



Diseño Gráfico

Diseño de identidad visual de la Ciudad de Quiindy

María Celestina Almirón Leguizamón

**Tutor:
Patricia Samudio**

**Asunción - Paraguay
2019**



ÍNDICE

Introducción	6
Resumen	7
1. Protocolo	8
2. Interpretación	22
1.1. Planteamiento del tema	9
1. 2. Formulación del problema de investigación	11
1. 3. Preguntas de Investigación	14
1. 3. 1. Pregunta General	14
1. 3. 2. Preguntas Específicas	14
1. 4. Objetivos de Investigación	15
1. 4. 1. Objetivo General	15
1. 4. 2. Objetivos Específicos	15
1. 5. Justificación	15
1.6. Mapa mental inicial	16
1. 7. Hipótesis	17
1. 8. Variables de investigación	17
1. 8. 1. Definición conceptual de las variables	17
1. 8. 2. Definición operacional de las variables	20
1. 8. 3. Operacionalización de las variables	20
2. 1. Marco Conceptual	23
2. 1. 1. Identidad Visual	23
2. 1. 2. Marca Ciudad	25
2. 1. 3. Manual de Identidad Corporativa	31
2.1.3.1. Estructura del Manual de Identidad Corporativa	32
2. 1. 4. Ciudad de Quiindy	33
2.2. Marco Metodológico	38
2.2.1. Tipo y nivel de investigación	38
2. 2.2. Instrumentos y técnicas para la recolección de datos	38
2.2.3. Validez de la técnica	39
2.3. Marco Legal	39
3.1. Objetivo general del proyecto	43
3.2. Objetivos específicos del proyecto	43
3.3. Proceso de comunicación visual	43



3. 4. Elementos de la comunicación	44
3. 5. Tipos de mensajes	45
3. 6. Análisis de los datos procesados	45
3.7. Idear	47
3. 8. Mapa mental	48
3. 9. Conceptos gráficos	49
3. 10. Bocetos manuales	50
3. 10. 1. Evaluación y selección	51
3.11. Prototipar	51
3.11.1. Prototipos digitales	51
3. 12. Marca gráfica	52
3.13. Presupuesto	54
3. 14. Plan de acción	55
3. 15. Desarrollo de anual de marca	56
3.16. Diseño del manual	56
3.16.1 Retícula del manual de marca	56
3.16.2. Tipografía	57
3. 16. 3. Margen	60
3. Ideación	42
Conclusión	61
Bibliografía	62
4. Anexo	64
5. Manual de marca	77



RESUMEN

Este proyecto busca generar un manual de marca para la ciudad de Quiindy, identificando previamente las fortalezas y debilidades comunicacionales de la ciudad, a fin de colaborar tanto a enriquecer la identidad de la comunidad y el sentido de pertenencia de los ciudadanos, como el potencial turístico de la misma, otorgando beneficios para la comuna y los pobladores en general.

Para ello, mediante la investigación aplicada con métodos científicos, se logra determinar elementos culturales representativos que serán incluidos en el diseño presentado en este trabajo.

Palabras clave: marca ciudad, Quiindy, imagen ciudad.