



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL

Creación de la Identidad visual corporativa del “Centro Especializado,
Ropa hospitalaria Quirúrgica, Uniformes - Servicios Generales” y el
proceso de decisión de compra en sus clientes, Lima 2016.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTOR:

Wilder Eduardo Orellana Díaz

ASESOR:

Dr. Miguel Antonio Cornejo Guerrero

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ARTE VISUAL Y SOCIEDAD: ANÁLISIS Y DESARROLLO DE PROCESOS DE
COMUNICACIÓN VISUAL, EN EL AVANCE DE LA SOCIEDAD
CONTEMPORÁNEA

LIMA – PERÚ

AÑO 2016 - II

Señores miembros de Jurado:

Presento la Tesis titulada: «Creación de la Identidad visual corporativa del “Centro Especializado, Ropa hospitalaria Quirúrgica, Uniformes - Servicios Generales” y el proceso de decisión de compra en sus clientes, Lima 2016.», para obtener el título Profesional de Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial.

APROBADO POR:

Dr. Miguel Antonio Cornejo
PRESIDENTE

Lic. Liliana Melchor Agüero
SECRETARIO

Mg. Rocío Bernaza Zavala
VOCAL

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi familia por el apoyo incondicional, y a todos los interesados que desean informarse acerca de mi investigación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la empresa CERQU SAC., por brindarme su interés en el desarrollo de mi proyecto y a mis amigos, pues sin su ayuda esto no hubiera sido posible.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Wilder Eduardo Orellana Díaz con DNI N° 72166791, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en esta tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 22 de Noviembre del 2016.

Wilder Eduardo Orellana Díaz

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada Creación de la Identidad visual corporativa del “Centro Especializado, Ropa hospitalaria Quirúrgica, Uniformes - Servicios Generales” y el proceso de decisión de compra en sus clientes, Lima 2016, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial.

Wilder Eduardo Orellana Díaz

GENERALIDADES

Título

Creación de la Identidad visual corporativa del “Centro Especializado, Ropa hospitalaria Quirúrgica, Uniformes - Servicios Generales” y el proceso de decisión de compra en sus clientes, Lima 2016.

Autor

Wilder Eduardo Orellana Díaz

Asesor metodológico

Miguel Antonio Cornejo Guerrero, Ph. D.

Tipo de investigación

Básica, descriptiva, no experimental, libre.

Línea de Investigación

Arte Visual y Sociedad: Análisis y Desarrollo de Procesos de Comunicación Visual, en el Avance de la Sociedad Contemporánea.

Localidad

Lima, Perú.

Duración de la Investigación

Tendrá una duración de 4 meses, desde Septiembre a Diciembre del 2016.

INDICE

RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad Problemática	1
1.2. Trabajos Previos	2
1.3. Teorías Relacionadas al Tema	5
1.4. Formulación del Problema	11
1.5. Justificación del Estudio	12
1.6. Hipótesis	13
1.7. Objetivos	14
II. MÉTODO	14
2.1. Tipo de Estudio	14
2.2. Operacionalización de variables	15
2.3. Población y Muestra	17
2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y confiabilidad	18
2.6. Métodos de Análisis de Datos	19
2.7. Aspectos Éticos	19
III. RESULTADOS	19
IV. DISCUSIÓN	29
V. CONCLUSIÓN	33
VI. RECOMENDACIONES	34
VII. REFERENCIAS	35
VIII. ANEXOS	37

RESUMEN

La siguiente investigación está dirigida a la creación de la Identidad visual corporativa del “Centro Especializado, Ropa hospitalaria Quirúrgica, Uniformes - Servicios Generales” y el proceso de decisión de compra en sus clientes, Lima 2016.

Actualmente muchas empresas no le dan importancia en la creación de la identidad visual, ya que proporcionará el reconocimiento y la identificación de sus productos como en los servicios y permanecer en la memoria de sus clientes.

Cabe resaltar que el proceso de decisión de compra es el proceso final al análisis de las personas cuando escogen, valoran y usan bienes y servicios.

Es por eso que la creación de la identidad visual específicamente se realizó para hallar la correlación que tiene con el proceso de decisión de compra.

Por consiguiente, el proyecto que se realizó fue de carácter cuantitativo de tipo correlacional, se realizó a través de encuestas con el propósito de identificar las correlaciones entre variables e indicadores.

Palabras Claves: Identidad visual, marca, aplicación de la identidad visual, proceso de decisión de compra, proceso de adopción.

ABSTRACT

The following research is aimed at the creation of the Corporate Visual Identity of the "Specialized Center, Hospital Surgical Clothing, Uniforms - General Services" and the purchase decision process in its clients, Lima 2016.

Currently many companies do not give importance in the creation of the visual identity, since it will provide the recognition and identification of their products as in the services and the permanence in the memory of their clients.

It should be noted that the purchasing decision process is the final process to analyze people when they choose, value and use goods and services.

That is why the creation of the visual identity was specifically made to find the correlation that has with the process of the purchase decision.

The project that was carried out with a quantitative character of correlational type, was done through surveys with the purpose of identifying the correlations between variables and indicators.

Keywords: Visual identity, brand, visual identity application, purchase decision process, adoption process.