



Business & Brand

Tu marca tiene algo que contar...

si no sabes por donde comenzar,  
abrimos las posibilidades para crear  
tu marca desde cero.

Una buena historia debe ser creativa, funcional  
y estratégica con visión al futuro.

Pero, ¿Qué hacemos?

- Brand concept:  
naming, tagline, filosofía, narrativa, metodología,  
emprendimiento, propósito, ADN.
- Brand identity:  
identidad visual, logos, editorial, business, packaging.
- Brand legal:  
registro de marca y propiedad intelectual.
- Brand influence:  
contenido en redes sociales, copywriting.
- Brand awareness:  
dirección creativa, fotografía, conceptos visuales.
- Brand equity  
landing page, web design, online store.



brand concept



Para una comenzar una marca, es necesario desarrollar el concepto, estructura, narrativa, el ADN y el nombre de la marca.

● naming

Libellu. Poxole. Sakoi 85r. Nontium. Diverkids. Máster Fex. Chelariders. Líneas Libres. Amigos Ilustres. Gran Sahuán. Iuka Apparel. Gintec. Vici. Beliva. Lifekids. Pawel. Bongani. Signé. Geniales!

● construcción de marca  
/filosofía/concepto

Programa digital



Plataforma



Marca personal



Marca



Metodología



Emprendimiento



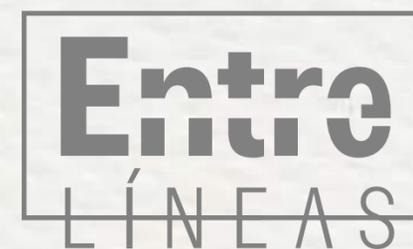
Evento



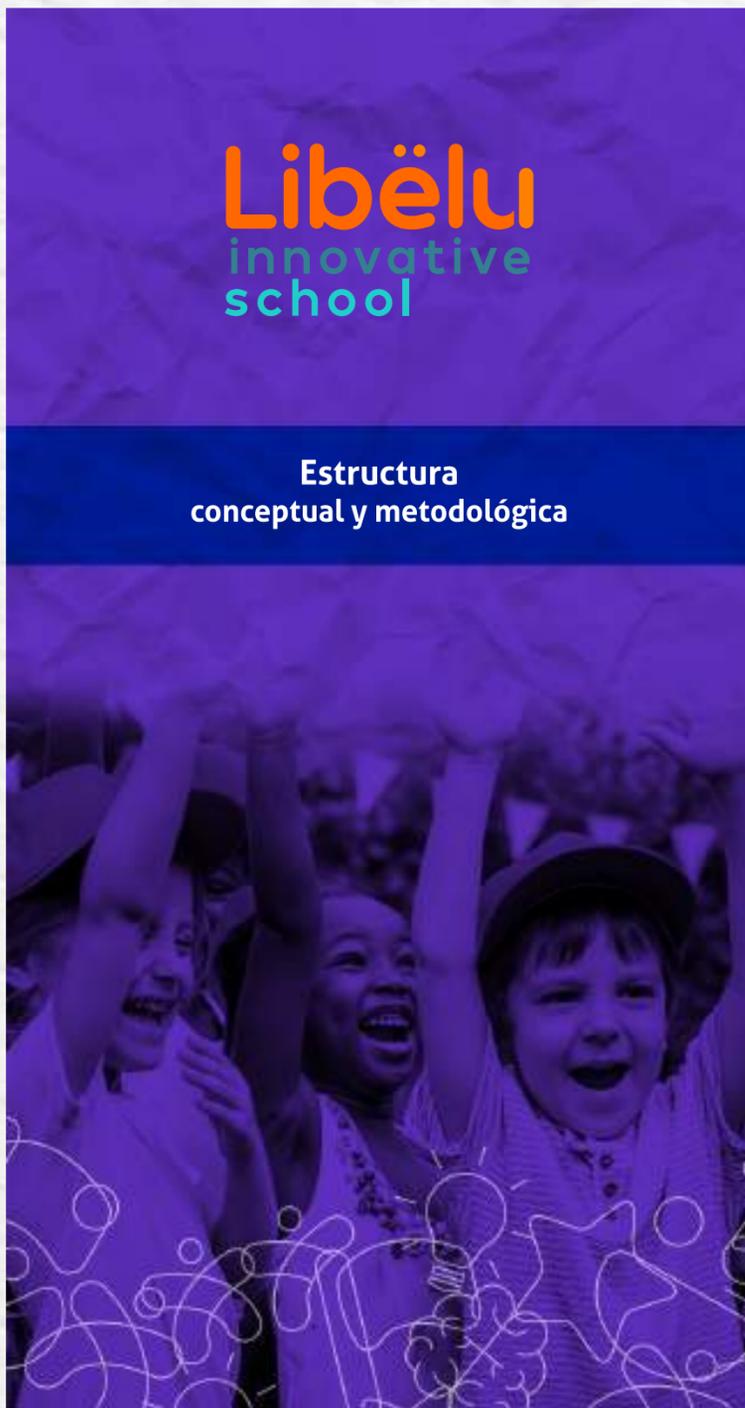
ONG



Foro



# ● construcción de marca /filosofía/concepto



**Libëlu**  
innovative  
school

**Estructura  
conceptual y metodológica**

**Libëlu**  
innovative  
school

**Libëlu** es una escuela innovadora que busca acompañar el proceso de aprendizaje de cada learner. Buscamos impulsar la mejor versión de cada niño a través del **desarrollo del pensamiento crítico, la inteligencia emocional, la creatividad y el aprendizaje autodirigido.**

**connecter**  
**c team**  
**6-7 años**

Los learners comienzan a desarrollar el pensamiento abstracto y a desarrollar su propia perspectiva del mundo. El enfoque de aprendizaje va dirigido a la búsqueda de su propia voz.

**linker**  
**k team**  
**10-12 años**

Los learners aprenden a ser responsables y conscientes de su propio aprendizaje. Desarrollan la capacidad de autogestión y el establecimiento de metas. El enfoque está dirigido al desarrollo del pensamiento crítico y a establecer una sólida inteligencia emocional.



**explörer**  
**x team**  
**3-5 años**

Los learners aprenden por medio del descubrimiento. Buscamos incentivar la curiosidad y fortalecer las habilidades de creatividad. Comienzan a descubrir su mundo y su lugar en él.



**mäker**  
**m team**  
**8-9 años**

Los learners conocen su entorno y la manera en que pueden impactarlo. Se busca desarrollar la flexibilidad de pensamiento y los cimientos para el establecimiento de metas.

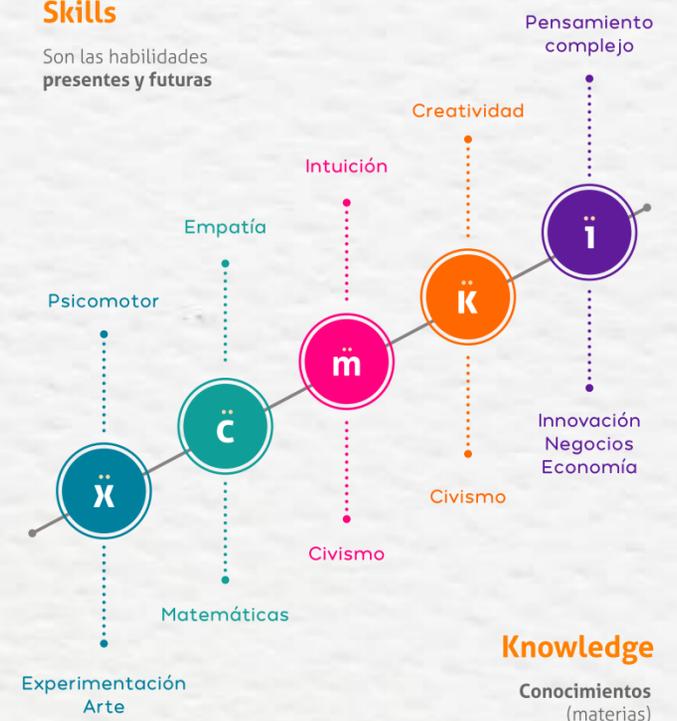


**innöver**  
**i team**  
**13-15 años**

Los learners logran la gestión del aprendizaje autodirigido. Son capaces de utilizar sus conocimientos y habilidades para el bien común.

## Skills

Son las habilidades presentes y futuras



## Projection

Creemos que cada niño es único y que merece ser escuchado por quien el/ella es. Por ello, sabemos que lo más importante es que **cada niño se posicione en el centro de su propio aprendizaje** para que logre motivarse en cada uno de los aspectos de su vida.

brand identity



También es esencia, diseñar la identidad visual de acuerdo a la percepción del público objetivo.

● identidad visual /estilos

Femenino



Masculino



Neutro



Joven



Moderno



Lujo



Económico



Handmade



Clásico



● identidad visual /estilos

Divertido

The logo for DiverKids features the word "diverKids" in a red, lowercase, sans-serif font. The letter "i" in "diver" has a small red dot above it, and the letter "K" in "Kids" has a small red dot above it.

Serio

The logo for Humanlife features the word "Humanlife" in a blue, sans-serif font. To the right of the word is a small red and blue icon consisting of a square with a cross inside. Below the word is the tagline "Estrategias para el talento humano" in a smaller, red, sans-serif font.

Detallado

The logo for UNAMUNO features a detailed black and white illustration of a man's face wearing a hat. Below the illustration is the word "UNAMUNO" in a bold, black, sans-serif font. Underneath that is the tagline "cold brew" in a smaller, black, sans-serif font, flanked by two horizontal dotted lines.

Silencioso

The logo for SAN FRANCISCO DEL RINCÓN features a colorful illustration of a city skyline with buildings in shades of green, orange, and pink. Below the illustration is the text "SAN FRANCISCO DEL RINCÓN" in a black, sans-serif font.

Minimalista

The logo for TOMO ARQUITECTURA features the word "TOMO" in a large, blue, sans-serif font. Below it is the word "ARQUITECTURA" in a smaller, blue, sans-serif font. To the right of the text is a vertical line that is partially obscured by the letter "O" in "TOMO".

Maximalista

The logo for PIZZERIA PUNTO Y COMA features the word "PIZZERIA" in a small, black, sans-serif font, flanked by two small orange dots. Below it is the word "PUNTO Y COMA" in a large, bold, red, sans-serif font. Underneath that is the tagline "NEW YORK STYLE" in a smaller, black, sans-serif font. At the bottom is a small orange "V" shape.

Sugerido

The logo for CONSTRUIN features the word "CONSTRUIN" in a black, sans-serif font. The letter "I" in "IN" is stylized with a blue diagonal line through it.

Obvio

The logo for ferr pet's features a red outline of a dog's head. Below the outline is the word "ferr" in a black, lowercase, sans-serif font, followed by "pet's" in a black, lowercase, sans-serif font. Below the text is the tagline "CUIDADO INTELIGENTE" in a smaller, red, uppercase, sans-serif font.

Orgánico

The logo for Alberto Santibañez features a stylized orange "AS" monogram. Below the monogram is the name "Alberto Santibañez" in a black, cursive font. Underneath the name is the tagline "gastronomía experimental" in a smaller, red, lowercase, sans-serif font.

● identidad visual /estilos

Geométrico



Integrativo



Artesanal



**PURÍSIMA**

Cómico



Infantil



Corporativo



Experimental



**SÓNAR**

14º Festival Internacional de música Avancada i Art Multimedia de Barcelona

Trend

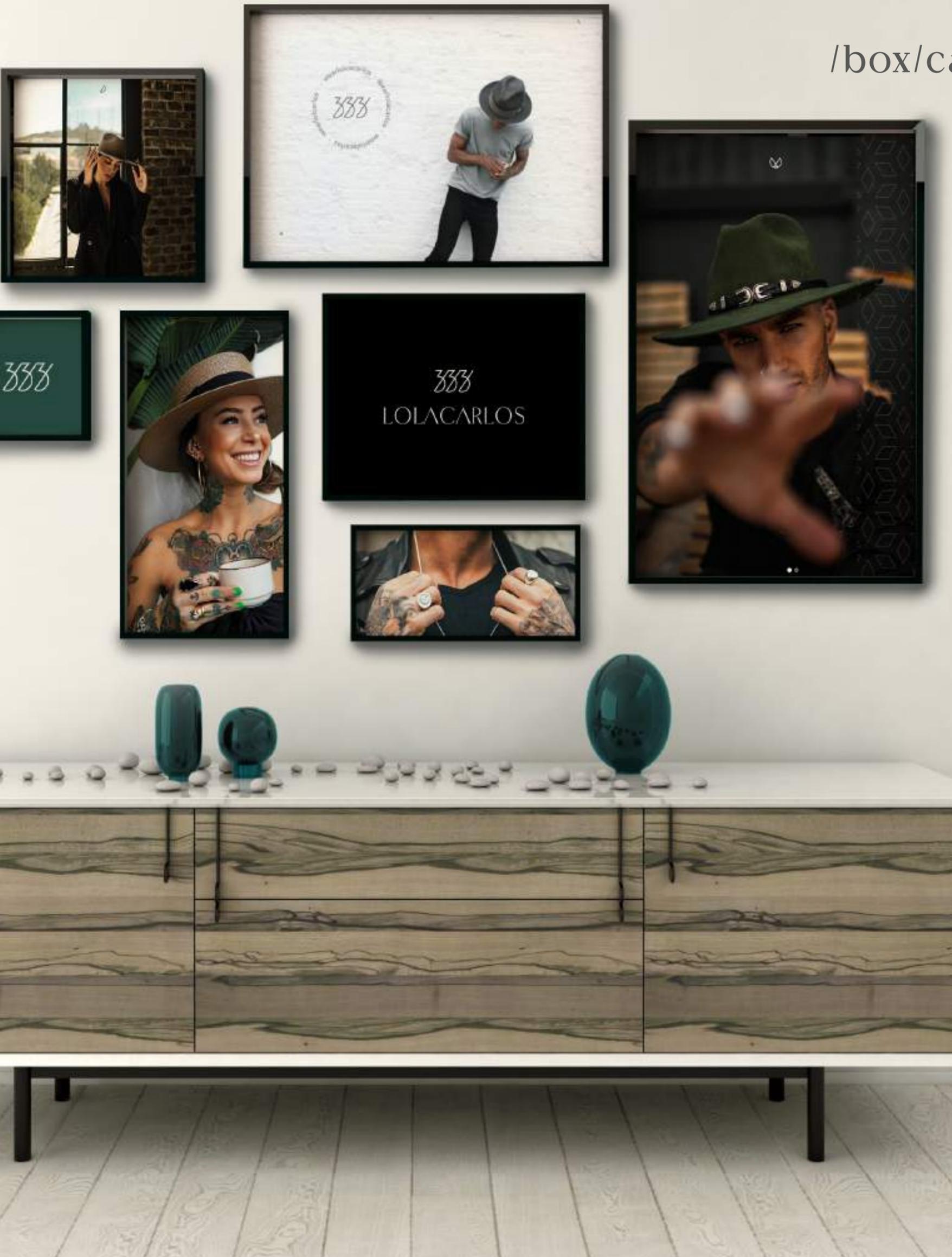


Turístico



Guanajuato ¡Sí sabe!

● business  
/box/cards/stationery



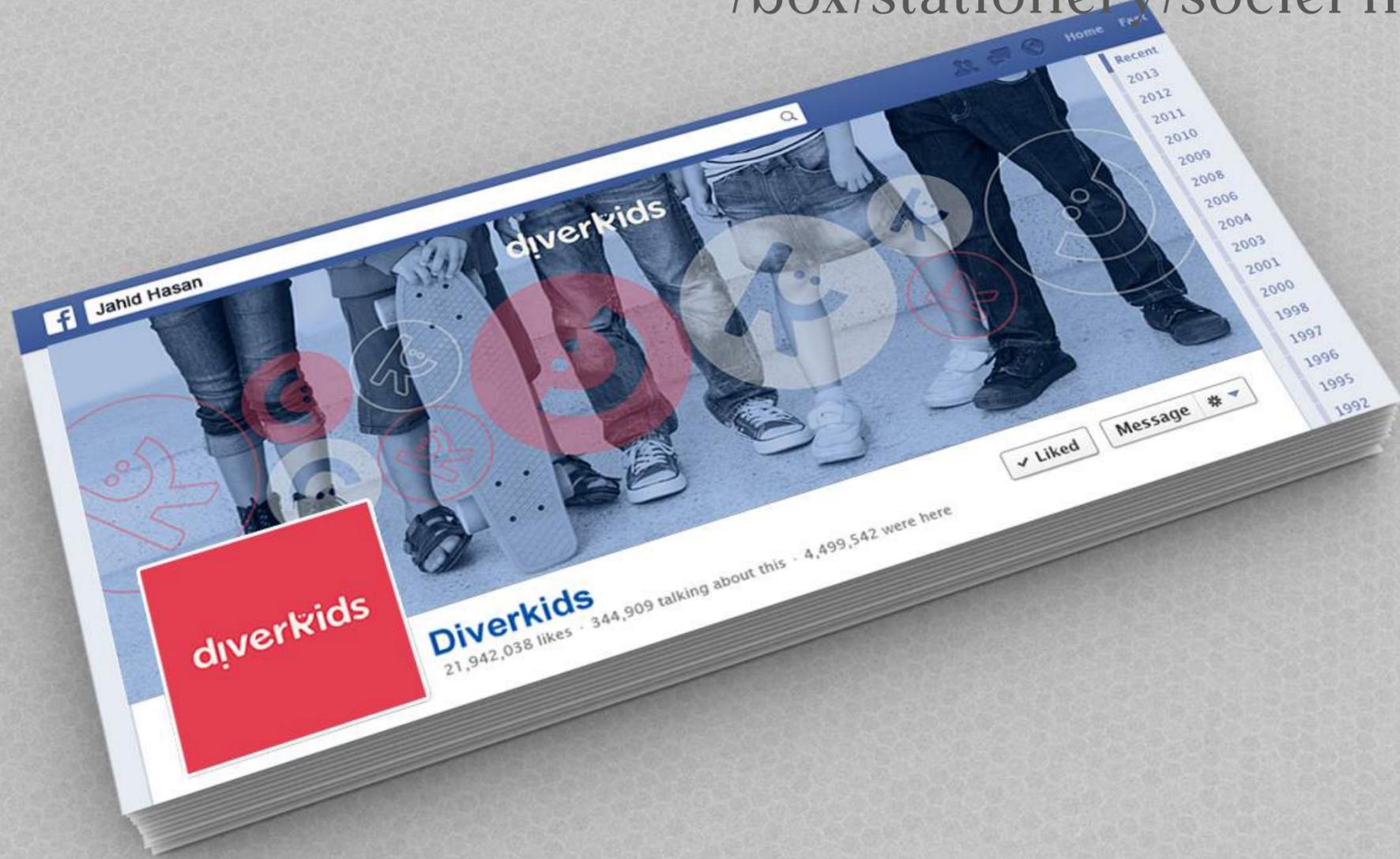
● business  
/backpac/stationery/social media



● business  
/box/stationery/paper

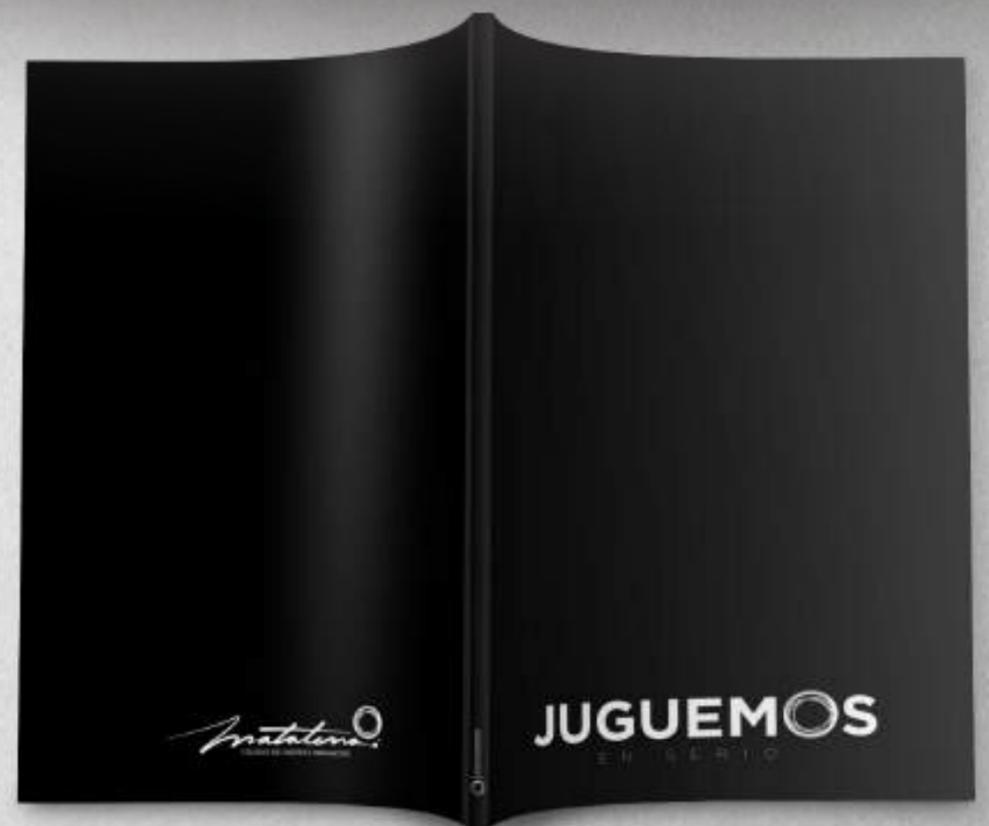


● business  
/box/stationery/social media



- business /editorial

JUGUEMOS  
EN SERIO





● business /packaging/stationery



● business  
/packaging/labels/advetising





- Lo que diseñamos lo protegemos legalmente.

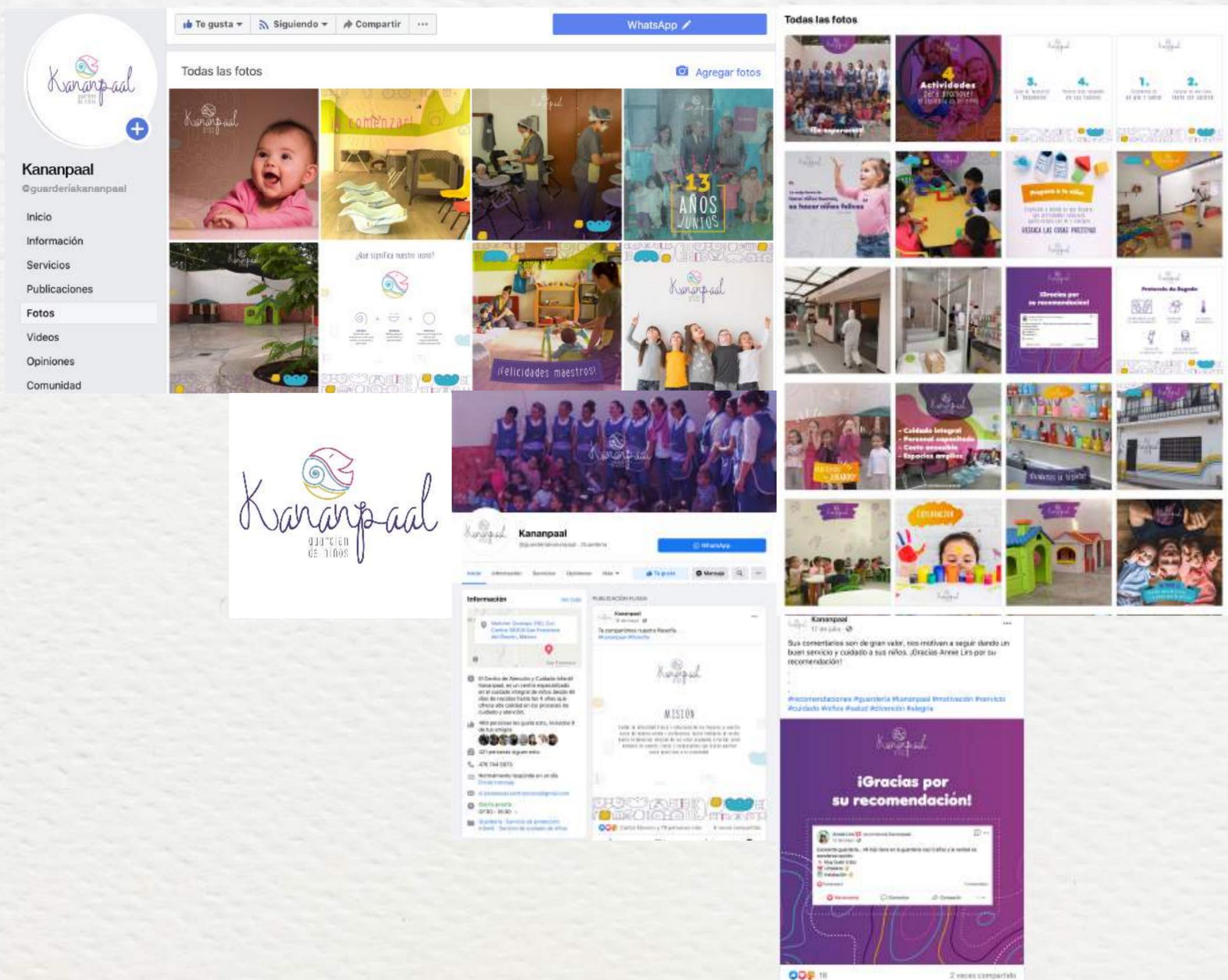
● + de 200 marcas registradas  
/diseño/registro



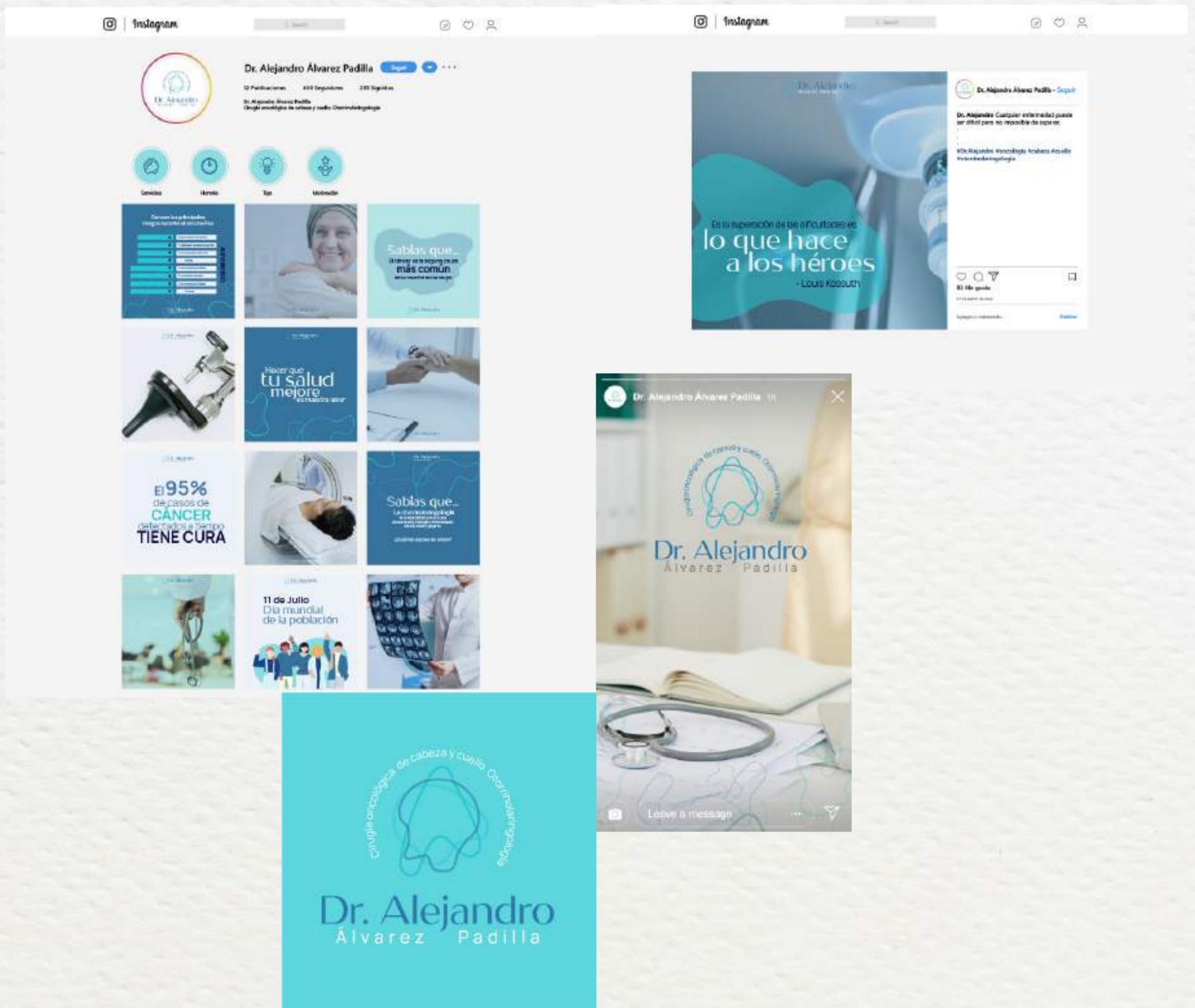
brand influence ●

Ahora, tu historia debe ser  
contada de manera creativa.

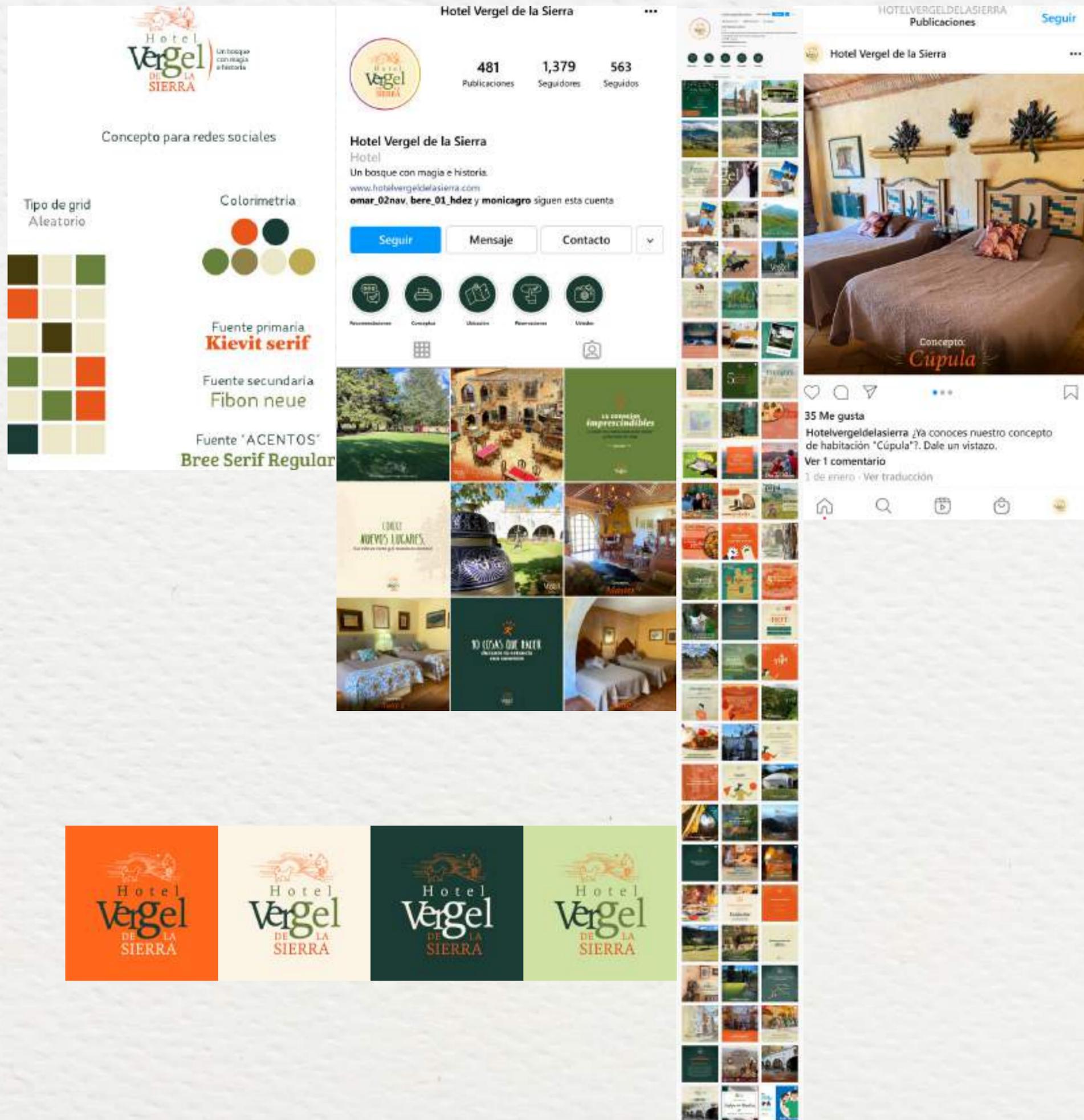
# ● contenido /logo/social media



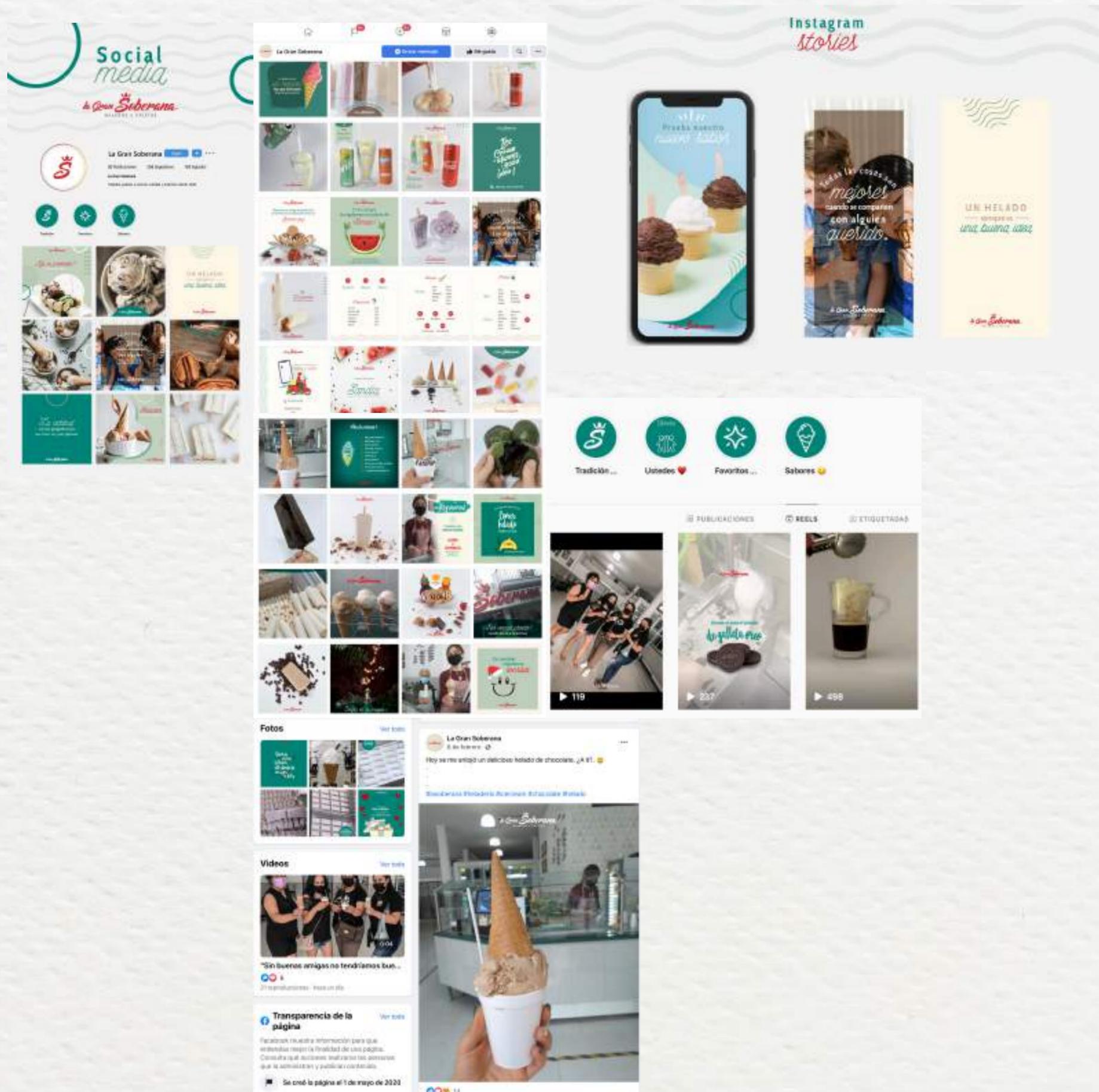
● contenido /logo/social media



● contenido  
/logo/social media/fotografía



● contenido /social media/fotografía



# ● contenido /social media

The collage illustrates the social media content strategy for DentalFit. It features a grid of various promotional photos and graphics, a design tool interface with color palettes and inspiration boards, a Facebook post from DentalFit dated 31 de julio a las 13:00, a Facebook page overview showing statistics like 60,534 followers and 234 interactions, and a mobile app preview showing a smiling woman with the DentalFit logo and a 'Leave a message' button.

**Todas las fotos** (All photos) - Grid of promotional images for services like whitening, orthodontics, and dental care.

**Inspiración** (Inspiration) - Design tool interface showing color palettes and inspiration boards.

**DentalFit** 31 de julio a las 13:00 - Facebook post: DENTALFIT | VISITANOS. En #DentalFit estamos listos para tu llegada. ¿Cuándo nos visitas? Te esperamos en Agua Azul 302-B Jardines del Moral 37160 León, Guanajuato.

**DentalFit** (Facebook Page Overview) - Statistics: 60,534 followers, 234 interactions, 13 page likes. Location: Agua Azul 302-B Jardines del Moral 37160 León.

**DENTALFIT** - Mobile app preview showing a smiling woman and the DentalFit logo.

brand awareness



- También materializamos esa historia para que sea memorable.



● fotografía  
/editorial



● fotografía  
dirección/moda



- dirección creativa  
/diseño/concepto  
/coordinación



**K**  
**KAROSSO**  
K A S U A L

ESTOY LISTO



  
**KAROSSO**



ESTOY LISTO



  
**KAROSSO**

ESTOY LISTA



- dirección creativa  
/diseño/concepto  
/coordinación

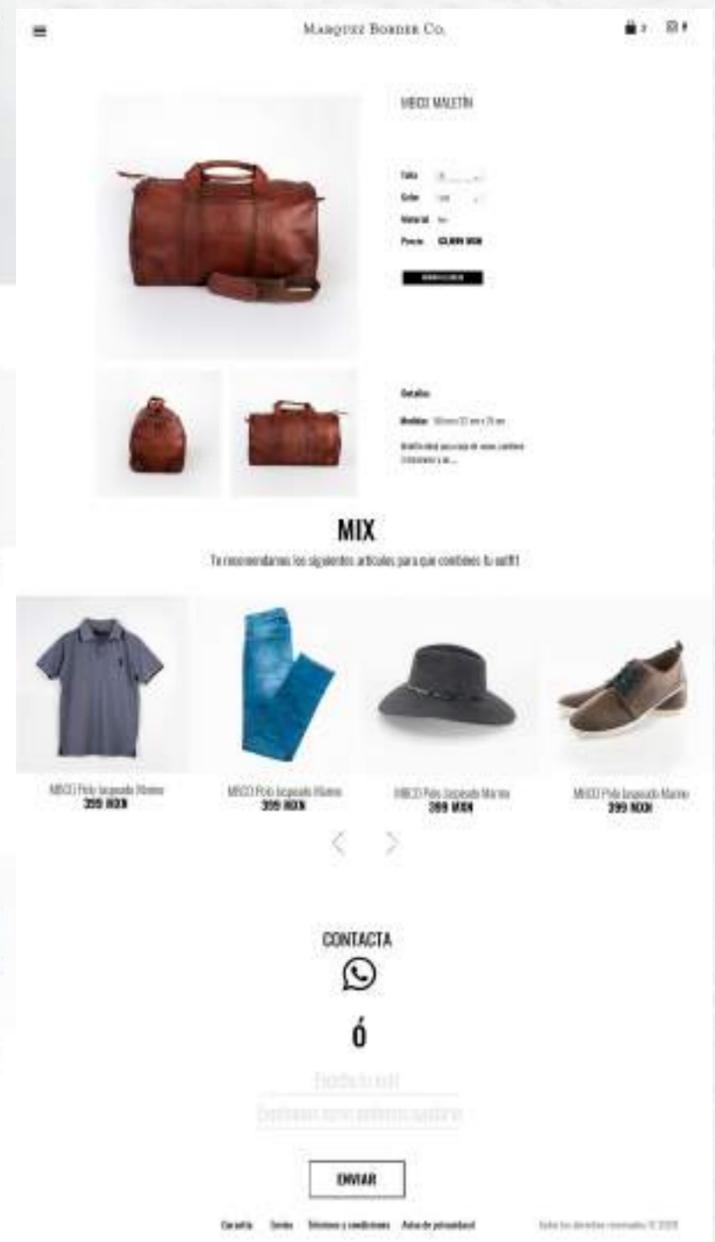




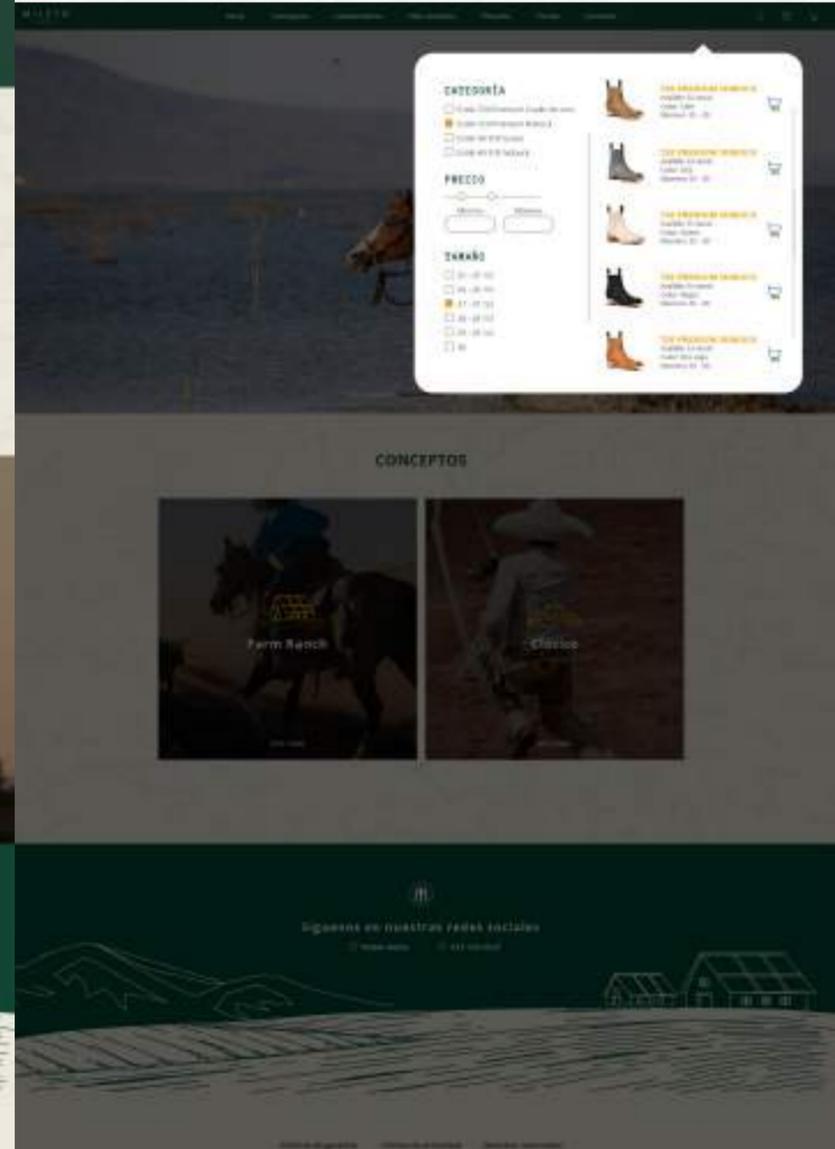
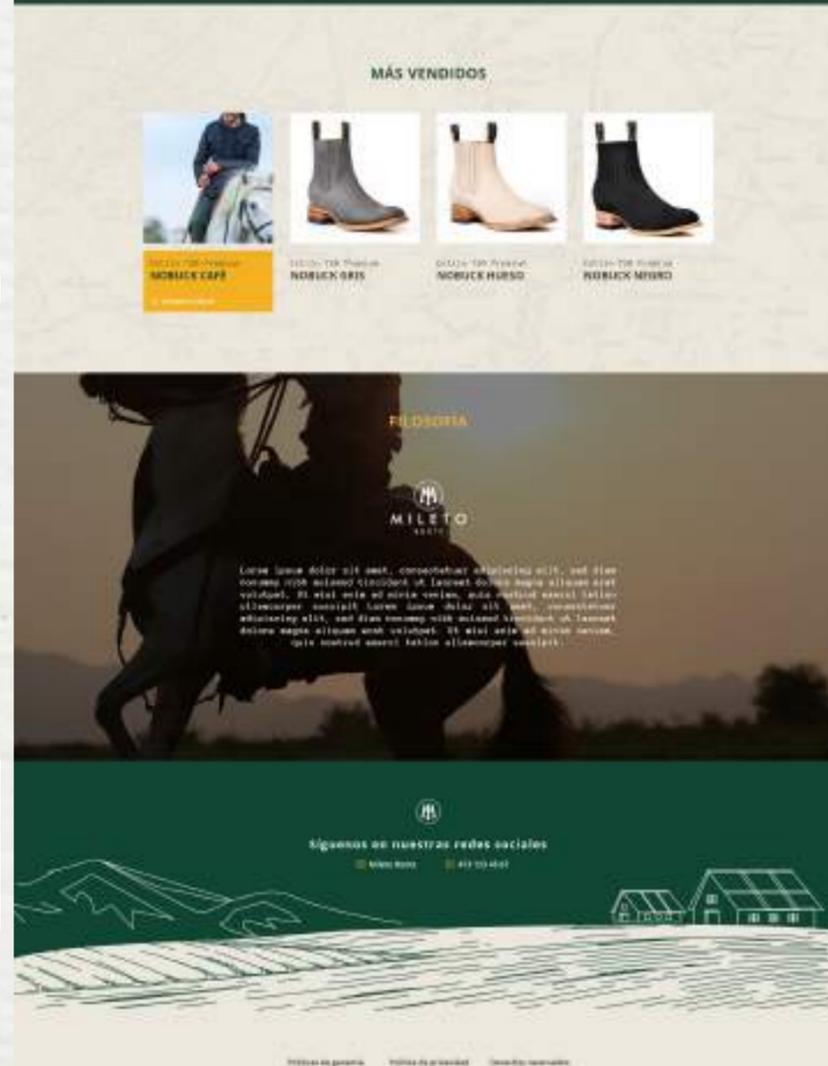
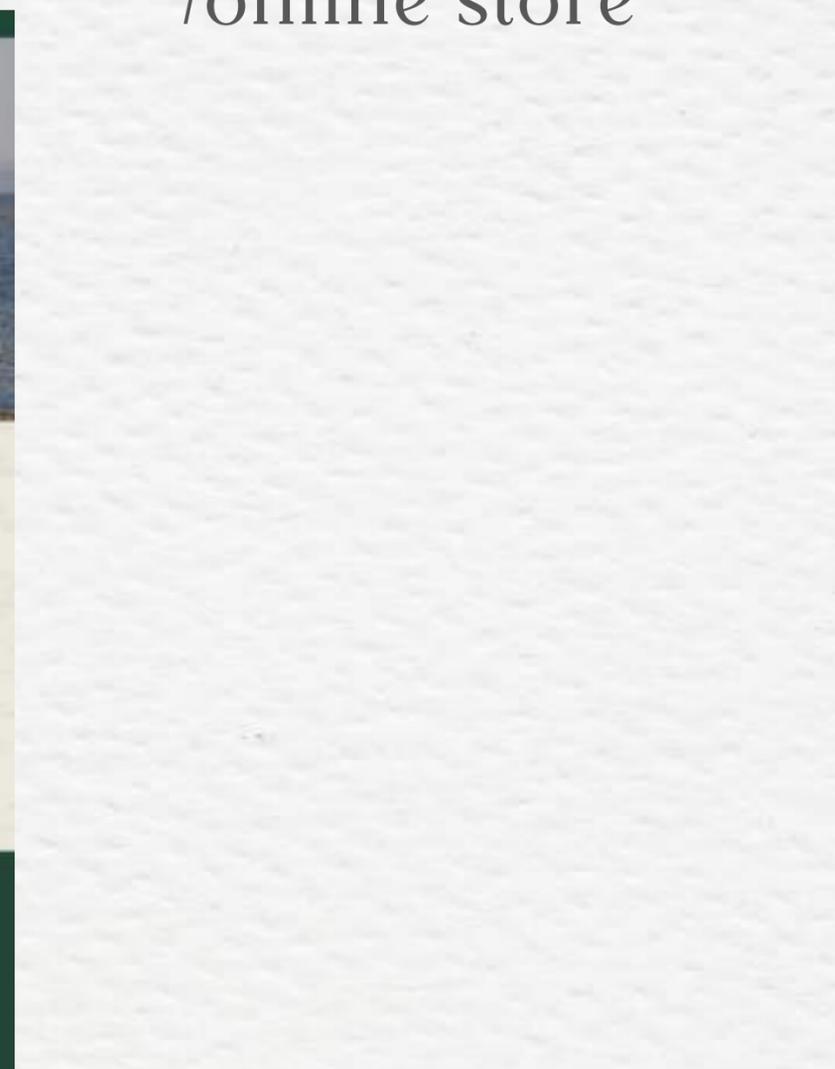
brand equity

- La historia no termina, capitalizamos el posicionamiento para consolidar clientes.

● web design /online store



● web design /online store





● web design /online store

Ses antiguos muros guardan ecos de voces antiguas jesuitas... coto de caza de los nobles Chichimecos, Guaranas y Guachichiles del siglo Prohibido "El Cópico" en el siglo XVII y en el mismo siglo...

[Ver más...](#)

**Suite** [Ver más](#)

**Estándar** [Ver más](#)

**Máster** [Ver más](#)

**Cúpula** [Ver más](#)

**Su descanso en la montaña...**

Los antiguos muros guardan ecos de voces antiguas jesuitas... coto de caza de los nobles Chichimecos, Guaranas y Guachichiles del siglo Prohibido "El Cópico" en el siglo XVII y en el mismo siglo...

**Estancia de aventureros y gambusinos**

que recorren las 42000 y 60000 hectáreas de la finca en busca de los dinosaurios como punto de partida de la Villa de Los Yacimientos de Guadalupe a la comunidad del pueblo local donde vive la leyenda, tradición y cultura en 1977 el Hotel construido por Don Francisco Javier Maza, con el apoyo de Don Pedro Maza en sus viajes a Ciudad Juárez, México, se crearon las estancias, habitaciones y servicios.

**Cuenta la leyenda que**

en ese lugar quedaba sepultado parte de los cráneos que en una batalla inenarrable Don Francisco Javier Maza, producto de su lealtad a la Hacienda de "Juar de Reyes".

**Suite** [Ver más](#)

**Estándar** [Ver más](#)

**Cúpula** [Ver más](#)

**Máster** [Ver más](#)

**Amenidades**

**Temazcal** **Área de niños** **Jardín** **Restaurante**

**Hotel Vogel** **La Sierra**

Siendo además bajo su administración, una gran estancia ganadera de **25,000 hectáreas**, con el producto de las utilidades de la venta de las cabezas de ganado mayor, sostendrán ellos los colegios.

**¡Visítanos!**

Carretera León-San Felipe, km 32 San Felipe, Guanajuato.

[hotel@hotelvogel.com](mailto:hotel@hotelvogel.com)  
477 866 57 90



**¿Alguna duda?**  
Escríbenos

Nombre:

Correo:

Teléfono:

Mensaje:

[Enviar](#)

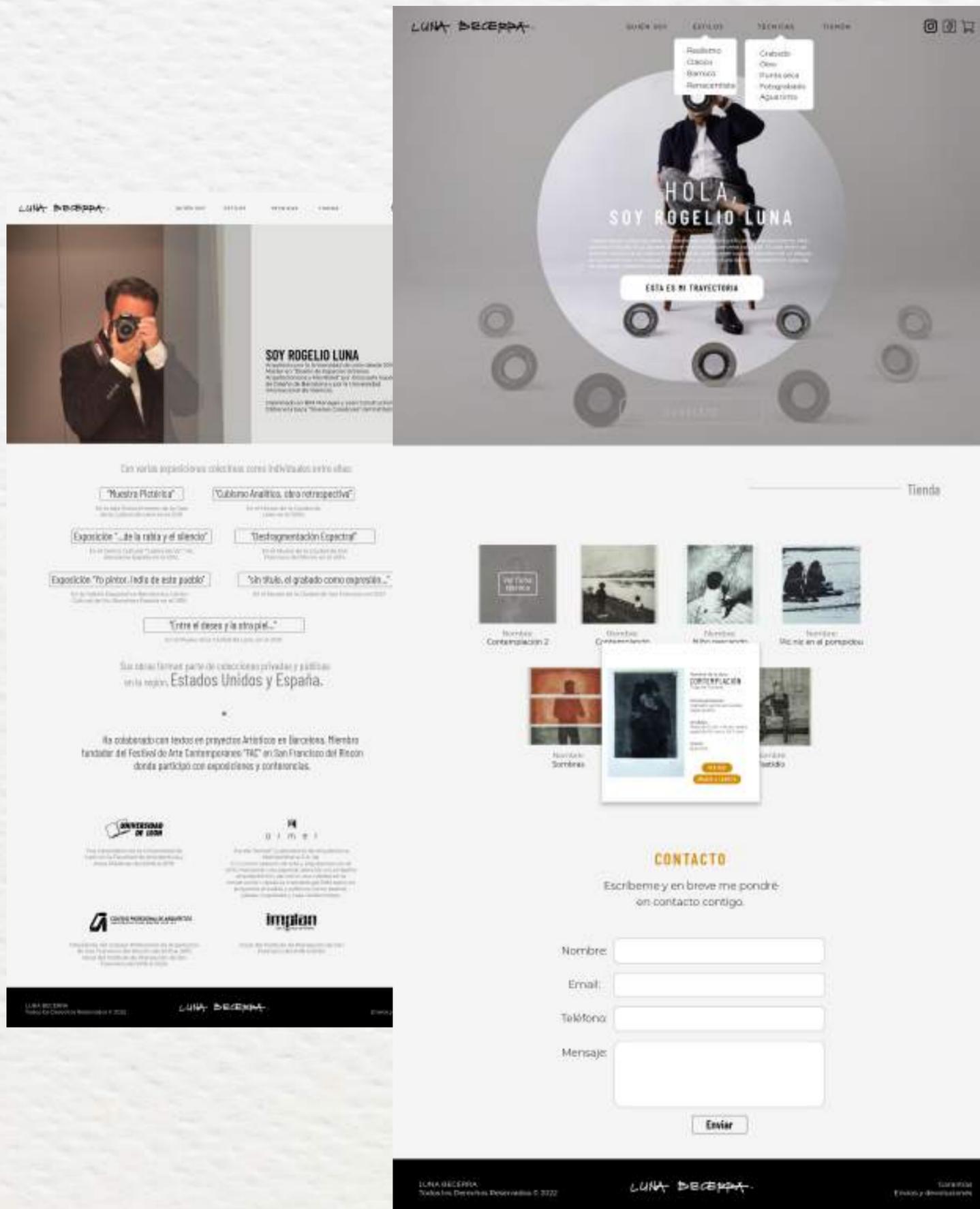
**Hotel Vogel**

**¡Visítanos!**

Carretera León-San Felipe, km 32 San Felipe, Guanajuato.

[hotel@hotelvogel.com](mailto:hotel@hotelvogel.com)  
477 866 57 90

- web design /online store





  @vicibrandoficial

 +52 4766881634

gerardo@vici.mx

vici.mx