



# Manual de Identidad Visual



UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA  
DE PANAMÁ

DIRECCIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA  
DICOMES



# Manual de Identidad Visual

Aprobado por el Consejo General Universitario  
en reunión ordinaria No.05-2024 realizada el  
1 de agosto de 2024.

## **AUTORIDADES**

Dr. Omar O. Aizpurúa P.  
Rector

Dra. Ángela B. Laguna C.  
Vicerrectora Académica

Dra. Lilia E. Muñoz A.  
Vicerrectora de Investigación, Postgrado y Extensión

Ing. Alfredo Jiménez R.  
Vicerrector Administrativo

Mgtr. Alex Matus M.  
Vicerrector de Vida Universitaria

Mgtr. José Varcasia A.  
Secretario General

Lic. Amílcar A. Díaz T.  
Coordinador General de los Centros Regionales

# CRÉDITOS

## Dirección Nacional de Comunicación Estratégica

Mgtr. Kathya Baruco de Anaya

Directora

Coordinadora de la Edición

## Sección de Producción Audiovisual

Mgtr. Angelo Flores

Jefe de Producción Audiovisual

Revisión de Contenido

## Desarrollo de Estándares

Lic. Miriam Pinzón

Redacción, Diseño y Maquetación

## Corrección Ortotipográfica

Téc. Daira Tribaldos

Lic. Belky Tamayo

Lic. María Félix Nieto

## Revisión de Estilo

Lic. Héctor Collado

La actualización del Manual de Identidad Visual reemplaza la versión publicada en el año 2022.

---

© Universidad Tecnológica de Panamá  
Dirección Nacional de Comunicación Estratégica (DICOMES)  
Campus Central Dr. Víctor Levi Sasso, Panamá  
Segunda Edición: agosto 2024  
Todos los derechos reservados  
Impreso en la Imprenta UTP

# ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	7
USO DEL MANUAL	8
LOGO UTP	9
LOGO Y SIGNIFICADO	10
COLORES DE LA MARCA	12
Paleta de Colores	12
Uso de Tonos	12
FUENTES TIPOGRÁFICAS	13
Tipografías del Logotipo	13
Tipografías complementarias al logo	13
Tipografías para contenidos	13
ESTRUCTURA DEL LOGO	15
Construcción gráfica del logo	15
Área de reserva	15
COMPOSICIÓN	16
Composición del logo y texto complementario	16
Composiciones para el uso del logo	18
Logo monocromático y sus tonos	19
FONDOS	20
Fondo blanco del logo	20
Restricciones	20
Contorno del logo	20
POLÍTICAS DE USO DE LOGOS	21
NORMATIVAS PARA DISPOSICIÓN Y UBICACIÓN DE LOGOS	22
ORDENAMIENTO Y POSICIONES	22
Posición jerárquica y protocolar	22
EXCEPCIONES DEL ORDENAMIENTO	29
Diapositiva para Slide Show	29
Nota de Prensa	32
Certificados	33
Banners	34
Invitaciones	36
Membretes	37
Sobres	38

Tarjetas de presentación	38
Firma digital	39
Estandartes	39
DISEÑO Y NORMAS GENERALES	41
Modificaciones al logo institucional	41
<b>CLASIFICACIÓN DE LOGOS</b>	42
NUEVOS LOGOS E IDENTIDAD VISUAL	43
CLASIFICACIÓN DE LOGOS DE LA UTP	44
LOGOS OFICIALES	44
LOGOS FORMALES	44
LOGOS ESPECIALES	47
Logo dorado	47
Iniciales UTP/Emblema	48
LOGOS EXCEPCIONALES	49
Excepciones y casos especiales	49
LOGOS TEMPORALES	52
LOGOS DE ANIVERSARIO	54
ANIVERSARIOS PARTICULARES POR DÉCADA O LUSTRO	54
Logo UTP en dorado	54
Logo UTP con aditivo	55
Logo UTP insignia	55
ANIVERSARIOS REGULARES	55
Logo por periodo	56
ANIVERSARIO EDICIÓN ESPECIAL	57
Logo insignia	57
Paleta de colores	59
Fuentes tipográficas	59
<b>LOGOS DE UNIDADES</b>	60
LOGOS DE FACULTADES	61
Paleta de colores	62
LOGOS DE CENTROS DE INVESTIGACIÓN	63
Paleta de colores	64
<b>USO Y TIPOS DE MARCA</b>	65
USO DE MARCA INSTITUCIONAL	66
Vestimenta	66
Batas de laboratorios	67

Vehículos de transporte	68
Señalización	69
Señalética	70
Letreros de orientación	70
Letreros de información	71
Letreros de localización	71
Lema UTP	72
USO DE MARCA PROMOCIONAL	73
DERECHO DE AUTOR	75

## INTRODUCCIÓN

La identidad de una institución es el componente que se alinea con el mensaje que una marca comunica y asegura que los aspectos conceptuales sean coherentes y consistentes con su imagen.

La Universidad Tecnológica de Panamá (UTP), con el afán de asegurar la correcta aplicación de los elementos visuales y gráficos, ha creado el Manual de Identidad Visual, respondiendo a la necesidad de mantener una unidad de criterios en comunicación y difusión pública.

Este documento se desarrolla tras un plan de diseño que transmite la personalidad de la Universidad, manteniendo un corte tradicional e incorporando nuevas tendencias de diseño y maquetación.

El presente Manual de Identidad Visual cuenta con los parámetros para el uso de los logos institucionales y las aplicaciones básicas de los mismos que servirán como referencia y guía para quienes usen y promuevan la imagen de la UTP.

Con el adecuado uso de las recomendaciones de este manual se logrará preservar la identidad visual y aumentar el grado de recordación simbólica de cada uno de sus productos. Por otro lado, la comprensión, aplicación y respeto de estos lineamientos generales uniforman la presencia de la UTP en los diversos medios de comunicación.



## USO DEL MANUAL

El Manual de Identidad Visual constituye un instrumento de consulta y una herramienta de trabajo para todas aquellas personas responsables de la comunicación y el uso correcto de los símbolos de la Universidad Tecnológica de Panamá.

Este manual proporciona información esencial y elementos constitutivos de pautas de construcción, uso de tipografías y aplicaciones cromáticas, divididos en secciones, por lo que se sugiere leer detalladamente todo el contenido.

Las recomendaciones incluidas en este Manual están bajo la supervisión de la Dirección Nacional de Comunicación Estratégica (DICOMES) y su objetivo es normar el buen uso y la correcta aplicación de la imagen gráfica institucional de la universidad además de garantizar la correcta aplicación del logotipo y su simbología de manera coherente sin desproporcionar la marca institucional.

LOGO UTP

# LOGO UTP

## LOGO Y SIGNIFICADO

La Universidad Tecnológica de Panamá posee un logo que ha identificado a esta casa de estudios desde su fundación en 1981. Concebido por Adalberto Arturo Nieto, simboliza “El Estudio, La Ciencia y La Tecnología”.



El logo consta de un círculo formado por el nombre de la universidad que se encuentra en la parte superior; alineado en forma de arco. En su parte inferior completa el círculo dos ramas de olivo, símbolo mundial de la paz y en el centro, el año 1981, conservando la misma tipografía del título.

## Elementos Simbólicos



La parte interna del logo está compuesta por un libro abierto, en la parte superior. Este representa el camino al conocimiento, el estudio y la investigación.



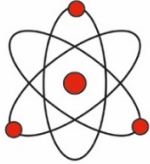
Debajo del libro están las iniciales UTP que no solo abrevian el nombre, sino que esta unión de letras forma una composición distintiva que identifican a la universidad.



Las iniciales UTP reposan sobre un mapa verde que representa al Istmo, como emblema del territorio panameño.



En la parte inferior, un engranaje dentado que simboliza el esfuerzo en la ascensión del progreso y el desarrollo de la ingeniería mediante el ingenio del hombre.








El átomo representa la superación y avances de las ciencias y la tecnología.

El logo oficial de la Universidad Tecnológica de Panamá se encuentra legalmente registrado y debe usarse sin alteraciones en sus elementos y colores.

Este emblema puede utilizarse sólo o acompañado del nombre completo de la universidad.

## COLORES DE LA MARCA

### Paleta de Colores

<b>Morado</b> 	C: 60% M: 100% Y: 0% K: 10%	R: 122 G: 28 B: 121	Color Web: #7a1c79
<b>Dorado</b> 	C: 0% M: 27% Y: 100% K: 34%	R: 185 G: 143 B: 0	Color Web: #b98f00
<b>Verde</b> 	C: 79% M: 0% Y: 100% K: 75%	R: 0 G: 68 B: 17	Color Web: #004411
<b>Negro</b> 	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%	R: 29 G: 29 B: 27	Color Web: #1d1d1b
<b>Rojo</b> 	C: 0% M: 94% Y: 100% K: 0%	R: 229 G: 39 B: 19	Color Web: #e52713

La institución cuenta con un color corporativo asociado a la marca UTP que es el morado. El dorado, es otro color distintivo que se utiliza como complemento.

El logo tiene presente otros tres colores que no son considerados como representativos dentro de la marca; no obstante, pueden ser incorporados en algunos diseños.

### Uso de tonos

El logo puede usarse monocromático en blanco, morado, gris o negro. Estos pueden aparecer sólidos en su 100% o en sus tonalidades con transparencia hasta un 20%.

También se puede utilizar sobre los colores representativos de las facultades en diseños o sobre videos audiovisuales.

### FUENTES TIPOGRÁFICAS

## Tipografías del logotipo

La única tipografía que se encuentra dentro del logo de la universidad es la fuente Broadway; la cual forma un arco en su parte superior. Esta fuente, creada en 1925, fue popularizada a finales de los años 70 para rótulos y letreros.

Hoy es considerada inadecuada para ser usada en textos; por lo tanto, sólo debe usarse como aparece dentro del logo de la universidad.

**BROADWAY BT**

## Tipografías complementarias al logo

El logo de la UTP puede ir acompañado de su nombre completo: "Universidad Tecnológica de Panamá" y se establece la fuente con serif: "Crimson Text Roman Regular" como tipografía oficial para acompañar al logo de la UTP de manera formal en anuncios, papelería o certificados.

**Crimson Text Roman** Regular

## Tipografías para contenidos

Se recomienda una tipografía sin serif como la Helvética Neue, Avenir y la Gill Sans junto con su familia de letras para el contenido o composición de todo diseño gráfico de material informativo o publicitario de uso digital o impreso.

Helvetica Neue	Thin
<i>Helvetica Neue</i>	Thin Italic
Helvetica Neue	Light
<i>Helvetica Neue</i>	Light Italic
Helvetica Neue	Regular
<i>Helvetica Neue</i>	Italic
Helvetica Neue	Medium
<i>Helvetica Neue</i>	Medium Italic
Helvetica Neue	Bold
<i>Helvetica Neue</i>	Bold Italic

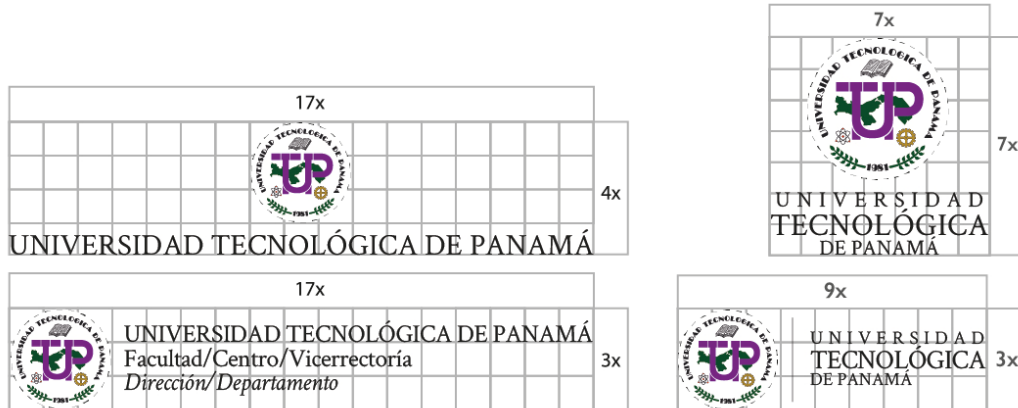
Gill Sans	Light
<i>Gill Sans</i>	Light Italic
<b>Gill Sans</b>	Regular
<i>Gill Sans</i>	Italic
<b>Gill Sans</b>	Semibold
<i>Gill Sans</i>	Semibold Italic
<b>Gill Sans</b>	Bold
<i>Gill Sans</i>	Bold Italic

Avenir	Light
<i>Avenir</i>	Light Oblique
Avenir	Book
Avenir	Roman
<i>Avenir</i>	Book Oblique
<i>Avenir</i>	Oblique
Avenir	Medium
<i>Avenir</i>	Medium Oblique
<b>Avenir</b>	Black
<i><b>Avenir</b></i>	Black Oblique
<b>Avenir</b>	Heavy
<i><b>Avenir</b></i>	Heavy Oblique

## ESTRUCTURA DEL LOGO

### Construcción gráfica del logo

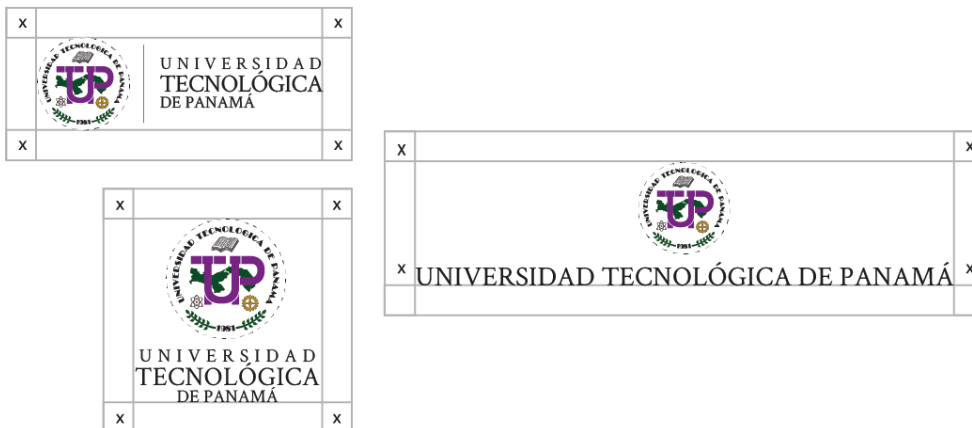
La construcción gráfica es la estructura de un logo. A continuación, se muestra la arquitectura de los elementos del logo sobre una trama modular llamada cuadrícula. Cada módulo se denomina X y representa una parte proporcional de la imagen.



### Área de reserva

El área de reserva es un espacio imaginario que rodea al logo y que protegerá la imagen de cualquier distracción visual. Este espacio no debe ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujo, etc.

El área queda definida por los márgenes mínimos expuestos en el ejemplo y el área prevista para el espacio será proporcional a X.





## COMPOSICIÓN

### Composición del logo y texto complementario

El logo de la UTP es un imagotipo que se puede acompañar de un texto, con su nombre, para fortalecerlo. Esta nueva imagen o composición es una tendencia que se ha establecido dentro de las estructuras de los logos como parte del desarrollo de la identidad visual de muchas instituciones, organizaciones y universidades.

De esta manera, la tipografía "Crimson Text Roman", se ha seleccionado como complemento para formar una identidad visual que puede ser utilizada como acompañante del logo con algunas consideraciones para su aplicación.

## Crimson Text ROMAN

A B C D E F G H I J    a b c d e f g h i j k  
K L M N O P Q R S    l m n o p q r s t u  
T U V W X Y Z        v w x y z

El texto complementario, que en este caso consiste en el nombre de la universidad, cuenta con una composición de mayúscula cerrada.

El nombre de la universidad puede ir centrado en tres líneas escalonadas variando el tamaño de la fuente tipográfica y los espacios entre caracteres para acentuar y atenuar las palabras en el nombre "Universidad Tecnológica de Panamá" como aparecen en los ejemplos.



UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA  
DE PANAMÁ

*Logo Modelo centrado / tres líneas*

La orientación del texto puede ser centrada o alineada a la izquierda (vista del observador) en tres líneas, manteniendo la proporción del logo con respecto a su tipografía; es decir que el texto no debe sobrepasar el tamaño vertical del logo.



*Logo Modelo justificado a la izquierda / tres líneas*

En casos especiales, donde horizontalmente hay un gran espacio de formato; se puede utilizar el nombre de la UTP en una sola línea con el logo centrado en la parte superior y manteniendo el mismo tamaño de la fuente. Esta composición solo se usa en casos muy especiales donde no hay espacio para usar las dos formas básicas.



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PANAMÁ

*Logo Modelo centrado / una línea*

Otra opción de composición es justificar a la derecha el nombre de la Universidad y consecutivamente, se puede colocar el nombre de unidades, en su orden jerárquico, procurando no sobrepasar las cuatro líneas.



*Logo Modelo justificado / orden jerárquico*

## Composiciones para el uso del logo

El nombre de la Universidad Tecnológica de Panamá se puede utilizar principalmente en color negro, blanco o gris; este último, hasta 70% de negro. Esta tipografía también se puede usar con un efecto de sombra, dependiendo de las características del fondo y tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

- La fuente tipográfica puede usarse en color negro cuando los fondos son claros.
- La fuente tipográfica puede usarse en color blanco cuando los fondos son oscuros.
- Puede utilizarse el efecto de sombra en la tipografía cuando las letras se encuentren sobre fondos complejos o si las letras blancas se pierden con el fondo.
- Las sombras que se apliquen en el nombre de la universidad no deben utilizarse cuando la tipografía esté en negro. Estas sombras solo pueden utilizarse con la tipografía en blanco.
- No se debe usar el nombre completo de la universidad en otros colores que no sean blanco, negro o gris oscuro (hasta 70% de negro).



## Logo monocromático y sus tonos

El logo puede usarse monocromático en blanco, morado, gris o negro. Estos pueden aparecer sólidos en su 100% o en sus tonalidades con transparencia en marca de agua hasta un 20%.

De esta manera, sí se puede usar el logo solo sin su círculo blanco como fondo general. Los elementos se pueden usar con fondo transparente.



100%

50%

20%



## FONDOS

### Fondo blanco del logo

El logo de la UTP siempre debe descansar bajo un fondo circular blanco para evitar distracción o confusión con otros fondos o elementos dentro del diseño. El círculo blanco genera un borde que sobresale de las letras propiciando que el logo institucional se pueda colocar sobre cualquier superficie sin afectar su integridad.

Se debe tener en cuenta que la circunferencia alrededor de sus elementos está incluida como parte del logo y es visible sobre fondos de color o cuando se utiliza con sombra. Este elemento visual se recomienda que esté presente en todo momento; especialmente, cuando el logo se encuentre sobre fondos oscuros, degradados, complejos, con texturas o imágenes.

### Restricciones

El logo institucional, como marca de la universidad, debe permanecer lo más limpio y claro posible. Tanto el logo de la institución como el nombre completo que lo acompaña, deben utilizarse sobre fondos, tomando en cuenta las siguientes restricciones:

- En ningún caso, se deben usar efectos de degradaciones, desvanecimientos o tramas en el logo o en su fondo blanco.
- No deben utilizarse contornos de líneas en las tipografías ni alrededor del logo.
- Las sombras que se apliquen en el nombre de la universidad no deben utilizarse cuando la tipografía esté en negro. Estas sombras solo pueden utilizarse con la tipografía en blanco.
- No se debe usar el nombre completo de la universidad en otros colores que no sean blanco, negro o gris.

### Contorno del logo

El logo de la UTP no debe llevar contorno; sin embargo, hay algunas excepciones:

- Se pueden usar contornos dorados alrededor del círculo blanco solamente si es modificado para algún festejo, campaña o evento relevante de la institución.
- Se pueden usar contornos en el logo, cuando sea bordado en textiles o ropa.

# POLÍTICAS DE USO DE LOGOS

# POLÍTICAS DE USO

## NORMATIVAS PARA DISPOSICIÓN Y UBICACIÓN DE LOGOS

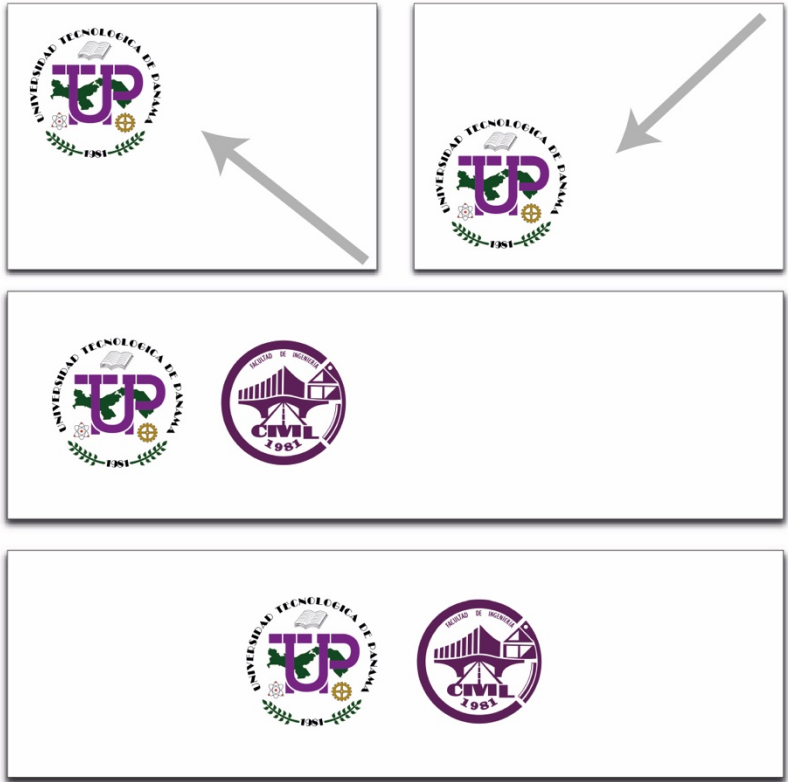
Los diseñadores y comunicadores sociales han llegado a la conclusión que el logo o marca debe ir en la parte inferior de un anuncio, debido a que la lectura tradicional se realiza de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo y basados en que: "lo último que se ve es lo que mejor se recuerda". No obstante, la estructura del diseño puede variar la colocación del logo.

El logo oficial de la institución puede ir en la parte superior o inferior, dependiendo del diseño, la composición del mensaje visual y/o del público meta.

## ORDENAMIENTO Y POSICIONES

### Posición jerárquica y protocolar

1. El logo de la UTP debe ir a la derecha (a la izquierda del observador).
2. Cuando se utilicen dos logos; es decir, que el logo de la UTP va acompañado de otro, éste debe permanecer a la derecha (izquierda del observador) y el otro logo a un lado.
3. En el caso de usarse dos logos, estos no deben estar separados o en extremos contrarios de un anuncio. Deben ubicarse consecutivos, uno al lado del otro; ya sea en la esquina superior izquierda (a la vista del observador) o ambos en el centro.



4. Cuando el logo de la UTP va acompañado de un logo de mayor jerarquía como el Gobierno Nacional, embajada u organismo internacional, el logo de mayor jerarquía irá a la derecha (a la izquierda del observador) y el logo de la UTP a su lado. Excepto cuando la UTP invita u organiza el evento; en ese caso, mantiene su posición a la derecha (a la izquierda del observador).





5. Cuando se utilicen tres logos, el logo de la UTP puede ir a la derecha (a la izquierda del observador). En casos especiales como banners protocolares y encabezados de comunicados, el logo de la UTP puede usarse en el centro, el segundo logo en jerarquía a su derecha (izquierda del observador) y el siguiente, a su izquierda (a la derecha del observador) como en las banderas.



6. Cuando aparecen otras universidades donde la UTP es la universidad anfitriona, el primer logo será el de la UTP, tomando en consideración la posición de izquierda a derecha del observador.
7. Cuando el logo de la UTP va acompañado de un logo de Facultad o Centro de Investigación, la UTP debe permanecer a la derecha (izquierda del observador) y el logo a un lado. Se recomienda utilizar ambos logos en la parte inferior. Si hay varios logos de facultades, se puede utilizar el logo de la UTP solo en la parte superior y los demás logos de facultades en la parte inferior o se pueden usar todos los logos en la parte inferior, permaneciendo el de la UTP a la derecha (lado izquierdo del observador).



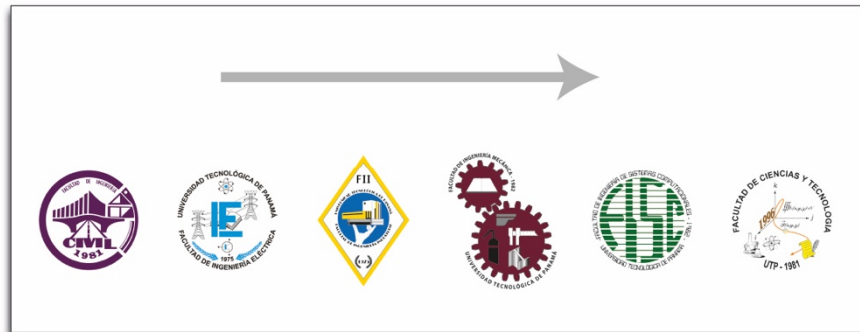


8. Al utilizar logos de facultades en anuncios, si el evento es organizado por una facultad, se puede utilizar el logo de la Facultad en la parte superior y el logo de la UTP en la parte inferior derecha (a la izquierda del observador). Esto en casos especiales como un aniversario de la facultad y que el diseño lo propicie.



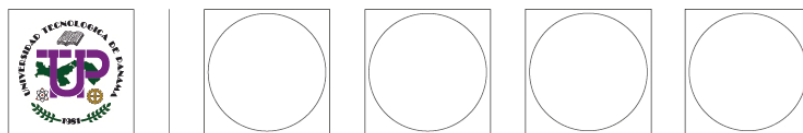
9. Los logos de las facultades siempre deben llevar un ordenamiento histórico o de antigüedad. De esta manera, los logos de las facultades llevarán la siguiente disposición: de izquierda a derecha (a la vista del observador) o de arriba hacia abajo como aparece a continuación:

Facultad de Ingeniería Civil  
 Facultad de Ingeniería Eléctrica  
 Facultad de Ingeniería Industrial  
 Facultad de Ingeniería Mecánica

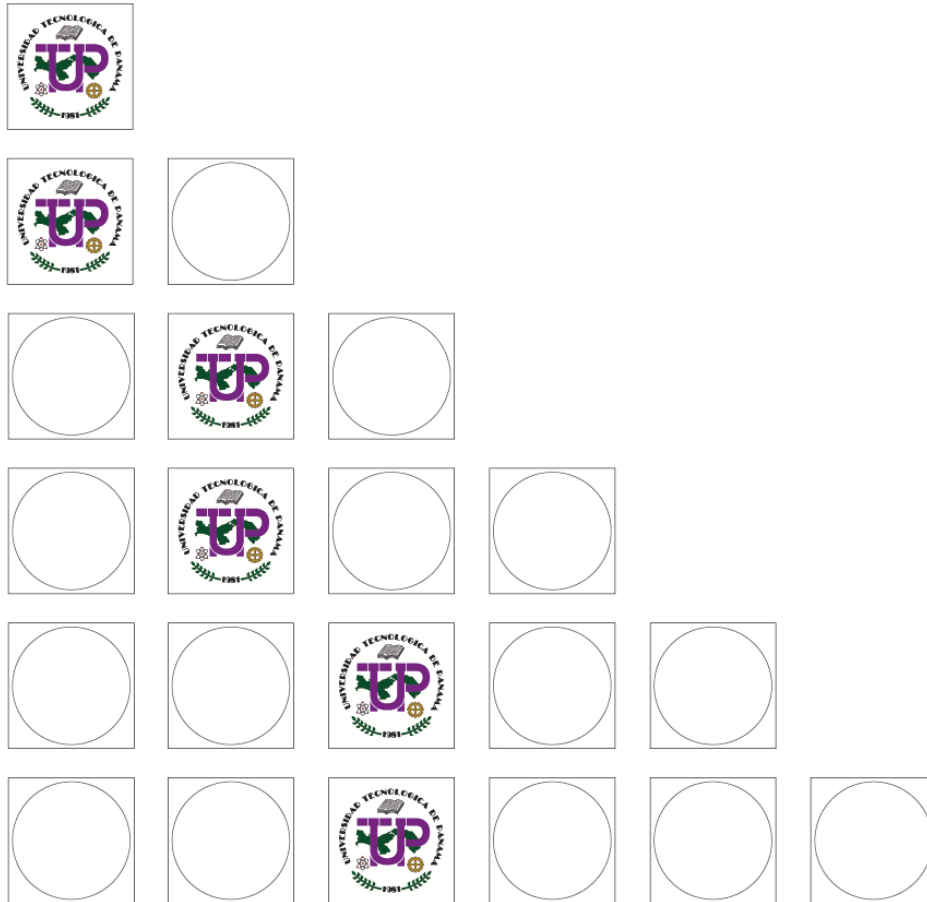


10. Cuando los anuncios cuentan con más de cuatro logos, estos deben ir alineados en la parte inferior del diseño. Se debe mantener el orden jerárquico y la disposición protocolar donde el logo anfitrión debe mantener la posición derecha (a la izquierda del observador) y los demás van consecutivos. Si el logo de la UTP es el anfitrión este conservará el primer lugar a la derecha (izquierda del observador). Si los logos poseen la misma jerarquía o participación y estos son de cinco en adelante, se inicia y mantiene la disposición de logos donde la UTP mantiene el centro en cantidades impares y el centro / derecho (izquierda del observador) en cantidades pares como aparecen a continuación.

*Cuando el logo de la UTP es anfitrión y los otros logos participan con otra función o jerarquía.*



*Cuando el logo de la UTP es anfitrión y los otros logos son de la misma jerarquía.*



11. Al utilizar más de cuatro logos en un diseño y en la composición vayan involucrados logos de diferentes jerarquías o que incluyan logos de otros países, se recomienda que los logos sean divididos por categorías o roles. Ya dentro de un rol se facilita ubicarlos de izquierda a derecha (a la vista del observador), por su jerarquía. Los logos se pueden dividir o agrupar utilizando algunos títulos como, por ejemplo:

- a. Organizan
- b. Participan
- c. Auspician
- d. Coauspician
- e. Invitan
- f. Con el apoyo de

*Invita:*



*Con el apoyo de:*



12. El tamaño de los logos debe ser uniforme y tener un balance, equilibrio o proporción entre sí. En el caso de usar logos redondos, rectangulares o con formas irregulares; todos ellos deben mantener un tamaño proporcional, de manera que ninguno sobresalga más que otro.

*Centrar y alinear con línea eje*



13. La alineación con varios logos debe ser central. Ya sea horizontal o vertical, todos deben estar alineados por el centro de su eje y mantener un espacio prudente entre ellos.

*Espacios iguales entre logos*



## EXCEPCIONES DEL ORDENAMIENTO

Existen algunos tipos de composiciones en el diseño o productos visuales de la UTP que por su naturaleza o por el medio de publicación, requieren de un ordenamiento diferente de logos y, por consiguiente, son una excepción a las normativas antes mencionadas.

Dentro de este tipo de diseño encontramos los siguientes:

### 1. Diapositiva para Slide Show

Los diseños para colocar en el espacio de diapositivas del portal de la página web de la UTP, son anuncios que tienen algunas consideraciones especiales en el ordenamiento de sus logos.

#### a. El logo de la UTP debe ir del lado derecho (a la vista del observador)

El encabezado de la página web tiene al logo oficial de la UTP en el lado izquierdo superior y debajo se encuentra el cuadro de diapositivas o banners deslizables conocido como slide show; por lo tanto, para evitar un ruido visual, desequilibrio o distracción en la comunicación, se ha establecido que el logo de la UTP debe ir del lado derecho dentro del anuncio.

*(Ver ejemplos).*





- b. El logo de la UTP puede ir centrado, en casos especiales  
 En aquellos diseños simétricos que anuncien un evento especial y cuenten con espacio o pocos elementos, se puede usar el logo centrado.



c. Dos o más logos en el diseño

Cuando se utilizan más de dos logos dentro del diseño, se pueden colocar uno consecutivo al otro, alineados horizontalmente y en menor tamaño. Estos deben mantener su jerarquía o disposición protocolar de izquierda a derecha (a la vista del observador). Al utilizar más de cuatro logos que estén agrupados por roles; en este caso, se pueden colocar un grupo arriba y otro debajo de acuerdo con su rol. Por ejemplo: "Organizan" en el bloque superior y "Participan" en el bloque inferior.



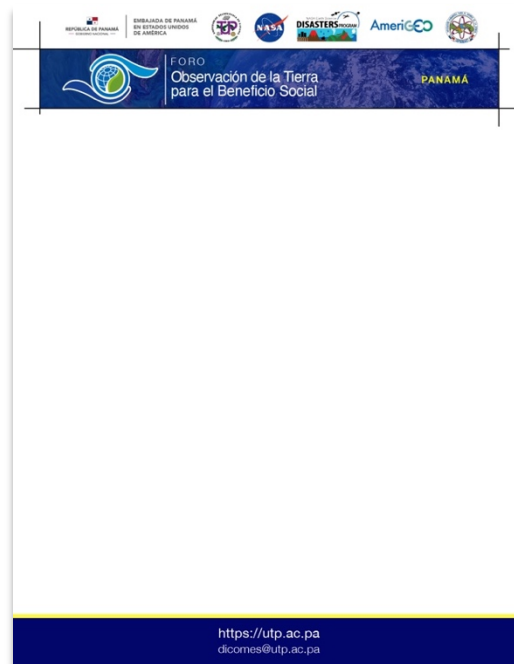




## 2. Nota de Prensa

Este es un documento que representa la voz de la institución y es una herramienta de comunicación y relaciones públicas; por lo tanto, al momento de diseñarse un membrete para nota de prensa se deben tomar en cuenta las siguientes apreciaciones:

- Los logos pueden ir en la parte superior o en la parte inferior, sin importar la cantidad de logos que se vayan a colocar.
- Evitar colocar unos logos arriba y otros abajo, es recomendable que sean alineados en la misma ubicación y de manera consecutiva.
- En caso de que la cantidad de logos sea mayor de seis y el espacio horizontal no permita ubicarlos a todos; se hará una excepción que permita colocarlos en dos líneas.



### 3. Certificados

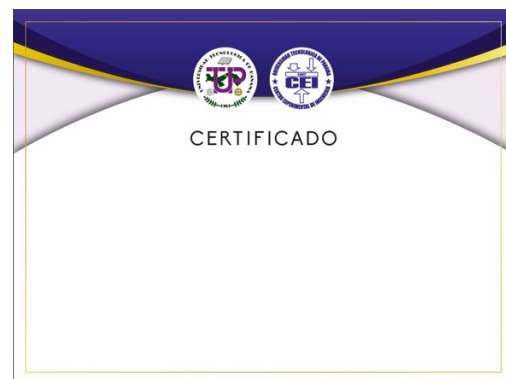
Estos diseños son muy variables y es un tipo de documento que permite colocar logos arriba o abajo; no obstante, se recomienda lo siguiente:

- Si la UTP otorga el certificado, se sugiere utilizar el logo en la parte superior derecha (izquierda del observador) o centrado.



- Si una facultad, centro de investigación u otra unidad con logo, otorga el certificado, el logo de la UTP y el otro logo deben ir en la parte superior centrados, uno al lado del otro. No se deben usar los logos separados en cada extremo, ni en esquinas contrarias.

Ejemplos:



- Si el certificado es de un evento donde hay varios logos involucrados, se deben colocar todos los logos consecutivos en su parte inferior siguiendo las posiciones protocolares y jerárquicas antes indicadas.



#### 4. Banners

Dentro de los productos visuales y publicitarios que se realizan en la UTP, están los banners o anuncios verticales que pueden ser digitales o impresos. Cada uno de ellos posee un propósito diferente y en algunos casos, se hacen excepciones en la composición y la colocación de los logos.

- Banners digitales  
Su propósito es anunciar o crear expectativa. Estos pueden ser utilizados como historias en redes sociales o como anuncios en los televisores o pantallas verticales y horizontales ubicadas en la entrada de algunos edificios. En ambos casos, el tamaño de formato es de 1080px x 1920px (vertical) y de 1920px x 1080px (horizontal). La información que se coloca en ellos es muy similar a la de los afiches; por lo tanto, los logos se mantienen con el orden protocolar y jerárquico que se establece en las normativas.



- Banners impresos
 

Tienen la tarea de presentar un evento. Este material publicitario que utilizan stands, son usados para lanzamiento de proyectos o para identificar una actividad. Este soporte publicitario requiere de una identificación rápida y memorable. Por lo tanto, llevan poca información y mayor tamaño en los logos y/o imágenes; por consiguiente, si utiliza uno o dos logos se pueden usar en la parte superior en mayor tamaño. No obstante, si lleva un gran grupo de logos, es preferible colocarlos en la parte inferior y solo destacar el nombre del evento o título del anuncio.
- Póster científico
 

Los pósteres científicos son banners impresos, de contenido informativo, que brindan detalles de una investigación. Poseen mayor espacio para textos y menor para imágenes o logos.





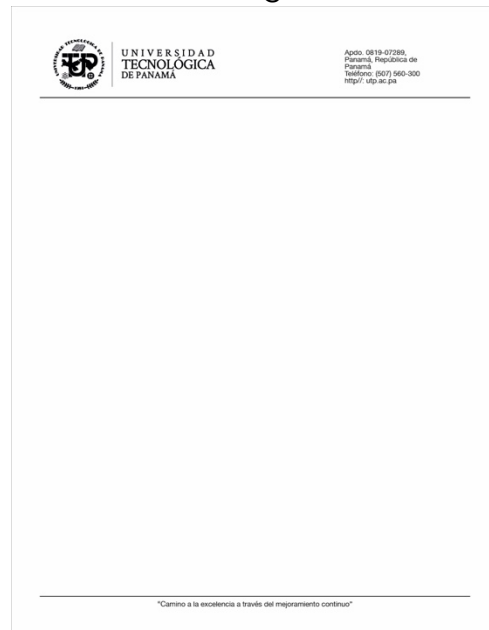
## 6. Membretes

Las hojas membretadas pueden llevar el logo a la derecha (izquierda del observador) o pueden ir centradas; siempre y cuando se mantengan en la parte superior de la hoja. Para el periodo en curso y próximos años, se ha seleccionado su uso en formato justificado a la derecha con la información en la parte superior. Este tipo de papelería puede usar marca de agua del logo institucional o del emblema UTP. Se recomienda el uso del logo a color para membretes de documentos relevantes y/o de uso externo y la versión a 1 color en negro, para documentos internos o comunicados.

### Membrete a color / *Uso externo*

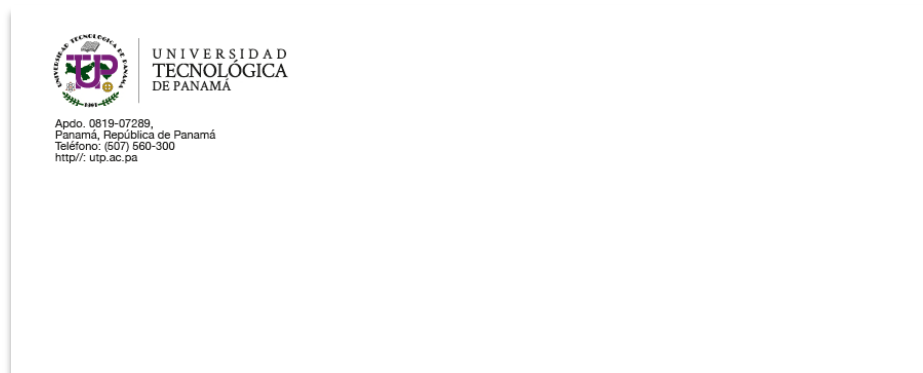


### Membrete en negro / *Uso interno*



## 7. Sobres

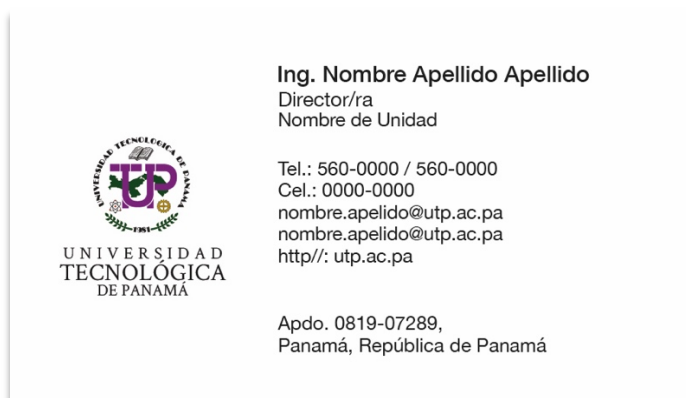
El logo de la UTP, en los sobres membretados, debe ubicarse en la parte superior derecha (izquierda del observador). Los datos de dirección, apartado y otros detalles, deben ir debajo del logo justificado a la derecha (izquierda del observador).



## 8. Tarjetas de presentación

El logo UTP en las tarjetas de presentación, para el período en curso y próximos años, se ha seleccionado una ubicación justificada a la derecha (izquierda del observador). Esta puede estar en la esquina superior o en el centro, con justificación vertical.

En las tarjetas es opcional utilizar una o dos caras. Se puede usar el logo grande en una cara y en la otra, usar el logo en tamaño más pequeño acompañado de la información del dueño de la tarjeta. Por otro lado, también se puede usar el código QR por un lado en grande y por el otro, todos los datos de la tarjeta.



## 9. Firma digital

En la papelería virtual, como correos electrónicos, se pueden utilizar firmas digitales con el logo UTP. El logo UTP debe llevar el nombre de la universidad centrado y ubicarse del lado derecho (izquierda del observador). Los datos del contacto de la firma digital deben ir en el centro. Del lado izquierdo (derecho del observador), se deja el espacio en blanco si el colaborador labora en una dirección o departamento.

En el caso de que el colaborador pertenezca a una unidad que posea un logo como facultades, centros de investigación o alguna unidad dentro de la categoría de logos excepcionales, esta firma podría usar un logo adicional en menor escala. Este logo adicional debe ir ubicado en el espacio del lado derecho (izquierda del observador).



## 10. Estandartes

Los estandartes de la UTP son señales representativas de los logos de la institución. Estos pueden ser confeccionados con telas de satén sobrepuestas con bordados y/o impresas. Generalmente, portan flecos en sus laterales y parte inferior.

Este tipo de divisas están diseñadas para mostrar un logo o insignia. En el caso de la UTP, hay ciertas disposiciones especiales para los estandartes y sus logos.

- Los estandartes deben ser confeccionados sobre fondo blanco.
- El logo debe estar en la parte central.
- Los estandartes deben guardar un espacio mínimo de 3" del borde al logo.
- El logo debe mantenerse íntegro con sus colores y elementos registrados oficialmente.
- En la parte inferior del logo, puede ir colocado texto adicional. Este puede ser el nombre de algún centro regional o extensión.



- La tipografía recomendada para los textos adicionales en estandartes puede ser la fuente: Crimson Text o similar.
- Los estandartes con texto adicional deben llevar las letras en mayúscula cerrada.
- El tamaño de las letras para el nombre o lugar será de 7 puntos aproximadamente más grande que la palabra Centro Regional o Extensión (ver ejemplos).
- Los textos adicionales pueden ir horizontal manteniendo un equilibrio de división y centrado de dos a tres líneas como máximo (ver ejemplos).

Ejemplos:



## DISEÑO Y NORMAS GENERALES

### Modificaciones al logo institucional

El logo de la UTP no debe ser alterado ni debe modificarse ninguno de sus elementos.

Se entiende por modificación a la acción de cambiar, distorsionar o agregar elementos externos que alteren la estructura original de un diseño, en este caso, del logo oficial.

De requerirse una modificación al logo institucional, este acto debe ser temporal y justificado, a razón de un evento trascendental o celebración especial, tomando en cuenta lo siguiente:

1. Toda modificación debe ser autorizada por la Dirección Nacional de Comunicación Estratégica (DICOMES) y aprobada por Rectoría.
2. Las modificaciones no deben alterar la integridad del logo ni los elementos que lo componen.
3. La modificación del logo sería la colocación de elementos anexos que complementen al logo oficial. Estos elementos pueden ir alrededor o en la parte inferior. De ir superpuesto sobre el logo, esta modificación no debe cubrir ninguno de sus elementos.

# CLASIFICACIÓN DE LOGOS

## NUEVOS LOGOS E IDENTIDAD VISUAL

Con el ánimo de exaltar la imagen de una unidad, evento o proyecto se suelen solicitar diseños de logos para direcciones, aniversarios y otras actividades que deben ser representadas bajo el logo de la UTP y que no necesariamente ameritan la creación de una nueva identidad.

En este sentido, existen otras alternativas visuales para este propósito como lo son el diseño de símbolos, insignias o emblemas que son expresiones gráficas usadas para representar unidades, eventos y/o proyectos, los cuales serían de un uso temporal y pasajero y que no tienen necesidad de ser logos institucionales o registrados.

El diseño de estos logos de la UTP debe ser solicitados a la Dirección Nacional de Comunicación Estratégica (DICOMES) a través de un formulario, acompañado de una nota. Esta unidad evaluará la justificación para la creación del diseño de un nuevo logo, atendiendo algunos aspectos.

Entre los criterios que se toman en cuenta para la creación de un logo en la UTP, se consideran los siguientes:

- Debe ser una unidad que, por su naturaleza, gestión o servicio, genere productos de promoción y venta.
- Por tratarse del origen de un nuevo centro de investigación o facultad.
- Por la creación de un medio de comunicación o espacio para alojar personas, o contenidos.

Por otro lado, los logos se han clasificado de acuerdo con sus propósitos. Esto brinda un ordenamiento y justificación a la creación de nueva imagen.

# CLASIFICACIÓN DE LOGOS DE LA UTP

## LOGOS OFICIALES

Son considerados logos oficiales aquellos logos de la institución que tienen su propia imagen o identidad visual por representar a los grupos estamentales más simbólicos de la universidad.

Los logos oficiales son:

- Universidad Tecnológica de Panamá (UTP)
- Facultades
- Centros de Investigación

Ejemplos:



## LOGOS FORMALES

El logo de la UTP es la identidad visual para todas las unidades de la institución. Por lo tanto, toda sección, dirección, centro o departamento no utilizará logo individual. En su lugar, estos estarán representados por el logo de la UTP acompañado del texto que menciona el nombre de la unidad.

A esta composición de logo oficial y nombres propios de unidades, se les clasifica como logos formales.

Entre las unidades administrativas que deben aparecer como logos formales se encuentran:

- Rectoría y Vicerectorías
- Direcciones
- Departamentos

- Secciones
- Centros Regionales

Los logos formales deben conservar un orden jerárquico, de arriba hacia abajo y pueden usarse centrados o, de preferencia, justificados a la izquierda. En ambas alineaciones, los textos deben ir estructurados en una, dos o tres líneas. Estas alineaciones pueden ser así: la primera línea debe ir en mayúscula cerrada en estilo regular; la segunda, en mayúscula y minúsculas, con el estilo regular; y la tercera, en mayúscula y minúsculas, en estilo regular o cursiva (ver ejemplos).

- Alineación / justificar a la izquierda  
El logo de la UTP debe ser usado del lado izquierdo del observador y el nombre de la unidad, consecutivamente al lado derecho del logo. Puede separarse el logo o nombres de unidades por una línea vertical. El uso de la línea es opcional.
- Alineación / centrado  
Cuando el logo de la UTP se usa centrado, el nombre de la unidad debe ir debajo del logo, seguido del nombre de la universidad, en tres líneas y luego, los textos con el nombre de la unidad. El nombre de la unidad debe ir en uno o dos renglones y puede ir separado del logo de la UTP por una línea que le aporta mayor equilibrio. El uso de la línea es opcional.

Ejemplos:

Logo UTP + Nombre de la universidad + Nombre de dirección o centro



UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA  
DE PANAMÁ

---

DIRECCIÓN GENERAL DE RECURSOS HUMANOS



UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA  
DE PANAMÁ

---

CENTRO REGIONAL  
Bocas del Toro



UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA  
DE PANAMÁ

DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN UNIVERSITARIA  
DIPLAN



UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA  
DE PANAMÁ

CENTRO REGIONAL  
Colón

Logo UTP + Nombre de dirección o centro



DIRECCIÓN DE GESTIÓN Y TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO  
DGTC



CENTRO REGIONAL  
Panamá Oeste

Logo UTP + Nombre de universidad y unidades en orden jerárquico



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PANAMÁ  
Vicerrectoría Administrativa  
Dirección Ejecutiva de Mantenimiento e Infraestructura



DIRECCIÓN GENERAL DE TECNOLOGÍA DE LA  
INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES (DITIC)  
Departamento de Tecnología Web y Multimedia



DIRECCIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA (DICOMES)  
Departamento de Comunicación Gráfica  
Sección de Diseño Gráfico



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PANAMÁ  
Vicerrectoría de Vida Universitaria  
Dirección Ejecutiva de Cultura

## LOGOS ESPECIALES

### Logo dorado

El logo dorado de la UTP es un logo que transmite majestuosidad. Creado para ocasiones muy especiales, este emblema se presenta solo y sin acompañamiento.





También puede usarse con fondo circular blanco o sin la esfera, siempre y cuando sea un color oscuro que no disminuya el impacto visual. Se puede usar sobre colores neutros como el blanco, negro, crema, gris, etc., y no puede usarse en fondos con degradaciones, estampados o texturas.

Por la naturaleza de su forma y colores, su aplicación deberá apegarse a las siguientes consideraciones:

Puede ser utilizado en eventos internos para celebraciones muy particulares como: papelería de la Rectoría, tarjetas de invitación, aniversarios, eventos de la institución, entre otros.



### Iniciales UTP/Emblema

El emblema o simbología que posee las iniciales de la UTP puede ser utilizado de modo decorativo en composiciones de diseños para reforzar la imagen de la institución si en el documento o espacio de formato donde aparece, se encuentra el logo de la Universidad.



El símbolo con las iniciales UTP puede usarse solo, sin el logo de la universidad, para la creación de nuevos logos o emblemas de la institución; así como para logos de eventos, proyectos o unidades.

El emblema puede ser usado en color morado, negro, dorado o blanco; este último, puede ser resaltado con una sombra.

Las iniciales UTP pueden utilizarse sobre cualquier color, en caso de que sea una transparencia, marca de agua o tonalidades derivadas del color de fondo que utilice. La opacidad puede aparecer sólido en su 100% o en sus tonalidades con transparencia en marca de agua, hasta un 20%.



## LOGOS EXCEPCIONALES

### Excepciones y casos especiales

La UTP cuenta con algunas unidades que ofrecen servicios y generan productos que, por su naturaleza o para la función que fueron creadas, requieren de una identidad propia. Este grupo se clasifica como logos excepcionales y dentro de sus acciones utilizan el marketing, publicidad, promoción, ventas y/o alquiler; por tanto, es imprescindible que cuenten con una imagen que las represente.

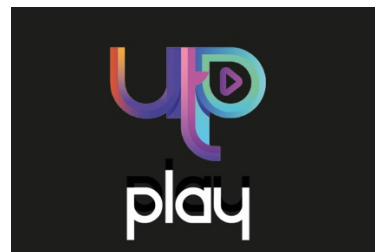
Por otro lado, en esta categoría también se encuentran aquellos logos o insignias históricos que, por su origen y trascendencia, forman parte de la identidad de algún grupo como es el caso de la insignia "Mascota UTP", representada por un perro de

raza Pastor Alemán. Este logo se originó en la década de los ochenta y ha sido digitalizado para retomar su uso.

Los logos excepcionales de la UTP están enmarcados en el siguiente grupo:

- Editorial
- Centro de Tele Educación Dr. Víctor Levi Sasso (CTE-VLS)
- Revistas o periódicos
- Centro de Lenguas
- Canal de televisión o radio
- Observatorio Astronómico de Panamá
- Centro de Distribución y Librería (CDL)
- Museo o Memorial
- Insignia histórica (Mascota UTP)
- Sistema de Biblioteca (SIBUTP)
- Escuela de Aviación y Logística (EAL)

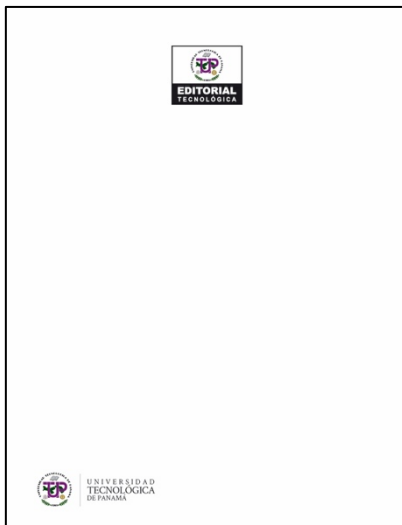
Muestra de logos excepcionales



Los logos excepcionales deben aparecer junto con el logo de la UTP; ya sea en el mismo documento, anuncio, video, audio, material promocional, presentación o exposición.



Ejemplos:



## LOGOS TEMPORALES

Los logos temporales son aquellos que son creados con un fin específico, eventual y pasajero. Poseen una limitada exposición, periodicidad y no cuentan con garantía de permanencia o continuidad de uso.

Cabe destacar que los logos en esta categoría no deben ser registrados debido a su utilidad temporal o esporádica; con excepción de aquellos logos que representan proyectos de investigación que requieran ser registrados para el alcance de patentes, puestas en marcha y/o ejecución. En estos casos, el **logo temporal** pasa a la categoría de **logo excepcional**. Este cambio ocurre siempre y cuando el logo pertenezca a la UTP y la gestión de la empresa involucre directamente a la institución.

Estos logos temporales deben ser diseñados y aprobados por la Dirección Nacional de Comunicación Estratégica (DICOMES) o bajo su supervisión y aprobación.

En esta categoría se encuentran:

- Concursos, comisiones o planes
- Colecciones de libros o línea de ropa
- Campañas publicitarias o para material promocional
- Identidad de programas, documentales, cápsulas, reportajes y otras piezas audiovisuales
- Eventos y actividades institucionales
- Aniversarios, festivales, galas
- Proyectos de investigación con identidad de producto o servicio
- Foros, conversatorios, congresos, simposios, cornadas, programas, etc.
- Clubes, orquestas o agrupaciones institucionales donde los participantes estén contratados por la universidad y reciban remuneración.

Ejemplos:





COMISIÓN  
**INTELIGENCIA ARTIFICIAL,  
ROBÓTICA Y CIENCIA DE LOS DATOS**



COMISIÓN DE VINCULACIÓN  
**UNIVERSIDAD - EMPRESA  
ESTADO - SOCIEDAD**



## LOGOS DE ANIVERSARIO

Los aniversarios de la Universidad Tecnológica de Panamá son festejos relevantes que deben contar con una línea gráfica y estilo que los representen en cada celebración. Esa identidad puede emplearse en documentación, papelería, publicidad y/o promoción del evento.

La Dirección Nacional de Comunicación Estratégica es la dirección a cargo de gestionar, definir y autorizar todo lo relacionado con la identidad de los aniversarios institucionales, al igual que la planeación y difusión de sus piezas gráficas y audiovisuales. Por lo tanto, la identidad visual para cada aniversario debe solicitarse en la Dirección Nacional de Comunicación Estratégica quienes proporcionarán el paquete con el sistema de logos en diversas versiones y formatos correspondientes al aniversario en curso.

Por otro lado, es importante resaltar que DICOMES ha estandarizado el manejo y disposición de la imagen UTP en los aniversarios, de acuerdo con el año, su uso o finalidad.

## ANIVERSARIOS PARTICULARES POR DÉCADA O LUSTRO

Para las celebraciones de aniversario, que se llevan a cabo en cada década (diez años) o lustro (cada cinco años), se puede usar como identidad visual el logo de la UTP de la siguiente manera:

### Logo UTP en dorado

Consiste en una versión del logo UTP creada exclusivamente para ser usada en eventos destacados como: galas, aniversarios, festejos y actos de gran relevancia para la institución.



### Logo UTP con aditivo

Puede utilizarse el logo Oficial de la UTP y agregarse componentes que no afecten directamente la estructura del logo ni sus símbolos; es decir, que los aditivos no deben interferir, alterar o cubrir los elementos del logo original.



### Logo insignia

Esta es una identidad con el número del aniversario para el uso de material publicitario y/o promocional con previa solicitud a DICOMES. Si este es el caso, debe diseñarse la insignia con los parámetros y directrices que se han establecido para este tipo de identidad visual (ver ANIVERSARIO EDICIÓN ESPECIAL).



### ANIVERSARIOS REGULARES

Para la celebración de aniversarios, que no sean dentro de una década o lustro, el logo de la UTP se mantendrá íntegro con su composición de imagotipo (logo y texto) y se le agregarán los años que abarca el aniversario convirtiéndose en un logo por periodo.



## Logo por periodo

El logo por periodo es aquél que se construye agregándose los años que abarcan el aniversario; es decir, el período que comprende desde su fundación hasta el año en curso. Para esta versión, se deben tomar en cuenta las siguientes pautas:

1. Los números deben ir separados del logo y del nombre de la universidad mediante una línea horizontal.
2. Los años deben dividirse entre sí, por un guion o punto divisorio en el medio.
3. La fuente tipográfica para el texto de los años debe ser: Garet Book.
4. El tamaño y espaciado de los textos será definido por la Dirección Nacional de Comunicación Estratégica.
5. Puede usarse sobre fondo blanco o de colores, tomando en cuenta que sobre fondo blanco o claro las letras deben permanecer en negro; y sobre fondos oscuros o degradados, las letras deben usarse en color blanco.





## ANIVERSARIO EDICIÓN ESPECIAL

En algunos casos, donde se requiera diseñar un logo de aniversario con fines de marketing, publicidad y/o venta, podrá utilizarse la “Edición Especial”. Esta debe ser solicitada a la Dirección Nacional de Comunicación Estratégica sustentando el propósito y uso que se le dará.

### Logo insignia

El logo insignia es un diseño de edición especial que consiste en el número del aniversario y es la identidad que ha sido creada para emplearse en aniversarios por década o lustro. No obstante, se permite el uso del logo insignia para representar un aniversario regular; considerando que este se utilice, exclusivamente, para el desarrollo de material promocional.






En este contexto, se ha establecido un diseño y estilo para el logo insignia el cual debe conservar ciertas características en sus elementos y construcción, indicadas a continuación:

1. El logo insignia debe usarse con el logo de la UTP, nombre de la universidad y texto escrito que indique el año de fundación. Todo documento, anuncio, pieza gráfica o audiovisual que use la insignia debe tener presente el logo oficial de la UTP.
2. El logo insignia puede ser usado con texto en color blanco con fondo degradado.

3. El logo insignia puede ser usado con texto en color plano (negro o morado) sobre fondo blanco.
4. El logo puede ir sobre fondo degradado morado dentro de dos formas geométricas (cuadrado o círculo) o fondos de mayor tamaño en rectángulos verticales u horizontales.
5. Las formas geométricas deben ir enmarcadas con una línea de contorno que puede tener como espesor punto: 0.5 o 0.75.
6. Esta insignia debe llevar la cantidad de años, seguida de un punto y el símbolo de grado. En la parte inferior de los números debe aparecer la palabra aniversario en mayúscula cerrada.



## Paleta de colores

	C: 60 M: 100 Y: 0 K: 10	R: 122 G: 28 B: 121	Color Web: #7a1c79
	C: 80 M: 100 Y: 0 K: 0	R: 92 G: 36 B: 131	Color Web: #5c2483
	C: 86 M: 100 Y: 0 K: 31	R: 64 G: 27 B: 102	Color Web: #401b66
	C: 70 M: 100 Y: 0 K: 60	R: 62 G: 10 B: 69	Color Web: #3e0a45
	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100	R: 29 G: 29 B: 27	Color Web: #1d1d1b

## Fuentes tipográficas

Crimson Text Roman  
Garet Book

# LOGOS DE UNIDADES

## LOGOS DE FACULTADES

Los logos de las facultades de la UTP están debidamente registrados en la Unidad de Propiedad Intelectual y deben utilizarse como aparecen a continuación:

Cuando el logo se coloque sobre fondo oscuro o de color, estos deben mantener un fondo blanco que sobresale con un contorno blanco. Este contorno blanco lleva la misma medida de espesor para todos los logos de facultades.

Facultad de Ingeniería Civil



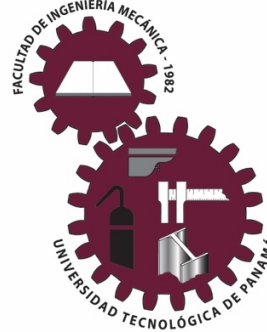
Facultad de Ingeniería Eléctrica



Facultad de Ingeniería Industrial



Facultad de Ingeniería Mecánica















Facultad de Ingeniería de Sistemas Computacionales



Facultad de Ciencias y Tecnología



## Paleta de colores

		MEDIOS	
		Impresos	Virtuales
	FIC		C: 70% M: 100% Y: 30% K: 25%  R: 89 G: 0 B: 92  Audiovisuales #59005c
	FIE		C: 83% M: 23% Y: 0% K: 0%  R: 0 G: 153 B: 230  Audiovisuales #0099e6
	FII		C: 0% M: 16% Y: 100% K: 0%  R: 255 G: 208 B: 0  Audiovisuales #ffd000
	FIM		C: 54% M: 100% Y: 70% K: 30%  R: 103 G: 0 B: 50  Audiovisuales #670032
	FISC		C: 90% M: 33% Y: 100% K: 25%  R: 0 G: 114 B: 46  Audiovisuales #00722e
	FCYT		C: 0% M: 62% Y: 100% K: 0%  R: 225 G: 126 B: 0  Audiovisuales #ff7e00

## LOGOS DE CENTROS DE INVESTIGACIÓN

Los centros de investigación de la UTP poseen su logo debidamente registrado en la en la Unidad de Propiedad Intelectual.

Los logos deben mantener un fondo blanco que sobresale en el contorno. No obstante, en algunos casos, con previa revisión de DICOMES, se pueden crear sistemas de logos o logos alternos para usar monocromáticos o justificados.

Centro Experimental de Ingeniería



Centro de Investigaciones Hidráulicas e Hidrotécnicas



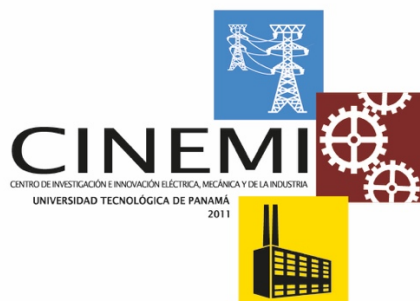
Centro de Producción e Investigaciones Agroindustriales



Centro de Investigación, Desarrollo e Innovación en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones













Centro de Investigación e Innovación Eléctrica, Mecánica y de la Industria





## Paleta de colores

			MEDIOS	
			<i>Impresos</i>	<i>Virtuales</i>
	CEI		C: 100% M: 100% Y: 0% K: 0%	R: 46 G: 49 B: 154 <i>Audiovisuales</i> #2e319a
	CIHH		C: 93% M: 88% Y: 0% K: 0%	R: 55 G: 38 B: 146 <i>Audiovisuales</i> #372692
	CEPIA		C: 92% M: 50% Y: 100% K: 0%	R: 17 G: 92 B: 0 <i>Audiovisuales</i> #005c00
	CIDITIC		C: 0% M: 65% Y: 90% K: 0%	R: 255 G: 110 B: 0 <i>Audiovisuales</i> #ff6e00
	CINEMI		C: 60% M: 100% Y: 100% K: 0%	R: 133 G: 0 B: 0 <i>Audiovisuales</i> #850000

Al utilizarse dos o más de ellos, deben llevar un orden basado en su antigüedad como aparecen a continuación:

- Centro Experimental de Ingeniería. CEI
- Centro de Investigaciones Hidráulicas e Hidrotécnicas. CIHH
- Centro de Producción e Investigaciones Agroindustriales. CEPIA
- Centro de Investigación, Desarrollo e Innovación en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. CIDITIC
- Centro de Investigación e Innovación Eléctrica, Mecánica y de la Industria. CINEMI

# USO Y TIPOS DE MARCA

## USO DE MARCA INSTITUCIONAL

Los logos oficiales de la universidad (Universidad Tecnológica de Panamá, facultades y centros de investigación) representan la marca institucional.

### Vestimenta

La marca institucional debe aparecer en uniformes o vestimenta empresarial para uso del personal administrativo, docente y/o de investigación que ejecuten labores regulares o especiales. La vestimenta con la marca institucional puede utilizarse en acciones relacionadas con trabajos de campo, atención al cliente, equipos de trabajo en coberturas de eventos y otras actividades que tengan como finalidad identificar o representar a la institución.

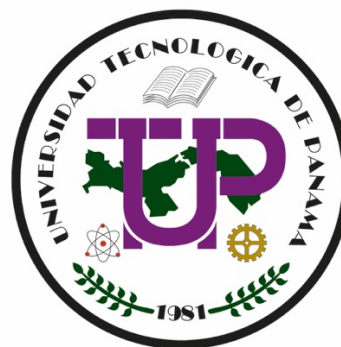
Para el uso de la marca institucional en ropa, el logo debe ubicarse en la parte frontal y superior del lado izquierdo (derecha del observador). Este logo puede llevar un contorno de color morado o negro por tratarse de diseños en textiles que deben llevar bordados o impresiones en tintas para destacar su forma sobre diversos colores. El tamaño aproximado del logo debe ser de 3 x 3 pulgadas.



Se puede agregar información adicional ubicándola debajo del logo. Los textos pueden ocupar una o dos líneas; por ejemplo, el nombre de una dirección o departamento. En caso de ser muy largo se pueden utilizar las siglas que identifiquen a la unidad.



DICOMES



CDL

#### Batas de laboratorios

Las batas de laboratorio y otras vestimentas de trabajo pueden utilizar el logo UTP con el nombre de la unidad en su parte inferior. No obstante, cuando requieran colocar nombre propio o mayor descripción, se recomienda usar la composición de logo UTP con texto justificado y en la parte inferior, el nombre completo del colaborador.



VVU  
Clínica Universitaria  
Dr. Nombre N. Apellido A.



UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA  
DE PANAMÁ  
Vicerrectoría de Vida Universitaria  
Clínica Universitaria

*Dr. Nombre N. Apellido A.*

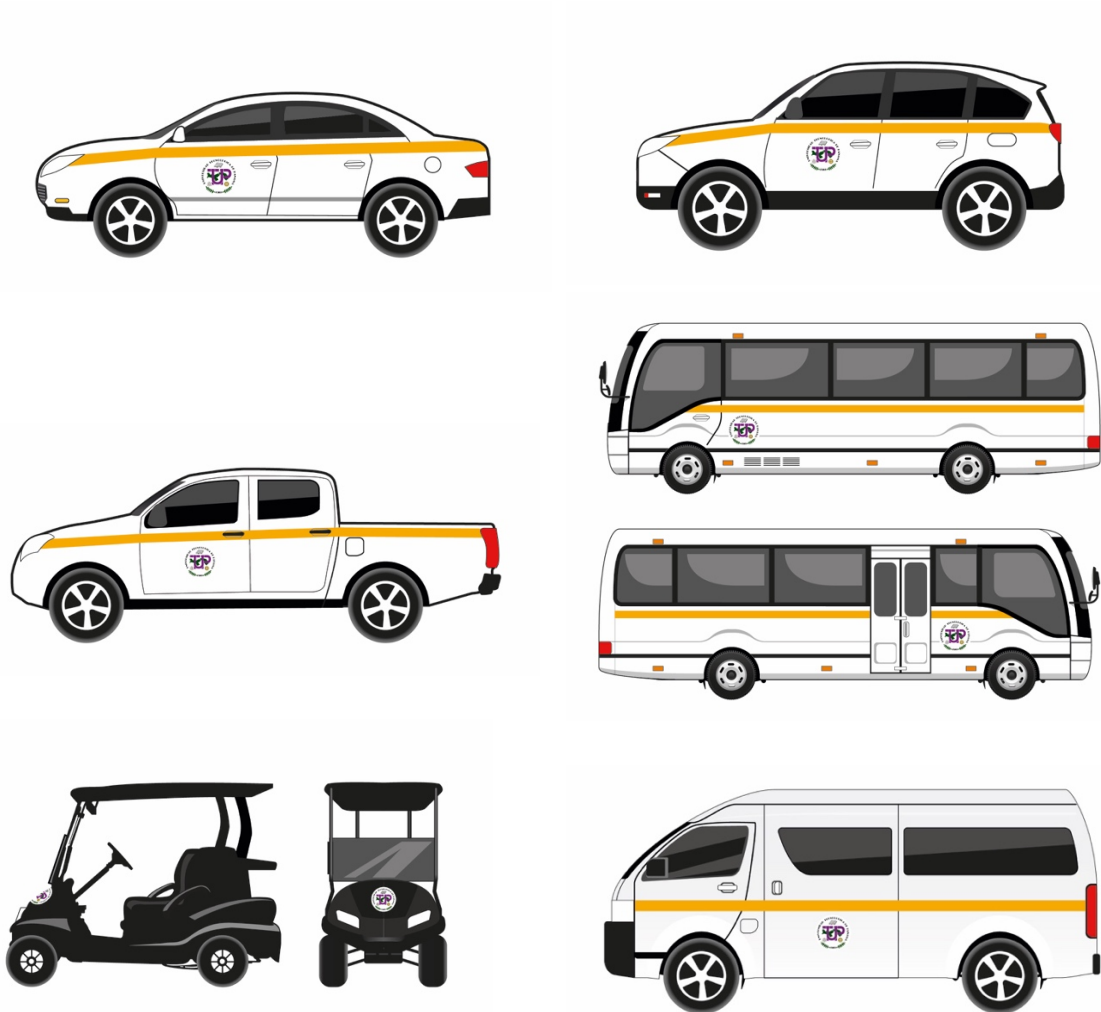
## Vehículos de transporte

Los vehículos de la institución deben estar identificados y portar el logo de la Universidad Tecnológica de Panamá.

El logo puede ir impreso en material de vinil adhesivo y su tamaño dependerá, en gran medida, del tipo de vehículo; sin embargo, el tamaño estándar para su impresión debe estar entre 8 x 8 pulgadas a 12 x 12 pulgadas.

El logo institucional debe ser rotulado en fondo blanco y ubicado en ambos costados del vehículo. Se recomienda colocarlo en sus puertas laterales delanteras. En algunos casos, puede ir en la parte frontal y en otras, puede ir en la parte de atrás.

Aquí algunos ejemplos de sus disposiciones:



## Señalización

Conjunto de símbolos y señales en forma de código que comunican a través de letreros de prevención y seguridad en el área vial, peatonal, empresarial, industrial, etc.

Estas poseen características específicas con un significado general transmitido por medio de formas y colores que indican: peligro, acción, obligación, auxilio o prohibición. Por lo tanto, interna y externamente de los campus universitarios de la UTP, este tipo de señalización debe permanecer íntegra dentro de los estándares permitidos en su clasificación y disposiciones universales para lo que fueron diseñadas.

Ejemplos:



## Señalética

La señalética de la UTP son las guías visuales que no siguen un código homologado internacionalmente, pero posee un lenguaje gráfico determinado que puede ser usada dentro y fuera de los edificios de los campus de la Universidad Tecnológica de Panamá a lo largo del país.

Los letreros tienen como función orientar, informar y regular el flujo de personas o vehículos internamente; por lo tanto, deben contar con la identificación de la marca UTP.

Esta marca puede estar presente en el diseño de los letreros a través de algunos elementos que forman parte de la identidad visual como lo son sus colores institucionales, el logo o el emblema, entre otros caracteres distintivos de la marca. La fuente tipográfica sugerida para este tipo de producto visual es la llamada Helvética Neue; no obstante, esto puede variar de acuerdo con la tipografía escogida por la Dirección Nacional de Comunicación Estratégica para diseños de línea gráfica del sistema y señalización en cada temporada o campaña.



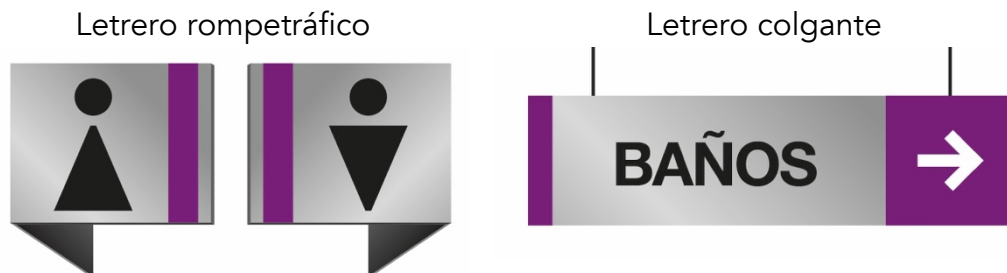
## Tipos de señalética en la UTP

### 1. Letreros de orientación

Están ubicados en lugares elevados y en puntos estratégicos para llamados de atención. Sirven de guía mediante flechas, íconos o breves palabras y deben llevar letras grandes para que sean observadas a distancia.

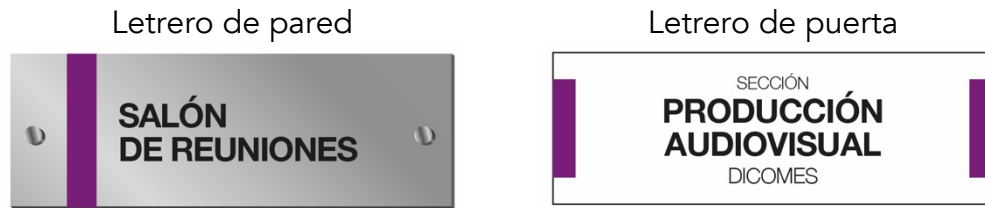
Estos pueden colocarse en dos posiciones:

- Rompetráficos que sobresalen de la pared y se colocan en las paredes de los pasillos a una altura aproximada de más de 2 metros o 7 pies del suelo.
- Colgantes ubicados en la parte superior, casi a nivel del techo.



## 2. Letreros de información

Consisten en letreros ubicados en puertas o en paredes con breve información para indicar un lugar, nombre de oficina o área. Estos suelen estar en la parte superior de las puertas o a la altura de la mirada del observador con tipografía de medio grosor para ahorro de espacio y mayor legibilidad. Sus fondos pueden ser en blanco, morado o metálico; no obstante, debe ser el mismo color/material para todos los letreros del edificio donde serán colocados.



## 3. Letreros de localización

Estos son letreros que están a un nivel más bajo y de letras legibles a media y corta distancia. Pueden encontrarse dentro y fuera de edificios para brindar listados de lugares o mapas; en algunos casos, llevan incluidas flechas o números.

### Letrero de exteriores





## Lema UTP

### 1. Origen y significado

El lema de la Universidad Tecnológica de Panamá forma parte de la marca institucional y consiste en un mensaje que refleja las luchas y logros para la edificación y consecución de esta casa de estudios superiores.

Pasando por un proceso de transformación y tras varios lemas, en 1999 se consideró acoger un nuevo lema propuesto por la Doctora Tisla de Destro.

Cabe destacar que este nuevo lema fue inspirado en el ambiente de calidad y planificación estratégica con la que se ha consolidado la UTP.

Hoy por hoy, «Camino a la excelencia a través del mejoramiento continuo» no solo es una frase que indica la manera positiva y efectiva de alcanzar las metas, sino que es una conducta que forma parte de la cultura de la UTP al inspirar el recorrido que se realiza en la vida profesional y personal, mediante el perfeccionamiento, perseverancia y la resiliencia, para dar el máximo en cada proyecto propuesto.

### 2. Usos

El lema puede ser aplicado en todo material visual o audiovisual de la universidad y como parte de su identidad visual, se recomienda su uso en anuncios con las mismas fuentes tipográficas autorizadas para acompañar al logo de la UTP, como lo son: Helvetica Neue o Crimson Text Roman. Estas tipografías pueden aplicarse en estilo regular o negrita cursiva (*Bold italic*).

Crimson Text Roman (Regular y negrita cursiva)

Camino a la excelencia a través del mejoramiento continuo

***Camino a la excelencia a través del mejoramiento continuo***

Helvética Neue (Regular y negrita cursiva)

Camino a la excelencia a través del mejoramiento continuo

***Camino a la excelencia a través del mejoramiento continuo***

## USO DE MARCA PROMOCIONAL

Las marcas promocionales forman parte de la categoría “logos temporales” y consisten en la representación visual de la UTP a través de diseños, símbolos, insignias, emblemas o identidad visual, usadas con un propósito específico de publicidad, promoción o estrategia de marketing que se identifiquen en productos textiles, visuales y audiovisuales para el desarrollo de material impreso, bordado o digital.

Las marcas promocionales irán dirigidas a un público objetivo dentro de una campaña, proyecto o colección y en algunos casos, solo podrán estar vigentes por un período limitado de tiempo.

Los diseños, anuncios o material promocional que cuenten con una marca promocional, deben crearse y/o desarrollarse por comunicadores sociales o agentes de mercadeo de la Dirección Nacional de Comunicación Estratégica o del Centro de Distribución y Librería, por tratarse de unidades encargadas de gestionar acciones de publicidad, ventas, promoción y mercadeo.

Dentro de la categoría de marca promocional se encuentran aquellas composiciones diseñadas para representar o caracterizar algunos grupos como:

- Identidad de programas televisivos
- Identidad de aplicaciones informáticas para dispositivos móviles
- Identidad de equipos deportivos
- Diseños en prendas de vestir y/o souvenir, entre otros.

Las marcas promocionales pueden ser únicas y originales o estar inspiradas en diversos recursos, como por ejemplo: el logo institucional, simbolismos, edificaciones o composiciones. Esto se puede efectuar extrayendo elementos de los logos y luego adaptarlos para formar diseños creativos e innovadores.

En el caso de diseñarse prendas de vestir, es imprescindible que toda vestimenta con marca institucional o promocional porte su etiqueta con el logo de la UTP.

Logos de Programas

Informativo



Investigación



Academia



Cultural



Logo de App



UTP LINK

Logos y emblemas de colecciones de ropa



## DERECHO DE AUTOR

El material del siguiente manual es propiedad intelectual de la Universidad Tecnológica de Panamá. Su uso es restringido para utilidad interna y externa de la institución (el equipo administrativo de la UTP y entes contratados por la universidad).

Cualquier consulta sobre el uso de la identidad visual de la UTP, debe dirigirse a la Dirección Nacional de Comunicación Estratégica (DICOMES).