

RESOLUCIÓN 334 DE 2012

(febrero 29)

<Fuente: Archivo interno entidad emisora>

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

<NOTA DE VIGENCIA: Resolución derogada por el artículo [9](#) de la Resolución 219 de 2013>

“Por la cual se adopta el Manual de Identidad Corporativa para el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y se deroga la Resolución Dirección General [1148](#) de 2009”.

Resumen de Notas de Vigencia

NOTAS DE VIGENCIA:

- Resolución derogada por el artículo [9](#) de la Resolución 219 del 8 de febrero de 2013, 'por la cual se adopta el Protocolo de Comunicaciones del SENA y se deroga la Resolución No. 0034 de 2012.'

EL DIRECTOR GENERAL DEL SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA

En uso de sus facultades legales, estatutarias y en especial las conferidas en el numeral 4 del artículo [4o](#) del Decreto 249 de 2004, y

CONSIDERANDO:

Que el Decreto 249 del 28 de enero de 2004, estableció en el artículo [4o](#) las funciones de la Dirección General, señalándole en los numerales 1 y 4 las de: "1. Dirigir, coordinar, vigilar y controlar la ejecución de las funciones o programas de la entidad y de su personal. // 4. Dirigir, coordinar y controlar las funciones administrativas,... Dictar los actos administrativos,... con miras al cumplimiento de la misión de la entidad, de conformidad con las normas legales vigentes".

Que el artículo [7o](#) del Decreto 249 de 2004 establece como funciones de la Oficina de Comunicaciones, entre otras, las siguientes: "1. Asistir a la Dirección General, a las Direcciones Regionales, a la 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, // 4. Dirigir y coordinar el diseño, producción y distribución de periódicos, boletines, medios audiovisuales y medios impresos con fines de información y divulgación institucional, en coordinación con la Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas; 5. Diseñar, implantar, desarrollar y mantener sistemas y mecanismos destinados a la conservación de la imagen corporativa de la entidad. // 7. Asesorar a las dependencias del SENA en el manejo de la información, divulgación, imagen corporativa y publicidad institucional".

Que el Artículo [13](#) del decreto 249 de 2004, dentro de las funciones de la Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas, establece en los numerales 3 y 14 las de: 3. Proponer el portafolio de servicios institucional y formular estrategias de promoción, comunicaciones, mercadeo y servicio al cliente, garantizando la atención integral de los usuarios y aportantes.// 4. Estructurar proyectos de servicio al cliente, coordinar y organizaría divulgación masiva a los ciudadanos de los servicios de la entidad, manteniendo la imagen corporativa, de acuerdo con las

políticas y objetivos trazados por el Director General, en coordinación con la Oficina de Comunicaciones".

Que mediante Resolución No. [1148](#) del 30 de abril de 2009, se adoptó el Manual de Identidad Corporativa en el SENA y se establecieron normas para su aplicación y actualización.

Que la actual estructura del Servicio Nacional de Aprendizaje -SENA, permite la interacción de Centros de Formación, Direcciones, Áreas, Servicios y Programas de todo tipo; por lo cual se generan logo-símbolos y piezas de comunicación diversos que dificultan una identificación homogénea y adecuada de la Institución.

Que dentro del Plan de Comunicaciones la entidad tiene como línea estratégica la identidad corporativa, y el Manual hace parte del direccionamiento para preservación y unificación de la misma, con el fin de posicionar la marca y consolidar la reputación corporativa.

Que es necesario diseñar, implantar, desarrollar y mantener sistemas y mecanismos destinados a la conservación de la identidad corporativa de la entidad y el adecuado manejo de la misma.

Que es preciso actualizar la reglamentación que establece los lineamientos relacionados con la identidad corporativa, presente en los diferentes productos y servicios institucionales, al igual que en los diferentes canales y medios de comunicación de la entidad.

Que el Manual de Identidad Corporativa para el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, permitirá estandarizar, unificar y mantener actualizado los parámetros para el manejo de la divulgación de la información y la publicidad institucional, así como la conservación y divulgación de la imagen corporativa de la entidad.

Que atendiendo que este manual contendrá el sistema de signos visuales y la reglamentación de usos y aplicaciones, una identidad propia, cuyos objetivos son los de reglar el uso interno de símbolos, y establecer una imagen sólida institucional con respecto de otras instituciones y público objetivos de la misma.

Que en mérito de lo expuesto,

RESUELVE:

ARTÍCULO 1o. <Resolución derogada por el artículo [9](#) de la Resolución 219 de 2013> Adoptar el Manual de Identidad Corporativa para el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, que se anexa, el cual formará parte integral de la presente Resolución, con el fin de proyectar nuevos parámetros para el manejo y la implementación de la identidad corporativa de la entidad.

Notas de Vigencia

- Artículo derogado por el artículo [9](#) de la Resolución 219 del 8 de febrero de 2013, 'por la cual se adopta el Protocolo de Comunicaciones del SENA y se deroga la Resolución No. 0034 de 2012.'



ARTÍCULO 2o. <Resolución derogada por el artículo [9](#) de la Resolución 219 de 2013> La presente Resolución y el Manual de Identidad Corporativa anexo deben ser acatados y aplicados en su totalidad por la comunidad SENA a nivel nacional para lo cual la Oficina de Comunicaciones de la Dirección General brindará la asesoría y el suministro de los archivos, imágenes e información requerida para que esta se cumpla a cabalidad.

PARÁGRAFO. La construcción consistente de una marca, compuesta por logotipos, colores y especificaciones determinadas, de carácter institucional como SENA no requiere del desarrollo de logos, slogan y marcas diferentes a las establecidas en el Manual de Identidad Corporativa. Por lo tanto, no están permitidas las iniciativas de creación o modificación de logo-símbolos, colores y marcas nuevas o existentes, para las diferentes dependencias, Regionales, Centros de Formación, servicios, convenios, estrategias y cualquier clase de programa o evento relacionado con el Servicio Nacional de Aprendizaje –SENA

Notas de Vigencia

- Artículo derogado por el artículo [9](#) de la Resolución 219 del 8 de febrero de 2013, 'por la cual se adopta el Protocolo de Comunicaciones del SENA y se deroga la Resolución No. 0034 de 2012.'



ARTÍCULO 3o. <Resolución derogada por el artículo [9](#) de la Resolución 219 de 2013> Cualquier iniciativa de ejecución y publicación por parte de las áreas, dependencias, Regionales y Centros de Formación, relacionados con el portafolio de servicios institucional, convenios, estrategias de promoción, comunicaciones, mercadeo, servicio al cliente, y programa o evento para el público externo del Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, deberá contar con el concepto previo y favorable la Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas y de la Oficina de Comunicaciones de la Dirección General.

PARÁGRAFO. No podrá usarse la marca SENA en condiciones distintas a las especificadas en el Manual de Identidad Corporativa, ni ser usados los logotipos por parte de otras entidades sin consulta previa o sin ser parte de algún convenio o programa establecido entre la misma y el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA.

Notas de Vigencia

- Artículo derogado por el artículo [9](#) de la Resolución 219 del 8 de febrero de 2013, 'por la cual se adopta el Protocolo de Comunicaciones del SENA y se deroga la Resolución No. 0034 de 2012.'



ARTÍCULO 4o. <Resolución derogada por el artículo [9](#) de la Resolución 219 de 2013> Toda iniciativa de las áreas, dependencias, Regionales y Centros de formación relacionados con la creación de piezas de comunicación internas, tanto impresas como digitales, deberán contar con el concepto previo y favorable la Oficina de Comunicaciones de la Dirección General antes de ser ejecutada y publicada.

Notas de Vigencia

- Artículo derogado por el artículo [9](#) de la Resolución 219 del 8 de febrero de 2013, 'por la cual se adopta el Protocolo de Comunicaciones del SENA y se deroga la Resolución No. 0034 de 2012.'



ARTÍCULO 5o. <Resolución derogada por el artículo [9](#) de la Resolución 219 de 2013> La Oficina de Comunicaciones realizará el seguimiento a la aplicación del Manual de Identidad Corporativa y solicitará a los servidores públicos y contratistas del SENA, a las dependencias, Regionales, Centros de Formación o a las otras entidades, si fuere el caso, los ajustes o

correcciones a que haya lugar para el adecuado cumplimiento de los lineamientos establecidos en el mismo.

Notas de Vigencia

- Artículo derogado por el artículo [9](#) de la Resolución 219 del 8 de febrero de 2013, 'por la cual se adopta el Protocolo de Comunicaciones del SENA y se deroga la Resolución No. 0034 de 2012.'



ARTÍCULO 6o. <Resolución derogada por el artículo [9](#) de la Resolución 219 de 2013> La Oficina de Comunicaciones de la Dirección General con el apoyo de la Dirección Promoción y Relaciones Corporativas hará la revisión permanente del Manual de Identidad Corporativa y gestionará los ajustes necesarios para su modificación o actualización y será la encargada de informar y enviar a nivel nacional las modificaciones que se realicen.

Notas de Vigencia

- Artículo derogado por el artículo [9](#) de la Resolución 219 del 8 de febrero de 2013, 'por la cual se adopta el Protocolo de Comunicaciones del SENA y se deroga la Resolución No. 0034 de 2012.'



ARTÍCULO 7o. <Resolución derogada por el artículo [9](#) de la Resolución 219 de 2013> La aplicación del presente Manual de Identidad Corporativa deberá hacerse sin incurrir en gastos diferentes a los previstos para la divulgación de información, piezas de comunicación e imagen institucional.

PARÁGRAFO. Las piezas de comunicación digitales que no se ajusten a lo dispuesto en el Manual de Identidad Corporativa, deberán adecuarse a partir de la entrada en vigencia de la presente resolución, en lo que respecta a las piezas impresas estas deberán utilizarse hasta agotar existencias.

Notas de Vigencia

- Artículo derogado por el artículo [9](#) de la Resolución 219 del 8 de febrero de 2013, 'por la cual se adopta el Protocolo de Comunicaciones del SENA y se deroga la Resolución No. 0034 de 2012.'



ARTÍCULO 8o. <Resolución derogada por el artículo [9](#) de la Resolución 219 de 2013> El diseño del stand institucional para la participación en eventos deberá contar con el concepto favorable del Grupo de Mercadeo de la Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas antes de su ejecución.

Notas de Vigencia

- Artículo derogado por el artículo [9](#) de la Resolución 219 del 8 de febrero de 2013, 'por la cual se adopta el Protocolo de Comunicaciones del SENA y se deroga la Resolución No. 0034 de 2012.'



ARTÍCULO 9o. <Resolución derogada por el artículo [9](#) de la Resolución 219 de 2013> La presente Resolución rige a partir de la fecha de su expedición y deroga la Resolución No. [1148](#)

del 30 de abril de 2009.

Notas de Vigencia

- Artículo derogado por el artículo [9](#) de la Resolución 219 del 8 de febrero de 2013, 'por la cual se adopta el Protocolo de Comunicaciones del SENA y se deroga la Resolución No. 0034 de 2012.'

COMUNIQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá a los 29 FEB 2012

CAMILO EDUARDO BERNAL HADAD

Director General

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

Introducción 1

El Escudo 2

El Logosímbolo 3

El Logosímbolo (Construcción) 4

El Logosímbolo con Complemento 5

El Logosímbolo con Complemento (Construcción) 6

El Logosímbolo con Descriptor 7

El Logosímbolo con Descriptor (Construcción) 8

Mínimos de Utilización 9

Usos sobre Fondos de Color 10

Formas de Interrelación (Áreas de Seguridad) 11

Tipografías Publicitarias 13

Colores Institucionales 14

Relación del Logosímbolo con Productos y Servicios 15

Uso como Coanunciante 23

Usos Incorrectos 25

Ejemplos de Aplicación

Tarjeta de Presentación 27

Hojas Membretes	28
Sobres, Carpetas	29
Plantillas para Presentaciones	30
Tarjetas Institucionales	31
Carnés: Funcionario, Contratista, Aprendiz y Visitante	32
Pendón Institucional	34
Stand Adecuación	35
Stand Portátil	36
Fachadas Básicas	37
Valla Institucional	40
Aulas Móviles	41
Señalización	42
Merchandising	43
Firma de Correo Electrónico	48
Portal de Internet	49
Intranet	50
Blogs	51
E-Card	52
Flash Informativo	53
Boletín Institucional	54
Boletín de Prensa	55

INTRODUCCION

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, que harán más eficiente y económica.

Los elementos básicos que componen la identidad, aptos para ser utilizados o reproducidos con propósitos de diseño y artes finales, se encuentran anexos en este CD. Los 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.

EL ESCUDO

Elemento tradicional histórico, que sólo debe utilizarse en distinciones, medallas o escudos conmemorativos.

Dorado

Verde SENA Reborde dorado

Composición Verde SENA

Reborde dorado

Verde SENA

C: 30 M: 0 Y: 30 K: 45

Bandera Institucional

PLACAS CONMEMORATIVAS B escudo repujado o fundido un solo tono (bronce, plata o dorado).

ESCUDOS CONMEMORATIVOS B escudo dorado y repujado.

1.80m

<Ver figuras en documento original>

EL LOGOSIMBOLO

Es el elemento principal de la imagen institucional, no deberá alterarse en sus proporciones, ni en su construcción geométrica y tipográfica, cualquiera que sea el tamaño de su aplicación, el color o la superficie de trabajo. Es por ello que es necesario el cumplimiento estricto de este manual.

El logo SENA debe plasmarse preferiblemente en materiales biodegradables, reciclables, y en general en aquellos que contribuyan a la preservación del medio ambiente.

<Ver logo en documento original>

EL LOGOSIMBOLO CONSTRUCCION

Con el fin de facilitar la reproducción cuando el caso lo amerite, o cuando no se pueda reproducir por los medios conocidos, se ha establecido una retícula, la cual permite un correcto manejo de la proporción.

La tipografía para escribir la palabra SENA ES ZURICH UBIK EX BT y la retícula debe estar justificada con la altura del símbolo.

EL LOGOSIMBOLO CON COMPLEMENTO

Complementa y explica la abreviación SENA.

Por ello debe utilizarse en las piezas de comunicación para los públicos Internacionales, en la firma del correo electrónico y en documentos de carácter oficial.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

La tipografía del complemento es Zurich BT

EL LOGOSIMBOLO CONSTRUCCION COMPLEMENTO

Para su construcción se parte desde la base inicial del logotipo y se agrega el texto complementario en la tipografía establecida en altas y centrado, alineándose con el centro del mismo.

EL LOGOSIMBOLO CON DESCRIPTOR

El Descriptor en español e inglés elemento que describe la marca y representa su proyección, comúnmente denominado slogan.

Es único y no debe modificarse o alterarse. Debe ir en compañía del logotipo en la parte inferior alineado con el centro del mismo, respetando las proporciones propuestas.

Para su construcción se debe utilizarse la fuente Zurich BT en una sola línea.

<Ver logo en documento original>

MINIMOS DE UTILIZACION

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

Sin embargo, el logotipo tiene unos tamaños de reproducción mínimos que se ilustran a continuación:

Este logotipo es la versión principal a utilizar.

Tamaño mínimo permitido para: Impreso: Un (1) cm de ancho por proporción en altura.

Digital: Cincuenta (50) pixeles de ancho por proporción en altura.

Logotipo con complemento, se utiliza para piezas de comunicación internacional, en la firma del correo electrónico y en documentos de carácter oficial.

Tamaño mínimo permitido para: Impreso: Dos (2) cm de ancho por proporción en altura. Digital: Cien (100) pixeles de ancho por proporción en altura.

Logotipo con descriptor, se utiliza siempre que sea posible para el diseño de piezas y elementos de comunicación y publicitarios.

Tamaño mínimo permitido para: Impreso: Dos (2) cm de ancho por proporción en altura. Digital: Cien (100) pixeles de ancho por proporción en altura.

Logotipo para medios digitales: El logotipo SENA se debe girar a 6 grados a la izquierda. Debe usarse con una franja inferior de color institucional con el slogan SENA.

Tamaño mínimo permitido para: Digital: Cien (100) pixeles de ancho por proporción en altura.

<Ver logos y figuras en documento original>

USOS SOBRE FONDOS DE COLOR

El color del logotipo es negro o blanco, y su uso será determinado cuando se adapte al fondo del elemento de comunicación a diseñar. No está permitido su uso en ningún otro color y los fondos a utilizarse deben ser de acuerdo a los colores institucionales.

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

Logotipo sobre fondo claro debe ir en color negro

SEIM/V

Logotipo sobre fondo oscuro debe ir en color blanco

<Ver figuras en documento original>

FORMAS DE INTERRELACION

La zona de seguridad, delimita y define el área libre mínima requerida alrededor del logotipo.

Previene que elementos ajenos a la marca, invadan su espacio y dificulten su lectura.

Áreas de seguridad del logotipo

Áreas de seguridad del logotipo con complemento

Áreas de seguridad del logotipo con descriptor

Áreas de seguridad del logotipo para medios digitales

<Ver figuras en documento original>

FORMAS DE INTERRELACION

Logotipo:

Logotipo en medios digitales

Logotipo con descriptor:

Logotipo con complemento

En todas las piezas de comunicación para los públicos externos de la Entidad debe incluirse:

www.sena.edu.co

Contact Center Bogotá: 592 55 55

Línea gratuita nacional: 01 8000910270

Facebook: SENAComunica

Twitter: SENAComunica

<Ver figuras en documento original>

TIPOGRAFIA PUBLICITARIA

Para el Logosímbolo, el complemento y el descriptor se utiliza efusivamente la fuente Zurich.

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 y Myriad Pro.

Zurich SENA

Zurlott Ublk EX BT

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 123456789

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

Zurich BT

ABCDEFGHIJKLMNÑOKRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñokrstuvwxyz 123458789

Verdana Vendana Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOKRSTUVWXYZ

abcdefghijkltdmñokrstuvwxyz 123456789

Verdana Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOKRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñopkrstuvwxyz 123456789

Myriad Pro Myriad Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOKRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 123456789

Myriad Pro Itotic

ABCDEFGHIJKLMNÑOKRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 123456789

Myriad Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 123456789

COLORES INSTITUCIONALES

Estos son los colores adoptados por el SENA, según la teoría del color y el significado cromático.

Naranja: símbolo del conocimiento, aprendizaje, creatividad y éxito. Verde: símbolo de estabilidad, verdad, profundidad, crecimiento y productividad.

Los colores principales para diseño son Naranja y Verde.

El Verde Complementario se usa como tono funcional secundario.

A continuación se describe la composición de cada color para los diferentes medios:

CMYK	C: 0 M: 68 Y: 100 K: 0	C: 100 M: 5 Y: 51 K: 23	C: 100 M: 5 Y: 51 K: 23
RGB	R: 252 G:115 B:35	R: 35 G:130 B:118	R: 89 G: 181 B: 72
PANONE	021 U	3295 U	368 U
HEXADECIMAL	#fc7323	#238276	#596548
	Naranja	Verde	Verde Complementario

RELACION DEL LOGOSÍMBOLO CON PRODUCTOS Y SERVICIOS SENA

El uso compartido del logotipo con los servicios y productos SENA, se hará de manera jerárquica, dando prioridad al logotipo SENA como master brand (marca principal); seguida por productos, programas y subproductos.

La construcción consistente de una marca de carácter institucional como SENA no requiere del desarrollo de logos, slogan y marcas diferentes a las establecidas en la jerarquía de la master brand.

Marca Institucional Productos Subproductos/ Programas

Marca Institucional Ejemplos	Productos Ejemplos	Subproductos/ Programas Ejemplos
SENA	Empleo	Empréndete Programa SENA
SENA	Convocatorias	Empréndete Programa SENA
SENA	Formación	Tecnoparque Iniciativa SENA
SENA	Innovación	WordSkills Iniciativa SENA
SENA	Caldas	Poblaciones Vulnerables iniciativa SENA
SENA	Centro de Servicios Financieros	

SISTEMA NACIONAL DE FORMACIÓN PARA EL TRABAJO

SENA Formación Especializada Alta Gerencia

Programa SENA

SENA Empresa

Programa SENA

Unidades de Investigación Aplicada

Programa SENA

SENA Innovación Investigación Aplicada, Innovación y Desarrollo Tecnológico

Programa SENA - COLCIENCIAS

Innovación y Desarrollo Tecnológico Productiva

Programa SENA

SENA Formación para el Trabajo Mesas Sectoriales

Iniciativa SENA

Normalización de Competencias

Programa SENA

SENA Centro Nacional del Conocimiento

FORMACIÓN PROFESIONAL

SENA Formación Formación Titulada

Programa SENA

Formación Complementaria

Programa SENA

WordSkills

Iniciativa SENA

Aulas Móviles

Iniciativa SENA

Tecnoparques

Iniciativa SENA

Redes Tecnológicas

SENA TICs Iniciativa SENA

Formación Virtual

Programa SENA

Idiomas

Iniciativa SENA

SERVICIO NACIONAL DE EMPLEO

Observatorio Laboral

Programa SENA

EMPLEO

EmpleaT

Programa SENA

Inclusión Social

Iniciativa SENA

MIPES

Programa SENA

EmprendeT

Programa SENA

EMPRENDIMIENTO

Jóvenes Rurales

Emprendedores

Programa SENA

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN Y RELACIONES CORPORATIVAS

SENA Relacionamento Servicio al Ciudadano

Programa SENA

SENA Internacionalización

SENA Capellanía Acompañamiento Espiritual

Iniciativa SENA

Asesoría Espiritual

Iniciativa SENA

RELACION DEL LOGOSIMBOLO CON PRODUCTOS Y SERVICIOS SENA

Existe una excepción al uso de la arquitectura de marca SENA propuesta para el manejo de la relación con los Servicios y Productos SENA, la cual solo aplica para los logosímbolos del

Servicio Público de Empleo y el Fondo Emprender.

Lo anterior dado el origen de estos programas; el Servicio Público de Empleo corresponde a una delegación del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social a la Entidad. En cuanto al Fondo Emprender es creado por la ley [789](#) de 2002, como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje- SENA.

SERVICIO PUBLICO DE EMPLEO FONDO EMPRENDER

Ministerio del Trabajo

República de Colombia

RELACION DEL LOGOSIMBOLO CON PRODUCTOS Y SERVICIOS SENA

La altura de la línea divisoria debe ser equivalente al 50% del tamaño del logo- símbolo

<Ver figuras en documento original>

USO COMO CO-ANUNCIANTE

En piezas gráficas, impresas o digitales, que incluyan además el logotipo de otras entidades o empresas, éstos se deben ubicar de tal forma que guarden simetría dentro del formato utilizado; distribuidos de manera alineada y con la misma proporción e importancia dentro de la composición. En lo posible, el logotipo SENA siempre debe ir en la parte izquierda inferior.

Este manejo de marca no hace referencia a productos, servicios y/o programas del SENA; para este caso se deben contemplar los lineamientos establecidos en páginas anteriores.

Distribución para piezas de comunicación estándar:

Distribución para piezas de comunicación internacionales:

Los logos deben tener la misma proporción dentro de la composición

Los logos deben llevar una distribución ordenada en el espaciado

Distribución para piezas de comunicación internacionales

Distribución para piezas de comunicación estándar

<ver figuras en documento original>

USOS INCORRECTOS

Es importante que la identidad de marca esté aplicada correctamente de acuerdo a las normas establecidas en este manual

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

Cambio en los colores y formas del logotipo

<Ver figuras en documento original>

USOS INCORRECTOS

Cambio en la construcción del logotipo, color y uso como complemento a otros logos

Cambio en la tipografía y uso de frases diferentes a la establecida

Efectos de volumen o rotación no permitidos

Invasión en la reserva de seguridad del logo

Como marca de agua o trama

<Ver figuras en documento original>

EJEMPLOS DE APLICACIÓN –

TARJETA DE PRESENTACION

Esta es y las siguientes páginas, se muestran ejemplos de aplicación de la marca SENA en diversos elementos de uso interno, externo y promocional.

Estos ejemplos se consideran muestras, de tal manera que pueden ser personalizados de acuerdo con las normas de manejo de la marca.

Tarjeta de Presentación

Tiro en Español

Tarjeta de Presentación

Retiro en Inglés

<Ver figuras en documento original>

EJEMPLOS DE APLICACIÓN – HOJA DE PRESENTACION

Hoja Membrete

En las hojas institucionales el logo debe ir centrado en la parte superior. Su proporción y tamaño debe ser considerado de acuerdo al tamaño de la página.

Hoja Membrete

21,59 cm

27,cm

<Ver figuras en documento original>

EJEMPLOS DE APLICACIÓN – PLANTILLAS PRESENTACIONES

Presentaciones Externas

Ejemplos de Aplicación __

Presentaciones Internas

<Ver figuras en documento original>

EJEMPLOS DE APLICACIÓN

Es el que podemos adaptar y diseñar de acuerdo al espacio destinado para el evento; permite un mejor manejo de los elementos y recursos para la promoción de la marca SENA y los servicios institucionales.

<Ver figuras en documento original>

CARACTERÍSTICAS

Se debe mantener una estética minimalista, sin muchos elementos de decoración y limpia, utilizando en el diseño los colores Institucionales y el blanco, siendo este el color predominante. Estos elementos sustentan razones de elegancia, modernidad, rapidez, innovación, tecnologías, TIC'S, entre otros.

Debe incluirse en un lugar visible: el logotipo SENA, la dirección web y el contact center. Además debe destinar un espacio para la atención a los interesados en temas pertinentes a Empleo, Emprendimiento y Servicio al Ciudadano. En la medida de lo posible debe habilitarse un espacio para Sala VIP, con el fin de atender a empresarios y promover casos de éxito y/o empresarios.

Es importante garantizar la buena presentación de las personas que realizan la gestión en el Stand. Adicionalmente debe disponerse de material promocional y publicitario, de acuerdo al perfil del evento.

EJEMPLOS DE APLICACIÓN -Stand Portátil

Permite ser ubicado fácilmente en cualquier espacio destinado para que el SENA

Promocione sus servicios, programas y productos. Es muy fácil de trasladar y montar

<Ver figuras en documento original>

CARACTERÍSTICAS DEL STAND PORTÁTIL

Características Backing (Fondo del Stand)

Estructura curva en Abra de vidrio (tipo araña), liviana, súper resistente, retráctil, fácil de armar, desarmar y transportar. Los paneles de recubrimiento del backing son en material fotográfico Súper Premium, vinilo encapsulado (acetato), acabado mate, intercambiables en los canales magnéticos. Resolución a 1.600 dpi. Debe incluir un juego de luces tipo spot. Garantía de por vida por defectos de fábrica.

Medidas: Alto: 2,20 m (con luces), 1,95 m (sin luces). Ancho: 2,60 m. Profundidad: 0,63 m. Paneles fotográficos: Frontales: 4; laterales: 2. Canales magnéticos: 7 canales. Iluminación: 5 spot.

<Ver figuras en documento original>

Características del counter (punto de atención)

Debe ser una mesa modular, fácil de armar y desarmar, no debe necesitar herramientas para su ensamble. Cuenta con una base en sistema Tensaflex magic enrollable para su recubrimiento; la tapa base y entrepaño son ovalados y estructurada en madera y fórmica. La fotografía es en material súper Premium, vinilo encapsulado (acetato), acabado mate, intercambiables y con resolución de 1.600 dpi.

Medidas: Alto: 91cm. Ancho: 84 cm. Peso Total: 17,6 Kg. Profundidad: 44 cm. Peso que soporta: 120 Kg.

El stand y el counter debe incluir la maleta plástica con ruedas para almacenamiento y desplazamiento del mismo.

EJEMPLOS DE LA APLICACIÓN –Fachadas Básicas

Las directrices que se disponen a continuación corresponden al uso básico de las fachadas. En el 2012 se publicará un Manual de Imagen Arquitectónica que desarrollará detalladamente la aplicación de este tema.

Para las fachadas debe usarse el logotipo en color negro, en relieve.

Se debe usaren un tamaño proporcional a la fachada, ocupando aproximadamente un rango del 5 a 20% del total del área donde se ubique.

Si el edificio no cuenta con características arquitectónicas para el uso de esta modalidad, se debe usar el formato de aviso externo estándar.

EJEMPLOS DE APLICACIÓN- Fachadas Relación con Productos y Servicios SENA

Para las fachadas de las oficinas de Servicio Público de Empleo que se encuentren en los Centros de Formación SENA, debe usarse los logos SENA y del SPE de acuerdo a la siguiente especificación:

10% menos del tamaño del logotipo SENA

Distancia equivalente al ancho del Logotipo SENA- Servicio

Para las fachadas de las oficinas de Servicio Público de Empleo independientes a los Centros de Formación SENA, debe usarse los logos de acuerdo a la siguiente especificación:

10% menos del tamaño del logotipo SENA

Distancia equivalente al ancho del Logotipo SENA- Emprender

10% menos del tamaño del logotipo SENA

Distancia equivalente al ancho del Logotipo SENA- Servicio

Distribución de Logos para Aulas Móviles de alianza Nacionales:

Distribución Logos para Aulas Móviles de alianza Internacionales:

Nombre Programa Aula Móvil

Ejemplos de Aplicación

MERCHANDISING

A continuación se establecen algunas directrices básicas para el uso y producción del merchandising. En el 2012 se publicará un Manual Merchandising donde se especificará detalladamente su aplicación.

El merchandising debe realizarse a través de la estrategia SENA proveedor SENA, dando prioridad a los Centros de Formación y bajo estándares de calidad y precio.

Todo tipo de merchandising debe incluir como elemento mínimo el logotipo, y de acuerdo con la necesidad promocional de la pieza: Logotipo con descriptor, logotipo con complemento, sitio web y contact center.

Este material, debe ser en los colores institucionales establecidos o tonalidades más aproximadas a los mismos.

Sombrilla

Tula de tela

Bolso de Yute

Materiales: yute natural con reata en algodón. 43cms

Bolso de cambrel

Bolsa de papel

Diseño tiro

Diseño retiro

Camisa

Diseño delantero

Diseño espalda

Chalecos Institucionales

Diseño espalda

Diseño delantero

Diseño espalda

Diseño espalda

Diseño delantero

FIRMA DE CORREO ELECTRONICO

El uso de la firma SENA, más que un simple requisito corporativo, forma parte de la construcción de la identidad digital de la institución.

Por ello se hace indispensable que funcionarios y contratista SENA la configuren y usen en sus cuentas de correo institucional.

1x IIIX1

Nombres Apellidos Verdana Negrilla Itálica* 10 pt- Color negro

Regional o Centro de Formación Dirección. Ciudad, Colombia.

Teléfono +57 (Indicativo) 00000 IP 0000

Correo electrónico

www.sena.edu.co

Facebook: SENAComunica

TWitter: SENAComunica

Verdana- Itálica- 8 pt- Color negro

De Clase mundial Verdana- Negrilla- 14 pt- Color 804b negro (gris)

R: 35 G: 130 B: 118

INTERNET

A continuación se establecen algunas directrices básicas para el uso de la marca SENA en medios digitales. En el 2012 se publicará un Manual de Identidad para Medios Digitales detallando sus alcances.

El portal SENA es un medio virtual de interacción directa entre la Entidad y la comunidad. En él se consignan noticias, documentos legales, datos relevantes de consulta y demás información fundamental para la comunidad SENA y el público general.

INTRANET

Es un espacio de interacción y consulta, exclusivamente interna, entre la Entidad y los funcionarios y contratistas. En ella se muestra información pertinente para la comunidad interna SENA.

BLOGS

Los blogs SENA deben ser creados en la plataforma blogger.com, usando la plantilla HTML disponible para descarga como base para la estructura gráfica.

El dominio debe ser:

<http://nombredelservicio.blogspot.com.co>

E-card

Pieza creada para información concreta de carácter social: invitaciones a eventos, defunciones, anuncios generales, entre otros.

De acuerdo con los lineamientos para el logotipo, se debe usar la versión de éste para web, en blanco para fondos oscuros o fuertes, o en negro para fondos claros. Se debe respetar el área de reserva del logo. El área vacía permite libertad absoluta para diseñar.

Excepción: Para medios digitales el logotipo con descriptor se utiliza con una franja en los colores institucionales.

Tamaño: 800 x 600 pixeles.

FLASHINFORMATIVO

Pieza concebida para difundir Información concreta de interés para la Comunidad Interna SENA a nivel nacional o regional. Es realizado por la Oficina de Comunicaciones en la Dirección General y sus homologas a nivel nacional.

Verdana. Negrilla. 12 pt.

Extensión máxima de 3 párrafos con 4 renglones promedio, salvo excepciones determinadas por línea editorial.

Proporción máxima del tamaño de la imagen usada respecto al texto: 50/50.

Se debe respetar el área de reserva del logo, no se debe colocar texto sobre este.

El texto del pie de foro debe ampliar ya <sic> gregar detalles a la información del flash.

No se debe alterar o modificar el diseño, así como tampoco agregar elementos

Adicionales.

BOLETIN INSTITUCIONAL

Pieza creada para difundir información de las regionales a públicos internos. Este debe ser realizado de acuerdo con la plantilla que se encuentra en el material de soporte anexo a este cd.

BOLETIN DE PRENSA

Pieza creada para difundir información noticiosa a nivel nacional. Este debe ser realizado de acuerdo con la plantilla que se encuentra en el material de soporte.



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)



logo