



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

INFORME DE INVESTIGACIÓN

Diseño de Identidad Corporativa del Restaurante Raquel y la
Percepción Visual del Consumidor en Puente Piedra, Lima, 2020

AUTOR:

Aira Martínez, Marco Antonio
([ORCID: 0000-0001-9672-2451](https://orcid.org/0000-0001-9672-2451))

ASESOR:

Dr. Cornejo Guerrero, Miguel Antonio
([ORCID: 0000-0002-7335-6492](https://orcid.org/0000-0002-7335-6492))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arte Visual y Sociedad: Investigación de Mercado en el Ámbito de la
Comunicación Gráfica, Imagen Corporativa y Diseño del Producto

LIMA - PERÚ

2020

AGRADECIMIENTO
Doy las gracias al apoyo de
mi familia, de mis amistades
que estuvieron en todo
momento en que los
necesitaba.

DEDICATORIA
Dedico este trabajo de
investigación a mi madre, a
mi padre, a mi abuela y a mi
mejor amiga Kelly.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	vi
Índice de gráficos y figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
II. MARCO TEÓRICO	14
III. METODOLOGÍA	18
3.1 Tipo y diseño de investigación	18
3.2 Variables y operacionalización	18
3.3 Población, muestra y muestreo	19
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.5 Procedimientos	21
3.6 Método de análisis de datos	21
3.7 Aspectos éticos	31
IV. RESULTADOS	32
V. DISCUSIÓN	37
VI. CONCLUSIONES	42
VII. RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	45
ANEXOS	49
Anexo 1: Matriz de Consistencia	49
Anexo 2: Matriz de Operacionalización de la variable	55
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	58
Anexo 4: Datos encuesta IBM SPSS Statistics 25	59
Anexo 5: Datos chi cuadrado IBM SPSS Statistics 25	60
Anexo 6: Resultado binomial	61

Anexo 7: Alfa de Cronbach	61
Anexo 8: Brief	62

Índice de tablas

Tabla 1: Clasificación de variables	18
Tabla 2: Escala de Likert	20
Tabla 3: Pruebas de chi-cuadrado General	28
Tabla 4: Pruebas de chi-cuadrado Especificas	28
Tabla 5: Pruebas de chi-cuadrado Especificas	29
Tabla 6: Pruebas de chi-cuadrado Especificas	29
Tabla 7: Pruebas de chi-cuadrado Especificas	30
Tabla 8: Pruebas de chi-cuadrado Especificas	30

Índice de gráficos y figuras

Gráfico N° 1: Pregunta 1: Indicador Logotipo	21
Gráfico N° 2: Pregunta 2: Indicador Icónica	22
Gráfico N° 3: Pregunta 3: Indicador Cromática	22
Gráfico N° 4: Pregunta 4: Indicador Brevedad	23
Gráfico N° 5: Pregunta 5: Indicador Eufonía	23
Gráfico N° 6: Pregunta 6: Indicador Pronunciabilidad	24
Gráfico N° 7: Pregunta 7: Indicador Filosofía	24
Gráfico N° 8: Pregunta 8: Indicador Objetivos	25
Gráfico N° 9: Pregunta 9: Indicador Posicionamiento	25
Gráfico N° 10: Pregunta 10: Indicador Emergencia	26
Gráfico N° 11: Pregunta 11: Indicador Refinación	26
Gráfico N° 12: Pregunta 12: Indicador Proximidad	27
Gráfico N° 13: Pregunta 13: Indicador Movimiento	27

Resumen

En esta presente investigación se tuvo como objetivo, identificar la relación entre el diseño de identidad corporativa del restaurante Raquel y la percepción visual del consumidor. En donde su enfoque fue cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel correlacional y con un diseño no experimental. En tanto se elaboró una encuesta en escala de Likert para la población fueron los consumidores del restaurante “Raquel”, en la cual, su muestra fue 48 encuestados, en donde el resultado de confiabilidad de alfa de cronbach arrojó un 0.878, en lo cual este resultado quiere decir que es muy confiable según la tabla de categoría. En el resultado final se dio que, existe una correlación entre el diseño de identidad corporativa del restaurante Raquel y la percepción visual del consumidor, esto quiere decir que, se rechazó la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación.

Palabras Claves: Diseño, identidad corporativa, percepción visual.

Abstract

In this research, the objective was to identify the relationship between the design of the corporate identity of the Raquel restaurant and the visual perception of the consumer. Where her approach was quantitative, applied type, correlational level and with a non-experimental design. While a Likert scale survey was carried out for the population, the consumers of the restaurant "Raquel" were, in which their sample was 48 respondents, where the reliability result of cronbach's alpha yielded a 0.878, in which this Result means that it is very reliable according to the category table. In the final result, it was found that there is a correlation between the design of the corporate identity of the Raquel restaurant and the visual perception of the consumer, this means that the null hypothesis was rejected and the research hypothesis is accepted.

Keywords: Design, corporate identity, visual perception.