

# MARC VAELO

DISEÑO E ILUSTRACIÓN

Comunicación gráfica | Branding | Ilustración

Diseño web | Diseño de packaging



**‘No por ser pequeño  
debes dejar de hacer  
grandes cosas’**

# ¡Hola, soy Marc Vaello!

Soy un profesional independiente que rompe barreras, resuelve problemas y hace avanzar a las empresas.

Desde hace unos años me dedico a trabajar freelance con todo tipo de agencias, departamentos de marketing y empresas, ayudándoles en el día a día de sus proyectos, apoyando gráficamente en campañas de publicidad, realizando proyectos de branding o realizando todo el diseño gráfico de sus productos y servicios.

Cuento con amplia experiencia en proyectos de branding y naming, identidad corporativa, packaging y servicios de impresión sin perder el objetivo fundamental: acercar cada proyecto a tus clientes potenciales con excelentes resultados.



## Así puedo ayudarte.

Hago diseños para empresas de todos los tamaños, con más dedicación que una agencia y por bastante menos de lo que costaría meter a alguien en plantilla.

Si lo que tu cliente ve no le resulta atractivo, moderno, fiable... la decisión será no acercarse a tu negocio, no probar tu producto, no elegir tu marca.

Mi trabajo como diseñador es no dejar que eso pase.

Llegar, atraer y retener a tus clientes es primordial. Juntos, nos aseguraremos de que el trabajo deje una buena impresión.



Desarrollar marcas que crean conciencia



Diseñar experiencias que influyan en el comportamiento del consumidor



Crear comunicaciones que impulsen el compromiso

## Así es trabajar conmigo.

Diseño creativo y colaborativo a disposición del cliente, siempre más allá de las expectativas.

La colaboración es clave. No estaría aquí sin una cultura inclusiva, donde la voz de todos se suma a la fuerza de una idea.

Debido a que soy un estudio creativo de propiedad independiente, no se realiza la burocracia que a menudo se experimenta con una gran agencia. Si necesitas algo, simplemente pregunta: estoy aquí para ayudarte.

### El rendimiento es mi moneda de cambio.

Dada mi experiencia, me apoyo en el poder de la construcción efectiva de la marca para ayudar a mis clientes a alcanzar sus metas y objetivos comerciales.

Comunicación gráfica | Branding | Ilustración  
Diseño web | Diseño de packaging

# ¿Por qué yo?

## **Estudio 360**

Soy un estudio independiente que cubre todos los servicios que tu proyecto necesita. No solo creo el nombre y la imagen de una marca o producto sino que gestiono la impresión y producción de todo el material gráfico que se necesita.

## **Diseño a medida**

Cada proyecto es diferente y es necesario partir de 0 y entender los problemas y necesidades del cliente, por lo que no utilizo plantillas o templates comerciales ni soluciones enlatadas. El diseño de cada proyecto es único y adaptado a las necesidades de mis clientes.

## **Experiencia**

Llevo más de 10 años trabajando con empresas y agencias de comunicación desarrollando todo tipo de proyectos

# Camino al éxito.

## **Mi proceso de trabajo**

### **1. Investigar y analizar**

Antes de iniciar cualquier proyecto defino el objetivo para adoptar la mejor solución, analizando la situación actual y el entorno de mi cliente.

### **2. Definir**

Que estrategia seguir y qué camino tomar para obtener los mejores resultados.

### **3. Puesta en marcha**

Una vez definido todo, tan solo queda poner en marcha mediante un proceso de embudo en el que partimos de algo genérico y que poco a poco voy definiendo junto con el cliente hasta haber la mejor solución gráfica a su problema.

### **4. Resultados**

El mejor apartado de todos: ver la satisfacción del cliente.



**‘El currículum importa,  
pero lo que realmente  
habla de mi es mi trabajo’**

Imagen de marca



#### CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



## Branding y diseño de envases para empresa de suplementos alimenticios naturales

### Reto

myNutrado es una empresa de suplementos alimenticios que se preocupan de suministrar el combustible adecuado a nuestro cuerpo, además de una dieta saludable y un estilo de vida saludable con sus productos.

La compañía solicitó un rediseño de su anterior imagen tanto de marca como de toda su gama de productos.

### Enfoque

Tras desarrollar la estrategia de marca y que dio lugar a la idea de «la fuerza de las plantas», teníamos claro que esta tenía que estar presente en todo momento tanto a nivel verbal como visual. Se basó el diseño de la marca en plasmar los elementos de la tierra, las plantas y el agua manteniendo el equilibrio entre el mundo de la farmacia y el de la alimentación.

### Solución

Se ha diseñado un logotipo alineado con la idea de marca, que incluye sutilmente las formas de la naturaleza.

La marca es acompañada de todo un sistema visual basado en la tierra, el agua con sus ondulaciones y las planta y que en su aplicación, especialmente en packaging, debía de ser capaz de acercar a los clientes a un producto especialmente creado para Hacer una dieta saludable y vegetal más fácil para aumentar el bienestar de las personas y proteger el medio ambiente.







## Branding para librería

### Reto

Entre Fulles es un concepto de librería para un público más abierto que pretende proyectarse como un lugar diferente, cálido, positivo y alegre y un nuevo espacio cultural.

### Enfoque

A través de un análisis de mercado se creó una imagen con personalidad y unos tonos suaves junto a una tipografía amigable que invitan al disfrute de la lectura y la cultura.

### Solución

El logotipo es una unión de la forma de un libro abierto y unas hojas.

El libro es una clara referencia a los productos que se venden y las hojas se destacan con un tono agua marina para representar el agua del mar mediterráneo (ya que la librería está cerca del mar) y el ambiente natural de la tienda.

El conjunto pretende mostrar la librería como un lugar moderno, positivo, didáctico y cultural.

## Construcción de la marca



Gabriel



Miró



Escudo

El escudo representa la fortaleza y la protección al orden social.



Columna

El columna representa la fuerza y la firmeza.



## Branding para gabinete de abogados

### Reto

Llevar a cabo el branding del Bufete Gabriel Miró

### Enfoque

El proyecto de identidad corporativa tenía el reto diferenciarse en un sector muy grande con mucha competencia.

### Solución

Se definió la nueva imagen de marca basándonos en elementos antiguos que representan la justicia, como lo son las columnas y el escudo, intentando englobar dentro de ello las siglas GM de Gabriel Miró.

Se ha utilizado una tipografía acorde con el conjunto de la marca que le aporta personalidad.

El uso del color negro sobre fondo blanco se ha elegido por su significado.

El negro es utilizado por las marcas más premium para denotar exclusividad, poder, fuerza, seriedad.

El juego con el fondo blanco le aporta pureza y claridad al conjunto de la marca.



## Branding para evento de magia

### Reto

Dotar de una imagen elegante, seria y diferente para un festival de magia itinerante con la presencia de grandes artistas y magos del mundo de la magia a nivel nacional.

### Enfoque

El proyecto de identidad corporativa tenía que ofrecer una imagen acorde a la calidad de sus artistas y que fuese fácilmente reconocible y dotarlo de una esencia del mundo de la magia y del espectáculo. Para ello se realizó un profundo trabajo de elementos que forman parte de este multiuniverso mágico para establecer unos sólidos cimientos para el brand identity de la marca.

### Solución

La nueva identidad visual de Magia en Ruta dota de protagonismo a las manos, haciendo referencia a la importancia de estas en el mundo del espectáculo mágico. A este elemento le acompañan otros relacionados con el tema, tales como el conejo que sale de la chistera, los palos de los naipes, y un fondo con estilo vintage a semejanza de los grandes espectáculos de finales de siglo XIX.



# globalplay



## Rebranding para empresa de eventos

### Reto

Actualizar la imagen de Globalplay haciéndola más moderna y más reconocible por el público.

### Enfoque

El rebranding de la marca debía seguir con el icono del play pero de una manera sutil y utilizando unas formas más "friendly" de cara a atraer la atención del público más joven. Debíamos seguir con la gama de verdes.

### Solución

Para la marca de Globalplay se ha usado una tipografía más redondeada y sustituido la a de "play" por el icono que representa la reproducción a modo de elemento identificador. Se han sustituido los tonos verdes lima por un verde con más cuerpo y seriedad.



globalplay



## Imagen corporativa congreso SEIO 2019

### Reto

Con motivo del XXXVIII Congreso Nacional de Estadística e Investigación Operativa, que se celebra en Alcoy en 2019, el departamento de estadística de la UPV de Valencia, junto con la Sociedad de Estadística e Investigación Operativa (SEIO), plantea el reto de crear una imagen para tal evento.

### Enfoque

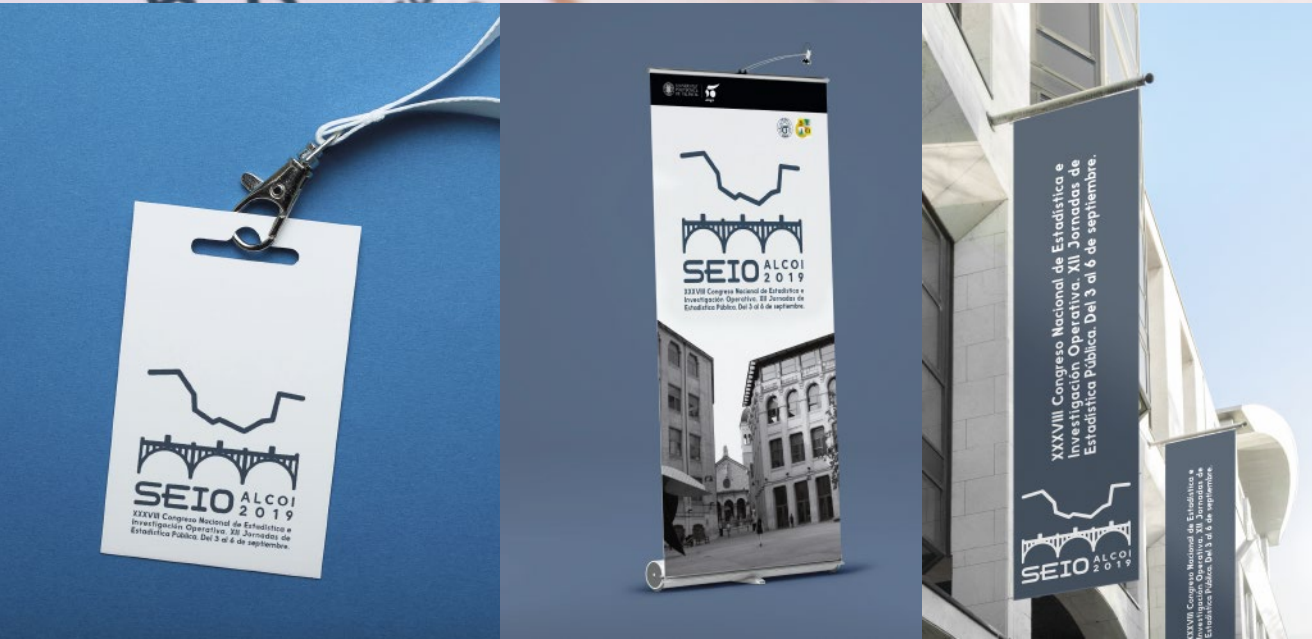
El proyecto tenía el reto de poder plasmar los conceptos utilizados en los métodos estadísticos y de investigación operativa y plasmarlo con la tipología de la ciudad de Alcoy. Para ello se realizó un trabajo de búsqueda de elementos comunes entre la estadística y la ciudad que albergará el congreso en 2019.

### Solución

Se definió la nueva imagen del congreso en base al concepto del problema de los puentes de Königsberg. A la ciudad de Alcoy se la conoce como la ciudad de los puentes, pues se contabiliza que hay más de una veintena de puentes, y sin contar la periferia en la que hay una gran cantidad de pequeños puentes.

La identidad visual del congreso parte del diseño icónico de uno de los puentes más característicos de la ciudad, el puente de San Jorge. Se acompaña al icono del puente la silueta de un elemento geográfico característico de la ciudad, el "Barranc del Cint", haciendo referencia a las gráficas utilizadas en estadística.

El uso del azul oscuro se le asociaba en la antigüedad con el infinito (otro símbolo de la estadística).





## Rebranding para empresa de jardinería

### Reto

Llevar a cabo el rebranding de Alijardín, empresa levantina de referencia y líder en proyectos de paisajismo interior y exterior, jardines verticales y cubiertas vegetales, entre otros proyectos.

### Enfoque

El proyecto de identidad corporativa tenía el reto de entender el mundo del paisajismo y la propuesta de valor de la empresa. Para ello se realizó un profundo trabajo de elementos que forman parte de este multiverso vegetal para establecer unos sólidos cimientos para el rebranding.

### Solución

Se definió la nueva imagen de marca haciéndola más eficaz y reconocible.

La nueva identidad visual de Alijardín nace de los nervios de las hojas que se ramifican, creando un universo de servicios vegetales. Se rediseñó el logotipo en base a colores tierra para darle un enfoque más cálido y serio a la marca.



ANTIGUO LOGOTIPO



NUOVO LOGOTIPO



## Proyectos para agencias

### Branding realizado tras mi paso por Baobab Markeing

El reto de este proyecto era rediseñar la identidad Visual Corporativa de Netfiber, una empresa tecnológica que ofrece servicios de internet y telecomunicación a empresas y particulares.

Debíamos diseñar una marca actual que ayudase a acercar al consumidor a sus servicios. Por ello apostamos por una identidad joven, fresca y alegre, sin perder de vista el carácter profesional de la empresa.

La identidad visual debía mantener el concepto de las ondas de internet de su antiguo logotipo y que debería estar presente en todo el proceso de branding.

Solvantamos el reto con una identidad absolutamente nacida para el sector digital. Para la construcción del símbolo partimos de la figura de las ondas de internet sobre la inicial de Netfiber con una tipografía dinámica y unos colores contrarios a su competencia con la finalidad de diferenciarse de la misma y facilitar su reconocimiento.

Branding | Diseño web | Diseño gráfico



## Proyectos para agencias

### Proyecto de branding realizado tras mi paso por Baobab Marketing

Fokkers es una nueva marca de ropa para hombres centrada sobretudo en camisas, camisetas y polos.

Surgió el reto de crear un nombre que evocase aventuras, acción, desvergüenza y mucha personalidad y eso se tenía que reflejar en la Imagen Visual Corporativa a fin de conectara con su audiencia.

Se creó un nombre basándonos en los ases del aire de la Gran guerra de principios de siglo XX y sobretudo en el avión icónico de la contienda, el triplano Fokker Dr. I.

El nombre evoca la singularidad de cada prenda y cómo se siente la persona que lleva la ropa de manera que se vea como un "as", un "fokker" (un juego sonoro derivado de la palabra Fucker, de ser un gamberro, una persona que sabe vivir la vida)

Para la marca se basó en el motor de dicho aeroplano acompañado por una tipografía modificada para dicha marca que le aporta fuerza y firmeza.

**Naming | Branding | Diseño web**  
**Asesoría de imagen**







•nurve•



#### Proyectos para agencias

### Proyecto de branding realizado tras mi paso por Baobab Marketing

Cuando la clienta llegó a con su proyecto nos contagió a toda la oficina con su optimismo, fuerza e ilusión por el proyecto. Se trata de un nuevo concepto pionero en nuestro país y quería que su identidad transmitiera frescura, elegancia y sobretodo profesionalidad. Nurve ofrece un servicio de masajes y fisioterapia a través de una camper equipada con todo lo necesario.

El proceso de conocimiento y reflexión nos llevó a la conclusión de que este proyecto pionero exigían nuevas formas de comunicación, que contaran de una forma eficaz su propuesta de valor.

Había que crear una imagen visual que respirara frescura, honestidad, confianza, pero que a la vez fuera cercana. Nació NURVE, la primera cabina de masaje y fisioterapia sobre ruedas.

Para la imagen visual de NURVE nos basamos en el mundo holístico, la naturaleza, el sentimiento de libertad y sobretodo en las manos, las herramientas con la que nuestra clienta trabaja. Los tonos verdes, de la marca, complementados con tonos amarillos, han ayudado a proyectar la frescura de su forma de trabajar.

Branding al servicio de la transformación del negocio de nuestro cliente.



•nurve•

La salud nos mueve



Branding | Diseño web | Diseño gráfico

packaging

Proyectos para agencias

## Gama de packaging realizado en colaboración con MSR Marketing



## Packaging para Irvine Wines. Primitivo

### Reto

Diseño de etiquetas para Irvine Wines, un viñedo familiar ubicado en el sur de Australia.

### Enfoque

La marca buscaba un diseño moderno y juvenil para su nuevo vino. El nombre del vino era "Primitivo". El enfoque adoptado pretende inspirarse en las tribus aborígenes australianas y en su arte pictórico con las manos.

### Solución

Como resultado obtenemos una etiqueta con carácter que muestra una huella, motivo que se inspira en los primeros aborígenes y su arte que impregna de rojo con su vino tinto. La etiqueta está realizada con papel marcado al fieltro otorgando un acabado Premium y suave al tacto.

Se ha realizado un barniz UVI selectivo a todo lo que es la huella haciendo que la parte brillante destaque por encima del acabado mate del papel.



## Packaging para aceite Olivar Devesa

### Reto

Diseño de imagen para las etiquetas de aceite Lágrimas de la Serrella para Olivar Devesa (Benassau).

### Enfoque

Los clientes buscaban una etiqueta que le aportase personalidad mediterránea a su producto y que aportase frescura. Para ello se diseñaron unas ilustraciones en acuarela que se aplicaron sobre fondo blanco (el blanco característico de las casas del mediterráneo).

### Solución

El resultado ha sido una etiqueta que destaca en el lineal y se aleja de las etiquetas oscuras de sus competidores. El material de la etiqueta es anti-grasa que evita que la etiqueta se ensucie por el uso y degrade así su imagen de calidad.



## Packaging para aceite Guilella Agrícola

### Reto

Realización del diseño de las etiquetas de aceite por parte de Guilella Agrícola para su aceite virgen Gran Selección.

### Enfoque

Las aceitunas con las que se confecciona este aceite están ubicadas en el Parque Natural de la Serra de Mariola, comprendido en el interior de las provincias de Alicante y Valencia, donde los colores verdes y terrosos se combinan con los olivares y la flora local de los montes mediterráneos.

### Solución

El resultado es una etiqueta impresa sobre polimérico anti-grasa en el que las franjas verde y marrón son coronadas con un ramillete de aceitunas. La distribución de los elementos de manera holgada da claridad y limpieza a la etiqueta.



## Otros Packaging

Propuestas de diseño en concursos de packaging



diseño e ilustración

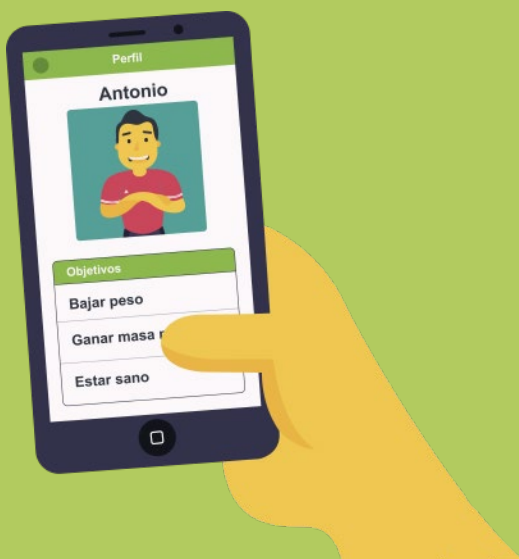
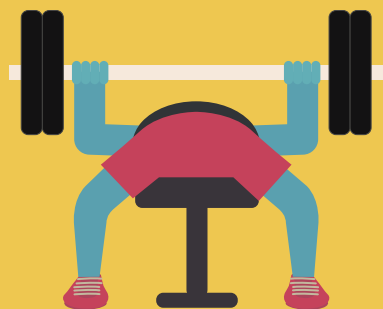




Proyectos para agencias

## Proyecto para TBWA Barcelona

Ilustraciones diseñadas para Vichy Catalan a partir de un modelo para la agencia TBWA (Barcelona)



Proyectos para agencias

## Proyecto para Cacahuete Comunicación

Cliente: Cacahuete Comunicación (Elche)

Ilustración: Marc Vaello

Dirección de arte: Marc Vaello - Cacahuete Comunicación

Guión: Marc Vaello - Cacahuete Comunicación

Link: <https://vimeo.com/251709135>



Proyectos para agencias

## Proyecto para TBWA Barcelona

Cliente: TBWA (Barcelona)

Ilustración: Marc Vaello

Dirección y Animación: Equipo TBWA

Link: <https://vimeo.com/277143129>



## Proyectos varios de cartelería

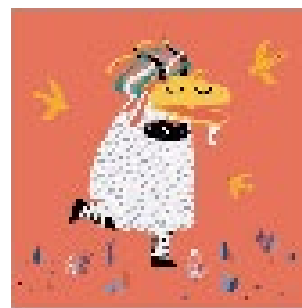
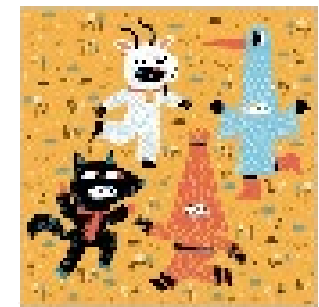
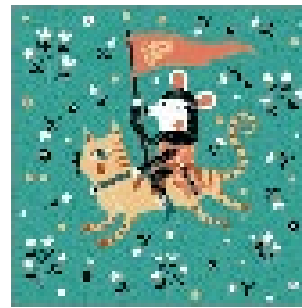
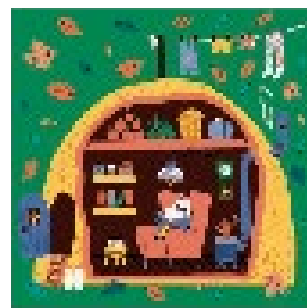




Proyectos para agencias

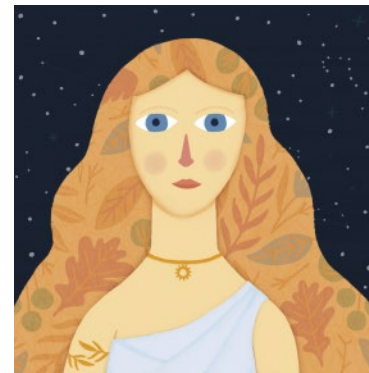
## Proyecto para comosomos.es

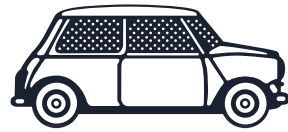
Diseño editorial del Decálogo de buenas prácticas en el comercio ambulante para la Cámara de Comercio de Andalucía



## Ilustración infantil

Proyecto personal en el que publico ilustraciones en mi perfil de Instagram @marcvaelloilustracion





**¿Trabajamos juntos?**





MARC V A E L L O

## **Contacto**

[contacto@marcvaello.com](mailto:contacto@marcvaello.com)

T. 622 54 43 32

[www.marcvaello.com](http://www.marcvaello.com)