



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO**

**“IDAT”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO**

**DISEÑO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE "JUGUETEA" PARA FOMENTAR EL DESARROLLO COGNITIVO Y SOCIAL EN NIÑOS CON TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA (TEA), EMPRESA DE JUEGOS DIDÁCTICOS, EN CHICLAYO, 2024.**

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

**GREYTZI NATALY TELLO VASQUEZ**

**(0009-0001-6658-2803)**

**NICOLE ESTHER MORENO RUBIO**

**(0009-0006-7355-5682)**

**Chiclayo – Perú**

**2024**

**Dedicatoria**

*Con profunda gratitud en primer lugar a Dios por haber sido una luz que guía mi camino. Así también a mis padres por su incansable apoyo en todos los aspectos de mi vida. A mi hermana por ser mi compañera, apoyo y sobre todas las cosas un ejemplo para mí. A cada miembro de mi familia que estuvo y está conmigo. A todos ellos también pertenece este logro.*

Greytzi Tello

**Dedicatoria**

*A mis padres, por su apoyo constante y por brindarme las herramientas necesarias para llegar hasta aquí. A mi familia, por su comprensión y motivación durante este proceso, y a mis amigas, por su respaldo y por estar presentes en todo momento. A todos ellos, gracias por su apoyo en cada etapa de este proyecto.*

Nicole Moreno

## Índice General

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| <b>Resumen Ejecutivo</b> .....   | 7           |
| <b>Introducción</b> .....  | 9           |
| <br>   |             |
| <b>Capítulo I. Planteamiento del Problema</b>                            |             |
| Problema de Investigación .....  | 10          |
| Formulación del Problema .....   | 11          |
| Justificación.....   | 12          |
| Objetivos de la Investigación .....                                      | 14          |
| Hipótesis.....   | 15          |
| Público Objetivo .....   | 15          |
| <br>   |             |
| <b>Capítulo II. Marco Teórico - Formulación de la Identidad de Marca</b> |             |
| Antecedentes de la Investigación .....                                   | 17          |
| Bases Teóricas.....  | 19          |
| Construcción de la Identidad de la Marca.....                            | 22          |
| Gestión de Branding.....   | 25          |
| Definición de Términos Básicos .....                                     | 29          |
| <br>   |             |
| <b>Capítulo III. Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia</b>     |             |
| Definiciones e Indicadores.....  | 31          |
| Tipos de Investigación y Análisis .....                                  | 34          |

**Capítulo IV. Diseño y Ejecución de la Solución**

|   |           |
|---|-----------|
| Solución Principal .....                        | 37        |
| Desarrollo de Piezas.....                       | 50        |
| Costos del Proyecto.....                        | 67        |
| Plan de Marketing .....                         | 68        |
| Validación Final de la Propuesta de Diseño..... | 71        |
| <br>  |           |
| <b>Conclusiones .....</b>                       | <b>75</b> |
| <b>Recomendaciones.....</b>                     | <b>77</b> |
| <b>Referencias Bibliográficas .....</b>         | <b>78</b> |
| <b>Anexos .....</b>                             | <b>79</b> |

## Índice de Tablas

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| Tabla 1. Papelería corporativa .....                 | 67          |
| Tabla 2. Merchandising .....                         | 67          |
| Tabla 3. Uniformes .....                             | 67          |
| Tabla 4. Packaging .....                             | 68          |
| Tabla 5. Actividades generales .....                 | 69          |
| Tabla 6. Actividades específicas - febrero.....      | 69          |
| Tabla 7. Actividades específicas - marzo/ abril..... | 69          |
| Tabla 8. Validación del especialista 1.....          | 71          |
| Tabla 9. Validación del especialista 2.....          | 72          |
| Tabla 10. Validación del especialista 3.....         | 73          |

## Índice de Figuras

|   | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| Figura 1. Logotipo de JogueTEA.....       | 25          |
| Figura 2. Colores corporativos.....       | 26          |
| Figura 3. Variaciones de los colores..... | 26          |
| Figura 4. Tipografía de JogueTEA.....     | 27          |
| Figura 5. Principales variaciones.....    | 27          |
| Figura 6. Variaciones corporativas.....   | 28          |
| Figura 7. Variaciones negro y blanco..... | 28          |
| Figura 8. Isotipo.....                    | 29          |
| Figura 9. Marca gráfica.....              | 50          |
| Figura 10. Estructura.....                | 51          |
| Figura 11. Construcción del logotipo..... | 51          |
| Figura 12. Tipografía principal.....      | 52          |
| Figura 13. Tipografía secundaria.....     | 53          |
| Figura 14. Paleta de colores.....         | 54          |
| Figura 15. Cromática principal.....       | 55          |
| Figura 16. Cromática secundaria.....      | 55          |
| Figura 17. Escala de grises.....          | 56          |
| Figura 18. Fondos de color.....           | 56          |
| Figura 19. Fondos oscuros.....            | 57          |
| Figura 20. Lineales.....                  | 57          |
| Figura 21. Flyer 1.....                   | 58          |
| Figura 22. Flyer 2.....                   | 58          |
| Figura 23. Flyer 3.....                   | 59          |
| Figura 24. Flyer 4.....                   | 59          |
| Figura 25. Flyer 5.....                   | 60          |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Figura 26. Lápiz y Lapicero .....    | 60 |
| Figura 27. Pines.....                | 61 |
| Figura 28. Morral .....              | 61 |
| Figura 29. Bloc de notas.....        | 62 |
| Figura 30. Hoja membretada.....      | 62 |
| Figura 31. Carpeta corporativa.....  | 63 |
| Figura 32. Tarjeta corporativa ..... | 63 |
| Figura 33. Lanyard... ..             | 64 |
| Figura 34. Gorra.....                | 64 |
| Figura 35. Polo .....                | 65 |
| Figura 36. Gafete.....               | 65 |
| Figura 37. Caja de envío... ..       | 66 |
| Figura 38. Bolsa de tela.....        | 66 |

## Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de investigación titulado DISEÑO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE “JUGUETEA” PARA FOMENTAR EL DESARROLLO COGNITIVO Y SOCIAL EN NIÑOS CON TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA (TEA), EMPRESA DE JUEGOS DIDÁCTICOS, EN CHICLAYO, 2024 desarrollado a través de una investigación cualitativa para entender mejor el contexto en el que vive un niño autista con entrevistas y encuestas tanto a personal especializado, como a padres y educadores. Tiene como objetivo principal mejorar el desarrollo cognitivo y social de los niños autistas presentando una nueva marca llamada “JugueTEA” con su correcto desarrollo de la identidad corporativa, sus elementos visuales y la forma correcta de comunicarse con su público objetivo.

En el primer capítulo, se detalla el problema identificado en la comunidad chiclayana, se concretan los objetivos generales y específicos que buscamos alcanzar con este proyecto; y además lo que se lograría a través de hipótesis. En el segundo capítulo, se enfoca en la investigación de proyectos anteriores en el ámbito nacional e internacional a nuestro proyecto que serán base sólida y fundamental para comprender nuestro tema y su relevancia en la sociedad; además de abrir una puerta de oportunidades para identificar lo que falta por explorar. Vemos las bases teóricas donde investigamos que dicen los expertos sobre nuestra variable e indicadores. Las cuales se dan mayor énfasis en el tercer capítulo donde se definen teóricamente. Además, se desarrolla la construcción de nuestra marca donde definimos en primer lugar que quiere ser y a dónde quiere llegar con su misión, visión y valores; analizamos el foda de la marca para después generar el imagotipo de la marca, con sus colores, tipografías y elementos visuales.

En el cuarto capítulo con nuestra herramienta de investigación utilizada para el problema, presentamos las aplicaciones, costos y planes para llegar a una solución concreta.