



# MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

## Normas básicas de uso de nuestra marca

2026

DIRSE

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DIRECTIVOS  
DE SOSTENIBILIDAD [ASG]





# Introducción

## Presentación del manual

El presente Manual de Identidad Visual establece las directrices que regulan el uso de la marca DIRSE, con el fin de garantizar una aplicación coherente, reconocible y consistente en todos sus soportes y comunicaciones.

Este documento constituye el marco de referencia para la correcta gestión de la identidad visual de la organización y facilita la toma de decisiones gráficas alineadas con su posicionamiento institucional.

Está dirigido a los equipos internos, delegaciones, personas colaboradoras y proveedores que intervengan en la creación, adaptación o reproducción de materiales vinculados a la marca.

## Objetivo y ámbito de aplicación

El manual define los criterios que rigen la reproducción del logotipo, el uso del color, la tipografía, la composición y las principales aplicaciones corporativas.

Las directrices recogidas en este documento son de aplicación tanto en soportes impresos como digitales. La identidad visual podrá adaptarse a distintos contextos y soportes, siempre que se respete la coherencia del sistema y los principios aquí establecidos.

## La identidad visual de DIRSE

La identidad visual de DIRSE proyecta los valores de la organización: profesionalidad, rigor, compromiso con la sostenibilidad y vocación de impacto.

Su aplicación sistemática refuerza el reconocimiento de la marca, consolida una imagen institucional sólida y contribuye a posicionar a DIRSE como referente en el ámbito de la dirección de sostenibilidad.

## Uso correcto de la marca

El respeto a estas directrices garantiza la integridad visual de la marca DIRSE.

En aquellos casos en los que surjan necesidades no contempladas en este manual, o situaciones que requieran una adaptación específica, se recomienda valorar la solución más coherente con el espíritu de la marca y, si fuera necesario, consultar previamente con el equipo responsable de comunicación.



# Índice

Introducción .....	3
1. La marca DIRSE .....	6
2. Arquitectura de marca .....	11
3. Color corporativo .....	27
4. Tipografía corporativa .....	33
5. Sistema de retícula .....	38
6. Estilo visual y recursos gráficos .....	49
7. Uso y convivencia de marca .....	52
8. Accesibilidad .....	69
9. Gobernanza de la marca .....	73

# 1. La marca DIRSE

## 1.1. La marca como elemento institucional

DIRSE constituye la marca institucional de la Asociación Española de Directivos de Sostenibilidad (ASG). Actúa como identificador principal de todas sus actividades, iniciativas y comunicaciones, representando formalmente a la organización en cualquier entorno de aplicación, y su uso deberá ajustarse estrictamente a los criterios de este manual.

## 1.2. Logotipo principal institucional

La marca gráfica DIRSE se compone de un isologo formado por:

- El símbolo.
- La denominación "DIRSE".
- La leyenda "Asociación Española de Directivos de Sostenibilidad (ASG)".

Estos elementos conforman el logotipo institucional.

El logotipo deberá reproducirse exclusivamente a partir de los archivos gráficos oficiales, manteniendo intacta su configuración, proporciones, tipografía y relaciones internas.

Es la versión de uso preferente en comunicaciones institucionales y representativas de la organización:

Versión Principal



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DIRECTIVOS  
DE SOSTENIBILIDAD [ASG]

## 1.3. Versiones del logotipo

### 1.3.1. Logotipo con leyenda

Se establece una versión principal recomendada y, además, versiones alternativas de uso bajo condiciones específicas, para adaptarse a distintos formatos y soportes.

## Versiones con leyenda



## 1.3.2. Logotipo sin leyenda

Cuando las condiciones de espacio o legibilidad lo requieran, podrá utilizarse la versión del logotipo sin la leyenda institucional. Su uso deberá justificarse por criterios técnicos y no por decisiones estéticas. Se mantendrán siempre la construcción original y las normas definidas en este manual.

## Versión sin leyenda



## 1.4. Área de protección

El logotipo DIRSE deberá mantener un área de protección mínima que garantice su correcta percepción.

Esta área se define tomando como módulo X la anchura del rectángulo inferior del símbolo.

El espacio libre mínimo alrededor del logotipo deberá ser al menos equivalente a X en todos sus lados.



## 1.5. Tamaño mínimo de reproducción

Para garantizar la legibilidad del logotipo, se definen tamaños mínimos de reproducción en soportes impresos y digitales.

El uso del logotipo por debajo de estos tamaños compromete su legibilidad.

En aplicaciones institucionales, se recomienda utilizar tamaños superiores siempre que el soporte lo permita.



## 1.6. Versiones cromáticas

El logotipo DIRSE dispone de las siguientes versiones:

- **Versión principal** en color corporativo.
- **Versión negativa:** logotipo en blanco con la "S" en color corporativo naranja, para aplicación sobre fondos oscuros.
- **Versión en blanco,** para aplicación sobre fondos corporativos o fotográficos.
- **Versión monocroma a 1 tinta:** Negro 60% y negro 100%.

La elección de la versión adecuada dependerá del contraste, el soporte y el contexto de aplicación. En todos los casos deberá garantizarse la correcta legibilidad y reconocimiento de la marca.

## 1.7. Aplicación sobre fondos

El logotipo podrá reproducirse sobre:

- Fondo blanco.
- Fondos oscuros.
- Fondos corporativos.
- Fondos fotográficos.

En todos los casos, deberá garantizarse un contraste suficiente que asegure su legibilidad y reconocimiento.

Cuando el fondo comprometa la visibilidad del logotipo, deberá utilizarse la versión en blanco, para preservar el contraste.



## 1.8. Usos incorrectos del logotipo

No está permitido:

- Modificar los colores corporativos.
- Alterar proporciones.
- Añadir efectos, sombras, contornos o degradados.
- Recortar, deformar o distorsionar el logotipo.
- Reconfigurar la disposición de sus elementos.
- Aplicarlo sobre fondos que dificulten su lectura.

Cualquier uso no contemplado en este manual deberá someterse a validación previa.



## 2. Arquitectura de marca

### 2.1. DIRSE como marca matriz

DIRSE actúa como marca matriz de la organización. Todas las marcas secundarias dependen de ella visual y conceptualmente, manteniendo coherencia estructural y alineación estratégica con la identidad institucional.

### 2.2. Marcas secundarias DIRSE

Las marcas secundarias identifican programas, iniciativas o líneas específicas de DIRSE. Su función es diferenciar ámbitos de actuación concretos, manteniendo siempre la vinculación con la marca matriz.

### 2.3. Construcción de las marcas secundarias

Las marcas secundarias se construyen a partir del símbolo y la denominación DIRSE, incorporando la denominación específica de cada programa o iniciativa. La estructura base, las relaciones tipográficas y la configuración compositiva forman parte del sistema de identidad y deberán mantenerse sin alteraciones.

### 2.4. Versiones permitidas

Los logotipos secundarios disponen de las siguientes versiones oficiales:

- **Versión principal** en color corporativo.
- **Versión negativa:** logotipo en blanco con la "S" en color corporativo naranja, para aplicación sobre fondos oscuros.
- **Versión en blanco** para aplicación sobre fondos corporativos, oscuros o fotográficos.
- **Versión monocroma a 1 tinta:** Negro 60% y negro 100%.

La elección de la versión adecuada dependerá del contraste y del contexto de aplicación.

A continuación se muestran las marcas secundarias, sus versiones y alternativas.

DIRSE · Academy



DIRSE · Academy (leyenda)



DIRSE · Mentor



DIRSE · Mentor (leyenda)



DIRSE · Líder



## DIRSE · Líder (leyenda)



DIRSE · Toolkit



DIRSE · Premios



## DIRSE · Panel de expertos



DIRSE · Networking



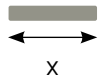
## Transversa



## 2.5. Área de protección en logotipos secundarios

El área de protección será la misma definida para el logotipo principal, aplicando el módulo X establecido en el capítulo anterior.

Ningún elemento gráfico, tipográfico ni límite del formato deberá invadir este espacio mínimo, garantizando su correcta visibilidad y autonomía visual.



## 2.6. Tamaño mínimo

Para garantizar la correcta legibilidad y reproducción de las marcas en cualquier soporte, se establecen los siguientes tamaños mínimos:

### 2.6.1. Logotipos secundarios con leyenda

- 47 mm de ancho en soportes impresos.
- 170 px de ancho en soportes digitales.

### 2.6.2. Logotipos secundarios sin leyenda

- 27 mm de ancho en soportes impresos.
- 100 px de ancho en soportes digitales.

### 2.6.3. Logotipo Transversa

- 63 mm de ancho en soportes impresos.
- 220 px de ancho en soportes digitales.

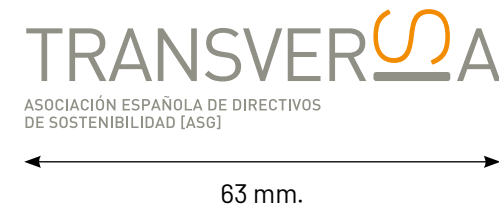
El uso de los logotipos por debajo de estos valores compromete su legibilidad.

En caso de duda sobre el tamaño adecuado según el soporte, se recomienda optar por un formato superior al mínimo establecido.

## 2.7. Consideraciones generales

No está permitido modificar proporciones, tipografías ni relaciones entre los elementos de los logotipos secundarios.

Cualquier adaptación no contemplada en este manual deberá someterse a validación previa.



## 2.8. Elemento identificativo derivado

### 2.8.1. La "S" corporativa

La "S" del logotipo de DIRSE, con su guion inferior, constituye un elemento gráfico derivado de la marca.

Forma parte del sistema visual y, por su alto reconocimiento, puede emplearse como recurso gráfico complementario en aplicaciones corporativas, siempre conforme a los criterios de este manual.



## 2.9. Naturaleza del elemento

El elemento identificativo se compone exclusivamente de la "S" y su guion inferior.

Su construcción, proporciones, inclinación y relación entre ambos elementos deberán mantenerse intactas.

No se contempla la eliminación del guion inferior ni la reinterpretación formal del signo.

Este recurso no constituye un logotipo independiente y no sustituye a la marca completa en aplicaciones institucionales.

Se deberán respetar los siguientes principios:

- Mantener su proporción original.
- No alterar su construcción.
- No separar visualmente el guion de la "S".
- Preservar una intención compositiva coherente.

El encuadre parcial no se considerará una fragmentación indebida siempre que la forma original se mantenga intacta.

## 2.10. Usos permitidos

El elemento identificativo podrá emplearse como recurso gráfico de apoyo en los siguientes contextos:

- Portadas institucionales.
- Papelería corporativa (interiores de sobres, fondos secundarios).
- Soportes expositivos (rollups, señalética, fondos de escenario).
- Presentaciones corporativas.
- Publicaciones extensas como recurso compositivo.
- Marca de agua o elemento de fondo a baja intensidad.

Podrá aplicarse:

- **Versión principal:** "S" en color corporativo y guion en gris corporativo.
- **Versión negativa:** "S" en color corporativo y guion en blanco, para aplicación sobre fondos oscuros o de alta intensidad cromática.
- **Versión en blanco:** para aplicación sobre fondos corporativos o fotográficos cuando se requiera máxima neutralidad.
- **Variaciones tonales autorizadas:** exclusivamente cuando el símbolo actúe como elemento de fondo o recurso gráfico secundario.

En todos los casos deberá garantizarse un contraste suficiente que asegure su correcta legibilidad y coherencia con el sistema visual de DIRSE.

## 2.11. Uso ampliado y encuadre parcial

Se admite su utilización en formato ampliado, incluso cuando quede parcialmente encuadrado por el soporte (laterales de portada o fondos a gran escala), siempre que:

- Se mantenga la proporción y forma originales.
- No se altere su construcción ni relaciones internas.
- Se respete la coherencia visual con la marca principal.

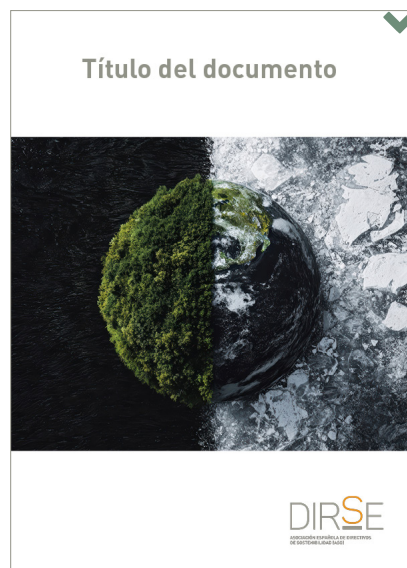
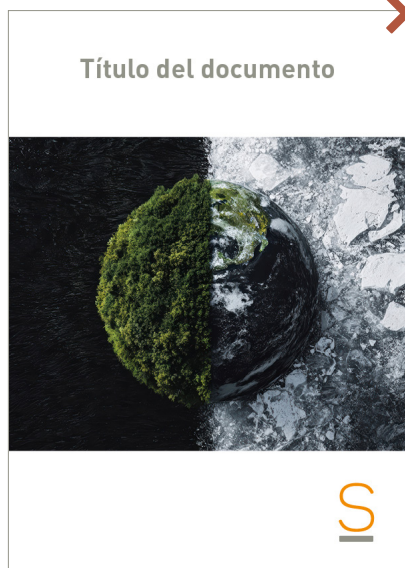
## 2.12. Jerarquía visual

La "S" corporativa es un recurso complementario y no deberá competir con el logotipo oficial ni con la información principal del soporte.

Su función es reforzar la identidad visual de DIRSE mediante un lenguaje coherente, reconocible y consistente.

## 2.13. Usos no permitidos

- Utilizarlo como sustituto del logotipo institucional en aplicaciones donde deba aparecer la marca completa.
- Emplearlo de forma aislada como firma institucional.
- Deformarlo, rotarlo o inclinarlo.
- Aplicarlo como elemento decorativo arbitrario sin función compositiva clara.
- Utilizar combinaciones cromáticas no autorizadas.
- Utilizar la "S" recortada dejando márgenes o espacios en blanco alrededor del elemento.
- Cuando se aplique como recurso gráfico ampliado, deberá extenderse y desaparecer fuera del formato, evitando que quede contenida dentro de una composición cerrada.



## 3. Color corporativo

### 3.1. Paleta principal

La paleta cromática principal de DIRSE está compuesta por los siguientes colores corporativos:

- **Pantone 144 C**
- **Pantone 415 C**

Estos colores constituyen la base del sistema visual de la marca y deben utilizarse siempre que sea posible, respetando los criterios de legibilidad y accesibilidad establecidos en este manual.

El blanco forma parte del sistema cromático estructural y actúa como fondo prioritario y recurso en versiones negativas del logotipo y del símbolo.

### 3.2. Equivalencias de color

Para garantizar la coherencia en todos los soportes, se establecen las siguientes equivalencias cromáticas oficiales:

- **CMYK** (impresión)
- **RGB** (entornos digitales)
- **HEX** (uso web)

Todas las aplicaciones deberán partir de estos valores definidos, evitando conversiones automáticas o ajustes mediante transparencias que puedan alterar el tono original.

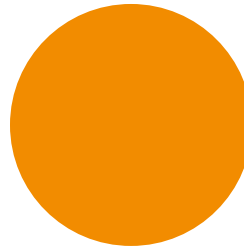
### 3.3. Uso del color

Los colores corporativos deben emplearse de forma equilibrada y funcional, priorizando en todo momento:

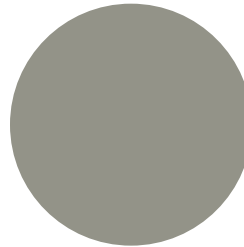
- La legibilidad del contenido.
- La correcta jerarquía visual.
- La coherencia institucional.

El blanco deberá utilizarse como fondo preferente en documentos extensos, favoreciendo la claridad y la lectura.

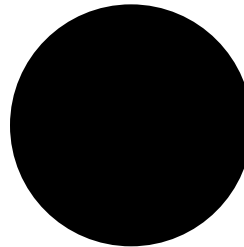
El uso del color no deberá comprometer la lectura ni la comprensión de la información; la función comunicativa prevalecerá sobre decisiones estéticas, especialmente en documentos digitales.



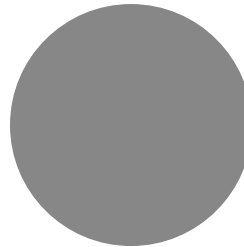
**PANTONE 144 C**  
C / M / Y / K - 0 / 53 / 100 / 0  
R G B - 219 / 140 / 27  
HEXADECIMAL - #db8c1b



**PANTONE 415 C**  
C / M / Y / K - 43 / 32 / 41 / 14  
R G B - 146 / 146 / 136  
HEXADECIMAL - #929287



100% negro  
(logotipo a una tinta)



60% negro  
(logotipo a una tinta)

### 3.4. Accesibilidad y contraste

Con el fin de garantizar una comunicación inclusiva y alineada con los criterios mínimos de accesibilidad:

- El **naranja corporativo** deberá utilizarse preferentemente como **color de fondo** o **recurso gráfico**, con **texto en color negro**.
- No se recomienda el uso de texto blanco sobre fondo naranja en textos extensos.
- El **gris corporativo** se utilizará preferentemente sobre fondo blanco.
- El blanco podrá utilizarse en versiones negativas o sobre fondos que garanticen contraste suficiente.

En cualquier aplicación deberá garantizarse un contraste adecuado entre fondo y tipografía. La legibilidad prevalecerá siempre sobre criterios estéticos.

Los criterios técnicos específicos de contraste se desarrollan en el capítulo de Accesibilidad.

### 3.5. Variaciones tonales permitidas

Se permite el uso de variaciones tonales controladas de los colores corporativos principales, siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

- Mantener el tono cromático original.
- Utilizar valores definidos (CMYK / RGB / HEX).

- No generarlas mediante transparencias.

Estas variaciones no sustituyen al color corporativo principal, sino que actúan como recursos complementarios.

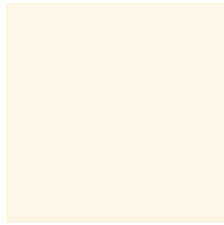
### 3.6. Usos recomendados

Las variaciones tonales podrán emplearse exclusivamente como apoyo visual en:

- Fondos de tablas.
- Recursos gráficos secundarios.
- Separadores y bloques de contenido.
- Documentos extensos (informes, memorias, presentaciones).

#### 3.6.1. Criterios de aplicación:

- El color corporativo en su versión principal deberá mantener la jerarquía visual dominante.
- Las variaciones tonales no podrán sustituir al color principal en elementos estructurales.
- No se permite mezclar arbitrariamente los colores corporativos en un mismo recurso gráfico.
- El logotipo institucional deberá utilizarse siempre en sus colores corporativos oficiales o en blanco, nunca en variaciones tonales.



**C / M / Y / K**  
0 / 5 / 12 / 0  
**R G B**  
255 / 245 / 230  
**HEXADECIMAL**  
#fff5e6



**C / M / Y / K**  
0 / 15 / 36 / 0  
**R G B**  
254 / 223 / 177  
**HEXADECIMAL**  
#fedfb1



**C / M / Y / K**  
0 / 33 / 69 / 0  
**R G B**  
250 / 184 / 95  
**HEXADECIMAL**  
#fab85f



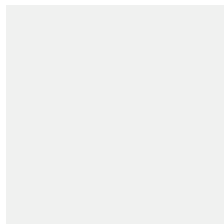
**C / M / Y / K**  
0 / 53 / 100 / 0  
**R G B**  
219 / 140 / 27  
**HEXADECIMAL**  
#db8c1b



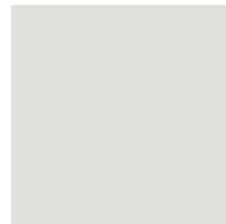
**C / M / Y / K**  
0 / 65 / 100 / 0  
**R G B**  
238 / 114 / 1  
**HEXADECIMAL**  
#ee7201



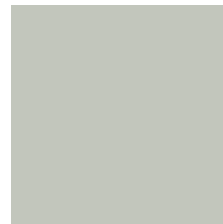
**C / M / Y / K**  
0 / 75 / 100 / 0  
**R G B**  
234 / 91 / 10  
**HEXADECIMAL**  
#ea5b0a



**C / M / Y / K**  
7 / 4 / 6 / 0  
**R G B**  
241 / 242 / 240  
**HEXADECIMAL**  
#f1f2f0



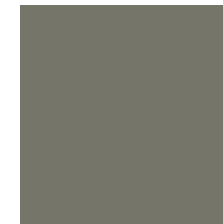
**C / M / Y / K**  
15 / 9 / 14 / 0  
**R G B**  
224 / 225 / 220  
**HEXADECIMAL**  
#e0e1dc



**C / M / Y / K**  
29 / 18 / 27 / 0  
**R G B**  
194 / 198 / 188  
**HEXADECIMAL**  
#c2c6bc



**C / M / Y / K**  
43 / 32 / 41 / 14  
**R G B**  
146 / 146 / 136  
**HEXADECIMAL**  
#929287



**C / M / Y / K**  
53 / 42 / 51 / 24  
**R G B**  
117 / 117 / 106  
**HEXADECIMAL**  
#75756a



**C / M / Y / K**  
63 / 52 / 61 / 34  
**R G B**  
90 / 90 / 79  
**HEXADECIMAL**  
#5a5a4f

## 3.7. Colores secundarios

La paleta secundaria se define como un conjunto de colores de apoyo destinados exclusivamente a la visualización de información, como:

- Gráficos y visualización de datos.
- Diagramas y esquemas.
- Tablas comparativas.
- Infografías y recursos informativos.

Estos colores **no forman parte de la identidad principal** y no deben utilizarse en:

- Logotipo.
- Elementos identificativos de marca.
- Portadas principales.
- Titulares o elementos estructurales clave.

Su función es informativa, no identitaria.

### 3.7.1. Variantes tonales de los colores secundarios

Para facilitar la representación de conjuntos de datos amplios sin ampliar la gama cromática, se permite una única variante tonal por cada color secundario.

La variante autorizada será el 50 % de intensidad del color original, manteniendo su mismo tono cromático.

### 3.7.2. Criterios de aplicación

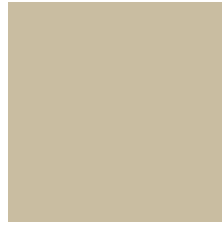
- Los colores secundarios deberán utilizarse únicamente como **código visual de información**, nunca como elementos decorativos.
- Siempre deberá garantizarse un contraste suficiente entre color y fondo.

### 3.7.3. Criterios de jerarquía

- El color secundario al 100 % deberá emplearse para los datos principales.
- La variante al 50 % se utilizará como apoyo o diferenciación secundaria.
- El color corporativo principal deberá mantener siempre la jerarquía visual superior.



**ROJO**  
**C / M / Y / K**  
 23 / 72 / 74 / 15  
**R G B**  
 177 / 86 / 62  
**HEXADECIMAL:**  
 #b1563e



**TIERRA**  
**C / M / Y / K**  
 23 / 22 / 38 / 4  
**R G B**  
 201 / 189 / 161  
**HEXADECIMAL:**  
 #c9bda1



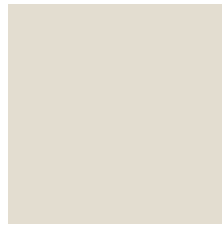
**VERDE**  
**C / M / Y / K**  
 60 / 29 / 53 / 12  
**R G B**  
 110 / 141 / 121  
**HEXADECIMAL:**  
 #6e8d79



**AZUL**  
**C / M / Y / K**  
 57 / 36 / 18 / 3  
**R G B**  
 123 / 147 / 178  
**HEXADECIMAL:**  
 #7b93b2



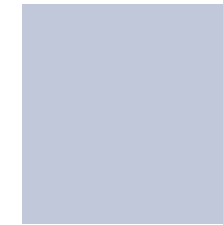
**ROJO (50%)**  
**C / M / Y / K**  
 11 / 36 / 37 / 7  
**R G B**  
 216 / 169 / 150  
**HEXADECIMAL:**  
 #d8a996



**TIERRA (50%)**  
**C / M / Y / K**  
 12 / 11 / 19 / 2  
**R G B**  
 227 / 220 / 208  
**HEXADECIMAL:**  
 #e3dcd0



**VERDE (50%)**  
**C / M / Y / K**  
 30 / 14 / 26 / 6  
**R G B**  
 183 / 195 / 185  
**HEXADECIMAL:**  
 #b7c3b9



**AZUL (50%)**  
**C / M / Y / K**  
 28 / 18 / 9 / 1  
**R G B**  
 193 / 200 / 217  
**HEXADECIMAL:**  
 #c1c8d9

## 4. Tipografía corporativa

La tipografía corporativa de DIRSE es

**Barlow**, una tipografía sans serif de carácter contemporáneo, versátil y altamente legible, alineada con los valores de claridad, cercanía y profesionalidad de la asociación.

Su uso garantiza una identidad visual coherente y reconocible en todos los soportes corporativos, y deberá emplearse como tipografía principal en materiales gráficos, impresos, editoriales y digitales.

Para asegurar consistencia en su aplicación, se establece el uso de las siguientes variantes:

### 4.1. Muestra

#### Barlow Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
°ª\!|"@·#~€\$%&-/( )=?ıç`^ [+\*]'¨{ç},;.:--

#### Barlow Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
°ª\!|"@·#~€\$%&-/( )=?ıç`^ [+\*]'¨{ç},;.:--

#### Barlow SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
°ª\!|"@·#~€\$%&-/( )=?ıç`^ [+\*]'¨{ç},;.:--

#### Barlow Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
°ª\!|"@·#~€\$%&-/( )=?ıç`^ [+\*]'¨{ç},;.:--

### Barlow Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
ªº\!|"@·#~€\$%&-/( )=?ıç`^ [+\*]´¨{ç},;.:--\_

### Barlow Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
ªº\!|"@·#~€\$%&-/( )=?ıç`^ [+\*]´¨{ç},;.:--\_

### Barlow SemiBold italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
ªº\!|"@·#~€\$%&-/( )=?ıç`^ [+\*]´¨{ç},;.:--\_

### Barlow Bold italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
ªº\!|"@·#~€\$%&-/( )=?ıç`^ [+\*]´¨{ç},;.:--\_

## 4.2. Principios de uso tipográfico

El uso de la tipografía corporativa deberá priorizar siempre:

- Claridad y legibilidad.
- Jerarquía visual clara.
- Coherencia entre soportes.
- Lectura cómoda en textos largos.

## 4.3. Alineación y composición

- El texto se compone preferentemente alineado a la izquierda.
- Se evitará la justificación completa en textos largos.
- Se debe evitar el uso excesivo de mayúsculas.
- El tracking se mantendrá en valores neutros (0 a +5), salvo en titulares o usos puntuales.

No deberán aplicarse deformaciones, condensaciones artificiales ni modificaciones estructurales de la tipografía.

## 4.4. Jerarquía tipográfica

Los siguientes tamaños e interlineados se establecen como referencia orientativa, pudiendo ajustarse en función del tipo de documento (informes extensos, documentos breves o piezas de una o varias páginas), siempre que se mantenga la jerarquía visual y la legibilidad.

### 4.4.1. Uso impreso

- **Título principal:** Tamaño: 24–40 pt / Interlineado: 120–130% (29–48 pt).
- **Subtítulo / encabezado de sección:** Tamaño: 16–30 pt / Interlineado: 120–140% (20–36 pt).
- **Texto corrido:** Tamaño: 10–11pt / Interlineado: 140–160 % (14–18pt).
- **Destacados / entradillas:** Tamaño: 12–16 pt / Interlineado: 130–150% (16–22 pt).
- **Pie de página / notas:** Tamaño: 8,5–9 pt / Interlineado: 120–140% (10–13 pt).

### 4.4.2. Tablas y datos

En tablas, gráficos o contenidos con alta densidad de información, se permite el uso de tamaños tipográficos más reducidos para optimizar el espacio, siempre que se garantice la legibilidad.

- **Texto en tablas:** Tamaño: 8 pt / Interlineado: 120–130 % (9,5–11 pt)

Se recomienda:

- Priorizar claridad sobre cantidad de información
- Evitar interlineados excesivamente compactos

- Mantener suficiente espaciado interno en celdas
- Utilizar pesos tipográficos (Regular/Medium / Bold) para jerarquizar datos

## 4.5. Tipografía alternativa para documentos editables

Para documentos colaborativos o editables en entornos ofimáticos (PowerPoint, Word u otros), se establece como tipografía alternativa **Verdana**.

Verdana es una tipografía de sistema disponible tanto en Windows como en macOS. Está optimizada para lectura en pantalla y compatible con criterios de accesibilidad.

Su uso queda limitado exclusivamente a:

- Presentaciones PowerPoint.
- Documentos editables compartidos internamente.

No se utilizará Verdana en piezas gráficas, documentos editoriales ni materiales corporativos finales.

#### 4.5.1.Muestra

##### Verdana regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ° ª \ ! | " @ · # ~ \$ % & ¬ / ( ) = ? ¡ ¢ ` ^ [ + \* ] ´ ¨ { ç } , ; . : - \_

##### Verdana Italic

*A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z*  
*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z*  
*0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ° ª \ ! | " @ · # ~ \$ % & ¬ / ( ) = ? ¡ ¢ ` ^ [ + \* ] ´ ¨ { ç } , ; . : - \_*

##### Verdana bold

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ° ª \ ! | " @ · # ~ \$ % & ¬ / ( ) = ? ¡ ¢ ` ^ [ + \* ] ´ ¨ { ç } , ; . : - \_**

##### Verdana bold Italic

***A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z***  
***a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z***  
***0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ° ª \ ! | " @ · # ~ \$ % & ¬ / ( ) = ? ¡ ¢ ` ^ [ + \* ] ´ ¨ { ç } , ; . : - \_***

#### 4.5.2. Jerarquía tipográfica recomendada para presentaciones (formato 16:9)

La siguiente escala tipográfica establece un marco de referencia para el diseño de presentaciones digitales de DIRSE.

Dado que las intervenciones pueden realizarse en espacios de distinta capacidad, desde salas medianas hasta auditorios de gran formato, los tamaños indicados se presentan como rangos orientativos.

Podrán ajustarse ligeramente en función del contexto, siempre que se mantenga la jerarquía visual y se garantice la legibilidad a distancia.

Valores estructurales recomendados:

- **Interlineado recomendado:** entre 1,2 y 1,3.
- **Espaciado posterior al párrafo:** entre 4 y 8 pt.
- Evitar interlineados demasiado compactos que dificulten la lectura en sala.
- No añadir espaciado anterior innecesario que rompa la coherencia vertical.

Estos valores actúan como guía estructural y pueden adaptarse según necesidades.

Escala tipográfica recomendada:

- **Título principal:** rango 34–44 pt.
- **Subtítulo:** rango 24–34 pt.
- **Cuerpo principal:** rango 16–28 pt (en auditorios grandes se recomienda no bajar de 24 pt).
- **Segundo nivel de texto:** rango 16–22 pt.
- **Tercer nivel o notas secundarias**  
Mínimo recomendado: 16 pt.
- **Pie de página/referencias:** 14 pt mínimo.

El aumento de tamaño implica necesariamente una mayor síntesis del contenido. En presentaciones institucionales se priorizará siempre la claridad del mensaje frente a la densidad textual.

# 5. Sistema de retícula

## 5.1. Retícula para entornos impresos

### 5.1.1. Sistema estructural flexible

La identidad visual se articula mediante un sistema de retícula estructural flexible.

Este sistema establece un marco de orden y coherencia para todos los documentos. Garantiza consistencia visual sin limitar la capacidad de adaptación a distintos formatos y necesidades comunicativas.

La retícula define:

- Márgenes y áreas de seguridad.
- Área útil de contenido.
- Número y proporción de columnas.
- Relaciones espaciales entre bloques.

Las configuraciones mostradas a continuación constituyen ejemplos operativos del sistema. Su función es servir como punto de partida estructural, evitando soluciones arbitrarias y asegurando coherencia visual.

Las medidas pueden ajustarse en función del contenido, siempre que se respete la lógica proporcional y el equilibrio del conjunto.

### 5.1.2.A4 Vertical · Página sencilla

Formato base para documentos editoriales, informes breves, fichas o comunicaciones estructuradas.

#### Márgenes

- Superior: 22 mm.
- Inferior: 22 mm.
- Izquierdo: 22 mm.
- Derecho: 22 mm.

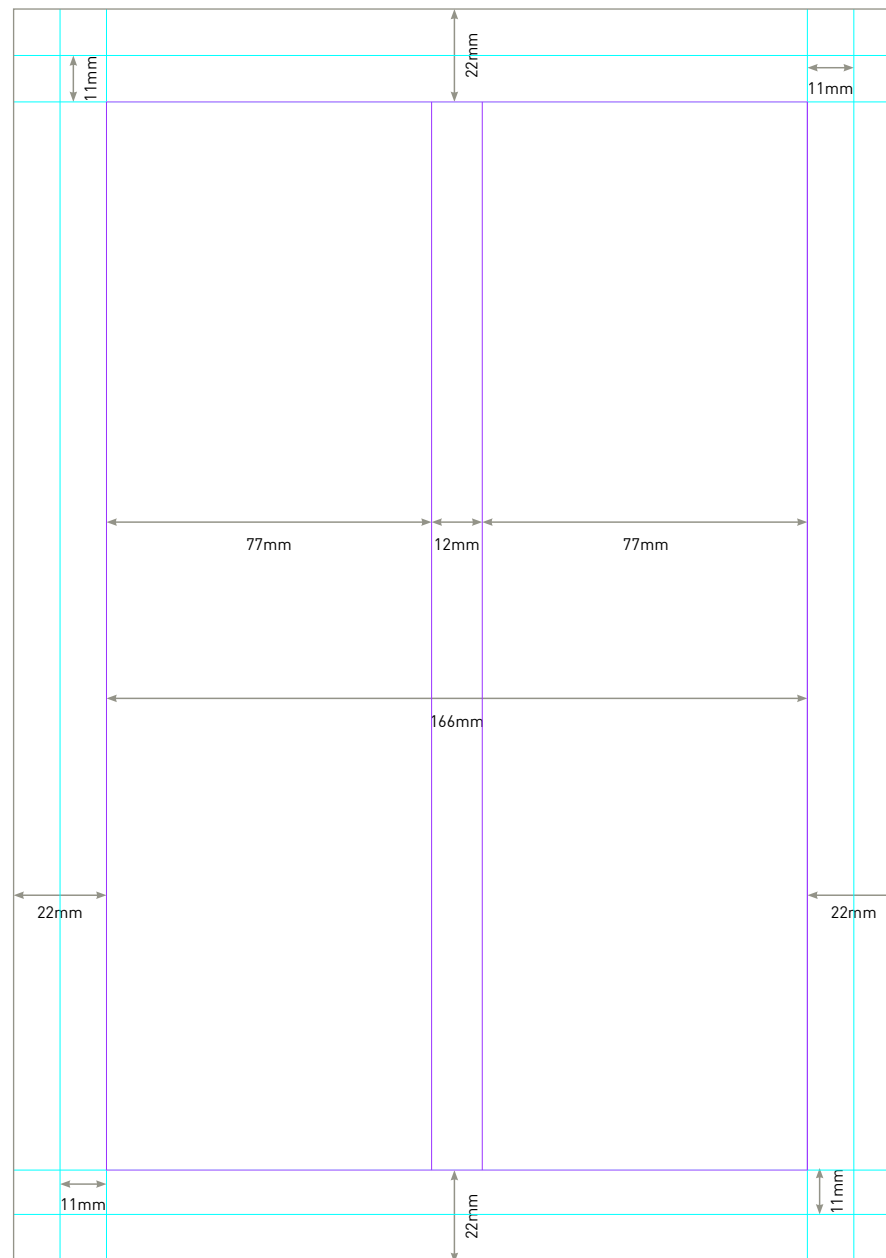
#### Área útil de contenido

- Ancho total: 166 mm.
- Configuraciones de columnas.
- 1 columna: 166 mm.
- 2 columnas: 77 mm cada una.
- Calle entre columnas: 12 mm.

#### Encabezado y pie de página

- Separación respecto al área de contenido: 11 mm.

Esta configuración garantiza equilibrio, legibilidad y una estructura clara para documentos de lectura continua.



### 5.1.3.A4 Vertical · Doble página

Configuración destinada a documentos extensos, memorias o publicaciones donde la continuidad visual entre páginas es relevante.

#### **Márgenes**

- Superior: 22 mm.
- Inferior: 22 mm.
- Exterior: 20 mm.
- Interior: 24 mm.

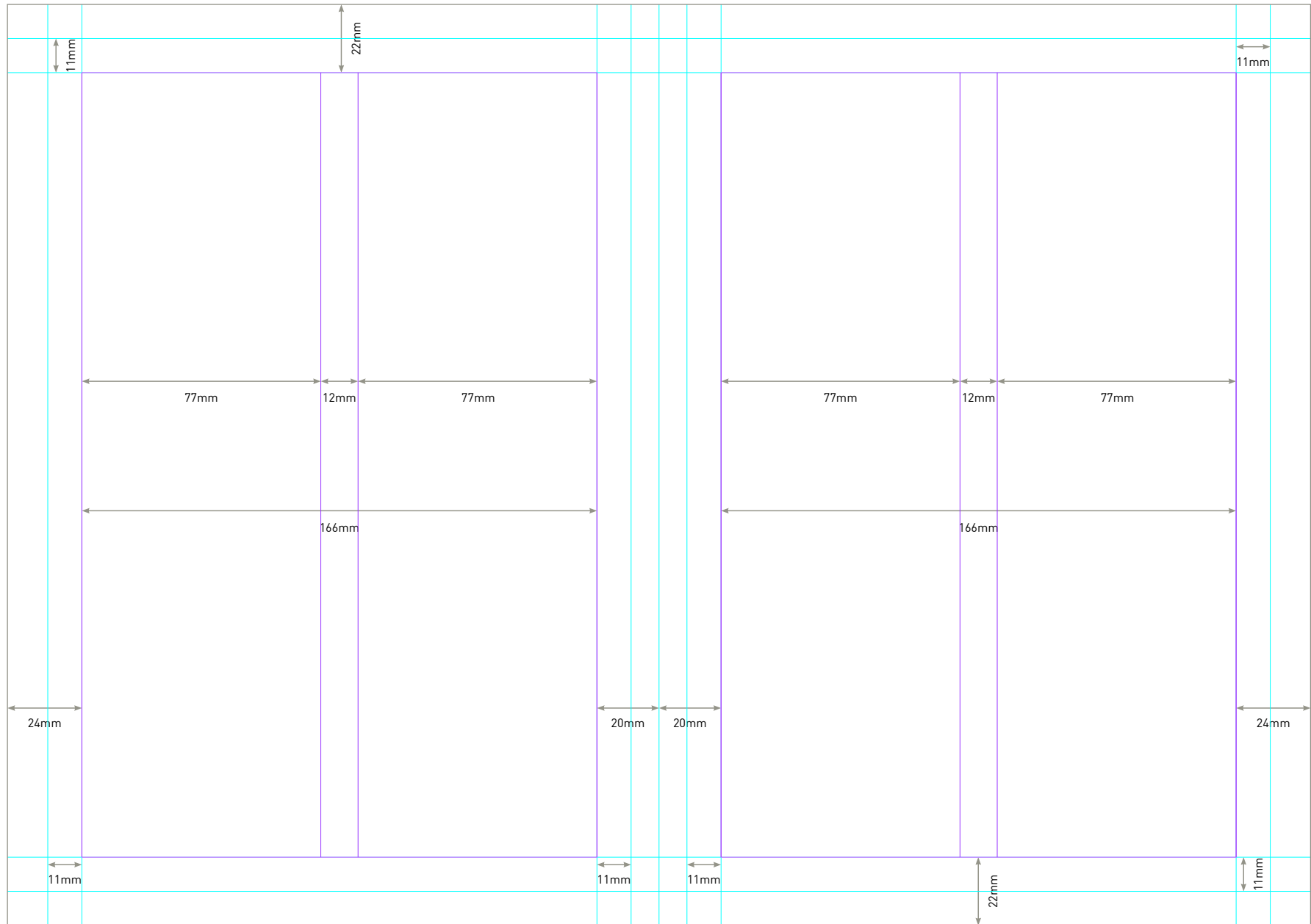
La ligera variación entre margen interior y exterior responde a la necesidad de compensación visual y funcional en encuadernaciones.

#### **Columnas**

- 1 columna: 166 mm por página.
- 2 columnas: 77 mm por página.
- Calle: 12 mm.

Esta retícula mantiene coherencia con la página sencilla y garantiza continuidad estructural en lectura secuencial.

*\*En documentos de distribución digital podrá emplearse margen interior equivalente al exterior.*



### 5.1.4.A4 Horizontal · Página sencilla

Formato orientado a presentaciones, esquemas, tablas o contenidos de carácter más visual.

#### Márgenes

- Superior: 22 mm.
- Inferior: 22 mm.
- Izquierdo: 26,5 mm.
- Derecho: 26,5 mm.

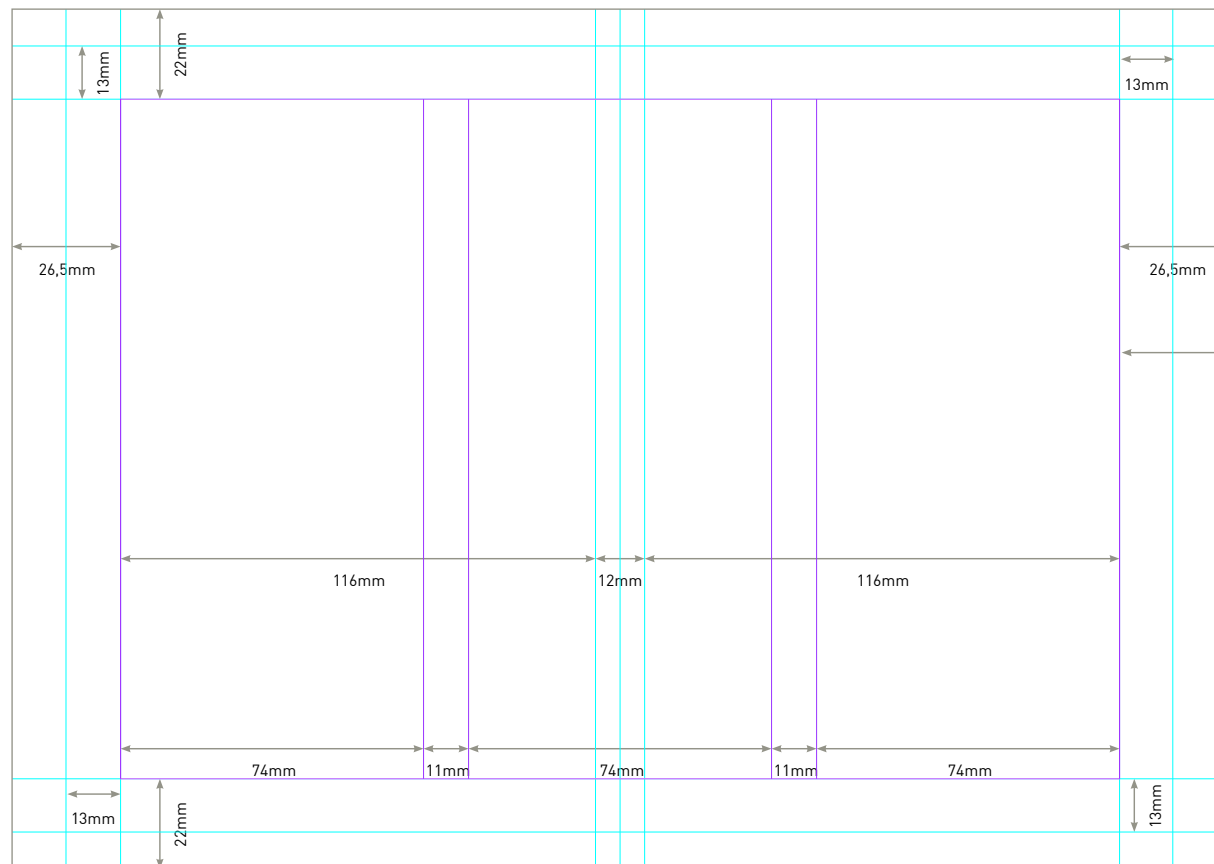
#### Encabezado y pie

- Separación respecto al área de contenido: 13 mm.

#### Configuraciones de columnas

- 3 columnas: 74 mm cada una.
- Calle: 11 mm.
- 2 columnas: 116 mm cada una.
- Calle: 12 mm.

El aumento del margen lateral favorece la estabilidad visual en formatos horizontales y mejora la proporción del bloque de contenido.



### 5.1.5.A4 Horizontal · Doble página

Pensada para presentaciones extendidas, documentos estratégicos o composiciones que requieren mayor amplitud visual.

#### Márgenes

- Superior: 22 mm.
- Inferior: 22 mm.
- Exterior: 25 mm.
- Interior: 28 mm.

La diferencia entre interior y exterior responde a criterios de compensación óptica y funcional en pliegos enfrentados.

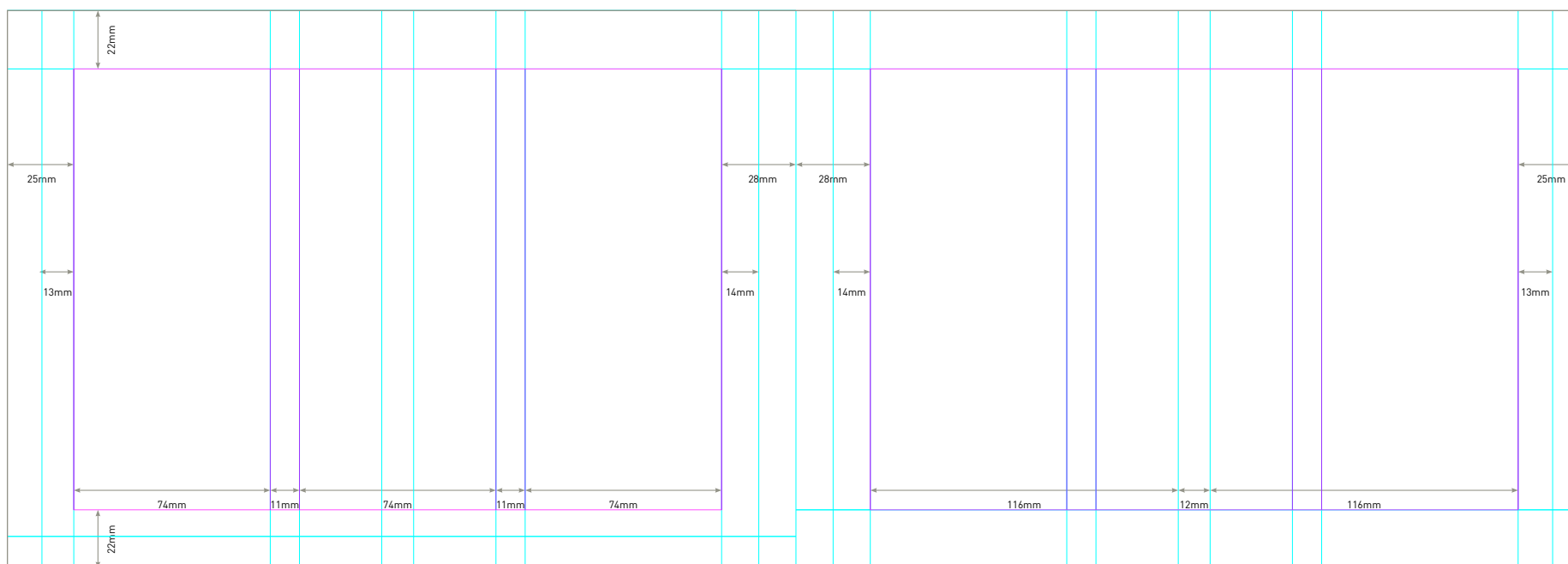
#### Encabezado y pie

- Separación respecto al área de contenido: 13 mm.

#### Columnas

- 3 columnas: 74 mm.
- Calle: 11 mm.
- 2 columnas: 116 mm.
- Calle: 12 mm.

Esta estructura permite composiciones modulares, jerárquicas y adaptables sin perder consistencia visual.



### 5.1.6. Adaptación para documentos de distribución digital o híbrida

En publicaciones editoriales concebidas en formato A4 cuya distribución sea prioritariamente digital (PDF descargables, informes electrónicos o documentos de consulta en pantalla), podrá aplicarse una adaptación de la retícula base.

Esta adaptación contempla:

- Márgenes interiores y exteriores equivalentes.
- Optimización del área útil de contenido.
- Ajustes proporcionales de columnas sin alterar la lógica estructural definida.

El objetivo es mejorar la legibilidad en pantalla y el aprovechamiento del espacio, manteniendo la coherencia formal del sistema.

Esta adaptación no modifica la retícula oficial, sino que la adecua al modo de lectura y soporte de distribución.

### 5.1.7. Principios de uso

- La retícula es una herramienta estructural, no una limitación creativa.
- Las configuraciones mostradas son orientativas y pueden adaptarse según las necesidades del contenido.
- Cualquier modificación deberá mantener proporciones coherentes, equilibrio visual y consistencia con el sistema general.
- No se recomienda alterar arbitrariamente márgenes, calles o número de columnas sin justificación funcional.

## 5.2. Retícula para entornos digitales

### 5.2.1. Principios de adaptación

La identidad visual se adapta a entornos digitales manteniendo los principios estructurales del sistema editorial: claridad, proporción y coherencia compositiva.

En medios digitales, la retícula no se define en milímetros, sino en relaciones proporcionales que permiten escalabilidad en distintas resoluciones y dispositivos.

El objetivo es garantizar:

- Legibilidad inmediata.
- Jerarquía visual clara.
- Respeto de áreas seguras.
- Adaptabilidad multiplataforma.

### 5.2.2. Sistema modular proporcional

Para asegurar coherencia entre formatos digitales, se establece un sistema modular proporcional común.

Cada formato se estructura sobre una retícula base de 12 × 12 módulos proporcionales.

Este sistema permite:

- Dividir el espacio de manera uniforme.
- Establecer márgenes consistentes.
- Organizar bloques de contenido sin arbitrariedad.
- Escalar el diseño a cualquier resolución.

Los módulos no necesitan mostrarse visualmente en las piezas finales; funcionan como guía estructural en la fase de diseño.

#### **Aplicación del sistema modular**

Dentro de la retícula 12 × 12:

- Los márgenes de seguridad ocupan entre 1 y 2 módulos perimetrales.
- El área útil central se construye a partir de los módulos restantes.
- Los bloques de contenido deben ocupar múltiplos completos de módulo para garantizar alineación y coherencia.

Este sistema evita composiciones arbitrarias y refuerza la consistencia visual entre publicaciones.

### **5.2.3.Formato cuadrado · 1:1 (Post)**

Formato habitual en publicaciones de redes sociales.

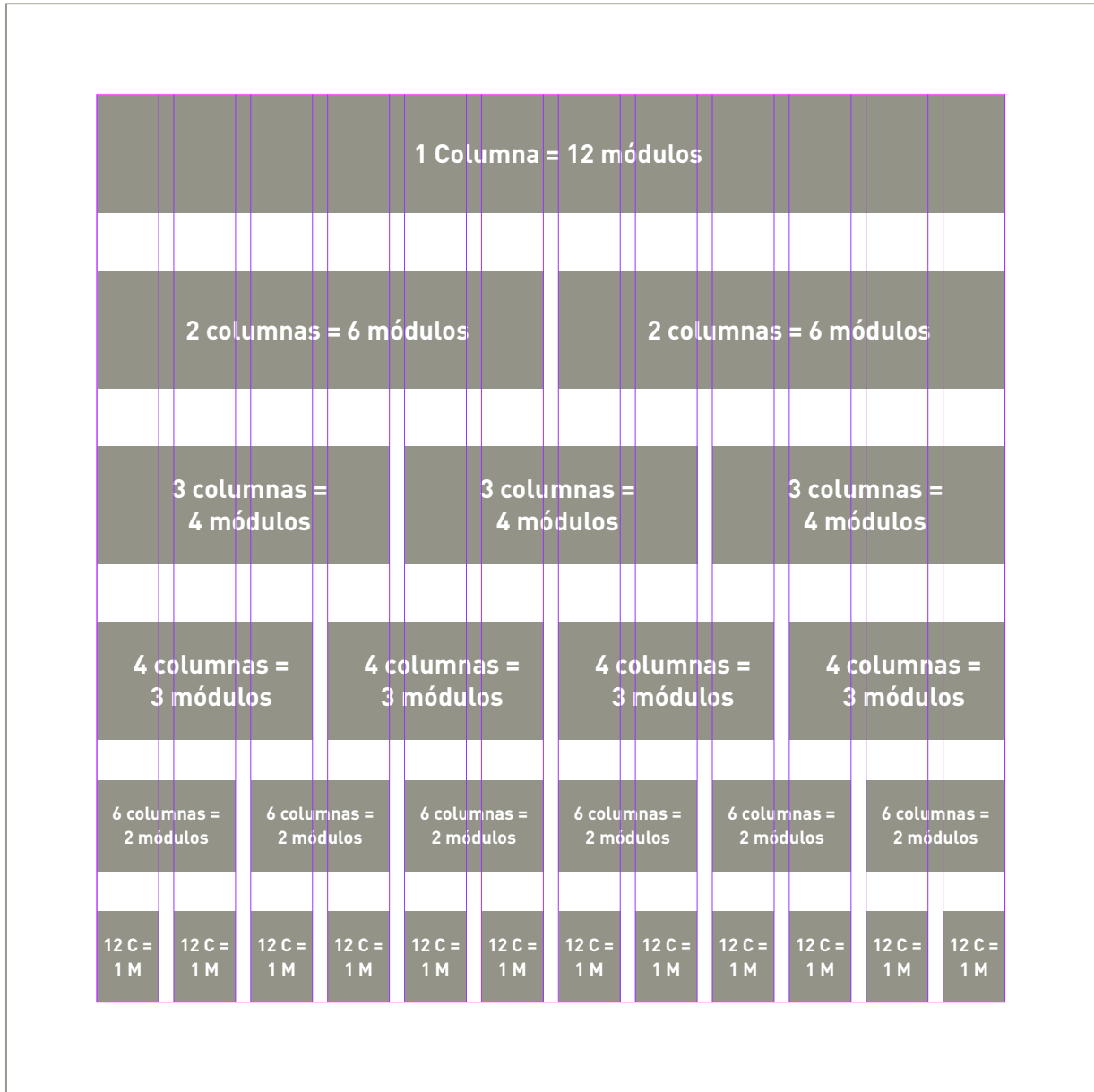
#### **Estructura recomendada:**

- Margen de seguridad perimetral: 1 módulo.
- Área útil central: 10 × 10 módulos.

Posibles divisiones internas:

- 6 / 6 módulos (imagen + texto).
- 4 / 8 módulos (titular + desarrollo).
- División en 3 franjas horizontales equilibradas.

Se recomienda evitar textos extensos y priorizar mensajes claros y jerárquicos.



### 5.2.4.Formato vertical · 9:16

Formato orientado a stories, reels y contenidos verticales.

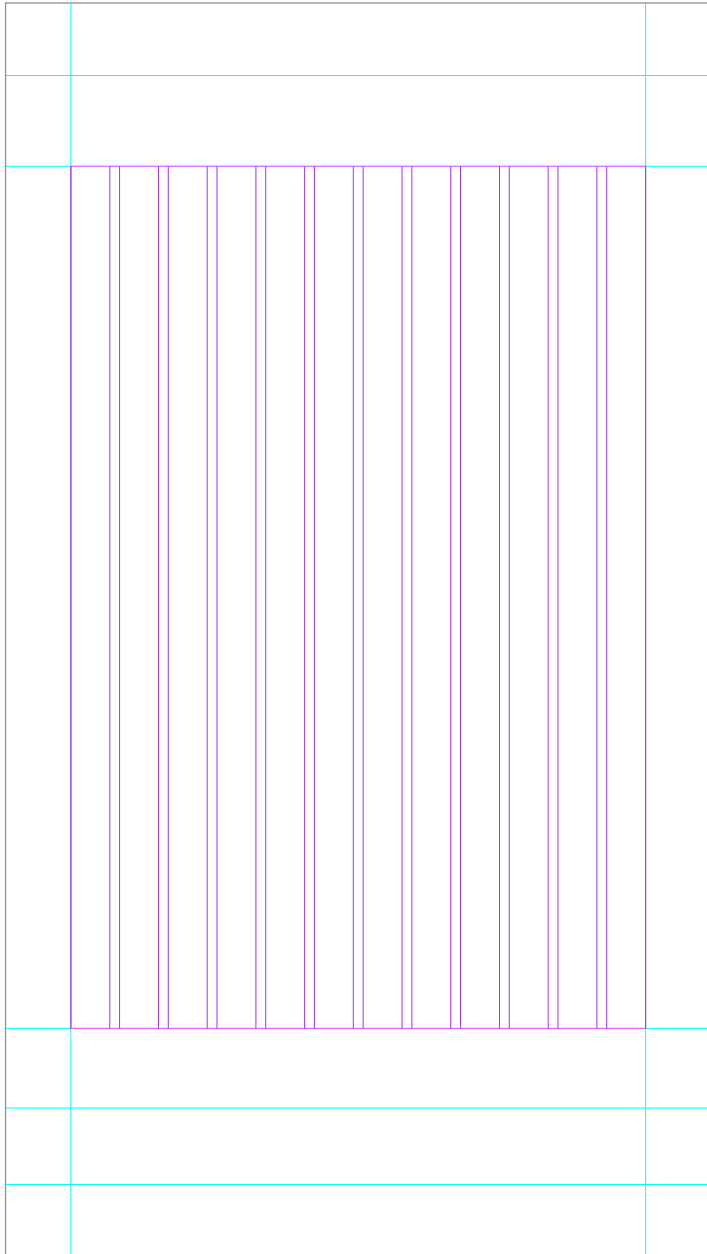
**Estructura recomendada:**

- Zona superior de seguridad: 2 módulos.
- Zona inferior de seguridad: 2 módulos.
- Área central activa: 8 módulos de altura.

Organización sugerida:

- Encabezado breve en bloque superior.
- Contenido principal en bloque central.
- Llamada a la acción en bloque inferior.

Se deberá evitar ubicar información crítica en los extremos del formato debido a la superposición de elementos propios de la interfaz de cada plataforma.



### 5.2.5.Formato horizontal · 16:9

Formato utilizado en presentaciones digitales, banners o miniaturas.

#### **Estructura recomendada:**

- Margen perimetral: 1 módulo.
- Área útil central: 10 módulos horizontales.

Configuraciones habituales:

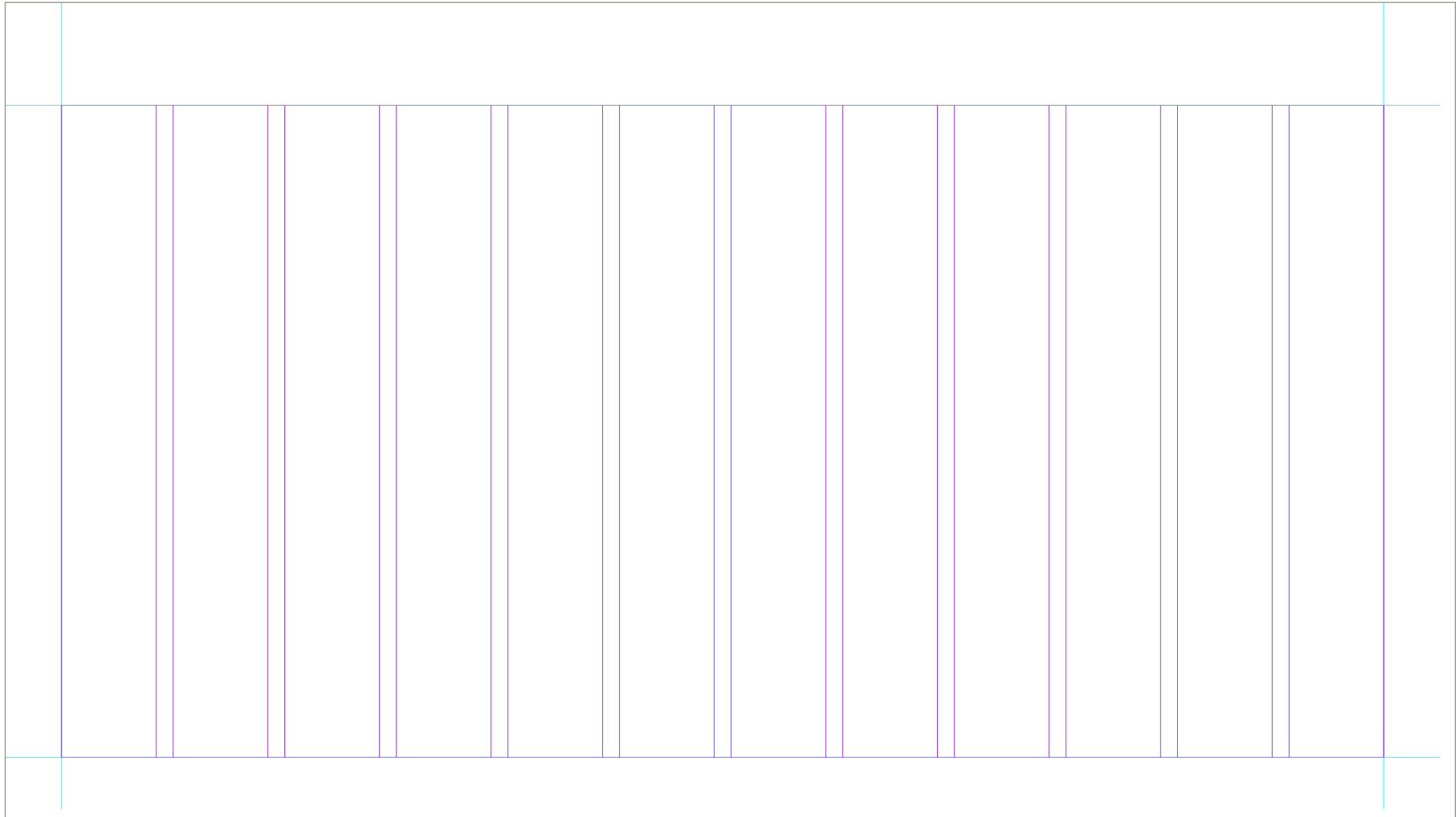
- 6 / 6 módulos.
- 7 / 5 módulos.
- 3 bloques horizontales equilibrados.

Este formato permite composiciones más estructuradas, similares a la lógica editorial, manteniendo claridad y jerarquía.

### 5.2.6.Criterios de coherencia digital

- Mantener alineaciones consistentes entre piezas.
- No mezclar más de dos ejes compositivos principales.
- Priorizar contraste tipográfico claro.
- Evitar saturación visual.

El sistema modular proporcional garantiza continuidad entre formatos impresos y digitales, reforzando una identidad visual sólida y reconocible.



## 6. Estilo visual y recursos gráficos

El estilo visual de DIRSE se caracteriza por la sobriedad, claridad estructural y coherencia formal.

Cada elemento gráfico debe contribuir a la comprensión del contenido, evitando soluciones decorativas, superfluas o carentes de función comunicativa.

La identidad visual debe transmitir profesionalidad, rigor y accesibilidad, priorizando siempre la legibilidad y el equilibrio compositivo.

### 6.1. Iconografía

La iconografía utilizada en DIRSE deberá responder a los siguientes criterios:

- Estilo lineal, limpio y sin ornamentos.
- Grosor de línea uniforme.
- Proporciones equilibradas y coherentes entre iconos.
- Retícula base común en su construcción.
- Sin sombras, efectos, volúmenes ni degradados.

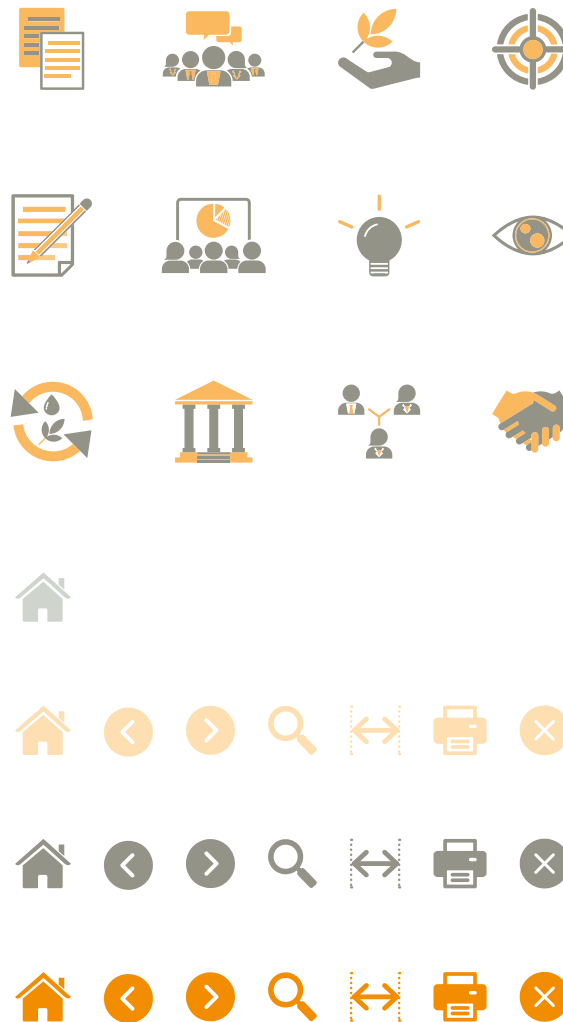
#### 6.1.1. Uso del color en iconos

Los iconos podrán utilizarse en:

- Gris neutro corporativo y sus versiones.
- Color corporativo principal y sus versiones autorizadas.
- Blanco, cuando se sitúen sobre fondo corporativo que garantice contraste suficiente.

En todos los casos deberá asegurarse un nivel adecuado de contraste conforme a criterios de accesibilidad.

No se deben mezclar iconos de estilos distintos en un mismo soporte ni combinar grosores de línea diferentes.



## 6.2. Elementos gráficos auxiliares

Se permite el uso de elementos gráficos de apoyo para estructurar contenidos:

- Líneas horizontales o verticales.
- Bloques de color corporativo.
- Formas geométricas simples.

Estos elementos deben utilizarse con moderación y nunca sustituir al logotipo.

### 6.2.1. Criterios de aplicación

- Las líneas deberán alinearse siempre a la retícula base.
- Se establecen dos grosores orientativos:
  - Grosor fino para divisiones secundarias.
  - Grosor medio para separación estructural.
- Los bloques de color no deberán comprometer la legibilidad del contenido.
- No se permitirá el uso arbitrario o decorativo de estos elementos.

La coherencia entre piezas deberá prevalecer sobre decisiones aisladas de diseño.

## 6.3. Uso del color en composición

El color corporativo debe utilizarse prioritariamente como elemento de énfasis o identificación.

Su aplicación como fondo deberá garantizar siempre un contraste suficiente con el contenido tipográfico conforme a criterios de accesibilidad.

El uso del color deberá reforzar la estructura del contenido y la jerarquía visual, nunca dificultar la lectura.

### 6.3.1. Principios generales

- El blanco será el color predominante en documentos extensos.
- El color corporativo principal conservará la jerarquía visual superior.
- Se evitará la saturación cromática.
- No se permiten degradados, efectos ni combinaciones cromáticas no autorizadas.
- No se alterarán los valores cromáticos definidos en el capítulo de Color.

La composición deberá mantener equilibrio visual, claridad estructural y coherencia institucional en todas las aplicaciones.

## 6.4. Estilo fotográfico

La fotografía utilizada en las comunicaciones de DIRSE deberá reforzar el posicionamiento institucional de la organización y transmitir profesionalidad, compromiso y vocación de impacto.

Se priorizarán imágenes que representen:

- Personas en contextos profesionales reales.
- Interacción, colaboración y toma de decisiones.
- Detalles de trabajo, especialmente manos en acción, intercambio de documentación o dinámicas de grupo.
- Entornos corporativos, institucionales o vinculados a sostenibilidad y gobernanza.

Criterios formales:

- Estilo natural y no impostado.
- Iluminación equilibrada y tonos neutros.
- Composición limpia, sin elementos distractores.

- En comunicaciones institucionales y documentos corporativos se priorizarán imágenes descriptivas y contextualizadas.
- En campañas específicas o piezas de carácter estratégico podrá recurrirse a enfoques más conceptuales o metafóricos, siempre que mantengan coherencia con los valores y el posicionamiento de DIRSE.
- No utilizar recursos visuales asociados a clichés de sostenibilidad (por ejemplo, iconografía ambiental genérica sin contexto profesional).

Las imágenes deberán mantener coherencia cromática con la identidad visual y garantizar siempre una correcta integración con la retícula y el sistema tipográfico definidos en este manual.



# 7. Uso y convivencia de marca

## 7.1. Convivencia de marca

La convivencia de la marca DIRSE con otras identidades visuales deberá realizarse bajo criterios de claridad institucional, jerarquía visual y ausencia de ambigüedad.

La presencia conjunta de logotipos implica la existencia de una colaboración, participación o relación institucional vinculada a una acción concreta.

En todos los casos deberá evitarse cualquier disposición gráfica que pueda generar confusión sobre el papel o nivel de participación de cada entidad.

### Principios generales

- La marca DIRSE deberá conservar siempre su configuración oficial.
- No se alterarán proporciones, colores ni tipografía.
- Se respetará el área de protección establecida en este manual.
- La jerarquía visual deberá reflejar el rol institucional de cada entidad.
- La disposición gráfica deberá reforzar la identidad principal y mantener una lectura clara del conjunto.
- Cuando varias entidades compartan el mismo nivel jerárquico, su disposición se realizará preferentemente en orden alfabético para garantizar neutralidad y coherencia visual.



## 7.1.1. Jerarquía institucional

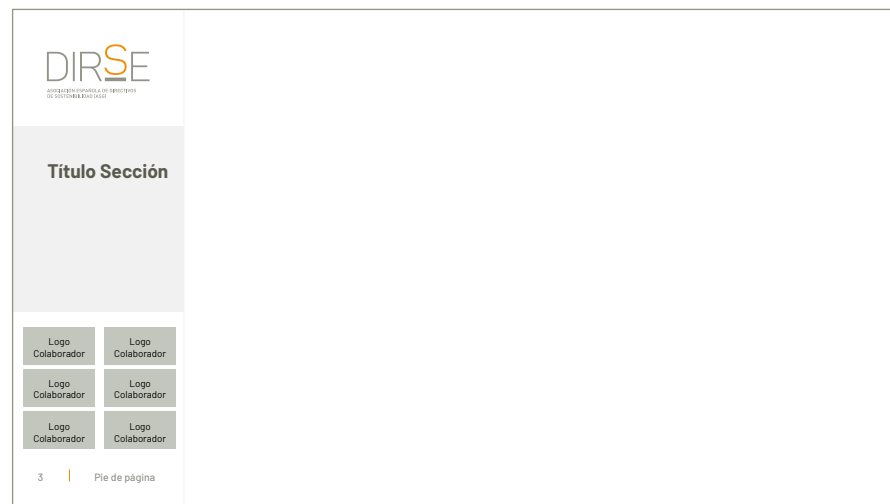
### A. DIRSE como entidad organizadora

Cuando DIRSE actúe como entidad organizadora, su logotipo ocupará la posición principal dentro de la composición gráfica.

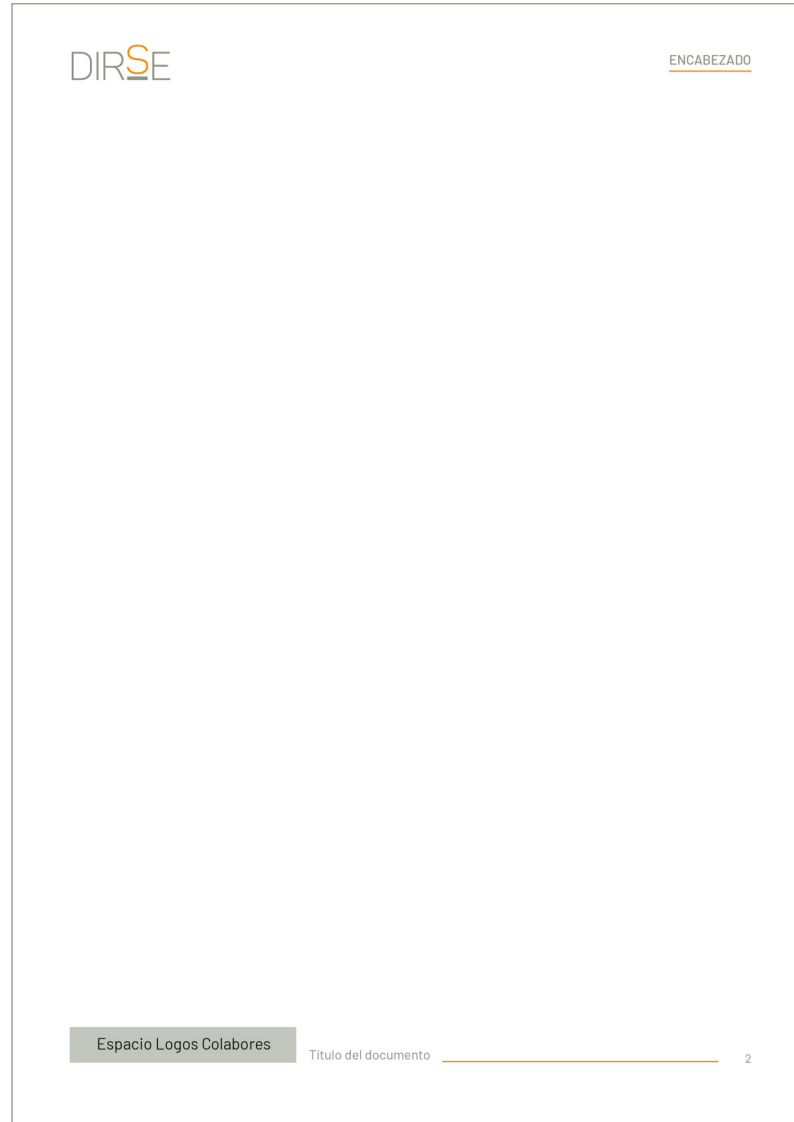
Podrá disponer de mayor presencia visual, tamaño prioritario o primera posición de lectura respecto al resto de entidades participantes.

Cuando existan varias entidades dentro de una misma categoría, se recomienda organizarlas en orden alfabético.

- Presentaciones (formato horizontal)



- Documentos (formatos verticales)

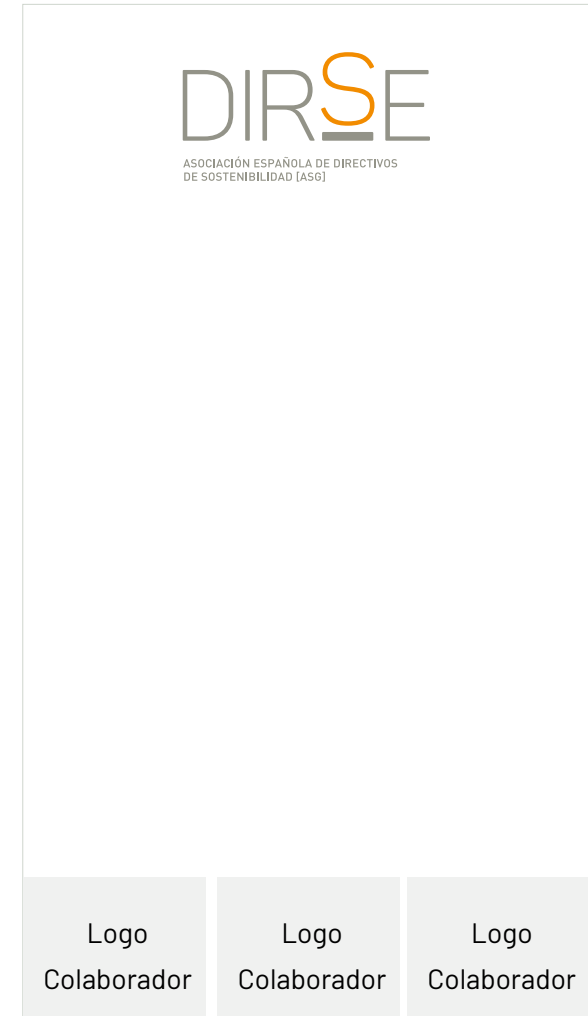


- **Eventos**

- Photocall



- Roll up



## B. Coorganización

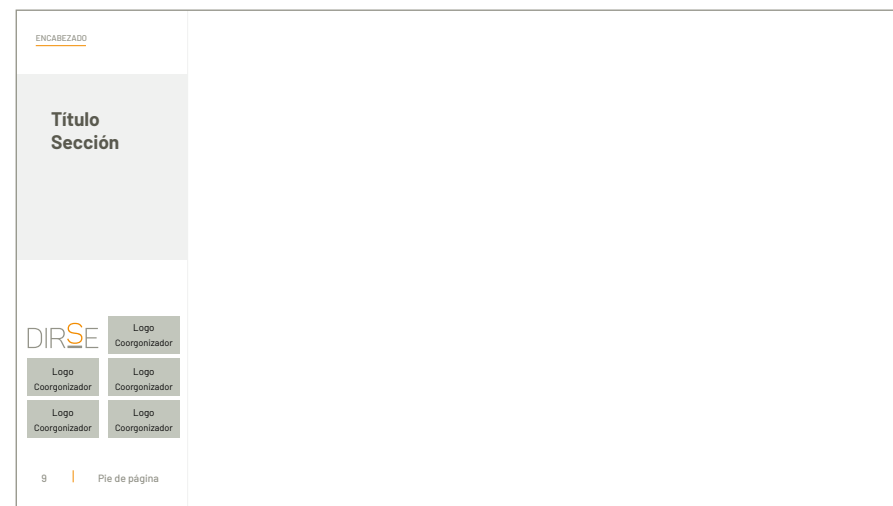
En casos de coorganización, las marcas organizadoras podrán compartir protagonismo visual.

Se recomienda mantener tamaños equivalentes, alineación común y una disposición equilibrada entre las entidades organizadoras.

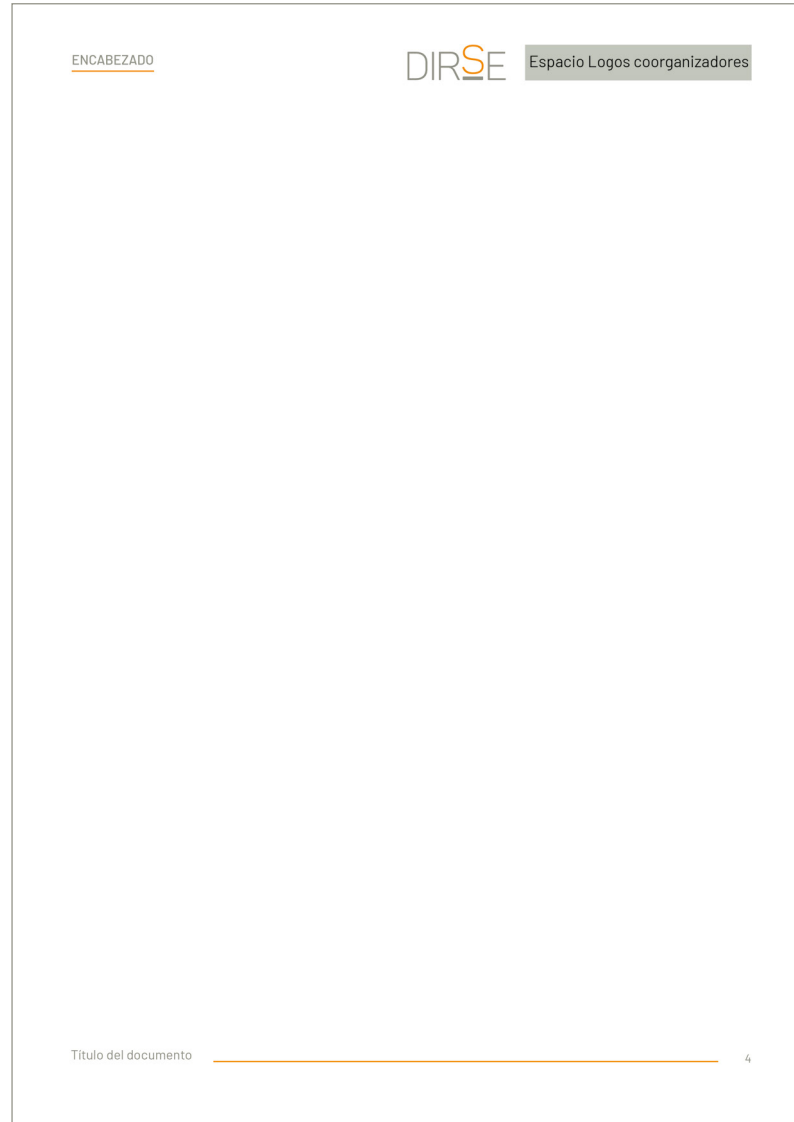
El resto de colaboradores o patrocinadores deberán situarse en niveles jerárquicos secundarios.

Cuando existan varias entidades dentro de una misma categoría, se recomienda organizarlas en orden alfabético.

- Presentaciones (formato horizontal)



- Documentos (formatos verticales)

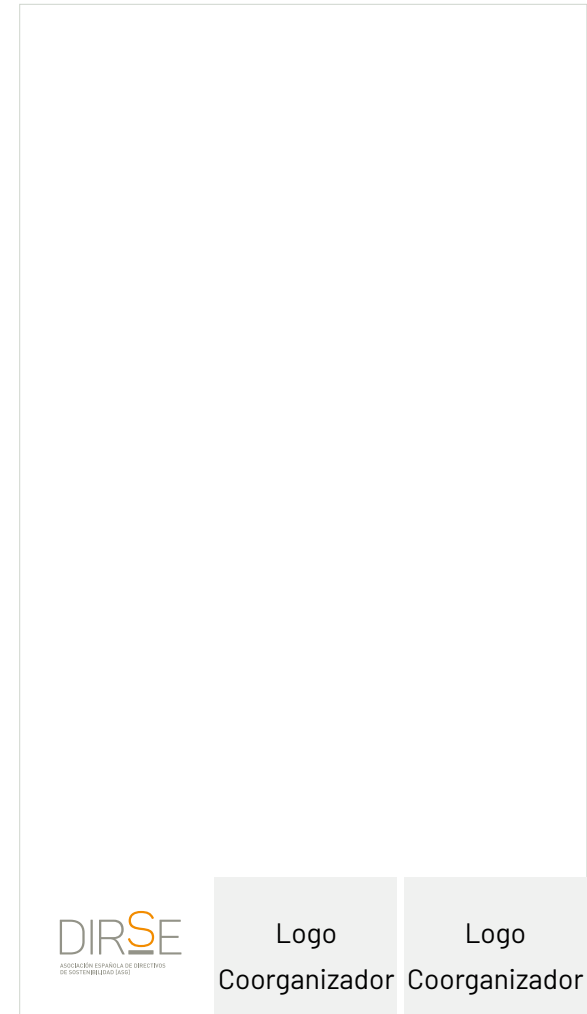


- **Eventos**

- Photocall



- Roll up



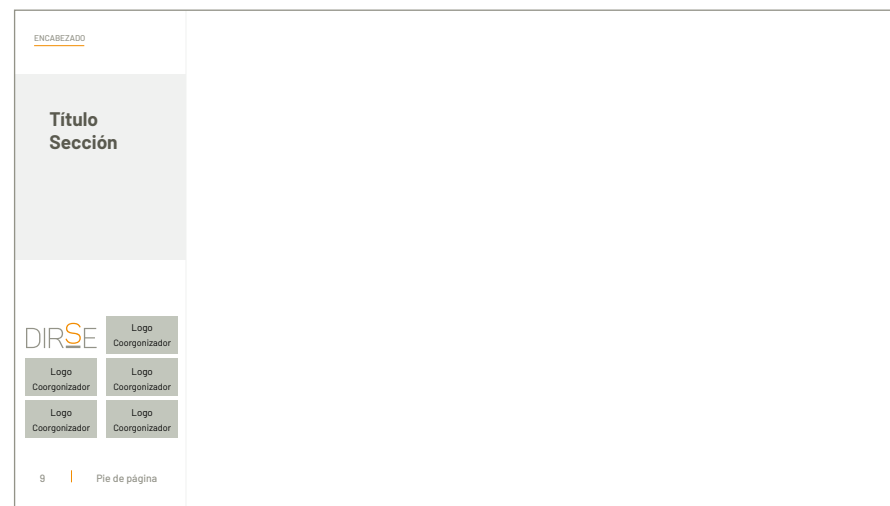
### C. Colaboradores y patrocinadores

Las entidades colaboradoras, patrocinadores o participantes deberán agruparse de forma diferenciada respecto a las entidades organizadoras.

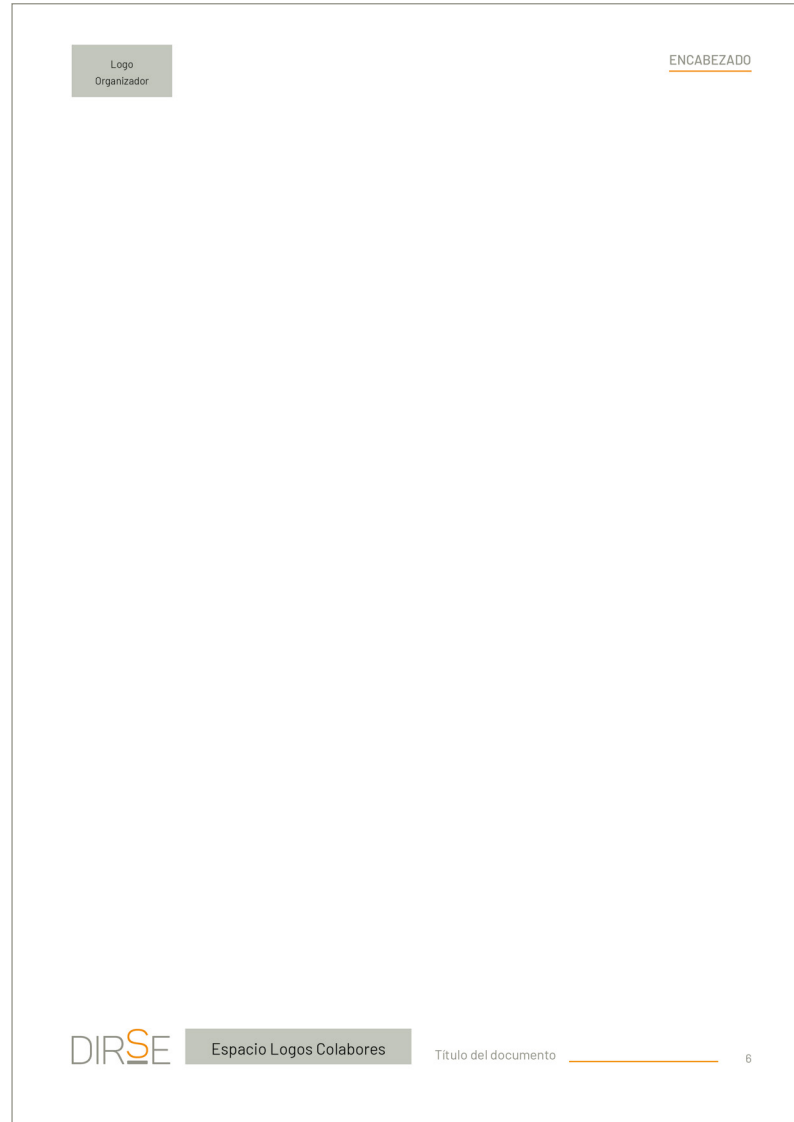
Su disposición deberá mantener una jerarquía visual clara y evitar situaciones de equiparación con la marca principal.

Cuando existan varias entidades dentro de una misma categoría, se recomienda organizarlas en orden alfabético.

- Presentaciones (formato horizontal)



- Documentos (formatos verticales)

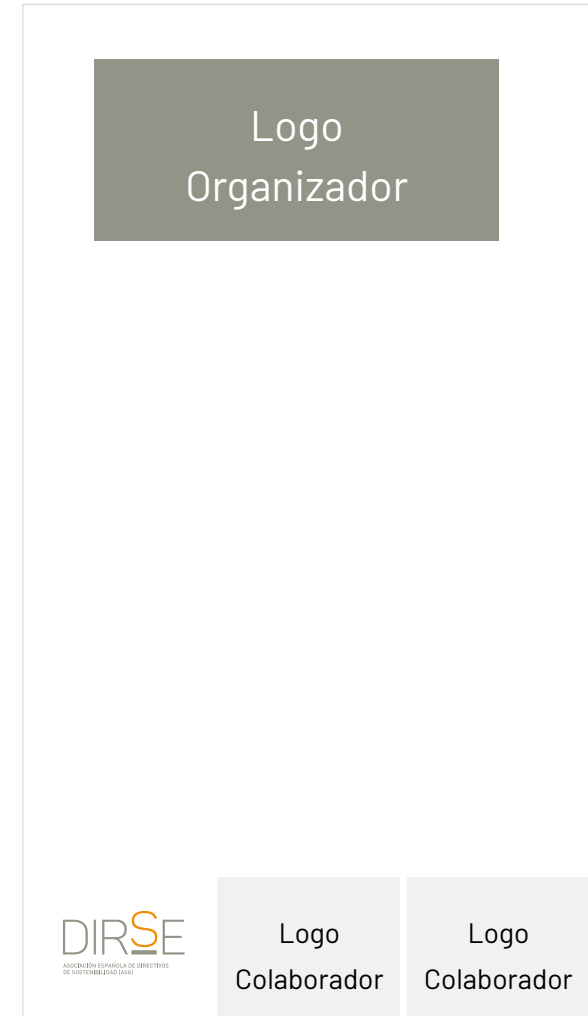


- **Eventos**

- Photocall



- Roll up



### 7.1.2. Disposición en documentos y soportes

En informes, presentaciones, piezas institucionales y soportes gráficos:

- Se recomienda ubicar los bloques de convivencia de marca en encabezado o pie, evitando duplicidades.
- La disposición será preferentemente horizontal.
- Se mantendrá una separación suficiente entre logotipos.
- Las distintas categorías deberán agruparse visualmente.
- Se evitarán composiciones sin jerarquía clara o con exceso de elementos.

### 7.1.3. Aplicación en eventos

En eventos organizados o coorganizados por DIRSE, la jerarquía de marca deberá reflejar el rol de cada entidad en todos los soportes de comunicación.

DIRSE actuará como marca principal cuando sea entidad organizadora.

En casos de coorganización, las marcas principales podrán compartir protagonismo visual en igualdad de condiciones.

Las entidades colaboradoras o patrocinadoras deberán situarse en niveles secundarios claramente diferenciados.

Estas normas deberán aplicarse de forma coherente en escenarios, photocalls, señalética, presentaciones, fondos gráficos y cualquier otro soporte vinculado al evento.

## 7.2. Uso del logotipo de DIRSE

El logotipo de DIRSE es un elemento de identidad institucional reservado para comunicaciones oficiales de la asociación y para acciones en las que exista participación, colaboración o vinculación directa de DIRSE.

Su utilización por parte de terceros deberá responder siempre a un contexto de colaboración real y previamente autorizado.

### 7.2.1. Uso permitido del logotipo

El logotipo de DIRSE podrá utilizarse en:

- Eventos organizados o coorganizados por DIRSE.
- Jornadas, iniciativas o acciones con participación institucional de DIRSE.
- Materiales de comunicación desarrollados conjuntamente.
- Informes, publicaciones o contenidos coeditados.
- Patrocinios, colaboraciones o acuerdos formalizados.

En estos casos, el logotipo de DIRSE formará parte de una composición de convivencia de marca y deberá respetar las normas de jerarquía visual establecidas en este manual.

### 7.2.2. Uso no permitido del logotipo

El logotipo de DIRSE no podrá utilizarse de forma autónoma por parte de socios, entidades colaboradoras o terceros fuera de contextos de colaboración institucional directa.

No está permitido:

- Utilizar el logotipo de DIRSE como elemento identificador propio.
- Incorporarlo en materiales corporativos sin participación directa de DIRSE.
- Emplearlo de forma que pueda interpretarse como aval, certificación o validación institucional.
- Integrarlo en propuestas comerciales, campañas o acciones ajenas a DIRSE sin autorización expresa.

En aquellos casos en los que únicamente se desee comunicar la vinculación o pertenencia a DIRSE, deberán utilizarse los distintivos oficiales de pertenencia descritos en el presente manual.

### 7.3. Distintivos de pertenencia

Los distintivos de pertenencia permiten comunicar la vinculación de una entidad con DIRSE sin implicar coorganización, autoría compartida o participación institucional directa.

Estos distintivos forman parte del sistema gráfico oficial de DIRSE y deberán utilizarse siempre en sus versiones autorizadas.

#### 7.3.1. Tipologías de distintivos

Se establecen las siguientes variantes oficiales:

- Socio corporativo protector premium
- Socio corporativo protector

- Socio corporativo individual
- Entidad colaboradora

Cada distintivo dispone de versiones cromáticas adaptadas a distintos contextos de aplicación:

- Versión principal en gris
- Versión alternativa en naranja

La selección de una u otra variante deberá responder a criterios de legibilidad, contraste y coherencia visual respecto al soporte en el que se aplique.





### 7.3.2. Condiciones de uso

Los distintivos deberán utilizarse siempre de forma secundaria respecto a la marca de la entidad que los emplea.

No podrán utilizarse como sustituto del logotipo principal de la entidad ni inducir a interpretar una relación de coautoría, certificación o aval institucional por parte de DIRSE.

Asimismo:

- No deberán superar visualmente la marca de la entidad.
- Deberán respetar las proporciones y colores oficiales.
- No podrán modificarse, deformarse ni recomponerse.
- Se utilizarán exclusivamente a partir de los archivos oficiales facilitados por DIRSE.

### 7.3.3. Aplicaciones permitidas

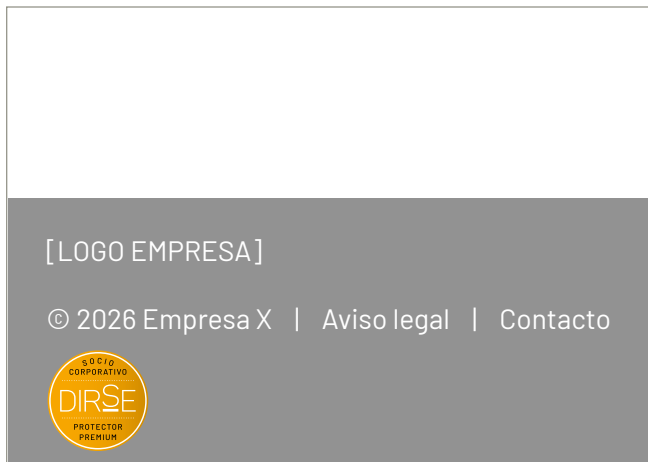
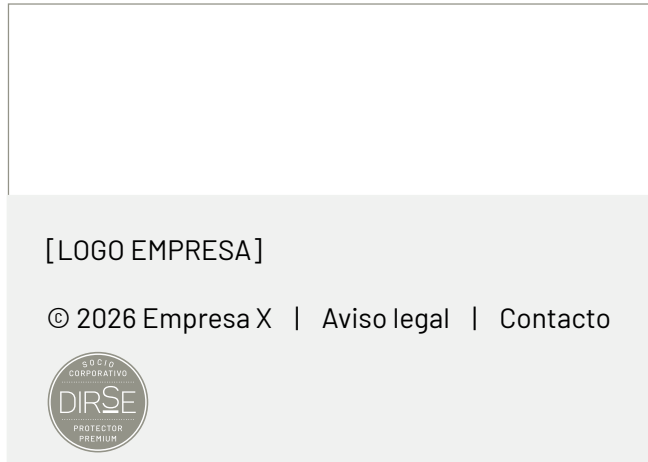
Los distintivos podrán utilizarse en:

- Página web corporativa
- Firma de correo electrónico
- Redes sociales
- Memorias y documentos corporativos
- Presentaciones institucionales
- Materiales promocionales vinculados a la actividad de la entidad.

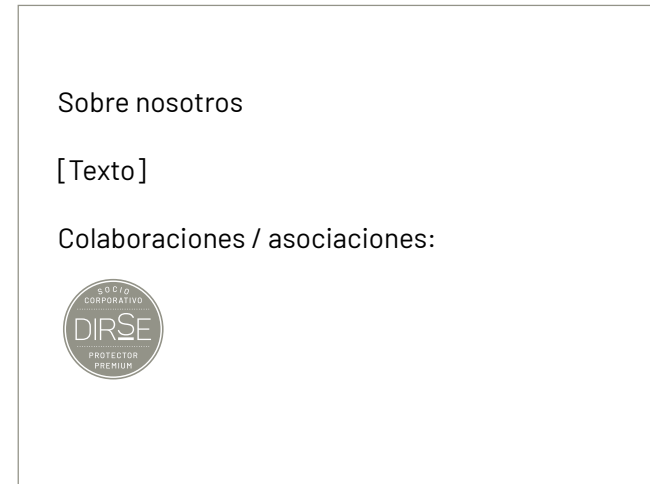
El uso en propuestas comerciales o materiales promocionales estará

permitido exclusivamente para las categorías corporativas mientras la relación con DIRSE permanezca vigente.

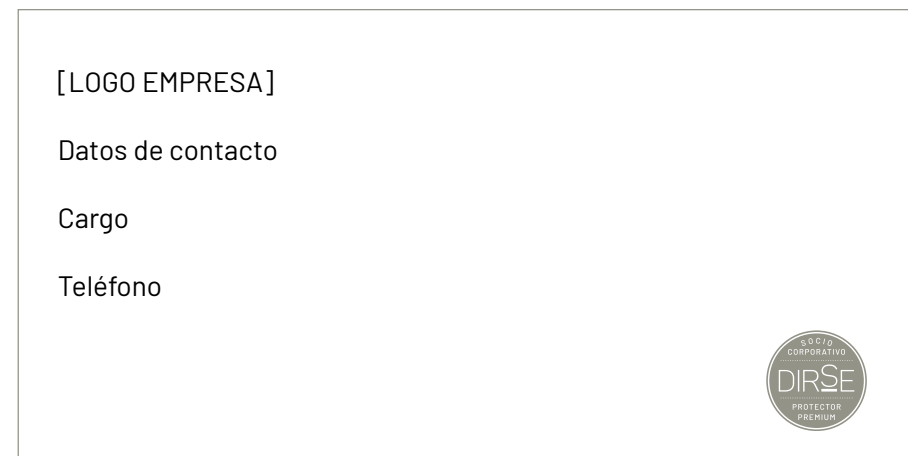
- Footer web



- Zona partners / Página "Quiénes somos"



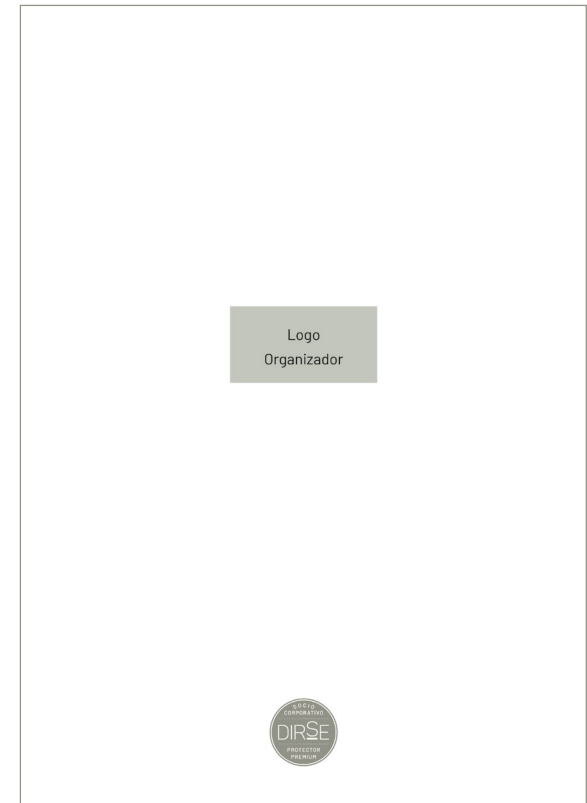
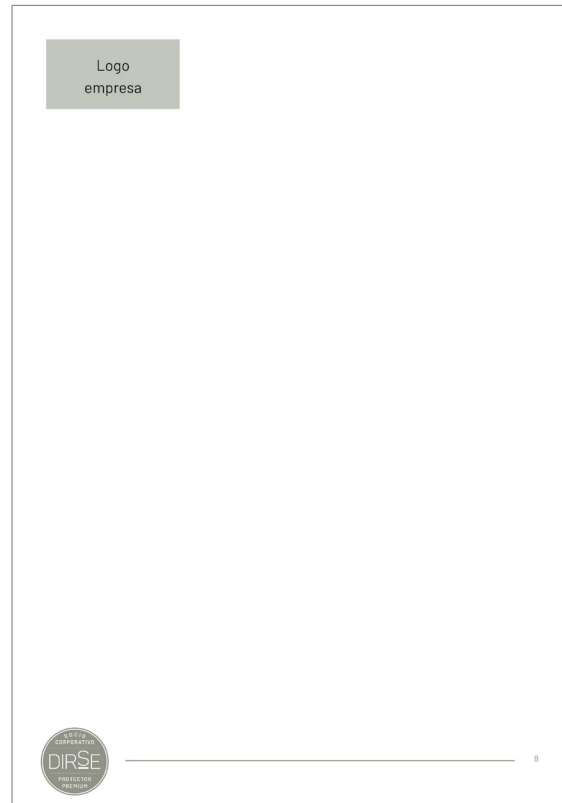
- Firma email



• Formatos horizontales



- Formatos verticales



### 7.3.4. Aplicaciones no recomendadas

No se recomienda el uso de los distintivos en:

- Espacios donde puedan interpretarse como identidad principal de la entidad.
- Cabeceras, banners o soportes de alta visibilidad que generen confusión sobre la autoría de los contenidos.
- Elementos que impliquen certificación, validación o aval institucional.
- Composiciones donde el distintivo adquiera mayor protagonismo que la marca de la entidad.

### 7.3.5. Supervisión y validación

DIRSE se reserva el derecho de solicitar la modificación o retirada de cualquier aplicación que no respete las normas establecidas en el presente manual.

Asimismo, podrá requerir validación previa en campañas, materiales o acciones específicas cuando se considere necesario para preservar la coherencia institucional y la correcta representación de la asociación.

## 7.4. Aplicaciones corporativas DIRSE

El sistema visual de DIRSE deberá aplicarse de forma coherente en los distintos soportes físicos y digitales vinculados a la asociación, manteniendo siempre los criterios de legibilidad, jerarquía visual y consistencia gráfica establecidos en este manual.

Las aplicaciones deberán priorizar la claridad visual, el uso adecuado del color corporativo y una composición limpia y reconocible.



## 8. Accesibilidad

La accesibilidad no constituye un criterio opcional, sino un principio transversal de la identidad visual de DIRSE.

Todas las aplicaciones gráficas y digitales deberán garantizar que la información sea perceptible, legible y comprensible para el mayor número posible de personas.

DIRSE toma como referencia los principios establecidos en las Pautas de Accesibilidad para el Contenido Web (WCAG 2.1 nivel AA) en sus aplicaciones digitales y criterios equivalentes en soportes impresos.

La accesibilidad prevalece siempre sobre decisiones estéticas.

### 8.1. Contraste y color

En entornos digitales se deberán cumplir, como referencia mínima:

- **Texto normal:** relación de contraste  $\geq 4.5:1$ .
- **Texto grande** ( $\geq 24$  pt regular o  $\geq 18$  pt negrita):  $\geq 3:1$ .

#### 8.1.1. Uso del naranja corporativo

El naranja corporativo deberá utilizarse preferentemente:

- Como fondo con texto en negro.
- Como elemento de énfasis.
- En titulares de gran tamaño siempre que se garantice contraste suficiente.

No se recomienda el uso de texto blanco sobre fondo naranja en:

- Cuerpo de texto.
- Información secundaria.
- Contenidos extensos o documentos técnicos.

El texto blanco sobre fondo naranja solo podrá utilizarse en piezas promocionales o titulares de gran tamaño donde la lectura no sea continuada y el contraste cumpla los niveles mínimos establecidos.

#### 8.1.2. Uso del gris corporativo

El gris corporativo no deberá utilizarse como color principal de texto en contenidos extensos cuando no alcance el contraste mínimo requerido.

Para cuerpo de texto se priorizará:

- Negro.
- Gris oscuro que cumpla relación  $\geq 4.5:1$ .

El gris corporativo podrá emplearse:

- En titulares de gran tamaño.
- En elementos secundarios.
- Sobre fondo blanco siempre que se garantice legibilidad suficiente.

#### 8.1.3. Combinaciones recomendadas

- Fondo naranja + texto negro.
- Fondo gris claro + texto gris oscuro o negro.
- Fondo blanco + texto negro.

A continuación se muestran unos ejemplos:

Texto negro: #000000  
Fondo Blanco: #FFFFFF

Relación de contraste - 21:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-

Texto gris: #929287  
Fondo blanco: #FFFFFF

Relación de contraste - 3.14:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-

Texto naranja: #DB8C1B  
Fondo Blanco: #FFFFFF

Relación de contraste - 2.7:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-

Texto gris: #75756A  
Fondo blanco: #FFFFFF

Relación de contraste - 4.66:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-

Texto gris: #5A5A4F  
Fondo gris: #F1F2F0

Relación de contraste - 6.21:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-

Texto negro: #000000  
Fondo gris: #939388

Relación de contraste - 6.68:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-

Texto negro: #000000  
Fondo naranja: #DB8C1B

Relación de contraste - 7.78:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-

Texto gris: #F1F2F0  
Fondo gris: #75756A

Relación de contraste - 4.15:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-

Texto negro: #5A5A4F  
Fondo naranja: #FFFFFF

Relación de contraste - 5.45:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-

Texto blanco: #FFFFFF  
Fondo gris: #939388

Relación de contraste - 3.14:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-

Texto blanco: #FFFFFF  
Fondo naranja: #DB8C1B

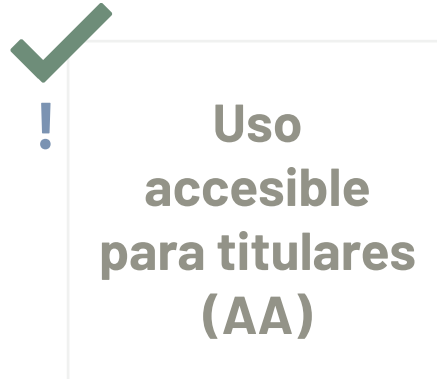
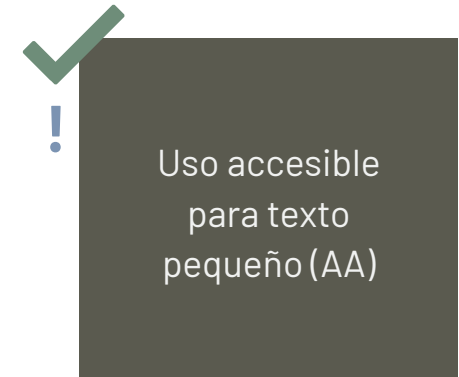
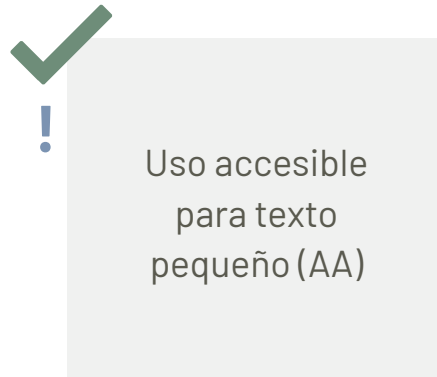
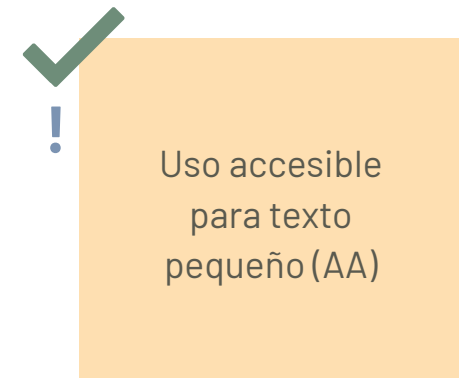
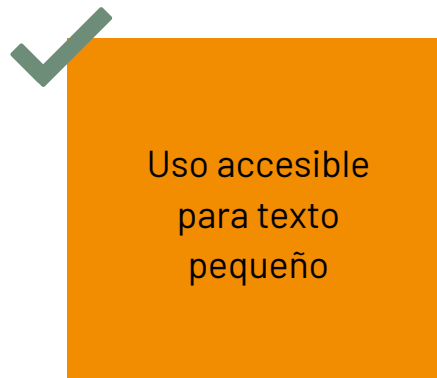
Relación de contraste - 2.7:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-

Texto blanco: #FFFFFF  
Fondo gris: #5A5A4F

Relación de contraste - 6.98:1

Categoría	AA	AAA
Texto grande		
Texto pequeño		
Gráficos		-



✔ Accesible (AA) y (AAA)

! Algunas relaciones de contraste no cumplen la accesibilidad

✘ No accesible

## 8.2. Información no dependiente del color

El color no deberá ser el único medio para transmitir información.

En gráficos y visualizaciones de datos se deberá:

- Incorporar etiquetas o valores numéricos.
- Utilizar diferenciación adicional mediante líneas, patrones o iconos.
- Evitar combinaciones problemáticas para personas con deficiencias de visión cromática.

## 8.3. Tipografía y legibilidad

- Respetar los tamaños mínimos definidos en el sistema tipográfico.
- Mantener interlineado suficiente.
- Evitar bloques de texto densos.
- Priorizar alineación izquierda frente a justificación completa.
- Evitar uso prolongado de mayúsculas.
- En presentaciones se ajustará el tamaño para garantizar lectura a distancia en auditorios de gran formato.

## 8.4. Entornos digitales

- Incluir texto alternativo en imágenes cuando el soporte lo permita.
- Evitar fondos complejos detrás de texto informativo.
- Garantizar estructura jerárquica clara.
- Evitar animaciones que dificulten la comprensión.

## 9. Gobernanza de la marca

Para garantizar un uso coherente de la identidad visual, se establecen los siguientes criterios de gestión.

### 9.1. Materiales oficiales

Todos los elementos de la marca deben reproducirse a partir de los archivos gráficos oficiales proporcionados por DIRSE.

No se permite la recreación, modificación o adaptación no autorizada de la marca.

### 9.2. Actualización y control

- El presente manual es la referencia oficial.
- Cualquier excepción debe ser validada.
- DIRSE se reserva el derecho de actualizar este manual cuando sea necesario.

### 9.3. Contacto

Para cualquier duda sobre el uso de la identidad visual o necesidades de reproducción, dirigirse a: [comunicacion@dirse.es](mailto:comunicacion@dirse.es).

## Créditos

**Coordinación de contenidos:**

Sara Isabel · Silvia Felizardo · Ruth Hernández

**Diseño, edición y maquetación:**

Divergente<sub>84</sub>



