



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO**  
**EMPRESARIAL**

Piezas gráficas del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la  
Percepción Visual en Gamers, Lima - Este – 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

**AUTORA:**

Chininin Huaracallo, Naomi Sheila (orcid.org/0000-0001-9404-1951)

**ASESOR:**

Dr. Apaza Quispe, Juan (orcid.org/0000-0002-1157-7185)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Arte visual y sociedad: Investigación de mercados en el ámbito de la  
comunicación gráfica, imagen corporativa y diseño de producto

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria:  
A mi mamá, a Duque en el cielo y mis  
mejores amigos por confiar en mí  
cuando yo no podía.

Agradecimiento:  
Agradezco a mi familia materna y  
mis amigas por siempre darme  
ánimos desde el principio

## Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	iv
Índice de Tablas	v
Índice de Figuras	vi
Resumen	vii
Abstrac	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	15
3.1. Tipo y diseño de investigación	15
3.2. Variables y operacionalización	16
3.3. Población, muestra y muestreo	17
3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos	18
3.5. Procedimientos	19
3.6. Método de análisis de datos	20
3.6.1 Análisis Descriptivo	20
3.6.2. Análisis Inferencial	31
3.7. Aspectos Éticos	32
IV. RESULTADOS	33
V. DISCUSIÓN	38
VI. CONCLUSIONES	50
VII. RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS	52
ANEXOS	

## Índice de Tablas

Tabla N°1 Clasificación de variables	16
Tabla N°2 Escala de Likert	74
Tabla N°3 Prueba Binomial	75
Tabla N°4 Confiabilidad de Piezas Gráficas y Percepción visual	76
Tabla N°5 Estadísticas total de elementos	82
Tabla N°6 Prueba de Normalidad	82
Tabla N°7 Prueba de Rho de Spearman: Piezas Gráficas y Elementos visuales	84
Tabla N°8 Prueba de Rho de Spearman: Percepción Visual y Elementos prácticos	84
Tabla N°9: Prueba de Rho de Spearman: Elementos prácticos y Percepción visual.	85

## Índice de figuras

FIGURA N°1: Gráfico circular indicador de color	20
FIGURA N°2: Gráfico circular indicador de forma	21
FIGURA N°3: Gráfico circular indicador de medidas	22
FIGURA N°4: Gráfico circular indicador de representación	23
FIGURA N°5: Gráfico circular indicador de significado	24
FIGURA N°6: Gráfico circular indicador de función	25
FIGURA N°7: Gráfico circular indicador de estímulo físico	26
FIGURA N°8: Gráfico circular indicador de inputs	27
FIGURA N°9: Gráfico circular indicador de selección	28
FIGURA N°10: Gráfico circular indicador de organización	29
FIGURA N°11: Gráfico circular indicador de interpretación	30

## Resumen

El objetivo de la presente investigación es definir la relación entre las Piezas Gráficas y la Percepción visual en gamers de San Juan de Lurigancho 2022. Por tanto, se crearon piezas gráficas para el lanzamiento digital del videojuego Tunche, las cuales fueron expuestas a los jugadores para luego hacer un análisis con los datos obtenidos mediante una encuesta. Las piezas gráficas tuvieron como objetivo mostrar a los personajes del videojuego Tunche, representando colores y formas representativas y que traigan el recuerdo de la Amazonia Peruana.

Este estudio es de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal de tipo aplicad y nivel correlacional. La encuesta se conformó por 11 preguntas con opciones múltiples en escala de Likert. La muestra se constituyó por 108 gamers. La fiabilidad se obtuvo mediante el Alfa de Cronbach, con una significancia de 0,722, se aplicó Rho de Spearman consiguiendo una correlación positiva mediana ya que se obtuvo un valor de 0,599, además que el valor de la significancia obtenido fue de 0,000 que es lo requerido ( $0,000 < 0,05$ ), afirmando la hipótesis y rechazando la nula. Se concluyó que las piezas gráficas fueron claras para anunciar el lanzamiento del videojuego y poder despertar el interés de los gamers.

Palabras clave: Piezas gráficas, comunicación visual, percepción visual, elementos visuales.

## ABSTRACT

The objective of the present investigation is to define the relationship between the Graphic Pieces and the Visual Perception in gamers of San Juan de Lurigancho 2022. Therefore, graphic pieces were created for the digital launch of the Tunche video game, which were exposed to the players for later make an analysis with the data obtained through a survey. The graphic pieces aimed to show the characters of the Tunche video game, representing representative colors and shapes that bring back the memory of the Peruvian Amazon.

This study has a quantitative approach, a non-experimental, cross-sectional design of an applied type and a correlational level. The survey consisted of 11 questions with multiple options on a Likert scale. The sample was made up of 108 gamers. Reliability was obtained using Cronbach's Alpha, with a significance of 0.722, Spearman's Rho was applied, achieving a median positive correlation since a value of 0.599 was obtained, in addition to the significance value obtained being 0.000, which is required. ( $0.000 < 0.05$ ), accepting the hypothesis and rejecting the null. It was concluded that the graphic pieces were beneficial to announce the launch of the video game and could arouse the interest of gamers.

Keywords: Graphic pieces, visual communication, visual perception, graphic elements.



## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, las grandes marcas crean piezas gráficas para ganar más relevancia en el público a través de formas, colores y tipografía, reforzando así su permanencia en la memoria de sus receptores.

En el mundo entero, el mercado de videojuegos ha sido dominado durante muchos años por Asia, Europa y también Estados Unidos en 70 % teniendo como referencia diversos títulos como Legend of Zelda y Cuphead, aunque sintiéndose la ausencia de Latinoamérica.

En el caso de muchos países latinos, han realizado diferentes títulos de videojuegos con diferentes estilos de animación y/o artísticos que, a pesar del arduo trabajo de sus equipos de desarrollo, no trascendieron lo suficiente para sobresalir internacionalmente e incluso sin lograrlo en sus propios países de origen.

Nuestro país Perú, ha demostrado que se puede desarrollar exponentes a la altura de todos los videojuegos ya existentes. Uno de los proyectos de videojuegos que sacó cara por nuestro país, en Lima, es "Tunche", un juego ambientado en la amazonia peruana y su mitología. Mejía O. (2021), afirma que el videojuego Tunche es el próximo representante que brillará en el género de *beat'em up* como otros títulos como *Castle Crashers* y su género estará fusionado con el estilo *roguelike* y fue uno de los juegos del Steam Games Festival que generó más expectativas en los asistentes. Eso quiere decir que Tunche gracias a su innovadora propuesta de jugabilidad, hizo crecer las expectativas alrededor del mundo y también a una parte de nuestro país, pero a falta de piezas graficas no ha sido lo suficiente.

Emplear piezas gráficas aporta como material visual, informativo y motivante para el receptor haciendo uso de la percepción visual. Y el realizar diferentes tipos de piezas contribuye a alzar las expectativas y la preferencia del público al que se dirige. Asencios V. (2018). Al crear piezas graficas se contribuye a la captación de los receptores, estimula sus emociones y así estos pueden sentirse más motivados con el mensaje o marca y mantenerlo como recuerdo en sus mentes.

También Villarreal (2018), nos dice que la creación de piezas gráficas debe ser diseñadas de acuerdo al tipo de público va dirigido, siendo ese uno de los aspectos más importantes ya que así transmitiremos mensajes claros. Con esto se entiende que se debe conocer con seguridad a quien van dirigidas las piezas para así captar más su atención y tener una mejor recepción visual.

La percepción visual es el desarrollo en el cual se interpretan emociones y reacciones transmitidas para darles un significado gracias a los ejemplares y según su tamaño, color y forma. Arotinco (2018). Se puede decir entonces que la percepción visual es la deducción de estímulos que son difundidos gracias a diversos elementos visuales que conforman las piezas gráficas.

Emplear las piezas gráficas en un lanzamiento o campaña de interés, tienen el objetivo de darle relevancia a una marca o producto en específico, utilizando un mensaje directo empleando la persuasión sin darle muchas vueltas al mensaje que se quiere dar. Sánchez L. (2019). Teniendo entonces esto en cuenta, el diseño de estas piezas debe tener la información concisa y sin enredos para poder permanecer correctamente en la memoria del público, así la marca o producto pueda posicionarse mejor y así lograr su objetivo en su campaña correspondiente.

El proyecto de videojuego Tunche que, a pesar de haber ganado reconocimiento en el extranjero, entre el público peruano, específicamente entre los gamers de Lima- Este, no ha conseguido tanta relevancia entre compatriotas ya que, este en un inicio era dirigido al público internacional, sin tomar importancia al público peruano.

En Perú los videojuegos no han tenido tanta relevancia debido a la mala fama de diferentes tipos de contenido nacional que no obtuvieron reacciones positivas, creando así una desconfianza del público a proyectos nacionales, teniendo una imagen negativa y “ya antes vista” en la población. El producto nacional es menospreciado por los mismos peruanos, esto incluye a los videojuegos.

Debido a esto, el público peruano continúa ignorando los logros nacionales a pesar de haber recibido el apoyo internacional, ya que esta creencia de que todo producto nacional es malo, perjudica tanto a las personas involucradas en la realización y a los mismos ciudadanos peruanos que tienen la ambición de crear proyectos innovadores como este, siendo rebajados por el simple hecho de creer que el producto nacional no se compara al realizado en el extranjero. El aporte que se hizo, fue diseñar piezas gráficas que muestren el estilo y diseño del videojuego Tunche de su lanzamiento digital y así activar la percepción visual y el reconocimiento de parte de los compatriotas gamers Lima-Este 2022.

Es por ello que, el videojuego tunche a pesar de ser ganador de diferentes premios internacionales, estando en el ojo de diferentes países a su próximo estreno, no ha llamado la atención de consumidores de su propio país de origen. Para esto, se elaboró el diseño de piezas gráficas para sobresalir entre el público limeño y conseguir dar una buena percepción visual de potenciales jugadores de nuestro país que tienen poco conocimiento sobre su lanzamiento o muestran interés en los videojuegos peruanos.

Los problemas de investigación con una estructura ordenada y clara, tendrán una conclusión adecuada (Hernández, 2014). El problema general y los específicos de este estudio fueron:

¿Cuál fue la relación existente entre las piezas gráficas del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2022?

- ¿Cuál fue la relación entre los elementos visuales del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2022?
- ¿Cuál fue la relación entre los elementos prácticos del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2022?

La justificación metodológica es importante ya que todo estudio debe argumentar las razones de realización de este. El propósito de toda investigación debe ser significativo para saber si realmente es justificable. (Hernández, 2014).

El siguiente estudio tuvo una justificación económica debido a que, las piezas fueron expuestas en formato digital, puesto que el trabajo realizado para este estudio fue de diseñador e ilustrador para la empresa LEAP, la cual estará encargada de correr con los gastos del merchandising físico, en consiguiente, el presente trabajo no corrió con gastos de impresión. También tuvo una justificación social, ya que este trabajo quiere visibilizar a un proyecto peruano que merece el reconocimiento de otros peruanos.

Igualmente presentó justificación metodológica ya que se obtuvieron antecedentes e información de libros, investigaciones, artículos pasados para poder construir esta indagación. La realidad por la que este trabajo se justificó es porque actualmente la población no confía en proyectos nacionales debido a la fama que han tenido en el pasado y es por eso que proyectos como de videojuegos se enfocan más en un público extranjero que en muchas ocasiones si sabe valorar y no hay piezas gráficas enfocados en este publico inseguro.

Hernández (2014) Afirma que los objetivos de una investigación deben ser claros para evitar complicaciones o confusiones en el proceso de desarrollo. A continuación, se mostrará el objetivo específico y los secundarios.

Determinar la relación que existe entre las piezas gráficas del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.

- Determinar la relación que existe entre los elementos visuales del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.
- Determinar la relación que existe entre los elementos prácticos del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.

Según Sabino (1992) la hipótesis como una explicación temporal a un problema. Por ello, este proyecto de investigación propone las siguientes hipótesis tanto la general y las secundarias:

H1: Existe relación significativa entre las piezas gráficas del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.

H0: No existe relación significativa entre las piezas gráficas del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.

- H1: Existe relación significativa entre los elementos visuales del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.
- H0: No existe relación significativa entre los elementos visuales del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.
- H1: Existe relación significativa entre los elementos prácticos del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.
- H0: No existe relación significativa entre los elementos prácticos del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.

## I. MARCO TEÓRICO

A continuación, se expondrán antecedentes de investigaciones que tengan variables en común:

Medina (2018). En su tesis titulada *Diseño de una pieza gráfica sobre el reciclaje de papel y la percepción visual en los estudiantes de 5° y 6° de primaria de cinco I.E Ancón, Lima 2018*. Su objetivo fue el reconocer si hay alguna relación entre diseño de una pieza gráfica con tema de rehusar el papel y la percepción visual en estudiantes de 5° y 6° de primaria. Fue presentada en el año 2018, para obtener título profesional. Su investigación fue correlacional, cuantitativa con diseño no experimental y con un nivel transversal y tipo aplicada. Su población tuvo de muestra a 276 alumnos de quinto a sexto grado. Como resultado se obtuvo 0,789 de confiabilidad aceptable. Obteniendo un resultado de correlación de 0,789 siendo así un 95% de confiabilidad. Concluyendo que existe reacción positiva ante el diseño de piezas gráficas sobre el reciclaje. Se afirma que los elementos visuales y el equilibrio visual de las piezas gráficas tienen una relación importante en el diseño de estas.

Asencios (2017). Presentó su tesis titulada *Diseño de piezas gráficas sobre la nutrición y la percepción en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres Instituciones Educativas de Independencia, Lima 2018*. Teniendo como objetivo el confirmar la relación entre el diseño de piezas gráficas sobre la nutrición escolar y como lo perciben estudiantes de quinto y sexto de primaria. Hecho en 2018, para obtener título profesional. Investigación cuantitativa del cual su diseño fue no experimental y con un nivel correlacional y tipo aplicada. Con una población que tiene de muestra 271 estudiantes de 5° y 6°. Como resultado se obtuvo 0,768 de confiabilidad aceptable. Teniendo de conclusión que, si hubo relación positiva entre sus variables principales y secundarias, ya que la población reaccionó eficientemente.

Barrera (2020). Presentó su tesis con el título de *Piezas gráficas sobre el acoso y la percepción visual en jóvenes de 15 a 20 años en S.J.M, Lima*. Ejecutado

en el año 2020, del cual su objetivo fue encontrar cual es la relación entre las piezas gráficas sobre el acoso y como es su percepción visual. Su investigación cuantitativa de la cual su diseño fue no experimental tipo aplicada y con un nivel correlacional, transversal. Contando con una población que tuvo de muestra 53 jóvenes de San Juan de Miraflores. Se obtuvo 0,653 de confiabilidad aceptable. Teniendo de conclusión que, existe relación significativa entre sus variables principales y secundarias, entre las piezas gráficas sobre el acoso y la percepción visual.

Arontinco (2018). Hizo su tesis con el título de *Diseño de piezas gráficas sobre las 3Rs ecológicas y la percepción en estudiantes de 4to a 6to grado de primaria de tres instituciones educativas de San Martín de Porres, Lima 2018*. Realizado en el año 2018, para conseguir el título profesional. Contó con el objetivo de conocer si existe una relación entre el diseño de piezas gráficas sobre 3Rs ecológicas y la percepción de unos alumnos de cuarto a sexto grado de primaria en tres colegios. Investigación cuantitativa y su diseño es no experimental tipo aplicada, con un nivel correlacional, transversal ya que no había razón por la cual cambiar sus antecedentes. Su población tuvo de muestra a 932 estudiantes de sexto y cuarto de primaria. Teniendo como resultado 0,783 de confiabilidad aceptable. Confirmando que, si existe relación entre diseño de piezas gráficas sobre su tema de investigación y el resto de sus variables principales y secundarias.

Alcántara (2019). Elaboró su tesis titulada como; *Pieza gráfica sobre métodos anticonceptivos y el conocimiento de jóvenes de 4° y 5° de secundaria – Los Olivos, Lima 2019*. Fue presentado en el año 2019, para lograr su título profesional. Que tuvo el objetivo de conocer cuál es la relación entre la creación de piezas graficas con el tema del uso correcto de métodos anticonceptivos y los conocimientos de alumnos de secundaria, específicamente se cuarto y quinto de media. Su investigación tuvo un enfoque cuantitativo del cual su diseño es no experimental tipo aplicada y con un nivel correlacional, transversal. Contando con una población que tuvo de muestra 640 estudiantes de cuarto y quinto de secundaria residentes en el distrito Los Olivos. Se obtuvo entonces, como resultado 0,955 de confiabilidad aceptable. Sabiendo entonces que, si existe relación positiva

entre sus variables, tanto como las principales y las secundarias, gracias a la realización de piezas gráficas se pudo dar a conocer el tema de métodos anticonceptivos de forma clara y concisa.

Sabando (2017). En su tesis titulada *Piezas gráficas y su impacto en el posicionamiento de la empresa casa comercial "Elvis" del Cantón Mocache, año 2017*. Presentada en 2017, para obtener título profesional. Contó con el objetivo de dar a conocer cuál era la influencia entre la identidad corporativa de comensales y usuarios para así realizar el diseño piezas gráficas para mejorar el posicionamiento de la empresa. Su Investigación mixta ya que realizó entrevistas y también hizo uso de un cuestionario del cual su diseño es no experimental y con un nivel transversal y tipo aplicada. Contó con una población con una muestra conformada por 1300 clientes de la empresa Casa Comercial "Elvis". Concluyendo que debido a circunstancias que rodean el local de la marca, es que existen dificultades para posicionarse, pero con ayuda de las piezas gráficas tanto físicas como digitales se obtuvo una notable mejora.

Vera (2018). Publicó su tesis con el título de *Atributos Cromáticos que inciden en la Percepción Visual de empaques de pastas dentales en el Supermercado Aki del Cantón Esmeraldas*. Realizada en el año 2018, para conseguir el título académico profesional. Su investigación fue cualitativa, su diseño fue experimental ya que tuvieron que haber cambios en las variables y cambios en la información presentada. Con una población que tuvo de muestra a 120 personas consumidoras de diferentes marcas de pasta dental. Concluyendo que, desde la perspectiva del receptor, los elementos más perceptibles son el color sobre la forma y la textura, incluyendo también la iluminación, siendo el color rojo el más llamativo.

Sper (2018). Tuvo tesis titulada como *Diseño de piezas gráficas de las canciones del intérprete Julio Jaramillo para su aplicación en plataformas musicales dirigido a jóvenes de 20 a 35 años de edad*. Fue publicada en 2018, para obtener título antes de realizar su licenciatura. Su investigación también mixta debido a que realizaron tanto entrevistas y encuestas a personas. Con una población que tuvo de muestra 348 oyentes y/o fanáticos del cantante Julio Jaramillo. Concluyendo que



gracias la creación de estas piezas gráficas basada en la composición del cantante Julio Jaramillo, las siguientes generaciones tendrán más fácil el reconocerlo y sepan identificar su música con el pasar de los años.

Mendoza (2019). Su tesis titulada: *Análisis de Piezas Gráficas implementadas en la promoción de la carrera de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas en el periodo 2008 al 2015*. Presentada en 2019, para obtener título previo a la obtención del grado de licenciatura. Investigación mixta debido a que realizaron entrevistas y encuestas a personas. Con una población que tiene de muestra 100 personas incluyendo estudiantes y graduados de la carrera de Diseño Gráfico. Concluyendo que muchas de las piezas gráficas necesitaban un mejor formato para poder ser recordables, ya que sólo el 65% de la población reaccionó y recordó.

Peralta (2018). Su investigación nombrada: *Diseño de Piezas gráficas para la tercera media maratón de 21k Esquipulas, que organiza la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Obrero Responsabilidad Limitada -Coosajo- R.L. Esquipulas, Chiquimula, Guatemala 2018*, tenía como objetivo la realización de piezas gráficas para impulsar la percepción para que el público pueda informarse adecuadamente. Publicada en 2018, para la obtención del grado de licenciatura en Comunicación y Diseño. Contaba con una investigación mixta, con diseño experimental, tipo transversal y correlacional. El muestreo desarrollado fue no probabilístico, se encuestó a 3 grupos de 30 personas conformados por el público objetivo, expertos en cuestión y clientes. Se concluyó que si existe relación entre las variables y se logró estimular la percepción de estos y se logró el objetivo de informarles.

Anicama (2019) en su tesis: *Percepción de los estudiantes universitarios de la ciudad de Lima, frente a las piezas gráficas publicitarias de la empresa de comida rápida KFC en las redes sociales*. Su objetivo fue conocer la percepción de universitarios ante las piezas publicitarias en redes sociales de KFC. Su metodología fue cuantitativa y cualitativa, ósea mixta, de tipo descriptiva con alcance explicativo. Se realizó una encuesta a una muestra de 60 personas, donde

se concluyó que la percepción de los estudiantes ante las piezas graficas de KFC es positiva gracias a que son empleados correctamente y son agradables.

Entonces se recopiló información sobre las dimensiones elementos visuales y elementos prácticos:

Para Wong (2014) Los elementos visuales son las partes más importantes en una composición de diseño y lo que el público más aprecia. Los indicadores mencionados son la forma, color y su medida, siendo la forma lo observable y reconocible en primera instancia, el color siendo el que puede variar en tonalidades neutras, cromáticas y tonales, y por último la medida en cuestión de tamaño ya que sería relativo si beneficiaría a la recepción del mensaje o idea de estas piezas. Mientras que, en la dimensión de Elementos prácticos, Wong se refiere a la representación de figuras dependiendo su naturaleza, es decir, si es realista o semi abstracta.

Aportando a lo anterior mencionado, Bustos, nos dice, que cuando las piezas gráficas son exitosas es porque logró con el objetivo propuesto y pudo transmitir la idea o mensaje. Todo gracias a los elementos esenciales para la realización de estas, el color, la forma, tamaño y la mención de la marca, ya que así se dará un uso correcto de la ampliación de estas para poder comunicar y generar expectativas de parte del público a los que va dirigido (2012).

El objetivo de las piezas gráficas desde tiempos pasados ha sido siempre el mismo, el transmitir y comunicar a través de la comunicación visual. Todo esto gracias a como se componga el espacio y los colores que se emplearán en este, entonces se definirá el éxito de esta gracias a los elementos visuales. (Cisneros, 2017)

El objetivo de las piezas gráficas es lograr una armonía entre los elementos visuales, no importa que tan disparejos sean, el diseñador debe encontrar la manera de hacer que se concilien entre ellos. En otras palabras, el diseñador

debe encontrar la forma en que los elementos funcionen entre sí para poder captar el interés del lector. (White, 2011)

The eLearning Guild (2017), menciona que aspectos como la demografía, el pensamiento crítico del mismo diseñador, la involucración del ojo artístico del diseñador a la hora de crear y no sólo centrándose en lo normativo, también mencionando antecedentes de reglas impuestas por diseñadores del pasado, son importantes para la composición de las piezas.

La creación de piezas gráficas es una acción de proyectar y realizar composición que aporten a la comunicación visual, que tienen el objetivo de transmitir una imagen o idea para que el consumidor pueda percibirlo y recordarlo, puede ser folleto, afiche, etc., actualmente el proceso es más fácil gracias a la evolución de la tecnología (Lata, 2020).

Samara (2006) dice que un diseño de pieza gráfica solamente funciona cuando sus componentes están relacionados de forma clara las proporciones son muy importantes ya que esto también serán punto clave a la hora de persuadir al espectador desde el primer momento que confrontarán la obra.

Los aspectos claves para que las piezas gráficas es la relación entre imagen, texto, propósito; y junto a esto la decisión de tipografía y que paleta de colores será empleado tiene un peso importante para que la pieza grafica sea coherente. Si en el proceso de realización no hay un estudio previo del público y de la marca (esto incluye marcas comerciales, políticas, etc.) el impacto será nulo. (Suhendra, 2021)

Mediante las piezas gráficas y su función de comunicar un mensaje, se sobre entiende que las imágenes son cuales nos transmiten la idea. Benavides (2019) también menciona la importancia del uso adecuado de elementos visuales como lo son los colores, las formas y tipografías. El proceso de desarrollo de piezas gráficas ha ido progresando para en cuestión de producción. En un inicio las piezas realizadas tradicionalmente, pasaban por un arduo y difícil trabajo, y ahora en la actualidad, la producción es más simplificada. (Petterson, 2021) El aprendizaje

sobre la realización de piezas gráficas continúa evolucionando, cuando la pieza gráfica es producida se puede medir su significación su "uso", la combinación adecuada del tamaño, la textura, los colores, formas e incluso de los materiales utilizados, son importantes para llegar a su objetivo informativo. (Valdés, 2021). El diseñar piezas gráficas no significa en como "decores" una composición con elementos visuales, ya que las formas utilizadas deben haber sido colocadas pensando en el objetivo de estos, no solamente importa en "que tan bien se ve" porque si el diseñador no ha estudiado con anterioridad la información de la marca y/o empresa con la que trabaja, los elementos prácticos no serán de ayuda, porque toda posición y elemento debe tener una justificación del porqué está ahí (Poulin, 2018). En cuanto a Percepción Visual, Arellano (2010) expone que va más allá de simples estímulos ya que no funciona de la misma forma con todo el público, ya que es relativo que es lo que pensará cada uno ante una composición, todo debido a diferencias sensitivas que existen en cada individuo y también influye los conocimientos que hayan recibido durante su vida a la hora de reconocer. La forma de comunicarnos de los seres humano es una necesidad y capacidad para poder transmitir entre nosotros mensajes. En el caso de la comunicación visual, lo importante para comunicar algo, es esencial utilizar símbolos gráficos ya que con ellos se puede transmitir emociones, ideas y sentimientos. /Mora, 2018)

En la variable de Estímulos Perceptivos, Arellano mencionó que la percepción debido al producto de dos inputs, es que se crea la opción y percepción personal de cada individuo ante diferentes situaciones, personas u objetos. En cuanto sus indicadores, son el estímulo físico, que se refería a los estímulos sensitivos de forma externa y los inputs, que son el conocimiento pasado basado en experiencias anteriores. Y en la variable de Proceso perceptivo se definió que dependiendo a como las personas organizan sus pensamientos, recuerdos e ideas es que se da la comprensión ante diferentes aspectos. La selección, uno de sus indicadores, es un proceso que escoge los estímulos, decidiéndose en los internos ya aprendidos y los de la natural de forma externa; la Organización se refiere a como nuestro cerebro relaciona los elementos visualizados, como son la figura, el fondo, como estos están agrupados y como realiza el cierre de la percepción. Y por último la interpretación es el paso final en donde nuestros estímulos son

organizados y da como resultado a nuestra captación, gracias a las experiencias pasadas y el tipo de conocimiento obtenido de otros individuos.

Para realizar este estudio, se tomaron en cuenta dos importantes variables: Piezas gráficas y Percepción visual. Por ende, se recolecto información para definir las.

Wong (2014) define Piezas graficas como representaciones visuales a través de un lenguaje no verbal con el objetivo de recibir una respuesta de parte del público al que va dirigido, gracias a estímulos visuales.

Luego de ver la información obtenida, se supo que Elementos visuales y Elementos prácticos, son las dimensiones de la primera variable.

Los elementos visuales son lo más preponderante en una composición gráfica, porque es lo que nuestros ojos pueden ver realmente. (Wong, 2014). Esta dimensión tiene las variables; color, forma, medida.

El color es la percepción sensorial captado por la vista según la iluminación, incluyendo a si también tonalidades neutras (blanco, negro, gris) así como sus variaciones tonales. (Wong, 2014)

La forma es lo primero que percibe el ojo. (Wong, 2014)

La medida es el tamaño y subjetivo según como se emplee. (Wong, 2014)

Elementos prácticos son lo secundario en una composición. (Wong, 2014). Tiene los siguientes indicadores; representación, significado, función.

La representación es la imagen formada según la naturaleza que nos rodea formado por el individuo. Esta puede ser tanto realista como estilizada o semi abstracta. (Wong, 2014).

El significado se refiere a cuando un diseño trasporta un mensaje. (Wong, 2014).

La función es el objetivo de las piezas gráficas, normalmente es el informar. (Wong, 2014).

A continuación, se presentará la definición de la segunda variable: Percepción visual.

Mientras que Arellano (2010) define Percepción visual como el proceso mediante el cual se escoge, ordena y deduce estímulos para comprender el mundo en forma razonable.

Los estímulos perceptivos según Arellano (2010), cuando dos inputs se relacionan forman opiniones personales con respecto a elementos, circunstancias o personas. Esta dimensión tiene los siguientes indicadores: Estimulo físico e inputs.

El estímulo físico se refiere a todo lo percibido externamente. (Arellano, 2010).

Los inputs son aprendizajes recolectados por un individuo en el pasado que influyen en sus conocimientos actuales. (Arellano, 2010).

La segunda variable, Proceso perceptivo es por el cual persona escoge, ordena y deduce estímulos para poder adecuarlos a su aprendizaje. (Arellano, 2010)

## **II. METODOLOGÍA**

### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

#### **3.1.1. Enfoque de investigación**

Según Hernández (2014), la siguiente investigación tuvo un enfoque cuantitativo, es decir, que se recopiló información que fue analizada estadísticamente y así se supo si se rechazaba o validaba las hipótesis que se presentaron en el estudio.

#### **2.1.2. Tipo de investigación**

Según Valderrama (2013), el tipo de estudio fue aplicada ya que, se necesitó hacer una recopilación de antecedentes solucionados para poder dar una conclusión del problema especificado y dar soluciones.

#### **2.1.3. Diseño de investigación**

El diseño de esta investigación fue no experimental, es por ello que, las variables no pasaron por cambios o manipulación, ósea que se observaron los hechos en el contexto natural. (Hernández, 2010).

### 3.2. Variables y operacionalización

#### 3.2.1. Definición conceptual

Tenemos dos variables que se relacionaron tratando así de resolver el problema de este estudio.

Tabla N°1: Clasificación de variables

	<b>POR NATURALEZA</b>	<b>POR ESCALA DE MEDICIÓN</b>	<b>CATEGORÍA</b>
X: Piezas Gráficas	Cualitativa	Nominal	Independiente
Y: Percepción visual	Cualitativa	Nominal	Independiente

- Variable X: Piezas Gráficas

Son representaciones visuales a través de imágenes, formas, colores que tienen el objetivo de llevar un mensaje. (Wong, 2014).

Sus dimensiones son:

- Elementos visuales
- Elementos prácticos

- Variable Y: Percepción visual

Es un procedimiento por el cual un individuo organiza sus estímulos comprendidos a través de un canal visual. (Arellano, 2010).

- Estímulos perceptivos
- Proceso perceptivo

#### 3.2.2. Matriz de operacionalización

Se especifica como una herramienta importante en una investigación, ya que es el esquema que representa el núcleo del estudio en el cual se desarrollan las variables, dimensiones, indicadores y los ítems. (Anexo1)



### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **3.3.1. Población**

Son un conjunto de situaciones con características específicas iguales (Hernández, Baptista y Fernández, 2014).

La población de esta investigación se conforma por 150 gamers de sexo indistinto, de 15 a 30 años, que habitan en San Juan de Lurigancho, la población es finita.

#### **3.3.2. Muestra**

Para obtener el cálculo de la muestra de esta investigación se realizó basándose en la fórmula de población finita. (Hernández, Baptista y Fernández, 2014).

La muestra es la subpoblación donde se recolecta la información y que son figura de la misma.

Para la prueba piloto se tomarán en cuenta a 108 usuarios (Anexo 2)

#### **3.3.3. Muestreo**

El siguiente muestreo tiene un carácter no probabilístico por convención ya que los usuarios están en el distrito de San Juan de Lurigancho. Según Borda, Toesca y Navarro (2014), el examinador debe seleccionar a los componentes adecuados para la muestra.

### **3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos**

#### **3.4.1. Técnica de recolección de datos**

Para esta investigación se realizó una encuesta a 150 gamers de 15 a 30 años de San Juan de Lurigancho, Lima Este.

#### **3.4.2. Instrumento**

El cuestionario se utilizó como instrumento para esta investigación con valores de escala Likert. Hernández, Fernández y Baptista (2010). Este se trata de ítems mostrados en modo de afirmación para medir sus respuestas en categorías. Estuvo conformado por 11 preguntas relacionadas a las variables, en la cual se usó una escala de valoración del 1 al 5, donde: 1 (totalmente en desacuerdo), 2 (en desacuerdo), 3 (indiferente), 4 (de acuerdo) y 5 (totalmente de acuerdo).

La encuesta tiene el fin de medir la aprobación de los usuarios para poder desarrollar la validez del instrumento. Se ejecutó mediante un cuestionario de Google, siendo este enviado a los gamers para que puedan responder según corresponda para recolectar la información.

#### **3.4.3. Validez**

Según Hernández, Baptista y Fernández (2014), que cuando se valida un instrumento, se inspecciona diferentes tipos de resultados obtenidos en una investigación. Es por ello que, esta validación del proceso de obtención de datos mediante un cuestionario fue brindado por el experto en el tema. Se realizó por eso la prueba binomial donde se muestra el resultado.

Muestra entonces que la prueba binomial tuvo un resultado positivo debido a que, el instrumento manejado en esta investigación fue aprobado por el especialista dando un resultado el valor ,012 que es menor a la significancia de 0,50. (Anexo 5)

### **3.4.1. Confiabilidad**

Hernández, Baptista y Fernández (2010) afirman que la confiabilidad funciona como instrumento de verificación de valores aplicado en el individuo o el objeto para obtener resultados.

De acuerdo a la prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach, se obtuvo 0,772, siendo entonces que el instrumento tuvo una excelente confiabilidad teniendo una significancia mayor que la establecida de 0,72. (Anexo 5)

### **3.5. Procedimientos**

El instrumento de validación obtuvo una respuesta positiva del jurado Dr. Juan Apaza Quispe, y el Ph. D. Cornejo Guerrero Miguel, del cual el resultado fue bueno, obteniendo 10 de 11 de los requisitos requeridos. Para la prueba piloto se realizó una encuesta a través de un formulario de Google. La obtención de respuestas fue de forma anónima. La información de la base de datos fue realizada por LEAP GAMES Studios SAC, y se seleccionó a gamers de Lima-Este, a quienes se les brindó las instrucciones para responder las respuestas de opción múltiple mediante mensaje privado. Luego se recopilaron los datos en Excel para después ser importados en el programa de estadística IBM SPSS 26.

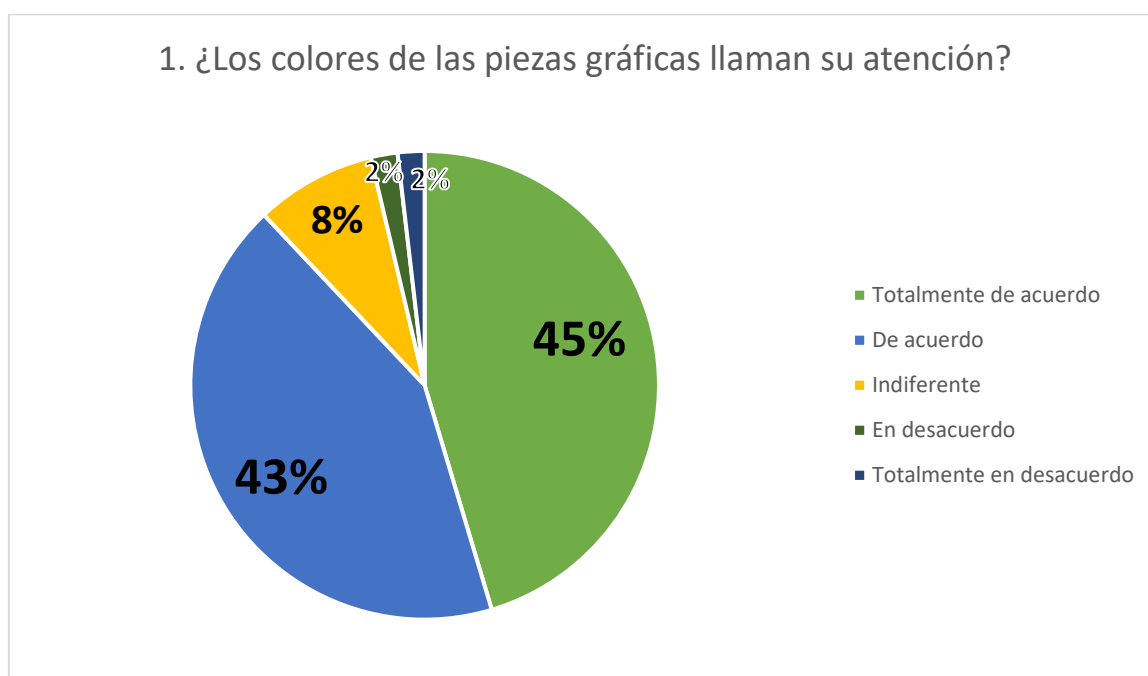
### 3.6. Método de análisis de datos

La información obtenida para el estudio fue analizada de forma estadística a través de IBM SPSS Statistics 26. Así se pudieron realizar las evaluaciones necesarias para poder comprobar la confiabilidad del instrumento y así obtener la hipótesis

#### 3.6.1 Análisis Descriptivo.

En los gráficos de a continuación se expondrán los resultados conseguidos gracias al cuestionario de 11 preguntas.

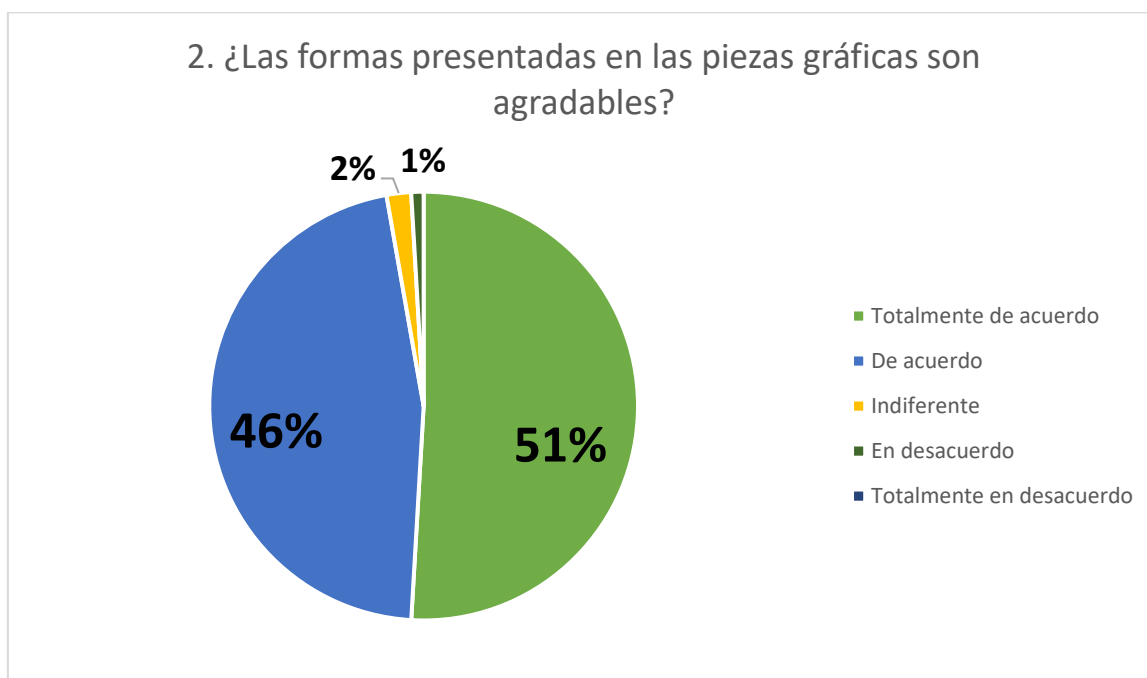
**Gráfico 1:** Gráfico circular del Indicador Color



Fuente: IBM SPSS 26.

**Interpretación:** El 45% de los encuestados, que equivalen a 49 personas, están totalmente de acuerdo que el color de las piezas gráficas llamó su atención, mientras que un 43% que equivale a 46 personas, está de acuerdo, un 8% que equivale a 9 personas está indiferente, el 2%. equivalente a 2 personas y 2% equivalente a 2 personas estuvieron en total desacuerdo.

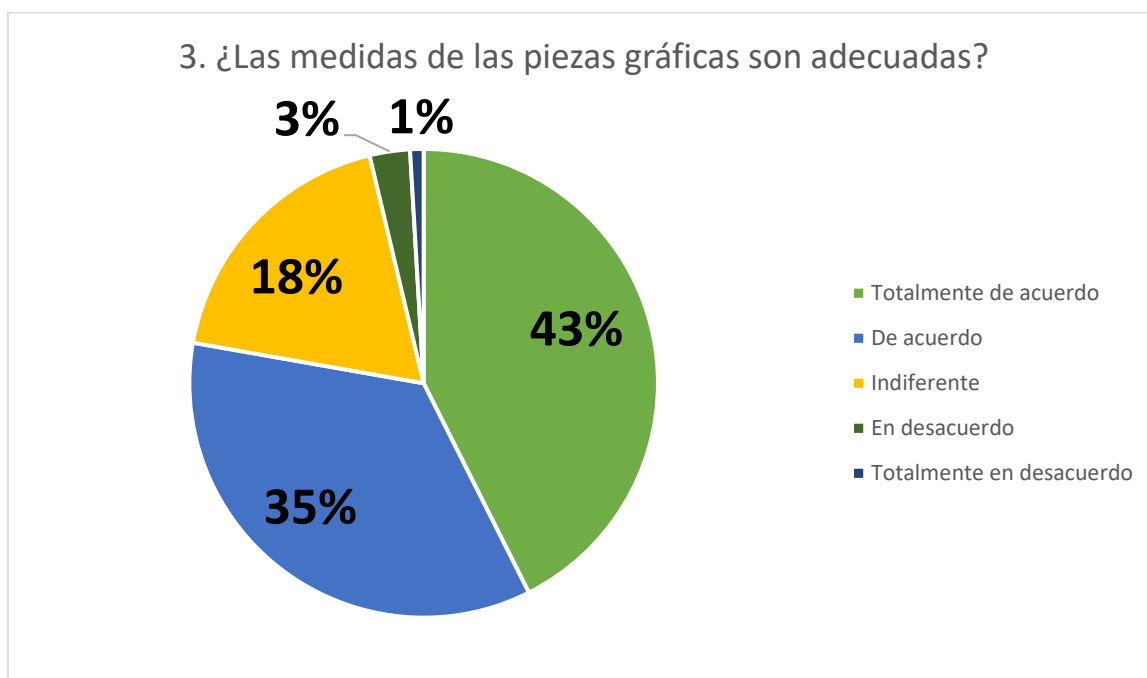
**Gráfico 2:** Gráfico circular del Indicador Forma



Fuente: IBM SPSS 26.

Interpretación: El 51% de los encuestados, que equivalen a 55 personas, están totalmente de acuerdo que las formas de las piezas gráficas son agradables, mientras que un 46% que equivale a 50 personas, está de acuerdo, un 2% que equivale a 2 personas está indiferente y el 1% equivalente a 1 persona estuvo en desacuerdo.

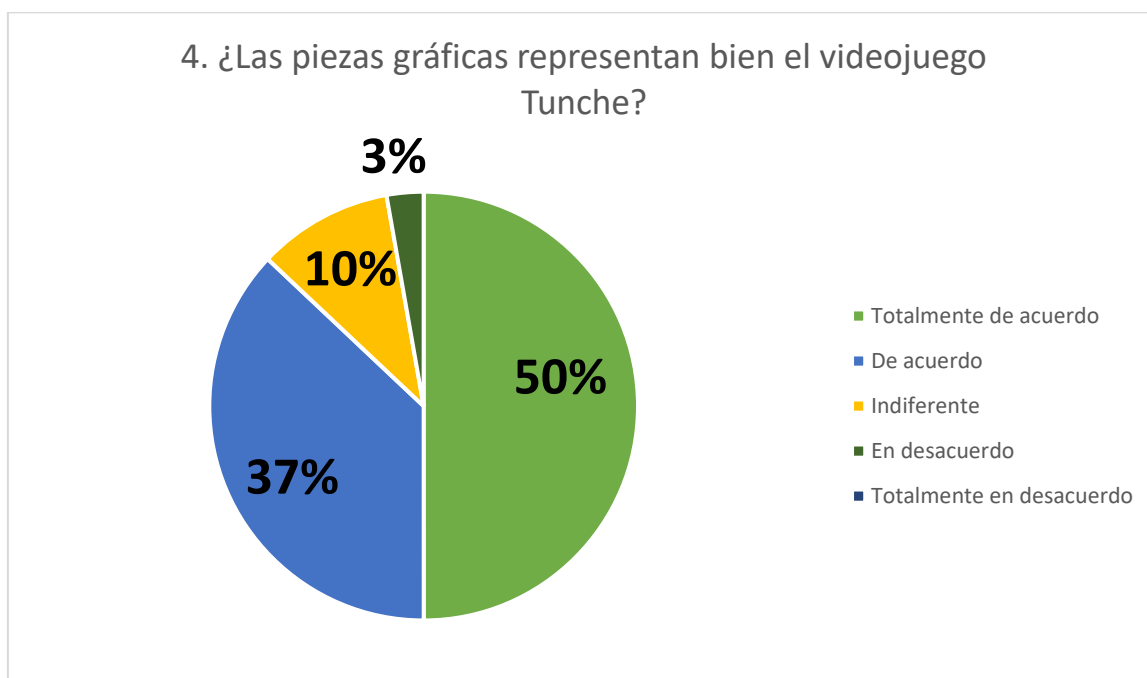
**Gráfico 3:** Gráfico circular del Indicador Medida



Fuente: IBM SPSS 26.

Interpretación: El 43% de los encuestados, que equivalen a 46 personas, están totalmente de acuerdo que las medidas de las piezas gráficas son adecuadas, mientras que un 35% que equivale a 38 personas, está de acuerdo, un 18% que equivale a 19 personas está indiferente, el 3% equivalente a 3 personas y 1% equivalente a 1 personas estuvieron en total desacuerdo.

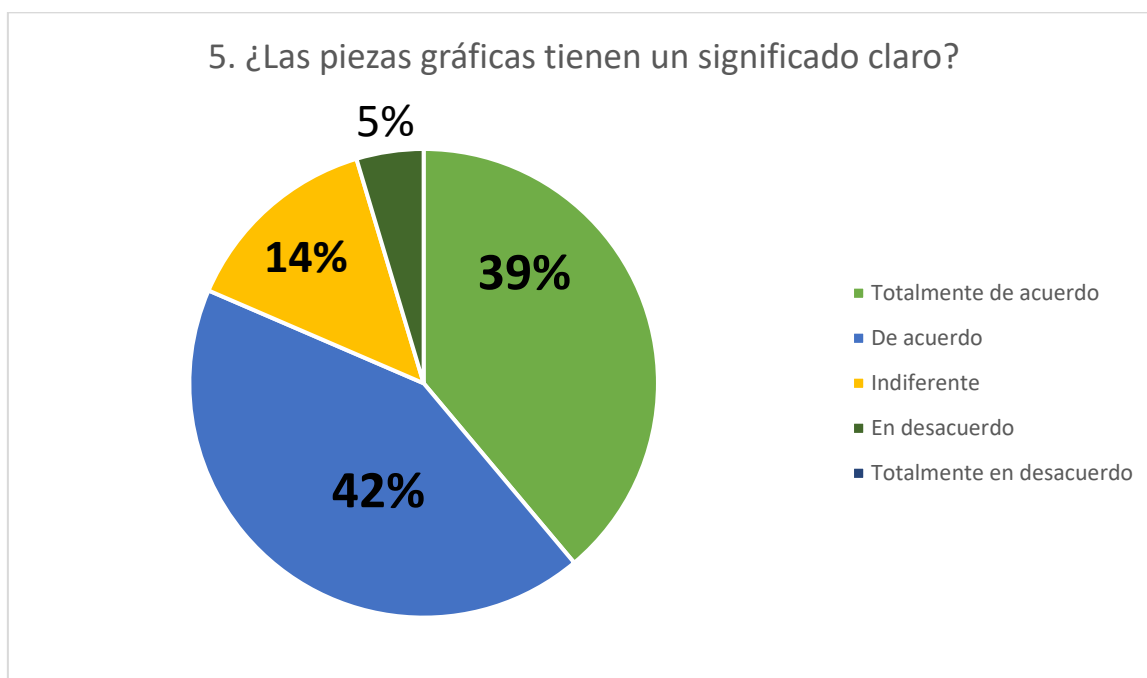
**Gráfico 4:** Gráfico circular del Indicador Representación



Fuente: IBM SPSS 26.

Interpretación: El 50% de los encuestados, que equivalen a 54 personas, están totalmente de acuerdo que las piezas gráficas representan bien el videojuego Tunche, mientras que un 37% que equivale a 40 personas, está de acuerdo, un 10% que equivale a 11 personas está indiferente y el 3% equivalente a 3 personas estuvo en desacuerdo.

**Gráfico 5:** Gráfico circular del Indicador Significado

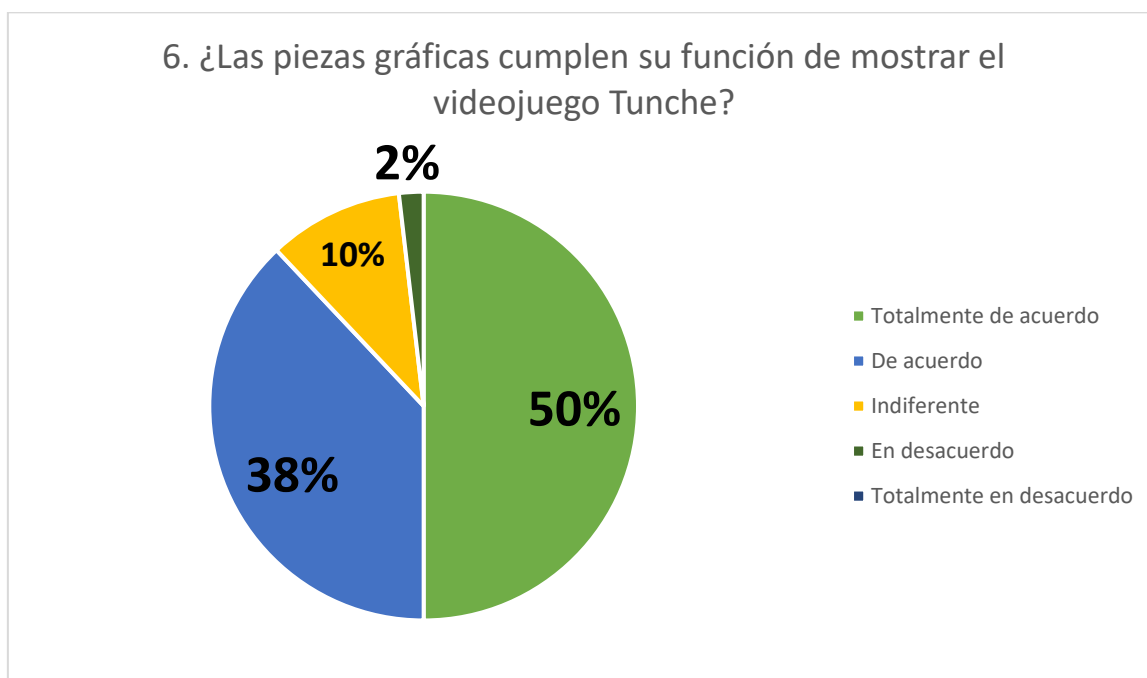


Fuente: IBM SPSS 26.

Interpretación: El 39% de los encuestados, que equivalen a 42 personas, están totalmente de acuerdo que las piezas gráficas tienen un significado claro, mientras que un 42% que equivale a 45 personas, está de acuerdo, un 14% que equivale a 15 personas está indiferente, el 5% equivalente a 5 personas en desacuerdo.



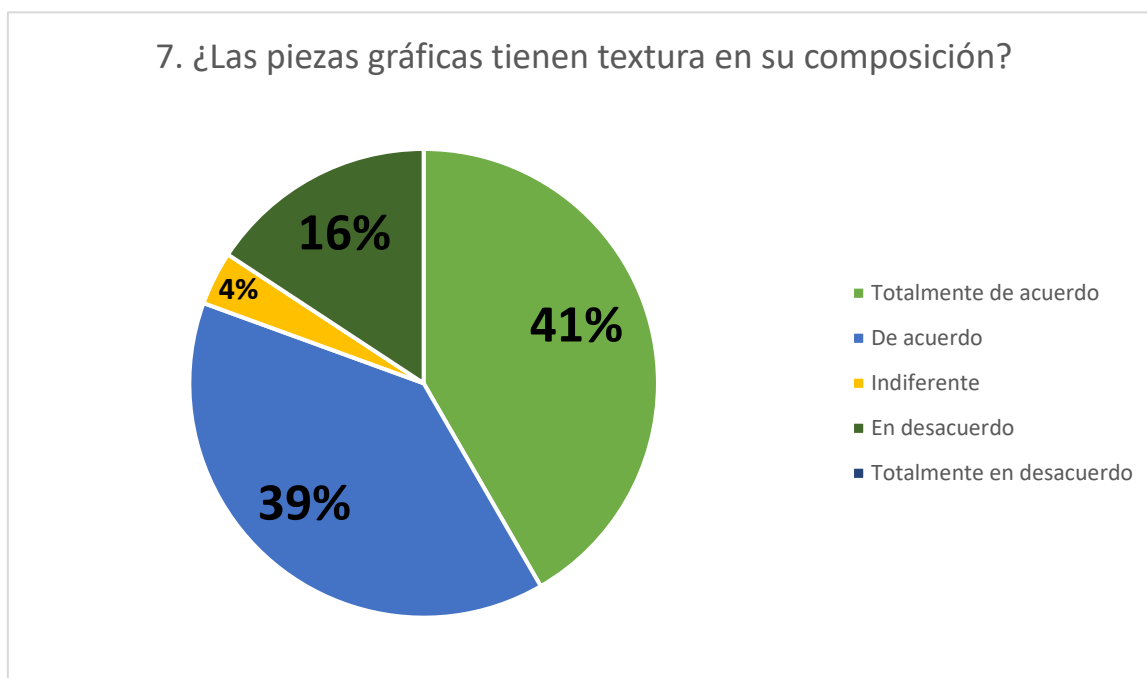
**Gráfico 6:** Gráfico circular del Indicador Función



Fuente: IBM SPSS 26.

Interpretación: El 50% de los encuestados, que equivalen a 54 personas, están totalmente de acuerdo que las piezas gráficas cumplen su función de mostrar el videojuego Tunche, mientras que un 38% que equivale a 41 personas, está de acuerdo, un 10% que equivale a 11 personas está indiferente y el 2% equivalente a 2 personas en desacuerdo.

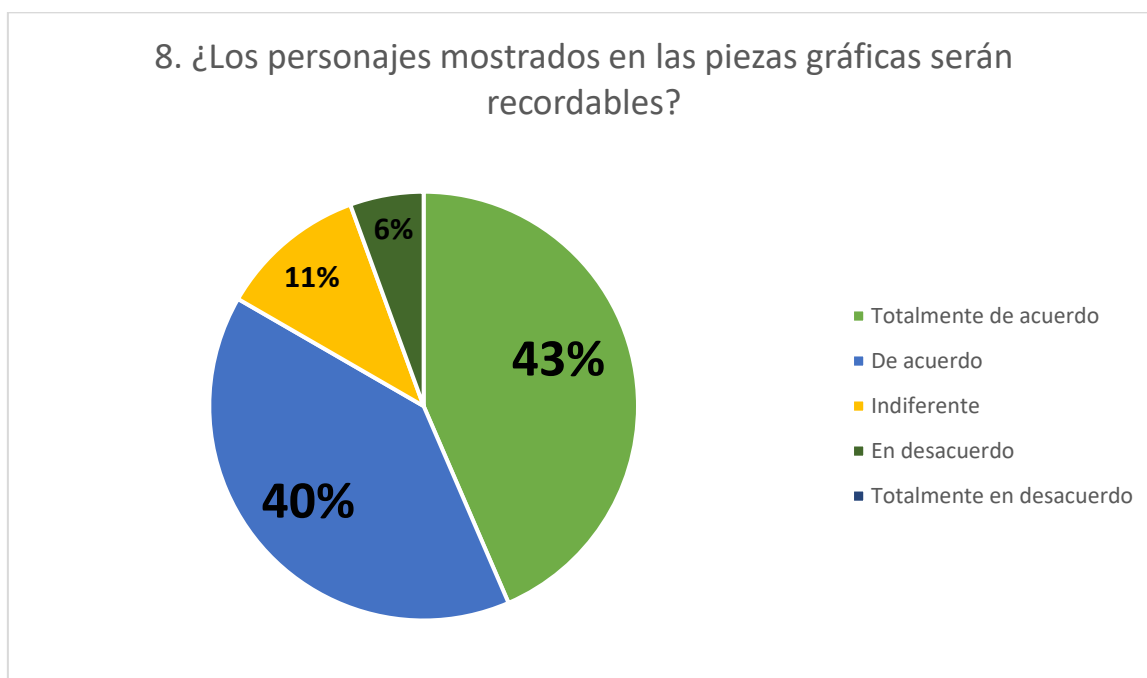
**Gráfico 7:** Gráfico circular del Indicador Estimulo físico



Fuente: IBM SPSS 26.

Interpretación: El 41% de los encuestados, que equivalen a 44 personas, están totalmente de acuerdo que las piezas gráficas tienen textura en su composición, mientras que un 39% que equivale a 42 personas, está de acuerdo, un 16% que equivale a 17 personas está indiferente y el 4% equivalente a 3 personas en desacuerdo.

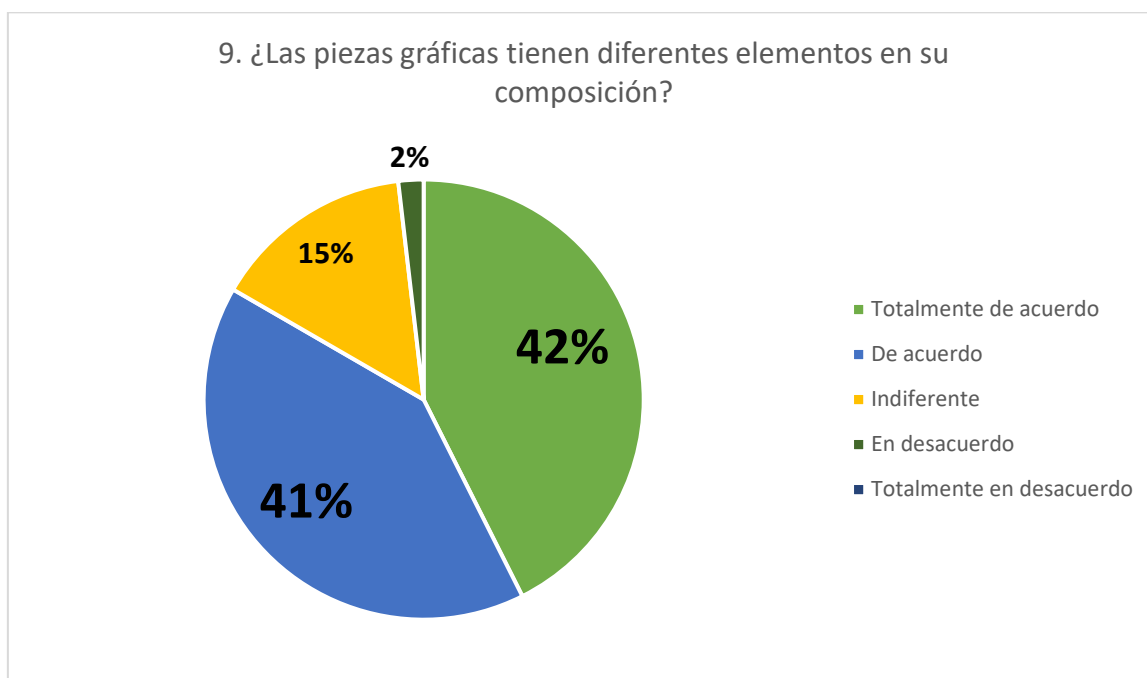
**Gráfico 8:** Gráfico circular del Indicador Inputs



Fuente: IBM SPSS 26.

Interpretación: El 43% de los encuestados, que equivalen a 46 personas, están totalmente de acuerdo que los personajes mostrados en las piezas gráficas serán recordables, mientras que un 40% que equivale a 43 personas, está de acuerdo, un 11% que equivale a 12 personas está indiferente y el 6% equivalente a 6 personas en desacuerdo.

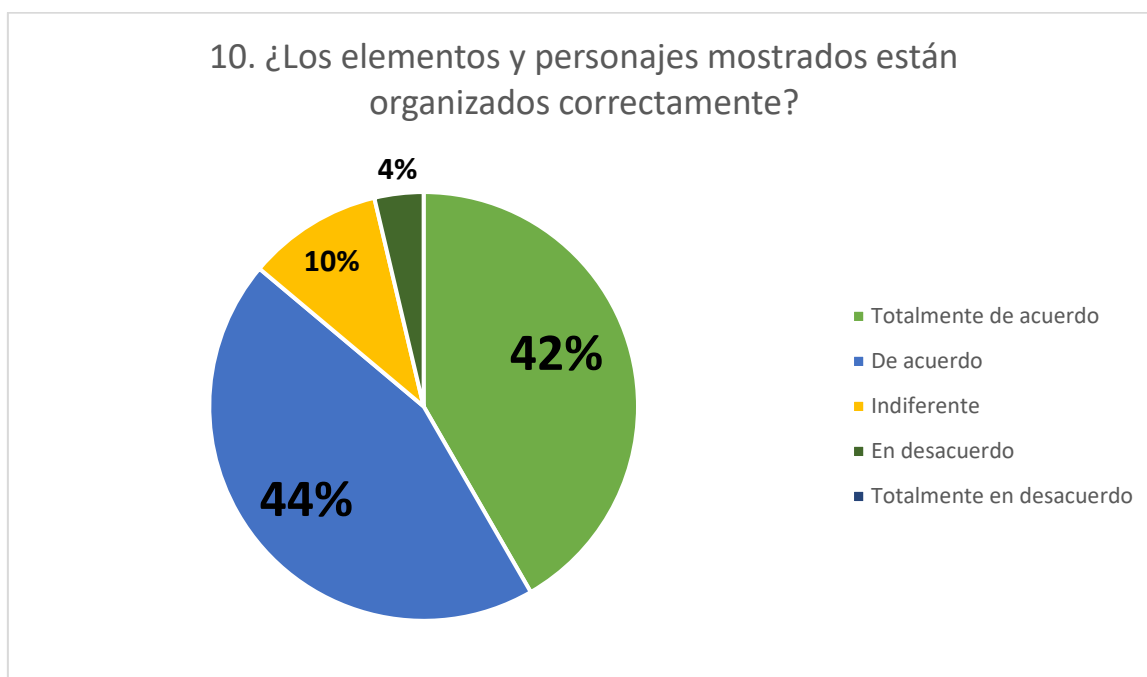
**Gráfico 9:** Gráfico circular del Indicador Selección



Fuente: IBM SPSS 26.

Interpretación: El 42% de los encuestados, que equivalen a 45 personas, están totalmente de acuerdo que se pudieron reconocer los diferentes elementos en las piezas gráficas, mientras que un 41% que equivale a 44 personas, está de acuerdo, un 15% que equivale a 16 personas está indiferente y el 2% equivalente a 2 personas en desacuerdo.

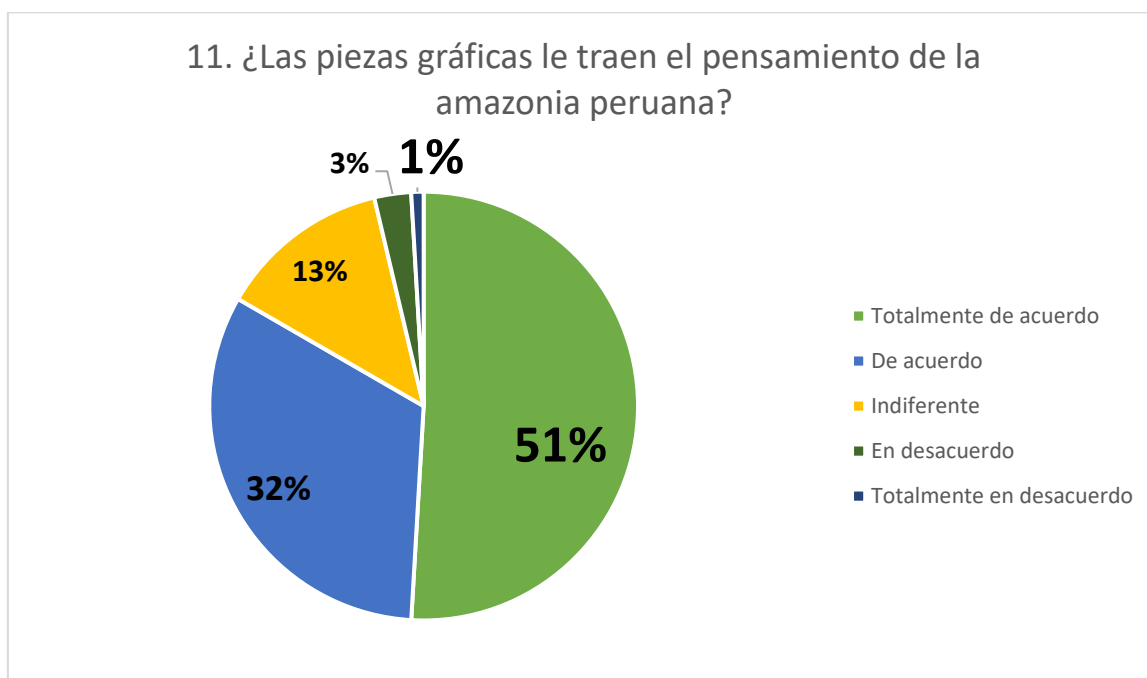
**Gráfico 10:** Gráfico circular del Indicador Organización



Fuente: IBM SPSS 26.

Interpretación: El 42% de los encuestados, que equivalen a 45 personas, están totalmente de acuerdo que los elementos y personajes mostrados están organizados correctamente, mientras que un 44% que equivale a 48 personas, está de acuerdo, un 10% que equivale a 11 personas está indiferente y el 4% equivalente a 4 personas en desacuerdo.

**Gráfico 11:** Gráfico circular del Indicador Representación



Fuente: IBM SPSS 26.

Interpretación: El 51% de los encuestados, que equivalen a 55 personas, están totalmente de acuerdo que las piezas gráficas le traen el pensamiento de la amazonia peruana, mientras que un 32% que equivale a 35 personas, está de acuerdo, un 13% que equivale a 14 personas está indiferente, el 3%. equivalente a 3 personas en desacuerdo y 1% equivalente a 1 personas estuvieron en total desacuerdo.

### 3.6.2. Análisis Inferencial

Para esta investigación se utilizó Rho de Spearman, ya que la significancia que fue obtenida en Shapiro-Wilk fue menor a 0,05, los cuales se consideran valores anormales.

En el siguiente análisis se hará la verificación de las hipótesis, general y las específicas de este estudio.

Se realizó la prueba de Rho de Spearman.

- **Prueba de hipótesis general.**

H1: Existe relación significativa entre las piezas gráficas del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.

H0: No existe relación significativa entre las piezas gráficas del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.

Se obtuvo un coeficiente de correlación positiva mediana debido a que se obtuvo un valor de 0,599, además que el valor de la significancia obtenido fue de 0,000 que es lo requerido ( $0,000 < 0,05$ ), esto nos dice entonces que, se niega la hipótesis nula, y se confirma que hay relación entre Piezas gráficas y la Percepción visual de gamers en Lima-Este. (Hernández, 2014)

- **Prueba de Hipótesis Específica 1:**

H1: Existe relación significativa entre los elementos visuales del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.

H0: No existe relación significativa entre los elementos visuales del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.

Se obtuvo un coeficiente de correlación positiva mediana debido a que se obtuvo un valor de 0,523, además que el valor de la significancia obtenido fue de 0,000 que es lo requerido ( $0,000 < 0,05$ ), esto nos dice entonces que, se niega la hipótesis nula, y se confirma que existe relación entre Elementos visuales y la Percepción visual de gamers en Lima-Este. (Hernández, 2014)

- **Prueba de Hipótesis Específica 2**

H1: Existe relación significativa entre los elementos prácticos del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.

H0: No existe relación significativa entre los elementos prácticos del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.

Se obtuvo un coeficiente de correlación positiva débil debido a que se obtuvo un valor de 0,435, además que el valor de la significancia obtenido fue de 0,000 que es lo requerido ( $0,000 < 0,05$ ), esto nos dice entonces que, se niega la hipótesis nula, y se confirma que existe relación entre Elementos prácticos y la Percepción visual de gamers en Lima-Este. (Hernández, 2014)

### **3.7. Aspectos éticos**

Este proyecto de investigación cuenta con aspectos éticos que fueron respetados desde las opiniones de los autores citados en formato APA. Para la examinación de datos se utilizó el programa IDM SPSS Statistics 26. Se analizaron los resultados manteniendo en anonimato las identidades de los participantes. Estos resultados fueron obtenidos mediante una encuesta y también a través de Turnitin fue introducida para constatar la originalidad.



#### IV. RESULTADOS

A continuación se expondrán los resultados del análisis descriptivo y el análisis inferencial, obtenidos de la encuesta compuesta por 11 preguntas, realizada a 108 personas pertenecientes a la muestra de la población de gamers de 15 años a 30, en el distrito de San Juan de Lurigancho.

Observando los resultados de la primera pregunta (Gráfico 1) se puede entender, que 49 personas (45%) estaban totalmente de acuerdo que los colores presentados en las piezas gráficas llamaron su atención, de la misma forma 46 personas (43%) se mostraron de acuerdo. Con esto podemos entonces decir que la paleta de colores empleada en las composiciones fue capaz de captar el interés de los encuestados. Por otra parte 9 personas (8%) no estuvieron de acuerdo ni en desacuerdo y 4 personas estuvieron en desacuerdo (2%) y en total desacuerdo. Esto probablemente se deba a que los gamers normalmente están acostumbrado a las paletas de colores vibrantes y neón que se pueden ver en diferentes videojuegos actuales del mismo género. El videojuego Tunche apostó por utilizar una paleta de colores más naturales inspirados en la Amazonía peruana, rompiendo con el cliché de los títulos actuales y su paleta normativa. Con los resultados, en su mayoría de acuerdo, se puede corroborar que los colores cumplieron con su función.

Según la segunda pregunta (Gráfico 2) 55 de los encuestados (51%) estuvieron totalmente de acuerdo en las formas mostradas en las piezas son agradables, asimismo, 50 personas (46%) afirmaron estar de acuerdo, ya que las formas de las piezas gráficas eran familiares y amigables para la percepción de estos. Mientras que 2 personas (2%) fueron indiferentes y una persona (1%) estuvo en desacuerdo, eso puede deberse a que no supieron decidirse en su respuesta final. Esto afirmaría que, teniendo la mayoría con respuesta positiva que las formas que conformaron la estructura de las ilustraciones en las piezas son agradables para el público interesado en el videojuego Tunche.

De acuerdo a la tercera pregunta (Gráfico 3), de las personas encuestadas, 46 (43%) estuvieron totalmente de acuerdo y 38 personas (35%) estuvieron de acuerdo en que las medidas de las piezas gráficas son adecuadas. Por otro lado, 19 personas (18%) fueron indiferentes ya que no tenían seguridad en que respuesta dar. Y 4 personas estuvieron en desacuerdo (3%) y en total desacuerdo (1%). Eso puede darse, ya que las piezas gráficas realizadas tienen diferentes tamaños debido a que se emplearán en diferentes tipos de estas, y eso pudo haber confundido a las personas que contestaron la encuesta. Teniendo en mayoría una respuesta positiva se corrobora que las medidas de las piezas fueron las adecuadas.

En la cuarta pregunta (Gráfico 4), 54 personas (56%) estuvieron totalmente de acuerdo y 40 personas (37%) de acuerdo en que las piezas gráficas representan bien al videojuego Tunche. Es fundamental que las piezas gráficas puedan transmitir bien la personalidad de la marca con la que están trabajando, ya que así las personas pueden conocerla bien a primera vista. Sin embargo, la cantidad que resta de los encuestados, 11 personas (10%) fue indiferente y 3 personas en desacuerdo (3%). Esto puede darse ya que algunos no tenían la noción de la existencia del videojuego peruano Tunche hasta el momento de la encuesta, teniendo dudas entonces al momento de responder. Tunche presenta a personajes jugables inspiradas en diferentes tribus amazónicas, por lo que en las piezas gráficas se obtuvo por retratar a sus protagonistas con fondos del videojuego los cuales también están inspirados en los interiores de la selva peruana. Concluyendo entonces que, por los resultados positivos, se pudo lograr con la buena representación del juego.

Según el gráfico 5, en la quinta pregunta, se puede ratificar que, 42 de los encuestados (49%) estuvieron totalmente de acuerdo y 45 personas (42%) de acuerdo en que si las piezas gráficas tuvieron un significado claro. Una de las características más importantes que debe tener una pieza gráfica correcta, es el transmitir un significado que pueda ser percibido de manera precisa por el público al que va dirigido. Mientras que 15 personas (14%) fueron indiferentes y 5 personas (5%) estuvieron en desacuerdo. Teniendo los resultados, abarcando en gran

mayoría una buena respuesta, se puede afirmar que el significado de las piezas gráficas realizadas fue percibido de forma clara.

En la sexta pregunta (Gráfico 6), 54 personas (56%) de las encuestas estuvo totalmente de acuerdo y 41 personas (38%) estuvieron de acuerdo en que las piezas gráficas cumplieron la función de mostrar el videojuego Tunche. En el caso puntual, el videojuego Tunche es la marca con la cual se está trabajando, otra característica fundamental del desarrollo de una pieza gráfica es la de informar, en este caso en cuestión, lo que se buscaba en poder exponer el contexto en el que se da la jugabilidad del juego y escenarios donde los protagonistas se desplazan. Sin embargo, con dudas, 11 personas (10%) marco la opción indiferente y 2 personas en desacuerdo (2%). Esto puede deberse a que las personas encuestadas no estaban acostumbradas a este tipo de escenarios en los videojuegos a los que normalmente suelen jugar, Comprobándose entonces con las respuestas positivas por mayoría que se cumplió con la función de mostrar el videojuego Tunche.

Según la séptima pregunta (Figura 7), 44 personas (41%) estuvieron totalmente de acuerdo y 42 personas (39%) de acuerdo en que las piezas gráficas tienen textura visual en su composición. Los encuestados restantes, 17 personas (16%) con dudas, fueron indiferentes y 4 personas (2%) en desacuerdo. Teniendo esos resultados, podemos corroborar que se obtuvieron respuestas positivas por la mayoría de los encuestados. La textura visual de las piezas gráficas fue percibida, ya que el videojuego tiene su contexto en la selva peruana, se pudieron observar diferentes tipos de vegetación y caminos rocosos con tierra y plantas recurrentes de esta parte del país. Las piezas gráficas deben ser capaces de poder mostrar en sus composiciones un estímulo físico que el público pueda captar de forma clara

De la misma forma la séptima pregunta (Gráfico 7) corrobora que 46 personas (43%) estuvieron totalmente de acuerdo y 43 personas de acuerdo con que los personajes mostrados en las piezas gráficas serán recordables, es muy importante que en las piezas gráficas los elementos y la información expuesta deba ser recordable, así se mantendrá en la memoria del público y cumplirá con su

objetivo. Los personajes, al estar inspirados en tribus amazónicas, son familiares para la vista de los encuestados y con diseños amigables permanecerán en sus recuerdos. Sin embargo, 12 personas (11%) no supieron que responder y optaron por ser indiferentes y 6 personas (6%) estuvieron en desacuerdo, esto puede deberse a que, para algunos de los encuestados, prefiere enfocarse en jugabilidad que recordar los diseños.

Con respecto a la novena pregunta (Gráfico 9), 45 personas afirmaron estar totalmente de acuerdo y 44 personas (41%) estuvieron de acuerdo en las piezas gráficas tienen diferentes elementos, en el proceso de percepción visual, se inicia en el reconocimiento de los elementos en la composición. El videojuego Tunche se caracteriza por sus llamativos escenarios repletos de vegetación y flora característica de la selva, y personajes encantadores. Sin embargo, 16 personas (16%) no estuvieron de acuerdo ni en desacuerdo, sino que indiferentes y 2 personas (2%) en desacuerdo, esto puede deberse a que este porcentaje no prestó la atención necesaria para poder observar con detenimiento los elementos en la composición de las piezas gráficas.

De acuerdo a la décima pregunta (Gráfica 10), 45 personas (42%) estuvieron totalmente de acuerdo y 48 personas de acuerdo en que los elementos y los personajes están organizados correctamente. Para lograr una armonía en la composición del diseño de las piezas gráficas es importante saber colocar los elementos que las compondrán y que tengan un orden adecuado. Por otra parte, 11 personas (10%) se mostraron indiferentes y 4 personas (4%) en desacuerdo, la razón de esto puede deberse que ciertas personas no toman importancia en la organización de elementos en las piezas que suelen ver y no tienen el conocimiento para dar un criterio al respecto.

Finalizando, en la décimo primera pregunta (Figura 11), 55 personas (51%) estuvieron totalmente de acuerdo y 35 personas (32%) de acuerdo en que las piezas gráficas les traían el pensamiento de la amazonia peruana. El paso final en la percepción visual es la interpretación, los encuestados al ver las piezas gráficas corroboraron que estas cumplen con la función de transmitir la sensación familiar

de la amazonia peruana gracias a los colores, escenarios y personajes originarios. Sin embargo, 14 personas (13%) teniendo dudas, escogieron la opción de estar en un puesto indiferente, 3 personas (3%) en desacuerdo y una persona en total desacuerdo, esto puede deberse a que los encuestado no pusieron la atención adecuada ante las piezas gráficas.

Es entonces que, se confirma que las piezas gráficas realizadas para el videojuego Tunche cumplieron con sus objetivos ya que obtuvieron resultados positivos. Por ende, se puede decir que se confirman todas las teoría mencionadas anteriormente sobre piezas gráficas, teniendo en cuenta las características fundamentales del diseño de una buena pieza gráfica se puede obtener la comprensión adecuada del público a las que van dirigidas, resaltando el hecho de mostrar elementos familiares para los receptores refuerza el funcionamiento de las composiciones, logrando ser más agradables para ellos, que el lanzamiento del videojuego permanezca en sus recuerdos y que crezca el interés por su lanzamiento oficial.

## V. DISCUSIÓN

En esta primera parte de este capítulo se discutirá los resultados descriptivos, teniendo como teorías los antecedentes y aportes de teóricos externos presentes en esta investigación. En este estudio se emplearon antecedentes tanto internacionales como nacionales, los cuales en su gran mayoría presentan las mismas variables y metodología similar.

En la remisa N°1 se corrobora que es importante que las piezas gráficas tengan una paleta de colores agradables que representen a la empresa, marca, servicio, en consecuencia se obtuvieron resultados positivos de los gamers que contestaron la encuesta, teniendo un 45% estando totalmente de acuerdo en que los colores de las piezas gráficas habían llamado su atención, de la misma forma, un 41% se mostraron de acuerdo. La paleta de colores que se utilizará en la realización de las piezas gráficas debe cumplir con pertenecer a los valores corporativos de la marca, tener armonía entre ellos y ser llamativos para el espectador. Wong (2014) afirma que para que una pieza gráfica funcione, se debe tener en cuenta los elementos visuales, entre los cuales se encuentra el color, parte fundamental para la realización de estas composiciones. Acorde a esto Vera (2018) nos dice que el color es un elemento básico para poder construir un mensaje visual, no un simple atributo sin justificación y que muchas veces el color mismo puede expresar algo que incluso las palabras no pueden (p. 20). Agregando a lo anterior, Mendoza (2019) realizó una investigación mixta a 100 personas, donde el 65% reaccionó de forma no esperada a 7 de 8 de las piezas gráficas que realizó, por ello, afirma que es de sumo cuidado la elección de combinación de colores, porque hay paletas que pueden funcionar en ciertos rubros mientras que los de otro tipo no, y que estos complementan en resaltar los valores y atributos para la comunicación. (p. 23) Valdés (2021) comenta que según como se emplee el color en una pieza, fortalecerá su función como medio de comunicación (p. 175) Por otro lado Burgos (2016) realizó una investigación mixta, concluye que es indispensable el respetar los colores ya estructurados por la marca con la que se está trabajando, ya que así solamente se logrará el reconocimiento y se distinguirá de otros. Sper (2018) obtuvo un 70% de resultados positivos, ya que sus encuestados pudieron

reconocer los colores representativos del cantante al cual le realizó piezas gráficas, también aporta que los colores pueden transmitir diferentes tipos de emociones según como se empleen (p. 41).

En la remisa N°2, se afirma que las piezas graficas realizadas tienen formas agradables, teniendo como resultado en que este totalmente de acuerdo el 51% y de acuerdo el 46% en que las formas presentadas en las composiciones gráficas eran agradables para los encuestados. Para la creación de estas piezas gráficas para el lanzamiento del videojuego Tunche, se optaron por utilizar formas fáciles de reconocer para el encuestado, que pertenezcan al contexto del videojuego y también puedan ser familiares para ellos, ya que representan elementos de la selva amazónica. La forma es referente a la posición y dirección dentro de la presentación (Wong, 2014). Arontinco (2018) en su estudio obtuvo 76,2% de resultados positivos sobre si las formas presentadas en sus piezas gráficas eran fáciles de reconocer por sus encuestados, también añadiendo que sus formas funcionaron ya que eran innovadoras y lograron conectar rápido con su público y percibir su mensaje sin mayores dificultades (p. 69). Mantilla (2018) por su lado dice que las formas son parte de los elementos básicos de una buena composición para que esta pueda ser clara y se construya un “alfabeto” individual que pueda transmitir ideas (p.24). Por otra parte, Valdés (2021) se refiere a las formas de las piezas gráficas de manera específica a dos tipos, las geométricas y orgánicas, y no está de acuerdo en que el uso de las orgánicas sea constante, sino continuar con la utilización de las formas de figuras geométrica y que estas sigan siendo las más utilizadas (p.159). Sin embargo, Pilozo (2016) afirma que las formas que se representes en una pieza gráfica deben formar un aspecto ético en base a requisitos necesarios previamente estudiados de la información y psicología de color, armonía, trazos para .la correcta organización de estas. En añadidura, Vera (2018) plantea que los seres humanos son capaces de poder reconocer diferentes formas con características específicas que también hayan sido estudiadas por el diseñador previamente (p.10). En síntesis, podemos decir que, si se conoce de manera previa, la información, contexto y valores de la marca a la cual realizaremos piezas gráficas, las formas que empleemos serán capaces de aportar en la comunicación de su mensaje e ideas con claridad mostrándose interesante para el público.

En la remisa N°3, se confirma que las medidas que fueron empleadas en las piezas gráficas son adecuadas, obteniendo los resultados positivos, 43% de los encuestados se mostraron totalmente de acuerdo y 35% de acuerdo con el enunciado que menciona que las dimensiones escogidas para la composición de estas son correctas a criterio de los encuestados. En base a esto, Medina (2018, p.36) en su investigación cualitativa, obtuvo un 94% de resultados positivos en su pregunta acerca si el tamaño de su pieza gráfica era agradable confirmando la importancia del tamaño de la pieza gráfica influirá en la percepción del público. Wong (2021) afirma que cualquier realidad puede ser observada y de la cual percibir las formas y que su tamaño será relativo según para cual se quiera que sea su función. Cisneros (2017) el tamaño que se elija debe ser acordado de forma proporcional al contexto de la pieza y como los clientes serán capaces de visualizar (p.21). Por otro lado, Sánchez (2019, p.15) con investigación cuantitativa, afirmó que sus piezas gráficas fueron utilizadas correctamente y logró así persuadir de forma visual y lograr enviar un mensaje claro de su tema. Mientras que, Gonzales (2019) explica que para cada tipo de pieza gráfica hay dimensiones diferentes que se ajustarán a las expectativas público específico y a las del espacio de la composición (p.5). Apoyando lo antes mencionado, Quintana (2016) añade que los tamaños dependerán del espacio en donde serán expuestos, porque hay gran diferencia entre el tamaño de una pieza gráfica para un banner o para una página web, se debe adecuar y conocer con anterioridad para evitar problemas. En su investigación mixta obtuvo un 79% de resultados muy positivos en cuanto a sus piezas gráficas, mientras que el restante de su porcentaje exigía cambios en los tamaños de algunas de las piezas que realizó por lo que corrigió y fue presentado con éxito a la empresa con la que estaba realizando la investigación. Barrera (2020) En su estudio obtuvo 73% de respuestas positivas en su dimensión forma, finalizando con las recomendaciones de reemplazar ciertos tamaños que para sus encuestados fueron inadecuados. En síntesis, se puede decir que los tamaños de las piezas gráficas creadas resultaron ser agradables para el público encuestado.

En la remisa N°4, se corrobora que las piezas gráficas realizadas representan bien al videojuego Tunche, teniendo al 50% de encuestados



respondiendo estar totalmente de acuerdo y un 37% de acuerdo con el enunciado, verificando que la creación de estas piezas gráficas representa correctamente al videojuego peruano Tunche. Anicama (2018) afirma que la representación de un producto o servicio o marca es de acuerdo a sus características a lo que se llama la publicidad gráfica, tiene la finalidad de representar mediante formas visuales que sean capaces de crear un estímulo en las personas, direccionando directamente a los sentimientos de estos de acuerdo a la composición que se realice (p.12). Ovalle (2017) en su investigación cuantitativa obtuvo un 78.1% de respuestas positivas en su enunciado acerca de la simbolización que transmitían sus piezas gráficas, afirma que la representación se basa en formas que fueron derivadas de la realidad, todas estas buscar ser representativas, y no siempre pueden ser parte de la naturaleza, sino también estilizada y abstracta (p.25). Por otro lado, Lata (2020) recomienda el uso de formas sencillas para lograr una mejor representación de los personajes, teniendo el conocimiento previo de a qué público se está dirigiendo (p.46). Sabando (2017) comenta que es importante que la empresa con la que se está trabajando tenga una identidad fuerte, ya que sólo así junto con las piezas gráficas se podrá lograr una buena representación ante sus clientes (p.141). Con esto se concluye que para obtener una representación a, se debe conocer previamente los valores e identidad de la empresa, ya que así solamente se puede realizar una pieza funcional.

En la remisa N°5, se afirma que las piezas gráficas expuestas ante los gamers tienen un significado claro, donde el 39% estuvo totalmente de acuerdo y el 42% de acuerdo, obteniendo un gran resultado positivo acerca de que el significado de las piezas fue claro para los encuestados. Bertolina (2017, p.7) plantea que, para poder conseguir unas piezas gráficas claras, se opte por realizar primero una estrategia de identidad visual, luego realizarse una lluvia de ideas y escoger las más atractivas, pertinentes y coherentes, solo así se podrá percibir un concepto claro. Sin embargo, Quispe (2018) en su investigación cuantitativa, obtuvo un resultado de 80% refiriéndose a que la claridad de una pieza gráfica dependerá el medio por la cual se expondrá, en el caso de su estudio, el medio seleccionado fueron las redes sociales, ya que según sus encuestados solo así podrán llevar la información con mayor claridad (p.66). Mientras que Briceño (2002, p.5 citado por

Quintero y Recuero, 2018) afirma que el proceso para tener la capacidad de un mensaje claro se debe captar las totalidades, conocer la mente humana, la cual capta una estructura entre el objeto, estímulo o contexto. Por otro lado, Lizarbe (2018, p.55) expone que para que un significado sea claro, el diseño debe ir de la mano con la sencillez, ya que así la visualización será rápida para el espectador y pueda comunicar sin obstáculos. Mazzeo y Toledo (2016) por su parte dicen que quien construya el mensaje a recibir, debe tener en cuenta que uno de los problemas más recurrentes por los diseñadores es el abarcamiento de demasiada información que no va equilibrada con la composición, ya que por naturaleza los receptores tienen tiempos de observación cortos. Además, Mendoza (2019), que para que el receptor reciba un mensaje claro, las piezas gráficas deben ser acompañadas de imágenes, colores y textos versátiles, el diseño gráfico tiene muchas técnicas que ayudarán a que el resultado sea innovador. En conclusión, las piezas gráficas necesitan siempre buscar tener un significado claro que pueda ser percibido de manera rápida para que la mayor parte de personas puedan recibir la información.

En la remisa N°6, se confirma que las piezas gráficas cumplieron su función de poder mostrar el videojuego Tunche, teniendo el 50% de los encuestados teniendo una postura positiva, estando totalmente de acuerdo y un 38% de acuerdo en que se pudo mostrar el videojuego Tunche a través de las piezas gráficas que fueron realizadas. Wong (2014) define a la función como la razón y/o propósito de la realización de una pieza gráfica. En añadidura a lo anterior, Arotinco (2018, p.72) afirma que la pieza gráfica es correcta si tiene una funcionalidad, para darle trascendencia a las composiciones y así que sea fácil de entender. Benavides (2019 p.16) afirma que todo diseño tiene un propósito, el de comunicar a un grupo en específico, proyectándose de forma virtual y física. Asimismo, Cruz (2017, p.41) en su investigación cuantitativa, obtuvo un 70% de resultados positivos en cuanto su pregunta si las piezas habían sido lo suficientemente claras, comenta que el diseño combina la funcionalidad con la estética, mencionando que se necesita tener saberes previos para que se pueda comunicar un mensaje. Sin embargo (Zulueta, 2016, p.38) entró en un debate si es realmente necesario, siguiendo con un movimiento moderno, cuestionando sobre las características que debe tener una

pieza, nombrando entre ellas, su funcionalidad, y poder mostrar una pieza libre que busque sencillez y estética fuera de lo estructurado. Barriga (2015, p.56) explica que la funcionalidad en una pieza gráfica rebasa a sólo lo estético. En síntesis, para que una pieza gráfica se debe tener en cuenta no sólo en los aspectos éticos sino también el de su propósito informativo.

En la remisa N°7 se comprobó que las piezas gráficas tenían textura en su composición, donde el 41% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo y un 39% estuvo de acuerdo que las piezas presentaban textura en sus ilustraciones. Barrera (2020, p.56) comenta que, la percepción visual de una persona puede reconocer los patrones de textura en las piezas gráficas, también es capaz de saber diferenciarla a través de sus particularidades que se pueden observar, como el contraste, dirección y rugosidad. Benavides (2019, p.65) afirma que la percepción visual estaba basada en lo que el ser humano ve y percibe, por lo que, en conjunto con los colores y formas, las texturas son parte del proceso de enviar un mensaje a través de una pieza gráfica. Por otra parte, Petterson (2021, p.157) dice que suelen haber problemas de legibilidad a la hora de aplica textura en una pieza gráfica, que también puede depender de la dirección y otros elementos visuales. Por su lado, Vera (2018 p.33) en su investigación mixta, concluyó que el 85% de los encuestados estuvieron de acuerdo en que la textura es un elemento no tan prioritario como lo es el color y la forma, reflejando su estudio que es la tercera cosa que más reconoció su población encuestada. Mientras que Sper (2018 p.56-68), menciona que para la textura según su aplicación puede influir en el la percepción del espectador en cuanto a la antigüedad que proyecta la pieza y que la textura debe ser aplicada junto a los colores importantes y resaltantes. En conclusión, la textura pertenece a la comunicación visual y es complementaria a la hora de enviar un mensaje.

En la remisa N°8 se confirma que los personajes presentados en la composición de las piezas gráficas serán recordables ante el público obteniendo de resultado aun 43% totalmente de acuerdo y un 40% de acuerdo con que los personajes ilustrados en las piezas gráficas serán capaces de permanecer en la memoria del público. Suhendra (2021, p.241) afirma que la audiencia se divide en

tres tipos: la audiencia pasiva, la interactiva y la que contribuyente, mencionando que sólo la audiencia contribuyente es la que es capaz de recordar, ya que es la que presta verdadera atención. Por otro lado, Dubonet (2019, p.86) explica para que un elemento visual sea recordado debe cumplir ciertos requisitos, como el de tener estilos diversos o peso artístico, que, según la autora, esto tiene mucho más peso que el uso de palabras porque nuestro cerebro prefiere recordar imágenes que textos. Por su parte Gabriel (2017 p.23) en su investigación obtuvo un 62 % de resultados positivos cuando sus encuestados lograron recordar lo que más les llamó la atención de nos comparte que el color de los elementos o personajes son importantes para hacerlos recordables, más si estos colores tienen nombres son cortos, y cuanto menos cantidad de colores haya, más recordación habrá. Muñoz (2017, p.25) en su investigación cuantitativa obtuvo 75.6% de aprobación en un ítem de recordación, comenta que, con el uso de personajes, el público será capaz de recordar y entender un mensaje de forma fácil, ya que ayudará a complementar la información y así facilite su comprensión. Corro y Quispe (2018, p.13) dicen que empleando y resaltando elementos pertenecientes a la marca en las piezas gráficas, se podrá lograr una recordación memorable entre el público. En síntesis, la utilización de personajes que representen a la marca adecuadamente, logrará que permanezca en la memoria del público.

En la remisa N°9 se afirma que fueron reconocibles diferentes elementos en las piezas gráficas, donde el 42% estuvo totalmente de acuerdo y el 41% estuvo de acuerdo con que las piezas gráficas contaban con diferentes tipos de elementos en sus composiciones. Arellano (2010), uno de los autores teóricos de esta investigación, corrobora que la selección es el proceso donde el receptor reconoce lo que observa y/o percibe, obteniendo un resultado subjetivo basado en las creencias, gustos e intereses del público. Por su parte, Ascencios (2018, p.78) en su investigación cuantitativa obtuvo un 89.7% de resultados positivos en una de sus preguntas sobre el indicador Selección, también afirma que la selección es un proceso fundamental a la hora de la creación de una pieza gráfica ya que influirá demasiado en la percepción de los espectadores. De la misma forma, Alcántara (2019, p.53) en su estudio cuantitativo obtuvo también resultados muy positivos, recibiendo un 80.8% de respuestas positivas en funcionalidad de sus piezas

gráficas, logrando que su público encuestado sea capaz de reconocer los elementos de las piezas. Sin embargo, Villarreal (2018, p.60) comenta que para que se logre la selección de los elementos en piezas gráficas, estos deben ser elementos desde los estereotipos e iconográficos, ya que sólo con estos serán fácil de reconocer y de forma inmediata. No obstante, Sabando (2017, p.31) afirma que para facilitar la selección de elementos se debe hacer una complementación entre estos con signos visuales para lograr distinción y recordación de la marca. En cambio, Bertolina (2017, p. 40) expone que, para lograr la distinción de los elementos en piezas, el diseñador debe ser capaz de darle un nuevo estilo a lo ya establecido por la empresa, y que ayude en el reconocimiento visual de estos elementos, logrando así que el espectador y el espectador potencial pueda percibirlos de forma familiar y que sea de su agrado.

En la remisa N°10 se corrobora que los elementos y personajes mostrados están organizados correctamente. Lizarbe (2018, p.63) en su investigación cuantitativa obtuvo una respuesta positiva moderada del 63% en su ítem sobre la organización de los elementos mostrados en sus piezas gráficas que realizó para un gimnasio, añade que es de mucha importancia el cómo están organizados los elementos en la composición de las piezas gráficas, se debe tener en cuenta la dirección de lectura del público al que va dirigido y en piezas gráficas los dibujos y personajes deben ser ordenados según su peso y con el objetivo de que sean fáciles de comprender ya que así se logrará una interacción adecuada con los receptores. Mutasa (2015, p.36) por su lado, afirma que no siempre se logra una distribución correcta de elementos, es por ello se deben tener en cuenta diferentes factores antes de organizarlos, pensando en la importancia de cada uno primero, antes de darlo por terminado. En cierto modo, Peralta (2016, p.76) afirma que para que las piezas gráficas tengan sus elementos bien organizados, se debe pensar en el equilibrio entre ellos y establecer un punto de interés para que, cuando el público, observe, no se sienta desorientado. Ovalle (2018, p.84) en su investigación cuantitativa obtuvo un 85.1% de resultados positivos en su pregunta sobre la organización de elementos, resultando que el público necesita conocer previamente a los elementos para que estos se puedan reconocer según su organización en la composición.

En la remisa N°11 se comprobó que las piezas gráficas les trajeron a los encuestados el pensamiento de la amazonia peruana, resultando con 51% de encuestados estando totalmente de acuerdo y el 32% de acuerdo en que las ilustraciones mostradas en las piezas lograron traer el recuerdo de la selva peruana. Salcedo (p.159) en su investigación mixta, obtuvo un 84% de resultados positivos, afirma que, gracias a las imágenes, se puede representar ideas, ayudar a su comprensión, llamar la atención y permitir mayor interacción con la marca o empresa; añade también que, en complementación con el color, se puede lograr que el público pueda recordar cosas relacionadas a lo mostrado en las piezas. Mientras que Gabriel (2017, p.51) obtuvo en su investigación cuantitativa un 59.9% de resultados positivos en su pregunta si lo mostrado en sus piezas gráficas le traían un pensamiento familiar al encuestado, porque el uso correcto de figuras y formas puede lograr que el receptor pueda pensar en lo que se busca transmitir. Apoyándose en lo anterior, Lata (2021, p.121) reafirma que las figuras son un medio indispensable para reforzar la captación de información en las piezas gráficas, pero estas deben adecuarse a sector del público dirigido, ya que no es lo mismo dirigirse a un público adulto que aun publico conformado por estudiantes. Por su lado (Valdés, 2021, p.121) relaciona el obtener el pensamiento de algo con la imagen mental, que se presentan casi como una especie de recuerdo, estos pensamientos retornan a la memoria del receptor gracias a que las imágenes se parecen y constituyen las memorias y funcionan junto a sus intereses, los cuales siempre van cambiando de acuerdo a los sucesos en su vida. Habekotté (2019, p.36) comenta que, para el resultado requerido, el diseñador debe pensar minuciosamente en como la ilustración puede ser relacionada por el individuo con sus memorias, teniendo en cuenta en el proceso de realización de estos, que respeten la identidad de la marca y pensar en la técnica artista que lo complemente. Y Muñoz (2017, p.59) en su investigación expone que el solo uso de la pieza gráfica en una campaña puede ser capaz de conectar con la memoria del receptor y refuerza su pensamiento con los elementos que se añadan en ellas.

A continuación, esta siguiente sección de la discusión, se expondrán los resultados inferenciales y las interpretaciones de las relaciones entre variable y dimensiones a mayor detalle

La hipótesis general de esta investigación empleó Rho de Spearman para poder definir la relación entre las variables, teniendo un resultado menor a 0.05, esto significa entonces, que la hipótesis general fue aceptada, mientras que la nula fue rechazada, por ello se concluye que existe relación entre las variables de piezas gráficas y percepción visual. Por otro lado, se aprecia que se obtuvo un coeficiente de correlación positiva mediana con valor de 0,599 y una significancia de 0,000 lo que está dentro de lo requerido, concluyendo entonces que la realización de piezas gráficas puede influir en la percepción visual de gamers residentes en el distrito de San Juan de Lurigancho. Barrera (2019, p.39) obtuvo resultados similares, teniendo las mismas variables que la presente investigación, corroboró la relación entre piezas gráficas y percepción social, en su caso en jóvenes de 15 a 20 años, concluyendo que los afiches que realizó cumplieron su función y los encuestados lograron una percepción buena. Claros (2019, p.25) realizó una investigación que no tenían las mismas dimensiones pero donde planteo la variable comunicación visual, la cual se puede relacionar con las piezas gráficas porque es el objetivo de existencia de estas y el autor tuvo que realizar algunas para el proyecto para el que trabajaba, mientras que su variable influencia, puede compararse con la percepción visual, ya que forma parte del proceso perceptivo de este, obteniendo resultados también resultados positivos y las piezas que fueron empleadas lograron su objetivo. Y Benavides (2019, p.65) quien, si comparte las mismas variables que la presente investigación, de la misma forma que Barrera, logró obtener buenos resultados y demostrar así la relación entre ambas variables logrando que su público percibiera el mensaje que quería dar.

En la hipótesis específica N°1 también se aplicó el Rho de Spearman, con el objetivo de corroborar la relación entre la dimensión elementos visuales y la percepción visual, se obtuvieron resultados positivos de 0,523 el cual, representa una correlación positiva mediana, además que el valor de significancia obtenido fue de 0,000 lo cual es lo requerido. Teniendo estos resultados podemos confirmar que

la hipótesis de este estudio fue aceptada y la nula rechazada. Se puede concluir entonces que los elementos visuales complementan a la percepción en las piezas gráficas en el público al que se está dirigiendo, siendo este parte fundamental en la creación. Benavides (2019, p.56) en su investigación que contaban con las mismas variables y la dimensión elementos visuales, obtuvo una significancia de 0.000 aceptando la hipótesis alterna y rechazando la nula, concluyendo que los elementos visuales aportan comprensión a las piezas gráficas en la percepción del público. Cisneros (2017, p.54) en su investigación que comparte la misma variable y dimensión de elementos gráficos y percepción visual respectivamente, utilizó la correlación de Pearson, obteniendo una significancia de 0.000 y la correlación similar siendo positiva media de 0.551, aceptando así la hipótesis y rechazando la nula sobre si existe relación entre la dimensión elementos visuales y la variable percepción visual, sintetizando que los elementos visuales siendo complementados con formas son capaces de transmitir información precisa a su público objetivo que en este caso eran turistas. Y Alcántara (2019, p.65) empleó el Chi Cuadrado de Pearson donde su significancia resultó 0.000, concluyendo que los elementos gráficos propuestos por Wong ayudaron de forma significativa de la información de las piezas gráficas en la percepción visual de los jóvenes de secundaria a los que encuestó en su investigación.

En la hipótesis específica N°2 se aplicó también el Rho de Spearman, con el objetivo de conocer la relación entre la dimensión Elementos Prácticos y la variable Percepción visual, en este caso, los resultados también fueron positivos ya que se obtuvo un valor de correlación positiva débil de 0,435 y un valor de significancia de 0.000 lo cual concluye por reconocer la relación entre la dimensión y variable, confirmándose que de la misma forma, los elementos prácticos también son parte importante para la percepción visual de las piezas gráficas para ayudar en el proceso de comprensión. Arotinco (p.63) en su estudio que constaba de la dimensión elementos prácticos, sin embargo, su otra variable era percepción que fácilmente puede relacionarse con la percepción visual, utilizó la prueba de coeficiente de Pearson, obteniendo una significancia de 0,000 y una correlación de 0,618, teniéndose entonces una correlación positiva mediana entre la dimensión y la variable, concluyendo que gracias a la información y elementos prácticos



expuesta en las piezas gráficas se logró una buena recepción de información de parte del público. Ascencios (2018, p.79) en su investigación se basó en la prueba de Pearson, obteniendo una significancia de 0,000 y una correlación positiva mediana de 0,722, afirmando así la hipótesis y rechazando la nula, esto gracias a la correcta distribución de elementos gráficos que se realizaron de forma realistas y estilizadas, se pudo lograr una mejor percepción ante el público el cual pudo reconocer de forma inmediata. Cisneros (p.49) en su investigación tuvo de dimensión elementos prácticos, mientras que su otra dimensión es el proceso perceptivo es claramente similar a la variable de percepción visual, optó por la correlación de Pearson obteniendo una significancia de 0,000 y una correlación positiva débil de 0.436, entonces se puede concluir que los elementos prácticos facilitaron la comprensión del mensaje en las piezas gráficas de la percepción de los individuos.

## VI. CONCLUSIONES

Luego de analizar los resultados del presente estudio, se concluyeron las siguientes afirmaciones.

En la primera conclusión, se determinó que existe relación significativa entre Piezas gráficas para el lanzamiento digital del videojuego Tunche y la Percepción Visual en gamers, Lima Este-2022, debido a que el valor que se obtuvo en su significancia fue  $0,000 < 0,05$  lo que quiere decir que se acepta la hipótesis y se rechaza la nula. Entonces, se concluyó que, gracias a las piezas gráficas, se captó la percepción visual de gamers, con esto se puede decir que las piezas gráficas son herramientas visuales infalibles que si son ejecutadas correctamente podrán transmitir un mensaje hacia el público.

En la segunda conclusión, se determinó que existe relación significativa entre los elementos visuales del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2022, gracias a que la significancia que fue obtenida fue de  $0,000 < 0.05$ , es por ello que, se puede afirmar la hipótesis y rechazar la nula. Gracias a las respuestas positivas obtenidas podemos decir que los elementos visuales son importantes de tener en cuenta minuciosamente a la hora de realizar una pieza gráfica ya que dependiendo del orden y organización junto al color se obtendrán diferentes resultados para captar la atención de los receptores.

En la tercera conclusión, se determinó que si existe relación significativa entre los elementos prácticos del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2022, ya que la significancia obtenida fue de  $0,000 < 0,05$ , por lo cual se acepta la hipótesis y se rechaza la hipótesis nula. Teniendo estos resultados positivos podemos afirmar que los elementos prácticos son fundamentales en el proceso de percepción de las piezas gráficas ya que estos ayudan notablemente en la comprensión del público.

## **VII. RECOMENDACIONES**

En este capítulo final se expondrán ciertas recomendaciones según el presente estudio de investigación.

La primera recomendación, se aconseja el realizar las piezas gráficas con tiempo de anticipación, ya que, en el caso de esta investigación, la marca con la cual se trabajó fue un videojuego, el cual tiene un estilo bastante detallado y personajes con diseños complicados que debían ser representados según sus personalidades y si uno no está acostumbrado a realizar ilustraciones con este nivel de dificultad, el tiempo puede quedar bastante corto. Acorde a esto, se debe estudiar previamente el diseño de los personajes y los colores que involucran el proyecto, esto incluye también sus proporciones y el estilo de dibujo. Se puede añadir también el conocer los programas de ilustración que se utilizarán, existen diversos programas, pero no todos son fáciles de lograr una costumbre inmediata.

Se aconseja el conocer a fondo la marca con la que se está trabajando, adaptarse a su estilo y tener en cuenta sus valores que se desea transmitir, en el caso de esta investigación, lo que se buscaba es despertar la curiosidad de los gamers y espectadores, conociendo en su totalidad lo que es el videojuego, se pudo jugar con los diferentes elementos que se observan durante la jugabilidad y en lo que es la amazonia peruana. También el bocetear todo lo que se pueda, para luego poder escoger los diseños que se realizarán finalmente.

Por último, se recomienda a los futuros investigadores, el recolectar antecedentes del tema a escoger previamente, ya sean literalmente con la misma variable o enunciados similares, teniendo siempre en cuenta de forma precavida el año de publicación, ya que el buscar a último momento puede crear un obstáculo a la hora de entregar avances en el curso de tesis.

## REFERENCIAS

- Alcántara, C. (2019). Pieza gráfica sobre métodos anticonceptivos y el conocimiento de jóvenes de 4° y 5° de secundaria – Los Olivos, Lima 2019. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/51897>
- Anicama, G. (2018). Percepción de los universitarios de Lima frente a las piezas gráficas publicitarias de KFC en Facebook. Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado de: <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/1914>
- Arotinco, J. (2018). Diseño de piezas gráficas sobre las 3Rs ecológicas y la percepción en estudiantes de 4to a 6to grado de primaria de tres instituciones educativas de San Martín de Porres, Lima 2018. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/27484>
- Arellano, R. (2010). Marketing: Enfoque América Latina, El marketing científico aplicado a Latinoamérica. (1° ed.) PEARSON. Recuperado de: [https://www.academia.edu/16550582/Marketing\\_enfoque\\_America\\_Latina](https://www.academia.edu/16550582/Marketing_enfoque_America_Latina)
- Asencios, P. (2017). Diseño de piezas gráficas sobre la nutrición y la percepción en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres Instituciones Educativas de Independencia, Lima 2018. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/27483>
- Barrera, S. (2020). Piezas gráficas sobre el acoso y la percepción visual en jóvenes de 15 a 20 años en S.J.M, Lima, 2020. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/54051>
- Barriga, S. (2020). Transformación de las prácticas contemporáneas del Diseño Gráfico y su institucionalización como carrera bajo las dinámicas del mercado en las Instituciones de Educación Superior de Riobamba,

periodo 2000 – 2015. Universidad de Palermo. Recuperado de:  
[https://www.palermo.edu/dyc/doctorado\\_diseno/documentacion/Tesis\\_Barriga.pdf](https://www.palermo.edu/dyc/doctorado_diseno/documentacion/Tesis_Barriga.pdf)

Benavides, B. (2019). Piezas gráficas sobre embarazo precoz y la percepción visual en estudiantes de secundaria de Instituciones Educativas Los Olivos 2019 Lima. Cesar Vallejo. Recuperado de:  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/67118>

Bertolina, B. (2017). Seminario Final de Diseño Gráfico. Universidad Siglo 21. Recuperado de:  
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/17182/BERTOLINA%20BRUNO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Briceño, M. (2002).. La Percepción Visual de los Objetos del Espacio Urbano. Análisis del Sector El Llano del Área Central de la Ciudad de Mérida. Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología, 12(33),84-101. Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70511244006>

Bustos, G. (2012). Teorías del diseño Gráfico (1 ed.). México: Red tercer milenio. Recuperado de  
[http://aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/disenio\\_y\\_edicion\\_digital/Teorias\\_del\\_diseno\\_grafico.pdf](http://aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/disenio_y_edicion_digital/Teorias_del_diseno_grafico.pdf)Hernández (2014)

Cisneros, E. (2017). Diseño de una pieza gráfica sobre la leyenda: "Cómo el sol se desapareció cinco días" y la percepción de los estudiantes de 4to al 6to de primaria en tres I. E. de Los Olivos, Lima 2017. Universidad César Vallejo. Recuperado de:  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23795>

Claros, P. (2021). La comunicación visual del proyecto de responsabilidad social Comedores Cálida y su influencia en el desarrollo sostenible de la urbanización popular Las Dunas de Surco. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de:  
<http://hdl.handle.net/10757/651607>

- Corro, V. y Quispe, J. (2018). Campaña gráfica digital de lanzamiento del portal web Tralent en Lima. Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado de: <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/1436brice>
- Cruz, M. (2017). Diseño de piezas gráficas que fomenten la conciencia ecológica y el cuidado de los bosques de Mangle, para la Asociación de Reservas Naturales Privadas de Guatemala -ARNPG-, dirigidas a niños y jóvenes residentes de la Costa Suroccidente de Guatemala (Suchitépéquez, Retalhuleu y San Marcos). Universidad San Carlos de Guatemala. Recuperado de: <http://www.repositorio.usac.edu.gt/id/eprint/13294>
- Dubonet, Y (2019). Tradición y leyenda: Desarrollo del concepto y arte conceptual de un videojuego basado en la mitología de Junín. Universidad Continental. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12394/7491>
- Gabriel, A. (2017). Relación entre una pieza gráfica sobre educación ambiental y la percepción en niños de 4to a 6to de primaria de dos instituciones educativas en Los Olivos, Lima – 2017. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/18947>
- González, O. (2019). Manual de Piezas Gráficas. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: [http://www.bienestar.unal.edu.co/fileadmin/user\\_upload/Manual\\_Piezas\\_Graificas.pdf](http://www.bienestar.unal.edu.co/fileadmin/user_upload/Manual_Piezas_Graificas.pdf)
- Habekotté, J. (2019). Framing the Value of Concept Art An insight into the applicability and development of concept art in the game industry. Breda University of Applied Sciences. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/335160773>
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. México DF: McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5ta ed.). México: McGraw-Hill.

- Lata, C. (2020). Diseño de piezas gráficas que divulguen, mediante las redes sociales de la Vice alcaldía de Milagro, la nutrición adecuada que los padres de familia deben ofrecer a sus hijos de entre 1 y 5 años con la finalidad de combatir del COVID 19. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15660/1/T-UCSG-PRE-ARQ-CGGP-131.pdf>
- Lizarbe, E. (2018). Propuesta de un manual de identidad gráfica para mejorar los contenidos del fanpage del gimnasio Rivero Gym, en Los Olivos, 2018. Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado de: <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/2559>
- Mantilla, L. (2018). La percepción hacia el diseñador gráfico y su función como profesional en el mercado laboral de la ciudad de Ambato. Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño Arquitectura y Artes Carrera de Diseño Gráfico Publicitario. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/27400>
- Mazzeo, C. y Toledo J. (2019). Dimensiones de análisis de una pieza gráfica. Recuperado de: <https://studylib.es/doc/4690798/dimensiones-de-analisis-de-una-pieza-grfica>.
- Medina, P. (2018). Diseño de una pieza gráfica sobre el reciclaje de papel y la percepción visual en los estudiantes de 5° y 6° de primaria de cinco I.E Ancón, Lima 2018. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/27256>
- Mejía O. (2021). *“Steam Game Festival 2021: Tunche hands-on preview”*. Shacknews. Recuperado de: <https://www.shacknews.com/article/122574/steam-game-festival-2021-tunche-hands-on-preview>
- Mendoza D. (2019). Análisis de piezas gráficas implementadas en la promoción de la carrera de diseño gráfico de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas en el periodo 2008 al 2015. Universidad Católica del Ecuador, Recuperado de: <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/1797>

- Mora, R. (2018). Los elementos del lenguaje plástico en el aprendizaje del diseño gráfico en los estudiantes del V ciclo de Grabado y Diseño Gráfico de la Escuela de Bellas Artes del Cusco, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Recuperado de: <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/2331/TM%20CE-Da%203809%20O1%20-%20Ovalle%20Arapa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, A. (2017). Diseño de una pieza gráfica sobre el uso de redes sociales y la comprensión del mensaje en estudiantes de un colegio de Puente Piedra, Lima, 2017. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1407>
- Muñoz, C (2016). Metodología de la investigación. Progreso S.A de C.V. Recuperado de: <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/56-Metodologia-de-la-investigacion-Carlos-I.-Munoz-Rocha.pdf>
- Mutasa, N. (2015). The Misconceptions of Graphic Design. INSCAPE EDUCATION GROUP, Pretoria Campus. Recuperado de: [https://www.academia.edu/40961285/THE\\_MISCONCEPTIONS\\_OF\\_GRAPHIC\\_DESIGN](https://www.academia.edu/40961285/THE_MISCONCEPTIONS_OF_GRAPHIC_DESIGN)
- Ovalle, H. (2017). Los elementos del lenguaje plástico en el aprendizaje del diseño gráfico en los estudiantes del V ciclo de Grabado y Diseño Gráfico de la Escuela de Bellas Artes del Cusco. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Recuperado de: <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/2331>
- Petterson, R. (2021). 7. Graphic Design. Institute for infology. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/281810469\\_7\\_Graphic\\_Design](https://www.researchgate.net/publication/281810469_7_Graphic_Design)
- Peralta, J. (2018). Diseño de piezas gráficas para la tercera media maratón de 21K Esquipulas, que organiza la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Obrero Responsabilidad Limitada Coosajo R.L. Esquipulas, Chiquimula, Guatemala 2018. [Tesis de licenciatura]. Universidad Galileo.



- Pilozo, L. (2016). Campaña BTL Gestionada por Asoserglo para incentivar el cuidado e higiene de las Áreas Públicas Sector Guasmo Sur de la Ciudad De Guayaquil. Universidad de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/24614>
- Poulin R. (2018). The Language of Graphic Design: An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles. Estados Unidos. Rockport Publishers
- Quintana, A. (2016). Diseño de piezas gráficas digitales para ayudar a la implementación del proyecto “Piensa Verde, reduce papel” en la Matriz de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), en Quito. Pontifica Universidad Católica de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/11181>
- Quintero C. y Recuero, M. (2018). El espacio urbano 'calle' a través de la mirada del paisaje sonoro. Una propuesta metodológica. Territorios, (38), 191-214. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-84182018000100191](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-84182018000100191)
- Sabando (2017). Piezas gráficas y su impacto en el posicionamiento de la empresa Casa Comercial "Elvis" del Cantón Mocache, año 2017. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Recuperado de: <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/2024>
- Sabino C. (1992). Marco Metodológico. Metodología de la investigación. Recuperado de: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0102989/cap03.pdf>
- Salcedo, A. (2019). Elementos Comunicacionales de las Piezas Gráficas Diseñadas por Pictoline y la Participación Interactiva del Lector De Cyberperiodismo. Universidad Privada del Norte. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11537/12394>
- Samara, T. (2006). Design Elements: A Graphic Style Manual. Rockport. Recuperado de: <http://www.ferrispark.com/audio/Design%20Elements%20A%20GRAPHIC%20STYLE%20MANUAL.pdf>

- Sánchez, L. (2019). Piezas gráficas sobre homofobia y la percepción en estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas, 2019. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/51924>
- Sper, R. (2018). Diseño de piezas gráficas de las canciones del intérprete Julio Jaramillo para su aplicación en plataformas musicales dirigido a jóvenes de 20 a 35 años de edad. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/11623>
- Suhendra, F. (2021). Understanding the Role of Graphic Design in Communication Campaigns: An Indonesian Case Study. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/1959.3/460729>
- The eLearning Guild (2017). 233 Tips, Graphics and Visual Design. Publications Library. Recuperado de: <https://www.learningguild.com/publications/108/233-tips-on-graphics-and-visual-design/>
- Valdés, G. (2021). Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del diseño. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Vera, D. (2018). Atributos cromáticos que inciden en la Percepción visual de empaques de pastas dentales en el supermercado Aki del cantón esmeraldas. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas. Recuperado de: <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/1496>
- Villarreal, G. (2018). Evolución de las piezas gráficas publicitarias de la Municipalidad Distrital de La Punta durante las gestiones 2011-2014 y 2015-2017. Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4149>
- White, W. (2011). The Elements of Graphic Design, Second Edition. Allworth Press. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/262934023\\_The\\_Elements\\_of\\_Graphic\\_Design\\_Second\\_Edition](https://www.researchgate.net/publication/262934023_The_Elements_of_Graphic_Design_Second_Edition)

- Wong, W. (2014). Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional (7 ed.).  
Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.}
- Zulueta, M. (2016). Diseño gráfico y arte. Hacia una historia integrada. Las tensiones entre la historia del diseño gráfico y del arte: orígenes, límites e incidencias en los estudios superiores de diseño gráfico en España. Universitat Ramon Llull. Recuperado de:  
<https://www.tesisenred.net/handle/10803/368195#page=1>

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de Operacionalización

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN						
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>PIEZAS GRAFICAS</b>	Las piezas gráficas se representan de manera visual a través de un lenguaje no verbal con el objetivo de recibir una respuesta de parte del público al que va dirigido, gracias a estímulos visuales. (Wong, 2014 citado por Medina Castrejón, 2018).	Aumentar la relevancia del videojuego Tunche a través de color, forma y tipografía.	<b>ELEMENTOS VISUALES:</b>  Forman la parte más prominente de un diseño porque son lo que realmente vemos. (Wong, 2014 citado por Medina Castrejón, 2018).	<b>COLOR:</b> (Wong, 2014 citado por Medina Castrejón, 2018).	¿Los colores de las piezas gráficas llaman su atención?	L I K E R T
				<b>FORMA</b> (Wong, 2014 citado por Medina Castrejón, 2018).	¿Las formas presentadas en las piezas gráficas son agradables?	
			<b>MEDIDA</b> (Wong, 2014 citado por Medina Castrejón, 2018).	¿Las medidas de las piezas gráficas son adecuadas?		
			<b>ELEMENTOS PRÁCTICOS:</b>  Subyacen el contenido y el alcance de un diseño. (Wong, 2014 citado por Medina Castrejón, 2018).	<b>REPRESENTACIÓN</b> (Wong, 2014 citado por Medina Castrejón, 2018).	¿Las piezas gráficas representan bien el videojuego tunche?	
				<b>SIGNIFICADO</b> (Wong, 2014 citado por Medina Castrejón, 2018).	¿Las piezas gráficas tienen un significado claro?	

				<p><b>FUNCIÓN</b> (Wong, 2014 citado por Medina Castrejón, 2018).</p>	<p>¿Las piezas gráficas cumplen su función de mostrar el videojuego Tunche?</p>	
<p><b>PERCEPCIÓN VISUAL</b></p>	<p>Es el proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta estímulos para entender el mundo en forma coherente y con significado. (Arellano, 2010 pág. 60 citado por Asencios Vega, 2018).</p>	<p>Se medirá a través de una encuesta, los estímulos perceptivos y proceso perceptivos.</p>	<p><b>ESTÍMULOS PERCEPTIVOS:</b> La percepción es el resultado de dos tipos de inputs que interactúan para formar las ideas personales con respecto a objetos, situaciones o individuos. (Arellano, 2010 pág. 61 citado por Asencios Vega, 2018).</p>	<p><b>ESTÍMULO FÍSICO</b> (Arellano, 2010 citado por Asencios Vega, 2018).</p>	<p>¿Las piezas gráficas tienen textura en su composición?</p>	<p>L I K E R T</p>
			<p><b>INPUTS</b> (Arellano, 2010 citado por Asencios Vega, 2018).</p>	<p>¿Los personajes mostrados en las piezas gráficas serán recordables?</p>		
			<p><b>PROCESO PERCEPTIVO:</b> En el proceso perceptivo, mediante el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos con el fin de adaptarlos mejor a sus niveles de comprensión.</p>	<p><b>SELECCIÓN</b> (Arellano, 2010 citado por Asencios Vega, 2018).</p>	<p>¿Las piezas gráficas tienen diferentes elementos en su composición?</p>	
			<p><b>ORGANIZACIÓN</b> (Arellano, 2010 citado por Asencios Vega, 2018).</p>	<p>¿Los elementos y personajes mostrados están organizados correctamente?</p>		
<p><b>INTERPRETACIÓN</b></p>	<p>¿Las piezas gráficas le traen el pensamiento</p>					

			(Arellano, 2010 pág. 61 citado por Asencios Vega, 2018).	(Arellano, 2010 citado por Asencios Vega, 2018).	de la amazonia peruana?	
--	--	--	--	--	----------------------------	--

## Anexo 2: Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
PIEZAS GRÁFICAS DEL LANZAMIENTO DIGITAL DEL VIDEOJUEGO TUNCHE Y LA PERCEPCIÓN VISUAL EN GAMERS, LIMA-ESTE - 2021				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES E INDICADORES
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	V1: Piezas gráficas	<p><b>Elementos visuales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Color</li> <li>• Forma</li> <li>• Medida</li> </ul> <p><b>Estímulos perceptivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estímulo físico</li> <li>• Inputs</li> </ul> <p><b>Elementos prácticos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Representación</li> <li>• Significado</li> <li>• Función</li> </ul>
¿Cuál es la relación existente entre las piezas gráficas del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021?	Determinar la relación que existe entre las piezas gráficas del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.	<p>H1: Existe relación significativa entre las piezas gráficas del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.</p> <p>H0: No existe relación significativa entre las piezas gráficas del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.</p>		
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas	V2: Percepción visual	
¿Cuál es la relación entre los elementos visuales del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021?	Determinar la relación que existe entre los elementos visuales del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.	<p>H1: Existe relación significativa entre los elementos visuales del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.</p> <p>H0: No existe relación significativa entre los elementos visuales del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.</p>		

<p>¿Cuál es la relación entre los elementos prácticos del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre los elementos prácticos del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021</p>	<p>H1: Existe relación significativa entre los elementos prácticos del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021.</p> <p>H0: No existe relación significativa entre los elementos prácticos del lanzamiento del videojuego Tunche y la percepción visual de los gamers de Lima-Este 2021</p>		<p><b>Proceso perceptivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Selección</li><li>• Organización</li><li>• Interpretación</li></ul>
---	---	---	--	--



## ANEXO 3: Instrumento de Recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### Piezas Gráficas del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la Percepción Visual en Gamers, Lima-Este – 2022



Estimado alumno(a), su opinión es necesaria para determinar la relación entre las piezas gráficas y la percepción visual, por ello amablemente se le invita a marcar con un aspa (X) las respuestas que considere adecuadas

Edad:

Sexo: F ( ) M ( )

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	En total desacuerdo
5	4	3	2	1

	5	4	3	2	1
<b>Piezas gráficas</b>					
¿Los colores de las piezas gráficas llaman su atención?					
¿Las formas presentadas en las piezas gráficas son agradables?					
¿Las medidas de las piezas gráficas son adecuadas?					
¿Las piezas gráficas representan bien el videojuego tunche?					
¿Las piezas gráficas tienen un significado claro?					
¿Las piezas gráficas cumplen su función de mostrar el videojuego Tunche?					
<b>Percepción visual</b>					
¿Las piezas gráficas tienen textura en su composición?					
¿Los personajes mostrados en las piezas gráficas serán recordables?					
¿Las piezas gráficas tienen diferentes elementos en su composición?					
¿Los elementos y personajes mostrados están organizados correctamente?					
¿Las piezas gráficas le traen el pensamiento de la amazonia peruana?					

# PIEZAS GRÁFICAS DEL LANZAMIENTO DIGITAL DEL VIDEOJUEGO TUNCHE Y LA PERCEPCIÓN VISUAL EN GAMERS

A continuación se les mostrará avances de las piezas gráficas para el lanzamiento digital del videojuego Tunche y la Percepción Visual en Gamers, Lima-Este - 2021 y luego responder unas preguntas que contribuirán con el estudio. Se agradece su opinión sincera y se agradece de antemano.

 naomi1755.y@gmail.com (no se comparten) [Cambiar cuenta](#)



Tunche es un encantador juego de acción dibujado a mano con elementos roguelike ambientado en la amazonia peruana que muestra referencias artísticas a diferentes culturas amazónicas



[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScY20q\\_cZLbLmg19k7g8sWB9WdhgXJsrUM1XI3L7KWxz3Z9ZA/viewform?usp=send\\_form](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScY20q_cZLbLmg19k7g8sWB9WdhgXJsrUM1XI3L7KWxz3Z9ZA/viewform?usp=send_form)

#### Anexo 4: Determinación del tamaño de muestra

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

n = Muestras

N = Universo = 150.

Z = Nivel de confianza = 95% / 1.96

P = Probabilidad a favor = 0.5

Q = Probabilidad en contra = 0.5

E = Margen de error = 0.05

Reemplazando:

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 150}{0.0025(149) + 3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{144,06}{0.3725 + 1.920 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{144.06}{0.3725 + 0.9604}$$

$$n = \frac{144.06}{1.3329}$$

$$n = 108$$

## Anexo 5: Prueba Binominal

**Tabla N°2:** Escala de Likert

Opción	Puntuación
<i>Totalmente de acuerdo</i>	5
<i>De acuerdo</i>	4
<i>Indiferente</i>	3
<i>En desacuerdo</i>	2
<i>En total desacuerdo</i>	1

**Tabla N°3**

Prueba binomial						
		Cate goría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Mgr. Daniel Godofredo Rodríguez Giraldo	Grupo 1	Si	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	No	1	,09		
	Total		11	1,00		
Mgr. Toledo Gonza Arturo	Grupo 1	Si	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	No	1	,09		
	Total		11	1,00		
PhD Cornejo Guerrero Miguel Antonio	Grupo 1	Si	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	No	1	,09		
	Total		11	1,00		

Fuente: IBM SPSS 26.

La confiabilidad se obtuvo con el Alfa de Cronbach.

Confiabilidad nula	0,53 a menos
Confiabilidad baja	0,54 a 0,59
Confiable	0,60 a 0,65
Muy confiable	0,66 a 0,71
Excelente confiabilidad	0,72 a 0,99
Confiabilidad perfecta	1,0

## TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: **Dr. JUAN APAZA QUISPE**

**Título y/o Grado:**

Ph. D... ( )	Doctor... (X)	Magister... ( )	Licenciado... ( )	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

Fecha: 23 / 10 / 2021

### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN


**Piezas Gráficas del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la Percepción Visual en Gamers, Lima-Este - 2021**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		10	1	

SUGERENCIAS:

.....

  
 Dr. Juan Apaza Quispe

Firma del experto:



## TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: CORNEJO GUERRERO MIGUEL ANTONIO Ph.D

Título y/o Grado:

Ph. D... ( X )	Doctor... ( )	Magister... ( )	Licenciado... ( )	Otros. Especifique _____
----------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

Fecha: 25 / 04 / 2022

### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**Piezas Gráficas del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la Percepción Visual en Gamers, Lima-Este - 2021**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>1</b>	

SUGERENCIAS:

.....  
.....  
.....

Firma del experto:

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Toledo Gonza Arturo

**Título y/o Grado:**

Ph. D... ( ) Doctor... ( ) Magister... ( x ) Licenciado... ( ) Otros. Especifique \_\_\_\_\_

Universidad que labora: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann

**Fecha:** 14 / 04 / 2022

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

Piezas Gráficas del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la Percepción Visual en Gamers, Lima-Este – 2022

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		10	1	

**SUGERENCIAS:**
**Firma del experto:**

Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann  
 FACULTAD INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA  
  
 .....  
 Mg. ARTURO TOLEDO GONZA  
 COORDINADOR DEL ÁREA ACADÉMICA  
 ESCUELA PROFESIONAL DE ARTES



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: **Mgr. Daniel Godofredo Rodríguez Giraldo**

Título y/o Grado:

Ph. D... ( ) Doctor... ( ) Magister... (x) Licenciado... ( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann

Fecha: 25 / 04/ 2022

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Piezas Gráficas del lanzamiento digital del videojuego Tunche y la Percepción Visual en Gamers, Lima-Esta – 2022

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>1</b>	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



UNIVERSIDAD NACIONAL  
JORGE BASADRE GROHMANN  
LIC. DANIEL GODOFREDO RODRIGUEZ GIRALDO

## Anexo 6: Alfa de Cronbach

**Tabla N°4:** Confiabilidad de las variables Piezas gráficas y Percepción visual.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,772	,771	11

Fuente: IBM SPSS 26

**Tabla N°5:** Estadística del total de elementos.

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Los colores de las piezas gráficas llaman su atención?	42,64	19,766	,427	,283	,754
¿Las formas presentadas en las piezas gráficas son agradables?	42,44	21,259	,381	,226	,760
¿Las medidas de las piezas gráficas son adecuadas?	42,76	19,156	,479	,361	,748
¿Las piezas gráficas representan bien el videojuego Tunche?	42,57	20,826	,316	,171	,767
¿Las piezas gráficas tienen un significado claro?	42,76	19,642	,451	,399	,751
¿Las piezas gráficas cumplen su función de mostrar el videojuego Tunche?	42,56	20,960	,317	,222	,766
¿Las piezas gráficas tienen textura en su composición?	42,76	19,343	,504	,321	,745
¿Los personajes mostrados en las piezas	42,70	18,977	,532	,404	,741

gráficas serán recordables?					
¿Las piezas gráficas tienen diferentes elementos en su composición?	42,68	20,427	,379	,270	,760
¿Los elementos y personajes mostrados están organizados correctamente?	42,68	19,847	,459	,228	,751
¿Las piezas gráficas le traen el pensamiento de la amazonia peruana?	42,62	19,845	,397	,264	,758

Fuente: IBM SPSS 26

## Anexo 7: Confiabilidad

**Tabla N°6:** Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
piezasgraficas_v1	,130	108	,000	,952	108	,001
percepcionvisual_v2	,147	108	,000	,921	108	,000
elementosvisuales_d1_v1	,155	108	,000	,915	108	,000
estimulosperceptibles_d2_v2	,177	108	,000	,888	108	,000
elementospracticos_d3_v1	,135	108	,000	,922	108	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: IBM SPSS 26.

**Tabla N°7:** Prueba de Rho de Spearman: Piezas gráficas y Percepción visual.

Correlaciones				
			Piezas Gráficas	Percepción Visual
Rho de Spearman	Piezas Gráficas	Coefficiente de correlación	1,000	,599**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Percepción Visual	Coefficiente de correlación	,599**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: IBM SPSS 26.

**Tabla N°8:** Prueba de Rho de Spearman: Elementos visuales y Percepción visual.

Correlaciones				
			Elementos Visuales	Percepción Visual
Rho de Spearman	Elementos Visuales	Coefficiente de correlación	1,000	,523**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Percepción Visual	Coefficiente de correlación	,523**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: IBM SPSS 26.

**Tabla N°9:** Prueba de Rho de Spearman: Elementos prácticos y Percepción visual.

<b>Correlaciones</b>				
			Estímulos Perceptivos	Percepción Visual
Rho de Spearman	Estímulos Perceptivos	Coeficiente de correlación	1,000	,435**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Percepción Visual	Coeficiente de correlación	,435**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: IBM SPSS 26.

## Anexo 8: Ficha de Consentimiento



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA VISITA N° 004-2022-UCV-VA-P04-F05L01/DE

Lima, 22 de Abril de 2022

Señores  
**LEAP SAC**  
Av. Aviación 2405 – Piso 10 – San Borja  
Presente. -

Atención: Jorge García  
Productor

De mi consideración:

Por medio de la presente permítame saludarlo cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; quien actualmente se encuentra matriculada en el X ciclo (semestre 2022-I) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.


N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	CHINININ HUARACALLO NAOMI SHEILA	76357851

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención solicita permiso para que pueda recolectar datos, para la elaboración de su proyecto de investigación que viene realizando, la cual cumple con el programa de estudios, para cuyo efecto solicitamos a usted otorgar las facilidades necesarias y señalar el día, fecha y hora de la visita.

Seguro de contar con su apoyo, aprovecho la oportunidad para expresarle las muestras de mi especial consideración y estima.

Atentamente,



  
**Mgtr. Juan José Tanta Restrepo**  
Director de la Escuela Profesional de  
Arte & Diseño Gráfico Empresarial  
Universidad Cesar Vallejo  
Lima Norte

Jorge Alejandro García Soto  
Productor - LEAP SAC  
RUC 20549247980

# Anexo 9: Data SPSS

RESULTADOS NAOMI.spy [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultados

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,772	,771	11

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Los colores de las piezas gráficas llaman su atención?	42,64	19,766	,427	,283	,754
¿Las formas presentadas en las piezas gráficas son agradables?	42,44	21,259	,381	,226	,760
¿Las medidas de las piezas gráficas son adecuadas?	42,76	19,156	,479	,361	,748
¿Las piezas gráficas representan bien el videojuego Tunche?	42,57	20,826	,316	,171	,767
¿Las piezas gráficas tienen un estándar?	42,76	19,642	,45		

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Inicie/OFF

DATOS NAOMI.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Sexo	Numérico	8	0		{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	Edad	Numérico	8	0		{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P1	Numérico	8	0	¿Los colores d...	{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P2	Numérico	8	0	¿Las formas pr...	{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P3	Numérico	8	0	¿Las medidas ...	{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P4	Numérico	8	0	¿Las piezas gr...	{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P5	Numérico	8	0	¿Las piezas gr...	{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P6	Numérico	8	0	¿Las piezas gr...	{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P7	Numérico	8	0	¿Las piezas gr...	{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P8	Numérico	8	0	¿Los personaje...	{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P9	Numérico	8	0	¿Las líneas del...	{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P10	Numérico	8	0	¿Los elemento...	{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P11	Numérico	8	0	¿Las piezas gr...	{1, En total ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	elementosvi...	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	estimulosep...	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	elementospr...	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	procesoperc...	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	piezasgrafic...	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	percepcioni...	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Inicie/OFF

DATOS NAOMI.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 19 de 19 variables

	Sexo	Edad	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	elementosvisuales_d1_v1	estimuloseperceptibles_d2_v2	elementosperceptibles_d3_v3
1	6	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	
2	7	23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	
3	7	23	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	15	8	
4	6	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	12	8	
5	6	29	5	5	3	4	4	4	4	4	5	3	5	13	8	
6	6	23	2	2	3	3	4	4	2	2	3	4	5	7	7	
7	6	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	
8	6	23	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	12	7	
9	6	25	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	13	9	
10	6	22	4	4	3	3	4	3	2	3	4	2	4	11	7	
11	7	24	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	14	10	
12	7	18	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	14	8	
13	7	21	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	13	9	
14	6	21	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	14	9	
15	6	24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	
16	7	23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	
17	7	22	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	14	10	
18	7	24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	
19	7	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	
20	6	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	
21	6	19	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	13	9	

Vista de datos Vista de variables

Área de información | IBM SPSS Statistics Processor está listo | Inicie/OFF

Anexo 10: Brief





## **PÚBLICO OBJETIVO**

**Gamers entre 15 y 30 años de San Juan de Lurigancho.**

## **OBJETIVO**

**Determinar que los gamers de San Juan de Lurigancho tengan una buena percepción visual y se enteren del lanzamiento del videojuego Tunche.**

## **MISIÓN**

**Buscar interesar y dar a conocer la presencia del videojuego Tunche en el distrito de San Juan de Lurigancho.**

## **FUNCIÓN**

**Despertar el interés sobre el lanzamiento del videojuego peruano.**



## JUSTIFICACIÓN

**El diseño de piezas gráficas tiene como propósito complementar al lanzamiento del videojuego Tunche.**



## LÍNEA GRÁFICA

**Estas piezas gráficas representarán a los personajes del videojuego y los escenarios amazónicos que nos presentan en jugabilidad.**



# TIPOGRAFÍA

Las tipografías utilizadas son:

**CHINESE ROCKS**

**DK APPELSTROOP**

**Dubai medium**

Se escogieron las mismas tipografías  
utilizadas en el videojuego.



# PALETA DE COLORES

Colores de los personajes originales del videojuego.



RUMI



NAYRA



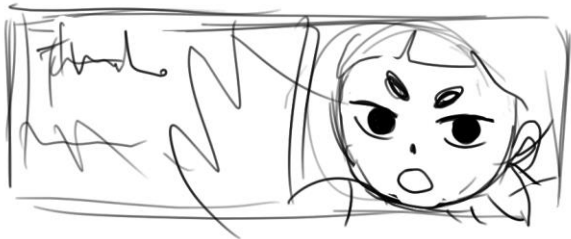
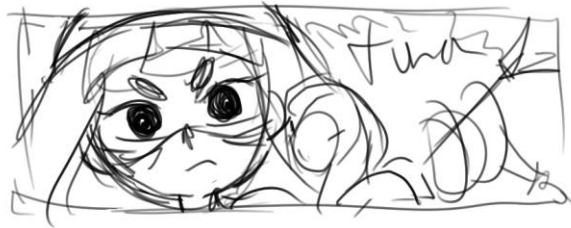
PARU



PANCHO



Anexo 10: Bocetos

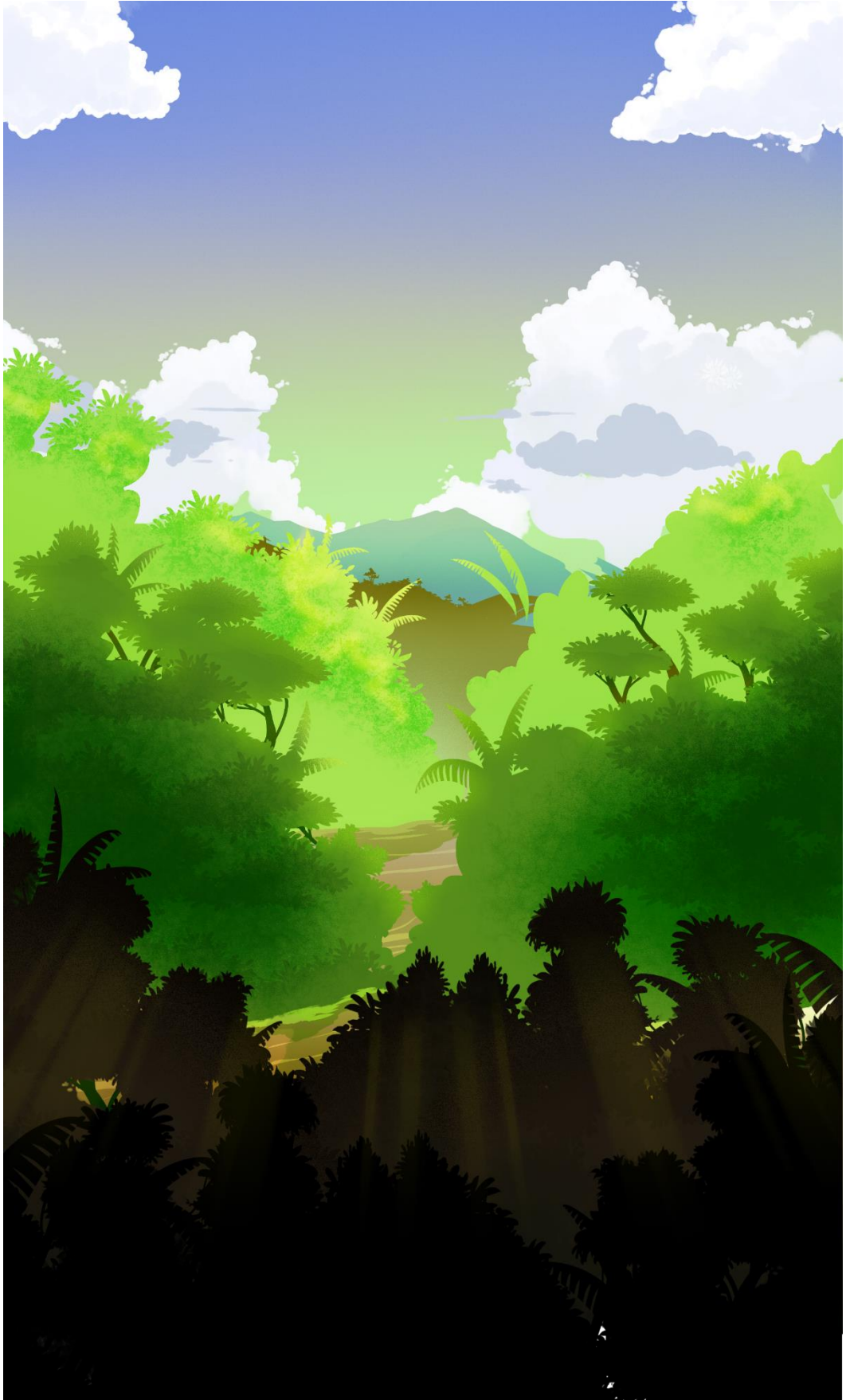


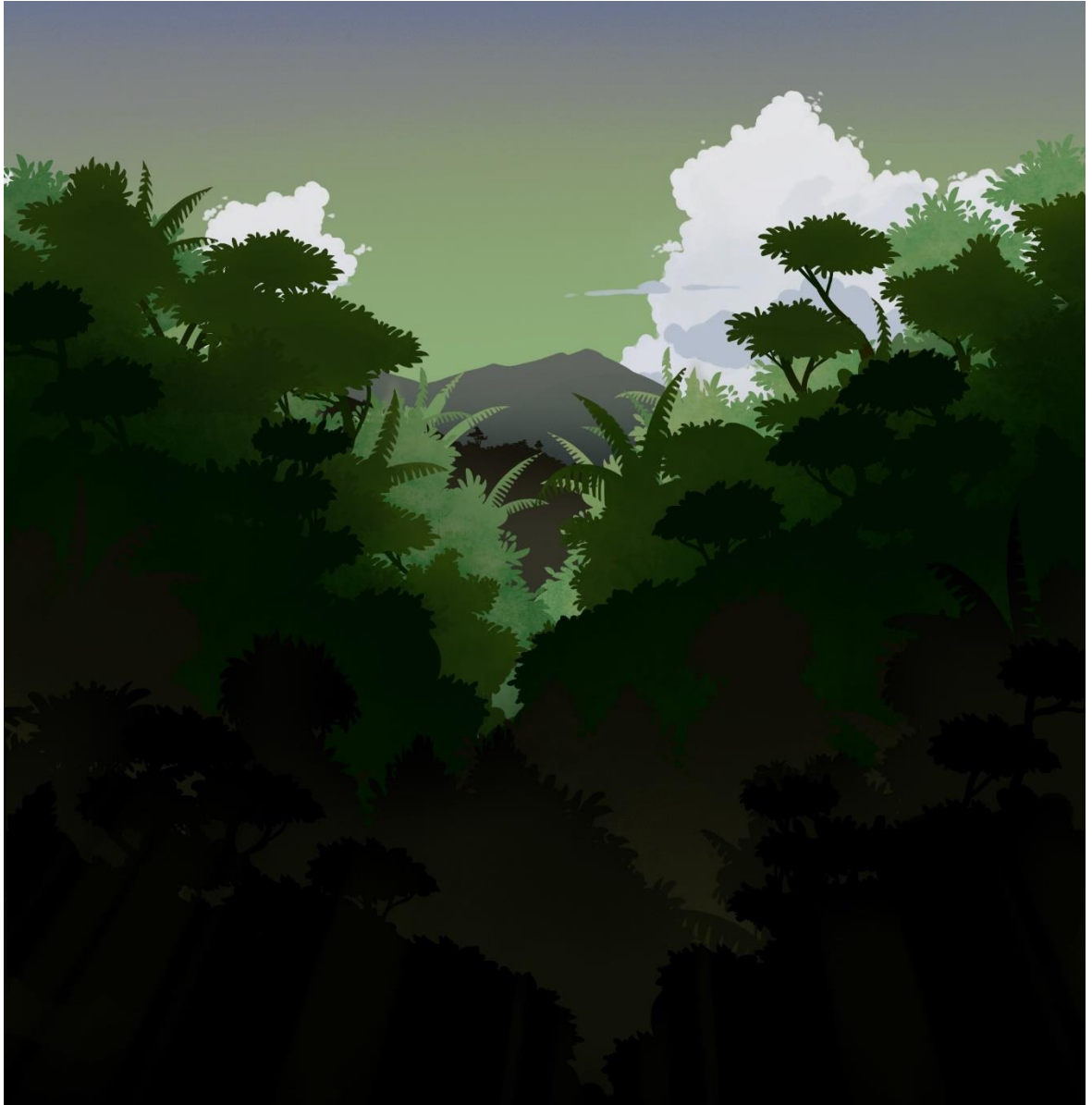
of skills











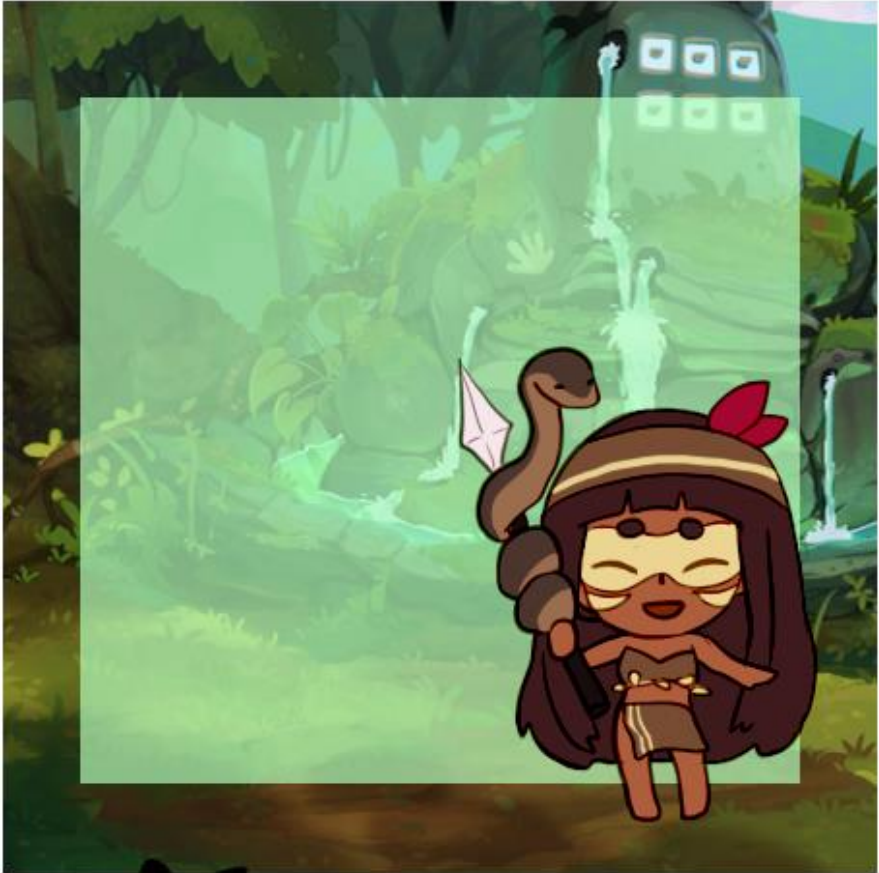
Anexo 12: Piezas Gráficas

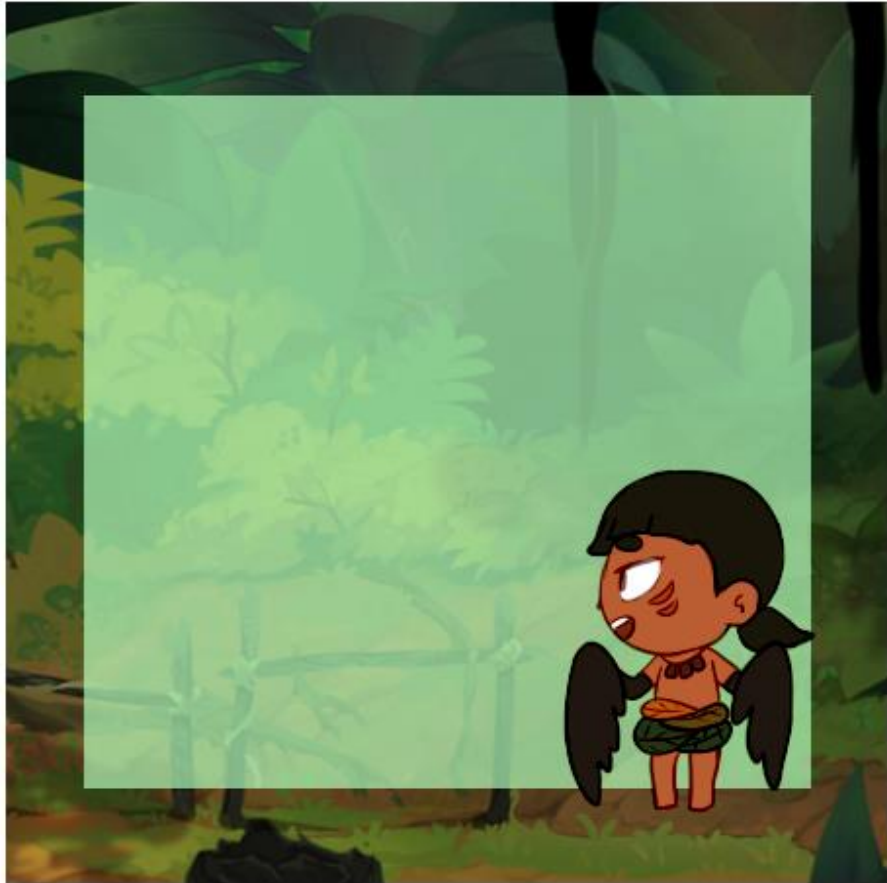
Broches de botón





Paginas para post it





## Diseño de alfombrilla para teclado



## Fotomontaje



**Diseño para camiseta**



**Fotomontaje**





Poster de los personajes



Presentaciones para redes sociales de los personajes originales



# RUMI

LA CHAMÁN

Rumi es una joven valiente, decidida y arriesgada. La Pachamama, diosa de la Tierra, la ha escogido para ser la próxima Suma Sacerdotisa del pueblo de pueblo. Rumi llega a la jungla en busca del poder que cree que le falta.



# NAYRA

LA GUERRERA

Nayra es una guerrera que no le teme a nada. Cuando era niña, le dijeron que Tunche había matado a su madre. Ahora Nayra lo busca para vengarse.



# QARU

EL MALDECIDO

Qaru es un cazador talentoso pero su afán se ha convertido en su maldición. Su hermano busca a Tunché para revertir la maldición con la que ha sido castigado. Qaru quiere unirse a esa audaz misión.



# PANCHO

EL POETA

La apariencia de Pancho lo detiene. En su pueblo lo consideran un hombre fuerte que solo debe dedicarse a construir, pero Pancho prefiere ayudar a su gente a través de la música, la poesía y el arte.

Póster promocional para redes sociales

Adentrarse en una increíble aventura en la selva amazónica



## Fotomontaje

Tunche ya está disponible a nivel mundial. Me parece increíble poder entrar a una PC, Xbox y Switch (pronto en PS4) y poder comprar el juego que hemos estado haciendo por más de 5 años.

Me encanta también que sea esta pequeña ventana para que el mundo conozca más sobre el patrimonio cultural y natural del Perú 🇵🇪 y cuente leyendas del folklore amazónico que no muchos conocen.

Cuando fundamos LEAP Game Studios en 2012 siempre soñé con algún día lanzar un proyecto como este y tuvo que pasar casi una década para alcanzarlo. Pensar que de niño disfrutaba de videojuegos como este en la Super Nintendo, saber que ahora una nueva generación va a estar expuesta a lo que Tunche tiene que ofrecer me llena de orgullo y emoción. 😊

**Adentrarse en una increíble aventura en la selva amazónica**



Llavero de edición limitada



Fotomontaje



## Ilustraciones de los personajes individuales



Stickers de edición limitada





Segundo póster promocional

DESDE EL 2 DE NOVIEMBRE

# TUNGHE



DISPONIBLE EN



STEAM®

Ilustración para banderín



Fotomontaje





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, APAZA QUISPE JUAN, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "PIEZAS GRÁFICAS DEL LANZAMIENTO DIGITAL DEL VIDEOJUEGO TUNCHE Y LA PERCEPCIÓN VISUAL EN GAMERS, LIMA-ESTE – 2022", cuyo autor es CHINININ HUARACALLO NAOMI SHEILA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 29 de Junio del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
APAZA QUISPE JUAN <b>DNI:</b> 10453803 <b>ORCID:</b> 0000-0002-1157-7185	Firmado electrónicamente por: APAZAQU el 21-07- 2022 17:57:36

Código documento Trilce: TRI - 0313546