



**idat**

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO  
“IDAT”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE DISEÑO GRÁFICO**

**EL DISEÑO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL  
RESTAURANTE “LA CHURRASQUERIA”. PIURA, 2024**

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

**HENRY FACUNDO LAVA**

**(0009-0007-6476-2396)**

**ROSMERY CUNIA HUANCAS**

**(0009-0005-6631-8841)**

**Piura- Perú  
2024**

*Dedicado a mis padres y todas las  
personas que nos han apoyado  
para poder realizar este trabajo.*

## Índice General

<b>Resumen ejecutivo</b> .....	5
<b>Introducción</b> .....	6
<b>Capítulo I: Planteamiento del problema</b>	
Problema de investigación .....	7
Formulación del problema .....	8
Justificación .....	9
Objetivos de la investigación .....	10
Hipótesis .....	11
<b>Capítulo II: Marco Teórico-Formulación de Identidad de Marca</b>	
Antecedentes de la investigación .....	13
Bases Teóricas .....	15
Definiciones y construcción de Identidad de Marca .....	20
Gestión de Branding .....	25
Términos Básicos .....	29
<b>Capítulo III: Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia</b>	
Definiciones e Indicadores .....	30
Tipos de Investigación y Análisis .....	31
<b>Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución</b>	
Solución Principal .....	33
Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Graficas de Soporte .....	37
Fundamentación Gráficas .....	51
Costos del Proyecto: Diseño y producción .....	54

Validación Final de la propuesta del Diseño.....	56
<b>Conclusiones</b> .....	60
<b>Recomendaciones</b> .....	63
<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	66
<b>Anexos</b> .....	80

## **Resumen ejecutivo**

El restaurante “La Churrasquería” es un establecimiento especializado en pollos y parrillas, ubicado en el corazón de Castilla, Piura. Desde el año 2010 que fue su apertura, ha ganado reconocimiento por su excelente calidad de productos y servicio, pero enfrenta desafíos relacionados con su identidad visual y posicionamiento de marca.

Encontrando complicaciones en su logotipo que tiene exceso de detalles, lo cual dificulta la legibilidad de la marca y pérdida de calidad al momento de la impresión, además el restaurante no ha tenido la posibilidad de desarrollar un manual de identidad visual, lo cual puede perjudicar negativamente su apreciación y diferenciación de la empresa.

Para abordar estos desafíos, hemos propuesto desarrollar una imagen de marca consistente y estable, que fortalezca la identidad del restaurante y construya una conexión más fuerte con sus actuales y futuros consumidores.

La implementación de una identidad visual contribuirá con su posicionamiento, el cual fortalecerá y lo preparará para un crecimiento exitoso y sostenible en el amplio mercado de restaurantes de pollos y carnes.

Solicitando una inversión de S/ S/7, 207 para llevar a cabo el rebranding y la creación del manual de identidad de marca, creemos que una imagen de marca sólida y consistente es esencial para alcanzar el éxito continuo del restaurante “La Churrasquería”.