados para servir como acompañamiento y sostén compositivo de la marca. La idea es que funcionen, en diferentes combinaciones, al gusto de la persona diseñadora.



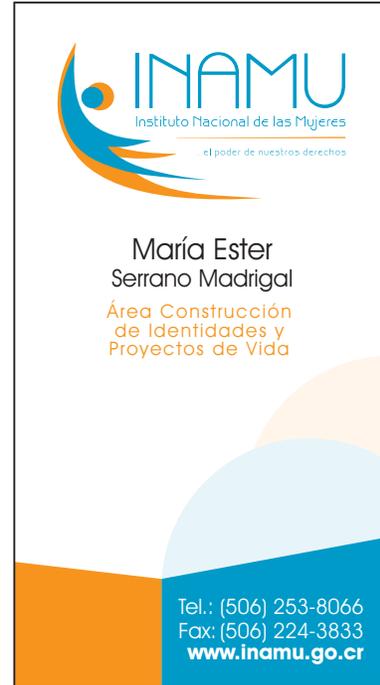
## 2.2. Hoja membretada



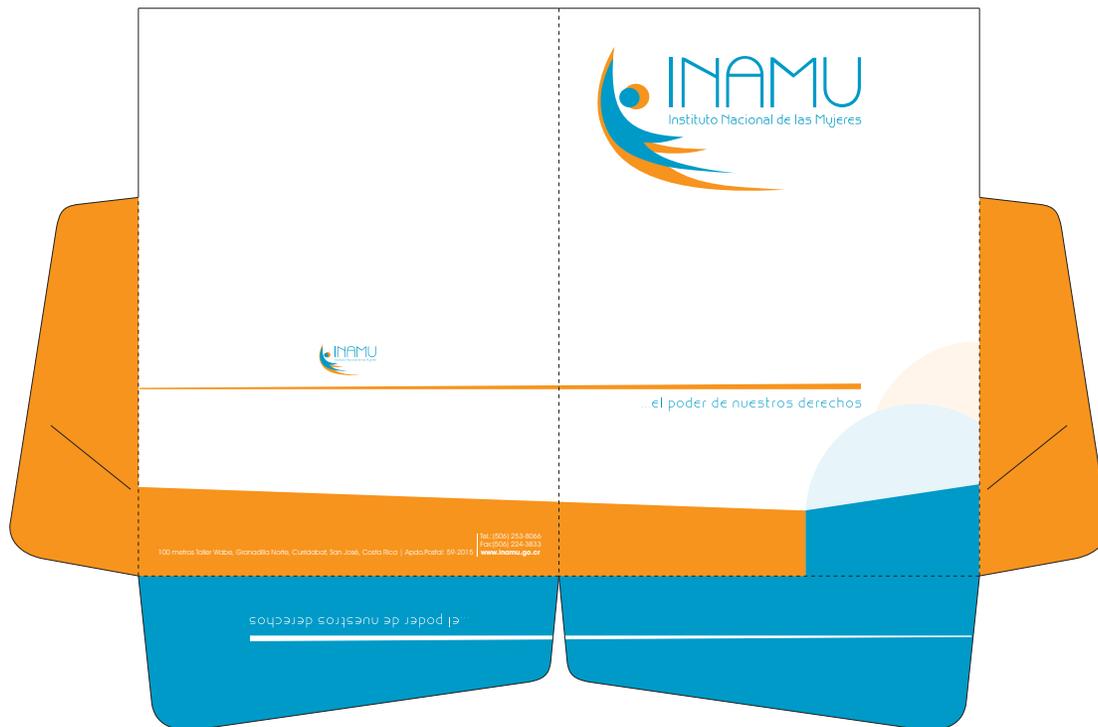
## 2.3. Sobre membretado



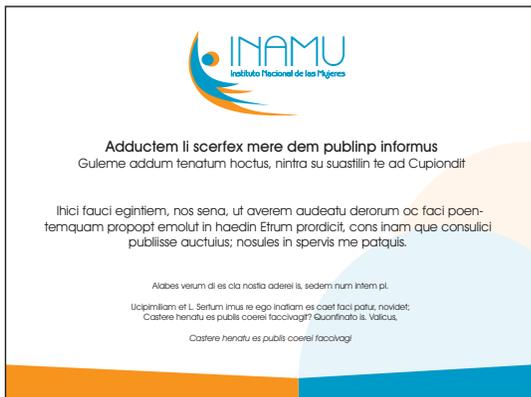
## 2.4. Tarjeta de presentación



## 2.5. Carpeta



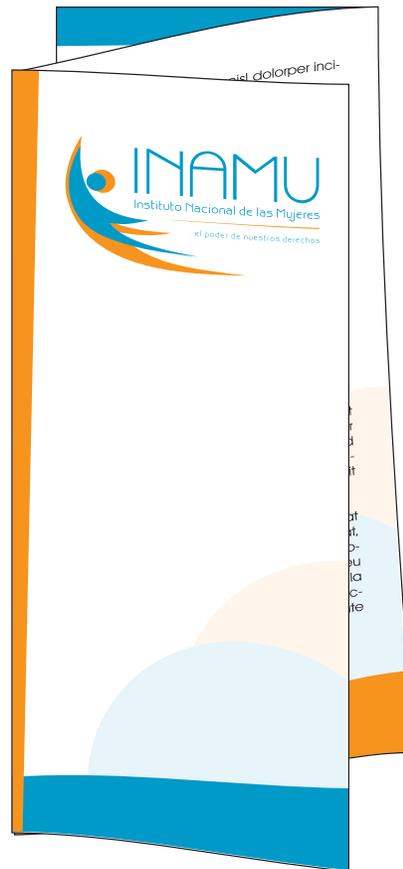
### 3. Otras Aplicaciones



Invitación



Botón

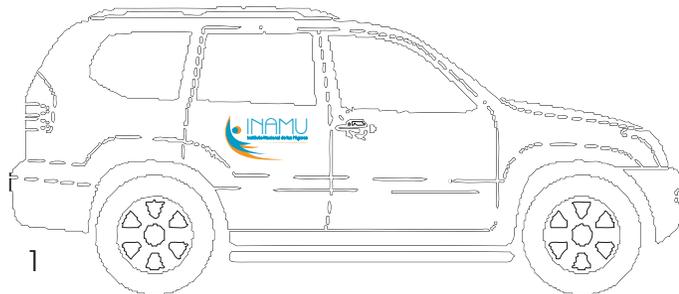


Tríptico



## 4. Señalética exterior

1. Rotulación de vehículos
2. Rótulo exterior de la sede central
3. Rótulo exterior de las sedes regionales



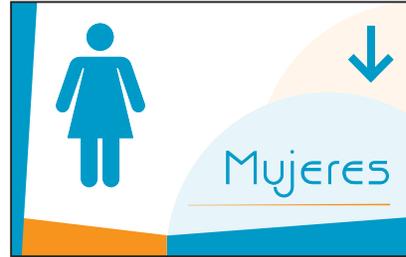
2



3



## 5. Señalética interior



## 6. Presencia de marca en actividades

Para asegurar la adecuada visibilización de la presencia institucional en actividades públicas, se recomienda:

En los casos en los cuales el INAMU funja como institución anfitriona:

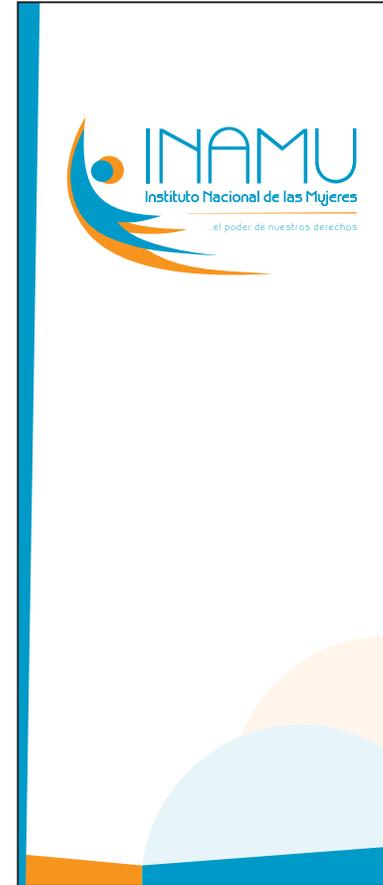
- Exhibir el estandarte institucional.
- Entregar a las personas invitadas un ejemplar del desplegable institucional.
- Procurar la proyección del video institucional durante la inauguración.

En los casos en los cuales el INAMU participe como institución invitada:

- Gestionar la exhibición del estandarte institucional.
- Entregar a las personas invitadas un ejemplar del desplegable institucional.

Para ambos casos, cuando el INAMU se encuentre desplegando una campaña:

- Poner a disposición de las personas asistentes los materiales impresos correspondientes.
- Proyectar los materiales audiovisuales que sea pertinentes.
- Si así corresponde, emitir las producciones radiofónicas.
- De ser posible, entregar un ejemplar de bolsos, calcomanías u otras producciones personalizadas, a las personas asistentes.
- Otras acciones promocionales e informativas, bajo la recomendación de la Unidad de Comunicación institucional.



100 metros este Taller Wabe Granadilla Norte, Curridabat San José, Costa Rica | Apdo.Postal: 59-2015



Tel.: (506) 253-8066  
Fax: (506) 224-3833

[www.inamu.go.cr](http://www.inamu.go.cr)