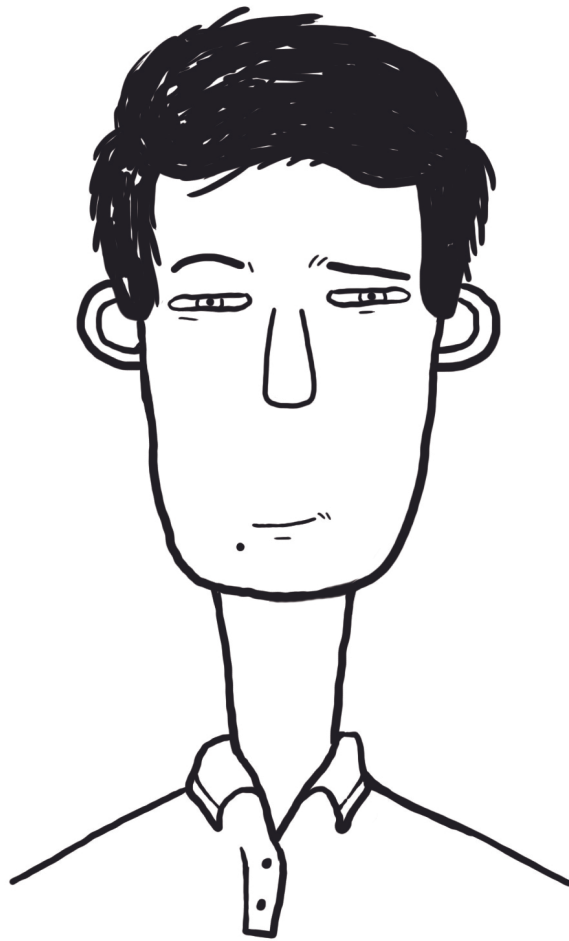


■ Portafolio Profesional
Por Luis Pérez





INDICE

Hamburguesas Groger	1
Amanecer	2
Pandilla Animal	3
Irbis Detectives	4
La Imprenta	5
Infografía Guepardo	6
Cañales	7
La Otra Cara Del Alcohol	8

Simplemente mi objetivo es disfrutar de lo que hago tanto como un ilustrador y como diseñador, y lograr comunicar los mensajes que deseo transmitir.



LUIS PÉREZ

Diseñador gráfico - Ilustrador

Correo
luispz1595@gmail.com

Teléfono
3951098

Celular
67101331

Bē Luis Pérez

Datos

Nacionalidad
panameña

Fecha
15/12/1995

Cédula
8-903-2136

Residencia
Panamá. Ciudad de Panamá
Cerro Viento

Educación

2014 (Actualidad)
Universidad del Arte Ganexa -
Licenciatura en diseño gráfico con
énfasis en mercadeo y publicidad

2011 - 2013
Instituto Académico Panamá -
Bachiller en Comercio

2010
Elena Chávez de Pinate



Experiencia

2016
(Actualidad) Asistente de Comunicación en **Mallol & Mallol Arquitectos**

2016
3 meses como pasante de diseñado en **Tomorrow Digital Project**

2015
Ilustrador FreeLancer - proyecto **"FLORAE"** Colección de Tony Vergara con NIKE

Referencias

Dario Guerra
Director de arte - Tomorrow Digital Project
Celular: 6676-3456

Tony Vergara
Diseñador de Moda
Celular: 6771-8979

Guillermo Man
Ilustrador - Freelancer
Celular: 6661-0939

Idiomas

Inglés

Español

Programas

Photoshop

Ilustrador

Premiere

Indesign



HAMBURGUESAS GROGER

Tipografías

QUARTZO BOLD

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ**

Babydoll

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ**

Paleta



Programas



Objetivos: En este proyecto se debía hacer especialmente una franquicia de hamburguesas donde debíamos lograr llamar la atención del cliente con una buena campaña, creando desde el logo, eslogan, frase de la campaña y el arte en sí.

Antecedentes: Para poder hacer esta campaña debimos hacer una amplia investigación, donde se buscó varia información sobre hamburguesas y restaurantes como en la época de donde vienen y en la fecha en la que se creó.

Concepto: Groger, intenta contradecir nuestra frase de la campaña y así crear un reto psicológico en aquellas personas que logren ver la campaña. el logo se creó sencillo y tipográfico, sin mucho detalle, donde los colores son cálidos e intensos a la vista para así llamar la atención rápidamente del cliente.

Amanecer



Pañales de la mejor comodidad para los bebés de la casa




Nuevo

Pañal con 90% algodón absorbente

f Amanecer latinoamerica @amanecer_latino Visitanos: www.amanecer.com

AMANECER

Tipografías

Lazy Spring Day

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ

Hobo Std

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ

Paleta



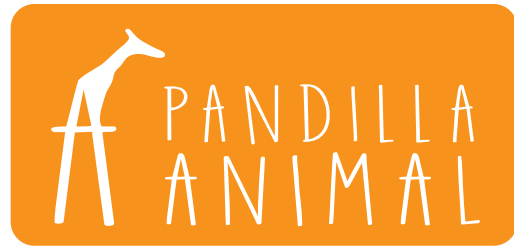
Programas



Objetivos: Lo que se debía de lograr en este trabajo era tomar uno de los diferentes segmentos de el target familiar y convertirlo en una campaña en la cual sin tener que explicarlo debía de dar el mensaje de a quién iba dirigido.

Antecedentes: Para la realización de esta campaña debimos de buscar una gran cantidad de productos de pañales, tanto de bebés como para adultos, para no cometer ninguna confusión de target, se investigó los colores utilizados y los paquetes de pañales.

Concepto: Amanecer, representa un nuevo día para él bebe, un día fresco, cómodo y activo para todo momento. Los colores son vivos y atractivos para llamar la atención de la madre y él bebe sin decir una palabra.



Tipografías

BEBAS NEUE

ABCDEFGHIJKLMN
NOPQRSTUVWXYZ

MANGO SMOOTHIE

ABCDEFGHIJKLMN
NOPQRSTUVWXYZ

Paleta



Programas

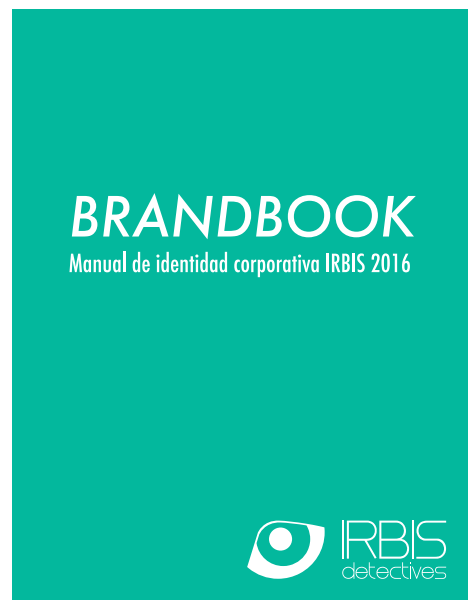
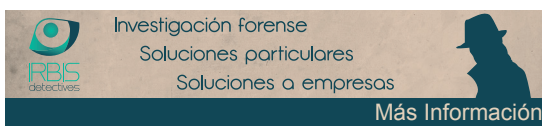


PANDILLA ANIMAL

Objetivos: Los temas de este proyecto para producto ya estaban escrito, lo cual a nosotros nos tocó las mochilas para niño entre 3 a 15 años de edad. se debió de hacer una campaña para medios impresos y entregar todo ellos en una página 11x17 con todas aquellas adaptaciones en los diferentes medios.

Antecedente: Fue difícil encontrar un producto con un amplio modelo de mochilas, pero encontramos un conjunto de mochilas de animales y niños que los modelaban y basado en eso se fue creando la marca de Pandilla Animal.

Concepto: Después de haber encontrado esta gran cantidad de mochilas de animales y niños, nació el concepto de que los niños están en una pandilla de animales juntos a sus compañero o hermanos. eso también implica que el niños no estarán solo en el transcurso de su día escolar.



IRBIS DETECTIVES

Tipografías

Steiner Light

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

Arial

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ

Paleta



Programas



Objetivos: En este proyecto debíamos de ofrecer un servicio escogido por la profesora encargada en la cual debimos de sacar el tema al azar. y con esto construir una campaña para varios medios impresos y digitales las cuales debíamos de entregar todos juntos en una sola presentación, luego a Irbis se le creo una manual de el buen uso de la marca junto con los productos promocionales y los conceptos de la marca.

Antecedentes: Para crear Irbis, se hizo un concepto, luego buscamos al mejor animal que nos represente, (el leopardo de las nieves) y este se convirtió en símbolo de Irbis, además de esto buscamos otras empresas de vigilancia para saber exactamente que hacen y que ofrecen y así seguir una misma línea de trabajo, también se investigó un poco que es lo que hace el leopardo de las nieves, o también llamado Irbis.

Concepto: Irbis, es una compañía que refleja a el leopardo de las nieves con entrenados detectives especializados para rastrear y resolver todo sus problemas tanto como personales como de fraudes de empresas o negocios, con la mejor tecnología y un grandiosos sigilo y camuflaje a la hora de trabajar bajo la autorización de nuestros clientes.

La Imprenta

Inventos
Extensión de los sentidos



Tipografías

Modern No. 2.0

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ

Minion Pro

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ

Paleta



Programas



Grupo

Abdriel Ortega y Luis Pérez

LA IMPRENTA

Objetivo: Este trabajo se realizó en grupos de dos personas, en el cual cada grupo hizo un pequeño libro sobre la historia los diferentes inventos. a cada grupo le toco un invento diferente donde todos esos inventos conformaban una serie de libros llamados, Inventos, Extensión de los sentidos, cada una de ellas llevaba una breve historia con etapas de la evolución de los inventos.

Antecedentes: Era complicado encontrar una historia de la imprenta ya que no se sabe mucho sobre ella, estuvimos buscando entre una gran cantidad de páginas recolectando información para poder armar este libro, aunque las imágenes eran mucho más fácil encontrar en la web.

Concepto: Todo este contenido se basa en la evolución de la imprenta, las necesidades de la imprenta y algunas máquinas que se utilizaron junto al proceso de impresión. también se habla un poco de lo que fue Johannes Gutenberg y como dio a conocer la impresión.

Guepardo

Acinonyx jubatus

Guepardo

Acinonyx jubatus

El guepardo es el mamífero terrestre más rápido del mundo. Su aceleración, le permite pasar de 0 a 96 kilómetros por hora en apenas tres segundos. Este gran felino es sumamente ágil cuando se mueve a gran velocidad y es capaz de hacer giros rápidos e inesperados persiguiendo a su presa.

Cachorros



Las crías suelen pesar unos 300G. Al cumplir un año y medio, la camada pierde todo contacto con la madre, pero siguen juntos hasta el primer celo.

Longitud y peso

Su cuerpo puede alcanzar entre 1,1 y 1,4 metros **kg** Puede pesar entre 35 y 65 kg
Su cola llega a medir entre 65 y 80 cm

Guepardo De África

La mayor parte de los guepardos se encuentra en el este y el sudoeste de África. Se calcula que apenas quedan unos 12.000 guepardos en libertad, y éstos viven bajo la amenaza que supone el que sus hábitats naturales, las sabanas, estén desapareciendo a consecuencia de los asentamientos humanos.



Las manchas son diferentes a las de un leopardo que son en aros, las de un guepardo son puntos o simples manchas.

Tienes una mancha negra que rodea todo su ojo que baja hasta el hocico

Alimentación

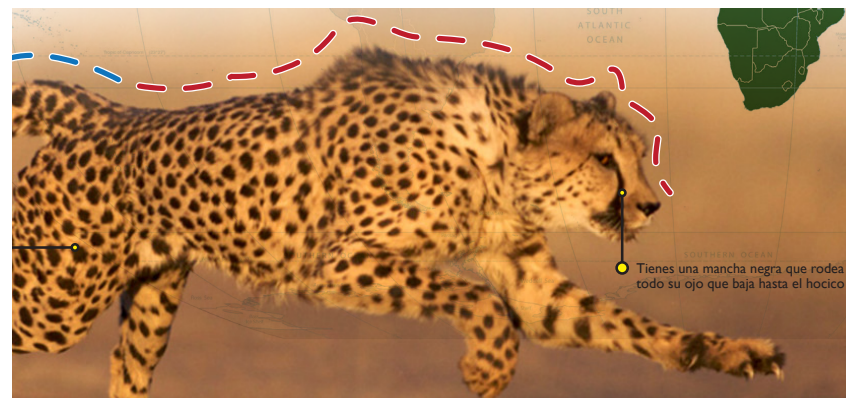
Las fuentes de alimentos del guepardo pueden ser de hasta 85 libras de tamaño, incluyen a la gacela, cebras y el ñu. A veces, las aves y los conejos se convierten en sus presas cuando presas más grandes son difíciles de encontrar.



Las crías suelen pesar unos 300G. Al cumplir un año y medio, la camada pierde todo contacto con la madre, pero siguen juntos hasta el primer celo.

Longitud y peso

Su cuerpo puede alcanzar entre 1,1 y 1,4 metros **kg** Puede pesar entre 35 y 65 kg
Su cola llega a medir entre 65 y 80 cm



Tienes una mancha negra que rodea todo su ojo que baja hasta el hocico

INFOGRAFÍA

GUEPARDO

Tipografías

Gill Sans MT

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ

MS Reference Sans Serif

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ

Paleta



Programas



Objetivos: Lo primordial de este trabajo era armar una infografía del tema que decidiéramos tomar, se calificaria la puntualidad del trabajo y el orden de los textos e imágenes que estén dentro de esta infografía.

Antecedentes: Para la realización de esta infografía se investigó mucho de este animal, se vieron varios documentales de como este felino vive, además, averiguamos su peso, alimentación, el largo, donde viven y otros detalles más.

Concepto: La idea de hacer una infografía sobre el guepardo, , nace de querer captar ese estilo que tienen una de las grandes revistas como es la de National Geography.

Cañales



CAÑALES

Tipografías

Edwardian Script ITC

ABCDEFGHIJKLMN
NOPQRSTUVWXYZ

Garamond

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ

Adobe Garamond Pro

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ

Paleta



Programas



Objetivos: Este proyecto consiste en comprar una botella de vino y crear una etiqueta totalmente nueva, la cual se debió presentar montada y lista en la botella con los detalles que se debía de dar para lograr algo diferentes.

Antecedentes: En la investigación de este vino pudimos encontrar un cantidad muy grande en diseños e ilustraciones en los supermercados o por la web y que todos mantenían un estilo antiguo, esto llevo a crear una etiqueta clásica para mantener esa pequeña líneas de diseños de la vieja época.

Concepto: La etiqueta de Cañales, se remonta a un estilo clásico, tanto en su forma de escudo, como en el color oro de las ornamentaciones, se le agregó una tipografía de caligrafía y la tipografía serif que nos lleva a las viejas técnicas impresión.

LA OTRA CARA DEL ALCOHOL



LA OTRA CARA DEL ALCOHOL

Tipografías

Haettenschweiler

ABCDEFGHIJKLMN
ñOPQRSTUVWXYZ

Paleta



Programas



Objetivos: Para esta campaña lo que se debía de obtener era, tomar una fotografía propia y escoger un tema de algún problema social y convertirlo en una campaña que proyecte el mensaje que se quiere comunicar.

Antecedentes: Para poder hacer esta campaña social hemos recopilado una gran cantidad de información en la web sobre los temas y problemas sociales que suceden a menudo en el país, o en cualquier otro lugar.

Conceptos: El alcohol fue el tema que decidí escoger ya que es uno de los problemas que más se ve entre los panameños y esta campaña muestra los problemas que no podemos ver, una chica posa con una botella de alcohol, algo que vemos mucho en los comerciales de licores, y esta chica esta maquillada para simular golpes que puede ser causa de un alcohólico dentro de los hogares.

BIBLIOGRAFÍA

WEB

- www.dafont.com
- www.brandsoftheworld.com
- www.behance.net/search?search=portafolio
- www.nicolehazera.com/project/portafolio-profesional-2015/
- www.nicolehazera.com/project/portafolio-profesional/
- www.pinterest.com/search/pins/?q=portafolios&rs=typed&0=portafolios%7Ctyped

LIBROS

- SAMARA, Timothy.
2006 Diseñar con y sin retícula, Barcelona, España. Editorial Gustavo Gil.
- HASLAM, Andrew.
2007 Creación, Diseño y producción de libros, Barcelona, España, Art Blumes, S.L.
- ABMBROSE, Gavin y Paul HARRIS
2006 Diccionario Visual de diseño gráfico, Barcelona. España, Index Book, SL.
- HAMPSHIRE, Mark y Keith STEPHENSON
2008 Packing, como diseñar envases para público concreto, Barcelona, España, Index Book, SL.
- EISEMAN, Leatrice
2006 A Pantone color Resource. Color: messages and meanings. USA. Hand Book Press.
- FISHEL, Catharine y Bill GARDNER
2008 Logo Lounge 4, 2000 identidades de grandes diseñadores, Barcelona, España, Index Book, SL.

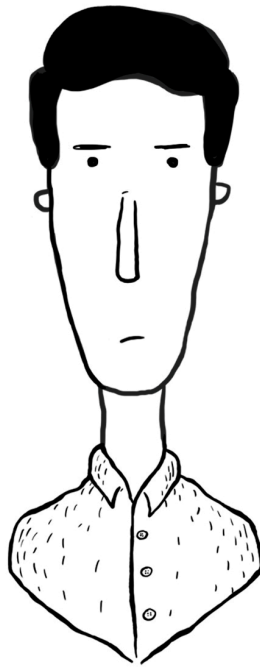


Muévete

"LA VIDA CON ⌘ Z"



CREO QUE DEBERÍA DE
AFEITARME PARA LA
REUNIÓN DE ESTA TARDE



NO, PAREZCO PASANTE
DE UNIVERSIDAD



⌘ Z

17/8/2016