

# telecom visual ID

**empresas** | Guía de estilo 2021



bienvenida



**¡Hola!** Te damos la bienvenida. ¡Nos encanta que estés acá!

- 01 \_\_\_\_ introducción<sup>05</sup>
- 02 \_\_\_\_ identificador visual<sup>14</sup>
- 03 \_\_\_\_ sistema gráfico<sup>29</sup>
- 04 \_\_\_\_ productos<sup>57</sup>
- 05 \_\_\_\_ sponsoreo<sup>73</sup>

## 01 introducción 05

logotipo. p15      logo responsive. p25

## 02 identificador visual 14

paleta cromática. p31      tipografía. p36      iconografía. p46  
elementos gráficos. p52      estilo fotográfico. p54

## 03 sistema gráfico 29

## 04 productos 57

telecomunicaciones p63      soluciones IT. p66      puntos de venta. p70

## 05 sponsoreo 73

01

introducción

---

**Esto no es solo un manual.**  
Es la historia de cómo podemos  
darle vida a nuestra marca  
a través del diseño.

**¿Las marcas tienen vida?**

**Sí.** Una vida que se percibe en cada momento en el que se muestran hacia su público y en cada elemento que convive en su sistema. Y nosotros **somos los encargados de hacerla latir.**

Cada vez que alguien vea nuestro logotipo, identifique nuestros colores, nuestras tipografías o nuestro estilo gráfico, vamos a estar dejando un mensaje que **va mucho más allá** de lo que se puede ver.

Cada elemento  
de este capítulo  
**ha sido pensado**  
**con el fin de:**

**Impactar:** lograr que nos vean,  
destacarnos entre la multitud.

**Comunicar:** que quede claro  
quiénes somos y qué ofrecemos.

**Perdurar:** dejar una huella, ser  
memorables y pregnantes.

Cada elemento  
de este capítulo  
**ha sido pensado**  
**con el fin de:**

**Impactar:** lograr que nos vean,  
destacarnos entre la multitud.

**Comunicar:** que quede claro  
quiénes somos y qué ofrecemos.

**Perdurar:** dejar una huella, ser  
memorables y pregnantes.

Pero por sobre  
todas las cosas,  
**para dar a conocer**  
**nuestra identidad.**

Nuestra marca  
no existe sola  
**Forma parte  
de una familia.**

telecom

personal

flow

Nuestra marca  
no existe sola  
**Forma parte  
de una familia.**

# telecom\*

**Marca madre.** Puente a la transformación que potencia la vida de las personas y las empresas.

\* combinación cromática principal para uso de **comunicaciones institucionales**.

# personal

**Conexión plena. Conexión sin fronteras.** Para hacer, avanzar y evolucionar.

# telecom\*

\* combinación cromática principal para uso de **comunicaciones corporativas**.

# flow

Punto de encuentro de los contenidos de **entretenimiento**. Cuándo, dónde y cómo quieras. Flow es para vos.w

Personal, Flow y Telecom forman parte de un mismo **universo**, tanto por su oferta de servicios centrada en el **mundo digital**, como por sus **códigos gráficos**.

---

Cada marca de nuestra familia tiene una utilidad particular y sumamente importante.

**Pero juntas, nos potenciamos.**

Más adelante les vamos a contar cómo conviven las tres marcas cada vez que necesitemos comunicarlas en conjunto. Pero por ahora, vamos a hablar de la protagonista de este manual. **¿Seguimos?**



bienvenida



¿Estás listo para  
darle vida a Telecom?  
**¡Allá vamos!**

02

# identificador visual —

logotipo

logo responsive

03

# a. logotipo

versiones

tamaño mínimo y áreas de resguardo

usos correctos e incorrectos

# b. logo resp



logotipo



Nuestro logo es el  
máximo representante  
de nuestra **identidad.**  
**¡Mirá!**

telecom

## Logotipo



The image shows a large, white, sans-serif font logo for "telecom" centered on a solid dark blue background. The letters are bold and have a clean, modern appearance.

Mantenemos la referencia al logo clásico de Telecom pero lo dejamos listo para el **mundo digital**.

Hoy nuestro logo es más ligero, claro y definido. **User friendly**.

logotipo

## Versiones

Nuestro logotipo vive en todas partes. Para que destaque siempre, aquí les presentamos las distintas versiones en las que debe aplicarse.

La **versión principal** es la negativa sobre color violeta y su uso siempre tendrá prioridad en las aplicaciones.

La **versión secundaria** es la positiva violeta que deberá aplicar siempre sobre fondo blanco o blanco digital (#f5f5f5).

Por último, podremos usar el logo en color negro siempre sobre blanco y solo en casos excepcionales cuando existan limitaciones que impidan aplicar las versiones anteriores.



descargar:  
[logotipo](#)



telecom

versión principal negativa



telecom

versión secundaria  
positiva (Violeta Telecom Empresas)



telecom

versión pluma (negro)



telecom

versión secundaria negativa (blanca)

**logotipo**

# Tamaño mínimo y área de resguardo

Nuestro logotipo es sumamente versátil. A veces deberá cambiar su tamaño. ¡Pero no queremos que desaparezca!

Por eso aquí les presentamos el tamaño mínimo que podrá tener, así como el área de resguardo necesaria para que se distinga.

Como parámetro de resguardo se toma la letra O, signo geométrico que rige la anatomía del logo y se repite en todos los identificadores de la familia Telecom.



área de resguardo

telecom



tamaño mínimo  
**45 px digital / 2 cm impresión**

**logotipo**

## Ubicación del logotipo

Nuestro sistema visual tiene una lógica digital. Por ende, el logo siempre lo ubicaremos teniendo en cuenta este principio.

En el mundo digital, webs y/o apps, los logos van en el margen superior (header). Por eso, nuestro logo siempre irá centrado en el margen superior tanto en comunicaciones onlines como offline.

En caso de no poder ubicarlo centrado, por razones externas a nuestra comunicación, lo aplicaremos en el margen superior pero alineado a la izquierda de la pieza.



El logotipo debe aplicarse centrado en el márgen superior.



No aplicar el logotipo en el margen superior derecho.



No aplicar el logotipo en el margen inferior.

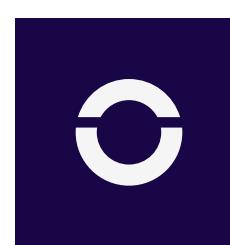
**logotipo**

## Usos correctos e incorrectos

Nuestro logotipo está diseñado especialmente para comunicar nuestra identidad digital, moderna, amigable y completamente identificada con la conexión entre las personas.

¿Cómo podemos asegurar que estos significados no se pierdan?

A modo de guía, aquí se presentan algunas aplicaciones incorrectas que deberán evitarse a fin de proteger la integridad de la marca.



Para usos verticales, rotar el logo 90° hacia la izquierda o hacer uso del logo responsive.

~~telecom~~

No reescribir ni redibujar el logotipo.

~~telecom~~

No deformar el logotipo.

~~telecom~~

No rotar el logotipo.

~~telecom~~

No pasar el logotipo a líneas.

~~telecom~~

No cambiar el color del logotipo.

~~telecom~~

No enmascarar fotos o patterns.

~~telecom~~

No aplicar efectos en el logotipo tales como sombras, reflejos, 3D, etc.

~~telecom~~

No agregar imágenes al logotipo.

t  
e  
l  
e  
c  
o  
m



No modificar el orden ni orientación de las letras del logotipo. \*

**logotipo**

## Usos correctos e incorrectos



El logotipo debe aplicarse en un área simple y limpia de la imagen.



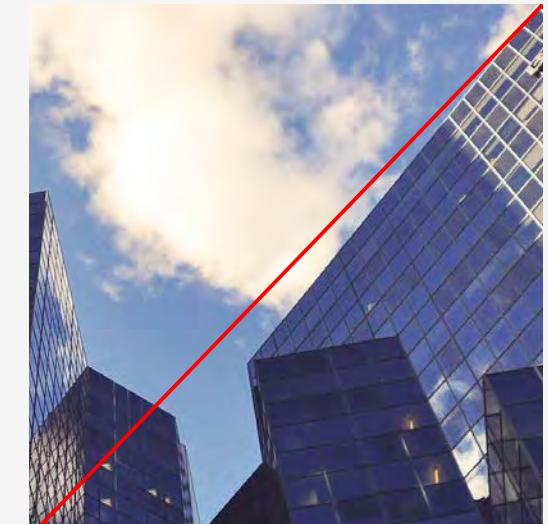
El logotipo debe aplicarse en un área relativamente limpia y con buen contraste.



No utilizar el logo en versión positiva (violeta) sobre imágenes.



No aplicar el logotipo sobre rostros.



No aplicar el logo sobre fotografías con mucho blanco o brillo que dificulten su legibilidad.



No aplicar el logo sobre fondos muy complejos, con demasiado ruido o información visual.

## ¿Cómo escribimos nuestra marca?

En Telecom  
nos unen las ganas  
de seguir avanzando.



Cuando escribimos en textos o en titulares,  
nuestra marca la escribimos con sus  
**iniciales en mayúscula.**

En TELECOM  
nos unen las ganas  
de seguir avanzando.



No escribir nuestra marca en mayúscula.

En telecom  
nos unen las ganas  
de seguir avanzando.



No escribir nuestra marca en minúscula.

En telecom  
nos unen las ganas  
de seguir avanzando.



No usar el logo para nombrar la marca en  
titulares o textos. Corremos el riesgo de que  
se empaste y pierda legibilidad.

tipo

# b. logo responsive

versiones

tamaño mínimo y áreas de resguardo

usos correctos e incorrectos

## Logo responsive



**La conexión es nuestra razón de ser.**  
Conectamos personas, hogares, seres queridos, familias, amigos, dispositivos

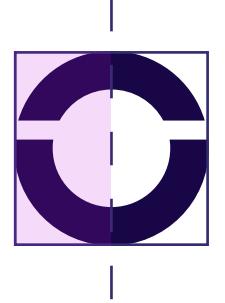
y lugares. Y nuestro isotipo lo expresa al máximo. Actualizamos la versión anterior de nuestro isotipo y lo dejamos

listo para el mundo digital. Listo para estar presente en todos los ámbitos en los que nos comunicamos.

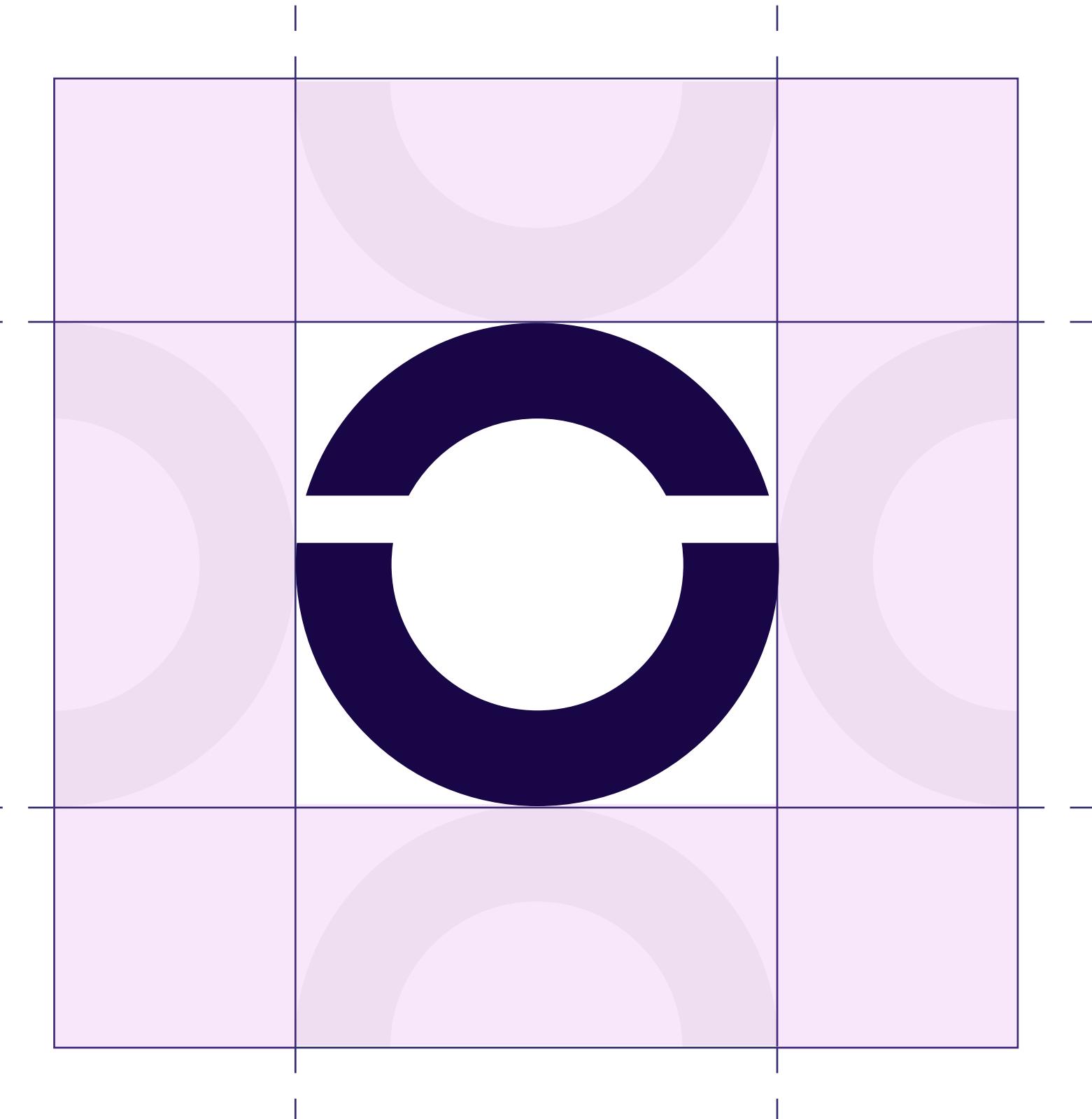
## logo responsive

# Tamaño mínimo y área de resguardo

Nuestro logo responsive funcionará siempre en cobranding con otras marcas de la familia Telecom. Es fundamental que respetemos el área de resguardo y el tamaño mínimo para su correcta visualización.



Como parámetro de resguardo se toma medio logo responsive.



tamaño mínimo  
**35 px digital / 75 mm impresión**

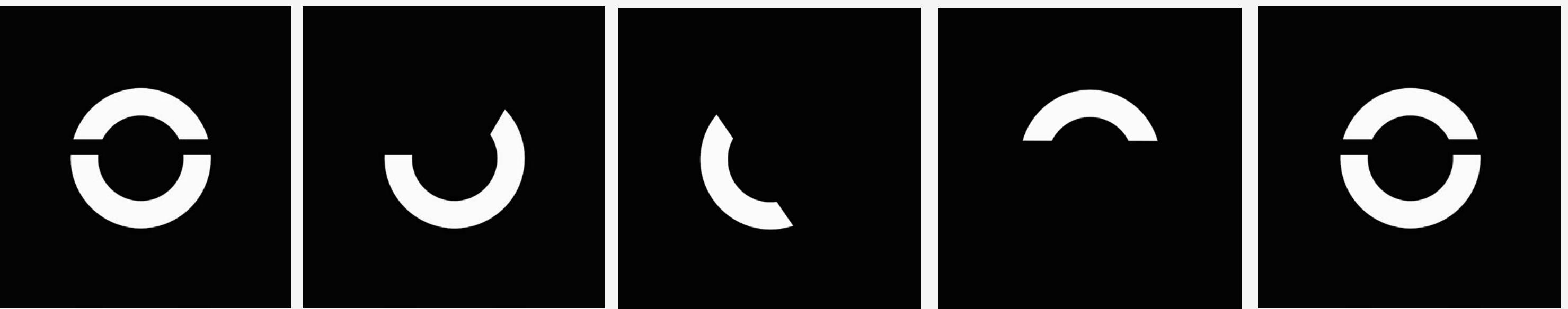


# Animaciones

Vivimos en un mundo digital en el que las marcas cobran vida y movimiento a través de las pantallas. Y nuestra marca no es la excepción.

Aquí les mostramos cómo se le puede imprimir dinamismo a Telecom a través de las animaciones.

Animación logo responsive



descargar:

<http://lorem ipsum.com>

# sistema gráfico

paleta cromática

tipografía

iconografía

elementos gráficos

estilo fotográfico



identidad



Nuestra identidad va mucho más allá de nuestro logotipo. Nuestro sistema gráfico transmite **nuestro ser**.

# a. paleta cromática

paleta principal

paleta digital

aplicación del logotipo

uso del color

# b. tipografía

**paleta cromática**

# Paleta principal

Somos vibrantes, innovadores, digitales y así lo muestra nuestra paleta de colores: un mix de colores vivos, luminosos y potentes.

A continuación presentamos la paleta primaria con los colores principales.

Violeta Telecom Empresas

RGB **25 / 6 / 70**

CMYK **98 / 98 / 0 / 60**

PANTONE **2765 C**

RGB **105 / 216 / 208**

CMYK: **44 / 0 / 17 / 0**

PANTONE **3242 C**

RGB **50 / 45 / 110**

CMYK **97 / 93 / 0 / 11**

PANTONE **2118 C**

RGB **245 / 245 / 245**

CMYK **0 / 0 / 0 / 0**



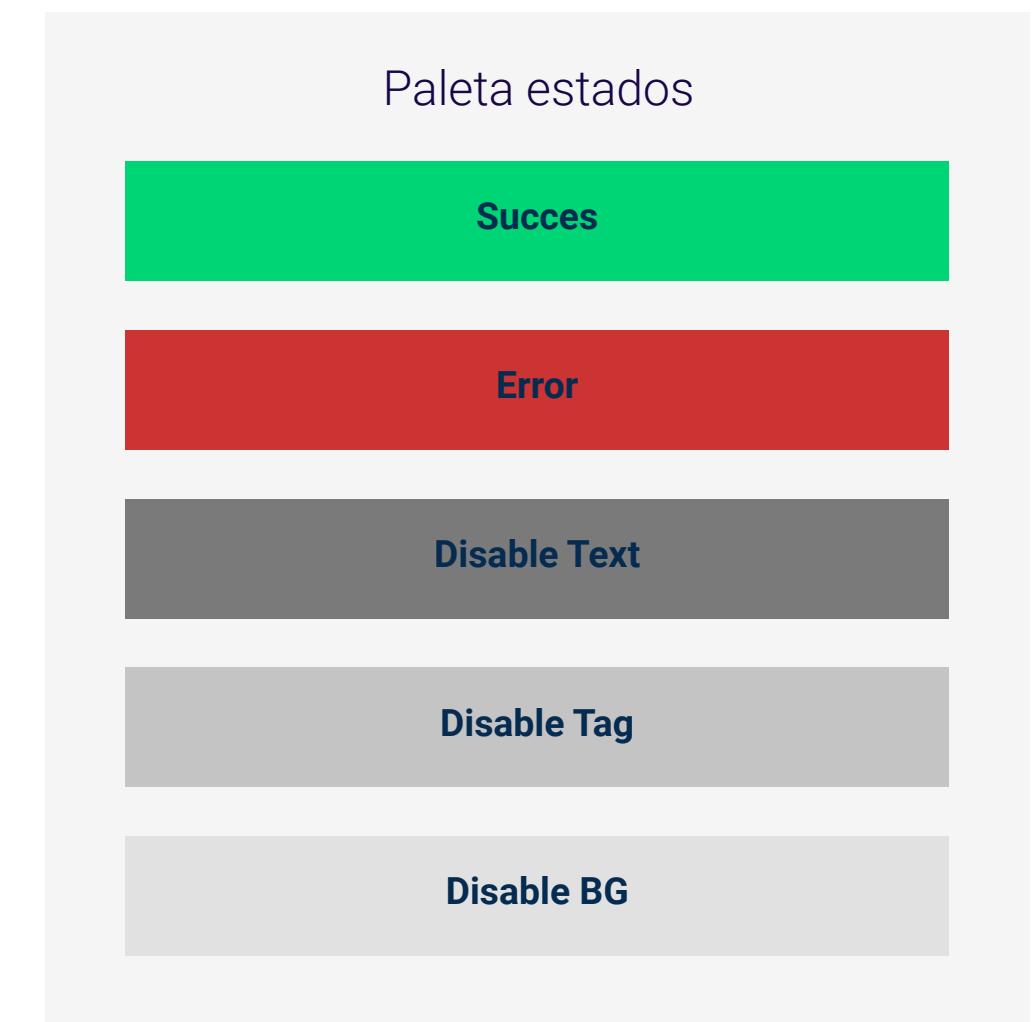
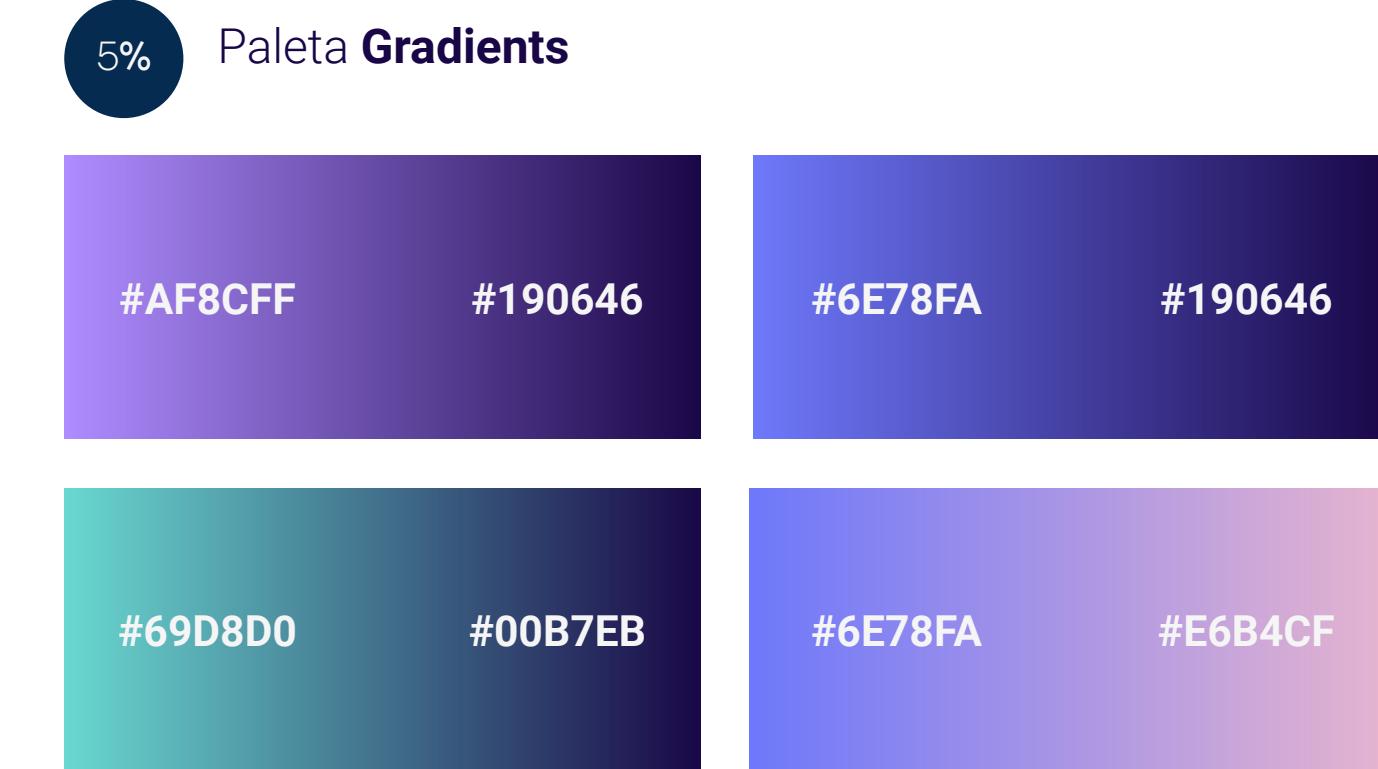
**paleta cromática**

# Paleta digital

## Colores Digitales Principales



## Colores Digitales Secundarios



**paleta cromática**

## Aplicación del logotipo sobre fondos de color

Nuestra paleta cromática es muy amplia y por eso es importante definir cómo debe aplicarse el logotipo sobre fondos de color para cuidar la identidad.



✓

El logotipo se aplica siempre en versión negativa (blanco)



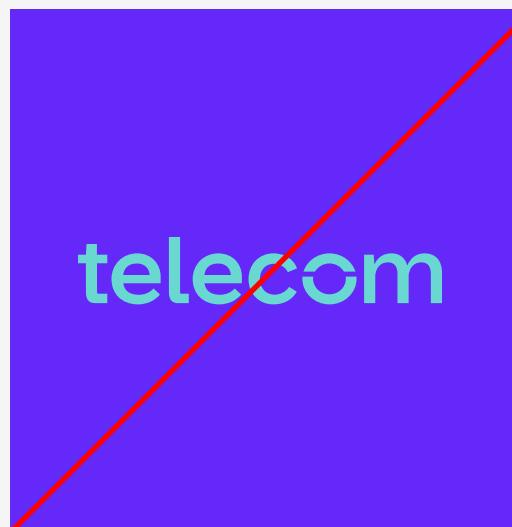
✓

El logotipo se aplica siempre sobre colores de la paleta institucional

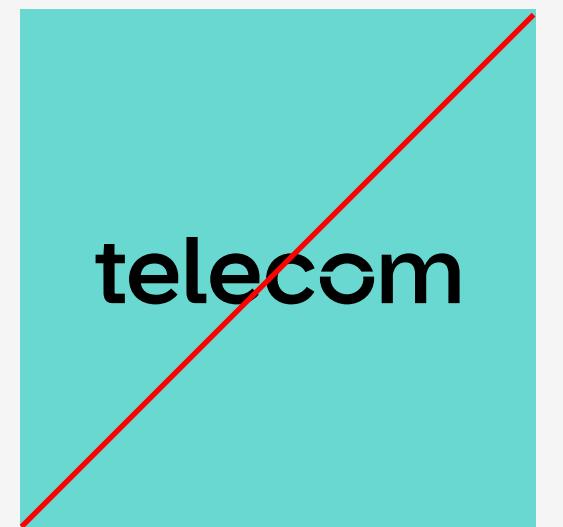


✓

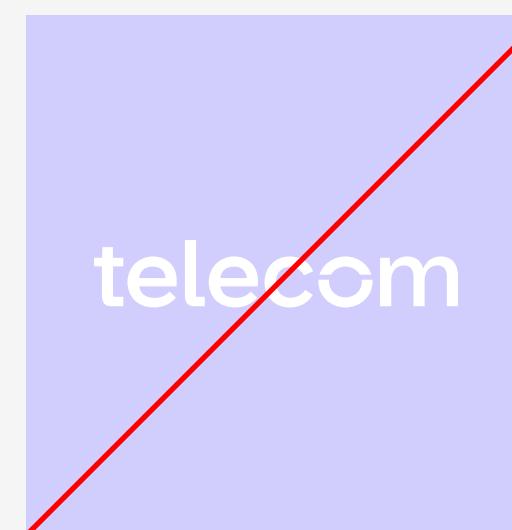
El logotipo se aplica siempre sobre colores de la paleta institucional



No aplicar el logo en versión positiva (violeta)



No aplicar el logo en versión pluma negra sobre fondo de color



No aplicar el logo sobre fondos muy claros que dificulten su legibilidad



No aplicar el logo en fondos de colores ajenos a la paleta

## paleta cromática

# Uso del color

Las combinaciones de colores vibrantes son ideales para su uso en pantallas y dispositivos digitales.

Al diseñar comunicaciones para nuestra marca, los colores de nuestra paleta deben estar presentes de forma tal que el color principal siempre logre destacarse.

Les presentamos algunas combinaciones de color posibles dentro de la paleta de Telecom.



El Violeta Telecom tiene que estar siempre presente ya sea en el fondo o en la tipografía.

El color blanco también es muy importante para cuidar la legibilidad.

The image shows two side-by-side mobile phone screens. Both screens have a dark purple background with white text. The top left corner of each screen features the 'telecom' logo in white. The top right corner has a small white icon. The center of each screen contains a blue rectangular button with white text. The left screen's button says 'telecomunicaciones' and the right screen's says 'soluciones IoT'. Below these buttons, the main content is displayed in large white text. The left screen's content reads 'Llegó INFINITE' followed by 'Conexión principal & backup 4G' and a descriptive paragraph about a new service with automatic switching between fixed and mobile networks. The right screen's content reads 'Inteligencia al servicio de tu negocio' and a paragraph about IoT solutions for business. At the bottom of each screen is another blue rectangular button with white text that says 'Conocé más en telecom.com.ar'.

letra  
tipográfica

## b. tipografía

tipografía principal

tipografía secundaria

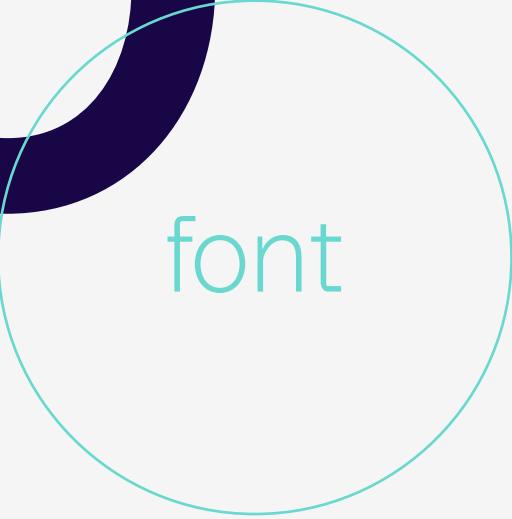
usos correctos e incorrectos

composiciones tipográficas

## c. iconografía

# PULSO

[no es una grotesca más]



font

funcionalidad,  
modernidad  
& detalles.

## Tipografía

Una nueva tipografía acompaña nuestra marca diversa y global. Es distintiva e imponente como nuestro nombre y nuestro logo.

Afín al tono de nuestras palabras, a quiénes somos y en qué creemos. Cada decisión tiene un propósito y cada detalle una razón de ser.

Acompañanos a descubrir nuestra tipografía institucional.



descargar:  
**pulso font**

# Una tipografía con idea e identidad.

Pulso no es una grotesca más. Pulso surge de la combinación entre la visión tecnológica y la calidad humana. Entre lo natural y lo artificial. Entre lo racional y lo orgánico.

Apoyada en la historia pero mirando al futuro, Pulso se presenta simultáneamente contemporánea e histórica, rigurosa y gestual, objetiva y subjetiva, refinada y contundente.

Pulso posee dos pesos –light y regular– formando palabras

sinceras y directas, pero también traviesas a veces. Puede resultar agradablemente contundente en ciertos entornos, pero también contiene momentos necesarios de sensibilidad y delicadeza en su dibujo. En su aplicación, Pulso logra hacer referencia al pasado, capturar una versión particular del presente y postular una visión a futuro.

# El pulso es ritmo, movimiento y circulación. El pulso transmite, genera, impulsa, estimula.

---

Desde el código Morse a la fibra óptica. Desde el ritmo cardíaco al musical. El pulso es frecuencia, estímulos periódicos, ordenados, constantes. Es una unidad básica para medir el tiempo, el ritmo y el avance. Puede

acelerarse o retardarse, puede ser regular o irregular, pero siempre está. Es fundamental, firme e ininterrumpido. El pulso está presente en estado de expansión y movimiento. A pulso es el modo de hacer las cosas sin

ayuda, por mérito propio. Es una forma única, personal e irrepetible. Es superarse y crecer con seguridad y firmeza. Es humano, eléctrico y tecnológico.

Pulso light

GR!agf24@

Pulso regular

GR!agf24@

25% [Next\*]  
@conectar\_ños  
¡Ya! vos & yo<sup>©</sup>  
#universo/digital  
«t<sup>®</sup>ansförmár»  
(3×4)=80\$-{91฿}  
“Garçon”™

25% [Next\*]  
@conectar\_ños  
¡Ya! vos & yo<sup>©</sup>  
#universo/digital  
«t<sup>®</sup>ansförmár»  
(3×4)=80\$-{91฿}  
“Garçon”™

**tipografía**

# Uso tipográfico

Pulso es nuestra tipografía

**institucional principal.** Fue creada especialmente para la familia Telecom. La usamos en titulares grandes, frases cortas, palabras o números que queremos destacar.

Roboto es la tipografía secundaria de nuestra identidad. Es una Google Font, sans serif, con muchas variables de peso, que acompaña y complementa muy bien a la Pulso.

## subtítulos en Pulso

Volantas en Roboto medium

Usamos la Pulso  
en light y regular  
para titulares

Usaremos la Roboto light o regular para trabajar párrafos de texto de mayor extensión, en cuerpos chicos y las variables medium o bold para resaltar.

CTA EN ROBOTO CAPS

números & signos

15 %  
OFF

Números  
destacados  
en pulso

Roboto +1234567890

## tipografía

# ¿Cómo potenciar nuestra tipografía principal?



Nuestra tipografía principal Pulso es uno de nuestros elementos más importantes para potenciar nuestra identidad.

A continuación veremos algunos buenos hábitos para potenciar su uso y cargar de identidad nuestras comunicaciones.

márgenes

## Ajustar un poco el interlineado.

El interlineado de la Pulso está ajustado para que no se toquen descendentes y ascendentes. Pero siempre que podamos, ajustemosla un poquito para potenciarla.

## Titulares cortos, tipografía grande.

Que se luzca en titulares cortos. En caso de largos titulares, fraccionemos la información en nuestras cajas y trabajemos con niveles de lectura para organizar la información.

## Márgenes, aire a la tipografía.

Mejora su legibilidad. Cuando la tipografía no tiene aire parece estar apretada y gritando, necesita espacio para que se lea bien.

## Alinear a la izquierda.

Es parte de nuestra identidad. El texto centrado es más propenso a quedar con desflecados raros dependiendo dónde cortemos nuestras oraciones. Seamos prolijos alineando SIEMPRE a la izquierda.

## Combinar variables de peso y signos.

La combinación de variables de peso en los signos es una característica principal de la identidad de nuestra tipografía principal. NO la editemos y juguemos con sus variables en nuestros titulares.

## Evitar mayúsculas.

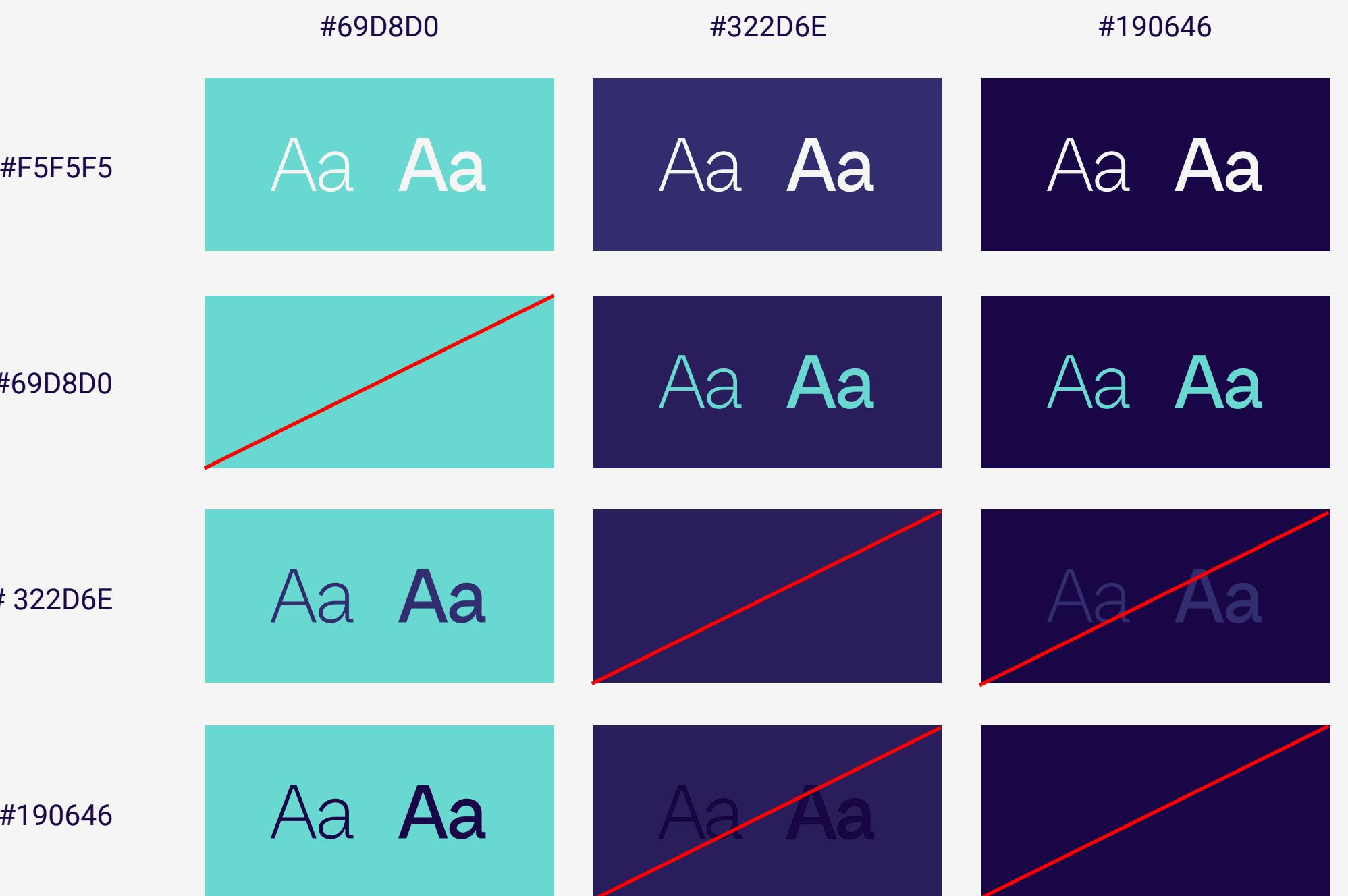
La minúscula tiene mucha identidad, y combinada con las variables de peso es suficiente para destacar algo. NO usemos mayúsculas en titulares.

**tipografía**

# Usos correctos e incorrectos

Nuestra paleta cromática es sumamente versátil y permite una amplia gama de combinaciones de colores. Al mismo tiempo, buscamos prestar especial atención a la accesibilidad.

Es importante que al aplicar la tipografía seamos muy criteriosos en el uso cromático priorizando el contraste óptimo para que todas nuestras audiencias capten nuestro mensaje.



✓ Generar alto contraste entre el color de fondo y de la tipografía.

✗ No usar tonos muy similares que compliquen la legibilidad.

grafía

## c. iconografía

construcción

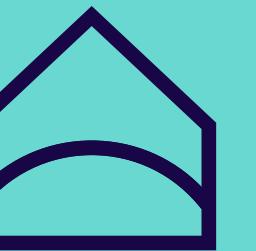
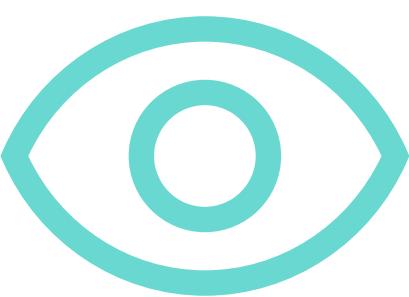
variables

## d. elementos gráficos

## Iconografía

Este sistema de íconos gráficos acompaña a nuestra marca y facilita su identificación con el mundo digital.

A través de los íconos hacemos más intuitiva y atractiva la experiencia de nuestros usuarios, mientras nos mostramos modernos y dinámicos.



**iconografía**

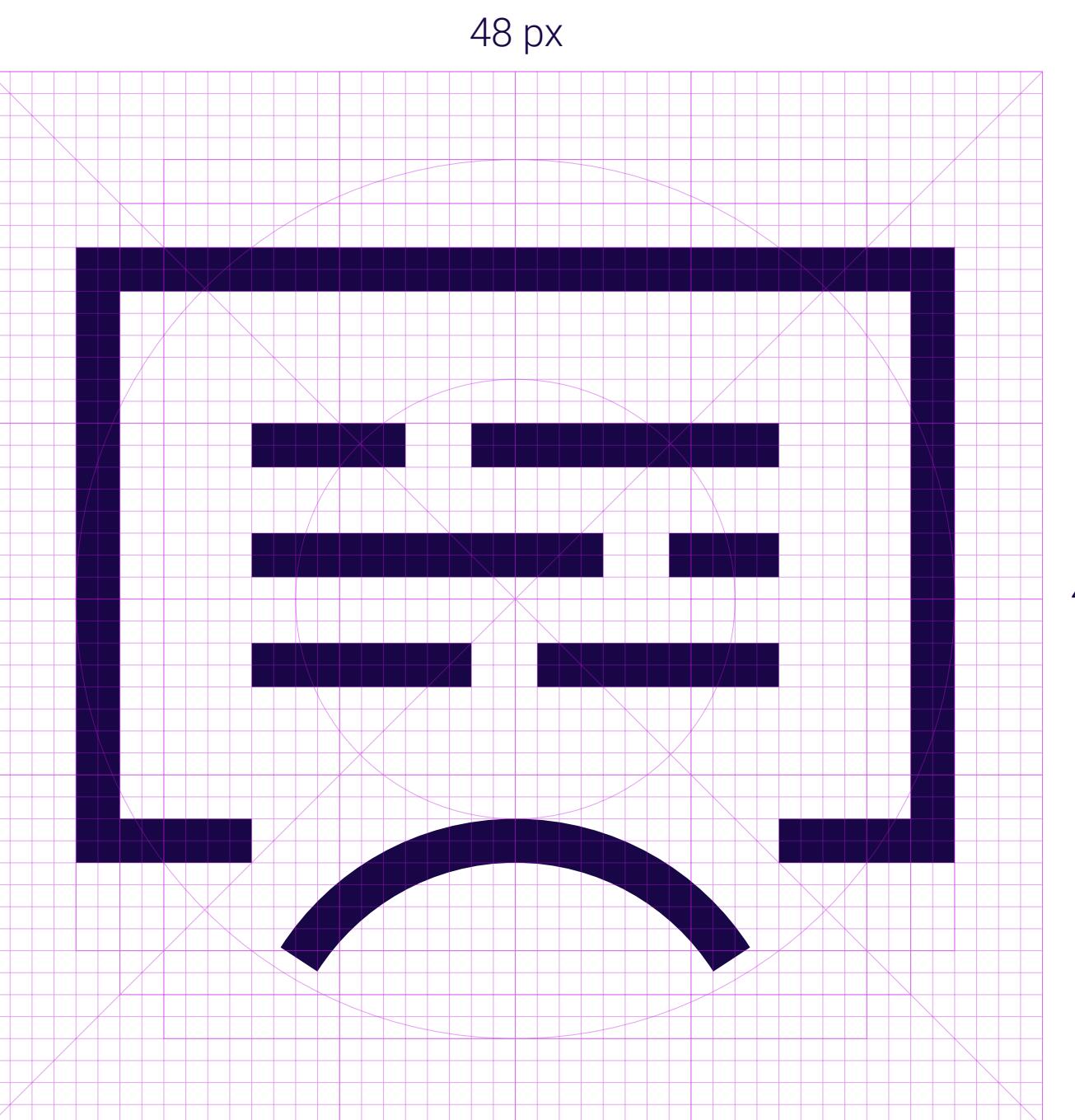
# Construcción

Nuestros íconos fueron creados especialmente para la familia Telecom. Cada uno de ellos representa los distintos servicios que ofrece Personal, así como los productos, dispositivos, interfaces y sus funciones.

Este universo de íconos puede ampliarse infinitamente siempre que se respeten determinados lineamientos que les presentamos a continuación.



descargar:  
[galería de íconos](#)



Los íconos son representaciones gráficas muy sintéticas, con mínimos elementos y mucho significado.

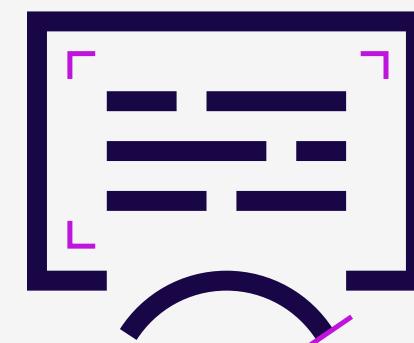


Usar grilla de 48 x 48px y trazo de 2 px o 3 px según la variable.

Para escalar, aumentar el valor del trazo proporcionalmente.



El trazo debe ser uniforme y los remates planos



Los angulos deben ser rectos



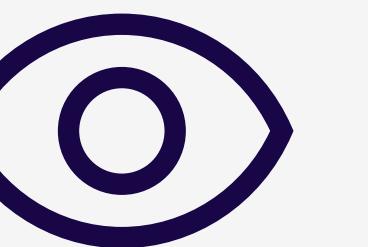
Siempre que se pueda, incluir el semicírculo representante del ADN de la marca madre

**iconografía**

# Variables

Nuestros íconos pueden usarse en las variables light y regular dependiendo de las necesidades.

También contamos con una versión ON (encendido) solo para uso digital, cuando queremos indicar que un ícono ha sido seleccionado por el usuario.



Light

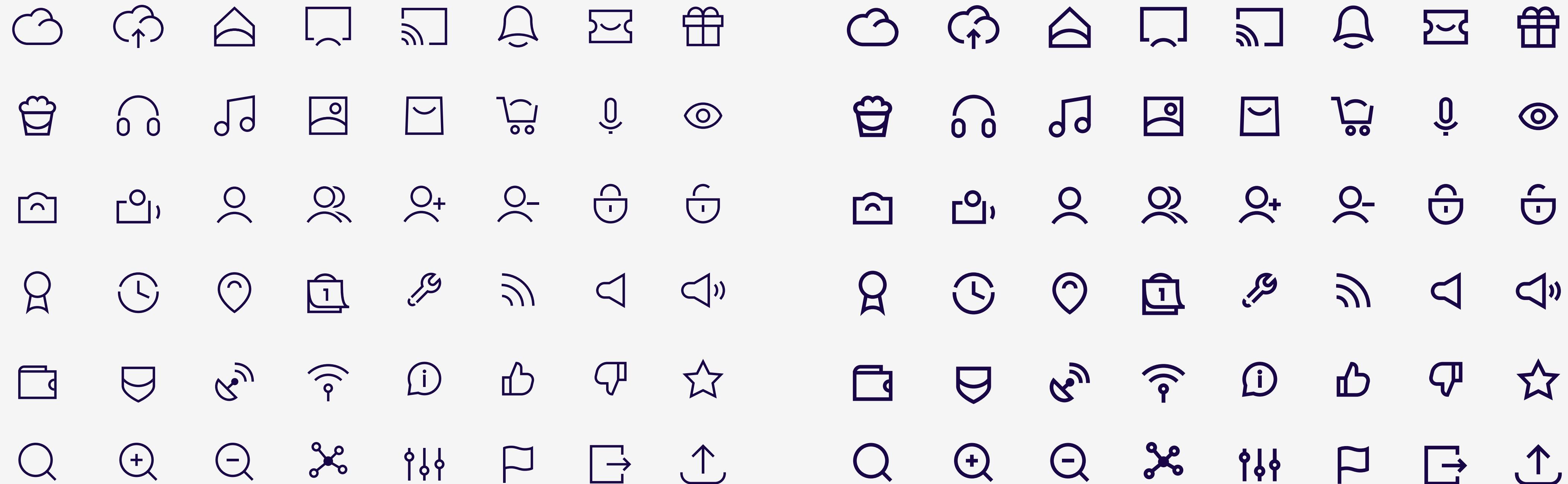
Regular



ON

## iconografía

## Versión positiva

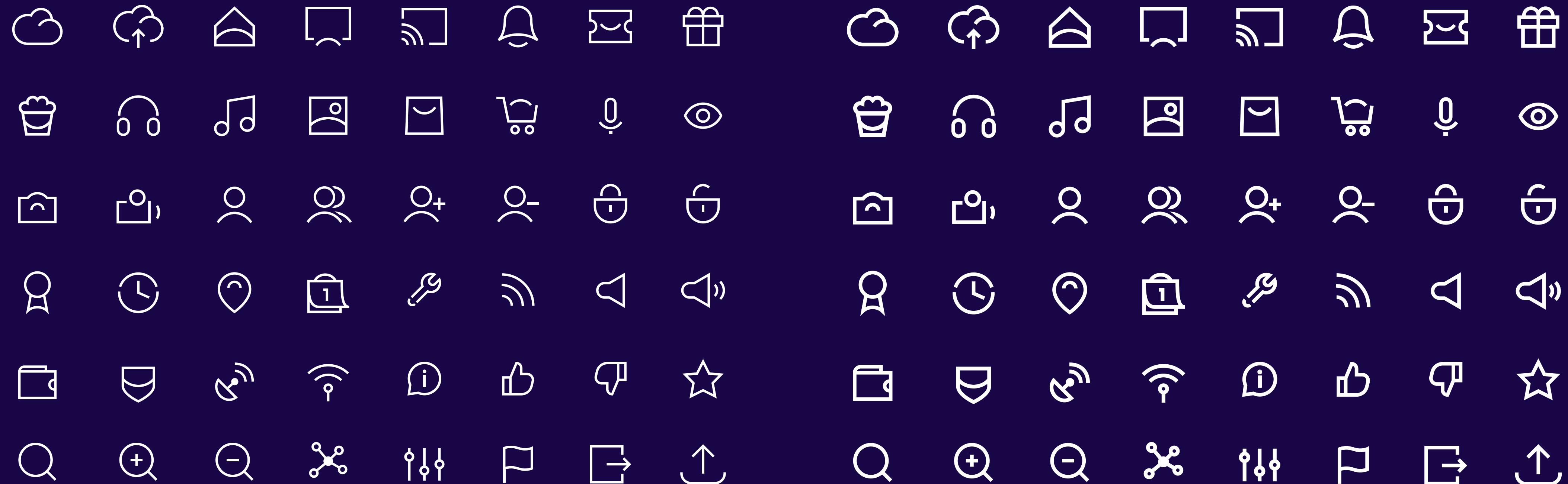


Light

Regular

## iconografía

## Versión negativa



Light

Regular

rafía

d. elementos  
gráficos

e. estilo fot

identificador visual

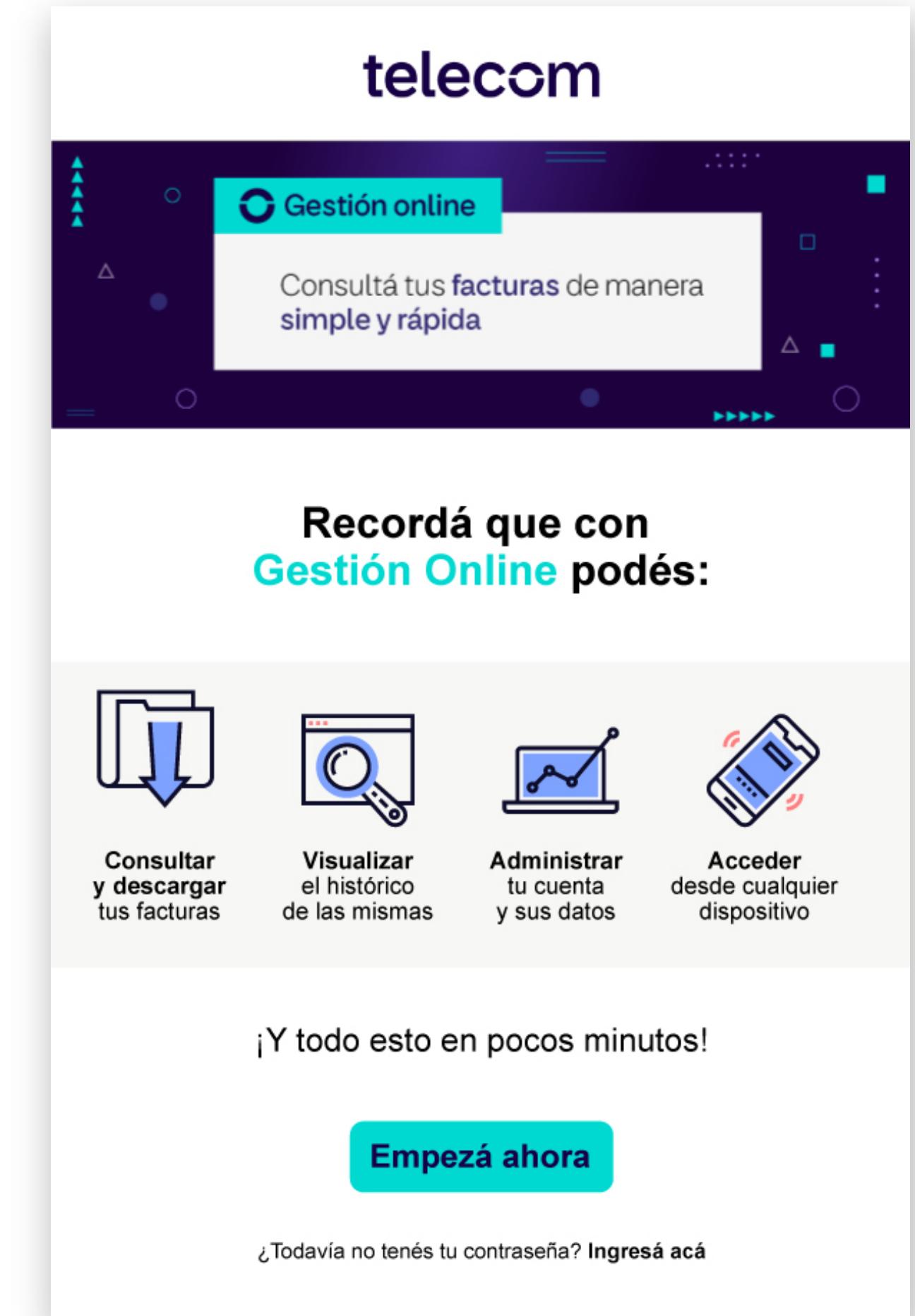
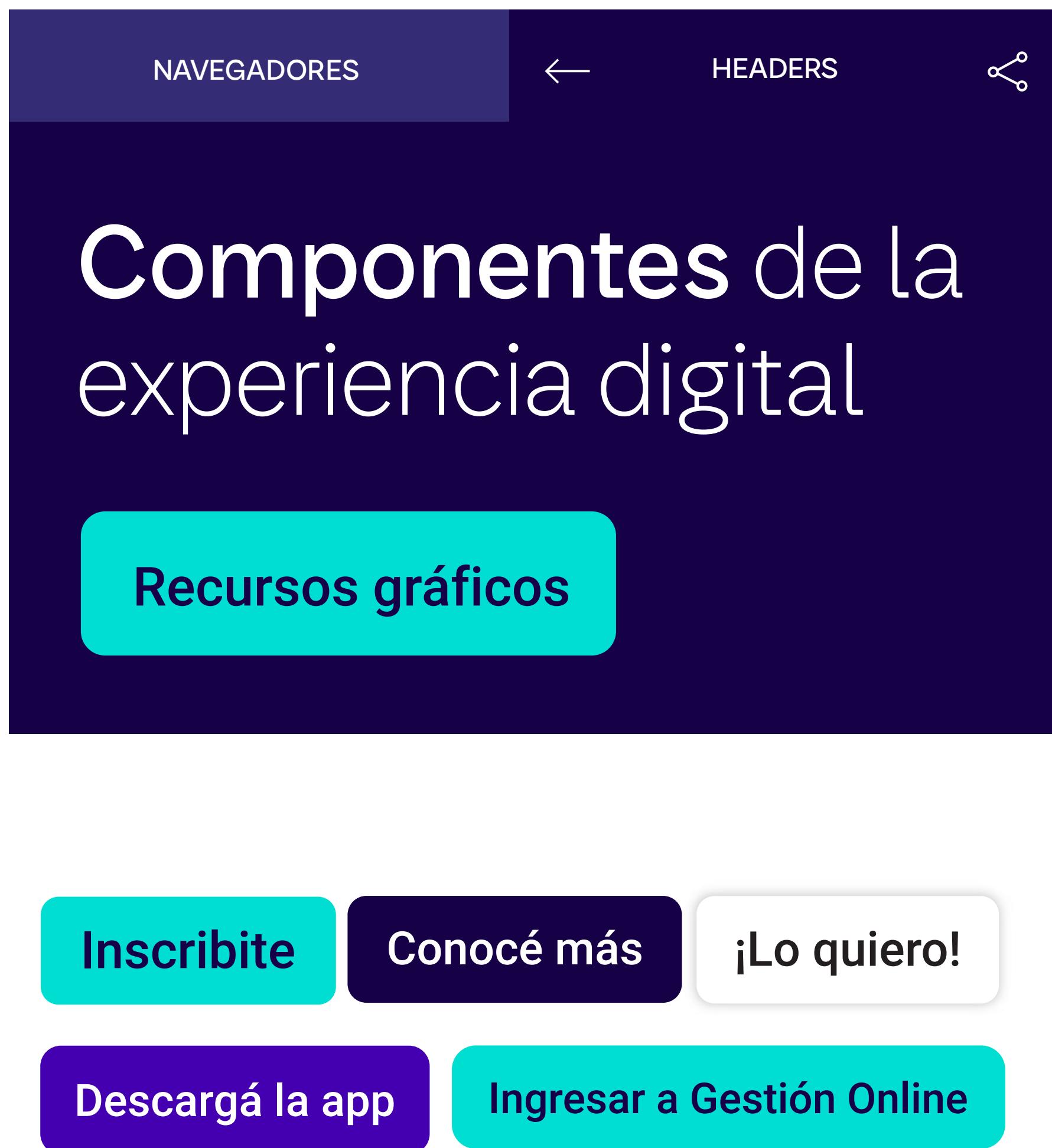
piezas digitales

## Diseño de CTA

Sumado al sistema gráfico planteado anteriormente, los botones o CTA para piezas digitales son rectangulares y con vértices redondeados.

La tipografía utilizada es Roboto Medium, en minúscula. La caja se adapta al largo de la palabra y tiene siempre los mismos márgenes alrededor de la frase o palabra.

**Aclaración: el diseño correcto del nuevo CTA es el de vértices redondeados en todas las piezas digitales que se realicen.**



# Elementos gráficos

**Renacemos en la era digital.**

Todo nuestro sistema gráfico se desarrolla a partir de los elementos que componen el universo digital: ventanas flotantes, botones, barras de búsquedas, íconos, etc.

# Nos inspira el mundo digital



## y los usuarios

NAVEGADORES



HEADERS



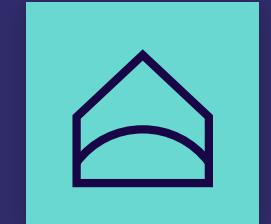
## Componentes de la experiencia digital

Recursos gráficos

## Ventanas flotantes

## Cards & pop ups

Estructuran nuestros diseños



# e. estilo fotográfico

tomas institucionales  
tomas corporativas

# Estilo fotográfico

En este capítulo vamos a generar lineamientos y guías de cómo abordar una toma fotográfica, ya sea desde una producción propia hasta cómo elegir una imagen de banco.



estilo fotográfico

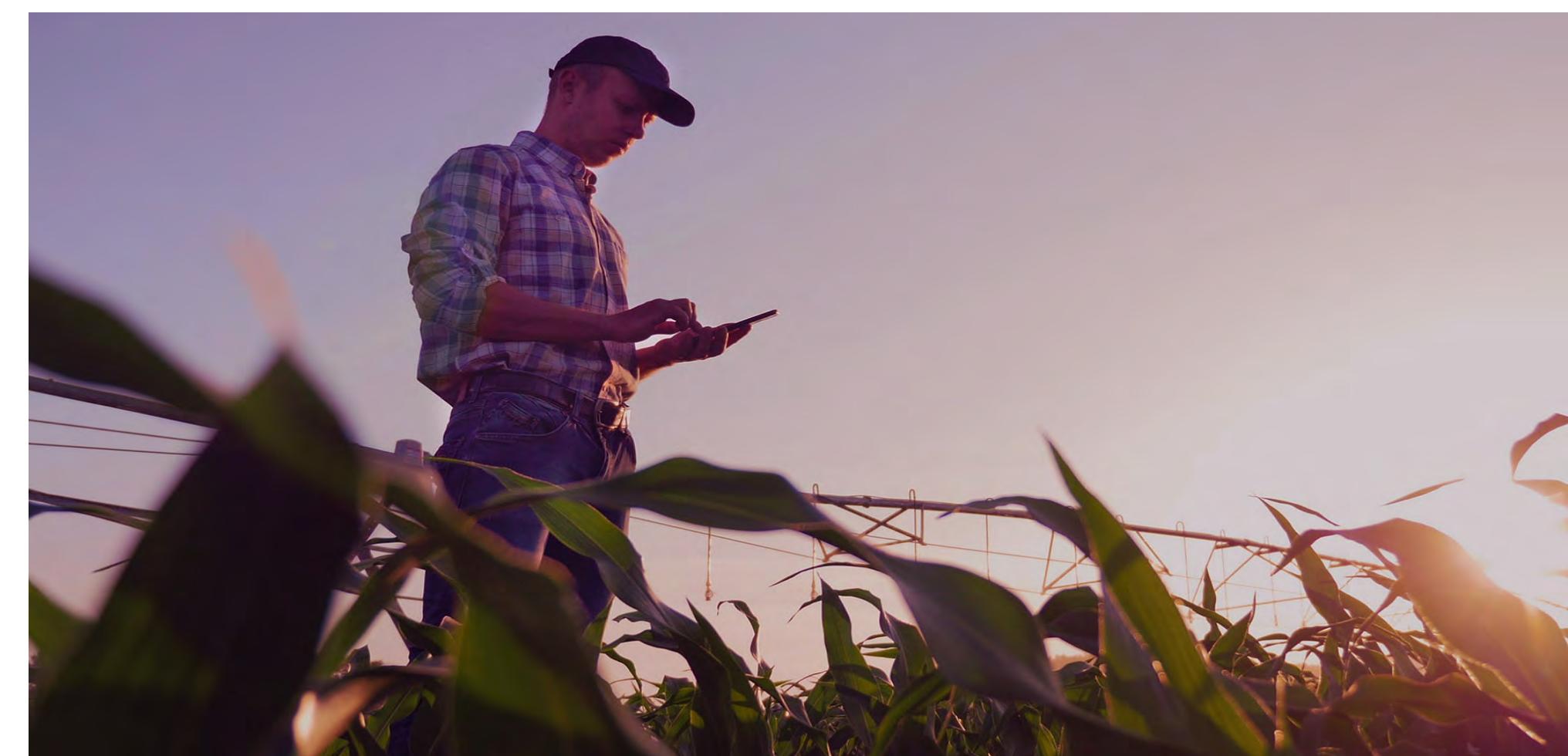
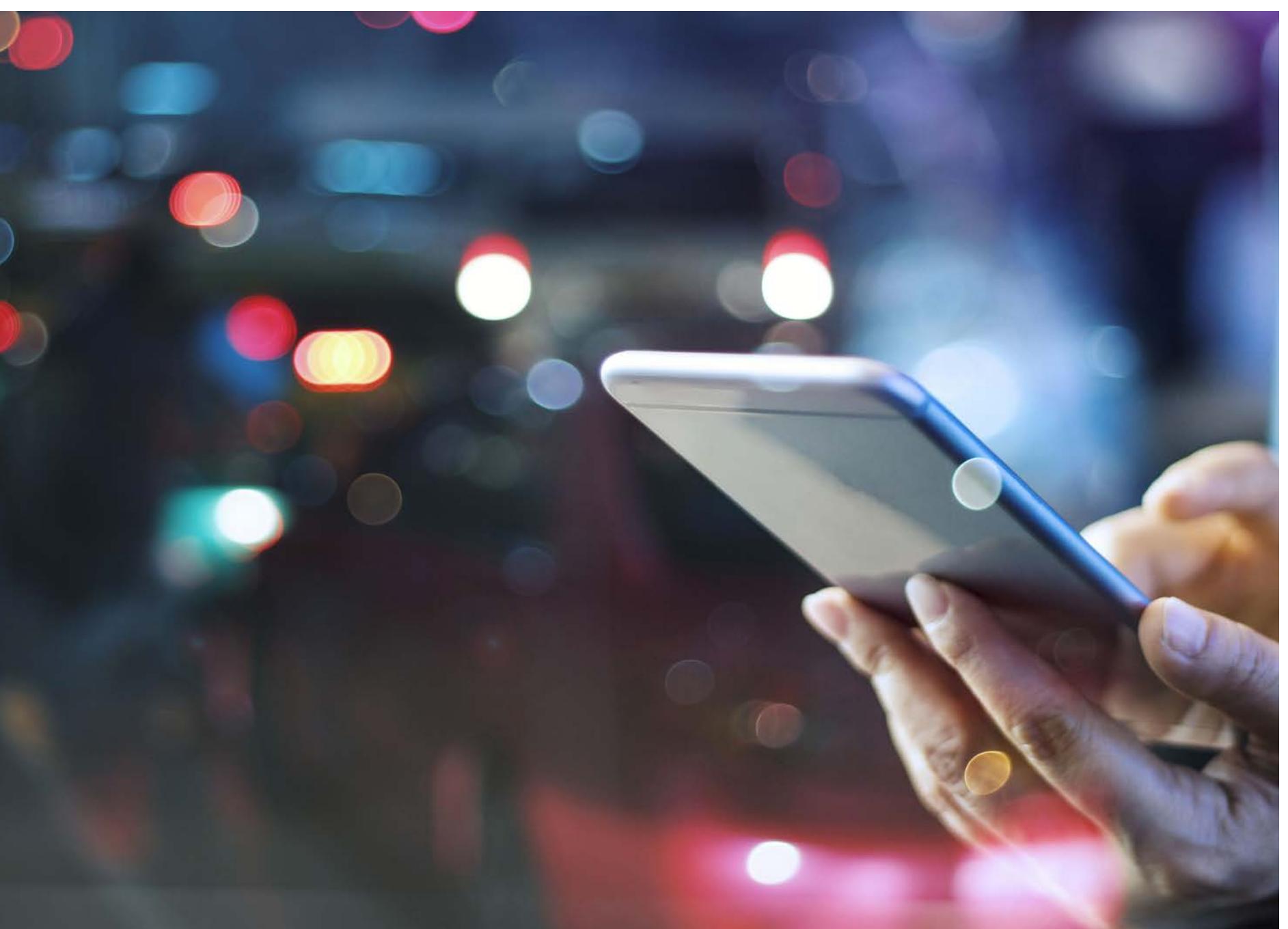
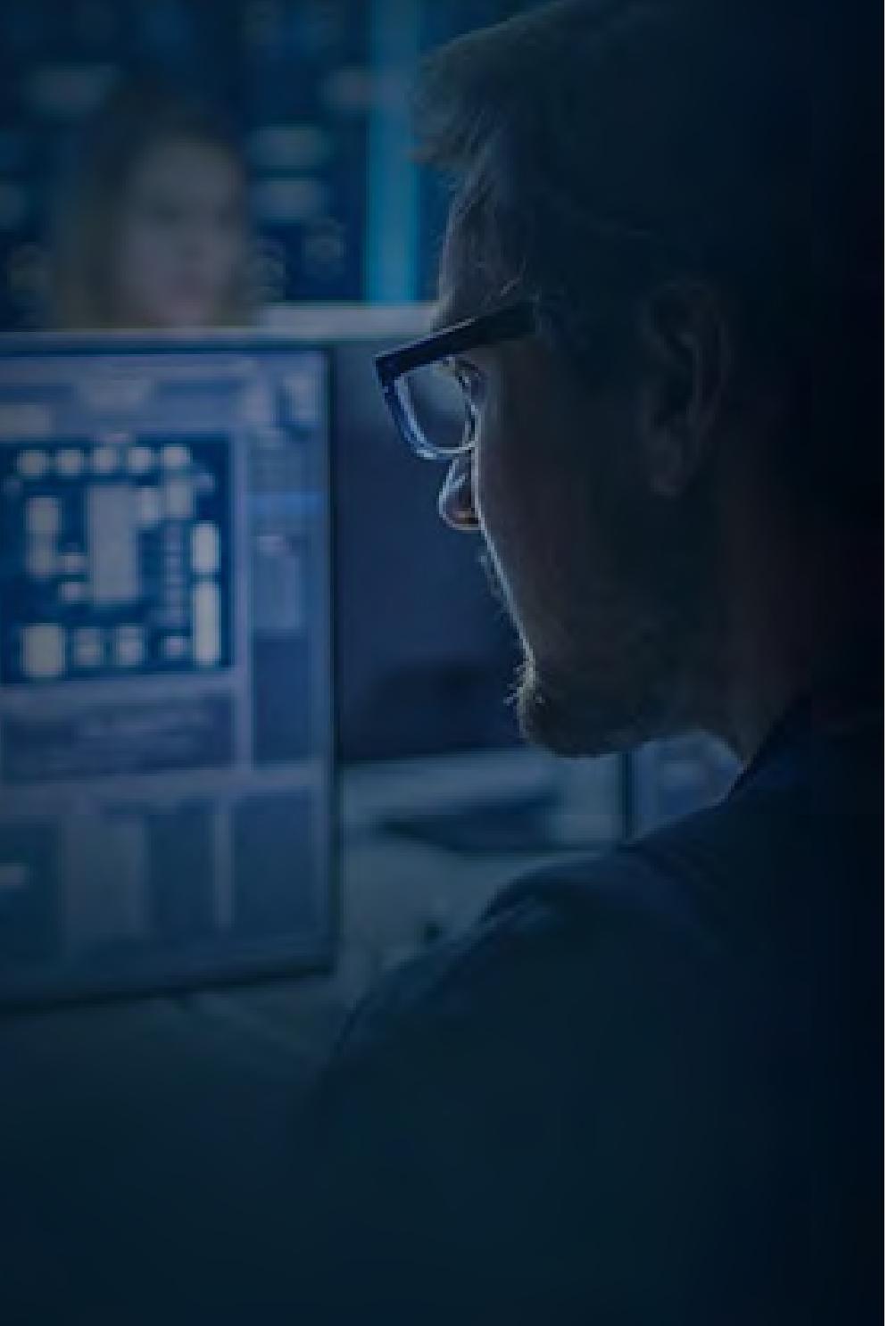
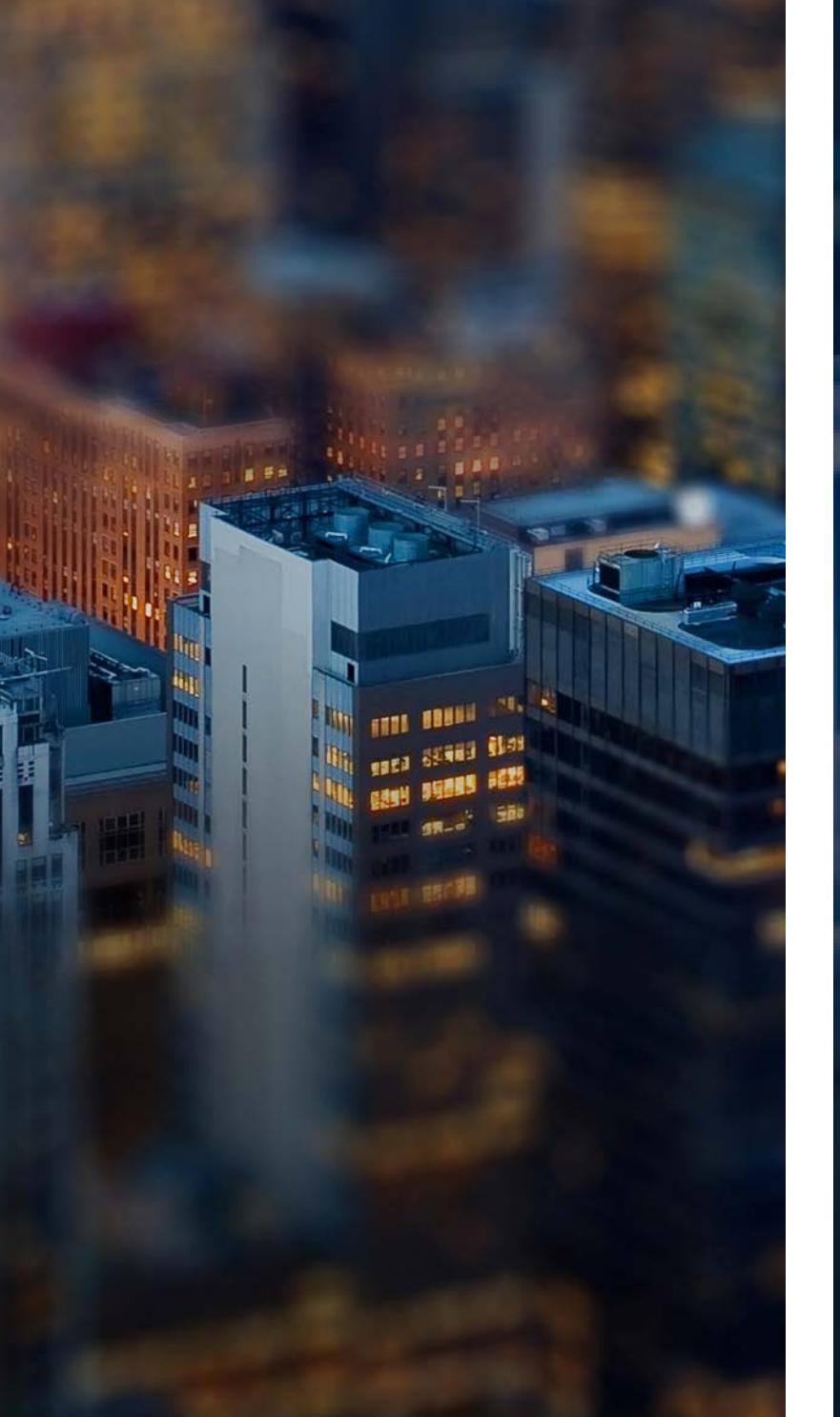
## Imágenes corporativas

El uso de la fotografía para Telecom viene a aportar infraestructura, solidez, tecnología, futuro e inversión. Es importante que las tomas sean espectaculares pero al mismo tiempo minimalistas. Puede mostrar una panorámica o mismo un detalle de un edificio, una antena o cualquier obra de infraestructura

Pueden usarse fotografías centales e incluso satelitales. Pueden ser diurnas con presencia del violeta en el cielo o nocturna con las luces vibrando. En general no se muestran personas.

El uso de la fotografía para mostrar subproductos de la marca incluye la importancia de las personas en el funcionamiento de la marca. Desde ejecutivos en oficinas, emprendedores desestructurados hasta trabajadores en obras de infraestructura.

También muestra imágenes mostrando acción y velocidad para servicios de conexión y áreas de logística.



024

# productos

telecomunicaciones

soluciones IT

puntos de venta

# Productos

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam ante arcu, sollicitudin at auctor id, convallis eu neque. Proin sagittis risus id mauris scelerisque, quis varius nisi bibendum. Etiam cursus enim et ornare consequat. Fusce vel dui vitae massa convallis ullamcorper. Curabitur maximus, est quis sodales eleifend, magna odio accumsan magna, a tempor massa metus id tortor.

telecm

# Temas dentro de los productos

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam ante arcu, sollicitudin at auctor id, convallis eu neque. Proin sagittis risus id mauris scelerisque, quis varius nisi bibendum. Etiam cursus enim et ornare consequat. Fusce vel dui vitae massa convallis ullamcorper. Curabitur maximus, est quis sodales eleifend, magna odio accumsan magna, a tempor massa metus id tortor.



## Conectividad

Servicios de alta disponibilidad con múltiples velocidades.



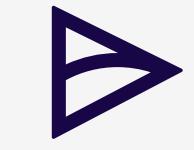
## Comunicaciones

La más amplia cobertura en servicios de voz y datos.



## Seguridad

La protección y el respaldo que tu empresa necesita.



## Video & Media

Televisión por cable y distribución de contenidos multimedia.



## Cloud

Soluciones para gestionar tu negocio, estés donde estés.



## Soluciones IoT

Interconexión de dispositivos para el seguimiento de tu negocio.

# Construcción print y vía pública

Para captar la atención de nuestro público y preservar la identidad de marca es importante que respetemos una serie de lineamientos:

- La fotografía debe ocupar el 95% del espacio.
- El pop-up con textos debe pisar la fotografía y ocupar entre el 25% y 30% de la pieza.
- El logotipo debe ir siempre centrado.
- En caso de que haya una solapa para producto en el header, se destinará siempre más del 50% a la marca.

Aviso horizontal (séxtuple)

Logo centrado



# Construcción print y vía pública

Para captar la atención de nuestro público y preservar la identidad de marca es importante que respetemos una serie de lineamientos:

- La fotografía debe ocupar el 95% del espacio.
- El pop-up con textos debe pisar la fotografía y ocupar entre el 25% y 30% de la pieza.
- El logotipo debe ir siempre centrado.
- En caso de que haya una solapa para producto en el header, se destinará siempre más del 50% a la marca.

Aviso vertical



Aviso cuadrado



# Construcción banners digitales

Para captar la atención de nuestro público y preservar la identidad de marca es importante que respetemos una serie de lineamientos:

- El logotipo debe ir centrado, salvo en las versiones horizontales donde puede ir alineado a la izquierda.
- Los textos deben ocupar al menos el 50% del espacio.
- Los avisos deberán cerrar siempre con un call to action (botón rectangular).

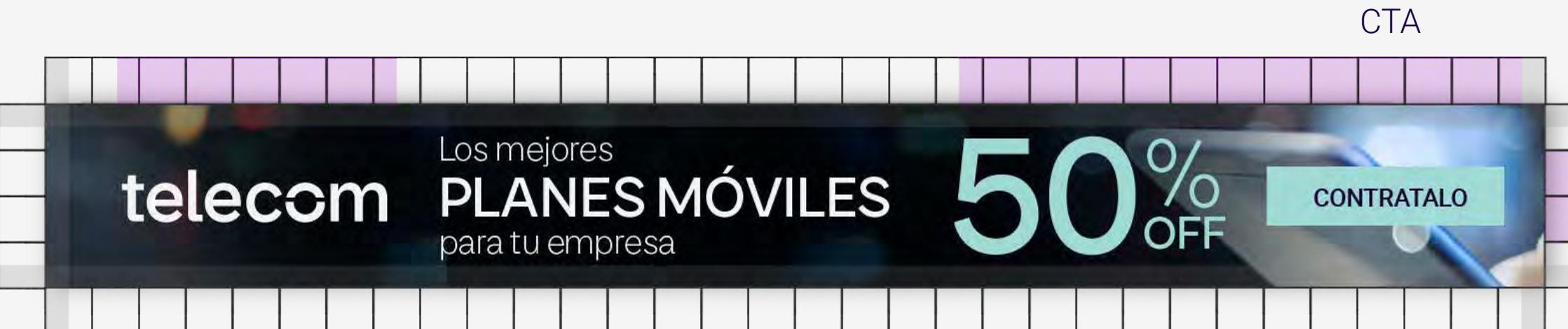
Aviso vertical



Texto

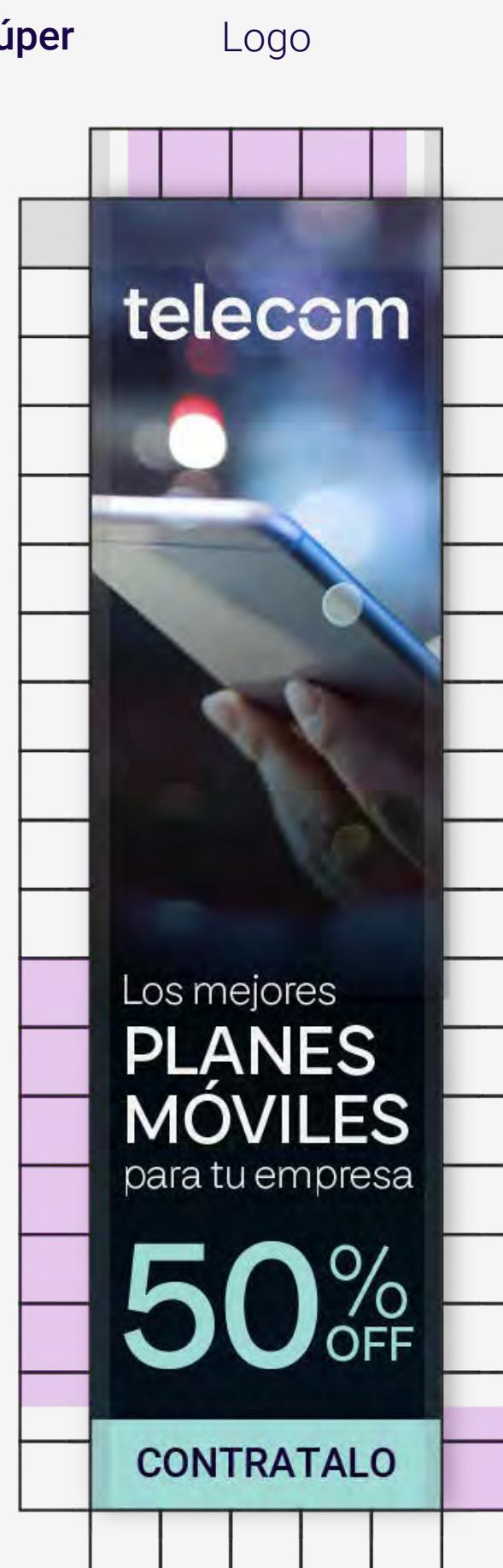
Logo

Aviso super horizontal



Logo alineado izq.

Aviso super vertical



Logo

Texto



CTA

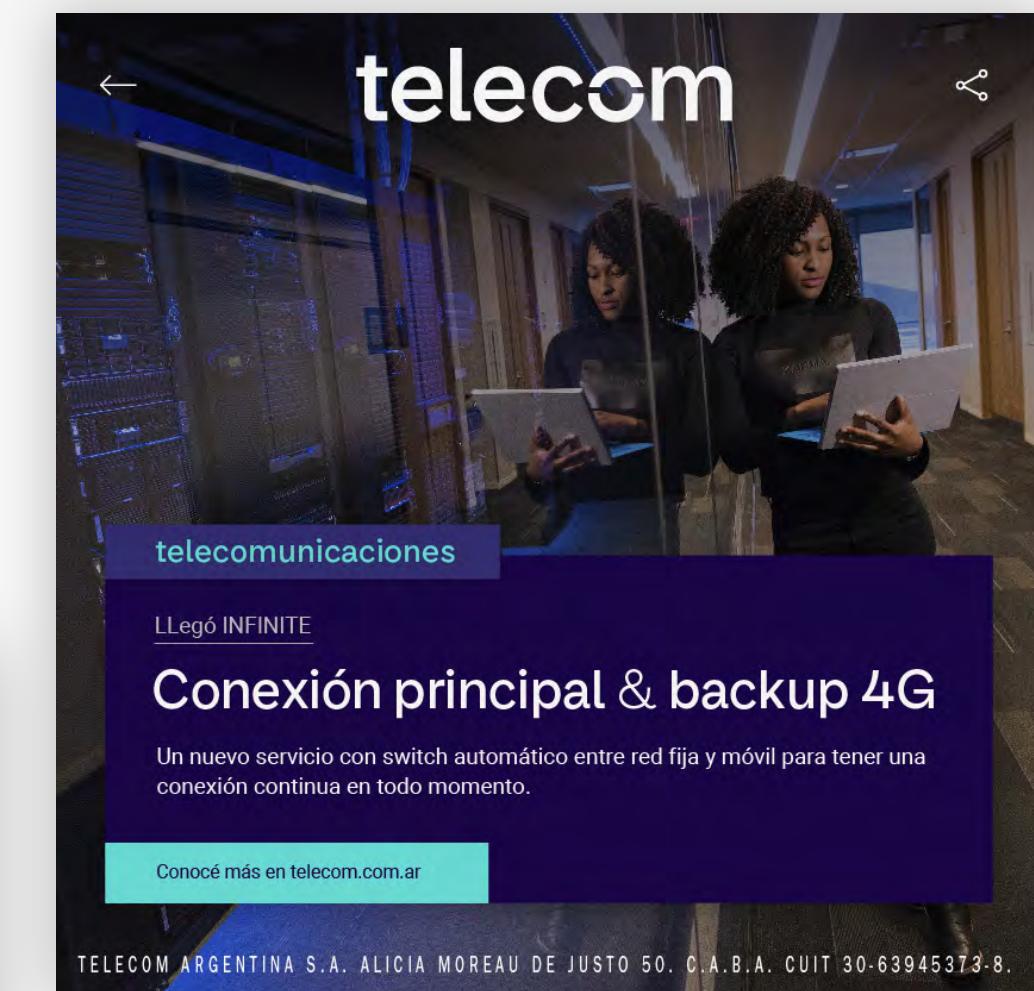
a. telecomu-  
nicaciones

b. solucion

**telecomunicaciones**

# Print y vía pública

Una de las mejores maneras de llegar a las personas es a través de anuncios en la vía pública o impresos. Para poder captar la atención de nuestro público y preservar la identidad de marca es importante que respetemos una serie de lineamientos.



## telecomunicaciones

## Banners digitales

Uga. Et laut autat untet entur, non  
re autendis reicimped ut qui con  
pratasitatur repuditatum restrum, ut  
laborerum dolo essimin reptatiasit et

aut vel int, comnita turestiae omnimol  
oriorporro te nus doluptum, cullorepudia  
expeliquias quodi cum di cus aut offic  
tem quo commia.



descargar:  
plantilla piezas

uni-  
ones

b. soluciones IT

c. punto

**soluciones IT**

# Print y vía pública

Una de las mejores maneras de llegar a las personas es a través de anuncios en la vía pública o impresos. Para poder captar la atención de nuestro público y preservar la identidad de marca es importante que respetemos una serie de lineamientos.

**telecom****soluciones IT**

## Transformá tu negocio

Con Soluciones IoT hacé tu negocio más eficiente gracias a la generación y análisis de la información de tu empresa a través de metering.

[Conocé más en \[telecom.com.ar\]\(#\)](#)**telecom****soluciones IT**

## Transformá tu negocio

Con Soluciones IoT hacé tu negocio más eficiente gracias a la generación y análisis de la información de tu empresa a través de metering.

[Conocé más en \[telecom.com.ar\]\(#\)](#)

TELECOM ARGENTINA S.A. ALICIA MOREAU DE JUSTO 50. C.A.B.A. CUIT 30-63945373-8.

**telecom****soluciones IT**

## Inteligencia para conectarte a tu flota

Obtené información en tiempo real sobre tu flota, con seguridad para tomar mejores decisiones más rápido.

[Conocé más en \[telecom.com.ar\]\(#\)](#)

TELECOM ARGENTINA S.A. ALICIA MOREAU DE JUSTO 50. C.A.B.A. CUIT 30-63945373-8.

**telecom****soluciones IT**

## La **seguridad** que tu negocio necesita

[Seguridad Perimetral](#)[Protección de usuarios](#)[Seguridad en la nube](#)[Ciberseguridad](#)

TELECOM ARGENTINA S.A. ALICIA MOREAU DE JUSTO 50. C.A.B.A. CUIT 30-63945373-8.

## soluciones IT

## Banners digitales



descargar:  
plantilla piezas

Uga. Et laut autat untet entur, non  
re autendis reicimped ut qui con  
pratasitatur repuditatum restrum, ut  
laborerum dolo essimin reptatiasit et

aut vel int, comnita turestiae omnimol  
oriorporro te nus doluptum, cullorepudia  
expeliquias quodi cum di cus aut offic  
tem quo commia.



**soluciones IT**

# Apps

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit. Aliquam  
viverra lorem ut tincidunt commodo:

- Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit. Aliquam  
viverra lorem ut tincidunt commodo.  
Nam eget faucibus diam.
- A fringilla lacus. Proin ornare turpis  
aliquam, ullamcorper leo eget, eleifend  
velit. Maecenas purus purus.



Videovigilancia



DriveBox



Thinkfree Office

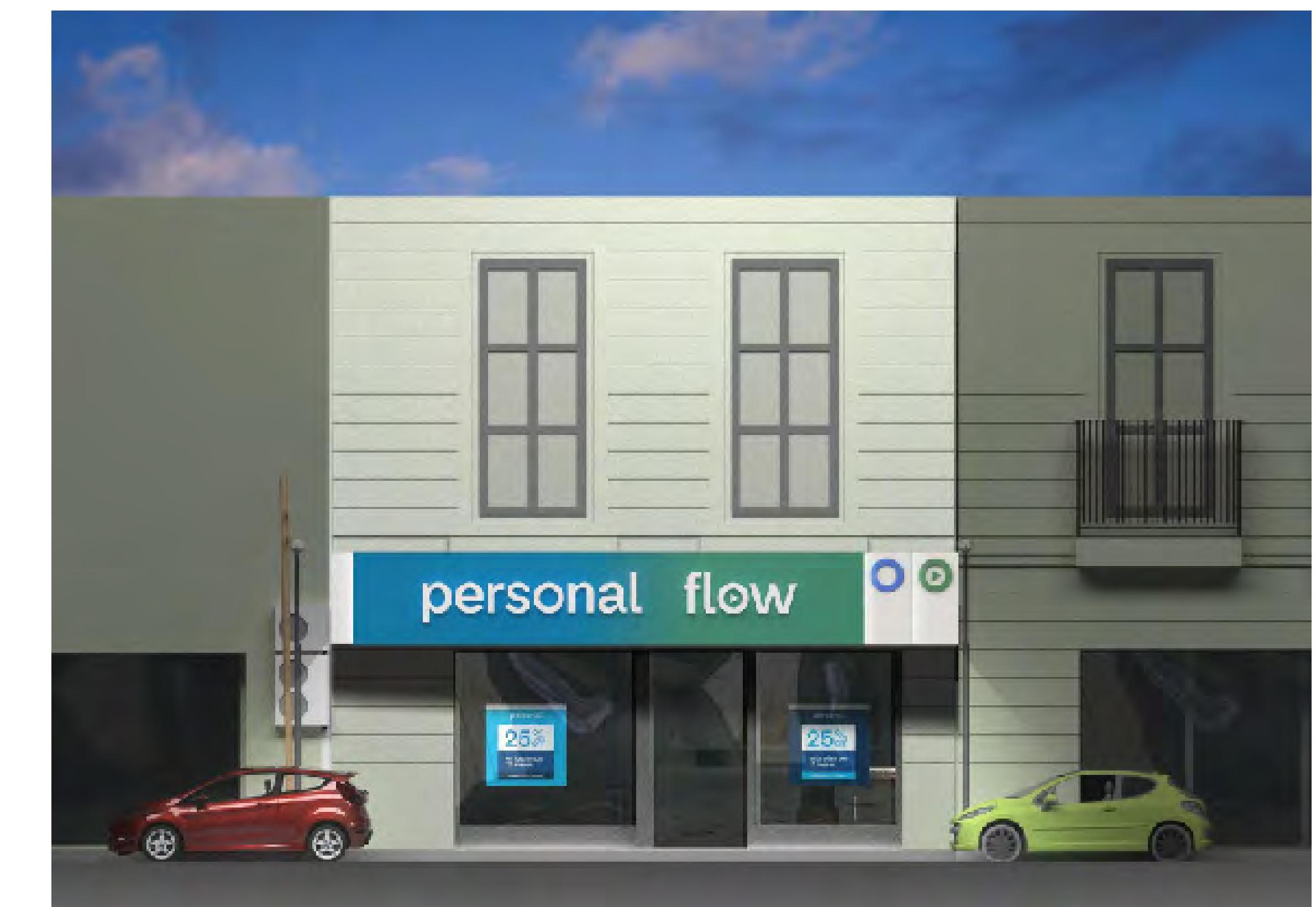
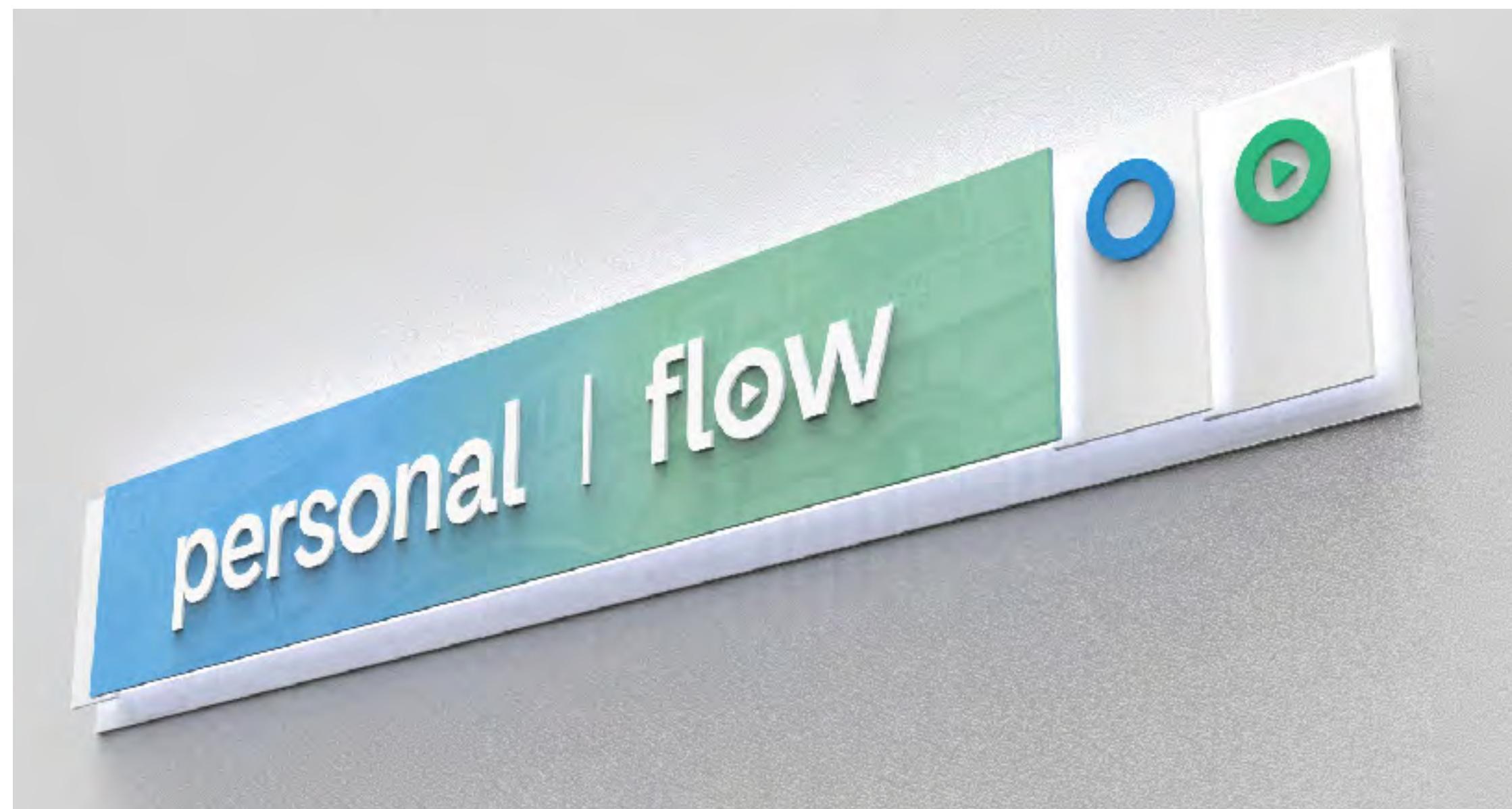
es IT

c. puntos de venta

## Puntos de venta

Los puntos de venta son los lugares en donde más debe vivirse una experiencia del usuario asociada plenamente con nuestra marca. Es por eso que su diseño debe ser sumamente cuidadoso, asegurando un customer journey impactante, agradable y en línea con nuestros valores y creencias.

Aquí les presentaremos algunos lineamientos de diseño clave para lograr estos objetivos en nuestros puntos de venta.



05

sponsoreo

---

# Sponsoreo

Cuando desde Telecom decidimos sponsorear alguna iniciativa es porque realmente creemos en sus beneficios y sus causas. En estos casos es importante mantener la proporción de las marcas involucradas, ya que no solamente se trata de mostrar a Personal, sino también a los eventos que sponsreamos.

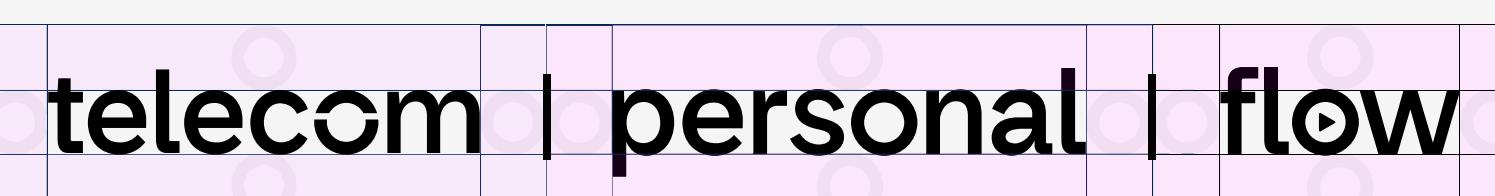
Aplicación en convivencia entre 2 o 3 marcas

Color



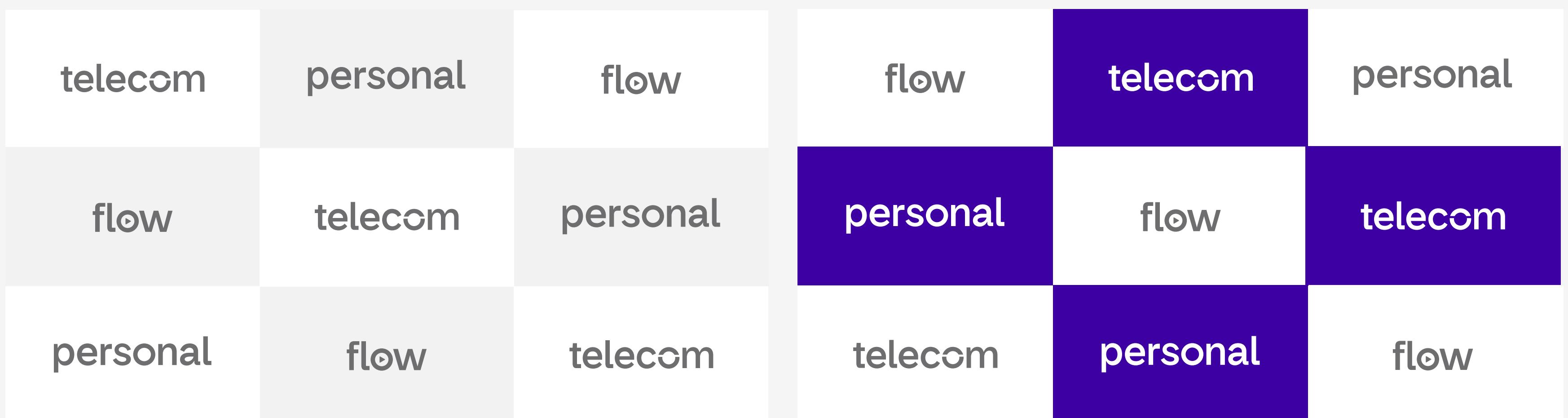
telecom | personal | flow

byn



telecom | personal | flow

Mosaico de prensa



sponsoreo

# Key Visual

En las piezas digitales que realicemos sobre sponsoreos, se deben utilizar alguno de estos 3 key visual.

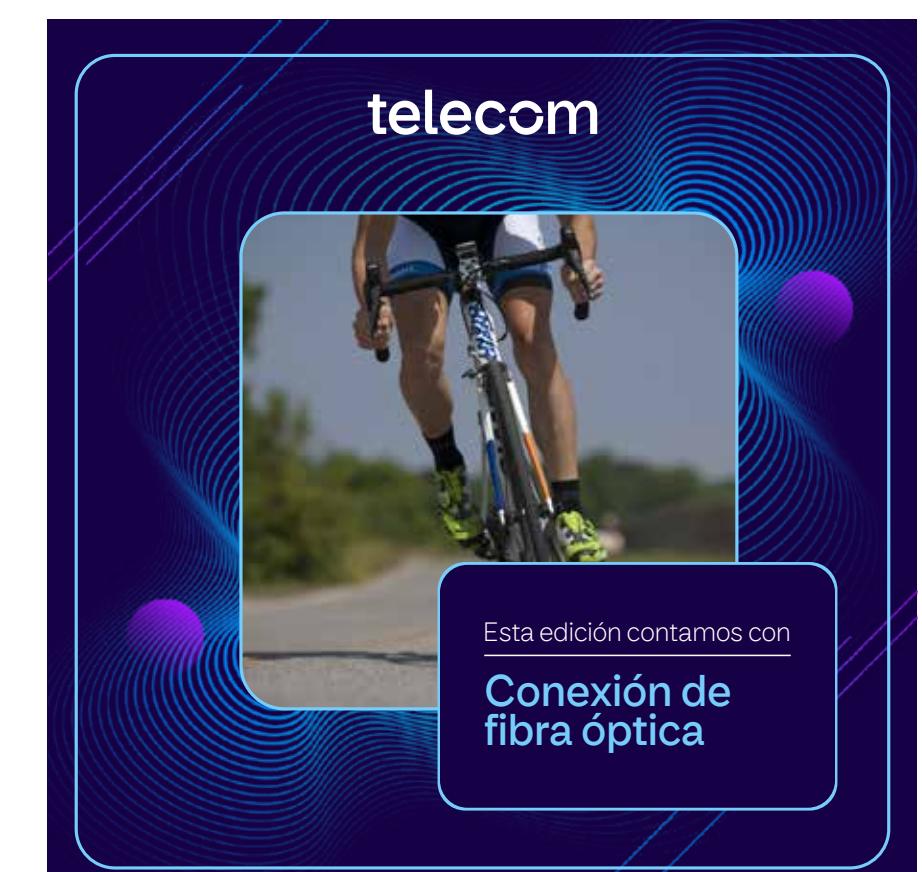
## Fútbol



## Otros deportes



## Otros deportes



## Fútbol





Despedida



Hemos llegado al final de  
nuestro manual de marca...  
**¡Pero es solo el comienzo!**

Ya estás listo para **darle vida a Telecom.**

Nuestra marca va a vibrar y a conectarse  
con las personas con todo lo que hagas.  
¡Te invitamos a vivir esta responsabilidad  
como un **hermoso desafío!**

Gracias por acompañarnos  
hasta acá y por animarte a  
darle vida a nuestra marca.

Desde hoy, Telecom  
también **sos vos**.

# telecom visual ID

**empresas** | Guía de estilo 2021

06

# anexo

logo

key visuals

verticales

eventos



identificador visual

cierre con logotipo

## Piezas de Comunicación

La **versión principal** es la positiva sobre color violeta y su uso siempre tendrá prioridad en las aplicaciones.

La **versión secundaria** es la negativa violeta que deberá aplicar siempre sobre fondo blanco o blanco digital (#f5f5f5).

Por último, podremos usar el logo en color negro siempre sobre blanco y solo en casos excepcionales cuando existan limitaciones que impidan aplicar las versiones anteriores.

Violeta Telecom Empresas

#190646

RGB 25 / 6 / 70

CMYK 98 / 98 / 0 / 60

PANTONE 2765 C



telecom

versión principal negativa



telecom

versión secundaria positiva

color

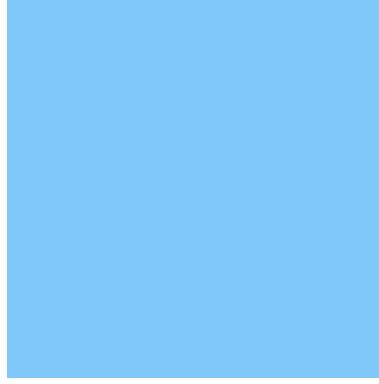
## Key visual

En los Key Visual el color violeta de Telecom Empresas debe ser el color principal. En piezas gráficas y audiovisuales al utilizar filtros u otros elementos, si bien podemos usar los colores secundarios de la paleta, debe prevalecer el color violeta.



verticales y soluciones

# Verticales



Valor Sustentable  
#96CDFA



Inversión e Infraestructura  
#6A78FA

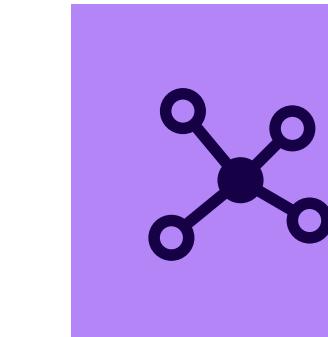


People Experience  
#F7B6D1



Soluciones Tecnológicas  
#322D6E

# Soluciones Tecnológicas



IoT  
#BC8DFF



Ciberseguridad  
#8D3BFF



Cloud  
#31E2F4



Datacenter  
#00B7FF

## Referencias

### Soluciones Tecnológicas

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam.

[Hacé más con tu negocio](#)

### Datacenter

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam.

[Hacé más con tu negocio](#)

### IoT

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam.

[Hacé más con tu negocio](#)

### Ciberseguridad

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam.

[Hacé más con tu negocio](#)

### Cloud

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam.

[Hacé más con tu negocio](#)

eventos

## Eventos propios

La comunicación de nuestros eventos tiene una estética ya definida y aprobada, que consta de fondos, uso de la paleta de colores (principal y secundaria), cajas de texto previamente diagramadas, fotos y el uso del isologo.

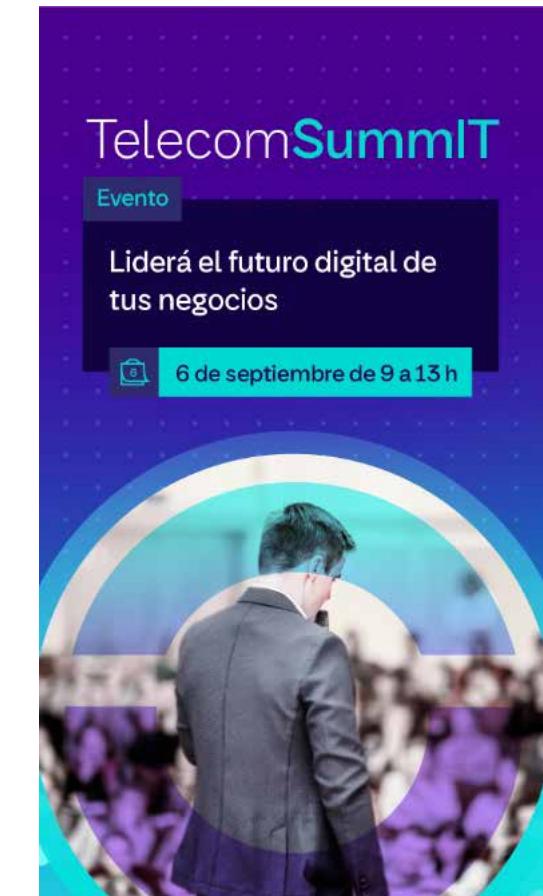


#190646   #AF8CFF   #69D8D0   #6E78FA   #96CDFA   #322D6E



#190646   #AF8CFF   #69D8D0   #6E78FA   #322D6E

### Referencias



### Referencias



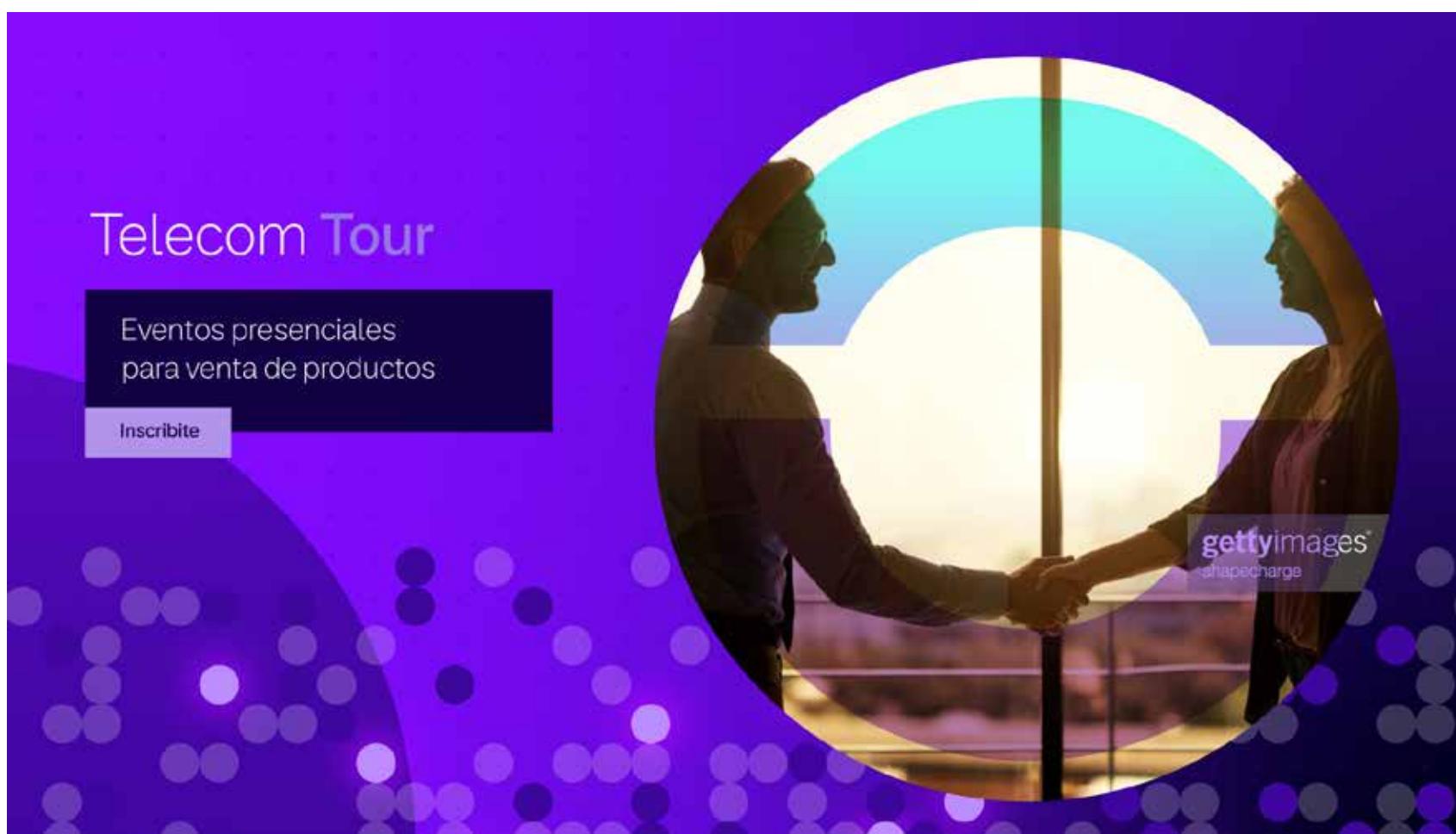
eventos

# Eventos propios

La comunicación de nuestros eventos tiene una estética ya definida y aprobada, que consta de fondos, uso de la paleta de colores (principal y secundaria), cajas de texto previamente diagramadas, fotos y el uso del ícono.



#AF8CFF  
#69D8D0  
#6E78FA  
#96CDFA  
#322D6E



#190646  
#AF8CFF  
#69D8D0  
#6E78FA

Referencias



Referencias



eventos

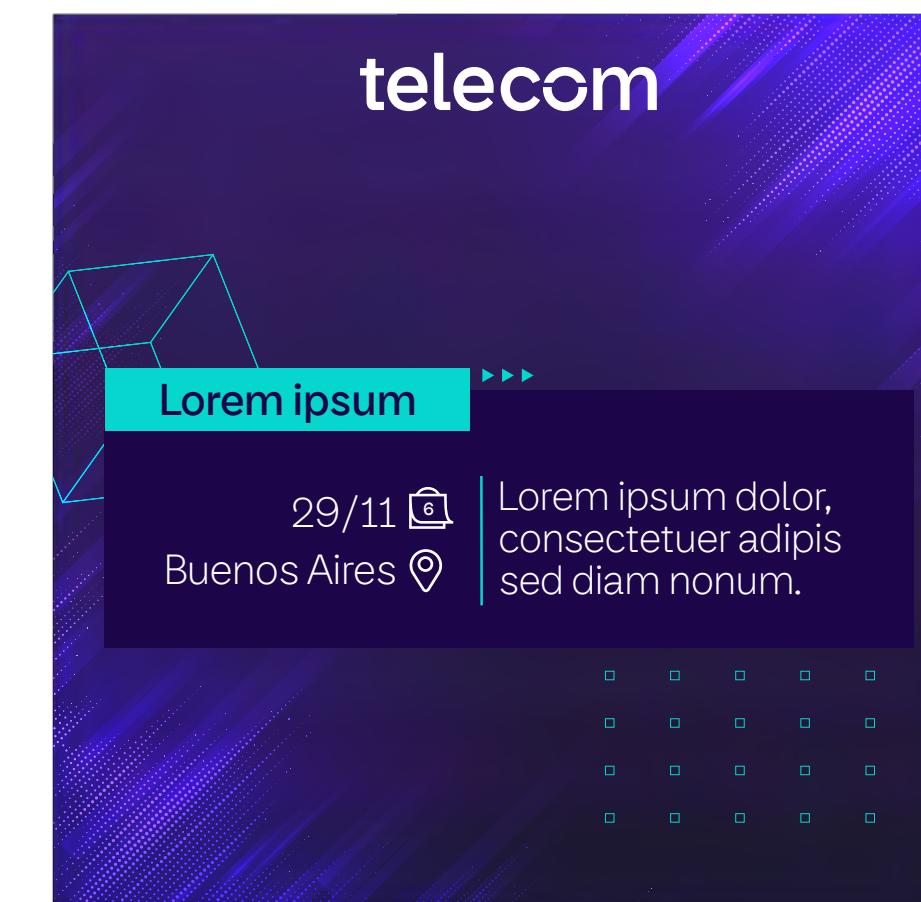
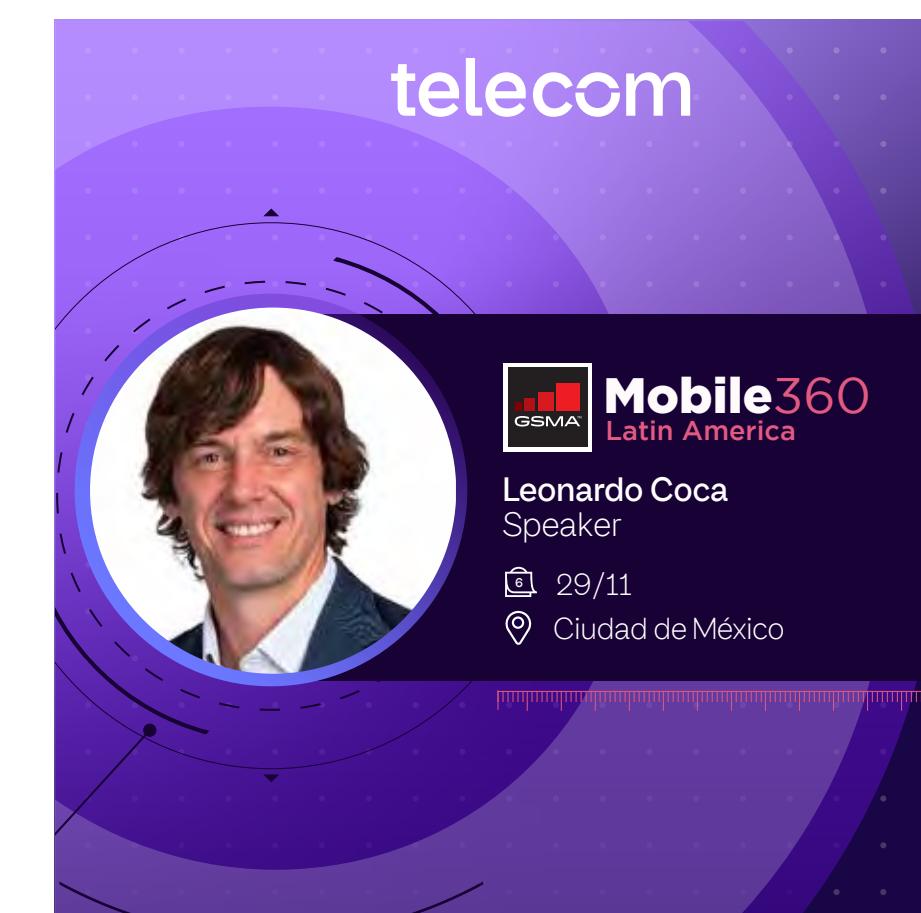
# Eventos en los que participamos

En las piezas de comunicación de eventos en los que participemos utilizaremos el logo institucional (versión positiva o negativa).

Cuando se haga mención a alguna vertical o solución tecnológica el logo que utilizaremos es el de Telecom Empresas (color).

En cuanto a los fondos, hay una propuesta de tramas abstractas, que pueden ir variando en cuanto a los colores, formas y diagramación, respetando la paleta de colores de marca y principales lineamientos estéticos del manual.

## Opciones de fondos



eventos

## Eventos

En las piezas de comunicación de eventos en los que participemos utilizaremos el logo institucional (versión positiva o negativa).

El uso de la fotografía como fondo sigue los lineamientos del estilo fotográfico de la marca. Imágenes de personas utilizando dispositivos, en diferentes situaciones de conectividad como empresas, hogar, industria, exterior.

Tomar de referencia cómo aplica el logo de nuestra marca en piezas donde convive con otros logos.

### Opciones de aplicación de logo

