



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

IDAT

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

EL REDISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL EN EL TONO DE

COMUNICACIÓN: CASO ZENITH.

Trabajo de aplicación para obtener el Título Técnico de Diseñador Gráfico

SILVA LOZADA, Carla Lisseth

(ORCID: 0009-0006-0236-4256)

TERRONES MUÑOZ, Jorge Eloy

(ORCID: 0009-0007-6003-0729)

**Chiclayo – Perú
2025**

Dedicatoria

A mi padre en el cielo, cuya voz me alcanzó incluso en su último respiro, recordándome que el amor trasciende todo. A mi madre, guía incansable, que permanece a mi lado en cada decisión, sea luz o sombra. Y a quienes caminan conmigo: los que no se alejan, los que creen en mí, y los que me enseñan que la esperanza siempre encuentra un lugar.

Silva Lozada Carla Lisseth

Este trabajo va en primer lugar dedicado para Dios por ser mi guía y soporte en este camino, y para mis padres, que nunca se rindieron y confiaron en mí, incluso cuando hasta yo mismo dudaba de lo que soy capaz de lograr, por cada palabra de aliento y por enseñarme, con su ejemplo, que los sueños se alcanzan con esfuerzo y perseverancia. Este logro es tan suyo como mío.

Terrones Muñoz Jorge Eloy

Índice General

Resumen Ejecutivo	7
Abstract.....	8
Introducción.....	9
Capítulo I: Planteamiento del Problema	
Problema de Investigación.....	11
Formulación del Problema	12
Justificación	12
Objetivo de la Investigación	12
Hipótesis	13
Capítulo II: Marco Teórico	
Antecedentes de la Investigación.....	14
Bases Teóricas	15
Definiciones y construcción de la identidad de marca.....	19
Gestión de branding.....	20
Definición de Términos Básico	23
Capítulo III: Metodología de la Investigación	
Definiciones e Indicadores	25
Enfoque Mixto.....	25
Tipos de Investigación y Análisis.....	25
Métodos, Técnicas e Instrumentos	26
Interpretación de Datos.....	26
Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución	
Solución Principal	30
Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia.....	30

Conclusiones..... 57

Recomendaciones 58

Referencias Bibliográficas..... 59

Anexos 62

Índice de Tabla

Tabla 1. Entrevistas	28
Tabla 2. Foda	36
Tabla 3. Calendario de contenido	37
Tabla 4. Costos de Proyecto	50
Tabla 5. Validación de expertos	52

Índice de Figuras

Tabla 1. Posts 1	43
Tabla 2. Posts2	44
Tabla 3. Historia 1	45
Tabla 3. Historia 1	46
Tabla 3. Mockup 1	47
Tabla 3. Mockup 2	48

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo titulado “El Rediseño de Identidad Visual en el Tono de Comunicación: Caso Zenith”, tiene como objetivo principal transformar la imagen de la marca de modo que el tono de comunicación y la estrategia de branding implementados en redes sociales influyan en la captación de leads y en el aumento de la interacción del startup Zenith, ubicada en la ciudad de Chiclayo.

En el primer capítulo, presentaremos el problema que buscamos resolver, la solución que proponemos, la hipótesis de investigación, los objetivos que hemos fijado para orientar el avance de este proyecto.

En el capítulo dos, se realizará una revisión de estudios importantes ya existentes, con el fin de profundizar en la comprensión del tema central. Igualmente se establecerán los conceptos clave necesarios para entender el proyecto y su identidad de marca.

En el capítulo tres, definiremos concretamente las variables e indicadores que analizaremos. Igualmente, se concretará el enfoque de la investigación que es experimental, de tipo descriptivo correlacional, con atemporalidad transversal y enfoque cualitativo, la cual resultará fundamental para guiar la creación de la solución del proyecto.

En el capítulo cuatro se detallará como se implementó la herramienta de investigación, junto a los hallazgos iniciales y una representación visual de la solución propuesta.

Para culminar, en las dos partes finales del documento, se presentan las conclusiones a las que se llegó y sugerencias sobre como continuar su uso para investigaciones futuras.

Palabras clave: Tono de comunicación, Rebranding. Diseño