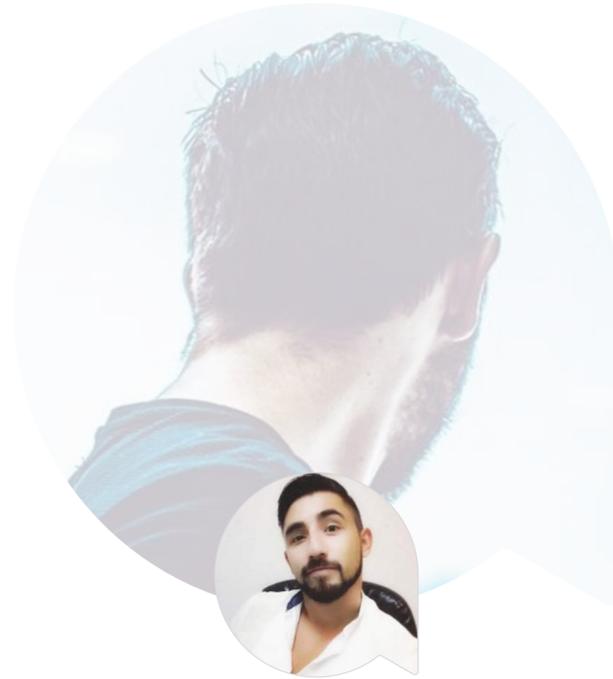


martell
CREATIVE

PORTAFOLIO



martell
CREATIVE

Licenciad en Diseño

Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes

Lider innovador amante de la creatividad, comprometido con el trabajo en equipo, capaz de asumir riesgos y adaptable al cambio. Consciente que la motivación y la capacidad para transmitir ideas, hace que cualquier equipo supere las expectativas.



01

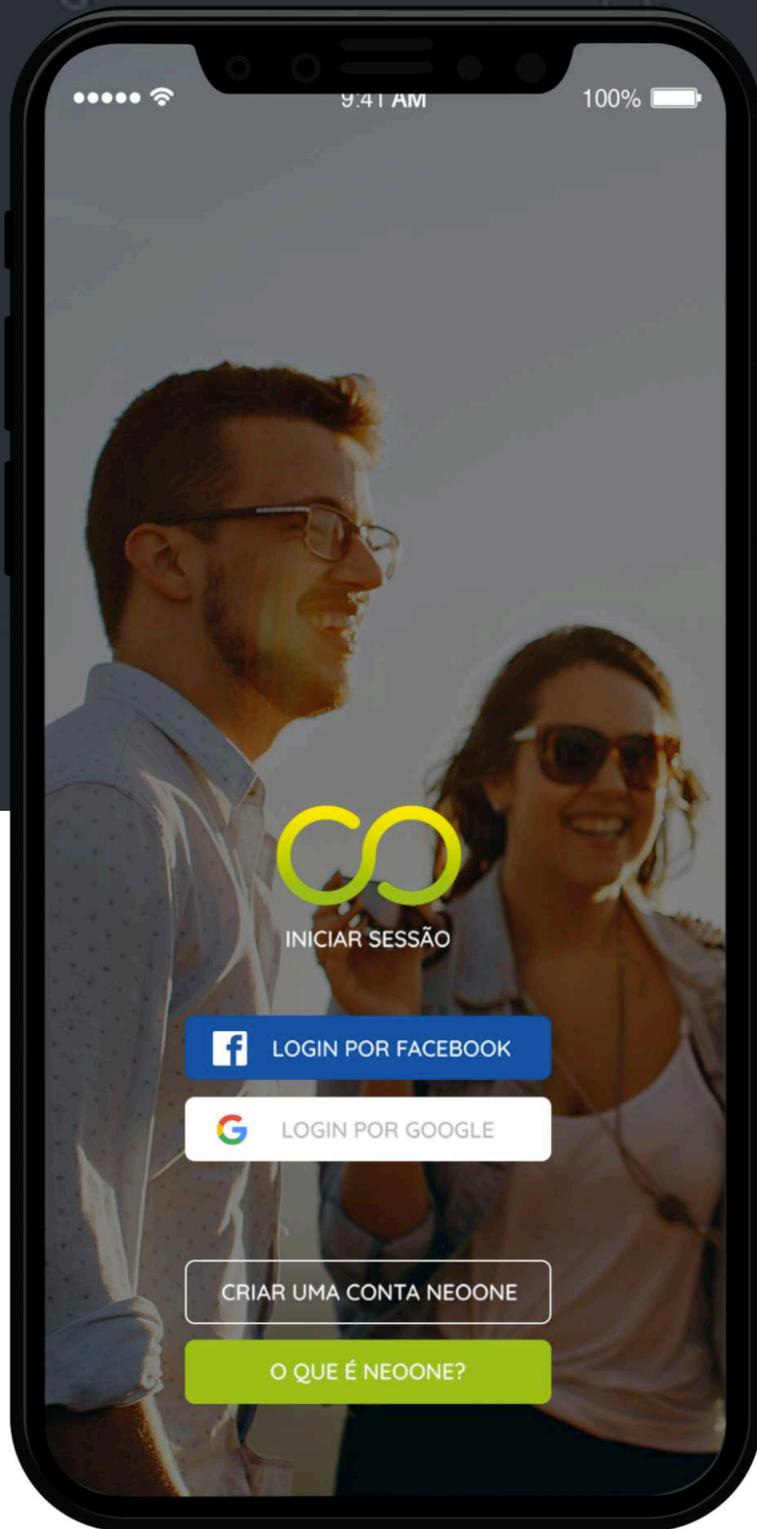
**CAMPAÑAS
CREATIVAS**

NEOONE

●● PLATAFORMA

Agencia brasileña con necesidad de crear una plataforma para modelos estilo Facebook, donde los modelos puedan encontrar castings y los clientes postular sus trabajos.

En este proyecto se realizó y diseñó todo el flujo de navegación de la plataforma, así como de pagina web, videos y landings para promocionar la plataforma de cursos.



neoone



NEOONE IDENTIDAD

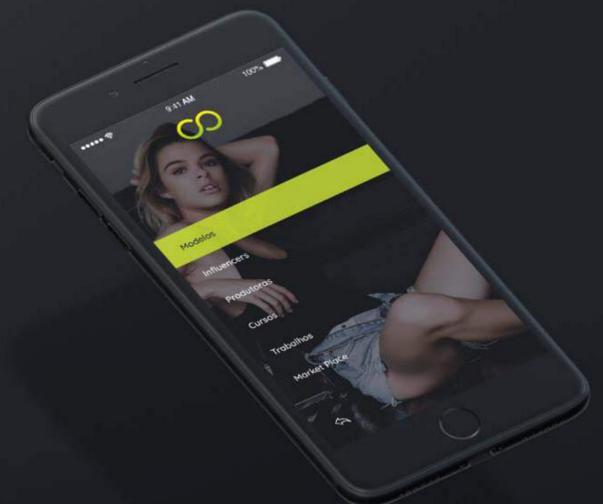
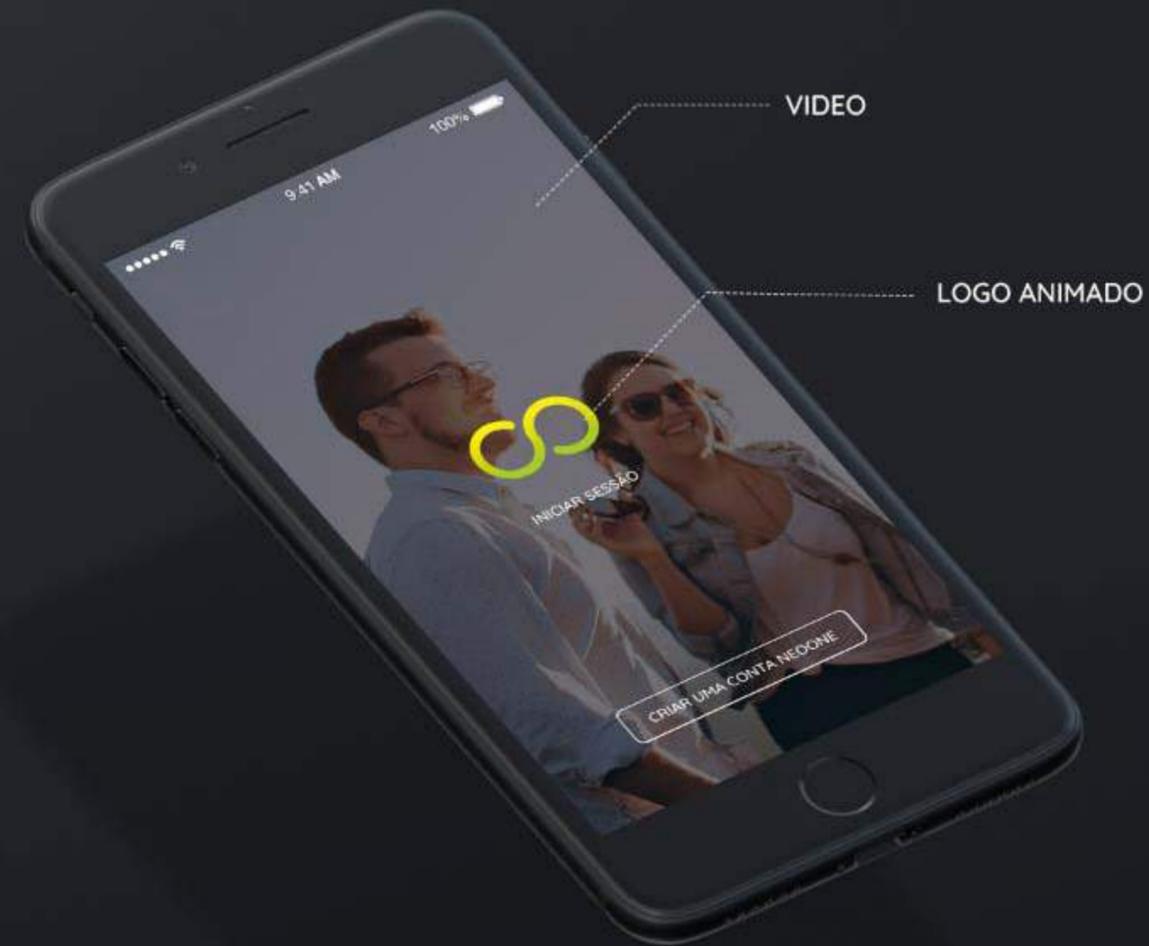
Desarrollo de toda la Identidad gráfica de una plataforma para agencia de modelaje Brasileña.

NEOONE

●● DISEÑO DE APLICACIÓN

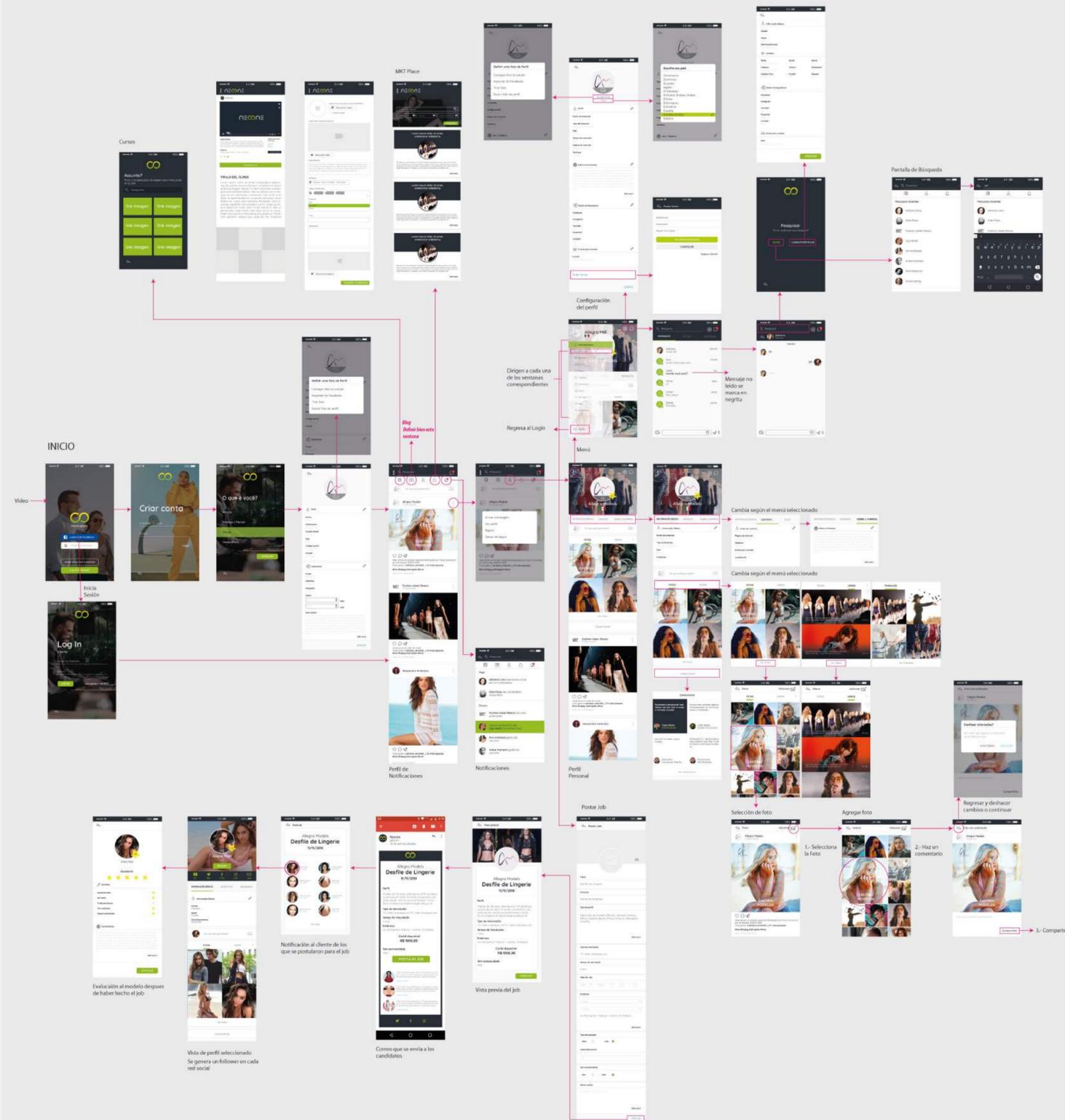
Desarrollo de todo el mapa de navegación, así como la Identidad gráfica de una plataforma para agencia de modelaje Brasileña.

También se desarrollaron diversas paginas como: web, landing page, entre otras.



6

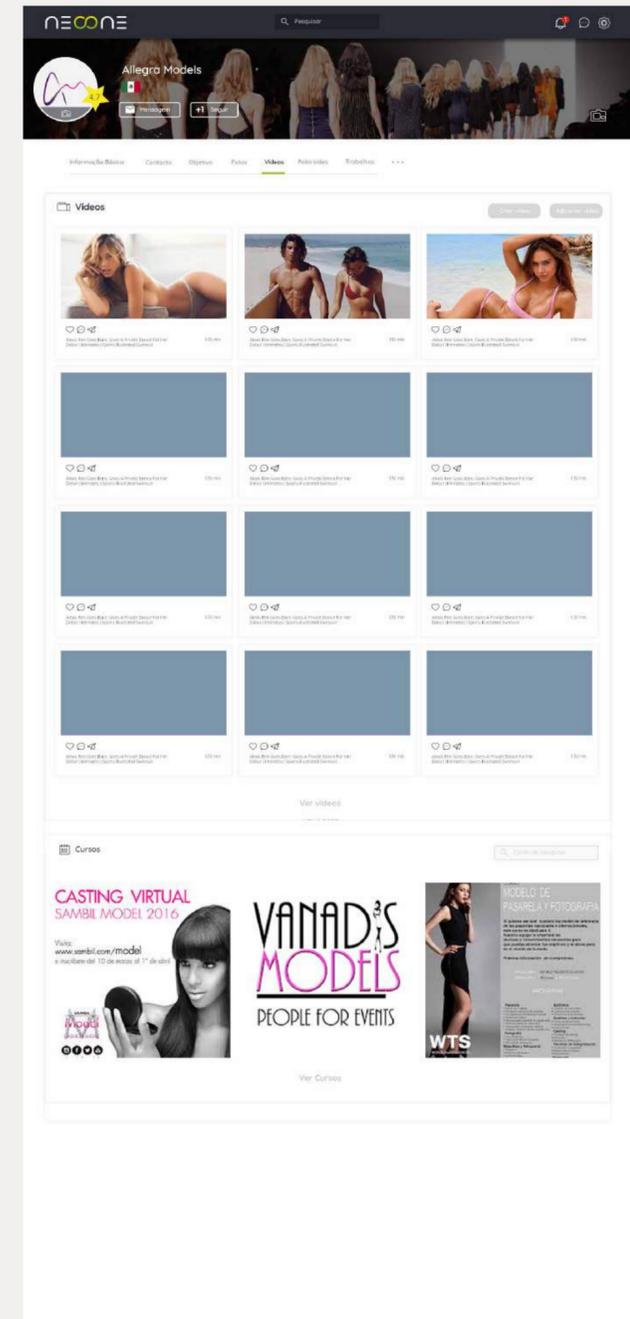
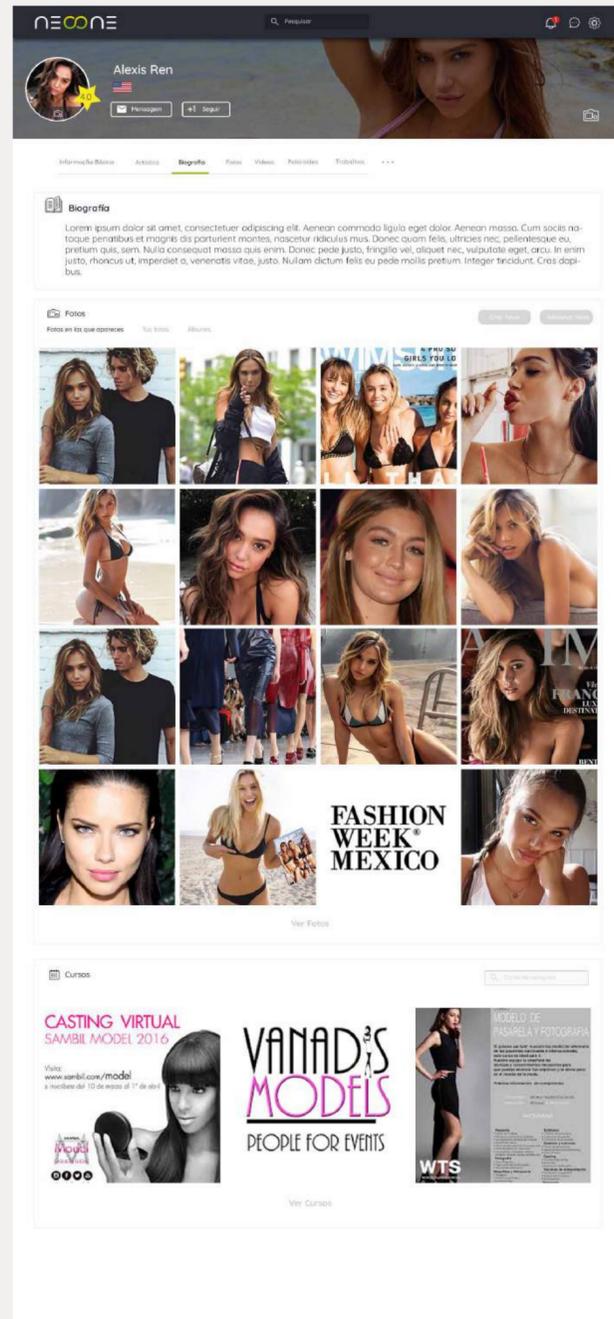
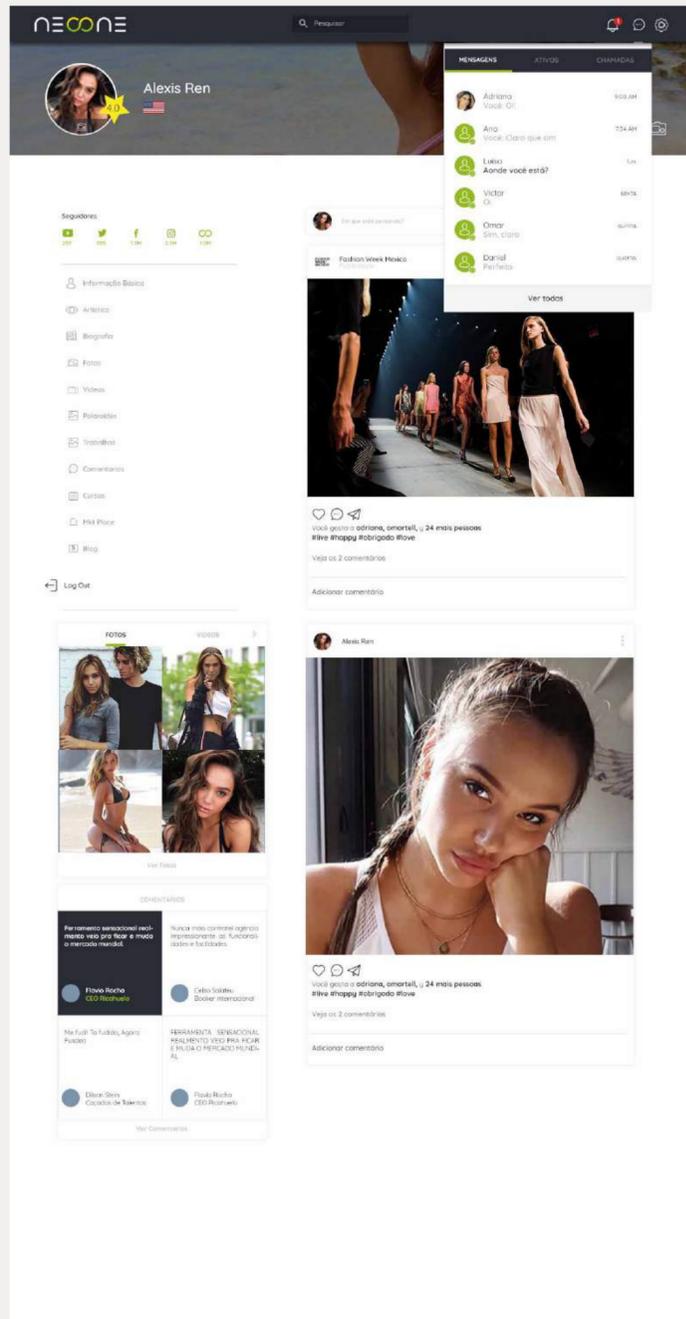
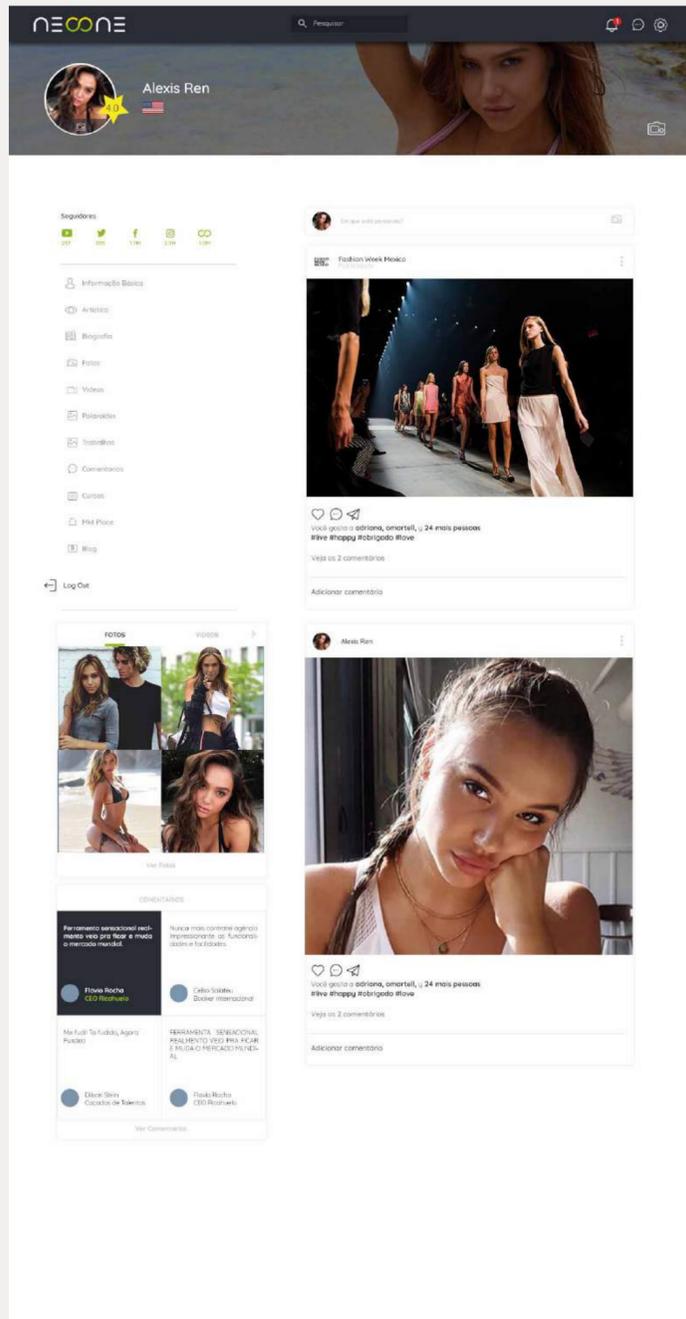
Campaña NEOONE



NEOONE

●● FLUJO DE NAVEGACIÓN

Mapa dónde se desarrolla todo el flujo para mejorar toda la navegación de la aplicación.



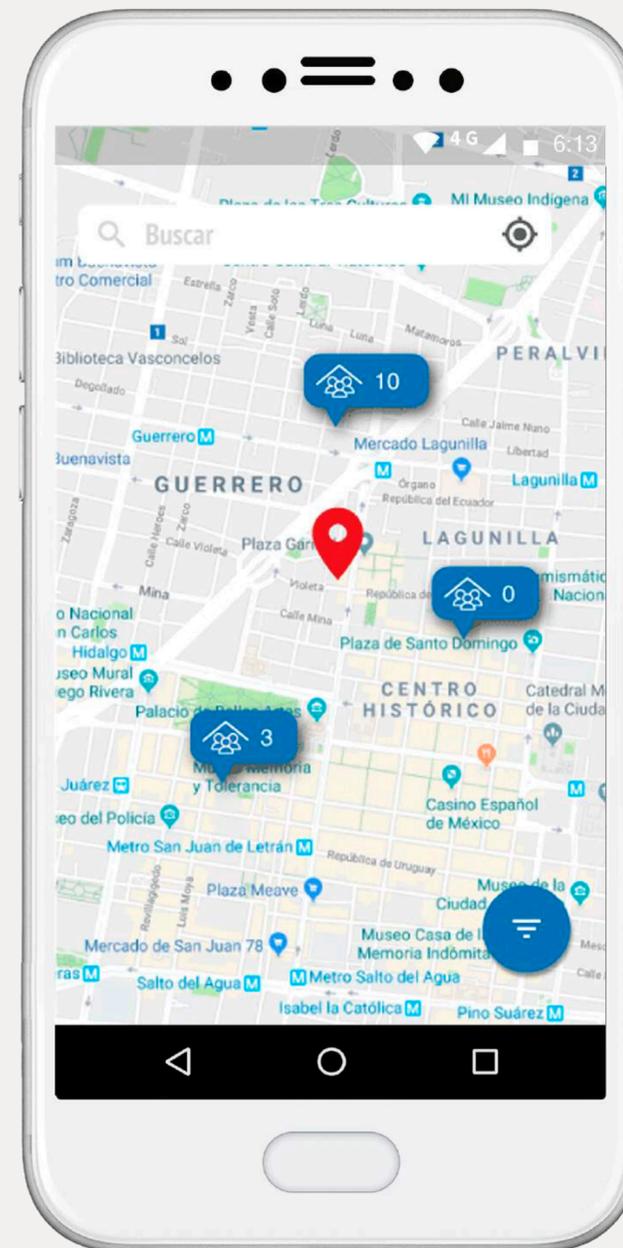
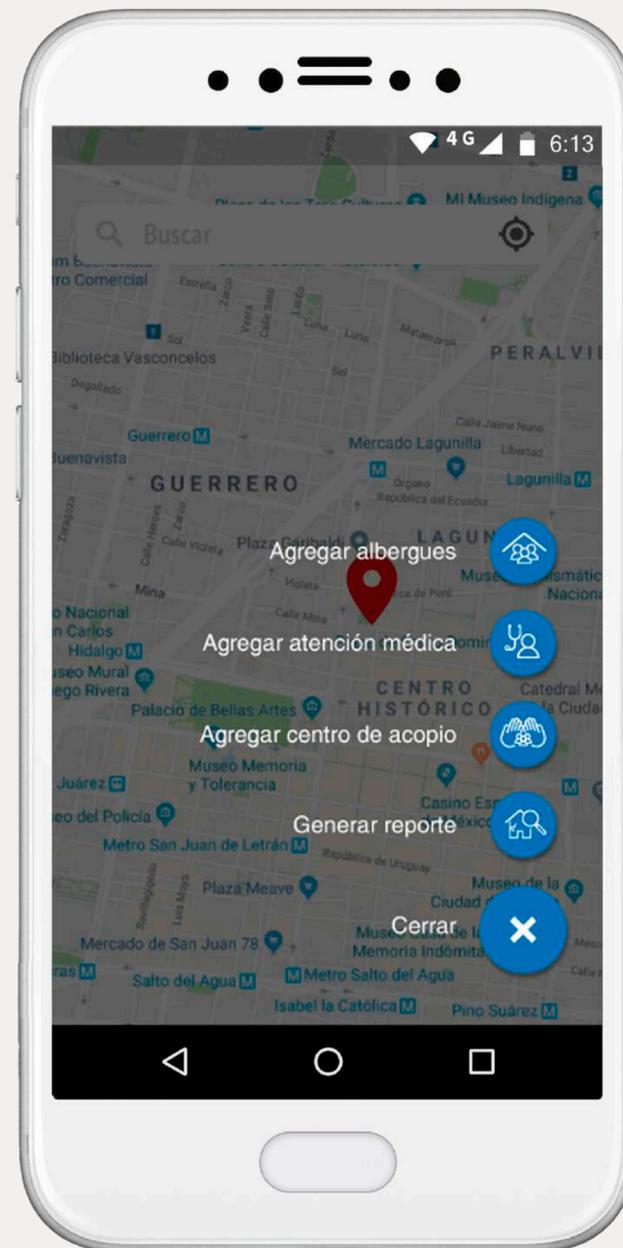
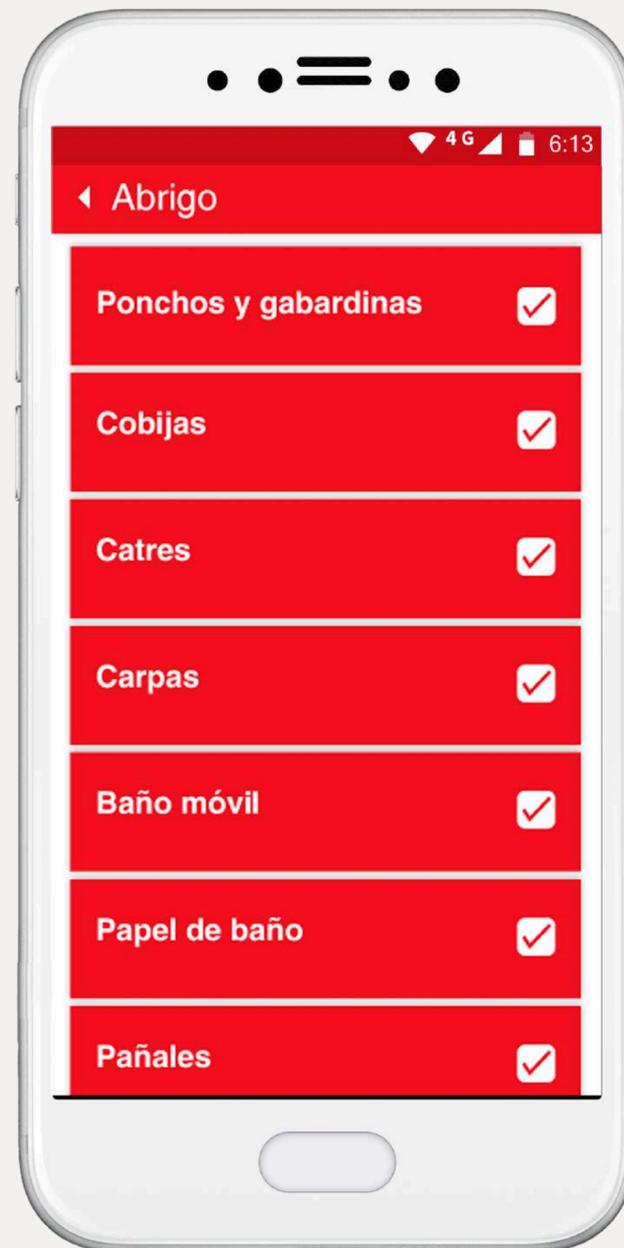
Página web

ALERTA

●● APP

Desarrollo de aplicación para solicitar auxilio en caso de un siniestro.

Diseño de las secciones correspondientes y del flujo de la aplicación para su funcionamiento.



APP

Sistema Global de Auxilio a Víctimas de Desastres



¡AUXILIO!



Retos y oportunidades

Utilidad.-

El Sistema de Auxilio presenta dos secciones distintas tanto para las personas que piden auxilio como para el voluntariado, en una misma aplicación móvil.

Primero está la sección con acciones encaminadas a ordenar los esfuerzos urgentes dedicados a salvar vidas durante las primeras horas y días de la emergencia; Después continúa la sección con funciones para facilitar las tareas de atención a las víctimas y damnificados del desastre.

Difusión.-

Los desastres más recientes en todo el mundo han exhibido el entendimiento espontáneo de parte de las comunidades afectadas para aprovechar y difundir ciertas aplicaciones móviles durante las emergencias. Esas aplicaciones, como es el caso de WhatsApp, tienen características que para nada son convenientes en un desastre, pero sí demuestran el caso del alto valor de estos sistemas y la cada vez mayor rapidez con la que la población los adopta orgánicamente en una emergencia.

Funcionalidad.-

A) Con el Sistema de Auxilio en la emergencia los sobrevivientes y primeros respondientes de un desastre, encuentran en una sencilla aplicación la manera más eficiente de comunicar en tiempo real su ubicación exacta y solicitar auxilio urgente específico, con la total seguridad de que su llamado de auxilio será escuchado.

Por el otro lado, los primeros respondientes, los voluntarios, las organizaciones y los organismos del estado también reciben en tiempo real esos llamados de auxilio con toda la información y confiabilidad necesaria que se requiere para activar de la manera más inteligente la respuesta de emergencia.

En el back-end o 'centro' del sistema opera un algoritmo propietario de distribución óptima por desbordamiento con el que se logra que ninguno de los destinos de auxilio se sature y que todos los recursos humanos y materiales de ayuda disponibles puedan aprovecharse de la mejor manera, reencaminando todos los esfuerzos en tiempo real cuando resulta necesario.

A los organismos del estado y a los organismos internacionales, el sistema de auxilio les brinda una clara visión global sobre los llamados de auxilio de las víctimas; sobre las acciones y movimientos de los voluntarios y sobre la disponibilidad de recursos ordinarios de la población para sumar su ayuda y complementarla a los recursos del estado. Esa visión global, a su vez, le permite al estado optimizar la logística de sus propios medios y recursos, además de mejorar de manera sustancial la coordinación con la población.

B) Para la asistencia post-emergencia, la aplicación se ha diseñado con la finalidad de ofrecer una herramienta muy poderosa para encontrar personas extraviadas, albergue y asistencia médica; censar vivienda e infraestructura dañada; encauzar y normar las labores de voluntarios para ofrecer albergue, asistencia médica; asistencia profesional y ordenar centros de acopio.



ALERTA FLUJO DE NAVEGACIÓN

Infografía con el flujo y explicación del funcionamiento de la aplicación para presentación al gobierno de Oaxaca.

DURACELL

●● CAMPAÑA 360

RACIONAL

Desplazarnos de un lugar a otro en automóvil es indispensable y lo menos que queremos es que el coche no encienda. Pero ahora **con Duracell vas a prevenir quedarte sin batería**, vas a visitar muchos lugares y recorrer grandes distancias sin preocuparte por la Batería. Con Duracell llegas más lejos.

INSIGHT

Cuando tu batería deja de funcionar, no hay una buena experiencia en la compra, se pierde tiempo y por lo regular pasas un mal rato. Por eso proponemos cambiar la percepción de compra de baterías, queremos que sea buena y sin complicaciones.



ESTRATEGIA DE CAMPAÑA

●● MASTER GRAPHIC

Duracell ya está posicionado en la mente del consumidor, por eso decidimos utilizar la frase **"Duracell dura más, mucho más"** y adecuarla a la campaña de **baterías para auto**.

CAMPAÑA **"AVANZA MÁS, MUCHO MÁS"**

Diseño en forma de blister como se venden las pilas, pero en esta ocasión, con una batería para auto, dando relación a que los juguetes usan pila y los autos batería, regresando al consumidor a la infancia.

STREET MARKETING

●● TOTEM

Diseño de Tótem para colocarlo en avenidas principales, contará con WiFi y conectores laterales.

Para acceder al WiFi se debe dar "Me Gusta" en la página de Facebook para lograr followers y registros de nuevos usuarios.





ACTIVACIÓN EN TIENDA

●● MINI STAND

El Stand funciona como juego de memoria, similar al Fabuloso Fred que consiste en seguir la secuencia de iluminación y sonido de las baterías, aumentando en cada ocasión un sonido más, de modo que la dificultad va creciendo teniendo que memorizar la secuencia completa. Al perder, suena una chicharra.

Por cada secuencia terminada, podías obtener descuentos y give aways.



DESARROLLO

●● BTL

Diseños de master graphics aplicados al concepto creativo, para su comunicación en medios BTL.

Parabuses
 Revistas especializadas
 Vallas del metro
 etc...

ONU

●● PITCH

Hacer conciencia de que las mujeres cumplen el mismo rol que los hombres ante una sociedad. Crear una campaña que visualice la problemática e incite a la acción.

RACIONAL

Nuestras actitudes pueden afectar a las personas que nos rodean, en México estamos tan acostumbrados a sobrepasar los derechos de los demás, es tan normalizado hasta en los géneros humanos. Ahí es donde debemos actuar, empecemos a cambiar el juego, comencemos por cambiar nuestra actitud ante las personas de nuestro mismo género, valorémonos nosotras.

ESTRATEGIA DE CAMPAÑA

●● MASTER GRAPHIC

Jugar con la doble moral puede ser contraproducente. Este es el tema por el cual surge esta campaña, para hacer conciencia de que tenemos que empezar por nosotros mismos para generar un cambio.

CAMPAÑA
**CAMBIEMOS EL JUEGO
EMPECEMOS POR NOSOTRAS.
IGUALDAD ENTRE MUJERES**



**HAY MUJERES QUE
ME HAN DISCRIMINADO,
PERO YO TAMBIÉN
HE DISCRIMINADO.**

**CAMBIEMOS EL JUEGO,
EMPECEMOS POR NOSOTRAS.**

**HAY NIÑAS QUE
ME HAN
DISCRIMINADO,
PERO YO TAMBIÉN
HE DISCRIMINADO.**

CAMBIEMOS EL JUEGO,
EMPECEMOS **POR** NOSOTRAS.

CUMMINS

●● CAMPAÑAS DIFERENCIACIÓN

Lograr que los clientes inviertan en productos genuinos Cummins para obtener mayor rentabilidad y el correcto funcionamiento y cuidado del motor.

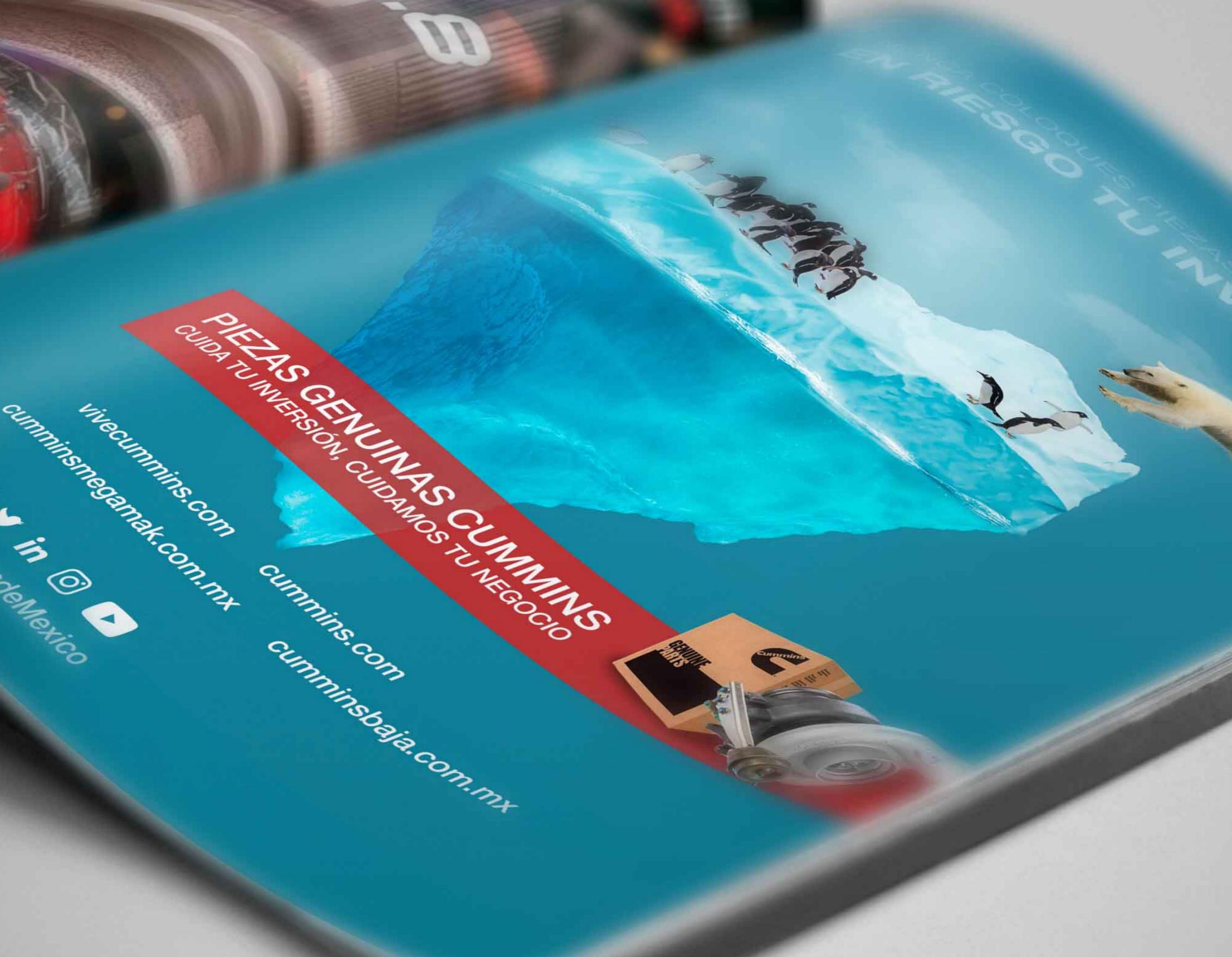
RACIONAL

Utilizar piezas no genuinas, además de representar menor durabilidad, pueden desestabilizar el correcto funcionamiento de la maquinaria e incluso dañarla severamente.

En los motores, las piezas están hechas a la medida, tienen un "por qué" y representan una función específica, cuando las reemplazas por alguna otra que no cumpla con los lineamientos de calidad, pones en riesgo el motor y la inversión.

CONCEPTO

un vehículo detenido, **representa RIESGO y pérdidas económicas.**



CUMMINS

●● PIEZAS GENUINAS

Nunca coloques piezas que pongan en riesgo tu inversión.

Realización de diversos artes para distintas piezas fabricadas por cummins para su presentación.



NUNCA COLOQUES PIEZAS QUE PONGAN
EN RIESGO TU INVERSIÓN



PIEZAS GENUINAS CUMMINS
CUIDA TU INVERSIÓN, CUIDAMOS TU NEGOCIO



vivecummins.com cummins.com
alesso.com.mx cumminsmegamak.com.mx cumminsbaja.com.mx

f t in @ CumminsdeMexico

Oso polar - Pingüinos



NUNCA COLOQUES PIEZAS QUE PONGAN
EN RIESGO TU INVERSIÓN



PIEZAS GENUINAS CUMMINS
CUIDA TU INVERSIÓN, CUIDAMOS TU NEGOCIO



vivecummins.com cummins.com
alesso.com.mx cumminsmegamak.com.mx cumminsbaja.com.mx

f t in @ CumminsdeMexico

Lobo - Ovejas





NUNCA COLOQUES PIEZAS QUE PONGAN
EN RIESGO TU INVERSIÓN



PIEZAS GENUINAS CUMMINS
CUIDA TU INVERSIÓN, CUIDAMOS TU NEGOCIO



vivecummins.com cummins.com
alesso.com.mx cumminsmegamak.com.mx cumminsbaja.com.mx

f t in @ CumminsdeMexico

Tiburón - Peces



NUNCA COLOQUES PIEZAS QUE PONGAN
EN RIESGO TU INVERSIÓN



PIEZAS GENUINAS CUMMINS
CUIDA TU INVERSIÓN, CUIDAMOS TU NEGOCIO



vivecummins.com cummins.com
alesso.com.mx cumminsmegamak.com.mx cumminsbaja.com.mx

f t in @ CumminsdeMexico

Leona - Cebras



NUNCA COLOQUES PIEZAS QUE PONGAN
EN RIESGO TU INVERSIÓN



PIEZAS GENUINAS CUMMINS
CUIDA TU INVERSIÓN, CUIDAMOS TU NEGOCIO



vivecummins.com cummins.com
alesso.com.mx cumminsmegamak.com.mx cumminsbaja.com.mx

f t in @ CumminsdeMexico

Oso - Salmón

CUMMINS

●● CAMPAÑAS VALVOLINE

Comunicar que Valvoline es el complemento perfecto para motores Kenworth y Cummins. El prestigio de estas grandes marcas reconocen que aceite Valvoline Premium Blue es el mejor en su categoría, ofreciendo ventajas competitivas.

RACIONAL

Valvoline lleva en los caminos muchos años, ha acompañado a millones de motores en cada recorrido, a tal grado que se ha convertido en una leyenda que cobra vida. Queremos despertar el máximo potencial de los motores con Valvoline Premium Blue.

CONCEPTO

DESPIERTA TU MOTOR.



CUMMINS

●● VALVOLINE PREMIUM BLUE

Diseño de artes para revista, enfocados en transmitir la fuerza del producto y el valor que tiene ante la competencia, con base al concepto "despierta a tu motor", se realizó la propuesta gráfica dando esta mancuerna entre el producto y los motores Kenworth.

SCANIA

●● CAMPAÑA SUSTENTABLE

Crear un concepto creativo que despliegue diversos tipos de comunicación externa, enfocado al segmento del TRANSPORTE SUSTENTABLE.

Explorar y aterrizar sobre el concepto global "Driving the shit" y tropicalizarlo.

Construir el posicionamiento de SCANIA como la mejor opción sustentable.

CONCEPTO

CONVERTIMOS RUTAS EN CAMINOS SUSTENTABLES.

CONVERTIMOS RUTAS EN CAMINOS SUSTENTABLES.

MOTOR XPI DIESEL EURO 6.

COMPROMETIDOS 100%
CON EL MEDIO AMBIENTE.
WWW.SCANIA.COM

● ●
28
Campaña Scania



- Motores con tecnología Euro 6, la más limpia del mercado.
- Únicos motores con tecnología SCR, beneficios en mantenimiento y operación.
- Motores de 13 litros con tecnología XPI (Inyección de alta presión).
- Mejor rendimiento de combustible.

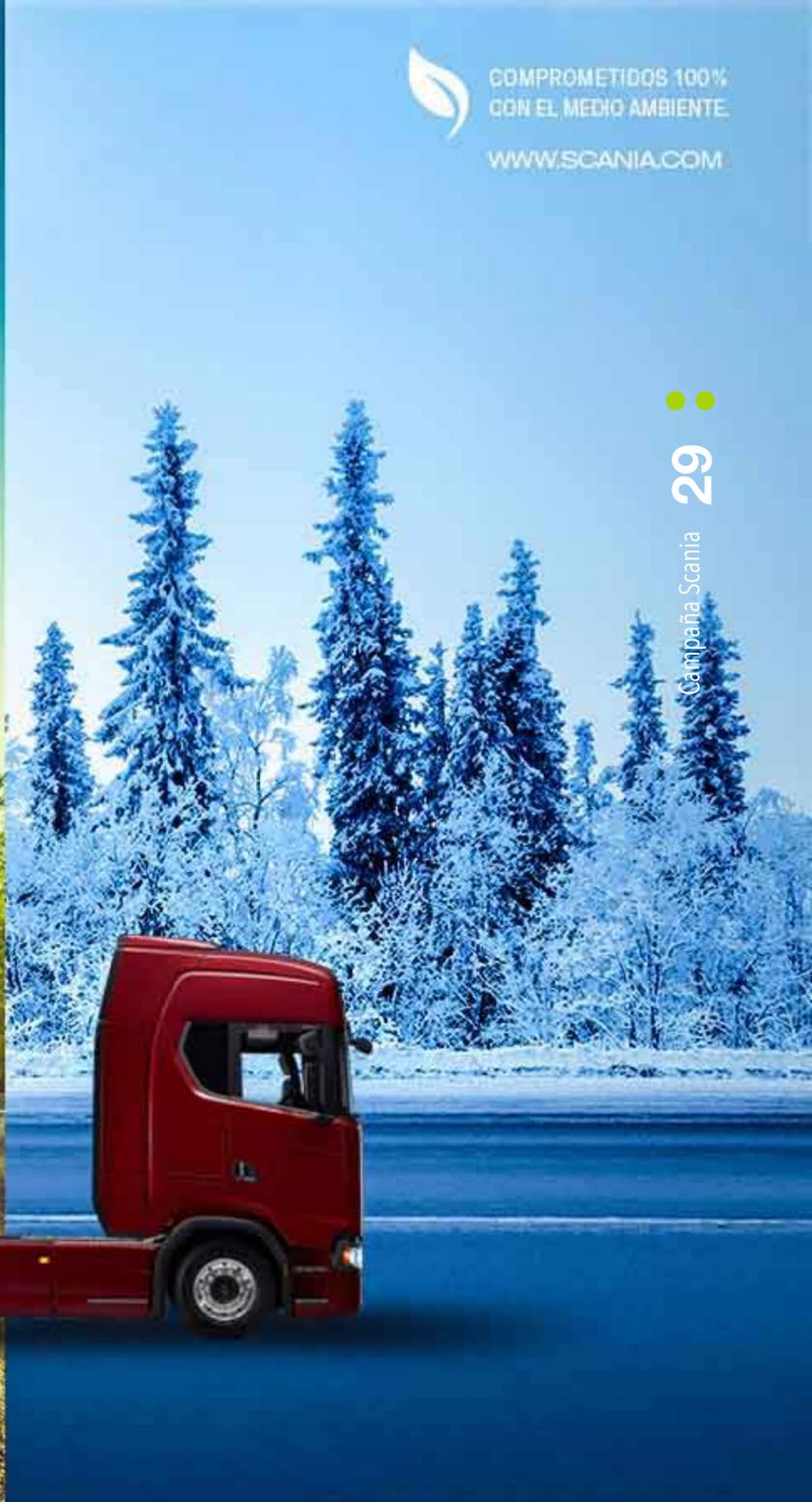
- Las más bajas emisiones de CO2 y material particulado.
- Menor impacto ambiental.
- Capacidad para trabajar con diferentes tipos de diésel.



PARA EL ÚNICO NEGOCIO QUE IMPORTA, EL TUYO.

CONVERTIMOS RUTAS EN CAMINOS SUSTENTABLES.

POLIZAS DE MANTENIMIENTO
AMIGABLES AL AMBIENTE.



COMPROMETIDOS 100%
CON EL MEDIO AMBIENTE.
WWW.SCANIA.COM

● ●
Campaña Scania 29

- Reducción de paradas imprevistas.
- Mayor disponibilidad del vehículo.
- Costos conocidos por kilómetro recorrido
- Mayor rentabilidad..

- Cobertura en todo el país.
- Menor costo operativo.
- Sucursales propias de la marca.
- Talleres en las instalaciones del cliente.



PARA EL ÚNICO NEGOCIO QUE IMPORTA, EL TUYO.

SCANIA

●● BTL

Campaña pensadas en acciones BTL, debido al Target y alcance de la campaña.



P&G

●● **JUEGOS OLÍMPICOS**

Comunicar que P&G es patrocinador oficial de los juegos Olímpicos Tokyo 2020, mediante un concepto reactor que baje a cada uno de los beneficios de nuestras marcas, logrando una conexión emocional y de empoderamiento hacia nuestro consumidor final.

RACIONAL

Tuve el impulso de salir adelante desde que latimos juntos, gracias a tu mirada que reflejaba confianza y metas a futuro, brindaste planes y sueños para mi vida, tu vida, nuestra vida.

Me di cuenta que conforme uno va creciendo, se van repartiendo roles, escalando niveles para formar un gran equipo, un gran equipo dedicado a triunfar en todos los retos y aspectos de la vida, siempre de la mano, siempre juntos.

CONCEPTO

TUS SUEÑOS, NUESTRA META

LIMPIEZA
EN ALTA
DEFINICIÓN



ESTRATEGIA DE CAMPAÑA

● MASTER GRAPHIC

Desarrollo de 9 artes correspondientes a cada producto, para la exhibición en puntos de venta como Walmart y Soriana.

HAGAS LO QUE HAGAS, SIGUE OLIENDO A DOWNY

PRECIO ESPECIAL
Downy CONCENTRADO
2 veces más suave
CON NETO 730 ml

LOS SUENOS
NUESTRA META

VIVE EL PODER DE TUS SUEÑOS

Old Spice
TODO EL DÍA
Neto

LOS SUENOS
NUESTRA META

LO MEJOR PARA EL HOMBRE

ANTITRANSPIRANTE
Gillette SPORT
TUMORRAL & MAL OROO
"Eficacia Eficacia"
SPORT TRIUMPHO
ANTITRANSPIRANTE
NETO PESO LÍQ. 93g / 150ml

LOS SUENOS
NUESTRA META



Stand PV



NEUTROGENA

●● CAMPAÑA BTL

Desarrollo de plan de marketing anual para la marca dermatológica Neutrogena, dando protagonismo a los productos Hydro boost y desarrollando the path to purchase para el consumidor.

**TÚ
CUIDA TU
CUERPO**
NOSOTROS
TU PIEL.



Neutrogena®

ESTRATEGIA DE CAMPAÑA

● ● MASTER GRAPHIC

Abarcando distintas áreas se desarrolla un master graphic para lograr un mayor alcance de la marca.

CAMPAÑA
**"TÚ CUIDA EL PLANETA,
NOSOTROS TU PIEL"**



SAMPLING

●● DESIRE PLAN

Buscamos un primer acercamiento con el consumidor por medio de muestras del producto, incentivando a la compra.





Máquina de canje
Sustentable



Valet Parking
Termo plegable



ACTIVACIÓN

● ● GUERRILLA

Siendo un producto hidratante, se propone generar activaciones en la calle en dónde la intención es demostrar tanto que Neutrogena apoya al medio ambiente como relacionar la hidratación de las plantas con la hidratación de la piel

NEUTRO CARD
Socio distinguido



LOYALTY PROGRAMS

●● DELIGHT PLAN

En esta campaña 360 se proponen programas de lealtad para atraer y mantener nuevos clientes, obteniendo diversos beneficios y generando alianzas comerciales con distintas cadenas.



Alianzas con gimnasios

02

**CONCEPTOS
CREATIVOS**

● ● PARA EVENTOS

GS1

●● FORO ANUAL

Llevar a cabo el 3º Foro Anual de Colaboración Industria-Comercio con expertos del retail que presentarán a las empresas lo último en innovación y liderazgo.

RACIONAL

Para un mundo que está en constante movimiento es necesario explorar y conquistar los nuevos rumbos del retail, con la firme intención de siempre innovar.

CONCEPTO

#ENLAZANDOINNOVACIÓN



3° FORO ANUAL DE COLABORACIÓN

●● DISEÑO DE CONCEPTO CREATIVO

Visualización de concepto creativo para foro anual, plasmando las ideas y la estrategia para el evento, contemplando presupuestos del cliente, llegando a la mejor solución.



PLENARIO

● PROPOSTA CREATIVA

Junto con el equipo de Render, se desarrolló el plenario para el foro, contemplando necesidades del cliente así como de producción y venue.





Gafete

Invitación



GS1

DESARROLLO GRÁFICO

Diseño de los gafetes entregados a todos los asistentes, junto con las invitaciones, acorde a todo el concepto gráfico del foro.

RECONOCIMIENTO

- VOLUMÉTRICO

Diseño de volumétrico con arte Huichol, con el logo de la empresa, brandeado con la identidad del foro y el nombre del ganador.



Modelado 3D

NATURA

●● LANZAMIENTO DE NUEVA LINEA DE PRODUCTOS

Impulsar a Chronos como una marca que busca aportar vitalidad a las pieles mexicanas a través de:

Innovación

Tecnología exclusiva

Evolución de activos



Invitación Digital

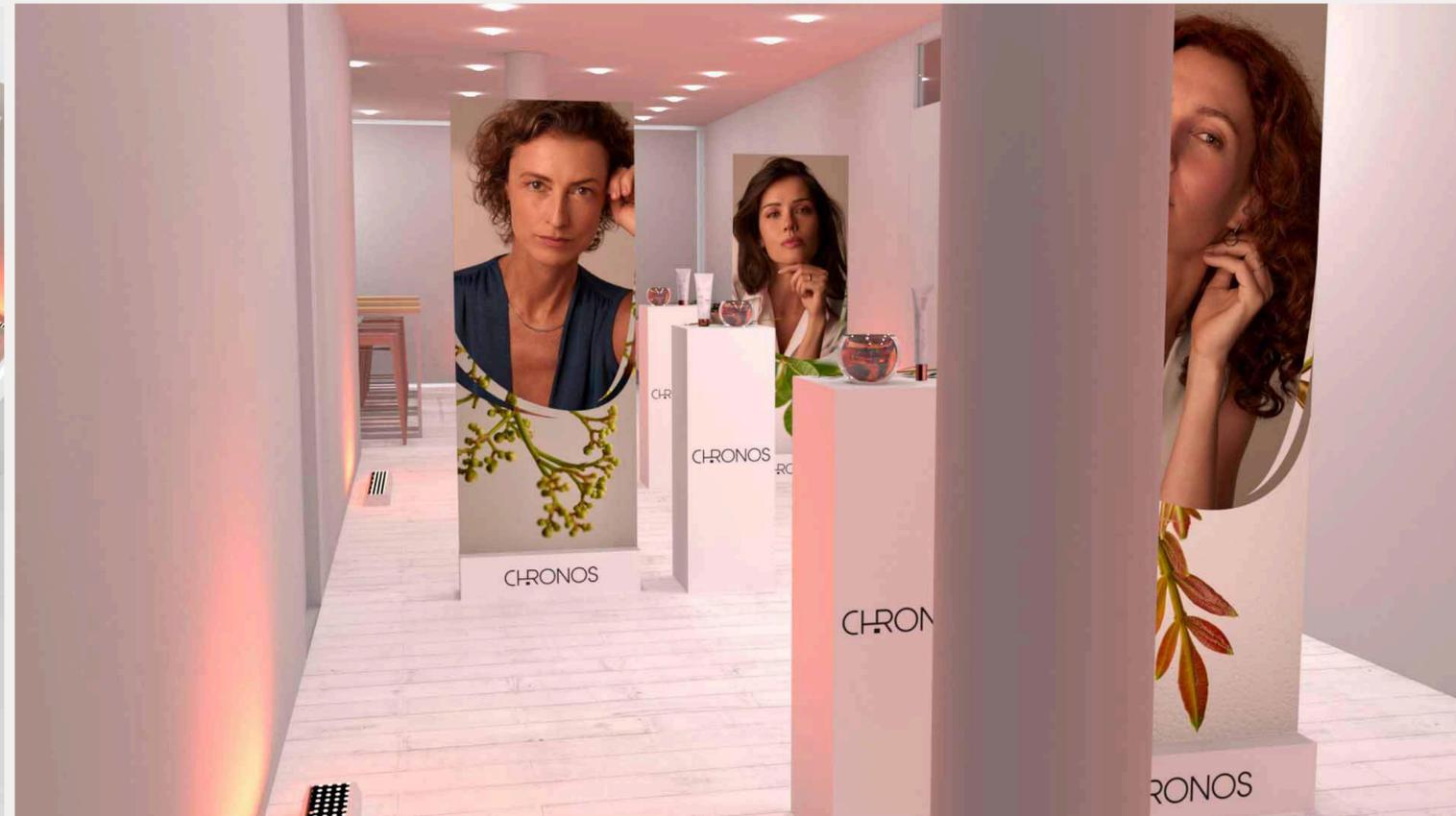
CHRONOS



●● **NATURA** EVENTO DE PRENSA

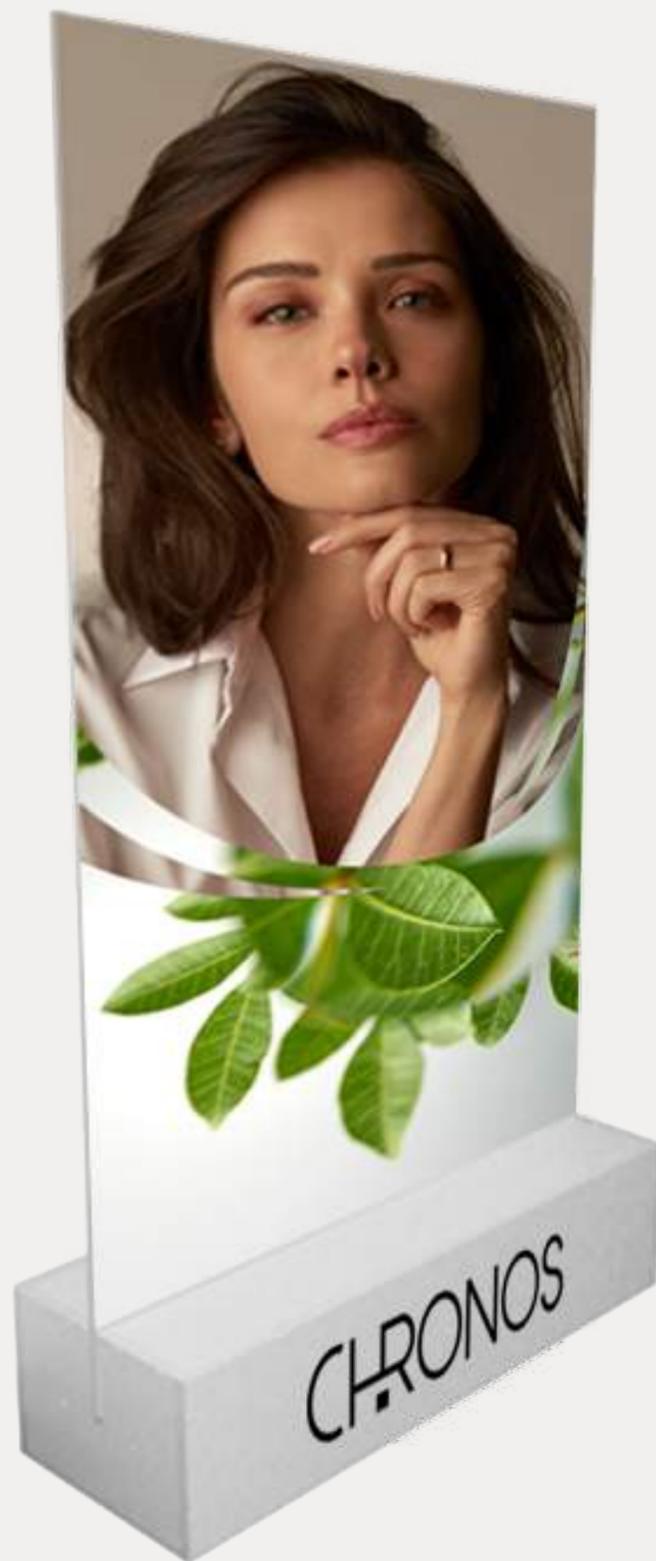
En conjunto con todas las células correspondientes, se desarrolló el evento para prensa.

Con un concepto creativo acorde a la marca, se hizo vivir una experiencia a cada uno de los invitados.



VENUE DEL EVENTO

Visualizadores de los renders del venue con todo el branding, así como las actividades que se llevaron a cabo.



CONCEPTO

●● DEL EVENTO

Propuesta de totems con imagen del producto y del otro lado un casting alusivo a la marca.

FRISO

●● EVENTO DEVELACIÓN

Desarrollo del evento para la develación del nuevo producto, contemplando venue, así como el desarrollo de la plenaria que se propondría para el evento.

GOALS

Reinforce the BENEFITS of FRISO
Hold Scientific Sessions
New image revelation





PLENARIO

●● SECRETS THE VINE CANCÚN

Propuesta del diseño del plenario para llevar a cabo la revelación del producto, generando un ambiente atractivo para los invitados.

Diseño de propuesta creativa en maqueta del plenario para el concepto del evento.

JANSSEN

●● EVENTO DEVELACIÓN

Presentación del nuevo medicamento utilizado para tratar la esquizofrenia en adultos.

Invega Trinza: el primer agente antipsicótico inyectable de acción prolongada.

RACIONAL

Nacemos con un propósito muy definido. Ser felices.

La vida es una aventura que se tiene que vivir: Inyéctale sensaciones, inyéctale amor, risas, lágrimas... Inyéctale retos, Tú eres vida, inyéctale tiempo.

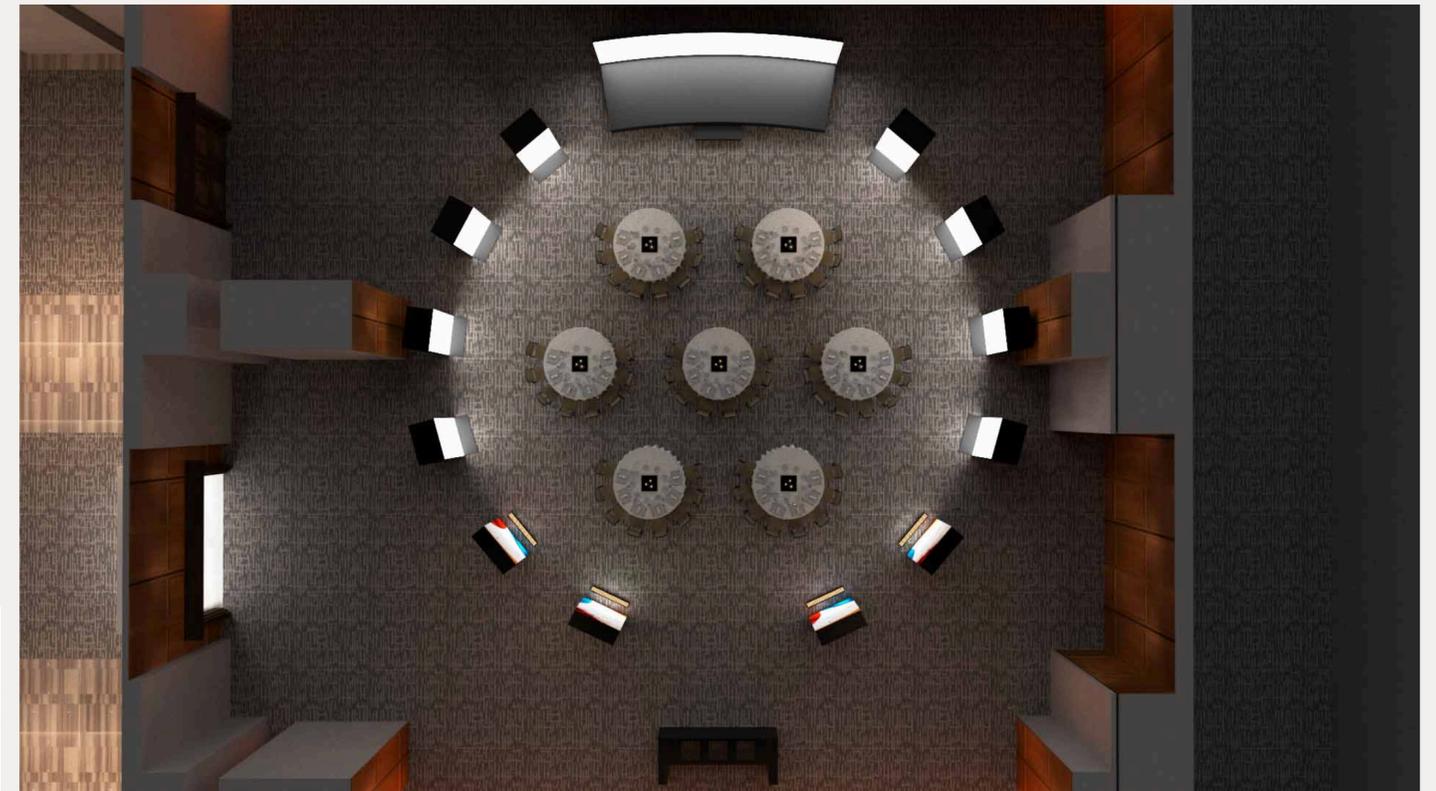
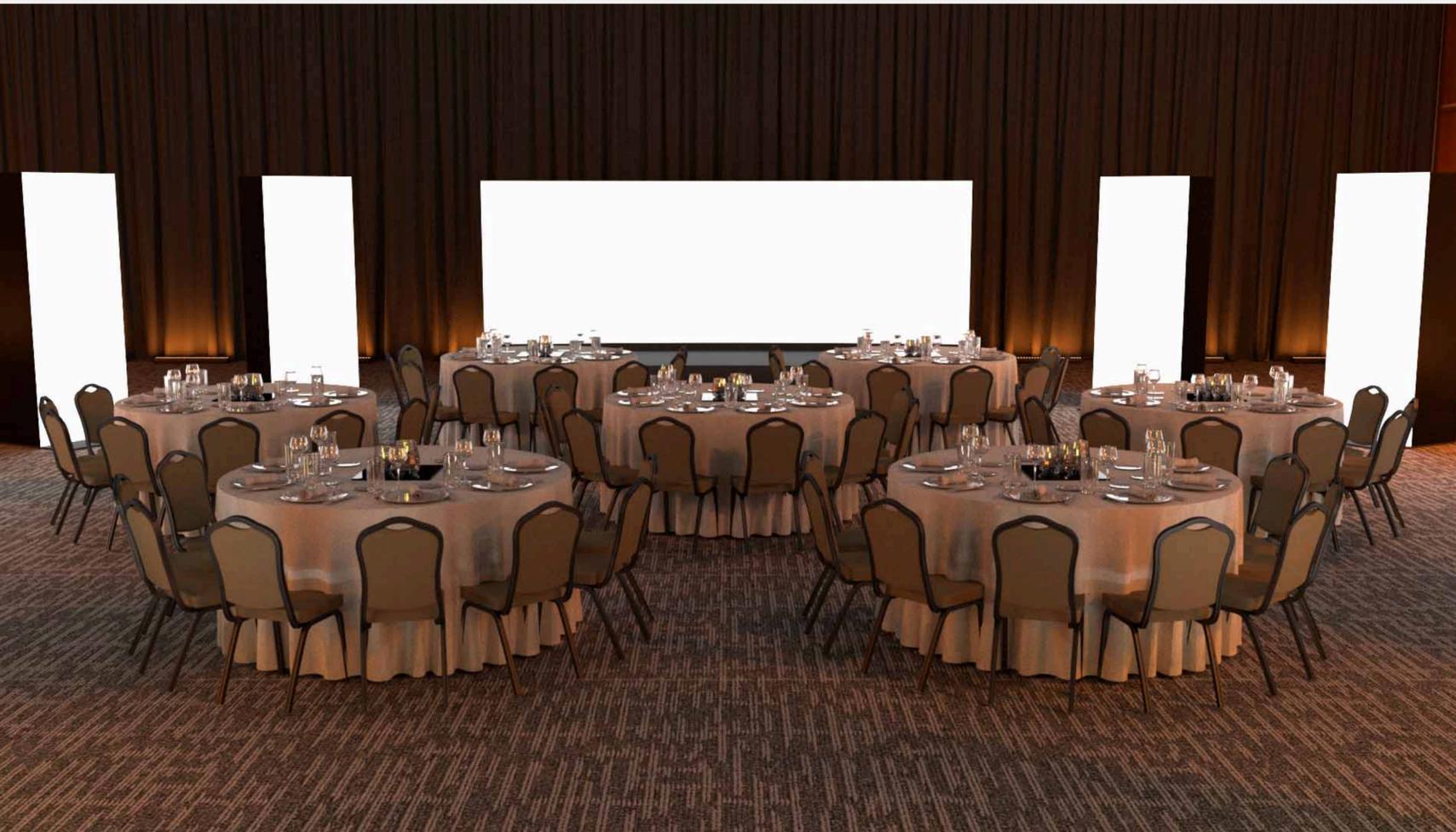
LA VIDA TE NECESITA.



PLENARIO

●● VENUE

Propuesta del escenario en el venue acorde a todos los lineamientos solicitados por el cliente, como la cantidad de personas, horario del evento, tipo del evento, etc...



P&G

●● EVENTO CONVENCION 2020

Desarrollo creativo de la convención 2020 con temática "champions"..

Reunir al equipo de ventas de P&G para una sesión de trabajo y celebración de resultados del año.



PLENARIO

●● VENUE

Diseño del plenario para el evento, con propuestas acorde a los lineamientos del cliente.

Diseño del montaje sobre maqueta para visualizar el evento.



VEOLIA

●● KICK OFF MARKETING 2020

Evento anual para directivos a nivel Latinoamérica, desarrollo de concepto creativo y experiencias.



Conecta MÉXICO

KICK OFF MARKETING 2020

LOGO

●● DEL EVENTO

Propuesta visual del logo para el evento.



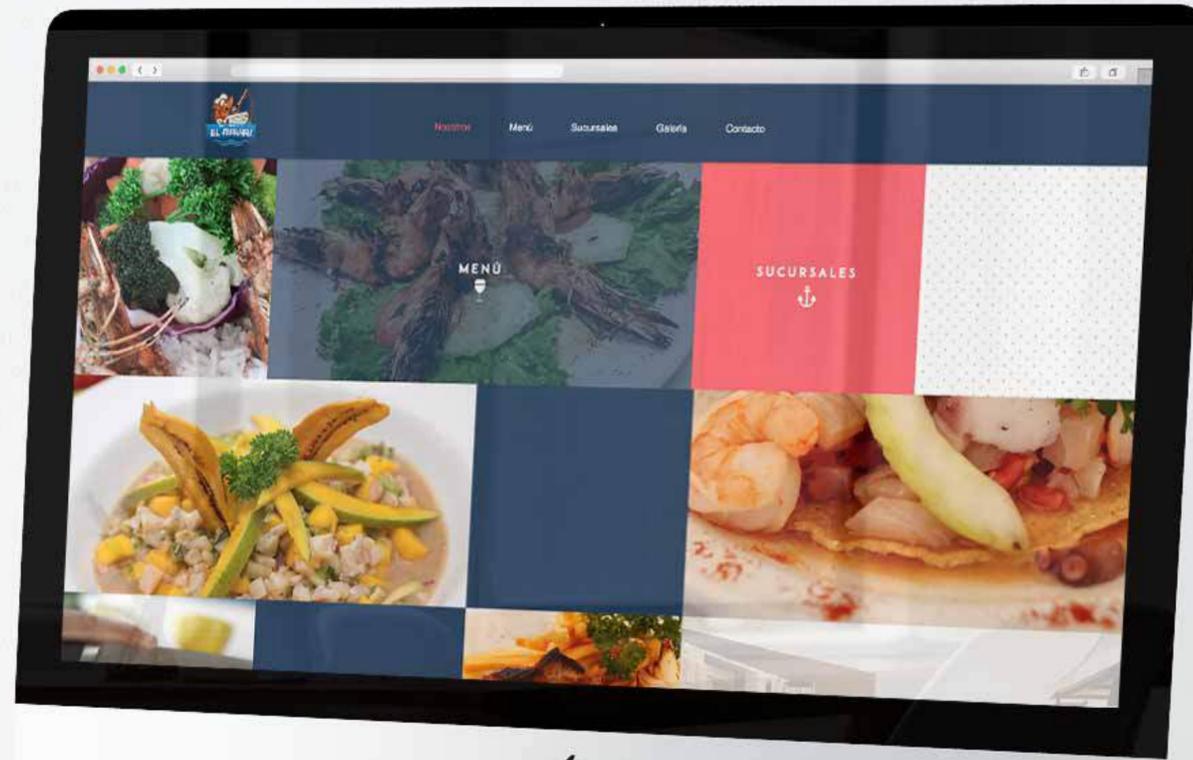
03
**DISEÑO
GRÁFICO**

- ● IDENTIDAD
- ● WEB
- ● OTROS

MAVIRI

●● DISEÑO WEB

Desarrollo de su página web así como el menú del restaurante.



MAVIRI

● ● PÁGINA WEB

Concepto fresco e innovador acorde al restaurante.

Link. <https://www.mariscosmaviri.com/>



MAVIRI

¿QUÉ OFRECEMOS

Somos un restaurante de mariscos sinaloenses ofreciendo platillos con calidad y excelencia, siempre buscando complacer los paladares de la región.

Nuestros platillos son acompañados con calidad, sazón, higiene, satisfaciendo siempre a nuestros comensales, dándole el servicio y la atención que se merecen.



MENÚ

ENTRADAS FRIAS Y CALIENTES

- * Camarones para pelar
- * Camarones natural
- * Puló natural
- * Camarones machicahui
- * Callo de hacha
- * Callo de atún
- * Tarta de atún
- * Atún laminada
- * Sashimi de atún
- * Sashimi de salmón
- * Entrada 750
- * Torre farallón
- * Almeja chocolata
- * Opciones en su concha

AGUACHILES

- * Camarón

ENTRADAS CALIENTES

- * Chiles Toritos
- * Camarones Cucaracha
- * Camarones Roca
- * Entremés Tradicional
- * Charola Playera
- * Charola Especial Maviri
- * Chicharrón De Pez
- * Chicharrón De Calamar
- * Sopes De Chilario De Atún

COCTELERÍA

- * Coctel de Camarón
- * Camarones Cucaracha
- * Coctel De Pulpo
- * Coctel Campechano
- * Coctel Mitotero
- * Coctel Chilango

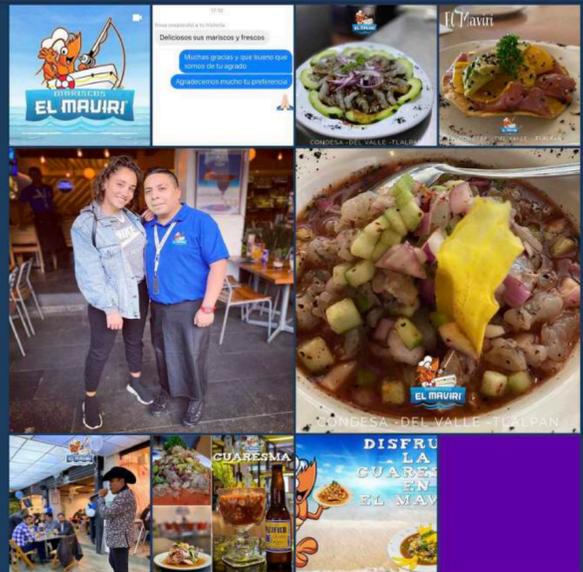


¡Vamos a chatear!

GALERÍA



¡Vamos a chatear!



Mostrar más

¡Vamos a chatear!



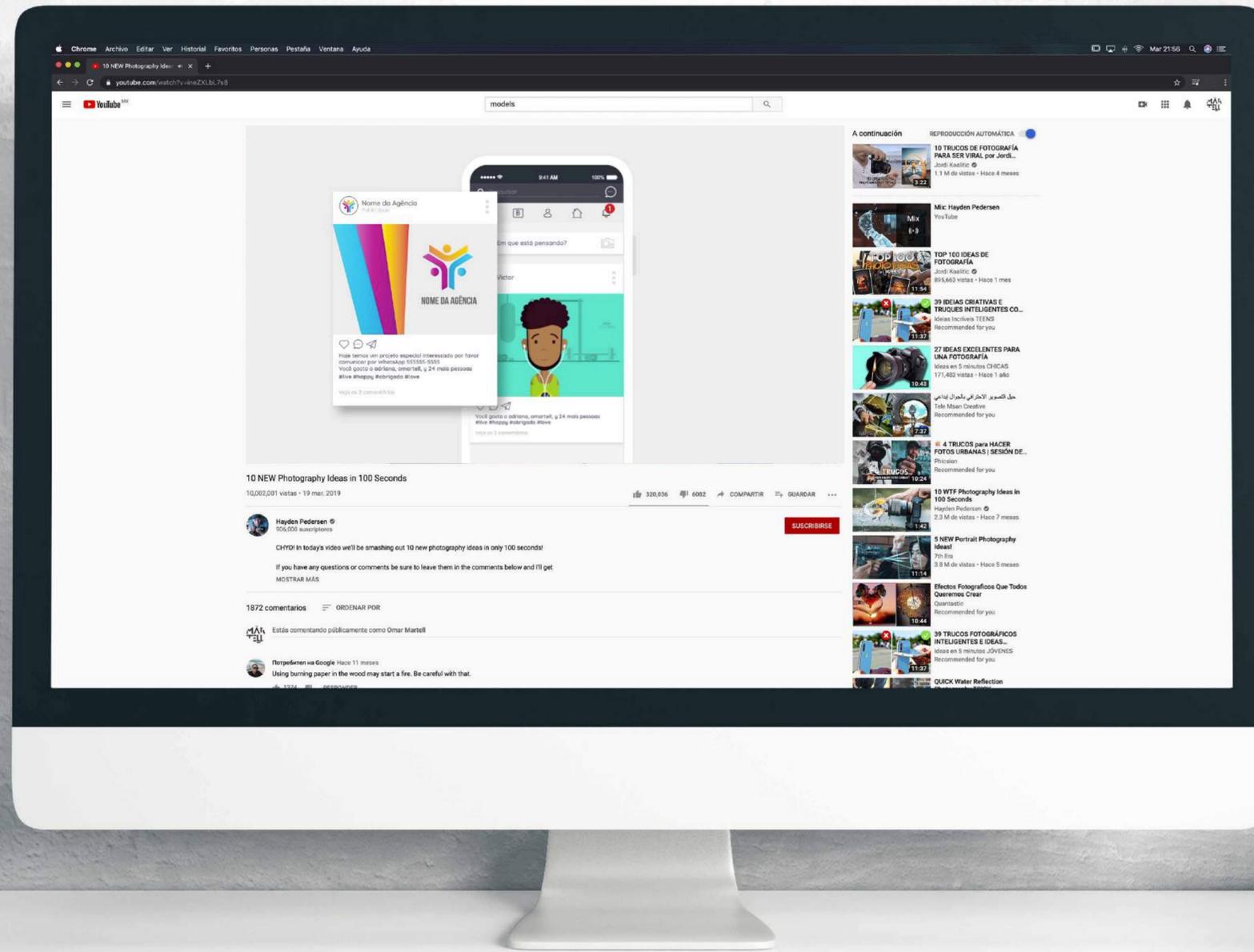
●● AVOMEX LOGO

Diseño de logotipo para empresa aguacatera.

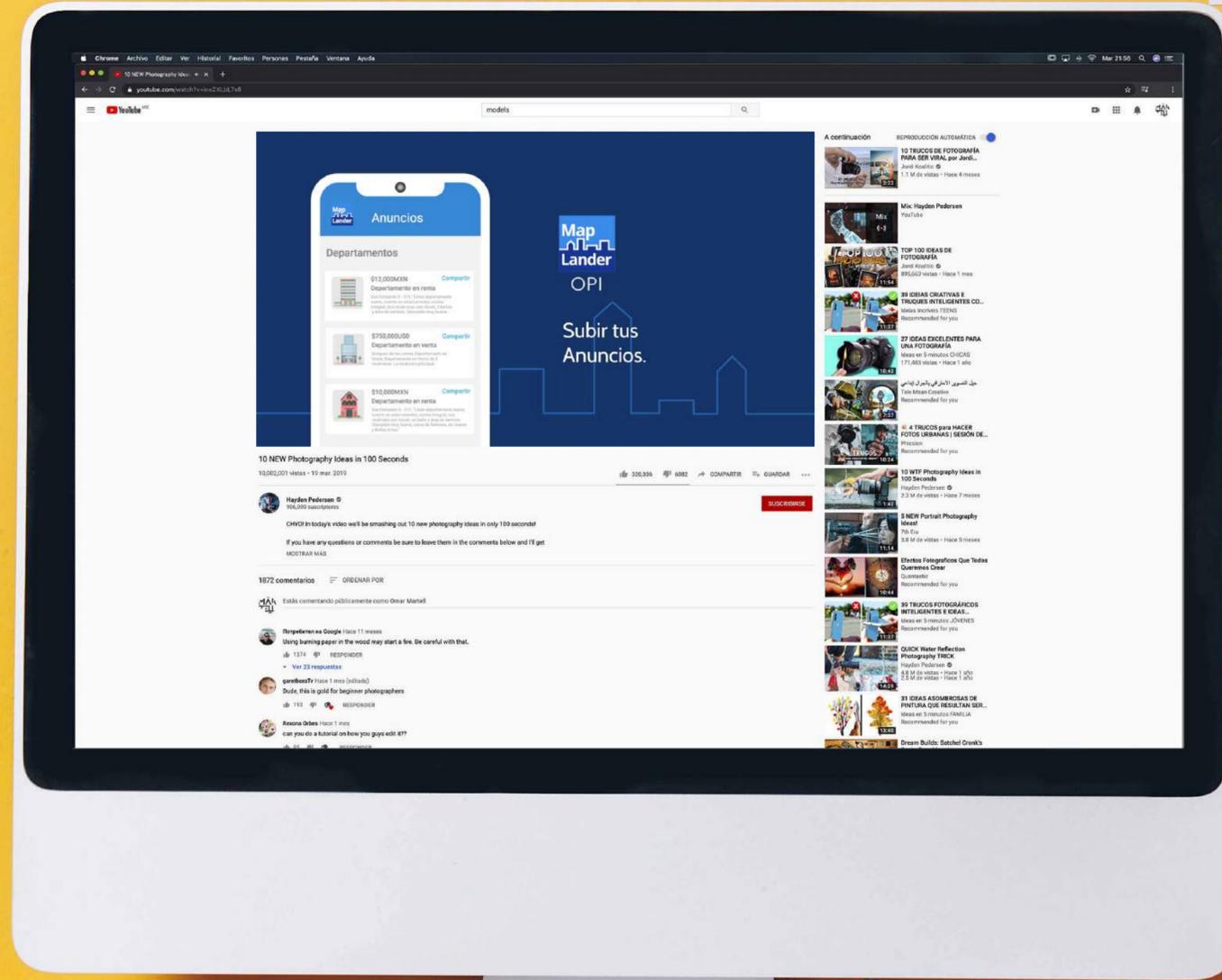
03

ANIMACIÓN

● ● 2D

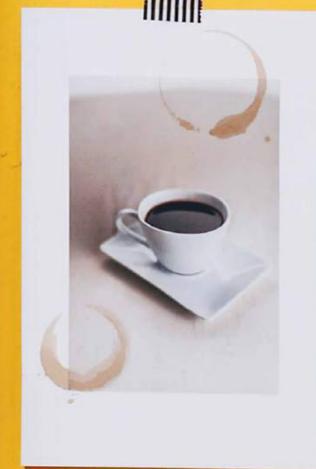


Video
Link: <https://www.behance.net/gallery/93739399/Neoone-animacion>

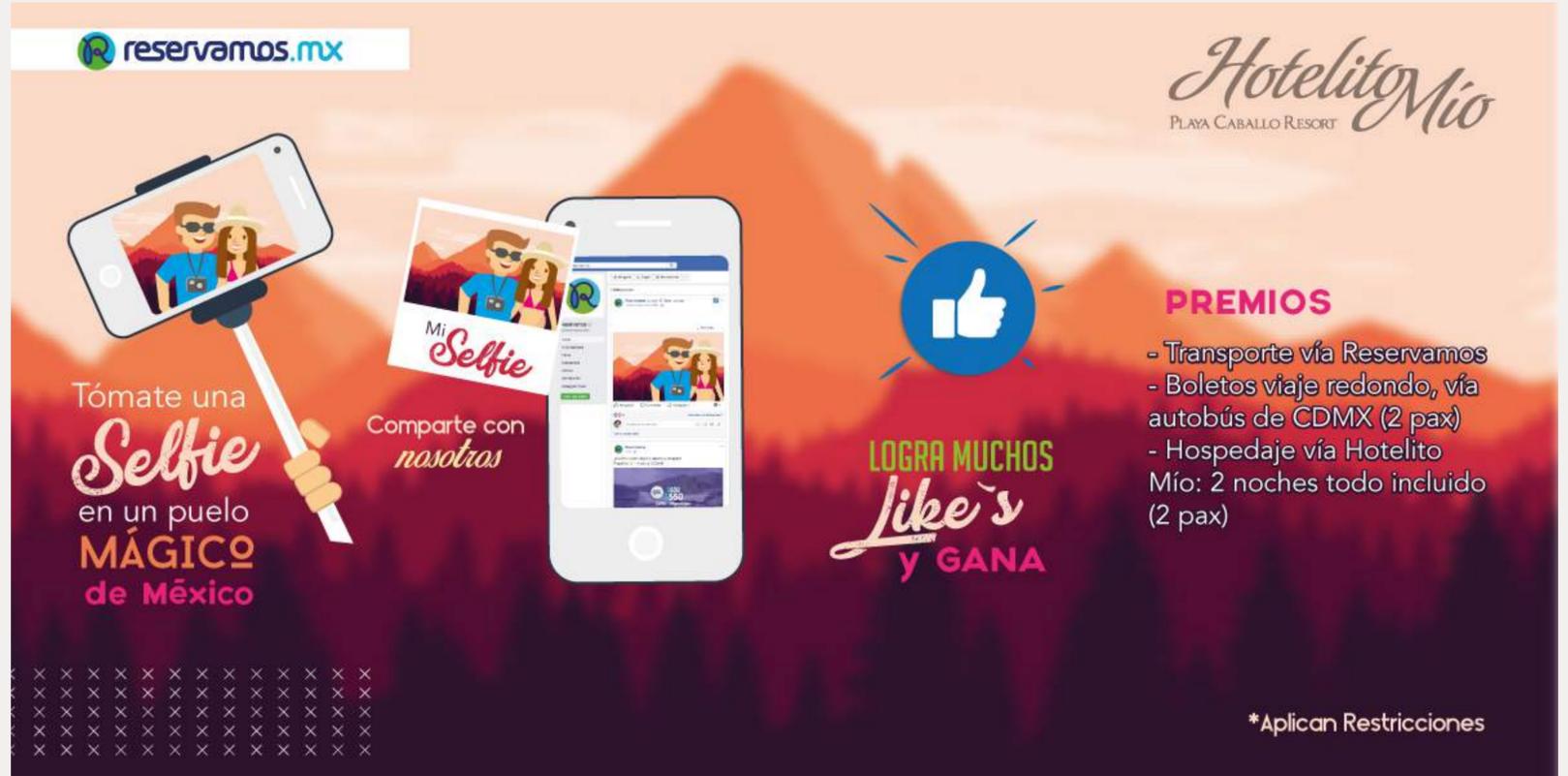
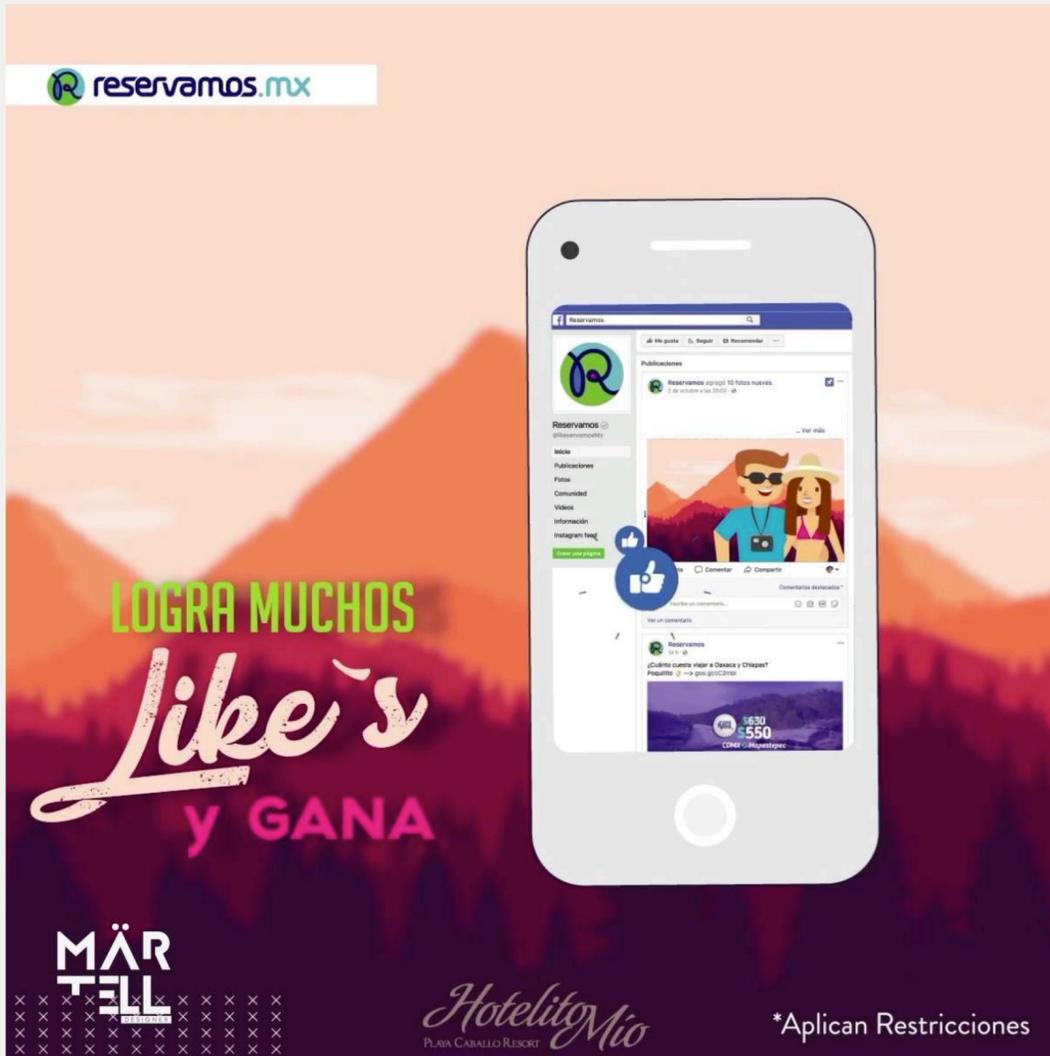


Sunday

YE
AH



Video
Link: <https://www.behance.net/gallery/93854709/OPI-Animacion-de-APP>



RESERVAMOS

●● SOCIAL MEDIA

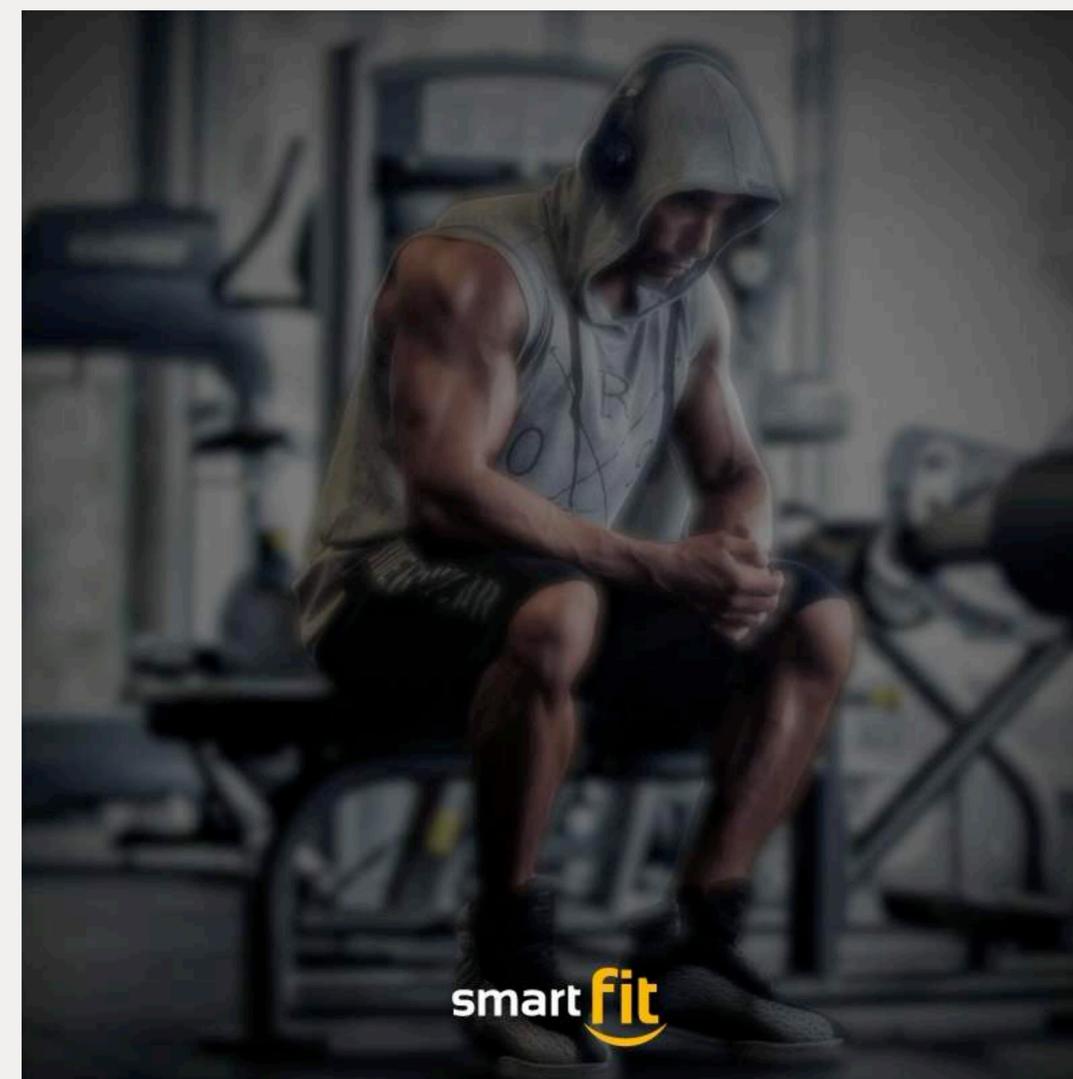
Animación para promocionar concurso para la agencia de viajes.



LARALANDIA

- SOCIAL MEDIA

Animación de logotipo para programa infantil.



SMART FIT

- SOCIAL MEDIA

Diseño de contenido para redes con animación.

¿Para qué sirve el paquete económico?



Impulso a los programas sociales.



Contribuye al desarrollo económico y social.



Distribución eficaz de los recursos públicos.



Manejo adecuado de las finanzas públicas.



Brinda más recursos para los estados y municipios.



Jorge Carlos
**Ramírez
Marín**



PRI

●● SOCIAL MEDIA

Infografías animadas para candidatos políticos.



ILUSTRACIÓN

●● PERSONAJE

Ilustración de personaje con animación.

04

**DISEÑO
GRÁFICO**





ILUSTRACIÓN

● GEL SANITIZANTE

Proyecto enfocado a una nueva línea de productos para gel sanitizante, realizando el desarrollo y conceptualización de siete personajes con temática navideña, con la particularidad de que una vez terminado el envase, podían decorar su árbol colgando las esferas navideñas y dando un segundo uso, apoyando la ecología.

Diseño para etiquetas termoencogibles en envase de pet.



CARTOON NETWORK

●● LÍNEA DE PRODUCTOS

Extensa línea de productos para la higiene personal, enfocado a niños, utilizando licencia de cartón network para uso de su arte.

Diseño de etiquetas termoencogibles, para los envases, así como de blisters y exhibidores de los productos, dando versatilidad y un buen manejo del arte, para su exhibición en puntos de venta, como Wallmart, Farmacias entre otros.





HESENA

DESODORANTE PARA NIÑOS

Diseño de Logo del producto, así como arte para exhibir el desodorante para niños. Cliente solicitó un logo apegado a lo medieval, jugando con el arte a manera de ilustración con un concepto tipo "Magic (juego de cartas tipo medieval)".

Hesena

DESODORANTE