

PORTAFOLIO

# DISEÑO QUE CONECTA.

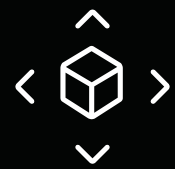
ESTRATEGIA

DISEÑO

DIRECCIÓN DE ARTE



SISTEMAS  
VISUALES



DIRECCIÓN  
DE ARTE



CREACIÓN  
DE MARCA



CONTENIDO  
DIGITAL



# SOBRE MÍ.

Brand Design  
Dirección de Arte  
Sistemas Visuales  
Contenido Digital

Diseño sistemas visuales que convierten ideas complejas en experiencias claras, memorables y escalables. Adaptándose a múltiples formatos para generar **impacto real**.

Mi trabajo combina **estrategia, branding y dirección de arte** para crear marcas y campañas capaces de **conectar con las personas**.

**+6 años**  
de experiencia

**+20 marcas**  
y sectores trabajados

**360°**  
Exp. campañas

**FIP Festival**  
Oro · Gran Prix · Bronce\*

**Effie Awards**  
Plata · Bronce\*



# BLACK DAYS OLÍMPICA

Sistema visual para una campaña promocional de alto impacto **diseñada para operar de forma consistente** en entornos digitales, puntos de contacto comerciales y formatos audiovisuales.

## MI PARTICIPACIÓN

Dirección de Arte • Conceptualización Visual  
Sistema Gráfico de Campaña • Diseño de Piezas Digitales

## EL DESAFÍO

Las campañas promocionales compiten constantemente por atención. El reto consistía en construir una propuesta visual capaz de transmitir urgencia comercial y **maximizar la visibilidad** de descuentos, beneficios y mensajes clave sin comprometer la claridad de la información.

La solución debía funcionar de manera consistente en múltiples formatos y canales, manteniendo **reconocimiento inmediato** durante toda la campaña.

## EL ENFOQUE

Más que diseñar piezas aisladas, el objetivo fue construir un **sistema visual flexible** capaz de adaptarse a diferentes necesidades de comunicación sin perder coherencia.

Cada decisión gráfica fue **pensada para facilitar la lectura**, reforzar la percepción de valor y mantener una presencia visual contundente en entornos de alta competencia.

## CONCEPTO VISUAL

**Impacto Inmediato.** La propuesta visual se construyó a partir de contrastes fuertes, jerarquías claras y estructuras modulares que permitieran comunicar promociones de forma rápida y efectiva.

El sistema prioriza la velocidad de comprensión, llevando los mensajes principales al primer nivel de atención y reduciendo la fricción en la lectura.



# BLACK DAYS OLÍMPICA

## SISTEMA VISUAL

El lenguaje gráfico fue desarrollado para responder a tres principios fundamentales:

### → VISIBILIDAD

Maximizar la presencia de la campaña en cada punto de contacto.

### → CLARIDAD

Organizar la información mediante jerarquías visuales consistentes.

### → ESCALABILIDAD

Permitir adaptaciones rápidas a múltiples formatos sin perder identidad.

## APLICACIÓN DEL SISTEMA

El sistema fue implementado en diferentes formatos de comunicación, manteniendo consistencia visual y reconocimiento de campaña.

- Social Media • Stories • Piezas Display • Motion Graphics
- Material Promocional • Formatos Digitales

## REFLEXIÓN

Este proyecto reforzó la importancia de construir sistemas visuales antes que piezas individuales.

Cuando las reglas visuales son claras, la campaña puede crecer, adaptarse y evolucionar sin perder impacto ni coherencia.



Post Feed



POP (Chispa)



Valla Promocional Concepto



Valla promocional Producto

### TIPOGRAFÍA

**AA** BOLD  
MEDIUM  
MONTSERRAT

### PALETA



# PER TUTTI

Construcción de una identidad visual diseñada para transmitir cercanía, confianza y diferenciación dentro de una categoría altamente competitiva.

## MI PARTICIPACIÓN

Estrategia Visual • Dirección de Arte  
Sistema de Identidad • Desarrollo de Marca

## EL DESAFÍO

Toda marca nace con una pregunta: **¿Cómo ser recordado?**

Per Tutti requería una identidad capaz de **diferenciarse** dentro de una categoría altamente competitiva, construyendo una personalidad propia desde sus fundamentos estratégicos y visuales.

El objetivo no era diseñar un logotipo, sino crear una marca con **capacidad de crecer** y **mantenerse** consistente en el tiempo.

## LOS CIMIENTOS

**Construir antes de diseñar.**

El desarrollo comenzó definiendo los elementos fundamentales que darían dirección a la marca: Propósito • Personalidad • Tono Audiencia • Propuesta de valor

Estas decisiones se convirtieron en la base sobre la que posteriormente se construyó todo el sistema visual.

## EL CONCEPTO

**Italianizate - Una marca para todos.**

El concepto nace de la necesidad de crear una marca cercana, accesible y capaz de generar identificación inmediata.

Cada decisión visual fue diseñada para **reforzar una experiencia** simple, amigable y fácil de reconocer en cualquier punto de contacto.



# PER TUTTI

## EL SISTEMA

Más que una identidad gráfica, se desarrolló un sistema compuesto por elementos capaces de trabajar en conjunto:

### IDENTIDAD VISUAL

Logotipo, tipografía y recursos gráficos.

### LENGUAJE VISUAL

Reglas de composición, color y jerarquía.  
Claras para mantener coherencia en cada aplicación.

### APLICACIONES

Herramientas para garantizar consistencia en todos los canales.  
Con capacidad de adaptarse a distintos formatos y necesidades.

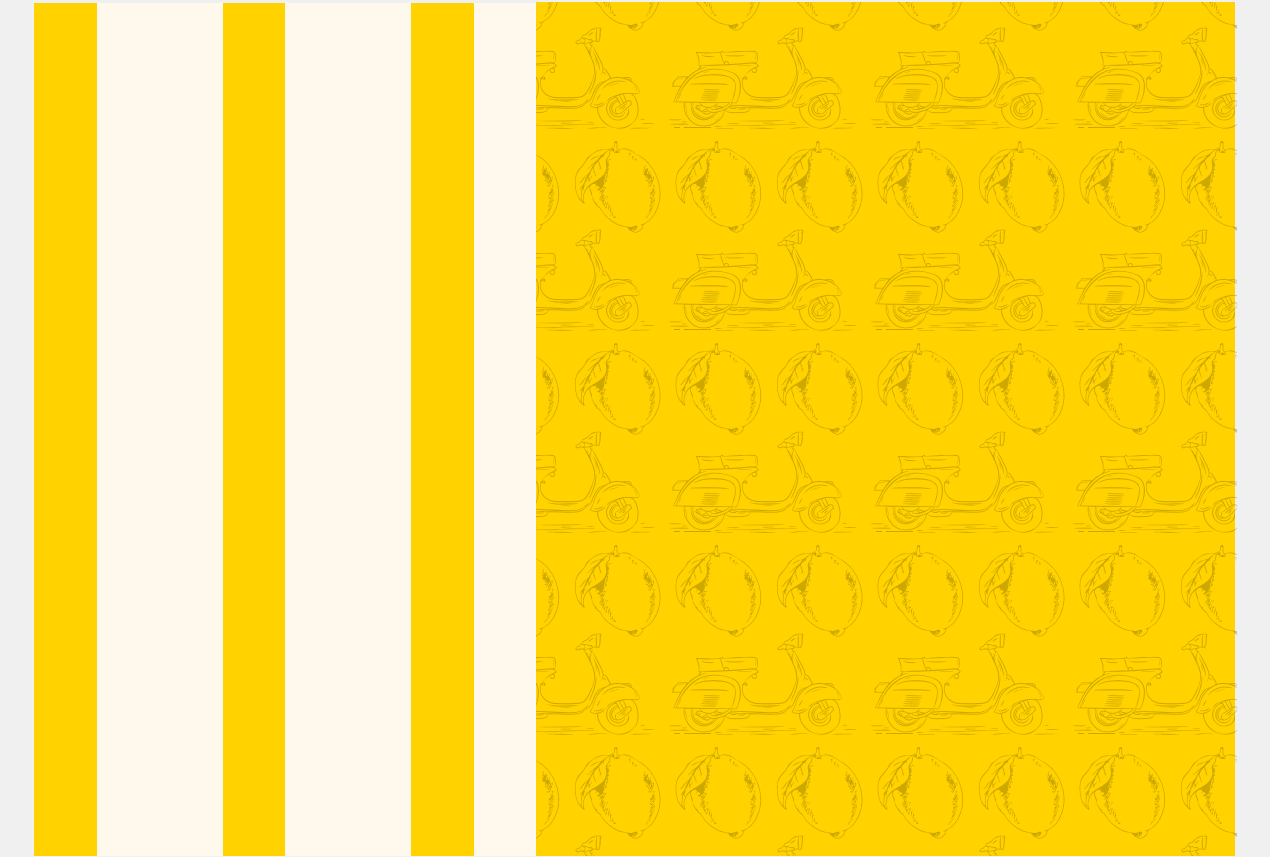
## IMPLEMENTACIÓN

La marca fue diseñada para **adaptarse a múltiples escenarios** manteniendo reconocimiento y coherencia.

Logo • Versiones • Packaging • Redes sociales • Material POP  
Uniformes • Señalización • Aplicaciones digitales



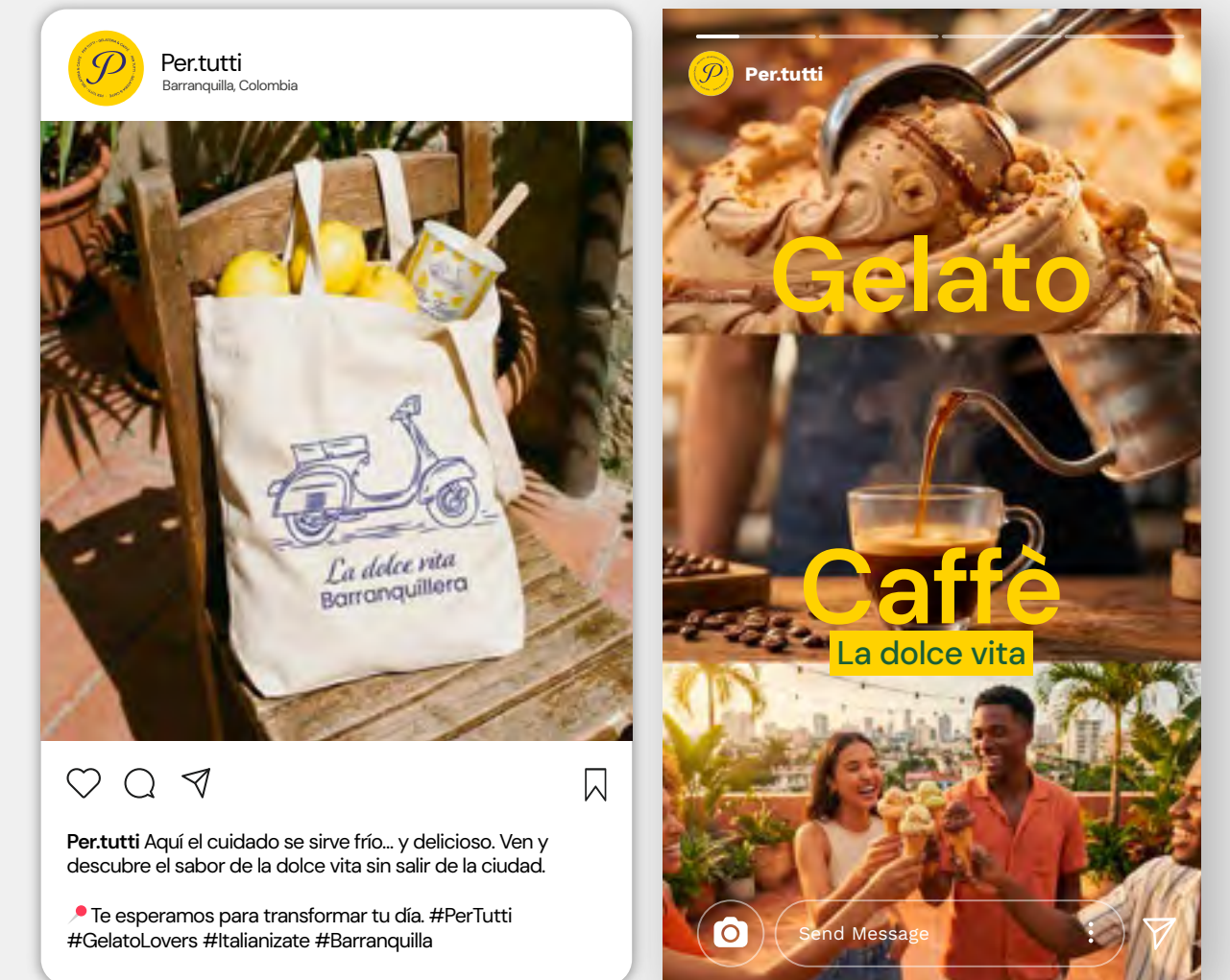
Estilo Fotográfico



Elementos gráficos y patrones



Operación, staff y experiencia de marca



Social Media & Universo Digital

# PER TUTTI

## REFLEXIÓN

Crear una marca desde cero implica **tomar decisiones** mucho antes de abrir Illustrator.

Per Tutti fue un ejercicio de construcción estratégica donde identidad, comunicación y sistema visual fueron concebidos como una sola estructura.

# Per Tutti

## GELATERIA & CAFFÈ

Per Tutti

GELATERIA & CAFFÈ



Merchs



Concepto: Artesanos del Sabor - Uniforme



Concepto menú



Packaging & Unboxing Experience

# CYBERCARD

Construcción de un **sistema visual** para un ecosistema digital que integra producto, marketing y experiencia de usuario bajo una misma narrativa de marca.

## MI PARTICIPACIÓN

Brand Visual Strategist • Dirección de Arte • Arquitectura Visual  
Sistema de Marca • Implementación de IA Creativa

## EL DESAFÍO

CyberCard no era un producto único. Era un **ecosistema compuesto** por múltiples servicios, beneficios y experiencias que necesitaban convivir bajo una misma lógica visual.

El reto consistía en **construir una estructura** capaz de comunicar complejidad sin generar fricción.

## EL PROBLEMA

**Unificar sin simplificar en exceso.**

Viajes • Hoteles • Beneficios • Marketplace • Experiencias • Producto digital.

Todos debían sentirse parte de una misma marca **sin perder identidad** dentro del ecosistema.

## EL CONCEPTO

**Vive más, gestiona menos.**

La construcción visual parte de una idea simple:

La tecnología debe simplificar la experiencia, no complicarla. El sistema fue diseñado para **reducir ruido visual**, facilitar la comprensión de beneficios y permitir una **navegación más intuitiva** entre servicios.



# CYBERCARD

## SISTEMA VISUAL

Un lenguaje diseñado para escalar.

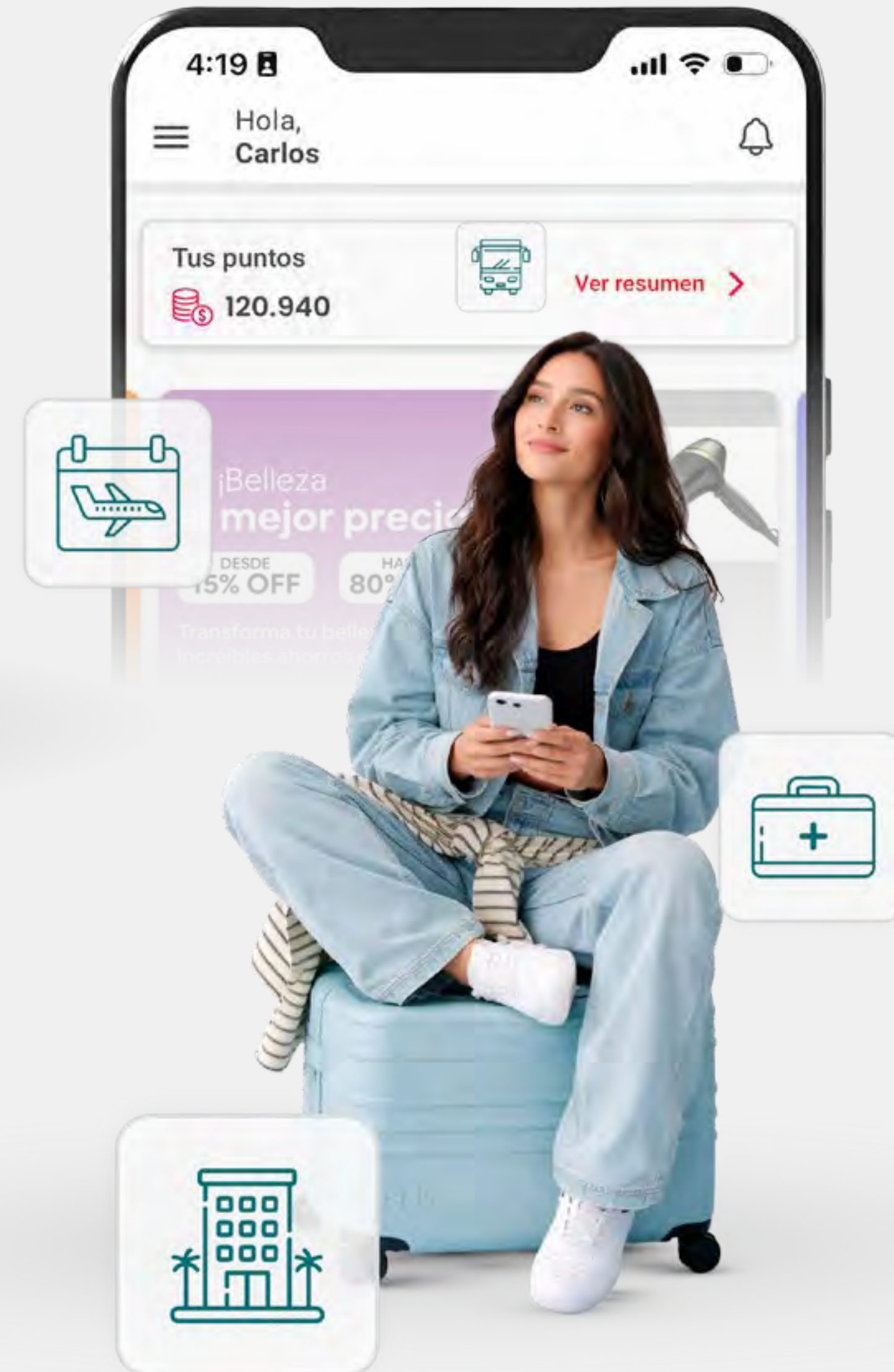
El desarrollo se enfocó en cuatro pilares:

- **CLARIDAD**  
Reducir la complejidad percibida.
- **MODULARIDAD**  
Permitir crecimiento sin perder coherencia.
- **CONSISTENCIA**  
Conectar marketing y producto.
- **FLEXIBILIDAD**  
Adaptarse a múltiples categorías y campañas.

## IA CREATIVA

Optimización de procesos creativos

La inteligencia artificial fue **integrada como herramienta** de apoyo para acelerar investigación, conceptualización y producción, permitiendo **sistemas de trabajo** más eficientes y escalables.



# CYBERCARD

## IMPLEMENTACIÓN

App • Marketplace • Campañas • Landing  
Emails • Redes • Beneficios • Comunicación comercial



Enero

**CYBERCARD**

UNA SUSCRIPCIÓN  
**QUE SE COMPARTE**

El beneficio **no se queda en una sola** persona.

[Descúbrelo en la App](#)

CyberCard te permite sumar beneficiarios para que viajes, puntos y beneficios se aprovechen mejor, todo el mes.

Febrero

**ESCÁPATE EN FEBRERO**  
- Pero con ventaja -

Viajar también puede ser inteligente. Con CyberCard ahorra y gestiona tus reservas.

Escápate en febrero pagando mejor. Planes febrero con ventaja: reserva ahora y paga con calma.

Porque disfrutar también es **saber cómo y cuándo pagar.**

[Descúbrelo en la App](#)

**CYBERCARD**

Marzo

**MÁS QUE VIAJES BENEFICIOS REALES**

Un ecosistema **diseñado para que pagues mejor.**

Con precios de socio todo el año.

Viajes Reservas Asistencia Traslados Cupones Market Streaming

**CYBERCARD**

Campañas comerciales principales

# CYBERCARD

## IMPLEMENTACIÓN

App • Marketplace • Campañas • Landing  
Emails • Redes • Beneficios • Comunicación comercial

**HASTA 50% OFF**  
**PUNTA CANA**

Viajes a San Andrés, Cancún y Punta Cana con tarifas desde por persona en hoteles seleccionados. Descuentos de hasta el 50% aplican sobre tarifas de referencia y pueden variar según disponibilidad y fechas. Incluye 4 días y 3 noches con alimentación todo incluido (según hotel). No incluye vuelos, traslados ni cargos adicionales. Cupos limitados. Tarifas sujetas a cambios sin previo aviso. Aplican términos y condiciones.

**HASTA 50% OFF**  
**CANCÚN - MEX**  
Desde **\$1.050.000**  
por persona

Viajes a San Andrés, Cancún y Punta Cana con tarifas desde por persona en hoteles seleccionados. Descuentos de hasta el 50% aplican sobre tarifas de referencia y pueden variar según disponibilidad y fechas. Incluye 4 días y 3 noches con alimentación todo incluido (según hotel). No incluye vuelos, traslados ni cargos adicionales. Cupos limitados. Tarifas sujetas a cambios sin previo aviso. Aplican términos y condiciones.

**50% OFF**  
**PUNTA CANA**

**Incluye**

- 4 días 3 noches
- Alimentación todo incluido
- Acomodación doble o múltiple

Desde **\$1.299.000**  
por persona

Aplica en hoteles seleccionados para San Andrés, Cancún y Punta Cana. Precios desde por persona en acomodación doble o múltiple, sujetas a disponibilidad. No incluye tiquetes ni traslados. Descuentos variables según fechas y disponibilidad. Aplican términos y condiciones.

**HASTA 50% OFF**  
**SAN ANDRÉS**

**Incluye**

- 4 días 3 noches
- Alimentación todo incluido
- Acomodación doble o múltiple

Desde **\$990.000**  
por persona

Viajes a San Andrés, Cancún y Punta Cana con tarifas desde por persona en hoteles seleccionados. Descuentos de hasta el 50% aplican sobre tarifas de referencia y pueden variar según disponibilidad y fechas. Incluye 4 días y 3 noches con alimentación todo incluido (según hotel). No incluye vuelos, traslados ni cargos adicionales. Cupos limitados. Tarifas sujetas a cambios sin previo aviso. Aplican términos y condiciones.

Campañas promocionales directas

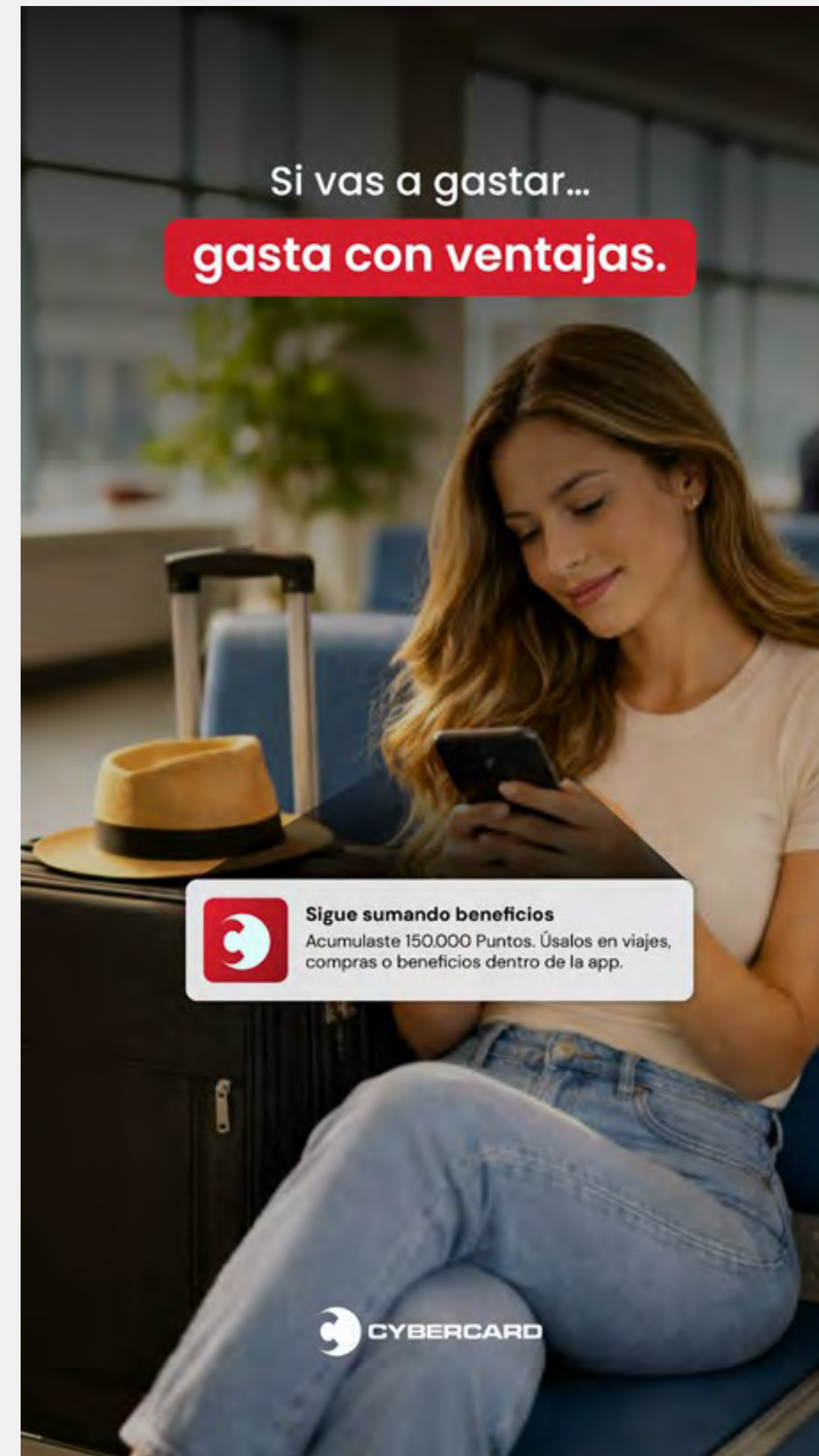
# CYBERCARD

## IMPLEMENTACIÓN

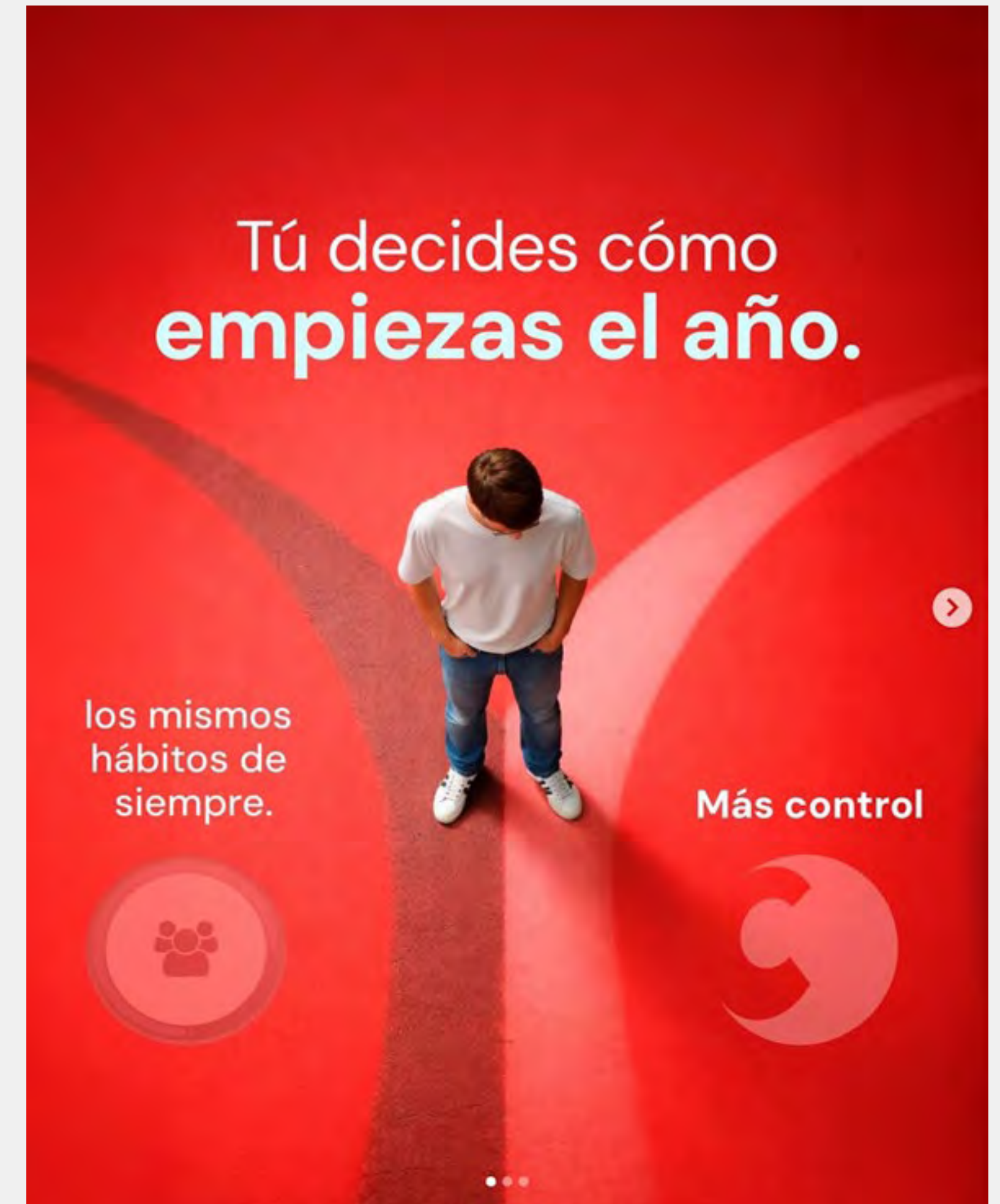
App • Marketplace • Campañas • Landing  
Emails • Redes • Beneficios • Comunicación comercial



Campañas comerciales (Comunicación servicios)



Stories



Post Feed

# CYBERCARD

## RESULTADO

- Mayor coherencia entre marketing y producto.
- Sistemas escalables para campañas.
- Reducción de fricción en procesos creativos.
- Aceleración de conceptualización mediante IA.
- Comunicación más clara de la propuesta de valor.



**Todo incluido**

**Hoteles Asociados**  
 Carretera San Luis 30 - 45

**3.0** ★★☆☆☆ **Cancelación Gratis**

Precio Publico <b>\$8.645.472</b> 3 noches, 4 personas	Precio Socio <b>\$7.204.560</b> o 360,228 Puntos 3 noches, 4 personas
--------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------

**Descuento socio \$1.440.912**

# COMMODO

**Diseñar para múltiples marcas sin perder coherencia.**

Sistema visual para campañas de co-branding diseñado para **integrar diferentes identidades** dentro de una misma experiencia de comunicación, manteniendo consistencia entre canales, formatos y marcas aliadas.

## MI PARTICIPACIÓN

Conceptualización de campañas • Desarrollo de Key Visuals  
Diseño de sistemas visuales • Estrategia de co-branding  
Optimización de comunicación visual

## EL DESAFÍO

**Múltiples marcas. Un mismo lenguaje visual.**

Cada campaña debía integrar diferentes marcas, productos y objetivos comerciales **sin comprometer el reconocimiento individual** de cada participante.

El reto consistía en construir estructuras visuales capaces de adaptarse a distintos escenarios **manteniendo claridad**, consistencia y flexibilidad.

## LA PREGUNTA

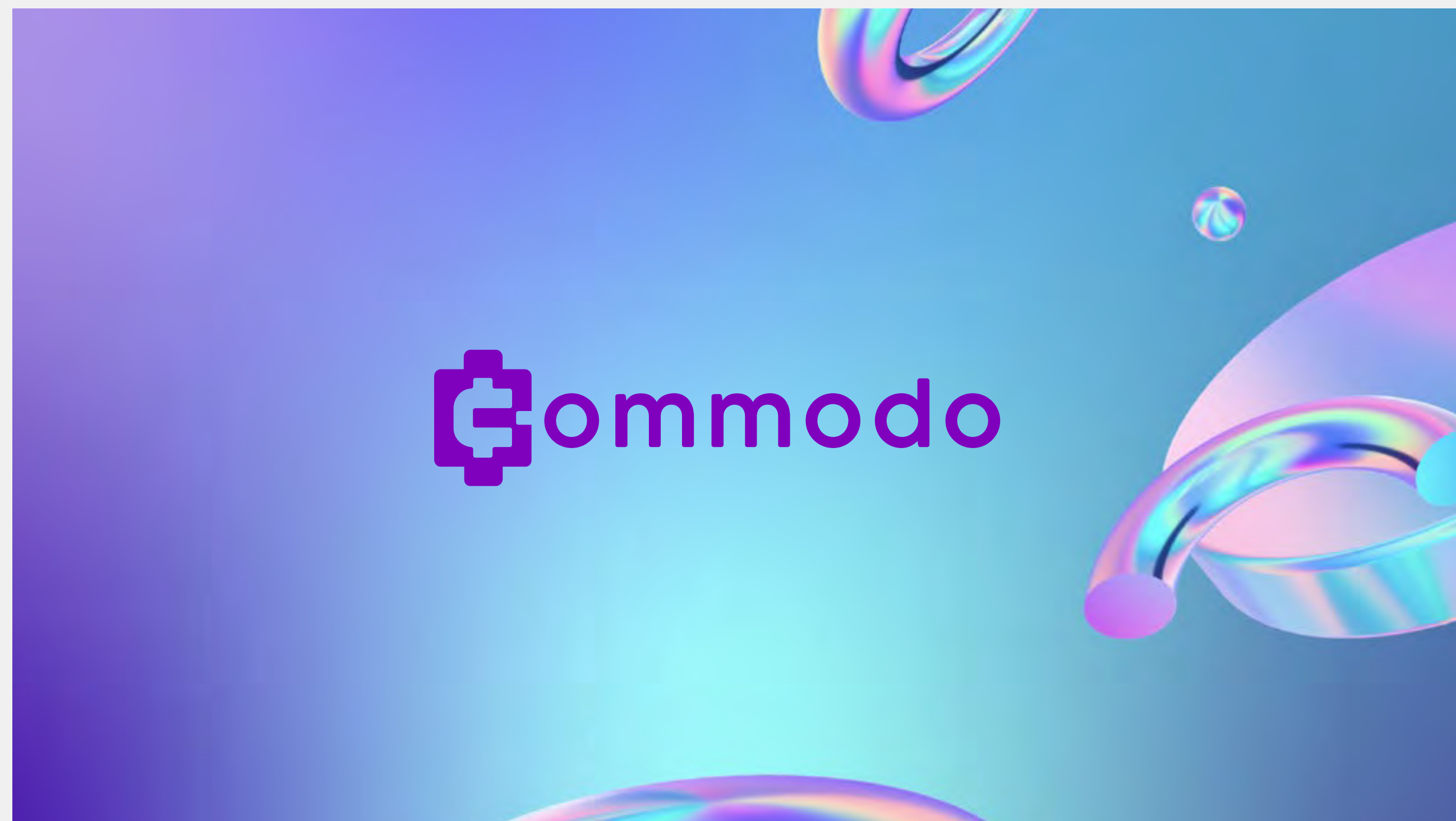
**¿Cómo hacer que varias marcas hablen el mismo idioma visual?**

La complejidad no estaba en diseñar una pieza. Estaba en construir una lógica **capaz de conectar** diferentes identidades dentro de una misma experiencia de comunicación.

## EL ENFOQUE

**Diseñar sistemas, no adaptaciones.** Cada campaña partía de una estructura visual base capaz de absorber diferentes aliados, promociones y formatos sin perder consistencia.

El objetivo era garantizar reconocimiento, velocidad de implementación y coherencia entre canales.



# COMMODO

## KEY VISUALS

Una estructura para múltiples escenarios.

Los Key Visuals funcionaban como el punto de partida de cada campaña, estableciendo criterios claros de jerarquía, composición y convivencia entre marcas.

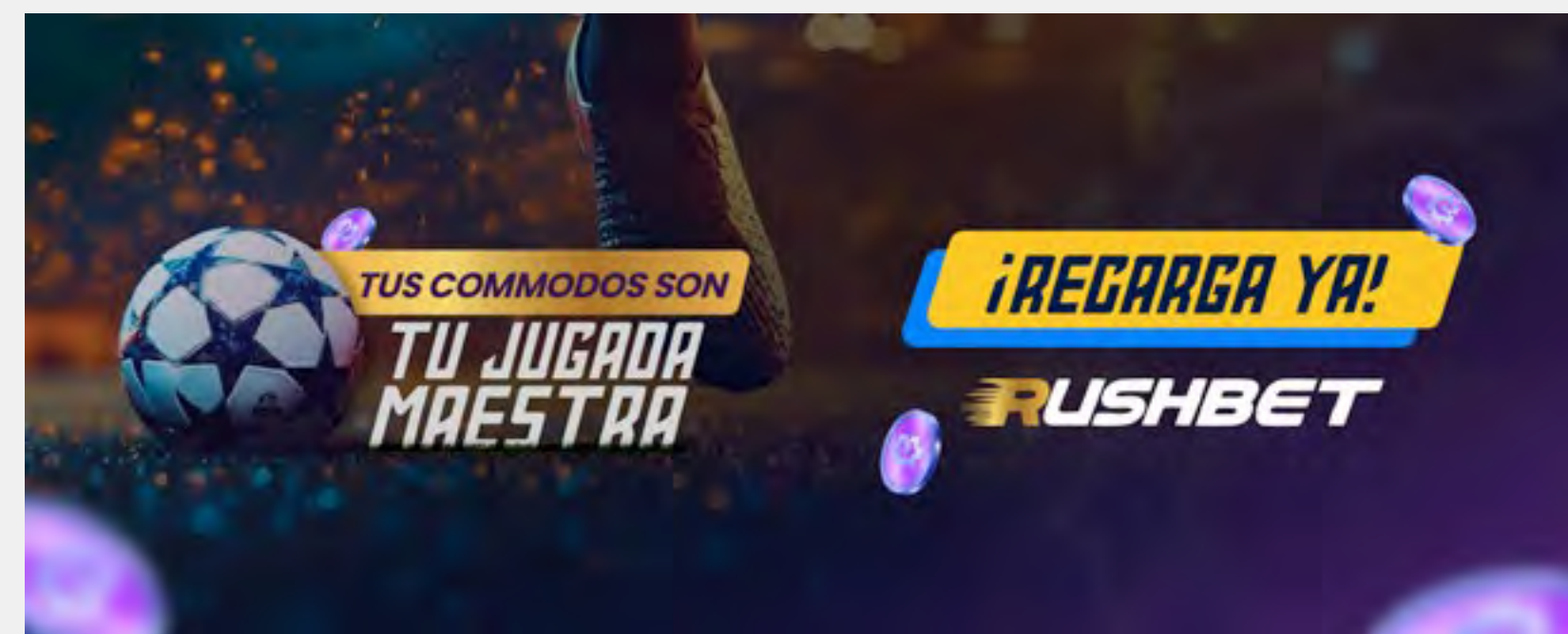
Esto permitía **mantener una identidad sólida** incluso cuando los participantes cambiaban.

## SISTEMA DE CO-BRANDING

Integrar sin diluir.

El sistema fue diseñado para permitir que **cada marca conservara reconocimiento propio** mientras participaba dentro de una narrativa visual compartida.

Más que sumar logotipos, se trataba de **construir una experiencia coherente**.



# COMMODO

## ECOSISTEMA DE APLICACIÓN

Del concepto a la ejecución.

El sistema fue implementado en diferentes puntos de contacto:

- App
- Web
- Retail
- Campañas digitales
- Material promocional
- Comunicación comercial

Manteniendo una experiencia consistente independientemente del canal.

Se acerca Semana Santa  
**Compra tus tiquetes con hasta el**  
**11% Dcto.**  
 desde la app

Adquiérelos en la sección Viajes

Con el respaldo de **AVIATUR**

\*Aplica solo para Latam Airlines. Consulta términos y condiciones.

**mimo's**

¡TU POSTRE FAVORITO AHORA TIENE

**CHOCORAMO**

**ESQUINAS**

**PIDE LA NUEVA COPA MIMO CON TOPPING DE CHOCORAMO**

¡Más sabor, más cashback, más razones para disfrutar!

**PETROMIL** Aliado **Commodo**

¡Somos Orgullosamente Colombianos!

Por eso este 20 de julio recibe

**DOBLE**  
 acumulación  
 en Commodos

Una celebración que sí se nota en tu saldo

T&C: Promoción válida solo el 20 de julio en estaciones Petromil a nivel nacional con el saldo Commodo. Solo para usuarios registrados; no válido para nuevos usuarios ni para tanques de GLP, GNV y UREA.

**Es miércoles!!**  
 Miércoles de...  
**Pochos**  
 STREET FOOD

**30% OFF**  
 en toda la línea Pochos

**Nova**  
 MARKET

Aplicar TyC. Válido en Nova Market Calle 84. No aplica en plataformas de comercio.

El Juego del **Calamar 3**

No te pierdas la nueva temporada de esta serie que nadie se quiere perder.

Compra tu pin en la sección Streaming

Llegó el **kombô Tricolor**

con más Commodos para ti

Más información

Aplicar TyC

Imágenes de referencia

# COMMODO

## ECOSISTEMA DE APLICACIÓN

Del concepto a la ejecución.

El sistema fue implementado en diferentes puntos de contacto:

- App • Web • Retail • Campañas digitales • Material promocional
- Comunicación comercial

Manteniendo una experiencia consistente independientemente del canal.

## UN SISTEMA PREPARADO PARA ESCALAR.

### Impacto

- **+24% en descargas** durante campañas de adquisición.
- Reducción de tiempos de producción mediante estructuras visuales reutilizables.
- **Consistencia visual** entre app, web y retail.
- Mayor capacidad para integrar marcas aliadas **sin comprometer la identidad** del ecosistema.

NOVA Aliado Commodo

CARNOVALLÍN

Gana pases dobles para ver a

**ARCÁNGEL**

Compra hoy tu burger con el

**30 OFF**

Cada 25 hamburguesas, un cliente será ganador de:

**BONOS HASTA X 40K** en Commodos

**PASES DOBLES** para Arcángel

Actividad válida los días 23 y 30 de julio de 2025 en Nova Calle 44. Los premios se entregarán a los clientes que compien los días de la actividad y no son canjeables por dinero en efectivo.

Aniversario

**56 AÑOS** kokorikô

¡Muchos Momentos Deliciosos!

Acumula el

**10%** en Commodos

En todas tus compras del 8 al 10 de agosto.

Más sabor, más acumulación.

Aliado Commodo

Commodo

**2.000 Commodos**

¡Son para ti!

Regístrate ahora

\*Promoción válida del 25 de julio al 27 de julio de 2025. Aplica para los primeros 500 usuarios que activen el código del cupón promocional.

En el nuevo Autosurtidor

**TÚ TANQUEAS TÚ GANAS**

Aprovecha el **precio diferencial**

# NOVA MARKET

**Evolucionar una tienda de conveniencia hacia una marca reconocible.**

Sistema visual para una marca retail diseñada para operar dentro del ecosistema Petromil, fortaleciendo su identidad, comunicación comercial y experiencia en puntos de venta.

## MI PARTICIPACIÓN

Sistema Visual • Dirección de Arte • Identidad de Marca • Comunicación Retail  
Evolución Visual • Diseño de Piezas Comerciales • Conceptualización de campañas  
Desarrollo de Key Visuals • Estrategia de co-branding

## EL DESAFÍO

**Una marca dentro de un ecosistema mayor.**

NOVA necesitaba consolidarse como una tienda de conveniencia con **identidad propia**, sin desconectarse del ecosistema Petromil.

El reto consistía en **construir un sistema visual** capaz de comunicar cercanía, practicidad y dinamismo comercial, manteniendo coherencia en tienda, piezas promocionales y canales digitales.

## LA PREGUNTA

**¿Cómo hacer que una tienda de conveniencia se sienta como marca?**

La complejidad no estaba únicamente en diseñar piezas para vender productos.

El objetivo era crear una identidad visual reconocible, capaz de ordenar la comunicación comercial, facilitar la promoción de categorías y construir una experiencia más clara para el consumidor.

## EL ENFOQUE

**De punto de venta a sistema de marca.** El trabajo se enfocó en desarrollar una lógica visual flexible, pensada para responder a las **necesidades del retail**: promociones, categorías, temporadas, productos aliados y comunicación en tienda.

Cada pieza debía funcionar de manera individual, pero también **sentirse parte de una misma experiencia** visual.

**¡GÁNATE LA CAMISETA QUE TODO HINCHA QUIERE!**

**Acumula puntos Commodo. y conviértete en ganador!**

Participa del **6 AL 16 DE JUNIO** de 2026

**3 GANADORES**

Un (1) ganador por tienda

Nova Calle 84 | Brisas del Mar | Nova Sevilla

**NOVA MARKET** | Aliado **Commodo**

Promoción válida del 6 al 16 de junio de 2026 en Nova Market 84, Nova Market Brisas del Mar y Nova Market Sevilla. Se seleccionará un (1) ganador por tienda, correspondiente al cliente registrado en Commodo que acumule la mayor cantidad de puntos durante la vigencia de la actividad. Aplican términos y condiciones.

# NOVA MARKET

## SISTEMA VISUAL

Una identidad preparada para operar.

El sistema fue construido para mantener consistencia en múltiples escenarios de comunicación.

### → RECONOCIMIENTO

Construir una presencia visual clara y diferenciable.

### → CLARIDAD COMERCIAL

Organizar promociones, productos y mensajes de forma directa.

### → FLEXIBILIDAD

Adaptarse a temporadas, categorías y marcas aliadas.

### → CONSISTENCIA

Mantener una experiencia coherente entre tienda, digital y material promocional.

## COMUNICACIÓN RETAIL

Diseñar para decidir rápido.

En una tienda de conveniencia, la comunicación debe ser inmediata. El sistema visual fue pensado para facilitar la lectura, destacar beneficios comerciales y ayudar al consumidor a identificar promociones, productos y categorías sin fricción.

Posters • Habladores • Piezas de punto de venta • Promociones  
Categorías • Menús • Señalización



Post Feed



Post Feed



Blackout TV Tiendas

# NOVA MARKET

## APLICACIONES

Del sistema a la experiencia.

La identidad fue implementada en diferentes puntos de contacto, fortaleciendo la presencia de NOVA como marca dentro del recorrido del consumidor.

## APLICACIONES

Tienda • Redes sociales • Material POP • Campañas promocionales • Comunicación comercial • Piezas digitales • Activaciones con aliados

## RESULTADO

Una marca retail más clara, flexible y reconocible.

El desarrollo del sistema visual permitió ordenar la comunicación de NOVA y **fortalecer su presencia** como tienda de conveniencia dentro del ecosistema Petromil.

## IMPACTO

- Mayor consistencia visual en piezas comerciales.
- Comunicación más clara para promociones y categorías.
- Sistema flexible para campañas, temporadas y marcas aliadas.
- Fortalecimiento de la identidad de NOVA en puntos de contacto físicos y digitales.



Story Activaciones con aliados



Story Promocional



Comunicación comercial



POP Punto de venta



Campañas promocionales

# NOVA MARKET

## REFLEXIÓN

El retail también construye marca.

Una tienda de conveniencia no compite solo por ubicación o producto.

También compite por recordación, claridad y experiencia.

NOVA fue un ejercicio de construcción visual donde cada pieza debía vender, orientar y fortalecer la percepción de marca al mismo tiempo.



Post Feed



Post Feed



Blackout TV Tiendas

# CAMPAÑAS. MARCAS. ECOSISTEMAS. SISTEMAS.

[Casa García](#)

[Ver CV](#)

[LinkedIn](#)



**Carlos García**

Estratega de Marca  
Director de Arte

[carlosgarcia.branding@gmail.com](mailto:carlosgarcia.branding@gmail.com)

+57 301 491 3149