



# MANUAL

**Uso de Marca e Imagen para  
BSP**

Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



## VI. RESPONSABILIDADES

### 1. Logotipo

- 1.1. Nuestro logo, el Globo, es el símbolo más reconocido de nuestra Marca en todos los lugares donde tenemos presencia.
- 1.2. Es la Marca única que identifica quiénes somos como Empresa.

Nuestro Logotipo (El Globo y las letras de “AT&T”) es el elemento más reconocido de nuestra Marca en todos los lugares donde tenemos presencia.



- 1.3. Tipos de Logotipos.



AT&T  
Business®

PRINCIPAL



AT&T Business®

VERTICAL



AT&T Business®

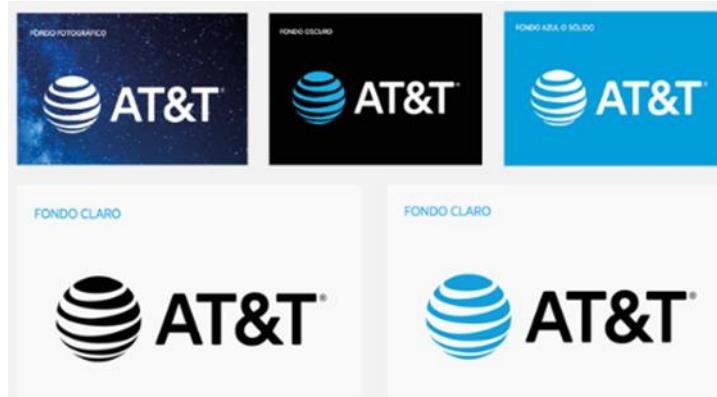
HORIZONTAL

- 1.4. En los materiales impresos, el lockup del Globo siempre debe mantenerse en una escala de 0.1875” (pulgadas), en tanto que, en las aplicaciones digitales, el Globo deberá mantenerse a una escala mayor a 36 pixeles de altura.



Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

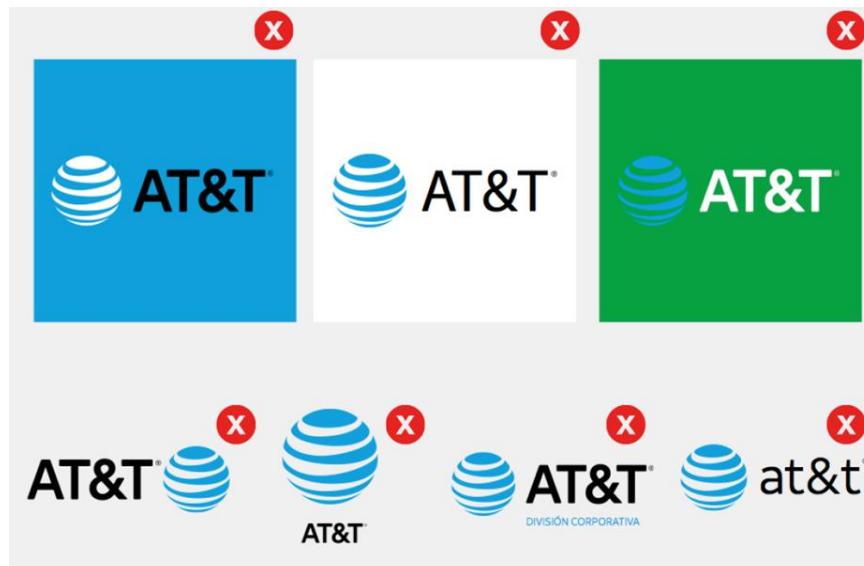
### 1.5. Uso correcto del Logotipo.



### 1.6. Espacio de Seguridad del Logotipo.



- 1.7. En todos los casos, el espacio de seguridad corresponde a la mitad de la altura del Globo y siempre debe situarse en la esquina superior derecha del material gráfico o audiovisual.
- 1.8. Utilizar de manera incorrecta nuestra Marca crea incertidumbre en los Assets de identidad gráfica establecidos. Los siguientes Lineamientos sirven para asegurar su uso de manera correcta.



Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



19. El uso del logotipo para BSP es el siguiente.



#### PRINCIPAL

##### Apto para utilizar en:

- Todo tipo de materiales. Es la versión principal y debemos usarla siempre que sea posible.

#### VERTICAL

##### Apto para utilizar en:

- Materiales donde el logo principal no tenga una lectura correcta.
- Materiales donde se requiera un mayor espacio vertical.

#### HORIZONTAL

##### Apto para utilizar en:

- Materiales donde el logo principal no tenga una lectura correcta.
- Materiales donde se requiera un mayor espacio horizontal.

## VII. NUESTROS ELEMENTOS

### 1. Tipografía

11. Este es nuestro estilo principal, debe ser el estilo mayoritario en todas nuestras comunicaciones. Para comunicaciones en Office o sistemas internos utilizar Calibri.

<b>ATT ALEC K SANS</b> Thin <i>italic</i> Light <i>italic</i> Regular <i>italic</i> Medium <i>italic</i> Bold <i>italic</i> Black <i>italic</i>	<b>ATT ALECK CONDEN SED</b> Light <i>italic</i> Regular <i>italic</i> Medium <i>italic</i> <b>Bold <i>italic</i></b> <b>Black <i>italic</i></b>	<b>ATT ALECK SLAB</b> Thin <i>italic</i> Light <i>italic</i> Regular <i>italic</i> Medium <i>italic</i> <b>Bold <i>italic</i></b> <b>Black <i>italic</i></b>	<b>ATT ALECK COMPR ESSED</b> Light <i>italic</i> Medium <i>italic</i>
---	--	--	---

Este será el estilo principal y predominante en toda nuestra comunicación.

Se utiliza en mensajes que requieren una mayor lectura o para legales.

Se utiliza para enfatizar o resaltar mensajes que requieren más atención. En este caso sólo podrá usarse en la palabra "Más" del titular.

Uso exclusivo para legales.

12. El tamaño del texto juega un papel importante en los Colores que puede usar para producir suficiente contraste de Color para textos e imágenes de textos:
13. El texto se considera ‘pequeño’ si tiene menos de 18 puntos (24px) si no está en negrita y menos de 14 puntos (19px) si está en negrita. La relación de contraste de Color de los textos ‘pequeños’ contra el Fondo debe alcanzar un mínimo de 4.5: 1.

## Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

- 1.4. El texto se considera ‘grande’ si tiene al menos 18 puntos (24px) si no está en negrita y al menos 14 puntos (19px) si está en negrita. La relación de contraste de Color de los textos ‘grandes’ contra el Fondo debe alcanzar un mínimo de 3:1.
- 1.5. Los Colores que se utilizan para el texto y los Colores de Fondo circundantes afectan en gran medida la visualización de su contenido.

## 2. Usos correctos de la Tipografía



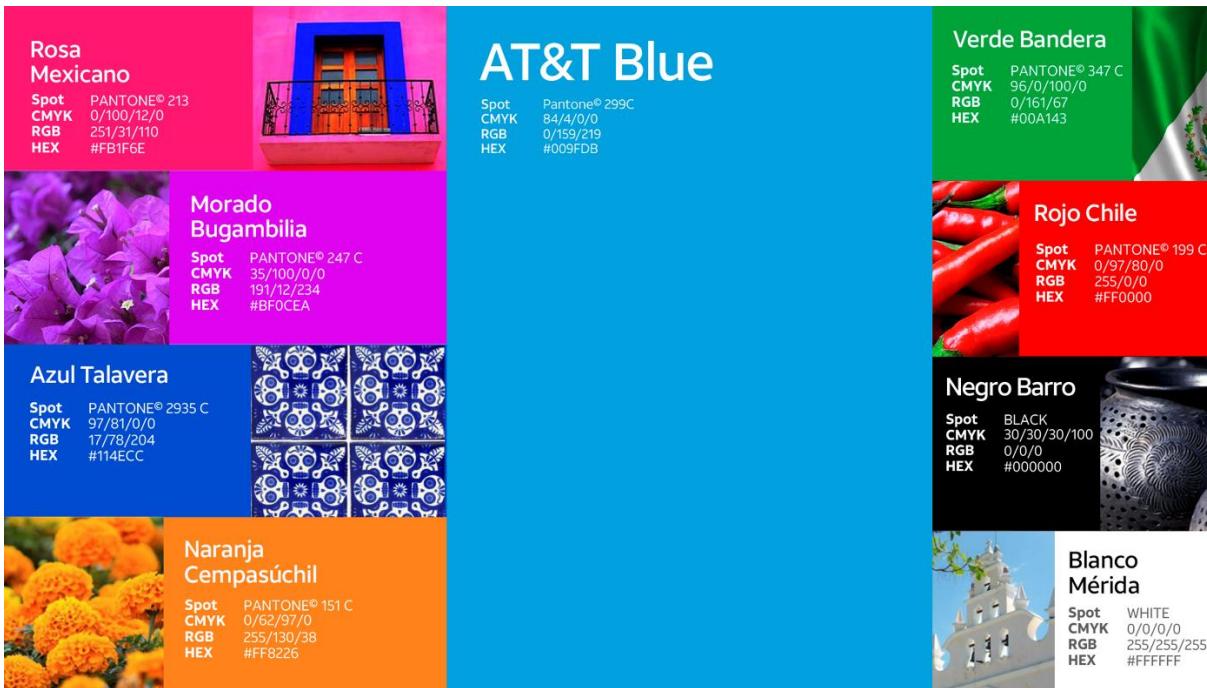
## 3. Usos incorrectos de la Tipografía



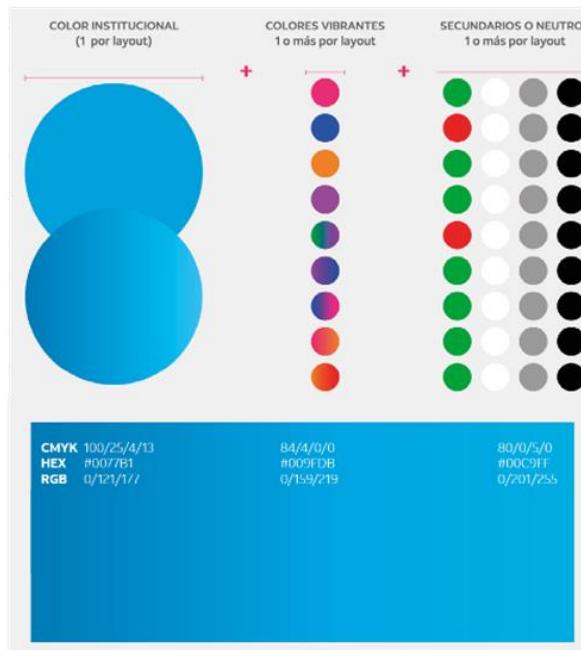
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

#### 4. Paleta de Color AT&T México

- 4.1. La jerarquía de nuestra paleta de Color determina que el AT&T Blue 299 debe tener presencia siempre en cualquier propuesta, el cual, puede estar acompañado del rosa mexicano, el amarillo cempasúchil, el morado bugambilia y el azul talavera y de manera secundaria, se complementa con el rojo chile, el verde bandera, el blanco Mérida, el negro barro y en menor medida el gris AT&T.



#### 5. Combinaciones de Color



## Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

- 5.1. El uso de combinaciones con verde, blanco y rojo está limitado a comunicaciones relacionadas con los patrocinios. Su uso implica previa autorización del equipo de Brand y Patrocinios.
- 5.2. Cuando se requiera crear materiales que tengan un mayor impacto podemos hacer uso de nuestros siguientes colores secundarios para darles más protagonismo:



Rosa Mexicano

Spot PANTONE® 213  
CMYK 0/100/12/0  
RGB 251/31/110  
HEX #FB1F6E



Morado  
Bugambililia

Spot PANTONE® 247 C  
CMYK 35/100/0/0  
RGB 191/12/234  
HEX #BFOCEA



Naranja  
Cempasúchil

Spot PANTONE® 151 C  
CMYK 0/62/97/0  
RGB 255/130/38  
HEX #FFB226

## Ejemplos

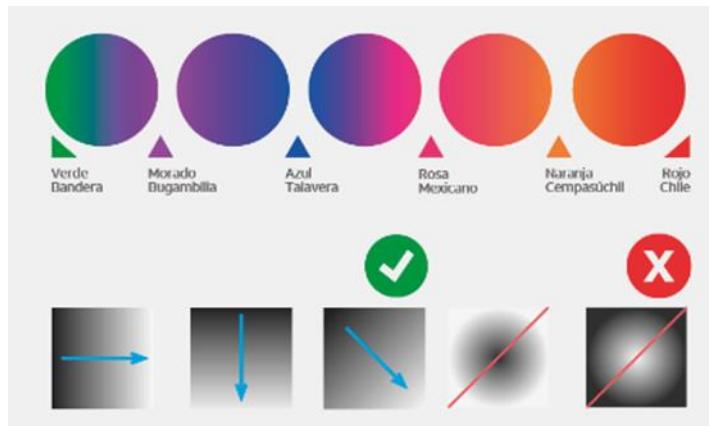


Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



## 6. Guía de Gradientes

- 6.1. El uso de degradados en nuestra paleta de Colores debe usarse considerando una transición suave y progresiva en tres direcciones: de izquierda a derecha, de arriba abajo y de una esquina superior izquierda a la esquina inferior derecha. La intención es transmitir una sensación de profundidad, así como enriquecer con Color los Diseños.
- 6.2. Los gradientes en forma circular no están permitidos.



## 7. Contraste y legibilidad / CCA

- 7.1. Como la Empresa inclusiva que somos, queremos que todos en las comunidades en las que servimos puedan apreciar nuestros materiales.
- 7.2. Para asegurarte de tener el mejor contraste, en un rango entre 5.4:1 - 2.1:1, utiliza el CCA contenido en <https://developer.paciellgroup.com/resources/contrastanalyser/>

Foreground colour	Background colour	Contrast ratio
#1114ECC	(white)	7:1
#009FDB	(black)	just below 7:1 (6.982:1)

## Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

**Foreground colour** (black)

Background colour: **#F8226**

**Sample preview**

WCAG 2.1 results: Contrast ratio 8.5:1

- ▶ 1.4.3 Contrast (Minimum) (AA)
  - Pass (regular text)
  - Pass (large text)
- ▶ 1.4.6 Contrast (Enhanced) (AAA)
  - Pass (regular text)
  - Pass (large text)
- ▶ 1.4.11 Non-text Contrast (AA)
  - Pass (UI components and graphical objects)

**Foreground colour** (#BFOCEA)

Background colour: **#FFFFFF**

**Sample preview**

WCAG 2.1 results: Contrast ratio 4.7:1

- ▶ 1.4.3 Contrast (Minimum) (AA)
  - Pass (regular text)
  - Pass (large text)
- ▶ 1.4.6 Contrast (Enhanced) (AAA)
  - Fail (regular text)
  - Pass (large text)
- ▶ 1.4.11 Non-text Contrast (AA)
  - Pass (UI components and graphical objects)

**Foreground colour** (#114ECC)

Background colour: **#009FD3**

**Sample preview**

WCAG 2.1 results: Contrast ratio 2.3:1

- ▶ 1.4.3 Contrast (Minimum) (AA)
  - Fail (regular text)
  - Fail (large text)
- ▶ 1.4.6 Contrast (Enhanced) (AAA)
  - Fail (regular text)
  - Fail (large text)
- ▶ 1.4.11 Non-text Contrast (AA)
  - Fail (UI components and graphical objects)

**Foreground colour** (#F8226)

Background colour: **#009FD8**

**Sample preview**

WCAG 2.1 results: Contrast ratio 1.2:1

- ▶ 1.4.3 Contrast (Minimum) (AA)
  - Fail (regular text)
  - Fail (large text)
- ▶ 1.4.6 Contrast (Enhanced) (AAA)
  - Fail (regular text)
  - Fail (large text)
- ▶ 1.4.11 Non-text Contrast (AA)
  - Fail (UI components and graphical objects)

**Foreground colour** (#F8226)

Background colour: **#009FD8**

**Sample preview**

WCAG 2.1 results: Contrast ratio 1.2:1

- ▶ 1.4.3 Contrast (Minimum) (AA)
  - Fail (regular text)
  - Fail (large text)
- ▶ 1.4.6 Contrast (Enhanced) (AAA)
  - Fail (regular text)
  - Fail (large text)
- ▶ 1.4.11 Non-text Contrast (AA)
  - Fail (UI components and graphical objects)

**Foreground colour** (#BFOCEA)

Background colour: **#009FD8**

**Sample preview**

WCAG 2.1 results: Contrast ratio 1.6:1

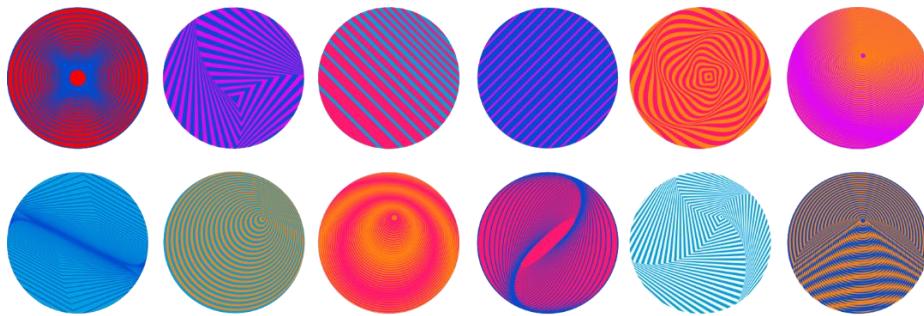
- ▶ 1.4.3 Contrast (Minimum) (AA)
  - Fail (regular text)
  - Fail (large text)
- ▶ 1.4.6 Contrast (Enhanced) (AAA)
  - Fail (regular text)
  - Fail (large text)
- ▶ 1.4.11 Non-text Contrast (AA)
  - Fail (UI components and graphical objects)

Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



## 8. Patrones de relanzamiento de Marca

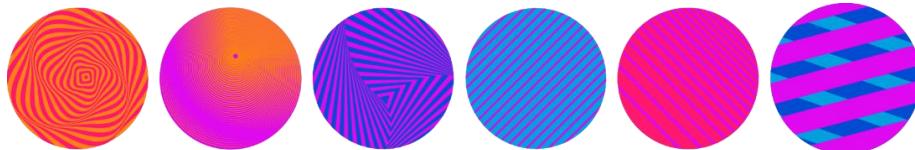
- 8.1. Los patrones son un elemento importante de la identidad gráfica de la Empresa, se diseñaron para crear un máximo contraste visual con el Color Azul AT&T y para “glorificar” o resaltar las Ilustraciones.
- 8.2. No se puede alterar el diseño de los patrones. La combinación de color podrá cambiar dependiendo del layout y teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:
- 8.2.1. Sólo podrán usarse colores de la paleta AT&T.
  - 8.2.2. Los colores deben de tener buena lectura entre sí al combinarlos en un sólo patrón.
  - 8.2.3. No podrán usarse más de 2 colores por patrón, es decir, respetar fondo y línea.
  - 8.2.4. No usar más de un color en las líneas o en el fondo, esta regla aplica para los siguientes 12 patrones:



- 8.3. Sólo en el caso de los 2 patrones mostrados a continuación, podemos usar 3 y 4 colores respectivamente



- 8.4. Cuando trabajemos materiales para digital sólo debemos considerar los siguientes 6 patrones, ya que los demás pueden generar moiré en pantalla



- 8.5. Los patrones siempre deben de tener buena lectura y acompañar a los demás elementos que puedan tenerse en el layout.

### 8.5.1. Aplicación gráfica sin oferta

- 8.5.1.1. Cuando nuestros materiales no tengan oferta, los patrones deberán de funcionar como un elemento que nos ayude a resaltar o presentar al personaje principal o texto.

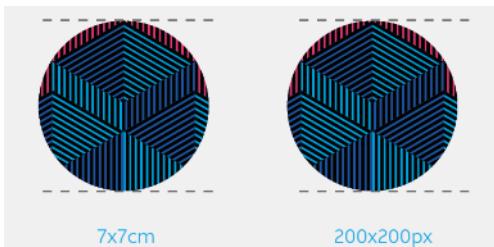
### 8.5.2. Aplicación gráfica con oferta

- 8.5.2.1. Cuando nuestros materiales contengan oferta comercial, los patrones deberán funcionar como un elemento que nos ayude a resaltar o presentar el producto y oferta.

- 8.6. Los patrones tienen un trama que pueden llegar a perderse si se usan en materiales muy pequeños, es importante considerar que en los materiales impresos siempre deben mantener una escala mínima de

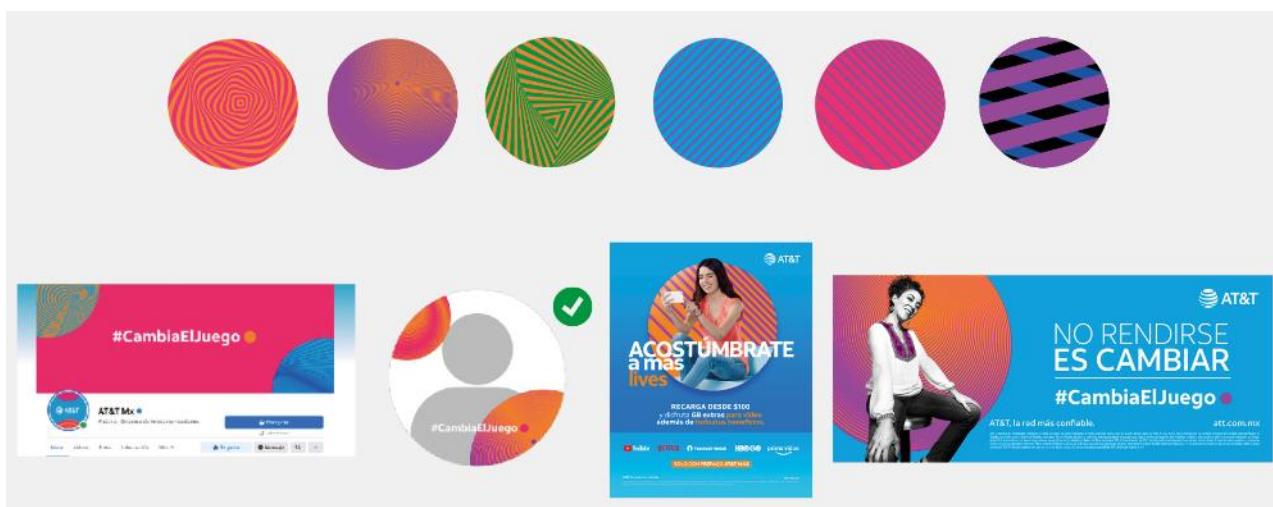
Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP				
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN	
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión	

7x7 cm de diámetro, en tanto que, en aplicaciones digitales, los patrones deberán mantenerse en una escala mayor 200x200 pixeles de diámetro.



## 9. Uso correcto de los patrones

- 9.1. Hay algunos patrones que, por su Diseño, pueden llegar a generar Moiré en pantalla, es por esto que, cuando trabajemos en materiales digitales, es importante que consideremos que solo se deben usar los siguientes 6 patrones para tener la mejor lectura posible de los mismos, en formatos digitales.



## 10. Uso incorrecto de los patrones

- 10.1. Para tener una buena aplicación de los patrones es importante tomar algunas consideraciones sobre cómo no deben usarse los patrones para poder tener un Branding unificado y exitoso.

- 10.1.1. Colocar una fotografía o Ilustración encima del patrón sin recorte perdiendo por completo el patrón, siempre se deben de usar a recorte.
- 10.1.2. Uso de plecas encima de los patrones para colocar textos.
- 10.1.3. Cortes en los patrones a la mitad o a otra altura para colocar otros elementos atravesándolos.
- 10.1.4. Superposición de varios patrones.
- 10.1.5. Textos encima de los patrones sin buena lectura.
- 10.1.6. Uso de patrones con opacidad.

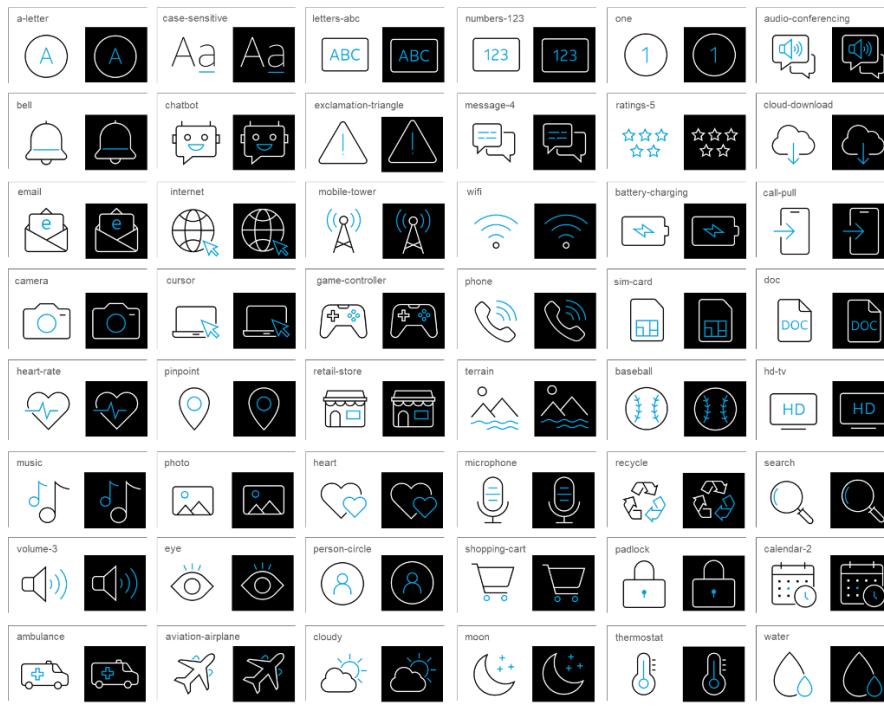
Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



## 11. Iconografía y pictogramas autorizada para BSP

11.1. La Empresa tiene su librería iconográfica autorizada para BSP, creado para comunicar características de productos. Su uso correcto implica atender las siguientes indicaciones:

- 11.1.1. Pueden utilizarse en 3 colores sólidos: Azul AT&T con Negro Barro, Azul AT&T con Blanco Mérida o Negro Barro o Blanco Mérida.
- 11.1.2. Deben usarse completos, sin integrarlos a otras formas.
- 11.1.3. No deben mezclarse o rotarse para crear nuevos pictogramas.
- 11.1.4. No deben utilizarse pictogramas ajenos al catálogo de la marca.
- 11.1.5. No deben crearse ilustraciones o imágenes a partir de estos pictogramas.



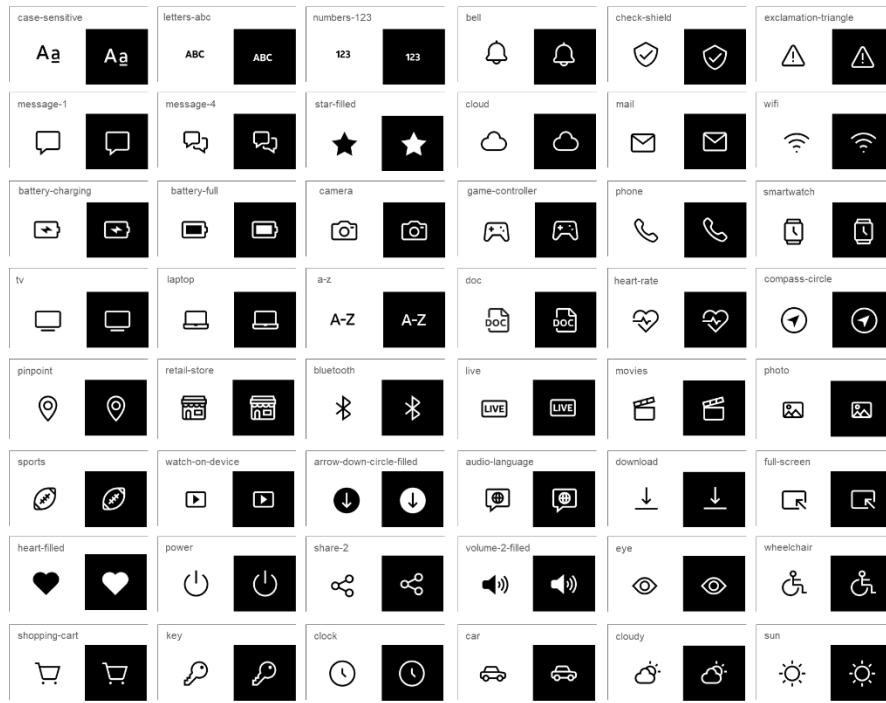
Para acceder al catálogo completo consulta Brand Center.

Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



11.2. La Empresa tiene su propio catálogo iconográfico de Marca, creado para comunicar características de devices o productos. Su uso correcto implica atender las siguientes indicaciones:

- 11.2.1. Pueden utilizarse en 2 colores sólidos: Negro Barro o Blanco Mérida.
- 11.2.2. Deben usarse completos, sin integrarlos a otras formas.
- 11.2.3. No deben mezclarse o rotarse para crear nuevos íconos.
- 11.2.4. No deben utilizarse íconos ajenos al catálogo de la marca.
- 11.2.5. No deben crearse ilustraciones o imágenes a partir de estos íconos.



Para acceder al catálogo completo consulta Brand Center.

11.3. Si tienes dudas, acércate a tu BDM, quien externará tus dudas con el área respectiva para darte una solución.

11.4. En el caso de necesitarse un ícono nuevo o diferente, debe notificarse al BDM, para que este lo gestione con el área de Marketing y Partner Solutions, quienes a su vez lo notificarán a Brand.

Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



## 12. Ilustración

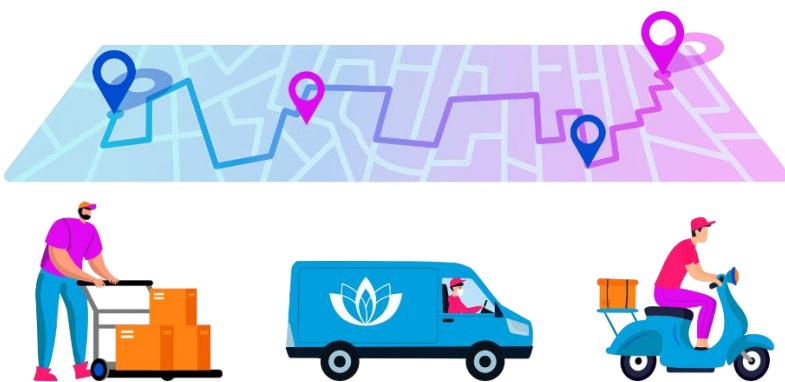
12.1. Una marca visualmente conectada con la realidad.

12.2. Para AT&T Business siempre mostraremos a personajes reales dentro del contexto de su negocio.



12.3. En caso de requerir una ilustración de apoyo, estas deberán ser ilustraciones sin tanto detalle, pero llamativas y coloridas usando nuestra paleta AT&T.

12.4. Cada ilustración tendrá que ayudarnos a contar el mensaje principal.



## Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

### 13. Badge

- 13.1. Los BSP deben reflejar totalmente la experiencia de Cliente de la Empresa: en el trato de los ejecutivos, nuestros productos, servicios y también en el enfoque de las comunicaciones: desde una tarjeta de presentación hasta una ejecución en Punto de Venta.
- 13.2. La asociación comercial entre la Empresa y el BSP debe comunicarse usando el Badge (sello) de Distribuidor Autorizado.
- 13.2.1. Este elemento visual no reemplaza a nuestro logo en ninguna publicación o material.
- 13.2.2. Tendrá jerarquía de uso principal la imagen de la Empresa al Badge.
- 13.2.3. El Badge se utilizará solo en Publicaciones donde se realiza la mención del Distribuidor en lugar de la Marca de la Empresa.



Badge de Distribuidores

Pleca = grosor del asta en la “T”



AT&T Distribuidor  
Autorizado

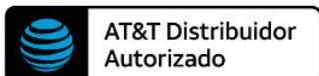


ABC SA de CV

Badge con logo del distribuidor  
(permitido solo en exclusivos)

### 13.3. Reglas de uso

Badge horizontal



Badge vertical



Aplicaciones de color secundarias

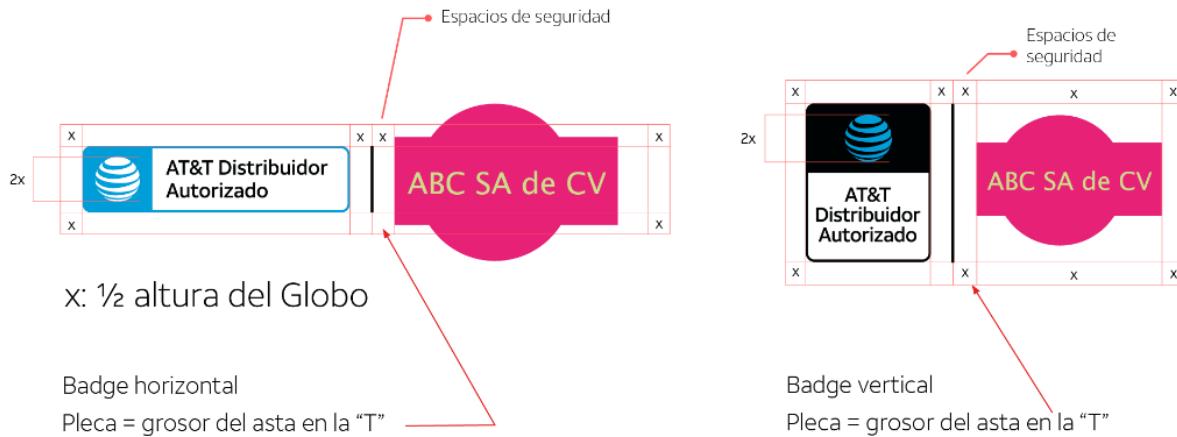


Aplicaciones de color secundarias



## Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



## 14. Tarjetas de presentación 5x9 autorizada

- 14.1. Se recomienda utilizar oportunamente las tarjetas de presentación, ya que ésta ocupa nuestra identidad de Marca.
- 14.2. Los datos de contacto del ejecutivo deben dejar claro que no tiene ninguna relación laboral con la Empresa.
- 14.3. Puede usarse una versión de tarjeta con el Lockup, previa autorización de uso por parte del BDM quien solicitará un listado de las personas que la utilizarán.



Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



## 15. Lenguaje

- 15.1. Nuestro lenguaje transmite confianza y seguridad.
- 15.2. En nuestra esencia está exaltar a los mexicanos que siempre encuentran la forma de superar las barreras, de empujar hacia adelante sin importar la adversidad. Por ello más que un discurso, el tono y voz de la Empresa a través del BSP, debe transmitir confianza y seguridad, a tal punto de comunicarse como un aliado que le dará las herramientas necesarias para desarrollar nuevas capacidades, nuevas oportunidades y nuevas brechas para llevar el negocio de cada mexicano al siguiente nivel.
- 15.3. Para ello se ha definido nuestra voz y tono como el Brand Voice siguiente:

### BRAND WORLD

APOYAMOS A LOS MEXICANOS QUE ROMPEN LAS BARRERAS Y RETAN AL SISTEMA CON TAL DE CUMPLIR SUS OBJETIVOS.

### LOOK & FEEL

- FORMAL
- INNOVADOR
- DETALLISTA
- CALIDO

### BRAND VOICE

- LIDER
- EMPÁTICO
- CONFIALBE
- TECNOLÓGICO
- INCLUSIVO

### VOZ INTERIOR

NUESTRA VOZ INTERIOR DEBE SER CLARA, HUMANA Y HONESTA.

DEBE TENER LA TRANSPARENCIA NECESARIA PARA TRANSMITIR ESA CONFIANZA Y EMPATÍA QUE CONECTARÁ CON LOS DE AFUERA.

### VOZ EXTERNA

NUESTRA VOZ EXTERNA DEBE SER UNA COMUNICACIÓN CAPAZ DE RETAR A LOS MEXICANOS A BUSCAR LA FORMA DE SUPERARSE.

DEBE GENERAR UNA CONEXIÓN POR MEDIO DE INSPIRACIÓN Y LIDERAZGO, QUE PROVOQUE UN CAMBIO DE SWITCH EN EL MEXICANO PARA NO CONFORMARSE E IR HACIA ADELANTE.



Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP				
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN	
xxxxxxxx	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión	



## **16. Brochure wireless**

**16.1.** Los datos de contacto del ejecutivo deben dejar claro que no tiene ninguna relación laboral con la Empresa.

Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP				
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN	
xxxxxxxx	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión	

**AT&T  
Business**

**SIMPLE ES**  
conectar tu negocio y llevarle

**11 MESES DE SERVICIO SIN COSTO**  
PAGANDO 13

**Sin trámites,**  
sin investigación crediticia  
y con factura fiscal.

Beneficios de AT&T Simple Empresarial y AT&T Simple Plus Empresarial.

- Obtén tu línea sin trámites de crédito, ni investigaciones.
- Disfruta de los mismos beneficios mensualmente sin gastos de más. Además, obtén Factura Fiscal.
- Excelente tarifa de \$0.25 por MB adicional.
- Recibe meses GRATIS.
- Paga a 3 o 6 meses sin intereses.\*

Con AT&T Simple Empresarial trae tu smartphone, nuevo o usado.  
Con AT&T Simple Plus Empresarial elige el smartphone que más te guste.

**CONECTADOS CRECEMOS MÁS**

Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP				AT&T®
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN	
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión		Fecha de revisión

## 17. Banner digital

### 17.1. Banner Desktop (Inicio) 1600x500



### 17.2. Banner Desktop (interior) 1600x400



## Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP



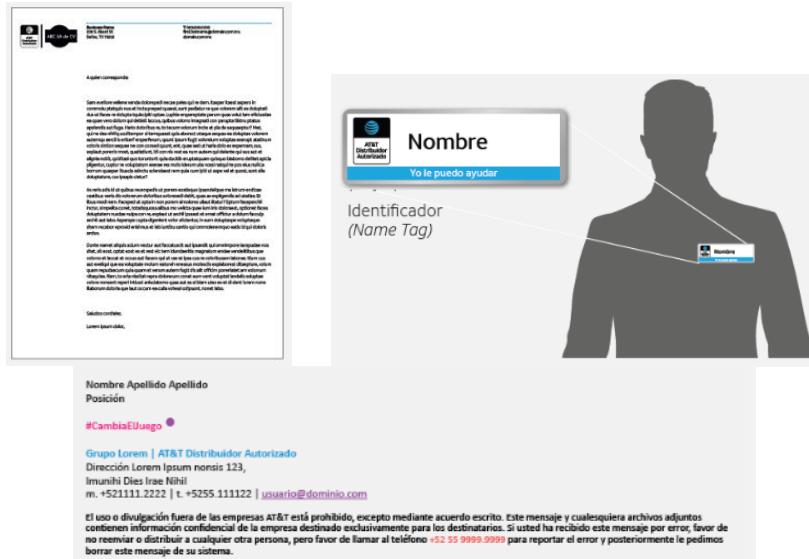
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

### 17.3. Banner mobile



## 18. Materiales oficiales

18.1. El BSP debe presentar al BDM la propuesta del papel membretado, firma de correo electrónico e identificador, para su validación, aprobación o rechazo.

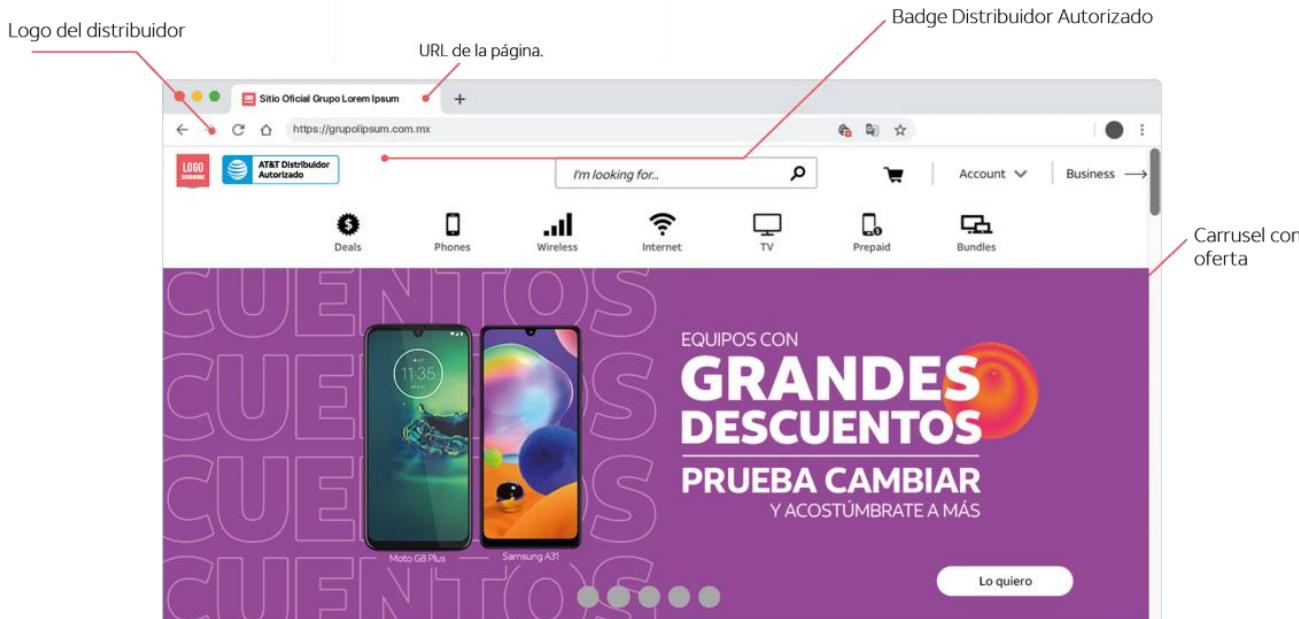


Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

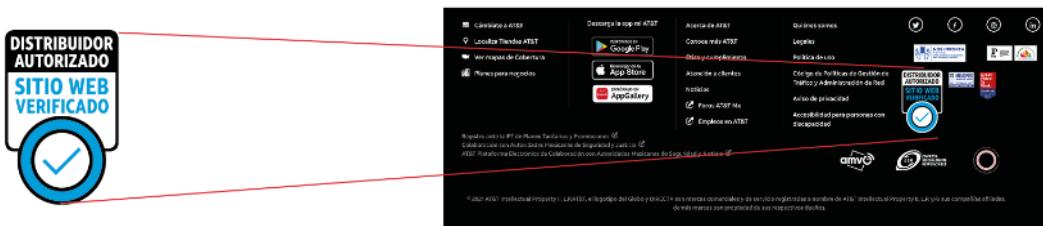


## VIII. PÁGINA WEB

- La URL y el sitio debe ser autorizado por la Empresa.
- Siempre debe especificar la información comercial.



- Existirá un proceso de certificación de los Sitios Web de BSP autorizado, el cual incluirá un identificador visual o Badge en aquellos validados y aprobados.

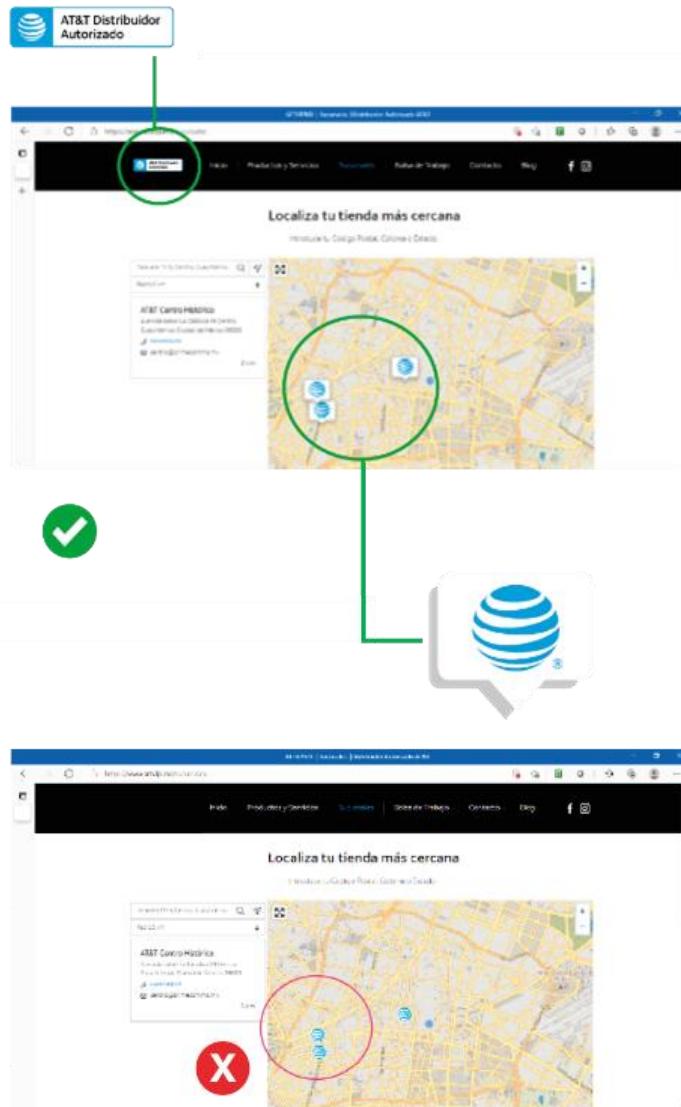


- No se publicar publicidad de uso exclusivo de una sola marca.
- Se publicarán todas las marcas con base en la oferta comercial.
- Toda publicación debe respetar la marca, derechos de autor, Leyes publicitarias, LFPDPPP (Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares).
- El Diseño debe contemplar la accesibilidad digital.
- Los valores cromáticos para los Sitios Web de la Empresa deben alinearse a la documentación del Digital Design Team de AT&T.
- Para textos y titulares, se recomienda usar Negro HEX #FFFFFF.
- Para titulares secundarios, Íconos o botones: Azul Cobalto ATT Pantone 2935C / HEX #0057B8; estos Colores funcionan en ambientes oscuros o claros y facilita la adaptación de contraste para cubrir la accesibilidad digital mínima solicitada.
- En caso de necesitar Colores secundarios, optar por el uso del Purple AT&T Pantone Purple C / HEX #AF29BB.

Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

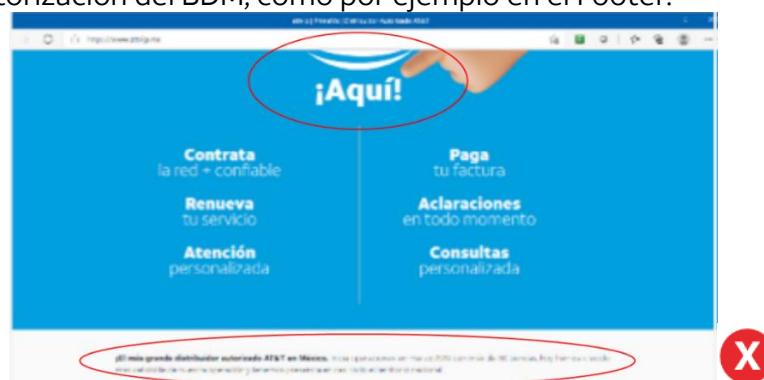


1.12. Al colocar un mapa de localización de tiendas, se deben utilizar los pinos autorizados e incluir Badge de Distribuidor Autorizado en menú principal del Sitio Web.



1.13. No cortar, alterar o tapar el Logotipo, ya sea con otros elementos visuales o con el contorno de la página Web.

1.14. No incluir textos sin autorización del BDM, como por ejemplo en el Footer.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

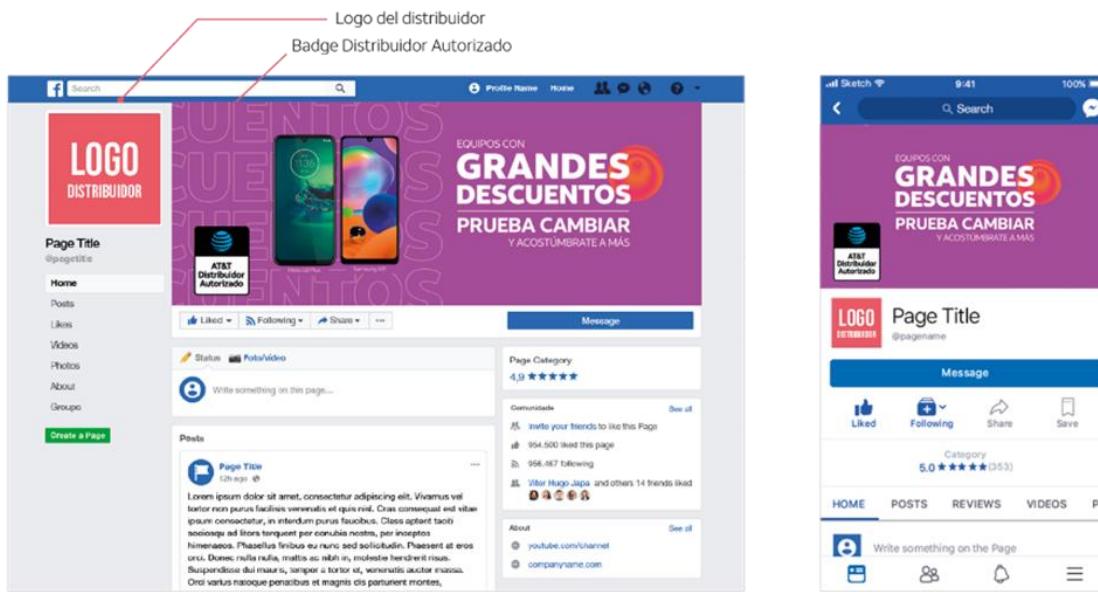
## IX. REDES SOCIALES

### 1. Generalidades

- 1.1. La Red Social debe ser previamente autorizados por la Empresa.
- 1.2. El BSP puede contar solamente con una Red Social, en la cual primero debe especificar su información comercial, nombre de BSP y Logotipo de su compañía, antes de mencionar su relación con la Empresa.
- 1.3. La Empresa puede realizar auditorías de manera aleatoria a la Red Social y sus contenidos; en caso de detectar alguna desviación, la Empresa puede eliminar la fan page o la publicación, previa notificación por escrito al BSP conforme a lo descrito en la sección XIII. Sanciones del presente documento.
- 1.4. La Red Social del BSP debe ser administradas y operadas por personal especializado y exclusivo para ello, y no por ejecutivos y/o gerentes de tienda.
- 1.5. Queda prohibido compartir información, imágenes, o contenidos que agredan la integridad de una persona, la competencia o la Empresa.
- 1.6. El BSP no puede realizar ningún tipo de inversión para la difusión de su fan page y/o Red Social.
- 1.7. El BSP debe soportar las respuestas hacia los Clientes en la Matriz de Respuestas en Red Social (**Anexo B**) contenido en el [Procedimiento de Uso de Marca e Imagen para Distribuidores](#).
- 1.8. Toda publicación en relación a los productos o servicios de la Empresa debe respetar la Marca, los derechos de autor, los derechos de las leyes publicitarias, Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, así como los términos y condiciones de las Redes Sociales.
- 1.9. Al hacer Share de páginas a Red Social, el BSP puede hacer uso del Logotipo de AT&T o de Distribuidor Autorizado; mientras que la fotografía o Avatar debe ser su Logotipo empresarial. En el nombre de la Red Social no se puede utilizar la Marca AT&T.

### 2. Fan page

- 2.1. Se muestra un ejemplo de la configuración sugerida del Fan page.



## Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

### 2.2. Referencia de uso del Fan Page.



### 2.3. Lo que se debe y lo que no se debe hacer en un Fan Page de Facebook.



Uso correcto de Fanpage de Facebook:  
Imagen de perfil con logo del distribuidor  
y uso correcto del badge en la imagen  
del posteо



Uso correcto de la imagen de perfil  
con logo del distribuidor



Ejemplo de uso correcto del lockup  
del badge + logo del distribuidor

## Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

Imagen del perfil: solo debe utilizarse el logo del distribuidor.

No está permitido por ningún motivo usar hashtags sin autorización previa de AT&T.

Debe usarse correctamente el lockup del badge + logo del distribuidor



En las imágenes de posteos, debe usarse el badge de Distribuidor Autorizado, o bien el lockup del badge + logo del distribuidor



### 2.4. Lo que se debe y lo que no se debe hacer en un Fan Page de Instagram.



Uso correcto de la imagen de perfil con el logo del distribuidor



Uso incorrecto en perfil de Instagram:  
Imagen de perfil con logo del distribuidor y uso correcto del badge en la imagen del posteo

Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



## X. VIDEOS

### 1. Antes de producir un video

- 1.1. Define el objetivo: awareness, engagement, conversación.
- 1.2. Define el mensaje clave: uno por pieza audiovisual.
- 1.3. Define el nivel de participación de la Marca: consulta el esquema Niveles de Participación de la Marca que a continuación se describe.

		¿Qué es?	¿Dónde se aplica?
Alianzas	Solo la Empresa	100% Brand AT&T.	Cuando lideramos la oferta de manera creíble y el tercero no tiene un valor significativo en la comunicación.
	La Empresa en conjunto con terceros	La Empresa y la marca de terceros tienen la misma participación en la colaboración.	Cuando queremos llegar a un nuevo mercado, audiencia, área de productos, tecnología y/o experiencia a través de una relación de trabajo al mismo nivel que el tercero.
	Lead de Marca adquirida	El Logotipo y la identidad de la marca adquirida se mantienen intactos; la Empresa respalda la propiedad.	Cuando queremos aprovechar el valor del tercero en un espacio donde la Empresa no es tan relevante.
Cobranding	Independiente	La marca adquirida es totalmente independiente y socio de negocio.	Cuando somos el principal patrocinador financiero de un evento y nuestra marca es parte del nombre del evento. En estos casos se creará un logo distintivo.
	Patrocinador del evento	La Empresa es el patrocinador principal de un evento importante.	Naming del evento. Presentado por AT&T

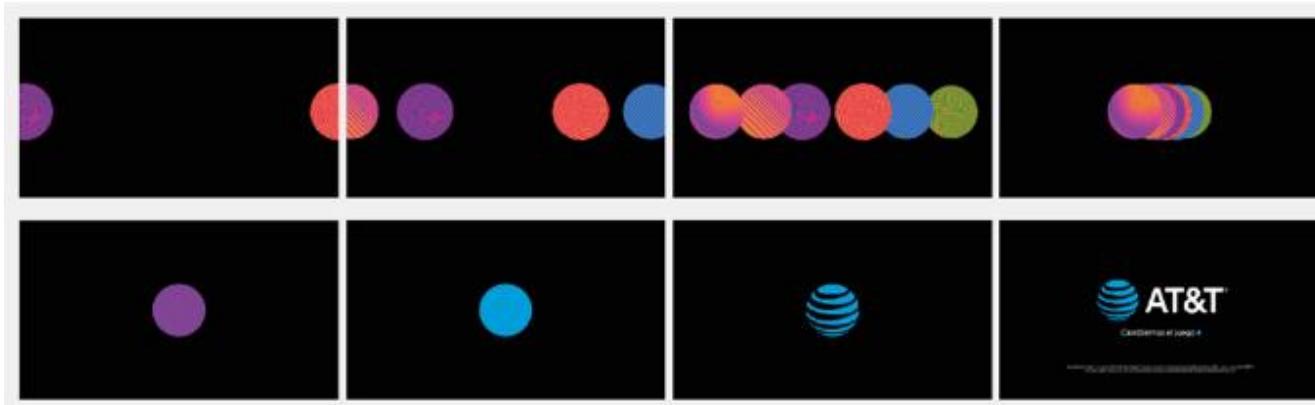
- 1.4. Define los canales: TV abierta o de paga, Redes Sociales, streaming, Sitio Web, cada uno de ellos tiene distintas especificaciones que deberás considerar.

Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



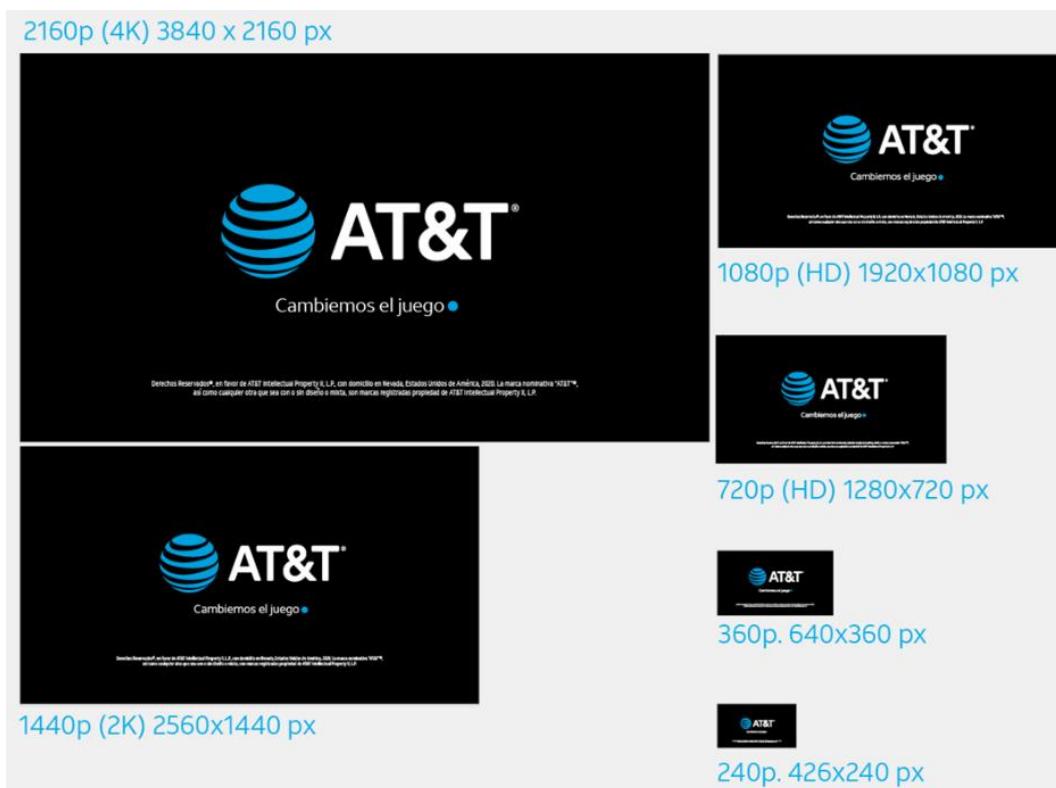
## 2. Producción de video

- 2.1. Los videos no pueden alterarse ni cambiarse bajo ninguna circunstancia.
- 2.2. El cierre institucional tiene nuestros patrones como elemento característico, este recurso gráfico nos ayuda a mantener una identidad homogénea y a demostrar que las diferentes áreas de la Empresa están avanzando juntas hacia adelante.



## 3. Consideraciones técnicas

- 3.1. Los videos deben poseer su velocidad de fotogramas original, sin re-muestreo.
- 3.2. La frecuencia de visualización debe ser de 30 cuadros por segundo.
- 3.3. No utilizar técnicas de re-muestreo, ni procesos de sobre muestreo y transferencia.

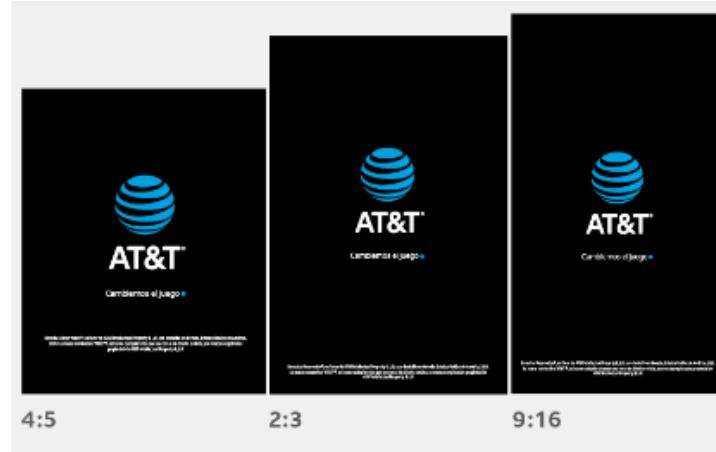


CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión

#### 4. Producción de video para Redes Sociales

- 4.1. Dado que el sonido en reproducción automática se encuentra deshabilitado en algunas Redes Sociales, se recomienda subtitar todos los videos que se publiquen en Redes Sociales.
- 4.2. Se recomienda el uso de sonido ya que genera mayor compromiso con el usuario.
- 4.3. Considera siempre las especificaciones por plataforma que se indican en el siguiente cuadro:

	Formato	Tamaño	Duración
Facebook	video vertical 4:5, 2:3 y 9:16	máx. 1,75 GB	min. 15min max. 45min
Twitter	16:9	máx. 1 GB	min. 20 seg max. 2min
LinkedIn	300×250 px	máx. 2,2 GB	max. 30seg
Instagram	cuadrado (1:1) horizontal (1,91:1) vertical (4:5)	máx. 4 GB	max. 1min
YouTube	Formatos estándar p30. 2.160p (3840×2160 px) 1.440p (2560×1440 px) 1.080p (1920×1080 px) 720p (1280×720 px) 480p (854×480 px) 360p (640×360 px) 240p (426×240 px)	máx. 128 GB	min.33seg max. 11h

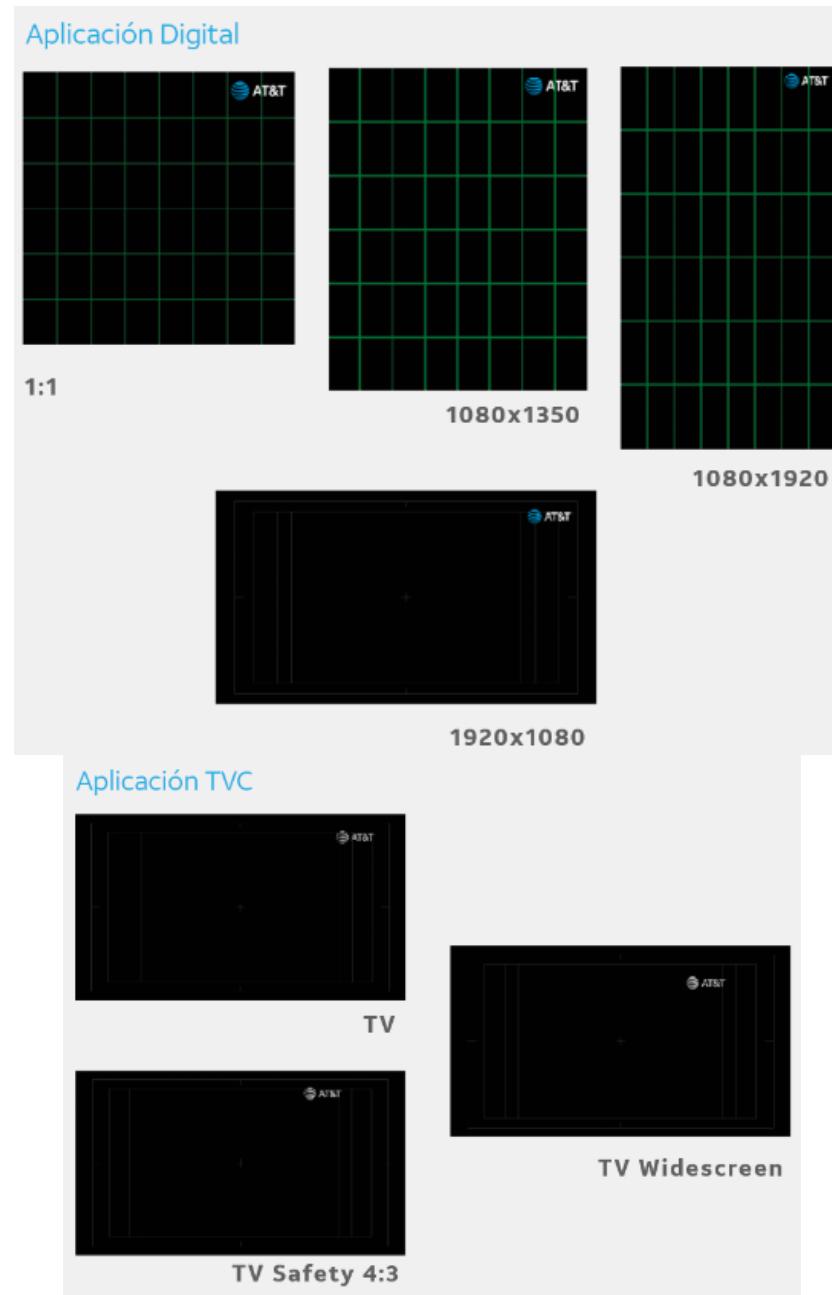


Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



## 5. Posición de mosca para video

- 5.1. La mosca es la Marca de agua que aparece en todos nuestros audiovisuales y nos permite tener presencia de Marca en la duración completa de las piezas antes del cierre institucional.



Manual – Uso de Marca e Imagen para BSP			
CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA DE EMISIÓN	FECHA DE REVISIÓN
XXXXXXX	1.0	Fecha de impresión	Fecha de revisión



## XI. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

### 1. Check de producción audiovisual

#### 1.1. Color e imagen

- 1.1.1. Los videos siempre deben adaptarse a los valores RGB.
- 1.1.2. Utilizar las tonalidades de la paleta de Color autorizada en sus valores RGB para pantalla.
- 1.1.3. Si utilizas imágenes o recursos Gráficos adicionales, estos deben estar libres de derechos, es decir, contar con el permiso por escrito para utilizar cada recurso.
- 1.1.4. Utilizar la iconografía oficial de la Marca en caso de requerirlo.
- 1.1.5. Utilizar el Badge autorizado como mosca con 90% de opacidad.

#### 1.2. Audio

- 1.2.1. Si se utiliza música libre de derechos, también se debe contar con un permiso por escrito del autor o stock de recursos.
- 1.2.2. Se recomienda subtítular el video.
- 1.2.3. La locución debe ser completamente entendible y con buen volumen.

#### 1.3. Contenidos externos autorizados.

- 1.3.1. Unboxing de equipos (excepto Apple)
- 1.3.2. Tutoriales técnicos
- 1.3.3. Referencia a oferta comercial (previa autorización de Marketing)



CONTENIDO CON CONDUCTOR



ANIMACIÓN