

COPIA NO CONTROLADA

 <p>CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA SENADO DE LA REPÚBLICA</p>	Gestión de Comunicaciones	CÓDIGO: CO-Ma02
	Manual de Imagen	VERSIÓN: 002
	SENADO DE LA REPÚBLICA	FECHA DE APROBACIÓN: 2023-12-15

Manual.

Manual de Imagen

CO-Ma02

SISTEMA GESTIÓN DE CALIDAD

SENADO DE LA REPÚBLICA

TABLA DE CONTENIDO

1. OBJETIVO

2. ALCANCE

3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

4. DESARROLLO DE CONTENIDO

4.1. ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA.

4.2. CONCEPTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA.

4.2.1 Tipos de logo

4.3.LA MARCA.

4.4. ISOLOGOTIPO BÁSICO.

4.5. PLANO MECÁNICO.

4.6. COLOR.

4.6.1. COLORES CORPORATIVOS COMPLEMENTARIOS.

4.7. TIPOGRAFÍA.

4.8. VERSIONES DEL ISOLOGOTIPO.

4.8.1. APLICACIÓN DEL SLOGAN CON RESPECTO AL LOGO.

4.8.2. APLICACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LOGOS DE PROGRAMAS INSTITUCIONALES.

4.9. MANEJO DEL COLOR.

4.9.1 USO INDEBIDO DEL COLOR.

4.10. USO INDEBIDO DEL LOGOTIPO.

4.11. MODULACIÓN LOGOTIPO.

4.11.3. RESERVA DEL LOGOTIPO.

4.12. ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS.

4.12.1.USO INDEBIDO DE LOS ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS.

4.13. APLICACIÓN DEL LOGOTIPO EN DIFERENTES SUSTRATOS O SUPERFICIES.

4.14. APLICACIÓN DEL LOGOTIPO EN TEXTURA CORPORATIVA.

5. APLICACIONES EN EL MANEJO ARQUITECTÓNICO.

5.1. APLICACIÓN EN FACHADA Y AVISOS.

5.1.1. RECOMENDACIONES PARA LA APLICACIÓN DE LOS AVISOS EXTERIORES.

5.1.2. RECOMENDACIONES PARA LA APLICACIÓN DE LOS AVISOS EXTERIORES EN BRONCE

5.2. USOS INDEBIDOS EN FACHADAS Y AVISOS EXTERIORES..

5.3. MANEJO DEL COLOR EN ESPACIOS INTERIORES.

5.3.1. USOS INDEBIDOS DEL MANEJO DEL COLOR EN ESPACIOS INTERIORES.

6. MANEJO DE LA SEÑALÉTICA.

6.1. USOS INDEBIDOS DEL MANEJO DE LA SEÑALÉTICA.

7. APLICACIONES EN PAPELERÍA.

8. APLICACIONES EN MEDIOS ELECTRÓNICOS.

8.1. MANEJO PRESENTACIONES EN POWER POINT.

8.2. MANEJO DE LA IMAGEN EN POSTERS DE COMUNICACIÓN EXTERNA.

8.3. MANEJO DE LA IMAGEN EN EL MURO DIGITAL.

8.4. MANEJO DE LA IMAGEN EN LOS KIOSKOS DIGITALES.

9. ANEXOS.

10. FORMATOS.

11. DOCUMENTOS RELACIONADOS.

12. CONTROL DE CAMBIOS

1.OBJETIVO

Garantizar la correcta aplicación del logotipo y la simbología del Senado de la República, y la coherencia de su expresión en todo tipo de soportes, tanto gráficos, como físicos, audiovisuales o interactivos.

2. ALCANCE

El manual está dirigido a todos los servidores públicos que tienen que ver directa o indirectamente con el manejo de la imagen del Senado de la República. Este Manual es una herramienta de uso permanente para guiar y controlar a través de criterios técnicos, de manejo uniforme en las comunicaciones del Senado de la República.

3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

Los términos y definiciones pertenecen a una misma fuente

Manual de Imagen Corporativa: es un documento gráfico que hace claridad sobre la forma correcta de utilizar el logotipo de la Corporación y sus colores institucionales, en sus diferentes tipos de aplicación, funcionamiento y versatilidad.

Marca: es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o servicio.

Logotipo: es un símbolo gráfico que identifica visualmente a una marca, producto, proyecto o empresa, para facilitar su reconocimiento, diferenciarse y transmitir información.

Color PANTONE: es un código para identificar los colores a fin de facilitar la comunicación e impedir que se cometan errores. Conocido por las siglas PMS (Pantone Matching System).

Color PROCESS: 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.

Este modelo se basa en la mezcla de pigmentos de los siguientes colores para crear otros más:

C = Cyan ([azul](#)).

M = Magenta ([Magenta](#)).

Y = Yellow ([Amarillo](#)).

K = Key ([Negro](#))

Señalética: es una técnica comunicacional que, mediante el uso de señales y símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos, orienta y brinda instrucciones sobre cómo debe accionar un individuo o un grupo de personas en un determinado espacio físico.

4. DESARROLLO DEL CONTENIDO

PROPÓSITO DEL MANUAL DE IMAGEN

Guía a diseñadores, impresores y personas que tengan algún tipo de manipulación o trabajen con la imagen corporativa, sobre todos los aspectos que tienen que ver con la utilización correcta de todos los elementos que la componen, como lo son: el logotipo, los colores institucionales, las fuentes (letras), formas arquitectónicas, etc.

Respetando el concepto de la imagen corporativa del Senado, su comunicación debe ser uniforme, ahorrará esfuerzos y dará lineamientos para optimizar la percepción que la gente tenga de la Corporación.

Todas las piezas publicitarias, de comunicación, el manejo de la marca y la Imagen Corporativa, deben ser aprobadas y avaladas por la Oficina de Información y Prensa del Senado de la República. Ninguna otra área de la Corporación está autorizada para aprobar este tipo de piezas de comunicación.

Nota: los casos especiales, que no se encuentren descritos en este Manual, deben ser examinados con anterioridad por la Oficina de Información y Prensa del Senado de la República.

4.1. ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

La identidad corporativa es el conjunto coordinado de signos visuales por medios de las cuales el público en general reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución.

Los signos que integran el sistema de identidad corporativa tienen la misma función, pero cada uno posee características comunicacionales diferentes.

Estos signos se complementan entre sí, con lo que provocan una acción sinérgica que aumenta su eficiencia en conjunto. Esta sección define los parámetros de la identidad corporativa.

Se identifican los elementos que la componen, el manejo de los mismos, su modulación, sus proporciones, sus colores y porcentajes, así como la forma de presentación para lograr una perfecto y efectivo manejo de esta identidad.

4.2. CONCEPTO DE LA IMAGEN CORPORATIVAX



4.2.1 Tipos de logo

Logotipo: es el tipo de logo que carece de ícono (gráfico) y se constituye exclusivamente de tipografía.

Isotipo: este tipo de logo se basa exclusivamente en ícono (gráfico) y carece de tipografía.

Isologotipo: este tipo de logo combina al logotipo y al isotipo. La combinación de imagen figurativa y tipografía hacen del isologotipo el más claro y el que transmite con mayor precisión el mensaje que desea la empresa o compañía.

El logotipo del Congreso conformado de ángulos rectos y formas sólidas representa la fortaleza del poder legislativo colombiano. Notablemente se puede ver a través de sus columnas para evocar un trabajo transparente y honesto.

4.3 LA MARCA

El logotipo del Congreso de La República muestra un grafismo simplificado de la fachada del Capitolio, representando a toda una institución sobre la cual se sigue escribiendo la historia de las leyes en Colombia, en la cual han pasado héroes y grandes representantes de la democracia colombiana.

Gallardía: los grifos en la parte superior son guardianes de la moral y la fuerza de la Ley.

Modernidad: comunicar una imagen de una Corporación dinámica, limpia y actual acorde a las necesidades legislativas del pueblo colombiano.

Color: el tono dorado muestra el color original de la arquitectura de esta Corporación, transmite poder, grandes ideas, sabiduría y conocimiento.

4.4. ISOLOGOTIPO BÁSICO

Su aplicación debe ser la primera propuesta para identificar a la Corporac



Versión principal

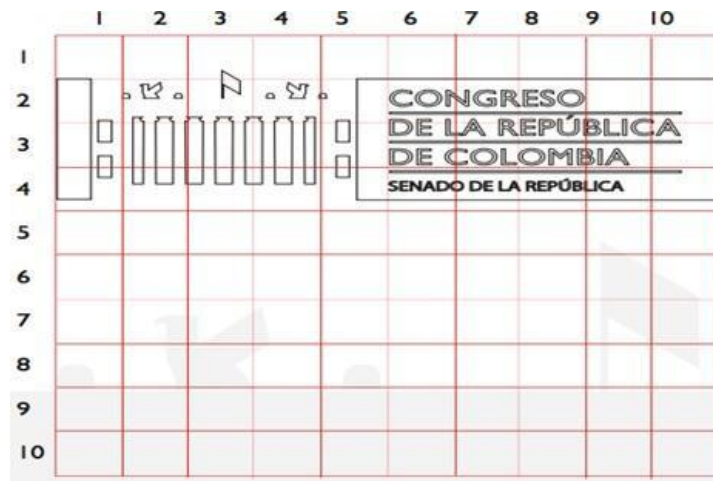
Versión para el Senado de la República



Versión para la Cámara de Representantes



4.5. PLANO MECÁNICO



El esquema de trazado del símbolo es un gráfico que establece la relación entre las distintas partes que lo componen. Tiene como módulo base para su trazado la dimensión «n». El esquema de trazado es un modelo para reproducir el símbolo, cuando no se puedan utilizar medios mecánicos o informáticos.

4.6. COLOR

Su aplicación debe ser la primera propuesta para identificar a la Corporación.



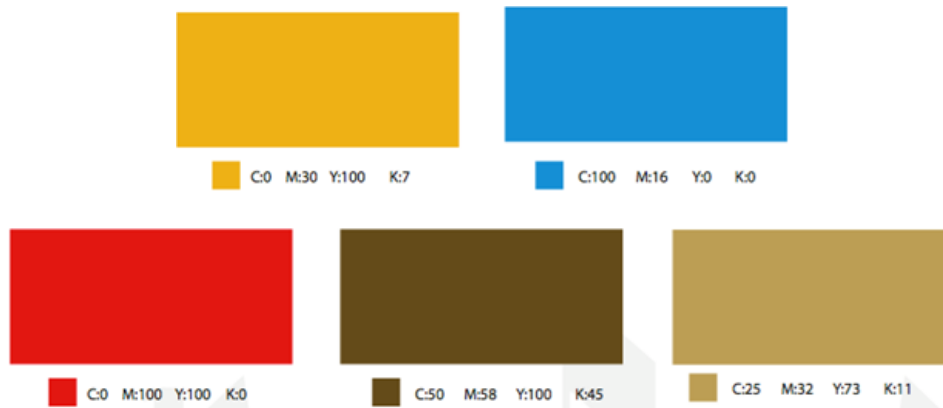
La identidad corporativa de la Corporación tiene unos parámetros estrictos para el manejo del color. Estos deben ser adaptados dependiendo del tipo de sustrato o material en el que se vayan a utilizar, con la mayor fidelidad posible. El alterarlos implicará desvirtuar la imagen de la Institución y podría generar confusión en el público objetivo.

El color corporativo primario que debe prevalecer e identificar a la Entidad en todas las piezas de comunicación internas y externas es el Dorado.

El color Amarillo, azul, el rojo y el café son colores complementarios y el uso de estos debe ser estético en las piezas en el que se utilicen.

La versión policromática y en tintas planas del isotipo debe ser siempre tomada del material digital o el Pantone correspondiente para asegurar una reproducción acertada de los colores asignados.

4.6.1. COLORES CORPORATIVOS COMPLEMENTARIOS



El color corporativo primario que debe prevalecer e identificar a la Entidad en todas las piezas de comunicación internas y externas es el Dorado. El color amarillo, azul, el rojo y el café son colores complementarios y el uso de estos debe ser estético en las piezas en el que se utilicen.

La versión policromática y en tintas planas del isotipo debe ser siempre tomada del material digital o el Pantone correspondiente para asegurar una reproducción acertada de los colores asignados.

4.6.1.1 Tramas de color



Pueden ser utilizados en cualquier pieza publicitaria siempre conservando la limpieza y estética en el diseño.

4.7. TIPOGRAFÍA

Con el fin de trazar pautas específicas para el manejo de la tipografía de la institución, así como de los diversos formatos y comunicaciones, se han escogido una clase de familia de fuente que es la únicas que puede ser utilizada en las piezas publicitarias y arquitectónicas.

TIPOGRAFÍA LOGO

GILL SANS REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890' j+` ´ñ-.,

TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

GILL SANS REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890' j+` ´ñ-.,

(TÍTULOS, TEXTOS, RESALTADOS)

GILL SANS LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890' j+` ´ñ-.,

GILL SANS REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890' j+` ´ñ-.,

4.8. VERSIONES DEL ISOLOGOTIPO



Primarias



Secundarias

Los ejemplos ilustrados plantean tres modalidades de uso que podrán ser utilizados de acuerdo con las características o aplicación de destino.

4.8.1. APLICACIÓN DEL SLOGAN CON RESPECTO AL LOGO



4.8.2. APLICACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LOGOS DE PROGRAMAS INSTITUCIONALES



Logo Noticiero del Senado



Logo Canal Congreso

En esta sección, se especifican importantes observaciones sobre el manejo del color en el logotipo de la Corporación en todas sus versiones.



Cuando el logotipo se utilice sobre fondo blanco, se debe aplicar siempre el color al 100%. Sin embargo, es posible utilizar el isologotipo sin colores en situaciones en donde es necesario conservar un estilo sobrio y discreto en la pieza a utilizar.



El isologotipo en grises se manejará primordialmente en avisos de prensa y en la papelería interna y externa de la Corporación.

El isologotipo en negro se utilizará principalmente en artículos promocionales como: esferos, llaveros y ponchos. También será aplicado ciertas piezas de comunicación interna como por ejemplo el cabezote para enviar un fax.



La utilización del logotipo en café será únicamente para manejo de papelería o elementos promocionales que se les quiera dar una apariencia de sobriedad.



El uso del logotipo con las anteriores versiones será únicamente en casos especiales donde así el diseño lo amerite, y teniendo en cuenta siempre la limpieza y sobriedad en el diseño.



El uso del isologotipo en gris claro será únicamente para tarjetas lord o de presentación de los Congresistas y altos funcionarios.



El uso del logotipo en bronce se aplicará exclusivamente para el manejo de arquitectónica en fachadas y placas informativas y conmemorativas.



La utilización del logotipo en 3D es básicamente para medios digitales y en TV.



La utilización de esta versión del logotipo es para medios digitales.



La utilización del logotipo en plateado será únicamente en elementos promocionales o arquitectónicos de la Corporación.



La utilización del logotipo blanco sobre fondo negro será únicamente en piezas de publicidad compartida o en elementos promocionales.



Colores oficiales del isologotipo en negativo Blanco y negro sobre fondo blanco.



Colores oficiales del isologotipo en negativo Blanco y negro sobre fondo negro.

4.9.1 USO INDEBIDO DEL COLOR

Cuando se maneje el color en la identidad corporativa de la Corporación, hay que tener en cuenta los siguientes ejemplos del manejo indebido del color:



4.10. USO INDEBIDO DEL LOGOTIPO

El buen uso de la forma del logotipo en la identidad corporativa del Congreso es esencial. Estos son ejemplos del manejo indebido del isologotipo:



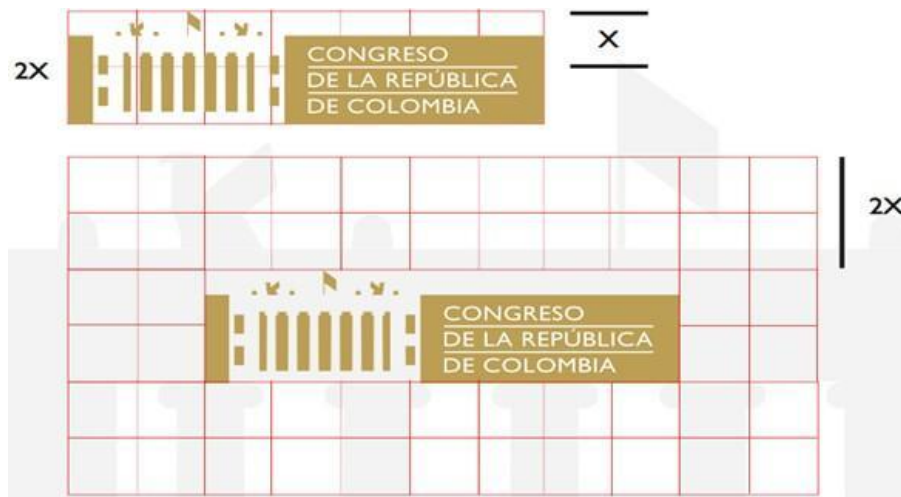
4.11. MODULACIÓN LOGOTIPO

El logotipo del Congreso, se inscribe en una superficie modular de proporciones 7x2. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

4.11.1. ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca. La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X", de Siempre que

sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).



4.11.2. IMPRESIÓN MÍNIMA DEL LOGOTIPO

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset de 15 mm. de largo y de 18mm. para serigrafía. Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 100 pixeles de largo. En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad. Para la forma compuesta del logotipo estos valores aumentan a 18mm para offset, 20 mm para serigrafía y 120 px para soporte digital.



4.11.3. RESERVA DEL LOGOTIPO

El isologotipo tiene una reserva en tinta blanca, la cual lo protege para que no haya confusión con el entorno que lo rodea. Hay que tener especial cuidado con esta reserva para que haya una diferenciación clara entre el logotipo y la pieza o elemento en donde se esté utilizando.



4.12. ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS

Los elementos complementarios surgen como formas esenciales para configurar todo el grupo básico de la Identidad Corporativa de la Institución. A continuación, se observan todas las formas de utilización de estos elementos. Tenga en cuenta todas las proporciones indicadas para un correcto manejo de estos elementos.

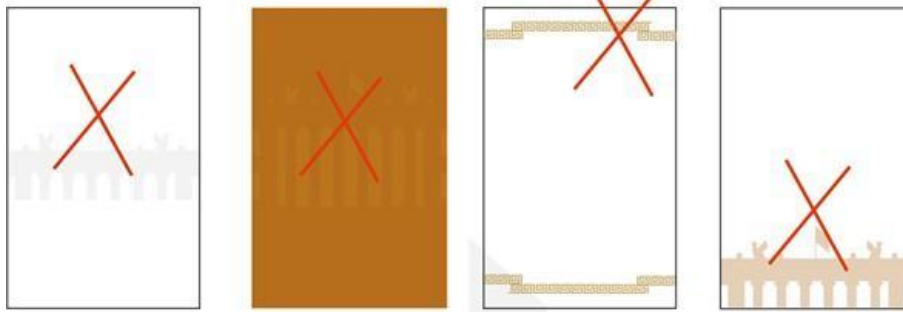


Cenefa que se utiliza para dar elegancia y sobriedad a una pieza gráfica determinada.



4.12.1. USO INDEBIDO DE LOS ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS

El buen uso de la forma del logotipo en la identidad corporativa es esencial. Estos son ejemplos del manejo indebido en los elementos complementarios:



4.13. APLICACIÓN DEL LOGOTIPO EN DIFERENTES SUSTRATOS O SUPERFICIES



Versión original impresa en vinilo adhesivo.



Versión impresa en vinilo adhesivo sand blasting sobre vidrio.



Versión elaborada en bronce.



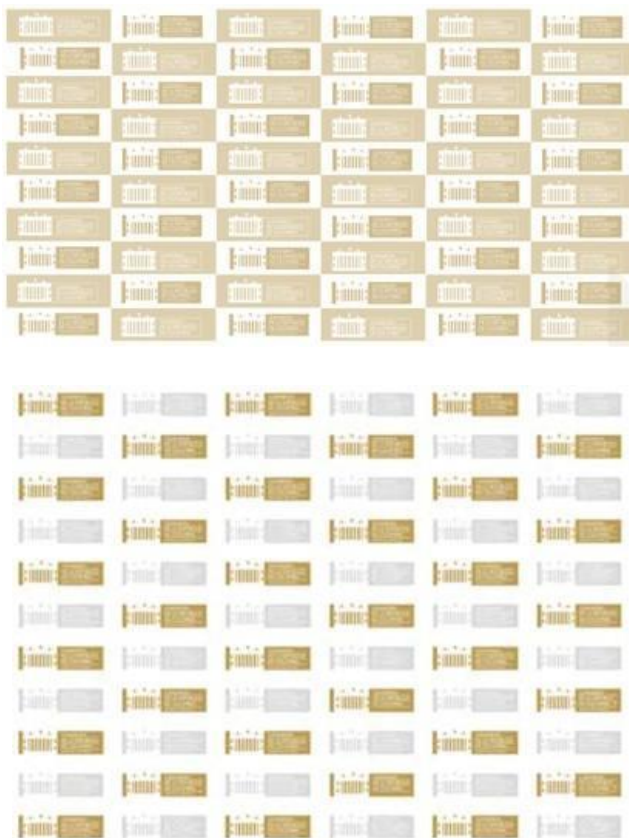
Versión elaborada en plata.



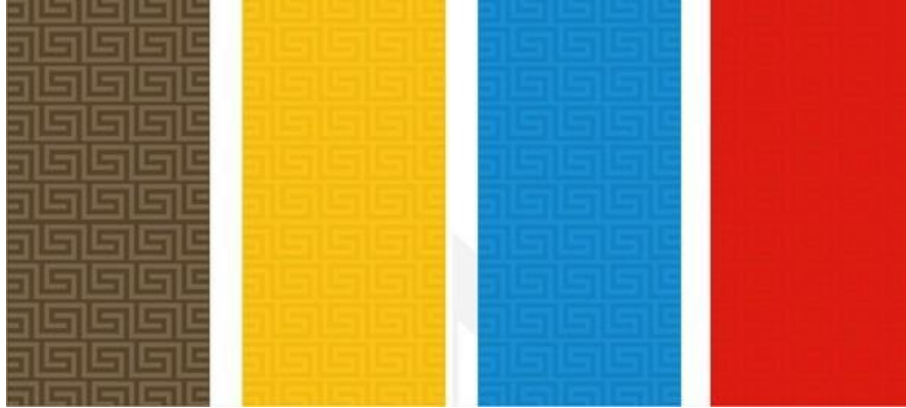
Versión elaborada sobre telares.

4.14. APLICACIÓN DEL LOGOTIPO EN TEXTURA CORPORATIVA

El símbolo, como textura corporativa, podrá ser utilizado con fines estrictamente decorativos como estampados en interior de sobres, publicaciones, fondos de algunos documentos, etc. El gráfico define las pautas de construcción de la textura corporativa. La textura podrá reproducirse menos densa reduciendo el tamaño del símbolo, con relación a la estructura, hasta la mitad según se ve en la figura de esta misma página.



Otras opciones de tramas



5. APLICACIONES EN EL MANEJO ARQUITECTÓNICO

Esta sección permite conocer todas las aplicaciones para el uso adecuado de la Imagen Corporativa de la Institución en toda la parte arquitectónica.

La pintura que se debe utilizar para interiores es vinilo Viniltex tipo 1 y para exteriores es koraza o similar. Los colores corporativos a aplicar en los muros interiores corresponderán a las siguientes mezclas:

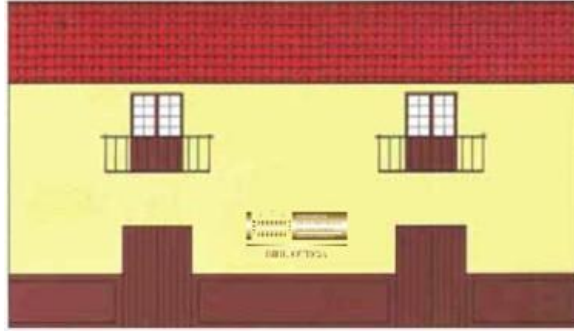
- Dorado
- Café

El color a aplicar en la fachada debe ser blanco. Estos son los casos más comunes:

5.1. APLICACIÓN EN FACHADA Y AVISOS



Manejo de la imagen cuando se requiera que el aviso se realice en panaflex.



Manejo de la imagen para oficinas tipo colonial. Para este tipo de situaciones se debe utilizar el logotipo en bronce, plata o en el material que se tenga estipulado en las administraciones sobre todas las pautas especiales para el manejo de fachadas y isologotipos en sitios de conservación arquitectónica.

5.1.1. RECOMENDACIONES PARA LA APLICACIÓN DE LOS AVISOS EXTERIORES



Especificaciones para el manejo de estos avisos: impresión en sustrato para exteriores (Banner - Panaflex). Las dimensiones deben ser proporcionales a la fachada del establecimiento, que incluya todos los soportes y los accesorios necesarios para su correcto funcionamiento, instalación, resistencia, perdurabilidad, soporte y mantenimiento.

Nota: para la impresión del aviso se debe entregar al respectivo proveedor los Pantone de la Corporación para que él a su vez realice las respectivas pruebas y calibre la máquina en la cual se va a realizar la impresión.

Antes de imprimir el aviso final se debe recibir una prueba de color para verificar que éstos sean los correspondientes a la imagen de la Corporación.



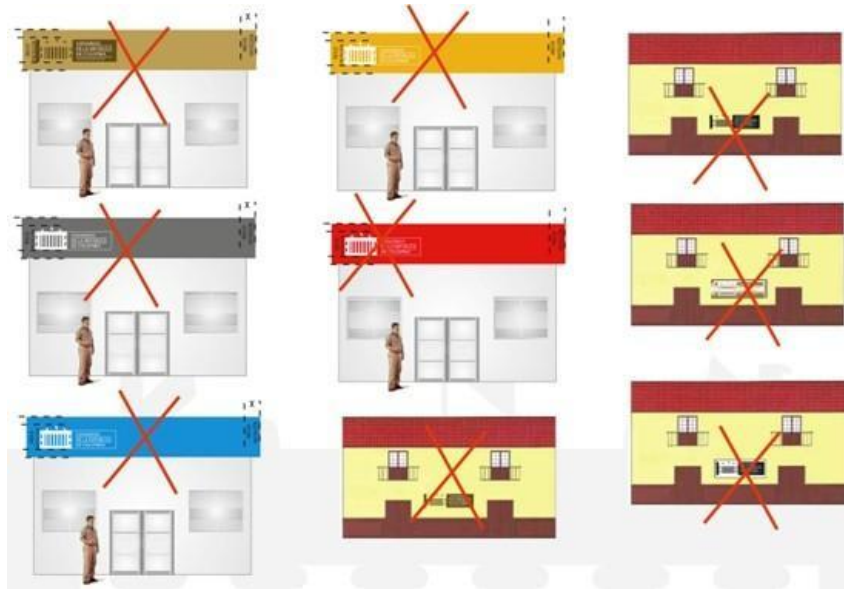
5.1.2. RECOMENDACIONES PARA LA APLICACIÓN DE LOS AVISOS EXTERIORES EN BRONCE



Especificaciones para el aviso: Antes de realizar el logotipo final se debe garantizar que éste quede perfectamente elaborado, según este manual, debe ser realizado en bronce, plata o en el material que se tenga estipulado en las administraciones conservando todas las proporciones, espacios, geometría, líneas y tipografía que se deben conservar perfectamente entre todos los elementos que configuran el logotipo de la Entidad.

Para una mayor exactitud en la construcción del logo símbolo se puede consultar el plano mecánico del mismo que se encuentra en la página 8 de este Manual.

5.2. USOS INDEBIDOS EN FACHADAS Y AVISOS EXTERIORES



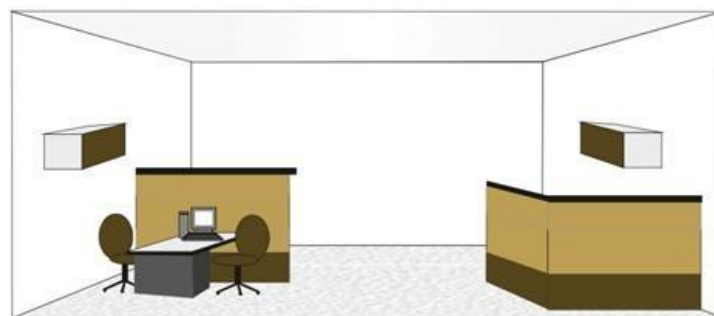
5.3. MANEJO DEL COLOR EN ESPACIOS INTERIORES



Esta es la propuesta para las áreas de atención al público en entradas principales. Se cuenta con una pared principal en color dorado con el logotipo de la Corporación en bronce.



Cuando son oficinas modulares en áreas administrativas, se puede utilizar el logotipo en vidrio e igualmente se pueden manejar módulos en vidrio elaborados en vinilo sand blasting, dependiendo del contorno y conservación de la estética del lugar.



Las paredes no comunes se pintarán en blanco y en los casos que se requiera, se puede proteger 1 metro que parte del inferior de la pared, con una pintura transparente lacada.

Con relación a los módulos y los puntos de atención, estos se combinarán de la siguiente manera: tres sectores del dorado institucional y uno del café institucional en la parte de abajo. La parte frontal del guarda documentos irán en paño color café institucional.

Los modulares como las mesas de trabajo y los guarda documentos, irán en gris al 10%. Los asientos igualmente irán en color café institucional.

5.3.1. USOS INDEBIDOS DEL MANEJO DEL COLOR EN ESPACIOS INTERIORES



El correcto manejo de la imagen corporativa en los espacios interiores es de vital importancia.

Nunca se debe usar exageradamente el logotipo o los elementos complementarios. No está permitido la repetición consecutiva de estos elementos con fines decorativos en interiores, ya que generan contrastes inaceptables estética y funcionalmente.

Nunca aplicar colores no corporativos o colores no identificados en este Manual.



Uso indebido de colores, módulos y elementos complementarios.

6. MANEJO DE LA SEÑALÉTICA

La señalética es la parte de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Ésta se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio, en un lugar

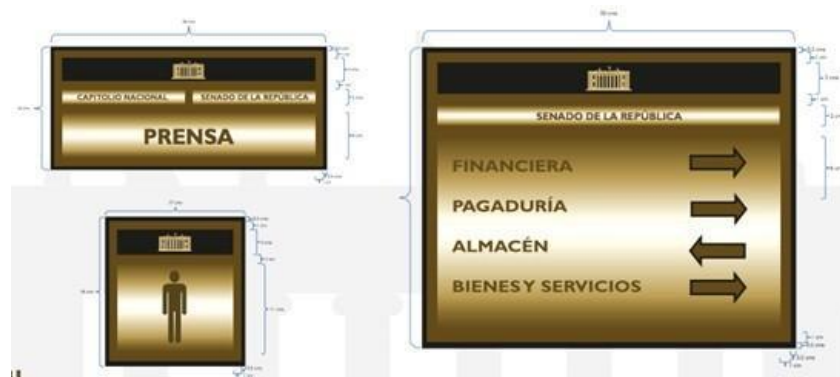
determinado, para la mejor y más rápida orientación y accesibilidad a los servicios requeridos y una mayor seguridad en los desplazamientos y acciones.

La señalética constituye una guía y orientación dentro de la Corporación la cual ofrece una información detallada en forma instantánea y rápida. El diseño de la señalética de la Institución ha puesto en primer lugar elementos simples como: signos, tipografía, colores y formas básicas de fácil legibilidad. En segundo lugar, cada mensaje señalético conlleva a un mismo orden estructural para que se capte con total facilidad todo lo que se quiere informar.

La figura que se maneja en la señalética es un elemento sencillo, combinado con un elemento complementario para no generar mayor confusión a la hora de informar u orientar a los individuos. Es importante señalar que esta figura siempre irá soportada sobre madera pintada de color negro.

El material a utilizar sobre el cual se van a grabar los textos será el bronce. El color de la segunda capa de madera y de las fuentes será el color café corporativo (C:50, M:58, Y:100 y K:45). Cuando haya que utilizar texto, se debe hacer con la fuente Gill Sans Bold.

Nota: cabe resaltar que cuando se manden a elaborar estos elementos se debe suministrar el Pantone de la Corporación al respectivo proveedor y realizar las pruebas necesarias para que antes de realizar la respectiva inyección del color o cualquier otra técnica que se utilice, estos elementos queden con el color de la Imagen Corporativa.



La figura que se maneja en la señalética es un elemento sencillo, combinado con un elemento complementario para no generar mayor confusión a la hora de informar u orientar a los individuos. Es importante señalar que esta figura siempre irá soportada con dos elementos a sus extremos, pintados en gris grano fino al 60%.

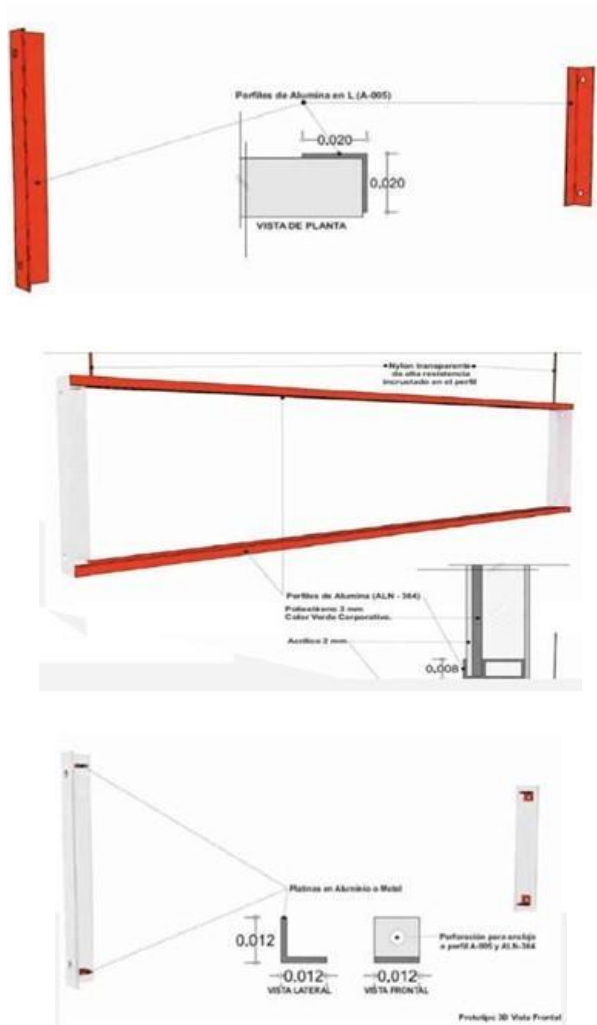
El color de la base será un gris al 20%. la figura de arriba será en color bronce y la de abajo se utilizará el verde universal para determinado para los avisos institucionales para señalética.

Nota: cabe resaltar que cuando se manden a elaborar estos elementos se debe suministrar el Pantone de la Corporación al respectivo proveedor y realizar las pruebas

necesarias para que antes de realizar la respectiva inyección del color o cualquier otra técnica que se utilice, estos elementos queden con el color de la Imagen Corporativa.



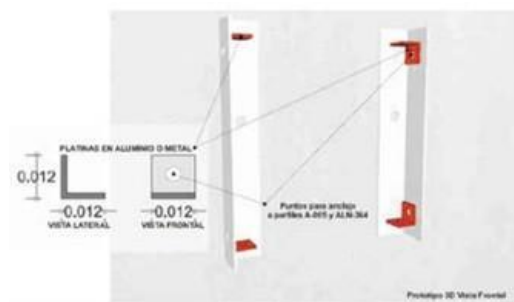
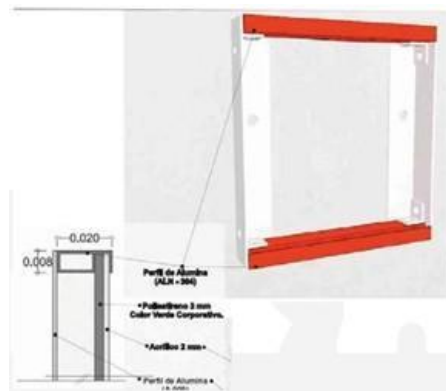
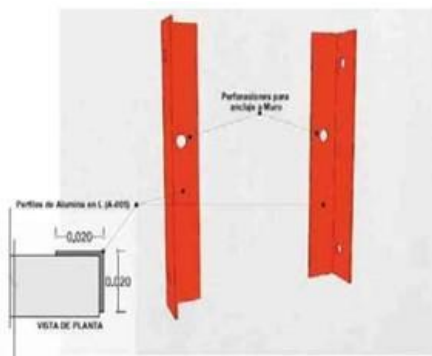
A continuación, se describe la forma como se debe manejar la señalización colgante:



Estos son algunos ejemplos de la utilización de la señalética normativa.



A continuación, se describe la forma como se debe manejar la señalización anclada a muro.



Cartelera para las oficinas

Medidas: 148 x 84 de alto. 5 cm para el marco.
Acrílico del cabezote pintado con gris al 30%.
Paño en gris al 60%.

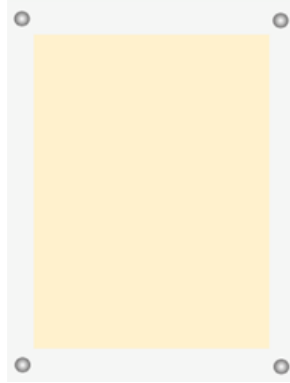


Soportes en aluminio o policarbonato pintados en gris grano fino - Ref. pintura laca, Pintuco 7540 o tonner In-131 o similar.



Aviso informativo

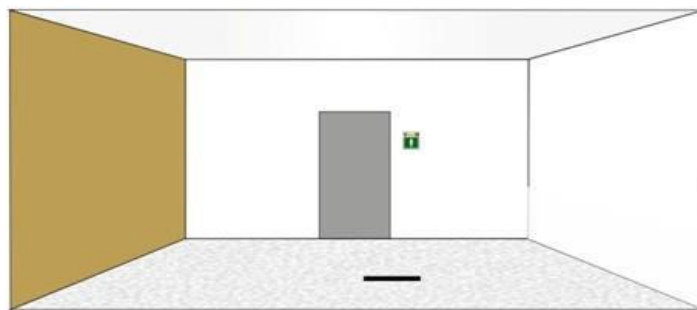
Medidas: 80 X 60 cm de ancho.
Aviso en bronce.
Soportes en madera pintados con el color café corporativo.



Porta-afiches

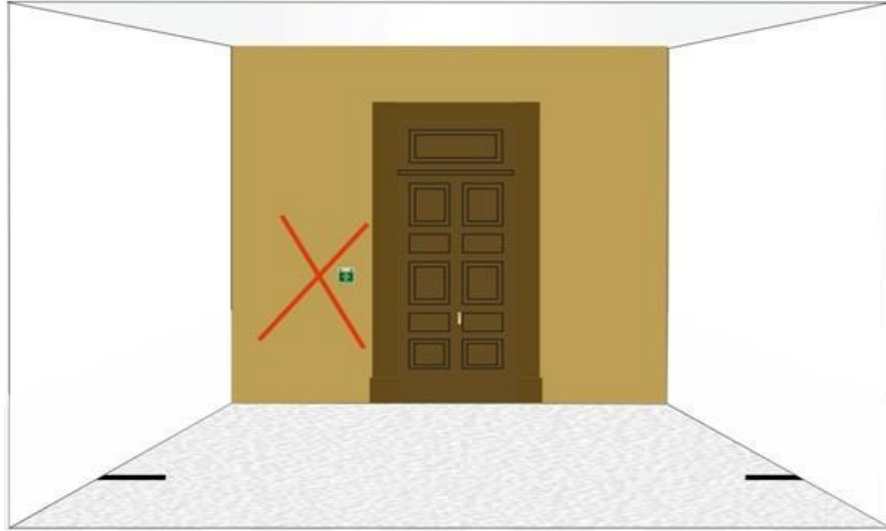
Tamaño: 1/2 pliego

Descripción: Vidrio templado de 4 mm con dilatadores en acero inoxidable.



6.1. USOS INDEBIDOS DEL MANEJO DE LA SEÑALÉTICA





7. APLICACIONES EN PAPELERÍA

En esta sección se ilustran todos los usos correctos de la Imagen Corporativa para todo el material impreso que utiliza la institución.

Las comunicaciones corporativas se manejarán con los siguientes parámetros: Fuente (Letra) Gil Sans Regular, para el cuerpo de texto a 12 puntos. Fuente Gil Sans Bold o negrita para los títulos y subtítulos a 12 puntos.

PAPELERÍA EXTERNA

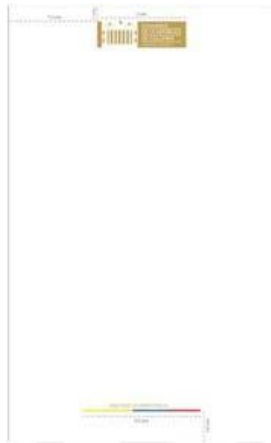




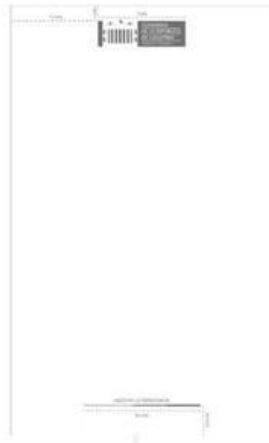
Tarjeta de presentación para Senadores



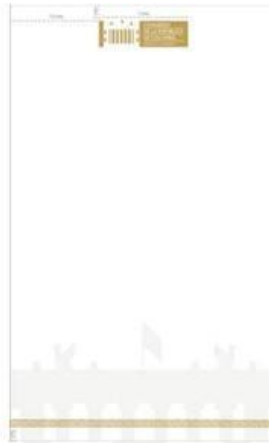
Tarjeta de presentación para Funcionarios



Hoja oficio membrete a color



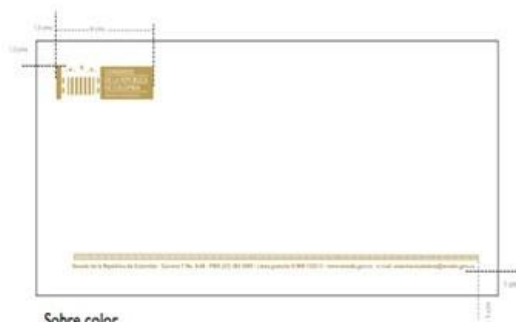
Hoja oficio membrete en escala de grises



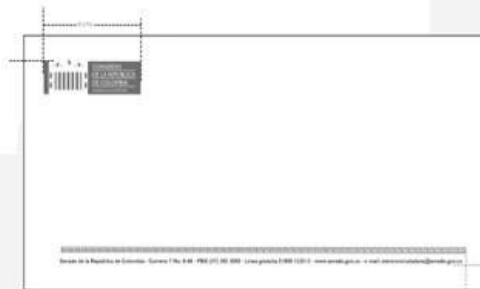
Hoja oficio membrete especial a color



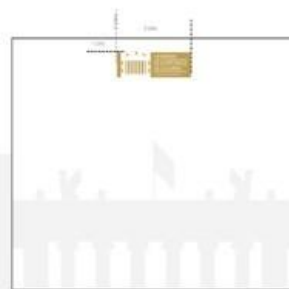
Sobre de manila



Sobre color



Sobre grises

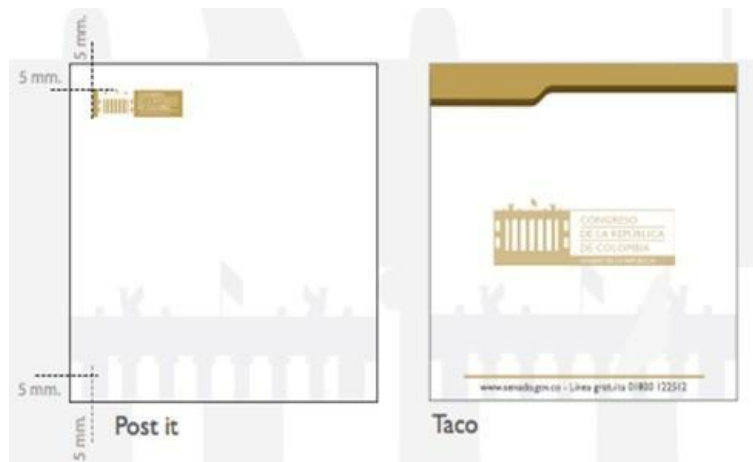


Tarjeta Lord (Tamaño 17.5 x 12.5)



PAPELERÍA INTERNA





8. APLICACIONES EN MEDIOS ELECTRÓNICOS

La correcta utilización de la Imagen Corporativa en todo lo referente a los medios electrónicos es esencial en estos tiempos en donde estas herramientas comienzan a masificarse y a ser una excelente alternativa para llegar al grupo objetivo.

8.1. MANEJO PRESENTACIONES EN POWER POINT

Para el uso de presentaciones con la imagen corporativa se aplicará la siguiente plantilla:



8.2. MANEJO DE LA IMAGEN EN POSTERS DE COMUNICACIÓN EXTERNA



Imagen para utilizar en la página web y el twitter
Tamaño: 600 x 374 píxeles



Imagen para utilizar en facebook
Tamaño: 1200 x 1200 píxeles



Imagen para utilizar en Instagram
Tamaño: 400 x 400 píxeles

Los posters utilizados para las campañas de comunicación e información institucional llevan una homogeneidad con respecto al manejo de los colores corporativos y siempre manejan fondos sencillos y limpios, para que la pieza sea de fácil lectura.

Éstos se componen por: Cabezote con el isologotipo del Senado. Representación gráfica (imagen o ilustración) referente al tema.

Texto corto y llamativo. En concordancia con lo plasmado en el [CO-Ma01 Manual de Redacción y estilo](#) Información de las redes sociales.

8.3. MANEJO DE LA IMAGEN EN EL MURO DIGITAL



Básicamente las piezas publicitarias que se utilicen en este medio deben ser muy sencillas y limpias para que el mensaje llegue lo más claro posible al grupo objetivo.

8.4. MANEJO DE LA IMAGEN EN LOS KIOSKOS DIGITALES



9. ANEXOS

[Plantilla presentación PPT](#)

10. FORMATOS

No aplica

11. DOCUMENTOS RELACIONADOS

[CO - Ca01 Caracterización Proceso Gestión de Comunicaciones](#)
[CO-Ma01 Manual de Redacción y estilo](#)

12. CONTROL DE CAMBIOS

Control de Cambios

- Ver. 002// Rev. 3// FV. 15 de diciembre de 2023

Cambios:

Se cambia el Logo del Canal Congreso y el logo del Noticiero del Senado

Justificación: Se debe realizar cambios en la imagen corporativa de canal congreso

Responsable: Juan Sebastian Lopez Caceres

Fecha: 2023-12-26

- Ver. 001// Rev. 3// FV. 2 de julio de 2020

Cambios:

Creación del manual dentro del proceso de gestión de comunicaciones

Justificación: Creación

Responsable: Lina Marcela Piñeros Lopez

Fecha: 2020-07-02

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Nombre: Maritza Pardo Rojas	Nombre: Robinson Castillo Charris	Nombre: Comité Institucional de Gestión y Desempeño
Cargo: Funcionaria Oficina de Información y Prensa	Cargo: Jefe Oficina de Información y Prensa	No. Acta y Fecha: Acta No. 23.14 del 15 diciembre de 2023

