

M  
C

# DESIGN PORTFOLIO



“The details are not the details.  
They make the design.”

CHARLES EAMES

# RESEARCH & ANÁLISIS

Estructurar una **fase inicial de investigación** para definir correctamente el proyecto, planteando el reto que sirva de columna vertebral a todo la **investigación**.

Sesiones de **co-creación con cliente** poder conocer mejor la visión del negocio.

Análisis de información con **metodologías de inmersión continua** para así obtener Insights que servirán como base para la creación de **hipótesis** que ayuden a crear nuevas ideas y reformular retos.

Creación de **benchmarks, encuestas y entrevistas** con los usuarios para comprender a fondo las motivaciones, intereses y frustraciones de los usuarios.

**Ánalysis heurístico y de experto** con la finalidad de detectar puntos de mejora del proyecto.

# IDEACIÓN & CONCEPTUALIZACIÓN

Transformar **insights de usuarios en nuevas ideas**, con los que reformularemos retos con datos basados en las necesidades de los usuarios y analizando el impacto que tendrá en las decisiones de diseño.

Creación de **user journeys y user flows** con el objetivo de obtener touchpoints, identificando problemas y limitaciones del producto o servicio.

Definir **soluciones razonadas**, analizando y diferenciando las oportunidades que consideremos prioritarias y generando conclusiones que nos ayudarán a enfocar las diferentes etapas del proyecto.

Definir la **arquitectura de la información de un producto**, estructurando el acceso a la información y a los distintos bloques de contenido y asegurando la escalabilidad para etapas futuras del proyecto.

# VISUAL & UI DESIGN

**Diseño de sistemas** de alta calidad, adaptando guías de estilo de marca a productos digitales, diferenciando toda la diversidad de componentes y su uso.

Diseño teniendo como base los **principios del diseño**, creando material gráfico coherente, donde el **equilibrio, espacio, contraste y jerarquía** estén cuidados al milímetro.

Estructurar la información teniendo en cuenta los **espacios y los grids**, con los cuales proporcionaremos a los diseño de consistencia y ritmo visual, ayudando a la toma de decisiones.

**Elevar la estética y crear visuales atractivos.**

**Definir interacciones y microinteracciones** del producto, respetando su usabilidad y accesibilidad.

# SOFT SKILLS

**Background amplio:** gracias a mi experiencia en varios ámbitos del diseño, he desarrollado skills enfocados en disciplinas que me ayudan en mis métodos de trabajo.

**Inspiración artística:** me impregno a diario de contenido relacionado directamente o indirectamente con el diseño y el arte.

**Empatía:** este rasgo me permite ponerme en la piel de los usuarios para obtener mejores soluciones a los problemas. Además es algo esencial en los trabajos donde trabajas con equipos distintos y diversos.

**Simplicidad y organización:** estructurar un proceso de manera organizada, ayuda a eficientar procesos y a tomar mejores soluciones. A su vez, con una buena organización se facilita las tareas a todos los miembros del equipo.

**Liderazgo y criterio:** aplicar de manera correcta decisiones en tiempos establecidos, utilizando un rigor y criterio a la altura de las necesidades.

# BBVA REBRAND

BBVA es más que un banco. Estamos en un punto fundamental de transformación que trae consigo la era de las oportunidades. Por esa razón, creamos una identidad que refleja nuestro compromiso con la innovación, nuestra posición unificada en el mercado y la promesa que ofrecemos a nuestros clientes.

Definimos tres decisiones importantes al comienzo del proyecto que establecen el tono y la dirección de la identidad general.

**Debe sentirse como una revolución, no como una evolución.**

**Apostamos por nuestro wordmark, no en un nuevo símbolo.**

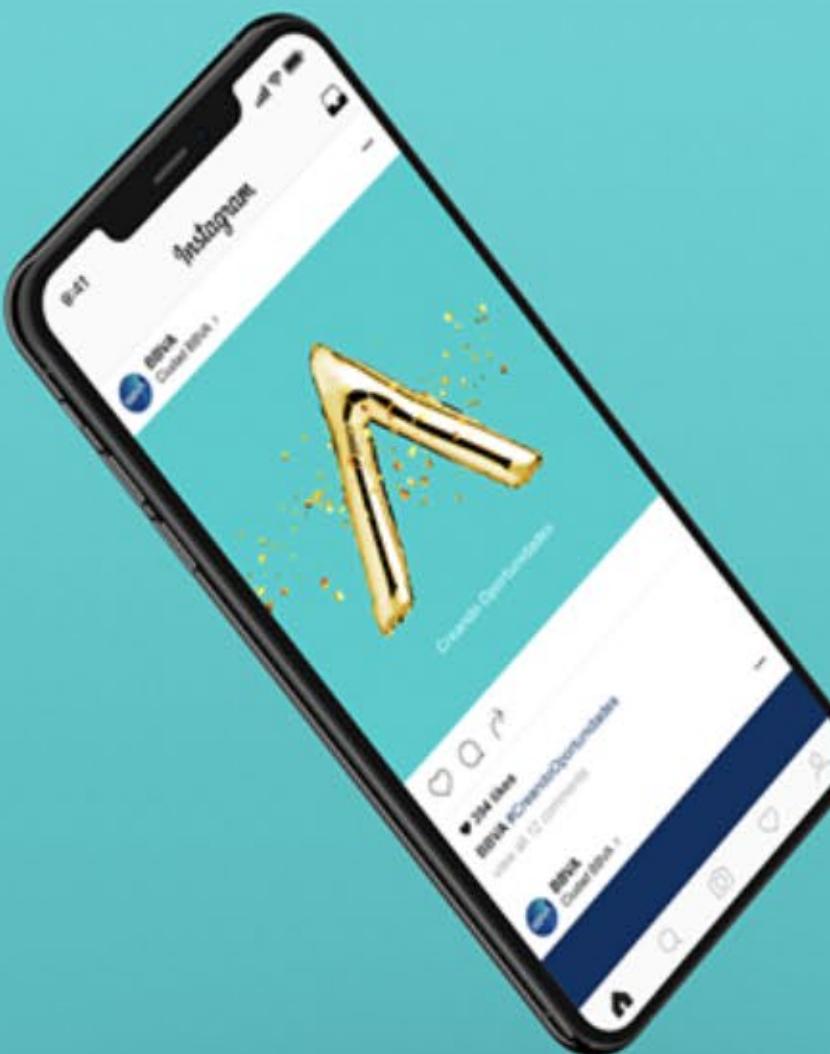
**Queremos que simbolice la oportunidad.**

Colaboramos con el equipo de Landor London para diseñar el nuevo diseño del logotipo. Creamos un sistema de marca para complementar la nueva identidad. Para enfatizar las ideas de oportunidad y ascensión, incorporamos dos conceptos en cada decisión del sistema de diseño:

**la luz y la elevación.**

[Ver proyecto](#)

# BBVA



**Open Innovation, la conexión de BBVA con el ecosistema 'fintech'**

Queremos usar a los emprendedores...  
...apoyarlos a los "startups" más pr...



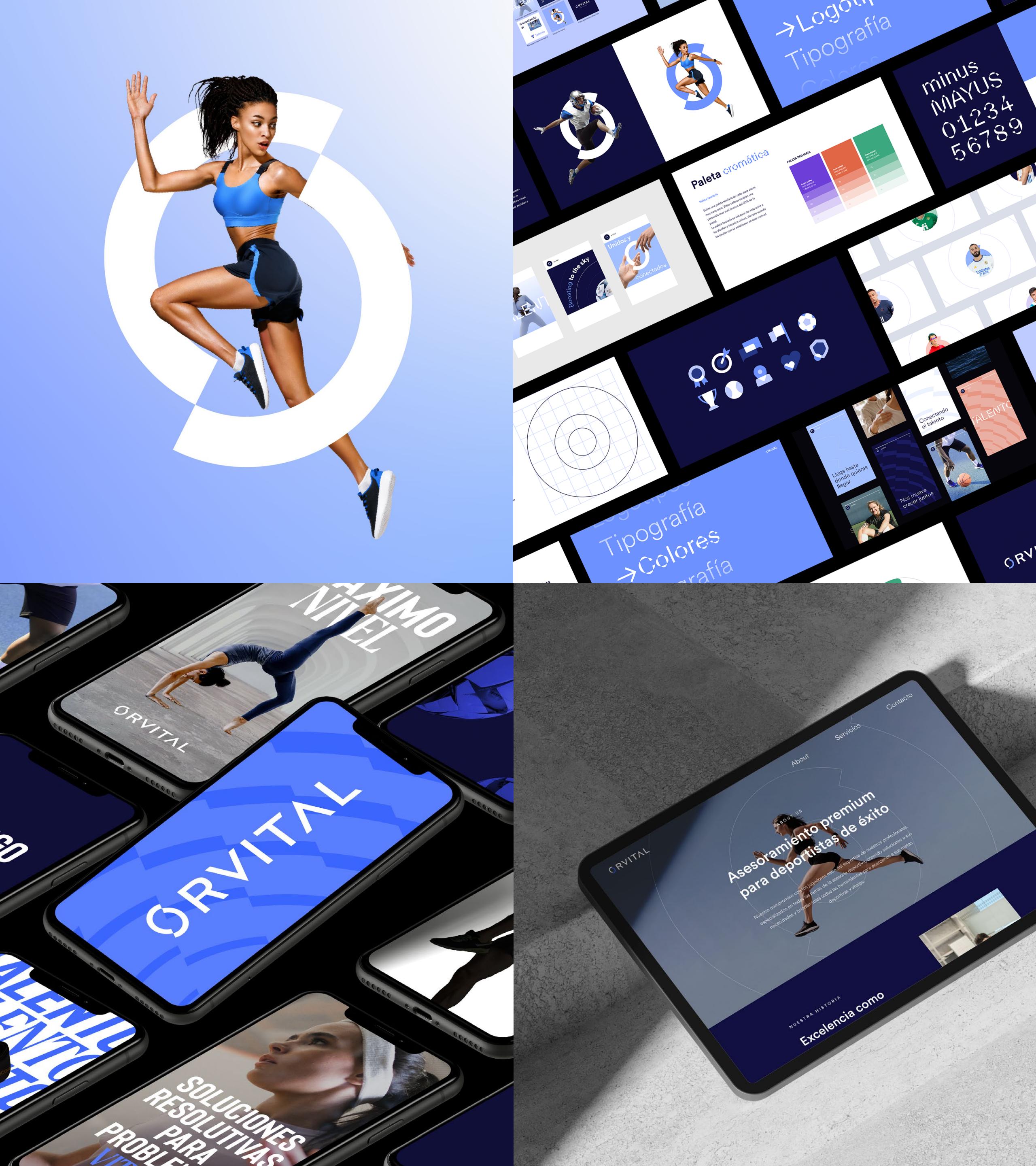
# ORVITAL BRANDING

## Conectando el talento

Orvital nace como una agencia deportiva que actúa como conector entre deportistas y profesionales, con el objetivo de cambiar la forma de hacer las cosas en el sector de los agentes de deportistas.

Después de un análisis exhaustivo de la marca, trabajamos en crear una estrategia de marca, una personalidad de marca y un territorio de posicionamiento que conectaría su valor: **confianza y transparencia**. Centrándonos en los deportistas, en ganarnos su confianza para que se centren en hacer su trabajo.

También creamos una identidad visual basada en el concepto de órbitas que conecta a las personas. **El nuevo sistema de diseño se inspira en esta idea de conexión**, utilizando la forma redonda que tienen las órbitas, como elemento clave. Trabajamos todos los activos que conforman la identidad visual: logotipo, paleta de colores, tipografía, maquetación, pictogramas.

[Ver proyecto](#)

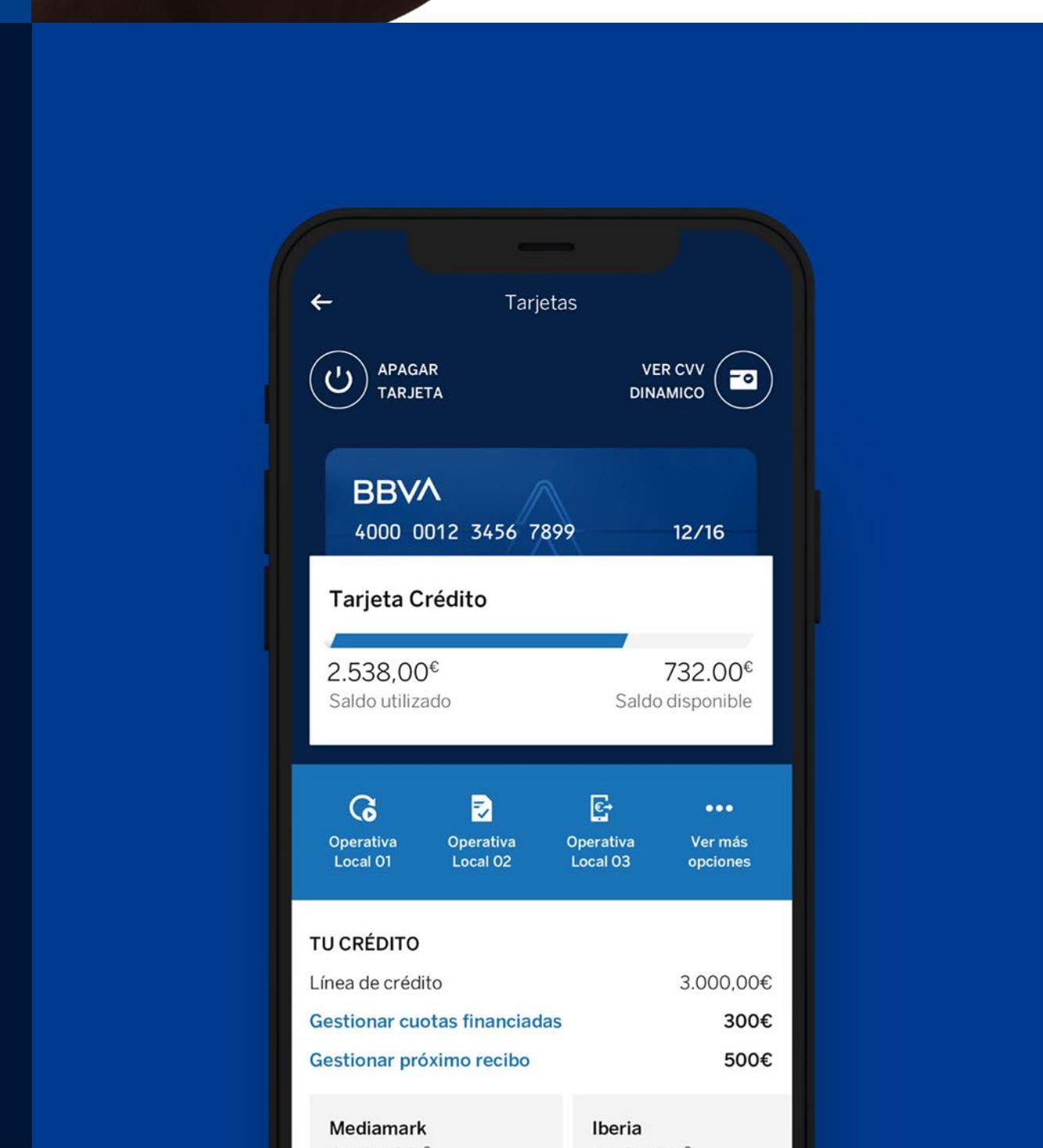
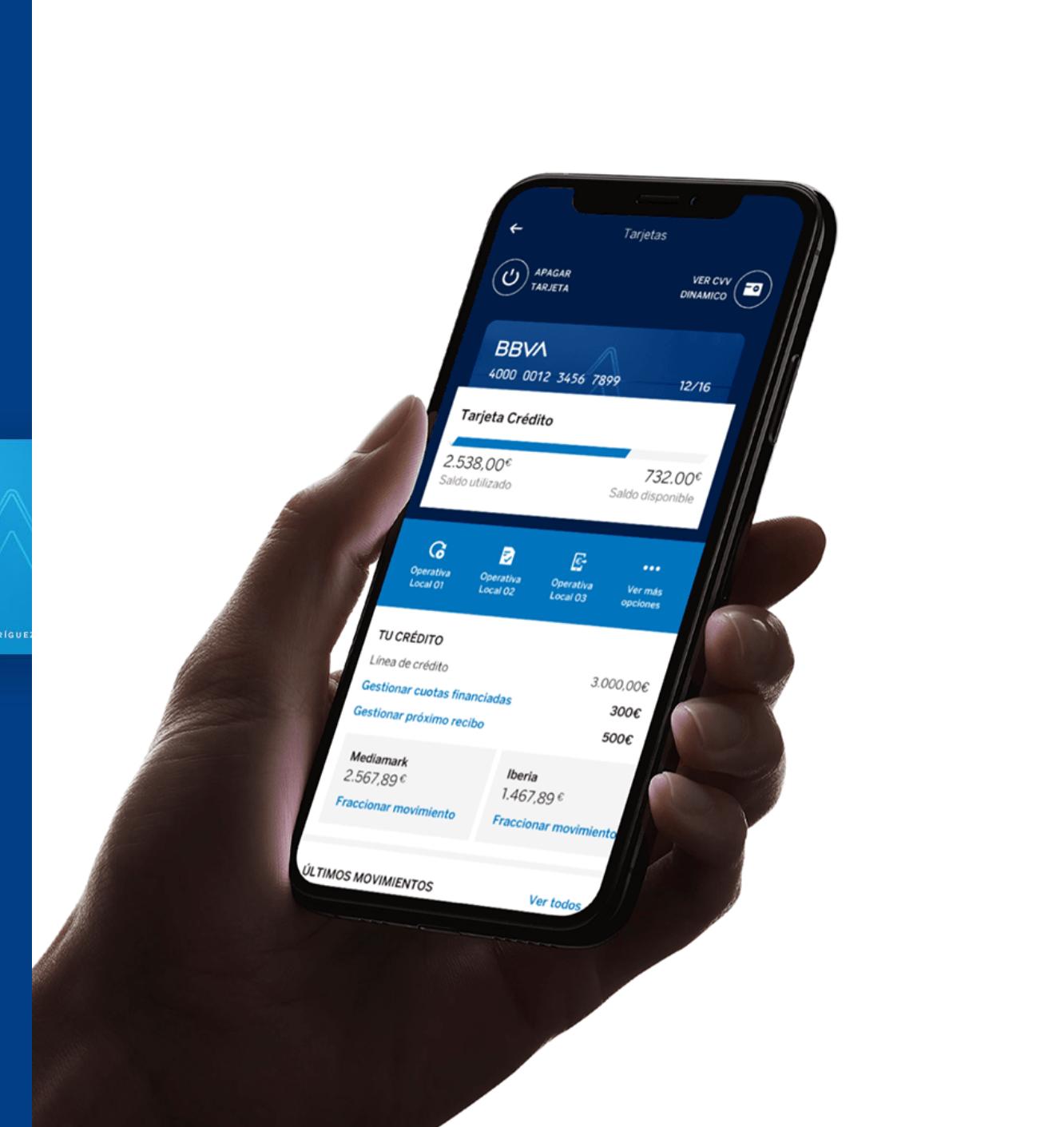
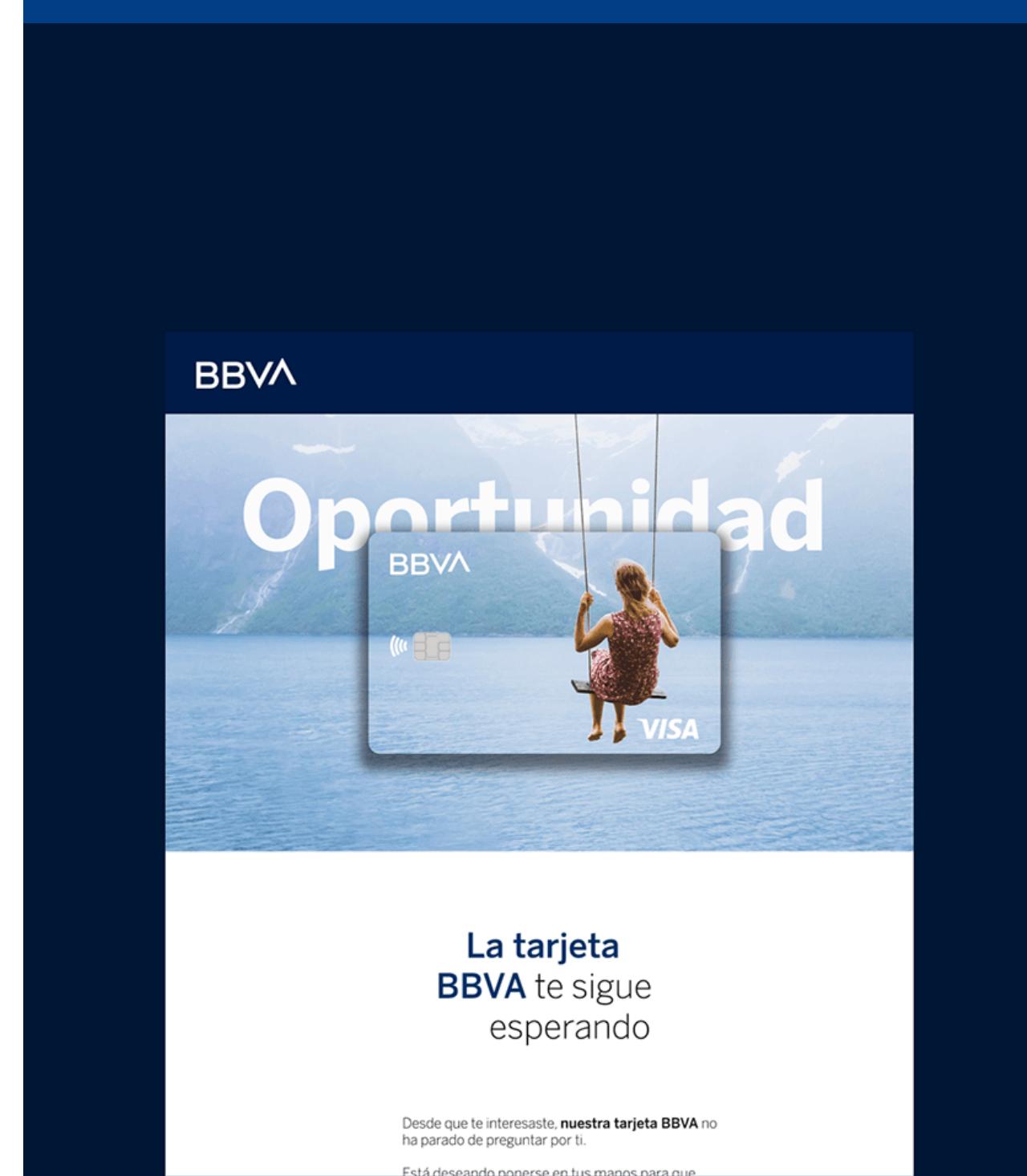
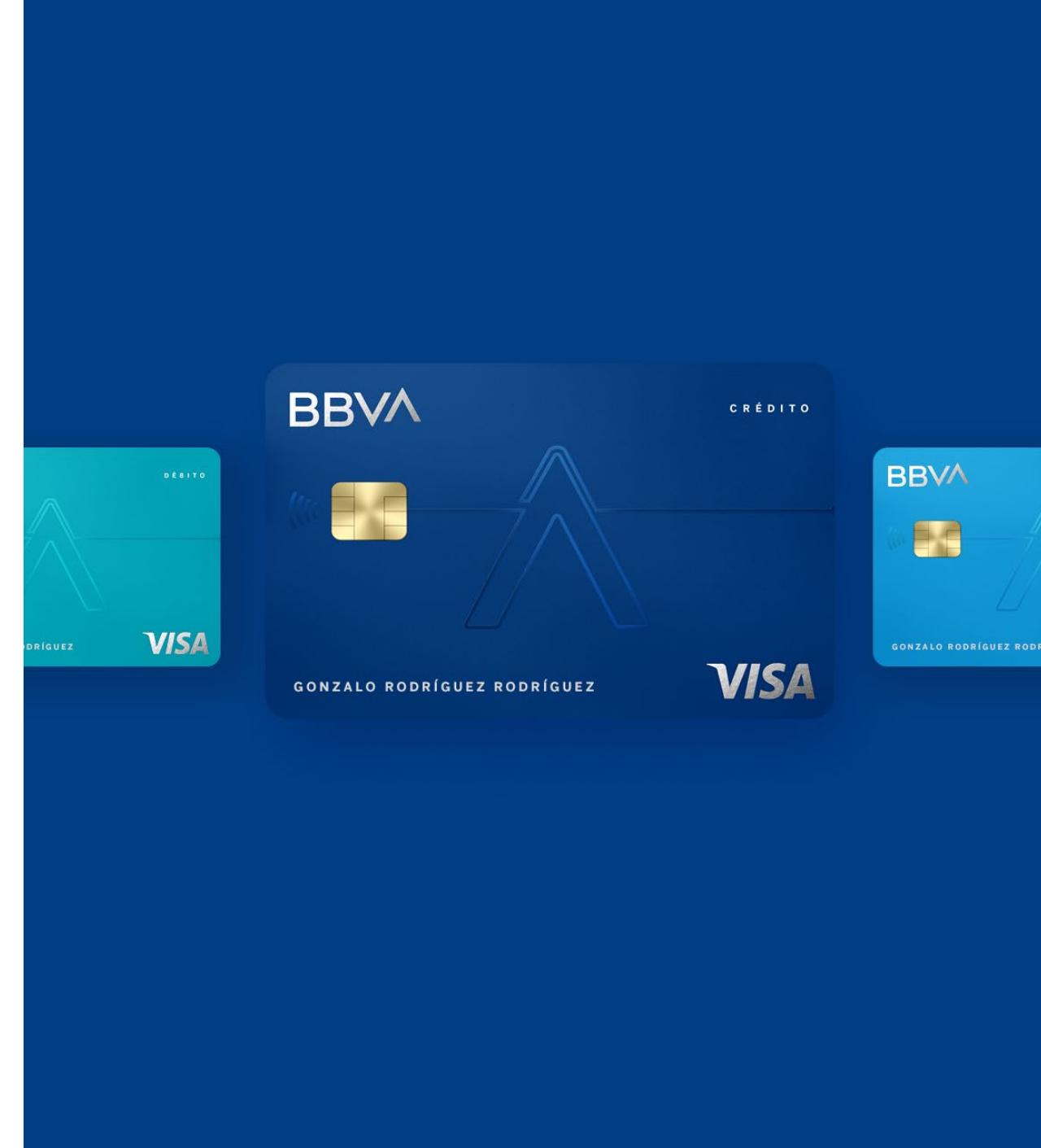
# BBVA AQUA

BBVA Aqua es la nueva experiencia de pago mundial de BBVA.

Con un método de pago completamente nuevo, esta es la tarjeta de crédito más segura jamás creada. Sin datos personales. Materiales sostenibles. Más sexy que nunca.

Para crear esta función, analizamos los customer journeys de los clientes durante las interacciones de las Tarjetas BBVA, con el objetivo de detectar oportunidades destinadas a mejorar la experiencia de pago.

[Ver proyecto](#)



# HUXFY APPS

Huxfy es la red social para nuevos talentos que quieren conectar con el mundo de la música.

## MANIFIESTO

**Descubrir. Conectar. Disfrutar.**

La aplicación Huxfy brinda al cliente la posibilidad de descubrir nuevos talentos, conectarse con ellos y seguir sus pasos de manera divertida.

## PRINCIPIOS DE DISEÑO

Eficiente. Empoderado. Transparente.

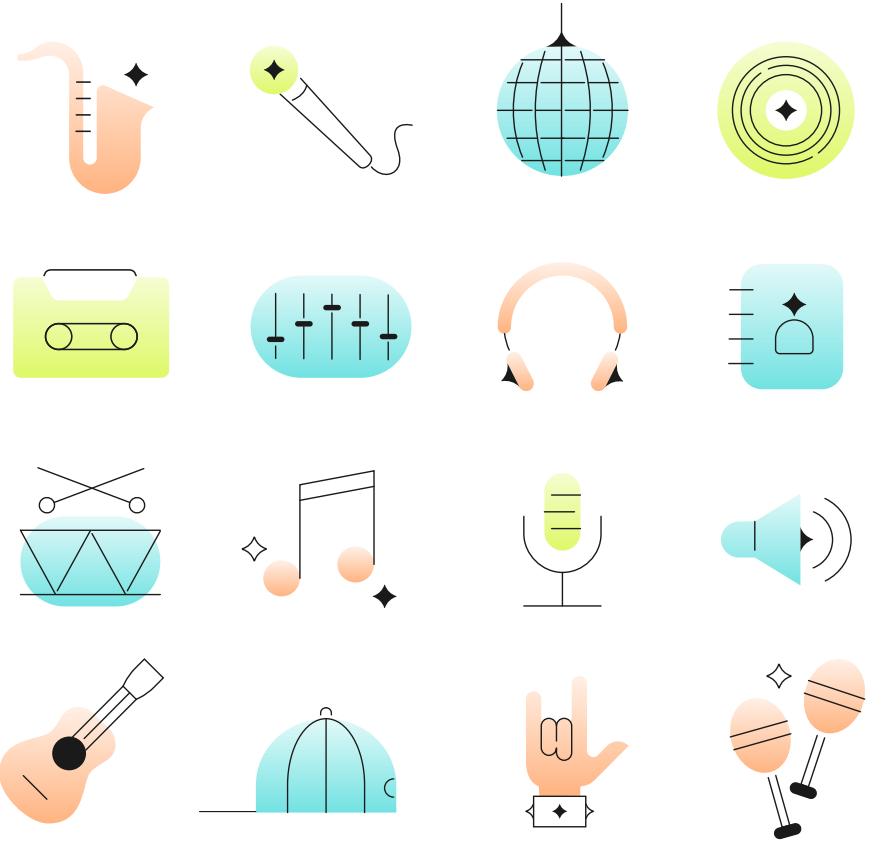
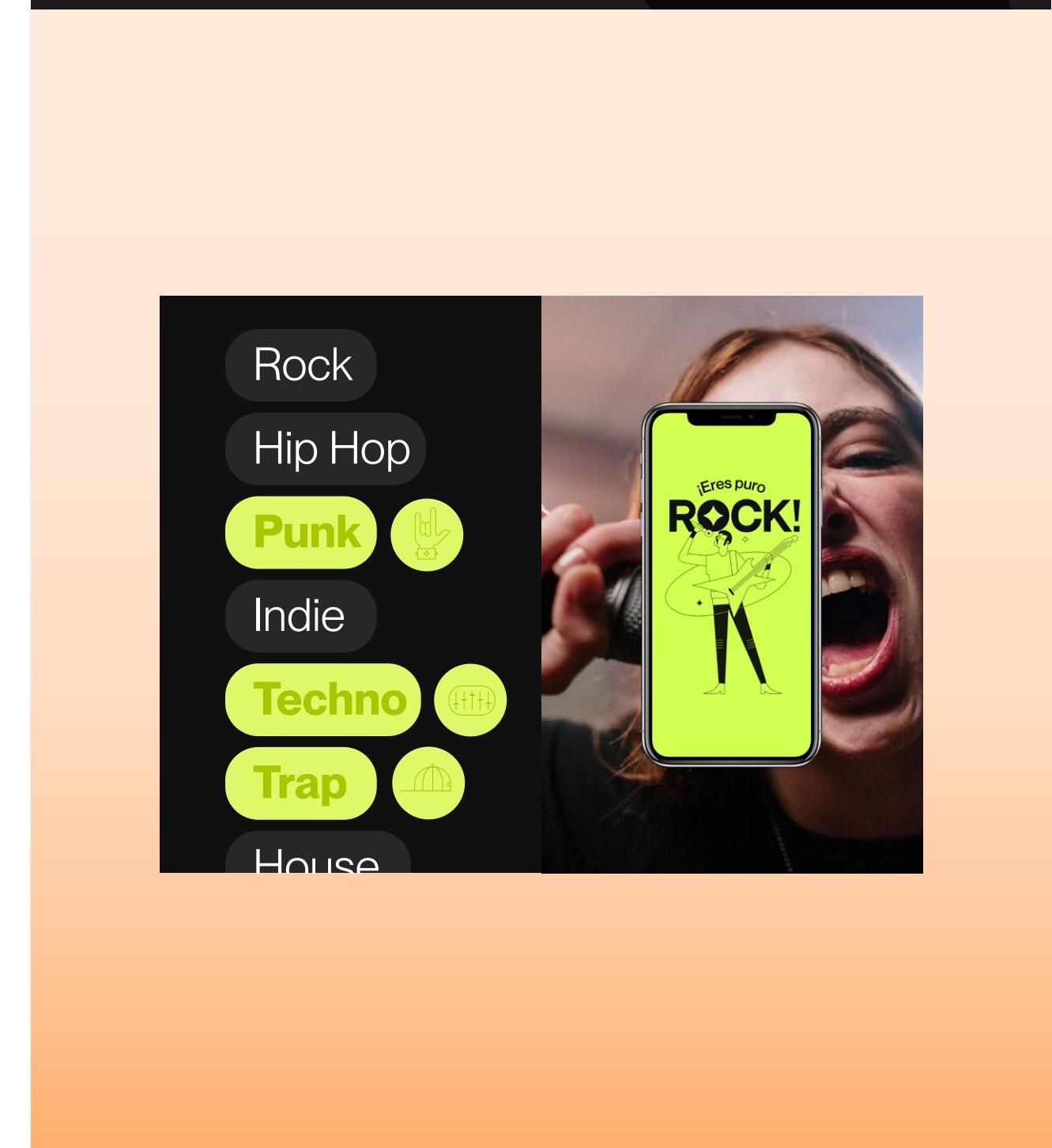
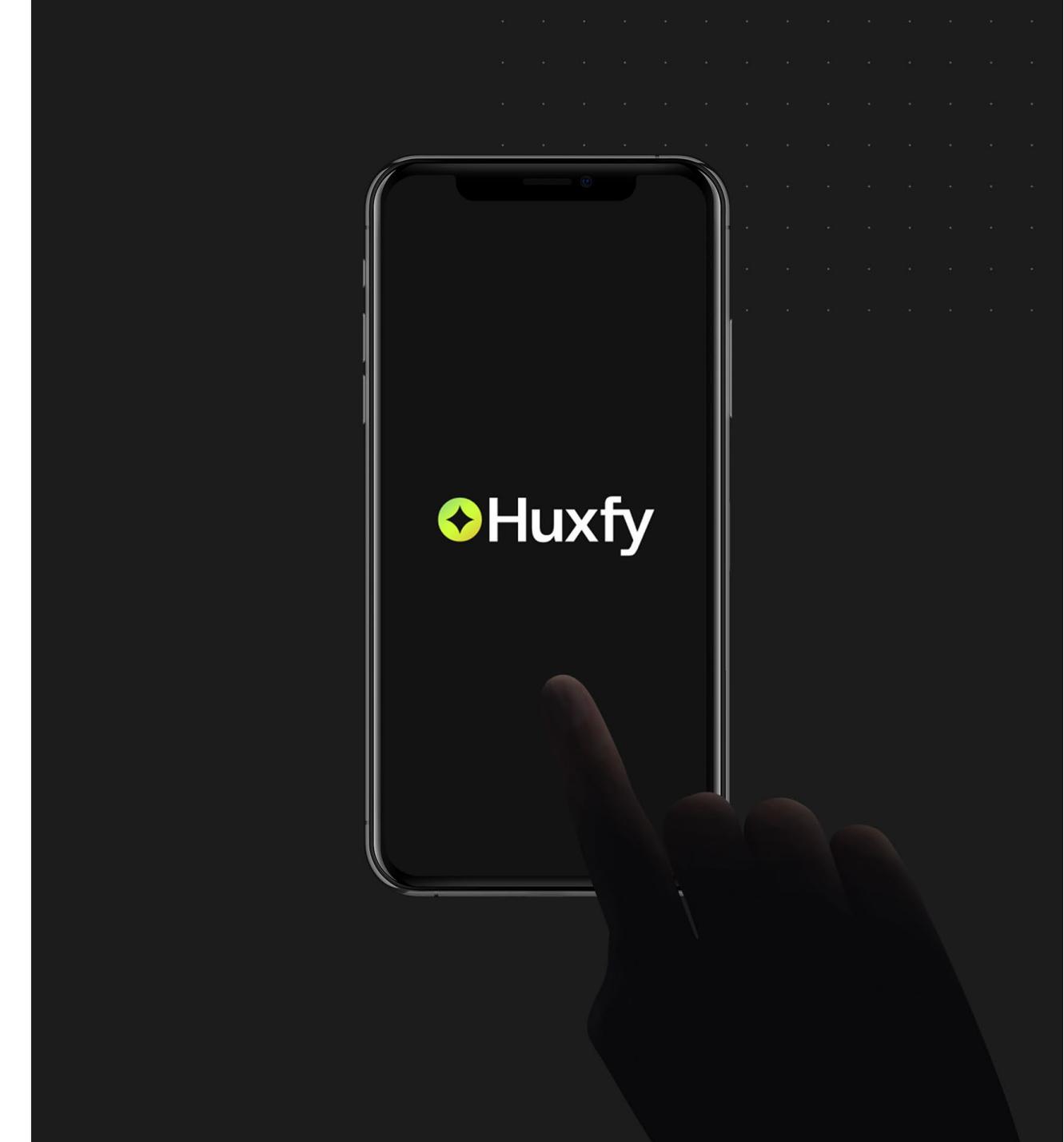
## FUNCIONALIDADES

Descubrir nuevos talentos.

Interactuar con ellos mediante videos cortos.

Seguir de cerca su carrera musical.

Autopromoción de los artistas.

[Ver proyecto](#)[Prototipo](#)

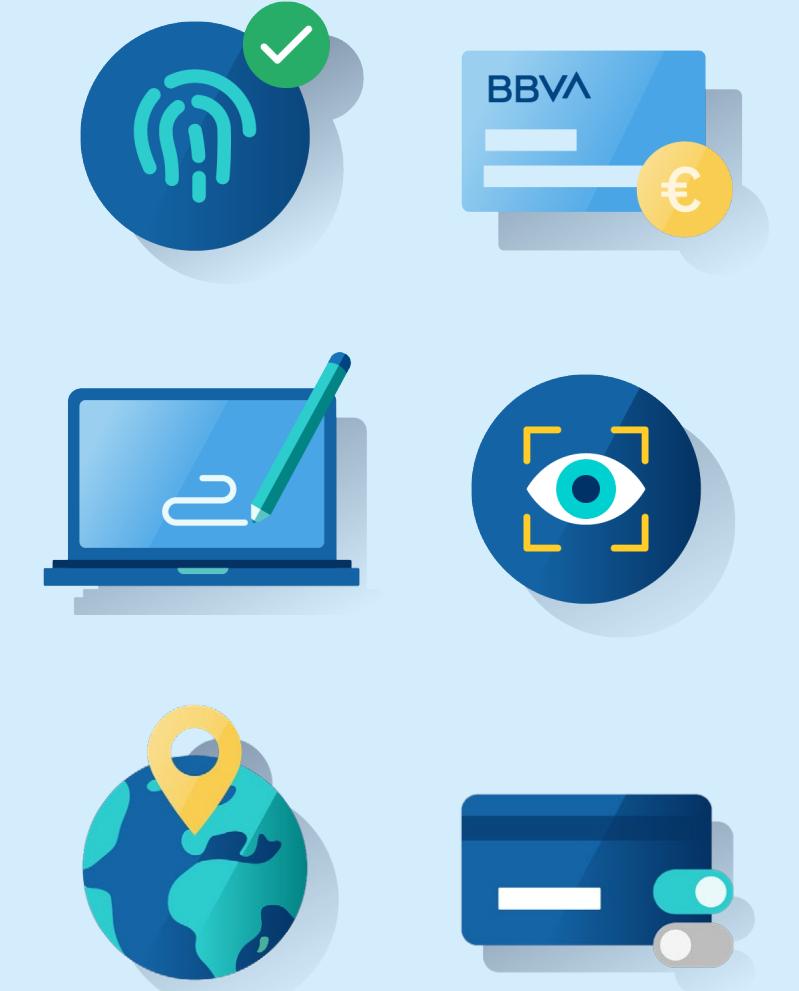
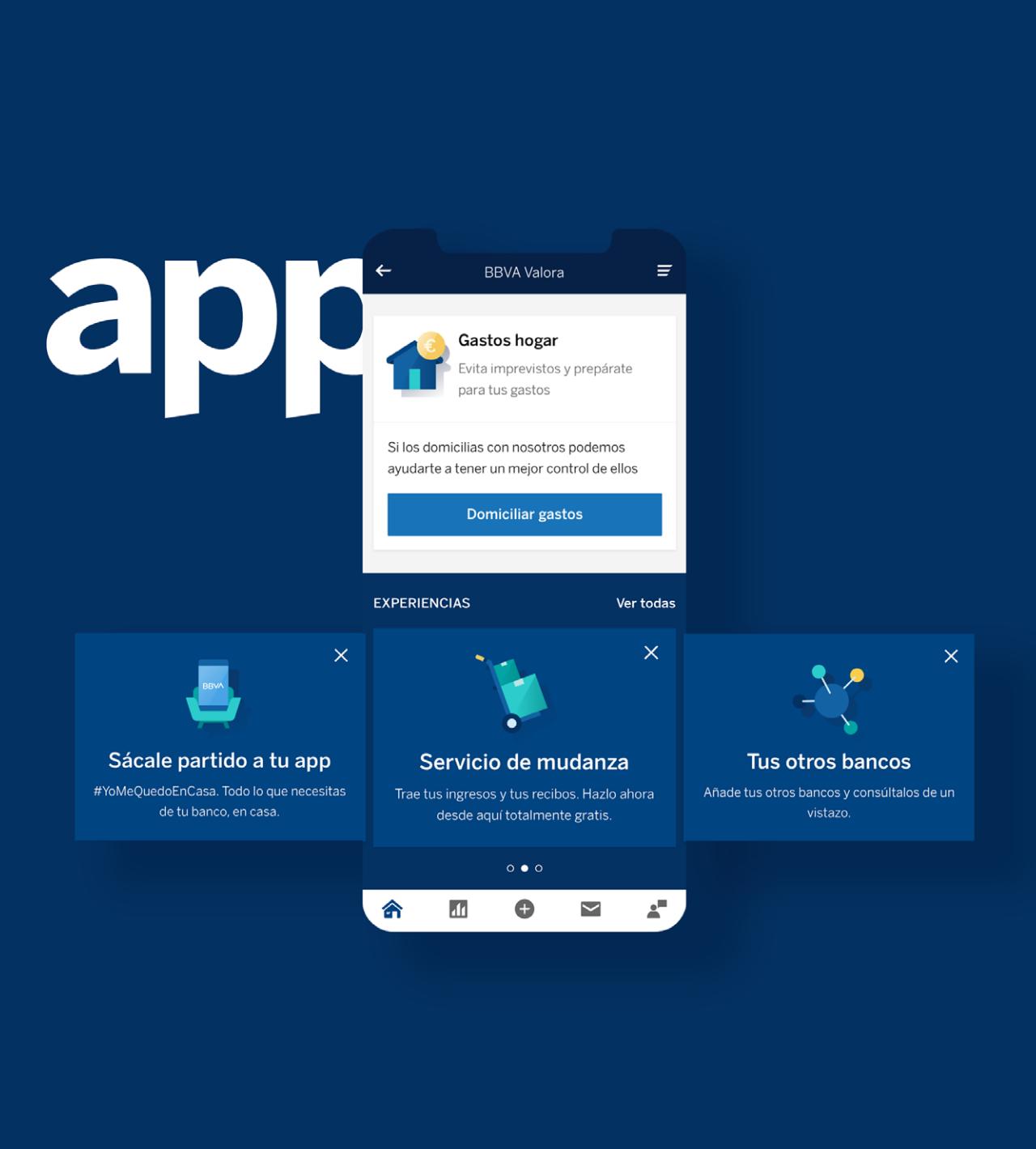
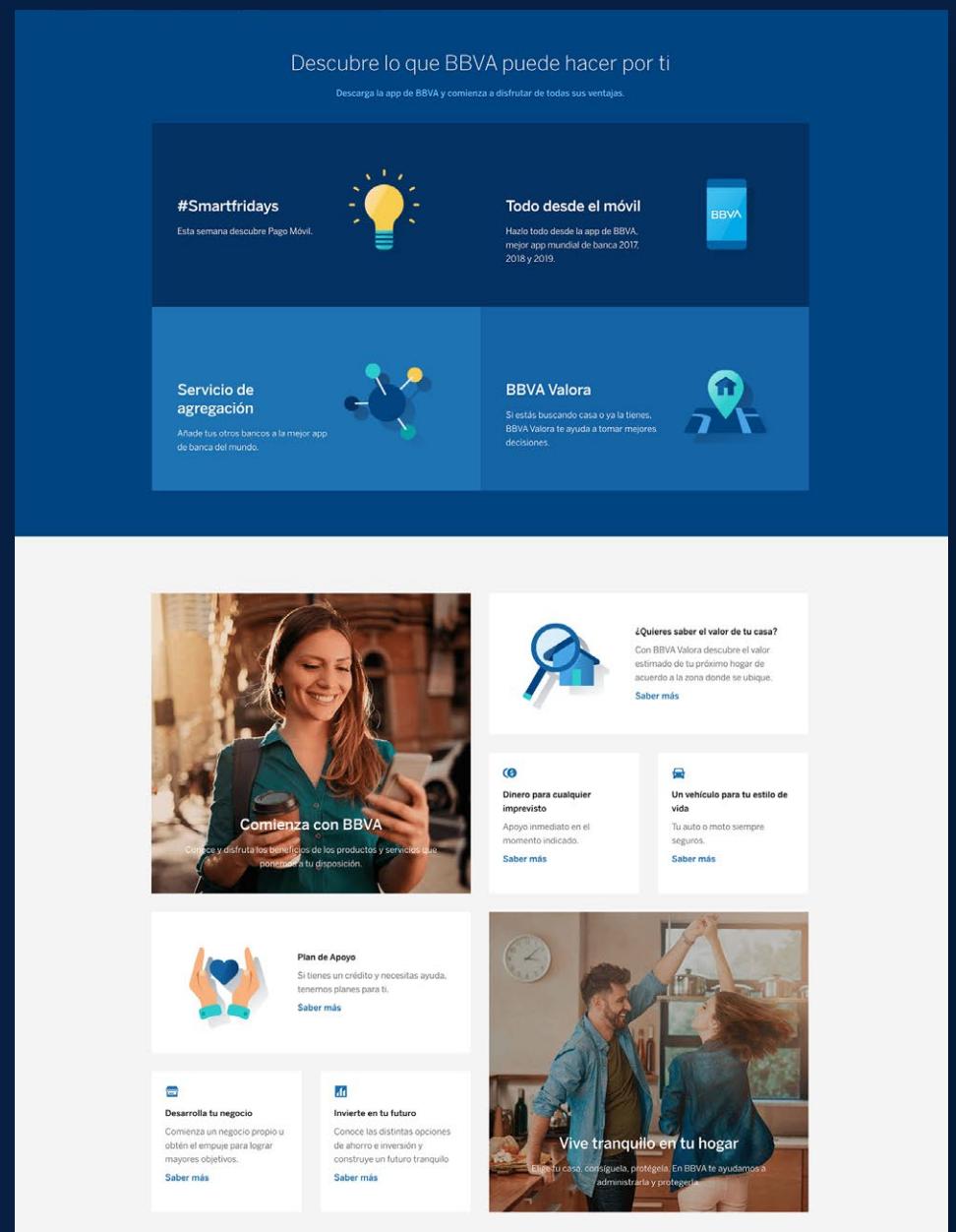
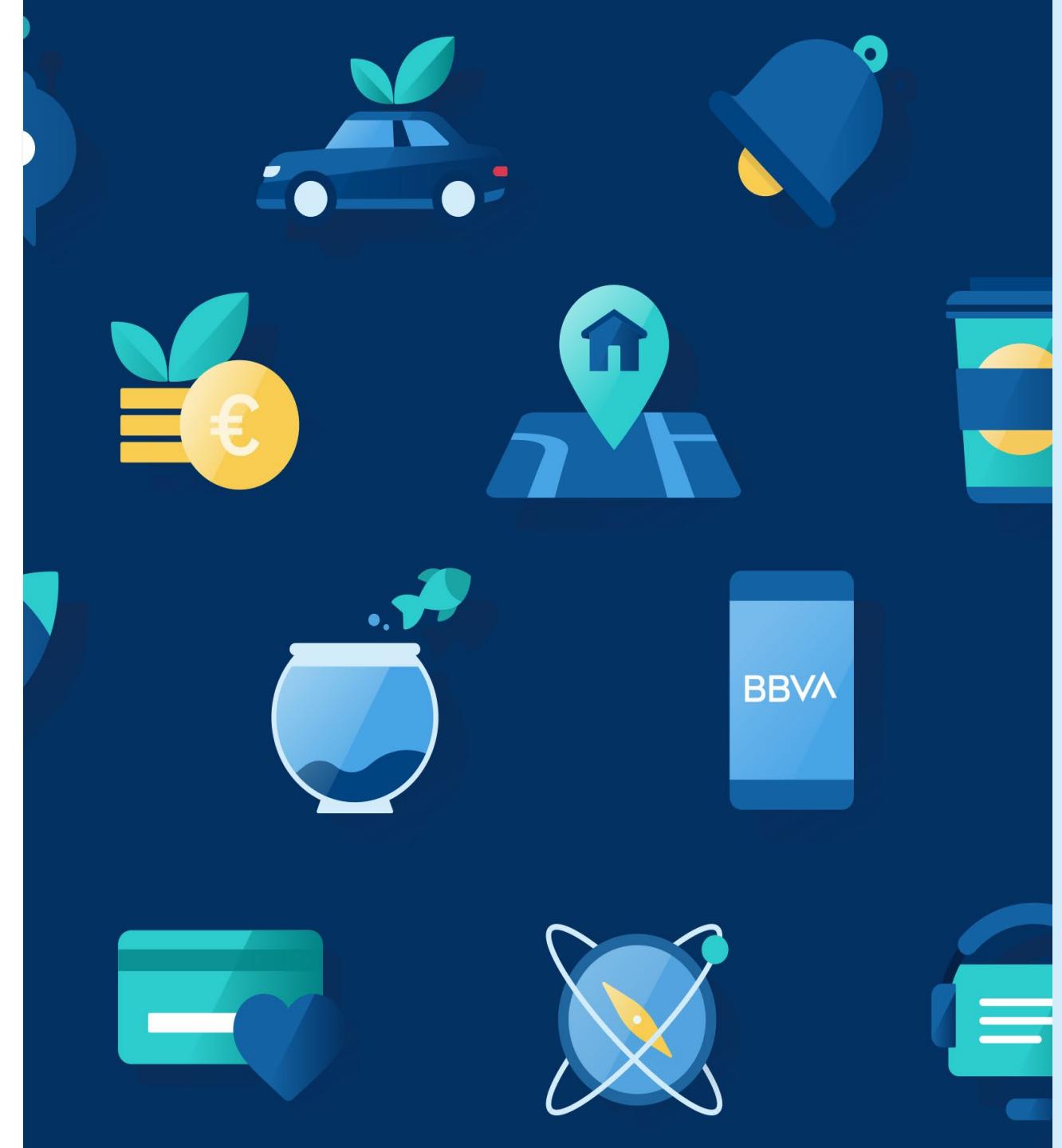
# BBVA MICROILUSTRAACIONES

Las nuevas micro ilustraciones de BBVA son más sencillas, más homogéneas en color y representan nuestro concepto de luz. La ayudan a explicar metáforas y acciones complejas.

Este asset corporativo funciona como soporte, evitando saturar la composición o quitar protagonismo a otros elementos clave.

**Transmiten conceptos y metáforas complejas,** crean explicaciones didácticas y sirven para reducir el texto de nuestras piezas.

[Ver proyecto](#)

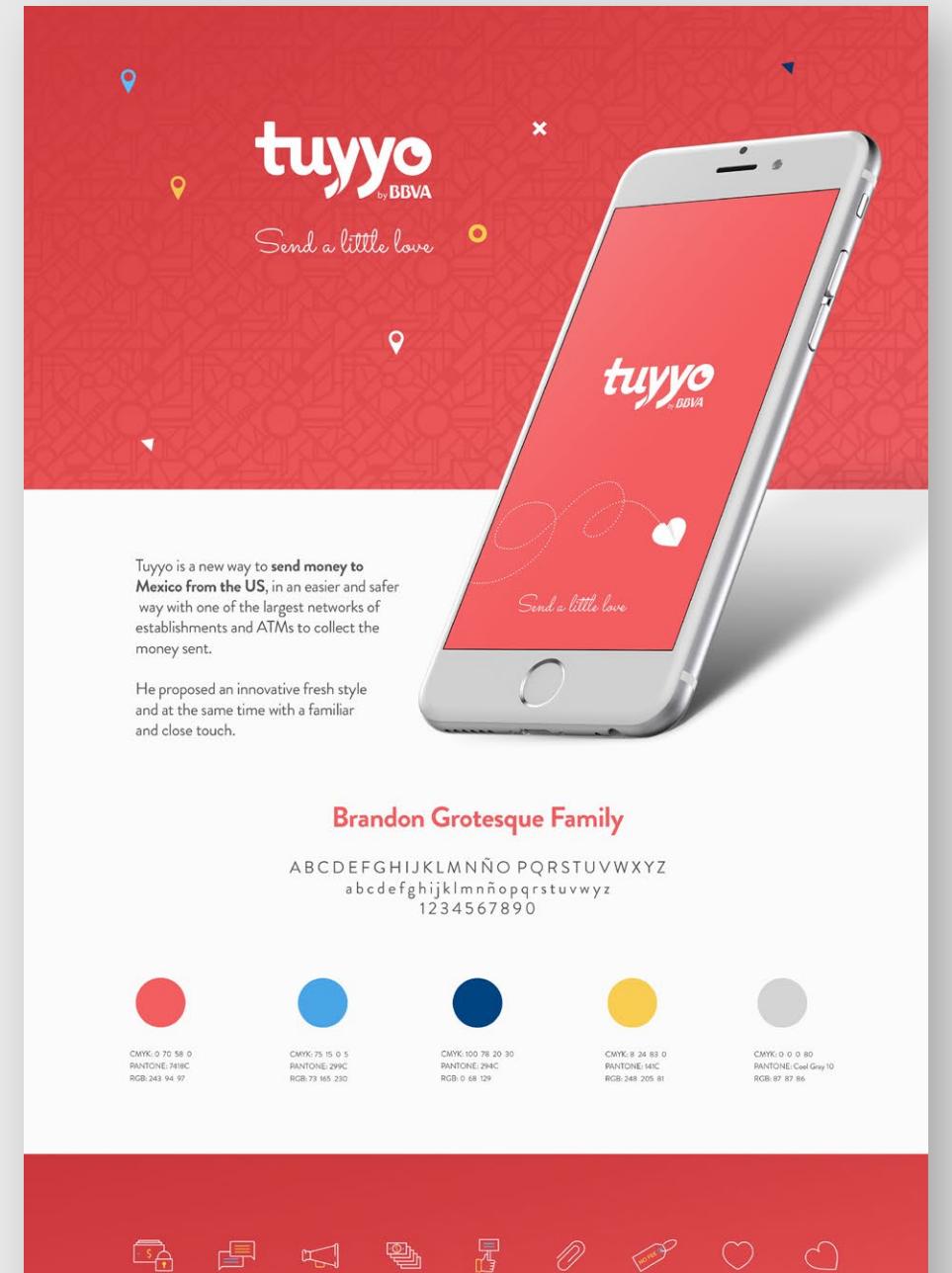
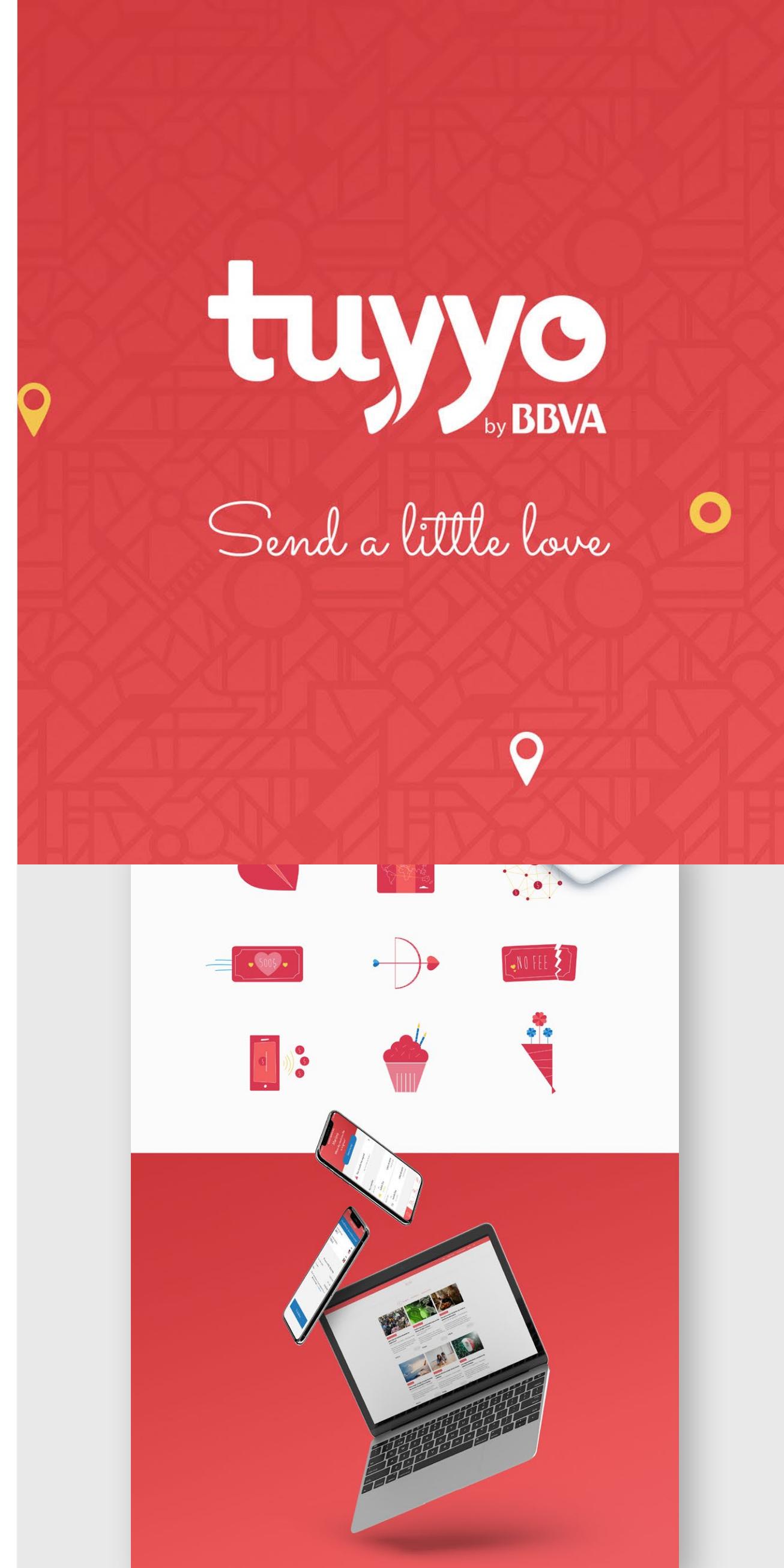


# TUYYO BRANDING & APP

Tuyyo es una nueva forma de enviar dinero a México desde Estados Unidos, de una manera más fácil y segura con una de las mayores redes de establecimientos y cajeros automáticos para cobrar el dinero enviado.

**La app proponía un estilo innovador, fresco ya la vez con un toque familiar y cercano.**

[Ver proyecto](#)



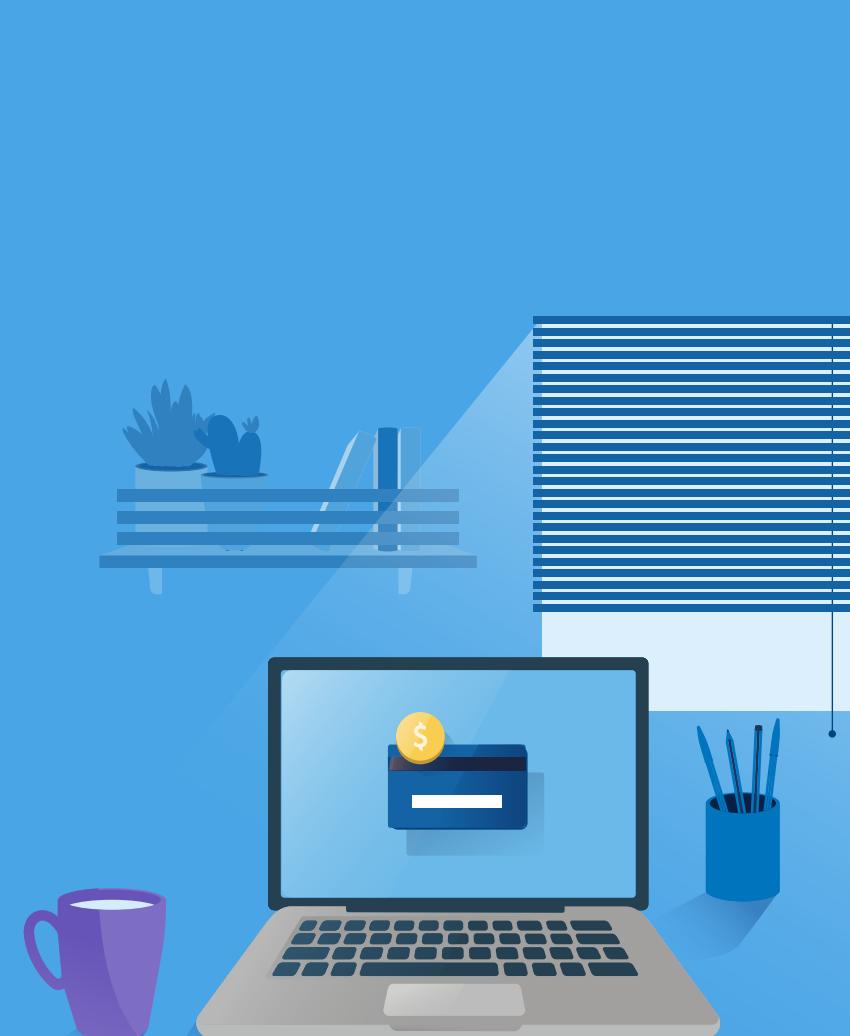
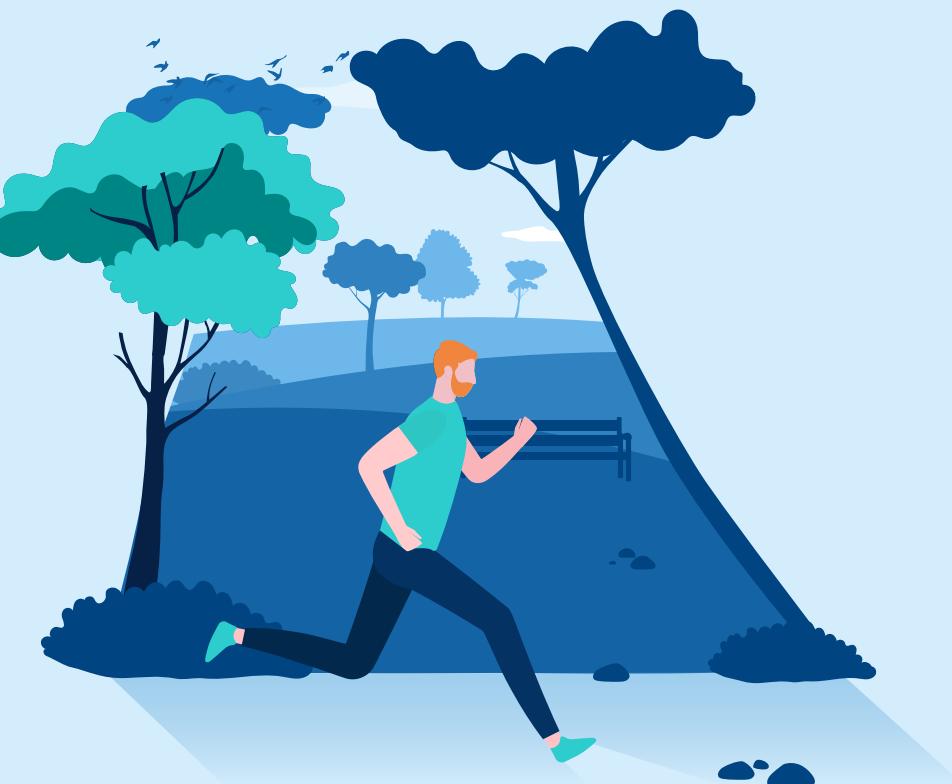
# BBVA ILUSTRACIONES

En estos tiempos de cambio global, la tecnología ha dado a las personas el poder de elegir. **En BBVA queremos acercar las oportunidades de esta nueva era a todos, creando un estilo de ilustración centrado en las personas.**

La técnica de composición utilizada es vectorial y consta de bloques de color plano de la gama corporativa. Los detalles de construcción se han simplificado para que tanto la creación estática como la animación sean simples y naturales.

La simplificación jugará un papel importante en la composición de la escena. Sólo se representarán los elementos necesarios para identificar el contexto en el que se desarrolla la acción.

[Ver proyecto](#)



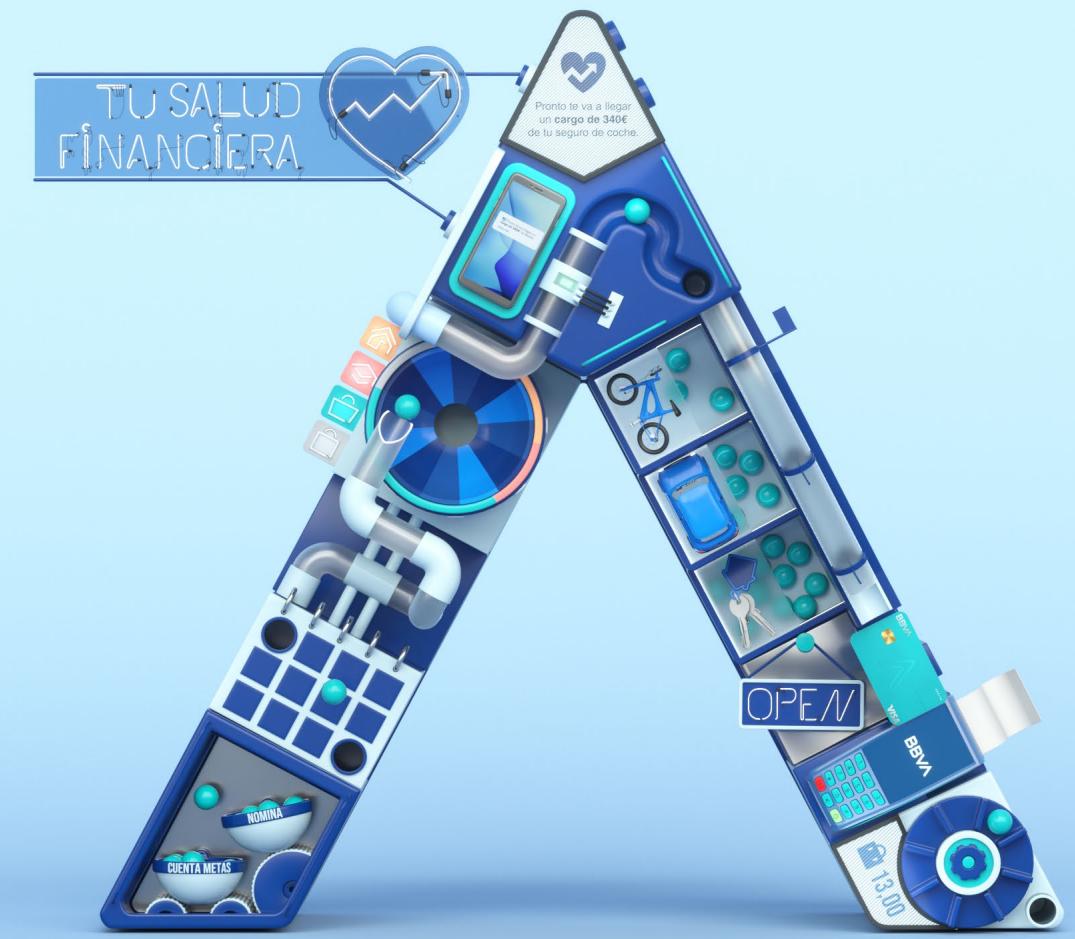
# BBVA ASCENDER

**Las oportunidades están en todas partes.**

La letra A del logo de BBVA se denomina **Ascender**. Es uno de los elementos más relevantes de la identidad de BBVA y representa la oportunidad. Tres años después del cambio de marca de BBVA, sumamos este nuevo asset de marca a la identidad de BBVA.

Bajo el concepto de ‘Las oportunidades están en todas partes; te ayudamos a conseguirlos. BBVA presenta ahora el catálogo de Ascenders, que refuerzan el propósito BBVA.

[Ver proyecto](#)



# POWERPAY

## APP

### Paga cuando elijas

Powerpay es un medio de pago que ofrece la oportunidad de aplazar las compras a 0% de interés, en un proceso rápido y transparente.

Hemos puesto foco en los valores que más representan para la marca como es la flexibilidad y la tranquilidad/control, con el objetivo de pagar a plazos sin intereses como manera de diferenciarnos.

La experiencia de la plataforma se ha implementado en torno a una partner tecnológico, MO Technologies, una plataforma de préstamos digitales que cubre de manera integral las necesidades E2E para gestionar el ciclo de vida del crédito.

Coming soon

