



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTES Y DISEÑO
GRÁFICO EMPRESARIAL

Influencia del rediseño de la Identidad Visual Corporativa del restaurant de comida rápida “EDU’S Burger” en la percepción de marca en los clientes de Lima, S.M.P-2016.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Artes y Diseño Gráfico
empresarial

AUTOR

Jean Pierre Anderson, García Loyola

ASESOR

Dr. Miguel Antonio Cornejo Guerrero

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ARTE VISUAL Y SOCIEDAD, INVESTIGACION DE MERCADO EN EL AMBITO
DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

LIMA – PERÚ

Año 2016-I

PÁGINA DEL JURADO

Dr. Miguel Antonio Cornejo Guerrero
(Presidente del jurado)

Mg. Juan José Tanta Restrepo
(Miembro del jurado)

Lic. Mirtha Liliana Montoya Montero
(Miembro del jurado)

Lima, Perú, 27 de junio del 2016

Este trabajo de investigación está dedicado a mi familia, mi padre y hermanos y en especial a mi madre por su incansable apoyo.

Un agradecimiento especial a todas las personas que contribuyeron con el desarrollo de esta tesis, y a quienes confían en mí.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Jean Pierre Anderson, García Loyola, con DNI N° 7389067 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 Artes 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 la presente 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, 27 de junio del 2016.

Jean Pierre Anderson García Loyola
Ponente de tesis.

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Influencia del rediseño de la Identidad Visual Corporativa del restaurante de comida rápida “EDU’S Burger” en la percepción de marca en los clientes de Lima, S.M.P-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 Artes y Diseño Gráfico Empresarial.

Jean Pierre García Loyola.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	IX
CAPÍTULO A – ENFOQUE CUANTITATIVO	
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad problemática.....	01
1.2 Trabajos previos.....	02
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	06
1.3.1 Marco teórico.....	07
1.3.2 Marco conceptual.....	16
1.4 Formulación del problema.....	25
1.5 Justificación del estudio.....	26
1.6 Hipótesis.....	27
1.7 Objetivos.....	29
1.7.1 Generales.....	29
1.7.2 Específicos.....	30
II. METODO	
2.1 Diseño de la investigación.....	31
2.2 Operacionalización de Variables.....	35
2.3 Población, muestra y muestreo.....	37
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos (ENCUESTA).....	38
2.8 Métodos de análisis de datos.....	40
2.10 Aspectos éticos.....	41
CAPÍTULO B – ENFOQUE CUALITATIVO	
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Relevancia.....	42
1.2 Contextualización.....	42
1.3 Marco espacial.....	43
1.4 Marco temporal.....	44
1.5 Contribución.....	44
II. METODO	
2.1. Escenario de estudio.....	47
2.2. Caracterización de sujetos.....	47
2.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos (ENTREVISTA).....	47
2.4. Rigor científico.....	48
III. RESULTADOS.....	49
IV. DISCUSIÓN.....	74
IV. CONCLUSIONES.....	79
V. RECOMENDACIONES.....	81
VI. REFERENCIAS.....	83
VII. ANEXOS.....	88

RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación titulado “Influencia del rediseño de la Identidad Visual Corporativa del restaurant de comida rápida “EDU’S Burger” en la percepción de marca en los clientes de Lima, S.M.P-2016” es desarrollado con la finalidad de obtener el título de Licenciado en Artes y Diseño Gráfico empresarial.

Esta investigación gira en torno a un aspecto importante dentro del diseño gráfico, la identidad visual y las posibles falencias que puede presentarse en los negocios populares de nuestro entorno, en este caso el restaurante objeto de esta investigación se dedica a la venta de comida rápida y se encuentra ubicado en el distrito de San Martín de Porres, exactamente ubicado en la cuadra 28 de la Av. Perú; una zona bastante transitada y comercial.

A pesar de ello este negocio no presenta la acogida esperada, porque no se presenta visualmente atractivo ante clientes potenciales. Ante ello en la investigación se averiguó el impacto que puede generar la identidad visual ya sea en un buen o mal estado, midiendo la relación entre las variables de Identidad Visual y Percepción de marca. Debido a la necesidad de esta investigación se empleó un enfoque de investigación mixta que permita una mejor comprensión de datos obtenidos a partir de la averiguación. Está planteada en un solo momento de medición, por ello será transversal, de campo y de tipo aplicada, puesto que las mejoras se han visto aplicadas en un caso específico.

La duración del proyecto consta de un aproximado de 3 meses, una muestra de 275 personas que acudan al local de venta y colaboradores de la empresa para la participación de una entrevista de preguntas abiertas. El financiamiento es propio, por lo tanto cada elemento desarrollado en el lapso de la investigación serán proporcionados por el investigador gratuitamente.

ABSTRACT

The following research paper entitled "Influence of the redesign of the corporate visual identity of the restaurant fast food" EDU'S Burger "in brand perception in customers from Lima, S.M.P-2016" is developed with the purpose of obtaining a degree in Arts and Business Graphic Design .

This research revolves around an important aspect of graphic design, visual identity and possible flaws that may occur in the popular businesses of our environment, in this case the restaurant object of this research is dedicated to the sale of fast food and it is located in the district of San Martin de Porres, exactly located in block 28 of Peru Av.; and quite a busy shopping area.

However this business does not have the expected host, because it has not visually appealing to potential customers. Given this research the impact it can generate the visual identity either in a good or bad state it was found by measuring the relationship between the variables of visual identity and brand perception. Because of the need for this research used a mixed approach research to a better understanding of data obtained from the investigation. It is raised in a moment of measurement, it will be transversal, field and type applied, since the improvements have been applied in a specific case.

The duration of the project consists of approximately 3 months, a sample of 275 people who come to the local retail and company employees to participate in an interview of open questions. Funding is proper, therefore each element developed in the span of the investigation will be provided by the researcher for free.