



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “IDAT”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO**

**DESARROLLO DE UN PORTAFOLIO DIGITAL PARA PROMOVER LA
MARCA ÁRTHIA, CON ÉNFASIS EN LA ILUSTRACIÓN Y DISEÑO
GRÁFICO**

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

ADAHÍA JESÚS PACCO ENCARNACIÓN

(0009-0004-9158-0203)

Lima – Perú

2024

Dedicatoria

En primer lugar, a Dios por la paciencia que me otorgó,

A mis padres por motivarme a seguir y ser perseverante, y

A mí misma por llevar a cabo este proyecto y la anhelada creación de Arthia.

Índice General

Resumen Ejecutivo	9
Introducción	10
Capítulo I.....	11
Portafolio Digital.....	11
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral.....	11
Creación del Portafolio Digital.....	12
<i>Paso 1: Segmentación.....</i>	<i>12</i>
<i>Paso 2: Planteamiento.....</i>	<i>15</i>
<i>Paso 3: Selección.....</i>	<i>17</i>
<i>Paso 4: Proyecto</i>	<i>17</i>
<i>Paso 5: Diseño Personal</i>	<i>18</i>
<i>Paso 6: Propuesta de línea gráfica</i>	<i>20</i>
Diseño del Portafolio.....	21
<i>Valor 1: Magia</i>	<i>21</i>
<i>Valor 2: Elegancia.....</i>	<i>22</i>
<i>Valor 3: Creatividad.....</i>	<i>23</i>
Capítulo II:.....	24
Logo Naming.....	24
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming.....	24
<i>Visión.....</i>	<i>24</i>
<i>Misión.....</i>	<i>24</i>
<i>Objetivos.....</i>	<i>24</i>
<i>Valores.....</i>	<i>25</i>
<i>Historia.....</i>	<i>25</i>
<i>Eslogan</i>	<i>26</i>

Desarrollo del Tratamiento Gráfico.....	27
<i>Investigación y Análisis</i>	27
<i>Creación</i>	30
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual.....	38
<i>Funcionalidad</i>	39
<i>Aplicación</i>	43
Capítulo III:	44
Identidad de una Marca para Plataformas Digitales	44
Desarrollo de Marca para Medios Digitales.....	44
<i>Estrategia Digital</i>	44
Implementación de la Marca para Diversos Espacio y Formatos Digitales y Web	47
<i>Contenido de las publicaciones</i>	47
<i>Planificación de la Comunicación y el lenguaje visual</i>	48
<i>Sistema de desarrollo y medición</i>	51
Presentación de Propuesta del Portafolio Digital	57
<i>Proyecto 1: Asia Ti (Revista Digital)</i>	57
<i>Proyecto 2: Flowry Fairies (Creación de personajes)</i>	58
<i>Proyecto 3: Modern Muses (Readaptación de obras de arte)</i>	59
<i>Proyecto 4: Encanto Drink (Diseño de empaque)</i>	60
Capítulo IV:	61
Lanzamiento de Marca	61
Uso de las tendencias actuales de Animación	61
Identificación del valor diferencial de la Marca.....	62
<i>Identidad definida y clara</i>	62
Aplicación del Pitch Elevator para la presentación	63
<i>Guion</i>	63
Conclusiones y Recomendaciones	64

Referencias Bibliográficas.....	66
Anexos.....	68

Índice de Tablas

Tabla 1 Tendencias del Diseño para el año 2024 según la página Place it.....	28
Tabla 2 Planificación de contenido para una semana.....	56
Tabla 3 Guion del video de lanzamiento.....	61

Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1.Propuesta de diagramación	16
Figura 2. Ejemplos de proyectos publicados en Behnacce	17
Figura 3. Plataforma de Behance	18
Figura 4. Referencias de estilos.....	19
Figura 5. Moodboard de portafolio	21
Figura 6. Colores principales del portafolio.....	22
Figura 7. Estilos tipográficos.....	22
Figura 8. Estilo de gráfico e ilustraciones	23
Figura 9 <i>Naming de la marca</i>	27
Figura 10 Marcas que usan la Ilustración.....	29
Figura 11 <i>Boceto de logo</i>	30
Figura 12 <i>Evolución del logo</i>	31
Figura 13 <i>Construcción con Grillas</i>	32
Figura 14 <i>Área de respeto</i>	32
Figura 15 <i>Logo de la marca</i>	33
Figura 16 <i>Color principal lila</i>	34
Figura 17 <i>Color principal amarillo</i>	35
Figura 18 <i>Colores Secundarios</i>	35
Figura 19 <i>Fuente tipográfica principal Kurale y su significado</i>	36
Figura 20 <i>Fuentes tipográficas secundarias y sus significados</i>	37
Figura 21 <i>Íconos de la marca 1</i>	37

Figura 22 <i>Patrones creados para la marca</i>	38
Figura 23 <i>Usos Correctos del logo 1</i>	39
Figura 24 <i>Usos Correctos del logo 2</i>	40
Figura 25 <i>Usos Incorrectos del logo</i>	41
Figura 26 <i>Tipo de estilo de fotografía de la marca</i>	42
Figura 27 <i>Mockups</i>	43
Figura 28 <i>Portada y contraportada de revista digital Asia Ti</i>	57
Figura 32 <i>Proyecto inspirado en flores</i>	58
Figura 33 <i>Proyecto de adaptar obras antiguas a lo moderno</i>	59
Figura 34 <i>Diseño de empaque con temática</i>	60

Resumen Ejecutivo

Este documento presenta el plan de posicionamiento digital de Ártia, una marca dedicada a la ilustración digital y el diseño gráfico. Esta tiene como misión ofrecer soluciones creativas y visuales que capturen la esencia de cada proyecto y cliente. Así como llevar a cabo ideas atrevidas conectadas a la niñez de sus espectadores, usando el arte como principal puente a su realización. En la primera etapa, el objetivo es desarrollar los cimientos e identidad del portafolio digital con sus valores diferenciales; la construcción de este permitirá atraer nuevos clientes, seguidores entusiastas y colaboradores con iniciativa. El siguiente paso será crear un logo naming adecuado que no solo cumpla con los criterios del diseño, sino que también mantenga fidelidad a su misión, objetivos y valores. Además, el tener un trasfondo personal elaborado por la creadora, permitirá enriquecer la marca; de modo que traspase lo superficial y crear un vínculo con el espectador. La tercera etapa abarcará de lleno la planificación de estrategias que permitan una buena difusión en medios digitales. Entre ellas se aplicarán el seguimiento de tendencias, colaboraciones clave que otorguen un plus a la marca, mayor popularidad, conocimiento y confianza entre los usuarios, y contenido orgánico personal que busque interactuar con ellos. En la última fase, la marca se proyectará para su lanzamiento oficial, crecimiento en los medios elegidos y poner en acción la planificación anteriormente expuesta.

Palabras Clave: Arthia, portafolio, marca, ilustración, arte, identidad, esencia, proyectos, valores.