



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

PROYECTO PORTAFOLIO DIGITAL

**DREANI STUDIO: AGENCIA DE BRANDING ENFOCADA EN LA
CREACIÓN DE IDENTIDADES VISUALES PARA EMPRENDIMIENTOS
EN LIMA METROPOLITANA**

ANDREA LUCIANA HUAMANÍ GOMEZ

(0009-0008-5293-8849)

Lima – Perú

2024

Dedicatoria

Gracias totales a mis padres que siempre estuvieron ahí apoyándome y dándome las fuerzas para seguir y no rendirme y así poder finalizar este proyecto

A mis padres

Índice General

Resumen Ejecutivo	8
Introducción	9
Capítulo I	10
Portafolio Digital	10
Identificación de la importancia del portafolio digital en el ámbito laboral.....	10
<i>Motivos de la creación del portafolio digital</i>	10
<i>Razones que lo respaldan</i>	11
<i>Motivaciones</i>	11
<i>Beneficios</i>	12
Creación del portafolio digital.....	13
<i>Segmentación</i>	13
<i>Planteamiento</i>	14
<i>Selección</i>	15
<i>Proyecto</i>	15
<i>Diseño Personal</i>	16
<i>Propuesta de la línea gráfica</i>	16
Diseño del portafolio digital.....	17
<i>Valor Diferencial 1</i>	17
<i>Valor Diferencial 2</i>	18
<i>Valor Diferencial 3</i>	19
Capítulo II	20
Logo naming	20
Desarrollo de la conceptualización del logo naming.....	20
<i>Identidad</i>	20
<i>Valores</i>	21
<i>Propuesta para la nueva empresa</i>	21
<i>Habilidades gráficas del equipo</i>	22
Desarrollo del tratamiento grafico.....	23
<i>Objetivos específicos del manual de identidad corporativo</i>	23
<i>Selección de paleta de colores</i>	23
<i>Definición del tratamiento digital de fotografías</i>	24

<i>Conceptualización de los estilos de colores</i>	26
Desarrollo y conceptualización del estilo visual	28
<i>Usos correctos</i>	28
<i>Usos incorrectos</i>	29
<i>Patrones</i>	30
<i>Estilo fotográfico</i>	30
<i>Merchandising</i>	32
<i>Papelería</i>	34
Capítulo III	37
Identidad de una marca para plataformas digitales	37
Desarrollo de Marca para medios digitales	37
<i>Estrategia Digital</i>	37
<i>Embudo de conversión para Dreani Studio</i>	39
<i>Atracción</i>	39
<i>Interés</i>	40
<i>Deseo</i>	41
<i>Acción</i>	42
<i>Selección de los medios digitales</i>	43
<i>Recursos audiovisuales</i>	44
<i>Beneficios</i>	44
Implementación de la marca para diversos espacios y formatos digitales y web	44
<i>Contenido de las publicaciones</i>	44
<i>Comunicación y el lenguaje visual</i>	45
<i>Carrusel de Instagram</i>	45
<i>Historia de Instagram</i>	46
<i>Reel de Instagram</i>	47
<i>Post de Facebook</i>	47
<i>Contenido de Valor en Facebook</i>	48
<i>Publicidad en Facebook</i>	49
<i>Video de tiktok 1</i>	49
.....	50
<i>Video de tiktok 2</i>	50
.....	51
<i>Video de tiktok 3</i>	51

Presentación de propuesta del portafolio digital.....	53
<i>Mejoras del video</i>	53
<i>Impacto de las mejoras del video en el portafolio digital</i>	53
Capítulo IV	55
Lanzamiento de Marca	55
Uso de las Tendencias Actuales de Animación.....	55
<i>Storytelling</i>	55
<i>Storyboard</i>	56
.....	59
.....	61
.....	61
<i>Comunicación Visual</i>	62
<i>Creatividad</i>	63
Identificación del Valor Diferencial de la Marca	63
<i>Valores diferenciales para la agencia</i>	63
Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación.....	64
<i>Buyer Persona</i>	64
<i>Elevator Pitch</i>	65
<i>Anticiparse a las preguntas</i>	66
Conclusiones y Recomendaciones	68
Referencias Bibliográficas	71
Anexos	72

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Moodboard de propuesta para la marca</i>	17
Figura 2 <i>Ícono de innovación creativa</i>	18
Figura 3 <i>Ícono de enfoque creativo</i>	18
Figura 4 <i>Ícono de coherencia y detalle</i>	19
Figura 5 <i>Paleta de colores</i>	24
Figura 6 <i>Diseñadores en una reunión</i>	25
Figura 7 <i>Diseñadores charlando</i>	25
Figura 8 <i>Diseñadores planeando nuevo proyecto</i>	26
Figura 9 <i>Estilo para post de facebook</i>	27
Figura 10 <i>Estilo para post de instagram</i>	28
Figura 11 <i>Usos correctos del logo</i>	29
Figura 12 <i>Usos correctos de color</i>	29
Figura 13 <i>Variantes de color</i>	30
Figura 14 <i>Patrones para la agencia</i>	30
Figura 15 <i>Estilo fotográfico para redes</i>	31
Figura 16 <i>Estilo fotográfico para redes</i>	31
Figura 17 <i>Mockup olo de frente</i>	32
Figura 18 <i>Mockup polo detrás</i>	32
Figura 19 <i>Mockup de gorro</i>	33
Figura 20 <i>Mockup de bolso</i>	33
Figura 21 <i>Mockup de tazaz</i>	34
Figura 22 <i>Mockup de hoja membretada</i>	34

Figura 23	<i>Mockup de sobre americano</i>	35
Figura 24	<i>Mockup de fólder corporativo</i>	35
Figura 25	<i>Mockup de tarjeta personal</i>	36
Figura 26	<i>Objetivos Smart de Dreani Studio</i>	38
Figura 27	<i>Embudo de conversión</i>	42
Figura 28	<i>Carrusel de Dreani Studio</i>	46
Figura 29	<i>Historia para Dreani Studio</i>	46
Figura 30	<i>Reel para Dreani Studio</i>	47
Figura 31	<i>Post de Facebook para Dreani Studio</i>	48
Figura 32	<i>Contenido de valor para Dreani Studio</i>	48
Figura 33	<i>Publicidad para Dreani Studio</i>	49
Figura 34	<i>Tiktok de contenido de valor para Dreani Studio</i>	49
Figura 35	<i>Tiktok sobre proyecto TrekHunt para Dreani Studio</i>	51
Figura 36	<i>Tiktok sobre proyecto Fragante para Dreani Studio</i>	52
Figura 37	<i>Pantallas de la presentación de logo</i>	56
Figura 38	<i>Pantallas de la presentación de la agencia</i>	57
Figura 39	<i>Pantallas de la presentación de la agencia</i>	57
Figura 40	<i>Pantallas de la presentación de los skills de la agencia</i>	58
Figura 41	<i>Pantallas de la presentación de los skills de la agencia</i>	59
Figura 42	<i>Pantallas de la presentación del primer proyecto</i>	59
Figura 43	<i>Pantallas de la presentación del segundo proyecto</i>	60
Figura 44	<i>Pantallas de la presentación del tercer proyecto</i>	61
Figura 45	<i>Pantallas de la presentación del cuarto proyecto</i>	61
Figura 46	<i>Pantalla de la presentación de contáctanos</i>	62

Resumen Ejecutivo

Este informe se adentra a lo que es la importancia de contar con un portafolio digital, ya que se ha convertido en un punto clave para los diseñadores mostrar proyectos y el poder transmitir confianza en un mercado cada vez más competitivo destacando sobre todo las razones, los beneficios y motivaciones es algo primordial entenderlo. Por ello mismo nos adentramos a lo que mostrar esta nueva marca llamada Dreani estudio, una agencia de branding en Lima Metropolitana que busca posicionarse como una marca que pueda ser recordada. El proyecto se centra en dar a conocer la agencia para mostrar una identidad clara y diferenciada y así también mostrar que se destaca con la propuesta de diseño colaborativo y el ser cercano al cliente. Para llegar a esto y mostrar lo mejor de esta agencia se emplearon herramientas como investigación, imágenes visuales y análisis de tendencias, lo que permitió obtener un resultado moderno, atractivo y alineado a las necesidades del mercado de hoy en día. En conclusión, Dreani estudio se presenta como una agencia que quiere destacar brindando un servicio que pueda adaptarse a cada uno de sus clientes. Por ello el poder hablar sobre el portafolio al inicio no solo fortalece su imagen, sino que abre nuevas oportunidades de atraer a su público objetivo en proyectos que combinen creatividad y estrategia.

Palabras clave: [Portafolio Digital; Identidad Visual; Branding; Tendencia de diseño]