RESOLUCIÓN No. 1-01910 DE 2022

Por la cual se Adopta el Manual de imagen corporativa del SENA 2022-2026

EL DIRECTOR GENERAL DEL SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA

En ejercicio de sus atribuciones legales y reglamentarias, en especial las conferidas en el numeral 4, del artículo 4o del Decreto 249 de 2004 y,

CONSIDERANDO:

1. Que el Decreto 249 de 2004 en el artículo 4, de las funciones de la Dirección General, establece en el numeral, 4. "*Dirigir, coordinar y controlar las funciones administrativas y técnicas de los proyectos operativos, dictar los actos administrativos, celebrar los contratos necesarios para la gestión administrativa, los convenios de cooperación técnica nacional e internacional, contratar expertos nacionales o extranjeros cuyos conocimientos o experiencia se requiera para adelantar programas o proyectos institucionales, con miras al cumplimiento de la misión de la entidad, de conformidad con las normas legales vigentes.*"

2. Que el Decreto 249 de 2004, en el artículo 7, establece, las funciones de la Oficina de Comunicaciones, entre ellas, las siguientes: "*1. Asistir a la Dirección General, a las Direcciones Regionales, a las Dirección Distrito Capital y a las Direcciones de Centro, en el manejo de los medios de comunicación, las publicaciones y el manejo de la imagen corporativa. // 5. Diseñar, implantar, desarrollar y mantener sistemas y mecanismos destinados a la conservación de la imagen corporativa de la entidad. // 7. Asesor a las dependencias del SENA en el manejo de la información, divulgación, imagen corporativa y publicidad institucional*".

3. Que, para la adopción del Manual de Identidad Corporativa, se tuvo en cuenta lo establecido en la Directiva Presidencial No. 08 de 2022 del 17 de septiembre de 2022, a través de la cual se dan directrices de austeridad hacia un gasto público eficiente, en especial lo consagrado en el numeral 2, *"Austeridad en Gastos de Funcionamiento e Inversión"*, puntualmente numeral, 2.6 "*Publicidad y Publicaciones*".

4. Que la marca SENA tal como se presenta y detalla en la propuesta de actualización al Manual de Identidad Corporativa 2022-2026, no requiere del desarrollo de logos, slogan, descriptores y marcas diferentes a las establecidas en su contenido, por tanto, no está permitida ninguna iniciativa de creación o modificación de logosímbolos, colores e imagen para las diferentes dependencias, regionales, centros de formación, programas, servicios, convenios, estrategias y cualquier evento relacionado con el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA.

5. Que mediante la Resolución No. 0034 de 2012, se adoptó el Manual de identidad corporativa en el SENA y se establecieron normas para su aplicación y uso.

6. Que mediante Resolución No. 1151 de 2013, se adopta el eslogan del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA en el Protocolo de Comunicaciones del SENA -"Manual de identidad Corporativa.

7. Que es procedente diseñar, implementar, desarrollar y mantener lineamientos actualizados que garanticen por parte del SENA la conservación y el adecuado manejo de la imagen corporativa en armonía con los lineamientos del sector trabajo y en general del gobierno nacional, para un mayor impacto y alcance de las campañas de comunicación que en sinergia con el gobierno nacional se divulguen a los ciudadanos en el período 2022-2026.

8. Que en el marco de la Estrategia Nacional de Comunicaciones SENA 2022-2026, es necesario formalizar la reglamentación de los lineamientos de la imagen corporativa institucional, prevenir riesgos del mal uso de la marca SENA en la difusión de los mensajes institucionales a través de los canales de comunicación internos y externos, en las redes sociales institucionales nacionales y regionales y en los eventos en los que participa el SENA.

9. Que en virtud del ejercicio liderado por el Despacho del Director General y el equipo de comunicaciones de la Dirección General, se elaboró una primera versión de la propuesta de actualización al Manual de Identidad Corporativa 2022-2026, la cual fue presentada por la jefe de comunicaciones en la sesión del Comité Directivo del 21 de septiembre de 2022, para recibir el aval y observaciones de este comité y de esta forma continuar con los trámites tendientes a la formalización de estos lineamientos mediante acto administrativo del despacho del Director General y en el sistema de gestión de la entidad- SIGA.

10. Que, el uso correcto del logosímbolo hace referencia al color blanco y negro en positivo estrictamente en piezas impresas que no sean enviadas a producción en policromía, el uso principal hace referencia al color verde Pantone solid coated 3405C, las versiones CMYK y RBG se encuentran consignadas en el Manual de Imagen Corporativa 2022.

11. Que el uso del del color verde, simboliza la vida y la naturaleza, asociado a la riqueza que produce el campo y la esperanza de quienes lo trabajan. En honor y gratitud a ese importante sector productivo que necesita fortalecerse; la Entidad siguiendo los lineamientos de la política del Gobierno Nacional, ajusta el color de la marca, en concordancia con la estrategia de impulsar la economía campesina. El verde se complementará con la paleta de colores primarios azul oscuro, azul claro y beige, y colores secundarios verde oscuro, marrón y amarillo, que refuerzan el valor y la variedad de los sectores productivos.

    La arquitectura del color principal, colores primarios, colores secundarios, colores complementarios, colores neutros, paleta de color y los casos de uso se encuentran consignados en el Manual de Imagen Corporativa 2022, documento oficial que imparte los lineamientos correctos establecidos por la Oficina Nacional de Comunicaciones de la Entidad.

12. Que del documento Manual de Imagen Corporativa Brandbook del SENA presentado por la Oficina de Comunicaciones y detallados en el Anexo 1, fueron aprobados por unanimidad por los miembros del comité, así como los cambios de color y actualización brandbook SENA, tal y como se evidencia en el acta del Comité Directivo del 21 de septiembre de 2022.

RESOLUCIÓN No. 1-01910 DE 2022

Por la cual se Adoptar el Manual de imagen corporativa del SENA 2022-2026

13. Que conforme, al radicado 01-9-2022-068859 del 13 de octubre del 2022, se remiten los permisos de uso de imágenes y fotografías de personas que aparecen en el documento GC- M005

RESUELVE:

Artículo 1º. Adoptar el Manual de Imagen Corporativa del SENA para el período 2022-2026, el cual hace parte integral de la presente Resolución.

Artículo 2º Publicar en las plataformas institucionales y en la página web del SENA.

PUBLÍQUESE, Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá, D.C. el 18 OCT 2022

Firmado digitalmente por JORGE EDUARDO LONDOÑO ULLOA

JORGE EDUARDO LONDOÑO ULLOA
Director General

VoBo. Gigioly Katerine Grimaldos Robayo, Directora Jurídica
VoBo. Magally Sánchez – Jefe encargada Oficina de Comunicaciones
Revisó: Kelly Sarmiento Gil- Contratista Dirección Jurídica
Gloria Acosta Contreras, Coordinadora Grupo Conceptos Jurídicos y Producción Normativa
Elaboró: Magally Sánchez – Jefe encargada Oficina de Comunicaciones
Monica Jimenez- Contratista SENA oficina de Comunicaciones
Alicia Rico Atencio- Contratista SENA Oficina de Comunicaciones



2022 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVO

BRANDBOOK

TABLA DE
CONTENIDO

01 BIENVENIDO 4

02 LOGO CORPORATIVO 6

03 TIPOGRAFÍA 26

04 MARCACIONES 30

05 COBRANDING 40

06 ICONOGRAFÍA 46

07 FOTOGRAFÍA 50

08 APLICACIONES VISUALES 54

09 APLICACIONES AUDIOVISUALES 76

10 RECURSOS 82

CAPÍTULO

01

Bienvenido

¿Qué es?

En el brandbook **SENA** se establecen y definen los lineamientos de aplicación de marca que logran proyectar una imagen sólida institucional que respalda a los públicos objetivos de la Entidad.

Los elementos básicos y plantillas que lo componen son aptos para ser utilizados o reproducidos con propósitos de diseño y artes finales, estos archivos no deben ser modificados o alterados de ninguna forma, ya que de su correcto uso depende el éxito de la consolidación de la marca **SENA**.

¿Quiénes somos?

El **SENA** está encargado de cumplir la función que le corresponde al Estado de invertir en el desarrollo social y técnico de los trabajadores colombianos, ofreciendo y ejecutando la formación profesional integral, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país (Ley 119/1994).

CAPÍTULO

02

Logo Corporativo



Logosímbolo

Es el elemento principal de la imagen institucional. No deberá alterarse en sus proporciones, ni en su construcción geométrica, tipográfica o color.

El uso del logosímbolo positivo en blanco y negro debe hacerse estrictamente en piezas impresas que no sean enviadas a producción en policromía.

Uso principal

Positivo en blanco y negro

Negativo

Logotipo

Es el distintivo tipográfico que representa la identidad gráfica del SENA. Está construido a partir de la tipografía Zurich ultra bold extended.

Uso principal

Positivo en blanco y negro

Negativo

Logosímbolo responsive

Lineamientos de adaptación del logosímbolo según la aplicación y el formato para garantizar la correcta visualización en las diferentes piezas de comunicación gráfica.

El símbolo solo puede ser utilizado en aplicaciones digitales cuando se requiere poner en interfaces por debajo de los tamaños mínimos especificados.
(Ej: Favicon)

Se permite desagregar el logo siempre y cuando conserve las siguientes características:

Logosímbolo	Logotipo	Símbolo
		
		

Tamaños mínimos de aplicación

Los elementos que conforman el logosímbolo pueden ser reproducidos en diferentes tamaños sin alterar su impacto y legibilidad, siempre y cuando se respeten las fórmulas de interrelación.

Tiene tamaños de reproducción mínimos que se ilustran a continuación:

Impresos	 1.5 cm	 1.5 cm
Digital	 85 px	 85 px

Escudo

El Escudo del SENA fue diseñado para la fundación de la entidad y se caracteriza por representar algunos sectores económicos de Colombia que reflejan nuestro accionar:



Caduceo

Vara coronada con un par de alas y dos serpientes enroscadas, representa el comercio y servicios.*

Egranaje

Representa el sector industrial y de construcción

Rama de café

Representa el sector agrario, primario y extractivo.

*En la mitología griega, el caduceo pertenecía al dios olímpico Hermes, dios mensajero, de los viajes y el comercio.

El caduceo suele confundirse con la vara de Asclepio y la copa de Higia, la primera asociada a la medicina y la segunda a la profesión farmacéutica.

Escudo aplicado

Solo debe utilizarse en banderas sin logo sena, banderines deportivos y en escudos de desfiles deportivos.

Banderas y astas despacho

Astas medida:
Largo 2.06 mts X 2 astas
Banderas:
Largo 1.54 mts x ancho 1.17 X 2 banderas

Banderas piso 9 torre central

Astas medida:
Largo: 2,90 mts X 2 astas
Banderas:
Largo 2,43 mts ancho: 1,36 mts
X 2 banderas



Escudo aplicado

Solo debe utilizarse en banderas sin logo sena, banderines deportivos y en escudos o placas.

Banderines

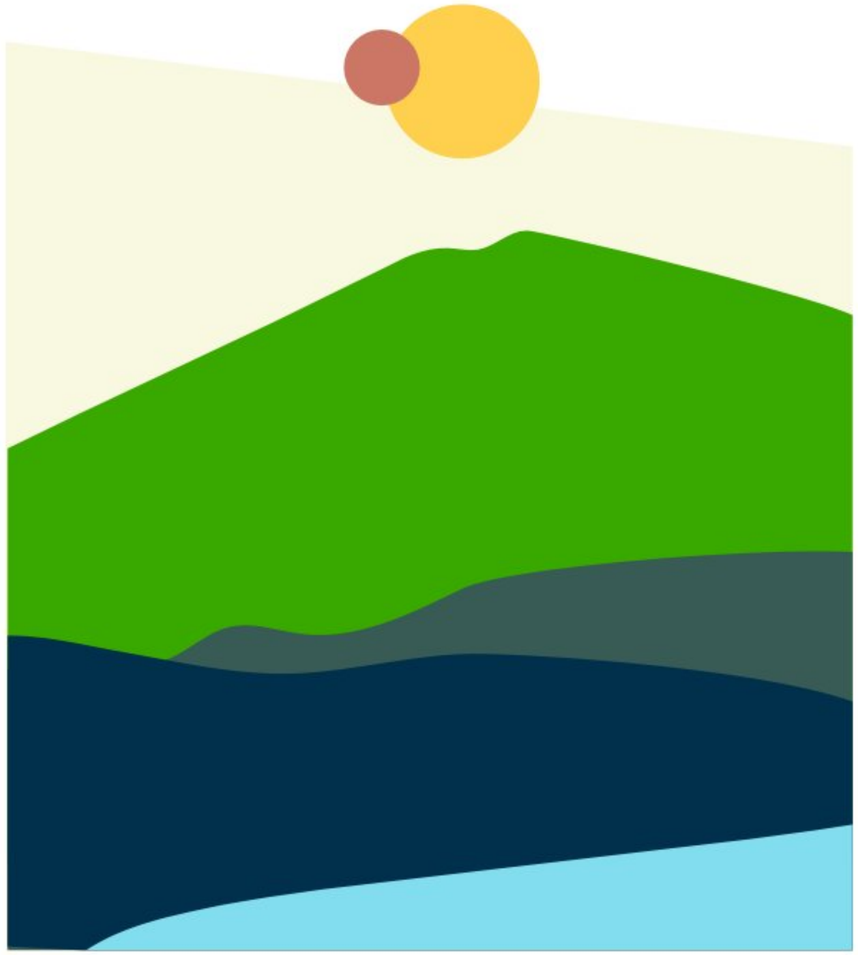
El tamaño del banderín varía dependiendo de la necesidad del producto.



Uso de color

Concepto

El verde simboliza la vida, la naturaleza, se asocia a la prosperidad y a la riqueza que produce el campo y la esperanza de quienes lo trabajan. En honor y gratitud a ese importante sector productivo que necesita fortalecerse; la Entidad siguiendo los lineamientos de la política del Gobierno Nacional, ajusta el color de la marca, en concordancia con la estrategia de impulsar la economía campesina. El verde se complementará con la paleta de colores primarios azul oscuro, azul claro y beige, y colores secundarios verde oscuro, marrón y amarillo, que refuerzan el valor y la variedad de los sectores productivos.



Arquitectura de color

Existe una paleta de color principal siendo el verde el color protagonista en cualquier producto que se desarrolle, acompañada de una paleta de color complementaria.

Se estipulan las referencias Pantone para impresiones y estampaciones en tintas directas, además de las equivalencias de color para impresiones en policromía (CMYK) y los valores de color en pantalla (RGB).

Este lineamiento aplica para todos los usos del logosímbolo, ya sea en medios impresos o digitales.

Color corporativo

A continuación se especifican los colores corporativos de la marca en sus versiones:

- Pantone solid coated
- CMYK
- RGB - web

Pantone 361 C

100% 0% Degradado

CMYK		RGB	
C:	75%	R:	57
M:	0%	G:	169
Y:	100%	B:	0
K:	0%	HEX:	39A900

Paleta de color principal

Tiene como principal objetivo acompañar el color corporativo y puede ser usado tanto en conjunto como aislado del verde corporativo.

Pantone 7463 C

100% 0% Degradado

CMYK		RGB	
C:	100%	R:	0
M:	76%	G:	49
Y:	43%	B:	77
K:	42%	HEX:	00324D

Pantone 635 C

100% 0% Degradado

CMYK		RGB	
C:	42%	R:	130
M:	0%	G:	222
Y:	7%	B:	240
K:	0%	HEX:	82DEF0

Arquitectura de color

Pantone 633 C

100% 0% Degradado

CMYK		RGB	
C:	3%	R:	251
M:	0%	G:	251
Y:	16%	B:	226
K:	0%	HEX:	FBFBE2

Paleta de color complementaria

Tienen como principal objetivo ampliar la gama de colores de la marca y deben ser usados en máximo en el 20% de la pieza.

Pantone 5477 C

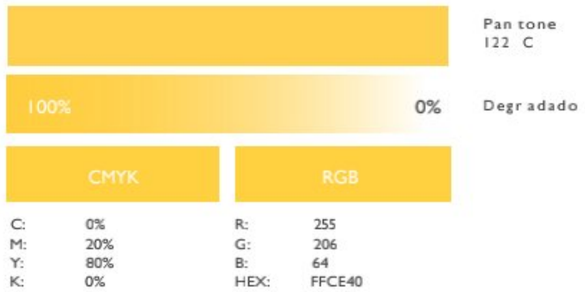
100% 0% Degradado

CMYK		RGB	
C:	76%	R:	56
M:	42%	G:	91
Y:	56%	B:	86
K:	38%	HEX:	385C57

Pantone 7591 C

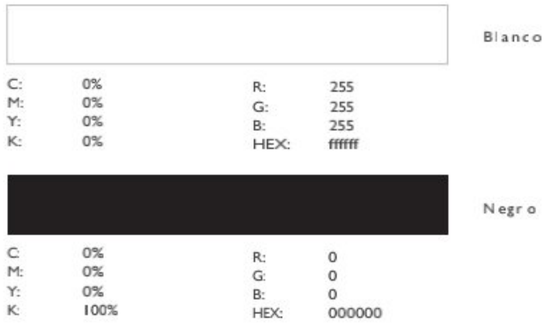
100% 0% Degradado

CMYK		RGB	
C:	18%	R:	203
M:	62%	G:	119
Y:	58%	B:	102
K:	2%	HEX:	CB7766



Colores neutros

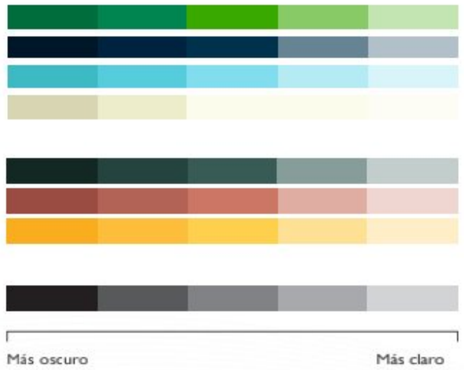
Tienen como objetivo acompañar el verde corporativo y mantener la consistencia de la marca en diferentes situaciones de uso.



Variaciones de color

Muestra la gama completa de colores incluyendo tonalidades más claras y más oscuras de el verde corporativo, color secundario, colores neutros y colores complementarios.

Tener en cuenta que el color corporativo y los colores de la paleta principal y complementaria deben tener un mayor porcentaje de presencia en las piezas gráficas en comparación a los tonos derivados de estos



Casos de uso

A continuación se establece cómo debe ser aplicado el color corporativo en conjunto con los colores principales y complementarios, especificando diferentes situaciones de uso, predominancia y acentos de color.

El color verde corporativo siempre debe estar presente en cualquier pieza o producto que se realice.

Caso 1
Blanco predominante

Recomendable para la mayoría de piezas gráficas por su versatilidad, contraste, facilidad de uso y legibilidad de textos.



Ejemplo:

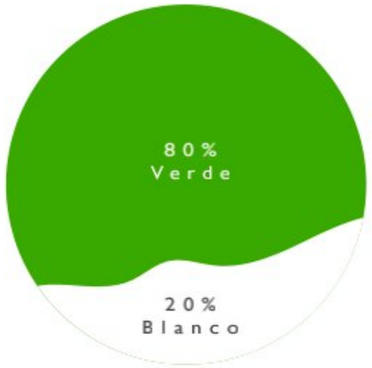


Casos de uso

Caso 2
Verde predominante

Recomendable para campañas y avisos de alta difusión que pretenden llamar la atención y diferenciar o posicionar el color verde corporativo.

Se deben utilizar textos cortos para que su tamaño tenga una proporción más grande en la pieza y aumentar su lecturabilidad.



Ejemplo:



Casos de uso

Caso 3
Gris o beige predominante

Recomendable para piezas que tengan textos largos, con el fin de generar un mejor contraste y lecturabilidad de la información.



Ejemplo:



Casos de uso

Caso 4
Colores complementarios

Para piezas gráficas donde desee incorporar acentos en un color adicional para complementar la gráfica. El uso de colores complementarios no debe ser superior al 20%.

Ejemplo:





Usos mayores al 20%

Para usos mayores al 20% en una campaña se debe validar con la Oficina Nacional de Comunicaciones del SENA, en un comité con los interesados correspondientes.

Campañas especiales

Colores diferentes

De ser necesario se podrán proponer esquemas de color diferentes a los mencionados en este manual. Éstos deber ser coherentes con el estilo gráfico del SENA, incluir el uso del verde corporativo y tener previamente una validación y aprobación*



Ejemplo:



Sujetos a aprobación*

El uso de colores diferentes a los establecidos en este manual, se deben avalar con el equipo de comunicaciones Regional o de la Dirección General.

Área de seguridad

Para evitar que algún elemento gráfico perturbe o entorpezca la presencia del logo y asegurar que tenga siempre el espacio de protección suficiente a su alrededor, se ha definido un espacio libre mínimo, que en ningún caso podrá ser menor.

El círculo superior del logo se usa como referencia para determinar las márgenes que deben conservarse alrededor del mismo.



Planimetría

Se ha establecido una retícula gráfica que permite un correcto manejo de la proporción del logo, esta no se podrá redibujar en ninguna circunstancia.

La distribución gráfica del logo está expresada en círculos que tienen como referencia el calibre del trazo que forma la parte inferior del logosímbolo.



Medida de referencia

Usos incorrectos

Es importante que la identidad de marca esté aplicada correctamente de acuerdo con las normas establecidas en este manual y no está permitido cualquier otro uso que no esté plasmado en este.

A continuación se presentan algunos ejemplos reales de usos incorrectos del logosímbolo, los cuales fueron extraídos de diferentes piezas de comunicación a nivel nacional.



No agregar elementos decorativos que no pertenezcan al logo.



No aplicar el logo con un ángulo de rotación.



No distorsionar el logo vertical u horizontalmente.



No usar degradados en el logo.



No modificar las proporciones entre el símbolo y la tipografía.



No usar efectos de volumen o rotación.



No aplicar sombras y efectos en el logo.



No cambiar los colores del logo o símbolo.



Evite aplicar el logo con un contenedor diferente al permitido.



No aplicar el logo en fondos de bajo contraste.



No cambiar la tipografía.



No cambiar el orden de los elementos del logo o símbolo.

CAPÍTULO

03

Tipografía



Tipografía principal

La tipografía es uno de los ejes transversales de la identidad visual del SENA. La tipografía institucional es Work Sans, en sus variantes.

Para consolidar el reconocimiento requerido, es necesario que la tipografía sea utilizada de la forma correcta en todos los marcos comunicacionales del SENA.

Work Sans
Familia tipográfica.

Variaciones

Thin	*Thin italic*
Extralight	*Extralight italic*
Light	*Light Italic*
Regular	*Italic*
Medium	*Medium italic*
SemiBold	***SemiBold italic***
Bold	***Bold italic***
Extrabold	***Extrabold italic***
Black	***Black italic***

Tipografía secundaria

Calibri como tipografía para piezas de divulgación de servicios, boletines internos y página web.

Calibri
Familia tipográfica.

Variaciones

Light	*Light italic*
Regular	*Italic*
Bold	***Bold italic***

CAPÍTULO

04

Marcaciones



Logosímbolo

Debe ser prioridad siempre el posicionamiento de la marca SENA en sus programas. Por lo cual se definen los siguientes lineamientos:

Programas, servicios y productos:

Esta aplicación es para programas, servicios o productos institucionales de larga vigencia. Se debe implementar con la aplicación del logo SENA seguido de la línea vertical y el texto en Work Sans. La distancia entre los logos y la línea debe ser el equivalente al tamaño del círculo (cabeza) del logosímbolo del SENA.

Uso principal

Nombre del programa
Nivel de formación
Línea o área de estudio

Cuando el nombre del programa exceda los 25 caracteres se puede partir en más líneas. Si solo tiene un nivel de jerarquía, queda todo en verde.

Las especificaciones de los colores utilizados en esta aplicación pueden ser revisadas en la página 13 del brandbook SENA.

Uso en negativo

Nombre del programa
Nivel de formación
Línea o área de estudio

Logosímbolo

Ejemplos

Sistema de Bibliotecas

Bienestar al Aprendiz

Museo Virtual

AgroSENA

SGVA
Sistema de Gestión Virtual de Aprendices

Escuela Nacional de Instructores
Rodolfo Martínez Tono

Logosímbolo

Extensiones de línea

No está permitida la creación de nuevos logosímbolos para programas o extensiones de línea del SENA. Si tiene un requerimiento puntual puede realizar el trámite para revisar la solicitud a través del líder de comunicaciones regional.

Los únicos identificadores permitidos fuera de este lineamiento se relacionan a continuación:

Agencia Pública DE EMPLEO

FONDO emprender

SENNOVA
Sistema de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación

SENA Emprende Rural

Para más información sobre el uso de cada línea, ver el manual de marca de cada uno si lo tiene, en caso contrario, hablar con el equipo de comunicaciones Regional o de la Dirección General.

Uso no permitido

No está permitida la aplicación de 2 o más marcas institucionales ubicadas junto al logo SENA.



SENA + Agencia Pública de Empleo + Fondo Emprender.

Cuando se requiera aplicar más de 2 marcas institucionales se debe implementar solo el logo del SENA.

Eventos y campañas con corta vigencia

Está permitido desarrollar una imagen para eventos, teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

- Si es una gráfica nueva debe ser revisada por el equipo de comunicaciones de Dirección General, para el realizar el trámite, debe comunicarse con el líder de comunicaciones regional.
- Si el nombre del evento contiene la palabra SENA, se debe usar el logotipo.

Horizontal

Nombre en la tipografía Work Sans - Bold antes y después de la palabra “SENA”

Nombre del evento **SENA** **SENA** Nombre del evento

Vertical

Nombre en la tipografía Josefin Sans Bold antes y después de palabra “SENA”

SENA
Nombre del evento

Nombre del evento
SENA

Usos alternativos

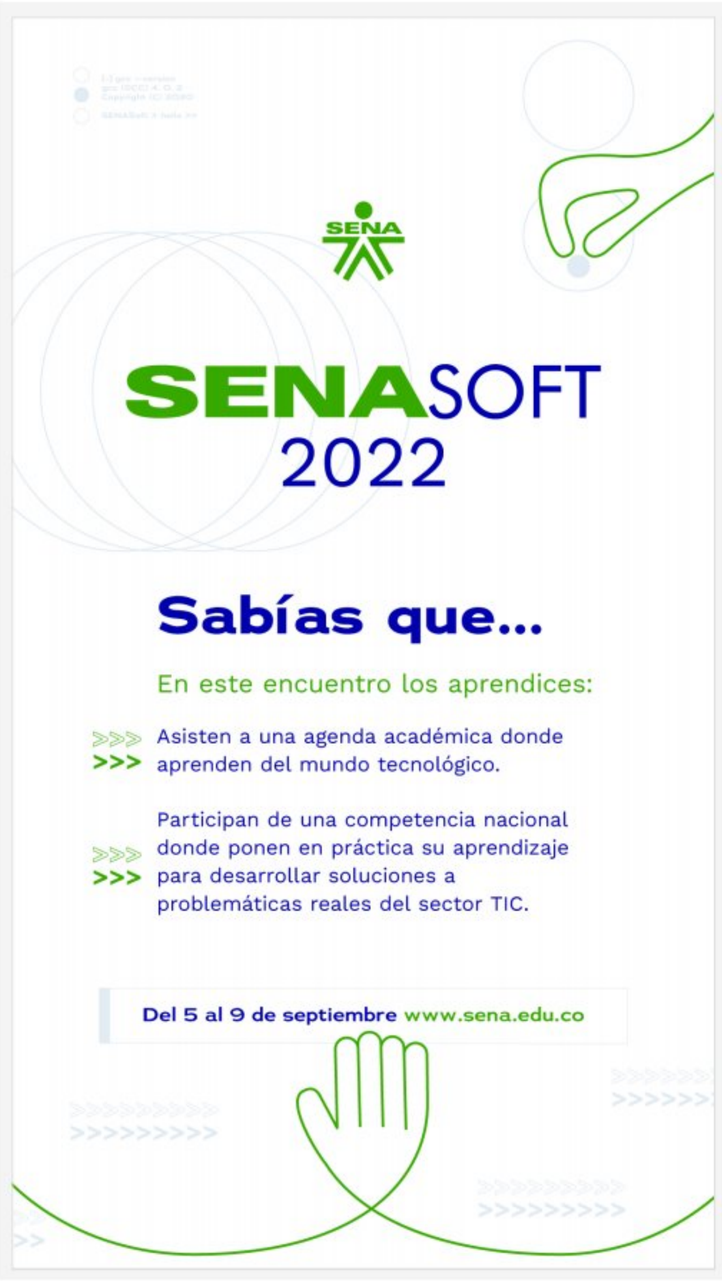
Está permitido utilizar otra tipografía para el nombre principal del evento o campaña.

SENASOFT

Características:
La tipografía complementaria puede ser una tipografía gráfica fuera de las establecidas.

Aplicación gráfica complementaria

Se puede desarrollar una gráfica y paleta de colores complementaria según las características y el público objetivo del evento. El body copy de las piezas debe ir en la tipografía principal de la marca.



Aplicación redes sociales + página web

Estos son los usos permitidos para la aplicación de redes sociales y/o página web para las diferentes piezas gráficas.

Redes sociales

Utilizar los íconos de redes sociales sin ningún elemento contenedor y siempre debe ir la palabra "SENA" en mayúscula:

Uso principal

@SENAComunica

Uso en negativo

@SENAComunica

Página web

La página web siempre debe ser escrita en minúscula, no está permitido su uso en mayúscula.

Uso principal

www.sena.edu.co

Uso escala de grises

www.sena.edu.co

Uso en negativo

www.sena.edu.co

Aplicación vertical

@SENAComunica
www.sena.edu.co

Uso escala de grises

@SENAComunica
www.sena.edu.co

Uso en negativo

@SENAComunica
www.sena.edu.co

Aplicación horizontal

@SENAComunica www.sena.edu.co

Uso escala de grises

@SENAComunica www.sena.edu.co

Uso en negativo

@SENAComunica www.sena.edu.co

CAPÍTULO

05

Cobranding



Aplicación + identificadores externos

Cobranding
SENA + Identificador externo

Se ubica primero el logosímbolo del SENA y luego los otros identificadores sin línea vertical.

Cuando se aplica el logosímbolo del SENA en cobranding con un identificador externa deben ir ubicados horizontalmente.

Cuando se aplica el logosímbolo SENA en cobranding con más de dos identificadores, el logosímbolo SENA debe ir ubicado en la parte superior y los demás en la parte inferior.

Cuando se aplica el logosímbolo SENA en cobranding con el identificador del Ministerio de Trabajo y más de dos identificadores, el Ministerio de Trabajo debe ir ubicado en la parte superior y los demás en la parte inferior.

Aplicación + marca Gobierno

Gran formato



Valla

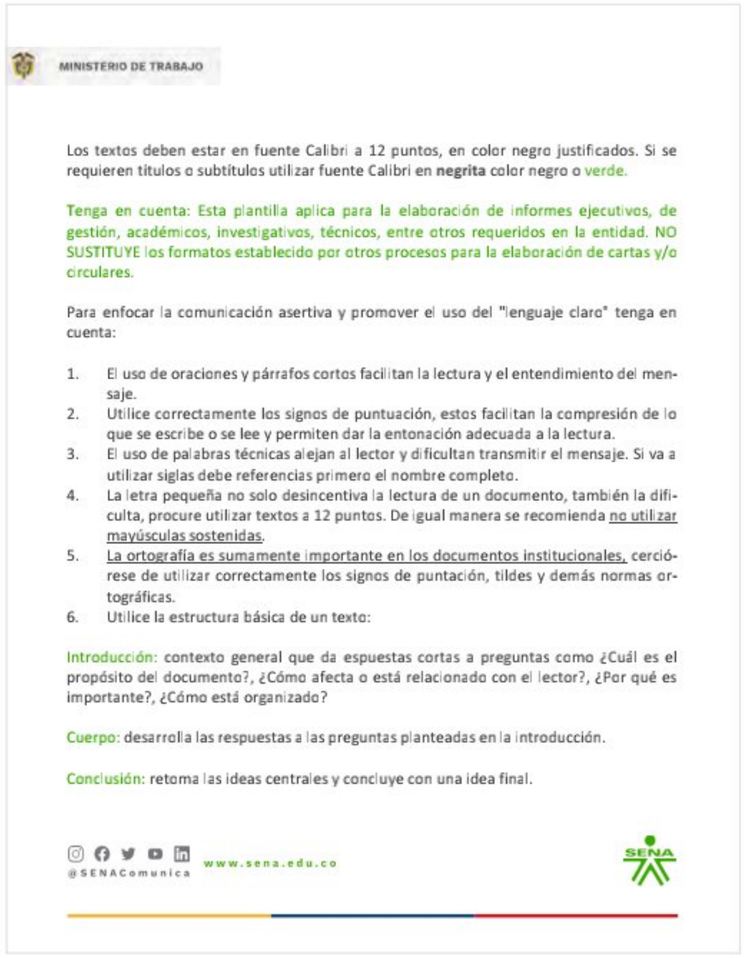


Pendón

Gobierno Nacional + Extensiones de línea SENA



Plantilla Word
SENA + Gobierno Nacional



MINISTERIO DE TRABAJO

Los textos deben estar en fuente Calibri a 12 puntos, en color negro justificados. Si se requieren títulos o subtítulos utilizar fuente Calibri en **negrita** color negro o verde.

Tenga en cuenta: Esta plantilla aplica para la elaboración de informes ejecutivos, de gestión, académicos, investigativos, técnicos, entre otros requeridos en la entidad. NO SUSTITUYE los formatos establecido por otros procesos para la elaboración de cartas y/o circulares.

Para enfocar la comunicación asertiva y promover el uso del "lenguaje claro" tenga en cuenta:

1. El uso de oraciones y párrafos cortos facilitan la lectura y el entendimiento del mensaje.
2. Utilice correctamente los signos de puntuación, estos facilitan la compresión de lo que se escribe o se lee y permiten dar la entonación adecuada a la lectura.
3. El uso de palabras técnicas alejan al lector y dificultan transmitir el mensaje. Si va a utilizar siglas debe referencias primero el nombre completo.
4. La letra pequeña no solo desincentiva la lectura de un documento, también la dificulta, procure utilizar textos a 12 puntos. De igual manera se recomienda no utilizar mayúsculas sostenidas.
5. La ortografía es sumamente importante en los documentos institucionales, cerciórese de utilizar correctamente los signos de puntación, tildes y demás normas ortográficas.
6. Utilice la estructura básica de un texto:

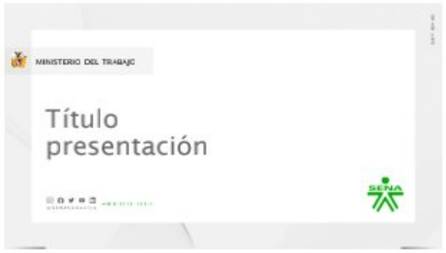
Introducción: contexto general que da espuestas cortas a preguntas como ¿Cuál es el propósito del documento?, ¿Cómo afecta o está relacionado con el lector?, ¿Por qué es importante?, ¿Cómo está organizado?

Cuerpo: desarrolla las respuestas a las preguntas planteadas en la introducción.

Conclusión: retoma las ideas centrales y concluye con una idea final.

@SENAComunica www.sena.edu.co

Formato de presentación SENA + Gobierno Nacional



Portada



Texto



Texto - Foto sangrada



Datos y estadísticas - información especial



Tablas de excel



Portadillas



Cierre

CAPÍTULO

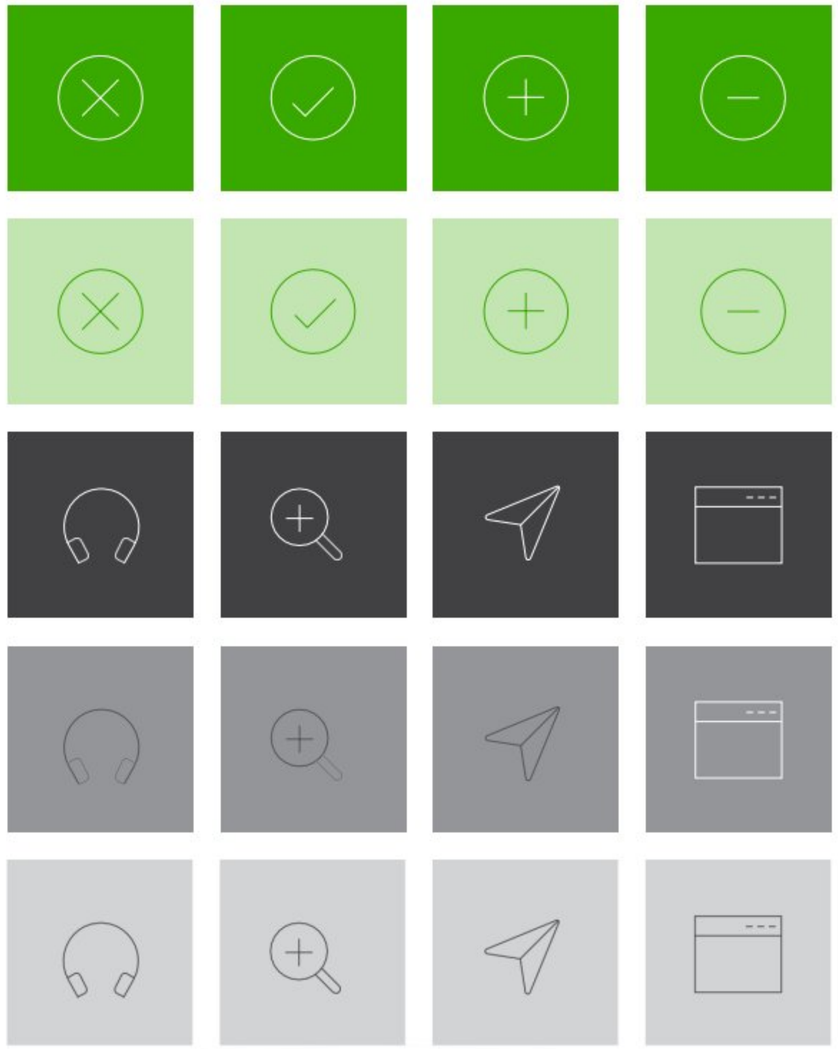
06

Iconografía



Iconografía

Un ícono es una imagen o representación que se muestra en un formato impreso o digital, con el fin de ayudar al usuario a navegar por el contenido de una manera más fácil.



Proporción

Mantener las proporciones del contorno de la línea de los íconos para evitar su distorsión.



Ejemplos para iconografía SENA

Se deben implementar íconos sin relleno, compuestos solo por una línea de contorno.



CAPÍTULO

07

Fotografía



Uso de fotografías

Las fotografías deben comunicar el concepto de marca, ser positivas, que promuevan el emprendimiento, la innovación, el trabajo en equipo y reflejen la grandeza de los talentos en las regiones.

Por medio de la imagen, se debe comunicar como una entidad que cree en el talento de los colombianos y expone las creaciones hechas en el SENA.

Su contraste debe ser estable y minimalista, acompañado de frases cortas y contundentes, con imágenes reales y variedad de planos narrativos.









Fotografía - usos incorrectos



No está permitido utilizar imágenes negativas.



No está permitido utilizar la tipografía sobre las imágenes en colores con baja legibilidad o contraste.

CAPÍTULO

08

Aplicaciones visuales



Impresos

Boletín de prensa


Boletín de prensa

Titular con fuente Calibri en negrilla de 16 puntos. Debe tener preferiblemente hasta 60 caracteres y en todo caso no más de línea y media. Siempre justificar al centro.

Un destacado con fuente Calibri en negrilla de 12 puntos. Máximo 220 caracteres, Siempre se deberá justificar a la izquierda (No es el lead, sino un sumario en el que se destaque el aspecto más relevante de la noticia presentada abajo).

Ciudad (Departamento), día-mes-año. El fechado debe comenzar por el municipio donde se presenta la noticia (no dónde se hace, no vereda, no corregimiento); luego, entre paréntesis, el nombre del departamento completo (no las primeras letras); sigue coma (,); y, posteriormente la fecha, según normar RAE (día, mes, año). Es importante aclarar que los días de un solo dígito NO llevan antecede un cero (0). Finalmente va (seguido) punto (.) y guión corto (-). Fuente: Calibri, negrita, 11 puntos (nunca en cursiva).

Cuerpo de texto: debe contener una cuartilla y media máximo, fuente: calibri, normal, 12 puntos, alineación: justificado a la izquierda.

En cursivas solo van: frases (testimonios de los entrevistados, comienzan y terminan con comillas dobles (nunca simples)); extranjerismos y vulgarismos; no cargos, ni nombres propios o similares.

Fuente: calibri, negrilla, 11 puntos (nunca en cursiva).

Alineación: justificado a la izquierda.
La fuente se cita con nombre y cargo en letra normal.

Intertítulos: con fuente Calibri en negrilla de 12 puntos. Máximo una línea. Siempre se deberá justificar a la izquierda. Estos dividen los temas de un boletín.

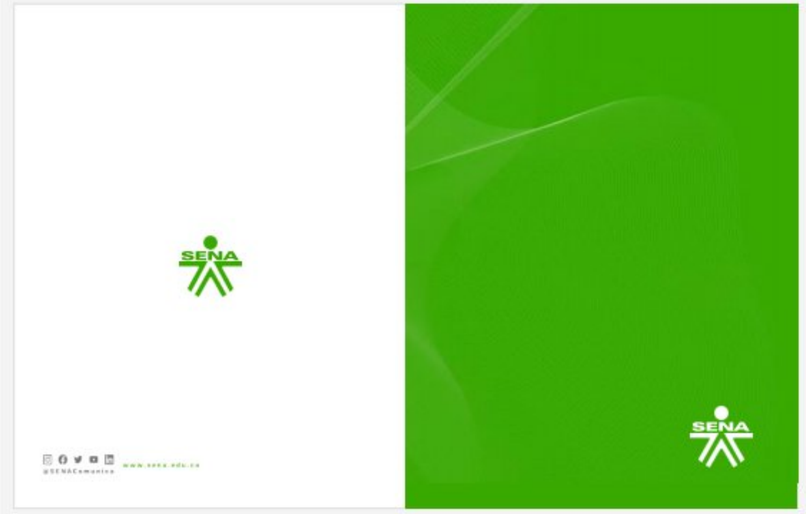
@SENAComunica www.sena.edu.co

Sobre



Carpeta

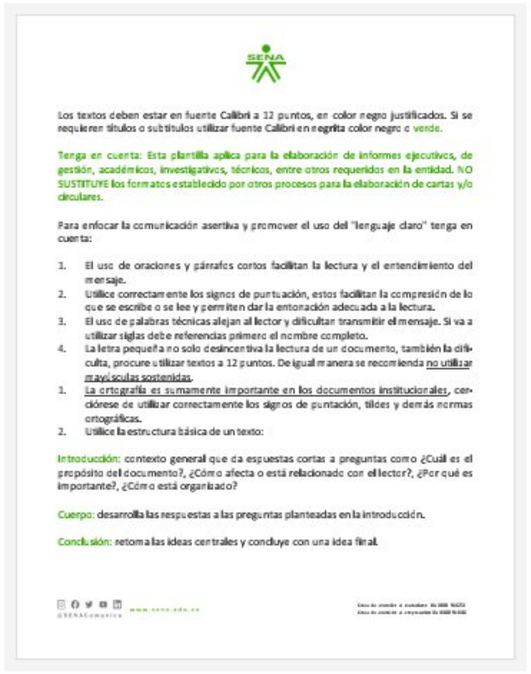
Portada
y contraportada



Cuerpo interno



Plantilla word



Los textos deben estar en fuente **Calibri** a 12 puntos, en color negro justificados. Si se requieren títulos o subtítulos utilizar fuente **Calibri en negrita** color negro o verde.

Tenga en cuenta: Esta plantilla aplica para la elaboración de informes ejecutivos, de gestión, académicos, investigativos, técnicos, entre otros requeridos en la entidad. NO SUSTITUYE los formatos establecido por otros procesos para la elaboración de cartas y/o circulares.

Para enfocar la comunicación asertiva y promover el uso del "lenguaje claro" tenga en cuenta:

1. El uso de oraciones y párrafos cortos facilitan la lectura y el entendimiento del mensaje.
2. Utilice correctamente los signos de puntuación, estos facilitan la compresión de lo que se escribe o se lee y permiten dar la entonación adecuada a la lectura.
3. El uso de palabras técnicas alejan al lector y dificultan transmitir el mensaje. Si va a utilizar siglas debe referencias primero el nombre completo.
4. La letra pequeña no solo desincentiva la lectura de un documento, también la dificulta, procure utilizar textos a 12 puntos. De igual manera se recomienda no utilizar mayúsculas sostenidas.
1. La ortografía es sumamente importante en los documentos institucionales, cerciórese de utilizar correctamente los signos de puntación, tildes y demás normas ortográficas.
2. Utilice la estructura básica de un texto:

Introducción: contexto general que da espuestas cortas a preguntas como ¿Cuál es el propósito del documento?, ¿Cómo afecta o está relacionado con el lector?, ¿Por qué es importante?, ¿Cómo está organizado?

Cuerpo: desarrolla las respuestas a las preguntas planteadas en la introducción.

Conclusión: retoma las ideas centrales y concluye con una idea final.

Plantilla excel



Esta es una plantilla configurada con un cabezote predeterminado, que presenta la imagen institucional, la cual se visualizará en el momento de generar los archivos en PDF o imprimir el documento.

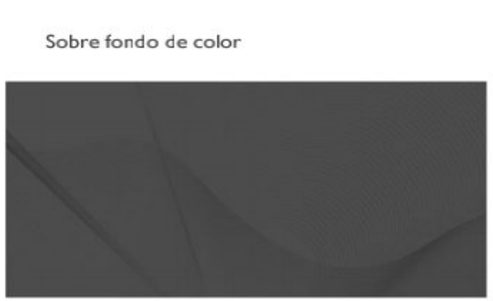
Título

Categoría	Categoría	Categoría	Categoría	Categoría	Categoría	Categoría	Categoría	Categoría	Categoría	Categoría	Categoría	Categoría	Categoría
Datos	Datos	Datos	Datos	Datos	Datos	Datos	Datos	Datos	Datos	Datos	Datos	Datos	Datos

Texturas

Sobre fondo blanco

Sobre fondo de color

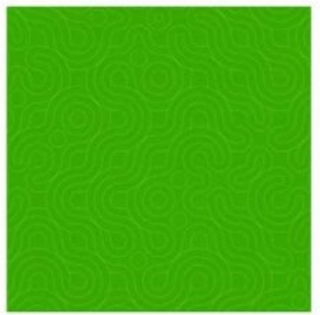


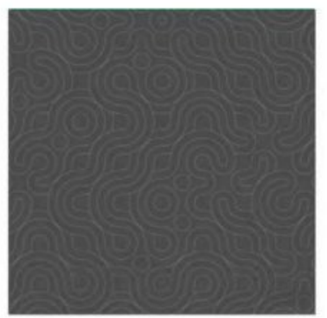


Textura modular secundaria

Sobre fondo blanco

Sobre fondo de color





Formato de presentación SENA



Portada



Texto



Texto - Foto sangrada



Datos y estadísticas - información especial



Tablas de excel

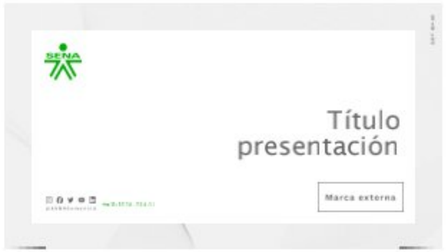


Portadillas



Cierre

Formato de presentación SENA + marca externa



Portada



Texto



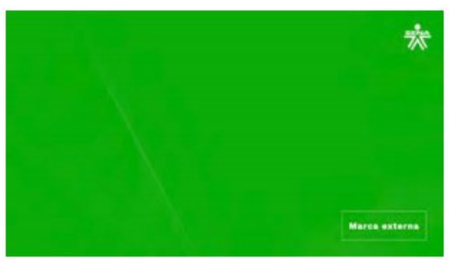
Texto - Foto sangrada



Datos y estadísticas - información especial



Tablas de excel



Portadillas



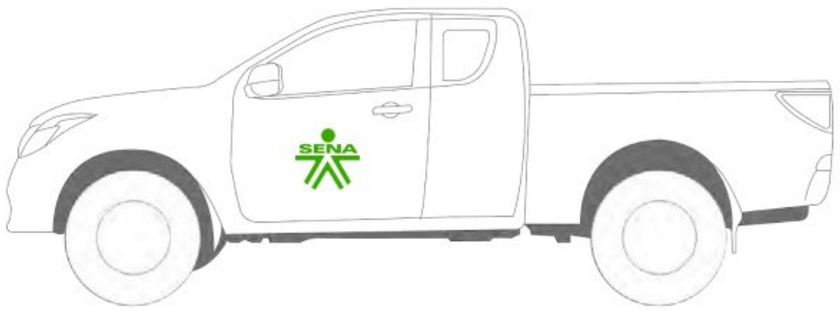
Cierre

Aula móvil



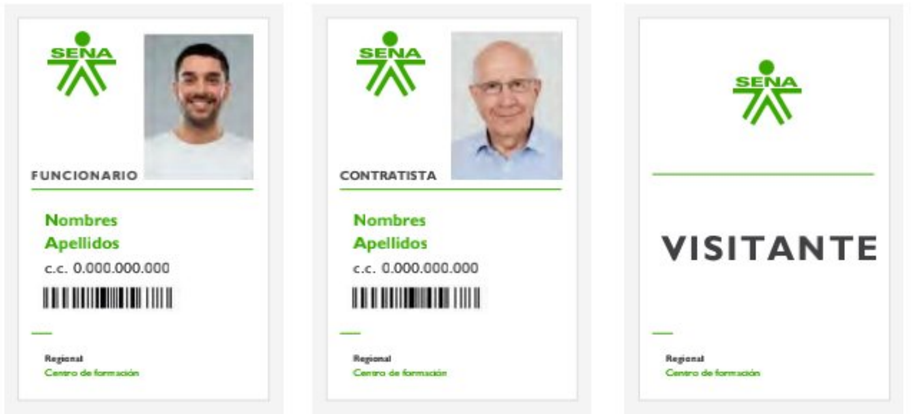
No debe llevar marcación en la parte delantera, posterior o cabina del conductor.

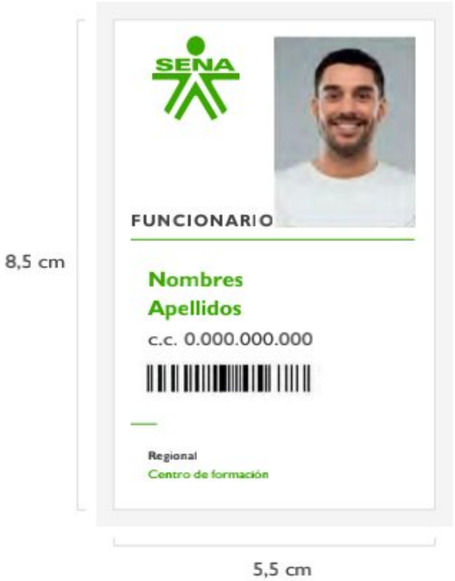
Vehículos



El logo debe ir en las puertas laterales del vehículo.
No debe llevar marcación en la parte delantera o posterior del vehículo.

Carné





Si es necesario incluir un código de barras, se debe ubicar en la parte frontal del carné debajo del número de la cédula.

Archivo para impresión en la sección de **Recursos - Descarga de documentos**

Backing genérico



Pendón genérico

Identificación de centros
de formación y regionales

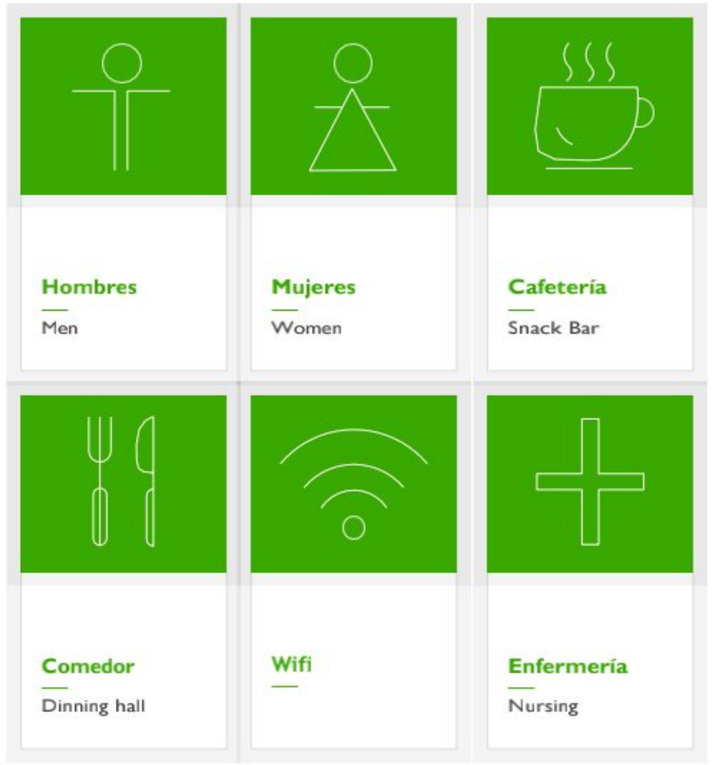


Señalización*

Usos generales

*Estos ejemplos son una guía para el diseño de señalización de zonas generales, ambientes y aulas. Para conocer los lineamientos de señalización de Seguridad y Salud en el Trabajo, consulte al equipo de esta área y consulte las siguientes normas:

- **Normas Técnicas Colombianas NTC 1461:** HIGIENE Y SEGURIDAD - Colores y Señales de Seguridad
- **NTC 1931: PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS** - Señales de Seguridad
- **ISO 3864-1 Parte 1:** Principios de Diseño de Señales de Seguridad en lugares de trabajo y áreas públicas.
- **ISO 16069:** Sistemas de Señalización de Rutas de Evacuación.

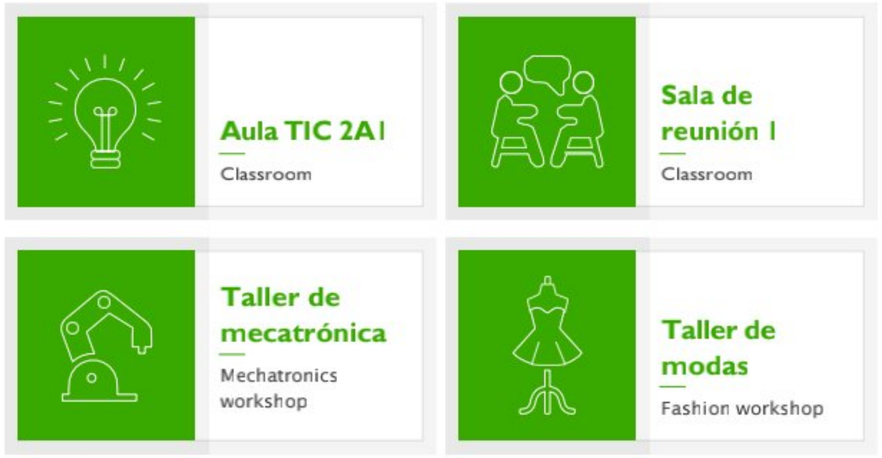


Para avisos de Seguridad y Salud en el Trabajo, las normas deben ser citadas en los procesos de contratación para garantizar su cumplimiento. Así mismo, se recomienda elaborar la señalización de Seguridad y Salud en el Trabajo con TINTAS UV y una BANDA DE SECADO CON LÁMPARAS ULTRAVIOLETA (UV), con el fin de garantizar mejor presentación y resistencia a las condiciones medioambientales. De igual forma, la señalética en hojalata y lámina galvanizada con revestimiento en pintura electrostática tiene mayor durabilidad, seguridad y resistencia al óxido y la corrosión.

Señalización*

Usos horzontales

Los espacios de aulas deben ir en la aplicación horizontal de la señalización.



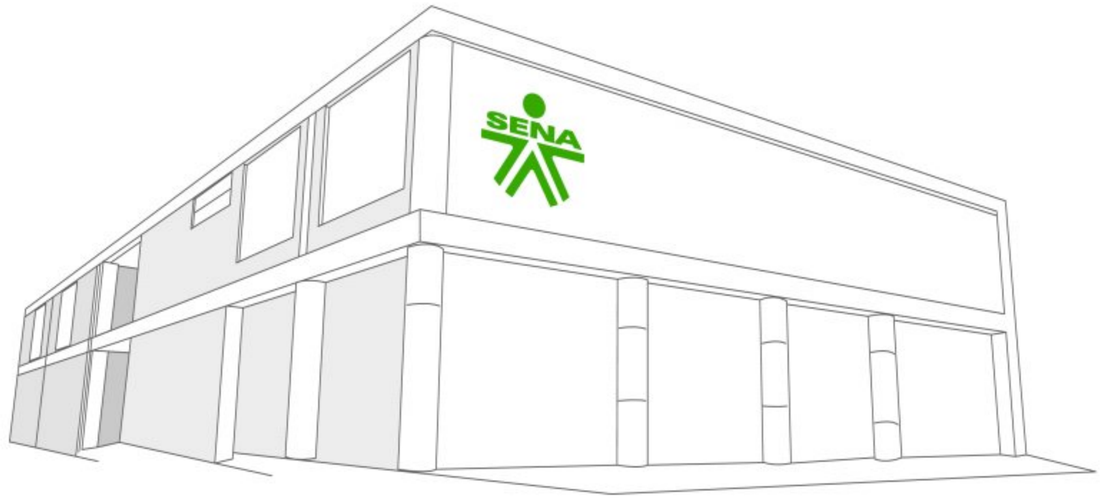
Recomendación
Impresión sobre poliestireno para exteriores o plancha galvanizada, la pieza va unida al muro mediante adhesivo doble faz.

Tamaño
El tamaño cambia de acuerdo al espacio dispuesto para este elemento en ambientes, aulas, zonas generales, entre otras. Deberá ser definido por el equipo asignado.

Para avisos de Seguridad y Salud en el Trabajo, las normas deben ser citadas en los procesos de contratación para garantizar su cumplimiento. Así mismo, se recomienda elaborar la señalización de Seguridad y Salud en el Trabajo con TINTAS UV y una BANDA DE SECADO CON LÁMPARAS ULTRAVIOLETA (UV), con el fin de garantizar mejor presentación y resistencia a las condiciones medioambientales. De igual forma, la señalética en hojalata y lámina galvanizada con revestimiento en pintura electrostática tiene mayor durabilidad, seguridad y resistencia al óxido y la corrosión.

Fachada

Se debe usar en un tamaño proporcional a la fachada, ocupando aproximadamente un rango de 15 a 20% del total del área donde se ubique. Si el edificio no cuenta con características arquitectónicas para el uso de esta manera, se debe usar el formato de aviso externo.



Aviso externo estándar (caja de luz)



Fachada

Valla fachada recambio de lona



Fotografía

El personaje debe estar realizando una acción coherente con el centro de formación y ocupar un espacio superior al 30% del total de la pieza.

Con los personajes se realiza una técnica de degradado, que ayuda a disminuir la saturación del personaje con respecto al fondo, conservando así el equilibrio de color.

Subtítulo (Opcional)

Se puede poner un subtítulo especificando la ubicación del centro y/o sede.

Valla fachada anclada al piso



Valla fachada inauguración de centro o espacio



Fotografía

El personaje debe estar en primer plano o plano medio mirando hacia el frente.

En el fondo está la fotografía de la infraestructura o de espacio, la cual debe ir silueteada y con un degradado para contrastar con el personaje frontal, esta estructura no debe sobrepasar el 60% de la pieza gráfica.

Frase de campaña (Opcional)

Es posible poner un mensaje de campaña que complemente la pieza gráfica según la campaña sombrilla activa en el momento de realizarla.

Lineamientos y señalización de obras y ambiente SENA

Se emiten estos lineamientos para ser cumplidos según el Artículo 1 del Decreto 2759 de 1997



Placas de inauguración de obras según inversión y/o participación: solo desde dirección general

Contenido

Escudo de Colombia + logo SENA (centrado en la parte superior)

Nombre de la sede: nombre completo Sede o Centro

Texto:
Obra destinada a la formación y el conocimiento
CREAMOS OPORTUNIDADES PARA FORTALECER
EL TALENTO HUMANO

Fecha: mes, año

Medidas: 60 cm de alto x 40 cm de ancho
Material: mármol blanco en referencia Guatemala o similar



Placas de inauguración de obras según inversión y/o participación: regional o mixta

Contenido

Escudo de Colombia (centrado en la parte superior)

Logos en cobranding (mínimo 2)
Logo SENA + (logo de acuerdo a la inversión/participación) Gobernación + Alcaldía + Empresa privada

Nombre de la sede: nombre completo Sede o Centro

Texto:
Obra destinada a la formación y el conocimiento
CREAMOS OPORTUNIDADES PARA FORTALECER
EL TALENTO HUMANO

Fecha: mes, año
Lugar: Municipio, Departamento

Medidas: 60 cm de alto x 40 cm de ancho
Material: mármol blanco en referencia Guatemala o similar



Placas de inauguración de ambientes, laboratorios y otros

Contenido

Logo SENA + (logo de acuerdo a la inversión/participación) Gobernación + Alcaldía + Empresa privada

Nombre de la sede: nombre completo del ambiente, laboratorio o planta.

Texto:
Obra destinada a la formación y el conocimiento
CREAMOS OPORTUNIDADES PARA FORTALECER
EL TALENTO HUMANO

Fecha: mes, año

Medidas: 26 cm de alto x 20 cm de ancho
Material: acrílico transparente



Placas de inauguración de sistemas fotovoltaicos

Contenido

Logo SENA + (logo de acuerdo a la inversión/participación) Gobernación + Alcaldía + Empresa privada

Nombre de la sede: nombre completo del sistema.

Texto:
Obra destinada a la formación y el conocimiento
REALIZAMOS ACCIONES DE EFICIENCIA ENERGÉTICA
PARA LOGRAR UN MUNDO SOSTENIBLE

Fecha: mes, año

Medidas: 26 cm de alto x 20 cm de ancho
Material: acrílico transparente



Señalización para inauguración de plantas/laboratorios de eficiencia energética

Contenido

Logo en cobranding SENA + Dirección Administrativa y Financiera

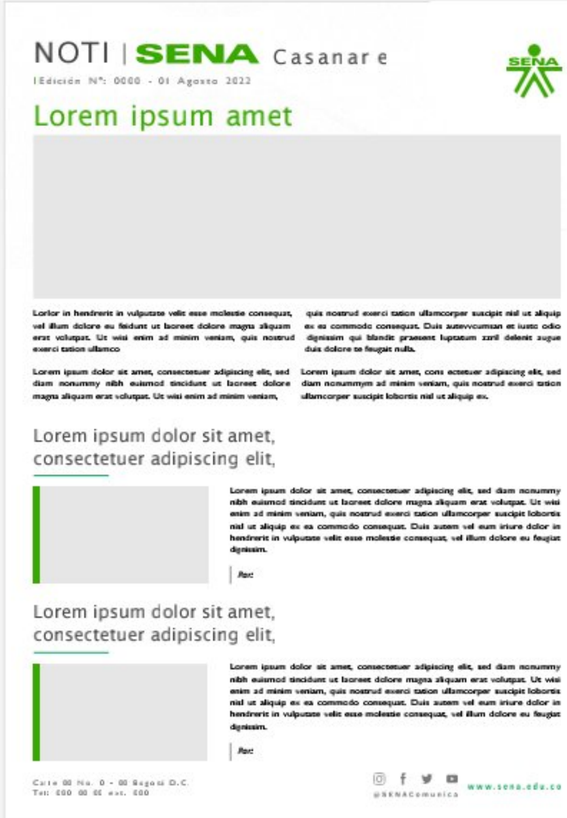
Texto:
Obra destinada a la formación y el conocimiento
REALIZAMOS ACCIONES DE EFICIENCIA ENERGÉTICA
PARA LOGRAR UN MUNDO SOSTENIBLE

Nombre: nombre completo del sistema, laboratorio o planta

Medidas: 26 cm de alto x 20 cm de ancho
Material: acrílico transparente

Digital

Boletín regional NOTISENA



E-card

Formato único
950 x 690 px



Flash Informativo



Firma digital



Vestuario

El uso del logo solo esta permitido en verde o en blanco. Debe ir ubicado en el costado izquierdo, de 7 cm de ancho por el alto proporcional y no debe ir acompañado de textos bordados (programas, centros de formación, etc.).

Camisa polo



Camisa manga larga



Chaqueta



Chalecos



Gorras



Hilo para bordar sena
Fabricante Coats Cadena Andino S.A.
Referencia: Coast Sylko
Color Catalogo - Verde 07050
Composición: 100 poliéster Trilobal
Tex: 27
Presentación: Cono por 5000 metros
Fabricación colombiana.

Hilo para coser SENA
Fabricante Coats Cadena Andino S.A.
Coast | International Colour References
Hilo: Fila 22 | Letra j | C5392

CAPÍTULO

09

Aplicaciones Audivisuales



Página web



Mosca



Marcación de nombres de personas







Marcación de videos de redes sociales



Marcación audiovisual de ubicación



Textos destacados sobre video





Subtítulos

Marcación de videos de datos personales (teléfono, correo y web)





CAPÍTULO

10

Recursos



Glosario

A continuación, encontrará un listado de términos para una mejor comprensión de cada capítulo del Brandbook SENA.

BACKING

Pieza publicitaria estática con un bastidor que permite exhibir imágenes de gran formato en cualquier lugar.

BANNER

Formato digital que consiste en incluir una pieza gráfica dentro de una página web.

BRANDING

Es un anglicismo que hace referencia al proceso de hacer y construir una marca (en inglés, brand equity) mediante la administración estratégica del conjunto total de activos vinculados en forma directa o indirecta al nombre y/o símbolo (logotipo) que identifican a la marca influyendo en el valor de la misma.

BRANDBOOK

Documento de difusión pública que explica el qué, por qué y para qué de la marca, siendo esta entendida no solo como un logo o un símbolo, sino como una entidad con una personalidad propia.

CMYK

El modelo CMYK (siglas de Cyan, Magenta, Yellow y Key) es un modelo de color sustractivo que se utiliza en la impresión en colores. Es la versión moderna y más precisa del antiguo modelo tradicional de coloración (RYB), que se utiliza todavía en pintura y artes plásticas. Permite representar una gama de colores más amplia que este último, y tiene una mejor adaptación a los medios industriales.

CO-BRANDING

El co-branding es una estrategia de posicionamiento que consiste en la asociación de marcas con el objetivo de impulsar su valor y rentabilidad. Se trata de un acuerdo estratégico que puede influir en la identidad corporativa de las marcas. Ya que una firma, que ya contaba con una personalidad propia, pasará a tener una fuerte vinculación con otra que también la tiene.

DEGRADADO

Un degradado (o un gradiente de color) es un rango de colores ordenados linealmente con la intención de dar visualmente una transición suave y progresiva entre dos o más colores.

E-CARD

Anglicismo que describe una postal o anuncio publicitario, que se crea utilizando medios digitales en lugar de papel u otros materiales tradicionales. Se pueden enviar a un destinatario, generalmente por correo electrónico.

FAVICON

También conocido como ícono de página, es una pequeña imagen asociada con una página o sitio web en particular.

ICONOGRAFÍA (ÍCONO)

Es un pictograma utilizado para representar archivos, carpetas, programas, unidades, etc. en un sistema gráfico.

INTERLINEADO

El interlineado es el espacio existente entre las diversas líneas de un texto. Se trata, por lo tanto, del espaciado vertical que separa a las palabras que se escriben en los distintos renglones.

PANTONE

Pantone® Inc. es una empresa con sede en Carlstadt, Nueva Jersey (Estados Unidos), creador del Pantone Matching System®, un sistema de identificación, comparación y comunicación del color para las artes gráficas. Pantone produce las internacionalmente conocidas Guías Pantone (o también llamadas, Cartas Pantone" (Pantoneras), que no son otra cosa más que tiras de papel-cartón de determinado gramaje y textura (coated, uncoated) con la impresión de una muestra de color, su nombre y fórmulas para obtenerlo.

POSTER

Formato que tiene como soporte una lámina de papel de cualquier tamaño, diseñado para ser colocado en una pared o en una superficie vertical. En este se incluyen elementos gráficos y textos cuya disposición y tipografía tienen una función particularmente importante.

RESPONSIVE

Diseño adaptable - Es una filosofía de diseño y desarrollo cuyo objetivo es adaptar la apariencia de las páginas web al dispositivo que se esté utilizando para visitarlas.

RGB

Es un modelo de color basado en la síntesis aditiva, con el que es posible representar un color mediante la mezcla por adición de los tres colores de luz primarios.

RETÍCULA

La retícula es un elemento de composición que tiene toda publicación, es una regla invisible para el espectador, pero visible para quien diseña. Es una base sobre la que se puede trabajar y donde aplicar los elementos que componen la publicación: columnas, páginas, etc.

TIPOGRAFÍA

Reconocida hoy en día como una forma más de arte, la tipografía es el estudio y análisis de los diferentes tipos o caracteres que componen un texto, no desde el punto de vista del contenido, la gramática o el estilo de escritura sino desde el aspecto visual y de diseño.

Descarga de documentos

A continuación encuentra el material e insumos requeridos para la elaboración de productos de comunicación con su respectivo enlace de descarga. Si al dar clic sobre cada elemento no funciona la descarga, puede consultar el repositorio de ShaarePoint aquí

Si persiste la dificultad por favor comunicarse a los correos: daortiz@sena.edu.co con copia a: corjuelal@sena.edu.co

Logos y tipografía

Logosímbolo SENA
Logotipo SENA
Tipografía principal
Tipografía secundaria
Logotipo Agencia Pública de Empleo
Logosímbolo Fondo Emprender
Marca gobierno - Ministerio de Trabajo

Piezas gráficas

Aplicación redes sociales y página web
Sobre
Carpeta
Texturas
Carné
Backing
Señalética
Pendón genérico Centro de Formación
Marcación Audiovisual
Marcaciones de programas, servicios y productos
Eventos y campañas de corta vigencia
Formato de presentación SENA
Formato presentación SENA + Gobierno Nacional
Formato presentación SENA + Marca externa
Avisos y vallas
Aula Móvil
Flash informativo SENA
Boletín regional NotiSENA
Boletín de prensa
Formato comunicado a la opinión pública
Plantilla Excel SENA
Plantilla Word SENA
Plantilla Word SENA + Gobierno Nacional

@SENAComunica

www.sena.edu.co

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVO

2022 | BRANDBOOK