



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL DE TOCOSHÉ: PRODUCTOS
GOURMET Y COSMÉTICOS NATURALES HECHOS CON DERIVADO
DE TOCOSH

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

JOSSELYN HERMELINDA AMBROSIO ESPIRITU
(0009-0006-8751-5390)

NAOMI MICHELL CHOMBA ESPINOZA
(0009-0000-9869-5688)

Lima-Perú
2025

*En primer lugar, a Dios, por consiguiente, a mis padres y
hermanos por el apoyo incondicional que me brindaron durante
el proceso del proyecto*

Índice General

	Pág.
Resumen Ejecutivo	3
Introducción	4
 Capítulo I: Planteamiento del Problema	
Problema de Investigación	5
Problema de Investigación Start up de diseño en el Perú	5
<i>Formulación del Problema</i>	<i>6</i>
Justificación	7
Objetivos de la Investigación	8
Hipótesis	9
 Capítulo II: Marco Teórico - Formulación de la Identidad de Marca	
Antecedentes de la Investigación	10
Bases Teóricas	15
Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca	15
Gestión de branding	16
Definición de Términos Básicos	17
 Capítulo III: Planteamiento de plan de marketing y estrategia	
Definiciones e Indicadores	18
Tipos de Investigación y Análisis	25
 Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución	
Solución Principal	27
Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte	30
Fundamentaciones Gráficas.	35
Costos del proyecto: Diseño y Producción	36

Validación Final de la Propuesta de Diseño	38
Conclusiones.....	50
Recomendaciones.....	51
Referencias Bibliográficas.....	51
Anexos.....	52

Índice de Tablas

Tabla 1. Título de la tabla.....	15
Tabla 2. Título de la tabla.....	16
Tabla 3. Título de la tabla.....	18

Índice de Figuras

Figura 1. Título de la figura	15
Figura 2. Título de la figura	16
Figura 3. Título de la figura	18

Resumen Ejecutivo

El proyecto trata sobre el diseño de la identidad visual de Tocoshé, una marca peruana de productos gourmet y bellezas naturales elaborado a base de tocosh, con recursos ancestral andino más conocido por sus propiedades nutricionales y beneficiosas para la salud y piel. La idea incorpora tradición, ciencia y diseño contemporáneo para replantear el tocosh como un producto interesante, seguro y competitivo en el mercado actual. El proyecto está orientado a un público de 25 a 45 años interesado en el bienestar integral, el consumo consiente y la estética natural. El objetivo principal es construir una identidad visual sólida y coherente que permita a la marca diferenciarse y así fortalecer el posicionamiento y generar una conexión con su público objetivo. Para lograrlo, se desarrolla el logotipo, packaging, la paleta cromática, piezas gráficas y la planificación de comunicación digital, ordenada a valores de bienestar, sostenibilidad y herencia cultural. El proyecto se realiza mediante una metodología de investigación cuantitativa, utilizando encuestas digitales para analizar captación, preferencia y hábitos del público objetivo, lo que permite mantener estratégicamente cada acuerdo de diseño. El desarrollo se plasma en un periodo de tres meses, confirmando así una implementación progresiva y mediable. Como herramienta de apoyo empleamos Google forms, Meta business suite, canva pro y CapCut , favoreciendo la validación visual, la gestión de contenido y el alcance comercial de la marca. En general el proyecto plantea a Tocoshé como una marca con alto valor cultural y comercial, con la capacidad de transformar lo ancestral en una experiencia moderna.