



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO  
“IDAT”  
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO**

**CREACIÓN DE PORTAFOLIO DIGITAL PARA EL LANZAMIENTO Y  
POSICIONAMIENTO DE LA MARCA LUKFON, ENFOCADO EN EL  
DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO E ILUSTRACIONES GRÁFICAS.**

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

**LUIS BRYAN ALDAHIR FONSECA MENDOZA**

**Lima – Perú**

**2025**

**Dedicatoria**

Principalmente a Dios por permitirme la oportunidad de seguir estudiando, a mis padres que han estado apoyándome en cada momento complicado de la carrera y me apoyado en continuar, a mi novia que me ha brindado todo su apoyo en el transcurso de la carrera. A mis profesores por sus experiencias y conocimientos que nos han compartido en cada sesión de clase y a mis compañeros con los que pude trabajar grupalmente para así lograr el éxito en cada trabajo.

## Índice General

|                                                                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Resumen Ejecutivo .....</b>                                                                                        | <b>10</b>  |
| <b>Introducción.....</b>                                                                                              | <b>11</b>  |
| <b>Capítulo I: Portafolio Digital .....</b>                                                                           | <b>13</b>  |
| Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral.....                                             | 13         |
| Creación del Portafolio Digital.....                                                                                  | 18         |
| Diseño del Portafolio .....                                                                                           | 29         |
| <b>Capítulo II: Logo Naming .....</b>                                                                                 | <b>36</b>  |
| Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming.....                                                               | 36         |
| Desarrollo del Tratamiento Gráfico.....                                                                               | 45         |
| Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual.....                                                                 | 54         |
| <b>Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales .....</b>                                          | <b>54</b>  |
| Desarrollo de Marca para Medios Digitales .....                                                                       | 54         |
| Implementación de la Marca para Diversos Espacios y Formatos Digitales y Web .....                                    | 60         |
| Presentación de Propuesta del Portafolio Digital .....                                                                | 71         |
| <b>Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario – Identidad de una marca para plataformas digitales .....</b> | <b>89</b>  |
| Uso de las Tendencias Actuales de Animación.....                                                                      | 89         |
| Identificación del Valor Diferencial de la Marca .....                                                                | 92         |
| Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación.....                                                               | 94         |
| <b>Conclusiones y Recomendaciones .....</b>                                                                           | <b>97</b>  |
| <b>Referencias Bibliográficas .....</b>                                                                               | <b>100</b> |
| <b>Anexos .....</b>                                                                                                   | <b>102</b> |

## Índice de Tablas

|         |                                                                          |    |
|---------|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 | <i>Segmentación de público objetivo</i> .....                            | 19 |
| Tabla 2 | <i>Resumen de medidas a utilizar en la plataforma de Instagram</i> ..... | 63 |
| Tabla 3 | <i>Grilla de contenido de la marca LUKFON</i> .....                      | 66 |

## Índice de Figuras

|           |                                                                                       |    |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1  | <i>Importancia del portafolio digital en el campo laboral</i> .....                   | 14 |
| Figura 2  | <i>Segmentación representada en párrafo</i> .....                                     | 21 |
| Figura 3  | <i>Paleta de colores y sus gamas</i> .....                                            | 24 |
| Figura 4  | <i>Iconografía propuesta para voalores diferenciales</i> .....                        | 29 |
| Figura 5  | <i>Brainstorming utilizado para la selección del nombre de la marca</i> .....         | 34 |
| Figura 6  | <i>Construcción y sentido del nombre de marca elegido tras el brainstorming</i> ..... | 35 |
| Figura 7  | <i>Propuesta número 1 para la marca LUKFON</i> .....                                  | 40 |
| Figura 8  | <i>Propuesta número 2 para la marca LUKFON</i> .....                                  | 41 |
| Figura 9  | <i>Propuesta número 3 para la marca LUKFON</i> .....                                  | 41 |
| Figura 10 | <i>Logotipo digitalizado</i> .....                                                    | 43 |
| Figura 11 | <i>Construcción del logotipo</i> .....                                                | 44 |
| Figura 12 | <i>Logometría del logo</i> .....                                                      | 45 |
| Figura 13 | <i>Logotipo sobre colores corporativos</i> .....                                      | 46 |
| Figura 14 | <i>Versión negativo y positivo</i> .....                                              | 47 |
| Figura 15 | <i>Usos incorrectos del logo</i> .....                                                | 48 |
| Figura 16 | <i>Tamaño mínimo del logo</i> .....                                                   | 49 |
| Figura 17 | <i>Colorimetría</i> .....                                                             | 50 |
| Figura 18 | <i>Plataforma de Behance</i> .....                                                    | 53 |
| Figura 19 | <i>Plataforma de Instagram</i> .....                                                  | 54 |
| Figura 20 | <i>Plataforma de linkedin</i> .....                                                   | 55 |
| Figura 21 | <i>SMART LUKFON</i> .....                                                             | 56 |
| Figura 22 | <i>Embudo digital para la marca LUKFON</i> .....                                      | 57 |

|           |                                                                       |    |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 23 | <i>Tamaño de las fotos o videos en las publicaciones de instagram</i> | 59 |
| Figura 24 | <i>Tamaño recomendado para Instagram stories</i>                      | 60 |
| Figura 25 | <i>Safe Zone para Instagram stories</i>                               | 61 |
| Figura 26 | <i>Medidas ideales para destacados de Instagram</i>                   | 62 |
| Figura 27 | <i>Área de presentación Behance</i>                                   | 64 |
| Figura 28 | <i>Medidas de portada y foto de perfil Behance</i>                    | 64 |
| Figura 29 | <i>Boceto de ilustración gráfica número 1</i>                         | 69 |
| Figura 30 | <i>Final Arte de ilustración gráfica número 1</i>                     | 69 |
| Figura 31 | <i>Mockup de ilustración gráfica número 1</i>                         | 70 |
| Figura 32 | <i>Boceto de ilustración gráfica número 2</i>                         | 71 |
| Figura 33 | <i>Final Art de ilustración gráfica número 2</i>                      | 72 |
| Figura 34 | <i>Mockup de ilustración gráfica número 2</i>                         | 73 |
| Figura 35 | <i>Boceto de ilustración gráfica número 3</i>                         | 74 |
| Figura 36 | <i>Final Art de ilustración gráfica número 3</i>                      | 75 |
| Figura 37 | <i>Mockup de ilustración gráfica número 3</i>                         | 76 |
| Figura 38 | <i>Final Art de ilustración gráfica número 4</i>                      | 77 |
| Figura 39 | <i>Mockup de ilustración gráfica número 4</i>                         | 78 |
| Figura 40 | <i>Restyling del logo ATIKCROSS GYM</i>                               | 79 |
| Figura 41 | <i>Mockup en fotografías</i>                                          | 79 |
| Figura 42 | <i>Mockup en packaging</i>                                            | 79 |
| Figura 43 | <i>Restyling del logo CLARISHOP</i>                                   | 81 |
| Figura 44 | <i>Mockup en fotografías CLARISHOP</i>                                | 81 |
| Figura 45 | <i>Mockup en packaging CLARISHOP</i>                                  | 81 |

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 46 <i>Restyling del logo Hamburgo Chacla</i> .....        | 83 |
| Figura 47 <i>Construcción de logo</i> .....                      | 83 |
| Figura 48 <i>Mockup en fotografías</i> .....                     | 84 |
| Figura 49 <i>Mockup en packaging</i> .....                       | 84 |
| Figura 50 <i>Restyling del logo EDQUÉN Eventos E.I.R.L</i> ..... | 84 |
| Figura 51 <i>Mockups en packaging</i> .....                      | 85 |

## Resumen Ejecutivo

Un diseñador debe tener su material de apoyo para poder entrar al mercado laboral, herramientas que le permitan posicionar esta propuesta de marca. El presente trabajo tiene como propósito expandir un poco más la importancia de un portafolio digital profesional y la relevancia que tendrá al momento de lanzar y posicionar la marca personal LUKFON, donde esta se enfoca en el diseño gráfico publicitario e ilustraciones gráficas, este ultimo direccionando como adicional a la creación de material didáctico para docentes, estudiantes, etc., fomentando no solo la capacidad de trabajar en emprendimientos, sino también apostando por lo educativo. A lo largo del presente informe, exploraremos los diversos fundamentos del branding personal, como es el proceso de construir el concepto de logo naming, con miras a definir una identidad visual concreta, para que este sea aplicado en los diversos entornos digitales. Esta propuesta busca integrar diversos aspectos creativos y técnicos con el fin de lograr una conexión con una correcta comunicación, evitando que el portafolio no solo sea una vitrina de trabajos, sino una plataforma interactiva que comunique la filosofía de la marca y su compromiso con lo autentico, la innovación y su estética funcional.

**Palabras clave:** Diseño gráfico; ilustración; branding; marca gráfica; posicionamiento; publico objetivo; portafolio digital.