



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**EL REBRANDING EN EL CENTRO ODONTOLÓGICO VITODENT. SAN
JUAN DE MIRAFLORES, 2024.**

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

**Ximena Xiomara Dionisio Avellaneda
(0009-0003-4722-7421)**

**Carlos Alberto Camarena Arias
(0009-0005-2595-5668)**

**Lima – Perú
2024**

Dedicatoria

A nosotros mismos.

Índice General

Resumen Ejecutivo	5
Introducción	6
Capítulo I. Planteamiento del problema	8
Problema de la Investigación	8
Formulación del problema	11
Justificación	12
Objetivos de la Investigación	13
Hipótesis	14
Capítulo II. Marco Teórico	15
Antecedentes de la Investigación	15
Bases Teóricas	18
Definiciones y construcción de la identidad de marca	23
Gestión de branding	25
Definición de Términos Básicos	25
Capítulo III. Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia	27
Definiciones e Indicadores	27
Tipo de Investigación y Análisis	28
Capítulo IV. Diseño y Ejecución de la Solución	29
Solución Principal	29
Desarrollo de piezas audiovisuales y Gráficas de soporte	34
Fundamentaciones gráficas	48

Costos del proyecto: Diseño y Producción	52
Validación final de la propuesta publicitaria	52
Conclusiones	53
Recomendaciones	55
Referencias bibliográficas	56
Anexos	59

Resumen Ejecutivo

En la siguiente investigación se planteó como objetivo identificar los puntos débiles del Centro Odontológico Vitodent, San Juan de Miraflores 2024, para poder implementar un rebranding. Por lo cual, se desarrolló una metodología cuantitativa a través del instrumento cuestionario virtual, en la cual fueron aplicadas a una muestra de pacientes de la marca que conforman un número de 151, los cuales fueron elegidos al azar. Se determinó que las personas no presentan un agrado significativo hacia la identidad visual de la marca, sin embargo, en el aspecto del cumplimiento de atender necesidades y estilo de vida es muy positivo, por lo que se concluye que la mejora de la marca se debe enfocar en aspecto visual para poder incrementar su agrado hacia su público objetivo.

Palabras clave: Diseño gráfico, rebranding, identidad corporativa, posicionamiento y público objetivo.