



idat

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

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**CREACIÓN DE ESTUDIO PUBLICITARIO PARA DESTACAR
NEGOCIOS DENTRO DEL MERCADO NACIONAL**

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

SULEMA ANDREA PRADO GIRÓN

(0009-0003-1972-8165)

Lima – Perú

2024

*Dedicado a mi familia y amigos
que me han apoyado durante toda la carrera.*

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	8
Introducción.....	10
Capítulo I: Portafolio Digital	11
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral.....	11
<i>Motivos de la Creación del 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>13</i>
Creación del Portafolio Digital.....	14
<i>Segmentación</i>	<i>14</i>
<i>Planteamiento</i>	<i>16</i>
<i>Selección</i>	<i>16</i>
<i>Proyecto.....</i>	<i>16</i>
<i>Diseño Personal.....</i>	<i>17</i>
<i>Propuesta de la Línea Gráfica.....</i>	<i>17</i>
Diseño del Portafolio Digital.....	18
<i>Valor Diferencial</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>20</i>
<i>Propuesta para la Nueva Empresa.....</i>	<i>22</i>
<i>Habilidades Gráficas del Equipo.....</i>	<i>26</i>
Desarrollo del Tratamiento Gráfico.....	29
<i>Objetivos Específicos del Manual de Identidad.....</i>	<i>29</i>
<i>Selección de Paletas de Colores</i>	<i>29</i>
<i>Definición del Tratamiento Digital de Fotografías</i>	<i>30</i>
<i>Conceptualización de los Estilos de Colores.....</i>	<i>34</i>
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual.....	35
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales	54

Diseño de una Identidad de Marca	54
<i>Estrategia Digital</i>	54
<i>Selección de los Medios Digitales</i>	55
<i>Recursos Audiovisuales</i>	56
<i>Beneficios</i>	56
Implementación de la Marca para Diversos Espacios y Formatos Digitales y Web	57
<i>Contenido de las Publicaciones</i>	57
<i>Carrusel de Instagram</i>	58
<i>Story de Instagram</i>	59
<i>Video reel de Instagram</i>	59
<i>Story de TikTok</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Video de TikTok</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Video de TikTok</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
Presentación del Propuesta del Portafolio Digital	60
<i>Mejoras del Boceto/video</i>	60
<i>Impacto de las Mejoras del Boceto/video en el Portafolio Digital</i>	61
Capítulo IV: Lanzamiento de marca	62
Uso de las Tendencias Actuales de Animación	62
<i>Storytelling</i>	62
<i>Storyboard</i>	62
<i>Comunicación visual</i>	67
<i>Creatividad</i>	67
Identificación del Valor Diferencial de la Marca	67
<i>Valor Diferencial de la Marca</i>	67
Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación	68
<i>Elevator Pitch</i>	68
<i>Anticiparse a las preguntas</i>	68
Conclusiones y Recomendaciones	70
Referencias Bibliográficas	72
Anexos	73

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Buyer persona principal</i>	14
Figura 2 <i>Buyer persona secundario</i>	15
Figura 3 <i>Moodboard de la marca</i>	17
Figura 4 <i>Iconografía de creatividad personalizada</i>	18
Figura 5 <i>Iconografía de rapidez y flexibilidad</i>	18
Figura 6 <i>Iconografía de colaboración creativa</i>	19
Figura 7 <i>Iconografía de autenticidad</i>	20
Figura 8 <i>Iconografía de innovación</i>	21
Figura 9 <i>Iconografía de amabilidad</i>	22
Figura 10 <i>Logotipo de la marca Nexo studio</i>	22
Figura 11 <i>Variante del logotipo de la marca</i>	23
Figura 12 <i>Mockup del logo de la marca</i>	23
Figura 13 <i>Tipografía Ramos</i>	24
Figura 14 <i>Tipografía Alumni Sans Medium</i>	25
Figura 15 <i>Paleta de colores de la marca</i>	25
Figura 16 <i>Imagen del logo de Adobe Photoshop</i>	26
Figura 17 <i>Imagen del logo de Adobe Indesign</i>	27
Figura 18 <i>Imagen del logo de Adobe Illustrator</i>	27
Figura 19 <i>Imagen del logo de Adobe After Effects</i>	28
Figura 20 <i>Imagen del logo de Adobe Premiere Pro</i>	28
Figura 21 <i>Fotos del manual de la marca</i>	29
Figura 22 <i>Color amarillo</i>	30
Figura 23 <i>Color azul</i>	30

Figura 24 <i>Ilustración de un hombre fumando</i>	31
Figura 25 <i>Imagen de una sala</i>	31
Figura 26 <i>Imagen de chica segura de sí misma</i>	32
Figura 27 <i>Imagen de una silla</i>	33
Figura 28 <i>Imagen de formas</i>	34
Figura 29 <i>Variaciones de color de la marca</i>	35
Figura 30 <i>Variaciones de color de la marca para espacios reducidos</i>	35
Figura 31 <i>Póster de la película “Spider-Man: No Way Home”</i>	36
Figura 32 <i>Rediseño del póster de la película “Spider-Man: No Way Home”</i>	36
Figura 33 <i>Póster de la película “Star Wars: La Venganza de los Sith”</i>	37
Figura 34 <i>Rediseño del póster de la película “Star Wars: La Venganza de los Sith”</i>	38
Figura 35 <i>Ilustración de una portada de cuento</i>	39
Figura 36 <i>Rediseño de la Ilustración de la portada de cuento</i>	40
Figura 37 <i>Ilustración de un póster de la película “Wish”</i>	41
Figura 38 <i>Rediseño de la Ilustración del póster de la película “Wish”</i>	42
Figura 39 <i>Story para Instagram de la marca “Cyzone”</i>	43
Figura 40 <i>Rediseño de Story para Instagram de la marca “Cyzone”</i>	44
Figura 41 <i>Ilustración de una portada de un cuento infantil de la marca “MALI”</i>	45
Figura 42 <i>Rediseño de la Ilustración de la portada de un cuento infantil de la marca “MALI”</i>	46
Figura 43 <i>Ilustración publicitaria de la película “Midsommar”</i>	46
Figura 44 <i>Rediseño de la Ilustración publicitaria de la película “Midsommar”</i>	47
Figura 45 <i>Flyer de celebración de la Institución, Idat</i>	48
Figura 46 <i>Rediseño del Flyer de celebración de la Institución, Idat</i>	49

Figura 47 <i>Anuncio publicitario de apertura</i>	50
Figura 48 <i>Rediseño del anuncio publicitario de apertura</i>	50
Figura 49 <i>Anuncio publicitario de la marca “Pizza Hut”</i>	51
Figura 50 <i>Rediseño del Anuncio publicitario de la marca “Pizza Hut”</i>	52
Figura 51 <i>Objetivo SMART</i>	54
Figura 52 <i>Embudo de conversión</i>	55
Figura 53 <i>Carrusel de Instagram de Nexo studio</i>	58
Figura 54 <i>Carrusel de Instagram de Nexo studio</i>	58
Figura 55 <i>Story promocional de Instagram de Nexo studio</i>	59
Figura 56 <i>Video reel de TikTok de Nexo studio</i>	59
Figura 57 <i>Boceto del video con el logo de la marca</i>	60
Figura 58 <i>Boceto del video de la marca</i>	61
Figura 59 <i>Storyboard de la marca</i>	63
Figura 60 <i>Storyboard del proyecto 1 de la marca</i>	63
Figura 61 <i>Storyboard del proyecto 2 de la marca</i>	63
Figura 62 <i>Storyboard del proyecto 3 de la marca</i>	64
Figura 63 <i>Storyboard del proyecto 4 de la marca</i>	64
Figura 64 <i>Storyboard del proyecto 5 de la marca</i>	65
Figura 65 <i>Storyboard del proyecto 6 de la marca</i>	65
Figura 66 <i>Storyboard del proyecto 7 de la marca</i>	66
Figura 67 <i>Storyboard del cierre de la marca</i>	66

Resumen Ejecutivo

El primer capítulo del texto aborda la creación e importancia de un portafolio digital en el ámbito laboral del diseño publicitario. Se destaca que un portafolio es esencial para mostrar las habilidades y proyectos de un estudio, lo que atrae a clientes y les brinda una visión clara del trabajo realizado. Además, se menciona que un portafolio es clave para diferenciarse en un mercado competitivo y que permite reflexionar sobre el progreso y crecimiento de los diseñadores, al igual que sirve como una prueba visual de la calidad y experiencia que va ganando a través de cierto tiempo. Como al tener un portafolio trae varios beneficios, entre ellos el mejor posicionamiento de la marca, la posibilidad de aumento de los ingresos gracias a la atracción de más clientes y una buena segmentación de clientes adecuados. En este capítulo también se habla de un portafolio enfocado en el diseño publicitario, con un estilo moderno y sofisticado, usando proyectos recientes. El diseño del portafolio mantiene una estética actual, basada en colores primarios y tipografías que llaman la atención. Además, se destacan tres valores principales del estudio: autenticidad, innovación y amabilidad. También se explica la importancia de la identidad de marca y de la coherencia visual, usando una paleta de colores que combina azul y amarillo para transmitir modernidad, confianza e innovación. Finalmente, se incluye un storytelling y un storyboard detallado para reflejar la esencia de la marca. El capítulo cierra con conclusiones y recomendaciones relacionadas con el mercado laboral del diseño publicitario en el Perú, la relevancia que tiene la publicidad y la importancia de la accesibilidad de un proyecto.

Palabras clave: Diseñador gráfico; portafolio; anuncios publicitarios; mercado nacional