

Incluyendo Capacidades

Manual de identidad visual y normas de uso de la marca



INCLUYENDO
CAPACIDADES

Contenido

Este manual recoge los elementos que constituyen la identidad visual de
Incluyendo capacidades y las normas para su correcta aplicación en cualquier
soporte.

01	La marca	03
	Propósito, valores y significado del símbolo	

02	Logotipo	04
	Versiones, construcción, protección y tamaños mínimos	

03	Color	09
	Paleta cromática, tintes, variables y escala de grises	

04	Usos incorrectos	13
	Lo que nunca debe hacerse con la marca	

05	Tipografía	14
	Familias tipográficas corporativas y jerarquías	

06	Papelería corporativa	15
	Tarjetas, hoja membretada y sobre	

07	Aplicaciones físicas	16
	Textil, ropa laboral, merchandising y espacios	

08	Aplicaciones digitales	21
	Web, redes sociales e iconografía de aplicación	

Una marca que abraza

Incluyendo Capacidades trabajamos la inclusión real de las personas con capacidades diversas. Su identidad visual traslada ese propósito: una mano que sostiene, personas que celebran y un círculo que integra. Cercana, optimista y llena de energía, la marca comunica desde el respeto y la alegría.



Apoyo

Acompañamos a cada persona en su camino, como la mano que sostiene el símbolo.



Inclusión

Todas las personas forman parte. Nadie queda fuera del círculo.



Crecimiento

Impulsamos el desarrollo personal y profesional de cada capacidad.



Diversidad

La diferencia es nuestro valor: cada color representa una manera única de ser.

Las personas · diversidad que celebra

El círculo · comunidad que integra



La mano · apoyo que sostiene



Versión principal

En su versión principal, el logotipo se presenta de manera completa: isotipo y tipografía forman una unidad indivisible. Siempre que el soporte lo permita, esta es la versión de referencia.

Isotipo

Símbolo gráfico de la marca: tres personas alzando los brazos sobre una mano abierta, dentro de un círculo.

Logotipo · INCLUYENDO

Nombre principal compuesto en mayúsculas con amplio espaciado, en color azul marino corporativo.

Descriptor · CAPACIDADES

Línea secundaria en morado corporativo que completa el nombre y equilibra la composición.



Isotipo

El isotipo puede utilizarse de forma independiente cuando la marca ya está presente en el contexto o cuando el espacio disponible es reducido: perfiles de redes sociales, favicon, bordados o sellos.

Uso recomendado

Aplicaciones en tamaños pequeños o formatos cuadrados donde la versión completa perdería legibilidad.

Integridad

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



Construcción

El logotipo se construye sobre una retícula modular basada en la unidad, equivalente al diámetro de la cabeza de la figura central del isotipo.

Esta retícula fija las proporciones entre isotipo, nombre y descriptor, y no debe alterarse en ninguna reproducción de la marca.



Área de protección

Alrededor del logotipo debe mantenerse, siempre un espacio libre mínimo equivalente a por cada lado.

Dentro de esta área no puede situarse ningún texto, imagen u otro elemento gráfico que comprometa la visibilidad de la marca.

Tamaños mínimos

Para garantizar la legibilidad de la marca, nunca debe reproducirse por debajo de los tamaños indicados. Si el espacio disponible es menor, se utilizará el isotipo.

VERSIÓN PRINCIPAL



25 mm · 120 px

Impresión: 25 mm de ancho

Digital: 120 px de ancho

ISOTIPO



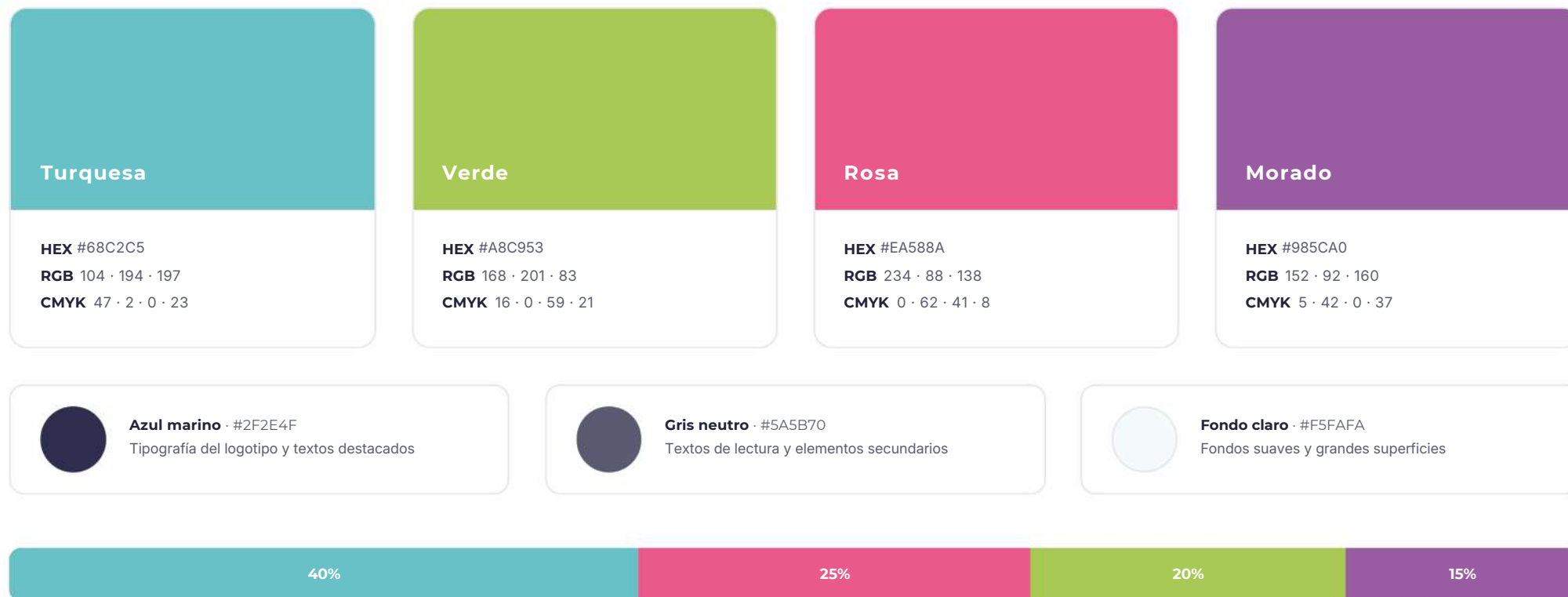
10 mm · 48 px

Impresión: 10 mm de ancho

Digital: 48 px de ancho

Paleta cromática

El color es la voz emocional de la marca: cuatro tonos vivos que representan la diversidad de las personas. Se reproducen siempre según los valores indicados, sin sustituciones.



Proporción de uso recomendada: el turquesa lidera; el resto acompaña como acento.

Tintes

Cada color corporativo admite tramas del 100% al 20% para fondos, gráficos e infografías. El color pleno se reserva para la marca y los elementos protagonistas.

Turquesa



Verde



Rosa



Morado





Variables de color

Cuando el soporte requiera colores planos, el

logotipo se aplica en blanco sobre cualquiera de los cuatro colores corporativos.

Se respetarán siempre los colores de la paleta, y esta versión solo se empleará cuando el soporte no permita utilizar la versión principal.



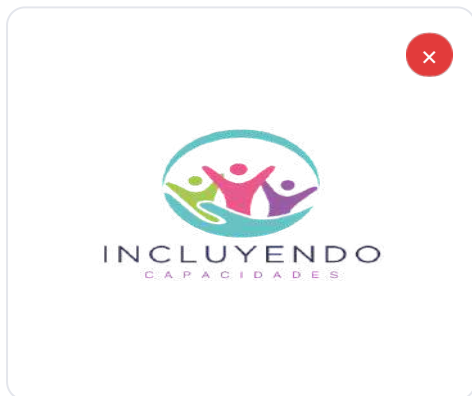
Escala de grises

Cuando no sea posible usar color —prensa, fotocopia, grabado o serigrafía a una tinta— se utilizarán las versiones en blanco y negro o escala de grises.

Sobre fondos oscuros o medios se aplica la versión en blanco; sobre fondos claros, la versión en negro o gris.

Lo que nunca debe hacerse

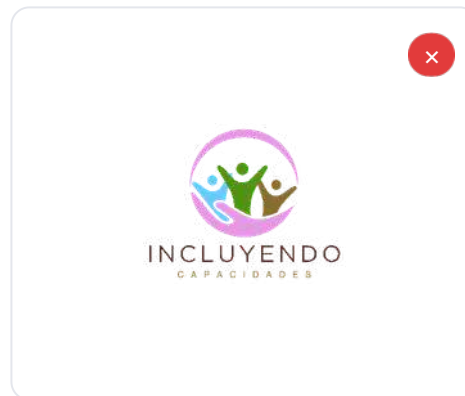
La consistencia construye la marca. Estas alteraciones están prohibidas en cualquier soporte, físico o digital.



No deformar ni estirar el logotipo



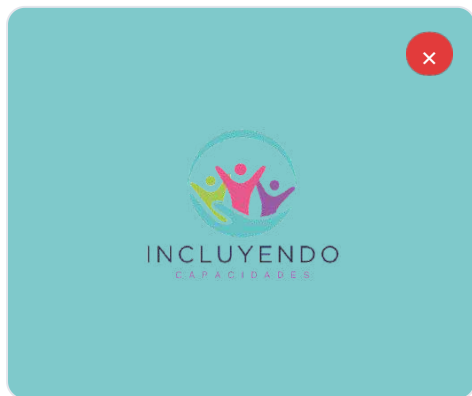
No rotar ni inclinar



No alterar los colores corporativos



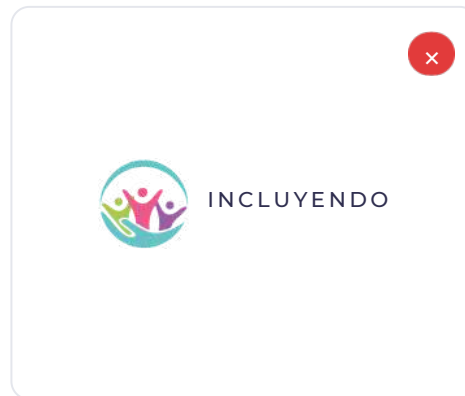
No añadir sombras ni efectos



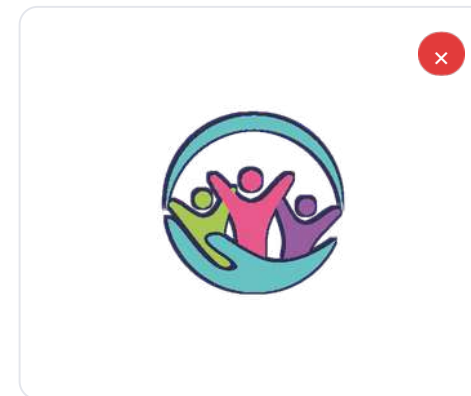
No aplicar sobre fondos de bajo contraste



No aplicar sobre fotografías recargadas



No recomponer ni cambiar la disposición



No añadir contornos ni filetes

Familias tipográficas

Las fuentes corporativas son Gotham y Helvetica. Esta combinación refleja una imagen de claridad, precisión y modernidad.

PRINCIPAL · TITULARES

Gotham

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 ¿?!()&@€%

Light Regular **SemiBold** **Bold**

Se utiliza en titulares, rotulación y elementos destacados, siempre con generoso espaciado entre letras en las composiciones de marca. Sustituta digital libre: **Montserrat**.

SECUNDARIA · TEXTOS

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 ¿?!()&@€%

Light Regular **Bold**

Reservada para los textos institucionales y de lectura: cartas, documentos, memoria y comunicación interna. Sustituta digital libre: **Inter** o **Arial**.



Papelería corporativa

La papelería traslada la identidad al día a día: composiciones limpias, blanco protagonista y la banda cromática de la marca como hilo conductor.

Tarjeta de visita 85 × 55 mm, hoja membretada DIN A4 y sobre americano DL. El logotipo respeta siempre su área de protección.

Textil

Sobre prendas claras se aplica la versión principal a color; sobre prendas oscuras o de color, la versión en blanco.



Ropa laboral

En vestuario de alta visibilidad, el logotipo se aplica en azul marino sobre el tejido amarillo y en blanco sobre las zonas oscuras, garantizando el contraste y la normativa del vestuario.



Colección de vestuario

Elisotipo bordado enpechounificatoda la colección:polos, chaquetas, chalecos, parkas y pantalones comparten una aplicación discreta y consistente.



Merchandising

En objetos promocionales, el logotipo se reproduce siempre con los colores Corporativos oficiales sobre superficies claras y neutras.



Señalética y espacios

Envinilos, accesos y aulas, la marca se aplica centrada y con aire, sobre soportes claros que preservan la legibilidad de todos sus colores.



Web y redes sociales



Avatar de perfil: isotipo sobre fondo blanco · Botones y acentos: turquesa principal con acentos rosa · Plantillas de publicación sobre fondos de la paleta.



INCLUYENDO
CAPACIDADES

WWW.LUZVERDECOMUNICACION.COM