



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“IDAT”**

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**PROYECTO DE INNOVACIÓN: PACKAGING Y MERCHANDISING
CON LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA MICROEMPRESARIOS**

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

ANGIE NICOLL GARFIAS MEZA

(0009-0009-9165-6286)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

Para mi Dios, quien me sostuvo en todo momento y me guió en todo el proceso, mostrándome su amor y compasión, para el quien creyó en mi incluso cuando yo misma dudaba. Para mi Abba es este primer logro que con esfuerzo y dedicación realice, siendo el comienzo de este largo camino.

Para mis padres, a mi madre quien cada día con su destreza, determinación y su fuerza me motiva a seguir, con palabras de aliento me mantuvo de pie, con su amor me fortalecí. A mi padre, quien me enseñó que en momento complicados siempre estar en el mejor animo para seguir y que nunca es tarde para volver a empezar.

A mi abuela quien me alentó a perseguir mis sueños. Para toda mi Familia Meza Huayta, por acompañarme y estar presentes durante todo este proceso.

Índice General

Resumen Ejecutivo	11
Introducción.....	12
Capítulo I: Portafolio Digital	13
Identificación de la Importancia del Portafolio en el <i>Ámbito Laboral</i>	13
<i>Demostración de capacidades y conocimientos</i>	14
<i>Crecimiento profesional como marca</i>	15
Creación del Portafolio Digital.....	15
<i>Segmentación</i>	16
<i>Grupo Etario</i>	16
<i>Localidad</i>	16
<i>Planteamiento</i>	16
<i>Selección</i>	17
<i>Proyecto</i>	18
<i>Diseño Personal</i>	19
<i>Propuesta de Línea Gráfica</i>	20
<i>Proceso creativo del portafolio digital</i>	21
Diseño del Portafolio	31
<i>Iconografía</i>	32
Capítulo II: Logo Naming	35
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming.....	35
<i>Valores</i>	35
<i>Magia de colores</i>	36
<i>Compromiso</i>	36
<i>Seguridad</i>	36
<i>Innovación</i>	37
<i>Adaptabilidad</i>	37
<i>Diferenciación</i>	37
<i>Pasión</i>	38
<i>Naming Seleccionado</i>	38
<i>Significado y Relevancia</i>	38
<i>Alineación con la Misión</i>	38

	4
<i>Connotaciones y Percepción</i>	39
<i>Posicionamiento de Marca</i>	39
<i>Habilidades</i>	39
<i>Diseño</i>	40
Desarrollo del Tratamiento Gráfico.....	40
<i>Soportes y formatos para la identidad visual de la marca</i>	42
<i>Colores Corporativos</i>	42
<i>Tipografía Corporativa</i>	43
<i>Logotipo</i>	44
<i>Tratamiento fotográfico</i>	46
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual.....	48
<i>Fotografía y retoque</i>	49
<i>Fotografía temática de los 50</i>	49
<i>Modboard</i>	50
<i>Fotografía para publicidad de joyas</i>	57
<i>Preparación de escenario</i>	57
<i>Fotografía publicitaria sobre el café (instante de calma)</i>	60
<i>Preparación de escenario</i>	60
<i>Packaging</i>	63
<i>Galletas surtidas</i>	63
<i>Cafetería Lumiposa</i>	68
<i>Marca Mulky</i>	72
<i>Edición y producción audiovisual</i>	79
<i>AL TIEMPO</i>	79
<i>Razón de selección de proyectos para el portafolio</i>	86
<i>Fotografía</i>	86
<i>Packaging</i>	86
<i>Edición y producción audiovisual</i>	86
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales	87
Desarrollo de Marca para Medios Digitales.....	87
<i>Instagram</i>	87
<i>Tiktok</i>	88

	5
<i>Behance</i>	89
<i>Estrategia Digital</i>	89
<i>Recursos audiovisuales</i>	93
<i>Implementación de la Marca para Diversos Espacios y Formatos Digitales y Web</i>	94
<i>Presentación de Propuesta del Portafolio Digital</i>	107
Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario	121
Uso de las Tendencias Actuales de Animación	121
<i>Storyboard</i>	125
<i>Comunicación Visual</i>	126
<i>Creatividad</i>	126
Identificación del Valor Diferencial de la Marca	126
<i>Diferenciación frente a la competencia</i>	128
Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación	129
<i>Elevator pitch</i>	130
<i>Preguntas anticipadas</i>	131
Conclusiones y Recomendaciones	133
Referencias Bibliográficas	135
Anexos	136

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Parrilla de contenido Primagiq</i>	95
---	----

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Fases para la creación del portafolio digital</i>	17
Figura 2 <i>Tipografía Net Nordique Pro Bold y sus tipografías de apoyo</i>	21
Figura 3 <i>Paleta de colores – color Jonquil</i>	22
Figura 4 <i>Paleta de colores – color morado</i>	22
Figura 5 <i>Diseño de packanging innovador (inspiración)</i>	23
Figura 6 <i>Degradados</i>	24
Figura 7 <i>Modboard</i>	27
Figura 8 <i>Referencias iconográficas</i>	28
Figura 9 <i>Logotipo – elaboración propia</i>	29
Figura 10 <i>Diseños de portafolio referenciales</i>	29
Figura 11 <i>Texturas referenciales</i>	30
Figura 12 <i>Iconográfica del valor de la marca primagiq – “magia de colores”</i>	33
Figura 13 <i>Iconográfica del valor de la marca primagiq – “innovación”</i>	33
Figura 14 <i>Iconográfica del valor de la marca primagiq – “compromiso”</i>	34
Figura 15 <i>Aplicación de elementos para la identidad visual – imágenes referenciales</i>	42
Figura 16 <i>Tipografía Nordique Pro Bold</i>	43
Figura 17 <i>Diagramación del logotipo Primagiq</i>	44
Figura 18 <i>Paleta de colores</i>	45
Figura 19 <i>Variantes de logotipo</i>	45
Figura 20 <i>Referencia fotográfica de tratamiento “full color”</i>	47
Figura 21 <i>Fotografía full color</i>	48
Figura 22 <i>Modboar – fotografía de los 50</i>	50
Figura 23 <i>Primera fotografía original (antes)</i>	50

Figura 24 <i>Primera fotografía original (después)</i>	52
Figura 25 <i>Segunda fotografía original (antes)</i>	53
Figura 26 <i>Segunda fotografía original (después)</i>	54
Figura 27 <i>Tercera fotografía original (antes)</i>	55
Figura 28 <i>Tercera fotografía original (después)</i>	56
Figura 29 <i>Fotografía publicidad de joyas (antes)</i>	58
Figura 30 <i>Fotografía publicidad de joyas (después)</i>	59
Figura 31 <i>Fotografía para publicidad café (desayuno) antes</i>	61
Figura 32 <i>Fotografía para publicidad café (desayuno) después</i>	62
Figura 33 <i>Diseño de empaque de surtidas desactualizado</i>	64
Figura 34 <i>Diseño de empaque de surtidas (antes)</i>	65
Figura 35 <i>Diseño de empaque de surtidas (después)</i>	66
Figura 36 <i>Mockup de la galleta surtidas</i>	67
Figura 37 <i>Diseño de empaque caja de comida (antes)</i>	69
Figura 38 <i>Diseño de empaque caja de comida de Lumiposa (después)</i>	70
Figura 39 <i>Mockup de Lumiposa</i>	71
Figura 40 <i>Diseño de packaging de Mulky (antes)</i>	73
Figura 41 <i>Diseño de packaging de Mulky (después)</i>	74
Figura 42 <i>Diseño de packaging de Mulky (sabores)</i>	76
Figura 43 <i>Mockups de Mulky</i>	77
Figura 44 <i>Escenas grabadas para el video de al tiempo</i>	80
Figura 45 <i>Escenas grabadas para el video de “Al tiempo” Video al tiempo 1 (antes)</i>	81
Figura 46 <i>Video “Al tiempo” 1 (después)</i>	82

Figura 47 <i>Escenas grabadas para el video de al tiempo</i>	83
Figura 48 <i>Video “Al tiempo 2” (antes)</i>	84
Figura 49 <i>Video “Al tiempo 2” (después)</i>	85
Figura 50 <i>Pagina de Instagram</i>	87
Figura 51 <i>Página de tik tok</i>	88
Figura 52 <i>Página de Behance</i>	89
Figura 53 <i>Diagramación del Método SMART</i>	90
Figura 54 <i>Embudo de conversión (AIDA)</i>	91
Figura 55 <i>Carrusel informativo Primagiq</i>	96
Figura 56 <i>Post informativo</i>	97
Figura 57 <i>Post promocional</i>	98
Figura 58 <i>Rell ¿Quiénes somos?</i>	100
Figura 59 <i>Tips de diseño con imágenes (Deslizamiento</i>	101
Figura 60 <i>Tiktok</i>	102
Figura 61 <i>Portada de Behance</i>	103
Figura 62 <i>Fotografías</i>	104
Figura 63 <i>Packaging</i>	105
Figura 64 <i>Videos</i>	106
Figura 65 <i>Animación de frase para primagiq</i>	108
Figura 66 <i>Animación de presentación de la frase de la marca</i>	109
Figura 67 <i>Animación de presentación de la palabra “impresionante”</i>	110
Figura 68 <i>Animación de presentación de marca</i>	111
Figura 69 <i>Animación de Presentación ¿Quiénes somos?</i>	112

Figura 70 <i>Animación de Presentación de la fundadora</i>	113
Figura 71 <i>Animación de las habilidades del fundador</i>	114
Figura 72 <i>Animación de especialización de programas</i>	115
Figura 73 <i>Animación de presentación de portafolio primagiq</i>	116
Figura 74 <i>Animación de presentación de portafolio primagiq</i>	117
Figura 75 <i>Portafolio de trabajos</i>	118
Figura 76 <i>Animación de la varita de primagiq</i>	121
Figura 77 <i>Animación de la flecha del logotipo</i>	122
Figura 78 <i>Animación de la tipografía</i>	123
Figura 79 <i>Animación de aparición de iconos que muestran el valor de la marca</i>	124
Figura 80 <i>Animación del Naming para la formación del imagotipo</i>	125
Figura 81 <i>Buyer person</i>	129

Resumen Ejecutivo

El proyecto “Primagiq” propone una solución visual estratégica enfocada en el rediseño de packaging y merchandising para microempresarios, incorporando herramientas de inteligencia artificial como recurso innovador. A lo largo del desarrollo se identificó que muchas marcas pequeñas enfrentan estancamiento visual y escasa conexión con el público debido a una identidad poco trabajada o desactualizada. Esto genera un bajo reconocimiento y limita sus posibilidades de crecimiento en entornos digitales y presenciales.

En respuesta a este problema, se planteó una propuesta que fusiona creatividad, diseño gráfico funcional y tecnología aplicada, con el fin de revitalizar la imagen de marca. La propuesta incluyó la creación de empaques modernos, piezas gráficas aplicables al merchandising y contenido visual para redes sociales, bajo un concepto mágico, accesible y emocional. Durante el proceso se trabajó con análisis de marca, diseño de línea gráfica, exploración tipográfica, paleta cromática funcional y prototipos aplicados en mockups. Se demostró que una imagen visual bien estructurada puede influir positivamente en la percepción del cliente y en el posicionamiento comercial. Asimismo, se plantearon paquetes de servicio adaptados al público objetivo, acompañados de asesorías y charlas informativas para educar al microempresario sobre la importancia de invertir en una mejor identidad visual. Como resultado, Primagiq se presenta como una herramienta de apoyo visual para marcas que buscan diferenciarse en un mercado saturado, logrando una propuesta integral que combina estética, estrategia, tecnología y propósito. Se concluye que el uso de la inteligencia artificial aplicada al diseño representa una ventaja competitiva tangible, capaz de modernizar marcas con bajo presupuesto y alto potencial.

Palabras clave: identidad visual; packaging; inteligencia artificial; microempresarios