

Cobranding externo UTP

El Cobranding Externo es la **representación gráfica** que muestra aquellos **esfuerzos conjuntos** en la emisión de mensajes, publicaciones o eventos donde **participa la Universidad** con otras **entidades externas** a ella, como instituciones, organizaciones o empresas.

Lineamientos Generales

Los **siguientes lineamientos** deben ser aplicados en la realización de eventos, comunicaciones, acciones, campañas, piezas gráficas promocionales, etc; este se aplica si sus emisores son dos o más organizaciones públicas o privadas externas a la Universidad.

1. Se debe utilizar **únicamente** el **Logo UTP**.
2. La presentación de los **logotipos** de las diferentes **entidades participantes** deben ser **ubicados** en la parte inferior de la pieza de promoción.
3. No debe aparecer **ningún elemento adicional** al Logo UTP o al lado de los logotipos de las entidades externas participantes.
4. Cuando **dos o más dependencias** de la Universidad están involucradas en la pieza de promoción con terceras partes, debe aparecer **únicamente el Logo UTP** y no los nombres de las dependencias.
5. El **tamaño** del **Logo UTP** se establece de acuerdo al **tamaño del formato** de la pieza de comunicación en el que será utilizado.
6. El **Logo UTP a color** es el que por regla general debe implementarse en todos los materiales o piezas de promoción. Por **norma general**, toda **pieza gráfica a color**, debe utilizar el Logo UTP bajo esa misma categoría. Si la pieza promocional se realiza a color y se decide imprimir a blanco y negro, escala de grises o una sola tinta, se debe solicitar al diseñador de la pieza modificar a la versión correspondiente.
7. El **orden de aparición** siempre será con el **Logo UTP abriendo** la comunicación en la pieza gráfica.
8. El **tamaño adecuado** para cada uno de los **logos** de las **terceras partes** se establece tomando la **altura** del Logo UTP.
9. Se debe **ubicar** el Logo UTP sobre **fondos** o con **reservas blancas** o **colores claros** para que no interfieran con la **visibilidad** y **legibilidad** de la firma.
10. Se debe **indicar siempre** el **alcance** o el **aporte** de cada una de las partes que participan. Esto es: **En alianza con - Apoyado por - Donado por - En Asocio con - Patrocinado por**.

[Ver capítulo ejemplos de aplicación Cobranding externo](#)



Elementos del Cobranding Externo.



Ejemplo de aplicación Cobranding Externo.

Lineamientos generales para iniciativas y promociones con terceras partes.

A continuación se describen algunos **lineamientos** que se deben tener en cuenta cuando se realizan **eventos** con aliados **promocionales** y **patrocinadores** para el desarrollo de **iniciativas comerciales** y campañas **involucrando terceras partes**.

Se deben tener en cuenta los siguientes puntos al **momento de realizar** una **elección** de las **entidades externas** con las que se pretende realizar la unión.

1. Las entidades externas deben ser **apropiadas** a los **valores** y **acorde** a las **audiencias** de la Universidad.
2. La UTP no tiene **relación exclusiva** con ninguna de las **entidades externas**.
3. Ninguna de las **entidades externas** debe ser usada **permanentemente**, debe buscarse oportunidades de trabajar con otros aliados.
4. La **duración** de la promoción con cualquier aliado no debe ser **mayor a tres meses**.
5. La UTP no debe tener **alianza** con **cultos religiosos, organizaciones políticas** o algún grupo en especial.
6. La Institución no debe recibir apoyo de **compañías** involucradas o asociadas al **tabaco, pornografía, armas o guerra, agencias de modelaje** o de **matrimonio, apuestas, casinos y farmacéuticas**.
7. La Universidad no debe hacer **copatrocinios** con empresas o marcas de **comidas no saludables** cuando las audiencias son menores de edad.
8. Se debe tener cuidadosa consideración al escoger cualquier organización de **caridad** o **sin ánimo de lucro**. En general este tipo de obras las adelanta la Universidad bajo su dirección.