



Diseño Gráfico

***Diseño de Estrategia comunicacional para el reposicionamiento
de la empresa metalúrgica Metal Sur en el mercado de la ciudad
de Capiatá – Paraguay***

Mística Tatiana Zarate Olmedo

Tutores:

Patricia Aquino Maciel

Gilberto Junnior Sanabria Ravinovich

Asunción - Paraguay

2023



ÍNDICE

Introducción.....	13
CAPÍTULO 1.....	15
1.1. El problema.....	15
1.2. Formulación del problema	16
1.3. Objetivos General	16
1.3.1. General.....	16
1.3.2. Específicos.....	17
1.4. Justificación	17
1.5. Limitaciones.....	18
CAPÍTULO 2.....	20
Marco Referencial	20
2.1. Aspectos históricos	20
2.1.1. Historia de la metalúrgica.....	20
2.1.2. Historia del ferrocarril en Paraguay.....	22
2.1.3. Metal Sur	24
2.2. Antecedentes.....	29
2.2.1. Paraguay, ¿estratégico para la industria metalúrgica?.....	29
2.2.2. Metalúrgicas buscan mayor espacio en compras locales	30
2.2.3. Cerca de 60% se reactivó el rubro de la metalúrgica	31
2.2.4. Calipso ERP.....	32
2.3. Aspectos legales.....	33
CAPÍTULO 3.....	38
Marco Teórico	38
3.1. Procesos metalúrgicos.....	38
3.1.1. Los procesos metalúrgicos comprenden las siguientes fases:	38
3.1.2. Operaciones básicas de obtención de metales:	38
3.1.3. El metal y sus aleaciones.....	39
3.1.4. Producción en las metalúrgicas	40
3.1.5. Objetivos de la metalurgia extractiva	41
3.1.6. Pruebas de dureza de metales de Rockwell, Brinell y Vickers:	41
3.1.7. Prueba de dureza Brinell.....	41
3.1.8. Prueba de dureza Rockwell	42
3.1.9. Prueba de dureza Vickers.....	42



3.2. Definición de Términos Básicos.....	43
3.2.1. Metalúrgica.....	43
3.2.2. Metal.....	43
3.2.3. Aleaciones	43
3.2.4. Estrategia	43
3.2.5. Reposicionamiento de la marca.....	44
3.3. Conceptos de diseño	44
3.3.1. Diseño.....	44
3.3.2. Comunicacional visual	44
3.3.3. Identidad Corporativa	44
3.3.4. Identidad Visual.....	45
3.3.5. Marca Corporativa.....	45
3.3.6. Manual de Identidad Corporativa	46
3.3.7. Tipografía	46
3.3.8. Tipografía Sans Serif.....	47
3.3.9. Tracking.....	47
3.3.10. Kerning	47
3.3.11. Código cromático	48
3.3.12. Grilla constructiva	48
3.3.13. Página Web.....	48
CAPÍTULO 4.....	52
Marco Metodológico	52
4.1. Nivel de investigación.....	52
4.2. Diseño de investigación	52
4.3. Población y muestra.....	52
4.4. Tipo de muestreo:	52
4.5. Instrumentos y sistema de recolección de datos	53
4.5.1. Encuestas:	53
4.5.2. Encuesta a clientes habituales de Metal Sur.....	53
4.5.3. Entrevistas:	55
4.5.4. Observación directa:.....	61
4.6. Gráficas:.....	62
CAPÍTULO 5.....	67
Síntesis y Diagnóstico.....	67



5.1. Síntesis.....	67
5.2. Diagnóstico	67
CAPÍTULO 6.....	69
Planteamiento del problema de diseño.....	69
6.1. Planteamiento del problema de diseño	69
6.2. Objetivos de diseño.....	69
6.2.1. Objetivo General de diseño	69
6.2.2. Objetivos específicos de diseño.....	69
CAPÍTULO 7.....	72
Desarrollo de propuesta creativa	72
7.1. Desarrollo de la Propuesta Creativa.....	72
7.1.1. Identidad gráfica	72
7.1.2. Diseño de interfaz web.	73
7.1.3. Producción fotográfica para materiales de comunicación.	78
7.1.4. Campaña para redes sociales.....	80
7.2. Justificación de la propuesta creativa	84
7.3. Aspectos comunicacionales.....	84
7.3.1. Bocetos	85
7.3.2. Código cromático	89
7.3.3. Código tipográfico.....	92
7.3.4. Módulos compositivos.....	93
7.4. Desarrollo de piezas gráficas	98
7.4.1. Primeras gráficas para redes sociales.	98
7.4.2. Foto de perfil Facebook e Instagram, tamaño 1500x1500px.	105
7.4.3. Banner Inicio de la Web Metal Sur, también adaptados como portada para Facebook.	106
7.4.4. Banner Metal Sur, tamaño 80x150cm.	110
7.4.5. Diseño de etiqueta para alambre de púas.....	111
7.4.6. Diseño de díptico tamaño A4.	112
7.5. Cronograma de Actividades.....	115
CAPÍTULO 8.....	118
Presupuesto – Plan de Inversión.....	118
8.1. Plan de Inversión.....	118
8.2. Presupuesto de materiales impresos.....	119



8.3. Presupuesto del desarrollo de la página web	120
8.4. Presupuesto de honorarios profesionales.....	121
8.5. Presupuesto final del proyecto	122
CAPÍTULO 9.....	123
Conclusión.....	123
10. Bibliografía	125
11. Anexos	126



RESUMEN

El presente proyecto examina la necesidad de la empresa metalúrgica “Metal Sur” de incorporar un sistema estructurado de comunicación, cuyo objetivo principal es realizar estrategias adecuadas de difusión de cara al reposicionamiento de la empresa en el mercado de la ciudad de Capiatá – Paraguay.

Para la veracidad del mismo, se utilizaron tres técnicas en la fase de investigación: la entrevista, la observación y la encuesta, donde a través del análisis de éstas se llegaron a los resultados de que, los instrumentos de investigación utilizados evidencian la falta de un sistema de comunicación dentro de la empresa Metal Sur. También indican que en la actualidad existen situaciones y limitaciones al momento de darse a conocer como empresa, ya que las personas entrevistadas coincidieron en que la misma debería proyectarse adecuadamente y otorgar las herramientas necesarias, y así poder generar una respuesta favorable en cuanto a su reposicionamiento e instalar en el mercado a la empresa como un firme e importante factor competitivo en el mercado en cuestión y en futuros entornos competitivos.

Para la realización de la estructura del proyecto final a partir de los resultados obtenidos en la investigación se propone la realización de un plan de comunicación visual que se proyecte en diversos medios, junto con la creación de una página web. La misma se acentuará vía redes sociales.