



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**CONSTRUCCIÓN DE SECREHA: AGENCIA ESPECIALIZADA EN EL
DESARROLLO DE IDENTIDADES CORPORATIVAS, ORIENTADA A
EMPREDIMIENTOS DE LIMA, PERÚ.**

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

AVELLANEDA GONZALES PABLO ENRIQUE

(0009-0008-5152-7693)

LANDA QUISPE DIEGO

(0009-0002-1411-8125)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

*Agradecimientos a nuestros seres queridos quienes siempre
nos han dado su apoyo a lo largo tiempo.*

Índice General

Resumen Ejecutivo	10
Introducción	11
Capítulo I: Portafolio Digital	12
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral.....	12
<i>Motivos de la Creación del Portafolio Digital</i>	12
<i>Motivación</i>	13
<i>Beneficios</i>	13
<i>¿Qué Problemática se ha Identificado?</i>	14
Creación del Portafolio Digital.....	14
<i>Segmentación</i>	14
<i>Planteamiento</i>	15
<i>Selección</i>	15
<i>Proyecto</i>	16
<i>Diseño Personal</i>	16
<i>Propuesta de Línea Gráfica</i>	17
Diseño del Portafolio	18
<i>Valores Diferenciales</i>	18
Capítulo II: Logo Naming	21
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming.....	21
<i>Identidad</i>	21
<i>Valores</i>	22
<i>Propuesta para la Nueva Empresa</i>	23
<i>Síntesis Recurrente</i>	23

	4
<i>Habilidades Gráficas para el Equipo</i>	26
Desarrollo del Tratamiento Gráfico.....	27
<i>Objetivos Específicos del Manual de Identidad Corporativo</i>	27
<i>Selección de Paleta de Colores</i>	30
<i>Definición del Tratamiento Digital de Fotografías</i>	32
<i>Conceptualización de la Paleta de Colores</i>	33
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual.....	34
<i>Diagramación</i>	34
<i>Aplicación de colores</i>	34
<i>Retoques fotográficos</i>	34
<i>Conceptualización de Proyectos</i>	35
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales	43
Desarrollo de Marca para Medios Digitales.....	43
<i>Estrategia Digital</i>	43
<i>Selección de los medios digitales</i>	47
<i>Recursos audiovisuales</i>	49
Implementación de la Marca para Diversos Espacios y Formatos Digitales.....	51
<i>Contenido de las publicaciones</i>	51
<i>Comunicación y lenguaje visual</i>	51
<i>Post de Instagram</i>	52
<i>Post de Behance</i>	55
Presentación de Propuesta del Portafolio Digital.....	60
<i>Mejoras del boceto/video reel</i>	60
<i>Impacto de las mejoras del boceto/video en el portafolio digital</i>	61
Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario	62

	5
Uso de las Tendencias Actuales de Animación.....	62
<i>Storytelling</i>	62
<i>Storyboard</i>	63
<i>Comunicación Visual</i>	67
<i>Creatividad</i>	68
Identificación de las Ventajas Diferenciales de la Marca.....	69
<i>Prototipado Visual Básico</i>	69
<i>Observador</i>	69
<i>Observador</i>	69
Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación.....	70
<i>Buyer Persona</i>	70
<i>Pitch Elevator</i>	70
<i>Anticiparse a las preguntas</i>	71
Conclusiones y Recomendaciones	72
Conclusión 1.....	72
Recomendación 1	72
Conclusión 2.....	72
Recomendación 2	72
Conclusión 3.....	73
Recomendación 3	73
Conclusión 4.....	73
Recomendación 4.....	73
Conclusión 5.....	74
Recomendación 5	74
Referencias Bibliográficas	75
Anexos	78
Anexo 1: Chart de Identidad Corporativo - SECREHA.....	78

Anexo 2: Video Reel de Presentación	6
Anexo 3: Manual de Identidad Corporativo – SECREHA.....	78
Anexo 4: Piezas Gráficas – SECREHA	78
Anexo 5: Redes Sociales – SECREHA.....	78

Índice de Figuras

Figura 1	<i>Elaboración de Moodboard</i>	18
Figura 2	<i>Vector representativo del valor diferencial: Metodología de co-creación en vivo</i>	19
Figura 3	<i>Vector representativo del valor diferencial: Adaptabilidad e Ingenio</i>	20
Figura 4	<i>Vector representativo del valor diferencial: Simplicidad y Sutileza</i>	20
Figura 5	<i>Vectorización de una bombilla</i>	23
Figura 6	<i>Isologo</i>	24
Figura 7	<i>Imagotipo</i>	24
Figura 8	<i>Colores Corporativo</i>	25
Figura 9	<i>Variantes cromáticas</i>	25
Figura 10	<i>Variantes cromáticas: Isologo</i>	26
Figura 11	<i>Proyecto manual de identidad de marca de SECREHA: Naming</i>	28
Figura 12	<i>Proyecto manual de identidad de marca de SECREHA: Paleta de Color</i>	28
Figura 13	<i>Proyecto manual de identidad de marca de SECREHA: Tipografía principal</i>	29
Figura 14	<i>Proyecto manual de identidad de marca de SECREHA: Tipografía Secundaria</i>	29
Figura 15	<i>Color Corporativo: Azul</i>	30
Figura 16	<i>Color Corporativo: Turquesa</i>	31
Figura 17	<i>Color Secundario</i>	31
Figura 18	<i>Variante del Color Secundario</i>	31
Figura 19	<i>Referencia del estilo fotográfico y su variante</i>	32
Figura 20	<i>Referencia de los colores implementados en el portafolio</i>	33
Figura 21	<i>Rediseño del imagotipo JESSI: ANTES</i>	35
Figura 22	<i>Rediseño del imagotipo JESSI: DESPUES</i>	35

Figura 23 <i>Rediseño del imago tipo Lulú: ANTES</i>	36
Figura 24 <i>Rediseño del imago tipo Lulú ahora llamado YALA: DESPUES</i>	36
Figura 25 <i>Diseño de personaje Corneto - Boceto</i>	38
Figura 25 <i>Diseño del personaje Corneto -Color</i>	38
Figura 25 <i>Diseño del afiche publicitario</i>	39
Figura 25 <i>Mockup del afiche publicitario</i>	40
Figura 25 <i>Mockup del producto</i>	40
Figura 26 <i>Vecindario Seguro - Mockups</i>	41
Figura 27 <i>Plus Interview - Mockups</i>	42
Figura 28 <i>Esquema SMART</i>	44
Figura 29 <i>Esquema Embudo de Conversión</i>	46
Figura 30 <i>Parrilla de redes sociales</i>	49
Figura 31 <i>Ejemplo de carrusel de Instagram</i>	52
Figura 32 <i>1era imagen de la publicación de Behance</i>	55
Figura 33 <i>2da imagen de la publicación de Behance</i>	56
Figura 34 <i>3ra imagen de la publicación de Behance</i>	57
Figura 35 <i>4ta imagen de la publicación de Behance</i>	57
Figura 36 <i>5ta imagen de la publicación de Behance</i>	58
Figura 37 <i>6ta imagen de la publicación de Behance</i>	58
Figura 38 <i>7ma imagen de la publicación de Behance</i>	59
Figura 39 <i>Storyboard 1</i>	63
Figura 40 <i>Storyboard 2</i>	64
Figura 41 <i>Storyboard 3</i>	64

Figura 42 <i>Storyboard 4.</i>	65
Figura 43 <i>Storyboard 5.</i>	66
Figura 44 <i>Storyboard 6.</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 45 <i>Storyboard 7.</i>	67
Figura 46 <i>Storyboard 8.</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 47 <i>Información del Buyer persona.</i>	70

Resumen Ejecutivo

El contenido aborda principalmente la investigación minuciosa del portafolio digital y como se ha vuelto relevante e influyente para la era digital, dentro de su primer capítulo se destacan las motivaciones y beneficios que logran dar comienzo a esta iniciativa. Posteriormente se identifica una problemática común dentro del mercado y se propone fundar una agencia cuyo portafolio digital potenciará tanto marcas personales como los proyectos, para ello se dio el inicio de elaborar una línea gráfica que pueda transmitir valores destacables a través de colores, tipografías, patrones y estilos fotográficos. En el segundo y tercer capítulo se profundiza lo anterior dicho, agregando los valores fundamentales de la marca que están relacionados con la paleta de color escogida. Además, se hace una mención al contenido de las redes sociales que apoyarán en la difusión de los proyectos trabajados por la agencia aprovechando las ventajas que brinda de cada red social. Y por último en el cuarto capítulo, destaca la elaboración del video reel por medio de un storyboard en donde se gestiona todas las secuencias que impactarán positivamente al espectador, también se hace mención del storytelling en donde se detalla los principales motivos de la creación de la agencia, complementándose con las conclusiones sobre los puntos esenciales para los rediseños de identidades en marcas de Lima Perú.

Palabras clave: Portafolio digital, estilo gráfico, difusión en redes y storytelling.