

eccasocial

Brandbook

SOCIAL

1. Estrategia de marca

Logotipo:

- Versión horizontal4
- Versión vertical5
- Variantes.....6

Colores corporativos:

- Gama cromática principal7
- Gama cromática secundaria8
- Modos de color y su uso.....10

Tipografías corporativas:

- Tomato Grotesk11
- Montserrat.....12

Área de protección:

- Versión horizontal13
- Versión vertical14
- Versión horizontal + claim15
- Versión vertical + claim16

Escala de reducción:

- Escala mínima17

Versiones cromáticas:

- 2 tintas: positivo.....18
- 2 tintas: negativo.....19
- RGB / CMYK.....20

Usos incorrectos:

- Puntos importantes a evitar.....21
- Variaciones cromáticas de fondos22

2. Sistema de marca

Estilo visual:

- Fotografía / Comunicación.....24
- Fotografía / Proyectos25
- Composición base.....26

Sistema gráfico

- Territorios de comunicación / Sectores27
- Sectores / Aplicaciones29

Look & Feel:

- Aplicaciones / Carteles30
- Aplicaciones / Revistas31
- Aplicaciones / Exterior32
- Aplicaciones / Tarjetas.....33
- Aplicaciones / Web34
- Aplicaciones / RRSS37
- Aplicaciones / Firma mail40
- Aplicaciones / Señalética41
- Aplicaciones / Camiseta42

Estrategia de marca

Logotipo

Versión horizontal

Logotipos

Colores corporativos

Tipografías corporativas

Área de protección

Escala de reducción

Versiones cromáticas

Usos incorrectos



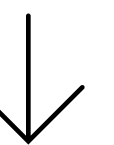
El elemento fundamental de la imagen de marca es la identidad corporativa, un vehículo de comunicación funcional y transmisor de la identidad.

Su función es: distinguir, diferenciar, hacer reconocer y hacer reconocible a **ecca.social**, de ahí que deberán de respetarse todas y cada una de las normas de este manual, con el fin de lograr un uso homogéneo y correcto de la Marca.

ECCA Social se construye dentro de una estructura global de arquitectura de marca mayor, **ECCA**, a la que pertenece y de la que comparte esencia de origen, pero con carácter y sistema de valor propio.

ecca.edu **ecca social**

ecca social



Versión vertical

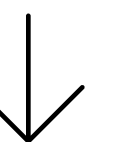
Logotipos

- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

ESTRATEGIA DE MARCA

Ambas versiones tienen el mismo valor, usándose una frente a la otra preferentemente en función del espacio o formato del soporte o por composición en convivencia con otros logotipos.

eccasocial



Variantes

Logotipos

- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

La marca de **ecca.social** se compone también únicamente por un logotipo, que bien puede estar solo o sobre una caja de color en negativo según convenga por motivos de legibilidad.

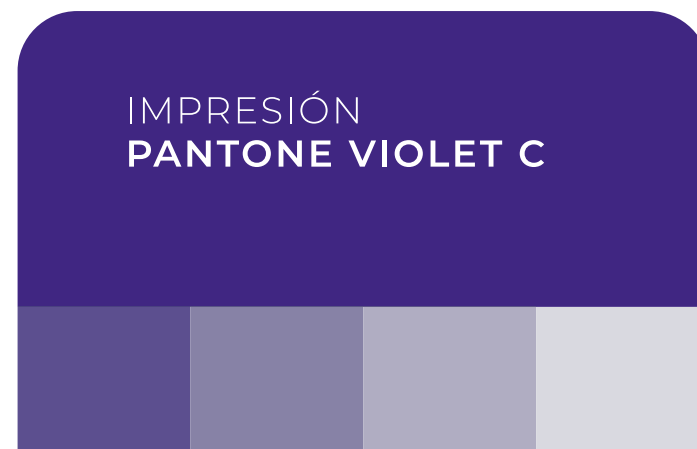
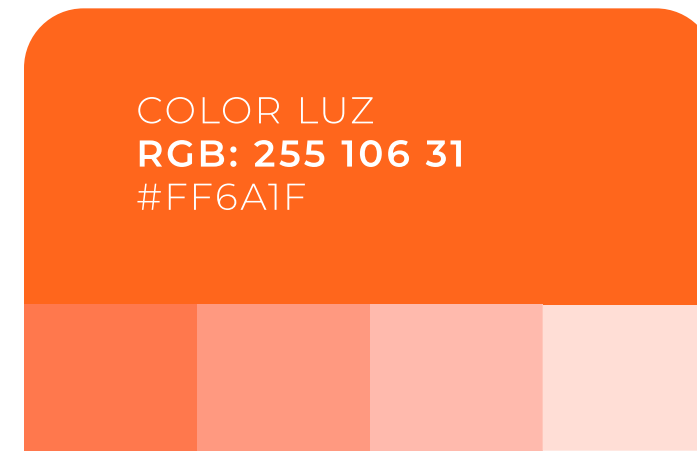


Gama cromática principal

- Logotipos
- Colores corporativos**
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

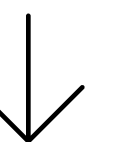
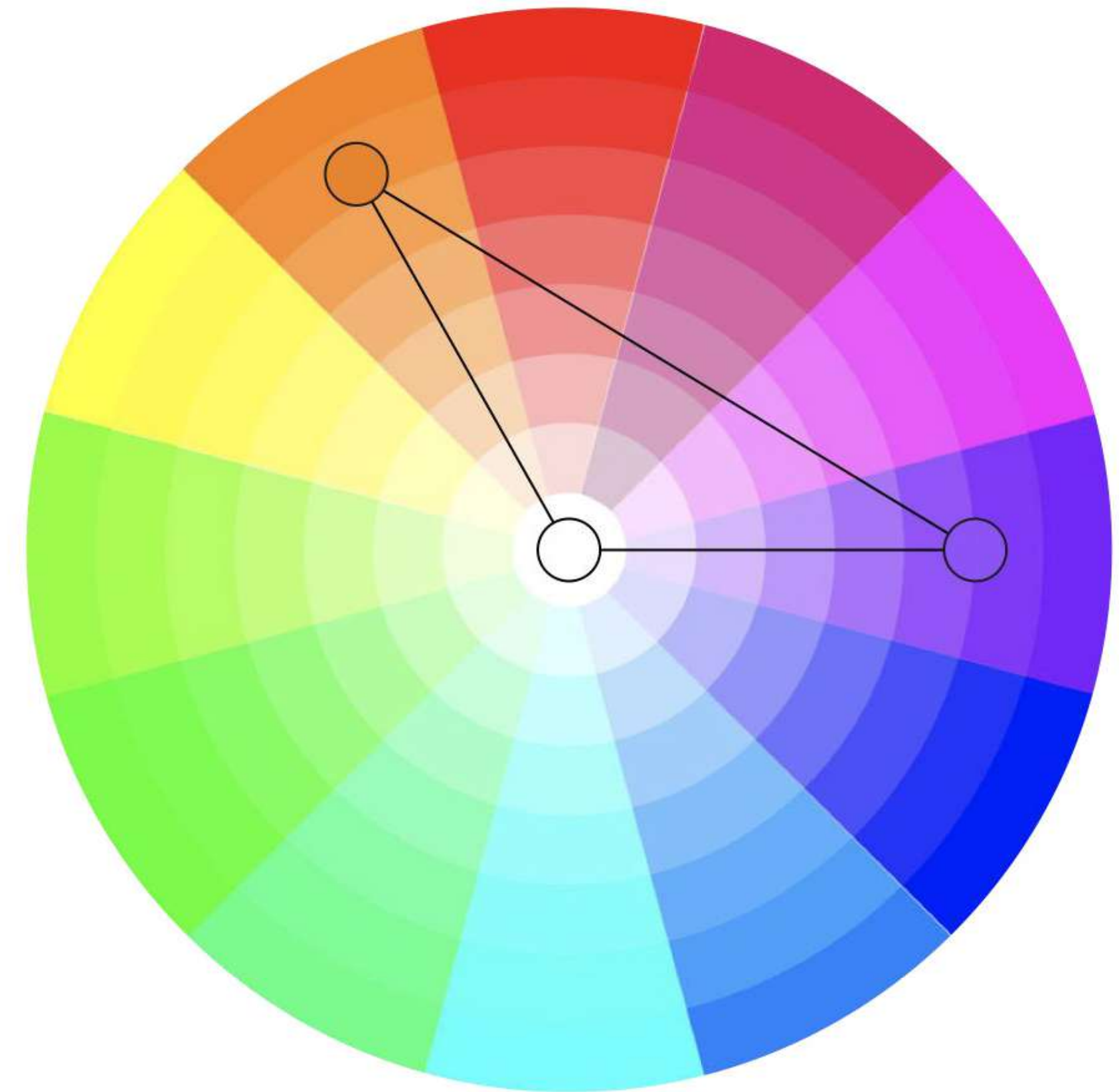
ESTRATEGIA DE MARCA

La gama cromática recogida en el presente manual de identidad está compuesta por dos colores principales en **valores RGB**. Hoy en día el mayor territorio y desarrollo de las marcas es digital. De igual manera, para la realidad física de impresión también tiene sus Pantones correspondientes: (**PANTONE Violet C y PANTONE 165 C**)



Recordar siempre mantener en lo posible el valor de estos tonos en entorno digital e impreso y no hacer bajo ningún concepto:

1. Fusionar colores de la paleta.
2. Alterar el brillo, tono y saturación de los colores.
3. Cambiar las opacidades aprobadas.
4. Añadir o alterar sombras, fuera de las establecidas.



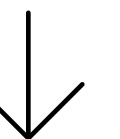
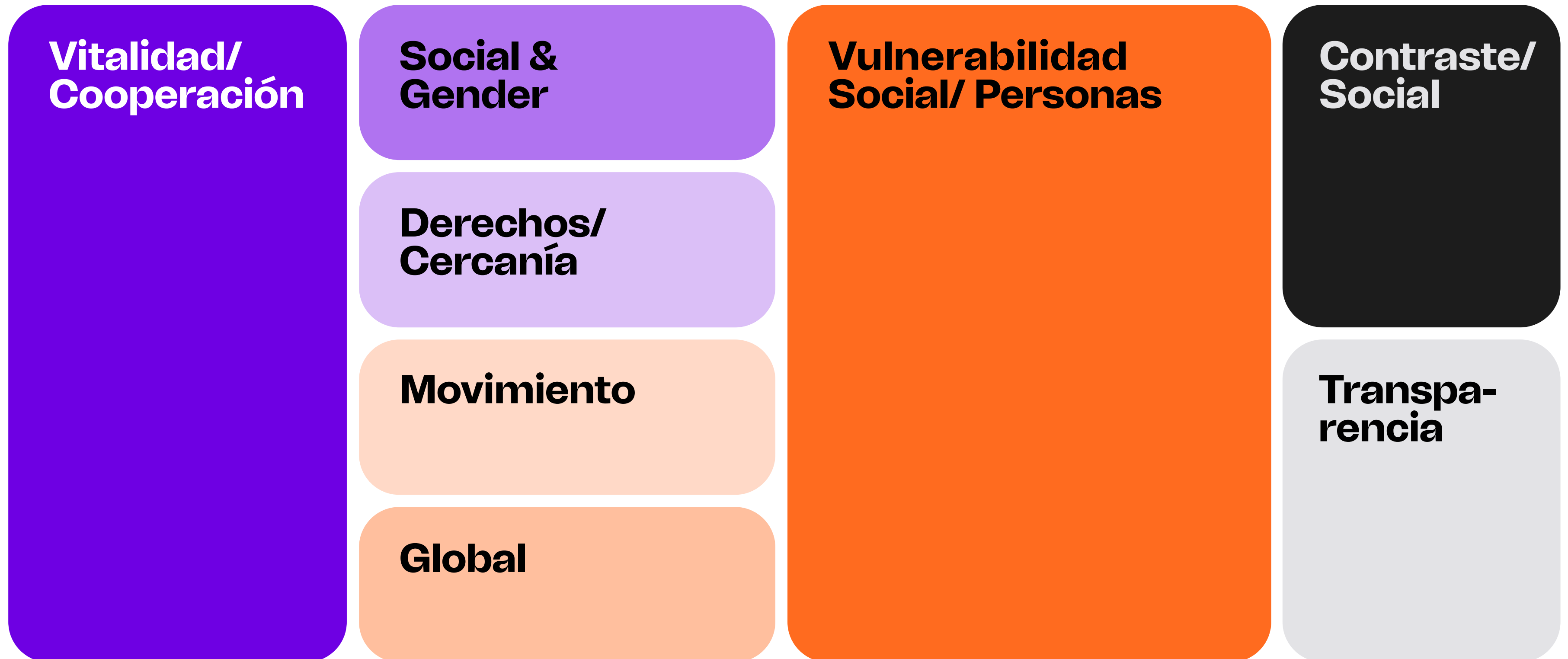
Colores corporativos

Gama cromática secundaria

- Logotipos
- Colores corporativos**
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

ESTRATEGIA DE MARCA

La marca también dispone de versiones cromáticas complementarias, y que junto con la gama principal, establecen todo un universo de valores y conceptos que representan y definen a la marca.



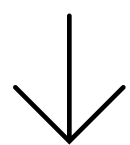
Colores corporativos

Gama cromática secundaria

- Logotipos
- Colores corporativos**
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

Sectores o ejes comunicativos principales de la marca, representados por colores y valores cromáticos.

Sector 01	Derechos de la mujer
Sector 02	Migraciones y ciudadanía global
Sector 03	Vulnerabilidad social
Sector 04	Cooperación internacional



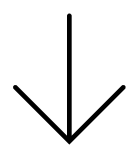
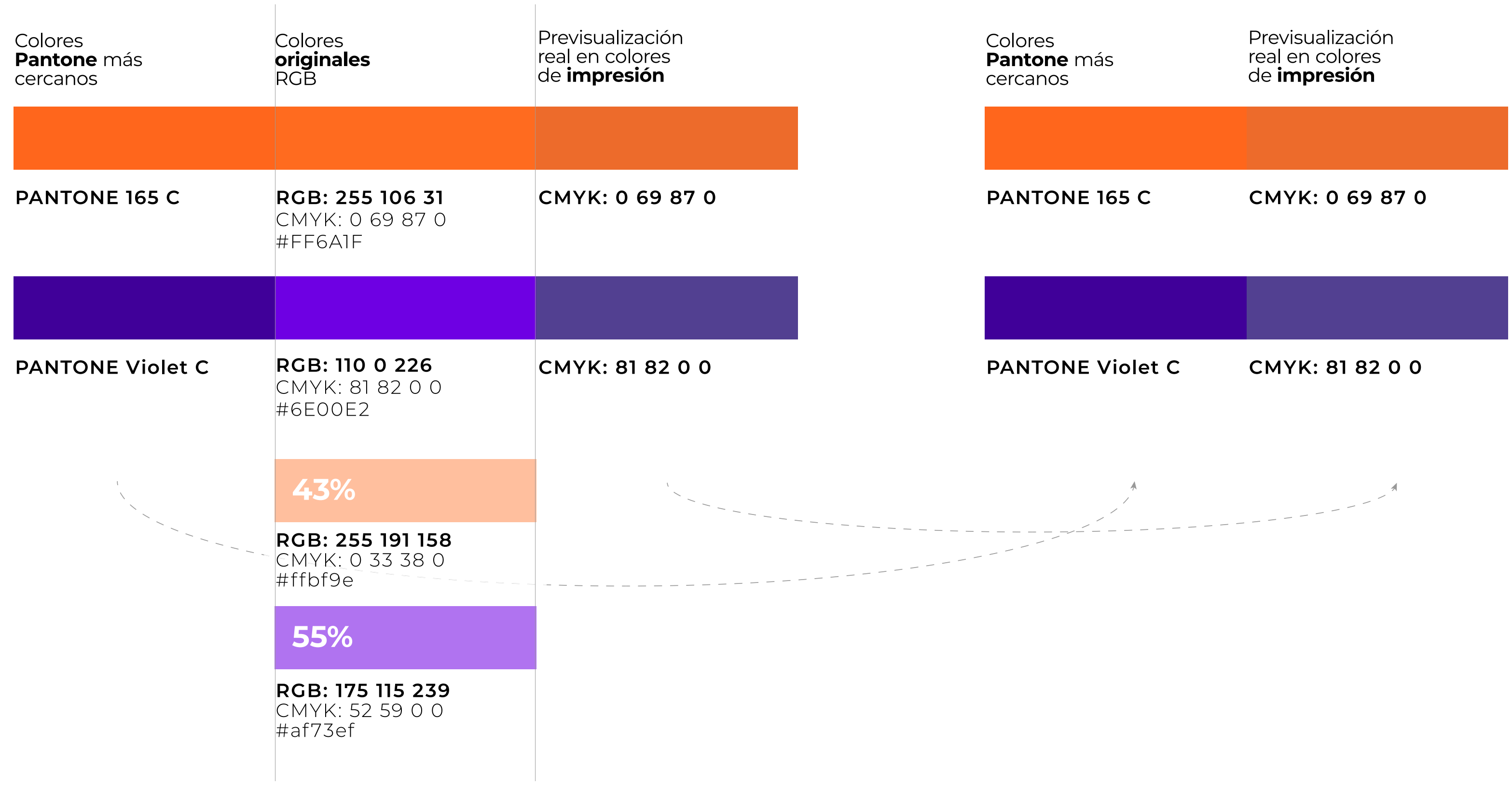
Colores corporativos

Modos de color y su uso

- Logotipos
- Colores corporativos**
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

ESTRATEGIA DE MARCA

A pesar de que la marca dispone de versiones Pantones y CMYK para soportes impresos, debemos tener en cuenta que su uso estará representado en su mayoría en tonos RGB, colores más vivos y vibrantes. A continuación se muestra un esquema aproximado de como se visualizan los colores en función del medio:



Tomato Grotesk

- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas**
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

ESTRATEGIA DE MARCA

Tomato Grotesk es una moderna y amplia familia de formas geométricas sencillas y contraste acentuado que le confieren una fuerte personalidad de pantalla. El alto contraste, el espaciado reducido y las trampas de tinta la hacen perfecta para su uso en impresión y en pantallas de pequeño tamaño.

Cuando se utiliza en grandes dimensiones, estas características la convierten en un tipo de letra extremadamente alegre y versátil para una amplia gama de usos diferentes.

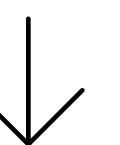
Latin Family
Thin
Light
Bold
Black

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam.

Aa

Abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
123456789 ¿!*



Montserrat

- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas**
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

ESTRATEGIA DE MARCA

Montserrat es un tipo de letra geométrica sin remates diseñado por Julieta Ulanovsky, inspirado en los carteles y la señalización de su histórico barrio bonaerense del mismo nombre. Su espíritu se asemeja bastante al de Gotham y Proxima Nova, pero tiene su propia apariencia, más informal, menos extendida y más idiosincrásica.

Es la tipografía en la que se compone este párrafo y el cuerpo de texto de todo este manual.

- Latin Family
- Thin
 - Light
 - Regular
 - Book
 - Semibold
 - Bold
 - Extrabold

Aa

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam.

Abcdefghijklmn
 ñopqrstuvwxyz
 123456789 ¿!*



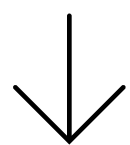
Área de protección

Versión horizontal

- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección**
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

Todo ente necesita de un espacio alrededor para ser y para comunicar en las mejores condiciones posibles. Si este espacio es invadido corremos el riesgo de perder visibilidad y presencia.

En este caso, y para facilitar esta práctica, tomamos 1,5 valor de 'x', siendo esta unidad el ancho de la letra 'e' de **eccca**.



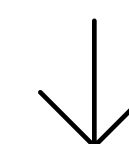
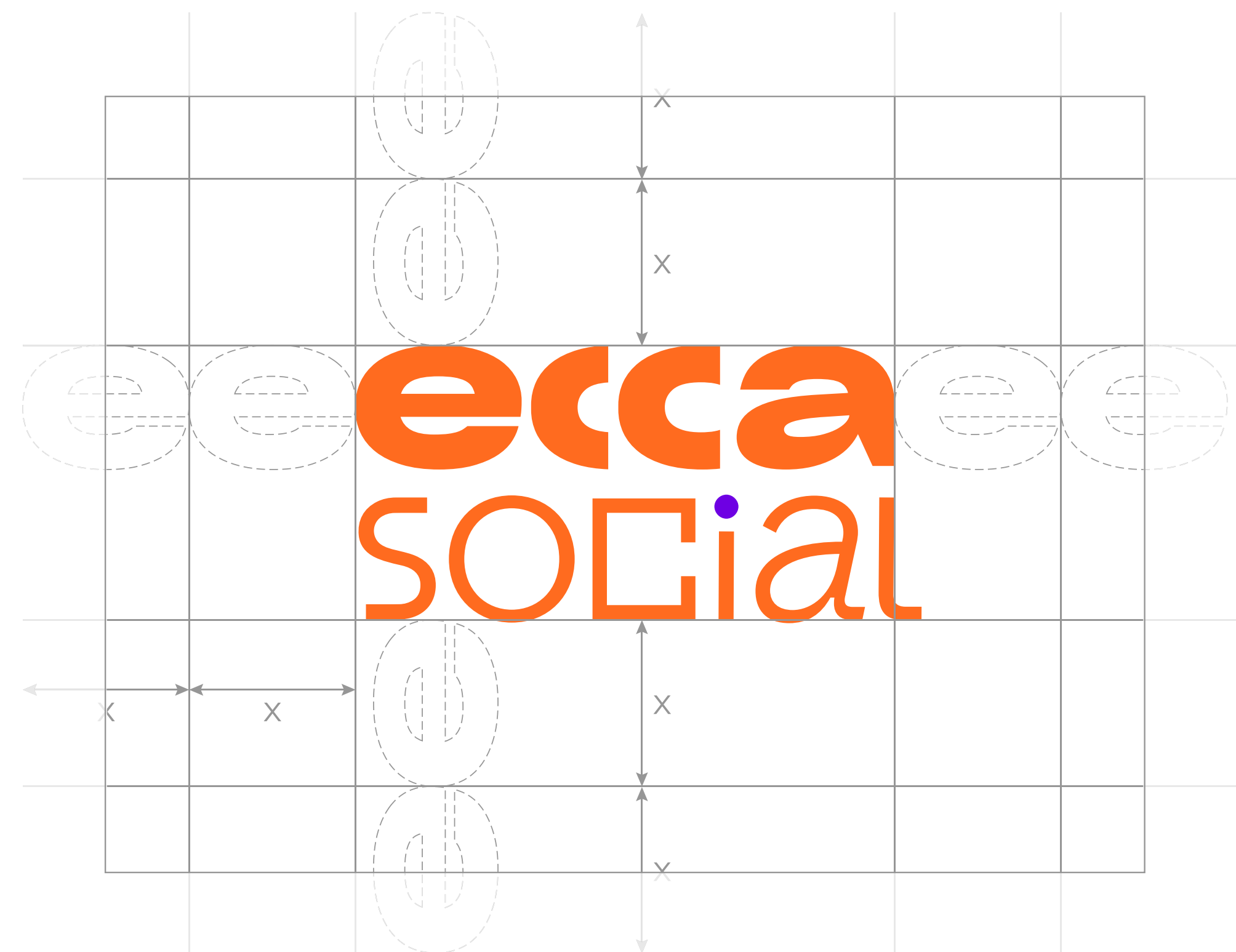
Versión vertical

- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección**
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

La marca **ecca.social** ha de ofrecer una visión predominante en cualquier tipo de reproducción.

También aquí, con el fin de evitar que cualquier otra imagen pueda invadir el campo visual de la marca corporativa, se establece un espacio de seguridad envolvente en el que no pueden situarse textos, dibujos, fotografías u otros logotipos y marcas que generen ruido o distorsionen la presencia de la misma.

De nuevo, la medida "x", definida por el ancho de las letra "e", será el patrón en proporción de 1,5 veces, que debe respetarse en la convivencia con otras marcas y uso de otros elementos en general.



Área de protección

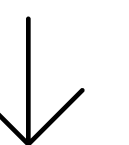
Versión horizontal + claim

- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección**
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

Acompañamos personas, construimos futuro. El mismo sistema se adapta para integrar un descriptivo inspirador y que define y apunta las directrices de la marca.

eccaSOCIAL

Acompañamos personas,
construimos futuro.



Versión vertical

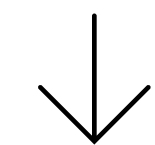
- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección**
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

Acompañamos personas, construimos futuro. Funciona también en la versión vertical. Se usará en aquellas campañas o productos, donde interese justificar las líneas de acción de la marca, siempre que el soporte y el sistema de reproducción lo permita así como su perfecta legibilidad.



Acompañamos personas,
construimos futuro.

ESTRATEGIA DE MARCA



Escala mínima

- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción**
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

Es aconsejable, para una óptima visualización y legibilidad del símbolo y de la imagen en su conjunto, que éste no se reproduzca a un tamaño inferior a 30 mm de ancho. Igualmente, se recomienda que el tamaño mínimo sólo se reproduzca (siempre que sea posible) con sistemas de impresión gráfica de alta calidad y con tintas planas.

ESTRATEGIA DE MARCA

Tamaño visible adecuado en cartelería, por ejemplo.

100 x 12 mm

Tamaños habituales de reproducción según soporte y convivencia con otros logos.

60 x 7,2 mm

40 x 4,8 mm

Reducción mínima sólo si el soporte lo requiere y la técnica soporta una buena legibilidad.

30 x 3,5 mm



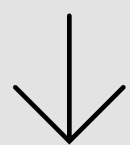
Versiones cromáticas

2 tintas | Positivo

- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas**
- Usos incorrectos

Consideraciones generales:

Se recomienda el uso preferente de la marca **ecca social** sobre fondo blanco o bien, sobre mancha de color y/o fondos planos corporativos. Se admite el uso tanto de la marca en positivo color para fondo blanco, y también positivo negro, sobre blanco o preferiblemente sobre fondo de color corporativo plano. En ambos casos, el punto de la 'i', se mantiene de color vileta corporativo, siempre que el sistema de reproducción lo permita.



2 tintas | Negativo

- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas**
- Usos incorrectos

Consideraciones generales:

En negativo se recomienda el uso preferente de la marca **ecca social** sobre fondo plano complementario corporativo.

La característica diferenciadora es que el punto de la ‘i’ se mantendrá de color violeta, salvo cuando va sobre este mismo color de fondo, que se invertirá a naranja, siempre que el sistema de reproducción lo permita.



Versiones cromáticas

RGB / CMYK

- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas**
- Usos incorrectos

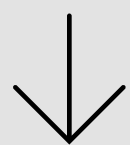
Al ser una marca eminentemente digital, los colores luz originarios podrán sufrir una mayor o menor variación de tono, dependiendo del sistema de impresión digital u offset. Es un proceso normal y natural que se puede evitar aplicando en sustitución el uso de tintas planas PANTONES anteriormente descritos, si el sistema y presupuesto lo permite.

ESTRATEGIA DE MARCA

Previsualización RGB



Previsualización CMYK



Puntos importantes a evitar

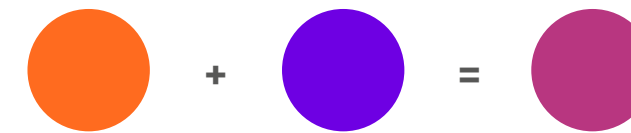
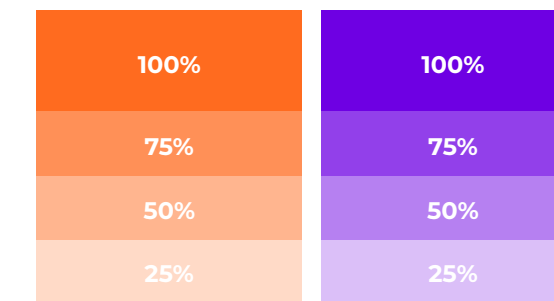
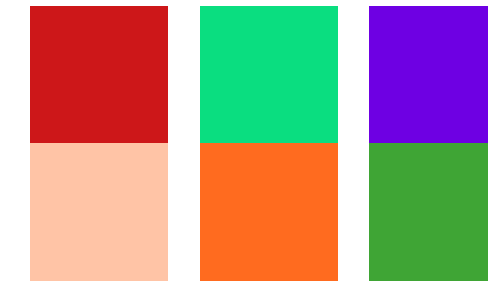
- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos**

ESTRATEGIA DE MARCA

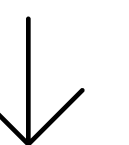
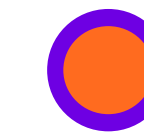
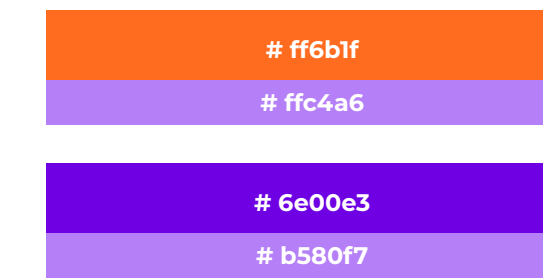
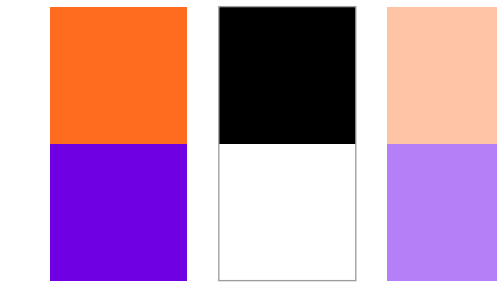
 **Uso incorrecto**

- **Combinaciones poco comunes** que no ofrezcan armonía, ni balance y un mal contraste de color.
- **Modificar las opacidades** de los colores ofrecidos en nuestra paleta.
- **Unificar colores** de nuestra paleta
- **Crear gradientes** combinando diferentes colores de la gama.
- **Alterar el brillo** o saturación de los colores que conforman nuestra paleta.

 **No hagas esto...**



 **¡Haz esto!**



Variaciones cromáticas de fondos

- Logotipos
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Área de protección
- Escala de reducción
- Versiones cromáticas
- Usos incorrectos

ESTRATEGIA DE MARCA

Se deben evitar las combinaciones de color que impidan una percepción nítida y un contraste adecuado del logotipo para su perfecta legibilidad.

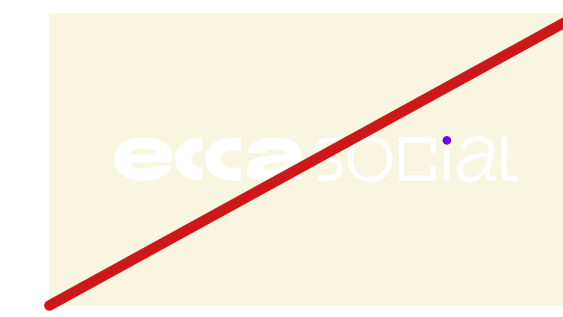
La observación estricta de estos usos permitirá una percepción más clara e identificatoria del símbolo.



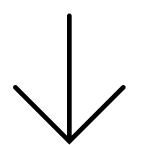
Ejemplos de versiones **NO ACEPTADAS** sobre fondos blancos y/o colores corporativos, ni tampoco establecer otros colores sobre la marca no identificados como parte de la identidad.



Ejemplos de versiones **NO ACEPTADAS** sobre fondos claros.



Ejemplos de versiones **NO ACEPTADAS** sobre fondos oscuros.



ecca social

**Sistema
de marca**

Fotografía / Comunicación

Estilo visual

Sistema gráfico

Look & Feel

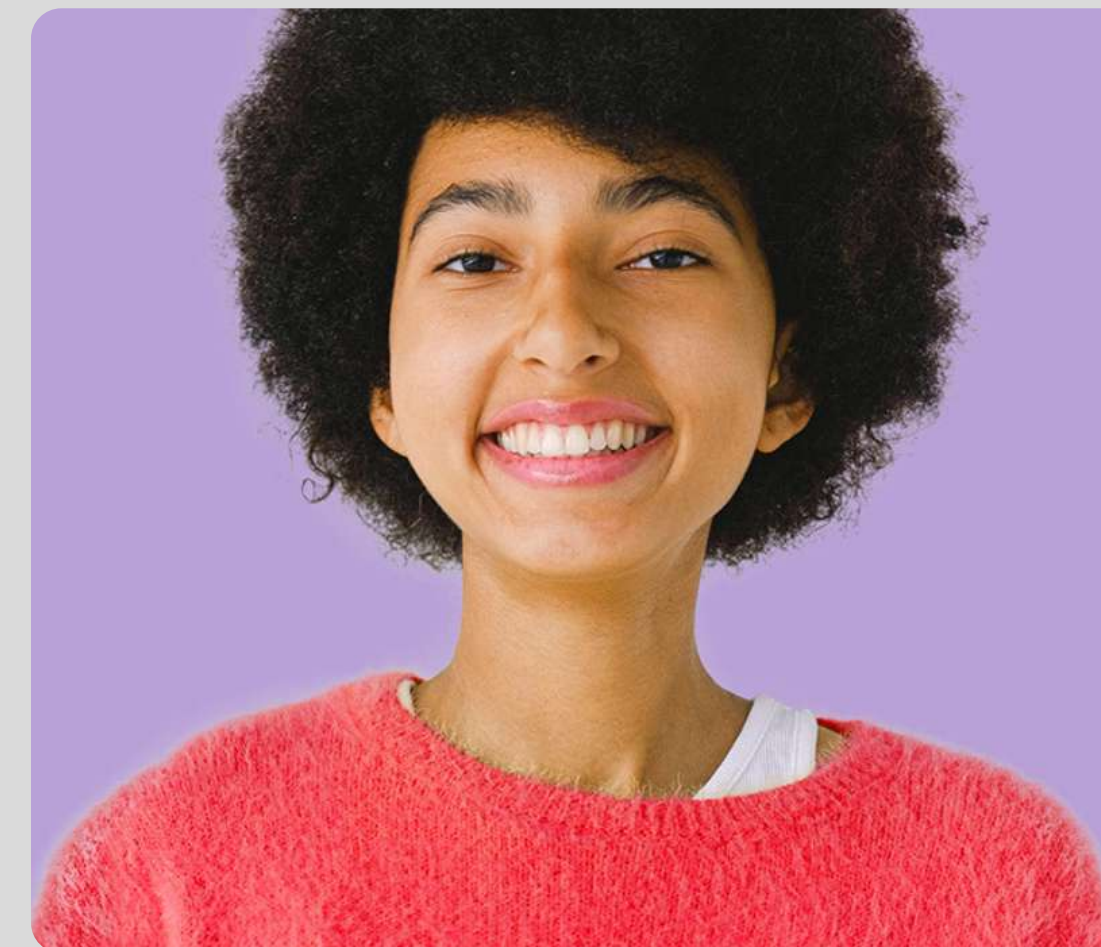
SISTEMA DE MARCA

Para una mayor diferenciación entre las marcas pertenecientes a la arquitectura de **ECCA** proponemos para esta marca la utilización de fotografías centradas en personas, que nos desmarcará de la dirección de arte de **ecca.edu** donde sí podremos utilizar ilustración como elemento comunicativo.

Las fotografías deberán seguir una línea basada en los conceptos de **cercanía, positividad, diversidad e inclusión.**

Por otro lado, las fotografías siempre deberán cumplir los siguientes puntos:

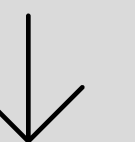
- Buena iluminación y contraste entre la fotografía y los colores aplicados.
- Cercanía e integración entre la fotografía, el fondo y los colores, así como el uso de fondos planos.
- A ser posible, que la fotografía utilizada ofrezca una tonalidad similar a los colores de la marca.



Fotografía / Proyectos

Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel

SISTEMA DE MARCA



Estilo visual

Composición base

Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel



En general buscamos el uso de fondos planos corporativos, sin alterar ni añadir texturas, para componer de una manera limpia y ordenada la información, el logotipo y la fotografía a utilizar.

Igualmente, los elementos y uso del color y fondos planos se aplicará de forma similar en entorno digital.

SISTEMA DE MARCA

ecca social

Trabajamos en el fomento de una cultura de paz y de convivencia intercultural, entre las diferentes culturas, etnias y religiones presentes en el entorno de nuestra actuación.

DESARROLLO SOCIAL Y EDUCATIVO

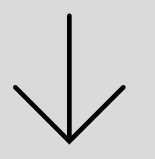
→ Comunidad y desarrollo

ecca social

ecca social

Realización y gestión de programas de cooperación internacional

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur



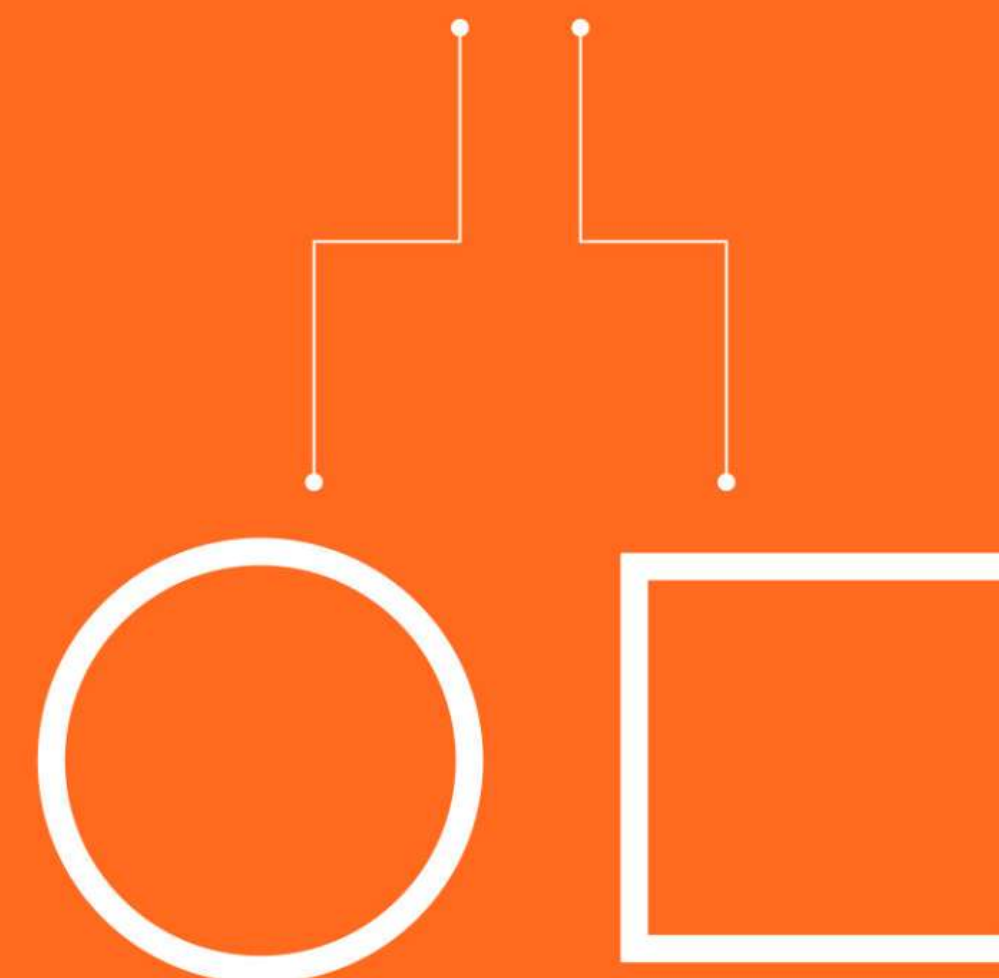
Territorios de comunicación / Sectores

Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel

SISTEMA DE MARCA

A partir de las dos formas básicas presentes en el logotipo creamos un sistema gráfico aplicable a los **cuatro sectores o territorios de comunicación** que engloban todo el ámbito de actuación de **ECCA Social**.

eccaSOCIAL



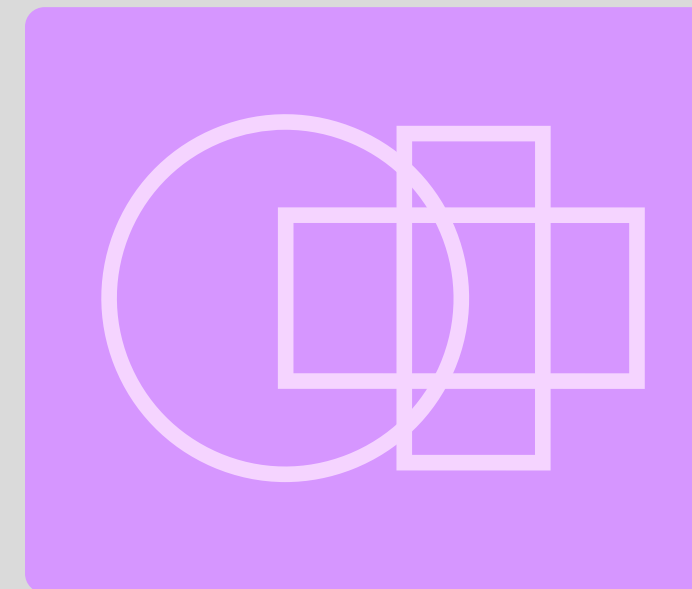
Territorios de comunicación / Sectores

Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel

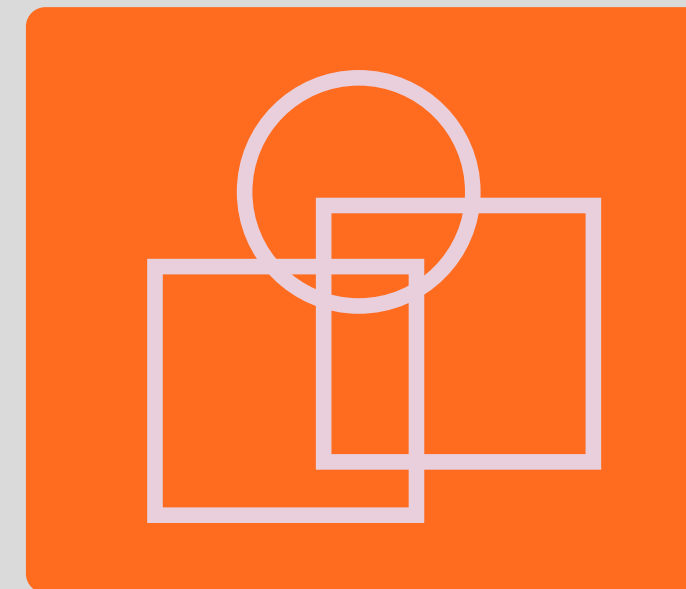
Cada uno de los sectores estará identificado por un color de los que componen la paleta cromática y una forma geométrica relacionada con las presentes en el logotipo.

SISTEMA DE MARCA

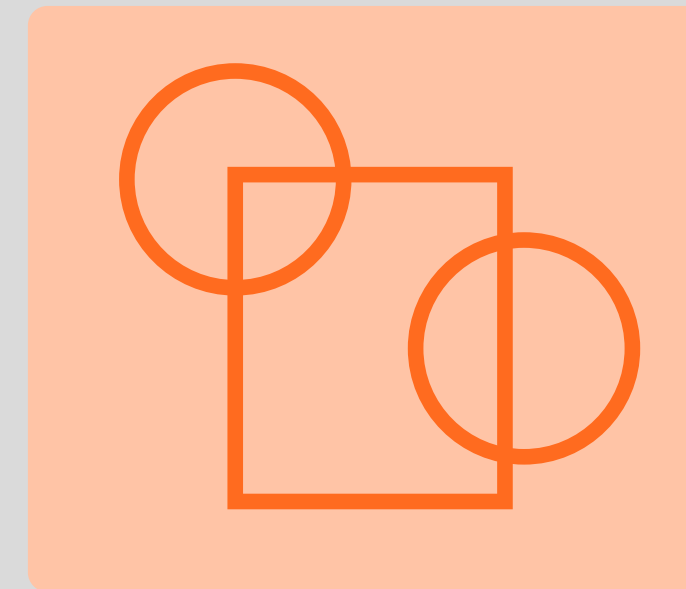
Derechos de las mujeres



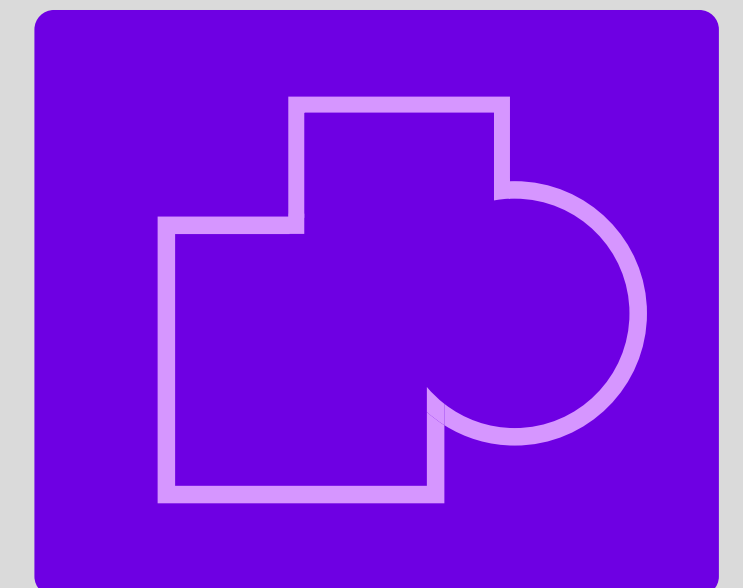
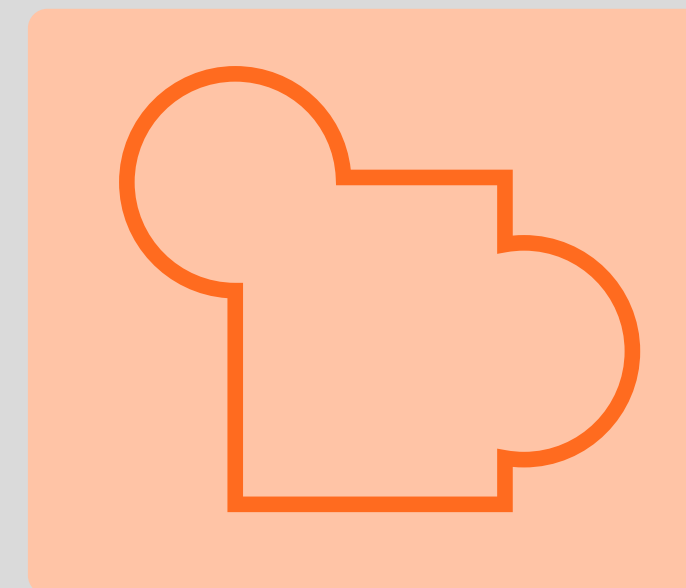
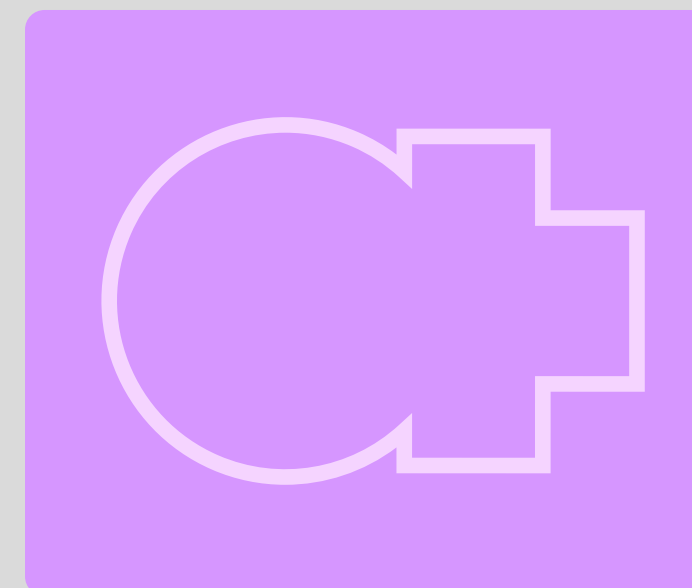
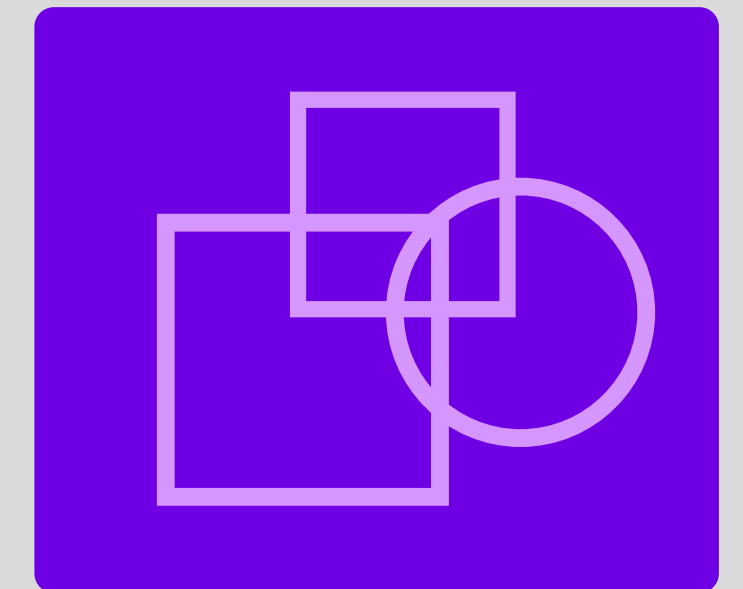
Vulnerabilidad social



Migraciones y ciudadanía global



Cooperación Internacional



Sectores / Aplicaciones

Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel

SISTEMA DE MARCA

Sector 1

Conocer más

Derechos de las mujeres



PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE
LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS

ecca social

Sector 2

Conocer más

Vulnerabilidad social



PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE
LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS

ecca social

Sector 3

Conocer más

Migraciones y ciudadanía global



PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE
LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS

ecca social

Sector 4

Conocer más

Cooperación Internacional



PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE
LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS

ecca social



Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel

SISTEMA DE MARCA

Apostamos por una sociedad mejor

CONTRIBUIMOS A LA CONSTRUCCIÓN DE SOCIEDADES MÁS JUSTAS, EQUITATIVAS, IGUALITARIAS, INTERCULTURALES, DIVERSAS Y SOSTENIBLES.



Nuestros objetivos



ecca social

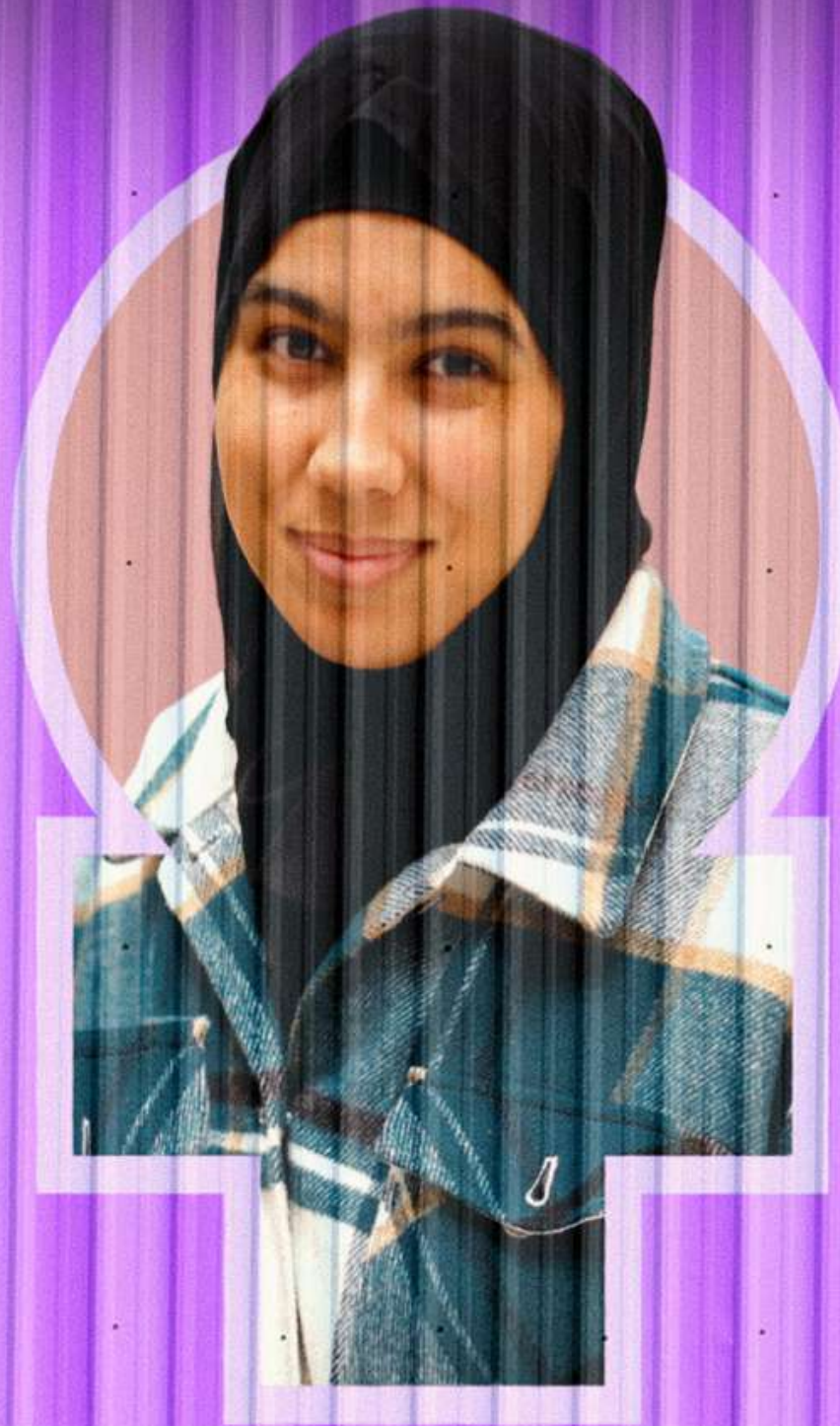
Desarrollo social y educativo



Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel

SISTEMA DE MARCA





Desarrollo social y educativo

Trabajamos en el fomento de una cultura de paz y de convivencia intercultural, entre las diferentes culturas, etnias y religiones presentes en el entorno de nuestra actuación.



ecca social

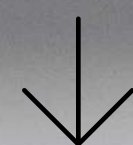


Un compromiso donde entramos todos

Aplicaciones / Tarjetas

- Estilo visual
- Sistema gráfico
- Look & Feel

SISTEMA DE MARCA



Aplicaciones / Web

Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel

SISTEMA DE MARCA

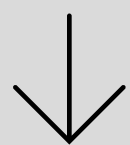


Aplicaciones / Web

- Estilo visual
- Sistema gráfico
- Look & Feel

SISTEMA DE MARCA

The mockup displays the eccaSOCIAL logo in orange and purple. Below the logo is a paragraph of placeholder text: "Sadipscimg elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est." Below the text are two buttons: a white one with a purple border labeled "Lorem Ipsum" and a solid purple one labeled "Lorem Ipsum". On the right side of the mockup, there are three portrait photos: a person in a red sweater, a woman with glasses in a red checkered shirt, and a man with glasses in a black turtleneck. A purple hamburger menu icon is in the top right corner of the mockup.



Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel

SISTEMA DE MARCA

The mockup displays the eccasocial website layout. At the top left is the eccasocial logo. The top right features a navigation menu with five 'Lorem Ipsum' items. The main content area consists of three cards: a purple card with a photo of people at a table, a blue card with a photo of people on a floor, and an orange card with a photo of a group of children. Each card includes a date '29/06/223', a title, and a short paragraph of text. Below the cards is a dark orange footer containing logos for 'jesuitas social', 'ecma Accessibility Level 1', and two 'LRQA CERTIFIED' logos. The bottom-most section is a dark blue footer with the eccasocial logo, copyright information, a link to terms and conditions, and social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, and WhatsApp.



Aplicaciones / RRSS

Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel

SISTEMA DE MARCA



Campaña de voluntariado
Ven a formar parte de la mayor experiencia para crecer en valores, por tu propio desarrollo personal.

Más información 

ecca social

ecca social

Trabajamos en el fomento de una cultura de paz y de convivencia intercultural entre las diferentes sociedades, etnias y religiones presentes en el entorno de nuestra actuación.

DESARROLLO SOCIAL Y EDUCATIVO


Migraciones y ciudadanía global



PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS

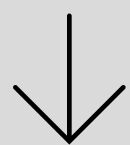
ecca social

Vulnerabilidad social



PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS

ecca social



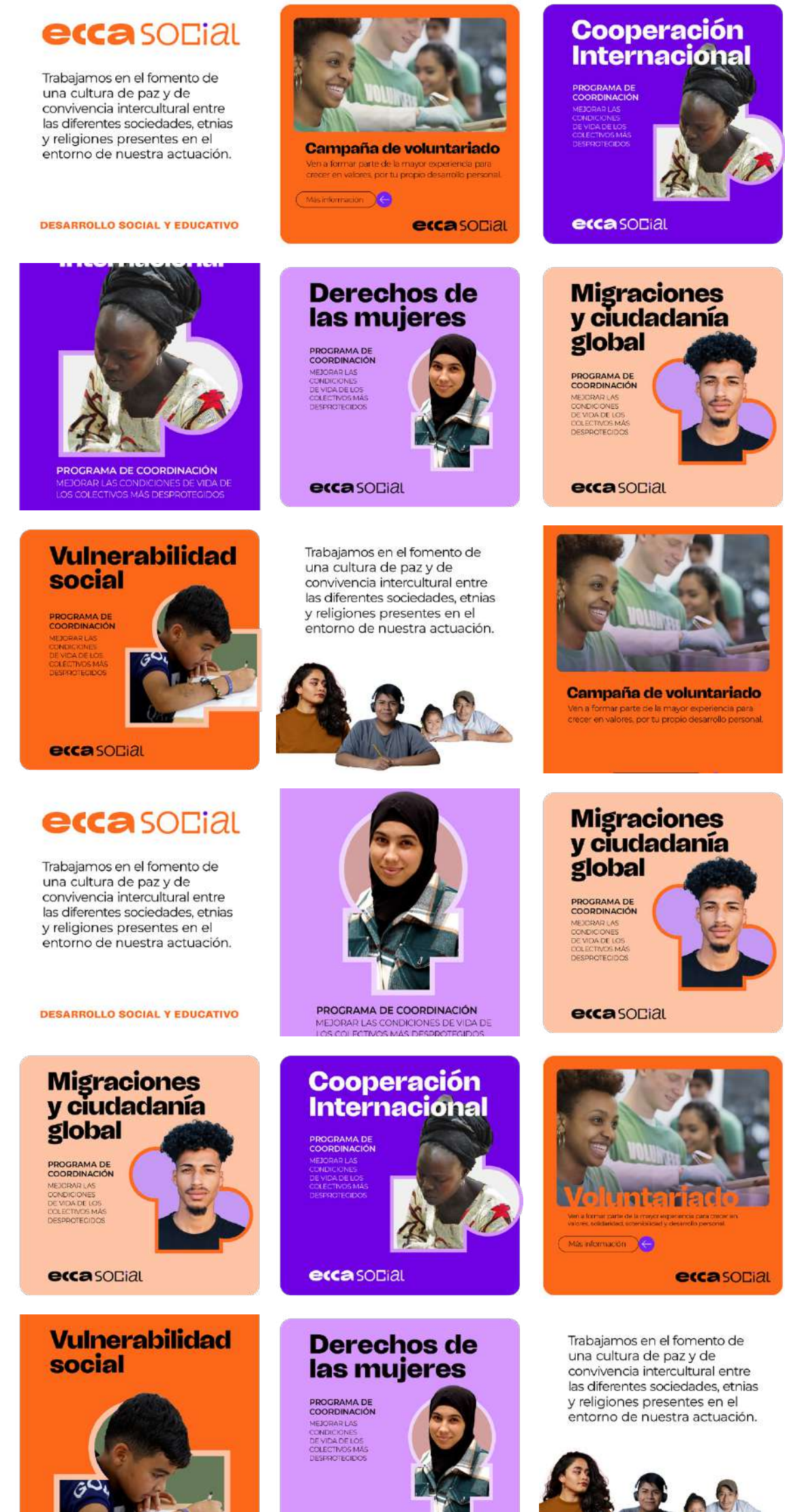
Look & Feel

Aplicaciones / RRSS

Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel

SISTEMA DE MARCA

Frases	Eje 2	Eje 4
Eje 4	Eje 1	Eje 2
Eje 2	Frases	Eje 2
Frases	Eje 1	Eje 2
Eje 2	Eje 4	Eje 2
Eje 2	Eje 1	Frases



Aplicaciones / RRSS / Sectores

Estilo visual
Sistema gráfico
Look & Feel

SISTEMA DE MARCA

Derechos de las mujeres



PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS

ecca social

Vulnerabilidad social



PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS

ecca social

Migraciones y ciudadanía global



PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS

ecca social

Cooperación Internacional



PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS

ecca social

Derechos de las mujeres

PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS



ecca social

Vulnerabilidad social

PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS



ecca social

Migraciones y ciudadanía global

PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS



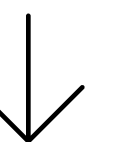
ecca social

Cooperación Internacional

PROGRAMA DE COORDINACIÓN
MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS COLECTIVOS MÁS DESPROTEGIDOS



ecca social



- Estilo visual
- Sistema gráfico
- Look & Feel

SISTEMA DE MARCA

ecca social

Nombre Apellido Apellido

Cargo ecca social

Tel.: +34 928 123 456; Ext: 123

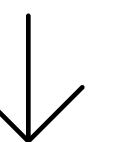
Teléfono móvil : 612 345 678



Aviso legal:

Protección de datos. - FUNDACIÓN ECCA SOCIAL le informa que su dirección de correo electrónico, así como el resto de sus datos personales serán usados para nuestra relación y poder prestarle nuestros servicios. Dichos datos son necesarios para poder relacionarnos con usted, lo que nos permite el uso de su información dentro de la legalidad. Asimismo, podrán tener conocimiento de su información aquellas entidades que necesiten tener acceso a la misma para que podamos prestarle nuestros servicios. Conservaremos sus datos durante nuestra relación y mientras nos obliguen las leyes aplicables. En cualquier momento puede dirigirse a nosotros para saber qué información tenemos sobre usted, rectificarla si fuese incorrecta y eliminarla una vez finalizada nuestra relación. También tiene derecho a solicitar el traspaso de su información a otra entidad (portabilidad). Para solicitar alguno de estos derechos, deberá realizar una solicitud escrita a nuestra dirección, junto con una fotocopia de su DNI: FUNDACIÓN ECCA SOCIAL, con dirección en C/ DOCTOR CHIL, Nº15, CP 35001, LAS PALMAS DE GRAN CANARIA (Las Palmas). Dirección de contacto con nuestro Delegado de Protección de Datos: dpo.social@eccasonline.org En caso de que entienda que sus derechos han sido desatendidos, puede formular una reclamación en la Agencia Española de Protección de Datos (www.agpd.es).

Confidencialidad. - El contenido de esta comunicación, así como el de toda la documentación anexa, es confidencial y va dirigida al destinatario del mismo. En el supuesto de que usted no fuera el destinatario, le solicitamos que nos lo indique y no comunique su contenido a terceros, procediendo a su destrucción. Exención de responsabilidad. - El envío de la presente comunicación no implica la obligación por parte del remitente de controlar la ausencia de virus, gusanos, troyanos y/o cualquier otro programa informático dañino, correspondiendo al destinatario disponer de las herramientas de hardware y software necesarias para garantizar tanto la seguridad de su sistema de información como la detección y eliminación de programas informáticos dañinos. FUNDACIÓN ECCA SOCIAL no se responsabiliza de los daños y perjuicios que tales programas informáticos puedan causar al destinatario.



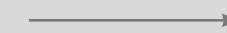
Aplicaciones / Señalética

Estilo visual

Sistema gráfico

Look & Feel

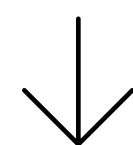
Tomando como referencia el trabajo realizado para **ecca.edu** en cuanto a señalética y pensando en la convivencia de ambas marcas en un posible mismo entorno, se mantiene tamaño y estructura de los servicios, adaptados a los nuevos colores corporativos.



Aplicaciones / Camiseta

- Estilo visual
- Sistema gráfico
- Look & Feel

SISTEMA DE MARCA



eccca SO*Ci*al