
DOF



INDICE

- Introducción
- Concepto de la marca
- Personalidad
- Valores
- Mision y Vision
- Area de reserva
- Sistema iconografico
- Uso incorrecto
- Paleta de colores
- Sistema tipografico
- Publico objetivo
- Aplicaciones
- Personaje representativo



INTRODUCCIÓN

D”FERR, una marca personal que quiere inspirar precisión y carácter, creando contenido que deja huella en cada uno de sus clientes, dejando un impacto fuerte y positivo con nuestros proyectos y experiencias visuales que captan la atención y se quedan grabadas la mente de nuestras audiencias.



En este manual de marca encontraremos su identidad visual y conceptual de la marca personal. Su propósito es establecer criterios claros para el uso correcto de los elementos gráficos, asegurando una comunicación coherente, profesional y reconocible en cualquier medio, tanto digital como impreso.



CONCEPTO DE LA MARCA

La marca nace con el propósito de representar una identidad creativa, innovadora y versátil, enfocada en el desarrollo de soluciones multimedia, comunicación y tecnología. Nuestro concepto se basa en la capacidad de transformar ideas en experiencias visuales que conecten con las personas y comuniquen mensajes de manera efectiva “transformamos ideas complejas en experiencias visuales y sonoras de impacto que conectan con la audiencia y generan resultados”

PERSONALIDAD

Audaz y Consultora

Guiamos al cliente con criterio experto.

Visionaria e Innovadora:

proponemos nuevas formas de comunicar
arte y tecnología.

Efectiva y Resolutiva:

creamos grandes ideas en entregables técnicos
impecables, puntuales y sin fricción.

Precisa y Meticulosa:

La excelencia técnica no es negociable.

VALORES

- Precisión Técnica y Estética
- Impacto Estratégico (Creatividad con Propósito)
- Adaptabilidad e Innovación
- Transparencia y Cumplimiento
- Co-creación y Sinergia
- enfoque en el detalle, creatividad, agilidad y compromiso con cada uno de nuestros proyectos



MISIÓN

Diseñar y producir experiencias multimedia con alto impacto que conecta con las marcas y sus audiencias, teniendo estratégica, innovación, trabajamos todos los días para resolver problemas de comunicación usando herramientas multimedia impecables.



VISIÓN

Aspiramos a convertirnos en un estudio multimedia referente en la industria, conocido por nuestros estándares en la producción audiovisual y digital con una excelencia creativa y confiable, con esto buscamos ser la primera opción que las marcas que buscan dar un salto importante estando un paso siempre adelante.

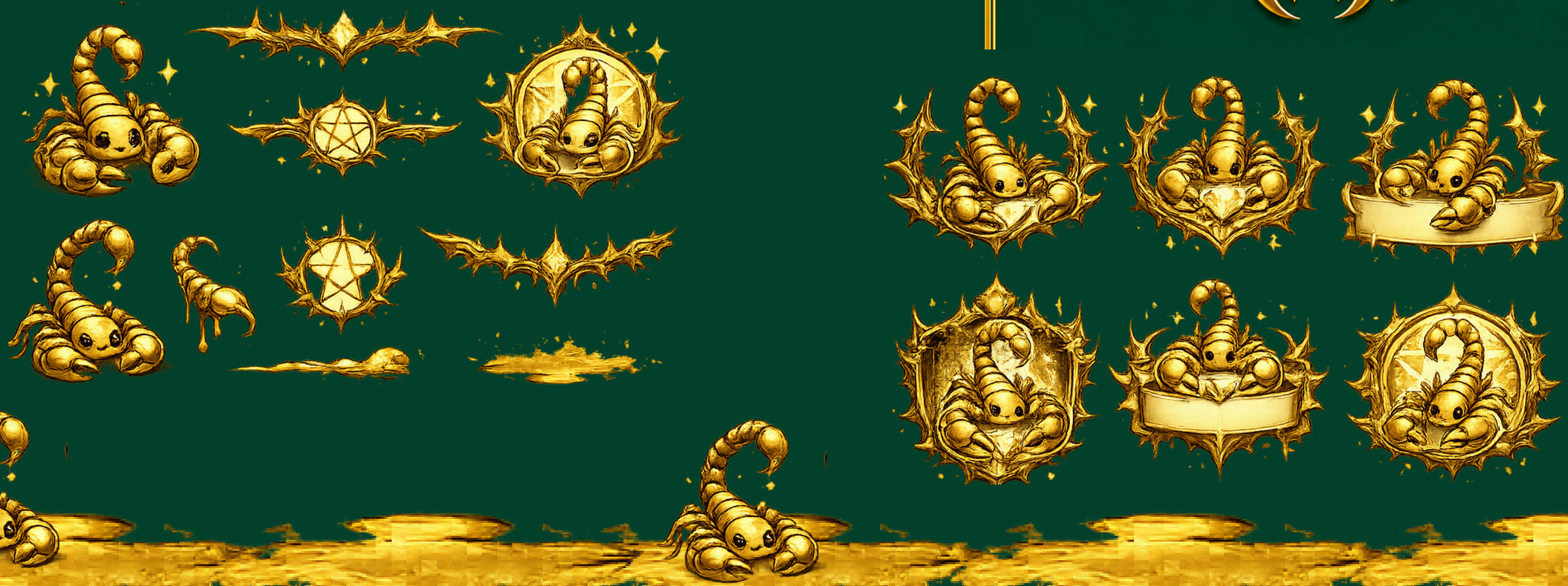


ÁREA DE RESERVA



SISTEMA ICONOGRAFICO

D&F



USO INCORRECTO



GUÍA DE USOS INCORRECTOS DE LA MARCA

ALTERACIONES DE COLOR Y DEGRADADOS PROHIBIDOS



ROTACIONES Y ORIENTACIONES NO PERMITIDAS



DEFORMACIONES Y PÉRDIDA DE PROPORCIONES



FONDOS SIN CONTRASTE O COMPLEJOS



LA INTEGRIDAD DE LA MARCA ES FUNDAMENTAL

PALETA DE COLORES

#03402c

R: 3 · G: 64 · B: 44

C: 95% · M: 0% · Y: 31% · K: 75%

#a16a07

R: 161 · G: 106 · B: 7

C: 0% · M: 34% · Y: 96% · K: 37%

#593413

R: 89 · G: 52 · B: 19

C: 0% · M: 42% · Y: 79% · K: 65%

#eeba30

R: 238 · G: 186 · B: 48

C: 0% · M: 22% · Y: 80% · K: 7%

Estos colores fueron seleccionados pensando en tranquilidad y exclusivdad

Sistema tipográfico

libre baskerville

La tipografía Libre Baskerville es una versión digital de código abierto basada en el estilo clásico.



caracteristicas:

- Serifas afinadas: Terminaciones cuidadas que dan un aspecto elegante.
- Mayor ancho: Letras más abiertas pensadas para textos largos en computadoras y teléfonos.



PUBLICO OBJETIVO



1. Medianas Empresas y Marcas en Crecimiento
(Empresas que ya validaron su producto o servicio,
Necesitan subir de nivel para competir en el mercado)

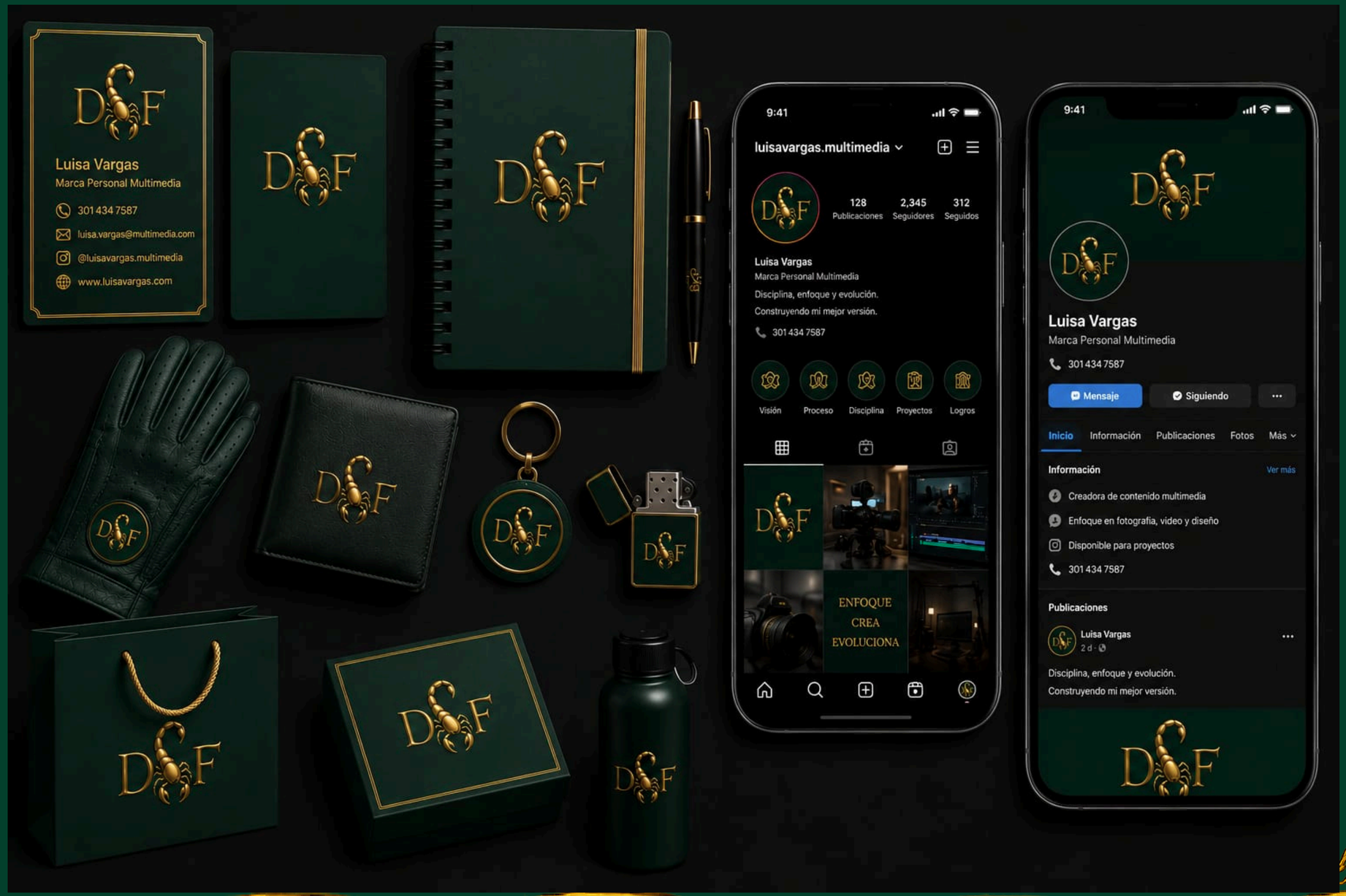
2. Agencias de Marketing, Publicidad y Relaciones Públicas (ser un aliado)

3. Creadores de Contenido Top, Infoproductores y Marcas Personales

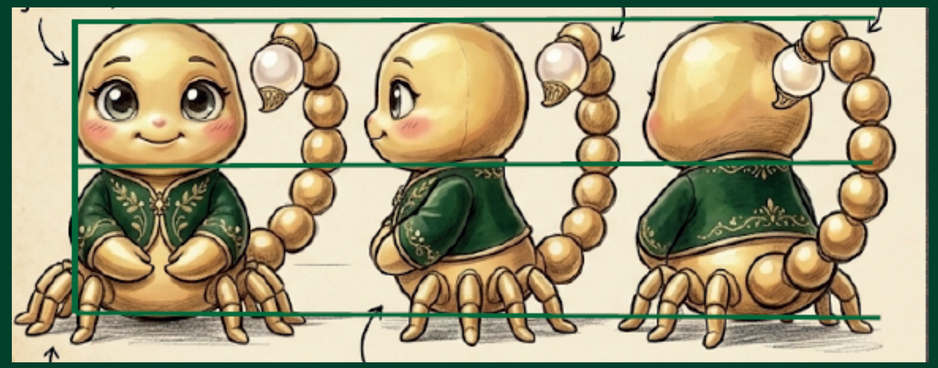
Perfil psicológico

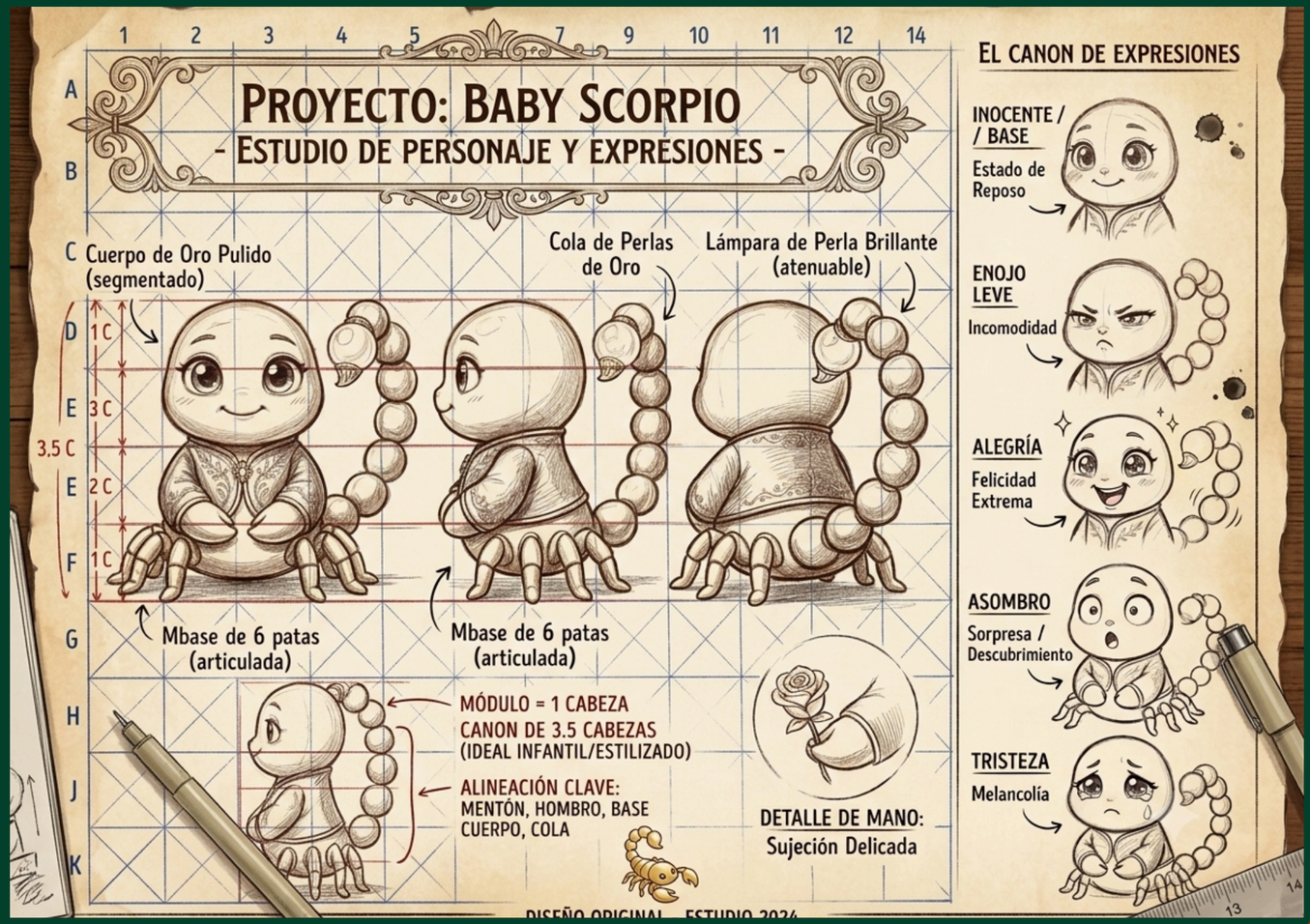
Clientes que Valoren la calidad sobre el precio, Buscan un aliado Respetando los procesos.

APLICACIONES



PERSONAJE




PROYECTO: BABY SCORPIO
- ESTUDIO DE PERSONAJE Y EXPRESIONES -
Cuerpo de Oro Pulido (segmentado)
Cola de Perlas de Oro
Lámpara de Perla Brillante (atenuable)
1C
3C
3.5 C
2C
1C
Mbase de 6 patas (articulada)
Mbase de 6 patas (articulada)
MÓDULO = 1 CABEZA
CANON DE 3.5 CABEZAS
(IDEAL INFANTIL/ESTILIZADO)
ALINEACIÓN CLAVE:
MENTÓN, HOMBRO, BASE CUERPO, COLA
DETALLE DE MANO:
Sujeción Delicada
EL CANON DE EXPRESIONES
INOCENTE / / BASE
Estado de Reposo
ENOJO LEVE
Incomodidad
ALEGRÍA
Felicidad Extrema
ASOMBRO
Sorpresa / Descubrimiento
TRISTEZA
Melancolía

