



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

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**CREACIÓN DE LA MARCA P&C GARDEN PARA LA
REFORESTACIÓN Y MANEJO SOSTENIBLE EN LA RECUPERACIÓN
DE ÁREAS VERDES EN LIMA SUR**

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

PAOLO FREDY RAMÍREZ MARAVI

(0009-0000-8619-3322)

CRISTIAM GUILLERMO OSORIO COCHACHI

(0009-0005-8379-1788)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

A nuestros padres

Índice General

Resumen Ejecutivo	7
Introducción	8
Capítulo I: Portafolio Digital	9
1.1 Identificación de la Importancia de la creación del Portafolio Digital	9
1.2 Importancia del Portafolio Digital en una identidad sólida y coherente	10
1.3 Impulso para crear un Portafolio Digital	11
1.4 Beneficios del Portafolio al mercado	12
Capítulo II: Logo Naming	14
2.1 Conceptualización del Logo Naming de la marca	14
2.2 Desarrollo del Tratamiento Gráfico	17
2.3 Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual	18
2.4 Propuesta para la nueva empresa	20
– Tono de Comunicación	21
– Estrategia de Posicionamiento	24
– Equipo de Diseño y Capacidades	23
2.5 Manual de Identidad Corporativa de P&C Garden	24
– Objetivo 1: Garantizar la Coherencia Visual de la Marca	24
– Paleta de Colores de P&C Garden	25
– Estilo Fotográfico	26
– Usos Correctos e Incorrectos	26
– Aplicación en Diferentes Soportes	27
– Beneficios del Manual para P&C Garden	29
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales	31
3.1 Desarrollo de Marca para Medios Digitales	31
3.2 Contenido por Redes Sociales	32
3.3 Uso de Redes Sociales	33
3.4 Estrategia del Storyboard (1:30 min)	36

Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario	41
4.1 Uso de las Tendencias Actuales de Animación	41
4.2 Identificación del Valor Diferencial de la Marca	43
4.3 Costos y Presupuesto del Proyecto – PC Garden	46
4.4 Estrategia y Gestión de Medios Digitales	48
4.5 Diseño y Desarrollo de Portal Web	49
4.6 Producción Fotográfica Especializada	51
4.7 Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación	52
Conclusiones y Recomendaciones	56
Referencias Bibliográficas	59

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Colores Isotipo</i>	16
Tabla 2. <i>Formatos digitales</i>	35
Tabla 3. <i>Diseño e Impresión de Papelería y Material Promocional</i>	47
Tabla 4. <i>Uniformes</i>	47
Tabla 5. <i>Estrategia Digital</i>	48
Tabla 6. <i>Diseño Web</i>	50
Tabla 7. <i>Producción Fotográfica</i>	51

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Isotipo en positivo y negativo</i>	16
Figura 2. <i>Post para Facebook</i>	33
Figura 3. <i>TikTok (contenido audiovisual)</i>	34
Figura 4. <i>Página web</i>	35

Resumen Ejecutivo

El portafolio de P&C Garden ha sido creado como una herramienta empresarial que representa la identidad de la marca y nuestra propuesta de valor como una empresa dedicada a la venta de césped, así como parte de nuestras estrategias de negocio, las cuales serán con el objetivo de fortalecer la imagen y la percepción de nuestra marca, además de ayudar a posicionarnos como líderes dentro del mercado de la jardinería peruana. El significado de nuestra identidad se basa en las letras iniciales de quienes lo han fundado “Paolo” y “Christian”, las iniciales formaron P&C, para no generar confusiones se añadió Garden para especificar nuestro rubro. Nos diferenciamos por nuestro compromiso con los clientes, creatividad al momento de innovar y valor ambiental que nosotros mismos le damos. Mediante una línea gráfica estética, práctica y basada en nuestra temática presentamos nuestros objetivos, presentaremos publicaciones dentro de redes sociales, buscando atraer a nuestros posibles consumidores siendo nuestros early adopters las personas ecologistas, amantes de la naturaleza o simplemente que estén interesadas en reverdecer y embellecer sus jardines. Dentro de nuestras estrategias de publicidad podemos encontrar carruseles para Instagram, videos de Tik Tok y post en Facebook, para darnos a conocer, nuestra página web para poder brindar más información sobre nuestra identidad, también permitir hacer pedidos por vía online facilitando la experiencia del usuario. Como un plus, dentro de la publicidad vamos a emplear novedades como son la animación y producción fotográfica, retratando nuestro producto de calidad en todo su esplendor y ayudará a transmitir todo el valor más allá de lo comercial.

Palabras clave: Impacto Visual, Portafolio Digital, Diferenciación, Posicionamiento Profesional

Introducción