



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

IDAT

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**CREACIÓN DE AGENCIA DE DISEÑO STORMMIND: PARA
BRANDING Y DISEÑO ESTRATÉGICO PARA EMPRENDEDORES.**

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

ANDREA TAPIA TABOADA

(<https://orcid.org/0009-0002-2300-6678>)

Lima – Perú

Año

2025

Dedicatoria

Este informe está dedicado a todas las personas que han contribuido a crecimiento profesional y personal. A sus mentores, por su guía y conocimiento; a sus compañeros, por el apoyo y la colaboración en cada etapa del proceso; y a sus familias, por la confianza incondicional. Cada aprendizaje y desafío superado ha sido posible gracias a su inspiración y motivación. Este trabajo representa el esfuerzo, la dedicación y el compromiso con su desarrollo profesional.

Índice General

Resumen Ejecutivo	9
Introducción	10
Capítulo I: Portafolio Digital	11
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral.....	11
<i>Motivos de la creación de un portafolio digital</i>	<i>11</i>
<i>Razones que lo respaldan.....</i>	<i>11</i>
<i>Motivaciones.....</i>	<i>12</i>
<i>Beneficios</i>	<i>12</i>
Creación del Portafolio Digital	13
<i>Segmentación.....</i>	<i>13</i>
<i>Planteamiento.....</i>	<i>15</i>
<i>Selección.....</i>	<i>15</i>
<i>Proyecto</i>	<i>15</i>
<i>Diseño personal.....</i>	<i>16</i>
<i>Propuesta de línea gráfica</i>	<i>16</i>
Diseño del Portafolio.....	17
<i>Experiencia.....</i>	<i>17</i>
<i>Compromiso</i>	<i>18</i>
<i>Autenticidad.....</i>	<i>18</i>
Capítulo II: Logo Naming.....	20
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming	20
<i>Identidad.....</i>	<i>20</i>
<i>Valores</i>	<i>21</i>
<i>Propuestas para la nueva empresa</i>	<i>21</i>
<i>Ramas del diseño dominadas</i>	<i>26</i>
Desarrollo del Tratamiento Gráfico	26
<i>Objetivos específicos del manual de identidad corporativo.....</i>	<i>26</i>
<i>Definición del tratamiento digital de fotografía.....</i>	<i>28</i>
<i>Conceptualización de los estilos de colores.....</i>	<i>31</i>
Desarrollo y conceptualización del estilo visual.....	32
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales.....	52

Diseño de una identidad de marca.....	52
<i>Estrategia Digital</i>	52
<i>Objetivos Smart</i>	52
<i>Smart</i>	52
Implementación de la marca para diversos espacios y formatos digitales y web	55
<i>Selección de los medios digitales</i>	55
<i>Recursos audiovisuales</i>	56
<i>Beneficios</i>	56
<i>Parrilla de contenidos</i>	57
Presentación de propuesta del portafolio digital	58
Capítulo IV: Lanzamiento de marca	70
Uso de las tendencias actuales de la animación.....	70
<i>Storytelling</i>	70
<i>Transiciones</i>	70
<i>Paleta de colores atrevida</i>	70
<i>Storyboard</i>	71
<i>Comunicación visual</i>	76
<i>Creatividad</i>	76
Identificación del Valor Diferencial de la Marca.....	77
<i>Diseños con Storytelling</i>	77
<i>Experiencia en desarrollo de marca</i>	77
<i>Diseño Estratégico de Marca, Valor y Producto</i>	77
Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación.....	78
<i>Buyer persona</i>	78
<i>Elevator pitch</i>	78
<i>Anticiparse a las preguntas</i>	79
Conclusiones y Recomendaciones.....	81
Anexos.....	84
Referencias Bibliográficas.....	91

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Índice</i>	57
-----------------------------	----

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Buyer Persona de la marca</i>	14
Figura 2 <i>Moodboard</i>	16
Figura 3 <i>Iconografía de experiencia</i>	17
Figura 4 <i>Iconografía de compromiso</i>	18
Figura 5 <i>Iconografía de autenticidad</i>	18
Figura 6 <i>Colores</i>	22
Figura 7 <i>Colores</i>	22
Figura 8 <i>Habilidades gráficas del equipo (Illustrator)</i>	23
Figura 9 <i>Habilidades gráficas del equipo (Photoshop)</i>	23
Figura 10 <i>Habilidades gráficas del equipo (InDesign)</i>	24
Figura 11 <i>Habilidades gráficas del equipo (Premiere pro)</i>	25
Figura 12 <i>Paleta de colores</i>	27
Figura 13 <i>Estilo fotográfico monocromático</i>	28
Figura 14 <i>Estilo fotográfico duotono</i>	29
Figura 15 <i>Estilo fotográfico naturaleza</i>	30
Figura 16 <i>Logo de Munay</i>	33
Figura 17 <i>Logo corregido Munay</i>	33
Figura 18 <i>Logo Chaqchao</i>	34
Figura 19 <i>Logo corregido Chaqchao</i>	35
Figura 20 <i>Juguete sin empaque</i>	36
Figura 21 <i>Juguete con empaque</i>	37
Figura 22 <i>Carta Antes</i>	38
Figura 23 <i>Carta Nuevo Diseño</i>	39

<i>Figura 24 Logo Antes</i>	40
<i>Figura 25 Logo Después</i>	41
<i>Figura 26 Logo Creado</i>	42
<i>Figura 27 Logo antes</i>	43
<i>Figura 28 Logo después</i>	44
<i>Figura 29 Post antes</i>	45
<i>Figura 30 Post después</i>	46
<i>Figura 31 Logo antes</i>	47
<i>Figura 32 Logo después</i>	47
<i>Figura 33 Logo antes</i>	48
<i>Figura 34 Logo después</i>	49
<i>Figura 35 Logo antes</i>	50
<i>Figura 36 Logo después</i>	51
<i>Figura 37 Objetivos Smart</i>	53
<i>Figura 38 Embudo de conversión</i>	54
<i>Figura 39 Carrusel de Instagram</i>	58
<i>Figura 40 Reel informativo para TikTok</i>	59
<i>Figura 41 Video informativo para Facebook</i>	60
<i>Figura 42 Video educativo para Instagram</i>	61
<i>Figura 43 Carrusel para TikTok</i>	62
<i>Figura 44 Reel publicitario para Facebook</i>	63
<i>Figura 45 Reel informativo para Instagram</i>	64
<i>Figura 46 Carrusel informativo para TikTok</i>	65
<i>Figura 47 Post publicitario para Facebook</i>	68

Figura 48 <i>Escena 1</i>	71
Figura 49 <i>Escena 2</i>	71
Figura 50 <i>Escena 3</i>	72
Figura 51 <i>Escena 4</i>	73
Figura 52 <i>Escena 5</i>	74
Figura 53 <i>Escena 6</i>	75
Figura 54 <i>Escena 7</i>	75
Figura 55 <i>Buyer Persona de la marca</i>	78
Figura 56 <i>Moodboard</i>	84
Figura 57 <i>Manual de marca</i>	85
Figura 58 <i>Reel informativo para TikTok</i>	86
Figura 59 <i>Reel informativo para Instagram</i>	87
Figura 60 <i>Video educativo para Facebook</i>	88
Figura 61 <i>Video informativo para TikTok</i>	89
Figura 62 <i>Video reel</i>	90
Figura 63 <i>Chart</i>	91

Resumen Ejecutivo

El presente informe analiza cómo el branding y el diseño estratégico se han convertido en herramientas clave para potenciar la innovación en los emprendimientos del 2025. A través de un enfoque integral, se identifica la necesidad de diferenciar marcas en un mercado cada vez más competitivo y saturado, especialmente en el contexto postpandemia que aceleró la transformación digital. Se destaca que el branding ya no es solo una cuestión estética, sino una estrategia profunda que involucra identidad, propósito y conexión emocional con el consumidor. Por otra parte, elaborar un diseño nos permitirá a ordenar visualmente estos valores, fortaleciendo la comunicación y aportando experiencias memorables. Proponiendo que los emprendedores tengan una visión más innovadora, en la que el diseño deja de ser un elemento decorativo para convertirse en una pieza fundamental de innovación constante. Asimismo, se resalta la importancia de comprender las nuevas tendencias del consumidor, las tecnologías y el impacto de marca. Finalmente, se ha concluido que integrar el diseño desde el inicio de un emprendimiento no solo mejora las oportunidades de crecimiento, sino que también aumenta el valor de una marca, la fidelización de clientes a largo plazo. La innovación no depende solo de productos o servicios novedosos, sino de la forma en que buscamos comunicarlo, conectar y con la audiencia.