



## **Diseño Gráfico**

***Estrategia de diseño y desarrollo de marca para la  
comercialización de joyas de filigrana elaborada por orfebres de  
la ciudad de Luque.***

**Jadiyi Ferreira Avila**

**Tutores  
Rodolfo Silvero**

**Asunción - Paraguay  
2019**



## ÍNDICE

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| DEDICATORIA                                            | 2  |
| AGRADECIMIENTO                                         | 3  |
| ÍNDICE                                                 | 4  |
| INTRODUCCIÓN                                           | 8  |
| MAPA MENTAL DE INVESTIGACIÓN                           | 9  |
| RESUMEN                                                | 10 |
| CAPITULO 1                                             |    |
| PROTOCOLO                                              |    |
| 1. TEMA Y TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN                   | 12 |
| 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA                          | 13 |
| 3. HIPÓTESIS                                           | 14 |
| 4. FORMULACIÓN                                         | 15 |
| 5. OBJETIVOS                                           | 16 |
| 6. MARCO CONCEPTUAL                                    | 17 |
| CAPITULO 2                                             |    |
| DISEÑO TEÓRICO                                         |    |
| MARCO TEÓRICO                                          |    |
| 1. ARTESANÍA                                           | 19 |
| 2. ARTESANIA PARAGUAYA                                 | 24 |
| 3. LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y LA ARTESANIA TRADICIONAL | 27 |
| 4. ARTESANIA Y EXPORTACIÓN                             | 33 |
| 5. JOYERIA Y ORFEBRERIA                                | 38 |
| 6. FILIGRANA                                           | 43 |
| 7. CIUDAD DE LUQUE                                     | 46 |
| 8. DISEÑO GRAFICO EN LA ARTESANIA                      | 49 |
| MARCO REFERENCIAL                                      |    |
| 1. INSTITUTO PARAGUAYO DE ARTESANÍA                    | 60 |
| 2. COORDINADORA DE ARTESANOS DE LUQUE                  | 62 |
| 2.1. ASOCIACIÓN DE JOYEROS LUQUEÑOS                    | 62 |
| 3. FILIGRANA EN EL MUNDO                               | 63 |
| CAPITULO 3                                             |    |



## **DISEÑO METODOLÓGICO**

### **MARCO METODOLÓGICO**

- 1. TIPO DE ESTUDIO\_\_\_\_\_66**
- 2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN\_\_\_\_\_66**
- 3. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN\_\_\_\_\_66**
- 4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN\_\_\_\_\_66**
- 5. POBLACIÓN / MUESTRA\_\_\_\_\_66**
- 6. TÉCNICAS DE OBTENCIÓN DE DATOS UTILIZADOS\_\_\_\_\_66**
- 7. MÉTODO DE MUESTREO SELECCIONADO\_\_\_\_\_67**
- 8. ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN \_\_\_\_\_67**
- 9. FORMATO DE LA ENCUESTA\_\_\_\_\_69**
- 10. RESULTADO DE LA ENCUESTA, GRÁFICOS Y CONCLUSIONES.\_\_\_\_\_71**

## **CAPITULO 4**

### **GENERALIDADES DEL PROYECTO DE DISEÑO**

- 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE DISEÑO\_\_\_\_\_77**
  - 1.1. MAPA MENTAL DE LA INVESTIGACIÓN\_\_\_\_\_77**
  - 1.2. PLANTEAMIENTO ESPECÍFICO DEL PROBLEMA DE DISEÑO\_\_\_\_\_78**
  - 1.3. OBJETIVOS DEL PROYECTO DE DISEÑO\_\_\_\_\_79**
    - 1.3.1. OBJETIVO GENERAL DE DISEÑO\_\_\_\_\_79**
    - 1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS - ÁREA COMUNICACIONAL\_\_\_\_\_79**
    - 1.3.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS - ÁREA COMERCIAL\_\_\_\_\_79**
    - 1.3.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE DISEÑO\_\_\_\_\_79**
- 2. PROCESO CREATIVO \_\_\_\_\_80**
  - 2.1. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL\_\_\_\_\_80**
    - 2.1.1. DIAGRAMA DE FLUJO\_\_\_\_\_80**
    - 2.1.2. DIAGRAMA DE ESCENARIOS\_\_\_\_\_82**

## **CAPITULO 5**

### **DISEÑO DE PROTOTIPOS**

- 1. ESTRATEGIA CREATIVA\_\_\_\_\_85**
  - 1.1. MAPA MENTAL DE LA ESTRATEGIA CREATIVA\_\_\_\_\_85**
  - 1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA ESTRATEGIA CREATIVA\_\_\_\_\_86**
- 2. ASPECTOS COMUNICACIONALES\_\_\_\_\_88**
  - 2.1 DESARROLLO GRAFICO DE LA MARCA\_\_\_\_\_88**



|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| 2.1.1. BOCETOS                                               | 88  |
| 2.1.2. IDENTIDAD                                             | 89  |
| 2.1.3. NORMALIZACIÓN Y ÁREA DE PROTECCIÓN                    | 90  |
| 2.1.4. CÓDIGO CROMÁTICO                                      | 93  |
| 2.1.5. VERSIONES MONOCROMÁTICAS                              | 94  |
| 2.1.6. LÍMITES DE REDUCCIÓN                                  | 95  |
| 2.1.7. USOS PERMITIDOS                                       | 96  |
| 2.1.8. USOS NO PERMITIDOS                                    | 97  |
| 2.1.9. CÓDIGO TIPOGRÁFICO                                    | 98  |
| 2.2. DESARROLLO DE SITIO WEB                                 | 99  |
| 2.2.1. MAPA DE SITIO                                         | 100 |
| 2.2.2. MAQUETACIÓN                                           | 101 |
| 2.2.3. CÓDIGO TIPOGRÁFICO                                    | 102 |
| 2.2.4. RECURSO FOTOGRÁFICO                                   | 103 |
| 2.2.5. FUNCIONAMIENTO DE LA TIENDA VIRTUAL / VISTAS          | 104 |
| 2.3. DESARROLLO DE PACKAGING                                 | 108 |
| 2.3.1. VISTAS AÉREAS                                         | 109 |
| 2.4. DESARROLLO DE CATALOGO INTERACTIVO DIGITAL PARA TABLETS | 110 |
| 2.5. DESARROLLO DE RECURSOS PUBLICITARIOS                    | 111 |
| CAPITULO 6                                                   |     |
| PLAN DE INVERSIÓN                                            |     |
| PRESUPUESTO                                                  | 115 |
| PLAN DE IMPLEMENTACION                                       | 116 |
| CONCLUSION                                                   | 117 |
| RECOMENDACIONES                                              | 118 |
| BIBLIOGRAFIA                                                 | 119 |
| ANEXOS                                                       | 122 |



## RESUMEN

Este proyecto se presenta con el objeto de fomentar la cultura y la comercialización de joyas de filigrana realizada por orfebres de la ciudad de Luque.

El objetivo del proyecto consiste en la creación de una marca gráfica para la promoción y venta de joyas de filigrana, en donde se tiene como protagonista a numerosas familias de artesanos orfebres de esta comunidad que conforman la Asociación de Orfebres Luqueños a través de la Coordinadora de Artesanos Luqueños.

La realización del proyecto surge a partir de dos realidades fundamentales, la primera es la problemática que padece actualmente los joyeros en cuanto a qué horas de dedicación, imaginación y esmero en la fabricación manual de estas piezas se reducen a la venta por precios insignificantes a los grandes comerciantes joyeros de la zona, haciendo una profesión de poca rentabilidad lo que con lleva el desinterés por parte de los artesanos por confeccionar estas piezas; lo que nos arrastra como segunda necesidad el rescate y revalorización de este legado para la cultura paraguaya, ya que con el paso del tiempo se va perdiendo.