



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Ilustración y creación de una línea de personajes modelados que representan la diversidad de la cultura ecuatoriana para difundir la identidad nacional en la ciudad de Quito.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en

Diseño Gráfico.

Tipo de proyecto

Proyecto I+D+I

Autor: Yanchapaxi Díaz Diego Alejandro

Tutor: Cruz Anaya

QUITO-ECUADOR

2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 8 de mayo del 2018

El equipo asesor del Trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **YANCHAPAXI DÍAZ DIEGO ALEJANDRO** de la carrera de **DISEÑO GRÁFICO** cuyo tema de investigación fue: **ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LÍNEA DE PERSONAJES MODELADO QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL EN LA CIUDAD DE QUITO**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



LCDA. ANAYA CRUZ
TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
ING. DIZELTOS CRISTÓBAL MENDOZA
DIRECTORA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO



ARO. IVAN CRUZ
LECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
ING. GALO OSNEROS MORA
COORDINADOR DE UNIDAD DE TITULACIÓN
DE PROYECTOS
"CORDILLERA"



CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBÍ
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño De 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambí (esq.) Telf.: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Telf.: 2246036	Yacuambí Oe2-36 y Bracamoros. Telf: 2249994

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica personal que han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que ha llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Yanchapaxi Díaz Diego Alejandro

C.C.: 172244289-2

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Yanchapaxi Díaz Diego Alejandro portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172244289-2 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE Yanchapaxi Díaz Diego Alejandro
CÉDULA 172244289-2

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, me gustaría agradecerle a ti Dios por haberme bendecido y permitirme llegar hasta esta etapa de mi vida, por hacer realidad este sueño anhelado. Al INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA por darme la oportunidad de llegar a hacer un profesional.

A mi tutora de tesis, Ing. Cruz Anaya por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha contribuido para culminar esta etapa con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque han aportado con un granito de arena a mi formación académica, por sus consejos, su enseñanza y más que todo por su amistad. Sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado.

DEDICATORIA

A Dios.

Una vez más por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos

A mi madre Lupe Diaz.

Por haberme brindado su apoyo incondicional en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante la cual me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada por su amor.

A mi padre Mario Yanchapaxi.

Por ese ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

ÍNDICE GENERAL

Declaración de Aprobación Tutor y Lector.....	I
Declaración de Autoría del estudiante.....	II
Declaración de Sección de Derechos a la Institución.....	III
Índice General.....	VII
Índice Tablas.....	XI
Índice Figuras.....	XII
Índice Imágenes.....	XII
Resumen Ejecutivo.....	XIV
Abstract.....	XVI
Introducción.....	XVII
Capítulo I.....	1
Antecedentes.....	1
1.01 Contexto.....	1
1.02 Justificación.....	3
1.03 Definición del Problema Central (Matriz T).....	5
Capítulo II.....	7
Análisis de Involucrados.....	7

2.01 Mapeo de Involucrados.....	7
2.02 Matriz de Análisis y Selección con los Involucrados.....	8
Capítulo III.....	10
Problemas y Objetivos.....	10
3.01 Árbol de Problemas.....	10
3.02 Árbol de Objetivos.....	11
Capítulo IV.....	12
Análisis de Alternativas.....	12
4.01 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	12
4.02 Tamaño del Proyecto.....	13
4.03 Localización del Proyecto.....	14
4.04 Análisis Ambiental.....	15
4.04.01 Impacto Positivo.	15
4.04.02 Impacto Negativo.	15
4.05 Matriz de Análisis de Impacto de Objetivos.....	17
4.06 Diagrama de Estrategias.....	19
4.07 Construcción de la Matriz de Marco Lógico.....	20
4.07.01 Revisión de los criterios para los indicadores.	20

4.07.02 Selección de indicadores.....	23
4.07.03 Medios de verificación.....	26
4.07.04 Supuestos.....	30
4.07.05 Matriz de marco lógico.	33
Capítulo V.....	37
La Propuesta.....	37
5.01 Antecedentes de la Herramienta del Perfil de la Propuesta.....	37
5.02 Descripción de la Herramienta.....	40
5.03 Formulación del Proceso de Aplicación.....	44
5.04 Área Publicitaria.....	45
5.04.01.01 Brief Publicitario.....	45
5.04.01.02 Problemas Comunicacionales.	46
5.04.01.03 Objetivos Publicitarios.	46
5.05 Estrategia Creativa.	47
5.05.01 Mensaje Básico.....	47
5.05.02 Eje de Campaña.	47
5.05.03 Reason Why.	47
5.05.04 Slogan de Campaña.....	48

5.06 Piezas Gráficas.....	48
5.06.02 Logotipo.	48
5.06.03 Arte Revista.....	49
5.06.04 Arte Prensa.	50
5.06.05 Arte Valla Publicitaria.	51
5.06.06 Arte Afiche.	52
5.07 Estrategia de Marketing.....	52
5.08 Plan de Medios.....	53
5.09 Presupuestos.....	53
5.09.01 Presupuesto de Medios.	53
5.09.02 Presupuesto de Producción.	55
5.10 Flow Chart.....	56
Capítulo VI.....	57
Aspectos Administrativos.....	57
6.01 Recursos.....	57
6.01.01 Técnicos y tecnológico.	57
6.01.02 Humano.	57

6.01.03 Económico.	57
6.02 Presupuesto.	58
6.02.01 Gatos Operativos.....	58
6.02.02 Aplicación del Proyecto.	59
6.03 Cronograma.	60
Capítulo VII.....	61
Conclusiones y Recomendaciones.....	61
7.01 Conclusiones.....	61
7.02 Recomendaciones.....	62
8. Referencias Bibliograficas.....	63
8.01 Bibliografía	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de Fuerzas T.....	5
Tabla 2 Matriz de Análisis de Involucrados.....	8
Tabla 3 Matriz de Análisis de Impacto de los objetivos.....	17
Tabla 4 Revisión de los criterios para los indicadores.....	20
Tabla 5 Selección de indicadores.....	23
Tabla 6 Medios de Verificación.....	26
Tabla 7 Supuestos.....	30
Tabla 8 Matriz de marco lógico.....	33
Tabla 9 Medio Principal.....	53
Tabla 10 Medio Secundario.....	54
Tabla 11 Medio Auxiliar.....	54
Tabla 12 Presupuesto Medio Principal.....	55
Tabla 13 Presupuesto Medio Secundario.....	55
Tabla 14 Presupuesto Medio Auxiliar.....	55
Tabla 15 Presupuesto Medio Auxiliar Afiche.....	56

Tabla 16 Flow Chart.....	56
Tabla 17 Gastos Operativos.....	58
Tabla 18 Aplicación del Proyecto.....	59
Tabla 19 Cronograma.....	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Mapeo de Involucrados.....	7
Figura N° 2 Árbol de Problemas.....	10
Figura N° 3 Árbol de Objetivos.....	11
Figura N° 4 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	12
Figura N° 5 Diagrama de Estrategias.....	19
Figura N° 6 Logotipo.....	48
Figura N° 7 Arte Afiche.....	49
Figura N° 8 Arte Flyer.....	50
Figura N° 9 Arte post.....	51
Figura N° 10 arte Instagram.....	52
Figura N° 10 arte Facebook.....	53

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1 Tamaño de la Muestra.....	14
Imagen N° 2 Localización del proyecto.....	15

RESUMEN EJECUTIVO

Se presentara todo lo que abarca el proyecto, lo más destacado: el tema de estudio, la problemática, los objetivos, la metodología y sus conclusiones.

La técnica de modelado es aquella en la que se da forma a un objeto o modelo con arcilla u otros materiales con la ayuda de herramientas, en la cual se puede obtener piezas con un gran nivel de detalle

Después de una profunda investigación se ha determinado que en el campo artesanal de Ecuador no existe innovación con respecto al modelado en arcilla, ya que se han venido realizando las típicas piezas tradicionales elaboradas en tagua, barro, tejidos, etc.

Existe un desconocimiento de la técnica de nuevos implementos e innovación por parte de artesanos. Por esta razón otra de las finalidades es que al conocer esta técnica, los artesanos y microempresarios tomen iniciativa de crear piezas nuevas y mostrar la pluriculturalidad que existe en nuestro país, al mismo tiempo generar nuevos ingresos para sí mismos y contribuir al crear fuentes de trabajo.

El objetivo es crear innovación en el mercado artesanal ecuatoriano, porque las piezas artísticas están enfocadas a mostrar la riqueza cultural y tradicional del país. De esta manera se pretende demostrar que la pieza tiene un potencial para ser vendida en el mercado.

Otro de los objetivos que tiene este proyecto es crear y diseñar una línea de personajes tradicionales de Ecuador modelados en arcilla lo cual, no es muy conocido ni aplicado a nivel nacional.

De esta manera se cumple el requerimiento apegado al Plan nacional del Buen vivir que se aplica actualmente en nuestro país.

Una vez finalizado el proyecto se concluye que es un producto viable en cuanto a su elaboración y aplicación de la línea de máscaras enfocadas al ámbito cultural y tradicional del País.

ABSTRAC

Everything that covers the project will be presented, the most outstanding: the topic of study, the problem, the objectives, the methodology and its conclusions.

The modeling technique is one in which an object or model is shaped with clay or other materials with the help of tools, in which you can obtain pieces with a high level of detail.

After a deep investigation it has been determined that in the artisanal field of Ecuador there is no innovation with respect to the modeling in clay, since they have been making the typical traditional pieces made in tagua, mud, textiles, etc.

There is a lack of knowledge of the technique of new implements and innovation by artisans. For this reason another of the purposes is that by knowing this technique, artisans and microentrepreneurs take the initiative to create new pieces and show the multiculturalism that exists in our country, at the same time generate new income for themselves and contribute to create sources of work.

The objective is to create innovation in the Ecuadorian artisanal market, because the artistic pieces are focused on showing the cultural and traditional wealth of the country. In this way it is intended to demonstrate that the piece has a potential to be sold in the market.

Another objective of this project is to create and design a line of traditional Ecuadorian characters modeled in clay, which is not well known or applied at the national level.

In this way the requirement attached to the National Plan of Good Living that is currently applied in our country is met.

Once the project is finished, it is concluded that it is a viable product in terms of its preparation and application of the mask line focused on the cultural and traditional field of the country.

INTRODUCCIÓN

En la investigación y desarrollo del proyecto se llevó a cabo a través de un análisis y un plan de trabajo enfocado a representar a los personajes tradicionales que existen en el Ecuador a través de la técnica de modelado en arcilla, para así llegar de una manera innovadora a los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito, usando las características que posee la técnica y las cualidades que tiene cada una de las herramientas de diseño, se lograra un producto que sea llamativo y cause un impacto visual en el grupo objetivo.

La técnica de modelado es conocida como un método la cual es reconocido a nivel mundial por la trascendencia y la historia que abarcan las culturas del mundo. Es una técnica que se viene utilizando muchos años atrás por artesanos y aficionados al arte, ya que existe gran variedad de usos y formas que se puede realizar con esta técnica.

Este arte del modelado no es muy reconocido en Ecuador, sin embargo, en otros países existen exhibiciones que presentan trabajos elaborados con esta técnica., mostrando visualizar una imagen tridimensional de algún objeto o forma la cual se considera un arte relativamente atractiva.

CAPÍTULO I

1. Antecedentes

1.01. Contexto

Mi Ecuador es la síntesis de lo que fuimos, somos y seremos. Considerado como un país multiétnico debido a la presencia de varios grupos de nacionalidades y pueblos que mantienen sus rasgos culturales. Estos se caracterizan por poseer una cultura inicial y conservar su lengua, vestimenta y personajes propios y, lo más importante, su territorio ancestral.

La presente tesis se encamina a realizar un estudio e investigación particularizada sobre los diferentes personajes más representativos en el ámbito cultural del Ecuador.

Los personajes, en las comunidades, son considerados como el mayor rasgo de identidad comunitaria, que se fue generando en la dinámica cultural impuesta por las relaciones de producción y la diferenciación social en la época terrateniente.

No se puede negar que fruto de ello, surgen desde la colonia y la república, ricas manifestaciones festivas que actualmente son consideradas “Nacionales” como por ejemplo. Se manifiestan en la teatralidad andina, a través de las Diabladas de Píllaro

En las que se usan las Máscaras del Diablo y de La Guaricha, en la cual se destacan por ser una de las particularidades esenciales de estas Diabladas.

La Fiesta de la Diablada de Pillaro, según cuenta la leyenda, las comparsas se representa a un diablo que llegó a América con el cristianismo. Es en esta fiesta donde el indio salta, baila y se alegra transformado en diablo, colocando en su rostro grandes máscaras.

La Mama Negra conocida como Santísima Tragedia, muestra las culturas indígena, española y africana del Ecuador. Una ceremonia mágica que devela la vida de diferentes pueblos concebidos en su mestizaje.

Los “cucurucho” forman parte de este suceso religioso. El “cucurucho” representa la penitencia y quien lo interpreta busca conseguir el perdón divino.

Cada uno de los personajes culturales anteriormente mencionados representativos y ancestrales del Ecuador manifiesta su encanto a través de sus máscaras en la que permiten comprender e interpretar facetas y sentimientos que quizás permanecen ocultos. “Cuando alguien se pone la máscara se vuelve animado, gracioso y se desinhibe totalmente”. Los personajes y sus máscaras son parte fundamental de la mayoría de rituales ancestrales que abarca la esencia que los hace diferentes en cada una de sus regiones del País.

1.02. Justificación

El Ecuador como parte del área cultural andina, posee una amplia diversidad cultural, riqueza ancestral, costumbres y tradiciones que se han ido enriqueciendo según los diversos elementos que caracterizan a cada uno de sus pueblos.

En los últimos años, el país ha intentado proyectar acciones que pretendan engrandecer las riquezas culturales y tradicionales que fortalezca la identidad nacional. A pesar de los esfuerzos en la actualidad muchas personas desconocen el verdadero concepto y características de los personajes que representan a la cultura ecuatoriana.

La necesidad de identificar y representar los rasgos culturales del país es cada vez más importante, así como crear propuestas creativas e innovadoras que representen los personajes tradicionales en el mercado nacional. En los sectores artesanales se observa baja utilización de medios publicitarios que difundan los personajes representativos de la cultura ecuatoriana y una limitada propuesta de productos con conceptos diferentes que hagan referencia a dichos personajes. Dentro de la oferta artesanal resulta difícil encontrar mascarar elaboradas con materiales diferentes y valor creativo sobre los personajes que caracterizan las tradiciones ecuatorianas por lo que existe un desinterés de los compradores en adquirir productos sobre la identidad nacional del país.

Por ello la presente investigación propone crear una línea de personajes que represente la diversidad de la cultura ecuatoriana a través de la elaboración de máscaras modeladas con la utilización de diferentes técnicas y materiales como propuesta de producción artesanal a comercializarse en el mercado nacional para difundir la identidad nacional y fortalecimiento de la cultura del país resaltando las características propias de cada personaje tradicional, haciendo referencia a su historia y simbolismo que los hace únicos.

1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

Matriz T, es un análisis de metodología del marco lógico. Es un esquema mediante el cual se representa situaciones negativas, y positivas que se observan en el entorno.

Tabla 1: Análisis de las fuerzas T 2018

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Desconocimiento de los personajes tradicionales más icónicos del país.	Inexistencia de diseños innovadores que representen a los personajes tradicionales y simbólicos de Ecuador				Creación de personajes caracterizados que representan la cultura del país
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza bloqueadora
Implementación de identidad corporativa para el producto innovador	4	3	4	4	Ineficaz aplicación de identidad en el producto final.
Implementar medios de difusión que ayuden a promocionar la nueva imagen de los personajes modelados	3	4	4	3	Limitadas estrategias de difusión a productos tradicionales y ancestrales
Implementar nuevos prototipos de productos artesanales enfocados en personajes tradicionales	3	4	4	3	Desinterés por parte de artesanos en crear piezas ancestrales.
Implementar materiales extras a cada personaje para denotar exclusividad en el producto	3	4	4	3	Escaso impacto visual que genera los materiales en la elaboración de los personajes tradicionales

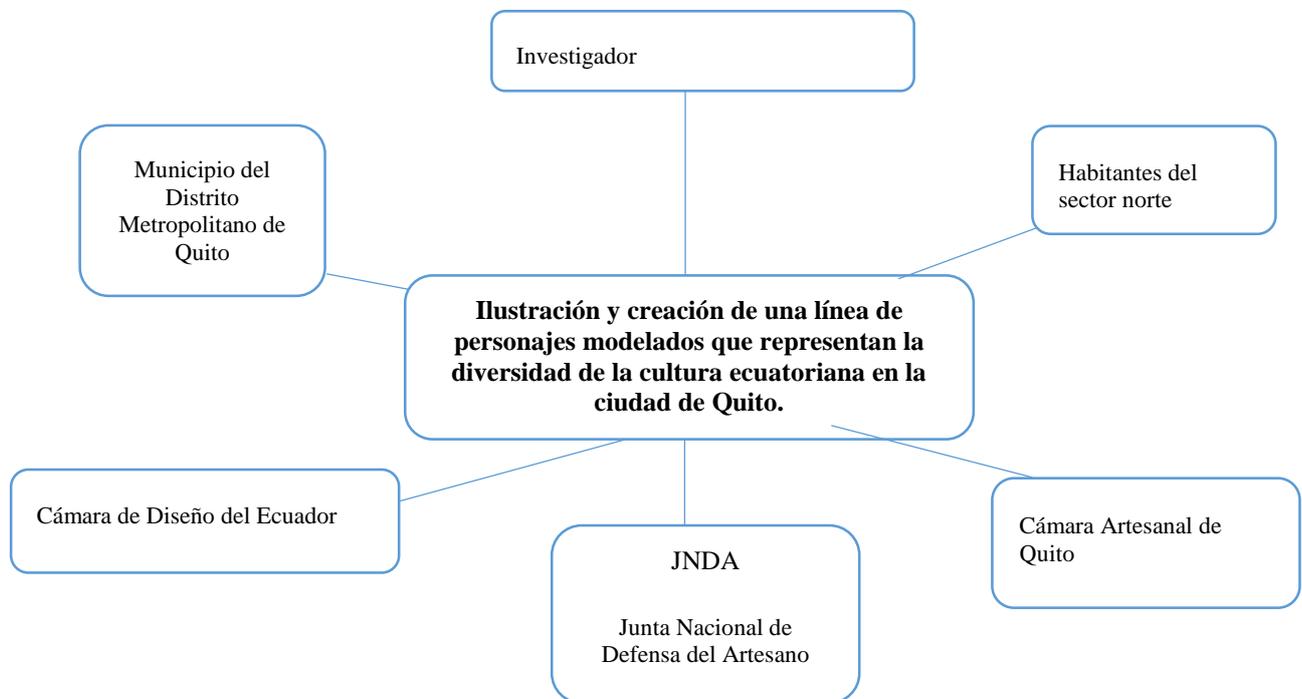
En la tabla que antecede encontramos las siguientes nomenclaturas: I = Impacto y PC = Potencial de cambio. Que nos muestra el impacto actual y a donde va a cambiar una vez que hayamos ejecutado el proyecto.

CAPÍTULO II

2. Análisis de Involucrados

Es importante realizar un estudio del grupo de personas, instituciones, organizaciones, que tienen un vínculo en el desarrollo del proyecto.

2.01. Mapeo de los Involucrados



Nota: Encontramos los principales involucrados que van a aportar en el desarrollo del proyecto de la tesis, organizados desde el que más aporta, hasta el que aporta de menos. En sentido horario, es decir por nuestra derecha.

Figura 1: Mapa de involucrados de

2.02. Matriz de Análisis de Involucración

Tabla 2: Análisis de involucrados, 2018

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial
En la tabla que precede encontramos los siguientes recursos técnicos, K.M.: = Recursos humanos, R.A.: = Recursos materiales, R.H.: = Recursos administrativos, R.T.: = Recursos intangibles, R.C.: = Recursos culturales.	Elaborar productos artesanales innovadores que rescaten la identidad del país	Desinterés por parte de los consumidores en conocer el producto nuevo	Recursos Materiales Capacidades Cognitivas Inserción social	Incrementar el nivel de interés sobre los productos artesanales	Creación de un producto que no genere interés.
Habitantes del sector norte de la ciudad de Quito	Encontrar productos y servicios innovadores y de calidad.	Carencia de productos artesanales como nuevas propuestas que llamen la atención de los consumidores	Capacidades -Cognitivas	Realce el valor cultural en el país	Desinterés en adquirir los productos
Cámara artesanal de Quito	Fortalecimiento de las identidades al plasmar en variados soportes y superficies las diferentes tradiciones de los pueblos	Inexistencia de productos artesanales innovadores de los personajes más representativos del país	Recursos Administrativos Humanos	Ser reconocidos en el mercado. Proteger y representar los derechos de la clase artesanal	Manejo incorrecto en la implementación de materiales
JNDA	Ejecutar planes de desarrollo de productos en base a estándares de calidad y nuevas propuestas.	Escasa implementación de materiales novedosos en los productos artesanales	Recursos Administrativos Humanos	Fortalecimiento y financiamiento de proyectos de servicio artesanal	Producto no apegado a los estándares y normas de la JNDA
Cámara de Diseño del Ecuador.	Interés en fortalecer la identidad cultural	Desconocimiento de las principales características de los personajes de las fiestas populares del país	Recursos Administrativos Humanos	Fortalecer las iniciativas desarrollando la cultura del diseño en el país.	Incorrecto manejo de diseño y elaboración del producto final
Municipio de Distrito Metropolitano de Quito	Implementar ideas para dar a conocer y el desarrollo de productos artesanales	Limitados productos artesanales que muestren la diversidad cultural del país	Recursos Administrativos Humanos	Desarrollo de nuevos emprendedores	Escasos permisos para la implementación.

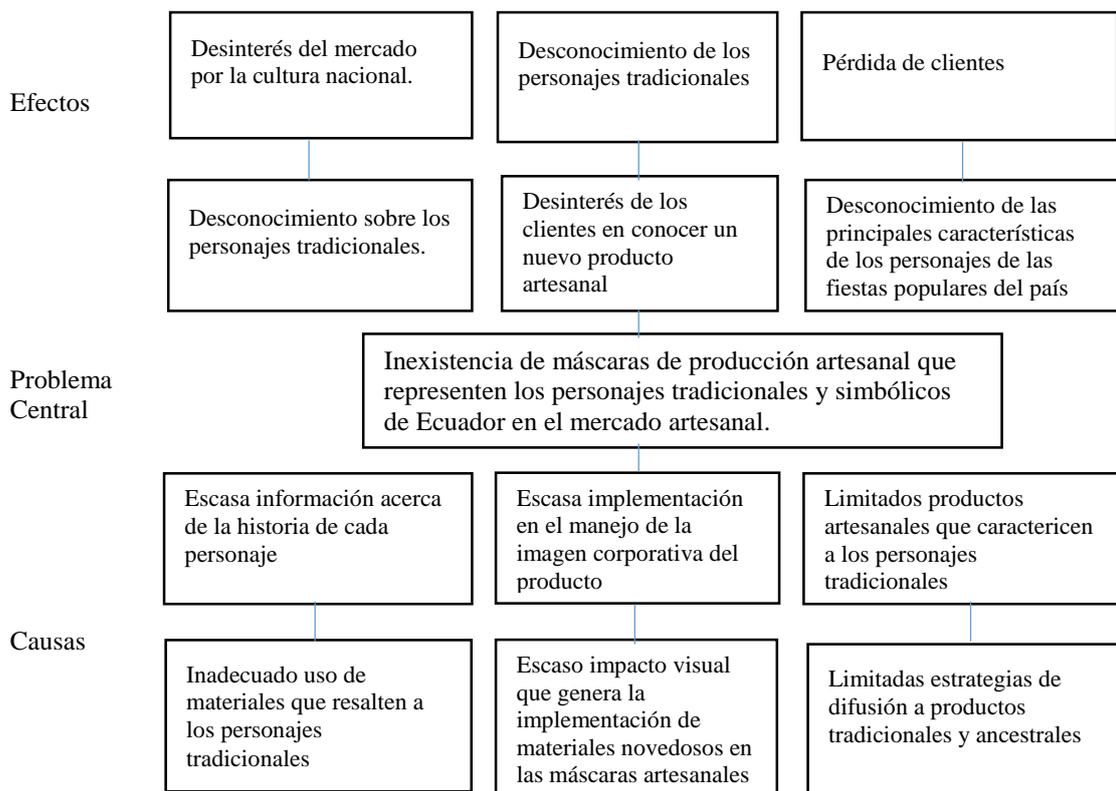
CAPÍTULO III

3. Problemas y Objetivos

3.01. Árbol de Problemas

En la *figura 2* se presentará los problemas que rodean al entorno del proyecto, como lo veremos a continuación. Mediante un análisis de las causas y sus efectos.

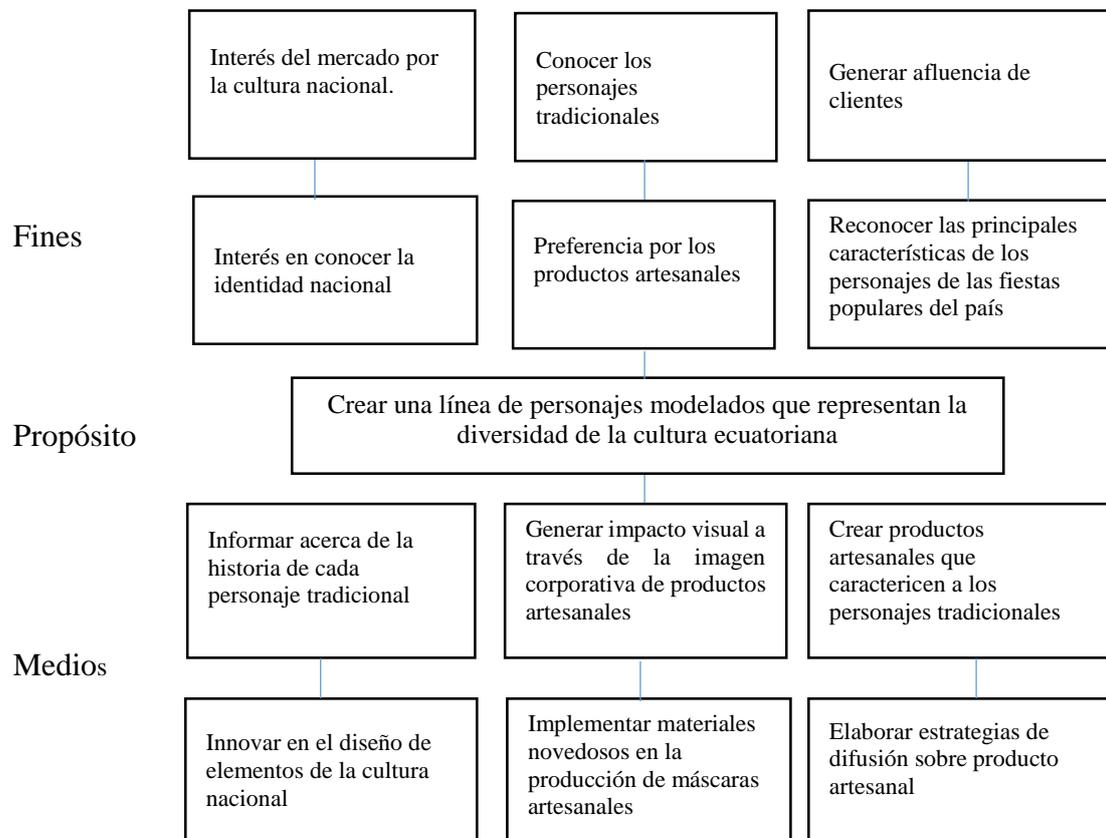
3.01. Árbol de Problemas



3.02. Árbol de Objetivos

En la *figura 3* se establecerá parámetros mediante los cuales determinaremos lineamientos que guiarán el proyecto, tomando como parámetros lo ya establecido en la *figura 2*.

3.02. Árbol de Objetivos



CAPÍTULO IV

4. Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

La *figura 4* muestra como resultado las acciones a seguir paso a paso en llevar a cabo para desarrollar cada medio planteado.



Figura 2: Matriz de análisis de alternativas del proyecto 2018

El presente proyecto va dirigido a los habitantes del distrito metropolitano de Quito, en el que se determina el número de habitantes según el INEC existen 1,619 el cual se determinara el tamaño de la muestra

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1)E^2 + p * q * z^2}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

E= Error máximo admisible (5%)

p= Probabilidad de éxito (50%)

q= Probabilidad de fracaso (50%)

z= Distribución normal en estadística cuando el NC= 95%

$$n = \frac{1'619 * (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}{(1'619 - 1)(0.05)^2 + (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}$$

$$n = \frac{1554.8876}{1'618 * (0,0025) + 0,9604}$$

$$n = \frac{1554.8876}{4.045 + 0,9604}$$

$$n = 311$$

Figura 1: Tamaño del Proyecto 2017

El tamaño de la muestra es de 311 personas, lo que representa que el 95% que el dato es real, este buscará estar en el intervalo $\pm 5\%$ respect al límite de error que puede arrojarnos en los resultados.

De acuerdo la interpretación sobre la muestra, será el proceso de seleccionar un conjunto de individuos para saber qué porcentaje de los mismos conoce o no sobre los productos artesanales y máscaras tradicionales y los distintos productos que ofrece a sus clientes, con el fin de estudiarlos y poder identificar opiniones sobre el proyecto a realizar.

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO
GEOGRÁFICOS	
Región	Región norte, región centro, región sur
Tamaño de la ciudad o área estadística metropolitana	1.619 millones
Urbana-rural	Urbana, suburbana, rural
clima	Caluroso, frío, seco, lluvioso
DEMOGRAFICOS	
ingresos	
Edad	25 – 30 años
Genero	Masculino-Femenino
Ciclo de vida familiar	Soltero, casado, con hijos, divorciado, viudo
Clases social	Alta, media
Escolaridad	Primaria, secundaria
Ocupación	Profesionista, oficinista, hogar
Origen étnico	Hispanico, africano, hispanico, americano
PSICOLOGICOS	
Personalidad	Seguros de sí mismos
Estilo de vida	Orientado al éxito , innovador
Valores	
CONDUCTUALES	
BENEFICIOS DESEADOS	Depende del producto
Taza de uso	

4.01.02. Localización del Proyecto

El proyecto se desarrollará en el sector sur, centro y norte de la ciudad de Quito.

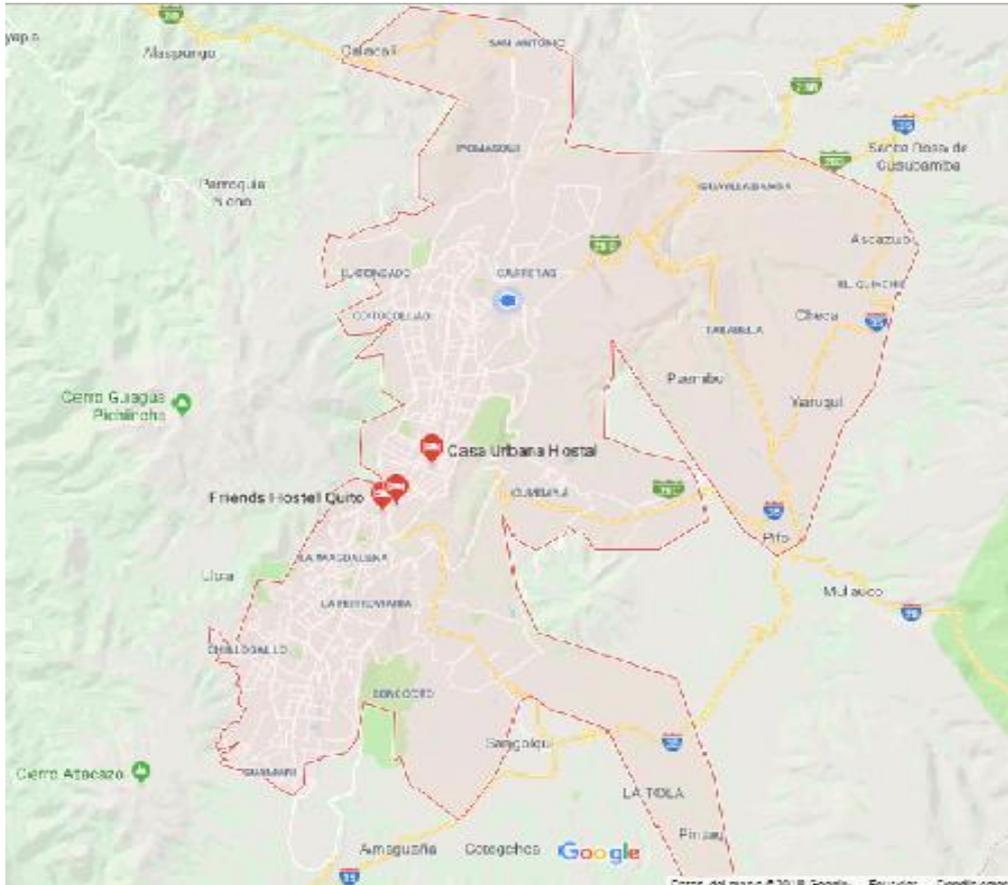


Imagen 1: Mapa de la ubicación donde se llevara a cabo el proyecto, 2018

Fuente: Google Maps

4.01.03. Análisis Ambiental

El análisis ambiental es un proceso investigativo sobre los conocimientos de los impactos ambientales y ecológicos evaluando sus consecuencias, previo al inicio de la actividad.

Es necesario identificar cualquier impacto al medio ambiente sea esta beneficiosa o no, como resultado de cualquier actividad a realizarse en el proyecto, ya que el desarrollo del mismo debe finalizar en algo positivo para el medio ambiente.

4.01.03.01. Impacto Negativo

Al realizar el proyecto, de la creación de una línea de personajes modelados tendrá un impacto negativo debido a que perjudicará al medio ambiente, porque se utilizara papel en la elaboración de material impreso la cual contribuirá a la tala de árboles y la extracción y procesamiento de pigmentos que son utilizados por organizaciones industriales, y se desarrollan en los sectores papeleros y gráficos los cuales tienen un gran coste medioambiental al momento de incinerar residuos de material inservible teniendo un impacto negativo en el medio ambiente.

Esto se debe a que el desecho de toners, los cuales contienen plástico, metales, y el mismo pigmento de las tintas al momento de propagarse en el medio ambiente contaminando el suelo, el agua e incluso causar alergias a las personas.

Este tipo de contaminación según (Redacción Sociedad , 2014) representa el 20% de la contaminación global.

4.01.03.02. Impacto Positivo

El impacto positivo que ocasionará el proyecto por parte de la creación de los personajes tradicionales es de un porcentaje mínimo de contaminación ya que la utilización de materiales artesanales no representa gran cantidad de contaminación para el medio ambiente.

De cierta manera se buscará disminuir este impacto al realizar una exhaustiva investigación sobre los materiales como (arcilla tratada, alambre pintura acrílica material textil cuero etc.) los cuales se implementaran en los detalles de cada personaje también en la parte de publicidad impresa en la que se manejara papel couche de diferentes gramajes gramajes como 100, 115,150; Mismos que pueden ser reutilizados convenientemente. Con el fin de aminorar el impacto medioambiental.

Además, al desarrollar el proyecto se utilizará arcilla natural tratada la cual no afectará en su totalidad al medio ambiente.

4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

En la *tabla 3* se presentará datos de análisis de cuán viables son los objetivos propuestos.

Obteniendo una media de 4 en los resultados.

Tabla 3: Impacto de los objetivos del proyecto 2018

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Fact. Técnica	Fact. Financiera	Fact. Social	Fact. Política	T.	Cat.
Informar acerca de la historia de cada personaje tradicional	5	5	4	4	4	22	Alta
Generar impacto visual a través de la imagen corporativa de productos artesanales	5	5	4	5	4	23	Alta
Crear productos artesanales que caractericen a los personajes tradicionales	4	5	4	5	4	22	Alta
Innovar en el diseño de elementos de la cultura nacional	5	4	3	5	4	21	Alta
Implementar materiales novedosos en la producción de máscaras artesanales	5	4	4	4	4	21	Alta
Elaborar estrategias de difusión sobre producto artesanal	4	5	4	5	4	22	Alta

4.03. Diagrama de Estrategias

En la *figura 5* se muestra un claro resultado de la diagramación y desarrollo que se llevará a cabo en el proyecto.

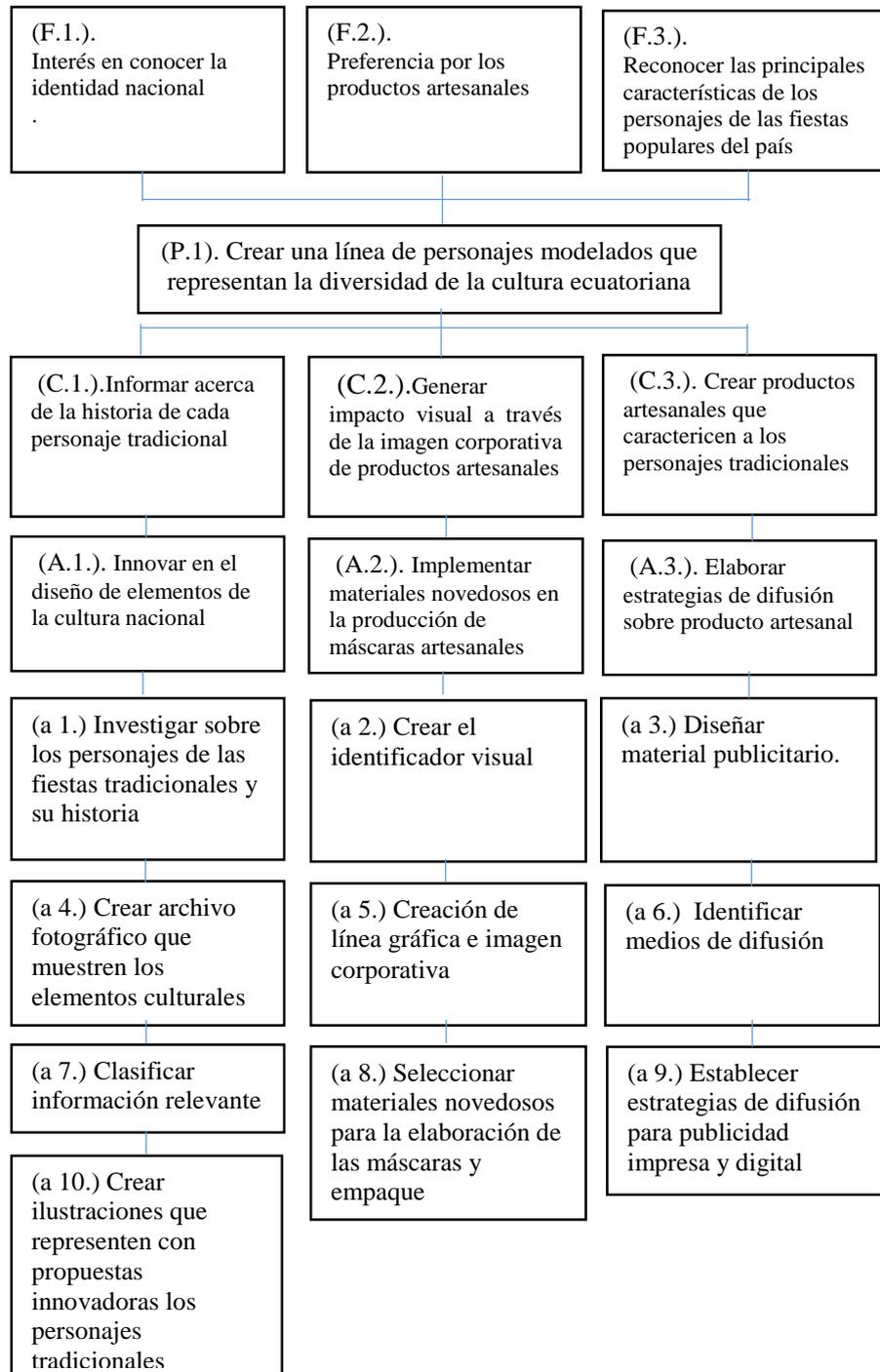


Figura 3: Diagrama de Estrategias del proyecto, 2018

4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores

Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores del proyecto, 2018.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Finalidades	(F.1). Interés en conocer la identidad nacional	Reconocimiento de los personajes tradicionales por el grupo objetivo (90%).	259	Excelente	1 Años	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(F.2). Preferencia por los productos artesanales	Incremento de productos artesanales innovadores que satisfagan al grupo objetivo en un (70%).	198	Bueno	1 Año	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(F.3). Reconocer las principales características de los personajes de las fiestas populares del país	Propuesta que representa nueva interpretaciones de las personajes tradicionales (45%).	1	Bueno	1 Año	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
Propósito	(P.1). Crear una línea de personajes modelados que representen la diversidad de la cultura ecuatoriana	Existencia de una línea de personajes modelados que represente la identidad cultural para comercializar en el mercado nacional (100%).	3	Excelente	1 Año	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
Componente	(C.1). Informar acerca de la historia de cada	Implementación folletos con la historia y	3	Excelente	3meses.	Quito	H/M 25-35 años adulto

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	personaje tradicional	característica de cada personaje					menor Clase media alta.
	(C.2). Generar impacto visual a través de la imagen corporativa de productos artesanales	Elaboración de la imagen corporativa manteniendo una línea gráfica llamativa (70%).	1	Excelente	3 meses.	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(C.3). Crear productos artesanales que caractericen a los personajes tradicionales.	Creación de máscaras artesanales con las características propias de los personajes (90%).	3	Excelente	3 meses.	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
Actividades	(A.1.). Innovar en el diseño de elementos de la cultura nacional	Existencia de máscaras exclusivas con diseños y características propias (100%).	3	Bueno	6 Meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(A.2.). Implementar materiales novedosos en la producción de máscaras artesanales	Utilización de materiales únicos y novedosos en cada personaje (75%).	5	Excelente	5 Meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(A.3.). Elaborar estrategias de difusión sobre producto artesanal	Implementación de estrategias de difusión en la comercialización de la línea de máscara (75%).	1	Excelente	3 meses.	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(a 1.). Investigar sobre los personajes de las fiestas tradicionales y su historia	Repositorio de información sobre los personajes y cultura tradicional (90%).	1	Excelente	3 meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	(a 2.). Crear el identificador visual.	Identidad visual impactante al grupo objetivo (90%).	1	Buena	3meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(a .3). Diseñar material publicitario.	Artes digitales que publicitan el nuevo producto (100%).	1	Excelente	3meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(a .4). Crear archivo fotográfico que muestren los elementos culturales.	Existencia de un archivo fotográfico como material de ayuda en la construcción de los personajes (80%).	1	Bueno	3meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(a .5). Creación de imagen corporativa.	Manejo adecuado de la identidad y línea grafica en cada personaje (100%).	1	Excelente	3 meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(a .6). Identificar medios de difusión	Se emplean medios de difusión acorde al grupo objetivo (90%).	1	Excelente	3 meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(a 7.). Clasificar información relevante.	Los medios gráficos contienen información que fidelicen y sea atractiva al grupo objetivo (75%).	3	Excelente	3 meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	(a 8.) Seleccionar materiales novedosos para la elaboración de las máscaras y empaque	Los materiales seleccionados generan exclusividad al producto (100%).	3	Excelente	3 meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(a 9.) Establecer estrategias de difusión para publicidad impresa y digital	La elaboración de estrategias maximizan el objetivo de difundir el producto (90%).	1	Excelente	3 meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.
	(a 10.) Crear ilustraciones que representen con propuestas innovadoras los personajes tradicionales	En la creación de bocetos respalda el manejo de materiales y su forma que obtendrá el producto final (100%).	1	Excelente	3 meses	Quito	H/M 25-35 años adulto menor Clase media alta.

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

4.04.02. Selección de Indicadores

En la *tabla 5* se muestra una ponderación de los resultados que obtuvieron cada uno de los indicadores planteados.

Tabla 5: Selección de indicadores del proyecto 2018.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidades	(F.1.). Interés en conocer la identidad nacional	Reconocimiento de los personajes tradicionales por el grupo objetivo (90%).	X	X		X	X	4	Alto
	(F.2.). Preferencia por los productos artesanales	Incremento de productos artesanales innovadores que satisfagan al grupo objetivo en un (70%).	X	X	X	X	X	5	Alto
	(F.3.). Reconocer las principales características de los personajes de las fiestas populares del país	Propuesta que representa nueva interpretaciones de las personajes tradicionales (45%).	X	X	X	X	X	5	Alto
Propósito	(P.1). Crear una línea de personajes modelados que representen la diversidad de la cultura ecuatoriana.	Existencia de una línea de personajes modelados que represente la identidad cultural para comercializar en el mercado nacional (100%).	X	X	X	X	X	5	Alto
Componentes	(C.1.). Informar acerca de la historia de cada personaje tradicional	Implementación folletos con la historia y característica de cada personaje	X	X	X	X	X	5	Alto
	(C.2.). Generar impacto visual a través de la	Elaboración de la imagen	X	X		X	X	5	Alto

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	imagen corporativa de productos artesanales	corporativa manteniendo una línea gráfica llamativa (70%).							
	(C.3.). Crear productos artesanales que caractericen a los personajes tradicionales	Creación de máscaras artesanales con las características propias de los personajes (90%).	X	X	X	X	X	5	Alto
	(C.4.). Innovar en el diseño de elementos de la cultura nacional	Existencia de máscaras exclusivas con diseños y características propias (100%).	X	X		X	X	4	Alto
	(C.5.). Implementar materiales novedosos en la producción de máscaras artesanales	Utilización de materiales únicos y novedosos en cada personaje (75%).	X	X		X	X	4	Alto
	(C.6.). Elaborar estrategias de difusión sobre producto artesanal	Implementación de estrategias de difusión en la comercialización de la línea de máscara (75%).	X	X	X	X	X	5	Alto
Actividades	(a.1.). Investigar sobre los personajes de las fiestas tradicionales y su historia	Repositorio de información sobre los personajes y cultura tradicional (90%).	X	X	X	X	X	5	Alto
	(a.2.). Crear el identificador visual	Identidad visual impactante al grupo objetivo (90%).	X	X	X	X	X	5	Alto
	(a.3.). Diseñar material publicitario.	Artes digitales que publicitan el nuevo producto (100%).	X	X	X	X	X	5	Alto
	(a.4.). Crear archivo fotográfico que muestren los elementos culturales	Existencia de un archivo fotográfico como material de ayuda en la construcción de los personajes (80%).	X	X	X	X	X	5	Alto

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	(a.5.). Creación de línea gráfica e imagen corporativa	Manejo adecuado de la identidad y línea grafica en cada personaje (100%).	X	X	X	X	X	5	Alto
	(a.6.). Identificar medios de difusión	Se emplean medios de difusión acorde al grupo objetivo (90%).	X	X	X	X	X	5	Alto
	(a.7). Clasificar información relevante	Los medios gráficos contienen información fidelicen y atractiva al grupo objetivo (75%).	X	X	X	X	X	5	Alto
	(a.8). Seleccionar materiales novedosos para la elaboración de las máscaras y empaque	Los materiales seleccionados generan exclusividad al producto (100%).	X	X	X	X	X	4	Alto
	(a.9). Establecer estrategias de difusión para publicidad impresa y digital	La elaboración de estrategias maximizan el objetivo de difundir el producto (90%).	X	X	X	X	X	4	Alto
	(a.10). Crear ilustraciones que representen con propuestas innovadoras los personajes tradicionales	En la creación de bocetos respalda el manejo de materiales y su forma que obtendrá el producto final (100%).	X	X	X	X	X	5	Alto

La nomenclatura que se les ha dado a los indicadores previamente presentados es la siguiente: A = Es clara, B = Existe información disponible, C = Es tangible y se puede observar, D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere de expertos y E = Si es representativo para nuestro estudio. Otro método de evolución de los indicadores, se lo determina mediante los siguientes valores: 4 y 5 = alta, 2 y 3 = media y 0 y 1 = baja.

4.04.03. Medios de Verificación

La *tabla 6* que se presenta a continuación presenta un análisis mediante el cual se identifica el método de investigación a utilizar en la investigación, teniendo como resultado promedio fuentes de investigación primario.

Tabla 6: Medios de verificación del proyecto, 2018.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecuencia de recolección	Res P
Finalidades	(F.1.). Interés en conocer la identidad nacional	Reconocimiento de los personajes tradicionales por el grupo objetivo (90%).	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	I.
	(F.2.). Preferencia por los productos artesanales	Incremento de productos artesanales innovadores que satisfagan al grupo objetivo en un (70%).	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	I.
	(F.3.). Reconocer las principales características de los personajes de las fiestas populares del país	Propuesta que representa nueva interpretaciones de las personajes tradicionales (45%).	Primaria	Obs.	Cualitativo	6 meses	I.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecuencia de recolección	Resp
Propósito	(P.1). Crear una línea de personajes modelados que representen la diversidad de la cultura ecuatoriana	Existencia de una línea de personajes modelados que represente la identidad cultural para comercializar en el mercado nacional (100%).	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	I.
	(C.1). Informar acerca de la historia de cada personaje tradicional	Implementación de folletos con la historia y característica de cada personaje (75%).	Sec.	Doc.	Cualitativo	6 meses	I.
	(C.2). Generar impacto visual a través de la imagen corporativa de productos artesanales	Elaboración de la imagen corporativa manteniendo una línea gráfica llamativa (70%).	Primaria	Obs.	Cualitativo	6 meses	I.
	(C.3). Crear productos artesanales que caractericen a los personajes tradicionales.	Creación de máscaras artesanales con las características propias de los personajes (90%).	Primaria	Obs.	Cualitativo	6 meses	I.
	(A.1). Innovar en el diseño de elementos de la cultura nacional	Existencia de máscaras exclusivas con diseños y características propias (100%).	Primaria	Rec.	Cualitativo	6 meses	I.

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecuencia de recolección	Resp
	(A.2.). Implementar materiales novedosos en la producción de máscaras artesanales	Utilización de materiales únicos y novedosos en cada personaje (75%).	Primaria	Obs.	Cualitativo	6 meses	I.
	(A.3.). Elaborar estrategias de difusión sobre producto artesanal	Implementación de estrategias de difusión en la comercialización de la línea de máscara (75%).	Primaria	Rec	Cualitativo	6 meses	I.
Actividades	(a.1.). Investigar sobre los personajes de las fiestas tradicionales y su historia	Repositorio de información sobre los personajes y cultura tradicional (90%).	Sec.	Doc.	Cualitativo	4 días	I.
	(a.2.). Crear el identificador visual.	Identidad visual impactante al grupo objetivo (90%).	Primaria	Obs.	Cualitativo	6 meses	I.
	(a.3.). Diseñar material publicitario	Artes digitales que publicitan el nuevo producto (100%).	Primaria	Obs.	Cualitativo	6 meses	I.
	(a.4.). Crear archivo fotográfico que muestren los	Existencia de un archivo fotográfico como material de ayuda en la construcción de los personajes (80%).	Primaria	Rec	Cualitativo	6 meses	I.

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecuencia de recolección	Res P
	elementos culturales.						
	(a.5). Creación de línea gráfica e imagen corporativa.	Manejo adecuado de la identidad y línea grafica en cada personaje (100%).	Primaria	Obs.	Cualitativo	6 meses	I.
	(a.6). Identificar medios de difusión	Se emplean medios de difusión acorde al grupo objetivo (90%).	Primaria	Obs.	Cualitativo	6 meses	I.
	(a.7). Clasificar información relevante.	Los medios gráficos contienen información fidelicen y atractiva al grupo objetivo (75%).	Sec.	Doc.	Cualitativo	6 meses	I.
	(a.8). Seleccionar materiales novedosos para la elaboración de las máscaras y empaque	Los materiales seleccionados generan exclusividad al producto (100%).	Primaria	Rec	Cualitativo	6 meses	I.
	(a.9). Establecer estrategias de difusión para publicidad impresa y digital	La elaboración de estrategias maximizan el objetivo de difundir el producto (90%).	Primaria	Rec.	Cualitativo	6 Meses	I.

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecuencia de recolección	Res P
	(a.10.). Crear ilustraciones que representen con propuestas innovadoras los personajes tradicionales	En la creación de bocetos respalda el manejo de materiales y su forma que obtendrá el producto final (100%).	Primaria	Rec	Cualitativo	6 Meses	I.

La nomenclatura que se presenta en la tabla hace referencia a los métodos de recolección de datos, y al tipo de fuente de información. Tenemos las siguientes: Obs. = Observación, Sec. = Fuente secundaria, Doc. = Documentación, Rec. = Recopilación, I = investigador.

4.04.04 Supuestos

En la *tabla 7*, se describe los factores que forman parte del cumplimiento de metas, pero dichos factores no forman parte de la trayectoria del proyecto.

Tabla 7: Supuestos del proyecto, 2018.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	(F.1.). Interés en conocer la identidad nacional	Cambios culturales en la sociedad		X	X		
	(F.2.). Preferencia por los productos artesanales	Sociedad prefiere productos internacionales			X		
	(F.3.). Reconocer las principales características de los personajes de las fiestas populares del país	Pérdida de la identidad cultural	X	X	X		
Propósito	(P.1). Crear una línea de personajes modelados que representan la diversidad de la cultura ecuatoriana.	Incremento en el valor de los materiales para la creación del producto	X		X		
Com	(C.1.).	Perdida de documentos patrimoniales y		X	X		X

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	Informar acerca de la historia de cada personaje tradicional	testimonio sobre los personajes Tradicionales					
	(C.2.). Generar impacto visual a través de la imagen corporativa de productos artesanales	Cambio en la ley de comunicación	X	X	X		X
	(C.3.). Crear productos artesanales que caractericen a los personajes tradicionales.	Desacuerdos en los habitantes al crear conceptos diferentes sobre los personajes tradicionales				X	
	(C.4.). Innovar en el diseño de elementos de la Cultura nacional	Sociedad tradicionalista que no acepta la innovación			X		
	(C.5.). Implementar materiales novedosos en la producción de máscaras artesanales	Alto impuesto en materiales para modelar personajes	X	X	X		X
	(C.6.). Elaborar estrategias de difusión sobre producto artesanal	Cambio en la ley de comunicación	X	X	X		X
Activid	(a.1.). Investigar sobre los personajes de las fiestas	Cambio en las normas y metodologías de investigación			X		X

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	tradicionales y su historia						
	(a.2.) Crear el identificador visual	Sociedad no abierta a la innovación			X		
	(a.3.) Diseñar material publicitario.	Cambio en la ley de comunicación	X	x	X		x
	(a.4.) Crear archivo fotográfico que muestren los elementos culturales	Cambio climático	x	x	X	X	x
	(a.5.) Creación de línea gráfica e imagen corporativa	Población en desacuerdo con el manejo de la imagen corporativa			X		
	(a.6.) Identificar medios de difusión	Cambio en la ley de comunicación	X	X	X		X
	(a.7.) Clasificar información relevante	Cambio en las normas y metodologías de investigación			X		X
	(a.8.) Seleccionar materiales novedosos para la elaboración de las máscaras y empaque	Elevados precios en los materiales textiles	X		X		X
	(a.9.) Establecer estrategias de difusión para publicidad impresa y digital	Cambios en la ley de comunicación	X	X	X		X

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	(A 10.) Crear ilustraciones que representen con propuestas innovadoras los personajes tradicionales	Preferencia de la sociedad por culturas foranes	X	X	X		

4.04.05. Matriz de Marco Lógico

En la *tabla 8* se muestra datos referentes a actividades a realizarse en el proyecto, así como también sucesos que puedan llegar a representar una dificultad para el investigador.

Tabla 8: Matriz de Marco Lógico de la empresa Mr. Doggy 2017.

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Fines	F1.1 Reconocimiento de los personajes tradicionales por el grupo objetivo (90%).	F1.1.1 Primaria	F1.1.1.1 Cambios culturales en la sociedad
	F1.2 Incremento de productos artesanales innovadores que satisfagan al grupo objetivo en un (70%).	F1.2.1Primaria	F1.3.1 Sociedad prefiere productos internacionales
	F1.3 Propuesta que representa nueva interpretaciones de las personajes tradicionales (45%).	F1.3.1 Primaria	F1.3.1.1Pérdida de la identidad cultural
Propósito	P1.1 Existencia de una línea de personajes modelados que represente la identidad cultural para comercializar en el mercado nacional (100%).	Primaria	Incremento en el valor de los materiales para la creación del producto
Componentes	C1.1 Implementación folletos con la historia y característica de cada personaje	Sec.	Perdida de documentos patrimoniales y testimonio sobre los personajes Tradicionales
	C1.2 Elaboración de la imagen corporativa manteniendo una línea gráfica llamativa	Primaria	Cambio en la ley de comunicación.
	C1.3 Creación de máscaras artesanales con las características propias de los personajes	Primaria	Desacuerdos en los habitantes al crear conceptos diferentes sobre los personajes tradicionales

	C1.4 Existencia de máscaras exclusivas con diseños y características propias.	Primaria	Sociedad tradicionalista que no acepta la innovación
	C1.5 Utilización de materiales únicos y novedosos en cada personaje	Primaria	Alto impuesto en materiales para modelar personajes
	C1.6 Implementación de estrategias de difusión en la comercialización de la línea de máscara	Primaria	Cambio en la ley de comunicación
Actividades	a1.1 Repositorio de información sobre los personajes y cultura tradicional	Sec.	Cambio en las normas y metodologías de investigación
	a2.2 Identidad visual impactante al grupo objetivo	Primaria	Sociedad no abierta a la innovación
	a3.3 Artes digitales que publicitan el nuevo producto	Primaria	Cambio en la ley de comunicación
	a4.4 Existencia de un archivo fotográfico como material de ayuda en la construcción de los personajes	Primaria	Cambio climático
	a5.5 Manejo adecuado de la identidad y línea gráfica en cada personaje	Primaria	Población en desacuerdo con el manejo de la imagen corporativa
	a6.6 Se emplean medios de difusión acorde al grupo objetivo	Primaria	Cambio en la ley de comunicación
	a7.7 Los medios gráficos contienen información fidelicen y atractiva al grupo objetivo	Secundaria.	Cambio en las normas y metodologías de investigación
	a8.8 Los materiales seleccionados generan exclusividad al producto	Primaria	Elevados precios en los materiales textiles
	a9.9 La elaboración de estrategias maximizan el objetivo de difundir el producto	Primaria	Cambios en la ley de comunicación
	a10.10 En la creación de bocetos respalda el manejo de materiales y su forma que obtendrá el producto final	Primaria	Preferencia de la sociedad por culturas foráneas

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LÍNEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAÍS EN LA CIUDAD DE QUITO

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.01 Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

La elaboración de las máscaras artesanales corresponde a los personajes más tradicionales e icónicos que tiene el Ecuador.

De tal manera que la línea de máscara no es solamente el retrato de la cara de una persona o de un personaje sino que, de por sí misma, la máscara constituye un “valor conceptual agregado”, Vanessa Krupskaya Niquinga Acosta nos dice: “una simbología connotativa adicional, una trascendencia significativa que va más allá del simple significado denotativo”. (Acosta V. K., 2012)

El hecho es que nuestros aborígenes, no solamente sobresalieron por los hechos histórico científicos que nos referimos, sino por los contenidos estético culturales de su cosmovisión, la misma que se vio plasmada en la facción, hechura o construcción, de múltiples utensilios para su vida; de afeites para su arreglo personal; de vestimentas que iban más allá de la simple necesidad de cubrir sus rostros sino que representaban modelos y diseños propios de su cosmovisión; de representaciones escultóricas utilizando un identificativo como son las máscaras que caracterizan a cada uno de los personajes tradicionales.

5.01.01. Diablo Huma.

La palabra huma, significa en quichua "cabeza", por lo que su nombre es en castellano "cabeza de diablo".

Cuenta la leyenda que en los días de Inti Raymi un hombre viudo, triste y solitario, después de la fiesta había empezado a dormir cuando de súbito escuchó el clamor del baile en el patio. Se levantó dispuesto a ofrecer comida y chicha festiva, se detuvo antes de salir afuera. Algo anormal estaba sucediendo:

El zapateo de los bailarores hacía temblar el suelo, la música de las flautas parecía salir de todas partes y las voces de animación del baile se escuchaban como truenos.

Contempló que quienes bailaban eran unos seres de forma humana que tenían dos caras en la misma cabeza, grandes orejas y narices, sus cabellos eran muy desorganizados, como si estuvieran "parados". Algunos tenían en sus manos bastones, otros llevaban consigo churus o ushumpis y algunos tocaban la flauta con gran maestría. Al fijarse en los pies notó que tenían una especie como de pelaje y los dedos de los pies estaban detrás y los talones para adelante.

La aparición duró pocos instantes, y con la misma rapidez con que habían llegado desaparecieron quedó tan impresionado con la extraña aparición que decidió confeccionarse una vestimenta igual tratando de recordar cada detalle empezó a bailar Como "AYA" en cada Inti Raymi.

Cuentan que nunca se agotaba de los incansables bailes de días y noches seguidos, guiaba y animaba a los demás en todo momento. Cuando bailaba sus pies no tocaban el suelo acostumbraba bañarse y dormir en estos días festivos junto a las cascadas, vertientes, lagos y lugares ceremoniales.

Cada año este hombre demostraba su fuerza y resistencia, por lo que toda la comunidad le respetaba y apreciaba. Un día, desapareció de la comunidad. Los mayores dicen que fue llevado por los AYA a quienes tanto trató de imitar. Cuentan

que este hombre aún vive en los lugares bravos de la pacha-mama ayudando con la fuerza de los AYA a fortalecer los cuerpos y espíritus de quienes lo soliciten.

Vestimenta: Lleva camisa blanca o de colores, pantalón blanco, sostenido por una faja o chumbi, en la cintura lleva una chalina de diversos colores, sobre esta se ubica el zamarro; a través del pecho lleva una pequeña chalina o macana, utiliza alpargatas con capellada blanca; lo principal en la vestimenta es la máscara de doble cara, cada una de las mismas tiene un color diferente y tres orificios (dos para los ojos y uno para la nariz), con prolongaciones en la parte superior en forme de cuernos, grandes orejas y nariz, decorada con hermosos bordados de colores brillantes en la partes superior e inferior de la misma. Como suplemento lleva en su mano un látigo o juguete. (<http://diablorumigf.blogspot.com/>, s.f.)

5.01.02. Diablo de pillaro.-

Nació en la colonia, consecuentemente con la religión (Cristianismo) y los conceptos del cielo e infierno impuestos por los españoles. La celebración se creó cuando a los indígenas les daban un día al año para el descanso, entonces ellos aprovechaban para festejar disfrazándose de diablos, como una forma de protestar contra la opresión y abuso de los españoles, así como también en contra de la Iglesia. Inicialmente este ritual se hacía en las haciendas, durante la época republicana la celebración se movilizó a la ciudad: Píllaro.

Los Diablos de Píllaro son los personajes populares de ésta fiesta, que visten atuendos especiales cuya confección les toma mucho tiempo y esfuerzo. Sus máscaras son elaboradas artesanalmente, su base principal es un molde hecho en bloque de tierra a la que se le adhieren varias capas de papel cauché empapadas en engrudo, se la deja al sol para que adquiera una dureza y luego poder añadir cuernos y dientes de diferentes animales tales como cabras, venados, corderos, toros, etc.; para finalizar se le da colorido en varias tonalidades sobresaliendo el negro y rojo.

Vestimenta. - Su vestimenta consta de ropa multicolor, distinguiéndose las elaboradas en tela espejo o satín, acompañadas con vivos o flecos que contrastan con el color del traje. Muchos llevan capas con diferentes leyendas alusivas al demonio, lucifer o el maligno. (blogspot, s.f.)

5.01.03. Los cucuruchos. -

Son hombres comunes y corrientes, mucho de ellos empresarios, comerciantes, artesanos etc., que salen a purgar sus pecados caminando descalzos y cubiertos por un traje y capuchón de color morado.

La representación trata de mostrar el triunfo del arrepentimiento y de la penitencia así como el poder del perdón, exculpando a los que ese año caminaron descalzos, escondiendo sus caras, probablemente porque desean ser exclusivamente vistos por Dios.

La palabra cucurucho viene del italiano “Cucuruccio”. Es un papel o cartón arrollado en forma cónica, el color de la vestimenta de los cucuruchos tiene su significado: el negro representa luto y tristeza, el morado es signo de penitencia y el concho de vino significa triunfo o gloria.

Las diferentes mascararas escogidas narran la historia de un territorio pequeño, pero que ha vivido un sin número de acontecimientos históricos. Esta es una invitación para recorrer nuestra historia desde las diferentes miradas de cada una de estas obras que transmiten personalidades extrañas y diversas, pero que hablan de una misma cultura que existe en el Ecuador.

El uso de las máscaras tiene una significación simbólica que le da colorido integral, vistosidad de conjunto y una importante presencia de personajes actorales de la teatralidad andina. Quienes usan las máscaras y participan de las comparsas, acompañados por una música particular, y proyectan todos los contenidos escénicos

de la fiesta, desarrollan un espectáculo público donde se destacan cada una de sus características que las hace únicas y especiales.

5.01.04. Modelado artístico.-

En artes plásticas, se entiende por modelado al proceso de creación de una representación o imagen (el modelo) de un objeto real o imaginario, y consiste en la elaboración manual, generalmente en arcilla o cera, de una imagen tridimensional. Un modelo es por tanto una representación parcial o simplificada de la realidad que recoge aquellos aspectos de relevancia para las intenciones del modelador, y de la que se pretende extraer conclusiones de tipo predictivo. Se modela para comprender mejor o explicar mejor un proceso o unas observaciones. Un mismo objeto puede ser modelado con distintas técnicas y con distintas intenciones, de forma que cada modelo resalta sólo ciertos aspectos del objeto. (Colorado Castellary, 1991)

Escultura: “Un modelo para una escultura es un esbozo, un intento preliminar, generalmente realizado en materiales más económicos que la escultura definitiva. El modelo sirve como base para la realización del trabajo final” (Carpeta de Investigación de Arte Plásticas, s.f.)

La investigación realizada previamente tiene como propósito identificar el grado de aceptación que tendrá la creación de la línea de máscaras artesanales de los personajes tradicionales de Ecuador y como este ayudará a incrementar el interés sobre la cultura que existe en el Ecuador y que cada vez se va desvaneciendo.

Es así que la creación de la línea de las máscaras constituye una forma distinta e innovadora de mostrar los rasgos y la identidad de los personajes anteriormente mencionados generando un impacto visual a los habitantes de Quito. Como parte importante del desarrollo de este proyecto es la reacción que causara el nuevo modelo y caracterización de los personajes siendo una pieza de arte digna de obtener como exhibición

Además, hay que mencionar que como parte del producto esta el empaque del producto y sus piezas exclusivas que potencian la elaboración en conjunto con el buen manejo de la cromática. El éxito de la elaboración de la línea de personajes es el potencializar los productos artesanales y aun lo mas importante que se destaquen los personajes tradicionales qu son el legado de nuestros antepasados que debe mantenerse.

5.01.05. Tipografía

La tipografía es uno de los elementos de la comunicación gráfica más importante del diseño para su comunicación, en sí resulta ser el arte de hacer y componer diferentes tipos para poder transmitir un mensaje. Haciendo uso de los distintos tipos de fuentes y su clasificación.

Posee varias características que brindan un plus a la apariencia del arte creado como son: el grosor, la anchura, inclinación, peso, mismas que vienen definidas en cada familia tipográfica. Uno de los principales elementos del cual se hará uso es la jerarquización tipográfica, ya que dicho elemento hará que el receptor se involucre de mayor manera con la pieza gráfica. (Universidad de Londres, 2006)

5.01.06. Color

Lo que se debe aplicar en las artes gráficas es la teoría del color, cuyas principales propiedades son: definición del matiz, luminosidad, saturación, y la escala de valores.

“En el diseño gráfico el color como se menciona en el libro representa algo subjetivo, ya un mismo color no produce la misma reacción en varias personas, los colores van ligados a valores culturales, de la propia psicología, y experiencia”.

(Fernández, 2006)

A pesar de esto debemos entender que el color en un arte gráfico representa la personalidad y el carácter del mismo. Existen significados para cada uno de los colores que se nos presenta en la rosa cromática, para el diseño del proyecto se toma colores que denoten poder, elegancia, y sobre todo la tradición.

5.01.07. Imagen corporativa

La definición de imagen corporativa no es más que la representación conceptual en el manejo del producto para los consumidores, es decir cómo está representada en la mente de las personas. Con la imagen corporativa demostramos sensaciones, la filosofía, y los valores que la empresa desea transmitir.

Así mismo es importante mencionar que la imagen corporativa abarca aspectos tangibles como lo son diseño de identificador visual, diseño gráfico corporativo, elementos de comunicación interno como externo de la empresa como: papelería corporativa y publicidad. El objetivo de la creación de una imagen corporativa a adecuada es crear una marca exitosa que se plasme en la mente del consumidor.

5.01.08. Tendencia

Según (Agencia TBWA Madrid, 2006), la tendencia en diseño gráfico de Suramérica se basa en dibujos sencillos basados en la línea del objeto o persona a representar, además la línea gráfica está orientada a la tecnología y dibujos lineales. El uso de colores planos también es una tendencia en auge, así como también los rellenos de efectos de texturas.

En cuanto a la realización de artes publicitarias, lo mejor es la utilización de fotografías artísticas en conjunto de una buena aplicación de la tipografía, generando una jerarquía y armonía al mismo tiempo.

5.01.09. Innovación

Innovación es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, sino también, introducirlo en el Mercado. (Rodriguez.A, 2007)

El (diccionario de la RAE, s.f.) define la innovación como “La creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado”. En un sentido más amplio, y aceptado por los expertos en la materia, la innovación también puede producirse sobre productos o métodos.

Todavía en un sentido más extenso, pero igualmente aceptado, se puede hablar de innovación a través de mejoras y no sólo de creación de algo completamente nuevo. Así, la innovación incremental se refiere a la creación de valor agregado sobre un producto ya existente, agregándole cierta mejora y, por el contrario, la innovación radical o disruptiva es la que se refiere a un cambio o introducción de un nuevo producto, servicio o proceso que no se conocía antes.

(www.imype.net/informacion/que-es-innova, s.f.)

5.01.10. Empaque

El empaque es el contenedor de un producto, diseñado y producido para protegerlo y/o preservarlo adecuadamente durante su transporte, almacenamiento y entrega al consumidor o cliente final; pero además, también es muy útil para promocionar y diferenciar el producto o marca, comunicar la información de la etiqueta y brindarle un plus al cliente.

El "empaque" es una parte fundamental del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y venta. (Thompson, s.f.)

(Gerstman, s.f.) mencionan en su libro "El Empaque Visionario" que existe un viejo dicho que afirma que el empaque es el producto.

La (American Marketing Association , s.f.) (A.M.A.), define el empaque (package) de la siguiente manera: Contenedor utilizado para proteger, promocionar, transportar y / o identificar un producto. El empaque puede variar de un envoltorio de plástico a una caja de acero o de madera o de tambor. Puede ser primario (contiene el producto), secundario (contiene uno o más paquetes primarios) o terciario (contiene uno o más paquetes secundarios)

5.01.11. Producto

Un producto es un conjunto de cualidades físicas e intangibles que el consumidor percibe de un determinado bien para satisfacer sus necesidades y es susceptible de ser comercializado. Herramienta de comunicación que define cómo un producto se relaciona a una necesidad del consumidor y el beneficio diferencial que aporta. (www.marketingdirecto.com, s.f.)

5.01.12. Tipos de producto

Producto tangible. “Productos físicos, palpables, duraderos como por ejemplo televisores, ropa, bebidas, alimentos, juguetes, ordenadores, bienes de equipo, productos pesqueros, electrodomésticos, etc. Estos se dividen en productos de consumo e industrials” (<http://www.tiposde.com>, s.f.)

Producto intangible. “Son los servicios que una empresa o persona presta a otras, el proceso de distribución mediante la utilización de intermediarios aparentemente desaparece al no existir un flujo físico, existiendo, en cambio, una relación directa entre el que presta el servicio y el Usuario”. (<http://www.tiposde.com>, s.f.)

5.02. Descripción de la Herramienta

La descripción de las herramientas se refiere a los programas con los cuales vamos a trabajar como complemento para la elaboración del proyecto.

(AI) Adobe ilustrador, aplicación que se especializa en creación y edición de figuras vectoriales creada por la compañía adobe systems, dicha herramienta contribuirá al proyecto ya que permitirá la creación del identificador visual, y elementos que forman parte de la identidad corporativa del producto.

(PS), Adobe Photoshop, aplicación que se especializa en la edición de imágenes y retoque digital creado por la empresa adobe system, en la que contribuirá en el proyecto con el manejo de fotografías de calidad de los productos.

(ID), Adobe Indesign, aplicación que se especializa en diagramaciones y maquetación de forma ordenada y precisa, lo cual será de gran utilidad para el diseño del manual de identidad corporativa.

5.02.01. Metodología (Materiales y Métodos)

Los materiales apropiados y el desarrollo de las técnicas constituyen una parte importante de la expresión artística y modeladora. Es una forma de comunicarse y hay que hacerlo adecuadamente.

En el Proyecto de la línea de mascaritas utilizaremos como material principal la arcilla tratada y los diferentes tipos de materiales que sirven para modelar.

5.02.01.01 Materiales.

Arcilla: tierra fina, formada principalmente por partículas de silicatos de aluminio hidratados. Mezclada con agua adquiere una consistencia plástica muy dúctil, que puede ser modelada y trabajada de diversas maneras.

Todas las piezas cerámicas pasan por varias fases durante su elaboración. Primero, la arcilla es amasada para que la humedad y demás partículas se distribuyan homogéneamente y para sacar cualquier burbuja de aire que tenga en su interior (lo que puede provocar explosiones durante el horneado o quema).

(www.tenttoi.com/herramientas-de-modelado, s.f.)

Luego es modelada manualmente o mediante diversas herramientas. El agua es utilizada para mantener la plasticidad de la arcilla durante el modelado, sin que aparezcan rajaduras.

5.02.01.02 Herramientas para esculpir.

Sin duda las herramientas que se utilizan para esculpir también son interesantes, es por eso que hemos decidido dedicarles también un espacio. Obviamente cabe decir y destacar que dependiendo del material para esculpir que se utilice se va a necesitar unas u otras herramientas así que lo vamos a dejar un poco genérico para que sirva a todos! (<http://www.tenttoi.com>, s.f.)

Cinceles: existen diferentes tipos como por ejemplo los planos, para mango o de mango Redondo.

Gradinas: también aquí hay más de un tipo así que conviene elegir bien entre las más comunes que son las de diente plano, diente americano o agudas.

- Uñetas
- Rayador
- Mediacaña

El diseño que se utilizará para el desarrollo de este proyecto es exclusivamente innovador la cual se pretende mostrar a los personajes desde un punto de vista nuevo para el mercado, mediante el diseño y elaboración de esta se determinará los gustos y preferencias en cuanto a medios de comunicación entre el producto y los clientes, así también como preferencias en colores y formas que contribuirán al desarrollo del proyecto.

Por tanto, es importante determinar la población a la cual se le va a realizar la recopilación de datos, por medio un banco de preguntas diseñadas previamente, dicha encuesta a realizar es a 311 personas en el distrito metropolitano de Quito.

Una encuesta es un método de recopilación de datos mediante el cual se diseñan varias preguntas entre abiertas y cerradas con el objetivo de entender la necesidad del grupo objetivo, para poder obtener información real, el prototipo de encuesta a realizarse será elaborada en Word en un tamaño A4.

5.02.01.03 Modelo de encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo establecer datos acerca del conocimiento que tienen los habitantes de Quito sobre los productos artesanales y los personajes más tradicionales del Ecuador, con el objetivo de recolectar datos relevantes para implementar en el desarrollo de una línea de personajes tradicionales modelados.

Por favor invierta unos pocos minutos para llenar esta encuesta

Edad _____ Sexo M__ F__

Marque con una X la respuesta que le parezca conveniente

1. ¿Conoce sobre los personajes tradicionales que existen en el Ecuador?

____ SI ____ NO

2. ¿Cuáles de los personajes mencionados a continuación conoce?

Diablo Huma Diablo de Pillaro Cucuruchos Mama Negra

3. ¿Le gustaría que se implemente un nuevo concepto de manera artesanal en la imagen de los personajes mencionados anteriormente?

____ SI ____ NO

4. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le llevarían a comprar las artesanías de los personajes tradicionales? Puede seleccionar máximo 3

- Exclusividad
- Diseño atractivo
- Que esté de moda
- Que sea amigable con el medio ambiente

5. ¿Aproximadamente cuanto gastaría por cada compra de un producto artesanal?

- Menos de 10 \$.
- Entre 30 y 50 \$.
- Entre 100 y 150 \$.
- Más de 200 \$.

6. ¿En qué lugar desearía que se venda nuestra línea de personajes modelados?

- Mercado artesanal
- Centros comerciales
- Centro histórico de Quito
- Otros mencione 1 _____

7. ¿Porque medio le gustaría recibir información acerca de la nueva línea de máscaras de los personajes tradicionales?

- Redes sociales
- Publicidad impresa

Gracias por responder a esta encuesta

ANALISIS DE LA ENCUESTAS

1. ¿Conoce sobre los personajes tradicionales que existen en el Ecuador?

RESPUESTA	CANTIDAD	POCIRNYO
SI	250	80%
NO	61	20%
TOTAL	311	100%



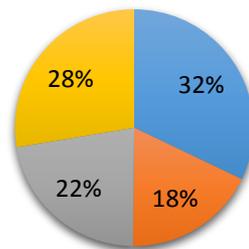
ANALISIS: Los personajes más simbólicos son reconocidos por los habitantes, el cual es un punto a favor para la elaboración del Proyecto de los personajes tradicionales que existen en el Ecuador, demostrando que el proyecto será del gusto y agrado del grupo

2. ¿Cuáles de los personajes mencionados a continuación conoce?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCIENTO
Diablo Huma	100	32%
Diablo de Pillaro	56	18%
Cucurucho	69	22%
Mama Negra	86	28%

RESULTADO

■ Diablo Huma ■ Diablo Pillaro
■ Cucurucho ■ Mama Negra

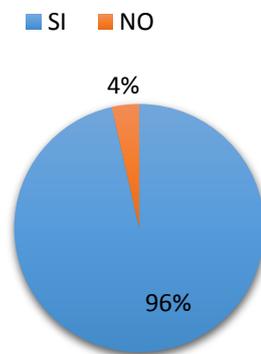


ANALISIS: dentro de la línea de los personajes mencionados se determinó que el más conocido por los habitantes encuestados es el Diablo Huma y como segundo personaje es la Mama Negra

3. ¿Le gustaría que se implemente un nuevo concepto de manera artesanal en la imagen de los personajes mencionados anteriormente?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCIENTO
SI	300	96%
NO	11	4%

RESULTADO



4. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le llevarían a comprar las artesanías de

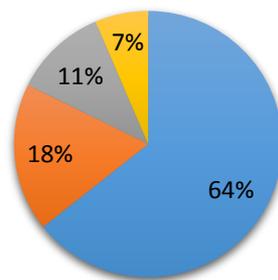
ANALISIS Como resultado favorecedor de parte de nuestros encuestados tenemos que la mayoría si desearía que se implemente un nuevo concepto a los personajes que fueron mencionados en la anterior pregunta

los personajes tradicionales? puede seleccionar máximo 3

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCIENTO
EXCLUSIVIDAD	200	64%
DISEÑO ATRACTIVO	56	18%
QUE ESTE DE MODA	35	11%
AMIGABLE CON EL AMBIENTE	20	7%

RESULTADO

- EXCLUSIVIDAD
- DISEÑO ATRACTIVO
- QUE ESTE DE MODA
- AMIGABLE CON EL MEDIO AMBIENTE



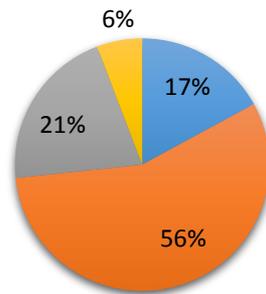
ANALISIS: Según los resultados podemos darnos cuenta que las personas encuestadas tienen como preferencia la exclusividad como un aspecto para comprar artesanías

5. ¿Aproximadamente cuanto gastaría por cada compra de un producto artesanal?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORSIENTO
Menos de \$10	53	17%
Entre \$30 y \$50	175	56%
Entre \$100 y \$150	65	21%
Mas de \$200	18	6%

RESULTADO

■ MENOS DE \$10 ■ ENTRE \$ 30 Y \$ 50
■ ENTRE \$100 Y \$150 ■ MAS DE \$200



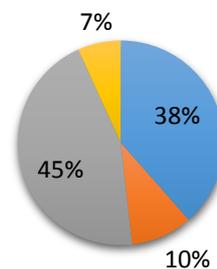
ANALISIS: La mayoría de nuestros encuestados preferirían pagar por un producto artesanal entre los \$30 y \$50 dólares

6. ¿En qué lugar desearía que se venda nuestra línea de personajes modelados?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORSIENTO
Mercado Artesanal	120	38%
Centros Comerciales	30	10%
Centro Historico	140	45%
Otros	21	7%

RESULTADOS

- MERCADO ARTESANAL
- CENTROS COMERCIALES
- CENTRO HISTORICO
- OTROS



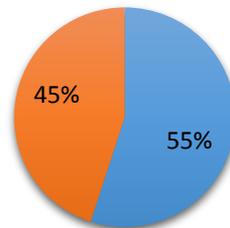
ANALISIS: La mayoría de nuestros encuestados prefieren que el producto sea vendido en el centro histórico de Quito

7. ¿Porque medio le gustaría recibir información acerca de la nueva línea de máscaras de los personajes tradicionales?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORSIENTO
REDES SOCIALES	171	55%
PUBLICIDAD IMPRESA	140	45%

RESULTADO

■ REDES SOCIALES ■ PUBLICIDAD IMPRESA



ANALISIS El medio que fue más elegido para recibir información acerca del producto es por redes sociales.

5.03. Formulación del Proceso de Aplicación

Mediante la elaboración de la encuesta se obtuvo varios resultados que ayudan a guiar al proyecto en cuanto a diseño, mediante la identificación de preferencias de los consumidores, las fundamentales es; diseño de identidad corporativa con la implementación de colores ocres, y mediante la elaboración de cada máscara elaborada con arcilla y materiales como textiles.

Lo primero a realizar es el diseño del logotipo que expresará la esencia que será representado en el producto final. Como primer paso tenemos el boceto, mediante el cual se plasma en papel la idea el cual abarque a los personajes escogidos y de una personalidad al producto.

Dentro del proceso también se elabora el boceto de cada uno de los personajes escogidos utilizando un canon específico para cada uno detallando así sus características más significativas dando una nueva y única imagen del mismo.

Por último tenemos la digitalización, mediante el uso de la aplicación Adobe Illustrator, utilizando formas limpias, un diseño simple, definición de tipografía, implementación de color

En segundo lugar como parte fundamental tenemos la creación de manual de identidad corporativa, el cual es esencial para el buen uso del logotipo, lo primero a

realizar es realizar la maquetación del manual, mediante formato de hoja que será de (21 cm x 21cm), establecer columnas y retículas a utilizar.

Para finalizar tenemos el testeo de la elaboración del portal web, y la fase de publicidad del mismo para darlo a conocer mediante una publicidad 360 en la que los medios identificados son afiches, flyer, blog, Instagram, Facebook.

5.03.01 AREA CORPORATIVA

5.03.01.01 Logotipo

- **Figura N° 6** Logotipo



Figura 6: Boceto logotipo 2018.

Logotipo



Figura 7: Ilustración logotipo, 2018.

Justificación: Se ha elegido un nombre en quechua porque representa el legado que hace posible que nuestras costumbres y tradiciones perduren en el tiempo.

El isotipo denota en esencia un personaje que hace referencia a las 3 culturas en las cuales nos enfocamos para la línea de máscaras partiendo desde el concepto y característica de cada uno como son el diablo huma q en el logo se destaca los cuernos de colores que los caracteriza, a un extremo se hace referencia al diablo de pillarlo que se destaca por su color imponente que es el rojo y el cual se identifica con el latigo que llevan en esa festividad, y por último el cucurucho que se lo identifica por el color morado y la farte más simbólica q es la cruz q acompaña a el personaje siendo así un logotipo funcional para el proyecto a realizar

Logotipo, el cual se convirtió en la base para el desarrollo de un sinfín de aplicaciones diversas, tanto en impresos como en productos.

Sanchez.,R.,Lopez.,E, (2012),*Pensar en Diseño Grafico*,Mexico D.D,Mexico:

Editorial Universitaria

Elaborado por: Diego Yanchapaxi

5.03.01.02. Cromática

A continuación, tenemos la cromática utilizada en el logotipo, la cual se escogió la gama de colores característicos de cada personaje que son el rojo, el morado, y una línea de colores primarios

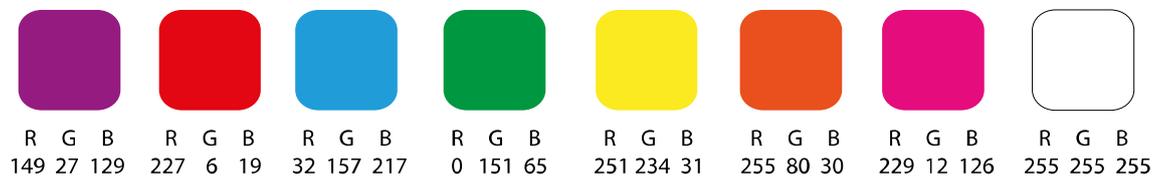


Figura 8: Colores RGB para impresión logotipo Katúm Ñawi, 2018.

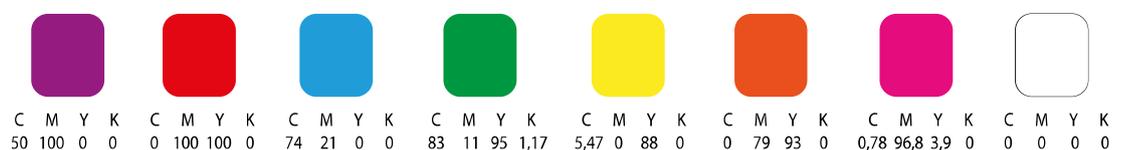


Figura 9: Colores CMYK para impresión logotipo Katúm Ñawi, 2018.

5.03.01.03 Construcción logotipo

En este punto del desarrollo se establecen proporciones específicas para evitar la deformación del logotipo

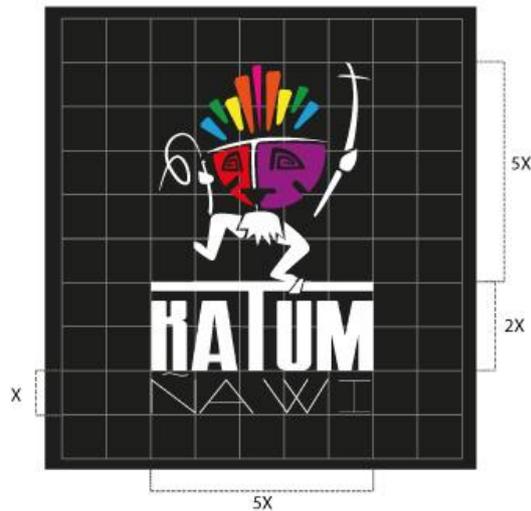


Figura 10: Grafimetría logotipo KATUM ÑAWI, 2018.

Se especifica las áreas de protección que debe tener el logotipo, o área de oxigenación.

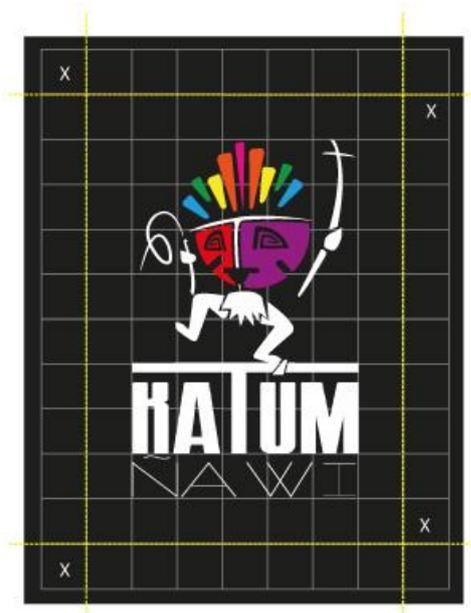


Figura 11: Áreas de protección logotipo KATUM ÑAWI, 2017.

5.03.01.04 Estilos tipográficos

Tipografía logotipo

(Soundgarnden Badmotor)

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

(Europe Underground Light)

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

5.03.01.05 Imagen del producto

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Bocetos de la línea de personajes



Figura 12: Boceto Diablo Huma



Figura 13: Boceto Diablo de Pillaro



Figura 14: Boceto Cucurucho

5.03.01.06 Empaque

Primer orden



Figura 15: Empaque de primer orden

El empaque de primer orden será de material MDF con medidas de 45x37x30 y diseños en grabado laser el cual será el que proteja y a la vez sea funcional para su exhibición

Segundo orden



Figura 16: Empaque de segundo orden

El empaque de segundo orden será de cartón corrugado con medidas de 47x39x32 y su respectivo logotipo

5.03.01.07 Materiales



Imagen 2: herramientas para modelar



Imagen3: Arcilla para modelar

5.0 4 Área Publicitaria

5.04 .01 Brief Publicitario

KATUM ÑAWI, es una empresa que se encuentra inmersa en el sector de la artesanía específicamente se encarga de la elaboración y producción de piezas con la técnica de modelado, con la finalidad de introducir nuevos productos al mercado de una manera innovadora y única, diferenciándonos del resto de productos artesanales ya existentes en el mercado como son: las vasijas de barro los lienzos y la tagua. Demostrando que la innovación también puede ocupar un puesto importante entre estos productos.

5.04.02 Problemas Comunicacionales

Información.- En el mercado no existen una línea de personajes tradicionales elaborados con la técnica de modelado, que sean enfocadas a mostrar el valor cultural y las verdaderas características de estos personajes.

Persuasión.- la línea de personajes modelados no cumple las expectativas del grupo objetivo

Posicionamiento.- es nulo (nuevo producto)

Mantenimiento.- La marca no es reconocida por el grupo objetivo, ya que es nueva en el mercado.

5.04.03 Objetivos publicitarios

Información.- Informar los habitantes del distrito metropolitano de Quito sobre la existencia y características de las esculturas que realiza la empresa KATÙM ÑAWI. Mediante un afiche y flyer.

Persuasión.- Especificar la característica e historia de la línea de máscaras que realiza la empresa KATÙM ÑAWI resaltando sus rasgos para cumplir con las expectativas del grupo objetivo. Mediante un blog.

Posicionamiento.- Resaltar la imagen de la marca con fotografías del producto que realiza la empresa KATÙM ÑAWI, a través de Instagram.

Mantenimiento.- Realzar la marca y sus productos para que sea recordada y reconocida en la mente del consumidor. Mediante un fan page

5.05 Estrategia Creativa

Beneficio racional: Cultura

5.05.01 Mensaje Básico

La trascendencia de los pueblos

- **Tono:** Indiferente
- **Estilo:** Informal
- **Insight:** Cultura e Innovación

5.05.02 Eje de campaña

Arte Cultura e Identidad

5.05.03 Reason Why

Beneficio racional: El beneficio elegido es cultura ya que es lo que se quiere transmitir

Mensaje Básico: Se eligió este mensaje básico para la campaña, porque se quiere transmitir el legado que sigue trascendiendo al pasar de los años

Tono: El tono es indiferente ya que no estamos compitiendo con otras marcas que se dediquen a lo mismo.

Estilo: Semiformal. Ya que estará dirigido a un grupo objetivo medio alto el cual va de la mano con la calidad del producto.

Insight: Es lo que se quiere demostrar al grupo objetivo

5.05.04 Slogan de campaña

Modelando nuestra historia

5.06 publicidad 360

5.06.01 Plan de Medios

1. **Medio principal:** afiche, flyer
2. **Medio secundario:** blog, Instagram
3. **Medio auxiliar:** facebook

Medio principal.-Afiche (información relevante Al nuevo producto)



Figura 17: afiche

Elaborado por: Diego Yanchapaxi

Medio principal.-Afiche (informar los productos y el servicio que ofrece)



Figura 18: flyer

Elaborado por: Diego Yanchapaxi

Medio secundario.-Post (generar interés e informar los servicios que ofrece)

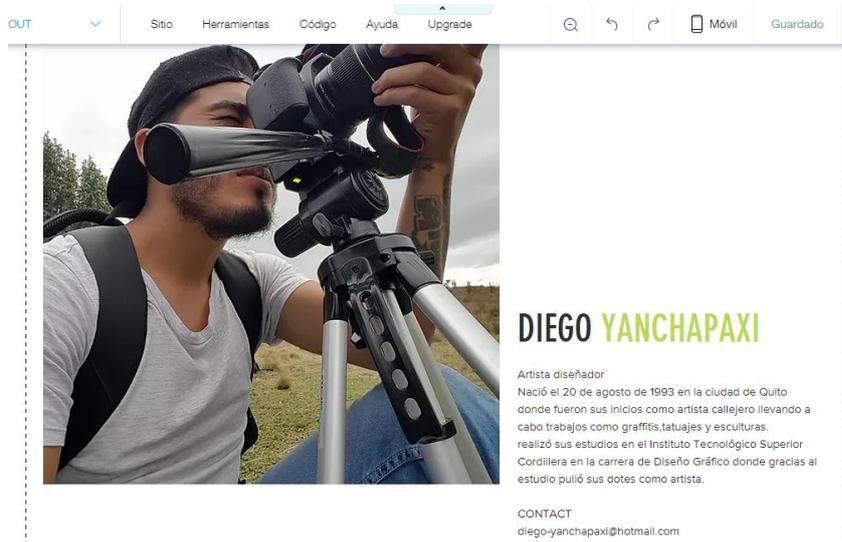


Figura 19: blog personal

Elaborado por: Diego Yanchapaxi

Medio secundario.- Instagram (persuadir al grupo objetivo mediante imágenes de los productos)



Figura 20: blog personal

Elaborado por: Diego Yanchapaxi

ILUSTRACIÓN Y CREACIÓN DE UNA LINEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAIS EN LA CIUDAD DE QUITO

Medio secundario.- Facebook (persuadir al grupo objetivo mediante imágenes de los productos)



Figura 21: blog personal

Elaborado por: Diego Yanchapaxi

Función 360

Como medios principales afiche y flyer los cuales se enlazan con el blog personal por medio del código QR.

Como medio secundario blog personal e Instagram, en la cual se enlazara desde el icono empleado en el blog hacia las publicaciones de Instagram.

Como medio auxiliary tenemos facebook en la que se enlazara con el afiche y flyer los cuales se publicaran mediante un post.cumpliendo así la publicidad 360.

5.06.02 Presupuestos de producción

5.1. Presupuestos de producción

PRODUCCIÓN	VALOR
AFICHES-FLYER	
Diseño	\$ 70
TOTAL	\$ 70
BLOG	
Fotografías	\$ 30
Diseño	\$ 55
TOTAL	\$ 85
INSTAGRAM	
Fotografías	\$ 150
TOTAL	\$ 150
FACEBOOK	
Fotografías	\$ 150
diseño	\$ 200
TOTAL	\$ 350
TOTAL PRODUCCIÓN	\$ 655

5.2. Pautaje de medios

Medios Principales: YOUTUBE y AFICHE

CONCEPTO	VALOR INDIVIDUAL	CANTIDAD	VALOR TOTAL
AFICHES	1,50	10	\$15
			TOTAL \$15

CONCEPTO	VALOR INDIVIDUAL	CANTIDAD	VALOR TOTAL
FLYER	0,50	10	\$5
			TOTAL \$5

Medios

Secundarios: FLYER

CONCEPTO	VALOR INDIVIDUAL	CANTIDAD	VALOR TOTAL
BLOG	5,00	1	\$5
			TOTAL \$5

Medios Secundario: INSTAGRAM

Soporte	interacciones	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	Semanas	Total de días	Costo por día	Inversión Total
INSTAGRAM	500	X	X	X	12	92	\$ 3,50	\$332
						TOTAL		\$332

Medios Auxiliares: FACEBOOK

Soporte	interacciones	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	Semanas	Total de días	Costo por día	Inversión Total
FACEBOOK	500	X	X	X	12	92	\$ 3,50	\$332
						TOTAL		\$332

5.3. Flow chart

FLOW CHART	
Medios Principales	Inversión
AFICHE	\$15
FLYER	\$5
TOTAL	\$234
Medios Secundarios	
BLOG	\$5
INSTAGRAM	\$332
TOTAL	\$337
Medios Auxiliares	
FACEBOOK	\$332
TOTAL	\$332
Subtotal del Pautaje	\$ 591
+ 17,65% Tercerización	\$ 104,31
Total de Medios	\$ 695.31
Total Producción	\$ 655
total medios + producción	\$ 1,350.31
10% imprevistos	\$ 135,03
Total de la Campaña	\$ 1,485.34

5.07 Marketing y Difusión

Marketing y difusión darán el impulso que el producto necesita para dar a conocer a la marca.

5.07.01 F.O.D.A

Tabla 10: Matriz F.O.D.A ,2018.

Análisis Interno	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>Producto artesanal innovador</p> <p>La existencia de productos artesanales de artesanía moderna, hacen que el distrito metropolitano de Quito tengan un alto potencial</p>	<p>En algunas familias y especialmente en la juventud, la pérdida de costumbres artesanales.</p> <p>Falta de voluntad política en incentivos para el apoyo de la micro, pequeña y mediana empresa en el sector artesanal.</p> <p>Alto costo del producto en comparación con otros elaborados en diferentes zonas del país</p> <p>Falta de valor agregado al producto.</p>
Análisis Externo	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>La artesanía es cada vez más reconocida a nivel mundial</p> <p>La artesanía es rica en productos y materias que satisfacen gustos variados</p> <p>La tradición cultural brinda el toque de originalidad a los productos</p> <p>El alto crecimiento del sector turístico en el país hace que aumente la comercialización del producto de forma directa con el consumidor.</p>	<p>Desconfianza que puede generar en el nuevo manejo de la marca</p> <p>Posible imitación de las artesanías por parte de la competencia</p> <p>La competitividad de la calidad y costos de los productos</p>

Plaza

- **Estrategia:** Ubicar los personajes modelados en los mercados artesanales y centro histórico Quito
- **Objetivo:** generar un impacto visual e Incrementar el conocimiento de los personajes tradicionales en el mercado artesanal.
- **Acción:** Instalar las piezas gráficas junto al producto para persuadir al grupo objetivo a conocer el nuevo producto.

Promoción

- **Estrategia 1:** Ofrecer cada producto con el 20% de descuento por el mes en el que se celebra su festividad
- **Objetivo:** incentivar al grupo objetivo a la compra del producto.
- **Acción:** Ubicar el producto en lugares específicos donde se comercialice los productos artesanales de la ciudad.



- **Estrategia 2:** Por la compra de los dos personajes de la colección el tercero a mitad de precio
- **Objetivo:** Generar aceptación Incentivar a que adquieran el nuevo producto
- **Acción:** Ubicar el producto en pedestales para generar un impacto visual.



CAPÍTULO VI

6. Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

6.01.01 Recursos Técnicos Tecnológicos

- Programas Adobe

Se utilizó el programa Photoshop e Illustrator para la elaboración de las artes y logotipo

- flash

Dispositivo de almacenamiento de 4gb

- Computadora

Marca Toshiba (satellite) core i5

- Impresora laser

Canon L300

6.01.02 Humano

- Tutora: Cruz Anaya
- Lector: Cruz Iván
- Investigador: Yanchapaxi Diego

6.01.03 Económico

- Investigador: Yanchapaxi Diego

6.02. Presupuesto

Para la elaboración del proyecto se identificó varios aspectos los cuales no hubiera sido posible la elaboración del proyecto, entre estos se encuentran impresiones materiales para la elaboración del mismo, transporte los cuales se presentaran a continuación.

6.02.01. Gastos Operativos

Estos gastos hacen referencia a lo que se utilizó para la elaboración del proyecto.

Tabla 9: Gastos operativos del proyecto, 2018.

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	Cant.	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
1. Bibliografía						
a) Textos.	-	-	-	-	-	-
b) Fotocopias.	0,03	300			Diego Yanchapaxi	9
c) Internet.	27,90	2			Diego Yanchapaxi	55,80
d) Normas.	-	-	-	-	-	-
e) Otros.	1,50	3	-	-	Diego Yanchapaxi	4,50
2. Viajes y viáticos						
a) Pasajes.	0,25	60	-	-	Diego Yanchapaxi	15
3. Análisis y manejo De información						
a) Computador.	15	1			Diego Yanchapaxi	15
4. Documento final						
c) Impresión.	0,5	150			Diego Yanchapaxi	7,50
d) Empastes.	20	2			Diego Yanchapaxi	40
6. Costos personal						
Evaluación (Propuesta, Proyecto terminado).	50	1	-	-	Diego Yanchapaxi	50
					Total	196,80

6.02.02 Aplicación del Proyecto

Tabla 10: Gastos operativos del proyecto 2018.

	Valor		Financiación			
	Valor unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
4. Análisis y manejo de información						
d) Asesoría especializada.	10	2			Diego Yanchapaxi	20
5. Documento final						
a) Diseño artes.	100	1			Diego Yanchapaxi	100
b) Impresión afiche	0,30	10			Diego Yanchapaxi	30
c) Impresión flyer	0,35	10			Diego Yanchapaxi	35
d) Impresión roll up	40	1			Diego Yanchapaxi	40
e) impresión folleto	1,50	3			Diego Yanchapaxi	4,50
f) arcilla	5	35			Diego Yanchapaxi	175
g) empaque primer orden	50	3			Diego Yanchapaxi	150
h) empaque segundo orden	10	3			Diego Yanchapaxi	30
i) base para cada escultura	15	3			Diego Yanchapaxi	45
j) herramientas para modelar	10	1			Diego Yanchapaxi	10
k) pinturas	2	10			Diego Yanchapaxi	20
					Total	659,50

6.03 Cronograma

Tabla N° 19: Cronograma de actividades

N°	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados	
			Mes	Semana				
				1	2	3		4
1	Aprobación del tema del proyecto	Dirección de escuela	Noviembre			x		Aceptación del tema para iniciar la investigación.
2	Antecedentes de la propuesta	Diego Yanchapaxi	Noviembre				x	Definir el concepto del problema y realizar la Matriz de fuerzas T.
3	Desarrollo de análisis de involucrados	Diego Yanchapaxi	Diciembre	x				Aprobación del análisis.
4	Elaboración de problemas y objetivos de la propuesta	Diego Yanchapaxi	Diciembre		x			Aprobación del análisis y obtener una mejor guía en el desarrollo del proyecto.
5	Realizar análisis de alternativas del proyecto	Diego Yanchapaxi	Diciembre			x	x	Aprobación del análisis.
6	Elaborar la propuesta y la crear el producto	Diego Yanchapaxi	Enero	x	x	x	x	Aprobación del análisis de las áreas involucradas y desarrollando de piezas gráficas.
7	Desarrollar los aspectos administrativos	Diego Yanchapaxi	Febrero	x	x			Aprobación del análisis de los recursos, utilizados, presupuestos y cronograma de las actividades realizadas durante el transcurso del proyecto.
8	Conclusiones y recomendaciones.	Diego Yanchapaxi	Marzo			x		Aprobación de conclusiones, Recomendaciones, bibliografía y anexos que se han obtenido del proyecto realizado.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Con la elaboración de este proyecto se ha adquirido gran información sobre la existencia de nuevas técnicas, ya que al ponerlo en conocimiento, de quien lo necesite se estará logrando incentivar a la creación e innovación de cosas nuevas y realzar el valor cultural y simbólico que representan las esculturas de los personajes tradicionales de Ecuador.

Se crea nuevas técnicas enfocadas al mercado artesanal las cuales es una ventaja para abrir mercados en el Ecuador, y obtener nuevos ingresos para cada individuo que desee ponerlo en práctica.

El realizar esta línea de personajes modelados aporta a la ciudadanía, es una gran satisfacción para mí, porque contribuyo a la sociedad de una manera innovadora y unica y al plan Nacional del Buen vivir.

En el proceso de la realización de este proyecto, he logrado aplicar gran parte de los conocimientos adquiridos y demostrar el nivel de los mismos. Los logros que se pueden obtener son muchos y son muy positivos, porque cada individuo quiere conocer cosas nuevas y al mismo tiempo sentir una satisfacción personal.

En el manejo de La línea de mascararas de los personajes tradicionales de Ecuador se logro implementar materiales novedosos en la produccion de las mismas el cual genera un impacto visual el cual permite que se aprecie de una manera única e innovadora y asi llamar la atención hacia los productos artesanales de nuestro pais.

7.02 Recomendaciones

Tomar en cuenta el tipo de materiales que se usan, porque la calidad de los mismos dependerá el resultado del producto final, poniendo en peligro el prestigio de la empresa y el objetivo general del proyecto.

Con respecto a los pasos a realizar en el desarrollo técnico pienso que son muy acertados, porque han sido probados en tiempo real durante este proyecto. Y de ser realizados como se indica se lograran resultados positivos.

Sería bueno que se creen empresas enfocadas aprender y realizar nuevas técnicas sobre los productos artesanales, resaltando la cultura y tradición del Ecuador la cual abarca un sinnúmero de personajes, historia y simbolismo que nos hace un país pluricultural y único siempre tomando en cuenta a la sociedad y el beneficio de la misma.

Promover la elaboración de máscaras tradicionales en los artistas ecuatorianos

Realizar una investigación profunda sobre el origen de cada uno de los personajes mencionados

8. Referencias Bibliográficas

8.1 Bibliografía

(1 de 2018). *El telégrafo*, págs. 8,9.

Acosta, T., & Luján, S. (2016). *Errores de accesibilidad más comunes en los sitios web de las universidades ecuatorianas*.

Acosta, V. K. (Junio de 2012). *Elementos teatrales de las máscaras del diablo y de la guaricha de las Diabladas de Píllaro*. Obtenido de www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/380/1/T-UCE-0002-2.pdf

Agencia TBWA Madrid. (2006). TENDENCIAS CONTEMPORÁNEAS DEL DISEÑO GRÁFICO. *Tendencia Line Design*.

Alban, T., & Alcocer, A. (2017). *Ebook tendencias 2017*. Madrid: MadridNYC.

Alejandro, V. (2004). *Gestión y desarrollo del portal web del Instituto de la comunicación de Chile*. Chile.

American Marketing Association. (s.f.). Obtenido de *American Marketing Association*.

Arango, L. Á. (18 de Enero de 2017). *Biblioteca virtual Luis Ángel Arango*. Obtenido de <http://www.banrepcultural.org/node/69886>

Association, A. M. (s.f.).

Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *El Marco Lógico para el Diseño de Proyectos*. Washington, DC.

blogspot. (s.f.). Obtenido de dablada pillareña.

Carpeta de Investigación de Arte Plásticas. (s.f.). Obtenido de *Carpeta de Investigación de Arte Plásticas*: <http://blogdearte-choquezmillan5b.blogspot.com/p/modelado-artistico.html>

Colorado Castellary, A. (1991). *Introducción a la Historia de la Pintura*. Madrid: Síntesis, S.A.

diccionario de la RAE. (s.f.). Obtenido de diccionario de la RAE.

Eldiario. (s.f.). Diablo huma.

Fernández, E. (2006). *La Gráfica del color*. Van Dam.

Fuenmayor, P. y. (20 de 12 de 2005). *El portal de los estudios de comunicación*. Obtenido de <http://www.portalcomunicacion.com>

Gerstman, M. y. (s.f.).

<http://diablorumigf.blogspot.com/>. (s.f.).

<http://www.imype.net/informacion/que-es-innova>. (s.f.). Obtenido de

<http://www.imype.net/informacion/que-es-innova>.

<http://www.tenttoi.com>. (s.f.). Obtenido de <http://www.tenttoi.com>.

<http://www.tiposde.com>. (s.f.). Obtenido de <http://www.tiposde.com>.

Laylí, L. (2010). Portal web e identidad corporativa de la empresa TRAMA.

Marithza, S. (2011). Análisis, diseño, e implementación del portal web del colegio Cesar Andrade y Cordero.

Redacción Sociedad . (11 de 04 de 2014). *El Comercio*.

Rodriguez.A, H. A. (12 de Abril de 2007). *Universidad de Pamplona*. Obtenido de Innovacion mas alla de los calculos:
http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/innovacion,%20mas%20alla%20de%20los%20calculos.pdf

Senplades. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: Senplades.

Thompson, I. (s.f.). *marketing free*. Obtenido de <http://www.marketing-free.com/producto/empaques.html>

Universidad de Londres. (2006). *LA TIPOGRAFÍA*. Londres.

www.imype.net/informacion/que-es-innova. (s.f.). Obtenido de www.imype.net/informacion/que-es-innova.

www.marketingdirecto.com. (s.f.). Obtenido de www.marketingdirecto.com.

www.tenttoi.com/herramientas-de-modelado. (s.f.). Obtenido de

www.tenttoi.com/herramientas-de-modelado.

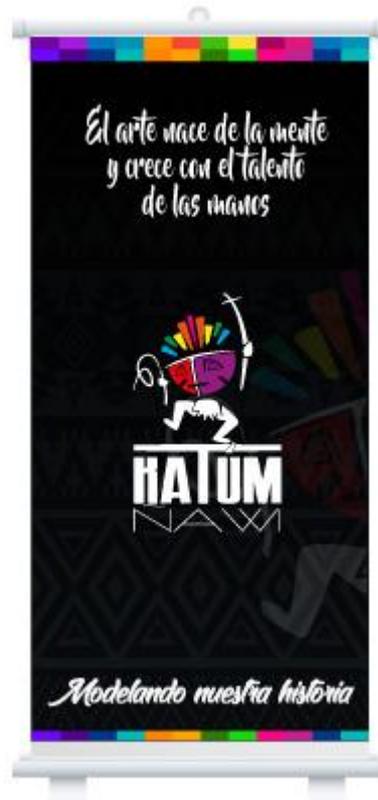
Yamba, M. (1 de Junio de 2015). Recorrido virtual en 3D para el Centro de Arte Contemporáneo de Quito. (*Tesis de grado*). Cuenca: Universidad del Azuay.

Yamba-Yugsi, M., & Luján-Mora, S. (2017). Cursos MOOC: factores que disminuyen el abandono en los participantes. *Enfoque UTE*, 8(1), 1-15.

Zamora, M. A. (2014). *Internet*. Zamora.

9. Anexos

9.1 Roll up



9.2 Material P.O.P

Escarapelas





DISTRIBUCIONES HS

SANJUAN SANCHEZ HERNAN

Quito, 15 de noviembre del 2017

CARTA AVAL

La empresa "DISTRIBUCIONES HS" se complace en extender su aval a la solicitud del Sr. Yanchapaxi Díaz Diego Alejandro, con CI. 17244289-2, egresado en la especialidad de Diseño Gráfico el cual contribuirá con la "IMPLEMENTACIÓN DE UNA LÍNEA DE PERSONAJES MODELADOS QUE REPRESENTAN LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA ECUATORIANA PARA DIFUNDIR LA IDENTIDAD NACIONAL DEL PAÍS EN LA CIUDAD DE QUITO".

Por lo que la presente carta aval le permite que el producto sea avalado por nuestra empresa el mismo que podrá ser exhibido y ser comercializado en nuestras instalaciones ya que cumple con los procesos, métodos y técnicas requeridas para garantizar la calidad artística.

El señor Yanchapaxi Diego puede hacer uso del presente certificado para los fines pertinentes.

ATENTAMENTE,

(San Juan Sánchez Hernán)

Dirección: Rafael Cuervo N50-234 Y Dávalos

Telf. 2263601/3302444



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

DISEÑO GRÁFICO

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **DIEGO ALEJANDRO YANCHAPAXI DIAZ**, portador de la cédula de identidad N° 1722442892, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, Mayo 2018

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
24 ABR 2018

Sra. Mariela Balseca
CAJA VISTO FINANCIERO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Ing. Raquel Andrade
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

BIBLIOTECA
"CORDILLERA"

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
03 MAY 2018
9,87
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Ing. Lizeth Guerrero

DISEÑO GRÁFICO
DIRECTOR DE CARRERA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
03 MAY 2018
Magui Ordoñez
Magui Ordoñez

Tgla. Magui Ordoñez
SECRETARIA ACADÉMICA

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: proyecto-KATUMÑAWI.docx (D37027525)
Submitted: 3/28/2018 9:06:00 AM
Submitted By: diagoalejo93@gmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

urkund_guanga_jessica_diseño_2017.pdf (D30342113)
pruebagisselaruales-001.docx (D23200445)

Instances where selected sources appear:

20


Lic. Anaya Cruz Machado

