



Departamentos que **trabajan** para tu empresa.

Manual de marca de DEPARTIFY. Una guía de referencia para que cualquier persona —interna o externa— produzca materiales coherentes con la marca, tanto si es una campaña de pago, una firma de email, un post en redes o una presentación a un cliente.

Manual de Marca · DEPARTIFY

01	Identidad de marca	04
02	Logotipo	06
03	Color	10
04	Tipografía	14
05	Tono de voz y copywriting	16
06	Estilo visual	18
07	Redes sociales	20
08	Firma de email	24
09	Web y digital	27
10	Materiales impresos	29
11	Do's & Don'ts	31
12	Recursos y contacto	34

Cómo usar este manual

Este documento es la fuente de verdad para todo lo visual y verbal de DEPARTIFY. Si vas a producir un material — un anuncio, una slide, una firma, un post — empieza por la sección que aplique a tu caso y

respetar los códigos que aquí se definen.

Las **reglas de marca** son pocas y no negociables: el logo, la paleta, la tipografía, el tono. El resto — composición, fotografía, plantilla de post — son recomendaciones que se pueden adaptar a cada soporte sin romper la identidad.

Si dudas, la regla es: *si no está en este manual, no se hace sin consultarlo con el equipo de marca.*

Quiénes somos, **para quién** y por qué.

DEPARTIFY es un sistema operativo para empresas que ejecuta departamentos especializados (marketing, SEO y los que están por venir) en paralelo, 24/7, sin desplegar nada. Tú defines los objetivos, el departamento trabaja, tú apruebas lo importante.

Misión

Devolver tiempo a las personas que dirigen una empresa, automatizando el trabajo de los departamentos que hoy depende exclusivamente de ellas.

Visión

Que cualquier pyme en España y Europa pueda operar con la eficiencia de una gran empresa, sin contratar un equipo entero.

Valores

- **Tu empresa primero.** Cada instancia es privada y a medida. No se mezcla con otros clientes.
- **Tú mandas.** El departamento propone, ejecuta lo que puede, escala lo importante. Tú apruebas lo que cuenta.
- **Hecho en España, hecho para hablar como tú.** Sin traducción de Google. Sin anglicismos forzados. Sin acentos de fuera.

Posicionamiento

DEPARTIFY no es una herramienta, no es un chatbot, no es una agencia low-cost. Es **el sistema operativo de tu empresa**. La categoría es nueva: Business Operating System para pymes.

Audiencia

- Fundadores y CEOs de pymes en España y Europa.
- Empresas de 1 a 50 personas con necesidad real de marketing, SEO, contenido, datos.
- Personas que ya están saturadas y saben que delegar es la única salida.

Promesa

Te devolvemos tiempo.

Una promesa literal: el trabajo se hace, tú no lo haces. Y los minutos que recuperas son tuyos.

- **Transparencia radical.** Lo que hace el departamento, por qué, cuándo y cómo. Todo registrado, todo visible.
- **Sin permanencia.** Si no aporta, te vas. Tus datos se eliminan a los 30 días.

Personalidad de marca

SÍ

Directo y claro

Sin rodeos, sin marketing del vacío. Decimos lo que el producto hace.

SÍ

Premium pero accesible

Estética cuidada, lenguaje de calle. Ni cursi ni pretencioso.

SÍ

Cercano y humano

Tú, no "el usuario". Tu empresa, no "el cliente". Hecho en España, no "European-made".

NO

Hype de IA

Nada de "revolucionario", "disruptivo", "el futuro es ahora". Ya no se lo cree nadie.

NO

Jerga técnica vacía

Nada de "stack", "leverage", "sinergias". Lo que el producto hace, en español normal.

NO

Anglicismos forzados

"Onboarding" → "activación". "Workflow" → "flujo de trabajo". Salvo marcas.

La **D** de DEPARTIFY.

El símbolo es una "D" mayúscula con un corte diagonal que divide dos superficies: una lima eléctrica arriba a la izquierda, un verde bosque abajo a la derecha. La diagonal es la acción, la marca es la calma.

Variantes

El logo se usa en tres variantes oficiales. Elegir según el soporte y el fondo:

PRIMARIA



Sobre fondo oscuro o neutro.
La versión canónica.

SOBRE FONDO CLARO



Sobre blancos y cremas.
Conserva el gradiente.

MONOCROMA



Solo cuando la impresión o el medio lo exige (1 tinta, grabado, bordado).

Construcción y espacio de respeto

El espacio de respeto mínimo alrededor del logo equivale a la altura del trazo diagonal de la "D". Ningún elemento —texto, imagen, borde de página— puede entrar en esa zona.

Tamaño mínimo

DIGITAL

24 px

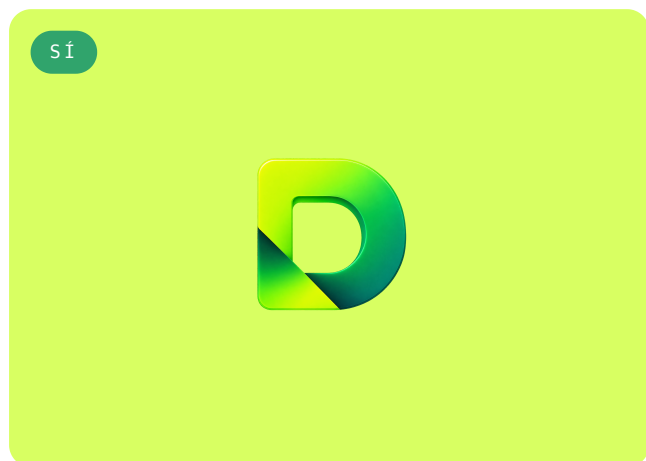
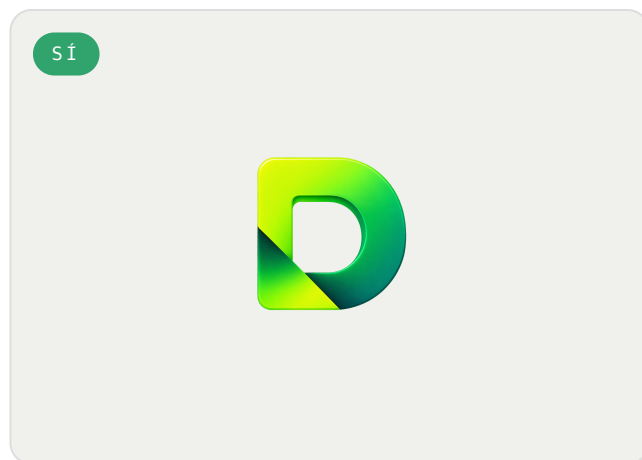
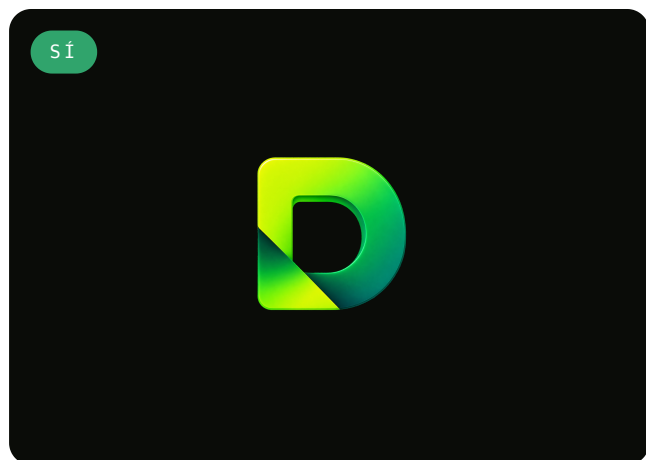
IMPRESIÓN

8 mm

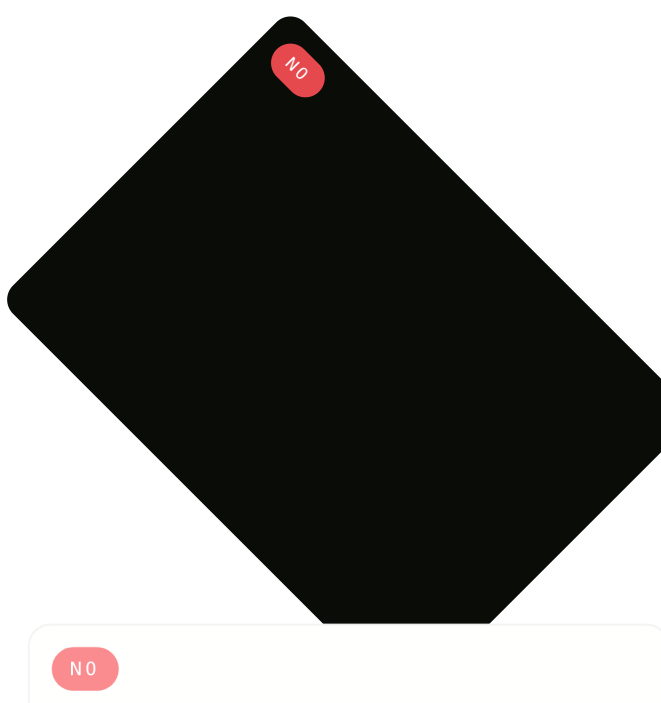
Por debajo de 24 px usar solo el símbolo, nunca con wordmark.

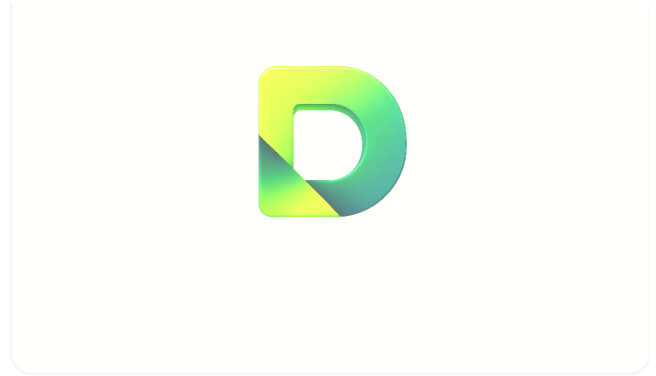
Tamaño mínimo del símbolo en cualquier soporte impreso.

Usos correctos



Usos incorrectos





Nunca deformar, nunca rotar más de 5°, nunca añadir sombras o efectos, nunca aplicar filtros de color, nunca cambiar los colores del gradiente, nunca separar los dos planos de la diagonal.

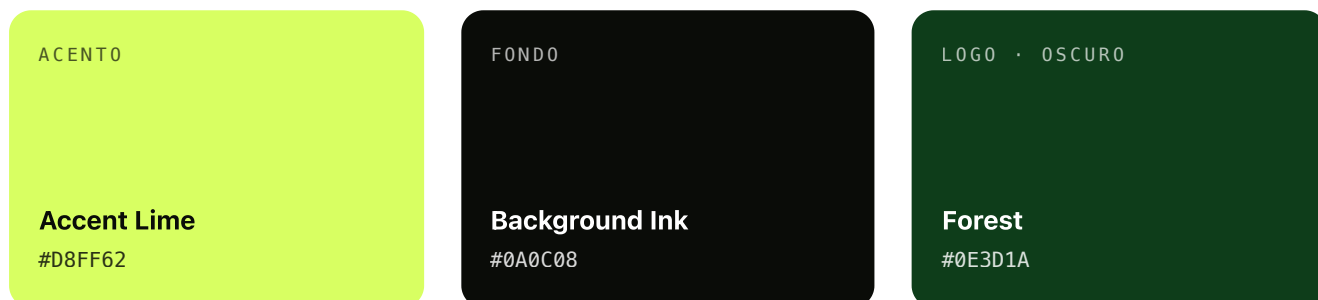
Posición del wordmark

El símbolo va siempre solo en tamaños pequeños (favicons, app icons, avatares). En cabeceras y firmas, el símbolo se sitúa a la izquierda del wordmark "DEPARTIFY" en mayúsculas, con tracking abierto (0.16em) y un peso semibold. Nunca se centra el símbolo sobre el wordmark ni se coloca encima.

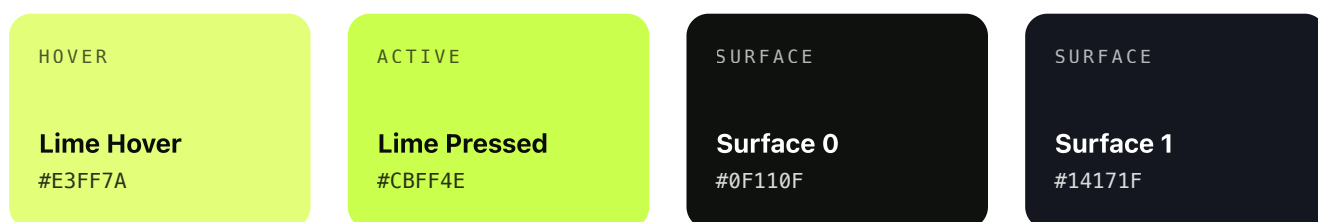
Negro profundo, lima eléctrico, verde bosque.

Tres colores hacen el 95% de la marca. El resto son grises neutros para fondos, separadores y textos secundarios. La lima es la única protagonista del acento: aparece siempre con moderación y siempre con intención.

Paleta primaria



Paleta secundaria



Neutros



FG 100

#FAFAFA

FG 80

#E5E5E5

FG 50

#8A8A8A

FG 40

#6B6B6B

Tabla de códigos

COLOR	HEX	RGB	CMYK	PANTONE	USO
 Accent Lime	#D8FF62	216 · 255 · 98	15 · 0 · 62 · 0	389 C	Acento principal · CTAs · highlight
 Lime Hover	#E3FF7A	227 · 255 · 122	11 · 0 · 52 · 0	388 C	Estado hover
 Lime Pressed	#CBFF4E	203 · 255 · 78	20 · 0 · 69 · 0	387 C	Estado active / pressed
 Background Ink	#0A0C08	10 · 12 · 8	76 · 65 · 80 · 84	Black 6 C	Fondo principal · texto inverso
 Forest	#0E3D1A	14 · 61 · 26	85 · 38 · 100 · 65	357 C	Plano oscuro del logo
 FG 100	#FAFAFA	250 · 250 · 250	0 · 0 · 0 · 0	—	Texto principal sobre fondo oscuro
 FG 50	#8A8A8A	138 · 138 · 138	0 · 0 · 0 · 50	—	Texto muted · metadata

Combinaciones

SI

Lima sobre negro. Alto contraste, máxima lectura, impacto en pantalla.

SI

Negro sobre blanco. Para documentos, contratos, propuestas formales.

NO

Texto lima sobre lima. Pierde contraste, queda como marca de agua sucia.

NO

Más de dos acentos lima compitiendo en una misma composición.

Regla de uso del acento

El lima eléctrico debe ocupar **menos del 15% de la composición** en cualquier pieza. Es un acento, no un fondo. Si una composición se siente "amarilla" entera, hay demasiada lima. Si no se ve la lima, falta vida. El punto dulce está en: *un área clara, una palabra destacada, un solo componente con acento.*

Una sola fuente hace todo el trabajo.

Inter es la familia principal. Funciona en display, cuerpo y microtexto. Para metadata técnica y eyebrows, una mono. La marca nunca mezcla más de dos familias en una pieza.

Familia principal · Inter

Sans-serif geométrica, diseñada para pantalla. Tracking cerrado en display, abierto en microcopy. Usar pesos entre 400 y 800.

DISPLAY 64 ·
800

HEADING
PRINCIPAL

Te devolvemos tiempo.

DISPLAY 36 ·
700

SECCIÓN

Departamentos que conocen tu empresa.

SUBTÍTULO 16 ·
600

BLOQUE
DESTACADO

El departamento empieza a trabajar.

BODY 11 · 400
PÁRRAFO

Marketing, SEO y más departamentos especializados que ejecutan trabajo, monitorizan tu negocio y te mantienen informado de lo que importa. Tú

defines qué necesita conseguir tu empresa. Sin tecnicismos. Sin formulario interminable.

Familia monoespaciada · JetBrains Mono

Para eyebrows, metadata, tags de estado, números de referencia, IDs, timestamps. Todo lo que "parece código". Tracking siempre abierto (0.16em) y mayúsculas.

Jerarquía en una página

NIVEL	TAMAÑO	PESO	TRACKING	COLOR
H1 · Cover	64 pt	800	-0.04em	FG 100
H1 · Sección	36 pt	800	-0.025em	FG 100 / Accent
H2	22 pt	700	-0.015em	FG 100
H3	16 pt	600	normal	FG 100
Body	11 pt	400	normal	FG 80 / 90
Caption / Eyebrow	8.5 pt	500	0.18em	FG 50 / Muted

Cómo suena DEPARTIFY cuando habla.

Castellano de España, registro directo, sin marketing del vacío. La marca habla como un buen comercial senior explicándole a un CEO curioso lo que ha construido. No como un coach de LinkedIn, no como un comercial de low-cost.

Principios

1. **Decir lo que hace, no lo que cambia el mundo.** "Ejecuta SEO" mejor que "revolucionar tu posicionamiento".
2. **Tú, no "el usuario".** Tu empresa, tu tiempo, tu decisión. Nunca "el cliente" genérico.
3. **Hecho en España, en español.** Sin anglicismos forzados. Marcas y nombres propios en su idioma original.
4. **Una idea por frase.** Párrafos cortos. Oraciones cortas. Aire entre bloques.
5. **Mostrar antes que explicar.** Un ejemplo vale más que tres adjetivos.

Glosario de marca

DECIMOS	NO DECIMOS
Departamento	Agente, bot, IA, asistente
Activación	Onboarding
Aprobación	Approval, validación
Instancia privada	Workspace, entorno
Tu empresa	El cliente, la cuenta
Trabajo hecho	Output, deliverable
Aprueba	Dale OK, valida
Marca	Branding
Te devolvemos tiempo	Maximiza tu productividad

Microcopy de producto

BOTÓN PRINCIPAL

ESTADO · TRABAJO TERMINADO

Empieza con Departify

No "Empezar", no "Contratar", no "Suscribirme".

Terminado

En pasado, en claro. No "Success", no "Done".

EYEBROW DE SECCIÓN

CÓMO TRABAJAN

En mono, en mayúsculas, en una sola línea.

MENSAJE DE ERROR

**No hemos podido conectar con tu CRM.
Vuelve a intentarlo en un minuto.**

Tono tranquilo, sin alarmar, con siguiente paso.

Imágenes, iconos, texturas.

El estilo visual de DEPARTIFY es oscuro, limpio, con acento lima. Las fotos son oscuras y reales. Los iconos son finos. Los patrones son sutiles. Nada compite con el logo por la atención.

Fotografía

SÍ

Fotos oscuras, con luz natural lateral. Personas reales, no modelos. Oficinas reales, platós de coworking reales. Ligero color grading frío con realce sutil en verdes.

NO

Fotos con flash, sonrientes mirando a cámara, oficinas genéricas de stock. Filtros de Instagram. Saturación alta. Planos abiertos sin sujeto.

Ilustración e iconografía

Estilo: trazo fino (1.5px), esquinas redondeadas, monoline. Los iconos se entregan en una sola tinta (blanco o negro) o en lima cuando son CTA. La biblioteca de iconos es **lucide.dev**, con peso "stroke" 1.5.



Stack / capa



Tiempo 24/7



Seguridad



Conversación

Patrones y texturas

Un único patrón oficial: una cuadrícula fina (1px cada 32px) con opacidad 0.04 sobre los fondos oscuros. Se usa para dar textura sin ruido. Se aplica con un *radial fade* en los bordes. Nunca superpuesto al logo, nunca compitiendo con texto.

Composición

- Generoso espacio en blanco. La marca respira.
- Una sola fuente de luz en cualquier composición.
- La diagonal del logo se respeta en la composición general cuando es posible (45°).
- Las cards y elementos UI tienen border-radius 12px en digital, esquinas rectas en impresión.

DEPARTIFY en cada red.

La marca se adapta a cada plataforma sin perder identidad. Mismas reglas, distinto formato. Aquí están los tamaños oficiales, las plantillas y las convenciones de hashtag, tono y cadencia.

Identidad por canal

CUENTA PRINCIPAL

@departify

Misma cuenta en todas las plataformas. Sin underscore, sin números.

HASHTAG CORPORATIVO

#Departify

Una sola hashtag principal. Las campañas usan hashtag secundario.

Especificaciones por plataforma

LinkedIn · compañía + personal

Foto de perfil · compañía

Tamaño	300 × 300 px
Contenido	Solo el símbolo "D"
Fondo	#0A0C08
Símbolo	centrado, 60% del frame

Portada · compañía

Tamaño	1584 × 396 px
Contenido	Tagline + wordmark
Safe area	margin 80 px lateral
Fondo	#0A0C08 + radial lime

Post imagen cuadrada

Tamaño	1200 × 1200 px
--------	----------------

Post imagen horizontal

Tamaño	1200 × 627 px
--------	---------------

Ratio

1:1

Ratio

1.91:1

X (Twitter)

Foto de perfil

Tamaño

400 × 400 px

Contenido

Símbolo "D" solo

Header / cover

Tamaño

1500 × 500 px

Safe area

centro 1500 × 380

Instagram

Foto de perfil

Tamaño 320 × 320 px
Contenido Símbolo "D" solo

Post cuadrado

Tamaño 1080 × 1080 px
Ratio 1:1

Post vertical

Tamaño 1080 × 1350 px
Ratio 4:5

Story / Reel

Tamaño 1080 × 1920 px
Ratio 9:16

Carrusel

Tamaño 1080 × 1080 px
Slides max 10

Reel cover

Tamaño 1080 × 1920 px
Safe area centro 1080 × 1420

YouTube

Channel art (banner)

Tamaño 2560 × 1440 px
Safe TV 1546 × 423 px centro
Safe desktop 2560 × 423 px centro
Safe mobile 1546 × 423 px centro

Thumbnail

Tamaño 1280 × 720 px
Ratio 16:9
Peso máx 2 MB
Formato JPG, PNG

Plantillas de post

TIPO 01 · ANUNCIO DE PRODUCTO

Headline 1 línea (display 36)

Subtítulo 2 líneas (body)

Logo pequeño · CTA · URL

Fondo negro + radial lime suave

TIPO 02 · DATO / CIFRA

47

tareas completadas

en una semana

Una sola cifra. Lima en el número.

TIPO 03 · CITA

"Tú marcas los objetivos. El departamento trabaja."

— DEPARTIFY

Tipografía grande, fondo plano.

Hashtags oficiales

#Departify · #DepartamentosConIA · #TeDevolvemosTiempo · #HechoEnEspaña · #Negocio24_7 · #TúApruebas

Cadencia recomendada

PLATAFORMA	FRECUENCIA	TIPO DE CONTENIDO
LinkedIn compañía	3-4 posts/semana	Producto · casos · cultura
LinkedIn personal CEO	2-3 posts/semana	Visión · aprendizajes · producto
X (Twitter)	5-10 posts/semana	Curación · respuestas · corto
Instagram	2-3 posts/semana + 1 reel	Visual · citas · producto
YouTube	1-2 vídeos/mes	Producto · tutoriales · casos

La firma es **tu tarjeta de visita.**

Cada email que sale de DEPARTIFY lleva la misma firma, con la misma estructura. Es el activo de marca más repetido de la empresa. Cuídalo.

Componentes obligatorios

- **Nombre completo** · 12pt, semibold, color FG 100.
- **Cargo** · 9pt, regular, color FG 80.
- **Empresa** · "DEPARTIFY" en mayúsculas, mono, tracking 0.16em, 8pt.
- **Email** · link mailto, color Forest.
- **Teléfono** · formato internacional +34 XXX XX XX XX.
- **Web** · departify.app, color Forest.
- **Línea de acento** · 2px de alto, 30mm de ancho, color Accent Lime. Es lo único de color en toda la firma.

Componentes opcionales: [linkedin.com/in/\[slug\]](#), [x.com/\[handle\]](#). Nunca más de dos redes sociales.

Plantilla HTML

Esta es la firma oficial. Copia y pega en el editor HTML de tu cliente de correo. Inline styles para máxima compatibilidad (Gmail, Outlook, Apple Mail).

```
<table cellpadding="0" cellspacing="0" border="0" style="font-family: 'Inter', Arial, sans-serif; color: #0A0C08; font-size: 11pt;">
  <tr>
    <td style="padding-right: 16px; border-right: 1px solid #E5E5E5;">
      
    </td>
    <td style="padding-left: 16px; vertical-align: top;">
      <div style="font-size: 12pt; font-weight: 600; color: #0A0C08; line-height: 1.2;">Nombre Apellido</div>
    </td>
  </tr>
</table>
```

```


Cargo ·
Área



DEPARTIFY



nombre@departify.app<br>
+34 XXX XX XX XX<br>
departify.app


```

Versión texto plano

Nombre Apellido
 Cargo · Área
 DEPARTIFY
 nombre@departify.app | +34 XXX XX XX XX | departify.app

Vista previa



Lucía Sánchez

Head of Marketing

DEPARTIFY

lucia@departify.app · +34 612 34 56 78 · departify.app

Buenas prácticas

SÍ

Máximo 6 líneas visibles. Sin imágenes mayores de 60x60px. Sin GIFs. Sin citas célebres. Una sola línea de acento. Una sola red social.

NO

Banners corporativos de 800px. Frases motivacionales. Múltiples logos. Colores que no sean los de marca. Confetti emoji.

La web es **la marca** en su máxima expresión.

La web, el panel y los emails transaccionales son los activos digitales principales. Aquí están las convenciones de favicon, Open Graph, UI y componentes.

Favicon y app icon

FAVICON .ICO

32 × 32 / 16 × 16

Símbolo "D" solo, fondo #0A0C08.

APPLE TOUCH ICON

180 × 180

Símbolo "D" centrado en safe area 20%.

ANDROID / PWA

192 · 512

Mismo símbolo, padding del 12%.

Open Graph · previsualización social

PLATAFORMA	TAMAÑO	RATIO	COMPOSICIÓN
Open Graph (Facebook, LinkedIn)	1200 × 630 px	1.91:1	Fondo negro + símbolo + tagline
Twitter card (large image)	1200 × 675 px	16:9	Misma composición, ratio horizontal

El OG image siempre lleva el símbolo a la izquierda, el tagline a la derecha, y el logo + URL en la esquina inferior.

Patrones de UI

- **Border radius:** 12px en cards, 8px en inputs y botones, 999px en tags.
- **Sombras:** sutiles, una sola fuente. `box-shadow: 0 1px 0 rgba(0,0,0,0.1)` en elevación 1; `0 8px 24px rgba(0,0,0,0.12)` en elevación 3.
- **Inputs:** fondo #0F110F, border 1px `rgba(255,255,255,0.08)`, focus ring 2px Accent.

- **Botón primario:** fondo Accent Lime, texto #0A0C08, peso 500, padding 12px 16px, radius 8px.
- **Botón secundario:** fondo transparente, border 1px var(--border-strong), texto FG 100.
- **Estados de carga:** shimmer lime a 0.10 de opacidad, nunca spinners giratorios.

Emails transaccionales

Plantilla base: cabecera con logo en negativo, body con tipografía Inter, footer con línea de acento y datos de empresa. Mismo tratamiento de la firma, extendido a toda la plantilla.

- Asunto: max 60 caracteres, oración directa, sin emoji.
- Pre-header: max 90 caracteres, completa el asunto, no lo repite.
- CTA principal: una sola acción por email, botón Accent Lime.

Cuando la marca se imprime.

Las piezas impresas mantienen la estética digital. Mismos colores, misma tipografía, mismo espacio. Lo que cambia es el soporte: papeles, acabados y técnicas de impresión.

Tarjeta de visita

Tamaño: 85 × 55 mm

Papel: Fedrigoni Sirio Black
700 g/m² o similar, negro mate.

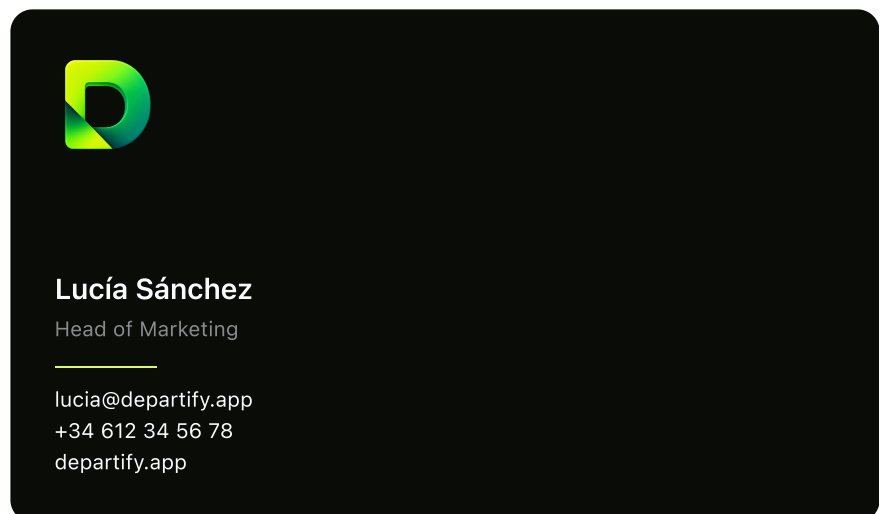
Impresión: serigrafía en una tinta Accent Lime (PMS 389 C) para el logo y la línea de acento.

Tipografía: Inter grabada en blanco (letterpress inverso) o stamping foil plata.

Acabado: bordes pintados en

Papelería Accent Lime, 0.5mm. Esquinas rectas.

- **Hoja membretada:** A4, logo pequeño arriba a la izquierda, datos de empresa abajo. Una línea de acento en el pie.
- **Sobres:** americano DL, negro o kraft, logo en stamping foil.
- **Carpeta corporativa:** A4, serigrafía lime, interior blanco con bolsillo de tarjeta.



Presentaciones

- **Plantilla:** 16:9, fondo negro, una sola imagen por slide, headline en Inter 36, body en Inter 14.
- **Estructura tipo:** portada con logo, slide de contexto, slide de problema, slide de solución, slide de producto, métricas, cierre con CTA y URL.
- **Datos y gráficos:** barras y líneas en FG 100, valor destacado en Accent Lime. Ejes en FG 50.
- **Plantilla editable:** Google Slides, exportable a PDF y Keynote.

Lo que sí, lo que no.

Una lista corta y clara. Si dudas, mira aquí. Si tu pieza incumple alguna regla de "No", vuelve a la mesa de dibujo.

Logo

SÍ

Usar el símbolo solo en espacios menores de 24px.

NO

Estirar, comprimir, rotar o deformar el logo bajo ninguna circunstancia.

SÍ

Mantener el espacio de respeto = altura del trazo diagonal.

NO

Cambiar los colores del gradiente, añadir contornos o sombras.

Color

SÍ

Usar Accent Lime en menos del 15% de la composición.

NO

Aplicar Accent como color de fondo de una pantalla completa.

SÍ

Combinar siempre Accent con negro o blanco para máximo contraste.

NO

Introducir colores fuera de la paleta oficial sin aprobación de marca.

Tipografía

SÍ

Inter en pesos 400-800. JetBrains Mono solo en metadata y eyebrows.

NO

Mezclar más de dos familias tipográficas en una misma pieza.

SÍ

Respetar la jerarquía: H1, H2, H3, body, caption en sus tamaños.

NO

Itálica, condensed, stretched, outlined, drop shadow en tipografía.

Comunicación

SÍ

Hablar en castellano de España, registro directo y claro.

NO

Usar "revolucionario", "disruptivo", "el futuro es ahora", "AI-powered" sin contexto.

SÍ

Llamar a las cosas por su nombre: departamento, activación, aprobación.

NO

Traducir marcas: "Departify" no es "Departificar". "Marketing" no es "Mercadeo".

Redes sociales

SÍ

Usar las plantillas oficiales. Respetar safe areas en cada formato.

NO

Recortar el logo a la mitad para "encajar" en un avatar.

SÍ

Hashtags oficiales. Cadencia consistente. Tono coherente con el manual.

NO

Spam de hashtags, emojis decorativos, "lunes de motivación", "throwback thursday".

Dónde está **todo**.

Los assets de marca, las plantillas, los iconos y los logos están en un único lugar. Cualquier persona de la empresa o externa puede acceder a ellos sin pedir permiso.

Repositorio oficial de marca

<https://departify.app/brand>

Acceso público con descarga directa de:

- Logos en SVG, PNG (1x, 2x, 3x), PDF vectorial.
- Paleta de colores en .ase (Adobe), .sketchpalette, CSS, JSON.
- Tipografías Inter y JetBrains Mono en sus pesos oficiales.
- Plantillas de Google Slides, Keynote y Figma.
- Plantillas de post por plataforma (PSD y Figma).
- Plantilla de firma de email en HTML.
- Iconos Lucide en subconjunto "DEPARTIFY".

Información legal

Razón social	Departify, S.L.
NIF	B-00000000 (sustituir en cada documento oficial)
Domicilio	España · Unión Europea
Email general	hola@departify.app
Email seguridad	seguridad@departify.app

Email privacidad	privacidad@departify.app
LinkedIn	linkedin.com/company/departify
X (Twitter)	x.com/departify
Web principal	departify.app
App	app.departify.app
Docs	docs.departify.app
API	api.departify.app

Contacto de marca

Para dudas sobre uso, excepciones a este manual, nuevos formatos o colaboraciones: **marca@departify.app**. La respuesta habitual es en menos de 24 h en horario laboral.

Versión del documento

Versión	1.0
Fecha	2026
Autor	Equipo de marca · DEPARTIFY
Próxima revisión	Q4 2026
Cambios	Versión inicial

Te devolvemos tiempo.

DEPARTIFY · BUSINESS OPERATING SYSTEM · MADE IN SPAIN

