INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

DESARROLLO DE LA AGENCIA "RUBI SOLUTIONS": PROYECTO ORIENTADO AL REDISEÑO DEL SITIO WEB DEL FOTÓGRAFO MARK STEINMETZ

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

RUBI ALICIA IZARRA PALOMINO

(0009-0008-8777-0417)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

A mi papá y a mí.

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 20
Capítulo II: Logo Naming **22**
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming 22
Desarrollo del Tratamiento Gráfico ..... **¡Error! Marcador no definido.**
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual 41
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales **49**
Desarrollo de Marca para Medios Digitales 49
Implementación de la Marca para Diversos Espacios y Formatos Digitales y Web 53
Presentación del impacto estratégico del storyboard en el Portafolio Digital **¡Error! Marcador no definido.**
Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario **61**
Uso de las Tendencias Actuales de Animación 62
Identificación del Valor Diferencial de la Marca 63
Determinación del Presupuesto…….……. 14
Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación 66
Conclusiones y Recomendaciones **81**
Referencias Bibliográficas **89**
Anexos **83**

Índice de Tablas

Tabla 1 Tabla de contenido - Mayo *68*

Tabla 2 Tabla de contenido - Junio……..*22*

Tabla 3 Tabla de Presupuesto……*22*

Índice de Figuras

Figura 1 *Buyer Person* 69

Figura 2 Moodboard de Rubi Solutions ……..……..21

Figura 3 Isotipo de Rubi Solutions……..…….25

Resumen Ejecutivo

El siguiente trabajo desarrolla la propuesta de la agencia Rubi Solutions, orientada al diseño y rediseño de páginas webs para fotógrafos y creadores audiovisuales, tomando como estudio la página web del fotógrafo estadounidense Mark Steinmetz. Este proyecto surge de una problemática muy recurrente, la cual limita la capacidad de muchos sitios webs para dar a conocer de manera inmediata el valor conceptual y artístico de la fotografía. A lo largo del proceso, se plantea la construcción de un portafolio digital, esencial no solo para mostrar proyectos que comuniquen la identidad, enfoque conceptual y profesionalismo que cualquier sitio web necesita actualmente. Esto se logra mediante el desarrollo del naming, logotipo, una línea gráfica acorde al estilo de cada autor y recursos visuales. Este proyecto contiene una estrategia digital enfocada en las redes sociales como Instagram y Facebook, donde se encuentra el público objetivo de la agencia. Se aplican métodos que ayudan con el desarrollo del lanzamiento de la agencia; como, el embudo de conversión con AIDA, los objetivos SMART para la conversión de clientes. Además, se incorporan tendencias actuales del diseño, como el minimalismo y las microanimaciones, con la finalidad de ofrecer una experiencia de usuario divertida y una contemplación pausada hacia las obras fotográficas.