

CÓDIGO			MANUAL OPERATIVO:	
12-12.3-M-006-v.2			Manual de marca	
<b>FECHA DE EMISIÓN:</b>		24	11	2023
<b>ELABORADO POR:</b> Diana Carolina Navarro Camacho		<b>REVISADO POR:</b> Edna Juliana Rojas Hernández	<b>APROBADO POR:</b> Shelley Oviedo Arias	

## INTRODUCCIÓN

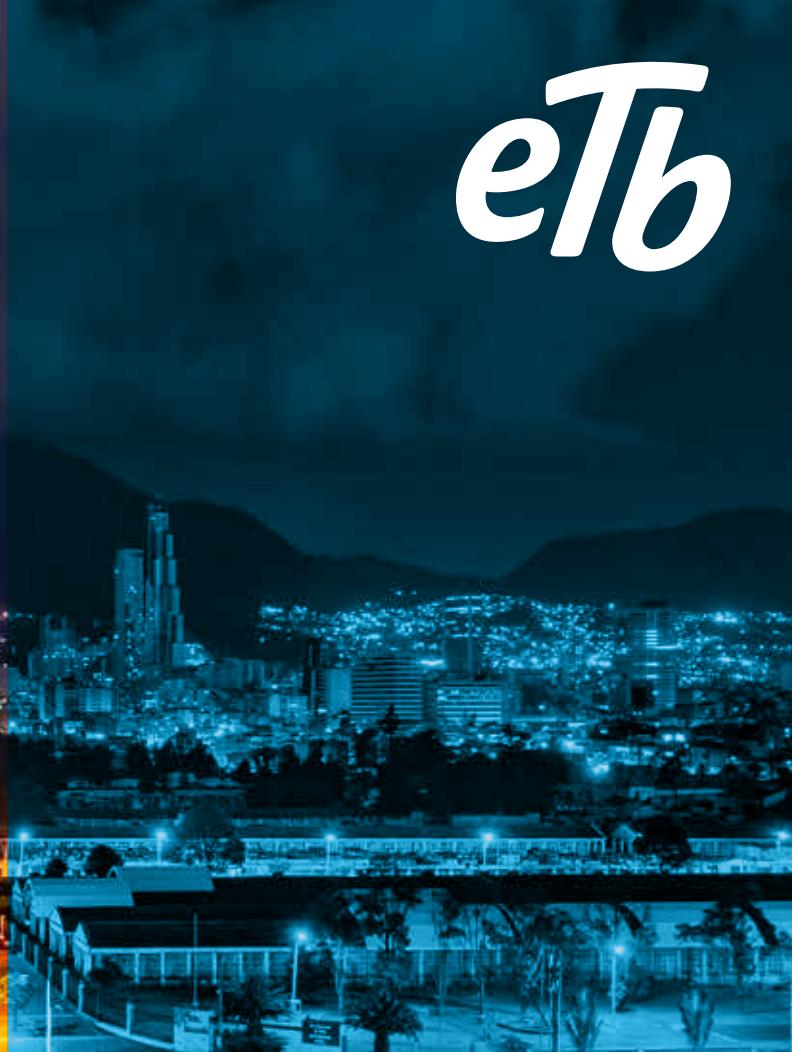
En este documento encontrarás los elementos que conforman la identidad visual de ETB y lo que somos como marca: colores institucionales, los atributos de marca, elementos de identidad visual, el logotipo, uso correcto del tagline, co-branding, material promocional, aplicación en dispositivos digitales, publicidad exterior visual, entre otros temas.

## OBJETIVO

Aplicar correctamente este manual brindará una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública de lo que representa ETB, lo que permitirá gestionar adecuadamente la marca en los medios impresos y digitales y así mantener una coherencia con la identidad, la promesa y propuesta de valor de ETB.

## ALCANCE

Comunicación interna y comunicación externa.



eTB

# MANUAL DE MARCA

---

Actualización noviembre 2023



ETB trabaja día tras día, para que los habitantes de Bogotá-Región y sus pequeñas y medianas empresas, vivan experiencias satisfactorias y transformadoras. Esta empresa con más de 136 años de experiencia tiene todas las ventajas para garantizarlo: la mejor red de fibra óptica de Bogotá Región en cobertura, velocidad y calidad, brindando un acompañamiento integral al cliente en la experiencia de uso del servicio.

Y aunque todo eso es clave, lo que está en juego es aún más trascendental. Como una empresa orgullosamente colombiana, la misión final de la operación de ETB es también un reto colectivo: avanzar hacia un futuro más inteligente, para las personas y para la sociedad. Nuestras soluciones digitales les brindan a las personas oportunidades para compartir sus pasiones: a las empresas recursos para ser más productivas: y a los gobiernos información analítica para tomar decisiones más rápidas y eficientes.

En ETB estamos convencidos de que si los ciudadanos y ciudadanas crecen, las empresas progresan y la información digital promueve mejores decisiones, las ciudades de Bogotá-Región podrán ser cada vez más equitativas e incluyentes para beneficio de todos.



Este manual de marca recoge los elementos que conforman la identidad visual de ETB y lo que somos como marca. La aplicación correcta de este manual, brindará una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública de lo que representa ETB. Esta es una herramienta “viva” y debe tenerse presente en todas las aplicaciones de la imagen corporativa, las directrices aquí expuestas son una guía que permitirá gestionar adecuadamente la marca en los medios impresos y digitales para mantener una coherencia con la identidad, la promesa y propuesta de valor de ETB.

Si tiene dudas acerca de la aplicación de la marca póngase en contacto con la  
**Gerencia de Comunicaciones y Marca:** [gerenciacomunicaciones@etb.com.co](mailto:gerenciacomunicaciones@etb.com.co)

# CONTENIDO

<b>Nuestra Marca .....</b>	5
¿Qué nos motiva? .....	6
¿Qué nos hace diferentes? .....	7
ETB en menos de 280 caracteres .....	8
Atributos de marca .....	9
<b>Nuestra identidad visual .....</b>	10
Elementos de identidad visual .....	11
Nuestro logotipo .....	12
Área de reserva del logotipo .....	13
Expción del área de reserva .....	14
Tamaño mínimo del logotipo .....	15
Algunas excepciones para el logotipo.....	15
Usos incorrectos del logotipo .....	16
Posición: la marca siempre en la altura .....	17
Posición en páginas web .....	18
Azul ETB .....	19
Colores institucionales secundarios .....	20
Colores institucionales alternativos .....	21
Familias tipográficas .....	22
<b>Empresas y Ciudades Inteligentes .....</b>	23
<b>Nuestro propósito.....</b>	27
Eslogan para comunicaciones internas .....	28
Uso correcto del eslogan .....	29
Firma de las áreas .....	32
<b>Aplicación de la marca .....</b>	33
Uso correcto del nombre .....	34
Co-branding .....	35
Material promocional .....	36
Aplicación en dispositivos digitales .....	39
Publicidad exterior visual .....	40



# NUESTRA MARCA

## ACERCA DE NOSOTROS



## ¿QUÉ NOS MOTIVA?

Detrás de toda conexión digital hay una conexión personal valiosa. Una sonrisa, una palabra, un gesto de amor, un dato revelador, un buen negocio, una venta, un aprendizaje. Las realidades física y virtual se retroalimentan mutuamente; se funden en una sola experiencia continua. Si una de las dos falla, la otra se resiente, generando frustración.

Esa es la esencia de ETB y lo que nos motiva a trabajar día tras día: darle soporte estable a esa conexión y brindar herramientas digitales que les permitan a los habitantes de Bogotá-Región y a sus pequeñas y medianas empresas, integrar esos dos mundos y vivir experiencias más satisfactorias y transformadoras.

# ¿QUÉ NOS HACE DIFERENTES?

Hoy, más que nunca, la vida depende de la relación armoniosa entre lo real y lo virtual. Sin una buena conexión no hay bienestar; ni personal, ni colectivo.

Lo que nos motiva en ETB es ofrecer a nuestros clientes una solución digital que les permita integrar esos dos mundos (real y virtual) por medio de experiencias satisfactorias, transformadoras y apasionantes.

ETB es...



Resolutiva



Empática



Confiable



Transparente



Especializada



## ETB EN MENOS DE 280 CARÁCTERES



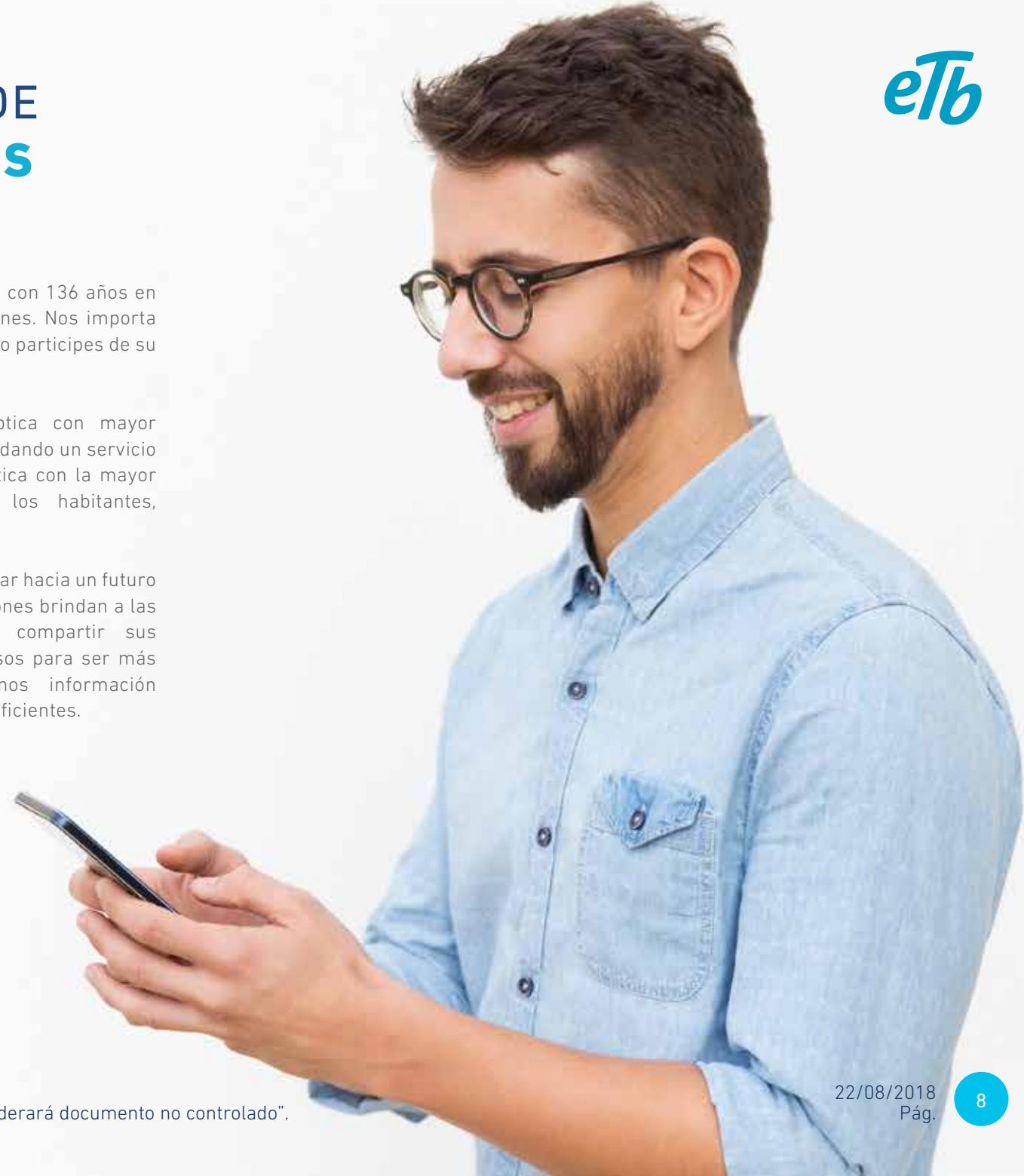
ETB es una empresa colombiana con 136 años en el sector de las telecomunicaciones. Nos importa Bogotá Región, porque hemos sido partícipes de su crecimiento y modernización.



Ofrecemos la red de fibra óptica con mayor cobertura de Bogotá-Región, brindando un servicio superior de internet de fibra óptica con la mayor velocidad y estabilidad para los habitantes, empresas y gobiernos.



ETB tiene un reto colectivo: avanzar hacia un futuro más inteligente. Nuestras soluciones brindan a las personas oportunidades para compartir sus pasiones, a las empresas recursos para ser más productivas, y a los gobiernos información analítica para tomar decisiones eficientes.



# ATRIBUTOS DE MARCA

- Somos **apasionados** por nuestros clientes.
- Estamos **comprometidos** con entregarles el mejor servicio.
- Somos **empáticos**, pues no conectamos simplemente cables, sino pasiones y emociones de millones de seres humanos.
- Si nuestra conexión falla, también falla el bienestar de nuestros usuarios.



# NUESTRA IDENTIDAD VISUAL



# ELEMENTOS DE IDENTIDAD VISUAL

Los elementos de identidad son un conjunto de recursos visuales, auditivos e incluso olfativos que representan una marca. Su uso permanente en el tiempo potencia la comunicación y contribuye al posicionamiento de la empresa, puesto que produce una asociación inconsciente entre sus elementos y la marca por parte de los usuarios.

El nuestro está compuesto por cuatro elementos: el logotipo, una paleta de colores, un tagline y dos familias de tipografías. Es importante utilizar las piezas que lo componen en todas las formas de comunicación, sin alterarlas y respetando los usos definidos para cada una. Esto permite garantizar que el impacto visual y emocional sea consistente con la motivación y principios de ETB.

A promotional graphic featuring a father and daughter sitting at a table, smiling and drawing together. The ETB logo is in the top right corner. Callout boxes point to the logo, the text "Continuemos con nuestros hábitos", the color palette, and the call-to-action button.

Continuemos con nuestros hábitos

Es época de quedarnos en casa, te damos unos tips para que junto con tu familia saquen el mayor provecho de esta situación.

Clic en el enlace adjunto

## Nuestro logotipo

Ubicado en la parte superior derecha de cada pieza.

## Nuestra fuente tipográfica

Familia tipográfica Din Next Pro LT

## Nuestros colores

En todo lo que hacemos deben predominar los tonos de azul que nos caracterizan.



## NUESTRO LOGOTIPO

El logo es la firma de la compañía, está compuesto por las tres letras que componen nuestro nombre, fueron diseñadas especialmente para la marca y es el elemento más importante de la identidad visual de ETB.

Es un logotipo amigable, suelto, moderno, espontáneo y limpio, las letras están dispuestas de tal modo que expresan proyección, donde la "T" funciona como conector de las iniciales "e" y "b".

**Uso recomendado**



C: 100 M: 0 Y: 11 K: 2  
R: 0 G: 146 B: 188

Su color azul refleja solidez y confianza, su tono alegre y energizante es coherente con la imagen cercana, moderna, amable y jovial que identifica a la compañía.

**Versión en blanco**



El color blanco también hace parte de la gama de colores de la marca y es muy útil para aplicar sobre fotografías.

**Versión en negro**



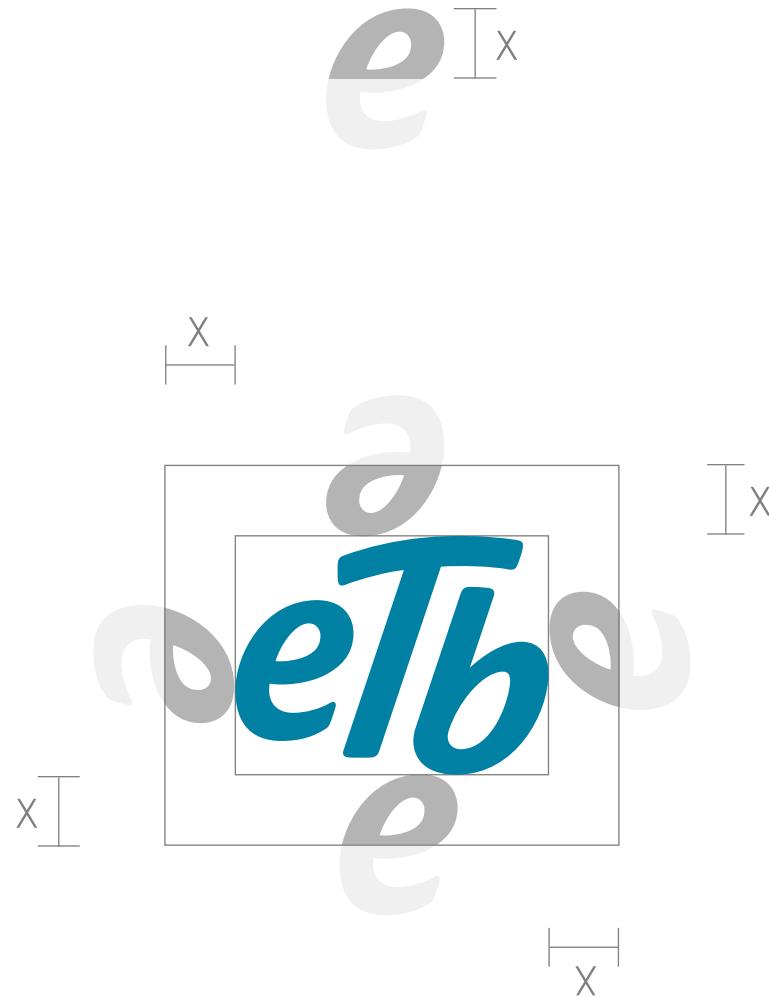
Es posible usar el logotipo en negro en la impresión de documentos siempre que sea en fondo blanco.

## ÁREA DE RESERVA DEL LOGOTIPO

Para garantizar la claridad y legibilidad de la marca, el logotipo debe hallarse rodeado por un espacio vacío, denominado área de protección, que ningún elemento gráfico, fotográfico, tipográfico o de textura debe invadir.

Esta área de protección está definida por la unidad de medida "x", que corresponde a la mitad de la altura de la letra "e" del logotipo de ETB. Siempre tiene que ser respetada a los cuatro lados del logotipo e incluso se debe velar que, en la medida de lo posible, el espacio libre de elementos gráficos sea mayor que la medida "x".

Se recomienda utilizar la fórmula proporcional para determinar el tamaño del logotipo, basada en su altura, puesto que asegura que el área de protección se mantenga inalterable a cualquier escala.



## EXCEPCIÓN DEL ÁREA DE RESERVA

Con el fin de poder expresar visualmente una alianza, como en el caso de uniones temporales en donde ETB sea el actor principal, el logotipo puede estar acompañado de otro elemento ubicado dentro del área de reserva.





# TAMAÑO MÍNIMO DEL LOGOTIPO

La marca siempre debe distinguirse de la manera más clara posible para garantizar una comunicación efectiva. Por ello, para facilitar la legibilidad de sus componentes, se tiene que restringir el tamaño mínimo de aplicación del logo.

Las medidas indicadas a continuación corresponden al tamaño mínimo de aplicación de la marca ETB en impresos y pantalla.

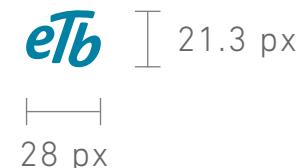
## Impresos

La medida en centímetros corresponde al tamaño mínimo que se ha establecido para la aplicación del logotipo en productos impresos.



## Pantallas

La medida en pixeles corresponde al tamaño mínimo que se ha establecido para la aplicación del logotipo en productos de interfaz digital.



## ALGUNAS EXCEPCIONES PARA EL LOGOTIPO

El logo podrá cambiar de color (según la paleta institucional y los colores secundarios autorizados) y tener algunos complementos sutiles en casos muy puntuales. Por ejemplo, cuando nos sumemos a una campaña institucional de gran impacto en la que

debamos movilizar a los colaboradores. En ese tipo de casos se deberá contar con la aprobación por escrito de la persona a cargo de Vicepresidencia de Asuntos Corporativos y Estrategia.



# USOS INCORRECTOS DEL LOGOTIPO

El logotipo de ETB siempre debe ser de un tono y sólido, no es correcto el uso un color diferente al azul principal ETB, el blanco (a utilizar sobre fondo de color) o el negro para documentos impresos en blanco y negro. No son buenas prácticas la mezcla de colores, el uso de contornos, degradados y efectos como sombra, volumen o halos de luz. También debe evitarse girar el logo en algún sentido, variar la tipografía, modificar el espacio entre las letras y deformarlas, estirarlas, comprimirlas o inclinarlas.

**Tampoco está permitida la creación de logotipos o isotipos para diferentes temas o áreas de la compañía, ni la utilización del logotipo dentro de textos, acompañando íconos, símbolos o contenido en diversas formas geometricas.**



Usar el logo con cada letra de color diferente



Usar el logo con borde



Usar el logo con efecto degradé



Aplicar efectos como sombra



Usar junto a textos o íconos y contenido en formas



Usar el logo negro sobre fondo de color



Alterar la distancia entre letras



Girar en algún sentido



Deformar en sentido vertical u horizontal



# POSICIÓN: LA MARCA SIEMPRE EN LA ALTURA

ETB a través de su historia ha evolucionado paralelamente con la transformación de la ciudad y la región. Nuestra relación con los bogotanos se fortalece, no solo por la tradición de más de 136 años en el sector de las telecomunicaciones, sino también por la constante innovación tecnológica que hemos promovido y que ha contribuido al progreso de la ciudad.

ETB se proyecta hacia un futuro inteligente como una marca de altura que está preparada para los retos de la ciudad y para seguir conectando las pasiones de sus ciudadanos.

ETB quiere ser una empresa que esté en lo más alto y tiene todo para lograrlo: experiencia, infraestructura, calidad. La identidad visual de la marca debe reflejar este concepto, es por ello que **nuestro logo siempre debe estar en la parte alta de las comunicaciones**, esto nos permitirá ser una marca más visible tanto en medios on line como off line.



El logo debe ubicarse arriba a la derecha puesto que los elementos en esta parte de la composición tienen mayor peso visual.



En lo posible el logo siempre debe ir en la parte alta de las comunicaciones, sin embargo cuando se trata de participación cobranding puede estar abajo, procurando que sea siempre a la derecha.



## POSICIÓN EN PÁGINAS WEB

Debido a que en las sitios web el menú se encuentra generalmente en la parte superior derecha e intuitivamente se busca allí, en este tipo de elementos es permitido posicionar el logotipo en la zona superior izquierda, donde sigue conservando un lugar preponderante.

En el caso de videos, mailings y otros soportes digitales que no contengan menús, el logo debe mantenerse en el área superior derecha.





## AZUL ETB

Nos enorgullece ser azul ETB, a través de la historia este color nos ha caracterizado y ha estado ligado siempre a ETB y a Bogotá. Lo mostramos en todo lo que hacemos; en nuestro logo, material digital e impreso y al llevar las experiencias de servicio para conectar las pasiones de nuestros clientes.

El azul ETB denota confianza, energía y solidez, es un tono alegre coherente con la imagen moderna, amable y jovial que quiere proyectar la compañía.



Interfaz  
digital y  
pantallas.

**R0 G146 B188**



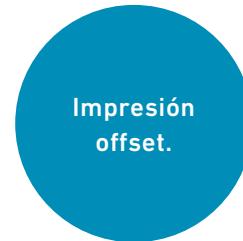
Interfaz  
digital y  
pantallas.

#0092BC



Impresión  
offset, laser  
e inkjet.

**C100 M0 Y11 K2**

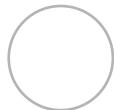


Impresión  
offset.

**Pantone 313C**

# COLORES INSTITUCIONALES SECUNDARIOS

Aunque nuestro color principal es el azul ETB, también utilizamos una variedad de colores secundarios que refuerzan nuestros diseños y mensajes. Los colores secundarios son útiles para comunicar mensajes específicos y tienen un rol definido para orientar a los usuarios y facilitarles la comprensión de nuestras motivaciones. Sin embargo, debe tenerse presente que el color del logotipo nunca debe reemplazarse por estos tonos.



## Blanco

Representa transparencia y serenidad, es un buen complemento para los tonos azules. El logotipo también se puede usar en este color, así como otros textos mientras el fondo sea oscuro.

C0 M0 Y0 K: 0

R255 G255 B255 / #FFFFFF



## Azul profundo

Por ser un tono más sobrio denota seguridad, solidez, confianza, responsabilidad, tranquilidad conocimiento e inteligencia.

Pantone7687C / C96,2 M74,8 Y21,2 K6,6

R33 G71 B128 / #214780



## Azul neón

Es moderno, electrizante, transmite energía. No hace un buen contraste sobre fondo blanco por tanto debe usarse siempre en combinación con el azul profundo o tonos oscuros, de este modo sirve para resaltar elementos.

Pantone3255C / C56,9 M0 Y15,3 K0

R: 0 G255 B255 / #00FFFF



## Naranja

Color energético que transmite éxito. Combinado con azul profundo gana prioridad ante otros colores a la hora de incorporar detalles de diseño complementarios. Este color es un recurso para elementos promocionales del segmento de ventas tanto hogares como Mipymes.

Pantone165C / C0 M70,7 Y85,8 K: 0

R: 255 G101 B35 / #FF6523



## Azul claro

Color alegre, jovial, expresa confianza, cercanía y amabilidad. Es la alternativa del azul neón para fondos claros, aunque tambien funciona bien sobre fondos oscuros.

Pantone311C / C68,5 M0 Y6,4 K0

R: 20 G193 B234 / #14C1EA



# COLORES INSTITUCIONALES ALTERNATIVOS

Estos colores se podrán utilizar únicamente para campañas de endomarketing específicas como: (conmemoración días nacionales o internacionales: cáncer de seno, temas ambientales, día de la no violencia contra la mujer, entre otros), así mismo para insertar cuadros de texto en informes, presentaciones o infografías.



**PantoneGreenC**  
C77 M1 Y61 K0  
R0 G170 B128  
#00AA80



**Pantone134C**  
C0 M23 Y66 K0  
R255 G204 B104  
#FFCC68



**Pantone1905C**  
C0 M52 Y11 K0  
R248 G155 B180  
#F89BB4



**Pantone7647C**  
C26 M88 Y22 K6  
R184 G57 B116  
#B83974



**Pantone7664C**  
C74 M95 Y8 K1  
R102 G45 B128  
#662D80



**Pantone651C**  
C38 M23 Y10 K0  
R170 G184 B208  
#AAB8D0



**Pantone656C**  
C12 M7 Y4 K0  
R228 G232 B240  
#E4E8F0



**PantoneCool Gray 1C**  
C17 M12 Y13 K0  
R218 G218 B218  
#DADADA



**Pantone412C**  
C70 M60 Y56 K65  
R51 G51 B51  
#333333

Ventajas de consultar tu factura por Mi ETB

Al consultar tu factura podrás realizar diferentes procesos de la Gerencia de Talento Humano y Administrativa, a través de la ventanilla kactus y así poder acceder a:

- Tus desprendibles de pago
- Programar tus vacaciones
- Consultar la certificación laboral (básica)
- Consultar el certificado de ingresos y retenciones
- Realizar la valoración de competencias que iniciarán en los próximos días

**ETB se unió a la celebración del Día Mundial del Hábitat**

afirmar la 'Alianza por el Hábitat, Bogotá el mejor hogar' para hacer nuestra ciudad más sostenible, innovadora, transparente, incluyente y cuidadora.

Te invitamos a leer aquí el documento

WORLD URBAN CAMPAIGN

¡Ayuda a incrementar el liderazgo de mujeres en áreas tecnológicas y científicas!

Te invitamos a diligenciar esta encuesta liderada por la empresa Geek Girls Latam que busca reducir la brecha de equidad de género con mayor participación de mujeres en paneles, entrevistas y eventos de la industria TIC.

¿Qué es Geek Girls Latam?

Es una empresa social dedicada que tiene como objetivo empoderar y conectar a niñas, jóvenes y mujeres latinas interesadas como agentes de cambio en el uso, consumo, creación y creación de tecnología.

¿Cuál es el objetivo de esta encuesta?

Es parte del Círculo de Liderazgo que organiza la red de niñas, jóvenes y mujeres vinculadas a la hermandad Geek Girls Latam, y recibir información de los resultados y conclusiones que esta empresa realiza.

Participa aquí

\*Todos los datos están protegidos conforme a la ley colombiana de Protección de Datos Personales.

CONECTAMOS CON PASIÓN

25 de noviembre

ETB se une a la conmemoración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer

La Secretaría de la Mujer tiene una programación especial para evocar esta fecha en la que se recuerda la importancia de trabajar desde todos los roles de la sociedad por erradicar las violencias ejercidas contra las mujeres.

En estos espacios que serán virtuales y presenciales podrás encontrar foros sobre las estrategias para la garantía del derecho de las mujeres a una vida libre de violencias, jornadas artísticas y culturales, concurso de fotografía, feria de emprendimiento, charla virtual sobre salud mental de las mujeres víctimas de violencias en el marco del confinamiento, entre otras.

Conoce la programación completa aquí

# FAMILIAS TIPOGRÁFICAS

La tipografía es un elemento relevante en la identidad de una marca, por contribuir en la comunicación de sus atributos y facilitar su identificación.

ETB es una empresa confiable, amable, innovadora, cercana, inspiradora y transparente. Utiliza mensajes simples, directos y fáciles de comprender. Para reflejar dicho tono contamos con dos familias de fuentes: Din Next LT Pro y Caecilia.

## DIN Next LT Pro

Din Next LT Pro es una tipografía san serif neutral con versiones regulares, redondeadas, itálicas, condensadas y serifadas, que ofrecen muchas posibilidades para la composición de títulos, textos resaltados y párrafos de corta extención para publicar en medios virtuales.

## Caecilia

Caecilia es una fuente serif amable, elegante y fácil de leer, se utiliza para textos largos, como informes, tanto soportes impresos como digitales.

### Regulares

Ultra Light, Light, Regular, **Medium, Bold, Heavy, Black.**

### Itálicas

*Ultra Light Italic, Light Italic, Italic, Medium Italic, Bold Italic, Heavy Italic, Black Italic.*

### Condensadas

Ultra Light Condensed, Light Condensed, Condensed, **Medium Condensed, Bold Condensed, Heavy Condensed, Black Condensed.**

### Redondeadas

Redounded LT Regular, **Redounded LT Pro Bold.**

### Serifadas

**Slab Medium, Slab Bold.**

Light, Light Italic, Roman, **Italic, Bold, Bold Italic, Heavy, Heavy Italic.**

# EMPRESAS Y CIUDADES INTELIGENTES

# EMPRESAS Y CIUDADES INTELIGENTES

El grupo objetivo del segmento empresas y ciudades inteligentes está más enfocado en los aspectos funcionales de los productos, por tanto la comunicación es distinta a la usada para el mercado masivo y gráficamente tiene algunos elementos diferenciales.





# EMPRESAS Y CIUDADES INTELIGENTES

## Identidad del segmento:

La diferenciación con respecto a masivos será principalmente en la tonalidad de las fotografías:

Estas deben llevar un fondo en el que predomine el blanco ya sea por los objetos detrás del personaje o elemento principal de la foto o por un difuminado puesto intencionalmente.

Preferiblemente no debe usarse el color naranja ni el azul neón en la tipografía, salvo que se trate de una oferta o promoción especial.

Las piezas gráficas de esta vicepresidencia llevan azul profundo y azul claro para destacados.

The graphic design template features a woman with glasses and a white shirt looking at her phone. The background is blurred. The ETB logo is in the top right corner. The main text reads: "¡TIENES 15DÍAS MÁS! SIGUE GANANDO PUNTOS POR SER INFLUENCIADOR ETB". Below it says: "Utiliza en tus redes sociales las piezas y los mensajes sobre el segmento Empresas y Ciudades Inteligentes, adjuntos en este correo." A callout box says: "ASÍ SEGUIRÁS LLEVANDO LAS MEJORES EXPERIENCIAS POR TODA BOGOTÁ." Another box says: "Recuerda que tienes hasta el 31 de julio para participar en el concurso y obtener los mejores premios". Three icons with descriptions are listed: "Diploma de reconocimiento" (diploma icon), "Audífonos para equipar tu oficina digital" (headphones icon), and "Una experiencia de café con Sergio González, presidente de ETB" (coffee cup icon).



# EMPRESAS Y CIUDADES INTELIGENTES

## Ejemplos de uso de fotografías

**LA EDUCACIÓN VIRTUAL ES UN RETO Y UNA REALIDAD,  
QUEREMOS ACOMPAÑARLO EN ESTE NUEVO DESAFÍO.**

**CONSTRUYAMOS ESTA NUEVA EXPERIENCIA A TRAVÉS DE:**

- Canales de alta velocidad, para compartir contenido y material educativo.
- Herramientas colaborativas de soporte para atención y apoyo en línea para padres y estudiantes.
- Procesos de matrículas, pagos y facturación de forma digital.
- Canales administrados y herramientas ofimáticas para directivos o docentes.

CONTACTE A SU EJECUTIVO DE CUENTA Y SIGAMOS  
ADELANTE CON ESTA NUEVA CULTURA EDUCATIVA Y DIGITAL

**¡TIENES 15 DÍAS MÁS!**

**SIGUE GANANDO PUNTOS  
POR SER INFLUENCIADOR ETB!**

Utiliza en tus redes sociales las piezas y los mensajes sobre el segmento **Empresas y Ciudades Inteligentes**, adjuntos en este correo.

ASÍ SEGUIRÁS LLEVANDO LAS **MEJORES EXPERIENCIAS POR TODA BOGOTÁ**.

**Recuerda que tienes hasta el 31 de julio** para participar en el concurso y obtener los mejores premios

Diploma de reconocimiento

Audífonos para equipar tu oficina digital

Una experiencia de café con **Sergio González**, presidente de ETB

# NUESTRO PROPÓSITO

# ESLOGAN PARA COMUNICACIONES INTERNAS: **CONECTAMOS CON PASIÓN**

Nuestras conexiones transforman mundos. Transforman las vidas de habitantes de Bogotá-Región que a diario conectan sus pasiones, de pequeñas y medianas empresas que luchan por seguir creciendo, y de ciudades que buscan ser más equitativas e incluyentes.

Comprendemos la importancia de nuestra labor, por eso creamos "**CONECTAMOS CON PASIÓN**" como eslógán para elementos de comunicación interna, pues es nuestro propósito y son todos los trabajadores de ETB, los que hacen posible brindar bienestar individual y colectivo a personas y empresas. La pasión con la que se realizan las labores diarias, es lo que nos permite ofrecer las soluciones tecnológicas que brindan felicidad a nuestros clientes.





# USO CORRECTO DEL ESLOGAN

El uso del eslogan es para **comunicación externa de tipo institucional y de uso alternativo para piezas comerciales**. Su fuente tipográfica es **DIN Next LT Pro heavy italic**, persisten para este los usos no adecuados del logotipo y puede aplicarse en dos formas, la primera de ellas en el límite inferior de la zona de reserva del logotipo como se aprecia a continuación:

## Sobre tonos claros:

Logo y eslogan en color azul ETB

**Cuidarnos desde casa es nuestro compromiso**

De acuerdo con los últimos reportes del Ministerio de Salud y la Secretaría Distrital de Salud, se calcula que en noviembre se podría producir un segundo pico de la pandemia en Bogotá. Por tal motivo, para ayudar a disminuir esta probabilidad y con el fin de seguir protegiendo a nuestros colaboradores, ETB continuará con la modalidad de trabajo en casa durante el próximo mes.

Esta decisión también se toma en línea con las disposiciones de la alcaldesa, Claudia López, anunciadas en septiembre sobre el protocolo de la nueva normalidad para Bogotá, en el que se invita a continuar con el trabajo en casa. Así es como la compañía mantiene esta dinámica e insta a los colaboradores a seguir cumpliendo sus responsabilidades con compromiso y pasión para alcanzar los objetivos de la estrategia corporativa 20-30.

Si por alguna razón excepcional necesitas desplazarte a la oficina, debes gestionar la autorización con tu líder y con la Gerencia Administrativa.

Recuerda informarte a través de nuestros canales internos para estar al día con los anuncios oficiales.

## Sobre tonos oscuros:

Logo y eslogan en color blanco

**Cuidarnos desde casa es nuestro compromiso**

De acuerdo con los últimos reportes del Ministerio de Salud y la Secretaría Distrital de Salud, se calcula que en noviembre se podría producir un segundo pico de la pandemia en Bogotá. Por tal motivo, para ayudar a disminuir esta probabilidad y con el fin de seguir protegiendo a nuestros colaboradores, ETB continuará con la modalidad de trabajo en casa durante el próximo mes.

Esta decisión también se toma en línea con las disposiciones de la alcaldesa, Claudia López, anunciadas en septiembre sobre el protocolo de la nueva normalidad para Bogotá, en el que se invita a continuar con el trabajo en casa. Así es como la compañía mantiene esta dinámica e insta a los colaboradores a seguir cumpliendo sus responsabilidades con compromiso y pasión para alcanzar los objetivos de la estrategia corporativa 20-30.

Si por alguna razón excepcional necesitas desplazarte a la oficina, debes gestionar la autorización con tu líder y con la Gerencia Administrativa.

Recuerda informarte a través de nuestros canales internos para estar al día con los anuncios oficiales.



# USO CORRECTO DEL ESLOGAN

La segunda manera de utilizarlo es en la parte inferior del diseño, en este caso debe estar centrado, con la proporción y con uso del azul oscuro y azul claro como se indica:

**Cuidarnos desde casa  
es nuestro compromiso**



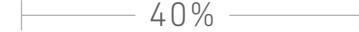
De acuerdo con los últimos reportes del Ministerio de Salud y la Secretaría Distrital de Salud, se calcula que en noviembre se podría producir un segundo pico de la pandemia en Bogotá. Por tal motivo, para ayudar a disminuir esta probabilidad y con el fin de seguir protegiendo a nuestros colaboradores, ETB continuará con la modalidad de trabajo en casa durante el próximo mes.

Esta decisión también se toma en línea con las disposiciones de la alcaldesa, Claudia López, anunciadas en septiembre sobre el protocolo de la nueva normalidad para Bogotá, en el que se invita a continuar con el trabajo en casa. Así es como la compañía mantiene esta dinámica e insta a los colaboradores a seguir cumpliendo sus responsabilidades con compromiso y pasión para alcanzar los objetivos de la estrategia corporativa 20-30.

Si por alguna razón excepcional necesitas desplazarte a la oficina, debes gestionar la autorización con tu líder y con la Gerencia Administrativa.

Recuerda informarte a través de nuestros canales internos para estar al día con los anuncios oficiales.

**CONECTAMOS CON PASIÓN**



Cuando el eslogan este abajo debe abarcar al menos el 40% del ancho de la pieza gráfica.

**Cuidarnos desde casa  
es nuestro compromiso**



De acuerdo con los últimos reportes del Ministerio de Salud y la Secretaría Distrital de Salud, se calcula que en noviembre se podría producir un segundo pico de la pandemia en Bogotá. Por tal motivo, para ayudar a disminuir esta probabilidad y con el fin de seguir protegiendo a nuestros colaboradores, ETB continuará con la modalidad de trabajo en casa durante el próximo mes.

Esta decisión también se toma en línea con las disposiciones de la alcaldesa, Claudia López, anunciadas en septiembre sobre el protocolo de la nueva normalidad para Bogotá, en el que se invita a continuar con el trabajo en casa. Así es como la compañía mantiene esta dinámica e insta a los colaboradores a seguir cumpliendo sus responsabilidades con compromiso y pasión para alcanzar los objetivos de la estrategia corporativa 20-30.

Si por alguna razón excepcional necesitas desplazarte a la oficina, debes gestionar la autorización con tu líder y con la Gerencia Administrativa.

Recuerda informarte a través de nuestros canales internos para estar al día con los anuncios oficiales.

**CONECTAMOS CON PASIÓN**

**Sobre tonos claros:**  
CONECTA en azul oscuro y TUS PASIONES en azul claro

**Sobre tonos oscuros:**  
CONECTA en blanco y TUS PASIONES en azul claro



# USO CORRECTO DEL ESLOGAN

## Proporción del eslogan

Siempre que se posicione debajo del logotipo, el tamaño de este con respecto al ancho del logo, debe tener como mínimo la siguiente proporción:

— 100% —



**CONECTAMOS CON PASIÓN**

— 150% —

Para algunas aplicaciones, especialmente en material promocional, es posible poner el tagline a la derecha del logotipo cumpliendo la siguiente escala:

100% **CONECTAMOS CON PASIÓN** 65%



## Tamaño mínimo del eslogan

Para garantizar la legibilidad su tamaño mínimo, solo o acompañado de logo, es de 85 píxeles o 3 centímetros de ancho. Si no es posible cumplir con esta medida o ubicarlo a la derecha del logo, no se debe usar.

**CONECTAMOS CON PASIÓN**

En la medida de alto se conserva la proporción original de la fuente

— 85 px o 3 cm —



# FIRMA DE LAS ÁREAS

**eTb**

Eres nuestro protagonista en el lanzamiento  
**La mejor experiencia, nuestra esencia**

Por eso, queremos invitarte a que construyamos ese sello distintivo, esa marca única que trasciende y nos hace vivir una cultura humana e innovadora para conectar pasiones y experiencias positivas que transformen la vida de nuestros clientes.

**Agéndate**

19 de febrero      10:00 a.m.      Teams

**CONECTAMOS CON PASIÓN**

VICEPRESIDENCIA  
TALENTO HUMANO Y ADMINISTRATIVA

Para tener mayor claridad de las fuentes de información, cada vicepresidencia podrá usar su nombre en la parte inferior derecha de las presentaciones y piezas de comunicación interna, a modo de firma, con el diseño que se observa a continuación:

VICEPRESIDENCIA  
**FINANCIERA**

VICEPRESIDENCIA  
**EXPERIENCIA**

VICEPRESIDENCIA  
**INFRAESTRUCTURA**

VICEPRESIDENCIA  
**HOGARES Y MIPYMES**

VICEPRESIDENCIA  
**TALENTO HUMANO Y ADMINISTRATIVA**

VICEPRESIDENCIA  
**EMPRESAS Y CIUDADES INTELIGENTES**

VICEPRESIDENCIA  
**ASUNTOS CORPORATIVOS Y ESTRATEGIA**

VICEPRESIDENCIA  
**TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y TECNOLOGÍA**

**PRESIDENCIA**

**SECRETARÍA GENERAL**

**AUDITORÍA INTERNA**

● Firma de la Vicepresidencia de Talento Humano y Administrativa

# APLICACIÓN DE LA MARCA

# USO CORRECTO DEL NOMBRE

No debe usarse:

- ✖ La ETB
- ✖ La Empresa de Teléfonos
- ✖ La Empresa de Teléfonos de Bogotá
- ✖ La Empresa de Telecomunicaciones
- ✖ Central Telefónica

El uso correcto es:

- ✓ ETB



## CO-BRANDING

En caso de que ETB se asocie a otra marca para ofrecer algún producto, servicio o realizar un patrocinio, si el acuerdo de participación lo permite, es importante tener en cuenta los siguientes puntos para aplicar en el diseño de las piezas de comunicación:

1. El logotipo de ETB con mayor relevancia en ubicación y tamaño, o al menos con el mismo peso visual que las otras marcas, esto se logra igualando los altos.
2. La marca de ETB debe mantenerse a la derecha. Los logos complementarios se ubican a la misma altura, pero en parte la izquierda del nuestro.
3. Las marcas deben ubicarse de manera equidistante.



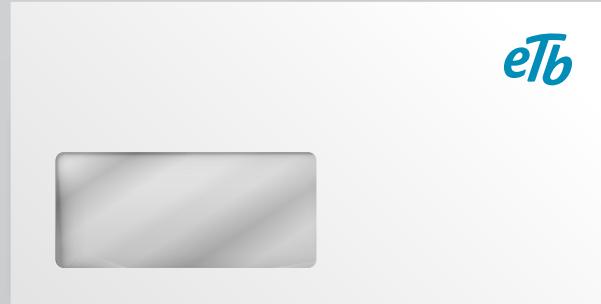


## MATERIAL PROMOCIONAL

Pongamos a prueba lo plasmado en este libro:



# MATERIAL PROMOCIONAL





## MATERIAL PROMOCIONAL



# APLICACIÓN EN DISPOSITIVOS DIGITALES



## PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

Para el caso de publicidad exterior, como vallas, avisos en fachada o en vehículos se aplican las mismas consideraciones del manual de marca y adicionalmente se debe cumplir con la normatividad ambiental vigente.





## CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN:	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO:	FECHA DEL CAMBIO:
V.2	Actualización del manual	Noviembre 24 de 2023