



Manual de marca corporativa

Versión 2026

ÍNDICE

Qué es ASOBAL	3
Marca	10
Color	21
Tipografía	25
Cobranding	29
Aplicaciones	33

**ASOBAL es el corazón del
balonmano profesional en
España, impulsando tanto
la competición de clubes
como iniciativas de futuro y
sostenibilidad.**

Unidad
Compromiso Social
Espíritu Pionero
Pertenencia y Comunidad
Entrega y Humildad
Respeto y Tradición

VALORES

Unidad

Unidos; Liga, clubes y aficiones somos más fuertes y llegamos más lejos.

Compromiso Social

Tenemos un sólido compromiso con nuestros clubes y con las causas que preocupan a sus aficiones.

Espíritu pionero

Hemos sido una liga pionera en muchas ocasiones, y este espíritu innovador guía nuestro día a día.

Pertenencia y Comunidad

Formamos parte de una comunidad que nos impulsa y nos hace sentir orgullosos.

Entrega y humildad

La competición con entrega, humildad y honradez nos hace sentir grandes.

Respeto y tradición

Somos fieles a nuestro origen; el respeto y pasión por nuestro deporte son transmitidos con el paso de las generaciones en el seno de las aficiones de los clubes que conforman esta alianza.

Qué es ASOBAL

ASOBAL (Liga Profesional de Clubes Españoles de Balonmano) es la entidad de carácter deportivo que organiza la Liga Profesional de Clubes Españoles de Balonmano, la máxima categoría del balonmano masculino en España, siendo la competición más importante de este deporte en el país y donde compiten los mejores clubes nacionales.

Denominación

La manera correcta de nombrar la entidad será siempre en mayúsculas:

ASOBAL



QUÉ ES ASOBAL

Denominación

A efectos de identidad visual, ASOBAL opera con dos marcas diferenciadas:

ASOBAL: identidad corporativa e institucional y proyectos transversales.

Liga [Patrocinador] ASOBAL: identidad exclusiva de la competición profesional.

Para evitar usos incorrectos, se establecen los siguientes criterios:

Nivel / Función	Denominación oficial	Forma abreviada	Contexto de uso	Observaciones / Restricciones
Entidad jurídica	Liga Profesional de Clubes Españoles de Balonmano – ASOBAL	ASOBAL	Uso institucional, jurídico y corporativo	Nombre legal vigente. Forma abreviada “ASOBAL” válida solo para usos institucionales.
Marca organizadora / paraguas	ASOBAL	ASOBAL	Organización de competiciones, aval institucional	No incluye patrocinio. Identidad madre de todas las competiciones.
Competición deportiva (base permanente)	Liga ASOBAL	Liga ASOBAL	Comunicación deportiva, histórica, reglamentaria, estadística	Denominación estable e independiente de patrocinio. Forma base para todas las aplicaciones.
Descriptor funcional	liga profesional / competición profesional	—	Documentos, comunicados, reportes, contexto profesional	No constituye marca, no sustituye a “Liga ASOBAL”. Solo como calificación.
Competición deportiva con patrocinio	Liga [PATROCINADOR] ASOBAL	—	Comunicación comercial, broadcast, digital, activaciones	Nombre temporal según contrato de naming. Ej.: Liga NEXUS ENERGÍA ASOBAL. El patrocinador nunca reemplaza la denominación base.
Histórico / obsoleto	Asociación de Clubes Españoles de Balonmano – ASOBAL	—	Solo referencias históricas	Prohibido su uso en documentos, comunicaciones o identidad vigente.

QUÉ ES ASOBAL

Arquitectura de marca

La marca ASOBAL es la marca principal que funciona como paraguas. Se detalla a continuación las diferentes denominaciones y marcas vinculadas:

- En el ámbito de la competición, y asociada al patrocinio, surge el **composite Liga [PATROCINADOR] ASOBAL**.
[Ver anexo Liga.](#)
- Vinculada a la vertiente de **sostenibilidad**, es necesario el uso del logotipo de la **ALL (ASOBAL LEGACY LEAGUE)**. Este proyecto está concebido para generar un impacto positivo en la comunidad, garantizando que todos los participantes, desde los clubes hasta la sociedad en su conjunto, se beneficien y contribuyan al legado de sostenibilidad que ASOBAL está desarrollando, a fin de seguir creciendo como liga profesional.
[Ver anexo ALL.](#)
- En lo relativo a **historia y leyendas**, aparece la marca **Hall of Fame ASOBAL**, un merecido reconocimiento a quienes han marcado los años de historia de la élite del balonmano español.
[Enlace Hall of Fame.](#)



Composite Liga
[PATROCINADOR] ASOBAL



ALL
ASOBAL LEGACY LEAGUE



Hall of Fame ASOBAL

QUÉ ES ASOBAL

Casos de uso del logotipo ASOBAL (marca corporativa institucional)

Se utilizará siempre que la comunicación o acción se refiera a ASOBAL como institución, independientemente del ámbito deportivo.



QUÉ ES ASOBAL

Casos de uso del logotipo ASOBAL (marca corporativa institucional)



Usos correctos (SÍ):

- Comunicaciones institucionales: comunicados oficiales, circulares, notas internas.
- Presentaciones corporativas, memorias anuales, informes.
- Reuniones con instituciones públicas (CSD, Federaciones, Comunidades Autónomas...).
- Comunicación sobre proyectos transversales:
 - ASOBAL Legacy League.
 - Programas sociales, educativos o de inclusión.
 - Proyectos de formación o profesionalización.
- Acuerdos y convenios de colaboración NO directamente vinculados a la Liga.
- Acciones de marca de ASOBAL (valores, campañas corporativas...).
- Documentación legal, contractual o administrativa.
- Eventos organizados por ASOBAL al margen del calendario oficial de Liga.



Usos incorrectos (NO):

- No debe utilizarse para identificar partidos, resultados, clasificaciones o cualquier contenido puramente competitivo.
- No debe aparecer como marca principal en activos donde el protagonista sea la competición.

1. La marca

Isologo

Área de seguridad

Versiones y usos

Versiones especiales

Usos incorrectos

Reproducción sobre fondos

Logotipo

Isotipo

LA MARCA

Isologo

Isologo es un tipo de identidad visual donde el texto (logotipo) y el símbolo o ícono (isotipo) están fusionados de manera inseparable, formando una única unidad gráfica que no puede funcionar por separado.

Esta cohesión crea una identidad visual compacta y fuerte, ideal para la memorización y el reconocimiento rápido.

Esta es la representación gráfica de la marca ASOBAL.

Es la síntesis gráfica de nuestros valores y sirve como identificativo de todo aquello que nos representa. Los elementos no pueden redibujarse o distorsionarse nunca y las proporciones entre estos son inalterables.

Para su aplicación en soportes físicos, se usará la versión en espacio de color CMYK.

Para su aplicación en soportes digitales, se usará la versión en espacio de color RGB.



LA MARCA

Área de seguridad y tamaño mínimo

Para garantizar una visibilidad e impacto óptimos de la marca, se debe respetar el área de seguridad, que se entiende como la **distancia mínima con respecto a otros logotipos y elementos gráficos**, así como con respecto a los bordes del soporte en el que se utiliza el logotipo.

Viene definida por el espacio que hay entre la parte inferior y el comienzo del jugador.

Esta área no se aplica a gráficos de fondo ni a fotos colocadas detrás del logotipo.

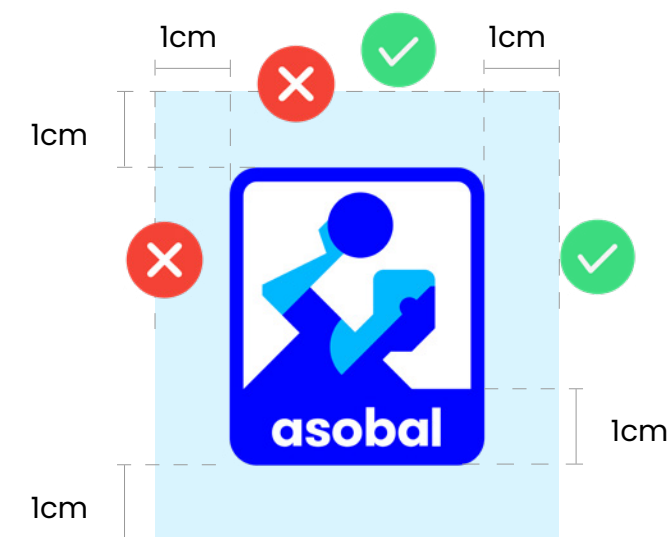
El espacio de seguridad y los tamaños mínimos definidos se aplican a todas las versiones de los logotipos de ASOBAL y sus eventos.



Área de seguridad



Tamaño mínimo
de impresión



Ejemplo area de seguridad

LA MARCA

Versiones monocromáticas

La marca a color será la que se use de manera preferente, existiendo otras versiones monocromáticas para abarcar todos los casos de aplicación.

Los únicos colores en los que puede haber versión monocromática son: **blanco, negro y azul ASOBAL.**

La versión blanca se aplica sobre fondos oscuros o que provoquen una falta de contraste con el logotipo a color.

La versión negra esta exclusivamente dedicada a documentos a una tinta en blanco y negro y siempre sobre fondo blanco.

La versión en azul se usa para aplicaciones con número de tintas limitado y siempre sobre fondo blanco.



LA MARCA

Versiones especiales

En caso de fallecimiento, se usará una **versión específica en negro y blanco**. Esta se podrá aplicar sobre fondos de color, blanco o imágenes.



Usos incorrectos

- No estirar, deformar o comprimir el logo.
- No cambiar colores corporativos.
- No aplicarlo sobre fondos que dificulten su lectura.
- No insertarlo dentro de formas (círculos, recuadros, banderas...).
- No añadir sombras interiores, brillos o efectos.
- Si se usan plantillas personalizadas, deben respetar áreas de seguridad y proporciones.
- No cambiar la composición del logotipo ni crear versiones distintas a las mostradas en este manual.



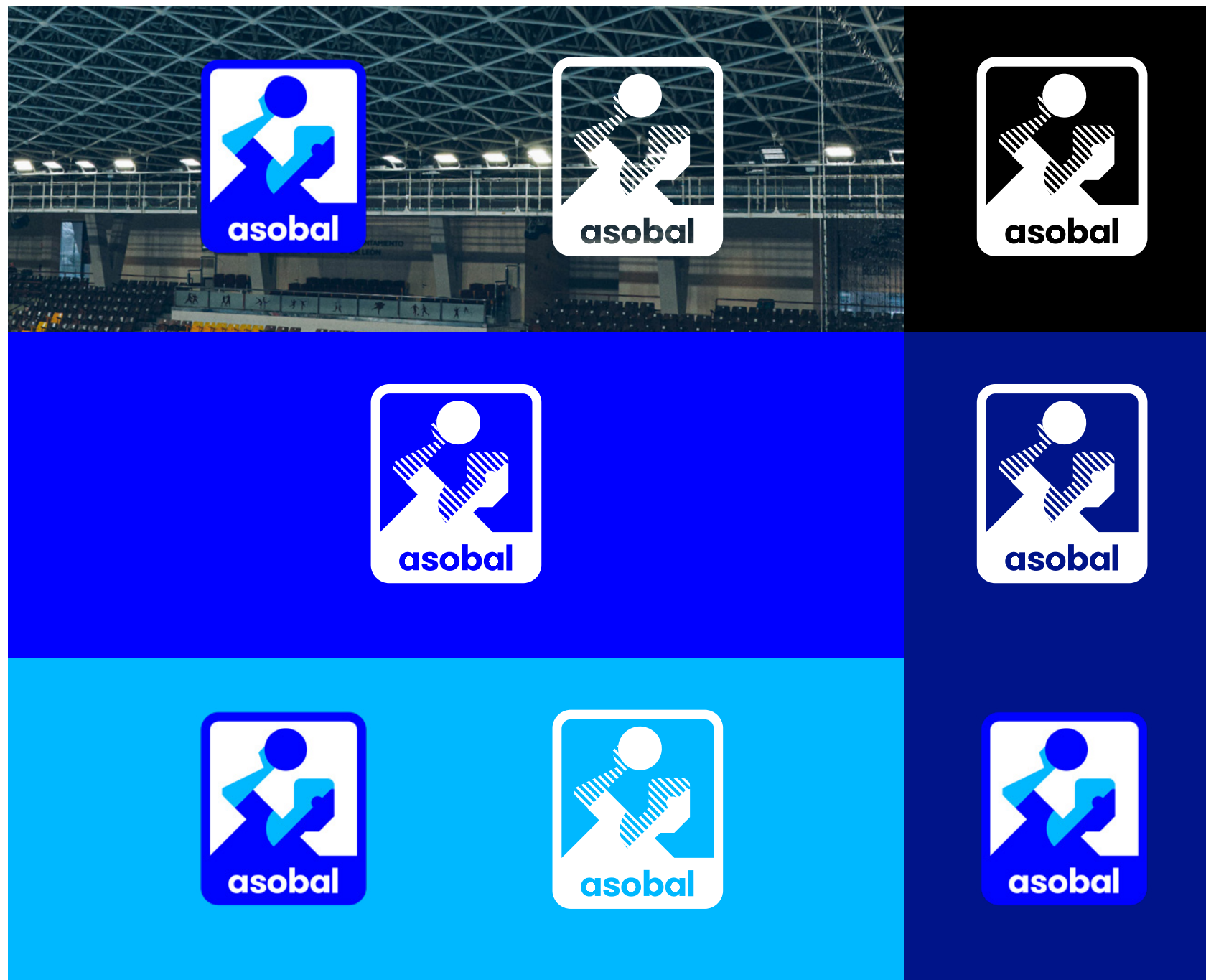
LA MARCA

Reproducción sobre fondos

Se usará **siempre la versión que maximice el contraste y la visibilidad** de la marca respecto al fondo.

Sobre fondos planos de color azul ASOBAL o negro, se utiliza siempre el logotipo en versión monocromática blanca.

En caso de correcto contraste y visibilidad de ambas versiones, se aplica la que se considere más acorde al diseño.



LA MARCA

El logotipo

Es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que éste se escribe.

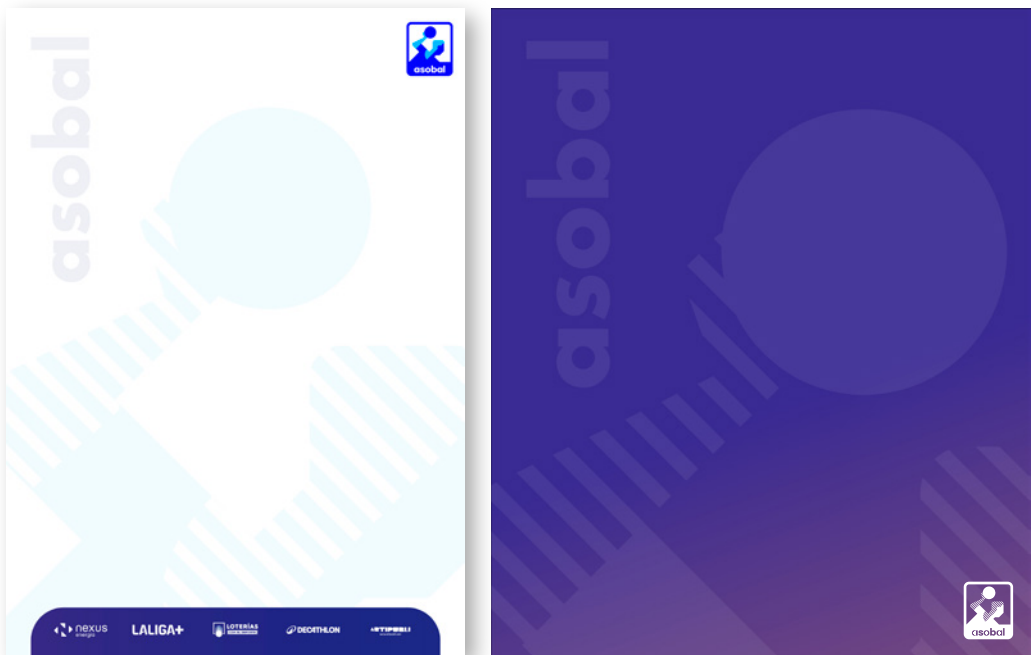
El logotipo está constituido por la parte de la marca que se puede pronunciar. Forma parte de la identidad visual de la marca.

No se podrá usar este elemento de manera independiente como distintivo de marca. Se usará únicamente como recurso compositivo o elemento gráfico para fondos.

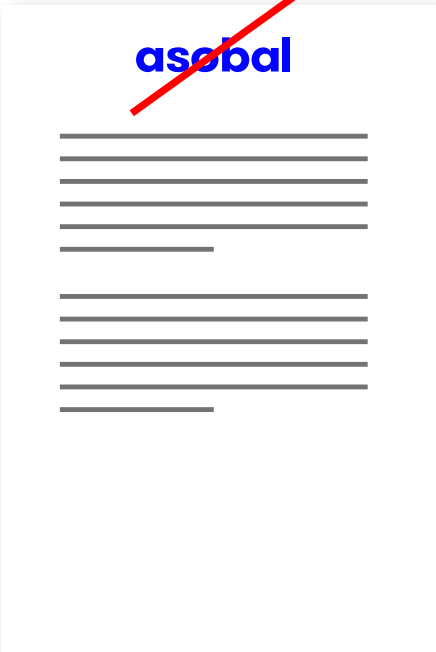
The word 'asobal' is displayed in a large, bold, blue, lowercase sans-serif font. The letters are thick and have a clean, modern appearance. The 'a' and 'o' are particularly prominent due to their size and the blue color.

LA MARCA

El logotipo



Recurso compositivo o elemento gráfico para fondos. No representa la marca, se usa como “adorno”.



LA MARCA

El isotipo

Isotipos son aquellos símbolos o representaciones no pronunciables que complementan la identidad visual de la marca. En este caso se trata de un jugador de balonmano con un balón.

Existen dos versiones de este: versión positiva sobre fondos blancos y versión negativa para uso exclusivo sobre el azul corporativo.

No se podrá usar este elemento de manera independiente como distintivo de marca exceptuando el favicon web y perfil de RRSS. Se usará únicamente como recurso compositivo en fondos, máscaras de recorte u otros, siempre siguiendo las indicaciones de este manual y, en caso de duda, consultando con el Departamento de Comunicación de ASOBAL.



Versión positiva



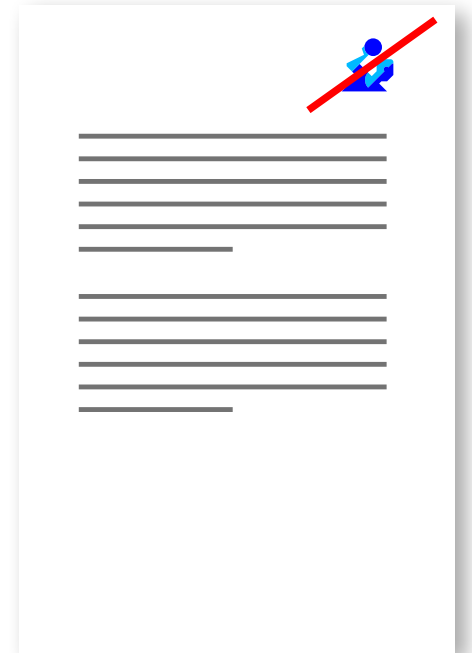
Versión negativa

LA MARCA

El isotipo



Recurso compositivo o elemento gráfico para fondos. No representa la marca, se usa como “adorno”.



2. Color

Color corporativo principal

Colores secundarios

Degradados de color

COLOR

Color corporativo principal

El uso del color azul es una de las principales señas de identidad, una referencia de marca.

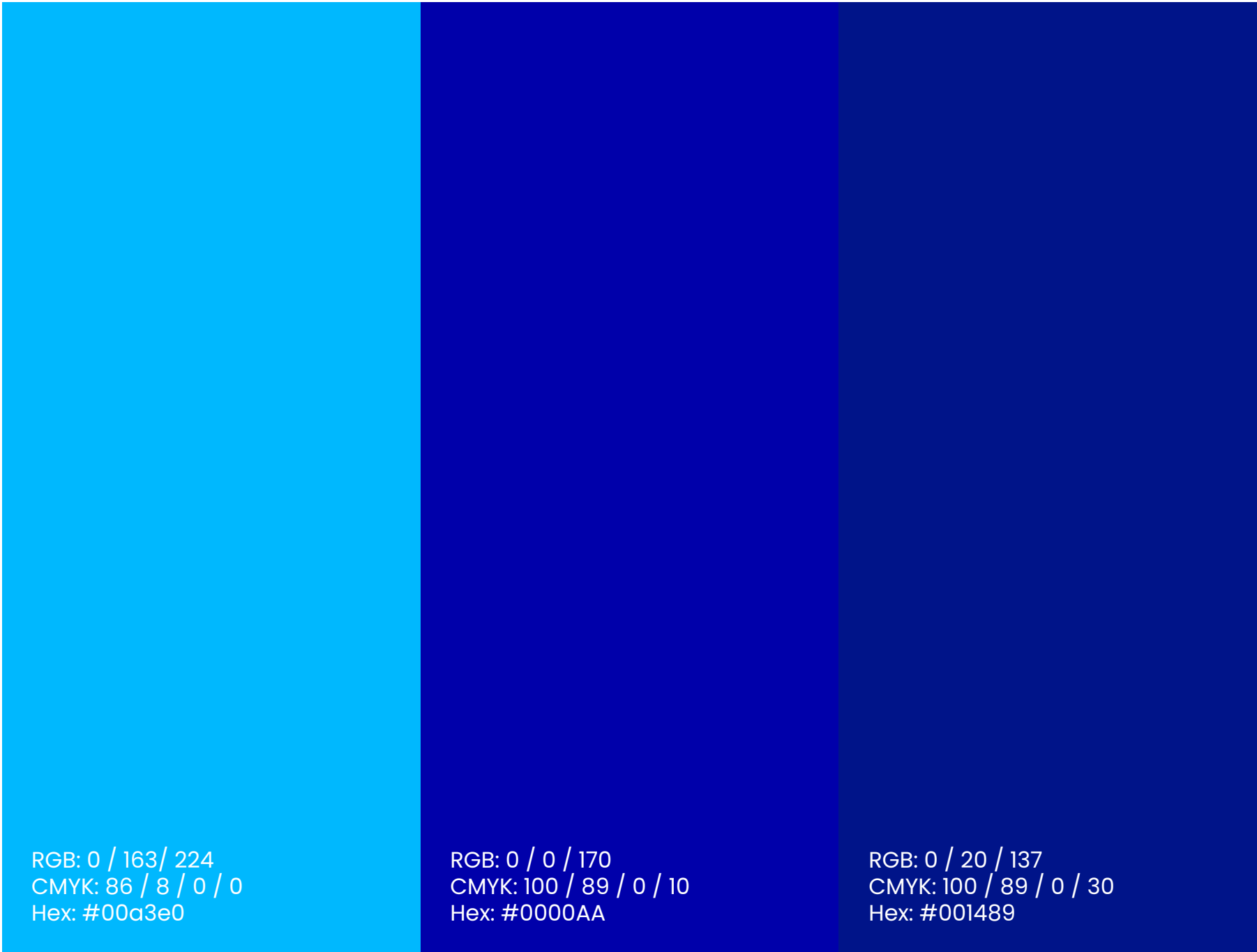
El color principal ASOBAL es un azul vibrante y lleno de energía al que se denominará como **Azul ASOBAL**.

RGB: 0 / 3 / 255
CMYK: 93 / 75 / 0 / 0
Hex: #0003FF
PANTONE: 2728 C

COLOR

Colores secundarios

Para crear combinaciones en el isotipo, fondos u otras composiciones, se utilizará una gama de azules en tonalidades más claras y más oscuras que el color principal para generar contraste, ritmo y dinamismo.



RGB: 0 / 163 / 224
CMYK: 86 / 8 / 0 / 0
Hex: #00a3e0

RGB: 0 / 0 / 170
CMYK: 100 / 89 / 0 / 10
Hex: #0000AA

RGB: 0 / 20 / 137
CMYK: 100 / 89 / 0 / 30
Hex: #001489

COLOR

Degradados de color

Como recurso en el ámbito de colorimetría, se pueden utilizar degradados basados en la paleta cromática corporativa, aportando dinamismo, versatilidad y un tono actual.

Los degradados pueden ser lineales, radiales o de forma libre, dando margen para adaptarse al contexto del diseño.



3. Tipografía

Tipografía corporativa principal

Tipografía secundaria

TIPOGRAFÍA

Tipografía corporativa principal

Poppins es una tipografía de palo geométrica, dinámica y cercana, casando a la perfección con la esencia de ASOBAL y reforzándola.

Gracias a su disponibilidad y a sus numerosos pesos, es una fuente totalmente versátil que se puede usar sobre todo tipo de soportes.

Se usarán de manera preferente estos pesos:

- Poppins Bold y Bold Italic, pensada para titulares y frases cortas.
- Poppins Regular e Italic, pensada para textos cortos y títulos secundarios.
- Poppins Light y Light Italic, pensada para cuerpos de texto más extensos.

Con el uso de estos pesos se crea un contraste que jerarquiza la información para una mejor lectura y comprensión de los contenidos, dinamizándolos a su vez.

POPPINS

Aa Gg

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
¿?!;'"\$%&/(<+*-:;>@#[{

TIPOGRAFÍA

Tipografía corporativa principal

Estas son algunas recomendaciones para el uso de los diferentes pesos tipográficos.

1. Titulares: Poppins bold en minúsculas

2. Información de segundo nivel: Poppins Regular en mayúsculas.

3. Cuerpo de texto: El cuerpo de texto se escribirá en poppins Regular. Cuando queramos resaltar un texto, lo haremos en su peso bold y aplicaremos la versión italic (cursiva) para extranjerismos y otras aplicaciones dictadas por la gramática española.

Interlineado: se recomienda el uso de interlineado automático en todos los casos.

Justificación: se aplicará el texto justificado a la izquierda de manera prioritaria. De manera puntual, en titulares y textos cortos se podrá utilizar el texto centrado si la composición así lo requiere.

Poppins Bold
+ Poppins Regular

Poppins Light
+ **Poppins Bold**

Título principal de la composición

INFORMACIÓN DE SEGUNDO NIVEL

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur 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.

TIPOGRAFÍA

Tipografía secundaria

Se usará Times New Roman para realizar documentos en ofimática en caso de no poder disponer de la tipografía principal, ya que está disponible en todos los dispositivos informáticos.

Times New Roman dispone de 4 estilos: Regular, Italic, Bold y Bold Italic.

TIMES NEW ROMAN

Aa Gg

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
¿?!;”\$%&/(<+*->@#[{

4. Cobranding

Composite de patrocinador naming

Convivencia con otras marcas

COBRANDING

Composite de patrocinador naming

En el ámbito de la competición, y asociada al patrocinio, surge el **composite Liga [PATROCINADOR] ASOBAL**. Este está formado por la marca ASOBAL, siempre a la derecha, acompañada a la izquierda por el logotipo del patrocinador, que estará enmarcado en el espacio designado para ello. La composición va coronada por la palabra "LIGA" en mayúsculas.

Este elemento será diseñado y desarrollado específicamente siempre que haya un nuevo patrocinio que de nombre a la competición.



Composite Liga [PATROCINADOR] ASOBAL

COBRANDING

Convivencia con otras marcas

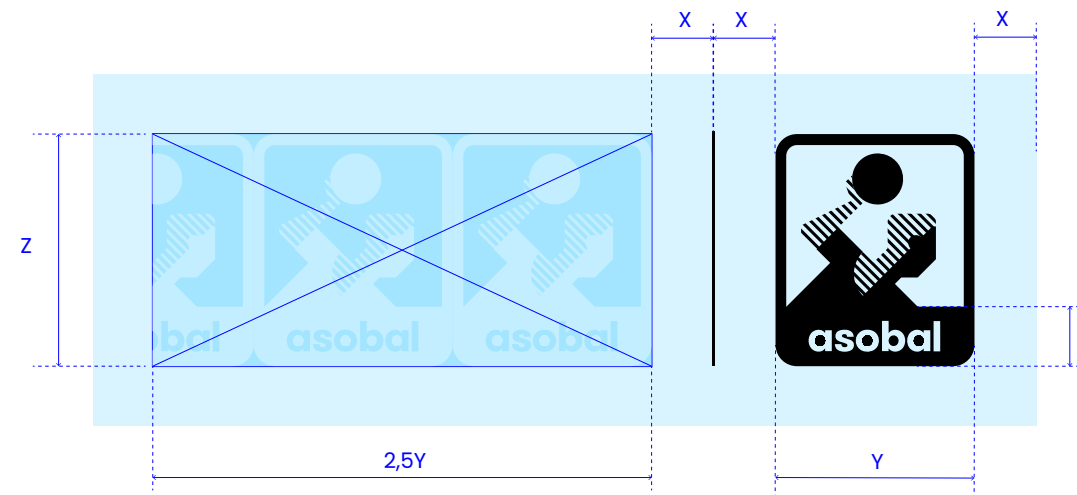
Cuando se trate de una comunicación o acción conjunta con otra marca, está definida una versión *composite*, la cual únicamente se podrá utilizar en sus versiones monocromáticas en negro y blanco.

Las marcas estarán separadas por una línea que se encuentra a la distancia de seguridad "X" de ambos. Estableciendo como "Y" la anchura del isologo de ASOBAL, la **anchura máxima de la marca acompañante será 2,5Y**, mientras que la **altura máxima (Z)** la define la altura del isologo ASOBAL.

Se debe respetar el espacio de seguridad alrededor del conjunto, que es el mismo que en el logotipo principal (X).

La marca acompañante debe estar alineada a la derecha en el eje horizontal y al centro en el eje vertical.

Se deberá respetar siempre las proporciones y espacios establecidos.



LALIGA+



5. Aplicaciones

Papelería

Soportes físicos

Soportes digitales

APLICACIONES DE MARCA

Papelería corporativa

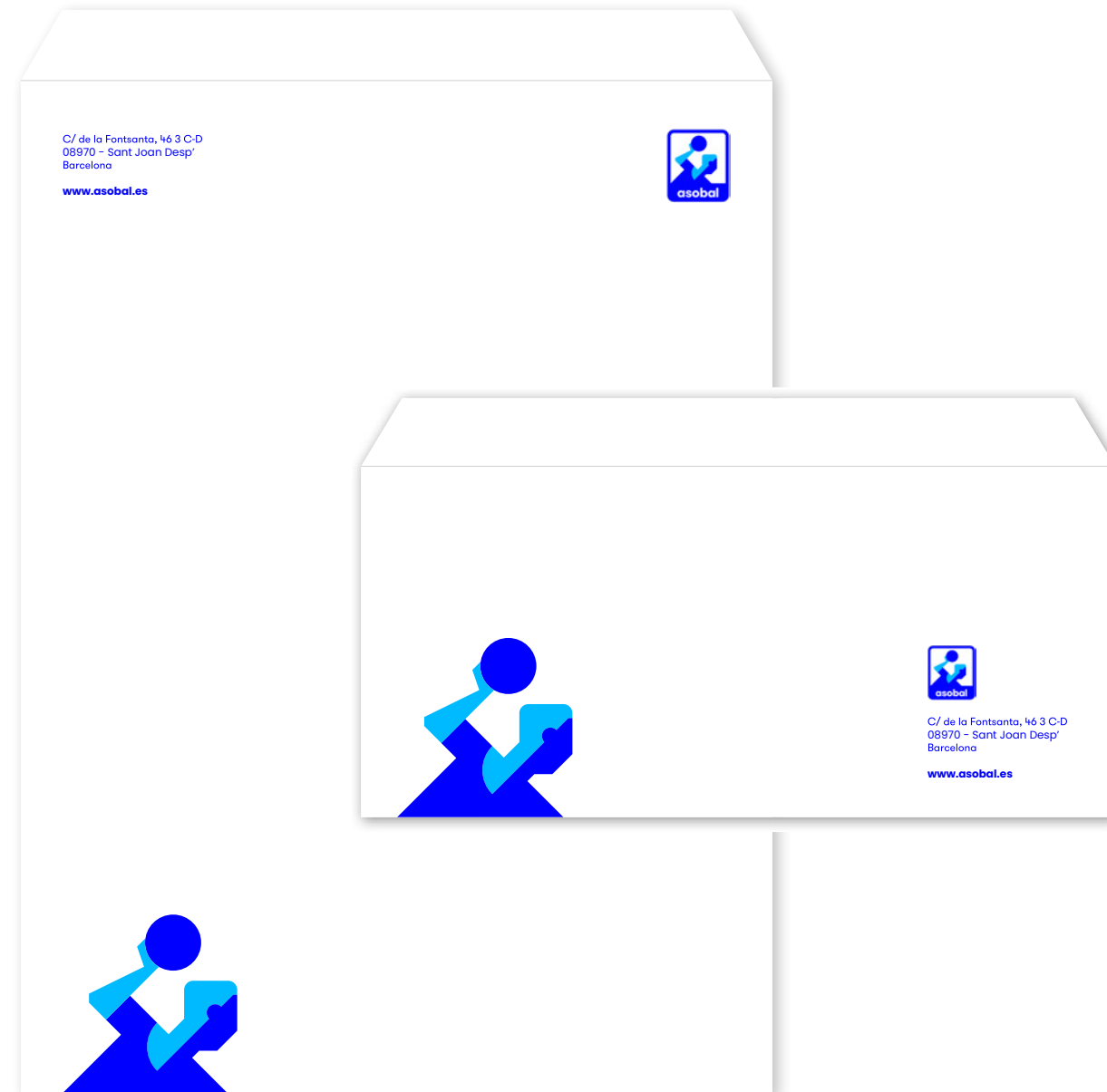
Los datos de ASOBAL deben ser de color Azul ASOBAL.

Se usará el isotipo como recurso compositivo para las piezas de papelería.



Papelería corporativa

Bolsa C4 y sobre americano.



APLICACIONES DE MARCA

Papelería corporativa

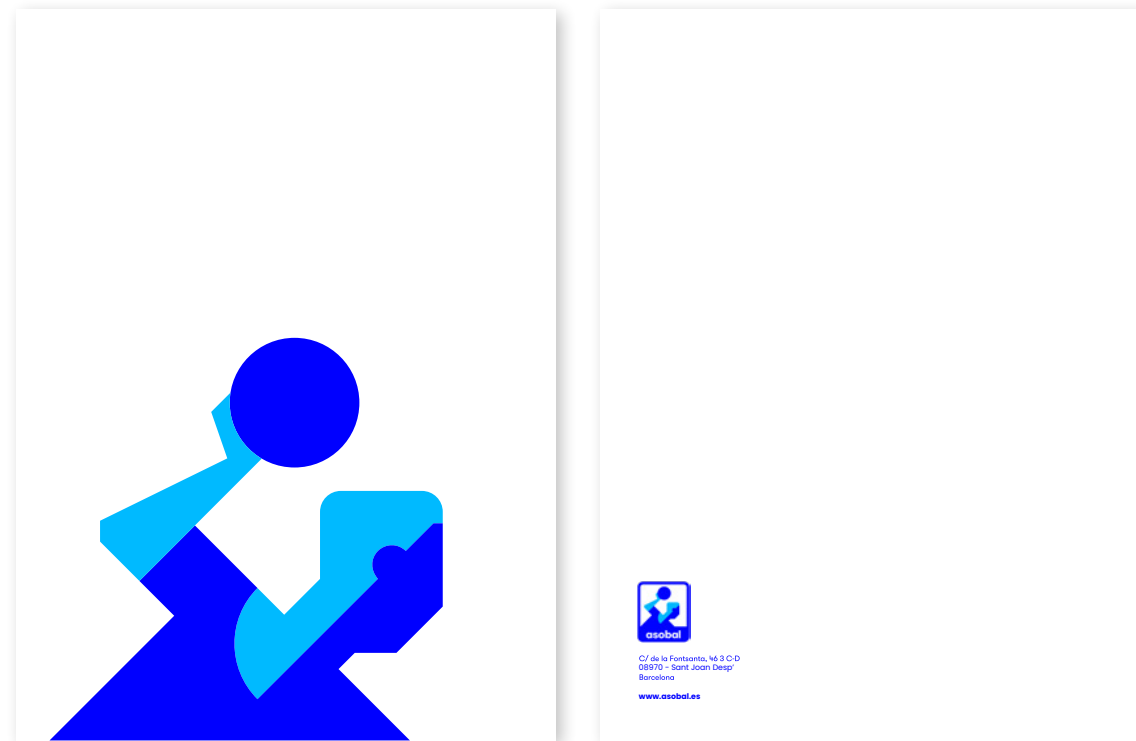
Carpetas.



APLICACIONES DE MARCA

Papelería corporativa

Libreta A5.

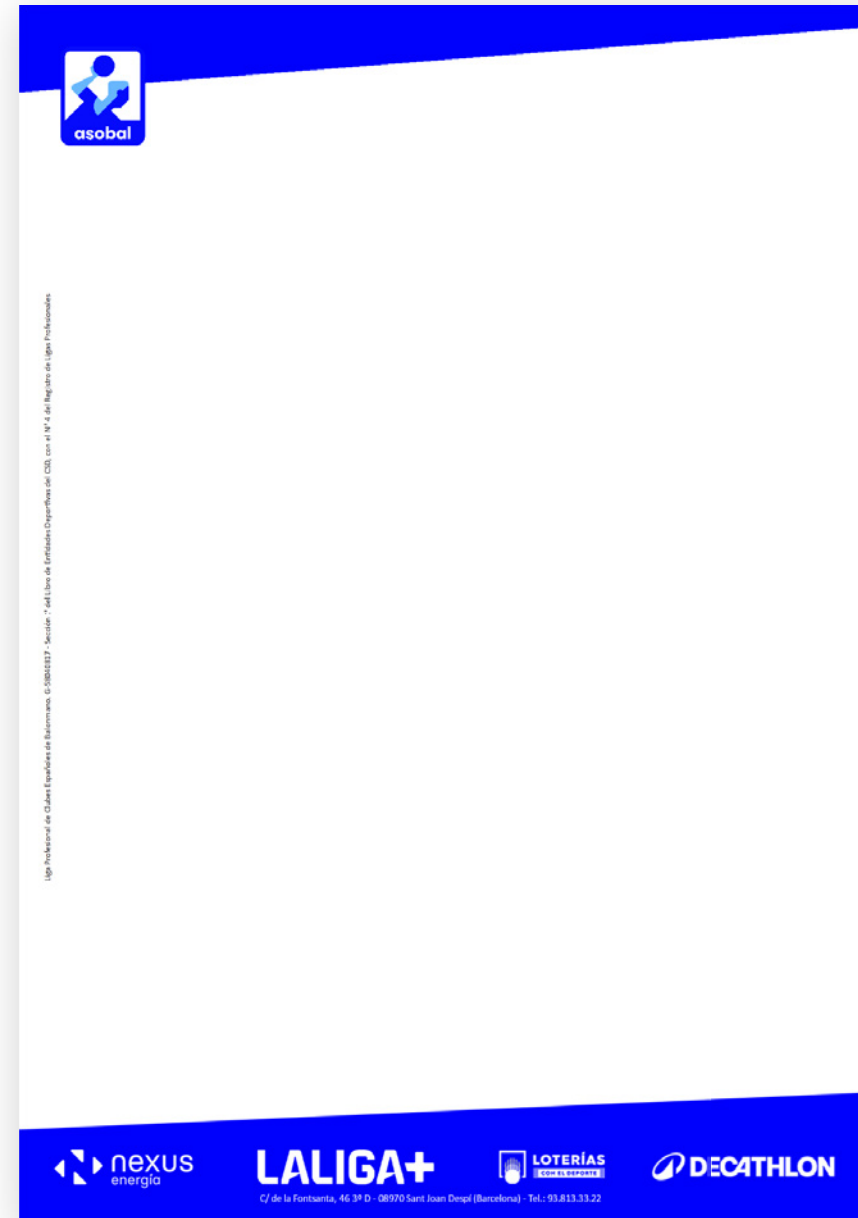


APLICACIONES DE MARCA

Papelería corporativa

Fondos corporativos

Ejemplo de fondo para **documentos corporativos oficiales.**



APLICACIONES DE MARCA

Soportes físicos

Acreditación y lanyard.

El diseño que se aplique se definirá cada temporada, pero debe seguir en todo caso la línea gráfica establecida en el manual, así como todas las directrices que recoge.

El tamaño dependerá de las especificaciones de producción.



Ejemplo aplicación de la línea gráfica a acreditaciones y lanyard

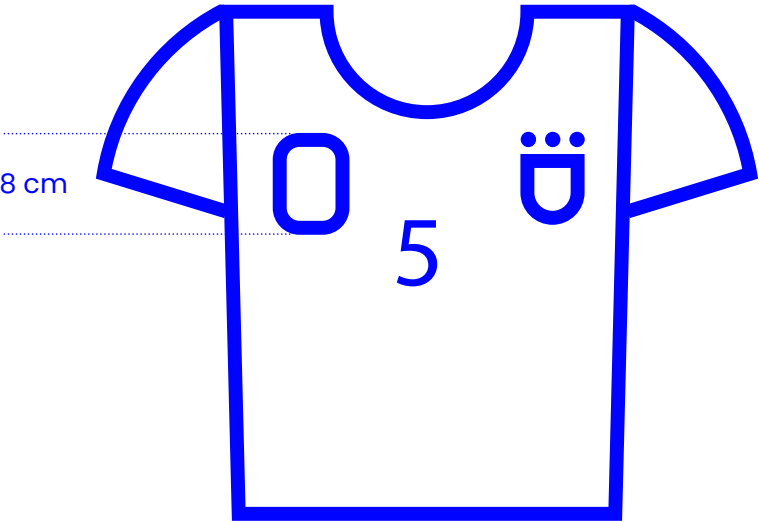
Soportes físicos

Camiseta.

Parámetros para la serigrafía de las camisetas.

Se aplicará el logotipo composite, diseñado específicamente para esta aplicación, correspondiente a la temporada de la competición de liga. En caso de no estar definido o ser un partido que no pertenezca a la competición de liga, se aplicará el logotipo de ASOBAL en una versión específicamente diseñada para esta aplicación, siendo ligeramente más vertical.

El fondo del logo debe ser obligatoriamente blanco, no se podrá utilizar de fondo el color de la camiseta.



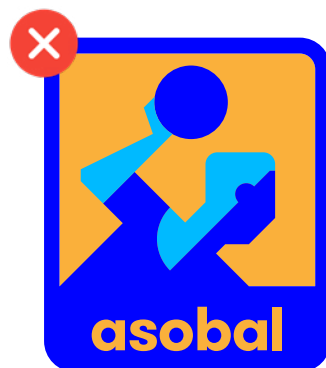
Soportes físicos

Balón oficial.

Para la serigrafía en el balón oficial usamos la **versión principal de la marca** en caso de **no pertenecer a un partido de la competición de liga**.

Se aplicará el **logotipo composite de la temporada** en **partidos que pertenezcan a la competición de liga**.

El fondo del logo debe ser obligatoriamente blanco, no se podrá utilizar de fondo el color del balón.



Soportes físicos

Photocall Flash Interview.

Coronado por dos bandas, una inferior con el logotipo de ASOBAL y del patrocinador principal de la temporada y otra superior con logotipo de la liga y el naming de esa temporada.

El color de fondo se podrá adaptar cada temporada, aplicando la versión de los logotipos que corresponda siguiendo las directices de este manual.



Soportes físicos

Photocall eventos.

El fondo siempre será de colores oscuros, preferentemente en **azúl oscuro corporativo**. El logotipo de ASOBAL siempre se sitúa en la esquina superior derecha en su versión en blanco.

Se mantendrá un espacio superior destinado a claims u otros logotipos principales.

El tamaño irá definido por las necesidades de producción.

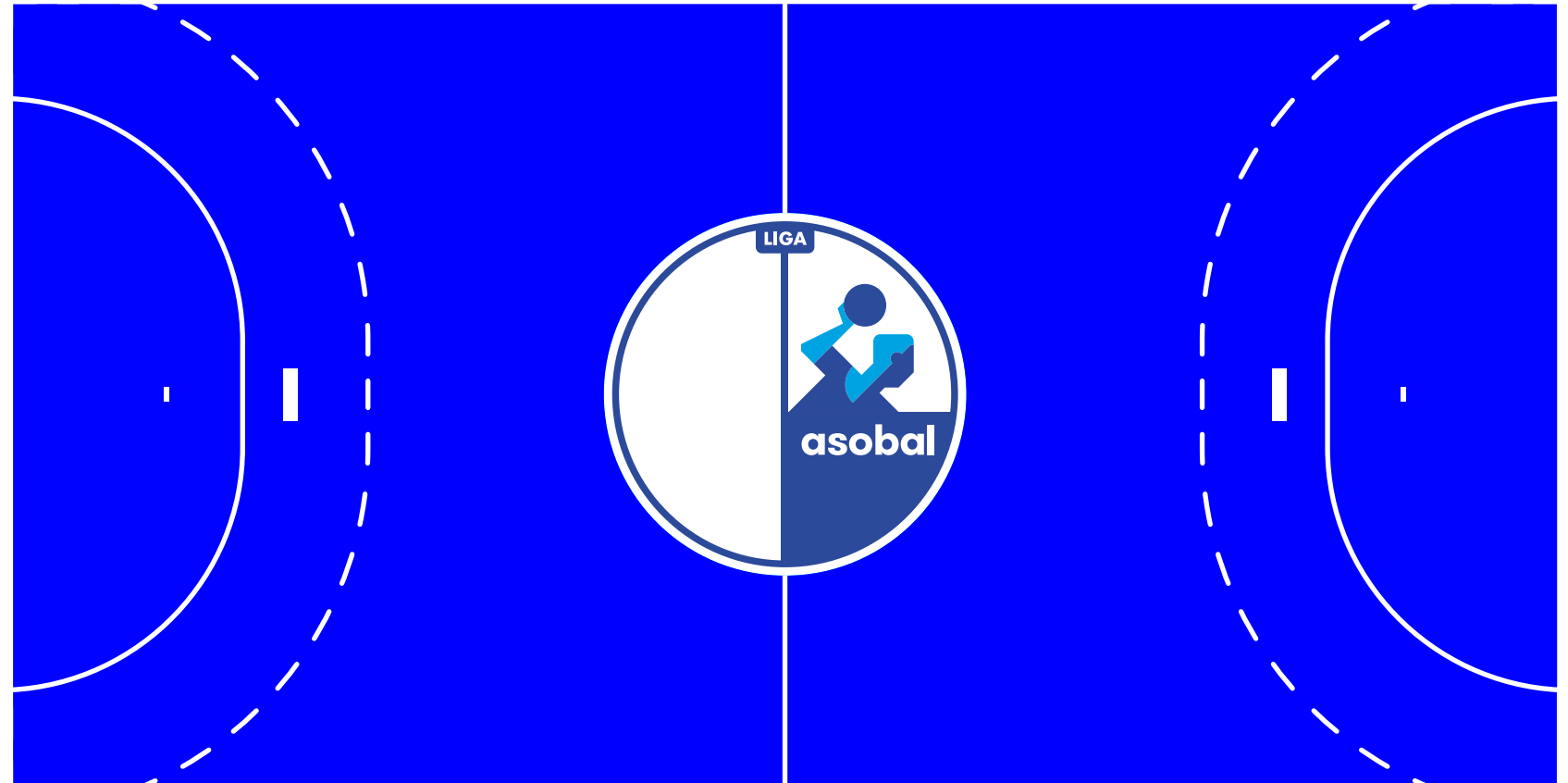


Soportes físicos

Composite central de pista.

En el círculo del centro del campo se situará el composite de la temporada de liga diseñado específicamente para esta aplicación.

ASOBAL siempre debe ir en el lado derecho del composite.

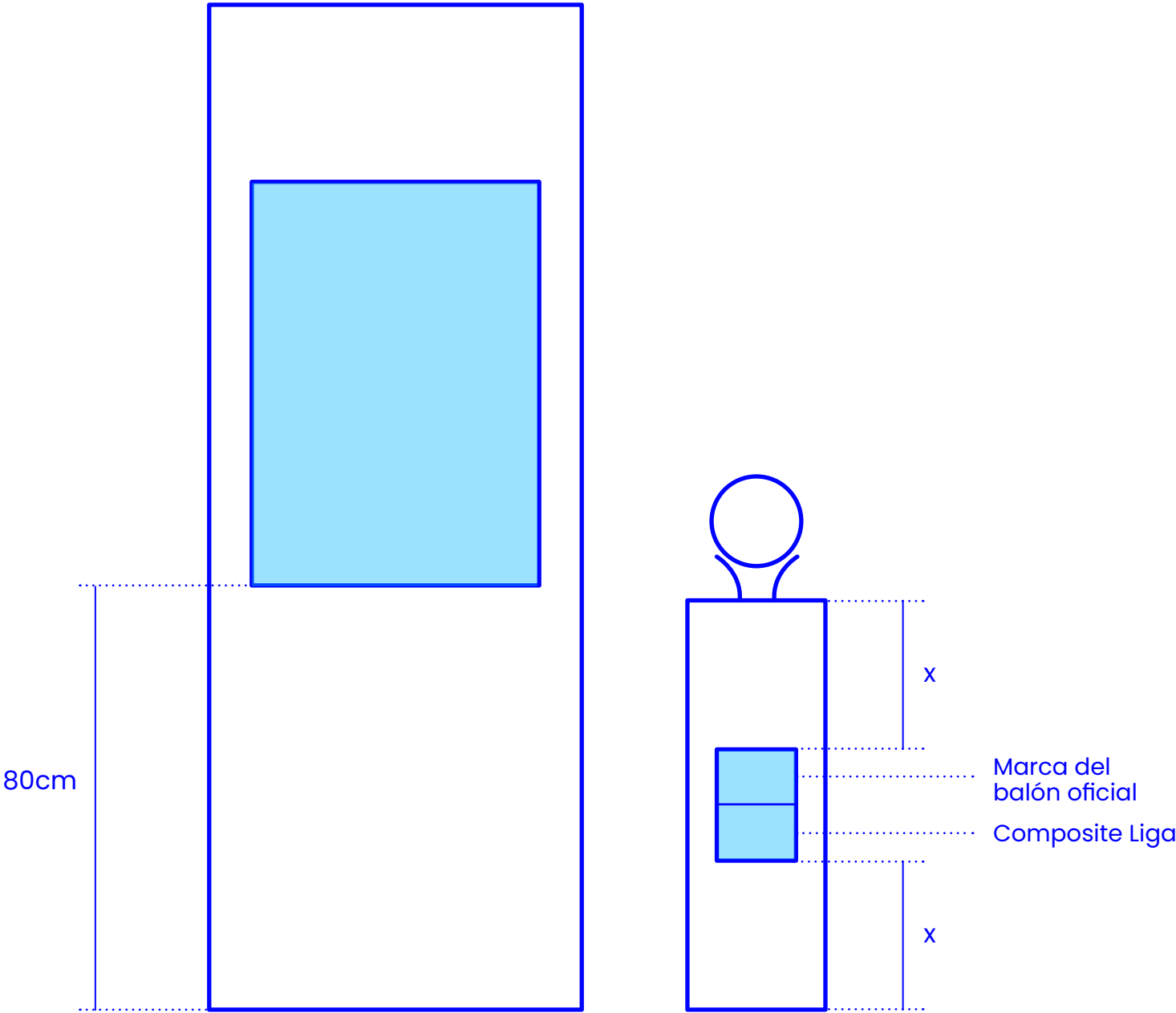


Soportes físicos

Tótems de inicio de partido y soporte del balón.

Al inicio de cada partido se instalará, centrado en el eje horizontal, el soporte vertical con el balón oficial. Este contará con un grafismo diseñado específicamente cada temporada, pero llevará siempre el logotipo de la Liga en la zona central.

Irá acompañado de dos tótems, situados de manera equidistante respecto al soporte del balón, con la gráfica de la temporada. El logotipo se situará siempre por encima de los 80 cm de altura.



Soportes digitales

Para las **redes sociales**, el **icono para móvil** y el **favicon** web usamos siempre el isotipo. Debemos tener en cuenta los diferentes formatos (cuadrado, redondo) de las redes sociales.

Para la **firma digital** usamos el isologo. Para el texto siempre se usa la tipografía secundaria: Times New Roman.



Uso para redes e iconos para movil



Favicon



Nombre Apellido Apellido

Departamento o cargo

600 000 000

nombrecorreo@asobal.es

LIGA PROFESIONAL DE CLUBES ESPAÑOLES DE BALONMANO ASOBAL

Fontsanta 46, 3D 08970 Sant Joan Despí (Barcelona)

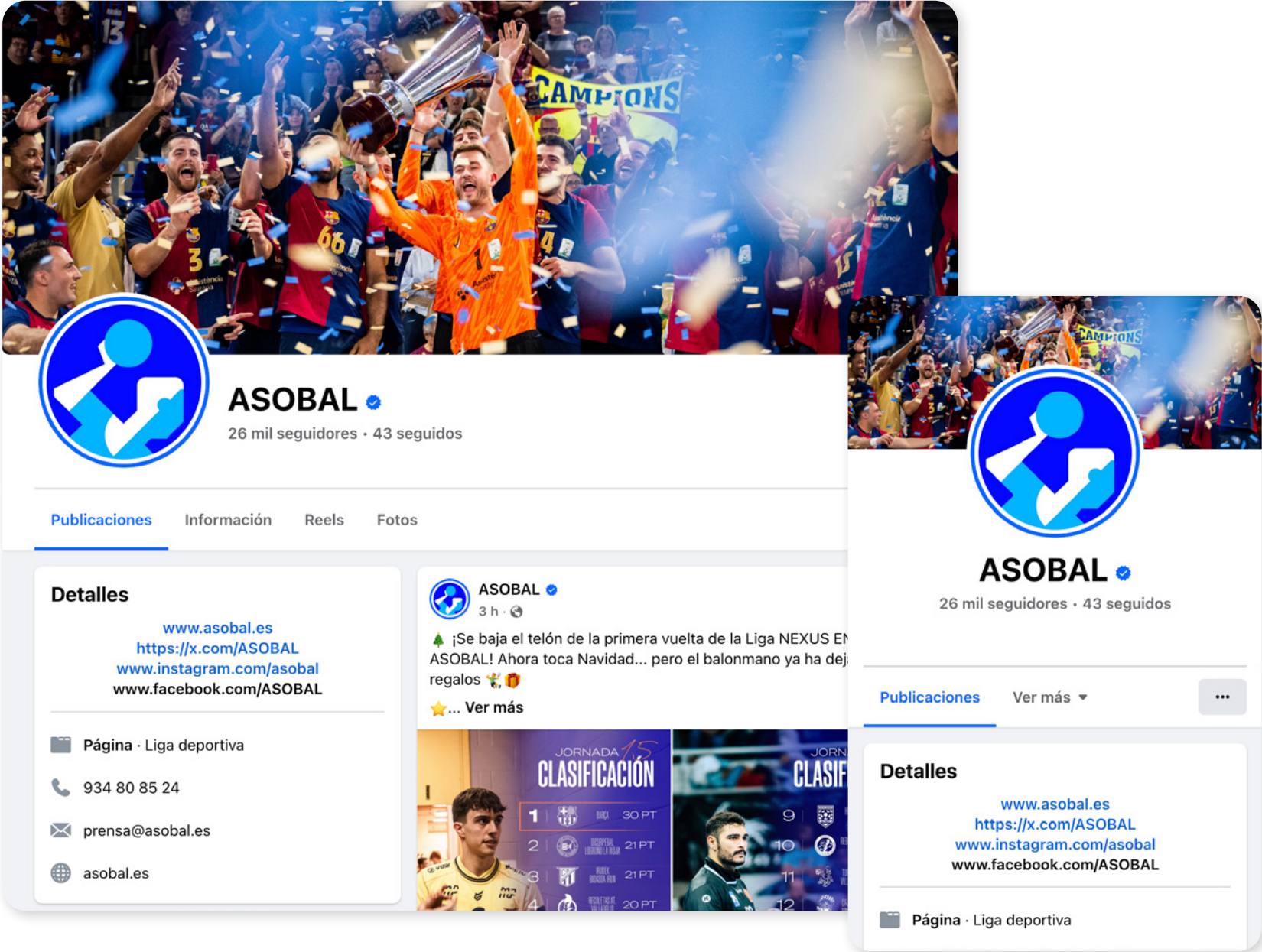
Tel. 93 813 33 22

asobal@asobal.es / www.asobal.es

Firma digital

Soportes digitales

Para los **banners de perfil en redes sociales** se usarán fotos de la competición que se alineen con los valores de ASOBAL y transmitan fuerza, pasión, deportividad, profesionalidad y cercanía.



Soportes digitales

Leds perimetrales.

Se aplicará la marca en su versión principal sobre fondo blanco. Podrá acompañarse la composición por un claim aprobado por el equipo de comunicación de ASOBAL que mantenga el tono y el espíritu de la marca. Este debe ir siempre en mayúsculas y puede usarse la tipografía establecida para la comunicación de esa temporada.

Ejemplo: BALONMANO EN ESTADO PURO.



BALONMANO EN ESTADO PURO

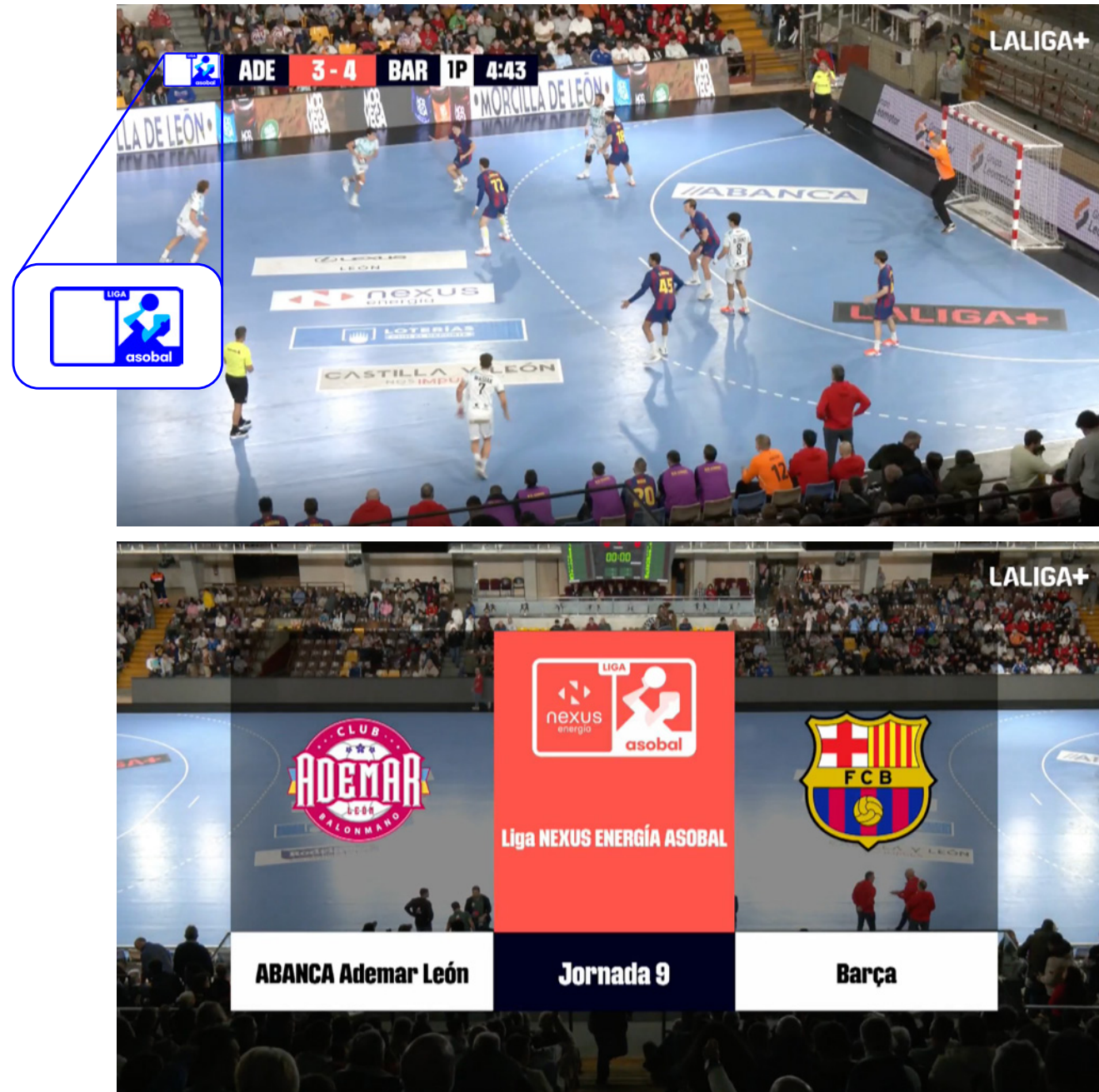


APLICACIONES DE MARCA

Soportes digitales

Aparición en retransmisiones

Debe aparecer el logotipo composite de liga de la correspondiente temporada, que irá aplicado preferentemente en blanco cuando aparezca sobre fondos planos y en la versión a color sobre video para asegurar su correcta visibilidad.



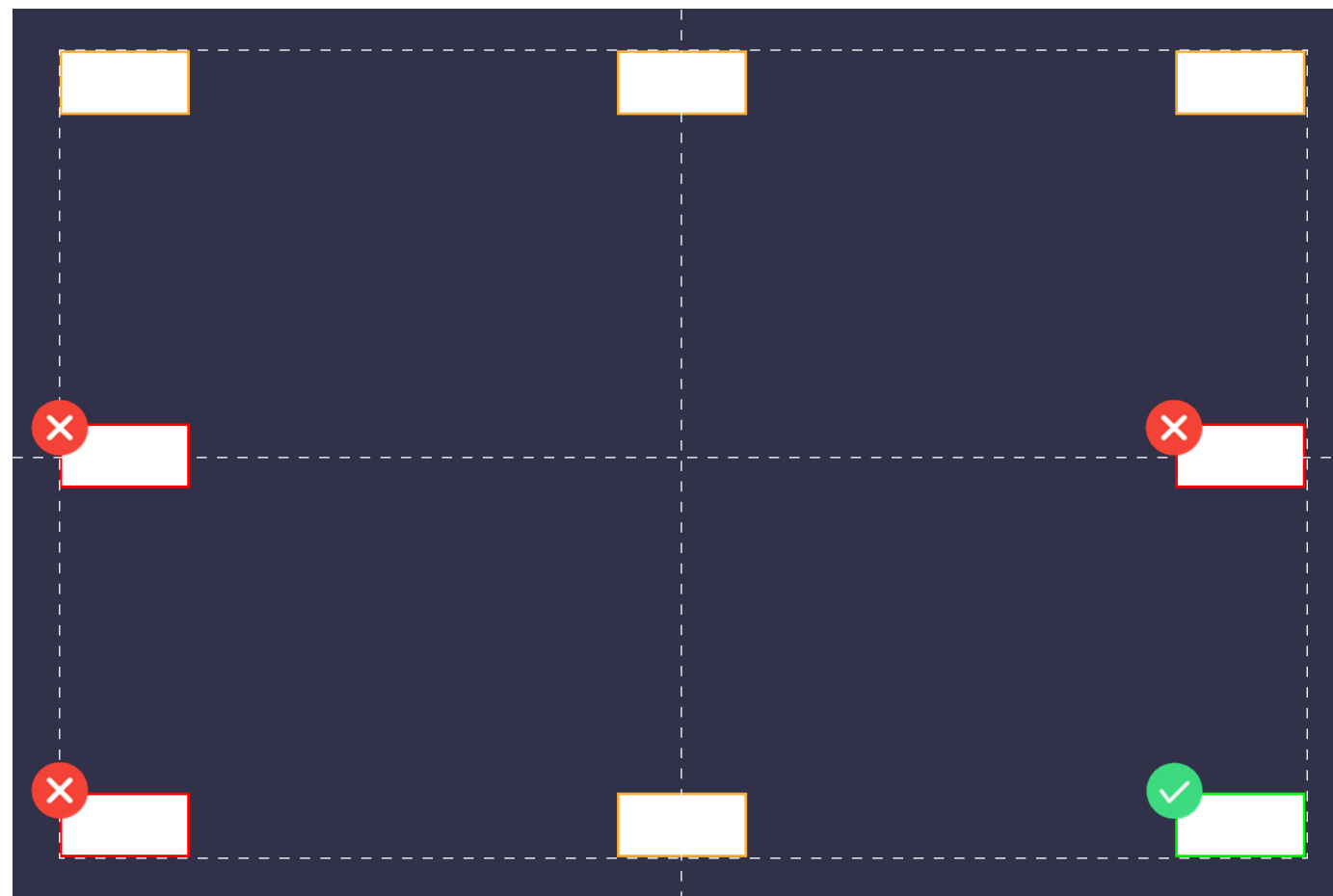
Soportes digitales

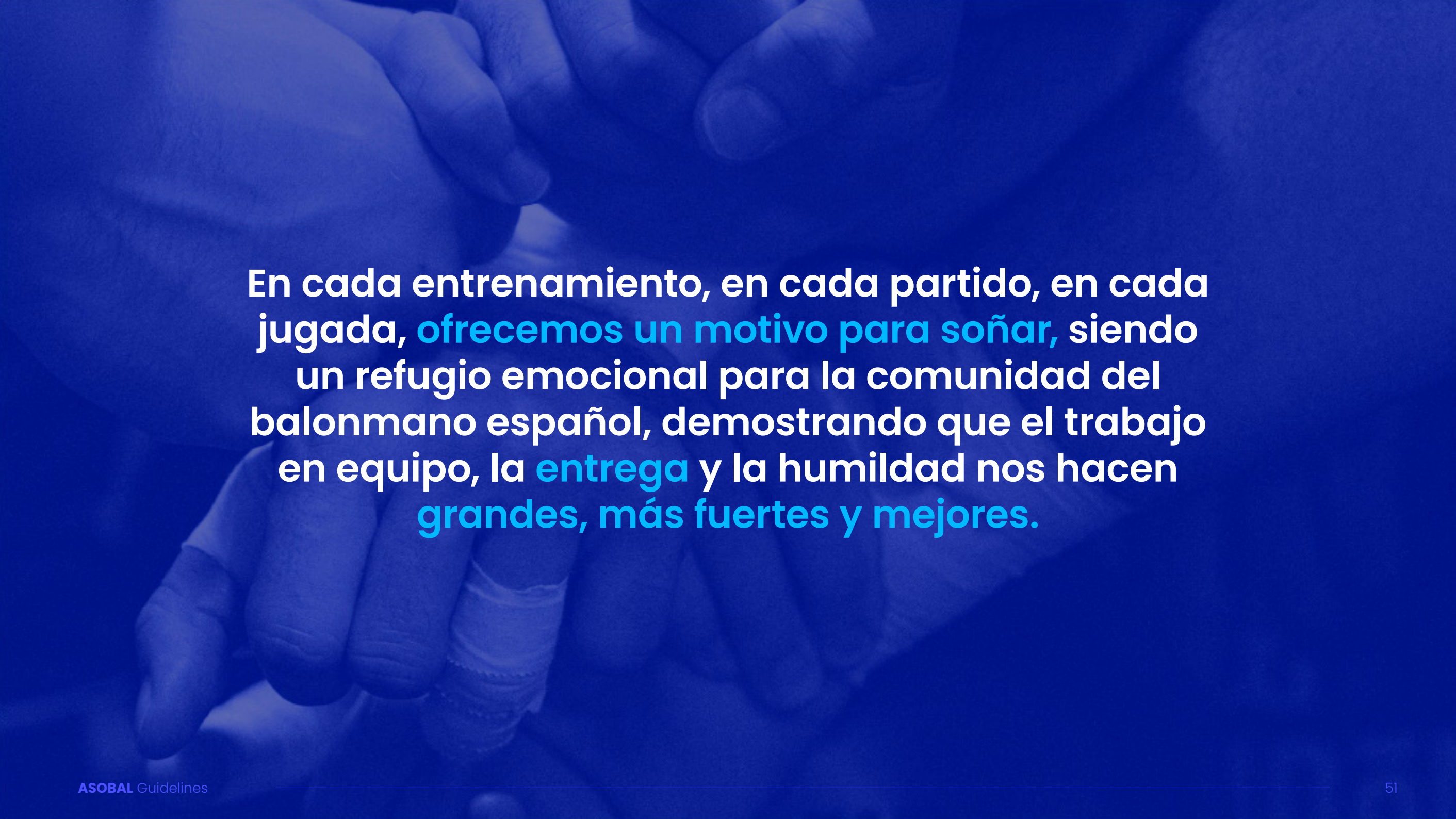
Aparición en videos recopilatorios

El logotipo deberá usarse en color con un tamaño de 80 px de alto y se situará de forma preferente en la esquina inferior derecha o pudiéndose situar, en caso estrictamente necesario, en una de las esquinas superiores de la pantalla o alineado al centro en la parte superior o inferior.

En ningún caso podrá ir centrado en los laterales o en la esquina inferior izquierda.

Los márgenes horizontales y verticales tendrán la misma dimensión.





En cada entrenamiento, en cada partido, en cada jugada, **ofrecemos un motivo para soñar**, siendo un refugio emocional para la comunidad del balonmano español, demostrando que el trabajo en equipo, la **entrega** y la humildad nos hacen **grandes, más fuertes y mejores.**

Contacto:

Tlf.: 938 13 33 22

Email: asobal@asobal.es

Dirección de Comunicación

Responsable: Carlos Molina

Email: cmolina@asobal.es