



idat

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

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**CREACIÓN DE ESTUDIO DE DISEÑO “MEXA” ENFOCADO EN EL
RUBRO DE IDENTIDAD VISUAL Y BRANDING PARA IMPULSAR
MARCAS EN EL MERCADO COMPETENTE**

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

MEDRANO FLORES YINDRY ALEXANDRA

(0009-0003-6303-2624)

Lima – Perú

2025

Esta investigación está dedicada a mi bisabuela, quien ha sido una fuente inagotable de amor, comprensión y sabiduría, siendo fundamental en mi crecimiento como profesional y en mi desarrollo personal. A mis padres por su firme compromiso en mi educación, su fe y persistencia en mí ha sido un motor constante en este camino. A mi pareja, por su aliento y apoyo cuando el mundo se me venía abajo, me siento agradecida por tenerte como compañero de viaje, tu motivación ha sido fundamental. Esta obra no solo es reflejo de mi esfuerzo, a la vez es la influencia y respaldo que cada uno de ustedes me ha brindado en mi etapa de aprendizaje.

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	8
Introducción	9
Capítulo I: Portafolio Digital.....	10
Identificación de la Importancia del Portafolio en el <i>Ámbito Laboral</i>	10
Motivos de la creación del portafolio digital	10
Razones que lo respaldan	11
Motivaciones	11
Beneficios.....	12
Creación del Portafolio Digital.....	12
Segmentación	12
Planteamiento	15
Valor diferencial 1.....	18
Valor diferencial 2.....	19
Valor diferencial 3.....	20
Capítulo II: Logo Naming.....	21
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming.....	21
Identidad.....	21
Valores	22
Propuesta para la nueva empresa	24
Habilidades gráficas	26

	3
Desarrollo del Tratamiento Gráfico.....	29
Objetivos específicos del manual de identidad corporativo	29
Selección de paleta de colores.....	29
Definición del tratamiento digital de fotografías	31
Conceptualización de los estilos de colores:	34
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual.....	35
Proyecto Pixed Corp	35
Proyecto Carolina Accesorios	36
Aguajal Bar	37
Tunka Tanta	38
Can Martin	39
Afiche Publicitario Concierto.....	40
Afiche Publicitario para Fanta	40
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales	44
Desarrollo de Marca para Medios Digitales	44
Estrategia Digital.....	44
Objetivo Smart	44
Embudo de conversión	45
Beneficios.....	50
Control y Personalización	50

Herramientas Analíticas	4
Herramientas Analíticas	51
Construcción de Comunidad.....	51
Ampliación del Alcance.....	52
Alto Engagement.....	53
Implementación de la Marca para Diversos Espacios y Presentación de Propuesta del	
Portafolio Digital.....	53
Contenido de las Publicaciones.....	53
Comunicación y el lenguaje Visual	54
Carrusel de Instagram	55
Publicación en Tiktok	56
Capítulo IV: Lanzamiento de Marca	59
Uso de las Tendencias Actuales de Animación.....	59
Storytelling.....	59
Storyboard.....	60
Comunicación Visual.....	66
Creatividad.....	66
Identificación de Valor Diferencial de la Marca	66
Puntualidad.....	66
Aplicación del Pitch Elevator para la presentación	67
Buyer person	67

Elevator Pitch.....	5
Elevator Pitch.....	68
Anticiparse a las preguntas	69
Conclusiones y recomendaciones	71
Conclusión 1.....	71
Recomendación 1	71
Conclusión 2.....	71
Recomendación 2	71
Conclusión 3.....	72
Recomendación 3	72
Referencia Bibliografía	73
Anexos.....	76

Índice Figuras

Figura 1 Moodboard de inspiración para la gráfica de la marca.....	18
Figura 2 Icono de Valor diferencia 1 Creatividad Adaptativa	19
Figura 3 Icono de Valor diferencial 2 Calidad y Precisión Técnica	19
Figura 4 Icono de Valor diferencial 3 Empatía y Colaboración Activa.....	20
Figura 5 Icono de Valor Creatividad.....	22
Figura 6 Icono de Valor Adaptabilidad.....	23
Figura 7 Icono de Valor Colaboración	23
Figura 8 Icono de Valor Innovación.....	24
Figura 9 Programas de Diseño Gráfico	27
Figura 10 Identidad Visual.....	28
Figura 11 Imagen de color morado	29
Figura 12 Imagen de color Celeste.....	30
Figura 13 Imagen de color Blanco	31
Figura 14 Imagen de mockup estético.....	31
Figura 15 Imagen en Plano entero.....	32
Figura 17 Imagen de Creación de Piezas Visuales.....	34
Figura 18 Imagen del Imagotipo de Pixed Corp “antes”	35
Figura 19 Imagen de Imagotipo de Pixed Corp “después”	36
Figura 20 Imagen del Imagotipo de Carolina Accesorios antes de su cambio completo.....	36
Figura 21 Imagen del Imagotipo de Carolina Accesorios después de su cambio completo	37
Figura 22 Imagen de Aguajal Bar antes de su rediseño	37
Figura 23 Imagen de Aguajal Bar después de su rediseño.....	38
Figura 24 Imagen de Tunka Tanta antes de su rediseño	38
Figura 25 Imagen de Tunka Tanta después de su rediseño.....	38
Figura 26 Imagen de Can Martin antes del rebranding	39
Figura 27 Imagen después del rebranding de Can Martin	39
Figura 28 Imagen del Afiche publicitario	40

Figura 29 Imagen de Banner Fanta “antes”	41
Figura 31 Elaboración de la ilustración utilizando la técnica de Low Poly	42
Figura 32 Elaboración de Portada y Contra Portada del libro de Frankenstein	43
Figura 33 Creación de Portada para la revista de la marca Vogue.....	43
Figura 34 Objetivo SMART.....	45
Figura 35 Embudo de Conversión.....	48
Figura 36 Diseño de Carrusel para Instagram.....	56
Figura 38 Video Reel para la cuenta de Mexa estudio.....	58
Figura 39 Imagen de storyboard.....	60
Figura 41 Imagen de storyboard.....	62
Figura 42 Imagen de storyboard.....	62
Figura 43 Imagen de storyboard.....	63
Figura 44 Imagen de storyboard.....	63
Figura 45 Imagen de storyboard.....	64
Figura 46 Imagen de storyboard.....	64
Figura 47 Imagen de storyboard.....	65
Figura 48 Imagen del buyer person.....	67

Resumen Ejecutivo

El primer capítulo abordará la creación e importancia de un portafolio digital en el ámbito laboral de Branding, Se destacará que un portafolio es uno de los medios más valiosos que un diseñador logra tener, dado que es fundamental para exhibir el trabajo de manera visible, profesional y atractiva ya que este ofrece la ventaja de representar el estilo personal que contribuye a sobresalir entre otros expertos, de forma innovadora y creativa. Además, se mencionará que es crucial identificar proyectos destacados en el portafolio, permitiendo la exhibición de las habilidades de forma clara y contundente. Estos procesos de selección son exhaustivos, otorgando preferencia a aquellos puestos que no solo destacan por habilidad, sino también por su trayectoria de éxito. El capítulo también detalla la creación de un portafolio enfocado en Branding, con un estilo moderno y dinámico, utilizando proyectos recientes. El diseño del portafolio sigue una estética amigable y moderna con tipografías e imágenes impactantes. Se enfatiza tres valores diferenciales en la agencia: Creatividad, Calidad y Empatía, se mencionará la importancia de la identidad de marca, la adaptabilidad y la coherencia visual con una paleta de colores que incluye, el morado, celeste y blanco, para transmitir la creatividad, modernidad y frescura. Se finalizará con storytelling y storyboards detallados para capturar la esencia de la marca y las conclusiones y recomendaciones sobre el trabajo en Branding y evaluaciones periódicas en una marca.

Palabras clave: Branding, Portafolio, Diseño Gráfico