

# Manual de Identidad Corporativa

## Universidad de La Laguna

Nuestra Universidad se enfrenta a nuevos retos: debe convertirse en un **marco de futuro** ante una realidad compleja y cambiante.

Una nueva etapa que debemos construir entre todas y todos, con una imagen abierta, que transmita estos objetivos, implicando y acogiendo a nuestra comunidad.

Este Manual define las normas de aplicación de los signos de identidad de la Universidad de La Laguna.

Se pretende una imagen homogénea de la Universidad, por lo cual estas normas son de obligado cumplimiento, tanto por el propio organismo como por proveedores de servicios de imagen. Los casos que no estén descritos se regirán respetando los criterios genéricos y de estilo aquí definidos.

Existen recursos digitales para su descarga desde la web de la Universidad que son igualmente de obligada utilización.



LL  
La Laguna

U  
Universidad

Para construir y mantener una imagen es necesario cuidar el uso consistente de la misma.

Los elementos básicos de una identidad son aquellos que deben estar presentes en las aplicaciones más institucionales. Estos son **la marca, el color y la tipografía.**

# Índice

<b>Elementos básicos</b>	<b>6</b>	<b>Arquitectura de marca</b>	<b>31</b>	<b>Papelería</b>	<b>47</b>
Elementos básicos .....	7	Arquitectura .....	32	Tarjeta de visita .....	48
Configuraciones .....	8	Subemisores .....	33	Papel de carta .....	49
Construcción .....	9	Área de reserva .....	36	Sobre americano .....	53
Centrado del símbolo .....	10	Un solo subemisor .....	38	Portada informes .....	54
Área de reserva .....	11	Varios subemisores .....	39	Portada carpeta .....	55
Tamaño mínimo .....	12	Cátedras Institucionales .....	40	Firma e-mail .....	56
Convivencia de marcas .....	13	Una sola Cátedra .....	41		
Versiones .....	14	Varias Cátedras .....	42	<b>Señalización</b>	<b>57</b>
Usos cromáticos .....	15	Uso del acrónimo ULL .....	43	Señalización .....	58
Usos incorrectos .....	16	Avatares RRSS .....	44	Panel ubicación .....	59
Colores .....	17	Marcas para acciones .....	45	Carteles fachadas .....	60
Tipografía .....	18	Elementos emblemáticos .....	46	Placas exteriores .....	62
Uso del símbolo en palabras ..	19			Direccionales .....	63
				Directorios edificios .....	64
				Photocall .....	66
<b>Aplicaciones</b>	<b>20</b>				

## Elementos básicos

### Marca



### Color



### Tipografía

**Argentum Sans**  
abcdefghijklmnop  
PQRSTUVWXYZ  
1234567890

### Símbolo

### Logotipo



**Universidad**  
de La Laguna

## Configuraciones

### Principal

---



La marca se utilizará **preferentemente en su configuración principal horizontal.**

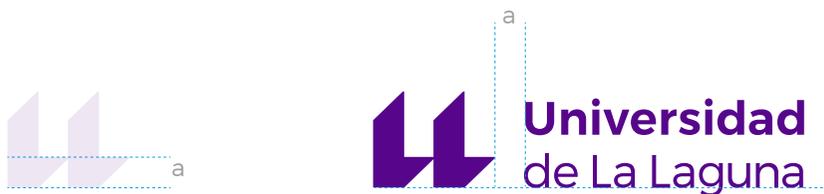
Solo en aquellos casos en los que no sea posible por el espacio disponible o porque el diseño de la aplicación lo justifique, se podrán utilizar las configuraciones vertical y centrada.

### Secundarias

---



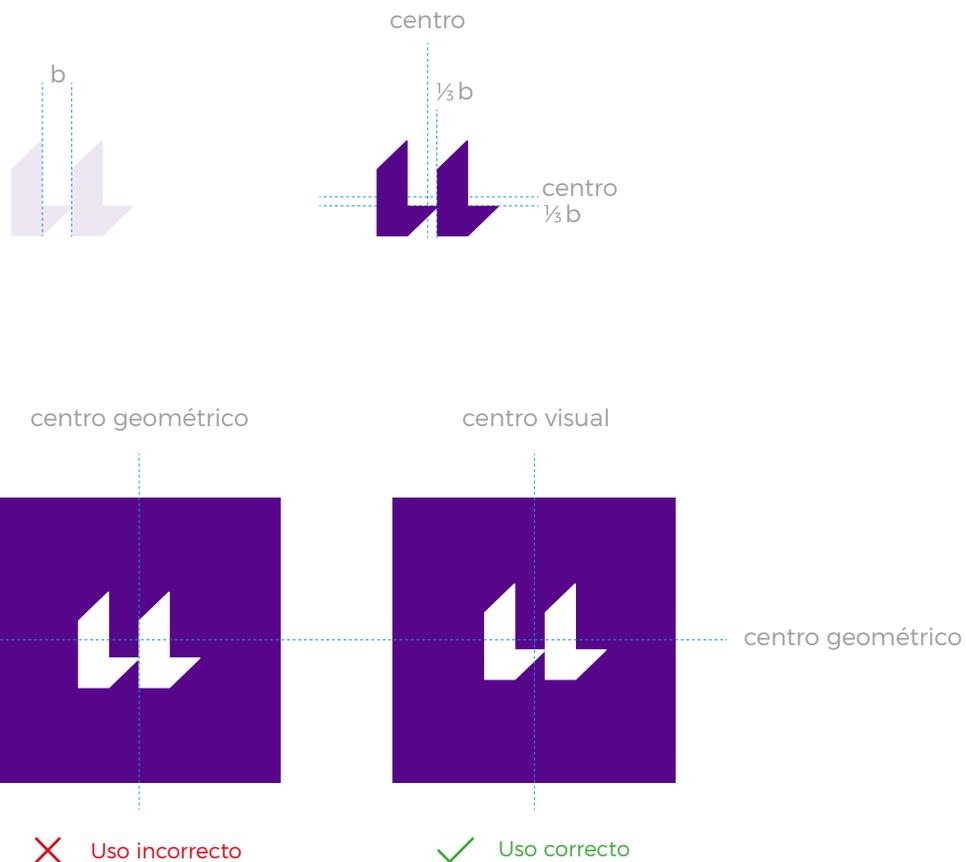
## Construcción



SIEMPRE se utilizarán los archivos digitales que proporciona la Universidad.

La construcción de la marca se explica aquí para su mejor comprensión y para posibles necesidades de aplicación en gran formato.

## Centrado del símbolo



Debido a la especial morfología y el espacio que genera su contraforma, se debe tener **especial cuidado en su uso aislado del símbolo** en aplicaciones que lo necesiten, tales como el lomo de un libro o iconos para redes sociales.

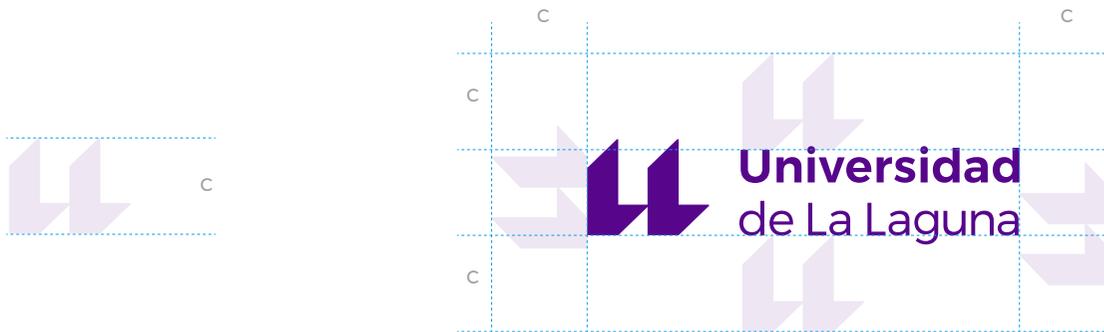
Un centrado geométrico producirá la sensación de estar desplazado a la izquierda. Es por ello que se debe realizar un ajuste visual siguiendo las guías que se describen en esta página.

Este ajuste se aplica cuando el símbolo aparece solo. En el caso de la marca completa, el conjunto con el logotipo ya está ajustado y centrar la marca geoméricamente producirá el resultado correcto.

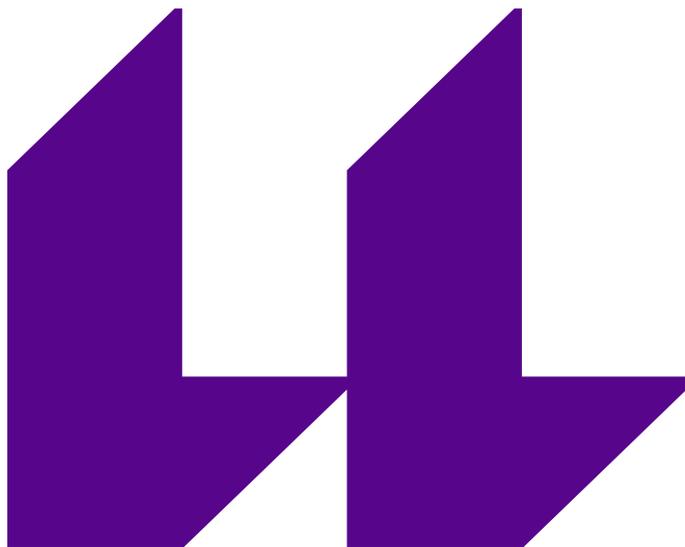
## Área de reserva

El área de reserva define el espacio necesario alrededor de la marca para una buena lectura de la misma.

Esta es una norma de mínimos. Conviene, siempre que sea posible, que el espacio alrededor de nuestra marca sea amplio.



## Tamaño mínimo



Se establece una medida mínima para asegurar una buena lectura de la marca. Por debajo de ese tamaño, aún se puede utilizar el símbolo aislado como identificador para espacios muy reducidos.

**Nuestra marca y símbolo tienen una gran vocatividad, por lo que se puede usar en tamaños pequeños sin miedo a perder visibilidad.** Para hacer un buen uso en aplicaciones de gran formato, no es necesario un tamaño excesivo. Al contrario, se recomienda dejar un espacio amplio alrededor de la misma.



## Convivencia de marcas

Cuando nuestra marca conviva con otras marcas, utilizaremos una medida mínima que asegure el orden y la buena distribución de las mismas.



## Versiones

### Principal



La marca **se aplicará en sus colores corporativos siempre que sea posible**, tanto en positivo como en negativo.

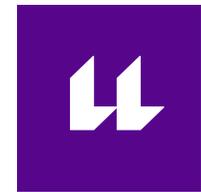
Las versiones en blanco y negro se utilizarán para aquellas aplicaciones donde el uso del color no sea posible (fax, impresiones internas, etc.).

Se definen unas **versiones oficiales para iconos de redes sociales**, siempre en negativo.

### B/N



### Iconos RRSS



## Usos cromáticos

En el uso de la marca sobre fondos se primará siempre **la buena legibilidad y el contraste.**

1ª Preferencia: colores corporativos



2ª Preferencia: blanco y negro



3ª Preferencia: fondos de imagen



Imagen con color corporativo

4ª Preferencia: colores no corporativos



## Usos incorrectos

NO está permitido cualquier uso que no respete las normas establecidas en este Manual.

Para mayor claridad, se ilustran una serie de ejemplos que puedan prevenir posibles errores comunes.

✗ Alteraciones en la marca



✗ Cambios de tipografía



✗ Cambios de color



✗ Rotaciones



✗ Baja calidad



✗ Efectos (sombra, 3D, etc.)



✗ Tramas con la marca



✗ Mala legibilidad sobre fondos



✗ Deformaciones



## Colores

### Violeta

PANTONE 2597 C  
CMYK 82/100/0/0  
RGB 87/6/140  
HEX/HTML 5c068c

Vinilo  
3M 38 Royal Purple  
3M M38 Matte Royal Purple  
ORACAL 404 Purple

Pintura  
NCS S 5040-R50B

Tejido  
Madeira 1122

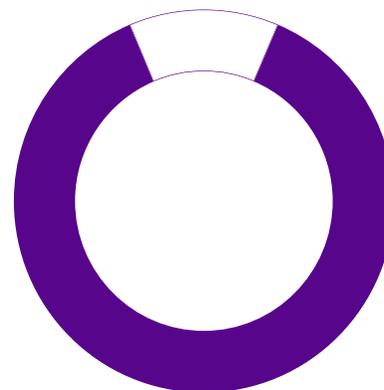
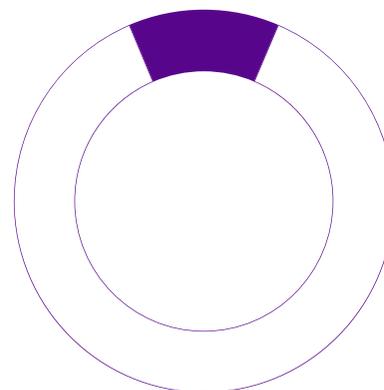
### Blanco

CMYK 0/0/0/0  
RGB 255/255/255  
HEX/HTML ffffff

Vinilo  
3M 50-10 White  
3M 50-100 Matte White  
ORACAL 010 White

Pintura  
RAL 9010 Pure white

### Escala de uso



**El color es un elemento fundamental de la identidad** de la Universidad y la estrategia de color se usará de manera intensiva y consistente.

El color principal es el fondo –tanto si es el Blanco como el Violeta–, que es el espacio sobre el que se sitúa la información.

El segundo color acentúa la información. Es el detalle que destaca sobre el fondo.

## Tipografía

Argentum Sans

# Semibold

is the new Bold

# Light

is the new Regular

**Argentum Sans\*** es la tipografía corporativa para comunicaciones corporativas y oficiales de la Universidad de La Laguna. Se ha elegido una tipografía **Open Font License** para que pueda ser instalada y utilizada libremente por cualquier miembro de la comunidad Universitaria.

Si bien la fuente posee una gran variedad de pesos, para un uso identificativo de la Universidad, los principales serán **Semibold y Light**. Regular, Medium y Bold también se utilizarán como corporativas.

Light

ABCDEFGH

Regular

IJKLMNOPQ

Medium

abcdefghijkl

SemiBold

pqrstuvwxyz

Bold

123456789

\* Argentum Sans es una evolución de la tipografía **Montserrat**. Para documentos de Google puede utilizarse Montserrat como equivalente.

## Uso del símbolo en palabras

f u t  r o

El uso del símbolo sustituyendo la 'u' dentro de palabras es un elemento importante en la comunicación, ya que puede integrar la estrategia de la Universidad en **mensajes que generen identidad sin necesidad de un uso intensivo del logotipo.**

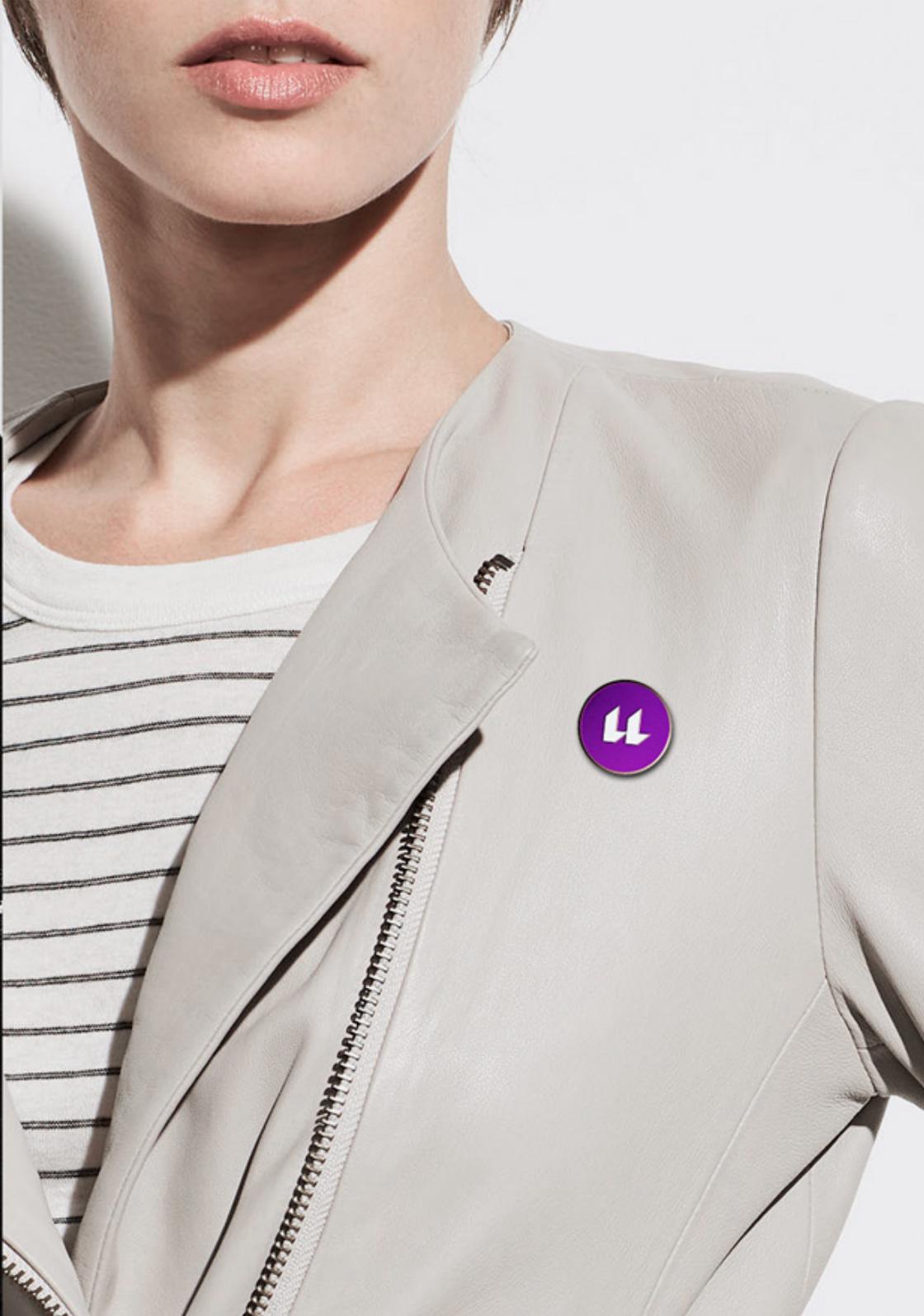
Un buen trabajo de identidad no se limita a respetar el Manual, si no que comienza a partir de él.

Para un uso excelente de la Identidad, esta debe ser fluida y no acabar en el logotipo. Debe expandirse en el uso de las aplicaciones.

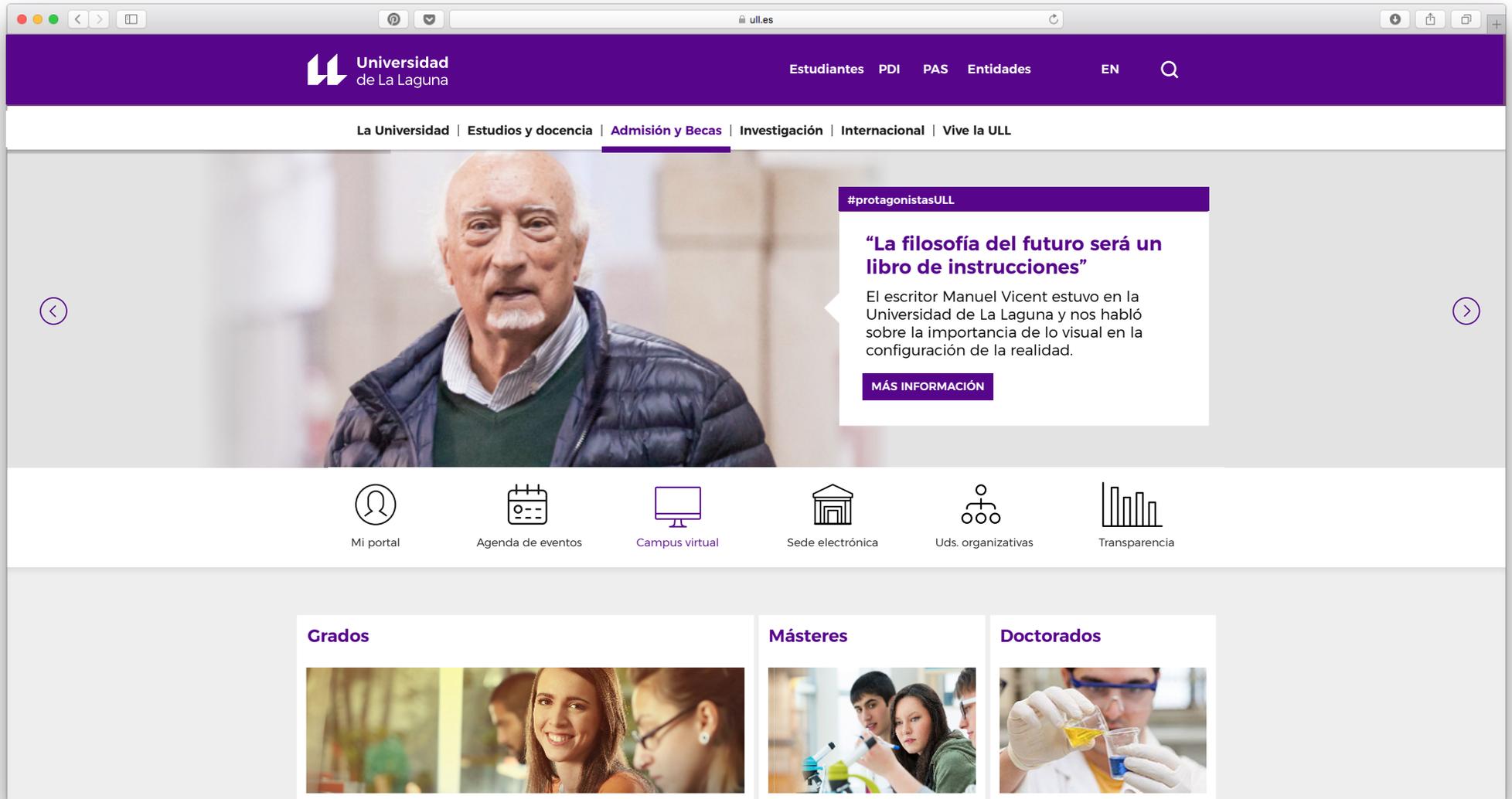
Para ejemplificar este uso, se muestra una serie de ejemplos que puedan inspirar la futura construcción de la marca **Universidad de La Laguna.**

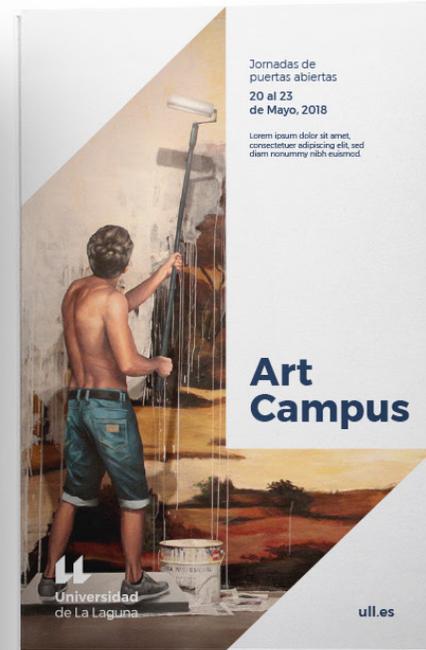
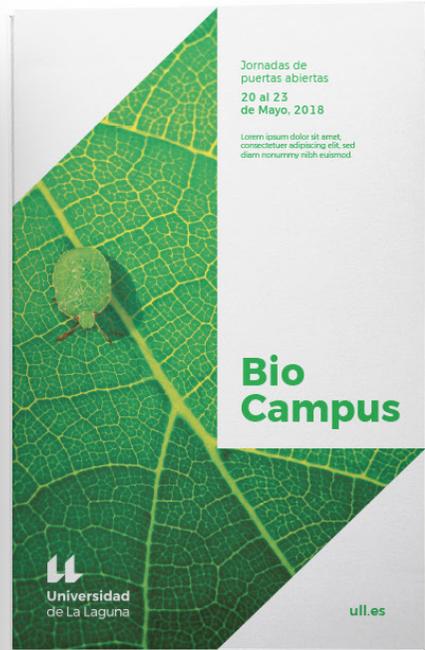
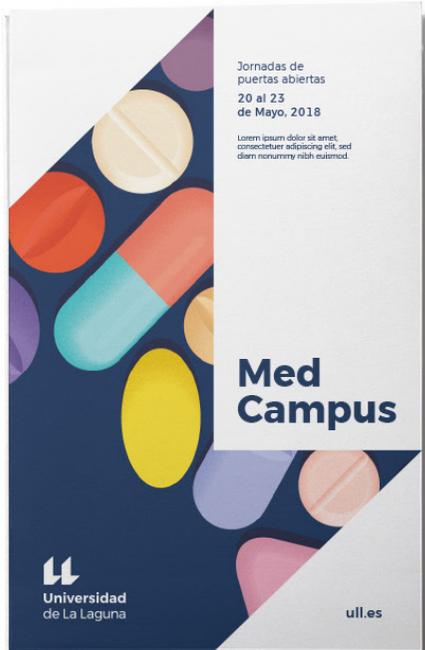














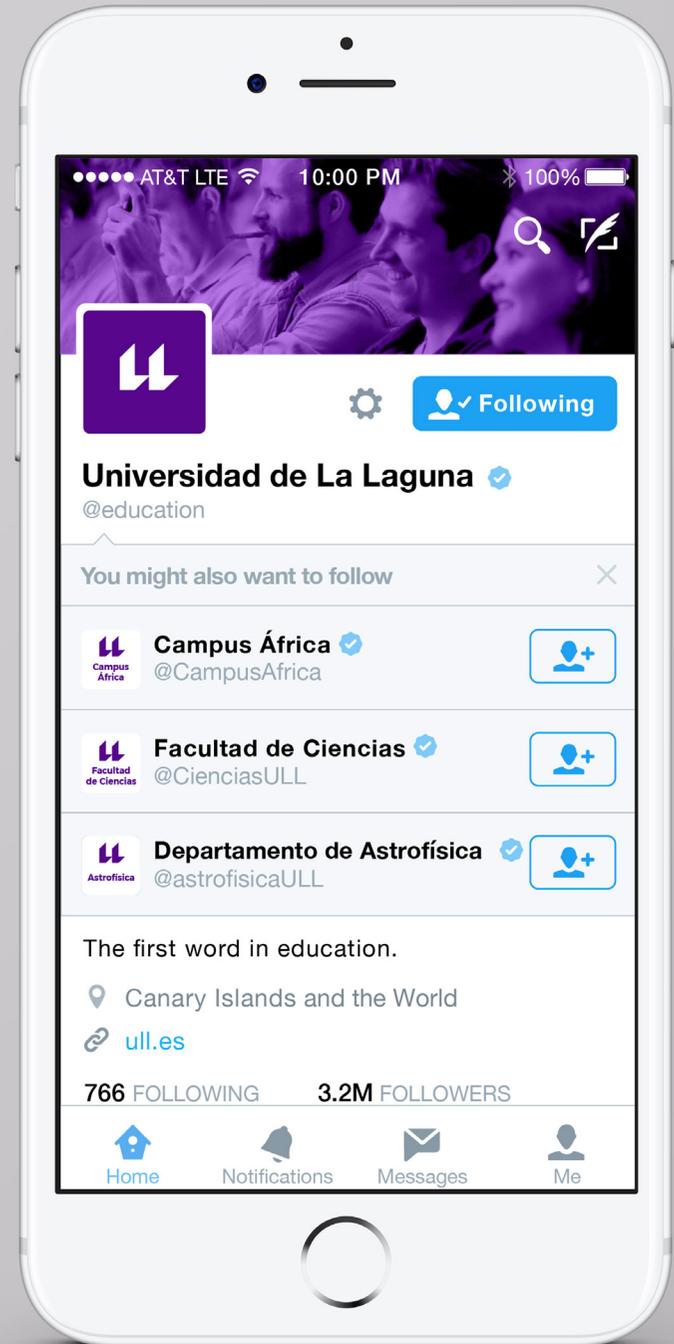
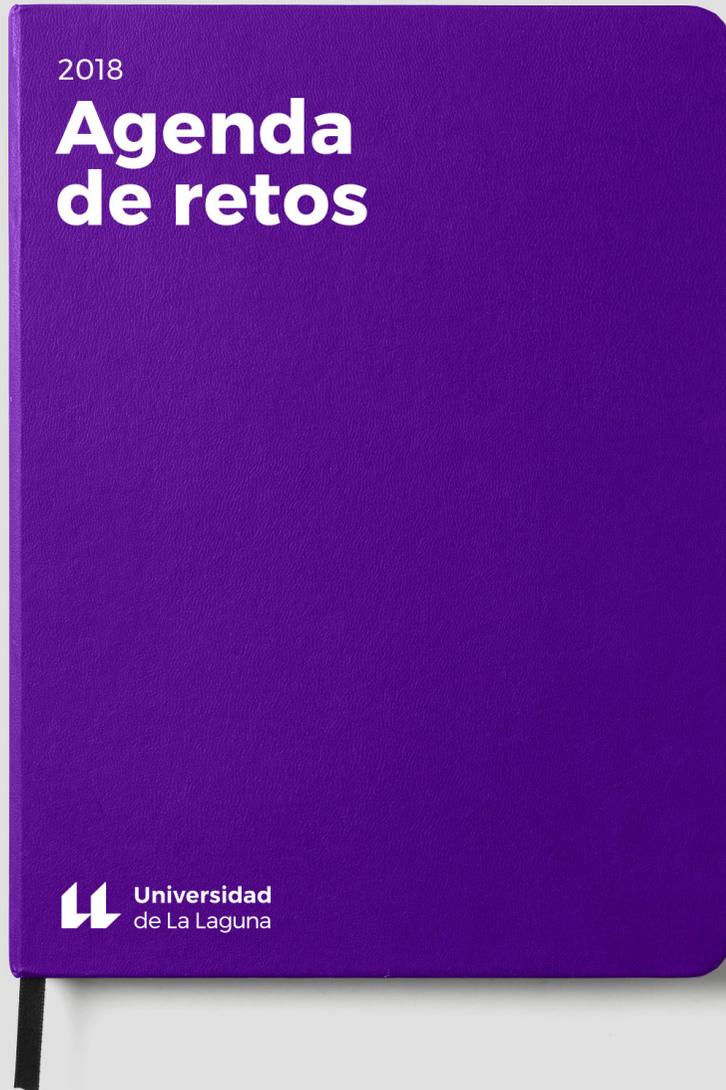
**Jornadas de  
puertas abiertas  
20 al 23  
de Mayo, 2018**

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit, sed  
diam nonummy nibh euismod.

**Open  
Campus**

  
**Universidad  
de La Laguna**

[ull.es](http://ull.es)







# Arquitectura de marca

## Arquitectura

Ejemplo de configuración  
y relación formal entre  
la marca principal  
y los subemisores.



## Subemisor a 2 líneas de texto

A través de dos pesos tipográficos se establece una jerarquía de lectura.



## Subemisor a 3 líneas de texto

En el caso de subemisores con nombres largos el crecimiento de líneas de texto es hacia abajo.

El Interlineado de Universidad con respecto al subemisor es un poco mayor.

interlineado A

interlineado B = interlineado A x 1,1

Crecimiento de líneas de texto hacia abajo.

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

Universidad de La Laguna

Importante:  
El número máximo de caracteres por línea no debe exceder los 30/32 caracteres, Siempre sin dividir palabras del nombre.

## Subemisor a 4 líneas de texto

En el caso de subemisores con nombres largos el crecimiento de líneas de texto es hacia abajo.

El Interlineado de Universidad con respecto al subemisor es un poco mayor.



## Área de reserva

La configuraciones de marca de los subemisores deben ir rodeadas de tanto espacio libre\* como sea posible, y es importante mantenerla alejada de cualquier otro elemento gráfico.



\* El cálculo del área de reserva es idéntico al de la marca principal, tal y como se describe en este Manual, ya que, de hecho, el subemisor funciona como tal.

## Área de reserva

Ejemplo en subemisores con nombres que ocupan más de dos líneas de texto.



\* El cálculo del área de reserva es idéntico al de la marca principal, tal y como se describe en este Manual, ya que, de hecho, el subemisor funciona como tal.

## Un solo subemisor

En los casos en los que hay un subemisor, **se utiliza solo la firma de ese subemisor.**

NO se permite la coexistencia de la firma de la Universidad con la de subemisores en una misma comunicación.

---

✗ Uso incorrecto



---

✓ Uso correcto



## Varios subemisores en una misma comunicación

En los casos en los que **varios subemisores coinciden en una firma, se sustituye siempre por la firma de la Universidad.**

NO se permite la coexistencia de dos o más subemisores en una misma comunicación.

---

✗ Uso incorrecto



---

✓ Uso correcto



## Cátedras Institucionales

Las entidades colaboradoras en las Cátedras Institucionales forman parte del nombre. Se representan en el texto integrándose así con la institución.

NO hay presencia de logos propios de estas marcas.

interlineado A

interlineado A

interlineado B = interlineado A x 1,1

Crecimiento de líneas de texto hacia abajo.

Cómo calcular el interlineado de Universidad de La Laguna.

## Una sola Cátedra

Las Cátedras Institucionales solo utilizan la firma como subemisor.

NO se permite la coexistencia con otras marcas gráficas en este caso, ya que **sería reiterativo al estar integrado en la propia denominación** de la Cátedra y podría dar la impresión negativa de una colaboración eventual.

✗ Uso incorrecto

**Cátedra de Turismo  
Fundación CajaCanarias  
Ashotel**  
Universidad de La Laguna

**CajaCanarias**  
FUNDACIÓN

**ashotel** 

✓ Uso correcto

**Cátedra de Turismo  
Fundación CajaCanarias  
Ashotel**  
Universidad de La Laguna

## Varias Cátedras en una misma comunicación

En los casos en que **convivan varias Cátedras**, y para **poder representar a las instituciones externas** que colaboran estrechamente con la Universidad, se permite el uso de los logotipos específicos **bajo el epígrafe de 'Colaboradores de Cátedras institucionales'**. Cualquier otro colaborador que pudiera aparecer, estará acogido por otro epígrafe como 'Colabora' o 'Patrocina'.

✗ Uso incorrecto

 **Cátedra de Economía Social y Cooperativa Cajasiete**  
Universidad de La Laguna

 **Cátedra de Turismo Fundación CajaCanarias Ashotel**  
Universidad de La Laguna

✓ Uso correcto

 **Universidad de La Laguna**

Colaboradores de Cátedras institucionales:

 **cajasiete**

 **CajaCanarias**  
FUNDACIÓN

**ashotel** 

## Uso del acrónimo ULL / ull.es

Si bien el uso del acrónimo como imagen se sustituye con la nueva identidad corporativa, por razones de economía de escritura, **se permite el uso como acrónimo en textos**, siempre precedido por una primera aparición de la denominación completa:

**Universidad de La Laguna (ULL)**

Asimismo, por razones funcionales, el **dominio en internet y aplicaciones digitales** que lo precisen (*hashtags*, etc.) seguirán usando el acrónimo.

El texto 'ull.es' tendrá presencia en la mayoría de las aplicaciones:

**ull.es**

Como se define en la arquitectura de marca, no se permiten subemisores con marcas propias. Igualmente **no se permiten submarcas verbales que incluyan el acrónimo ULL**. Estos nombres se sustituirán por su denominación original y se aplicará la arquitectura de marca definida.

Ejemplos:

**Cienci@ULL** → **Unidad de Cultura Científica y de la Innovación**

**GRULL** → **Grupo de Robótica**

✗ **Uso incorrecto**

✓ **Uso correcto**

## Avatares RRSS

Para dotar de una imagen homogénea a la Universidad, y con la comprensible necesidad de personalización en redes sociales, se ofrece una herramienta que permita convivir ambos intereses.

Sustituyendo el fondo de color por fotografías que puedan ser alusivas o descriptivas para el subemisor, y superponiendo nuestro símbolo, podemos **generar fácilmente avatares para las redes sociales que nos identifiquen específicamente y también como parte de la Universidad.**

Debe cuidarse que la imagen de fondo produzca suficiente contraste para permitir que el símbolo tenga legibilidad.

Existe una plantilla disponible para facilitar la utilización de este recurso.

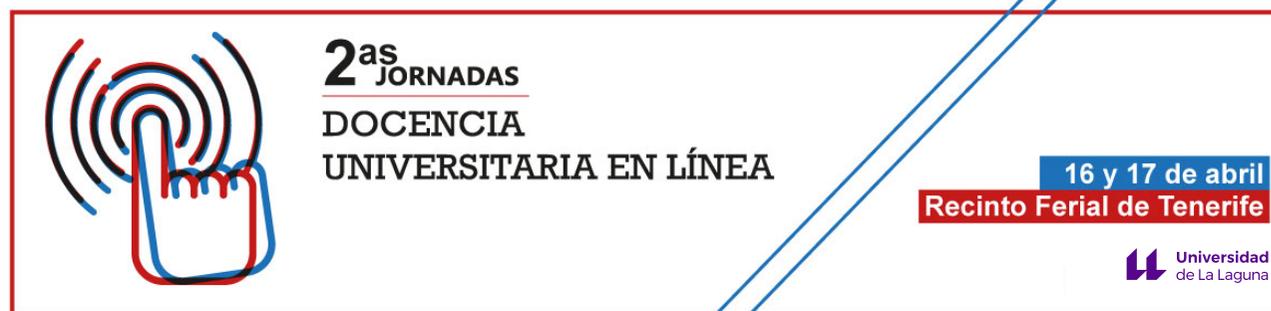


Ejemplo de personalización usando la arquitectura de los diferentes espacios de la Universidad.

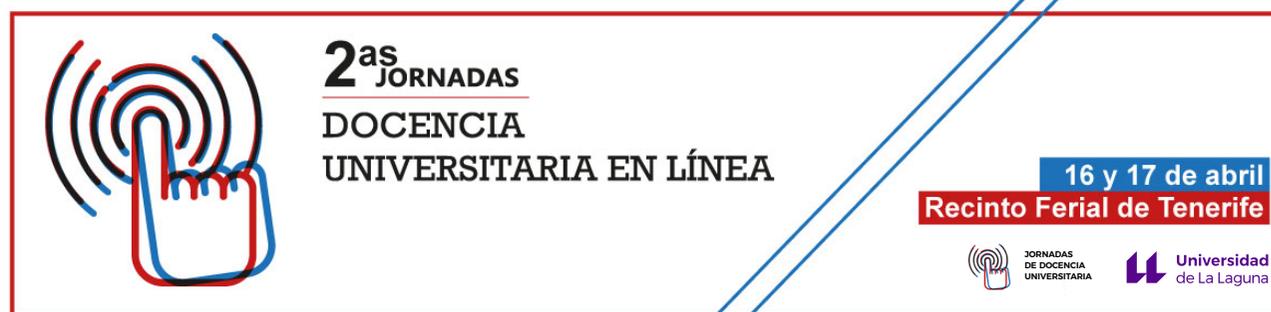
## Marcas para acciones

Si bien no se permiten submarcas fuera de la arquitectura de marca establecida, esto se refiere a los subemisores dentro de la Universidad de La Laguna, es decir, **a aquellos que emiten mensajes y los firman.**

**En el caso de acciones: programas, jornadas, publicaciones, títulos propios, etc., sí se permite que posean una imagen propia.** Pero esta imagen no debe 'logotiparse', es decir, **no debe constar como firma o emisor de ningún mensaje.**



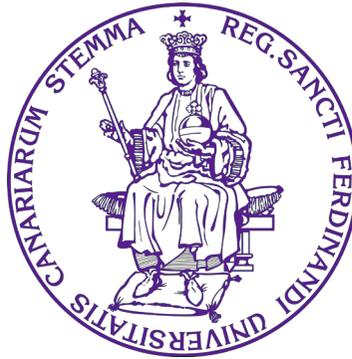
✓ Uso correcto



✗ Uso incorrecto

## Elementos emblemáticos

Los usos de los elementos emblemáticos recogidos en los Estatutos de la Universidad de La Laguna, **se reducen exclusivamente a ocasiones ceremoniales o solemnes** y aquellos otros que el rector o rectora estime conveniente, pudiendo ser regulados por un reglamento específico. No se permite su uso en otras aplicaciones.



PANTONE 2597 C



Negro

**Papelería**

# Tarjeta de visita 85x55 medidas en milímetros

Institucional

Especificaciones de impresión:  
 1 tinta PANTONE 2597C .  
 Papel Offset Blanco puro  
 con certificado FCC de 300gr.



Anverso

- 1. Argentum Sans Medium: 7 pt.  
Interletrado: 5 pt.
- 2. Argentum Sans Light: 6,8 pt.  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 11,2 pt.
- 3. Argentum Sans Light: 6,8 pt.  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 9 pt.
- 4. Argentum Sans Light: 6,8 pt.  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 9,3 pt.
- 5. Argentum Sans SemiBold: 7 pt.  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 10 pt.
- 6. Argentum Sans Regular: 7 pt.  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 10 pt.
- 7. Argentum Sans SemiBold: 7 pt.  
Interletrado: 5 pt.



Reverso



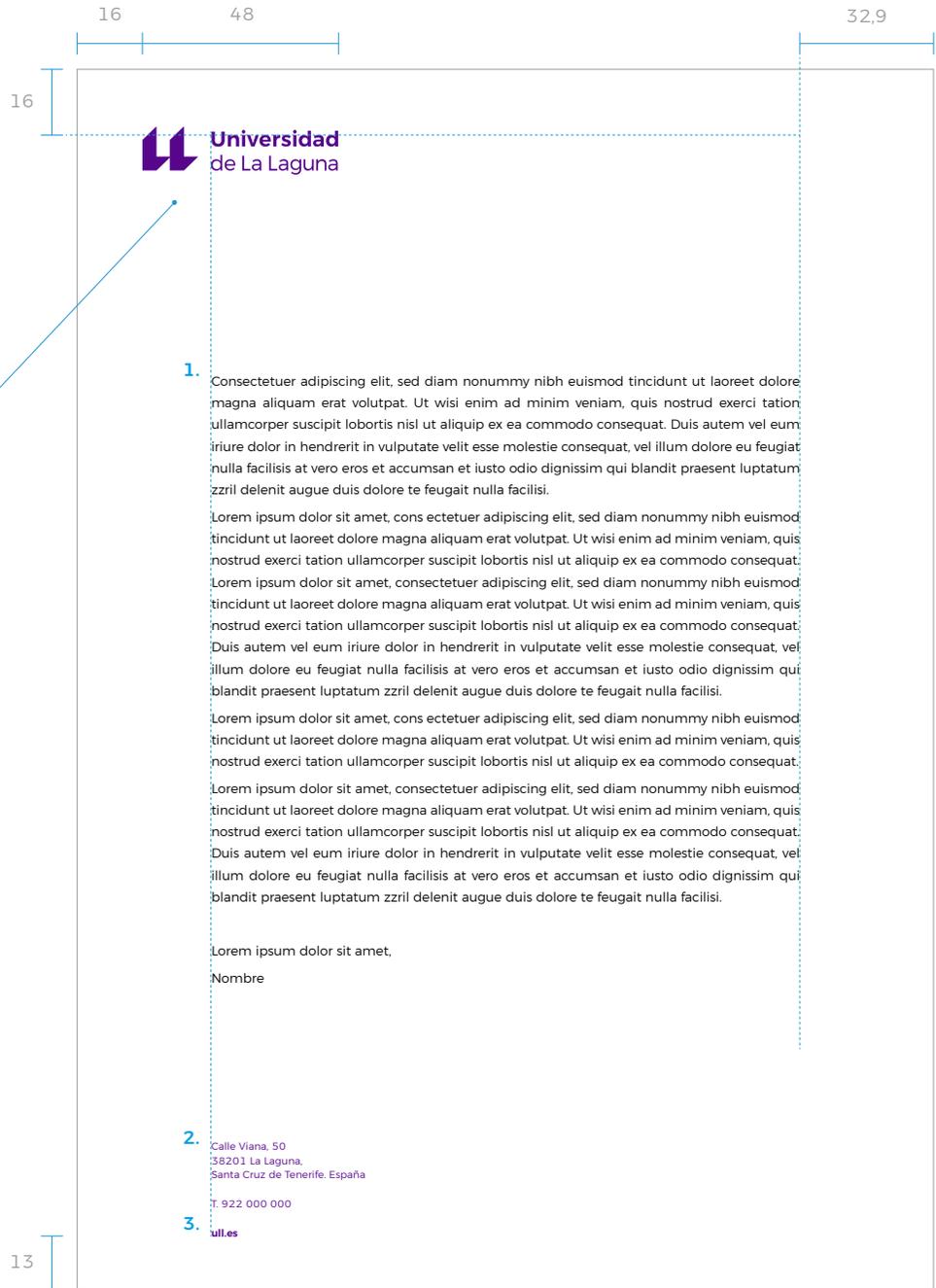
Reverso: Opción sin Departamento

# Papel de Carta 210x297 medidas en milímetros

## Institucional

Especificaciones de impresión:  
 1 tinta PANTONE 2597C .  
 Papel Offset Blanco puro  
 con certificado FCC de 300gr.

1. Argentum Sans Light: 10 pt.\*  
 Interletrado: 5 pt.  
 Interlineado: 16 pt.\*  
*\* Sugerido como norma general*
2. Argentum Sans Light: 7 pt.  
 Interletrado: 5 pt.  
 Interlineado: 10 pt.
3. Argentum Sans SemiBold: 7 pt.  
 Interletrado: 5 pt.



\* Argentum Sans es una evolución de la tipografía **Montserrat**. Para documentos de Google puede utilizarse Montserrat como equivalente.



**Papel de Carta** 210x297 *medidas en milímetros*

Ejemplo subemisor con nombre largo

- 1. Argentum Sans Light: 10 pt. \*  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 16 pt. \*  
*\* Sugerido como norma general*
- 2. Argentum Sans Light: 7 pt.  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 10 pt.
- 3. Argentum Sans SemiBold: 7 pt.  
Interletrado: 5 pt.



16

14

10,6

**Facultad de Ciencias Políticas,  
Sociales y de la Comunicación**  
Universidad de La Laguna

1. Consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

2. Calle Viana, 50  
38201 La Laguna,  
Santa Cruz de Tenerife, España

3. T. 922 000 000  
ull.es

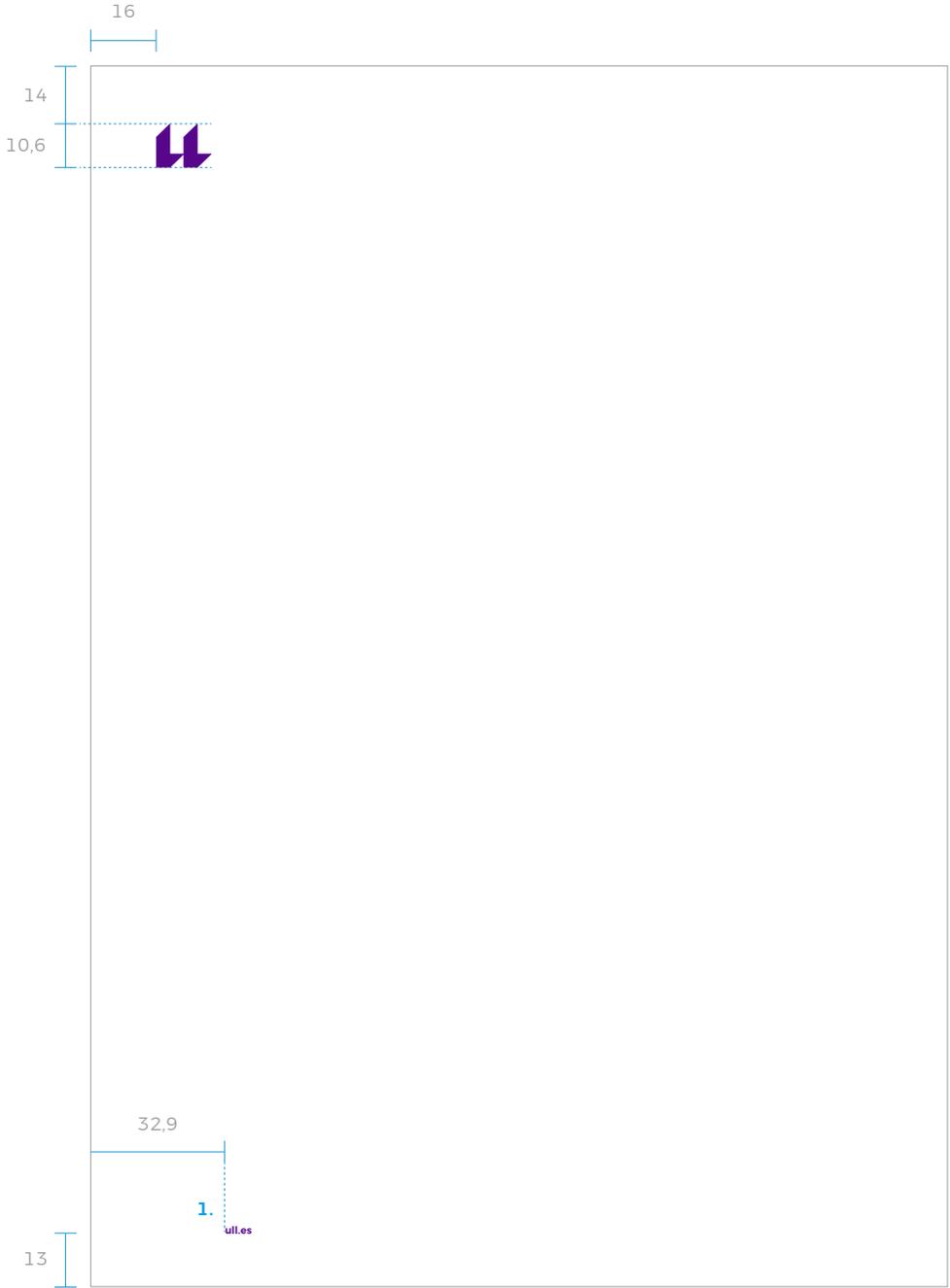
32,9

13

**Papel de Carta** 210x297 *medidas en milímetros*

Segunda hoja

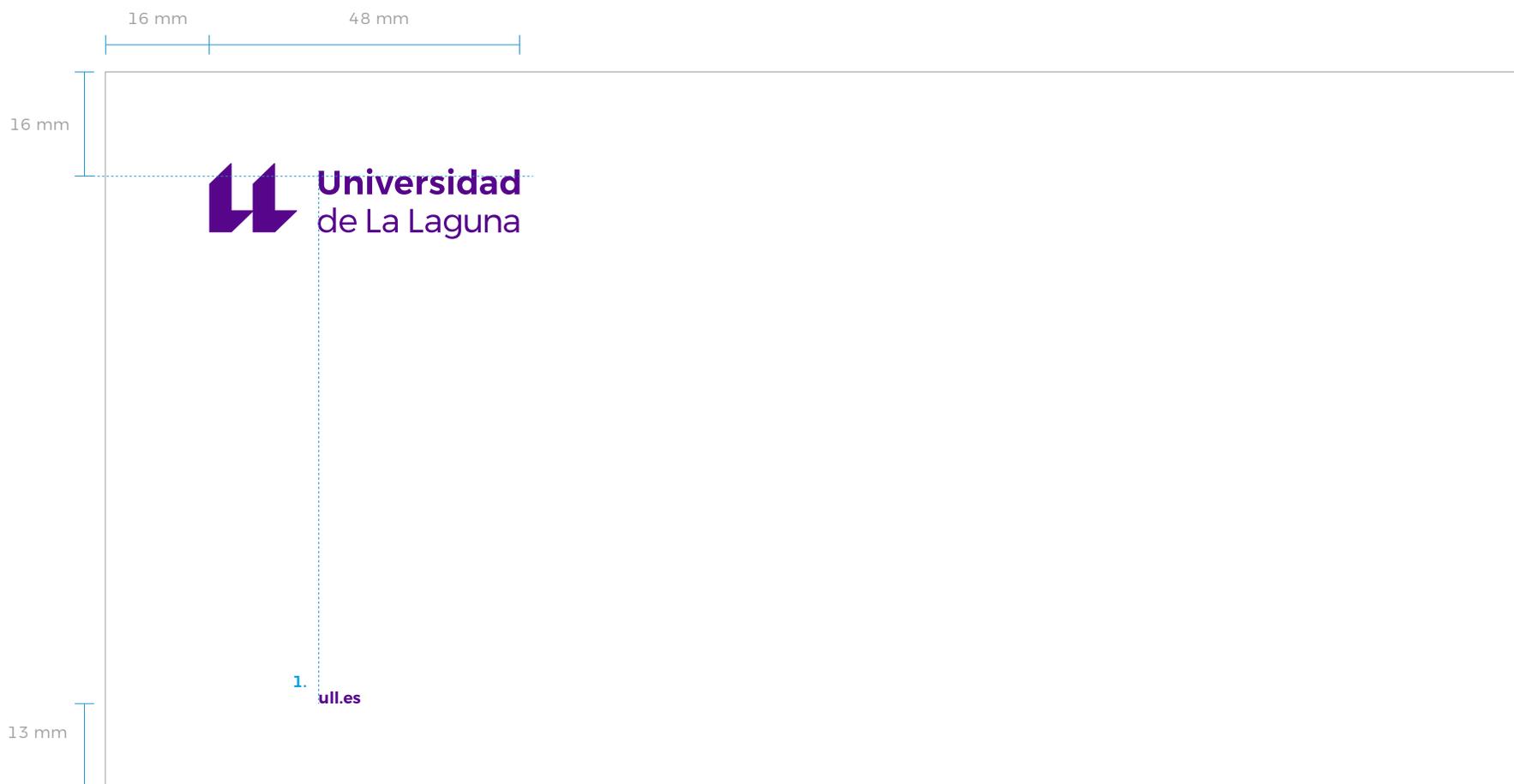
1. Argentum Sans SemiBold: 7 pt.  
Interletrado: 5 pt.



# Sobre Americano 220x110 *medidas en milímetros*

Institucional

1. Argentum Sans SemiBold: 7 pt.  
Interletrado: 5 pt.



## Portada Informes 210x297 *medidas en milímetros*

1. Argentum Sans Medium: 19 pt.  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 25 pt
2. Argentum Sans Light: 19 pt.  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 25 pt.
3. Argentum Sans Light: 12 pt.  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 19 pt.
4. Argentum Sans Light: 9 pt.  
Interletrado: 5 pt.



Área para información



\* Argentum Sans es una evolución de la tipografía **Montserrat**. Para documentos de Google puede utilizarse Montserrat como equivalente.

## Portada Carpeta 230x313 *medidas en milímetros*

Uso interno

- 1. Argentum Sans Medium: 22 pt.  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 32 pt
- 2. Argentum Sans Regular: 10 pt.  
Interletrado: 5 pt.  
Interlineado: 15 pt.



## Firma e-mail

1. Sans Serif/Arial Bold: 10 pt.  
Color: #1a2732
2. Sans Serif/Arial Regular: 10 pt.  
Color: #535d65
3. Sans Serif/Arial Bold: 10 pt.  
Color: #5c068c
4. Sans Serif/Arial Regular: 10 pt.  
Color: #5c068c
5. Sans Serif/Arial Bold: 10 pt.  
Color: #5c068c
6. Sans Serif/Arial Regular e Italic: 6 pt.  
Color: #babec1

1. **Nombre Apellido Apellido**
2. Director de Secretariado de Comunicación

10 mm



**Universidad  
de La Laguna**

3. **Vicerrectorado de  
Relaciones con la Sociedad**
4. Calle Viana, 50  
38201 La Laguna,  
Tenerife. España

T. 922 000 000  
F. 922 000 000

5. **ull.es**

---

6. Por favor, ten en cuenta el medio ambiente antes de imprimir este e-mail.  
Please, keep in mind the environment before printing this e-mail.

1. **Nombre Apellido Apellido**
2. Director de Secretariado de Comunicación



**Universidad  
de La Laguna**

4. Calle Viana, 50  
38201 La Laguna,  
Tenerife. España

T. 922 000 000  
F. 922 000 000

5. **ull.es**

---

6. Por favor, ten en cuenta el medio ambiente antes de imprimir este e-mail.  
Please, keep in mind the environment before printing this e-mail.

# Señalización

## Señalización

En este capítulo se definen unas guías generales de estilo para la señalización de la Universidad de La Laguna.

Las normas generales de la identidad corporativa son aquí aplicables, como el uso de los símbolos corporativos y la tipografía.

En el caso del color, cuando el fondo de la señalización sea Blanco, lo sustituiremos por un Gris Suave, para evitar el efecto reflectante y obtener una mejor lectura.

En general se recomienda realizarla en vinilo de corte de alta durabilidad, en lugar de vinilo impreso, ya que el resultado de color es más fiable, y la calidad y duración de la señal será mucho mayor.



## Panel ubicación

Se define un estilo de planos simplificados, lineales y monocromos, donde destaquen solo los puntos de interés.

1. Argentum Sans SemiBold  
Interletrado: 5 pt.
2. Argentum Sans Light  
Interletrado: 5 pt.
3. Argentum Sans Regular  
Interletrado: 5 pt.

Referencias de color

-  **Violeta** Oracal 404 Purple
-  **Blanco** Oracal 010 White
-  **Gris claro** Oracal 109 Hull White
-  **Gris oscuro** Oracal 072 Light Grey
-  **Naranja** Oracal 047 Orange Red



\* Se recomienda la producción en vinilo de corte.

## Carteles fachadas

Estilo y construcción de carteles señalizadores de edificios.

1. Argentum Sans Medium  
Interletrado: 5 pt.

2. Argentum Sans Light  
Interletrado: 5 pt.



Ejemplo 2 líneas de texto con jerarquía a través de los pesos tipográficos

Referencias de color

 **Violeta** Oracal 404 Purple

 **Blanco** Oracal 010 White



\* Se recomienda la producción en vinilo de corte.

## Carteles fachadas

Estilo y construcción de carteles señalizadores de edificios.

1. Argentum Sans Medium  
Interletrado: 5 pt.



Ejemplo 3 líneas de texto. Para casos donde sea imposible el uso de 2 líneas de texto

Referencias de color

 **Violeta** Oracal 404 Purple

 **Blanco** Oracal 010 White



\* Se recomienda la producción en vinilo de corte.

## Placas exteriores

Estilo y construcción de placas exteriores de edificios.

**1.** Argentum Sans Medium  
Interletrado: 5 pt.



Referencias de color

**Violeta** Oracal 404 Purple

**Gris claro** Oracal 109 Hull White

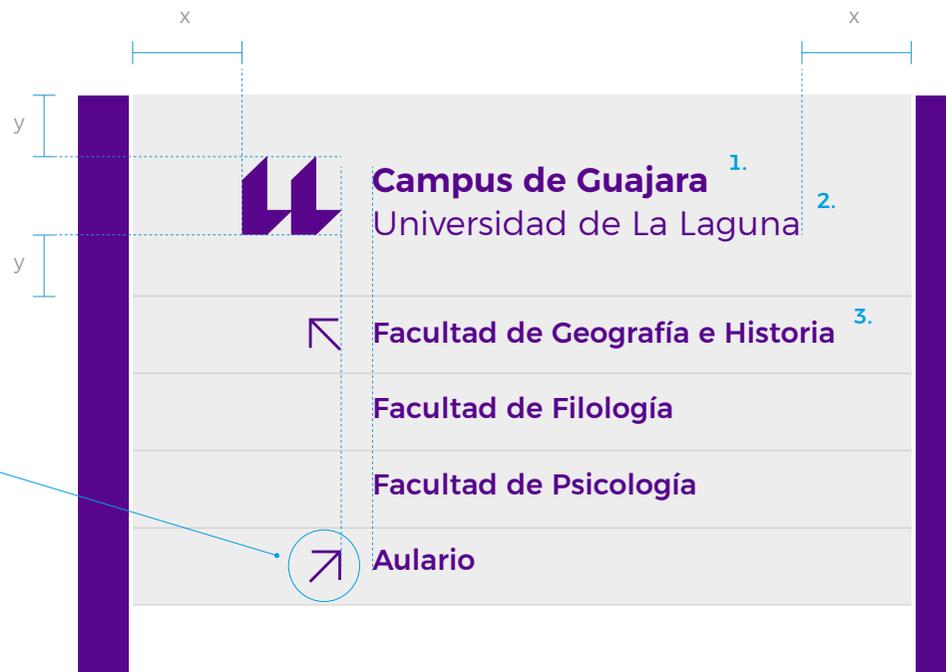
\* Se recomienda la producción en vinilo de corte.

## Direccionales

Estilo y construcción de direccionales exteriores.

- 1. Argentum Sans SemiBold  
Interletrado: 5 pt.
- 2. Argentum Sans Light  
Interletrado: 5 pt.
- 3. Argentum Sans Medium  
Interletrado: 5 pt.

Estilo gráfico para flechas



Referencias de color

 **Violeta** Oracal 404 Purple

 **Cris claro** Oracal 109 Hull White



Ejemplos de desarrollo

\* Se recomienda la producción en vinilo de corte.

## Directorios edificios

Estilo y construcción de directorios de edificios.

1. Argentum Sans SemiBold  
Interletrado: 5 pt.
2. Argentum Sans Light  
Interletrado: 5 pt.
3. Argentum Sans Medium  
Interletrado: 5 pt.



Referencias de color

 **Violeta** Oracal 404 Purple

 **Gris claro** Oracal 109 Hull White

## Directorios

Estilo y construcción de directorios de edificios.

- 1. Argentum Sans SemiBold  
Interletrado: 5 pt.
- 2. Argentum Sans Light  
Interletrado: 5 pt.
- 3. Argentum Sans Regular  
Interletrado: 5 pt.



Referencias de color

- Violeta** Oracal 404 Purple
- Gris claro** Oracal 109 Hull White

# Photocall



