Informe de análisis
Compilatio Magister+ | ZEGEL-PE

TAP-Creación de agencia ANPAGES

ID : bdeee79e6cf6369280b5d529ddcf7fb8d3d5cf90

8%
Textos sospechosos

Nombre del fichero : TAP-Creación de agencia ANPAGES.txt
Tamaño del archivo original : 3,16 MB
Número de palabras : 10.317

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 8%

Sintáctica 7% | Semántica 1%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Detección de IA 0%

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 0%

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 :

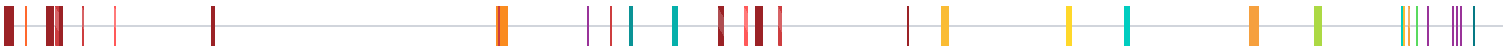
Textos entre comillas <1%

Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

Similitudes

8%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Fuente principal detectada

N°	Descripción	Similitudes	Ubicaciones
1	Informe de Proyecto_ Pinedo Zorrilla Nico... #5f7c0d Detección semántica Proviene de de mi grupo	2%	
2	TAP FERIUP #24763e Detección semántica Proviene de de mi biblioteca	2%	
3	TAP PORTAFOLIO NAHUM V #34eebe Detección semántica Proviene de de mi biblioteca	2%	
4	TAP - ESTUDIO ARIS DESIGN #b93d2d Detección semántica Proviene de de mi biblioteca	2%	
5	INFORME PORTAFOLIO DIGITAL Rivera... #6de708 Detección semántica Proviene de de mi grupo	1%	
6	La importancia de LA IDENTIDAD Detección semántica diario.mx/opinion/la-importancia-de-la-identidad-20221114-1992727.html	<1%	
7	Elevator Pitch: Qué Es, Su Importancia Y Cómo... Detección semántica www.rutaemprendedor.com/elevator-pitch-que-es-su-importancia-y-co...	<1%	
8	La importancia de la comunicación en redes sociale... Detección semántica labarbadelseo.com/la-importancia-de-la-comunicacion-en-redes-sociales...	<1%	
9	Storytelling: su importancia en la creación de... Detección semántica linktic.com/blog/storytelling-conoce-su-importancia-en-la-creacion-de-co...	<1%	
10	Elevator pitch: qué es y claves para elaborarlo... Detección semántica www.apd.es/que-es-elevator-pitch-y-como-elaborarlo/	<1%	
11	U.6.HAB_BLANDAS_ HERNANDEZ... Detección semántica view.genially.com/64837195ea52e80011b0b5cf	<1%	
12	Documento de otro usuario #c625d0 Detección semántica Proviene de de otro grupo	<1%	
13	¿Qué es un storyboard y por qué es tan... Detección semántica 35mm.es/que-es-un-storyboard/	<1%	
14	Duotono: Qué es y cómo aplicarlo en diseño... Detección semántica digitalwebpanama.com/blog/duotono-tendencia-aplicada-en-el-diseno-g...	<1%	

N°		Descripción	Similitudes	Ubicaciones
15		Psicología de los colores: su significado y cómo... Detección semántica www.cuerpomente.com/psicologia/psicologia-color-significado-colores-y...	<1%	
16		x.com x.com/RSherman_25/status/872453859461005312	<1%	

Fuente con similitudes fortuitas

N°		Descripción	Similitudes	Ubicaciones
17		La importancia de desarrollar habilidades para la vida – Escuela ... escueladecodesarrollo.com/2020/09/19/la-importancia-de-desarrollar-h...	<1%	
18		Descubre la importancia de crear un portafolio... Detección semántica www.byronvargas.com/web/cual-es-el-proposito-de-crear-un	<1%	
19		EF_GONZALES JOEL-SAAVEDRA GABRIEL (1) #2f4ee9 Proviene de de mi grupo	<1%	
20		¿Qué es un portafolio digital y cómo puede impulsar tu negocio o... larazon.pe/que-es-un-portafolio-digital-y-como-puede-impulsar-tu	<1%	
21		Qué son los recursos audiovisuales y cómo se usan para la... maracuyacontenidos.com/que-son-los-recursos-audiovisuales-y-como-s...	<1%	
22		La Creatividad en Diseño Gráfico: Un Motor de Ideas y Soluciones crativia.com/creatividad-en-diseno-grafico/	<1%	

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)

N°		Descripción
1		https://drive.google.com/file/d/1oSnf18bixetZZu1wXRsdR8Kf9ri72adQ/view?usp=sharing
2		https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/
3		https://www.rutaemprendedor.com/elevator-pitch-que-es-su-importancia-y
4		https://dcinl.com/que-es-la
5		https://www.automateed.com/es/que-significa-publico-objetivo-importancia-y-consejos-para
6		https://www.byronvargas.com/web/cual-es-el-proposito-de-crear-un-portafolio-digital/
7		https://www.psicologia-online.com/que-es-la-asertividad-y-ejemplos-2318.html
8		https://www.elperuano.pe/noticia/237309-belleza-y-cuidado-personal-una-industria-que-se
9		https://www.ipsos.com/es
10		https://maracuyacontenidos.com/que-son-los-recursos-audiovisuales-y-como
11		https://www.adn-mundo.com/significado-del
12		https://www.cyberclick.es/numerical-blog/publicidad-en-redes-sociales-que-es

N°		Descripción
13		https://t.co/ewpwn6ludb
14		https://metricool.com/es/redes-sociales-mas-importantes/
15		https://todosloshechos.es/que-es-el
16		https://mexico.unir.net/noticias/comunicacion-mercadotecnia/estrategia-digital/
17		https://www.weikstudio.com/blog/que-es-motion
18		https://digitalwebpanama.com/blog/duotono-tendencia-aplicada-en-el-diseno
19		https://drive.google.com/file/d/1C
20		https://drive.google.com/file/d/1987fEX9oP3J4DFyjtSHQecucMB

Puntos de interés (sección 3/3)

1

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

CREACIÓN DE LA AGENCIA DE DISEÑO EDITORIAL DIGITAL ANPAGES ENFOCADO EN EL SECTOR BELLEZA EN SAN JUAN DE LURIGANCHO – 2025

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

ANGELINA ISABEL SOCOLA SILVA

(0009-0007-7602-9394)

Lima – Perú

Año 2025

2

Dedicatoria

A mis padres y hermanos quienes son y

serán siempre mi motivo para

seguir adelante.

8 12 19 **22** 22 26 **34** 34 **47**

3

Índice General

Pág.

Resumen Ejecutivo.....

Introducción 9

Capítulo I: Portafolio Digital **10**

4 Identificación de la importancia del portafolio digital en el ámbito laboral 10

Creación del portafolio digital .....

Diseño del portafolio digital.....

Capítulo II: Logo naming .....

Desarrollo de la conceptualización del logo naming .....

Desarrollo del tratamiento gráfico .....

Desarrollo del estilo visual 29

Capítulo III: Identidad de una marca para plataformas digitales .....

Desarrollo de marca para medios digitales .....

Implementación de la marca para diversos espacios, formatos digitales y entornos web. 39

Presentación de propuesta del portafolio digital. 45

Capítulo IV: Lanzamiento de marca .....

Uso de las tendencias actuales de animación. 47

Identificación del valor diferencial de la marca 51

Determinación del Presupuesto..... 11

Aplicación del Pitch Elevator para la presentación 55

61 62 64 67

4

Conclusiones .....

Recomendaciones .....

Referencias bibliográficas .....

Anexos .....

5

Índice de Tablas

Tabla 1. *Tabla de costos de total de proyecto*

57

Tabla 2. *Tabla de costos de total de proyecto* 57

13 13 16 17 18 19 20 21 21 25 25 25 27 27 27 28 30 31 31 32 33 33

6

Índice de Figuras

Figura 1. *Buyer person*

Figura 2. *Mapa de empatía*

Figura 3. *Infografía personal*

Figura 4. *Foda*

Figura 5. *Moodboard de propuesta para la marca*

Figura 6. *Linea gráfica para la marca*

Figura 7. *Ícono de valor diferencial: Estrategia e inteligencia visual*

Figura 8. *Ícono de valor diferencial: Guía y acompañamiento visual*

Figura 9. *Ícono de valor diferencial: Rapidez y eficiencia*

Figura 10. *Ícono de diseño editorial*

Figura 11. *Ícono de planificación y organización*

Figura 12. *Ícono de tratamiento de imágenes*

Figura 13. *Logo Naming ANPAGES*

Figura 14. *Selección de colores*

Figura 15. *Logotipo con retícula*

Figura 16. *Las variables de logotipo*

Figura 17. *Trabajo retoque Beauty-Antes*

Figura 18. *Trabajo retoque Beauty-después*

Figura 19. *Trabajo retoque Producto-antes*

Figura 20. *Trabajo retoque Producto-después*

Figura 21. *Trabajo retoque Maquillaje-antes*

Figura 22. *Trabajo retoque Maquillaje-después*

35 36 36 37 38 38 40 43 44 45 46 47 47 48 48 53 54 54 55 56 56

7

Figura 23. *Objetivos SMART*

Figura 24. *Embudo digital-AIDA*

Figura 25. *Parrilla de contenidos*

Figura 26. *Página de facebook e instagram*

Figura 27. *Cuenta de instagram*

Figura 28. *Cuenta de tiktok*

Figura 29. *Recursos audiovisuales para reel*

Figura 30. *Carrusel Servicios ANPAGES*

Figura 31. *Post para Facebook*

Figura 32. *Post para Facebook*

Figura 33. *Captura de reel para Tik Tok*

Figura 34. *Portada de Portafolio*

Figura 35. *Presentación de Fundadora*

Figura 36. *Proyecto Editorial Digital-Beauty Spa*

Figura 37. *Proyecto Editorial Digital-Beauty Spa*

Figura 38. *Guía de Comunicación Visual*

Figura 39. *Ícono de valor diferencial: Estrategia e inteligencia visual*

Figura 40. *Ícono de valor diferencial: Guía y acompañamiento visual*

Figura 41. *Ícono de valor diferencial: Rapidez y eficiencia*

Figura 42. *Icono de valor diferencial: Experiencia interactiva*

Figura 43. *Diseño trabajado para distintos formatos móviles*

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de investigación tiene como propósito analizar, diseñar y desarrollar una propuesta para ANPAGES, una agencia enfocada en el diseño editorial digital dirigida a brindar soluciones creativas, funcionales con estrategias a emprendedoras en el sector de belleza. Se busca fortalecer la presencia de esta marca en lo digital, optimizando la comunicación con su público objetivo y mostrar contenido claro, profesional y adaptable a las necesidades de los clientes.

ANPAGES se muestra como una agencia especializada en el diseño de catálogos digitales interactivos, la creación de piezas editoriales y brochures. Mediante este conjunto el proyecto busca mostrar las habilidades y posicionar la agencia como una guía. Dicho proyecto se enfoca en el distrito de San Juan de Lurigancho, siendo específicos en la zona de Canto Grande. Ante los cambios en el entorno digital, el proyecto examina tendencias clave. Esto incluye aplicar estrategias de contenido educativo, la creación de una identidad visual coherente y consistente, el estilo minimalista en medios digitales y la necesidad de causar experiencias de conexión cercanas y amigables. La marca destaca también, definir un lenguaje visual alineado a los valores de ANPAGES: responsabilidad, rapidez, empatía y guía. Estos valores, guían la creación de contenido que nos ayude a establecer conexión directa con emprendedoras de belleza que necesitan ayuda para mostrar sus servicios y productos.

Así, este proyecto presenta un modelo completo organizando las estrategias de contenido y

refuerza la presencia digital de ANPAGES. Dicho planteamiento se diseña con el propósito de adecuarse a los constantes cambios del mundo digital generando así un gran impacto beneficioso en la comunicación y desarrollo profesional de la marca.

Palabras clave: ANPAGES, Diseño editorial digital, Agencia, Comunicación digital.

Introducción

En primero lugar, ANPAGES, es una agencia enfocada en el diseño editorial digital, dirigida a emprendedoras del sector de belleza. La idea nació con el objetivo de dar soluciones gráficas profesionales, claras para así ayudar a mejorar la presencia digital de los negocios usando las piezas editoriales que permitan comunicar de forma organizada y atractiva sus productos y servicios. El proyecto se desarrolla en San Juan de Lurigancho donde se pudo identificar la problemática de que muchos negocios de belleza tienen dificultad en presentar sus servicios.

En segundo lugar, la agencia destaca por su estilo minimalista, elegante y moderno, reflejado con el color que lidera el rojo vino, aparte de eso una diagramación limpia y una comunicación muy cercana donde hay empatía, responsabilidad y la creatividad. La propuesta de la agencia se enfoca en desarrollar piezas editoriales digitales que permitan presentar la información de manera clara, ordenada y visualmente atractiva para los clientes junto con las habilidades diferenciales de la marca para guiar, educar y también acompañar a sus clientes en los procesos y así ir construyendo una conexión con su público objetivo, también se aplican estrategias digitales para mejorar y optimizar el crecimiento de la agencia en las redes sociales.

Y por último la agencia busca sobre todo a las emprendedoras de salones de belleza, trabajadoras que tienen sus propios negocios ya sean pequeños o grandes, que quieren contenido visual atractivo y funcional para fortalecer su presencia en lo digital. Para el proyecto, nos centramos en lo que necesita cada cliente y en base a ello aplicar estrategias de diseño y demostrar que lo editorial es eficaz en mejorar la experiencia y comunicación de los usuarios para que obtengan un mejor y rápido servicio generando que estas marcas de belleza se vean profesionales, confiables y que satisfagan las necesidades de su público objetivo.

Capítulo I: Portafolio Digital

Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral

Motivos de la creación del portafolio digital

El portafolio digital, sin duda alguna, sirve como una herramienta clave. Es la plataforma, que ofrece la posibilidad tanto a profesionales, estudiantes, diseñadores y agencias creativas de exhibir de manera organizada y, además, muy atractiva sus logros.

En el entorno profesional de hoy en día, sobresalir no es un lujo; es totalmente esencial para enfrentar la competencia y edificar una identidad laboral fuerte, reflejando lo más reciente. Este recurso no solamente facilita la integración de pruebas de proyectos y éxitos, en el caso de las agencias de diseño, el portafolio digital permite presentar de forma clara los trabajos desarrollados, evidenciando su estilo visual, sus métodos de trabajo y la calidad de los proyectos realizados.

A su vez, el portafolio nos ayuda a mostrar nuestras habilidades y experiencia fortaleciendo nuestra imagen de forma profesional frente al público objetivo. Asimismo, es una herramienta con estrategia para conseguir oportunidad laboral y de negocio para facilitar conseguir clientes y empleadores.

Razones que lo respaldan

Según Byron Vargas (2024) " El portafolio digital exhibe de manera original y bien estructurada los proyectos ejecutados. Esto agiliza la exposición de creaciones frente a probables clientes o reclutadores". El artículo redactado en La Razón de (2023) indica que "A diferencia del currículum vitae usual el portafolio digital es más eficiente al evidenciar las competencias y

el talento de un profesional. Se puede apreciar el desempeño en los logros de trabajo junto a los métodos aplicados". Es por ello por lo que, a partir de lo mencionado, se entiende que el portafolio digital no solo ayuda a exhibir nuestros proyectos, sino que también responde a las necesidades del entorno actual como por ejemplo la adaptación al entorno digital, en diferenciarse frente a la competencia del mercado y poder organizar mejor nuestro trabajo

Motivaciones

Entre las motivaciones más importantes están el tener un lugar al día donde se muestran los éxitos y trabajos hechos, de contar con un espacio actualizado donde se presenten proyectos, trabajos realizados y propuestas creativas. Para agencias de diseño, el portafolio, además, actúa como una herramienta clave para captar clientes; también refuerza la imagen profesional, permitiendo comunicar con claridad los servicios en el mercado creativo. A su vez, nos facilita a

atraer nuevos clientes dentro del rubro enfocado, contribuyendo a la posición de la agencia en el mundo digital para así fortalecer su presencia.

Beneficios

El portafolio digital amplifica la presencia y reputación en el ámbito digital, ayuda a establecer relaciones con clientes y empleadores potenciales y brinda la oportunidad de exhibir la trayectoria y el desarrollo profesional a lo largo de la vida. También, nos facilita captar clientes potenciales, permitiendo evidenciar estilo, métodos y calidad de cada proyecto y muestra la identidad visual y profesional de la agencia para así obtener mayor confianza.

Creación del Portafolio Digital

Se identificó a las pequeñas empresas y a los nuevos negocios de la industria de la belleza como el grupo de personas al que se quiere llegar, como por ejemplo los centros de estética y las peluquerías que desean mejorar su reputación y darse a conocer tanto en el mundo comercial como en las redes sociales.

Segmentación geográfica. Se encuentra en Lima, para ser específicos en el distrito de San Juan de Lurigancho, por la zona de Canto Grande, se selecciona esta zona por su alta presencia de emprendimientos en el sector de belleza y por ser una zona muy comercial.

Segmentación demográfica. Se enfoca en mujeres emprendedoras solteras o independientes, dueñas de negocios entre 25 y 40 años (INEI, 2022), que son de un nivel socioeconómico C y D (Ipsos, 2023).

Segmentación psicográfica. Son personas que valoran el cuidado y la apariencia, la belleza y el esfuerzo, tienen una mentalidad de progresar y ser modernos, enfocados a crecer personalmente y desarrollar sus negocios lo cual se alinea con los perfiles propuestos por Arellano Marketing *(Arellano, s.f.).* Son emprendedoras que buscan crecer, diferenciarse para fidelizar con sus clientas, mostrando interés en facilitar en estos medios digitales.

Segmentación psicográfica. Estas personas usan Instagram y TikTok para enseñar lo bien que hacen su trabajo, y Facebook y WhatsApp para programar citas. Además, les interesa tener catálogos digitales y contenido atractivo para redes sociales y así posicionarse en el mercado de la belleza. Asimismo, buscan atraer a más clientas, por lo que hacen uso con frecuencia de contenido digital, especialmente promociones, lanzamientos, regalos por fechas especiales, para así mantener más presencia en lo digital que física.

13

Figura 1

Buyer person

Figura 2

Mapa de empatía

14

Planteamiento

Hoy en día, hay muchas emprendedoras de belleza que promocionan sus servicios, tratamientos, productos por aplicaciones, pero no cuentan con piezas digitales para facilitar la promoción de sus tratamientos, productos, lo que genera comunicación desordenada con sus clientas y es poco profesional.

Esta es la problemática elegida debido que se detectó alta presencia de negocios de belleza que buscan un mejor posicionamiento, actualizar y estar a un paso delante de sus competencias, pero aún no aprovechan esas nuevas tendencias digitales para mejorarlo.

Ya en contexto, la propuesta resulta ser importante para el sector de diseño gráfico, ya que permite aplicar los conocimientos de diseño editorial digital enfocado en mejorar, facilitar, interactuar para así dar una mejor experiencia de usuario en plataformas digitales.

Y así nace la propuesta de agencia ANPAGES, que se enfoca en ofrecer material editorial digital como catálogos y brochures interactivos para mostrar de forma fácil los servicios, terminaciones y productos. Para así aumentar la visibilidad de los negocios de belleza y así posicionarnos en el entorno digital.

Selección

Para conseguirlo, se seleccionarán trabajos increíbles del universo de la belleza. Se agregaron sugerencias para catálogos digitales, brochures y otras piezas editoriales poniendo atención a la armonía visual y el toque profesional, todo en cada propuesta.

Asimismo, esta selección está pensada en satisfacer la necesidad identificada en los negocios que no cuentan con estos materiales. Por eso, el objetivo es mostrar cómo el diseño

editorial digital impulsa la promoción de marcas de belleza y que puede optimizar la comunicación y mejorar la imagen de los negocios para potenciar sus promociones en lo digital.

Proyecto

El plan se fortalece al proponer la creación de agencia ANPAGES enfocada en dar un conjunto de piezas editoriales digitales dirigidas hechas solo para mujeres que empiezan negocios de belleza y a través de esto demostrar la capacidad de la agencia para diseñar soluciones de comunicación visual. A través de esto se quiere lograr demostrar las habilidades y capacidades de la agencia en diseñar soluciones de comunicación eficaces. Dentro de estas soluciones se encuentran los cátalogos digitales, brochures, folletos y materiales editoriales que permite visualizar la información bien organizada de los servicios, tratamientos, productos que ofrecen los salones. El punto objetivo es ofrecer variedad de alternativas visuales que ayuden a mejorar la presentación de información y destacar la imagen de los salones de belleza en el entorno digital y la competencia.

Diseño Personal

A través de un análisis foda realizado, ANPAGES busca reflejar sus valores como responsabilidad, empatía, creatividad y la orientación, los cuales se verán en cada trabajo de diseño logrado.

En este sentido, la misión de la agencia ANPAGES es ayudar dando soluciones de diseño editorial digital que ayuden a los emprendimientos de belleza a comunicar sus servicios de manera interactiva, fácil y clara. A la par, la visión de ANPAGES es lograr posicionarse como una agencia referente en diseño editorial digital, por su reconocimiento en su enfoque creativo, estratégico y orientado a ayudar a sus clientes.

16

Se busca reflejar también los valores como responsabilidad, empatía, creatividad y la orientación, los cuales se verán en cada trabajo de diseño logrado. Estas virtudes forman parte del enfoque de la agencia y guían a la creación de diseños visuales tanto digital como editorial.

La creatividad es un elemento fundamental en el enfoque de diseño en ANPAGES, ya que ayuda a desarrollar propuestas visuales dinámicas que funcionan a dar valor a la comunicación de las marcas de belleza. También implica la orientación al cliente, el acompañar en el proceso de construcción de su marca, dando soluciones que permitan mostrar su marca de forma interactiva, clara y fácil.

En el estilo visual, ANPAGES propone una línea gráfica minimalista, elegante y profesional que vaya de acorde con su público objetivo identificada por usar recursos visuales que generen sensación de fluidez y armonía.

Figura 3

Infografía personal

17

Figura 4

Foda

Propuesta de la línea Gráfica

La propuesta de diseño visual para ANPAGES, se origina en la necesidad de desarrollar

una identidad gráfica que transmite profesionalismo, conexión y dinamismo, tres elementos esenciales en el campo del diseño editorial digital.

Según Martín Hernández (2024) el color vino es frecuentemente asociado con poder, ambición y riqueza debido a su uso en insignias reales y ropa suntuosa en épocas antiguas. Además, hay una conexión con la pasión y el amor, esa cercanía por el color rojo. A nivel psicológico, este color tono vino puede intervenir en las emociones, generar la confianza en diseño gráfico y branding, el color vino es muy usado para transmitir una sensación de lujo, poder y pasión.

En base a ello el color rojo vino (bc353f) es el color principal de la marca acompañado de los colores secundarios como el beige, los grises tenues y las bases blancas; estos logran crear

armonía visual y sobriedad en la paleta de color. Estos colores se complementan con un rojo vino (bc353f) que es el color principal.

También se incorpora el uso de tipografías serif para títulos y sans serif para los cuerpos de textos y así tener un contraste en tipografías, junto con recursos hechos en líneas finas y amplios espacios en blanco para dar un respiro y reforzar la estética minimalista y mantener un orden.

Figura 5

Moodboard de propuesta para la marca

Figura 6

Linea gráfica para la marca

Diseño del Portafolio

La propuesta de marca de la agencia ANPAGES se basa en los valores diferenciales y sus atributos principales: la estrategia visual, que se enfoca en planificar y organizar cada diseño con intención y entendimiento comunicativo, también la asesoría y acompañamiento al cliente del uso adecuado y la interacción de sus piezas y la especialización enel cuidado de belleza para lograr esa conexión directa con su público.

Se enfrenta a un mercado alto en competencia, competencias directas como otras agencias de marketing digital por ejemplo Coco Solution, Attach Media, que ofrecen servicios similares. Como competencias indirectas están herramientas digitales como Canva que permiten a los usuarios crear sus propias piezas de manera más práctica y obtener soluciones más prácticas, aunque con menor nivel de diseño y estrategia. En este sentido, la agencia ANPAGES propone diseño editorial digital en belleza que guía y transforma la comunicación de la marca, fusionando lo estético, interactivo, y una mejor organización.

Valor diferencial 1

ANPAGES destaca en planificar, comprende el mundo digital; va más allá, no se fija solo en la imagen, sino que analiza cómo cada elemento visual se organiza y se relaciona dentro

de las piezas editoriales. Además, ANPAGES no solo crea contenido connotativo, lo hace con intención, analiza la estructura e interpretación de la información, formatos y qué le gusta al público. Igualmente, ANPAGES te da su apoyo total, encargándose del diseño editorial para mostrar una imagen coherente con mensajes directos, claros y una buena presentación.

Figura 7 *Icono de valor diferencial: Estrategia e inteligencia visual*

Valor diferencial 2

ANPAGES aspira a ser una mentora para cada cliente ofreciendo más que simples diseños editoriales digitales de hecho también brinda asesoramiento a la medida sobre el uso de sus catálogos interactivos. Esta propuesta de valor se enfoca en instruir y asistir a las propietarias de salones de belleza en el proceso de una eficaz aplicación de sus elementos gráficos de igual modo en apoyo a su desarrollo digital.

Figura 8

Icono de valor diferencial: Guía y acompañamiento digital

Valor diferencial 3

ANPAGES es conocida por entregar resultados de primera categoría de inmediato, y mantiene las líneas de comunicación con los clientes súper suaves. La velocidad no se trata solo de lograrlo rápido; es un plan inteligente que mezcla algo de planificación, conocimientos digitales y las herramientas adecuadas para el diseño editorial. Gracias a un enfoque bien planificado, cada paso está ajustado, desde la idea inicial hasta el lanzamiento final, asegurándose de alcanzar nuestros objetivos sin perder nuestra chispa creativa.

Figura 9

Icono de valor diferencial: Rapidez y eficiencia

Capítulo II: Logo Naming

Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming

Según El Diario mx (2022) La identidad es importante porque distingue y permite creer en uno mismo, en los demás, en la familia, en la sociedad, en las instituciones, en el país, en las leyes y en un futuro próspero; cada ser humano construye su propia identidad a través de los sentidos de la vista, el oído, olfato, tacto, paladar y su propio cuerpo.

Por ello, la identidad de ANPAGES se identifica por la conexión y profesionalismo y empatía con el público femenino del rubro de la belleza. Queremos ser una solución para poder comunicar con dinamismo y facilitar la experiencia de los clientes y llegar a ser un referente en diseño editorial digital.

Creación del nombre

El nombre ANPAGES es creado a partir de la fusión de 2 palabras entre “An” y “Pages”. Esta combinación representa la unión entre el mundo editorial y la identidad personal de la creadora. “An” fue rescatado de la forma que comúnmente me llaman “Angie” “Ange” y “Pages” hace referencia a las páginas de InDesign que es el programa en donde se desarrolla los trabajos. A través de su nombre no solo refleja una identidad cercana y profesional, sino también une el lado humano y creativo en el que se desenvuelve. En conjunto, “ANPAGES” también abarca la empatía, la responsabilidad, y la creatividad. De esta forma el nombre no solo representa a la agencia, sino que se empieza a integrar con la propuesta, con el propósito de la agencia y así ser coherente con el concepto, con los valores y el estilo permitiendo que cada

proyecto editorial realizado refleje la identidad de ANPAGES a través de este estilo minimalista, fluido y profesional.

Valores

Según, Ayuda en Acción (2025). Los valores son como el ADN de nuestra ética y moral

que nos permite convivir de manera justa con los demás. Es por ello por lo que en los valores de ANPAGES destacan la responsabilidad, empatía, creatividad y ser una guía.

La responsabilidad. se encuentra en el compromiso, puntualidad y calidad que le da a cada proyecto generando seguridad en los resultados, para que sean profesionales y confiables.

La empatía. se manifiesta al poder comprender las necesidades de cada cliente para poder reflejar su esencia en cada trabajo, interpretar como perciben la información, en qué manera les gustaría interactuar para trasladar dicha información en cada propuesta visual-

La creatividad. es vista en que buscamos constantemente soluciones visuales innovadoras, actualizadas para poder diferenciar a nuestros clientes en el entorno digital de hoy en día.

Guía. representa la orientación, el compañerismo que ANPAGES brinda a los clientes, orientándolas al buen camino, uso de sus piezas editoriales y dar el apoyo en el crecimiento del negocio.

En relación con los valores, la agencia ANPAGES define su misión, visión como complemento fundamental para el desarrollo de la agencia.

Misión. Dar soluciones editoriales que ayuden a comunicar a los emprendimientos del rubro de belleza sus servicios, productos de manera digital, clara e interactiva.

Visión. Ser una agencia reconocida por desarrollar propuestas editoriales creativas y profesionales, contribuyendo al crecimiento y posicionamiento de marcas de belleza en el entorno digital.

Propuesta para la nueva marca

ANPAGES propone la creación de piezas editoriales para fortalecer la presencia de estas emprendedoras en el rubro digital. La propuesta de diferencia con ayuda de los valores diferenciales como tener el conocimiento de estrategias de comunicación visual es decir no solo se diseñará el contenido sino también se trabajará la organización y presentación clara dentro de las piezas editoriales. Además, se busca ser una guía, un acompañante para nuestras clientas, enseñándoles a utilizar de forma correcta los catálogos interactivos, brochures. Y por último cumplir con rapidez y eficiencia para así garantizar la responsabilidad y puntualidad con nuestro público.

Habilidades gráficas

Como menciona la Escuela de Codesarrollo (2020) si desarrollamos habilidades nos convertimos en personas emocionalmente inteligentes, seremos capaces de aplicar estas habilidades en la interpretación de las emociones de aquellos con quienes nos relacionamos. Es por ello por lo que, ANPAGES desarrolla habilidades que fortalecen su propuesta.

El diseño editorial. Es la habilidad principal orientada a la creación de piezas tales como catálogos, brochures, teniendo en cuenta el uso correcto de las maquetaciones, diagramación y composición, de textos y figuras, aplicando los estilos tipográficos y respetando la línea gráfica.

25

Figura 10

Icono de diseño editorial

La planificación y organización. Permite estructurar la información de manera clara, ordenada utilizando jerarquías en los elementos y recursos gráficos adecuados para dacilitar la compresión del cliente y genere más dinamismo e impacto.

Figura 11

Icono de planificación y organización

El tratamiento de imágenes. Otra habilidad importante y fundamental en el rubro de belleza, se mejora la calidad, los colores de las piezas, para transmitir ese cuidado de los emprendedores con sus clientes.

Figura 12

Icono de tratamiento de imágenes

Desarrollo del Tratamiento Gráfico

Objetivos específicos del manual de identidad corporativo

En cuestión del manual de identidad de ANPAGES tenemos el objetivo principal que se enfoca en ser una guía visual que muestre la identidad de ANPAGES lo profesional, coherente y los valores de la marca.

En objetivos específicos el manual definirá los lineamientos visuales que garanticen la coherencia de la línea gráfica en digital y editorial. También mostrará una guía clara de la creación del logo, los usos correctos e incorrectos, la paleta de color y tipografía seleccionada. El manual también indicará la manera correcta de la marca en catálogos interactivos, piezas editoriales digitales y otros medios de comunicación visual. Además, se incluirá variaciones del logotipo y aplicaciones en distintos formatos digitales, se indicará el uso de recursos gráficos, patrones y estilo de fotografía.

Selección de colores

Decía el pintor francés Marc Chagall que los colores son la vida y no podemos quitarle la razón, pues forman parte de nuestro día a día en todo lo que nos rodea hay color y simbolismo. Es por ello que la paleta de colores de ANPAGES está conformada por los colores primarios y secundarios que ayuda a mantener una identidad sólida.

Colores primarios. Se encuentra el rojo en tono vino (#941916) y el beige (#F5F5DD).

El rojo vino transmite la elegancia, cercanía, pasión, además genera una conexión directa con el público femenino. Por otro lado, el beige aporta calidez, equilibrio y sofisticación y ayuda como soporte visual que suaviza la intensidad del color principal.

13 14 15

Colores secundarios. Se utiliza el blanco (#FFFFFF) y el gris oscuro (#4B4B4B), los cuales acompañan a los colores principales la limpieza, contraste y una mejor legibilidad en las piezas. Todos estos tonos refuerzan el minimalismo.

Figura

Logo Naming ANPAGES

Figura

Selección de colores

Figura

Logotipo con retícula

28

Figura 16

Las variables de logotipo

Definición del tratamiento digital de fotografías

ANPAGES quiere reflejar una línea visual moderna, emocional y conectada con el público es por ello por lo que las imágenes tendrán un tono rojo vino, que es el color principal de la marca para así transmitir el profesionalismo, elegancia, y cercanía. Tendrá también una iluminación equilibrada para resaltar detalles.

Este tratamiento se realizará en programas de diseño como Adobe Photoshop, aplicando las técnicas aprendidas como corrección de color, ajuste en contraste y brillo y estás imágenes serán adaptadas a distintos formatos digitales como reels, carrusel, stories y post en redes sociales teniendo en cuenta el tamaño y proporción.

Estas aplicaciones visuales se utilizan en diferentes formatos y estructuras digitales, específicamente en las redes sociales para así poder seguir la coherencia de la identidad visual y dejar huella en estos canales.

29

14

Conceptualización de los estilos de colores.

Según Yarlenis Muñoz (2025) indica que hoy en día, el efecto duotono es muy utilizado para darle un estilo moderno, vibrante y minimalista a fotografías, fondos, diseños que necesitan destacar visualmente sin sobrecargar.

De esta manera el estilo general de ANPAGES será minimalista reflejando simplicidad, limpieza visual y a la vez elegancia y profesionalismo, se usará un estilo duotono y color block junto a la paleta de color seleccionada compuesta por gris, beige, marfil suave y el rojo vino, colores que se aplicarán en textos, fondos y contrastes. Toda esta selección es para obtener una composición limpia y equilibrada.

Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual

Diagramación

Como menciona Arturo Costa (2025) La diagramación, también conocida como diseño de páginas o maquetación, es una disciplina fundamental en el ámbito del diseño gráfico y editorial. Se refiere al proceso de organizar visualmente los elementos gráficos y textuales en un soporte, ya sea impreso o digital, con el objetivo de transmitir información de manera clara, atractiva y funcional. En relación con esto, en el estilo de diagramación en ANPAGES se busca organizar los elementos de las piezas respetando la jerarquía, legibilidad y los espacios en blanco.

Y, sobre todo, trabajar en las buenas maquetaciones y retículas para mantener el orden y el equilibrio de la composición.

30

Aplicación de colores

En cuanto a la aplicación de colores el rojo vino se emplea en íconos, títulos y recursos gráficos para que transmita determinación, fuerza, y pasión a primera vista. Los colores neutros serán la base para así ofrecer claridad, armonía y orden en las composiciones permitiendo que

todos los elementos tengan un respiro visual. En sí esta aplicación busca mantener coherencia en todas las piezas editoriales para poder posicionarse y reconocerse fácilmente.

Retoques fotográficos

Tal como indica Todosloshechos (2022) el retoque fotográfico es una técnica que nos ayuda a obtener una imagen modificada, ya sea para mejorar la calidad, el realismo, o detalles y para llevar a cabo dicho proceso se utilizan mayormente programas.

Todo este tratamiento gráfico representa la línea establecida del manual de identidad corporativa de ANPAGES, para indicar y mantener la cohrencia tanto en el uso de color, tipografías, estilo visual y los elementos gráficos en cada pieza elaborad.

Figura 17

Trabajo retoque Beauty-Antes

Figura 18

Trabajo retoque Beauty-después

En este retoque se comenzó eliminando los granitos y manchas de la chica para que se vea más limpia y cuidada, luego se usó la herramienta de pincel mezclador para darle suavidad a la piel sin perder la textura. Se ajustaron las sombras y luces para no perder el volumen del rostro y para finalizar ajustamos la iluminación y resaltamos los labios y la sonrisa. Mi intención fue retocar y realzar la belleza natural de la modelo sin alterar su esencia

Figura 19

Trabajo retoque Producto-antes

32

Figura 20

Trabajo retoque Producto-después

En este retoque se buscó hacer más atractivo y llamativo el producto, resaltando sus colores, logo, e ingredientes. Primero se mejoraron las luces y las sombras para resaltar más el volumen del producto.

También se reemplazó el fondo por un tono que combina con el producto y se añadió una base de madera que transmite lo casero, se ajustó los colores en tonos rojos y naranjas.

El objetivo de este proceso fue reforzar la identidad del producto y verlo mucho más llamativo para captar la atención del público objetivo.

33

Figura 21

Trabajo retoque Maquillaje-antes

Figura 22

Trabajo retoque Maquillaje-después

Se realizó un maquillaje digital en el rostro de la modelo para resaltar la belleza natural, y lo que ofrece los productos aplicados. Se aplicaron sombras en los ojos, rubor en las mejillas y

labial no tan fuertes ya que se buscó un acabado más fresco y limpio.

Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales

Desarrollo de Marca para Medios Digitales

Estrategia Digital

En la estrategia digital de ANPAGES tenemos primero la identidad visual que es definida por el estilo minimalista, en donde predomina el color rojo vino que transmite cercanía con el público objetivo para así tener una comunicación cercana y profesional. El tono comunicativo se enfocará en la empatía, en ser una guía con el cliente y usar al máximo la creatividad para que el cliente se sienta en confianza y acompañamiento con la marca.

Como menciona la Universidad Unir México (2021) la estrategia digital se centra en el uso de la tecnología y los medios digitales para crear valor dentro de una empresa. Es vital estar donde están los clientes, y en la actualidad los clientes están en el internet. Es por ello por lo que en la estrategia digital de ANPAGES habrá un plan de contenidos conformado por catálogos interactivos, carruseles y reels que serán creados teniendo en cuenta los valores diferenciales: estrategia en redes sociales, acompañamiento y rapidez.

Entre las estrategias digitales tenemos, la metodología SMART que nos ayuda a plantear las metas de forma claras, medibles y alcanzables dentro del periodo de tres meses. Se quiere lograr incrementar la visibilidad de ANPAGES y captar clientas en el rubro de belleza a través

de redes sociales, para poder conseguir un aumento de 30% y obtener 100 nuevos seguidores en cada mes.

Tenemos otra estrategia, el embudo digital acompañado de la estrategia AIDA, en donde se organiza mediante etapas y fases. En la etapa atención se mostrará contenido visual que impacte usando las piezas editoriales en reels dinámicos, para así captar de manera inmediata a

los usuarios en el primer instante. En la siguiente etapa interés, destacaremos el valor diferencial de ANPAGES, mostrando que somos guías que es nuestro valor diferencial ante la interacción para brindar soluciones ante dudas o fallas y así generar confianza.

En la etapa de deseo mostramos nuestros resultados, la eficacia de nuestros trabajos y los antes y después para generar confianza. Finalizando con la etapa de acción, hacemos el seguimiento y asesoría con los clientes para lograr así la fidelización y generar.

De acuerdo con todo lo planteado también se desarrolla una parrilla de contenidos de cuatro semanas, nos ayuda para organizar el tipo de publicación y en que plataforma será subida para así poder tener activas las redes sociales e ir posicionándonos en ellas, la parrilla también nos ayuda a poder modificar y volver analizar si algo está fallando en los contenidos.

Figura 23

Objetivos SMART

Figura 24 *Embudo digital-AIDA*

Figura 25 *Parrilla de contenidos*

Selección de los medios digitales

Según Sara Martín (2025) Facebook está a la cabeza del ranking de redes sociales con unos 2.271 millones de usuarios aproximadamente, Youtube es la segunda plataforma más utilizada en el mundo por los internautas, Instagram ha alcanzado ya los mil millones de usuarios en todo el mundo, lo que coloca a esta red social en el top 3 de las redes más utilizadas y TikTok es de las redes sociales más nuevas actualmente, y una de las más utilizadas con más de 1600 millones de usuarios activos al mes. De acuerdo con esto, se seleccionaron tres medios digitales para presenciar la marca ANPAGES que son.

Tiktok. Será el medio principal, para publicar reels, videos cortos mostrando el proceso, tips de diseño, testimonios personales, todo el contenido será dinámico y fácil de comprender.

Instagram. También se utilizará debido a la opción de permitir subir carruseles, posts y así nos ayudará a exhibir el portafolio ANPAGES y establecer una conexión directa con las clientas.

Facebook. Se selecciona por su alta capacidad de alcance y su variedad de formatos para compartir contenido informativo. Facebook permite conectar con emprendedoras del rubro de belleza mediante publicaciones educativas, consejos que refuerce los servicios de ANPAGES.

Figura 26

Página de facebook e instagram

Figura 27 *Cuenta de Instagram*

Figura 28

Cuenta de tiktok

Recursos Audiovisuales

De acuerdo con Maracuyá Contenidos (2024) Los recursos audiovisuales son medios que integran elementos visuales y sonoros para transmitir mensajes y contenidos educativos de forma eficaz. Estos recursos pueden incluir videos, audios, animaciones y más, todos diseñados para

mejorar la comprensión y facilitar el aprendizaje de conceptos complejos.

Es por ello por lo que para difundir la agencia ANPAGES en lo digital se editará un reel para mostrar los servicios y procesos de una manera más dinámica y creativa. Esto con ayuda de recursos audiovisuales usando fotografías retocadas, ilustraciones seguidas por la línea gráfica que es minimalista, animaciones suaves, pero entretenidas y tipografía alineada con la identidad visual de ANPAGES.

En el reel se mostrará las partes más claves como el diseño editorial digital en la creación de catálogos interactivos, brochures pero todo esto con el acompañamiento de los 3 valores diferenciales, es decir también se mostrará las habilidades de ANPAGES. Además, se utilizará música con ritmo fluido, suave y transiciones limpias que ayudarán a transmitir la energía, pasión y profesionalismo con las que hace los trabajos ANPAGES.

Estos recursos audiovisuales serán muy útiles para atraer y entretener al público, comunicar de forma atractiva el propósito de nuestra marca y fortalecer el posicionamiento de ANPAGES en las redes sociales como Instagram y TikTok. Elabora la estrategia digital para crear un valor de marca en su portafolio. Además, se debe realizar un reel de manera creativa y dinámica con la finalidad de mostrar lo que la marca tiene para ofrecer.

40

Figura 29 *Recursos audiovisuales para reel*

Beneficios

Como dijo el exjugador estadounidense Richard Sherman profesional de fútbol americano, “Si dedicas trabajo, tiempo y esfuerzo, recogerás los frutos”. A partir de esta frase, los beneficios que obtendremos en ANPAGES. En primer lugar, una estrategia digital bien desarrollada ayudará a construir la identidad visual más reconocible y coherente ayudando a transmitir confianza, profesionalismo y una comunicación clara con el público.

Además, la selección de medios digitales en este caso Instagram, Tiktok y Facebook, nos beneficiará al colocar la presencia de ANPAGES en plataformas digitales en donde se encuentra el público objetivo. Esto permitirá elevar la visibilidad de la marca, a conseguir un posicionamiento y conectar con las emprendedoras del rubro de belleza aprovechando la facilidad de interacción en estos medios.

Por último, el uso de los recursos audiovisuales en la creación del reels potenciará el posicionamiento de la marca de una forma más divertida, atractiva y emocional para evitar el

aburrimiento con nuestro público. Estos contenidos mejorarán el engagement y reforzará la

identidad de ANPAGES y facilitará que nuestro público entienda los servicios, procesos y trabajos de una forma más resumida y tenga una conexión con la marca ANPAGES.

1 **Implementación de la Marca para Diversos Espacios y Formatos Digitales y Web**

Contenido de las publicaciones

Como señala Nerea Boada (2024), Una de las ventajas del contenido en redes sociales es que puedes llegar a una gran audiencia potencial ya que aproximadamente 4.500 millones de internautas utilizan las redes sociales. Además, los usuarios a nivel global pasan un promedio de dos horas y 23 minutos en plataformas de redes sociales, lo cual es una gran cantidad de tiempo muy significativo que no para tampoco de crecer.

Por ello, ANPAGES en su contenido presenta proyectos de diseño editorial interactivos, para así mostrar en ello resultados finales, el proceso creativo del proyecto, incluir consejos de cómo hacer una buena investigación y como tratar con posibles clientes. Se usará fotografías retocadas, limpias, y bien cuidadas para así transmitir la dedicación a los detalles, ilustraciones minimalistas para así seguir con la línea gráfica de la marca, y ejemplos de catálogos interactivos. En lo tipográfico se utilizará textos breves, cortos y claros, no textos largos para evitar el aburrimiento del usuario y se mantendrá lo profesional que expliquen el valor de ANPAGES.

Además, se mostrará el cómo es el uso de los trabajos finalizados de cada proyecto para

que el usuario tenga mejor entendimiento de nuestros servicios como agencia. Todo está pensado para que le usuario vea de forma dinámica los contenidos en las piezas gráficas que se mostrará en los medios digitales seleccionados y la agencia no se vea tan aburrida o estática en sus publicaciones.

42

Comunicación y lenguaje visual

Según Ane (2025) La comunicación en redes sociales no es solo una cuestión de visibilidad, es una forma de construir confianza y de darle voz a tu marca.

Hoy, más que nunca, las audiencias buscan autenticidad, conversación y marcas con las que se sientan identificadas. En coherencia con ello, ANPAGES se comunicará con un estilo profesional, cercano y con empatía y así reforzar el concepto de lo que es ANPAGES. En lo gráfico se mantendrá la paleta de colores que ya está definida; liderando el color rojo vino acompañado de tonos beiges y gris, en la tipografía será minimalistas entre serif y san serif para que haya un contraste entre los textos, el estilo fotográfico será limpias y los recursos gráficos minimalistas.

El tono en el lenguaje será orientado a la guía, claridad y acompañamiento que reforzarán los valores diferenciales de la marca: la responsabilidad, creatividad y empatía. En lo visual las piezas gráficas serán construidas manteniendo un orden, jerarquía, buena alineación, armonía en la paleta de color y espacios blancos para que el usuario tenga respiración visual. Si se respeta la línea gráfica y la coherencia en la creación permitirá mantener y crear un estilo en todas las plataformas y así generar reconocimiento profesional de ANPAGES.

Carrusel de Instagram

En el carrusel para el Instagram de ANPAGES se planteó una pieza visual con estrategia.

Se presentarán de forma llamativa los servicios de la marca conteniendo elementos atractivos y orientados a la acción. Su estructura estará formada entre una introducción enganchadora,

43

desarrollo de los servicios y un cierre con un CTA que incita la interacción y conexión con el público.

El contenido está conformado por preguntas y mensajes directos que buscan conectar emocionalmente con el público objetivo en este caso emprendedoras que desean mejorar su

servicio y presencia en lo digital. Durante el carrusel se emplean mockups donde se muestran los trabajos de catálogos, diseño de redes sociales que sirven como evidencia y resultados para generar confianza con el cliente.

Por último, el carrusel integra un CTA cuya función es invitar al usuario a indagar más sobre ANPAGES y explorar más el portafolio y conectar con la marca. Esta pieza gráfica no solo muestra los servicios sino también posiciona a ANPAGES como una guía confiable y profesional especializada con el diseño editorial digital.

Figura 30

Carrusel Servicios ANPAGES

Post de Facebook

El contenido para Facebook será informativo-educativo para así explicar de manera clara los servicios de ANPAGES, incluirá breves tips, consejos, pasos y datos claves relacionados al diseño editorial. Será adaptado al formato de Facebook respetando la línea gráfica, la paleta de color y tipografías con imágenes retocadas en Ps y gráficos claros trabajados en Ai.

El objetivo de este contenido está orientado a crear interacción mediante información útil para emprendedoras que buscan reforzar su negocio. Por último, también se incluirá enlaces que dirigen al portafolio y medios de contactos para conversar con la marca, facilitando la conexión de los clientes con ANPAGES.

Figura 31

Post para Facebook

45

Figura 32

Posts para Facebook

Reel para Tiktok

El reel diseñado para TikTok responde a la necesidad de comunicar los servicios de ANPAGES mediante un formato dinámico, breve y altamente visual, propio de esta plataforma. Su estructura se plantea de forma persuasiva enfocada en captar la atención en los primeros segundos de manera clara, y mostrar el valor de los servicios de diseño editorial digital y diseño para redes sociales.

46

En conjunto, el reel cumple con los objetivos de informar, atraer y generar recordación en un formato altamente consumido por el público, posicionando a ANPAGES como una marca actual, versátil y preparada para comunicar de manera efectiva en plataformas de alto alcance como TikTok.

Figura 33

Reel para Tik Tok

Enlace: https://drive.google.com/file/d/1oSnf18bixetZZu1wXRsdR8Kf9ri72adQ/view?usp=sharing

Presentación de Propuesta del Portafolio Digital

Figura 34 *Portada de Portafolio*

Figura 35 *Presentación de Fundadora*

Figura 36 *Proyecto Editorial Digital-Beauty Spa*

Nota. -Trabajo que se mostrará en el portafolio

Figura 37

Proyecto Editorial Digital-Beauty Spa

Nota. -Trabajo que se mostrará en el portafolio

Capítulo IV: Lanzamiento de la Marca

Uso de las Tendencias Actuales de Animación

Motion Graphics y animaciones suaves

Según Weikstudio (2025) Los motion graphics son una forma de animación que combina el diseño gráfico con movimiento y sonido y ayuda en comunicar mensajes de manera visualmente atractiva a diferencia de la animación tradicional. Es por ello que el reel de ANPAGES, se desarrolla a través de esta tendencia de animación para poder estar actualizados.

Interacción y simulación de uso real

Otra tendencia que será aplicada en ANPAGES es la muestra de mockups interactivos es decir se muestra cómo es la navegación de los catálogos digitales desde diferentes dispositivos tanto como los celulares y tablets. Esto ayuda a mostrar de manera visual cómo los usuarios van a interactuar con las piezas desarrolladas por la agencia.

Minimalismo visual

Para la línea gráfica se propone usar composiciones simples, limpias con espacios en blanco acompañado con la jerarquía en los elementos, usando el estilo minimalista para trasmitir delicadeza, elegancia y claridad en la comunicación visual.

Objetivo de las tendencias aplicadas

Se seleccionaron estas tendencias para obtener como objetivos la conexión con el usuario, que ellos se sientan en confianza y en guía para así reforzar los valores diferenciales de

ANPAGES y poder mejorar la experiencia mediante nuestro contenido que sea dinámico y funcional.

Storytelling

Según Jairo Obando (2024) La importancia del storytelling radica en la manera en que moldeamos las narrativas, transformándose en experiencias cautivadoras que desde el primer momento logran conectar con nuestra audiencia y, en última instancia, alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto. Es por ello que el reel de ANPAGES, se desarrolla a través de los siguientes puntos:

Asimismo, en la creación del reel se usará tendencias como el minimalismo visual, el uso de transiciones y animaciones suaves y mostraremos cómo es la interacción con dispositivos móviles para así hacer una experiencia dinámica, clara y enfocada netamente en el usuario.

Propósito del mensaje: El propósito principal es exhibir la marca ANPAGES, mostrar los servicios que ofrece, qué y cómo aporta valor a emprendedoras del rubro de belleza. También destacar el valor diferencial de guía en toda la narrativa, no solo hacer un vídeo, sino que el público sienta esa conexión y acompañamiento con la marca y sin perder que todo el contenido tenga sentido desde el inicio hasta el final.

Conexión emocional con el público: Se busca en el storytelling una cercanía, relación y conexión con el público objetivo a través de insight y con ayuda de frases breves, directas para así también mejorar nuestra imagen, comunicación y destacar entre la competencia. El objetivo de todo esto es que los usuarios se identifiquen con la situación y que piensen que ANPAGES comprende su situación y necesidades para así brindar soluciones.

Presentación visual de la información: La estructura del storytelling será ordenada y limpia, primero será la introducción con el logotipo de ANPAGES para poder reforzar el

posicionamiento y reforzamiento de la marca, luego se muestra los mejores trabajos para generar impacto en los usuarios como (catálogos, brochures y otras piezas editoriales) como evidencia visual mientras también se coloca frases de motivación, de crecimiento para poder tener el mismo objetivo de un emprendedor, y termina en un llamado de acción al usuario. Todo esto ayuda a que la secuencia permite que el mensaje sea claro, fluido y fácil de entender y recordar. También, se editará en una parte del reel la interacción, el uso de nuestros servicios usando una mano navegando por los catálogos en iPad, celulares, para así enfocarnos en la tendencia de simular el uso real del servicio y facilitar al usuario su comprensión.

Alineación con la personalidad de la marca: El tono y la personalidad de ANPAGES refleja los valores diferenciales que son la empatía, la guía, el profesionalismo. Cada texto es decir las frases en el storytelling está pensado para comunicar cercanía y seguridad, y así reforzar y presenciar la personalidad de la marca y generar conexión con el público. Según Adrián Rodríguez en Treintaycinco (2019) Un storyboard es una hoja de ruta durante la producción de un contenido audiovisual. Como si fuese un guión, el storyboard nos guía visualmente a lo largo

de todo el proceso de producción. Bajo este concepto, el storyboard de ANPAGES se planifica en base a estos puntos:

Organización de escenas: Se define los elementos gráficos que aparecerán en las escenas como el logo, las frases, los mockups de los trabajos realizados, mockups de celulares, ipads con las piezas editoriales y el llamado de acción a los usuarios.

Diseño de transiciones: Aquí se toma en cuenta la animación de la transición de una escena a otra. En el caso de ANPAGES se usará movimientos suaves, transiciones limpias enfocadas en las páginas de diseño editorial y desplazamiento en los feedbacks de las redes

sociales. Esto ayuda a que nada se sienta abrumador y ayuda a una experiencia visual más profesional.

Definición de movimiento: Aquí se identifican los movimientos de cada elemento ya sea rotación, zoom con escala en el logo, en los mockups y los textos. Estos efectos mantienen el dinamismo y nos ayuda a mantener entretenida a la audiencia.

Tiempos y sonido: Nos ayudan a pautear la duración de cada escena y el tiempo de aparición de cada elemento o recurso. El sonido tiene que ir de acorde con las transiciones y sus tiempos.

Comunicación visual

La comunicación visual nos ayudará a reforzar la identidad de ANPAGES en los colores, tipografías y formas. También ayuda a mantener la coherencia y la estética en cada elemento presentado para así seguir una sola línea gráfica.

La paleta de colores se mantendrá con el rojo vino como color principal, acompañado del color secundario el beige y una gama de tonos neutros. Asimismo, se aplicará una jerarquía tipográfica, las retículas y márgenes para ordenar los elementos.

Además, la comunicación se encargará de que cada escena se integre manteniendo el ritmo y armonía. Esto incluye no dejar de lado la dirección de las transiciones, el balance entre los espacios llenos y blancos y mantener la legibilidad para que el mensaje sea claro y directo en pocos segundos.

Figura 38

Guía de Comunicación Visual

Identificación del Valor Diferencial de la Marca

Valor diferencial 1

ANPAGES destaca en planificar, comprende el mundo digital; va más allá, no se fija solo en la imagen, ella ve cómo cada elemento visual interactúa en redes. Además, Anpages no solo crea contenido connotativo, lo hace con intención, analiza algoritmos, formatos y qué le gusta al público. Igualmente, Anpages te da su apoyo total, encargándose del diseño, también gestiona y promociona en redes sociales, dando una imagen uniforme, mensajes que capturan, y una estrategia para que cada marca se vea.

Figura 39

Icono de valor diferencial: Estrategia y conocimiento digital

Valor diferencial 2

ANPAGES aspira a ser una mentora para cada cliente ofreciendo más que simples diseños editoriales digitales de hecho también brinda asesoramiento a la medida sobre el uso de sus catálogos interactivos y el manejo de redes sociales. Esta propuesta de valor se enfoca en instruir y asistir a las propietarias de salones de belleza en el proceso de una eficaz aplicación de sus elementos gráficos de igual modo en apoyo a su desarrollo digital.

Figura 40 *Icono de valor diferencial: Guía y acompañamiento digital*

55

Valor diferencial 3

ANPAGES es conocida por entregar resultados de primera categoría de inmediato, y mantiene las líneas de comunicación con los clientes súper suaves. La velocidad no se trata solo de lograrlo rápido; Es un plan inteligente que mezcla algo de planificación, conocimientos digitales y las herramientas adecuadas para el diseño editorial. Gracias a un enfoque bien planificado, cada paso está ajustado, desde la idea inicial hasta el lanzamiento final, asegurándose de alcanzar nuestros objetivos sin perder nuestra chispa creativa.

Figura 41

Icono de valor diferencial: Rapidez y eficiencia

Valor diferencial 4

En ANPAGES no solo se elabora diseños estáticos, sino que creamos diseños interactivos que permiten a nuestros clientes navegar de forma dinámica, práctica y fácil para que puedan comprender los servicios de manera cercan y funcional.

56

Figura 42

Icono de valor diferencial: Experiencia interactiva

Valor diferencial 5

Nuestros diseños están elaborados pensados para su variedad de visualización como celulares, tablets, pc, considerando que son los medios principales hoy en día del público objetivo, lo que nos ayuda a brindar una comunicación e interacción efectiva y accesible.

Figura 43

Icono de valor diferencial: Diseño trabajado para distintos formatos móviles

Determinación del presupuesto

Tabla 1 ***Tabla de costos de total del proyecto***

Tabla 2 ***Tabla de costos de total del proyecto***

Determinamos los recursos indispensables para el proyecto de agencia ANPAGES para poder desarrollarlo.

Primero tenemos los costos relacionados con el alquiler y espacio, el equipo que es la laptop para diseñar y la lincencia de Adobe Creative Cloud, todos estos elementos para desarrollar las piezas editoriales digitales y los recursos visuales. En segundo lugar, se considera

también los servicios de red y difusión por ejemplo el internet, la paga para la publicidad en Meta Ads y TikTok, estas ayudan a poder difundir la agencia y tener mejor alcance en los medios. En tercer lugar, tenemos los recursos complementarios como materiales promocionales, papelería, disco externo se considera estos debido a que nos ayuda a optimizar el trabajo y otra producción mucho más organizada.

Finalmente, el presupuesto total para el proyecto resulta de un total de S/ 12,499 de inversión para la creación de la agencia y la identidad de ANPAGES ofrecida a las emprendedoras de belleza.

Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación

Como menciona Arturo (2024) Un elevator pitch es una herramienta poderosa que permite transmitir una idea, producto o propuesta en un breve periodo de tiempo, generalmente el tiempo que dura un viaje en ascensor.

Esta presentación rápida es esencial no solo para atraer la atención de los oyentes, sino también para hacer que tu propuesta se destaque en un entorno competitivo. A partir de ello para lograr un buen elevator pitch se abarca en base a estos puntos:

Según Automated (2024) Entender tu audiencia destinada es clave para crear contenido relevante y atractivo. Cuando adaptas tu mensaje para satisfacer los intereses y necesidades de tu audiencia, el compromiso típicamente aumenta. También es una forma de fomentar una

conexión; los lectores o consumidores aprecian cuando sienten que los entiendes. En relación con ello, el pitch está enfocado a emprendedoras de salones de belleza y negocios del rubro estético que buscan mejorar la interacción y su presencia en el medio digital.

Según información del diario El Peruano (2024) la industria de belleza en el Perú mueve más de 8,800 millones de soles al año, demostrando una alta demanda en servicios y productos relacionados a la buena imagen y bienestar personal.

Frente a estos datos, ANPAGES identifica el problema que muchos de estos salones no saben demostrar sus servicios de forma clara y rápida. Aquí se propone soluciones editoriales digitales como catálogos y brochures que ayudan a solucionar y organizar la forma de presentar los servicios de una manera interactiva, rápida y eficaz.

ANPAGES identifica las necesidades como mejorar su presentación, la facilidad de sus

clientes con sus servicios, ordenar el contenido en piezas editoriales para así poder tener esa conexión con los clientes, para que ellos se sientan entendidos y guiados y vean que ANPAGES no solo se preocupa por los trabajos sino también por lo que ellos sienten y quieren.

ANPAGES integra la creatividad desde el punto inicial del pitch utilizando un tono comunicacional dinámico, entendible y visual. Su diferencial creativo se basa en el diseño editorial digital aplicado a contenidos para redes sociales, mostrando cómo las piezas editoriales pueden adaptarse a estos medios para mejorar las marcas y hacer que se vean más profesionales, el elevator irá acompañado con ejemplos, tiempo corto pero suficiente para mostrar a la vez proyectos con transiciones claras sin perder el estilo minimalista y elegante.

Según Claudia Pradas Gallardo (2020) El concepto de asertividad hace referencia a la capacidad de comunicar a las personas que nos rodean nuestros sentimientos y necesidades, pero evitando herir y ofender a los demás. Es por ello que en el elevator de agencia ANPAGES se

presenta de forma directa, clara y segura, con precisión en lo que ofrece sin rodeos, solo enfocándose en cómo resolver las necesidades de su público objetivo. Todo ello utilizando un tono empático y profesional, pero asegurando transmitir seguridad.

Como menciona Aurora Laporta (2020) Un Elevator Pitch es un discurso o presentación que pretende ser impactante, ágil y rápido ya que debe durar entre 45 segundos y un minuto, ni más ni menos. Una de las principales características del Elevator Pitch es que debe ser claro, conciso y breve. A partir de esto, el pitch de ANPAGES será breve y concreto presentando lo esencial en pocos segundos. La agencia ANPAGES hará una síntesis de su propuesta de valor, sus servicios sin extenderse y a la vez manteniendo un ritmo y tono adecuado para enganchar desde el inicio.

ANPAGES responde de forma anticipada a posibles dudas que tienen, explicando qué hace, para quién lo hace, cómo es el proceso del trabajo y cómo todo lo que hace influye en el mejoramiento de las marcas. Esto ayuda y permite que la audiencia comprenda rápidamente la propuesta y así reducir la necesidad de preguntas, por ejemplo: ¿Qué incluye tu servicio? ¿Cómo me ayudarás a mejorar mi marca? ¿Cuál es la diferencia en tu servicio?

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusión 1

El proyecto ANPAGES evidencia el proceso y desarrollo de una identidad visual profesional dedicada al diseño editorial digital y la creación de piezas gráficas para redes sociales. Mediante una comunicación visual amigable, guiadora y empática, una paleta de colores enfocada en la pasión y dedicación, el uso de retículas y jerarquías tipográficas, con todo ello se logra transmitir orden, profesionalismo y estética conectando así con el público objetivo del rubro de belleza.

Conclusión 2

La planificación estratégica del contenido de ANPAGES refleja un buen uso del modelo AIDA y objetivos SMART que ayudó a organizar los contenidos en cada etapa para así fortalecer la conexión con el público, captar atención, deseo e interés. Esto nos permite en planificar mejor visualmente para mejorar el posicionamiento e interacción con los usuarios mediante medios digitales.

Conclusión 3

Al aplicar nuevas tendencias de animación como los motion graphics, storytelling, storyboard y elevator pitch nos ayudó a reconocer la relevancia de estos al crear mensajes emocionales en lo audiovisual para conectar con las emprendedoras. Además, al incluir mockups interactivos animaciones suaves permitió reforzar nuestra identidad, valor diferencial y objetivos.

Conclusión 4

Por último, este proyecto de la agencia ANPAGES nace para dar solucion a una necesidad actual del mercado, donde gran cantidad de salones de belleza no solo desean mostrar sus servicios sino también poder brindar a sus clientas una experiencia más rápida y ordenada mediante lo actual que son las herramientas digitales que es donde su público objetivo se encuentra mayormente.

Recomendación 1

Se recomienda mantener y respetar la línea gráfica mediante las aplicaciones constantes en impreso, y elaboración digital. Esto permitirá y ayudará a estandarizar futuros proyectos editoriales y piezas para redes sociales, ya que asegura la coherencia visual y fortalece el posicionamiento en los entornos digitales y ante nuestros posibles clientes.

Recomendación 2

Se recomienda siempre actualizar y analizar constantemente las estrategias aplicadas tanto la forma y el contenido en redes sociales, para así buscar mejorías y mayor alcance a futuro en interacción y seguir conectados en el público objetivo.

Recomendación 3

Se recomienda siempre ir indagando de nuevas tendencias actuales tanto de animación y diseño para los contenidos en redes para así poder destacar ante la competencia y no quedarnos atrás y también con el fin de impactar y hacer recordar la agencia.

63

Recomendación 4

Finalmente se recomienda a futuros colegas diseñadores gráficos desarrollar propuestas de proyectos enfocados en brindar soluciones a problemas actuales de comunicación aprovechando las nuevas tendencias de tecnología hoy en día para emprendedores, para así crear experiencias digitales más rápidas y dinámicas alineadas a las necesidades del mercado.

64

Referencias Bibliográficas

13 Adrián Rodríguez (2019). *¿Qué es un storyboard y por qué es tan importante?* Treintaycinco. https://35mm.es/que-es-un-storyboard/

8 Ane (2025). *La importancia de la comunicación en redes sociales para tu marca.* La Barba. https://labarbadelseo.com/la-importancia-de-la-comunicacion-en-redes-sociales-para-tu-marca/

Arellano Marketing (2023). *Estilos de vida.* https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/

7 Arturo (2024). *Elevator pitch: qué es, su importancia y cómo prepararlo bien.* Ruta Emprendedor. https://www.rutaemprendedor.com/elevator-pitch-que-es-su-importancia-y-como-prepararlo-bien/

Arturo Costa (2025). *Qué es la diagramación un ejemplo.* DCINL.https://dcinl.com/que-es-la-diagramacion-un-ejemplo/

10, 11, 12 Aurora Laporta (2020). *Elevator Pitch: qué es y claves para elaborarlo paso a paso.* APD. https://www.apd.es/que-es-elevator-pitch-y-como-elaborarlo/

Automated (2024). *¿Qué significa público objetivo? Importancia y consejos para identificarlo.* https://www.automateed.com/es/que-significa-publico-objetivo-importancia-y-consejos-para

Ayuda en Acción (2025). *Qué son los valores humanos y los 10 valores más importantes.*

https://www.byronvargas.com/web/cual-es-el-proposito-de-crear-un-portafolio-digital/

Byron Vargas (2024). *Descubre la importancia de crear un portafolio digital para tu presencia online.* https://www.byronvargas.com/web/cual-es-el-proposito-de-crear-un-portafolio-digital/

Claudia Pradas Gallardo (2020). *Qué es la asertividad y ejemplos.* Psicología-Online. https://www.psicologia-online.com/que-es-la-asertividad-y-ejemplos-2318.html

El Diario mx (2022). *La importancia de LA IDENTIDAD.* https://diario.mx/opinion/2022/nov/14/la-importancia-de-la-identidad-913607.html

65

El Peruano (2024). *Belleza y cuidado personal: una industria que se afianza.* https://www.elperuano.pe/noticia/237309-belleza-y-cuidado-personal-una-industria-que-se-afianza

Escuela de Codesarrollo (2020). *La importancia de desarrollar habilidades para la vida.* https://escueladecodesarrollo.com/2020/09/19/la-importancia-de-desarrollar-habilidades-para-la-vida/

Ipsos (2023). *Explorando los Niveles Socioeconómicos en Perú.* https://www.ipsos.com/es-pe/explorando-los-niveles-socioeconomicos-en-peru-la-nueva-formula-y-puntos-claves-para-su

Jairo Obando (2024). *Storytelling; su importancia en la creación de contenido.* LinksTIC. https://linktic.com/blog/storytelling-conoce-su-importancia-en-la-creacion-de-contenido/

Juan Gonzalez (2024). *La creatividad en Diseño Gráfico: Un motor de Ideas y Soluciones.* Creativia. https://crativia.com/creatividad-en-diseno-grafico/

La Razón (2023). *¿Qué es un portafolio digital y cómo puede impulsar tu negocio o carrera profesional?.* https://larazon.pe/que-es-un-portafolio-digital-y-como-puede-impulsar-tu-negocio-o-carrera-profesional/

Maracuyá Contenidos (2024). *Qué Son Los Recursos Audiovisuales Y Cómo Se Usan Para La Educación.* https://maracuyacontenidos.com/que-son-los-recursos-audiovisuales-y-como-se-usan-para-la-educacion/

Martín Hernández (2024). *Descubriendo el Significado Profundo del Color Vino: Un viaje por su Simbolismo y Emociones.* ADN MUNDO. https://www.adn-mundo.com/significado-del-color-vino/

Nerea Boada (2024). *Publicidad en redes sociales: qué es, beneficios, formatos y métricas clave.* Cyberclick. https://www.cyberclick.es/numerical-blog/publicidad-en-redes-sociales-que-es-

ventajas-y-beneficios

Richard Sherman (2017). *Richard Sherman en X: "If you put in the work, put in the time, put in the effort, you're going to reap the benefits. https://t.co/ewpwn6ludb" /.* X. https://x.com/RSherman_25/status/872453859461005312

66

Sara Martín (2025). *Redes sociales: listado de redes sociales que se utilizarán en 2025.Metricol.* https://metricool.com/es/redes-sociales-mas-importantes/

Todosloshechos (2022). *¿Qué es el retoque fotográfico?.* https://todosloshechos.es/que-es-el-retoque-fotografico

Universidad Unir México (2021). *¿Qué es una estrategia digital?Importancia y claves para diseñarla.* https://mexico.unir.net/noticias/comunicacion-mercadotecnia/estrategia-digital/

WeikStudio (2025). *¿Qué es motion graphics?.* https://www.weikstudio.com/blog/que-es-motion-graphics-como-usarlo/

Todosloshechos (2022). *¿Qué es el retoque fotográfico?.* https://todosloshechos.es/que-es-el-retoque-fotografico

Yarlenis Muñoz (2025). Duotono: *Qué es y cómo aplicarlo en diseño gráfico.* Digital Web Panamá https://digitalwebpanama.com/blog/duotono-tendencia-aplicada-en-el-diseno-grafico/

67

Anexos

Anexo 1: Desarrollo de marca personal branding- ANPAGES

Link del drive: https://drive.google.com/file/d/1C- N1yy6veBGmza5g39zQAWXQo6Kulh95/view?usp=sharing

Anexo 2: Costos y producción servicio editorial y redes sociales-ANPAGES

Link del drive: https://drive.google.com/file/d/1987fEX9oP3J4DFyjtSHQecucMB-zjozI/view?usp=sharing