



idat

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

**REBRANDING DE OTARI'S; FORTALECIENDO EL
POSICIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATES
EN NIÑOS Y JÓVENES A NIVEL NACIONAL, CUSCO, 2025.**

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

**Sebastián Alejandro Cristóbal Sánchez
(0009-0002-3681-587X)**

**Luis Nahun Diaz Vilcamiche
(0009-0007-0719-4329)**

**Lima – Perú
2025**

*“A nuestros padres, por su amor incondicional y por enseñarnos
el verdadero significado del esfuerzo y la dedicación.”*

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de investigación aborda el rebranding de la marca colectiva Otari's con el propósito de fortalecer su posicionamiento y potenciar la comercialización de sus chocolates a nivel nacional. El objetivo principal consiste en rediseñar la identidad visual de Otari's para destacar sus valores fundamentales (origen y empoderamiento), en la cual se renovará el logo, se le implementará una nueva paleta de colores y se incorporará un nuevo lema "Sabe a origen", con estos elementos se busca transmitir una imagen más moderna de la marca y diferenciarla de la competencia. La investigación se llevó a cabo empleando la herramienta del tipo cuantitativa, las cuales se realizaron por medio de encuestas dirigidas a una parte de la población objetivo que se calculó en la calculadora de muestreo, en representación de la población objetivo. En la encuesta se evaluó si la nueva imagen visual era aceptada por el público, considerando en la encuesta aspectos como el diseño, si se mostraban los valores de la marca y su atractivo visual. Los resultados muestran que más del 75% de los encuestados aceptan el nuevo cambio de imagen de la marca Otari's, destacando entre las preguntas que el nuevo logo transmite mayor autenticidad con los valores de la marca además de resaltar por su originalidad y diseño en comparación con otras marcas de la competencia. Se llegó a la conclusión que el rebranding de la marca Otari's centrado en su nueva imagen visual, potencia su posicionamiento y su visibilidad ante el público nacional, reforzando su identidad y valores.

Introducción

Hoy en día la alta demanda de productos naturales nos demuestra que los consumidores buscan opciones que prioricen la salud y la sostenibilidad, en este caso los chocolates no son la excepción, dentro de este panorama las marcas de chocolates artesanales se encuentran en la situación de innovar su identidad visual para destacar. Otari's una marca fundada en 2019 por una asociación de mujeres cacaoteras, está dedicada a la producción de cacao, elaboración y comercialización de chocolate en el Vraem, es una de estas marcas, la cual se enfrenta al desafío de modernizar su imagen, dado que su logo actual no refleja la riqueza cultural ni el impacto social de su trabajo en el público al que se dirige, esto da pie a justificar urgentemente la necesidad de un rebranding para alinear la marca a estos nuevos tiempos más modernos. La relevancia de este proyecto radica en que mediante un rebranding total de la marca Otari's, se logre llevarla a alcanzar su máximo potencial como empresa y posicionarla como una marca que destaque dentro del mercado chocolatero en el Vraem y a nivel nacional. El propósito de la investigación busca explorar como Otari's puede cambiar su percepción ante el público, mediante los implementos de nuevos elementos, como el nuevo logo, la nueva paleta de colores y un lema, con esto se busca crear una conexión con los consumidores y reforzar los valores de la marca (origen y empoderamiento). No obstante, en este proyecto, no se aborda la capacitación en marketing de las empresas chocolateras ubicadas en el Vraem.