



**idat**

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

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN CIENCIAS PUBLICITARIAS**

**REBRANDING DE “GUMMY DRINKS”: ESTRATEGIAS PARA  
AUMENTAR LA VISIBILIDAD Y RECONOCIMIENTO EN LOS  
CONSUMIDORES JÓVENES DE 18 – 28 AÑOS.**

**LIMA, 2024.**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en  
Ciencias Publicitarias**

**José Miguel Antony Rojas Valenzuela  
(0009-0004-6778-8952)**

**Yadhira Nicol Manosalva Gamboa  
(0009-0005-5943-9194)**

**Lima – Perú**

**Dedicatoria**

*Al apoyo constante de mis padres y hermanos, mi razón de ser. Gracias por su amor y apoyo incondicional.*

*(José Miguel Rojas)*

*A mis padres, cuyo amor y sacrificio me han guiado en este camino. A mi hermano Nestor, por su apoyo incondicional. A mi hermanito Jhean Lucca, fuente de alegría en cada paso. A mi abuela, por alentarme siempre a alcanzar mis sueños y a todas las personas involucradas en este proyecto.*

*(Yadhira Manosalva)*

## Índice General

	Pág.
<b>Resumen Ejecutivo.....</b>	<b>5</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>6</b>
 <b>Capítulo I: Planteamiento del Problema</b>	
Planteamiento del Problema de Investigación.....	8
Problema de Investigación Startup de Publicidad Digital en el Perú.....	8
<i>Formulación del Problema</i> .....	9
Justificación.....	10
Objetivos de la Investigación. ....	13
Hipótesis ¿Como plantear la Start up de Manera Diferente, Funcional y Competitiva?.....	14
 <b>Capítulo II: Marco Teórico - Formulación de la Identidad de Marca</b>	
Antecedentes de la Investigación. ....	16
Bases Teóricas.....	20
Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca.....	28
Gestión de Branding.....	33
Definición de Términos Básico. ....	34
 <b>Capítulo III: Planteamiento de plan de marketing y estrategia</b>	
Definiciones e Indicadores .....	39
Tipos de Investigación y Análisis.....	43

## **Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución**

Solución Principal .....	44
Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte.....	66
Fundamentaciones Gráficas .....	87
Costos del Proyecto: Diseño y Producción.....	88
Validación Final de la Propuesta Publicitaria.....	89
<b>Conclusiones .....</b>	<b>91</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>93</b>
<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>94</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>96</b>

## **Resumen Ejecutivo**

Gummy Drinks, es una propuesta innovadora lanzada al mercado en 2021 que ofrece gomitas sólidas con alcohol, elaboradas artesanalmente. A pesar de su atractivo inicial, la marca ha experimentado una disminución en su presencia en redes sociales, lo que ha afectado su conexión con los consumidores y su potencial de crecimiento.

Tras un análisis exhaustivo, se ha determinado que Gummy Drinks necesita un cambio de imagen impactante a través de un rebranding estratégico. Este proceso abarcará una serie de aspectos clave para revitalizar la marca y relanzarla al mercado con una identidad renovada y fortalecida.

En primer lugar, se llevará a cabo una revisión y actualización del logotipo, buscando un diseño moderno, atractivo, en segundo lugar, se redefinirá el concepto de marca, articulando un mensaje claro y coherente que conecte con el público objetivo y, en tercer lugar, se establecerá una estrategia de comunicación integral para que abarque tanto medios digitales como tradicionales.

Finalmente, se trabajará en la identidad visual de la marca, creando un sistema de diseño coherente que se aplique a todos los elementos de comunicación, desde el packaging hasta la publicidad. Gummy Drinks se centrará en revitalizar la imagen de la marca, fortalecer su conexión con los consumidores y posicionarla como líder en el mercado de gomitas con alcohol.

## **Introducción**

Ante la percepción generalizada del alcohol y la diversión están intrínsecamente ligados a los excesos, con esta investigación, se busca promover el consumo consciente y responsable a