



**idat**

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO**

**“IDAT”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL ENFOCADO A LA  
CREACIÓN DEL PORTAFOLIO PARA POTENCIAR EL  
LANZAMIENTO DE LA MARCA PERSONAL “JHUAYHUALLA”**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Diseño  
Gráfico**

**JUAN DAVID HUAYHUALLA YARIN**

**(0009-0004-9439-6364)**

**Lima – Perú**

**2025**

**Dedicatoria**

*Este trabajo se lo dedico a Dios y a mis padres por el constante deseo de superación, amor y constancia transmitido, además del apoyo interminable que siempre muestran para guiarme por el buen camino, los conocimientos adquiridos de este trabajo formarán en gran parte mi carrera y se realizará en forma de agradecimiento por todo el empeño que pusieron en mi desde un inicio e igualmente será recompensado con los frutos de mi trabajo.*

*A mis padres*

## Índice General

<b>Resumen Ejecutivo.....</b>	<b>8</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>9</b>
<b>Capítulo I: Portafolio Digital.....</b>	<b>10</b>
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral.....	10
Creación del Portafolio Digital.....	11
Diseño del Portafolio.....	20
<b>Capítulo II: Logo Naming .....</b>	<b>23</b>
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming.....	23
Desarrollo del Tratamiento Gráfico.....	27
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual.....	34
<b>Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales .....</b>	<b>41</b>
Desarrollo de Marca para Medios Digitales .....	41
Implementación de la Marca para Diversos Espacios y Formatos Digitales y Web .....	45
Presentación de Propuesta del Portafolio Digital .....	51
<b>Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario .....</b>	<b>60</b>
Uso de las Tendencias Actuales de Animación.....	60
Identificación del Valor Diferencial de la Marca .....	70
Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación .....	71
<b>Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>72</b>
<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>75</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>76</b>

## Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Variables de la segmentación demográfica</i> .....	12
Tabla 2 <i>Cronograma de lanzamiento de contenido por medio de Instagram</i> .....	47

## Índice de Figuras

Figura 1	<i>Plataformas populares para la difusión en este tipo de proyectos</i> .....	16
Figura 2	<i>Captura que demuestra el impacto inmediato que generan las portadas en Behance.</i>	17
Figura 3	<i>Vista previa de los trabajos académicos</i> .....	18
Figura 4	<i>Conjunto de imágenes que servirán para guiar el estilo visual de mi marca</i> .....	19
Figura 5	<i>Pequeño moodboard final seleccionado para comprender el estilo de mi marca</i> .....	20
Figura 6	<i>Presentación de los proyectos ilustrativos más resaltantes tomados en cuenta para atraer la atención absoluta de mi audiencia.</i> .....	21
Figura 7	<i>Referencia tomada de la plataforma Pinterest</i> .....	22
Figura 8	<i>Tablero moodboard realizado con el apoyo de Pinterest, que reúne las características más destacadas para la conceptualización de la marca.</i> .....	23
Figura 9	<i>Primeras variantes digitalizadas de la marca “JHuayhualla”</i> .....	24
Figura 10	<i>Modificaciones realizadas priorizando la legibilidad y entendimiento del mensaje...</i>	25
Figura 11	<i>Últimas modificaciones realizadas al logotipo asegurando buenas proporciones y el correcto orden para mantenerse vigente en el tiempo</i> .....	25
Figura 12	<i>Presentación del logotipo final tomando en cuenta el mensaje e historia de la marca</i> .....	26
Figura 13	<i>Descripción de los detalles más notables para comprender el significado de cada pieza</i> .....	27
Figura 14	<i>Sistema de líneas utilizados como retículas para mantener un buen uso de espacios y orden además de generar una óptima visualización del naming.</i> .....	28
Figura 15	<i>Zona segura del logotipo para garantizar una correcta difusión de la marca</i> .....	29
Figura 16	<i>Usos incorrectos para su reproducción en distintos formatos</i> .....	30
Figura 17	<i>Circulo cromático destacando los colores elegidos</i> .....	30
Figura 18	<i>Paleta seleccionada formada por 5 colores, los cuales cuentan con su respectivo código hexadecimal y sus valores RGB para su reproducción en medios digitales</i> .....	31
Figura 19	<i>Imágenes referenciales a uso de color y modos de fusión extraídas de Pinterest</i> .....	32
Figura 20	<i>Uno de los mockups elegidos de la página web de la plataforma “Unblast” para mostrar los proyectos de manera más atractiva.</i> .....	33
Figura 21	<i>Elementos ilustrados en repetición que apoyarán la vista del lector en el portafolio.</i>	34
Figura 22	<i>Elementos que guiarán el recorrido que realizará el público.</i> .....	34
Figura 23	<i>Texturas adicionales a utilizar dentro de los fondos del portafolio.</i> .....	35
Figura 24	<i>Primera variable para generar un acabado liso y distintivo entre las demás</i> .....	35
Figura 25	<i>Primera variante de fondo terminada, con efectos aplicados para separadores</i> .....	36

Figura 26	<i>Muestra de la línea de imágenes a utilizar en todo el proceso de la estructura, extraído de la página de mockups “Hello Mocku”</i>	37
Figura 27	<i>Maquetación realizada inicialmente en el proceso de búsqueda de referencias</i>	38
Figura 28	<i>Guías para manejar los titulares, subtítulos e imágenes junto a elementos de la marca</i>	38
Figura 29	<i>Maquetación para el apartado “Sobre mí”</i>	39
Figura 30	<i>Últimos bocetos para la sección de presentación en el portafolio</i>	39
Figura 31	<i>Bocetos finales sobre la presentación de los proyectos en cada sección</i>	40
Figura 32	<i>Perfil del diseñador gráfico “Ruva” extraído de Instagram</i>	42
Figura 33	<i>Referencias para la creación de contenido extraídas de Pinterest</i>	43
Figura 34	<i>Primera maquetación realizada sobre el reel de la marca</i>	44
Figura 35	<i>Contenido de referencia extraído de Pinterest</i>	45
Figura 36	<i>Referencias de historias extraídas de Pinterest</i>	46
Figura 37	<i>Cuenta en proceso de verificación por medio de Meta Business Suite</i>	48
Figura 38	<i>Piezas gráficas elaboradas para la marca</i>	49
Figura 39	<i>Presentación del perfil de la marca en Instagram</i>	50
Figura 40	<i>Retrato digital elaborado en el curso “Ilustración Digital”</i>	51
Figura 41	<i>Portada de cuento sobre el conocido cuento infantil “El gato con botas”</i>	52
Figura 42	<i>Poster promocional a base de pintura óleo de la película Rocky 4</i>	53
Figura 43	<i>Servicio aplicado de branding para la marca “JHuayhualla”</i>	54
Figura 44	<i>Servicio de branding realizando en equipo para el emprendimiento “Fari Tec”</i>	55
Figura 42	<i>Brandbook realizado para respetar lineamientos de la marca “JHuayhualla”</i>	56
Figura 43	<i>Revista turística “Nos Vamos a” centrado en resaltar lo mejor de la ciudad de Iquitos</i>	57
Figura 44	<i>Póster personal realizado sobre la serie peruana “La Gran Sangre”</i>	58
Figura 45	<i>Póster promocional sobre el personaje más destacado en la empresa</i>	59
Figura 46	<i>Imagen referencial extraída de Pinterest</i>	60
Figura 47	<i>Portada y presentación de la marca</i>	62
Figura 48	<i>Pantallazos sobre presentación y primera sección del reel</i>	63
Figura 49	<i>Titulares acerca de los trabajos de ilustración</i>	64
Figura 50	<i>Marcador sobre el segundo punto: Branding y los trabajos a mostrar</i>	65
Figura 51	<i>Presentación de mockups para marca personal y presentación de segundo proyecto</i>	66
Figura 52	<i>Vista de redes sociales de la marca “Fari Tec” y entrada del tercer apartado</i>	67

Figura 53 <i>Presentación del último apartado y la vista previa en mockups</i> .....	68
Figura 54 <i>Etapa final mostrando agradecimiento por la visita.</i> .....	69

## Resumen Ejecutivo

En la presente carrera de Diseño, contar con un portafolio es demostrar la capacidad y nivel en el que se encuentra el futuro diseñador, los proyectos que realicé dentro de toda esta etapa servirán como primera impresión para ingresar al mundo laboral. Por ello el principal objetivo es iniciar la creación del portafolio para potenciar el lanzamiento de la marca “JHuayhualla”, la cual está centrada en ramas ilustrativas, editoriales y creación de marcas, dirigiéndose hacia un público emprendedor con el propósito de impulsar el lanzamiento y posicionamiento de sus negocios. En este contexto, el capítulo 1 permite conocer la relevancia que lleva el proyecto iniciando con entusiasmo su realización, además obtendremos datos para asegurar el recibimiento del público, junto a ello se proponen las primeras ideas plasmadas en referencias. El capítulo 2 desarrolla la marca propia, el proceso conlleva una investigación personal para entender los motivos de la marca y explorar su potencial. El capítulo 3 permite demostrar la versatilidad de la marca destacando el valor diferencial, adicionalmente presentaré la propuesta de contenido. El capítulo 4 prepara el lanzamiento de la marca implementando estrategias para demostrar la calidad del trabajo, respetando los lineamientos se desarrollan materiales adicionales para la variedad de formatos digitales, esto permite destacar los valores de la marca. Finalmente, dentro del capítulo resalto aquellos datos esenciales obtenidos para compartir y transmitir al público los objetivos, valores y relevancia del trabajo. El portafolio es parte de la etapa inicial para darse a conocer y comenzar el recorrido como profesional, es parte del impulso que nos da el último proyecto al ingresar a un mundo totalmente competitivo.

**Palabras clave:** Etapas; Crecimiento; Reconocimiento; Competitividad.