TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE UNA COLECCIÓN DE BISUTERÍA ECOLÓGICA ENFOCADO EN LA CULTURA ANDINA PARA MUJERES DE LA CIUDAD DE QUITO

Trabajo de Titulación prévio la obtención del título en Diseño Gráfico

TIPO DE PROYECTO: I+D+I

AUTOR: KIMBERLY STELLA LOZADA SALAS

TUTORA: ING. ALEXANDRA GUALOTUÑA.

Quito, 2019

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

diseñográfico Cordillera

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 8 de Junio de 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **LOZADA SALAS KIMBERLY STELLA** , de la carrera de Diseño Gráfico, cuyo tema de investigación fue **Diseño de una coleccción de bisutería ecológica enfocado en la cultura andina para mujeres de 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.

Ing. Alexandra Gualotuña
Tutor – Revisor del Proyecto

Ing. Angeles Moreno
Lector del Proyecto

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
DISEÑO GRÁFICO
Ing. Raquel Andrade
Delegado Unidad de Titulación

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
DISEÑO GRÁFICO
Ing. Lizeth Guerrero
Directora de Carrera

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Kimberly Stella Lozada Salas** declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se 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 he llegado son de mi absoluta responsabilidad

Kimberly Stella Lozada Salas

C.C: 1716722184

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Kimberly Stella Lozada Salas** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1716722184 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 **Diseño de una colección de bisutería ecológica enfocado en la cultura andina para mujeres de la ciudad de Quito** con fines académicos.

Kimberly Lozada

C.C: 1716722184

Quito, 24/04/2019

DEDICATORIA

Le dedico a mi madre Elizabeth Salas por todo el apoyo incondicional que me ha brindado durante toda mi vida, también por todos los valores que me han permitido ser una persona honesta y responsable en el transcurso de mi carrera.

Kimberly Stella Lozada Salas

AGRADECIMIENTO

A mi familia que me han apoyado incondicionalmente en este transcurso de mi carrera ya que, sin su apoyo, mi realización como profesional en el área de diseño gráfico no se hubiera llevado a cabo.

Gracias a todas las situaciones de mi vida que me llevaron a este camino de encontrar la profesión en la cual amo todo lo que hago.

Quiero agradecer a mis maestros por el tiempo y los conocimientos impartidos, también un agradecimiento especial a mi tutora de tesis la cual con su dedicación y compromiso logro darme los mejores consejos y recomendaciones para la culminación de la tesis.

Kimberly Stella Lozada Salas

INDICE GENERAL

DECLARACIÒN DE AUTORIA …… i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL…… ii
DEDICATORIA…… iii
AGRADECIMIENTO…… iv
INDICE GENERAL…… v
INDICE DE FIGURAS…… vi
INDICE DE TABLAS…… vii
INDICE DE ANEXOS…… viii
RESUMEN EJECUTIVO…… ix
ABSTRACT…… .x

CAPÍTULO I 1
1. ANTECEDENTES 1
1.01 CONTEXTO 3
1.02 JUSTIFICACIÓN 4
1.03 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL 7
CAPÍTULO II 8
2. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS 8
2.01 Mapeo de involucrados 8
2.02 Matriz de análisis y selección de los involucrados 9
CAPÍTULO III 11
3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS 11
3.01 Árbol de problemas 11
3.02 Árbol de objetivos 12
CAPÍTULO IV 13
4. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS 13
4.01 MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS E IDENTIFICACIÓN DE ACCIONES. 13
4.01.01 TAMAÑO DEL PROYECTO 14
4.01.02 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 14

4.02 MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS 16
4.03 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS 17
4.04 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE MARCO LÓGICO (MML) 18
CAPÍTULO V 39
5. PROPUESTA 39
5.01 ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN) 39
5.03 FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN 55
5.03.01 PROPÓSITO DEL PROYECTO 56
5.03.02 TEMÁTICA 56
LA TEMÁTICA A LA QUE ESTÁ DIRIGIDA LA BISUTERÍA ES COMPLETAMENTE CULTURAL. 56
5.03.03 FORMATO 56
EL FORMATO ESCOGIDO PARA LA REALIZACIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO ES A5, CUYAS MEDIDAS SON 210MM POR 148MM, DEBIDO A QUE ESTE FORMATO ES FÁCIL DE MANEJAR. 56
5.03.04 NÚMERO DE PÁGINAS 56
5.03.05 DESARROLLO 57
5.03.03.01 MAPA DE CONTENIDOS 57
5.03.03.02 IMAGEN CORPORATIVA 57
5.03.03.04 PROPORCIONES DEL ISOLOGO 59
5.03.03.05 CONSTRUCCIÓN DEL ISOLOGO 59
5.03.03.05.02 HUASICAMA 60
5.03.03.05.12 CHISMOSAS CULTURA DE OTAVALO 64
5.03.03.06.07 ZOOLOGÍA 66
SECCIÓN DE PATRONES: 67
5.05.08.01 BRIEF PUBLICITARIO 74
5.05.08.02 OBJETIVOS PUBLICITARIOS 76
5.05.08.03 PLAN DE MEDIOS 77
5.05.08.01 PRESUPUESTO DEL PLAN DE MEDIOS 78
CAPÍTULO VI 79
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS 79
6.01 RECURSOS 79

6.02 PRESUPUESTO 80
6.02.01 APLICACIÓN DEL PROYECTO 80
6.02.03 PRODUCTO 81
6.03 CRONOGRAMA 82
CAPÍTULO VII 83
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 83
7.01 CONCLUSIONES 83
7.02 RECOMENDACIONES 84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 85
ANEXOS 87

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de Involucrados 8
Figura 2: Árbol de Problemas 11
Figura 3: Árbol de Objetivos 12
Figura 4: Análisis de Alternativas 13
Figura 5: Mapa de ubicación de los cantones Quito – Cayambe - Otavalo, 2019. Google Maps 15
Figura 6: Diagrama de Estrategias 17
Figura 7: Cromática aplicación de iconografía, 2019. 41
Figura 8: Intervalos de Edad 48
Figura 9: Tipo de Bisutería 49
Figura 10: Tipo de Material 49
Figura 11: Compra de Bisutería 50
Figura 12: Significado Simbólico 51
Figura 13: Factores de Compra 52
Figura 14: Precio 53
Figura 15: Comodidad 53
Figura 16: Preferencia de Colores 54
Figura 17: Medios 55
Figura 18: Diámetro Anillos 56
Figura 19: Mapa de Contenidos 57
Figura 20: Marca 57
Figura 21: Positivo 58
Figura 22: Negativo 58
Figura 23: Full Color 58
Figura 24: Colores 59
Figura 25: Proporciones del Isologo 59
Figura 26: Construcción del Isologo 59
Figura 27: Boceto a lápiz personaje, Aruchico, 2019. 60
Figura 28: Ilustración de boceto a lápiz, personaje Huasicama, 2019 60

Figura 29: Ilustración de boceto a lápiz, personaje Diabluma, 2019. 61
Figura 30: Ilustraciones de boceto a lápiz, Cóndor Andino, 2019. 61
Figura 31: Ilustración de boceto a lápiz, Sol (Inti Raymi), 2019. 62
Figura 32: Ilustración de boceto a lápiz, Vasija de barro, 2019. 62
Figura 33: Ilustración de boceto a lápiz, Nevado Cayambe, 2019. 63
Figura 34: Ilustración de boceto a lápiz, rosa, 2019. 63
Figura 35: Ilustración de boceto a lápiz, Mazorca de maíz, 2019. 63
Figura 36: Ilustración de boceto a lápiz, La bola mitad del mundo, 2019. 64
Figura 37: Ilustración de boceto a lápiz, Representación Mujeres entablando una conversación, 2019. 64
Figura 38: Ilustración de boceto a lápiz, Textura espiral, 2019. 65
Figura 39: Ilustraciones de boceto a lápiz, flor silvestre, 2019. 65
Figura 40: Ilustración de boceto a lápiz, patrón de cruz, 2019. 66
Figura 41: Bocetos a lápiz, animales, 2019. 66
Figura 42: Aplicación de color. 67
Figura 43: Ilustración de boceto a lápiz, fauna y flora de la cultura, 2019. 67
Figura 44: Aplicación de color en patrones utilizados en vestimentas. 68
Figura 45: Productos Realizados en MDF. 68
Figura 46: Empaque 69
Figura 47: Roll Up 69
Figura 48: Camiseta 70
Figura 49: Esferos 70
Figura 50: Taza Promocional 70
Figura 51: Flash Memory 71
Figura 52: Fondos de Pantalla 71
Figura 53: Stand 71
Figura 54: Flyers 72
Figura 55: Código Qr 72
Figura 56: Página de Facebook 73
Figura 57: Instagram 73

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz T 6
Tabla 2: Problema Central 7
Tabla 3: Análisis de Involucrados 9
Tabla 4: Tamaño de la Muestra 14
Tabla 5: Matriz de análisis de impacto de los objetivos 16
Tabla 6: Criterios para los Indicadores 18
Tabla 7: Selección de Indicadores 21
Tabla 8: Medios de Verificación 26
Tabla 9: Supuestos 31
Tabla 10: Matriz de Marco Lógico 35
Tabla 11: Intervalos de Edad 48
Tabla 12: Tipo de Bisutería 48
Tabla 13: Materiales 49
Tabla 14: Compra de Bisutería 50
Tabla 15: Significado Simbólico 51
Tabla 16: Factores de Compra 51
Tabla 17: Precio 52
Tabla 18: Comodidad 53
Tabla 19: Colores 54
Tabla 20: Medios 55
Tabla 21: Brief Publicitario 74
Tabla 22: Problemas Comunicacionales 75
Tabla 23: Objetivos Publicitarios 76
Tabla 24: Estrategia creativa 77
Tabla 25: Presupuesto Plan de Medios 78
Tabla 26: Presupuesto del Proyecto 80
Tabla 27: Presupuesto de Producto 81
Tabla 28: Cronograma 82

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta 87
Anexo 2: Camiseta y Stand 87

RESUMEN

En la actualidad la cultura ha sido una de las manifestaciones más grandes en el Ecuador, se busca representarla constantemente a través de todas las expresiones del arte, incluyendo la elaboración de accesorios que contengan un significado simbólico. De igual manera, uno de los elementos importantes en la elaboración de cualquier producto es la sustentabilidad y la ecología que permitan retribuir al planeta mediante la reducción de desechos y reutilización de los mismos en nuevos procesos de producción. Esta investigación busca conocer la viabilidad de producir y comercializar un producto de bisutería procedente de madera reciclada, en conjunto con un diseño que mantiene la iconografía más representativa de algunas de las culturas andinas de la sierra ecuatoriana, con el objetivo de transmitir a clientes potenciales la memoria existente de las tradiciones e historia de estas. Conocer la posible aceptación en un segmento del mercado, dispuesto a contribuir tanto con los ecosistemas como con los pueblos que prestan amablemente su información con el propósito de trascender e impedir que el paso del tiempo y la aculturación borre su identidad. Mediante el diseño gráfico la aplicación de técnicas como el corte láser es posible plasmar imágenes específicas en planchas de madera reciclada MDF, evitando de esta forma la contaminación que la bisutería tradicional conlleva. La investigación arroja resultados referentes a la aceptación y preferencia de la muestra femenina en la ciudad de Quito. Dispuestas a adquirir el producto. los colores, la calidad, el diseño y el precio fueron los factores más importantes para las encuestadas.

Palabras clave: Diseño gráfico / cultura / bisutería / ecológico /madera

ABSTRACT

Nowadays, culture has been one of the greatest manifestations in Ecuador. It is constantly being represented through all the expressions of art, including the elaboration of accessories that contain a symbolic meaning. In the same way, one of the important elements in the elaboration of any product is the sustainability and the ecology that allow to retribute to the planet by waste reduction and reuse of the same ones in new processes of production. This research seeks to know the viability of develop and sell jewelry made from recycled wood. Along with this, a design that maintains the most representative iconography of some of the Andean cultures of the Ecuadorian mountains, with the aim of transmitting to potential customers the existing memory of traditions and history of these ones. Determine the possible acceptance in a market niche, willing to contribute both with the ecosystems and with the people who kindly lend their information in order to transcend and prevent the passage of time and acculturation erases their identity. Through graphic design ant the application of techniques such as laser cutting it is possible to transmit specific designs into boards of recycled wood known as MDF, thus avoiding the pollution that traditional costume jewelry entails. The investigation gives results according to the acceptance and preference of the feminine sample in the city of Quito. The colors, quality, design and price were the most important factors for the respondents.

Key Words: Graphic design / culture / jewelery / ecological / wood

CAPÍTULO I

1. Antecedentes

Argumenta Díaz en su estudio realizado en cuenca que el sector en el que está inmerso la bisutería es amplio por su variedad de colores, tamaños, precios y de los posibles competidores que se va a tener tras el desarrollo de las estrategias. En el primer capítulo se analiza el sector industrial, en este caso al de joyería, el mismo que ha presenciado un descenso debido a que en el mercado se hallan fácilmente los productos de bisutería que son más económicos y que realzan la imagen y belleza de las mujeres de toda nacionalidad. Por otro lado, el implemento de diseños únicos reflectantes de las culturas andinas en un material hipo alergénico da un realce al producto en el mercado haciendo este competitivo en el mismo.

Según el Objetivo 2 del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 "Toda una vida", es primordial la promoción de la actividad y la producción artística, cultural y audiovisual. De igual manera, preservar las memorias y patrimonios tangibles e intangibles, tales como: los conocimientos ancestrales, cosmovisiones y dinámicas culturales. Todo esto en interacción con los diferentes ámbitos del desarrollo del país.

"El Ecuador es un Estado Pluricultural y Multiétnico, que debe respetar y estimular el desarrollo de todas las culturas existentes en su territorio, así como la identidad cultural de las nacionalidades que existen a su interior" (Mejeant,2001). Persiguiendo el objetivo de diseñar prototipos artesanales contemporáneos enfocados en culturas andinas tales como los Cayambis o Kayambis que habitan al norte de la provincia de Pichincha y que basan su cultura en la agricultura, la ganadería de leche y los productos artesanales. Por otro lado, los Otavalos oriundos de este cantón, también poseen amplias y conocidas manifestaciones de

su cultura, su vestimenta y tradiciones son un ícono en nuestro país. Dentro de sus tradiciones le tienen gran respeto y rinden fiestas para su agricultura, el maíz, el periodo de afloramiento de las plantas, la madre tierra y el taita sol. Junto con los Cayambis comparten el idioma Quichua y actualmente el castellano. Al mismo tiempo la cultura Awá ubicada en varias zonas del Ecuador entre ellas el Cantón San Miguel de Urcuquí, provincia de Imbabura, son una comunidad que ha sido occidentalizada y han perdido algunas de sus costumbres, sin embargo, De esta forma se pretende impulsar el desarrollo de nuevos productos con la aplicación de módulos y prototipos artesanales, para impulsar el rescate de esta y otras culturas.

A su vez, se debe promover prácticas que colaboren con la reducción de la contaminación e incentivar la producción y consumo ambientalmente responsable. Fomentando el reciclaje y buenas prácticas ecológicas y bio-económicas, de acuerdo al 3er objetivo del Plan Nacional de Desarrollo “Toda una vida”.

Desde hace mucho tiempo los pueblos indígenas del Ecuador optaron por la elaboración y comercio de piezas atractivas que acompañaban a su vestimenta, dichas piezas eran elaboradas con materia prima, reflejando su cultura mediante sus productos elaborados artesanalmente. Sin embargo, hoy en día ha sido remplazado por maquinarias industriales para la realización de bisutería en materiales como el plástico que es un material que ayuda a la contaminación del medio amiente ya que se biodegrada después de un promedio de 150 años razón por la cual el proyecto pretende realizar los productos de manera ecológica (Barthes, 1957).

Actualmente el Ecuador se encuentra entre uno de los países que registra una de las tasas más altas de deforestación de Latinoamérica, con una pérdida anual de entre unas 60.000 a 200.000 hectáreas de bosques nativos, para la realización de diferentes artículos

dejando como residuo virutas y tablas enviadas a botaderos, de acuerdo al artículo “Ecuador registra una de las tasas de deforestación más altas de Latinoamérica” publicado en el diario El Universo (2018).

Esta es una de las razones por las cuales el presente proyecto pretende utilizar este material reciclado más un diseño sustentable para aportar una solución aplicable y viable a la problemática ambiental que generan los residuos de la tala de madera.

De acuerdo a Zák en el artículo “En qué consiste el cambio de la matriz productiva en Ecuador”. El modelo de matriz productiva promueve que el país sea un proveedor en vez de un importador logrando una incrementación y desarrollo de mercado, también trabaja en los programas de incentivos para la restauración, conservación y uso sostenible de los ecosistemas sin dejar de lado a los pueblos y nacionalidades indígenas que juegan un rol protagónico.

Este proyecto trabaja en conjunto y siguiendo los principios de la matriz productiva, por lo tanto, el mismo realizara un producto acorde a las necesidades del planeta ya que utiliza material reciclado y trata de emanar un concepto de preservación de las culturas andinas del Ecuador.

1.01 Contexto

Actualmente el uso de bisutería y accesorios es habitual, sobre todo en el público femenino, sin embargo, se desconoce la contaminación y el impacto ambiental que tiene esta industria. Por otra parte, en el Ecuador existe una gran variedad de expresiones artesanales y bisutería realizada con el propósito de exponer las culturas de manera visual y llamativa, aunque carente de un significado real que conduzca a la identificación cultural de la procedencia de los diseños. Este proyecto busca implementar un producto que contribuya a

estos dos aspectos. Tanto solventar de manera sustentable la producción de bisutería ecológica con materiales reciclados, como desarrollar diseños asociados a manifestaciones culturales andinas, en las cuales pueda ser percibido el significado que aquella cultura buscaba describir.

1.02 Justificación

El presente proyecto, servirá para dar a conocer a través de un diseño único y original, la historia de estas sociedades complejas que ha sobrevivido con el paso de los años. Mediante la implementación de madera reciclada en las propuestas de diseño, con el propósito de ayudar a la disminución de la tala de árboles, como también de la contaminación por desperdicios de madera. Igualmente se pretende usar tintas ecológicas con colores que distingan y representen a las diferentes culturas, para no solo innovar, sino también incorporar la sustentabilidad, proponiendo una línea de bisutería llamativa, con significado y que cuide al medio ambiente.

La mayoría de los productos en el mercado son fabricados con metales que pasan a través de procesos químicos que contaminan y desperdician el agua. Por otro lado, existe bisutería que emplea materiales permanecientes a sociedades indígenas que son realizados artesanalmente pero no incentivan la identidad cultural. Este proyecto pretende dar a conocer por medio de un diseño en madera, la complejidad y magnífico significado de los antepasados de las culturas andinas para ser mayormente valorizado a nivel nacional, buscando generar una conciencia ecológica y culturalmente rica.

Basándose en el plan nacional del buen vivir, el cual estipula una transformación de la matriz productiva y energética del país que establece que el Gobierno tiene la responsabilidad de defender el derecho de la población a vivir en un ambiente sustentable evitando la explotación forestal y la contaminación del agua.

En cuanto a la finalidad que persigue el proyecto, con la creación de una línea de bisutería, es convertir a estos accesorios, como un complemento básico del atuendo femenino con mensajes sobre la sociedad andina emitidos por el diseño de las piezas creadas en madera que ayudan a un grupo objetivo que puede ser alérgico al metal.

1.4.2 Objetivos específicos:

- Investigar cómo se realiza la bisutería y teorías de origen.
- Determinar los procesos adecuados para la elaboración de bisutería con madera.
- Realizar los diseños comunicativos de tradiciones y elementos representativos de diferentes culturas andinas.
- Elaborar una línea de bisutería femenina enfocada en las culturas andinas.

CAPITULO I

1.03 Matriz T

Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Total desconocimiento sobre las culturas andinas mediante bisutería.	Inexistencia productos ecológicos elaborados en el país que busquen impulsar el rescate de la identidad cultural andina				Lograr identificar la cultura andina mediante la bisutería ecológica
Fuerzas impulsadoras	I	P.C	I	P.C	Fuerzas bloqueadoras
Apoyo de los GAD para el acceso a las culturas.	3	4	2	4	No existe por parte del ministerio de turismo para el proyecto, limitando su realización
Interés del público objetivo en conocer sobre las culturas andinas.	4	3	3	4	Desinterés en aprender sobre las culturas andinas del país.
Desarrollo de productos de bisutería ecológica que represente las características de la cultura andina.	4	3	4	3	Insuficiente presupuesto para la adquisición de maquinaria que facilite la producción de la bisutería

Tabla 1: Matriz T

Elaborado por: Kimberly Lozada

Nomenclatura:

I: *Intensidad* ***P.C:*** *Potencial de cambio*

1: *Bajo* ***3:*** *Medio* ***5:*** *Alto*

1.03 Definición del problema central

Tabla 2: Problema Central

Periodo:	2018 - 2019
Espacio:	Pichincha - Imbabura
Área:	Diseño
Unidad experimental:	Mujeres de 25 - 35

Elaborado por: Kimberly Lozada

En el Ecuador se puede notar un escaso interés social del público en temas que involucren la identidad cultural, el reconocimiento de las comunidades y culturas andinas del Ecuador. Por otro lado, en el país se percibe una oferta insatisfecha de productos ecológicos que mantengan una elaboración a base de materiales reciclados. En la ciudad de Quito, y en el país se va perdiendo el conocimiento respecto a la identidad cultural que caracteriza al país, sin embargo, existe un público objetivo que aún tiene interés en impulsar estas manifestaciones. A su vez Problema Central: “Inexistencia productos ecológicos elaborados en el país que busquen impulsar el rescate de la identidad cultural andina”

CAPÍTULO II

2. Análisis de involucrados

2.01 Mapeo de involucrados

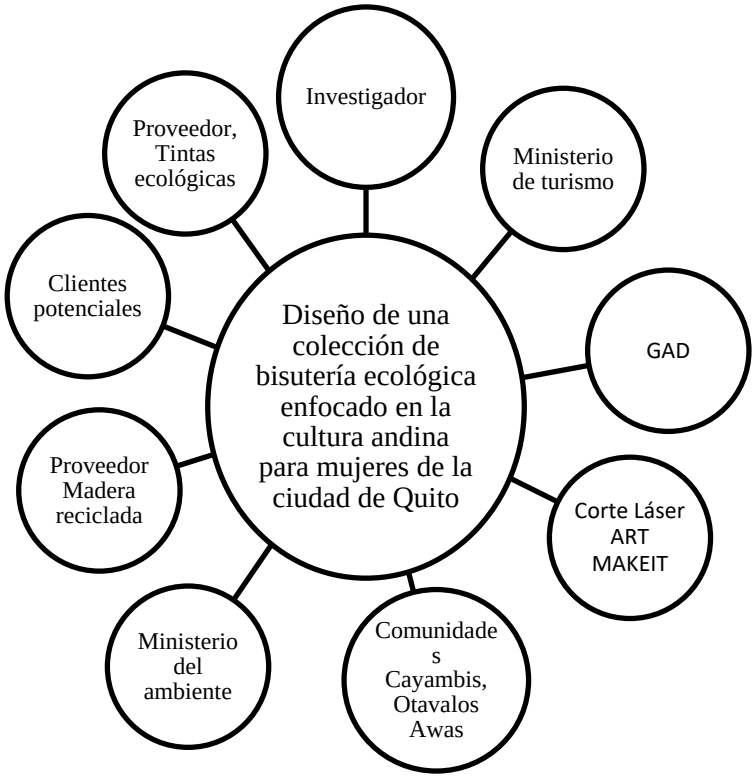


Figura 1: Mapa de Involucrados

Elaborado por: Kimberly Lozada

2.02 Matriz de análisis y selección de los involucrados.

Tabla 3: Análisis de Involucrados

Involucrado	Interés sobre el problema	Problemas Percibidos	Recurso, Mandato, Capacidad	Interés sobre el proyecto	Conflictos
Investigador	Diseñar bisutería ecológica enfocada en la cultura andina para el público femenino en Quito.	No disponer de equipo de corte láser para facilitar tiempos y costos de fabricación.	Recurso Humano Financiero Recurso Tecnológico	Implementar un emprendimiento de bisutería ecológica, para promocionar la identidad cultural del país en la ciudad de Quito.	Limitaciones económicas
Ministerio de turismo	Fomentar el desarrollo de la identidad cultural andina del país.	Pocas estrategias de promoción para las culturas.	Mandato Información	Nuevas formas de dar a conocer la cultura andina a través de bisutería.	Poco interés de la población en reconocer la identidad cultural
Ministerio del ambiente	Promover estrategias ecológicas como el reciclaje y la reducción de desechos.	Falta de conciencia de la comunidad sobre los problemas ambientales	Información Recurso Humano	Incrementar apoyo a emprendimientos ecológicos que busquen la sustentabilidad.	Poco apoyo económico por parte del gobierno para fomentar estos proyectos
Clientes potenciales	Adquirir productos ecológicos elaborados en el país.	No existen productos similares.	Información	Conocer sobre la identidad cultural andina al adquirir bisutería ecológica.	Falta de interés en el proyecto.
GAD	Difundir la identidad de las comunidades de sus gobiernos.	Pocas ideas para promover las culturas	Información Recurso Humano	Promover el reconocimiento de las culturas en sus gobiernos para todo el público	Falta de interés en la propuesta.
Proveedor Madera	Mejor uso para sus desechos o residuos de madera	Baja calidad en su residuos de madera	Recursos Material	Beneficio Económico, manejo de residuos	Altos precios o falta de interés

Involucrado	Interés sobre el problema	Problemas Percibidos	Recurso, Mandato, Capacidad	Interés sobre el proyecto	Conflictos
Proveedor Tintas ecológicas	Promover el uso de sus productos	Demora en importación del producto	Recursos Material	Beneficio económico	Costos elevados por importación
Corte Láser	Conciencia ambiental	Tiempos y costos elevados	Recursos	Beneficio económico	Horarios de atención limitadas
Comunidades	Impedir que se pierda su identidad en el futuro.	Comunicación escasa o falta de comprensión del proyecto	Información	Dar a conocer sus costumbres mediante la iconografía sostenible.	Acceso limitado a su ubicación e información.

Elaborado por: Kimberly Lozada

CAPÍTULO III

3. Problemas y objetivos

3.01 Árbol de problemas

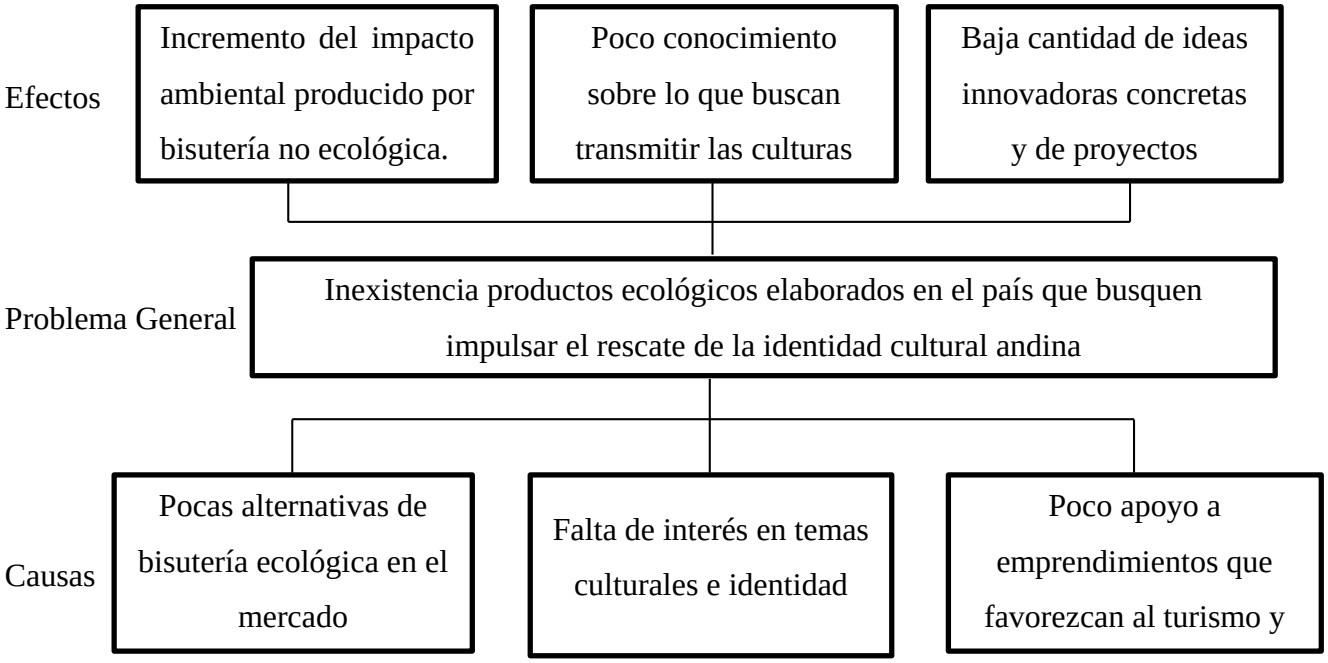


Figura 2: Árbol de Problemas
Elaborado por: Kimberly Lozada

3.02 Árbol de objetivos

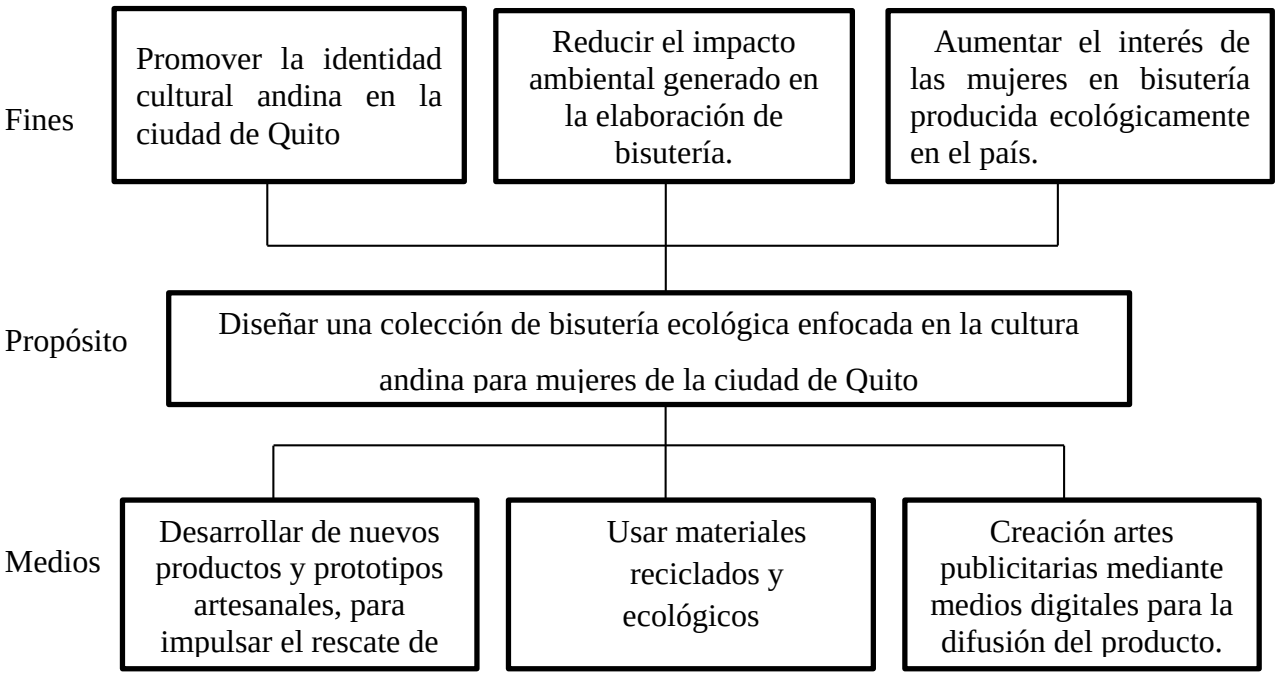


Figura 3: Árbol de Objetivos

Elaborado por: Kimberly Lozada

CAPÍTULO IV

4. Análisis de alternativas

4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.

Medios	Desarrollo de nuevos productos y prototipos artesanales, para impulsar el rescate de las culturas.	Uso de materiales reciclados y ecológicos	Creación de artes publicitarias mediante canales digitales para la difusión del producto.
Acciones	-Obtener información sobre las costumbres y características representativas de las culturas andinas del Ecuador. -Gestionar la información para identificar las características que puedan representarse de manera gráfica. - Preparar la propuesta gráfica y los diseños digitales que se convertirán en prototipos. -Iniciar el desarrollo de prototipos de bisutería con los diseños seleccionados de formar artesanal (manual) o mediante el uso de equipo de corte laser.	-Identificar los materiales comúnmente utilizados en la bisutería. -Recopilar información sobre la buena calidad de materiales reciclados y el acceso a los mismos. -Reconocer que otros usos se brinda a la madera reciclada para sustentar la factibilidad de su utilización en el proyecto. -Combinar otros tipos de materiales reciclados para darle un mayor distintivo al producto manteniendo el lado ecológico del mismo.	-Delimitar el grupo objetivo al cual se dirigirá el producto a realizar. -Seleccionar los canales digitales por los cuales se realizará la difusión. -Establecer un presupuesto para la promoción del producto. -Obtener reconocimiento por parte de los involucrados. (Ministerios) -Comprobar el nivel de interés hacia la bisutería producida ecológicamente, a través de estadísticas brindadas por los medios digitales. -Identificar los medios de distribución del producto.

Figura 4: Análisis de Alternativas

4.01.01 Tamaño del proyecto

Cálculo de muestras en poblaciones finitas

Habitantes mujeres Quito Censo 2010: 1150380 mujeres

$$n = \frac{N * Z_\alpha^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z_\alpha^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1150380 \text{ x } (1.96)^2 \text{ x } 0.05 \text{ x } 0.95}{(0.5)^2 \text{ x } (1150380\text{-}1) + (1.96)^2 \text{ x } 0.05}$$

n= 385 mujeres.

Muestreo Estratificado

$$n_i = n \cdot \frac{N_i}{N}$$

Tabla 4: Tamaño de la Muestra

Estratos	Población	Tamaño de la Muestra
PEA	501357	168
35-45 años	356072	119
TOTAL	1150380	385

Elaborado por: Kimberly Lozada

4.01.02 Localización del proyecto

El proyecto abarca una ubicación geográfica dividida entre la investigación cultural e iconográfica y la localización del segmento del mercado objetivo. Las comunidades para investigar se encuentran distribuidas al sur de la provincia de Imbabura en los cantones Otavalo y San Miguel de Urcuquí y al noreste de la provincia de Pichincha en el cantón Cayambe. La ciudad Cayambe es atravesada por la línea Ecuatorial, una ciudad que cuenta con una gran diversidad de fauna y flora en una altitud de 2.830 metros m.s.n.m. Por otro lado, el mercado objetivo se establece dentro la ciudad de Quito.

Idioma: Castellano y Kichwa.

Población: 100,129 habitantes (INEC 2016).

Parroquias: Cayambe, Juan Montalvo, Olmedo, Cangahua, Azcazubi, Ayora.

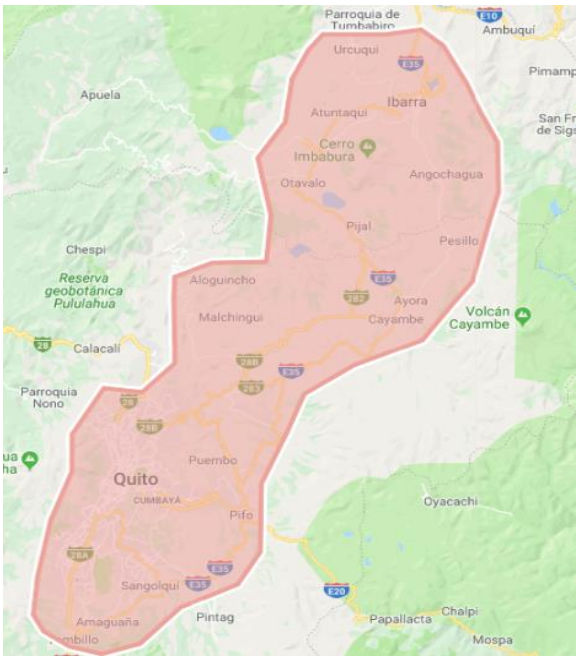


Figura 5: Mapa de ubicación de los cantones Quito – Cayambe - Otavalo, 2019. Google Maps

4.01.03 Análisis ambiental

Este proyecto busca desarrollar e introducir al mercado un producto de bisutería a base de madera reciclada, específicamente tableros de fibra de densidad media (MDF). Estos tableros se fabrican a partir de fibras y residuos del corte de madera junto con resinas sintéticas aglutinadas mediante presión y calor. De igual manera se pretende usar tintas ecológicas con el propósito de reducir la contaminación generada al usar disolventes derivados del petróleo. A su vez en el manual corporativo se priorizará el uso de papel reciclado y evitando completamente cualquier tipo de barniz en los acabados gráficos.

Impacto de este proyecto ambiental. Malas tintas material

Aspectos positivos:

- El MDF posee una superficie libre de grano ideal para la utilización de pinturas.
- Estos tableros no producen astillas al cortarse reduciendo el desperdicio y poseen un rendimiento al adherirse con pegamentos

- El precio de los tableros es inferior sin embargo la resistencia es similar al de la madera pura.
- Las tintas ecológicas a base de aceites vegetales presentan un secado más rápido que las tintas offset.
- Alta luminosidad y brillo en los colores de tintas ecológicas.

Aspectos negativos

- El MDF posee una baja resistencia al agua y por ende a tintas de esta clase.
- Costos elevados al usar tintas ecológicas no fabricadas en el país.
- Los metales que sirven de conectores y pendientes para la bisutería no provienen de materiales reciclados.

4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Tabla 5: Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Desarrollar nuevos productos y protótipos artesanales, para impulsar el rescate de las culturas	4	4	4	4	3	19	M
Usar materiales reciclados y ecológicos	4	4	4	5	4	21	M
Creación de artes publicitarias mediante medios digitales para la difusión del producto.	4	4	4	4	4	20	M

Elaborado por: Kimberly Lozada

4.03 Diagrama de estrategias

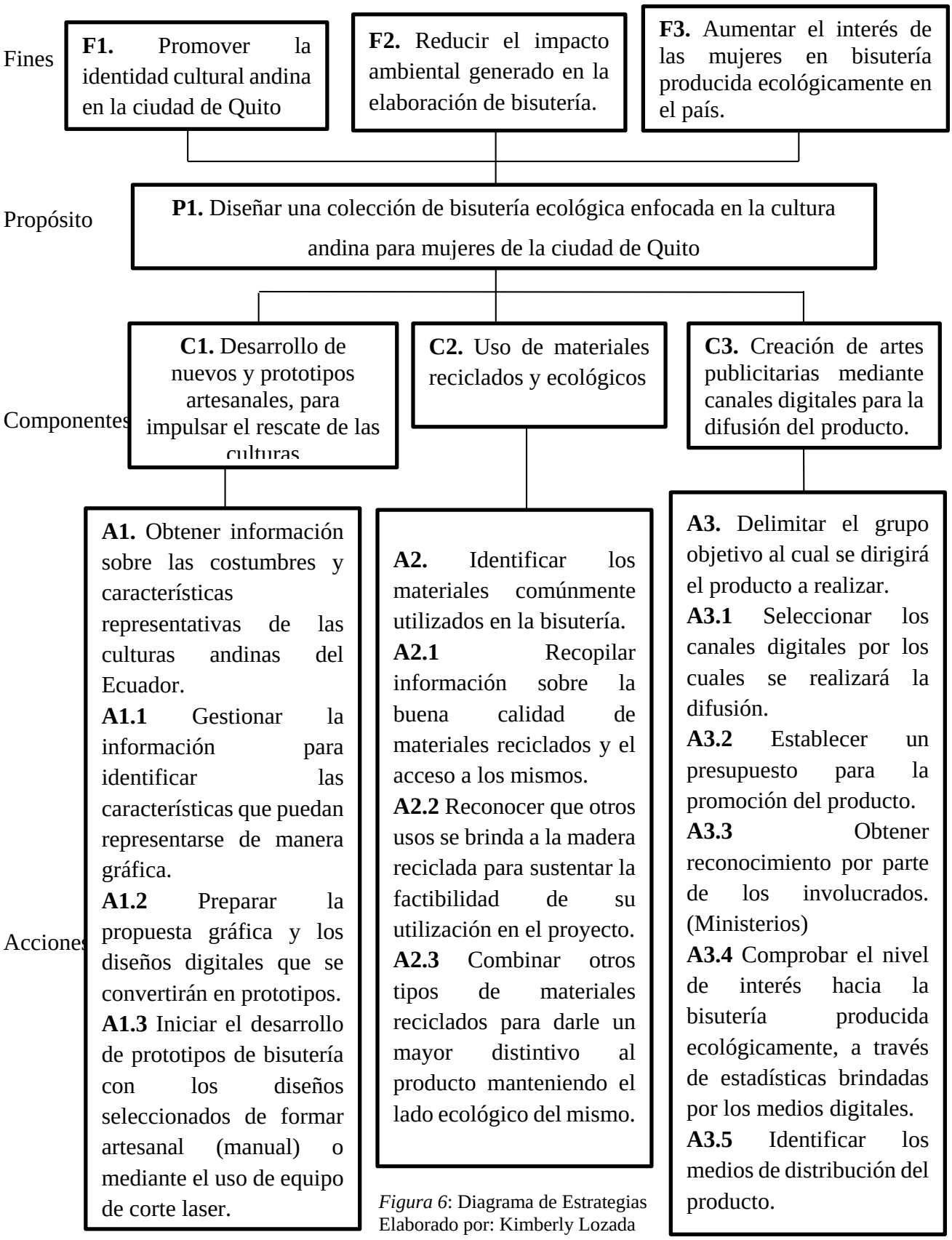


Figura 6: Diagrama de Estrategias
Elaborado por: Kimberly Lozada

4.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico (MML)

4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores

Tabla 6: Criterios para los Indicadores

RESUMEN	INDICADOR	META				
		CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
F.1 Promover la identidad cultural andina en la ciudad de Quito	Conoce o no sobre la identidad cultural andina.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
F.2 Reducir el impacto ambiental generado en la elaboración de bisutería.	Utilizar en un 90% material reciclado	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
F3. Aumentar el interés de las mujeres en bisutería producida ecológicamente en el país.	El 93.88% de las mujeres esta dispuesto a adquirir bisutería ecológica.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
P1. Diseñar una colección de bisutería ecológica enfocada en la cultura andina para mujeres de la ciudad de Quito	Productos con diseños de representaciones culturales andinas, con materiales ecológicos**.**	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
C1. Desarrollo de nuevos productos con la aplicación de módulos y prototipos artesanales, para impulsar el rescate de las culturas	Contar con un stock de 10 prototipos artesanales basados en las representaciones culturales.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
C2. Uso de materiales reciclados y ecológicos	Utilizar matariales reciclados y ecologicos en un 90% en la bisutería.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO

RESUMEN	INDICADOR	META				
		CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
C3. Creación de artes publicitarias mediante canales digitales para la difusión del producto.	El 83.84% prefiere recibir información y publicidad por medio de canales digitales como redes sociales.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A1. Obtener información sobre las costumbres y características representativas de las culturas andinas del Ecuador.	Representaciones culturales andinas del Ecuador (Sol, Luna, Figuras)	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A1.1 Gestionar la información para identificar las características que puedan representarse de manera gráfica.	Establecer una ficha de observación para definir los íconos más representativos de cada cultura	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A1.2 Preparar la propuesta gráfica y los diseños digitales que se convertirán en prototipos.	Contar con un archivo digital con 10 diseños de representaciones culturales para elaborar prototipos	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A1.3 Iniciar el desarrollo de prototipos de bisutería con los diseños seleccionados de forma artesanal (manual) o mediante el uso de equipo de corte laser.	Producir un producto terminado basado en cada uno de los diseños digitales.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A2. Identificar los materiales comúnmente	Disponer de un listado e información	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO

RESUMEN	INDICADOR	META				
		CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
utilizados en la bisutería.	respecto a los materiales utilizados en bisutería.					
A2.1 Recopilar información sobre la buena calidad de materiales reciclados y el acceso a los mismos.	El 66.67% considera que la calidad del producto es un factor importante al adquierir bisutería.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A2.2 Reconocer que otros usos se brinda a la madera reciclada para sustentar la factibilidad de su utilización en el proyecto.	Resumen de usos de madera reciclada en diversos fines.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A2.3 Combinar otros tipos de materiales reciclados para darle un mayor distintivo al producto manteniendo el lado ecológico del mismo.	Acompañar cada accesorio con un empaque reciclable o reutilizable.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A3. Delimitar el grupo objetivo al cual se dirigirá el producto a realizar.	Elaborar un brief basado en una muestra de 385 mujeres.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A3.1 Seleccionar los canales digitales por los cuales se realizará la difusión.	El 83.84% prefiere recibir información y publicidad por medio de canales digitales como redes sociales.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO

RESUMEN	INDICADOR	META				
		CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
A3.2 Establecer un presupuesto para la promoción del producto.	Elaboración de un plan de medios	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A3.3 Obtener reconocimiento por parte de los involucrados (Ministerios).	Diseñar una propuesta de valor viable	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A3.4 Comprobar el nivel de interés hacia la bisutería producida ecológicamente, a través de estadísticas brindadas por los medios digitales.	Al 44.15% le interesa adquirir bisutería a base de madera ecológica.	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO
A3.5 Identificar los canales de distribución del producto.	Estrategia Mix de marketing	385	**OPTIMA**	6 MESES	QUITO	MEDIO

Elaborado por: Kimberly Lozada

4.04.02 Selección de Indicadores

Tabla 7: Selección de Indicadores

RESUMEN	INDICADOR	CLASIFICACIÓN DE INDICADORES					PUNTAJE	SELECCIÓN
		A	B	C	D	E		
F.1 Promover la identidad	Conoce o no sobre la	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta

RESUMEN	INDICADOR	CLASIFICACIÓN DE INDICADORES					PUNTAJE	SELECCIÓN
		A	B	C	D	E		
cultural andina en la ciudad de Quito	identidad cultural andina.							
F.2 Reducir el impacto ambiental generado en la elaboración de bisutería.	Utilizar en un 90% material reciclado	**X**			**X**	**X**	3	Media
F3. Aumentar el interés de las mujeres en bisutería producida ecológicamente en el país.	El 93.88% de las mujeres está dispuesto a adquirir bisutería ecológica.	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta
P1. Diseñar una colección de bisutería ecológica enfocada en la cultura andina para mujeres de la ciudad de Quito	Productos con diseños de representaciones culturales andinas, con materiales ecológicos**.**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	5	Alta
C1. Desarrollo de nuevos productos con la aplicación de módulos y prototipos artesanales, para impulsar el rescate de las culturas	Contar con un stock de 10 prototipos artesanales basados en las representaciones culturales.	**X**		**X**	**X**	**X**	4	Alta
C2. Uso de materiales reciclados y ecológicos	Utilizar materiales reciclados y ecológicos en un 90% en la bisutería.	**X**		**X**	**X**	**X**	4	Alta
C3. Creación de artes publicitarias mediante	El 83.84% prefiere recibir información y publicidad por	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta

RESUMEN	INDICADOR	CLASIFICACIÓN DE INDICADORES					PUNTAJE	SELECCIÓN
		A	B	C	D	E		
canales digitales para la difusión del producto.	medio de canales digitales como redes sociales.							
A1. Obtener información sobre las costumbres y características representativas de las culturas andinas del Ecuador.	Representaciones culturales andinas del Ecuador (Sol, Luna, Figuras)	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta
A1.1 Gestionar la información para identificar las características que puedan representarse de manera gráfica.	Establecer una ficha de observación para definir los íconos más representativos de cada cultura	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta
A1.2 Preparar la propuesta gráfica y los diseños digitales que se convertirán en prototipos.	Contar con un archivo digital con 10 diseños de representaciones culturales para elaborar prototipos	**X**		**X**	**X**	**X**	4	Alta
A1.3 Iniciar el desarrollo de prototipos de bisutería con los diseños seleccionados de forma artesanal (manual) o mediante el uso de equipo de corte laser.	Producir un producto terminado basado en cada uno de los diseños digitales.	**X**		**X**	**X**	**X**	4	Alta

RESUMEN	INDICADOR	CLASIFICACIÓN DE INDICADORES					PUNTAJE	SELECCIÓN
		A	B	C	D	E		
A2. Identificar los materiales comúnmente utilizados en la bisutería.	Disponer de un listado e información respecto a los materiales utilizados en bisutería.	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta
A2.1 Recopilar información sobre la buena calidad de materiales reciclados y el acceso a los mismos.	El 66.67% considera que la calidad del producto es un factor importante al adquirir bisutería.	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta
A2.2 Reconocer que otros usos se brinda a la madera reciclada para sustentar la factibilidad de su utilización en el proyecto.	Resumen de usos de madera reciclada en diversos fines.	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta
A2.3 Combinar otros tipos de materiales reciclados para darle un mayor distintivo al producto manteniendo el lado ecológico del mismo.	Acompañar cada accesorio con un empaque reciclable o reutilizable.	**X**		**X**	**X**	**X**	4	Alta
A3. Delimitar el grupo objetivo al cual se dirigirá el producto a realizar.	Elaborar un brief basado en una muestra de 385 mujeres.	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta
A3.1 Seleccionar los canales digitales por los cuales se	El 83.84% prefiere recibir información y publicidad por medio de canales	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta

RESUMEN	INDICADOR	CLASIFICACIÓN DE INDICADORES					PUNTAJE	SELECCIÓN
		A	B	C	D	E		
realizará la difusión.	digitales como redes sociales.							
A3.2 Establecer un presupuesto para la promoción del producto.	Elaboración de un plan de medios	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta
A3.3 Obtener reconocimiento por parte de los involucrados (Ministerios).	Diseñar una propuesta de valor viable	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta
A3.4 Comprobar el nivel de interés hacia la bisutería producida ecológicamente, a través de estadísticas brindadas por los medios digitales.	Al 44.15% le interesa adquirir bisutería a base de madera ecológica.	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta
A3.5 Identificar los canales de distribución del producto.	Estrategia Mix de marketing	**X**	**X**		**X**	**X**	4	Alta

Elaborado por: Kimberly Lozada

4.04.03 Medios de verificación

Tabla 8: Medios de Verificación

RESUMEN	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
		Fuentes de Información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
F.1 Promover la identidad cultural andina en la ciudad de Quito	Conoce o no sobre la identidad cultural andina.	Primaria	Encuesta	Análisis Cuantitativo	3 Semanas	Investigador
F.2 Reducir el impacto ambiental generado en la elaboración de bisutería.	Utilizar en un 90% material reciclado	Primaria	Observación Directa	Análisis Cuantitativo	1 semana	Investigador
F3. Aumentar el interés de las mujeres en bisutería producida ecológicamente en el país.	El 93.88% de las mujeres está dispuesto a adquirir bisutería ecológica.	Primaria	Encuesta	Análisis Cuantitativo	3 Semanas	Investigador
P1. Diseñar una colección de bisutería ecológica enfocada en la cultura andina para mujeres de la ciudad de Quito	Productos con diseños de representaciones culturales andinas, con materiales ecológicos**.**	Secundaria	Análisis Bibliográfico	Análisis Cuantitativo	2 Semanas	Investigador
C1. Desarrollo de nuevos productos con la aplicación de módulos y prototipos artesanales, para impulsar	Contar con un stock de 10 prototipos artesanales basados en las representaciones culturales.	Primaria	Observación Directa	Análisis Cualitativo	1 semana	Investigador

RESUMEN	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
		Fuentes de Información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
el rescate de las culturas						
C2. Uso de materiales reciclados y ecológicos	Utilizar materiales reciclados y ecológicos en un 90% en la bisutería.	Primaria	Encuesta	Análisis Cuantitativo	3 Semanas	Investigador
C3. Creación de artes publicitarias mediante canales digitales para la difusión del producto.	El 83.84% prefiere recibir información y publicidad por medio de canales digitales como redes sociales.	Primaria	Encuesta	Análisis Cuantitativo	3 Semanas	Investigador
A1. Obtener información sobre las costumbres y características representativas de las culturas andinas del Ecuador.	Representaciones culturales andinas del Ecuador (Sol, Luna, Figuras)	Primaria	Entrevista	Análisis Cualitativo	1 Día	Investigador
A1.1 Gestionar la información para identificar las características que puedan representarse de manera gráfica.	Establecer una ficha de observación para definir los íconos más representativos de cada cultura	Primaria	Observación Directa	Análisis Cualitativo	1 semana	Investigador
A1.2 Preparar la propuesta gráfica y los diseños digitales que se convertirán en prototipos.	Contar con un archivo digital con 10 diseños de representaciones culturales	Primaria	Observación Directa	Análisis Cualitativo	1 semana	Investigador

RESUMEN	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
		Fuentes de Información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
	para elaborar prototipos					
A1.3 Iniciar el desarrollo de prototipos de bisutería con los diseños seleccionados de forma artesanal (manual) o mediante el uso de equipo de corte laser.	Producir un producto terminado basado en cada uno de los diseños digitales.	Primaria	Observación Directa	Análisis Cualitativo	1 semana	Investigador
A2. Identificar los materiales comúnmente utilizados en la bisutería.	Disponer de un listado e información respecto a los materiales utilizados en bisutería.	Secundaria	Análisis Bibliográfico	Análisis Cuantitativo	2 Semanas	Investigador
A2.1 Recopilar información sobre la buena calidad de materiales reciclados y el acceso a los mismos.	El 66.67% considera que la calidad del producto es un factor importante al adquirir bisutería.	Primaria	Encuesta	Análisis Cuantitativo	3 Semanas	Investigador
A2.2 Reconocer que otros usos se brinda a la madera reciclada para sustentar la factibilidad de su utilización en el proyecto.	Resumen de usos de madera reciclada en diversos fines.	Secundaria	Análisis Bibliográfico	Análisis Cuantitativo	2 Semanas	Investigador

RESUMEN	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
		Fuentes de Información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
A2.3 Combinar otros tipos de materiales reciclados para darle un mayor distintivo al producto manteniendo el lado ecológico del mismo.	Acompañar cada accesorio con un empaque reciclable o reutilizable.	Primaria	Observación Directa	Análisis Cualitativo	1 semana	Investigador
A3. Delimitar el grupo objetivo al cual se dirigirá el producto a realizar.	Elaborar un brief basado en una muestra de 385 mujeres.	Primaria	Observación Directa	Análisis Cualitativo	1 semana	Investigador
A3.1 Seleccionar los canales digitales por los cuales se realizará la difusión.	El 83.84% prefiere recibir información y publicidad por medio de canales digitales como redes sociales.	Primaria	Encuesta	Análisis Cuantitativo	3 Semanas	Investigador
A3.2 Establecer un presupuesto para la promoción del producto.	Elaboración de un plan de medios	Primaria	Análisis de Contenido	Análisis Cuantitativo	2 Semanas	Investigador
A3.3 Obtener reconocimiento por parte de los involucrados (Ministerios).	Diseñar una propuesta de valor viable	Primaria	Modelo Canvas	Análisis Cuantitativo y Cualitativo	1 Semana	Investigador

RESUMEN	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
		Fuentes de Información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
A3.4 Comprobar el nivel de interés hacia la bisutería producida ecológicamente, a través de estadísticas brindadas por los medios digitales.	Al 44.15% le interesa adquirir bisutería a base de madera ecológica.	Primaria	Encuesta	Análisis Cuantitativo	3 Semanas	Investigador
A3.5 Identificar los canales de distribución del producto.	Estrategia Mix de marketing	Primaria	Análisis de Contenido	Análisis Cualitativo	2 Semanas	Investigador

Elaborado por: Kimberly Lozada

4.04.05 Supuestos

Tabla 9: Supuestos

RESUMEN	SUPUESTOS	FACTORES DE RIESGO				
		Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
F.1 Promover la identidad cultural andina en la ciudad de Quito	Poco o nulo conocimiento. Falta de interés.		**X**	**X**		
F.2 Reducir el impacto ambiental generado en la elaboración de bisutería.	Falta de información referente al impacto ambiental en este sector.		**X**	**X**	**X**	
F3. Aumentar el interés de las mujeres en bisutería producida ecológicamente en el país.	Mayor interés en bisutería normal			**X**		
P1. Diseñar una colección de bisutería ecológica enfocada en la cultura andina para mujeres de la ciudad de Quito	Cantidad escasa de interpretaciones graficas sobre las culturas andinas. Bajo presupuesto.	**X**		**X**		
C1. Desarrollo de nuevos productos con la aplicación de módulos y prototipos artesanales, para impulsar el rescate de las culturas	Pocas ideas para promover las culturas y falta de interés en la propuesta.			**X**	**X**	
C2. Uso de materiales reciclados y ecológicos	Precios elevados, difícil acceso a estos materiales.	**X**	**X**		**X**	
C3. Creación de artes publicitarias mediante canales digitales para la	Falta de interés, medios de difusión incorrectos.			**X**		

RESUMEN	SUPUESTOS	FACTORES DE RIESGO				
		Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
difusión del producto.						
A1. Obtener información sobre las costumbres y características representativas de las culturas andinas del Ecuador.	Poca colaboración por parte de miembros de las comunidades.		**X**	**X**		
A1.1 Gestionar la información para identificar las características que puedan representarse de manera gráfica.	Incorrecta interpretación de la iconografía de las culturas.			**X**		
A1.2 Preparar la propuesta gráfica y los diseños digitales que se convertirán en prototipos.	Rechazo del grupo objetivo a los diseños propuestos.			**X**		
A1.3 Iniciar el desarrollo de prototipos de bisutería con los diseños seleccionados de formar artesanal (manual) o mediante el uso de equipo de corte laser.	No disponer de equipo de corte láser para facilitar tiempos y costos de fabricación.	**X**				
A2. Identificar los materiales comúnmente utilizados en la bisutería.	Escasa información sobre materiales usados en bisutería en el país.			**X**	**X**	

RESUMEN	SUPUESTOS	FACTORES DE RIESGO				
		Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
A2.1 Recopilar información sobre la buena calidad de materiales reciclados y el acceso a los mismos.	Altos costos de obtención de estos materiales. Calidad local que no cumple estándares.	**X**	**X**		**X**	
A2.2 Reconocer que otros usos se brinda a la madera reciclada para sustentar la factibilidad de su utilización en el proyecto.	Falta de información.			**X**	**X**	
A2.3 Combinar otros tipos de materiales reciclados para darle un mayor distintivo al producto manteniendo el lado ecológico del mismo.	Demora en importación de productos. (Tintas, accesorios, adornos)	**X**	**X**			**X**
A3. Delimitar el grupo objetivo al cual se dirigirá el producto a realizar.	Selección errónea del segmento y cliente ideal			**X**		
A3.1 Seleccionar los canales digitales por los cuales se realizará la difusión.	Escaso presupuesto para publicitar la empresa. Cambio en las leyes de comunicación.	**X**	**X**			**X**
A3.2 Establecer un presupuesto para la promoción del producto.	Falta de información sobre canales de promoción.		**X**	**X**		
A3.3 Obtener reconocimiento por parte de los involucrados. (Ministerios),	Falta de interés por parte del gobierno y ministerios para fomentar estos proyectos.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**

RESUMEN	SUPUESTOS	FACTORES DE RIESGO				
		Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
A3.4 Comprobar el nivel de interés hacia la bisutería producida ecológicamente, a través de estadísticas brindadas por los medios digitales.	Inestabilidad de medios digitales y plataformas de recolección de datos.	**X**		**X**		**X**
A3.5 Identificar los canales de distribución del producto.	Inadecuada difusión	**X**	**X**	**X**		

Elaborado por: Kimberly Lozada

4.04.06 Matriz de Marco Lógico

Tabla 10: Matriz de Marco Lógico

RESUMEN	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
F.1 Promover la identidad cultural andina en la ciudad de Quito	Conoce o no sobre la identidad cultural andina.	Primaria Encuesta Análisis Cuantitativo	Poco o nulo conocimiento. Falta de interés.
F.2 Reducir el impacto ambiental generado en la elaboración de bisutería.	Utilizar en un 90% material reciclado	Primaria Observación Directa Análisis Cuantitativo	Falta de información referente al impacto ambiental en este sector.
F3. Aumentar el interés de las mujeres en bisutería producida ecológicamente en el país.	El 93.88% de las mujeres está dispuesto a adquirir bisutería ecológica.	Primaria Encuesta Análisis Cuantitativo	Mayor interés en bisutería normal
P1. Diseñar una colección de bisutería ecológica enfocada en la cultura andina para mujeres de la ciudad de Quito	Productos con diseños de representaciones culturales andinas, con materiales ecológicos**.**	Secundaria Análisis Bibliográfico Análisis Cuantitativo	Cantidad escasa de interpretaciones graficas sobre las culturas andinas. Bajo presupuesto.
C1. Desarrollo de nuevos productos con la aplicación de módulos y prototipos artesanales, para impulsar el rescate de las culturas	Contar con un stock de 10 prototipos artesanales basados en las representaciones culturales.	Primaria Observación Directa Análisis Cualitativo	Pocas ideas para promover las culturas y falta de interés en la propuesta.
C2. Uso de materiales reciclados y ecológicos	Utilizar materiales reciclados y ecológicos en un 90% en la bisutería.	Primaria Encuesta Análisis Cuantitativo	Precios elevados, difícil acceso a estos materiales.
C3. Creación de artes publicitarias	El 83.84% prefiere recibir información y publicidad	Primaria Encuesta	

RESUMEN	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
mediante canales digitales para la difusión del producto.	por medio de canales digitales como redes sociales.	Análisis Cuantitativo	Falta de interés, medios de difusión incorrectos.
A1. Obtener información sobre las costumbres y características representativas de las culturas andinas del Ecuador.	Representaciones culturales andinas del Ecuador (Sol, Luna, Figuras)	Primaria Entrevista Análisis Cualitativo	Poca colaboración por parte de miembros de las comunidades.
A1.1 Gestionar la información para identificar las características que puedan representarse de manera gráfica.	Establecer una ficha de observación para definir los íconos más representativos de cada cultura	Primaria Observación Directa Análisis Cualitativo	Incorrecta interpretación de la iconografía de las culturas.
A1.2 Preparar la propuesta gráfica y los diseños digitales que se convertirán en prototipos.	Contar con un archivo digital con 10 diseños de representaciones culturales para elaborar prototipos	Primaria Observación Directa Análisis Cualitativo	Rechazo del grupo objetivo a los diseños propuestos.
A1.3 Iniciar el desarrollo de prototipos de bisutería con los diseños seleccionados de forma artesanal (manual) o mediante el uso de equipo de corte laser.	Producir un producto terminado basado en cada uno de los diseños digitales.	Primaria Observación Directa Análisis Cualitativo	No disponer de equipo de corte láser para facilitar tiempos y costos de fabricación.
A2. Identificar los materiales comúnmente utilizados en la bisutería.	Disponer de un listado e información respecto a los materiales utilizados en bisutería.	Secundaria Análisis Bibliográfico Análisis Cuantitativo	Escasa información sobre materiales usados en bisutería en el país.

RESUMEN	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
A2.1 Recopilar información sobre la buena calidad de materiales reciclados y el acceso a los mismos.	El 66.67% considera que la calidad del producto es un factor importante al adquirir bisutería.	Primaria Encuesta Análisis Cuantitativo	Altos costos de obtención de estos materiales. Calidad local que no cumple estándares.
A2.2 Reconocer que otros usos se brinda a la madera reciclada para sustentar la factibilidad de su utilización en el proyecto.	Resumen de usos de madera reciclada en diversos fines.	Secundaria Análisis Bibliográfico Análisis Cuantitativo	Falta de información.
A2.3 Combinar otros tipos de materiales reciclados para darle un mayor distintivo al producto manteniendo el lado ecológico del mismo.	Acompañar cada accesorio con un empaque reciclable o reutilizable.	Primaria Observación Directa Análisis Cualitativo	Demora en importación de productos. (Tintas, accesorios, adornos)
A3. Delimitar el grupo objetivo al cual se dirigirá el producto a realizar.	Elaborar un brief basado en una muestra de 385 mujeres.	Primaria Observación Directa Análisis Cualitativo	Selección errónea del segmento y cliente ideal
A3.1 Seleccionar los canales digitales por los cuales se realizará la difusión.	El 83.84% prefiere recibir información y publicidad por medio de canales digitales como redes sociales.	Primaria Encuesta Análisis Cuantitativo	Escaso presupuesto para publicitar la empresa. Cambio en las leyes de comunicación.
A3.2 Establecer un presupuesto para la promoción del producto.	Elaboración de un plan de medios	Primaria Análisis de Contenido Análisis Cuantitativo	Falta de información sobre canales de promoción.

RESUMEN	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
A3.3 Obtener reconocimiento por parte de los involucrados (Ministerios).	Diseñar una propuesta de valor viable	Primaria Modelo Canvas Análisis Cuantitativo y Cualitativo	Falta de interés por parte del gobierno y ministerios para fomentar estos proyectos.
A3.4 Comprobar el nivel de interés hacia la bisutería producida ecológicamente, a través de estadísticas brindadas por los medios digitales.	Al 44.15% le interesa adquirir bisutería a base de madera ecológica.	Primaria Encuesta Análisis Cuantitativo	Inestabilidad de medios digitales y plataformas de recolección de datos.
A3.5 Identificar los canales de distribución del producto.	Estrategia, Mix de marketing	Primaria Análisis de Contenido Análisis Cualitativo	Inadecuada difusión

Elaborado por: Kimberly Lozada

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.01 Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución)

En el presente proyecto se realizará una línea de bisutería cuya iconografía será ilustrada con el objetivo de denotar el aspecto cultural de las culturas Kayambis, Otavalo y Zuleta, ya que no existe este tipo de productos que ayuden al reconocimiento de los iconos representativos de estas culturas, junto con su significado. Los productos serán comercializados mediante la empresa ESKTEK ubicada en Quito después de su validación.

5.01.01. Diseño grafico

El Diseño Gráfico es una función que está dirigida a idear y proyectar mensajes visuales. Aparte de ello diversas necesidades que varían según el caso: informativas, tecnológicas, producción, innovación. “Actividad que ayuda a comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación” (Frascara, 2000).

De acuerdo a Luis enrique Castillo en la guía de Fundamentos del diseño y su incidencia en la formación de los estudiantes de nivelación de la carrera de Diseño Gráfico, menciona que el diseño gráfico puede abarcar una gran cantidad de aplicaciones para ayudar a la compresión de una idea mediante un proceso creativo.

Hace referencia a la importancia del diseño gráfico en nuestra vida diaria, por ejemplo, se puede observar aplicado en cosas grandes como vallas, publicidad en edificios, BTL de instalación, como también se puede apreciar la aplicación en un envoltorio de caramelos.

Las principales herramientas para comunicar, persuadir, informar e identificar en esta rama del diseño la tipografía e imagen.

5.01.02. Imagen

Para el proyecto lo más importante es la herramienta de la imagen que se puede entender como la transformación de las mismas, simplificadas a su iconografía, para su aplicación en un soporte de madera reciclada. Así también, se busca de manera creativa difundir la identidad que

presenta dichas culturas, de manera accesible y esto brinde un recuerdo continuo de las culturas mediante su iconografía.

5.01.03. Iconografía

Según Gutierrez,2009, considera que Ecuador es uno de los países sudamericanos rico en apreciar la explosión de la identidad cultural junto con las huellas de la propia cultura. También se puede mencionar que las culturas ya han utilizado su iconografía plasmada en productos como su vestimenta, sin embargo, en los años pasados su aplicación ha sido de manera mínima igual que su difusión por canales digitales.

Actualmente las culturas investigadas manejan símbolos geométricos que se presentan en varios planos, para la aplicación de manera simbólica y modular en un diseño cuya composición sea integral.

La iconografía ha perdurado hasta la actualidad por ejemplo podemos observarla en señales de tránsito, iconos representativos con significados. En el transcurso de los siglos, la iconografía se definió como un medio de difusión en la vida cotidiana y cultura, misma que pretende evitar la pérdida de conciencia ancestral. (Cabezas Ramos, 2009), a través de su tesis "Análisis comparativo entre el diseño iconográfico Andino precolombino".

5.01.03. Utilidad necesidad de creación de un producto

Según Hassan Montero, en su artículo se refiere a la utilidad que le dan al producto, la utilidad también reconoce mediante la creación de productos realizados a base de las necesidades del comprador del producto, lo cual está estrechamente relacionado con la accesibilidad.

Para la evaluación de la utilidad se puede utilizar a la encuesta, la cual está diseñada para obtener datos relevantes para la fabricación del producto.

5.01.03. Corte laser

El corte laser tuvo su primera aplicación en 1960 después de una amplia investigación basada en las teorías de ondas electromagnéticas por Albert Einstein, en 1917.

En la actualidad el corte láser tiene un amplio campo de aplicación, pero la más importante para la utilización en el proyecto es el material de dos milímetros el cual es ideal para la fabricación del producto y la implementación del color en este caso puede ser el mdf crudo o sus variaciones en roble o blanco dependiendo de las necesidades del cliente.

5.01.04. Color (teoría del color y psicología del color).

Según Zelanski, 2001 en el libro "el color" se puede interpretar como la herramienta más poderosa, ya que afecta las emociones, puede captar la atención y estimular el deseo para realizar alguna acción. Existen varios elementos fundamentales en el uso del color uno de ellos es la física de la luz, se menciona que en realidad no existen los colores ya que son una reflexión de la luz sobre los objetos generando ondas denominado zonas de espectro visible.

En cuanto a la percepción y psicología del color cabe recalcar la importancia de la función del color en nuestro cerebro. Se han realizado estudios dirigidos específicamente al campo de análisis de la percepción y comportamiento ante distintos colores.

Figura 7: Cromática aplicación de iconografía, 2019.

Cromática utilizada está basada en colores cálidos y fríos, siendo estos seleccionados en base a sugerencia y mantenimiento de cromática aplicada por los indígenas. Así también, mantener armonía de color en el diseño.

5.01.05. Ergonomía en la creación de bisutería

Uno de los temas importantes en el proyecto, es la ergonomía ya que permite el uso de bisutería con comodidad. El objetivo principal es mejor la calidad de vida en el uso de producto para el usuario, para ello se diseñan los productos en varios factores importantes como:

- Forma
- Peso
- Diseño
- Comodidad
- Tamaño

De acuerdo Ortiz , 2005 una diseñadora industrial la cual explica que existen varios tipos de bisutería clasificados por su fabricación y material utilizado. En el caso de este proyecto se refiere a una bisutería y reciclaje enfocada a lo artesanal, ya que comparte tradiciones y legados culturales de los cuales se origina la iconografía propia de un región o cultura, logrando la transmisión del mensaje o significado por generaciones.

5.01.06. Software a utilizar

La comunicación visual de los productos fue realizado mediante la utilización de varios programas como:

5.01.06..01 Adobe Illustrator

La versión de octubre de 2018 de Illustrator (versión 23.0). Este editor de gráficos vectoriales permite la creación de la imagen corporativa, también fue utilizado para crear o vectorizar la iconografía utilizada para el corte láser y para el diseño de artes publicitarios en medios digitales.

5.01.02.02 Adobe Photoshop Última versión CC 2019 20.0.4.

Es un editor de gráficos rasterizados, lo cual significa que la imagen mostrada está compuesta por pixeles. Se utilizó el programa para la edición profesional fotográfica, para mejorar la estética.

Estas fotografías han sido utilizadas para mostrar todo el producto en nuestros canales digitales.

5.01.06.03 Adobe InDesign CC 2019 (14.0.1.209) 19 de noviembre de 2018

Se utilizó esta herramienta para el Diseño gráfico, maquetación y diagramación del manual corporativo en Manejo de visualización y creación de retículas para su correcta maquetación.

5.01.07. Licencias de uso

El software con licencia de Windows Office 365 (2019), también las licencias de los programas de Creative Cloud de Adobe CC 2018. Se utilizaron fotografías de autoría propia, para la generación de la iconografía. Así como las licencias de los gráficos vectoriales obtenidos de freepik cuyas licencias serán adjuntadas en anexos del presente documento.

5.02. Descripción de la herramienta

5.02.01. Metodología (Materiales y Métodos)

Se optó por la herramienta Survey Monkey (Monkey,20019) ya que son más de 500 empresas que confían en la misma para obtener datos impulsados por personas. se puede denominar como una empresa que brinda servicios para realizar encuestas de forma rápida y eficaz por medios online, sin tener la necesidad de imprimir ni tener contacto con los encuestados.

Una de las razones fundamentales para utilizar esta herramienta fue porque evita la contaminación, facilita la tabulación y segmenta al grupo objetivo sin importar su ubicación.

5.02.02 Encuesta

La encuesta fue realizada con la finalidad de obtener información acerca de las necesidades básicas de nuestro grupo objetivo, en este caso de las mujeres. Con estos datos se logró determinar gustos, colores, material y costos del producto para establecer su factibilidad.

Total de respuestas:385

Índice promedio de completadas: 100%

Tiempo utilizado normalmente: 00h:01m:43s

5.02.02.02 Modelo de la Encuesta

INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA.

ENCUESTA

DISEÑO DE UNA COLECCIÓN DE BISUTERIA ECOLOGICA EN MADERA

Metodología: Lea detenidamente cada una de las preguntas planteadas; marque con una X y responda con la respuesta que se asemeje a su realidad.

Nota: Puede escoger más de una opción si es necesario.

Fecha: _____

1. PERFIL DEL CONSUMIDOR

1.1 EDAD

	18-25 años
	26-30 años
	31-35 años
	36-40 años

2. DEMANDA

2.1 PRODUCTO DEMANDADO

2.1.1 Seleccione de acuerdo con su preferencia, tres diferentes tipos de bisutería.

	Aretes largos
	Aretes cortos
	Gargantillas
	Anillos
	Pulseras
	Anillos 3D
	Colgantes o dijes

4 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

4.1 ¿Qué tipo de material prefiere en la bisutería?

	Madera ecológica
	Metal
	Bambalina

☐ Otros _____ (especifique)

4.2 Estaría dispuesto a comprar una bisutería ecológica.

☐ SI
☐ NO

4.3 Considera importante que la bisutera tenga un significado simbólico (cultural).

☐ SI
☐ NO

4.4 ¿Qué factores son necesarios a la hora de adquirir bisutería?

☐ Precio
☐ Calidad del producto
☐ Diseño
☐ Material
☐ Ecológico
☐ Otros:_____ (especifique)

4.5 ¿Qué colores son los mas utilizados en su bisuteria ?
Cromática:

☐ Colores llamativos
☐ Colores en tonos ocres (amarillo, dorado, café)
☐ Negro
☐ Plateado
☐ Tonos brillantes
☐ Otros:_____ (especifique)

4.6 ¿Considera que la comodidad es un aspecto que influye en la compra de los aretes?

☐ SI
☐ NO

4.7 ¿Qué prefiere en cuanto a tamaño?

☐ Aretes cortos
☐ Aretes Largos

5 MERCADO

5.1 Por cuál medio le gustaría recibir información respecto a nuestra colección de bisutería.

	Redes Sociales (Facebook, Twitter)
	Correo Electrónico
	Volantes publicitarios
	Otros _____ (especifique)

6 PRECIO

6.1 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por aretes con un diseño original y material amigable con el medio ambiente?

Rangos:

	$2
	$3-5
	$6-10
	Otros _____ (especifique)

7 MEDIOS

7.1 ¿Le gustaría obtener el catalogo de nuestro producto por medios digitales como:

	whatsapp
	Facebook
	Pagina Web
	Otros _____ (especifique)

GRACIAS

Fuente: Es.surveymonkey.com. Disponible en: https://es.surveymonkey.com/ [Accessed 3 Jun. 2019]

Elaborado por: Kimberly Lozada

5.02.02.02 Tabulación de la Encuesta

1. **Edad**

Tabla 11: Intervalos de Edad

Intervalos de Edad	**fr(%)**	**fi**
18-25	79%	304
26-30	13%	50
31-35	5%	19
36-40	3%	12
TOTAL	100%	385

Elaborado por: Kimberly Lozada

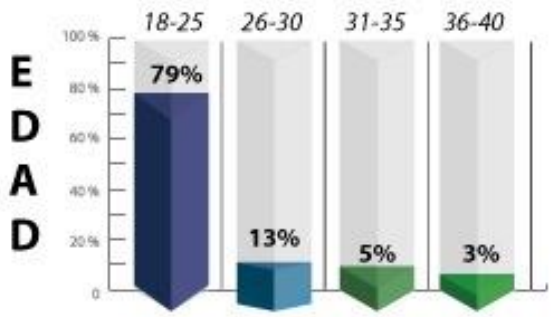


Figura 8: Intervalos de Edad

Análisis de resultados

El 3% de encuestadas se encontraba dentro de un intervalo de edad entre 36 y 40 años, seguido del 5%, con edades comprendidas entre los 30 y 35 años. El 13% de los datos recolectados pertenece a encuestadas con edades que varían entre los 26 y 30 años. Sin embargo, a partir de los datos recopilados el intervalo de edad con la mayor frecuencia permanece comprendido entre los 18 y 25 años.

2. **Seleccione el tipo de bisutería que prefiere**

Tabla 12: Tipo de Bisutería

Tipo de bisutería	**fr(%)**	**fi**
Aretes largos	16%	62
Aretes cortos	27%	104
Gargantillas/colgantes o dijes	20%	77
Anillos/anillos 3D	19%	73
Pulseras	18%	69
TOTAL	100%	385

Elaborado por: Kimberly Lozada

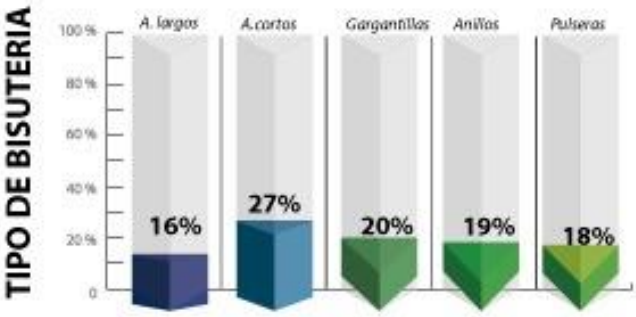


Figura 9: Tipo de Bisutería

Análisis de resultados

Tal y como se muestra en la gráfica se puede determinar una evidente preferencia por los aretes cortos con el 27%, seguido de las gargantillas que tiene el 20%. Con valores próximos le siguen los anillos, las pulseras y los aretes largos, representando el 19%,18% y 16% respectivamente. Esto demuestra la posible factibilidad de consumo de todas las opciones propuestas.

3. **¿Qué tipo de material prefiere en la bisutería?**

Tabla 13: Materiales

Materiales	**fr(%)**	**fi**
Madera Ecológica	44.15%	170
Metal	34.57%	133
Bambalina	21.28%	82
TOTAL	100.00%	385

Elaborado por: Kimberly Lozada

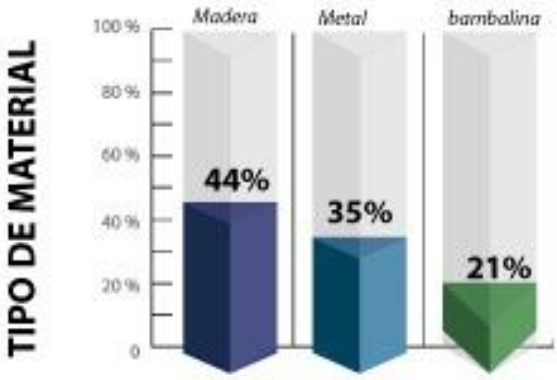


Figura 10: Tipo de Material

Análisis de resultados

El metal y la bambalina son materiales habituales para bisutería, siendo la opción por elegir para el 34.57% y el 21.28% de las encuestadas. Al presentarse una nueva opción que contribuya al medio ambiente, como lo es la madera ecológica una predominante preferencia del 44.15%. Esta información es relevante para la factibilidad de realización del proyecto, puesto que permite conocer que el material es aceptado y preferido por la muestra del público objetivo.

4. ¿Estaría dispuesto a comprar bisutería ecológica?

Tabla 14: Compra de Bisutería

Opciones	**fr(%)**	**fi**
SI	93.88%	361
NO	6.12%	24
TOTAL	100.00%	385

Elaborado por: Kimberly Lozada

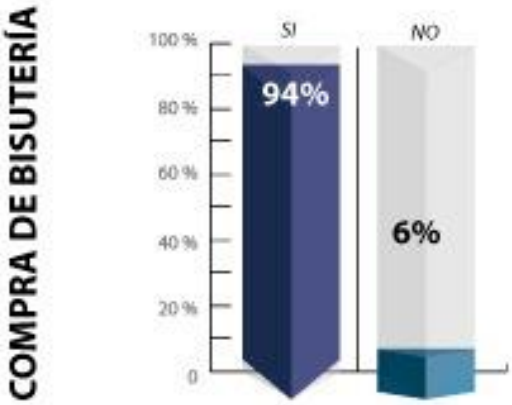


Figura 11: Compra de Bisutería

Análisis de resultados

De las 385 personas encuestadas, el 93.88% están dispuestas a adquirir bisutería ecológica, mientras que solamente el 6.12% preferiría no hacerlo, demostrando que el grupo objetivo reafirma la viabilidad del proyecto al existir una amplia preferencia por esta clase de producto ecológicos.

5. **Considera importante que la bisutera tenga un significado simbólico (cultural)**

Tabla 15: Significado Simbólico

Opciones	**fr(%)**	**fi**
SI	87.88%	338
NO	12.12%	47
TOTAL	100.00%	385

Elaborado por: Kimberly Lozada

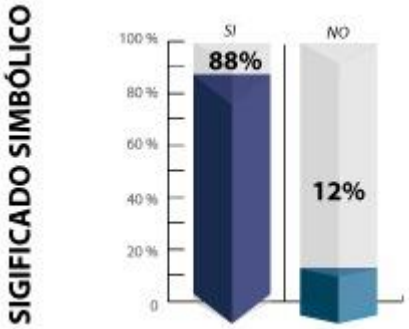


Figura 12: Significado Simbólico

<u>Análisis de resultados</u>

Para el 87.88% de la muestra el significado cultural del diseño e iconografía, es importante. Mientras que únicamente al 12.12% no le parece un aspecto a tomar en cuenta a la hora de comprar bisutería.

6. **¿Qué factores son necesarios a la hora de adquirir bisutería?**

Tabla 16: Factores de Compra

Opciones	**fr(%)**	**fi**
Precio	51.52%	198
Calidad del producto	66.67%	257
Diseño	65.66%	253
Material	28.28%	109
Ecológico	16.16%	62
Colores	26.26%	101
TOTAL	254.55%	385

Elaborado por: Kimberly Lozada

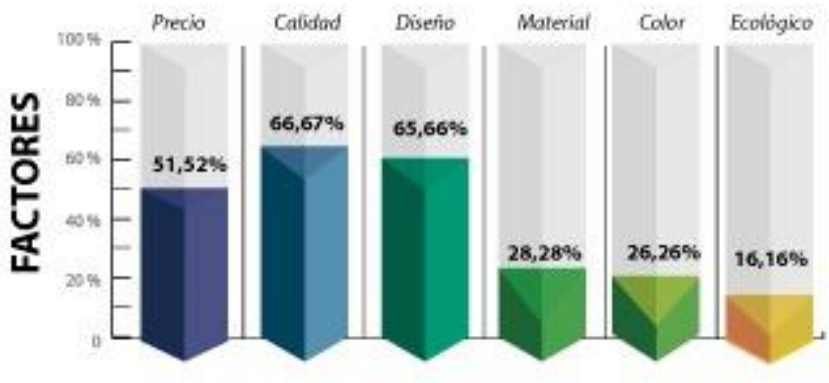


Figura 13: Factores de Compra

Análisis de resultados

En la encuesta realizada, los participantes tenían la posibilidad de escoger los factores que creyesen más importantes al adquirir piezas de bisutería. La gráfica representa la categoría que le brindan a la calidad con el 66.67%, al diseño con 65.66%, el precio con el 51.52%, siendo estos los porcentajes de mayor valor. Seguidos aparecen, el material con el 28.28%, si son ecológicos con el 16.16% y en último lugar los colores con el 26.26%. Demostrando que mientras el producto sea vistoso, agradable y de gran calidad; el mercado objetivo estaría dispuesto a la adquisición de bisutería, dejando de lado en cierto modo el precio.

7. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por aretes con un diseño original y material amigable con el medio ambiente?**

Tabla 17: Precio

Cantidad	fr(%)	fi
$2	24.24%	93
$3-5	52.53%	202
$5-10	23.23%	89
TOTAL	100.00%	385

Elaborado por: Kimberly Lozada

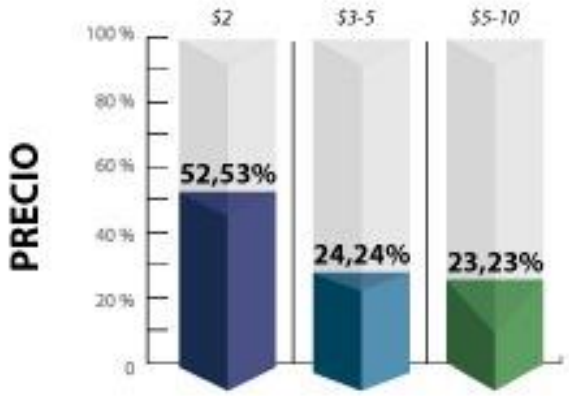


Figura 14: Precio

Análisis de resultados

El siguiente grafico nos demuestra la cantidad que nuestro grupo objetivo estaría dispuesto a pagar por un producto que cumpla los factores y requerimientos deseados representa al 52.53%, el intervalo de $3 a $5 dólares. Los valores de $2 y el intervalo de $5-$10, siendo elegidos por el 24.24% y el 23.23% respectivamente.

8. ¿Considera que la comodidad es un aspecto que influye en la compra de los aretes?

Tabla 18: Comodidad

Opciones	**fr(%)**	**fi**
SI	92.93%	358
NO	7.07%	27
TOTAL	100.00%	385

Elaborado por: Kimberly Lozada

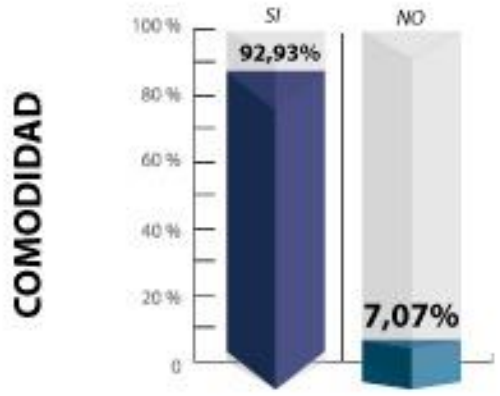


Figura 15: Comodidad
Elaborado por: Kimberly Lozada

Análisis de resultados

En esta pregunta el 92.93% de los encuestados consideran que la comodidad es uno de los factores primordiales para la compra de aretes, mientras que el 7.07% no ve como un factor que influye al adquirir a bisutería.

¿Qué colores son los más utilizados en su bisutería?

Tabla 19: Colores

Opciones de color	**fr(%)**	**fi**
Colores llamativos	29.29%	113
Colores en tonos ocres (amarillo, dorado, café)	37.37%	144
Negro	30.30%	117
Plateado (Tonos brillantes)	42.42%	163
Tonos madera (café)	24.24%	93
TOTAL	163.62%	385

Elaborado por: Kimberly Lozada

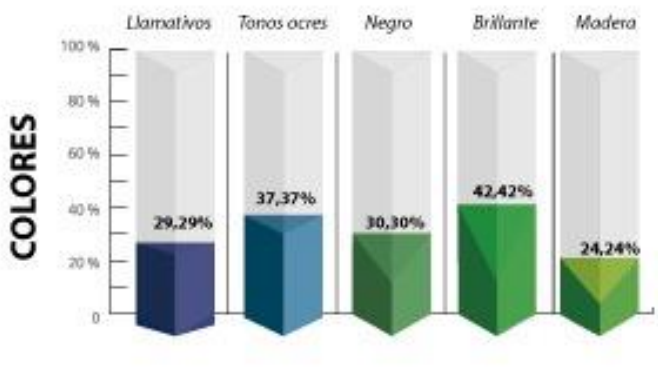


Figura 16: Preferencia de Colores
Elaborado por: Kimberly Lozada

Análisis de resultados

El 42.42% opta por colores brillantes como el plateado, seguido de los colores de tonos ocres, elegidos por el 37.37% de la muestra. A continuación, el color negro predomina entre las ultimas opciones con el 30.30%, colores llamativos con el 29.29% de la muestra, mientras que el porcentaje de menor valor es el color café con 24.24%.

9. **Por cuál medio le gustaría recibir información respecto a nuestra colección de bisutería.**

Tabla 20: Medios

Medios	**fr(%)**	**fi**
Redes Sociales (Facebook, Twitter)	83.84%	323
Correo Electrónico	8.08%	31
Volantes publicitarios	2.02%	8
Pagina web	6.06%	23
TOTAL	100.00%	385

Elaborado por: Kimberly Lozada

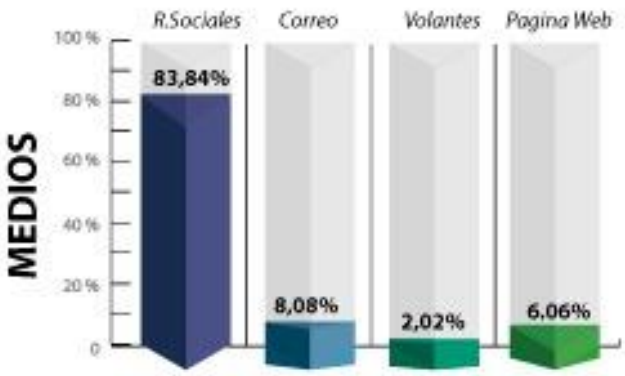


Figura 17: Medios
Elaborado por: Kimberly Lozada

<u>Análisis de resultados</u>

Los medios preferidos por nuestra audiencia son medios digitales, lo cual es un aspecto positivo al tratarse de un proyecto con conciencia ecológica, se evita el uso de material como flyers, tarjetas, y otros soportes contaminantes.

5.03 Formulación del proceso de aplicación

El proyecto se encuentra dirigido en la línea de diseño de iconografía de las culturas aplicado en una bisutería ecológica acompañado del manual de identidad corporativa.

5.03.01 Propósito del proyecto

La presente propuesta que se desarrolla en dicho proyecto busca principalmente la difusión de la iconografía de la cultura Kayambi, Otavalo y Zuleta de manera física a través de artículos de bisutería decorativos, implementando los personajes representativos así también sus elementos y patrones de aplicación.

5.03.02 Temática

La temática a la que está dirigida la bisutería es completamente cultural.

5.03.03 Formato

El formato escogido para la realización del manual corporativo es A5, cuyas medidas son 210mm por 148mm, debido a que este formato es fácil de manejar.

El formato de los aretes pequeños es de 120mm

El formato de los aretes Largos es de 320mm-450mm

Los dijes tienes un formato de diámetro de 200mm

Los anillos tienen un diámetro de:

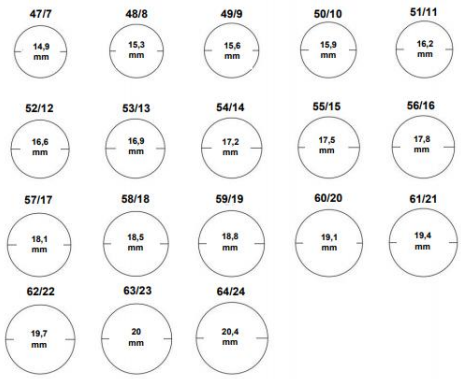


Figura 18: Diámetro Anillos
Fuente: https://mademoisellecoline.com/docs/guia-talla-castellano.pdf

5.03.04 Número de páginas

La cantidad de páginas del documento es de 20 en las cuales se encuentra la información detalla y distribuida de forma uniforme de todo el manual de identidad corporativa.

5.03.05 Desarrollo

Se establecen los elementos de lo que estará compuesto el producto.

5.03.03.01 Mapa de contenidos

Figura 19: Mapa de Contenidos

5.03.03.02 Imagen corporativa

Elaboración de la marca

Figura 20: Marca

Positivo:

Figura 21: Positivo

Negativo:

Figura 22: Negativo

Full color:

Figura 23: Full Color

5.03.03.03 Colores

Figura 24: Colores

5.03.03.04 Proporciones del isologo

Descripción medida de la x de cada modulo

Figura 25: Proporciones del Isologo

5.03.03.05 Construcción del isologo

Construcción del isologo

Figura 26: Construcción del Isologo

5.03.03.05 Bocetos

5.03.03.05.01 Aruchico

Aruchico

Portando la vestimenta tradicional, que incluye vistosos colores este personaje representativo del pueblo Kayambi es un bailarín de la Fiesta del Sol.

Figura 27: Boceto a lápiz personaje, Aruchico, 2019**.**

5.03.03.05.02 Huasicama

Huasicama

Representando a la mujer ama de casa, porta anacos reboso de terciopelo y pañuelo de seda mientras baila acompañada de Diablumas y Aruchicos

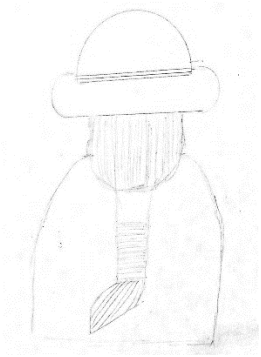


Figura 28: Ilustración de boceto a lápiz, personaje Huasicama, 2019

5.03.03.05.03 Diablohuma

Diablohuma

Llevando una característica máscara de dos caras, doce cuernos caídos y acompañado de zamarro, un fuete y una shigra este personaje representativo invita a la fiesta a sus compañeros mediante danza e interpretación de instrumentos.

Figura 29: Ilustración de boceto a lápiz, personaje Diabluma, 2019.

5.03.03.05.05 Cóndor andino

Este icono representativo del Cantón y de todo el país, es símbolo de espiritualidad y poder para muchas culturas indígenas.

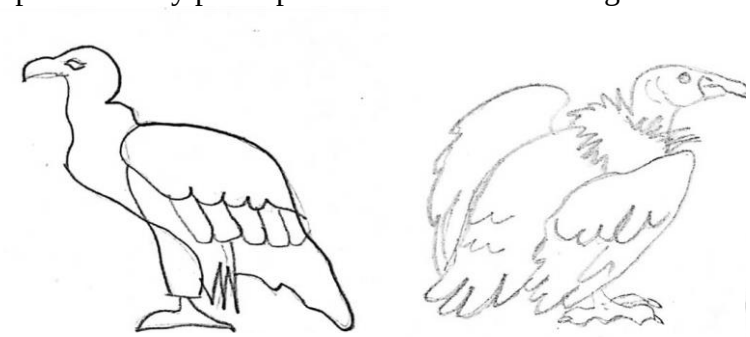


Figura 30: Ilustraciones de boceto a lápiz, Cóndor Andino, 2019.

5.03.03.05.06 Sol (Inti Raymi)

Representación del dios sol, al cual se venera anualmente con ceremonias sagradas para dar gracias por los alimentos brindados, el ritual se celebra en el mes de junio.

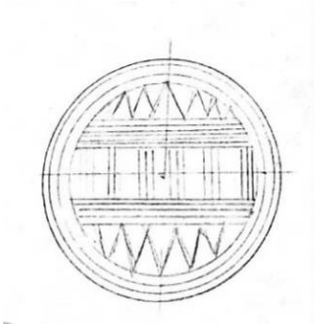


Figura 31: Ilustración de boceto a lápiz, Sol (Inti Raymi), 2019.

5.03.03.05.07 Pondo o vasija de barro

Articulo realizado por los habitantes de la región, para almacenar granos y especias.

Figura 32: Ilustración de boceto a lápiz, Vasija de barro, 2019.

5.03.03.05.08 Nevado

Icono principal que distingue al cantón, siendo un atractivo turístico y reserva natural de varias especies.

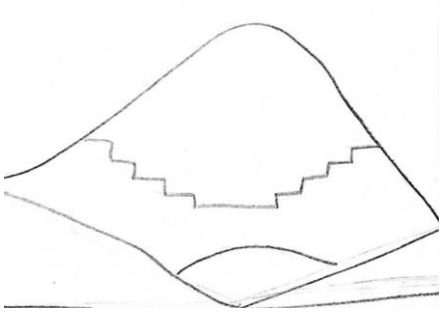


Figura 33: Ilustración de boceto a lápiz, Nevado Cayambe, 2019.

5.03.03.05.09 Rosas

Las rosas son el principal icono que aparece en toda la vestimenta de las culturas seleccionadas por su belleza y fácil observación.

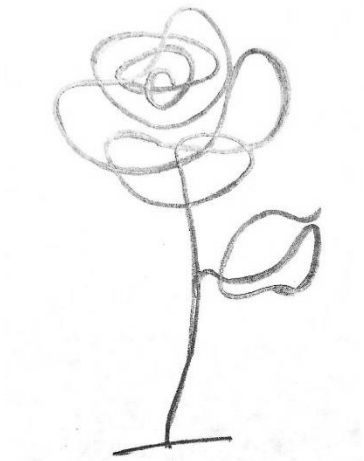


Figura 34: Ilustración de boceto a lápiz, rosa, 2019.

5.03.03.05.10 Mazorca de maíz

Considerado como alimento sagrado proporcionado por el dios sol, grano indispensable cultivado por los indígenas de la cultura Kayambi.

Figura 35: Ilustración de boceto a lápiz, Mazorca de maíz, 2019.

5.03.03.05.11 Monumento La bola (mitad del mundo)

Representación de la ubicación latitud cero muy simbólica y representativa del cantón.

Figura 36: Ilustración de boceto a lápiz, La bola mitad del mundo, 2019.

5.03.03.05.12 Chismosas cultura de Otavalo

Representación gráfica de mujeres entablando una conversación

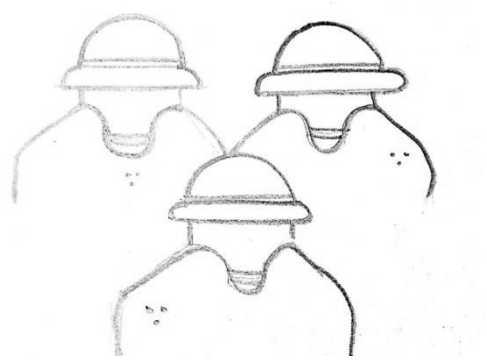


Figura 37: Ilustración de boceto a lápiz, Representación Mujeres entablando una conversación, 2019.

5.03.03.05.01 Patrones y texturas:

5.03.03.06.01 *Espiral*

Espiral es un símbolo que significa el paso de la vida, cuando el espiral apunta arriba significa que la vida termina y transciende al cielo, estos símbolos datan de muchos años ya que existen vestigios de petroglifos en piedras en zonas estratégicas.

Figura 38: Ilustración de boceto a lápiz, Textura espiral, 2019.

5.03.03.06.02 Flor

Representación gráfica de flores silvestres que se producen en los cultivos de los artesanos indígenas.

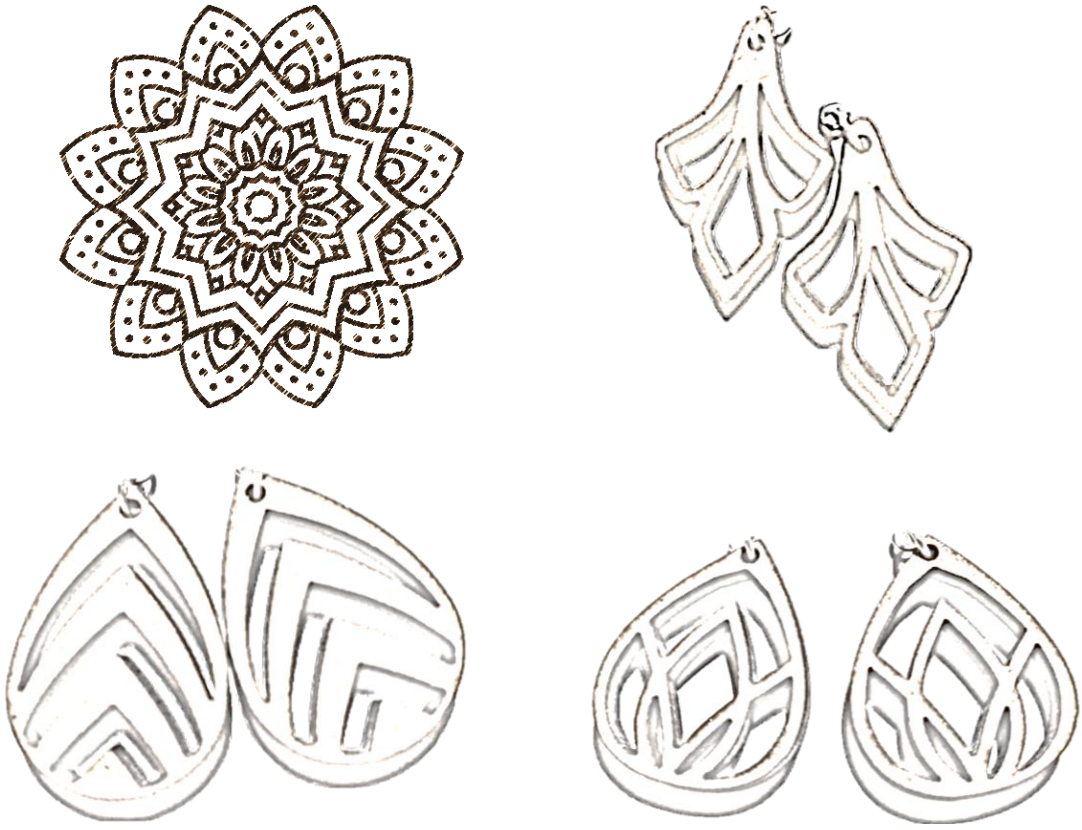


Figura 39: Ilustraciones de boceto a lápiz, flor silvestre, 2019.

5.03.03.06.03 CRUZ

Símbolo representativo de la única verdad en este mundo que es la muerte.

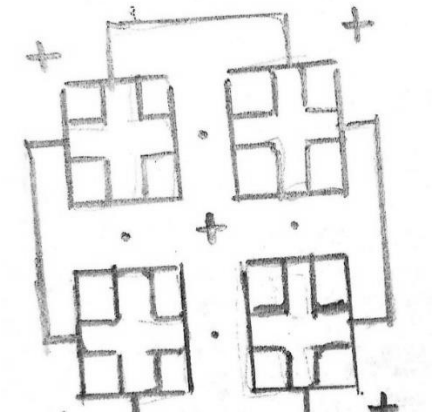


Figura 40: Ilustración de boceto a lápiz, patrón de cruz, 2019.

5.03.03.06.07 Zoología

Algunos animales representativos de las culturas.

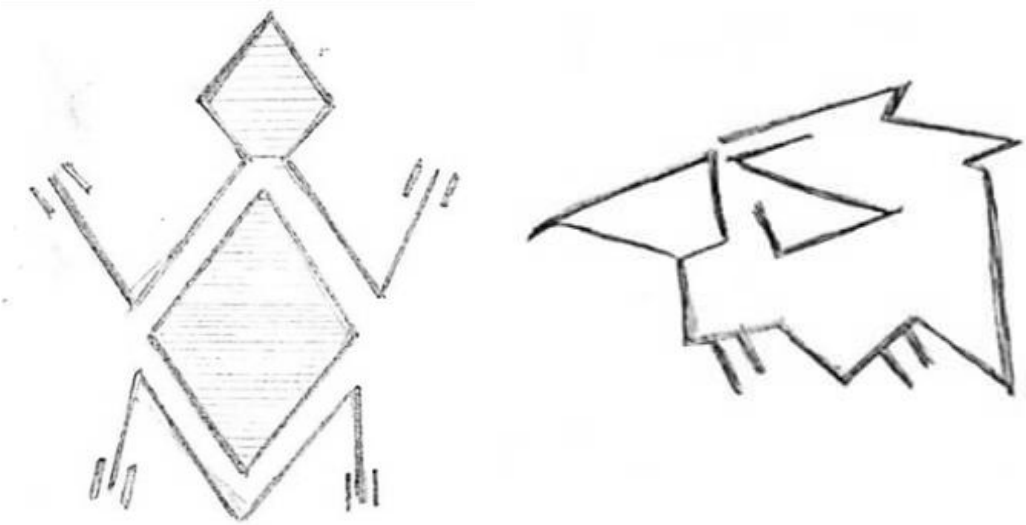


Figura 41: Bocetos a lápiz, animales, 2019.

5.05.05 Aplicación de Color

Aplicación de cromática de la base del material seleccionado para mantener el equilibrio de color.

Figura 42: Aplicación de color.

5.05.06.01 Símbolos y elementos representativos

Selección de cromática de acuerdo a los tonos utilizados por indígenas en la elaboración de monumentos, pondos y vasijas utilizadas para la recolección de semillas y para la cocción de alimentos.

5.03.06.02 Flora alimento y consumo

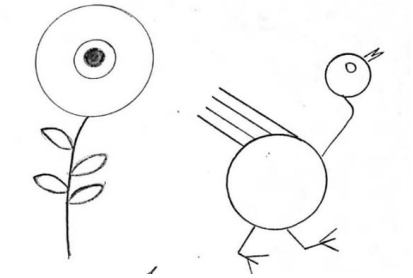


Figura 43: Ilustración de boceto a lápiz, fauna y flora de la cultura, 2019**.**

Sección de patrones:

5.05.06.03 Patrón repetitivo

Patrón se aplicara en el soporte antes mencionado MDF para su utilización en nuestra colección de bisutería.

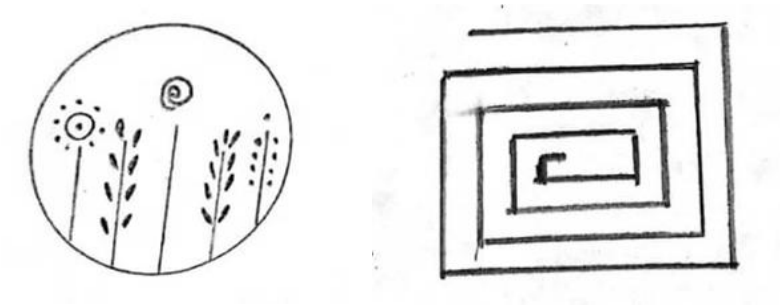


Figura 44: Aplicación de color en patrones utilizados en vestimentas.

5.05.07 Aplicación

Para la aplicación del diseño de la iconografía de la cultura serán los siguientes soportes en la bisutería como medio de difusión de los personajes y elementos representativos de dicha cultura.

Productos

Figura 45: Productos Realizados en MDF.

Empaque

Figura 46: Empaque

El empaque es un frasco de vidrio el cual es cien por ciento reciclable y reutilizable. La etiqueta que se encuentra en su interior tiene una medida de 8x10 cm impreso en cartulina reciclada. La tapa está compuesta por corcho ya que desde la extracción hasta la producción, el proceso de producción del tapón de corcho es medioambientalmente sostenible.

Roll up

Figura 47: Roll Up

Material comunicacional

Camiseta

Figura 48: Camiseta

Esferos

Figura 49: Esferos

Taza promocional

Figura 50: Taza Promocional

Flash Memory

Figura 51: Flash Memory

Fondos de pantalla para celular

Figura 52: Fondos de Pantalla

Stand

Figura 53: Stand

Flyers

Figura 54: Flyers

Código Qr: Envía directamente al usuario a la página de Facebook de la marca.

Figura 55: Código Qr

REDES SOCIALES

Facebook

Figura 56: Página de Facebook

Instagram

Figura 57: Instagram

Marketing y difusión

La aplicación de la iconografía de las culturas en el desarrollo presente proyecto, cuenta con información y descripción de los personajes y elementos representativos.

Los turistas nacionales y habitantes del cantón Cayambe con intereses sobre cultura y tradición relacionados con las culturas, podrán identificarse con la misma gracias a las referencias de cada imagen aplicadas en cada artículo de bisutería ecológica

5.05.08.01 Brief Publicitario

La *Tabla 21* Brief publicitario detalla la misión, visión, objetivos que se establecerá, la utilidad que proporcionará la aplicación de publicidad y el grupo objetivo al cual está dirigido el producto.

Tabla 21: Brief Publicitario

Kiri	
Misión	Superarnos a nosotros mismos, crear lujo contemporáneo plasmado en el arte de la exclusividad, diseñar joyas y accesorios realmente especiales, empleando la creatividad para mantener una constantemente innovación en las creaciones. Continuar produciendo alta calidad con el objetivo de que nuestro sello represente el más alto de los estándares de producción, Inspirar magia y energía a través de nuestras creaciones.
Visión	Ser una empresa líder en la línea de bisutería, expandir nuestra empresa a diferentes países, ofrecer productos con los mejores estándares de calidad y precio del mercado. Lograr un creciente volumen de usuarios y participación de nuestra marca, estar lo más cerca posible de nuestros clientes para lograr satisfacer sus necesidades ya que ellos son nuestra razón de ser. Lograr que nuestro equipo se supere día a día, participando activamente con ideas, sugerencias y soluciones positivas. Crear piezas icónicas con un estilo reconocible con una personalidad fuerte para ponernos a la vanguardia de la tendencia de la moda contemporánea. Aspiramos a que nuestras joyas tengan un vínculo emocional con sus dueños, transmitiendo magia, pasión y emoción.

Objetivo	Posicionar en la mente del grupo objetivo las culturas Difundir las culturas por medio de su iconografía y que sus artículos de bisutería sean la primera opción de consumo para el grupo objetivo.
Utilidad	Utilizar iconografía basada en imágenes e ilustraciones que permitan obtener referencias gráficas de personajes, objetos y elementos representativos de las culturas a investigar.
Grupo objetivo	Mujeres entre 20 y 35 años de la cuidad de quito y sus sectores aledaños, con interés sobre la cultura y el manejo responsable de los desechos sólidos y el reciclaje.

Elaborado por: Kimberly Lozada

5.05.08.02 Problemas Comunicacionales

Para lograr definir los problemas comunicaciones se debe establecer mediante la observación la falta de información sobre el significado de cada uno de los diseños aplicados en los diferentes soportes de bisutería, se debe reconocer si el grupo objetivo conoce o identifica de que cultura es cada diseño si la respuesta es desconocimiento el posicionamiento por ende es nulo, finalmente se conoce que el mantenimiento no existe.

Tabla 22: Problemas Comunicacionales

Problemas comunicacionales	
Información	El grupo objetivo desconoce la iconografía de las culturas por la falta de información.
Persuasión	El grupo objetivo desconoce del significado de los signos ni a que cultura pertenece.
Posicionamiento	Nulo.
Mantenimiento	No existe ninguna estrategia de mantenimiento.

Elaborado por: Kimberly Lozada

5.05.08.02 Objetivos publicitarios

Para lograr obtener e identificar los objetivos publicitarios se debe concatenar y basarse en la tabla anterior.

Tabla 23: Objetivos Publicitarios

Objetivos publicitarios	
Información	Informar al grupo objetivo sobre el significado de la iconografía y a que cultura pertenece.
Persuasión	Difundir los productos que contengan la iconografía más representativa de cada cultura impulsando el reconocimiento de la misma
Posicionamiento	Resaltar la importancia de las características de cada cultura.
Mantenimiento	Realizar campañas de re-marketing para impulsar el reconocimiento de la marca y sus productos.

Elaborado por: Kimberly Lozada

5.05.08.03 Estrategia Creativa

Se detalla toda la estrategia creativa que se aplicara en cada una de las pizas gráficas para poder resolver los problemas comunicaciones y logrando cumplir los objetivos planteados mediante los beneficios, mensaje básico, tono y estilo.

Tabla 24: Estrategia creativa

Estrategia creativa	
Beneficio	Cultura, ecología
Mensaje básico	Espacio de tradición sustentable
Tono/estilo	Indiferente.
Insight	Conoce tu cultura, ayuda al medio ambiente.
Reason Why	
Beneficio	Información, conocimiento cultural, reciclaje.
Mensaje básico	La iconografía con un diseño único proporciona información de elementos más representativos de la cultura junto a soportes ecológicos.
Tono/estilo	Indiferente Juvenil
Insight	La iconografía presta el significado transmitido por generaciones ayudando a preservar la cultura y el medio ambiente.
Eje de campaña	La naturaleza del legado ancestral
Slogan de campaña	¡Kiri, Naturaleza Sabia!

Elaborado por: Kimberly Lozada

5.05.08.03 Plan de medios

Selección de medios de difusión para la aplicación de la campaña publicitaria de la iconografía de la cultura Kayambi.

Medios principales: Facebook Fan Page

Medios secundarios: Instagram

Medios Auxiliares: YouTube

5.05.08.01 Presupuesto del plan de medios

Tabla 25: Presupuesto Plan de Medios

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	**Cantidad**	**Universidad**	**Empresa**	**Estudiante**	**Total**
Facebook Fan page	**200**	1			x	200
Creación de artes para publicaciones	100	1			x	100
Banner (Portada 815 x 350 pixeles)	40	1			x	40
Post imagen (1200 x 800 pixeles)	95	1			x	95
Creación de Código QR	30	1			x	30
Creación de Spot 20 segundos para Youtube	50	1			x	50
Total						515

Elaborado por: Kimberly Lozada

CAPÍTULO VI

6. Aspectos administrativos

6.01 Recursos

6.01.01 Técnicos – Tecnológicos.

Para la elaboración del proyecto se utilizó una computadora portátil marca ACER y los siguientes programas:

Cámara fotográfica: Cámara Digital Nikon D7200.

Adobe Ilustrador

Creación de la marca e identidad del producto, etiquetas, manual corporativo, cromática y tipografía, gráficas representativas de datos tabulados.

Adobe Photoshop

Retoque Fotográfico

Adobe InDesign

Diagramación del manual corporativo (Tamaño A5; Horizontal; 10.5 x 14.85)

Adobe After Effects

Creación de videos cortos de 5 a 10 segundos para generar contenido en redes sociales (Facebook e Instagram)

Del paquete de Microsoft Office:

Word

Redacción del proyecto, composición y organización formal de la información para su posterior presentación.

Excel

Tabulación, organización y cálculo de la información obtenida a partir de fuentes primarias y secundarias.

En el proceso de producción del producto se empleo

Corte láser

Maquinaria de corte láser.

6.01.02 Humano

La señorita Maribel de la Cruz representante principal de la cultura Kayambi y con amplio conocimiento de la cultura Otavalo y Zuleta, quien prestó de manera afable su tiempo e información en contribución a este proyecto.

De igual forma el señor Jefferson Serrano, gerente general de Serarte, quién proporciono el servicio de corte y grabado laser.

6.01.03 Económico

Los recursos económicos para la realización de este proyecto son de fuente propia.

6.02 Presupuesto

6.02.01 Aplicación del proyecto

Tabla 26: Presupuesto del Proyecto

	Valor		**Financiación**			
	Valor Unitario	**Cantidad**	**Universidad**	**Empresa**	**Estudiante**	**Total**
1. Bibliografía						
Internet	1	20			x	0.6
2. Experimentación					x	20
Materiales	3	20			x	
3. Viajes y Viáticos					x	60
Pasajes	20	2			x	40
Viáticos	40	2			x	80
4. Análisis y manejo de información						
Computador	20	2				40
Total						240.6

Elaborado por: Kimberly Lozada

6.02.03 Producto

Tabla 27: Presupuesto de Producto

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	**Cantidad**	**Universidad**	**Empresa**	**Estudiante**	**Total**
						0
Chaquira	0.4	1			x	0.4
Asa*Gruesa	1.8	2			x	3.6
Pico Loro	0.02	140			x	2.8
Terminal	0.75	2			x	1.5
Argollas	0.5	1			x	0.5
Alfiler	0.5	1			x	0.5
Cadena	0.5	3			x	1.5
Asa*YAMBAL	0.15	12			x	1.8
minuto corte láser	0.2				x	0.2
Total	4.82				x	12.8

Elaborado por: Kimberly Lozada

6.03 Cronograma

Tabla 28: Cronograma

N.	Actividad	Responsable	Tiempo					Resultados Esperados
			Mes	Semana				
1	Antecedentes	Kimberly Lozada	Diciembre	X	X	X		Recopilar información relacionada a los materiales a utilizarse y las culturas.
2	Análisis de Involucrados	Kimberly Lozada	Enero	X				Identificar a los involucrados en el proyecto.
3	Problemas y Objetivos	Kimberly Lozada	Febrero	X	X			Establecer los problemas y los objetivos.
4	Análisis de Alternativas	Kimberly Lozada	Marzo	X	X			Definir alternativas de solución.
5	La Propuesta	Kimberly Lozada	Marzo			X	X	Presentar la propuesta y diseño.
6	Apectos Administrativos	Kimberly Lozada	Abril	X	X			Especificar el presupuesto requerido en el proyecto.
7	Conclusiones y Recomendaciones	Kimberly Lozada	Abril			X	X	

Elaborado por: Kimberly Lozada

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

- La investigación presenta como resultados que el diseño gráfico es una herramienta de suma importancia para la representación de un mensaje de forma clara y visual, con el material generado se puede difundir las culturas más representativas de la provincia de Imbabura y el cantón Cayambe.
- Las culturas escogidas tienen presente su iconografía en su vestimenta lo que sirvió de inspiración para el presente proyecto, pero la aplicación en soportes de uso cotidiano no solo por las personas de la cultura sino por todo el grupo objetivo aumenta la posibilidad de difusión de la cultura.
- El desarrollo de nuevos proyectos y productos con conciencia ambiental se consideran de suma importancia en la actualidad tanto para preservar la cultura como el medio ambiente.
- Al incentivar el conocimiento y reconocimiento de las culturas mediante la bisutería ecológica se llegó a la conclusión que es un proyecto factible para la comercialización.
- Los productos presentados junto con su empaque cien por ciento reciclables han sido de gran acogida por el grupo objetivo gracias a sus canales de venta y difusión.
- Los productos fueron realizados a base de los conceptos definidos mediante la encuesta considerando las necesidades del grupo objetivo los cuales fueron: ergonomía, material, diseño y precio.
- Se incentivó al grupo objetivo a identificar las culturas mediante la iconografía de los personajes simbólicos y los patrones culturales.
- Las personas pertenecientes a las culturas podrán sentirse orgullosos de su cultura a través de los artículos de bisutería ecológica.

7.02 Recomendaciones

Para lograr la prolongación y factibilidad del proyecto se presentan las siguientes recomendaciones.

- Considerar la implementación de nuevos medios de difusión para aumentar el alcance y las ventas.
- Promocionar el producto mediante una estrategia de re-marketing.
- Implementar incentivos a las comunidades para la expansión de conocimiento y la creación de nuevos diseños basados en su experiencia tradición y significado.
- Promocionar el producto en tiendas artesanales especialmente en lugares turísticos de la provincia.
- No exponer al producto a condiciones climáticas extremas como lluvia o intensas temperaturas para evitar el desgaste del mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADOBE CC. (2017). *ADOBE*. Obtenido de http://www.adobe.com/la/creativecloud.html

Bach, L., Cuesta, J., & Carles, N. (1988). Aplicaciones Industriales del láser. *19*. Marcombo.

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

Barthes, R. (1957). *Mitologías.* Mexico: Siglo Veintiuno.

Cabezas Ramos, J. R. (2009). Análisis comparativo entre el diseño iconográfico Andino Precolombino y actual del Ecuador con el Perú y Bolvia. 24. Riobamba, Chimborazo, Ecuador: ESPOCH.

CENDAR. (2015). *Artesanias De Colombia*. Obtenido de Artesanias De Colombia: https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/3803/14/INST-D%202015.%20154.13.pdf

Díaz, A. S., Aguilar, D. H., & Herrera, B. C. (2013). Competitividad entre joyerías y tiendas de bisutería fina legalmente constituidas. *FAREM*, 35-44.

EFE. (1 de Octubre de 2011). Ecuador registra una de las tasas de reforestación más altas de Latinoamérica. *El Universo*.

Hassan Montero, Y. (2002). *Intrudcción a la Usabilidad. No sólo usabilidad.*

Hofacker, A. (2008). *Rapid lean construction - quality rating model.* Manchester: s.n.

INEC. (2018). Población y demografía Canton Quito.

J., F. (2000). *Diseño Gráfico para la gente, comunicaciones de masa y cambio social.* Buenos Aires: Infinito.

Koskela, L. (1992). *Application of the new production philosophy to construction.* Finland: VTT Building Technology.

L.E, G. C., Semper, T., & M., J. (2017). Fundamentos del diseño y su incidencia en la formación de los estudiantes de nivrlación de la carrera de Diseño Gráfico ciclo II. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Martinez, C. (2009). *Psicología del Color.*

Mejeant, L. (2001). Culturas y lenguas indígenas del Ecuador. *Revista Yachaikuna*, 1-11.

Mínguez, V., & Gutierrez, V. (2009). *Icono grafía Artística y Expresión Cultural.* Quito.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo. Toda una Vida.* Quito: Senplades.

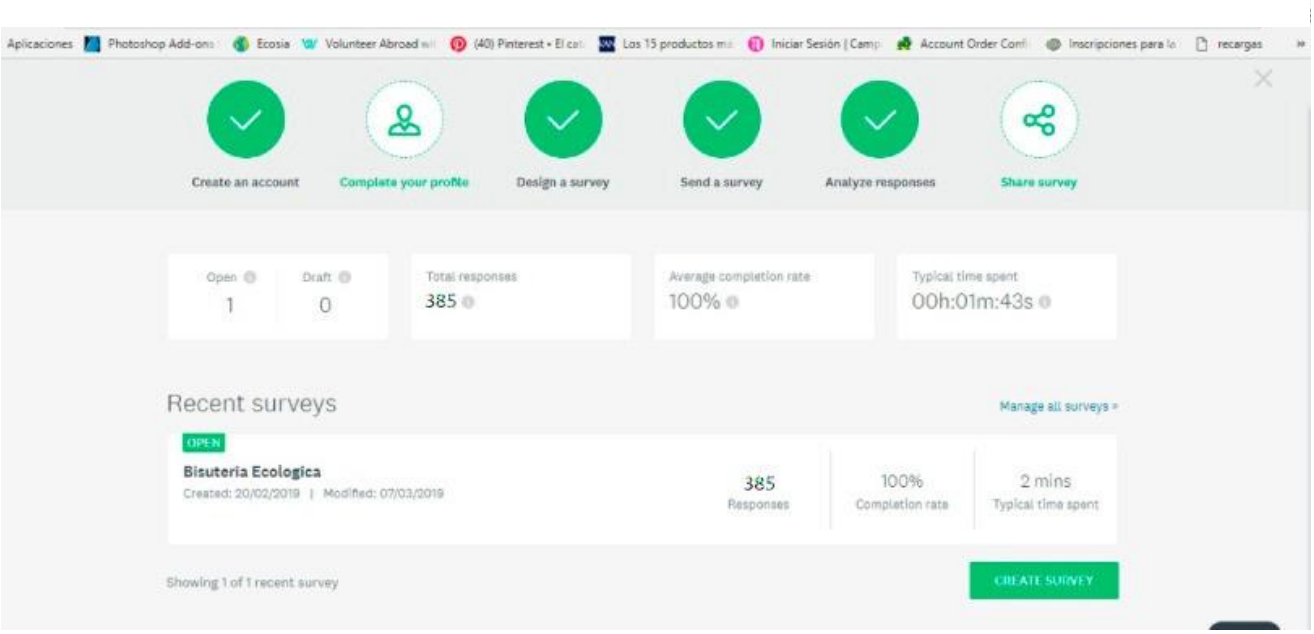
Zák, K. (2014). ¿En qué consiste el cambio de la matriz productiva en Ecuador? *Andes Agencia Pública de Noticias el Ecuador y Suramérica*.

Zelanski, P., & Fisher, M. P. (2001). *Color* (Vol. 48). AKAL.

MONKEY, S. (2019). *SurveyMonkey: la herramienta más popular del mundo para crear encuestas en línea de forma gratuita*. [online] Es.surveymonkey.com. Available at: https://es.surveymonkey.com/ [Accessed 3 Jun. 2019].

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta



Fuente: Es.surveymonkey.com. disponible en: https://es.surveymonkey.com/ [Accessed 3 May. 2019].

Anexo 2: Camiseta y Stand

ESKTEK

Quito, 29 Abril del 2019

Señores

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Presente:

De mi consideración

Yo GLORIA ELIZABETH SALAS MORENO con cedula de identidad 171304268-5, en el cargo de Gerente General de la empresa ESKTEK, me permito emitir el siguiente certificado correspondiente a la entrega de productos óptimos para la comercialización ya que cumple con todos los aspectos adecuados a la creación de DISEÑO DE UNA COLECCIÓN DE BISUTERÍA ECOLÓGICA ENFOCADO EN LA CULTURA ANDINA PARA MUJERES DE LA CIUDAD DE QUITO, de la Srta. KIMBERLY STELLA LOZADA SALAS con cedula de identidad 171672218-4.

DISEÑO DE UNA COLECCIÓN DE BISUTERÍA ECOLÓGICA ENFOCADO EN LA CULTURA ANDINA PARA MUJERES DE LA CIUDAD DE QUITO, se encuentra terminado e implementado para la comercialización del producto satisfactoriamente en nuestro local.

Es todo lo que puedo decir en honor a la verdad.

Atentamente,

Gloria Elizabeth Salas Moreno
CI:1716722184

EskTek
RUC.: 1713042685001

Dirección:
Quito- Ecuador
Las Palmas, Local D3 y Arupo

Telefonos:
02-4503870
0982735646

Mail:
esktek@hotmail.com

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS FINAL.pdf (D51135953)
Submitted: 4/26/2019 4:53:00 PM
Submitted By: kimberlylozada@hotmail.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

urkund_tandayamo_estefanny_diseño_2017.compressed.pdf (D30355403)
borrador urku.docx (D37024538)
Alex Erraes.pdf (D51092306)
tesis enviar.pdf (D15722456)

Instances where selected sources appear:

7

ALEXANDRA
GUALOTUÑA

TEMA DE TITULACION:	DISEÑO DE UNA COLECCION DE BISUTERIA ECOLOGICA ENFOCADO EN LA CULTURA ANDINA PARA MUJERES DE LA CIUDAD DE QUITO.
IMPRESIÓN REPORTE:	Quito, 04 de junio del 2019 09:22:32
TIPO REPORTE:	ACUMULATIVO
MODALIDAD:	INVESTIGACION DESARROLLO INNOVACION — PERIODO: OCT 2018 MAR 2019

NO.	CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC
1	152892	2019-01-23	INSITU	2019-01-23 20:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-01-23 21:25:00	1.42	LA ESTUDIANTE SE PRESENTA CON LA ESTRUCTURA Y PLANTEAMIENTO DE SU TRABAJO DE TITULACIÓN A LO CUAL SE LE CORRIGE ESTRUCTURA NARRATIVA Y FALTAS ORTOGRÁFICAS Y NORMAS APA	PROCESADO
2	163929	2018-12-17	INSITU	2018-12-17 20:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2018-12-17 21:00:00	1.00	REVISIÓN DEL CAPITULO I Y II CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN	PROCESADO
3	163932	2018-12-19	AUTONOMA	2018-12-19 10:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2018-12-19 20:00:00	10.00	REALIZACIÓN Y CORRECCIÓN DE LA JUSTIFICACIÓN Y CONTEXTO BASADA EN AUTORES APLICANDO NORMAS APA.	PROCESADO
4	152893	2019-01-23	INSITU	2019-01-23 20:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2019-01-23 21:20:00	1.33	LA ESTUDIANTE SE PRESENTA CON LA ESTRUCTURA Y PLANTEAMIENTO DE SU TRABAJO DE TITULACIÓN A LO CUAL SE LE CORRIGE ESTRUCTURA NARRATIVA Y FALTAS ORTOGRÁFICAS Y NORMAS APA	PROCESADO
5	163930	2018-12-17	INSITU	2018-12-17 20:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2018-12-17 21:00:00	1.00	REVISIÓN DEL CAPITULO I Y II CONTEXTO Y JUSTIFICACION	PROCESADO
6	163936	2018-12-19	INSITU	2018-12-19 10:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2018-12-19 20:00:00	10.00	ELABORACIÓN Y REDACCIÓN DE LA JUSTIFICACION BASADA EN AUTORES Y APLICANDO NORMAS APA.	PROCESADO
7	163941	2019-01-21	INSITU	2019-01-21 20:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-01-21 21:00:00	1.00	REVISIÓN DEL CAPITULO 2 Y 4 EN LO QUE SE DETECTA ERRORES EN LA NARRATIVA Y PARAFRASEO LO CUAL SE ENVÍA A CORREGIR Y A REVISAR FALTAS ORTOGRÁFICAS Y NORMAS APA.	PROCESADO
8	163942	2019-01-21	INSITU	2019-01-21 20:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS	2019-01-21 21:00:00	1.00	REVISIÓN DEL CAPITULO 2 Y 4 EN LO QUE SE DETECTA ERRORES EN LA NARRATIVA Y PARAFRASEO LO CUAL SE ENVÍA A CORREGIR Y A REVISAR FALTAS ORTOGRÁFICAS Y NORMAS APA	PROCESADO
9	163953	2019-01-24	AUTONOMA	2019-01-24 10:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS	2019-01-24 18:00:00	8.00	CORRECCIONES DEL CAPITULO 3 Y 4	PROCESADO
10	163945	2019-01-21	INSITU	2019-01-21 20:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-01-21 21:00:00	1.00	REVISIÓN DEL CAPITULO 2 Y 4 EN LO QUE SE DETECTA ERRORES EN LA NARRATIVA Y PARAFRASEO LO CUAL SE ENVÍA A CORREGIR Y A REVISAR FALTAS ORTOGRÁFICAS Y NORMAS APA.	PROCESADO
11	163955	2019-01-24	AUTONOMA	2019-01-24 10:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-01-24 18:00:00	8.00	CORRECCIÓN DEL CAPITULO 3 Y 4	PROCESADO
12	163948	2019-01-21	INSITU	2019-01-21 20:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-01-21 21:00:00	1.00	REVISIÓN DEL CAPITULO 2 Y 4 EN LO QUE SE DETECTA ERRORES EN LA NARRATIVA Y PARAFRASEO LO CUAL SE ENVÍA A CORREGIR Y A REVISAR FALTAS ORTOGRÁFICAS Y NORMAS APA.	PROCESADO
13	163957	2019-01-27	AUTONOMA	2019-01-27 10:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-01-27 18:00:00	8.00	REVISIÓN DEL CAPITULO 3 Y 4	PROCESADO
14	163950	2019-01-21	INSITU	2019-01-21 20:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-01-21 21:00:00	1.00	REVISIÓN DEL CAPITULO 2 Y 4 EN LO QUE SE DETECTA ERRORES EN LA NARRATIVA Y PARAFRASEO LO CUAL SE ENVÍA A CORREGIR Y A REVISAR FALTAS ORTOGRÁFICAS Y NORMAS APA.	PROCESADO
15	163959	2019-01-27	AUTONOMA	2019-01-27 10:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-01-27 18:00:00	8.00	CORRECCIÓN DEL CAPITULO 3 Y 4	PROCESADO
16	163962	2019-01-28	INSITU	2019-01-28 20:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2019-01-28 21:00:00	1.00	CORRECCIÓN DE TODAS LAS MATRICES QUE FORMAN PARTE DEL CAPITULO 4	PROCESADO
17	163964	2019-01-28	INSITU	2019-01-28 20:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-01-28 21:00:00	1.00	CORRECCIÓN DE TODAS LAS MATRICES QUE FORMAN PARTE DEL CAPITULO 4	PROCESADO
18	163974	2019-01-02	AUTONOMA	2019-01-02 10:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2019-01-02 20:00:00	10.00	CORRECCIÓN DEL LAS RESPECTIVAS TABLAS DEL CAPITULO 4 TIPOGRAFIA Y CONTENIDO	PROCESADO
19	163973	2019-02-01	AUTONOMA	2019-02-01 10:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-02-01 18:00:00	8.00	CORRECCIÓN DEL LAS RESPECTIVAS TABLAS DEL CAPITULO 4 TIPOGRAFIA Y CONTENIDO	PROCESADO

Scanned with CamScanner

20	163978	2019-02-11	AUTONOMA	2019-02-11 08:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-02-11 19:00:00	11.00	REALIZACIÓN MARCO LOGICO DEL PROYECTO	
21	163981	2019-02-15	INSITU	2019-02-15 19:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-02-15 21:00:00	2.00	REVISIÓN DE LA MATRIZ DE ENCUESTAS Y UNA PARTE DE LA PROPUESTA GRÁFICA PARA IR AVANZANDO	PROCESADO
22	163983	2019-02-28	AUTONOMA	2019-02-28 08:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-02-28 18:00:00	10.00	APLICACIÓN DE LA ENCUESTA AL PUBLICO OBJETIVO	PROCESADO
23	163986	2019-03-04	AUTONOMA	2019-03-04 10:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-03-04 21:00:00	11.00	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS CON LA REALIZACIÓN GRÁFICA ESTADÍSTICA CORRESPONDIENTE AL PROYECTO	PROCESADO
24	163987	2019-03-10	AUTONOMA	2019-03-10 08:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-03-10 19:00:00	11.00	CORRECCIÓN DE LA PARTE GRÁFICA ESTADÍSTICA CON SU RESPECTIVO ANÁLISIS POR IMAGEN	PROCESADO
25	164018	2019-03-02	AUTONOMA	2019-03-02 08:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-03-02 19:00:00	11.00	APLICACIÓN DE LA HERRAMIENTA DE ENCUESTAS EN OTROS LUGARES ASIGNADOS PARA COMPLEMENTAR RESULTADOS	PROCESADO
26	163990	2019-03-11	AUTONOMA	2019-03-11 08:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-03-11 19:00:00	11.00	REALIZACIÓN Y ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA QUE CON LLEVA LA ELABORACIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA Y SU RESPECTIVO MANUAL, LA ELABORACIÓN DE LOS BOCETOS PARA CADA UNA DE LAS PIEZAS DE BISUTERÍA QUE VA A UTILIZAR	PROCESADO
27	163991	2019-03-12	AUTONOMA	2019-03-12 10:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-03-12 21:00:00	11.00	ELABORACIÓN DE LAS PIEZAS Y APLICACIÓN DE COLOR A ALAS MISMAS, REALIZACIÓN DE LAS PIEZAS COMUNICACIONALES QUE FORMAN PARTE DE TODA LA PUBLICIDAD Y MARKETING.	PROCESADO
28	163994	2019-03-14	INSITU	2019-03-14 19:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-03-14 21:00:00	2.00	REVISIÓN METICULOSA DE LA TODA LA PROPUESTA GRÁFICA DONDE SE ENVÍA A MODIFICAR CIERTAS COSAS COMO ES EL COLOR, FORMAS, TEXTURAS UNA PARTES EN EL LOGOTIPO Y FALTAS ORTOGRAFÍAS EN LAS PIEZAS COMUNICACIONALES.	PROCESADO
29	163997	2019-03-15	AUTONOMA	2019-03-15 10:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-03-15 21:00:00	11.00	REALIZACIÓN DE TODAS LAS CORRECCIONES QUE SE ENVIÓ HACER EN LA TUTORIA	PROCESADO
30	164004	2019-04-19	INSITU	2019-04-19 20:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2019-04-19 21:00:00	1.00	REVISIÓN Y APROBACIÓN DE LOS RECURSOS	PROCESADO
31	164023	2019-04-17	AUTONOMA	2019-04-17 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2019-04-17 19:00:00	11.00	CORRECCIONES GENERALES DE TODO EL DOCUMENTO	PROCESADO
32	164005	2019-04-19	INSITU	2019-04-19 20:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-04-19 21:00:00	1.00	REVISIÓN Y APROBACIÓN DE LOS PRESUPUESTOS	PROCESADO
33	164024	2019-04-20	AUTONOMA	2019-04-20 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-04-20 19:00:00	11.00	REVISIÓN GENERAL DE TODO Y CORRECCIÓN DE FALTAS ORTOGRÁFICAS	PROCESADO
34	164007	2019-04-19	INSITU	2019-04-19 20:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2019-04-19 21:00:00	1.00	ELABORACIÓN DEL CRONO GRAMA CON LAS FECHAS ESTABLECIDAS	PROCESADO
35	164025	2019-04-21	AUTONOMA	2019-04-21 09:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2019-04-21 20:00:00	11.00	APLICACIÓN DE TODO EL DOCUMENTO AL FORMATO CORRESPONDIENTE Y APLICACIÓN DE NORMAS APA AL FORMATO	PROCESADO
36	164009	2019-04-19	INSITU	2019-04-19 20:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-19 21:00:00	1.00	REVISIÓN Y CORRECCIONES A LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	PROCESADO
37	164028	2019-04-22	AUTONOMA	2019-04-22 09:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-22 20:00:00	11.00	CORRECCIÓN DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES QUE ESTABAN MAL REDACTADAS SE CORRIGE	PROCESADO
38	164010	2019-04-19	INSITU	2019-04-19 20:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-19 20:15:00	0.25	REVISIÓN Y CORRECCIONES A LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	PROCESADO
39	164031	2019-04-23	AUTONOMA	2019-04-23 09:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-23 20:00:00	11.00	REVISIÓN GENERAL DE COMO QUEDO TODO EL DOCUMENTO LISTO E INSERTADO LA BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS	PROCESADO
40	164039	2019-04-23	AUTONOMA	2019-04-23 09:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-23 17:00:00	8.00	REVISIÓN GENERAL DE COMO QUEDO TODO EL DOCUMENTO LISTO E INSERTADO LA BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS	PROCESADO
						TOTAL HORAS:	240		

GUALOTUÑA ARMAS ALEXANDRA PATRICIA

LOZADA SALAS KIMBERLY STELLA

ANDRADE FUENTES RAQUEL PAULINA

Scanned with CamScanner

TUTOR	ALUMNO	DELEGADO
CI: 1720844883	CI: 1716722184	CI: 1715955074
		FECHA:

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

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) **KIMBERLY STELLA LOZADA SALAS,** portador de la cédula de identidad Nº 1716722184, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, junio del 2019

29 MAY 2019

Sra. Mariela Balseca
CAJA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
29 MAY 2019
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA

CONSEJO DE CARRERA
DISEÑO GRÁFICO
Ing. Raquel Andrade
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

Ing. Lizeth Guerrero
DIRECTOR DE CARRERA

BIBLIOTECA INSTITUTO TECNOLÓGICO "CORDILLERA"
Ing. William Parra
BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO "CORDILLERA"
31 MAY 2019
Tgla. Samantha Prado
SECRETARIA ACADÉMICA