



idat

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

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**EL REBRANDING DE “URBAN SCRUBS” PARA MEJORAR LA
PERCEPCIÓN DEL PÚBLICO LIMA, 2024.**

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

**Mally Paola Campos Silva
(0009-0004-2877-6342)**

**Alex Jhomar Chancafe Velasquez
(0009-0009-0351-8482)**

Lima – Perú

2024

Dedicado en primer lugar a Dios que, gracias a esa fuerza espiritual se logra obtener sabiduría para seguir encaminados, y con todo nuestro corazón, va dedicado a nuestros padres quienes han sido participe con ese apoyo moral tan único y especial.

Índice general

Resumen Ejecutivo	3
Introducción	4

Capítulo I: Planteamiento del Problema

Problema de Investigación	5
Problema de Investigación Rebranding de Ubran Scrubs. Lima, 2024.....	5
<i>Formulación del Problema</i>	6
Justificación.....	6
Objetivos de la Investigación	8
Hipótesis ¿Cómo el realizar el Rebranding de Urban Scrubs? Lima, 2024.....	8

Capítulo II: Marco Teórico - Formulación de la Identidad de Marca

Antecedentes de la Investigación	10
Bases Teóricas.....	12
Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca	16
Gestión de Branding.....	20
Definición de Términos Básicos	23

Capítulo III: Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia

Definiciones e Indicadores	26
Tipos de Investigación y Análisis.....	28

Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución

Solución Principal	30
Resultados	32
Brand Equity	39
Buyer Persona	42
Mapa de Empatía.....	42
Customer Journey Map	43
Business Model Canva	44
Arquetipo de la Marca.....	44
Plan de Smart	45

Plan de Marketing	47
Storytelling	48
Benchmarking	49
Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte.....	50
Fundamentaciones Gráficas	50
Costos del Proyecto: Diseño y Producción	67
Conclusiones	68
Recomendaciones	69
Referencias Bibliográficas.....	70
Anexos.....	79

Resumen Ejecutivo

Urban Scrubs es una marca de ropa que se dedica a la elaboración de uniformes para enfermeras con un año de presencia en el mercado, fue creada mediante una tienda on line, aprovechando las oportunidades de los medios digitales. Es por ello que, busca ampliar estratégicamente sus beneficios entrando al mercado como una marca moderna para así tener un mayor reconocimiento por parte del público.

Ser una marca que hoy en día destaque, no sólo se basa en el tipo de producto o servicio que se brinda, tiene que generar conexiones de larga durabilidad, imponer una presencia en el mercado más consolidada, por ello este proyecto está enfocado a ser que la marca Urban Scrubs mejore su imagen tanto interna como externa, cumpliendo un orden de acuerdo a su filosofía y personalidad.

Dicho esto, el objetivo de esta investigación es mejorar la percepción que tienen los consumidores hacia la marca, creando una fuerte conexión mediante estrategias de un rebranding. Esta investigación usa la metodología cualitativa, en dónde se logra conocer el tipo de comportamiento que tienen hacia la marca, las experiencias de compra y los valores que le dan, para ello nos apoyamos en una entrevista a 5 clientes que serían como los consumidores ideales.

Este proyecto es argumentado y sostenido bajo las bases teóricas de otros autores para comprender y alinear informaciones recopiladas de las entrevistas, así poder cumplir con el objetivo, el cual es aumentar el reconocimiento del consumidor, mejorar la percepción que se tiene sobre la marca, para ello se contará con una nueva identidad visual potenciando sus valores generando emociones positivas y fidelización.