

POLÍTICA EDITORIAL

BOGOTÁ, D.C. MAYO DE 2014

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN

1.- IDENTIFICACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

2.- COMUNICACIÓN EXTERNA

2.1.- Herramientas de Comunicación Externa

3.- COMUNICACIÓN INTERNA

3.1.- Herramientas de Comunicación Interna

4.- CRITERIOS PARA LA ELABORACIÓN DE CONTENIDOS

4.1.- Sencillez y Claridad

4.2.- Información Completa, Actualizada y Documentada

4.3.- Ética del Lenguaje

5.- GESTIÓN EDITORIAL

6.- MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA DE COLPENSIONES

6.1.- El Símbolo

6.2.- Módulo Tipográfico

6.3.- Logosímbolo

6.4.- El Sistema de Color

6.5.- Tipografía

INTRODUCCIÓN

La Comunicación pública tiende puentes entre las Entidades y los ciudadanos, permite un ejercicio permanente de rendición de cuentas y es una herramienta para la construcción de confianza, transparencia y credibilidad.

Es por ello que para la Administradora Colombiana de Pensiones – COLPENSIONES, la responsabilidad de dar a conocer en forma abierta y objetiva a la opinión los resultados de la gestión, el avance en el cumplimiento de las metas y el alcance de las decisiones que den cuenta del cumplimiento de su misión y objeto social, es muy importante.

Desde su entrada en operación, Colpensiones ha establecido lineamientos para el manejo de la comunicación pública, los cuales se han establecido a través de una Política Editorial flexible y ajustada a los cambios, necesidades y expectativas de opinión pública.

La presente versión de la Política Editorial apunta al cumplimiento de los postulados de transparencia, rendición de cuentas, participación ciudadana y buen gobierno, en la perspectiva de establecer las pautas de manejo de la información para los grupos de interés, tanto internos como externos, el enfoque, tono y modo en que deben ser divulgadas las decisiones y acciones relevantes para la opinión pública.

Este documento también busca garantizar que los lineamientos establecidos en las recientes disposiciones del Programa Gobierno En Línea – GEL, en materia de comunicaciones (Documento elaborado por la Presidencia de la República y de obligatorio cumplimiento para las entidades del Estado en Colombia se cumplan, apoyando así el objetivo fundamental de la construcción de un Estado más eficiente, transparente y participativo.

LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN

La Gestión de Comunicación Institucional hace parte del Direccionamiento Empresarial en la Cadena de Valor de la Entidad, y a través de ella se apunta a crear confianza en el relacionamiento con los ciudadanos, aumentar la visibilidad y la transparencia.

A lo largo del proceso de maduración del modelo de servicio de la Entidad, se han venido identificando los enfoques discursivos necesarios para que la comunicación sea una herramienta efectiva de información, conocimiento y posicionamiento de la nueva Administradora.

Desde el Macro Proceso de Direccionamiento Empresarial, se han impartido los lineamientos que permitan unificar las decisiones de la alta dirección con las necesidades y requerimientos informativos de los grupos de interés con los que interactúa Colpensiones.

Por esta razón, de la mano con la Política Editorial de la Entidad, se han generado y ejecutado planes de Comunicación, Rendición de Cuentas y Participación Ciudadana, entendiendo que tales acciones están íntimamente ligadas y que su desarrollo e implementación dependen de la interacción de todos los demás procesos.

Durante el tercer trimestre de 2013, La Administradora Colombiana de Pensiones –COLPENSIONES reorientó buena parte de las estrategias de su modelo de servicio, privilegiando la información abierta y oportuna hacia los ciudadanos, partiendo del hecho de ser una entidad nueva, creada para acompañar a los trabajadores colombianos durante su vida laboral, hasta llegar a la edad de retiro, en la perspectiva de ayudarlos a construir un futuro digno y seguro, para cada uno de ellos.

Desde entonces, la Comunicación Institucional dio un giro significativo en sus enfoques externo e interno, donde el ciudadano es la razón de ser del discurso informativo y por tanto todas las acciones que se emprendan giran alrededor de un **relato institucional** que privilegia la divulgación permanente, amplia y participativa de los resultados, y la forma como las decisiones

institucionales impactan positivamente la vida de miles de colombianos que lograron una respuesta a su solicitud después de muchos años de constancia, perseverancia, esfuerzo y dedicación.

Colpensiones pasó de ser una entidad que administra pensiones, a ser la Entidad del Estado que asumió uno de los mayores retos en la historia de la protección social en el país: la transferencia de información institucional más grande de Colombia, con un retraso estructural en la toma de decisiones sobre reconocimientos de prestaciones económicas, y con la responsabilidad de poner al día en pocos meses, el inmenso volumen de trámites jamás resueltos por la administradora anterior en más de dos décadas.

En esta nueva perspectiva la Comunicación institucional se ha fortalecido desde adentro, con la visión de construir una memoria institucional que le permita a la Entidad apropiarse de su objeto social, es decir, incentivar la permanencia y vinculación de más y más trabajadores al Régimen de Prima Media, acompañar y orientar a los sectores de población que aún cuando no puedan acceder a una pensión, serán cobijados con el Programa de Beneficios Económicos Periódicos – BEPS, para contribuir a ampliar la cobertura a millones de colombianos que hoy están labrando su futuro.

Bajo este nuevo enfoque, la Comunicación Institucional, más que un canal para la divulgación de la gestión, es una herramienta acercar la Entidad a los sectores de opinión, a las entidades del sector, a los organismos de control y ciudadanía en general, contribuyendo a la generación de confianza, y cumpliendo la responsabilidad pública de rendir cuentas en forma ininterrumpida.

Colpensiones avanza entonces hacia un modelo de comunicación que reconoce las diferencias, las necesidades y las expectativas de cada uno de sus grupos de interés y sus mensajes están debidamente segmentados.

En síntesis, alrededor del **relato institucional**, la Comunicación adquiere un carácter articulador de los cinco ejes estructurales, a saber: Confianza, Acompañamiento, Información, Servicio y Eficiencia, que en una secuencia lógica constituyen la esencia para la construcción del futuro de millones de colombianos.

Esta nueva versión de la Política Editorial de Colpensiones integra los lineamientos anteriormente expuestos, para que sean tenidos en cuenta por la totalidad de los colaboradores de la Empresa, de acuerdo con sus funciones y perfiles.

1.- IDENTIFICACIÓN DE PÚBLICOS OBJETIVO

En consonancia con la Política Editorial de Colpensiones, al comunicar un mensaje existen varios segmentos diferentes, a los cuales se debe llegar según su naturaleza, particularidades y características.

Dentro de los grupos de interés y públicos objetivo se encuentran: **Los afiliados, pre-pensionados, pensionados, ahorradores, empleadores, sector Gobierno, autoridades e instituciones del sector, líderes de opinión, organismos de control, agremiaciones y fuerzas vivas y ciudadanía en general.** Al interior de la Entidad se encuentran los **servidores, colaboradores y trabajadores de Colpensiones.**

Acorde con la necesidad de informar, transmitir, socializar, sensibilizar y poner a disposición de cada uno de estos grupos objetivo un mensaje, éste contendrá elementos diferenciales en su estructura y formato, y mantendrá unidad en el manejo de las reglas del lenguaje, la sintaxis y la gramática.

2.- COMUNICACIÓN EXTERNA

Se entiende por comunicación externa el conjunto de estrategias, instrumentos, herramientas y acciones que las empresas e instituciones utilizan para transmitir información a públicos externos

con el fin de construir, mantener, mejorar o perfeccionar la imagen y la percepción que los demás tienen de ellos, así como dar a conocer información importante y relevante para cada grupo.

Mediante la comunicación externa, las entidades logran ocupar un lugar en la mente de las personas, alcanzan reconocimiento y recordación en relación con otras empresas y sectores que compiten en términos de negocios y responsabilidades frente a un conjunto de audiencias globales o segmentadas y permite alcanzar resultados.

La comunicación externa crea valor, reduce los riesgos, identifica oportunidades, permite mantener informados a los diversos segmentos, construye ventajas competitivas, atrae aliados, genera actitudes y define comportamientos, razones que buscan promover en todos los servidores de Colpensiones su ámbito de responsabilidades en la construcción y sostenimiento de reputación empresarial y del posicionamiento de nombre y marca.

La comunicación externa se materializa, por medio de la información que aparece en los medios de comunicación escritos, radiales, televisivos y digitales, en los niveles nacional, regional, local, e internacional, registran y publican información relacionada con la Entidad.

2.1.- Herramientas de Comunicación Externa

a) Comunicados de prensa

Esta herramienta está sujeta a la dinámica del plan de comunicaciones estratégicas formulado por la alta dirección de Colpensiones. Su periodicidad no tiene límite y se generan con base en los criterios de pertinencia, inmediatez e importancia de la información que se requiere dar a conocer.

Los Comunicados de Prensa constituyen un referente para la construcción de memoria institucional, porque permiten en forma secuencial y cronológica registrar decisiones, acciones y sucesos relevantes para los usuarios, la ciudadanía y la Entidad.

Los Comunicados deberán enviarse acompañados de los respectivos audios, fotografías y videos que permitan el refuerzo de su contenido y la reproducción en medios masivos de sus respectivos registros.

b) Videos

Las piezas audiovisuales responden a las necesidades más relevantes de nuestros grupos focales, ya que a través de ellos se logra informar, compartir, educar y sensibilizar a los diferentes públicos, mediante notas frescas, cortas, sencillas y ágiles a manera de tutoriales, instructivos, testimoniales o simples registros de sucesos y acciones.

c) Fotografías:

Uno de los elementos más importantes para la construcción de memoria institucional es la fotografía. El registro de imágenes de eventos y actividades adelantadas por el Entidad a nivel interno y externo permiten documentar la gestión y hacerla visible en forma inmediata y masiva mediante el uso de tecnologías de las información y las comunicaciones.

d) Animaciones:

Frente al avance de las formas, lenguajes y canales de comunicación de los nuevos tiempos, y en particular el uso de redes sociales, las animaciones resultan ser un elemento pedagógico de alto impacto para la transmisión de conocimiento e información. En Colpensiones esta herramienta se trabaja desde una perspectiva de apoyo a los contenidos del portal institucional, bien sea como refuerzo, tutorial, guía o material informativo de las temáticas que lo requieran; así mismo se utiliza como instrumento de divulgación y socialización de información para servidores, trabajadores y colaboradores de la Entidad.

e) Relacionamiento y presencia institucional en eventos:

Corresponde a la estrategia de comunicación e información presencial y/o virtual a través de la cual se promueven espacios de interacción con grupos de interés y ciudadanos en general. Por medio de ella se pueden compartir percepciones, opiniones y experiencias de los usuarios externos e internos sobre diversas temáticas, dar a conocer servicios, presentar informes y posicionar la gestión empresarial.

- f) **Planes de Medios:** De la mano con las estrategias de la Gerencia Nacional de Mercadeo de la Entidad, se trabajan en forma conjunta los contenidos y diseños de piezas y herramientas escritas, radiales, televisivas y digitales, externas e internas, para la implementación de campañas y demás programas de interés colectivo.
- g) **Informes de Gestión:** Documentos que describen de manera integral el estado de avance de la gestión de la Entidad en forma periódica, de acuerdo con los lineamientos legales establecidos para tal fin. De acuerdo con la Política de Cero Papel adoptada por la Entidad, los informes de gestión se procesan por las áreas respectivas y se publican en el portal institucional.
- h) **Material POP:** Conjunto de piezas impresas o digitales de contenido técnico, formativo, didáctico e informativo de Colpensiones, en el marco de la planeación estratégica de marca y de las estrategias de mercadeo de su diario accionar. La totalidad de productos gráficos que se produzcan debe acogerse sin excepción a los lineamientos de identidad de marca establecidos en el Manual de Imagen Visual de Colpensiones.
- i) **Campañas y programas Institucionales :** Iniciativas asociadas a la misión de la entidad, que pueden desarrollarse por períodos de tiempo diferentes, de acuerdo con la necesidad de producir impactos en la opinión y generar decisiones en el usuario o ciudadano.

Las Campañas Institucionales deben enfocarse bajo criterios como:

- Identificación de objetivos y metas
- Identificación de públicos y audiencias
- Valoración de costos y tiempos (expectativa, lanzamiento, posicionamiento)
- Manejo de un lenguaje amigable, claro y sencillo
- Información persuasiva y convincente
- Uso de recursos tecnológicos masivos y efectivos (Publicidad ATL-BTL)
- Uso de recursos gráficos impactantes

- Enfoque de beneficio mutuo

j) **Página WEB:** Desde ella se pone a disposición de los diversos segmentos y de la ciudadanía, un número limitado de operaciones, documentos y servicios, para un número ilimitado de visitantes y usuarios. Los lineamientos especiales para la administración y manejo del sitio web de Colpensiones, hacen parte de este documento.

Es importante subrayar que el Portal institucional de Colpensiones se ajusta a los lineamientos definidos por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, por lo cual su funcionalidad, operatividad y accesibilidad son garantía de transparencia, acceso a la información y oportunidad en la prestación de los servicios a los ciudadanos.

k) **Herramientas de Comunicación Digital:** Las comunicaciones externas incluyen la publicación en la página web institucional de noticias con información útil y relevante para los diferentes públicos de la Entidad, además de otros medios de información más especializados, con periodicidad definidas y dirigidos a grupos focales determinados, tales como correos electrónicos, boletines y blogs, los cuales permiten la participación y opinión de los ciudadanos sobre los temas abordados, o sobre las temáticas propuestas por los usuarios.

l) **Carteleras informativas:** Herramientas con que cuentan las Oficinas Regionales de Colpensiones, destinadas a la fijación temporal de información para usuarios internos y externos, toda vez que algunas notificaciones y procedimientos jurídicos, sobre todo en el regional y local, emplean este recurso.

m) **Pantallas y afiches Electrónicos:** medio de difusión para usuarios externos con posibilidades de uso interno, en horarios diferentes a los de atención al público.

n) Herramientas de comunicación en doble vía - Redes Sociales:

A partir del nuevo enfoque de la comunicación institucional y en cumplimiento de las directrices que en materia de participación ciudadana ha dispuesto el Gobierno Nacional, Colpensiones avanza en la definición de una estrategia para la activación de redes sociales oficiales, como una herramienta de comunicación en doble vía, complementaria a los demás instrumentos de comunicación.

Partiendo de un diagnóstico integral del comportamiento de la información, lenguajes, y tendencias, se deberá habilitar este nuevo canal en la medida en que la Entidad lo considere oportuno y conveniente.

3.- COMUNICACIÓN INTERNA

Se entiende por Comunicación Interna, el conjunto de estrategias, instrumentos, herramientas y acciones que las empresas e instituciones utilizan para transmitir información a públicos internos mediante estrategias en doble vía y transversales a toda la Organización.

El principal objetivo de las comunicaciones internas es la construcción y promoción de una cultura organizacional que valide los principios y valores de la Entidad y genere sentimientos de apropiación, pertenencia e identidad entre sus servidores. Todos los productos comunicativos internos deben acoger los lineamientos del Manual de Imagen Visual de Colpensiones.

Para que Colpensiones sea reconocida entre sus trabajadores, servidores y colaboradores en general, debe existir un flujo constante y ordenado de la información logrando niveles de satisfacción altos y asegurando que los canales empleados permitan no solo transmitir, sino además recibir información que retroalimente los procesos institucionales y permita avanzar en el camino de la gestión por competencias y el fortalecimiento de un talento humano preparado, entrenado y motivado.

Las comunicaciones internas se acogen a las directrices que para tal fin establece el Proceso de Gestión de la Comunicación Institucional, de la mano con los demás procesos, especialmente el de Gestión del Talento Humano de la Entidad. En Colpensiones, la totalidad de los procesos del

Sistema Integrado de Gestión pueden identificar entre sus planes de acción necesidades de comunicación debidamente validadas y presupuestadas.

Esto permite poner a disposición de cada proceso, herramientas comunicativas de alto impacto y reiteración, adicionales a los canales propios de la Empresa.

Adicionalmente, la Política de “Cero Papel” es un punto de partida para enfocar las estrategias de comunicación en pro del uso de las ayudas tecnológicas e informáticas, las cuales ofrecen opciones de bajo costo, rapidez y bajo consumo de recursos.

3.-1. Herramientas de Comunicación Interna

a) Intranet: Espacio de información en línea de uso exclusivo de los servidores de Colpensiones. Esta herramienta, (que en la actualidad se encuentra en proceso de maduración y estructuración) apunta a la creación de ambientes de interacción entre sus administradores y usuarios, a la divulgación inmediata de documentos, disposiciones, comunicaciones, circulares, directrices y normas que la Entidad expide para la generalidad de sus trabajadores y que deben ser aplicación y conocimiento amplio y oportuno.-

La Intranet, o herramienta tecnológica que haga sus veces, supone un desarrollo acorde con las necesidades de la empresa de tal manera que una vez los colaboradores optimicen su uso, genere impactos positivos entre sus usuarios, medibles en economía de recursos y tiempo, así como en la satisfacción de los servidores, al sentirse debidamente informados.

b) Boletines Digitales: Permiten generar información de interés en forma periódica y de acuerdo con las necesidades de las áreas y procesos. Actualmente, la Entidad cuenta con el Boletín Jurídico, la publicación digital La Lupa (de la Oficina Nacional de Control Interno), el Boletín del Sistema Integrado de Gestión –SIG, y los mensajes de la Presidencia

con las cuales es posible llegar a todos los servidores en forma simultánea y oportuna, según las necesidades y requerimientos comunicativos.

4.- CRITERIOS PARA LA ELABORACIÓN DE CONTENIDOS

La Política Editorial de Colpensiones determina el alcance y enfoque de la comunicación, determinando el tono, modo y la manera como se debe transmitir, de acuerdo con la identificación previa del público al cual va dirigida, es importante partir de un conjunto de principios básicos de la redacción que serán de utilidad para todos las áreas y sus respectivos servidores, que en razón de las funciones asociadas a su cargo, producen, generan, compilan, ordenan, organizan, procesan, envían y transmiten información.

Los contenidos de los documentos de interés informativo, educativo y publicitario, con destino a públicos internos o externos, son responsabilidad de sus autores en términos de fondo, dominio y experticia temática; deberán ceñirse al Manual de Imagen Visual de Colpensiones para mantener identidad de marca así como ser revisados y ajustados desde el punto de vista formal (estilo, redacción, estructura gramatical y ortografía), por Comunicaciones.

En términos generales, las comunicaciones institucionales deben reflejar los siguientes principios:

- Lenguaje claro y sencillo
- Información completa y validada con el responsable del área
- Contenidos soportados en fuentes documentales y bibliográficas (según el caso)
- Uso de recursos tecnológicos en forma responsable y autorizada
- Enfoque de beneficio mutuo
- Ahorro de recursos y observancia de Política de “Cero Papel”

4.1. Sencillez y Claridad

- Escribir con naturalidad. Los mensajes deben privilegiar el uso de palabras simples, de fácil comprensión y entendimiento para el público. No obstante, la simplicidad del lenguaje no significa que se sacrifiquen otros criterios como el rigor en la fuente documental, el respeto por los derechos de autor, la verificación de los datos, cifras y demás elementos que sustenten el mensaje.
- Se debe propender por la brevedad. Para ello, conviene evitar párrafos interminables y frases largas. Si quien escribe comprende lo que escribe, ya tiene asegurada la transmisión de su mensaje.
- El significado de las siglas se escribirá completo la primera vez que se menciona, y después podrá usarse sola, empleando el adecuado manejo de las mayúsculas.
- Conviene reducir el empleo de tecnicismos, y si es inevitable, se debe explicar el significado del mismo inmediatamente después de que es utilizado por primera vez, dentro de paréntesis.
- Los términos en idioma extranjero casi siempre tienen un significado en idioma español. Se deben privilegiar los segundos. No obstante, los avances tecnológicos han exigido la adopción de extranjerismos e incluso su españolización.

4.2. Información completa, actualizada y documentada

- El manejo de las comunicaciones institucionales obliga a los generadores de información a ser rigurosos con la fuente u origen de la misma.
- La información debe provenir de fuentes totalmente confiables. Si la fuente no brinda la suficiente seguridad o no hay certeza de su procedencia la información debe ser corroborada al menos con dos (2) fuentes adicionales, identificando el origen al final del documento. En caso de ofrecer contenidos tomados de un tercero ajeno a la entidad, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados.

- Las imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben guardar relación con los textos y cumplir con las condiciones técnicas y legales para su utilización.
- La reproducción, transformación, o puesta a disposición de materiales y obras protegidas por el derecho de autor, debe hacerse conforme a lo ordenado legalmente para tal fin.

4.3. Ética del lenguaje

- Ajustados a los lineamientos de la Política Editorial de Colpensiones, los contenidos guardarán respeto por las normas éticas, de la moralidad y las buenas costumbres.
- El tipo de público al cual van dirigidas las comunicaciones institucionales, limitan o permiten el uso de estilos y modos en segunda, tercera o cuarta persona. En todo caso, el modo coloquial y uso de la segunda persona se puede aplicar a campañas de tipo publicitario, el resto de mensajes se trabajaran según la finalidad y grupo receptor.
- El lenguaje utilizado en las comunicaciones institucionales deberá promover el respeto por los derechos de las personas, ofrecer una perspectiva de la equidad de género y lograr en el destinatario, interno o externo, una visión objetiva de que la misión de Colpensiones se cumple de manera homogénea y solidaria para todos sus usuarios.

4.4. La información como generadora de bienestar individual y colectivo

- El uso de tecnologías de la información no es obstáculo para el cumplimiento de las reglas generales de redacción citadas en este documento. La comunicación digital, más que una forma de simplificación del lenguaje, está orientada a facilitar la vida de los ciudadanos, es decir, hacer que el Estado cumpla con su deber al menor costo para la comunidad.
- **Las comunicaciones institucionales** deben llevar implícito el deber de los servidores públicos de Colpensiones de lograr la mayor rentabilidad social, expresada en calidad de vida, satisfacción y ahorro de recursos, entre ellos, el papel, como Política Gubernamental.
- Los Usuarios de Colpensiones encontrarán en la información institucional conceptos válidos, no solo para conocer sus derechos, sino además para tomar decisiones y hacerse partícipes de los cambios requeridos para la prestación de un mejor servicio.

5.- GESTIÓN EDITORIAL

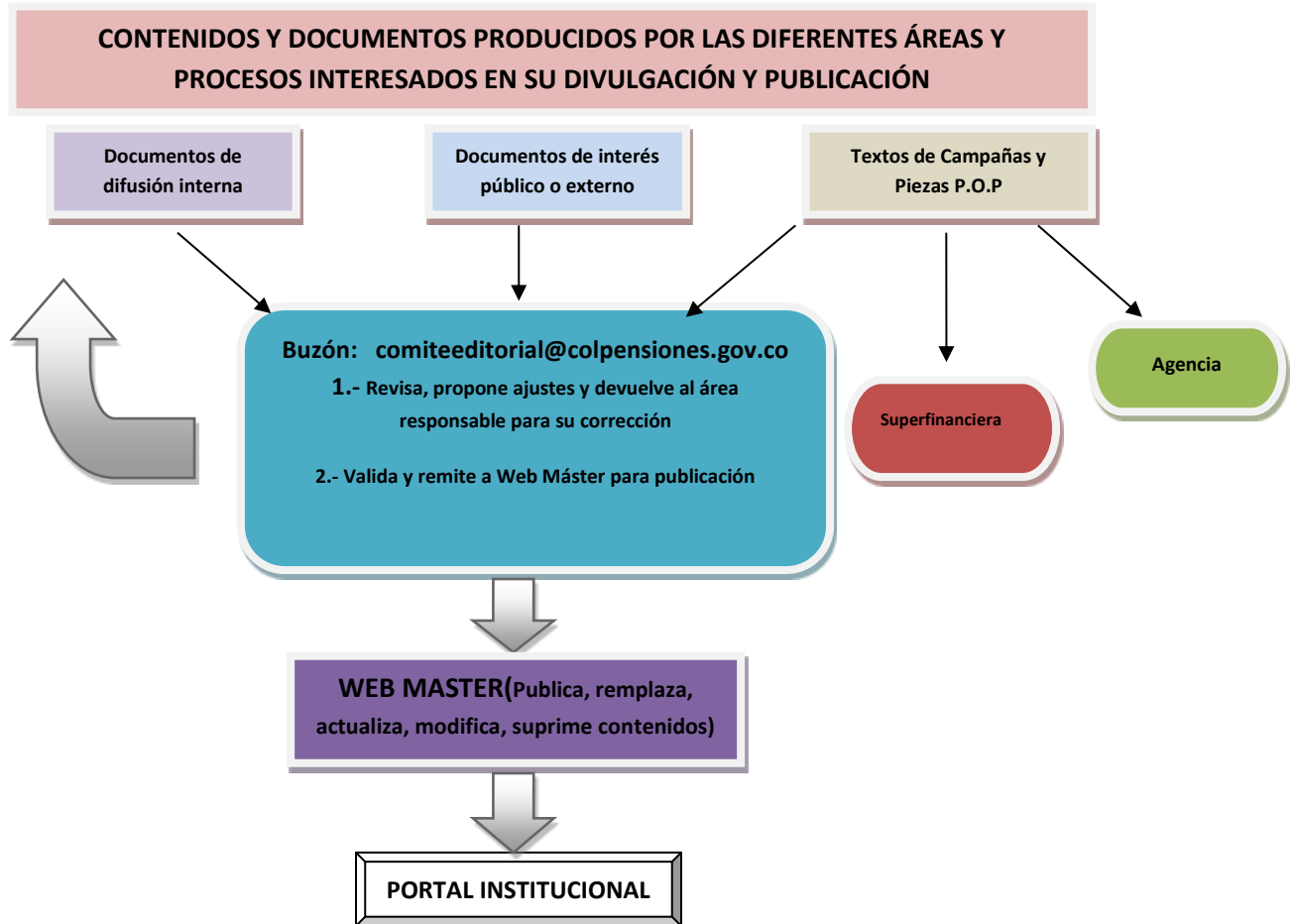
En sus comienzos Colpensiones contó con un Comité Editorial para la revisión y aprobación de los contenidos a publicar tanto en la página web como en los medios de comunicación internos y externos de la Entidad. Con la expedición del Decreto 2482 de 2012, (Nuevo Modelo Integrado de Planeación y Gestión), se unificaron las actividades y procedimientos que se venían analizando al interior de los diferentes comités, entre ellos, el Editorial, en una instancia denominada Comité Institucional de Desarrollo Administrativo.

No obstante, las actividades asociadas a la revisión, edición, corrección, ajuste, control y gestión editorial de contenidos de todos los documentos y piezas de comunicación con destino a públicos internos y externos, diferentes a las formales emitidas desde las áreas Jurídica, , Financieras y Administrativas), siguen siendo responsabilidad del proceso de Gestión de la Comunicación Institucional, y cuyo procedimiento se surte mediante solicitudes enviadas a través del buzón: comiteeditorial@colpensiones.gov.co.

Este buzón es administrado por el área de Comunicaciones para canalizar las solicitudes de revisión y aprobación de textos y documentos así como la solicitud de inclusión, eliminación, modificación y actualización de información para el Portal Institucional.

Los documentos de carácter formal (normatividad y lineamientos jurídicos, informes financieros y presupuestales, documentos administrativos), también se canalizan por este buzón y su publicación es inmediata por parte del webmaster de la Entidad.

A continuación se describe gráficamente la ruta para la revisión y aprobación de documentos



La Administración del portal está a cargo de la Gerencia de Canales de la Vicepresidencia Comercial y de Servicio al Ciudadano a través del Web Máster, quien es el responsable del mantenimiento y programación del sitio web y de la actualización de sus contenidos.

Sin embargo, es importante señalar que cada área es responsable del alcance, rigurosidad, veracidad y manejo del contenido de los documentos que solicita publicar, así como de velar por las actualizaciones correspondientes y oportunas.

6.- MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA

Colpensiones reconoce la importancia de la identidad visual como generadora de imagen, recordación, posicionamiento, reconocimiento y confianza. Por ello, cuenta con un Manual de Identidad Visual a través del cual se establecen códigos para el manejo de un lenguaje gráfico compuesto por letras (Elementos) y gramática (Reglas del Sistema), que al combinarse garantizan una clara identificación de **Colpensiones** en todas sus manifestaciones visuales.

La actualización, modificación, socialización y aplicación de este Manual está en cabeza de la Gerencia Nacional de Mercadeo de la Vicepresidencia Comercial y de Servicio al Ciudadano. Está dirigido a aquellas personas y grupos que de alguna forma estén involucradas en la creación y producción de piezas gráficas para Colpensiones.

7.1.- El Símbolo

El símbolo que representa a Colpensiones es un árbol que ha sido ilustrado con las letras C y P (Colpensiones). En este árbol hay un fruto rojo. Esta imagen representa la seguridad, solidez y protección que transmite un árbol, y a la vez, el fruto representa “el fruto del trabajo”, símbolo perfecto para representar las pensiones. Es una imagen clara y universal que proyecta la razón de ser de Colpensiones.



7.2. Módulo Tipográfico

El módulo tipográfico es sencillamente la palabra Colpensiones. “Col” está en tipografía ITC Quorum Black y “pensiones” en tipografía ITC Quorum Medium. La tipografía ITC Quorum sólo

debe ser utilizada para el logotipo. Para otros textos se debe utilizar la tipografía institucional (Pg. 9 Manual de Imagen).

Colpensiones

7.3 Logotipo

El logotipo está compuesto por el símbolo y por el módulo tipográfico. En la versión horizontal, el símbolo se ubica a la izquierda del módulo tipográfico, que encaja entre la serifa del tronco y la barriga de la P. En la versión vertical, el símbolo está ubicado arriba del módulo tipográfico y el tronco queda arriba de las letras “sion” de Colpensiones. Se utiliza una u otra versión del logotipo según la pieza y espacio gráfico disponible para su ubicación.

VERSIÓN HORIZONTAL



VERSIÓN VERTICAL



7.4 El Sistema de Color

El sistema de color cuenta con 5 colores, 4 de ellos derivados del logotipo: tres tonos de verde, azul y rojo. El color gris es un color complementario a la identidad que combina armónicamente con los demás colores. El color primario en el sistema es el azul, seguido de los verdes como colores secundarios. El rojo y el gris son colores terciarios. **Esto quiere decir que el color dominante en las aplicaciones y piezas gráficas es el azul**, seguido por los verdes y luego rojo y gris. Además de ser los colores del logotipo, estos colores deben ser utilizados para textos o elementos de diseño en piezas gráficas.



7.5 Tipografía

En el logo símbolo se utiliza la familia ITC Quorum, pero esta tipografía sólo se debe utilizar en el logo símbolo. Para piezas POP se utiliza la fuente Flama y para otros textos internos se debe utilizar la tipografía institucional: Calibri.

En casos EXTREMOS donde no esté disponible la fuente Calibri, se debe utilizar la tipografía Helvética para reemplazarla. Los planos técnicos, versiones y reglas, se pueden consultar en el Manual de Identidad Gráfica de Colpensiones.



Con estas pautas se ha construido la Política Editorial para aplicación en la Administradora Colombiana de Pensiones - Colpensiones.

(Versión Mayo 2014)