



“EN LA LUCHA TENAZ, DE FECUNDA LABOR,
QUE ENROJECE DEL HOMBRE LA FAZ;
CONQUISTARON TUS HIJOS - LABRIEGOS SENCILLOS
- ETERNO PRESTIGIO, ESTIMA Y HONOR”

HIMNO NACIONAL DE COSTA RICA



CONTENIDO2

INTRODUCCIÓN3

MARCO CONCEPTUAL

¿DE DÓNDE VENIMOS? 4

Geográficamente 4

Históricamente 5

Socialmente 6

Políticamente 7

PILARES DE LA MARCA

¿Qué son? 8

¿Para que sirven? 8

Pilares 9

ESENCIA DE LA MARCA13

IMAGOTIPO

Logotipo e Isotipo 14

Área de reserva 16

Construcción / Colores 17

Imagotipo a color y b/n 18

Reducción 19

Usos incorrectos20

**USO DE MARCA Y APLICACIONES DEL
DISTINTIVO ABS21**

Uso de marca21

Aplicaciones22

DESDE EL SIGLO XIX SE VAN ESTABLECIENDO
LAS BASES DE QUIÉNES SOMOS COMO NACIÓN



Este documento es el manual de uso del distintivo sobre la distribución justa y equitativa de los beneficios derivados de la utilización de los elementos y recursos genéticos y bioquímicos de la biodiversidad (marca ABS).

Su contenido ha sido aprobado por un grupo multidisciplinario entre CONAGEBIO e INTECO. Todo lo que se encuentra en este libro ya está revisado y acordado entre las partes anteriormente mencionadas.

Cualquier usuario o interesado que obtenga un permiso de aprovechamiento ante la Oficina Técnica de la CONAGEBIO, y que solicite el uso del distintivo sobre la distribución justa y equitativa de los beneficios derivados de la utilización de los elementos y recursos genéticos y bioquímicos de la biodiversidad tendrá que apegarse estrictamente a las reglas estipuladas en este documento.

La función de este manual de marca es delimitar los usos correctos e impedir los malos usos del mismo.

¿Qué es ABS?

Los recursos genéticos y sus derivados (recursos bioquímicos), ya sean plantas, animales o microorganismos y los conocimientos tradicionales asociados pueden ser usados con diferentes fines por las industrias farmacéuticas, la biotecnología, la alimentación, entre otros.

Los usuarios tanto a nivel nacional como internacional acceden a los recursos mencionados con fines de investigación para conocer mejor esos recursos, conservarlos o comercializarlos.

Con la entrada en vigor del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB), los recursos genéticos y sus derivados dejan de ser considerados de libre acceso y se reconoce la soberanía de los Estados sobre los mismos, garantizando la distribución de los beneficios con los países proveedores o con los poseedores de los conocimientos. Así el CDB establece el concepto de "Acceso a los Recursos Genéticos y Participación Justa y Equitativa en los Beneficios que se deriven de su utilización" (o **ABS**, por sus siglas en inglés).

La marca **ABS** se ha construido a partir de una estrategia de comunicación que la soportan 4 pilares estratégicos y una esencia de marca.

Toda comunicación de **ABS** tiene que estar ligada a uno o más pilares o su esencia con el fin de construir una marca sólida a través del tiempo y para que sea reconocida más allá de las fronteras de nuestro país.

¿DE DÓNDE VENIMOS?

GEOGRÁFICAMENTE

Con solo 51.100 km² terrestres, pero con una área marina, con 500.000 km². Situado en América Central, constituye un puente biológico y cultural dándole una riqueza biológica excepcional.

Con tan solo el 0,03% de la superficie terrestre mundial, nuestro país posee poco más de medio millón de especies, lo que representa aproximadamente el 3,6% de la biodiversidad esperada para el planeta (entre 13 y 14 millones de especies), siendo uno de los 20 países más diversos del mundo.



¿DE DÓNDE VENIMOS?

HISTÓRICAMENTE

“El continente americano empezó a ser ocupado por cazadores y recolectores especializados unos 40.000 años atrás. Una de las teorías se enfoca en que emigrantes cruzaron el Estrecho de Bering y poco a poco, en un proceso milenario, bajaron hacia el sur.

La ocupación del actual territorio de Costa Rica se verificó entre 12.000 y 8.000 años a.C. El quehacer de estos tempranos pobladores transcurría en un paisaje dominado por el bosque tropical.”

De esta forma, el historiador Iván Molina describe el inicio de la población en nuestro territorio y su convivencia cotidiana con el medio ambiente.



¿DE DÓNDE VENIMOS?

SOCIALMENTE

Igual que muchos países del continente, nuestro pueblo es el resultado de más de 16.000 años de hibridación entre culturas.

Nuestra sociedad se conformó por diferentes culturas, como son los pueblos originarios, descendientes europeos, afrodescendientes y todas las etnias que contribuyeron en lo que hoy es nuestra identidad.



¿DE DÓNDE VENIMOS?

POLÍTICAMENTE

La política de Costa Rica, más que un orden jurídico es una decisión de vida. En este país desde hace ya varios siglos, se eligió tener un estilo de vida que corriera por la senda de la paz y la conciencia ecológica más que lograrlo con las armas y el despilfarro.

Costa Rica tiene claro que dos de sus grandes fortalezas son su gente y su biodiversidad. Por esta razón es que invierte en ambas con el fin de superarse y ofrecer un valor agregado al mundo.



¿ QUÉ SON?

Estos son los cimientos que soportan la marca.

Están pensados en función de lo que **ABS** es y para qué sirve.

Cada pilar representará una parte única de **ABS**.

¿ PARA QUÉ SIRVEN?

Los pilares de la marca son inherentes a esta, por ende perfilan su identidad, lo cual la hacen única.

Gracias a estos, la marca se construye, se reconoce, se diferencia de otras, entre muchas cualidades más.

EL RECURSO

El recurso es el material genético o bioquímico de la biodiversidad que se accesa en Costa Rica y que será utilizado en la generación de productos comerciales.



EL PROVEEDOR

El proveedor es la persona física, jurídica o comunidad indígena, que posea, sea propietaria, o responsable legal del lugar donde se materializa el acceso a los elementos o recursos genéticos o bioquímicos de la biodiversidad, o posea el conocimiento tradicional asociado a ellos y pueda autorizar su acceso, previo cumplimiento de los procedimientos legales establecidos en el ordenamiento jurídico costarricense.

Como proveedores tenemos entre otros: el Sistema Nacional de Áreas de Conservación, los propietarios privados, el INCOPECA, las personas físicas o jurídicas poseedores o responsables de los materiales mantenidos en condiciones *ex situ* y las comunidades locales o pueblos indígenas, en este último caso debe considerarse lo establecido en el transitorio 2° del Decreto Ejecutivo N°31514-MINAE.



EL MERCADO

La marca **ABS**, tiene como finalidad promover la valorización de la diversidad biológica y de los productos desarrollados a partir de la utilización de los recursos genéticos y bioquímicos. Le otorga una ventaja comercial a los interesados que cumplan con la normativa correspondiente en el caso específico de los permisos de aprovechamiento económico y además, proporciona a los consumidores información precisa y verificable, respecto a que un usuario cumplió con la normativa relacionada al acceso y que efectivamente se llevó a cabo una distribución justa y equitativa de beneficios con los proveedores de los recursos utilizados.

La marca **ABS**, permitirá a las empresas demostrar el cumplimiento de la normativa y las buenas prácticas de acceso a los recursos genéticos y bioquímicos y la distribución justa y equitativa de beneficios derivados de su utilización, de conformidad con los compromisos adquiridos internacionalmente con la ratificación del Convenio sobre la Diversidad Biológica.

Por lo tanto, el distintivo representa un aliado para las empresas, al brindar un valor agregado relacionado con el empleo de procesos ambientalmente sostenibles. La marca **ABS**, se convierte en un diferenciador en medio de las grandes exigencias de los mercados internacionales.

De allí que la ventaja comparativa de muchos productos puede basarse no solo en la calidad y el precio, sino precisamente en el cumplimiento de una serie de valores extra-comerciales establecidos en los convenios sobre biodiversidad biológica suscritos por el país.

Esta ventaja comparativa al cumplir con la normativa y las buenas prácticas de acceso a los recursos genéticos y la distribución justa y equitativa de beneficios derivados de su utilización, se puede hacer del conocimiento de los consumidores y lograr una mayor preferencia hacia un producto que cumple con estos requisitos.

El mercado, posible usuario de un permiso de aprovechamiento económico de los elementos y recursos genéticos y bioquímicos de la biodiversidad, es amplio y va desde el sector alimentario hasta el médico y el farmacéutico.



COSTA RICA

Nuestro país posee el 3,6% de la biodiversidad esperada para el planeta, lo que representa más del 5% de la biodiversidad descrita actualmente a nivel mundial.

Esto demanda una gran responsabilidad, que implica encaminar esfuerzos para conservarla, usarla de manera sostenible y garantizar una distribución justa y equitativa de los beneficios que esta aporta.

Finalmente, Costa Rica, se diferencia de otros países, al ser pionero en el desarrollo de normativa que establece en forma clara y transparente, los requisitos necesarios para la obtención de los permisos de acceso a los elementos y recursos genéticos y bioquímicos de la biodiversidad, brindando de esta forma seguridad jurídica a los usuarios.



BENEFICIOSO POR NATURALEZA

En el marco del Convenio sobre la Diversidad Biológica y la normativa nacional, CONAGEBIO desarrolló el “Distintivo sobre la distribución justa y equitativa de los beneficios derivados de la utilización de los elementos y recursos genéticos y bioquímicos de la biodiversidad”, como uno de los incentivos previstos en el Reglamento a la Ley de Biodiversidad, el cual es pionero a nivel latinoamericano.

Este distintivo tiene como finalidad promover la valorización de la diversidad biológica y de los productos desarrollados a partir de la utilización de los recursos genéticos y bioquímicos.

Le otorga una ventaja comercial a los interesados que cumplan con la normativa correspondiente en el caso específico de los permisos de aprovechamiento económico y además proporciona a los consumidores información precisa y verificable, respecto a que un usuario cumplió con la normativa relacionada al acceso y que efectivamente se llevó a cabo una distribución justa y equitativa de beneficios con los proveedores de los recursos utilizados.

Por todos los ángulos de donde se quiera ver, estamos convencidos que **ABS** es “beneficioso por naturaleza”.

En la parte anterior se presentaron todos los lineamientos conceptuales; en esta, se verá lo que corresponde a diseño. El imagotipo **ABS** está formado por cuatro elementos, tres tipográficos y uno gráfico.

LOGOTIPO

El logotipo consta de la unión de 3 grupos de letras:

ABS

Este es el nombre de la marca. La tipografía fue alterada específicamente para que cumpliera con los requisitos de los pilares estratégicos.

Los bordes de las letras son curvos con el fin de proyectar una imagen más orgánica y biológica. Se eligió una tipografía en bold y en mayúscula para que proyecte solidez y seriedad.

COSTA RICA

El nombre del país es vital que aparezca en el imagotipo para que cualquier persona conozca el origen del sello.

Se eligió una tipografía de la familia "Montserrat" por su facilidad de decodificación y lectura. Se maneja en altas y bold para lograr un balance entre tamaño y lectura.

DESCRIPTOR

Este se encuentra, visualmente, en un tercer plano; lo que significa que no pierde relevancia pero su presencia es importante.

Se eligió una tipografía de la familia "Avenir" y su estructura gráfica es en altas, regular e itálica. Al tener esta última característica nos aseguramos que también exista una fácil lectura en un plano no tan protagónico.



ABS
COSTA RICA
BIOBENEFITS



ABS
COSTA RICA
BIOBENEFICIOS

ISOTIPO

El elemento gráfico o isotipo es el centro de este ejercicio visual. Es la síntesis de los pilares de la marca, la esencia y lo que **ABS** ofrece a todas las empresas.

Está compuesto de tres elementos que resumen los tres actores importantes dentro del mundo de **ABS**:

EL SER HUMANO

Corresponde a tres figuras humanas vistas desde un ángulo cenital, esto permite verlas abrazadas; simbolizando la unión y la colaboración entre todas las partes: el proveedor del recurso, el productor y el Estado (**CONAGEBIO**).

La posición de abrazo es muy importante porque semánticamente remite a apoyo y empatía. Características que **ABS** y **CONAGEBIO** poseen y mantienen como parte indispensable de su imagen.

LA HOJA

La hoja es el elemento que representa la biodiversidad.

EL ADN

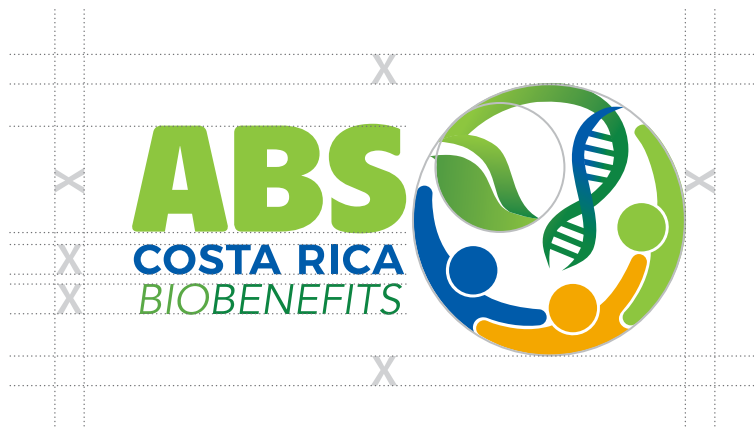
Representa el recurso genético y bioquímico de la biodiversidad acuática y terrestre.



ÁREA DE RESERVA

Definimos área de reserva como un espacio mínimo libre alrededor del imagotipo, este ayuda a proteger su integridad y asegura el máximo impacto.

El espacio mínimo libre, o área de reserva, debe mantenerse libre de toda clase de elementos gráficos y fotografías.



CONSTRUCCIÓN

La construcción del isotipo se basa en una forma circular, esto porque le añade dinamismo a la gráfica pero a su vez, le da ese sentido orgánico que se ha manejado en la mayoría de los elementos del imagotipo.



COLOR

Cromáticamente se maneja una paleta que se distribuye en un radio de tres áreas.

Los pilares antes revisados sugieren una paleta de color que le da consistencia a la marca.

Utilizando los colores anaranjado, verde y azul para representar la interacción del ser humano con la biodiversidad.



**PANTONE®
348C**
_Verde
R0 G131 B62
C100 M22 Y100 K9



**PANTONE®
130C**
_Amarillo
R247 G168 B0
C0 M38 Y100 K0



**PANTONE®
375C**
_Verde claro
R149 G214 B0
C43 M0 Y100 K0



**PANTONE®
2728C**
_Azul
R0 G71 B186
C95 M80 Y0 K0

IMAGOTIPO A COLOR



IMAGOTIPO BLANCO Y NEGRO



REDUCCIÓN

Para comunicaciones y artículos promocionales donde el imagotipo debe ser más pequeño, se ha definido un tamaño mínimo de imagotipo.



El tamaño mínimo del imagotipo es de 2.86 cm de ancho

USOS INCORRECTOS

Es importante que el diseño, la estructura, las proporciones y la apariencia del imagotipo no sean modificadas; cambiando o eliminando colores o cualquiera de sus componentes.

Al igual que con todos los elementos de marca, la consistencia es primordial. Cualquier desviación de las versiones recomendadas podría afectar negativamente la percepción del imagotipo **ABS**.

COLOR
Nunca altere los colores del imagotipo



ABS ISOTIPO
Nunca utilice el isotipo solo, siempre debe ir acompañado por el logotipo.



AGRANDAR/CORTAR
Nunca agrande cortando el imagotipo



TIPOGRAFÍA
Nunca cambie la tipografía del logotipo



POSICIONAMIENTO
Nunca incline el imagotipo



FONDO
Nunca coloque el imagotipo sobre un fondo, fotografía o ilustración muy compleja.



EFFECTOS
Nunca utilice efectos en el imagotipo como desenfoces u otros.



USO DE MARCA

La marca del distintivo **ABS** es propiedad exclusiva de OT-CONAGEBIO y podrá utilizarse únicamente en las siguientes clases registradas en el Registro de la propiedad:

Clase 35: Administración, dirección, gerencia, mercadeo y publicidad de proyectos de investigación básica para la obtención de beneficios de la Biodiversidad mediante bioprospección y aprovechamiento económico comercial para el acceso a los elementos y recursos genéticos y bioquímicos de la biodiversidad.

Clase 42: Servicios científicos, tecnológicos y de investigación del acceso a los elementos y recursos genéticos y bioquímicos de la biodiversidad para la obtención de beneficios de la Biodiversidad.

Clase 44: Servicios de agricultura, horticultura y silvicultura a fin de obtener beneficios de la Biodiversidad.

Clase 45: Servicios de asesoría, consultoría y protección de propiedad industrial e intelectual a fin de obtener beneficios de la Biodiversidad. SERVICIO DE CONCESION DE LICENCIAS para la obtención de beneficios de la Biodiversidad.

El distintivo **ABS**, podrá ser utilizado en productos comercializados dentro o fuera del país, en los que se utilicen elementos o recursos genéticos o bioquímicos, ya sean de la biodiversidad silvestre o domesticada, terrestre, marina, de agua dulce, *in situ* o *ex situ*, que se encuentran en el territorio nacional. Para ello, podrá ser incluido en los empaques, la publicidad y la documentación de los productos relacionados con el permiso de aprovechamiento económico aprobado, y además se deberá contar con una licencia de uso del distintivo.

El uso del distintivo ABS está sujeto a las condiciones especificadas en el documento CONAGEBIO-INTE DN 06:2018. Esquema del distintivo ABS - Requisitos para el otorgamiento y uso del distintivo ABS.

APLICACIONES

En esta sección se muestra el imagotipo **ABS** y su aplicación en distintos materiales.

Es importante mencionar que esta selección de materiales es básica, sirve de punto de partida y referencia cuando el imagotipo se quiera integrar a otros materiales.



IMAGOTIPO EN BLANCO Y NEGRO

Puede utilizar el imagotipo negro o blanco en los siguientes casos:

En fotografías con fondo oscuro
utilice la versión blanca



Sobre fotografías con fondo claro
puede utilizar la versión blanca o negra



Sobre fondos claros
utilizar la versión negra



Sobre fotografías con fondo claro
puede utilizar la versión blanca o negra



Sobre fondos oscuros
utilizar la versión blanca

