

# SALA LEO

DISEÑO, MARKETING Y PUBLICIDAD

## LA PUBLICIDAD PERUANA EN EL TOP TEN DEL CANNES LIONS

"McCann Lima y nuestro primer Grand Prix"

"Publicis Perú y su jugada ganadora"

"Perú el nuevo foco creativo "

# EDITORIAL

## CREATIVIDAD PERUANA ENTRE LAS 10 MEJORES DEL MUNDO

En el 2013 cuando Perú alcanzó un histórico récord de 10 Leones en el Festival de Cannes, abrigábamos la secreta esperanza de seguir escalando en el 2014 y el tiempo nos ha dado la razón. 14 Leones incluido un Grand Prix en la categoría Media que es como el León de los Leones y que nos coloca como el segundo país en la región y décimo en el mundo.

Este logro significa mucho para los estudiantes que han elegido una carrera creativa porque les abre las puertas de un gran mercado mundial que cada vez cotiza mejor a nuestros profesionales. Si se lo proponen, ahora saben que pueden alcanzar el éxito y tocar las estrellas.

Cuál es la diferencia entre la gloria y el fracaso, personalmente creo en la innovación y la tecnología tenemos que dedicar tiempo para entrenar nuestra mente en encontrar ideas originales. Y para pensar mejor y más rápido tenemos que consumir cultura en sus diversas manifestaciones: música, cine, pintura, astronomía, robótica, filosofía, literatura y más. Y para diseñar mejor tenemos que dedicar más tiempo a la técnica de presentación y trabajar arduamente, como un artista, como Miguel Ángel, Dalí o Gabriel García Márquez.

Actualmente los alumnos dedican 80% de su tiempo en pensar y 20% en presentar sus ideas, tenemos que cambiar este paradigma y emplear 80% y 80%. Esta es la única manera de hacer de la creatividad peruana en el diseño, la publicidad y el marketing lo que han hecho los chefs peruanos con nuestra cocina, colocarla entre las 3 mejores del mundo.

Héctor Valcárcel

## ÍNDICE

# 04/05

## NOTICIAS

The One Club: "El mejor spot de la historia del fútbol"

ANZ Australia: "GAYTM"

La Tinka: "Publicis Perú y su jugada ganadora"

Cannes: "Perú el nuevo foco creativo"

Coca Cola: "McCann se lleva el Grand Prix"

# 06

## TRABAJO ALUMNOS

Una muestra variada de trabajos de alumnos de nuestro instituto. Esta selección muestra trabajos de Taller Publicitario, Fundamentos Visuales, Signos y Símbolos.

# 08

## Perú en Cannes

Este año Perú rompió todos los registros y nos trajo nuestro primer Grand Prix de Cannes.

# 09

## ARTISTAS

"Renzo Vásquez y Roberto Delgado"

CREATIVOS PUBLICITARIOS

# 13

## SECCIÓN CULTURAL

"Andy Warhol Portraits and Landscapes"

"Los Suelos"

"Los últimos mundialistas"

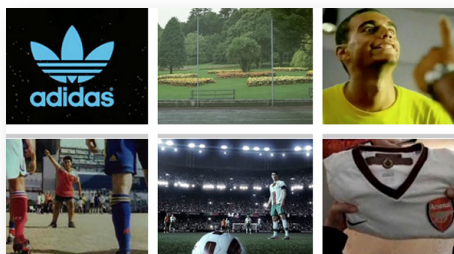
"La Feria del Hogar"



## THE ONE SHOW: “EL MEJOR SPOT DE LA HISTORIA DEL FÚTBOL”

The One Show, presentó una serie de comerciales referentes al mundial, con el principal cometido de permitir que las personas elijan su favorito, para así crear lo que sería el Top 10 de los mejores comerciales en la historia del fútbol. Entre los spots presentes se encuentran marcas como Adidas, Umbro, Nike, Puma, ESPN, EA y Samsung, por nombrar los más importantes. La votación se realiza ingresando a la siguiente web:

[www.oneclub.org/worldcup2014](http://www.oneclub.org/worldcup2014)



## ANZ AUSTRALIA: “GAYTM”

Como principal patrocinador de la marcha del Orgullo Gay en Sidney, el banco ANZ de Australia instaló cajeros automáticos con diseños y mensajes alusivos a la cultura gay. El proyecto fue realizado por Whibyn\TBWA y se llevó el Grand Prix en la categoría Outdoor en Cannes.

La campaña parte bajo el concepto “We live in your world” (vivimos en tu mundo), que busca defender el compromiso con sus clientes gays, para ello personalizaron los cajeros automáticos con colores e insignias representativas.

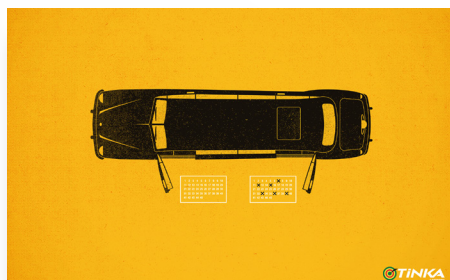
[www.codigo.pe](http://www.codigo.pe)



## LA TINKA: “PUBLICIS PERÚ Y SU JUGADA GANADORA”

Ads of the World, la web más importante de la publicidad, que mensualmente publica una selección de las mejores campañas publicitarias del mundo, reconoció en su portal a Publicis Perú, por sus 5 gráficas para La Tinka - Intralot. Este reconocimiento se debe al león de oro obtenido en la reciente premiación de Cannes celebrada en Francia. Esta campaña conformada por 5 gráficas con un claro y muy creativo concepto les hizo acreedores del galardón en la categoría PRESS.

[www.mercadonegro.com](http://www.mercadonegro.com)





## CANNES: "PERÚ, EL NUEVO FOCO CREATIVO"



La publicidad peruana es resaltada en una nota a doble página en la publicación Cannes Lions Daily, la cual se publica durante el festival. La publicación menciona lo siguiente:

Perú. El nuevo punto creativo. Después de un consistente crecimiento económico, el nuevo Perú también florece en el campo creativo. Primero con una cocina impresionante que ya está conquistando el mundo, y ahora con grandes y refrescantes ideas globales. "Esta no es una burbuja". Como ellos dicen. Este es el resultado de un largo esfuerzo y sólo es la punta del iceberg. En realidad, muchos proyectos se están cocinando en este mismo momento en la nueva y expansiva ciudad, Lima, una ciudad moderna en un país de lugar privilegiado. Perú se encuentra a punto de afirmar su posición estratégica en Latinoamérica.

[www.codigo.pe](http://www.codigo.pe)

## COCA COLA: "McCANN LIMA SE LLEVA EL GRAND PRIX"

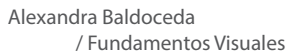
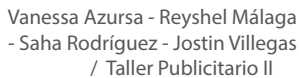
Bastaron dos días de premiaciones para superar el récord del año pasado. El Festival Cannes Lions 2014 no ha podido tener mejores noticias para la representación local.

Pero el punto crucial lo marcó la agencia McCann Lima que se alzó con el primer Grand Prix de la historia de la publicidad patria. Este galardón lo obtuvo en la categoría Media-máximo premio de cada rubro en competencia con su campaña DNI Feliz para Coca Cola.

"Este spot se trata de una idea simple, pero hermosa y poderosa que busca cambiar la identidad de un país aportando felicidad a su día a día y que esa felicidad lo acompañe siempre"

[www.mercadonegro.pe](http://www.mercadonegro.pe)





## “Te llama... La llama”, Reloaded

Parece una ilusión escuchar esta frase tan característica de aquella época dorada de la iconografía comercial.

Vuelve la Feria del Hogar. Aquella de los dos hangares y banderas en la entrada. La mató una resolución municipal y la resucitó el instinto y la pasión de un grupo de nostálgicos empresarios.

En verdad nunca murió la idea. Siempre queda en nuestras retinas aquellas tardes de largos paseos y de manos llenas de folletos de ventas que terminaban en avioncitos. Las tardes de música y juegos. Las tardes de familias que conversaban y almorzaban rico sin celular ni internet que los interrumpiera. La oferta culinaria era tallarines rojos, pollos a la brasa, hot dog, arroz con pollo y tu chicha. Picarones, de ley.

En esa época La Feria del Hogar era la interpretación exacta de la teoría de conjuntos ,cuando se juntaban tres círculos y formaban esa área compartida, esa era la zona donde confluían el centro comercial que no existían los conciertos masivos que no son como los de ahora y los juegos mecánicos los playgrounds de hoy.

Tres negocios en uno y un food court de época. Un solo ticket y adentro. Recuerdo entrar a la 11am y salir 9 pm. a chapar el bus de regreso a Magdalena. Ese espacio de esparcimiento y negocio hacía muy dinámica la oferta comercial de las tiendas.

Siempre que había que buscar un electrodoméstico la Feria del Hogar era parada obligada para sacar el mejor precio del mercado. Siempre andaba llena la Feria, siempre habían colas y siempre te llevabas algo a casa, y sino, una enorme sonrisa que te alegraba la tarde gris de Lima.

Vuelve la Llama que te Llama y estamos llamados a ir.

Es un deber recuperar aquellas costumbres que nos devuelven alegría de otros tiempos. Así como Mistura fue capaz de sentarnos a la mesa a degustar nuestra carta peruana, la Feria con nuestra presencia será capaz de reunirnos en familia a pasear y encontrar oportunidades fuera de los fríos malls.

Si la respuesta es la correcta el espectáculo será cada vez mejor y la oferta comercial se inclinará hacia el consumidor. Vamos con alegría a la Feria del Hogar

Te llama la llama....escúchala!



**Oscar García**

**Publicista**



Profesor de Leo Design

"PERÚ HACE HISTORIA EN  
LIONS CANNES 2014"



Este año Perú rompió todos los registros y nos trajo 14 leones de Cannes (13 Cannes Lions y 1 Lion Health), una estadística récord. Pero más que ese número importante y contundente se encuentra el hecho de haber obtenido el primer Gran Prix en nuestro país, uno de esos trofeos como una Copa del Mundo, tan anhelada como inalcanzable, llevándonos a una posición única por primera vez en nuestra historia.

Además del GP para McCann Lima, se confirma la consolidación de agencias como Y&R Perú y FCB Mayo, que giraron el nivel creativo completamente con la llegada de sus actuales DGC's.

Es también la primera vez de Publicis y Fahrenheit DDB, dos agencias que pertenecen a dos grandes redes.

Perú llega al puesto 10 con 13 trofeos, entre ellos dos oros y un GP un mérito increíble, simplemente porque enviamos solo 269 piezas. En contraposición con Argentina por ejemplo, quienes remitieron 797 trabajos y consiguieron 49 leones, pero solo 8 oros y ningún GP. Por ello está niveles más abajo que nosotros.

Una comparación futbolística ahora que estamos en pleno mundial es decir que metimos menos goles pero fueron suficientes para ganar más partidos.

## MEDALLERO POR PAÍS

	🇨🇦	🇺🇸	🇨🇦	🇺🇸	Total
1	5	28	26	45	104
2	2	43	70	99	214
3	2	10	10	12	34
4	2	4	19	38	63
5	1	18	33	33	85
6	1	17	31	58	107
7	1	15	13	15	44
8	1	13	2	7	23
9	1	3	6	18	28
10	1	2	2	8	13





## “DUPLA CREATIVA”



### “Renzo Vásquez

### Roberto Delgado”

Ciudad: Lima, Perú

Agencia: McCann Lima

Arte: Creativos Publicitarios

Renzo Vásquez (Truly) y Roberto Delgado (Tyto), son una de las duplas creativas más solidas de nuestro medio publicitario. Actualmente se vienen desenvolviendo en la agencia McCann Erickson Lima, ganadora por primera vez de un Gran Prix en Cannes, y primer Grand Prix en la historia de nuestro país el que nos ubica en el top a nivel mundial.

Esta dupla ha realizado muchas de las más recordadas y premiadas campañas para marcas como: Flying Dog Hostel o Coca Cola.

La campaña para esta cadena de hospedajes peruano fue dirigida exclusivamente para turistas y bajo el concepto “Tu necesitas un descanso. Visita Perú”, representada con tres spots donde refleja el estrés del día a día de personas en los Estados Unidos, Japón y Alemania; todo esto para hacer pensar seriamente a los turistas, sobre tomarse un descanso y visitar nuestro país.

Una de sus campañas premiada hace muy poco en el “Lions Cannes” fue la realizada para Coca Cola. “Happy ID” este fue el nombre de tan exitosa campaña que bajo un concepto muy simple pero bien enfocado “Cambiar la identidad de un país aportando felicidad a su día a día y que esa felicidad lo acompañe siempre”.



“Flying Dog Hostel ”



“Coca Cola ”



## SALA LEO

### ORIENTACIÓN ACADÉMICA

Te apoyamos y orientamos sobre cualquier duda respecto a tus cursos y/o trabajos. Contamos con referencias de los mejores trabajos.

### COPIAS E IMPRESIONES

Te brindamos un servicio de impresión A4 en blanco y negro, además de fotocopias y escaneado de documentos.

### AGENDA CULTURAL

Aquí podrás encontrar los mejores eventos culturales y de relaxo, tales como: cine, teatro, galerías, conciertos, entre otros.

### MERCHANDISING Y LIBRERÍA

Te ofrecemos una gran variedad de útiles básicos y nuestro merchandising diseñado especialmente para facilitar tu vida académica.

### LIBROS Y REVISTAS

Contamos con una selección precisa de libros y revistas para complementar tus estudios.

### ESPACIO DE INVESTIGACIÓN

Un cómodo y tranquilo ambiente en el que podrás investigar, leer o hacer uso de una computadora con acceso a internet.



**"ESPACIO FUNDACIÓN"**  
TELFÓNICA



## LIBROS Y REVISTAS

### RECOMENDADOS

#### PUBLICIDAD

AUTOR  
Kimberly Elam

PAGINAS  
117



#### SISTEMAS RETICULARES

Este libro nos permite comprender la importancia de la composición dentro de cualquier diseño. Bajo un claro y sencillo concepto de la ley de tercios nos brinda las herramientas para realizar exitosas composiciones.

#### PUBLICIDAD

AUTOR  
Lürzer's Archive

PAGINAS  
220



#### LÜRZER'S ARCHIVE Vol.1-2014

Una edición más de este espectacular ventana a la publicidad mundial que nos permite volar en creatividad y nos abre los ojos con las campañas más impresionantes, acompañadas de excelentes gráficos.

# MERCHANDISING

Nuestro merchandising diseñado especialmente para tí:



Maletín Publicitario / s/. 65.00



Portafolio de Trabajo / s/. 70.00



Cuaderno Académico / s/. 25.00



Cuaderno Ideas / s/. 6.00



Cuaderno Bocetos / s/. 5.00

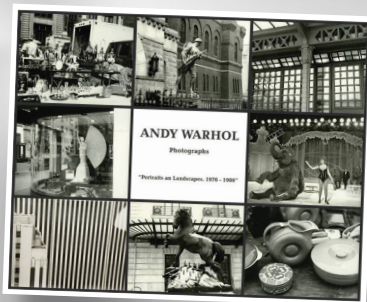


Libreta Elástico / s/. 3.00

### "Andy Warhol Portraits and Landscapes"

Por primera vez, llega al Perú una muestra poco conocida de fotografías en blanco y negro de Andy Warhol. Esta muestra que el artista capturó con su cámara entre 1976 y 1987, de la cotidianidad que lo rodeaba, tanto en Nueva York, como en Londres y en París.

Lugar: Galería Pepe Cobo  
Cuando: 25 de Junio al 15 de Septiembre



### "LOS SUELOS"

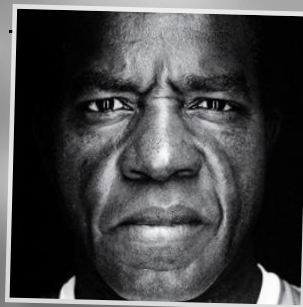
La nueva sala de exhibiciones temporales del MATE presenta esta exposición que consta de una escultura principal titulada Líneas de Fuga (2014) además de los videos Yacimientos (2013) y Contornos (2014).

Lugar: MATE (Barranco)  
Precio: s/. 3.00

### "LOS ÚLTIMOS MUNDIALISTAS"

Retratos íntimos (tanto con imágenes como con palabras) de nuestros mundialistas peruanos. Entre ellos: Juan Carlos Oblitas, Julio César Uribe y el "Nene" Cubillas.

Lugar: "Galería El Ojo Ajeno" (Av. 28 Julio, Miraflores)  
Ingreso: LIBRE



### "LA FERIA DEL HOGAR"

Luego de confirmarse la participación de más de 100 artistas nacionales en su nueva edición, la primera en once años, la Feria del Hogar anunció que el próximo martes 1 de julio empieza la venta de entradas.

Entradas: Teleticket

Lugar: Villa, Chorrillos





# SALA LEO

Un espacio para alumnos atendido por alumnos

Contacto  
Eduardo Collado R.  
[ecollado@leodesign.edu.pe](mailto:ecollado@leodesign.edu.pe)

LEO  
DESIGN  
DISEÑO, ARTES Y PUBLICIDAD