

David Del Pilar

---

# Brand Book

# ÍNDICE

LOGO.....	PG. 01
NAMING.....	PG. 04
TIPOGRAFÍA.....	PG. 05
COLOR.....	PG. 06
MISIÓN Y VISIÓN.....	PG. 07
VALORES.....	PG. 08
CARTA DE SERVICIOS.....	PG. 09
PAPELERÍA.....	PG. 10

# LOGO

UN ESTILO URBANO QUE REPRESENTA LO QUE HA SIDO DAVID A TRAVEZ DE LOS AÑOS; RETOMANDO SUS RAICES DE LO CUAL HIZO ESTUDIAR DISEÑO. UN POCO DE REBELDIA, CONTRASTES, MISTICIDAD, EXPLOSIVIDAD Y A SU VEZ SEGURIDAD, EXCELENCIA VISUAL Y CONJUNCIÓN.



LOGO

VERSIÓN POSITIVA Y NEGATIVA

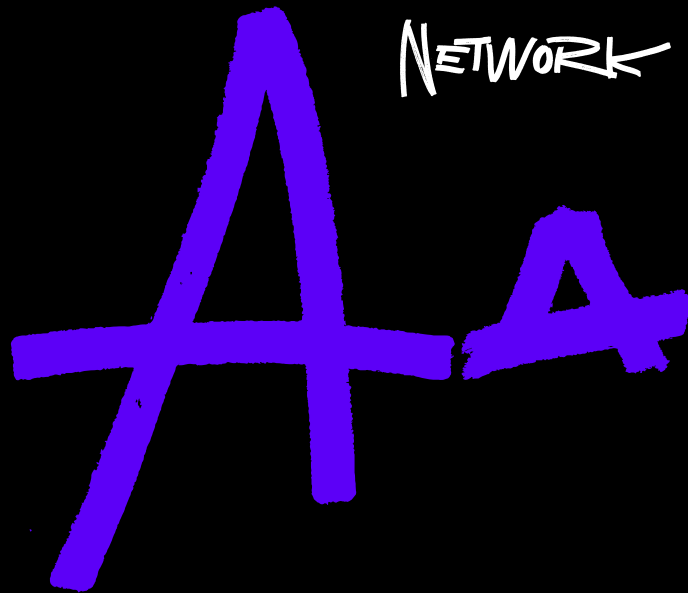


# NAMING

VIENE DE LA CONJUCIÓN DE (RO)EL Y (DA)VID, EN BUSQUEDA DE UN NAMING QUE DIERA SENTIDO Y FUERA VOCALMENTE FACIL DE PRONUNCIAR NACE DARO.



# TIPOGRAFÍA



## Mayúsculas

A B C D E F G H I J  
K L M N Ñ O P Q R S T U V

## Minúsculas

A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z

## Numeración

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

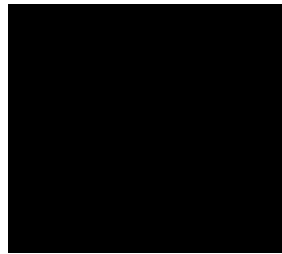
# COLOR

SE PENSÓ EN SÓLO TRES COLORES. COMO NUNCA FALTAN NEGRO Y BLANCO A DEMÁS DE UN MORADO CON UN ALTO BRILLO PARA DAR MÁS CONTRASTE Y RESALTAR LA VISIÓN Y AUTENTICIDAD QUE REPRESENTA EL MORADO.



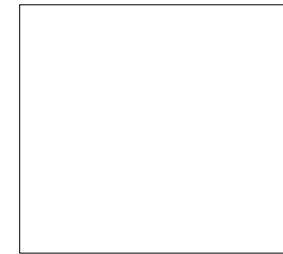
MORADO

RGB: 92 0 247  
CMYK: 63 100 0 3  
HEX: #5C00F7



NEGRO

RGB: 0 0 0  
CMYK: 0 0 0 100  
HEX: #000000



BLANCO

RGB: 255 255 255  
CMYK: 0 0 0 0  
HEX: #FFFFFF

# MISIÓN | VISIÓN

## MISIÓN.

NUESTRA MISIÓN ES ADAPTAR LAS HABILIDADES ADQUIRIDAS DE DISEÑO PARA CREAR SOLUCIONES VISUALES IMPACTANTES Y FUNCIONALES. BUSCAMOS SUPERAR LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS CLIENTES AL PROPORCIONARLES DISEÑOS INNOVADORES Y DE ALTA CALIDAD QUE CUMPLAN CON SUS OBJETIVOS COMUNICATIVOS Y COMERCIALES CREANDO UNA CONEXIÓN CON EL PÚBLICO OBJETIVO.

## VISIÓN.

NUESTRA VISIÓN ES DESTACAR POR EL TALENTO, ORIGINALIDAD Y CAPACIDAD PARA CREAR EXPERIENCIAS VISUALES IMPACTANTES. ASPIRA A SER RECONOCIDO POR SU CAPACIDAD DE INNOVACIÓN, SU DOMINIO TÉCNICO Y SU CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN A LOS CAMBIOS CONSTANTES EN LA VANGUARDIA DEL DISEÑO.



# VALORES

- **CREATIVIDAD:** UN DISEÑADOR VALORA Y FOMENTA LA GENERACIÓN DE IDEAS ORIGINALES Y SOLUCIONES INNOVADORAS.
- **CALIDAD:** BUSCA SIEMPRE OFRECER DISEÑOS DE ALTA CALIDAD, CUMPLIENDO CON LOS ESTÁNDARES PROFESIONALES Y LAS EXPECTATIVAS DE SUS CLIENTES.
- **COLABORACIÓN:** VALORA EL TRABAJO EN EQUIPO Y LA COLABORACIÓN CON OTROS PROFESIONALES, ENTENDIENDO LA IMPORTANCIA DE LA RETROALIMENTACIÓN Y LA DIVERSIDAD DE PERSPECTIVAS.
- **ÉTICA PROFESIONAL:** ACTÚA CON INTEGRIDAD, HONESTIDAD Y RESPONSABILIDAD EN TODAS SUS INTERACCIONES Y DECISIONES, RESPETANDO LOS DERECHOS DE AUTOR Y LOS PRINCIPIOS ÉTICOS DEL DISEÑO.
- **ORIENTACIÓN AL CLIENTE:** PONE LAS NECESIDADES Y OBJETIVOS DEL CLIENTE EN EL CENTRO DE SU ENFOQUE, BRINDANDO UN SERVICIO PERSONALIZADO Y ADAPTADO A SUS REQUERIMIENTOS.
- **APRENDIZAJE CONTINUO:** ESTÁ COMPROMETIDO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL Y LA MEJORA CONSTANTE DE SUS HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS, MANTENIÉNDOSE ACTUALIZADO CON LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS Y TECNOLOGÍAS EN EL CAMPO DEL DISEÑO.
- **EMPATÍA:** ENTIENDE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DEL PÚBLICO OBJETIVO, CREANDO DISEÑOS QUE RESUENEN CON ELLOS Y GENEREN UNA EXPERIENCIA SIGNIFICATIVA.
- **IMPACTO POSITIVO:** BUSCA UTILIZAR EL DISEÑO COMO UNA HERRAMIENTA PARA GENERAR IMPACTO SOCIAL, CULTURAL O AMBIENTAL POSITIVO, PROMOVRIENDO LA SOSTENIBILIDAD Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN SUS PROYECTOS.

# CARTA DE SERVICIOS

DISEÑO EDITORIAL  
IDENTIDAD CORPORATIVA (BRANDING)  
SOCIAL MEDIA  
EDICIÓN MULTIMEDIA (VIDEOS)  
EDITOR FOTOGRAFICO  
DISEÑO PUBLICITARIO  
DISEÑO DE CARTELES  
DISEÑO WEB (HTML, CSS, PHP)  
FOTOGRAFÍA EDITORIAL



## Branding stationary mock-up set, part 1



Branding is certainly not a light topic – whole publications and hundreds of books have been written on the topic, however to put it in a nutshell you could describe a 'brand' as an organisation, service or product with a 'personality' that is shaped by the perception of the audience. On that note, it should also be stated that a designer cannot "make" a brand – only the audience can do this. A designer forms the foundation of the brand.

Many people believe a brand only consists of a few elements – some colours, some fonts, a logo, a slogan and maybe some music added in too. In reality, it is much more complicated than that. You might say that a brand is a 'corporate image'.

