INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA

# UNILATINA

# MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA UNILATINA
© 2015

Presidente del Consejo Superior
Dra. Lydia Bautista Moller
Rectora
Dra. Nelly Bautista Moller
Vicerrector
Dr. Gustavo Adolfo Rodríguez Chacón

Manual realizado por la Oficina de Comunicaciones Institucionales y TIC de Unilatina - OCI

Calle 46 No. 3- 05
PBX 5737488
informacion@unilatina.edu.co
www.unilatina.edu.co

# TABLA DE CONTENIDOS

1. DEFINICIONES
¿Qué es la identidad de marca?
¿Por qué es importante?
¿Por qué escribimos estas normas?
Administre la marca UNILATINA como uno de nuestros mayores activos

2. DESCRIPCIÓN
2.1 EL LOGO
2.2. EL LOGOSÍMBOLO
2.3.1. Mínimos de utilización
2.3.3. Formas de Interrelación

3. TIPOGRAFÍA
3.1 EL LOGOTIPO
3.2. TIPOGRAFÍA PRINCIPAL
3.3. TIPOGRAFÍAS SECUNDARIAS

4. GAMA CROMÁTICA

5. USOS INCORRECTOS

6. IMAGEN DE ÁREAS Y DEPARTAMENTOS
6.1 RELACIÓN DEL LOGOSÍMBOLO

7. APLICATIVOS
7.1 Hoja Membrete

8. APLICACIONES COMERCIALES

# 1

# DEFINICIONES

## ¿QUÉ ES LA IDENTIDAD DE MARCA?

Una marca es un conjunto de atributos que diferencia las propuestas de una compañía de las propuestas de otras compañías en la mente de los consumidores.

La identidad de marca es la manera como una empresa comunica verbal y visualmente estos atributos a los consumidores y otras audiencias claves.

## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Para crear una identidad de marca clara, consistente y comprensible en las mentes de los consumidores, es preciso forjar un lazo muy estrecho entre los atributos de la marca y la manera en que éstos se expresan.

Las empresas que presentan una identidad de marca cohesionada, relevante y distinta pueden crear preferencia en el mercado, agregar valor a sus productos y servicios y obtener precios premium.

SEA EFICIENTE. TENGA EN CUENTA ESTOS PRINCIPIOS AL INICIAR SUS PROYECTOS.

USE LAS GUÍAS DE IDENTIDAD Y DISEÑO YA EXISTENTES.

EVITE COSTOSOS ERRORES PARA LA IMAGEN DE UNILATINA POR NO APLICARLAS.

TENER MÚLTIPLES VERSIONES DEL LOGO DE UNILATINA CONFUNDE SU SIGNIFICADO Y DILUYE SU PODER.

NO ALTERE NI EN BROMA EL LOGO DE UNILATINA.

## ¿POR QUÉ ESCRIBIMOS ESTAS NORMAS?

La marca UNILATINA es un activo muy valioso. Por lo tanto, debe aplicarse de la manera más efectiva pues presentándola siempre de una manera coherente esto contribuye a incrementar su valor.

## ADMINISTRE LA MARCA UNILATINA COMO UNO DE NUESTROS MAYORES ACTIVOS

La marca UNILATINA sólo dará valor agregado a nuestros productos si sigue siendo valiosa para nosotros. Debemos construir y robustecer este activo usando adecuadamente el nombre y el logo UNILATINA.

## EN SUS DECISIONES, CONSIDERE LA MARCA COMO UN TODO.

Recuerde que la marca UNILATINA representa y es compartida por toda la Universidad. En UNILATINA el todo es mayor que la suma de sus partes.

# 2

# DESCRIPCIÓN

# EL LOGO

La Institución Universitaria Latina Unilatina, es una organización con varios años de trayectoria que representa un hito de tradición en el país. Su imagen fuerte, firme y sólida se debe representar en todas las piezas comunicativas institucionales.

El logo símbolo de Unilatina refleja los valores institucionales: la formación axiológica, empresarial, holística e internacional de tal manera que se debe ver reflejada en los documentos institucionales tales como diplomas, certificados, certificaciones, reglamentos, y en general en todo documento normativo, legal e institucional.

Así mismo, el logosimbolo debe estar presente en las piezas institucionales como avisos, carteleras, señaléticas, hoja membrete, tarjeta de presentación, carpetas, banner, poster, pendón institucional y en general en toda documentación administrativa para públicos internos y externos. Y debe privilegiarse su uso en la medida de lo posible.

El logo de UNILATINA está constituido como una unidad visual integrada por el logosímbolo, el logotipo o tipo de letra que se utiliza para escribir el nombre y el descriptor.

El logosímbolo es el elemento principal de la imagen institucional, no deberá alterarse en sus proporciones, ni en su construcción geométrica y tipográfica, cualquiera que sea el tamaño de su aplicación, el color o la superficie de trabajo. Es por ello que es necesario el cumplimiento estricto de este manual.

El logosímbolo UNILATINA debe plasmarse preferiblemente en materiales biodegradables, reciclables y en general en aquellos que contribuyan a la preservación del medio ambiente.

UNILATINA

# EL LOGOSÍMBOLO

## CORRESPONDE AL SÍMBOLO Y EL LOGOTIPO UNIDOS, SIN DESCRIPTOR.

Su utilización está reservada para casos muy puntuales en los cuales la utilización del logo completo se ve impedida por las proporciones del área en que se debe inscribir la identificación de la Universidad.

El logosímbolo de UNILATINA es un perfecto triángulo equilátero que es completado por el ojo mediante la proyección de las letras U y L mayúsculas que se entrelazan como símbolo de la Unión Latina que corresponde a la visión internacional de la Universidad.

El significado del triángulo está vinculado con la sapiencia el saber supremo, el crecimiento y la superación.

La posición de la letra U es inclinada ascendente hacia el costado derecho y la letra L tiene igualmente una posición inclinada hacia la izquierda en sentido ascendente.

En sus bordes interior y exterior derechos, la letra U tiene un brillo correspondiente a un reflejo de luz que tiene su punto focal en el centro donde se sobrepone la letra L sobre la U. En su borde inferior la letra L tiene un brillo correspondiente al reflejo de la misma fuente de luz frontal que se dirige de derecha a izquierda de manera ascendente.

El brillo y los perfiles internos que bordean las letras U y L que son de color ROJO granate y que encierran el cuerpo de las letras de color Granate y aportan el concepto visual de volumen a la construcción total.

El símbolo se ubica en el costado izquierdo de la construcción del logo cuando se aplica en un formato horizontal y centrado cuando se utiliza en formatos verticales o aplicaciones que no permitan su aplicación horizontal.

Con el fin de facilitar la reproducción cuando el caso lo amerite, o cuando no se pueda reproducir por los medios conocidos, se ha establecido una retícula, la cual permite un correcto manejo de la proporción.

ESTAS PROPORCIONES SON INALTERABLES

# MÍNIMOS DE USO

Los elementos que conforman el logosímbolo pueden ser reproducidos en diferentes tamaños sin alterar su impacto y legibilidad, siempre y cuando se respeten las fórmulas de interrelación.

Sin embargo, el logosímbolo tiene unos tamaños de reproducción mínimos que se ilustran a continuación.

UNILATINA

## 2.3.1.1. LOGOSÍMBOLO SIN DESCRIPTOR

Tamaño mínimo permitido para: Impreso: Un (1) cm de alto por proporción en altura. Digital: Cincuenta (50) pixeles de alto por proporción en altura.

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA

## 2.3.1.2. LOGOSÍMBOLO CON DESCRIPTOR

Se utiliza para piezas de comunicación, en la firma del correo electrónico y en documentos de carácter oficial. Se utiliza además, siempre que sea posible para el diseño de piezas y elementos de comunicación y publicitarios.

Tamaño mínimo permitido para: Impreso: Dos (2) cm de alto por proporción en altura. Digital: Cien (100) pixeles de ancho por proporción en altura.

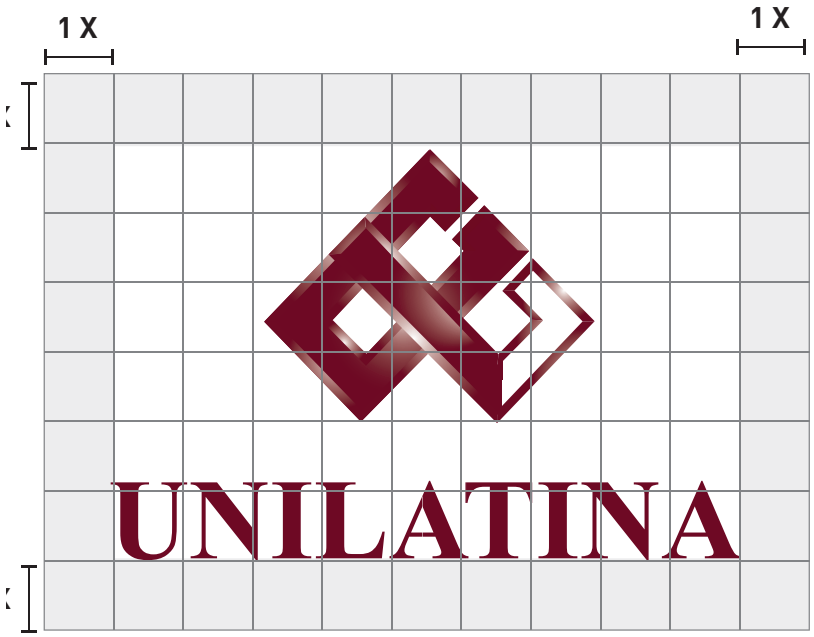
## 2.3.1.3. LOGOSÍMBOLO PARA MEDIOS DIGITALES

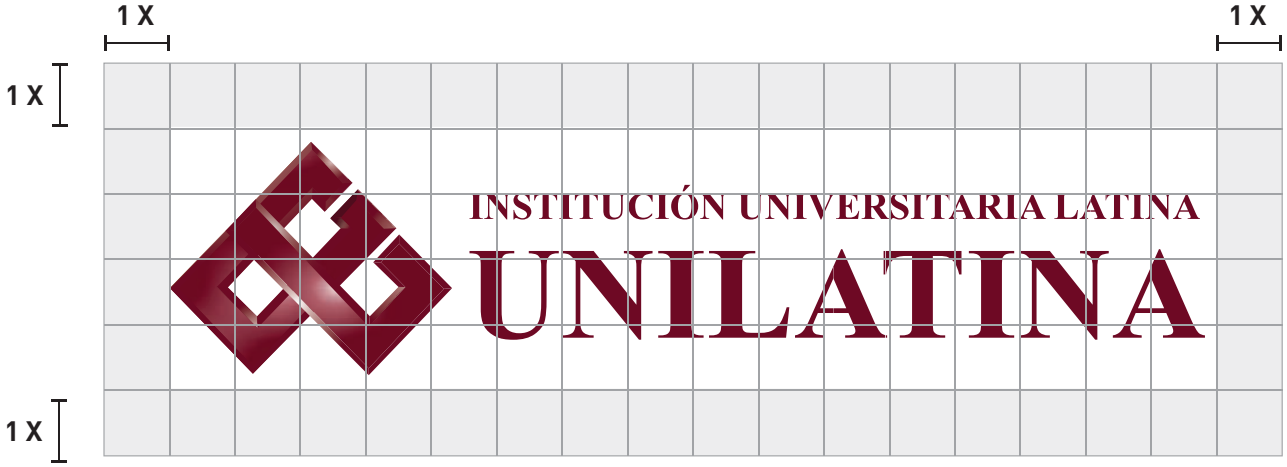
Para uso en medios digitales el logosímbolo tiene como tamaño mínimo permitido cien (100) pixeles de ancho por proporción en altura.

## ÁREAS DE SEGURIDAD

La zona de seguridad, delimita y define el área libre mínima requerida alrededor del logosímbolo.

Previene que elementos ajenos a la marca, invadan su espacio y dificulten su lectura.



# 3

# TIPOGRAFÍA

# TIPOGRAFÍA EN EL LOGO

El tipo de letra con que se escribe el nombre UNILATINA es Times New Roman Bold en mayúscula sostenida.

El tipo de letra del descriptor INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA es igualmente Times New Roman Bold en mayúscula sostenida.

Para el caso de dependencias, departamentos, facultades, áreas administrativas o académicas, debe usarse la fuente Baskerville Old Face en la parte inferior del logo con descriptor, antecedido por una línea granate de 1 punto de grosor.

En todas las piezas de comunicación para los públicos externos de la Entidad, bajo el logosímbolo debe incluirse:

Personería Jurídica Res. No. 8530 del 6 de junio de 1983 del Ministerio de Educación Nacional.

Times New Roman Bold en mayúscula sostenida.

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA

Times New Roman Bold en mayúscula sostenida.

# UNILATINA

Nombre de Área o Dependencia

dependencias, departamentos, facultades, áreas administrativas o académicas, debe usarse la fuente Baskerville Old Face

# TIPOGRAFÍAS PRINCIPALES

## TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

Times New Roman

Ab

a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

Esta tipografía es usada en el logo, en el texto correspondiente al nombre de la Universidad.

Su uso está reservado exclusivamente al logo, por lo tanto no debe ser usada para textos o títulos.

## TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Baskerville Old Face

Ab

a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

Esta tipografía es usada en el logo, específicamente para escribir el descriptor, o nombre de las dependencias o áreas de la Universidad.

# TIPOGRAFÍAS ALTERNATIVAS

## TIPOGRAFÍA PARA TÍTULOS

**BEBAS NEUE**

AB

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ

Esta tipografía debe usarse para títulos, ya sea en piezas internas o publicitarias de la universidad, es una fuente alta y elegante, de fácil lectura.

## TIPOGRAFÍA PARA TEXTOS

Helvética 47

Ab

a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

Esta tipografía se usa para los textos en general, es decir, para párrafos de texto, descripciones de información, es usada en textos legales y en publicitarios.

## TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

DIN

Ab

a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z

Esta tipografía se usa para textos secundarios, como por ejemplo citas, datos, etc, también puede usarse dado el caso para escribir números o datos estadísticos, pies de página, membretes, etc.

# 4

# GAMA CROMÁTICA

# GAMA CROMÁTICA

Estos son los colores adoptados por UNILATINA, según la teoría del color y el significado cromático.

El granate, es un color imperial, sorprende por poco usado. Significa Masculinidad. A nivel de sensaciones comunica calidez, tibieza. Es un color tibio asociado al fuego.

El blanco es la síntesis de todos los colores, se asocia a la luz, la bondad y la seguridad. Tiene un valor límite. Se le considera el color de la perfección. Por lo general tiene una connotación positiva. El blanco es el fondo universal de la comunicación gráfica.

El color rojo granate del logo y además cada programa académico tendrá un color representativo para las piezas institucionales en general.

GRANATE COLOR INSTITUCIONAL
C:14% M:88% Y :42% K:56%
R:119 G:33 B:54
PANTONE 194C
# 772136

BLANCO COLOR INSTITUCIONAL
C:0% M:0% Y :0% K:0%
R:255 G:255 B:255
# FFFFFF

EOS 70

# 5

# USOS INCORRECTOS

# USOS INCORRECTOS

Es importante que la identidad de marca esté aplicada correctamente de acuerdo a las normas establecidas en este manual.

A continuación se presentan algunos ejemplos reales de usos incorrectos del logosímbolo.

- Cambio en los colores y formas del logosímbolo
- Cambio en la construcción del logosímbolo, color y uso como complemento de otros logos.
- Cambio en la tipografía y uso de frases diferentes a la establecida.
- Efectos de volumen o rotación no permitidos
- Invasión en la reserva de seguridad del logo
- Como marca de agua o trama

## IMPORTANTE:

Dado su carácter orgánico en lo posible se debe procurar que todas las piezas gráficas de la Universidad tengan los bordes redondeados.

UNILATINA
UNILATINA
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA
La mejor universidad del país
UNILATINA
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA
CAFETERÍA
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA

UNILAIT

# 6

# IMAGEN DE ÁREAS Y DEPARTAMENTOS

# IMAGEN DE ÁREAS Y DEPARTAMENTOS

En esta y las siguientes páginas, se muestran ejemplos de aplicación de la marca UNILATINA en diversos elementos de uso interno, externo y promocional.

Estos ejemplos se consideran muestras, de tal manera que pueden ser personalizados de acuerdo con las normas de manejo de la marca.

## 6.1 RELACIÓN DEL LOGOSÍMBOLO

Con Programas, Facultades  y dependencias UNILATINA. Debe usarse el logotipo con descriptor, en la parte inferior agregar una línea de groso de 1 pt y con lo color institucional y debajo en la fuente secundaria en mayúsculas y minúsculas el área o dependencia respectiva.

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA

UNILATINA

Facultad de Ciencias Administrativas

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA

UNILATINA

Facultad de Comunicación

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA

UNILATINA

Departamento de Artes Digitales

# 7

# APLICATIVOS

# HOJA MEMBRETE

En las hojas institucionales el logo debe ir en la parte superior alineado a la izquierda. Su proporción y tamaño debe ser considerado de acuerdo al tamaño de la página, el extremo derecho del logo debe coincidir en tamaño con la mitad horizontal de la página.

La siguiente norma es de ineludible cumplimiento: dado su carácter de texto legal obligatorio y las implicaciones que tiene toda comunicación emanada de la universidad siempre se deben colocar los siguientes datos bajo el logo:

Personería Jurídica Resolución No. 8530 del 6 de junio de 1983 del Ministerio de Educación Nacional

Institución vigilada por el Ministerio de Educación Nacional

En la parte inferior se deben incluir los datos de localización en el siguiente orden:

Calle 46 No. 3-05 PBX: 573 74 88 FAX: 574 30 05 Bogotá - Colombia informacion@unilatina.edu.co

www.unilatina.edu.co

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA
TÍTULO DE PRUEBA PARA CARTA
SUBTÍTULO TÍTULO DE PRUEBA PARA CARTA
Personería Jurídica Res. Nº 8530 del 6 de junio de 1983 M.E.N.
Institución vigilada por el Ministerio de Educación Nacional
Sede Principal
Calle 66 No. 3 – 05
PBX (57 1) 5737488
Facultad de Artes Digitales
Carrera 15 No. 28 B – 57
PBX (57 1) 3099515
Unilatina International College
Miramar, Florida FL33025 USA
3130 Commerce Parkway
www.unilatina.edu.co
información@unilatina.edu.co

# TARJETA DE PRESENTACIÓN

La tarjeta de presentación, como su nombre indica, es la carta de presentación de los funcionarios de la Unilatina, por ello, debe generar una muy buena impresión y comunicar los valores de la Universidad.

El diseño de la tarjeta de presentación, es limpio, minimalista y elegante, hace uso de las fuentes y colores institucionales para reforzar de manera apropiada la nueva imagen de le Universidad Unilatina.

Todas las tarjetas de presentación cuentan con datos permanentes y variables, los datos permanentes son:

- Logo de la Universidad
- PBX
- Dirección de la Sede Principal
- Página Web

Los datos variables son:

- Nombre del funcionario
- Cargo del funcionario
- Correo electrónico del funcionario
- Celular del funcionario

DAVID PINZÓN CADENA
Director facultad de Artes Digitales
david.pinzon@unilatina.edu.co
+571 314 395 1524
PBX: 573 7488
Calle 46 No. 3 - 05, Bogotá, CO
ARTES.UNILATINA.EDU.CO
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA

# CARPETA

La carpeta está diseñada en base a los mismos principios estéticos que el resto de las piezas de comunicación de la Universidad, es una pieza limpia, elegante y sencilla que transmite seriedad y sobriedad.

Toda la carpeta en su totalidad es de color granate, y sus textos en color blanco, logrando un contraste que permita una la fácil lectura de los datos impresos sobre ella.

En la portada de la carpeta está el logo y en la parte inferior la página web, en la parte posterior, o contraportada están los datos de contacto, como dirección y PBX, en la parte interior hay un bolsillo, en donde está impresa la información legal de la Universidad Unilatina, allí también se repiten los datos de contacto.

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA

# SOBRE

El sobre está diseñado en base a los mismos principios estéticos que el resto de las piezas de comunicación de la Universidad, es una pieza limpia, elegante y sencilla que transmite seriedad y sobriedad.

Toda el sobre en su totalidad es de color granate, y sus textos en color blanco, logrando un contraste que permita una la fácil lectura de los datos impresos sobre él.

En el tiro del sobre está el logo y en la solapa va la información general de contacto de la universidad, en la parte posterior, hay una breve descripción de la universidad, datos de contacto, y el logo con la información legal de la Universidad Unilatina.

BOGOTÁ - COLOMBIA
Calle 46 No 3 - 05
PBX 5737488
info@unilatina.edu.co - www.unilatina.edu.co
UNILATINA
Somos una institución universitaria con 30 años de experiencia que busca formar artistas, técnicos laborales, tecnólogos y profesionales que cuenten con alta calidad humana y tecnológica y con una mentalidad abierta al mundo globalizado; contribuyendo al mismo tiempo, al desarrollo empresarial, al acceso a la sociedad del conocimiento y a las necesidades de recursos humanos del sector productivo del país mediante la educación, investigación, la extensión y la proyección social.
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA
P.J. Res. No. 8530 del M.E.N
Institución vigilada por el
Ministerio de Educación Nacional
BOGOTÁ - COLOMBIA
Calle 46 No 3 - 05
PBX 5737488
info@unilatina.edu.co - www.unilatina.edu.co

# 8

# APLICACIONES COMERCIALES

# APLICACIONES COMERCIALES

Con el fin de articular la imagen institucional de la universidad, de corte clásico y corporativo a los núevos públicos y tendencias de lenguaje de la sociedad cambiante, se establecerán los siguientes parámetros de flexibilicación de diseño para piezas que tengan como fin comercializar y comunicar con fines lúdicos e informales, que en su definición funcional NO revistan una importancia formal ni académica.

Clásicos ejemplos de este corte de aplicaciones son:

FLYERS
AFICHES
PROGRAMAS DE MANO
VIDEOS
TODAS LAS PIEZAS DE MERCADEO DIGITAL, ETC.

# PALETAS DE COLOR POR PROGRAMA

Para este fin, se establece la siguiente paleta de colores por programa, que deberá ser usada como color principal en las piezas referidas a dicha oferta académica:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS
C:0% M:0% Y :0% K:100%
R:0 G:0 B:0
# 000000

FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE COMERCION INT
C:70% M:27% Y :0% K:0%
R:64 G:153 B:212
#4099D4

PUBLICIDAD Y TECNOLOGÍA EN CREACIÓN PUBLICITARIA
C:50% M:0% Y :85% K:0%
R:138 G:199 B:90
#8AC700

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO Y VENTAS
C:50% M:0% Y :85% K:0%
R:255 G:10 B:0
#FF0A00

TECNOLOGÍA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE RADIO Y TV
C:0% M:10% Y:100% K:100%
R:255 G:221 B:0
#FFDD00

PROGRAMA ACADÉMICO EN CONTENIDOS SONOROS
C:65% M:8% Y :40% K:0%
R:85 G:179 B:167
#55B3A7

PROGRAMA ACADÉMICO EN CONTENIDOS INTERACTIVOS
C:10% M:100% Y :0% K:0%
R:216 G:11 B:140
#D80B8C

PROGRAMA ACADÉMICO EN GRÁFICA DIGITAL
C:80% M:58% Y :19% K:2%
R:70 G:106 B:153
#466A99

PROGRAMA ACADÉMICO EN REGISTRO DE IMÁGENES FOTOGRÁFICAS
C:0% M:81% Y :53% K:0%
R:244 G:87 B:98
#F45762

PROGRAMA ACADÉMICO EN COMUNICACIÓN PARA MEDIOS
C:41% M:20% Y :99% K:1%
R:163 G:172 B:57
#A3AC39

PROGRAMA ACADÉMICO EN MERCADEO DIGITAL
C:33% M:1% Y :3% K:0%
R:162 G:218 B:239
#A2DAEF

PROGRAMA ACADÉMICO EN INGLÉS
C:22% M:45% Y :77% K:3%
R:196 G:142 B:83
#C48E53

TÉCNICO LABORAL EN COCINA
C:0% M:60% Y:100% K:0%
R:250 G:130 B:25
#FA8219

COLEGIO UNILATINA
C:46% M:82% Y :0% K:0%
R:159 G:72 B:176
#9F48B0

# VARIACIONES DEL LOGO

Se permitirán las siguientes aplicaciones del logosímbolo e isotipo para dinámizar el concepto de marca y permitir que la estética clásica de la universidad encuadre con la estética de la pieza, en los casos en que sea necesario, puede usarse el logo de la universidad en negativo, esto quiere decir que si se va a usar sobre fondos de color oscuro, se debe usar el logo blanco; si el color sobre el que se va a poner el logo es un claro, también debe usarse el logo blanco. En cualquiera de estos dos cosas el logo NUNCA debe ser puesto en otro color que no sea blanco:

UNILATINA

UNILATINA

UNILATINA

UNILATINA

# ALGUNOS EJEMPLOS

Vale la pena aclarar que el uso del color institucional en el Logo en medio de la pieza de Unilatina pasará a ser opcional, más recordando que solo es esto válido para este tipo de contenidos:

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA
ESTUDIA
FINANZAS Y
NEGOCIOS
INTERNACIONALES

BIENVENIDOS ARTISTAS!
A LA FACULTAD DE ARTES DIGITALES UNILATINA

"Si sabes esperar
la gente se olvidará
de tu cámara y
entonces su alma
saldrá a la luz."
Steve McCurry.
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA

# FERIA EMPRESARIAL UNILATINA

## REQUISITOS:

- Estar matriculado.
- Haber cursado y aprobado Seminario de Planificación 1.
- Realizar la inscripción en los dos formatos y entregarlos en el CECE.
- Presentar por escrito las planificaciones vistas y aprobadas. Estas deben reposar en el stand el día de la feria, pues el jurado las solicitará para enterarse a fondo del proyecto.

14 MARZO 2015
9:00 am
12:30 p.m.

DESCARGUE LOS FORMULARIOS PARA INSCRIPCIÓN EN LA PÁGINA WEB DE LA UNIVERSIDAD:
**UNILATINA.EDU.CO > MENÚ DE INVESTIGACIÓN.**

RECUERDE QUE LA PRESENTACIÓN DE FERIA EMPRESARIAL ES UN REQUISITO DE GRADO PARA EL CICLO TECNOLÓGICO.

**INSCRIPCIONES HASTA EL 27 DE FEBRERO**

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA
UNILATINA
Centro de Consultoría Empresarial