



idat

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

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA IDENTIDAD VISUAL COHERENTE COMO
ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO Y AUMENTO DE VENTAS EN APU
SALUD**

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

REYES GARCIA RAQUEL ANDREA DEL

MILAGRO

(0009-0001-0225-996X)

CHICLAYO – PERÚ

2025

Dedicatoria

A Dios por haberme guiado en cada paso y decisiones de mi vida, sin su bendición nada sería posible, a mi hijo Mateo Valentino, por ser mi mayor inspiración y mi más grande razón para seguir adelante porque cada logro y esfuerzo es dedicado a él para brindarle lo mejor como mamá y ejemplo a seguir, a mi madre, por su amor incondicional; por ser mi fortaleza, por todo el sacrificio realizado y apoyo en este largo camino, a mis hermanas Sandra y Rut, por ser mis compañeras y alentarme en cada proyecto y meta propuesta. A mi ser amado Karl, mi compañero de vida, por estar a mi lado en este camino y alentarme en cada obstáculo, aún cuando todo parecía desmayar el estuvo ahí con paciencia y amor creyendo en mí, por ser mi refugio y mi sustento. Que esta meta alcanzada sea el reflejo de que los sueños se logran con dedicación y amor. A todos ustedes les dedico este logro con mucho amor.

Índice General

Resumen Ejecutivo	4
Introducción	5
Capítulo I: Planteamiento del Problema	6
Problema de Investigación	6
Formulación del Problema	9
Justificación.....	9
Objetivos de la investigación	10
Hipótesis.....	10
Capitulo II: Marco Teórico	12
Antecedentes de la Investigación	12
Bases Teóricas.....	14
Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca	15
Gestión de Branding.....	17
Definición de Términos Básicos	19
Referencias bibliograficas	20

Resumen Ejecutivo

El desarrollo del proyecto comienza con la identificación del problema relacionado con la comunicación visual de la startup APU SALUD. La investigación examina la fortaleza y el potencial de la marca junto con las debilidades que afectan su posición en el mercado, particularmente la pobre legibilidad de la identidad, la incoherencia en los elementos gráficos y la dependencia de los logos, todos los cuales obstaculizan el reconocimiento y generan desconfianza en el público objetivo. Además, se analiza el panorama competitivo del sector salud donde se encuentra una oportunidad para destacarse con una identidad fuerte y bien definida.

El enfoque se centra en el desarrollo y creación de una identidad coherente para mejorar el vínculo emocional con los usuarios y optimizar el posicionamiento de la marca. Para alcanzar este objetivo, primero se realizó un diagnóstico de los análogos, un estudio de los elementos visuales existentes y una encuesta a los competidores. Posteriormente, se diseñó y desarrolla una propuesta de identidad de marca que incluye nuevos sistemas gráficos y de aplicación, así como directrices de comunicación y estrategia visual.

Finalmente, se propone un plan de implementación que incluye todos los elementos gráficos y manuales de identidad que permitirá el correcto uso de la nueva imagen de APU SALUD, ayudando en su posicionamiento en el mercado, fidelización de clientes y mejorando de forma positiva su rentabilidad y su futura proyección.