# Brand Identity
# Zil Design



En este material se encuentran los lineamientos esenciales para la aplicación de los logos del ecosistema Zil Design y de los assets de marca, garantizando así coherencia con nuestra identidad visual.

Los lineamientos aquí presentados funcionan como un punto de partida para ordenar el sistema comunicacional de Zil Design. No deben interpretarse como restricciones rígidas, sino como una base, un marco que orienta el desarrollo de nuevas piezas y aplicaciones.

Como toda identidad de marca, el sistema es dinámico y continuará evolucionando a medida que surjan nuevos contextos, soportes y necesidades. Este documento establece los criterios fundamentales desde los cuales debe comenzar a pensarse cada nueva aplicación.

Algunos de los ejemplos, textos y recursos visuales (incluyendo piezas fotográficas) presentados en este material pueden tener carácter de boceto, con el objetivo de ilustrar el uso, la funcionalidad y el comportamiento del sistema dentro de distintos contextos de aplicación.

Necesidades adicionales pueden ser canalizadas a través de sus contactos en el equipo de Marketing institucional.

1 FUNDAMENTOS DE MARCA

2 SISTEMA MARCARIO

3 SISTEMA CROMÁTICO

4 SISTEMA TIPOGRÁFICO

5 SISTEMA Y ESTILO VISUAL

6 ECOSISTEMA DIGITAL

7 APLICACIONES FÍSICAS Y ARQUITECTURA

# Fundamentos de Marca

Identidad y orígenes
Misión, Visión y Valores
Personalidad
Atributos y conceptos alineados
Tono de Voz
Tono y estilos de escritura
Términos - Usos correctos e incorrectos

Zil Design es una firma de diseño estratégico y consultoría visual para clientes corporativos e institucionales, que opera como el área especializada en diseño de Zil Global.

Fundada sobre la base de la solidez y el entendimiento del entorno empresarial, la firma se constituye como un aliado independiente enfocado en la resolución de problemas complejos de comunicación, identidad y experiencia de marca.

Cada elemento de nuestra propuesta —el rigor metodológico, el ritmo visual, la sofisticación del espacio y la precisión en el lenguaje— responde a una misma premisa: hacer visible una institución que actúa con criterio, sostiene sus decisiones estratégicas en el tiempo y privilegia la claridad resolutiva por sobre el exceso.

La identidad de Zil Design no pretende amplificar su voz de manera superficial, sino expresar con absoluta precisión el carácter determinante, seguro y estructurado de las empresas que representa.

En el entorno corporativo actual, un problema de comunicación visual o de experiencia constituye un riesgo directo para el rendimiento y valor de un negocio.

En **Zil Design**, nuestro proceso no se inicia en la ejecución gráfica, sino en la escucha analítica y el diagnóstico preciso. Recibimos la complejidad de los desafíos empresariales de nuestros clientes, ponderamos sus variables institucionales y los traducimos con rigurosidad metodológica en soluciones visuales de alta precisión.

Rechazamos las respuestas genéricas, los discursos ambiguos y los procesos que dilatan la toma de decisiones. Operamos con determinación, adaptando nuestra capacidad estratégica a la realidad y coyuntura específica de cada organización para proyectar soluciones con absoluta seguridad, solidez y eficacia.

No solo optimizamos la identidad de una marca; estructuramos las herramientas visuales que garantizan su competitividad y resguardan su liderazgo en el mercado.

Estos principios definen el propósito y la dirección estratégica de Zil Design. La misión, visión y valores establecen el marco que guía cada decisión, reflejando el compromiso de la organización con la claridad resolutiva, la solidez estratégica y la creación de valor a través del diseño.

## Misión

Diseñar soluciones visuales y de experiencia estratégicas que resuelvan problemas complejos de comunicación corporativa. Escuchamos con precisión el negocio de nuestros clientes para traducir sus desafíos en herramientas visuales sólidas, efectivas y escalables que protejan el valor de su empresa y potencien su liderazgo en el mercado.

## Visión

Ser el aliado estratégico de diseño de referencia para el sector corporativo global, reconocidos por nuestra capacidad de transformar la ambigüedad empresarial en claridad visual, efectividad comercial y solidez institucional.

## Valores

CLARIDAD RESOLUTIVA:
No damos vueltas. Analizamos el problema, jerarquizamos las necesidades y ejecutamos con precisión y seguridad.

EMPATÍA ESTRATÉGICA (ESCUCHA ACTIVA):
Nos involucramos profundamente con la realidad del cliente. Entendemos sus dolores de negocio para traducirlos en respuestas gráficas funcionales.

CRITERIO Y SOFISTICACIÓN:
Trabajamos con fundamento, rigurosidad estructurada y un alto estándar estético. Cada decisión de diseño tiene un porqué detrás.

TRANSPARENCIA COMPROMETIDA:
Somos aliados reales. Actuamos como confidentes seguros, hablando con honestidad y enfocándonos en lo que la empresa realmente necesita.

La personalidad de Zil Design refleja la forma en que la institución piensa, decide y se relaciona con sus clientes. Se expresa a través de un estilo estratégico, criterioso y aliado, que combina la precisión del diseño gráfico corporativo con una visión estratégica y de negocio a largo plazo.

Los principales atributos que definen la personalidad de Zil Design son:

## Estratégico

**ARTICULADOR - POTENCIADOR - JERARQUIZADOR**

No entendemos el diseño de forma aislada, sino como un motor de negocio. Funcionamos como articuladores que conectan los objetivos comerciales con la identidad visual. Nuestra meta es jerarquizar la información y la arquitectura de marca de nuestros clientes para potenciar su valor en el mercado, asegurando que cada pieza gráfica responda a un plan maestro y no a una decisión improvisada.

## Criterioso

**ANALÍTICO - CURADOR - CONCEPTUALIZADOR**

Nuestra creatividad está fundamentada en el análisis riguroso. Antes de trazar una línea, operamos como analistas de la problemática del cliente. Ejercemos una curaduría minuciosa para eliminar lo superfluo y nos destacamos como conceptualizadores: transformamos ideas abstractas o desestructuradas en conceptos visuales robustos, sofisticados y con un porqué institucional inquebrantable.

## Aliado

**CONFIDENTE - COMPROMETIDO - ENFOCADO**

Nos convertimos en el socio estratégico que el empresario necesita. Somos un confidente seguro que resguarda el valor de la compañía; nos involucramos de manera comprometida con sus desafíos reales y nos mantenemos firmemente enfocados en la solución. No somos un proveedor externo que recibe órdenes; somos un equipo que acompaña y resuelve a la par.

El lenguaje y los conceptos asociados a la marca contribuyen a construir la percepción de Zil Design en cada punto de contacto. Estas palabras sintetizan los atributos, valores y sensaciones que la marca busca transmitir en su comunicación, así como aquellos conceptos que deben evitarse por alejarse de su posicionamiento.

## Palabras con las que Zil Design se identifica

Transparente
Sofisticado
Seguro
Convincente
Determinante
Receptivo
Cercano
Empatico
Eficaz
Resolutivo
Asertivo
Experimentado
Estructurado
Efectivo

## Palabras con las que Zil Design no se identifica

Servicial
Superficial
Negativo
Generico
Improvisado
Complaciente
Ambiguo
Informal
Discursivo
Fantasioso
Infundado

El tono de voz de Zil Design refleja la forma en que la institución piensa, decide y se relaciona con sus clientes. Se expresa a través de un estilo experimentado, concreto, contundente y comprensivo, que combina una profunda capacidad de escucha y traducción visual con una resolución pragmática orientada al negocio.

Los principales atributos que definen el tono de voz de Zil Design son:

## Experimentado

Hablamos desde la seguridad que dan la trayectoria y el conocimiento técnico. Transmitimos madurez corporativa, liderazgo y un dominio absoluto metodológico que genera confianza inmediata en directores y empresarios.

## Concreto

Eliminamos el discurso abstracto y el adorno innecesario. Vamos directo al grano, simplificando la complejidad. Explicamos el diseño desde sus beneficios tangibles y funcionales para el negocio, no desde la poesía visual.

## Contundente

Comunicamos con autoridad, firmeza y determinación. No somos ambiguos ni dudosos; nuestras propuestas e insights se presentan con la seguridad de quien sabe exactamente qué funciona y cómo soluciona el problema planteada.

## Comprensivo

Nuestra firmeza no nos aleja del cliente. Sabemos escuchar activamente, demostrando una profunda empatía por las dinámicas, urgencias y dolores del mundo corporativo. Validamos la problemática del cliente y la adaptamos a una respuesta gráfica a medida.

Las comunicaciones de Zil Design deben reflejar de forma inequívoca el rigor técnico, la precisión analítica y el enfoque de negocio que estructuran a la firma.

El lenguaje debe ser intencional, maduro y depurado de adornos innecesarios, asegurando que cada mensaje transmita la autoridad de un consultor visual y la cercanía de un socio de confianza.

Para lograr la homogeneidad en cada punto de contacto con el ecosistema corporativo, el equipo debe regirse estrictamente por los siguientes vectores de redacción:

## COMUNICARSE CON MADUREZ Y RIGOR TÉCNICO

Hablar desde la seguridad que otorgan el conocimiento metodológico y la trayectoria empresarial. Utilizar un vocabulario preciso y estructurado que genere confianza inmediata en directores de empresas, omitiendo modismos o expresiones coloquiales.

## MANTENER UN ENFOQUE CONCRETO E IR AL GRANO

Eliminar por completo el discurso abstracto. Explicar el diseño a partir de sus impactos medibles y funcionales en el negocio, simplificando la complejidad. El fin de la marca es clarificar la información, no crear poesía visual.

## EXPRESARSE CON FIRMEZA CONTUNDENTE

Comunicar ideas e insights con absoluta autoridad y determinación. Evitar giros lingüísticos dubitativos o ambiguos en propuestas escritas u orales (como "creemos que" o "podríamos probar") que dilaten los procesos de toma de decisión.

## EJERCER UNA EMPATÍA ESTRATÉGICA ACTIVA

Validar con atención las urgencias, dinámicas y dolores del cliente corporativo. Nuestra firmeza no debe traducirse en frialdad o distanciamiento, sino en un marco metodológico seguro que absorbe su complejidad y la traduce en respuestas visuales a medida.

## DIFERENCIAR E INTERCONECTAR CARACTERÍSTICAS Y VALOR REAL DE NEGOCIO

Mientras las características describen el rigor y el proceso técnico aplicado (curaduría minuciosa, análisis profundo, jerarquización), los beneficios deben explicar con precisión el valor económico y el blindaje estratégico que estas herramientas visuales otorgan a la competitividad en el mercado del cliente.

## SOSTENER UNA ASERTIVIDAD COLABORATIVA

Hablar como un par estratégico del cliente. Validar sus inquietudes comerciales, pero intervenir con firmeza técnica si una decisión compromete la efectividad del proyecto. Cambiar la complacencia por criterio analítico.

La forma en la que se enuncia y describe a Zil Design en cualquier pieza de comunicación institucional es crucial para resguardar la coherencia, consistencia y posicionamiento de marca en el mercado de la alta consultoría.

Los siguientes lineamientos determinan la aplicación semántica de nuestra terminología oficial, delimitando el territorio conceptual de la firma frente a interpretaciones que devalúen nuestro carácter estratégico.



## USO CORRECTO DE TÉRMINOS DE LA MARCA

### ENCUADRE INSTITUCIONAL

El nombre comercial e institucional unificado de la firma es siempre Zil Design. Cuando sea necesario detallar su encuadre corporativo global, se especificará que opera como el área especializada en diseño de Zil Global.

### MODELO DE RELACIÓN

La relación con la contraparte corporativa debe conceptualizarse bajo la figura de Aliado Estratégico o Confidente Técnico, actuando de igual a igual y co-resolviendo desafíos.

### DESCRIPCIÓN DE ENTREGABLES

Al referirse al entregable o resultado de un proyecto, se debe emplear terminología de alto valor corporativo: "soluciones visuales de alta precisión", "herramientas visuales funcionales" o "arquitectura de marca organizada".

### DEFINICIÓN DE CATEGORÍA

Zil Design se define formalmente como una firma de diseño estratégico y consultoría visual orientada a resolver problemas complejos de comunicación y a potenciar el rendimiento y valor de los negocios.

## USO INCORRECTO O TÉRMINOS QUE DEBEN EVITARSE

### DENOMINACIÓN

No se debe utilizar la terminología Zil Design S.A. o abreviaciones operativas informales como nombre comercial. No se debe fragmentar su nombre en comunicaciones públicas.

### ASOCIACIÓN ERRÓNEA

Zil Design no debe describirse como: estudio gráfico tradicional, taller de dibujo o proveedor de servicios técnicos y estéticos aislados.

### SEMÁNTICA DE LOS RESULTADOS

Se prohíbe asociar los entregables con conceptos que evoquen subjetividad o superficialidad, tales como: "piezas decorativas", "diseño estético para que se vea bonito", o denominar el proceso como "poesía visual".

### POSICIONAMIENTO FRENTE AL CLIENTE

No debe presentarse a la organización bajo los términos de "servicial" o "complaciente". Rechazamos ser vistos como un mero ejecutor externo reactivo que "recibe y acata órdenes" sin criterio analítico.

# Sistema Marcario

**Aplicación de Marca**

Isologotipo

**Marca Gráfica**

Área de Seguridad - Isologotipo
Área de Seguridad - Aplicación práctica
Reducciones mínimas permitidas
Isologotipo - Uso en orientación vertical
Paleta Cromática Primaria y Marcas Gráficas
Aplicación del color en Isologotipo
Alteraciones no permitidas
Co-branding y Alianzas (Partners)
Isologotipo - Aplicaciones

El isologotipo constituye el principal activo identitario de Zil Design y el punto de partida de todo su sistema visual. Su correcta aplicación es fundamental para garantizar consistencia, reconocimiento y solidez en cada punto de contacto.

No se trata de un recurso gráfico más, sino de un elemento clave en la construcción de autoridad, orden y confianza. Por este motivo, su uso debe respetar estrictamente los lineamientos definidos en este documento, preservando siempre su integridad, proporción y jerarquía dentro de cada aplicación.

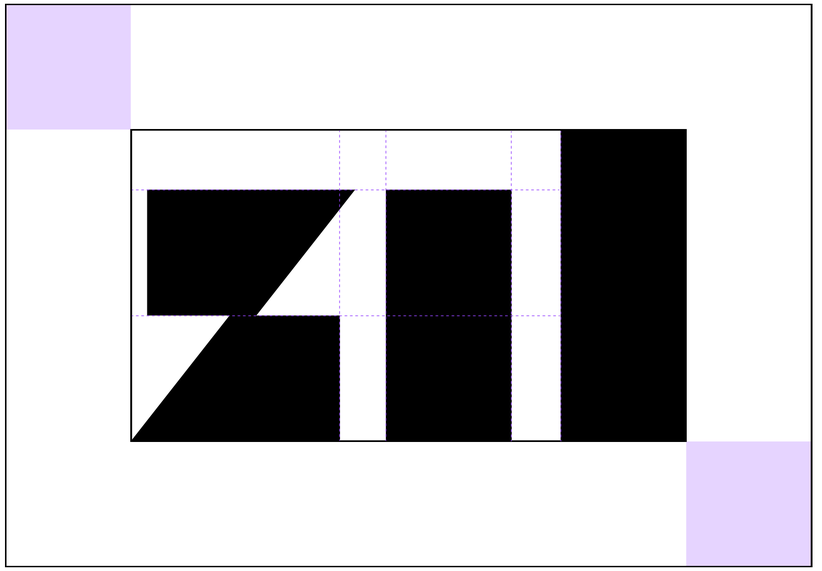




El área de resguardo define el espacio mínimo que debe mantenerse libre alrededor del isologotipo.

Esta zona de seguridad asegura que ningún elemento gráfico interfiera con la marca, preservando su correcta legibilidad y jerarquía en cualquier aplicación.

A continuación, se detalla la construcción de esta área para cada una de las configuraciones del isologotipo, garantizando un uso consistente dentro del sistema visual.



Aquí se establecen las reducciones mínimas permitidas para la marca en sus distintas variantes. Estos tamaños definen el límite a partir del cual la marca mantiene su legibilidad y correcta reproducción, tanto en entornos digitales como impresos.

Respetar estas medidas garantiza que no se pierdan detalles ni calidad visual, asegurando una aplicación consistente en todos los soportes.

Tamaños mínimos permitidos para formato digital
Expresado en píxeles (px)

Seguir estos parámetros garantiza que la marca se visualice correctamente en todos los soportes y medios de comunicación.

32 px

Tamaños mínimos permitidos para formato impreso
Expresado en milimetros (mm)

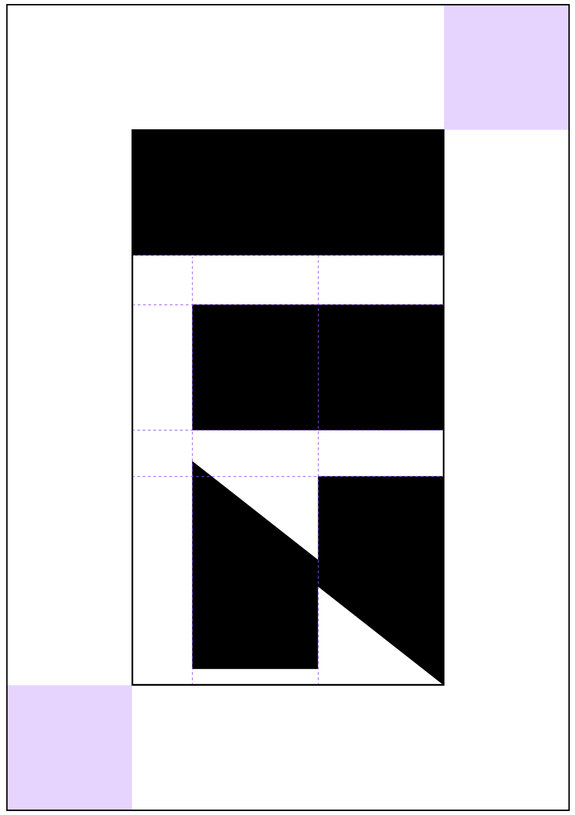
Seguir estos parámetros garantiza que la marca se visualice correctamente en todos los soportes y medios de comunicación.

20 mm

Se presenta una variante especial del isologotipo en formato vertical.

Este uso permite adaptar la marca a distintos soportes y usos, manteniendo su legibilidad y presencia.

Para otro tipo de situaciones, se deberá consultar previamente con el fin de evitar aplicaciones y usos incorrectos de la marca, asegurando siempre coherencia con el sistema visual establecido.



Se han definido combinaciones seguras y esenciales de la paleta primaria para la correcta aplicación del logotipo e isologotipo, garantizando legibilidad, contraste y coherencia en contextos institucionales.

Este apartado no desarrolla el sistema de color en profundidad, aquí se presenta un primer acercamiento a los usos cromáticos principales de la marca gráfica.



Violeta claro Zil
#E7D5FF
R231/G213/B255

Violeta oscuro Zil
#4B256E
R75/G37/B110

Violeta Zil
#9747FF
R152 / G71 / B255

Blanco
#FFFFFF
R225/G225/B225

Violeta oscuro Zil
#4B256E
R75/G37/B110

Violeta claro Zil
#E7D5FF
R231/G213/B255

Violeta oscuro Zil
#4B256E
R75/G37/B110

Blanco
#FFFFFF
R225/G225/B225

Usos principales de color de la marca gráfica, estableciendo combinaciones seguras para su correcta aplicación.







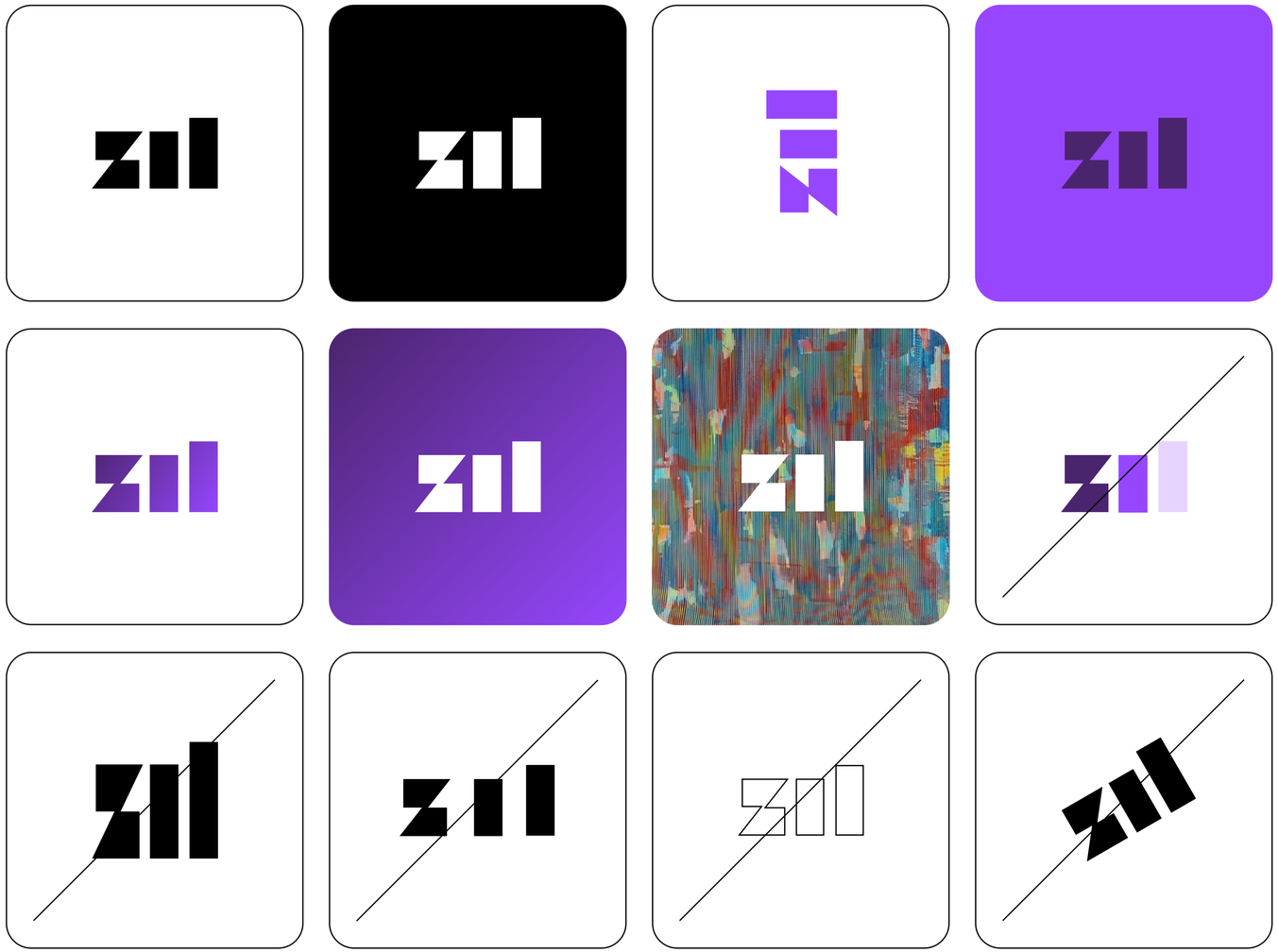


A modo de ejemplo, presentamos en esta página algunos usos correctos e indebidos de la marca gráfica. De estos ejemplos se deducen otros posibles usos (correctos e incorrectos) que el responsable de llevar a cabo la aplicación gráfica deberá detectar oportunamente para preservar la identidad visual de la Empresa.

USOS INDEBIDOS

1. Alteración en la ortogonalidad o inclinación de los elementos.
2. Distorsión o modificación en las proporciones de la configuración original.
3. Reproducción del identificador mediante líneas de contorno o delineados no aprobados.
4. Fragmentación, separación o desalineación de los componentes de la marca.
5. Aplicación sobre fondos tipográficos complejos o texturas que saturen el contraste.

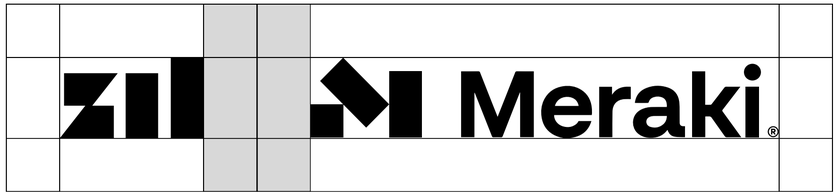
Tanto las aplicaciones correctas como las incorrectas se irán incrementando a medida que crezca la Identidad Visual.



En situaciones de co-branding y alianzas, debe estructurarse correctamente su convivencia con otras marcas. Aquí se presentan distintas configuraciones de diagramación y criterios de separación para asegurar una relación equilibrada y consistente entre las identidades.

Los criterios de grilla, módulos y estructura deben garantizar una correcta relación visual y consistencia en su aplicación.

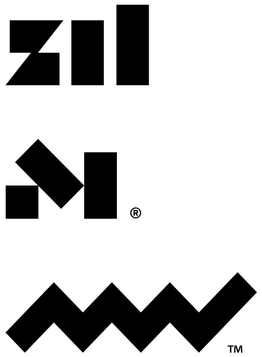
Modulos separados




Linea separadora





# Sistema Cromático

**Paleta de color y lineamientos de uso**

**Uso del color**

- Paleta Primaria
- Paleta Primaria+Secundaria
- Gradientes identitarios
- Paleta identitaria completa
- Paleta identitaria completa - Aplicación

Color
primario

Blanco
#FFFFFF
R225/G225/B225

Color
primario

Violeta Zil
#9747FF
R152 / G71 / B255

Color
secundario

Violeta oscuro Zil
#4B256E
R75/G37/B110

Color
secundario

Violeta claro Zil
#E7D5FF
R231/G213/B255

Color
secundario

Amarillo Zil
#C2FE2D
R194/G254/B45

Color
secundario

Negro
#000000
R0/G0/B0

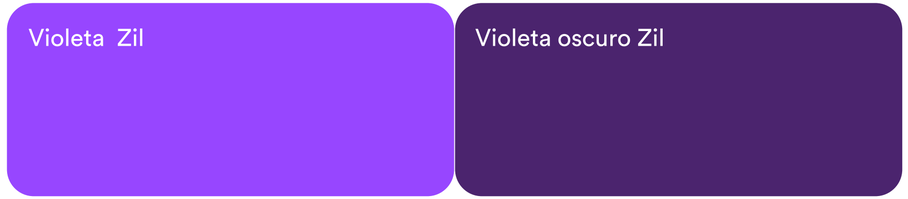
La identidad cromática de Zil Design se estructura principalmente a partir de la combinación entre el Violeta Oscuro Zil y el Violeta Zil, constituyendo la dupla cromática central del sistema visual.

Esta relación establece el contraste principal de la marca y define gran parte de sus aplicaciones institucionales, permitiendo composiciones claras, modernas y altamente reconocibles.

En esta sección se presentan combinaciones seguras de uso, donde se especifican los contrastes permitidos entre los colores primarios y neutros de la marca.

Estas configuraciones garantizan la legibilidad, la jerarquía visual y la coherencia de marca en los distintos soportes de comunicación.

Violeta y Violeta Oscuro, constituyendo la dupla cromática central del sistema visual.










Estas combinaciones representan algunos de los usos cromáticos más simples, seguros e institucionales del sistema visual de Zil Design.

Funcionan como referencias base para garantizar contraste, legibilidad y coherencia de marca.

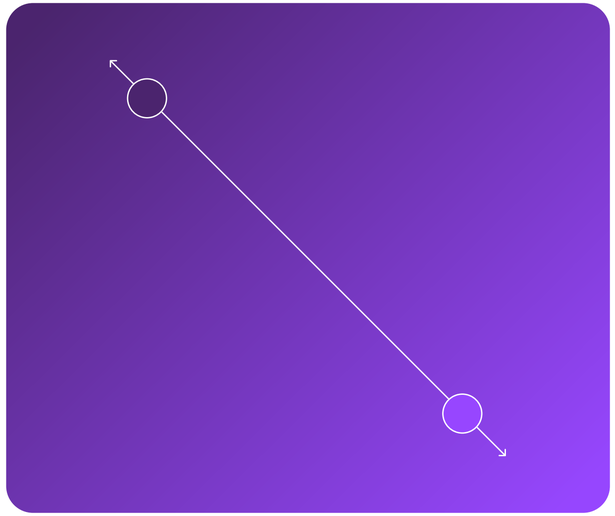
La incorporación de los colores secundarios amplía las posibilidades del sistema cromático, permitiendo mayor flexibilidad en distintas piezas y contextos de comunicación. Estas combinaciones comienzan a alejarse de los usos más estrictamente institucionales para dar lugar a paletas más dinámicas, orientadas a piezas de comunicación comercial, campañas o contenidos de redes.

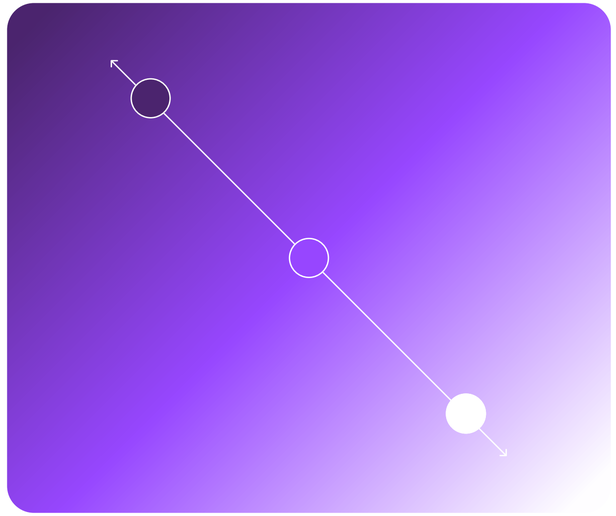
A continuación se presentan algunos contrastes permitidos que mantienen legibilidad, jerarquía visual y coherencia con la identidad de Zil Design.

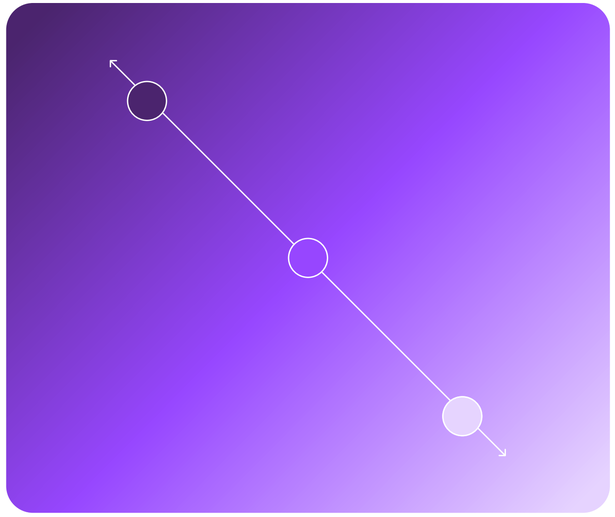


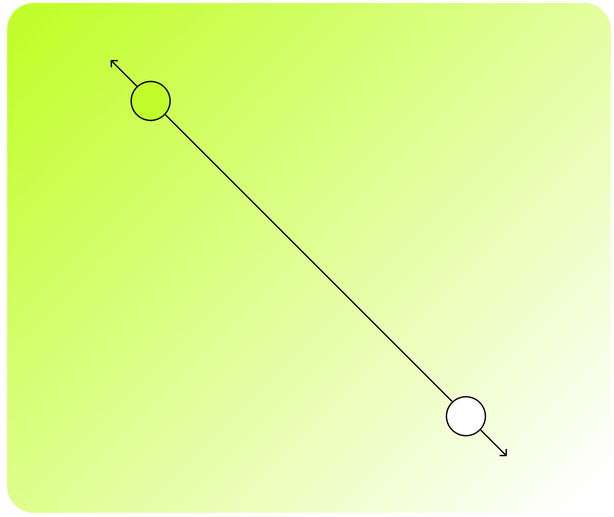
Se han definido combinaciones seguras y esenciales de la paleta primaria para la correcta aplicación del logotipo e isologotipo, garantizando legibilidad, contraste y coherencia en contextos institucionales.

Este apartado no desarrolla el sistema de color en profundidad, aquí se presenta un primer acercamiento a los usos cromáticos principales de la marca gráfica.









# Sistema Tipográfico

**Tipografía**

Circular STD
Usos y estilos - Composición de texto

Nuestra tipografía principal es la familia Circular Std.
Sus características estructurales se definen por líneas modernas, limpias y de una sutil sofisticación, cualidades que optimizan la legibilidad y aportan una estética contemporánea de alto nivel corporativo. Su versatilidad y rigor geométrico permiten un uso predominante tanto en encabezados principales como en bloques de texto extendidos, garantizando una identidad visual consistente, integrada y de un marcado carácter institucional.

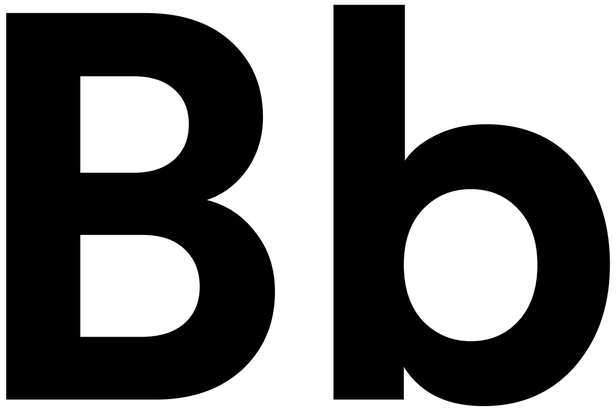
Link de descarga:
https://font.gooova.com/fonts/14294/circular-std-font-family.html




Circular Std - Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890
¡@#$%^&*()[]




**Circular Std - Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**
**¡@#$%^&*()[]**

Jerarquía Tipográfica

La jerarquía tipográfica está diseñada para organizar y guiar la lectura del contenido de manera clara y estructurada. Establece criterios específicos para los niveles de Encabezados 1, 2 y 3, el texto de cuerpo y los llamados a la acción (CTA), asegurando que cada nivel tipográfico se distinga adecuadamente y contribuya a comunicar el mensaje con precisión, claridad y el énfasis correspondiente.

| | | | |
|---|---|---|---|
| **VOLANTA** | **Volanta**<br>Circular Std Bold - Interlinea 125% | **1 X** | **18 pt** |
| # Títulos principales | **Título encabezado 1 (H1)**<br>Circular Std Book - Interlínea 100% | **5 X** | **100 pt** |
| ## Títulos secundarios | **Título encabezado 2 (H2)**<br>Circular Std Book - Interlínea 100% | **3 X** | **54 pt** |
| ### Títulos terciarios / **Títulos terciarios** | **Título encabezado 3 (H3) / copete**<br>Circular Std Book / Bold - Interlínea 125% | **1.5 X** | **30 pt** |
| Textos. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna. | **Body copy**<br>Circular Std Book - Interlínea 150% | **1 X** | **18 pt** |
| Textos. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna. | | | **14 pt** |

# Sistema y Estilo Visual

**Marca Líquida**

**Recursos Gráficos e Ilustraciones**

- Composición
- Ilustración Servicios

**Curaduría iconográfica - Definición de estilo y sus características necesarias**

**Representación Proyectos**

- Branding
- Redes Sociales
- Web

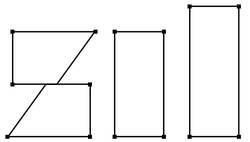
Para responder con éxito a cualquier entorno, el sistema visual de Zil Design se comporta como una marca líquida.

Las variaciones presentadas en esta sección son exclusivamente para los usos y soportes específicos que aquí se detallan, y no deben interpretarse como una transformación de la identidad corporativa global ni utilizarse de forma libre para la representación institucional de Zil Design.



## ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Esta variante se utiliza para representar la dimensión analítica y de proyección de la marca. Se asocia a la etapa inicial de los proyectos, en la cual se realiza el diagnóstico, se entienden los objetivos del cliente y se traza la estrategia a seguir.



## DESARROLLO CRITERIOSO

Esta variante se utiliza para representar el núcleo metodológico, la diferenciación y la curaduría cuidada de la marca. Se asocia al momento del proyecto en el que se fusionan el pensamiento estratégico y la comunicación visual, aportando el enfoque analítico y estético en cada etapa de desarrollo.



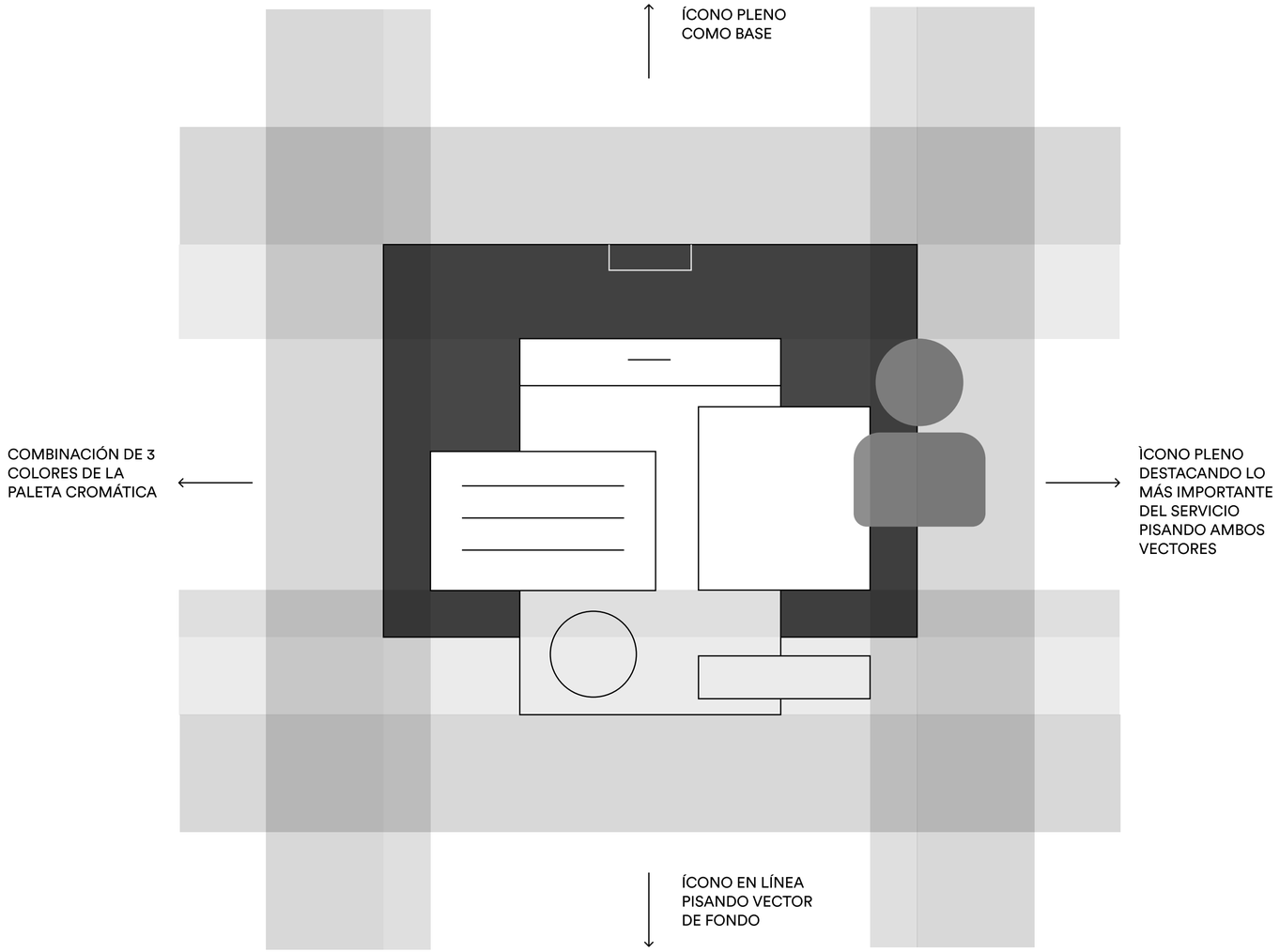
## ALIADO COMRPOMETIDO

Esta variante se utiliza para representar el compromiso integral con el negocio, el crecimiento y los resultados tangibles. Se asocia a la fase de acompañamiento corporativo continuo, donde se implementan las soluciones de alto impacto que impulsan el desarrollo final del proyecto.



Para responder con éxito a cualquier entorno, el sistema visual de Zil Design se comporta como una marca líquida.

Las variaciones presentadas en esta sección son exclusivamente para los usos y soportes específicos que aquí se detallan, y no deben interpretarse como una transformación de la identidad corporativa global ni utilizarse de forma libre para la representación institucional de Zil Design.

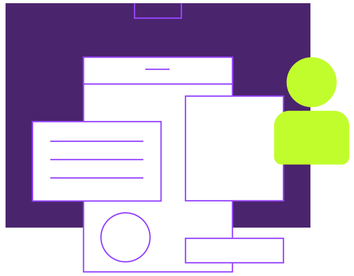


Para responder con éxito a cualquier entorno, el sistema visual de Zil Design se comporta como una marca líquida.

Las variaciones presentadas en esta sección son exclusivamente para los usos y soportes específicos que aquí se detallan, y no deben interpretarse como una transformación de la identidad corporativa global ni utilizarse de forma libre para la representación institucional de Zil Design.

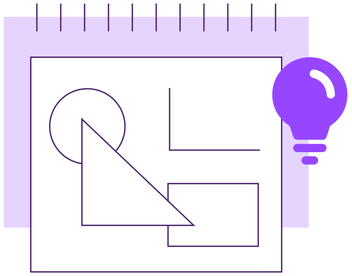
**UX / UI**

Experiencia de Usuario



**BRANDING**

Creatividad y Diseño



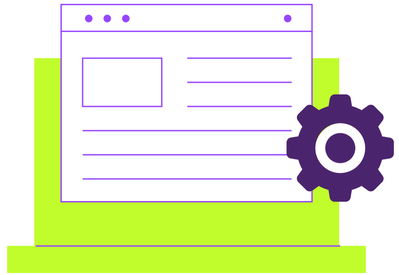
**REDES SOCIALES**

Comunicación y Difusión



**WEB**

Presencia en Línea



Para responder con éxito a cualquier entorno, el sistema visual de Zil Design se comporta como una marca líquida.

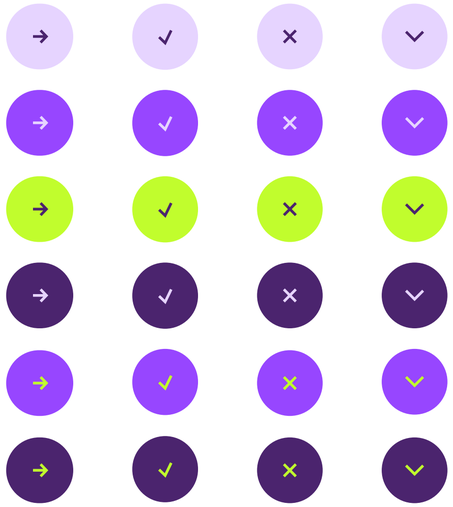
Las variaciones presentadas en esta sección son exclusivamente para los usos y soportes específicos que aquí se detallan, y no deben interpretarse como una transformación de la identidad corporativa global ni utilizarse de forma libre para la representación institucional de Zil Design.

Divisor de secciones Web

SERVICIOS

Botones

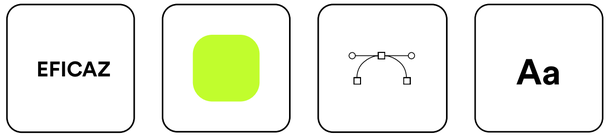
Botones con símbolo



Botones con texto




Recuadros




Destacados

