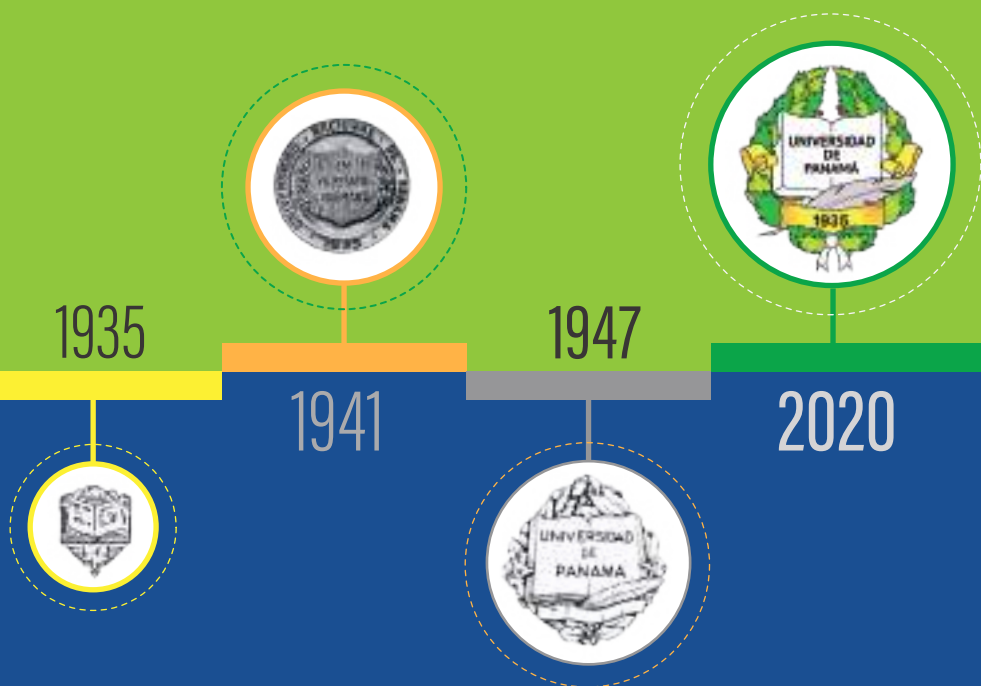


Logo oficial de la Universidad de Panamá

Memoria del Proceso de Registro



Panamá, 2021

Logo oficial de la Universidad de Panamá

Memoria del Proceso de Registro

Panamá, 2021

Autoridades

Dr. Eduardo Flores Castro

Rector

Dr. José Emilio Moreno

Vicerrector Académico

Dr. Jaime Javier Gutiérrez

Vicerrector de Investigación y Postgrado

Mgter. Arnold Muñoz Agrazal

Vicerrector Administrativo

Mgter. Mayanín E. Rodríguez C.

Vicerrectora de Asuntos Estudiantiles

Mgter. Denis Javier Chávez

Vicerrector de Extensión

Mgter. Nereida Herrera Tuñón

Secretaría General

Dr. Carlos Bellido

*Director General de Centros Regionales
Universitarios y Extensiones Universitarias*

Comisión Revisora

Mgter. Denis J. Chávez,

*Vicerrector de Extensión y presidente de
la Comisión Revisora*

Mgter. Narcisa Jaén

Secretaría Privada del Rector

Mgter. Rusia González

Directora de Tecnología Educativa

Dra. Oralia Suárez

Coordinadora de la OTRI-VIP

Lic. Johana Solís

Diseñadora Gráfica - Digepleu

Dr. Leo H. Díaz Morales

Jefe de Desarrollo Institucional - Digepleu

Documentación

Mgter. Narcisa Jaén

Corrección de estilo

Mgter. Maritza Almedas

Mgter. Haydeé Morrison

Mgter. María Vergara

Dr. Leo H. Díaz Morales

Diseño gráfico

Lic. Johana Solís R.

Índice

Presentación	05
Antecedentes	07
Fundamentación	08
Logo de la Universidad de Panamá y universidades influyentes	10
Universidad de Panamá-UP: 1935	13
Evolución del símbolo Universidad de Panamá	15
Evolución normativa de la Universidad de Panamá	17
Algunas características de la UP	18
Logros	19
Propuesta de la Comisión designada	19
Conclusiones	21
Bibliografía	23
Anexo	23

Presentación

El logotipo oficial de la Universidad de Panamá (UP) es un emblema relacionado con la personalidad de la institución – servicio, valores, cultura y excelencia académica- que refuerza y fortalece la identidad de la institución con todos los grupos de interés (estudiantes, profesores, administrativos y sociedad en general).

La marca institucional, que es producto de un trabajo reflexivo y en equipo, fue aprobada por primera vez en el año 2018 por los miembros del Consejo Académico con cada uno de los elementos que recogen la identidad y tradición de la UP. La marca cuenta con el registro de la Dirección General del Registro de la Propiedad Industrial del Ministerio de Comercio e Industrias, quien emitió el Certificado de Registro N° 274511 01 que le otorga el uso exclusivo de la marca de servicios denominada “Universidad de Panamá y diseño” ratificado en el Resuelto N° 933 del 31 de enero de 2020.

La identidad de la marca de la UP está compuesta por una corona de laurel, representación de los logros y victoria; cinco frutos, símbolos de las primeras escuelas o facultades; el libro abierto, figura de la sabiduría y el conocimiento; la pluma de ave, manifestación del espíritu investigativo y de los letrados como estandarte del trabajo académico; la cinta de color amarillo, símbolo de la luz; y el lazo blanco atando la corona de laurel en la base, índice del soporte y fortaleza y su color, la pureza, la fe y la honestidad.

La unificación de los elementos que componen el emblema, que fortalece la identidad y resalta las actitudes, creencias y valores compartidos por los miembros de la institución; y su registro oficial, que le otorga reconocimiento en actividades nacionales e internacionales, así como la proyección de sus servicios, son aspectos que contribuyen a plasmar los objetivos, la filosofía y los principios del centro de enseñanza superior.

Dr. Eduardo Flores Castro
Rector

Antecedentes

El proyecto de elaboración de la marca institucional de la Universidad de Panamá se inserta en la estrategia de *Modernización del Sistema de Comunicación Institucional* del Plan de Desarrollo Institucional 2017-2021 que pretende impulsar la imagen de la Universidad a través de una marca debidamente registrada que proyecte las acciones llevadas a cabo por los integrantes de su comunidad y los servicios que ofrece en las carteras de ciencias, tecnología, investigación y arte como contribución al bienestar socioeconómico y cultural del país.

Esta iniciativa, en línea general, se enmarca en la prestancia que la identidad visual otorga a las organizaciones de carácter público y privado, incluyendo a las instituciones educativas del nivel superior. En particular, su empleo supone grandes beneficios para la institución pues, además de constituir una identidad atractiva para los estudiantes, favorece la gestión de fondos públicos y privados que se generan del registro de patentes; es decir, los derechos de propiedad intelectual por los servicios que se ofrecen bajo la marca institucional.

La gestión de la marca surge de la Oficina de Transferencia de los Resultados de la Investigación (OTRI), unidad adscrita a la Vicerrectoría de Investigación y Postgrado de la Universidad de Panamá, que tiene entre sus funciones tramitar ante las autoridades y organismos nacionales e internacionales los derechos de propiedad intelectual así como comercializarlos cuidando los intereses del patrimonio de la institución, porque no se contaba con el registro de la marca ante las instancias estatales, el Ministerio de Comercio e Industrias (ver anexo 1).

Las autoridades respectivas atendieron la solicitud. Así, pues, el Vicerrector de Investigación y Postgrado, Dr. Jaime Gutiérrez, extiende una nota (VIP-0086-2018) al rector, Dr. Eduardo Flores Castro, quien designa la comisión ad hoc mediante nota N° 095 del 17 de enero de 2018 para que se revise el diseño del símbolo (escudo) que distinga a la Universidad de Panamá y se concluya con su registro ante la Dirección General de Registro de la Propiedad Industrial del Ministerio de Comercio e Industrias.

La comisión quedó integrada por funcionarios de diversas disciplinas y unidades administrativas, sus miembros Mgter. Denis Chávez, vicerrector de Extensión, en calidad de presidente; Dra. Oralia Suarez, Facultad de Farmacia y coordinadora de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI-VIP); Mgter. Rusia González, diseñadora gráfica, directora de Tecnología

Educativa; Lic. Johana Solís, diseñadora gráfica de la Dirección General de Planificación y Evaluación Universitaria y Mgter. Narcisa Jaén, administradora pública, en ese entonces subdirectora de Planificación y en el momento de la aprobación, secretaria privada del Rector.

Durante el análisis de la información se observó la diversidad de símbolos con los que se identificaba a la Universidad de Panamá. Las diferencias en cuanto al tono de los colores del escudo (el lazo, la banda, los frutos, las hojas de laurel), la cantidad de los frutos y tipos de hojas de laurel, entre otros aspectos, fueron definidas al responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el símbolo que más identifica la primera institución de educación superior oficial de Panamá?
- ¿Cómo ha evolucionado la simbología institucional?
- ¿Qué acciones se realizarán para que la Universidad de Panamá deje claramente establecido el símbolo que le confiera identidad institucional?

Un estudio sobre la identidad de la Universidad mediante la marca de la institución, elaborado por Jordán y Ortiz (1989) para optar por el título de Licenciados en Diseño Gráfico, describe la marca sin profundizar en los porqués de los elementos que lo constituyen.

Fundamentación

La descripción de los símbolos de una organización sirve como referencia para distinguir a las instituciones dado que expone cada uno de los elementos tradicionales y contemporáneos que representan la imagen institucional. Además, al identificar y conocer el espíritu de sus componentes, se muestra la existencia, evolución y adaptación que ha vivido la institución en el transcurso de su historia.

El símbolo o escudo ha sido estudiado desde la perspectiva de la ciencia heráldica universal y también de forma interdisciplinaria a través de disciplinas como la filosofía, la psicología, la sociología, la tipografía, la simbología, la politología, entre otras. Todas han contribuido con la identificación de los rasgos característicos con los cuales se sienten plenamente identificados los individuos o grupos afines y diferentes que interactúan con la organización. De esta manera, un símbolo se concibe como la representación gráfica de elementos emblemáticos simples o complejos, de comunicación visual, dirigida

al fortalecimiento de la identidad de la organización, lo que contribuye a un mejor posicionamiento estratégico de las instituciones.

Estrella (2005), en el documento de Teoría de la marca, señala que para la conformación de la identidad se puede llegar a través de la síntesis iconográfica, cuyo resultado puede ser un imagotipo, cuando junto al texto le sigue un elemento pictográfico o dibujo; o un logosímbolo, representación visual de elementos pictográficos fundidos en el texto o viceversa, que pueden ser abstractos o no. Ambos, imagotipo o logosímbolo, requieren de un análisis de la institución para que se logre el "iso", una visual clara de lo que representa, mediante la identificación y unificación de algunos criterios que describen lo siguiente:

- **Marca.** Es un nombre o símbolo visible que identifica los bienes o servicios que ofrece una empresa y lo distingue de sus competidores, la marca también representa una imagen o un ideal en la mente del consumidor.
- **Logo.** Elemento gráfico que distingue y permite reconocer una marca.
- **Isologo.** Es la combinación en la que el texto y el ícono se encuentran agrupados y no funcionan por separado.
- **Símbolo.** Es la representación gráfica de una palabra, involucra sentimientos, valores, ideales. Su significado no es limitado o concreto como en el caso de los signos, sino que son más subjetivos.
- **Monograma.** Variante del logotipo que utiliza una inicial o varias iniciales entrelazando los rasgos de unas letras con otras para formar un signo fundido en una sola unidad. El monograma es de aplicación común como distintivo en productos duraderos.
- **Anagrama.** Es parte del diseño de una marca en la que se emplean letras o sílabas del nombre de la entidad que representa, es la forma "logotipada" y utiliza contracciones cuando es demasiado extensa o difícil de aplicar gráficamente.
- **Sigla.** A diferencia del anagrama, la sigla no tiene articulación fonética, por lo que se tiene que leer letra por letra. La sigla corresponde a otra variante "logotipada" de las marcas, que junto con las iniciales se les denomina "iniciales representativas".
- **Inicial.** Relativo al origen o principio de las cosas. En el caso de una marca verbal, se refiere a la primera letra de una palabra o nombre de una persona, entidad o empresa, la cual se utiliza a modo de síntesis para identificar rápidamente la unidad que representa. En su forma "logotipada",

es la representación moderna del monograma, que suele, generalmente, estar acompañada del nombre de la identidad que representa.

- **Firma.** Poco usada, pero ofrece una característica propia que viene heredada desde su misma concepción, pues se refiere al nombre, apellido, título o distintivo que una persona escribe de propia mano para dar autenticidad a un determinado producto.
- **Pictograma.** Forma iconográfica de escritura que emplea figuras o símbolos, producto de la síntesis de los objetos y formas de la realidad cotidiana. Los pictogramas en la antigüedad fueron utilizados como forma de escritura, como es el caso de los jeroglíficos; pero ahora son empleados, principalmente, para la elaboración de sistemas de señalización o como parte figurativa de las marcas, debido a su facilidad para cruzar las barreras del lenguaje hablado y escrito, así como por su alta pregnancia.
- **Identidad institucional.** Se refiere a la personalidad de la institución, define qué es y qué quiere llegar a ser. Está contemplada en la misión, visión y valores de la institución.

Logo de la Universidad de Panamá y universidades influyentes

En el libro de oro de 1935-1960, que reposa en la Biblioteca Interamericana Simón Bolívar, en conmemoración de los veinticinco años de aniversario de la Universidad de Panamá, se identifica el logo actual en un sello estampado en un documento de carácter oficial. En el boletín informativo de 1947 se observan algunas variaciones, sin evidencia escrita, solo visual, las cuales ayudan a interpretar su trayectoria en el tiempo y las influencias que el logo ha podido tener de los grandes acontecimientos mundiales, regionales y nacionales.

Según Acevedo (2010), Cisneros (2013) y Del Vasto (2010, 2015), las universidades latinoamericanas, entre ellas la Universidad de Panamá, recibieron influencia en su conformación e institucionalización de las universidades europeas, como la Universidad de Salamanca (1218), la más antigua y primera universidad de idioma castellano, y la de Alcalá (1499), esta segunda reformada en 1970, asumiendo el nombre de Complutense de Madrid. Coincidentemente, en sus logos se muestran colores como el rojo, amarillo y el blanco; el uso de birretes como en la de Alcalá; y también se destaca su importancia en el uso durante los actos ceremoniales.

 <p>UNIVERSIDAD DE SALAMANCA CAMPUS OF INTERNATIONAL EXCELLENCE</p>	<p>Universidad de Salamanca: 1218</p>
 <p>Universidad de Alcalá</p>	<p>Universidad de Alcalá: 1499</p>

Universidades latinoamericanas

Universidad de San Marcos-USM, Lima, Perú (1551):

La USM, reconocida como “la Decana de América” por su gran influencia en este continente, fue declarada madrina de la Universidad de Panamá, así lo manifestó en el discurso inaugural el Dr. Octavio Méndez Pereira, juntamente con la Universidad de Salamanca (Revista Lotería, 1985).

El escudo oficial de la USM contiene entre sus elementos: frutos, colores (amarillo, rojo, azul), banda, letras de inscripción, guirnalda y corona de laurel. El logo original de la USM se utilizó hasta fines de 1980; el escudo vigente fue modificado en el 2001, generado con efectos especiales por computadora. La USM destaca varios símbolos, tales como la bandera blanca con el escudo en el centro y el himno, muy utilizados en ceremonias especiales.

Universidad Nacional de Córdoba-UNC, Argentina (1613):

La UNC, la más antigua de Argentina, se reformó con el Manifiesto Liminar del 21 de junio de 1918. Su difusión en el Primer Congreso Internacional de Estudiantes de la Reforma celebrada en México (1921) favoreció la expansión del pensamiento reformista que trascendió a diversos países: Perú (1910), Chile (1920), México (1921), Colombia (1922), Cuba (1923), Paraguay (1927), Brasil y Bolivia (1928), Costa Rica (1933) y la Universidad Nacional de Panamá (1935), que desde su inauguración, se nutre de la corriente de este proceso de reformas, desde Argentina, país que, desde el siglo XVII hasta finales del XVIII, compitió con los grandes centros culturales del viejo mundo, y se

fue expandiendo rápidamente por los países latinoamericanos, enfocados en el fortalecimiento de la autonomía, la democratización, el cogobierno universitario, la extensión, entre otros.

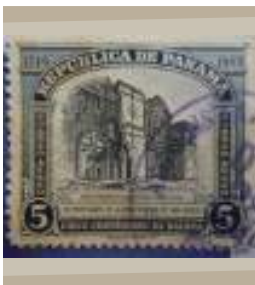
La UNC ha contado con diversos símbolos; sus variaciones se produjeron en los años 1836, 1859, 1865, 1882 y en 1960. La última actualización fue producto del análisis, diagnóstico y reformulación de la imagen de la UNC, que se inició en el 2007 y culminó en el 2009 con un manual de identidad institucional.

La Universidad de Panamá reconoce la influencia que ha tenido el movimiento reformista de la UNC en el desarrollo de la educación superior; tanto es así que se aprobó en el Órgano de Gobierno respectivo el lema institucional: "2018: Año del Centenario de la Reforma Universitaria de Córdoba" y se celebra como un acontecimiento de gran relevancia para las universidades latinoamericanas.

Elementos visibles y coincidentes: ramas con hojas, frutos, cinta y banda.



Universidad de San Javier de Panamá: 1749-1767



La Real y Pontificia Universidad de San Javier, la primera Universidad de Panamá de corte religioso, se perfiló como el gran proyecto universitario y funcionó hasta 1767, cuando se expulsó a la Compañía de los Jesuitas de Panamá. Las universidades fueron sustituyendo a las escuelas medievales que, frente a las necesidades insatisfechas, constituyó el preámbulo para la creación de la Universidad de Panamá.

En las oficinas de la Rectoría de la Universidad de Panamá reposa el cuadro de Francisco Javier de Luna Victoria y Castro, fundador y primer obispo panameño, nacido en América, en Natá de los Caballeros, en 1695. Se distinguió por ocupar altas posiciones dentro de la Iglesia Católica. Solicitó apoyo a



la Real Audiencia y con recursos propios gestionó una escuela con las cátedras de Filosofía, Teología Moral y Derecho.

En el discurso de inauguración en 1935, el Dr. Méndez Pereira resalta la influencia de las ideas de las universidades napoleónicas y del pragmatismo norteamericano. Se refirió a la Universidad como “el cerebro de la sociedad” y destaca “La Colina”, como un símbolo de la UP, insigne desde 1959, donde comenzó a funcionar con los cuatro primeros edificios: Rectoría, Biblioteca, Secretaría General y Departamento de Finanzas, ubicados en la parte alta del Campus.

Tanto en el artículo de Carlos Walcott titulado *Breve reseña histórica de la Universidad*, publicado por la Revista Lotería N° 354-355 de septiembre y octubre de 1985 en una edición extraordinaria en homenaje al cincuentenario de la UP, así como en la página web de la Facultad de Humanidades -<https://fachumanidades.up.ac.pa/historia>- que reseña su historia coincidente con la versión de Walcott, se evidencia que la Universidad de Panamá inició con una oferta académica conformada por cinco colegios: Agrimensura, Ciencias Políticas y Económicas, Derecho, Farmacia y Matemáticas y Filosofía y Letras; además, agregan que las facultades surgen posterior a 1937, fecha marcada como el inicio de la Facultad de Humanidades.

Universidad de Panamá-UP: 1935

Desde su creación, la Universidad de Panamá estaba adscrita a la Secretaría de Instrucción que se encargaba de nombrar al rector, al personal docente y administrativo. Esto conduce a fuertes luchas por la autonomía, hasta que se confirma en la Constitución de 1946, la autonomía de la Universidad.

En 1943, fruto de la Conferencia de Ministros, se le da el nombre de Universidad Interamericana, pero ese mismo año se cambió a Universidad Nacional de Panamá.

Es importante resaltar que en uno de los anexos de la Revista N° Lotería 354-355 (1985), se evidencia un proyecto de ley para cambiar el nombre de esta institución a Universidad Nacional Autónoma de Panamá. Sin embargo, esto no prosperó a pesar de que fue una aspiración de diversos países.

A pesar de los vaivenes políticos, económicos, y culturales se da paso a la educación superior y con la Ley 48 del 24 de septiembre de 1946, esta

institución se posesiona como Universidad de Panamá, nombre que permanece hasta la fecha.

Algo semejante ocurre con el logo ya que, a 83 años de vida institucional, la Universidad de Panamá no contaba con su unificación, mucho menos estaba registrado para adquirir derecho a su uso. Ante esta realidad se identificaron diversas variantes de logos de la Universidad de Panamá que dificultan definir con precisión cuál mantiene el valor actual: forma o estructura, el modelo ovalado, colores (amarillo, rojo, verde, blanco, gris), hojas de laurel, frutos, libro, pluma de ave, la brecha de unión con la corona.

A continuación, se muestran cinco diseños del logo con algunas variantes:



Se observan diferencias: punta de la cinta, tono del verde, tono amarillo de la banda, diseño de la pluma del ave y la corona de hojas.



Estos difieren también en la punta de la cinta, el color de la banda, el tono del verde, el diseño de la pluma de ave y de las hojas, del libro, al igual que la forma y tamaño de la tipografía. El modelo de la izquierda no tiene frutos y el de la derecha tiene cinco frutos en color blanco.



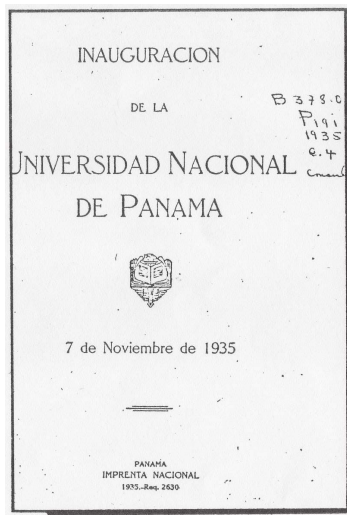
Este diseño difiere de los demás en el color de la banda, tono del verde, diseño de la corona de hojas y los cinco frutos son de color amarillo.

Evolución del símbolo Universidad de Panamá

No se ha determinado con exactitud la fecha oficial y descripción de logos que ha tenido la UP, todo indica que en sus inicios funcionó sin este, Jordán y Ortiz (1989).

En los boletines, primeros documentos oficiales, se observa un logo impreso como la antorcha; y en otro, se le superpone un libro. Es de suponerse que representa el distintivo de la Imprenta Nacional estampado en el acta de inauguración de la Universidad Nacional de Panamá.

La imprenta, institución del Estado para esta época, imprimía los documentos oficiales. Esta tipografía se refleja en el documento elaborado para la inauguración de la Universidad fechado el 7 de noviembre de 1935. En una entrevista realizada por Jordán y Ortiz, op cit, al maestro de la pintura nacional, Juan Manuel Cedeño, este manifestó que probablemente el diseño del símbolo de la Universidad de Panamá fue realizado por el maestro Roberto Lewis, director de la Escuela de Arquitectura en los años 1947-1951; explicó también que la heráldica estaba relacionada con la "glorificación a la lectura", a través de la figura del libro, elemento empleado en el logo actual.



En el Boletín informativo 1941-1942, período del rector Jeptha B. Duncan, se observa un sello oficial que consiste en un escudo con una leyenda en latín: "In Veritate Libertas", "En la verdad está la libertad". Este sello tenía forma circular con la inscripción "Universidad Nacional de Panamá" y en la parte inferior la fecha de fundación, 1935. Este sello se utilizó en diplomas, certificados, medallas, membretes de papel, sobres oficiales y publicaciones.



En la Biblioteca Interamericana Simón Bolívar, reposan documentos como el Libro de Oro 1935-1960 y boletines informativos 1947-48 y 1951. En estos documentos se observa el símbolo que, aunque posea rasgos difusos, es muy parecido al actual; no obstante, en la cinta no aparece el año de fundación, no tiene los frutos, y está asentada en dos ramas de hojas de diferente textura, un dibujo de forma manual, artesanal, propio de la época (1947) donde no existía la tecnología apropiada.



Los elementos simbólicos identificados en el logo de la Universidad de Panamá poseen las siguientes características:

- **Negro:** Letras, números y bordes en negro, denotan nobleza y dignidad.
- **Rojo:** Los frutos rojos son la semilla de la planta “Laurel de la India”. Estos cinco frutos rojos representan los cinco colegios o las carreras que se ofrecieron cuando se inauguró la Universidad de Panamá.
- **Verde:** La corona de laurel cuyas hojas verdes representan la victoria, la gloria y los logros.
- **Amarillo:** La banda amarilla, alrededor de la corona, significa mérito. Este color simboliza a la luz del sol y se asocia con la pureza.
- **Blanco:** Representa la pureza, la fe y la honestidad. En el libro abierto, representa la sabiduría y el conocimiento.
- **El lazo blanco** atado a la corona de laurel significa seguridad. En la base de la corona hay un mensaje subliminal de fortaleza y soporte.
- **Gris:** La pluma de ave para escribir representa a los individuos letrados y al espíritu investigativo como estandarte del trabajo académico.

Dado el grado de complejidad y diversidad con que se ha venido conformando la Universidad de Panamá, se hace necesario fijar un logotipo que represente y unifique la comunicación desde y hacia el entorno nacional e internacional.

En el Plan de Desarrollo Institucional 2017-2021 se especifican los lineamientos generales para proyectos orientados a modernizar el sistema de comunicación y se ponga en perspectiva la identidad institucional, su imagen corporativa, su reconocimiento y se internalice el ser de la Universidad de Panamá.

Evolución normativa de la Universidad de Panamá

En el Decreto 29, del 29 de mayo de 1935 consta su primera denominación, Universidad Nacional de Panamá.

En 1953 se creó su Estatuto, se aprobó bajo el Decreto de Gabinete 144 de 1969.

En el año 1972, se introduce en la Constitución de la República de Panamá el tema universitario.

El 8 de junio de 1981, se aprobó la Ley 11; reformada a través de la Ley 6 de 24 de mayo de 1991; y en el 2005, esta Ley se deroga y se crea la Ley 24 que actualmente rige la Universidad de Panamá.

En el 2008, en Consejo General Universitario N° 22-8 del 8 de octubre se aprobó el Estatuto de la UP.

Algunas características de la UP

Institución autónoma, fuente de conocimiento y referente cultural del país con reconocimiento social por sus aportes a la discusión de los problemas sociales, económicos y políticos en diversos escenarios nacional, regional y mundial.

Su estructura de oferta académica se sostiene en 19 facultades, 10 centros regionales universitarios, 5 extensiones universitarias, 34 programas anexos, 3 programas a distancia, 14 institutos, una Universidad del Trabajo y de la Tercera Edad, a la fecha gestiona 309 carreras.

Del total de la población estudiantil (63,091) en el primer semestre del año 2017, el área de mayor concentración son las disciplinas humanísticas con 20,492 que representa el 32.5%, seguido por las áreas científica (15,269) y de Administración de Empresas y Contabilidad (15,255), cada una de ellas concentran el 24.2%, Administración Pública con 7,663 (12.1%) y Arquitectura y Diseño 4,412 (7%). En el 2019, fueron 68,056 estudiantes matriculados y un total de 245,343 graduados en el país en sus 84 años.

Apuesta a la excelencia académica a través del fortalecimiento de su planta académica con nivel de Maestría y Doctorado, que permita destacarse en el área de la investigación como aporte al conocimiento nacional y mundial, apoyada en los diversos institutos que contribuyen al avance científico.

Es necesario reforzar ese compromiso de identidad con la sociedad panameña a través de una normativa que regule el buen uso de nuestros símbolos institucionales, logo, siglas, lema que fortalecen a la familia universitaria con mayor sentido de pertenencia a su **alma mater** y consolidar la proyección institucional nacional e internacional.

Logros

El Consejo Académico, en reunión N° 22-18 del 19 de diciembre de 2018, aprobó que se registrará la marca de la Universidad ante el Ministerio de Comercio e Industrias y que las unidades académicas y administrativas unificarán el emblema.

Ante el consentimiento de las autoridades, la Dirección General de Asesoría Jurídica de la Universidad de Panamá presentó formalmente la solicitud de registro ante la Dirección General de Registro de la Propiedad Industrial del Ministerio de Comercio e Industrias (ver anexos 6 y 7).

El registro de la marca oficial motivó su reglamentación y elaboración de un manual de uso. Para la ejecución de esta tarea se incorporó al Dr. Leo Díaz, jefe del Departamento de Desarrollo Institucional de la Dirección General de Planificación y Evaluación Universitaria y al Lic. Aristóbulo Corrales, abogado de la Dirección General de Asesoría Jurídica de la Universidad de Panamá.

Propuesta de la Comisión designada

Se solicita incluir en el Estatuto el siguiente artículo:

Artículo __: La Universidad de Panamá contará con un emblema que será su identificación como símbolo sentimental de lucha por la autonomía, estudio y trabajo, que ha de representar su misión, objetivos y proyección de sus visionarios creadores.

La estructura gráfica y el texto de la marca se conforman de los siguientes elementos:

- **La corona de laurel** en color verde que significa la victoria, la gloria y los logros.
- **El libro abierto** en blanco, en medio de la corona de laurel, con la inscripción Universidad de Panamá, que representa la sabiduría y el conocimiento

- **La banda de color amarilla**, que significa mérito y figura la luz del sol y la pureza, está dispuesta alrededor de la corona con los extremos doblados y en cuya parte central tiene grabado el año de su fundación, 1935.
- **La pluma de ave** de color gris como estandarte del trabajo académico, de la labor de los individuos letrados y el espíritu de investigación.
- **El lazo blanco** atando la corona de laurel que significa seguridad y en cuya base denota un mensaje subliminal de fortaleza y soporte. El color representa la pureza, la fe y la honestidad.
- **Las semillas** de la planta laurel de la India de color rojo, cuyos frutos representan las cinco primeras escuelas o carreras ofertada al inicio de la gestión educativa.
- **Letras y números** en color negro.

Parágrafo. La Universidad de Panamá podrá adoptar el símbolo o el logotipo para su promoción publicitaria aprobada y reglamentada por el Consejo Académico, los cuales estarán acorde con su progreso social, económico y político sin perder de vista su emblema, los principios y valores universitarios.

Conclusiones

1. Desde la fundación de la Universidad, han sido varias las versiones de logotipo utilizados para representar la institución. Su variación ha trascendido conforme los años, sin adoptar una única representación, a la par del crecimiento, solidez y carácter de la institución. Por ello se gestiona las adecuaciones para obtener un diseño único que sea oficialmente representativo y favorezca su posicionamiento en la comunidad universitaria.
2. El símbolo de la Universidad sufrió cambios sin ninguna sustentación teórica ni práctica que sugiera claramente los elementos, fundamentación y principios que inspiraron su diseño y representación de la construcción histórica y filosófica de la conciencia social y política en el tiempo y espacio institucional.
3. Las autoridades y órganos de gobierno consideraron oportuna la propuesta de vigorización del símbolo y logotipo para su aprobación, la cual es parte de la modernización de su imagen y representa asimismo la riqueza histórica de la institución fundamentada en sus valores, conceptos y carácter.
4. En el Plan de Desarrollo Institucional 2017-2021 de la Universidad de Panamá está claramente definida la necesidad de contar con una marca que le dé valor añadido a la institución a partir de las aportaciones de las generaciones de estudiantes, profesores y administrativos y del reconocimiento de usuarios del ámbito educativo y la sociedad en general.
5. En el Estatuto Universitario debe incluirse un artículo con los lineamientos establecidos para la correcta utilización del símbolo y logotipo de la Universidad.
6. La Oficina de Transferencia de los Resultados de Investigación (OTRI) es la encargada de solicitar ante las instancias respectivas el nombramiento de la comisión para la revisión del logotipo o su recertificación mediante un nuevo registro oficial.
7. La Imprenta Universitaria, como unidad técnica encargada de la impresión de la producción documental universitaria, garantizará el uso adecuado del logo.

8. Instaurar el Sistema Universitario de Comunicación e Información conformado, además de otras unidades, por la Dirección de Información y Relaciones Públicas, la Dirección de Protocolo y Ceremonial Universitario y la Imprenta Universitaria para que velen por el uso correcto del logotipo en los servicios y bienes comunicacionales y estén a disposición para cualquier consulta referente a la marca Universidad de Panamá.

Bibliografía

- Acevedo Tarazona, Álvaro (2010). **A cien años de la reforma de Córdoba, 1918-2018**. La época, los acontecimientos, el legado.
- Bailey, Alice A. **El Estudio del Simbolismo**. https://www.lucitrust.org/es/books/the_beacon_magazine/reprinted_from_the_beacon/the_study_symbolism
- Cisneros, Jorge (2013). **Universidad de Panamá, Antecedentes y perspectivas**. Edit. Universitaria. Panamá, Rep. De Panamá.
- Del Vasto, César (2015). **A contracorriente: pasado y presente de unidades académicas de la Universidad de Panamá**. Impreso en China-Raditek Inc. Universidad de Panamá.
- Del Vasto, César (2010). **Universidad de Panamá, Orígenes y evolución**. Edit. Nova Art en Panamá. http://www.up.ac.pa/ftp/2010/principal/libros/Libro_Or%C3%ADgenes_y_Evoluci%C3%B3n_2010.pdf
- Estrella Sweeney, Felipe (2005). **Marca, logotipo, imagotipo**. El problema de la terminología en la definición de conceptos en el diseño gráfico. Episteme N° 5, año 2, julio-septiembre, 2005. <https://teleformacionfaffe.files.wordpress.com/2009/06/teoria-de-las-marcas.pdf>
- Jordán A., Cándido y Ortiz G., Dianett (1989). **Estandarización de la Imagen Corporativa de la Universidad de Panamá**. Trabajo de Graduación de Licenciatura en Diseño Gráfico. Universidad de Panamá.
- **Revista Cultural Lotería 404**, agosto a diciembre 1995. República de Panamá.
- **Revista Lotería 354-355**, septiembre-octubre 1985. Edición Extraordinaria en el Cincuentenario de la Universidad de Panamá.
- Universidad Nacional de Panamá. Boletín Informativo. 1935
- Universidad Nacional de Panamá. Boletín Informativo. 1940-1947
- Universidad de Panamá. Boletín Informativo. 1947
- <https://hispanoamericaunida.com/2014/05/18/las-universidades-indianas/>
- <https://www.unc.edu.ar/comunicaci%C3%B3n/manual-de-identidad>
- <https://www.heraldaria.com/disenoh.php#11>

ANEXOS

Propuesta: Logo sometido a su aprobación en Consejo Académico. Reunión N° 22-18, celebrada el 19 de diciembre de 2018.



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
Oficina de Transferencia de los Resultados de la Investigación

Panamá, 8 de enero de 2018
OTRI/VIP/UP 001-18

Doctor
Jaime Gutiérrez
Vicerrector
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado
Universidad de Panamá
E. S. D.

Respetado Doctor Gutiérrez:

Como es de su conocimiento, una de las funciones que debe realizar la OTRI consiste en "Gestionar ante las autoridades y organismos nacionales e internacionales los derechos de propiedad intelectual. Además, de comercializar los mismos cuidando los intereses del patrimonio de la Universidad de Panamá".

En tal sentido una de nuestras actividades, durante el año recién pasado, fue investigar sobre el estatus legal del logo de la Universidad de Panamá, dando continuidad a una de las iniciativas realizadas por quien me precedió en el cargo que hoy ocupo. Es así, como en consulta verbal a la Dirección General de Registro de la Propiedad Industrial (DIGERPI) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), se nos informó que no hay registros del logo de la Universidad de Panamá en la actualidad, por lo que no se encuentra protegido de manera legal en este momento. A esta situación se suma el hecho que existe innumerables versiones del mismo y no se encuentra registro en la sección de Parlamentaria sobre la aprobación de un logo oficial.

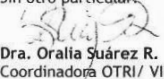
Tomando en consideración lo expuesto y en reunión con la Profa. Rusia González, responsable de la Dirección de Tecnología Educativa, consensuamos que es prudente conformar una Comisión Institucional, a fin de proponer un logo oficial estandarizado así como como una imagen corporativa de la Universidad de Panamá, acompañado de un reglamento oficial de uso los cuales, una vez sean aprobados, puedan ser registrados de manera oficial ante el MICI.

Es por ello que le solicito, realice los trámites correspondientes ante el Señor Rector para que se nombre la comisión que se encargue de esta iniciativa, que

En principio busca unificar criterios, dar una nueva imagen a nuestra institución en estos tiempos y que finalmente se proteja nuestro distintivo.

A sugerencia de la Profa. Rusia González, adjuntamos el nombre de algunos de los profesionales que laboran en la Universidad de Panamá y que pueden acompañarnos en dicha comisión.

Sin otro particular,


Dra. Oralia Suárez R.
Coordinadora OTRI/ VIP
ns/osr

10 JAN '18 11:14 AM
U.P.-VIP



2018: "AÑO DEL CENTENARIO DE LA REFORMA UNIVERSITARIA DE CÓRDOBA"
CIUDAD UNIVERSITARIA OCTAVIO MÉNDEZ PEREIRA
Estafeta Universitaria, Panamá, República de Panamá
Tels.: (507) 523-5330

SGC-F-007 Rev.8 Cert. ECMX-1168 / 16



UP-VIP
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
Elizabeth L. De La Flor
Recibido por



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
Despacho

VIP-0086-2018
16 de enero de 2018

Doctor
Eduardo Flores Castro
Rector
Universidad de Panamá
E. S. D.

Estimado señor Rector:

Tenemos a bien remitirle nota OTRI/VIP/UP 001-18 de la Oficina de Transferencia de los Resultados de la Investigación – OTRI, en lo cual se recomienda la creación de una Comisión Ad hoc para elaborar una propuesta de logo oficial de la Universidad de Panamá para su debido registro ante el Ministerio de Gobierno e Industria.

Sin otro particular, nos despedimos atenta y cordialmente,

Atentamente,


Dr. Jaime Javier Gutiérrez
Vicerrector

Adj.: lo indicado.

/eva

c.c.: Dra. Oralia Suárez – Coordinadora de la OTRI-VIP

Universidad de Panamá
Rectoría
RECIBIDO

16 ENE 2018

Firma: 

Hora: 3:05 pm



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
Rectoría

Panamá, 17 de enero de 2018
Nota No. 092

Magister
Denis Chávez
Vicerrector de Extensión
E. S. D.

Señor Vicerrector:

Por este medio le informo que lo hemos nombrado como **Presidente de la Comisión Ad Hoc para la elaboración del logo tipo institucional de la Universidad de Panamá**, para su debido registro ante el Ministerio de Gobierno y Justicia.

En esta comisión le acompañarán los siguientes designados:

- Dra. Oralia Suárez – Miembro
- Mgtr. Rusia González – Miembro
- Mgtr. Narcisa Jaén – Miembro
- Mgtr. Eduard Domínguez - Miembro
- Lic. Johana Solís - Miembro

Oralia Suárez
18/01/18 9:05 AM

Atentamente,

Eduardo Flores Castro
Eduardo Flores Castro
Rector



Juan
Recibido por



Universidad de Panamá
Rectoría

Ciudad Universitaria, 17 de enero de 2018.

UP-R-095

Magister

Denis Javier Chávez

Vicerrector de Extensión

E. S. D.

Respetado Vicerrector:

Por este medio le informo que lo hemos designado como Presidente de la Comisión Ad Hoc para la elaboración del Logo Tipo Institucional de la Universidad de Panamá, para su debido registro ante el Ministerio de Comercio e Industrias (MICI).

En esta comisión lo acompañaran los siguientes miembros:

- *Magister Narrisa Joén*
- *Dra. Orolia Suárez*
- *Magister Rusia González*
- *Licenciada Johona Solís*

Atentamente,

Eduardo Flores Castro
Dr. Eduardo Flores Castro

Rector



2018 "AÑO DEL CENTENARIO DE LA REFORMA UNIVERSITARIA DE CÓRDOBA"

CIUDAD UNIVERSITARIA OCTAVIO MÉNDEZ PEREIRA

Estafeta Universitaria, Panamá, República de Panamá, Teléfonos: 523-5007 / 5008 / 5010

Corona de Laurel

La corona de laurel es una corona conformada por 28 hojas de laurel. Los laureles representan la victoria, la gloria y los logros

Frutos rojos

Los frutos rojos son la semilla de la planta "Laurel de la India". Los cinco frutos rojos, representan las cinco carreras que se ofrecieron cuando se inauguró la Universidad de Panamá.

Libro abierto

El libro abierto representa la sabiduría y el conocimiento.



Pluma

La pluma para escribir representa a los individuos letrados y el espíritu investigativo como estandarte del trabajo académico.

Cinta amarilla

La cinta alrededor de la corona significa mérito. El color amarillo tiene su principal simbolismo por asociación con la luz del sol, lo que lo asocia con la pureza.

Lazo blanco

El lazo blanco atando la corona de laurel significa seguridad. En la base de la corona lleva un mensaje subliminal de fortaleza y soporte. El color blanco representa a la pureza, la fe y la honestidad.



Logo revisado y adecuado a las observaciones de los miembros del Consejo Académico, el cual sirvió de base para el registro ante el Ministerio de Comercio e Industria.

CONSEJO ACADÉMICO

ACUERDOS

REUNIÓN N° 22-18, CELEBRADA EL 19 DE DICIEMBRE DE 2018

INFORME DE SECRETARÍA GENERAL

1. Se APROBÓ extender la entrega de calificaciones del segundo semestre a través de la página web, hasta el domingo 23 de diciembre de 2018.
2. Se APROBÓ que la Dirección de Tecnología de la Información y Comunicación habilite las asignaturas del Núcleo Común, de dimensión general para que los estudiantes puedan ver las ofertas de todas las unidades académicas y puedan realizar la matrícula en cualquier momento de la carrera, sin tener que realizar trámites adicionales.
3. Asignaturas Abreviatura Código de Asignatura Lenguaje y Comunicación en Español NCES 22472 Historia de Panamá en el Mundo Global NCHI 22473 Geografía de Panamá NCGE 22474 Lenguaje y Comunicación en Inglés NCIN 22475 Informática y Redes del Aprendizaje NCIF 22476 Sociedades, Medio Ambiente y Desarrollo NCSO 22477 Teoría de la Ciencia NCFI 22478.
4. Se APROBÓ registrar del logo de la Universidad de Panamá ante el Ministerio de Comercio e Industrias para su posterior unificación por las unidades académicas.
5. Se APROBÓ el lema de papelería universitaria: 2019: "Año del V Centenario de Fundación de la Ciudad de Panamá".

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
SECRETARÍA GENERAL/PARLAMENTARIAS
26 de diciembre de 2018 / lbeth



MINISTERIO DE
COMERCIO E INDUSTRIAS
Dirección General de Registro
de Propiedad Industrial

MINISTERIO DE COMERCIO E INDUSTRIAS
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL DE PANAMÁ

A solicitud presentada el 30 de septiembre de 2019, por la licenciada MAGDA PIÑANGO GONZÁLEZ, la suscrita Jefa del Departamento de Marcas,

CERTIFICA:

Que, de acuerdo con la Base de Datos Informáticos de esta Dirección, consta la


La Marca de Servicios denominada UNIVERSIDAD DE PANAMÁ Y DISEÑO solicitada por la UNIVERSIDAD DE PANAMÁ a través de su apoderado legal Aristóbulo Corrales González, el 25 de junio de 2019, para distinguir en clase [35] PUBLICIDAD., en clase [41] EDUCACIÓN, FORMACIÓN Y ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y CULTURALES, y en clase [42] SERVICIOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS., e identificada bajo el número 274511-01.

Status Actual: Trámite de Publicación.

Representación Gráfica



Panamá, 1 de octubre de 2019.


María Álvarez
Jefa de Departamento de Marcas





REPÚBLICA DE PANAMÁ - MINISTERIO DE COMERCIO E INDUSTRIAS
DIRECCIÓN GENERAL DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

RESUELTO No. 933 PANAMA 11 de enero de 2020
LA DIRECTORA GENERAL DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
en uso de sus facultades legales

C O N S I D E R A N D O

1. Que mediante solicitud presentada el 29 de junio de 2019, la sociedad UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, organizada según las leyes de la República de Panamá, con domicilio en Urbanización El Cagucho - Vía SIMÓN BOLÍVAR (Transistórica) edificio de la Colina, planta baja, presentó a través de su apoderado legal Corrales González Aristachilo el registro de la Marca de Servicios denominada **UNIVERSIDAD DE PANAMÁ Y DISEÑO**

NO SE REVINDICAN las palabras "Panamá" y el año "1915", "Universidad".

PARA ADECUAR:

[CLASE 35] PUBLICIDAD.

[CLASE 41] EDUCACIÓN, FORMACIÓN Y ACTIVIDADES DECRETAS Y CULTURALES

[CLASE 42] SERVICIOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS

-----Última línea-----

Clases 35, 41, 42, Solicitud No. 274511-01

2. Que el artículo 109 de Ley 25 de 10 de mayo de 1990 establece que el registro de una marca tiene una duración de diez (10) años y puede ser renovado indefinidamente por períodos iguales.
3. Que finalizó el término legal de la publicación de la solicitud en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial No. 274 del 28 de octubre de 2019, y habiéndose llenado todos los requisitos legales sin que se haya formulado oposición alguna al registro solicitado.
4. Que a la fecha no se han presentado trámites adicionales que hayan afectado la solicitud.

R E S U E L V E:

- PRIMERO: REGISTRAR, por el término de diez (10) años bajo la responsabilidad de(l) (los) interesado(s) y dejando salvo derechos de terceros la marca de Servicios denominada

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ Y DISEÑO

como propiedad de UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, quien es la (el) única (os) que podrá usarla en la República de Panamá, a partir del 29 de junio de 2019.



.../ Continuación del resuelto 933

SEGUNDO: EXPEDIR, el correspondiente Certificado de Registro y proceder con los trámites correspondientes.

FUNDAMENTO LEGAL: Artículos 100, 103, 104, 105, 106, 107, 108 y 109 de la ley No. 35 del 10 de mayo de 1996.

COMUNIQUESE Y CUMPLASE,

RICARDO URIBE
Director(a) General del Registro
Propiedad Industrial
Ingreso por: LICDA. LUZ MARIA ALVARADO
31-01-2020 08:52:AM
(LMA)





MINISTERIO DE COMERCIO E INDUSTRIA
DIRECCION GENERAL DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

CERTIFICADO DE REGISTRO

- (11) CERTIFICADO DE REGISTRO No. 274511 01
- (15) FECHA DE REGISTRO: 25 de junio de 2019 (18) CADUCA: 25 de junio de 2029
SE CERTIFICA QUE MEDIANTE RESUELTO No. 933
- (15) DE FECHA 31 de enero de 2020
- (73) SE HA CONCEDIDO A: la sociedad UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, organizada según las leyes de La República de Panamá, con domicilio en Urbanización El Cangrejo - Vía Simón Bolívar (Transístmica) edificio de la Colina, planta baja
EL USO EXCLUSIVO DE LA MARCA DE SERVICIOS
- (54) DENOMINADA: UNIVERSIDAD DE PANAMÁ Y DISEÑO
NO SE REIVINDICA(N): La palabra "Panamá" y el año "1935", "Universidad".
- (51) PARA DISTINGUIR EN LA CLASE: 35, 41, 42 ARTICULO 94 DE LA LEY No. 35 DE 10 DE MAYO DE 1996:
- [CLASE 35] PUBLICIDAD.
[CLASE 41] EDUCACIÓN, FORMACIÓN Y ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y CULTURALES
[CLASE 42] SERVICIOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS

----- última línea -----



.../Continuación del certificado 274911-01

LA SOLICITUD DE REGISTRO FUE SOBSESTADA EL 20 de junio de 2018
EN FORMA COMPLEMENTARIA POR LA LEY, Y PUBLICADA EN EL BOLETIN DE LA OFICINA INDUSTRIAL
1841 NO. 370 DEL 28 DE OCTUBRE DE 2019
LA DENOMINACION Y/O DISEÑO DEL REGISTRO DE LA MARCA SE CONCEDE BAJO LO
ESTABLECIDO EN EL ARTICULO No. 93 DE LA LEY No. 35 DEL 10 DE MARZO DE 1894
MODIFICADA POR LA LEY No. 8 de octubre del 2012.

Registrado por: LCDA. JESSY C. BARRERA
Impreso por: LCDA. LUIS BRATA ALVARADO

TOMO: 409 FOLIO: 31 ASIENTO: 1

PANAMA, TREINTA Y UNO DE FEBRERO DE DOS MIL VEINTE

Este documento es válido en los países correspondientes


LEONARDO URECHE
Director General del Registro
de la Propiedad Industrial
Impreso por: LCDA. LUIS BRATA
ALVARADO
21-02-2020 08:03:AM
/Luis





Universidad de Panamá
Rectoría

Panamá, 5 de marzo de 2020
No. R-D-507-2020

Doctor
Jaime Gutiérrez
Vicerrector de Investigación y Postgrado
E. S. D.

Respetado Vicerrector:

Le recordamos que en nota VIP-0086-2018 del 16 de enero de 2018, para atender necesidad de la Oficina de Transferencia de los Resultados de la Investigación-OTRI, se inició el proceso de aprobación del logo de la Universidad de Panamá. Para esto se designó, a través de nota N° UP-R-095 del 17 de enero de 2018, la Comisión Ad Hoc, que elaboró la propuesta del logo, el cual fue aprobado ante el Consejo Académico 22-18, que sirvió de base para el registro ante la Dirección General de Registro de la Propiedad Industrial del Ministerio de Comercio e Industrias de la República de Panamá.

Se ha cumplido con el registro oficial, y para los fines pertinentes le entregamos una copia del Certificado de Registro N°274511 01 y del Resuelto N° 933 del 31 de enero de 2020, ambas emitidas por la Dirección General del Registro de la Propiedad Industrial, mediante la cual queda registrado el Logo oficial de la institución.

El original de estos documentos reposará en la Dirección General de Asesoría Jurídica de la Universidad de Panamá.

Atentamente,

Eduardo Flores Castro
Dr. Eduardo Flores Castro
Rector



6 MAR '20 10:49AM

Cien
Rectoría por

U.P. -UIP

C. Dra. Oralia Suárez - OTRI

2020: "AÑO DEL TRABAJO EN PRO DE LOS OBJETIVOS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE"

Ciudad universitaria Octavio Méndez Pereira
Estafeta Universitaria, Panamá, República de Panamá
Teléfonos: 523-5007 / 523-5008 / 523-5009

*Copia a Rectoría
del 31/2020
10:49*



USEMOS EL LOGO OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

Instamos a toda la comunidad universitaria a utilizar el logo oficial de la Universidad de Panamá. El mismo ha sido el producto de un trabajo reflexivo y de equipo, aprobado por primera vez, en el año 2018, ante el Consejo Académico, con cada uno de los elementos que le dan un sublime significado. El diseño gira entorno a una corona de laurel que representa logros, victoria, y sus cinco frutos, las primeras escuelas o facultades; el libro abierto, la sabiduría y el conocimiento; la pluma de ave, el espíritu investigativo y a los letrados, como parte del trabajo académico; las cintas, la de color amarillo simboliza la luz, y la blanca atando la corona de laurel en la base, indica el soporte y fortaleza, y su color la pureza, la fe y la honestidad.

Este logo ha sido registrado ante la Dirección General del Registro de la Propiedad Industrial del Ministerio de Comercio e Industrias, quien emitió el Certificado de Registro N°274511 01 que le otorga el **"USO EXCLUSIVO DE LA MARCA DE SERVICIOS DENOMINADA: UNIVERSIDAD DE PANAMÁ Y DISEÑO."**; además, lo ratifica con el Resuelto N° 933 del 31 de enero de 2020.

El uso adecuado del "LOGO", es una tarea que compete a todos los miembros de esta comunidad educativa. Es parte de nuestra identidad e imagen institucional, por lo que su uso debe ser de forma correcta.

Dr. Eduardo Flores Castro
Rector

The background features a gradient from light green at the top to dark blue at the bottom, separated by a horizontal yellow stripe. Several overlapping circles in various shades of green and blue are scattered across the page, some with dashed outlines.

*2021: “Año del Bicentenario de la
Independencia de Panamá de España”*