

adinea

Unidad de Educación  
Especializada Fiscomisional

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN. . . . .	4	REDACCIÓN DE COPYS . . . . .	22
VALORES . . . . .	5	COPYS LARGOS. . . . .	23
<b>EL LOGOTIPO . . . . .</b>	<b>6</b>	COPYS CORTOS. . . . .	24
USO Y VERSIONES DEL LOGOTIPO. . . . .	7	FOTOGRAFÍAS. . . . .	25
RETICULACIÓN . . . . .	8	EDICIÓN FOTOGRÁFICA. . . . .	26
POSITIVO Y NEGATIVO . . . . .	9	ELEMENTOS DE MARCA . . . . .	27
ÁREA DE SEGURIDAD . . . . .	10	REDES SOCIALES. . . . .	28
TAMAÑOS MÍNIMOS. . . . .	11	DIAGRAMACIÓN EDITORIAL . . . . .	29
CROMÁTICA . . . . .	12	JERARQUÍA EN LA DIAGRAMACIÓN . . . . .	30
TIPOGRAFÍA . . . . .	13	<b>PAPELERÍA CORPORATIVA . . . . .</b>	<b>31</b>
RESTRICCIONES DE USO . . . . .	14	HOJA MEMBRETADA 1. . . . .	34
APLICACIÓN SOBRE SOPORTES . . . . .	15	HOJA MEMBRETADA 2. . . . .	35
USO SOBRE FONDOS A COLOR. . . . .	16	SOBRE . . . . .	36
USO SOBRE FONDOS A BLANCO Y NEGRO . . . . .	17	TARJETA PRESENTACIÓN 1 . . . . .	37
RELACIÓN CON OTROS LOGOTIPOS . . . . .	18	TARJETA PRESENTACIÓN 2 . . . . .	38
<b>PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN . . . . .</b>	<b>19</b>	FACTURA DIGITAL . . . . .	39
ESLOGAN. . . . .	20	<b>MOCKUPS . . . . .</b>	<b>40</b>
TONO COMUNICACIONAL . . . . .	21		

# INTRODUCCIÓN

Este manual es una **referencia visual y técnica** para todas las personas que trabajan en torno a la marca. Esta es una guía para comprender su **filosofía, contexto y valores**, así como para saber cómo, cuándo y dónde usarla. Aquí se encontrarán lineamientos para entender el uso de los gráficos corporativos y la publicidad en redes sociales.

Este manual de logotipo y publicidad sirve para **potenciar su difusión digital** dentro de la ciudad, es clave para tener un mensaje consistente de la mano de una buena comunicación con el target de la marca.

## VISIÓN

Somos un equipo con **espíritu flexible** que se adapta y participa de los avances en el **ámbito educativo** y cambios que se producen en la sociedad. Trabajamos de manera coordinada en la ejecución de **proyectos innovadores** para una **participación activa** de las y los estudiantes en diferentes contextos que posibiliten la realización de su **proyecto para la vida**.

Lideramos en la ciudad el proyecto de orientación a adolescentes y jóvenes para la **prevención de discapacidades**. Coordinamos con Universidades para una **formación de calidad** de las y los estudiantes de carreras afines.

Coordinamos con Instituciones educativas en el ámbito de la **inclusión educativa**.

## MISIÓN

Somos una institución educativa especializada fiscomisional **sin fines de lucro**, ubicada en la ciudad de Cuenca; pioneros en **Estimulación Temprana** y prevención de discapacidades en la provincia del Azuay.

Desarrollamos un **proyecto educativo para la vida**, con propuestas metodológicas bajo estándares de calidad, centradas en el desarrollo de la condición humana, **considerando los aspectos físicos, emocionales, cognitivos y sociales** de cada niño, niña, adolescente y joven con discapacidad intelectual, en un ambiente de respeto, honestidad, solidaridad y responsabilidad, en el marco de los principios del Buen Vivir.

# VALORES

## 4 VALORES FUNDAMENTALES

Esta identidad corporativa busca transmitir los siguientes valores de marca.



### ALEGRÍA

Ambiente creativo y feliz para un correcto desarrollo.



### IGUALDAD

La independencia de los niños sin distinción alguna.



### AMOR

Ambiente familiar para los estudiantes y docentes.



### SERVICIO

Personal apasionado por acompañar a sus alumnos.



El logotipo

## USO Y VERSIONES DEL LOGOTIPO

Este es el **corazón de la identidad de marca**. Para continuar con el reconocimiento y conciencia de marca se vuelve primordial que el logotipo aparezca siempre en todos los elementos publicitarios o gráficos de la institución (a excepción de que se implementen los elementos de marca "línea gráfica"). El uso consistente del logotipo en todos los componentes de marketing es vital para tener una **clara comunicación y percepción de marca**.

### USO

Siempre se deberá **priorizar el uso del logotipo primario (la versión vertical)** y se usará la versión secundaria (horizontal) cuando por temas del formato o distribución de la información sea necesario. **El elemento gráfico puede usarse solo** (a manera de ícono) o junto con la palabra "adinea". **La parte textual solo se deberá usar con el elemento gráfico**, caso contrario se perderá la identidad y presencia de marca. Es decir se podrá usar solo el ícono del logotipo sin el texto (no al contrario) en casos en los que por temas de espacio no se pueda usar completo o que solo se necesite un indicio visual de la presencia de marca.

Finalmente en el caso del descriptor se lo podrá obviar cuando se lo use como pie de fotografía o en formatos pequeños que dificulten la lectura.



## RETICULACIÓN

### LOGOTIPO

El logotipo fue resuelto en una **cuadrícula** basada en la **letra "e"** para proporcionar el perfecto equilibrio visual y proporcional al conjunto.

### CARACTERÍSTICAS

Este es un **imagotipo con denominación por siglas** ya que el nombre e identificador gráfico resultó de la contracción del nombre completo de la institución "Asociación para el Desarrollo Integral del Niño Excepcional del Azuay".





## POSITIVO Y NEGATIVO

Este logotipo al ser muy complejo por su cantidad de elementos y colores tendrá una versión negativa compuesta solo con el trazado del símbolo y el texto.

Para **fondos oscuros** se usará el texto en blanco y el ícono con trazado negro sobre un fondo blanco. Sobre **fondos claros** se usará tanto el ícono como el texto con trazado negro.



## ÁREA DE SEGURIDAD

Se establece un **área de respeto** de un **módulo "e"** a cada lado del logotipo, para separarlo del resto de elementos que existan en cualquier composición. Esto se realiza con el objetivo de que el identificador gráfico **resalte** y **no pierda relevancia** frente a otros gráficos, además de otorgar orden al diseño en el que se lo implemente.



Versión sin el descriptor para **fotografías** y **formatos pequeños**



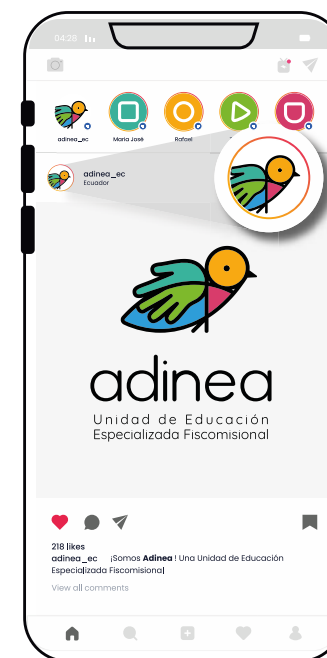
## TAMAÑOS MÍNIMOS

Se aconseja que la mínima reducción del logo de **Adinea** en **formatos digitales** sea de 130px de ancho y para **formatos impresos** el tamaño mínimo será de 3cm de ancho. En casos específicos en los que se dificulte la legibilidad se deberá omitir el descriptor del logotipo y asegurar que el nombre y el ícono queden de un tamaño que facilite la lectura del mismo.

En el caso de que se necesite usarlo en formatos muy pequeños como el **favicon** para web o la **foto de perfil** en redes sociales, se implementará el ícono que podemos ver en los ejemplos (una expansión del elemento gráfico del logotipo dentro de un círculo) para no perder la legibilidad.



Versión del logotipo destinada para usarse como **favicon** de la **web** y como **foto de perfil** para **redes sociales**.



adinea

Unidad de Educación  
Especializada Fiscomisional

**Impresión:**  
3cm ancho min.



adinea

Unidad de Educación  
Especializada Fiscomisional

**Logo Digital:**  
130px ancho min.



adinea

Logotipo sin el  
descriptor

## CROMÁTICA

El color transmite los valores emocionales de la marca y debe ser correctamente aplicado sobre cualquier soporte visual. Para reducir al mínimo los errores se deben usar los colores **CMYK**, **Pantone** y **hexadecimales** especificados en este apartado.

Este logotipo tiene **6 colores** pero el **turquesa** es considerado el **color principal** de la marca. Se eligió este por que es un color alegre, brillante y que es muy usado en el ámbito educativo

**Turquesa:** Amistad y alegría.







**Magenta:** Cariño y amor.

**Amarillo:** El horizonte hacia el cual los estudiantes caminan.

**Celeste:** El cielo (sin límites).

**Verde:** La esperanza.

**Negro:** Color de contraste.

	<p><b>CMYK:</b> 70, 0, 48, 0 #3CB49C</p>	<p><b>Pantone:</b> 3265 C</p>
	<p><b>CMYK:</b> 0, 38, 95, 0 #F8A912</p>	<p><b>Pantone:</b> 137 C</p>
	<p><b>CMYK:</b> 0, 80, 35, 0 #D93D6B</p>	<p><b>Pantone:</b> 191 C</p>
	<p><b>CMYK:</b> 63, 0, 97, 0 #80BB2C</p>	<p><b>Pantone:</b> 368 C</p>
	<p><b>CMYK:</b> 87, 1, 0, 0 #309FDA</p>	<p><b>Pantone:</b> 2995 C</p>
	<p><b>CMYK:</b> 0, 0, 0, 100 #1D1D1B</p>	<p><b>Pantone:</b> Process Black C</p>

## TIPOGRAFÍA

La tipografía juega un rol muy importante marcando la identidad de marca. Así como el logotipo, las siguientes tipografías son parte de la imagen de esta.

Las fuentes usadas como base para la construcción del logotipo son **Montserrat** para el texto principal y **Quicksand** para el descriptor.

La tipografía corporativa autorizada para usarse en los diferentes aplicativos tanto físicos como digitales es la **Raleway** en todos sus pesos. Se eligió esta por su legibilidad, modernidad y sobre todo por su personalidad geométrica pero relajada presente en las terminaciones de sus letras que van de la mano con el estilo del logotipo.

Aa

Quicksand Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 “ ‘ \*#!?@\$&%()

Aa

Raleway Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 “ ‘ \*#!?@\$&%()

Aa

Raleway Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 “ ‘ \*#!?@\$&%()

Aa

Raleway Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 “ ‘ \*#!?@\$&%()

Aa

Raleway Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 “ ‘ \*#!?@\$&%()

Aa

Raleway Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 “ ‘ \*#!?@\$&%()

## RESTRICCIONES DE USO

Es necesario respetar las siguientes **normativas** para el **correcto uso del logotipo**, caso contrario la efectividad e impacto de este decrecerá de manera notable. Esta página muestra algunos ejemplos de aplicaciones incorrectas del logotipo.



**NO DISTORSIONE**  
el logotipo ni ninguna parte del mismo.



**NO REORGANIZAR**  
los componentes del logotipo.



**NO SUPRIMIR**  
elementos (solo en casos específicos).



**NO ALTERAR**  
el tamaño de los elementos.



**NO CAMBIAR**  
la cromática del logotipo.



**NO MODIFICAR**  
la tipografía del logotipo.



**NO GIRE**  
el logotipo (salvo ciertas excepciones).



**NO AGREGAR**  
sombas a cualquier parte del logotipo.

# APLICACIÓN SOBRE SOPORTES

## RELACIÓN LOGO - SOPORTE

Es de vital importancia mantener una relación adecuada de tamaños entre el logotipo y el soporte en el que se lo esté implementando, es por esto que se aconseja seguir los siguientes puntos:

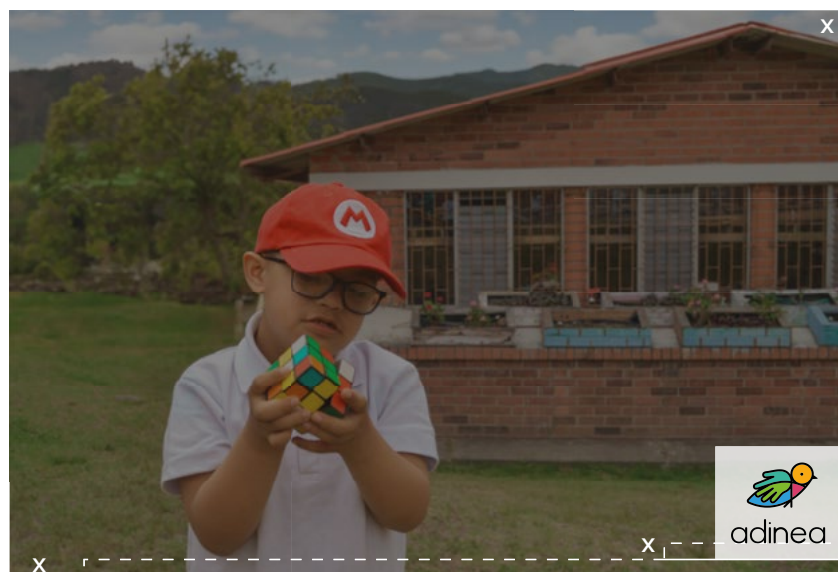
### - Formatos horizontales:

alto del logo =  $1/5$  altura del soporte

### - Formatos verticales:

ancho del logo =  $1/5$  ancho del soporte

Se aconseja aplicar esto para **formatos mayores a un A2**. Y para formatos más pequeños (respetar los tamaños mínimos digitales y de impresión).



## USO SOBRE FONDOS A COLOR

### IMÁGENES Y FONDOS

En caso de usar el logotipo sobre imágenes (fotografías, colores o texturas) en **tonos oscuros o negros** se deberá usar la versión del logotipo con letras blancas. En caso de que las imágenes sean en **tonos claros o blancos** usar la versión con tipografía negra.

En cualquier caso se tomará la decisión siempre buscando que haya un buen **contraste** entre la tipografía y el fondo. Además siempre se deberá usar el **área de restricción** sea de color negro o blanco (con o sin transparencia) según corresponda, se podrá quitar el color de relleno de la misma solo en los casos establecidos.



Siempre se usará la **versión original** sobre fondo blanco.



Se usará la **versión original blanca** sobre fondo negro **solo** cuando el logo vaya sobre una parte de imagen oscura.



Se usará la **versión original blanca** sin fondo negro **solo** cuando haya un color plano oscuro de fondo.



Se usará la **versión original** sin fondo blanco **solo** cuando haya un color plano claro de fondo.



## USO SOBRE FONDOS A BLANCO Y NEGRO

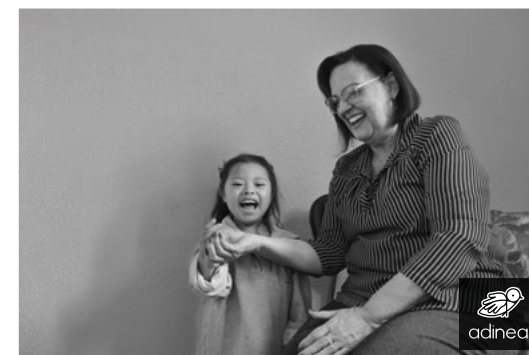
### IMÁGENES Y FONDOS

Cuando se necesite usar el logotipo sobre imágenes (fotografías, colores o texturas) que se encuentren en **blanco y negro** o soportes que admitan **una sola tinta** se deberán aplicar las **versiones en positivo y negativo**.

Se deberán seguir los mismos **lineamientos del apartado anterior**, pero esta vez se deberán usar las otras versiones del logotipo, siempre logrando un correcto contraste y visibilidad de la composición.



Siempre se usará la **versión negra** sobre fondo blanco.



Se usará la **versión blanca** sobre fondo negro **solo** cuando el logo vaya sobre una parte de imagen oscura.



Se usará la **versión blanca** sin fondo negro **solo** cuando haya un color plano oscuro de fondo.



Se usará la **versión negra** sin fondo blanco **solo** cuando haya un color plano claro de fondo.

## RELACIÓN CON OTROS LOGOTIPOS

Es necesario definir una **distancia fija** para siempre colocar entre el logotipo de Adinea y los de otras instituciones. Esto ayudará a no perder **visibilidad** y otorgar un **espacio** para que el logotipo pueda respirar.

Cuando los otros logotipos son largos y con más presencia de texto usar el logotipo de **Adinea horizontal**, deberán tener una distancia de "x". En el caso de ser logotipos más altos se usará la **versión vertical** del logotipo de **Adinea** y deberán tener una distancia de "x/2". Por último siempre se deberán **alinear** los logotipos en sentido horizontal.





# Publicidad y comunicación

## ESLOGAN

### MENSAJE IDENTIFICADOR CLAVE

#### “El espacio de tus peques”

Este eslogan transmite **cariño** por la forma peculiar de llamarles a los niños “peques”, además busca hacer que ellos **sean los protagonistas de su proceso educativo** al decir que **Adinea** es su espacio. Además busca contar como este espacio los mantiene **alegres, seguros**, en un constante proceso de **aprendizaje** y llenos del **amor de hogar**. Es lugar en donde el **servicio** a los demás es personificado por los mismos docentes.

**Adinea** no es solo una escuela. Es un espacio donde fortalecen sus habilidades y trabajan para lograr ser independientes. Aquí se abrazan las diferencias mediante la educación de calidad con calidez siempre desde la alegría. **Adinea** es en donde todos dados de la mano aprenden a superarse a sí mismos y **volar muy alto**.

## TONO COMUNICACIONAL

### MENSAJE IDENTIFICADOR CLAVE

Somos una institución que surge como una **oportunidad educativa inclusiva**, que abraza la **diversidad** de la discapacidad intelectual de niños entre 0 a 20 años. Impulsamos la **independencia** y el **desarrollo personal y grupal** de cada niño siempre con un abrazo cálido, una sonrisa amable y miles de carcajadas de **felicidad**.

En **Adinea** los niños aprenderán a ser independientes y que ellos son capaces de **volar alto**. Es aquí donde tus hijos estarán seguros mientras reciben un **acompañamiento educativo** que **impulsará sus habilidades y trabajará con sus dificultades**.

**¡Adinea**, somos es el espacio de tus **peques** !

## REDACCIÓN DE COPYS

Los textos deben mantener un espíritu alegre y usar palabras familiares e infantiles que sean fáciles de comprender.

Se debe tener en cuenta lo siguiente:

### 1. Adinea siempre debe usar negrita

**Correcto:** Adinea, somos educación de calidad.

**Incorrecto:** Adinea, somos educación de calidad.

### 2. Especificar que Adinea es quien da el servicio y siempre usar primera persona del plural

**Correcto:** Adinea, somos educación de calidad.

**Incorrecto:** Somos educación de calidad en Adinea.

### 3. Las palabras clave de los copys largos deben usar negrita

**Correcto:** ¡ Adinea, somos el espacio de tus peques !

**Incorrecto:** ¡ Adinea, somos el espacio de tus peques !

## COPYS LARGOS

Estos copys fueron redactados en base a los **4 valores** principales de la marca en cuestión.

ALEGRÍA

**Adinea** el lugar de los momentos **felices**.

IGUALDAD

**Adinea** donde todos somos **únicos**.

AMOR

**Adinea** donde el **cariño** nunca falta.

SERVICIO

En **Adinea** cada **mano** da una **mano**.

## COPYS CORTOS

Estos copys fueron redactados en base a los **4 valores** principales de la marca en cuestión.

ALEGRÍA

**Adinea** sonrisas juguetonas.

IGUALDAD

**Adinea** todos somos uno.

AMOR

**Adinea** abrazos de oso.

SERVICIO

**Adinea** manitos de ayuda.



## FOTOGRAFÍAS

Las imágenes son una herramienta muy poderosa el momento de transmitir la personalidad de la marca, razón por la cual todas las imágenes deben reflejar los **4 valores fundamentales** de Adinea.

Deben siempre resaltar la **creatividad, alegría y sencillez** propias de la **infancia y la calidez** del lugar. Su target debe encontrar en la voz de Adinea **confianza y seguridad** para sus niños.



**Cromática:** Colores brillantes (tonos cálidos) e imágenes a blanco y negro.



**Fotos personas:** Encuadrar cuerpos completos o rostros (siempre con sonrisas).



**Fotos detalle:** Manos realizando actividades didácticas o demostrando cariño.

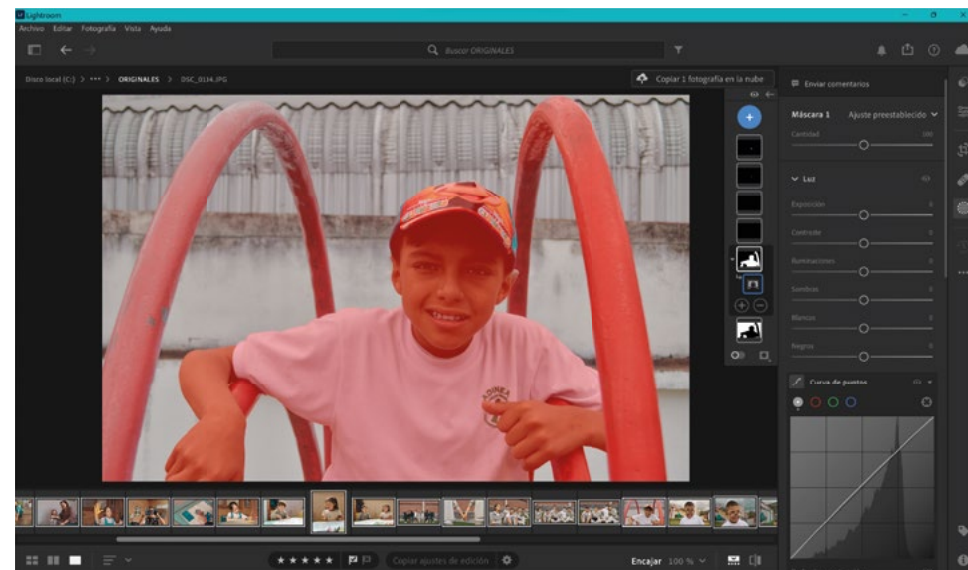


**Presencia de marca:** Siempre usar las fotografías de marca con el logotipo de Adinea o la línea gráfica representativa.

# EDICIÓN FOTOGRAFICA

Otro tema importante a tener en cuenta es que se debe procurar que en el **proceso de edición** de las fotografías se cumplan estos pasos importantes:

- Las fotografías deben tener el **fondo más oscuro**, con menor exposición y con una temperatura menor.
- Los **sujetos deben resaltar** con respecto al fondo, teniendo más luminosidad, brillo y saturación, así como tener un mayor enfoque en los rostros.
- Se debe procurar que el **protagonista** sea siempre el **sujeto** y que se quite jerarquía al fondo.
- **Usar máscaras** para poder editar de manera separada el fondo y el sujeto.
- **Eliminar** los elementos que hagan **ruido** en las fotografías.



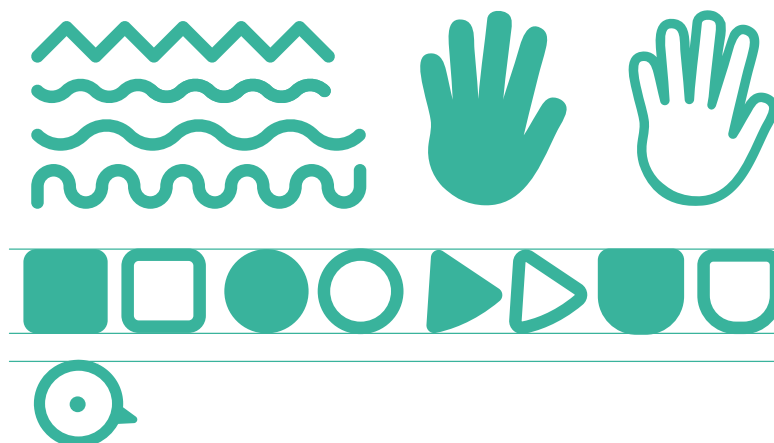
## ELEMENTOS DE MARCA

Estos son los **elementos de la marca**, los cuales se elaboraron en base al logotipo (mano y cabeza de la paloma) y de **figuras geométricas** acordes al estilo gráfico del logotipo de **Adinea**. Se estableció que cada figura tenga su versión solo trazado y solo relleno para tener mayor variedad y contraste.

En base a los elementos se creó una **textura**, la cual usa los 6 colores de la misma y también se la puede implementar solo en color turquesa en caso de ser necesario.

Para implementar estos elementos se los puede usar de **forma independiente, crear patrones diferentes** o usar la **textura**.

Estos han sido parte clave de la elaboración de la línea gráfica para enmascarar fotos, colocarlos como fondo, sobre elementos con baja opacidad, como íconos, etc.



Dentro de los **elementos de marca** se pueden usar las **figuras por separado** y la **textura** elaborada a partir de estos elementos.



## REDES SOCIALES

### FEED INSTAGRAM

Aquí se puede apreciar el **diseño del feed** de instagram así como la **implementación correcta** de la **línea gráfica** de la institución.

Se aconseja que siempre **resalten los 6 colores** de marca, y el **turquesa con mayor prescencia**. Además se espera que se usen de forma intercalada las **fotografías a color y a blanco y negro**, que se implementen los colores de marca con el **efecto de multiplicar** sobre las diferentes fotografías, que se **usen los copys** establecidos o crear nuevos en base a las pautas dadas con anterioridad y que se apliquen los **elementos de marca**.

Se espera que cualquier aplicación de la marca sea capaz de reflejar mediante la cromática la **diversidad en la discapacidad** y los **4 valores ejes** de la institución mediante las fotografías, textos y elementos



# DIAGRAMACIÓN EDITORIAL

Para los **productos editoriales** de la marca siempre se deben seguir ciertos **parámetros** base en temas de **diagramación** para lograr un buen resultado.

Es vital tener en cuenta los siguientes puntos para tener una correcta **distribución visual** y que el diseño pueda ser **funcional**:

- Colocar **márgenes** para que no se corte parte del diseño al guillotinarlo y para dejarlo respirar.

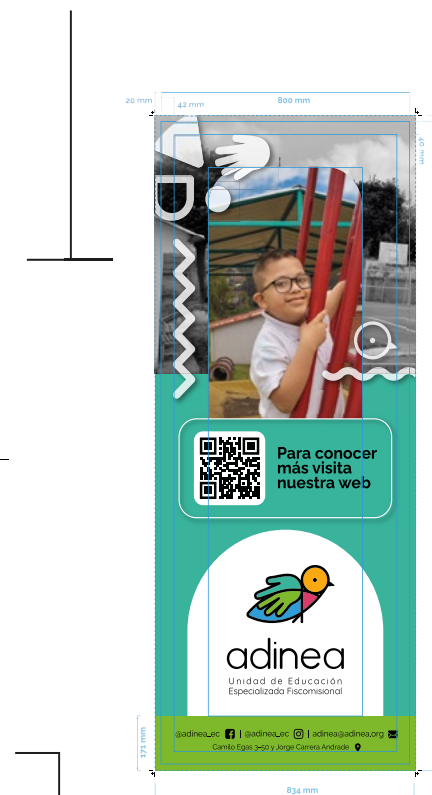
- Dejar una **zona de sangrado** como margen de error el momento del guillotinado.

- Usar **ejes de alineación** entre los elementos.

- Se deberán emplear las **marcas de registro** y de **recorte** para productos de impresión.



Aquí se pueden visualizar los **márgenes** y los **ejes de alineación** para la diagramación de proyectos editoriales de la marca.



Marcas de registro, marcas de recorte, zona de sangrado, tamaño final del impreso y márgenes para el diseño.

# JERARQUÍA EN LA DIAGRAMACIÓN

## JERARQUÍA DE TEXTOS

Para esta marca se implmentarán todos los grosores de la familia **"Raleway"** (imagen 1, 2, 3 y 5). Para **títulos** siempre se deberá usar black o bold en mayúsculas. Para el caso de **subtítulos** se podrá usar en bold o semibold en mayúsculas y/o minúsculas. Y finalmente para los **cuerpos de texto** se usará la tipografía en su versión regular.

## APLICACIÓN DE TEXTURAS

Las texturas se podrán usar como **íconos independientes** (imagen 3, 5 y 6) o como un **patrón conjunto** (imagen 4).

Se la podrá usar a varios colores con fondo blanco o de color blanco con transparencia sobre fondos de color o imágenes.\*Siempre que se usen los colores corporativos.

Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3



Imagen 4



Imagen 5

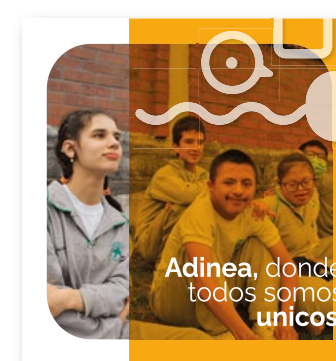


Imagen 6



## TÍTULOS

Subtítulos 01

Subtítulos 02

Cuerpo de texto  
**negrita** cuerpo  
 de texto.

**Jerarquía** de textos,  
**aplicación** de texturas y  
 estilo gráfico de la marca.



# Papelería corporativa







# HOJA MEMBRETADA 1

**Tamaño:** 21 cm x 29,7 cm (A4)

**Impresión:** Impresión a un lado, full color

**Material:** Papel bond de 90 gr



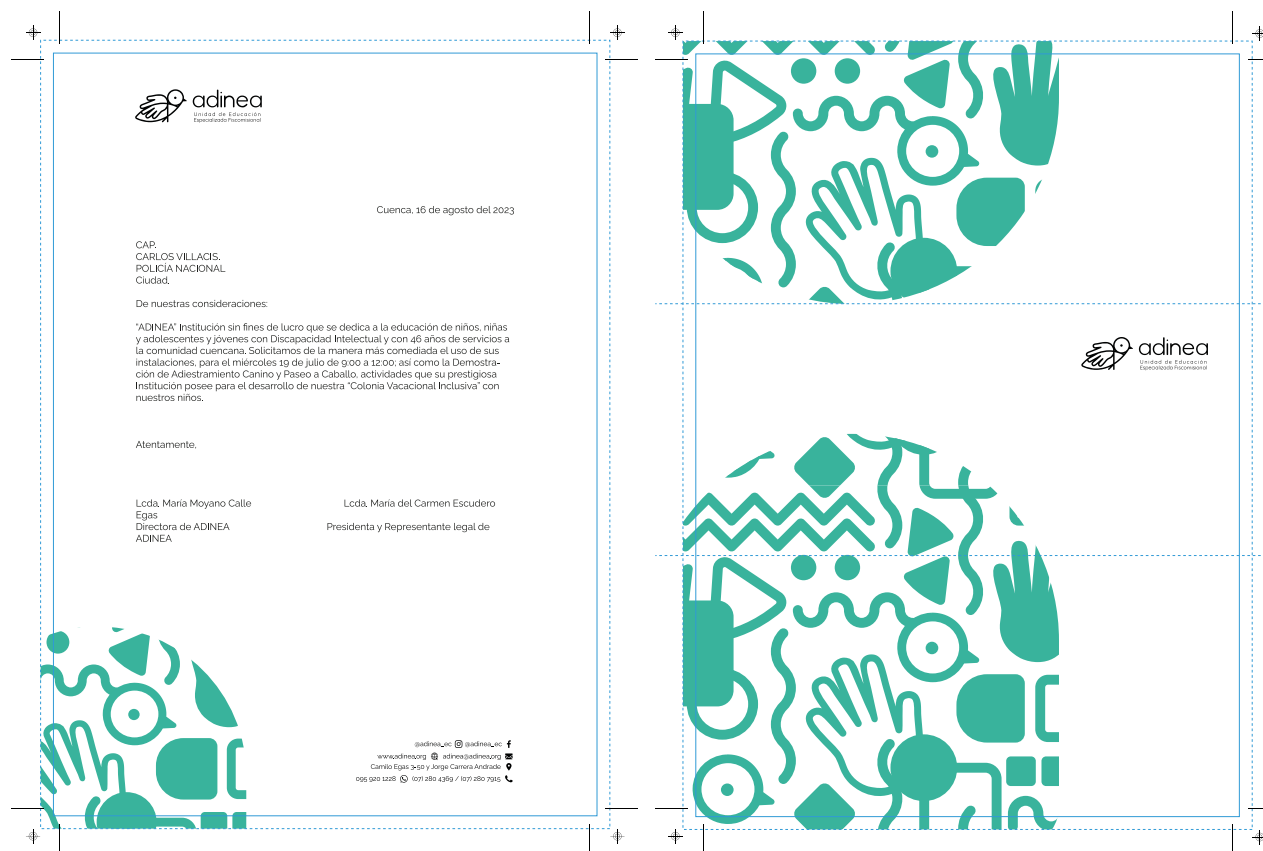
**Escala:** 1:2,5

# HOJA MEMBRETADA 2

**Tamaño:** 21 cm x 29,7 cm (A4)

**Impresión:** Impresión doble lado,  
2 colores

**Material:** Papel bond de 90 gr



Escala: 1:3

## SOBRE

**Tamaño:** 22 cm x 11 cm (cerrado) 38 cm x 24,5 cm (abierto)

**Impresión:** Impresión a un lado, full color

**Material:** Papel bond de 90gr

**Acabados:** Troquel especial, armados y pegados



Escala Troquel: 1:2

# TARJETA PRESENTACIÓN 1

**Tamaño:** 5,5 cm x 8,5 cm

**Impresión:** Impresión a doble lado,  
full color

**Material:** Couche mate de 300 gr

**Acabados:** Laminado mate tiro y  
retiro



Escala: 1:1,2

## TARJETA PRESENTACIÓN 2

**Tamaño:** 5,5 cm x 8,5 cm

**Impresión:** Impresión a doble lado,  
2 colores

**Material:** Couche mate de 300 gr

**Acabados:** Laminado mate tiro y  
retiro



**Escala:** 1:1,2

# FACTURA DIGITAL

Tamaño: 21cm x 29,7cm (A4)



Escala: 1:2,5



# Mockups









Para conocer más visita nuestra web

El espacio para tus peques

 **adinea**  
Unidad de Educación Especializada Fiscomisional

@adinea\_ec | @adinea\_ec  
www.adinea.org | adinea@adinea.org  
Camilo Egas 3-50 y Jorge Carrera Andrade  
095 920 1228 | (07) 280 4389 / (07) 280 7915

## QUIÉNES SOMOS ?

ADINEA (Asociación para el Desarrollo Integral del Niño Excepcional del Azuay) es una organización sin fines de lucro que desde el año 1976 realiza trabajos de **obra social**. Surgió de la fusión de dos instituciones, "Mundo Nuevo" y "Horizontes", que tenían objetivos y áreas de ayuda social similares para crear una sola organización más fuerte.

Uno de los ejes de trabajo más importantes de **ADINEA** es la unidad educativa para niños con discapacidad intelectual, la cual trabaja con niños desde los **0 años** de edad hasta niños pertenecientes a **décimo de básica**. Esta institución busca crear **individuos independientes** que sean capaces de valerse por sí mismos en la vida, mediante una **educación de calidad y calidez**, logrando superar sus dificultades día a día.

## SERVICIOS



Otorga educación de calidad a niños con discapacidad intelectual en diferentes áreas:

- Estimulación temprana
- Educación inicial y primaria
- Educación secundaria y Bachillerato

El método de enseñanza de esta institución es el constructivismo, el cual se basa en que los niños son quienes aprenden haciendo, ellos construyen su conocimiento y se vuelven independientes.





