







# ÍNDICE

★ <b>Prólogo</b>	<b>6</b>
★ <b>Logotipo</b>	<b>10</b>
Variaciones	13
Sello/acrónimo	14
Estructura	15
Márgenes de seguridad	16
Escala de grises	17
Usos incorrectos	18
Firmas complementarias	19
Tamaño mínimo de reproducción	20
Recomendaciones alternativas	21
Uso del logo con datos de información de contacto	22
Tipografía	23
Tipografía complementaria	24
Paleta de colores	25
Uso de colores/relación con el fondo negativo	26
Uso correcto vs incorrecto	27
★ <b>Usos del logo</b>	<b>28</b>
Comunicación institucional	29
Comunicación masiva	30
Convivencia del logo con otras marcas	31
★ <b>Aplicación Institucional</b>	<b>34</b>
Tarjeta de presentación	35
Hoja membretada	36

Boletín de prensa	37
Presentación para exposición	38
Sobre de carta	39
Desplegables (brochure)	40
Sobre de manila	41
Informes oficiales	42
Portada para investigaciones internas	43
Sellos	44
Bandera	45
Estandarte	46
Carpeta institucional	47
Cuaderno de notas	48
Firma de correo	49
Señalización interna	50
Señalización externa	51
Rotulación vehicular	52
★ <b>Aplicaciones/promocionales</b>	<b>53</b>
Tazas	54
Camisetas	55
Lápiz/lapicero	56
Sombrilla	57
USB/Flash drive	58
Gorra	59

Bolso	60
Agenda	61
Artes de prensa	62
★ <b>Promocionales</b>	<b>63</b>
Sticker	64
Globos	65
Alcancía	66
Aplaudidores inflables	67
★ <b>Publicidad exterior</b>	<b>68</b>
Valla publicitaria	69
Mupi	70
Afiche	71
Banner	72
Trasera de bus	73
Back panel	74
Conferencia de prensa	75
★ <b>Medios digitales</b>	<b>76</b>
Web	77
Facebook	78
Facebook/posteo	79
Cierre Audiovisual	80
Glosario	81



# Prólogo



El Patronato Nacional de la Infancia (PANI) ha evolucionado en sus principios, valores y mecanismos de abordaje a sus poblaciones de interés. El reconocimiento y el ejercicio pleno de los derechos de las personas menores de edad son la razón de ser de la institución y el enfoque prioritario en su nueva imagen.

Así, se plantea un cambio con la comunicación con los públicos lo que ameritó un nuevo diseño creativo y conceptual que se basa en la aplicación de las siguientes herramientas de la comunicación estratégica:

- Sistematización y análisis de los resultados del diagnóstico de percepción respecto a la institución para proponer el concepto creativo.
- Creación y aplicación de logo, isotipo y eslogan, la cuales desarrollan tomando en cuenta los argumentos conscientes e inconscientes que se registraron de las audiencias de interés en el proceso de diagnóstico.

Así el Patronato Nacional de la Infancia adopta el uso de una nueva imagen, asociada principalmente a los iconos, signos y símbolos de su público primario: personas menores de edad.

La nueva propuesta gráfica se caracteriza por la energía, vivacidad en los colores y movimiento en sus aplicaciones, esta representa el mundo al que debemos aspirar para una población prioritaria en las políticas de desarrollo y mejoramiento de



la calidad de vida.

El logo y su aplicación ponen en paralelo los mensajes claves (internos y externos) con el avance en la gestión que tiene la institución y todo su cuerpo profesional.

La aprobación final del cambio del logotipo se dio en la Sesión Ordinaria 2019-1 del martes del martes 15 de enero de 2019. Esto en Artículo 004, Aparte 0001.



## **MISIÓN**

---

Garantizar el ejercicio de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, mediante la ejecución de acciones de protección integral y su rol de rectoría técnica.

## **VISIÓN**

---

Ser la Institución rectora-técnica en materia de derechos de la niñez y adolescencia, que brinde protección integral con crecientes estándares de calidad, con talento humano e infraestructura física y tecnológica, idónea y eficaz.

## **VALORES**

---

Respeto - Solidaridad - Compromiso - Integridad - Sensibilidad.



Logotipo



## 1.1 Descripción del logotipo

Se trata del signo identificador que captura la esencia institucional o empresarial y la proyecta hacia el imaginario colectivo de la sociedad.

El logotipo elaborado para el PANI tiene como principales características, las siguientes: sencillez, claridad, concisión, directo; así como de lectura inmediata y sin ruidos de percepción, que captura la atención y asocia el logo con la función de la entidad.

Comprende dos registros:

### Verbal (nombre)

“pani”. Letras en minúsculas. Letras llenas, gruesas la cuales dan sostenibilidad a la palabra PANI. La función de la tipografía es producir una percepción de acuerdo con la institución. Para el caso, la tipografía connota fortaleza, firmeza y seguridad.

El color cumple una doble función pues transmite sensaciones visuales que refuerzan el propósito de las letras “pani”.

### Visual (icónico)

Comprende una composición de signos: dos elementos que connotan pareja de menores de edad, masculino y femenino, diferenciados solo por el trazo de lo que podríamos llamar sus cabellos. El de la figura femenina de la persona menor de edad una pincelada hacia



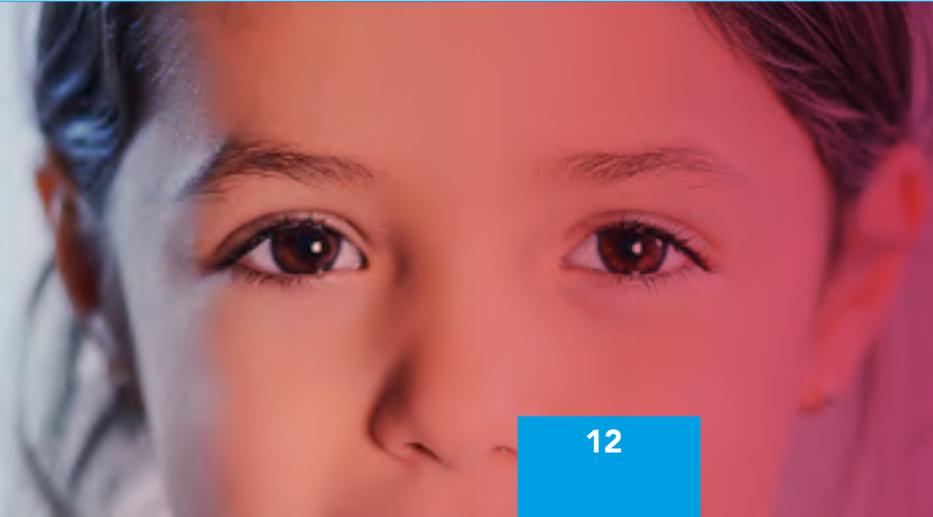
abajo y el de la figura masculina un trazo hacia arriba. Sus rostros connotan felicidad.

El volumen de lo que podrían ser sus cuerpos representan figuras idénticas, solo diferenciadas por colores que se pueden calificar de neutros, pues no connotan género alguno. La pareja navega en un universo de estrellas azules que remiten al firmamento y a una burbuja en la que sólo habita la felicidad.

### **La propuesta tiene dos composiciones de forma:**

Una horizontal: al ícono visual le sigue el nombre "pani", acompañado por la descripción "Patronato Nacional de la Infancia". Esta composición connota igualdad.

La composición vertical connota superioridad de lo icónico sobre lo verbal. Estéticamente y para su lecturabilidad, la composición vertical de superposición del ícono sobre las letras "pani" es más fácil e integral, más firme y con mayor sentido de unidad.





## Variaciones

1

Versión sin descriptivo (vertical)



2

Versión sin descriptivo (horizontal)



3

Versión con descriptivo (vertical)



4

Versión con descriptivo (horizontal)





## Sello/acrónimo

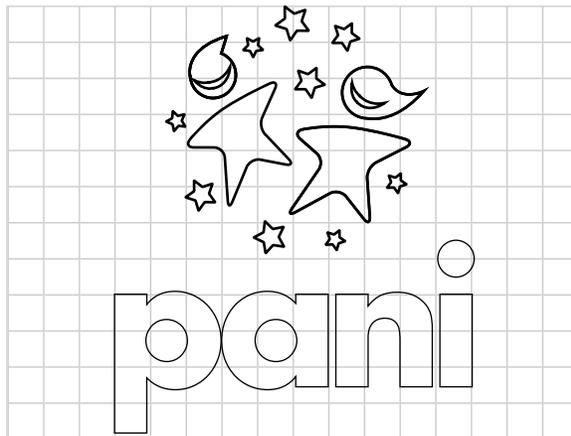
Esta aplicación se utilizará para los promocionales que elaboren para personas menores de edad. Asimismo evoca el uso de los escudos en los uniformes los estudiantes, lo que facilitará su identificación y posicionamiento.





## Estructura

Construcción proporcional del logotipo.





## Márgenes de seguridad

El logotipo deberá tener un margen de espacio entre el objeto más cercano proporcional al tamaño de la "n" de la palabra "pani" con el fin de asegurar una correcta visibilidad.



El tamaño corresponde a "N" de la tipografía, y sin excepción será proporcional al tamaño del logo.



## Escala de grises y blanco y negro

En escala de grises estos son los valores: máximo de negro a 100% y el gris mínimo a 30%.



1 tinta





## Usos incorrectos

A continuación se presentan ejemplos de usos que no están permitidos para el logotipo institucional.



- Eliminar elementos del logotipo



- La alteración proporcional del logotipo con su estructura.

- Rotación del eje (vertical y horizontal)



## Firmas complementarias

Para incluir los programas de la institución.  
(Ver opciones de fuentes tipográficas en la sección de "Tipografía")

Horizontal



Vertical





## Tamaño mínimo de reproducción

En los sistemas con bajos valores de reproducción (relieves, serigrafía, grabados) se aconseja un mayor tamaño según los criterios técnicos.



**Offset/impresión digital:** 1 cm X 2.7 cm

**Serigrafía:** 1.5 cm X 4.2 cm

**Web/Medios digitales:** 29 px X 76 px



**Offset/impresión digital:** 1.5 cm X 1.7 cm

**Serigrafía:** 1.7 cm X 1.9 cm

**Web:** 41 px X 47 px



## Recomendaciones alternativas

Son los elementos gráficos que pueden usarse para reforzar la imagen, en este caso se extraen del logo para crear unidad visual en los materiales digitales e impresos de la institución.



El isotipo podrá usar en la aplicación creativa un color plano o los degradados originales.



La figura de la “Estrella” puede formar parte de los elementos de apoyo.



La figura de “persona menores de edad”

---

NOTA: las variaciones en el uso de los íconos que integran el isotipo pueden visualizarse en las aplicaciones para materiales institucionales, promocionales y digitales que se estructurarán en páginas posteriores de este documento



## Uso del logo con datos de información de contacto

Se pueden agregar los datos de información, dirección, contacto, servicio, etc.



**Teléfono:** 2523-0700

**E-mail:** [coipani.go.cr](mailto:coipani.go.cr)

**Dirección:** Barrio Luján San José.  
Avenidas 10 y 12b, calle 21.

**Apartado Postal:** 5000-1000



**Teléfono:** 2523-0700

**E-mail:** [coipani.go.cr](mailto:coipani.go.cr)

**Dirección:** Barrio Luján San José.  
Avenidas 10 y 12b, calle 21.

**Apartado Postal:** 5000-1000



## Tipografía

Toda la documentación, así como el nombre del proyecto que es parte del logotipo, utilizan la tipografía “Futura”.

# Futura

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890[]\;',./!@#\$%^&\*()\_+{}|:"<>?

Light

Book

Medium

Semibold

**Bold**

**ExtraBold**



## Avenir

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890[]\;',./!@#\$%^&\*()\_+{}|:"<>?

Light Book Medium **Heavy** **Black** *Oblique*



## Paleta de colores

A lo largo de la identidad corporativa, los colores son imprescindibles para dar a conocer el sentido significativo de los elementos de identidad, mensaje y pensamiento.

En sus diferentes ambientes, los colores deben tener su color designado para no perder la unidad.



Pantone 2996 U



Pantone 109 U



Pantone Strong Red U



Pantone Orange 021 U



## Uso de colores/relación con el fondo en negativo





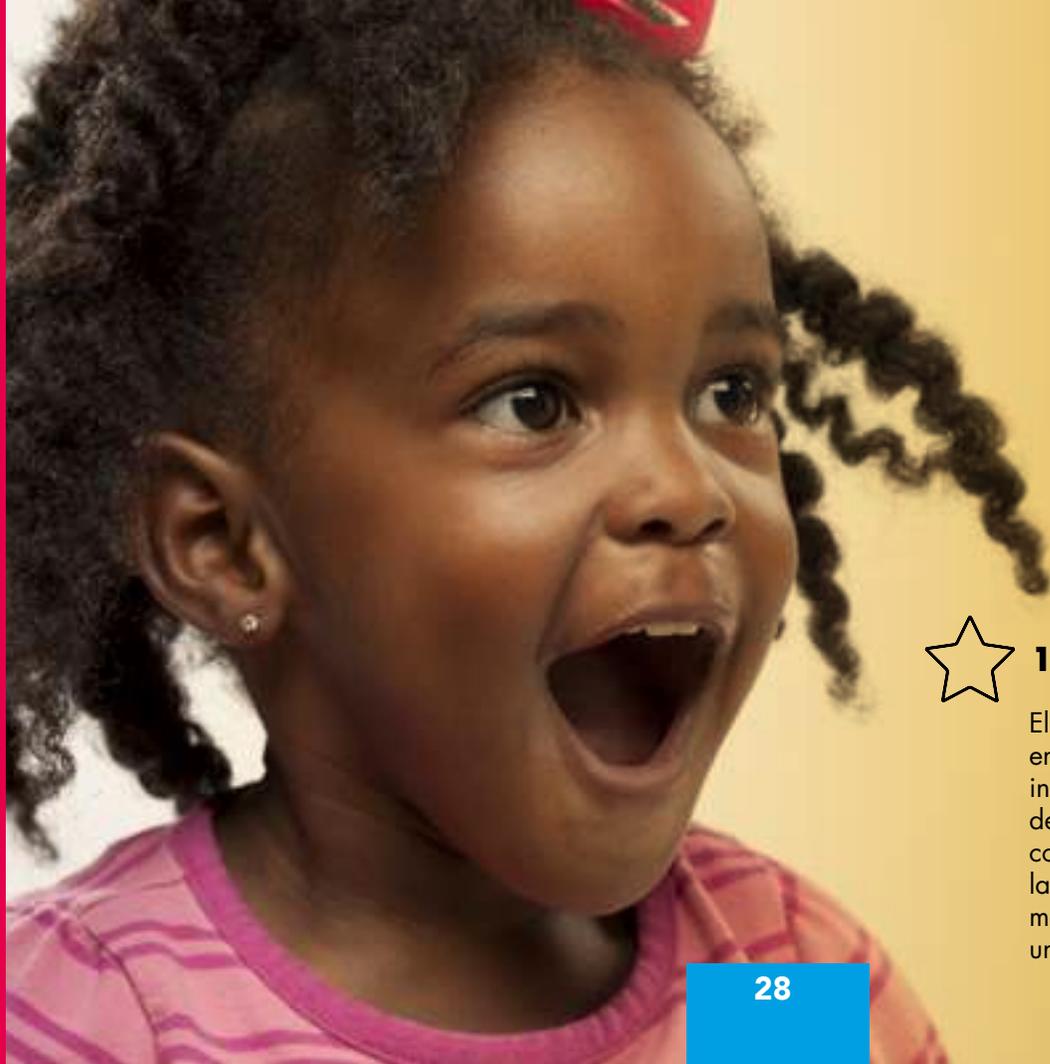
## Uso correcto vs incorrecto



- La ubicación del logotipo, como cierre, siguiendo una lógica de lectura.
- El mensaje se encuentra legible. El recuadro de color de fondo crea un contraste que logra una buena visibilidad.
- La tipografía corresponde con lo indicado por el libro de marca.



- Logotipo ubicado sin ningún motivo en una posición indecuada.
- El texto cubre parte importante de la fotografía por lo que anula el mensaje
- La tipografía y el color no colaboran con la legibilidad; además no cumplen con los requisitos expuestos.



## 1.2 Usos del logo

El logo tendrá dos usos fundamentales, en documentos oficiales de la institución (corresponden a una serie de publicaciones impresas relacionadas con las actividades de la entidad) y en la comunicación masiva, es decir, en los medios recibidos simultáneamente por una gran audiencia.



## Comunicación institucional

La comunicación institucional es un proceso asociado con audiencias internas y externas. Está claramente definida por los requerimientos de intercambio de datos e información entre personas, instituciones contraparte, organismos no gubernamentales, órganos internacionales y entidades académicas, entre otros.

En el caso de la comunicación institucional las versiones de logo que se utilicen (horizontal o vertical) deberán tener el descriptivo del acrónimo “pani”, que será Patronato Nacional de la Infancia.





## Comunicación masiva

En este componente de la estrategia de comunicación institucional los mensajes que se priorizan son los elaborados desde cuatro disciplinas: periodismo, publicidad, relaciones públicas y producción con énfasis especial en comunicación digital.

El desarrollo de los mensajes en cada uno de estos segmentos está referido a los públicos externos y la filosofía con la que se utilizará el logotipo, es posicionar el nombre "pani".

Para generar recordación entre todos los receptores, la reiteración en su uso será necesaria en los materiales impresos y audiovisuales.





### 1.3 Convivencia del logo con otras marcas

El “pani” tiene, como instrumento para regular los aspectos visuales, un libro de marca que deben respetar todas las instituciones públicas, o entidades que tienen relación con la misma.

En las acciones de comunicación masiva la marca “pani” tendrá que convivir con otras marcas en un mismo espacio. Por lo que la indicación es que el la marca “pani” siempre esté ubicada en el extremo derecho.

Para definir con claridad estos casos, se seguirán criterios de aplicación relativos a tamaños y posición en la composición gráfica.

Adicionalmente, se establecen las siguientes reglas de convivencia en el caso de que la marca tenga la función de organizadora de la actividad:

- 1) La marca institucional mantendrá un tamaño proporcional al de la marca con la que conviva.
- 2) Se alinearán de forma horizontal.
- 3) Se expresará con la misma apariencia. Esto quiere decir que se usarán las versiones y colores afines al comportamiento del conjunto.

1



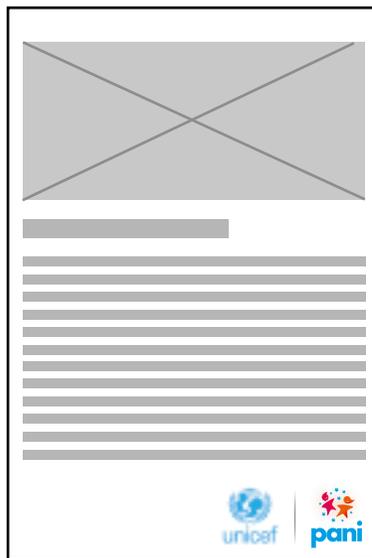
2



3



En aquellos casos en que el PANI dé su apoyo como coorganizando o copatrocinando de una actividad se deberán respetar las indicaciones expuestas en el punto anterior y considerar que debe ser ubicado en la esquina inferior derecha del arte, atendiendo los requerimientos del su área de protección del mismo.



Coorganizador



Convivencia del logo con  
Presidencia de la República



Aplicación / Institucional



## Tarjeta de presentación

El logo siempre se colocará en el extremo izquierdo del diseño.  
Se recomienda el tamaño mínimo del texto del nombre de la persona de 12 puntos, y, los datos de contacto, de 8 puntos.





## Hoja membretada

- El logo deberá colocarse en la parte superior del documento, respetando los márgenes con respecto a los objetos que lo rodean, estará centrado para una buena visibilidad.

En este caso, los datos de contacto de la institución se ubican al cierre del documento.

- El texto de información con un mínimo de 9 pts.





## Boletín de prensa

Se recomienda utilizar el logo previo al título “Comunicado de prensa” y, posteriormente, redactar el título de la noticia.



Patronato Nacional de la Infancia

**Comunicado de prensa N 002**

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit**



praesent luptatum zzzril delent augue davis dolore te feugiat nulla facilisis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod trincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit laboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod trincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit laboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse mollisae consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzzril delent augue davis dolore te feugiat nulla facilisis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod trincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit laboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod trincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit laboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod trincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit laboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod trincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit laboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod trincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit laboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Tel. 2245-23-23 / Email. [info@pani.com](mailto:info@pani.com) / [www.pani.com](http://www.pani.com)





## Presentación para exposición

El tamaño sugerido es de 800 px de ancho por 600 px de alto.

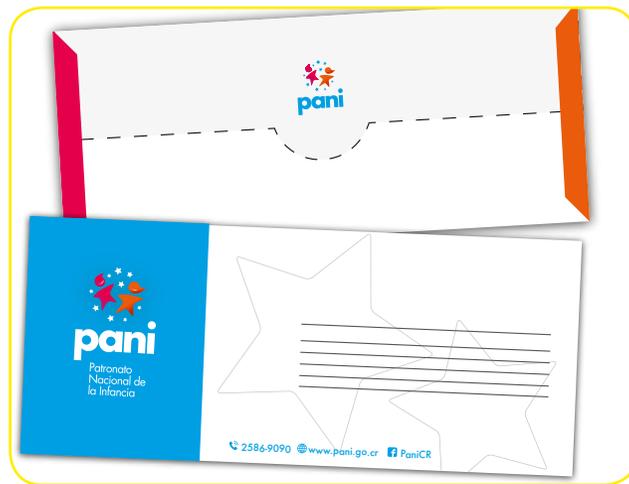
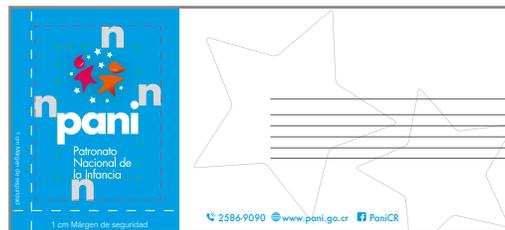
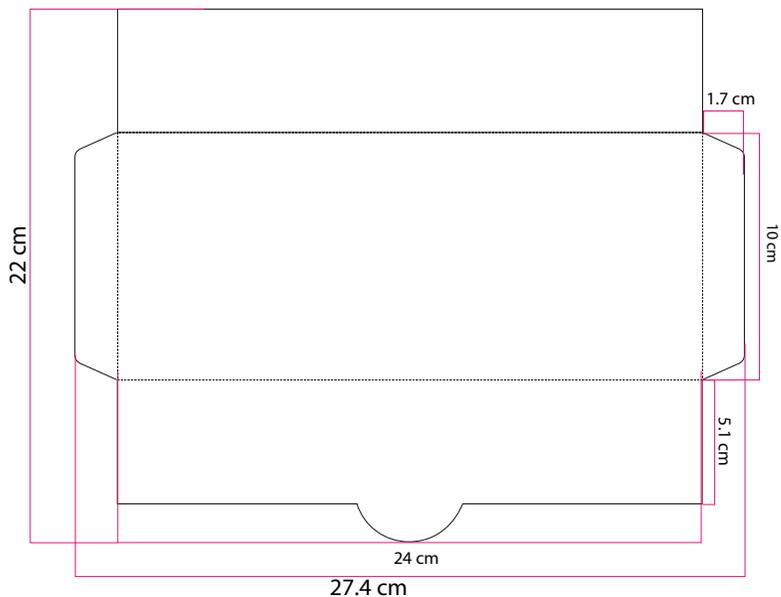
La lámina de portada tendrá el logotipo ubicado en la parte superior central, y será el cierre, (en la parte inferior derecha), en las láminas informativas.





## Sobre de carta

Instrucciones para ubicación del logo, márgenes de seguridad y tamaños sugeridos.





## Desplegables (brochure)

- El tamaño sugerido es de 8,5x11 pulgadas.
- La proyección visual dele documento debe corresponder con la línea creativa y conceptual descrita en este libro de marca. La cual considera el uso de imágenes infantiles en ambientes de felicidad. Tienen que ser textos muy cortos, pues la prominencia debe estar sobre la imagen y el logotipo.





## Sobre de manila

El tamaño sugerido es de 22 cm de ancho por 30 cm de alto, en la parte de atrás del sobre, el isotipo hace la función de cierre de carta.





## Informes oficiales

Para el uso de documentos oficiales del Estado





## Portada para investigaciones internas





## Sellos



FECHA: \_/\_/\_  
**RECIBIDO**





## Bandera

Se deben considerar las indicaciones de uso de color y fondo.

2 m x 1,20 m



2 m x 1,20 m





## Estandarte

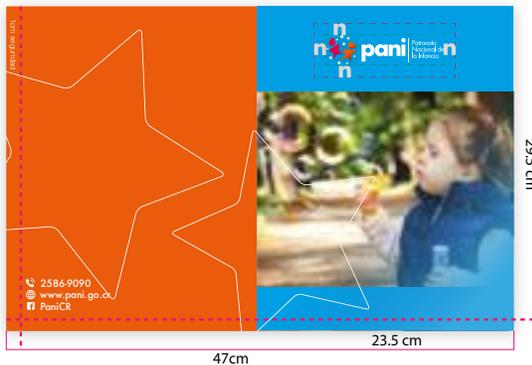
Se deben considerar las indicaciones de uso de color y fondo.



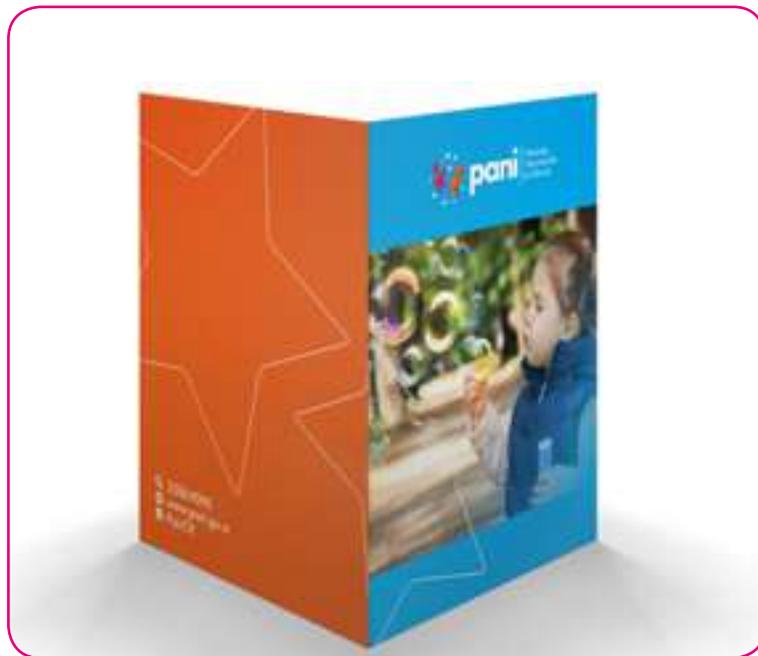


## Carpeta institucional

Para la distribución de documentos de la institución.



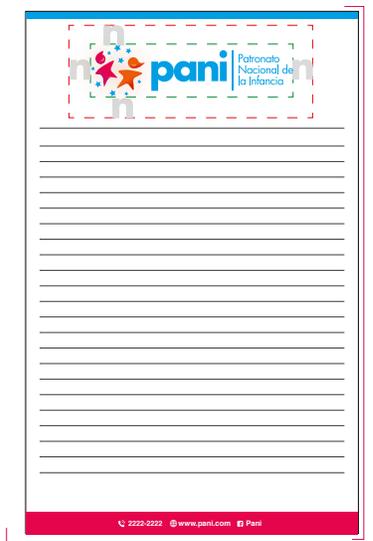
Tamaño: 29,5cm x 47 cm





## Cuaderno de notas

- Material para uso en eventos de relaciones públicas y reuniones, posee información institucional y puede unificarse con la posible imagen gráfica específica de cada evento.
- Además este producto puede utilizarse como una herramienta adicional para llevar a cabo las labores de oficina en la entidad.



8.5 in

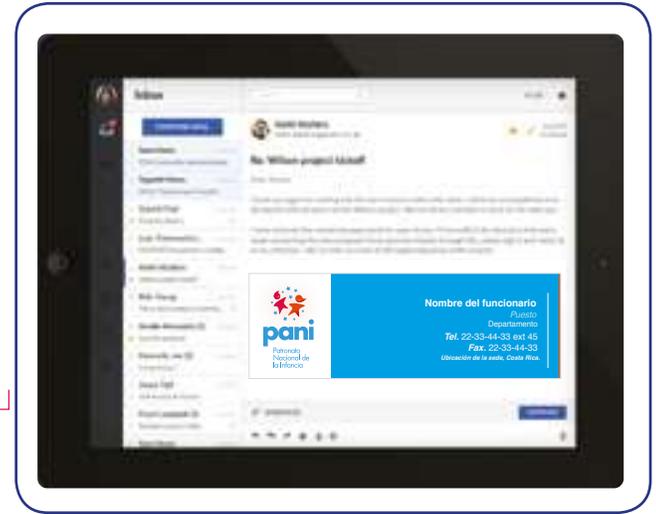
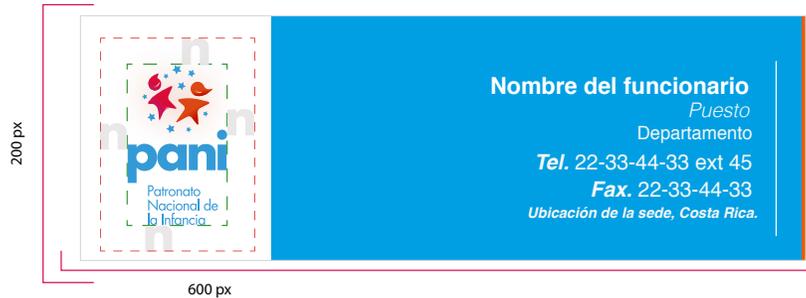
5.5 in





## Firma de correo

- Elemento gráfico para correos externos e internos, la presencia de la identidad corporativa es imprescindible por la legitimidad de información.
- Esta firma se utiliza al final del cuerpo del correo.





## Señalización interna

- El rótulo de ubicación para oficinas deberá estar en recepción y en aquellos otros puntos visibles.
- Su objetivo es mejorar la accesibilidad a los servicios requeridos y mayor seguridad en los desplazamientos y acciones.

Helvetica - Bold

**Asesoría Jurídica**

8 In



**Presidencia  
Ejecutiva**



17 In



## Señalización externa





## Rotulación vehicular

- En las puertas delanteras, conductor y copiloto, debe estar ubicado el logotipo.
- En la zona de atrás, se puede considerar la ubicación del logo, además, es indispensable que se le incluya en la parte de adelante y atrás el número institucional del vehículo.





Aplicaciones/ Promocionales



## Tazas/Jarras





## Camisetas

Los uniformes deberán tener el logotipo según la utilización sobre fondo ya explicado en la sección de colores.





## Lápiz/Lapicero

- Este material deberá tener el logotipo según la utilización sobre fondo ya explicado en la sección de colores.





## Sombrilla

- La sombrilla deberá tener el logotipo según la utilización sobre fondo ya explicado en la sección de colores.
- Se debe respetar el área de seguridad del logo.





## USB / Flash drive

- Los modelos y tamaños varían según el proveedor.
- Este accesorio deberá tener el logotipo según la utilización sobre fondo ya explicado en la sección de colores.
- Se debe respetar el área de seguridad del logo.





## Gorra

- Este accesorio deberá tener el logotipo según la utilización sobre fondo ya explicado en la sección de colores.
- Se debe respetar el área de seguridad del logo.





## Bolso

- Este accesorio deberá tener el logotipo según la utilización sobre fondo ya explicado en la sección de colores.
- Se deben considerar los modelos de cada producto para determinar los tamaños.
- Se deben respetar los márgenes de seguridad.





## Agenda





## Artes de prensa

El tamaño será determinado por el medio de comunicación.

Se deben respetar usos de logo, color y tipografías.





Promocionales



**Sticker**





## Globos





**Alcancía**





## Aplaudidores inflables





Publicidad Exterior



## Valla publicitaria

Su tamaño está sujeto a cambios, depende de cada pauta y disponibilidad de espacio.



Información de contacto

Logotipo

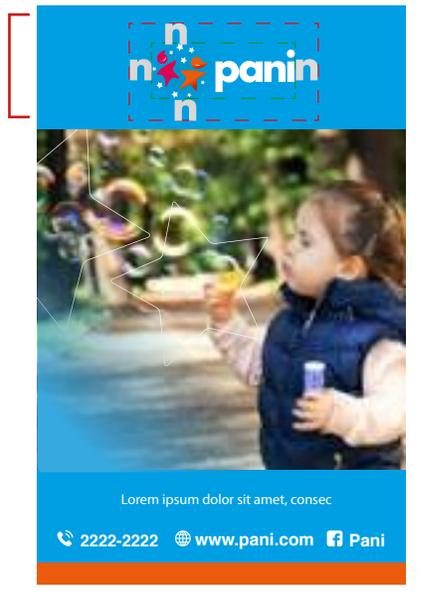




## Mupi

Márgenes de seguridad proporcionales a los tamaños determinados de los espacios otorgados por cada proveedor

Logotipo



Información de contacto







## Banner

Este producto es muy utilizado en los eventos, son muy prácticos porque no requieren de mucho tiempo para su montaje. Puede emplearse en numerosas actividades o eventos, ferias, conferencias de prensa o entrevistas con voceros del PANI.





## Trasera de bus



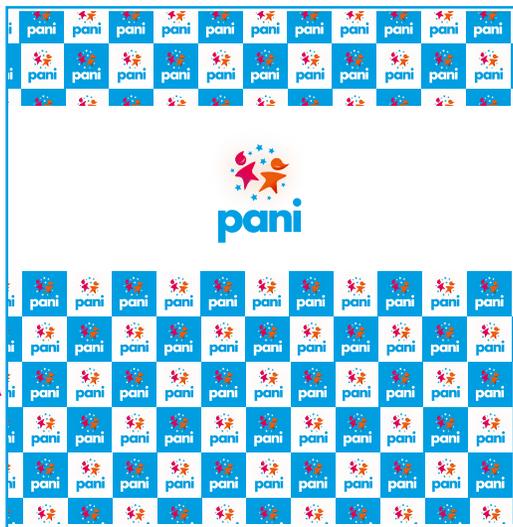


## Back panel





## Conferencia de prensa



2 mts

2 mts



Medios digitales



## Web





Facebook

Foto de perfil: 600 px X 600 px



Foto de portada: 851 px X 315 px





## Facebook/Posteo



Aspecto: 1:1  
Tamaño recomendado: 1000 px X 1000 px  
Resolución: 72 dpi



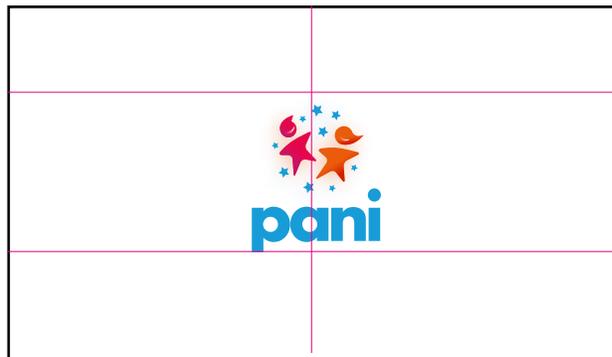


## Cierre Audiovisual

Cierre de video creado por la institución.  
Deberá posicionare en la zona central para lograr la mayor exposición posible.

Opcional: colocación en la esquina superior izquierda.

---



Cierre de video creado en convivencia con otros logos.



## Glosario

---

### Identidad institucional

Es el conjunto de atributos asumidos como propios por la institución, que atribuyen un “discurso de identidad”, que se desarrolla en el seno de la institución de un modo análogo al de la identidad personal en el individuo.

### Imagen institucional

Es la lectura pública de la institución, la interpretación que cada sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene de modo intencional o espontáneo.

### Manual de identidad corporativa

Es la normativa para dirigir la estrategia de identidad corporativa, con este material se establecen parámetros, colores, tamaños, tipografías, entre otros.

### Logotipo

Capacidad identificadora del nombre como signo puramente verbal, su versión, básicamente gráfica, agrega nuevas capas de significación. Estas capas refuerzan la individualidad del nombre al incorporar atributos de la identidad institucional.

### Colores CMYK

CMYK es el acrónimo en inglés de los colores básicos: Cyan, Magenta, Yellow y Key, que se utilizan en las impresiones a cuatro colores, es decir “color completo”.

### Colores Pantone

Es una marca registrada de Pantone Inc. Y es una guía para la especificación precisa de los colores, ya que dichos colores son un estándar universal.

### Colores RGB

RGB es el acrónimo en inglés de Red, Green y Blue. Es un modelo que posibilita la representación de un color mediante la mezcla por adición de los tres colores de luz primarios: rojo, verde y azul. Es el adecuado para representar imágenes que serán mostradas en monitores de computadoras. Las imágenes RGB utilizan tres colores para reproducir en pantalla hasta 16,7 millones.

### Isotipo o símbolo

Es la parte icónica de la figura que acompaña y complementa al logotipo.

## **Tipografía**

Es el diseño, forma y tamaño de determinado tipo de letra.

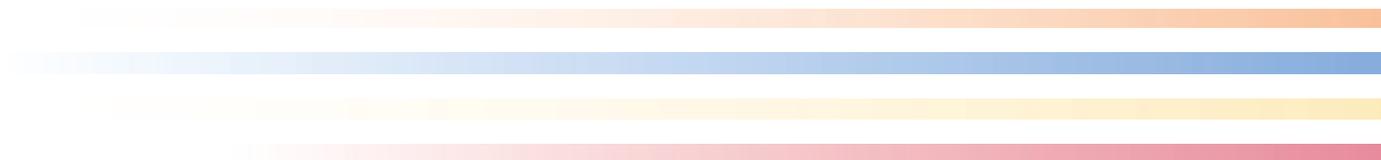
## **Escala de grises**

Una escala de grises o valor dentro del contexto de las artes gráficas y la educación artística es el sistema ordenado y gradual que cubre un rango limitado de valores de luminosidad entre el blanco, el gris y el negro.

## **Negativo**

Cuando una imagen es más clara que el fondo sobre el que está impreso. Por ejemplo: blanco sobre negro.

**Nota:** Las fotografías utilizadas en este manual, fueron compradas en [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com), con los respectivos derechos.







**pani**

Manual de Identidad Visual