







EN 2001 LOGRAMOS UN CONVENIO PARA ELIMINAR CONTAMINANTES ORGÁNICOS.



## 20 AÑOS EN MÉXICO GREENPEACE

- Propuesta de master graphic
- Propuesta de vending machine

PITCH 2012

A young man with long hair and a beard, wearing a white t-shirt and a red backpack, stands in a school hallway. He is looking back over his shoulder towards the camera. The hallway is lined with blue lockers on the right and a grey brick wall on the left. The lighting is dramatic, with a strong light source from the right, casting long shadows and highlighting the man's face and the texture of his backpack.

**¿TE HAS PREGUNTADO  
POR QUÉ TU SOBRINO  
NUNCA SUELTA  
ESA MOCHILA?**

IMAGINA MÁS | **Syfy**

IMAGINA MÁS  
SYFY

Propuesta de master graphic  
PITCH 2012

NADA QUE ENTENDER.  
ES LO QUE VES.



CONOCER ES NO EXCEDERSE

TEQUILA 1800

Propuesta master graphic  
"NADA QUE ENTENDER" 2013  
tequila blanco

NADA QUE ENTENDER.  
ES LO QUE VES.



CONOCER ES NO EXCEDERSE

TEQUILA 1800

Propuesta master graphic  
"NADA QUE ENTENDER" 2013  
tequila reposado

NADA QUE ENTENDER.  
ES LO QUE VES.



CONOCER ES NO EXCEDERSE

TEQUILA 1800

Propuesta master graphic  
"NADA QUE ENTENDER" 2013  
tequila añejo



café  
**Blak**

CAFÉ BLAK  
“DESPIERTA/PERIÓDICO”

Pieza ganadora del Sol de Plata  
en El Festival Iberoamericano  
de la Comunicación en Bilbao España 2013.





café  
**BLAK**

CAFÉ BLAK “SUEÑOS”

Propuesta para master graphic  
2013

**gandhi**  
libros · música · video · café

## Situación:

Gandhi es la librería mexicana que tiene como objetivo y estrategia promover la lectura en el país. Con el gran crecimiento de las redes sociales, Gandhi necesitaba involucrarse en el actual mundo digital y posicionarse en algunas de las redes sociales que en su mayoría son visuales.

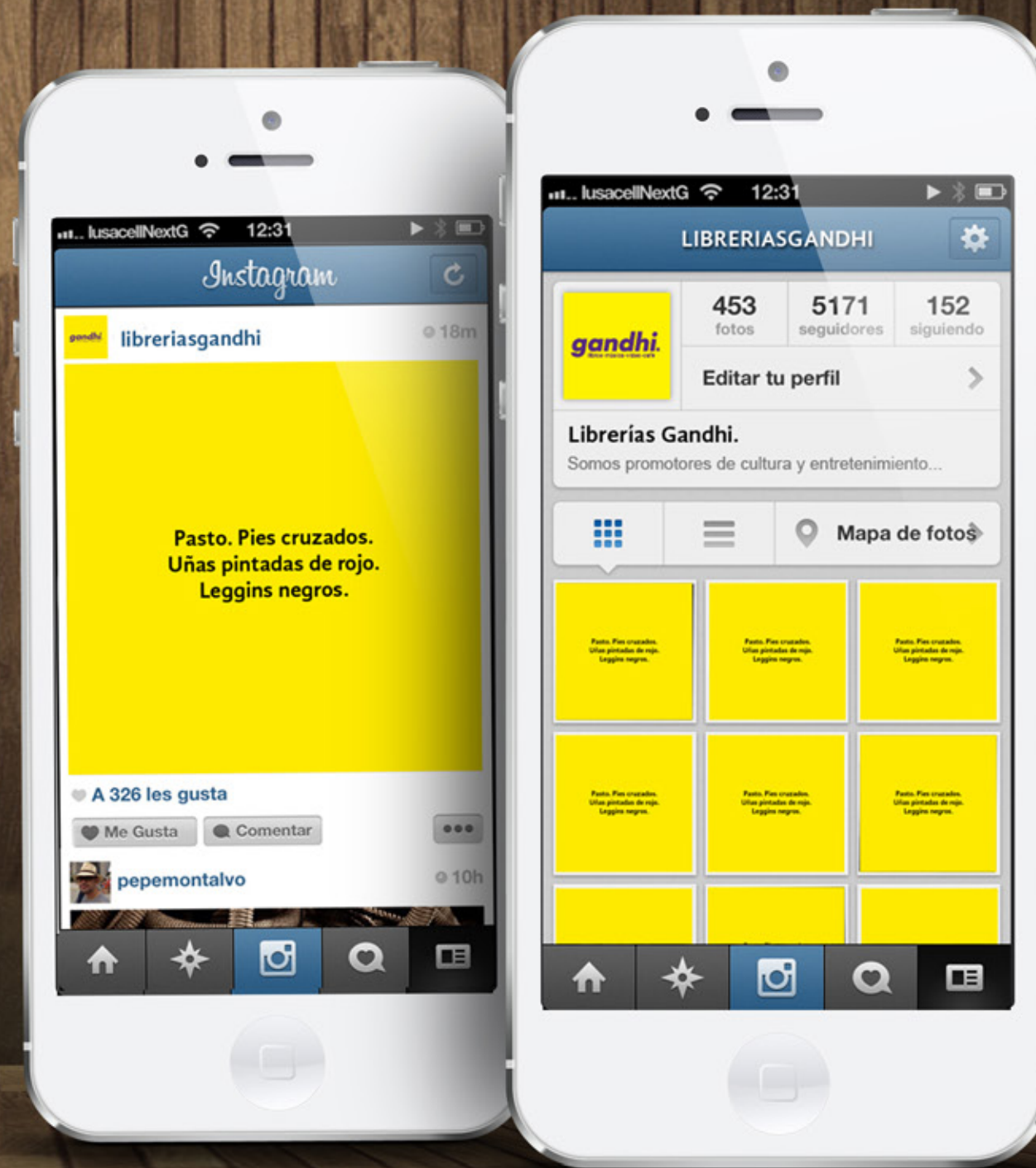
## Brief:

Estar presente en una red social 100% visual, sin perder la esencia de la marca: **Sigue leyendo.**

## La idea:



Creamos el perfil de usuario de **@LIBRERIASGANDHI** en Instagram y en vez de empezar a tomar fotos y compartirlas, generamos descripciones de imágenes con texto, que le permitiera a nuestros seguidores imaginar una fotografía, al igual que lo hacen cuando leen un libro. Y de esta manera cumplir la premisa "Sigue leyendo" de una forma diferente y entretenida en un medio completamente visual.



INSTAGANDHI

Pieza ganadora del Sol de Plata en El Festival Iberoamericano de la Comunicación en Bilbao España 2013.

CARTELERA SIN MENSAJE OCULTO



GRACIAS POR SER **Especial.**

CONOCE MÁS EN [f /JC Especial](#)

CONOCER ES NO EXCEDERSE XXXXXXXXXXXXXXXX www.alcoholinformate.org.mx



EXNOVIA



GRACIAS POR SER **Especial.**

CONOCE MÁS EN [f /JC Especial](#)

CONOCER ES NO EXCEDERSE XXXXXXXXXXXXXXXX www.alcoholinformate.org.mx



## TEQUILA JOSE CUERVO ESPECIAL

Dirección de arte de cuartp campañas  
de la marca de 2012 a 2013



NOS IMPORTA LA TOS DE TODOS.



NOS IMPORTA LA TOS DE TODOS  
BROXOL

Propuesta de master graphic  
2013

# DISPENSADOR DE EDREDONES

*Un anuncio del cual puedes tomar cobertores para no pasar frío durante el invierno.*

**Redoxon Plus**  
Vitamina C + zinc



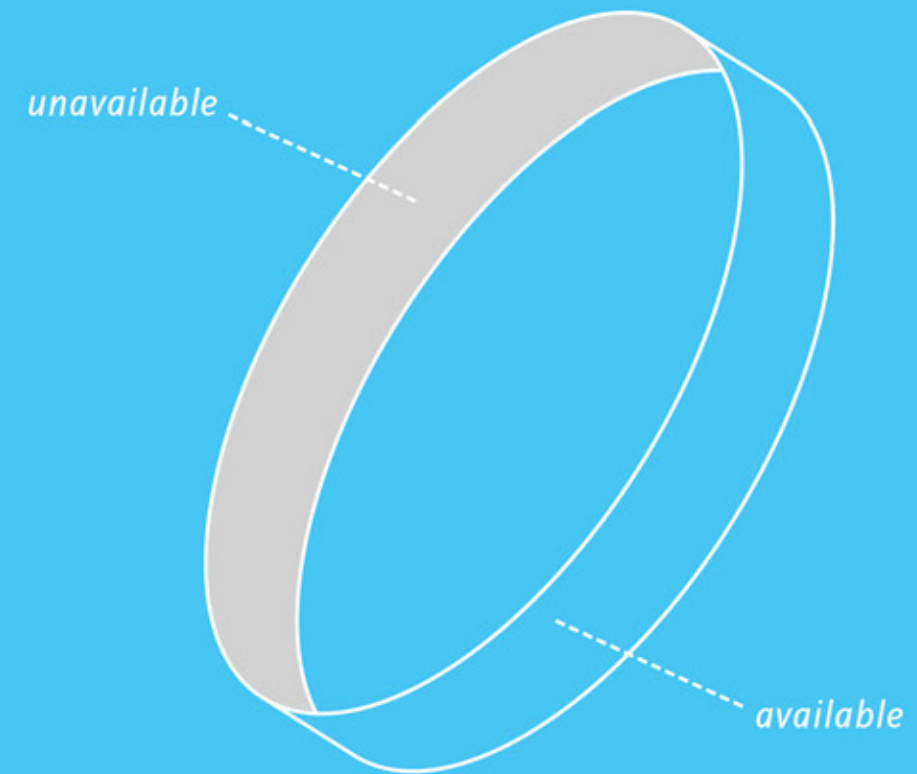
ACCIÓN SOCIAL  
REDOXON PLUS

Propuesta de outdoor  
2014

# REAL LIFE STATUS WRISTBAND

*Listerine wants to help people to take on the opportunity to make real connections; our idea is to launch a wristband for them to show their real life status.*

*The blue side indicates that you are available to start a face-to-face conversation, and the gray side is for when you rather want to appear unavailable to be approached by people.*



**LISTERINE®**

CONVERSATION ARMY  
LISTERINE

Propuesta de activación para campaña global  
2014

*Las*  
**CARNES FRÍAS**  
*¿son frías?*



LAS CARNES FRÍAS,  
¿SON FRÍAS?

SAN RAFAEL

Propuesta de master graphic  
2015



*cuánta tentación*



Los  
hombres  
también  
cocinamos



LOS HOMBRES  
TAMBIÉN COCINAMOS  
TANGAMANGA

Propuesta de master graphic  
2014



# Los hombres también cocinamos

Dijo sí. Se le hace agua la boca sólo de intentar adivinar de qué podrá tratarse la deliciosa sorpresa que prometiste preparar. Tu platillo estrella, aquella receta tan secreta que ni tú conoces. Descuida. Hemos creado esta tapa pensando precisamente en un momento tan especial como éste. Ingrediente a ingrediente conseguirás obsequiarle una velada que jamás olvidará. Lo primero, es asegurarte que el lugar donde sucederá el encuentro mantenga la temperatura cálida y sea verdaderamente acogedor. Una cama de hojaldre, por ejemplo. La música que envuelva su velada debe imitar el exquisito crujir de la base de esta tapa. Insiste hasta conseguirlo. Paciencia. Respeta sus tiempos. Da cada paso en el momento indicado. Necesitarás precisión milimétrica. La conversación, debe gozarse como se paladea el apetitoso jamón serrano que adorna este canapé. Ni colmarse, ni extrañarse. Alcanzar la armonía perfecta, radica en el puro placer de saber reunirse. Y el ornamento ideal, debe ser apenas un suspiro tratando de imitar cómo uno se regocija estando en buena compañía. Llegado a este punto, déjense llevar por sus sentidos. Disfrútenlo.



LOS HOMBRES  
TAMBIÉN COCINAMOS  
TANGAMANGA

Propuesta de master graphic  
2014

TANGAMANGA

# Pickers



CONOCE LA SELECCIÓN  
DE ESPECIALIDADES DEL PICKER  
HECHO POR SMITHE.



Llévatelo gratis en la compra de especialidades de temporada.

PICKERS  
TANGAMANGA

Propuesta de master graphic  
2014



THE SUN WILL ALWAYS FIND A WAY



THE SUN WILL  
ALWAYS FIND  
A WAY

COPPERTONE

2015

COLORES QUE VIVEN  
MÁS, TE HACEN  
SENTIR MÁS

COMEX VINIMEX TOTAL  
2015



LA NUEVA GENERACIÓN DE PINTURAS.





MUSEO  
CERVECERÍA  
VICTORIA



RECEPCIÓN



MUJERES



HOMBRES



LÍNEA  
DEL  
TIEMPO



CUARTO  
DE  
ELABORACIÓN



INFOGRAFÍA



SALÓN  
DE  
MEZCLAS



RESTAURANTE



TIENDA-CAFÉ

MUSEO CERVECERÍA VICTORIA

CERVECERÍA VICTORIA - propuesta de diseño de imagen del museo de cerveza victoria  
2015

TOLUCA, HOGAR  
DE LA PRIMER  
CERVEZA  
DE MÉXICO



¡TOLUQUEÑO!  
ESTE MUSEO  
ES TUYO



UN MUSEO  
PARA  
LOS PADRES  
DE LA  
CERVEZA



NUESTRA FERIA  
ESTÁ HECHA  
DE VICTORIA

cervecería victoria  
2015



Feria  
**San Isidro**  
METEPEC 2015 del 30 de abril  
al 17 de mayo



Patrocinado  
por **Victoria**



FERIAS CON V  
DE VICTORIA

cervecería victoria  
2015

FERIA NACIONAL  
ZACATECAS



# LA DESCARGA CRUNCH®

TRANSFORMA TUS CRUNCH® EN EL NUEVO ÁLBUM DE

# ENJAMBRE

PROAÑO



ENTRA A  
CRUNCH.COM.MX



ESCANEA  
LA ENVOLTURA  
DE TUS CRUNCH®



¡Y LISTO!  
HABRÁS APORTADO  
1 KB DEL ÁLBUM

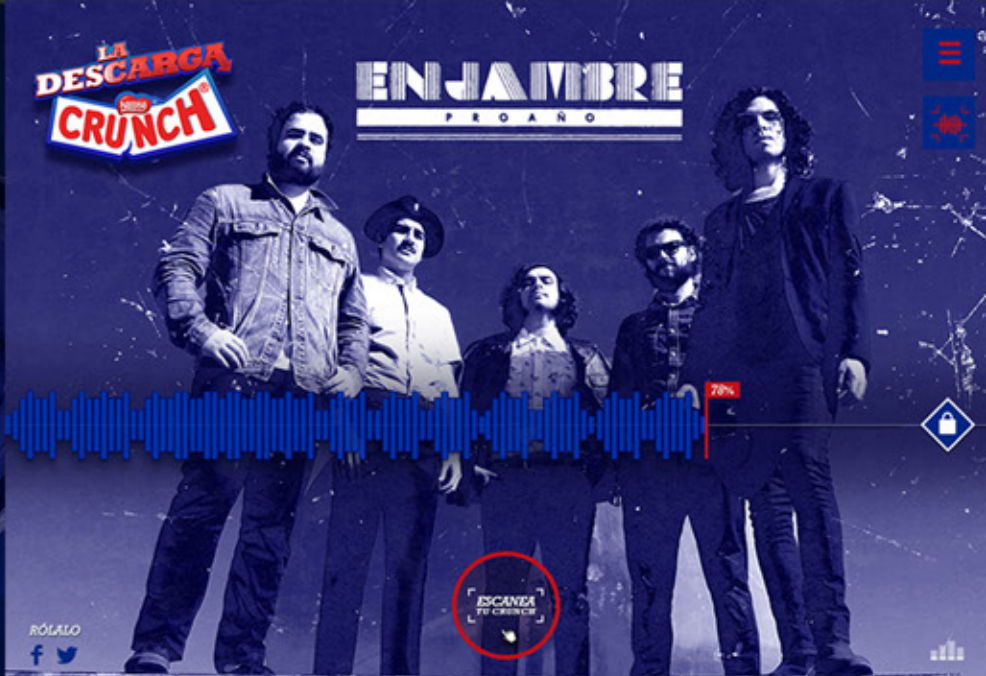


DESCARGUÉMOSLO  
ENTRE TODOS,  
PARA TODOS.



SI SUENA

ES CRUNCH®



Pon tu CRUNCH® al centro



¡PUUUM! ¡OTRO KB!



Daniel García

Hasta ahora llevas:

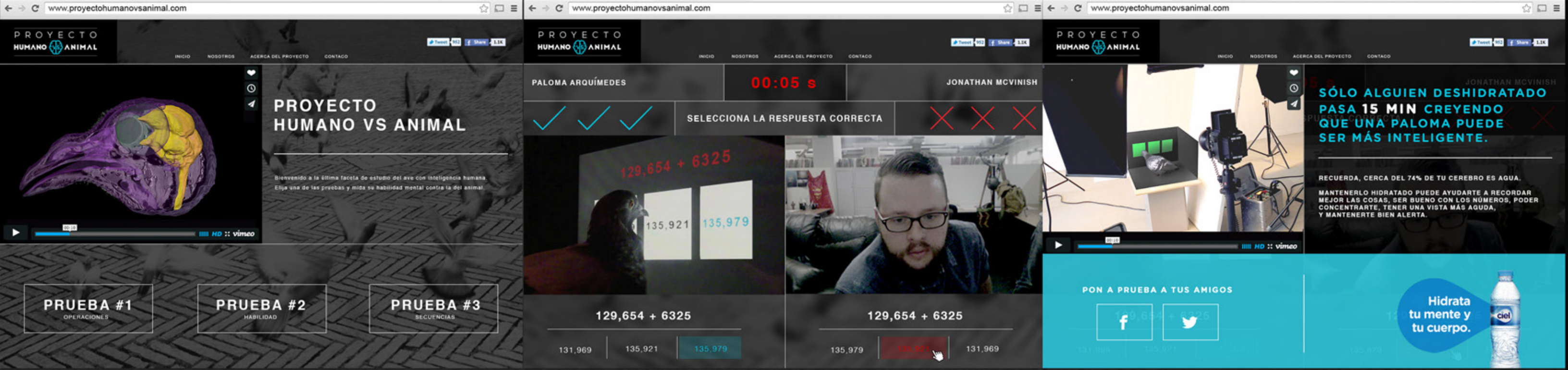
35KB

PASA LA VOZ



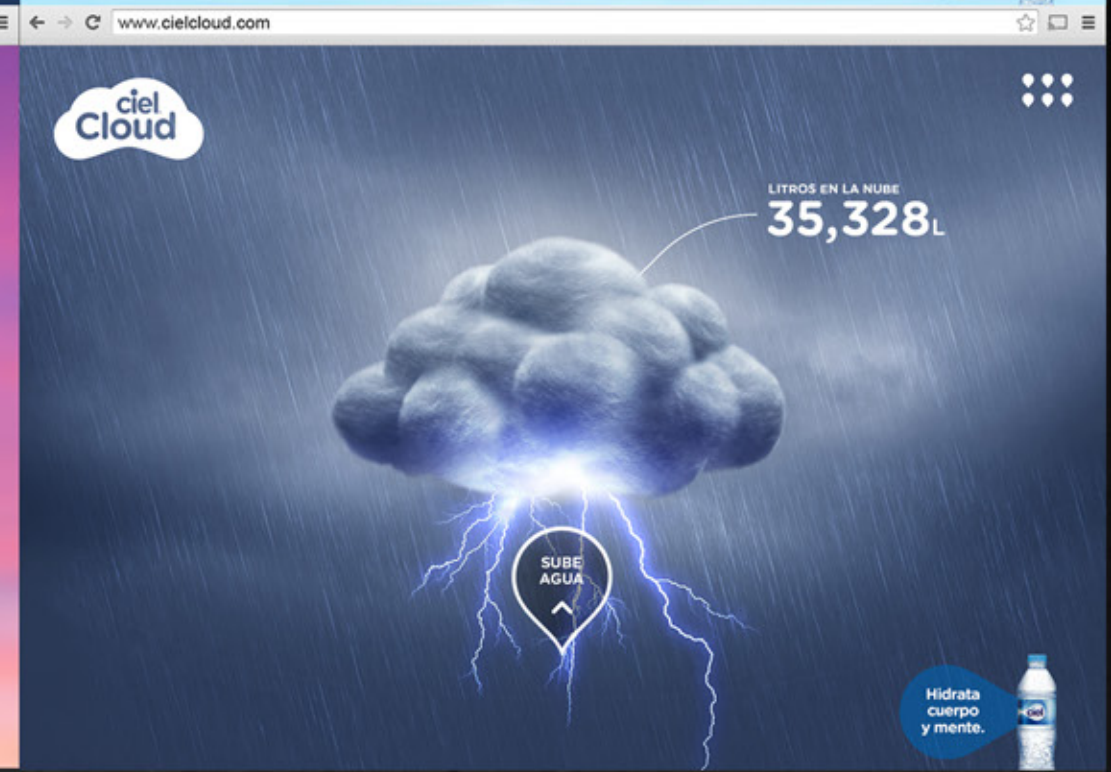
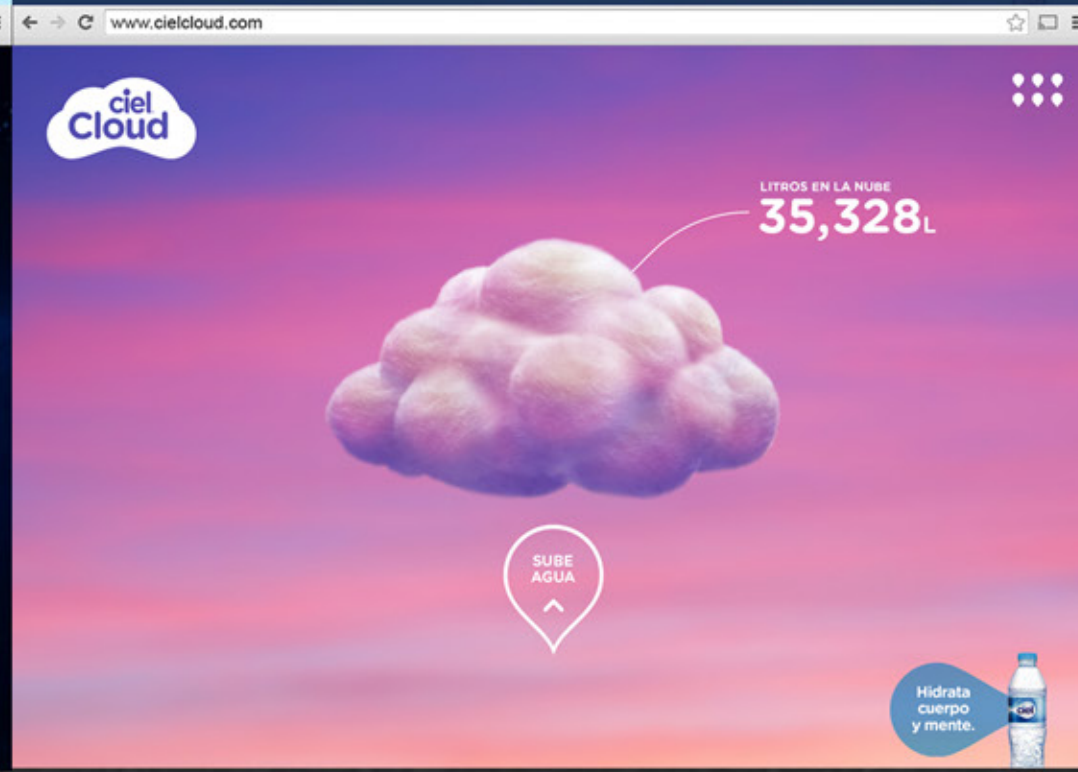
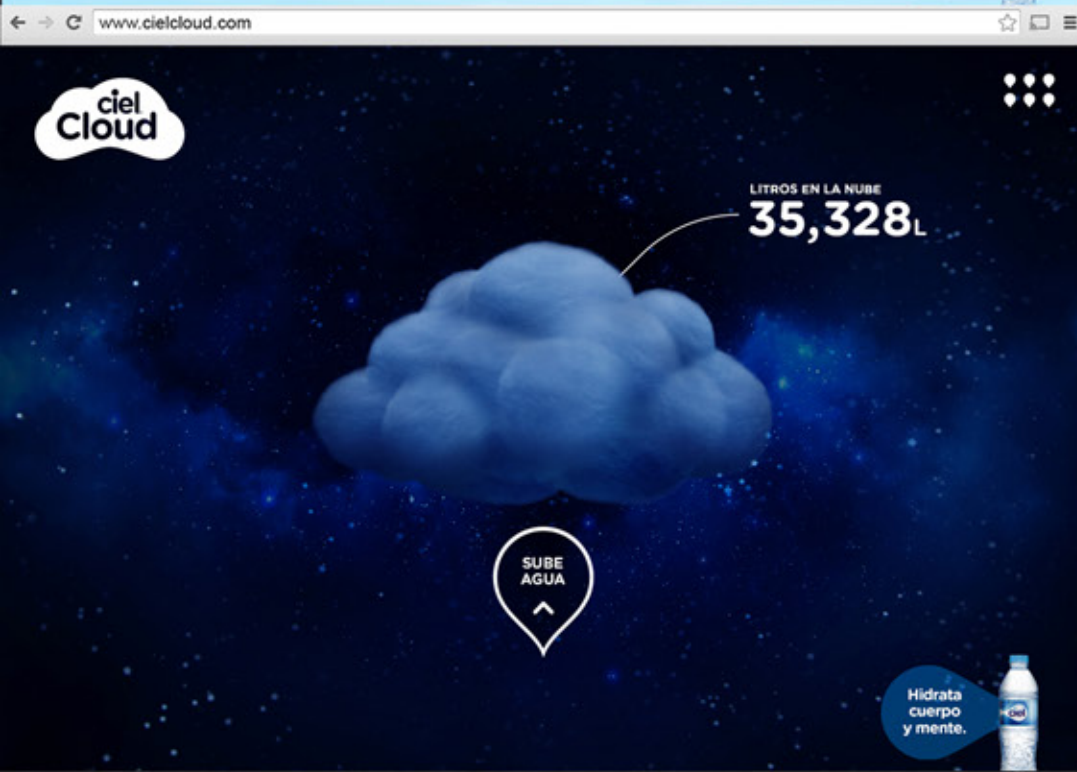
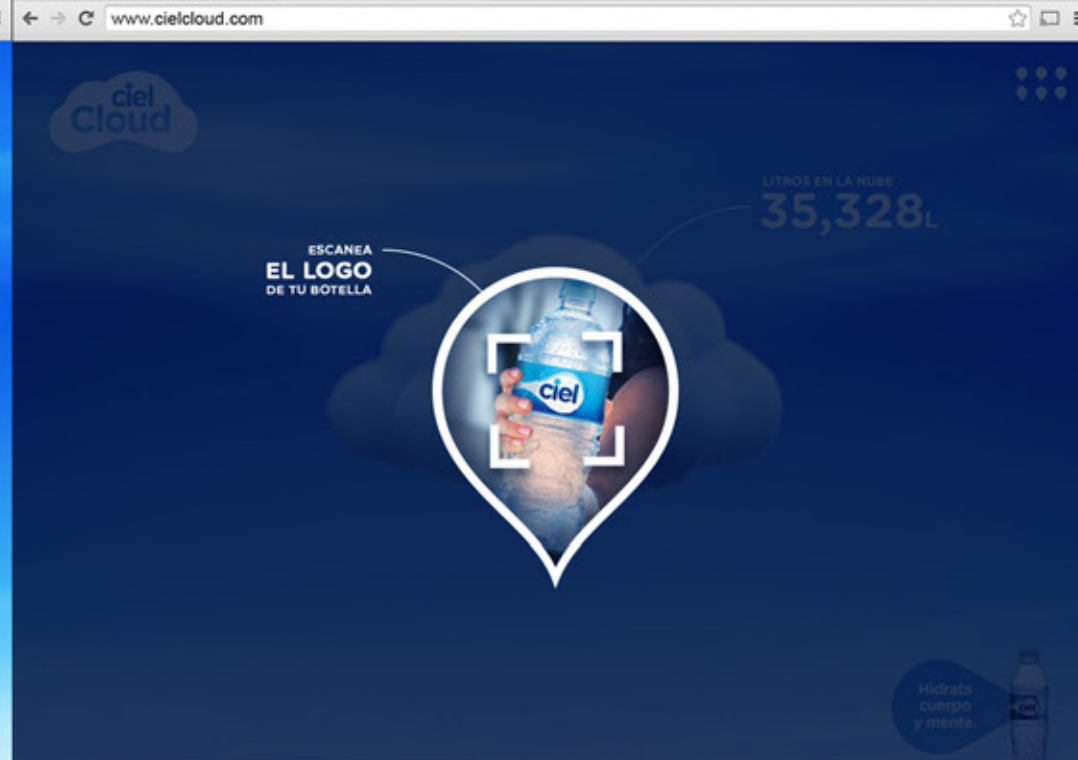
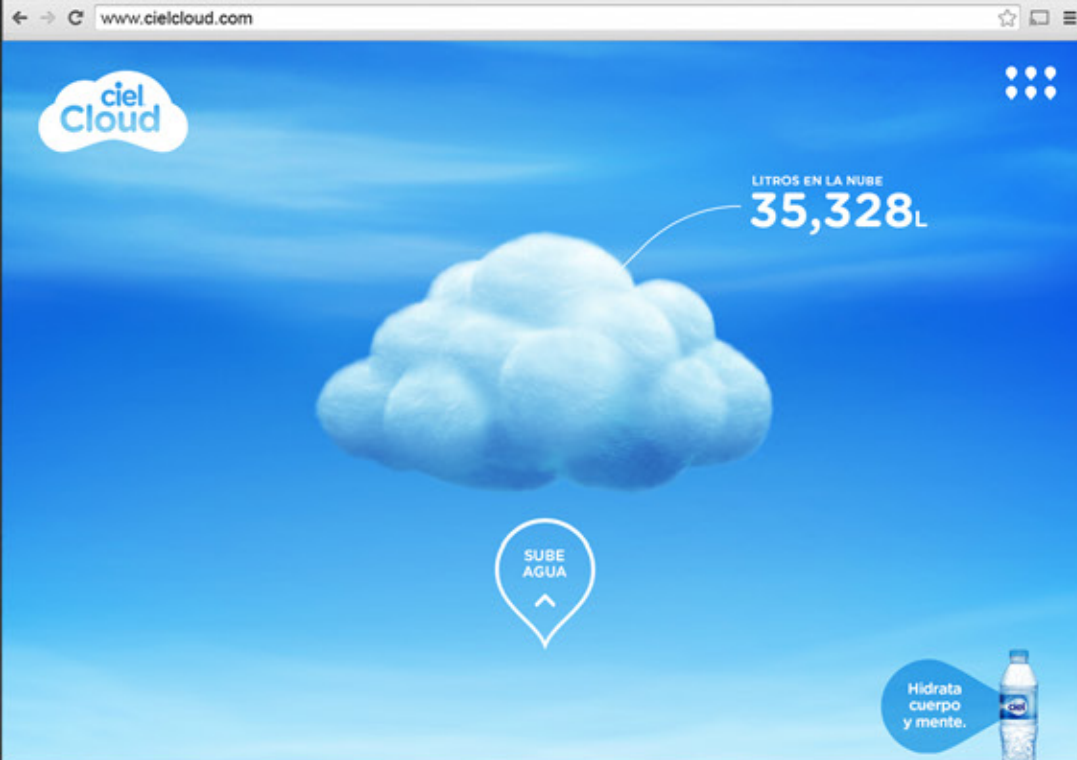
LA DESCARGA CRUNCH  
CRUNCH

Campaña digital ganadora  
del primer disco de oro  
alcanzado a través de  
una campaña publicitaria.



# PROYECTO HUMANO VS ANIMAL CIEL

Propuesta digital para campaña regional (2)



CIEL CLOUD

CIEL

Propuesta digital para campaña regional (1)



Día de Muertos.  
Lo que nos hace  
mexicanos.

LA AZTECA



Día de Muertos.  
Lo que nos hace  
mexicanos.

LA TAPATÍA



Día de Muertos.  
Lo que nos hace  
mexicanos.

LA PDLANA



Victoria



Día de Muertos.  
Lo que nos hace  
mexicanos.

LA OAXAQUEÑA

CATRINAS, DÍA DE MUERTOS  
VICTORIA

master graphic  
2015

