



---

UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA

---

**MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA**

---

**Manual de Identidad Corporativa U.C.B.**

Impresión: Folio - Unidad de Diseño Gráfico e Impresión DGR - U.C.B.

Depósito legal: 4 - 1 - 1214 - 19

ISBN: 978-99974-371-6-7



Publicación de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

© La reproducción parcial o total de este manual por cualquier medio mecánico o electrónico, no autorizada expresamente por la U.C.B., viola derechos reservados.

COMUNICACIÓN INTERNA  
SGN N° 013/2019

DE: Dr. Sergio Delgadillo Urquidi  
SECRETARIO GENERAL NACIONAL  
Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

A: RECTORES REGIONALES  
LA PAZ, COCHABAMBA, SANTA CRUZ, TARIJA  
DIRECTOR DE LA ePC/MpD  
UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA "SAN  
PABLO"

REF: MANUAL DE MARCA U.C.B.

FECHA: La Paz, 24 de Abril de 2019

Dr. Sergio Delgadillo Urquidi  
SECRETARIO GENERAL NACIONAL  
UNIVERSIDAD CATOLICA BOLIVIANA "SAN PABLO"

De mi consideración:

Mediante la presente, pongo a conocimiento de vuestras Autoridades el Manual de Marca de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo".

En este sentido solicito a vuestras Autoridades se informe sobre la vigencia inmediata de este documento oficial de comunicaciones internas así como la instrucción del uso y aplicación en el manejo de la Marca Institucional en todas las instancias correspondientes de cada Unidad Académica Regional, Unidades Académicas Campesinas y la Escuela de la Producción y la Competitividad.

La Coordinación Nacional de Relacionamento Institucional está atenta a interactuar con los responsables de comunicación y marketing así como personal de cada regional que delegue para las aclaraciones correspondientes acerca del manejo del Manual de Marca. Dichas interacciones se realizarán de acuerdo a un calendario previamente concertado con los responsables designados.

Sin otro particular de momento, saludo a ustedes muy atentamente.

*Adj.: Lo citado*

*cc. Lic. Bocángel.*



# CONTENIDO

<b>Introducción</b>	3
<b>Antecedentes</b>	5
<b>Historia de la Universidad Católica Boliviana</b>	5
<b>Elementos del escudo de la U.C.B.</b>	6
<b>1.1 ¿Qué es la identidad corporativa?</b>	9
Nivel icónico	10
<b>1.2 Elementos de la identidad corporativa de la U.C.B</b>	10
Nivel lingüístico	11
<b>1.3 Variantes de la marca institucional</b>	15
Nivel cromático	16
<b>1.4 Área de seguridad</b>	17
<b>1.5 Reducciones mínimas</b>	17
<b>1.6 Versiones alternas</b>	18
Relación de la Marca Institucional y del Rectorado Nacional con externos	20
Relación de las Marcas regionales con externos	20
Relación de las Marcas regionales con internos y externos	21
<b>1.7 Las marcas U.C.B. y su relación con otras marcas</b>	20
<b>1.8 Tipografía complementaria</b>	22
<b>1.9 Usos no permitidos</b>	23
<b>2.1 Tarjetas de presentación</b>	27
<b>2.2 Sobres y membretado de las oficinas regionales</b>	28
<b>2.3 Sobres y membretado de las oficinas nacionales</b>	29
<b>2.4 Sobres y membretado de las oficinas del Rector Nacional</b>	30
<b>2.5 Sobres manila institucionales</b>	31
<b>2.6 Carpeta institucional</b>	32
<b>2.7 Carteles, plegables y similares</b>	33
<b>2.8 Publicaciones</b>	35
<b>2.9 Invitaciones, esquelas, necrológicos y similares</b>	36
<b>2.10 Títulos y diplomas</b>	37
<b>2.11 Certificados</b>	39
<b>2.12 Banderas</b>	40
<b>2.13 Carnet estudiantil</b>	42
<b>2.13 Firma electrónica</b>	42
<b>2.14 Gafetes y marbetes</b>	43
<b>2.15 <i>Merchandising</i></b>	44
<b>Anexo 1. Modelos de redacción de la U.C.B.</b>	51



## Introducción

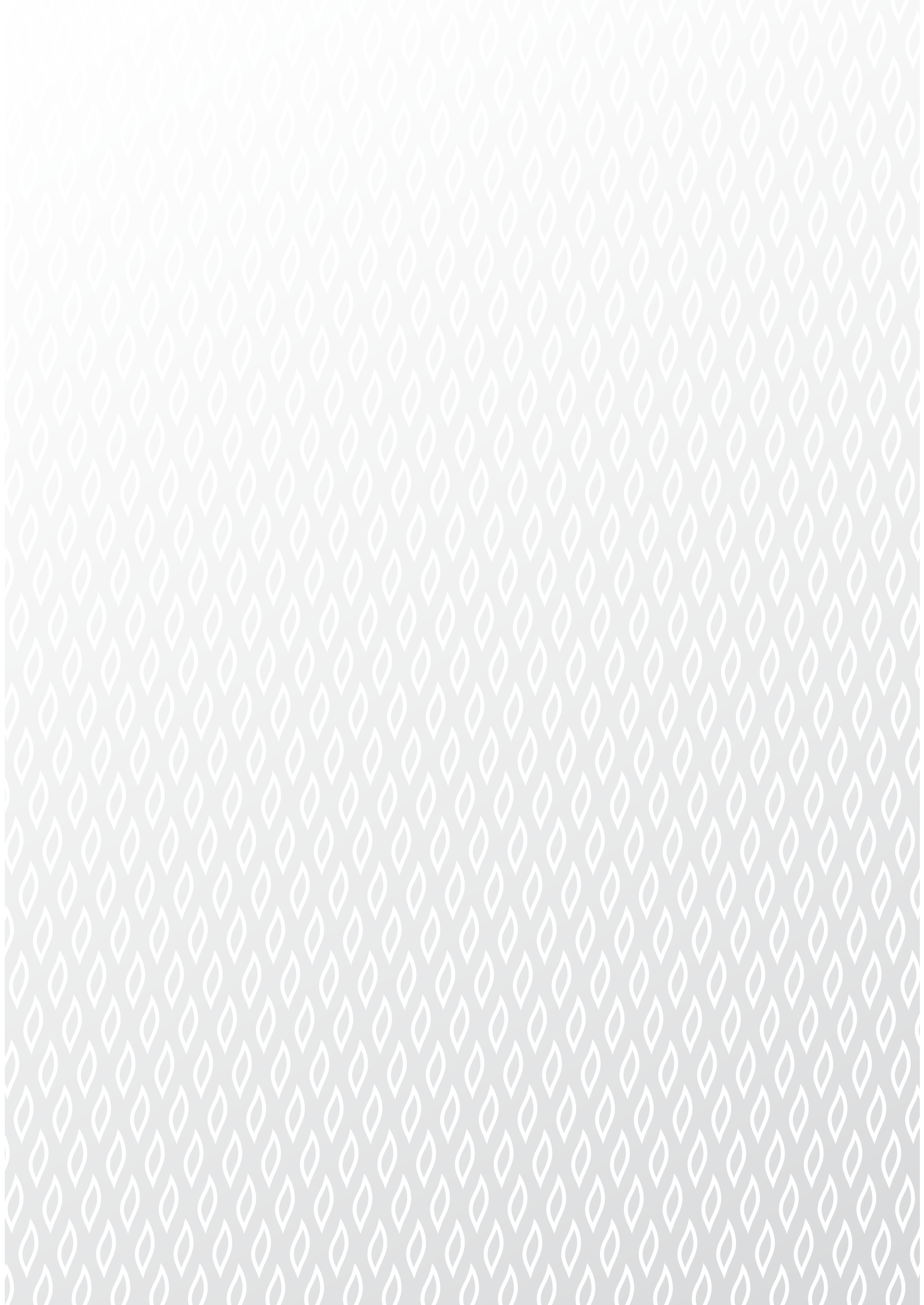
Este documento presenta la información necesaria para el uso correcto de la identidad corporativa de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", en sus distintas aplicaciones.

Por ello su empleo es imprescindible para todas las comunicaciones internas y externas que se efectúen por parte de las diferentes instancias de la comunidad universitaria.

Es así que la finalidad de este manual es describir, de manera clara y unívoca, la identidad de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" y la de explicar cómo debe desarrollarse esta identidad institucional en las diferentes aplicaciones comunicativas necesarias para la institución.

Este manual pretende, por lo tanto, normalizar la administración de la identidad corporativa que se hace visible en cualquier pieza gráfica impresa y servirá como guía y referencia obligatoria de consulta.

Las normas genéricas establecidas en este manual deben ser leídas con detenimiento y comprendidas antes de proceder a la puesta en práctica. De la misma forma deben respetarse y mantenerse constantes a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar definitivamente su identidad corporativa





## Historia de la Universidad Católica Boliviana

La Universidad Católica Boliviana “San Pablo” cuenta con cuatro Unidades Académicas Regionales. La primera está ubicada en la ciudad de La Paz, sede del Gobierno central y el Poder Legislativo; la segunda, en Cochabamba, situada al centro de Bolivia en la zona de los valles; la tercera, en Santa Cruz de la Sierra, ubicada en el Oriente de Bolivia, y la cuarta en Tarija, ciudad que se encuentra al extremo sur del país como capital de departamento.

También ofrece programas en el área rural, a través de las Unidades Académicas Campesinas desde 1987. Posee además un programa especializado en administración pública y privada, que se desarrolla en la Escuela de Producción y la Competitividad. Sus labores de investigación las realiza a través de prestigiosos institutos de investigación, en diversas áreas del conocimiento.

**LA UNIDAD ACADÉMICA REGIONAL LA PAZ** comenzó sus actividades en el año 1966 con la apertura de las carreras de Administración de Empresas y Economía, siguiendo la línea instaurada en 1964 a través del Instituto Superior de Economía de la Empresa y que, posteriormente, dio paso a la fundación de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. En 1971, se suman las carreras de Psicología y Comunicación Social y posteriormente, en la década de los ochenta, Turismo y Relaciones Públicas. Su crecimiento y expansión se inicia a partir de 1990, con la incorporación de la carrera de Derecho. Actualmente presenta 20 carreras en distintas áreas de estudio.

**LA UNIDAD ACADÉMICA REGIONAL DE COCHABAMBA** inicia formalmente sus actividades el 26 de febrero de 1971 con el funcionamiento de la carrera de Filosofía. Posteriormente, ésta se convierte en la Facultad de Filosofía y Teología que en aquella época fue parte del Instituto Superior de Estudios Tecnológicos (ISET). Es importante mencionar que el 6 de marzo de 1965 se inauguró la Escuela de Enfermería Elizabeth Seton. A partir de la década de los noventa, la Universidad tiene en Cochabamba un espacio consolidado en áreas teológicas, humanistas y de servicio.

**LA UNIDAD ACADÉMICA REGIONAL DE SANTA CRUZ** fue fundada el 1 de marzo de 1993 iniciando sus actividades con la carrera de Psicopedagogía a través de un convenio con la Congregación de las Hermanas Franciscanas Angelinas. Este documento fue suscrito en enero de 1990 entre dicha congregación y autoridades de la Conferencia Episcopal Bolivia y el rectorado de la Universidad. Cinco años antes, en 1988, la institución ya había acordado acoger la carrera de Agropecuaria a nivel Técnico Superior en Muyurina a través de un convenio entre la Universidad y la Congregación Salesiana de Santa Cruz. En 1991, se creó la carrera de Ciencias Religiosas como tercer Programa Académico de la Iglesia en Santa Cruz entre la Universidad y las Hermanas de Misioneras de la Doctrina Cristiana. Desde el nuevo milenio, la Unidad Académica Regional de Santa Cruz consolida su quehacer académico incluyendo las carreras de Medicina y Odontología.

**LA UNIDAD ACADÉMICA REGIONAL DE TARIJA** inicia actividades el año 2000, ofreciendo las carreras de Administración de Empresas, Arquitectura, Comunicación Social, Derecho e Ingeniería Civil. La iniciativa nació en noviembre de 1992 gracias al impulso de un grupo de destacados ciudadanos tarijeños que crean la Fundación



“La conversión de San Pablo”. Vitral realizado en conmemoración del 50° aniversario de la U.C.B. 1966-2016.

Paraninfo de la Universidad Católica Boliviana, Regional La Paz.

Educativa, Científica y Cultural que más tarde, en 1994, apoyó la puesta en marcha de la Universidad San Bernardo de Tarija. Posteriormente, la mencionada Fundación y la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" firmaron un convenio de transferencia que dio lugar a la instalación de la cuarta Unidad Académica Regional.

**ESCUELA DE LA PRODUCCIÓN Y LA COMPETITIVIDAD - MAESTRÍAS PARA EL DESARROLLO (EPC- MPD).** En el año 1995 se estableció el Programa de Maestrías para el Desarrollo (MpD), en cooperación con la Universidad de Harvard, y posteriormente el programa MpD se amplió a la Escuela de la Producción y la Competitividad (ePC) con programas de Grado y Técnico Superior. La ePC-MpD ofrece programas de alto nivel académico en áreas de emprendimiento, desarrollo empresarial y negocios internacionales, orientando su trabajo al sector público y privado en la formación de emprendedores, productores, profesionales y gerentes.

**LAS UNIDADES ACADÉMICAS CAMPESINAS (UAC'S)** Las UAC's comienzan sus actividades el año 1987 en las localidades de Tiwanaku, Batallas y Pucarani con las carreras de Agronomía, Agroindustria y Enfermería respectivamente. En 1972, en Escoma, se inician actividades académicas en la carrera de Técnico Superior en Agropecuaria.

La creación de la Unidad Académica Campesina de Carmen Pampa, ubicada a catorce (14) km de Coroico (La Paz), tiene lugar el 14 de octubre de 1993 con una oferta académica en Agropecuaria, Enfermería, Veterinaria y Zootecnia.

La esencia de este proyecto se basa en el servicio a la comunidad rural y en el vínculo comunitario con el proceso educativo en torno a la interculturalidad e intraculturalidad. El objetivo fundamental es llegar a los sectores de menores ingresos brindando oportunidades de formación profesional a quienes no podrían acceder a éstas.

## Elementos del escudo de la U.C.B.

Para la U.C.B., su escudo es el símbolo gráfico que representa la mayor jerarquía dentro de su identidad.

**CRUZ:** La cruz, figura central del escudo, es el símbolo de Cristo crucificado y, consecuentemente del catolicismo. Representa también al hombre con los brazos abiertos, para darse a manos llenas en la entrega del conocimiento. La parte superior de la cruz, que representa la cabeza, toma la forma, también abierta, para significar la amplitud de mente. La base de la cruz que adopta la misma forma, significa tener los pies sobre la tierra, para analizar el contexto de la realidad en todo momento. El resplandor representa la esperanza de que los hombres y mujeres formados en la Universidad Católica puedan brillar en su momento con luz propia, para transmitir el conocimiento y servir a los demás.

**LÁMPARA:** La lámpara de aceite encendida representa la luz de la ciencia y la verdad que alumbr a las personas. Con la cruz simbolizan el diálogo permanente que debe existir entre la fe y la razón que es el principio fundamental en que se cimienta la Universidad Católica Boliviana.

**DOS ESTRELLAS:** Las dos estrellas representan las dos carreras con las que se fundó esta institución. En la parte inferior y en números romanos aparece su año de creación.

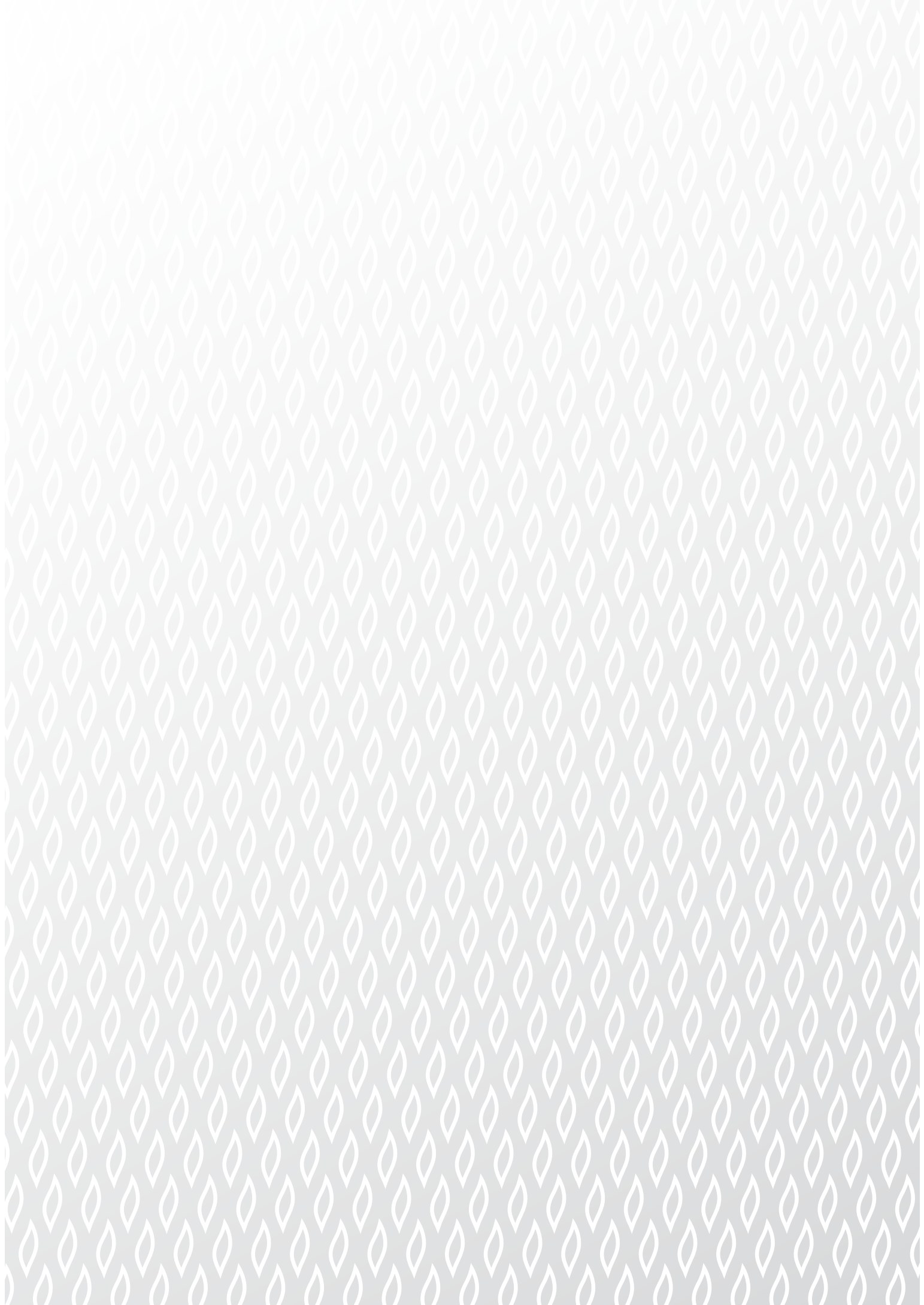
**LEMA:** El lema escogido "*Veritas in Caritate*" significa La Verdad en la Caridad y corresponde a una traducción del latín *Veritatis in Charitate*, que se trata de una abreviación de una guía moral y espiritual escrita por San Pablo. Esta afirmación tipifica al creyente como "quien construye la verdad en la caridad".

**COLORES:** Se eligió el color azul porque es uno de los colores distintivos de la Universidad Boliviana. El amarillo evoca a la bandera del Vaticano y es privativo de la Iglesia Católica.





**1. IDENTIDAD  
CORPORATIVA**



## 1.1 ¿Qué es la identidad corporativa?

La identidad corporativa es un conjunto coordinado de signos visuales que contribuyen al reconocimiento de una organización por parte de un público. Los elementos que integran un sistema de identidad corporativa son complementarios entre sí y poseen características comunicacionales diferentes. El sistema visual como forma de representación de una organización incluye los siguientes elementos: icónico, lingüístico y cromático. Esta identidad visual debe transmitir los valores y la filosofía de la marca.

Su importancia es muy alta, pues el público asimila una imagen mucho más rápidamente que un texto escrito. Por lo tanto, una organización debe elaborar una identidad corporativa potente, donde todos sus elementos se complementan y logran capturar positivamente la atención y quedarse en la memoria del público.

Uno de los primeros pasos en la construcción de la identidad e imagen corporativas es el desarrollo del componente visual, a partir del diseño del símbolo y nombre de la marca y su posterior aplicación en una infinidad de piezas gráficas.

Para comprender la importancia y los beneficios de la identidad corporativa, detallamos algunos de sus aspectos claves:

- A través de ella, una organización se identifica, se hace más reconocible y se diferencia de otras.
- Facilita la interacción desde el exterior, puesto que ayuda a los diferentes grupos de interés a comprender mejor la estructura y fin de la organización.
- Fomenta el sentido de pertenencia de los miembros integrantes.

Por regla general, la identidad corporativa se recoge en un documento conocido como manual de identidad corporativa, el cual establece los detalles y elementos que la organización tiene en consideración para plasmar de la mejor manera posible su filosofía y valores de modo visible y eficiente.

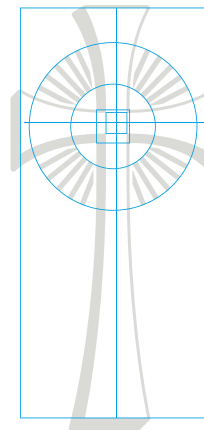
## 1.2 Elementos de la identidad corporativa de la U.C.B

### NIVEL ICÓNICO

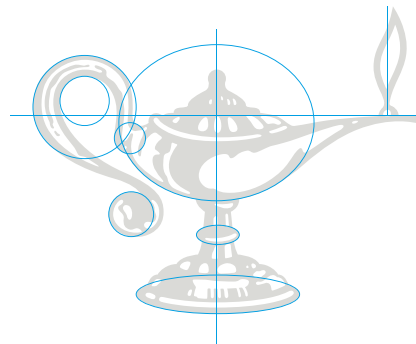
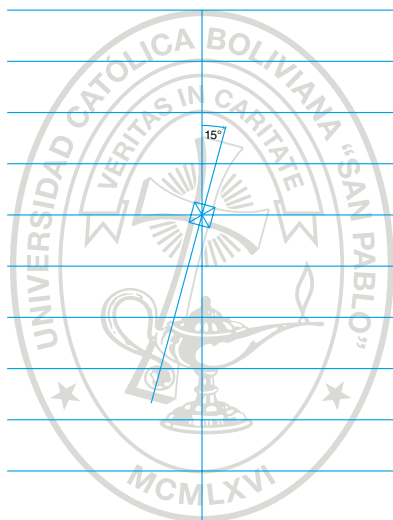
#### Símbolo (isotipo)



#### Construcción de cruz y la lámpara



#### Construcción del símbolo



## NIVEL LINGÜÍSTICO

El nombre completo es Universidad Católica Boliviana "San Pablo", así está registrado en el estatuto de la U.C.B. pero, por su extensión y en beneficio de su mayor claridad, para el logotipo se ha determinado excluir el nombre "San Pablo".

Como sigla, U.C.B. es un nombre que también se admite pero no tiene una representación gráfica. Si fuera el caso, hay que observar que su escritura debe llevar un punto después de cada letra y **nunca incluirá** el complemento S.P. (San Pablo).

## Logotipo

---

UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
 B O L I V I A N A

---

La tipografía empleada es la Scala en sus versiones *Regular* y *Bold*, en caja alta (mayúsculas).

Se pone énfasis en el adjetivo "Católica" por su valor confesional y los fundamentos cristianos que guían a la U.C.B.

---

UNIVERSIDAD  
 CATÓLICA  
 B O L I V I A N A

---

Tipografía *Scala Regular*.

---

UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
 B O L I V I A N A

---

Tipografía *Scala Bold*.

Construcción del iso logotipo institucional y del Rectorado Nacional



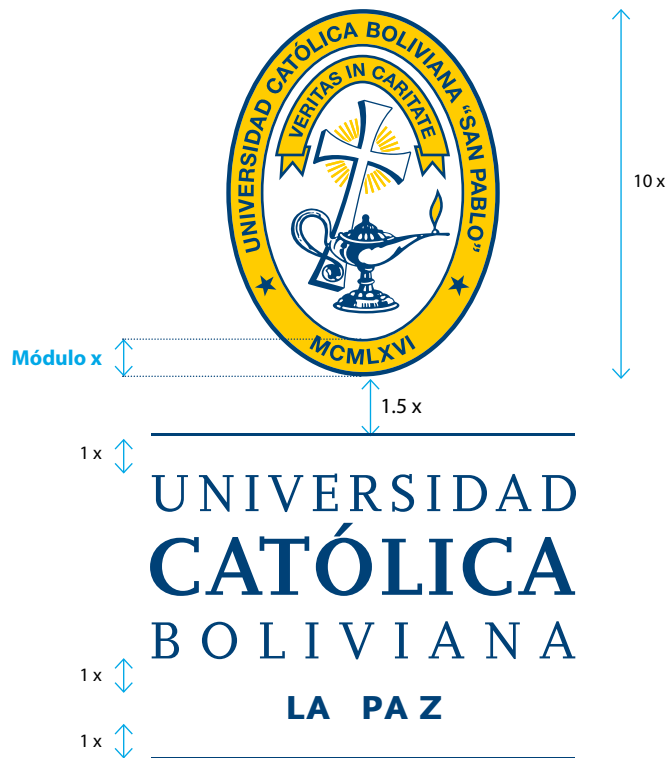
De la unión del símbolo (isotipo) y del logotipo resulta el iso logotipo que es el elemento más representativo de la marca U.C.B.

Este elemento se empleará en instancias institucionales (cuando la U.C.B. en su conjunto se expresa) y en instancias del Rectorado Nacional (cuando sus autoridades y oficinas se expresan).

En las siguientes páginas se muestra cómo de este isologotipo se generan otros para las unidades regionales.



Construcción del iso logotipo para las unidades regionales



Unidades regionales



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
LA PAZ



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
SANTA CRUZ



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
COCHABAMBA



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
TARIJA



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UNIDADES ACADÉMICAS  
CAMPELINAS



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
LA PAZ



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
SANTA CRUZ



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
COCHABAMBA



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
TARIJA



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UNIDADES ACADÉMICAS  
CAMPELINAS

Unidad regional UACs por lugar



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UAC - CARMEN PAMPA



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UAC - BATALLAS



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UAC - PUCARANI



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UAC - ESCOMA



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UAC - TIWANAKU



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UAC - CARMEN PAMPA



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UAC - BATALLAS



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UAC - PUCARANI



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UAC - ESCOMA



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
UAC - TIWANAKU

### 1.3 Variantes de la marca institucional

Son excepcionales y se admiten bajo las siguientes condiciones.

#### Símbolo solo

Su empleo se faculta únicamente para la representación de toda la U.C.B. o del Rectorado Nacional.

Este manual prevé su uso en los casos del pin, la bandera y una de las tarjetas personales del Rector Nacional; otras aplicaciones deben ser autorizadas por la unidad de comunicación de la regional correspondiente o de la Coordinación Nacional de Relacionamento Institucional de la U.C.B.



#### Logotipo solo

Se emplea para acompañar a otras marcas de la U.C.B. como carreras, institutos y similares; otras aplicaciones deben ser autorizadas por la unidad de comunicación de la regional correspondiente o de la Coordinación Nacional de Relacionamento Institucional de la U.C.B.

UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
BOLIVIANA

#### A color sobre fondo oscuro



De uso amplio. En este caso, el logotipo cambia el azul por el blanco, nunca por otro color.



## NIVEL CROMÁTICO



### Paleta de colores primarios

Los colores corporativos deberán reproducirse de la manera más precisa posible. Las opciones son: tintas directas y cuatricromía para reproducciones impresas y la combinación RGB para reproducciones en pantallas.

	Proceso	Luz	Fórmula		Proceso	Luz	Fórmula
	C: 0	R: 0	PANTONE 116		C: 100	R: 0	PANTONE 541
	M: 20	G: 32,2			M: 60	G: 32,2	
	Y: 100	B: 53,7			Y: 0	B: 53,7	
	K: 0	#005289			K: 40	#005289	
	PANTONE 5-1			PANTONE 206-1			

### Paleta de colores secundarios

La paleta de colores complementarios otorga mayores opciones cromáticas

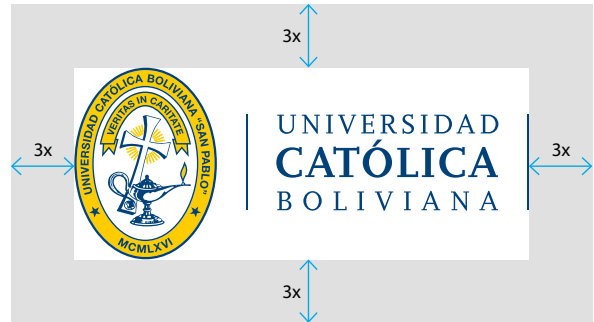
	Proceso	Luz	Fórmula		Proceso	Luz	Fórmula
	C: 100	R: 0	PANTONE 312		C: 0	R: 76	PANTONE Cool Gray 11
	M: 0	G: 32,2			M: 0	G: 76	
	Y: 15	B: 53,7			Y: 0	B: 76	
	K: 0	#005289			K: 70	#4c4c4c	
	PANTONE 239-2			BLACK			

### Dorado

El dorado en la marca se aplicará en piezas donde se quiera denotar mucha jerarquía. Su uso debe tener la autorización de la unidad de comunicación de la regional correspondiente o de la Coordinación Nacional de Relacionamento Institucional de la U.C.B.

No se admite de ninguna manera su imitación con pigmentos, combinaciones RGB o efectos de computadora. La única forma de representarlo es empleando algún pigmento dorado, previa verificación de su conveniencia y calidad.

## 1.4 Área de seguridad



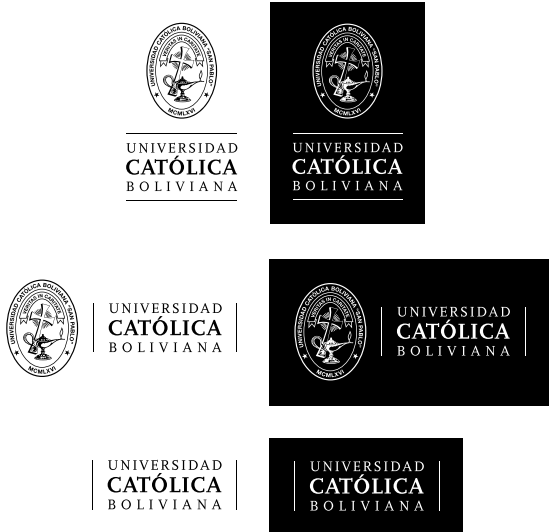
## 1.5 Reducciones mínimas

Se muestran los tamaños mínimos para cada una de las cuatro formas en las que puede aparecer la marca U.C.B.



## 1.6 Versiones alternas

### En blanco y negro



Se empleará solamente donde no sea posible imprimir color.

### A un color



## Sobre fotografía



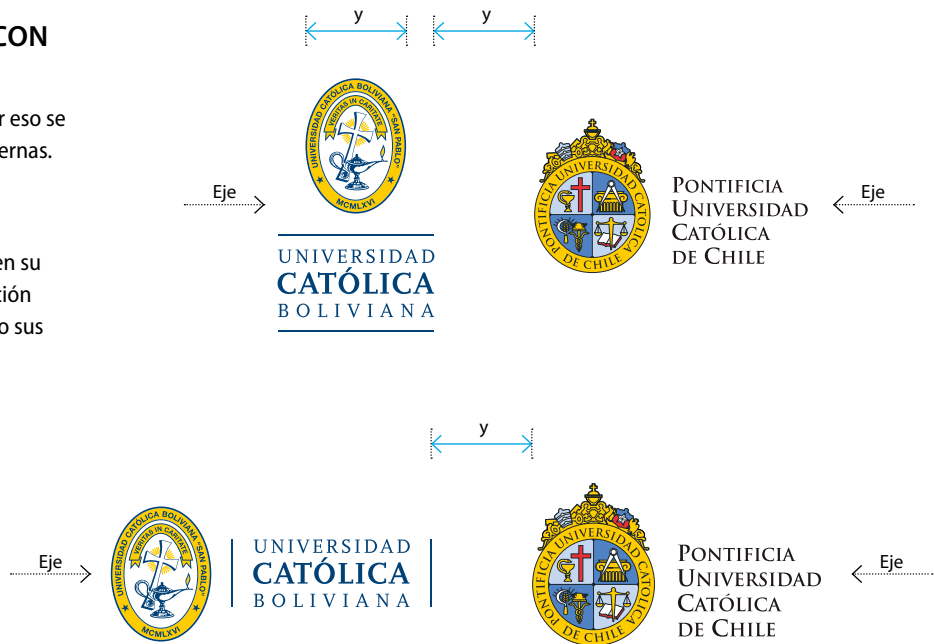
Se puede sobreponer a la imagen siempre y cuando sea legible, haga contraste y no entre en conflicto con el resto de la información. De lo contrario, se debe emplear un fondo que respete el área de seguridad.

## 1.7 Las marcas U.C.B. y su relación con otras marcas

### RELACIÓN DE LA MARCA INSTITUCIONAL Y DEL RECTORADO NACIONAL CON EXTERNOS

Aparecen en instancias mayores, por eso se relaciona solamente con marcas externas.

Cabe recordar (ver Construcción del isologotipo) que la representación institucional se da cuando la U.C.B. en conjunto se expresa y la representación del Rectorado Nacional se da cuando sus autoridades y oficinas se expresan.



### RELACIÓN DE LAS MARCAS REGIONALES CON EXTERNOS





## RELACIÓN DE LAS MARCAS REGIONALES CON INTERNOS Y EXTERNOS

La marca de una oficina de la U.C.B. (p. ej. institutos, carreras, etc.) debe ir precedida del logotipo “Universidad Católica Boliviana” como una sola entidad, así se reafirmará su vínculo y pertenencia con la U.C.B.

### Con una marca interna



### Con dos marcas internas



### Con marca interna y marca externa



## 1.8 Tipografía complementaria

Se empleará la tipografía Fedra Std, en sus versiones con y sin serifa, y en sus diferentes espesores y anchos. Se la puede emplear tanto en cuerpos de texto pequeños como en grandes. Su uso también se adecúa a soportes digitales.

Light, book, normal, medium, **bold**

Fedra Sans

Light, book, **demi**, medium, **bold**

Fedra Sans Condensed

**Book**, medium, **bold**

Fedra Serif

### 1.9 Usos no permitidos

1.



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA



2.



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA



3.

UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA



4.



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA



5.



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA



6.



Universidad  
**Católica**  
Boliviana



7.



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA



8.



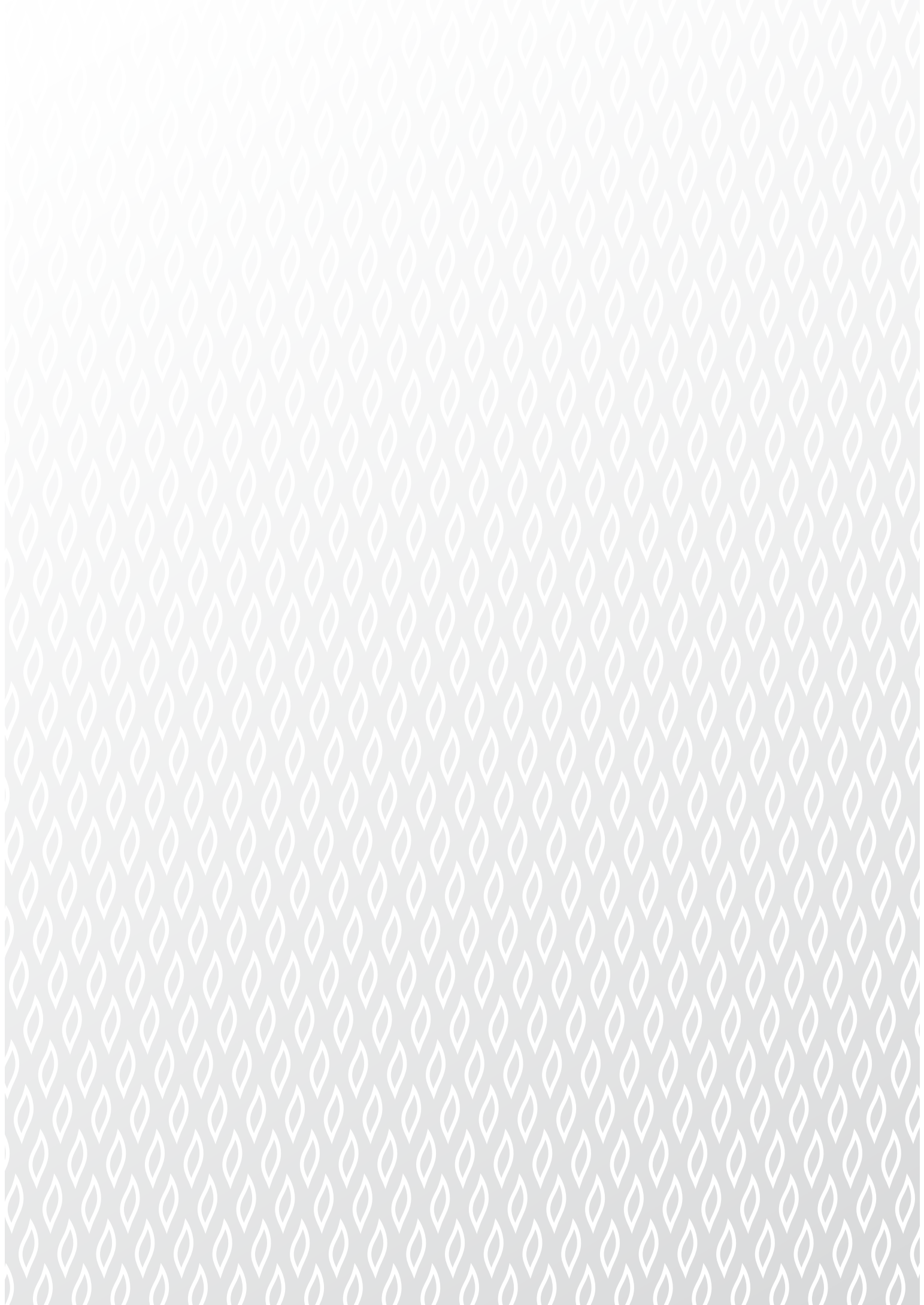
UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA







## 2. APLICACIONES

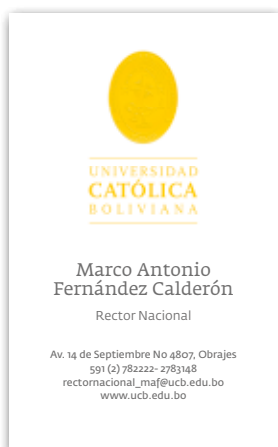
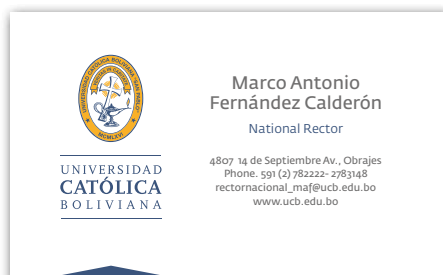


## 2.1 Tarjetas de presentación

De los colores corporativos, el azul distingue a las oficinas nacionales y el amarillo a las oficinas regionales.

### Tarjetas de presentación para oficinas nacionales y oficinas regionales

En el caso de que se apruebe su impresión en dos idiomas, éstos deben aparecer en anverso y reverso.



### Tarjeta de atención

Tiene un modelo único para autoridades nacionales y regionales.



### Tarjeta personal del Rector Nacional

Además de la tarjeta ordinaria, ésta es una versión que debe imprimirse en dorado y en relieve.

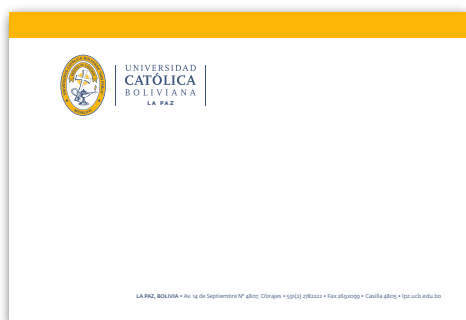
Sus versiones en otros idiomas deben imprimirse por separado.

## 2.2 Sobres y membretado de las oficinas regionales

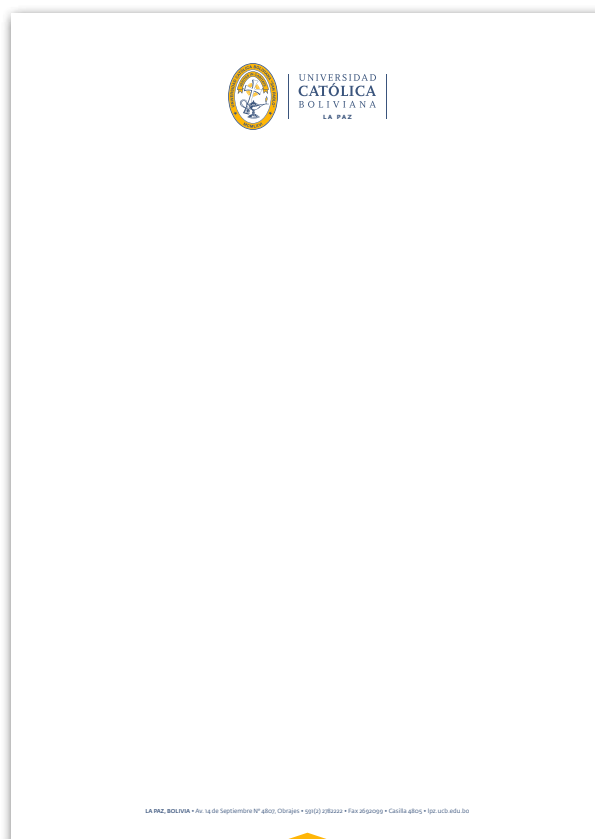
**Sobre oficio**  
(23,7x12,7 cm)



**Sobre esquila (17,2x11,73 cm)**



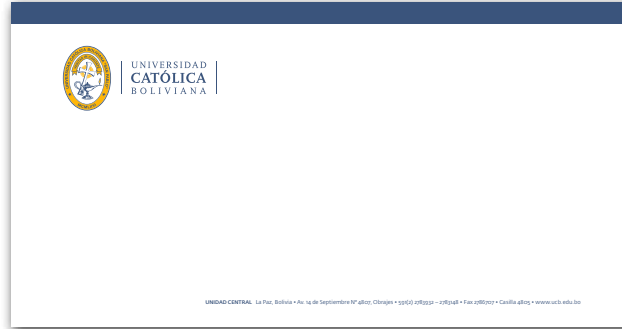
**Hoja membretada A4 (21x29,5 cm)**



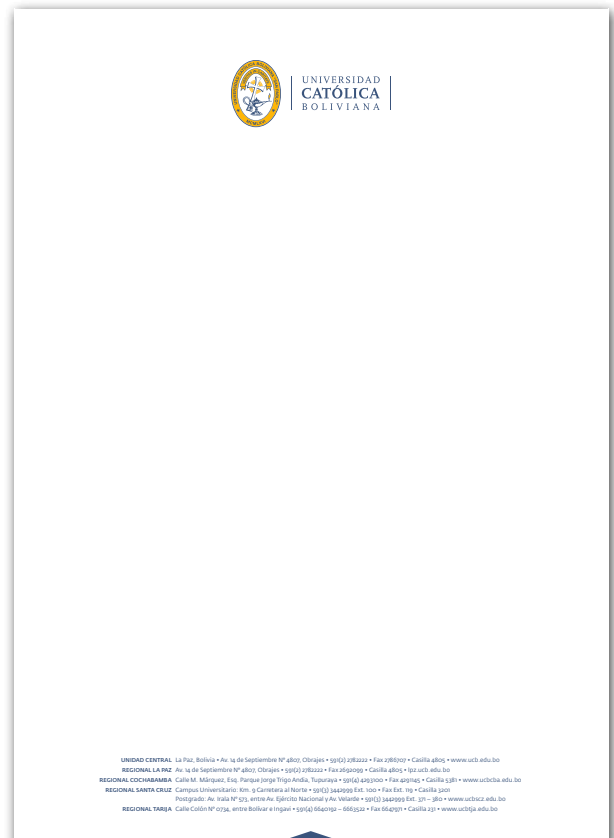
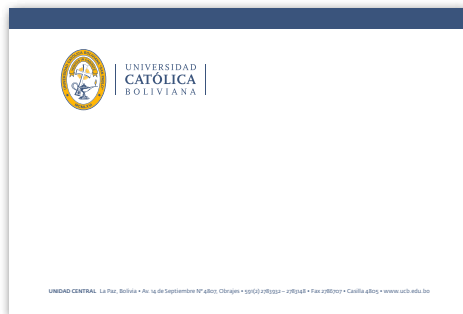


## 2.3 Sobres y membretado de las oficinas nacionales

**Sobre oficio**  
(23,7x12,7 cm)



**Sobre esquela (17,2x11,73 cm)**



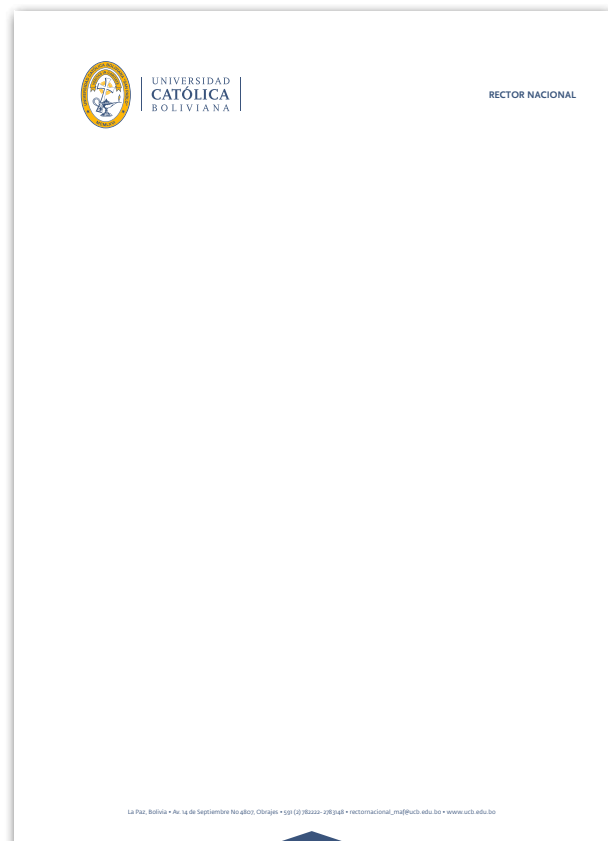
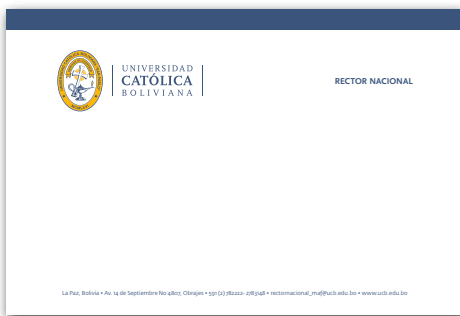
**Hoja membretada A4 (21x29,5 cm)**

## 2.4 Sobres y membretado de las oficinas del Rector Nacional

**Sobre oficio**  
(23,7x12,7 cm)



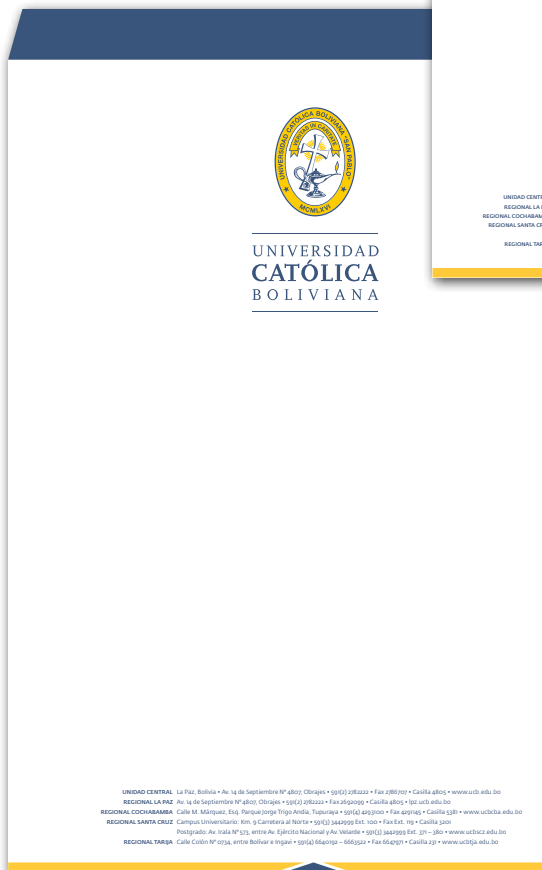
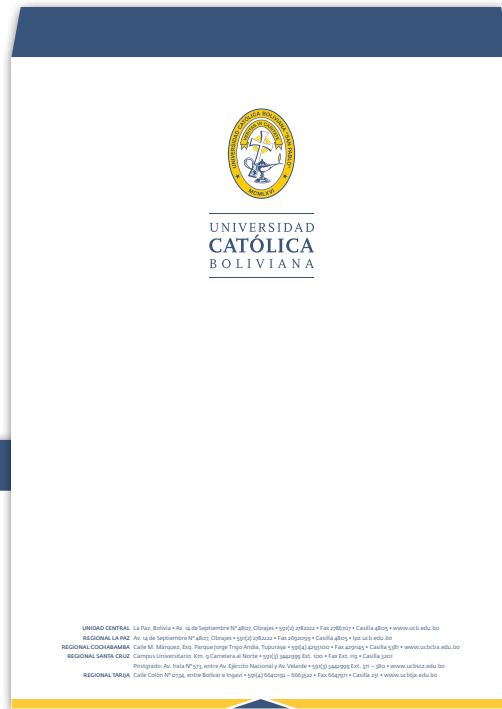
**Sobre esquila (17,2x11,73 cm)**



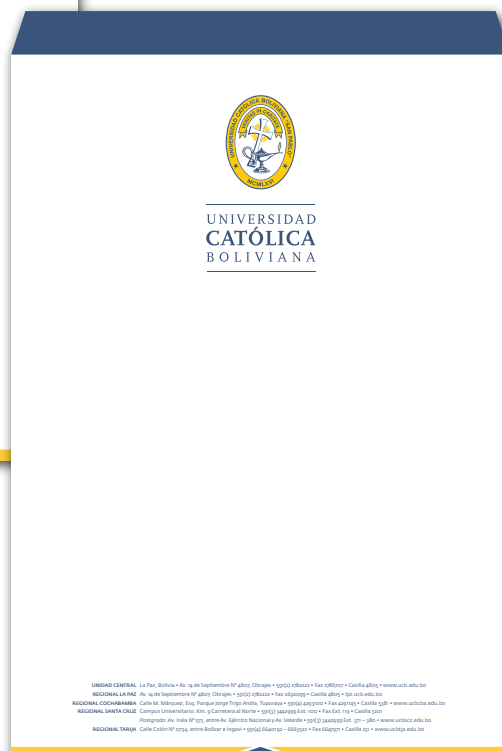
**Hoja membretada A4 (21x29,5 cm)**

## 2.5 Sobres manila institucionales

Tamaño medio oficio (18,5x24 cm)



Tamaño doble oficio (30x40 cm)



Tamaño oficio (24,5x34,5 cm)

## 2.6 Carpeta institucional



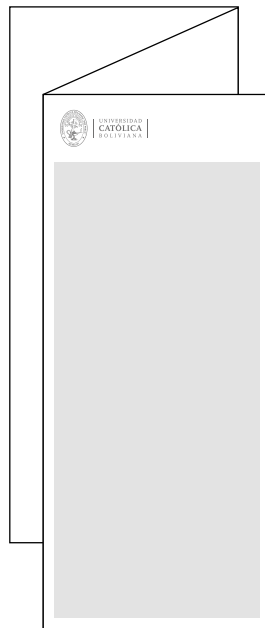
## 2.7 Carteles, plegables y similares

La marca debe ubicarse en una zona despejada que le dé predominancia y buena visibilidad.

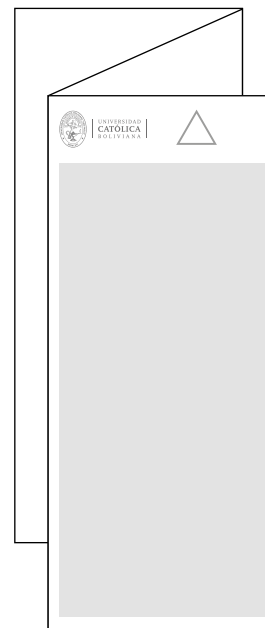
Cuando va sola, la marca de la U.C.B. debe aparecer siempre arriba, su ubicación puede cambiar a izquierda, derecha o centro.

Cuando va asociada, la marca de la U.C.B., debe aparecer siempre en el primer lugar a la izquierda (en el sentido de lectura). Las excepciones serán analizadas por la unidad de comunicación de la regional correspondiente o por la Coordinación Nacional de Relacionamento Institucional de la U.C.B.

Plegable con la marca U.C.B.

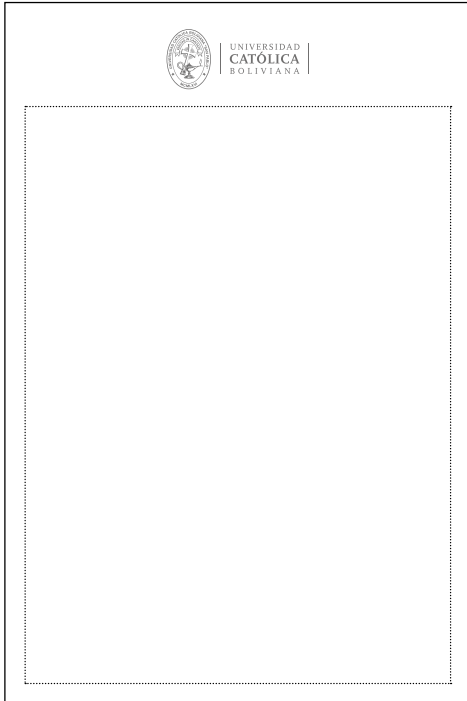


Plegable con la marca U.C.B. y otras marcas asociadas

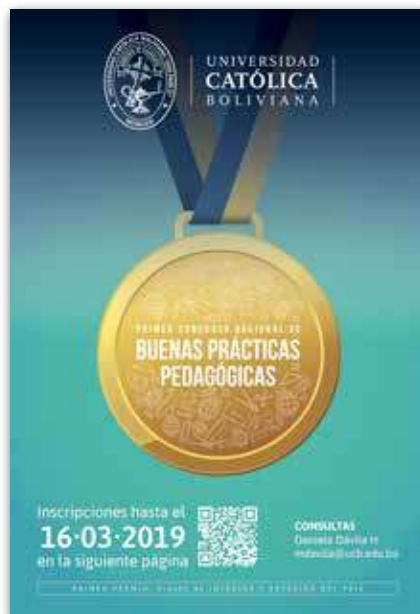
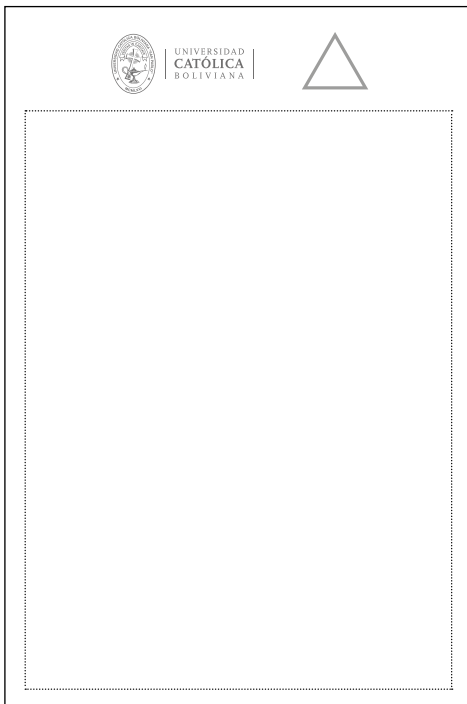


Ejemplos de su aplicación

Cartel con la marca U.C.B.



Cartel con la marca U.C.B. y otras marcas asociadas



Ejemplos de su aplicación

## 2.8 Publicaciones

### La marca U.C.B. sola

La marca debe ubicarse en una zona despejada que le dé predominancia y buena visibilidad.

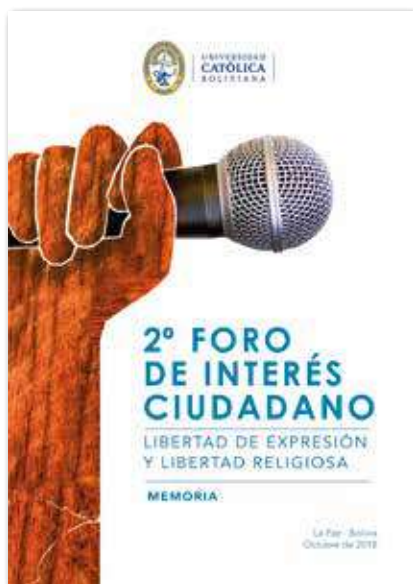
Se puede situar arriba, abajo, a la izquierda, al centro o a la derecha.



### La marca U.C.B. con asociados

Cuando va asociada, la marca de la U.C.B., debe aparecer siempre en el primer lugar a la izquierda (en el sentido de lectura). Las excepciones serán analizadas por la unidad de comunicación de la regional correspondiente o por la Coordinación Nacional de Relacionamento Institucional de la U.C.B.

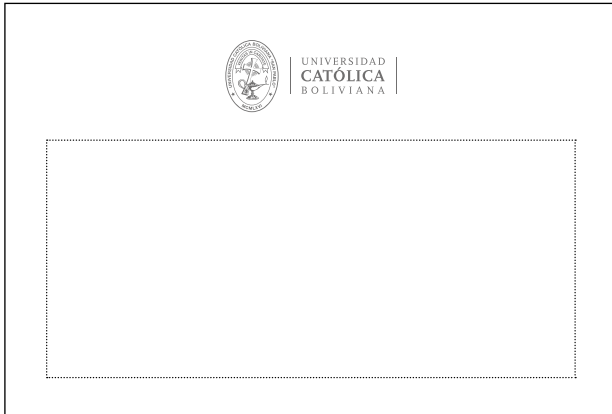
Las marcas que deban ir como auspicios, apoyos o similares se situarán en el pliego de principios o en la contratapa.



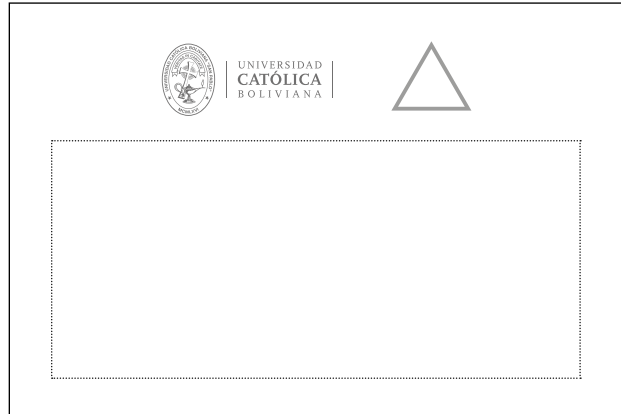
Ejemplos de su aplicación

## 2.9 Invitaciones, esquelos, necrológicos y similares

### La marca U.C.B. sola



### La marca U.C.B. con asociados



### Ejemplos de su aplicación

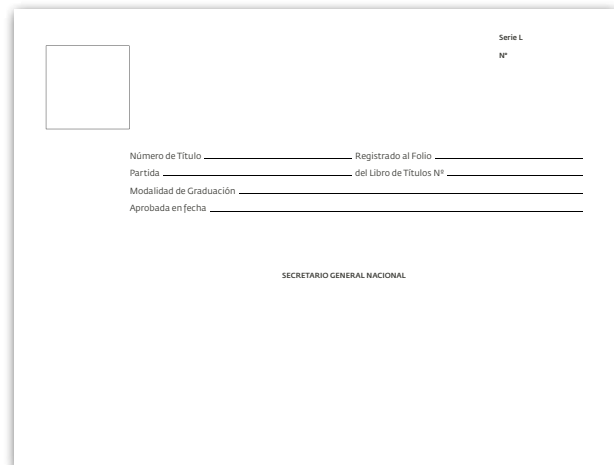




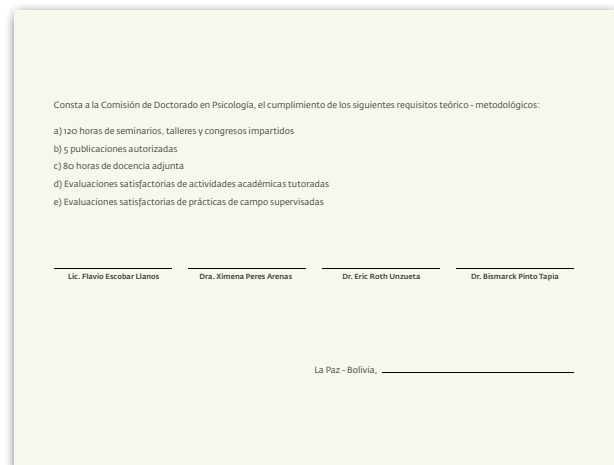
## 2.10 Títulos y diplomas

### Diploma académico para licenciatura, maestría y especialidad

Estos certificados se imprimen con tintas de seguridad, con un talonario de registro y roseta.



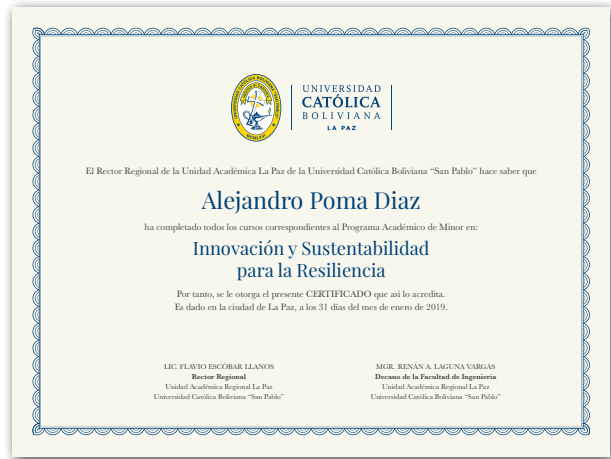
### Certificado de suficiencia doctoral



### Certificados supletorios para título en provisión nacional y diploma académico



### Certificado para minor



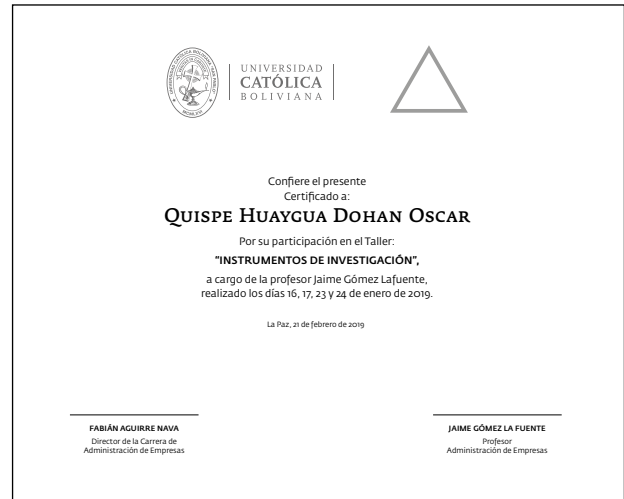
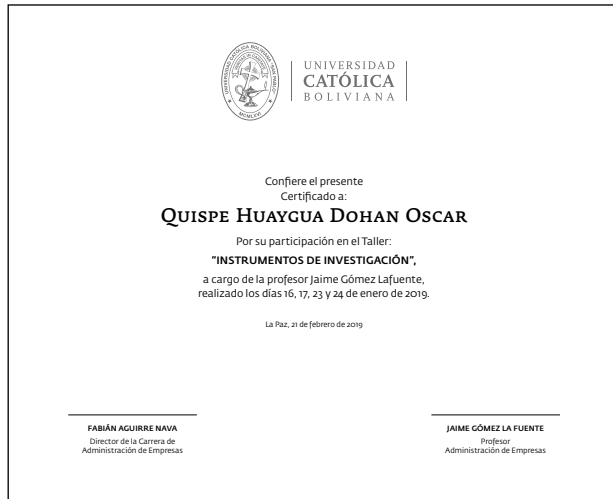
### Certificado para diplomado

Llevar talonario de registro



## 2.11 Certificados

Los certificados suelen llevar la línea gráfica del evento del que son resultado. Por lo tanto, solamente se debe respetar la ubicación de la marca U.C.B. y las jerarquías tipográficas que se ven en los ejemplos siguientes.



Ejemplo de su aplicación

## 2.12 Banderas



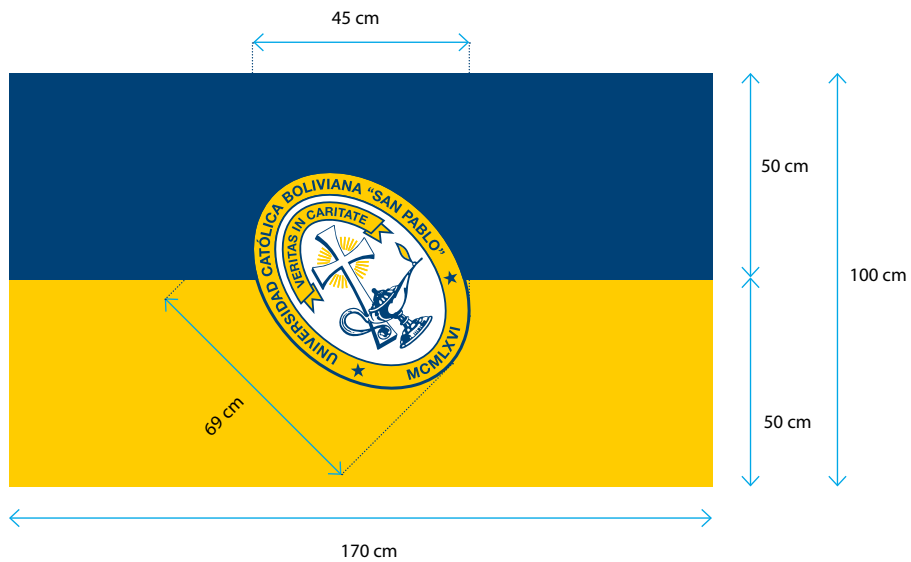
### De izar

Medidas: 300 cm de base x 150 cm de alto.

Material: piel de lobo.

El escudo puede imprimirse en sublimación o en serigrafía.





### De salón

Medidas: 170 cm de base x 100 cm de alto.

Material: piel de lobo con escudo bordado en la cara principal y entretela para mantener la rigidez de la pieza.

El escudo debe ir bordado al centro, a 45° de inclinación.



## 2.13 Carnet estudiantil



Anverso



Reverso

Su diseño puede cambiar según la línea gráfica vigente, también su redacción. Sin embargo, la ubicación de la marca (arriba a la izquierda, al centro o a la derecha) y la jerarquía de los textos deben respetarse.

## 2.13 Firma electrónica

Puede ir en sentido horizontal o vertical y, de ser necesario, en dos idiomas.

Su uso es obligatorio en el correo electrónico institucional del personal administrativo de la U.C.B.

**Importante.** En este como en otros casos donde se deba utilizar la tipografía instalada en el sistema operativo, se reemplazará la tipografía Fedra por la Calibri.



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
LA PAZ

Zoila Meza de Fierro  
**PONER EL CARGO AQUÍ**  
Tel 591 - 2 - 2782222 - Ext. 0001  
Cel, WhatsApp 591 98765432  
www.ucb.edu.bo  
La Paz - Bolivia



UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA  
LA PAZ

Zoila Meza de Fierro  
**PONER EL CARGO AQUÍ**  
Tel 591 - 2 - 2782222 - Ext. 0001  
Cel, WhatsApp 591 98765432  
www.ucb.edu.bo  
La Paz - Bolivia

## 2.14 Gafetes y marbetes

Su diseño puede cambiar según la línea gráfica del evento. Sin embargo, la ubicación de la marca (arriba a la izquierda, al centro o a la derecha) y la jerarquía de los textos deben respetarse.

Ejemplos de su aplicación



## 2.15 Merchandising

Los ejemplos aquí mostrados, ofrecen pautas que deben dar claridad sobre la aplicación de la identidad de la U.C.B. en la infinidad de posibilidades de piezas de *merchandising*.

### Pines

Su confección debe adecuarse a la tecnología para su reproducción en metal dorado.

2cm



Pin de distribución amplia.

- Metal dorado en relieve
- Pintura sobre metal

2cm



Pin de distribución amplia.

- Metal dorado en relieve
- Pintura sobre metal

2,5cm



Pin para autoridades.

- Metal dorado en relieve
- Pintura sobre metal

2,1cm



Pin para invitados.

- Metal dorado en relieve
- Pintura sobre metal

4,6cm



Chamarra



Poleras con patrón



Poleras con patrón



Gorra con  
"azulito"



Tazas con patrón



Calcetines con patrón



Bolsa con patrón



Sudadera con patrón



Almohadón con patrón



*Flash Memory*



Bolígrafo



Libreta





---

UNIVERSIDAD  
**CATÓLICA**  
BOLIVIANA

---