



**idat**

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

**EL DISEÑO PUBLICITARIO EN EL INSTAGRAM DE LA APP  
AMIMALS. LIMA, 2023**

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

**ALEX ESMILCER VÁSQUEZ CIEZA**

**000-0001-6622-2739**

**Chiclayo – Perú**

**2023**

## **Dedicatoria**

*A mis padres, hermanos y todas las personas especiales que día a día contribuyen a que mis metas cada día estén más cerca de ser realizadas, por su gran cariño y su gran apoyo cuando más lo necesito. Esto es para todos ellos.*

## Índice General

<b>ÍNDICE GENERAL .....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>8</b>
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	8
DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA .....	8
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
<i>Problema General</i> .....	13
<i>Problemas Específicos</i> .....	13
JUSTIFICACIÓN .....	13
<i>Justificación Teórica</i> .....	14
<i>Justificación Práctica</i> .....	15
<i>Justificación Metodológica</i> .....	16
<i>Justificación Social</i> .....	16
OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	17
<i>Objetivo General</i> .....	17
<i>Objetivos Específicos</i> .....	17
HIPÓTESIS .....	17
<i>Hipótesis General</i> .....	17
<i>Hipótesis Específicas</i> .....	18
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>19</b>
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
<i>Antecedentes Internacionales</i> .....	19

<i>Antecedentes Nacionales</i> .....	21
<b>BASES TEÓRICAS</b> .....	<b>24</b>
<i>Diseño Publicitario</i> .....	24
<i>Identidad Visual</i> .....	26
<i>Tendencias de Diseño Gráfico</i> .....	28
<i>Publicidad Digital</i> .....	30
<i>Objeto de Investigación: App Amimals</i> .....	33
<b>DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS</b> .....	<b>36</b>
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>38</b>
<b>VARIABLES E INDICADORES</b> .....	<b>38</b>
<b>ENFOQUE, TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>40</b>
<b>CAPÍTULO IV: DISEÑO Y EJECUCIÓN DE LA SOLUCIÓN COMO</b> <b>DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>42</b>
<b>INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	<b>42</b>
<b>UNIVERSO OBJETIVO</b> .....	<b>65</b>
<b>SOLUCIÓN PRINCIPAL: PLAN DE CONTENIDO GRÁFICO PUBLICITARIO</b> .....	<b>67</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>136</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>138</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>140</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>148</b>