



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

DESARROLLO DE LA IDENTIDAD VISUAL DE “LC BARBERÍA

STUDIO”. LIMA, 2024.

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

**JUAN PEDRO CASTRO QUIROZ
(0009-0001-2200-2694)**

**KIARA ALMENDRA DÍAZ AZAÑERO
(0009-0004-6238-9987)**

**Lima – Perú
2024**

Dedicatoria

A mis padres, por su apoyo constante.

A mis profesores, por su orientación y enseñanza.

A mis compañeros, por toda su colaboración.

Dedico esta tesis a mi esfuerzo y perseverancia, por no rendirme aun cuando dudé de mí. También a quienes sin saberlo me brindaron apoyo emocional en este proceso, recordándome que soy capaz.

Índice General

Resumen Ejecutivo	4
Introducción	5
Capítulo I: Planteamiento del Problema	
Problema de Investigación	6
Problema de Investigación Lc Barbería Studio. Lima,2024.....	6
<i>Formulación del Problema</i>	7
Justificación	8
Objetivos de la	
Investigación.....	10
Hipótesis	11
Capítulo II: Marco Teórico - Formulación de la Identidad de Marca	
Antecedentes de la	
Investigación.....	11
Bases Teóricas	14
Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca.....	19
Gestión de Branding	23
Definición de Términos Básicos	28

Capítulo III: Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia

Definiciones e Indicadores	30
Tipos de Investigación y Análisis.....	33

Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución

Solución Principal.....	36
Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte.....	72
Fundamentaciones Gráficas.....	77
Costos del Proyecto: Diseño y Producción.....	78
Validación Final de la Propuesta de Diseño.....	84

Conclusiones	91
---------------------------	-----------

Recomendaciones	92
------------------------------	-----------

Referencias Bibliográficas.....	93
--	-----------

Anexos.....	97
--------------------	-----------

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de investigación se enfoca en la construcción de la identidad de marca de LC Barbería Studio, ubicado en Barranco, Lima en el año 2024. El principal problema identificado radica en la falta de una identidad definida. Este estudio busca analizar cómo una correcta estructuración y gestión de marca puede impactar positivamente en la atracción y fidelización de clientes.

El objetivo general es desarrollar una estrategia de identidad visual que mejore la imagen de la marca que es objeto de estudio. Asimismo, su posicionamiento en el sector de barberías. Por tal motivo, se plantea una gestión buena y eficiente, que resalte los valores, mensaje de la misma para incrementar la lealtad, fidelización de los usuarios asiduos y atraer nuevos clientes potenciales.

En el marco teórico, se encontrarán conceptos claves sobre la estructuración de la identidad de marca, gestión de branding y estrategias de marketing, con un enfoque práctico hacia los negocios pequeños y medianos. Los estudios de autores que sirven de respaldo a nuestra investigación emplearán un análisis mixto, cualitativo y cuantitativo, para medir la efectividad de la propuesta.

Como solución principal, se desarrollará contenido de gráficas y audiovisuales que reforzarán la presencia de LC, con un plan de marketing estratégico. También, el proyecto irá de la mano con un calendario de actividades, así como la validación de la propuesta final para asegurar su efectividad. Las conclusiones y recomendaciones buscarán guiar a LC Barbería Studio hacia una mejora continua con un posicionamiento en el sector de las barberías.