



**FACULTAD DE HUMANIDADES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARTES &  
DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

**TESIS**

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA IDENTIDAD VISUAL  
PARA PROMOCIONAR EL PARQUE ARTESANAL  
ATIN DE LA CIUDAD DE ETEN**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADAS EN ARTES & DISEÑO GRÁFICO  
EMPRESARIAL**

**Autoras:**

**Bach. La Serna González María Albertina de Jesús  
Bach. Rufino González Valerie**

**Asesor(a):**

**Mg. Delgado Burgos Joseph**

**Línea de Investigación:**

**Comunicación y Desarrollo Humano**

**Pimentel – Perú**

**2020**

## RESUMEN

En la ciudad de Eten, encontramos al parque artesanal Atin el cual es de uso exclusivo para la venta de artesanías que producen los mismos etenanos con la finalidad de ayudar a que puedan incrementar sus ventas y así seguir creciendo.

En esta investigación se desarrolló un análisis de mercado y conocimiento a los artesanos y clientes que frecuentan el parque artesanal Atin, de esta manera nos permite saber que tan informados están y de qué manera podríamos emplear el uso de piezas gráficas para que así puedan ser más conocidos como par artesanal.

Para ello, se aplicaron dos modelos de encuestas y previas entrevistas con los artesanos del parque artesanal Atin como con los clientes que acuden a él, de las cuales logramos conseguir información precisa para saber de lo que carecen.

Con la información obtenida por las entrevistas ya realizadas, se prepararon diversos elementos gráficos como: logo, afiches, packaging y banner.

Una vez presentada y aplicada la propuesta gráfica, se realizó la misma encuesta, para medir y comprobar si cumplió con lo planteado anteriormente; “La creación de una identidad visual para promocionar el parque artesanal Atin” y con ello seguir laborando como tal.

Es claro que, por cuestiones de tiempo, no se obtendrán grandes resultados a primera instancia, pero esperamos que, en el transcurso de los meses, estos cumplan con el objetivo trazado.

**Palabras clave:** Identidad visual, Promoción, Parque Artesanal.

## ABSTRACT

In the city of Eten, we find the craft park Atin which is exclusively for the sale of crafts that the citizens of Eten produce themselves in order to enable sales to increase and thereby to continue to grow.

This research develops a market analysis about the artisans and customers who frequently visit the craft park, so it shows us how informed we are and how we could employ the use of graphics so that they can be more representative for the artisanal park.

To achieve this, two methods of data collection were applied: previous interviews with both artisans of Atin and with customers who visit it. This way, the information necessary in order to find out what was lacking was obtained.

After obtaining this specific information, we proceeded with developing different graphics such as: logo, posters, packages and banners.

Once the proposed graphics were presented and applied, the same survey was conducted again to measure and verify if the graphics complied with the objective as described before: "Creating a visual identity to promote the craft Atin park" and thus if it could continue to work as such.

It is clear that, because of time constraints, no results have been obtained so far, but we expect that within a few months, the results will meet the determined objective.

**Keywords:** visual identity, promotion and craft park.