



RENZO ALARCO

UX/UI Design Portafolio



renzo.alarco@gmail.com

alarco.me

Diseñador UI/UX y Desarrollador Front End con 15+ años de experiencia. Especializado en User Research, Branding y Data Analytics, combino metodologías centradas en el usuario con soluciones técnicas robustas. Apasionado por la fotografía y la creación de experiencias digitales impactantes.



PUCP

Rol: UX Designer (2024 - 2025)

Proyectos clave:

Plan de Desarrollo Universitario 2030 (PDU)
- Facultad de Ingeniería

- Diseño del documento estratégico.
- Versiones adaptadas para soporte físico (eventos) y digital (publicación web)
- Diagramación de información compleja con enfoque en claridad y comunicación efectiva

Rediseño del Portal Web de la Facultad

- Optimización de la experiencia digital bajo los lineamientos PUCP
- Visibilidad de eventos académicos
- Promoción de laboratorios como los CORE FACILITIES e investigación
- Jerarquización visual adaptada a las necesidades específicas de la facultad

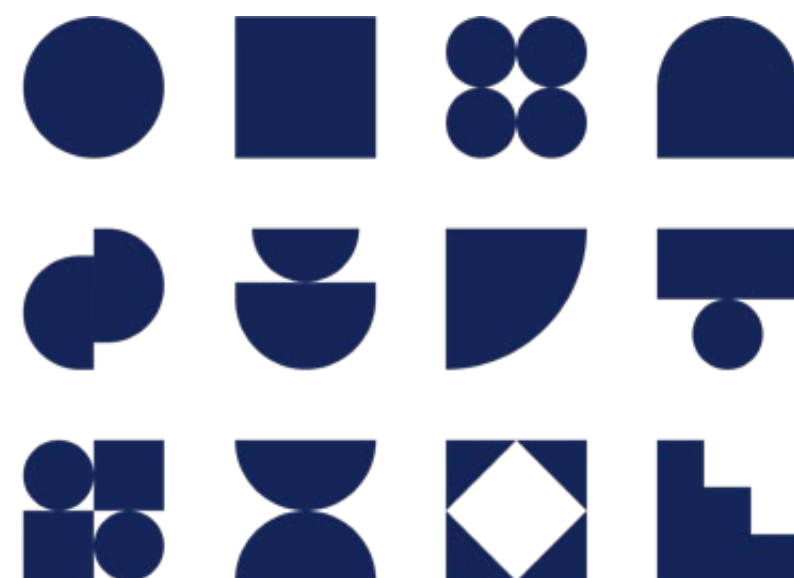
Uso de los elementos gráficos propuestos por la Universidad para la creación de un brochure atemporal y de fácil lectura



Elementos gráficos

Como reflejo de la versatilidad y comunidad de la PUCP, nuestras dos formas geométricas principales nos darán la oportunidad de crear un ecosistema más grande al poder componer más elementos gráficos. Estos serán utilizados a lo largo del sistema visual.

Descarga la plantilla [aquí](#)



Siguiendo los lineamientos de la Universidad, optimizamos la web de la Facultad y le damos prioridad a lo que se desea mostrar de cara al público



Orion Apparel

Rol: Web designer & Data Analyst (2024)



ORION

Desafío clave:

Desarrollé la tienda virtual con un enfoque conversión-centrico para ropa de ciclista premium de la marca ORION APPAREL con sede en Brooklyn, NY:

Solución implementada:

- Sistema de medidas corporales integrado
- Widget interactivo para captura precisa de proporciones
- Optimización de performance: Reducción del 35% en tiempo de carga (WebP/Lazy Load)
- Arquitectura visual punk/rock minimalista (balance brand-experiencia)

El verde fosforescente sobre negro genera un contraste extremo que activa nuestro sistema visual primario, creando **urgencia inmediata**. Esta combinación aumenta hasta un 34% los clics en CTAs al imitar señales de emergencia naturales, provocando una respuesta de acción rápida sin generar estrés. Su efectividad radica en aprovechar los instintos biológicos de atención.

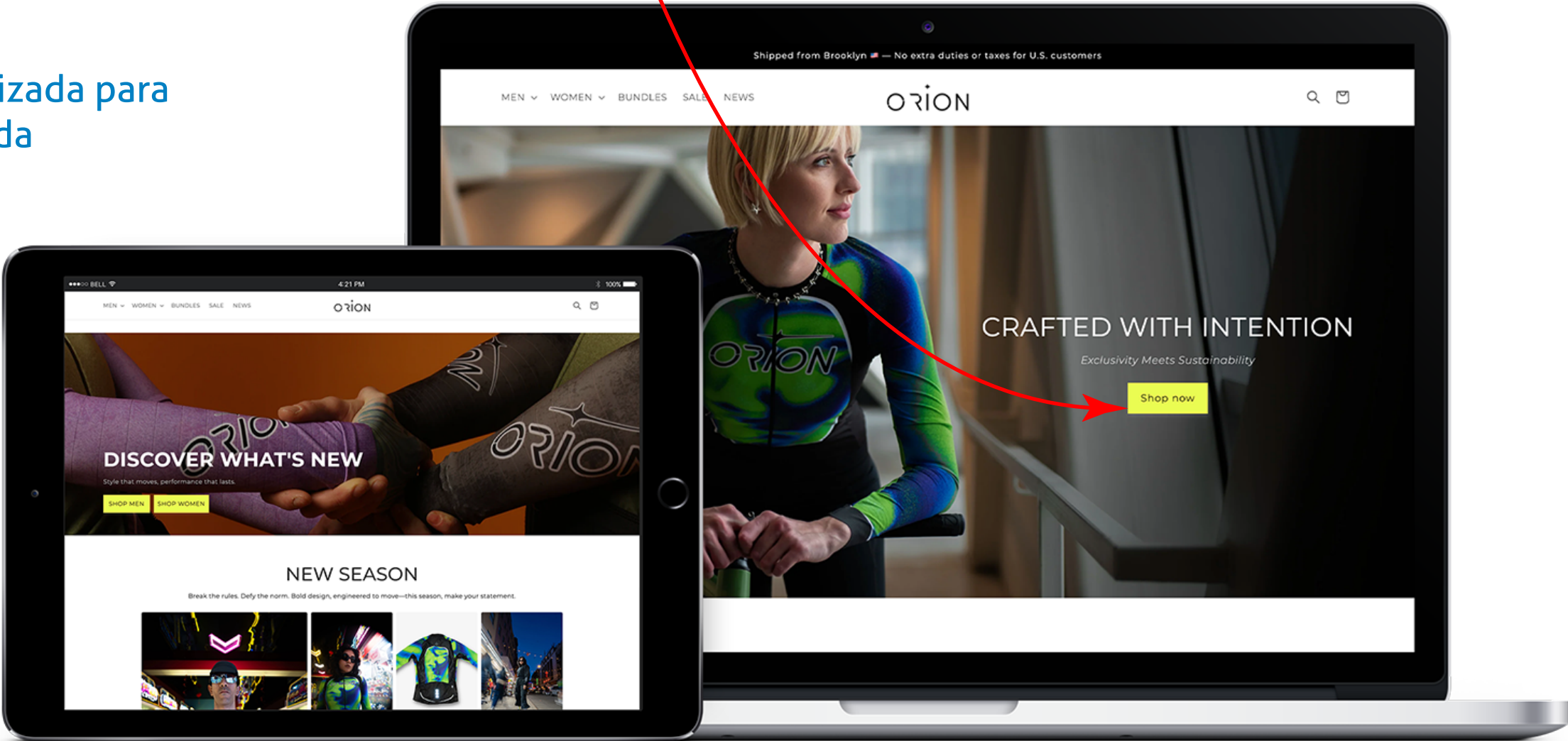
COLLECTION

SHOP NOW

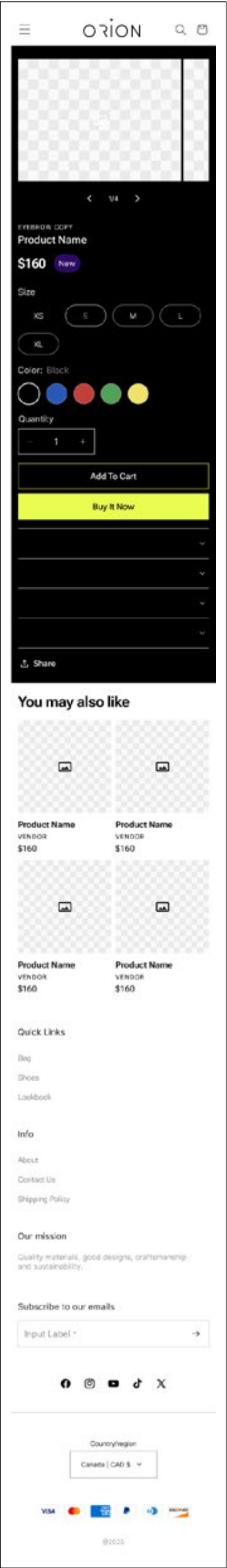
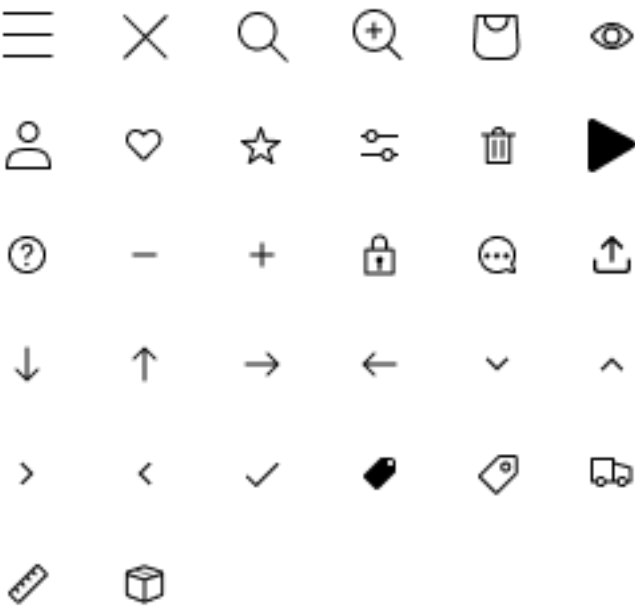
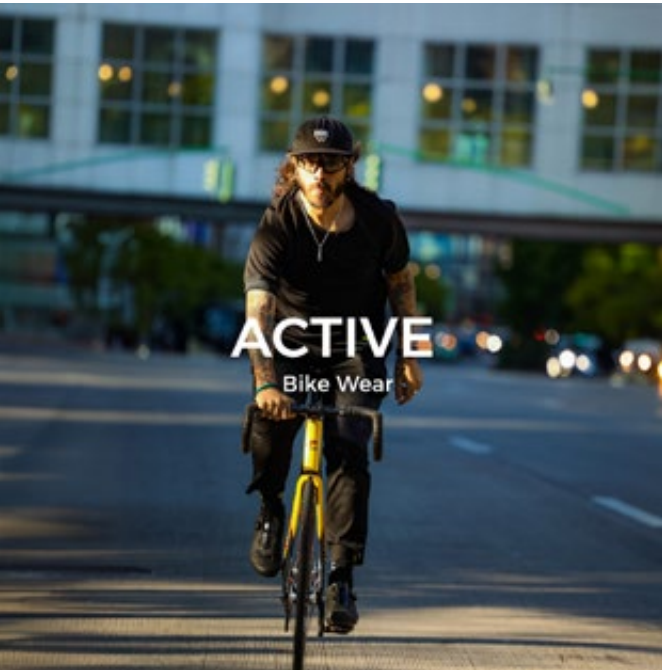
website 3.0, optimizada para carga rápida

#000000

#eafc52



"Crafted with Intentions": Campaña de moda sustentable que implementé, donde los usuarios seleccionan prendas antes de su producción, reduciendo desperdicios textiles mediante fabricación bajo demanda. Transformé el modelo tradicional a uno circular con participación activa del consumidor.



Versión 1.0 del eCommerce. Lanzamiento en Marzo 2023



Grupo Coril

Rol: Product Owner (2023)

Contribuciones clave:

Design System Corporativo

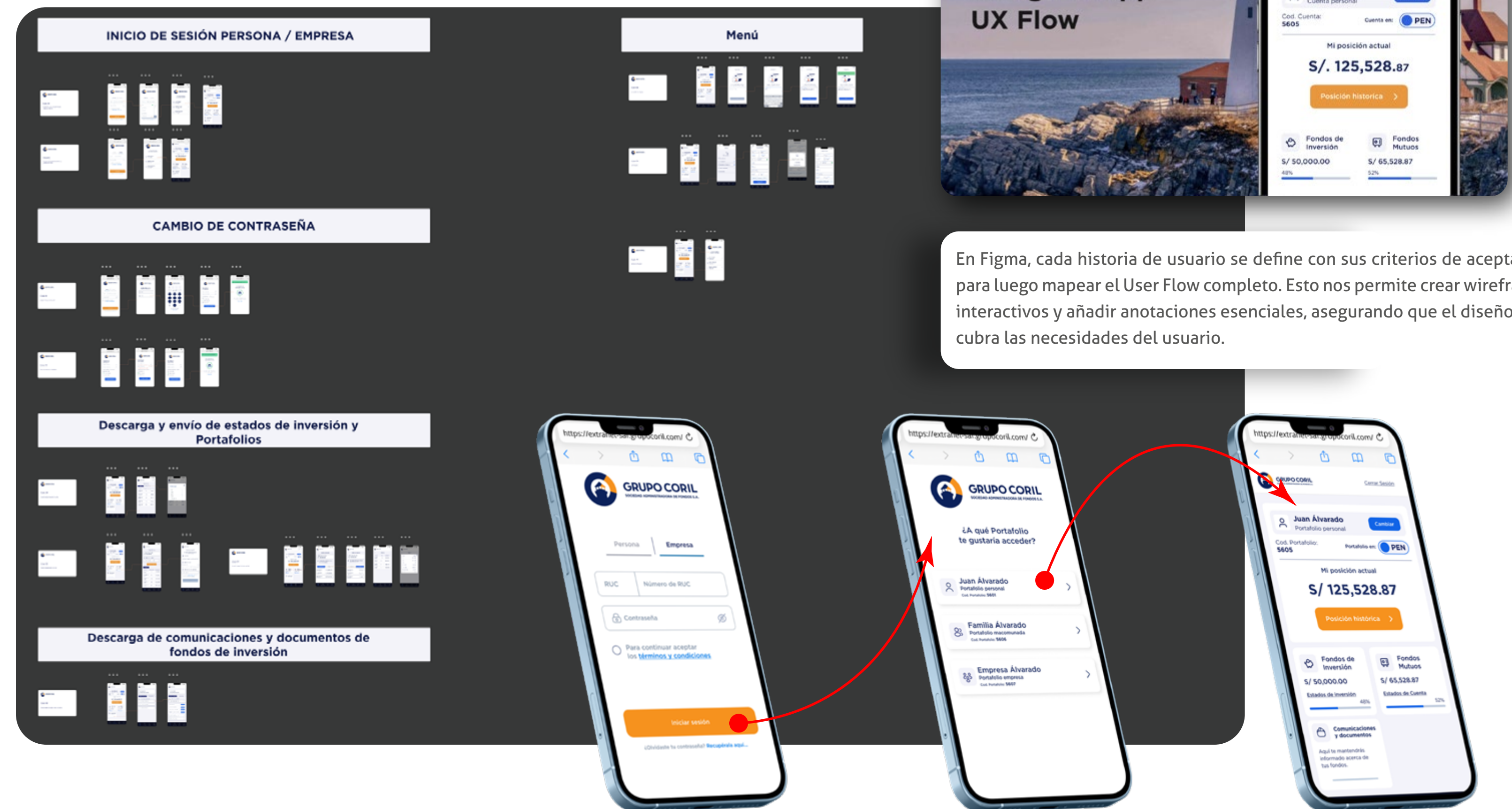
- Diseñé e implementé el sistema unificado para todas las empresas del grupo
- Establecí patrones para componentes, tokens de diseño y documentación

Productos destacados:

- Intranet SAF
- Sistema de Comisiones 3420

Resultados:

- Coherencia visual entre empresas del grupo
- Reducción de aproximadamente 30% en tiempo de desarrollo frontend
- Framework para futuros productos



En Figma, cada historia de usuario se define con sus criterios de aceptación para luego mapear el User Flow completo. Esto nos permite crear wireframes interactivos y añadir anotaciones esenciales, asegurando que el diseño final cubra las necesidades del usuario.

3420

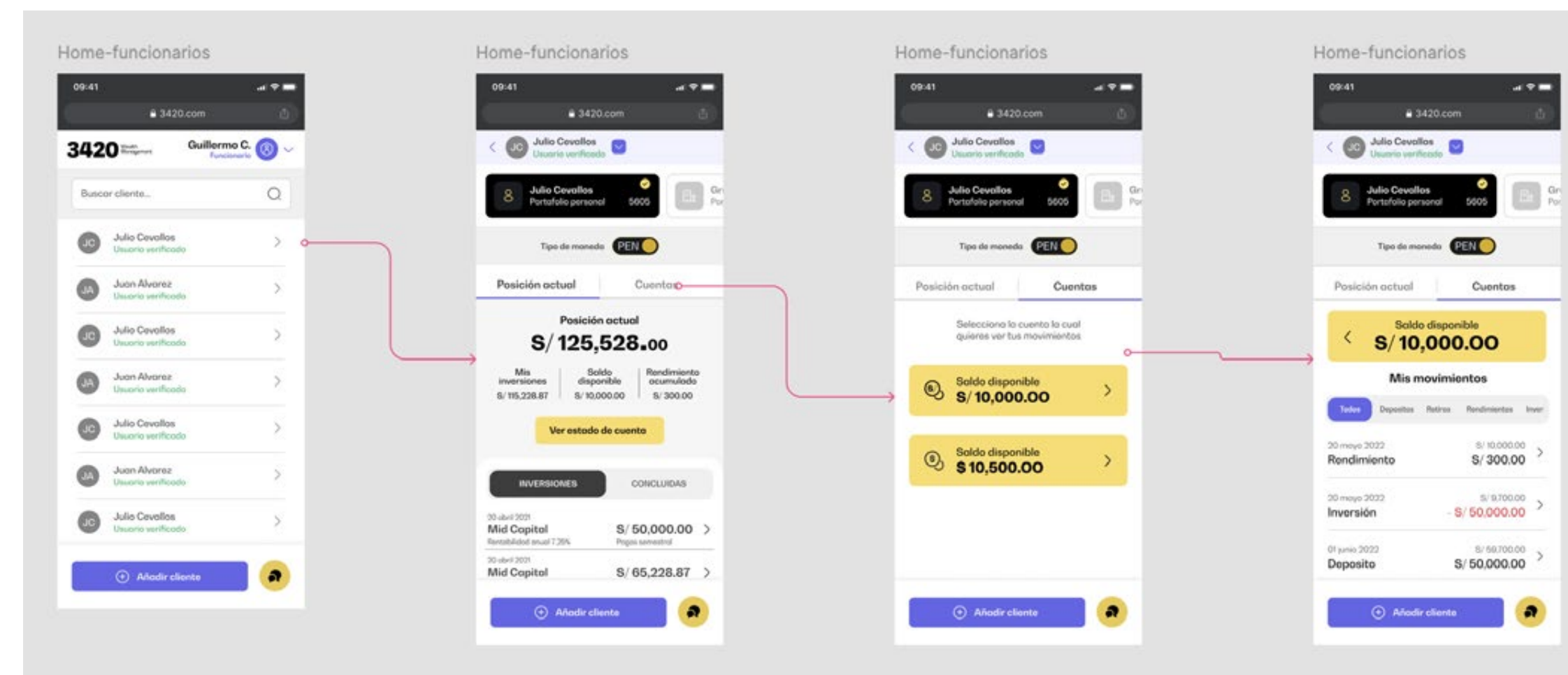
Wealth Management

Módulo Comisión
Funcionarios

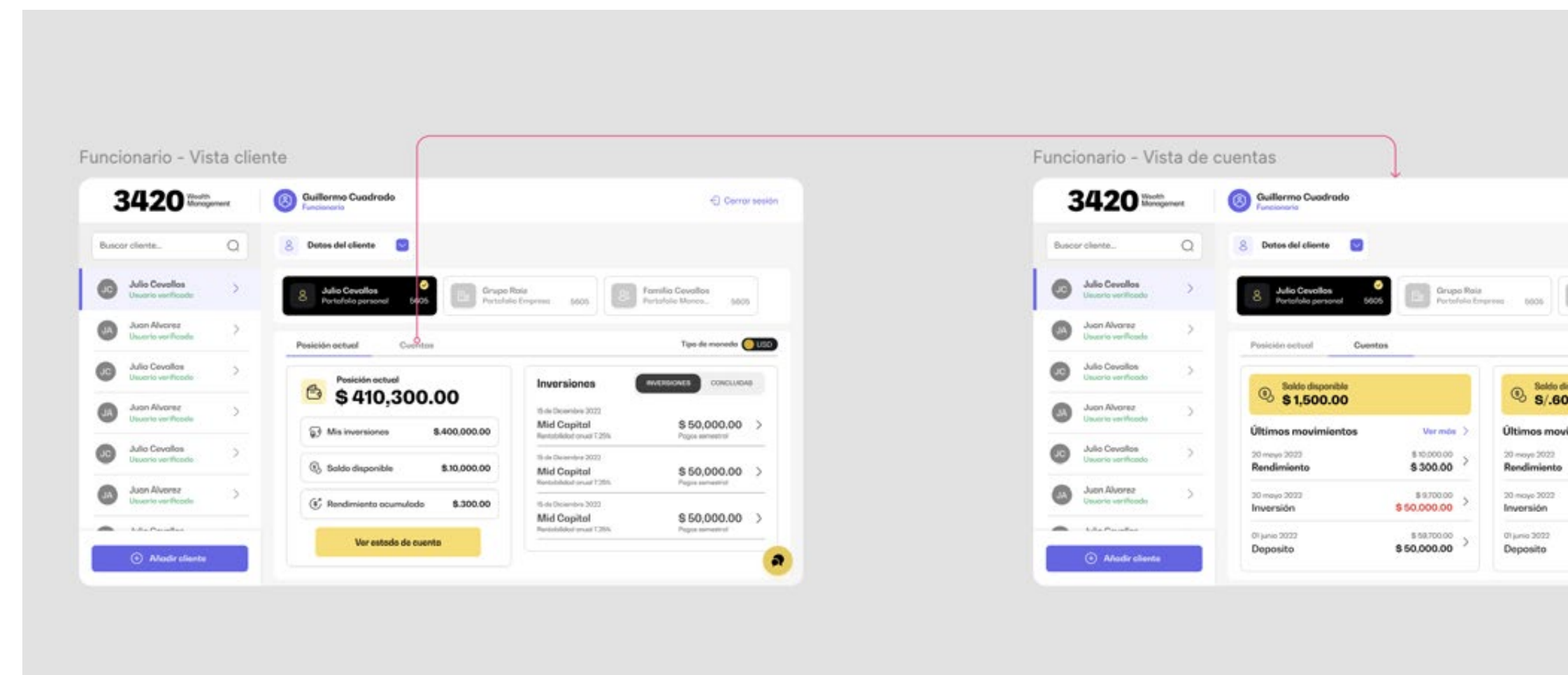
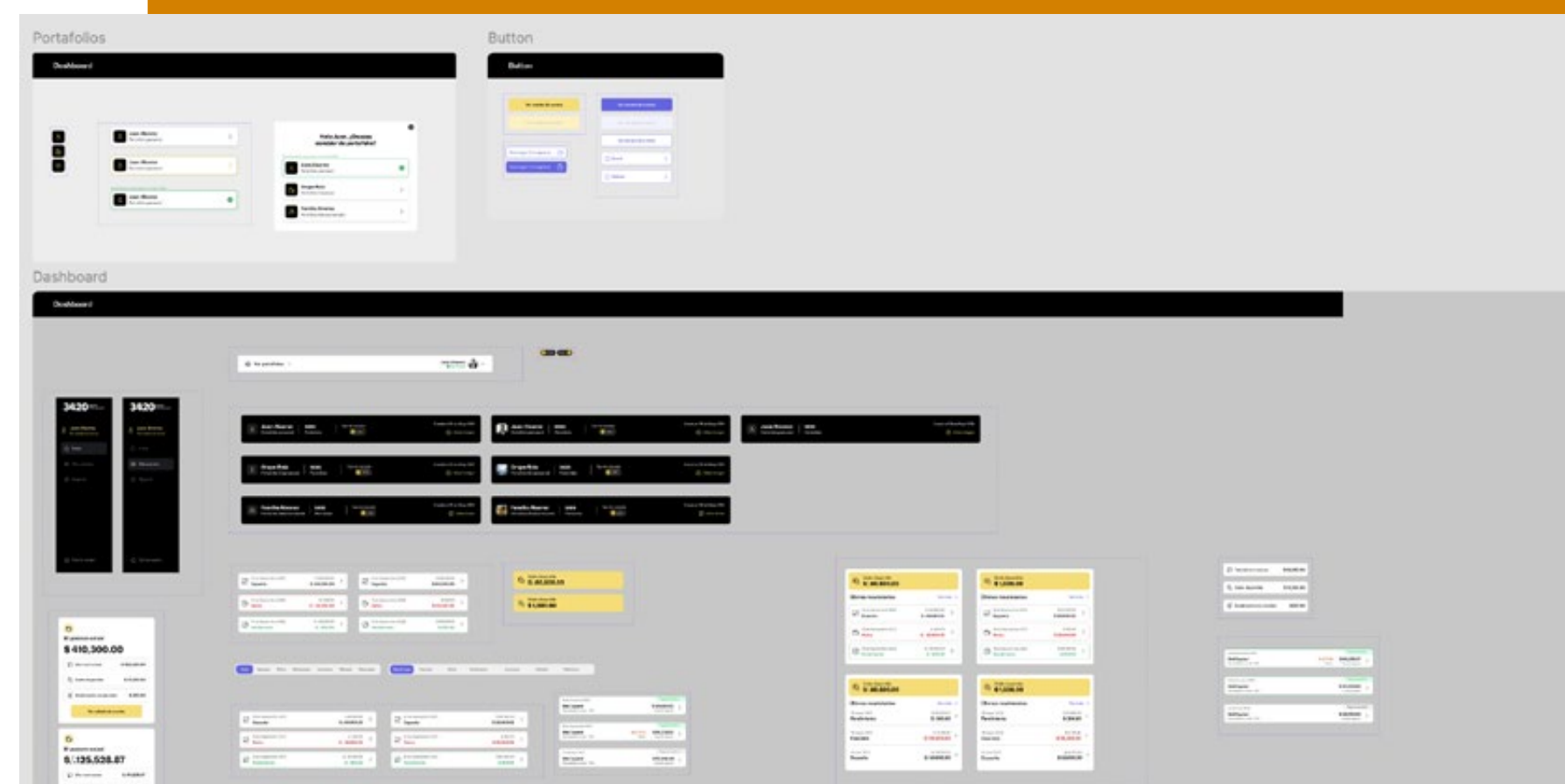
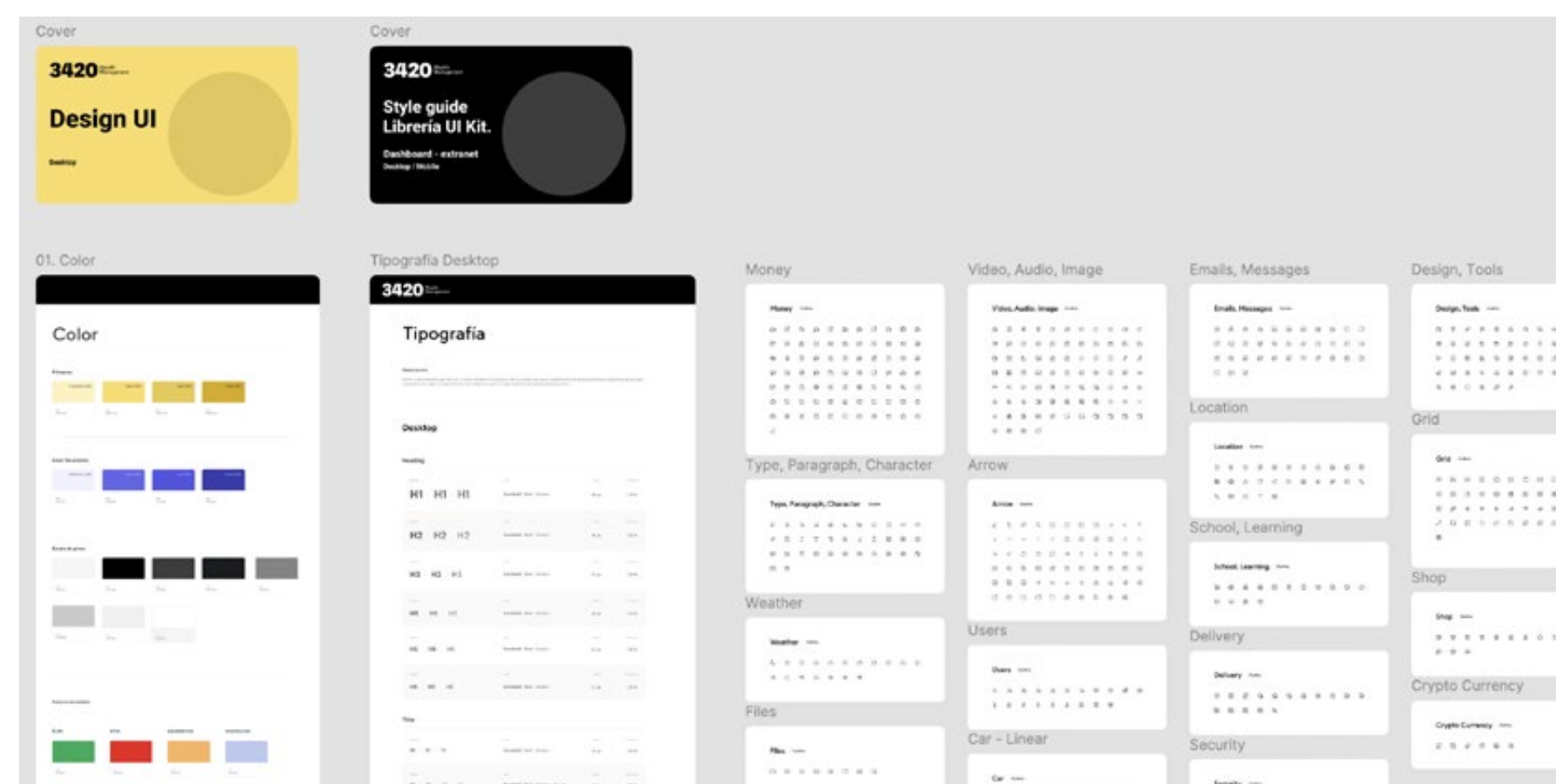
FINALIZADO

Para la empresa 3420 se hizo una adecuación del design system, creando un UI Kit que usaría los componentes visuales que la Corporación tenía planeado implementar en todos sus productos, pero con la diferenciación de colores y tipografías adaptadas al estilo de una empresa que no usa la marca CORIL.

Diseño de UI y Prototipos: User Flow 'Consulta de Cliente por Funcionario'



Versión iPad / Desktop para funcionarios en oficinas de 3420



UI Kit basado en el Design System Coril

ZET Caffe

Rol: Brand Identity Specialist (2023)

Logotipo Final
Lettering y Escudo

Desafío:

Crear un sistema de identidad que comunicara energía matutina y fortaleza para su expansión física/digital, usando un gallo como elemento central.

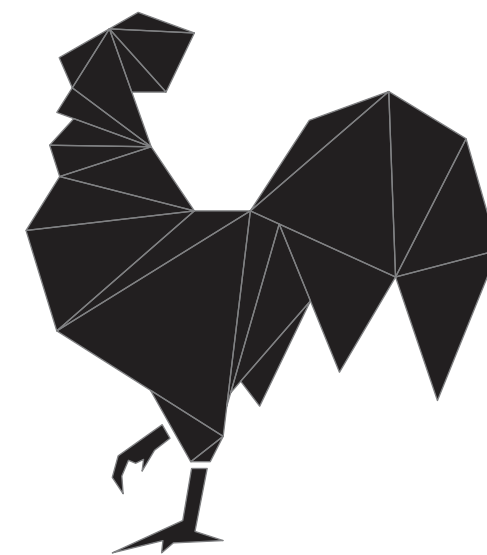
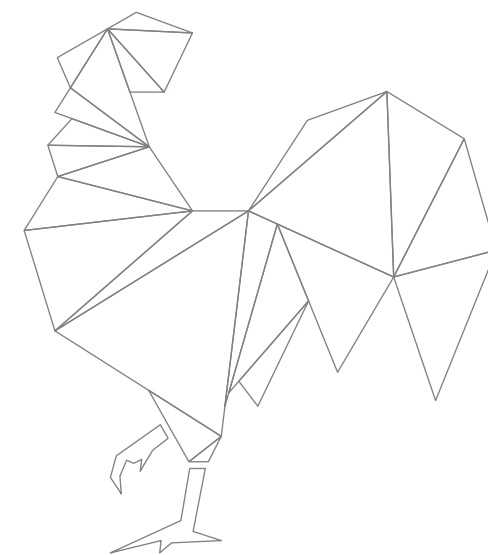
Solución:

- Iconografía con gallo estilizado (vigor/ amanecer)
- Sistema modular: escudo adaptable + tramas identificables
- Paleta verde/dorada (premium) + tipografía robusta

Impacto:

- +40% engagement en Instagram
- Reconocimiento de marca en 3 meses
- Sistema escalable para nuevas sucursales

Conceptualización del branding



Geometría

El diseño partió de una retícula triangular que estableció las proporciones fundamentales. Esta red de triángulos definió la estructura oculta del logo, creando un sistema geométrico armónico donde cada ángulo guió la posterior construcción de la figura.

Síntesis

Los triángulos base se articularon para formar la silueta estilizada de un gallo, manteniendo bordes angulares visibles. Las formas se superpusieron estratégicamente, conservando las líneas originales como elementos constitutivos.

Depuración

La versión final eliminó las líneas, dejando solo la silueta negra sólida. Aunque oculta, la geometría triangular subyace en las proporciones del gallo, demostrando cómo los principios iniciales perduran. Este isotipo garantiza escalabilidad y versatilidad.





Cargill Aqua Nutrition

Rol: UX Product Design Jr. (2019 al 2022)

Pantone 7469 C

Pantone 7474 C

Objetivo logrado:

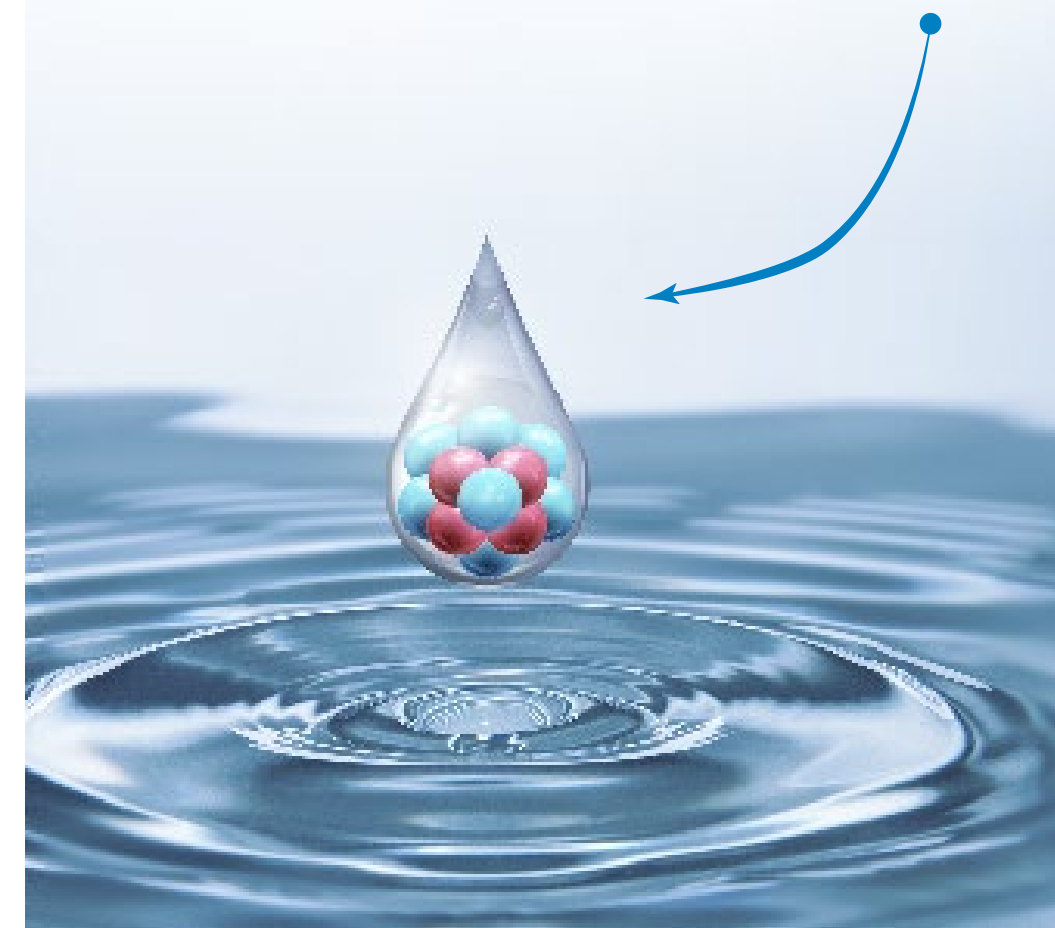
Desarrollé estrategias de comunicación digital alineadas al concepto global de Cargill "Thrive" para audiencias internas y externas, implementando:

- Creación de sistema gráfico adaptable a 3 mercados regionales.
- Campañas digitales coordinadas con equipos de marketing en Ecuador.
- Piezas gráficas optimizadas para distintos canales digitales.

Logro clave: Mantenimiento de consistencia brand mientras se adaptaba a necesidades locales durante 3 años de colaboración continua.

liqualife®

Creación conceptual de la gota del producto según contenido de endoprobóticos, exoprobóticos y otros nutrientes. Uso de gráfica para publicidad, brochure y contenidos digitales de la marca.



Uso de mosaicos estilo "Thrive" de Cargill para mantener la identidad corporativa



Soluciones aplicadas para material impreso y digital

Pantone 2945 C
Hex: #005289
CMYK: 100,73,20,5
RGB: 0, 82, 137

Pantone 638 C
Hex: #00acd7
CMYK: 82,7,9,0
RGB: 0, 172, 215

Creación de paleta de colores basado en PANTONE para uniformizar la marca en todos los ámbitos impresos y digitales.

Baby Blue: Línea PRE-STARTER - Nivel base

Baby Pink: Línea PRE-STARTER - Nivel 2

Green Cake: Línea PRE-STARTER - Nivel 3

Celeste Aquaxcel: Línea STARTER

Azul Aquaxcel: Línea GROWER

Creación de paleta secundaria para su uso de acuerdo al tipo de producto y su clasificación para el tipo de alimentación.



Creación de iconografía relacionada al potencial de la marca, el rendimiento del producto y los procesos de mejora para con el resultado final para el cliente.



Creación de sacos en plano mecánico y en formato 3D para uso en catálogos impresos, catálogos digitales, redes sociales y medios alternativos



Aplicaciones adicionales para eventos internos o eventos con clientes de la región



D'Franco

Rol: UI Designer

Duración: 4 meses (2020)

Reto resuelto:

Diseñé la experiencia completa para una plataforma de delivery esencial durante COVID-19, enfocada en:

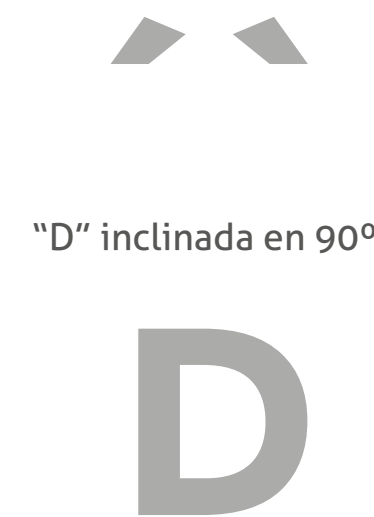
- Flujo de compra ultra-rápido (optimizado para pedidos diarios recurrentes)
- Interfaz minimalista que redujo fricción en usuarios no digitales
- Arquitectura escalable para soportar picos de demanda pandémica
- Sistema de priorización para productos destacados por precio/velocidad

Impacto clave:

Plataforma que sostuvo el core operativo del negocio durante su periodo de crecimiento inicial (200+ transacciones/-mes).

Proceso de creación del logotipo

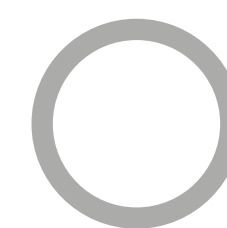
Apóstrofe en la "D" regular y espejo



Bolsa de compras



A un botón de distancia



Gianfranco Jacome, dueño de la empresa, requirió que usáramos su nombre o parte de él para la creación del nuevo nombre y logotipo del ecommerce. Se sugirió usar el estilo italiano para la D con apóstrofe.



#6eb244

#f08227



Logo en fondo oscuro

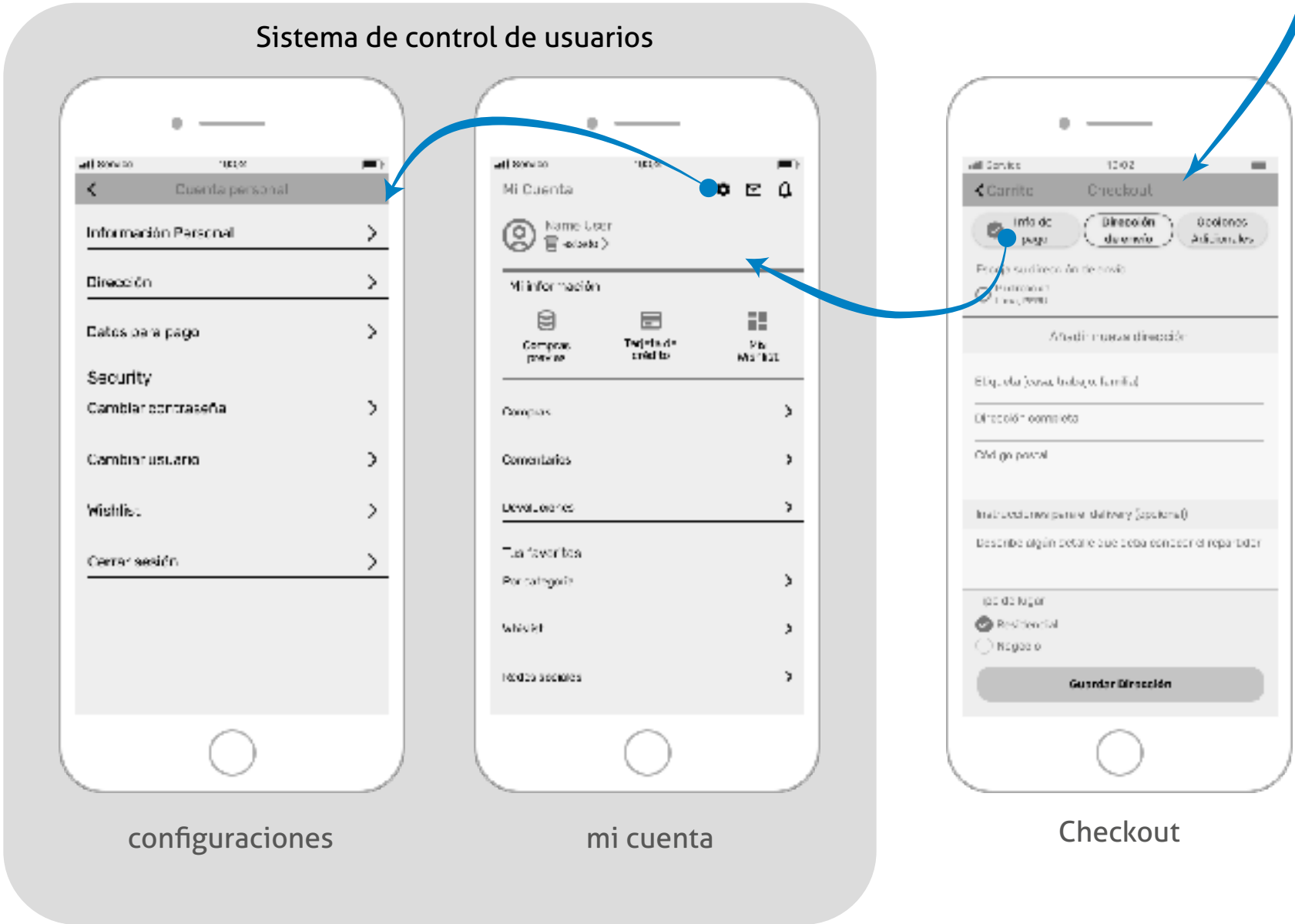
Diseño de UI / Creación de wireframes



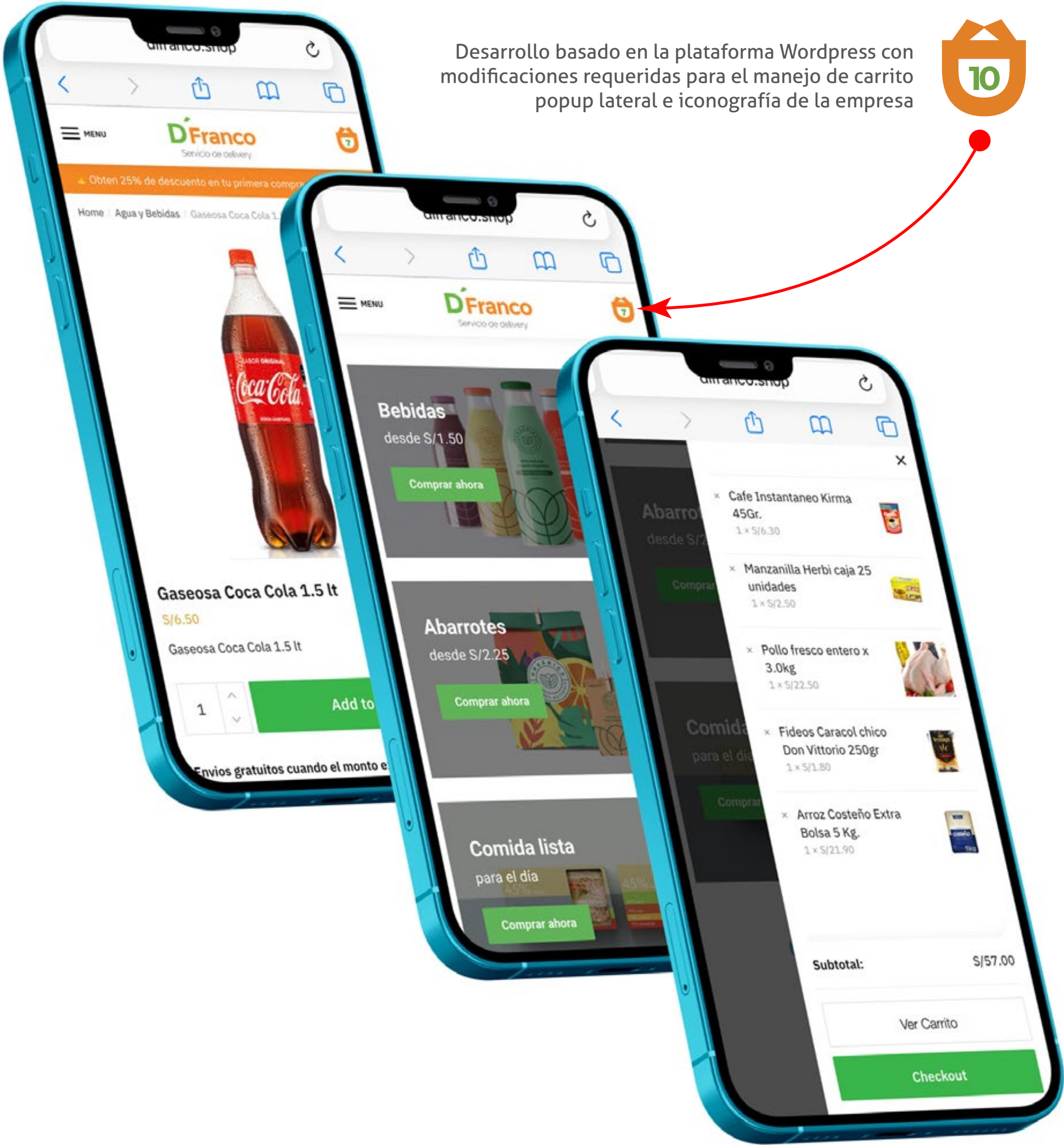
El sitio debe ser simple para que los usuarios lo consideren un minimarket digital. En muchos casos deberán poder usar el wishlist para hacer listas de compras semanales.

El sistema debe tener un buen control de usuarios con direcciones y metodos de pago pre definidos para que no tengan que insertar la misma información varias veces. Esto ayuda a la satisfacción y rapidez en el proceso de compra.

El carrito de compra debe ser un popup lateral para no perder de vista otros productos.



Desarrollo web de ecommerce



Agrow

Rol: UX Designer
Duración: 3 meses (2019)

Desafío estratégico:

Desarrollé la primera identidad de marca para producción biotecnológica del país mediante:

- Investigación profunda: Entrevistas con fundadores + análisis de mercado
- Sistema visual integrado: Unió biotech y agricultura para web / publicidad
- Guías de comunicación: Balance entre rigor científico y lenguaje accesible

Resultados clave

Arquitectura de marca que:

- Posicionó a Agrow como referente en biotecnología agrícola
- Redujo tiempos de onboarding en X% mediante flujos intuitivos

Investigación

Análisis

Flujo del Usuario

Diseño

Análisis FODA situacional

Fuerzas - Capacidad instalada - Expertise en el sector agrario - Alianzas extratégticas - Personal con PhD en biotecnología	Oportunidades - Crecimiento del sector agrario - Pobre digitalización del sector permite crecer - Beneficios del efecto "bola de nieve" (alta demanda de nuevos productos para agroexportación como palta, arándanos, etc.)
Debilidades - Falta de un área de marketing - Costos de mantenimiento alto, sin ROI - Al ser una empresa nueva, se concentra en el core y olvida uniformizar áreas como sistemas	Amenazas - Poca posibilidad de integración con otros negocios por barrera tecnológica - El usuario promedio no entiende la misión - Confusión con empresas de almacenamiento

Bajo este análisis se concluye que debe usarse lo digital solo de forma parcial para enriquecer la experiencia con el servicio. Esto debido a que los clientes potenciales (jefes de producción agrícola) orientan sus decisiones hacia resultados sin tener en cuenta la publicidad.

Por tanto, la identidad visual deberá ser fácilmente replicable para espacios físicos muy grandes como almacenes o muy pequeños.

Brainstorming

- Pocos colores (uno o dos máximo)
- Sin isotipos (requerimiento del cliente)
- Fácil de replicar en cajas, envases y bandejas de plantas
- Fácil de replicar en vidrio (laboratorio)
- No contener color verde (predominante en agro)
- Relación logística / agro
- Que inspire "Avance"
- Líneas de ensamblaje



Creación de logotipo



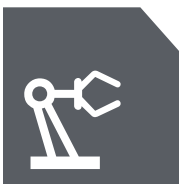
Colores e Iconografía



Pantone
166 C



Pantone
Black 6 C
(70%)



Proceso
mecánico
tecnológico



Bioteología
e investigación



Interconexión
de sistemas

Aplicación en digital

Propuesta web en versión smartphone (2019)



Aplicación en físico

Diseños publicitarios en almacén central
viniles, publicidad interna y señalética (2019)



Industria Perú

Rol: UI Designer & Front End Developer
Duración: 4 meses (2016)

Reto de diseño

Diseñé la plataforma digital para el principal evento industrial del Perú, enfocándome en:

- Evaluación técnica según parámetros de PROMPERÚ
- Optimización de performance: +40% en velocidad de carga
- Diseño mobile-first con navegación por industrias
- Adaptación perfecta a los estándares de la agencia estatal

Habilidades demostradas:

Benchmarking - Diseño responsive - Trabajo con stakeholders públicos

Logotipo previo



Desarrollo de identidad gráfica para el soporte digital

Font para títulos: Blender PRO Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

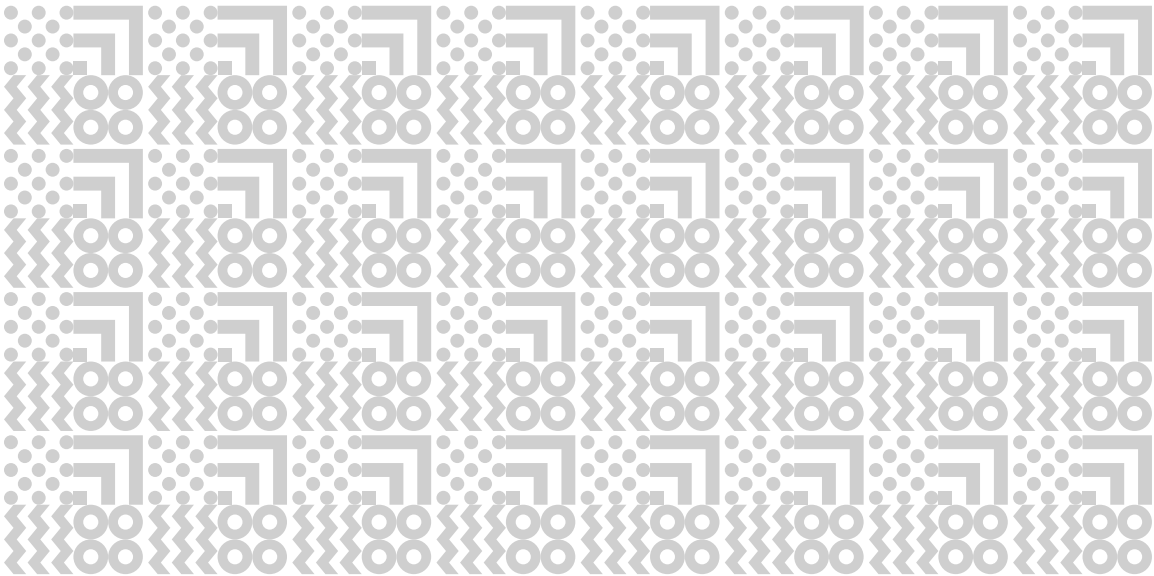
Font para otros textos: Bree Perú (requerimiento de PROMPERU)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Esquema de colores



Generación de patrón para mantener identidad gráfica



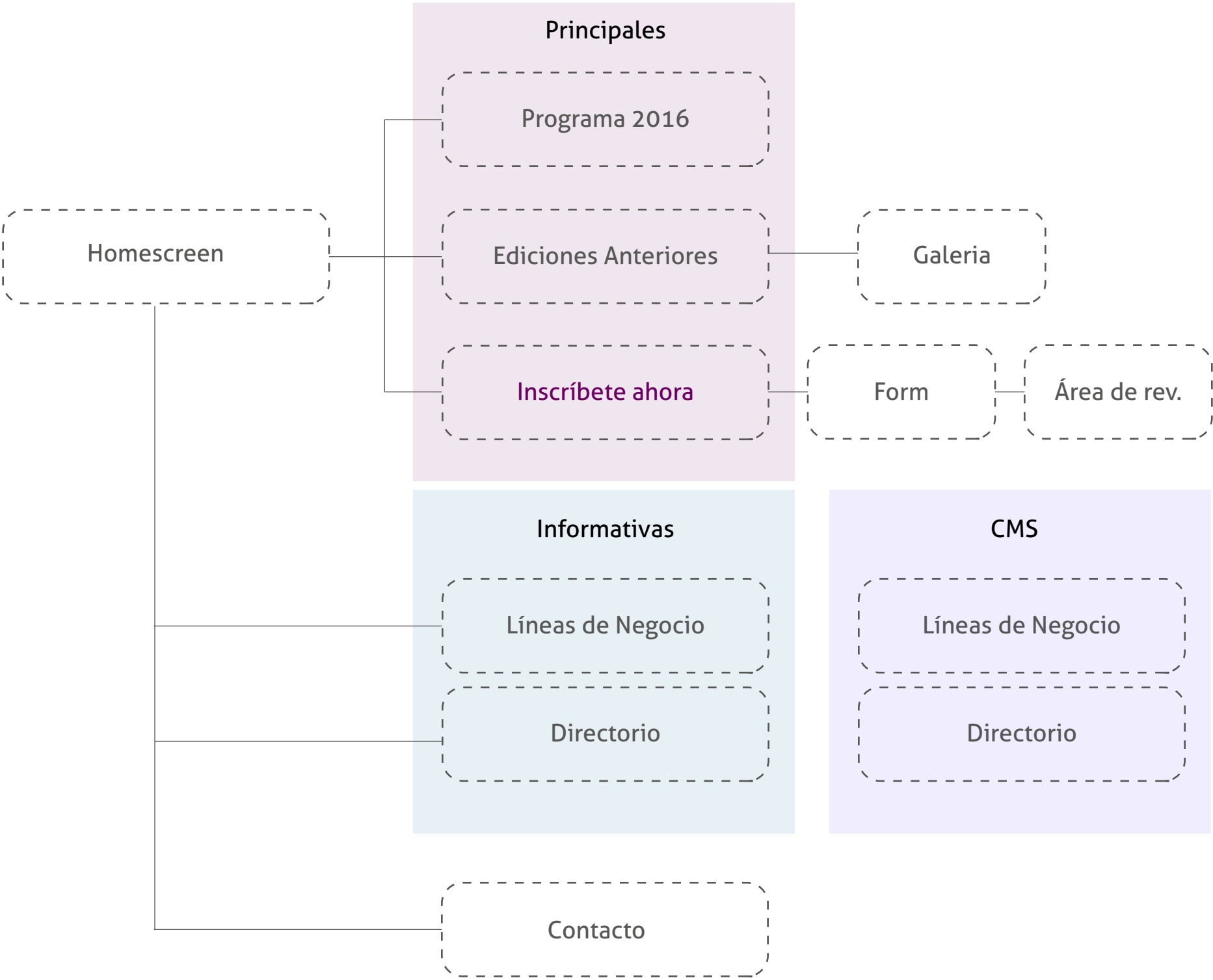
Iconografía para principales industrias



Evaluación de Buyer Persona

- Hombre de negocios
- 35 a 65 años
- Con negocio propio (startup) o poder de decisión (prico)
- Necesita: Encontrar proveedores según su línea de negocio
- Problema: Los directorios de otras entidades no cubren la necesidad y por tanto se debe generar un encuentro como *rueda de negocios*.

Mapa mental



Creación de diseño responsivo bajo el sistema grid 960
formato de 16 columnas con cabecera extensible
Creación de formato especial para smartphones
con información resumida.



Agronegocios Génesis

Rol: UI/UX Designer

Duración: 2 proyectos en 8 meses

Contribución estratégica:

Ayudé en el proceso de transformación digital mediante:

Rediseño de marca

- Actualización visual acorde al mercado agroindustrial moderno
- Sistema gráfico aplicado a todos los touchpoints digitales y físicos

App gerencial

Plataforma móvil para gestión centralizada de viveros nacionales

Módulos clave:

- Control de inventarios por cultivo
- Optimización de tiempos de producción
- Reportes consolidados por local

1.



Logo Original
(2005)

2.



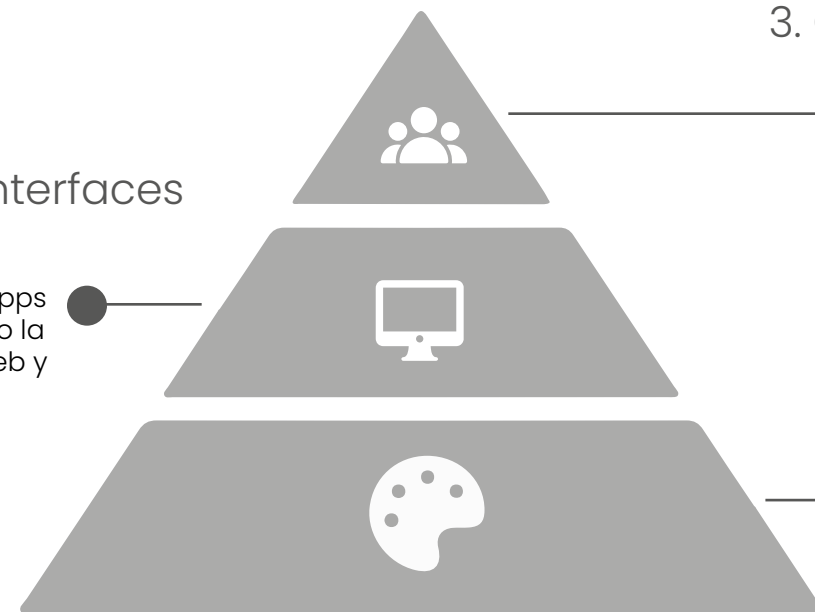
Logo Mejorado. Uso de colores de frutos frescos y plantas jóvenes.
Introducción del manejo de PANTONE para uniformizar identidad
para impresos y medios digitales
(2008)

3.

Maduración del Diseño

2. Diseño de Interfaces

Investigación para la usabilidad en web y apps a futuro, uniformizando la presencia visual en web y de uso interno



3. Centrado en el usuario

El diseño visto como una solución de problemas. Esto le brinda una consistencia relacionada con la marca

1. Hacerlo bonito

Diseño solo visual; que comprende colores, imágenes y fonts. Se prima el sistema y el cómo debe verse por sobre todo.



Proceso de transformación en evaluación. Identidad bajo predominancia del modelo digital. Se presentó alternativa luego de investigación para eventos como Expoalimentaria y Agriexpo (2015-2016)

produx

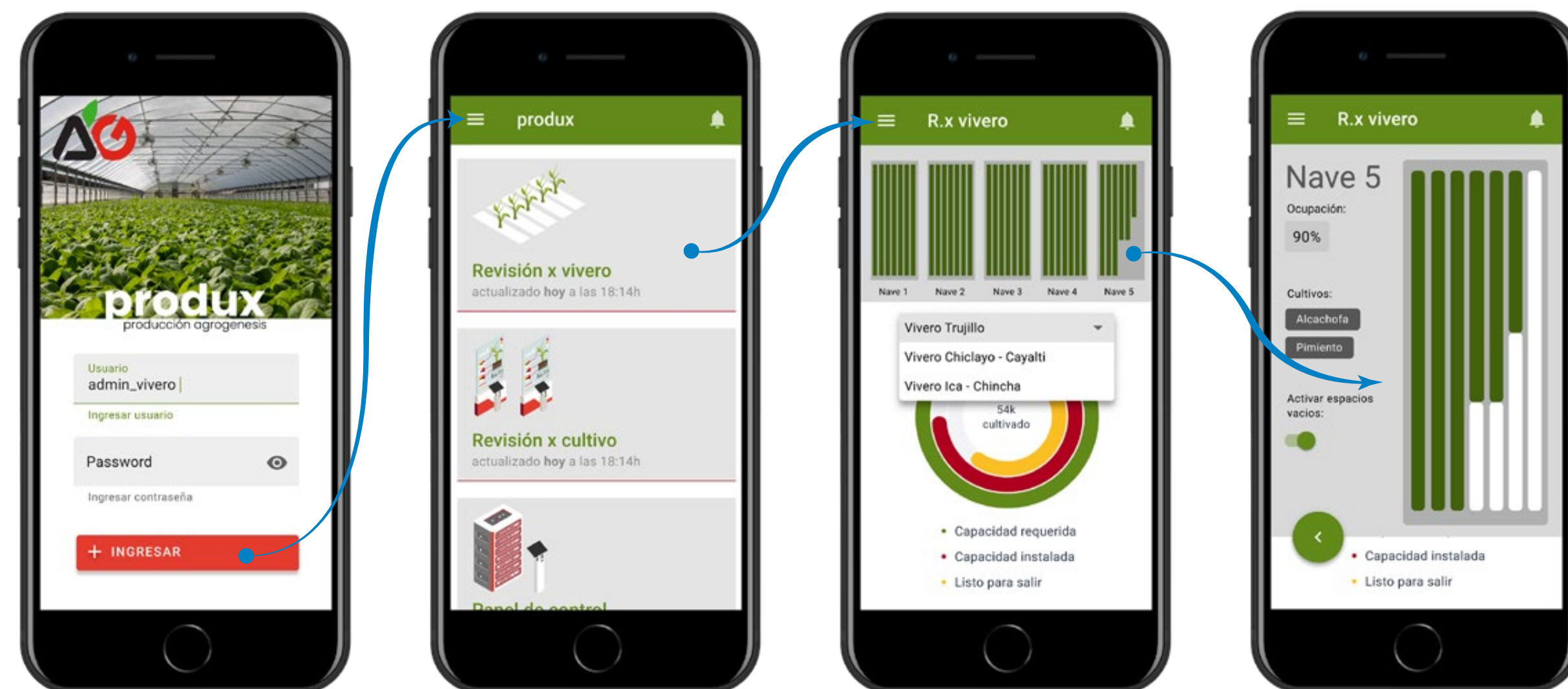
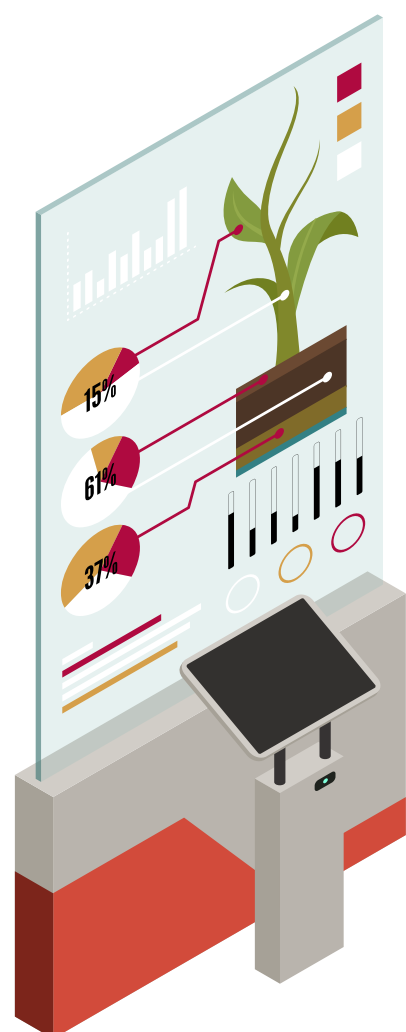
producción agrogenesis

Evaluaciones UX para sistema PRODUX

- Sistema de nivel gerencial con información reservada.
- Solo accesible mediante usuario y password
- Evaluación de cada vivero: capacidad productiva y rentabilidad
- Evaluación de cada cultivo: ciclos productivos, riego y despacho
- Sincronización con la nube

Uso del sistema Material Design Kit v2.0

Color Scheme		
Primary	500	
1	#628A1A	
Primary Variant	700	
2	#486613	
Secondary	200	
3	#E43C2F	
	900	
3	#018786	
Background		
4	#FFFFFF	
Surface		
5	#FFFFFF	





Otros proyectos

Developer, Data Analytics & Project Manager



Pallay
Diseño y desarrollo luxury eCommerce
Duración: 2 meses (2021)



Valuex
Rol: WebUI designer
Duración: 8 meses (2023)



Jaeda
Rol: Project Manager
Duración: En proceso



iPad



< Gracias / >

