



# Universidad Politécnica de Cartagena

convivencia  
de marca

## 1. Elementos base de identidad

- 1.01 Marca principal. Presentación
- 1.02 Símbolo. Reproducción cromática
- 1.03 Colores de identidad.
  - Codificación y formulación cromática
- 1.04 Variaciones de color de la marca principal sobre fondos corporativos y fotográficos
- 1.05 Variaciones de color de la marca principal sobre fondos de distintas intensidades
- 1.06 Marca principal. Sistema de espacios
- 1.07 Tipografía de uso general
- 1.08 Tipografía de uso en ofimática
- 1.09 Usos incorrectos
- 1.10 Usos incorrectos (continuación)

## 2. Papelería

- 2.01. Papelería del Rector. Presentación
- 2.02. Carta, primera y segunda hoja
- 2.03. Tarjeta
- 2.04. Hoja DIN A5 y tarjetón
- 2.05. Saluda
- 2.06. Sobres DIN DL
- 2.07. Sobre DIN C5
- 2.08. Sobre DIN C4
- 2.09. Normalización de formatos
- 2.10. Papelería de uso general. Presentación
- 2.11. Carta primera hoja
- 2.12. Carta segunda hoja
- 2.13. Carta. Guía de mecanografiado
- 2.14. Carta. Modelo de departamento
- 2.15. Tarjetas. Modelo de uso general, vicerrector y departamento
- 2.16. Tarjetón Vicerrector
- 2.17. Sobres DIN DL con y sin ventana
- 2.18. Sobre DIN C5
- 2.19. Sobre DIN C4
- 2.20. Hoja de informes (word)
- 2.21. Fax
- 2.22. Carpeta de uso genral
- 2.23. Portada de informes
- 2.24. Carpetas de archivo
- 2.25. Papelería de Escuelas y Facultades. Presentación
- 2.26. Carta, primera hoja. Norma general de gráfica
- 2.27. Carta, primera y segunda hoja
- 2.28. Carta. Guía de mecanografiado
- 2.29. Tarjetas. Norma general de gráfica
- 2.30. Tarjetas
- 2.31. Sobres DIN DL. Norma general de gráfica
- 2.32. Sobres DIN DL con y sin ventana
- 2.33. Sobre DIN C5. Norma general de gráfica

- 2.34. Sobre DIN C5
- 2.35. Sobre DIN C4. Norma general de gráfica
- 2.36. Sobre DIN C4
- 2.37. Papelería word. Norma general de gráfica
- 2.38. Papelería word
- 2.39. Fax. Norma general de gráfica
- 2.40. Fax

## 3. Impresos

- 3.01. Impresos de actividad. Normas generales
- 3.02. Impresos de actividad. DIN A4
- 3.03. Impresos de actividad. DIN A5
- 3.04. Impresos de actividad. Otros formatos
- 3.05. Carpeta de asunto
- 3.06. Bloc DIN A4
- 3.07. Bloc DIN A5
- 3.08. Sellos de caucho institucionales
- 3.09. Sellos de caucho de actividad
- 3.10. Etiquetas de envío
- 3.11. Cinta adhesiva

## 4. Convivencia de marca

- 4.01. Convivencia de marcas. Presentación
- 4.02. Convivencia de marca con marcas cerradas compactas. Configuración horizontal
- 4.03. Convivencia de marca con marcas abiertas no compactas. Configuración horizontal
- 4.04. Convivencia de marcas con marcas cerradas y abiertas
- 4.05. Convivencia de marca con marcas cerradas compactas. Configuración vertical
- 4.06. Convivencia de marca con marcas abiertas no compactas. Configuración vertical
- 4.07. Convivencia de marca con marcas cerradas y abiertas. Configuración vertical

## 5. Publicaciones

- 5.01 Introducción y formatos
- 5.02 Colores corporativos y gama cromática complementaria
- 5.03 Tipografía
- 5.04 Publicaciones de la Universidad. Presentación
- 5.05 Banda identificativa. Construcción
- 5.06 Publicaciones de la Universidad. Banda identificativa. Proceso de configuración
- 5.07 Publicaciones de la Universidad. Banda identificativa. Normas de aplicación según formatos
- 5.08 Publicaciones de la Universidad. Banda identificativa. Aplicación a los formatos normalizados

- 5.09 Banda identificativa, modelo A. Aplicación al formato 500 x 700 mm
- 5.10 Banda identificativa, modelo B. Aplicación al formato DIN A4 (297 x 210 mm)
- 5.11 Banda identificativa, modelo C. Aplicación a los formatos DIN A5 (148 x 210 mm) y 104 x 29 mm
- 5.12. Banda identificativa, modelo D. Aplicación al formato 100 x 210 mm
- 5.13 Publicaciones de las Escuelas y Facultades. Banda identificativa. Presentación
- 5.14 Publicaciones de las Escuelas y Facultades. Banda identificativa. Proceso de configuración
- 5.15 Publicaciones de las escuelas y facultades. Banda identificativa. Normas de aplicación según formatos
- 5.16 Publicaciones de las escuelas y facultades. Banda identificativa. Composición de los nombres de las escuelas o facultades
- 5.17 Publicaciones de las escuelas y facultades. Ejemplo
- 5.18 Contraportadas
- 5.19 Publicaciones conjuntas con otras instituciones. Identificación en contraportadas

## 6. Presentación PowerPoint y página web

- 6.01. Presentación PowerPoint. Tipografía y colores
- 6.02. Presentación PowerPoint. Elementos gráficos
- 6.03. Presentación PowerPoint. Diapositiva de inicio y de cierre
- 6.04. Presentación PowerPoint. Diapositiva de portada
- 6.05. Presentación PowerPoint. Diapositivas de índice y texto
- 6.06. Presentación PowerPoint. Diapositiva de inicio de las Escuelas y Facultades
- 6.07. Presentación PowerPoint. Diapositiva de portada de las Escuelas y Facultades
- 6.08. Presentación PowerPoint. Diapositivas de índice y texto de las Escuelas y Facultades
- 6.09. Presentación PowerPoint. Ejemplos de diapositivas de Escuelas y Facultades
- 6.10. Web. Home page. Estilo general
- 6.11. Página web. Estilo general
- 6.12. Página web

## 7. Elementos de comunicación. Actos públicos

- 7.01. Soportes de imagen
- 7.02. Soportes de identificación de actos públicos
- 7.03. Photocall. Panel de fondo en ruedas de prensa
- 7.04. Objetos de promoción
- 7.05. Objetos de promoción (continuación)

## Convivencia de marcas. Presentación

La Universidad Politécnica de Cartagena lleva a cabo diversas acciones de patrocinio y colaboración con otras instituciones docentes, entidades, organismos, etc; como son conferencias, jornadas de formación, conciertos de música, exposiciones de pintura, acciones culturales, colaboración en la edición de libros, etc. Y es muy importante participar en la identificación de estas iniciativas con el fin de rentabilizarlas en términos de imagen pública.

La identificación en este tipo de acciones o de los elementos que de ellas se deriven, se producirá aplicando de forma conjunta la marca principal de identidad de la UPCT y la o las marcas de otras instituciones, asociaciones culturales, etc.

A lo largo de este apartado se tratan las normativas de convivencia y criterios de identificación conjunta de la marca corporativa con otras marcas de identidad de diferente configuración gráfica, para su aplicación en aquellos soportes de comunicación que se emitan con motivo de este tipo de acciones, al igual que en aquellos elementos que se obtengan como resultado de las misma, como es el caso de la edición de una publicación de interés público o cultural.

Como norma general la marca corporativa se reproducirá en sus colores de identidad o en sus otras versiones de reproducción, de acuerdo con las normativas gráficas y de variaciones de color establecidas en el apartado 1 de este tomo de Manual.

### Configuración vertical



Universidad  
Politécnica  
de Cartagena

+

Marca gráfica



Universidad  
Politécnica  
de Cartagena

+

Marca gráfica 1

+

Marca gráfica 2

### Configuración horizontal



Universidad  
Politécnica  
de Cartagena

+

Marca gráfica



Universidad  
Politécnica  
de Cartagena

+

Marca gráfica 1

+

Marca gráfica 2

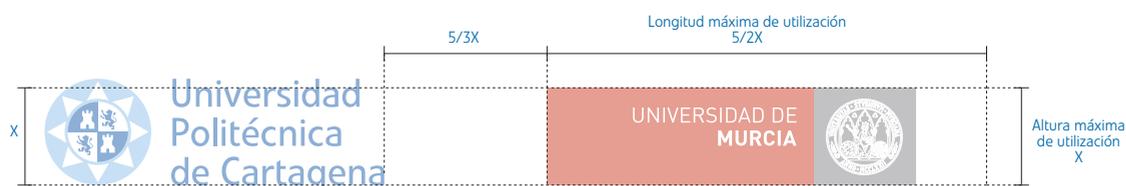
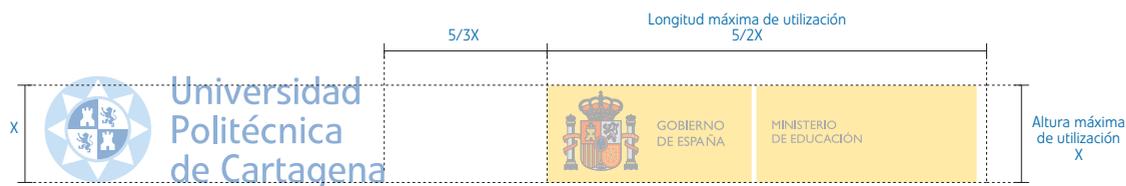
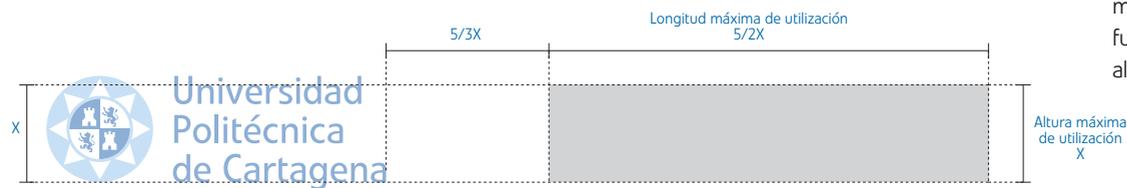
Convivencia de marca con marcas cerradas compactas. Configuración horizontal

convivencia de marca

4.02

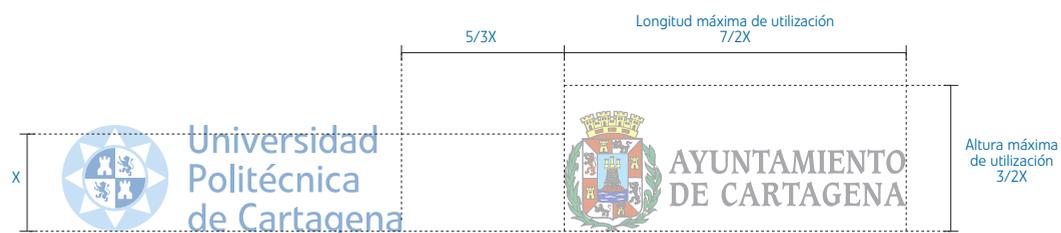
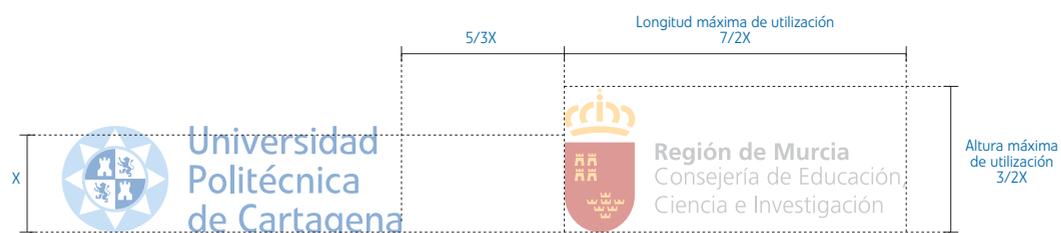
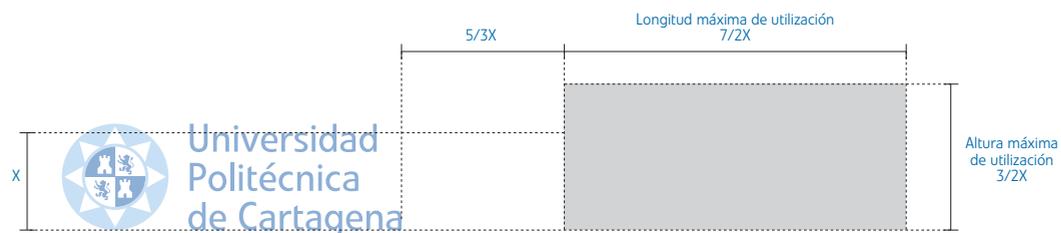
En este epígrafe se facilitan las normativas de la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración horizontal de la marca corporativa de la Universidad con marcas cerradas en gráfica compacta. Como norma general, siempre que la acción lo permita, el orden de situación de las marcas será el que se expone en los ejemplos de esta página y la reproducción se realizará en los colores establecidos de ambas marcas.

Las cotas que establecen el tamaño de las marcas y el margen de espaciado entre ellas, están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo.



Convivencia de marca con marcas abiertas  
no compactas. Configuración horizontal

En esta página se muestran las normativas de la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración horizontal de la marca corporativa de la Universidad con marcas abiertas no compactas. Las cotas que establecen el tamaño de las marcas y el margen de espaciado entre ellas, están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo. Como puede observarse en este tipo de marcas abiertas se establece la norma mediante el cálculo de una longitud máxima (7/2X) con el fin de equilibrar el peso gráfico de las marcas.



Convivencia de marcas con marcas  
cerradas y abiertas

convivencia  
de marca

4.04

En la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración horizontal de la marca corporativa de la Universidad con marcas abiertas y cerradas, se aplicarán las dos normativas establecidas en los epígrafes anteriores para cada tipo de gráfica:

- Marcas abiertas, longitud: 7/2X.
- Marcas cerradas, longitud: 5/2X.

Las cotas están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo.



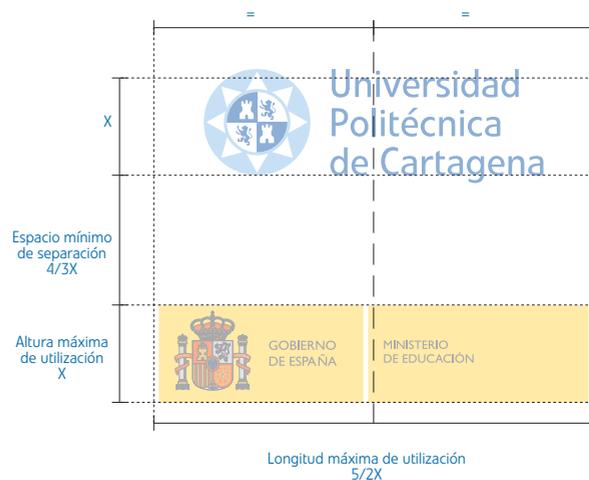
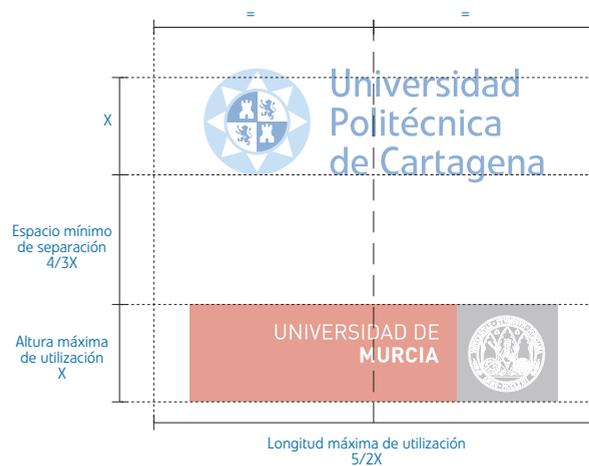
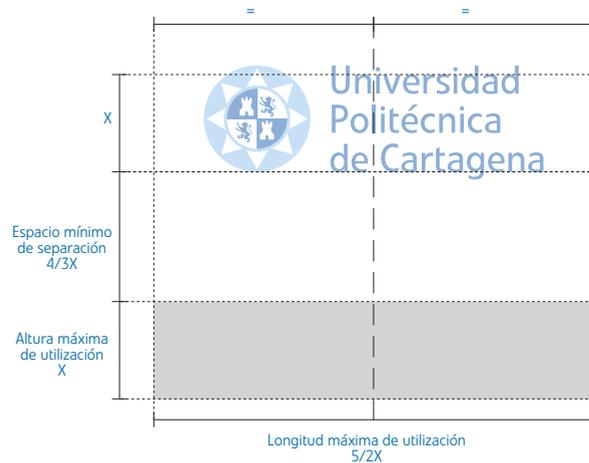
Convivencia de marca con marcas cerradas compactas. Configuración vertical

convivencia de marca

4.05

En este epígrafe se facilitan las normativas de la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración vertical de la marca corporativa de la Universidad con marcas cerradas en gráfica compacta. Como norma general, siempre que la acción lo permita, el orden de situación de las marcas será el que se expone en los ejemplos de esta página y la reproducción se realizará en los colores establecidos de ambas marcas.

Las cotas que establecen el tamaño de las marcas y el margen mínimo de espaciado entre ellas, están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo. Como puede observarse, en estos casos de configuración vertical la norma que afecta al tamaño y situación de la otra marca de identidad está establecida en altura (X) y longitud (5/2X).

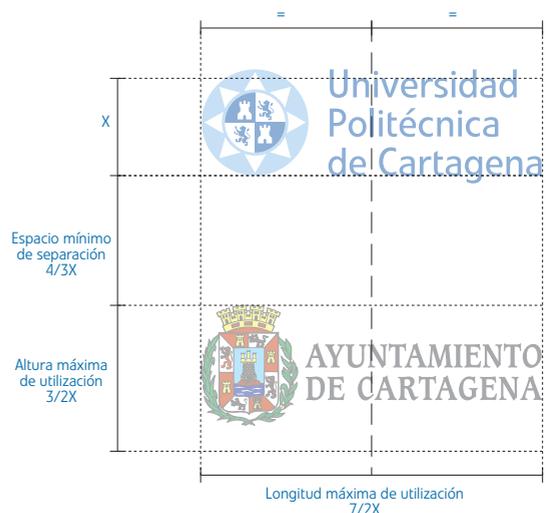
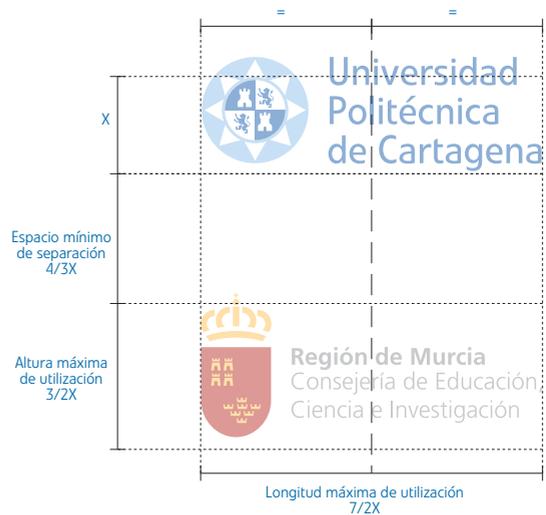
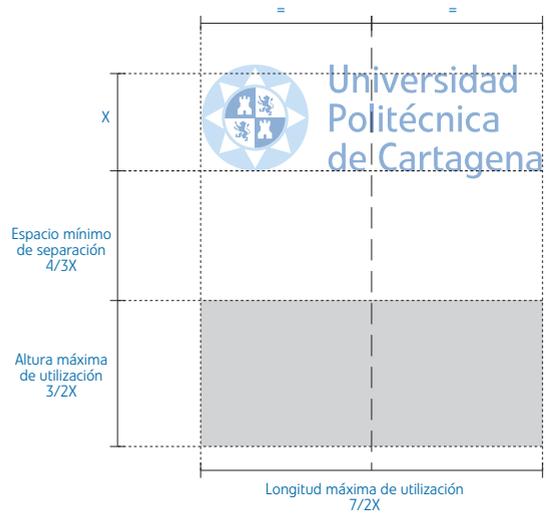


Convivencia de marca con marcas abiertas no compactas. Configuración vertical

convivencia de marca

4.06

En este epígrafe se facilitan las normativas de la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración vertical de la marca corporativa de la Universidad con marcas de gráfica abierta. Las cotas que establecen el tamaño de las marcas y el margen mínimo de espaciado entre ellas, están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo. Como puede observarse, en estos casos de configuración vertical la norma que afecta al tamaño y situación de la otra marca de identidad está establecida en altura (X) y longitud (7/2X).



### Convivencia de marca con marcas cerradas y abiertas. Configuración vertical

En la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración vertical de la marca corporativa de la Universidad con marcas abiertas y cerradas, se aplicará las dos normativas establecidas en los epígrafes anteriores para cada tipo de gráfica:

- Marcas abiertas, altura:  $3/2X$  y longitud:  $7/2X$ .
- Marcas cerradas, altura:  $X$  y longitud:  $5/2X$ .

Las cotas están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo.

