

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### *La ilustración digital aplicada en la creación y comercialización de una marca*

**Autor: Jorge Augusto Pérez Aguilar**

**Tesis presentada para obtener el título de:  
Licenciado en Diseño Gráfico**

**Nombre del asesor:  
María del Pilar Castro Fragoso**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





**UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA**

**ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO:**

**La ilustración digital aplicada  
en la creación y comercialización  
de una marca.**

**TESINA QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**Licenciado en Diseño Gráfico**

**PRESENTA:**

**Jorge Augusto Pérez Aguilar**

**ASESOR:**

**María del Pilar Castro Fragoso**

**CLAVE:16PSU0010U**

**MORELIA, MICHOACÁN. AGOSTO 2019**







Todo lo que soy ahora se los debo a mis padres, estaré eternamente agradecido ya que nunca han soltado mi mano a lo largo de mis 23 años y mi largo viaje como estudiante; desde preescolar hasta concluir mis estudios universitarios, además de eso doy gracias por el apoyo brindado y los esfuerzos realizados para poder brindarme la oportunidad de estudiar fuera de mi hermoso Apatzingán. Se que ante cualquier situación nunca estaré solo, al igual que ellos nunca lo estarán.

A mis tíos, quienes desde un principio supieron mi intención de venir a estudiar a Morelia Michoacán me abrieron las puertas de su casa acogiéndome como uno más de sus hijos. Estaré siempre agradecido con ellos. Un gran abrazo hasta el cielo para mi tío Ignacio Aguilar M.

Agradezco de todo corazón a mis profesores todo lo aprendido durante estos cortos 4 años universitarios; por la paciencia brindada, llamadas de atención necesarias y consejos compartidos. Ellos con su experiencia laboral son parte fundamental en la formación de todo aquel joven estudiante con el sueño de llegar a ser parte de esta carrera tan bonita.

Y como no agradecerles a mis amigos y compañeros de clase, si gracias a ellos mi paso por la universidad fue fenomenal, gracias por cada risa, apoyo, consejo y momento compartido. El conocer gente nueva y crear vínculos fuertes de amistad es una de las partes más bonitas del trayecto universitario.



- Introducción
- Planteamiento del problema
- Justificación
- Objetivos generales
- Objetivos particulares
- Metodología
- Preguntas de investigación

**CAPÍTULO 1**

**ASPECTOS GENERALES DE LA GESTIÓN**

1.1	¿Qué es una marca?.....	27
1.2	Aspectos esenciales.....	28
1.3	Creación de una marca.....	30
1.4	Objetivos de una marca.....	32
1.5	Valor de la marca.....	33
1.6	Análisis FODA.....	34
1.7	La marca.....	36
1.8	Misión.....	37
1.9	Visión.....	38
1.10	Valores.....	39
1.11	Fortalezas y oportunidades.....	40
1.12	Debilidades y amenazas.....	41

## CAPÍTULO 2

### CONCEPTOS BÁSICOS DEL DISEÑO GRÁFICO

2.1	Identidad corporativa .....	45
2.1.1	Función de la identidad .....	47
2.1.2	Objetivos .....	48
2.2	Ilustración .....	49
2.2.1	Métodos de la ilustración .....	50
2.2.2	Técnicas de la ilustración .....	56
2.3	Marketing .....	60
2.3.1	Fórmula del Marketing .....	61
2.3.2	Las 4 P's. ....	62

## CAPÍTULO 3

### HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

3.1	Encuesta .....	67
3.2	Contenido de la encuesta .....	68
3.3	Diseño de la encuesta .....	70
3.4	Resultados de la encuesta .....	72
3.5	Conclusión de la encuesta .....	77

## CAPÍTULO 4

### MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

4.1	Justificación .....	81
4.2	Imagotipo .....	83
4.3	Grid de trazo .....	84

4.4	Área de seguridad.....	85
4.5	Positivo y negativo.....	86
4.6	Área de reducción.....	87
4.7	Usos correctos.....	88
4.8	Usos incorrectos.....	89
4.9	Gama cromática.....	90
4.10	Tipografía.....	91
4.11	Papelería.....	92
4.12	Redes sociales.....	94

## CAPÍTULO 5

### PRODUCTOS Y ESTRATEGIAS DE LA MARCA

5.1	Líneas de la marca.....	99
5.2	Línea personal.....	100
5.2.1	Precio.....	103
5.2.2	Producto.....	104
5.2.3	Estrategias.....	110
5.2.4	Portafolio de evidencias.....	111
5.3	Línea general.....	116
5.3.1	Precio.....	119
5.3.2	Producto.....	120
5.3.3	Estrategias.....	126
5.3.4	Portafolio de evidencias.....	127

Conclusión del proyecto

Bibliografía

Glosario



La creación de una marca a lo largo de los años, hasta el día de hoy, nunca a sido el punto más difícil de lograr, el penetrar en el mercado objetivo, ser un contrincante fuerte para la competencia, crear propuestas creativas e innovadoras en diseños y/o productos, fidelizar al cliente con la marca y mantenerla a flote es el trabajo difícil por el que tiene que pasar toda compañía, empresa o marca. En el desarrollo corporativo e imagen de una marca es indispensable la ayuda de los conceptos generales del diseño gráfico ya que con estos se logra crear una identidad propia para la marca sin olvidar la definición clara y bien estructurada de sus valores con el fin de forjar la personalidad de esta.

Una marca no solo necesita de una imagen propia para poder salir a su venta, antes de poder llevar a cabo esa acción se requiere de un estudio de mercado, este paso es de mucha importancia ya que con el se pueden resolver dudas, aterrizar ideas, crear estrategias, y lo primordial en todo esto, definir y conocer mejor al público meta, teniendo más claro lo que estos esperan de la marca.

En este proyecto se presenta una propuesta gráfica para Jorge A. Art así como también la definición propia de sus valores y la personalidad con la que se caracteriza dicha marca. Cabe resaltar que la ilustración digital juega un papel de suma importancia dentro de este proyecto tanto para la creación de la marca como para la comercialización de la misma, por otra parte siendo este un producto nuevo dentro del mercado se presentan estrategias publicitarias que lo ayuden a llegar a más personas.



Para lanzar al mercado una marca, implica esfuerzo y perseverancia, así como también de otros factores que deben tomarse en cuenta. Las marcas próximas a emerger se encuentran con un panorama donde ya cuentan con competencia existente que desempeña el mismo trabajo ofrecido por la nueva marca. Así es como surge la problemática para la realización de la marca Jorge A. Art. proyecto donde se busca crear estrategias factibles e ideas creativas que la ayuden a diferenciarse de la competencia.



El principal objetivo para la creación y comercialización de esta marca es lograr generar Ilustraciones digitales con un estilo propio de la misma, donde gracias a estos productos y buenos servicios se pueda distinguir Jorge A. Art de la competencia, buscando la satisfacción y superando toda expectativa del cliente al momento de tener contacto con la marca, obteniendo una buena posición dentro del mercado siendo accesible a todo tipo de usuarios.



Crear soluciones gráficas tanto en identidad corporativa como en productos que sean eficaces para la creación y comercialización de la marca Jorge A. Art.



Crear ilustraciones digitales y productos de la mejor calidad, así como otorgar un excelente servicio a los consumidores para conseguir un valor positivo.

Definir las áreas esenciales que sean necesarias para la creación de la marca, para que así Jorge A. Art se dirija en buena dirección hacia su reconocimiento dentro del mercado.

Identificar donde se encuentra el público objetivo de la marca y por que medios hacer llegar a más personas sus producto y servicio.



La metodología es aquella que se encarga de definir la investigación con la que se obtienen resultados que ayuden con el desarrollo del proyecto, dos de los más comunes y efectivos son los conocidos como:

---

## CUANTITATIVO

---

Es la recolección de datos concretos, este es recomendado utilizarse para problemas que puedan medirse, se crean hipótesis antes de la investigación para posteriormente comprobar la medición de los resultados que arrojan números estadísticos. Este método se lleva a cabo por medio de la creación de cuestionarios y encuestas, entre otros.

---

## CUALITATIVO

---

Datos recolectados a través de la observación social, no existe una estructura o pasos a seguir para llevarlo a cabo, las hipótesis se van creando durante la investigación ya que es subjetivo y esta unido más a la parte social siendo de esta manera explorativo, inductivo y descriptivo llegando a resultados por medio de interrogantes. Para su realización son comunes las entrevistas, grabaciones en video, fotografías etc.

Para este proyecto se aplican ambos métodos de investigación, esta metodología es mejor conocida como técnica mixta, ya que estas dos se complementan, obteniendo así mejores resultado profundizando en la investigación del proyecto, logrando una mejor comprensión del tema con conclusiones concretas, resultados numéricos y subjetivos.



1

¿En qué consiste una marca?

2

¿Cómo identificar los obstáculos con los que cuenta la marca?

3

¿Cuáles son los conceptos básicos del diseño gráfico adecuados para la realización de una marca?

4

¿Qué es la ilustración y cuáles son sus técnicas?

5

¿Cómo definir el público meta de una marca?

6

¿Cómo hacer llegar la marca a más usuarios?



# CAPÍTULO 1

## ASPECTOS GENERALES DE LA GESTIÓN



La marca es aquella que tiene la ardua tarea de hacer identificar y diferenciar una empresa, producto, marca o servicio de la competencia, simbolizando de esta manera con ayuda de un logotipo, imagotipo, isotipo o isologo como el público objetivo pensará respecto a esta.

La marca se posiciona dentro de las mentes de los consumidores y es así como esta los ayuda al momento de tomar decisiones para adquirir un producto o servicio.

Una marca requiere una respuesta emocional de los consumidores, así que esta debe construir una buena personalidad propia que los clientes puedan percibir de ella, esta acción ayuda a atraer un tipo definido de consumidor.

Es importante resaltar los elementos que ayudan a que la marca creé una personalidad y resalte sus atributos. Son estos los que cuentan con la capacidad principal de realizar un primer acercamiento por parte del consumidor, colocandola así de manera ventajosa dentro del mercado donde se encuentra la competencia.

Estos son algunos de los elementos más importantes:

### **IDENTIDAD VISUAL**

Son todas aquellas características físicas con las que la marca se hace diferenciar de la competencia, como el nombre y logotipo. Y a grandes rasgos; son los elementos que intervienen de primer instante al contacto de la marca con los empleados, los clientes cautivos y clientes potenciales. La tipografía, los colores, ilustraciones e incluso páginas web y papelería corporativa juegan un papel fundamental como distintivo en cuanto al entorno, competencia y público.

### **VALORES**

Estos hacen referencia al convencimiento y seguridad de las reglas que maneja la marca, involucrando sentimientos y emociones al momento de actuar. Son ideales para ayudar a definir el accionar de la marca y proyectar seguridad a sus consumidores.

## **BENEFICIOS**

Estos se refieren a las características, cualidades y propiedades con las que cuenta el producto, en resumen, lo que el consumidor recibe a cambio al momento de adquirirlo. Estas características deben tomarse muy en serio, ya que gracias a ellas el consumidor puede diferenciar la calidad de la marca respecto a otras al momento de adquirir un producto o servicio.

## **PERSONALIDAD**

Es el ser mismo de la marca ya que en este apartado juegan un papel muy importante los elementos ya mencionados con anterioridad, definen los rasgos, características y patrones; siendo intangibles la mayoría de estos, permitiéndole sobresalir en determinado tiempo, espacio y actividad.

## **PLATAFORMAS SOCIALES**

El manejo de las redes sociales; hoy en día, es algo fundamental en la comercialización y publicidad que se le otorgan a los productos de una marca determinada. Uno de los mayores problemas al que se enfrentan la marcas es el ser recordadas, se debe tener bien definido el público al que se dirige y estar en constantes actualizaciones en base a los cambios de su entorno social.

### **DEFINIR LA MARCA**

Se debe tener siempre en cuenta que la marca a crear tiene una razón de ser, la cual es darle a sus clientes experiencias significativas.

### **ELEGIR UN NOMBRE**

Este es el activo más importante para cualquier marca a emprender, debe ser sencillo, fácil de escribir, pronunciar y lo más importante, tiene que ser recordable.

### **CREAR UN LOGOTIPO**

Esta es la manera de asimilación de la comunicación, los valores, promesas y nombre; debe ser atractivo y acorde a lo que la marca planea transmitir. Este al igual que el nombre debe contar con las características de ser memorable, comprensible y atractivo.

### **PLANTEAR UN DIFERENCIAL**

En esta área, la creatividad juega un papel crucial ya que junto con ella se deben identificar las características y beneficios con los que la marca cuenta para poder sobresalir y diferenciarse de la competencia con la que se encuentra dentro del mercado.

## **DEFINIR UN PÚBLICO**

Es importante segmentar y definir al público objetivo, ya que esto ayuda a crear estrategias más claras y apropiadas para poder llegar a ellos de una forma más directa.

## **GENERAR EXPERIENCIAS**

Para forjar la confianza de los consumidores, se deben llevar a cabo experiencias que enriquezcan la sensación de bienestar del cliente al momento de interactuar con el servicio o producto de la marca.

## **TRANSMITIR VALORES**

La marca junto con su servicio, comunicación, publicidad y otro tipo de elementos importantes, deben promover los valores acorde con las expectativas del público meta.

## **TENER COHERENCIA**

Los mensajes enviados al público tienen que dirigirse dentro de una misma línea comunicativa, manteniendo así la fidelidad en la marca para que el cliente vea claramente una respuesta coherente en lo que esta dice y ofrece.

## 1.4 OBJETIVOS DE UNA MARCA

- Crear un entorno que ayude a los productos comercializados a crecer fácilmente.
- Aportar al cliente un valor añadido, mejorando la relación y fidelización.
- Generar sentimientos de pertenencia en el cliente.
- Conseguir recomendaciones del producto o la marca.
- Crear intereses por el producto.
- Mejorar el posicionamiento de la marca.
- Generar más valor sobre el producto.
- Mejorar la reputación de la marca.
- Ahorrar presupuesto en medios tradicionales.

El valor de la marca es aquel que se obtiene a partir del tiempo y de las experiencias que tiene el cliente al adquirir el servicio. Esto se lleva a cabo gracias a la asociación y las expectativas que tenga el comprador sobre el producto de la marca.

Hoy en día, el cliente se deja llevar más por el instinto emocional y ya no tanto por el instinto racional. Para que la marca capte esa atención tiene que satisfacer ese instinto del consumidor.

Para saciar necesidades y expectativas se tiene que trabajar de la mano con una excelente publicidad para la marca; que sea eficaz, tanto en producto como en servicio.

Si en dado caso la publicidad de la marca llega a ser errónea esto puede repercutir en el valor de la marca de una manera negativa, trayendo consigo consecuencias que afecten la economía e imagen de la misma, haciendo que los usuarios pierdan interés por sus productos o servicio.

Respuestas positivas por el consumidor y un buen valor adquirido, se obtienen solo si se trabaja en lo mencionado anteriormente, de este modo se llega a un valor positivo, donde los consumidores pueden confiar en la marca y prefieran consumir sus productos por encima de los ofrecidos por la competencia.

## 1.6 ANÁLISIS FODA

Herramienta que es aplicada para cualquier situación, empresa, o producto que esta siendo estudiado en ese momento, utilizado para analizar las variables y situaciones actuales en las que se encuentra para posteriormente crear un diagnóstico específico de la marca y poder lograr la toma de buenas decisiones que mejoren la situación actual a un futuro.

Una vez realizado el primer estudio es recomendado que en un futuro no muy lejano se esten realizando periódicamente más análisis foda tomando en cuenta el inicial, ya que las condiciones tanto internas como externas de su entorno están en constante cambio, unas más que otras con el paso del tiempo.

El análisis FODA ayuda a la empresa a crear mejores estrategias de marketing para el beneficio de la misma.

Las siglas FODA son cuatro variantes distintas.  
Estas son las siguientes:

- **FORTALEZAS:** Capacidades especiales con las que cuenta la marca.
- **OPORTUNIDADES:** Factores que resultan positivos, favorables y explotables.
- **DEBILIDADES:** Factores que resultan desfavorables frente a la competencia.
- **AMENAZAS:** Situaciones que provienen del entorno y llegan a atentar contra la posición de la organización de la marca.

Tomando en cuenta todo lo expuesto con anterioridad, se podrá llevar a cabo la realización del siguiente proyecto, el cual se basa en la creación de una línea gráfica y diseño de imagen para la marca Jorge A Art. y su comercialización.

Jorge A Art. es una marca nueva que comienza a salir a flote, tiene como objetivo identificar su público meta, lograr penetrar dentro del mercado comercial y ser competente frente a otras marcas o ilustradores que desempeñen un trabajo similar a este, como por ejemplos, MoyGogo o Marciano Palacio.

Enfocada a la elaboración de ilustraciones digitales para clientes que deseen adquirir este servicio y sus productos. Esta tiene como objetivo principal brindarle al usuario una experiencia agradable al momento de verse a sí mismo plasmado en una ilustración caricaturesca con el estilo propio de la marca donde ya realizada la ilustración el cliente puede, si el así lo desea, darle cualquier tipo de uso a su imagen ya sea para la realización de alguna aplicación (playera, taza, etc.) o si solo la decide conservar de manera digital. Jorge A. Art también está dirigida a la realización de ilustraciones de personajes que se encuentran o encontraron dentro del medio artístico, con la finalidad de comercializar productos (playeras) con imágenes de estos para ocasiones especiales, tales como, algún concierto o simplemente por que el cliente desarrolle un gusto por el producto o el artista.

Crear una marca socialmente responsable que logre satisfacer las expectativas de los usuarios, competente en el mercado por sus diferentes diseños enfocados en la ilustración digital que impulsen el talento y gusto por esta disciplina del diseño gráfico.

## 1.9 VISIÓN

Llegar a ser una marca distinguida por la excelencia, creando ilustraciones de la mejor calidad al alcance de todo público obteniendo como meta a corto plazo el reconocimiento a nivel local, para posteriormente ser reconocida a nivel estatal y después nacional.

---

## RESPECTO

---

Manejar un excelente servicio; trabajar con todo respeto en la ilustración digital requerida por el cliente.

---

## RESPONSABILIDAD

---

Cumplir en fecha y día establecidos a la entrega del producto; si en dado caso la entrega tiene que ser postergada, se le debe de notificar al cliente, dándole una razón válida del motivo por el cual su ilustración no puede ser entregada en tiempo. De esta manera se buscan clientes conformes que se queden con una buena experiencia en contacto con la marca.

---

## HONESTIDAD

---

Ser transparentes, si en algún caso un cliente requiere del servicio y la producción se encuentra cargada de trabajo, se le debe de informar antes que puede demorar más de lo establecido la entrega de su imagen, nunca comprometer la marca a elaborar productos que pueden no ser entregados en tiempo y forma, de lo contrario, esto afectaría tanto la imagen de la marca como la experiencia que el cliente se lleve de ella, así como también, no incrementar el costo de un producto cuando ya esté realizada su cotización.

### **FORTALEZAS**

Jorge A. Art es una marca que está surgiendo dentro del mercado, prácticamente iniciando sus operaciones. Una de las fortalezas con las que cuenta, es el estilo de sus productos, siendo estos únicos ya que son ilustraciones de autor, otra de estas, la marca tiene la gran ventaja de observar y analizar a su competencia, obteniendo ideas acerca de en que puede diferenciarse de ellas.

### **OPORTUNIDADES**

Con la ayuda del análisis de las fortalezas, se elaboran metas establecidas, servicios eficaces y productos únicos, dando buenas respuestas y experiencias para el público meta, todo esto llega a conocerse de la mejor manera con la mejor calidad por medio de las redes sociales siendo este un medio esencial e importante para divulgar y hacer crecer una marca.

## DEBILIDADES

La debilidad principal que se ve reflejada en Jorge A. Art es que aún no es una marca que ha logrado penetrar el mercado de una manera significativa, debe recorrer un largo camino para llegar a ser una marca establecida y reconocida, logrando así ser una contrincante fuerte para la competencia existente u otros ilustradores que desempeñan su talento dentro de esta área.

## AMENAZAS

Una de estas, para el presente proyecto, es la competencia de otras marcas o ilustradores ya establecidos. Pero cabe mencionar, que existe una amenaza que comparten todas estas en común con el mismo objetivo laboral; que son las aplicaciones para celulares inteligentes que elaboran el mismo trabajo; como por ejemplo, Cartoon Face o Dollify.



# CAPÍTULO 2

CONCEPTOS BÁSICOS DEL  
DISEÑO GRÁFICO





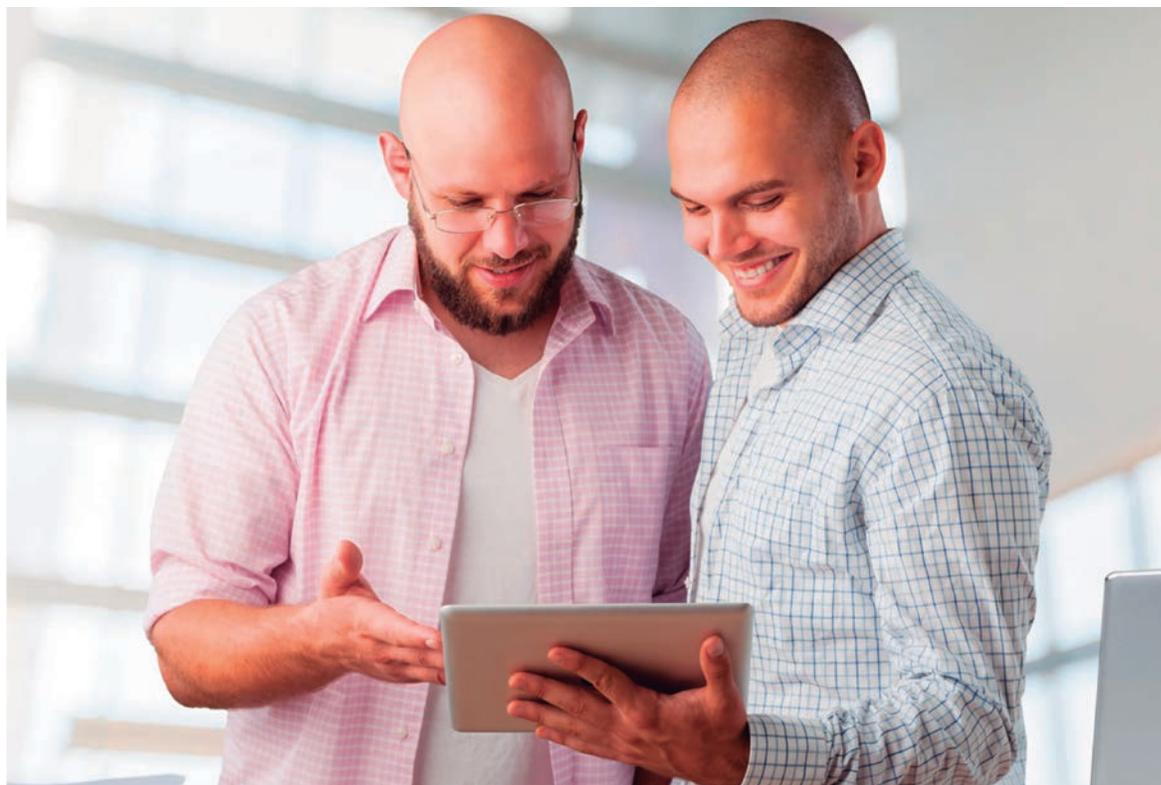
La identidad corporativa no es más que la encargada de darle una imagen y un ser a la empresa o marca próxima a emerger. Expresa los valores, filosofía y sensaciones de la misma; con el fin de poder sobresalir y diferenciarse de otras ya existentes y establecidas con las que tendrá que competir dentro del mercado comercial.

También, cabe mencionar, que es todo aquello intangible con lo que el consumidor mantiene su fidelidad hacia los productos o servicios ofrecidos por la marca.

## 2.1 IDENTIDAD CORPORATIVA

La identidad corporativa abarca muchos aspectos que se tienen que manejar de acuerdo al concepto ya establecido, desde su logotipo, la gama cromática y las tipografías utilizadas. Estos elementos son utilizados tanto para la comunicación interna como externa de la marca.





En estos tiempos donde ya existe mucha competencia dentro del mercado empresarial, es muy recomendable llevar a cabo la realización y construcción de una identidad corporativa que finalmente ayude a que la marca crezca, se diferencie y lo más importante; logre tener un impacto positivo para el público meta, creando así una marca confiable en la que el consumidor se sienta seguro al momento de adquirir sus productos.

### IDENTIDAD CORPORATIVA

- Definir el sentido en el que se va dirigir la organización de la marca.
- Crear la personalidad de la empresa.
- Reforzar valores.
- Impulsar el producto con más confianza para el consumidor.
- Mejorar el servicio respaldado con la formalidad.
- Crear un buen impacto y opiniones positivas.

### EMPRESARIALES

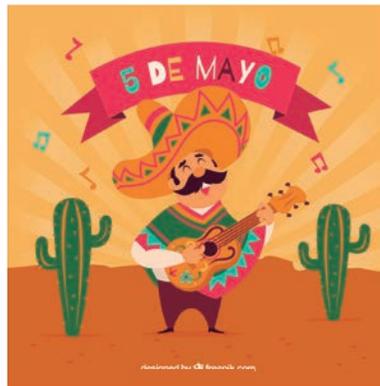
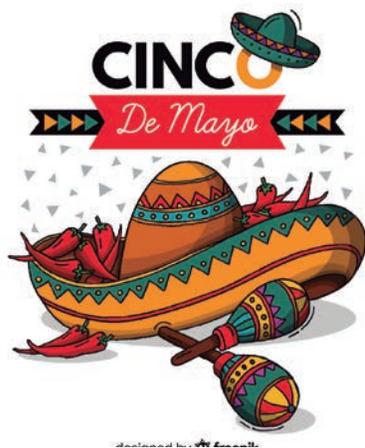
- Identificar bien a donde se busca llegar.
- Enfocar esfuerzos en la misma dirección.
- Reforzar la organización, coordinación y el control.
- Crear estrategias.
- Analizar resultados.

Es una disciplina que se originó con la llegada del nacimiento de la imprenta, la cual hasta el día de hoy a incrementado de manera muy significativa su uso e importancia.

La ilustración no solo se puede identificar simplemente como un dibujo, también tiene como función ser comunicativa. Uno de los usos más comunes es el acompañar a un texto con el fin de hacerlo más descriptible y entendible en el momento de su lectura.

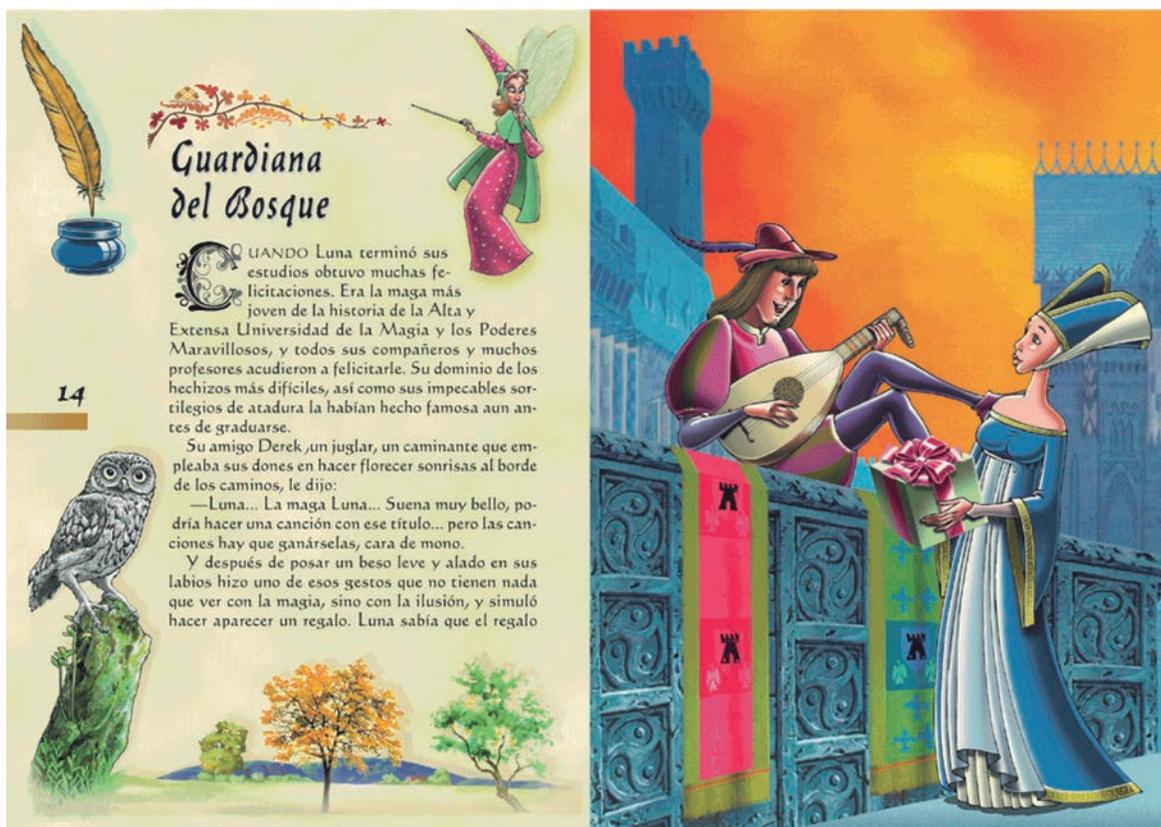
Esta disciplina cuenta con una extensa variedad de métodos y técnicas para su implementación y elaboración.





### CONCEPTUAL

Este tipo no sigue la información que proporciona el texto, sino que es una idea que propone el ilustrador a partir del tema en el que se va a trabajar, representando así ideas generales y no hechos particulares.



## NARRATIVA

Este tipo es el que sigue una secuencia en base a un guión literario, ajustándose de esta manera a los contenidos y detalles del texto narrativo.



### DECORATIVA

Es la ilustración requerida en el acompañamiento con un texto, su función es darle un toque estético a la tipografía y enriquecer el diseño gráfico de las publicaciones.



## CÓMIC

Este tipo es aquel en el que la ilustración representa un guión mediante una secuencia, proyectado de forma muy parecida a la de una película de cine, contando así una historia cuadro a cuadro lo ocurrido dentro del relato.



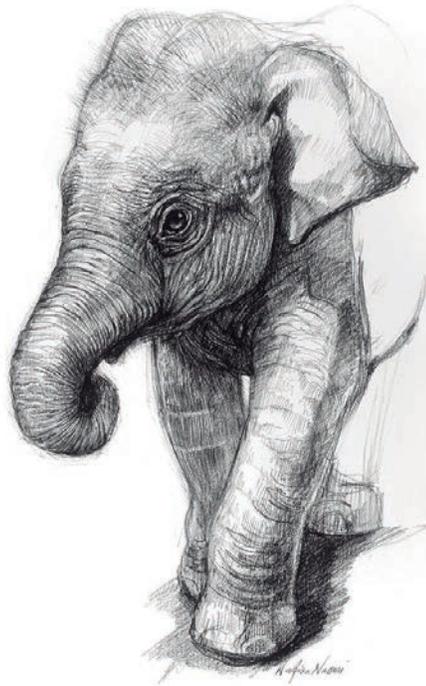
## HUMOR GRÁFICO

Es aquella que queda completamente libre a la visión e imaginación personal del ilustrador, transmitiendo humor e ingenio.



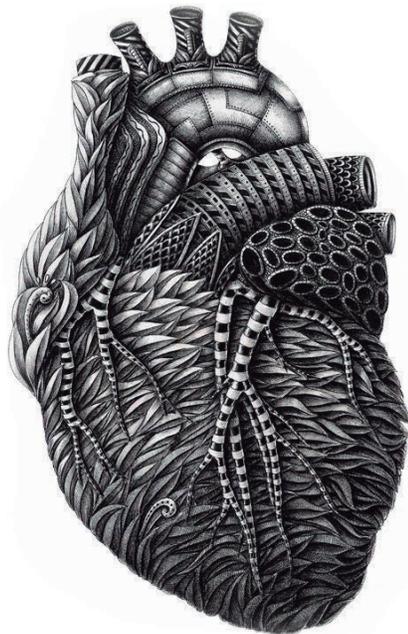
### **PUBLICITARIA**

Destinada a realizar el papel fundamental de darle forma a la campaña, la marca o producto. Siendo su función crucial como ilustración, el impacto general y la eficacia visual que va a generar en el espectador.



### LAPÍZ O CARBONCILLO

Permite elaborar una gran variedad de tonos grises y oscuros. Esto depende de la intensidad que se le aplique al material utilizado. Uno de los consejos implementados para esta técnica es que con la ayuda de un dedo se pueden lograr crear sombras.



### TINTA

Es una técnica de ilustración que se realiza a base de tinta china, por lo regular utilizando como instrumento alguna plumilla o estilógrafo. Se basa principalmente en trazos, con los cuales se realizan sombras.

## PASTEL

Técnica realmente sencilla, ya que para su realización no es necesaria la ayuda de algún pincel ni sustancia diluyente; es seca y rápida de trabajar, permitiendo que los colores sean sólidos, obteniendo así acabados luminosos.



## ACUARELA

Se trabaja diluyendo el color utilizando agua, siendo esta, el conducto para que el color se penetre dentro del sustrato por medio de un pincel permitiendo la elaboración de colores claros y oscuros. La intensidad del color depende mucho de la cantidad de agua aplicada al papel.





### ÓLEO

Técnica donde el color se obtiene a partir de la mezcla de pigmentos con algún aglutinante a base de aceites. Esta permite crear una gran variedad de tonos diferentes y suele demorar en el secado.



### LAPÍZ DE COLOR

Es una técnica seca muy similar a la del lápiz y carboncillo, ya que la intensidad de los colores y sombras dependen de la fuerza que le sea aplicada sobre los lápices de color. Los resultados obtenidos con esta, son los notables contrastes de color, acabados más finos y satinados.

### DIGITAL

Esta técnica se crea por medio de la ayuda de ordenadores y programas diseñados para la realización de estos trabajos, creando así una imagen que puede ser guardada dentro de un dispositivo digital. Consiste en crear directamente una imagen a base de la creatividad e ingenio del ilustrador utilizando previamente un boceto realizado para facilitar la elaboración de dicha técnica.



### ACRILICO

Técnica que consiste en un secado rápido y es muy sencilla de utilizar. Permite crear una gran cantidad de tonalidades de color por medio de la combinación de las pinturas acrílicas aplicadas.



## 2.3 MARKETING

El marketing no es más que la disciplina encargada de estudiar y analizar los diferentes mercados, las competencias y necesidades del consumidor, para posteriormente realizar una serie de estrategias que beneficien a la marca y poder hacer que sus productos logren penetrar dentro del mercado de una manera significativa con el fin de atraer, retener y conservar al público objetivo por medio de la satisfacción, buen servicio, y lo más importante, Superando todas las expectativas del consumidor en cuanto al producto.

El marketing viene de la mano con una fórmula, mejor conocida como las 4P's.



Las “4P’s” es una fórmula muy sencilla con la que se identifican y se trabajan elementos esenciales que son tomados en cuenta durante la creación de estrategias de marketing que beneficien a la marca.

De esta manera se desglosa:

- Producto.
- Punto de venta.
- Precio.
- Promoción.



---

### **PRODUCTO**

---

Este es el punto clave para toda estrategia de marketing ya que con él se busca la satisfacción del público meta. Es aquello que se va a ofrecer al cliente para que vea cumplida toda expectativa y se lleve una buena experiencia al contacto con la marca por medio de los producto de esta.

---

### **PUNTO DE VENTA**

---

Ya sea por medio de página web o distribución en tiendas locales, lo que se busca en este apartado es que el consumidor y público meta tengan la posibilidad de adquirir el producto de una forma sencilla y alcanzable dejándole así una buena experiencia al cliente al momento adquirir su compra.

## PRECIO

Es el valor monetario que tiene el producto o servicio a ofrecer, este es un punto muy importante dentro de la estrategia de marketing ya que gracias a ello dependen algunos factores, tales como:

- La cantidad definida que se espera obtener.
- Ante que target se va a posicionar.
- Que tanta posibilidad adquisitiva tiene el público meta.
- Objetivos económicos que tiene en cuenta la marca.
- Los precios manejados por la competencia.
- Incrementos en el precio conforme pase el tiempo para vender una imagen de mejor calidad de la marca.

## PROMOCIÓN

Son las estrategias de marketing y comunicación que ayudan a la marca a difundir los beneficios y las características del producto ofrecido, con la finalidad de aumentar las ventas de este haciéndolo llegar a más personas.

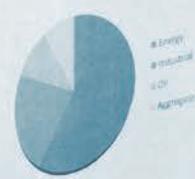


# CAPÍTULO 3

## HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN



	Global Capital	Global Bond	MSCI EM
Jan-04	4.3	7.5	3.5
Jun-05	2.8	4.4	5.9
Jan-06	1	2	4



	Global Capital	Global Bond	MSCI EM	S&P 500 Index
Jan-04	7	7	1	5
Jun-05	24	44	18	28
Jan-06	48	25	33	45

Punto fundamental para todo proyecto es la realización de un buen estudio de mercado apoyado en encuestas. Gracias a esto se puede lograr llegar a mejores resultados, aclarar las dudas y lo más importante de todo esto, ubicar de manera exacta al público meta y tener más claro por que medio atacarlos de forma directa. Las encuestas pueden ser realizadas de diversos modos, las más comunes son por vía electrónica o por medio de cuestionarios físicos.

La siguiente encuesta a realizar está conformada por diez preguntas, antes de que estas comiencen, se muestra una breve introducción explicando el porqué de este proyecto y a lo que se planea llegar con la realización de este. Se agregaron incisos con el fin de que la encuesta sea más sencilla y dinámica arrojando respuestas concretas. Algunas de las preguntas están acompañadas de un claro ejemplo gráfico, explicando así de mejor manera a lo que se dedica la marca y cuales son sus productos.

## INTRODUCCIÓN

Es una marca dedicada a la elaboración de ilustraciones digitales con diseños de autor, basadas en personas o personajes del medio artístico. El objetivo es brindarle al cliente una experiencia diferente al verse plasmado en una ilustración digital de sí mismo.

GÉNERO: MASCULINO / FEMENINO.

EDAD: \_\_\_\_\_

¿TE GUSTARÍA SER ILUSTRADO DE MANERA DIGITAL?

A) Si.                      B) No.

¿COMPRARÍAS ALGÚN ARTÍCULO (PLAYERA) CON LA IMAGEN DE ALGÚN PERSONAJE DEL MEDIO ARTÍSTICO DE TU AGRADO? (YA SEA PARA ACUDIR A UN CONCIERTO O GUSTO POR EL ARTÍCULO).

A) Si.                      B) No.

¿PREFERIRÍAS SER RETRATADO SOLO DE TU ROSTRO O TORSO Y ROSTRO?

A) Rostro.                      B) Torso y rostro.

¿CUÁNTO CONSIDERARÍAS TÚ QUE SERÍA UN PRECIO JUSTO  
PARA UNA ILUSTRACIÓN DE AUTOR?

- A) 300 - 350                      B) 350 - 400                      C) 400 - 450

¿UTILIZARÍAS TU ILUSTRACIÓN EN APLICACIONES COMO  
PLAYERAS, PINES, CARATULAS, ETC.?

- A) Si.                      B) No, solo digital.

¿SERÍA UNA OPCIÓN PARA TI, UTILIZAR ESTO PARA UN PRESENTE?

- A) Si.                      B) No.

¿CONOCES DE ALGUIEN QUE REALIZE ESTE MISMO TIPO DE  
TRABAJO?

- A) Si.                      B) No.

SI LA RESPUESTA ANTERIOR, FUE SI;

¿POR QUÉ MEDIO LO CONOCISTE? (FACEBOOK, INSTAGRAM, ETC.)

- A) Twitter                      B) Instagram                      C) Facebook                      D) Otros



## Jorge A.

ART

**INTRODUCCIÓN**

Es una marca dedicada a la elaboración de ilustraciones digitales con diseños de autor, basadas en personas o personajes del medio artístico. El objetivo es brindarle al cliente una experiencia diferente al verse plasmado en una ilustración digital de sí mismo.









**ENCUESTA**

**GÉNERO:** MASCULINO / FEMENINO    **EDAD:** \_\_\_\_\_

**¿TE GUSTARÍA SER ILUSTRADO DE MANERA DIGITAL?**

**A SI**



**B NO**



**A SI**



**B NO**



**¿COMPRARÍAS ALGÚN ARTÍCULO (PLAYERA) CON LA IMAGEN DE ALGÚN PERSONAJE DEL MEDIO ARTÍSTICO DE TU AGRADO? (YA SEA PARA ACUDIR A UN CONCIERTO O GUSTO POR EL ARTÍCULO)**

**A SI**





**A SI**





**B NO**





¿PREFERIRÍAS SER RETRATADO SOLO DE TU ROSTRO O TORSO Y ROSTRO?

ROSTRO



TORSO Y ROSTRO



¿CUÁNTO CONSIDERARÍAS TÚ QUE SERÍA UN PRECIO JUSTO PARA UNA ILUSTRACIÓN DE AUTOR?

A 300 - 350

B 350- 400

C 400- 450

¿UTILIZARÍAS TU ILUSTRACIÓN EN APLICACIONES COMO PLAYERAS, PINES, CARATULAS, ETC.?

A SI

B NO, SOLO DIGITAL

¿SERÍA UNA OPCIÓN PARA TI, UTILIZAR ESTO PARA UN PRESENTE?

A SI

B NO

¿CONOCES DE ALGUIEN QUE REALIZE ESTE MISMO TIPO DE TRABAJO?

A SI

B NO

SI LA RESPUESTA ANTERIOR, FUE SI, ¿POR QUÉ MEDIO LO CONOCISTE?  
(FACEBOOK, INSTAGRAM, ETC.)



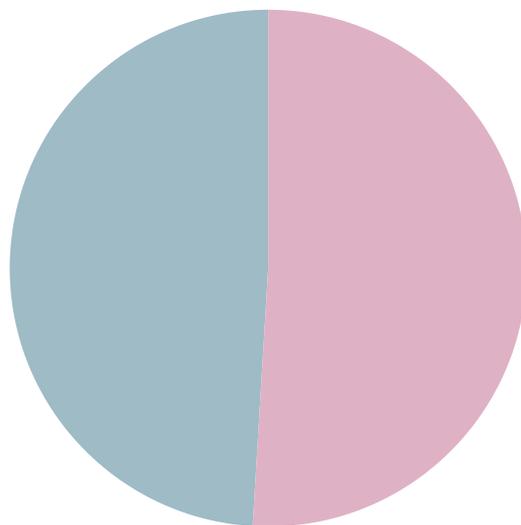
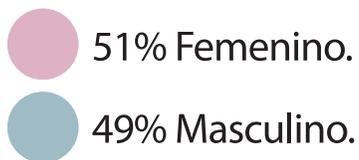
OTROS



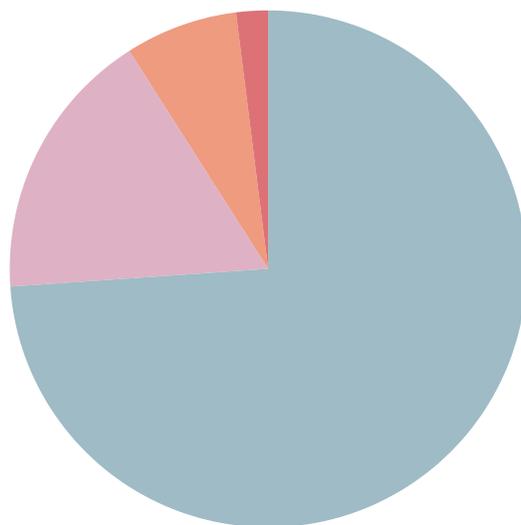
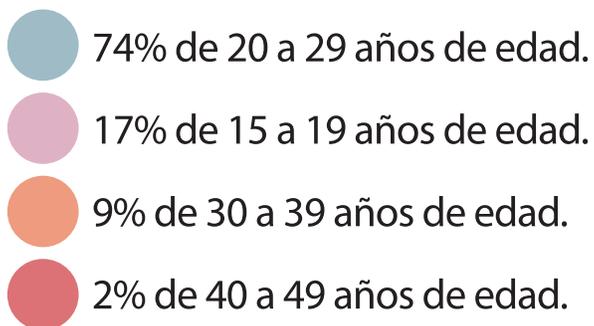
JORGEA ART  
JORGEA.ART

## 3.4 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

### GÉNERO:

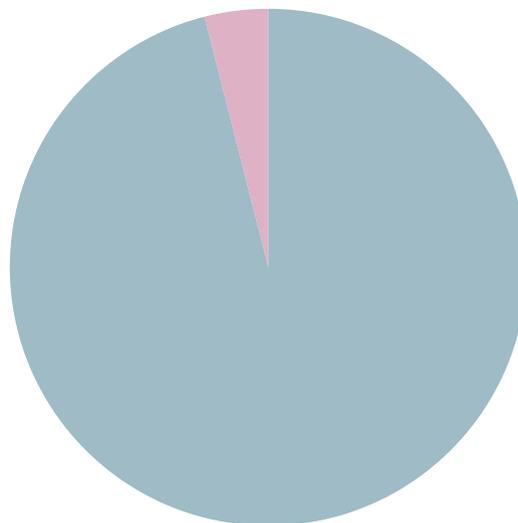


### EDAD:



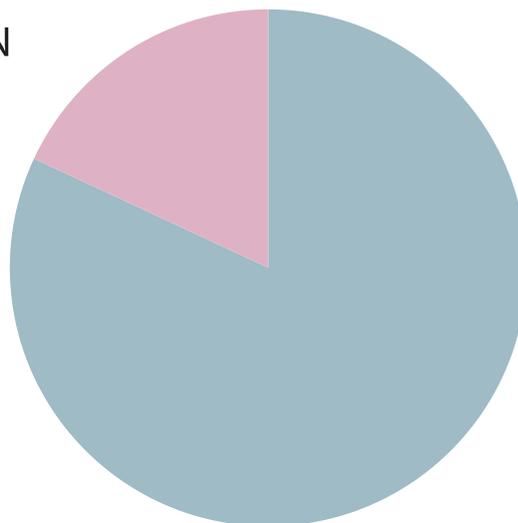
¿TE GUSTARÍA SER ILUSTRADO DE MANERA DIGITAL?

- 96% Contestó que si.
- 4% Contestó que no.



¿COMPRARÍAS ALGÚN ARTÍCULO CON LA IMAGEN DE ALGÚN PERSONAJE DEL MEDIO ARTÍSTICO DE TU AGRADO? (YA SEA PARA ACUDIR A UN CONCIERTO O GUSTO POR EL ARTÍCULO).

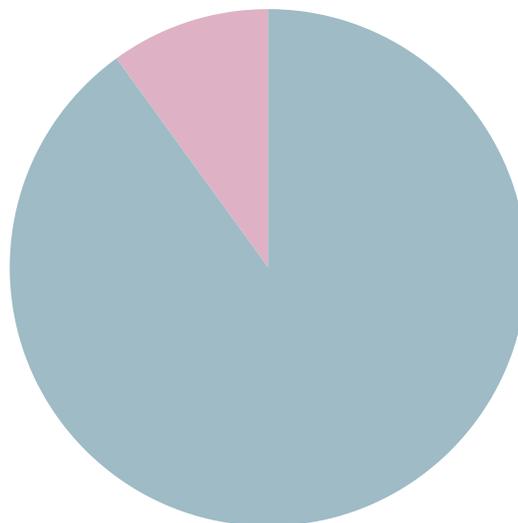
- 82% Contestó que si.
- 18% Contestó que no.



## 3.4 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

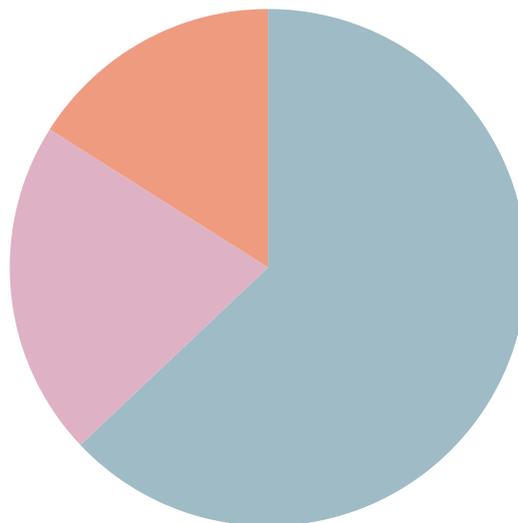
¿PREFERIRÍAS SER RETRATADO SOLO DE TU ROSTRO O TORSO Y ROSTRO?

- 90% Contestó que torso y rostro.
- 10% Contestó que solo rostro.



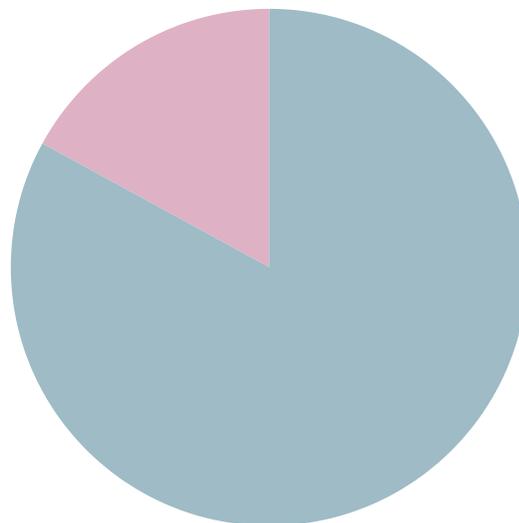
¿CUÁNTO CONSIDERARÍAS TÚ QUE SERÍA UN PRECIO JUSTO PARA UNA ILUSTRACIÓN DE AUTOR?

- 63% en precio de 350 a 400.
- 21% en precio de 300 a 350.
- 16% en precio de 400 a 450.



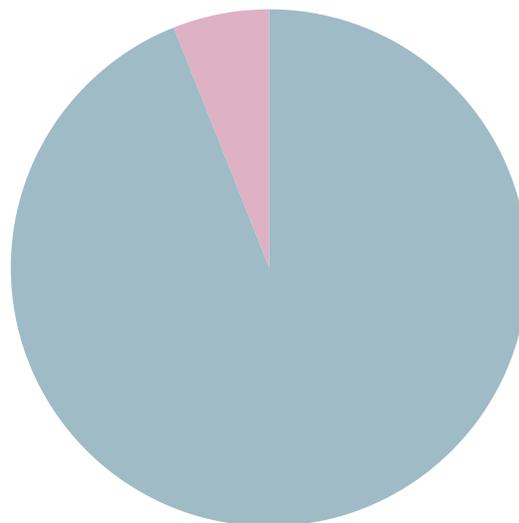
¿UTILIZARÍAS TU ILUSTRACIÓN EN APLICACIONES COMO PLAYERAS, PINES, CARATULAS, ETC.?

- 83% Contestó que si.
- 17% Contestó que solo digital.



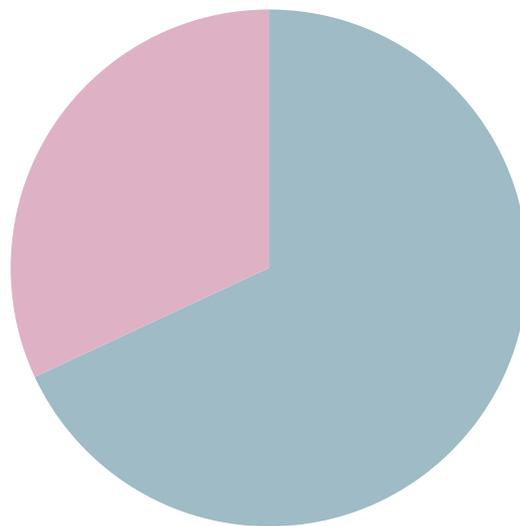
¿SERÍA UNA OPCIÓN PARA TI, UTILIZAR ESTO PARA UN PRESENTE?

- 94% Contestó que si.
- 6% Contestó que no.



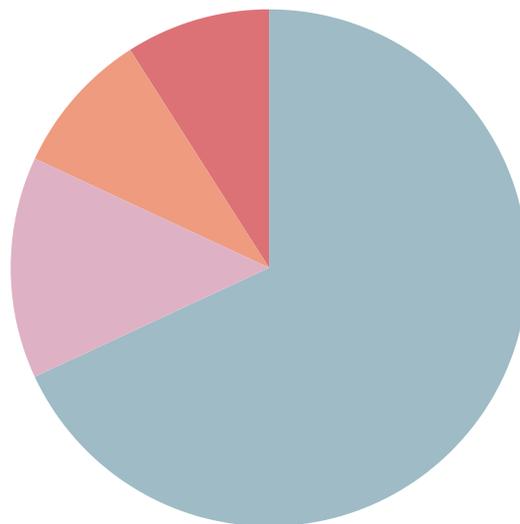
¿CONOCES DE ALGUIEN QUE REALIZE ESTE MISMO TIPO DE TRABAJO?

- 68% Contestó que no.
- 32% Contestó que si.



SI LA RESPUESTA ANTERIOR, FUE SI;  
¿POR QUÉ MEDIO LO CONOCISTE?.  
(FACEBOOK, INSTAGRAM, ETC.)

- 68% Contestó que no conocen de alguien que realice este tipo de trabajo.
- 14% Contestó que instagram.
- 9% Contestó que facebook.
- 9% Contestó que otros.



El público demostró empatía por el producto, no hubo mucha diferencia en cuanto a géneros en los encuestados, tanto hombres como mujeres les agrado el proyecto, se obtuvieron muy buenas respuestas al cuestionamiento de si les agradaría ser ilustrados, siendo así que más del 95% de los encuestados contestó que si; así como también que preferirían más ser retratados de rostro y torso. Estas personas aseguraron que utilizarían su propia ilustración en aplicaciones; como tazas o playeras, también, la mayoría de ellos afirmo que este servicio podría ser tomado como una opción para un presente.

Con ayuda de la encuesta, se logró identificar que el público meta de la marca son personas que se encuentran entre los 15 y 35 años de edad.

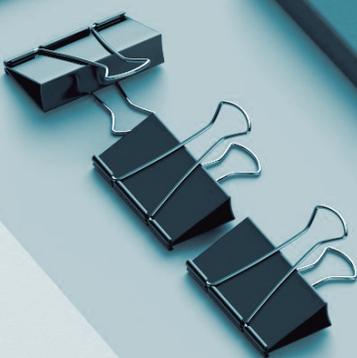
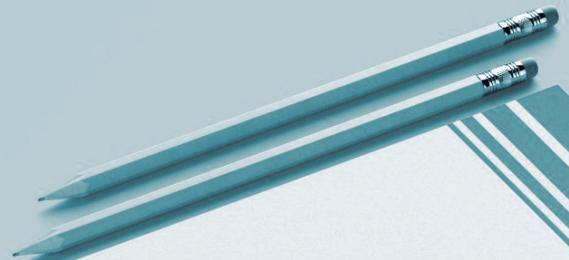
En cuestiones de competencia el 32% del número de personas a las que se les encuestó conocen de alguien que realiza ilustración digital, donde más se registro dicha competencia es dentro de la plataforma de instagram.

En el apartado con ilustraciones de personajes dentro del medio artístico se obtuvieron buenos resultados contando con más del 80% de los aciertos hacia este producto (playeras).



# CAPÍTULO 4

## MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA





Para el imago tipo de la marca se utilizó como ícono el rostro del autor responsable de la creación de estas ilustraciones, implementando así una forma creativa con poco riesgo de plagio para la marca.

El ícono se elaboró a semejanza del ilustrador, empleándosele la técnica utilizada para la realización de las ilustraciones. Se agregó un círculo por la parte trasera del rostro, siendo este un elemento imprescindible que se utilizará para la creación del fondo en cada una de las imágenes a realizar.



La marca se nombró “Jorge A.” ya que estos son el primer nombre y el segundo abreviado del creador principal de estos productos. Se utilizó para el nombre principal de la marca una tipografía script a la cual se le realizaron modificaciones a la estructura de la letra para crear una firma bien definida haciendo alusión a la firma del autor.

Se le integró por la parte inferior del nombre la palabra “ART” usando una tipografía regular bold; siendo esta un tipo de letra más sobria para darle un ligero remate a lo que la marca realizará dentro del mercado.



Los tonos que se utilizaron para dar color al logotipo son, para el nombre “Jorge A.”, un palo de rosa, tono que se tomó de la gorra que utiliza el autor en la ilustración para el ícono del imago tipo y para la palabra “ART” un tenue color azul, creando así un contraste con el nombre de la marca.

La ventaja de tener como imagen un imago tipo es que tanto el texto como el ícono pueden trabajar unidos o separados, es por eso que se elaboraron tres versiones diferentes para la marca.



**PRIMARIO**



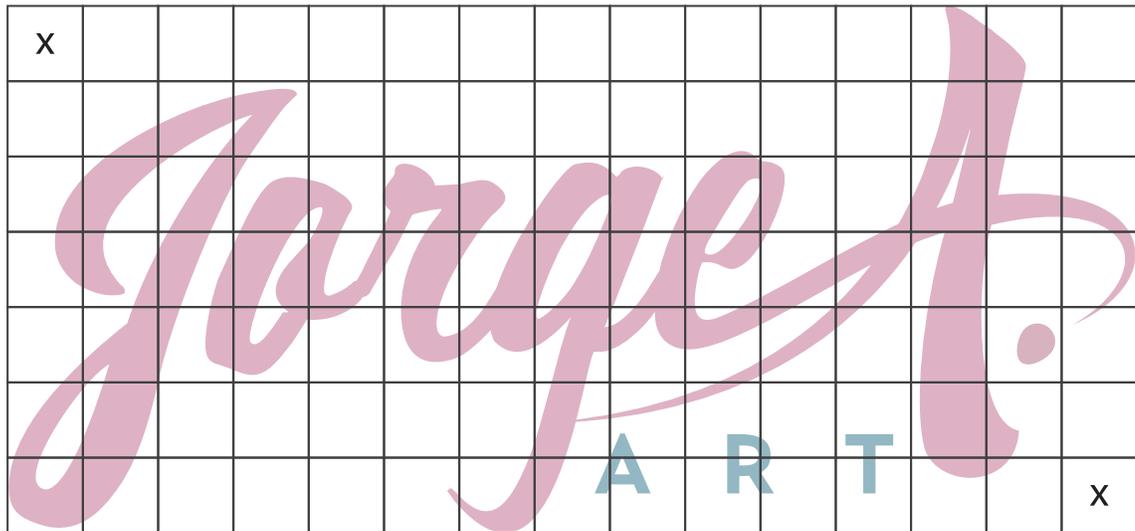
**SECUNDARIO**



**TERCIARIO**

## 4.3 GRID DE TRAZO

Por lo regular, es utilizado en ocasiones en las que el logotipo por ejemplo, planea ser rotulado. Esto funciona como guía para los elementos que componen el logotipo, ayudando así a obtener un resultado sin alterar su estructura. El grid para el logotipo de la marca está creado sobre una superficie modular de 15x7, en donde "x" cuenta con un valor de 1cm<sup>2</sup>.



El área de seguridad; en resumidas palabras, es la creación de un margen que ayuda a que ningún elemento externo a él interfiera en la visualización o la interpretación del logotipo. Para el área que se le determino a la marca la letra "x" tiene un valor de 1.5 cm<sup>2</sup>.



Se utiliza solamente en casos en donde la reproducción a color no es posible, es ahí donde se emplea el positivo o negativo. Es muy común su uso para la técnica de serigrafía.

### POSITIVO

The logo 'Jorge A. ART' is shown in a positive (black) version. The word 'Jorge' is written in a large, flowing, cursive script. Below it, the word 'ART' is written in a smaller, bold, sans-serif font. The entire logo is set against a white background.

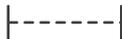
### NEGATIVO

The logo 'Jorge A. ART' is shown in a negative (white) version. The word 'Jorge' is written in a large, flowing, cursive script. Below it, the word 'ART' is written in a smaller, bold, sans-serif font. The entire logo is set against a black background.

Esta guía sirve como apoyo para la imprenta al momento de reproducir el imagotipo sobre la superficie de alguna aplicación, ejemplo: un encendedor, lapicero, sacapuntas, memoria etc. Identificando de esta manera cual es la medida limite en la que este podrá reducido.



2 cm.



1.5 cm.



1 cm.



2 cm.



1.5 cm.



1 cm.



2 cm.



1.5 cm.



1 cm.

Dentro de este apartado se plasma de manera gráfica un registro claro de las diferentes formas en las que se podrá representar el imagotipo al momento de su uso.

Jorge A.  
ART



Contrario a lo anterior; se tiene que realizar un registro con algunos ejemplos gráficos de las representaciones erróneas que se le pudieran hacer al imagotipo. Esto funcionará como guía para no modificar su estructura.



Existen 3 tipos diferentes de color, de los cuales se realizó un registro de cada uno de ellos. Estos son:

### PANTONE

Es el código que permite la impresión del logotipo sin crear modificación alguna dentro de los tonos utilizados.

### CMYK

Cian (Azul), Magenta, Yellow (Amarillo) y Key (Negro) son los cuatro colores encargados de la reproducción física de cualquier archivo a imprimir, utilizados comúnmente para las técnicas de impresión como la de Offset o Flexografía. La combinación de los porcentajes de estos colores es la encargada de crear los tonos aplicados.

### RGB

Red (rojo), Green (verde) y Blue (azul), mejor conocidos como “colores luz” ya que son únicamente los utilizados dentro de plataformas digitales.



#### Pantone # 685 U

● C: 11% M: 35% Y: 12% K: 0%  
R: 219 G: 187 B: 204

#### Pantone # 551 U

● C: 48% M: 16% Y: 20% K: 0%  
R: 161 G: 190 B: 205

En esta sección del manual corporativo, se realizan los registros de cada una de las diferentes tipografías utilizadas en la creación del logotipo para la marca, señalando así el nombre de cada una.



#### REMINISCENT DRIVE PERSONAL USE

*a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z*  
*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z*

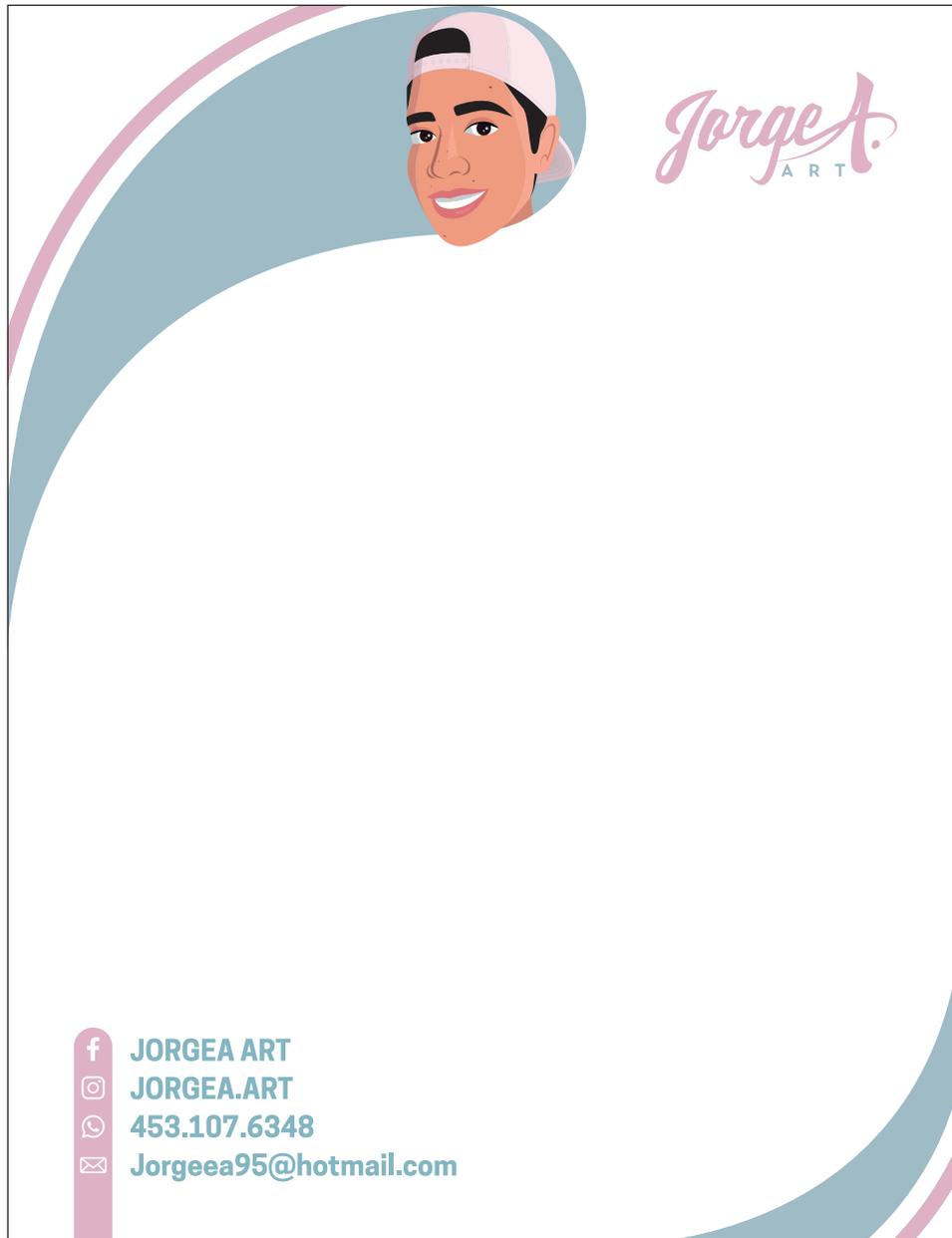
#### RELAY-BOLD

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

## TARJETA DE PRESENTACIÓN



## HOJA MEMBRETADA



# FACEBOOK

The screenshot shows the Facebook profile page for 'JorgeA Art'. The profile picture is a circular logo with the text 'JorgeA ART'. The cover photo is a collage of various colorful caricatures of people. The page layout includes a left sidebar with navigation options: Inicio, Publicaciones, Fotos, Información, and Comunidad. The main content area features a 'Crear publicación' section with a text input field and options for adding photos/videos, tagging, and location. Below this is a post from 'JorgeA Art' with the text 'otro proyecto más a la lista, gracias por la confianza y preferencia.' and a large, detailed caricature of a woman with long, wavy brown hair. The right sidebar contains several sections: 'Pregunta a JorgeA Art' with three questions and 'Preguntar' buttons; 'Comunidad' with options to invite friends and view likes; 'Información' with details about the page's activity and design; 'Transparencia De La Página' with a 'Ver más' link; and 'Miembros Del Equipo' listing 'Jorge Aguilar'.

# INSTAGRAM

Instagram

Buscar

jorgea.art Editar perfil

18 publicaciones 1,118 seguidores 400 seguidos

@Jorgeea95 #mex  
Facebook: JorgeA Art  
Ilustrador Digital  
¡SOLICITA LA TUYA YA!  
Inf. via Fbook e Instagram

ILUSTRAN... TRIUNFOS

PUBLICACIONES IGTV GUARDADO ETIQUETADAS

Grid of 6 digital illustrations:

- Illustration 1: A woman with long blonde hair, wearing a pink top and a necklace, set against a pink circular background.
- Illustration 2: A woman with blonde hair, wearing white sunglasses and a black and white checkered jacket, set against a teal circular background.
- Illustration 3: A woman with blonde hair, wearing a red top and a green shawl, set against an orange circular background.
- Illustration 4: A woman with long dark hair, wearing a blue top, set against a light pink circular background.
- Illustration 5: A woman with long dark hair, wearing a pink top, set against a brown circular background.
- Illustration 6: A man with a beard and sunglasses, wearing a black t-shirt with a logo, set against a green circular background.



# CAPÍTULO 5

## PRODUCTOS Y ESTRATEGIAS DE LA MARCA



Jorge A. Art está dividida en dos líneas distintas, en la que cada una de ellas se enfoca en la producción, elaboración y la comercialización de las ilustraciones digitales y productos elaborados por parte de la marca.

A continuación dentro de los siguientes apartados se efectúa un desglose claro y conciso, en donde se explica cuál es el enfoque de estas, los precios que se manejan, los productos y estrategias para su venta, así como también, se muestra un portafolio de evidencias de cada línea, donde se han plasmado algunos de los proyectos ya realizados y como a sido la aceptación de estos por parte del público objetivo que ha adquirido este producto.

