



idat

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

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**ELABORACIÓN DE UN PORTAFOLIO DIGITAL DE LA EMPRESA
MUCHIK QUE SE POSICIONARÁ COMO DESARROLLADORA DE
IDENTIDAD VISUAL DE LAS MYPES**

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

JAIME JOEL CARDENAS CHACON

(0009-0004-0468-3184)

Chiclayo – Perú

2025

A nuestro buen Dios, que ha sido fiel y me ha sostenido y sustentado en este camino profesional.

*A mis padres y amigos que con su amor tan abrigador me han ayudado a ser mejor y presentar
excelencia en todo.*

A mi querida Hna. Fe que me dio la oportunidad de estudiar esta bella carrera.

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	9
Introducción.....	10
Capítulo I: Portafolio Digital	11
Identificación de la importancia del portafolio en el ámbito laboral.....	11
Creación del portafolio digital.....	12
Diseño del portafolio digital.....	19
Capítulo II: Logo Naming	21
Desarrollo de la conceptualización del logo naming.....	21
Desarrollo del tratamiento gráfico.....	22
<i>Tipografía:</i>	22
<i>Paleta de colores:</i>	23
<i>Usabilidad:</i>	24
<i>Tratamiento Fotográfico.</i>	27
<i>Aplicación de la marca:</i>	28
Desarrollo y conceptualización del estilo visual.....	34
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales	36
Desarrollo de marca para medios digitales.....	36
<i>Los medios digitales:</i>	36
<i>Marketing digital</i>	37
Implementación de la marca para diversos espacios y formatos digitales y web.....	38
<i>Patrones e íconos</i>	39
<i>Modos de uso del isologo</i>	39
<i>Presentaciones para el uso web.</i>	40
Presentación de propuesta del portafolio digital.....	43
<i>Presentación:</i>	43
<i>Trabajos de branding:</i>	44
<i>Fotografías:</i>	44
<i>Publicidad:</i>	45
Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario.....	47
Uso de tendencias actuales de animación.....	47

<i>Ventajas de las herramientas de animación</i>	47
<i>Plataformas y herramientas para la animación</i>	48
Identificación del valor diferencial de la marca	56
Aplicación del Pitch Elevator para la presentación	57
<i>Campaña de Storytelling</i>	58
Conclusiones y Recomendaciones	65
Referencias Bibliográficas	67
Anexos	70

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Buyer Persona</i>	16
Figura 2 <i>Presentación de logo</i>	17
Figura 3 <i>Búsqueda de piezas gráficas</i>	17
Figura 4 <i>Mockups de referencia</i>	18
Figura 5 <i>Moodboard</i>	19
Figura 6 <i>Índice de portafolio</i>	20
Figura 7 <i>Logo de Muchik</i>	21
Figura 8 <i>Tipografía principal y secundaria</i>	22
Figura 9 <i>Paleta de colores corporativa</i>	23
Figura 10 <i>Paleta de colores secundarios</i>	24
Figura 11 <i>Versiones únicas y colores aceptados</i>	25
Figura 12 <i>Versiones únicas</i>	26
Figura 13 <i>Usos incorrectos del logo</i>	26
Figura 14 <i>Retoque fotográfico</i>	27
Figura 15 <i>Mockup de bolsa</i>	28
Figura 16 <i>Mockup de etiqueta</i>	29
Figura 17 <i>Mockup de polos</i>	30
Figura 18 <i>Mockup de taza</i>	31
Figura 19 <i>Mockup de cartuchera</i>	31
Figura 20 <i>Mockup de lanyer</i>	32
Figura 21 <i>Mockup de gorra</i>	32
Figura 22 <i>Mockup de lapicero</i>	33
Figura 23 <i>Papelería de la empresa</i>	33

Figura 24 <i>Red social de Behance</i>	34
Figura 25 <i>Red social de Instagram</i>	35
Figura 26 <i>Presentación de patrones para el formato digital y uso sobre fondos</i>	39
Figura 27 <i>Presentación y variantes del logo Muchik</i>	39
Figura 28 <i>Tamaños mínimos del logo</i>	40
Figura 29 <i>Uso de la marca en plataformas Web</i>	41
Figura 30 <i>Previsualización de perfil en plataformas de portafolios digitales</i>	42
Figura 31 <i>Presentación de la interacción en redes sociales: Instagram</i>	42
Figura 32 <i>Infografía profesional de la marca Muchik</i>	43
Figura 33 <i>Recopilación de trabajos para marcas desarrolladas por Muchik</i>	44
Figura 34 <i>Fotografía profesional de la marca Muchik</i>	45
Figura 35 <i>Trabajo profesional de diseño publicitario para agencia consultora</i>	46
Figura 36 <i>Interfaz del programa After Effects</i>	49
Figura 37 <i>Reesleeve: Software online de diseño de moda con inteligencia artificial</i>	50
Figura 38 <i>DeepMotion</i>	51
Figura 39 <i>Interfaz del programa Blender</i>	52
Figura 40 <i>Composiciones de reel</i>	53
Figura 41 <i>Composición 3 de reel</i>	53
Figura 42 <i>Composición 10 de reel</i>	54
Figura 43 <i>Composición 17 de reel</i>	54
Figura 44 <i>Composición 23 de reel</i>	55
Figura 45 <i>Composición 26 de reel</i>	55
Figura 46 <i>Cola de procesamiento de After Effects</i>	56

Figura 47 <i>Campaña publicitaria de Muchik</i>	57
Figura 48 <i>Banner de Campaña</i>	59
Figura 49 <i>Carpeta de material audiovisual para video</i>	60
Figura 50 <i>Edición de tiempo de duración a los elementos audiovisuales en el programa Premiere Pro</i>	61
Figura 51 <i>Edición de volumen de audio a los elementos en el programa Premiere Pro</i>	62
Figura 52 <i>Creación de texto en el programa Premiere Pro</i>	62
Figura 53 <i>Uso de transición de video en el programa Premiere Pro</i>	63
Figura 54 <i>Pieza gráfica del final del video</i>	63
Figura 55 <i>Exportación de video en formato H.264 Premiere Pro</i>	64

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Perú: población alfabetizada de 18 a 64 años de edad, por tipo de publicación que más lee, según sexo – ENL 2022 (porcentaje)</i>	38
--	----

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo tiene como objeto de estudio la formulación de un portafolio digital de la Marca Muchik, empresa Chiclayana enfocada al desarrollo de identidades visuales de las Medianas y Pequeñas Empresas (MYPEs) de nuestro sector, entendiendo la competencia en los medios digitales (canales poco explorados por los emprendedores y empresarios). Para ello, se presenta los siguientes temas de estudio:

Primero, el portafolio digital tiene como objeto presentar la recopilación de los trabajos realizados por la marca, además de tener un sustento justificativo sobre el desarrollo del mismo. Algunos elementos indispensables en el desarrollo del portafolio son la segmentación y designación de objetivos coherentes que encaminan a la marca Muchik a ser posicionada como la mejor opción para los emprendedores chiclayanos.

Segundo, la marca Muchik presenta atractivamente el diseño del portafolio, respetando la línea gráfica sostenida en el manual de identidad de marca. Además, se relaciona directamente con el público objetivo al usar iconografías y un naming que identifica la cultura Lambayecana, orgullosamente usándolos como patrones diferenciales y únicos.

Tercero, el desarrollo de la marca debe estar ligado al branding digital y la promoción en redes sociales, la cual es de vital importancia para el posicionamiento de la marca y generar interactividad con los clientes.

Cuarto, se necesita técnicas de promoción digital como es la animación del portafolio, usando herramientas profesionales para la elaboración de piezas audiovisuales de la marca Muchik.

Palabras clave: Portafolio, Muchik, MYPEs, Diseño Gráfico.