



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

**CREACIÓN DE LA AGENCIA LUMINIO, ENFOCADA EN
ILUSTRACIÓN INFANTIL PARA PRODUCTORES EDITORIALES Y
DIGITALES EN LIMA METROPOLITANA**

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

SIPIÓN BRANCACHO, GIANELA NAYRA

(0009-0004-3319-8612)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

A Dios y a todas las personas que me han apoyado

Índice General

Índice de Figuras	7
Resumen Ejecutivo	9
Introducción	10
Capítulo I: Portafolio Digital	11
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral.....	11
<i>Motivos</i>	11
<i>Respaldo</i>	11
<i>Motivaciones</i>	12
<i>Beneficios</i>	12
Creación del Portafolio Digital	13
<i>Segmentación</i>	13
<i>Selección</i>	14
<i>Planteamientos</i>	14
Proyecto.....	15
<i>Diseño personal</i>	15
<i>Propuesta en la línea gráfica</i>	15
Diseño del Portafolio.....	16
<i>Valor diferencial 1</i>	16
<i>Valor diferencial 2</i>	17
<i>Valor diferencial 3</i>	17
Capítulo II	18
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming	18

<i>Identidad</i>	18
<i>Valores</i>	20
<i>Propuesta para la nueva empresa</i>	21
Habilidades gráficas del equipo	22
Desarrollo del Tratamiento Gráfico	22
<i>Objetivos específicos del manual de identidad corporativo</i>	22
Selección de paleta de colores.....	23
<i>Definición del tratamiento digital de fotografías</i>	25
Conceptualización de los estilos de colores	29
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual	29
<i>Papelería</i>	29
<i>Merchandising</i>	33
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales	39
Desarrollo de Marca para Medios Digitales.....	39
<i>Objetivo Smart</i>	39
<i>Embudo de conversión</i>	40
Selección de los medios digitales.....	41
Recursos Audiovisuales	42
Beneficios.....	43
<i>Crecimiento de la marca</i>	43
<i>Oportunidades de negocio</i>	43
<i>Conexión con el público</i>	43
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>Historia de Instagram</i>	45
<i>Post de Instagram</i>	46
<i>Carrusel de Instagram</i>	47
<i>Historia de Tik tok</i>	47
<i>Videos de Tik tok</i>	48
<i>Proyecto La Isla Flotante</i>	50
<i>Proyecto Luna y el Gato que no Maullaba</i>	50
<i>Proyecto La Magia de Leer</i>	51
<i>Proyecto Fuego Interior</i>	52
<i>Proyecto Siempre en Familia</i>	53
Capítulo IV: Lanzamiento de marca	55
Uso de las Tendencias Actuales de Animación.....	55
<i>Storytelling</i>	55
<i>Storyboard</i>	56
<i>Comunicación Visual</i>	59
Identificación del Valor Diferencial de la Marca.....	59
<i>Creatividad en cada proyecto</i>	59
<i>Conexión emocional</i>	59
<i>Ilustración con propósito</i>	60
Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación.....	60
<i>Buyer Person</i>	60

<i>Elevator Pitch</i>	61
<i>Anticipar a las preguntas</i>	62
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64
Conclusión 1	64
Recomendaciones 1.....	64
Conclusión 2	64
Recomendaciones 2.....	64
Conclusión 3	65
Recomendaciones 3.....	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66
Anexos	67
Anexo 1: Video reel	67
Anexo 2: Manual de Marca.....	67

Índice de Figuras

Figura 1	16
Figura 2	16
Figura 3	17
Figura 4	17
Figura 5	19
Figura 6	19
Figura 7	20
Figura 8	22
Figura 9	23
Figura 10	24
Figura 11	24
Figura 12	25
Figura 13	26
Figura 14	27
Figura 15	28
Figura 16	30
Figura 17	31
Figura 18	32
Figura 19	33
Figura 20	34
Figura 21	35

Figura 22	36
Figura 23	37
Figura 24	38
Figura 20	39
Figura 21	40
Figura 22	42
Figura 23	45
Figura 24	46
Figura 25	47
Figura 26	48
Figura 27	49
Figura 15	50
Figura 16	51
Figura 17	52
Figura 18	53
Figura 19	54
Figura 28	56
Figura 29	57
Figura 30	57
Figura 31	58
Figura 32	58
Figura 33	61

Resumen Ejecutivo

En primer lugar, se identifica la importancia de contar con un portafolio digital en el ámbito del diseño gráfico, así como las problemáticas que surgen de su ausencia. Además, se argumentan las razones, motivaciones y beneficios que se obtienen al elaborarlo.

En los motivos se explica que, aun hay muchos profesionales del diseño que carecen de un portafolio digital y a partir de esta problemática, surgen limitaciones como la falta de visibilidad, la dificultad para transmitir confianza y profesionalismo, así como la reducción de oportunidades laborales. Esta situación permite identificar las motivaciones para elaborar uno, planteando soluciones claras a la problemática mediante argumentos sólidos y respaldados en los beneficios que aporta tanto al desarrollo profesional como al posicionamiento en el mercado.

Asimismo, se detalla la creación de un portafolio enfocado en la ilustración infantil, en el que se identificará la segmentación del público, la selección de los rubros a los que se dirige y un planteamiento que explica cómo se adoptará un estilo lúdico y amigable, con formas redondas, tipografías suaves y la inclusión de proyectos recientes.

Se destacan tres valores diferenciales de la agencia: la innovación, la versatilidad y la cercanía y se abordara la identidad de marca, identificando su importancia, junto con la definición de una línea gráfica compuesta por tres colores: turquesa vibrante, verde menta claro y durazno claro, que contribuirán a mantener un equilibrio visual, evitando la saturación y garantizando una estética llamativa, pero a la vez amigable. Finalizando con el storytelling y storyboard y cerrando con las conclusiones y recomendaciones sobre el mercado laboral de Ilustración infantil.

Palabras clave: Diseño Gráfico, Ilustración infantil