



# **20** **MANUAL DE** **22** **IDENTIDAD** **CORPORATIVO** BRANDBOOK

---

# TABLA DE CONTENIDO

<b>01</b>	
BIENVENIDO	4
<b>02</b>	
LOGO CORPORATIVO	6
<b>03</b>	
TIPOGRAFÍA	26
<b>04</b>	
MARCACIONES	30
<b>05</b>	
COBRANDING	40
<b>06</b>	
ICONOGRAFÍA	46
<b>07</b>	
FOTOGRAFÍA	50
<b>08</b>	
APLICACIONES VISUALES	54
<b>09</b>	
APLICACIONES AUDIOVISUALES	76
<b>10</b>	
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).



# 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

SENA

Símbolo



SENA



## 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

SENA

1.5 cm

Digital



85 px

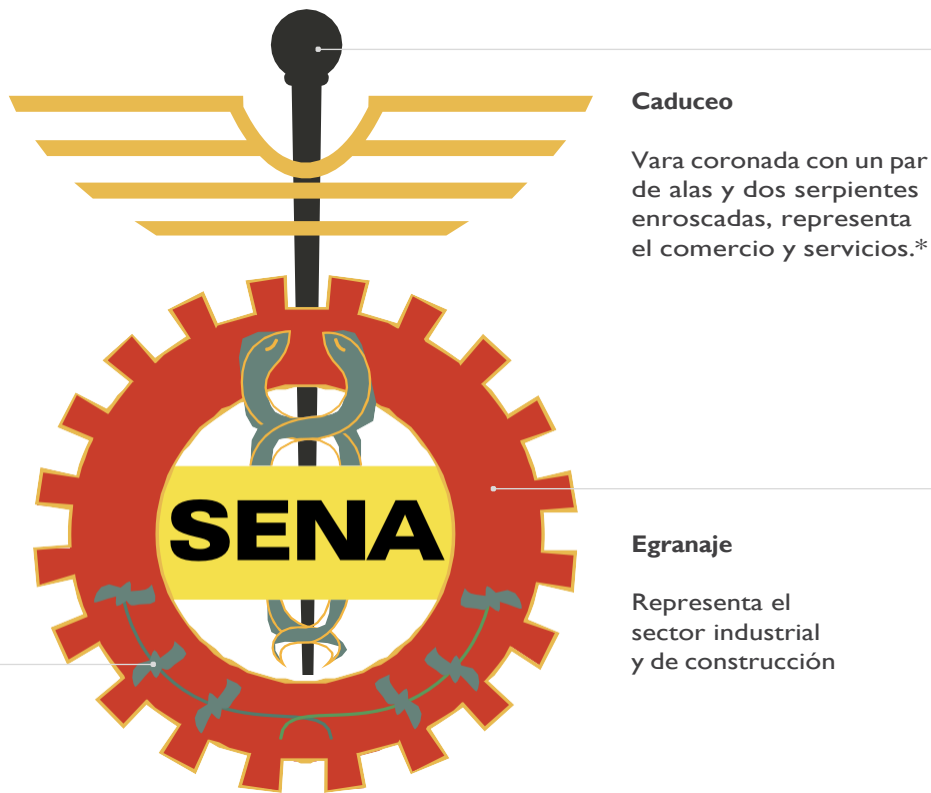
SENA

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:



\*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

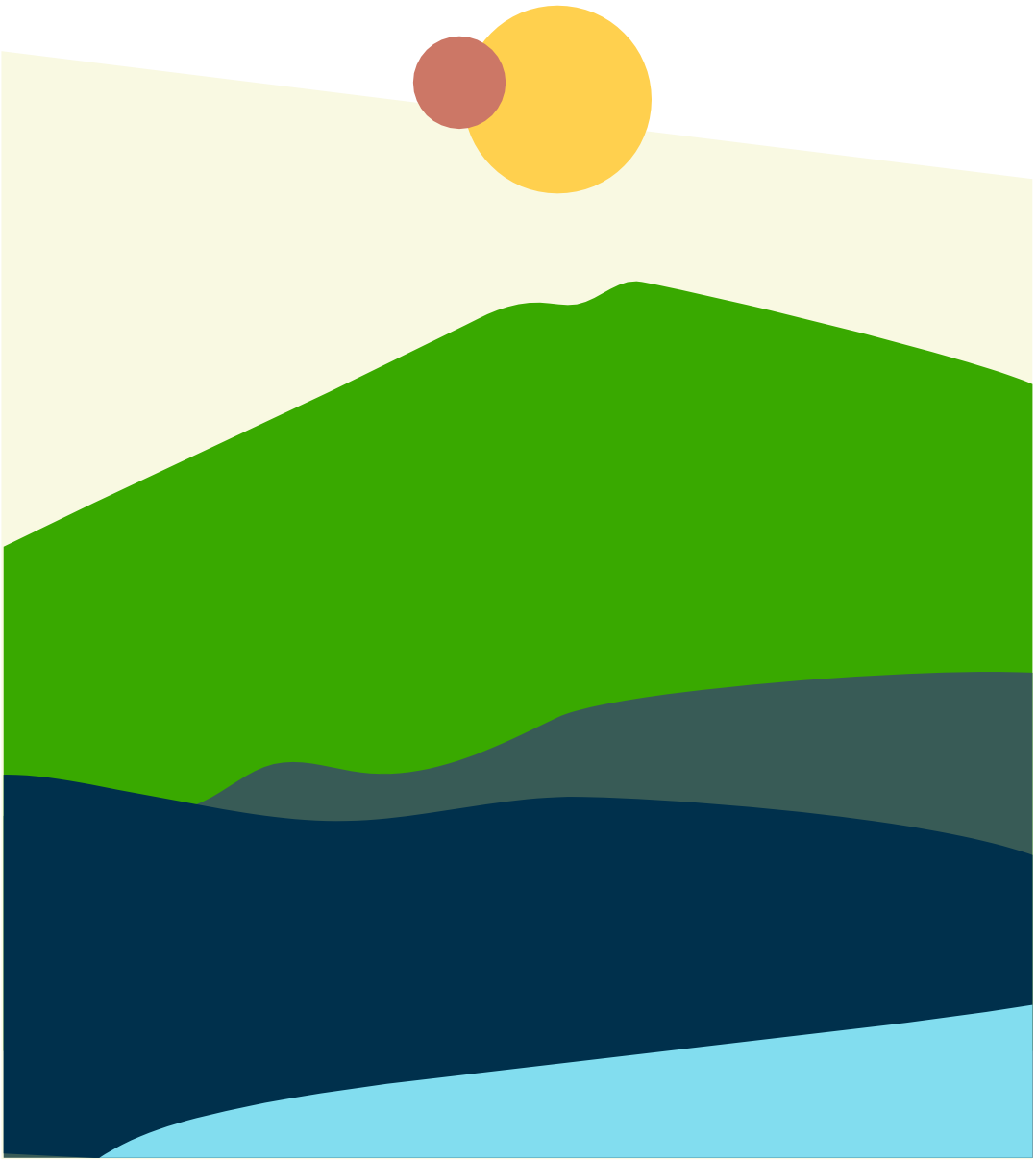
El tamaño del banderín varía dependiendo de la necesidad del producto.



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



		Pantone 635 C
		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
		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
		Degradado
CMYK	RGB	
C: 76%	R: 56	
M: 42%	G: 91	
Y: 56%	B: 86	
K: 38%	HEX: 385C57	

		Pantone 7591 C
		Degradado
CMYK	RGB	
C: 18%	R: 203	
M: 62%	G: 119	
Y: 58%	B: 102	
K: 2%	HEX: CB7766	

Pan tone  
122 C

100%0%

Degr adado

CMYK

RGB

C: 0%  
M: 20%  
Y: 80%  
K: 0%

R: 255  
G: 206  
B: 64  
HEX: FFCE40

Colores neutros

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

Blanco

C: 0%  
M: 0%  
Y: 0%  
K: 0%

R: 255  
G: 255  
B: 255  
HEX: ffffff

Negr o

C: 0%  
M: 0%  
Y: 0%  
K: 100%

R: 0  
G: 0  
B: 0  
HEX: 000000

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

Más oscuro

Más claro

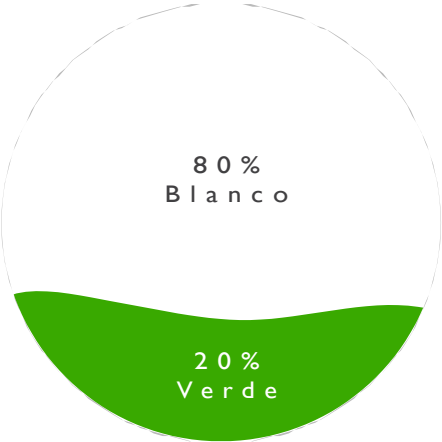
Casos de uso

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 I  
Blanco predominante

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



Ejemplo:

#TerritorioSENA





### Escuela Nacional de la Calidad del Café

Infraestructura con 3 ambientes certificados por la Asociación de Cafés Especiales -SCA:

- Ambiente de Tostion -Roasting
- Ambiente de Catación
- Sensory
- Ambiente de Barismo
- Brewing



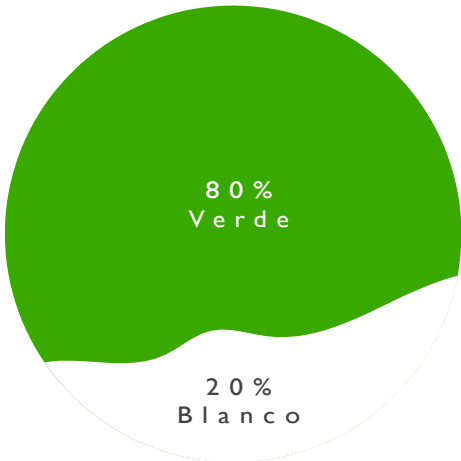


Casos de uso

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 legibilidad.



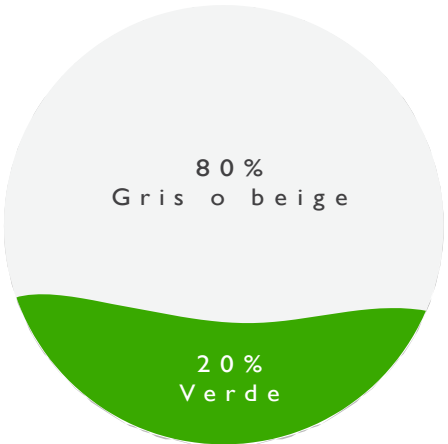
Ejemplo:



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 legibilidad de la información.



Ejemplo:

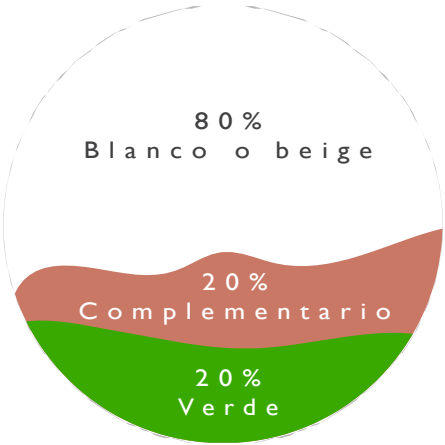


## Casos de uso

### 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:



## Campañas especiales

### Colores diferentes

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



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.

### 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

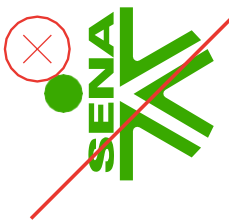
Usos incorrectos

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	<i>Thin italic</i>
Extralight	<i>Extralight italic</i>
Light	<i>Light Italic</i>
Regular	<i>Italic</i>
Medium	<i>Medium italic</i>
<b>SemiBold</b>	<b><i>SemiBold italic</i></b>
<b>Bold</b>	<b><i>Bold italic</i></b>
<b>Extrabold</b>	<b><i>Extrabold italic</i></b>
<b>Black</b>	<b><i>Black italic</i></b>



### Tipografía secundaria

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

# Calibri Familia tipográfica.

Variaciones

Light	<i>Light italic</i>
Regular	<i>Italic</i>
<b>Bold</b>	<b><i>Bold italic</i></b>





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:



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

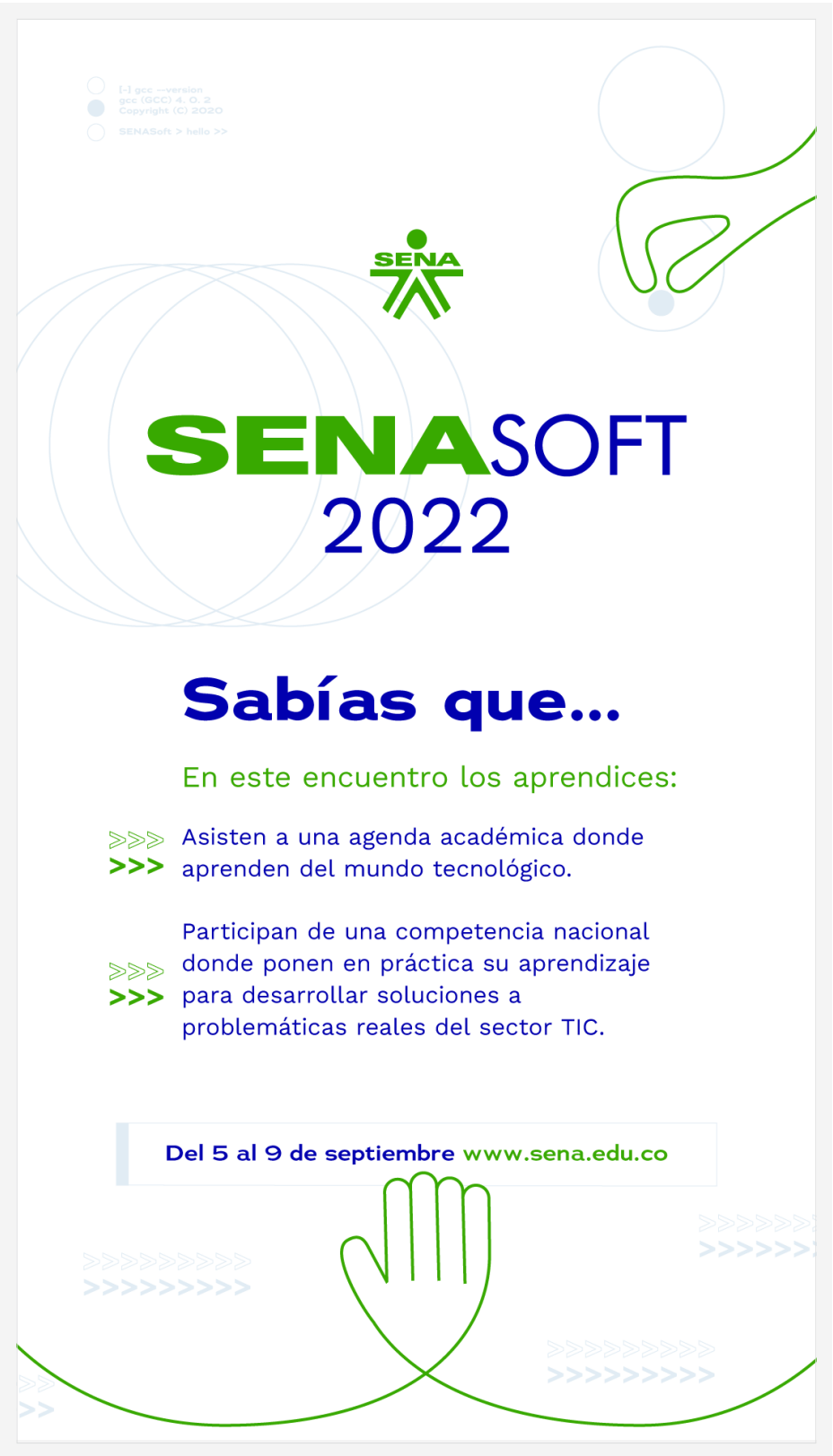
Está permitido utilizar otra tipografía para el nombre principal del evento o campaña.

**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



Uso en negativo



Aplicación vertical



Uso escala de grises



Uso en negativo



## Página web

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

Uso principal



Aplicación horizontal



Uso escala de grises



Uso en negativo



Uso escala de grises



Uso en negativo





CAPÍTULO

# 05

Cobranding





## Aplicación + identificadores externos

Cobranding  
SENA + Identificador externo

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



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

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



Cuando se aplica el logotipo 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



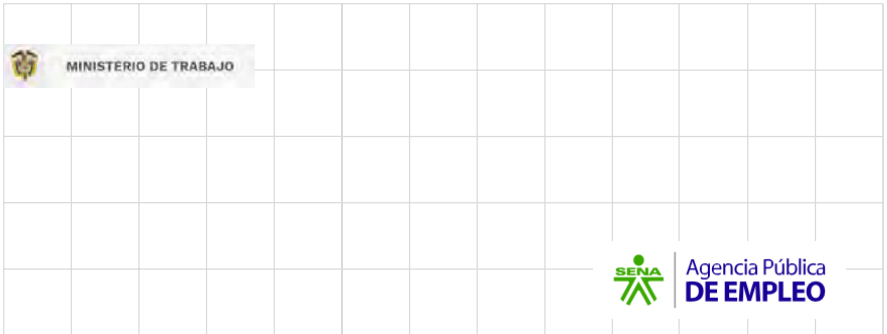
Valla




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:

- El uso de oraciones y párrafos cortos facilitan la lectura y el entendimiento del mensaje.
- Utilice correctamente los signos de puntuación, estos facilitan la comprensión de lo que se escribe o se lee y permiten dar la entonación adecuada a la lectura.
- El uso de palabras técnicas alejan al lector y dificultan transmitir el mensaje. Si va a utilizar siglas debe referencias primero el nombre completo.
- 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.
- La ortografía es sumamente importante en los documentos institucionales, cerciórese de utilizar correctamente los signos de puntuación, tildes y demás normas ortográficas.
- 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](http://www.sena.edu.co)



Formato de presentación SENA + Gobierno Nacional




MINISTERIO DEL TRABAJO

Título presentación

SENA


Portada



Título


texto corto descriptivo  
a 2 o 3 líneas

Texto



Título

Texto - Foto sangrada




Título

50%


texto corto descriptivo  
a 2 o 3 líneas

Datos y estadísticas - información especial




Título

Tablas de excel



SENA

Portadillas



GRACIAS

Línea de atención al ciudadano: 01 8000 910270  
Línea de atención al empresario: 01 8000 910682

@SENACOMUNICA

Cierre



CAPÍTULO

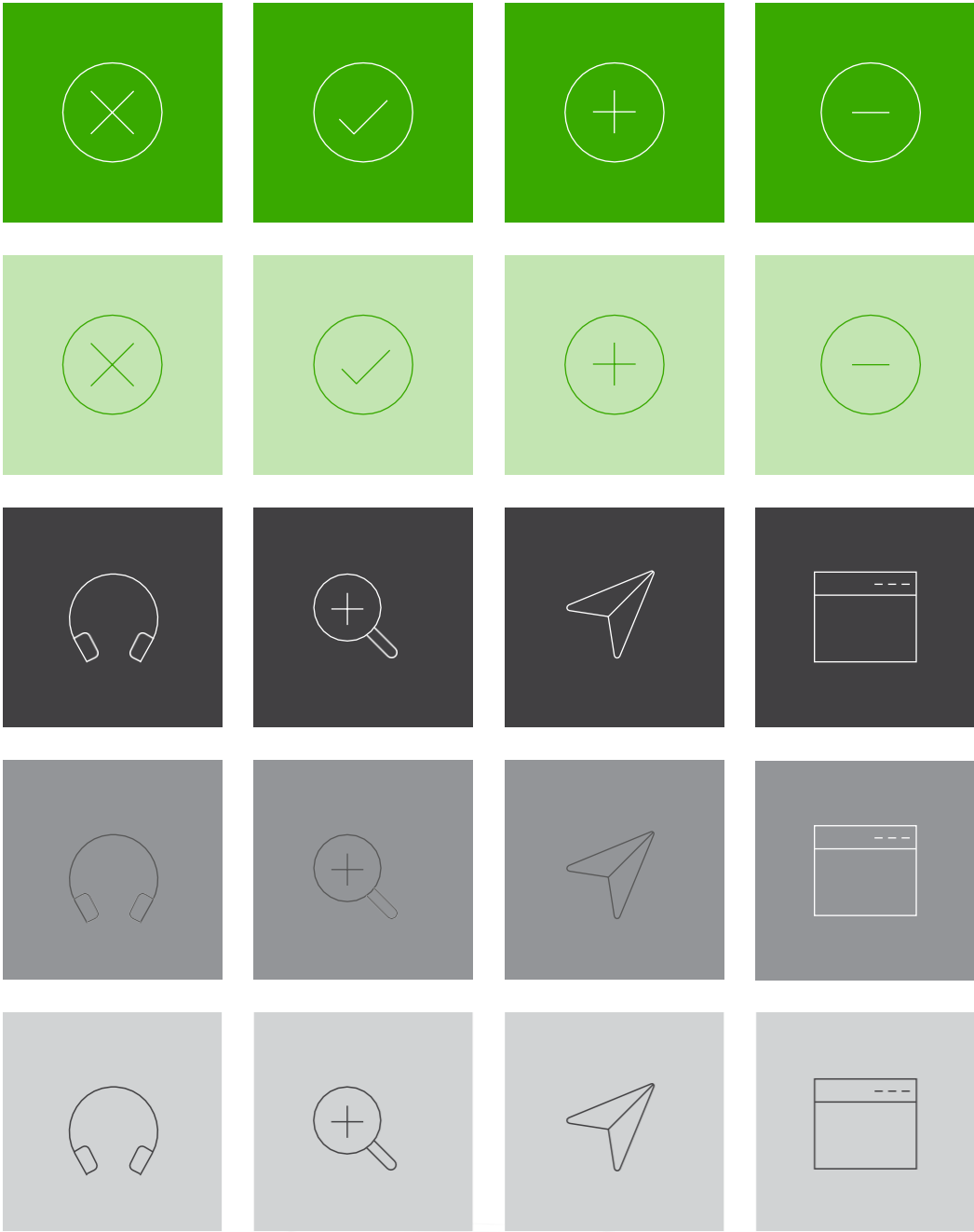
# 06

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.









# 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 veredas, no corregimientos); luego, entre paréntesis, el nombre del departamento completo (no las primeras letras); sigue coma (,); y, posteriormente la fecha, según norma RAE (día, mes, año). Es importante aclarar que los días de un solo dígito NO los antecede un cero (0). Finalmente va (seguido) punto (.) y guión corto (-). Fuente: Calibri, negrita, 12 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: fulles (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, 12 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.**

[www.sena.edu.co](#)  
@SENAComunica

Línea de atención al ciudadano: 01 8000 902070  
Línea de atención al empresario: 01 8000 905682

## Sobre

**Nombre y apellidos**  
nombre@sena.edu.co  
TEL: 000 00 00 EXT: 0000  
Cra 00a #00 Sur 00 - Bogotá

[www.sena.edu.co](#)  
@SENAComunica

Línea de atención al ciudadano: 01 8000 902070  
Línea de atención al empresario: 01 8000 905682



## Carpeta

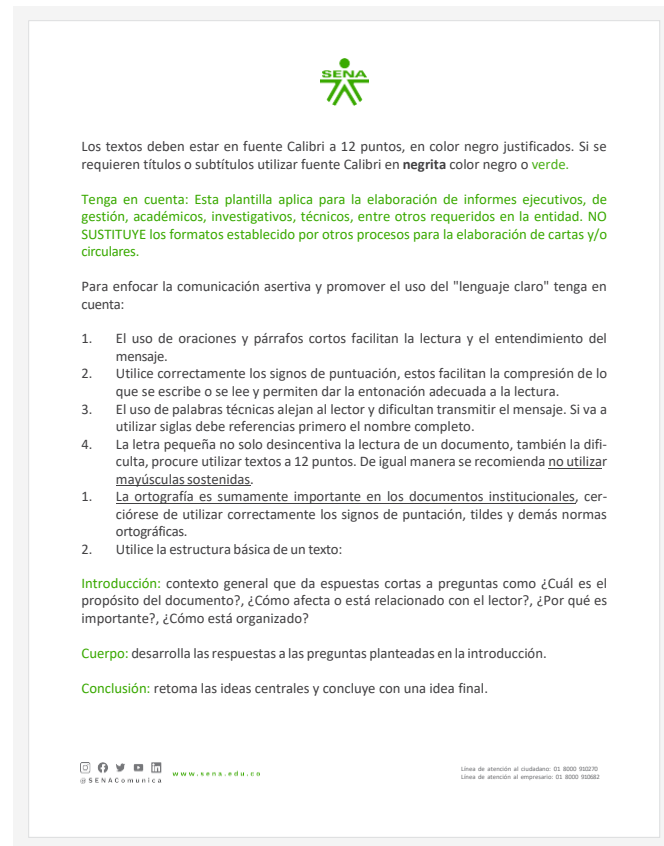
### Portada y contraportada

[www.sena.edu.co](#)  
@SENAComunica

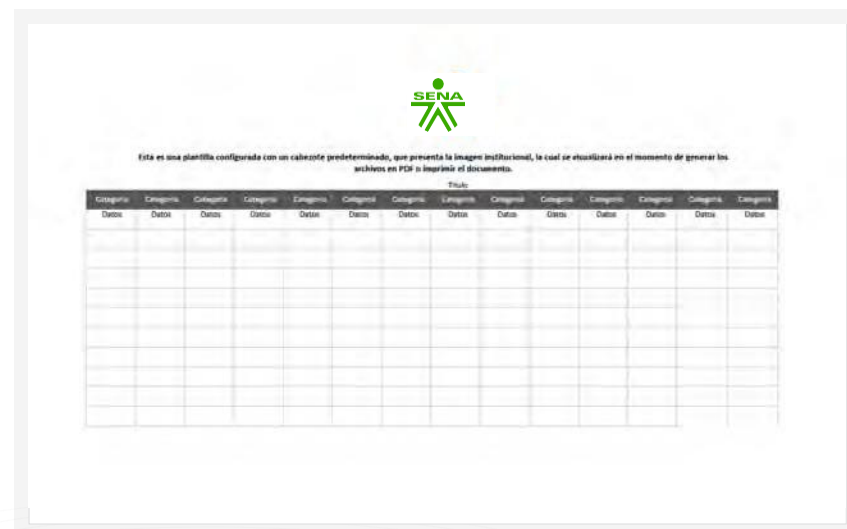
## Cuerpo interno





**Plantilla word**

## Plantilla excel



## Texturas

Sobre fondo blanco

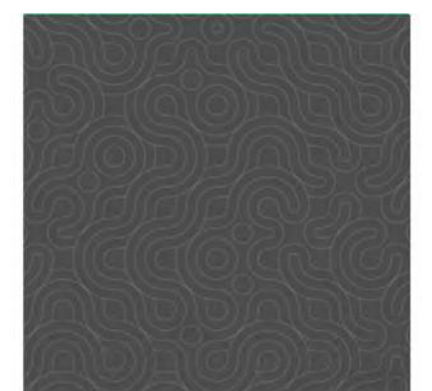
Sobre fondo de color



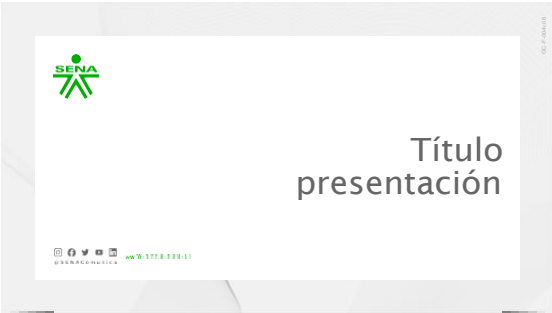
### Textura modular secundaria

Sobre fondo blanco

Sobre fondo de color



Formato de presentación SENA



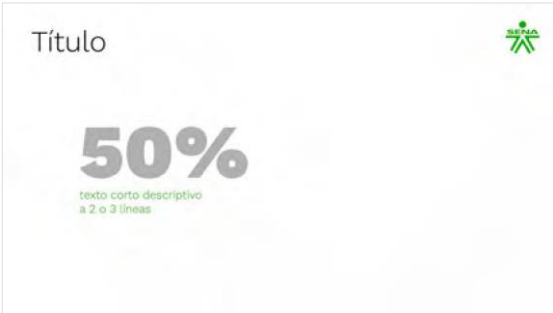
Portada



Texto



Texto - Foto sangrada



Datos y estadísticas - información especial



Tablas de excel

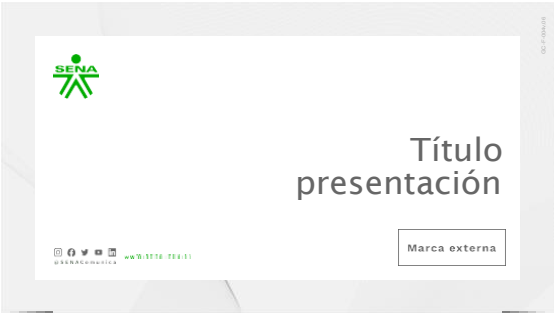


Portadillas



Cierre

Formato de presentación SENA + marca externa



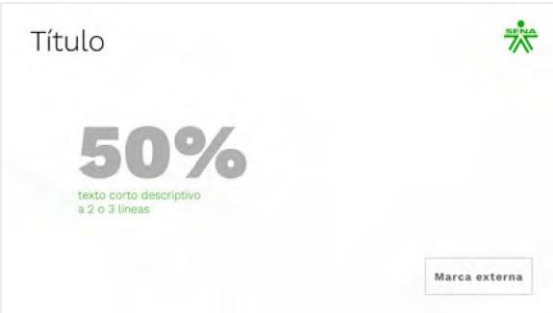
Portada



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.

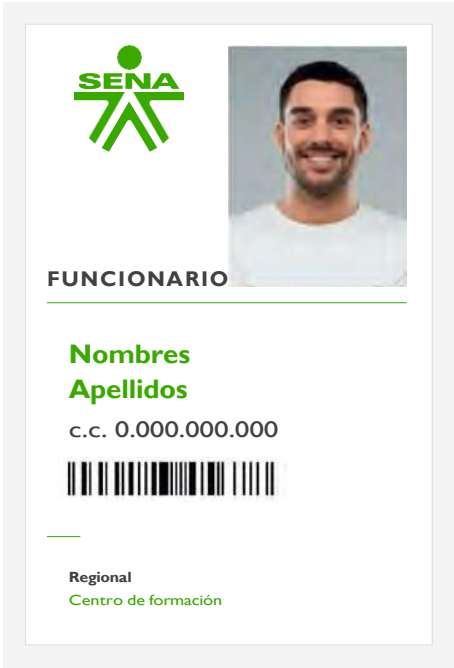
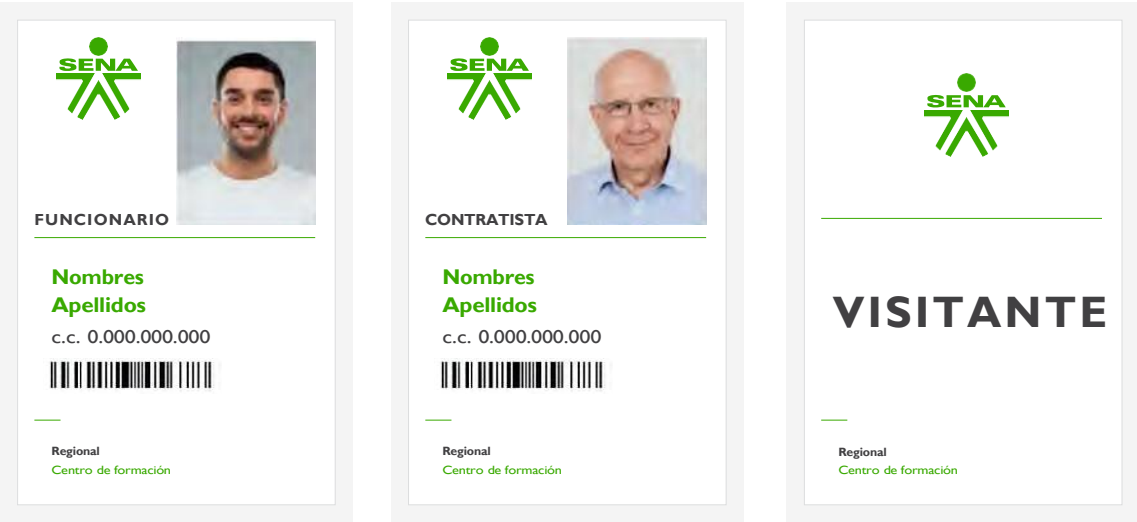
Vehículos



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**

5,5 cm

8,5 cm



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.

<b>Hombres</b> Men	<b>Mujeres</b> Women	<b>Cafetería</b> Snack Bar
<b>Comedor</b> Dinning hall	<b>Wifi</b>	<b>Enfermería</b> Nursing

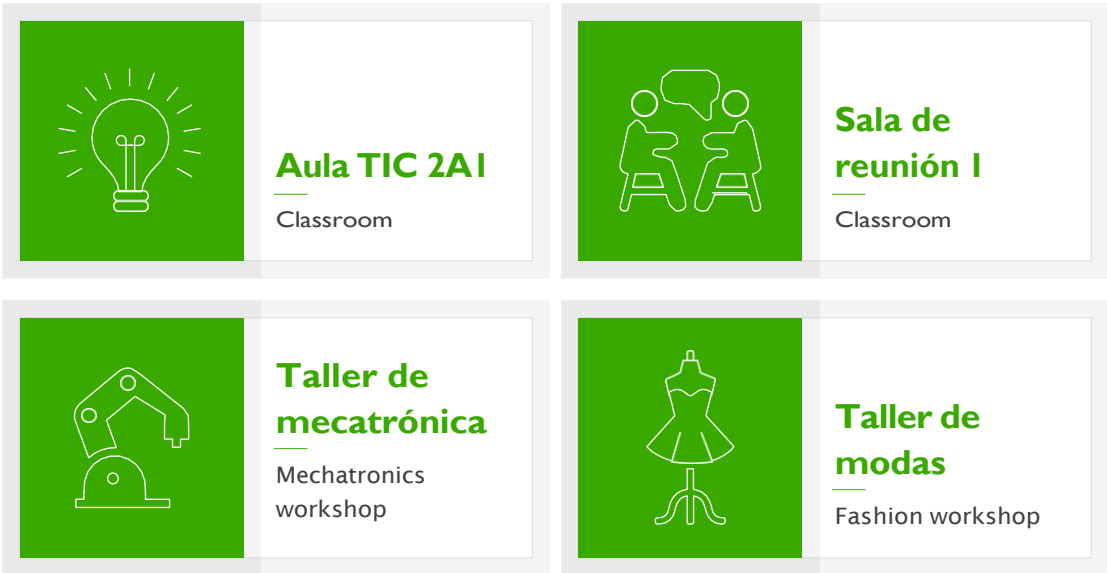
Para avisos de Seguridad y Salud en el Trabajo, las normas deben ser citadas en los procesos de contratación para garantizar su cumplimiento. Así mismo, se recomienda elaborar la señalización de Seguridad y Salud en el Trabajo con TINTAS UV y una BANDA DE SECADO CON LÁMPARAS ULTRAVIOLETA (UV), con el 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 horizontales

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



### Recomendación

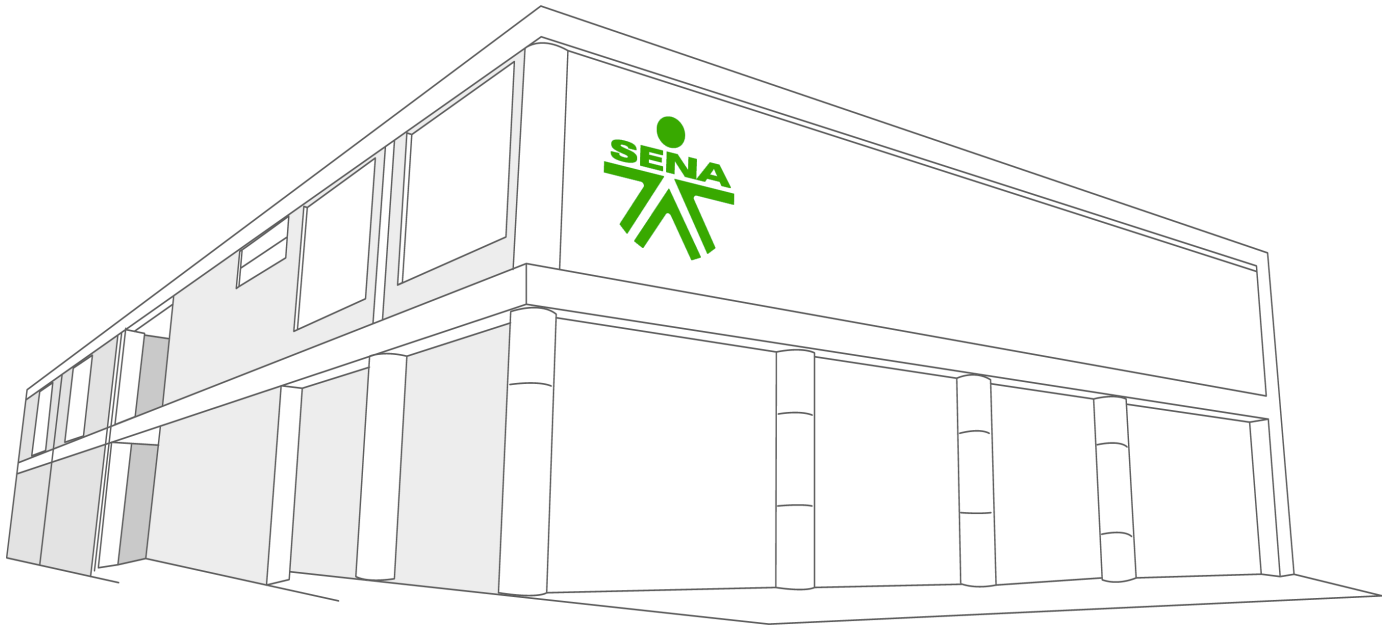
Impresión sobre poliestireno para exteriores o plancha galvanizada, la pieza va unida al muro mediante adhesivo doble faz.

### 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.

## 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

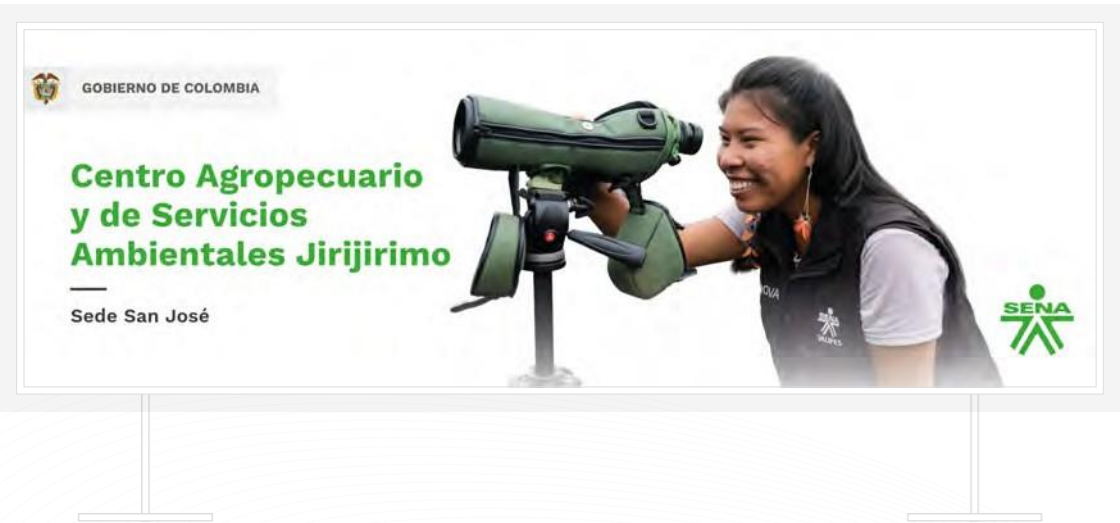
El personaje debe estar realizando una acción coherente con el centro de formación y ocupar un espacio superior al 30% del total de la pieza.

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 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



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

### Contenido

Escudo de Colombia (centrado en la parte superior)

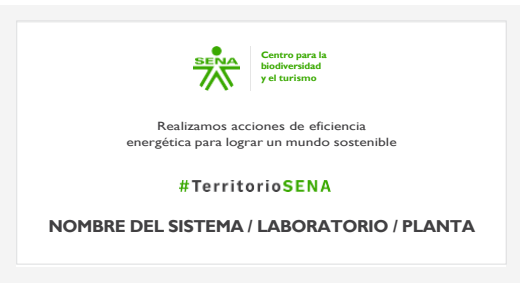
**Logos en cobranding (mínimo 2)**  
Logo SENA + (logo de acuerdo a la inversión/participación) Gobernación + Alcaldía + Empresa privada

**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



## 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



### Flash Informativo



### E-card

Formato único  
950 x 690 px



### 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



### Chalecos



### Camisa manga larga



### Chaqueta



### 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

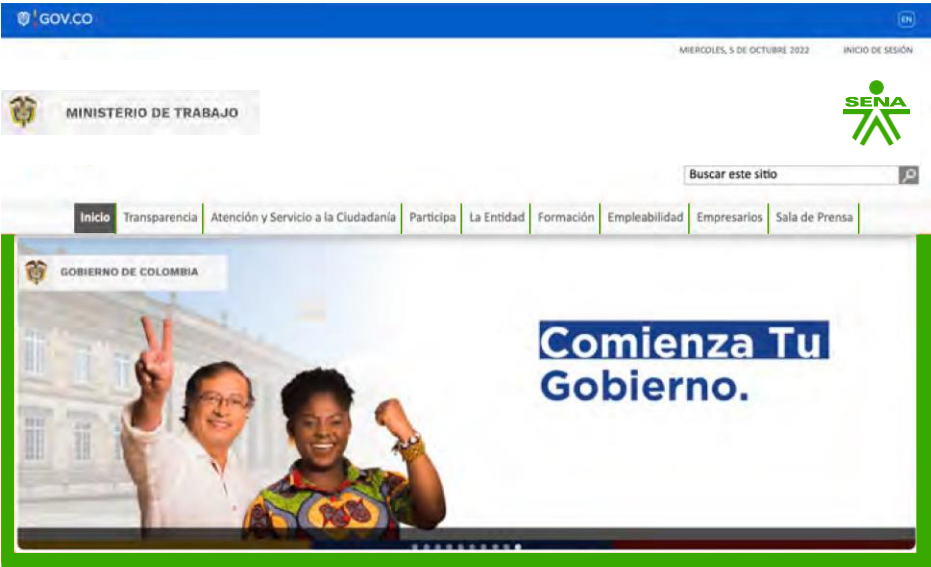
# 09

**Aplicaciones  
Audiviauales**

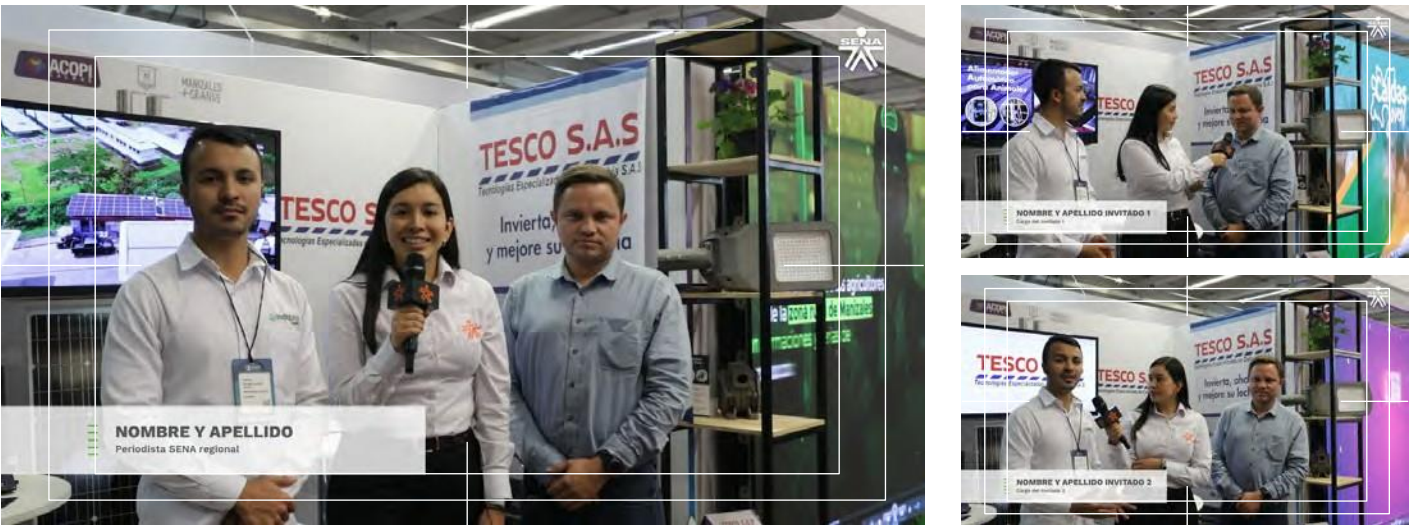




Página web



Marcación de nombres de personas



Mosca



Marcación de videos de redes sociales





Marcación audiovisual de ubicación



Textos destacados sobre video



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



Subtítulos





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](mailto:daortiz@sena.edu.co) con copia a: [corjuelal@sena.edu.co](mailto: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](http://www.sena.edu.co)