

# Signos de identificación de la identidad visual corporativa y arquitectura de marca de la Universidad de La Laguna



Este documento establece la nueva Identidad Corporativa de la Universidad de La Laguna.

Están recogidos sus signos principales de identificación así como las normas para las submarcas de entidades dependientes de la Universidad.



La marca vigente, así como las submarcas existentes en la actualidad, se derogarán a partir de la aprobación del manual de uso de la nueva marca, por lo que su utilización quedará terminantemente prohibida en cualquier nueva aplicación.



La marca está formada por la relación de el símbolo y el logotipo.  
Esta será la configuración principal de la marca.

Marca



Símbolo



Logotipo

**Universidad**  
de La Laguna

Color



Tipografía

**Argentum Sans**  
abcdefghijklmnop  
PQRSTUVWXYZ

Los signos básicos de identificación son:  
la marca, el símbolo, el logotipo, el color (PANTONE 2597C) y la tipografía (Argentum Sans).



Asimismo, se establece una arquitectura de marca monolítica, con una normativa gráfica para todos los subemisores dependientes de la Universidad que será de obligado cumplimiento. Las normas que rigen esta arquitectura de marca se detallan a continuación.



**Paraninfo**

Universidad de La Laguna



**Sección de Química**

Universidad de La Laguna



**Facultad de Ciencias Políticas  
Sociales y de la Comunicación**

Universidad de La Laguna



**Unidad de  
Igualdad de Género**

Universidad de La Laguna



**Centro de Estudios  
de Economía Latinoamericana  
José Luis Moreno Becerra**

Universidad de La Laguna



**Cátedra de Turismo  
Fundación CajaCanarias  
Ashotel**

Universidad de La Laguna

La arquitectura de marca en los subemisores  
es transversal; no establece jerarquías.  
Todo es la Universidad de La Laguna

Las normas aquí expuestas se ampliarán en un Manual de Identidad Corporativa para ser aprobado por el Consejo de Gobierno de la Universidad de La Laguna.