



**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS  
DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE**

# MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA

## CONTENIDO

### Introducción

Introducción  
Identificación Básica  
Definiciones de interés

### Imagen Corporativa

Misión / Visión  
Principios y Valores  
Identidad Visual  
Logosímbolo a color  
Logosímbolo en blanco y negro  
Logosímbolo en una tinta  
Positivo / Negativo  
Tipografía corporativa  
Tamaño mínimo  
Planimetría  
Relación Escudo / Tipografía  
Aplicaciones Incorrectas  
El Escudo

### Usos del Logosímbolo

El Logosímbolo y las Dependencias Universitarias  
Uso con otros logotipos:  
UNIDADES PERTENECIENTES A LA UNIVERSIDAD  
EMPRESAS EN CONVENIO  
OTRAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS  
PATROCINADORES  
LOGOTIPOS DE ANIVERSARIOS  
Uso de Slogans  
Uso de la Sigla UPB

Otros Elementos en el Logosímbolo

### Aplicación en Papelería

Hoja carta  
Sobre carta  
Tarjeta personal  
Tarjeta lord  
Sobre lord  
Sobre de manila  
Diploma / Uso de diplomas  
Memorando  
Razonero  
Papelería del Rector

### Emblemática y Símbolos

El Himno  
La Bandera  
El Espíritu Bolivariano

### Soporte en Medios de Masas

Sobre la redacción de textos  
Generalidades  
Afiche  
Pendón  
Pasacalles  
Volante  
Plegable Informativo  
Glosario

# Introducción

El objetivo de este manual es normalizar los símbolos que constituyen la identidad corporativa de la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense (URACCAN). Por medio de este se conseguira una imagen pública coherente, fuerte, positiva y satisfactoria de la Universidad.

Este manual admite cierta flexibilidad: sobre él se ha de construir, con respeto, pero con creatividad. Su buen uso exige su implantación entre todo el personal, a fin de garantizar, en todos los casos, el empleo correcto de los elementos gráficos, colores y tipografía, así como el material de papelería y promoción.

En ocasiones se presentaran dificultades o dudas al aplicar las normas de identidad visual a soportes nuevos que no están contemplados en el manual, para ello se debera consultar con la instancia de la universidad encargada de la Imagen Corporativa.

## Uso del manual

El Manual de imagen Corporativa constituye un instrumento de consulta y trabajo para todas aquellas personas responsables de la utilización correcta de los símbolos de la Universidad URACCAN.

Este manual proporciona información de la identidad visual de la Universidad, por lo que se sugiere leer detalladamente todo el contenido del manual y seguir las indicaciones que se describen en los diferentes apartados del mismo.

Se recomienda incluir en la página web de la Universidad URACCAN, los diferentes formatos y elementos de la imagen corporativa como el logotipo y sus variaciones de uso; tipografía y demás elementos presentes en el mismo.

# Terminología Básica

**Manual de identidad visual corporativa:** Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad en el plano de diseño. Documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de la Institución. Se definen las normas que se deben seguir para imprimir el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la Universidad, en especial aquellos que se mostrarán al público. El manual describe los signos gráficos escogidos por nuestra casa de estudios para mostrar su imagen así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, etc. Se explica su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. El manual de identidad es por tanto, un documento normativo que debe guiar las actuaciones de la Institución en materia de identidad corporativa. Pero, sobre todo, es un manual de consulta al que se debe acudir para conocer las posibilidades gráficas de la imagen visual de la Universidad.

**Imagen institucional:** La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una institución. Es la imagen mental ligada a lo que ella representa.

**Identidad institucional:** El conjunto de características específicas y personales de una entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorable de sí misma y la diferencian de las demás entidades. El término identidad institucional, por el que

entendemos su carácter específico, implica todo lo que una institución representa: sus desarrollos, su comunicación, sus inmuebles, etc.

**Símbolo (Escudo de URACCAN):** Figura u objeto que tiene un significado y se constituye en elemento de identificación. Sirve de auxiliar al lenguaje escrito, refiere de manera instantánea.

**Logotipo:** Es el conjunto de logo y nombre que le sirve a una entidad a un grupo de personas para representarse. Es parte de la identidad visual de una institución que combina la parte gráfica y la parte tipográfica. La funcionalidad de un logotipo radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se quiere, y para lograrlo se requiere el uso de colores y formas que contribuyan a su interpretación. Un logotipo se convierte en una estructura gráfica organizada con criterio semiótico que busca transmitir un significado.

**La Marca:** Combinación del símbolo y las letras (tipografía).

**Tipografía corporativa:** Tipo de fuente o letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la imagen institucional. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de identidad visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.

**Colores Corporativos:** Son los colores determinados por la institución que van a representarlos. Son colores planos ubicados dentro de un registro de color, como PANTONE. Por lo general estos colores son los únicos permitidos por la empresa para ser utilizados en cualquier elemento de promoción: papelería, señalización, publicaciones, uniformes, material POP, etc.

# Imagen Corporativa

## **Misión:**

Formación de recursos humanos, con conocimientos y capacidades científico-técnica, actitudes humanistas, sentido del emprendimiento y la innovación, que contribuyen al fortalecimiento del sistema autónomo regional y del país.

## **Visión:**

Ser líder en el paradigma de universidad comunitaria intercultural en el ámbito nacional e internacional, que acompaña procesos de desarrollo con identidad de los pueblos indígenas, mestizos, comunidades étnicas y afrodescendientes para la promoción de la ciudadanía intercultural.

## **Ejes Transversales:**

- Interculturalidad y género.
- Autonomía universitaria.
- Accesibilidad.
- Equidad.
- Corresponsabilidad.
- Comunicación horizontal.
- Diversidad cultural.
- Pertinencia.
- Servicio comunitario.
- Unidad nacional.
- Identidad.

# El Escudo

## Descripción del escudo

El creador del logotipo de URACCAN es Alejandro Morales Matute, estudiante de la primera generación de URACCAN en Bilwi, fallecido en el 2006.

El Escudo de URACCAN es una combinación de escudo heráldicos de tipo francés moderno, suizo y polaco.

Los elementos que describen el emblema tienen un significado propio. El arco y la flecha, recuerdan nuestras raíces ancestrales. Los colores azul, amarillo y verde: las riquezas naturales, la tierra y el bosque.

Las seis estrellas circundantes a las siglas de URACCAN, representan la multiétnicidad de la convivencia en la región: miskitus, creoles, mayangnas, mestizos, garífunas y ramas. Dos ramas de laurel adornan la parte inferior del emblema. La leyenda de "Libertad, Sabiduría y



### Construcción del Escudo

Por medio del plano técnico del logotipo y de sus partes es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La **x** equivale a la medida establecida por unidad dentro del plano, el número representa las veces que la medida **x** está en las diferentes partes que componen la imagen.

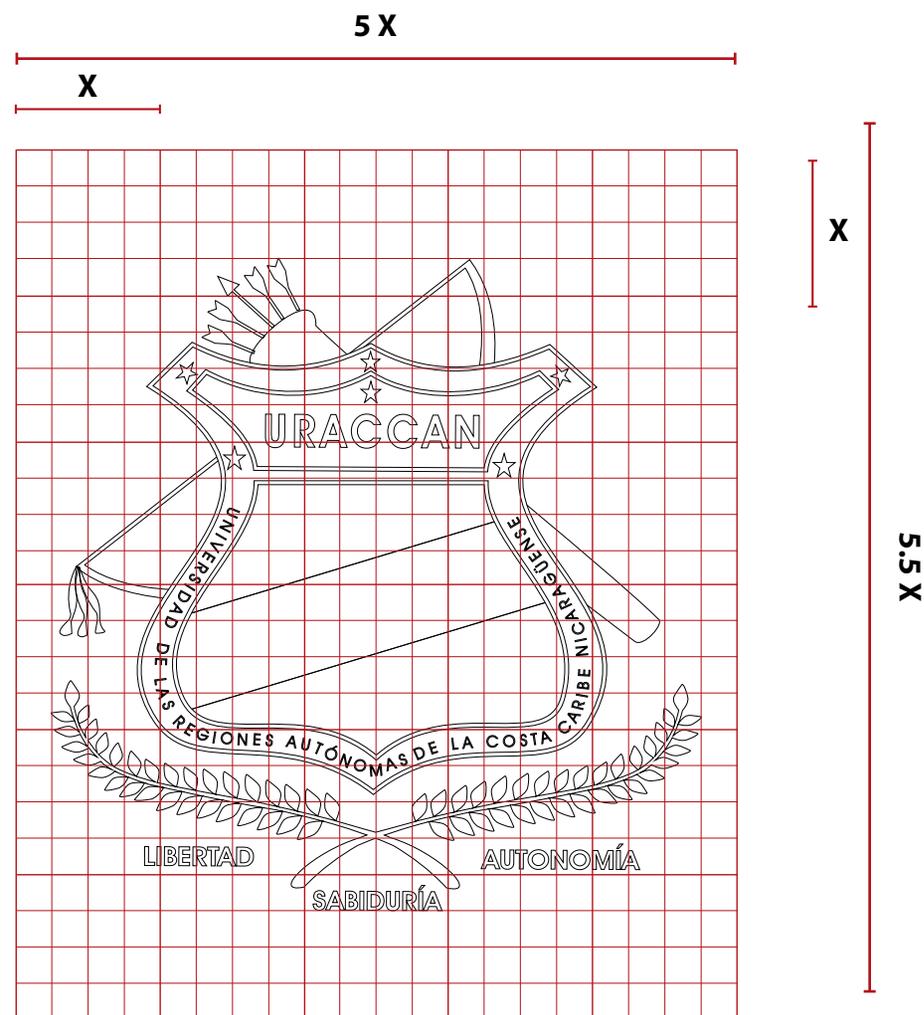
### Tipografía en el Escudo

Siglas "URACCAN" en adobe Myriad Pro Bold; leyenda "UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE", "LIBERTAD, SABIDURÍA Y AUTONOMÍA" en adobe Myriad Pro Regular.

### Reducciones Máximas

El soporte, la iluminación y la distancia de observación son factores que condicionan el tamaño que debe aplicarse a la marca. Este nunca debe ser excesivo, ya que ofrecería una imagen de inseguridad, ni demasiado reducido pues dificultaría su reproducción.

El Escudo de URACCAN plantea una dificultad o limitaciones a las posibilidades de reducción como la pérdida de visibilidad y legibilidad de algunas de sus partes. Los cambios en el tamaño del escudo nunca debe ser excesivo, ya que ofrecería una imagen de inseguridad, ni demasiado reducido pues dificultaría su reproducción. Por tanto, su reducción máxima debe de ser de 1.5 cm.



1.5 cm



## El Escudo a Color o Cuatricromía

El Escudo de URACCAN será utilizado en publicaciones de la universidad, folletería, papelería institucional, auspicio de eventos, patrocinio y todo elemento promocional.

Los colores institucionales del Escudo son inalterables en cuanto a sus valores en CMYK y Pantone (aplicable a medios impresos); RGB y Hexadecimal (aplicable a medios digitales). A continuación se muestra la tabla de equivalencia entre los diferentes modos de color.



**Cuadro:** Codificación de colores según Cuatricromía, colores Pantones o tintas planas y colores luz o rgb y hexadecimal.

Azul	Amarillo	Verde	Café	Café Claro	Negro
<b>CMYK</b>					
97, 81, 0, 14	0, 8, 100, 0	95, 0, 99, 32	0, 43, 100, 60	0, 42, 74, 26	0, 0, 0, 100
<b>Tinta Plana o Pantone</b>					
P 102-16 C	P 4-8 C	P 143-16 C	P 19-16 C	P 25-13 C	Black
<b>RGB</b>					
30, 69, 137	251, 222, 0	0, 127, 64	126, 82, 33	190, 127, 65	33, 31, 31
<b>Hexadecimal</b>					
#18428e	#ffe000	#007e3b	#7d4f00	#c07f42	#231f20

## El Escudo un Color

Cuando va a utilizarse del Escudo en una sola tinta diferente a la versión en blanco y negro, está permitido únicamente utilizar tonos azules y verdes, con sus tramas. Por ningún motivo pueden utilizarse tonos en gamas amarillas ya que esta es una tinta de bajo contraste. A continuación se especifican con sus valores, los colores permitidos para esta opción.



### Codificación de Color Pantone P 102-16 C

Esta variación será utilizada cuando no sea posible imprimir el Escudo con sus colores correspondientes.



Azul

Amarillo

Verde

Café

Café Claro

Negro

#### Correspondencia en Trama

90 %

24 %

80 %

88 %

59 %

100 %



### Codificación de Color Pantone 143-16 C

Esta variación será utilizada cuando no sea posible imprimir el Escudo con sus colores correspondientes.



Azul

Amarillo

Verde

Café

Café Claro

Negro

#### Correspondencia en Trama

90 %

24 %

80 %

88 %

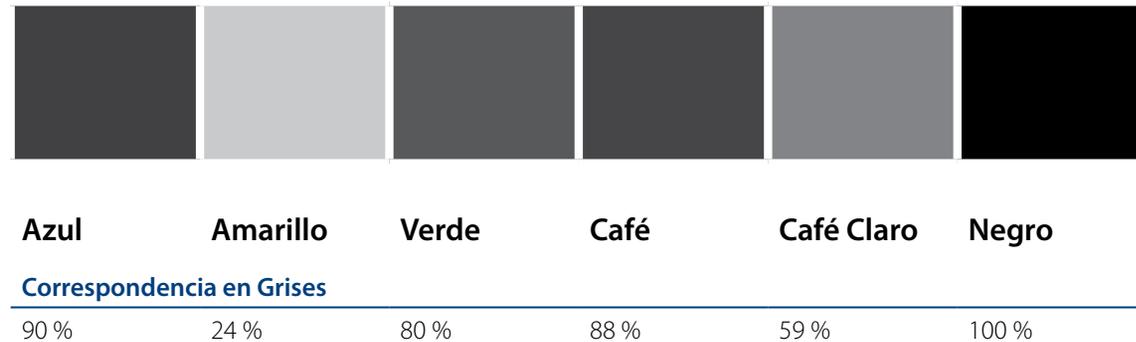
59 %

100 %



## El Escudo en Escala de Grises

Esta variación será utilizada cuando no sea posible imprimir el Escudo con sus colores correspondientes.



### Escudo en Positivo / Negativo

Estas dos opciones del Escudo se utilizan cuando va a ser aplicado en una tonalidad única de color, como un sello, ya sea negro, blanco o cualquier tinta dentro de las gamas permitidas, sin tramas.

#### El Escudo en positivo



#### El Escudo en Negativo



## El Escudo un Color alto contraste

### Codificación de Color Pantone P 102-16 C

Presentación del Escudo en monotono impreso en alto contraste. Esta variación será utilizada cuando no sea posible imprimir el Escudo con sus colores correspondientes.



### Codificación de Color Pantone P 143-16 C

Presentación del Escudo en monotono impreso en alto contraste. Esta variación será utilizada cuando no sea posible imprimir el Escudo con sus colores correspondientes.



## El logotipo

El logotipo es un elemento verbo visual de una empresa, institución o producto al que representa. En este caso, a las palabras “UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE” con un determinado tratamiento tipográfico.

Para configurar el logotipo se ha elegido la familia tipografica Myriad Pro, porque posee una legibilidad, calidez y comodidad propios de las tipografías san serif humanistas pero combinadas con sutiles formas geométricas y un color monótono. Su ajuste preciso, extensos pares de kerning y las formas claras y limpias la convierten en una opción excelente para texto.

**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS  
DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE**

**OFICINA DE ENLACE**

**Dirección de Cooperación Externa**

**DCE**

**Myriad Pro Condensed**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

**Myriad Pro Bold**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

**Myriad Pro Bold Condensed**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

# La Marca Gráfica

La marca gráfica es el principal signo identificador de la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense (URACCAN). Por lo tanto, es de vital importancia respetar estrictamente todas las normas prescritas acerca de ella, su construcción, colores, escala de reducción máxima, etc.

La marca de la URACCAN está formado por el escudo (símbolo) y el logotipo o parte verbal.

Sólo prodrá aplicarse el símbolo de una forma autónoma (sin logotipo) en ocasiones puramente decorativas.

## Formas de la Marca

**A - Composición horizontal:** formato principal y especialmente recomendado para cualquier aplicación corporativa, publicitaria o promocional.

**B - Composición vertical:** formato recomendado solamente para su uso en espacios cuadrados donde no se pueda aplicar el formato horizontal.



Escudo (Símbolo)

**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS  
DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE**

Logotipo



**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS  
DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE**

B



**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS  
DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE**

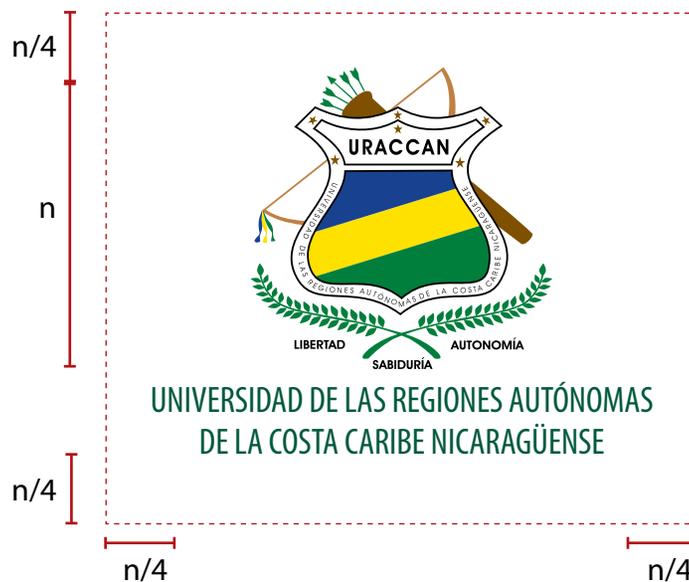
## Proporciones de la Marca

Por medio del plano técnico de la marca y de sus partes es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La **x** equivale a la medida establecida por unidad dentro del plano, el número representa las veces que la medida **x** está en las diferentes partes que componen la imagen.



### Espacio reservado

En todos los impresos en los que aparezca cualquiera de las dos combinaciones del escudo-logotipo o la marca, se reservará un espacio alrededor de esta. El tamaño de este espacio será siempre proporcional al de la marca. Como excepción a esta norma en las aplicaciones básicas, se contempla las tarjetas de presentación.



## La Marca y los Nombres Corporativos

La Universidad URACCAN es una estructura compleja, compuesta a su vez por otras muchas instancias que se subdividen en distintos niveles. Cuando alguna de estas instancias acompaña al nombre de la Universidad formando parte de la marca la llamaremos subemisor.

Por motivos prácticos, se limita el número de subemisores a un máximo de dos.

Todas estas razones aconsejan un criterio restrictivo. En principio se prescribe reservarlo para Recintos, Extensiones, Direcciones, o instancias de similar nivel.



UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS  
DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE  
**RECINTO LAS MINAS**

**Extensión Waslala**

**Emisor Principal:**

Myriad Pro Condensed  
Pantone 343, 100%

**Subemisor Nivel 1:**

Myriad Pro Bold  
Pantone 343, 100%

**Subemisor Nivel 2:**

Myriad Pro Bold Condensed  
Negro, 100%



UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS  
DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE  
**RECINTO LAS MINAS**

**Extensión Waslala**

**Emisor Principal:**

Myriad Pro Condensed  
Pantone 343, 100%

**Subemisor Nivel 1:**

Myriad Pro Bold  
Pantone 343, 100%

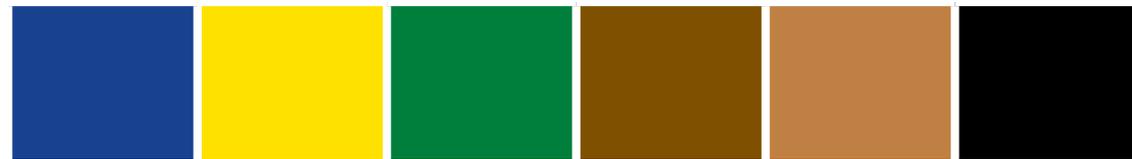
**Subemisor Nivel 2:**

Myriad Pro Bold Condensed  
Negro, 100%

## Colores Corporativos

Se definen como colores corporativos los códigos o valores cromáticos que están asociados al escudo de la Universidad.

Los colores del símbolo de la Universidad y de su imagen corporativa asociada quedan definidos en el siguiente gráfico, que deberá tomarse siempre como referencia para una correcta reproducción de los mismos.



Azul

Amarillo

Verde

Café

Café Claro

Negro

### CMYK

97, 81, 0, 14

0, 8, 100, 0

95, 0, 99, 32

0, 43, 100, 60

0, 42, 74, 26

0, 0, 0, 100

### Tinta Plana o Pantone

P 102-16 C

P 4-8 C

P 143-16 C

P 19-16 C

P 25-13 C

Black

### RGB

30, 69, 137

251, 222, 0

0, 127, 64

126, 82, 33

190, 127, 65

33, 31, 31

### Hexadecimal

#18428e

#ffe000

#007e3b

#7d4f00

#c07f42

#231f20

## Aplicación de color en la Marca

En los ejemplos siguientes tienen validez tanto la configuración horizontal como la vertical de la marca.

### La Marca a Color o Cuatricromía

Los colores institucionales de la marca son inalterables en cuanto a sus valores en CMYK y Pantone (aplicable a medios impresos); RGB y Hexadecimal (aplicable a medios digitales). A continuación se muestra la tabla de equivalencia entre los diferentes modos de color.



### La Marca a un color

En los impresos a una sola tinta, se podrá usar la marca únicamente con tinta plana azul o verde, con sus respectivas tramas o alto contraste.



### La Marca en escala de grises

Aplicada a uso interno o impresión digital en negro.



### Negativo

La marca en alto contraste en color blanco sobre negro 100% o tinta plana verde o azul.



### Positivo

La marca en alto contraste en color negro 100%.



## Uso de Fondo con la Marca

En los ejemplos siguientes tiene validez tanto en la configuración horizontal como vertical de la marca.



La marca en blanco sobre fondo en verde 100%.



La marca en blanco sobre fondo en Azul 100%.



La marca en negro 100% sobre fondo en amarillo 100%.



La marca en collar sobre fondo contrastante alto. En este caso se aplica un borde blanco.



La marca en collar sobre fondo con textura. En este caso se aplica un borde blanco.



Utilizar la marca en blanco cuando haya suficiente contraste con la textura.



Utilizar la marca en negro cuando haya suficiente contraste con la textura o imagen.

# Tipografía Corporativa

## Tipografía corporativa principal

La tipografía corporativa principal seleccionada es la utilizada en la Marca: Myriad Pro, en sus diferentes versiones; regular, condensed, bold y Bold condensed.

La familia Myriad Pro posee una legibilidad, calidez y comodidad propios de las tipografías san serif humanistas pero combinadas con sutiles formas geométricas y un color monótono. Su ajuste preciso, extensos pares de kerning y las formas claras y limpias la convierten en una opción excelente para texto.

Esta tipografía se usará siempre para indicar el emisor principal (Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense) y los diferentes subemisores de cualquier documento o material corporativo.

En casos excepcionales (trabajos publicitarios que así lo requieran por su carácter específico), podrán usarse otras tipografías complementarias.

Para titulares y subtítulos y en cuerpo de textos cortos se recomienda la utilización de esta fuente.

Para los textos basados en HTML (Página Web), se usará la combinación de familias tipográfica (Arial, Helvetica, Verdana).

### Tipografía corporativa principal

#### Myriad Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnnopqrstuvwxyz  
 1234567890

#### Myriad Pro Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

#### Myriad Pro Condensed

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnnopqrstuvwxyz  
 1234567890

#### Myriad Pro Bold Condensed

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

#### Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnnopqrstuvwxyz  
 1234567890

### Tipografía corporativa Auxiliar

La tipografía corporativa auxiliar determinada para la elaboración de textos o documentos con cualquier programa informático (procesadores de texto, etc.) se empleará la tipografía Arial en sustitución de la Myriad Pro.

En el interior de documentos cortos el texto puede ir en corrido ir en Myriad Pro Condensed, Light, Regular, o en la tipografía auxiliar Arial Regular o narrow.

### Tipografía para cuerpo de textos extensos

Para brindar mayor flexibilidad en la utilización de las tipografías corporativas, en el interior de documentos con cuerpo de textos extensos, se recomienda las familias tipográficas Adobe Caslon Pro , Minion Pro y Chaparral Pro y todas sus versiones:

#### Tipografía Auxiliar

##### Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

#### Tipografías para cuerpo de textos extensos

##### Adobe Caslon Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

##### Minion Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

##### Chaparral Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

## Coexistencia con otras Marcas

La Universidad URACCAN además de los recintos y extensiones esta compuesta a su vez, por otras instancias tales como los centros e institutos. Esto ha generado un uso incontralado de las marcas de estas instancias. lo cual supone un grave peligro de distorsión de la imagen corporativa de la Universidad.

Una marca secundaria debería contribuir siempre a reforzar la identidad e imagen institucional de la entidad de rango superior, en ningún caso a menoscabarla.

La solución ha esto es la normalización de uso y coexistencia con los símbolos principales de identidad de la Universidad, y haciendo que esta normativa regule estrictamente los casos que de aquí en adelante pudieran producirse.

En todos los soportes de papelería, la marca de la Universidad URACCAN deberá acompañar siempre a estas marcas secundarias.

La imagen de la Universidad nunca puede ser minimizada por una de sus dependencias. El tamaño de la marca de la Universidad no deberá ser inferior al de la marca secundaria de que se trate.

la configuración a esta temática es la siguiente: la marca de la Universidad en el ángulo superior izquierdo y marca secundaria en el superior derecho.



### Coexistencia con otras Marcas Externas

La Universidad URACCAN además de los recintos y extensiones esta compuesta a su vez, por otras instancias tales como los centros e institutos. Esto ha generado un uso incontralado de las marcas de estas instancias. lo cual supone un grave peligro de distorsión de la imagen corporativa de la Universidad.

Una marca secundaria debería contribuir siempre a reforzar la identidad e imagen institucional de la entidad de rango superior, en ningún caso a menoscabarla.

La solución a esto es la normalización de uso y coexistencia con los símbolos principales de identidad de la Universidad, y haciendo que esta normativa regule estrictamente los casos que de aquí en adelante pudieran producirse.

En todos los soportes de papelería, la marca de la Universidad URACCAN deberá acompañar siempre a estas marcas secundarias.

La imagen de la Universidad nunca puede ser minimizada por una de sus dependencias. El tamaño de la marca de la Universidad no deberá ser inferior al de la marca secundaria de que se trate.

La configuración a esta temática es la siguiente: la marca de la Universidad en el ángulo superior izquierdo y marca secundaria en el superior derecho.

# Elementos Emblemáticos

## La bandera

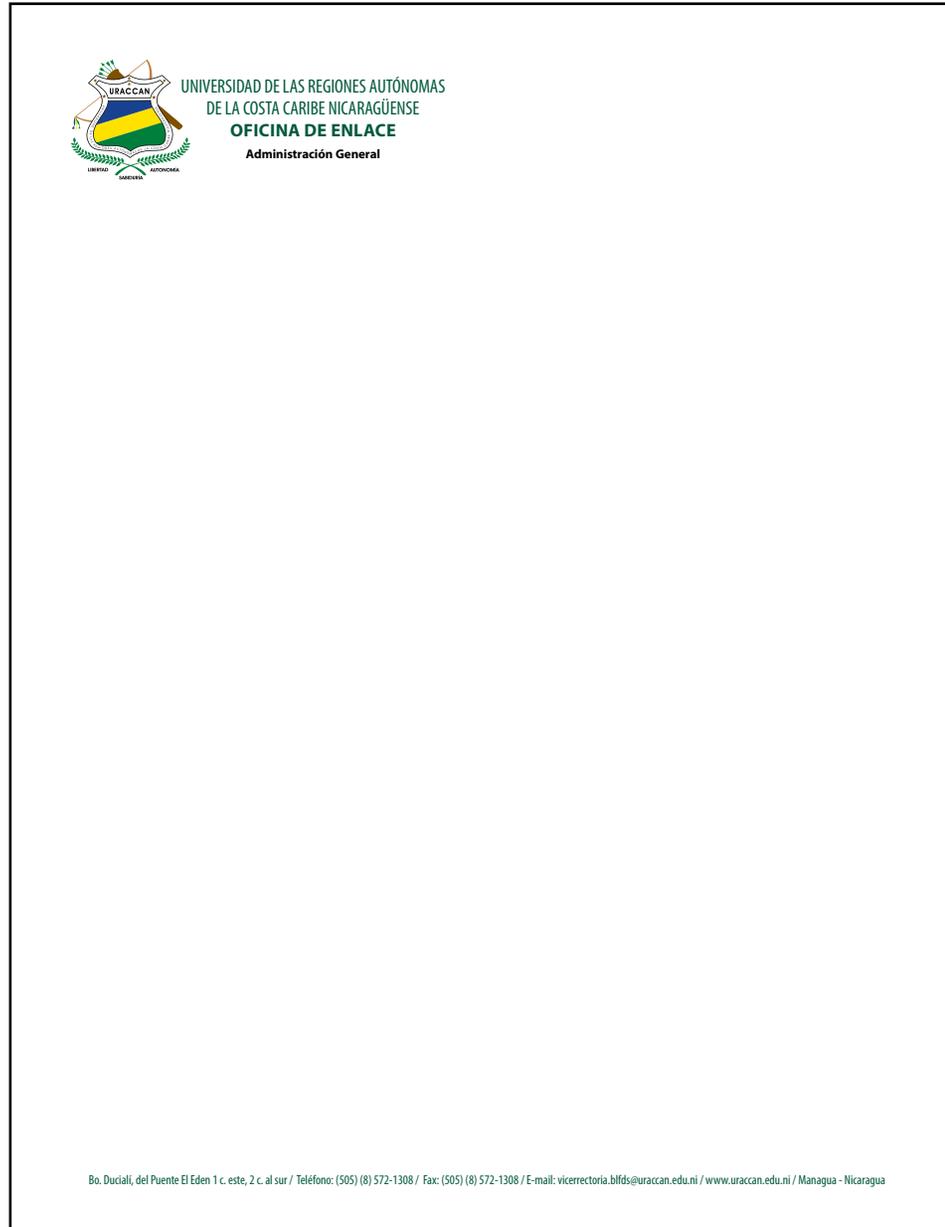
dsfsdf

## El Himno

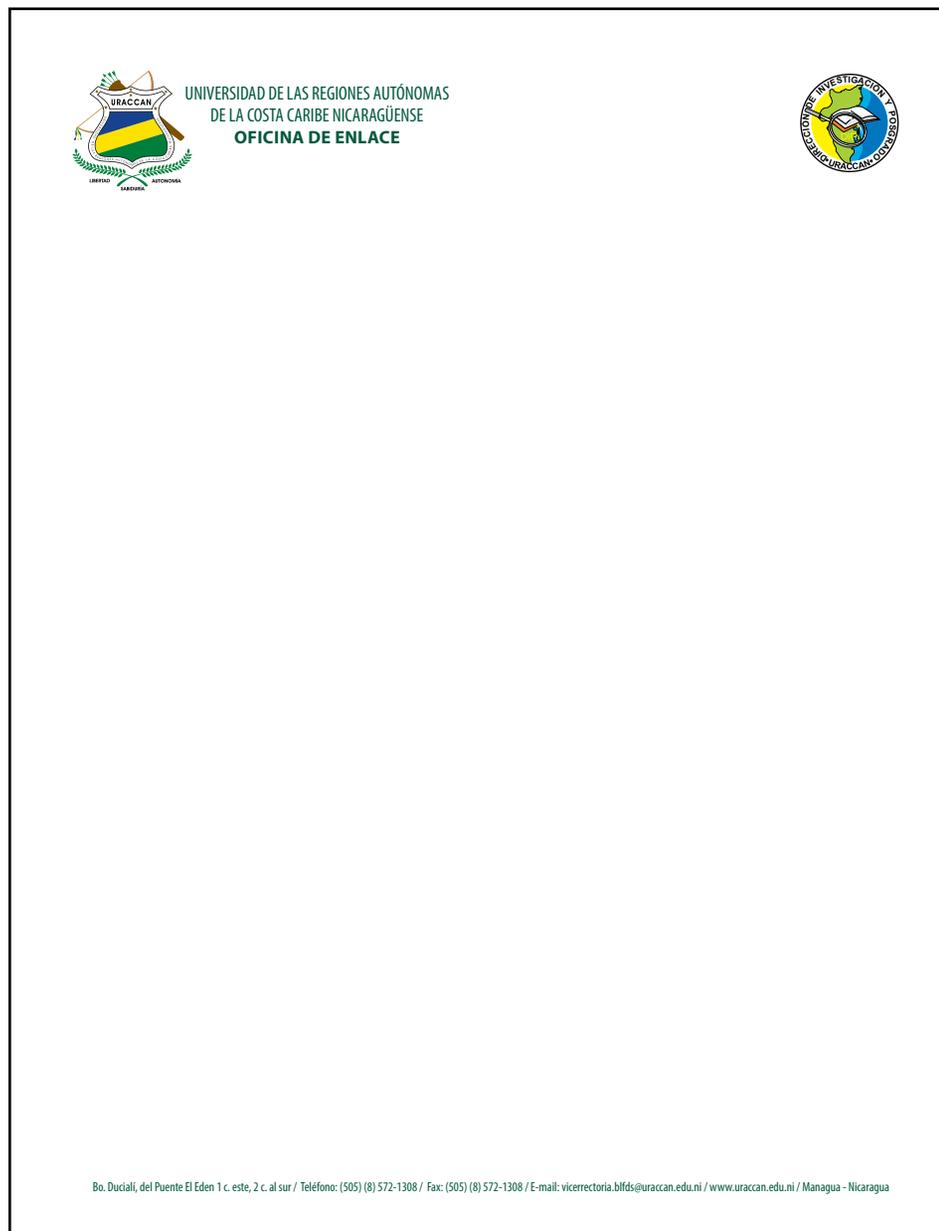
dfsdf

# Papelería

## Papel membretado general



## Papel membretado para entidades con logotipo propio



## Papel membretado para Rectoría



UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS  
DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE  
**RECTORIA**

Bo. Duciali, del Puente El Eden 1 c. este, 2 c. al sur / Teléfono: (505) (8) 572-1308 / Fax: (505) (8) 572-1308 / E-mail: vicerrectoria.bifds@uraccan.edu.ni / www.uraccan.edu.ni / Managua - Nicaragua

## Sobre de carta general



Bo. Ducialí, del Puente El Eden 1 c. este, 2 c. al sur / Teléfono: (505) (8) 572-1308 / Fax: (505) (8) 572-1308 / E-mail: vicerrectoria.blfds@uraccan.edu.ni / www.uraccan.edu.ni / Managua - Nicaragua

## Sobre de carta para entidades con logotipo propio



Bo. Ducialí, del Puente El Eden 1 c. este, 2 c. al sur / Teléfono: (505) (8) 572-1308 / Fax: (505) (8) 572-1308 / E-mail: vicerrectoria.blfds@uraccan.edu.ni / www.uraccan.edu.ni / Managua - Nicaragua

## Tarjeta para entidades con logotipo propio



## Tarjeta General



## Tarjeta para Rectoría y Vicerrectorías



## Carnet Estudiantil

