

A close-up photograph of a woman with blonde hair tied back, wearing a brown V-neck top. She is looking down at a clipboard held in front of her, smiling gently. The background is a soft, out-of-focus light gray.

ecadermia

---

manual de  
**marca**



**IDENTIDAD CORPORATIVA**

Logotipo	PAG10
Tipografía	PAG22
Color	PAG26

**IDENTIDAD VERBAL**

Identidad	PAG30
Valores	PAG30

**IDENTIDAD VISUAL**

Materiales	PAG34
Fotografía	PAG36

<b>USOS</b>	<b>PAG39</b>
-------------	--------------







# Ecadermia.

INTRODUCCIÓN	PAG06
MISIÓN	PAG07
VISIÓN	PAG07
VALORES	PAG07

**ecadermia**

## Introducción

Ecadermia nace para profesionalizar el crecimiento: una marca de formación que combina método, cuidado y claridad para acompañar a equipos estéticos en su evolución real.

Nuestro enfoque une rigor aplicado y humanidad, traduciendo conocimiento técnico en sistemas prácticos que se pueden ejecutar desde el primer día.

Este manual recoge los elementos esenciales de nuestra identidad (cómo nos vemos, cómo hablamos y cómo nos presentamos) para asegurar coherencia en cada pieza, canal y punto de contacto, y para que cada experiencia Ecadermia refleje lo mismo: confianza, calma y progreso sostenible.





## Misión

Impulsar el crecimiento profesional de esteticistas y equipos de clínica a través de formación clara, rigurosa y aplicable, transformando conocimiento técnico en método, hábitos y sistemas de trabajo que elevan la calidad del servicio y la confianza del equipo.

## Visión

Ser la academia de referencia en estética profesional por su capacidad de convertir la formación en resultados reales: equipos más competentes, seguros y consistentes, con una cultura de mejora continua y un estándar de excelencia sostenible.

## Valores

**Rigor aplicado:** enseñamos con criterio y exigencia, siempre orientado a la práctica y a la ejecución.

**Cuidado profesional:** acompañamos con respeto, empatía y responsabilidad; el aprendizaje también es una experiencia.

**Crecimiento sostenible:** buscamos progreso realista, medible y mantenible en el tiempo, sin atajos ni promesas vacías.

**Cultura de equipo:** formamos para que el conocimiento se comparta, se estandarice y se convierta en una forma de trabajar juntos.

**Claridad y simplicidad:** comunicamos y diseñamos para entender y aplicar; lo complejo se explica de forma simple.







# Identidad corporativa.

LOGOTIPO

PAG10

TIPOGRAFÍA

PAG22

COLORES

PAG26



## Logotipo

Como elemento central de la identidad de Ecadermia encontramos su logotipo, concebido para transmitir crecimiento, método y cercanía a partes iguales.

La marca se construye a partir del nombre, con una solución tipográfica limpia y contemporánea que refuerza la claridad y la profesionalidad, manteniendo a la vez un carácter humano y accesible. En determinadas aplicaciones, el logotipo puede acompañarse del claim “where growth begins”, que sintetiza la promesa de la marca: aprendizaje que se traduce en evolución real.

Las versiones oficiales, proporciones, tamaños mínimos y usos correctos se detallan en este manual. Para asegurar coherencia en todos los soportes, utiliza siempre los archivos maestros facilitados y evita recrear o modificar el logotipo (colores, espaciados, deformaciones o efectos), ya que cualquier variación altera la percepción y fuerza de la identidad.

**ecadermia**  
where growth begins

## Versiones

Ecadermia cuenta con dos configuraciones principales del logotipo, ambas en formato horizontal, para adaptarse a distintos niveles de protagonismo y contexto. La versión principal presenta únicamente el nombre “ecadermia”, pensada para usos generales donde se busca máxima limpieza y lectura inmediata (papelería, materiales didácticos, encabezados, firmas, etc.).

La versión con subtítulo incorpora el claim “where growth begins” y se recomienda cuando la pieza necesite reforzar el posicionamiento o comunicar propósito (portadas, campañas, presentaciones institucionales, piezas de marca o lanzamientos). En todos los casos, la elección entre una y otra dependerá de la legibilidad (tamaño disponible y distancia de lectura) y del nivel de mensaje que se quiera aportar: si el claim no se lee con claridad, debe omitirse y utilizar la versión sin subtítulo.

**ecadermia**

**ecadermia**  
where growth begins

## Positivo/Negativo

Ecadermia cuenta con dos configuraciones principales del logotipo, ambas en formato horizontal, para adaptarse a distintos niveles de protagonismo y contexto. La versión principal presenta únicamente el nombre “ecadermia”, pensada para usos generales donde se busca máxima limpieza y lectura inmediata (papelería, materiales didácticos, encabezados, firmas, etc.).

La versión con subtítulo incorpora el claim “where growth begins” y se recomienda cuando la pieza necesite reforzar el posicionamiento o comunicar propósito (portadas, campañas, presentaciones institucionales, piezas de marca o lanzamientos). En todos los casos, la elección entre una y otra dependerá de la legibilidad (tamaño disponible y distancia de lectura) y del nivel de mensaje que se quiera aportar: si el claim no se lee con claridad, debe omitirse y utilizar la versión sin subtítulo.



**ecadermia**

**ecadermia**

**ecadermia**

**ecadermia**

**ecadermia**

**ecadermia**

**ecadermia**

**ecadermia**

## Área de reserva

Para garantizar la máxima legibilidad y preservar la presencia del logotipo de Ecadermia, debe respetarse siempre su área de reserva (margen de seguridad) alrededor de la marca. Esta zona libre evita interferencias con otros elementos gráficos, textos o bordes del formato y asegura que el logotipo respire correctamente en cualquier aplicación.

El área de reserva se define a partir de la altura de una letra del logotipo, estableciendo esa medida como X. Como norma general, deberá mantenerse un espacio mínimo de X en todos los lados del logotipo.



## Reducción mínima

El logotipo siempre debe ser reproducido a un tamaño que permita su perfecta legibilidad. Se recomienda que el logotipo no se reduzca nunca en tamaño menor que el de las medidas detalladas en este apartado.

**ecadermia** 10 mm



## Usos incorrectos

A continuación se muestran algunos usos incorrectos del logotipo de Ecadermia. Estas normas existen para proteger la coherencia, la legibilidad y el reconocimiento de la marca. Ante cualquier duda, aplica siempre las versiones oficiales y los criterios definidos en las secciones anteriores.

- Separar o reordenar elementos del logotipo, o componer versiones no contempladas (solo se permite usar las versiones oficiales).
- Distorsionar la marca (estirar, comprimir, inclinar o alterar sus proporciones).
- Modificar los colores oficiales o aplicar degradados, transparencias o efectos no autorizados.
- Usar el logotipo sobre fondos o combinaciones de color que reduzcan el contraste y dificulten su lectura (no respetar positivo/negativo).
- Comprometer la visibilidad con recursos no apropiados (sombras duras, contornos, brillos, texturas o imágenes que "ensucien" la marca).

ecadermia

ecadermia

ecadermia

ecadermia

## Tipografía principal

Hemos elegido Outfit como tipografía principal de Ecadermia por su equilibrio entre modernidad, claridad y carácter. Sus formas geométricas y limpias transmiten orden y rigor, mientras que sus curvas suaves aportan un tono cercano y humano, alineado con una formación exigente pero accesible. Outfit funciona especialmente bien en titulares, claims y elementos de identidad, reforzando una presencia profesional y contemporánea sin resultar fría, y ayudando a que la marca se perciba segura, clara y enfocada al progreso.

Outfit

**Aa**

## **Outfit Semibold**

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñ  
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

## **Outfit Regular**

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñ  
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

## **Outfit Light**

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñ  
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

## Tipografía secundaria

Hemos elegido Inter como tipografía secundaria por su altísima legibilidad y su rendimiento excelente en textos largos y entornos digitales. Su diseño neutro y preciso facilita una lectura fluida incluso en tamaños pequeños, lo que la hace ideal para material didáctico, documentos, interfaces, presentaciones y piezas con mucha información. Inter aporta consistencia y orden visual, permitiendo que los contenidos de Ecadermia se perciban claros, estructurados y fáciles de aplicar, sin competir con la personalidad de la tipografía principal.

Inter



Aa

## Inter Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñ  
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

## Inter Semibold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñ  
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

## Inter Regular

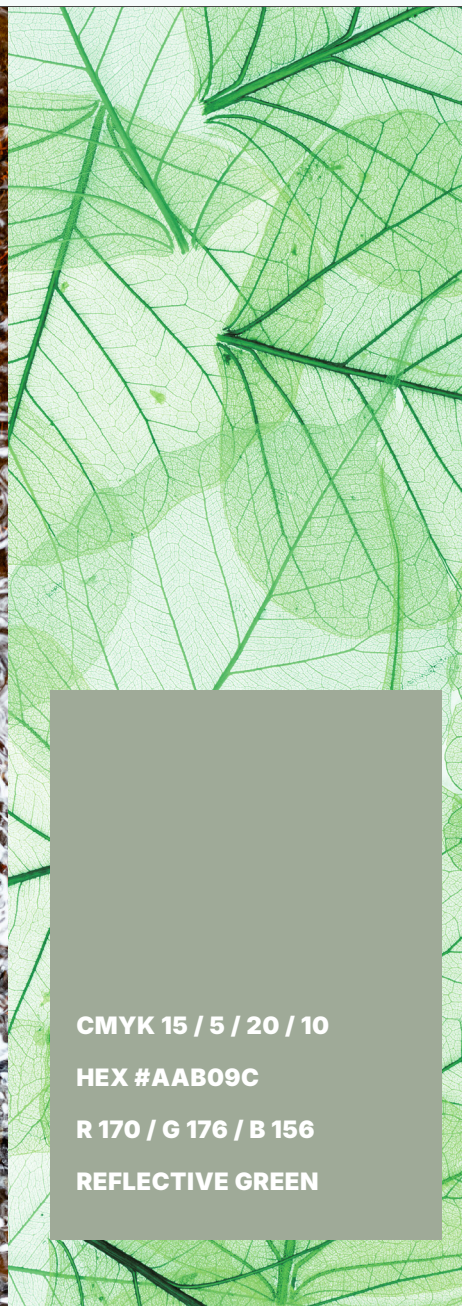
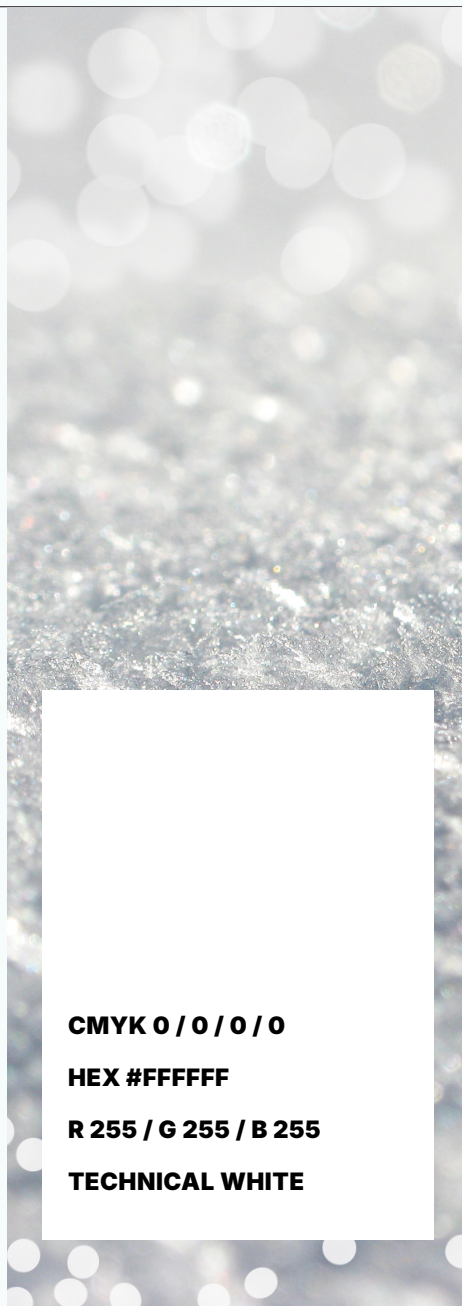
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñ  
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz



**CMYK 0 / 0 / 0 / 90**  
**HEX #1A1A1A**  
**R 26 / G 26 / B 26**  
**FUNDATION BLACK**

**CMYK 35 / 20 / 60 / 35**  
**HEX #656D4A**  
**R 101 / G 109 / B 74**  
**OLIVE DISCIPLINE**

**CMYK 2 / 1 / 3 / 0**  
**HEX #F4F5F2**  
**R 244 / G 245 / B 242**  
**LEARNING WHITE**









# Identidad verbal.

IDENTIDAD

PAG30

VALORES

PAG30

# Identidad

La identidad de Ecadermia nace de una idea sencilla: crecer con método.

Somos una marca de formación que combina rigor y calma, técnica y humanidad, para convertir el aprendizaje en resultados reales. Por eso nuestra identidad visual y verbal es limpia, ordenada y cercana: ayuda a entender, a aplicar y a avanzar, manteniendo siempre una presencia profesional, serena y coherente en cualquier soporte.

# Valores

Nuestros valores sostienen todo lo que hacemos: rigor aplicado para enseñar con criterio y foco en la práctica; cuidado profesional para acompañar desde el respeto y la exigencia amable; crecimiento sostenible para avanzar con constancia y sin atajos; cultura de equipo para compartir conocimiento y elevar estándares de forma colectiva; y claridad y simplicidad para comunicar y trabajar con orden, haciendo fácil lo importante.

VALORES

¿Qué somos como empresa?

Ecadermia es una empresa formativa que diseña, estructura y entrega aprendizaje profesional para clínicas de estética, con un enfoque práctico y medible. Nos orientamos a la mejora de procesos, habilidades comerciales, atención al cliente y resultados sostenibles.

¿Qué somos como marca?

Ecadermia es una marca serena, sólida y moderna: combina una estética editorial premium con una promesa clara de progreso. No vende humo; ofrece criterio, herramientas y dirección.

¿Cómo nos comunicamos?

- Nos comunicamos con un estilo:
- Directo (sin relleno ni promesas grandilocuentes)
- Didáctico (explica, ordena, baja a tierra)
- Exigente con cariño (alto estándar sin dureza)
- Orientado a ejecución (pasos, marcos, checklists, ejemplos)
- Con autoridad tranquila (seguridad sin arrogancia)

PERSONALIDAD

La empresa

- Metódica: estructura, plan, sistemas
- Responsable: criterio, ética, impacto real
- Orientada a resultados: mide, compara, mejora
- Acompañante: guía, sostiene, facilita

La marca

- Editorial: sobria, limpia, con jerarquía visual
- Premium accesible: calidad sin ostentación
- Orgánica: humana, con textura, sin frilaldad tecnológica
- Contemporánea: moderna, actual

La comunicación

- Clara: conceptos simples, bien ordenados
- Profesionalc: vocabulario técnico cuando aporta valor
- Motivadora con evidencia: empuja, pero con fundamento
- Práctica: ejemplos reales, guías sobre cómo hacerlo







# Identidad visual.

MATERIALES

PAG34

FOTOGRAFÍA

PAG36

## Materialles

En la identidad de Ecadermia, el método convive con lo humano: buscamos una estética serena, profesional y duradera. Por eso, en nuestras aplicaciones priorizamos materiales y acabados de carácter natural y mate —papeles con textura, madera, cerámica o piedra, y metales discretos como acero cepillado o bronce apagado— que aportan calma y credibilidad sin caer en lo frío o excesivamente “clínico”.

Estos recursos refuerzan nuestra idea de crecimiento sostenible: piezas que se sienten reales, cuidadas y atemporales, alineadas con una formación exigente pero cercana, donde la calidad se percibe en los detalles.







## Fotografía

La fotografía en Ecadermia debe transmitir calma, método y humanidad. Priorizamos imágenes reales y cercanas —personas en formación, manos trabajando, detalles de materiales y espacios— con una estética limpia y profesional. Buscamos luz suave y natural (o iluminación de estudio cálida y difusa), fondos neutros, encuadres ordenados y composiciones con aire, para que la imagen respire y el mensaje se entienda a la primera.

Evitamos el look “stock” y excesivamente artificial: saturación alta, brillos duros, filtros agresivos, poses forzadas o una estética fría tipo hospital. La dirección visual debe sentirse premium sin pretensión, auténtica y coherente con el tono de Ecadermia: claridad, cuidado y progreso real.







**Usos.**



## Ecadermia – usos







## Ecadermia – usos







**ecadermia**