



**idat**

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

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO**

**NEWAVE AGENCIA: PROYECTO QUE BUSCA IMPLEMENTAR EL  
USO ESTRATÉGICO DE BRANDING PARA EMPRENDEDORES DE  
LIMA CENTRO**

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

**YASSURI ZEVALLOS RIVERA**

**(0009-0003-0524-491X)**

**ROCIO MARICHI NOLES**

**(0009-0001-6804-7708 )**

**Lima – Perú**

**2025**

### **Dedicatoria**

Con toda la gratitud y el cariño, dedicamos este proyecto a nuestras familias y seres más queridos, cuyo apoyo sin límites fue el motor constante durante estos dos años y medio de dedicación y esfuerzo en nuestra formación profesional. Este trabajo es un testimonio de su soporte y nuestra perseverancia.

## Índice General

<b>Capítulo I: Portafolio Digital .....</b>	<b>13</b>
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral .....	13
<i>Motivos de la creación del portafolio digital .....</i>	<i>13</i>
<i>Razones que lo respaldan .....</i>	<i>13</i>
<i>Motivaciones .....</i>	<i>14</i>
<i>Beneficios .....</i>	<i>14</i>
Creación del Portafolio Digital.....	15
<i>Segmentación .....</i>	<i>15</i>
<i>Planteamiento .....</i>	<i>15</i>
<i>Selección .....</i>	<i>16</i>
<i>Proyecto .....</i>	<i>17</i>
<i>Diseño Personal.....</i>	<i>17</i>
<i>Propuesta de línea gráfica.....</i>	<i>18</i>
Diseño del Portafolio .....	19
<i>Responsabilidad con el medio ambiente.....</i>	<i>19</i>
<i>Conexión .....</i>	<i>19</i>
<i>Innovación.....</i>	<i>20</i>
<b>Capítulo II: Logo Naming .....</b>	<b>21</b>
Identidad de marca.....	21
<i>Valores .....</i>	<i>21</i>
<i>Innovación.....</i>	<i>22</i>
<i>Adaptabilidad.....</i>	<i>22</i>
<i>Respeto.....</i>	<i>22</i>
<i>Responsabilidad Social.....</i>	<i>22</i>
<i>Empatía.....</i>	<i>23</i>
<i>Calidad.....</i>	<i>23</i>
Propuestas para la nueva empresa .....	23
Habilidades graficas del equipo.....	24
<i>Ilustrador .....</i>	<i>24</i>
<i>Photoshop .....</i>	<i>24</i>

<i>InDesign</i> .....	25
<i>Figma</i> .....	26
<i>Fotografía</i> .....	27
<i>Ilustración digital</i> .....	27
Objetivos específicos del manual de identidad corporativo .....	28
<i>¿Por qué se realiza un manual de marca?</i> .....	28
<i>¿Cuál es su Importancia?</i> .....	28
<i>¿Porque el logo necesita un manual de marca?</i> .....	28
<i>¿Qué debe tener el manual de marca?</i> .....	29
Definición del tratamiento digital de fotografías.....	33
Conceptualización de los estilos de colores .....	34
Diagramación:.....	34
Rediseños de marca .....	34
<i>Proyecto N°1</i> .....	34
<i>Proyecto N°2</i> .....	36
<i>Proyecto N°3</i> .....	37
<i>Proyecto N°4</i> .....	38
<i>Proyecto N°5</i> .....	40
<i>Proyecto N°6</i> .....	41
<i>Proyecto N°7</i> .....	42
Rediseños de logo de agencias: .....	44
Proyecto N°8.....	44
Rediseños de afiches publicitarios: .....	45
Proyecto N°9.....	45
Proyecto N°10.....	47
Proyecto N°11 .....	49
Creación de logos: .....	51
Proyecto N°12.....	51
Creación de posters de películas:.....	52
Proyecto N°13.....	52
<b>Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales.....</b>	<b>55</b>
Diseño de una identidad de marca versátil considerando como máximo 3 redes sociales.....	55

<i>Estrategia Digital</i> .....	55
<i>Selección de medios digitales</i> .....	58
<i>Recursos audiovisuales:</i> .....	60
<i>Beneficios de campañas digitales:</i> .....	61
Implementación de la marca para diversos espacios y formatos digitales y web. ....	62
<i>Contenido de las publicaciones:</i> .....	62
Diseños para las redes sociales: .....	63
<i>Feedback del video reel:</i> .....	70

## Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Parrilla de contenidos</i> .....	63
---	----

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Buyer persona</i> .....	15
<b>Figura 2</b> <i>Propuesta de Moodboard</i> .....	18
<b>Figura 3</b> <i>Iconografía de responsabilidad con el medio ambiente</i> .....	19
<b>Figura 4</b> <i>Iconografía de conexión</i> .....	20
<b>Figura 5</b> <i>Iconografía de innovación</i> .....	20
<b>Figura 6</b> <i>Logo de NeWave</i> .....	23
<b>Figura 7</b> <i>Logo de Ilustrador</i> .....	24
<b>Figura 8</b> <i>Logo de Photoshop</i> .....	25
<b>Figura 9</b> <i>Logo de InDesign</i> .....	26
<b>Figura 10</b> <i>Logo de Figma</i> .....	27
<b>Figura 11</b> <i>Logo de NeWave</i> .....	29
<b>Figura 12</b> <i>Color de Marca #ea1cf2</i> .....	31
<b>Figura 13</b> <i>Color de Marca #ea1cf2</i> .....	32
<b>Figura 14</b> <i>Color de Marca #ea1cf2</i> .....	32
<b>Figura 15</b> <i>Estilo fotográfico de la agencia</i> .....	33
<b>Figura 16</b> <i>Logo de Punto Verde</i> .....	34
<b>Figura 17</b> <i>Logo corregido de Punto Verde</i> .....	35
<b>Figura 18</b> <i>Logo de Verde Esencia</i> .....	36
<b>Figura 19</b> <i>Logo corregido de Verde Esencia</i> .....	36
<b>Figura 20</b> <i>Logo de Chrisbell HAIR BEAUTY</i> .....	37
<b>Figura 21</b> <i>Logo corregido de Chrisbell HAIR BEAUTY</i> .....	38
<b>Figura 22</b> <i>Logo de all time</i> .....	38
<b>Figura 23</b> <i>Logo corregido de all time</i> .....	39

<b>Figura 24</b> <i>Logo de Defent</i> .....	40
<b>Figura 25</b> <i>Logo corregido de defent</i> .....	40
<b>Figura 26</b> <i>Logo de deco rossy</i> .....	41
<b>Figura 27</b> <i>Logo corregido de deco rossy</i> .....	42
<b>Figura 28</b> <i>Logo de Eco Nest</i> .....	42
<b>Figura 29</b> <i>Logo corregido de eco nest</i> .....	43
<b>Figura 30</b> <i>Logo original de Inkan Milky Way</i> .....	44
<b>Figura 31</b> <i>Rediseño de logo de Inkan Milky Way</i> .....	45
<b>Figura 32</b> <i>Afiche publicitario de Starbucks temática navideña</i> .....	45
<b>Figura 33</b> <i>Rediseño afiche de Starbucks temática navideña</i> .....	46
<b>Figura 34</b> <i>Afiche publicitario de Avon</i> .....	47
<b>Figura 35</b> <i>Rediseño afiche de Avon</i> .....	48
<b>Figura 36</b> <i>Diseño de afiche publicitario para música</i> .....	49
<b>Figura 37</b> <i>Rediseño de afiche publicitario para música</i> .....	50
<b>Figura 38</b> <i>Logo creado previamente Vizo</i> .....	52
<b>Figura 39</b> <i>Poster de película de terror</i> .....	52
<b>Figura 40</b> <i>Poster de película de terror corregida</i> .....	54
<b>Figura 41</b> <i>Cuadro Smart</i> .....	55
<b>Figura 42</b> <i>Cuadro Aida</i> .....	56
<b>Figura 43</b> <b>Logo de Facebook</b> .....	58
<b>Figura 44</b> <b>Logo de Instagram</b> .....	59
<b>Figura 45</b> <b>Logo de Tik Tok</b> .....	60
<b>Figura 46</b> <b>Post Interactivo:</b> .....	63

Figura 47 Post Interactivo: .....	64
Figura 48 Carrusel educativo: .....	65
Figura 49 Video demostrativo: .....	66
Figura 50 Post informativo:.....	66
Figura 51 Carrusel demostrativo: .....	67
Figura 52 Post informativo.....	68
Figura 53 Post tip: .....	69
Figura 54 Video meme.....	69

## Resumen Ejecutivo

El proyecto se enfoca en la innovación de la identidad gráfica mediante el uso estratégico del branding para emprendedores de Lima Centro. A lo largo de su desarrollo, se ha analizado la importancia de un portafolio digital como herramienta clave en el ámbito del diseño gráfico, explicando los motivos, razones, motivaciones y beneficios de su creación. Se estudio el proceso de creación de un portafolio digital, desde la segmentación y el planteamiento, hasta la selección de proyectos y el diseño personal, incluyendo la propuesta de una línea gráfica que muestre responsabilidad ambiental, conexión e innovación. Luego, se analizó el concepto de identidad de marca, definiendo valores clave como innovación, adaptabilidad, respeto, responsabilidad social, empatía y calidad, elementos fundamentales para la construcción de propuestas bien elaboradas para nuevas empresas. Se reconocieron las habilidades gráficas del equipo en software como Illustrator, Photoshop, InDesign y Figma, así como en fotografía e ilustración digital, destacando su importancia para lograr los objetivos que se buscan del manual de identidad corporativo. La propuesta de valor de la agencia se basa en un uso estratégico del branding, considerando la identidad gráfica como base fundamental para construir marcas sólidas, diferenciarse en un mercado competitivo, generar confianza y lealtad en los consumidores. Se espera que el desarrollo de este proyecto sume significativamente al crecimiento y fortalecimiento de los emprendedores de Lima Centro. Este trabajo finaliza con recomendaciones puntuales para la aplicación práctica de los datos, buscando incrementar el impacto positivo en el panorama del emprendedor limeño.

**Palabras clave:** Identidad gráfica; Branding estratégico; Emprendedores; Lima Centro.