

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

PROPUESTA GRÁFICA Y AUDIOVISUAL PARA POSICIONAMIENTO DE MARCA: APLICACIÓN EN AGENCIA DE DISEÑO DIGERA

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

JEAN LUCA VERA PEÑA

(0009-0007-1692-3220)

Lima – Perú

2026

Dedicatoria

A todos mis familiares y compañeros que me acompañaron durante este proceso.

Índice General

Resumen Ejecutivo **7**

Introducción **7**

Capítulo I: Portafolio Digital **10**

Identificación de la importancia del portafolio en el ámbito laboral 10

Creación del portafolio digital 12

Diseño del portafolio digital 22

Capítulo II: Logo Naming **24**

Desarrollo de la conceptualización del logo Naming 24

Desarrollo del tratamiento gráfico 34

Desarrollo y conceptualización del estilo visual 56

Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales **61**

Diseño de una identidad de marca 61

Implementación de la marca para diversos espacios y formatos digitales y web 63

Presentación de propuesta del portafolio digital 80

Capítulo IV: Lanzamiento de Marca **101**

Uso de las tendencias actuales de animación 101

Identificación del valor diferencial de la marca 101

Aplicación del Pitch Elevator para la presentación 111

Validación de expertos 112

Conclusiones **114**

Recomendaciones **115**

Referencias Bibliográficas **114**

Anexos **121**

Índice de Figuras

Figura 1 17

Figura 2 19

Figura 3 33

Figura 4 36

Figura 5 40

Figura 6 42

Figura 7 43

Figura 8 44

Figura 9 45

Figura 10 47

Figura 11 50

Figura 12 50

Figura 13 52

Figura 14 53

Figura 15 53

Figura 16 54

Figura 17 54

Figura 18 55

Figura 19 55

Figura 20 56

Figura 21 58

Figura 22 60

Figura 23 66

Figura 24 67

Figura 25 68

Figura 26 69

Figura 27 70

Figura 28 71

Figura 29 72

Figura 30 74

Figura 31 75

Figura 32 76

Figura 33 78

Figura 34 80

Figura 35 85

Figura 36 85

Figura 37 86

Figura 38 86

Figura 39 87

Figura 40 87

Figura 41 88

Figura 42 88

Figura 43 89

Figura 44 89

Figura 45 90

Figura 46 91

Figura 47 92

Figura 48 92

Figura 49 93

Figura 50 93

Figura 51 95

Figura 52 96

Figura 53 97

Figura 54 97

Figura 55 98

Figura 56 98

Figura 57 99

Figura 58 99

Figura 59 103

Figura 60 103

Figura 61 103

Figura 62 104

Figura 63 105

Figura 64 105

Figura 65 107

Figura 66 108

Figura 67 110

Resumen Ejecutivo

Esta investigación propone una estrategia de lanzamiento y posicionamiento de DIGERA, una agencia emergente de diseño gráfico y producción audiovisual, en un contexto digital más competitivo. Se centra en cómo una comunicación clara, alineada con las tendencias digitales, puede contribuir a que una nueva marca se establezca de manera fuerte. Mediante un enfoque propositivo, se analizarán los elementos clave del sector creativo que influyen en el reconocimiento y la diferenciación de marcas emergentes, proponiendo un modelo que incluye con identidad gráfica, producción audiovisual y las estrategias de contenido. Entre los resultados más destacables se encuentra la necesidad de una identidad visual clara, consistente y flexible, que permite a la agencia destacar en medio de la gran cantidad de contenido que hay en plataformas digitales. La investigación concluye en que la clave del éxito de DIGERA se debe a la integración de estos elementos visuales en su proceso de lanzamiento, manteniendo una imagen profesional y garantizando una presencia competitiva a lo largo del tiempo.

Palabras clave: identidad visual, contenido audiovisual, lanzamiento digital, posicionamiento.