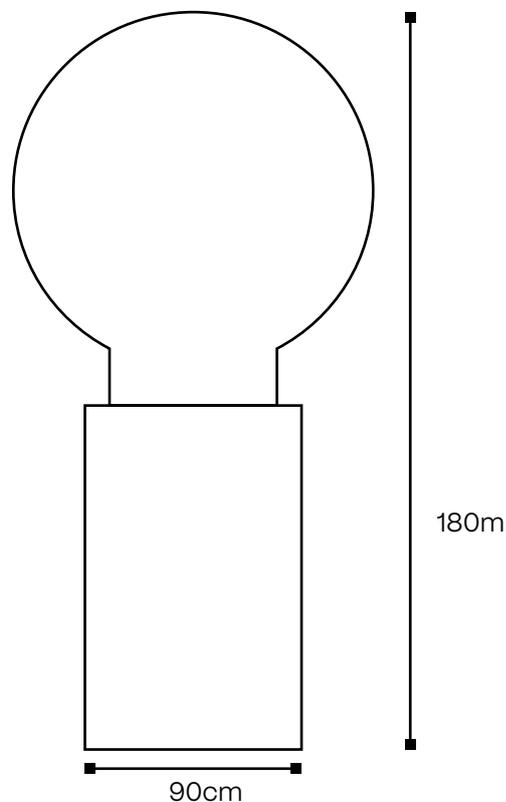


Marco Ponce de Leon™

Visual Artist | Creative Director



- **Título:** Caras de Superación
- **Materiales:** Concreto, piedra y hierro fundido
- **Dimensiones:** 1.80 m (alto) x 0.90 m (ancho)
- **Descripción de Materiales:**
 - Estructura interna de hierro fundido.
 - Enchapado de piedra sobre la superficie.
 - Acabado externo de concreto.
- **Concepto:** Caras de Superación representa la resiliencia y la fuerza personal, integrando materiales crudos y resistentes que reflejan el proceso de superación ante los desafíos.
- **Exposición:** Obra principal de la muestra "El Tiempo Que Nos Queda".
- **Servicios Incluidos:**
 - Envío de la obra al sitio de exhibición.
 - Montaje en sitio realizado personalmente por el artista para garantizar la correcta instalación.

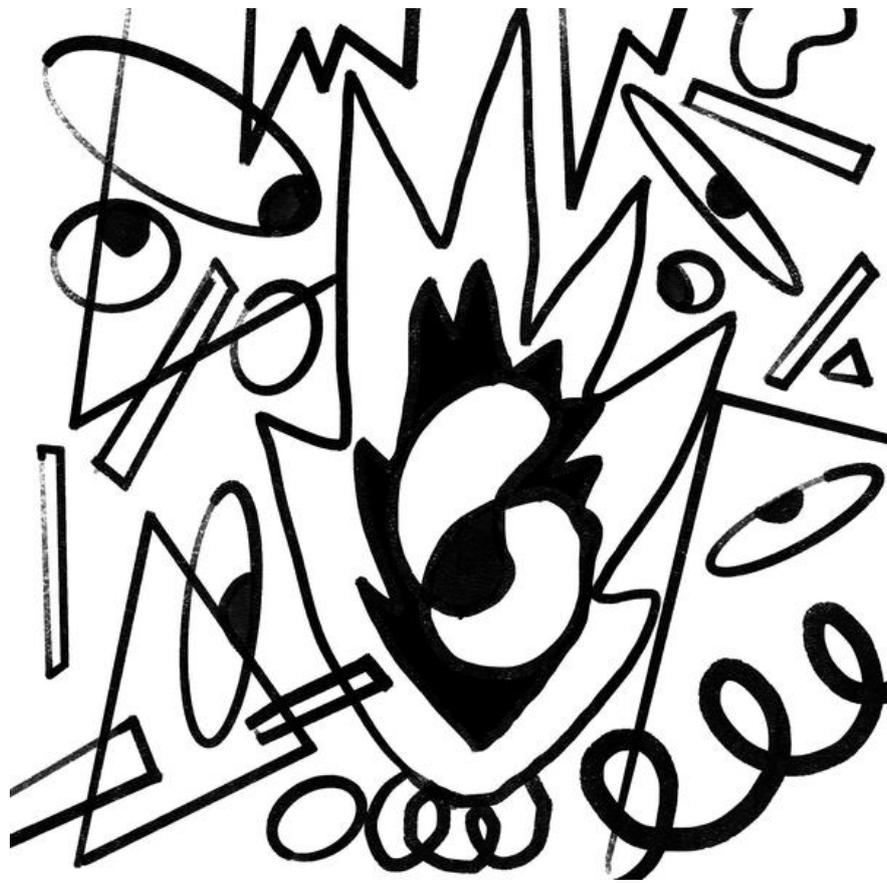












Marco Ponce de Leon™

Visual Artist | Creative Director

Bio

Nacimiento: 22 de Febrero del 1994. La Victoria

Lugar de Residencia: Barranco

Edad: 30 años

Signo Zodiacal: Piscis

Estudió Negocios Internacionales, pero dejó la carrera en el séptimo ciclo para seguir su vocación en el arte y la publicidad. Se formó en diseño publicitario en Toulouse Lautrec y LeoDesign. Desde muy temprana edad, inició su carrera motivado por la curiosidad de crear. A lo largo de su trayectoria, ha trabajado con grandes marcas reconocidas como BBVA, Esika, Falabella, Ripley, Philips, Servosa, Clínicas Auna, KFC y Burger King.

En 2020, recibió el premio plata en el Festival de Publicidad Independiente (FePI, Argentina) por el rediseño de identidad visual de la marca Quispe. Desde 2016, ha presentado diversas colecciones artísticas con estilo grunge, urbano y graffitero, comenzando con "Entre hojas y líneas," una reflexión sobre los problemas ambientales de la selva peruana en acrílico sobre lienzo, y "Conjunto" en LaMono, donde narró una sátira de su niñez con conjuntos matemáticos.

En 2020, durante la pandemia, lanzó la colección en 3D "Anxiety," visibilizando su lucha contra la ansiedad. En 2022, presentó su última exposición, "El Tiempo Que Nos Queda," en el Museo AMANO, explorando una Lima distópica desde su visión artística. La muestra incluyó piezas impactantes, destacando como pieza principal una cabeza de concreto de aproximadamente 2 toneladas, que se ha convertido en un ícono de su marca personal.