

En el mundo de los sueños todo es posible.

surreal

interpretamos sus sueños...

“Estamos hechos de la misma materia que los sueños...”¹



En Surreal escogemos el camino menos transitado para que la inspiración nos encuentre en el lugar menos esperado. Valoramos lo peculiar, sospechamos de lo popular y trabajamos incansablemente para producir lo sublime. Seguimos un método honesto y justo hasta descubrir y liberar el valor de su marca. Le ayudamos a crear un posicionamiento estratégico e imaginativo con una ejecución impecable de elementos de comunicación.

Nos enfocamos en usted, su compañía y su mundo, para descubrir el potencial de su marca y liberarlo.

¹ William Shakespeare , La Tempestad.



EN SURREAL LIBERAMOS EL VALOR DE SU MARCA

NUESTROS SERVICIOS

BRANDING & PACKAGING

COMUNICACIÓN EFECTIVA

DISEÑO DE PENSAMIENTO (DESIGN THINKING)

DISEÑO DIGITAL & MULTIMEDIA

ESPACIO COMERCIAL

Sobre Surreal

- 2005 El 5 de febrero Jorge Hernán Zambrano crea SURREAL, un estudio de diseño enfocado en diseño y *branding*.
- 2006 Gracias a la experiencia adquirida a nivel nacional en diseño interior y producción de mobiliario para HP, abre la sección de Espacio Comercial.
- 2007 Desarrolla la división de Multimedia & Diseño Digital con la colaboración del diseñador Pablo Prada.
- 2010 SURREAL se vincula a la Cámara de Comercio de Bogotá, hoy día SURREAL es Consultor de Posicionamiento de marca en Internet.
- 2011 Enfoque en el sector Minero - Energético y Sostenibilidad (Naturgas, Ministerio del Interior, Petrominerales, Instituto Colombiano de Derecho Ambiental, entre otros).
- 2012 Participa en los talleres creativos del diseñador James Victore en Brooklyn NY en 2011 y 2012.
- 2013 Alianza estratégica con la post-productora DR. PEPE para ofrecer el servicio de producción de video y Motion Graphics.
- 2015 Enfoque en el sector cultural apoyado a instituciones como el Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo y la Orquesta Sinfónica Nacional de Colombia
- 2016 Énfasis en Diseño de Pensamiento (Design Thinking) y alianza estratégica con Brujita.

SU MARCA ES EL ALMA DE
SU ORGANIZACIÓN Y COMO
TAL TIENE UN POTENCIAL
INIMAGINABLE, ESTÁ VIVA Y ES LA
ESENCIA DE SU NEGOCIO

Branding

Creamos, Revitalizamos o Normalizamos su marca, su identidad y el posicionamiento de la misma, asegurándonos que encaje con la tendencia del momento.

Es vital que su marca comunique los nuevos valores y atributos adquiridos. **Permita que su marca evolucione.** De esta manera refresca su imagen, ganándose la confianza de nuevos consumidores reafirmando los ya existentes.

Su imagen y el entorno de su marca, incluyendo el logo, las palabras y colores que usa, su catálogo y su presencia en Internet, construyen la identidad de su compañía. Es importante entender cuáles son sus fortalezas, las nuevas tendencias del mercado y construir estrategias para lograr un posicionamiento acertado y sobresalir dentro de la multitud.

Tener una marca adecuada es la mejor manera de destacarse dentro del mercado, ganar reconocimiento, recordación y generar resultados positivos.

Desarrollo Estratégico

Desarrollamos cada estrategia y plan de acción a medida, usando diferentes herramientas dependiendo de sus necesidades y metas. Planeamos estrategias de comunicación asegurándonos de construir campañas sostenibles en el tiempo en vez de esfuerzos puntuales de corto plazo. Nuestro proceso innovador selecciona cuidadosamente los canales que mejor comuniquen los valores de su marca y expresen sus puntos de diferenciación.

Una vez la marca es creada o revitalizada les ofrecemos los servicios de Posicionamiento Estratégico, creación de Campaña Publicitaria y Mercadeo en Internet.

Mercadeo en Internet

La mayoría de los consumidores investigan en Internet antes de comprar. Por esto creemos que es indispensable tener una correcta presencia en Internet que desarrolle una experiencia de marca única para sus clientes.

surReal
VALOR A SU MARCA

Desde 2001
hemos
desarrollado
múltiples
proyectos
de Identidad
Corporativa en
distintos sectores.

NUESTROS CLIENTES

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ
AXESAT
BOGOTÁ WINE & FOOD FESTIVAL
BLUEFIELDS ORG
COLSEGUROS
DIVANO
DON DAVID Café DE ORIGEN
GO GREEN
HEWLETT PACAKARD
IKALON
INSTITUTO COLOMBIANO DE DERECHO AMBIENTAL
INTEGRA
INTERNATIONAL CENTER FOR TRANSITIONAL JUSTICE
KEYLOGISTICS
LA CORTEZ ENERGY
LUSO CIA. COLOMBIA-PORTUGAL
MARIAPANELA
MINISTERIO DE CULTURA
MINISTERIO DEL INTERIOR
MUSA, MUSEO ARQUEOLÓGICO
NATURGAS
ORQUESTA SINFÓNICA DE COLOMBIA
PACT
PACIFIC RUBIALES
PEPA POMBO
PETROMINERALES
SCHRADER CAMARGO
SUASUQUE
TEATRO MAYOR JULIO MARIO SANTO DOMINGO
YODER



ALMA
EN
MOVIMIENTO

ARMONÍA

TEATRO
DIGITAL
UNA ENTRADA PARA TODOS



IBERO-
AMÉRICA
RECITAL COLOMBIA 2016



Maria
panela



BOGOTÁ
WINE & FOOD
FESTIVAL



intēgra
gestión legal empresarial



PIXYNESS



CHILOÉ
Criadero Angus



Galaxia₃₁₁

go green



HOZZ
STORE



AXESAT
No hay límites

SFOliE
RESTAURANTE - BAR



agroinnovación



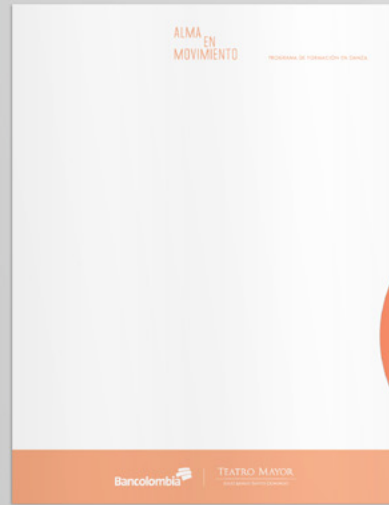
Bluefields

A CONTINUACIÓN PRESENTAMOS
ALGUNOS EJEMPLOS DE **BRANDING &**
COMUNICACIONES

Desarrollo de marca ALMA EN MOVIMIENTO

Creación de nombre e identidad visual para la Compañía de Ballet Residente en el Teatro Julio Mario Santo Domingo y programa de formación en Danza. Visibilizar, proyectar y valorar la creación local partiendo de realidades y construyendo la posibilidad de contar con un cuerpo de baile clásico en Bogotá.

Compañía de ballet con representación artística de alto nivel en el TMJMSD, un espacio de creación, de creatividad para las artes escénicas y de cualificación para bailarines.



“La danza es el lenguaje escondido del alma.”
Martha Graham



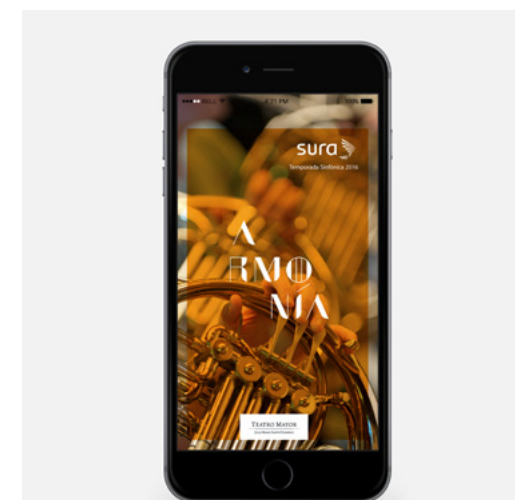
febrero de 2017

Esta información es confidencial y pertenece a SURREAL S.A.S. Agradecemos no divulgar o usarla sin previo consentimiento.



Desarrollo de marca ARMONÍA

Creación de nombre e identidad visual para la temporada de música sinfónica del Teatro Julio Mario Santo Domingo. Desarrollamos un sistema de comunicación que mantuviera la unidad y consistencia en las comunicaciones del Teatro Mayor y al mismo tiempo le diera identidad a cada temporada y marca.

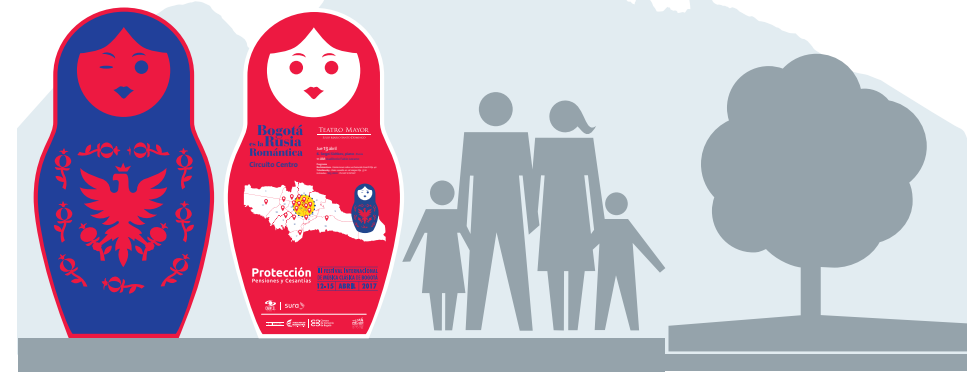
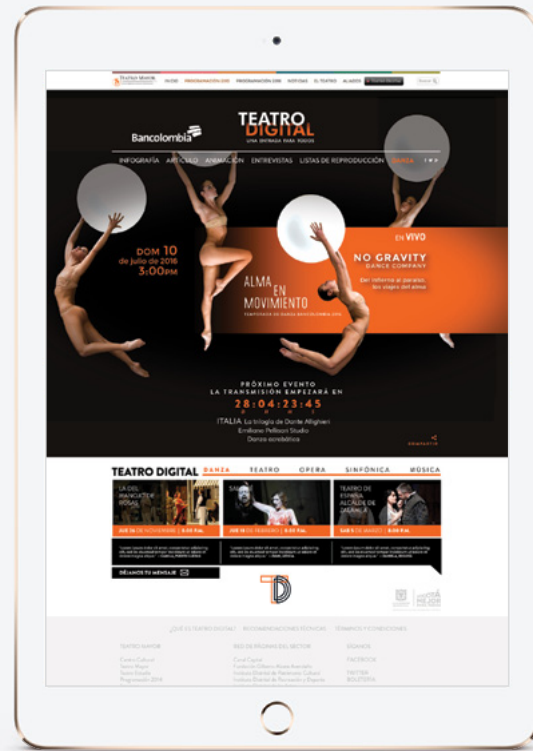


Desarrollo de marca TEATRO DIGITAL

Teatro Digital es una plataforma única en Latinoamérica que transmite gratis y en tiempo real una programación de alta calidad artística a toda la región.

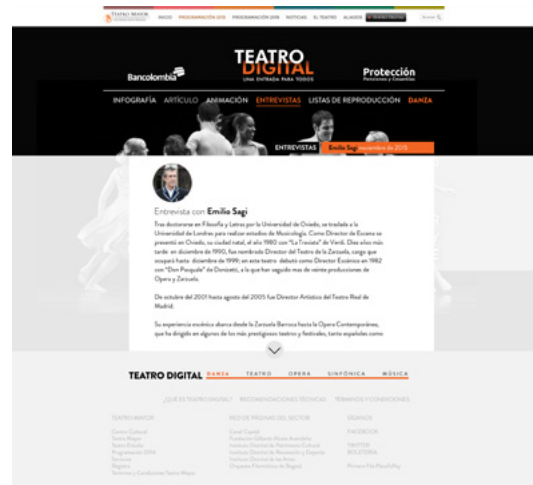
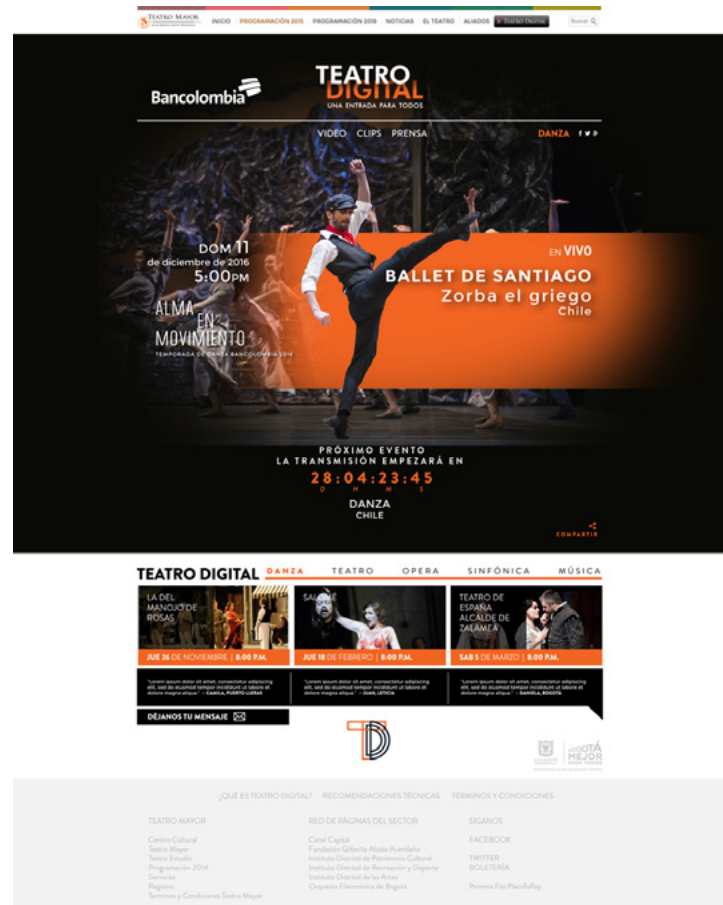
Contenidos pedagógicos audiovisuales dirigidos al consumidor digital, hacen de Teatro Digital una plataforma novedosa e incluyente. Videos, entrevistas, artículos y listas de audio, conforman un espacio virtual estimulante, tanto para el conocedor, como para el amateur.

Desarrollamos el concepto gráfico para la aplicación digital y las comunicaciones para guardar la unidad con las comunicaciones del TM.



Desarrollo de marca Bogotá es la Rusia Romántica

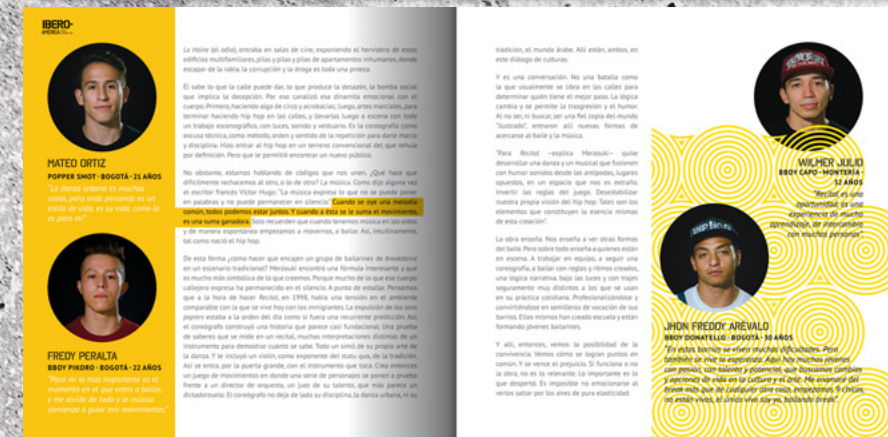
para el III festival internacional de música de Bogotá. Creamos un personaje del folclore ruso que acercara a los bogotanos a la cultura rusa y a su música clásica. Parte del reto consistió en pensar en las aplicaciones en todos los escenarios físicos y digitales y la convivencia de las marcas de los aliados, la ciudad y medios.



Desarrollo de marca IBERO-AMÉRICA RECITAL COLOMBIA 2016

Creación de nombre, desarrollo de marca e implementación para piezas de campaña de divulgación en medios digitales e impresos.

SEGIB nos contrató para desarrollar la imagen para la XV Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno, cuyo lema fue Juventud, educación e innovación. Creamos una identidad que recogiera los colores de la región iberoamericana y comunicara la identidad urbana de los bailarines.



Desarrollo de marca SOMOS TESORO

Desarrollamos la marca SOMOS TESORO, libro de marca y aplicaciones.

SOMOS TESORO es una organización sin ánimo de lucro que busca atender la situación de vulnerabilidad de la población que vive de la minería artesanal en Antioquia y Boyacá, Colombia.

PROMESA
Calidad de vida de la niñez y familias en zonas mineras

RETO
Construir una imagen que incluya a los niños, familias y el concepto de minería teniendo en cuenta que uno de los objetivos de la organización es evitar el trabajo infantil.



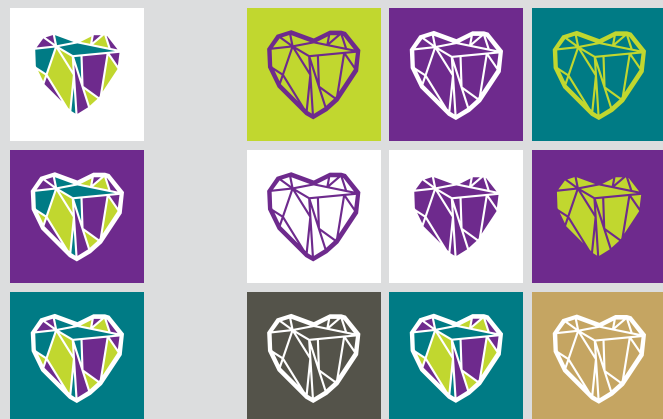
TESORO
Patricia Cote Ante
Especialista en Educación y Medios de Vida
Cra. 15 No. 88 - 64 | Oficina 101
Medellín, Antioquia.
T. (+574) 300 2413 | M. (+57) 315 615 0110
patricia.cote@somostesoro.com
www.somostesoro.com

Desarrollamos aplicaciones que comunicaran el concepto de la marca.

SOMOS TESORO



Este proyecto es apoyado por el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos



SOMOS TESORO



Este proyecto es apoyado por el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos



SOMOS TESORO

más de un millón de niños trabajan en Colombia. De ellos, alrededor de 5 mil niños están vinculados a actividades de minería.

A pesar de los compromisos y los esfuerzos del Estado colombiano por reducir el trabajo infantil y mejorar las condiciones de los niños en el país, en 2012 el DANE reportó que más de un millón de niños trabajan en Colombia. De ellos, alrededor de 5 mil niños están vinculados a actividades de minería. Son niños que trabajan en la extracción de esmeraldas, oro, níquel, carbón, sal y otros minerales; actividades en las que están expuestos a situaciones que pueden afectar su salud o su seguridad, como levantar cargas pesadas, entrar en contacto con sustancias nocivas como el mercurio y gases tóxicos, y sufrir lesiones físicas.

Esta situación se presenta de manera especial entre comunidades que durante varias generaciones se han dedicado a la minería, que han encontrado en ella la principal fuente de ingresos para el sostenimiento básico de sus familias, y que aún la practican en forma artesanal, como se observa en las zonas mineras de carbón en Boyacá, y de oro en Antioquia.

Varios factores inciden en la presencia de trabajo infantil en estas zonas. Entre ellos, la informalidad de la economía y de las condiciones laborales en la pequeña minería y en las minas que operan sin cumplir con la legislación minera; el estado de informalidad en que se encuentra buena parte de la pequeña minería; la inaplicación de las medidas de salud y seguridad en el trabajo; el constante riesgo de accidentes en los trabajadores adultos, que impacta negativamente el ingreso de las familias y crea condiciones para el trabajo infantil; la debilidad en la aplicación de las políticas públicas de protección de la infancia; de erradicación del trabajo infantil y de seguridad en el trabajo; y en ocasiones la ausencia de una educación de calidad, la falta de conexión de las familias en la importancia de la educación y la desesperanza en un futuro mejor.

Con el fin de apoyar los esfuerzos del Estado colombiano en la disminución del trabajo infantil, se inicia en septiembre de 2013 el proyecto Sumos Tesoro financiado por el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos y realizado por cuatro organizaciones de amplia trayectoria en los temas de infancia, minería y desarrollo de poblaciones vulnerables: Pact, la Alianza por la Minería Responsable, el Fondo Acción y la Fundación Mí Sangre.

Este proyecto es apoyado por el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos



CONCEPTO

La familia y nuestra comunidad es nuestro diamante en bruto. El concepto detrás de esta propuesta es la humanización de la minería.

En el centro de la imagen está el corazón, centrado con respecto a la M de SOMOS para enfatizar aún más esta condición.

Revitalización y Normalización de marca MUSA

(Museo Arqueológico)

El Museo Arqueológico de la Casa del Marqués de San Jorge necesitaba REGULARIZAR y REVITALIZAR su marca.

El público no entendía la relación entre la Casa del Marqués de San Jorge como recinto histórico y la colección arqueológica del museo. Escogimos un sello de la colección e hicimos una abstracción que no compitiera con el sello.



Sello precolombino propiedad del MUSA



Marca Final



Una vez regularizada la marca se procedió a realizar el LIBRO DE MARCA.

febrero de 2017

El museo Arqueológico tiene una colección muy especial de piezas cerámicas de culturas indígenas precolombinas; se escogió un sello de la colección y se desarrolló una tipografía para el MUSA. Se hizo una investigación exhaustiva de las piezas de la colección antes de escoger este como el símbolo del MUSA.



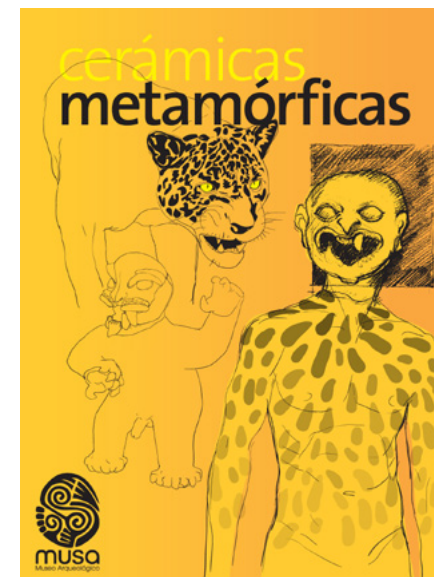
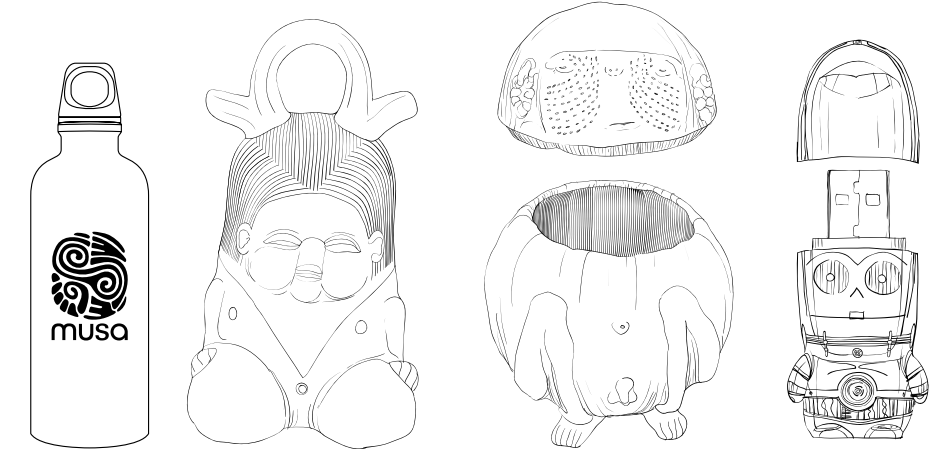
Esta información es confidencial y pertenece a SURREAL S.A.S. Agradecemos no divulgar o usarla sin previo consentimiento.



MEMORIA

entra mados

Desde 2010 somos parte del colectivo que que planea las exposiciones temporales del MUSA y apoyamos con el concepto gráfico y el diseño de las exposiciones.

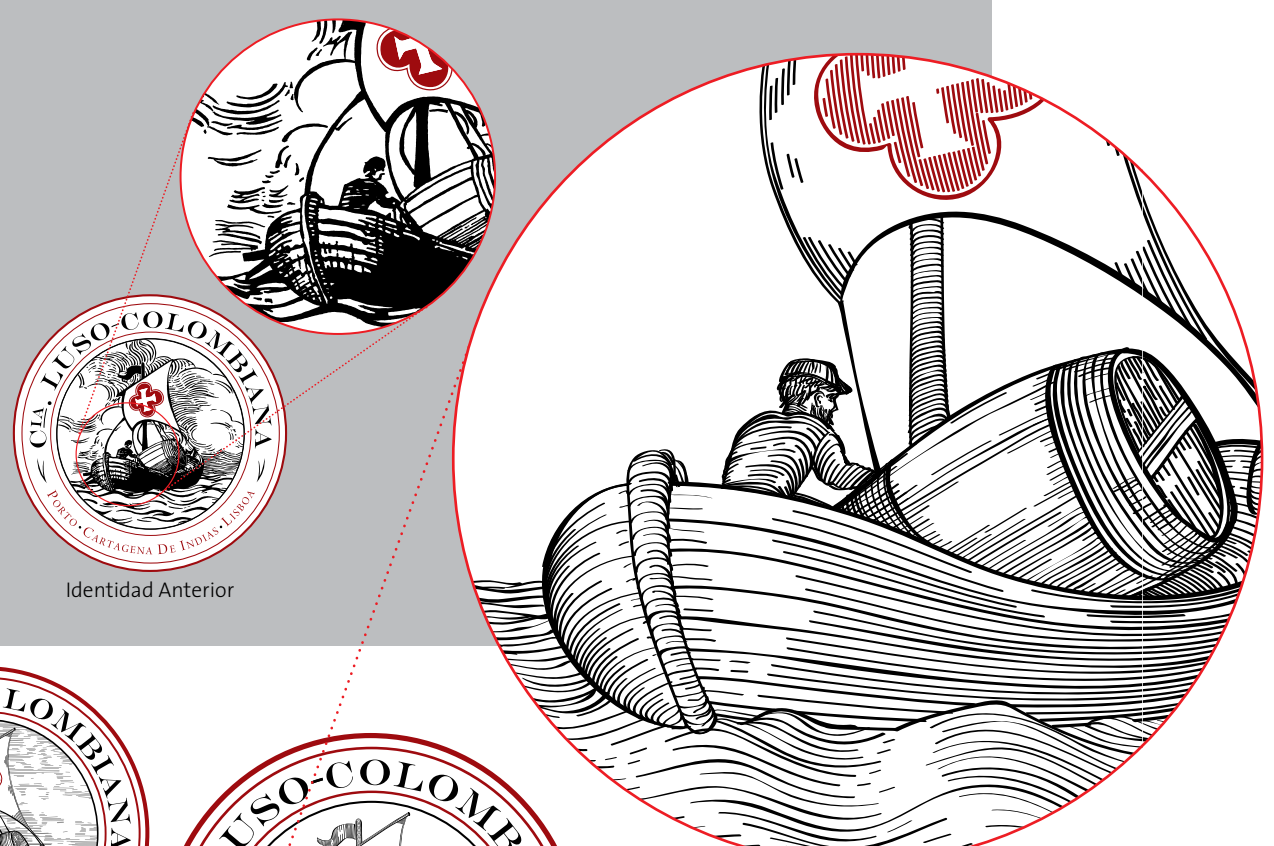


surreal VALOR A SU MARCA

EJEMPLOS DE BRANDING

Revitalización
Normalización
de marca Cia.
LUSO

La Compañía LUSO-COLOMBIA nos pidió que les intervinieramos su marca para poderla usar correctamente en sus empaques, sellos de lacre y etiquetas, ya que estaban teniendo problemas por la manera en que fue diseñada.



Identidad Anterior

Primera versión redibujada de la marca.

Versión Final

Diseño de Ilustraciones y Empaques



febrero de 2017

Esta información es confidencial y pertenece a SURREAL S.A.S. Agradecemos no divulgar o usarla sin previo consentimiento.



30 cm de diámetro

Sellos para marcar cajas y mobiliario



Versión de la marca para sello de lacre

No es muy perceptible el cambio y esa es una de las virtudes de la intervención. El resultado final permitió hacer aplicaciones del logo para sellos en lacre, empaques y etiquetas.



Marca aplicada a empaques y etiquetas



Diseño de aplicación para dispositivos móviles

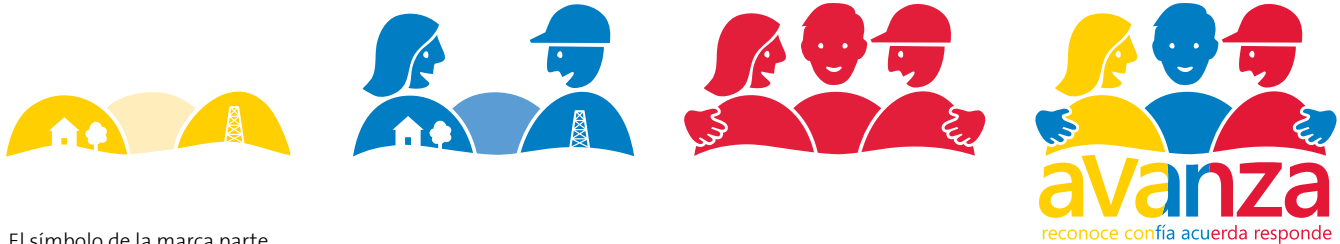


Diseño de publicación periódica y marca VINTAGE.

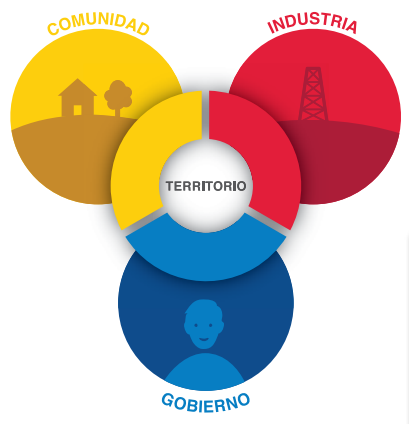
Desarrollo de marca avanza Estrategia de comunicación y campaña Ministerio del Interior

El desarrollo de la marca se originó con una investigación semántica realizada con la ayuda de académicos de la Universidad de Antioquia. Se realizaron videos, animaciones, creación de personajes, folletos y se hicieron los lineamientos gráficos para la implementación de la campaña en la página web del Ministerio del Interior. Esta campaña se lanzó en 4 municipios en Putumayo y Casanare en 2013.

El lenguaje que usamos fue principalmente gráfico para poder transmitir el mensaje sin la palabra. Realizamos una arquitectura de marca que permitiera tener 4 fases de la estrategia: RECONOCE, CONFÍA, ACUERDA y RESPONDE.



El símbolo de la marca parte del concepto de la importancia del territorio, los 3 actores (comunidad, empresas y gobierno) y la propuesta de reconocimiento, confianza, acuerdo y respuesta.



Concepto: La comunicación se da a través de símbolos antes de existir un nombre. La palabra "diálogo" está siempre presente de manera implícita.



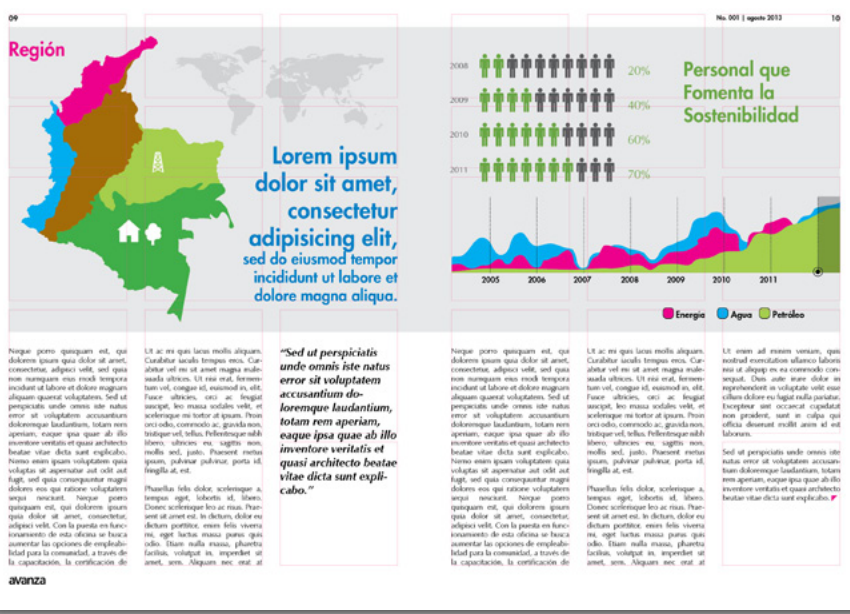
Desarrollamos una serie de infografías, videos y animaciones para explicar la estrategias de la campaña.

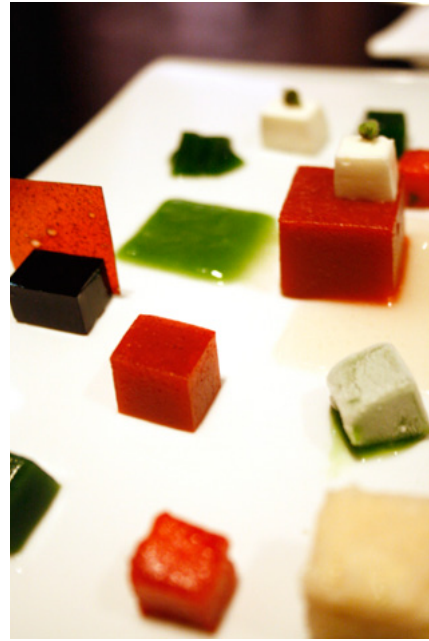


Se elaboró un libro de marca muy completo que reúne los lineamientos gráficos para publicaciones, merchandising, avisos e implementación web.



- Dimensiones:
- Container**
Todas las páginas
Dimensiones: width: 960 px;
Centrado: margin-left: auto; margin-right: auto;
background-color: #FFF;
 - Slider**
Dimensiones: foto: 920 x 400 px
Centrado: margin: 10px; padding: 10px;
border: 1px solid #CCC;
 - Botón**
Dimensiones: foto: 920 x 400 px
Color título: #E11837;
Fuente: PT Sans
Color fondo: #FFF;
Dimensiones: botón: 32 x 20 px
Color borde: #FFF; Lpx solid #FFF;
 - Submenú**
"av" de "Submenú"
Dimensiones: 940 x 135px
Fuente: PT Sans
Título: #E11837
color: #999; weight: 100;
margin-top: 20px; margin-bottom: 20px;
Línea quebrada o división: #E11837
border-top: 1px solid #999;
Dimensiones: 328 de ancho; Lpx de alto
Centrado: margin-left: auto; margin-right: auto;





Desarrollo de marca & Página Web BOGOTÁ WINE & FOOD

Desarrollamos la identidad de el evento gastronómico que conecta a Bogotá con el panorama culinario mundial, que cuenta con los Chefs más importantes del mundo, estrellas de la enología y la mixología a Colombia, para ofrecer experiencias únicas en los restaurantes y bares de nuestra ciudad.

Bogotá Wine & Food Festival muestra al mundo la variedad de sabores y texturas colombianos.



Desarrollamos la página web del evento desde su inicio y muchas de sus comunicaciones.

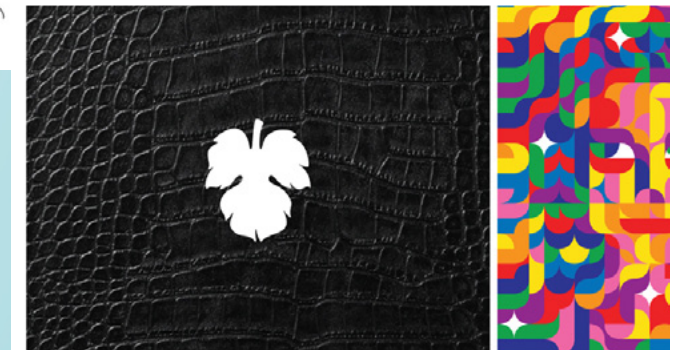


Desarrollo de marca & comunicaciones WOCLO

Desarrollamos la identidad WOCLO y el concepto creativo a partir de la idea de originalidad.

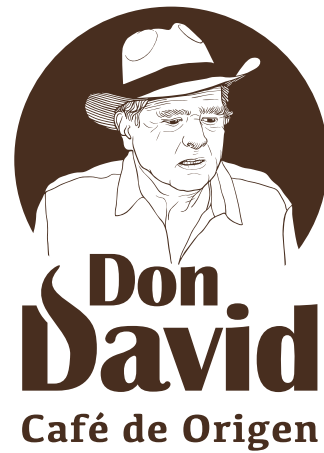
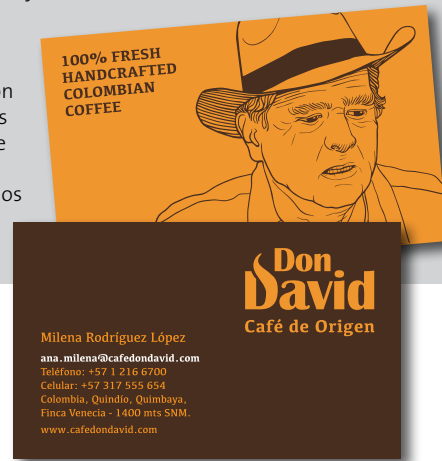


La idea de WEAR ORIGINAL CLOTHING nace de Adán y Eva y el juego de la tentación y la hoja como primera prenda.



Desarrollo de marca Don David Café de Origen

El Café Don David tiene denominación de origen y una tradición familiar. Don David fue quien comenzó cultivando este magnífico café con aromas cítricos y notas de caña de azúcar. Este es el concepto de la marca que pretendemos comunicar.



Desarrollamos un símbolo para caracterizar el aroma de la marca y un personaje que sirva de embajador de la misma.



Creación de marca PIXYNESS y diseño WEB

Sus elementos gráficos, compuestos por tipografía y símbolo (el encuadre) y su paleta de color (GRIS PIXYNESS y MAGENTA) representan el producto y su valor (un estado peculiar del ser que ayuda a diferenciar por su originalidad).

El símbolo del encuadre hace referencia al punto de vista único de PIXYNESS; con la direccionalidad hacia el cuadrante positivo del eje cartesiano se produce un desbalance en la simetría del símbolo que hace que vibre aun más el color magenta.



PIXYNESS



'piksēnəs| el arte de la *diferenciación*

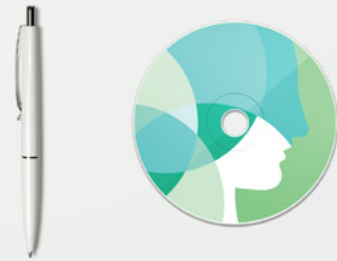
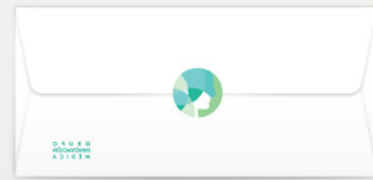


PIXYNESS.COM



Rediseño de marca GIM, desarrollo de submarcas SAKURA y INTEGRAL LIFE INSTITUTE & Desarrollo de empaques

Diseñamos un símbolo universal que acogiera la marca sombrilla y a su vez pudiera ser usado en las demás submarcas y negocios de GIM.



Rediseño de marca Mariapanela & Desarrollo de empaques

Desarrollamos la marca Mariapanela, libro de marca, aplicaciones y empaques para bebida energética.

Mariapanela es una empresa de innovación de productos con base en panela.

La marca María Panela es energía, fresca y sensualidad, su tipografía lo expresa.

La nueva imagen se proyecta como una marca actual y descomplicada dentro de su categoría. Se relaciona con la silueta de María Panela para crear un lenguaje propio para sus comunicaciones.



Desarrollamos la imagen y los empaques para 2 bebidas energéticas con base en panela.



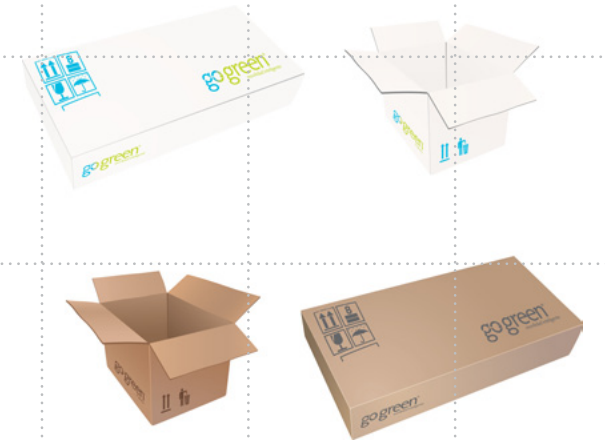
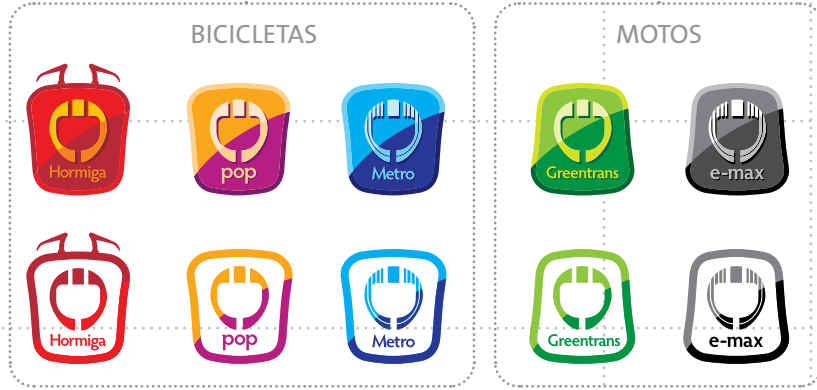
surreal VALOR A SU MARCA



Tratamiento de una hora y media en nuestro circuito de hidroterapia, seguido de uno de nuestros rituales corporales:
Ritual de Café
Ritual de Frutos Cítricos

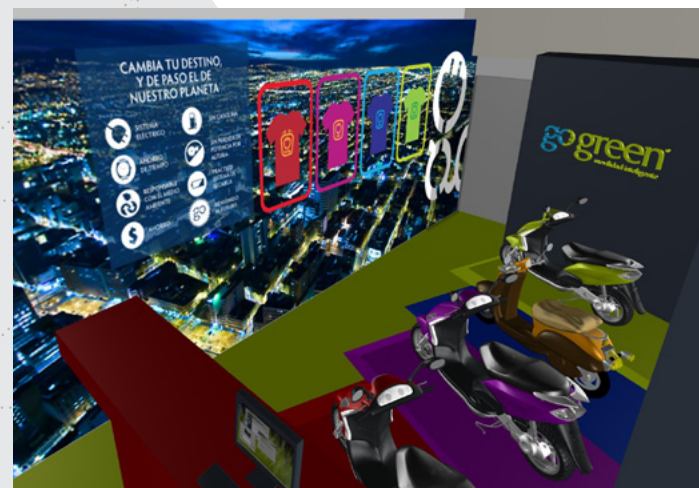


Tratamiento de una hora y media en nuestro circuito de hidroterapia, seguido de uno de nuestros rituales corporales:
Ritual de Café
Ritual de Frutos Cítricos

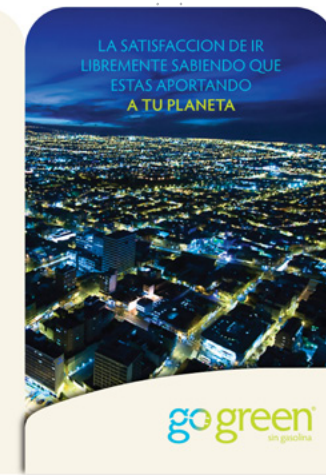


Branding y Experiencia de marca Go Green.

Dependiendo de los atributos y valores de la marca y submarcas surgen requerimientos de SEÑALIZACIÓN, REGULARIZACIÓN, ARQUITECTURA DE MARCA, PACKAGING, ESPACIO COMERCIAL y EXPERIENCIA DE MARCA. Estos son algunos ejemplos:



BIENVENIDOS AL FUTURO...		¡GO GREEN Y OLVIDESE DE LA GASOLINA!	
	<ul style="list-style-type: none"> No necesita licencia ni seguro. Más como medio de transporte y trabajo. Simple. Reserva online por las ciudades. Muy buena autonomía por energía. 		<p>MOTOR (VATIOS) 200 Watts BATERÍA (VAH) 48V - 10Ah BOMBACHEO 1000/1111 cm RECORRIDO POR CARGA 80 Km VELOCIDAD MÁXIMA 23 Km/h LANTARNA TRASERA 1.4717"</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Se trata de una nueva idea para urbanitas. Por precio y practicidad. No tiene que agarrarse los frenos para llegar a casa. 		<p>MOTOR (VATIOS) 400Watts BATERÍA (VAH) 48V - 10Ah VOLTAJE DE ENTRADA 100V - 220V TIEMPO DE CARGA 6 HORAS CAPACIDAD 30-47 Kg CARGANDO 32 Kg ILANTARIN 10000-17" PESO 27 Kg</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Estilo europeo y de la mano con el medio ambiente. Disfrazado en los detalles. Alta calidad. 		<p>MOTOR (VATIOS) 200Watts BATERÍA (VAH) 48V - 10Ah VOLTAJE DE ENTRADA 100V - 220V TIEMPO DE CARGA 6 HORAS RECORRIDO POR CARGA 45 Km (Batería 5 Ah x 3) PESO 28 Kg ILANTARIN 10000-17" PESO 27 Kg</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Estilo y elegancia. Batería de 10 Ah. Se pague con un botón. Alta calidad y diseño. 		<p>MOTOR (VATIOS) 1000Watts BATERÍA (VAH) 48V - 10Ah VOLTAJE DE ENTRADA 100V - 220V TIEMPO DE CARGA 1.45 HORAS CAPACIDAD 100 Kg RECORRIDO POR CARGA 100 Km PESO 200 Kg ILANTARIN 10000-17" PESO 65 Kg</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Cero emisiones. Alto rango y rendimiento. Gran maniobrabilidad. Confort para dos personas. Legitimidad y alto nivel técnico. Cero emisiones. Ofrece la más alta calidad y un óptimo placer de conducción. 		<p>MOTOR (VATIOS) 4000Watts BATERÍA (VAH) 48V - 40Ah VOLTAJE DE ENTRADA 100V - 220V TIEMPO DE CARGA 2.3 HORAS RECORRIDO POR CARGA 75-100 Km PESO 200 Kg ILANTARIN 10000-17" PESO 190 Kg</p>





Branding Alcaldía De Antanas Mockus Bogotá Para Vivir Todos Del Mismo Lado

Fue un desafío trabajar en el desarrollo de la Identidad Visual del segundo período del Alcalde Antanas Mockus ya que él es ante todo matemático. Por esto se escogió el anillo de Möbius, figura tridimensional que poseé UN SOLO LADO.

La banda de Moebius o cinta de Möbius (pronunciado /møbius/ o en español a menudo "Möbius") es una superficie con una sola cara y un solo borde, o componente de contorno. Tiene la propiedad matemática de ser un objeto no orientable. También es una superficie reglada. Fue co-descubierta en forma independiente por los matemáticos alemanes August Ferdinand Möbius y Johann Benedict Listing en 1858.

Wikipedia



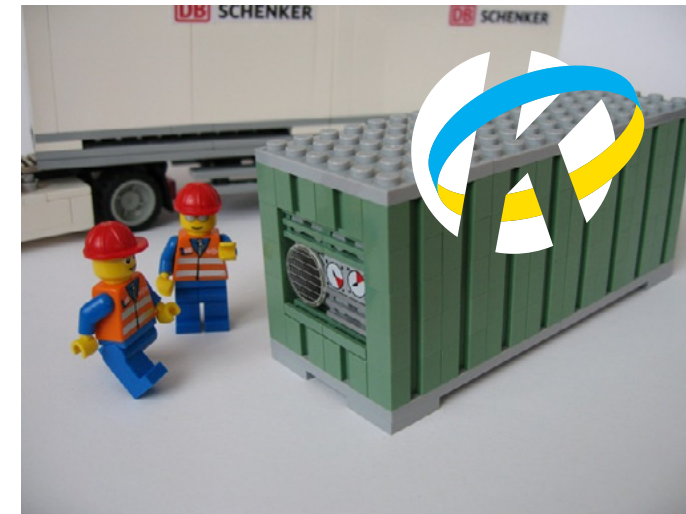
Para la elaboración de la marca se tuvieron que hacer modelados y animaciones 3D, que es como mejor se aprecia el concepto de la marca. Posteriormente se desarrolló el manual de Identidad Visual y a lo largo de los 3 años siguientes se diseñaron 7 publicaciones con las memorias del Alcalde.

Maurits Cornelis Escher, Möbius Strip II (Red Ants) 1963

Imágenes de video 3D.

Desarrollo de marca Keylogistics, parte del grupo Blue Cargo Group

Desarrollamos la marca Keylogistic, libro de marcas y sus comunicaciones.





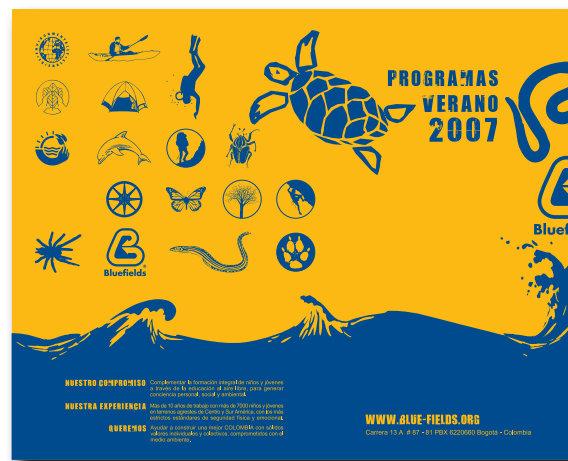
Identidad Anterior



Resultado Final después de la revitalización en 2007

Bluefields marca de educación al aire libre

Esta organización nació como un campo de verano en Providencia; con el tiempo se convirtieron en la empresa de educación al aire libre más grande de Colombia. Decidieron actualizar su imagen a una que reflejara su preocupación por la educación y el medio ambiente; el concepto usado es el de reciclaje, manteniendo la frescura y dinamismo del agua.



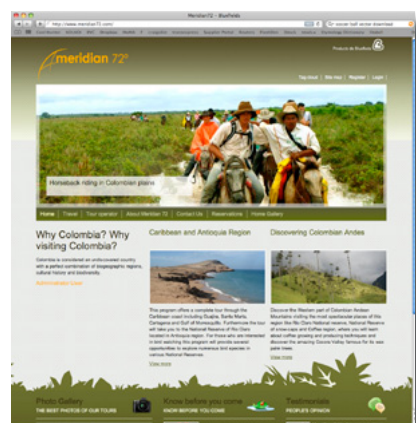
Parte de los requerimientos del proceso de revitalización consistió en crear un lenguaje de marca para SEÑALIZACIÓN, uniformes, comunicación, Página Web, SUBMARCAS, presentaciones efectivas y un diseño de espacio consecuente con la marca. Hemos acompañado a BLUEFIELDS desde entonces.



En 2009 se desarrolló una ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN. Se diseñaron 2 submarcas cobijadas por la marca sombrilla de BLUEFIELDS: WINKA y MERIDIAN 72°. La primera enfocada al desarrollo de programas experienciales corporativos y la segunda, una agencia de turismo de aventura especializada.

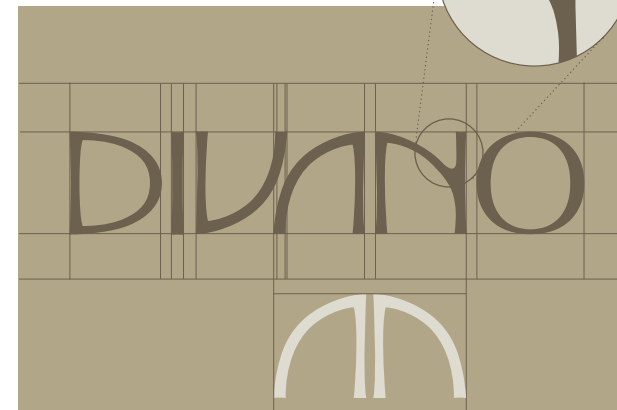


Libro de Campo para el que se desarrollaron ilustraciones y un lenguaje de comunicación visual.



Rediseño de marca DIVANO

La esencia de DIVANO es el diseño exclusivo, hecho a medida en materiales nobles de óptima calidad que permanece en el tiempo, indiferente a las modas y tendencias pasajeras.



La nueva imagen se proyecta como una marca PREMIUM dentro de su categoría. Crea un lenguaje propio y atemporal en una tipografía estilizada y simplificada que nos recuerda las líneas del Art Nouveau y Art Deco.

El logo símbolo nace de su tipografía y permite extender la marca. Representa: espacio, casa, morada.





Creación de Identidad para II FORO DE EXPERTOS EN MAMA EL BISTURI DE ORO

La Federación Ibero Latino Americana de Cirugía Plástica FILACP entrega anualmente un premio que se llama el Bisturi de Oro. Para el evento que se desarrolló en 2011 nos contactaron para hacer la Identidad del evento y todas las piezas gráficas y promocionales.

Cuadernos entregados a los asistentes del Congreso. Se usaron tintas especiales doradas para ser consecuentes con la marca.

EL Bisturí DE ORO



I CURSO DE ACTUALIZACIÓN PARA RESIDENTES DE CIRUGÍA PLÁSTICA

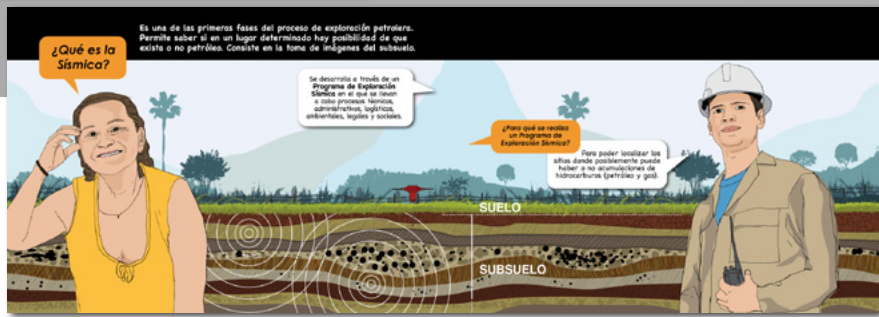
Al mismo tiempo del Bisturi de Oro decidieron hacer un segundo evento simultáneo para residentes. Para este se diseñó una identidad más moderna que no compitiera con la elegancia del primero.



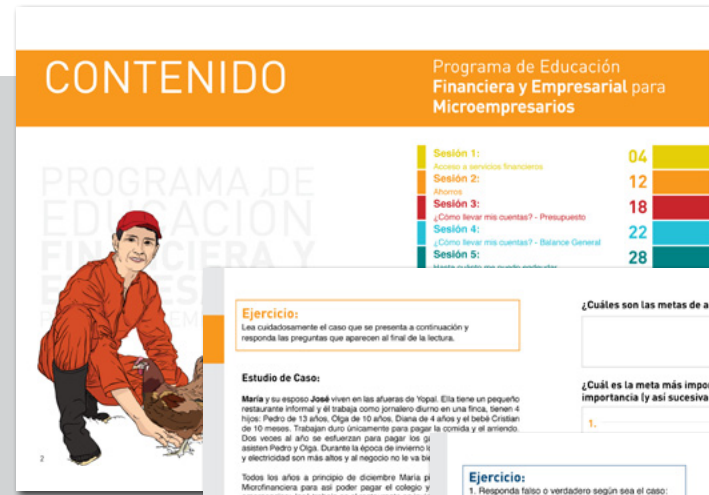
EJEMPLO DE COMUNICACIONES

Petrominerales

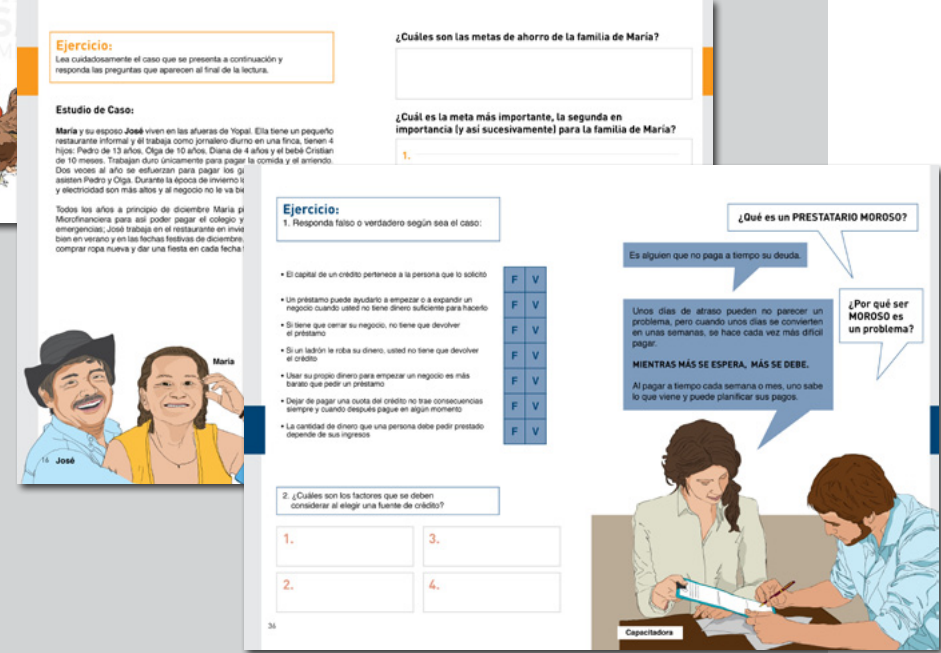
Desde 2011 hemos desarrollado piezas de comunicaciones, diseño de personajes y publicaciones.



Creamos un concepto gráfico de personajes y fondos para las publicaciones de Petrominerales basados en las apreciaciones de la comunidad...



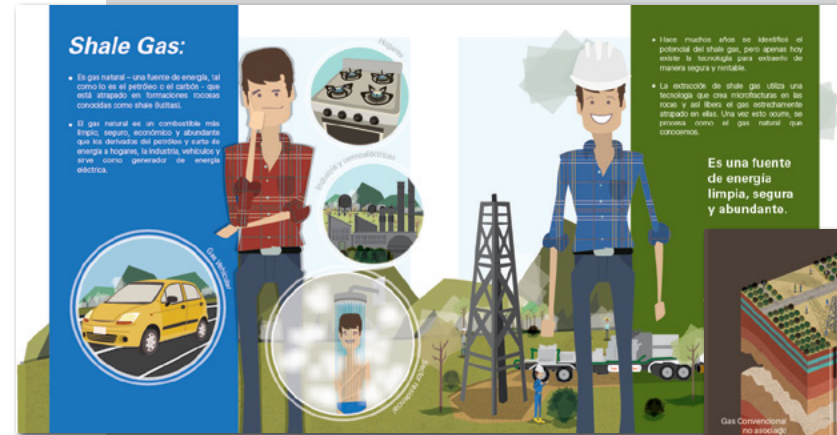
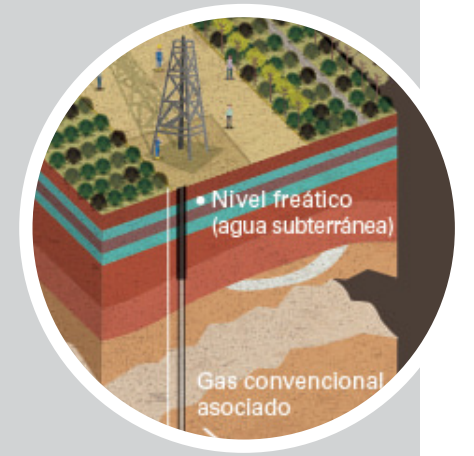
Hemos diseñado cartillas y cuadernos didácticos para abordar los temas técnicos como SISMICA, manejo de RESIDUOS, defensa del TRABAJADOR e información FINANCIERA para microempresarios...



EJEMPLO DE COMUNICACIONES

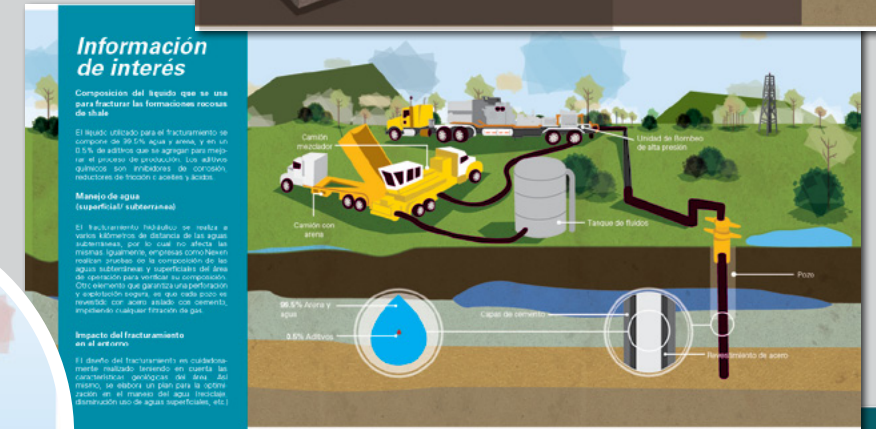
Schrader Camargo

Desarrollamos piezas de comunicaciones, diseño de stand, publicaciones internas y un video institucional para el cual fue necesario realizar tomas aéreas, modelado 3D y composición en Motion Graphics.



FTI Consulting Nexen

Fuimos contratados por FTI para desarrollar unas cartillas que explicaran el concepto de Shale Gas que no era conocido en Colombia. Creamos un concepto gráfico y personajes que reflejaran tecnología moderna sostenible.



LA CORTEZ ENERGY
A Smart Investment

We are an early stage international Energy company that focuses on the oil and gas industry in South America. We plan to invest in oil and gas exploration and production (E&P) opportunities initially in Colombia, and later in other South American countries.



OUR STRATEGY

Our strategy is built upon 3 core objectives:

- 1. Focus on Colombia and Latin America.**
We are concentrating our efforts initially in Colombia, where we believe good E&P opportunities exist with exceptional oil and gas reserves and good conditions. At a later stage, we plan to look to opportunities in other regional countries. While the quantity of oil and gas reserves we plan to focus on is limited between exploration and production (E&P) opportunities through a variety of financing, our goal is to ensure that we have a strong pipeline of projects and to open to build a second base. We believe that world markets are at work to build a strong industry that creates a significant opportunity for other investors.
- 2. Expand our Business**
Our management team is currently involved in developmental programs where some combination of the following exist:
 - Opportunities for medium to long term production. We seek clear understanding of production mechanisms and output levels.
 - Geological formations with multiple producing horizons.
 - Substantial upside potential.
 - Relatively low capital investment and production costs.
 We also intend to continue pursuing joint ventures or services or exploration ventures with third parties in areas where nearby oil discoveries have been made.
- 3. Local Engagement**
We analyze, understand and integrate with the local realities of our projects. We want to become an attractive employer, a good neighbor and a true advocate in the promotion of sustainable development in our operation areas. We believe that building robust relationships with our local stakeholders results in long-term mutual benefits.





¡HOLA! SOY RECICLO
Estoy Re-Hecho con materiales reciclados

NO BOTAR RE-HACER

Muy pronto podrás aportar a un mundo más sostenible

PACIFIC Rubiales Energy

RE-HACER
PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN MUNDO SOSTENIBLE

- 1. ARMA TU EQUIPO** Con tus compañeros de trabajo o con miembros de tu familia.
- 2. REUNE Y ALISTA TUS RESIDUOS** Reúne tus residuos reciclables a mano. Pueden ser botellas, cajas, envases, latas, películas de ténis, peluches o cualquier cosa que no uses o cuyos ya dispones.
- 3. ¡A DISEÑAR!** Convierte en papel y lápiz y decide con tu equipo qué proyecto vas a hacer.
- 4. ESCOJE LOS ELEMENTOS QUE VAS A UTILIZAR** (y prepárate para ensamblar)
- 5. ENSAMBLA TU PROYECTO** (Diferente combinación de diferentes elementos en equipo)
- 6. DOCUMENTA TU PROYECTO** Describe el proceso llenando el formulario de inscripción adjunto y envíamnos las fotos o videos del proceso. Describe el proceso llenando el formulario de inscripción adjunto y envíamnos las fotos o videos del proceso.
- 7. ¡MUCHA SUERTE!**

PACIFIC Rubiales Energy

sentibueno de

¡ISLA DE PLÁSTICO!

UNA ISLA MISTERIOSA DEL TAMAÑO DE FRANCIA, UN NUEVO CONTINENTE DE PLÁSTICOS PERDIDO EN EL PACÍFICO, UN BASURERO MARINO TAN GRANDE COMO DOS VECES EE.UU.

SEGÚN ASEGURA UN INFORME DE GREENPEACE, EL REMOLINO OCEÁNICO DE DESECHOS ES UNA DE LAS ÁREAS MÁS ESTUDIADAS DE ACUMULACIÓN DE PLÁSTICO EN NUESTROS OCEANOS.

Esta compuesto por todo tipo de elementos, desde pequeños trozos de restos de plástico hasta grandes redes de deriva procedentes de la industria pesquera. La isla de basura se compone en un 80% de plástico y pesa más de 15 millones de toneladas.

Ya en 1999, un estudio realizado por Charles Moore, fundador de Algalia, alertó de la existencia de grandes cantidades excepcionalmente altas de residuos plásticos flotando en lo que se llama el Giro Central del Pacífico Norte. La abundancia de plástico flotante, que se había recogido con redes, era por término medio de 334,271 trozos por cada km². Además, el estudio llamaba la atención sobre un dato sorprendente: "La cantidad de plásticos flotante a la cantidad de plácton presente en esta zona era de seis a uno".

Según Naciones Unidas, la contaminación del océano provoca la muerte de más de un millón de pájaros marinos cada año y de 100.000 mamíferos acuáticos, tortugas, cetáceos y capibús de dientes han sido encontrados en los estómagos de muchos animales muertos.

CONVOCATORIA RE-Hacer para la construcción de un mundo sostenible

Proceso de Biorremediación



Camino No. 885, Medellín, 2011

Proceso de Biorremediación



PROCESO DE BIORREMEDIACIÓN Y REMEDIACIÓN DE SUELOS: ¿CÓMO SE HACE TODO?

PRINCIPALMENTE SE TRATA DE LLEVAR EL SUELO CONTAMINADO A UN ESTADO NUEVAMENTE

Así ayudamos al medio ambiente

Proceso de Biorremediación



Camino No. 11, Medellín, 2011

PROYECTO RÍO DE ORO
CONSTRUYAMOS TODOS NUESTRA REGIÓN

AVANTE Colombia Inc.



2011 AÑO INTERNACIONAL DE LOS BOSQUES

Este encuentro tendrá lugar el día 12 de Mayo de 2011 en la Casaca del Museo el Chicó, Carrera 7 No 94 - 01 a las 7:00 p.m.

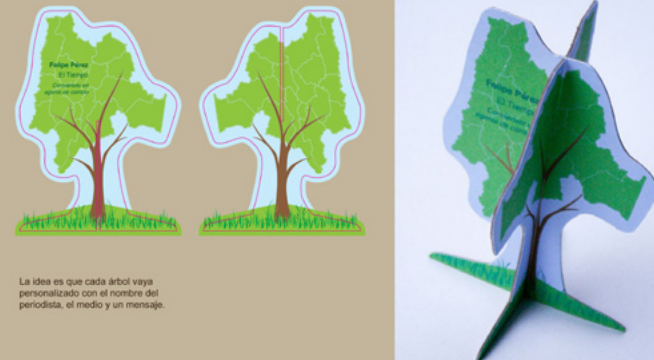
Exposición En Peligro Crítico
Jenaro Mejía

Hoja de corte: 14x21 cm
Teléfono: 4855700

El señor Gobernador Andrés González Díaz, tiene el gusto de invitarnos a la presentación de la obra "Sembramos en Cundinamarca" en el marco del proceso de restauración ecológica del Departamento.

Logos of participating organizations: SENA, Cundinamarca, Cundinamarca, La Agencia.

La idea es que cada árbol vaya personalizado con el nombre del periodista, el medio y un mensaje.



Diseño Editorial para Ministerio de Cultura

En 2008 nos ganamos una licitación para diseñar el portafolio de convocatorias 2008. Para esta publicación desarrollamos el concepto gráfico, tomamos las fotografías e hicimos los diagramas infográficos necesarios.

PORTAFOLIO DE CONVOCATORIAS 2008



Ministerio de Cultura República de Colombia

Libertad y Orden
Ministerio de Cultura
República de Colombia



1.0 | Derechos

1.1 | Derechos

1.2 | Derechos

1.3 | Derechos

1.4 | Derechos



Topper para Computador

Comunicaciones, campañas y Experiencia de marca Hewlett Packard

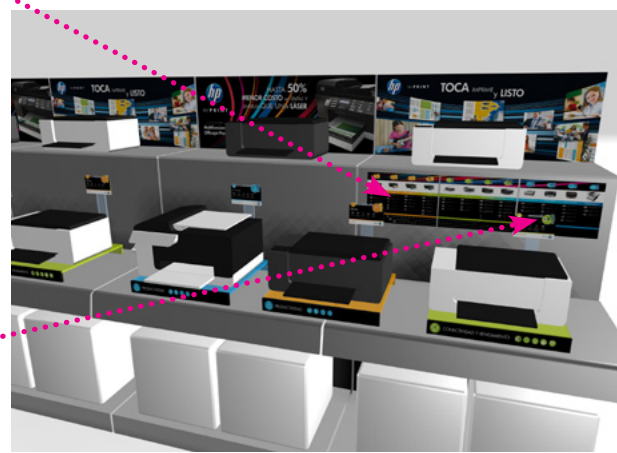
Llevamos trabajando desde 2003 con HP, analizando y proponiendo maneras innovadoras de exhibir y promocionar sus productos y campañas en puntos de venta como FALABELLA, ÉXITO, ALKOSTO, K-TRONIX y PANAMERICANA, entre otros.



Backing, toppers y exhibidores para portátiles HP.



Categorización UPSELLING de portafolio de producto de impresión. Se desarrolló una señalización y una infografía para la categorización de producto que sirviera de tabla informativa para el consumidor de Alkosto y Ktronix.



Diseño y producción de muebles para salas VIP aeropuertos a nivel nacional

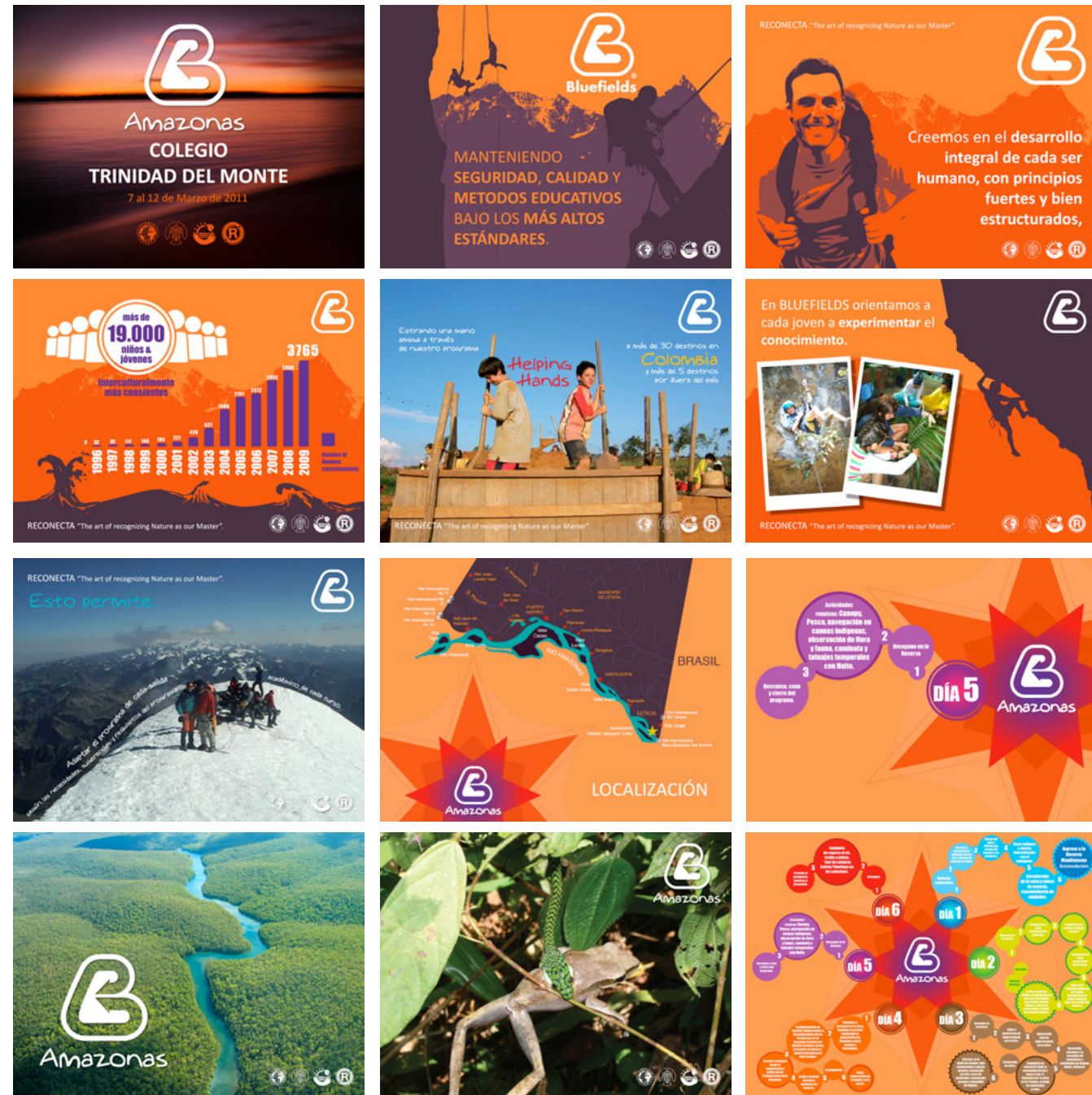


Diseño de Comic para lanzamiento de Workstations HP



Exhibidores para HP iPAQS

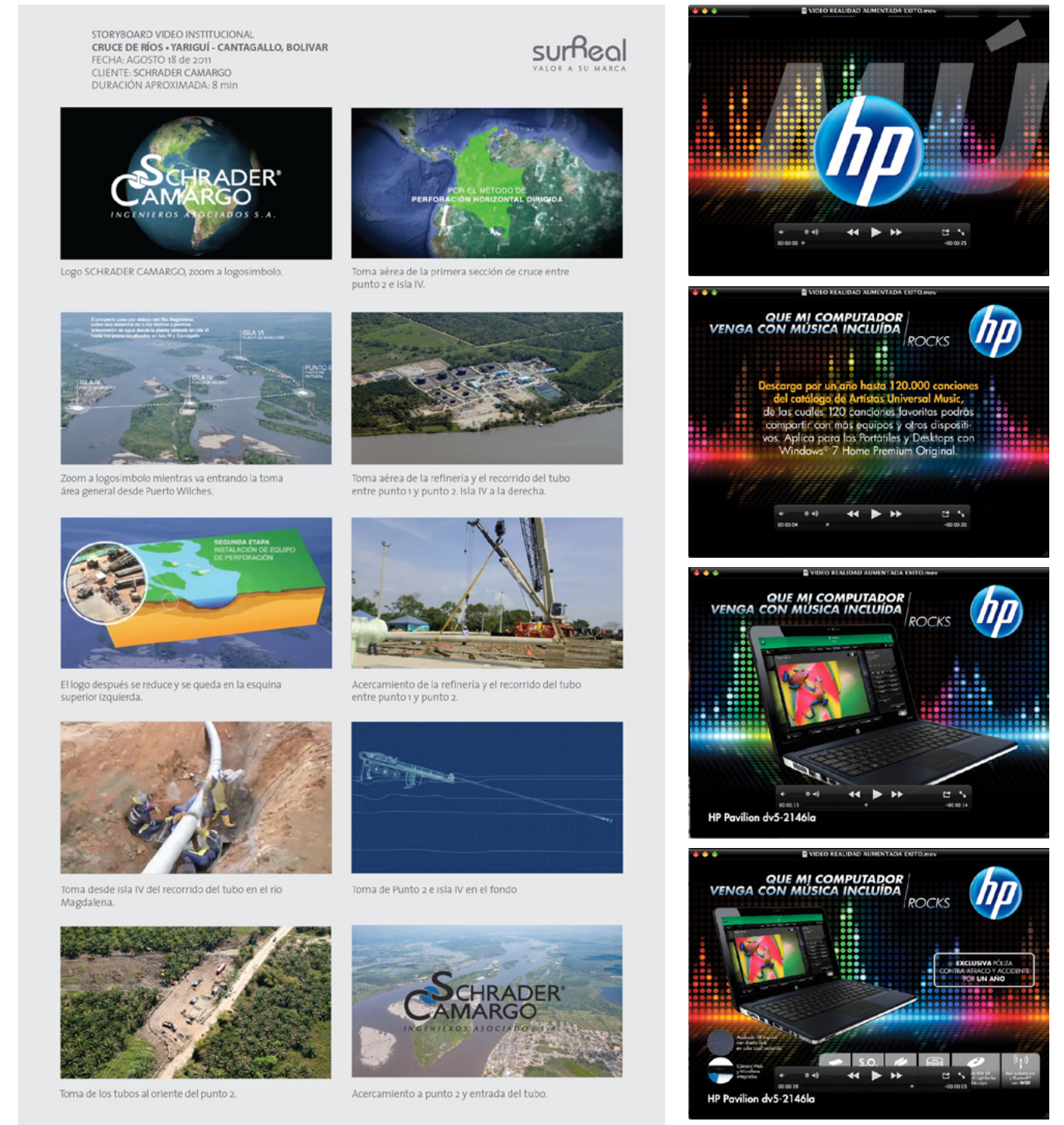
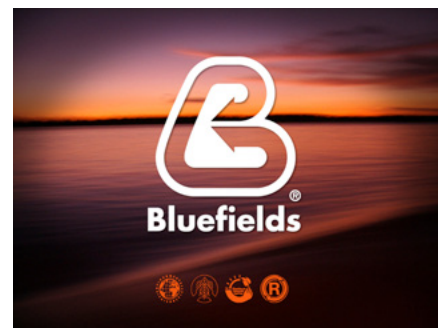




Presentaciones Efectivas

las presentaciones de Power Point son una herramienta indispensable en el mundo corporativo, ya que nos permiten presentar la información de una manera dinámica y total reuniendo tablas, imágenes y textos. Esto suena fascinante pero la probabilidad de matar de aburrimiento a los espectadores es altísima, por esto uno de nuestros servicios es el diseño de PRESENTACIONES EFECTIVAS.

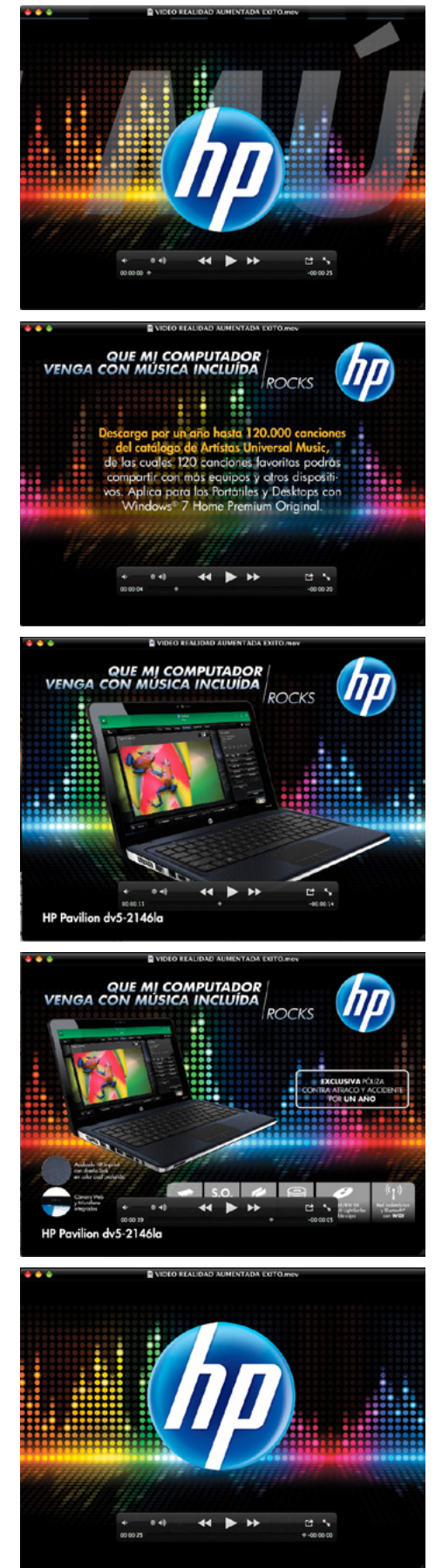
Mediante el uso consistente de la marca, los colores, ilustraciones, fotos, infogramas y tablas que ilustran claramente la información que queremos transmitir y nada más, nos aseguramos que el espectador no pierda de vista la presentación y entienda lo que se le está presentando.



Video Institucional SCHRADER CAMARGO
Cruce Subfluvial en Puerto Wilches
Creatividad (libreto, animaciones 2D y 3D), Producción (tomas aéreas en avioneta y helicóptero a control remoto y tomas en locación) y Postproducción en AfterEffects y Final Cut.

Proyectos de Radio & Video

Hemos desarrollado varios proyectos de radio y video tales como Motion Graphics, videos institucionales y promocionales. Un proyecto de estas características tiene animación de fotografía, ilustración digital, modelado 3D, animación en AfterEffects y grabación en locación, tomas aéreas y grabación de locución en estudios de audio profesionales.





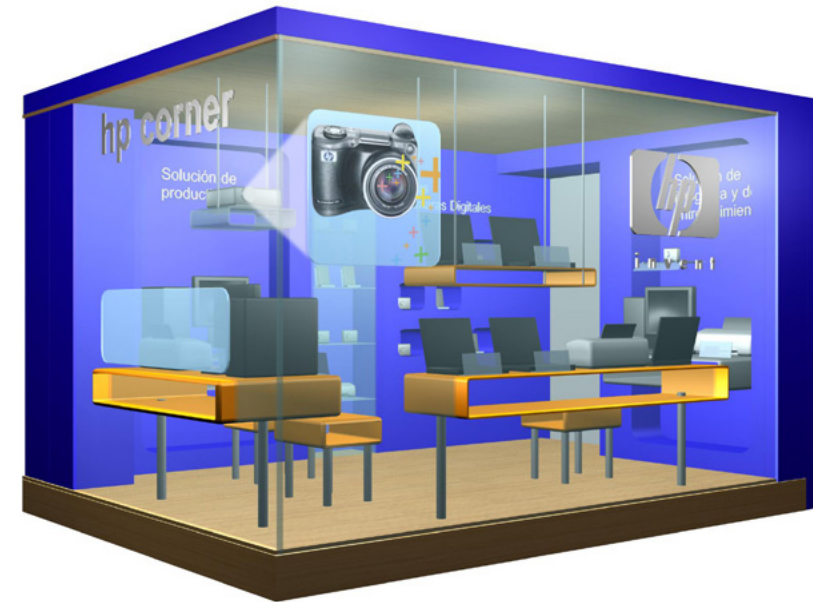
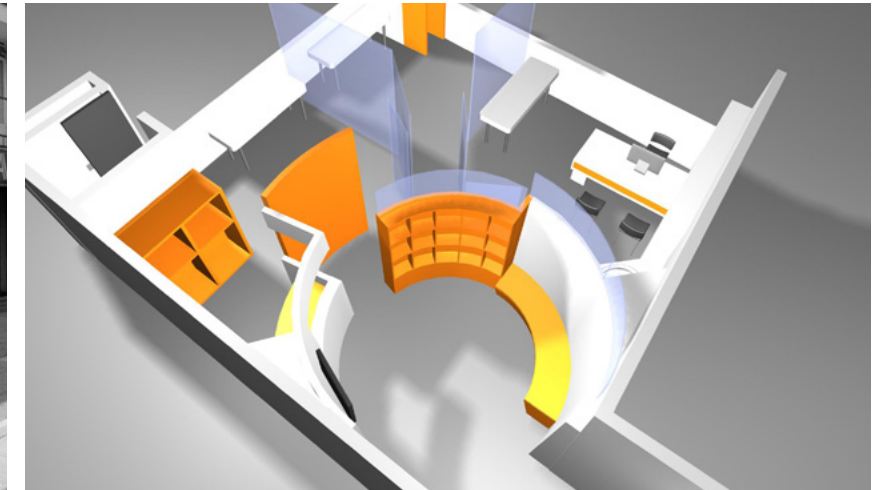
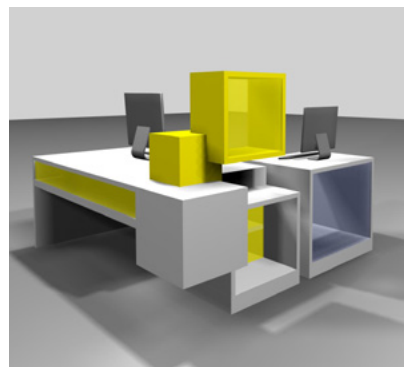
Comunicaciones ACDI-VOCA y diseño de Stand para SCAA

En 2008 y 2009 propusimos un diseño de stand que impactara en el uso de color y concepto gráfico, y al mismo tiempo fuera cálido e invitara a ser recorrido. Decidimos usar una mezcla de materiales y texturas que equilibren las dos premisas.

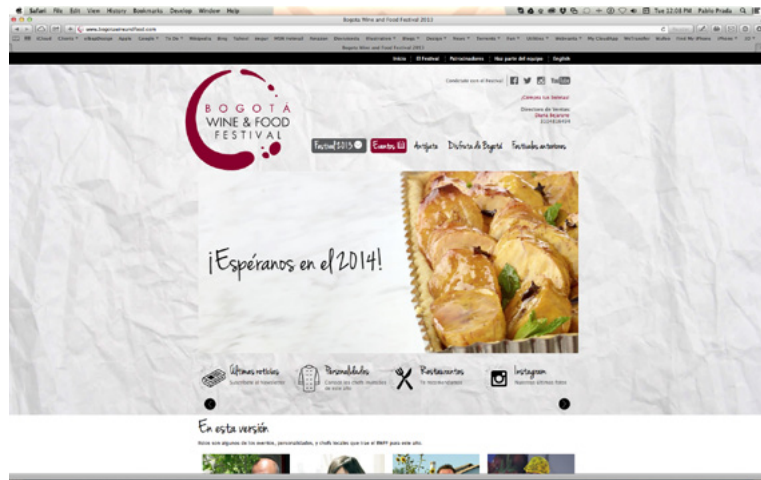
En la parte derecha del stand hay unos muebles que es su parte posterior tienen unas repisas donde se podrían instalar máquinas de café, o computadores; la parte inferior está prevista con espacio para almacenamiento de brochures y materiales publicitarios.

Take One in clear plastic material

Furniture / Cabinet Has a secure door for keeping POP material and storage.



EJEMPLO DE DISEÑO WEB & MULTIMEDIA



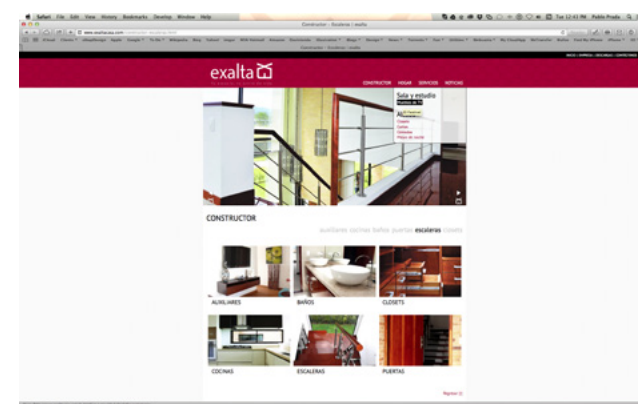
<http://www.bogotawineandfood.com/>

Bogotá Wine & Food Festival

Desarrollamos la presencia WEB de BW&FF y toda logística del evento que tuvo participación de Chefs internacionales y los eventos se desarrollaron en varios hoteles y restaurantes de Bogotá.

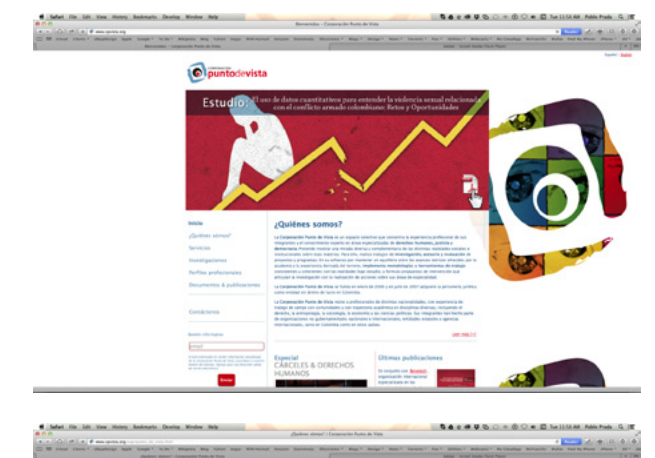


exalta

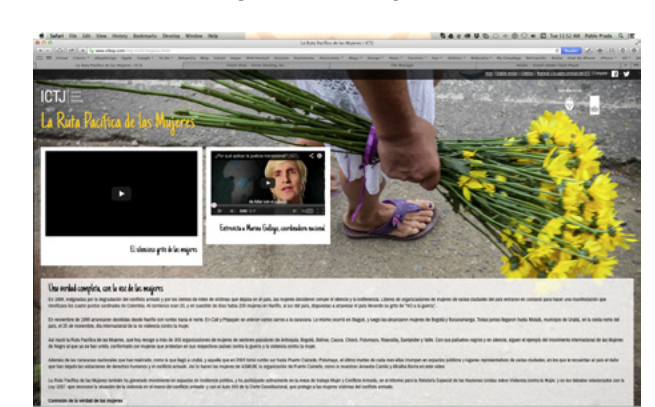


DISEÑO WEB & MULTIMEDIA

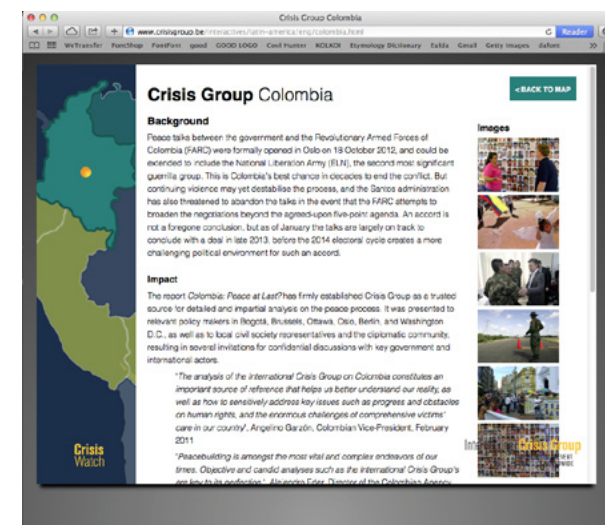
Corporación Punto de Vista



ICTJ - La Ruta Pacífica de las Mujeres



CRISIS GROUP Latin America and the Caribbean



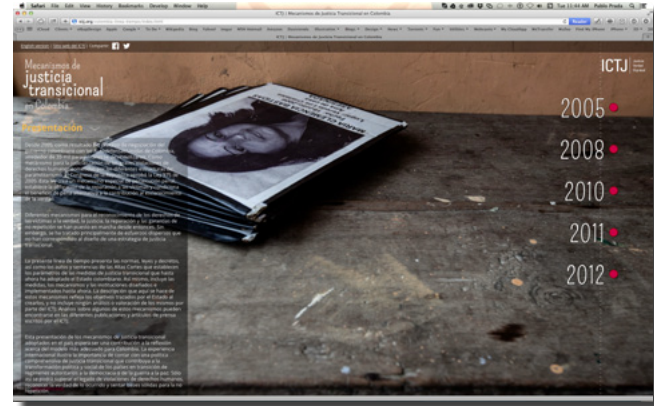
<http://www.crisisgroup.be/interactives/latin-america/>

BANSAT



febrero de 2017

Esta información es confidencial y pertenece a SURREAL S.A.S. Agradecemos no divulgar o usarla sin previo consentimiento.



http://www.ictj.org/colombia-linea-tiempo/index.html

Mecanismos de Justicia Transicional en Colombia

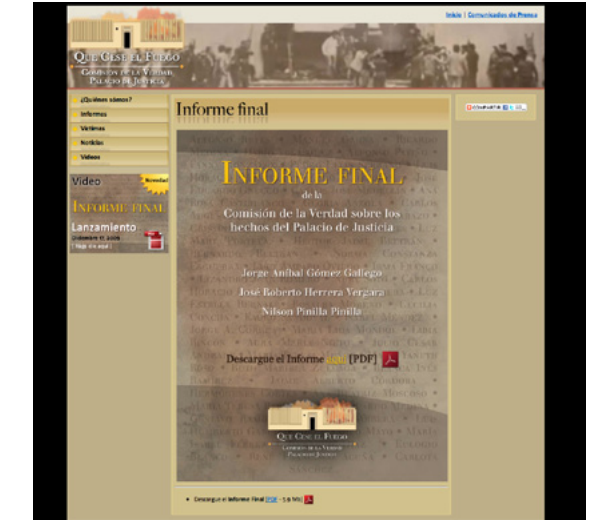


El Bisturi de ORO

Para un evento de Cirugía Plástica desarrollamos un Website informativo y de registro.



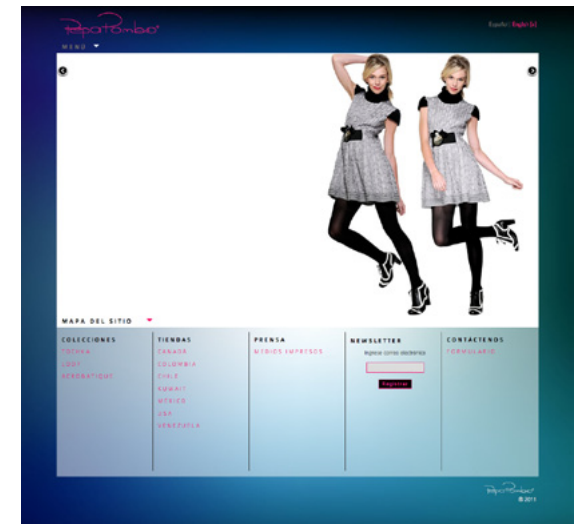
www.bisturideoro.com



http://www.verdadpalacio.org.co/cgi-sys/suspendedpage.cgi



Pepa Pombo Diseño Web & desarrollo HTML, CSS, jQuery, edición fotográfica & optimización.



http://www.ictjcolombia.org/



http://www.sembremosencundinamarca.org.co/



http://reparaciones.ictjcolombia.org/



http://reparaciones.ictjcolombia.org/

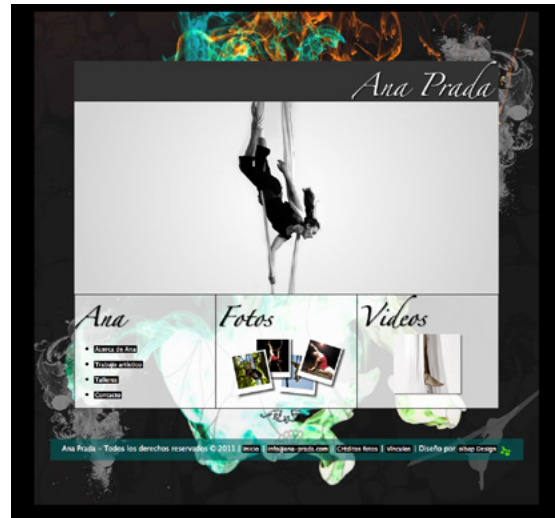


http://www.tvprensa.com/

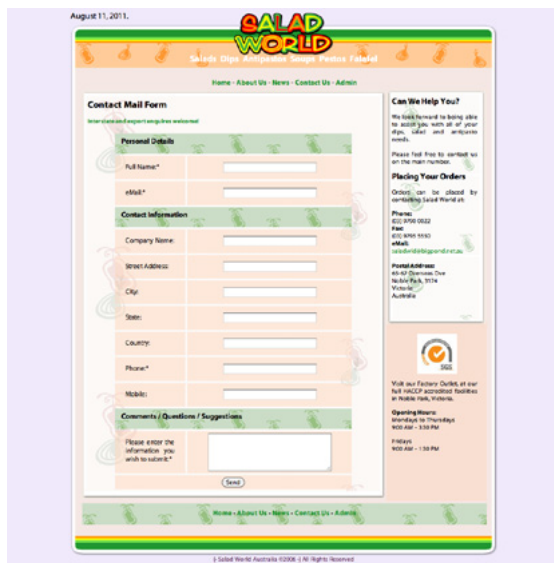
EJEMPLO DE DISEÑO WEB & MULTIMEDIA



<http://www.derechoambientalcolombiano.org/>



<http://www.ana-prada.com/>



Bicycle Wheel, Marcel Duchamp, MOMA 2008

surreal
VALOR A SU MARCA

“NO SERÁ EL MIEDO A LA LOCURA LO QUE NOS OBLIGUÉ A BAJAR LA BANDERA DE LA IMAGINACIÓN.”

PRIMER MANIFIESTO DEL SURREALISMO
ANDRE BRETON
1924