



idat

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

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**PROCESO DE CREACIÓN Y DIFUSIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO
GRÁFICO ESPECIALIZADA EN BRANDING Y DISEÑO DE MARCAS**

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

NELSON PALOMINO HUAMAN

(0009-0000-7855-6664)

MARIBEL PÉREZ LOZANO

(0009-0000-7124-6989)

**Lima – Perú
2025**

Dedicatoria

Queremos dedicar este logro y resaltando que nada de esto lo hubiéramos podido conseguir sin su apoyo incondicional durante todos estos años de estudio.

Como fieles creyentes, queremos agradecer a Dios nuestro creador, quien nos brindó salud y paz en nuestros corazones, dios nos acompañó en todo este proceso, sin su amor no estaríamos aquí.

A nuestros queridos padres, quienes son los únicos arquitectos de nuestro carácter y son nuestra fortaleza en momentos de crisis, ellos nos enseñaron a no rendirnos, que sinceramente muchas veces lo intentamos, pero su amor y aliento no lo permitieron.

A nuestros familiares, que nos ayudaron de muchas formas: con dinero, con alimento, compañía, en las tareas, etc. Ellos siempre creyeron en nosotros y ellos reciben todo nuestro agradecimiento.

Hoy agachamos la cabeza en modo de agradecimiento, con lágrimas en nuestros ojos les decimos, gracias, muchas gracias.

Nelson Palomino Huamán

Maribel Pérez Lozano

Índice General

Resumen Ejecutivo	8
Introducción	9
Capítulo I: Portafolio Digital	12
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral	12
Creación del Portafolio Digital.	15
Diseño del portafolio digital	19
Capítulo II: Logo Naming	24
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming	24
Desarrollo del tratamiento gráfico	28
Desarrollo del estilo visual	37
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales	42
Diseño de una Identidad de Marca	42
Implementación para Diversos Espacios y Formatos Digitales y Web	49
Presentación del Portafolio Digital.	53
Capítulo IV: Lanzamiento de Marca	55
Uso de las Tendencias Actuales de Animación	55
Identificador del Valor Diferencial de la Marca	61

Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación	5
	62
Conclusiones	66
Recomendaciones	68
Referencias Bibliográficas	70
Anexos	76

Índice de Figuras

Figura 1	Moodboard de propuesta gráfica	20
Figura 2	Ícono de Experiencia y Visión	21
Figura 3	Ícono de Compromiso	21
Figura 4	Ícono de Pasión e Innovación	22
Figura 5	Logo de marca Palper	25
Figura 6	Tipografía corporativa	26
Figura 7	Paleta de colores	27
Figura 8	Adobe Illustrator	27
Figura 9	Adobe InDesign	28
Figura 10	Adobe Photoshop	29
Figura 11	Adobe Premiere	29
Figura 12	Adobe Audition	30
Figura 13	Adobe After Effects	31
Figura 14	CorelDRAW	31
Figura 15	Microsoft Word	32
Figura 16	Microsoft Excel	33
Figura 17	Microsoft Power Point	34
Figura 18	Azul (#0000ff)	36
Figura 19	Amarillo (#ffd738)	37
Figura 20	Turquesa (#81ebdf)	38
Figura 21	Principio 30-30-10	39
Figura 22	Objetivos Smart	42
Figura 23	Embudo de conversión	43
Figura 24	Carrusel de Instagram	51
Figura 25	Animación del logo	55
Figura 26	Presentación de especializaciones	56
Figura 27	Afiche promocional	56
Figura 28	Presentación de publicidad para redes sociales	57

Figura 29	Presentación de proyecto de identidad de marca	57
Figura 30	Presentación de diseño de Infografía	58
Figura 31	Presentación de fundadores	59
Figura 32	Escena final del reel	59
Figura 33	Imagen de buyer person	61

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto difunde el lanzamiento de PalPer como agencia de diseño, esta agencia nace de la necesidad de posicionar marcas emergentes en un mercado cada vez más competitivo, la tarea fundamental de Palper es brindar soluciones creativas a problemas de identidad visual, la visión de Palper es posicionar a la agencia como un referente de diseño gráfico, destacando su servicio de soluciones de identidad visual y branding, desarrollo de manuales marca, animación digital (motion graphics). Para conseguir esta meta, en Palper trabajo arduamente en la investigación inicial del mercado con lo que se pudo identificar las necesidades del público objetivo. Sobre este último punto es importante destacar que el público objetivo son emprendedores y PYMES que requieren remodelar su imagen de marca con la intención de destacar sobre la competencia. Por otro lado, es importante mencionar que Palper reconoce la importancia de impulsar su presencia en redes sociales, en especial a: Instagram y TikTok, en las cuales se difunde contenido de valor como: procesos de trabajo, transformaciones visuales y contenido educativo con el objetivo imperativo de captar y fidelizar al público objetivo. La metodología utilizada por Palper es innovadora ya que combina la creatividad, herramientas especializadas y un alto conocimiento de las herramientas de inteligencia artificial, todo este conocimiento respaldado por un portafolio animado que refleja la experiencia y calidad del trabajo en equipo que puede realizar Palper.

Palabras clave: Branding; Identidad; Visual; Pymes