

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

DESARROLLO DE APLICATIVO MÓVIL PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN LOTES DE AVERSUR, 2026

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

JHON RICHARD TRUJILLO BAZAN

(0009-0001-1075-1321)

Lima – Perú

2026

Dedicatoria

Agradezco a mis padres por ser el motor de mi vida, mis compañeros y mis profesores por esta gran oportunidad.

Índice General

Resumen Ejecutivo **6**

Introducción **7**

Capítulo I: Planteamiento del Problema **9**

Problema de Investigación 9

Formulación del Problema 10

Justificación 11

Objetivos de la Investigación 13

Hipótesis General 13

Capítulo II: Marco Teórico – Formulación de la Identidad de Marca **15**

Antecedentes de la Investigación 15

Bases Teóricas 19

Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca 23

Gestión de Branding 25

Definición de Términos y Análisis 30

Start Up ¿Cómo plantear un Start Up de manera diferente funcional y competitiva? 30

El arquetipo de marca 30

Capítulo III: Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia **32**

Definiciones e Indicadores 32

Plan de marketing 32

Estratégia de marketing 40

Tipos de Investigación y Análisis 48

Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución 49

Solución Principal 49

Fundamentaciones Gráficas 49

Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte 54

Costos del Proyecto: Diseño y Producción 56

Validación Final de la Propuesta Publicitaria 57

Conclusiones y Recomendaciones 59

Referencias Bibliográficas 61

Anexos 70

Índice de Figuras

Figura 1 *Isotipo de Aversur* 26

Figura 2 *Logotipo de la marca Aversur* 27

Figura 3 *Chart corporativo de Aversur* 27

Figura 4 *Logotipos de proyectos de lote de Aversur* 28

Figura 5 *Manual de marca de Aversur inmobiliaria* 29

Figura 6 *Byer & User persona* 37

Figura 7 *Mapa de empatía (Aversur)* 38

Figura 8 *Análisis FODA de Aversur* 39

Figura 9 *El Costumer Journey Map de Aversur* 45

Figura 10 *Recorrido del usuario dentro del aplicativo de Aversur* 46

Figura 11 *Calendario de contenidos (Aversur)* 47

Figura 12 *Auditoría de medios (Aversur)* 48

Figura 13 *Moodboard de referencias (Aversur)* 51

Figura 14 *Boceto de post publicitarios* 52

Figura 15 *Boceto de post animados* 52

Figura 16 *Storyboard de spot publicitario (App de Aversur)* 54

Figura 17 *Costos de la campaña de lanzamiento* 57

Resumen Ejecutivo

El objetivo principal del siguiente trabajo de investigación consiste en desarrollar un aplicativo móvil que permita a los usuarios obtener información detallada sobre un proyecto de lotes desde cualquier lugar, utilizando su dispositivo móvil, con el objetivo de lograr resolver todas sus dudas y ofrecer una experiencia visual gracias a la implementación de recorrido 360º mediante la herramienta Google earth dentro del aplicativo.

El recorrido del usuario comienza dentro del aplicativo en donde encontrara la información necesaria para finalmente programar una visita guiada, reservar un lote o contactar directamente con un agente comercial.

Esta idea surge a causa de la poca presencia de app móviles en el sector inmobiliario lo cual genera una gran complejidad para los clientes al momento de adquirir una propiedad con las gestiones tradicionales.

Para llevar a cabo el desarrollo de esta plataforma digital en primer lugar se desarrolla una identidad de marca para la inmobiliaria Aversur la cual una vez desarrollada se aplicaron herramientas estratégicas como el embudo digital, el customer journey map y el recorrido del usuario los cuales fueron muy necesarios para identificar las necesidades, percepciones y expectativas del público objetivo.

Finalmente se desarrolla la campaña de lanzamiento, “tu lote al alcance de tus manos” el cual tiene como objetivo comunicar de manera clara los beneficios que destacan en el uso del aplicativo, entre las cuales está la facilidad, seguridad y rapidez de información.

Palabras clave: Aplicación móvil, experiencia del usuario, procesos digitales, mercado inmobiliario.