

fran  
Circos

Diseño flexible



# fRQñCiaRq

Diseño flexible

[ PORTAFOLIO 2024 ]





## **Créditos// Acknowledgement**

Concepto + Diagramación// Concept + text and layout  
*Francisco Rivas\_*

Redacción// Text  
*Francisco Rivas\_  
Paola Ortiz\_*

Edición + fotografía// Photography and Editing  
*Francisco Rivas\_  
Otoniel López\_*

Diseño gráfico + editorial// Gráphic design + editorial  
*Francisco Rivas\_*

Traducción// Translation  
*Eduardo Rivas\_*

Fran cisco\_Diseño Flexible  
Todos los derechos reservados, 2024// All rights reserved , 2024

# francisco

Diseño flexible

[ PORTAFOLIO 2024 ]



# Gratitud



Gratitude

**Parte de amar también es agradecer a  
quienes me han ayudado a seguir en  
movimiento.**

This portfolio is the impression of a path of learning and opportunities, likewise, exploration. I want to thank those who have come with me throughout this journey.

All over my long journey I have learnt that anything is built of dust and we are a cumulative of recipes in a constant design. Each individual that I have crossed path with has given a pinch of their essence. Therefore, I massively praise God for giving me the gifts of flexibility, curiosity and creativity.

The impulse for achieving always the best results has been thanks to the support, advise and team of family, friends, lecturers and anyone who has impacted my journey. By all means my parents who with all the challenges and unconditional support, sometimes without understanding have believed on the sheep that thought disruptively. To Sofia, who has pushed me to discover new creative roads. I also thank that little boy who motivated me from a very young age to play and believe in my ideas. You and I know how fun and complex all of this was.

To my unconditional friends and team that believed in me, they have been patients and supporting me to growth: Adaly, Otoniel, Elisa and Pao. To all and how many more have been in any of the different stages of this process, infinite thanks.



**Este portafolio es el reflejo de un camino de aprendizajes y oportunidades. Así como de exploración, me permite dar las gracias a quienes me han acompañado en este viaje.**

A lo largo de mi camino he aprendido que nada se construye de la nada, y que somos un cúmulo de recetas en constante formación. Dónde cada persona con la cual me he cruzado ha otorgado una pizca de su esencia. Por ello agradezco a Dios infinitamente por darme los dones de la flexibilidad, curiosidad y creatividad.

El ímpetu por lo bien hecho ha sido gracias al apoyo, consejos y acompañamiento de familia, amigos, docentes y cuantos han impactado en mi proceso. Desde luego a mis padres quienes con esfuerzo, de manera incondicional y a veces sin comprenderme han creído en la oveja que pensó diferente a todo su rebaño, a Sofía que me ha impulsado a explorar nuevos caminos creativos. Agradezco también a ese chico chiquito que desde muy pequeño me motivó a jugar y creer en mis ideas, Vos y yo sabemos lo divertido y complejo que fue todo esto.

A mis amigos incondicionales y equipo que han creído en mí, han sido pacientes y me empujan a crecer: Adaly, Otoniel, Elisa y Pao. A todos y cuantos más han estado en alguna de las distintas etapas de este proceso, Gracias infinitas.

# **Manifiesto**

Manifest

## El banquete de las ideas

Soy **fran**, soy esencia visual, eterna curiosidad de la experimentación, resiliencia intrínseca. Una búsqueda constante por crear, aprender, enseñar y disfrutar lo que más me gusta. Fiel a mi proceso y mi ritmo. Prefiero caminar antes que correr. Pero moverme como sea y disfrutar de este banquete visual que es el amor por lo bien hecho. Un juego, flexibilidad de adaptarse paso a paso.

Cada ración servida que elegimos degustar hoy, nos permite proporcionar un punto de vista distinto por lo que hacemos. Y a través del movimiento constante logramos diversificar. Este momento es la oportunidad para apreciar la perspectiva propia de las ideas, es decir, la representación y la manera en cómo me permito comprender mi mundo visual. Esta es mi disertación visual sobre el amor al diseño.

I am Fran, I am visual essence, eternal experimentation curiosity, intrinsic resilience. I am a perpetual quest for create, learn, teach and enjoy what make me happy. I am loyal to my own growth and rhythm. I choose walk instead of rush. Moreover progress and enjoy the visual feast which is the love for the greatness in the achievements. I am a game in flexibility and adaptation step by step. Each chosen nibble today, grants us an unique view of what we do; and throughout the consistent movement we diversify. This moment is the opportunity to appreciate the own perspective of ideas, hence the representation and the way on how I endeavour in understanding my visual world. This is my visual dissertation about the love for designing.



**La inspiración está  
en la oportunidad de  
darnos variedad para  
crear y aprender**

Inspiration relapses in the  
opportunity to give ourselves  
arrays to create and learn

# Mi proceso creativo

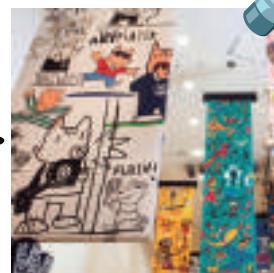


Escuchar muucha música para procesar mejor el día



# music

Cóncome a través de mis playlist :)



Referencias visuales.

Gente que admiro

foto de calle



\*Lectura

La variedad de lectura me permite explorar temas y rumbos creativos.



Trippy playa



El movimiento es bueno para mi



\*Mi proceso de creación es una amalgama de pasos del día a día. La inspiración nace de todo lo que consumo. Música, lectura, video, movimiento, hasta en compartir lo que se.

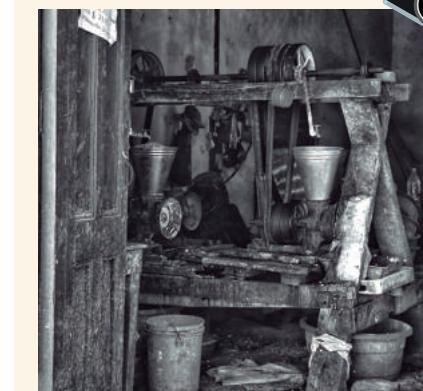


FOTO DE CALLE excelente ejercicio creativo

# Índice



Index

## Cápitulo I

Chapter I

### Degustación // Tasting

01\_

**Francisco Rivas**// p.16

Branding personal  
Personal branding

02\_

**36 Days of type**  
**2023**// p.22

Diseño gráfico  
Graphic design

03\_

**Timi en la**  
**Oscuridad**// p.26

Editorial  
Editorial design

## Cápitulo II

### Plato principal // Main dish

04\_

**Los Viajes del**  
**Chef**// p.34

Ilustración  
Illustration

05\_

**Al tazón**// p.40

Diseño de marca  
Branding

06\_

**Ancestral**// p.44

Diseño de marca  
Branding

07\_

**Jugando ANDO**//  
**p.48**

Diseño de personajes  
Character design



Chapter III

**Sobre mesa**  
// Dessert

- |     |  |     |  |
|-----|--|-----|--|
| 12_ | <b>Mestizo express// p.66</b><br><br>Diseño de marca<br>Branding | 13_ | <b>Go eat// p.72</b><br><br>Diseño de marca<br>Branding<br>Motion design                         |
| 14_ | <b>La 11va. // p. 74</b><br><br>Motion design<br>Branding        | 15_ | <b>Tu Lado B<br/>Podcast-GPB// p.78</b><br><br>Diseño gráfico<br>Graphic design<br>Motion Design |

- |     |  |     |  |
|-----|--|-----|--|
| 08_ | <b>ARTISTAS POR<br/>HISTORIAS// p.50</b><br><br>Diseño de marca<br>Branding    | 09_ | <b>GPB web// p.54</b><br><br>Diseño web<br>Web design  |
| 10_ | <b>Preparados// p.56</b><br><br>Animación de personajes<br>Character animation | 11_ | <b>1 escuela, 1000<br/>historias// p.58</b><br><br>Producción multimedia<br>Media production |

# Degustación

Tasting

“Somos una muestra, una fracción de un todo. Porque somos más que el mismo amor. Y aún así somos la representación de todo lo que nos resta por amar”

*Le*

Juramos conocerlo todo, estamos seguros de saber que es el amor, a qué sabe cada sorbo. Pero no somos capaces de comprender que hay distintas formas de amor y de amar. Y degustar es una forma de concebir la percepción propia de otros.

"We are a sample, a fraction of a whole. Because we are more than love itself. And yet we are the representation of all that we have left to love."

We vowed to meet everything, we are sure that we know what love is, and how each bite taste. However, we are not capable of comprehend the many ways of love. Taste is a way of understanding someone else perception.



Diseño flexible

**Self Branding**

ORDEN# **001**

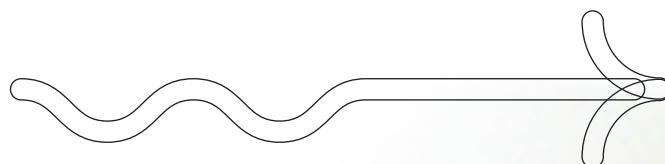
**Menú**

Diseño de marca// Branding  
Diseño tipográfico//  
Font Design

**Comensal**\_ Client  
Francisco Rivas

**Equipo de Chefs**\_ Chefs team  
Otoniel López/ Fotografía

Playlist de trabajo



Fran cisco, Diseño flexible es el reflejo de un cúmulo de ideas que me representan, y que forman parte de la identidad gráfica, reflejando la resiliencia de adaptarme a distintos entornos creativos. Siendo juguetona y jovial, la marca busca mostrar cercanía y empatía a las necesidades creativas de los diversos públicos con los que estoy abierto a trabajar

**fran cisco // Diseño Flexible**



**Información** // Information  
Francisco Javier Rivas

**Contactame** // Contact me  
503 7745-7860  
hola@tridotslab.com

**Dale trabajemos juntos!** // Let's work together!  
**Echale un ojo a mi trabajo!** // Check out my job!

**Formación** // Education

- Licenciatura en Diseño gráfico // Universidad Dr. José Matías Delgado  
Educación superior // 2014-2021
- Diplomado Basic pack Adobe // Itca  
Ed. complementaria // 2015
- Diplomado superior en Historia // Academia Salvadoreña de Historia  
Ed. complementaria // 2021

**Logros y experiencias** // achievements and experiences

- Tutor de la cátedra de técnicas de impresión (2018)  
Tutor of the chair "Técnicas de impresión" (2018)
- Programa "Semillero docente" // EDD\_UJMD
- Pasante - Diseñador, animador (2021-2022)  
Graphic - Motion designer intern (2021-2022)
- Contextos org // La Libertad, Esa
- Creativo Visual (2022-2023)  
Visual creative (2022-2023)
- Grupo Plan b // El Salvador
- Diseño editorial (2023)  
Foodstyling-Dirección fotográfica (2023)  
Editorial design, Foodstyling (2023)
- Proyecto de seguridad alimentaria- FAO // El Salvador
- Motion Graphic Designer (2023)
- QUDOX // El Salvador

**Sobre mi** // About me

Hey!, agradezco que te detienes a conocerme.  
Soy apasionado por el diseño y el movimiento, las ciencias humanistas, la formación constante y compartir el mi saber.

Hey, I appreciate you stopping to meet me.  
I am passionate about design and movement, humanistic sciences, constant training, and sharing my knowledge.

**Lo que creo** // What I believe

Creo en el diseño colaborativo con perspectiva simbiótica enfocada en proponer soluciones a problemas de interés colectivo.  
I believe in collaborative design with a symbiotic perspective focused on proposing solutions to problems of collective interest.

**Habilidades** // skills

Idiomas / language	Español //	Inglés //
Adobe illustrator	///	///
Adobe photoshop	///	///
Adobe Indesign	///	///
A. after effects	///	///
Adobe premiere	///	///

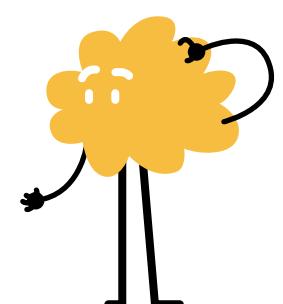



**¡Contactame, hagamos equipo!**

**fRan cisco**  
7745-7860  
Hola@tridotslab.com



Fran cisco, diseño flexible was born from a bunch of ideas that represent me in which I was looking for content of my graphic identity. It shows resilience and flexibility to adapt in different environments. It is playful and affable. Showcasing closeness and empathy to the creative necessities demanded by the many audiences with which I am able to work.



ଫ୍ରେଶ

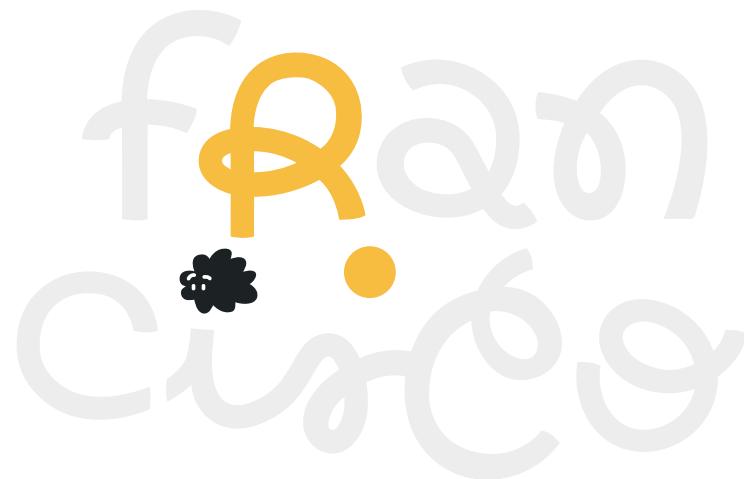
flexus font

Aବ୍ରେଦେଫ୍ଗହିଜକଲଣନତରକ୍ଷେତ୍ରାଳୁଖ୍ୟାଙ୍କ  
ଅବ୍ରେଦେଫ୍ଗହିଜକଲଣନତରକ୍ଷେତ୍ରାଳୁଖ୍ୟାଙ୍କ  
୧୨୩୪୫୬୭୮୯୦ : ; , \_ @ () = / " ! ? \* + #  
ଏୱିଇ୦୭ ଏୱିଇ୦୭ ଏୱିଇ୦୭

El movimiento de un solo trazo para la construcción de cada carácter pretende representar de igual manera la flexibilidad creativa de la marca a adaptarse a diversos entornos.

El isotipo es uno de los elementos mínimos de la marca gráfica siendo la abstracción de FR. Además de este se encuentra el punto que acompaña a la letra "i" siendo este un personaje como elemento propio para la comunicación de la marca.

The movement of a single stroke for the construction of each character is intended to represent in the same way the creative flexibility of the brand to adapt to different environments. The isotype is one of the minimum elements of the graphic mark, being the abstraction of FR. In addition to this, there is the dot that accompanies the letter "i", this being a character as its own element for the communication of the brand.



Diseño flexible

A partir de la construcción de los caracteres para el logo, se desarrolló la Flexus font, una fuente decorativa y juguetona. Estas mismas formas que evocan la flexibilidad fueron inspiración para generar patrones que incluyen algunos caracteres tipográficos.

From the construction of the characters for the logo, the Flexus font was developed, a decorative and playful font. These same shapes that evoke flexibility were inspiration to generate patterns that include some typographic characters.

**HAY.**

**123456788**

**A B C D E F G H I J K L**

**B B H**

**Ticket con la proyecto**

**concepto**

**ganchos**

**flexibilidad**

**Diversidad**

**El punto** es el elemento primario. Es la unidad + simple de la imagen. Todo un mundo se guarda en un punto. Elemento visual primigenio. Vasili Kandinsky

**Platón "el bro"**  
El Banquete

**Font Flex**

**fran cisco**

**versión b**

**HORLA**

**chico chiquito**

**BANQUETE**

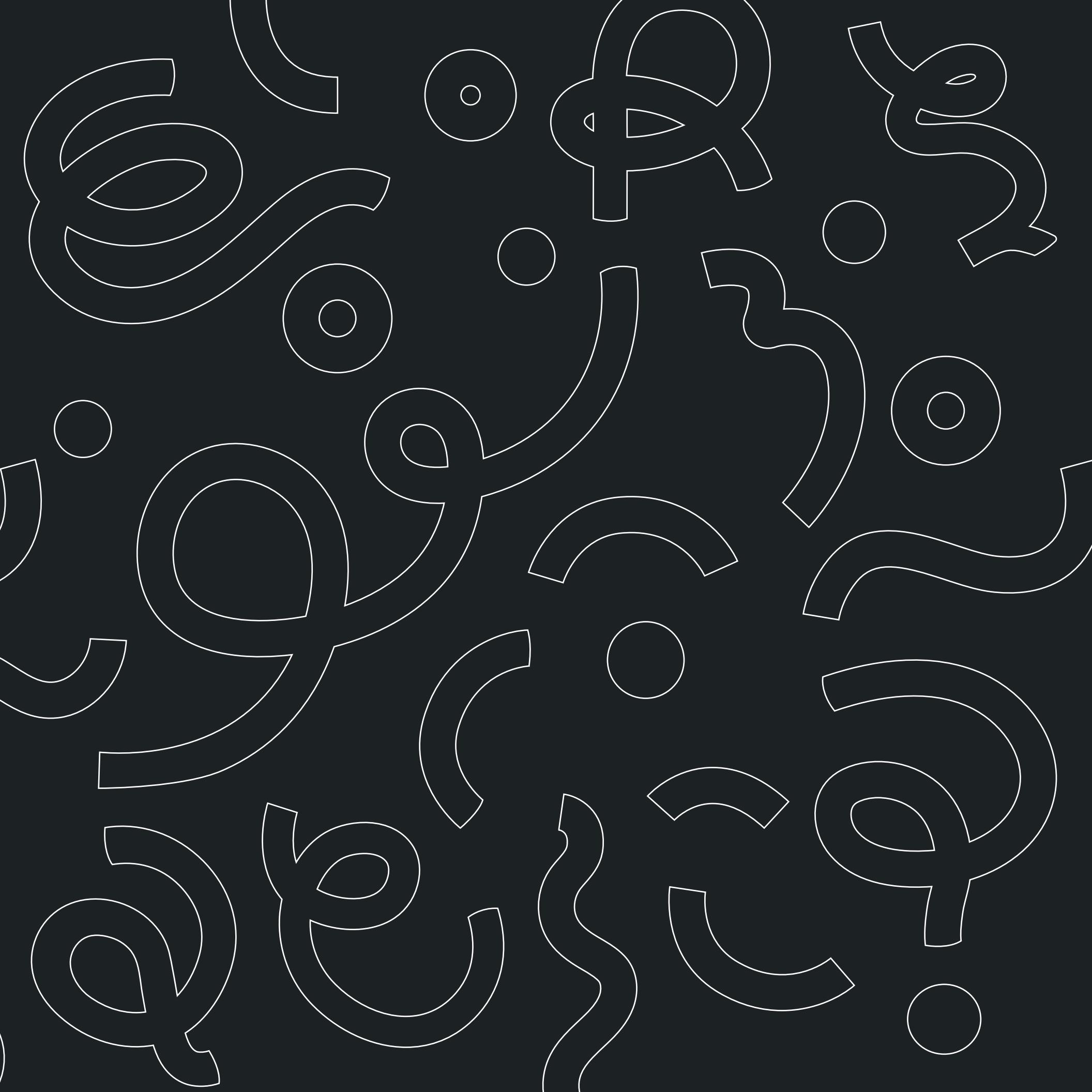
**AHOR**

**MOVIMENTO**

**exploracion**

Bocetos, garotos y exploración.





APRIL 10 ~ MAY 15

# 36 DAYS OF TYPE 2023

MMXXIII

**36 Days of Type**

ORDEN# **002**

Menú

Diseño tipográfico//  
Font Design

**Comensal** Client  
Francisco Rivas

Playlist de trabajo



Un reconocimiento a la constancia.

El interés por la experimentación nos permiten tomar retos propios, y es ese interés me ha llevado de manera constante a participar en el challenge #36DaysOfType que cada año se desarrolla entre los meses de abril y mayo. Dicho reto consta en una convocatoria abierta que explora los límites creativos de las formas de cada letra del abecedario, los participantes tienen un desafío y es de diseñar una letra o un número cada día durante 36 días consecutivos, como un acto global y simultáneo que muestra el resultado de la capacidad de representar los mismos símbolos.

The interest on experimentation allow us to take challenges, therefore, it has lead me to constantly participate in the challenge #36DaysOfType taking place each year between April and May. The before mentioned challenge has an open call that explore the creative limits of letters. The participants has the challenge of designing a letter or number each day through 36 consecutive days. As a global and simultaneous act that shows the result and capacity of displaying new creative ways of expression.





• • •

El interés por explorar las formas de las letras me ha llevado a aprender distintas formas y técnicas de expresión. Entre ellas y para esta edición se enfocó en el ámbito 3d.

The interest in exploring the shapes of letters has led me to learn different forms and techniques of expression. Among them and for this edition it focused on the 3d field.

Accede al proyecto completo desde el código QR.

Access the complete project from the QR code.







# Timi en la OSCURIDAD

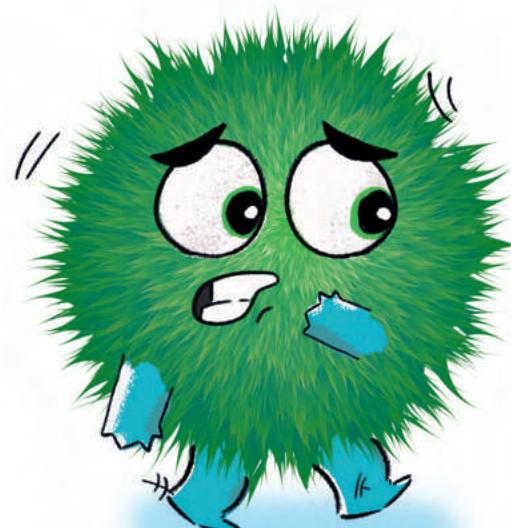
Timi en la oscuridad es un cuento infantil para un público a partir de los 5 años, con lectura acompañada. El cual está enfocado en el manejo de las emociones. Dicho proyecto me permitió el diseño de los personajes de este cuento, así como el mundo que rodea a Timi.

Timi en la oscuridad is a children's story for an audience from 5 years old, with accompanied reading. Which is focused on the management of emotions. This project allowed me to design the characters in this story, as well as the world that surrounds Timi.



Al tratarse de un cuento infantil sobre emociones, se desarrolló junto a la autora el estilo gráfico y la representación de las emociones de los personajes, esto por medio de la asignación de colores como lo representa el libro, y las expresiones faciales de Timi.

As it is a children's story about emotions, the graphic style and representation of the characters' emotions were developed together with the author, through the assignment of colors as represented by the book, and Timi's facial expressions.



Fran cisco // Diseño Flexible



**Timi en la oscuridad**

ORDEN# 003

.....

**Menú\_**

Ilustración infantil//  
Illustration

Diseño de personajes//  
Character design

Diseño editorial//  
Editorial design

**Comensal\_** Client  
Guadalupe Zagunini

Playlist de trabajo

Dada la naturaleza del libro se trabajó un enfoque donde dominara la ilustración, aportando mucho color y considerando los descansos visuales a lo largo de la lectura.

Given the nature of the book, an approach was worked where the illustration dominated, providing a lot of color and considering the visual breaks throughout the reading.







Una tarde, Timi estaba justo haciendo eso: contando historias de monstruos con sus amigos; cuando su padre le dijo:

—Timi es hora de entrar a casa, cenar e irte a la cama.

Cuando Timi entró a su casa y su padre vio su brillante cabellera de un color verde intenso le dijo:

—Te he dicho que no conversen sobre monstruos con tus amigos, hoy tantas otras cosas de las que ustedes pueden hablar. Luego estás con miedo en la noche.

Tras lavar sus manos y comer una rica cena, Timi se fue a la cama con el cabello un poco verdoso; pues aunque la pasaron muy bien durante la cena familiar, aún tenía un poco de miedo al recordar la plática de monstruos que había tenido esa tarde con sus amigos.

15

Accede al proyecto completo desde el código QR.

Access the complete project from the QR code.



—¡He tenido la peor noche de mi vida —contestó su padre.

—Primero, escuché un ruido muy fuerte que me despertó, y tuve miedo de que algo anduviera mal en nuestra casa ¡Así que bajé a toda prisa con mi lámpara para ver qué era! Por más que moví y moví la luz de un lado a otro no vi nada. Luego seguí caminando por alumbrar más lejos y me tropecé con una gran piedra que se había desprendido de la montaña. Me di un golpe tan grande que soltó un quejido y pensé que hasta los iba a despertar.

Cuando me di cuenta de que el ruido que me despertó fue la piedra que había caído, fui de regreso a dormir; pero en el camino me tropecé con el plato metálico de la mascota. No sólo me golpeó las piernas, sino que ¡ahora el pie! Esta vez me quejé no de dolor sino de enojo, pues me molestó muchísimo tropezarme dos veces, y sobre todo ¡golpearme!

Al menos logré ver que no pasaba nada malo en la casa, así que regresé a descansar. Me costó mucho, pero luego recordé todas las cosas que te hemos enseñado a ti para poder dormir tranquilo, y así lo logré. Claro ¡ya era tardísimo! Aquí vengo, ¡todo desvelado!

30

31



#### ¡TIMI NECESA COLOR!

Colorea a Timi según sus emociones y su expresión, recuerda que sus emociones son ENOJO, FELICIDAD, TRISTEZA, CONFUSIÓN Y MIEDO.

30

Se ideó un apartado interactivo al final del libro para que los niños pudiesen asignar por medio del color una emoción a Timi.

An interactive section was adhered at the end of the book so that children could assign an emotion to Timi using color.



# Plato Principal

Main Dish

“**El amor tiene ese estatuto de  
intermedio, pues no es ni bueno ni bello, ni  
feo ni malo, sino unmedio entre ambos”**

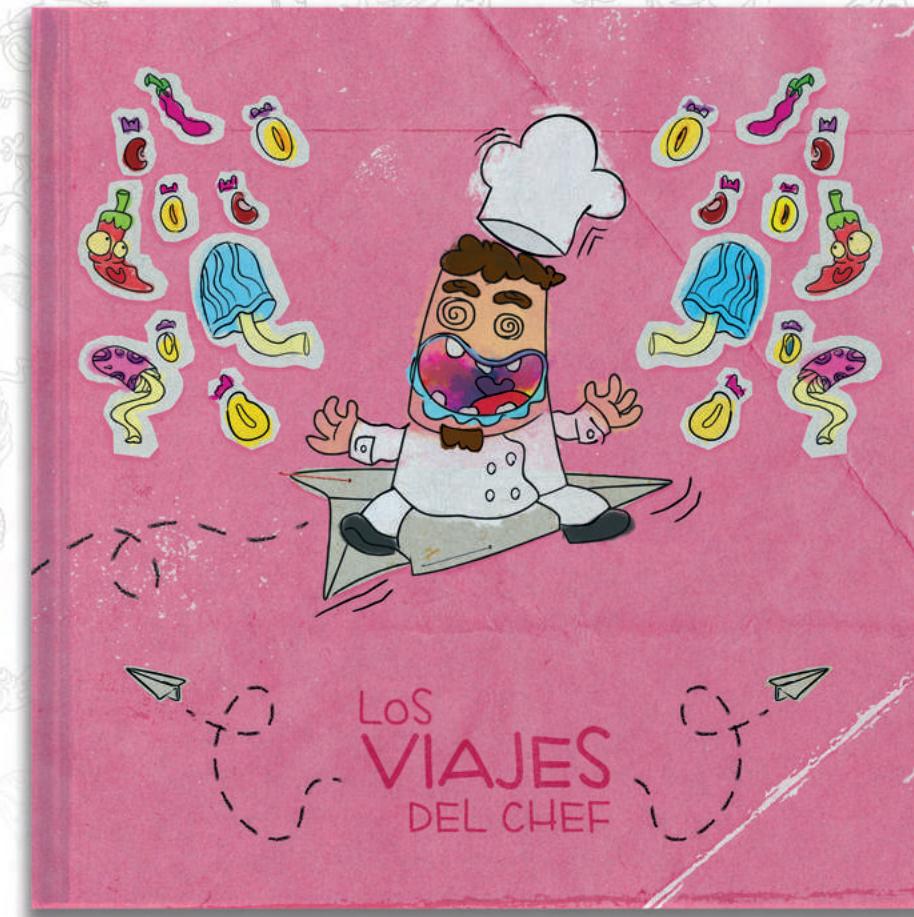
*de*

Las bases de lo que hacemos, la teoría de lo que somos. La morfología de lo que aprendemos, todo junto en una receta. A partir de ello, la oportunidad de experimentar y dejarnos sorprender a nosotros mismos de todo lo que somos capaces. Dejar que la cocción de las ideas nos permitan seguir amando cosas nuevas.

the base of what we do, the theory of what we are. The morphology of what we learn, every amounts to a recipe. Starting from the above, the opportunity of experimentation and let us fascinated ourselves of what we are capable of. Let the cooking of ideas be a continuation of love for new endeavours.

"Love has this status of intermediary, for it is neither good nor beautiful, neither ugly nor bad, but a mean between the two."





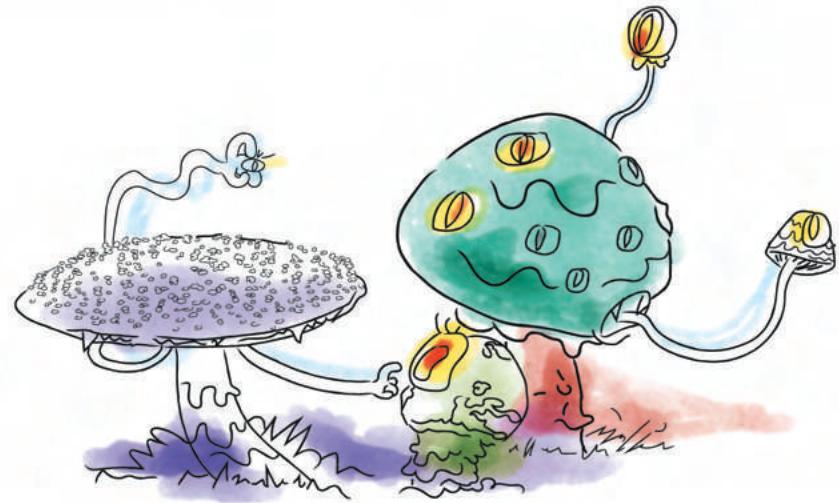
**Self Branding**

ORDEN# **004**

**Menú\_**  
Ilustración// Illustration  
Conceptualización//  
Creative Concept

**Comensal\_** Client  
Francisco Rivas

Playlist de trabajo



Diseño editorial y de ilustración con una perspectiva sarcástica de lo que implica la ingesta de drogas de origen natural y de manera cotidiana. El proyecto plantea un juego de palabras, entre la ingesta de drogas. Cuestiona de manera indirecta y hasta cierto punto educativo sobre el consumo de comestibles con propiedades alucinógenas o adictivas. Tan cotidianas como el chile y los picantes, siendo este probablemente un tema que la sociedad debería discutir más abiertamente.

# LIBRO ILUSTRADO

ideas\_concepto

Viajes - Tierras desconocidas - Experto gourmet - Recetas

¿Si pudiéramos hablar con nuestra comida que le diríamos?

Es ese momento en el que descubrimos lo que sucede cuando se unen dos adicciones. La comida y su cultura, junto al impulso por viajar. No importa como, lo importante es viajar.

## SOBRE EL LIBRO...

Un libro ilustrado del proceso y receta a modo de anatomía de diversos platos, comidas y bebidas, las cuales son personajes vivientes, residentes de Foodie land. Una tierra alterna donde Arturo, Un crítico gourmet viaja y conoce a través de la ingestión de estupefacientes, psicodélicos y similares. Explora y documenta a estos personajes por medio de su libro.

Un viaje a Foodie land  
Amigo lector:

Soy Arturo Abas, todo el mundo me llama Arturito. Si has leído mi diario de campo es porque ya realicé mi último viaje. Durante mi vida me encantó conocer diversas culturas y explorar su deliciosa gastronomía. En especial la comida que es posible encontrar en las calles y avenidas. Siempre me encantó experimentar y atreverme a combinar sabores, colores y sensaciones. Atreverme a probar lo que otros no se atreven, y confieso que fui un adicto a la experimentación.

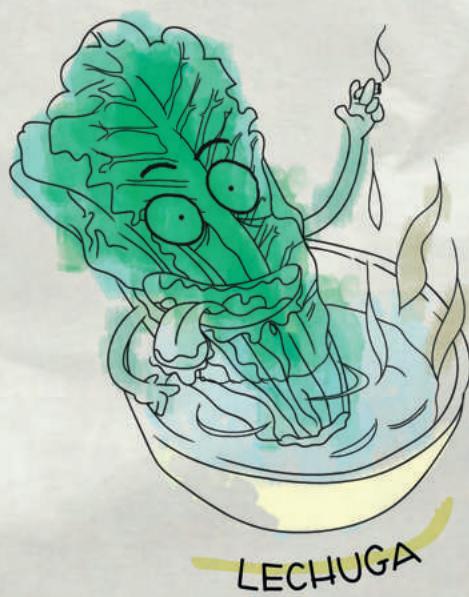
Por todo lo que viví en mis viajes a Foodie land dediqué un par de líneas que todos mis amigos descubiertos y explorados en este libro, muy bien estuvieron felices y agradecidos por ello. Espero algún día podamos viajar de una manera más cómoda y legítima. Y si algún día encuentras el camino a esta tierra lejana saluda de mi parte a Tito, yo sé que serán buenos amigos.

P.D: Ten precaución con Happymiento, tiende a ser muy violento, aunque es un buen chico. Con el tiempo aprenderás a controlarlo.

Editorial design and illustration with a sarcastic perspective that implies the abuse of drugs from natural sources in a daily manner. The project showcase a word's game between the consumption of drugs. It indirectly questions the consumption of products with addictive properties at the same time that seek to educate about them. Daily as the pepper and hot sauces turns, probably, in a topic that society should talk about openly.



Algunos consideran que la lechuga es originaria de la India, aunque otros la sitúan en las regiones templadas de América del Norte. Es en esta zona donde pude conocer una manera espléndida en su aplicación a recetas originales. Esto se ha expandido hacia el sur.



Reino: Plantae  
Especie: *Lactuca sativa*  
Origen: Sur de Europa

La lechuga que comúnmente usamos para ensaladas, si se toma como té es tóxica, pues el látex blanco y lechoso que segregá tiene principios narcóticos y en altas concentraciones, puede provocar "viajes" similares a los del LSD.

Hay determinados alimentos que, aunque parezcan inofensivos, no lo son. Algunos de ellos pueden provocar alucinaciones, si los tomamos en cantidades altas o en preparaciones y recetas especiales.



Lugar: México - C.A.  
Reino: Fungi  
Vive en: Zonas boscosas y frías con mucha humedad.

## Ruta a Foodie Land

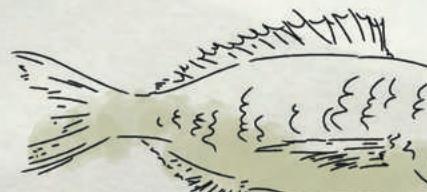


Sí te interesa explorar un mundo nuevo, un universo de sabores, sensaciones y colores. Eres uno de los míos. He viajado alrededor del mundo buscando aquellos ingredientes y platillos que te aportan una experiencia nueva a la vida.





Lugar: litoral atlántico y occidente del mar mediterráneo (Isla Orkney y Noruega)  
Vive: 400 m de profundidad en el mediterráneo  
Talla: 25 - 60 cm  
Peso: + 6 kg

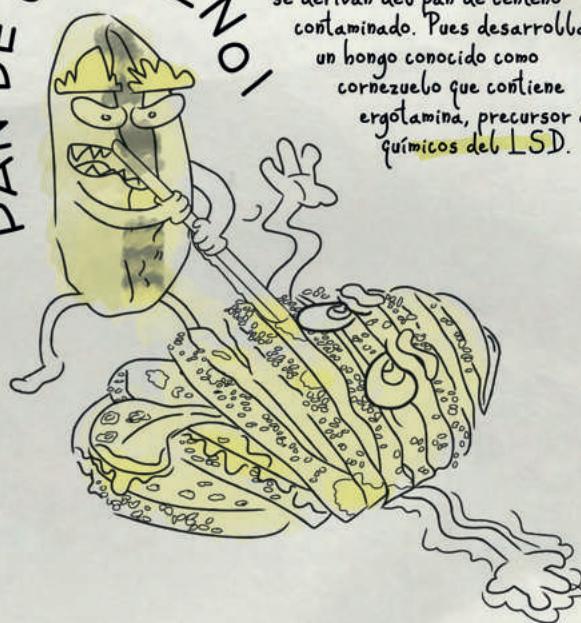


## BESUGO

Este pez tiene un aspecto típico de espárido, forma ovalada, cuerpo alto y comprimido lateralmente. Cabeza corta y redondeada, boca pequeña y ojos grandes. Dorso rojizo pardusco y costados plateados.

## CENTENO / PAN DE CENTENO

Actualmente se sabe que esas sensaciones psicodélicas y nocivas se derivan del pan de centeno contaminado. Pues desarrollaba un hongo conocido como cornezelvo que contiene ergolamina, precursor de químicos del LSD.



## UN MAPA PARA LOS QUE BUSCAN TESOROS ESPECIALES!



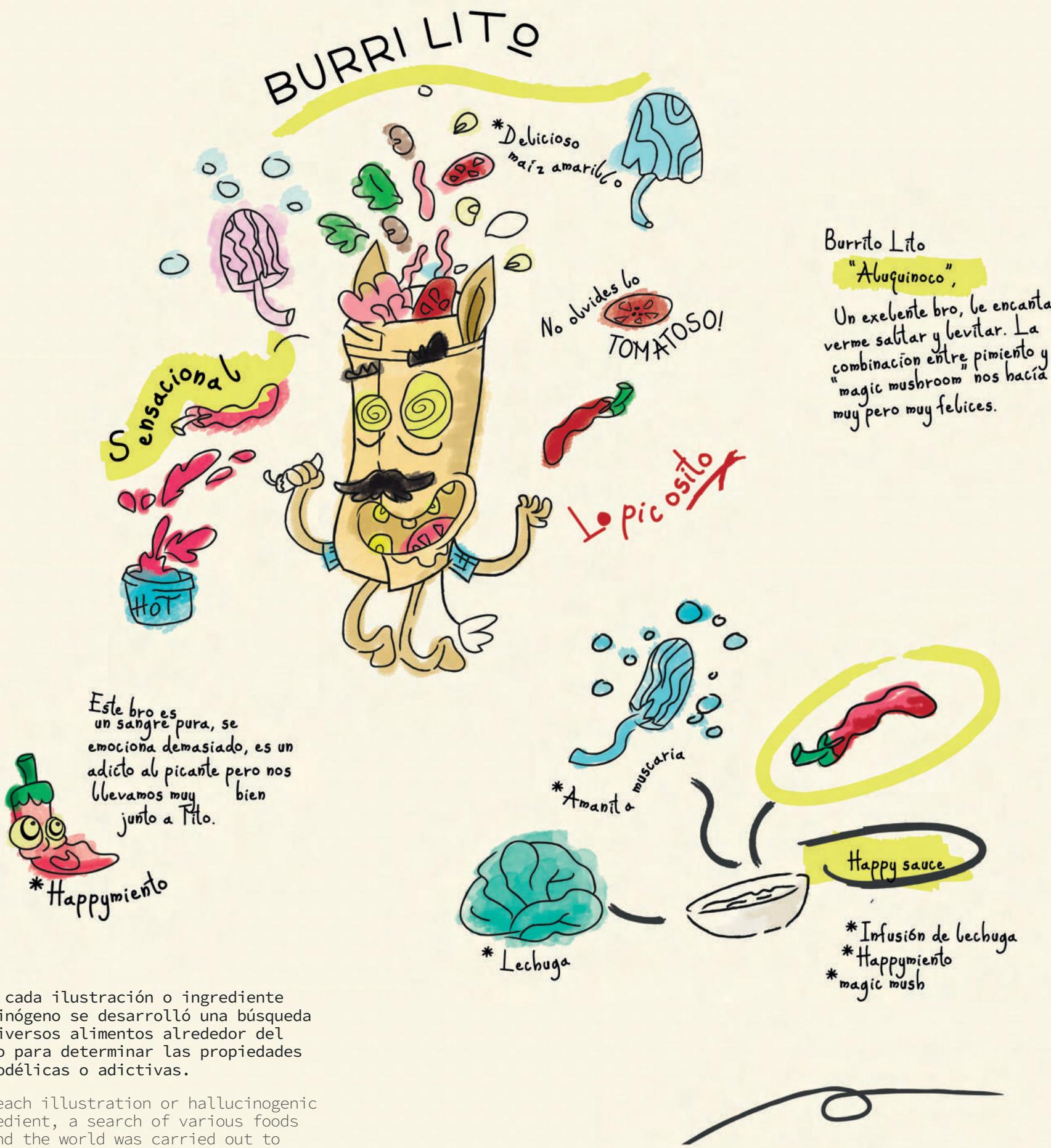
Lugar: Edad media, Nueva Inglaterra, EE. UU y Europa

Consumido en la edad media, donde era frecuente que la gente experimentase viajes, aunque no se sabía exactamente la razón. Se creía que se debía a la posesión de demonios.

La nuez moscada contiene el compuesto activo miristicina, el precursor químico del MDMA: alucinógeno psicoactivo bastante potente, si se consume en dosis adecuadas. Con solo entre 5 y 15 gramos de nuez moscada será suficiente para conseguir un efecto bastante importante. Puede tardar hasta 8 horas para percibir sus efectos, pero varios días en desaparecer.

## INDONESIA







Libros de viaje,  
de referencia

Chef Arturo Alas



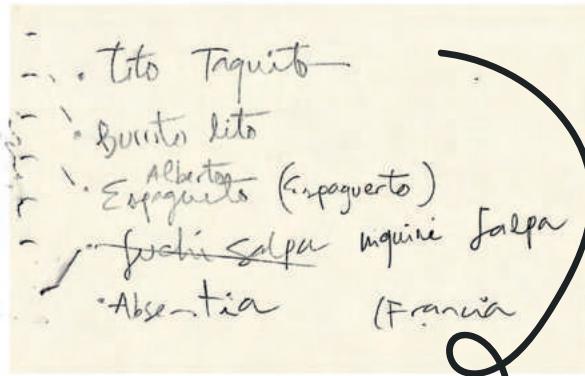
retrato

guardia	concepto racional
---------	----------------------

Historia	ilus qes viaje
----------	----------------------

contexto de quimiquies nical ap hicknames	medios de de transporte
--	----------------------------

Que pasaría si  
hablaramos con nuestra  
comida?



Personajes  
de dif  
lugares

los viajes del chef

viajeros  
Drogas

Viaje

Ir de un lado a otro  
(Viajes al mundo  
de las drogas)

Estado de drogadicción

Drogas naturales



TREVETE 1 VIJAT =

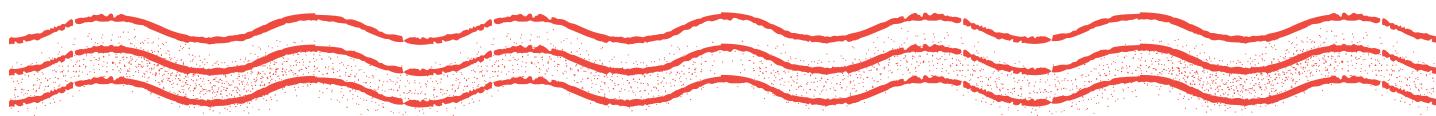
Perugianum ad  
audendum

TREVETE 4 VOLTE =  
ausa volare

Volar = aviones de papel,  
instantes de vuelo



Sabor y cantidad  
en tu paladar



**Al Tazón**

ORDEN# **005**

**Menú\_**  
Ilustración// Illustration  
Diseño de marca//  
Branding

**Comensal\_** Client  
Francisco Rivas

Playlist de trabajo

Para este proyecto se rationalizó el origen de la comida asiática en nuestro país y región, tomando a consideración la forma en como siendo una región de paso se tropicalizan nuevas costumbres, tradiciones, lenguaje y comida. Esa mezcla da origen al naming de marca.

In this project the origin of Asian food was justified and the region adjust its new customs, traditions, languages and food. The before mention mixture gives birth to the branding.

**Versiones de marca//** Brand version



**MENÚ**

Sabor y cantidad en tu paladar.

手人

**ENTRADAS**

**Wantantan y salsa teriyaki**  
Masa muy fina y rellena de carne picada de res y al gusto de salsa teriyaki. \$5.99

**Bao yu**  
Cuatro bollitos rellenos con carnes (res, cerdo o pollo) cocido al vapor. \$6.50

**Rollos main**  
Rollos fritos al estilo mein rellenos de carne molida de res caramelizada. \$6.99

**Alitas en el tazón**  
Ocho alitas de pollo en salsa desde nuestro tazón, acompañadas de papas sazonadas al estilo chino. \$9.95

**NOODLES**

**Ramen Al tazón**  
Deliciosa preparación de tallarines, cerdo asado, hongos, cebollín y pollo. \$8.99

**Sopa wantantan**  
Sopa a base de caldo de pollo, vegetales, tallarines y wantan de pollo. \$6.50

**Lluvia de fideos**  
Preparación de chow mein al estilo chino, con camarones, vegetales y res asado. \$9.99

**Delicias desde China directo  
Al tazón.**

1/2 →

Al tazón de arroz mixto

ALTAZON Sabor y cantidad en tu paladar

**BOWLS**

**Res con vegetales**  
Lomito de res con retoño de cebolla y vegetales al estilo de la casa. \$6.50

**Camarones tempurizados**  
Camarones tempurizados salteados en salsa agridulce acompañado de cebollín. \$12.99

**Camarones con vegetales**  
Camarones salteados acompañados de vegetales, marañón, retoño de soja y salsa yakí. \$10.95

**BEBIDAS**

**Té frío lai zu**  
Refrescante bebida a base de té verde y zumo de limón con un toque de yerba buena, fresas o pepino. \$2.55

**Café-pioca**  
Bebida fría de café, leche de soya y pioca. \$3.99

**Té verde**  
Bebida caliente a base de té verde con un toque de manzana y canela. \$1.99

**Zou fun**  
Bebida preparada a base de alcohol de arroz, yerba buena, jugo de lima. \$4.99

**POSTRES**

**Pastel xian**  
Postre en una masa fina llena de pétalos de rosa endulzados, con un toque de chocolate y glass. \$4.55

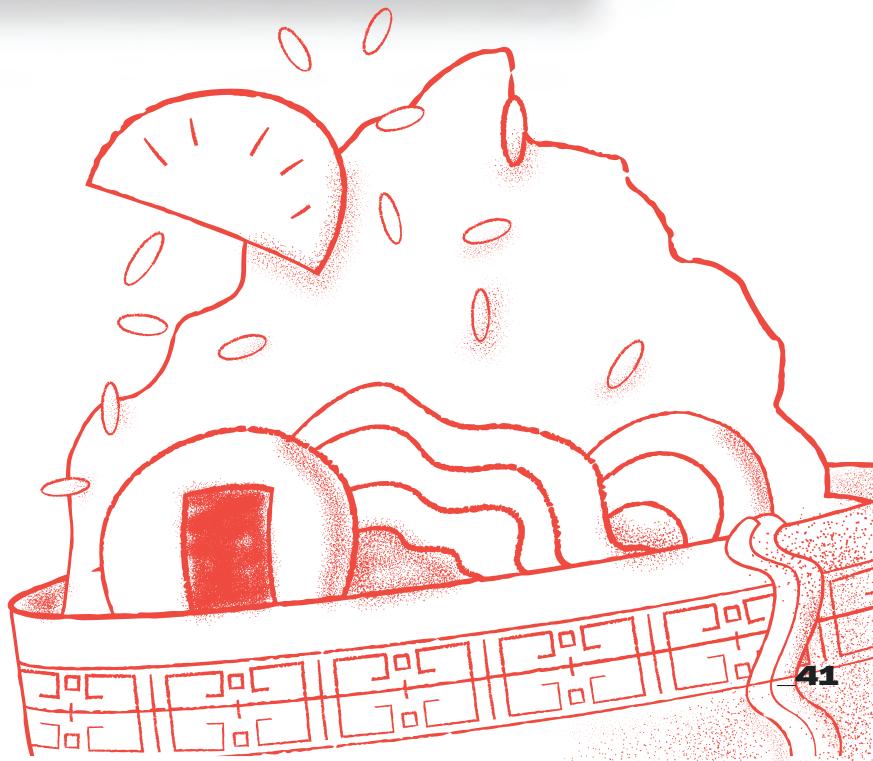
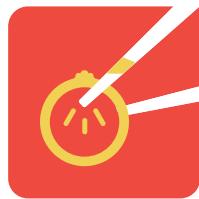
**Pastel de arroz**  
Pastel de harina de arroz glutinoso aromatizado con azúcar moren y fresas. \$3.25

**Flan tempura**  
Flan de caramelo tempurizado junto con sorbete de arroz en leche. \$3.99

**Wantan de queso y fresas**  
Deliciosos wantantes de harina de trigo rellenos de dulce de queso y fresas y polvoreados con azúcar glass. \$4.49

2/2 →

www.altazon.com



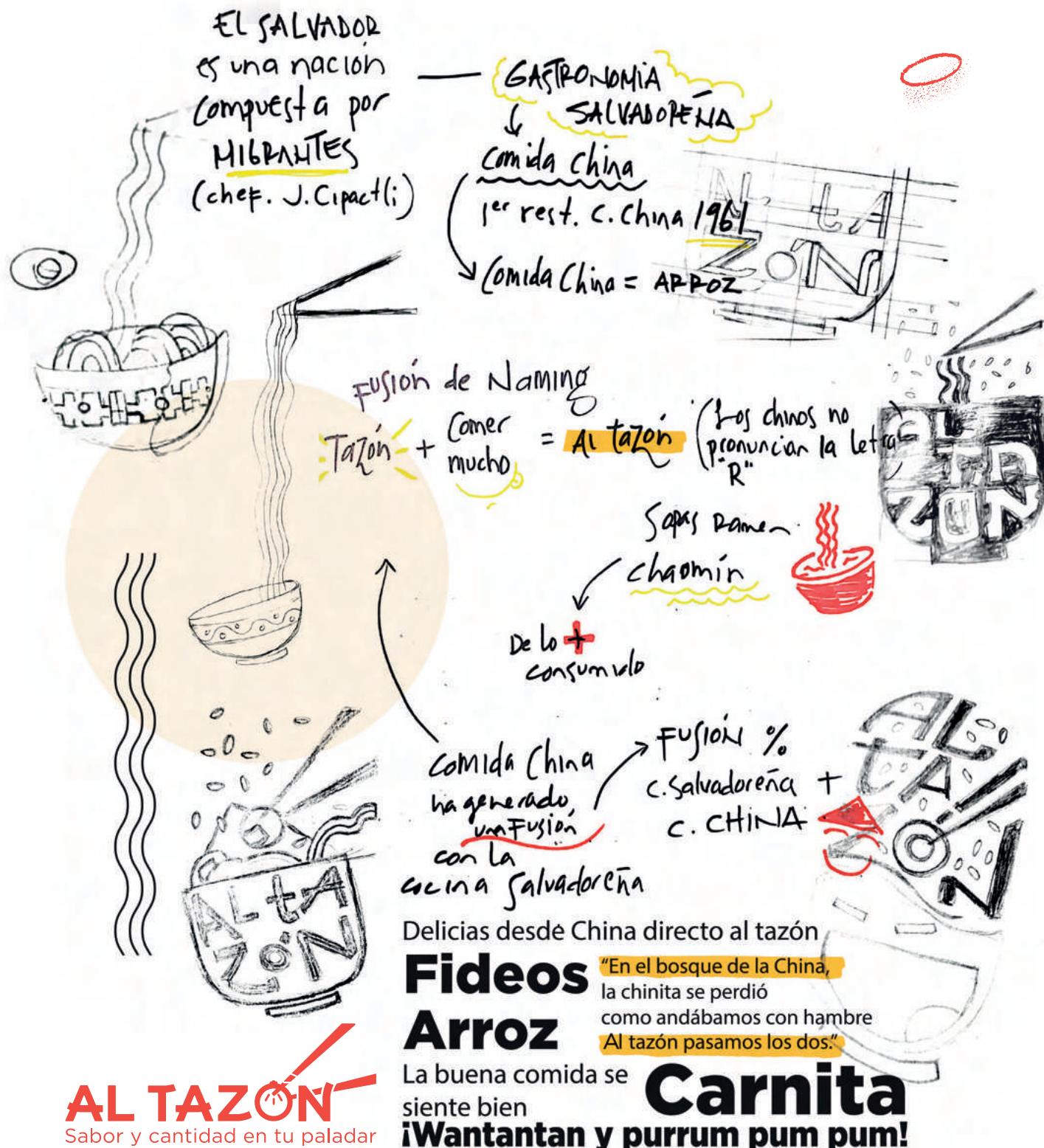


Al Tazón, una marca de comida pensada para un viajero que busque saciar su hambre, llenar su tazón. Como parte de los elementos gráficos se consideró el uso de la ilustración de platillos representativos de la marca y de la comida asiática.

Al Ttazón, a brand of food designed for a traveler looking to satisfy their hunger, fill their bowl. As part of the graphic elements, the use of illustrations of dishes representative of the brand and Asian food was considered.



Proceso// Process







La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) desarrolló un proyecto enfocado en la promulgación de la herencia indígena y afrodescendiente de los platillos del territorio salvadoreño, a través de un Recetario ancestral, con alimentos nutritivos y de fácil preparación. Para este proyecto se trabajó de manera colaborativa, y tuve la oportunidad de ejecutar la dirección fotográfica, así como el food styling de dichos platos.

The Food and Agriculture Organization of the United Nations developed a project focused on the promulgation of the indigenous and Afro-descendant heritage of the dishes of the Salvadoran territory, through an ancestral recipe book, with nutritious and easy-to-prepare foods. For this project we worked collaboratively, and I had the opportunity to carry out the photographic direction, as well as the food styling of said dishes.

**Ancestral**

ORDEN# **1006**

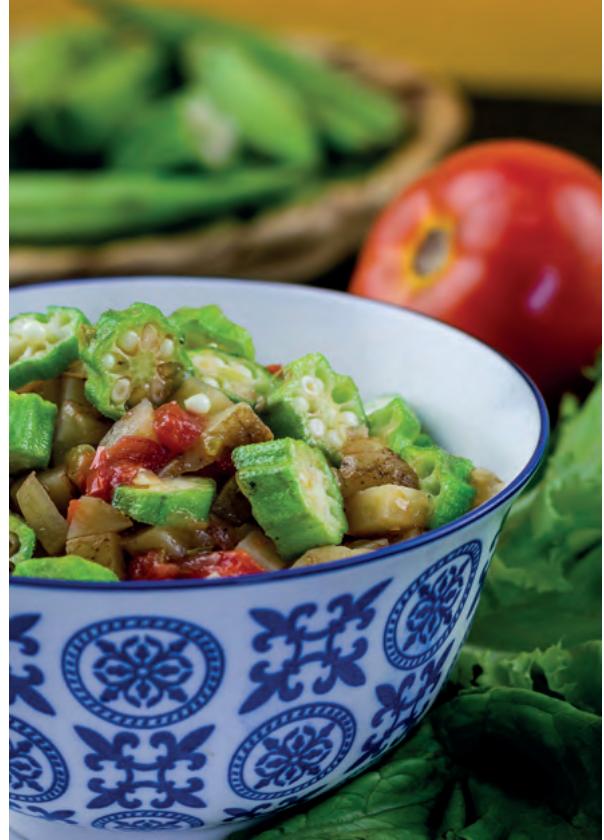
**Menú\_**  
Fotografía// Photography  
Food styling//  
Food Styling

**Comensal\_** Client  
FAO El Salvador

**Equipo de Chefs\_** Chef team  
Otoniel López/ Fotografía,  
Post producción - Post production  
Jorge Cipactli/ Cocina

**Playlist de trabajo**









# Jugando·ANDÔ

Imaginar también es parte del juego

***jugando Ando***

**ORDEN# 007**

**Menú\_**  
Ilustración// Illustration  
Diseño de marca//  
Branding

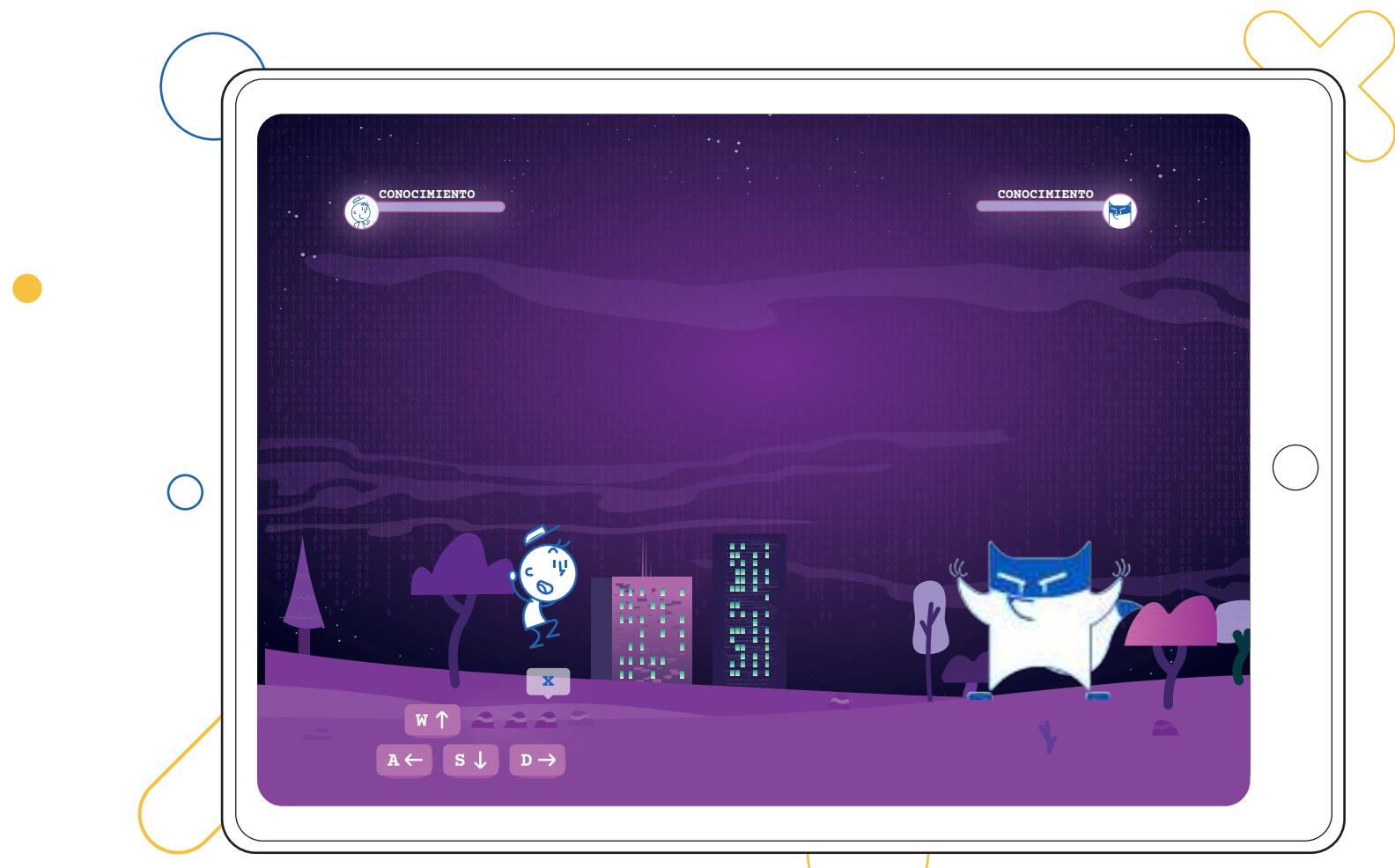
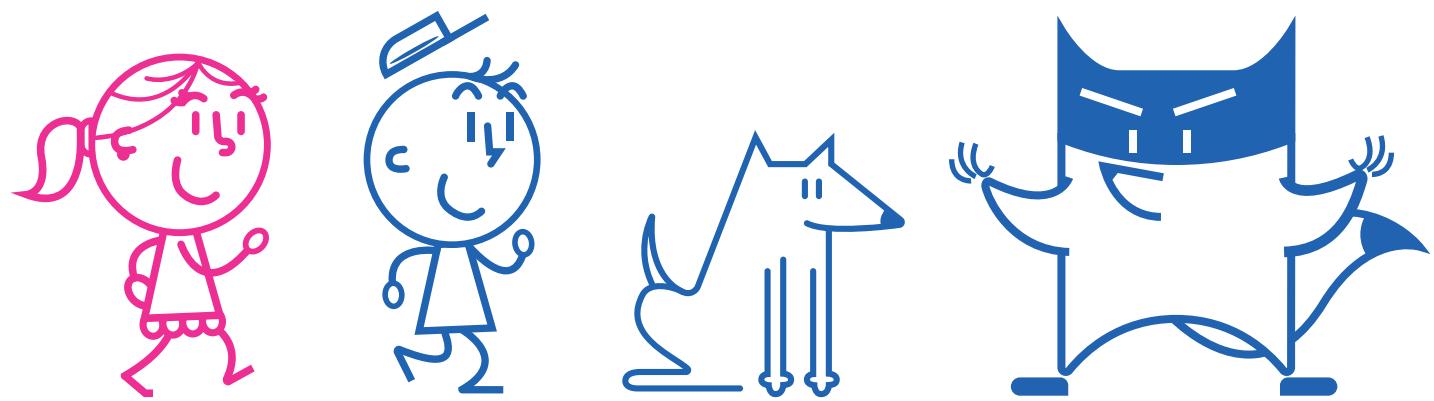
**Comensal\_** Client  
Tanteo Studio

**Equipo de chefs\_** Chef's team  
Sofía Rivas, Alfonso Coto,  
Luis Bonilla - Programación/  
Programation

**Playlist de trabajo**

Jugando Ando es un videojuego desarrollado como participación en el primer concurso de desarrollo de videojuegos, denominado PINfantil y organizado por el Centro Nacional de Registros. Para este proyecto se trabajó de manera colaborativa en la conceptualización del juego, la imagen gráfica del video juego, así también los personajes que formaban parte del mismo.

Jugando Ando is a video game developed as participation in the first video game development contest, called PINfantil and organized by the National Records Center. For this project, we worked collaboratively on the conceptualization of the game, the graphic image of the video game, as well as the characters that were part of the game.



# ARTISTAS X Historias

2021



# ART!

2021

Artistas por historias es un proyecto de subasta de arte a beneficio de la organización Contextos El Salvador, por sus 10 años de trabajo en el país. Para esto se trabajó de manera colaborativa la marca gráfica para la campaña, y piezas de comunicación para redes sociales.

Artistas por historias is an art auction project to benefit the organization Contextos El Salvador, for its 10 years of work in the country. For this, the graphic brand for the campaign and communication pieces for social networks were worked collaboratively.



**ARTISTAS  
X Historias**  
2021

Subasta benéfica para  
la transformación educativa.

**8, 9 y 10  
DIC  
2021**



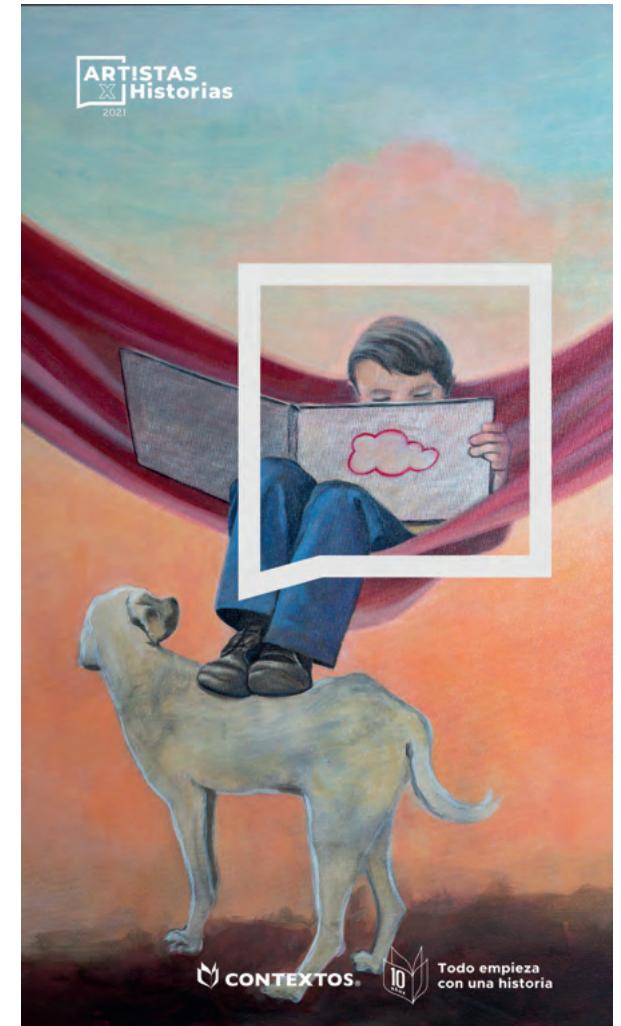


La propuesta gráfica se desarrolló bajo la idea conceptual de los **reflejos** y como nuestra labor está acompañada de manos llenas de amor que muestran con esfuerzo de lo que somos capaces.

The graphic idea was developed under the conceptual precept of **reflections** and how our work is accompanied by hands full of love that show with effort what we are capable of.



Fran cisco // Diseño Flexible



Junto al equipo de diseño y comunicación se desarrolló un visual para integrar y presentar las obras que formaban parte de la colección de la subasta benéfica, complementando a la marca gráfica desarrollada.

Together with the design and communication team, a visual was developed to integrate and present the works that were part of the charity auction collection, complementing the graphic brand developed.

**Refresh**

ORDEN# **009**

**Menú**

Diseño web// Web design

**Comensal**\_ Client  
Grupo Plan B

**Equipo de Chefs**\_ Chefs team  
Fátima Molina/  
Project Manager  
Paola Ortiz, Lidia Echegoyen/  
Contenido  
Mauricio González/ Desarrollo

**Playlist de trabajo**

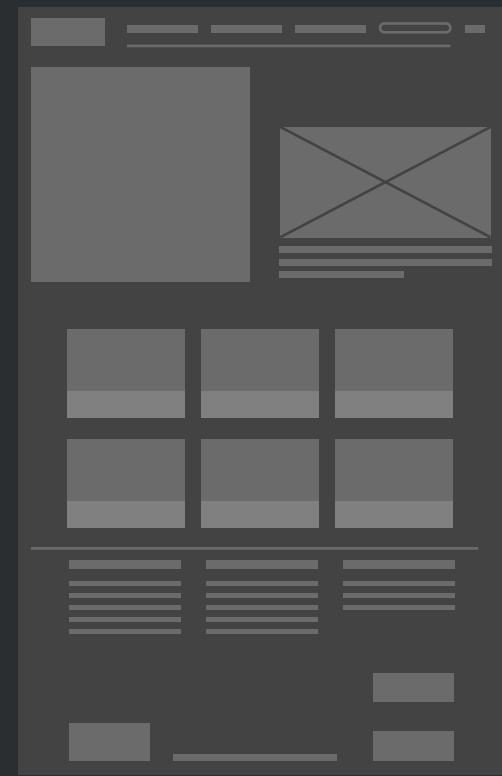
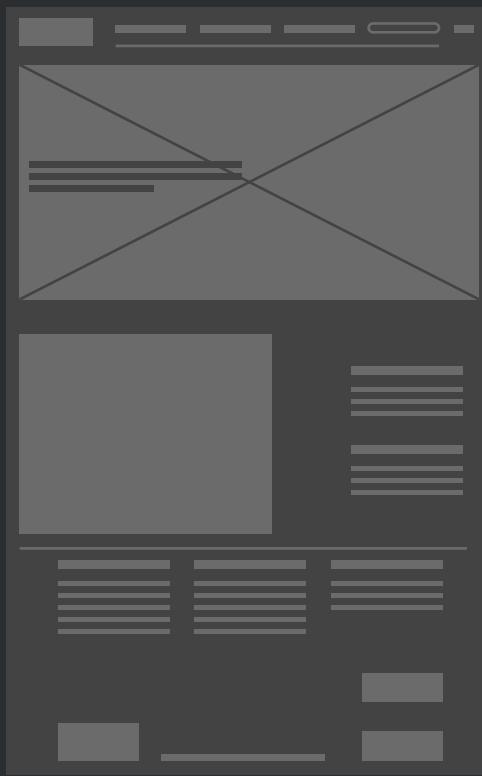
Grupo Plan B es una agencia de marketing digital enfocada en proporcionar distintas soluciones en el mundo digital. Junto al equipo multidisciplinario se desarrolló un refrescamiento de su sitio web con el propósito de actualizar la presencia en línea, así como organizar de mejor manera su contenido.

Grupo plan B is a marketing digital agency aim to provide different solutions in a digital world. Along with the multidisciplinary team a website refresher was developed with the purpose of updating the online presence, as well as to organise in a better way its content.

Accede al proyecto completo desde el código QR.

Access the complete project from the QR code.





Parte del proceso contempló la estructuración de la información, así como se propuso el uso de una iconografía más limpia, manteniendo los bordes redondeados característicos de la marca gráfica. Crómaticamente se propuso un cambio para reducir la presencia de naranja y la predominancia de negro y blanco.



Part of the process included the structuring of the information, as well as the use of cleaner iconography, maintaining the rounded edges characteristic of the graphic brand. Chromatically, a change was proposed to reduce the presence of orange and the predominance of black and white.



**Publicidad BTL-ATL  
y Digital**



**Social Media  
Marketing**



**Producción  
Multimedia**



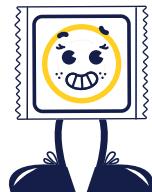
**Inteligencia Artificial**



**Creatividad  
Digital**



**B-Commerce**



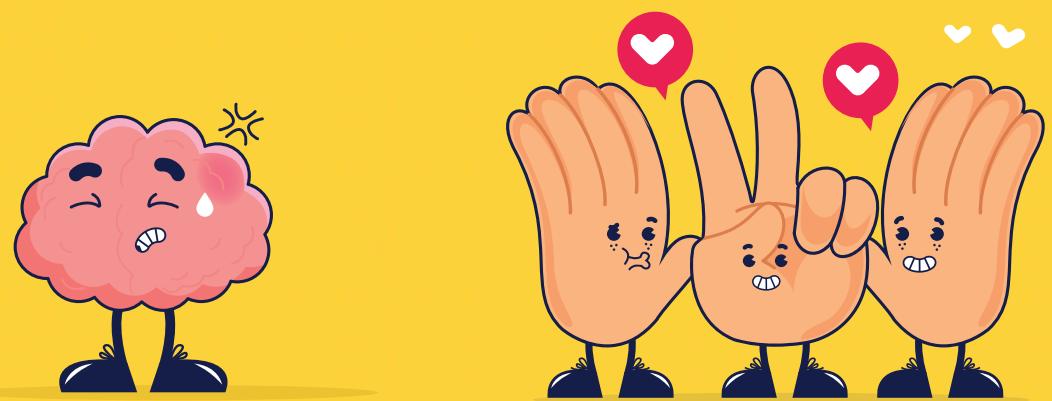
Match con tu salud es un programa enfocado en brindar educación y consejería relacionada al VIH y otras ITS. Para ello por medio de Grupo Plan B se desarrollaron diversas campañas de comunicación en pro de la educación sexual. Desarrollando la campaña “Estamos Preparados”. Para lo cual se diseñaron personajes para la comunicación de dicha campaña. Así como el motion design de piezas para redes sociales. Así otros aplicativos.

Match con tu salud is a program aiming to provide education and advisory services related to HIV and STI. Through Grupo Plan B diverse communication campaigns were developed looking to impact sexual education positively developing the campaign ‘estamos preparados’. For this purpose, characters were developed for the communication of this campaign. As well as the motion design of pieces for social networks. So other applications.



Por medio del desarrollo de personajes se generó toda la comunicación de la campaña educativa, Los personajes se convertían en eje central de las piezas visuales.

Through the development of characters, all communication of the educational campaign was generated. The characters became the central axis of the visual pieces.



Proceso// process



Garabatos de una idea primigenia de animación



**Mil Historias**

ORDEN# **011**

**Menú\_**

Diseño de animación//  
Motion design

Producción multimedia//  
Media Production

**Comensal\_** Client  
Contextos org.

**Equipo de Chefs\_** Chefs team  
Adaly Fuentes/ Multimedia  
Otoniel Lopez/ Etalonaje

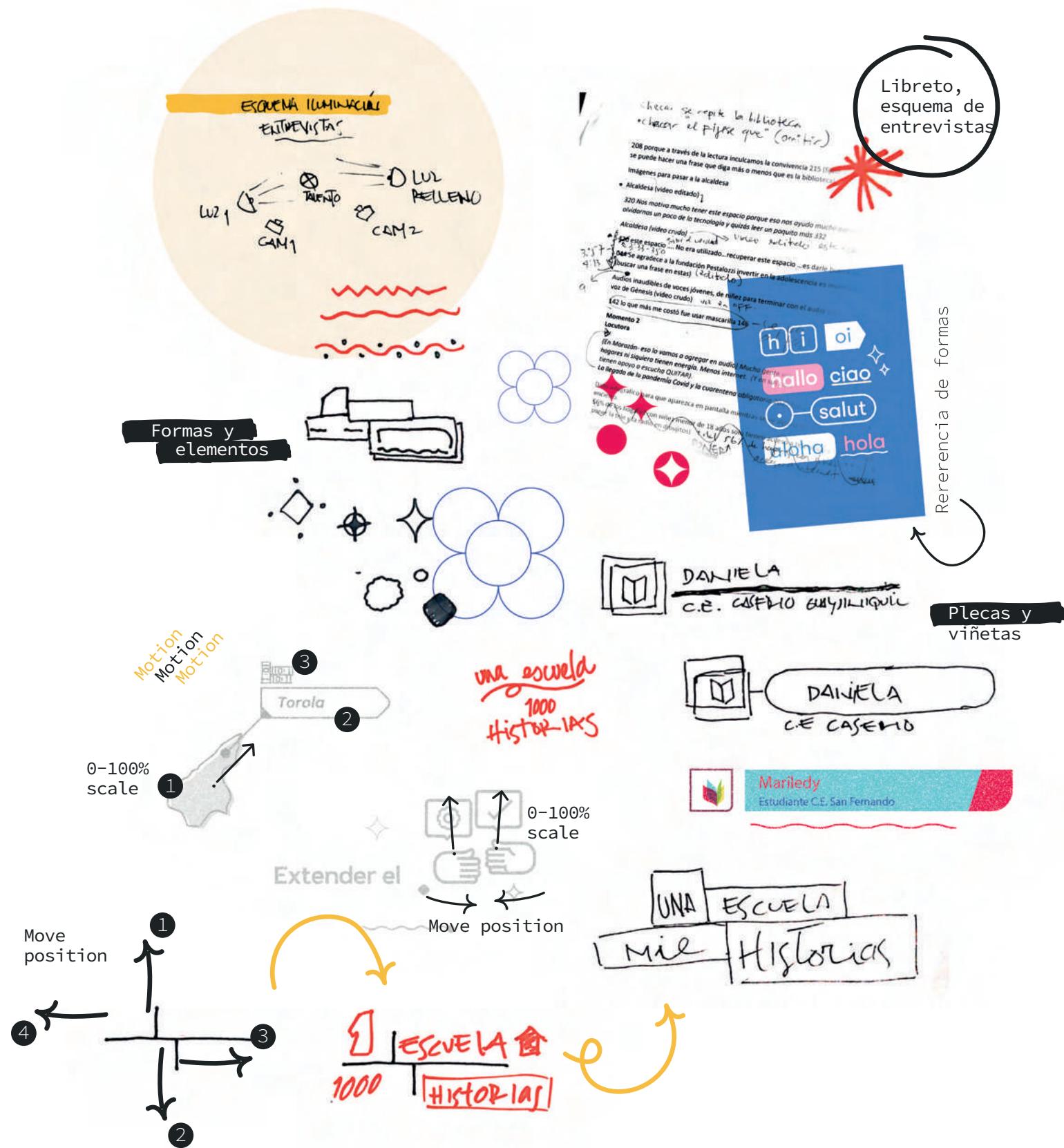
**Playlist de trabajo**

1 Escuela mil historias es un proyecto ejecutado en el departamento de Morazán y desarrollado por la organización Contextos, una ONG que trabaja para el desarrollo de la infancia por medio de la literacidad. Al cabo de este, tuve la oportunidad de producir un registro audiovisual que reflejara los alcances en beneficio de la infancia local. Para ello se realizó un registro fotográfico, así como una producción audiovisual para obtener de las voces beneficiadas dichos alcances.



1 Escuela, 1000 historias is a project developed by Contextos organization, a non-governmental organization that works for infants development through literacy. The above mentioned project was developed in the department of Morazan. The objective of it was to look to develop an audiovisual product that showcase the benefits towards the local infants. In achieving this a photographic registry was taken as well as audio-visual production to get the voices of those benefited from the project.





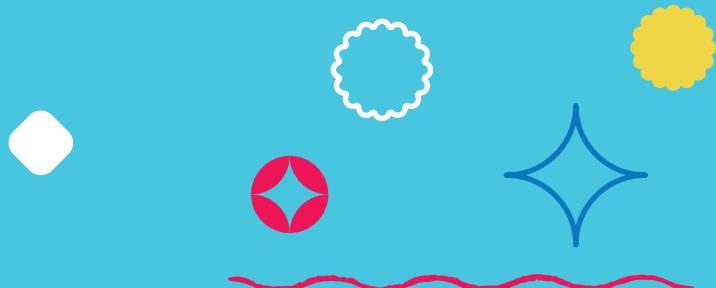
## Visual elements

Both the graphic elements and the color palette were developed maintaining the visual style of the organization to maintain communication dynamism.



## Elementos gráficos

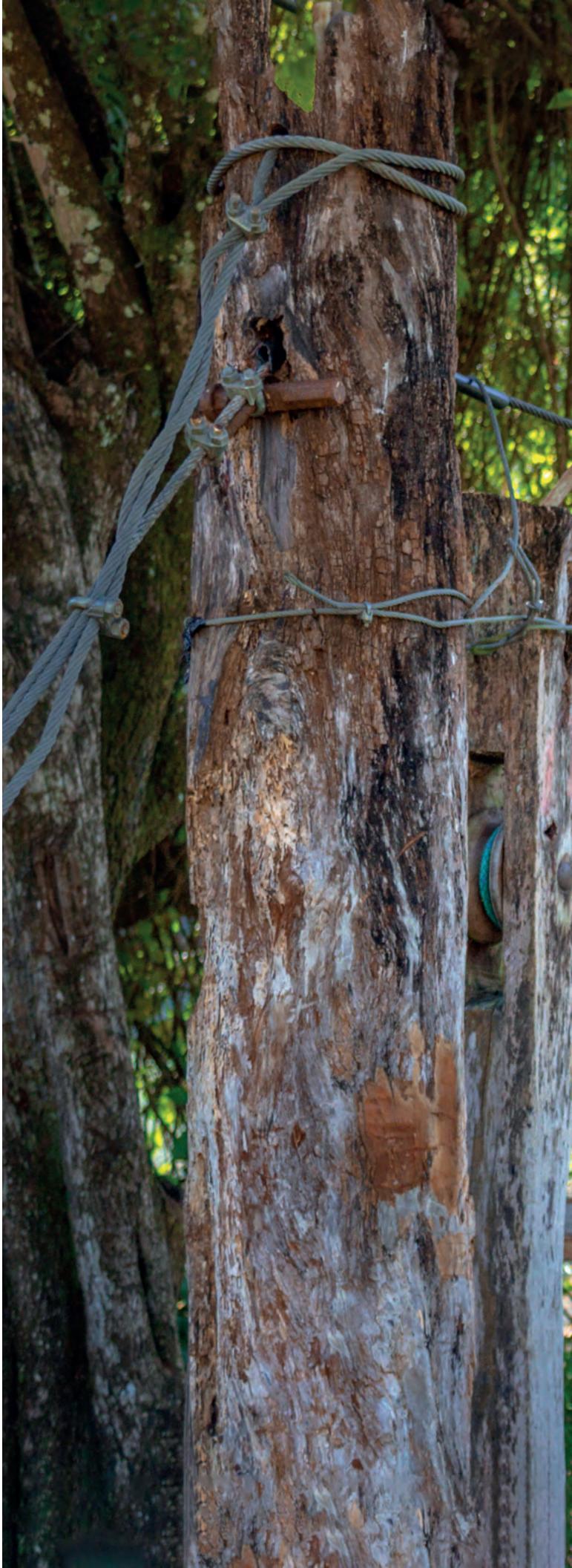
Tanto los elementos gráficos como la paleta cromática fueron desarrollados manteniendo el estilo visual de la organización para mantener el dinamismo comunicacional.





El registro fotográfico permitió documentar el contexto en que las poblaciones beneficiadas viven, a su vez dar un enfoque hacia la fotografía social, para representar las dificultades, limitantes y resiliencia de cada comunidad beneficiada.

The photographic record allowed us to document the context in which the beneficiary populations live, in turn giving a focus to social photography, to represent the difficulties, limitations and resilience of each beneficiary community.





# Sobremesa



Dessert

“Al momento en que somos conscientes  
de cuán relevante es nuestra  
oportunidad de amar, en ese momento  
somos más capaces de crear”

*Le* ...

Sed de conversar, digerir ideas. Brindar opiniones. Son parte del banquete de la vida. Forman el criterio del creativo en constante construcción. En esa confianza y libertad que da rienda suelta a la creatividad en pleno movimiento.

Thirst for brainstorming, digest ideas. Give options. Those are life feast essentials. These create the creative benchmark in a constant construction. In that trust and liberty that unleash creativity in full movement.

"The moment we are aware of how relevant our opportunity to love is, in that moment we are more able to create"





# MESTIZO

{expres}





Accede al contenido multimedia desde el código QR.

Access media from the QR code.



Mestizo expres nace de la expresión propia del origen del café Pacamara, que es el mestizaje entre dos clases de café. Esta idea da origen a una propuesta de marca de bebidas enlatadas para degustar del café.

Las combinaciones de las bebidas surgen a su vez de la misma idea del nombre de la marca siendo un mestizaje de sabores. La selección de nombres y descriptivos de cada bebida se desarrolló considerando el tipo de público y el enfoque de la marca.

Mestizo express was born from the own expression of Pacamara café which is the crossbreeding between two types of coffee. This idea gave origin to one brand proposal of can beverages that lets try coffee in a faster way.

The beverages combinations comes from the brand own name that allows the flavours to mix. The name selection and description of each beverage was developed thinking about the public and the branding aim.

**Mestizo**

ORDEN# **012**

.....

**Menú\_**

Diseño de animación// Motion design

Diseño de marca// Branding

**Comensal\_** Client Francisco Rivas

PLaylist de trabajo





Mistik-ccino

Bebida de café con leche de almendras, canela y panela.



Choco-latte

Bebida de café con leche y un toque de chocolate.



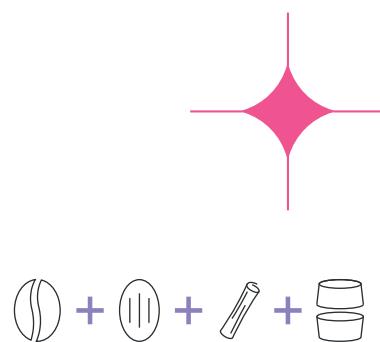
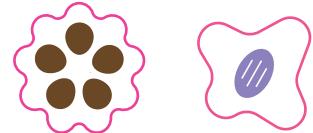
K-ppuccino

Bebida de café con leche baja en grasa tipo cappuccino.

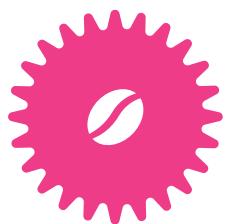
#### Elementos gráficos

Para el diseño de los elementos gráficos se tomó en cuenta características propias de cada bebida para así otorgarle elementos identitarios a cada una, y estos varían desde su color hasta la iconografía utilizada de manera distinta en cada una de ellas.

For the graphic elements design, characteristics of each drink were taken into account in order to give identifying elements to each one, and these vary from their color to the iconography used differently in each of them.



**BLACK  
MORNING**





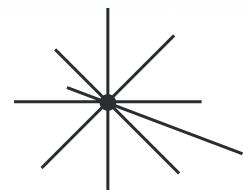
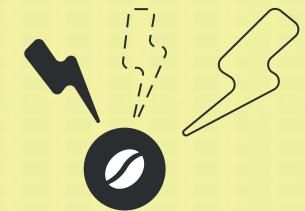
Skimmed milk

Bebida de café con leche descremada  
Para disfrutar sin preocupaciones.

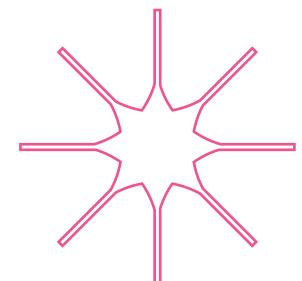


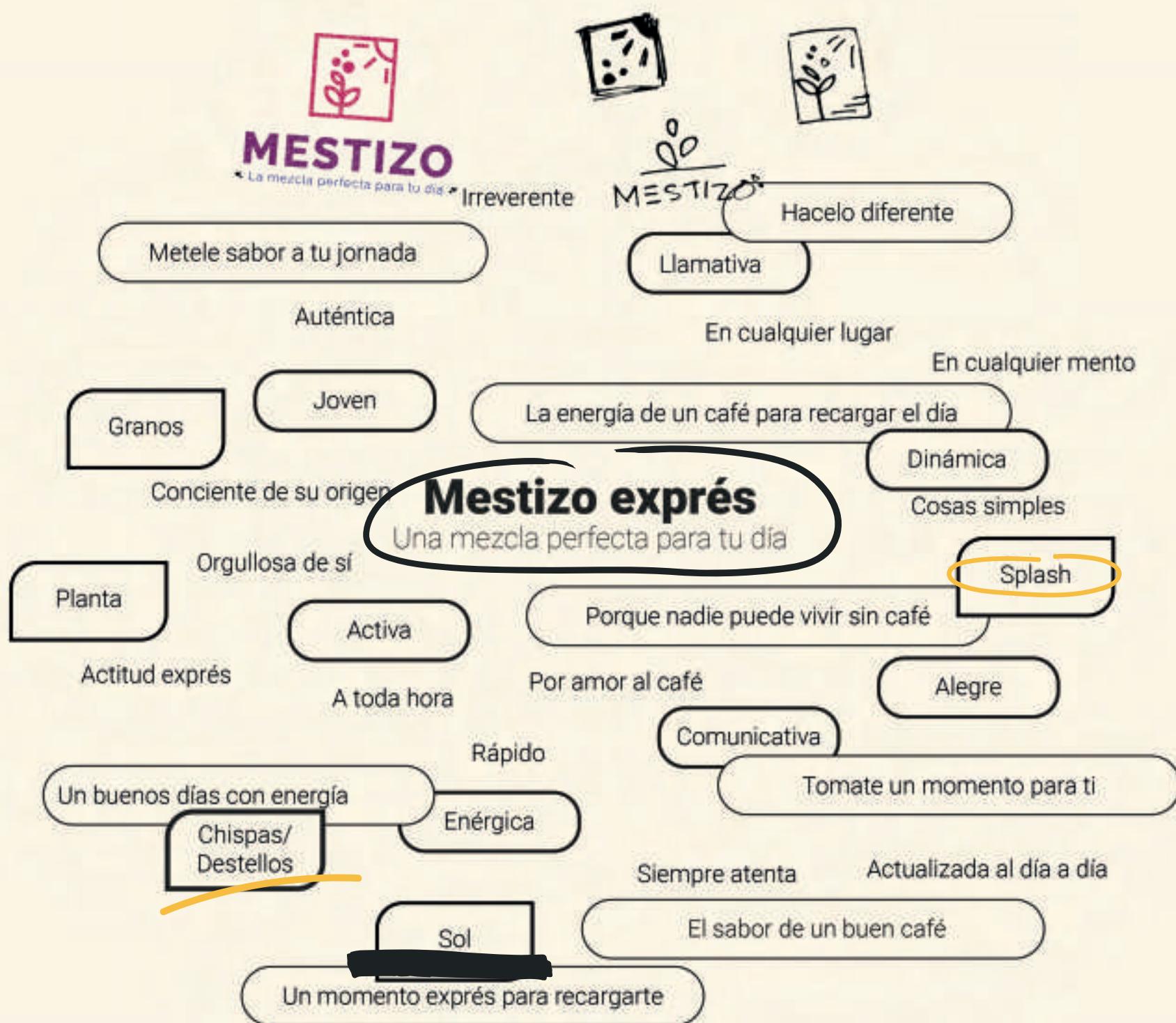
Black morning

Bebida preparada de café tipo negro, ideal para quienes quieren iniciar su día con energía.



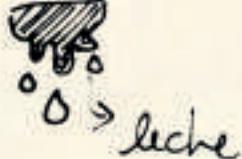
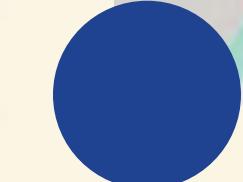
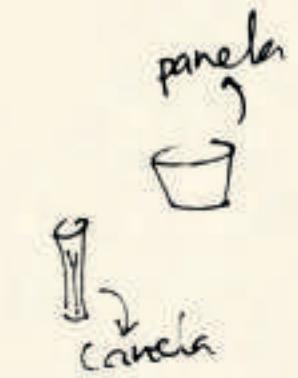
THE COFFEE  
MAKES  
YOUR DAY!





El desarrollo del logo de la marca nace de la inspiración en lo que para muchos amantes del café significa esta bebida al momento de iniciar la mañana. Ese rayo de luz, energía y buena vibra. Se buscó que de igual manera fuera reflejado en cada elemento representativo de la marca.

The development of the brand was inspired by what this drink means to many coffee lovers when starting the morning. That ray of light, energy and good vibes. It was sought to be reflected in the same way in each representative element of the brand.



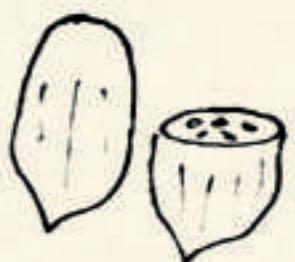
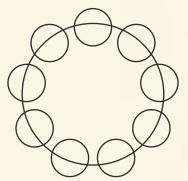
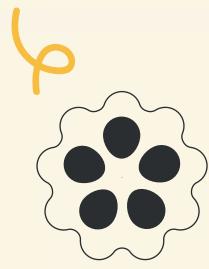
granos  
planta  
café



Sol  
energía



Elementos geométricos + trazo



Fran cisco // Diseño Flexible

BLACK  
MORNING

K.PPU-  
CCINO

CHOCO-  
LATTE

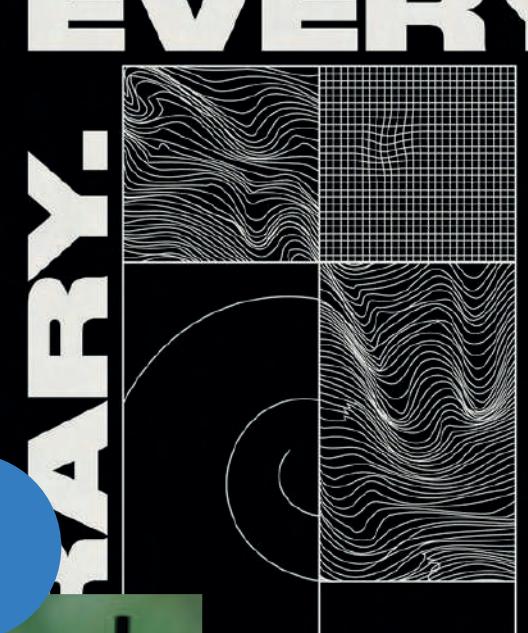
SKIMMED  
MILK

MOCA-  
CCINO

movimiento tipográfico



DSM



NEIL



→ build  
beautiful  
fast

DSM is an [open source] project that celebrates internal and external contributions.\*

[Download](#)



Go eat, una marca en el servicio de delivery, buscaba posicionarse en el área metropolitana de San Salvador, para ello se generó una campaña digital para anunciar la llegada de la marca. Teniendo la oportunidad de mi parte trabajar, de manera colaborativa, en el proceso de conceptualización así como el desarrollo del motion design.

Go eat, a services delivery brand was looking to advertise its presence in the metropolitan area, to achieve this we created a digital campaign to advertise the brand arrival. I had the opportunity to work in the conceptualisation process as well as the motion design development for each piece.

Adaptaciones: La campaña de medios conllevo la presencia de piezas por medio de pauta en distintas plataformas. para ello se dispuso crear la adaptación de las mismas.

Adaptations: The campaign in digital media involved the presence of pieces through advertisements on different platforms. For this purpose, it was decided to create their adaptation.



Conoce el proyecto multimedia desde el código QR.

Access to the media project from QR code.

Go eat

BRAINSTORMING

iPhone - android

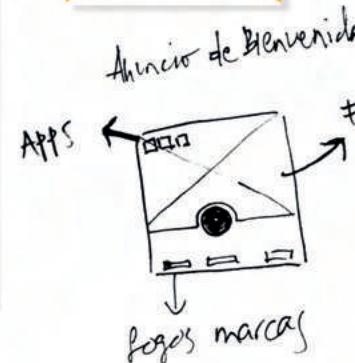
publicidad clara y concisa

Video

go YUMMY  
NOVISIMA - LITTLE CESARS - PIZZA  
ZOCALO - TACOS

go FAST  
Hacemos tu super  
Bolsa de super, frutas verduras,  
go EASY  
Mandaditos, Vamos por vos  
Fotos de facturas, boxes  
MISO PET SHOP  
juguetes, bolsa de comida  
para mascotas  
Floristeria

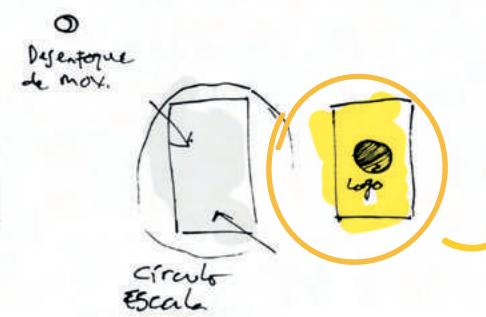
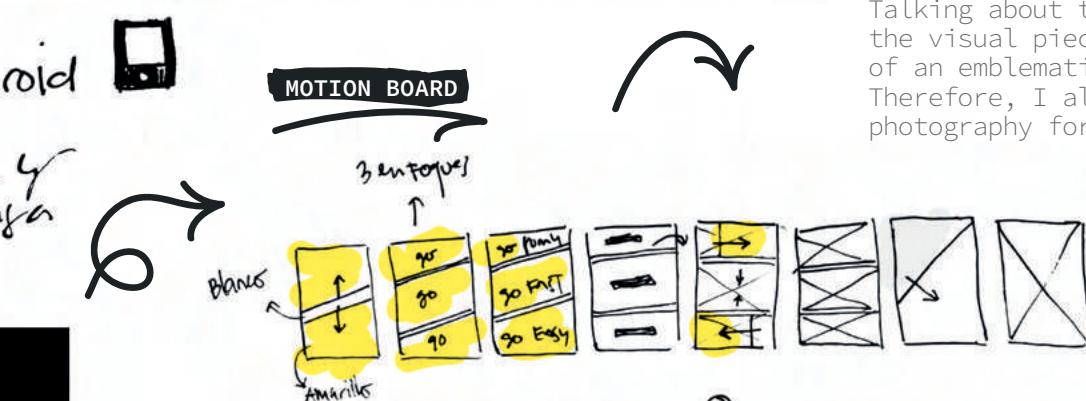
El delivery que estabas esperando  
goEAT



Make n' add San Salvador photography

Debido al enfoque de la campaña, las piezas visuales ameritaba una fotografía de un lugar emblemático de San Salvador. Por ello, también hice la fotografía de background para el diseño.

Talking about the focus of the campaign, the visual pieces warranted a photograph of an emblematic place in San Salvador. Therefore, I also took the background photography for the design.





# ENTREGA de REGALÍAS

"Tu música suma"



ARIES EGC es la organización encargada de velar por el cumplimiento de los derechos de autor de cantautores y artistas del rubro de la música en El Salvador. Cada año se realiza un evento para hacer entrega de las regalías a sus socios. Para la edición número once colaboré en el desarrollo de una propuesta gráfica para dicha entrega, donde, a su vez, trabajé la animación de contenido visual para el evento.



Conoce el proyecto  
multimedia desde el  
código QR.

Access to the media  
project from QR code.

ARIES EGC is the organization in charge of ensuring compliance with the copyright of singer-songwriters and artists in the music industry in El Salvador. Each year ARIES EGC host an event to give away royalty gifts to its associated. For the eleventh edition I collaborated in the development of a graphic proposal for said delivery, where, in turn, I worked on the animation of visual content for the event.

La selección cromática de la marca gráfica correspondiente a la 11a Entrega de Regalías, fue racionalizada a partir de una paleta fría. Paleta predominante en la marca ARIES EGC, se seleccionó un azul oscuro para otorgar seriedad al evento y un gradiente de azules vibrantes y cian otorgando frescura y acento de color.



RGB: 0 219 255  
CMYK: 61% 0% 6% 0%  
HEX: #00dbff



RGB: 47 151 252  
CMYK: 70% 36% 0% 0%  
HEX: #2F97fc



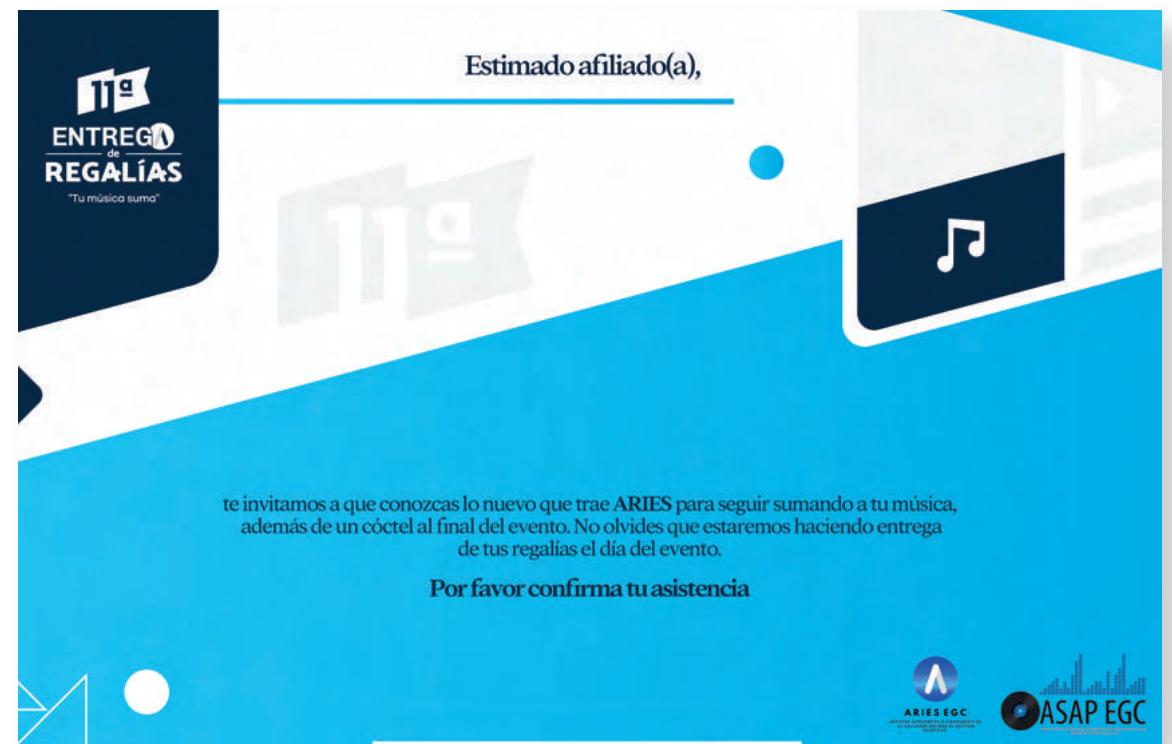
RGB: 8 41 66  
CMYK: 100% 80% 46% 50%  
#082942



The chromatic selection of the graphic brand corresponding to the 11a Entrega de Regalías was rationalized from a cold selection. Predominant palette in the ARIES EGC brand, a dark blue was selected to give seriousness to the event and a gradient of vibrant blues and cyan providing freshness and color accent.

Además de la marca gráfica también realicé un propuesta de invitación al evento.

In addition to the graphic brand, I also made a proposal for an invitation to the event.



La construcción del isologo está constituido por tres elementos formando la marca, por un lado el imagotipo, además, la expresión escrita del evento. Dado que este es desarrollado por la organización ARES EGC. Se tomó a bien integrar un elemento representativo de su marca. Para el desarrollo de la propuesta se trabajó el tagline, el cual representa la acción del evento, que es la entrega de regalías económicas a los artistas asociados.

The construction of the isologue is made up of three elements forming the brand, on the one hand the image, and also the written expression of the event. Since this is developed by the ARES EGC organization. They decided to integrate a representative element of their brand. To develop the proposal, the tagline was worked on, which represents the action of the event, which is the delivery of economic royalties to the associated artists.

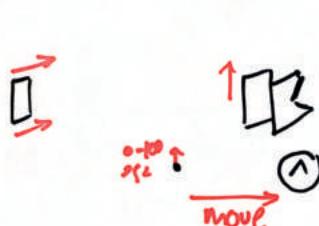
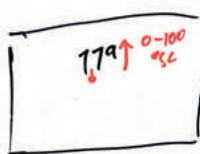
Por otro lado, la construcción del cuerpo de texto se usó de base la familia Chivo font y Gotham bold font, haciendo ajustes y adaptaciones de forma para dar mayor personalización a la pieza.

On the other hand, the construction of the body of text was based on the Chivo font family and Gotham bold font, making adjustments and shape adaptations to give greater personalization to the piece.

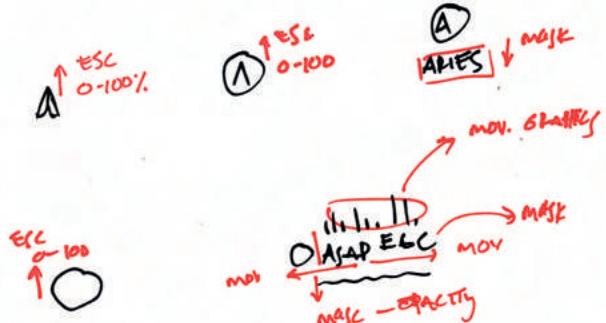


Propuestas desarrolladas





**2// Animación logo ARIES EGC**

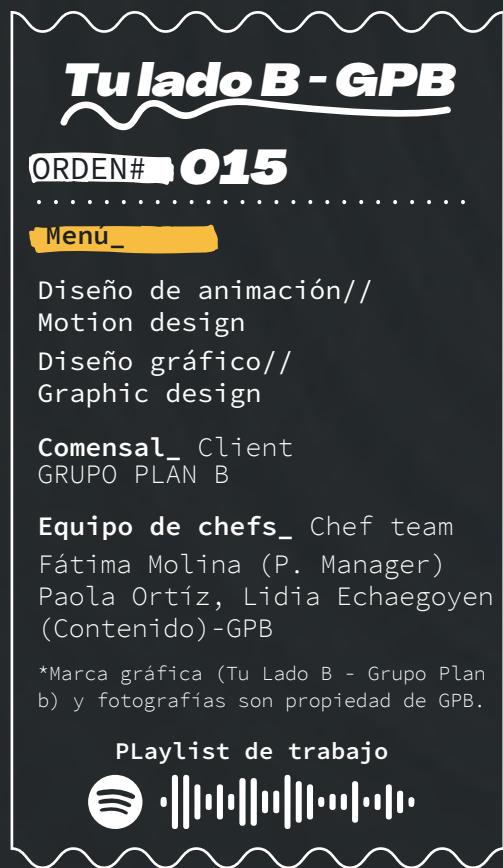


**3// Animación logo ASAP EGC**



**TU  
LADO**

(( PODCAST ))

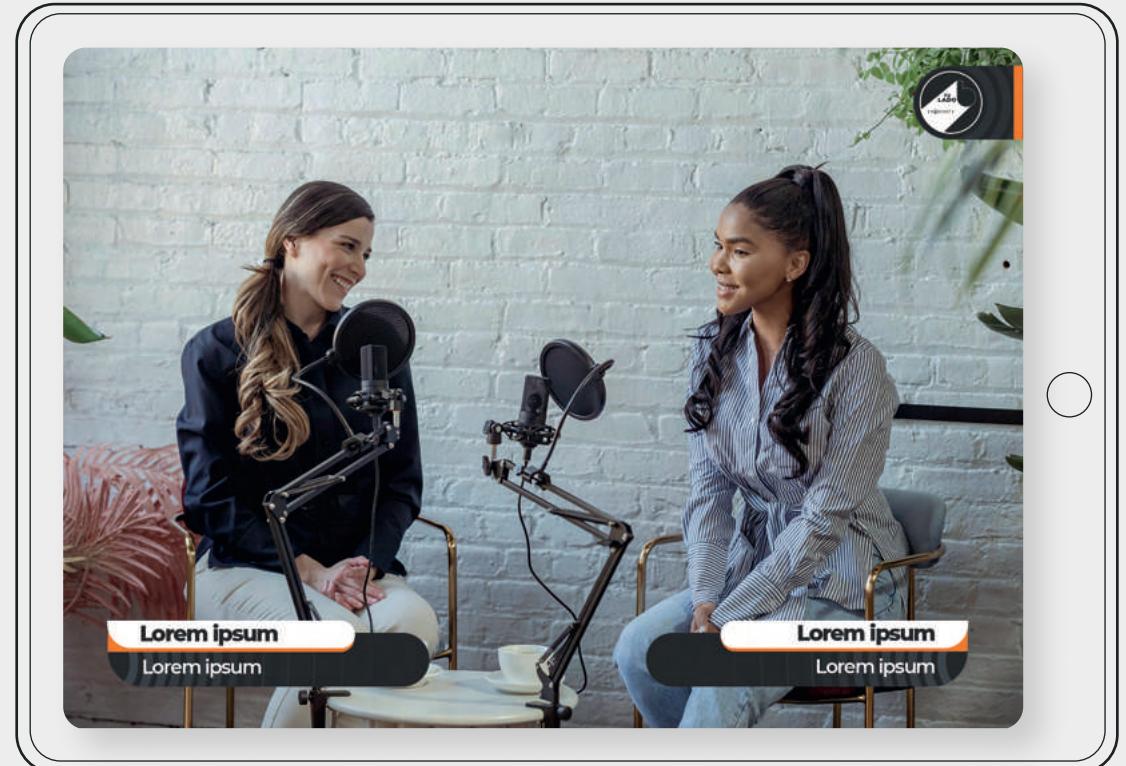


Tu Lado B podcast es un espacio con un enfoque diferente para poder conocer más sobre temas relacionados al mundo del marketing digital, así como actores del rubro que permiten encontrar nuestra mejor versión.

Tu Lado B podcast is a space with a different approach to learn more about topics related to the world of digital marketing, as well as actors in the field that allow us to find a better version of ourselves.

Junto al equipo multidisciplinario de Grupo Plan B generamos una propuesta de refrescamiento de los elementos gráficos del podcast, así mismo se desarrolló un refrescamiento visual y contenido de sus redes sociales.

Together with the multidisciplinary team of Grupo Plan B a proposal to refresh the graphic elements of the podcast was generated, and a visual refresh and content of its social networks was also developed.



El diseño gráfico del podcast implicó el desarrollo de plecas, cortinas, y demás elementos requeridos.

The graphic design of podcast involved the development of plecas, curtains, and other required elements.



Conoce el proyecto multimedia desde el código QR.

Access to the media project from QR code.



La conceptualización visual del contenido se enfocó en mantener la limpieza de los elementos gráficos, el uso del característico naranja perteneciente a la marca, a su vez se propuso una desaturación del negro puro. Las ondas circulares forman parte de los elementos gráficos propuestos, estos como componentes conceptuales de las comunicaciones en medios digitales.

The visual conceptualization of the content focused on maintaining the cleanliness of the graphic elements, the use of the orange characteristic belonging to the brand, in turn a desaturation of pure black was proposed. Circular waves are part of the proposed graphic elements, these as conceptual components of communications in digital media.

**Nuevos Retos**  
de la Comunicación Corporativa

Ep.1

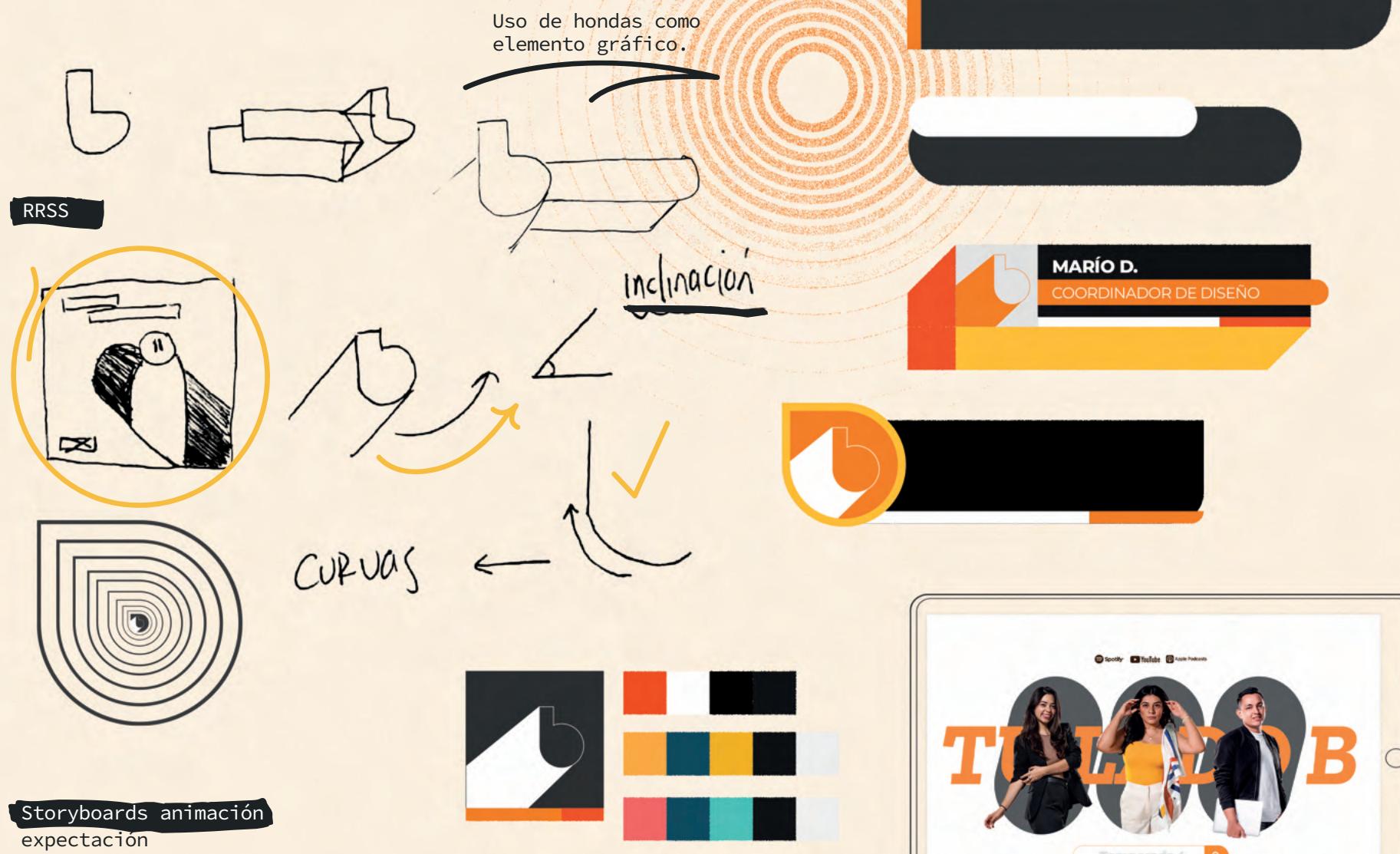
Spotify YouTube Apple Podcasts

Temporada 4

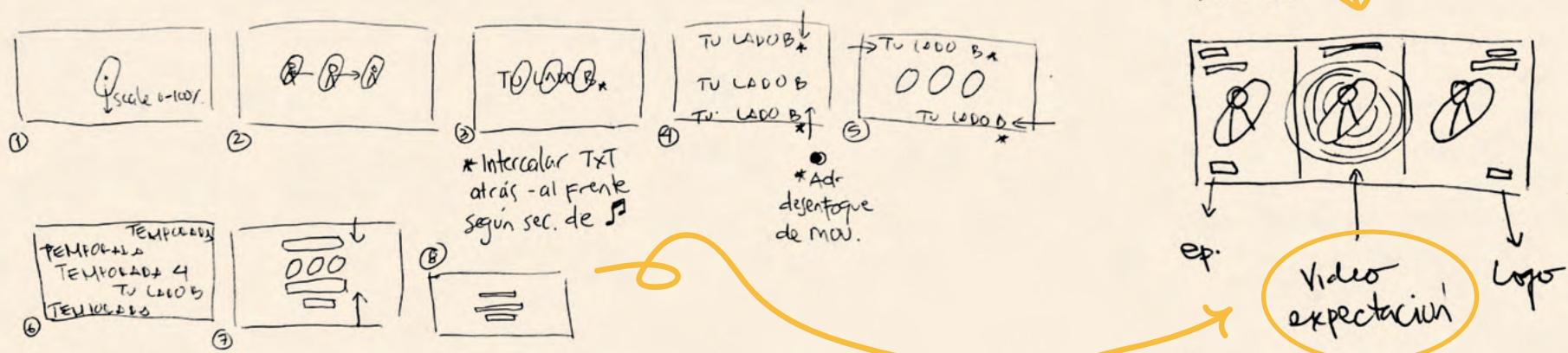
Nuevas historias para descubrir  
**Tu Lado B**

DELSUR  
Grupo epm

GRUPO PLAN



Entre las piezas desarrolladas, trabajé artes de expectación para el inicio de temporada.







francisco

Diseño flexible

[ FRANCISCO 2024 © ]



