



idat

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

**EL DISEÑO SOCIAL MEDIA PARA LA PROMOCIÓN DE LA
CULTURA**

PIURANA DE LA EMPRESA TRAVEL PERÚ. PIURA, 2025

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

NELSON DANIEL RIVERA AHUMADA

(0009-0008-7851-8711)

BRAULIO GELIMER PIEDRA BACA

(0009-0008-1928-9154)

Piura – Perú

2025

*A Dios, a nuestros padres y aquellas
personas especiales que contribuyeron
con la realización de este importante proyecto.*

Índice General

Resumen Ejecutivo	5
Introducción	6
Capítulo I: Planteamiento del Problema	7
Problema de Investigación	7
Problema de Investigación Start Up de Diseño en el Perú	7
<i>Formulación del Problema</i>	9
Justificación	10
Objetivos de la Investigación	13
Hipótesis ¿Cómo Plantear la Start Up de Manera Diferente, Funcional y Competitiva?	13
Capítulo II: Marco Teórico – Formulación de la Identidad de Marca	14
Antecedentes de la Investigación	14
Bases Teóricas	17
Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca	22
Gestión de Branding	25
Definición de Términos y Análisis	27
Capítulo III: Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia	29
Definiciones e Indicadores	31
Tipos de Investigación y Análisis	32
Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución	33
Solución Principal	34
Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte	40
Fundamentaciones Gráficas	44
Costos del Proyecto: Diseño y Producción	45
Validación Final de la Propuesta Publicitaria	45
Conclusiones y Recomendaciones	46
Referencias Bibliográficas	48
Anexos	51

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación titulado "*El diseño social media para la promoción de la cultura piurana de la empresa Travel Perú. Piura 2024*", tiene como objetivo desarrollar una estrategia de diseño social media que refuerce la identidad cultural de Piura y promueva el turismo en la región. A través de la selección adecuada de imágenes, colores y tipografía, se busca captar la atención del público objetivo y posicionar a Travel Perú como un referente en la promoción de experiencias auténticas.

La investigación emplea un enfoque cuantitativo, basado en una encuesta de 16 preguntas dirigida a un grupo representativo de personas entre 25 y 35 años de Piura. El objetivo principal es analizar la percepción del público sobre el contenido visual y evaluar su impacto en la promoción de la cultura piurana, identificando los elementos clave para optimizar el diseño social media de la empresa.

En resumen, el trabajo demuestra que un diseño social media bien ejecutado puede fortalecer la identidad cultural, mejorar la visibilidad y el flujo turístico dentro de la región, conservando los valores y la riqueza cultural.