



Manual de Identidad Institucional

El Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores

Índice

6	1.- Introducción
	2.- Firma Institucional
8	2.1 Lineamientos
8	2.2 Logotipo
9	2.2.1 Formato y proporción
10	2.2.2 Réticula de construcción
11	2.2.3 Usos indebidos el logotipo
12	2.3 Tipografía institucional
	3. Colores Institucionales
14	3.1 Lineamientos
14	3.2 Color institucional
	4. Papelería Institucional
16	4.1 Lineamientos
17	4.2 Papelería institucional
17	4.2.1 Tarjeta de presentación
18	4.2.2 Hoja membretada
19	4.2.3 Sobres
20	4.2.4 Sobre con ventana
21	4.2.5 Fólder carta
22	4.2.6 Fólder carta especial
23	4.2.7 Fólder oficio
24	4.2.8 Sobre bolsa (carta)
25	4.2.9 Credencial
26	4.2.10 Lineamiento para el uso de la hoja membretada
27	4.3 Formatos institucionales
27	4.3.1 Tarjeta de usos varios
28	4.3.2 Tarjeta informativa
29	4.3.3 Atenta nota
30	4.3.4 Tarjeta de agradecimiento
31	4.3.5 Portada y lomo para carpeta
32	4.3.6 Cabeza formatos institucionales
33	4.3.7 Oficio interno y externo

34	4.4	Formatos digitales
34	4.4.1	Firma electrónica
35	4.4.2	Presentación institucional
36	4.4.3	Personificadores

5. Apoyos Gráficos

38	5.1	Lineamientos
39	5.2	Materiales impresos
39	5.2.1	Carteles
40	5.2.2	Flyer
41	5.2.3	Díptico.
42	5.2.4	Tríptico
43	5.2.5	Volante

6. Medios de Comunicación

45	6.1	Lineamientos
46	6.2	Materiales de prensa
46	6.2.1	Esquelas
47	6.2.2	Boletines
48	6.2.3	Publireportajes

7. Uso de las marcas para el Infonavit Ampliado

50	7.1	Antecedentes
50	7.2	Lineamientos
51	7.2.1	Uso de la marca Infonavit
52	7.2.2	Aplicación en oficinas
53	7.2.3	Aplicación en papelería

8. Elementos Promocionales

55	8.1	Lineamientos
55	8.2	Aplicaciones promocionales.

59	9.	Glosario
----	----	----------



1

Introducción

1. Introducción

El Sistema de Identidad del Fonavit es la plataforma de un amplio programa de comunicación; también es el resultado de un largo proceso creativo y, sin duda, la manera idónea para comunicar y transmitir la personalidad del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.

La importancia que reviste el uso de la Imagen Institucional nos ha conducido a preparar un Manual de aplicación capaz de regular las distintas maneras de utilizar cada elemento que integra nuestra imagen gráfica.

En las páginas de este Manual se indican los lineamientos y especificaciones que se deben observar con esmero, vigilando todos aquellos que de manera permanente o eventual, generen algún tipo de comunicación relativa a nuestro Instituto.

Se recomienda leer cuidadosamente las páginas de este Manual para llevar a cabo la aplicación precisa de las normas que aquí se estipulan.

Aquí se presentan la mayoría de los casos a los que el usuario puede enfrentarse durante la aplicación de la Imagen Institucional; por lo que, cuando se diseñe algún medio de comunicación que no aparezca en éste, deberá tomarse estrictamente como referencia, el ejemplo que más se le parezca.

El Manual, comprende una amplia gama de mensajes de comunicación visual y está diseñado para crecer conforme lo exijan las necesidades de comunicación del Instituto, ya sea para actualizarse o para renovarse, según sea necesario.

Los originales para reproducción que aparecen anexos a este Manual constituyen el único material autorizado para obtener reproducciones, puesto que las ilustraciones y ejemplos incluidos, tienen como función específica, la explicación detallada de las distintas aplicaciones.

El uso correcto de cada uno de los elementos gráficos, que componen nuestra Identidad Institucional, es una responsabilidad que ninguno de nosotros podemos eludir. De esta forma, alcanzaremos el objetivo fundamental de comunicar con la debida propiedad, la imagen del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.

Nota: Si el usuario se encuentra ante una situación de duda, es preciso consultar a la Coordinación General de Comunicación y Apoyo, que es la encargada de autorizar decisiones en torno al Programa de Comunicación e Imagen Institucional.



2

Firma Institucional

2.1 Lineamientos

Nota: Todo uso gráfico que no siga los parámetros indicados en este Manual o que no haya sido supervisado y autorizado por la Coordinación General de Comunicación y Apoyo del Instituto, será considerado incorrecto.

El logotipo de nuestra Firma Institucional se compone de dos elementos: el símbolo y el logotipo Infonavit. En todas y cada una de nuestras comunicaciones visuales debe ser el elemento visual dominante.

Cuando la Firma Institucional se va a utilizar a color sobre fondo blanco es obligatorio plasmarla en el color Pantone 186 C, que es el color institucional.

La Firma Institucional es el elemento gráfico más importante, aparece en todas las manifestaciones visuales del Instituto: señalamientos y letreros, papel membretado y formas impresas, anuncios publicitarios, materiales promocionales, folletos, portal de internet, y otras herramientas de comunicación.

El uso y la aplicación de la Firma Institucional deben ser objeto de un cuidado minucioso. Por ningún motivo deberán alterarse las proporciones establecidas para el símbolo y el logotipo, así como la relación entre ambos.

2.2 Logotipo



INFONAVIT

Símbolo, Logotipo y Firma institucional

Grafismo

Consiste en la presentación estilizada y abstracta de dos personas que representan a la familia de los trabajadores; su unión, en la parte superior enmarca la vivienda. Este elemento es utilizado en conjunto con el logotipo Infonavit; la unión de ambos forman la Firma Institucional.

Logotipo

El acrónimo Infonavit es la síntesis de la leyenda: Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores conocido como Infonavit, es un término formado por la unión de elementos del principio de la primera palabra, la segunda y así subsecuentemente, a esta combinación se le llama acrónimo.



“En lingüística moderna, un acrónimo puede ser una sigla que se lee como una palabra o un vocablo formado al unir parte de dos palabras. Su significado es la suma de los significados de las palabras que lo forman. Los acrónimos se pueden componer de dos sustantivos y siempre se escriben y pronuncian como una palabra normal, su género es el del elemento principal.”

Las letras pertenecen a la tipografía, Eurostile Bold Extended (modificando su trazo original en la letra A quitando el trazo horizontal). Su escritura debe ser en altas y bajas.

Firma Institucional

Es el elemento básico que unifica la comunicación gráfica del Instituto.

2.2.1 Formato y proporción

Medidas permitidas

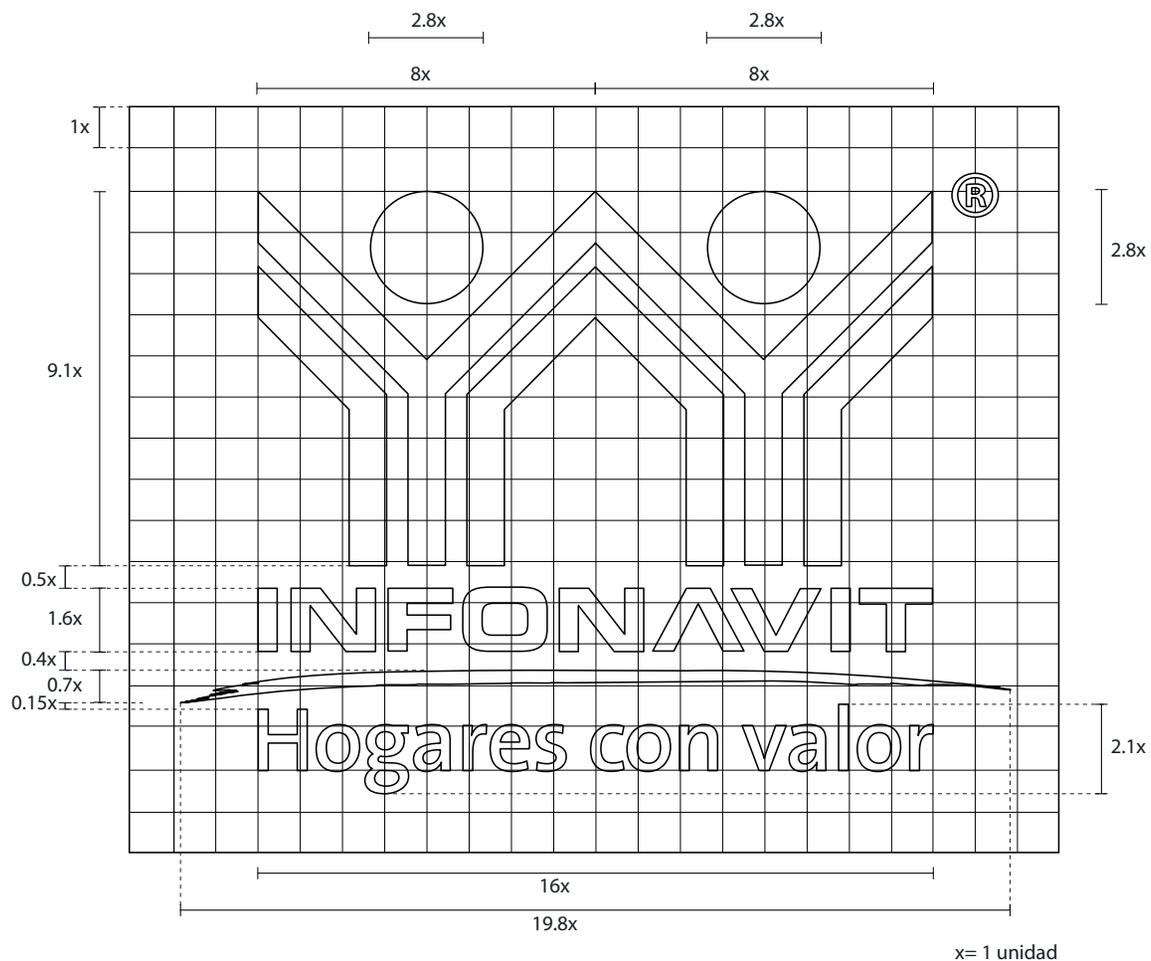
La reducción mínima (1.4cm) permitida, para los medios impresos, será de 1.4 cm de alto y se deberá mantener la proporción a lo ancho.

La reducción mínima permitida para los medios impresos será de 1.4 cm de alto y se deberá mantener la proporción a lo ancho, no importando que se encuentre calado, en una superficie de color pantone 186 c.

Nota: Se hará la excepción, únicamente, en las impresiones de los artículos promocionales.

2.2.2 Retícula de construcción

Trazo y medidas proporcionales de la Firma Institucional.



2.2.3 Usos indebidos del logotipo

Se considerarán indebidos todos los usos no integrados dentro de este Manual, tales como el color, el tamaño, forma de uso de la Firma, proporciones, etcétera.

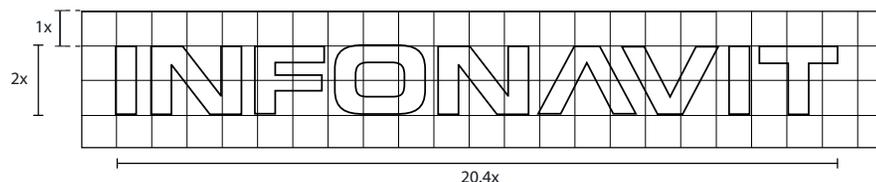
1. No se usarán dos colores en la Firma Institucional, sólo será el pantone 186 c.
2. Se deberá respetar el tamaño y la proporción de todos los elementos de la Firma Institucional y evitar modificar, agrandar, redondear o deformar las partes del mismo.
3. No se podrá separar por ningún motivo, el logotipo del símbolo.
4. No se permite colocar de forma horizontal, ninguno los elementos de la Firma Institucional.
5. No usar la Firma Institucional sin relleno.
6. y 7. No se usará el símbolo para formar una pleca, con relleno o sin él.
8. No deformar, ni aumentar de ninguna manera, la Firma Institucional.

1. 
2. 
3. 
4. 
5. 
6. 
7. 
8. 

2.3 Tipografía institucional

Tipografía logotipo

La tipografía, utilizada en el logotipo Infonavit, deberá ser respetada siempre en su forma y espacios.



Tipografía institucional

El tipo de letra pertenece a la fuente, Eurostile Bold Extended (modificando su trazo original).



Tipografías para textos de apoyo

Se pueden utilizar las fuentes Arial y Myriad como tipos de apoyo en publicaciones e impresos.

Myriad Roman

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Myriad Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Myriad Bold e Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Arial Regular e Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Arial Black

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890



3

Color Institucional

3.1 Lineamientos

Usar correctamente el color, constituye un aspecto esencial de la Imagen Institucional. Aquí se establecen los lineamientos para aplicar el color Institucional en los diferentes medios de comunicación.

El color Institucional del Infonavit es el **Pantone 186 C**, para superficie lisa brillante, lisa mate y superficies porosas. El color Institucional puede ser utilizado también en algunos elementos gráficos con el fin de hacer más atractivo el elemento de comunicación, sin embargo, estas aplicaciones especiales deben, sin excepción, ser consultadas con la Oficina de Diseño e Imagen Institucional de la Coordinación General de Comunicación y Apoyo, antes de proceder a la producción.

Cuando un proveedor externo realice un trabajo aplicando el color institucional, es obligatorio solicitar una muestra y verificar que se imprima correctamente, ya que los diversos tipos de material pueden producir diferentes tonalidades.

3.2 Color institucional



Pantone
186 C

Tintas directas

Cuando se imprima con tinta directa, se utilizará el **Pantone 186 C**.

Selección de color

Cuando sea necesario imprimir utilizando pantallas de colores (selección de color), es obligatorio utilizar los porcentajes que aquí se indican, de esta forma, se obtendrá el color institucional.

Cyan	0 %
Magenta	100 %
Amarillo	81 %
Negro	4 %



4

Papelería Institucional

4.1 Lineamientos

Nota: La incorporación de cualquier otro elemento o la modificación de los elementos aprobados, traería consecuencias negativas, para el Sistema de Identidad Institucional del Infonavit.

La papelería, ya sea la de correspondencia o de presentación, es uno de los más importantes medios para comunicar nuestra Identidad Institucional.

Por esta razón, hemos incluido algunas muestras, con el fin de que sirvan como guía. Todas, forman parte de un sistema coherente, cuyo objetivo fundamental es transmitir una imagen de organización, eficiencia, limpieza y elegancia; como resultado de la sencillez de su diseño.

4.2 Papelería institucional

4.2.1 Tarjeta de presentación

Tamaño
9 X 5 cm

Uso
Institucional.

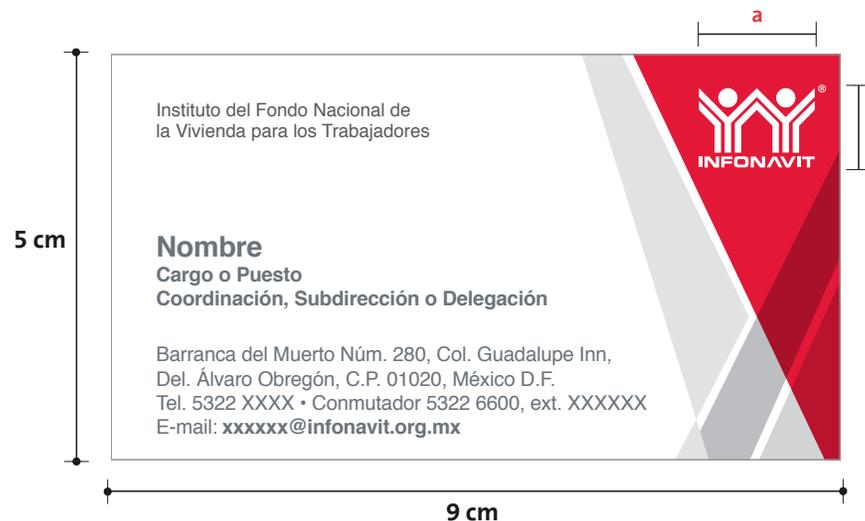
Impresión
Selección de color.

Papel
Cartulina Opalina importada de 225 gramos.

Dimensiones:
a. 1.4 cm
b. 1 cm

Tipografía

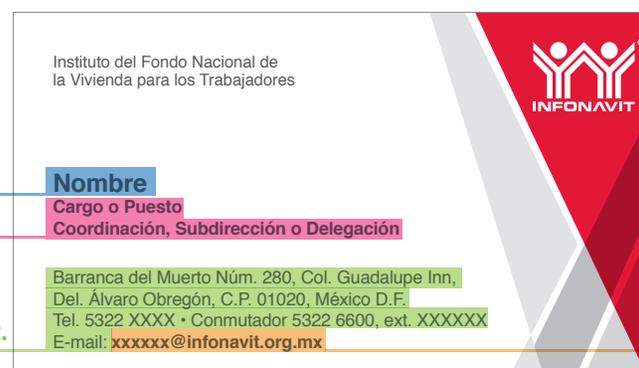
Helvética Regular de 11 puntos, para el nombre y apellido. Helvética Bold de 7 puntos, para puesto o cargo, Helvética Regular 6.6 puntos, para la dirección. El correo electrónico irá en Helvética Bold, de 6.6 puntos.



Helvética Bold 8.5 pt.

Helvética Bold 6 pt.

Helvética Regular 6 pt.



Helvética Bold 6 pt.

4.2.2 Hoja membretada

- Tamaño**
28 X 21.5 cm
- Uso**
Institucional.
- Impresión**
Selección de color.
- Papel**
Bond de 90 gramos.
- Dimensiones:**
 - a.** 2.2 cm
 - b.** 1.5 cm

28 cm



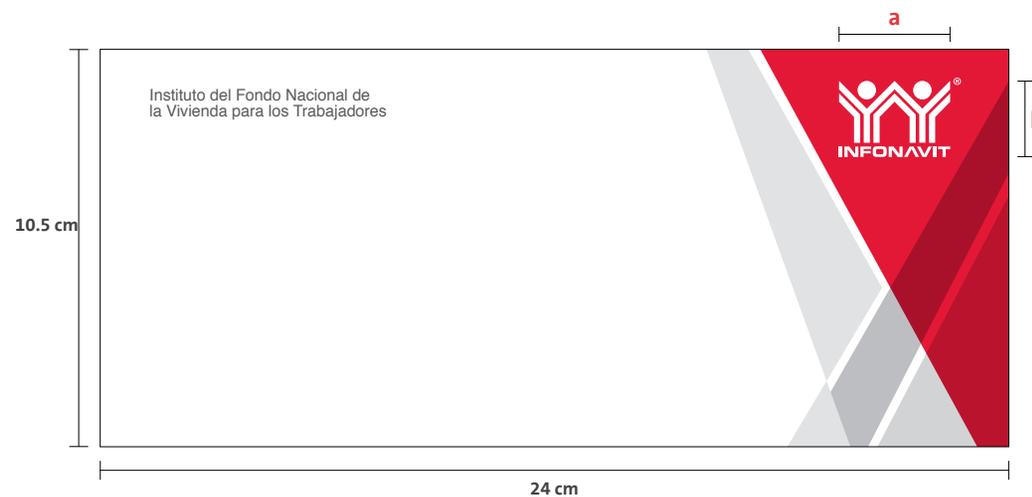
4.2.3 Sobres

Tamaño
24 X 10.5 cm

Uso
Dirección General.

Impresión
Selección de color.

Dimensiones:
a. 2.9 cm
b. 2.0 cm

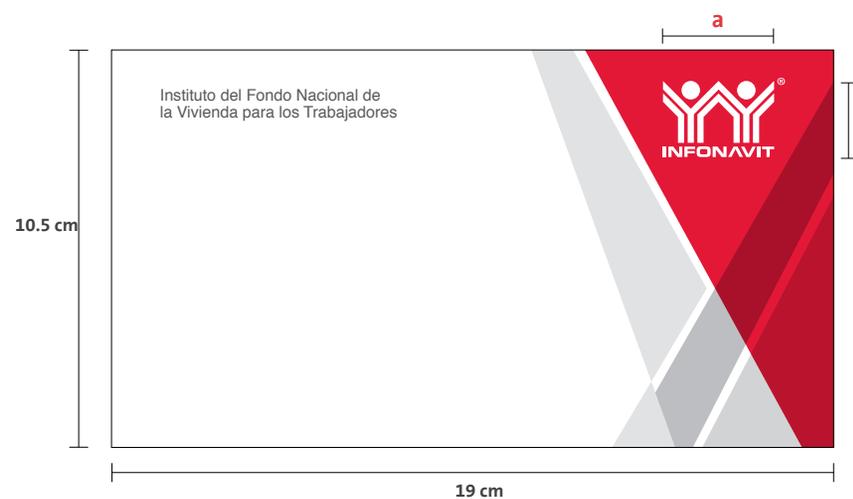


Tamaño
10.5 X 19 cm

Uso
Dirección General.

Impresión
Selección de color.

Dimensiones:
a. 2.9 cm
b. 2.0 cm



4.2.4 Sobres con ventana

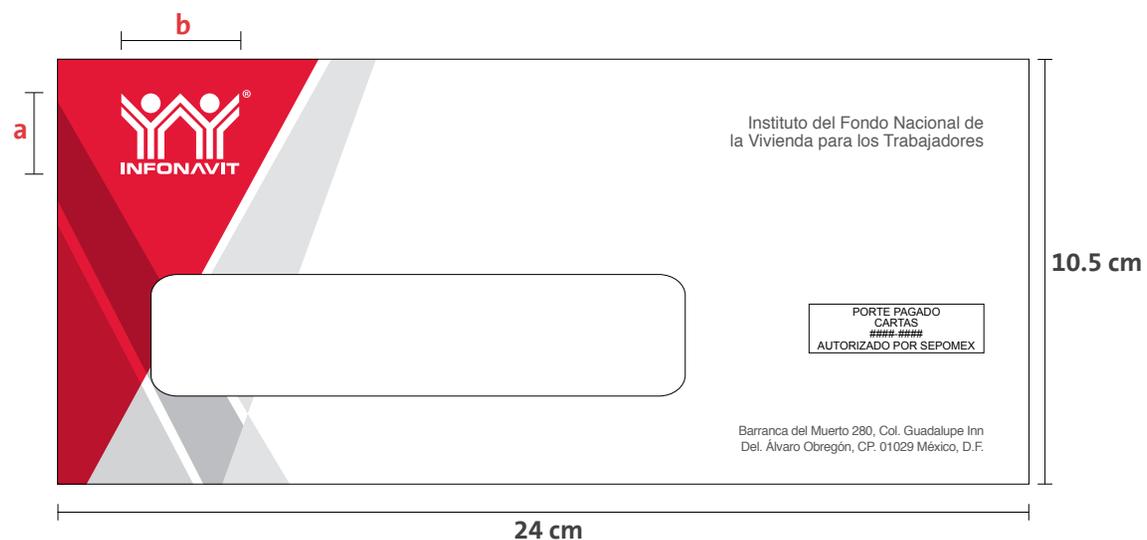
Tamaño
24 X 10.5 cm

Uso
Institucional.

Impresión
Selección de color.

Papel
Bond de 90 gramos.

Dimensiones:
a. 2.0 cm
b. 2.9 cm



4.2.5 Fólder carta

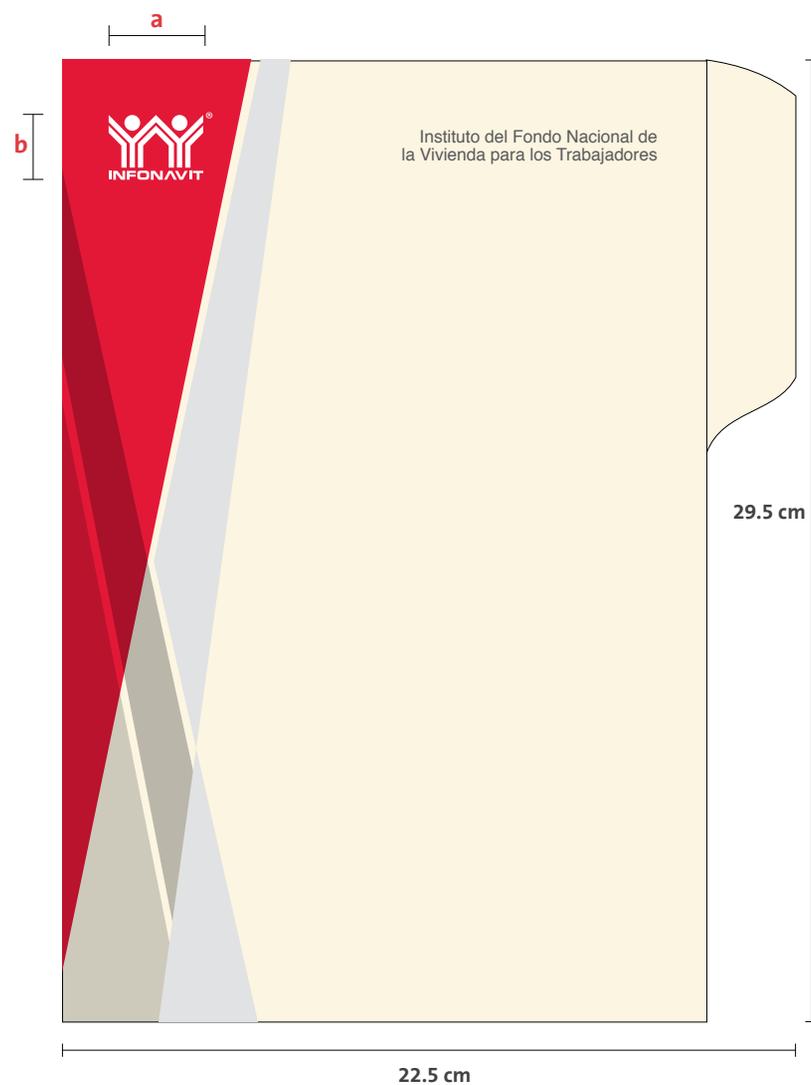
Tamaño
22.5 X 29.5 cm

Uso
Institucional.

Impresión
Selección de color.

Papel
Cartulina Bristol.

Dimensiones:
a. 2.9 cm
b. 2.0cm



4.2.6 Fólder carta especial

- Tamaño**
22.5 X 29.5 cm
- Uso**
Promocional
- Impresión**
Selección de color,
con suaje especial en la pestaña.
- Papel**
Cartulina Bristol.



4.2.7 Fólder oficio

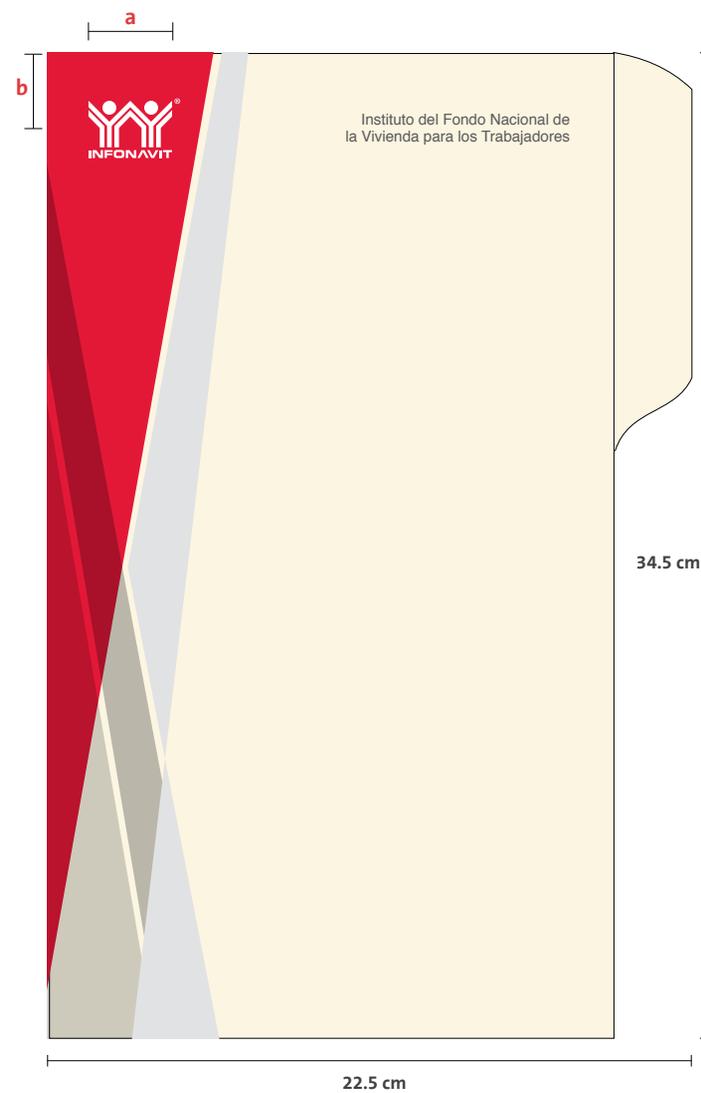
Tamaño
34.5 x 22.5 cm

Uso
Institucional.

Impresión
Selección de color.

Papel
Cartulina Bristol.

Dimensiones:
a. 2.9 cm
b. 2.0cm



4.2.8 Sobre bolsa tamaño carta

Tamaño
30.5 X 23 cm

Uso
Institucional.

Impresión
Selección de color.

Papel
Bond de 90 gramos.

Dimensiones:
a. 2.9 cm
b. 2.0cm



4.2.9 Credenciales del personal



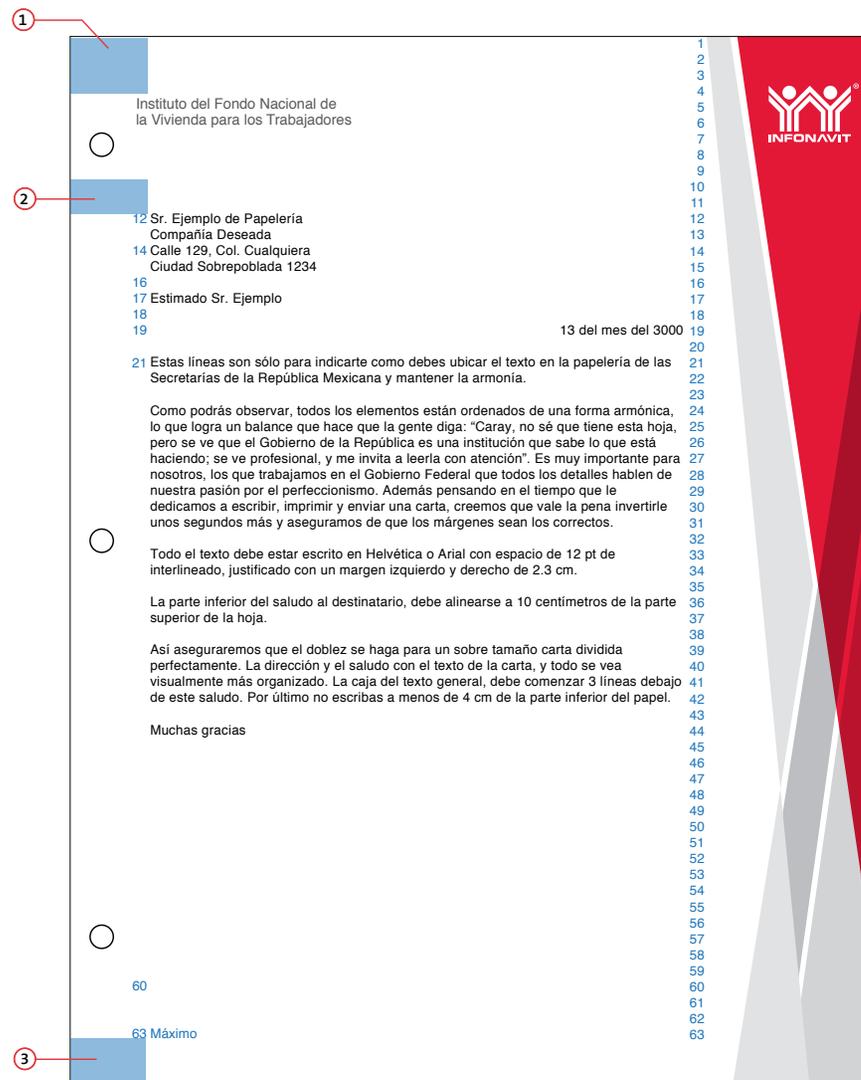
4.2.10 Lineamientos para el uso de la hoja membretada

Con el fin de uniformar las comunicaciones escritas, se ha desarrollado un método, a partir de los espacios normales de una máquina de escribir o de una computadora.

Aquí, se muestra una hoja membretada normal y se indican las medidas de los márgenes y espacios en blanco, también, aparece el número de la línea en la que se deberá empezar a escribir (12) así como el máximo de líneas por documento, que será de 63.

El cuerpo del texto deberá tener un espacio entre el final del encabezado y la línea 12, de 0.9 cm (2). En la parte inferior y superior se mantendrá un margen de 1.5 cm (1 y 3). Los márgenes laterales son de 2.3 cm.

Para el texto de los documentos, se deben usar la tipografía Arial, en 10 puntos.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12 Sr. Ejemplo de Papelería
Compañía Deseada

14 Calle 129, Col. Cualquiera
Ciudad Sobrepoblada 1234

16

17 Estimado Sr. Ejemplo

18

19 13 del mes del 3000

20

21 Estas líneas son sólo para indicarte como debes ubicar el texto en la papelería de las Secretarías de la República Mexicana y mantener la armonía.

22

23

24 Como podrás observar, todos los elementos están ordenados de una forma armónica, lo que logra un balance que hace que la gente diga: "Caray, no sé que tiene esta hoja, pero se ve que el Gobierno de la República es una institución que sabe lo que está haciendo; se ve profesional, y me invita a leerla con atención". Es muy importante para nosotros, los que trabajamos en el Gobierno Federal que todos los detalles hablen de nuestra pasión por el perfeccionismo. Además pensando en el tiempo que le dedicamos a escribir, imprimir y enviar una carta, creemos que vale la pena invertirle unos segundos más y aseguramos de que los márgenes sean los correctos.

26

27

28

29

30

31

32

33 Todo el texto debe estar escrito en Helvética o Arial con espacio de 12 pt de interlineado, justificado con un margen izquierdo y derecho de 2.3 cm.

34

35

36 La parte inferior del saludo al destinatario, debe alinearse a 10 centímetros de la parte superior de la hoja.

37

38

39 Así aseguraremos que el doblez se haga para un sobre tamaño carta dividida perfectamente. La dirección y el saludo con el texto de la carta, y todo se vea visualmente más organizado. La caja del texto general, debe comenzar 3 líneas debajo de este saludo. Por último no escribas a menos de 4 cm de la parte inferior del papel.

40

41

42

43

44 Muchas gracias

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

63 Máximo

2

3

4.3 Formatos institucionales

4.3.1 Tarjeta de usos varios

Tamaño
21.5 X 14 cm

Uso
Ejecutivo.

Impresión
Firma Institucional, grabada en ciego húmedo y selección de color

Papel
Cartulina Opalina importada de 225 gramos.

Tamaño
21.5 X 14 cm

Uso
Institucional.

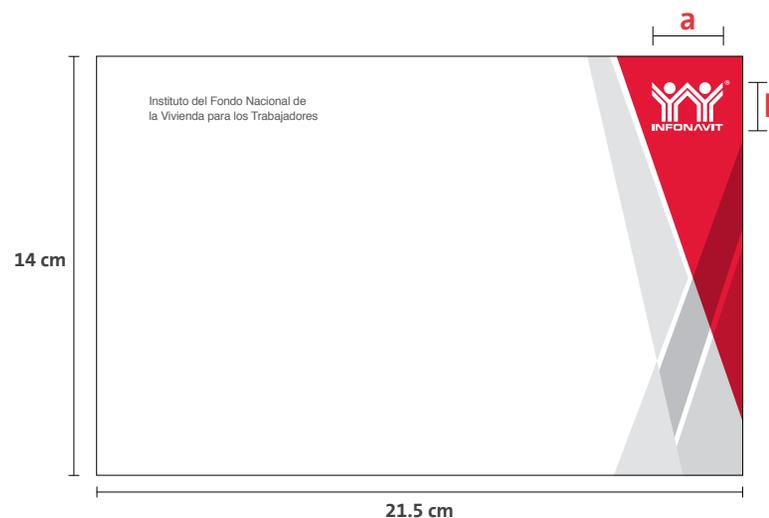
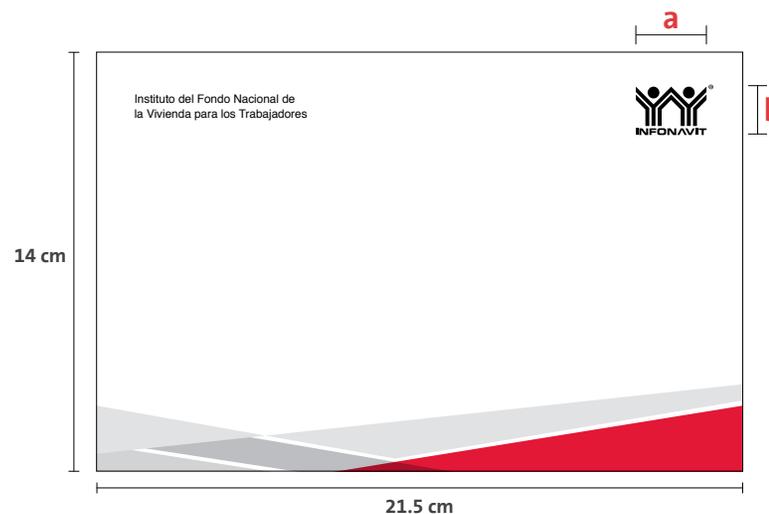
Impresión
Selección de color.

Papel
Cartulina Opalina importada de 225 gramos.

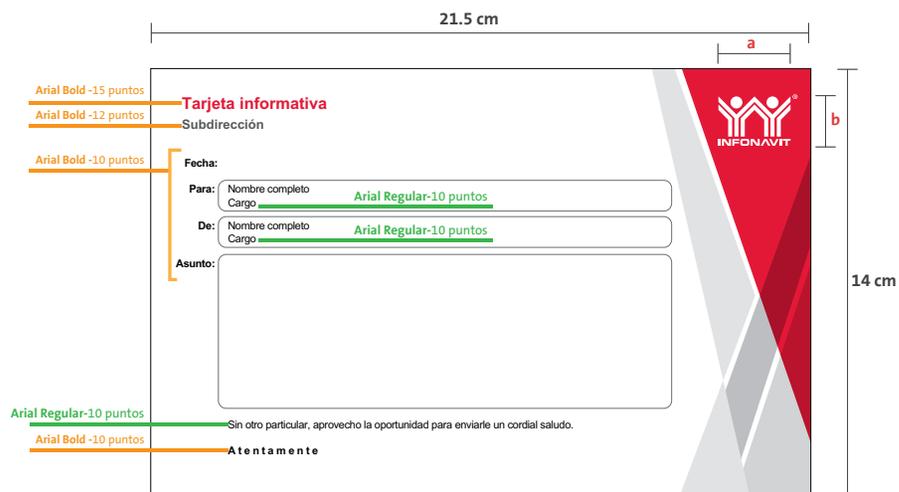
Dimensiones:

a. 2.4 cm

b. 1.6 cm



4.3.2 Tarjeta informativa



Tamaño
Extendido: 21.5 X 28 cm
Final: 21.5 X 14 cm

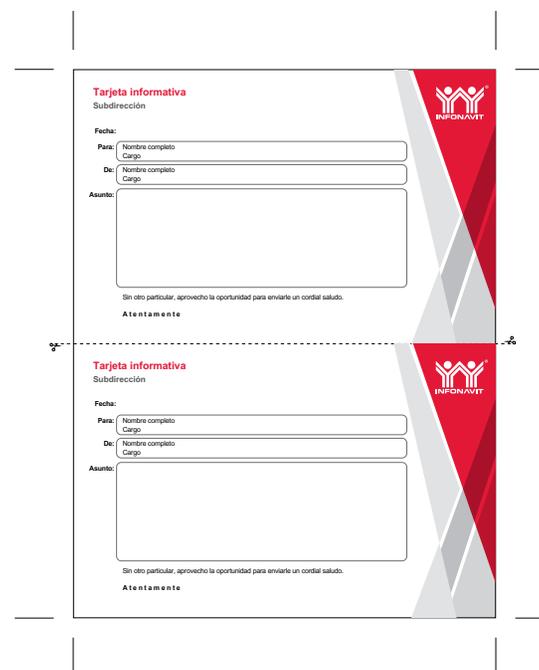
Uso
 Institucional.

Impresión
 Selección de color, con línea puntada de suaje central.

Papel
 Cartulina Opalina importada de 225 gramos.

Texto
 Escrito con la familia tipográfica Arial, en el encabezado a 12 pts, en el cuerpo del texto a 10 pts.

Dimensiones:
a. 2.4 cm
b. 1.6 cm



4.3.3 Atenta nota

Tamaño

Extendido: 21.5 X 28 cm

Final: 21.5 X 14 cm

Impresión

Selección de color, con línea puntada de suaje central.

Papel

Cartulina Opalina importada de 225 gramos.

Lineamientos

Encabezado: Nombre de la Subdirección en Arial Bold 12 puntos.

Debajo deberá señalarse el nombre de la Gerencia y/o área que elabora la atenta nota en Arial Bold a 10 puntos.

Tres espacios debajo del encabezado y alineado a la izquierda, irá la leyenda "ATENTA NOTA No. [Número consecutivo]/2013, en Arial Bold a 11 puntos. Tanto la Subdirección como las Gerencias Sr. que de ella dependen, deberán llevar un control del consecutivo de atentas notas.

Contenido: Debajo del encabezado y alineado a la derecha se colocará la fecha (Ciudad abreviada, día, mes y año), en Arial 11. Está se señalarán únicamente en la primera hoja del documento.

El contenido que se coloca en el espacio de Para, De y Asunto, deberá de ser en Arial Regular a 11 puntos.

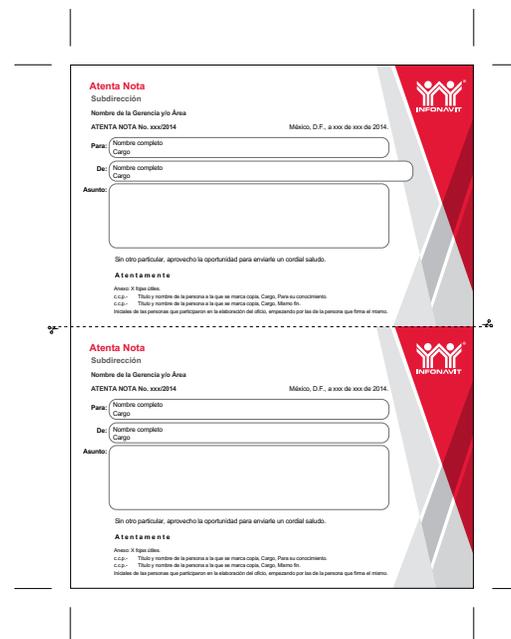
Se deberá incluir el texto de despedida "Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo." y debajo la leyenda "A t e n t a m e n t e" (espaciada letra por letra), en Arial Bold a 11 puntos, procediendo a la firma de la atenta nota inmediatamente debajo de este rubro.

En letra Arial a 9 puntos, se señala un renglón por cada copia, precedidas por la abreviatura "c.c.p.," indicando el tituló nombre, así como cargo de la persona a la que se marcará copia del documento.



The diagram shows a rectangular form with a width of 21.5 cm and a height of 14 cm. The form is divided into several sections:

- Header:** "Atenta Nota" (Arial Bold -15 puntos), "Subdirección" (Arial Bold -12 puntos), and "Nombre de la Gerencia y/o Área" (Arial Bold -10 puntos).
- Reference:** "ATENTA NOTA No. xxx/2014" (Arial Bold -11 puntos) and "México, D.F., a xxx de xxx de 2014." (Arial -11 puntos).
- Para:** "Nombre completo" (Arial Regular -10 puntos) and "Cargo" (Arial Regular -10 puntos).
- De:** "Nombre completo" (Arial Regular -10 puntos) and "Cargo" (Arial Regular -10 puntos).
- Asunto:** A large empty box for the subject.
- Text:** "Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo." (Arial Regular -10 puntos).
- Atentamente:** "Atentamente" (Arial Bold -10 puntos) and "Anexo: X hojas útiles." (Arial Regular -8 puntos).
- Footnote:** "c.c.p. - Título y nombre de la persona a la que se marca copia. Cargo. Para su conocimiento." (Arial Regular -8 puntos), "c.c.p. - Título y nombre de la persona a la que se marca copia. Cargo. Misma fn." (Arial Regular -8 puntos), and "Iniciales de las personas que participaron en la elaboración del oficio, empezando por las de la persona que firma el mismo." (Arial Regular -8 puntos).



The image shows two examples of the 'Atenta Nota' form layout, one above the other. The top example is a full page with a red and white background. The bottom example is a smaller version of the same form, showing the layout of the text and fields.

4.3.4 Tarjeta de agradecimiento

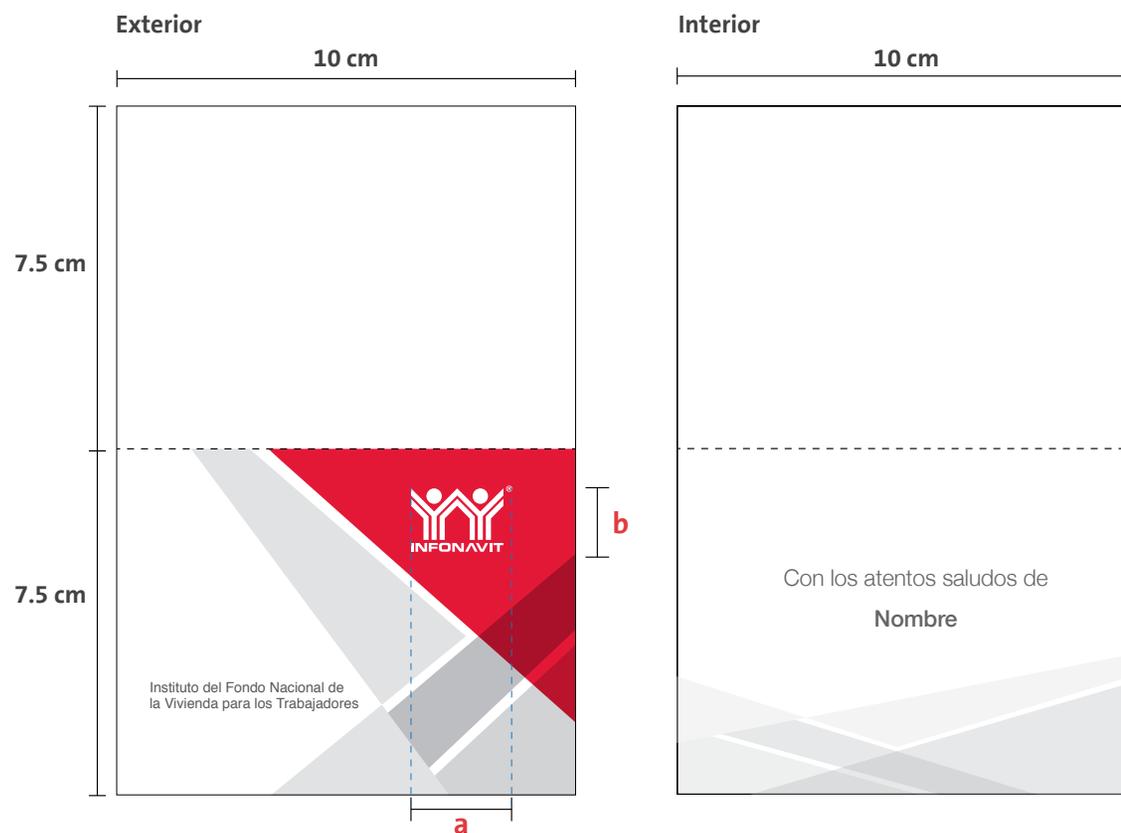
Tamaño
Extendido: 10 X 15 cm
Final: 10 X 7.5 cm

Uso
 Institucional.

Impresión
 Selección de color

Papel
 Cartulina Opalina importada de 225 gramos.

Dimensiones:
a. 2.2 cm
b. 1.5 cm



4.3.5 Portada y lomo para carpeta

Tamaño
 Portada: 21.5 X 28 cm
 Separador: 21.5 X 28 cm

Uso
 Institucional.

Impresión
 Selección de color.

Dimensiones:
a. 3.3 cm
b. 2.2 cm
c. 2.0 cm
d. 1.4 cm



4.3.6 Cabeza formatos institucionales

A fin de uniformar los formatos de trámites y servicios que se encuentran en la intranet, se detallan las características que deberán tener las cabezas para formatos, tomando en consideración el nombre de área, nombre del formato, ubicación de logotipo, medidas de márgenes, fuentes tipográficas, grosor de plecas y colores de los elementos.

Uso
Institucional.

Tamaño
21.5 X 28 cm



4.3.7 Oficio interno y externo

Tamaño
21.5 X 28 cm

Uso
Institucional.

Lineamientos

Deberá utilizarse la fuente Arial a 11 puntos, salvo cuando se señale otro puntaje. En todo el documento, el interlineado será sencillo.

Encabezado: Las especificaciones que se señalan a continuación deberán repetirse en cada página del documento.

Nombre de la Subdirección en Arial Bold 12 puntos. Debajo deberá señalarse el nombre de la Gerencia y/o área que elabora la atenta nota en Arial Bold a 10 puntos.

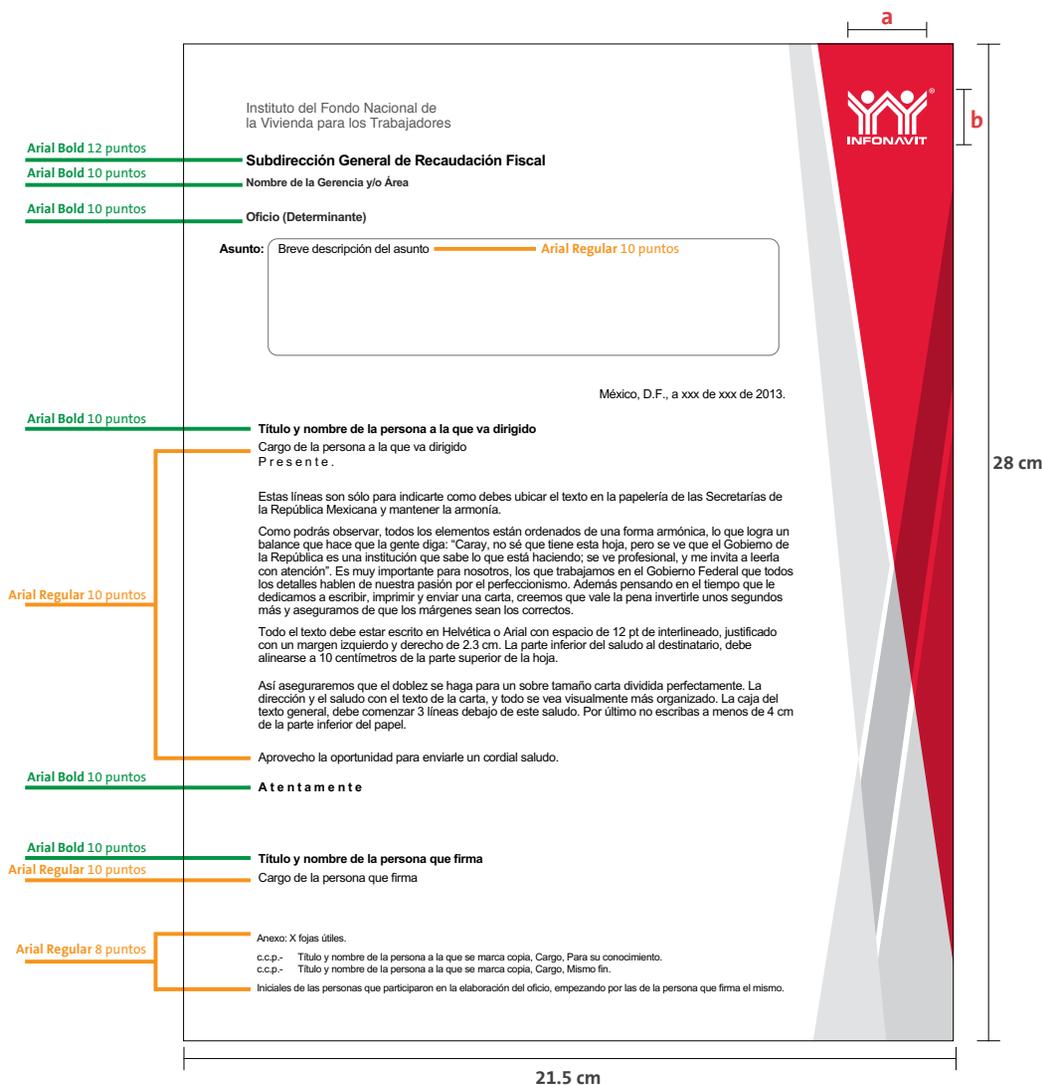
Dos espacios debajo del encabezado y alineado a la izquierda, irá la leyenda “Oficio”, en Arial Bold a 11 puntos.

En el rubro denominado “Asunto:” se se especificará brevemente el tema al que se refiere el oficio.

Contenido: Debajo del encabezado y alineado a la derecha se colocará la fecha (Ciudad abreviada, día, mes y año), en Arial 11. Está se señalarán únicamente en la primera hoja del documento.

Alineado a la izquierda y en negritas, se colocará el título, nombre y cargo de la persona a la que va dirigido el oficio.

En letra Arial a 9 puntos, se señala un renglón por cada copia, precedidas por la abreviatura “c.c.p.-” indicando el título y nombre, así como cargo de la persona a la que se marcará copia del documento.



4.4 Formatos digitales

4.4.1 Firma Electrónica

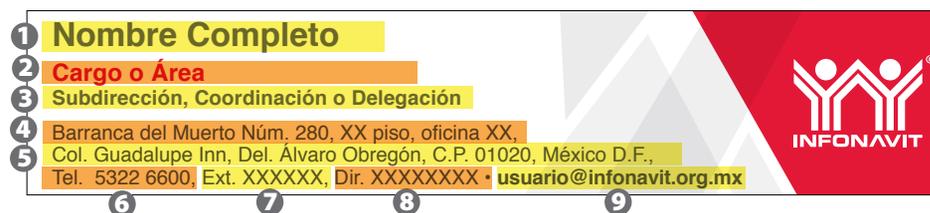
Uso
Institucional.

Dimensiones:

- a. 2.6 cm
- b. 1.3 cm
- c. 13 cm

Datos requeridos para elaboración de Firma Electrónica

1. Nombre completo (nombre, apellido paterno, materno); en **Helvética Bold** a **18 pts.**
2. Puesto, Cargo o Área; en **Helvética Bold** a **13 pts.**
3. Coordinación o Subdirección; en **Helvética Bold** a **10 pts.**
4. Dirección (calle, número, ubicación física, número de oficina; en **Helvética Regular** a **11 pts.**
5. Colonia, Delegación o Municipio, C.P., Ciudad, Estado; en **Helvética Regular** a **11 pts.**
6. Teléfono (con clave LADA en caso de no ser DF o área metropolitana); en **Helvética Regular** a **11 pts.**
7. Extensión (IN de 6 dígitos); en **Helvética Regular** a **11 pts.**
8. Teléfono Directo (en caso de tenerlo); en **Helvética Regular** a **11 pts.**
9. Correo electrónico (usuario@infonavit.org.mx); en **Helvética Regular** a **11 pts.**



4.4.2 Presentación Institucional



Portada



Interiores

Tamaño
25.4 X 19.05 cm

Uso
Comunicación Interna,
Institucional e informativo.

Impresión
Digital (solo en caso de ser necesario).

Papel
Bond 75 gramos.

Dimensiones:
a. 25.4 cm
b. 19.05 cm

4.4.3 Personificadores

Tamaño

21 X 27.5 cm (hoja completa)

Uso

Comunicación Interna,
Institucional e informativo.

Impresión

Impreso en offset, Pantone 186 C.

Papel

Cartulina Opalina importada de 225 gramos.

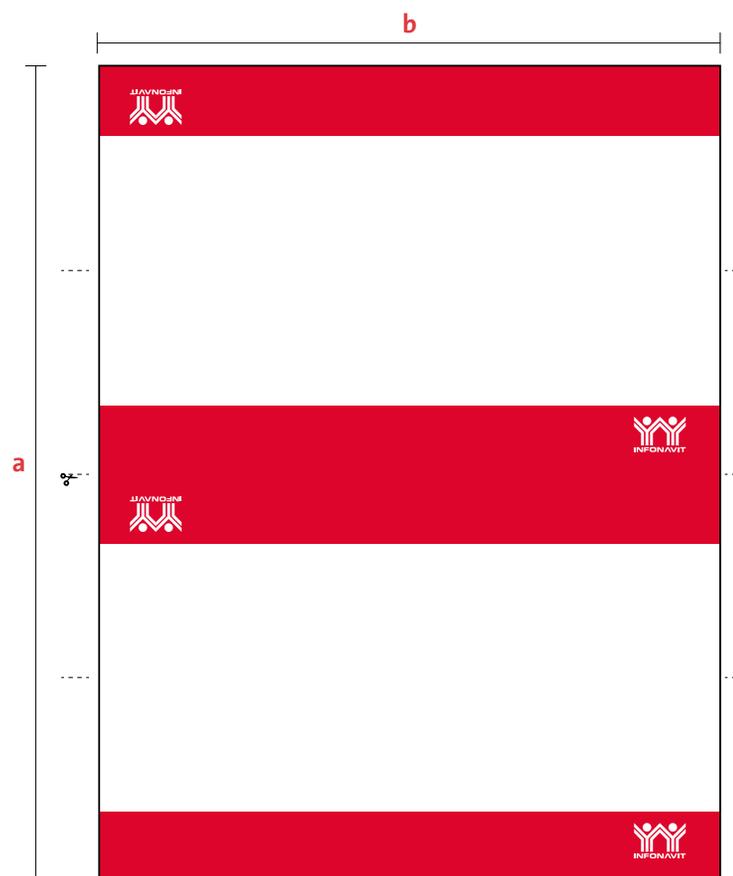
Dimensiones:

a. 21 cm

b. 27.5 cm

c. 2.3 cm

d. 1.75 cm



Hoja completa



Tamaño final (ambos lados)



5

Apoyos Gráficos

5.1 Lineamientos

El Instituto requiere de publicaciones para informar a sus derechohabientes, acreditados y empleados. Éstas pueden ser de dos tipos:

- Publicaciones institucionales internas o externas
- Publicaciones de líneas de crédito y servicios

A continuación, se presenta una serie de especificaciones, con el propósito de asegurar que todas las publicaciones cumplan con los objetivos del Sistema de Identidad del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.

En esta sección se presenta el uso de los siguientes elementos básicos de diseño:

- Retículas
- Tipografías
- Colores

Nota: Todo uso gráfico, que no siga los parámetros indicados en este Manual o que no haya sido supervisado y autorizado por la Coordinación General de Comunicación y Apoyo del Instituto, será considerado incorrecto.

5.2 Materiales impresos

5.2.1 Carteles

Tamaño

28 X 43 cm, 40 X 60 cm y 60 X 90 cm

Uso

Comunicación Interna,
Institucional y promoción.

Impresión

Selección a color.

Papel

Cartulina Couche 225 gramos.

Dimensiones:

- a. 4.3 cm
- b. 3.9 cm
- c. 1.8 cm
- d. 1.2 cm

Estructura del cartel

- Pleca Institucional en la cual deberá estar el Logotipo.
- Fotografía o gráfico alusivo al mensaje.
- Contenido o mensaje.

Cierre Institucional:

- Dirección web, Infonatel y Redes sociales.
- Número de serie y fecha de producción.



5.2.2 Flyers

Tamaño
9.3 x 21.5 cm

Uso
Institucional y promocional.

Impresión
Selección a color.

Papel
Papel Couche de 115 a 135 gramos.

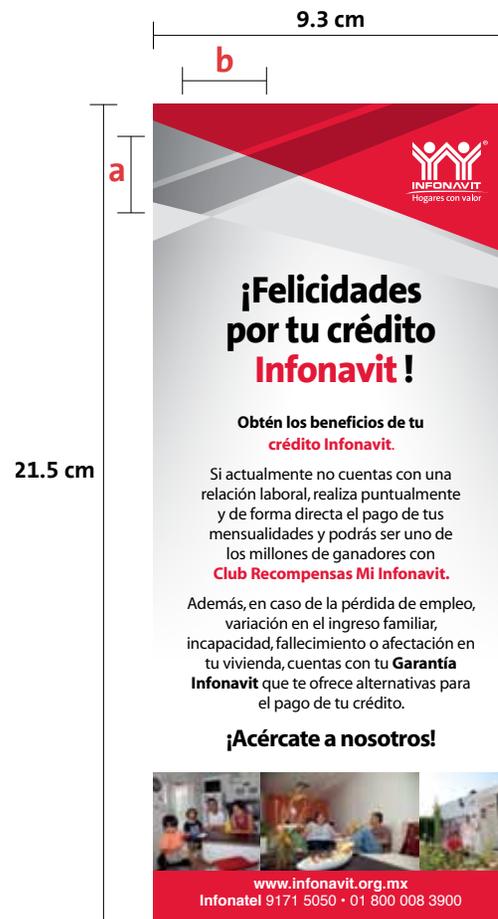
Dimensiones:
a. 2.0 cm
b. 2.2 cm

Estructura del flyer

- Pleca Institucional en la cual deberá estar el logotipo.
- Fotografía o gráfico alusivo al mensaje.
- Contenido o mensaje.

Cierre Institucional:

- Dirección web, Infonatel y Redes sociales.
- Número de serie y fecha de producción.



Frente



Vuelta

5.2.3 Dípticos

Tamaño
18.6 x 21.5 cm

Uso
Institucional y promocional.

Impresión
Selección a color.

Papel
Papel Couche de 115 a 135 gramos.

Dimensiones:
a. 2.0 cm
b. 1.5 cm

Estructura del díptico

- Pleca Institucional en la cual deberá estar el Logotipo.
- Fotografía o gráfico alusivo al mensaje.
- Contenido o mensaje.

Cierre Institucional:

- Dirección web, Infonatel y Redes sociales.
- Número de serie y fecha de producción.



Frente

El **Infonavit** te apoya para que tomes el curso de capacitación de tu elección y fortalezcas tus conocimientos técnicos y aptitudes para encontrar, crear, conservar y enriquecer tu trabajo. La recompensa busca que, a través de la capacitación, puedas mejorar o ampliar tus opciones laborales y obtengas una satisfacción personal, económica, social y profesional.

Estas son algunas de las instituciones participantes:

- Centro de Capacitación para el Trabajo Industrial (CECATI)
- Instituto de Capacitación para el Trabajo (ICAT)
- ProEmpleo

Ingresar a www.infonavit.org.mx sección **Club de Recompensas Mi Infonavit**, en el apartado **Impulso al Empleo** y conoce a las instituciones y los cursos que ofrecen en tu estado.

¡No dejes pasar esta oportunidad!

También te vinculamos con bolsas de empleo como son:

- Manpower
- Adecco
- Servicio Nacional de Empleo

Envía tu Curriculum Vitae a infoempleo@infonavit.org.mx

¿Cuáles son los requisitos?

- 1 No contar con una relación laboral formal.
- 2 Estar inscrito en el **Club Recompensas Mi Infonavit** y en la Recompensa de Impulso al Empleo.

¿Cómo me inscribo a la recompensa?

- 1 Ingresar a la página www.infonavit.org.mx
- 2 Selecciona la sección **Club Recompensas Mi Infonavit** e inscribete.
- 3 Consulta en el apartado de la **Recompensa Impulso al Empleo** si eres sujeto a recibirla. En caso afirmativo, solicita tu participación en dicha recompensa y consulta los cursos e instituciones participantes.
- 4 En automático podrás imprimir tu constancia de inscripción personalizada o guardarla en formato PDF para imprimirla en cualquier momento.
- 5 Contacta a la institución de tu elección, inscribete en el curso de tu preferencia y recibe el beneficio.

Vuelta

5.2.4 Trípticos

Tamaño
27.8 x 21.5 cm

Uso
Institucional y promocional.

Impresión
Selección a color.

Papel
Papel Couche de 115 a 135 gramos.

Dimensiones:
a. 9.2 cm
b. 9.3 cm
c. 2.4 cm
d. 1.7 cm

Estructura del tríptico

- Pleca Institucional en la cual deberá estar el logotipo.
- Fotografía o gráfico alusivo al mensaje.
- Contenido o mensaje.

Cierre Institucional:

- Dirección web, Infonatel y Redes sociales.
- Número de serie y fecha de producción.

21.5 cm



Frente

• **Identifique a qué grupo de pensionados pertenece.**

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
Personas que se pensionaron a partir del 12 de Enero del 2012.	Pensionados que solicitaron la devolución a través de una demanda laboral o un amparo indirecto que cuentan con un laudo o resolución a su favor.	Personas que tienen una demanda laboral o un juicio de amparo indirecto en trámite o que aún no cuenta con un laudo o resolución del juez. Estas personas deberán desistirse de su demanda laboral o juicio.	Personas que no han solicitado la devolución del Saldo de la Subcuenta de Vivienda o que demandaron y tienen una resolución en contra.

• El grupo 1, podrá solicitar la devolución del Saldo de la Subcuenta de Vivienda a partir del 13 de Febrero del 2012. No será necesario que realice trámites adicionales a los que actualmente se requieren para obtener la pensión.

• Los grupos 2 y 3, podrán obtener la solicitud para la devolución del Saldo de la Subcuenta de Vivienda, que está disponible en nuestro portal de Internet, o a través de Infonatel.

Grupo	Pasos a seguir
Grupo 2	<ul style="list-style-type: none"> a) Llame la solicitud de devolución que está disponible en el portal de Internet del Infonavit o vía telefónica en Infonatel. b) Una vez validada su solicitud de devolución, nos pondremos en contacto con usted para agendar una cita en el Centro de Servicio Infonavit (CSI), más cercano a su domicilio, en la fecha y hora de su conveniencia. c) Acuda a su cita puntualmente con la documentación correspondiente. d) Firme la carta de conformidad donde se validará su identidad, cuenta bancaria y cantidad a devolver. e) La cantidad correspondiente al Saldo de la Subcuenta de Vivienda se depositará en la cuenta bancaria que usted proporcionó.
Grupo 3	<ul style="list-style-type: none"> a) Tramite el desistimiento de su demanda o amparo, ante la Junta Federal de Conciliación y Arbitraje o juzgado. b) Llame la solicitud de devolución que está disponible en el portal de Internet del Infonavit o vía telefónica en Infonatel. c) Una vez validada su solicitud de devolución, nos pondremos en contacto con usted para agendar una cita en el Centro de Servicio Infonavit (CSI), más cercano a su domicilio, en la fecha y hora de su conveniencia. d) Acuda a su cita puntualmente con la documentación correspondiente. e) Firme la carta de conformidad donde se validará su identidad, cuenta bancaria y cantidad a devolver. f) La cantidad correspondiente al Saldo de la Subcuenta de Vivienda se depositará en la cuenta bancaria que usted proporcionó.

• Para el grupo 4, y de conformidad con la ley a más tardar el 11 de julio del 2012, se emitirán los lineamientos que deberá seguir para el proceso de la devolución, que se llevará a cabo durante el 2012 y los primeros 6 meses del 2013.

Interior

5.2.5 Volantes

Tamaño
21.5 x 9.5 cm y 21.5 x 14 cm.

Uso
Institucional y promocional.

Impresión
Selección a color.

Papel
Papel Couche de 115 a 135 gramos.

Dimensiones:
a. 1.6 cm
b. 1.4 cm

Estructura del volante

- Pleca Institucional en la cual deberá estar el logotipo.
- Fotografía o gráfico alusivo al mensaje.
- Contenido o mensaje.

Cierre Institucional:

- Dirección web, Infonatel y Redes sociales.
- Número de serie y fecha de producción.



Frente

Ponemos a tu disposición los siguientes servicios:

- Asesoría de crédito
- Inscripción de expedientes de crédito
- Mercado abierto
- Vivienda nueva
- Mejora tu casa
- Cancelaciones de hipoteca
- Asesoría de cobranza
- Devolución del Saldo de la Subcuenta de Vivienda 97
- Devolución del Fondo de ahorro 72-92
- Atención de notarios
- Atención de los desarrolladores

Síguenos en redes sociales:



Vuelta



6

Medios de comunicación

6.1 Lineamientos

Los mensajes visuales se canalizan a través de muchos medios de comunicación, tanto impresos como digitales, estos son una herramienta para comunicar en tiempo y forma, las acciones, tanto internas, como externas, del Instituto a sus derechohabientes, acreditados y empleados.

Es importante que exista un adecuado flujo de comunicación, por lo que la información debe ser clara, precisa y que se adapte a la formación y perfil de las personas a la que va dirigida.

Más adelante se indican los lineamientos y especificaciones que determinan los usos correctos, de cada uno de los elementos gráficos, que componen nuestra *Identidad Institucional*.

6.2 Prensa

6.2.1 Esquelas

Tamaño
14 X 13.5 cm.
14 X 25.5 cm. entre otras.

Uso
Informativo.

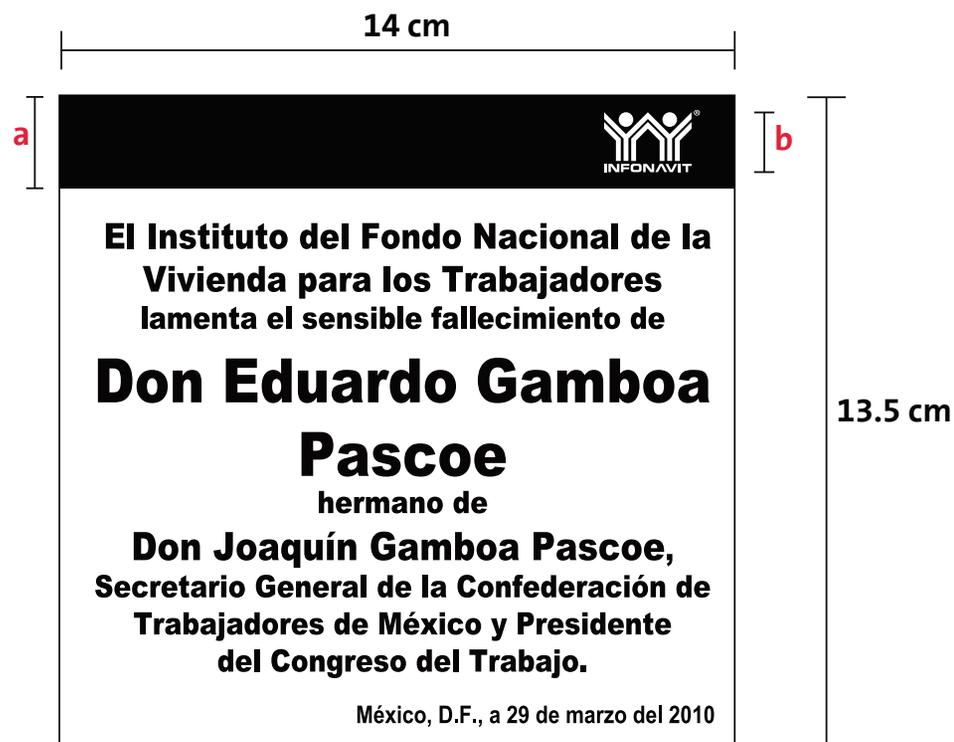
Impresión
Varía según el medio de publicación.

Papel
Varía según el medio de publicación.

Dimensiones:
a. 2.0 cm
b. 1.2 cm

Estructura del cartel

- Pleca Institucional en la cual deberá estar el Logotipo.
- Contenido o mensaje.

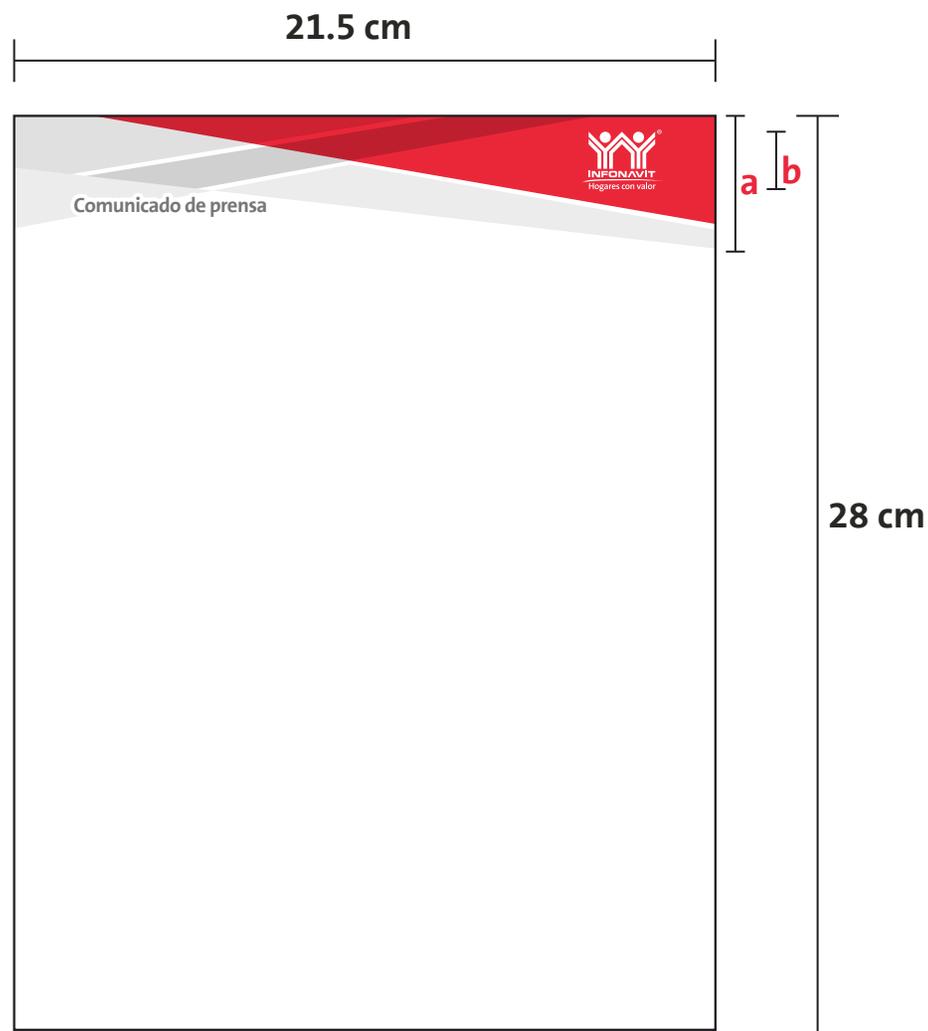


6.2.2 Boletines

- Tamaño**
21.5 cm X 28 cm
- Uso**
Informativo.
- Impresión**
Varía según el medio de publicación.
- Papel**
Varía según el medio de publicación.
- Dimensiones:**
 - a.** 4.4 cm
 - b.** 1.6 cm

Estructura del boletín

- Pleca Institucional en la cual deberá estar el Logotipo.



6.2.3 Publirepotaje

Tamaño
43 X 28 cm.

Uso
Informativo.

Impresión
Varía según el medio de publicación.

Papel
Varía según el medio de publicación.

Dimensiones:
c. 4.1 cm
d. 2.2 cm
e. 2.4 cm

Estructura del publirepotaje

- Pleca Institucional en la cual deberá estar el Logotipo.
- Fotografía o gráfico alusivo al mensaje.
- Contenido o mensaje.

Cierre Institucional:

- Dirección web, Infonatel y Redes sociales.



7

Uso de la imagen Infonavit
para el Infonavit Ampliado

7.1 Antecedentes

Norma para el uso de la imagen Infonavit, en la publicidad comercial de Promotores y Desarrolladores de Vivienda.

Derivado de las formas en 1992 a la Ley del Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores, el organismo, se transformó en una hipotecaria social, cuyo objeto es la canalización de créditos para que los trabajadores derechohabientes, puedan adquirir la vivienda que mejor convenga a sus intereses.

A raíz de lo anterior, la actividad de los Desarrolladores de Vivienda, cobró gran importancia, ya que ellos producen la mayor parte de la oferta de casas habitación de interés social. Esto ha propiciado el desarrollo de un mercado, cada vez más eficiente, pues los derechohabientes, tiene la posibilidad de analizar las diversas opciones que están a su alcance, antes de decidir.

Competir, por la preferencia de sus clientes potenciales, obliga a los Desarrolladores a implantar estrategias comerciales, cuyo propósito es presentarse como la mejor opción y, dado que el mayor porcentaje de los créditos para adquirir la vivienda que producen, los otorga el Infonavit, utilizan el nombre, siglas y logotipo del Instituto, como un valor agregado.

La inexistencia de una norma, sobre el uso de la simbología del Instituto, en las piezas comerciales de los Desarrolladores, propicia inconsistencias que desvirtúan la imagen del organismo.

7.2 Lineamientos

Esta sección tiene como objetivo facilitar la aplicación del logotipo del Infonavit.

Con el fin de orientar de forma adecuada al trabajador, se permitirá la aplicación del logotipo del Infonavit conforme a las normas establecidas en este manual, evitando asociar al Instituto con ofertas y promociones propias de las empresas Desarrolladoras de Vivienda.

Así, se propicia que el derechohabiente, tome decisiones informadas para elegir con toda libertad la vivienda que más convenga a sus intereses en cuanto a precio, calidad y ubicación.

Se debe establecer, con absoluta transparencia, el papel que tiene el Infonavit como otorgante del crédito y el desarrollador, como responsable de la calidad de su oferta. De esta forma, se evitarán las confusiones en que pueda caer el derechohabiente, derivadas de una publicidad que maneje información inexacta o parcial.

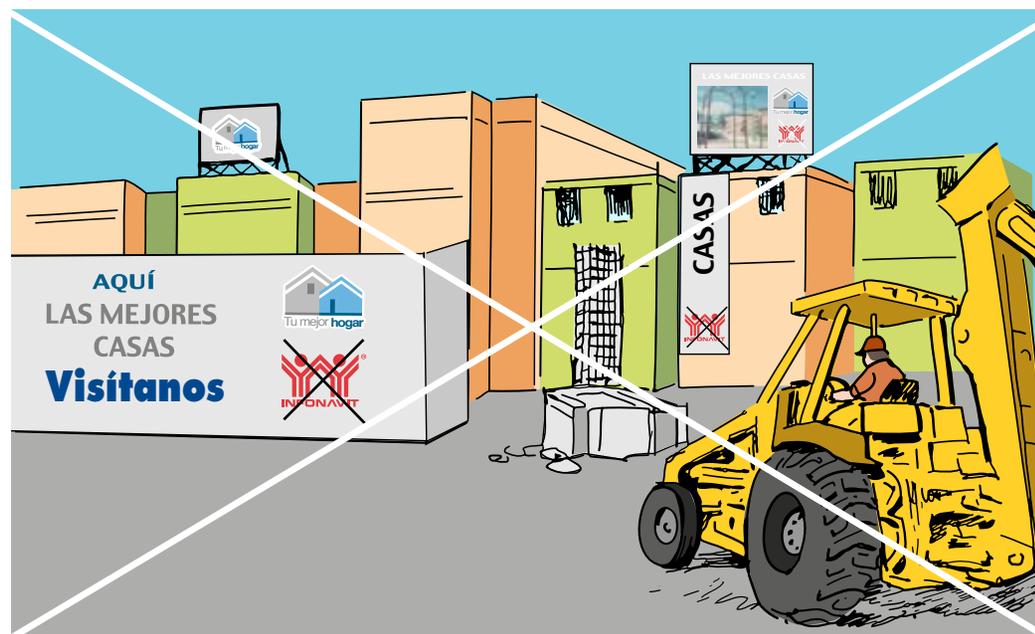
Para eso es necesario lograr sinergias positivas, con las promociones que hacen los Desarrolladores, para liberar al derechohabiente de agentes ajenos y posibles actos de engaño y corrupción.

7.2.1 Uso de la marca Infonavit

- 1) El Infonavit, pondrá a disposición de los Desarrolladores, una aplicación única de la simbología del Instituto, para utilización en sus materiales promocionales, misma que estará a su alcance en el sitio web del Instituto, en Internet.
- 2) El uso del logotipo, tipografía, colores, etc. El slogan “Hogares con valor” deberá aplicarse en apego estricto a lo estipulado a dicha aplicación.
- 3) La simbología del Infonavit, no podrá estar expuesta en oficinas hacia el exterior de vialidades, centros comerciales, oficinas o cualquier otro lugar, que pueda generar confusión en el derechohabiente, de que dicho inmueble es una instalación del Infonavit.
- 4) En spots de radio, televisión, mensajes telefónicos en espera o cualquier otra aplicación audiovisual, cualquier mención al Infonavit deberá ser invariablemente acompañada por la frase “Hogares con valor”
- 5) Firma de convenio del uso del logotipo, que facultará a la empresa en el uso de los símbolos de Infonavit, bajo las normas y las aplicaciones a las que hace referencia el Manual.
- 6) Queda estrictamente prohibido, usar los logotipos en otro color, que no sea el indicado, cambiar el orden de sus elementos, distorsionarlos o alterarlos de alguna forma, sustituir la tipografía, usarlos como parte de una frase, aplicarles algún tipo de efecto y usar leyendas adjuntas a los logotipos, ajenas a las mencionadas en el manual.
- 7) Para la realización de todas las campañas de publicidad, que directa o indirectamente, hagan mención al Infonavit, independientemente de apegarse a los lineamientos de uso de nuestros logotipos, deberán contar con el acuerdo previo y por escrito o a través de correo electrónico, de autorización del Infonavit, respecto a la totalidad de los elementos a utilizar.
- 8) También, tendrán que someter, al Infonavit para su revisión y aprobación, todas las aplicaciones y originales de publicidad y materiales promocionales, en todos los medios publicitarios previos a su publicación, así como realizar los cambios que el Infonavit les indique.

Nota: Cada aplicación de los logotipos, deberá, siempre partir de un original electrónico autorizado y proporcionado por la Coordinación General de Comunicación y Apoyo.

7.2.2 Aplicación en oficinas



No se permitirá la aplicación del logotipo de Infonavit en fachadas y oficinas (marquesinas, vidrios, puertas, ventanas, muros, pendones, etc.) pertenecientes a los Desarrolladores o Promotores de Vivienda. Sólo, podrá hacerse vinculada, a un material promocional que contribuya, a informar al trabajador que la oferta de vivienda es responsabilidad del Desarrollador en cuestión y que el Infonavit, sólo otorga, el crédito para poder adquirirla.

7.2.3 Aplicación en papelería

En ninguno de los casos se deberán utilizar el logotipo, en papelería institucional de la empresa (tarjetas de presentación, hojas membretadas, recibos, gafetes, credenciales, etc.), con el fin de no causar confusión entre los derechohabientes, en cuanto a su libre elección de vivienda.



8

Elementos promocionales

8.1 Lineamientos

Debido a la importancia que tienen los elementos promocionales, como herramienta de exposición y promoción en eventos (ferias, exposiciones, etc.). Existe una gran variedad de artículos, enseguida presentamos los usos permitidos.

A continuación, se exponen los lineamientos generales, válidos para incorporar la Identidad Institucional con los elementos básicos de diseño: Firma Institucional, tipografía y color.

8.2 Aplicaciones promocionales

8.2.1 Gorras

Tendrán la Firma Institucional impresa o bordada al frente. En gorras blancas o de color claro, se imprimirá en rojo Pantone 186 C, en gorras de otro color, la Firma Institucional estará impresa en Pantone White C; en caso de que sea bordado se igualaran los colores.



8.2.2 Llaveros y Plumas

Para los eventos masivos (entrega de viviendas, ferias, exposiciones, etcétera). El llavero, llevará los colores institucionales; en caso de utilizar llaveros metálicos, la Firma Institucional, se colocará en grabado o color electroestático mate, para resaltar en el llavero

Las plumas llevarán los colores institucionales, con el logotipo impreso en serigrafía.



8.2.3 Playeras y Camisas

Las playeras deberán ser confeccionadas en 100% algodón, peso completo, talla grande y mediana; podrán ser de cuello redondo o tipo polo; con la Firma Institucional al frente; en tela blanca o clara se imprimirá, en Pantone 186 C o se bordará, con un color que lo iguale; si la playera o camisa es de otro color, se utilizará en pantone White C o color blanco en caso de que sea bordado.



8.2.4 Tazas

Tazas de cerámica con la Firma Institucional grabada o impresa en Pantone White C. También, pueden imprimirse, respetando los colores institucionales de la Firma.



8.2.5 Promocionales

Deberán imprimirse siempre respetando los colores institucionales de la Firma. Blancos o claros, se imprimirá en pantone 186 C; si es de otro color, se utilizará en pantone White C.



Pines



USB



encendedor



Libreta



calendario



9

Glosario

9 Glosario

Categoría	Término	Descripción
Tipografía	Tipografía / Fuente:	Se refiere al tipo de letra empleado en un texto.
Tipografía	Caracteres:	Letras o símbolos empleados en un texto.
Tipografía	Punto / Puntaje:	Se refiere al tamaño de letra utilizado en un texto.
Tipografía	Alineación / Alinear:	Es la colocación lineal entre caracteres, líneas, párrafos, imágenes u otro elemento en el contexto de un texto o diseño.
Tipografía	Interlineado / Interlínea:	Se refiere al espacio existente entre líneas de texto. Estas se miden en puntos.
Tipografía	Convertir a Curvas:	Es la acción de transformar el texto de un diseño en símbolos digitalizados. Se realiza esta acción para asegurar que el receptor del diseño no necesite la tipografía utilizada para imprimir o visualizar el texto de un diseño o bien para evitar la edición en el texto del mismo.
Elementos	Logotipo:	Es la composición gráfica que define una marca, ya sea que se trate de un producto o servicio. El logotipo usualmente de un grafismo o símbolo simple o compuesto, nombre y slogan. El formato puede variar en formas y contenido dependiendo de los mensajes en cuestión.
Elementos	Composición:	Se refiere a la manera como están acomodados los elementos en un diseño gráfico determinado.
Elementos	Símbolo:	Es un elemento gráfico referencial, es decir, es una composición basada en signos y/o textos diseñada para simplificar la comunicación de conceptos.
Elementos	Slogan:	Es una frase corta que indica el propósito de una marca.
Elementos	Pleca:	Es un elemento gráfico usualmente rectangular que es colocado a lo largo o ancho.