Informe de análisis
Compilatio Magister+ | ZEGEL-PE

Portafolio Ashlie Dafne

ID : 4e0afee189a7cacd144aab37b5b152c9009ab351



9%
Textos sospechosos

Nombre del fichero : Portafolio Ashlie Dafne.txt
Tamaño del archivo original : 34,8 MB
Número de palabras : 7205

Depositante : Jerson Sanchez Ramos
Fecha de depósito : 1 de octubre de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 1 de octubre de 2026

Resumen (sección 1/3)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Similitudes — **5%**

Sintáctica 4% | Semántica 1%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Detección de IA — **20%**

Textos con formulaciones estilísticamente similares a las de un texto generado por IA.
Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.



Idiomas no reconocidos — **3%**

Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.



No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Textos entre comillas — **0%**

Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

Fuentes de similitudes (sección 2/3)

Similitudes

5%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Fuente principal detectada

N°	Descripción	Similitudes	Ubicaciones
1	Informe de Proyecto_Vilca Mamani Brayan Maycol #84ca8c Proviene de de mi grupo	3%	
2	PUMCHE IMPULSANDO EMPRENDIMIENTOS... #99c24d Detección semántica Proviene de de mi grupo	3%	
3	Desarrollo de un Portafolio Gráfico [Uway] Transformación... #a63fcd Proviene de de mi grupo	3%	
4	PROPUESTA DE NEGOCIO ENFOCADO EN... #11cc5f Detección semántica Proviene de de mi grupo	2%	
5	CREACIÓN DE UN ESTUDIO DE BRANDING,... #3af175 Detección semántica Proviene de de mi grupo	2%	
6	SOLUCION VISUAL INNOVADORA PARA EL... #a4a29b Proviene de de mi grupo	2%	
7	TAP IMAGO #5a2e51 Proviene de de mi biblioteca	1%	

Fuente con similitudes fortuitas

N°	Descripción	Similitudes	Ubicaciones
8	EQ04 David Gonzalo-EC2 #3d56c1 Proviene de de mi grupo	<1%	
9	Documento de otro usuario #8f66d1 Proviene de de otro grupo	<1%	
10	Embudo de Conversión: Descubre su Importancia y Función noseasrollero.es/que-es-el-embudo-de-conversion-y-para-que-sirve/	<1%	
11	La intervención del motion graphics en el proceso de enseñanza ... hdl.handle.net/10803/696173	<1%	

Fuente ignorada

	Descripción		Similitudes	Ubicaciones
	Portafolio Ashlie Dafne #3a48a1 Proviene de de mi biblioteca		104%	
	Informe de Proyecto_Estrada Hernández... Proviene de de mi grupo	#93f383 Detección semántica	5%	
	03_CONSTRUCCIÓN DE UN PORTAFOLIO DIGITAL... Proviene de de mi grupo	#4efe05 Detección semántica	5%	
	TAP IMAGO #521086 Detección semántica Proviene de de mi biblioteca		4%	
	Informe de Proyecto_ Pinedo Zorrilla Nicole... Proviene de de mi grupo	#5f7c0d Detección semántica	4%	

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)

N°		Descripción
1		https://repositorio.unica.edu.ni/84/1/Cuthbert
2		https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseno-grafico/portafolio-digital
3		https://blog.hubspot.es/marketing/objetivos-smart-de-marketing-plantilla-gratuita
4		https://arxiv.org/pdf/2308.02969
5		https://repositorio.unaaa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/078a7cb3-1519-494a-9d47-b3
6		https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/14268/1/214816.pdf
7		https://repositorio.unaaa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/078a7cb3-1519-494a-9d47-b3528b46dc5e/co...

1 **INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"**

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

PORTAFOLIO DIGITAL ASHLIE DAFNE

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

ASHLIE DAFNE ANGASPILCO PERALTA

(0000-0001-5512-0729)

Lima – Pe

rú

2026

Dedicatoria

*A mi familia, sobre todo a mi mamá, quién me acompañó en cada desv*elad**a y estuvo siempre apoyándome.**

Índice General

Resumen ejecutivo..... **6**
Introducción..... **7**
Capítulo I: Portafolio Digital..... 8

Identificación de la importancia del portafolio en el ámbito laboral..... 8
Creación del portafolio digital..... 11
Diseño del portafolio digital..... **19**

Capítulo II: Logo Naming.....20
Desarrollo de la conceptualización del logo Naming..... 20
Desarrollo del tratamiento gráfico..... 29
Desarrollo y conceptualización del estilo visual.....**35**

Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales..... 38
Diseño de una identidad de marca..... 38
Implementación de la marca para diversos espacios y formatos digitales y web.....40
Presentación de propuesta del portafolio digital.....**42**

Capítulo IV: Lanzamiento de Marca.....45
Uso de las tendencias actuales de animación.....45
Identificación del valor diferencial de la marca.....58
Aplicación del Pitch Elevator para la presentación..... **61**

Conclusiones..... **62**
Recomendaciones..... **63**
Referencia Bibliográficas..... 64

Índice de figura

Figura 1..... 15

Figura 2..... 15

Figura 3..... 19
Figura 4..... 22
Figura 5..... 22
Figura 6..... 23
Figura 7..... 23
Figura 8..... 24
Figura 9..... 24
Figura 10..... 25
Figura 11..... 25
Figura 12..... 26
Figura 13..... 26
Figura 14..... 27
Figura 15..... 28
Figura 16..... 29
Figura 17..... 29
Figura 18..... 30
Figura 19..... 31
Figura 20..... 32
Figura 21..... 33
Figura 22..... 34
Figura 23..... 34
Figura 24..... 35
Figura 25..... 35
Figura 26..... 36
Figura 27..... 36
Figura 28..... 37
Figura 29..... 37
Figura 30..... 38
Figura 31..... 38
Figura 32..... 40
Figura 33..... 41

Figura 34..... 42

Figura 35..... 43

Figura 36..... 44

Figura 37..... 45

Figura 38..... 47

Figura 39..... 48

Figura 40..... 48

Figura 41..... 49

Figura 42..... 50

Figura 43..... 51

Figura 45..... 51

Figura 46..... 52

Figura 47..... 52

Figura 48..... 53

Figura 49..... 54

Figura 50..... 54

Figura 51..... 54

Figura 52..... 55

Figura 53..... 55

Figura 54..... 56

Figura 55..... 56

Figura 56..... 57

Figura 57..... 57

Figura 58..... 58

Figura 59..... 58

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de aplicación profesional desarrolla la creación y lanzamiento de un portafolio profesional de diseño gráfico orientado a la ilustración y a ofrecer soluciones visuales y proyectos creativos. El portafolio responde a la necesidad actual de diferenciar propuestas visuales en un entorno digital competitivo donde muchas identidades no tienen coherencia visual. A partir del planteamiento y los objetivos establecidos, se investigaron tendencias contemporáneas del diseño, comunicación visual y posicionamiento digital, permitiendo definir una propuesta que se basa en integrar procesos tradicionales y herramientas digitales. Se abordaron conceptos relacionados con diseño estratégico y tendencias de animación, además de metodologías para analizar el público objetivo, desarrollar la identidad visual y producir piezas gráficas estáticas y audiovisuales, evidenciando que funciona como una herramienta de posicionamiento laboral y proyección comercial dentro del sector. Como resultado, se consolidó una propuesta profesional con valor diferencial entre elementos elaborados en papel y pantalla

para generar una comunicación visual efectiva, estilo autoral y enfoque estratégico, concluyendo que e**sta integración fortalece la identidad profesional y contribuye a la diferenciación** fre**nte a otras ma**rcas.

Palabras clave: [Diseño gráfico; identidad visual; ilustración; manual; digital]

Introducción

El diseño gráfico constituye actualmente una herramienta fundamental para la construcción de identidad y comunicación de las marcas dentro del entorno digital. La producción visual exige propuestas que integren creatividad, estrategia y adaptación tecnológica para responder a lo que pide el mercado.

En primer lugar, el presente trabajo plantea la necesidad de desarrollar un portafolio profesional que permita proyectar una identidad visual coherente y competitiva, produciendo piezas gráficas y planificarlas activamente en estrategia para darle un objetivo visual.

En segundo lugar se utilizó el proceso de investigación donde se identificaron herramientas y metodologías que facilitaron la construcción de una propuesta visual alineada a lo que se deseaba. En esa búsqueda se encontraron las tendencias actuales de diseño de animación digital, considerando el uso del motion graphics y el enfoque híbrido mixed media que se emplearon también en parte del proyecto.

En conclusión se desarrolló la aplicación práctica del proyecto mediante la creación del universo visual del portafolio, la definición de servicios profesionales y la elaboración de piezas

orientadas al posicionamiento digital. Desc**ubriendo que la combinación mixta en la propuesta principal permite fortalecer la identidad de la marca**.

Capítulo I: Portafolio Digital

Identificación de la importancia del portafolio en el ámbito laboral

En los últimos años, la forma en que las personas presentan su experiencia profesional ha ido cambiando con el uso de medios digitales, dentro de este contexto, el portafolio digital ha tomado relevancia como una alternativa para mostrar trabajos de manera visual y ordenada. A diferencia de un currículum tradicional, permite integrar recursos como imágenes, enlaces y otros elementos que facilitan una mejor comprensión del trabajo realizado.

Este medio resulta útil en áreas especialmente creativas, donde no basta el describir habilidades, sino que también se tienen que mostrar. Aquí se reúnen distintos proyectos, con ello se puede dar cuenta de las capacidades técnicas y enfoques de cada profesional.

Según Pérez (2024), este recurso logra facilitar la comprensión de conocimientos adquiridos y la aplicación a proyectos, convirtiéndolo en una herramienta que muestra el proceso y resultado final de un trabajo.

En ese sentido, el portafolio digital cumple una función importante al momento de presentar el trabajo profesional. No solo reúne proyectos, sino que también permite reflejar el aprendizaje, la evolución y la capacidad de adaptarse a nuevas exigencias, por ello, su uso se ha vuelto ***cada vez más necesario para*** quienes buscan desenvolverse en un entorno laboral cada vez más digital.

Razones que lo respaldan

En un entorno cada vez más influenciado por las tecnologías digitales, y teniendo en cuenta que el alcance y la difusión es más rápida, la forma en que los profesionales presentan sus

proyectos y trabajos ha evolucionado significativamente haciendo que el portafolio digital sea un recurso más relevante.

A través de este, es posible reunir y organizar proyectos en un espacio, como lo mencionan Cuthbert-Carlson & Espinoza-Barahona (2021) el uso de estos portafolios facilita la presentación de proyectos, que se pueden ver desde distintos lugares y momentos contribuyendo a la visibilidad del trabajo y conectando con posibles clientes.

Por lo tanto, el portafolio digital representa una alternativa efectiva para compartir y mostrar los proyectos realizados de manera dinámica al permitir que estén disponibles en distintas pl***ataformas, ampl***iando la presencia y facilitando nuevas oportunidades dentro del ámbito laboral.

Motivaciones

En el campo de las industrias creativas, los estudiantes y egresados buscan distintas maneras de dar a conocer su trabajo. En este contexto, el portafolio digital se presenta como una alternativa que permite evidenciar el estilo, las habilidades y el tipo de propuestas que cada creador desarrolla.

De los principales motivos por lo cual resulta relevante, es por el acceso a oportunidades laborales, la organización y distribución rápida que permite que se evalúen las capacidades, con dinamismo y rapidez.

Otro motivo importante es la posibilidad de diferenciarse frente a otros profesionales del mismo rubro, permitiendo construir una identidad propia. Esto resulta clave en un entorno competitivo, donde destacar visualmente puede influir en la decisión de quien observa el trabajo.

Asimismo, el portafolio digital contribuye a dar mayor visibilidad a la creatividad. Al encontrarse en plataformas digitales, los proyectos pueden ser compartidos y vistos por un público más amplio. De acuerdo con Burgos Haro (2024), este tipo de herramientas facilita la conexión entre estudiantes o egresados y el sector creativo, permitiendo que sus propuestas sean conocidas en la parte profesional.

Por otro lado, también cumple una función organizativa, ya que permite estructurar los proyectos de manera clara y comprensible. Mediante el uso de imágenes, descripciones y otros recursos, se puede explicar tanto el proceso como los resultados obtenidos. Esto ayuda a que el espectador entienda mejor las capacidades y el enfoque del creador.

Por esas razones, el portafolio se convierte en una herramienta clave para proyectarse en el gremio, consolidándose como un medio necesario, mostrando los tr***abajos hechos***, construyendo una identidad profesional y generando oportunidades.

Beneficios

En la actualidad, donde muchas oportunidades laborales se gestionan en entornos digitales, resulta cada vez más necesario contar con herramientas que permitan mostrar el trabajo profesional de forma clara. En áreas como el diseño, tener un espacio donde se organicen los proyectos facilita que otros conozcan las habilidades y experiencias que se manejan.

En palabras de Díaz Bernales (2023), este tipo de herramienta influye en la competitividad de los egresados, ya que permite presentar evidencias concretas de la realización de sus proyectos. Esto facilita que las demás personas comprendan mejor el perfil profesional.

También permite observar el proceso detrás de cada trabajo, no solo el resultado final, sino que se es posible evidenciar cómo se han aplicado conocimientos y habilidades en distintas situaciones. De esta manera, se puede entender mejor la evolución profesional a lo largo del tiempo.

Asimismo, esta herramienta cumple un rol importante al conectar la formación académica

con el ámbito laboral. Los proyectos realizados durante los estudios pueden presentarse de forma clara, permitiendo que sean valorados en un contexto más cualificado, creando una mayor cercanía entre lo aprendido y su aplicación en la realidad.

Es así como el portafolio digital aporta grandes beneficios para los profesionales en desarrollo, permitiendo la organización, la muestra de las competencias adquiridas y mejorar la forma en la que se pr**esenta un perfil, destacando como *recurso clave e***n el entorno digital.

Creación del portafolio digital

Segmentación

En el desarrollo de estrategias de comunicación, marketing o diseño, es importante reconocer que el público no es igual. Las personas presentan diferencias en sus intereses, necesidades, comportamientos y formas de consumir información o productos.

Por esta razón, las organizaciones necesitan analizar cuidadosamente a quién desean dirigirse antes de plantear propuestas. Es así como entra la segmentación del mercado y se convierte en un proceso clave para comprender mejor a los distintos grupos a los que se pueden dirigir.

Desde esta perspectiva, la segmentación permite dividir un mercado amplio en grupos más pequeños con características similares facilitando comprender mejores aspectos como los intereses, el estilo de vida, las preferencias y los hábitos de los consumidores.

De acuerdo con Pérez Angulo (2022), este proceso ayuda a identificar perfiles con mayor precisión, para poder orientar lo que se ofrece hacia quienes realmente podrían estar interesados en ellos.

Asimismo, se explica que cuando las empresas aplican correctamente la segmentación del mercado pueden diseñar estrategias más claras y coherentes con las necesidades del público. Esto ocurre porque el análisis de los diferentes segmentos permite reconocer cuáles son los grupos que presentan mayor afinidad.

De manera que, la segmentación se convierte en una herramienta fundamental para comprender la diversidad de los consumidores y orientar las estrategias hacia públicos específicos desarrollando propuestas más pertinentes y cercanas a sus intereses, facilitando una mejor relación entre la oferta, el público y el posicionami**ento de los productos o s**ervicios dentro del mercado.

Variables demográficas

El público objetivo del portafolio está conformado por hombres y mujeres cuyas edades se encuentran entre los 25 y 40 años, residentes en Lima Metropolitana. Este grupo se caracteriza por estar en una etapa activa de desarrollo profesional, en la cual participan en la toma de decisiones dentro de sus entornos laborales o en la gestión de sus propios proyectos.

Este público pertenece principalmente a un nivel socioeconómico medio y medio alto, lo que les permite contar con los recursos necesarios para invertir en servicios vinculados al diseño gráfico, la comunicación visual y la construcción de marca.

De igual manera, este segmento incluye profesionales que se desempeñan en áreas como marketing, comunicación, publicidad, diseño o emprendimiento, donde el uso de recursos visuales resulta fundamental. En este sentido, elportafolio se orienta a un público que no solo consume diseño, sino que también lo valora co**mo parte estratégica de su** actividad profesional.

Variables sociográficas

En cuanto a lo sociográfico, el público se relaciona con un estilo de vida moderno, orientado a la innovación y la creatividad, valorando la estética y considerando el diseño como una herramienta importante para transmitir mensajes de manera efectiva. También muestran interés por propuestas visuales que reflejen originalidad y coherencia.

Estas personas suelen estar al tanto de tendencias visuales y buscan constantemente referentes que aporten valor a sus proyectos. Prefieren trabajar con diseñadores que tengan una identidad clara y una propuesta diferenciada, esto influye a hacer que el portafolio trans**mita una**

imagen sólida y bien definida.

Variables conductuales

Desde el punto de vista conductual, el público objetivo se caracteriza por utilizar medios de información y así tomar decisiones antes de contratar un servicio, así que revisan portafolios para evaluar la calidad del trabajo y el estilo del diseñador, lo que les permite comparar distintas opciones disponibles.

Además, tienden a valorar portafolios que sean claros, organizados y fáciles de entender, buscando propuestas que respondan a necesidades reales y que demuestren profesionalismo, por ello, la presentación visual in***fluye direc****tamente en su decisión* final.

Figura 1

Buy***ern persona***

Nota: Elaborac

ión p*ropia*

Figura 2

Mapa de em***patía***

Nota: Elaboración propia

Planteamiento

El desarrollo del portafolio Ashlie Dafne parte de la necesidad de contar con un espacio que permita mostrar de manera clara y organizada el trabajo creativo realizado en el área de ilustración y diseño gráfico.

En muchos casos, los proyectos se presentan de forma aislada o sin una estructura definida, lo que dificulta transmitir una identidad visual coherente, es así como surge la intención de construir un portafolio que no sólo reúna trabajos, sino que también comunique un estilo *propio y u*na propuesta profesional.

Ashlie Dafne se trata de enfocar en la ilustración como tema principal, representando el área de mayor interés. A su vez, complementa con piezas de diseño gráfico que permiten presentar la versatilidad y capacidad de adaptación, siendo un aspecto distintivo el proceso creativo el cual combina elementos hechos a

manos que luego son digitalizados.

A partir de este enfoque, se busca que el portafolio no solo funcione como una

recopilación de trabajos, sino como una herramienta estratégica que facilite la conexión con el ámbito profesional de una manera más amigable. La intención es que cada proyecto presentado tenga una consistencia visual y conceptual, permitiendo al espectador comprender tanto el resultado final como la idea que lo sustenta. De esta manera, el portafolio se convierte en un medio para comunicar habilidades, estilo y propuesta d***e valor dent***ro del campo del diseño.

Selección

Para la construcción del portafolio se plantea realizar una selección de los trabajos a incluir, priorizando aquellos que representen de manera clara las habilidades en ilustración y diseño gráfico. No se busca mostrar una gran cantidad de proyectos, sino elegir aquellos que reflejan calidad y los que se con**sideren los me**jores realizados.

Ilustración

Dentro de este rubro se incluirán principalmente ilustraciones digitales con enfoque mayormente en personajes conocidos. Se desea mostrar el uso del color y la capacidad de expresión gráfica, siendo el ej**e principal del port**afolio.

Diseño de posters

Se han desarrollado piezas gráficas como afiches que buscan transmitir mensajes de forma directa y visualmente atractiva, combinando ilustración, color y tipografía. Cada propuesta está pensada para captar la atención del espectador, utilizando composiciones que generan impacto y permiten comunicar una idea clara dent**ro de un solo vistazo.**

Diseño para redes sociales

Dentro de esta sección se muestran piezas visuales adaptadas a formatos digitales, orientadas a comunicar mensajes de manera rápida y efectiva en plataformas sociales. Estas composiciones combinan elementos gráficos, color y tipografía para lograr contenidos atractivos que generen interés e in***teracción c***on el público.

Proyecto

El *proyecto de*l portafolio Ashlie Dafne busca comunicar una propuesta visual centrada en la ilustración como medio principal de expresión, a través de cada pieza, se pretende transmitir creatividad, identidad y cercanía con el público. De esta manera, el portafolio no solo muestra trabajos, sino también una intención comunicativa clara.

Su desarrollo se basa en la construcción de proyectos que parten desde una idea inicial hasta su resolución final, integrando el arte manual y el digital, siguiendo en cada trabajo un proceso que inicia con bocetos hechos a mano, los cuales son digitalizados después, permitiendo evidenciar tanto el proceso creativo como el ***resultado final.***

Diseño Personal

Este se construye desde una mirada más cercana y humana, donde la creatividad no parte únicamente desde una pantalla, sino también haciéndolo desde trazos hechos a mano, lo que permite conservar una esencia más auténtica y espontánea en cada idea. Esto le otorga al portafolio una identidad que se siente más natural y personal.

A diferencia de propuestas totalmente digitales, se busca mantener esa conexión con el proceso inicial, donde el papel y el trazo tienen un rol importante permitiendo transmitir una

sensación de cercanía, ya que cada elemento refleja un origen más orgánico. De esta manera, el portafolio no solo comunica resultados, más bien muestra una ***forma de crear.***

Propuesta de línea gráfica

La propuesta de la línea gráfica se desarrolla desde la identidad cálida y expresiva de lo visual, priorizando elementos que mantengan esta sensación, siendo menos formales y quitando rigidez, buscando cosas más fluidas tal y como lo son los trazos manuales, permitiendo que se perciba accesible.

El uso de una paleta basada en rosados y amarillos refuerza esta intención, aportando una estética dinámica y amigable. Estos colores se integran con formas y composiciones que evocan lo hecho a mano, manteniendo una relación directa con el proceso creativo, es así cómo se

construye una imagen visual que conecta tanto desde lo estético como la cercanía con el pú***blico.***

Moodboard

Figu*ra 3*

Nota: Elaboración p

ropia

19

Diseño del portafo*lio digital*

***Valores di*ferenciales**

Proceso híbrido. Integración natural entre lo hecho a mano y lo digital, donde las ideas nacen desde el boceto y son intervenidas con herramientas tecnológicas sin perder su esencia **humana.**

Detalle y dedicación. Cada proyecto se desarrolla con atención en cada etapa del proceso, valorando el tiempo, el cuidado y la intención detrás de cada decisión v**isual.**

Creatividad constante. Búsqueda permanente de nuevas formas de comunicar, explorando estilos, conceptos y soluciones gráficas que mantengan viva la experimentación creativa.

Capítulo II: Logo Naming

Desarrollo de la conceptualización del *logo Naming*

Identidad

El portafolio Ashlie Dafne busca transmitir una identidad creativa cercana, auténtica y humana, donde el proceso es una parte importante del plan, empezando desde lo artesanal, siguiendo con la digitalización de aquello y finalmente presentando el diseño terminado. La intención es mostrar que cada proyecto tiene una historia detrás, reflejando sensibilidad artística, dedicación y una forma propia de interpretar las ideas.

Se desea transmitir creatividad y resaltar la importancia de conectar emocionalmente y ser cercana con el público a través de ilustraciones y composiciones gráficas, exhibiendo los trabajos elegidos y combinándolos con expresión y coherencia.

En esencia, el portafolio busca proyec*tar a Ashlie* Dafne como una diseñadora que crea desde la cercanía y la autenticidad, capaz de transformar ideas en imágenes que transmiten emoción, identidad y comunicación visual con sentido humano.

Creación del nombre

El naming de Ashlie Dafne es la unión de dos nombres personales que representan identidad propia, se utilizan los nombres reales, ya que con eso se desea transmitir familiaridad y generar una conexión más directa con el público.

La propuesta busca proyectar un enfoque humanizado del diseño, alejándose de nombres corporativos, buscando comunicar sencillez, calidez y accesibilidad, permitiendo que la marca se

perciba como alguien con quien se puede dialogar y no solo como un servicio visual. De esta

manera, el naming refuerza la idea de cercanía y confianza dentro del portafolio personal.

Valores

Adaptabilidad

Figura 4

Nota: Elaboración propia

Se evidencia en la capacidad de ajustarse a distintos tipos de proyectos, estilos y necesidades. Esto permite desarrollar soluciones visuales diversas, manteniendo una identidad propia, pero respondiendo de manera flexible a cada contexto.

Responsabilidad

Fig***ura 5***

No*ta: El*aboración propia

Se refleja en el compromiso asumido con cada proyecto, cumpliendo con los tiempos establecidos y cuidando cada etapa del proceso. Esto permite desarrollar trabajos que respondan

de manera adecuada a los objetivos planteados, manteniendo una actitud profesional en todo momento.

Amabilidad

Figura 6

Nota: Elaboración propia

Se plasma en la forma de relacionarse y comunicar ideas, priorizando el respeto y la empatía durante el proceso creativo. Este valor permite generar un ambiente de confianza, donde el intercambio de ideas se da de manera más abierta y cercana.

Hab***ilidades gráficas***

Dentro del desarrollo visual, el uso del software digital funciona como un medio para transformar ideas en gráficos tangibles y coherentes, aportando un lenguaje distinto.

Adobe Illustrator

Figura ***7***

Nota: *Adobe*

Se emplea principalmente para la construcción de identidades visuales, ilustraciones y elementos gráficos vectoriales. Permite trabajar con precisión las formas y el color, logrando composiciones limpias.

Adobe Photoshop

Fi***gura 8***

N*ota:* Adobe

Además de la edición de imágenes, se utiliza para el dibujo digital y la exploración creativa. Aquí nacen ilustraciones y composiciones que evidencian el proceso artístico y la

expresión personal detrás de cada trabajo.

Adobe Indesign

Figura ***9***

Nota: *Adobe*

Herramienta enfocada en el diseño editorial. Facilita ordenar la información, cuidar la lectura visual y presentar los proyectos de forma limpia, comprensible y profesional.

Adobe After Effects

2

4

F***igura 10***

Nota: Adobe

Introduce movimiento dentro del portafolio, permitiendo mostrar procesos animados o piezas dinámicas que enriquecen la experiencia visual y hacen más viva la presentación del trabajo.

Adobe Figma

Figur***a 11***

Nota*: Google*

Se emplea para diseñar interfaces y prototipos digitales, organizando las experiencias e

interactividad de las páginas web.

Concept**uales**

Ilustración personalizada

Estas ilustraciones reinterpretan artistas y figuras públicas desde una mirada propia. Se desea transmitir más cosas que solo un retrato, como la esencia, la energía y la identidad visual de cada personaje hecho.

Proyecto 1

Figu***ra 12***

Not*a: Ela*boración propia

En esta ilustración se refleja a un deportista, resaltando su nacionalidad para darle un tema más sensible y cercano. Se utilizan los colores de la bandera como degradado, y el sol alrededor de su cabeza resaltando. Además, se agrega un poco de ruido para obtener textura.

Proyecto 2

Figura 1***3***

Nota: Elaboración propia

En esta ilustración se presenta a un personaje original en el mundo de la película avatar, resaltando las marcas, el cabello, y dándole un fondo de los colores monocromáticos propios de la película. Al igual que el proyecto 1, se agrega una textura para obtener un tipo de acabado uniforme.

Dise**ño de carteles promocionales**

Los carteles promocionales exploran la composición gráfica y el impacto visual. Se desarrollan como piezas expresivas que combinan tipografía, color e ilustración para crear imágenes memorables y cercanas al público.

Proyecto 1

Figura 1***4***

Nota: E*labora*ción propia

Esta pieza nace desde la intención de reinterpretar la imagen de un grupo musical, el diseño combina tipografía expresiva, contraste cromático y una disposición visual dinámica que busca transmitir actitud, energía y presencia escénica sin perder identidad.

Proyecto 2

Figu***ra 15***

Not*a: Ela*boración propia

Este trabajo propone una interpretación gráfica de una figura famosa a través de la mezcla de fotografía, ilustración y recursos gráficos contemporáneos. El uso de formas, superposiciones y color busca destacar personalidad, movimiento y carácter.

Portada**s de libros**

Las portadas nacen del propósito de contar una historia, cada propuesta busca traducir emociones, atmósferas y personajes en una imagen capaz de despertar curiosidad y generar un primer vínculo con el lector.

Proyecto 1

Figu***ra 16***

Not*a: Ela*boración propia

La portada Tackle busca conectar mediante la emoción y cercanía entre los personajes, creando una escena que invite a imaginar la historia incluso antes de empezar a leerla. La intención fue lograr una imagen cálida y atractiva que refleje la esencia romántica.

Proyecto 2

Figura 1***7***

Nota: E*labora*ción propia

El tesoro de la amistad nace desde una mirada más sensible al ser dirigida al público infantil. Con colores suaves y un estilo más amigable y caricaturesco se desea infundir ternura, confianza y curiosidad a los niños, quienes son el objetivo de esta historia.

Red***es sociales***

Los diseños digitales muestran adaptación a formatos actuales. Cada propuesta busca comunicar rápido, generar conexión y mantener coherencia visual dentro de entornos dinámicos.

Proyecto

Figura ***18***

Nota: *Elabor*ación propia

Se desarrolló una serie de piezas gráficas orientadas a fortalecer la identidad visual de una marca, incluyendo contenido para redes sociales. El objetivo fue proyectar una imagen actual y atractiva, cuidando que cada elemento mantuviera armonía con el estilo de la empresa y su esencia creativa.

Desarrollo **del tratamiento gráfico**

Imagotipo

30

Figur***a 19***

Nota*: Elab*oración propia

Este imagotipo nace como una representación personal ya que busca mostrar quién soy más allá de los trabajos gráficos, no solo se trata de un logo, sino de una versión ilustrada de cómo me percibo, cercana, sencilla y auténtica.

Se intenta generar una imagen que genere confianza al público, para que se sepa que es una persona real la que está detrás del portafolio. Incluyendo detalles reales de mi identidad, como los lentes y la estrella en la frente, que en realidad es una cicatriz de la infancia, se desea conectar lo profesional con lo humano.

Además, el estilo gráfico mantiene líneas simples y expresivas para que la imagen resulte

fácil de recordar, este recurso permite que la marca personal se sienta más próxima al público, mostrando un enfoque cálido y accesible que acompaña toda la propuesta visual

Tipografía

31

Fig

ura 2***0***

Nota: E*labora*ción propia

La tipografía principal del portafolio Ashlie Dafne nace desde mi propia letra escrita primero sobre papel y luego escaneada para integrarse al entorno digital. Este recurso busca mantener una sensación artesanal y cercana que al utilizarla el portafolio refleja una identidad única que conecta directamente con el proceso manual.Como complemento, se utiliza Louis George Café como tipografía secundaria, elegida por su estilo limpio y equilibrado. Esta fuente ayuda a ordenar la información, aportar legibilidad y generar contraste con la tipografía principal, creando un balance entre lo humano y lo profesional dentro de la línea gráfica.

Ambas tipografías trabajan juntas para mantener coherencia visual sin perder la personalidad.

Paleta de colores

32

Figura

21

Nota: Elabo*ración* propia

Color princi**pal**

Rosa Confianza

Un rosa cálido que representa sensibilidad, cercanía y expresión emocional. Refuerza la idea de un diseño amable, accesible y humano, creando una conexión directa con quien observa el portafolio.

Colores secundari**os**

Amarillo Inspiración

Un amarillo luminoso que transmite energía, y que se siente como algo optimista y creativo funcionando como punto de atención dentro de la composición, simbolizando las ideas que nacen primero a mano y luego cobran vida digital.

Blanco y Negro

33

Son colore

s complementarios que equilibran la propuesta, dándole sobriedad y limpieza

visual, con contraste, definición y legibilidad. Juntos permiten que los otros dos colores resalten

sin saturar la composición.

Figura 22

Imagoti***po boceto es****caneado*

Nota: Elaboración propia

Figura 23

Imagotip***o digitaliza****do*

Nota: Elaboración propia

Figura

V***ariables***

Nota: Elaboración propia

Figura 25

Pa***pelería corp****orativa*

*Nota: Elaboración p*ropia

35

F

igura ***26***

Iconogr*afía*

*Nota: Elabor*ación propia

Desarro**llo y conceptualización del estilo visual**

Estilo *gráfico*

El estilo gráfico del portafolio parte de una fotografía base, que funciona como punto de inicio visual y narrativo. Primero se identifica el elemento más importante de la imagen y se trabaja para que la atención se dirija naturalmente hacia ese punto principal, y luego se integran dibujos hechos a mano para reforzar el concepto.

Figura 27

An***tes y despué****s edición de imagen para publicidad*

36

Nota: *Pexel*s y elaboración propia

Figura ***28***

Antes y *después edición de imagen para publicidad*

*Nota: Free*pik y elaboración propia

Figur***a 29***

Mercha*ndasing*

*Nota: Elabo*ración propia

Figura 30

Merchandasing

Nota: Elaboración propia

Figura 31

Merchandasing

Nota: Elaboración propia

Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales

Diseño de una identidad *de marca*

Estrategia digital

Se plantea como un proceso orientado a fortalecer la presencia profesional en el medio digital con un uso estratégico de las redes sociales, considerando principalmente que el portafolio se desarrolla en un espacio virtual.

Se propone una planificación para mostrar el trabajo creativo desde una perspectiva más cercana, humana y coherente, alineándose a los valores del portafolio y como se ha trabajado a lo largo del proyec***to.***

Objetivos SMART

Las marcas personales requieren estrategias claras que permitan organizar su crecimiento, es así como entran los objetivos SMART, una metodología que formula metas claras y estructuradas dentro de un proceso de planificación.

De acuerdo con HubSpot (2023), el modelo SMART facilita transformar intenciones generales en resultados medibles dentro de estrategias profesionales, especialmente en proyectos vinculados al posicionamiento de marca.

Con eso claro, obtenemos nuestro objetivo de construir y posicionar el portafolio As*hlie*

Dafne en redes sociales mediante la publicación constante de contenido visual creativo y cercano, con el fin de alcanzar al menos 100 seguidores, generando interacción y diferenciando la propuesta dentro del entorno digital del diseño gráfico durante un periodo aproximado de dos meses.

Figura 32

Objetivos SMART

Nota: Elaboración propia

10

Embudo de conversión

El embudo de conversión es una herramienta utilizada en marketing para comprender el proceso que se sigue desde el conocimiento de una marca hasta la realización de una acción concreta, permitiendo visualizar cómo los usuarios avanzan progresivamente en distintas etapas. En palabras de Navarro del Toro (2023) el marketing digital se enfoca en el recorrido del consumidor, integrando estrategias que permitan comprender su comportamiento, optimizando la experiencia del cliente mediante el análisis de datos.

Es por eso que el embudo se considera una guía estratégica que ayuda a identificar puntos de mejora para el público. Su correcta aplicación permite fortalecer la comunicación e incrementa la confianza del usuario aumentando la probabilidad de resultados.

F***igura 33***

Em*budo de conversión*

*Nota: E*laboración propia

1 Im**plementación de la marca para diversos espacios y formatos digitales y web**

2 **Sel*ección de medios digitales***

La selección de redes responde a lo desarrollado antes, considerando principalmente los objetivos SMART para el crecimiento digital; además, se cumple una función específica dentro del embudo de conversión, permitiendo atraer audiencia, generar posicionamiento y facilitar la contratación.

*Instagra*m: Debido a la relevancia en el sector creatividad, y de ser un red totalmente

visual, se espera exhibir proyectos terminados y procesos creativos mediante reels, carruseles y posts principalmente enfocados a favorecer el descubrimiento de la cuenta y la construcción de una identidad coherente.

TikTok: Al estar enfocado en el contenido dinámico y audiovisual. Esta red social facilita en mostrar el proceso creativo, desarrollo de diseños y transformaciones, permitiendo humanizar la marca y así conectar con la audiencia, ampliando el alcance y atrayendo posibles clientes.

Beh*ance: Est*a red funciona más como una plataforma profesional, a diferencia de las otras dos, aquí se presentan proyectos más estructurados con mayor detalle conceptual, fortaleciendo la calidad profesional y la decisión de contratación.

Cronog***rama de publicación***

Para mantener un orden, seguir un claro ritmo de publicaciones y lograr el objetivo propuesto, se propone el siguiente cronograma detallado.

Figura 34

Cronograma *de publicación*

N*ota: E*laboración propia

Pr**esentación de propuesta del portafolio digital**

Pos*t para redes sociales*

Estas son las propuestas siguiendo la línea uniforme del portafolio para dar una imagen sólida y que sea reconocible a primer vistazo.

Figura ***35***

Represe*ntación del portafolio en Instagram*

Nota: Elaboración propia

En Instagram se realizarán reels, carruseles y posts estáticos centrados en ofrecer valores reales a la audiencia, implementando tips prácticos, trabajos terminados y contenido sobre la contratación de servicios, siguiendo la línea estética, siendo clara y visualmente atractiva.

Fi***gura 36***

Rep*resentación del portafolio en TikTok*

*Nota: El*aboración propia

Se espera implementar el uso de videos breves y ágiles, pensados para un consumo rápido y fácil, mayormente presentando el proceso de realización de los trabajos, de mostrar ideas en tendencia adaptadas a Ashli*e Dafne y con*sejos que ayuden a atraer y hacer que el público se quede.

Figura 37

Representación del portafolio en Behance

Nota: Elaboración propia

En el caso de Behance, se propone ser más profesional, en este caso es otro formato, y un poco más explicativo para que el público pueda seguir el paso a paso, además se trata de asegurar a los clientes llevándolo a la fase de acción.

Capítulo IV: Lanzamiento de Marca

Uso de las tendencias actuales de ani*mación*

*El re*el Ashlie Dafne está diseñado con la esencia con la que se ha trabajado constantemente, siendo su objetivo principal reunir proyectos representativos que evidencian habilidades en ilustración y diseño, permitiendo enseñarlos en un formato más dinámico. Este reel responde a la necesidad actual de contar con un portafolio adaptable al entorno digital, donde la primera impresión es determinante. Además, también cuenta como una estrategia de posicionamiento profesional, con elementos que construyen una marca personal reconocible.

Para la construcción de este elemento audiovisual, se integran tendencias actuales de animación ligadas a la marca personal que fortalecen la comunicación visual del proyecto, permitiendo transformar trabajos estáticos en experiencias visuales atractivas, facilitando la conexión emocional con el espectador y mejorando la presentación de los proyectos seleccionad**os.**

Motion graphic

El uso del motion graphics, también conocido como mographic, permite destacar elementos clave del portafolio, generando dinamismo sin perder claridad comunicativa, esta técnica conecta los diferentes proyectos manteniendo unidad visual.

Responde a una tendencia actual del diseño digital, donde el movimiento es parte esencial, sincronizando transiciones, animaciones tipográficas, aportando profesionalismo y demostrando dominio en programas de animación.

Mixed media

Otra tendencia aplicada es el mixed media, enfoque creativo basado en la combinación técnicas manuales y digitales, siguiendo con el interés que busca crear en el resto del trabajo al recuperar procesos artesanales dentro de un entorno tecnológico.

Una característica fundamental de esta tendencia es el contraste que se tiene entre lo orgánico y lo digital, creando composiciones más expresivas y auténticas. Esta combinación rompe con la estética completamente vectorial o limpia aportando mayor sensibilidad visual.

La integración permite equilibrar estructura y expresión dentro del video re*el Ashlie Dafne*. Mientras el motion graphics organiza información y aporta claridad, el mixed media introduce personalidad y valor artístico fortaleciendo, como antes dicho, la construcción de una marca diferenciada.

Storyboard

Figura 38

St*oryboard*

47

Nota: Elaboración propia

Se diseña el moodboard del video reel horizontal, esto funciona como una guía para saber como iría, y poder avanzar de forma más rápida. Esto ayudaría en la realización mographic, la primera parte del video, para luego ser impreso, decorado manualmente, escaneado y listo para

ser acomodado y terminar el vide***o.***

Figura 3*9*

Mographic frames

*No*ta: Elaboración propi***a***

Figura 40

Mographic frames

Nota: Elaboració***n propia***

Fi*gura 41*

Mographic

frame*s*

Nota: Ela***boración pro****pia*

Figura 42

Mographic frames

Nota: Elab

oraci***ón propia***

50

Figura 43

*Mo*graphic frames

Not***a: Elaboraci****ón propia*

Figura 4

5

Mo*graphi*c frames

Nota: Elaboración propia

Luego de editar el video, siguiendo la línea gráfica del portafolio y dándole dinamismo,

se exportó frame por frame para ser impreso luego y así poder agr***egar textura****s manualmente.*

Figura 46

*Trabajo Manua*l y digitalización

Nota: Elabo*ración propia*

Figura 47

Trabajo

manua*l y di*gitalización

Nota: Elaboración propia

Luego de poner texturas y ornamentos manualmente se escanean las hojas y se ordenan

para cortar los frames uno a uno en photoshop y después de tenerlos listos poder p***asarlos al***

programa de vídeo.

Figura 48

Video ree***l***

Nota: Elabo***ración pro****pia*

53

*F*igura 49

Video reel

Nota: E*laboración propia*

Figura 50

Video reel

Nota: *Elaboración p*

ropia

*Figu*ra 51

Video reel

Nota: Elaboración propia

Figura 52

Vi***deo reel***

Nota: Elabora

ción *propia*

Figura 53

Video re***el***

*Nota: Elabora*ción propia

Figura ***54***

Video re*el*

Nota: E

labor*ación* propia

Figura 55

V**i*deo reel***

56

Nota: Elaboración propia

F***igura 56***

Vi*deo reel*

N

ota: *Elabor*ación propia

Figura ***57***

Video re*el*

57

Nota: Elaboración pro***pia***

Figura *58*

Video ree

l

Nota: Elaboración propia

Figura 59

Video reel

Nota: Elaboración propia

Después de escaneado se ordena en la línea de tiempo en Adobe Premiere, con la medida justa para que se noten los detalles y aún así se siga viendo fluido, dándole el t**oque de que se observe el arte manual que se ha re**alizado.

Identificación del valor diferencial de la marca

El principal valor diferencial de la marca se basa en la integración de procesos manuales y digitales dentro de la producción visual. Esta combinación permite desarrollar propuestas gráficas que equilibran la sensibilidad artística y la tecno***logía, creand***o una identidad profesional y auténtica.

Beneficios

La creación de la marca personal permite consolidar una identidad visual definida que representa de manera coherente el estilo creativo, facilitando el reconocimiento y la presentación del portafolio dentro del ámbito digital.

Uno de los principales beneficios es la versatilidad, permitiendo adaptar los proyectos a distintos estilos, formatos y necesidades comunicativas, ampliando las posibilidades, demostrando flexibilidad fr

ente a diversos proyectos y contextos creativos.

Asimismo, esta capacidad adaptable permite explorar diferentes soluciones visuales según el objetivo comunicativo. Esto favorece la experimentación y fortalece la capacidad de respuesta ante nuevos retos dentro del diseño.

Otro beneficio es la riqueza visual, evita resultados estandarizados, aportando

profundidad estética y mayor impacto en las piezas presentadas, la combinación de lo digital y orgánico permite crear composiciones más atractivas y frescas, captando la atención del espectador de manera inmediata.

Además, amplía el lenguaje visual del portafolio, fortaleciendo la propuesta estética de la marca y evidenciando la exploración gráfica dentro de las tendencias actuales del diseño.

Por último, el proceso híbrido beneficia al desarrollo del carácter de la marca personal. La presencia del trabajo manual evidencia la participación directa de la diseñadora en cada etapa del proceso.

Esto permite construir una identidad visual reconocible, basado en estilo propio y creatividad, generando autenticidad y marcando diferencia frente a *otras propues*tas.

De esta manera la marca Ashlie Dafne consolida una propuesta creativa que combina cosas técnicas, expresión personal y exploración visual. El resultado es una identidad profesional coherente que comuni***ca creatividad desde otra*** perspectiva.

Ventajas diferenciales

La marca presenta distintas ventajas que permiten posicionar el proyecto dentro del entorno, estas responden a las nuevas demandas del mercado laboral, donde se valoran perfiles capaces de **integrar diferent**es aspectos.

Proceso híbrido. Constituye una ventaja central dentro de la marca, la combinación entre técnicas manuales e intervención digital amplía las posibilidades de experimentación, permitiendo desarrollar piezas **que integran e**xpresividad y tecnicismo.

Adaptabilidad. Con el enfoque anterior, se observa la capacidad de trasladar ideas desde un boceto hacia producciones digitales, permitiendo demostrar flexibilidad y un perfil preparado para afrontar nue**vos retos en este mun**do tan cambiante.

Comunicación visual. Se establece como la ventaja diferencial que articula el proceso creativo, sintetizando información, transformando conceptos, permitiendo que las propuestas no

solo destaquen por su estética, sino tamb***ién por su efectividad comunica*tiva.**

Determinación de presupuesto

Criterios Descripción específica Cantidad (S/.)

Costos de personal

Tiempo dedicado al proceso
creativo, conceptualización,

selección de proyectos y
desarrollo del diseño del

portafolio.

S/.400

Costos de materiales y
suministros

Uso de papelería, cuaderno de
bocetos,útiles empleados

du**rante el proceso de diseño.**
S/.180

61

Aplicación del Pitch Elevator para la presentación

¿Qué pasa cuando el diseño digital avanza tan rápido que se empieza a perder lo humano?

Soy Ashlie Dafne, diseñadora gráfica e ilustradora, y mi trabajo conecta procesos

tradicionales, como la ilustración manual, con herramientas digitales, para crear diseños visuales

que conectan.

Costos de tecnología y comunicaciones

Uso de software de diseño gráfico, equipo de trabajo,

conexión a internet y herramientas digitales

necesarias para la producción del portafolio.

S/.1000

Impresión y acabados
Creación de presentaciones

visuales y simulaciones profesionales de proyecto.

S/200

Imprevistos del proce**so Ajustes adic**ionales, correcciones. S/100

62

Conclusiones

Según el trabajo realizado se llega a las siguientes conclusiones:

El portafolio evidencia que el diseño gráfico actualmente cumple con un rol comunicativo y estratégico, haciendo que el enfoque híbrido permita desarrollar piezas orientadas a la conexión con el público.

La selección de proyectos respondió a criterios de identidad de la marca, priorizando propuestas claras, funcionales y siendo los mejores trabajos hechos para el portafolio.

La propuesta se construyó a partir de la integración entre procesos tradicionales y herramientas digitales, fortalecimiento la identidad visual personal y permitir que se defina un estilo autoral más reconocible.

El uso del embudo de conversión y los objetivos SMART ayuda a organizar el proyecto desde una visión estratégica. Esto permitió vincular la producción gráfica con metas concretas y medibles.

El proceso reafirma que el diseñador debe combinar distintos aspectos como la creatividad, el análisis y la adaptación, fortaleciéndose cuando se responde a ne**cesidades reales** de comunicación.

Recomendaciones

A partir del proyecto se recomienda:

Continuar integrando procesos tradicionales y herramientas digitales dentro del desarrollo creativo, ya que demuestra fortalecer la identidad visual y aportar valor diferencial en las propuestas.

Mantener la actualización constante del portafolio profesional reflejando tanto un crecimiento técnico como conceptual del diseñador.

Fortalecer la relación entre diseño e investigación previa del cliente, asegurando que las propuestas no solo sean estéticas sino también respondan a objetivos comunicacionales concretos.

Incorporar métricas básicas de rendimiento en redes sociales para evaluar el impacto real de las piezas gráficas, permitiendo que las propuestas mantengan vigencias y ajustar las decisiones visuales según la respuesta del público.

Documentar el proceso creativo dentro del portafolio ya que permite visualizar la toma de decisiones, sustentar el criterio técnico y comunicar con más claridad **el valor estratégico del diseño.**

Referenc*ia Bibliográficas*

*Cuthb*ert, Espinoza, & Muñoz. (2021). Portafolio digital ADA. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

https://repositorio.unica.edu.ni/84/1/Cuthbert,%20Espinoza,%20Mu%C3%B1**oz%20(202 1)%20Portafolio%20Dig***ital-ADA%20(1).pdf*

*Díaz Bernales, L. E. J. (2023). Portafolio dig*ital como herramienta de presentación profesional [Tesis de licenciatura, Universidad de Ciencias y Artes de América Latina].

https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/438/Tesis%20-%20L**uis%2 0Enrique%20Junior%20Diaz%20Bernales.pdf**

E*scuela Superior de Diseño de Barcelona. (2024).* Portafolio digital: qué es y cómo crear uno.

https://www.esdesignbarcelona.com/**actualidad/diseno***-grafico/portafolio-digital*

*HubSpot. (2025). Objetivos SMA*RT de marketing: guía y plantilla gratuita.

https://blog.hubspot.es/marketing/objet**ivos-smart-de-market***ing-plantilla-gratuita*

*Ramírez, D. (2023). Artículo académico sobre porta*folios digitales y tecnologías creativas.

a**rXiv.**

https://arxiv.org/pdf/*2308.02969*

*Quispe Huamán, J. A. (2022). Portafolio digital c*omo estrategia académica y profesional [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma].

https://repositorio.unaaa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/078a7cb3-15**19-494a-9d47-b3 528b46dc5e/conte***nt*

*Villacrés Almeida, M. F. (2024). Portafolio digita*l en el diseño y comunicación visual [Trabajo de titulación, Universidad San Francisco de Quito].

https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/14268/1/214816.pdf

https://repositorio.unica.edu.ni/84/1/Cuthbert,%20Espinoza,%20Mu%C3%B1oz%20(2021)%20Portafolio%20Digital-ADA%20(1).pdf
https://repositorio.unica.edu.ni/84/1/Cuthbert,%20Espinoza,%20Mu%C3%B1oz%20(2021)%20Portafolio%20Digital-ADA%20(1).pdf
https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/438/Tesis%20-%20Luis%20Enrique%20Junior%20Diaz%20Bernales.pdf
https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/438/Tesis%20-%20Luis%20Enrique%20Junior%20Diaz%20Bernales.pdf
https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseno-grafico/portafolio-digital
https://blog.hubspot.es/marketing/objetivos-smart-de-marketing-plantilla-gratuita
https://arxiv.org/pdf/2308.02969
https://repositorio.unaaa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/078a7cb3-1519-494a-9d47-b3528b46dc5e/content
https://repositorio.unaaa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/078a7cb3-1519-494a-9d47-b3528b46dc5e/content
https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/14268/1/214816.pdf

Índice General
Índice de figura
Resumen ejecutivo

Introducción
Capítulo I: Portafolio Digital
Identificación de la importancia del portafolio en el ámbito laboral
Creación del portafolio digital
Figura 1
Figura 2
Figura 3

Diseño del portafolio digital

Capítulo II: Logo Naming
Desarrollo de la conceptualización del logo Naming
Figura 4
Figura 5
Figura 6
Figura 7
Figura 8
Figura 9
Figura 10
Figura 11
Figura 12
Figura 13
Figura 14
Figura 15
Figura 16
Figura 17
Figura 18

Desarrollo del tratamiento gráfico
Figura 19
Figura 20

Figura 21
Figura 22
Figura 23
Figura 24
Figura 25
Figura 26

1 Desarrollo y conceptualización del estilo visual
Figura 27
Figura 28
Figura 29
Figura 30
Figura 31

Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales
Diseño de una identidad de marca
Figura 32
Figura 33

Implementación de la marca para diversos espacios y formatos digitales y web
Figura 34

Presentación de propuesta del portafolio digital
3
Figura 35
Figura 36
Figura 37

Capítulo IV: Lanzamiento de Marca
Uso de las tendencias actuales de animación
Figura 38
Figura 39
Figura 40
Figura 41
Figura 42
Figura 43
Figura 45
Figura 46
Figura 47
Figura 48
Figura 49
Figura 50
Figura 51
Figura 52
Figura 53
Figura 54
Figura 55
Figura 56
Figura 57
Figura 58
Figura 59

1 Identificación del valor diferencial de la marca
Aplicación del Pitch Elevator para la presentación

Conclusiones
Recomendaciones
Referencia Bibliográficas