

Manual Corporativo



Índice

1. NORMATIVA

1.1. Imagotipo

- 1.1.1. Construcción
- 1.1.2. Zonas a respetar
- 1.1.3. Dirección

1.2. Tipografías

- 1.2.1. Tipografía corporativa
- 1.2.2. Tipografía para entornos digitales
- 1.2.3. Tipografía complementaria

1.3. Gama cromática

- 1.3.1. Normalización cromática
- 1.3.2. Colores complementarios
- 1.3.3. Obtención del color
- 1.3.4. Versiones autorizadas
- 1.3.5. Versiones sobre color
- 1.3.6. Errores comunes a evitar

2. DIVERSOS USOS

2.1. Uso impreso – Normalización

2.2. Papelería corporativa externa

- 2.2.1. Carta 1ª hoja
- 2.2.2. Carta 2ª hoja
- 2.2.3. Sobre
- 2.2.4. Tarjeta de visita

2.3. Papelería comunicados

- 2.3.1. Carta comunicado
- 2.3.2. Carta comunicado interno

2.4. Entidades asociadas

2.5. Uso digital – Normalización

- 2.5.1. Redes sociales
- 2.5.2. Página web
- 2.5.3. Presentaciones

1. Normativa

DOWN ESPAÑA presenta en 2025 una actualización de su Manual Corporativo con el objetivo de adaptar su identidad visual a los nuevos tiempos. Este cambio responde tanto a la evolución natural de la marca como a la necesidad de adecuarse a los nuevos formatos, soportes y entornos de comunicación que han ido emergiendo a lo largo de los últimos años.

La identidad visual de DOWN ESPAÑA ya había experimentado en el pasado una transformación relevante, con una evolución en su denominación que supuso un paso adelante hacia un lenguaje más natural y una imagen más moderna, accesible y coherente con la realidad de la organización.

En 2025 damos un nuevo paso: la marca se adapta para ganar claridad, flexibilidad y eficacia en su aplicación. La actualización de este manual responde a tres necesidades principales:

- **Adecuación a nuevos formatos y soportes:** Desde redes sociales hasta aplicaciones móviles o presentaciones digitales, los nuevos entornos de comunicación exigen una identidad gráfica que funcione bien en espacios reducidos, que mantenga legibilidad en pantalla y conserve su personalidad incluso en versiones simplificadas.

- **Simplificación del logotipo:** El logotipo de DOWN ESPAÑA se simplifica al máximo. Se elimina el efecto de relieve 3D en la carita —un elemento icónico pero ya desactualizado— en favor de una versión más limpia, plana y contemporánea, que garantiza una mejor adaptación a cualquier entorno gráfico.
- **Uso flexible de la denominación:** Aunque el nombre completo de la organización sigue siendo DOWN ESPAÑA - Federación española de instituciones para el síndrome Down, en la mayoría de formatos no institucionales o de comunicación informal (como redes sociales, soportes promocionales o materiales de difusión rápida), se utiliza preferentemente la marca DOWN ESPAÑA. Esta fórmula refuerza la identificación inmediata de la organización y mejora su presencia en entornos digitales y visuales.

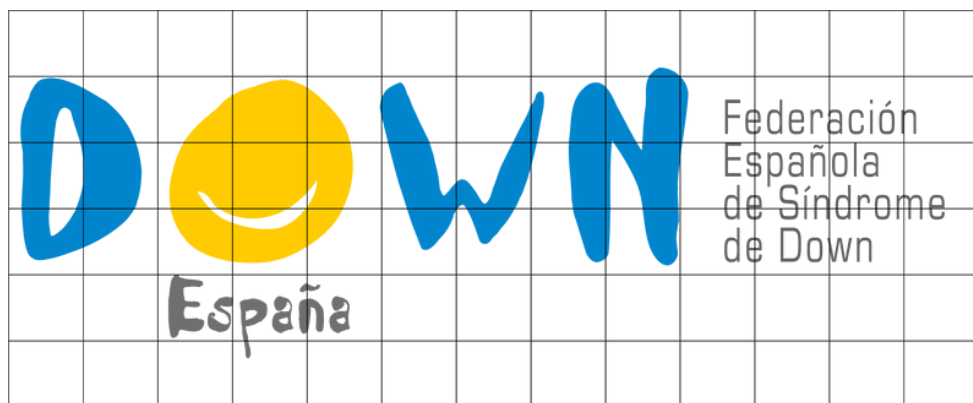
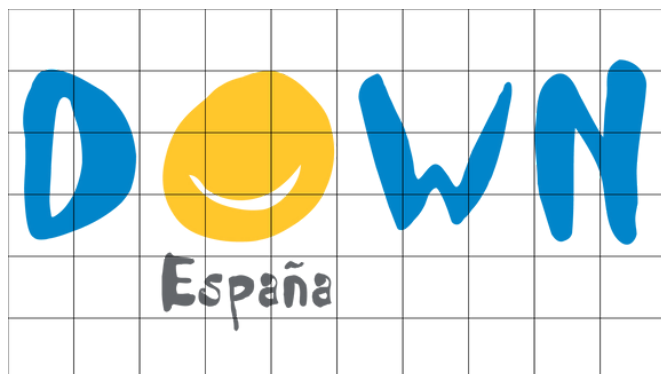
A pesar de estos cambios, los valores esenciales de la marca permanecen intactos. Esta evolución no supone una ruptura, sino una reafirmación de lo que somos: una organización comprometida, profesional, cercana, diversa y alegre. Una marca que crece, se adapta y sigue construyendo un futuro inclusivo para todas las personas con síndrome de Down.

DOWN

España

1.1. Imagotipo

1.1.1. Construcción



Por motivos de legibilidad, coherencia visual y adaptabilidad a múltiples formatos, se ha realizado un ajuste en la tipografía original, lo que mejora significativamente la lectura y el reconocimiento de la marca en entornos físicos y digitales.

El imagotipo de DOWN ESPAÑA se construye a partir de la integración de dos elementos fundamentales de su Identidad Visual: el símbolo y el logotipo. En esta versión renovada, se ha optado por una síntesis que los engloba dentro de un único conjunto tipográfico, permitiendo una representación más limpia y cohesionada. Este enfoque no solo representa a la Federación a nivel nacional, sino que también recoge visualmente a las entidades federadas que comparten y reconocen este símbolo como propio.

Se mantiene el esquema reticular de construcción de la marca, disponible para su uso en situaciones en las que no sea posible emplear los archivos gráficos normalizados. Este sistema permite garantizar la coherencia en cualquier aplicación gráfica de la identidad. En esta actualización de 2025, se elimina el efecto de relieve 3D que anteriormente estaba presente en el símbolo, apostando por una estética más simple y actual.

Consideración importante

Como se ha explicado anteriormente, el símbolo de DOWN ESPAÑA se ha simplificado en esta actualización de 2025, eliminando el efecto de relieve y sombra presente en versiones anteriores. Esta decisión responde al objetivo de lograr una identidad visual más limpia, versátil y fácilmente aplicable en todo tipo de soportes, especialmente en entornos digitales.

Se recomienda utilizar siempre la versión oficial y actualizada del símbolo, especialmente diseñada para mantener una correcta visibilidad y contraste sobre diferentes fondos. En aquellos casos en los que se aplique sobre imágenes o fondos complejos, se han previsto versiones alternativas que aseguran la legibilidad y coherencia visual.

Todos los archivos normalizados de la identidad están disponibles en los formatos .AI, .JPG y .PNG, y pueden ser solicitados directamente a DOWN ESPAÑA. Estos materiales deben utilizarse tal y como se proporcionan, respetando las proporciones, colores y márgenes de seguridad establecidos en este manual. No se permite su modificación.





En esta actualización del manual, DOWN ESPAÑA incorpora una nueva versión del imagotipo que complementa las ya existentes.

Hasta ahora, las versiones disponibles incluían la versión principal a color y otras menos utilizadas en blanco y negro, negro sobre blanco y escala de grises, conservadas para contextos muy específicos en los que el color no es viable.

Nueva versión con designación en blanco o azul

Como novedad, se introduce una variante en la que la designación de la entidad aparece en blanco o en azul corporativo, acompañando a las letras DOWN. Esta opción mejora la integración visual en fondos oscuros, fotografías o materiales donde se requiere una lectura más clara o una adaptación gráfica específica.

Esta versión debe utilizarse únicamente en los casos contemplados en este manual y siguiendo siempre los principios de:

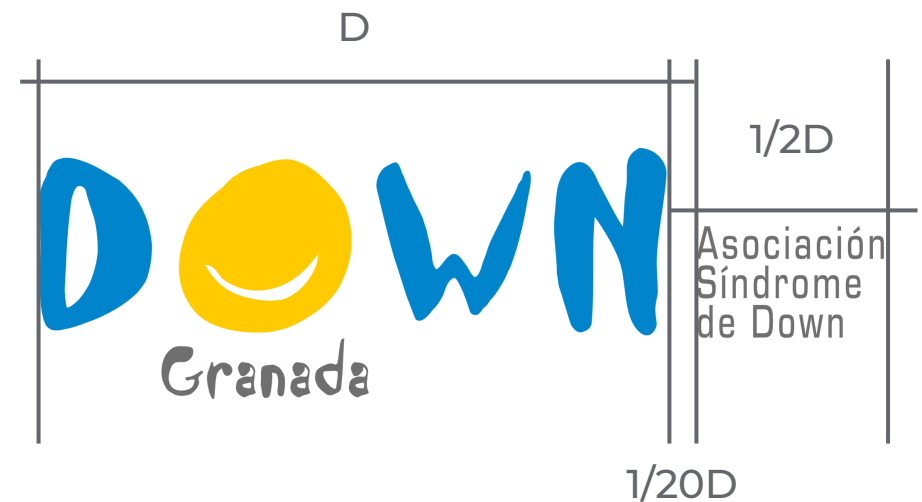
- Contraste adecuado con el fondo.
- Respeto por la legibilidad.
- Proporción y equilibrio gráfico.



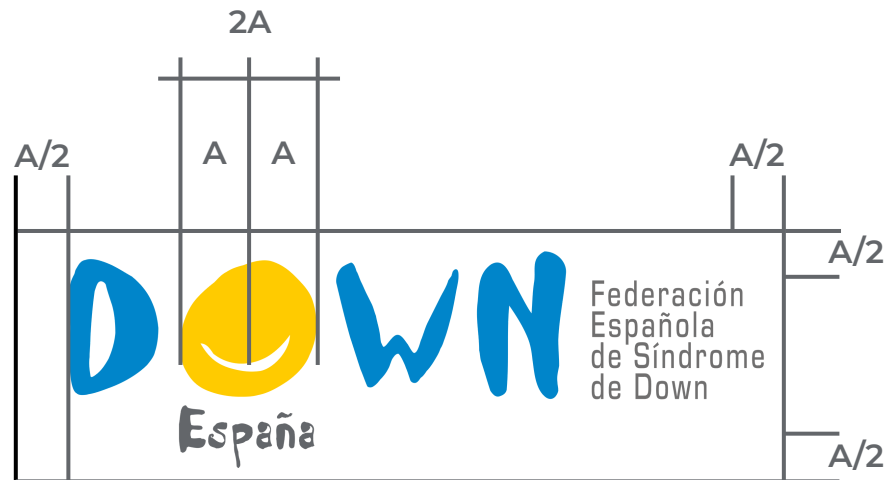
Asociaciones y fundaciones

El imagotipo de DOWN ESPAÑA funciona como marca común para todas las entidades federadas, por lo que es necesario establecer una serie de pautas gráficas para su correcta personalización a nivel territorial:

- Sustitución de “España”: El término “España” puede sustituirse por el nombre de la localidad o territorio correspondiente (por ejemplo: Valencia, Vigo, etc.).
- Nombre de la entidad: En lugar de utilizar la denominación “Federación Española de Síndrome de Down”, debe incorporarse el nombre legal completo de la entidad federada. Estos formatos personalizados se mantendrán en algunos casos específicos, como en la papelería formal o documentos institucionales.
- Proporciones y ubicación: El nombre de la entidad no debe ocupar más de la mitad del ancho del logotipo DOWN. Debe alinearse en la parte inferior con la letra “N” y distribuirse en un máximo de cuatro líneas. Si se utilizan las cuatro líneas, la primera debe alinearse con la parte superior de la “N”.
- Espaciado: La separación entre el logotipo DOWN y el nombre de la entidad debe ser, como mínimo, de 1/20 del ancho del logotipo.



1.1.2. Zonas a respetar



Para garantizar una correcta percepción y legibilidad del imagotipo, se establece una zona de respeto que debe mantenerse libre de cualquier elemento visual que pueda interferir: imágenes, ilustraciones, tramas, logotipos, textos, eslóganes u otros elementos gráficos.

Esta zona de protección asegura que el imagotipo respire y mantenga su impacto visual en cualquier contexto de aplicación.

La distancia mínima a respetar se representa con el valor "A", que se toma como unidad base en el esquema adjunto. Esta medida debe aplicarse uniformemente alrededor de todo el logotipo.

Dirección

El imagotipo de DOWN ESPAÑA debe utilizarse exclusivamente en su versión horizontal.

Esta elección responde a una intención clara: proyectar una imagen sólida, estable y coherente con el carácter de una organización consolidada y de referencia. La disposición horizontal refuerza la legibilidad, la presencia visual y la percepción de unidad.

No se permite el uso del imagotipo en disposición vertical ni en composiciones que alteren su estructura original.



1.2. Tipografías

La normalización tipográfica es un elemento clave del sistema de Identidad Visual de DOWN ESPAÑA, ya que aporta unidad, armonía y coherencia a todas sus aplicaciones.

Se establecen tres niveles de uso tipográfico:

1. Uso logotípico: corresponde a la tipografía empleada en la construcción del propio logotipo. Para este nivel se ha seleccionado la fuente LILLAFUNK, en su estilo normal, por su capacidad para transmitir cercanía, dinamismo y personalidad. Esta tipografía, perteneciente a la categoría script (imitación de escritura a mano), aporta una identidad única al logotipo, equilibrando fuerza visual y accesibilidad.

2. Uso corporativo: reservado para títulos, encabezados y textos de alto nivel institucional. La tipografía elegida para este nivel se detalla en el apartado correspondiente de este manual.

3. Uso complementario: aplicado a textos secundarios, cuerpos extensos, documentos informativos o piezas de difusión digital y papel.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
WXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

1.2.1. Tipografía Corporativa

Tipografía para materiales impresos: Eurostile

Para todos los soportes impresos y documentos de edición física —folletos, memorias, cartelería, señalética, informes institucionales, etc.— se utilizará la tipografía EUROSTILE, en sus versiones Regular, Demi y Bold.

Esta elección responde a su alta legibilidad, limpieza y estilo sobrio, cualidades que reflejan el espíritu profesional, serio y moderno que la organización quiere transmitir. Las distintas variantes de la familia EUROSTILE también incluyen sus correspondientes estilos cursivos (Italic), y se asignan según el siguiente criterio:

- Bold: para titulares
- Demi: para subtítulos
- Regular: para cuerpos de texto o elementos secundarios

El uso sistemático de esta familia tipográfica en las publicaciones impresas contribuirá a reforzar la identidad visual de DOWN ESPAÑA en entornos formales y físicos.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

1.2.2. Tipografía para entornos digitales

Tipografía para entornos digitales: Montserrat

En los soportes digitales —web, redes sociales, presentaciones, newsletters, materiales audiovisuales, etc.— se utilizará la tipografía MONTSERRAT, en todas sus variantes.

Esta decisión se justifica por varios motivos:

- Mayor legibilidad en pantalla, especialmente en móviles y dispositivos digitales.
- Estética actual y versátil, alineada con el lenguaje visual contemporáneo.
- Compatibilidad web y disponibilidad gratuita, ya que Montserrat es una fuente de uso libre, lo que permite su implementación sin restricciones en todo tipo de plataformas digitales.

El uso de Montserrat en el entorno digital garantiza una imagen clara, accesible y moderna, sin perder coherencia con la identidad visual global de la organización.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
RSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
vwxyz
1234567890

1.2.3. Tipografías Complementaria

Además de Eurostile y Montserrat, se acepta el uso de la familia tipográfica Arial como tipografía complementaria dentro del sistema de identidad de DOWN ESPAÑA.

Arial, en sus variantes normal, cursiva, negrita y negrita cursiva, se utilizará preferentemente en materiales corporativos formales como:

- Correspondencia oficial
- Documentos internos y de gestión
- Papelería institucional
- Comunicaciones de Presidencia, Dirección y otros altos cargos

Su estilo sobrio y neutral, junto con su alta disponibilidad en la mayoría de sistemas operativos, la convierte en una opción adecuada para documentos donde prima la claridad, la funcionalidad y el carácter institucional.

Además, Arial también puede emplearse como tipografía base para textos largos o materiales informativos impresos, cuando no sea posible aplicar Eurostile por cuestiones técnicas o de compatibilidad.

Se discontinúa el uso de Shelley Allegro Script, por considerarse desactualizada y poco coherente con la imagen moderna de la organización.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
RSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
vwxyz
1234567890

1.3. Gama Cromática

El color es uno de los elementos más identificativos de la identidad visual de DOWN ESPAÑA. Para garantizar su aplicación correcta y coherente en todos los soportes, se definen a continuación los colores corporativos oficiales, con sus equivalencias normalizadas en distintos sistemas de color.

En esta actualización del manual, se deja de utilizar la referencia exclusiva a Pantone, ya que no resulta práctica ni precisa en muchos entornos de producción actuales, especialmente digitales.

En su lugar, se especifican los valores exactos en los sistemas de color más utilizados: sRGB, CMYK y HEX.



Amarillo

- **HEX:** #FFC60B
- **sRGB:** R: 255 / G: 198 / B: 11
- **CMYK:** C: 0 / M: 22 / Y: 91 / K: 0



Azul

- **HEX:** #0085CA
- **sRGB:** R: 0 / G: 133 / B: 202
- **CMYK:** C: 100 / M: 34 / Y: 0 / K: 21



Gris

- **HEX:** #63666A
- **sRGB:** R: 99 / G: 102 / B: 106
- **CMYK:** C: 63 / M: 52 / Y: 44 / K: 17

1.3.4 Versiones autorizadas

El color es un componente esencial y altamente identificador dentro de la identidad visual de DOWN ESPAÑA. Su uso coherente permite reforzar el reconocimiento de la marca y transmitir sus valores de forma clara y uniforme en todos los soportes.

Con el objetivo de mantener una aplicación rigurosa y consistente, se han normalizado los tonos cromáticos oficiales y se especifican sus equivalencias exactas en los sistemas de color más comunes: HEX, sRGB y CMYK.

En la selección de los colores se han tenido en cuenta criterios estéticos, pero también técnicos, buscando siempre la mejor visibilidad, legibilidad y adecuación a los diferentes entornos de impresión y pantalla.

La gama cromática corporativa está compuesta por:

- Amarillo corporativo
- Azul corporativo
- Gris neutro
- Negro institucional

Estos colores deben aplicarse con total fidelidad a los valores definidos en este manual. No se permiten aproximaciones cromáticas ni la aplicación de efectos como degradados, transparencias o sombras que modifiquen su apariencia, salvo autorización expresa de DOWN ESPAÑA.

Además de los colores principales, el negro se considera color complementario y puede utilizarse en textos, elementos gráficos y documentos impresos de uso general. El gris corporativo también puede emplearse como fondo o tono secundario en piezas de comunicación institucional.

Toda la información técnica sobre estos colores, junto con sus códigos y aplicaciones recomendadas, puede consultarse en la tabla de color incluida en este mismo capítulo.



1.3.5 Versiones sobre color

Dado que es prácticamente imposible prever todas las superficies sobre las que puede aplicarse el imagotipo de DOWN ESPAÑA, se establecen dos grandes campos de aplicación en función del color del fondo: superficies claras y superficies oscuras.

Superficies claras:

- Se recomienda que sean en tonos suaves o pasteles, o bien fondos suficientemente contrastados con el logotipo. En estos casos, se permiten únicamente dos combinaciones cromáticas previamente definidas:
 - Versión preferente a color
 - Versión alternativa en monocromo

Superficies oscuras:

- En estos casos, el imagotipo deberá aplicarse exclusivamente en su versión en negativo (blanco), para garantizar la máxima visibilidad y legibilidad.



1.3.6 Errores comunes a evitar

La correcta aplicación de la identidad visual de DOWN ESPAÑA es esencial para preservar su coherencia, reconocimiento y profesionalidad. Cualquier alteración no autorizada del logotipo o del sistema visual puede afectar negativamente a la imagen de la organización.

A continuación, se enumeran los errores más frecuentes que deben evitarse en todos los soportes (digitales o impresos):

Alteraciones del logotipo

- Usar versiones antiguas, especialmente la que incluía efecto 3D o relieve.
- Estirar, comprimir, girar o rotar el logotipo.
- Aplicar sombras, brillos, degradados o efectos no autorizados.
- Colocar el logotipo sobre fondos que dificulten su lectura, sin respetar la zona de seguridad.
- Cambiar los colores del logotipo por otros distintos a los corporativos.

Uso incorrecto de la tipografía y textos

- Sustituir la tipografía Montserrat por otras no autorizadas, decorativas o poco legibles.
- Usar tamaños demasiado pequeños que dificulten la lectura del nombre o la leyenda.
- Modificar la disposición original del logotipo y su acompañamiento textual (por ejemplo, colocando la denominación de la entidad federada en una posición no permitida).

Combinaciones incorrectas con otras marcas

- Colocar el logotipo de DOWN ESPAÑA más grande que el de la entidad federada (excepto en campañas nacionales).
- No incluir la leyenda "Miembro de" cuando el logotipo aparece junto al de una entidad asociada.
- No respetar la jerarquía visual entre DOWN ESPAÑA y otras entidades cuando coexisten.

Aplicaciones visuales sin identidad

- Diseños en redes sociales o materiales sin uso de colores corporativos o tipografías oficiales.
- Publicaciones sin ningún elemento visual que identifique claramente a DOWN ESPAÑA.
- Uso de iconos, gráficos o imágenes que no se alineen con el tono institucional o que contradigan los valores de la organización.

Se recomienda que cualquier material que utilice la identidad visual de DOWN ESPAÑA sea revisado por el área de comunicación o diseño antes de su difusión. Mantener una imagen coherente es responsabilidad de todos los equipos y entidades que forman parte de la organización.

2. Diversos usos

2.1. Uso impreso - Normalización

Aunque hoy en día la mayoría de la comunicación de DOWN ESPAÑA se desarrolla en entornos digitales, las aplicaciones impresas siguen teniendo valor en contextos específicos: eventos institucionales, documentación formal, publicaciones técnicas o materiales destinados a públicos con menor acceso digital.

En esta actualización de marca, el enfoque principal se ha desplazado hacia el ámbito digital, adaptando la identidad visual a formatos más versátiles y dinámicos. Sin embargo, el soporte impreso continúa siendo un canal válido y, cuando se utiliza, debe proyectar con la misma claridad y coherencia la imagen de la organización.

Por eso, todas las piezas en papel —como folletos, carteles, memorias, correspondencia o material formativo— deben seguir las directrices establecidas en este manual.

El uso correcto de los elementos gráficos definidos (colores, tipografías, logotipo, márgenes y jerarquías visuales) asegura una representación fiel de la marca y contribuye a reforzar su reconocimiento y prestigio.

La normalización de los formatos impresos no responde únicamente a criterios estéticos, sino que cumple tres objetivos clave:

1. Facilitar la interpretación y uso correcto de los elementos visuales, asegurando una presentación clara, ordenada y coherente con la identidad de DOWN ESPAÑA.
2. Reforzar la identificación de la marca, proyectando sus valores y personalidad de forma consistente en cualquier soporte físico.
3. Optimizar los recursos, permitiendo una reducción de costes de impresión, una mayor agilidad en la producción y una mejor gestión del almacenamiento y archivo.

Para ello, se establecen como formatos de uso preferente las series estandarizadas DIN-A (A4, A5, A3, etc.), ampliamente reconocidas en el ámbito editorial y de impresión. Su adopción facilita la interoperabilidad con proveedores, la reposición rápida de materiales y la percepción de una imagen profesional y universalmente reconocible.

2.2. Papelería Corporativa Externa Orientativa

En un contexto cada vez más digital, la papelería corporativa impresa ha pasado a tener un uso más limitado. Sin embargo, sigue siendo relevante en situaciones institucionales concretas, como correspondencia oficial, entregas físicas, actos formales o documentación protocolaria.

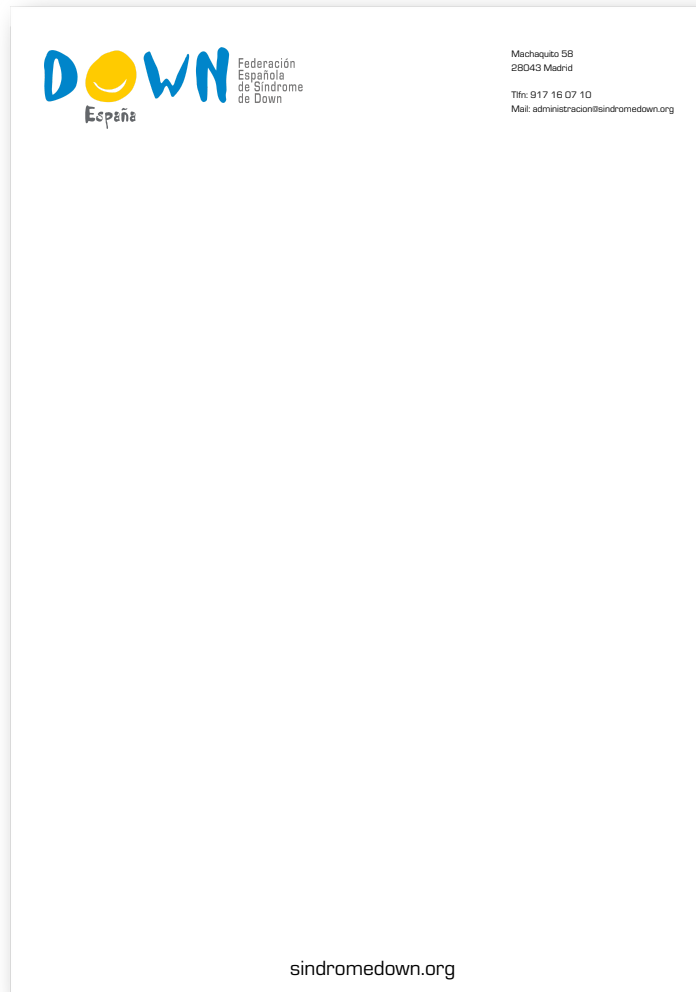
La papelería externa constituye uno de los canales más visibles de la identidad de DOWN ESPAÑA cuando se requiere presencia física, y por ello debe reflejar con fidelidad los elementos gráficos definidos en esta actualización de marca.

Aunque su uso es puntual, su impacto sigue siendo importante. Por eso, se debe prestar atención a aspectos clave como:

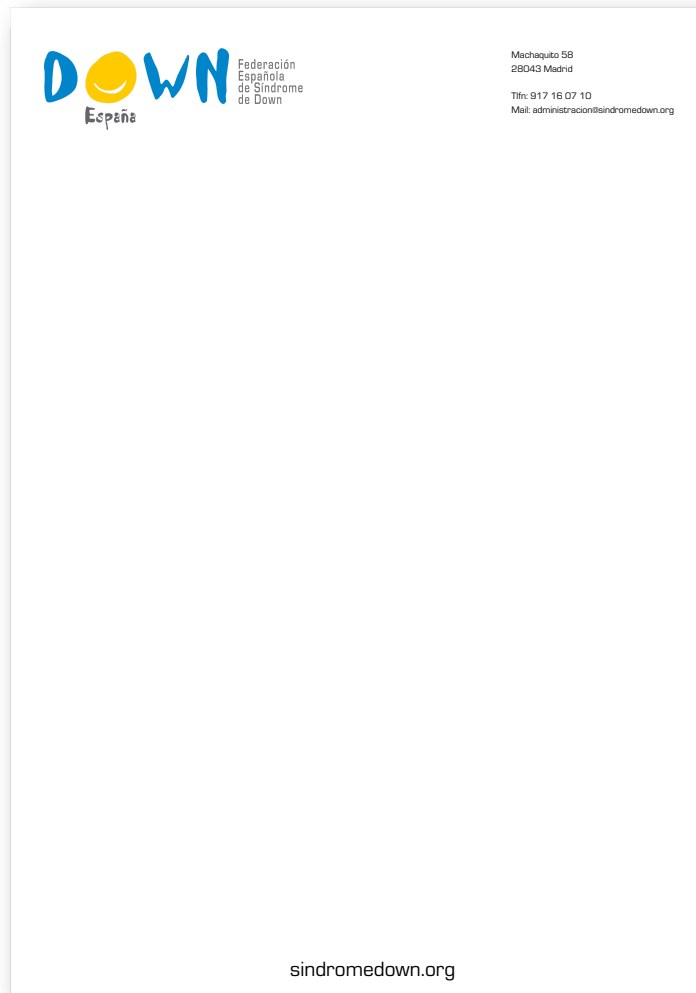
- La composición gráfica
- El uso adecuado de los colores y tipografías corporativas
- La calidad de los soportes
- La estructura clara de la información

Una vez establecidos los criterios visuales comunes y normalizados los formatos, se incluyen en este manual modelos de referencia (cartas, sobres, tarjetas, carpetas, etc.) que deben utilizarse como guía para mantener la coherencia institucional.

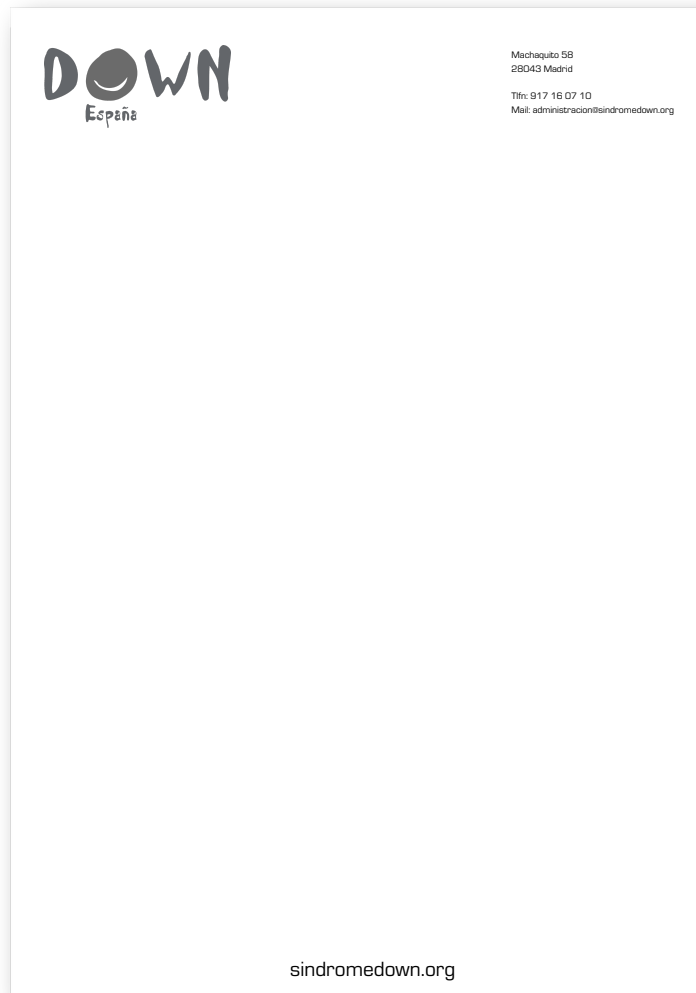
2.2.1. Carta 1º Hoja



2.2.1. Carta 1º Hoja



2.2.2. Carta 2ª Hoja



2.2.3. Sobre



Machaquito 58
28043 Madrid

Tlfn: 917 16 07 10
Mail: administracion@sindromedown.org

2.2.4. Tarjeta de visita



2.3. Papelería comunicados

Dentro del sistema de papelería corporativa, se mantiene la estructura funcional de los modelos existentes para comunicados. Estos documentos se siguen utilizando en contextos formales y se presentan en dos formatos principales:

- Carta comunicado externa
- Carta comunicado interna

Aunque la estructura permanece, los diseños han sido actualizados eliminando el logotipo con efecto 3D, en línea con los criterios gráficos definidos en esta actualización del manual.

Las plantillas utilizan tipografía Arial como opción base por su legibilidad, disponibilidad universal y compatibilidad en entornos ofimáticos.

El uso del fax queda descartado, al no ajustarse a los estándares actuales de comunicación profesional.

Estos modelos deben seguir utilizándose conforme a las proporciones, márgenes y jerarquías establecidas, asegurando una imagen clara, profesional y coherente con la identidad visual de DOWN ESPAÑA.

2.3.1. Carta comunicado.



Machaquito 58
28043 Madrid
Tfno: 917 16 07 10
Mail: administracion@sindromedown.org

EMPRESA

Att. D. Nombre Apellido Apellido

Dirección

Población

Fecha

Tratamiento:

Me dirijo a usted en nombre de DOWN ESPAÑA para informarle de un proceso que consideramos importante en nuestra evolución como entidad referente: la actualización de nuestra identidad visual corporativa.

Este cambio no responde solo a una cuestión estética. Forma parte de un esfuerzo más amplio por adaptar nuestra comunicación a los entornos digitales actuales, reforzar nuestra imagen como organización moderna y cercana, y facilitar el reconocimiento de nuestra marca por parte de todos los públicos con los que trabajamos.

Entre los principales ajustes realizados, destaca la eliminación del logotipo con efecto tridimensional, en favor de una versión más limpia, accesible y versátil. Esta transformación afecta también a nuestra papelería, materiales informativos y presencia en redes sociales, manteniendo siempre nuestros valores fundamentales: unidad, compromiso, profesionalidad y alegría.

Le adjuntamos una breve presentación en la que podrá consultar los principales elementos visuales y criterios de uso que aplicaremos a partir de ahora. Esperamos que esta renovación contribuya a seguir construyendo relaciones sólidas y transparentes con entidades como la suya. Quedamos a su disposición para cualquier aclaración que necesite.

2.3.2. Carta comunicado interno

 Federación Española de Síndrome de Down		COMUNICACIÓN INTERNA
NÚMERO	FECHA	
DE:	A:	
ÁREA:	ÁREA:	
ASUNTO:		
FECHA:	CATEGORÍA:	
NOMBRE:		
CÓDIGO:	FIRMA:	
Copia a:		

2.4. Entidades asociadas.

En publicaciones o materiales donde el imagotipo de DOWN ESPAÑA deba aparecer junto al logotipo de una entidad federada o asociada, se deberán seguir las siguientes indicaciones para garantizar una correcta jerarquía visual y una vinculación clara:

- El imagotipo de DOWN ESPAÑA deberá tener un tamaño máximo del 60% respecto al logotipo de la entidad local o asociada.
- Para indicar gráficamente esta relación, se añadirá la leyenda "Miembro de", situada justo encima o al lado del imagotipo de DOWN ESPAÑA.
- Esta leyenda deberá figurar en tipografía Montserrat, en un tamaño legible y con estilo normal (no en negrita), manteniendo la claridad y coherencia del conjunto.

Estas pautas aseguran que DOWN ESPAÑA mantenga una presencia visual equilibrada, reforzando el vínculo de pertenencia a la red nacional sin interferir con la identidad propia de cada entidad.



máximo 60%



Miembro de



2.5. Uso digital - Normalización

En esta actualización de marca, DOWN ESPAÑA refuerza su identidad visual en el entorno digital, donde actualmente se concentra gran parte de su actividad comunicativa. Por ello, se establecen criterios específicos para asegurar un uso coherente, legible y reconocible de la marca en medios digitales.

El objetivo de esta normalización es garantizar una presencia sólida y unificada en todos los canales digitales: páginas web, redes sociales, presentaciones, newsletters, materiales audiovisuales y otros soportes interactivos.

Principios clave para el uso digital

- **Legibilidad:** Todos los elementos visuales deben adaptarse al entorno digital sin comprometer la claridad ni el contraste.
- **Tipografía:** Se utilizará la fuente Montserrat como referencia en entornos digitales, por su alta legibilidad, estilo actual y versatilidad.

- **Colores:** Deberán aplicarse los colores corporativos oficiales, respetando sus valores HEX y sRGB, sin modificaciones.
- **Jerarquía visual:** Se mantendrán los márgenes, zonas de respeto y tamaños mínimos definidos en este manual para asegurar una correcta lectura en cualquier dispositivo.

Este enfoque no responde solo a una cuestión técnica, sino también estratégica: la marca debe proyectarse con la misma solidez en un cartel impreso que en una publicación de Instagram o en una presentación digital.

2.5.1. RRSS

Las redes sociales constituyen uno de los principales canales de visibilidad y conexión directa entre DOWN ESPAÑA, sus entidades federadas y la sociedad. Por su alcance y dinamismo, es fundamental que la identidad visual se aplique de forma clara, coherente y reconocible en todos los perfiles, publicaciones y materiales gráficos.

Imagen de perfil

La imagen de perfil debe contener el imagotipo actualizado de DOWN ESPAÑA, sin efectos 3D ni elementos gráficos desactualizados.

En el caso de las entidades federadas, se utilizará la versión que incluye su denominación correspondiente, respetando los criterios de tamaño, proporción y espaciado definidos en este manual. La imagen debe estar correctamente centrada y visible incluso en tamaños pequeños, y no debe incorporar bordes, sombras, degradados ni colores ajenos a la paleta oficial.

Publicaciones, portadas y contenido gráfico

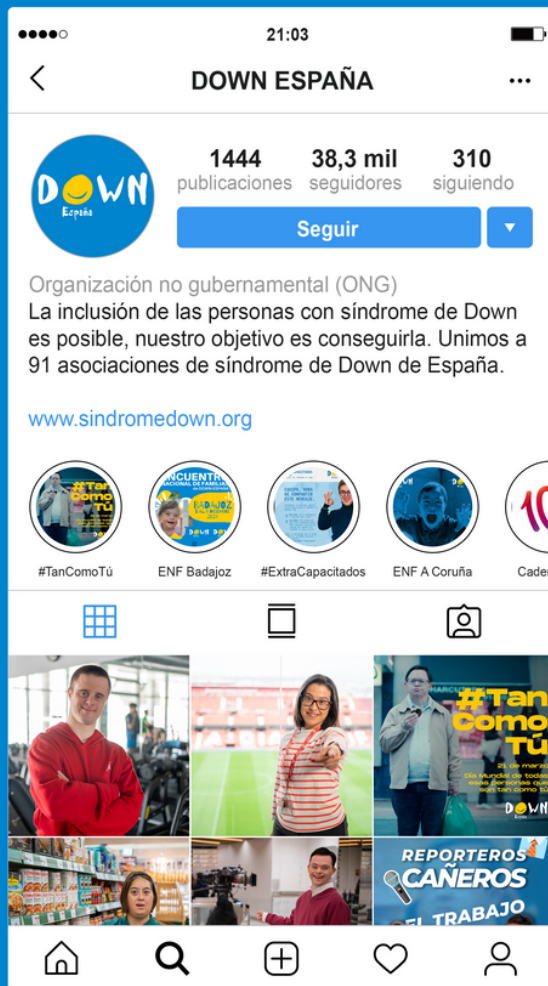
- Todas las piezas visuales —portadas, posts, stories, reels, carruseles, banners, etc.— deberán cumplir las siguientes directrices:

Utilizar exclusivamente los colores corporativos definidos en este manual. El uso del amarillo, azul y gris institucional refuerza el reconocimiento de la marca y no debe ser sustituido por tonos aproximados ni colores aleatorios.

- Aplicar la tipografía Montserrat, en sus diferentes pesos, asegurando buena legibilidad en pantalla.
- Mantener siempre la zona de respeto del logotipo, evitando superposiciones o elementos que dificulten su correcta visualización.
- Cuidar los contrastes y la jerarquía visual para garantizar una lectura clara, especialmente en dispositivos móviles.
- No alterar ni reinterpretar gráficamente el logotipo bajo ninguna circunstancia.

Consistencia y cohesión visual

- La normalización del uso en redes sociales tiene como objetivo reforzar la presencia digital de la marca, garantizar su integridad visual y proyectar una imagen moderna, accesible y profesional.
- Cada publicación es una oportunidad para consolidar el reconocimiento de la marca DOWN y de su red de entidades, por lo que se recomienda emplear plantillas o estilos visuales homogéneos, especialmente en campañas coordinadas.



2.5.2. WEB

La página web oficial de DOWN ESPAÑA (www.sindromedown.org) es el eje central de su identidad digital. Funciona como escaparate institucional y como canal clave de comunicación con familias, profesionales, administraciones, medios y sociedad en general.

En 2024 se llevó a cabo una renovación completa del sitio, alineada con la actualización de marca. Desde entonces, la web se ha ido ampliando y reorganizando, incorporando nuevas páginas, recursos y funcionalidades. Este proceso de desarrollo sigue activo, con el objetivo de ofrecer una experiencia actualizada, útil y accesible para todos los públicos.

Criterios de identidad visual y funcionalidad

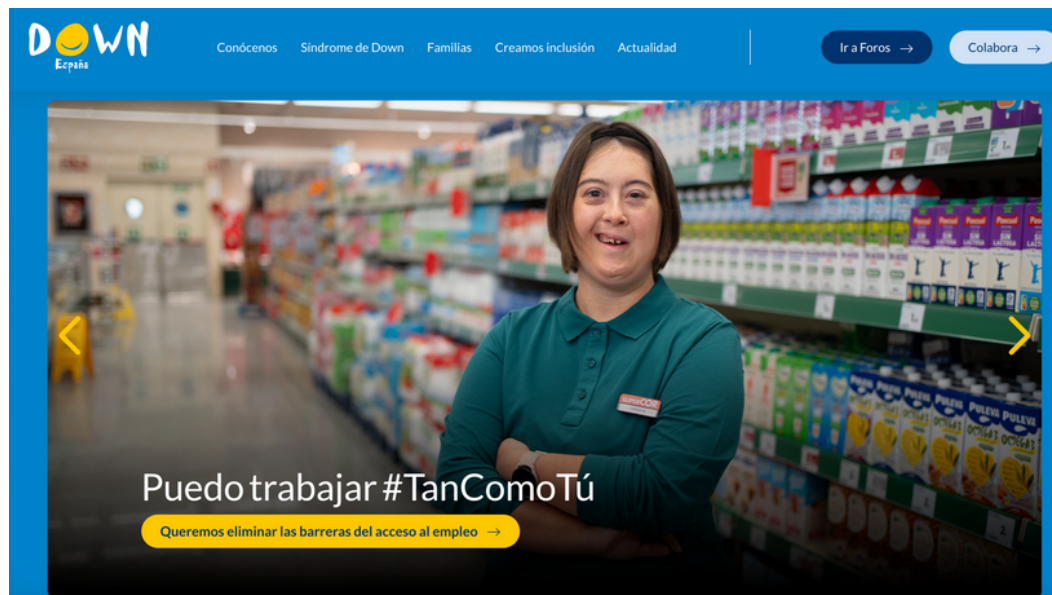
- **Imagotipo:** Se utiliza únicamente la versión actualizada del logotipo, sin efectos 3D ni elementos desfasados. Debe estar presente y visible en la mayoría de páginas del sitio, reforzando la identidad institucional de forma clara y constante.
- **Colores corporativos:** Se aplican los colores oficiales definidos en este manual (azul #0085CA, amarillo #FFC60B, gris #63666A), manteniendo siempre la coherencia visual en menús, botones, títulos y fondos.

- **Coherencia gráfica:** Todos los elementos visuales de la web deben respetar las directrices de identidad, sin introducir gráficos, estilos o tipografías que no formen parte del sistema visual establecido.

Accesibilidad

La accesibilidad es un principio fundamental e irrenunciable. La web debe garantizar una experiencia inclusiva, adaptada a personas con distintas capacidades. Esto implica el cumplimiento de estándares actuales en cuanto a contraste, estructura semántica, navegación con teclado, etiquetas alternativas en imágenes y compatibilidad con lectores de pantalla.

Cada nueva sección, funcionalidad o rediseño deberá incorporar estos criterios desde el inicio para asegurar una web realmente abierta, útil y universal.



Ver todas las noticias

Noticias



NOTICIA ¡NUEVO!

El II Foro «Alianzas para la Inclusión» de DOWN ESPAÑA demuestra que la diversidad impulsa el rendimiento empresarial

[Compartir](#)



NOTICIA Hace 1 semana

DOWN ESPAÑA alerta sobre la desigualdad laboral que enfrentan las mujeres con síndrome de Down.

[Compartir](#)



NOTICIA Hace 1 semana

DOWN ESPAÑA exige que se eliminen las barreras que impiden el acceso al empleo ordinario a las personas con síndrome de Down

2.5.6. Presentaciones

Las presentaciones son una de las herramientas más utilizadas por DOWN ESPAÑA y su red de entidades: se emplean en actos institucionales, formaciones, reuniones, encuentros técnicos, jornadas y colaboraciones externas. Por eso, deben mantener una estética coherente con la identidad visual de la organización.

En este tipo de materiales no es necesario utilizar siempre el imagotipo completo. En su lugar, se permite el uso flexible de elementos gráficos extraídos del imagotipo, como la forma de la carita, la sonrisa o fragmentos visuales reconocibles, que refuercen la identidad sin saturar el diseño. Estos elementos deben utilizarse con criterio, manteniendo siempre su integridad y sin alteraciones.

Las presentaciones deben tener un diseño limpio, ordenado y equilibrado, con una jerarquía clara de títulos, subtítulos y contenido. Se recomienda evitar diapositivas sobrecargadas de texto o recursos decorativos innecesarios.

Es fundamental aplicar los colores corporativos establecidos en esta guía para asegurar la coherencia visual con el resto de soportes de la marca. El estilo debe ser reconocible, cercano y accesible, transmitiendo profesionalidad sin perder el tono humano y optimista de la organización.

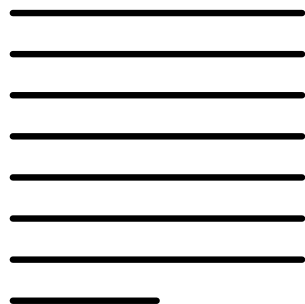
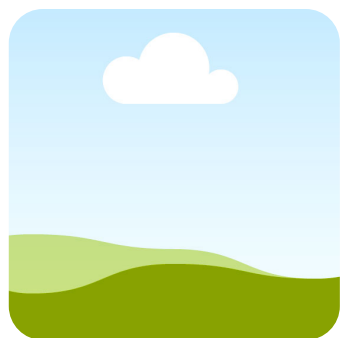
El elemento visual de la marca (ya sea el imagotipo completo o una parte de él) debe estar presente en la portada y/o en el pie de página de las diapositivas. En presentaciones institucionales o públicas, se recomienda utilizar una plantilla base que mantenga unidad en toda la estructura: portada, contenido, llamadas a la acción y cierre.

Las presentaciones bien diseñadas no solo mejoran la comprensión del mensaje, sino que también fortalecen la identidad de DOWN ESPAÑA en cada contexto en el que se muestran.

MEMORIA ACTIVIDADES 2024



ALIANZAS Y DONANTES





DOWN
España



Vertebración Asociativa

“Fortalecer la cohesión dentro de la Federación a través de actividades de formación, coordinación y trabajo en Red, que fomenten la participación, el debate y la reflexión conjunta con las entidades”

ENTIDADES



Programas **agrupados**

- Redes
- Compliance
- Calidad
- Transparencia
- Transformación Digital

PSD



Participación y
gobernanza

FAMILIAS



Foros, **Debates** y
Formación

INSTITUCIONES



Plataformas
nacionales e
internacionales

SOCIEDAD



Agenda y realidad
del SD en España

DOWN
España

GRACIAS

