



# COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES

REPÚBLICA DE COLOMBIA

**MANUAL DE  
IDENTIDAD  
VISUAL**



# COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES

REPÚBLICA DE COLOMBIA

# MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

COMISIÓN DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES

El presente manual de identidad tiene la finalidad de garantizar el correcto uso de la marca de la Comisión de Regulación de comunicaciones.

Las normas de diseño y composición de marca aquí establecidas deberán ser respetadas por todos aquellos que tengan acceso a la marca y requerán hacer uso de ella.

2024

Bogotá D.C., Colombia



# CON- TENIDO

## MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

- 1 PLANO TÉCNICO DE MANEJO DE LOGOTIPO**
- 2 COLOR**
- 3 MANEJO DE LOGOTIPO**
- 4 TIPOGRAFÍA**
- 5 CO- BRANDING**
- 6 VOCERÍA**
- 7 CUENTAS OFICIALES INSTITUCIONALES**
- 8 SOCIALIZACIÓN**

# 1 PLANO TÉCNICO DE MANEJO DE LOGOTIPO

Esta es la estructura mostrada desde su organización geométrica, aquí se puede ver como están distribuidos los espacios.

La reserva que está señalada en el siguiente gráfico deberá respetarse al momento de utilizar el logo en cualquier aplicación.

## Tamaño mínimo real



271px - 120px



## 2 | COLOR

La paleta seleccionada hace parte de un conjunto de colores que nos recuerdan tecnología, eficacia y cercanía de las personas. La conforma el magenta y el azul para recordar los colores de la página de la Entidad haciendo que nuestra imagen tenga un sentido moderno y acorde con el devenir de las comunicaciones.



### PRINCIPALES

**CMYK 0 . 89. 56. 0**  
**RGB 255. 45. 78**  
**# FF2D4E**



**CMYK 100 . 97. 21. 6**  
**RGB 43.38. 116**  
**# 2B2674**



### SECUNDARIOS

**CMYK 53 . 43. 43. 28**  
**RGB 112. 111. 111**  
**# 706F6F**



**CMYK 40 . 31. 32. 10**  
**RGB 157. 157. 156**  
**# 9D9D9C**



# 3 MANEJO DE LOGOTIPO

La caja tipográfica del logo se justifica a la izquierda

Logo completo



COMISIÓN  
DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES  
REPÚBLICA DE COLOMBIA



COMISIÓN  
DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES  
REPÚBLICA DE COLOMBIA



COMISIÓN  
DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES  
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Grises



COMISIÓN  
DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES  
REPÚBLICA DE COLOMBIA



COMISIÓN  
DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES  
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Blanco y negro



COMISIÓN  
DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES



COMISIÓN  
DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES

Logo siglas

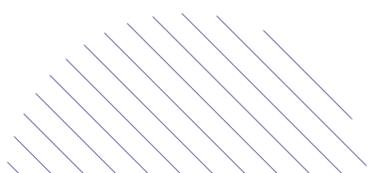


# 3 MANEJO DE LOGOTIPO

La caja tipográfica del logo  
se justifica a la izquierda



Logo siglas



# 4 TIPOGRAFÍA

La tipografía institucional es la familia Gotham, en sus variantes Book, Medium y Bold.

La constante y consistente utilización de una misma familia tipográfica favorece el inmediato reconocimiento de todas las comunicaciones del Gobierno de Colombia.

Uno de los primeros objetivos en su aplicación es poder combinar estos 3 formatos de la familia tipográfica Gotham para titulares y cuerpos de texto y copys.

Aa

Book

AaBbCcDdEe  
FfGgHhIiJjKk  
LlMmNnÑñOo  
PpQqRrSsTt  
UuVvWwXx  
YyZz

0123456  
789

Aa

Medium

AaBbCcDdEe  
FfGgHhIiJjKk  
LlMmNnÑñOo  
PpQqRrSsTt  
UuVvWwXx  
YyZz

0123456  
789

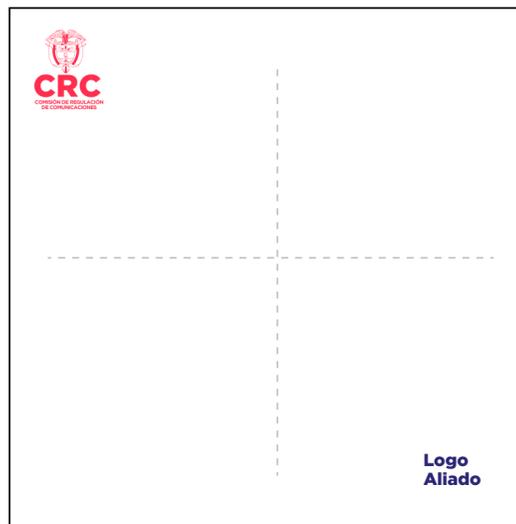
Aa

Bold

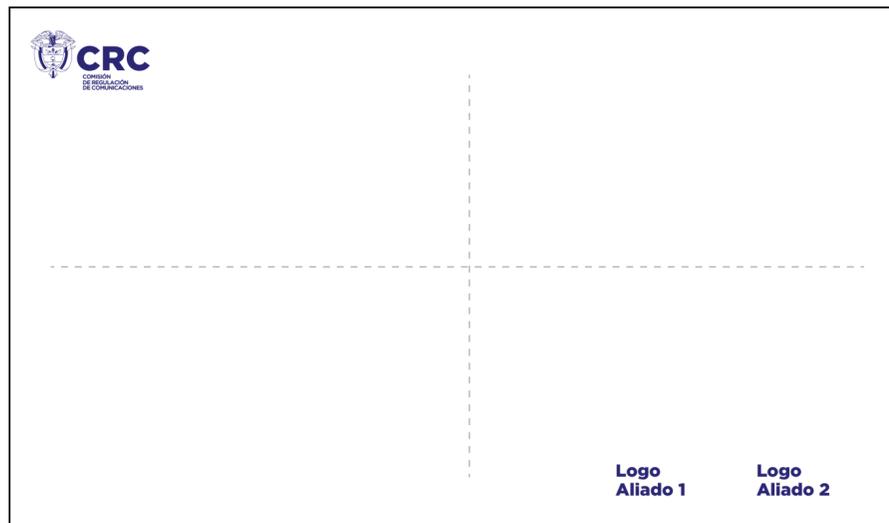
AaBbCcDdEe  
FfGgHhIiJjKk  
LlMmNnÑñOo  
PpQqRrSsTt  
UuVvWwXx  
YyZz

0123456  
789

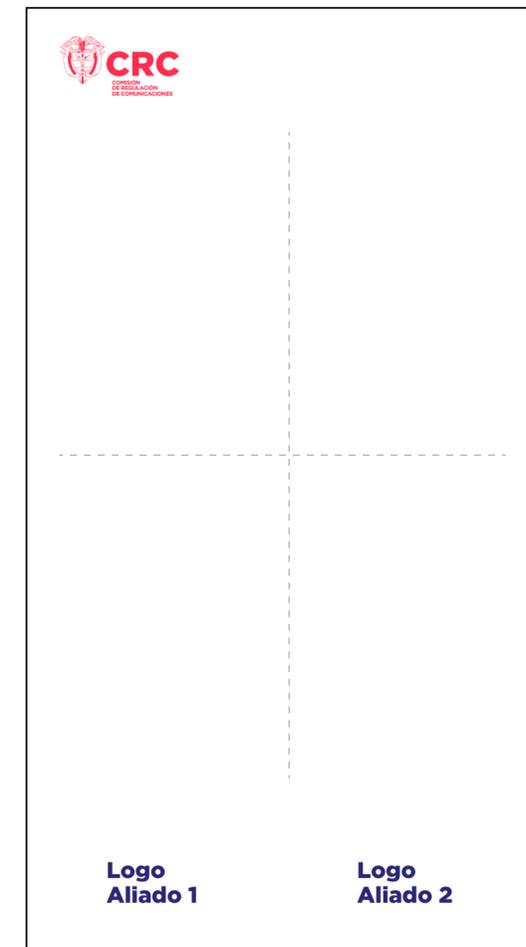
# 5 CO-BRANDING



Formato cuadrado



Formato Horizontal



Formato Vertical

# 6 VOCERÍA

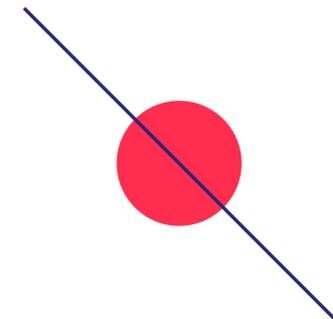
La vocería es una función crucial dentro de la entidad dado que implica la representación oficial y la comunicación de los mensajes clave, principios y posturas de la Comisión.

## ¿Quién ejerce la vocería dentro de la CRC?

Los funcionarios que ejercen como voceros y actúan como la voz autorizada de la CRC, son los Comisionados de las Sesiones de Comisión, tanto la de Comunicaciones como la de Contenidos Audiovisuales, siendo el principal el que ejerza como Director(a) Ejecutivo(a), con la posibilidad de delegar la función de vocería a otros funcionarios que ejerzan como Coordinadores o líderes cuando los temas requieran mayor detalle técnico.

## Responsabilidades del Vocero:

- Representar a la CRC en entrevistas con medios de comunicación y eventos públicos.
- Transmitir mensajes claros y coherentes sobre la gestión de la Comisión.
- Responder a consultas, críticas y comentarios de los medios de manera profesional y efectiva.
- En momentos de crisis, asumir un papel de liderazgo en la gestión de la comunicación, proporcionando información precisa y tranquilizadora tanto interna como externamente.
- Trabajar en estrecha colaboración con el equipo de Relacionamiento con Agentes para elaborar estrategias efectivas de manejo de crisis.



## ¿Cómo se ejerce la vocería dentro de la CRC?

Los funcionarios que no cuenten con funciones de vocería deben abstenerse de entregar cualquier tipo de declaración. Cuando se les presente alguna solicitud, estos deben recurrir a la Asesora de Comunicaciones y Prensa de la CRC.

Si el periodista se comunica directamente con los voceros, deben abstenerse de dar cualquier declaración y redireccionar la solicitud a la Asesora de Comunicaciones y Prensa, quien canalizará la solicitud, consultará con la Dirección, coordinará la agenda y elaborará los mensajes de apoyo.

# 7

## CUENTAS OFICIALES INSTITUCIONALES

Las cuentas autorizadas para el ejercicio de la vocería institucional de la CRC, a través de las redes sociales que son administradas por la entidad y a nombre de la misma, son:

 **@CRCCol**

 **@CRCteresponde**

 **Comisión de Regulación de Comunicaciones**

 **Comisión de Regulación de Comunicaciones - Colombia**

 **Crccol**

 **CRCCol**

 **CRCCol**

## 8 | SOCIALIZACIÓN

### Objetivo

Garantizar que el Manual de Identidad Visual de la CRC sea conocido y comprendido por todos los colaboradores y grupos de valor relevantes. Fomentar el uso correcto de la identidad visual en todas las comunicaciones y materiales de la CRC.

### 1. Página Web

**Sección Dedicada en la Página Principal**  
**Creación de una Sección Específica:** Crear una sección específica en la página principal del sitio web de la CRC titulada "Manual de Identidad Visual".

**Descripción y Objetivos:** Explicar brevemente la importancia del manual y su rol en mantener la coherencia visual de la marca CRC.

**Descarga del Manual:** Proporcionar un enlace para descargar el manual en formato PDF.

**Recepción de comentarios:** Los comentarios se recibirán hasta el próximo miércoles 26 de junio al correo electrónico: [atencioncliente@crcom.gov.co](mailto:atencioncliente@crcom.gov.co)

### 2. Redes Sociales

Invitar a los grupos de valor de la CRC a consultar y comentar la nueva versión del Manual de Identidad Visual. Los comentarios se recibirán hasta el próximo miércoles 26 de junio al correo electrónico:

[atencioncliente@crcom.gov.co](mailto:atencioncliente@crcom.gov.co)

**Lanzamiento Oficial:** Realizar publicaciones en todas las redes sociales de la CRC (Facebook, X, TikTok, LinkedIn e Instagram) anunciando el lanzamiento del manual.

**Post Informativos:** Crear una serie de publicaciones destacando diferentes secciones del manual, como el uso correcto del logotipo, colores corporativos, tipografía, etc.

**Historias y Reels:** Utilizar historias y reels para compartir contenido dinámico y visualmente atractivo sobre el manual.

# 8 | **SOCIALIZACIÓN**

## 3. Mailing

### Campaña de Correo Electrónico

Calle 59A BIS No. 5-53, Edificio Link Siete Sesenta, piso 9  
Bogotá, D.C.

Código postal 110231 - Teléfono +57 601 319 8300

Línea gratuita nacional 018000 919278

**Continuación:** Anexo Estrategia de Socialización del Manual de Identidad Visual de la CRC Página 2 de 2

**Revisión:** 14 Aprobado: Coordinación Relacionamiento con Agentes Vigencia: 08/08/2022

Invitar a los grupos de valor de la CRC a consultar y comentar la nueva versión del Manual de Identidad Visual. Los comentarios se recibirán hasta el próximo miércoles 26 de junio al correo electrónico: [atencioncliente@crcom.gov.co](mailto:atencioncliente@crcom.gov.co)

**Correo de Lanzamiento:** Enviar un correo electrónico a los colaboradores y grupos de valor de la CRC anunciando el lanzamiento del manual, incluyendo un enlace para descargarlo.

## 4. Socialización Interna

Publicar en la Intranet el manual para conocimiento de todos los colaboradores, proporcionar un enlace para descargar el manual en formato PDF.

Enviar piezas gráficas, a través del correo electrónico de Comunicación Interna, para que los colaboradores conozcan el nuevo manual y sea aplicado en los documentos que se expidan tanto internos como externos.

A través de Viva Engage dar a conocer el manual para conocimiento de todos los colaboradores, acompañado de una pieza gráfica.

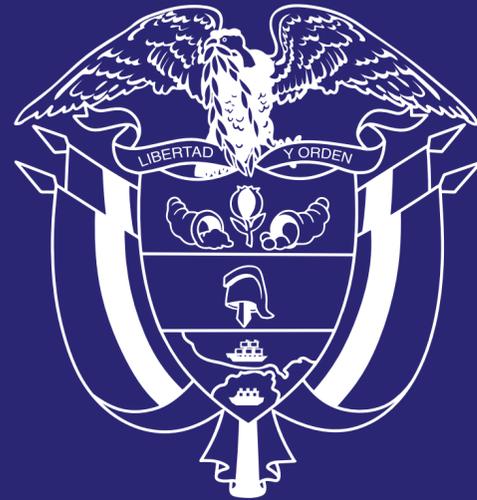
## 5. Monitoreo y Evaluación

**Análíticas Web:** Monitorear las visitas y descargas del manual desde la página web.

**Interacción en Redes Sociales:** Evaluar el engagement (me gusta, comentarios, compartidos) en las publicaciones relacionadas con el manual.

**Tasa de Apertura y Click-Through Rate (CTR):** Analizar las métricas de apertura y CTR de los correos electrónicos enviados.

**Feedback Recibido:** Revisar y analizar el feedback recibido para identificar áreas de mejora.



# COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES

REPÚBLICA DE COLOMBIA

**MANUAL DE  
IDENTIDAD  
VISUAL**