

---

# MANUAL DE APLICACIÓN DEL CLAIM DEL GOBIERNO VASCO

2013

COMPROMISO CON LAS PERSONAS

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

---

---

# MANUAL DE APLICACIÓN DEL CLAIM DEL GOBIERNO VASCO

*2013*

**COMPROMISO CON LAS PERSONAS**

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia

Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

Vitoria-Gasteiz 2013

Un registro bibliográfico de esta obra puede consultarse en el catálogo de la Biblioteca General del Gobierno Vasco: <http://bibliotekak.euskadi.net/WebOpac>

<b>Edición:</b>	Julio 2013
<b>Tirada:</b>	40 ejemplares
<b>©</b>	Administración de la Comunidad Autónoma de Euskadi Lehendakaritza
<b>Internet:</b>	<a href="http://www.euskadi.net">www.euskadi.net</a>
<b>Edita:</b>	Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco
<b>Dirección del Proyecto:</b>	Secretaría General de la Presidencia
<b>Ejecución y coordinación:</b>	Dirección de Comunicación
<b>Impresión:</b>	Servicio de Imprenta y Reprografía del Gobierno Vasco
<b>Depósito legal:</b>	VI 203-2013



LEHENDAKARITZA

Lehendakaritzaren Idazkaritza Nagusia

PRESIDENCIA

Secretaría General de la Presidencia

RESOLUCIÓN DE 2 DE JULIO DE 2013, DEL SECRETARIO GENERAL DE LA PRESIDENCIA, DE MODIFICACIÓN PARCIAL DE LA RESOLUCIÓN DE 24 DE MAYO DE 2000, DEL SECRETARIO DE LA PRESIDENCIA, POR LA QUE SE APRUEBAN LAS APLICACIONES DEL MANUAL DE IDENTIDAD REFERIDAS A LOS SOPORTES DE COMUNICACIÓN DE PUBLICIDAD, PAPELERÍA, PUBLICACIONES, PARQUE MÓVIL Y SEÑALÉTICA.

El Decreto 318/1999, de 31 de agosto, por el que se regula el Manual de Identidad Corporativa del Gobierno Vasco, en su Disposición Final Primera, establece que la aplicación de las especificaciones y normas básicas de identidad corporativa a los diferentes soportes de comunicación, en particular en papelería, publicidad, publicaciones, parque móvil y señalética, se determinará por Resolución del Secretario de la Presidencia.

Así, mediante Resolución de 24 de mayo de 2000, del Secretario de la Presidencia, se aprobaron las aplicaciones del Manual de Identidad referidas a los soportes de comunicación de papelería, publicidad, publicaciones, parque móvil y señalética.

El Consejo de Gobierno aprobó, el 11 de junio de 2002, un signo de identidad específico para su aplicación en todas las campañas publicitarias y actuaciones divulgativas del Gobierno Vasco, consistente en la inclusión del mensaje unificador o "claim"-Un país en marcha/Aurrera doan herria- sobre la marca corporativa del Gobierno Vasco. En consecuencia, mediante Resolución de 12 de junio de 2002, del Secretario General de la Presidencia se realizó una modificación parcial de la precitada Resolución de 24 de mayo de 2000, al objeto de incluir en el soporte de Publicidad del referido Manual el citado "claim".

Con fecha 11 de junio de 2013 y sustituyendo al anterior, el Consejo de Gobierno ha aprobado un nuevo signo de identidad específico para su aplicación en todas las campañas publicitarias y actuaciones divulgativas del Gobierno Vasco, consistente en la inclusión de un mensaje unificador o "claim" – COMPROMISO CON LAS PERSONAS-PERTSONA HELBURU- sobre la marca Corporativa del Gobierno Vasco.

En su virtud,

RESUELVO:

Primero:

Modificar parcialmente la Resolución de 24 de mayo de 2000, del Secretario de la Presidencia, por la que se aprueban las aplicaciones del Manual de Identidad referidas a los soportes de comunicación de papelería, publicidad, publicaciones, parque móvil y señalética

Segundo:

Incluir en el soporte de Publicidad del referido Manual, el mensaje unificador o "claim" - COMPROMISO CON LAS PERSONAS/PERTSONA HELBURU -, en los términos establecidos en el Anexo.

Tercero:

Dejar sin efecto la Resolución de 12 de junio de 2002, del Secretario General de la Presidencia, de modificación parcial de la Resolución de 24 de mayo de 2000, del Secretario de la Presidencia, por la que se aprueban las aplicaciones del Manual de Identidad referidas a los soportes de comunicación de papelería, publicidad, publicaciones, parque móvil y señalética.

Cuarto:

La presente Resolución surtirá efectos, a partir del día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial del País Vasco.

Vitoria-Gasteiz, 2 de julio de 2013

Jesús Peña  
Secretario General de la Presidencia

# Índice

Introducción	pág. 6
1. El claim	pág. 7
2. Los símbolos	pág. 9
3. Construcción de la marca	pág. 10
4. Los idiomas	pág. 14
5. Los colores	pág. 15
6. Tipografía	pág. 19
7. Usos	pág. 20
8. Convivencia con otras marcas	pág. 21
9. Aplicaciones impresas	pág. 24
10. Aplicaciones audiovisuales	pág. 29
11. Aplicaciones web	pág. 31
12. Aplicaciones incorrectas	pág. 34
Anexo. Material digital aportado	pág. 35

# Introducción

Tras la adopción por parte del Gobierno Vasco de un nuevo claim, recogemos en este documento una serie de normas que pretenden definir su aplicación junto a la marca del Gobierno Vasco.

El claim posiciona, representa y verbaliza la filosofía del Gobierno Vasco. Por lo tanto merece una explicación pormenorizada de su filosofía y de su aplicación en los diferentes contextos y medios en los que la marca del Gobierno Vasco tendrá presencia gráfica.

Este manual tiene el objetivo de plasmar en un documento las instrucciones de aplicación del nuevo claim del Gobierno Vasco y de recoger los requisitos técnicos necesarios para que dicho claim mantenga una coherencia en todas las comunicaciones del Gobierno.

Este Manual de aplicación del claim complementa al Manual de Identidad Corporativa del Gobierno Vasco durante el período de vigencia del claim.

La correcta aplicación del claim será supervisada por la Comisión Interdepartamental de Publicidad integrada por las personas responsables de Prensa de cada departamento.

# 1. ¿Qué es un claim?

El claim es una frase corta que resume la filosofía, el posicionamiento o la misión comercial de una organización, compañía o marca.

El claim normalmente acompaña al logotipo de una marca a modo de cierre en sus comunicaciones.

Para conseguir que la marca sea diferenciadora y notoria se requiere constancia y rigurosidad en su aplicación.

## ¿Cuáles son las principales ventajas de contar con un claim?

- **Mantener una coherencia supone eficacia en comunicación.**

Firmar todas las comunicaciones con un mismo código gráfico asienta una imagen nítida y unívoca de la persona emisora.

Nos ayudará a conseguir una mayor notoriedad para los proyectos del Gobierno Vasco a través de sus distintos departamentos y organismos.

- **Homogeneizar el claim aúna esfuerzos.**

La formulación del claim apoya y refuerza los mensajes sectoriales.

- **Recuerda la filosofía constantemente.**

La presencia del claim, en la mayor parte de comunicaciones, refuerza el posicionamiento de marca y, al mismo tiempo, al actuar a modo de firma, actúa como garantía.

# El claim del Gobierno Vasco

El posicionamiento del Gobierno Vasco está basado en las personas como eje principal de su plan de gobierno. Las personas serán siempre su punto de inicio y su punto de destino. Las personas como origen y como fin, en todos los ámbitos y en todas las dimensiones.

Así, a través incluso de su claim, el Gobierno Vasco se compromete a actuar siempre bajo una directriz de **“compromiso con las personas”**.

Las personas como justificación que da sentido a toda la acción. Como razón que provoca el estado del bienestar. Como interés general y colectivo de toda la sociedad vasca.

*El claim castellano*

# COMPROMISO CON LAS PERSONAS

*El claim euskera*

# PERTSONA HELBURU



# 2. Los símbolos

El claim se compone de dos elementos: el texto y los símbolos de personas que representan el conjunto de la sociedad vasca.

Las siluetas nos ayudan a visualizar el foco de la acción del Gobierno: las personas y su bienestar son lo primero.

### *Símbolos*



Las personas son lo primordial para el Gobierno, tanto es así, que se introducen en la materialización gráfica de su claim.

### *El claim castellano*

**COMPROMISO CON LAS PERSONAS**

### *El claim euskera*

**PERTSONA HELBURU**

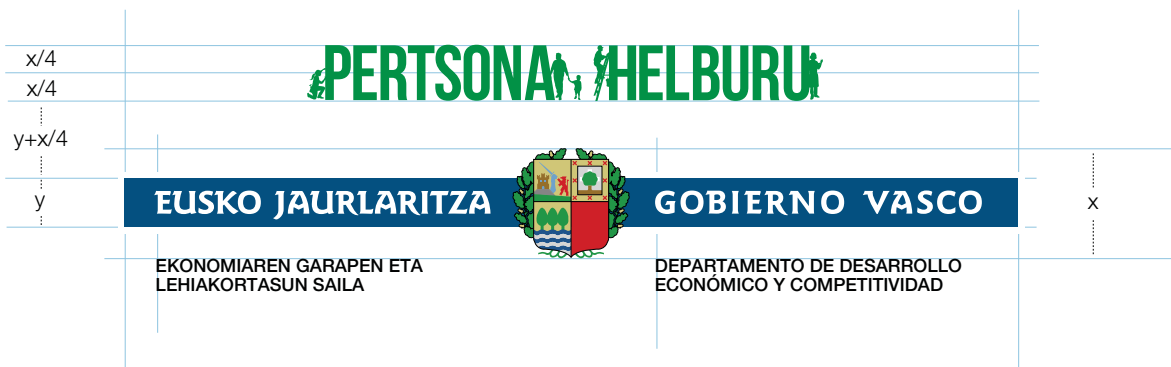
## 3. Construcción de la marca

El claim se aplicará solamente a las disposiciones centrada y horizontal de la marca. En el caso de formatos pequeños se recomienda la versión centrada.

### *Marca horizontal monolingüe color*

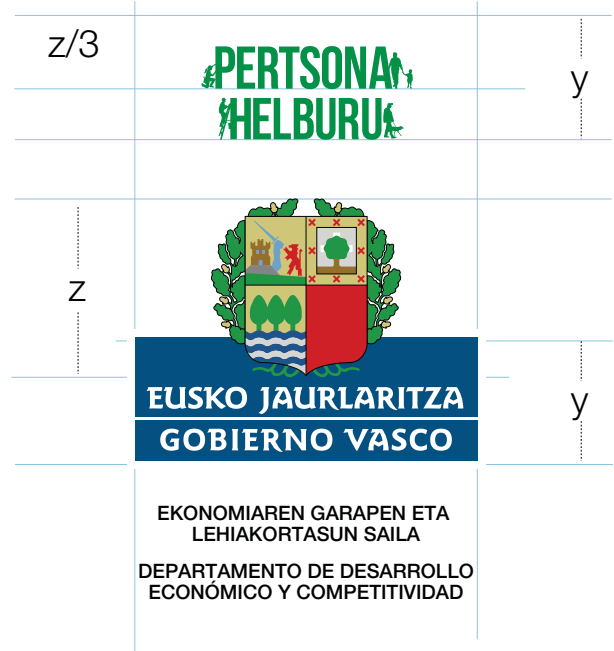


### *Marca horizontal monolingüe color*



### 3. Construcción de la marca

#### Marca centrada monolingüe color



#### Marca horizontal bilingüe (salvo excepciones) color



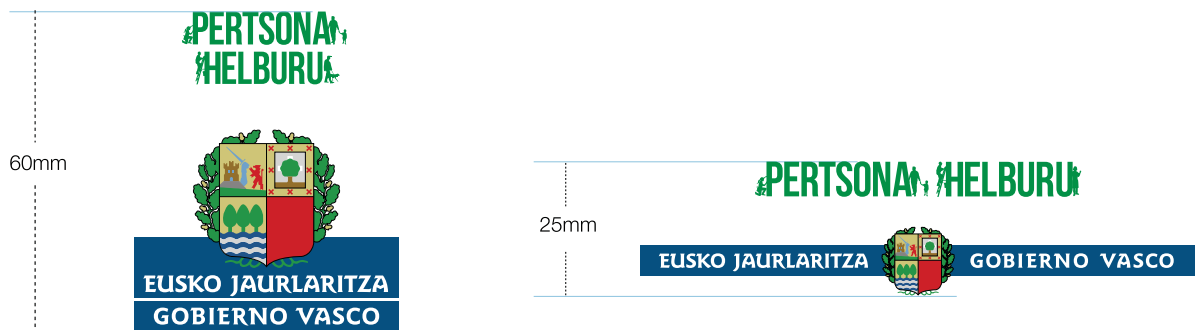
### 3. Construcción de la marca

## Licencias de reducción de marca con claim

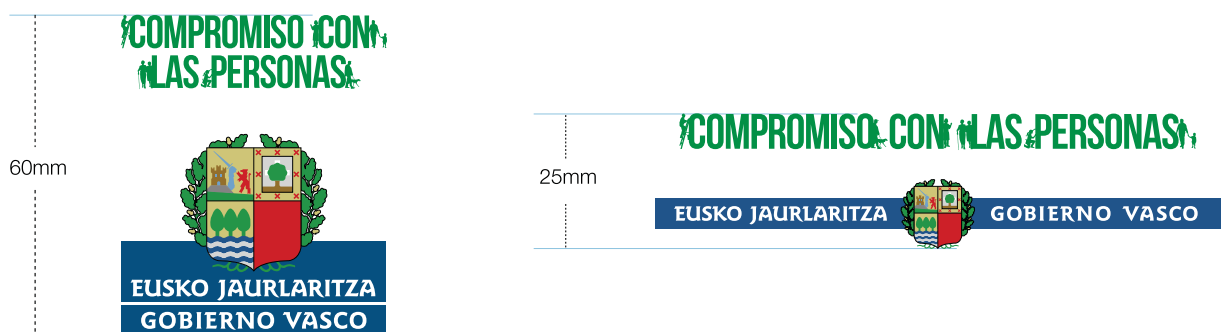
### a) Licencia para el uso del claim sin siluetas

Para garantizar la legibilidad del claim, se admite el uso del mismo sin los iconos de las personas que lo componen, cuando dejan de ser claramente visibles. Proponemos prescindir de los iconos en las siguientes disposiciones de idioma por debajo de estos tamaños mínimos:

#### Monolingüe euskera



#### Monolingüe castellano



#### Bilingüe



### 3. Construcción de la marca

#### b) Reducción mínima

Éste es el tamaño mínimo permitido. Más pequeño no sería legible.

*Reducción mínima de marca*



*Reducción mínima de marca*



*Reducción mínima de marca*



# 4. Los idiomas

Nuestra propuesta aboga por emplear un único enunciado del claim (<sup>^</sup>usk<sup>^</sup>ra o castellano), de acuerdo a la lengua de la comunicación de cada soporte.

El objetivo es concentrar la fuerza en un único concepto y mejorar la efectividad de la comunicación.

También hemos desarrollado una formulación bilingüe del claim junto al logo del Gobierno que, en nuestra opinión, sólo debería utilizarse en casos muy puntuales.

### Marca horizontal color



### Marca vertical color



# 5. Los colores del claim

El color es el verde de Euskadi. De sus montes y campos. El verde es un color templado, que alude a la tierra, con lo que adquiere connotaciones cálidas que tienen que ver con nuestra identidad.

### *Indicaciones claim* **Wlor**

**COMPROMISO CON LAS PERSONAS**



CUATRICROMIA  
100% cyan  
100% amarillo  
PANTONE 347 C  
PANTONE 355 U

C = Color para impresión sobre papel **brillo**  
U = Color para impresión sobre papel **mate**

### *Indicaciones claim* *a onocolor*

**COMPROMISO CON LAS PERSONAS**



CUATRICROMIA  
100% negro

# El uso en color

*Marca horizontal monolingüe color*

**COMPROMISO CON LAS PERSONAS**

**EUSKO JAURLARITZA**



**GOBIERNO VASCO**

EKONOMIAREN GARAPEN ETA  
LEHIAKORTASUN SAILA

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO  
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

*Marca horizontal monolingüe color*

**PERTSONA HELBURU**

**EUSKO JAURLARITZA**



**GOBIERNO VASCO**

EKONOMIAREN GARAPEN ETA  
LEHIAKORTASUN SAILA

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO  
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

*Marca centrada monolingüe color*

**COMPROMISO CON  
LAS PERSONAS**



**EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO**

EKONOMIAREN GARAPEN ETA  
LEHIAKORTASUN SAILA  
DEPARTAMENTO DE DESARROLLO  
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

**PERTSONA  
HELBURU**



**EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO**

EKONOMIAREN GARAPEN ETA  
LEHIAKORTASUN SAILA  
DEPARTAMENTO DE DESARROLLO  
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD



## El uso en color

*Marca horizontal bilingüe  
color*



## El uso en monocolor

*Marca horizontal monolingüe monocolor*

**COMPROMISO CON LAS PERSONAS**

**EUSKO JAURLARITZA**



**GOBIERNO VASCO**

EKONOMIAREN GARAPEN ETA  
LEHIAKORTASUN SAILA

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO  
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

*Marca horizontal monolingüe monocolor*

**COMPROMISO CON LAS PERSONAS**

**EUSKO JAURLARITZA**



**GOBIERNO VASCO**

EKONOMIAREN GARAPEN ETA  
LEHIAKORTASUN SAILA

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO  
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

*Marca centrada monolingüe monocolor*

**COMPROMISO CON  
LAS PERSONAS**

**PERTSONA  
HELBURU**



**EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO**

EKONOMIAREN GARAPEN ETA  
LEHIAKORTASUN SAILA  
DEPARTAMENTO DE DESARROLLO  
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD



**EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO**

EKONOMIAREN GARAPEN ETA  
LEHIAKORTASUN SAILA  
DEPARTAMENTO DE DESARROLLO  
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

# 6. La tipografía

La tipografía elegida para el claim es la BEBAS NEUE.

Es una tipografía sans serif (sin serifa) que recuerda a las tipos móviles de madera de la era industrial. Sus formas rotundas y racionalistas le otorgan una gran legibilidad al tiempo que transmite estabilidad y seguridad.

Para este claim se ha utilizado la caja alta para reforzar la idea de convicción. El compromiso con las personas es una declaración de intenciones en firme.

### *Bebas Neue*

*\* no existe la minúscula de esta tipografía*

**ABCDEFGHIJKLMNÑO  
PQRSTUVWXYZ  
0123456789**

### *Arial*

*\* tipografía para textos y uso web*

ABCDEFGHIJKLMNÑO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

# 7. Usos

Para la aplicación del claim, habrá que determinar la adecuación del proyecto iniciativa a comunicar. Los proyectos más comunicables bajo este paraguas deberían ser los que abordan políticas o iniciativas sociales.

### a) Publicidad

El claim se incluirá en: spots, cuñas, prensas, vídeos, folletos, carteles, exterior, interactivo, redes sociales. Anuncios oficiales: no incluiremos claim.

### b) Eventos y RRPP

El claim se incluirá en:

- Ferias y exposiciones
- Actos de RRPP
- Objetos promocionales
- Publicity

### c) Papelería del Gobierno

No se incluirá en la papelería del Gobierno, dado que no ofrece información de carácter publicitario o promocional.

### d) Publicaciones del Gobierno

Si son editadas por el Gobierno Vasco o alguna entidad dependiente y transmiten un proyecto de futuro, en vías de desarrollo o ya culminado, la inclusión del claim quedará a criterio de la persona responsable de la publicación.

### e) Vehículos

No se incluirá claim si estos son oficiales.

Sólo se podrá utilizar claim en el caso de que estén destinados a acciones promocionales muy determinadas.

### f) Señalética

Sí se podrá utilizar el claim en aquellos paneles informativos que indiquen el emplazamiento de una obra, proyecto público y que, por sus dimensiones, permita una correcta visibilidad del logo y del claim.

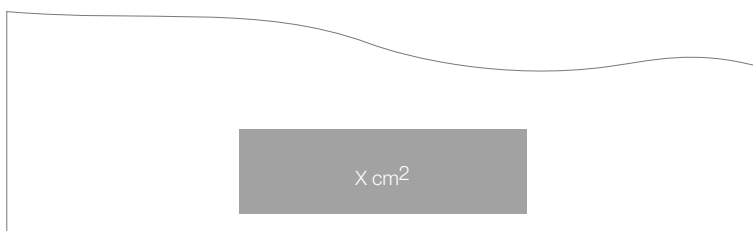
No en los casos de paneles puramente indicativos.

# 8. Convivencia con otras marcas

Planteamos una norma básica de incluir el claim en la comunicación.  
Decidiremos la inclusión o no, en función de quién firme esa comunicación.

**Sólo el Gobierno Vasco:** cuando el único firmante sea el Gobierno Vasco, siempre se aplicará el claim según lo establecido.

### Relación de proporciones



### Ejemplo

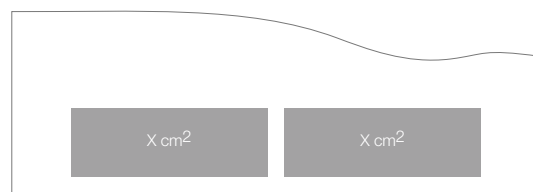
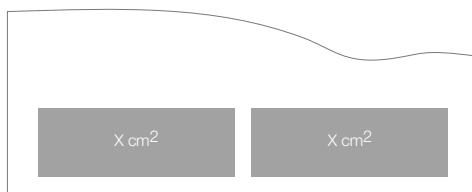


## 8. Convivencia con otras marcas

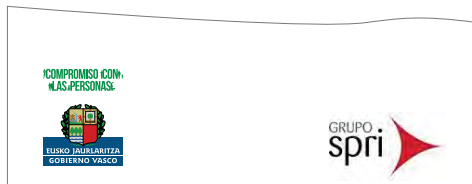
**El Gobierno Vasco y entidades relacionadas:** sólo aparecerá el claim cuando la entidad colabore en condiciones de igualdad con el Gobierno Vasco, en este caso ambas marcas aparecerán en el mismo soporte, siendo el área de ambas del mismo tamaño.

No incluirá el claim en el caso de que la entidad actúe en solitario. La marca del Gobierno Vasco deberá figurar en el mismo soporte que la otra marca, ateniéndose al manual de identidad corporativa, en tamaño no menor al 30% del área de la marca de la entidad. En este caso, la marca del Gobierno Vasco llevará la mención “Organismo Autónomo del ...”, “Sociedad Pública del ...”.

### Relación de proporciones



#### Ejemplo 1



#### Ejemplo 2



#### Ejemplo 3



#### Ejemplo 4



#### Ejemplo 5



#### Ejemplo 6

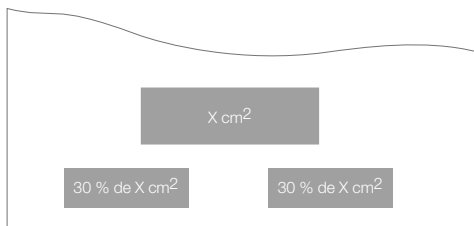


## 8. Convivencia con otras marcas

### El Gobierno Vasco y otras instituciones y empresas privadas:

a) Cuando predomina el Gobierno Vasco: en este caso el peso de la comunicación lo lleva el Gobierno Vasco por su mayor participación o por cualquier motivo. Se aplicará la marca con el claim en mayor tamaño.

#### Relación de proporciones

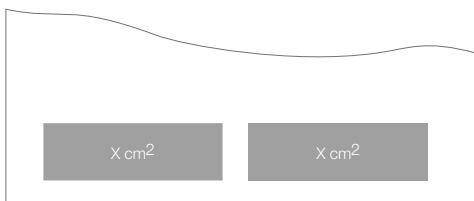


#### Ejemplo 1



b) Cuando las dos marcas comparten el mismo nivel, no se incluirá el claim y se respetará la aplicación habitual de la marca, manteniendo ambas en las mismas proporciones.

#### Relación de proporciones

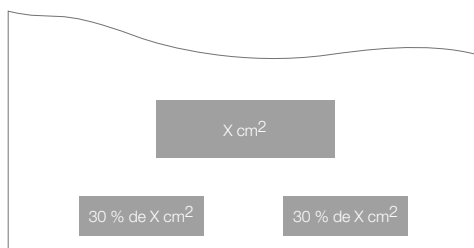


#### Ejemplo 2



c) Predomina la empresa sobre el Gobierno Vasco: en el caso en el que la presencia de la marca del Gobierno Vasco sea secundaria, testimonial o aparezca entre una enumeración de marcas, se aplicará como se indica en el manual genérico y no se incluirá el claim, al no poder asegurar su correcta identificación.

#### Relación de proporciones



#### Ejemplo 3



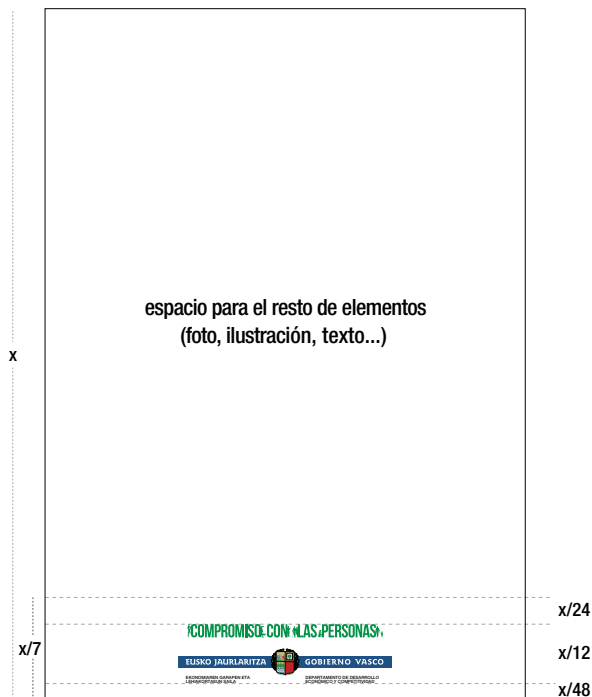
Nota: en este caso se plantea una norma general a aplicar. Sin embargo recomendamos respetar los manuales corporativos de la empresa que conviva con nuestra marca. En estos casos se estudiará y desarrollará la aplicación concreta.

## 9. Aplicaciones impresas

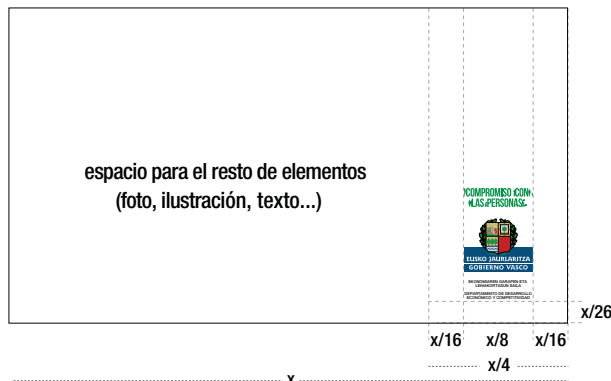
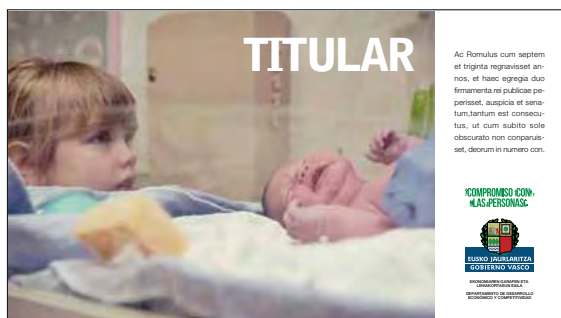
Cuando se aplique la marca con el claim en los soportes impresos, se deberá tener en cuenta el espacio de protección para alojar el claim. La relación proporcional se deberán regir, en la medida de lo posible, como en estos ejemplos.

### Prensa y revistas

**Ejemplo 1: integración de la marca: prensa página (255x366 mm.)**  
**Zonas de protección de marca**



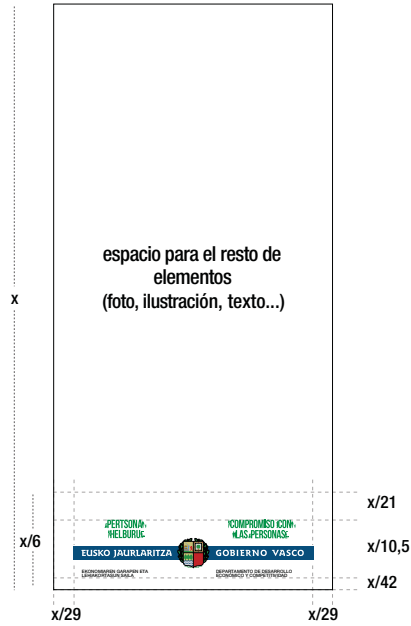
**Ejemplo 2: integración de la marca: prensa faldón (255x144 mm.)**  
**Zonas de protección de marca**



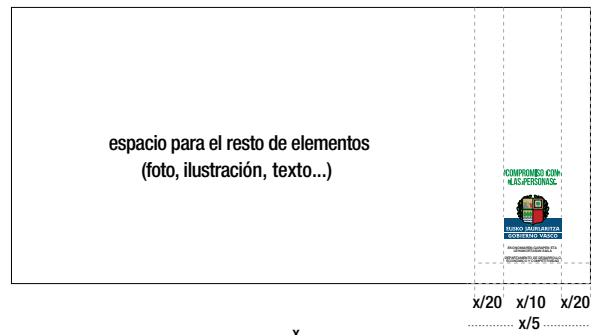
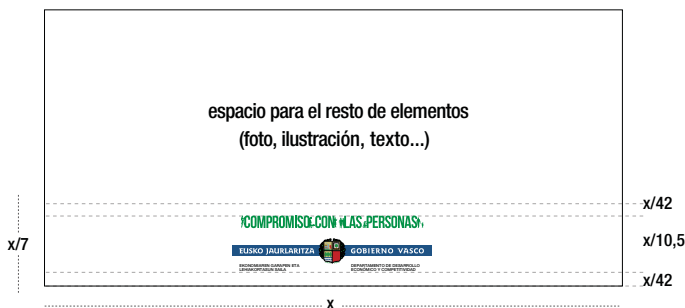


# Folletos y encartes

**Ejemplo 1: Integración de la marca: folleto (portada 100x210 mm.)**  
**Zonas de protección de marca**

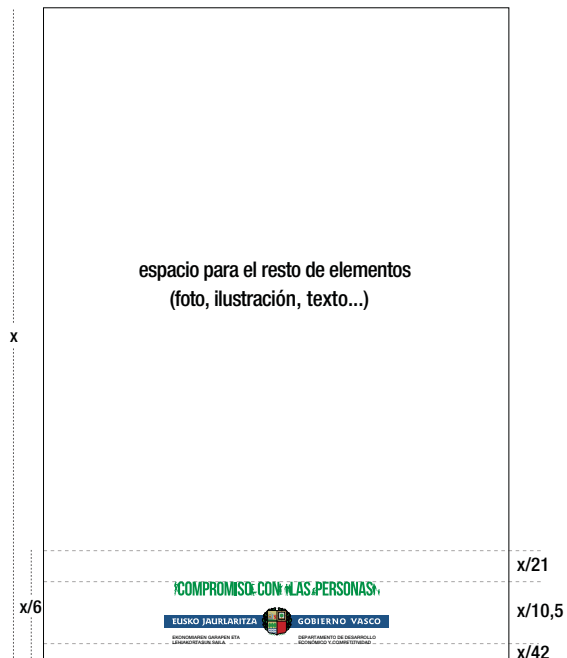
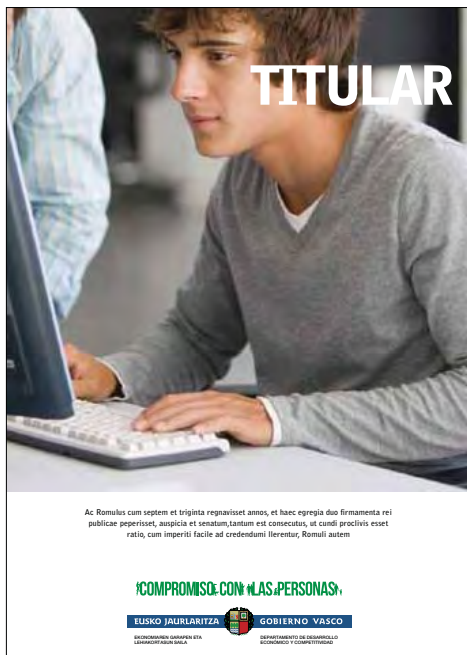


**Ejemplo 2: Integración de la marca: folleto apaisado (portada 100x210 mm.)**  
**Zonas de protección de marca**

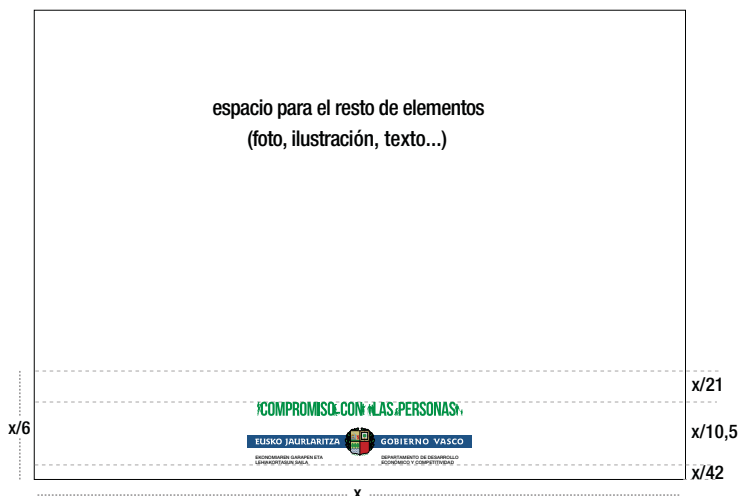


## Carteles

**Ejemplo 1: Integración de la marca: *W*rtel**  
**(500x700mm.)**  
**Zonas de protección de marca**



**Ejemplo 2: Integración de la marca: *W*rtel apaisado**  
**(500x700mm.)**  
**Zonas de protección de marca**

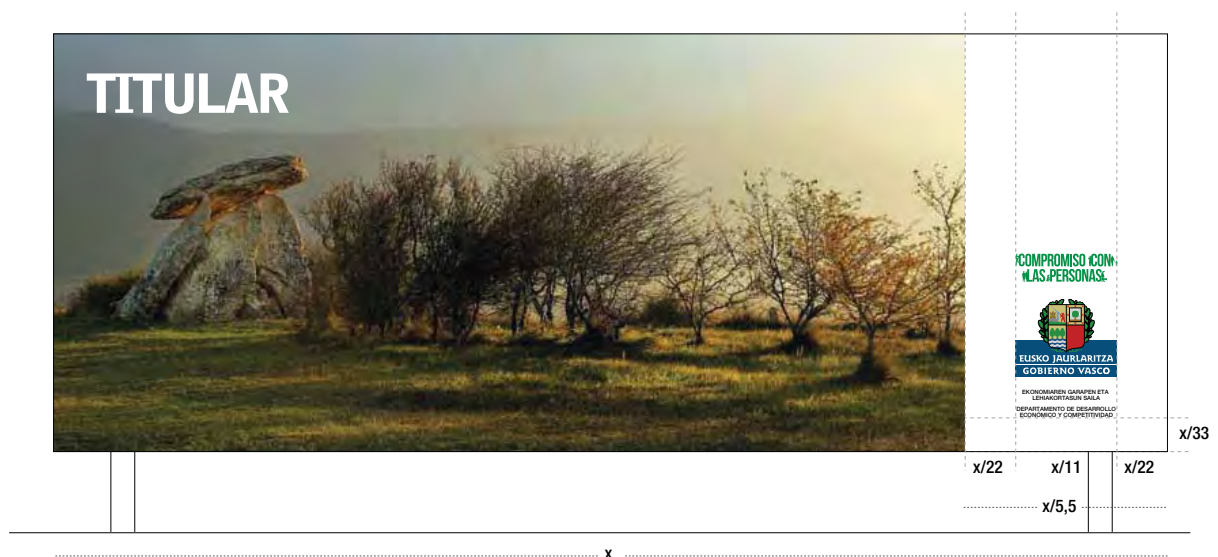


# Publicidad exterior

**Ejemplo 1: Integración de la marca: jalla 3x4**  
**Zonas de protección de marca**



**Ejemplo 2: Integración de la marca: jalla 3x8**  
**Zonas de protección de marca**



# Actos de relaciones públicas

*Ejemplo: fueda de prensa*



En principio el claim aparecerá sólo en el idioma en el que vaya a desarrollarse el acto. Pero si éste es bilingüe, se usará la versión bilingüe de la marca con claim.

# 10. Aplicaciones audiovisuales

## Televisión cartela final

Como norma general, todos los spots que incluyan la marca del Gobierno Vasco deberán finalizar con una cartela en la que aparecerán marca y claim sobre fondo blanco.

### Formatos:

Según la duración del spot, la cartela presentará los siguientes formatos:

- **45” o más.** La cartela final durará un mínimo de 5”. Sobre fondo blanco se superimpresionará la marca del Gobierno Vasco y el claim, junto a su locución correspondiente.
- **30”.** La cartela final durará un mínimo de 3”. Sobre el fondo blanco, se superimpresionará la marca del Gobierno Vasco y el claim, junto a su locución correspondiente.
- **Menos de 30”.** La cartela final durará un mínimo de 2”. Sobre el fondo blanco se superimpresionará la marca del Gobierno Vasco y el claim, junto a su locución correspondiente.

### Secuencia de televisión



# Radio cola final

Todas las cuñas deberán incorporar una cola final de 4" con la locución "Compromiso con las personas. Gobierno Vasco" o "Pertsona helburu. Eusko Jaurlaritza".

### **Cierre institucional a incluir en las cuñas en castellano:**

Compromiso con las personas  
Gobierno Vasco

### **Cierre institucional a incluir en las cuñas en euskera:**

Pertsona helburu  
Eusko Jaurlaritza

El claim también tiene una opción declinable. En este caso se cerrará como en el siguiente ejemplo.

### • **Ejemplo de cuña con cierre declinado. Cuña ficticia de educación:**

*(Sfx: sonido sirena de clase)*

*LOC.:*

*Es hora de pensar en entrar a clase.*

*El próximo día veintiocho se abre el plazo para la prematrícula de la escuela pública para el curso 2013-2014. Infórmate ya en [www.hezkuntza.net](http://www.hezkuntza.net)*

*Compromiso con la escuela pública vasca.\**

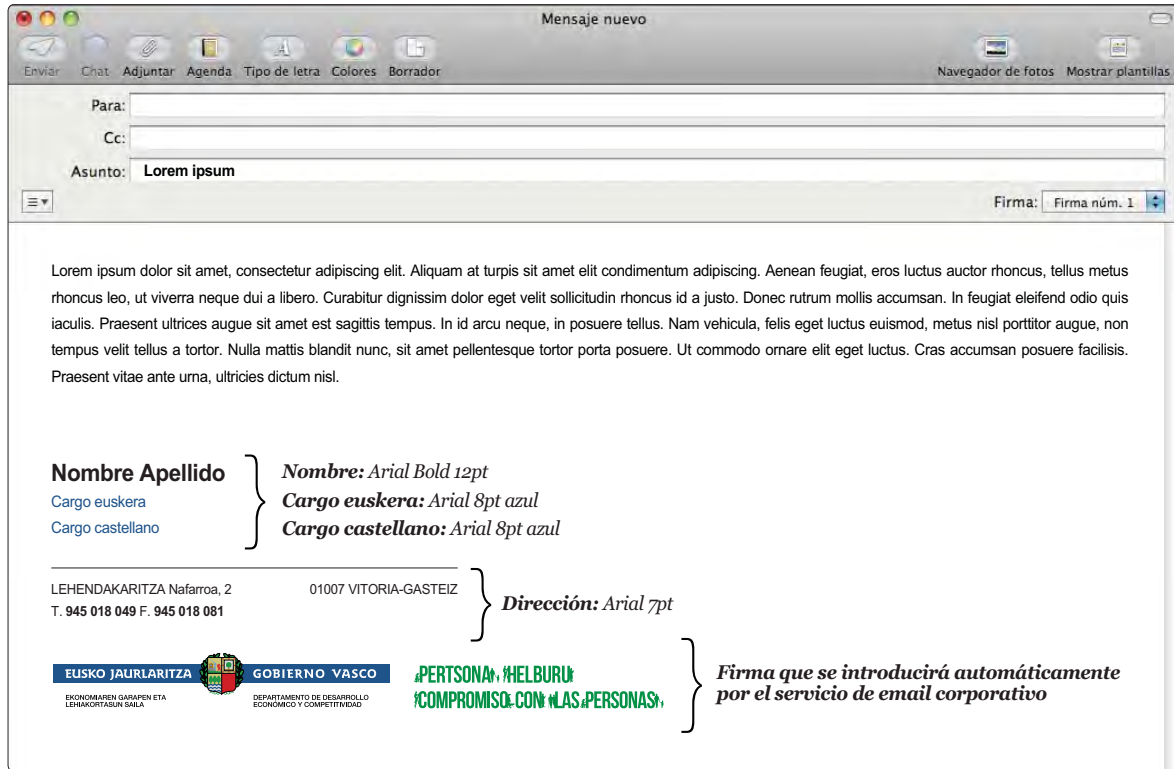
### **Cierre institucional:**

*Compromiso con las personas.  
Gobierno Vasco.*

\*Esta frase es meramente ilustrativa de la declinabilidad del claim en función de cada iniciativa o departamento.

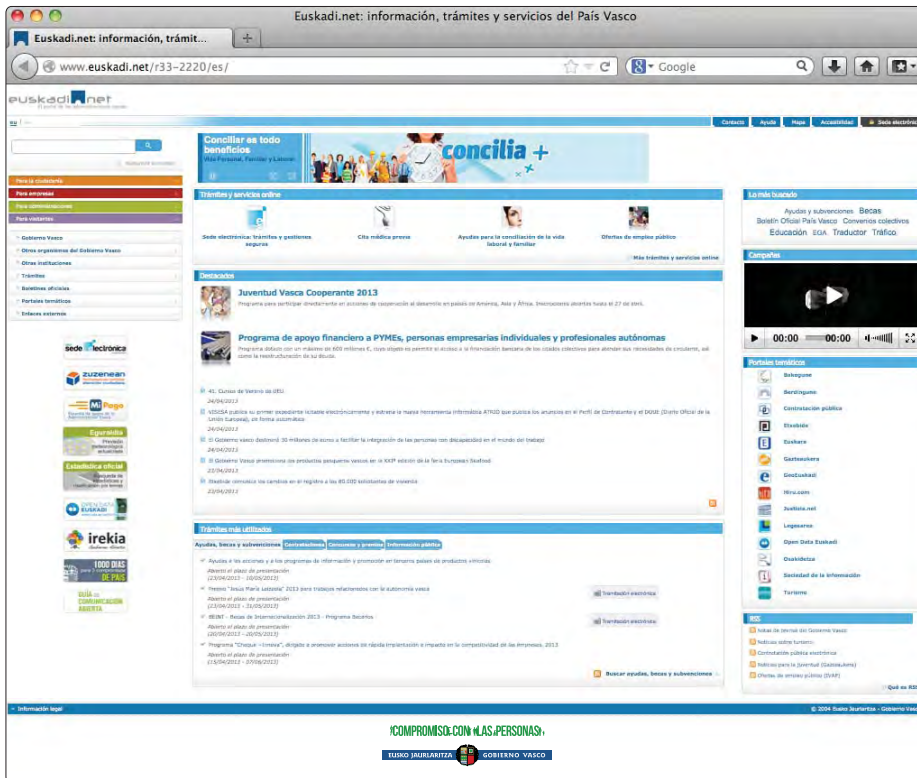
## 11. Aplicaciones web

### Ejemplo 1: firma electrónica

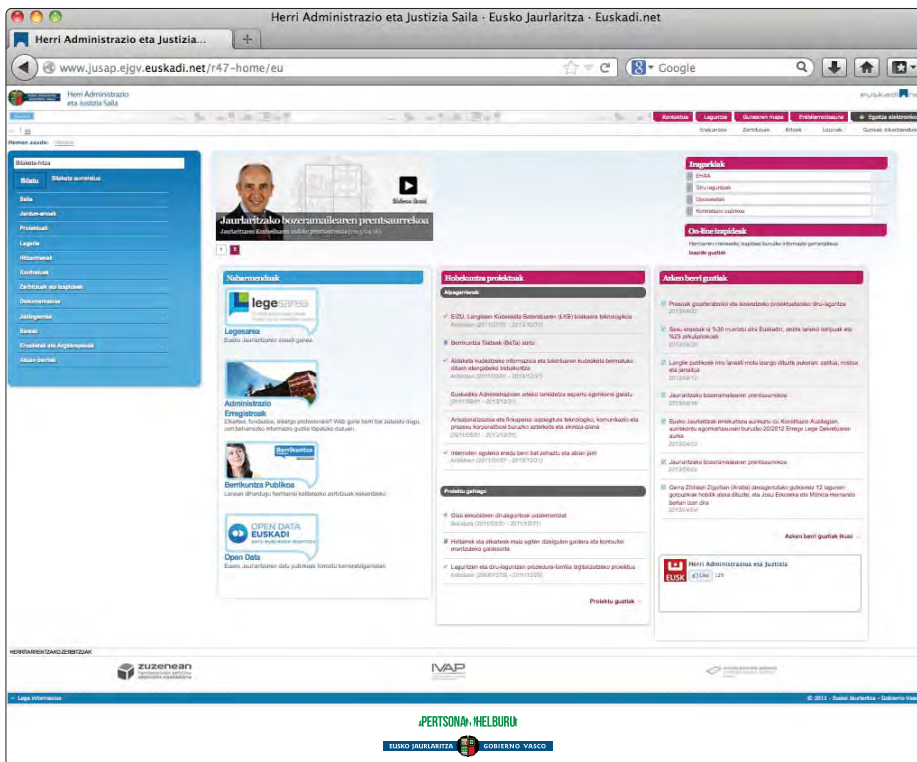




## Ejemplo 2: posicionamiento online > home euskadi.net



## Ejemplo 3: posicionamiento online > interior euskadi.net





## Ejemplo 4: posicionamiento online > facebook



## Ejemplo 5: posicionamiento online > publicidad

A screenshot of the website diariavasco.com. The top navigation bar includes 'Promociones DV', 'Clasificados', '11870.com', 'Vivienda', 'Empleo', 'Coches', and 'mujerhoy.com'. The date is 'Miércoles, 27 marzo 2013'. The main navigation menu includes 'Portada', 'Gipuzkoa', 'Deportes', 'Economía', 'Más Actualidad', 'Gente y TV', 'Ocio', 'Participa', 'Blogs', 'Servicios', and 'Hemeroteca'. A sidebar on the right shows '147.202 lectores/día' and 'diariavasco'. The main content area features a large advertisement for 'Oferplan diariavasco.com' with the text 'Menú junto al mar en el Asador Algorri'. Below the ad is a news article titled 'COMUNICADO DE ETA El PNV dice que «ETA tiene que recorrer su proceso unilateralmente y desaparecer»'. The article text states: 'La presidenta del Parlamento Vasco, Bakartxo Tejería, afirma que "unilateral significa lo que significa, y ETA no pueda cada dos por tres decir que nadie le sale al encuentro"'. There is a '1 Comentario' button. To the right of the article is a video player showing a bullfight, with the text 'PLENO DE SAN SEBASTIÁN Donostia dice adiós a los toros'. A sidebar advertisement on the right features the slogan '¡COMPROMISO CON LAS PERSONAS!' and the Euskal Herriko Gobernuko Logo.

# 12. Aplicaciones incorrectas



# Anexo

Material digital aportado

## ***Versiones de la marca con el claim***

Color corporativo, blanco y negro, monotono

Formato ai, pdf

Vectorizado. PC/MAC

Tipografía

## ***Cartelas***

Euskera y castellano

Formato psd, jpeg

## ***Firmas electrónicas***

Bilingüe

9 modelos, uno por departamento

Formato jpeg