



idat

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

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**CREACIÓN Y DESARROLLO DE PIEZAS DE ILUSTRACIÓN
PARA POTENCIAR E IMPULSAR MARCAS EN EL MERCADO
LABORAL EN LIMA METROPOLITANA**

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

GOICOCHEA NAVARRETE MERI ANALY

(0009-0005-2130-2045)

CALIXTO SOSA VIVIANA ESPERANZA

(0009-0008-8254-6264)

Lima – Perú

Año 2025

Dedicatoria 1

Para mi mamá quien siempre me apoyo en mis estudios y busco lo mejor para mí y a mis
gatos, que estuvieron en cada tranocheda acompañándome.

Dedicatoria 2

A mis padres por el esfuerzo que han hecho para apoyarme incondicionalmente en mis
estudios.

ÍNDICE GENERAL

Resumen Ejecutivo.....	10
Introducción	11
Capítulo I: Portafolio Digital.....	13
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral.....	13
<i>Motivos de la Creación del Portafolio Digital</i>	<i>13</i>
<i>Razones que lo respaldan.....</i>	<i>14</i>
<i>Motivaciones</i>	<i>15</i>
<i>Beneficios</i>	<i>15</i>
Creación del Portafolio Digital	16
<i>Segmentación.</i>	<i>16</i>
<i>Planteamiento.....</i>	<i>17</i>
<i>Selección</i>	<i>17</i>
<i>Proyecto</i>	<i>18</i>
<i>Diseño personal</i>	<i>18</i>
<i>Propuesta de Línea gráfica.....</i>	<i>18</i>
Diseño del portafolio digital.....	19
<i>Valor diferencial 1:.....</i>	<i>19</i>
<i>Valor diferencial 2:.....</i>	<i>19</i>
<i>Valor diferencial 3:.....</i>	<i>20</i>
Capítulo II: Logo Naming	21

	4
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming	21
<i>Identidad</i>	21
<i>Valores</i>	21
<i>Propuesta única para la nueva empresa</i>	24
<i>Habilidades gráficas del equipo</i>	26
Desarrollo del Tratamiento Gráfico	30
<i>Manual de identidad corporativa</i>	30
<i>Objetivo específico del manual de identidad corporativa</i>	31
<i>Selección de paleta de colores</i>	31
<i>Definición del tratamiento digital de fotografías</i>	32
<i>Conceptualización de los estilos de colores</i>	34
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual.....	35
<i>Diagramación</i>	35
<i>Merchandising</i>	35
<i>Papelería corporativa</i>	38
Capítulo III: Identidad de una marca para plataformas digitales.....	41
Diseño de identidad de marca	41
<i>Estrategia digital</i>	41
Implementación de la marca para diversos espacios formatos digitales y web	43
<i>Selección de los medios digitales</i>	44
Presentación de propuesta del portafolio digital	49

	5
Capítulo IV: Lanzamiento de marca.....	57
Uso de las tendencias actuales de animación	57
<i>Storytelling</i>	57
<i>Storyboard</i>	57
Identificación del valor diferencial de la marca	61
<i>Valor diferencial 1</i>	61
<i>Valor diferencial 2</i>	61
Aplicación del Pitch Elevator para la presentación.....	61
<i>Elevator Pitch</i>	61
<i>Comunicación</i>	62
<i>Creatividad</i>	62
<i>Asertividad</i>	63
<i>Adaptar el tiempo</i>	63
<i>Conocer el público</i>	63
<i>Anticipar a las preguntas</i>	64
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXOS	69

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Presupuesto por nivel de detalle de ilustración para packaging	50
Tabla 2. Presupuesto comparativo para Animaciones publicitarias 2D	50
Tabla 3. Presupuesto por nivel de detalle para ilustración de medios publicitarios	51
Tabla 4. Presupuesto de Ilustración para empaque.....	56

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Moodboard de agencia Vimeart.....	19
Figura 2. Icono de creatividad	19
Figura 3. Icono de adaptabilidad	20
Figura 4. Icono de originalidad	20
Figura 5. Icono de creatividad.....	22
Figura 6. Icono de colaboración	22
Figura 7. Icono de calidad.....	23
Figura 8. Icono de pasión.....	23
Figura 9. Icono de respeto.....	24
Figura 10. Icono de adaptabilidad	24
Figura 11. Icono de misión	25
Figura 12. Icono de visión.....	25
Figura 13. Imagen del programa Adobe Premiere Pro.....	26
Figura 14. Imagen del programa Adobe After Effects	27
Figura 15. Imagen del programa Adobe Animate.....	27
Figura 16. Imagen del programa Adobe Photoshop.....	28
Figura 17. Imagen del programa Adobe Indesign.....	28
Figura 18. Imagen del programa Adobe Illustrator	29
Figura 19. Imagen del programa de Adobe Photoshop	29

Figura 20. Imagen de manual corporativo	30
Figura 21. Imagen de manual corporativo	30
Figura 22. Imagen de manual corporativo	31
Figura 23. Logo de agencia Vimeart.....	31
Figura 24. Paleta de colores para la agencia Vimeart	32
Figura 25. Gente de negocios dándose la mano juntos	33
Figura 26. Personas que participan en un evento empresarial	33
Figura 27. Manos de cerca escribiendo en el escritorio.....	34
Figura 28. Polos de la agencia Vimeart	35
Figura 29. Tazas de la agencia Vimeart.....	36
Figura 30. Libreta agencia Vimeart	36
Figura 31. Pin de agencia Vimeart.....	37
Figura 32. Toma todo de agencia Vimeart.....	37
Figura 33. Tarjeta de presentación.....	38
Figura 34. Sobre americano.....	39
Figura 35. Hoja membretada	39
Figura 36. Sobre A4.....	40
Figura 37. Folder.....	40
Figura 38. Imagen de Objetivo Smart.....	41
Figura 39. Imagen de Embudo de Conversión	42
Figura 40. Video reel para Instagram	43

Figura 41. Imagen de logo de Instagram.....	45
Figura 42. Imagen de logo de Tik Tok	45
Figura 43. Imagen de post de Instagram.....	46
Figura 44. Imagen de carrusel de Instagram.....	47
Figura 45. Imagen de story de Tik Tok e Instagram	47
Figura 46. Imagen de reel de Instagram y tiktok	48
Figura 47. Parrilla de contenido.....	49
Figura 48. Imagen de bolso de Lafonda	52
Figura 49. Imagen de panel publicitario de Lafonda.....	53
Figura 50. Imagen de packaging de Cosecha.....	54
Figura 51. Imagen del packaging de Perkins	55
Figura 52. Imagen del packaging de Aware	56
Figura 53. Storyboard de portafolio	58
Figura 54. Storyboard de portafolio	59
Figura 55. Storyboard de portafolio	59
Figura 56. Storyboard de portafolio	60
Figura 57. Storyboard de portafolio	60
Figura 58. Storyboard de portafolio	61
Figura 59. Buyer persona.....	64

Resumen Ejecutivo

La presente tesis se centra en la creación de una agencia denominada Vimeart, especializada en la ilustración digital para impulsar marcas en Lima metropolitana. Como objetivo principal que tiene la agencia es demostrar la relevancia de establecerse como una presencia sólida, que refleje la calidad de los servicios ofrecidos, comenzando por la creación de un portafolio digital. Inicia, con el análisis sobre la importancia de su desarrollo en el ámbito laboral, donde se destaca su papel fundamental en la atracción de los clientes y la promoción de los servicios de la agencia. Presenta las razones por la que es crucial crear un portafolio digital y se describe el proceso de creación de la agencia de ilustración Vimeart. Posterior a ello, se desarrolla la conceptualización del logo y la identidad de marca donde se presentan los valores, la construcción del logo y la identidad visual. Se analiza la importancia de establecer una estrategia digital para la marca Vimeart, presentando así el objetivo Smart y el embudo de conversión donde se describe el plan de acción para su implementación. Finalmente se realiza el lanzamiento de marca efectiva presentando las estrategias y tácticas además de la selección de trabajos para la credibilidad de la agencia. Se aplica el storytelling de Vimeart para generar impacto en el público objetivo en el lanzamiento de la marca y así concluir con la presente tesis, que demuestra la importancia de crear una agencia de ilustración digital para impulsar marcas en el mercado laboral de Lima metropolitana.

Palabras clave: Estrategias; calidad; marca; importancia.