



Conapdis

Consejo Nacional de Personas
con Discapacidad

Manual de Marca





CNREE

Consejo Nacional
de Rehabilitación y
Educación Especial



1. Antecedentes y necesidad



1.1. Antecedentes y necesidad

En 1973 nace el Consejo Nacional de Rehabilitación y Educación Especial (CNREE); creado como el órgano gubernamental para atender a la población de personas con discapacidad. Sin embargo, los objetivos institucionales que fueron planteados en los años setenta quedaron desactualizados, en un nuevo paradigma mundial dado por la Convención Internacional de los Derechos de las Personas con Discapacidad; donde se propone que la discapacidad es una condición impuesta por la sociedad, y se acuña una orientación hacia la inclusividad e igualdad de oportunidades.

Por ese motivo, desde el año 2012 se presentó un proyecto de ley para modificar la estructura y mejorar las competencias técnicas y políticas del ente rector en materia de población con discapacidad. El 8 de mayo de 2015 se aprobó en segundo debate el expediente N° 18.547, donde se crea el Consejo Nacional de Personas con Discapacidad (CONAPDIS); con fines y funciones más amplios.

Con la creación de la mencionada ley, la institución pasa de denominarse el CNREE a ser el CONAPDIS; por lo que surge la necesidad de crear una marca completamente nueva con su respectiva identidad visual; que intentara también romper el paradigma anterior sobre la rehabilitación y la discapacidad, evolucionando hacia un concepto más amplio de "inclusividad" para la igualdad de oportunidades.

El CONAPDIS es en la actualidad el rector en la promoción y defensa de los derechos de las personas con discapacidad en Costa Rica.

Algunas de las competencias del CONAPDIS son:

- Regir la producción, coordinación, formulación y ejecución de la Política nacional de discapacidad.
- Fiscalizar y evaluar el cumplimiento de los derechos de las personas con discapacidad, por parte de los poderes del Estado, organizaciones e instituciones públicas y privadas. Con criterios vinculantes-
- Asesorar y capacitar a entidades públicas y privadas, CIAD y COMAD.
- Coordinar y orientar la provisión de recursos de programas selectivos de atención directa a personas con discapacidad.
- Promover la inclusión de los derechos y la participación de las personas con discapacidad en los contenidos en la formación técnica y universitaria.
- Promover la inclusión laboral de personas con discapacidad en los sectores. públicos y privados en coordinación con el MTSS
- Informar sobre las capacidades y derechos humanos de las personas con discapacidad y promover el involucramiento de los medios de comunicación en la proyección de una imagen digna de las personas con discapacidad.
- Brindar asesoramiento legal a personas con discapacidad.
- Coadyuvar con los procesos de consulta a las ONG ´s de personas con discapacidad.
- Coordinar la incorporación de la variable discapacidad en censos, encuestas o cualquier otro instrumento de recolección de datos estadísticos, con el INEC.

1.1.1. Propósito del Manual de Marca

Establecer los lineamientos generales de la identidad corporativa de CONAPDIS para todas las aplicaciones que se hagan de la marca y los elementos básicos; tanto en los medios de comunicación que habitualmente son utilizados como en cualquier otra aplicación. Se presenta el Manual de Marca con las políticas que deben ser aplicadas por CONAPDIS, con el fin de regular, educar y servir de guía para todos los funcionarios de la empresa y proveedores sobre el correcto uso de la imagen institucional.

1.1.2. Alcance del Manual de Marca

Se entiende como comunicación formal a toda aquella manifestación que se apoya en un soporte tangible (correo electrónico, medios impresos, audiovisuales, entre otros); por comunicaciones no formales se tienen todas aquellas manifestaciones no apoyadas en registros tangibles (conducción de reuniones, información verbal, entre otros). Esta política regula tanto las comunicaciones formales como las no formales, e involucra los siguientes aspectos:

- a. Identidad visual corporativa: códigos identificadores visuales y sus aplicaciones en los diversos soportes visuales (productos, servicios, comunicación, entorno), tal y como se definen en este Libro de Marca.
- b. Publicidad y promoción de ventas: aspectos visuales no contemplados expresamente en el Libro de Marca y aspectos visuales tales como orientación, lenguaje, entre otros.
- c. Documentación técnica: la calidad, el estilo y el lenguaje de la información, más allá de la comunicación publicitaria impresa.
- d. Publicidad corporativa e institucional: publicidad no directamente comercial, dirigida a mejorar la notoriedad, la imagen y la valoración de la marca CONAPDIS.
- e. Relación con los medios de comunicación: relación permanente con los medios de prensa general y especializada y de todos aquellos que puedan contribuir a mejorar la imagen de CONAPDIS.
- f. Relaciones entre CONAPDIS y la Administración pública a nivel estatal, autónomo y local, entidades sectoriales y profesionales en general, universidades, entre otros.
- g. Micro comunicaciones: se suele definir como tales al conjunto de comunicaciones que la empresa mantiene día a día: teléfono, correo, imagen que proyecta la institución a través de dichos conductos. Se trata de elementos de identidad, algunos de los cuales figurarán en el Libro de Marca (utilización de impresos) y otros no (como la agilidad de respuesta).
- h. Relaciones públicas personales: atención personal a clientes, visitas en general, proveedores, entre otros. Organización de eventos, seminarios, congresos, convenciones, ferias nacionales e internacionales. Programas de capacitación.
- i. Comunicación interna: los aspectos formales de comunicación interna tales como sesiones informativas, correos electrónicos, comunicados, documentación interna, formularios, papelería boletines, convocatorias, circulares, pizarras informativas y actas de reunión, entre otros.

1.2. Glosario

Marca: Según Lamb, Hair y McDaniel, una marca “es un nombre, término, símbolo, diseño o combinación de éstos elementos que identifica los productos de un vendedor y los distingue de los productos de la competencia” Para efectos de este manual, se usará el término “Marca” referido a la representación gráfica del Conapdis.

Logotipo: Logo significa palabra. En este documento se referirá con ese nombre a las lestras que componen la marca del Conapdis: “Conapdis, Consejo Nacional de Personas con Discapacidad”

Isotipo: Se refiere a la parte gráfica de la marca. En este caso particular, al Sol que representa al Conapdis

Area de Protección: Es el área que se recomienda que se deje libre al rededor de una marca para garantizar su adecuada lectura y prominencia.

Pantone®: Pantone es el nombre de la compañía creadora de guías de colores considerados standard en el mundo del diseño gráfico. Sus productos se conocen simplemente como “Guías Pantone”

CMYK: Por sus siglas en inglés “Cian, Magenta, Amarillo y Negro”. Es el sistema de codificación de color usado universalmente en medios impresos.

RGB: Por sus siglas en inglés “Rojo, Verde, Azul”. Es el sistema de codificación de color usado universalmente en pantallas, proyecciones, televisión y cualquier medio que use la luz para su reproducción.

Colores Web: Es el sistema de codificación de color usado para codificar el color que se usa en la construcción de sitios web.

Tipografía: También usado como sinónimo de “Fuente”, “Font” o “Tipo”. Es el conjunto de caracteres tipográficos de un determinado diseño y tamaño de estilo o tipo de letra.

Línea Gráfica: Es el conjunto de elementos gráficos que se usan para diferenciar y caracterizar las publicaciones y materiales en general de una marca.

Publicaciones Digitales: Se refiere a las publicaciones que se realizan en sitios web o aplicaciones móviles, como banners animados, banners estáticos, “pop ups”, etc.

Material Promocional: Se llama así a todo el material utilitario que se produce para distribuirlo entre el público de la marca como una forma de crear identificación, un vínculo y promoción indirecta de la misma.

Signos Externos: Se refiere al material que identifica la marca en eventos y actividades y que no es necesariamente material publicitario. Por ejemplo: Banners, mantas, materería, etc.



2. Nuestra marca



La marca de CONAPDIS está inspirada en el concepto de inclusividad; donde todas las personas, representadas por los diversos segmentos del símbolo, tienen igualdad de condiciones y oportunidades en una sociedad que resplandece.

Otras connotaciones que se le atribuyen al símbolo son solidaridad, unión, brillo, profundidad, fortaleza, diversidad, variedad, luz.



Conapdis
**Consejo Nacional de Personas
con Discapacidad**



3. Elementos básicos



3.1. Construcción de la marca

Todos los elementos de la marca se construyen basados en una medida proporcional llamada «a», que corresponde a una décima parte del ancho del símbolo.

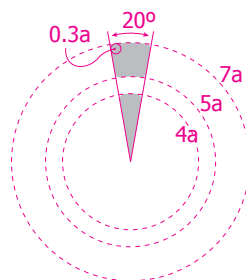
3.1.1. Proporciones del símbolo

El símbolo es una forma radiante compuesta de triángulos y segmentos de triángulo con las esquinas redondeadas. La construcción vsee detalla a continuación en 6 pasos:

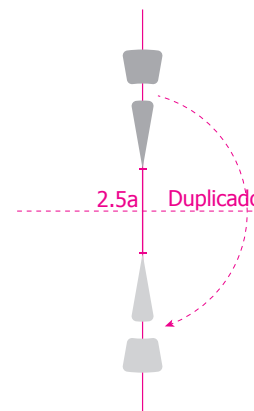
3.1.1.1. Uso

- El símbolo del Conapdis solo puede usarse dentro de la marca completa o bien, no se permite su uso solo (sin el logotipo).
- Nunca utilice el símbolo como elemento sobre el cual se cree una nueva marca o logotipo, interno o externo, institucional ni comercial; que no forme parte de un plan completo de arquitectura marcaría.

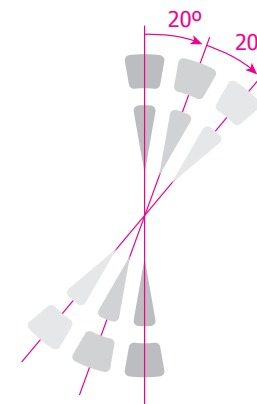
1



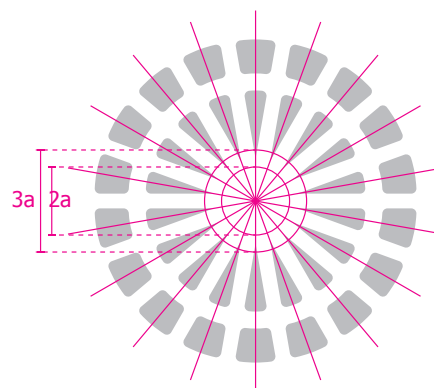
2



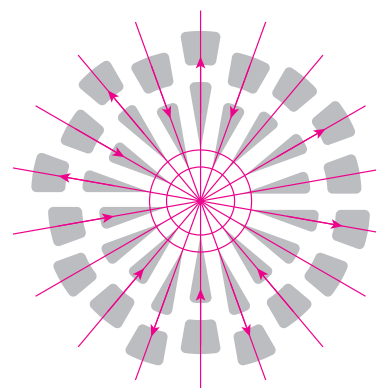
3



4



5



6



3.1.2. Proporciones del logotipo

Utilizando la misma medida «a», utilice una retícula de 28 valores «a» de base por 5.5 valores «a» de alto. La tipografía utilizada para el logotipo es la Tahoma para asegurar una buena lectura en personas no videntes o con discapacidad visual.

3.1.2.1. Uso

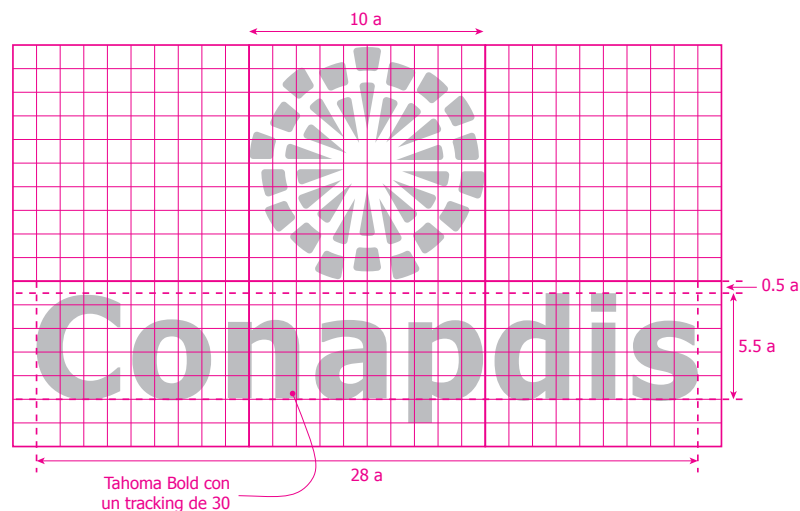
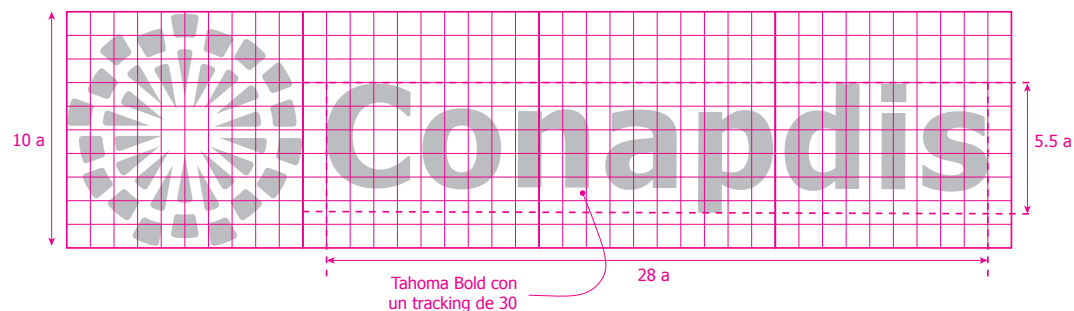
- El logotipo del Conapdis solamente se podrá utilizar dentro del conjunto de la marca. Nunca utilice el logotipo sin el símbolo.

3.1.3. Construcción de la marca

Para construir la marca, combine el símbolo y el logotipo del Conapdis en una retícula de 31 valores «a» de ancho por 5 valores «a» de alto. Ubique los elementos según se indican en el gráfico.

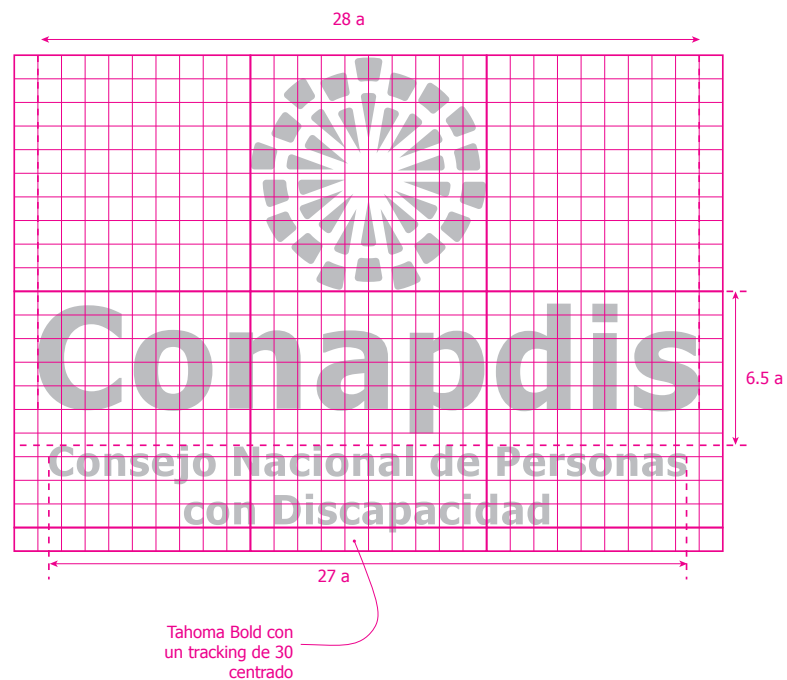
3.1.3.1. Uso

- Se presentan dos versiones permitidas de uso de la marca: horizontal y vertical. Prefiera como primera opción siempre utilizar la versión horizontal; sin embargo, se permite la opción vertical en los casos en que el soporte no favorezca su correcta legibilidad y prominencia.
- La marca completa debe aparecer siempre al menos una vez en todo el material de comunicación perteneciente al Conapdis: material impreso, material audiovisual, publicidad, página web, entre otros.
- Debe evitarse redibujar la marca bajo toda circunstancia; para obtenerla en formato digital, solicítela al departamento de comunicación respectivo.



3.1.4. Identidad Dependiente

La marca del Conapdis usa el nombre completo de la institución, "Consejo Nacional de Personas con Discapacidad" como identidad dependiente. Esta identidad tendrá un ancho de 27 "a" y una altura de 4.5 "a"



3.1.5. Área de protección

Para conservar la integridad en la lectura y prominencia adecuada de la marca, se debe guardar siempre un área libre obligatoria a su alrededor para que ningún elemento (texto, imagen u otros) invada su espacio y corresponde a la altura de la «C» del Conapdis y es proporcional al tamaño que se utilice la marca en el soporte.



3.1.6. Tamaños mínimos

La marca descansará en una serie de soportes los cuales determinarán su tamaño. Para conservar la integridad en la lectura y prominencia adecuada de la marca, se debe asegurar el tamaño mínimo para colocarlo, considerando tanto materiales digitales como los impresos, se determinan las medidas que se especifican en el gráfico a la derecha.

Soporte físico



4.85 cm



2.8 cm



3.5 cm



2 cm

Soporte digital



240 pixel



140 pixel



170 pixel



100 pixel

3.2. Opciones de Uso

3.2.1. Marca FULL COLOR

Es la versión que contiene todos los colores de la marca, utilícela siempre como primera opción de uso.

3.2.2. Marca a una tinta

En caso de tener disponible solo una opción de tinta o plasta de color, use la versión a una tinta.

- Prefiera siempre **Naranja** para aplicaciones a 1 tinta.
- Se permite el negro o gris en publicaciones blanco y negro.

3.2.3. Marca para fondos oscuros

Cuando la marca sea colocada sobre fondos oscuros, fotográficos o bien sobre sustratos donde la aplicación del color gris wsea imposible, utilice la versión para fondos oscuros.

3.2.4. Marca vaciada






Cuando la marca sea colocada sobre fondos oscuros, pero no se tenga la opción de usar colores, se usará la versión vaciada.



3.3. Colores Corporativos

3.3.1. Colores de la Marca



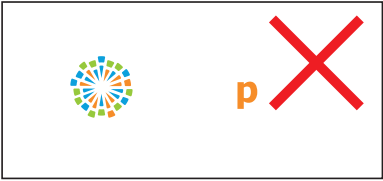

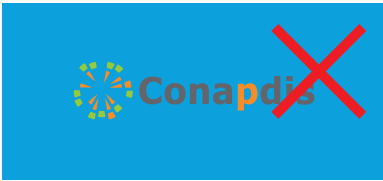
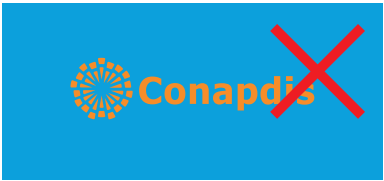














Los colores de la marca son los que están presentes en el símbolo y el logotipo.

Colores de la marca		Nombre	Uso	Pantone	C	M	Y	K	R	G	B	Hex
Colores de la marca		Azul Cielo	Marca, textura decorativa fondos	Pantone 299	80%	18%	0%	0%	0	161	223	#00A1DF
		Naranja	Marca, textura decorativa fondos textos destacados	Pantone 1495	0%	54%	95%	0%	255	144	18	#FF9012
		Verde manzana	Marca, textura decorativa fondos	Pantone 375	46%	0%	1%	0%	149	214	0	#95D600
		Gris	Marca, textura decorativa fondos textos destacados	Pantone Cool Gray 10	0%	0%	0%	75%	100	101	105	#646569
Color de enlace		Blanco	Textura decorativa fondos	N/A	0%	0%	0%	0%	255	255	225	#FFFFFF

3.3.2. Color de enlace

Debido a la naturaleza del Conapdis, como color de enlace se usará únicamente el blanco para asegurar la mejor legibilidad en toda ocasión.

3.3.3. Usos de la marca en fondos

	Full color	Una tinta	Para fondos oscuros	Vaciado
Blanco				
Azul Cielo				
Naranja				
Verde manzana				
Gris				

3.4. Uso de la marca sobre fotografías

Se debe evitar, todo lo posible, el uso de la marca sobre fotografías, dado que esto compromete su adecuada lectura. Más tomando en cuenta el público del Conapdis.

Sin embargo, si se desea usar de esta forma, se debe asegurar que tanto el símbolo, el logotipo y los colores se aprecien correctamente.



3.5. Usos incorrectos de la marca

- Nunca altere el tamaño de la marca verticalmente u horizontalmente.
- Nunca altere los colores de la marca.
- Nunca altere el tipo de letra.
- Nunca gire la marca o sus elementos.
- Nunca altere el orden de la marca.
- Nunca altere el espacio de los elementos.
- No utilice una imagen que contenga la marca cuando muestre problemas de calidad que comprometan la lectura. En los procesadores de texto siempre utilice la versión en JPG en alta calidad.
- No utilice degradados o fondos que comprometan la lectura.
- No agregue bordes, sombras o decoraciones a la marca
- Nunca utilice el símbolo de la marca sin el logotipo.
- Nunca utilice el logotipo de la marca sin el símbolo.
- No invada la zona de protección de la marca.
- Nunca utilice la marca dentro de cuerpos de texto.
- No agregue otros elementos a la marca.
- No agregue efectos tridimensionales o gradientes a la marca.



3.6. Tipografía

3.6.1. Tipo de letra principal

Tahoma

Tahoma es un tipo de letra del tipo sans serif de gran legibilidad, comisionada por Microsoft y diseñada por Matthew Carter.

Fue publicada en 1996 y se instala de manera predeterminada en las distintas versiones de los sistemas operativos Windows. Dado que es parte del paquete Core fonts for the Web de Microsoft, ha estado disponible para la descarga gratuita desde su sitio por muchos años.

A menudo se la considera un excelente tipo de letra para la lectura en la pantalla del monitor, para lo que fue concebida. Ya que se instala en la mayoría de las computadoras del mundo, resulta muy usual encontrarla como familia principal en el texto principal de una página web.

Tahoma Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
9876543210 ±!@#%&*()_+{}"|<>? §-=[]'\,./

Tahoma Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
9876543210 ±!@#%&*()_+{}"|<>? §-=[]'\,./

Titular Principal

Subtítulo

Cuerpo de texto . . . Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras in iaculis nunc. Cras pretium orci a hendrerit sollicitudin. Suspendisse egestas sapien non neque consequat sollicitudin. In hac habitasse platea dictumst. Nullam vitae lorem felis. Mauris vitae maximus orci. **Destacado dentro del texto** fermentum gravida odio. Nunc malesuada, eros rutrum vehicula faucibus, diam lorem finibus diam, ac pulvinar velit leo ac turpis. Mauris vel consectetur justo. Cras id accumsan metus. Nam lobortis, sapien non eleifend placerat, odio enim interdum dolor, quis egestas nibh quam at sapien. Fusce eu sem id diam auctor sodales. Donec sed bibendum nulla. Etiam id nulla euismod, tempus purus nec, mattis ante. Morbi sed nisi lorem.

- Lista 1
- Lista dos
- Tercero de la lista

Vestibulum tincidunt purus eu metus faucibus, quis facilisis ligula dignissim. Pellentesque mollis eros sed scelerisque tristique. Suspendisse potenti. Nulla pretium convallis lorem vitae eleifend. In elementum erat ac lobortis iaculis. Nam eget neque mauris. Etiam commodo hendrerit imperdiet. Duis sodales varius sapien efficitur sollicitudin. In

3.6.2. Tipo de letra secundario

Arial

Arial es un tipo de letra sans serif presente en varias aplicaciones de Microsoft. Fue diseñada por Robin Nicholas y Patricia Saunders de la Fundación Monotype como respuesta a la popularidad de la tipografía Helvetica de Linotype. Microsoft no quería incluir la popular pero costosa tipografía Helvetica en Windows, por eso le compró a Monotype los derechos de una copia de la Helvetica de mucha

menor calidad como una medida para abaratar costos. Debido a que la Arial viene incluida en el sistema operativo Windows, se ha convertido en una de las tipografías más populares del mundo. Es muy legible.

Arial Regular	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 9876543210 ±!@# \$\$\$%^&*() _+{}” <>? §=-[]\’,./
Arial Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 9876543210 ±!@# \$\$\$%^&*() _+{}” <>? §=-[]\’,./
Arial Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> 9876543210 ±!@# \$\$\$%^&*() _+{}” <>? §=-[]\’,./
Arial Bold Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> 9876543210 ±!@# \$\$\$%^&*() _+{}” <>? §=-[]\’,./

Titular Principal

Subtítulo

Cuerpo de texto . . . Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras in iaculis nunc. Cras pretium orci a hendrerit sollicitudin. Suspendisse eget sapien non neque consequat sollicitudin. In hac habitasse platea dictumst. Nullam vitae lorem felis. Mauris vitae maximus orci. **Destacado dentro del texto** fermentum gravida odio. Nunc malesuada, eros rutrum vehicula faucibus, diam lorem finibus diam, ac pulvinar velit leo ac turpis. Mauris vel consectetur justo. Cras id accumsan metus. Nam lobortis, sapien non eleifend placerat, odio enim interdum dolor, quis eget sapien nibh quam at sapien. Fusce eu sem id diam auctor sodales. Donec sed bibendum nulla. Etiam id nulla euismod, tempus purus nec, mattis ante. Morbi sed nisi lorem.

- Lista 1
- Lista dos
- Tercero de la lista

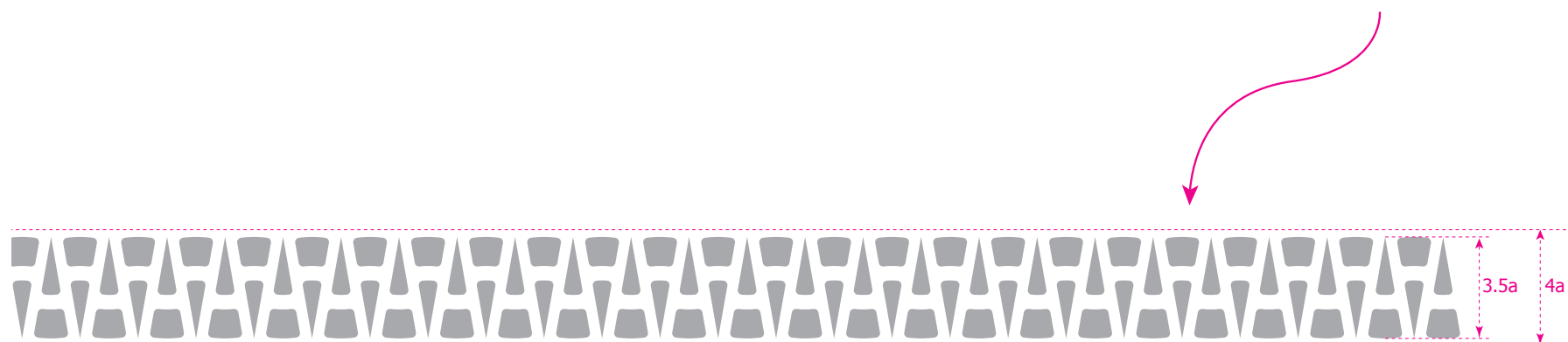
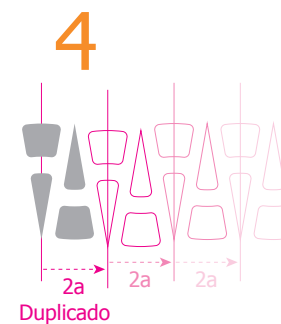
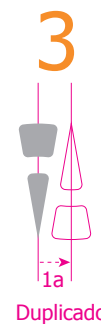
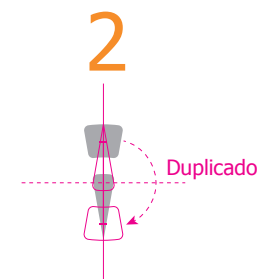
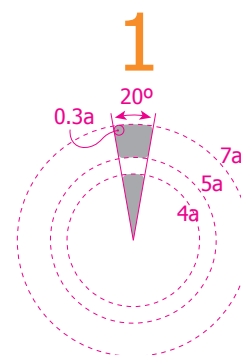
Vestibulum tincidunt purus eu metus faucibus, quis facilisis ligula dignissim. Pellentesque mollis eros sed scelerisque tristique. Suspendisse potenti. Nulla pretium convalis lorem vitae eleifend. In elementum erat ac lobortis iaculis. Nam eget neque mauris. Etiam commodo hendrerit imperdiet. Duis sodales varius sapien efficitur sollicitudin.

3.7. Línea gráfica

Para complementar la identidad visual del Conapdis, se crea una línea gráfica que se utilizará en todos los materiales de comunicación. Esta textura original, se puede extender a lo largo, ancho o en toda la superficie de la cara del material; según los lineamientos que se detallan a continuación.

3.7.1. Construcción de la franja

Para construir la franja, se toma el mismo elemento de la cuña, que se usó para construir el símbolo. Luego se duplica y repite hasta formar una fila continua de la siguiente forma:



3.7.2. Colores

3.7.2.1. Colores permitidos

La textura se puede usar en 7 combinaciones de colores, una para cada color de la marca y color de enlace y una con la combinación de ellos para usarse a full color.

No se deben combinar los usos en la misma cara del documento.

Textura
Full color



Textura
Azul



Textura
Naranja



Textura
Verde



Textura
Gris



Textura
Vaciada



Textura
Negra



3.7.2.2. Fondos permitidos

A continuación se detallan los usos permitidos de color como fondo para las diferentes franjas oficiales:

	Fondo blanco	Fondo Azul	Fondo Naranja	Fondo Verde	Fondo Gris	Fondo Negro
Textura Full color	✓	✗	✗	✗	✓	✓
Textura Azul	✓	✗	✗	✓	✓	✓
Textura Naranja	✓	✓	✗	✗	✓	✓
Textura Verde	✓	✗	✓	✗	✓	✓
Textura Gris	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Textura Vacuada	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Textura Negra	✓	✓	✓	✓	✓	✗

3.7.3. Aplicación de la franja

La franja del Conapdis debe aparecer siempre en todo material para reforzar la imagen institucional. Siempre que sea posible debe ubicarse abajo y su tamaño debe ser de una décima parte de la altura del documento.

A continuación se detalla el sistema.

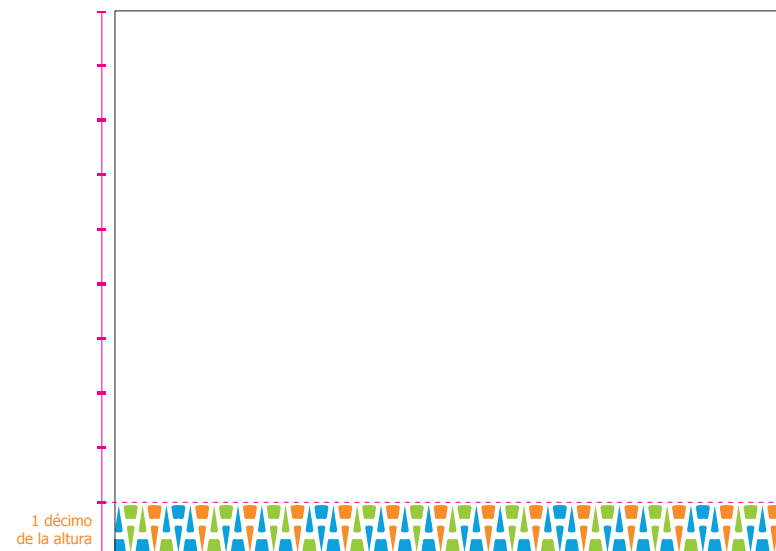
3.7.3.1. Versión horizontal

Para usar la franja en espacios horizontales, se colocará en la parte inferior y de un décimo de la altura del área disponible, tal y como se muestra en la versión "Cierre Horizontal".

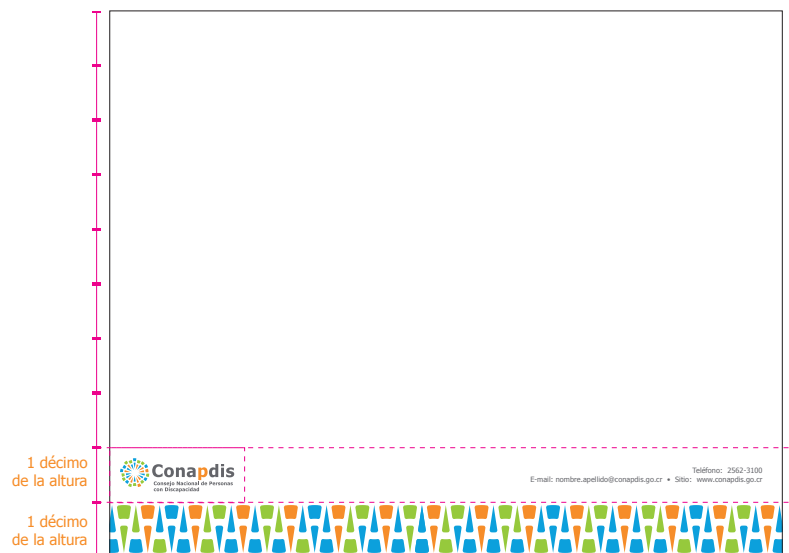
Si se ocupa un cierre formal para el material, se usará la versión "Cierre Horizontal con Membrete".

En caso de que la información en el documento sea demasiada y su espacio sea crítico, se puede usar la versión "Cierre Horizontal con Membrete Compacto".

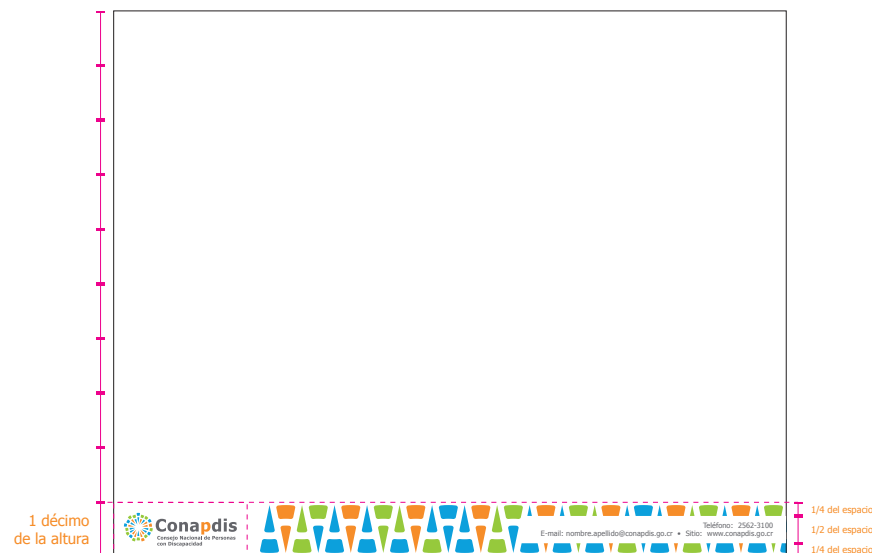
Cierre horizontal



Cierre horizontal con membrete



Cierre horizontal con membrete compacto

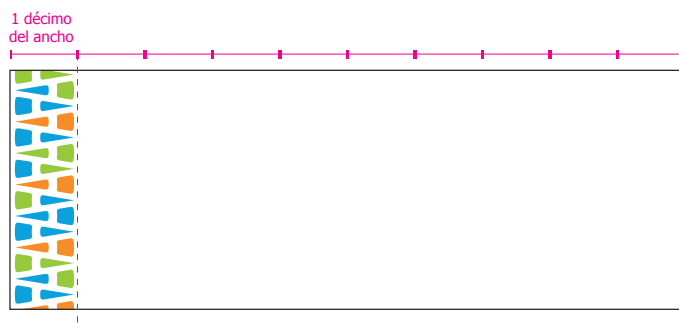


3.7.3.2. Versión Horizontal Angosta

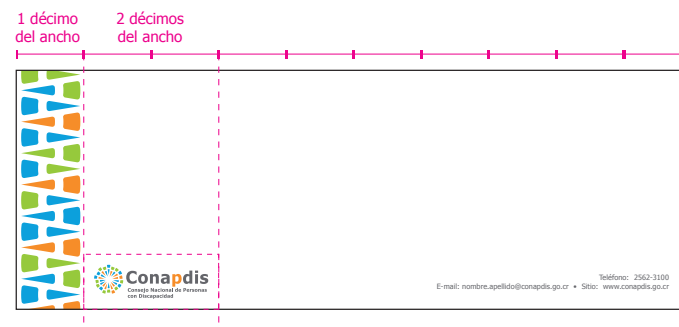
En caso de que el área horizontal sea demasiado angosta, se puede usar la franja a la izquierda en vez de abajo, de la forma ilustrada en "Cierre Horizontal Angosto".

Si se ocupa un cierre formal para el material, se usará la versión "Cierre Horizontal Angosto con Membrete".

Cierre horizontal angosto



Cierre horizontal angosto con membrete



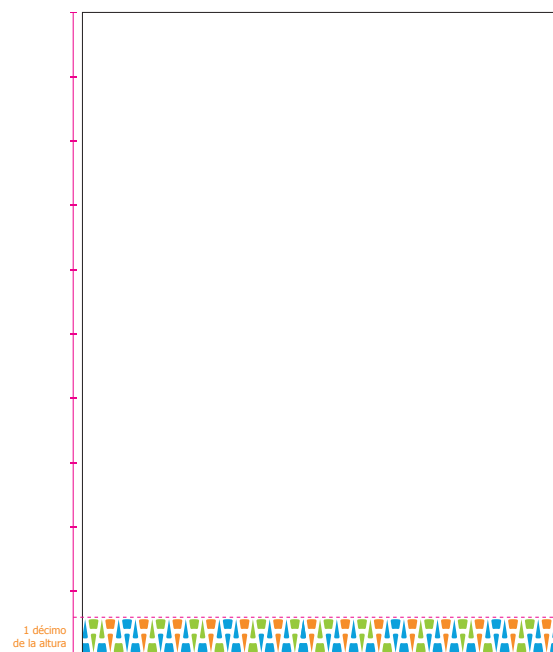
3.7.3.3. Versión vertical

Para usar la franja en espacios verticales, se colocará en la parte inferior y de un décimo de la altura del área disponible, tal y como se muestra en la versión "Cierre Vertical".

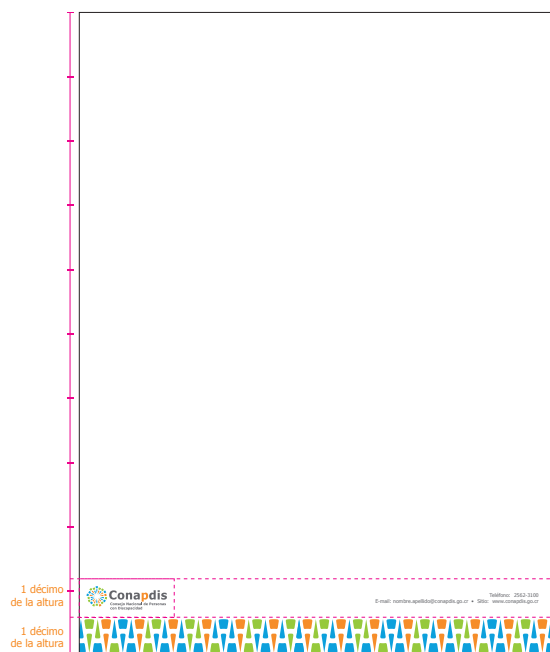
Si se ocupa un cierre formal para el material, se usará la versión "Cierre Vertical con Membrete".

En caso de que la información en el documento sea demasiada y su espacio sea crítico, se puede usar la versión "Cierre Vertical con Membrete Compacto".

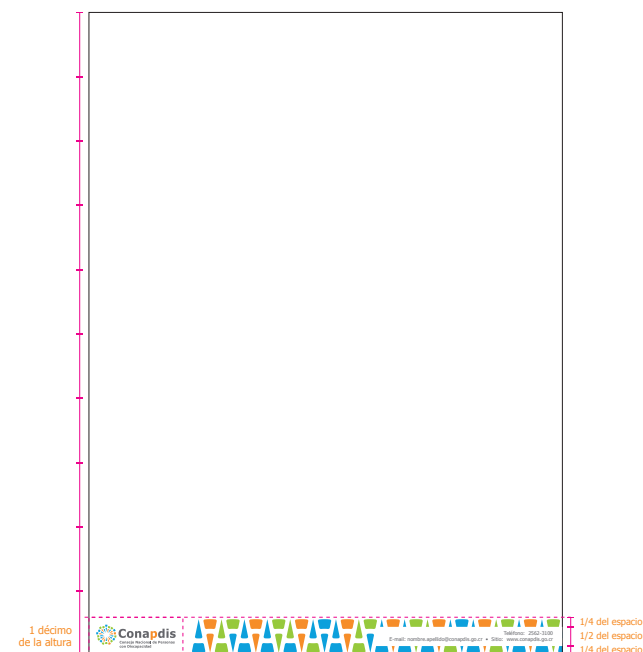
Cierre vertical



Cierre vertical con membrete



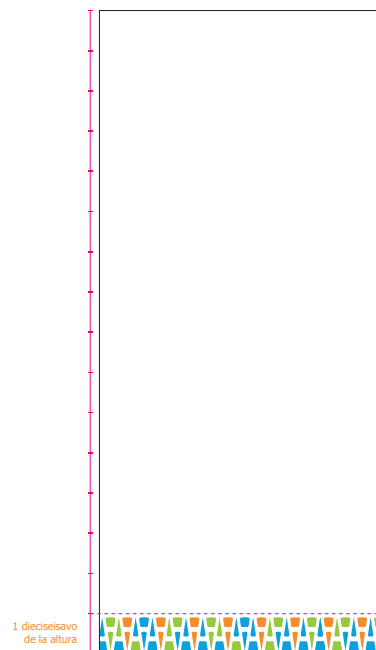
Cierre horizontal con membrete compacto



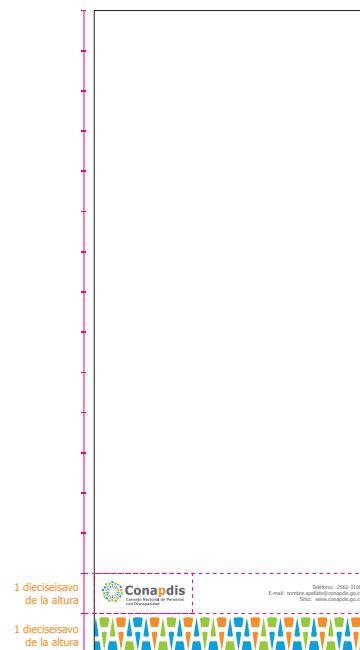
3.7.3.4. Versión Vertical Angosta

En el caso de que en el formato vertical el ancho sea muy poco, la franja puede ser mas angosta. Sin embargo, si requiere un cierre formal, coloque la información sobre la franja, como se muestra en el cierre vertical angosto con membrete.

Cierre vertical angosto



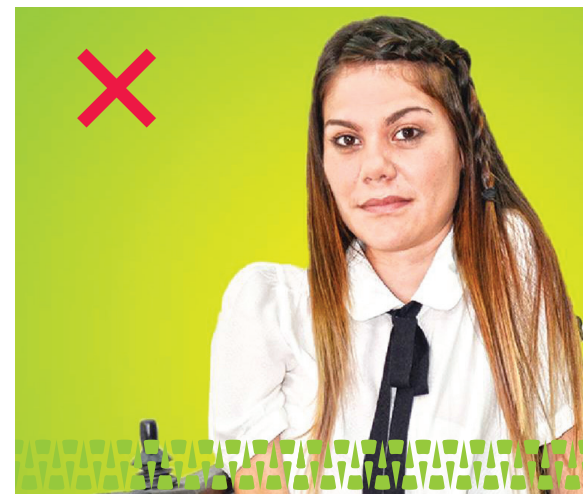
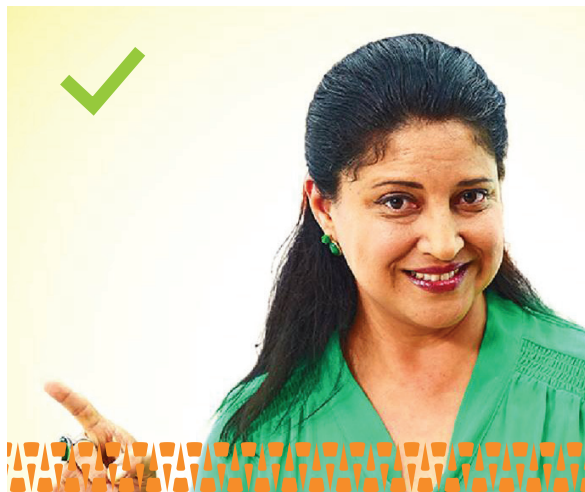
Cierre vertical angosto con membrete



3.8. Uso de la línea gráfica sobre fotografías

Se pueden usar fotografías a morir en materiales de comunicación del Conapdis, de forma que la franja caería sobre las mismas.

La franja se debe usar en un color o combinación de colores que asegure una buena lectura.



3.5cm

0.7cm

4.7cm

6.7cm



Nombre de la persona
Puesto que ocupa

Teléfono: 2562-3100
E-mail: nombre.apellido@conapdis.go.cr
Sitio: www.conapdis.go.cr

4. Papelería y

Material de Comunicación

4.1. Papelería

En toda la papelería corporativa, de comunicación institucional, no comercial, se utilizarán únicamente los colores de la marca como colores base y el blanco como color de enlace.

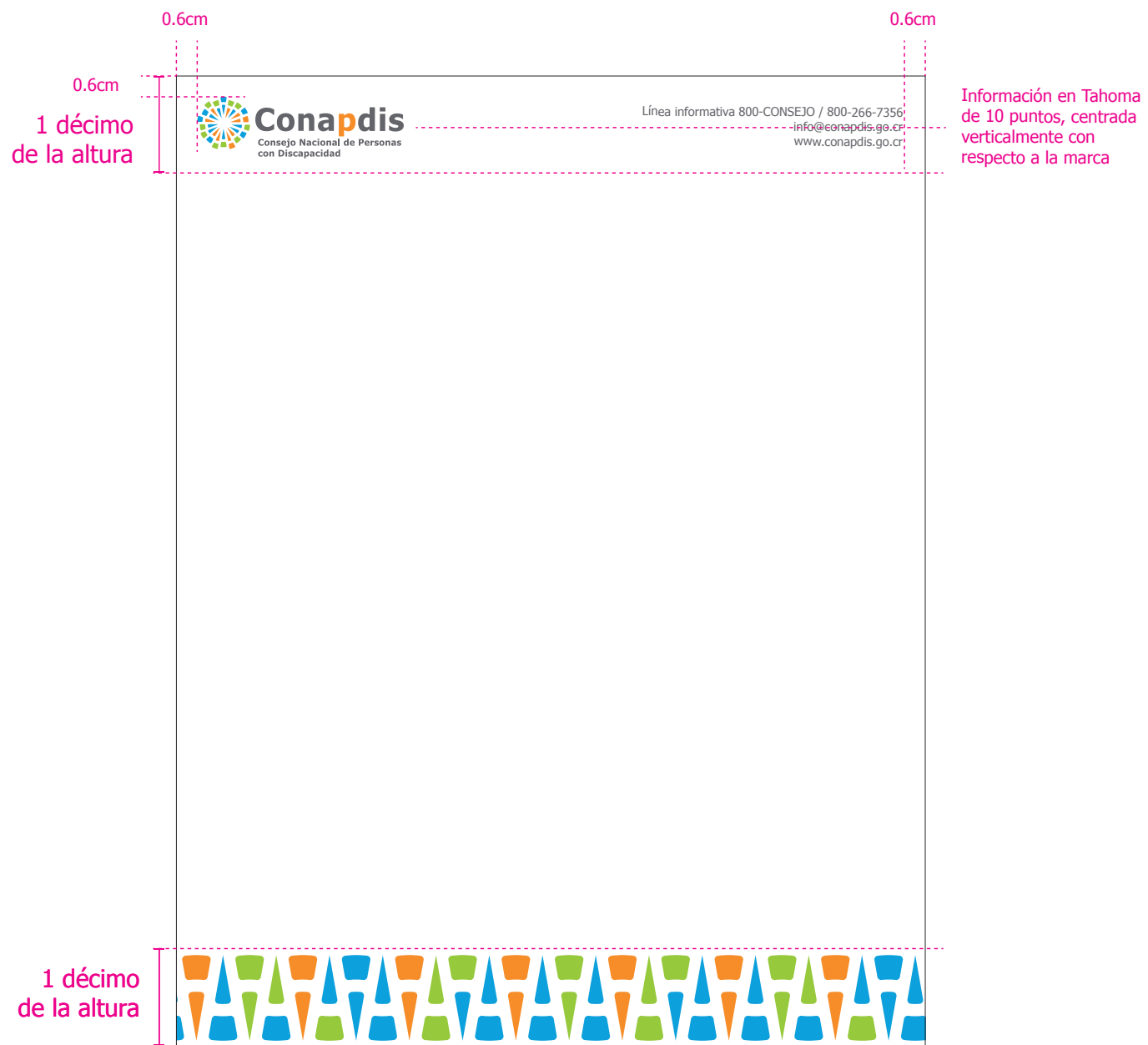
De cada elemento de comunicación, se establecen proporciones que se detallan a continuación.



4.1.1. Papel Carta

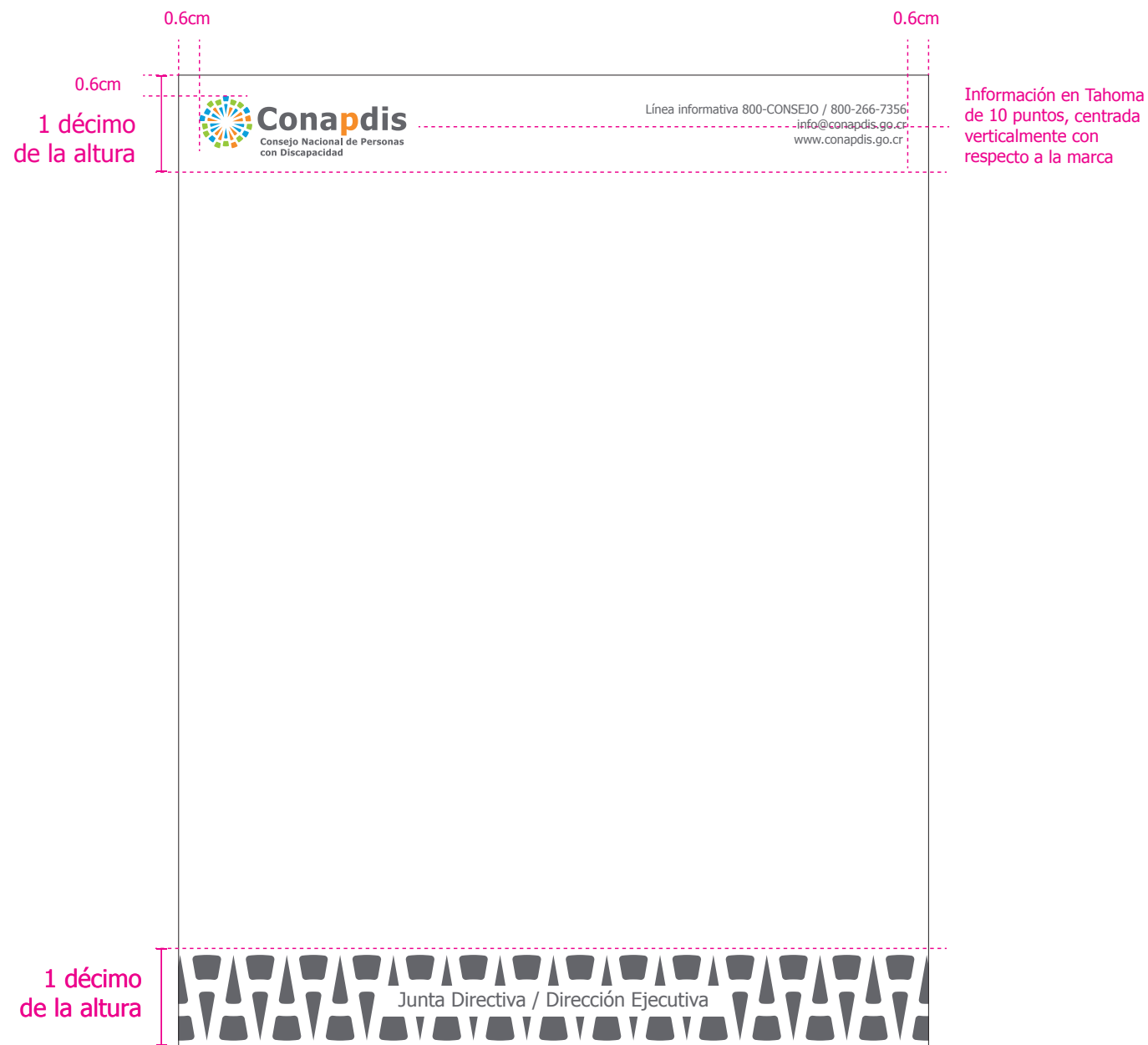
Imagen reducida.

Tamaño real: Carta 8,5" X 11"



4.1.2. Papel carta para la Junta Directiva

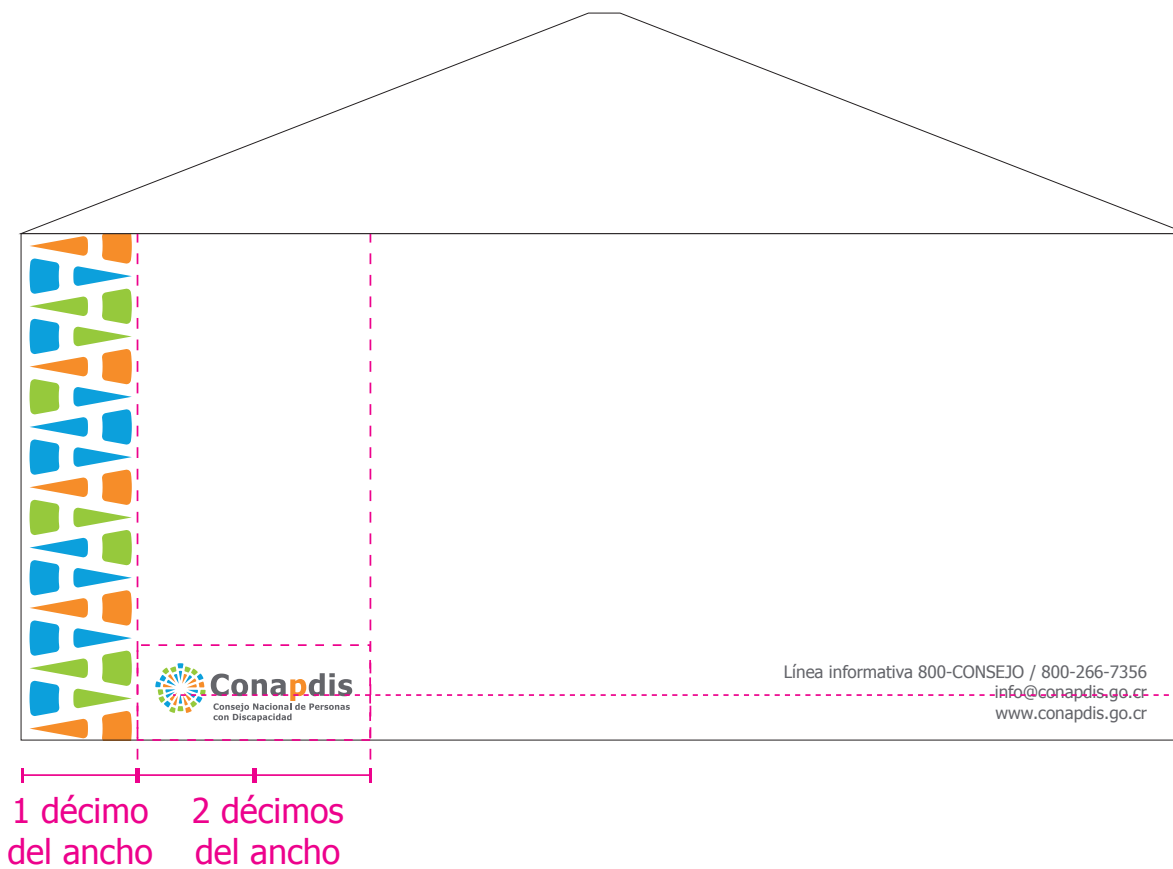
Tamaño real: Carta 8,5" X 11"



4.1.3. Sobres

4.1.3.1. Sobre 10

Imágenes reducidas. Tamaño real: 9.5x4.125”.



Información en Tahoma de 10 puntos, centrada verticalmente con respecto a la marca

4.1.3.2. Sobre carta

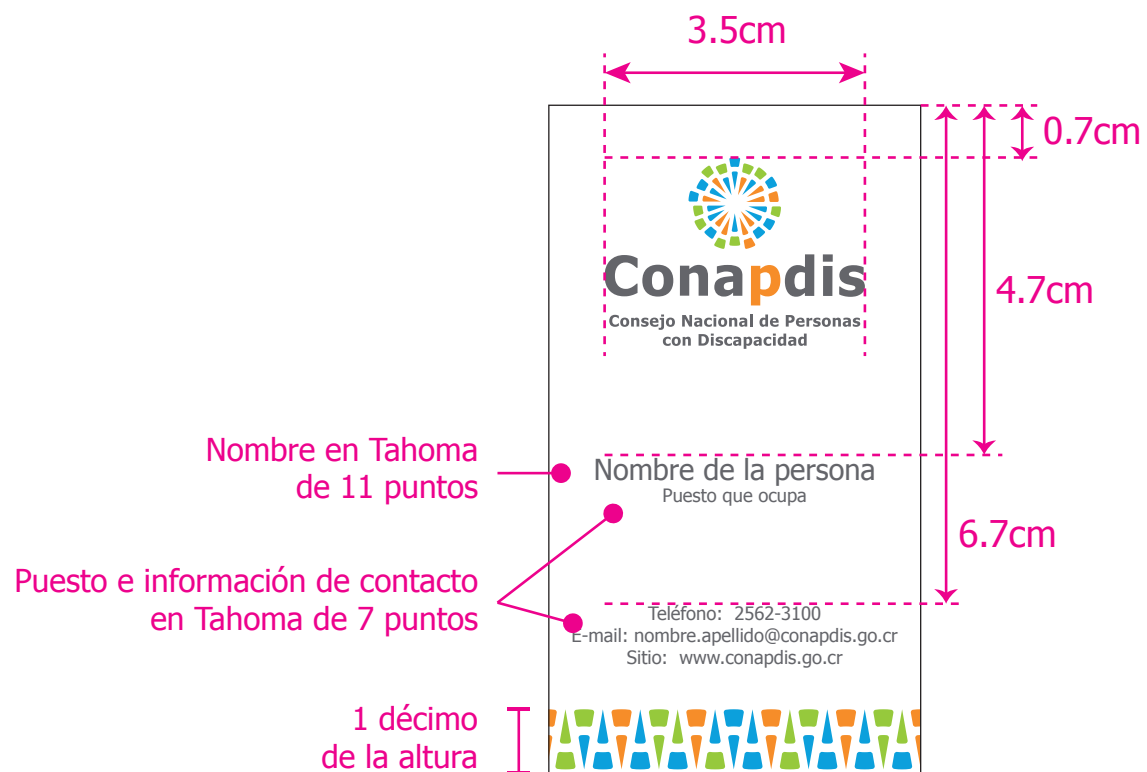
Imágenes reducidas. Tamaño real: 9x12".

En el caso de los sobres 7"x10" y 10"x13" se deben respetar las proporciones de los elementos tque se establecen para el papel carta.



4.1.4. Tarjeta de Presentación

Tamaño real: 9cm x 5cm



4.1.5. Carpeta

Imágenes reducidas. Tamaño real: 18x14.4" (extendida)



4.1.6. Firma de Correo

La firma de correo incluirá el nombre y puesto de la persona, así como la marca, en un archivo adjunto en jpg o png. Se configurará en "plain text", preferiblemente en tipografía Tahoma Regular, la información de contacto como teléfonos, URL, usuario de skype y/o dirección electrónica. Esto, con el fin de facilitar el acceso directo a los datos desde dispositivos móviles y permitir el uso de lectores digitales para personas con discapacidad visual.



Nombre de la persona
Puesto que ocupa

Nombre de la persona, puesto que ocupa
Línea informativa 800-CONSEJO / 800-266-7356
nombre.apellido@conapdis.go.cr • www.conapdis.go.cr

4.2. Lineamientos para Publicaciones impresas

Se entenderán publicaciones de una sola cara aquellas que solo tienen un lado; como afiches, volantes, carteleros, piezas de prensa, revista, publicidad exterior, etc.

Al diseñar materiales de una sola cara, tome en consideración los siguientes lineamientos:

- a. Colocar siempre la franja, observando y respetando las indicaciones con respecto a su uso, en cuanto a sus proporciones, ya sea en formato vertical u horizontal.
- b. Ubique la información de contacto que sea necesaria según los lineamientos descritos en el punto 3.7.3. del uso de la franja.
- c. El área sobre el cintillo queda de creatividad libre en cuanto a redacción y diseño.
- d. Con respecto a las tipografías, siga los lineamientos de la sección 3.6 del Capítulo de Elementos Básicos.
- e. No utilice ningún tipo de textura o color no contemplado en este manual.

4.2.1. Ejemplos de aplicaciones

4.2.1.1. Mupi



Titular en Tahoma
Bold en Naranja
de la Marca



4.2.1.2. Afiche o página de prensa



Marca vaciada
y texto en Tahoma
Bold para asegurar
el contraste

1 décimo
de la altura



4.2.1.3. Pieza de Prensa

Titular de importancia Bajada explicativa del comunicado

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec scelerisque eros tristique ligula lacina sollicitudin. Aliquam sed fella vitae arcu lobortis pharetra. Ut semper volutbat lorem, ut sedemot eros convelia. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Fusce commodo arcu ut risus condemntum, ut interdum augue ultricies. Aliquam rhoncus sagittis erat. Cras sit amet risu justo. Donec conector riuu tristique. Facilis purus non cursus sapien.



vierna sem facilis ac. Phasellus lorem nulla pulvinar at laculis sed lacuue et isum. Vestibulum mollis, augue in sollicitudin pellentesque, mi nulla tristique, enim, mattis mollis nunc, sem et mi. Nullam vehicula fermentum risu, sit amet viverra lacus vestibulum pulvinar. In maximus, dui vitae mollis molestuada, nibh purus cursus nec, conseqat molesta et dolor a ». Suspendisse maximus risu a lortis lacus, et aditrisi, justo varius. Mauris sagittis ac, lectus portitor scelerisque. Nulla elit tellus, fringilla sit amet risi eget, pharetra ornare velit. Vestibulum tempus et at tellus sodales bibendum. Fusce viverra magna et risu sodales pretium, integer pharetra bibendum mi ac scelerisque. Mauris varius molestuada purus non varius. Pellentesque tempus, ante non scelerisque conque, justo massa porta libero, ut aliquam purus ligula a. Orci Quisque elementum portitor cursus. Vestibulum varius eros sed in laculis, volutate tempus erat posuere. Donec convelia diam tellus, ac blandit nulla elementum sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec scelerisque eros tristique ligula lacina sollicitudin. Aliquam sed fella vitae arcu lobortis pharetra. Ut semper volutbat lorem, ut sedemot eros convelia. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Fusce commodo arcu ut risus condemntum, ut interdum augue ultricies. Aliquam rhoncus sagittis erat. Cras sit amet risu justo. Donec conector riuu tristique. Facilis purus non cursus sapien.



Nullam dictum trincidunt molestuada. Quisque accumsan, nibh vel placerat pulvinar, ante tortor trincidunt, dui, qui condemntum tempus risu vitae et. Ut accumsan lacina turpis, ac tristique eros elementum qui. Nam vitae eleifend elit. Proin ac interdum nisi, a dictum neque. Nulla non velit eget mi blandit lacina eget et dolor. Praesent porta lorem venenatis ante facilisis, a viverra urna posuere. Moris ipsum odio, fringilla ac neque nec, molestuada aliquet velit. Vivamus ac enim non erat sagittis rhoncus non que libero Vestibulum aliquam lectus risus. Sed mauris magna, vehicula sit amet tellus id, dignissim condemntum nibh. Sed varius varius quam, vel laculis, laculis molestuada ac. Suspendisse quis magna placemat, mattis neque vel, conque lectus.

Suspendisse posuere. Quisque accumsan, nibh et interdum volutate, tortor tortor euismod ligula, sit amet rutrum rutic magna ac magna. Interdum et dui urna. Curabitur facilis lacina conemntum magna semper suscipit. Aenean ac tellus velit. Proin volutpat est in conseqat aliquet. Praesent et amet tellus sem.

placemat pulvinar, ante tortor trincidunt, dui, qui condemntum tempus risu vitae et. Ut accumsan lacina turpis, ac tristique eros elementum qui. Nam vitae eleifend elit. Proin ac interdum nisi, a dictum neque. Nulla non velit eget mi blandit lacina eget et dolor. Praesent porta lorem venenatis ante facilisis, a viverra urna posuere. Moris ipsum odio, fringilla ac neque nec, molestuada aliquet velit. Vivamus ac enim non erat sagittis rhoncus non que libero Vestibulum aliquam lectus risus. Sed mauris magna, vehicula sit amet tellus id, dignissim condemntum nibh. Sed varius varius quam, vel laculis, laculis molestuada ac. Suspendisse quis magna placemat, mattis neque vel, conque lectus.



1 décimo de la altura

Titular en Tahoma Bold
Subtitular en Tahoma Regular
ambas en Gris de la marca

Cuerpo de texto
en Tahoma



4.2.1.4. Vallas o mantas

No se debe olvidar que vallas y materiales similares deben tener mensajes muy breves, así como gráficas claras y con buen contraste, pues el tiempo de lectura de este tipo de piezas es muy breve.



Titular en Tahoma Bold
en Naranja de la Marca



1 décimo
del ancho

Marca vaciada para
asegurar su legibilidad

4.3. Publicaciones de más de una cara

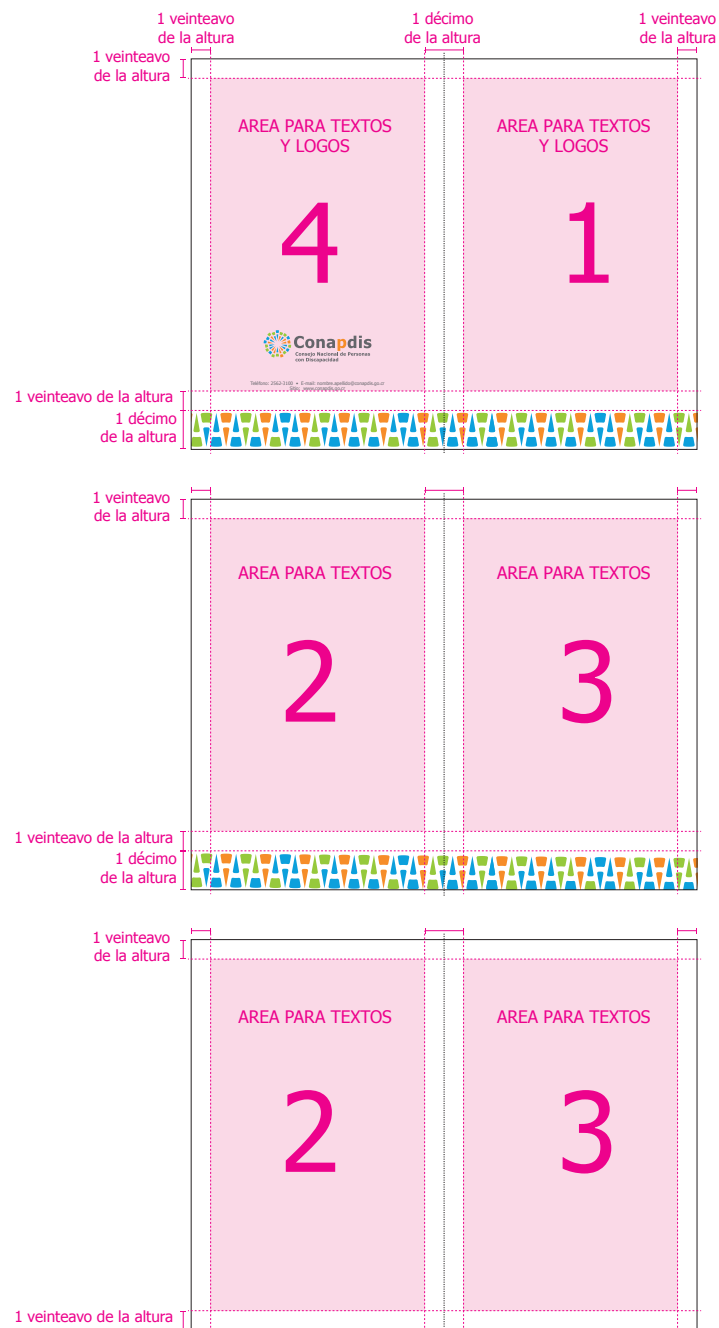
Al diseñar materiales de más de una cara, tome en consideración los siguientes lineamientos:

4.3.1. Portadas

Para todas las portadas, sin importar la cantidad de páginas, aplique todos los lineamientos que se detallan en el punto 4.2 de este mismo Capítulo de Materiales de Comunicación; en relación a las publicaciones de una cara.

4.3.2. Dípticos

- a. TIRO: Coloque la franja a lo largo de todo el tiro. Puede usar imágenes a morir en la portada (cara #1) pero los textos deben estar dentro de los márgenes tal y como se indica. En la contraportada (cara #4), sobre la franja, coloque la marca y la información de contacto que sea necesaria, según se muestra. Puede usar alguno de los colores de la marca como fondo.
- b. RETIRO: En las caras internas (#2 y #3) puede usar o no la franja, dependiendo de las necesidades de espacio y diseño. Puede usar imágenes a morir pero los textos deben estar dentro de los márgenes tal y como se indica.

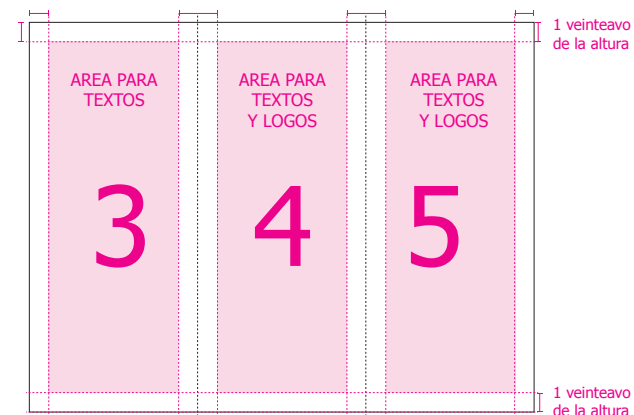
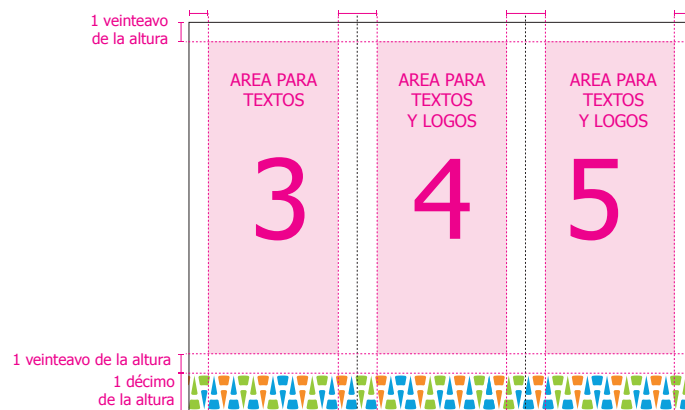
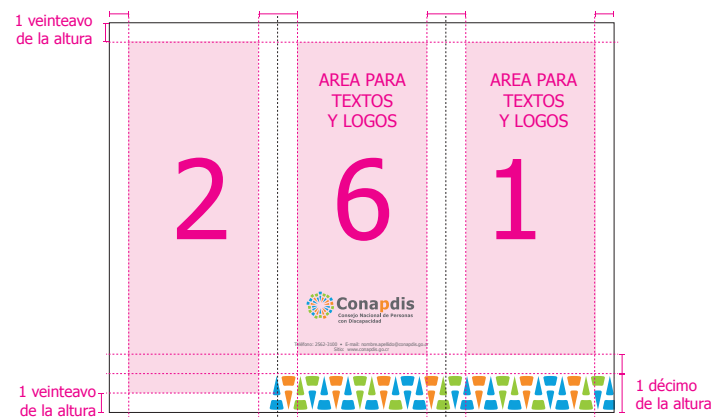


4.3.2.3. Muestra



4.3.3. Trípticos

- a. TIRO: Coloque la franja a lo largo de la portada y contraportada (Caras #1 y #6). El uso de la franja en al cara #2 es opcional. En la contraportada (cara #6), sobre la franja, coloque la marca y la información de contacto que sea necesaria. Puede usar alguno de los colores de la marca como fondo.
- b. RETIRO: En las caras internas (#2 y #3) puede usar o no la franja, dependiendo de las necesidades de espacio y diseño. Puede usar imágenes a morir pero los textos deben estar dentro de los márgenes tal y como se indica.



4.3.3.3. Muestra



Lorem ipsum dolor sit amet

consectetur adipiscing elit. Donec quis nunc a quam auctor laoreet ut vitae nulla. Sed posuere turpis nisi, in trincidunt sem accumsan a. Aliquam scelerisque auctor justo, eget sagittis velit semper et. Vivamus volutpat vehicula mi, vitae vestibulum sem. Proin at quam lacinia, sollicitudin arcu nec, pulvinar neque. Suspendisse tempus, magna quis laculis sagittis, metus odio fringilla mauris, eget portti consequat ex cursus. Integer ultrices neque metus, eget facilis augue pharetra pharetra. Sed vitae ullamcorper odio.

Suspendisse vel consequat leo

ut tempor ante. Nam ac eros imperdiet, gravida est a, cursus nisi. Curabitur volutpat nulla et consectetur viverra. Nulla sollicitudin nunc sit amet elit commodo efficitur. Nullam molestie ultrices trincidunt. Nunc nec dolor et du tempus sagittis at a elit. In laoreet nibh ipsum, nec vulputate turpis posuere sit amet. In condimentum euismod nisi ut efficitur. In at volutpat erat. Curabitur erat nunc, ultrices ac dolor non, finibus congue nisi. In sed ex faucibus, porttitor felis sit amet, tristique tellus. Vivamus dictum nibh vel odio finibus suscipit.

Quisque auctor blandit tellus

Etiam rutrum sollicitudin magna, id pellentesque du scelerisque et. Aenean felis nulla, sagittis convallis auctor varius, rhoncus at ex. Nam pellentesque gravida lacinia. Sed pharetra placerat velit, vitae trincidunt du mattis ut. Vestibulum euismod tristique odio ut varius.

Pellentesque diam diam, aliquam id lobortis id, interdum id mi. Proin turpis urna, porta quis neque mollis, posuere convallis odio. Nunc in ultrices du. Donec mi felis, scelerisque nec lobortis id, nec et du. In est massa, scelerisque ac laoreet ac, pretium at massa. Vestibulum congue tempor risus, eget condimentum tellus ultrices a. Aenean pellentesque mi enim, quis pulvinar risus tempus at. Maecenas imperdiet, nunc eu scelerisque mattis, lectus velit molestie ante, in aliquam tellus diam in leo. Aenean vitae rutrum odio, a vulputate dolor.

Phasellus vel leo ma

Aenean ut justo ornare, con at est et ligula commodo ac tum sagittis. Nulla justo tor convallis massa. Proin nec e do arcu, vel ornare nisi est i tempor. Pellentesque vitae e nunc cursus lacinia vitae sc

ut vitae nulla. Sed posuere Aliquam scelerisque auctor Vivamus volutpat vehicula magna quis laculis sagittis, turpis nisi, in trincidunt sem

Lorem ipsum dolor sit amet

consectetur adipiscing elit. Donec quis nunc a quam auctor laoreet ut vitae nulla. Sed posuere turpis nisi, in trincidunt sem accumsan a. Aliquam scelerisque auctor justo, eget sagittis velit semper et. Vivamus volutpat vehicula mi, vitae vestibulum sem. Proin at quam magna quis laculis sagittis, metus odio fringilla mauris, eget porttitor dapibus quam at sollicitudin. Morbi porttitor lorem libero, et venenatis ipsum vehicula sit amet. Quisque semper auctor ligula, quis porttitor turpis varius id. Fraso non ex diam. Vestibulum sodales odio in nisi trincidunt, at tempor tortor suscipit. Suspendisse placerat ante non

Suspendisse vel consequat leo

- ut tempor ante. Nam ac eros imperdiet, gravida est a,
- cursus nisi. Curabitur volutpat nulla et consectetur viverra.
- Nulla sollicitudin nunc sit amet elit commodo efficitur.
- Nullam molestie ultrices trincidunt.
- Nunc nec dolor et du tempus sagittis at a elit. In laoreet nibh ipsum, nec vulputate turpis posuere sit amet.
- In condimentum euismod nisi ut efficitur.
- In at volutpat erat.
- Curabitur erat nunc, ultrices ac dolor non, finibus congue nisi. In sed ex faucibus, porttitor felis sit amet, tristique tellus.
- Vivamus dictum nibh vel odio finibus suscipit.

Aliquam pretium, nisi sed sagittis tempus, quam nulla rutrum elit, id varius erat velit quis velit. Cum socios natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mas. Donec at elit sem. Integer sed convallis lectus, sit amet lacinia justo. Quisque auctor blandit tellus ut convallis. Etiam rutrum sollicitudin magna, id pellentesque du scelerisque et. Aenean felis nulla, sagittis convallis auctor



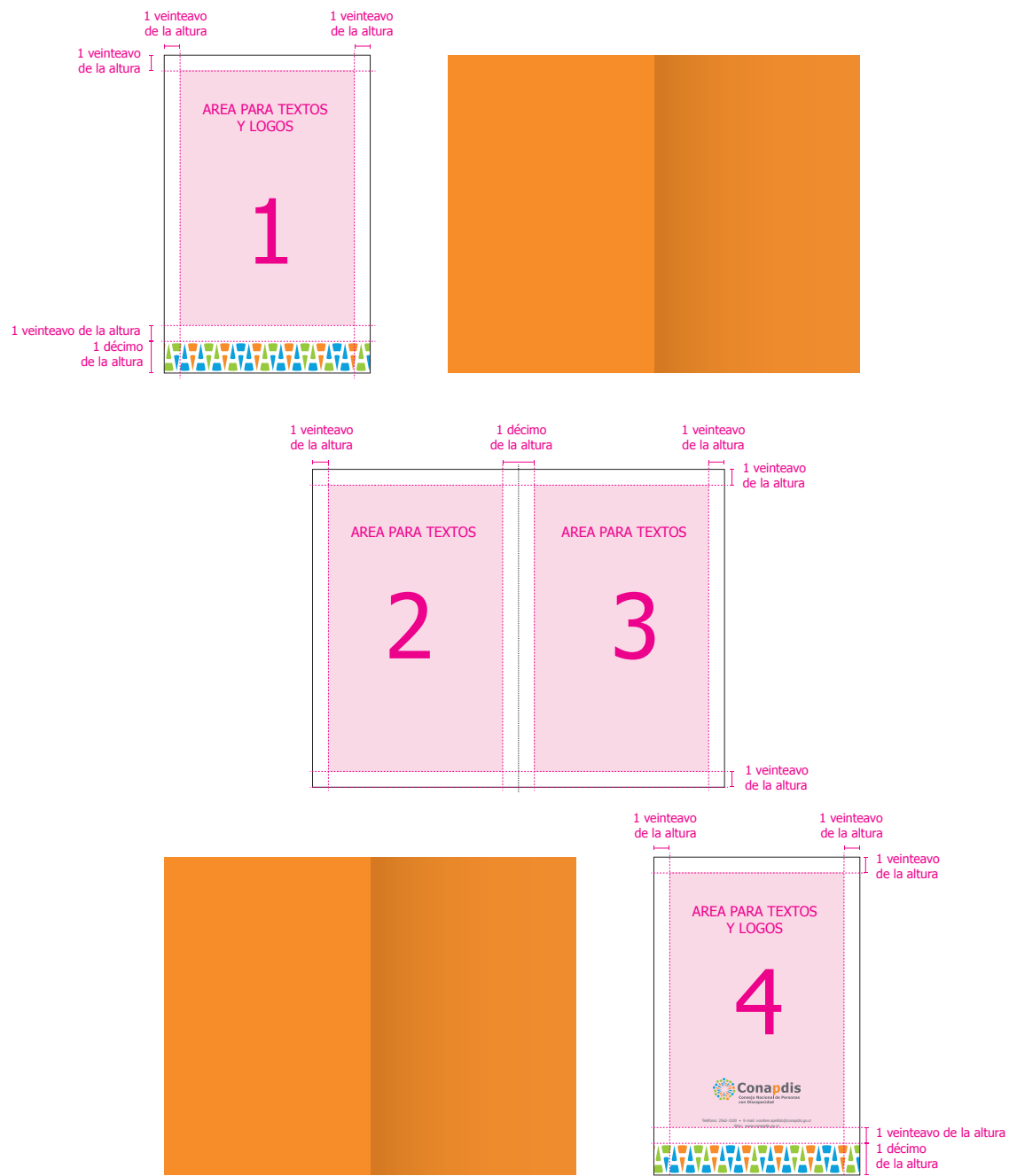
Telefono: 2562-3100 • E-mail: nombre.apellido@conapdis.go.cr
 sito: www.conapdis.go.cr



Titulo del material

4.3.4. Material de múltiples páginas

- a. PORTADA Y CONTRAPORTADA: Siempre coloque la franja a lo largo de la portada y contraportada. Coloque en la contraportada la marca y la información de contacto que sea necesaria. Puede usar alguno de los colores de la marca como fondo.
- b. INTERNOS DE PORTADA Y CONTRAPORTADA: En el caso de publicaciones de empastado duro, se sugiere mantenerla en blanco, usando alguno de los colores de la marca como fondo. Para otro tipo de empastados se puede usar directamente las indicaciones de las Páginas Internas a continuación.
- c. PAGINA INTERNAS: No coloque la franja. La diagramación queda abierta a conveniencia de la necesidad de comunicación del soporte específico; respetando todos los lineamientos en cuanto a tipografías, fondos y fotografías.



4.3.4.4. Muestra



4.4. Publicaciones Digitales

4.4.1. Presentaciones digitales

Para presentaciones digitales, sea en aplicaciones Power Point o Key Note, se presenta el formato que debe ser utilizado, para:

- a. Diapositiva de portada
- b. Diapositiva para contenidos
- c. Diapositiva para secciones
- d. Diapositiva para cierre de presentación



Lámina de portada



Lámina de contenido



Lámina para secciones



Lámina de cierre

4.4.2. Publicidad digital

Para publicidad digital, y dada la naturaleza del medio, donde se puede colocar un mínimo de información, tome en consideración los siguientes lineamientos generales:

- a. Colocar siempre la franja, observando y respetando las indicaciones con respecto a su uso, en cuanto a sus proporciones, ya sea en formato vertical u horizontal.
- b. Ubique en la zona central del cintillo, según se proporciona en la retícula, la información de contacto que sea necesaria. Se pueden ubicar de manera OPCIONAL cualquiera de las opciones de información de contacto: números telefónicos, sitio web, redes sociales o datos del asesor comercial (nombre y teléfono); siempre que utilice máximo solo dos de ellas, en dos líneas de texto.
- c. En las publicaciones de Programas de inglés, también de manera OPCIONAL, ubique en la franja superior de color asociado los nombres de las sedes.
- d. Usar los colores y tipografías de la marca establecidos en las secciones 3.3
- e. Con respecto a las tipografías, siga los lineamientos de la sección 3.6 del Capítulo de Elementos Básicos.
- f. No utilice ningún tipo de textura o color no contemplado en este manual.
- g. Para banners principalmente para el feed de facebook u otras redes sociales, de formatos más cuadrados, siga todos los lineamientos estándar con respecto a la aplicación de la franja. Observe en ellos que si la marca debe colocarse a un tamaño menor que el permitido, entonces elimine la franja y use únicamente la marca como elemento distintivo. Esto se permite por cuanto se considera que la identificación de la marca como remitente ya estaría en el contenido de la publicación respectiva.

4.4.2.8. Publicaciones cuadradas

Feed de Facebook 404px X 404px



Marca en su versión vertical para asegurar la legibilidad

Texto en Tahoma

1 décimo de la altura

Banner Digital 300px X 250px



Marca en su versión vertical y sin identidad dependiente para asegurar la legibilidad

Texto en Tahoma

1 décimo de la altura

4.4.2.9. Publicaciones angostas

Banner Vertical
160px X 600px



Marca en su versión vertical y sin identidad dependiente para asegurar la legibilidad

Texto en Tahoma

1 décimo de la altura

Banner Rich Media
468px X 60px

Animación 1



Texto en Tahoma

Animación 2

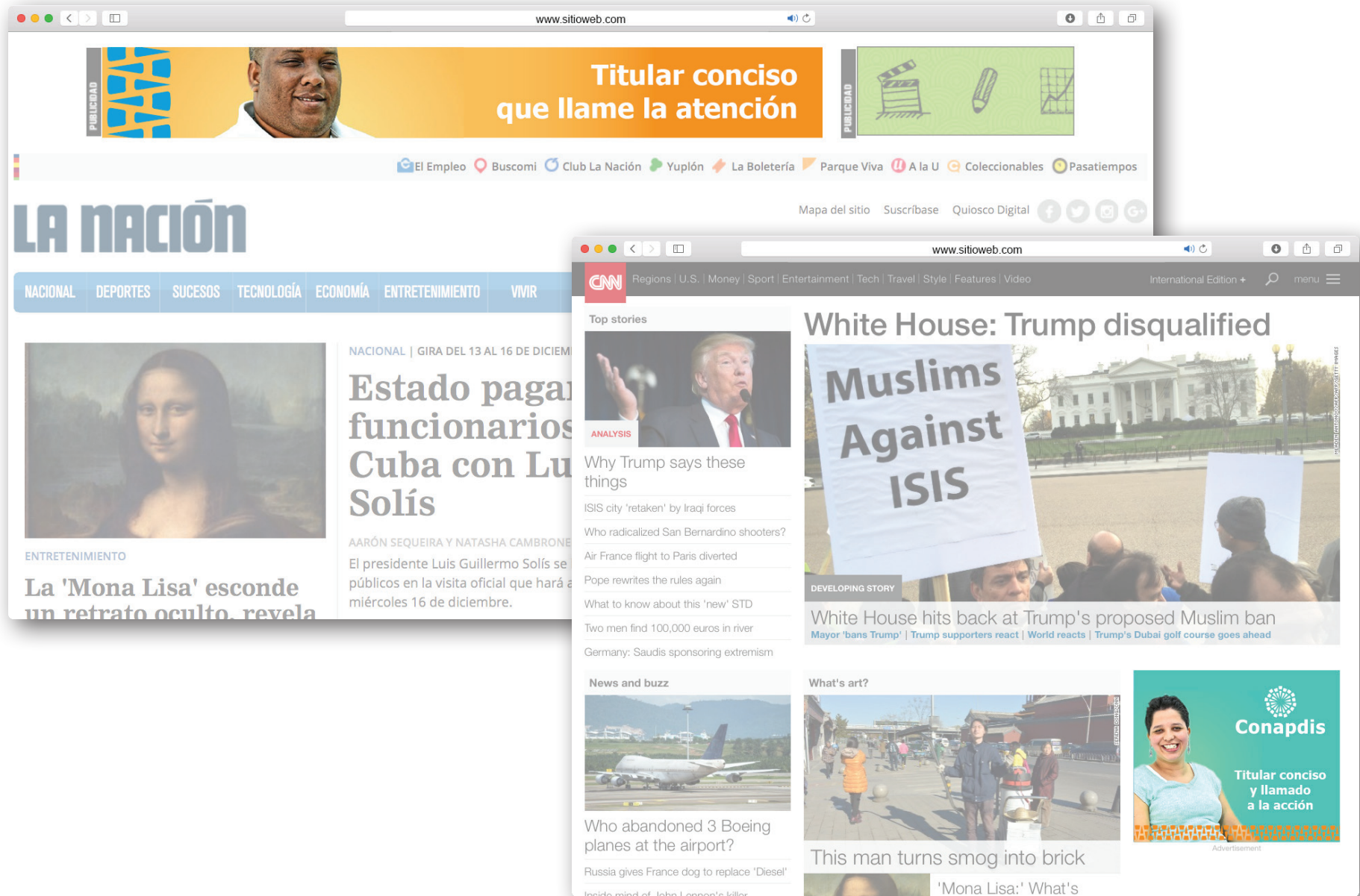


Texto en Tahoma

1 décimo del ancho

Marca en su versión vertical y sin identidad dependiente para asegurar la legibilidad

4.4.2.10. Muestras de aplicación

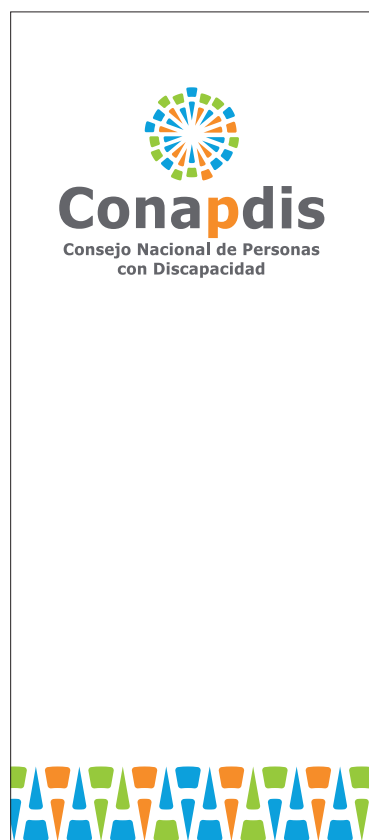


4.5. Signos Externos

4.5.1. Banners

En el caso de banners, la marca no podrá colocarse dentro de la franja, por lo que no quedaría a una altura legible. Por lo tanto, la marca debe colocarse centrada arriba, y el cintillo vacío abajo.

La colocación de la información de contacto, u otra información relevante queda sujeta al objetivo de comunicación que se quiera cumplir.



Banners 80x200cm



1 dieciseisavo de la altura

4.5.2. Manteles

Para ferias y actos protocolarios, es usual el uso de manteles. Estos deben incluir siempre la marca del Conapdis, preferiblemente en su versión full color. Busque que el color base de la tela siempre sea de uno de los colores de la maca, de preferencia Blanco y luego Naranja.



1.1.1. Materiales promocionales

Los materiales promocionales deben incluir siempre la marca del Conapdis, preferiblemente en su versión full color. Sin embargo, por el tipo de procesos de impresión que se usa en muchos de estos soportes; por ejemplo, serigrafiados, grabados, sublimados o estampados; muchas veces no será posible usar la marca full color, por lo cual se permitirá como alternativa el uso de la marca a una tinta naranja o blanca.

El uso de la franja es permitido en el material promocional para mejorar el posicionamiento visual de la imagen del Conapdis.

Busque que el color base del soporte siempre sea blanco o naranja.

Respete siempre los tamaños mínimos establecidos para asegurar la legibilidad correcta de la marca. Si la marca es menor a 4.85 cms debe quitar identidad dependiente.







Elaborado por Arquen Branding S.A. para el Conapdis • arquen.com

