

Manual de Identidad Corporativa



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica



Descripción general

Esta es una “biblia” de la marca U-PCA que establece directrices específicas para todos los aspectos de aplicabilidad del nuevo logotipo. Ofrece orientación para crear una presencia unificada e identificable en todos los escenarios. Todos hemos contribuido en este proyecto, ayudándonos a alcanzar nuestros objetivos en esta nueva etapa y a fortalecer nuestra marca día a día.

Este documento es una **guía visual que refleja nuevos cambios en la marca U-PCA. Ahora, con una nueva identidad y posicionamiento de marca.**

Contenido

01

Nuestra marca

- 06** Introducción
- 07** Nuestra marca
- 08** Valores de la marca
- 10** Personalidad de la marca

02

Identidad de marca

- 12** Nuevo logotipo
- 13** Versiones
- 15** Usos incorrectos
- 16** Tamaños mínimos
- 17** Íconos / Avatars

03

Sistema de la marca

- 19** Paleta de colores
- 20** Proporción de colores
- 21** Variación de colores
- 22** Uso en positivo & negativo
- 23** Logo sobre imágenes
- 24** Tipografía
- 26** Combinaciones tipográficas
- 27** Fotografía

04

Arquitectura de marca

- 30** Pattern
- 31** Arquitectura
- 32** Elementos
- 33** Íconos
- 34** Señalización

05

Elemento secundario

- 38** Elemento gráfico
- 39** Aplicación
- 41** Tagline

06

Aplicación de la marca

- 43** Exterior
- 44** Aplicaciones
- 46** Backing
- 48** Nuestro escudo
- 51** Nuestra bandera
- 52** Web

01

Nuestra marca

Introducción

Valores de la marca

Personalidad de la marca

Introducción a nuestra marca

La nueva marca U-PCA respalda y garantiza la personalidad y los valores únicos que definen a nuestra institución.

Nuestra marca tendrá un importante diferenciador competitivo y una parte integral de nuestra oferta de valor, consolidando nuestra institución.

Para cumplir con nuestra promesa de marca, presentamos una imagen unificada, profesional y enfocada en todo momento.

Nuestra marca

Construyendo la reputación
de la marca U-PCA

Nuestra marca es más que un simple logo.

Es nuestra reputación la que se mantiene en la mente y el corazón de nuestros estudiantes, profesores, amigos y colegas del sector.

La reputación de nuestra marca se basa principalmente en la experiencia que las personas tienen con nuestra institución, pero también se ve influenciada por lo que comunicamos, cómo nos vemos y cómo lo hacemos.

Estas directrices nos ayudan a gestionar la comunicación de nuestra marca. Como marca nueva, es importante que la expresión visual y verbal de U-PCA sea precisa y coherente.

Valores de la marca

Es importante que nuestra marca genere las asociaciones adecuadas en cada una de nuestras áreas.

No podemos permitirnos considerar a ningún departamento de forma aislada, ya que las comunicaciones de cada uno influirán directa o indirectamente en la percepción de la institución en la mente de nuestros diversos públicos.

El enfoque principal de la nueva marca U-PCA es la aplicación del aprendizaje a la vida empresarial.

Es importante que la marca U-PCA tenga valores que se alineen con el aprendizaje y el desarrollo de nuestros estudiantes en el mundo empresarial.

La marca U-PCA proporciona un vínculo común no solo entre nuestros objetivos, sino también con la experiencia única de estudiar en una corporación universitaria centrada en el aprendizaje aplicado, la investigación y la conexión con la experiencia empresarial de nuestros estudiantes.

Valores de la marca

Los valores de la marca guían y motivan nuestras actitudes, acciones y relaciones tanto con nuestros estudiantes como entre nosotros.



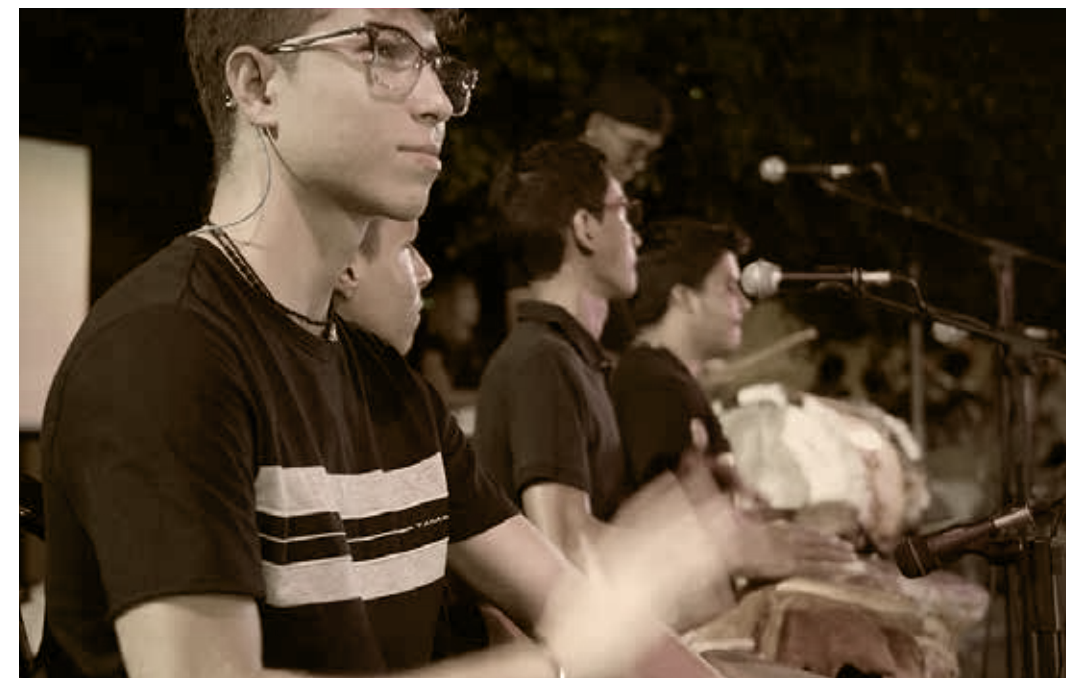
Personalidad de la **marca**

La personalidad de la marca U-PCA refleja la forma en que actuamos e informa todos los aspectos de lo que hacemos.

RELEVANTE



PROGRESIVO



SENSIBLE



EMPODERADO



AMBICIOSO

02

Identidad de la marca

Logotipo
Versiones
Usos

Logotipo U-PCA

Este nuevo logotipo se inspira en una placa sencilla y minimalista, pero ahora destacamos la letra "U" que refleja la nueva acreditación (Corporación Universitaria). Este nuevo logotipo inspira formalidad y es ideal para todas las comunicaciones externas e internas donde se presenta la marca.

Ambas versiones se pueden usar.

Horizontal



**Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica**

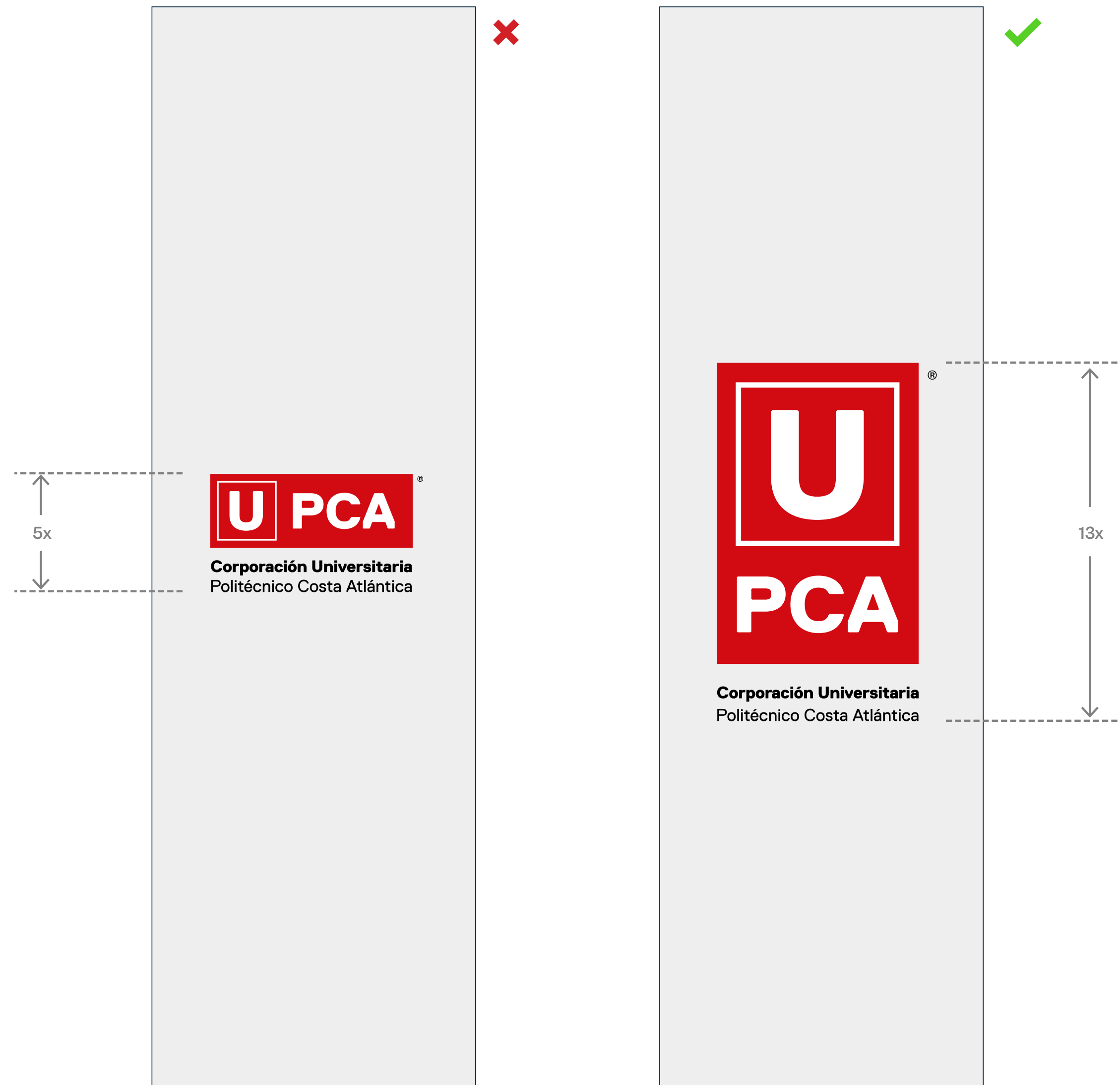
Vertical



**Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica**

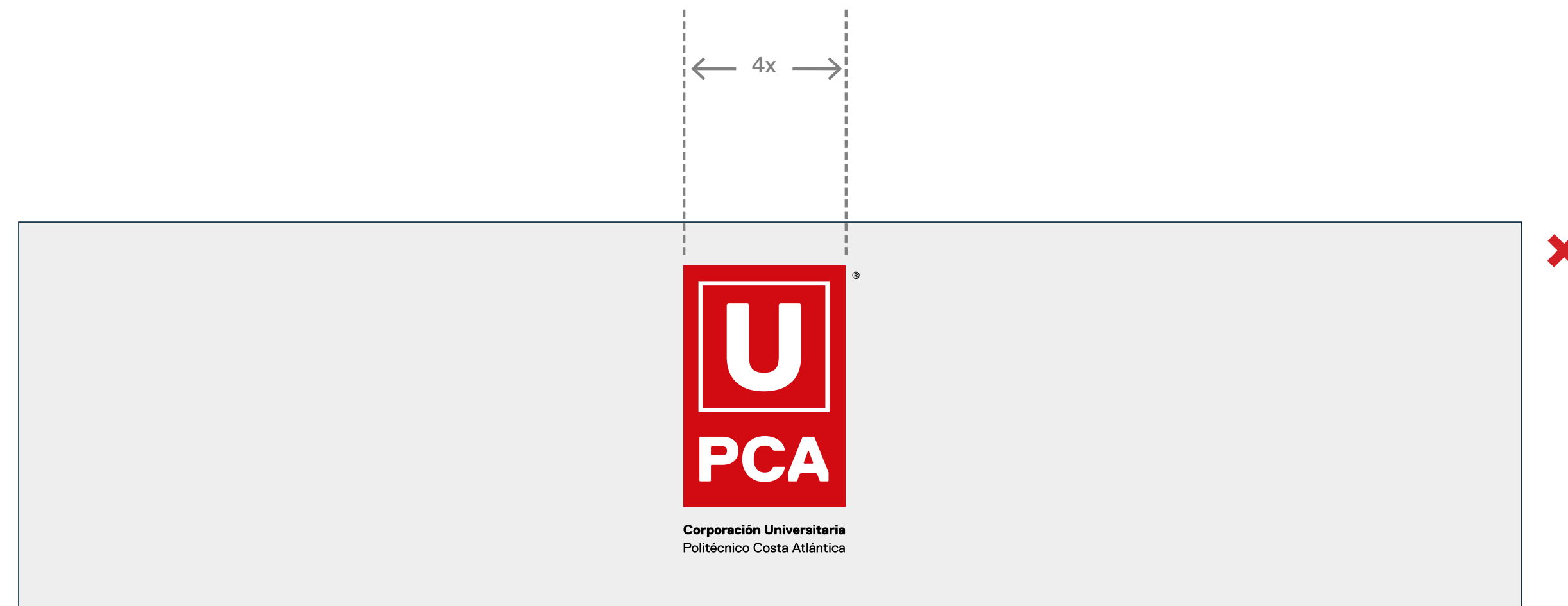
Aplicación del logotipo U-PCA

Los logotipos deben adaptarse de acuerdo al área de diseño. La versión vertical funciona mejor cuando el área es vertical y la versión horizontal cuando es horizontal. En definitiva, es el mismo logotipo.



Aplicación del logotipo U-PCA

Los logotipos deben adaptarse de acuerdo al área de diseño. La versión vertical funciona mejor cuando el área es vertical y la versión horizontal cuando es horizontal. En definitiva, es el mismo logotipo.



Usos incorrectos del logotipo

Para mantener la coherencia de la marca, no se debe modificar el logotipo U-PCA.

A continuación, se presentan ejemplos de modificaciones no permitidas:



No rotar el logotipo.



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

No cambiar su tipografía.



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

No distorcionar el logotipo en ningún caso.



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

No cambiar el color del logotipo, fuera de los colores designados por la marca.



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

No modificar la ubicación de los elementos de la marca.



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

No aplicar sombras, ni degradados, ni líneas resplandecientes, ni cualquier otro efecto sobre el logotipo.



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

No cambiar la proporción del ícono "U" con respecto a la marca original.



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

No aplicar efectos ni texturas. Mantener siempre fiel a los colores de la marca, sin texturas.



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

No cambiar la proporción del "PCA" con respecto a la marca original.

Aplicación de marca

ESPACIO LIBRE MÍNIMO

Al aplicar cualquier versión del logotipo U-PCA, se debe mantener siempre un espacio libre mínimo.

La distancia mínima es la altura de la “X” de los caracteres del logotipo, como se ilustra a la derecha.



TAMAÑO MÍNIMO

Al aplicar cualquier versión del logotipo U-PCA, este no debe aparecer con un tamaño inferior a 15 mm de altura, como se indica a la derecha.

El tamaño del logotipo siempre debe especificarse por su altura, medida desde la parte superior hasta la inferior del icono U-PCA y su slogan.

El tamaño mínimo para la reproducción del icono en materiales de marketing (impresos, web o digitales) es de 10 mm de altura.



Usando la marca

La marca U-PCA puede usarse cuando se requiera, a través de un ícono o avatar. Reduzca el tamaño de la marca en un 15 % al colocarla dentro de un círculo.



03

Sistema de la marca

Colores

Tipografía

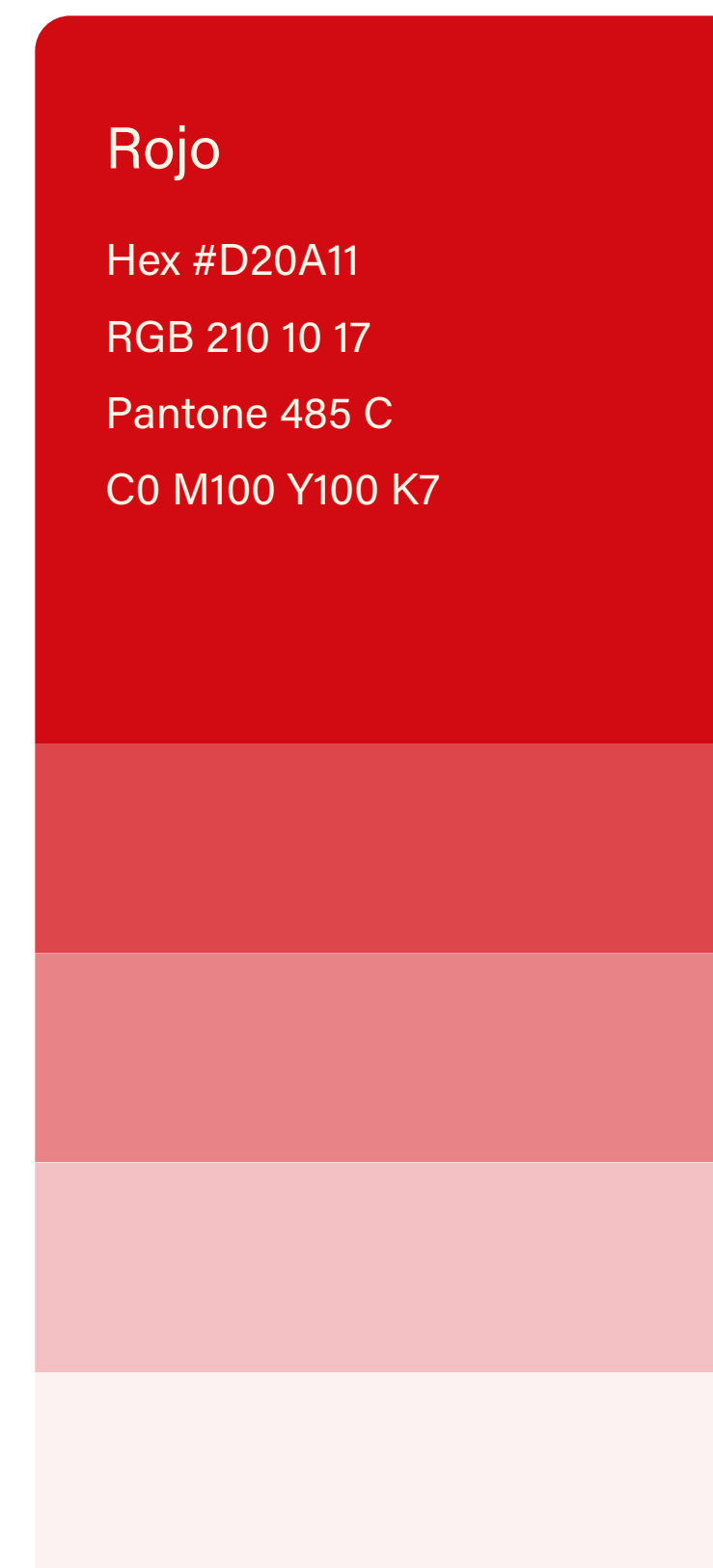
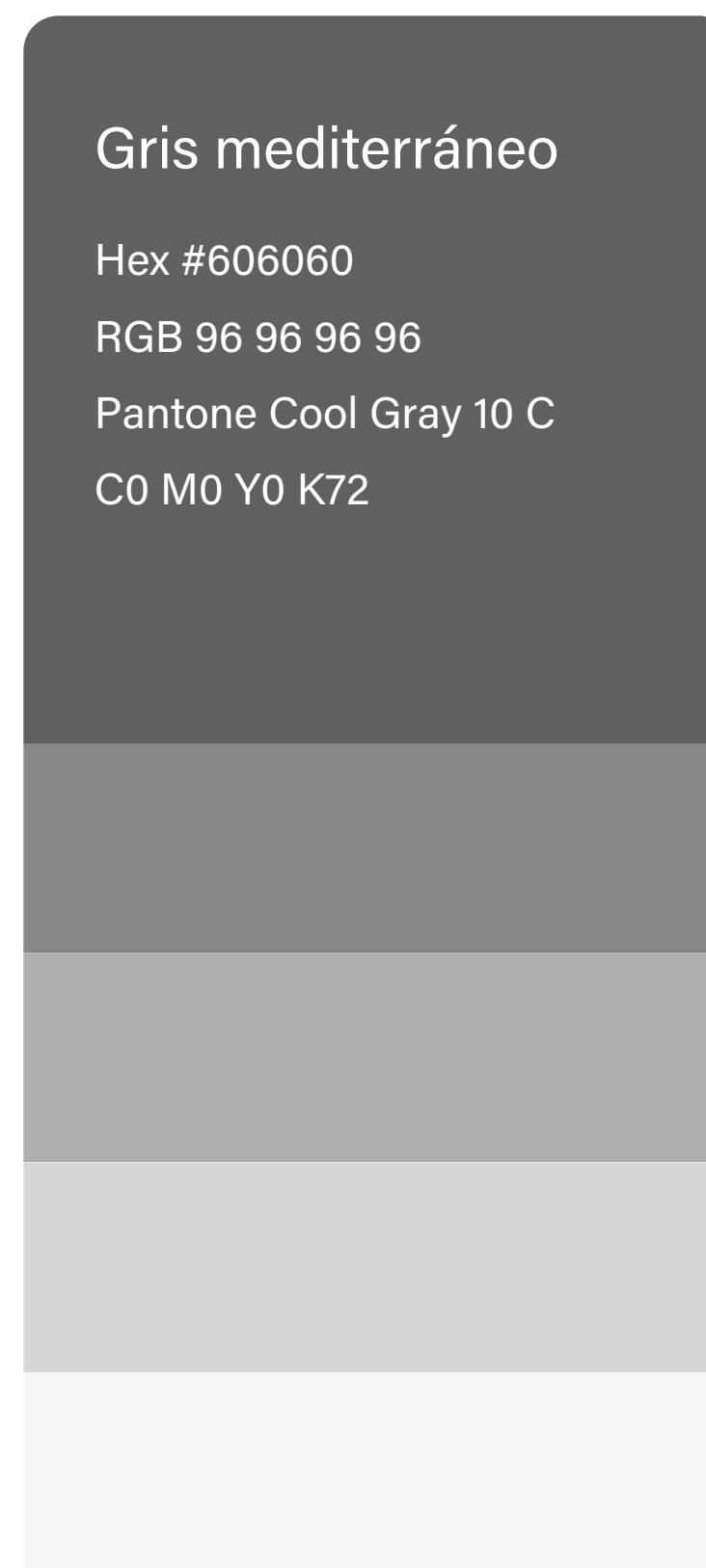
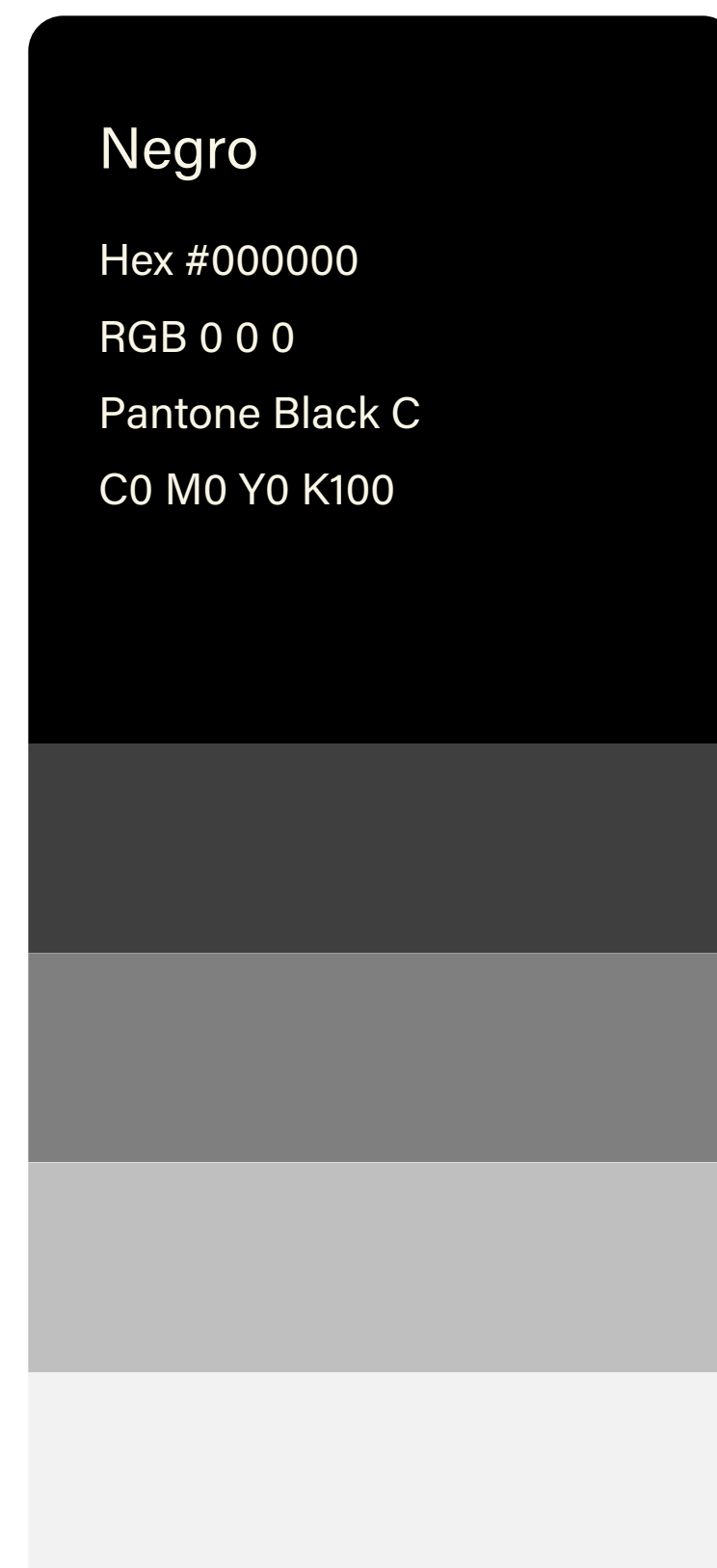
Fotografías

Colores primarios

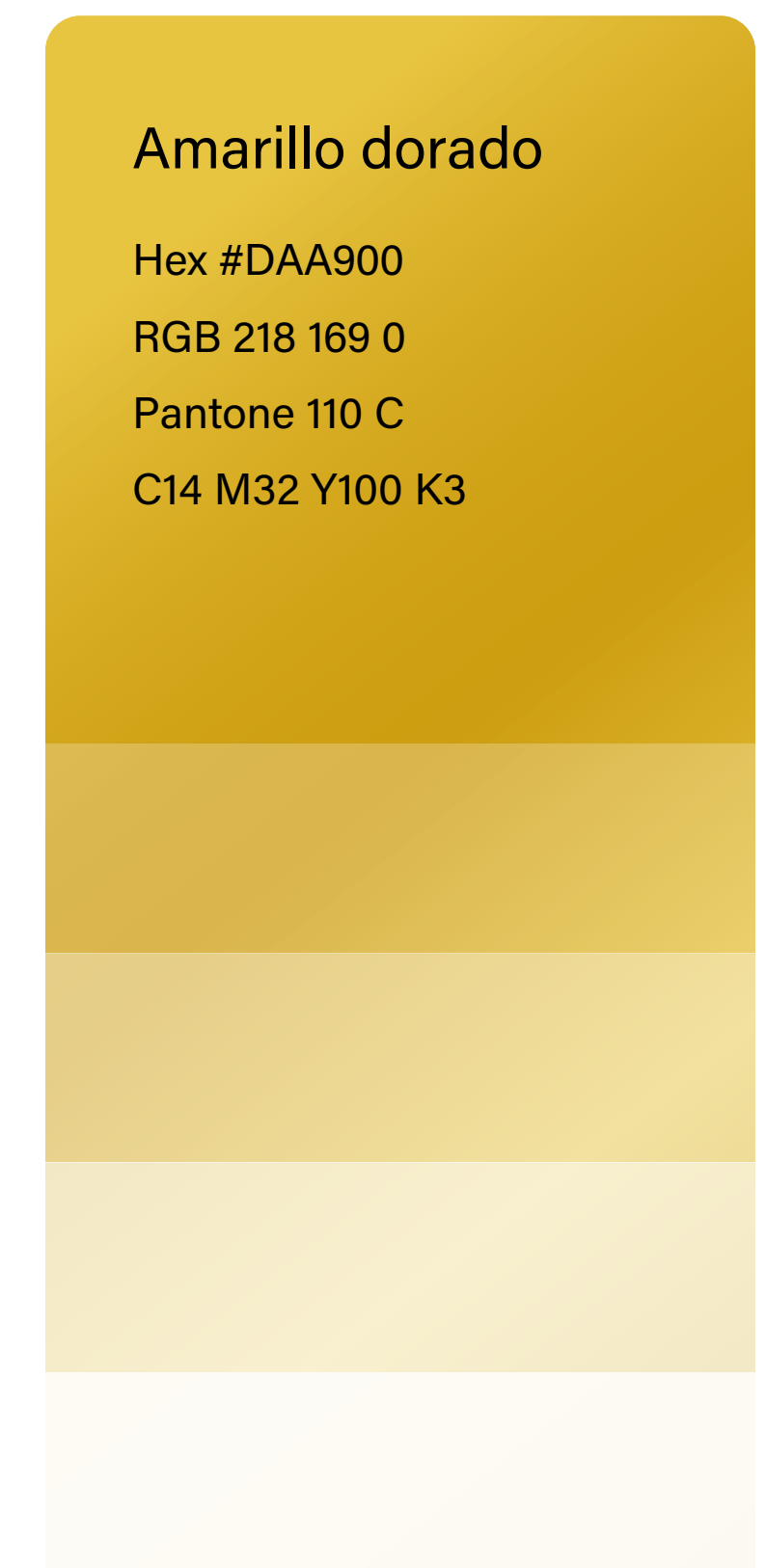
El color “rojo” es el color principal de mayor valor en la nueva identidad de marca. Se pueden crear paletas atractivas utilizando los colores corporativos, tonos y matices complementarios, y pares adyacentes. Estos son los colores con sus respectivos valores cromáticos como punto de partida, a la hora de aplicar los colores.

Estamos incorporando un nuevo color secundario (Amarillo Dorado), que podrá ser utilizado en diferentes piezas gráficas o cuando sea necesario.

Colores primarios



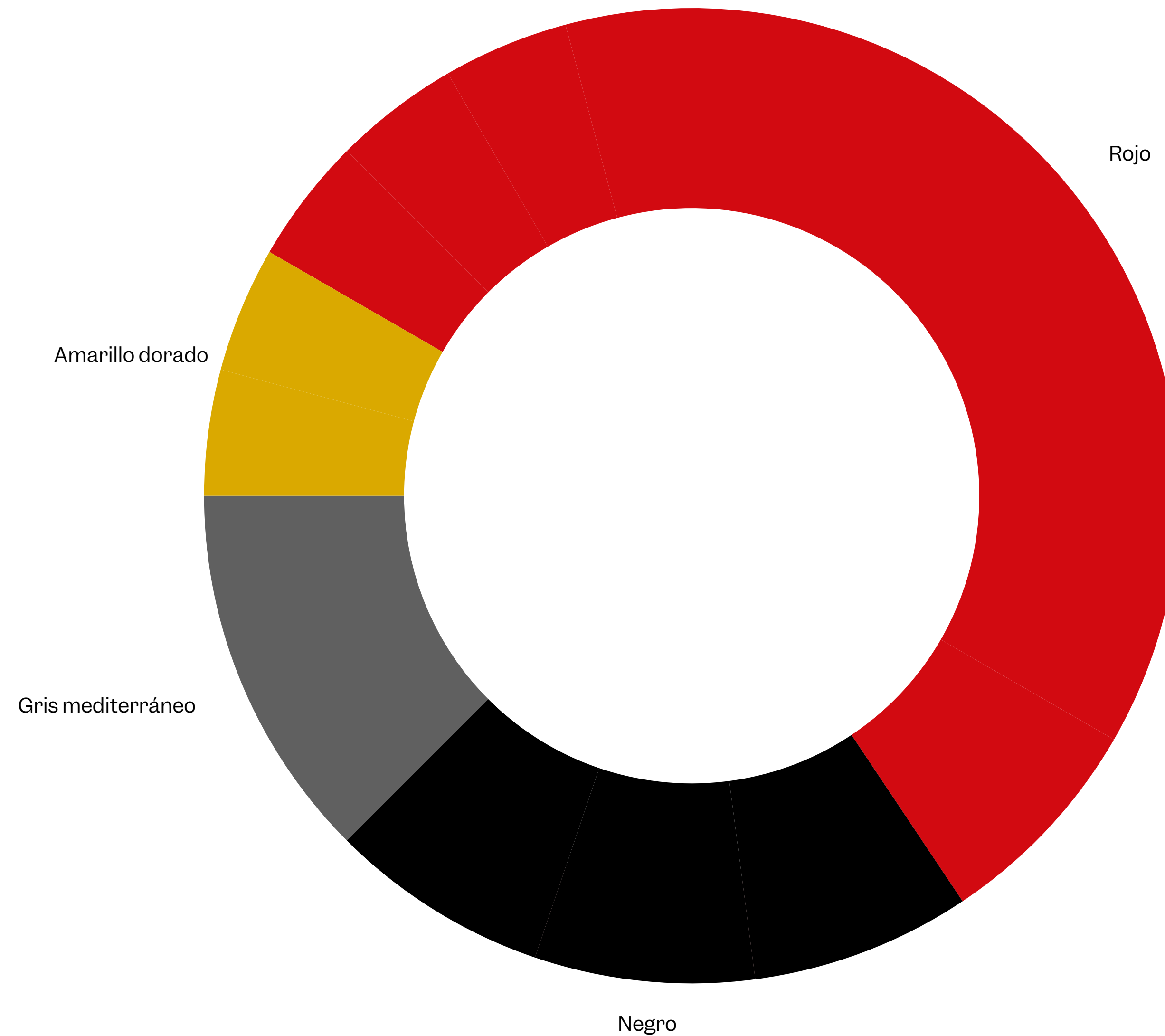
Color secundario



Proporción en los colores

Esta rueda de colores ilustra el equilibrio deseado de nuestra paleta de colores. Sirve como base, pero puede personalizarse según sea necesario.

El Rojo Piki y el Negro Oscuro deben ser los colores predominantes, complementados con otros tonos de la paleta, utilizados generosamente para realzar la estética general.



Variación de colores

Siempre que sea posible, se deben utilizar las variaciones de color completas del logotipo. Esto protege la integridad de la identidad de marca y crea coherencia en las comunicaciones.

En algunas situaciones, como en el caso de la impresión de periódico, puede ser necesario utilizar una versión del logotipo completamente en negro o blanco invertido. Además, cuando se requiere una identificación sutil, el logotipo puede reproducirse mediante un grabado en bajorrelieve o barnizado.

Nota: El logotipo invertido se puede utilizar en fondos de colores que no se muestran aquí, aunque las relaciones de contraste deben cumplir con los estándares del logotipo.

Full color



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

Fondo negro



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

Fondo rojo



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

Monocolor - Fondo amarillo (dorado)



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

Uso en **positivo** y **negativo**

Sobre un fondo blanco o claro, utilice siempre la versión positiva del logotipo.



Sobre un fondo negro utilice siempre la versión negativa (rojo-blanco) del logotipo.



Sobre un fondo amarillo utilice siempre la versión negativa (oscura) del logotipo.



Logotipo en imágenes

También podemos usar nuestro logotipo en imágenes. Dependiendo de la imagen, elegimos la versión correcta: el logotipo en negativo para imágenes oscuras y el logotipo en positivo para imágenes más claras.



Tipografía

Empleamos dos tipografías personalizadas y distintivas. La Replica Pro Heavy destaca en los titulares y el texto complementario, mientras que la versión Regular añade sofisticación a nuestros subtítulos, realzando el impacto con un elegante estilo en mayúsculas.

REPLICA PRO

HEAVY

Replica Pro
Regular

Tipografía

Es fundamental mantener una jerarquía tipográfica en todo momento. Esta práctica garantiza que la información se transmita con claridad, haciendo que nuestro contenido sea más accesible y comprensible.

Como se muestra a la derecha, ajustamos el tamaño del texto en relación con el cuerpo del texto. La Replica Pro Heavy puede ser más grande que el cuerpo del texto, especialmente en los titulares. La Replica Pro Regular, por otro lado, tiene tamaños más pequeños y se utilizará en el cuerpo del texto y los subtítulos. Este cuidadoso escalado mejora la legibilidad y mantiene un equilibrio visual armonioso en nuestro diseño.

REPLICA PRO HEAVY

LEADING 1.1X
TRACKING 0 EM

REPLICA PRO HEAVY

REPLICA PRO REGULAR

LEADING 1.1X
TRACKING 0 EM

REPLICA PRO REGULAR

LEADING 1.4X
TRACKING 0 EM

LOGOTIPO



EL SUBTÍTULO

Corporación Universitaria Politécnico Costa Atlántica

Somos una institución responsable, con principios éticos y transparentes que desarrolla sus funciones sustantivas desde un modelo educativo, preferencialmente por ciclos propedéuticos, centrado en el desarrollo humano, garantizando la formación...

Combinaciones tipográficas

Sobre un fondo blanco o claro, utilice siempre la versión positiva del texto.

**Este es
un título
ejemplo.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamcorper.

Sobre un fondo negro utilice siempre la versión negativa (dorado-blanco) del texto.

**Este es
un título
ejemplo.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamcorper.

Sobre un fondo amarillo utilice siempre la versión negativa (oscura) del texto.

**Este es
un título
ejemplo.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamcorper.

Fotografías

El objetivo de la nueva producción fotográfica debe ser capturar interacciones auténticas y emociones genuinas de nuestros estudiantes y profesionales. Las imágenes deben seleccionarse meticulosamente para garantizar claridad y nitidez.

Nuestro estilo fotográfico debe ser natural, espontáneo y documental, capturando a nuestra comunidad disfrutando en entornos informales.

El tratamiento de las imágenes debe ser natural y sutil, realzando la autenticidad de la foto. La aplicación de un filtro común unifica el tono y el contraste, y crea cohesión entre las distintas tomas y fuentes.

Nota: Recomendamos contratar servicios de fotografía profesional de un fotógrafo profesional.





SOMOS
GENTE
QUE
TRIUNFA

U PCA

04

Arquitectura de marca

Pattern

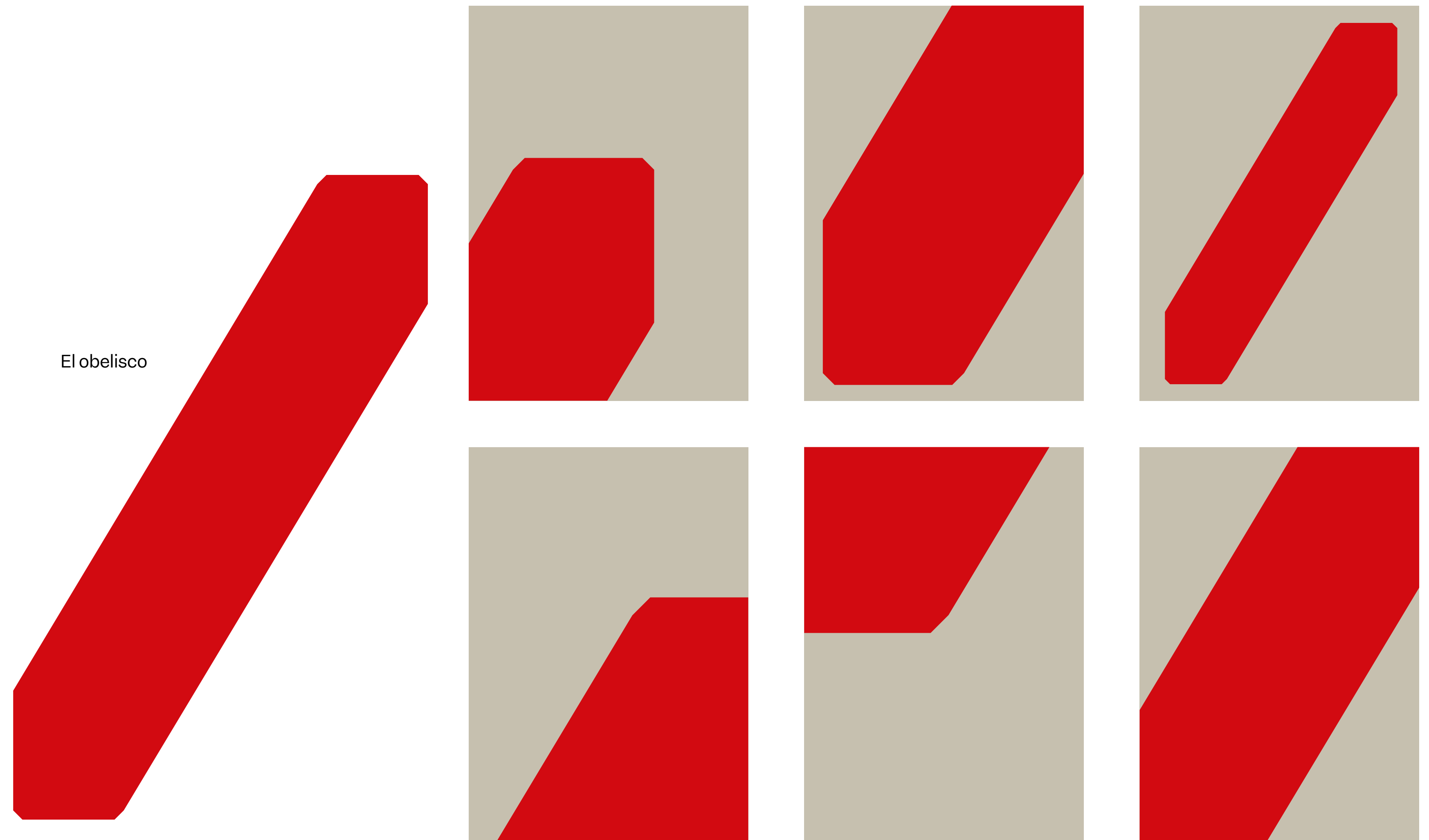
Aplicación

Señalización

Pattern

Este es uno de los elementos gráficos secundarios que acompañarán la marca UPCA, "El obelisco", un símbolo que inspira grandeza, firmeza y visión. Un símbolo que se eleva hacia la luz, recordándonos que el conocimiento y el progreso siempre apuntan hacia lo más alto..

Puede usarse para mostrar imágenes o gráficos, o simplemente por sí sola para unificar algunas piezas. También puede usarse como viñeta o adaptarse para infografías.



Arquitectura de marca

Cada programa académico puede tener su propia presentación con “el obelisco” (pattern) y puede ser utilizada en todas las comunicaciones internas y externas relacionadas con la marca U-PCA.

BRAND ARCHITECTURE / PROGRAMAS



PROGRAMA
**INGENIERÍA DE
SISTEMAS**



PROGRAMA
**CONTADURÍA
PÚBLICA**



PROGRAMA
**ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**



PROGRAMA
**ADMINISTRACIÓN
LOGÍSTICA**

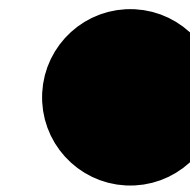
Elementos de marca

Presentaciones

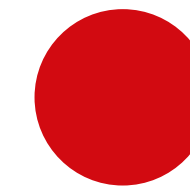


Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

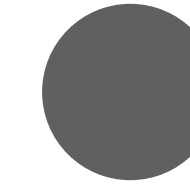
pca.edu.co



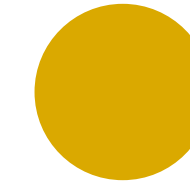
Negro
Pantone BlackC



Rojo
Pantone 485C



Gris mediterráneo
Pantone Cool Gray10C



Amarillo dorado
Pantone 110C



Aa

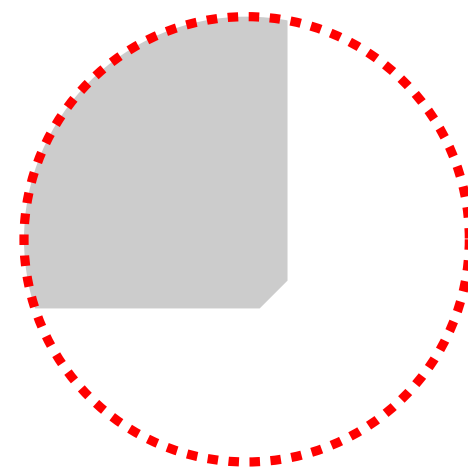
Replica Pro
Brand typeface

Heavy
Regular

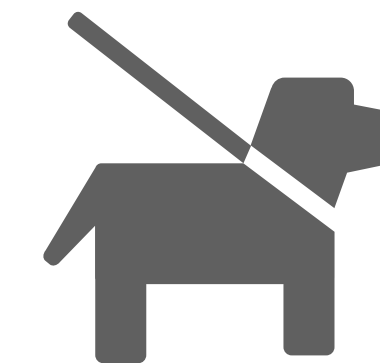
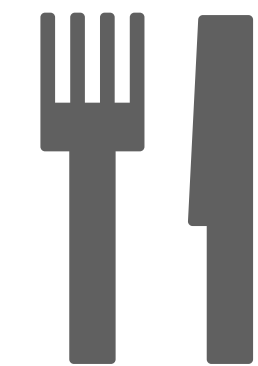
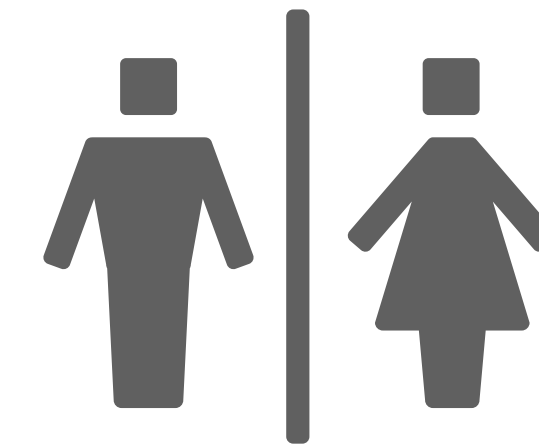
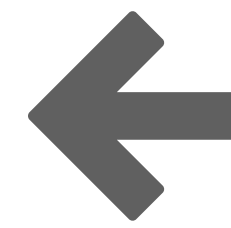
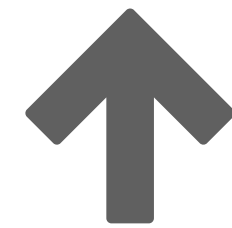
Íconos



Íconos influenciados por el lenguaje visual del logotipo y sus esquinas. Estos íconos pueden usarse en señalización interna.



La nueva línea de iconos está compuesta por gráficos con las esquinas redondeadas o con terminación en diagonales.



Señalización

Ejemplo de señalización interna para ubicar zonas importantes, salones, oficinas y zonas públicas.



ORGANOS DE GOBIERNO

Señalización

Ejemplo de señalización interna para ubicar zonas importantes, salones, oficinas y zonas públicas.

2^{DO} PISO

DIRECCIÓN PROGRAMA
PROGRAM OFFICE ↑

VICERRECTOR DE ASUNTOS ACADÉMICOS Y DE INVESTIGACIÓN
VICE PROVOST FOR ACADEMIC AND RESEARCH AFFAIRS ↑

BIBLIOTECA FRANCISCO ARIAS CASTRO
FRANCISCO ARIAS CASTRO LIBRARY ↑

AUDITORIO BRAULIO GERALDINO LASCARRO
BRAULIO GERALDINO LASCARRO AUDITORIUM ↑

ACCESO AL BLOQUE- A, PISO 2,3,4
ACCESS TO BUILDING - A TO FLOOR 2, 3 AND 4 ↑

VICERRECTORIA DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL
VICE PROVOST FOR EXTENSION AND COMMUNITY ENGAGEMENT →

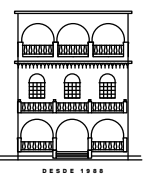
PRESIDENCIA
CHAIR OF THE UNIVERSITY GENERAL COUNCIL →

SECCIÓN DE TALENTO HUMANO
HUMAN RESOURCES SECTION →

GERENCIA DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA
INFRASTRUCTURE MANAGEMENT OFFICE →

SALAS DE SISTEMAS
SYSTEMS ROOMS →

RECTORÍA
PRESIDENT'S OFFICE
A -204



A -311

VICERRECTORIA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA
VICE PRESIDENT FOR ADMINISTRATIVE AND FINANCE AFFAIRS (VPF)

UNIDAD ADMINISTRATIVA
ADMINISTRATIVE UNIT

DIRECCIÓN CONTABLE
OFFICE OF THE CONTROLLER



ACCESO A LOS BLOQUES E Y F
ACCESS TO BUILDING E AND F ↑

ENTRADA Y SALIDAS DE MOTOS
ENTRANCE AND EXIT OF MOTORCYCLES ↑



CAFETERÍA
UNIVERSITY CANTEEN →

ACCESO A LOS BLOQUES B, C Y D
ACCESS TO BUILDING B, C AND D ←

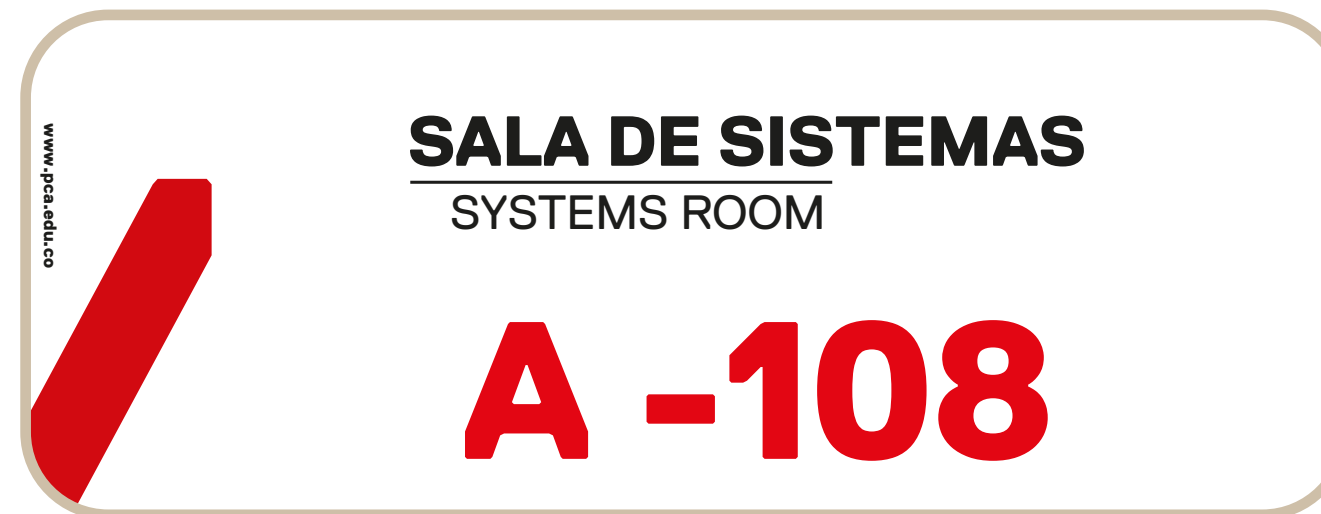
BAÑOS
RESTROOM ←



Señalización

Ejemplo de señalización interna para ubicar zonas importantes, salones, oficinas y zonas públicas.

SALAS



TALLERES



SALONES



DEPARTAMENTOS



DIRECCIONES DE PROGRAMA



05

Elemento secundario

Elemento gráfico

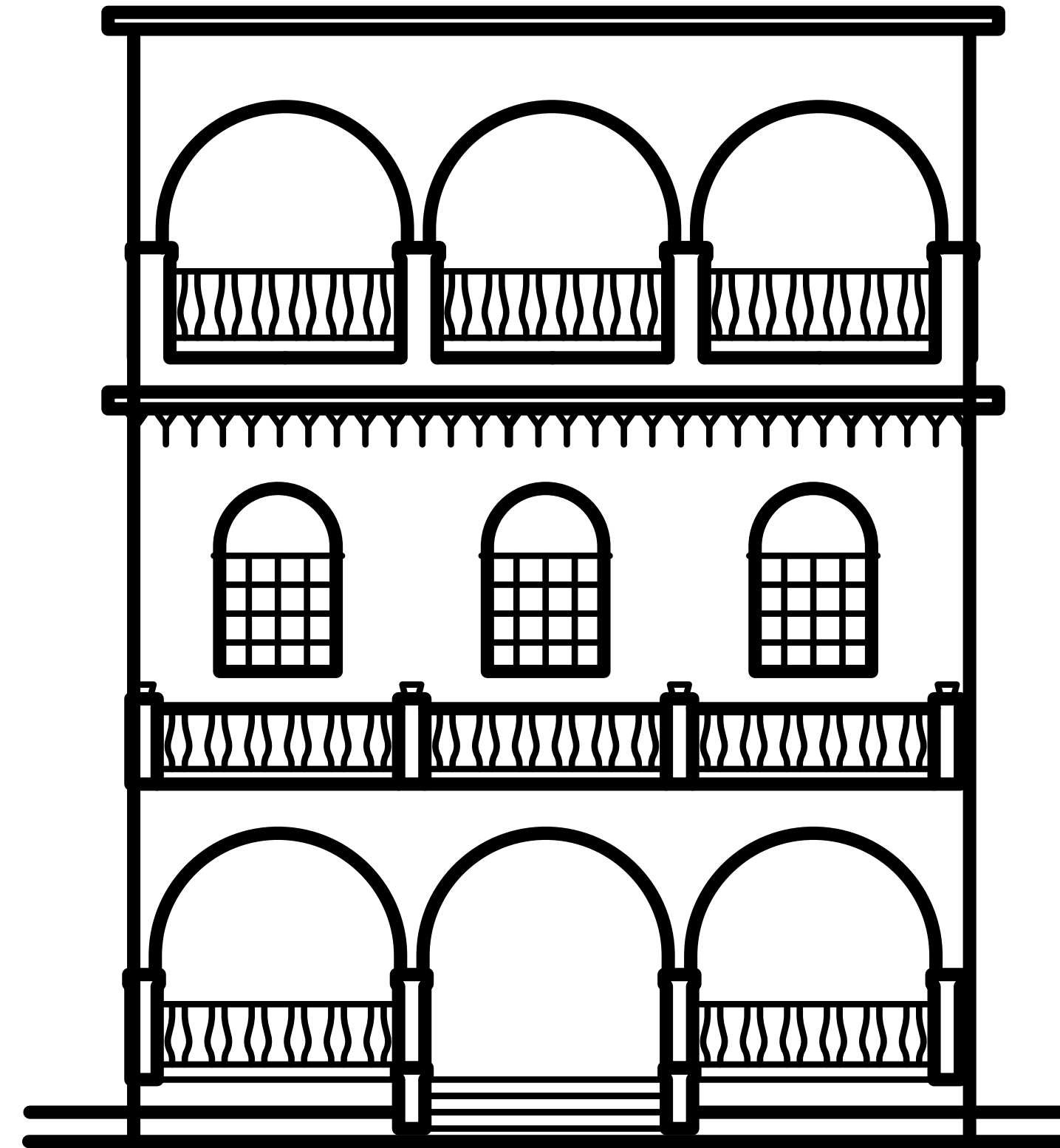
Aplicación

Tagline

Elemento secundario

Como elemento secundario, hemos creado una ilustración que hace referencia a la fachada o infraestructura de la U-PCA. Esta es una pequeña parte de nuestra infraestructura que acompañará al nuevo logotipo en diferentes piezas gráficas.

Elemento secundario



DESDE 1988

Ejemplo

Aplicación

Como elemento secundario, hemos creado una ilustración que hace referencia a la fachada o infraestructura de la U-PCA. Esta es una pequeña parte de nuestra infraestructura que acompañará al nuevo logotipo en diferentes piezas gráficas.



Aplicación

Como elemento secundario, hemos creado una ilustración que hace referencia a la fachada o infraestructura de la U-PCA. Esta es una pequeña parte de nuestra infraestructura que acompañará al nuevo logotipo en diferentes piezas gráficas.



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica



Dear Mr Smith

Event audis restios andios eossimet utem nis magnimilique parciptom voluptae prepro imolorio. Maximusandit ut volum qui cum et resecerum accupta illest, que num iminctaquas si quodisciamus maionet demolum estia volutat quam etur moditaque nem quis molorrum quam et occullabore alis explita nusdae proraturitas excerep ernati officia core natest, optatiur, ut esciae providucia cuptatiis re pratur re natem veligenis quae sinvendantem facessi tori blacepe esti ut adit, con comnis exceaquam volupta essunt harit utecusciis reptas ex ea aut rem alitiones este sitae eos accipient ut as molupis nossimus, qui soluptat ercium as dolorior as alis rehendia voluptatem quae preictem ut liquasp ereniaessit evelicias ma coneces equatur, to doloreictum quaesto doloria erovit fugiatu sandande etur? Porrume voluptiunt ut fugia nonet porectur?

Us quo tenihil ipsuntor si reiciis est odio de ne occae ped evenimpos quodi corrum ideleucusdae senestrum, que laborio repedignihil ium, suntus alique la vel int volupti res enet explitium assecus danissinimil ium repudic tem. Nam sae siment.

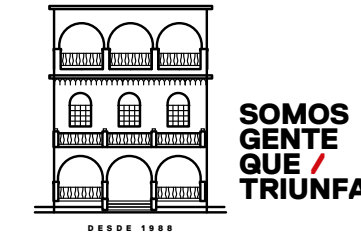
Os dolum lab is perror reperi ut qui dem dolora nihiliquibus quae nis mil il ipsus nihic totat eossi conseqe veliqui aspiendit ut ut ut as aspit que nis dus, iusaperum quam simet et quaerumquo molorem ius ea aliatiberis abo. Namusda quatiorrurum rem rehendaesti demque prae alit prem que volecto blaut aut laborem quam, culparu ptatiis sunt antotas nis inveliciae ipic to eturiae min nit dolenes magniae cone aut di dolupta soluptatio. Mod ulluptu ribusam excerrone is delic temo eum sit, am, consend ignihitas dias esectis adi berferunt venis alia conestrum dolupti nulparunte remporum quiberumqui rese mi, est hil explibea quo voluptatem rem eatempo remporibus reictempos nia verumeniet, offic temodis nectincidest eos ea nostium quae sequi si ornitatur moluptas plitibus acerum demoluptati dolorep tatecta volenti aestrunt.

Udit est moluptur as voluptat idus id explit iusapitati ut laborest ut esti ulpario nseis et adist endia porest, inus et libusandes rerupta ssinto omni

Yours sincerely

Helen Marshall

RECTOR
LUIS CHACÓN
CONTRERAS



Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

Dear Mr Smith

Event audis restios andios eossimet utem nis magnimilique parciptom voluptae prepro imolorio. Maximusandit ut volum qui cum et resecerum accupta illest, que num iminctaquas si quodisciamus maionet demolum estia volutat quam etur moditaque nem quis molorrum quam et occullabore alis explita nusdae proraturitas excerep ernati officia core natest, optatiur, ut esciae providucia cuptatiis re pratur re natem veligenis quae sinvendantem facessi tori blacepe esti ut adit, con comnis exceaquam volupta essunt harit utecusciis reptas ex ea aut rem alitiones este sitae eos accipient ut as molupis nossimus, qui soluptat ercium as dolorior as alis rehendia voluptatem quae preictem ut liquasp ereniaessit evelicias ma coneces equatur, to doloreictum quaesto doloria erovit fugiatu sandande etur? Porrume voluptiunt ut fugia nonet porectur?

Us quo tenihil ipsuntor si reiciis est odio de ne occae ped evenimpos quodi corrum ideleucusdae senestrum, que laborio repedignihil ium, suntus alique la vel int volupti res enet explitium assecus danissinimil ium repudic tem. Nam sae siment.

Os dolum lab is perror reperi ut qui dem dolora nihiliquibus quae nis mil il ipsus nihic totat eossi conseqe veliqui aspiendit ut ut ut as aspit que nis dus, iusaperum quam simet et quaerumquo molorem ius ea aliatiberis abo. Namusda quatiorrurum rem rehendaesti demque prae alit prem que volecto blaut aut laborem quam, culparu ptatiis sunt antotas nis inveliciae ipic to eturiae min nit dolenes magniae cone aut di dolupta soluptatio. Mod ulluptu ribusam excerrone is delic temo eum sit, am, consend ignihitas dias esectis adi berferunt venis alia conestrum dolupti nulparunte remporum quiberumqui rese mi, est hil explibea quo voluptatem rem eatempo remporibus reictempos nia verumeniet, offic temodis nectincidest eos ea nostium quae sequi si ornitatur moluptas plitibus acerum demoluptati dolorep tatecta volenti aestrunt.

Udit est moluptur as voluptat idus id explit iusapitati ut laborest ut esti ulpario nseis et adist endia porest, inus et libusandes rerupta ssinto omni

Yours sincerely

Helen Marshall

RECTOR
LUIS CHACÓN
CONTRERAS

Tagline

En un mercado tan competitivo, ser una opción no basta. Somos más que una opción de vida; **Somos gente que triunfa.** Con este lema, buscamos fortalecer nuestra conexión con todos nuestros graduados y con aquellos quienes actualmente ocupan puestos en marcas importantes a nivel nacional e internacional.

**SOMOS
GENTE
QUE /
TRIUNFA**

Tagline

06

Aplicación de la marca

Exterior

Visual Marketing

Aplicaciones

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA / POLITÉCNICO COSTA ATLÁNTICA





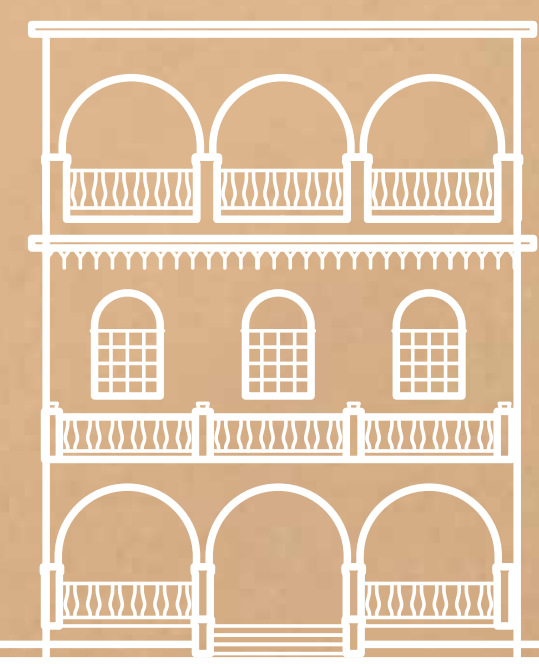
Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

**SOMOS
GENTE
QUE /
TRIUNFA**

www.pca.edu.co



Corporación Universitaria
Politécnica Costa Atlántica



DESDE 1988

Somos una institución responsable, con principios éticos y transparentes que desarrolla sus funciones sustantivas desde un modelo educativo, preferencialmente por ciclos propedéuticos, centrado en el desarrollo humano, garantizando la formación de una sociedad justa, incluyente, sostenible, democrática, solidaria y respetuosa de la dignidad humana.

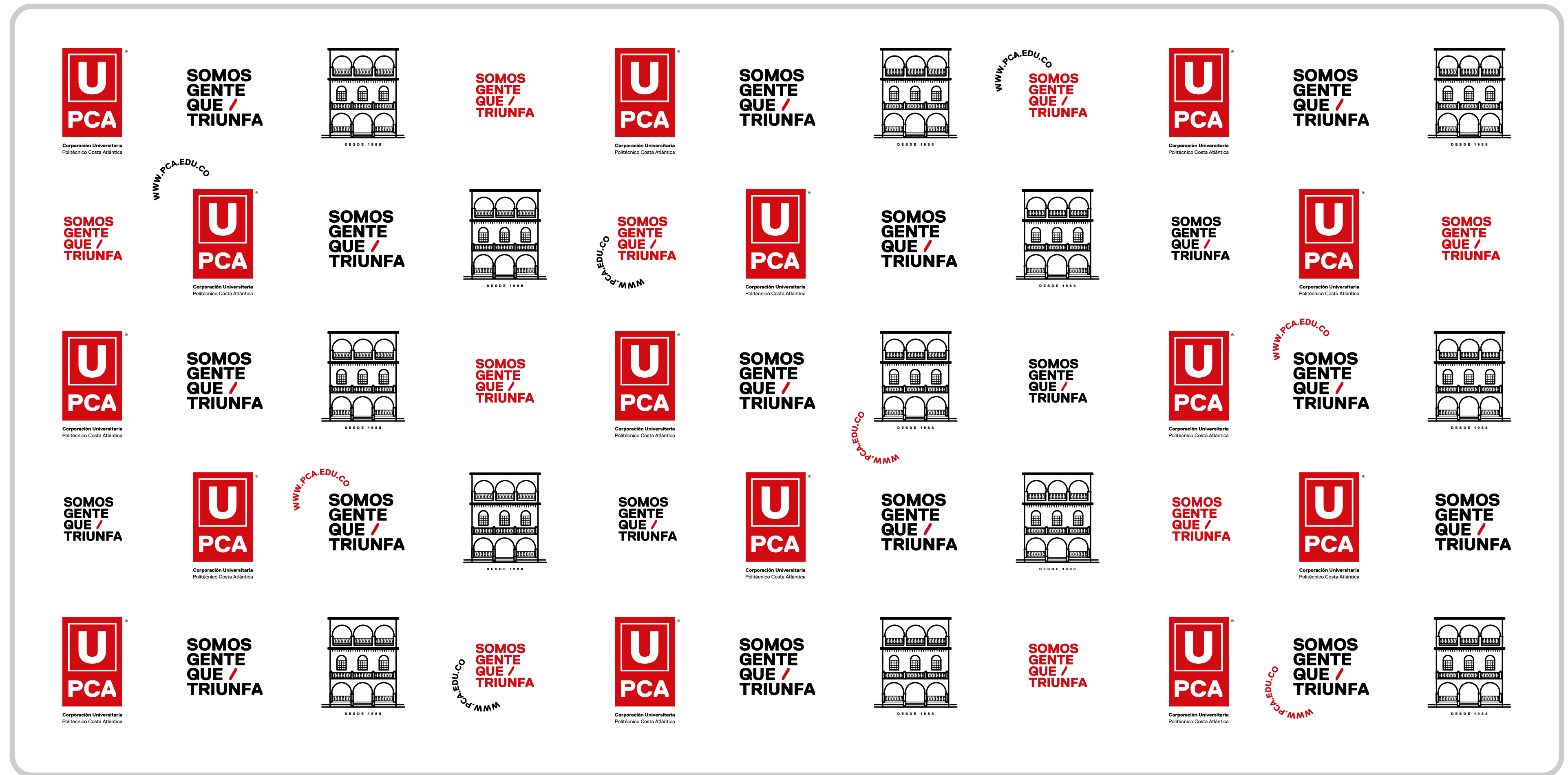
Reserva de derechos

Reserva de derechos

Reserva de derechos

Backing

Esta pieza será utilizada en eventos BTL y activaciones de marca, cuando elemento de posicionamiento de marca, cuando sea requerido.



07

Nuestro escudo

El escudo representa historia, excelencia y el servicio a la sociedad.

Nuestro escudo

Construyendo la reputación de la marca U-PCA

El escudo de una institución universitaria es mucho más que un emblema visual; es un símbolo que encierra su historia, su identidad y los valores que la definen. Cada elemento, color y forma que lo compone tiene un significado profundo, reflejando la misión educativa, la búsqueda del conocimiento y el compromiso con la formación integral de sus estudiantes.

Representa la unión entre la tradición y la innovación, el esfuerzo por alcanzar la excelencia académica y el propósito de contribuir al desarrollo de la sociedad a través del saber, la investigación y el liderazgo responsable.

Escudo
Versión Black and White



Escudo - Versión Gold logo - Fondo negro



Escudo - Versión White logo - Fondo rojo





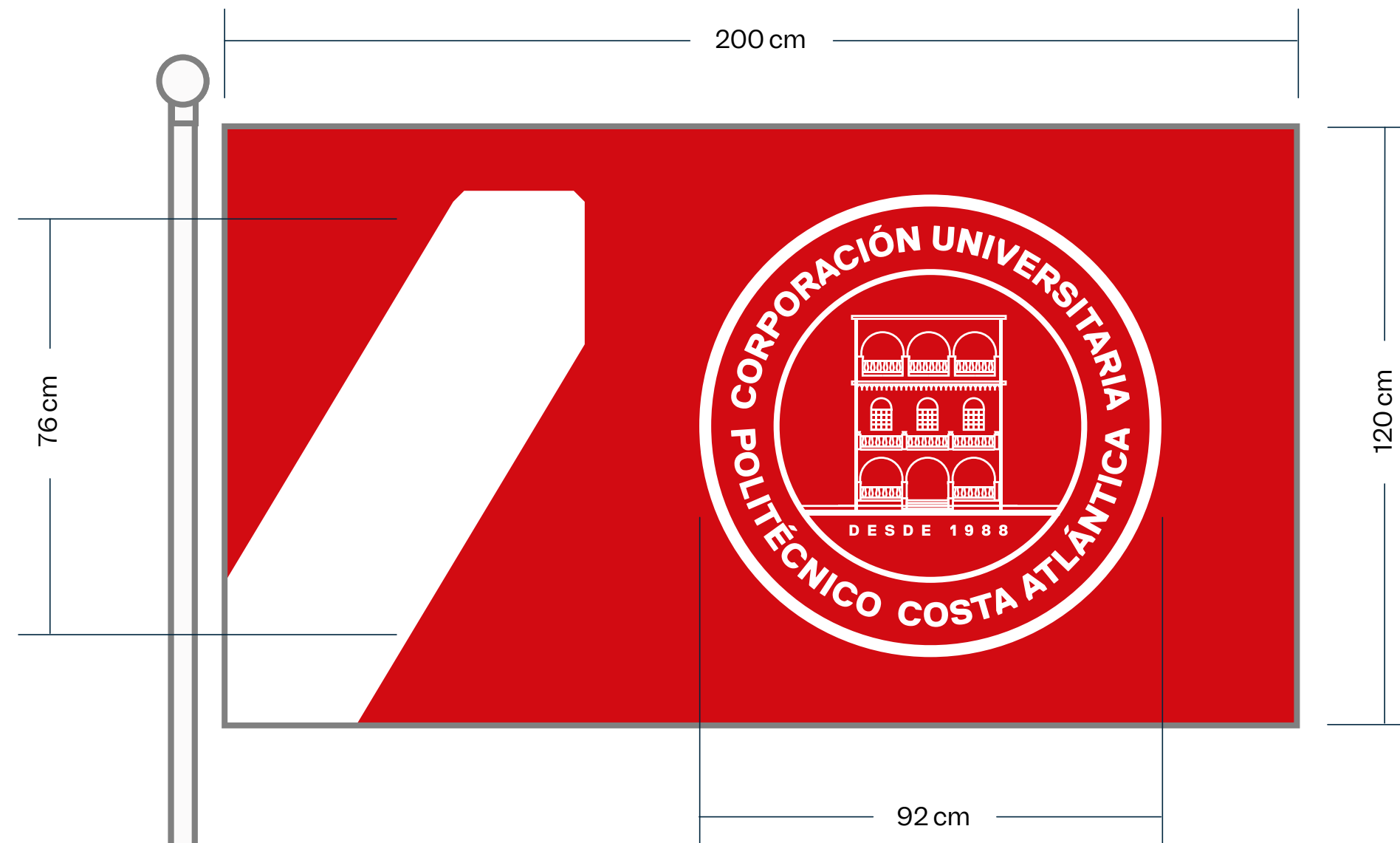
08

Nuestra bandera

La bandera es el símbolo vivo de nuestra identidad y orgullo universitario.

Nuestra bandera

Construyendo la reputación
de la marca U-PCA



Descripción general

Este nuevo diseño de bandera corporativa transmite fuerza, dinamismo e identidad institucional. El fondo rojo simboliza la pasión, el compromiso y la energía de la institución, mientras que el escudo y el obelisco transmiten un concepto de prestigio. En conjunto, la composición refleja una imagen moderna, sólida y profesional, ideal para representar a la institución en cualquier entorno.





Corporación Universitaria
Politécnico Costa Atlántica

Los derechos de propiedad intelectual del contenido de esta presentación, su diseño gráfico e ilustraciones, son titularidad de la Corporación Universitaria Politécnico Costa Atlántica y por tanto, queda prohibido su uso comercial, reproducción, venta, distribución y transformación.

GO BRAND®