



**idat**

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO  
IDAT  
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO**

**PROYECTO ALTOKE PARA LA DIGITALIZACIÓN DEL USUARIO AL  
VIAJAR EN LA LÍNEA 1**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de Diseño Gráfico**

**Mariantonela Navarro Guerrero  
(0000-0002-2372-8577)**

**Lima – Perú  
2023**

Dedico este trabajo a mis padres y hermana, por siempre apoyarme, darme ánimos para cumplir mis metas y ayudarme a ver lo positivo de todas las cosas, siempre logran que pueda encontrar la luz en los momentos más oscuros. También le agradezco a mi abuela

Rosa, que hasta el día de hoy sigue cuidando de mí.

*Mariantonela Navarro Guerrero*

## **Agradecimientos**

Quiero agradecer a mis padres, antes que nada, los cuales me apoyaron a tener esta nueva oportunidad de crear un trabajo del que pueda sentir orgullo, por confiar en mí siempre y recordarme que soy capaz de realizar cosas buenas. A mi hermana, que sabe como animarme en cualquier situación y que es mi eterna confidente. Y a mi amiga Olga, que es mi refugio en mis mejores y peores días.

Asimismo, agradezco a mi docente de Asesoría del instituto superior tecnológico IDAT por guiarme en este proyecto, por darme su apoyo y valiosos consejos.

## Índice

<b>Agradecimientos</b>	<b>3</b>
<b>Introducción</b>	<b>6</b>
<b>Resumen</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>8</b>
1.1 Problema de Investigación	8
1.1.1 Descripción de la Situación Problemática.	8
1.1.2 Formulación del problema.	10
1.2 Justificación	10
1.3 Objetivos de la Investigación	11
1.3.1 Objetivo Principal:	11
1.3.2 Objetivos Específicos:	11
1.4 Hipótesis	12
1.4.1 Principal:	12
1.4.2 Específicos:	12
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>13</b>
2.1. Antecedentes de la Investigación	13
2.2. Bases Teóricas	14
2.3. Definición de Términos Básicos	17
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>18</b>
3.1. Problemática Principal	18
3.2 Variables e Indicadores	18
3.2.1. Variable Dependiente	18

	5
3.2.2. Variable Independiente	18
3.2.3. Indicadores de Variables Dependientes	18
3.2.4. Indicadores de Variables Independientes	19
3.3. Tipos de Investigación y Análisis	19
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>20</b>
4.1 Métodos, Técnicas e Instrumentos	20
4.1.1 Interpretación de Resultados	20
4.2 Universo Objetivo	27
4.3 Solución Principal	29
4.4 Identidad de Marca	29
4.4.1 Personalidad de la Marca, Concepto, Identidad Visual	30
4.4.1.1. Personalidad	30
4.4.1.2. Concepto de la Marca	30
4.4.1.3 Identidad Visual	30
4.5 Lanzamiento de Solución	30
4.5.1 Plan Online	32
4.5.2 Plan Offline	33
<b>Conclusiones</b>	<b>34</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>35</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>36</b>
<b>Anexos</b>	<b>37</b>