



idat

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

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**Desarrollo de una estrategia de identidad visual para potenciar el
posicionamiento de TuRuta en redes sociales**

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

**TANIA SOLEDAD, RAMOS VILLALBA
(0009-0009-0922-0046)**

**ALESSANDRA VALERIA, PONCE GABRIEL
(0009-0004-0665-0669)**

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

A mi padre.

A mi madre.

Índice General

	Pág.
Resumen Ejecutivo	7
Introducción	8
 Capítulo I: Planteamiento del Problema	
Problema de Investigación	9
<i>Formulación del Problema</i>	9
Justificación	11
Objetivos de la Investigación	13
Hipótesis	13
 Capítulo II: Marco Teórico - Formulación de la Identidad de Marca	
Antecedentes de la Investigación	15
Bases Teóricas	20
Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca	21
Gestión de Branding	25
Definición de Términos Básicos	25
 Capítulo III: Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia	
Variables e Indicadores	29
Enfoque de la investigación	30
Tipos de investigación descriptiva y aplicada	31
Métodos, técnicas e instrumentos	31
Interpretación de resultados	33
 Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución	
Solución Principal	35
Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte	54

Fundamentaciones Gráficas57

Validación Final de la Propuesta de Diseño57

Costos del proyecto...58

Conclusiones60

Recomendaciones.....61

Referencias Bibliográficas62

Anexos65

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Variable de la investigación	29
Tabla 2. Técnicas e instrumentos	31
Tabla 3. Costos del proyecto	60

Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1. Calendario contenido mes Julio 2025	53
Figura 2. Calendario contenido mes Agosto 2025	54
Figura 3. Calendario contenido mes Setiembre 2025.....	55
Figura 4: Pieza Gráfica 1	57
Figura 5: Pieza Gráfica 2	58
Figura 6: Pieza Gráfica 3	58

Resumen Ejecutivo

Este proyecto analiza y propone una mejora en la identidad visual además de trabajar en una estrategia de comunicación de la app TuRuta, un aplicativo que te informa sobre rutas que puedes tomar para moverte por la ciudad y así optimizar tiempo y dinero. Se decidió trabajar su identidad visual por la percepción de los usuarios, que lo ven poco profesional, lo que afecta negativamente su posicionamiento en el mercado.

Esta investigación tuvo como objetivo principal rediseñar la identidad visual de TuRuta y trabajar en acciones de marketing visual para mejorar su reconocimiento. A través de encuestas a usuarios de la app, se detectó que más del 60% señalaban que la identidad visual era poco profesional y atractiva.

Se produjo como resultado una propuesta de rediseño, tanto de logotipo como una nueva paleta de colores y estilo visual. Todo adaptado a sus canales de difusión que son Facebook, Instagram y TikTok. Se trabajó además en una propuesta de contenido visual coherente con la línea gráfica, así como colocar códigos QR en paraderos estratégicos para un mayor alcance.

Se concluyó que con una identidad visual bien elaborada y con contenido siguiendo la línea gráfica puede influir en la percepción del usuario. Se recomienda que en redes sociales se mantenga esta línea y evaluar de manera constante el desempeño de la estrategia visual.

Este proyecto demuestra lo importante que es el diseño y el marketing visual en una marca que tiene poco reconocimiento, buscando mejorar en este aspecto sobre todo en medios digitales, y propone un modelo que cualquier marca con las mismas problemáticas puede replicar.