

CIRCULAR 116 DE 2013

(septiembre 11)

<Fuente: Archivo interno entidad emisora>

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA

PARA: DIRECTORES REGIONALES Y SUBDIRECTORES DE CENTRO
ASUNTO: Manejo de Imagen Institucional para Programas e iniciativas acorde con el protocolo de comunicaciones SENA.

Con el objetivo de promover el buen uso de la imagen institucional del SENA a través de sus programas e iniciativas, a continuación se hace la aclaración de los usos adecuados de la imagen acorde con el Protocolo de Comunicaciones de Dirección General del SENA según lo establecido por la Resolución [1151](#) de 2013.

En el Manual de Identidad Corporativa SENA se establecen y definen todas las normas de aplicación que logran, en su conjunto, proyectar una imagen sólida institucional que respalda a los públicos objetivos de la Entidad. Su aplicación logrará difundir y facilitar las labores de mercadeo y comunicación.

De acuerdo con algunos usos indebidos de la imagen en diversos programas e iniciativas y del logo del SENA en algunas piezas publicitarias implementadas para la divulgación y promoción de eventos de divulgación se aclara lo siguiente:

- El color adecuado para el uso del logotipo es negro o blanco. Esto dependerá del fondo de la pieza en donde va a ser implementado, no debe caer sobre imágenes de fotografías, ni hacer tramas con el mismo, si el fondo es de color oscuro el color del logo es blanco, si el fondo es claro el logo debe ser negro, no está permitido su uso en ningún otro color.
- Se puede acompañar las piezas con el imagen '+ Trabajo', solo como acompañamiento más no remplazando el logo SENA, es decir no puede ir simultáneamente el logo con el descriptor (Más trabajo) y la imagen + trabajo. Sólo uno de los dos.
- Para aplicaciones en textos complementarios de las piezas gráficas: web, presentaciones, piezas digitales y televisivas, y campañas de comunicación, se recomienda utilizar la familia tipográfica Verdana, Myriad Pro y Swis 721. Para diseños más dinámicos, se pueden utilizar las tipografías handsean y abeatbykai.⁽¹⁾
- Los programas e iniciativas deben ir sin especificar la ciudad y serán implementados en presentaciones, piezas gráficas, infografías y demás piezas en donde el logo del SENA ya esté usándose.
- La marcación de los programas e iniciativas van con el logotipo del SENA y debe ir acompañado siempre del Brand master (marca principal) y se debe utilizar en piezas gráficas donde el logo del SENA no ha sido implementado.
- Las piezas gráficas deben tener la siguiente información:

- Nombre del evento

- Fecha y hora

- Lugar

- Expositores (invitados - si es necesario)
- Inscríbbase (siempre)
- Temáticas que se van a tratar (opcional)
- Imagen de fondo relacionada con el evento de divulgación.
 - Las presentaciones realizadas por cada programa e iniciativa se realizarán bajo el manual realizado por la Oficina de Comunicaciones de Dirección General del SENA. (Protocolo de Comunicaciones Institucionales SENA, pág. 27).
 - Las redes sociales como lo estipula el protocolo de comunicaciones del SENA que están autorizadas para la difusión y promoción de eventos, noticias e información están definidas por la Oficina de Comunicaciones del SENA: Twitter: @SENAComunica, Facebook: SENA Comunica, Pinterest: SENA comunica, Google plus: SENA, YouTube: SENATV
 - Es importante aclarar el propósito de cada una de ellas: SENAComunica divulga información institucional, dispersa contenidos para las comunidades educativas y es la tribuna de noticias del orden regional y nacional. Todos los contenidos producidos por las regionales y sus centros de formación tienen cabida en estas redes con el acompañamiento de la Oficina de Comunicaciones de la Dirección General.
 - @SENAComunica Cuenta institucional, para interactuar con los seguidores.
 - En Youtube el SENA tiene a disposición del público el Canal SENATV
 - Los programas, funcionarios o contratistas SENA, no podrán contar con cuentas en Facebook, Twitter, Youtube u otras redes sociales a nombre de la Entidad.⁽²⁾
 - SENA es entidad pionera de la red social Google Plus en Colombia, red social que se afianza como la de mayor crecimiento en "Social Media" por sus diversas herramientas de interacción con el público.

Toda información que se quiera publicar desde las regiones sobre cualquier programa o iniciativa de la Entidad hacia los medios de divulgación y comunicación del SENA se debe gestionar con los comunicadores de la Regional, quienes son los encargados de canalizar la información, investigar y desarrollar las notas, que posteriormente serán avaladas por la Oficina de Comunicaciones de la Dirección General del SENA.

Las solicitudes de diseño o el aval de los realizados en las Regiones debe darse por la Oficina de comunicaciones del SENA - Dirección General, para verificar el uso adecuado de la marca SENA. (Vallas, pendones, invitaciones, remodelaciones etc.)

De acuerdo con esto, es importante que las recomendaciones anteriormente mencionadas sean implementadas por cada uno de los programas e iniciativas, con el objetivo promocionar y velar por el adecuado uso de la imagen corporativa del SENA.

DIEGO FERNANDO SUÁREZ MANZUR

Jefe Oficina de Comunicaciones

NOTAS AL FINAL:

1. Protocolo de Comunicaciones SENA 2013, pág. 19.
2. Protocolo de comunicaciones SENA, pág. 48

<Para consultar la versión original PDF de este documento dirigirse al siguiente link:
https://www.avancejuridico.com/docpdf/sena/CIRCULAR_SENA_0116_2013.pdf>



Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.

Normograma del Sena

ISSN Pendiente

Última actualización: 20 de abril de 2024 - (Diario Oficial No. 52.716 - 3 de abril de 2024)

