



**idat**

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO**

**“IDAT”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN “DISEÑO GRÁFICO”**

**DISEÑO DE CONTENIDOS DIGITALES EDUCATIVOS PARA LA  
ENSEÑANZA A NIÑOS QUECHUA HABLANTES DE ZONAS RURALES  
DEL PERÚ A TRAVÉS DEL START UP WAKUY. LIMA, 2025.**

**Trabajo de Aplicación Profesional para obtener el título Profesional - Técnico en Diseño  
Gráfico.**

**ALEXIS AUGUSTO SUAREZ MENA**

**(0009-0006-0608-9976)**

**RAÚL REYES MENDOZA**

**(0009-0000-1123-5006)**

**Lima – Perú**

**2025**

*Dedico este proyecto de investigación a Dios por brindarme fortaleza y sabiduría, a mis padres por ser mi fuente de inspiración y apoyo, a mi hermano por aportarme en conocimientos en esta carrera y a mi mascota por ser mi compañero fiel en mis amanecidas.*

*Dedico este proyecto con profunda gratitud a Dios, mi Señor Jesucristo, por ser la fuente de mi sabiduría, creatividad y perseverancia. Asimismo, extendiendo esta dedicatoria a mis amigos y colegas del mundo del branding que han sido ejemplo me motivaron.*

## Índice General

<b>Resumen Ejecutivo.....</b>	<b>9</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo I: Planteamiento del Problema.....</b>	<b>11</b>
Problema de Investigación.....	11
<i>Formulación del Problema.....</i>	<i>12</i>
Justificación.....	12
<i>Práctica.....</i>	<i>12</i>
<i>Social.....</i>	<i>13</i>
Público Objetivo.....	14
Objetivos de la Investigación.....	17
<i>Objetivo General.....</i>	<i>17</i>
<i>Objetivos Específicos.....</i>	<i>17</i>
Hipótesis.....	17
<i>Hipótesis General.....</i>	<i>17</i>
<i>Hipótesis Específicos.....</i>	<i>18</i>
<b>Capítulo II: Marco Teórico – Formulación de la Identidad de Marca.....</b>	<b>19</b>
Antecedentes de la Investigación.....	19
<i>Nacionales.....</i>	<i>19</i>
<i>Internacionales.....</i>	<i>20</i>
Bases Teóricas.....	22
<i>Variable.....</i>	<i>22</i>
<i>Indicadores.....</i>	<i>23</i>
Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca.....	28
<i>¿Qué es?.....</i>	<i>28</i>
<i>¿Qué hace?.....</i>	<i>29</i>
<i>¿Qué producto/servicio ofrezco?.....</i>	<i>29</i>
<i>¿A quién está dirigido?.....</i>	<i>30</i>
<i>Definir.....</i>	<i>30</i>
<i>FODA.....</i>	<i>31</i>
Gestión de Branding.....	33
<i>Logotipo (slogan).....</i>	<i>33</i>

	4
<i>Colores Corporativo</i> .....	33
<i>Tipografía Corporativa</i> .....	34
Definición de Términos y Análisis.....	34
<b>Capítulo III: Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia</b> .....	<b>38</b>
Definiciones e Indicadores .....	38
Definición Práctica .....	38
Definición Teórica.....	39
Definición Operacional.....	40
Tipos de Investigación y Análisis.....	41
<i>Investigación Descriptiva</i> .....	41
<i>Investigación Explicativa</i> .....	42
<i>Investigación Aplicada</i> .....	43
<b>Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución</b> .....	<b>45</b>
Solución Principal.....	45
<i>Preguntas para niños (3 a 7 años)</i> .....	46
<i>Preguntas para adultos (docentes, padres de familia)</i> .....	49
<i>Análisis del resultado en niños de 3 a 7 años</i> .....	52
<i>Análisis del resultado en adultos</i> .....	54
Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte.....	56
<i>Customer Journey Map</i> .....	56
<i>Mapa de Empatía</i> .....	57
<i>Buyer Person</i> .....	60
<i>Brand Onion</i> .....	60
<i>Plan de Marketing</i> .....	61
<i>Embudo Digital</i> .....	62
<i>Objetivos de la Campaña Smart</i> .....	62
<i>KPI's</i> .....	63
<i>Piezas Gráficas</i> .....	64
Fundamentaciones Gráficas.....	76
Costos del proyecto: diseño y producción .....	77
Cronograma de Contenidos .....	78
Validación Final de la Propuesta Publicitaria.....	79

<b>Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>5</b>
<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>79</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>81</b>
	<b>2</b>

## Índice de Figuras

Figura 1	<i>Logotipo de la marca Wakuy</i> .....	33
Figura 2	<i>Color corporativo para la marca Wakuy</i> .....	33
Figura 3	<i>Tipografía elegida para la marca Wakuy</i> .....	34
Figura 4	<i>Customer Journey Map - Padre</i> .....	56
Figura 5	<i>Customer Journey Map - Niños</i> .....	57
Figura 6	<i>Mapa de Empatía de nuestro público objetivo</i> .....	58
Figura 7	<i>Buyer Person de Aiana Solier</i> .....	60
Figura 8	<i>Brand Onion de la marca Wakuy</i> .....	61
Figura 9	<i>Detalle del Plan de Marketing de Wakuy</i> .....	61
Figura 10	<i>Detalle del embudo digital de Wakuy</i> .....	62
Figura 11	<i>Detalle de los Objetivos Smart de Wakuy</i> .....	63
Figura 12	<i>Detalle de los KPI y metas</i> .....	63
Figura 13	<i>Post para redes sociales - b</i> .....	64
Figura 14	<i>Post para redes sociales - a</i> .....	64
Figura 15	<i>Post para redes sociales - c</i> .....	65
Figura 16	<i>Post para redes sociales - d</i> .....	65
Figura 17	<i>Post para redes sociales - e</i> .....	66
Figura 18	<i>Post para redes sociales - f</i> .....	66
Figura 19	<i>Afiche para backlight - a</i> .....	67
Figura 20	<i>Afiche para backlight - b</i> .....	67
Figura 21	<i>Afiche para backlight - c</i> .....	67
Figura 22	<i>Afiche para backlight - d</i> .....	67

Figura 23 <i>Afiche para backlight - f</i> .....	68
Figura 24 <i>Afiche para backlight - e</i> .....	68
Figura 25 <i>Ficha didáctica - b</i> .....	69
Figura 26 <i>Ficha didáctica - a</i> .....	69
Figura 27 <i>Ficha para resolver - b</i> .....	69
Figura 28 <i>Ficha para resolver - a</i> .....	69
Figura 29 <i>Ficha didáctica - c</i> .....	70
Figura 30 <i>Ficha para resolver - c</i> .....	70
Figura 31 <i>Mockup de valla publicitaria Wakuy</i> .....	71
Figura 32 <i>Mockup de backlight publicitario</i> .....	71
Figura 33 <i>Mockup de papelería corporativa</i> .....	72
Figura 34 <i>Mockup de folder corporativo</i> .....	72
Figura 35 <i>Mockup de mochila Wakuy</i> .....	73
Figura 36 <i>Mockup de bolso Wakuy</i> .....	73
Figura 37 <i>Mockup de polo y gorra Wakuy</i> .....	73
Figura 38 <i>Mockup de cuento Wakuy</i> .....	74
Figura 39 <i>Mockup de libros didáticos Wakuy</i> .....	74
Figura 40 <i>Mockup de facebook de Wakuy</i> .....	75
Figura 41 <i>Mockup de página web Wakuy</i> .....	75
Figura 42 <i>Mockup de tiktok de Wakuy</i> .....	75
Figura 43 <i>Costo del proyecto - Mensual</i> .....	77
Figura 44 <i>Detalle del Cronograma de contenidos Wakuy</i> .....	78
Figura 45 <i>Ficha de datos personales de Validadores Wakuy</i> .....	79

Figura 46 <i>Encuesta con preguntas abiertas y cerradas para recolección de datos</i> .....	2
Figura 47 <i>Comunicación mediante correo con validador - a</i> .....	3
Figura 48 <i>Comunicación por WhatsApp con validador - a</i> .....	3
Figura 49 <i>Comunicación por WhatsApp con Validador - b</i> .....	3
Figura 50 <i>Comunicación por audio con Validador - b</i> .....	3
Figura 51 <i>Comunicación por zoom con Validador - b</i> .....	3
Figura 52 <i>Comunicación por WhatsApp con Validador - c</i> .....	3
Figura 53 <i>Comunicación por WhatsApp con Validador - c2</i> .....	3
Figura 54 <i>Ficha de Validación por Carolina Amaya</i> .....	3
Figura 55 <i>Ficha de validación por Pier Fernández</i> .....	3
Figura 56 <i>Ficha de validación por Joana Wong</i> .....	3

## Resumen Ejecutivo

Este proyecto de investigación tiene como propuesta el diseño de contenidos digitales educativos bilingües (quechua y castellano) para niños de 3 a 7 años de zonas rurales en Perú, especialmente en Apurímac, Puno, Huancavelica, Ayacucho y Cusco. A través del start-up "Wakuy", buscamos reducir las barreras culturales y lingüísticas existentes en la educación infantil, fomentando el aprendizaje inclusivo y fortaleciendo con recursos visuales su identidad y orgullo cultural.

Para esta investigación utilizamos herramientas mixtas, basadas en encuesta dirigidas a 50 niños quechua hablantes y 25 adultos como: "padres y docentes". Después de ello obtuvimos como resultado a un 70% adultos que prefieren contenidos basados en la realidad del entorno en el que viven, utilizando elementos que los identifiquen como: "personajes, música e ilustraciones". Así mismo obtuvimos que más del 80% de niños ya han tenido acceso a contenidos educativos en plataformas como: "Facebook, Tiktok y WhatsApp", plataformas potenciales para difusión.

La propuesta incluye cuentos interactivos, videos animados, materiales didácticos bilingües diseñados con técnicas de simplicidad visual, enfoque emocional, respeto y valoración cultural. Los niños y los adultos coinciden que la forma para aprender debe ser dinámico y visual y que estén basados en historias, juegos y contenidos que respeten su idioma y su entorno.

Wakuy se proyecta como una herramienta potencial educativa con gran impacto social lista para integrarse en programas estatales, alianzas con ONGs e instituciones educativas. Para su implementación, expansión y ejecución se requiere apoyo institucional y un financiamiento estratégico que permitir poder llevar esta solución a más comunidades rurales y así poder reducir o cerrar brechas educativas desde una propuesta enfocada en la inclusión y el respeto por las culturas lingüísticas.