



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**CREACIÓN DE UN PORTAFOLIO DIGITAL COMO HERRAMIENTA
PROFESIONAL EN DISEÑO GRÁFICO PARA LA MARCA PERSONAL
“ANGIE GARCIA”**

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

ANGELINNE JULIET GARCIA AGUILAR

(0009-0009-4406-3410)

Lima – Perú

2024

A mi mamá, Cecilia, por su amor incondicional y por ser mi pilar en cada paso que doy. A César, quien se ha convertido en un padre para mí, por su apoyo constante y por creer en mi potencial.

A mi hermana Naomi y a toda mi familia, por estar siempre a mi lado, alentándome a seguir adelante. Y a Gerson, por su apoyo emocional desde el inicio de mi carrera, por su paciencia y por ser mi compañero en todo momento. A todos ustedes, les debo todo lo que soy y todo lo que lograré.

Índice General

Resumen Ejecutivo	10
Introducción.....	11
Capítulo I: Portafolio Digital	12
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral	12
Público objetivo:.....	13
Creación del Portafolio Digital.....	14
<i>Segmentación</i>	15
<i>Planteamiento</i>	16
<i>Selección</i>	17
<i>Proyecto</i>	18
<i>Diseño personal</i>	19
<i>Propuesta de la línea gráfica</i>	19
Diseño del Portafolio	20
Capítulo II: Logo Naming	22
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming.....	22
<i>Naming</i>	22
<i>Valores</i>	23
<i>Propuesta como Marca Personal</i>	24
<i>Habilidades Gráficas</i>	25
Desarrollo del Tratamiento Gráfico.....	26
<i>Imagotipo</i>	26
<i>Síntesis Recurrente</i>	27
<i>Modulación o Grilla</i>	27
<i>Área de Protección</i>	28
<i>Variaciones del Imagotipo</i>	29
<i>Reductibilidad</i>	29
<i>Positivo y Negativo</i>	30
<i>Variantes cromáticas</i>	31
<i>Variantes no Permitidas</i>	32
<i>Tipografía</i>	32

<i>Paleta de Colores</i>	34
<i>Estilo Fotográfico</i>	35
<i>Aplicaciones</i>	36
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual	42
<i>Diagramación</i>	42
<i>Aplicación de Colores</i>	43
<i>Retoques Fotográficos</i>	44
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales	46
Desarrollo de Marca para Medios Digitales	46
¿Por qué usar Redes Sociales para la Marca Personal?	47
<i>Instagram</i>	47
<i>Facebook</i>	47
<i>TikTok</i>	48
Objetivo de esta Estrategia Digital	48
Implementación de la Marca para Diversos Espacios y Formatos Digitales y Web	51
Formatos y Resoluciones.....	52
Lenguaje Visual y Comunicación.....	52
<i>Elementos clave del diseño:</i>	53
Contenido de las Publicaciones	53
Emoción y Conexión	54
Grilla de Contenidos.....	54
Contenido para Instagram.....	56
Contenido para Tiktok.....	58
Contenido para Facebook	59
Presentación de Propuesta del Portafolio Digital	60
Estructura del Portafolio:.....	60
Proyectos presentados en Behance	61
<i>"Deli Flavia"</i>	61
<i>"Etiqueta de vino"</i>	62
<i>"Proa"</i>	63
<i>"Vitagom"</i>	64
<i>"Marca personal Angie Garcia"</i>	65

<i>"Lamborghini"</i>	66
Guión para Reel.....	67
<i>Introducción:</i>	67
<i>Portafolio:</i>	68
<i>Llamado a la Acción:</i>	68
Capítulo IV: Lanzamiento de Marca.....	70
Uso de las Tendencias Actuales de Animación.....	70
Identificación del Valor Diferencial de la Marca	71
Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación:	72
<i>Creatividad</i>	72
<i>Asertividad</i>	72
<i>Adaptar el tiempo</i>	72
<i>Conocer al público o a la persona a la que va dirigido</i>	73
<i>Anticiparse a las preguntas que puedan surgir</i>	73
<i>Estructura del Pitch</i>	75
Conclusiones y Recomendaciones	77
Conclusión 1.....	77
Recomendación 1	77
Conclusión 2.....	77
Recomendación 2	77
Conclusión 3.....	78
Recomendación 3	78
Conclusión 4.....	78
Recomendación 4.....	79
Referencias Bibliográficas	80
Anexos	83
Anexo 1: Ficha de Seguimiento 1.....	83
Anexo 2: Ficha de Seguimiento 2.....	85
Anexo 3: Ficha de Seguimiento 3.....	87
Anexo 4: Ficha de Seguimiento 4.....	89
Anexo 5: CV.....	92

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Grilla de Contenidos</i>	54
---	----

Índice de Figuras

<i>Figura 1 Imagotipo Principal</i>	26
<i>Figura 2 Síntesis Recurrente</i>	27
<i>Figura 3 Modulación o Grilla</i>	28
<i>Figura 4 Área de Protección</i>	28
<i>Figura 5 Variaciones del Imagotipo</i>	29
<i>Figura 6 Reductibilidad</i>	30
<i>Figura 7 Positivo y Negativo</i>	30
<i>Figura 8 Variantes Cromáticas - Colores Principales</i>	31
<i>Figura 9 Variantes Cromáticas - Colores Secundarios</i>	31
<i>Figura 10 Variantes no Permitidas</i>	32
<i>Figura 11 Tipografía Principal</i>	33
<i>Figura 12 Tipografía Soporte</i>	33
<i>Figura 13 Tipografía Secundaria</i>	34
<i>Figura 14 Tipografía Secundaria 2</i>	34
<i>Figura 15 Paleta de Colores Primarios</i>	35
<i>Figura 16 Paleta de Colores Secundaria</i>	35
<i>Figura 17 Estilo Fotográfico</i>	36
<i>Figura 18 Mockup - Tarjeta de Presentación</i>	37
<i>Figura 19 Mockup - Sobre Corporativo</i>	37
<i>Figura 20 Mockup - Hoja Membretada</i>	38
<i>Figura 21 Mockup - Página Web</i>	38
<i>Figura 22 Mockup - Redes Sociales (Instagram)</i>	39
<i>Figura 23 Mockup - Merchandising (Polo)</i>	39

Figura 24 <i>Mockup - Merchandising (Gorra)</i>	40
Figura 25 <i>Mockup - Merchandising (Termo)</i>	40
Figura 26 <i>Mockup – Sticker</i>	41
Figura 27 <i>Mockup - Pines</i>	41
Figura 28 <i>Mockup – Corpóreo</i>	42
Figura 29 <i>Referente de Diagramación</i>	43
Figura 30 <i>Referente de Aplicación de Colores</i>	44
Figura 31 <i>Referentes de Retoques Fotográficos</i>	45
Figura 32 <i>Ejemplo de Post para Instagram</i>	56
Figura 33 <i>Ejemplo de Reels para Instagram</i>	56
Figura 34 <i>Ejemplo de Historias para Instagram</i>	57
Figura 35 <i>Ejemplo de Video para Tiktok</i>	58
Figura 36 <i>Ejemplo de Video para Tiktok (2)</i>	58
Figura 37 <i>Ejemplo de Post para Facebook</i>	59
Figura 38 <i>Ejemplo de Video e Historias para Facebook</i>	59
Figura 39 <i>Deli Flavia</i>	62
Figura 40 <i>Etiqueta de Vino - Fajnal</i>	63
Figura 41 <i>Proa</i>	64
Figura 42 <i>Vitagom</i>	65
Figura 43 <i>Marca Personal – Angie Garcia</i>	66
Figura 44 <i>Lamborghini</i>	67
Figura 45 <i>Ficha de Seguimiento 1 / 1</i>	83
Figura 46 <i>Ficha de Seguimiento 1 / 2</i>	84

Figura 47 <i>Ficha de Seguimiento 2 / 1</i>	85
Figura 48 <i>Ficha de Seguimiento 2 / 2</i>	86
Figura 49 <i>Ficha de Seguimiento 3 / 1</i>	87
Figura 50 <i>Ficha de Seguimiento 3 / 2</i>	88
Figura 51 <i>Ficha de Seguimiento 4 / 1</i>	89
Figura 52 <i>Ficha de Seguimiento 4 / 2 (Guión del Showreel)</i>	90
Figura 53 <i>Ficha de Seguimiento 4 / 3</i>	91
Figura 54 <i>Cv</i>	92

Resumen Ejecutivo

El proyecto realizado se enfocó en la creación de una identidad visual sólida y coherente para mi marca personal de diseño gráfico; durante la primera etapa, investigué y analicé el mercado y la competencia, lo que me permitió identificar la necesidad de crear una propuesta visual única y adaptada a las tendencias actuales; en el segundo capítulo, desarrollé el concepto de la marca, definiendo su misión, visión y valores, los cuales guiarían la creación de la identidad. Posteriormente, en el tercer capítulo, trabajé en la elaboración del showreel, donde resumí los trabajos más destacados de mi portafolio para captar la atención de potenciales clientes; el último capítulo se centró en la creación del elevator pitch, una presentación breve y efectiva para comunicar los aspectos clave de mi propuesta de valor de manera clara y persuasiva. Como resultado, este proyecto me permitió desarrollar un portafolio digital coherente con la esencia de la marca, y me brindó las herramientas necesarias para presentarme profesionalmente ante clientes potenciales. En conclusión, el proyecto fortaleció mi capacidad para comunicarme visualmente y me preparó para enfrentar los retos del mundo del diseño gráfico y el branding.

Palabras clave: Portafolio Digital; Showreel; elevator pitch; Branding.