



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

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO**

**PARA LA CREACIÓN DE LA AGENCIA SONIMATIKA: MARCA  
ENFOCADA EN LA IDENTIDAD VISUAL DE ARTISTAS MUSICALES**

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

**MAYRIN ARACELI BARBOZA QUISPE**

**(0009-0008-0549-3074)**

**LISSETH DEYANIRA PINDAY CAPURRO**

**(0009-0007-7167-4570)**

**Lima – Perú**

**2025**

### **Dedicatoria de Mayrin Barboza:**

A mi mamá, por su amor incondicional, por ser mi fortaleza en cada momento difícil y por enseñarme que con perseverancia todo es posible. A mi tío, por su apoyo constante, por creer en mis sueños cuando yo misma dudaba y por recordarme siempre mi potencial.

Y a mis amigas, por su cariño y compañía en cada paso de este camino.

### **Dedicatoria de Deyanira Pinday:**

A mis padres, tío y hermanas, por ser el pilar fundamental de mi vida. Su amor, sacrificio y apoyo incondicional me han permitido llegar hasta este momento. Cada uno de mis logros es también suyo, reflejo del esfuerzo, la entrega y la fortaleza con la que me han acompañado desde el día uno.

A mis amigas, quienes han sido mi compañía, apoyo y alegría en los momentos difíciles. Gracias por estar siempre ahí, con risas, consejos y ánimos.

## Índice General

<b>Resumen Ejecutivo</b> .....	8
<b>Introducción</b> .....	9
<b>Capítulo I: Portafolio Digital</b> .....	10
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral.....	10
Creación del Portafolio Digital .....	11
Proyectos de Marca .....	30
<b>Capítulo II: Logo Naming</b> .....	33
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming .....	33
Desarrollo del Tratamiento Gráfico .....	34
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual.....	35
<b>Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales</b> .....	46
Desarrollo de Marca para Medios Digitales.....	46
Implementación de la Marca para Diversas Plataformas .....	48
Aplicaciones Físicas de la Marca .....	50
<b>Capítulo IV: Lanzamiento de marca</b> .....	65
Uso de las Tendencias Actuales de Animación.....	65
Identificación del Valor Diferencial de la Marca.....	66
Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación.....	69
<b>Glosario de términos</b> .....	70
<b>Conclusiones</b> .....	77
<b>Recomendaciones</b> .....	79
<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	81
<b>Anexos</b> .....	86

## Índice de Figuras

Figura 1. Mockup póster Publicitaria 1.....	16
Figura 2. Mockup póster publicitario 2.....	17
Figura 3. Página de Behance 1.....	17
Figura 4. Página de Behance 2.....	18
Figura 5. Post publicitarios para Twitter 1.....	18
Figura 6. Post publicitarios para Twitter 2.....	19
Figura 7. Estilo Fotográfico 1.....	19
Figura 8. Estilo Fotográfico 2.....	20
Figura 9. Estilo Fotográfico 3.....	21
Figura 10. Estilo Fotográfico 4.....	21
Figura 11. Imagotipo de Sonimatika.....	23
Figura 12. Color Corporativo Principal Niebla Lila.....	24
Figura 13. Color Corporativo Principal Amatista Cósmica.....	24
Figura 14. Color Secundario Fucsia Radiante.....	25
Figura 15. Color Secundario Orquídea Nocturna.....	25
Figura 16. Color Secundario Eclipse.....	26
Figura 17. Tipografía Principal.....	27
Figura 18. Tipografía Corporativa.....	27
Figura 19. Moodboard Inspiracional.....	28
Figura 20. Boceto del imagotipo 1.....	29

Figura 21. Boceto del imagotipo 2.....	29
Figura 22. Iconografía.....	30
Figura 23. Proyecto de Marca 1.....	31
Figura 24. Proyecto de Marca 2.....	32
Figura 25. Desglose conceptual del imagotipo de Sonimatika.....	34
Figura 26. Construcción geométrica del imagotipo de Sonimatika.....	35
Figura 27. Variantes del Imagotipo de Sonimatika.....	37
Figura 28. Construcción Modular del Isotipo para Medios Digitales.....	38
Figura 29. Área de modulación del imagotipo.....	39
Figura 30. Área de protección del imagotipo.....	39
Figura 31. Tamaño mínimo de la variedad del imagotipo.....	40
Figura 32. Aplicación del imagotipo sobre fondos de color.....	41
Figura 33. Imagotipo sobre fondo gris y negro.....	41
Figura 34. Usos incorrectos del imagotipo 1.....	42
Figura 35. Usos incorrectos del imagotipo 2.....	42
Figura 36. Elementos gráficos.....	43
Figura 37. Patrones gráficos.....	43
Figura 38. Texturas gráficas.....	44
Figura 39. Set de posts de Instagram.....	48
Figura 40. Set de posts de Twitter.....	49
Figura 41. Post de Instagram.....	50
Figura 42. Mockup: Diseño de Hoja Membretada.....	51

Figura 43. Mockup: Diseño de Credenciales de Identificación Corporativa .....	52
Figura 44. Mockup: Extensión de la Identidad Visual en Merchandising 1 .....	53
Figura 45. Mockup: Extensión de la Identidad Visual en Merchandising 2.....	53
Figura 46. Mockup: Aplicación de la Identidad de Marca en Uniforme .....	54
Figura 47. Mockup: Extensión de la Identidad Visual en Merchandising 3.....	55
Figura 48. Mockup: Aplicación del Sistema Gráfico en Embalaje 1.....	55
Figura 49. Mockup: Aplicación del Sistema Gráfico en Embalaje 2.....	56
Figura 50. Mockup: Diseño de Sello para Validación Documental.....	57
Figura 51. Mockup: Diseño de Empaque para Envío.....	57
Figura 52. Mockup: Diseño de Sobre para Correspondencia Institucional.....	58
Figura 53. Mockup: Diseño de Tarjetas de Presentación Corporativa .....	59
Figura 54. Mockup: Extensión de la Identidad Visual en Merchandising 4.....	60
Figura 55. Mockup: Extensión de la Identidad Visual en Merchandising 5.....	61
Figura 56. Mockup: Extensión de la Identidad Visual en Merchandising 6.....	61
Figura 57. Cuadro SMART.....	62
Figura 58. Embudo de Conversión.....	63
Figura 59. Storyboard Anterior .....	67
Figura 60. Storyboard Final .....	68

## **Resumen Ejecutivo**

El proyecto presenta la creación de la agencia de diseño Sonimatika, una marca especializada en rubro musical. Sonimatika surge ante la poca existencia de agencias de diseño gráfico que se dediquen exclusivamente a trabajar las identidades visuales musicales, el cual es un área que, pese al constante crecimiento del sector, no recibe el apoyo necesario.

Según el Informe del instituto ISIL (2021), el sector musical peruano ha experimentado un impacto negativo debido a la pandemia de COVID-19, como resultado de esto se ha visto reducción de ingresos y falta de apoyo, lo que hace que los músicos empiecen a autogestionar sus carreras aumentando la necesidad de los servicios gráficos accesibles y profesionales. A pesar de marcas como Kids On Coffe o Musiclink que ofrecen servicios complementarios, como lo es el branding musical, no hay agencias consolidadas enfocadas en el rubro musical que den servicios accesibles. Sonimatika busca convertirse en una agencia de diseño gráfico peruana enfocada exclusivamente en diseños para artistas musicales independientes o emergentes, ofreciendo diseños profesionales a precios accesibles, brindándoles las herramientas necesarias para crecer.

El proyecto se desarrolla en tres etapas principales: Investigación y planificación, planteamiento y desarrollo, y aplicación de la propuesta. La construcción de la marca se desarrolló con herramientas de Adobe, los cuales son: Illustrator, Photoshop, Premiere y After Effects.

El proyecto se desarrolla en tres etapas principales: Investigación y planificación, diseño y desarrollo, y aplicación de la propuesta.