
Manual de identidad visual corporativa

Índice

1. Introducción	5
1.1. Créditos y versión	6
1.2. Sobre este manual	7
1.3. Personalidad de la marca	8
2. Expresión escrita	9
2.1. Denominación de la marca	10
2.2. "Claim"	11
3. Color	12
3.1. Arquitectura	13
3.2. Definición	14
4. Isotipo	15
4.1. Introducción	16
4.2. Construcción	17
4.3. Tamaño mínimo de reproducción	18
4.4. Área mínima de respeto	19
4.5. Positivo y negativo	20
4.6. Usos incorrectos	21
5. Imagotipo	22
5.1. Versión 1	23

5.2. Versión 1. Construcción	24
5.3. Versión 2	25
5.4. Versión 2. Construcción	26
5.5. Positivo y negativo	27
5.6. Tamaños mínimo de reproducción	28
5.7. Área mínima de respeto	29
5.8. Alineación vertical	30
5.9. Posición	31
5.10. Convivencia con otros logotipos	32
5.11. Relación de tamaños para soportes impresos	33
5.12. Usos incorrectos	34
5.13. Uso del color	35
5.14. Usos incorrectos del color	36
6. Tipografía	37
6.1. Principal	38
6.2. Alternativa	39
6.3. Uso de estilos tipográficos	40
6.4. Usos incorrectos de los estilos	41
6.5. Uso del color	42

6.6. Usos incorrectos del color	43
7. Recursos gráficos	44
7.1. Flechas	45
7.2. Fondos	46
7.3. Ilustraciones área	47
7.4. Pictogramas	48
7.5. Ilustración	49
7.6. Estampado	50
8. Ejemplos de aplicación	51
8.1. Comunicación institucional	52
8.2. Comunicación personas usuarias	62

1. Introducción

1.1.

Introducción

Créditos y versión

El rediseño de identidad visual corporativa así como el presente manual han sido diseñados por Tropical (www.tropicalestudio.com).

Para cualquier duda acerca del uso de este manual o de los elementos corporativos de la marca Fundación Dfa puede contactar con nuestro Gabinete de comunicación a través del email comunicacion@fundaciondfa.es o en el teléfono 976 59 59 59

Versión del manual: marzo 2021

1.2.

Introducción

Sobre este manual

El contenido y las aplicaciones que recoge este manual expresan la voluntad de trasladar una imagen única, coherente y diferenciada de la marca Fundación Dfa, independientemente del medio donde se utilice.

La función de la identidad visual de Fundación Dfa es dar unidad gráfica a la comunicación de los valores, áreas de actuación y servicios de la entidad bajo el paraguas de una misma marca.

Este es un documento técnico y de consulta para profesionales, que establece las normas de aplicación de la marca, para que su identidad visual se mantenga intacta en las manifestaciones de comunicación visual en las que pueda ser utilizada, tanto los formatos digitales y "online", como los formatos físicos "offline".

De la correcta interpretación y aplicación de estas normas depende, en gran parte, la consolidación de la nueva identidad y el éxito en el desarrollo de sus programas de comunicación.

1.3.

Introducción

Personalidad de la marca

La nueva identidad visual corporativa de Fundación Dfa es una renovación para seguir avanzando hacia el futuro. Además de resolver problemas de uso de la marca provocados por las nuevas necesidades digitales, el principal objetivo ha sido actualizar la percepción de la entidad de cara a sus trabajadores, usuarios y sociedad, para posicionarla como una organización moderna, humana y capaz.

Manteniendo sus signos distintivos, muy arraigados en el imaginario colectivo, se ha renovado por completo la presentación visual de la entidad. El color magenta y la flecha como símbolo de superación continúan siendo las bases de una identidad a la que se ha dotado de mayor profundidad y posibilidades de expresión en los distintos contextos en los que la marca está presente.

El resultado es una expresión cercana, transparente y accesible que a partir de unos pocos gestos gráficos recoge bajo un mismo paraguas toda la actividad de la Fundación.

1976

2021



2. Expresión escrita

2.1.

Expresión escrita

Denominación de la marca

La expresión escrita Dfa resuelve un problema heredado por las siglas DFA, que provocaba una diferencia entre la expresión escrita y la convención hablada entre los usuarios “defa”.

Por esto, evitaremos siempre la expresión escrita en formato DFA en favor de Dfa, invitando a la lectura de las siglas como una palabra. Asimismo, al desprendernos del formato siglas evitamos que el lector busque significados no deseados.



Dfa / Fundación Dfa

2.2.

Expresión escrita Claim

El claim de Fundación Dfa describe la misión de la entidad de forma clara e inequívoca.



Con, por y para
las personas
con discapacidad

3. Color

3.1.

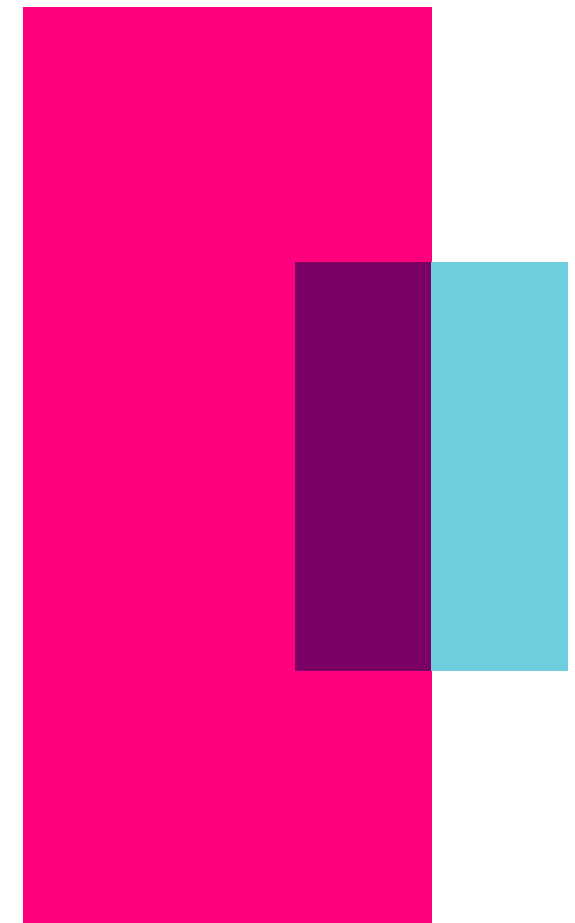
Color Arquitectura

El esquema de color corporativo mantiene el magenta como signo distintivo de la marca y por lo tanto color principal a utilizar en todos los materiales de comunicación generados por Fundación Dfa. Este, se complementa con un morado dentro de la misma gama cromática que nos servirá para trabajar diseños con mayores contrastes, dinamismo y efectos de superposición.

Además, el sistema visual incorpora un tercer color, azul, a utilizar en las comunicaciones dirigidas a personas usuarias de la Fundación. La combinación de los 3 colores permite a la marca generar piezas con mayor calidez y vitalidad.



● ● Comunicación institucional



● ● ● Comunicación con personas usuarias

3.2.

Color

Definición

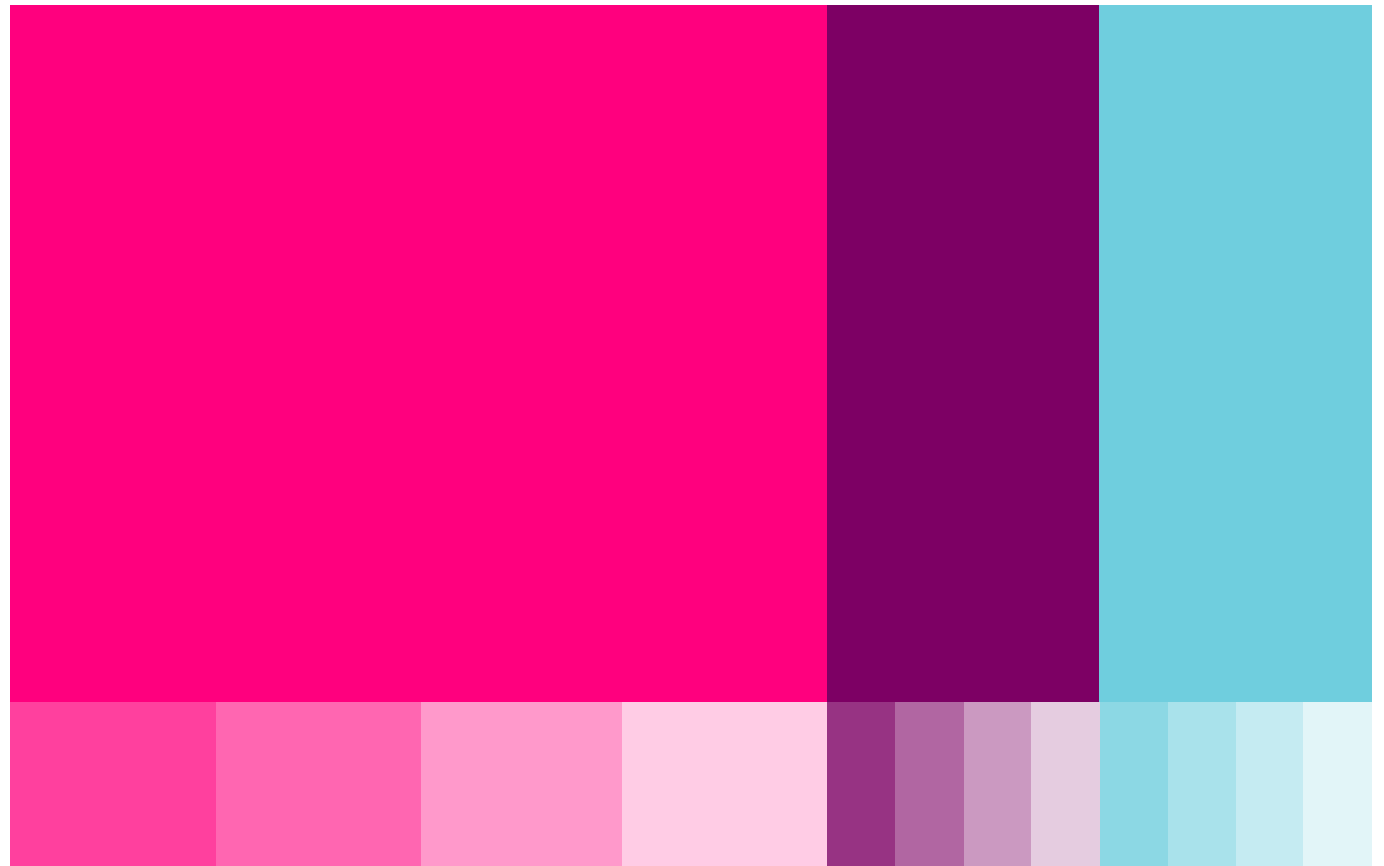
Composición de los colores corporativos para medios impresos y digitales.

Además de los 3 colores principales, podremos utilizar matices de los mismos para su uso como fondos u otros elementos secundarios.

En aplicaciones impresas en el sistema offset se recomienda el uso de tintas directas (PANTONE), siempre que sea posible.

Para impresoras de oficina se recomienda utilizar las composiciones CMYK.

Para usos digitales utilizar los valores RGB o sus equivalencias hexadecimales.



PANTONE 213 C
C:0 M:95 Y:5 K:0
R:255 G:0 B:126
#FF007E

PANTONE 259 C
C:69 M:100 Y:0 K:5
R:125 G:0 B:100
#7D0064

PANTONE 305 C
C:55 M:0 Y:6 K:0
R:111 G:206 B:222
#6FCEDE

4. Isotipo

4.1.

Isotipo

Introducción

El isotipo o símbolo gráfico propio de la marca, se dibuja a partir del símbolo flecha utilizado históricamente por la entidad, y se transforma en una persona, añadiendo un carácter humano y cercanía al símbolo.

El estilo orgánico y las líneas curvas aportan amabilidad a la marca. A nivel semiótico nuestro isotipo comunica dinamismo y avance.

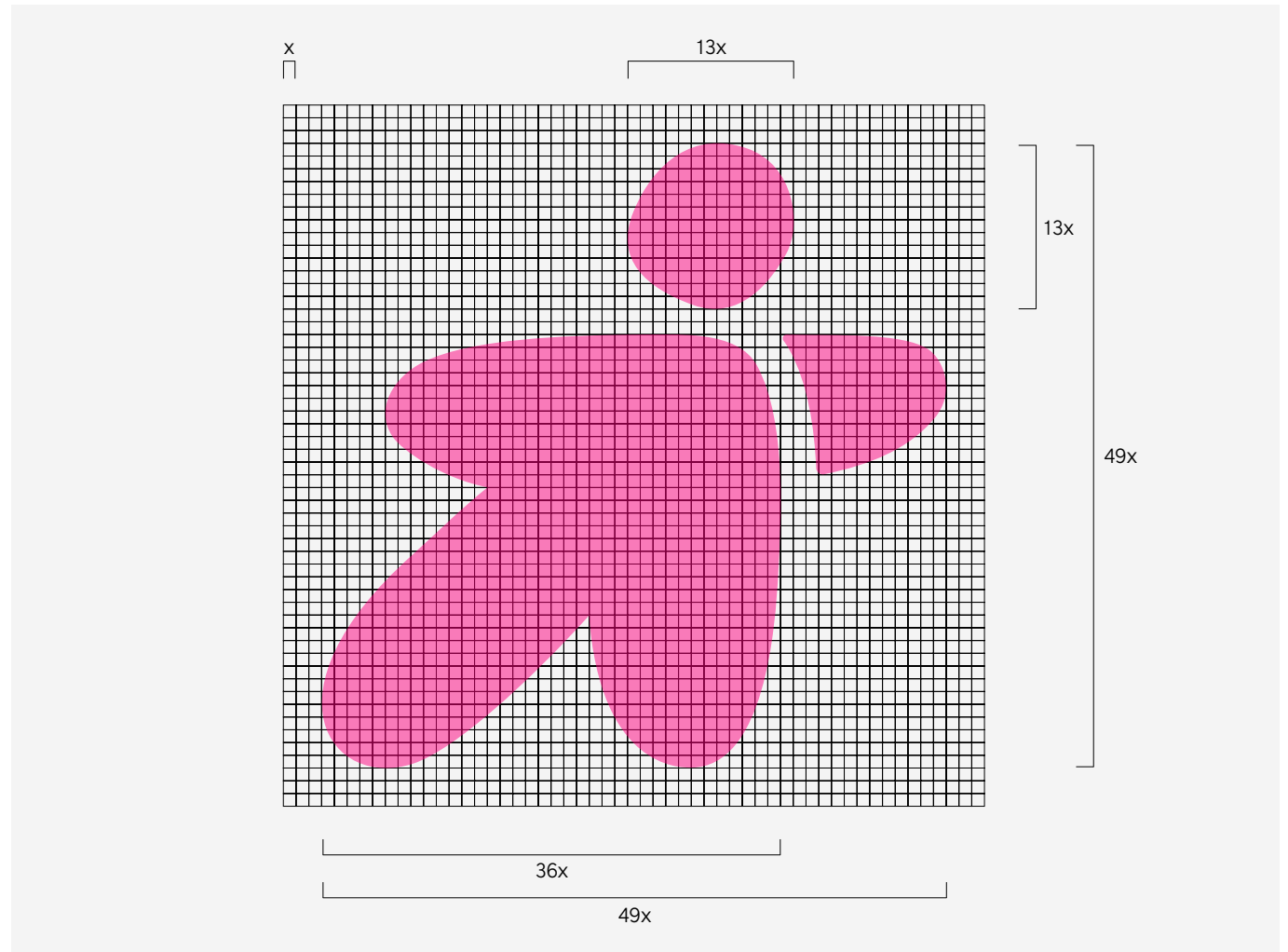


4.2.

Isotipo

Construcción

Si situamos el isotipo sobre una retícula, podemos ver la relación de tamaño y distancia que guardan sus partes.



4.3.

Isotipo

Tamaño mínimo de reproducción

Se establece un tamaño mínimo de reproducción del isotipo en el que se mantiene su legibilidad. Tamaños inferiores son usos incorrectos del símbolo.

Dado que la marca se va a reproducir tanto en medios impresos como en medios digitales, el tamaño mínimo de reproducción se facilita en milímetros y en píxeles. Para el tamaño mínimo digital se ha tenido en cuenta el tamaño del "favicon", que es el uso digital en el que aparecerá más pequeño.

Medios impresos



Medios digitales

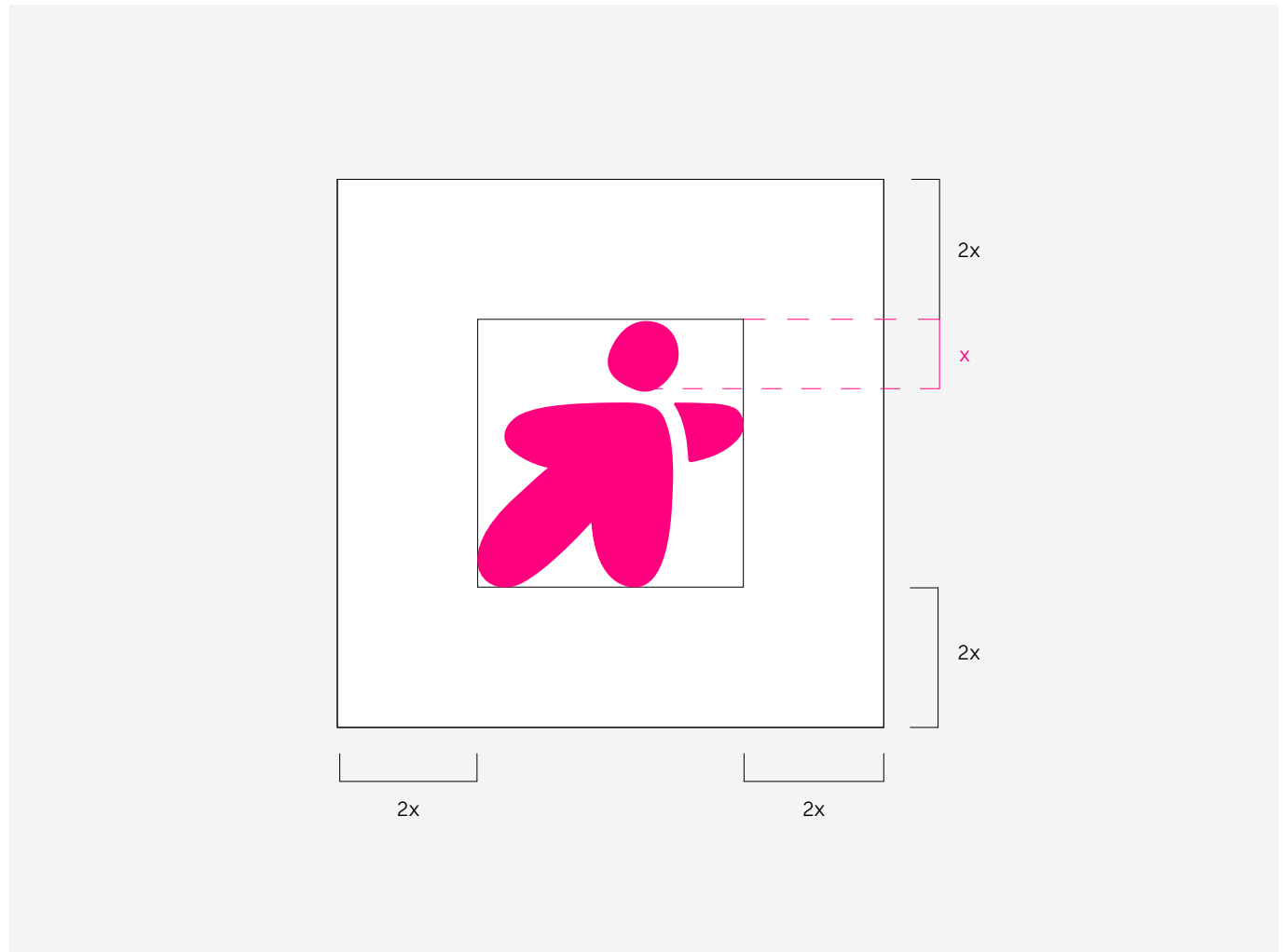


4.4.

Isotipo

Área mínima de respeto

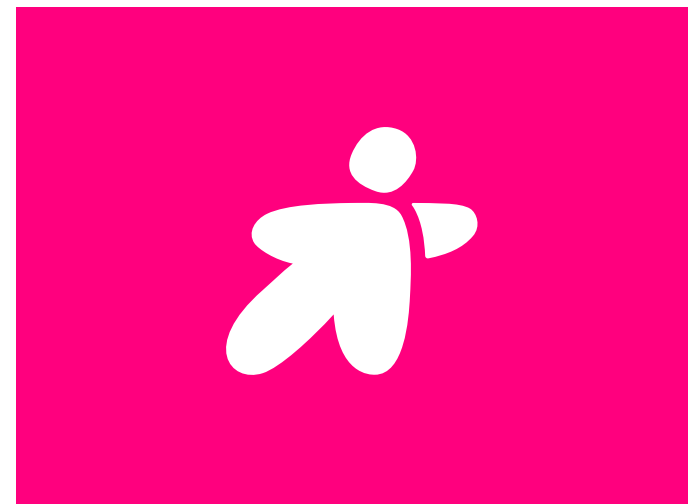
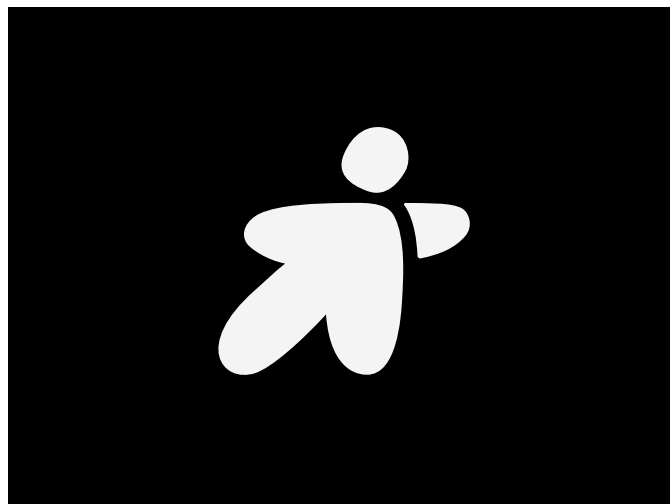
Se establece un área mínima de respeto para el imagotipo aislado alrededor de la cual no es recomendable situar ningún elemento.



4.5.

Isotipo Positivo y negativo

Funcionamiento del isotipo en positivo y negativo monocromático.



4.6.

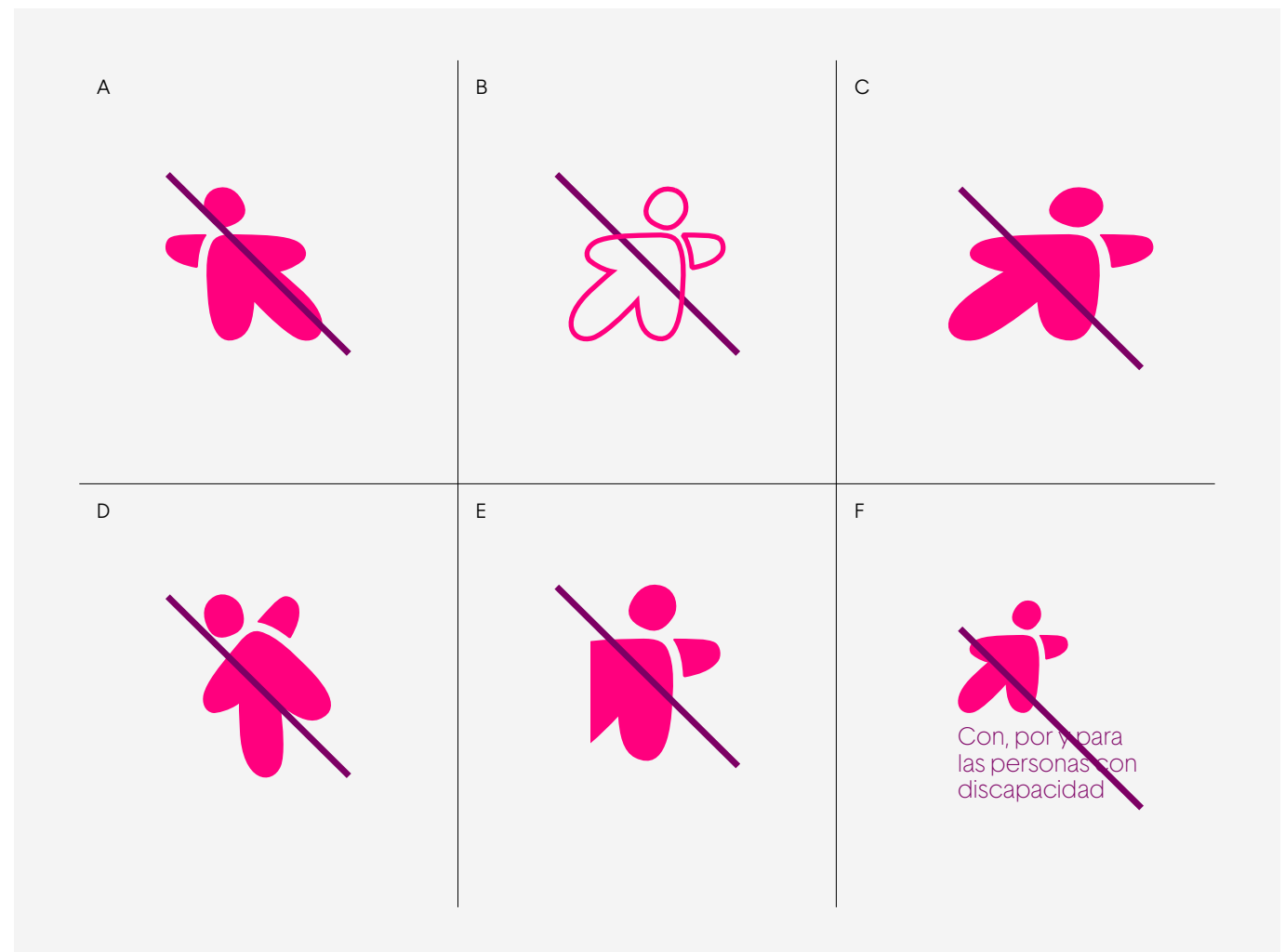
Isotipo

Usos incorrectos

Cualquier alteración de las reglas definidas anteriormente para la representación del isotipo son usos incorrectos.

Algunos ejemplos son:

- A. Reflejar el símbolo.
- B. Alterar el dibujo del símbolo utilizando solo su contorno.
- C. Deformar el símbolo.
- D. Girar.
- E. Recortar el isotipo.
- F. Acompañar el símbolo de elementos ajenos, dentro de su área de respeto.



5. Imagotipo

5.1.

Imagotipo

Versión 1

El imagotipo es la representación corporativa más importante y sobre la que se construye el resto de la identidad visual.



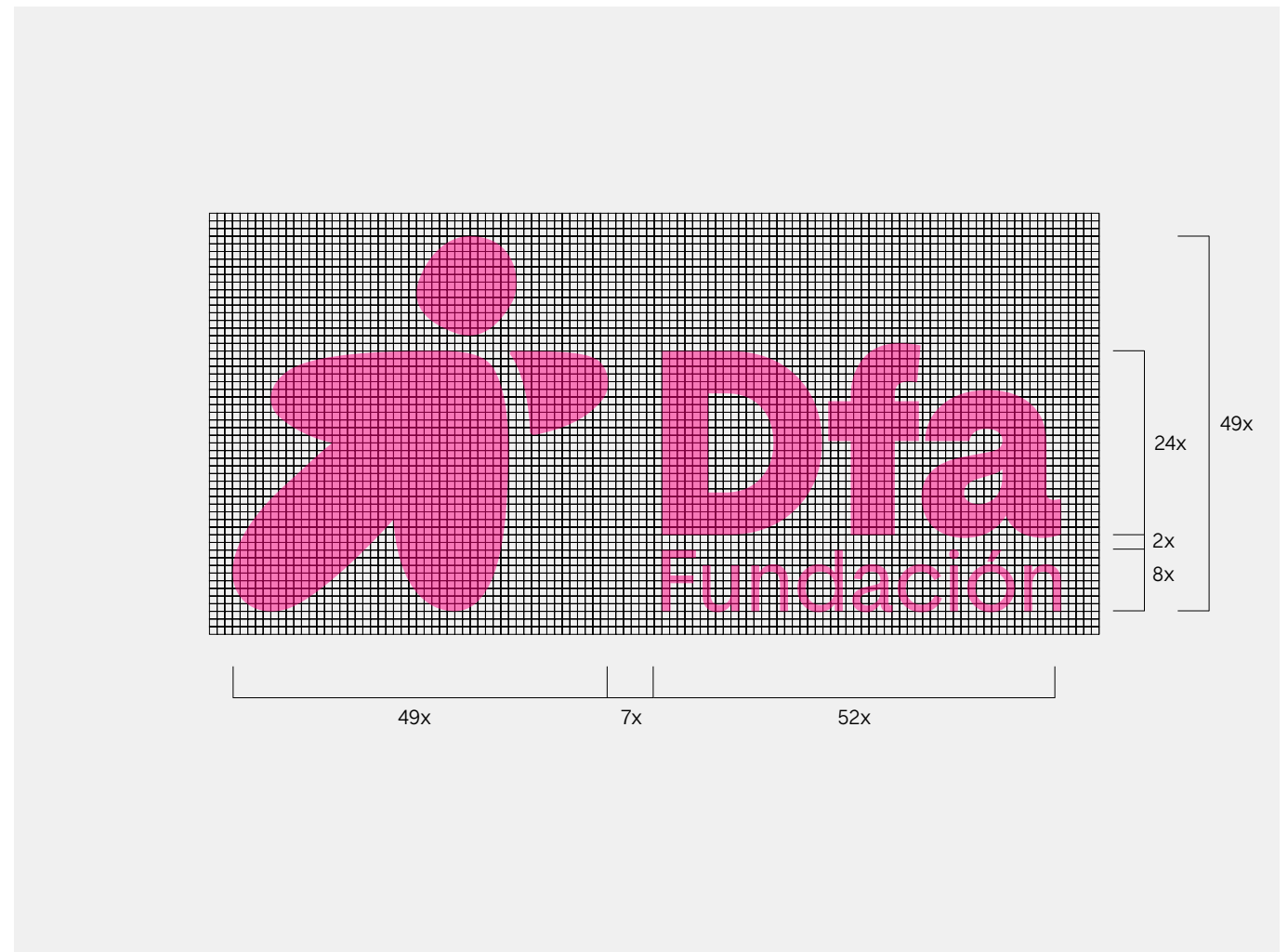
5.2.

Imagotipo

Versión 1. Construcción

Si situamos el imagotipo sobre una retícula, podemos ver la relación que guardan sus partes.

El isotipo irá siempre alineado a la izquierda del texto en las proporciones y alineación regladas.



5.3.

Imagotipo

Versión 2

En esta versión, se retira la palabra 'Fundación' con lo que la marca Dfa toma mayor protagonismo. Esta versión permite su utilización a tamaños más pequeños que la versión 1 del imagotipo.



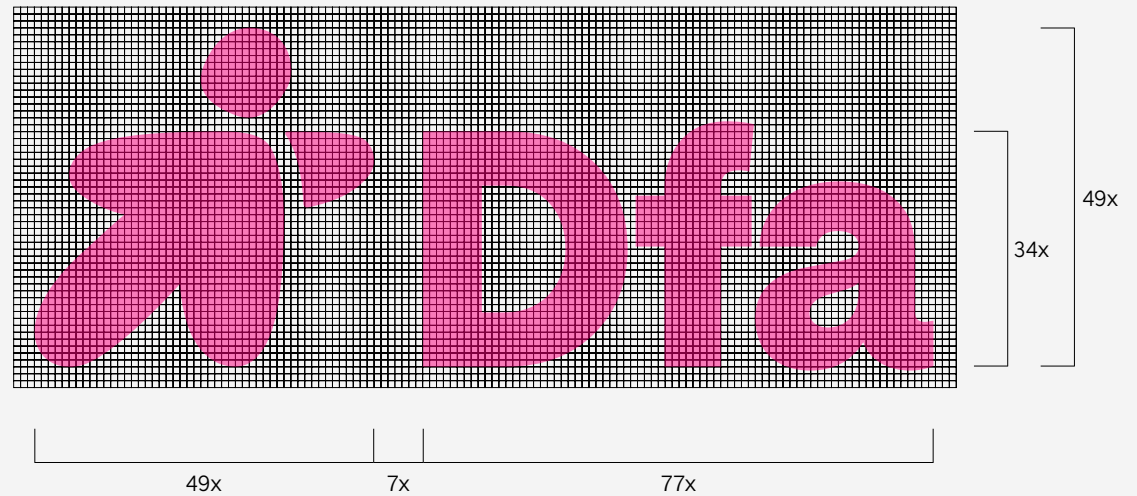
5.4.

Imagotipo

Versión 2. Construcción

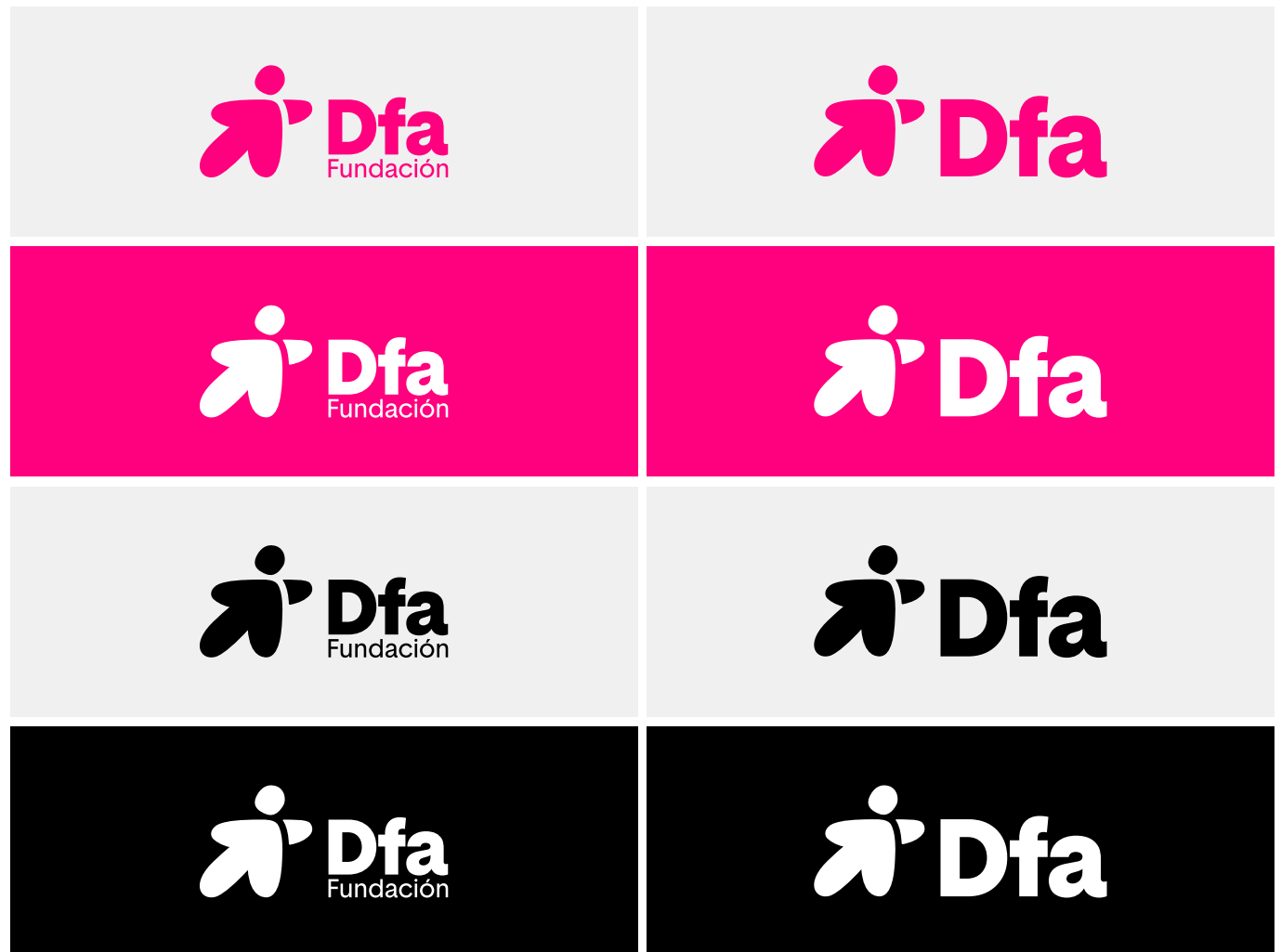
Si situamos este imagotipo sobre una retícula, podemos ver la relación que guardan sus partes.

El isotipo irá siempre alineado a la izquierda del texto en las proporciones y alineación regladas.



5.5.

Imagotipo
Positivo y negativo







5.6.

Imagotipo

Tamaños mínimos de reproducción

En el caso de la versión 1 del imagotipo, el tamaño mínimo viene determinado por la legibilidad de la palabra 'Fundación': a tamaños inferiores que los mostrados deja de leerse con claridad. Por ese motivo los tamaños mínimos son mayores que en el imagotipo secundario o el isotipo.

Dado que la marca se va a reproducir tanto en medios impresos como en medios digitales, el tamaño mínimo de reproducción del imagotipo se facilita en milímetros y en píxeles.

Versión 1	Versión 2
<p data-bbox="1032 684 1205 707">Medios impresos</p>  <p data-bbox="1263 778 1346 801">] 8 mm</p>	<p data-bbox="1711 684 1883 707">Medios impresos</p>  <p data-bbox="1935 778 2018 801">] 4 mm</p>
<p data-bbox="1039 1099 1198 1121">Medios digitales</p>  <p data-bbox="1263 1225 1346 1248">] 36 px</p>	<p data-bbox="1715 1099 1874 1121">Medios digitales</p>  <p data-bbox="1935 1225 2018 1248">] 24 px</p>

5.7.

Imagotipo

Área mínima de respeto

Se establece un área mínima de respeto para el imagotipo dentro de la cual se recomienda no colocar ningún elemento.

Tomando como referencia la altura del isotipo delimitamos el área de respeto mínima.

Versión 1



Versión 2

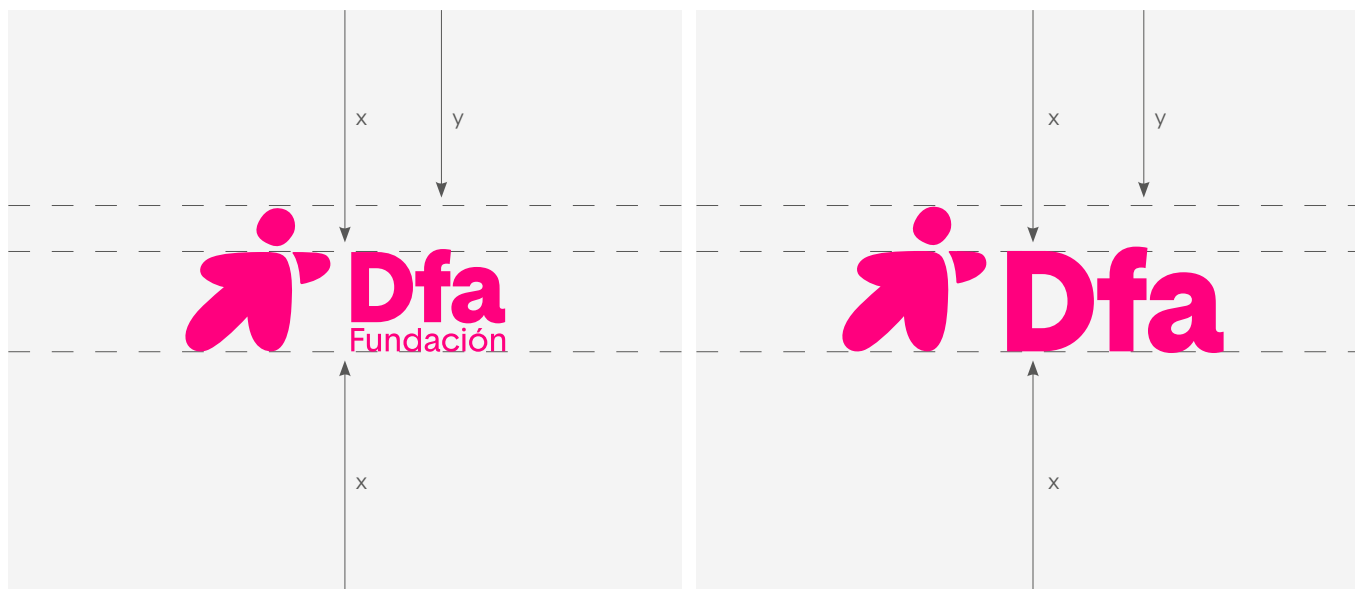
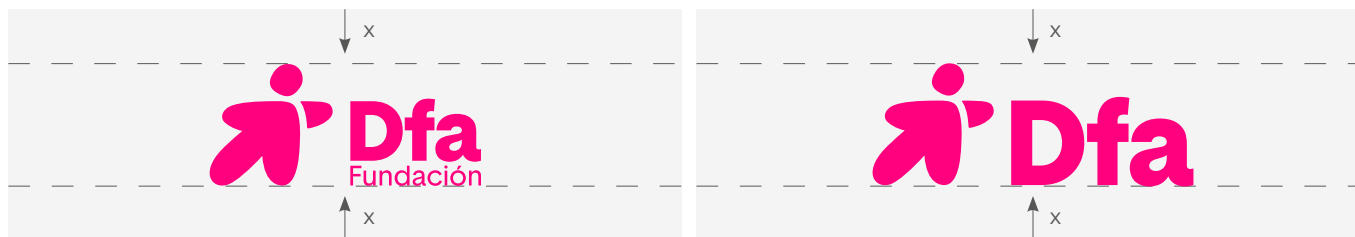


5.8.

Imagotipo

Alineación vertical

Para una correcta alineación óptica del imagotipo en el eje vertical sobre soportes cuadrados o verticales, esta se realizará centrando la altura de "Dfa Fundación" (Dfa en el caso de la versión 2 del imagotipo) a la altura del soporte. De esta forma se compensan los pesos y está alineado ópticamente.



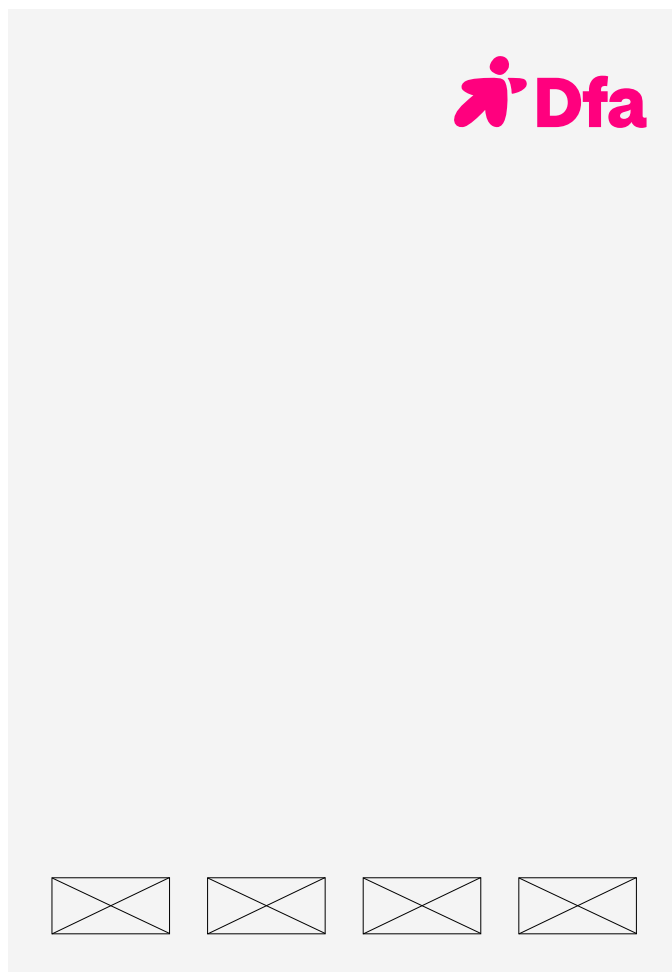
5.9.

Imagotipo

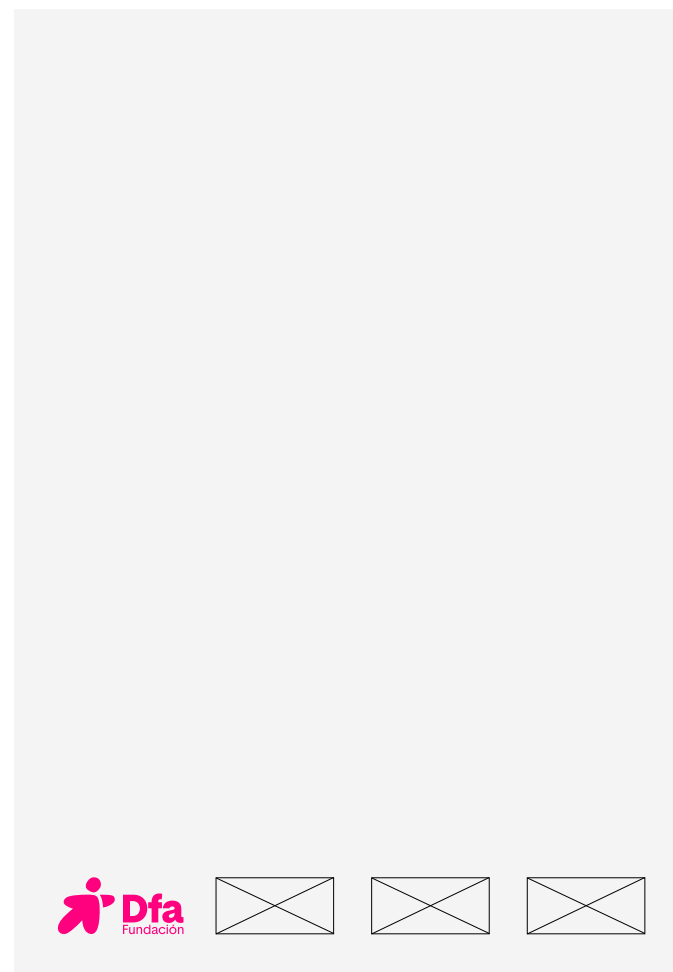
Posición

Cuando el imagotipo conviva con otros identificadores de marca se seguirán las siguientes pautas:

- Si se trata de una acción propia de Fundación Dfa, su imagotipo irá alineado en una zona preferente respecto al resto de marcas.
- Si se trata de una acción compartida con otras entidades y al mismo nivel de participación, el imagotipo de la Fundación se aplicará en igualdad de condiciones de tamaño, manteniendo su área de respeto.



Acción propia.



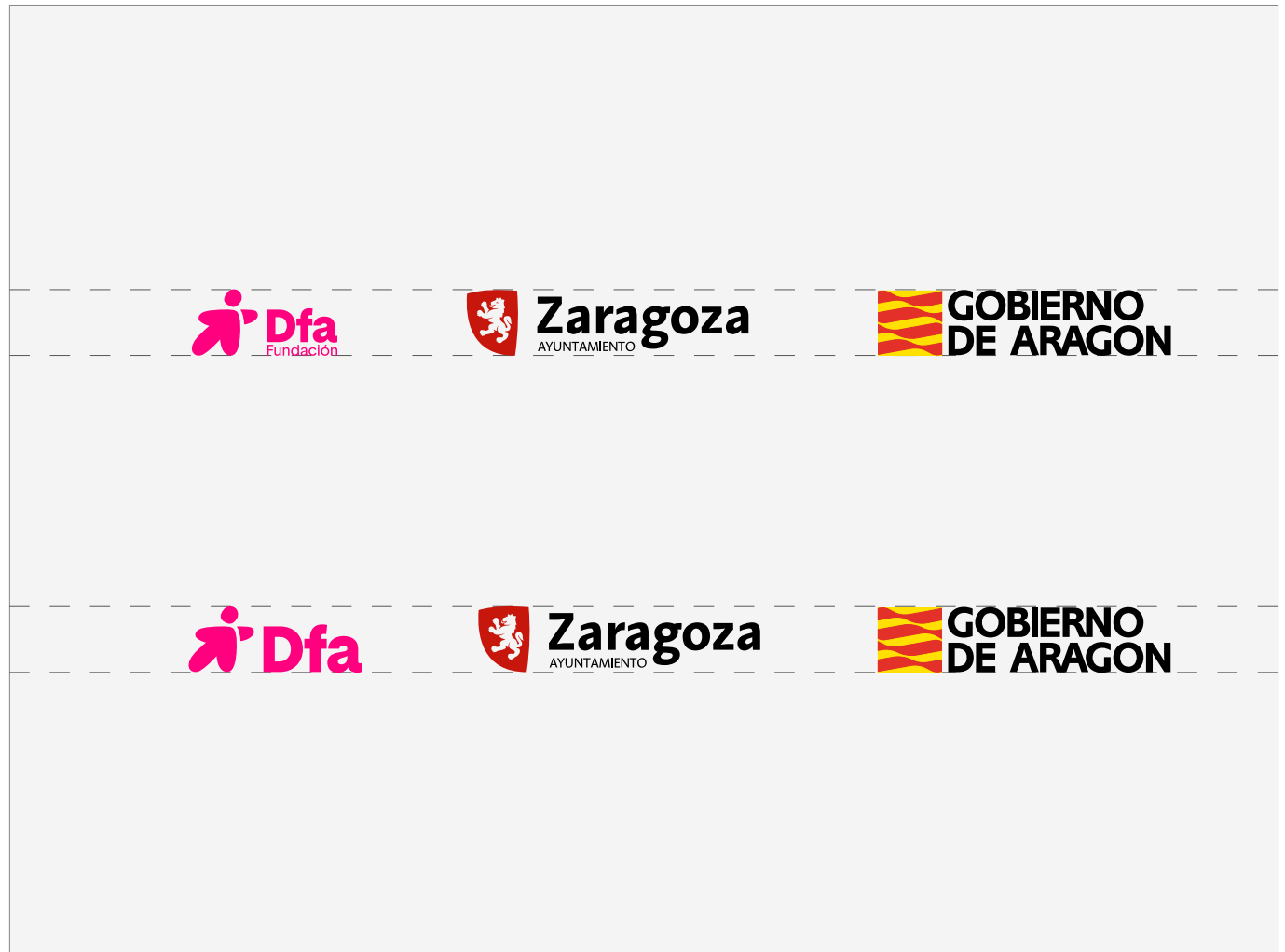
Acción compartida con otras entidades.

5.10.

Imagotipo

Convivencia con otros logotipos

Cuando el imagotipo de Fundación Dfa deba convivir con los de otras marcas en igualdad de importancia, la altura la marcará la cabeza del isotipo y el pie de la palabra.



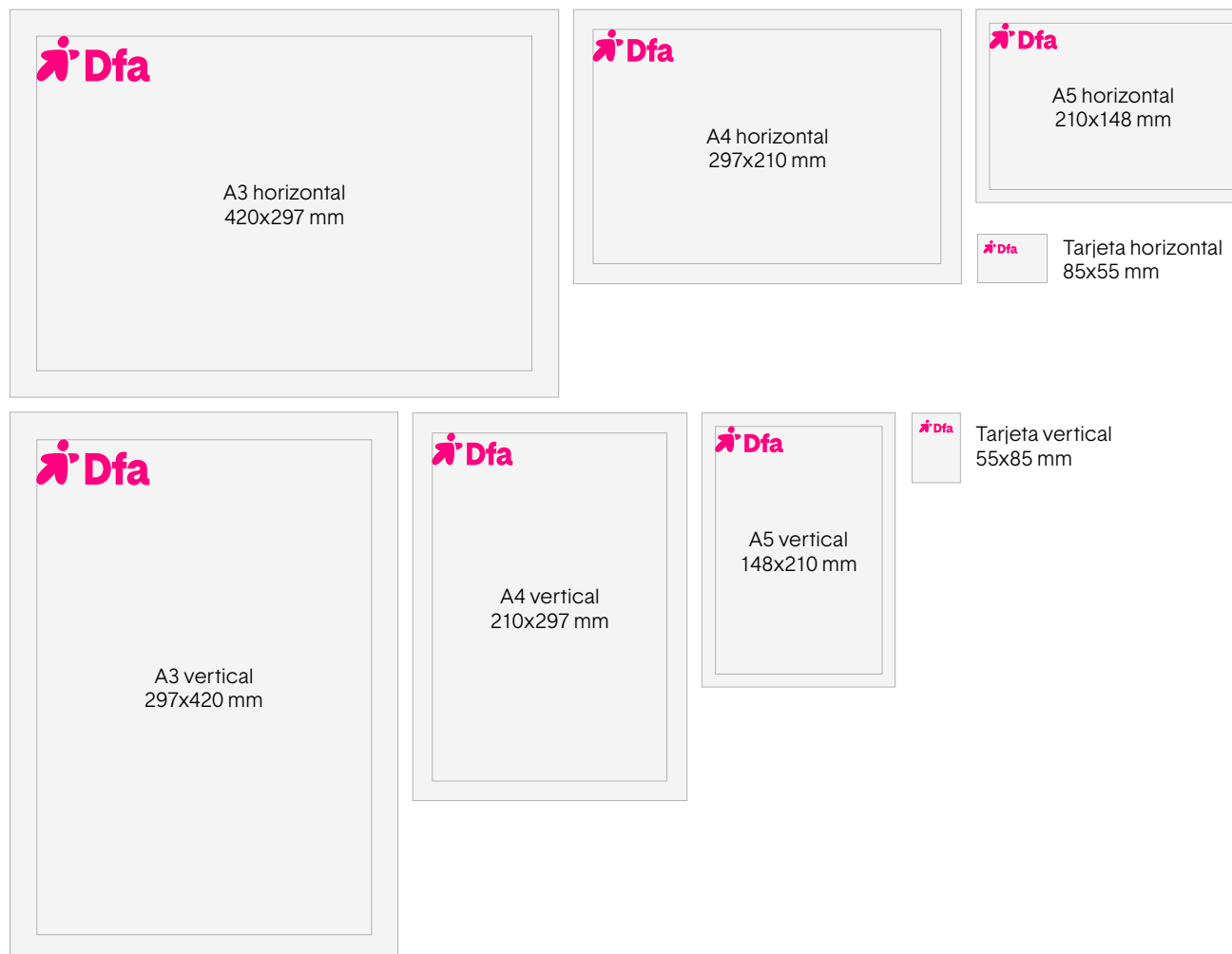
5.11.

Imagotipo

Relación de tamaño para soportes impresos

A continuación se muestran las dimensiones de algunos de los formatos más comunes para documentos y la relación de tamaño recomendada para el uso de ambas versiones del imagotipo.

- Formato A3 horizontal y vertical: imagotipo de 30-35 mm de alto.
- Formato A4 horizontal y vertical: imagotipo de 20-25 mm de alto.
- Formato A5 horizontal y vertical: imagotipo de 15-20 mm de alto.
- Formato tarjeta de visita horizontal y vertical: imagotipo de 10-15 mm de alto.



5.12.

Imagotipo

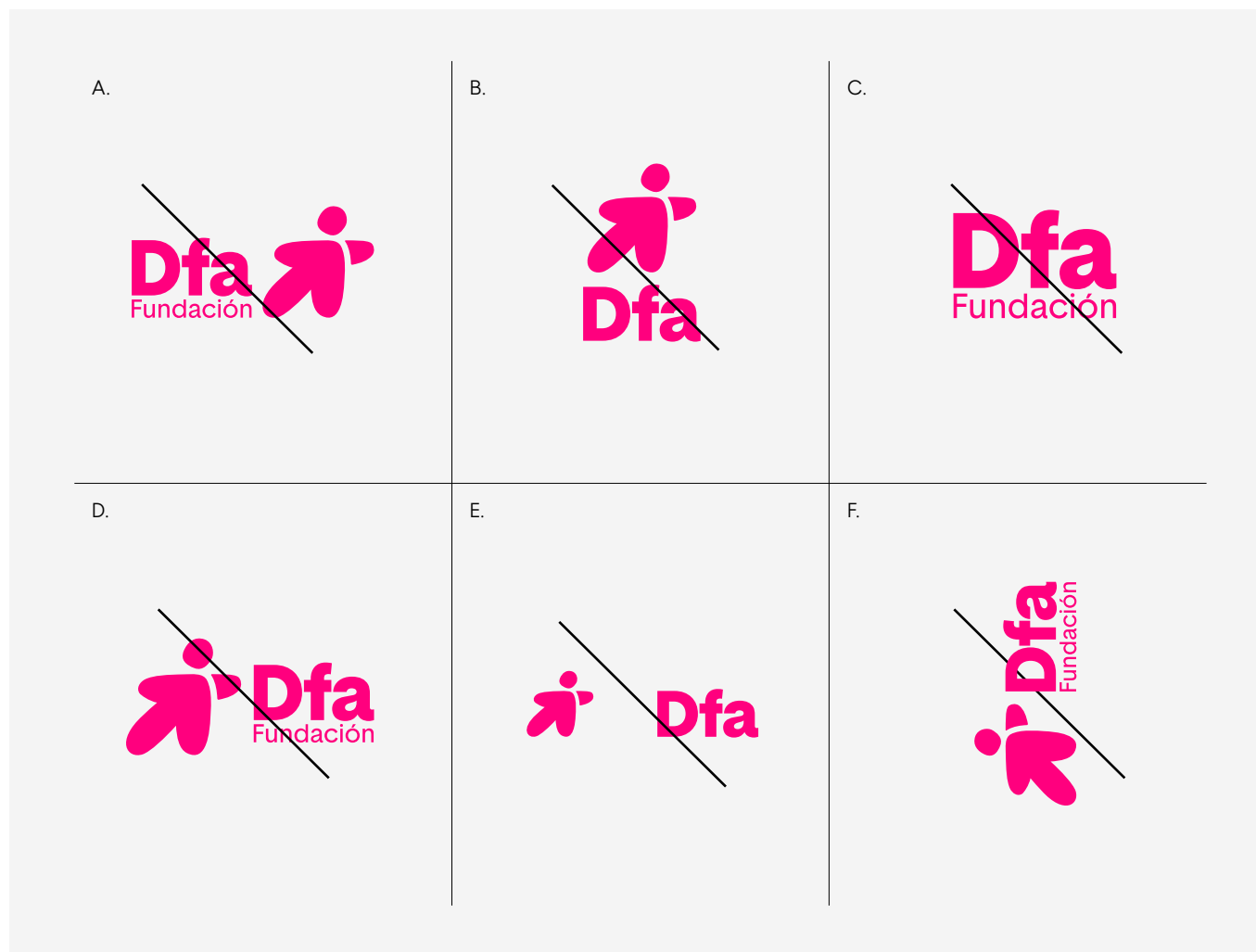
Usos incorrectos

Cualquier alteración de las reglas definidas anteriormente para la representación del imagotipo son usos incorrectos, desvirtúan su identidad y dificultan su lectura.

Algunos usos incorrectos descritos en los ejemplos son:

- A. Cambiar el orden del isotipo respecto al texto 'Dfa' o 'Dfa Fundación'.
- B. Alterar la composición horizontal del imagotipo para crear versiones verticales.
- C. Utilizar el texto 'Dfa' o 'Dfa Fundación' de forma aislada.
- D. Modificar la relación de tamaños establecida entre isotipo y palabra.
- E. Modificar la distancia establecida entre isotipo y palabra.
- F. Girar el imagotipo dificultando la lectura y comprensión.

Los presentes ejemplos son válidos para las 2 versiones del imagotipo.



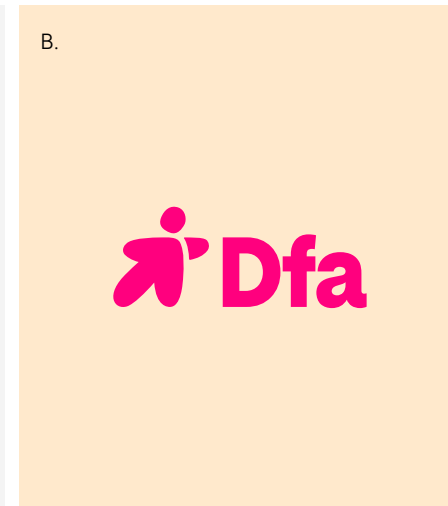
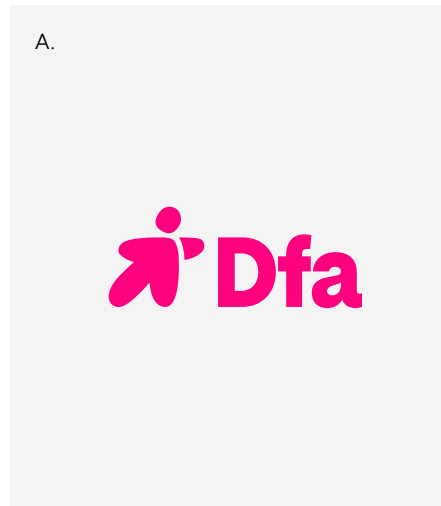
5.13.

Imagotipo

Uso del color

- A. Sobre fondo blanco, representaremos siempre la versión positiva del imagotipo en su color magenta corporativo.
- B. También podremos utilizar el logotipo en positivo en su color principal sobre otros colores no corporativos siempre que sean suficientemente claros como para garantizar su visibilidad.
- C. Asimismo utilizaremos la versión principal de color sobre fotografías o ilustraciones con fondos claros que permitan la legibilidad del imagotipo.
- D. En negativo, deberá utilizarse en blanco sobre el magenta corporativo.
- E. Pudiéndose reproducir también sobre otros colores suficientemente oscuros o contrastados como para garantizar su visibilidad.
- F. También podremos utilizar el imagotipo en su versión negativa sobre fotos o ilustración que permitan su legibilidad.

Los presentes ejemplos son válidos para las 2 versiones del imagotipo.



5.14.

Imagotipo

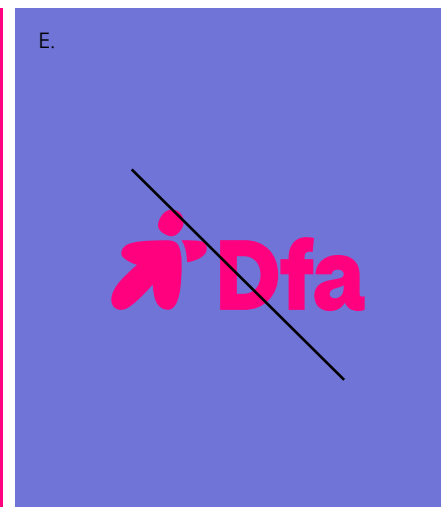
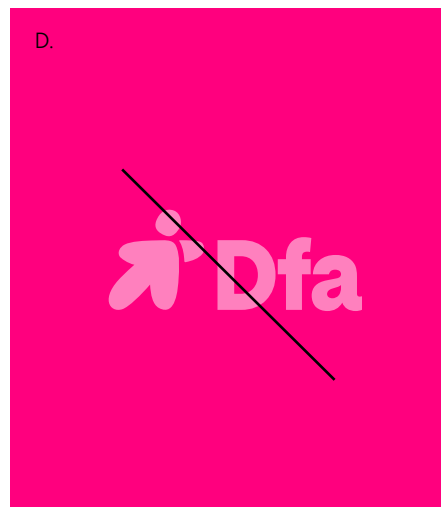
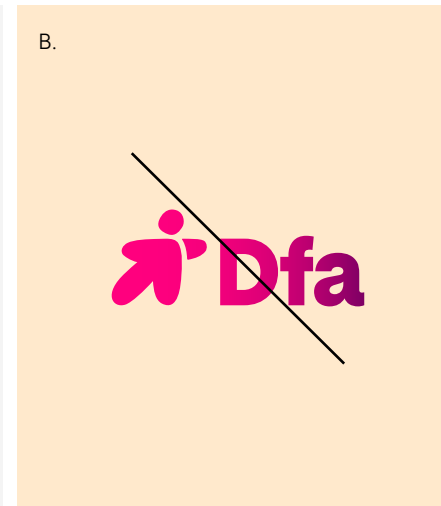
Usos incorrectos del color

Cualquier alteración de las reglas definidas anteriormente para el uso del color desvirtúan la identidad de la marca.

Algunos usos incorrectos son:

- A. Imagotipo en cualquier color que no sea el magenta corporativo o el negro, incluyendo los colores corporativos secundarios.
- B. Colores degradados, incluyendo los colores corporativos.
- C. Uso sobre pastillas aisladas de color.
- D. Se evitará también el uso del imagotipo en matices de color corporativo, tanto en positivo como en negativo.
- E. Uso del imagotipo en su versión magenta sobre colores que dificulten su legibilidad por falta de contraste.
- F. Uso del imagotipo en su versión magenta sobre fotografías de fondo que dificulten su legibilidad por falta de contraste.

Estas reglas se aplican a ambas versiones del imagotipo.



6. Tipografía

6.1

Tipografía
Principal

Siempre que sea posible, la marca utilizará el tipo de letra Basetica en sus comunicaciones digitales e impresas.

Diseñada por Matthieu Cortat, Basetica es un tipo de letra de palo seco contemporánea, geométrica, abierta y sin florituras que favorece la legibilidad.

Basetica Regular

Dfa

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
0123456789
*{/.}@#\$€&ao<:-_>!i?¿

Basetica Bold

Dfa

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
0123456789
*{/.}@#\$€&ao<:-_>!i?¿

6.2.

Tipografía
Alternativa

Cuando no sea posible utilizar la tipografía principal Basetica, se utilizará el tipo de letra Work Sans como alternativa de uso libre. Tipografía distribuida por Google Fonts y Adobe Fonts.

Work Sans Regular

Dfa

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
0123456789
*{/.}@#\$€&^{ao}<:-_>!i?¿

Work Sans Bold

Dfa

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
0123456789
***{/.}@#\$€&^{ao}<:-_>!i?¿**

6.3.

Tipografía

Uso de estilos tipográficos

El principal objetivo de la composición de textos en la comunicación de la marca es la legibilidad, por lo que todo el uso tipográfico estará dirigido a la óptima accesibilidad de los contenidos.

Nos serviremos de los 2 pesos de la tipografía y los colores corporativos para crear jerarquías y ritmo.

Se establece un único tipo de alineación a bandera izquierda, sin justificar, y sin separar palabras siempre que sea posible.

Se evitará el uso de itálicas por su menor legibilidad, empleando comillas para anglicismos o nombres propios.

Se respetará el "tracking" óptico por defecto de la tipografía,

Para el interlineado de titulares u otros textos destacados en tamaño grande se recomienda el uso de +3 puntos por encima del tamaño de la tipografía.

Para titulares de segundo o tercer nivel, así como para el cuerpo de texto se recomienda el uso de +4 puntos sobre el tamaño de la tipografía.

Salud y bienestar

Desarrollo infantil y atención temprana

Llamamos Desarrollo Infantil al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con **trastornos en su desarrollo** o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

- Abordaje integral
- Equipo multidisciplinar
- Tratamiento individualizado

Cómo trabajamos

Equipo multidisciplinar

Permite que el niño y su familia sean atendidos por los profesionales necesarios desde el mismo centro.

www.fundaciondfa.es

← Antetítulo

← Titular

← Cuerpo de texto

← Listado de viñetas

← Título segundo nivel

← Título tercer nivel

6.4.

Tipografía

Usos incorrectos de los estilos

Cualquier alteración de las normas definidas anteriormente para el uso de la tipografía en textos son usos incorrectos.

Algunos casos ejemplos de usos incorrectos son:

- Utilizar simultáneamente la tipografía principal y la secundaria, o alinear los textos al centro.
- Uso de magenta o del peso Bold de la tipografía en cuerpos de texto completos.
- Evitaremos cualquier tratamiento tipográfico que disminuya la legibilidad de los contenidos. Como por ejemplo el uso de itálicas, mayúsculas para destacar palabras o relaciones de interlineado o "tracking" demasiado bajas.
- Relación de tamaños, pesos y separación entre bloques de contenido que dificulte la comprensión de jerarquías.

A.

Salud y bienestar

Desarrollo infantil y atención temprana

Llamamos Desarrollo Infantil al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con **trastornos en su desarrollo** o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

B.

Salud y bienestar

Desarrollo infantil y atención temprana

Llamamos Desarrollo Infantil al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con trastornos en su desarrollo o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

C.

Llamamos *Desarrollo Infantil* al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con **TRASTORNOS EN SU DESARROLLO** o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

D.

Las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con trastornos en su desarrollo o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

Cómo trabajamos

Equipo multidisciplinar

Permite que el niño y su familia sean atendidos por los profesionales.

6.5.

Tipografía

Uso del color

- A. Combinación de los colores magenta (titular) y morado (cuerpo de texto) para crear jerarquías de contenido.
- B. Maquetación de textos sobre matices del color magenta.
- C. Textos en morado sobre blanco o fondos de matices del mismo color.
- D. Maquetación de textos en negativo sobre masas de color magenta, pudiendo ir en morado, blanco o una trama del propio magenta.

A.

Salud y bienestar

Desarrollo infantil y atención temprana

Llamamos Desarrollo Infantil al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con trastornos en su desarrollo o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

B.

Salud y bienestar

Desarrollo infantil y atención temprana

Llamamos Desarrollo Infantil al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con trastornos en su desarrollo o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

C.

Salud y bienestar

Desarrollo infantil y atención temprana

Llamamos Desarrollo Infantil al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con trastornos en su desarrollo o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

D.

Salud y bienestar

Desarrollo infantil y atención temprana

Llamamos Desarrollo Infantil al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con trastornos en su desarrollo o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

6.6.

Tipografía

Usos incorrectos del color

Cualquier alteración de las normas definidas anteriormente para el uso de la tipografía en textos son usos incorrectos.

Algunos casos incorrectos son:

- A. Uso del color negro para cualquier texto incluido en piezas de comunicación de la marca.
- B. Maquetación de cuerpos de texto en color morado sobre magenta.
- C. Utilización del color magenta en los cuerpos de texto.
- D. Composición de textos sobre masas de color o matices del color morado o azul corporativo.

A.

Salud y bienestar

Desarrollo infantil y atención temprana

Llamamos Desarrollo Infantil al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con trastornos en su desarrollo o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

B.

Salud y bienestar

Desarrollo infantil y atención temprana

Llamamos Desarrollo Infantil al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con trastornos en su desarrollo o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

C.

Salud y bienestar

Desarrollo infantil y atención temprana

Llamamos Desarrollo Infantil al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con trastornos en su desarrollo o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

D.

Salud y bienestar

Desarrollo infantil y atención temprana

Llamamos Desarrollo Infantil al conjunto de intervenciones dirigidas a atender, lo más precozmente posible, las necesidades transitorias o permanentes que presentan los niños y niñas con trastornos en su desarrollo o que tienen algún riesgo de padecerlos en un futuro.

7. Recursos gráficos

7.1.

Recursos gráficos

Flechas

Ejemplos de recursos gráficos a partir del elemento flecha.

Comunicación institucional



Comunicación de servicio

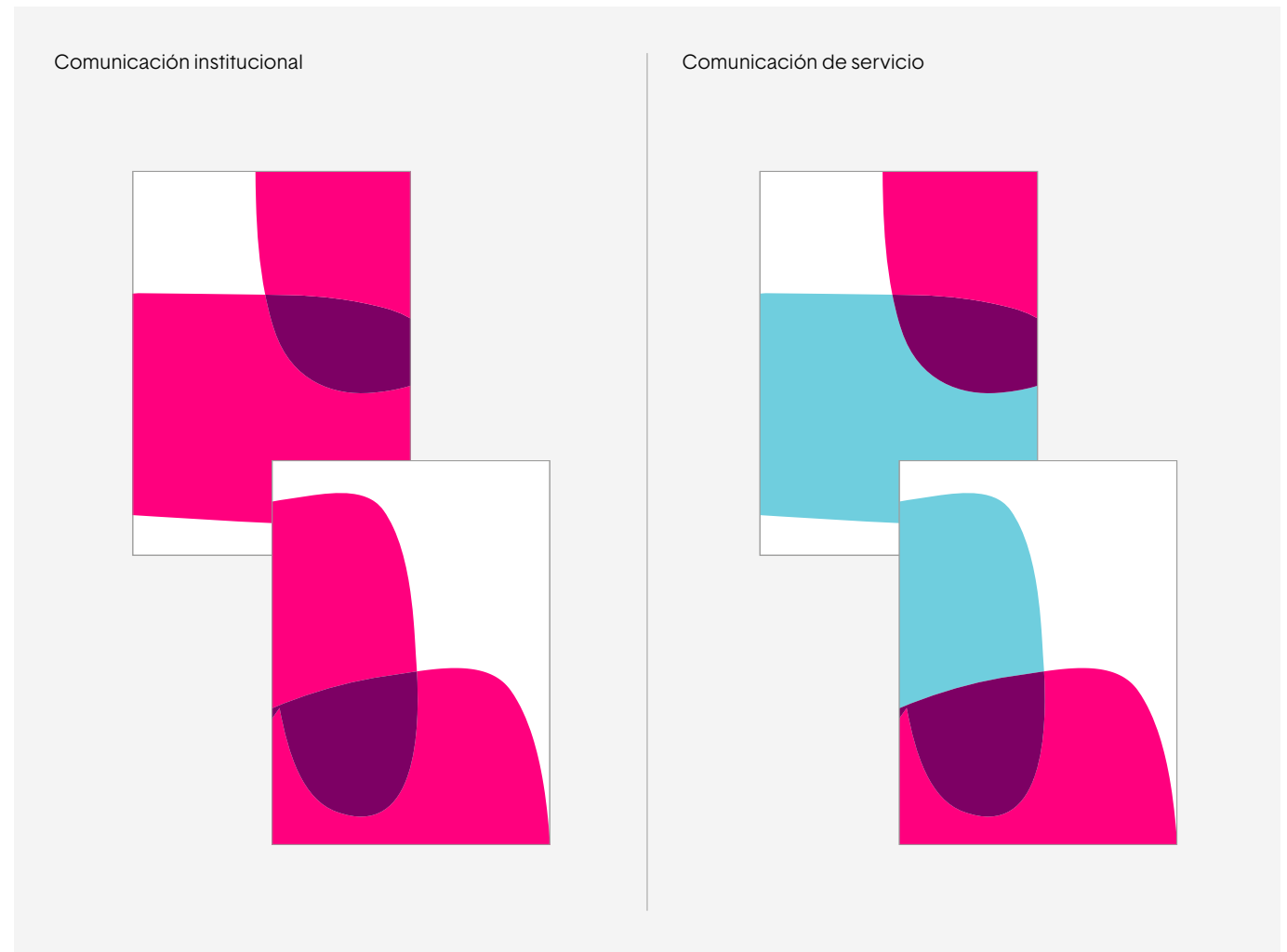


7.2.

Recursos gráficos

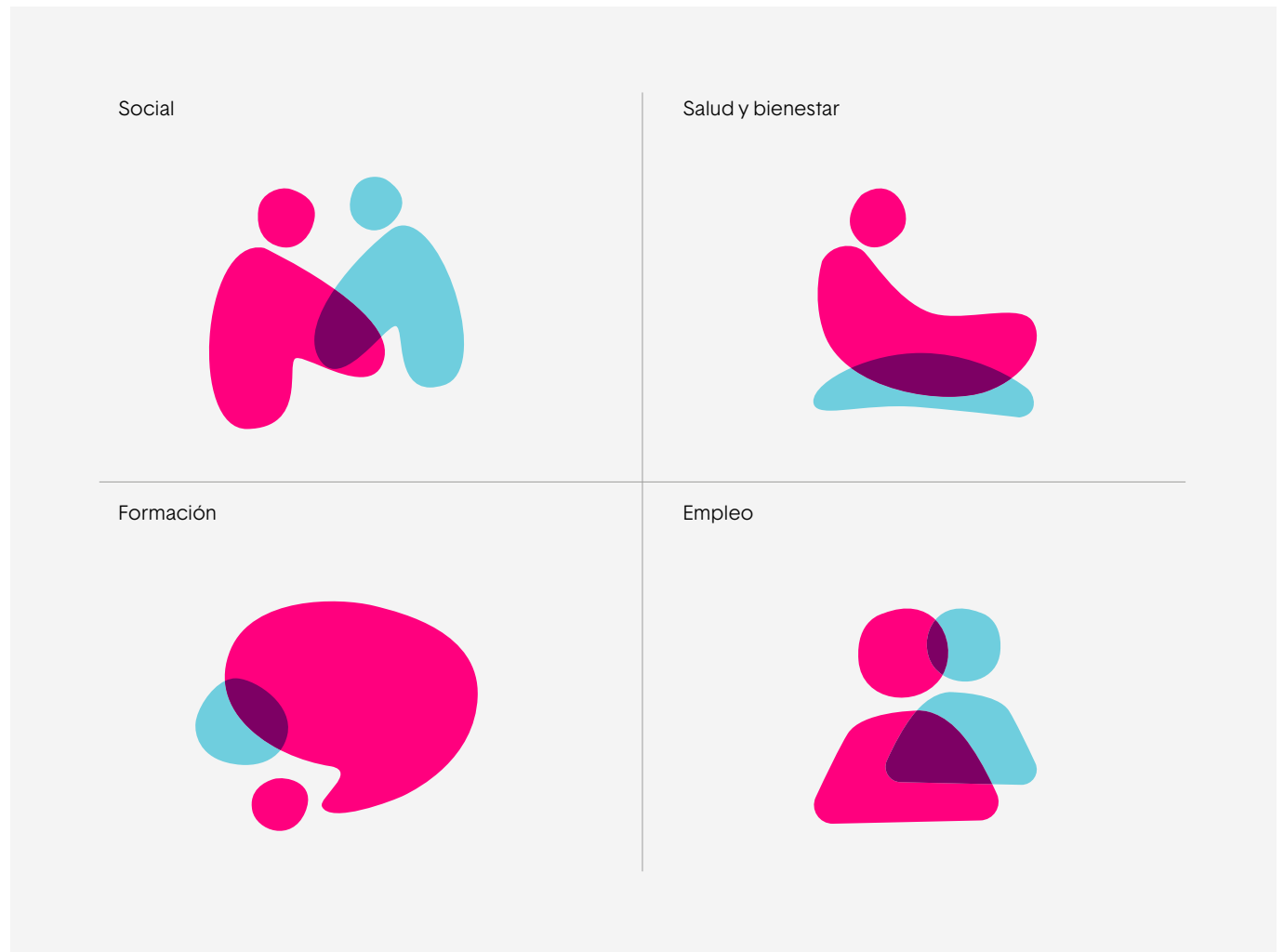
Fondos

Ejemplos de fondos creados a partir del sistema de formas orgánicas y entrelazadas.



7.3.

Recursos gráficos Ilustraciones áreas



7.4.

Recursos gráficos

Pictogramas



7.5.

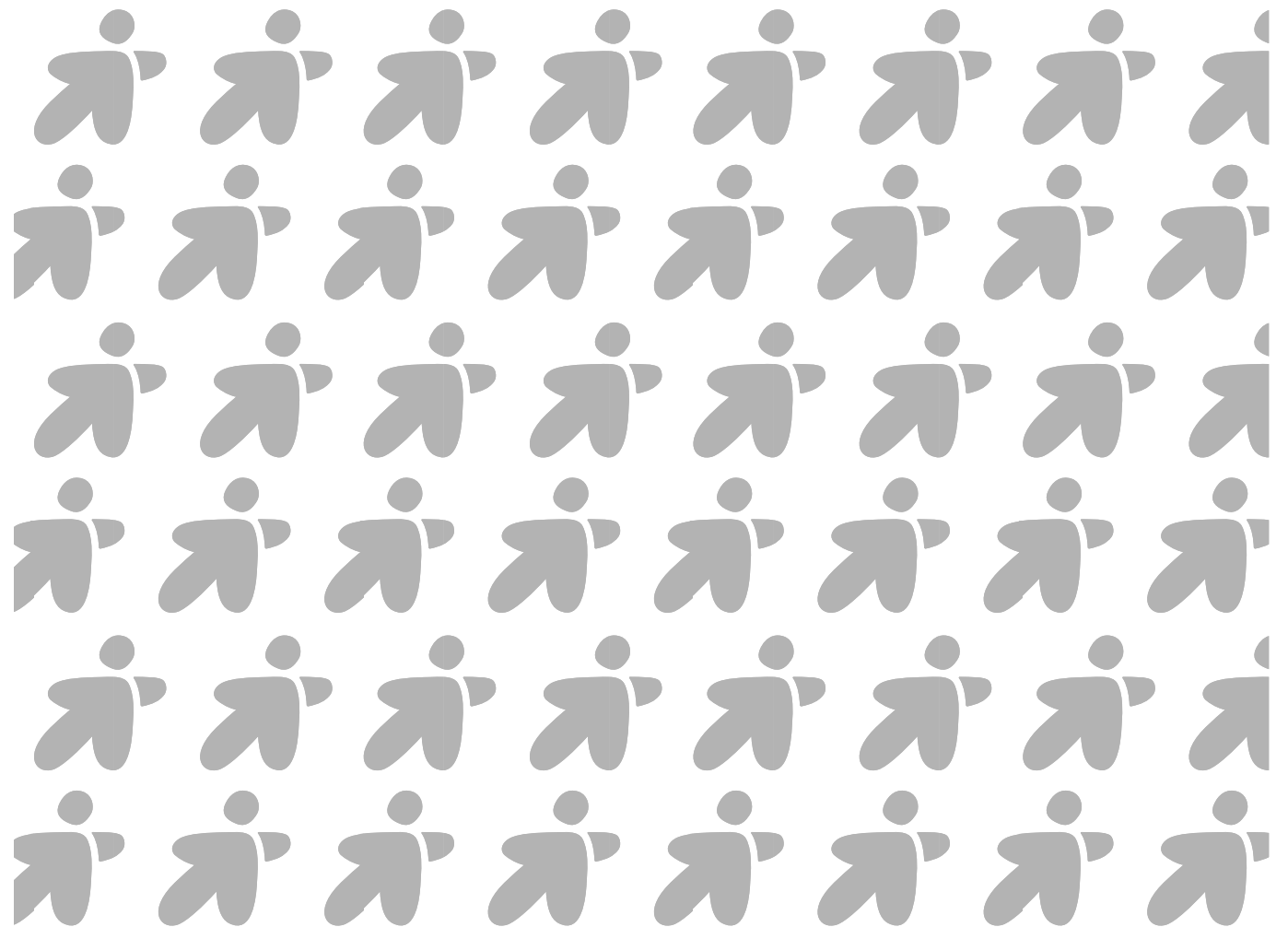
Recursos gráficos

Ilustración



7.6.

Recursos gráficos
Estampado



8. Ejemplos de aplicación

8.1.

Ejemplos de aplicación
Comunicación institucional



Fundación Dfa



Fundación Dfa

Aplicaciones super horizontales.

8.1.

Ejemplos de aplicación
Comunicación institucional



Roll up

8.1.

Ejemplos de aplicación Comunicación institucional



Carpeta de documentos

8.1.

Ejemplos de aplicación Comunicación institucional



Tarjeta de visita

8.1.

Ejemplos de aplicación
Comunicación institucional



Aplicaciones con fotografías



8.1.

Ejemplos de aplicación Comunicación institucional



Con, por y para
las personas con
discapacidad.



Con, por y para
las personas con
discapacidad.

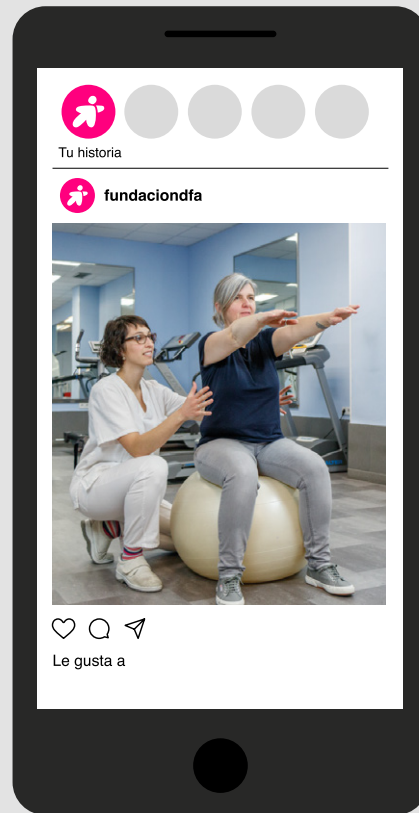


Con, por y para
las personas con
discapacidad.

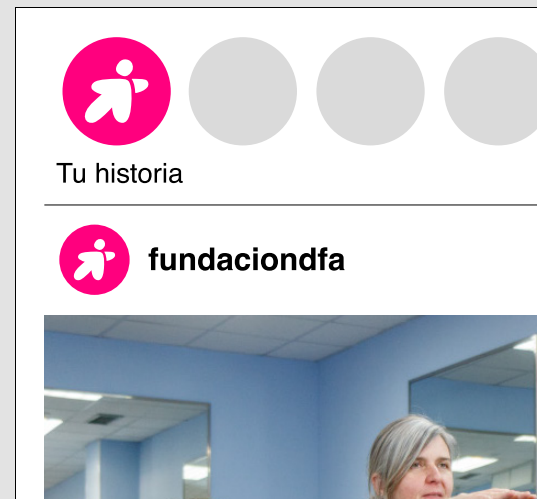
Portadas de documentos

8.1.

Ejemplos de aplicación Comunicación institucional



Avatar RRSS



8.1.

Ejemplos de aplicación
Comunicación institucional



Rotulación de vehículos

8.1.

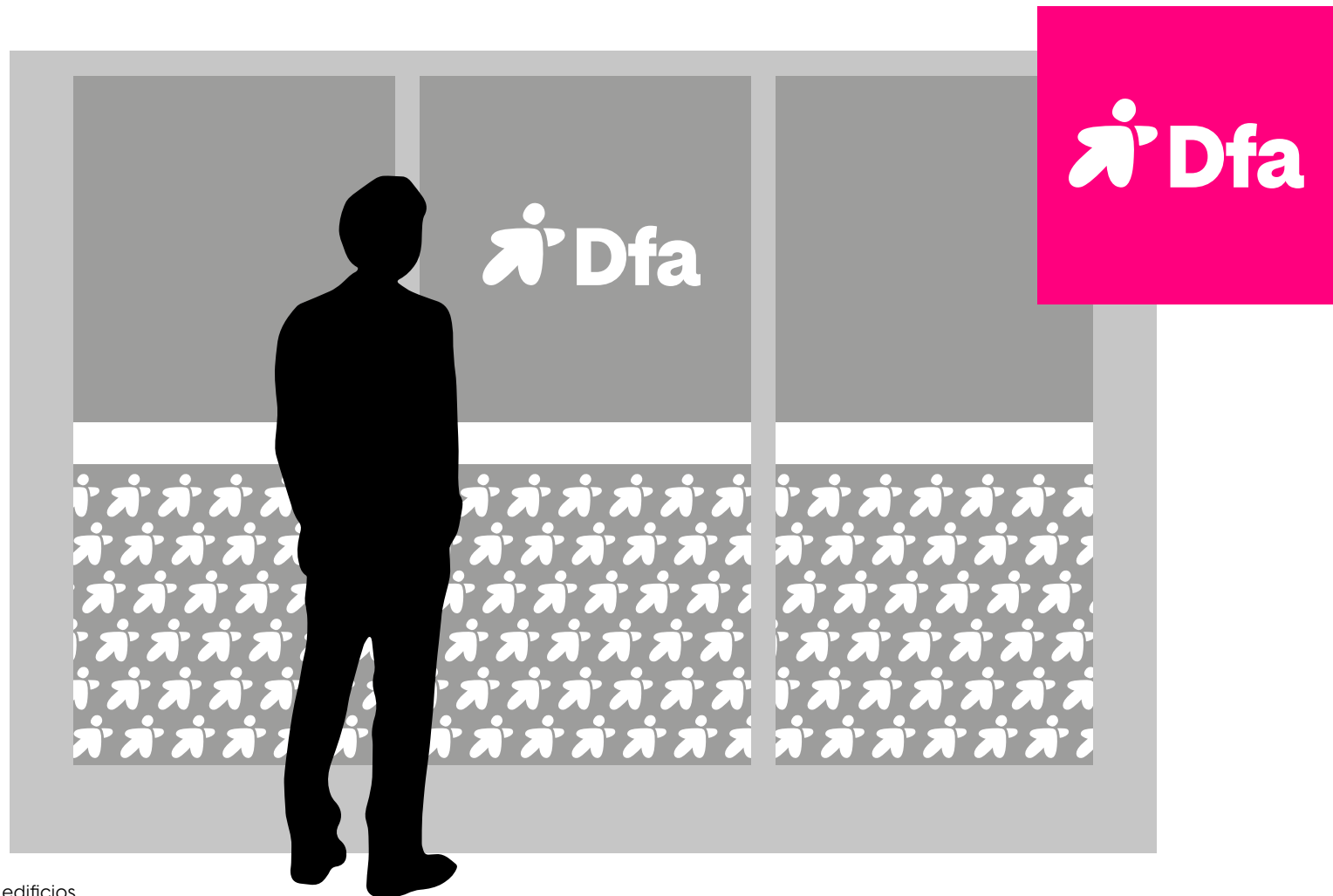
Ejemplos de aplicación
Comunicación institucional



Rotulación de fachada de edificio

8.1.

Ejemplos de aplicación
Comunicación institucional



Rotulación y señalización de edificios

8.2.

Ejemplos de aplicación

Comunicación con personas usuarias



Tarjeta de socio

8.2.

Ejemplos de aplicación Comunicación con personas usuarias



Aplicaciones con fotografías



8.2.

Ejemplos de aplicación

Comunicación con personas usuarias



Aplicación con fondos y fotografías

8.2.

Ejemplos de aplicación Comunicación con personas usuarias



Social



Salud y bienestar



Formación

Comunicación de áreas

8.2.

Ejemplos de aplicación

Comunicación con personas usuarias



Comunicación de servicios

8.2.

Ejemplos de aplicación

Comunicación con personas usuarias



Comunicación de servicios

8.2.

Ejemplos de aplicación Comunicación con personas usuarias

Desarrollo Infantil y Atención Temprana

En nuestros Centros de Desarrollo Infantil ofrecemos servicio de Atención Temprana y Post-Temprana

Centros de apoyo social

En nuestros centros de apoyo social ofrecemos soluciones a todas las necesidades que presentan las personas con discapacidad y sus familias a lo largo de su vida. Nuestro objetivo es contribuir al desarrollo personal y social de las personas con discapacidad, fortaleciendo su autonomía e independencia.

Centros de apoyo social

En nuestros centros de apoyo social ofrecemos soluciones a todas las necesidades que presentan las personas con discapacidad y sus familias a lo largo de su vida. Nuestro objetivo es contribuir al desarrollo personal y social de las personas con discapacidad, fortaleciendo su autonomía e independencia.

Centros de apoyo social

En nuestros centros de apoyo social ofrecemos soluciones a todas las necesidades que presentan las personas con discapacidad y sus familias a lo largo de su vida. Nuestro objetivo es contribuir al desarrollo personal y social de las personas con discapacidad, fortaleciendo su autonomía e independencia.



Centros de apoyo social

En nuestros centros de apoyo social ofrecemos soluciones a todas las necesidades que presentan las personas con discapacidad y sus familias a lo largo de su vida. Nuestro objetivo es contribuir al desarrollo personal y social de las personas con discapacidad, fortaleciendo su autonomía e independencia.

Desarrollo Infantil y Atención Temprana

En nuestros Centros de Desarrollo Infantil ofrecemos servicio de Atención Temprana y Post-Temprana



Abordaje Integral

La intervención contempla al niño o niña como un todo, atendiendo todas las áreas del desarrollo.



Equipo interdisciplinar

Permite que el niño y su familia sean atendidos por los profesionales necesarios desde el mismo centro.



Tratamiento individualizado

En función de los objetivos a conseguir y de las características del niño o niña y su familia.



Trabajo en red

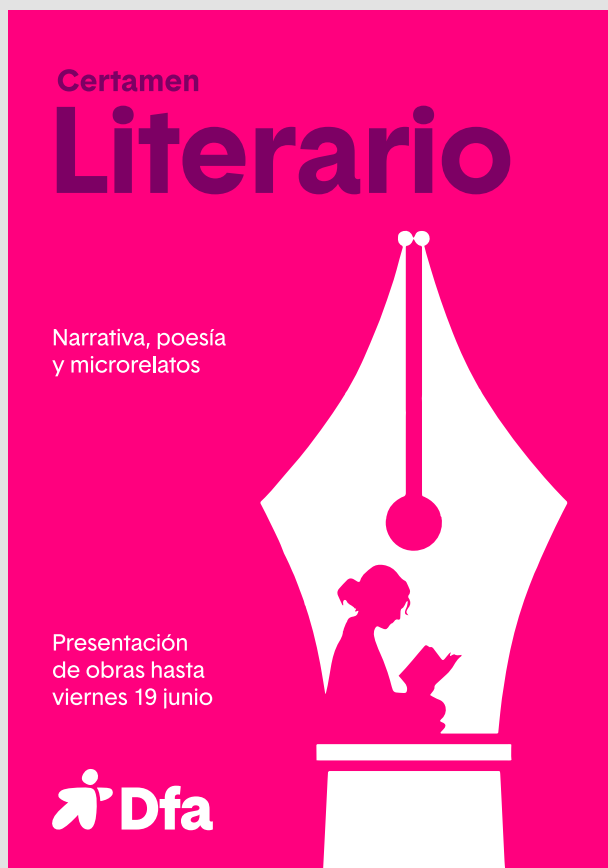
Coordinación entre el equipo de tratamiento y los sectores sanitario, educativo y social, para optimizar los recursos sociales y favorecer adecuadamente el desarrollo del niño o niña.



8.2.

Ejemplos de aplicación

Comunicación con personas usuarias



Otras comunicaciones corporativas

www.fundaciondfa.es

