



**Brandbook**  
2 0 2 2

# ÍNDICE

---

**01** · Introducción  
· Objetivo & alcance

---

**02** · Nuestra marca  
ADN  
· Propósito & visión  
· Arquetipo

---

**03** · Nuestra  
identidad  
· Concepto  
· Valores de marca

---

**04** · Estructura

---

**05** · Color

---

**06** · Tipografía

---

**07** · Gráfica  
institucional

---

**08** · Mascota



En este documento encontrarás una guía para comprender la marca Gensa, así como información importante sobre el ADN de marca y el arquetipo que definirán cómo nos comunicamos, además estará acompañado de los lineamiento de identidad corporativa, claves para su posicionamiento, reconocimiento y el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Gensa como marca, vincula propiedades visuales, emocionales, racionales y culturales que necesitan ser comunicadas con atención, cuidando los detalles para lograr coherencia, y de esta manera logremos ser identificables ante nuestros grupos de interés.

Este manual será de gran utilidad para que al momento de usar la marca, se le de gráficamente un manejo correcto.

# 01

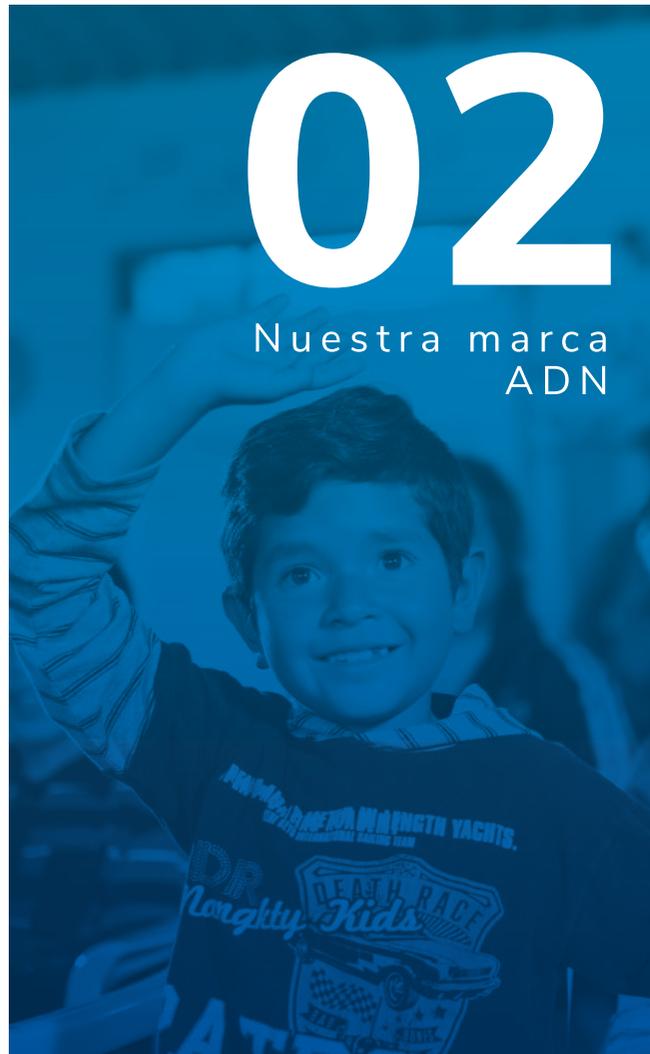
## Objetivo & alcance

### Objetivo

Direccionar el manejo de la marca y uso como imagen sostenible, comprometida que toque y mueva emociones, una imagen que se conecte con las personas, que cree lazos, que construya experiencias y genere confianza.

### Alcance

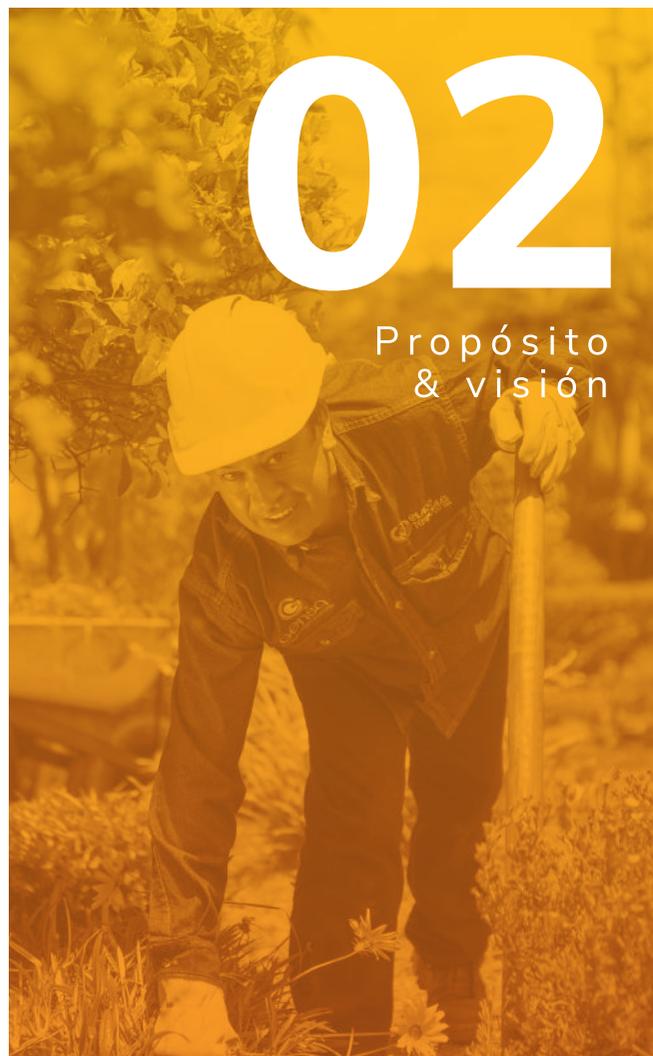
Este manual de imagen corporativa lo deben seguir todas las personas y entidades públicas y privadas que tengan relación estratégica con Gensa.



Una empresa clara, concreta, transparente, sostenible y respetuosa que le entrega bienestar a la comunidad a través de la energía, lo que se traduce en una marca que estará centrada en las personas y no en los productos o servicios principalmente.

Para Gensa la mejor herramienta para desarrollar su reputación de marca siempre será un enfoque social.

**Gensa es: honesta, transparente, socialmente responsable,  
conecta, comprometida con las comunidades, familias,  
genera energía, brinda luz y desarrollo a través de la energía.**

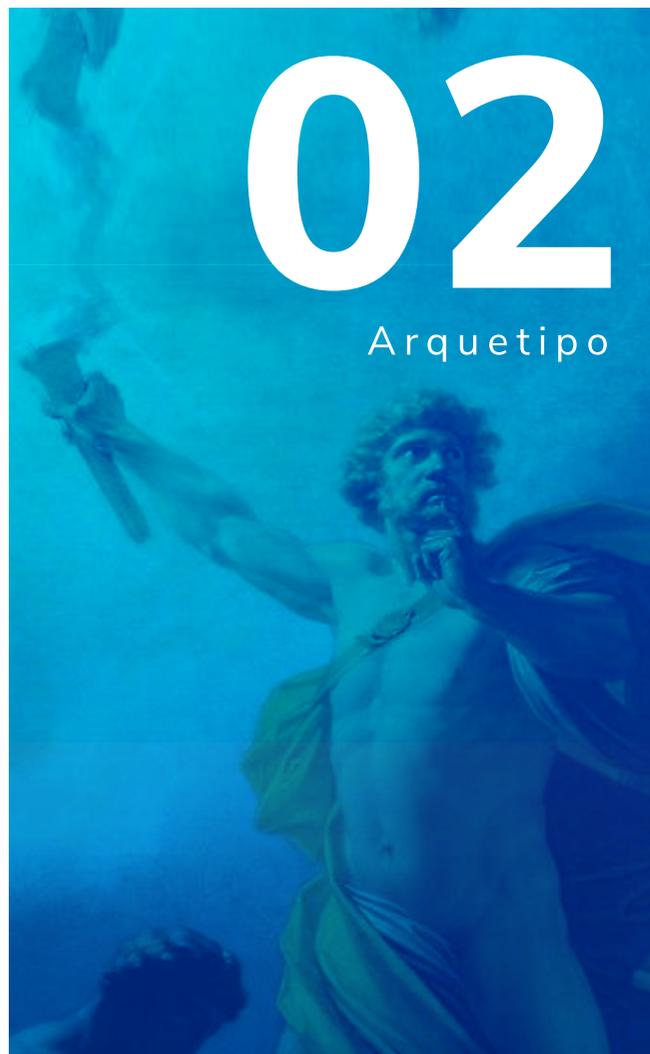


## Propósito

Creemos firmemente en que podemos contribuir en el desarrollo sostenible del país, impulsando el crecimiento económico y social a través de la generación y comercialización de energía, la administración de activos energéticos, el desarrollo de proyectos que entreguen soluciones efectivas y la ejecución de la política pública del sector.

## Visión

En el 2023 Gensa SA ESP será una organización líder en el sector energético generando valor a través del posicionamiento de su portafolio integrado de bienes y servicios y la ejecución de política pública sectorial, aportando al desarrollo sostenible de los territorios donde hace presencia.



## Prometéo, El benefactor

Es un Titán hijo de Japeto y Temis, que obtuvo la vida eterna de su maestro Quirón el sabio, su nombre significa "Previsión" o "Prospección" en la mitología griega es representado como el Dios que forjó a la humanidad a imagen y semejanza de los dioses inmortales. En el mito Prometeo le brinda el fuego a la humanidad (El conocimiento) para que ellos puedan evolucionar y llevar una mejor vida alejada de la oscuridad y el miedo.

Sus cualidades son la **sabiduría, protección, brindador de conocimiento y creación.**

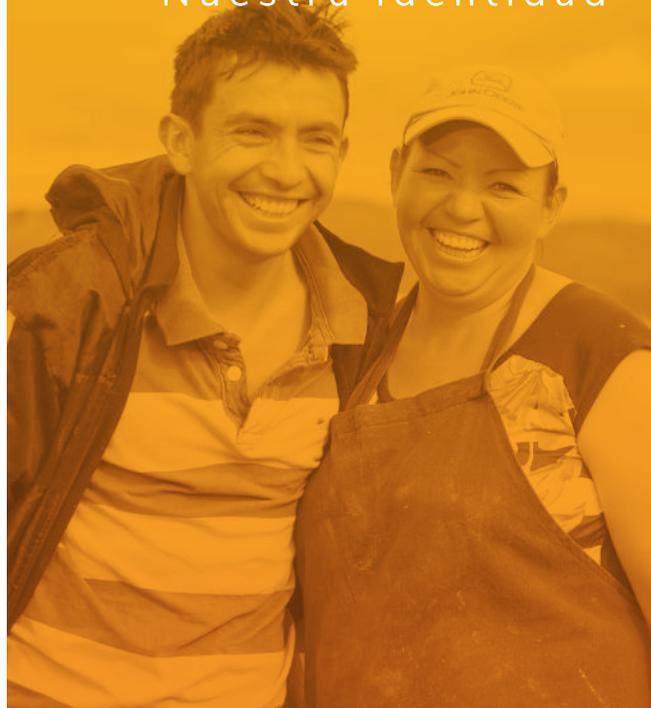
### **Propósito de nuestro arquetipo Gensa:**

Crear y comercializar soluciones energéticas con un fin económico y social.

Nuestro trabajo se basa en 2 cosas, producir y comercializar energía, pero en el fondo vamos más allá, porque en el medio de todo está la gente, la gente que quiere conectar sus negocios con nuevas oportunidades, la gente que quiere conectar el entusiasmo con el desarrollo de una región, la gente que quiere conectar problemáticas con innovación social, y esta conexión solo es posible trabajando con energía.

# 03

Nuestra identidad



Versión anterior



Nuestra marca es el eje estratégico que nos diferencia, en el 2020 la intervenimos a manera de lifting, para generar una imagen más ligera de efectos, lo que nos ayuda a transmitir transparencia y que nuestros procesos evolucionan hacia una estructura más liviana y eficaz, de igual manera renovamos nuestra paleta de colores complementarios para lograr conectarnos con nuestra visión hacia un efecto más social y ambiental.



**La G** como icono más representativo de la marca, es la letra inicial de nuestro nombre, la G rodea la energía vital como símbolo de protección haciendo evidente el compromiso que adquiere Gensa con sus grupos de interés, un compromiso que muestra competitividad y que estabiliza esta energía fundamental para el crecimiento y el desarrollo constante que genera confianza.

Es una imagen fluida, dinámica y con proyección global que nos permite ver su gran capacidad de adaptabilidad.

**La esfera** representa la energía vital como el centro de nuestra identidad y propósito que tenemos, energía que día a día nos permite pensar en grande y soñar con una realidad empresarial y social más competitiva.

También como energía dinámica y global, que es la misma energía que caracteriza a nuestros grupos de interés que son parte fundamental de nuestro propósito (mejoramiento continuo).

# 03

## Valores de marca

### Dinámica

Nuestro propósito de transformación social nos define como una marca que es flexible y en constante transformación que se adapta a diferentes necesidades del país generando bienestar social.

### Sostenible

Ser conscientes de nuestra actividad económica y su impacto nos lleva a plantear nuevas maneras de brindar soluciones que generen innovación social y sostenible para las comunidades reduciendo nuestra huella.

### Competitiva

Todo lo que hacemos lo hacemos con esa buena energía que caracteriza a nuestros trabajadores, por eso nuestros servicios y productos cuentan con estándares de alta calidad que hacen que nuestros clientes nos sigan eligiendo y podamos dar servicios de excelencia a las comunidades que impactamos.

### Innovadora

La innovación social y responsable como factor indispensable dentro de nuestra organización nos permite mirar hacía el futuro y desarrollar proyectos con creatividad que generen impactos positivos en la sociedad.

# 04

## Estructura

### Isotipo

El isotipo esta conformado por la letra inicial de la marca Gensa como lo es la G, plasmándose como una imagen fluida y global que acoge en su interior una esfera compuesta por la energía vital permite que nuestro planeta, las personas que aquí habitan avancen hacia la evolución.



# 04

Estructura

## Logotipo

Una tipografía redondeada plasma nuestra idea de flexibilidad, una marca más orgánica y humana que piensa en las personas y en el entorno.

# Genso

Nombre comercial

Antipasto

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Tipografía modificada

## Gestión Energética S.A. ESP

Este nombre se debe utilizar para fines legales y comerciales.

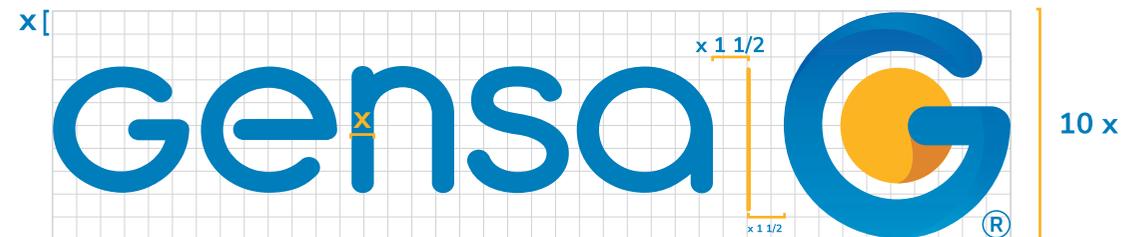
Nombre legal

# 04

## Estructura

### Imagotipo

El resultado de la unión entre isotipo e imagotipo es una marca equilibrada, moderna, simple que transmite limpieza en la acción, efectividad y compromiso con su propósito.



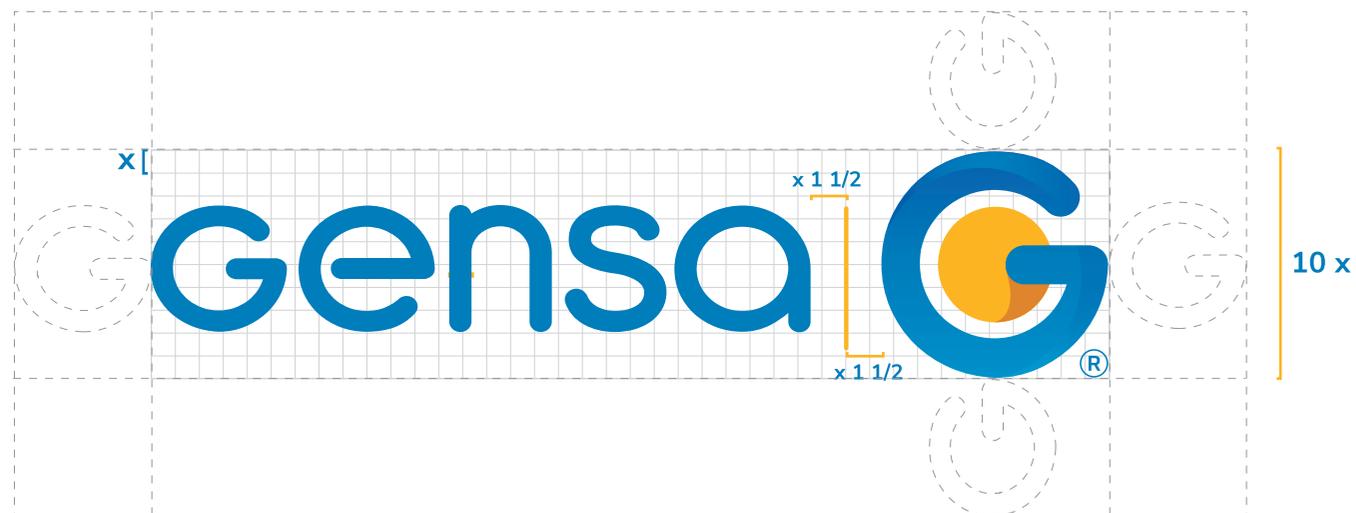
# 04

## Estructura

### Versiónes & áreas de protección

Nuestro imagotipo cuenta con dos versiones para que se adapte a los diferentes formatos, recomendamos utilizar en la medida de lo posible la versión horizontal estándar.

El área de protección aplica para cobranding y otros elementos visuales, ofrece un espacio seguro para la lecturabilidad y evita caer en confusión.



### Versión horizontal [estándar] · Área de protección

# 04

## Estructura

### Versiones & áreas de protección

Nuestra versión vertical del imagotipo solo es recomendable en casos en los que el formato no permita utilizar la versión estándar.

El área de protección aplica para cobranding y otros elementos visuales, ofrece un espacio seguro para la legibilidad y evita caer en confusión.



### Versión vertical · Área de protección

# 04

## Estructura

### Versión en tintas planas Escala de grises

Estas aplicaciones se utilizarán en los casos en los que la técnica de procesamiento de la imagen no permita el uso estándar que presentamos en este manual.

En el caso que se requiera simplificar a dos tintas exclusivamente, se permitirá la eliminación de la sombra de la G.



Versión tintas planas



Versión escala de grises

# 04

## Estructura

### Versión en tintas planas Aplicación en negativo

Estas aplicaciones se utilizarán en los casos en los que la técnica de procesamiento de la imagen no permita el uso estándar que presentamos en este manual.

**Las versiones en negativo y negro tienen un diseño especial** que permite que se siga percibiendo el isotipo, por lo tanto nunca debe convertirse el imagotipo estándar a negativo.

Se dispondrá de la aplicación en negativo del imagotipo cuando la legibilidad de la versión estándar se vea comprometida.



Versión en negativo



Versión negro o 1 tinta

# 04

## Estructura

### Tamaño mínimo

Es el tamaño mínimo recomendado, para que el imago tipo conserve su legibilidad.



4 cm por la proporción



3 cm por la proporción

Impreso



113 px por por la proporción



85 px por la proporción

Digital

# 04

## Estructura

### Usos incorrectos

1. Fondos de baja lecturabilidad
2. Cambio en colores
3. Disposiciones diferentes a 0° o 90°
4. Cambio en la proporción
5. Aplicación de sombras
6. Colorearlo la versión positiva para aplicarlo en negativo (Nótese que no se detecta la G). Entre otras que se diferencien de las aplicaciones correctas.



1.



2.



3.



4.



5.



6.

# 05

Color

## Paleta primaria y gradaciones

Los colores que nos identifican tienen un propósito de identidad, por lo tanto es recomendable incluirlos en piezas gráficas, como anotación **el blanco** es un color intrínseco para nuestra marca por eso también recomendamos su uso en el diseño de piezas gráficas.



C: 90  
M: 25  
Y: 6  
K: 0

R: 59  
G: 140  
G: 196

C: 100  
M: 70  
Y: 0  
K: 0

R: 0  
G: 82  
G: 156



C: 0  
M: 13  
Y: 90  
K: 0

R: 256  
G: 221  
G: 67

C: 0  
M: 51  
Y: 90  
K: 10

R: 204  
G: 140  
G: 51

# 05

Color

## Paleta secundaria

Hemos elegido 3 colores complementarios que están cargados de significado hacia 3 aspectos.

El aspecto **ambiental**, ya que cada una de nuestras acciones están enmarcadas en las normas ambientales; el aspecto **social** ya que retribuimos a la sociedad con acciones que generan bienestar en la comunidad y el aspecto **económico**, donde generamos desarrollo no solo a través de nuestro quehacer si no también a través del empleo.

C: 40  
M: 0  
Y: 100  
K: 0

R: 183  
G: 199  
B: 45

Pantone  
Solid Coated  
583 C



C: 80  
M: 0  
Y: 32  
K: 0

R: 95  
G: 171  
B: 180

Pantone  
Solid Coated  
7710 C



C: 91  
M: 20  
Y: 64  
K: 0

R: 59  
G: 139  
B: 120

Pantone  
Solid Coated  
569 C



# 06

## Tipografía

### Tipografías para la comunicación

Para el desarrollo de piezas gráficas utilizaremos en mayor porcentaje la tipografía Nunito, una fuente limpia y de fácil lectura, para énfasis en palabras o frases cortas, para dar contraste y dinamismo utilizaremos la tipografía Natural Script, una mezcla que es armónica.

Existe una cantidad de piezas gráficas enfocadas hacia los niños, con el objetivo de ser muy amigables con este grupo tenemos a disposición la tipografía Grota Rounded.

### Nunito

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!;"\$%&/()=?¿

#### Tipografía primaria / todos los estilos

### Natural Script

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!;"\$%&/()=?¿

#### Tipografía secundaria / todos los estilos

### grota rounded

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890i!;"\$%&/()=?¿

#### Tipografía para línea infantil / todos los estilos

#### Tipografía para presentaciones: Tahoma

SI ESTE DOCUMENTO SE ENCUENTRA IMPRESO Y SIN SELLO DE DOCUMENTO  
CONTROLADO DEBE SER TOMADO COMO DOCUMENTO OBSOLETO

PROTOCOLO DE MARCA

Código D-058

Vigencia 15-Sep-2022

Versión 05

# 07

## Gráfica institucional

### Membrete

El membrete será  
utilizado para la  
comunicación  
institucional.

The Gensa logo consists of the word "gensa" in a lowercase, blue, sans-serif font, followed by a stylized letter "G" in a blue circle.

Manizales: Carrera 23 # 64 B - 33 Edificio Centro de Negocios, Torre GENSA - PBX: (6) 875 6262 - Fax: (6) 875 6151 - A.A. 2325  
Bogotá D.C.: Carrera 68 D # 25 B-86 Edificio Centro Comercial y de Negocios Of. 729 - Tel: (1) 427 34 97 Fax: (1) 427 3510  
Central Termoeléctrica de Paipa: Kilómetro 3 vía Paipa - Tunja - Tel: (8) 785 0050 - 785 0538 - Fax: (8) 785 3733 - 785 0847  
Colombia - NIT: 800.194.208-9  
[www.gensa.com.co](http://www.gensa.com.co)

# 07

## Gráfica institucional

### Comunicado de prensa

Un comunicado es una opinión, la misma que puede derivarse de otra opinión o de una noticia; es decir, que puede ser generado como reacción a un hecho concreto, en la empresa o fuera de él, o a una consideración que involucre de alguna manera a la organización.

Puede utilizarse directamente en redes sociales ya que su carácter oficial es de suma importancia para la audiencia.

Comunicado  
de prensa



gensa | 

Manizales, 24 de julio de 2020

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et

Manizales: Carrera 23 # 64 B - 33 Edificio Centro de Negocios, Torre GENSA - PBX: (6) 875 6262 - Fax: (6) 875 6151 - A.A. 2325  
Bogotá D.C.: Carrera 68 D # 25 B-86 Edificio Centro Comercial y de Negocios Of. 729 - Tel: (1) 427 34 97 Fax: (1) 427 3510  
Central Termoelectrica de Paipa: Kilómetro 3 vía Paipa - Tunja - Tel: (8) 785 0050 - 785 0538 - Fax: (8) 785 3733 - 785 0847  
Colombia - NIT: 800.194.208-9  
[www.gensa.com.co](http://www.gensa.com.co)

# 07

## Gráfica institucional

### Boletín de prensa

Un boletín de prensa es una noticia emanada de la organización, y se redacta con base en los criterios de noticiabilidad, pero con la organización o sus representantes como fuente.

Para la publicación en redes sociales debe convertirse a post (ver plantilla) para que la información no sea densa en imagen, el texto completo puede ir en el caption de la publicación.



## Boletín de prensa 21

Manizales, 24 de julio de 2020

### MANEJO TÉCNICO AL BUCHÓN EN TERMOPAIPA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et



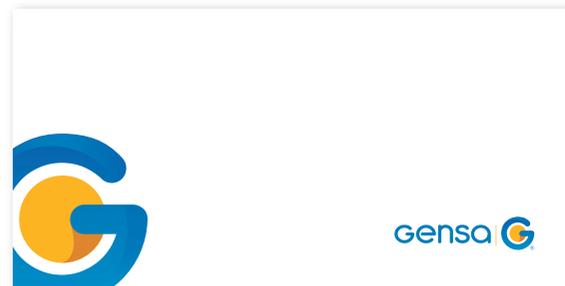
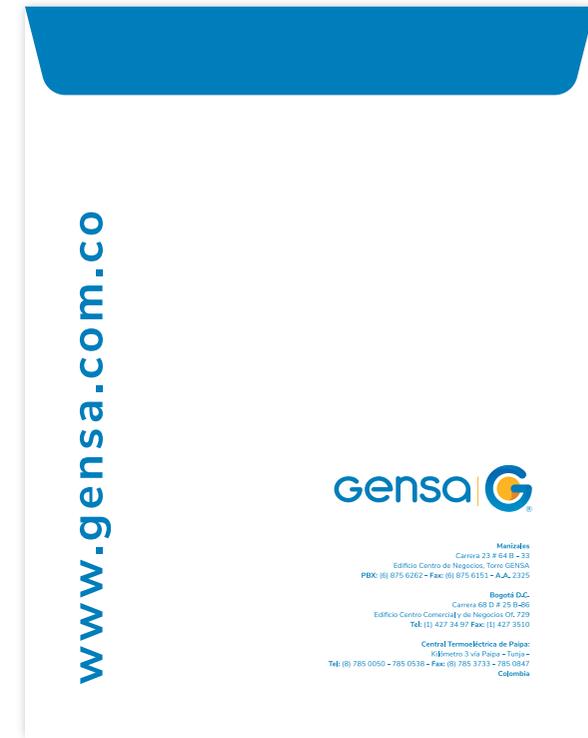
Manizales: Carrera 23 # 64 B - 33 Edificio Centro de Negocios, Torre GENSA - PBX: (6) 875 6262 - Fax: (6) 875 6151 - A.A. 2325  
Bogotá D.C.: Carrera 68 D # 25 B-86 Edificio Centro Comercial y de Negocios Of. 729 - Tel: (1) 427 34 97 Fax: (1) 427 3510  
Central Termoelectrica de Paipa: Kilómetro 3 vía Paipa - Tunja - Tel: (8) 785 0050 - 785 0538 - Fax: (8) 785 3733 - 785 0847  
Colombia - NIT: 800.194.208-9  
[www.gensa.com.co](http://www.gensa.com.co)

# 07

## Gráfica institucional

### Sobres

Los sobres se utilizan para documentos de especial cuidado que requieren confidencialidad.



# 07

## Gráfica institucional

### Tarjeta de presentación

Son una herramienta importante para el relacionamiento, deben contener la información básica y contundente.



# 07

## Gráfica institucional

### Carné

Para los carnés, nos servirá nuestra paleta complementaria como diferenciador.



SI ESTE DOCUMENTO SE ENCUENTRA IMPRESO Y SIN SELLO DE DOCUMENTO CONTROLADO DEBE SER TOMADO COMO DOCUMENTO OBSOLETO

PROTOCOLO DE MARCA

Código D-058

Vigencia 15-Sep-2022

Versión 05

# 07

## Gráfica institucional

### Firma digital

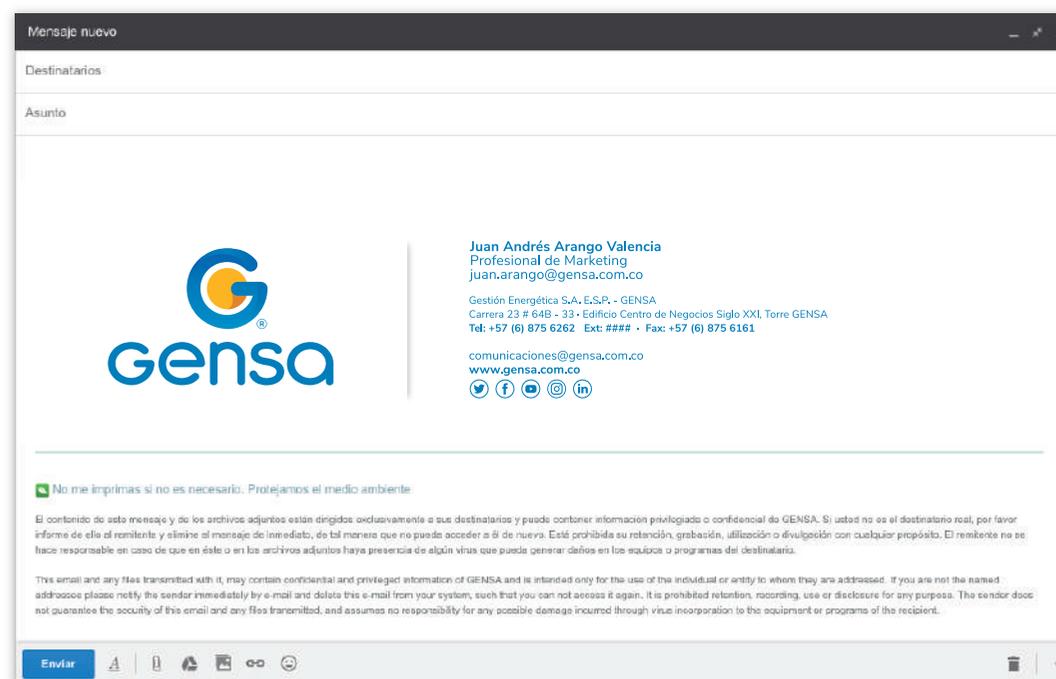
Una firma limpia permite que nuestro remitente encuentre fácilmente la información que requiere sobre nuestra empresa y personal.



**Juan Andrés Arango Valencia**  
Profesional de Marketing  
juan.arango@gensa.com.co

Gestión Energética S.A. E.S.P. - GENSA  
Carrera 23 # 64B - 33 - Edificio Centro de Negocios Siglo XXI, Torre GENSA  
Tel: +57 (6) 875 6262 Ext: ##### • Fax: +57 (6) 875 6161

comunicaciones@gensa.com.co  
www.gensa.com.co



# 07

## Gráfica institucional

### Presentación

Una plantilla limpia en cada uno de sus secciones, que nos ofrece un amplio espacio para el desarrollo de temáticas.



# 07

## Gráfica institucional

### Redes sociales tamaños

Estas son los tamaños  
que hoy están vigentes para  
las diferentes redes sociales.

**Tamaño post estándar:  
1000 x 1000 px**



- Imagen de perfil  
400 x 400 px
  - Portada  
500 x 1500 px
  - Tweet  
512 x 1024 px
- También funciona  
1250 x 1000 px
- En el timeline se ve a  
440 x 200 px.



- Imagen de perfil  
180 x 180 px
- Portada  
820 x 312 px
- Imagen enlace  
compartido  
630 x 1200 px
- Carrusel  
1000 x 1000 px
- Post  
1250 x 1000 px
- Historias  
1920 x 1080 px



- Imagen de perfil  
110 x 110 px
- Post  
1250 x 1000 px
- Historias  
1920 x 1080 px



- Imagen de perfil  
800 x 800 px
- Portada  
1440 x 2560 px
- Videos  
720 x 1200 px



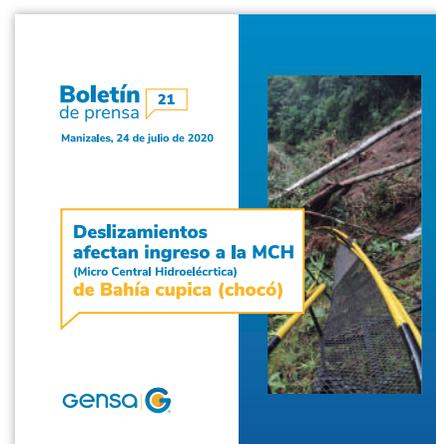
- Imagen de perfil  
400 x 400 px
- Portada empresa  
768 x 1536 px
- Imagen enlace  
compartido  
272 x 520 px
- Post  
1250 x 1000 px

# 07

## Gráfica institucional

### Redes sociales Post estándar

Esta guía para redes sociales nos provee herramientas para la comunicación de momentos de marca que tienen itinerancia en el tiempo.



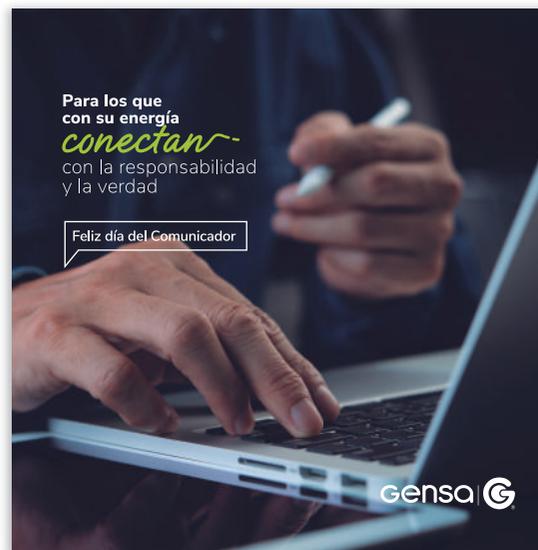
### Boletín de prensa Formato propuesto carretera

# 07

## Gráfica institucional

### Redes sociales

Esta guía para redes sociales nos provee herramientas para una comunicación del concepto de marca, en los casos que no tengamos imágenes sobre temas específicos.



### Celebración fecha especial



### Condolencia o conmemoración

# 07

## Gráfica institucional

### Redes sociales



Información importante



Gensa al día

# 08

## Personaje

### ¡Gensi!

Una luciérnaga que tiene como objetivo acompañar y facilitar la comunicación con la población infantil donde tiene presencia Gensa, ella a través de su naturaleza alegre promueve los valores que queremos proyectar como una empresa humana, cercana, que busca el bienestar de todos.



# Gensi



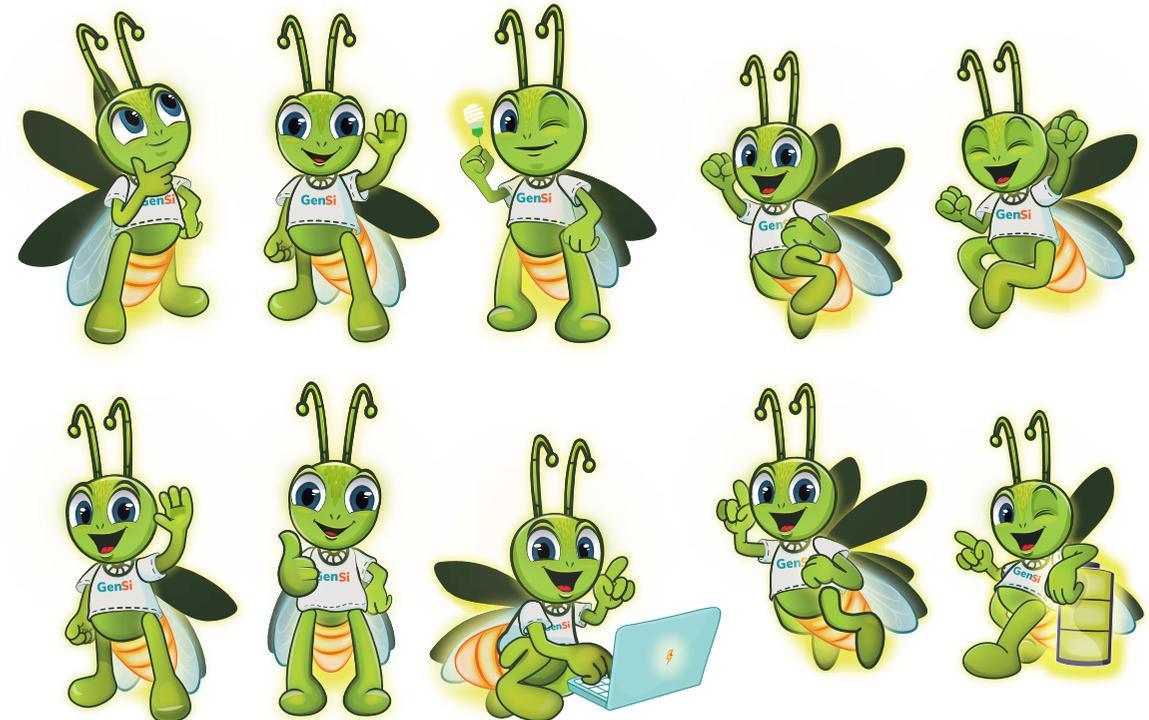
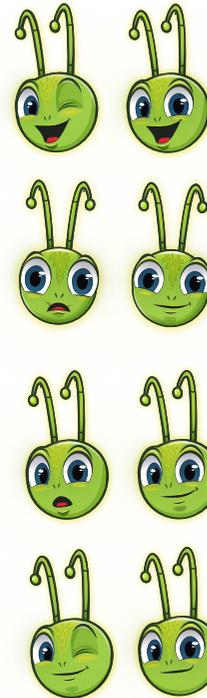
Mascota

# 08

## Personaje

### Poses y expresiones

Una luciérnaga que tiene como objetivo acompañar y facilitar la comunicación con la población infantil donde tiene presencia Gensa, ella a través de su naturaleza alegre promueve los valores que queremos proyectar como una empresa humana, cercana, que busca el bienestar de todos.



### Mascota

Fecha	Tipo de Cambio			Versión	Asunto	Elaborado por	Revisado y aprobado por
	A	M	S				
19-abr-2016	X			01	Se crea el protocolo de Marca, el cual es un documento vinculado al Manual de Comunicaciones.	Profesional de Comunicaciones Externas	Director de Sostenibilidad Corporativa
31-ene-2019		X		02	Se modifica contenido estratégico para la organización como: la misión y la visión.	Profesional de Marketing	Director de Planeación
13-jun-2019		X		03	Se modifica contenido estratégico para la organización como: la misión y la visión.	Profesional de Mercadeo	Gerencia de Mercadeo y Comercialización de Nuevas Líneas de negocio
23-abr-2021		X		04	Se modifica contenido estratégico para la organización.	AM Coppiano - Profesional de mercadeo	Dirección de Relaciones Corporativas
15-sep-2022		X		05	Se agregan contenido estratégico para la marca: (aplicaciones y Gensi).	AM Coppiano - Profesional de mercadeo	Dirección de Relaciones Corporativas

A: Adición

M: Modificación

S: Supresión



# Brandbook

2 0 2 2

Si tienes dudas puedes consultarlo con el área de mercadeo y comunicaciones.

Gestión Energética S.A. E.S.P. - GENSA

Carrera 23 # 64B - 33

Edificio Centro de Negocios Siglo XXI, Torre GENSA

Tel: +57 (6) 875 6262 Ext: 138 · Fax: +57 (6) 875 6161

[www.gensa.com.co](http://www.gensa.com.co)

