



ENTORNOS QUE CUIDAN · EQC

IDENTIDAD VISUAL

Manual de Identidad Visual

La marca de un proyecto que impulsa la autonomía, la empleabilidad y la participación social de las personas con discapacidad a través de la Economía Social y de los Cuidados.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



PERTE DE ECONOMÍA SOCIAL Y DE LOS CUIDADOS

ENTORNOSQUECUIDAN.ES

DISEÑO · LUZ VERDE COMUNICACIÓN

Un manual para construir entornos coherentes

Este documento recoge los elementos que constituyen la identidad visual de Entornos que Cuidan (EQC) y las normas para su correcta aplicación en cualquier soporte, físico o digital.

Su cumplimiento garantiza una marca sólida, accesible y reconocible, coherente con los valores del proyecto y con los requisitos de comunicación del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.



01

La marca

Propósito, valores y concepto del símbolo

03

Color

Paleta cromática, tintes, proporciones y accesibilidad

05

Universo visual

Fotografía, duotono corporativo y recursos gráficos

07

Aplicaciones

Web, redes, papelería, presentaciones y espacios

02

Logotipo

Versiones, construcción, protección y usos incorrectos

04

Tipografía

Lexend y Atkinson Hyperlegible: jerarquías y usos

06

Marco institucional

Convivencia con los logotipos del PERTE y del consorcio

08

Contacto

Gestión de la marca y archivos originales



01

La marca

Una marca que no rodea a las personas con discapacidad:
se construye desde ellas y para ellas.

Entornos de cuidado que generan autonomía

Entornos que Cuidan (EQC) es un proyecto innovador que impulsa la transformación de la Economía Social mediante la accesibilidad, la inclusión y la sostenibilidad. Nace de la colaboración de cuatro entidades sin ánimo de lucro de Navarra, Andalucía y la Comunidad Valenciana, en el marco del PERTE de Economía Social y de los Cuidados del Ministerio de Trabajo y Economía Social, con financiación de los fondos europeos NextGenerationEU.

Su identidad visual traslada esa esencia: comunica desde el cuidado, pero también desde la fuerza de lo colectivo. Es una marca accesible, amable y coherente con los valores inclusivos del proyecto, pensada para invitar a formar parte de él.

ACCESIBILIDAD UNIVERSAL

EMPLEO INCLUSIVO

SOSTENIBILIDAD

INNOVACIÓN DIGITAL



Cuidado

Acompañamos activamente a cada persona, como el trazo que envuelve el símbolo.



Comunidad

Cuatro entidades y tres territorios que convergen en un espacio común.



Autonomía

El movimiento ascendente de la Q simboliza impulso, crecimiento y proyección.



Entorno

«Ambiente, lo que rodea» (RAE): un espacio seguro que protege sin encerrar.

El símbolo: letras que construyen un espacio protector

El símbolo parte de las iniciales del proyecto —e, Q, c— entrelazadas armónicamente dentro de un círculo principal. El gesto gráfico de la «Q» se transforma en un trazo curvo que completa el contorno, dando lugar a un espacio cerrado, fluido y dinámico.

Ese trazo no representa solo una letra: **genera el entorno mismo**. Una forma circular que abraza, contiene y protege, evocando un sistema que rodea y potencia a las personas desde el acompañamiento activo. El entorno no se añade como adorno: emerge del propio nombre del proyecto.

Es un diseño limpio, contemporáneo y altamente reconocible, que mantiene su identidad incluso en tamaños reducidos o en versiones monocromáticas.



Las letras

Un tejido visual integrado: coherencia, colaboración y visión sistémica.

El círculo

Unidad, continuidad y protección: un espacio seguro de participación real.

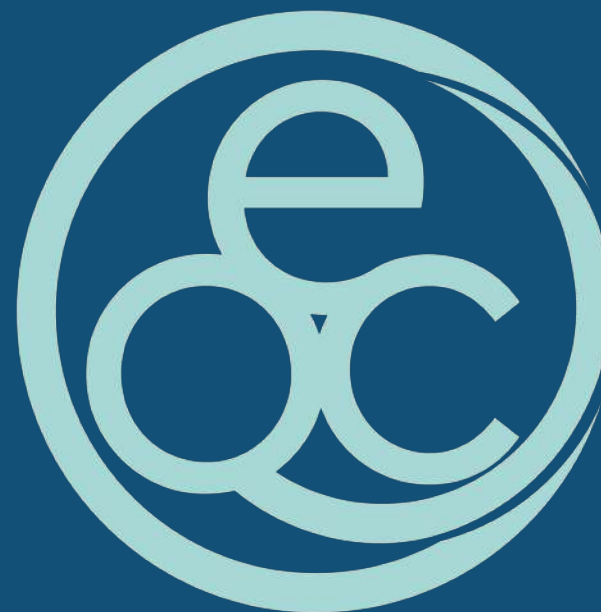
El trazo

Movimiento ascendente: impulso, apertura y crecimiento hacia el futuro.

02

Logotipo

Versiones, construcción y normas de reproducción del identificador visual de EQC.

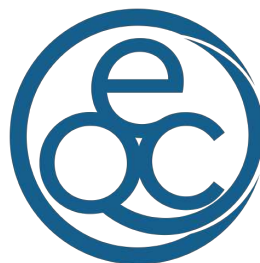


Versiones cromáticas

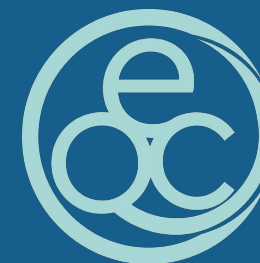
La versión principal del símbolo se reproduce en **Azul Profundo sobre fondo blanco** o claro. Es la versión de referencia siempre que el soporte lo permita.

Sobre fondos corporativos oscuros se utiliza la versión en Azul Suave o en blanco. La versión monocromática (negro) queda reservada a reproducciones a una tinta: fax, sellos, grabados o documentación administrativa.

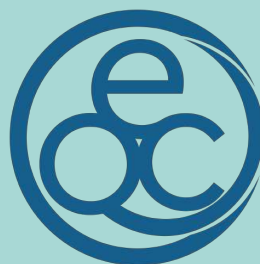
El símbolo es una pieza única: sus elementos nunca se separan, recortan ni recomponen.



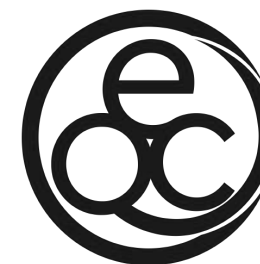
PRINCIPAL · POSITIVO



NEGATIVO · AZUL SUAVE



SOBRE AZUL SUAVE



MONOCROMO · 1 TINTA

Construcción y área de protección

El símbolo se inscribe en una retícula circular basada en la unidad **x**, equivalente al diámetro del ojo de la «e». Alrededor del logotipo debe mantenerse siempre un espacio libre mínimo equivalente a **2x** por cada lado, en el que no puede situarse ningún texto, imagen u otro elemento gráfico.



Tamaños mínimos

Para garantizar su legibilidad, el símbolo nunca se reproduce por debajo de los tamaños indicados.



12 mm
Impresión



32 px
Digital

Favicon y avatares

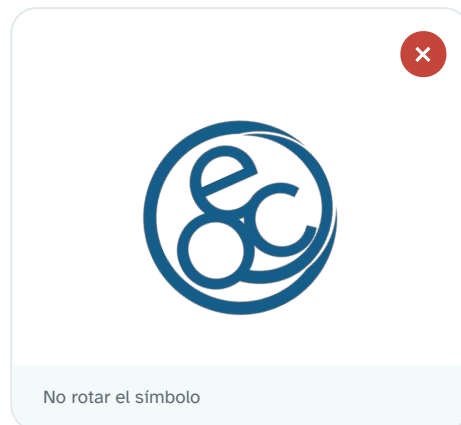
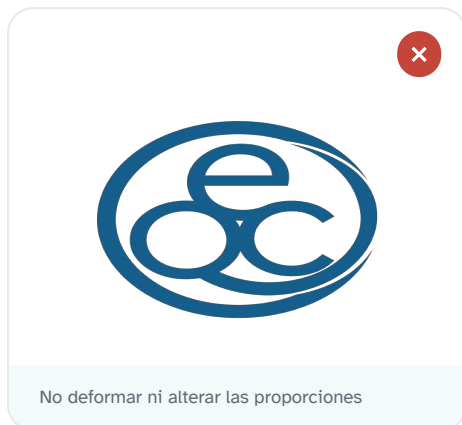
En espacios muy reducidos (16–32 px) se emplea el símbolo solo, centrado sobre fondo Azul Profundo o blanco, ocupando el 80 % del lienzo.



Aplicación en iconos de aplicación y perfiles de redes sociales. El área de protección se reduce a **x** únicamente en estos soportes.

Usos incorrectos

La fuerza de la marca depende de la consistencia de su reproducción. Estas alteraciones no están permitidas en ningún caso.



03

Color

Una paleta serena y accesible: la voz emocional de una marca con vocación social.

Paleta corporativa

Los colores se reproducen siempre según los valores indicados, sin sustituciones.

Las referencias Pantone son aproximadas y se validan en prensa con el proveedor.

Azul Profundo

Confianza, estabilidad y cuidado. Color principal de la identidad: transmite seguridad y un enfoque profesional y empático.

HEX #165F8D
 RGB 22 · 95 · 141
 CMYK 84 · 33 · 0 · 45
 PANTONE 647 C (ref.)

Azul Suave

Bienestar, inclusión y renovación. Aporta calidez y luz; equilibra la profundidad del azul principal.

HEX #A8D8D5
 RGB 168 · 216 · 213
 CMYK 22 · 0 · 1 · 15
 PANTONE 573 C (ref.)

Azul Noche

Apoyo para textos y fondos de máximo contraste.

HEX #0E2C42
 RGB 14 · 44 · 66
 CMYK 79 · 33 · 0 · 74
 PANTONE 289 C (ref.)

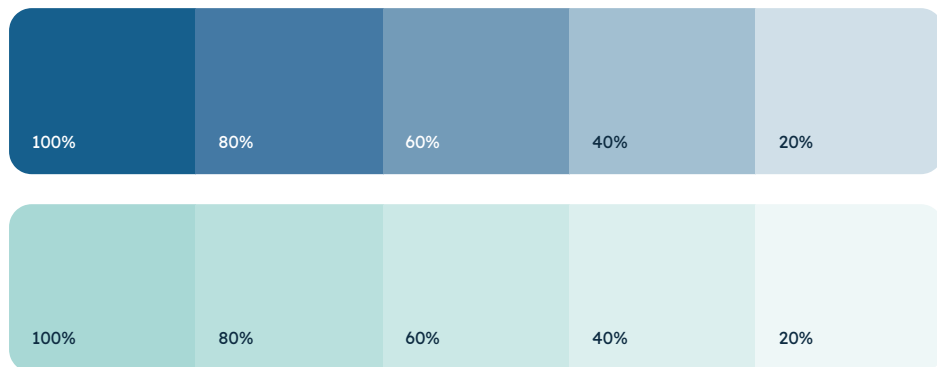
Bruma

Fondo claro corporativo: aire, calma y legibilidad.

HEX #F4F9F9
 RGB 244 · 249 · 249
 CMYK 2 · 0 · 0 · 2
 PANTONE —

Tintes corporativos

Ambos colores admiten tintes en pasos del 20 % para fondos, gráficos e infografías. El color pleno se reserva para el símbolo, titulares y elementos principales.

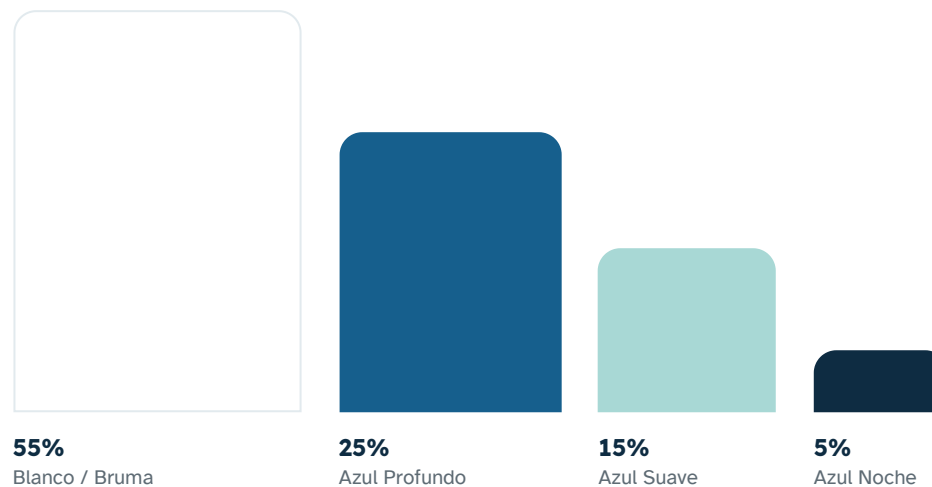


Duotono corporativo

En fotografía, los tintes se aplican como duotono Azul Noche → Azul Profundo → Bruma (ver capítulo 05), garantizando unidad cromática en todos los soportes.

Proporciones de uso

El equilibrio cromático de la marca es luminoso y sereno: el blanco y la Bruma dominan; el Azul Profundo dirige; el Azul Suave acompaña.



Color y accesibilidad

En una marca cuya razón de ser es la accesibilidad universal, el contraste no es una opción estética: es una norma. Todas las combinaciones de texto deben cumplir **WCAG 2.2 nivel AA** como mínimo.

Blanco sobre
Azul Profundo

6,9 : 1

AA · TEXTO NORMAL

Blanco sobre
Azul Noche

14,4 : 1

AAA

Azul Suave sobre
Azul Noche

9,2 : 1

AAA

Azul Profundo
sobre blanco

6,9 : 1

AA · TEXTO NORMAL

Texto pequeño
azul sobre
aqua

Combinación limitada (4,4 : 1): Azul Profundo sobre Azul Suave solo se admite en titulares grandes (≥ 18 pt o 14 pt negrita) o elementos gráficos, nunca en texto de lectura.

Regla general: el color nunca es el único vehículo de información. Iconos, subrayados o etiquetas acompañan siempre a los códigos cromáticos.

TEXTO SOBRE FOTOGRAFÍA

Siempre con velo Azul Noche

Cuando el texto se sitúa sobre imagen, se aplica un velo de **Azul Noche** (60–80 % de opacidad en la zona del texto) que garantice un contraste mínimo de **4,5 : 1**. Nunca se rotula directamente sobre zonas de la fotografía con detalle o luminosidad variable.

04

Tipografía

Dos familias diseñadas científicamente para leer con menos esfuerzo. La accesibilidad, también en cada letra.

Ad

Lexend

Titulares y elementos de marca

Lexend es una familia tipográfica desarrollada con criterios científicos para reducir la fatiga visual y mejorar la velocidad de lectura. Sus formas abiertas y su espaciado generoso la hacen idónea para una marca que comunica desde la claridad.

Se emplea en titulares, cifras destacadas, botones y navegación. Los pesos habituales son **SemiBold** y **Bold**; Light y Regular quedan para cifras grandes y subtítulos.

LICENCIA LIBRE · GOOGLE FONTS

Entornos que cuidan, incluyen y transforman

Light

Cifras y datos

Regular

Subtítulos

Medium

Navegación

SemiBold

Destacados

Bold

Titulares

ExtraBold

Grandes títulos

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789

Atkinson Hyperlegible

Texto de lectura

Creada por el Braille Institute, Atkinson Hyperlegible está diseñada para maximizar la distinción entre caracteres y mejorar la legibilidad en personas con baja visión. Elegirla es una declaración de principios coherente con la misión de EQC.

Se emplea en párrafos, pies de foto, formularios y documentación. Cuerpo mínimo recomendado: **9 pt en impresión y 16 px en digital**, con interlineado $\geq 1,5$.

LICENCIA LIBRE · BRAILLE INSTITUTE

JERARQUÍA TIPO

Accesibilidad universal

Evaluar y adaptar espacios físicos, cognitivos y digitales

El proyecto elimina barreras para garantizar el acceso en igualdad de condiciones: entornos físicos adaptados, señalética comprensible, plataformas digitales accesibles y espacios certificados como amigables con el TEA.

Pie de foto o nota — Atkinson Hyperlegible Regular 7,5 pt

Il1 · O0 · B8 · rn m

Caracteres inconfundibles
entre sí

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPp

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPp

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn 0123456789

05

Universo visual

Fotografía real, duotono corporativo y un lenguaje gráfico que envuelve sin encerrar.



Estilo fotográfico

Personas reales, protagonistas activas, en contextos de trabajo, formación y vida cotidiana. Luz natural, encuadres cercanos y dignidad: nunca miradas asistencialistas ni dramatización.



Duotono corporativo

Para cabeceras, separadores y piezas de gran formato, la fotografía se trata en duotono corporativo: las sombras en **Azul Noche**, los medios en **Azul Profundo** y las luces hacia **Bruma**.

Este tratamiento unifica imágenes de procedencias diversas, refuerza la identidad y garantiza el contraste del texto blanco superpuesto.

#0E2C42 · sombras

#165F8D · medios

#F4F9F9 · luces

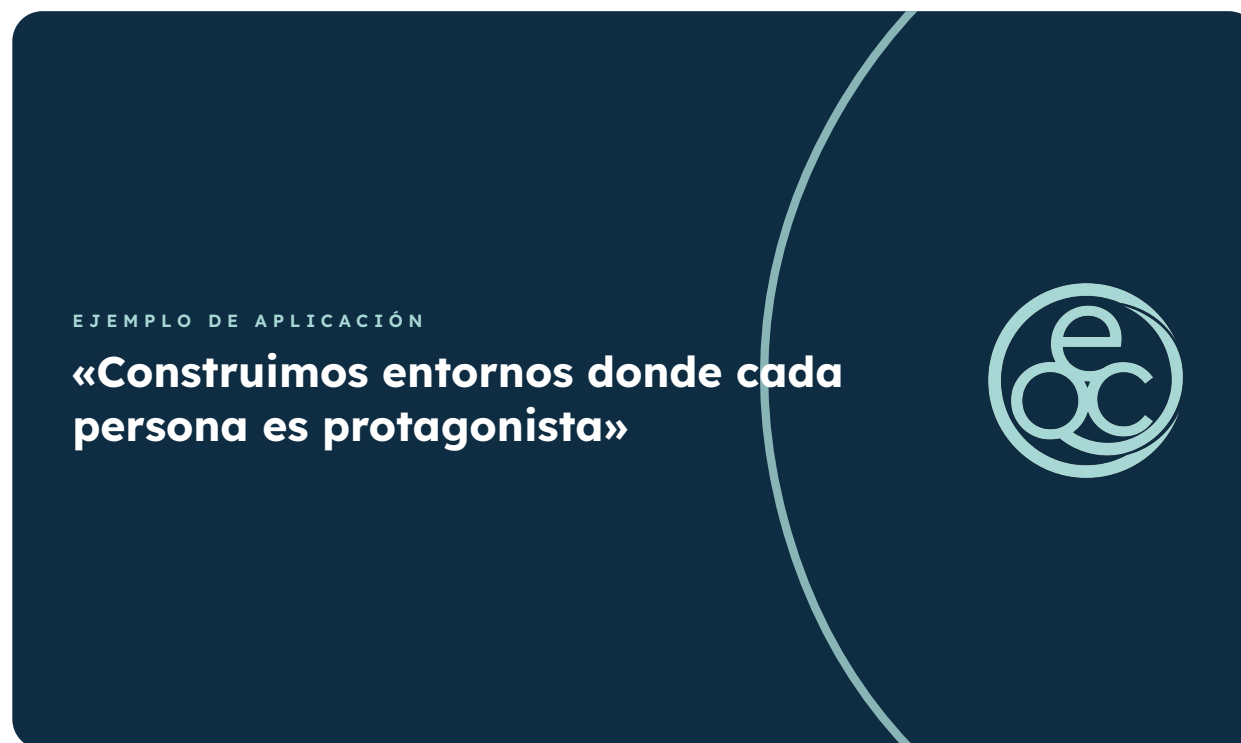
Cuándo usarlo: fondos con texto, separadores de capítulos, cabeceras web y redes. La fotografía a color natural se reserva para contenidos informativos y prensa.



Recursos gráficos: el trazo que envuelve

Del gesto de la «Q» nace el recurso gráfico principal: **arcos abiertos** que rodean contenidos sin cerrarlos. Se dibujan siempre con extremos redondeados, en Azul Suave sobre fondos oscuros o Azul Profundo sobre claros.

Los arcos nunca se cierran del todo: el entorno de EQC protege y a la vez deja espacio para crecer. Se usan a gran escala, saliendo del formato, nunca como ornamentos pequeños repetidos.



06

Marco institucional

EQC nace de un PERTE: la convivencia con los logotipos oficiales es parte obligatoria de la identidad.



El bloque de financiación

Toda pieza de comunicación del proyecto —impresa o digital— debe incluir el bloque institucional completo, conforme a las obligaciones de información y publicidad del PRTR y de los fondos NextGenerationEU.



1 · Orden

Gobierno de España / Ministerio de Trabajo y Economía Social; a continuación «Financiado por la Unión Europea — NextGenerationEU»; y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

2 · Integridad

Los logotipos oficiales no se alteran, recolorean ni deforman. Sobre fondos de color o fotografía se sitúan siempre dentro de una pastilla blanca con margen interior mínimo de 3 mm.

3 · Tamaño y posición

Altura mínima: 8 mm en impresión / 24 px en digital. Posición preferente: franja inferior de la pieza, sobre blanco o Bruma, ocupando todos los soportes una posición homogénea.

4 · Jerarquía

El bloque institucional nunca compite con la marca EQC: se mantiene en la base de la composición y su altura no supera la del símbolo EQC en la misma pieza.

EJEMPLO · PIE DE PIEZA



Las entidades del consorcio

Cuatro organizaciones sin ánimo de lucro impulsan EQC. En piezas conjuntas, sus logotipos se presentan con igual jerarquía, alineados sobre blanco y ordenados con AMIMET —entidad coordinadora— en primer lugar.



AMIMET

RIBERA DE NAVARRA ·
COORDINACIÓN

Centro de Economía Circular y Empleo Verde,
itinerarios formativos y reciclaje accesible.



Federación Autismo Andalucía

SEVILLA

Accesibilidad cognitiva, certificación de espacios
amigables con el TEA y formación de profesionales.



FEGRADI COCEMFE Granada

GRANADA

Movilidad y rutas inclusivas, energía solar, talleres
técnicos e infraestructuras adaptadas.



Fundació Mira'm

VALÈNCIA I GANDIA

Centro de Recursos TEA, neuroarquitectura y
herramientas interactivas de apoyo a la autonomía.



07

Aplicaciones

La marca en acción: digital, papel y espacios. Coherencia en cada punto de contacto.

Sitio web

entornosquecuidan.es es el principal punto de contacto de la marca. La cabecera aplica el duotono corporativo sobre fotografía real, el titular en Lexend y el bloque institucional visible sin necesidad de hacer scroll.

Reglas clave: símbolo EQC arriba a la izquierda, navegación en Lexend Medium, botones en Azul Profundo con texto blanco, y bloque de financiación en pastilla blanca.

- Accesibilidad AA verificada en cada plantilla
- Widget de accesibilidad disponible en todo el sitio
- Tipografías del sistema de marca en todos los módulos



Página de inicio · entornosquecuidan.es

Páginas interiores



Las cabeceras interiores usan fotografía en tinte Azul Suave al 30 % con titulares en Azul Profundo — página «Proyecto».

Versión móvil

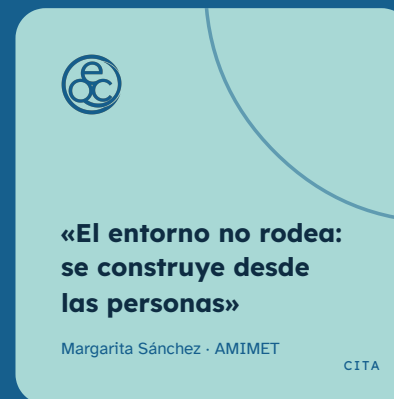


La jerarquía se mantiene: marca, mensaje y bloque institucional.

Redes sociales

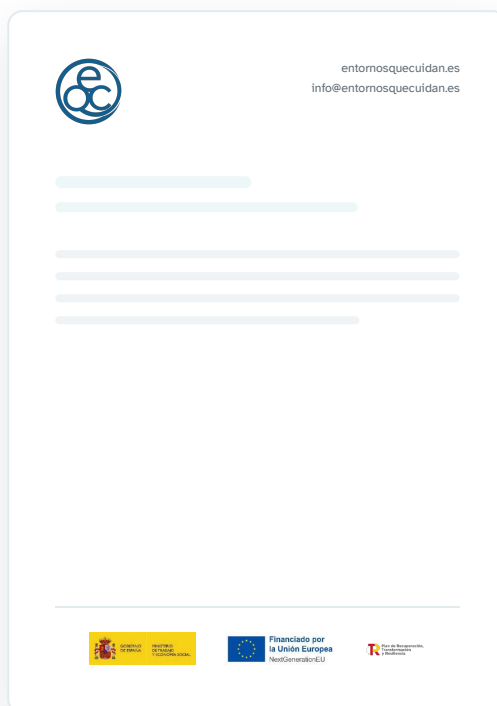
Tres plantillas base cubren la comunicación social: **dato**, **cita** y **convocatoria**. Duotono corporativo o color pleno, titular Lexend y símbolo siempre presente en una esquina.

El bloque institucional aparece en la propia imagen cuando la pieza comunica actividades financiadas, o como primera línea del texto del post.



Papelería corporativa

Tarjetas 85×55 mm y hoja membretada A4. El anverso de la tarjeta es puro símbolo; el reverso, información. La carta reserva la franja inferior al bloque institucional.



Firma de correo



Presentaciones



Portada tipo de presentación 16:9 — duotono al 35 % sobre Azul Profundo, titular Lexend Bold y bloque institucional en pastilla blanca.

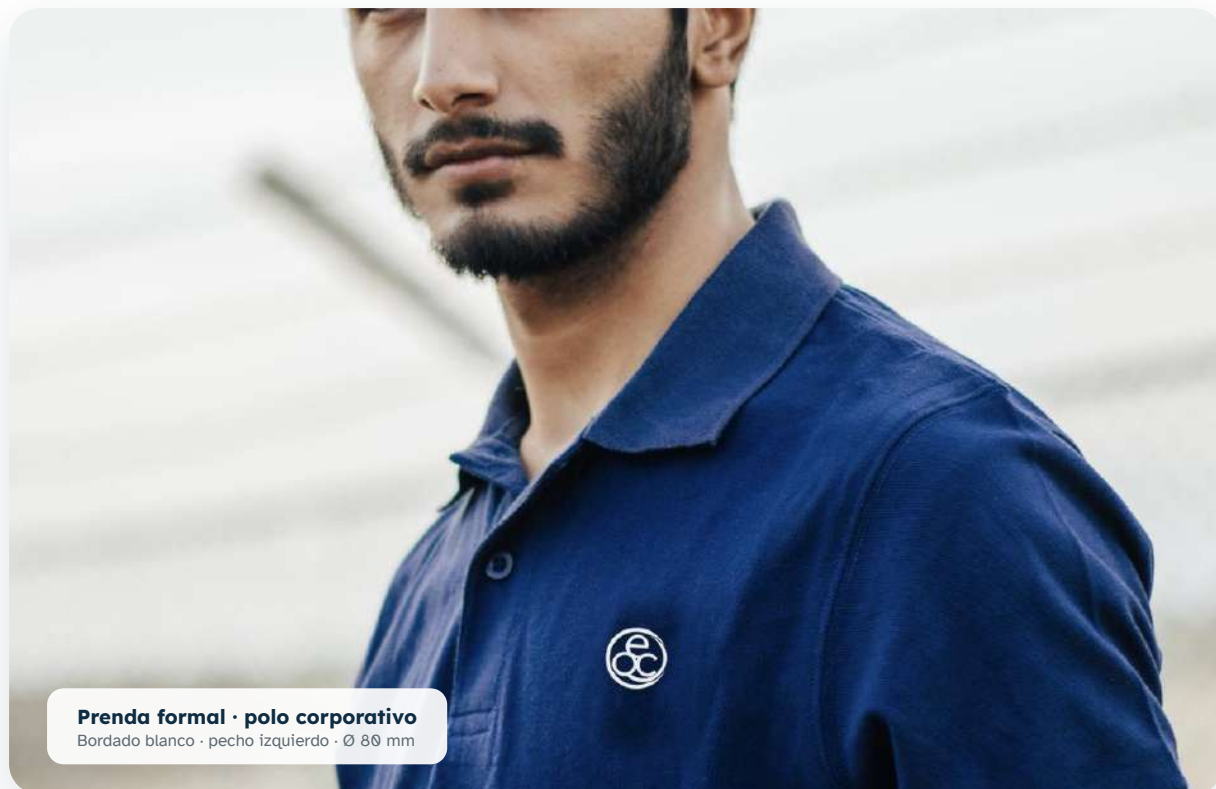
Rollup y señalética



En señalética, el contraste mínimo es AA y todo pictograma va acompañado de texto en Atkinson Hyperlegible.

Textil y ropa laboral

La marca también viste a las personas que la hacen posible. En prendas corporativas —formales o de trabajo— el símbolo se aplica en **blanco** sobre tejidos Azul Profundo o Azul Noche, sin texto acompañante.



Prenda formal · polo corporativo
Bordado blanco · pecho izquierdo · Ø 80 mm

Normas de aplicación

Bordado para prendas formales; serigrafía o vinilo textil para ropa laboral y EPIs. Siempre a una tinta: blanco sobre tejidos oscuros, Azul Profundo sobre tejidos claros.

En espalda, el símbolo se aplica **en solitario** y a gran escala (Ø 180–220 mm), centrado a la altura de los omóplatos.



En ropa de alta visibilidad, el símbolo se sitúa fuera de las bandas reflectantes, nunca sobre ellas.

Merchandising y eventos

En los objetos promocionales el símbolo se aplica siempre en solitario, sin texto acompañante. Materiales sostenibles siempre que sea posible: algodón orgánico, cerámica y papel reciclado.



Acreditación de eventos
105×148 mm. Lanyard en Azul
Profundo con símbolo blanco
repetido.



Gracias por cuidar la marca

Para resolver dudas de aplicación o solicitar los archivos originales del logotipo, las tipografías y las plantillas, escribe a
info@entornosquecuidan.es



MANUAL DISEÑADO POR LUZ VERDE COMUNICACIÓN