



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“IDAT”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO**

**DISEÑO DE LA IDENTIDAD VISUAL DE GATOPIA
LIMA, 2025**

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

**CANICELA TOLEDO, GIOMARA YAMILÉ
(0009-0002-7176-6057)**

**CARHUAPOMA TORIBIO, RUTH GABRIELA
(0009-0002-0398-7851)**

Lima, Perú
2025

Ruth Gabriela Carhuapoma Toribio

He llegado a amarme a mí misma, por quien soy, por quien era y por quien llegaré a ser, agradezco profundamente a mi madre y a mis hermanos por apoyarme siempre.

Giomara Yamilé Canicela Toledo

A todos los que confiaron en mí y me brindaron su apoyo a lo largo de este camino. Su respaldo fue la fuerza silenciosa que me impulsó a seguir adelante.

Índice General

Resumen Ejecutivo	7
Introducción	8
Capítulo I: Planteamiento del Problema	9
Problema de investigación.....	9
Formulación del problema	10
Justificación.....	10
Objetivos de la Investigación	12
Hipótesis.....	12
Capítulo II: Marco Teórico - Formulación de la Identidad de Marca	13
Antecedentes de la Investigación	13
Bases Teóricas.....	17
Definición y Construcción de la Identidad de Marca.....	21
Gestión de Branding.....	26
Definición de Términos Básicos	36
Capítulo III: Planeamiento del plan de marketing y estrategia	37
Definiciones e Indicadores	37
Tipos de Investigación y análisis	40
Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la solución	42
Solución Principal	42
Desarrollo de piezas audiovisuales y gráficas de soporte	56
Fundamentaciones Gráficas	73
Plan Estratégico de Social Media.....	75
Campaña Creativa	83
Costos del Proyecto: Diseño y Producción	85
Validaciones Finales de la Propuesta de Diseño.....	88
Conclusiones	89
Recomendaciones	90
Referencias Bibliográficas	91
Anexos	95

Índice de Tablas

Tabla 1. Plan hospedaje individual (1 gato).....	22
Tabla 2. Plan Hospedaje dúo (2 gatos)	22
Tabla 3. Plan de guardería diurna (1 gato).....	23
Tabla 4. Plan de guardería diurna (2 gatos)	23
Tabla 5. Tabla Comparativa de Benchmarking.....	35
Tabla 6. Pilar de Contenido para Gatopia	78
Tabla 7. Pilar de Contenido Estructurado para Gatopia.....	79
Tabla 8. Calendario de contenidos Semana 1: Presentación y posicionamiento.....	80
Tabla 9. Calendario de contenidos Semana 2: Valor Educativo y Conexión.....	80
Tabla 10. Calendario de contenidos Semana 3: Prueba Social y Comunidad.....	81
Tabla 11. Calendario de contenidos Semana 4: Cierre, Confianza y Conversión.....	81
Tabla 12. Kpis y Metas para los primeros 3 meses de Gatopia	82
Tabla 13. Presupuesto Constitución Legal.....	85
Tabla 14. Presupuesto Local y Ambientación.....	85
Tabla 15. Presupuesto Personal y Servicios.....	86
Tabla 16. Presupuesto Presencia Digital	86
Tabla 17. Presupuesto Publicidad y Promoción.....	87
Tabla 19. Resumen Total Presupuesto de Gatopia (Primeros 3 Meses)	88
Tabla 20. Validadores de Piezas Gráficas.....	88

Índice de Figuras

Figura 1	26
Figura 2. Nombre de la marca.....	27
Figura 3. Ícono de Gatopia.....	28
Figura 4. Logotipo.....	29
Figura 5. Colores corporativos principales.....	30
Figura 6. Colores complementarios.....	31
Figura 7. Tipografías corporativas	32
Figura 8. Resultado de la pregunta 5.....	47
Figura 9. Resultado de la pregunta 6.....	48
Figura 10. Resultado de la pregunta 7.....	49
Figura 11. Resultado de la pregunta 8.....	49
Figura 12. Resultado de la pregunta 9.....	50
Figura 13. Resultado de la pregunta 10.....	50
Figura 14. Resultado de la pregunta 11.....	51
Figura 15. Resultado de la pregunta 12.....	52
Figura 16. Construcción reticular.....	57
Figura 17. Área de respeto de Gatopia.....	57
Figura 18. Versiones del logo Gatopia.....	58
Figura 19. Patrones para Gatopia	58
Figura 20. Usos incorrectos del logo.....	59
Figura 21. Usos correctos sobre fondos de color	60
Figura 22. Tarjetas de presentación.....	60
Figura 23. Fotocheck del personal	61
Figura 24. Tarjetas de bienvenida	62
Figura 25. Folder corporativo.....	62
Figura 26. Hoja membretada.....	63
Figura 27. Boleta electrónica.....	63
Figura 28. Ficha de ingreso	64
Figura 29. Carnet de identificación del gatito	64
Figura 30. Formato del chequeo diario por veterinario.....	65

Figura 31. Tazas	65
Figura 32. Pines.....	66
Figura 33. Imanes.....	66
Figura 34. Bandanas.....	67
Figura 35. Kit de bienvenida	67
Figura 36. Vestimenta de los trabajadores	68
Figura 37. Vestimenta del veterinario	68
Figura 38. Página web.....	69
Figura 39. Conversación referencial de WhatsApp.....	70
Figura 40. Esquema del byer persona	70
Figura 41. Mapa de empatía del byer persona.....	71
Figura 42. Post Instagram.....	72
Figura 43. Story Instagram.....	72
Figura 44. Embudo AIDA.....	76
Figura 45. Mapa de experiencia de usuario.....	77
Figura 46. StoryBoard “Soy Pompas, el primer huesped”	84

Resumen Ejecutivo

La presente investigación aborda la necesidad de diseñar una identidad visual sólida y coherente para Gatopia, una guardería exclusiva para gatos ubicada en Lima. En un mercado donde la diferenciación es clave para el posicionamiento, Gatopia requería una propuesta gráfica que representara su esencia, conectara emocionalmente con su público objetivo y fortaleciera su presencia en entornos digitales y físicos.

El objetivo principal fue diseñar una identidad visual integral que incluyera elementos gráficos (logotipo, paleta cromática, tipografía), tono de comunicación, material impreso y un plan de contenidos estratégicamente estructurado bajo el modelo AIDA. La metodología fue de enfoque cuantitativo, utilizando encuestas aplicadas a una muestra de 62 personas para validar las decisiones de diseño y comprobar su pertinencia.

Los resultados evidenciaron una alta aceptación de la propuesta final, validando su efectividad en términos de conexión emocional, claridad gráfica y coherencia estratégica. La implementación de esta solución no solo resolvió el problema inicial de posicionamiento, sino que generó una herramienta visual adaptable, funcional y alineada a las expectativas del público objetivo.

Se concluye que el diseño estratégico de una identidad visual integral, fundamentado en investigación y centrado en el usuario, es clave para fortalecer el valor de marca en entornos competitivos. Se recomienda replicar este enfoque en emprendimientos emergentes del sector pet-friendly.