



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN
BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE
IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN
TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo

Diseño Gráfico

Autora: Estefany Fernanda Maya Ruiz

Tutor: Ing. Paola Martínez.

Quito, Octubre 2015.

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **ESTEFANY FERNANDA MAYA RUIZ**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo **DISEÑO GRÁFICO**, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “**IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELA APLICANDO LA TÉCNICA SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO**”, el cual incluye la creación y de diseños creativos y novedosos.

b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

desarrolla la creación de los diseños de forma clara a la cesión de los derechos de autor aplicando la técnica serigráfica.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los diseños ya descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción de bolsos por cualquier forma o procedimiento; b) La publicación pública de los diseños precolombinos ; c) La comercialización del producto; d) Cualquier venta del mismo; e) La protección y registro creativo de los artes Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del diseño de los bolsos elaborados en tela ; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, y diseño del mismo.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 23 días del mes de Octubre del 2015.

f) _____

C.C. N°

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

AGRADECIMIENTO

Me permito agradecer primeramente a Dios por ser el que me dio la fuerza para concluir un peldaño más propuesto en mi vida permitiéndome estar donde estoy en este momento, Brindándome la sabiduría y felicidad que se requiere para poder continuar.

Agradezco infinitamente el amor y el cariño que mis padres compañeros y amigos me brindaron durante toda esta trayectoria ya sea con un consejo o con una palabra de aliento para que no me dé por vencida en los momentos más difíciles del camino ya que sin ellos la vida hubiese sido un poco más dura de lo normal.

Y para concluir les agradezco aquellos Ingenieros que no solamente fueron unos profesores los cuales impartían una clase si no también aquellos amigos que siempre llevare conmigo.

DEDICATORIA

Dedico de una manera muy grata la finalización a mi padre Luis Fernando Maya Benavides quien me regalo la mitad de vida a cambio de mi felicidad siendo el motor principal para realizar con tanto esmero la culminación de esta tesis a mi madre Martha Lucia Ruiz Torres por haberme brindado la oportunidad de seguir adelante a mis hermanas Vanessa, Cristina, Charlyn por su apoyo inconstante, a mi tía Erika Erazo Benavides que durante todo este camino fue mi familia no solo de sangre si no de corazón apoyándome cada día con un consejo diferente y la misma sonrisa durante 23 años a mi primo hermano Alejandro Caicedo , a mis tíos, primos por coincidir en esta vida y no me podía olvidar de aquellos amigos de toda mi vida.

Todos ustedes merecen estar aquí en esta pequeña dedicatoria llena de emociones y nostalgia pero a la vez llena de felicidad por siempre haber estado ahí con una sonrisa o con un sigue adelante. Me faltan las palabras para poder expresar la felicidad que siento en este momento porque el dolor puede durar un día, un mes o hasta unos años pero nunca dura para siempre y hoy la vida me lo demuestra.

Si un día fui todo lo que pude el día de hoy soy todo lo quiero.

ÍNDICE GENERAL

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL ..	iii
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA.....	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
CAPÍTULO I.....	1
Antecedentes	1
1.01 Contexto.....	1
1.02 Justificación.....	3
1.03 Definición del problema central.....	4
CAPÍTULO II.....	5
2.01 Análisis de involucrados.....	5
CAPÍTULO III	7
3.01 Árbol de problemas	7
3.02 Árbol de objetivos.....	8
CAPÍTULO IV.....	9

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Análisis de alternativas	9
4.01 Matriz de alternativas e identificación de acciones	9
4.02 Tamaño del proyecto	10
4.01.02 Localización del proyecto.....	12
4.01.03 Análisis ambiental	13
4.02 Diagrama de estrategias	14
4.03 Matriz de Análisis de Impacto de Objetivos.....	15
4.05 Construcción de la matriz de marco lógico.....	17
4.05.04 Supuestos.....	32
4.05.05 Matriz de Marco Lógico	37
CAPÍTULO V	41
5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta	41
5.01.01 Diseño Grafico.....	41
5.01.02 Ilustrador	41
5.01.03 Serigrafía.	41
5.01.04 Usos de la serigrafía.....	41
5.01.05 Publicidad.....	42
5.01.06 Comunicacion	43
5.02 Descripción de herramientas	43

5.02.01 Adobe Ilustrador	43
5.02.02 Mallas.....	44
5.03 Formulación del proceso de aplicación	44
5.04 Problema a solucionar	45
5.05 Problemas comunicacionales.....	45
5.06 Objetivos Publicitarios	46
5.07 Estrategia creativa.....	47
5.08 Reason why	53
5.09 Plan y Estrategia	53
5.10 Presupuestos de campaña.....	54
5.11.03 Flow Chart.....	56
CAPÍTULO VI.....	58
Aspectos administrativos.....	58
6.01 Recursos.....	58
6.02 Presupuesto.....	60
6.3 Cronograma de actividades.....	61
CAPÍTULO VII.....	62
7.1 Conclusiones.....	62
7.2 Recomendaciones	62

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

7.3Net grafía	63
---------------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Análisis de Fuerzas (T)	4
Tabla N° 2: 4.05.01 Revisión de criterios de Indicadores.....	17
Tabla N° 3 4.05.02 Selección de indicadores.....	22
Tabla N° 4 4.05.03 Medios de Verificación.....	27
Tabla N° 5 Supuestos	32
Tabla N° 6 Matriz de Marco Lógico	37
Tabla N° 7: Gastos operativos.....	60
Tabla N° 8: Cronograma de actividades.....	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Árbol de Involucrados	5
Figura N° 2 Árbol de Problemas	7
Figura N° 3 Árbol de objetivos	8
Figura N° 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de Acciones	9
Figura N° 5: Ubicación física y geográfica	12
Figura N° 6: Diagrama de Estrategias	14

CAPÍTULO I

Antecedentes

1.01 Contexto

La serigrafía es una técnica de impresión empleada en el método de reproducción de documentos e imágenes sobre cualquier material, y consiste en transferir una tinta a través de una malla tensada en un marco siendo una técnica que se la utiliza como un medio de comunicación desde la antigüedad para poder transmitir diferentes tipos de información, con el fin de influir en la actitud de las personas positivamente, informando al grupo objetivo acerca del tema a exponerse o hacer conocer.

Los diseños precolombinos serán realizados de una manera creativa y estratégica para poder conseguir la atención esperada en el grupo objetivo poniendo énfasis en la cultura precolombina ya olvidada, esperando fomentar la comercialización y turismo en la ciudad de Quito.

El presente proyecto dará a conocer a turistas nacionales y extranjeros como también ciudadanos los valores, características de la cultura precolombina representándolos con nuevos diseños innovadores que serán expuestos a presentarse mediante bolsos elaborados en tela.

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Las culturas precolombinas existentes en América a más de los Mayas - Aztecas tenemos a los Incas, su origen se calcula que aparecieron a finales del siglo XII, cuando una pequeña tribu se estableció en lo que es el valle del Cuzco, fundaron la capital y más tarde se convirtió en un extenso y poderoso imperio que guarda sus tradiciones, mitos y leyendas como los demás pueblos que habitan en este continente.

Las huellas materiales del hombre precolombino, representadas en diversos objetos elaborados en piedra, hueso, cerámica, metales preciosos y textiles, son el claro testimonio de las culturas aborígenes que habitaban América a la llegada de los españoles en el siglo XV.

De aquí partiremos a una elaboración sacando información y reuniendo ideas creativas e innovadoras con el fin de que el proyecto impacte al grupo objetivo en la ciudad de Quito.

1.02 Justificación

La Cultura Precolombina en nuestro país podría ser un potencial turístico de gran aporte si se lo llegase a explotar de manera adecuada, es por esta razón que hemos decidido utilizar los conocimientos ya adquiridos en la institución para poder realizar diseños nuevos, creativos y personalizados que tengan una relación directa con dicha Cultura, los cuales no solamente queden en una computadora ni en la memoria del cliente si no que, de manera directa y tangible tanto las personas de nuestra región Nacional como los visitantes extranjeros las puedan adquirir, lucir y vestir cooperando de esta manera a la comercialización y promoción de nuestra “Cultura Precolombina” y con esto lograr que las ganancias aumenten de manera considerable no solo para nuestra empresa ni los relacionados directamente con la misma si no para el desarrollo del turismo Ecuatoriano en general.

1.03 Definición del problema central

Poco turismo y escasos de diseños creativos en la Cultura precolombina.

Tabla N° 1 Análisis de Fuerzas (T)

ANÁLISIS DE FUERZAS T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Diseños comunes en cuanto a la cultura precolombina.	Poco turismo y escasos de diseños creativos en la Cultura precolombina				Conocimiento de la cultura precolombina tanto en turistas nacionales como extranjeros.
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Interesarse en la cultura precolombina.	5	4	3	3	Cultura Precolombina olvidada.
Aumento de la comercialización.	5	5	2	3	Perdida de comercialización generando pocos ingresos económicos.
Incentivar el valor turístico.	4	5	3	2	Escasos de turismo en la ciudad.

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

CAPÍTULO II

2.01 Análisis de involucrados

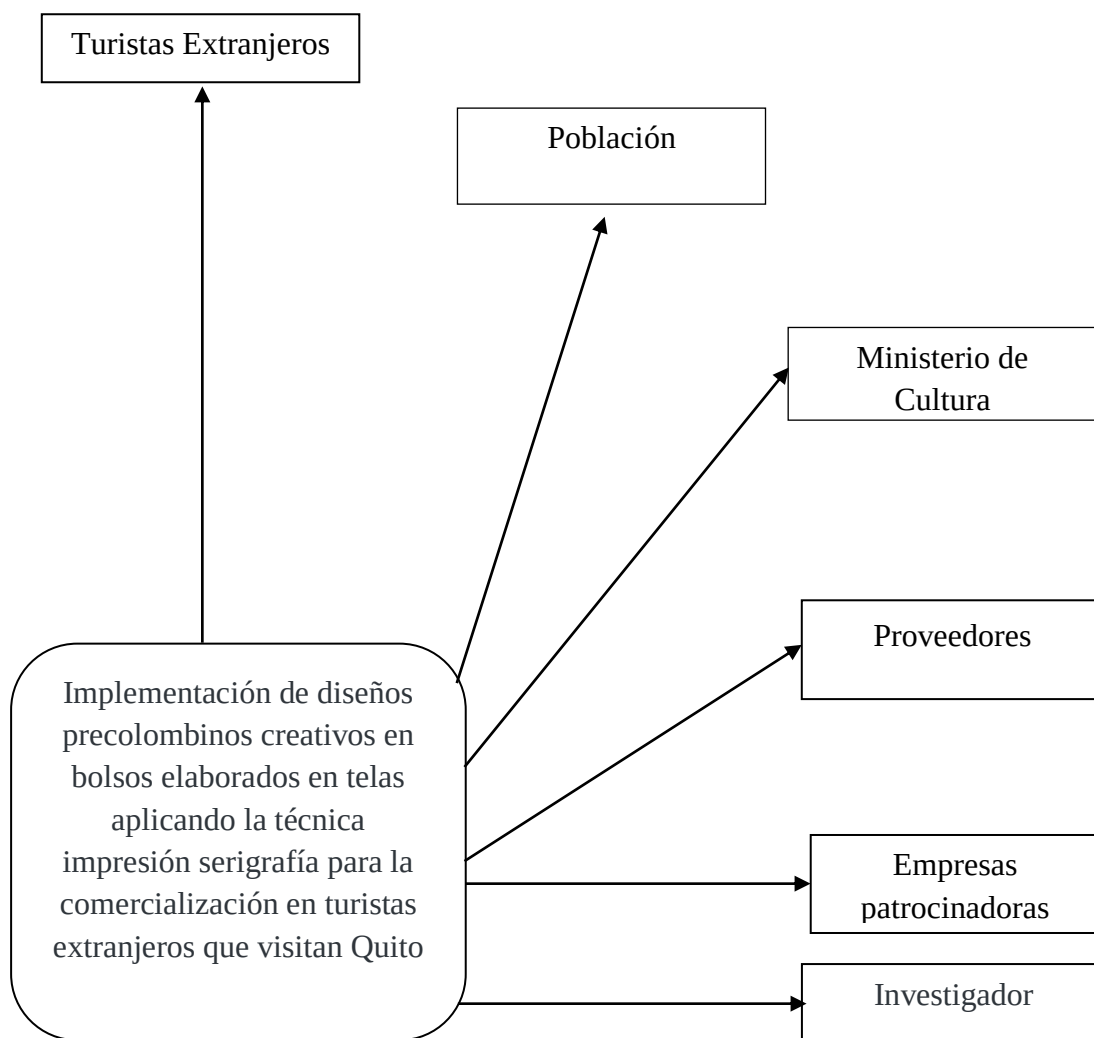


Figura N° 1 Árbol de Involucrados

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Tabla 1:2.02 Matriz de análisis involucrados

Grupos	Interés sobre el problema	Problema Percibidos	Recursos y Mandatos	Interés en el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador	Mostrar interés sobre la cultura precolombina olvidada	Inexactitud de información e interés sobre la cultura	Creativo Social Tecnológico Informativo Cultural Intelectual Técnico Económico	Incremento de producción del producto	Desinterés de productividad .
Proveedores	Incrementar la comercialización.	Escasez de ventas	Informativo	Incremento de la productividad	Baja de ingresos económicos
Empresa Patrocinadora Orange	Llegar al grupo objetivo específico	Insuficiente interés sobre la cultura precolombina	Económico Social Humano	Mostrar al grupo objetivo diseños nuevos y creativos	Insuficiencia de ingresos económicos
Población	Conocer la Cultura Precolombina	Inexistencia de Información	Informativo	Completas	No exista publicidad
Ministerio de Cultura Grupo	Conocer culturas diferentes	Alza de precios de productos	Social Informativo	Incremento de turistas	Inexistencia de marketing

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

CAPÍTULO III

3.01 Árbol de problemas

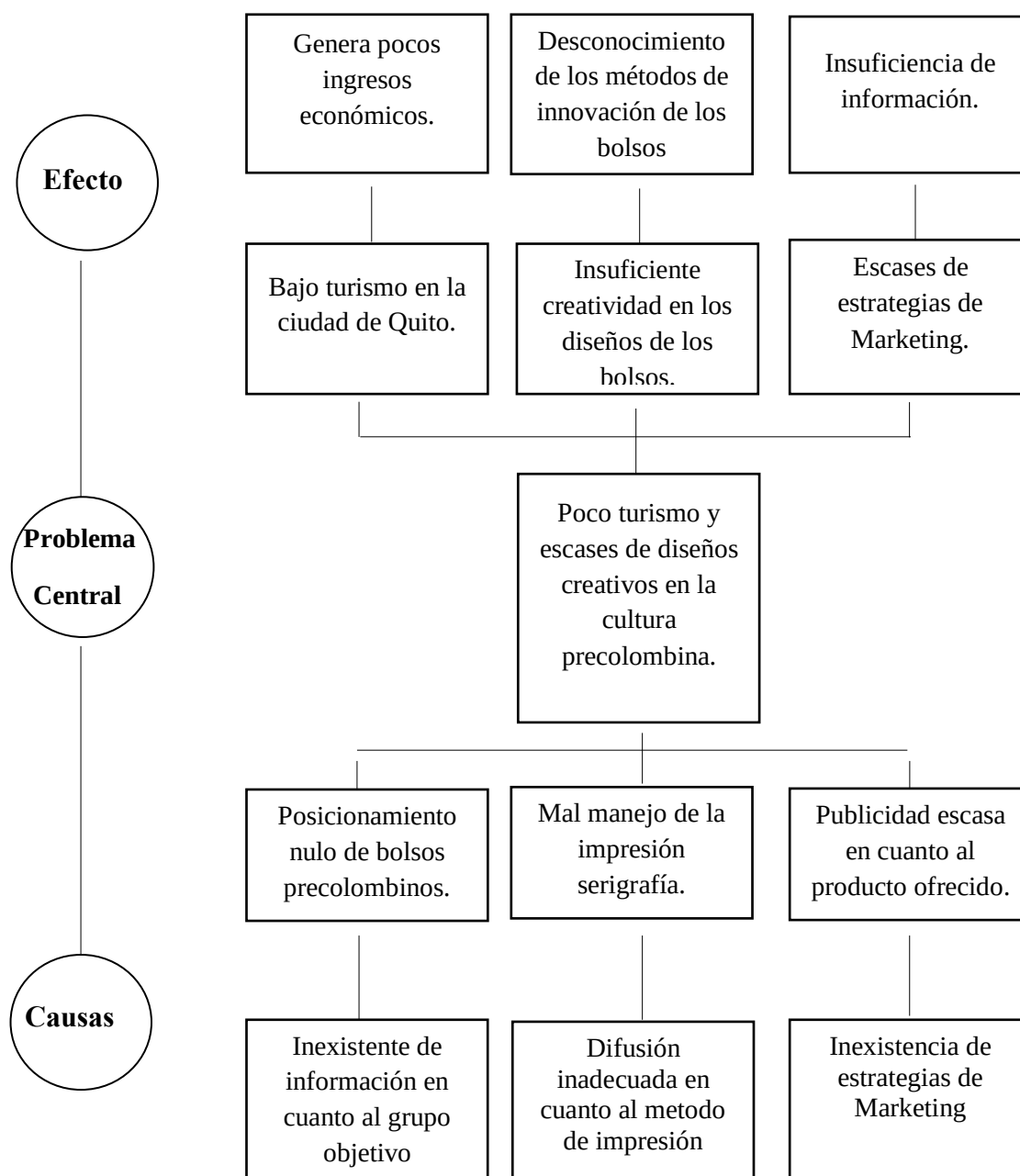


Figura N° 2 Árbol de Problemas

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

3.02 Árbol de objetivos

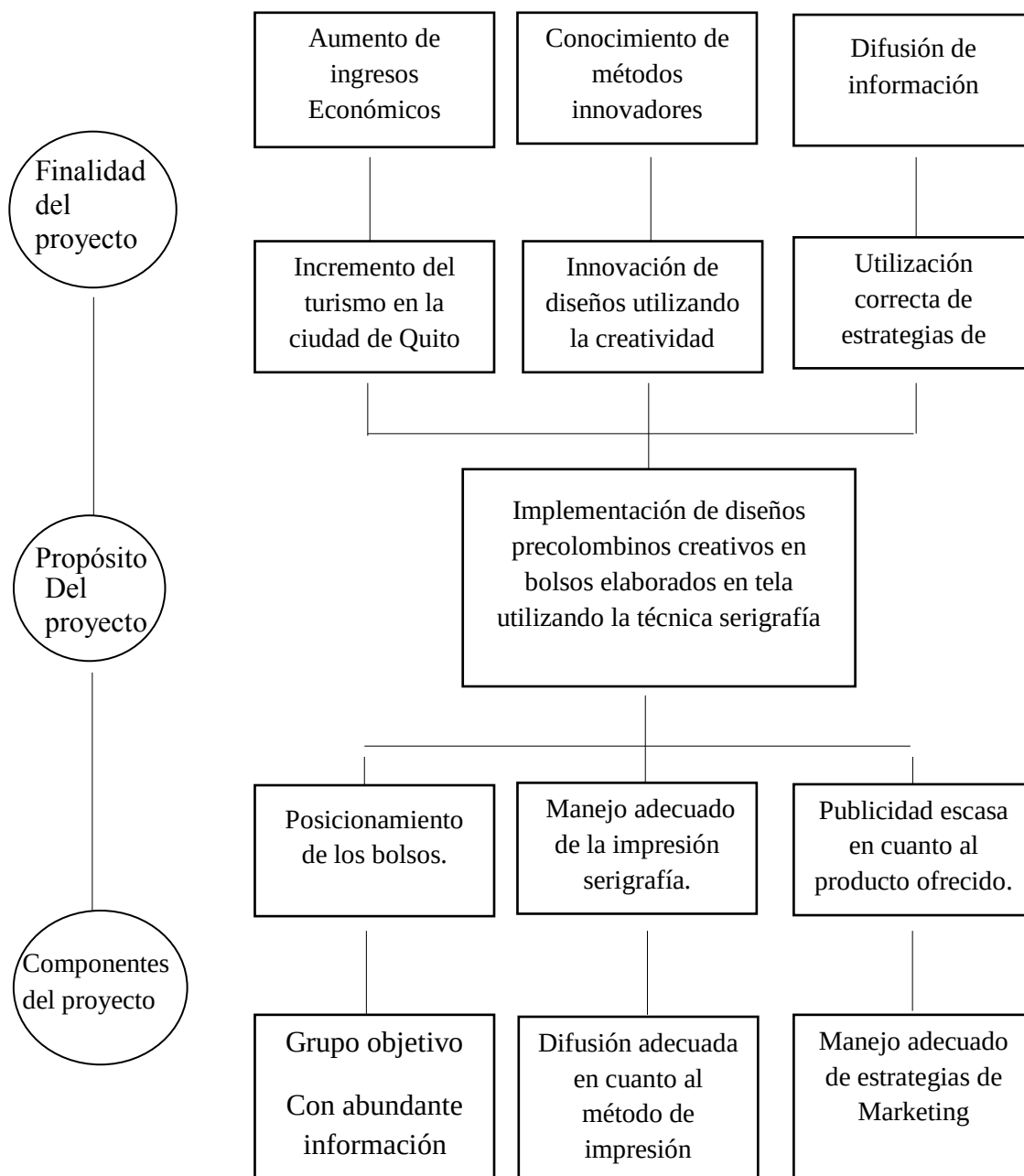


Figura N° 3Árbol de objetivos

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

CAPÍTULO IV

Análisis de alternativas

4.01 Matriz de alternativas e identificación de acciones



Figura N° 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de Acciones

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

4.02 Tamaño del proyecto

Grupo objetivo:

Edad: 17- 28

Género: Femenino y masculino

Clase social: Media

Ocupación:

El proyecto será difundido en el Distrito Metropolitano de Quito, en el Mercado Artesanal; tanto como para turistas nacionales como extranjeros, esperando encontrar una respuesta positiva en cuanto al fomento de la economía una vez difundido.

El proyecto va enfocado en bolsos que mantienen las reglas del diseño gráfico, rompiendo con el esquema habitual con diseños creativos, novedosos y con un estilo diferente y llamativo con parte de materiales reciclables, obteniendo así la atención de jóvenes de entre 17 – 28 años, tanto nacionales como extranjeros que visitan el Mercado Artesanal y sus alrededores.

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Obtención de la muestra

$$M = \frac{N \times P \times Q}{(N - 1) \times \left(\frac{E}{k}\right)^2 + P \times Q}$$

Dónde:

N (Población) = 200

P (Probabilidad de que ocurra el éxito) = 0.5

Q (Probabilidad de que no ocurra el éxito) = 0.5

E (Error) = 0.05

K (Constante) = 2

$$M = 300$$

4.01.02 Localización del proyecto

El proyecto se lo realizará en Quito –Pichincha, tomando en cuenta en sector de la Mariscal.

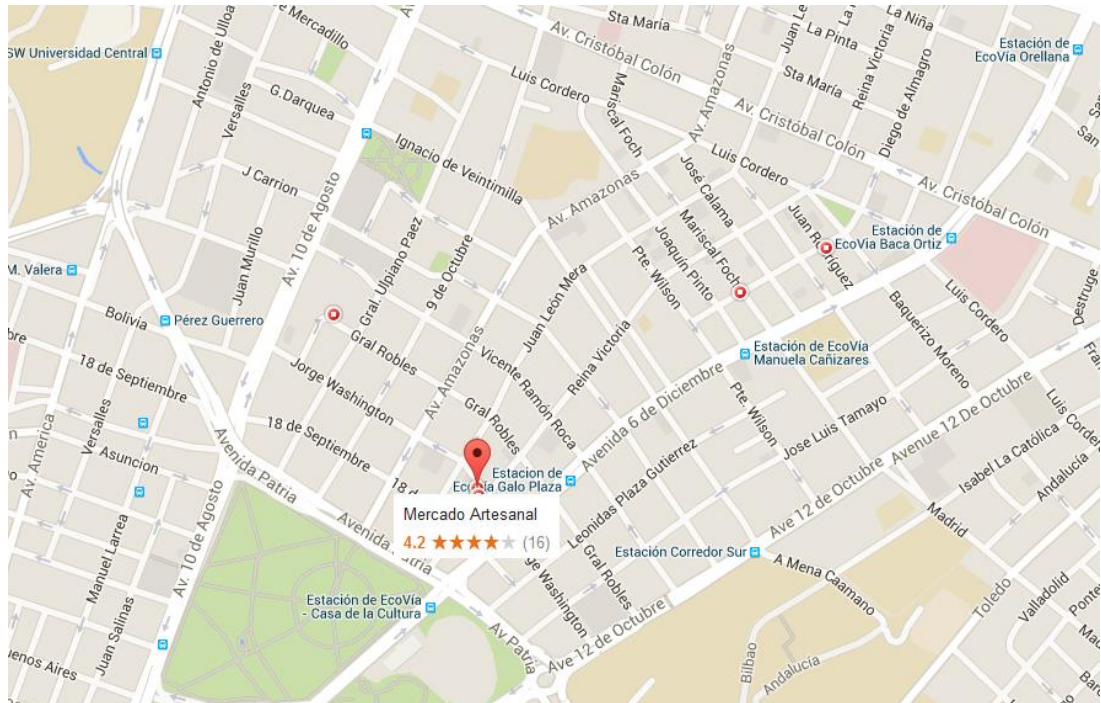


Figura N° 5: Ubicación física y geográfica

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/@-0.1865944,-78.4305382,11z>

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

4.01.03 Análisis ambiental

Análisis Positivo: Este proyecto tiene como finalidad mostrar la cultura precolombina que a media del tiempo se ha ido olvidado por la escasa recordación mediante diseños, información, publicidad etc. Para fomentar el comercio.

El impacto ambiental es mínimo ya que se utilizara telas reciclables y tintas biodegradables.

Análisis Negativo: Utilización de material como telas, tintas, telas. Etc.

4.02 Diagrama de estrategias

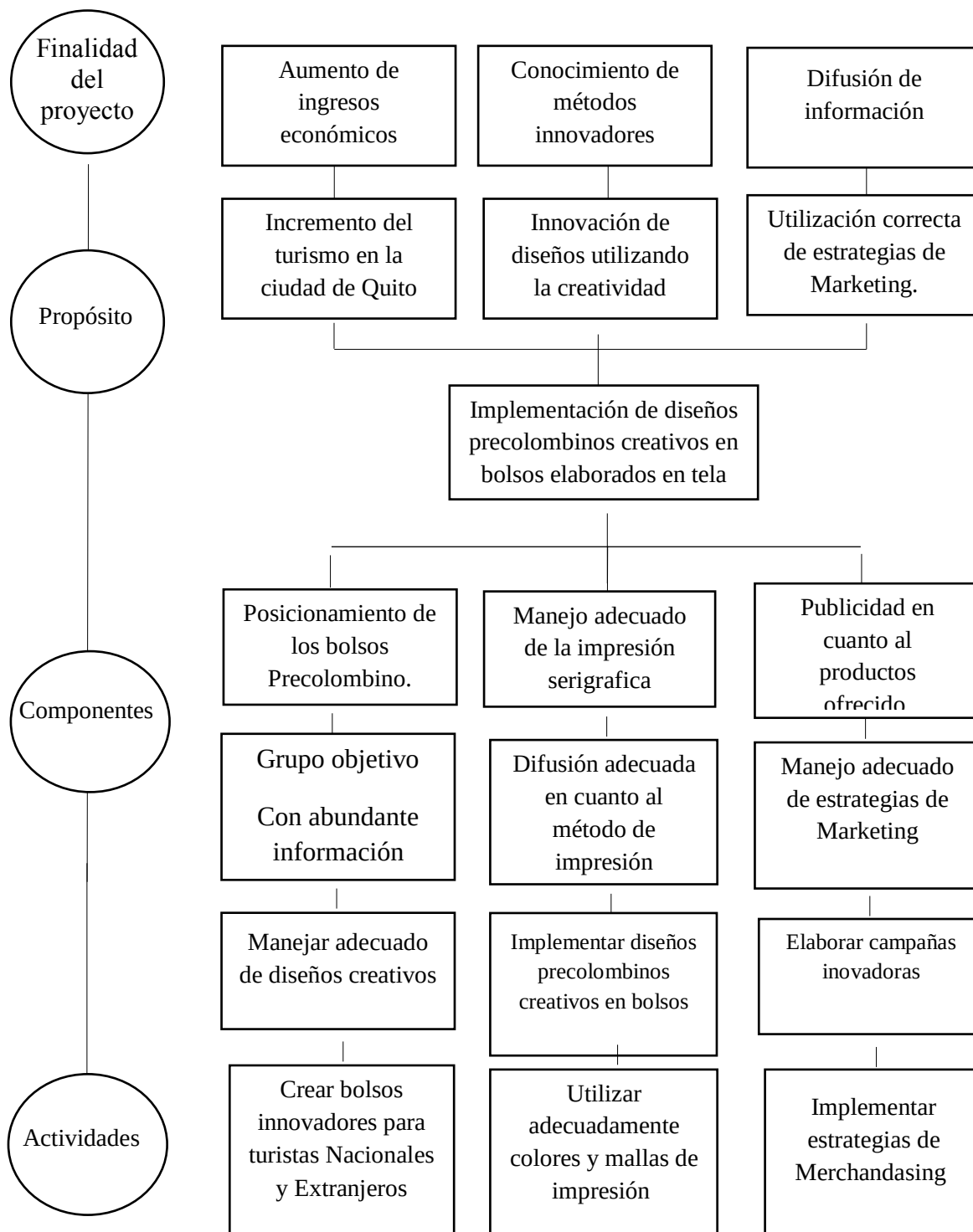


Figura N° 6: Diagrama de Estrategias

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

4.03 Matriz de Análisis de Impacto de Objetivos

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Manejar adecuadamente diseños creativos	5	4	4	5	5	23	Alto
Crear bolsos innovadores tanto para turistas Nacionales como Extranjeros	5	4	5	5	5	24	Alto
Implementar diseños precolombinos creativos en bolsos	5	4	4	3	5	21	Alto
Utilizar adecuadamente colores y mallas de impresion en bolsos	5	4	4	4	5	22	Alto
Elaborar campañas innovadoras	4	3	3	4	5	19	Alto
Implementar estrategias de Merchandasing	4	4	3	3	5	19	Alto

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

4.04 Diagrama de estrategias

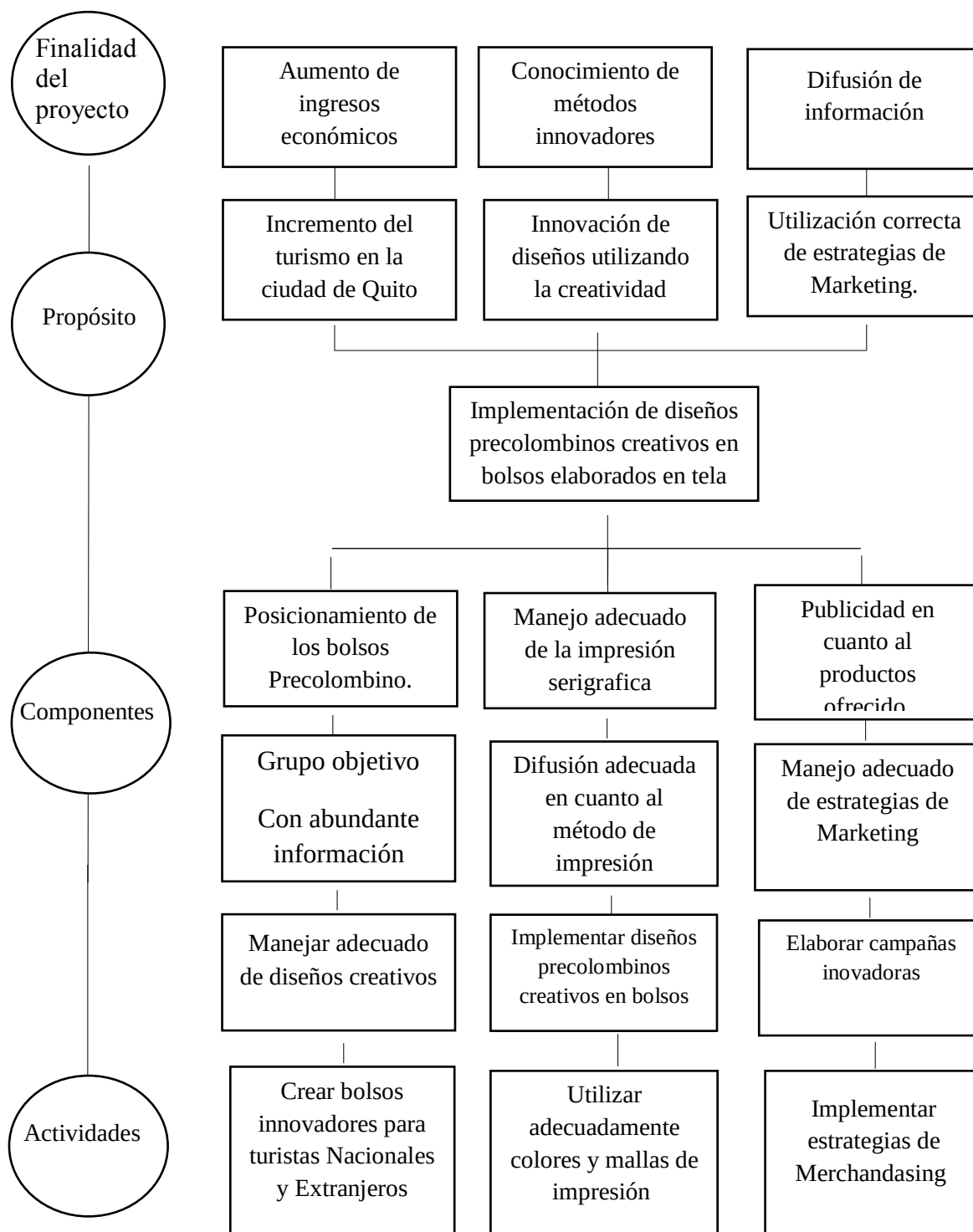


Figura 1: Diagrama de Estrategias

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

4.05 Construcción de la matriz de marco lógico

Tabla N° 2: 4.05.01 Revisión de criterios de Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fin	F.1 Aumento de ingresos económicos	77,00% Personas están de acuerdo con pagar el precio establecido por cada bolso	300	Alta	6 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	F.2 Conocimiento de métodos innovadores	81,33 % Personas desean la implementación de diseños nuevos	300	Alta	6 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	F.3 Difusión de información	88,33 % Personas esperan obtener más información acerca del producto	300	Alta	6 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fin	F4 Incremento del turismo en la ciudad de Quito	75.33% Personas creen que aumentara el turismo con la venta de bolsos creativos Precolombinos	300	Alta	6 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	F5 Innovación de diseños utilizando la creatividad	84,33 % Personas les gustaría ver en el mercado algo nuevo e innovador	300	Alta	6 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	F6 Utilización correcta de estrategias de Marketing.	75,00 % Personas les agradaría que les ofrezcan el producto	300	Alta	6 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Componentes	C.1 Posicionamiento de los bolsos Precolombino.	81,63% Personas les gustaría que el producto esté disponible en varios sucursales	300	Alta	6 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	C2 Manejo adecuado de la impresión serigrafía.	75,33% Personas les agradecería una impresión de calidad	300	Alta	6 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	C.3 Publicidad en cuanto al producto ofrecido.	75,33% Personas les llamaría la atención una buena publicidad del producto	300	Alta	6 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Actividades	C4 Grupo objetivo con abundante información	77,20 Personas creen que es necesario implementar más información acerca del producto	300	Alta	6 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	C5 Difusión adecuada en cuanto al método de impresión	75,33 Personas con conocimiento del método de impresión	300	Alta	6 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	C6 Manejo adecuado de estrategias de Marketing	81,33 Personas con motivación del producto mediante diferentes estrategias	300	Alta	5 meses	Quito Mercado Artesanal	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	A1 Manejar adecuadamente diseños creativos	78,33 Personas al alcance de nuevos diseños	300	Alta	6 meses	Quito	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	A2 Implementar diseños precolombinos creativos en bolsos	80,00 Personas que puedan observar el nuevo diseño que se lanzara al mercado	300	Alta	6 meses	Quito	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

	A3 Elaborar campañas innovadoras	82,15 Personas desean campañas que llamas su atención	300	Alta	6 meses	Quito	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	A1.1 Crear bolsos innovadores para turistas Nacionales y Extranjeros	88,20 Personas quieren adquirir los nuevos bolsos	300	Alta	6 meses	Quito	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	A2.1 Utilizar adecuadamente colores y mallas de impresión	79,20 Personas exigen calidad en cuanto a la impresión	300	Alta	6 meses	Quito	Jóvenes de 15 a 25 años Quito turistas Nacionales Extranjeros
	A3.1 Implementar estrategias de Merchandasing	81,33 Personas Necesitan mejores estrategias de venta	300	Alta	6 meses	Quito	Jóvenes de 15 a 25 años

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Tabla N° 34.05.02 Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
F1	F.1 Aumento de ingresos económicos	77,00% Personas están de acuerdo con pagar el precio establecido por cada bolso	X	X		X	X	4	Si
F2	F.2 Conocimiento de métodos innovadores	81,33 % Personas desean la implementación de diseños nuevos	X	X		X	X	4	Si
F3	F.3 Difusión de información	88,33 % Personas esperan obtener más información acerca del producto	X	X		X	X	4	Si

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
F4	F4 Incremento del turismo en la ciudad de Quito	75.33% Personas creen que aumentara el turismo con la venta de bolsos creativos Precolombinos	X	X		X	X	4	Si
F5	F5 Innovación de diseños utilizando la creatividad	84,33 % Personas les gustaría ver en el mercado algo nuevo e innovador	X	X		X	X	4	Si
F6	F6 Utilización correcta de estrategias de Marketing.	75,00 % Personas les agradaría que les ofrezcan el producto	X	X		X	X	3	No

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
C.1	C.1 Posicionamiento de los bolsos Precolombino.	81,63% Personas les gustaría que el producto esté disponible en varios sucursales	X	X		X	X	3	No
C.2	C2 Manejo adecuado de la impresión serigrafía.	75,33% Personas les agradaría una impresión de calidad	X	X			X	4	Si
C.3	C.3 Publicidad en cuanto al producto ofrecido.	75,33% Personas les llamaría la atención una buena publicidad del producto	X	X		X	X	4	Si

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
C4	C4 Grupo objetivo con abundante información	77,20 Personas creen que es necesario implementar más información acerca del producto	X	X		X	X	4	Si
C5	C5 Difusión adecuada en cuanto al método de impresión	75,33 Personas con conocimiento del método de impresión	X	X		X	X	4	Si
C6	C6 Manejo adecuado de estrategias de Marketing	81,33 Personas con motivación del producto mediante diferentes estrategias	X	X	X	X	X	5	Si
A1	A1 Manejar adecuadamente diseños creativos	78,33 Personas al alcance de nuevos diseños	X	X	X	X	X	5	Si
A2	A2 Implementar diseños precolombinos creativos en	80,00 Personas que puedan observar el	X	X	X	X	X	5	Si

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

	bolsos	nuevo diseño que se lanzara al mercado							
A3	A3 Elaborar campañas innovadoras	82,15 Personas desean campañas que llamas su atención	X	X	X	X	X	5	Si
A4	A1.1 Crear bolsos innovadores para turistas Nacionales y Extranjeros	88,20 Personas quieren adquirir los nuevos bolsos	X	X	X	X	X	4	Si
A5	A2.1 Utilizar adecuadamente colores y mallas de impresión	79,20 Personas exigen calidad en cuanto a la impresión	X	X	X	X	X	5	Si
A6	A3.1 Implementar estrategias de Merchandasing	81,33 Personas Necesitan mejores estrategias de venta	X	X	X	X	X	4	Si

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Tabla N° 4 4.05.03 Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Fin 1	F.1 Aumento de ingresos económicos	77,00% Personas están de acuerdo con pagar el precio establecido por cada bolso	Visitas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador
F2	F.2 Conocimiento de métodos innovadores	81,33 % Personas desean la implementación de diseños nuevos	Internet	Investigación	Cualitativo	6 meses	Investigador
F3	F.3 Difusión de información	88,33 % Personas esperan obtener más información acerca del producto	Visitas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
F4	F4 Incremento del turismo en la ciudad de Quito	75.33% Personas creen que aumentara el turismo con la venta de bolsos creativos Precolombinos	Visitas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador
F5	F5 Innovación de diseños utilizando la creatividad	84,33 % Personas les gustaría ver en el mercado algo nuevo e innovador	Internet	Investigación	Cualitativo	6 meses	Investigador
F6	F6 Utilización correcta de estrategias de Marketing.	75,00 % Personas les agradaría que les ofrezcan el producto	Internet	Investigación	Cualitativo	6 meses	Investigador

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
C1	C.1 Posicionamiento de los bolsos Precolombino.	81,63% Personas les gustaría que el producto esté disponible en varios sucursales	Visitas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador
C2	C2 Manejo adecuado de la impresión serigrafía.	75,33% Personas les agradaría una impresión de calidad	Internet	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
C3	C.3 Publicidad en cuanto al producto ofrecido.	75,33% Personas les llamaría la atención una buena publicidad del producto	Visitas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
C4	C4 Grupo objetivo con abundante información	77,20 Personas creen que es necesario implementar más información acerca del producto	Visitas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador
C5	C5 Difusión adecuada en cuanto al método de impresión	75,33 Personas con conocimiento del método de impresión	Internet	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
C6	C6 Manejo adecuado de estrategias de Marketing	81,33 Personas con motivación del producto mediante diferentes estrategias	Internet	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
A1	A1 Manejar adecuadamente diseños creativos	78,33 Personas al alcance de nuevos diseños	Visitas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

A2	A2 Implementar diseños precolombinos creativos en bolsos	80,00 Personas que puedan observar el nuevo diseño que se lanzara al mercado	Visitas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A3	A3 Elaborar campañas innovadoras	82,15 Personas desean campañas que llamas su atención	Vistas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A1.1	A1.1 Crear bolsos innovadores para turistas Nacionales y Extranjeros	88,20 Personas quieren adquirir los nuevos bolsos	Vistas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A2.1	A2.1 Utilizar adecuadamente colores y mallas de impresión	79,20 Personas exigen calidad en cuanto a la impresión	Vistas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A3.1	A3.1 Implementar estrategias de Merchandasing	81,33 Personas Necesitan mejores estrategias de venta	Vistas de campo	Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

4.05.04 Supuestos

Tabla N° 5 Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factor de riesgos				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
F1	F.1 Aumento de ingresos económicos	77,00% Economía baja en el mercado por la escases de turistas	x		x		
F2	F.2 Conocimiento de métodos innovadores	81,33 % Los conocimientos innovadores no sean tan amigables	x		x		
F3	F.3 Difusión de información	88,33 % La información no es tan acogido por el grupo objetivo	x		x		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factor de riesgos				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
F4	F4 Incremento del turismo en la ciudad de Quito	75.33% Bajo turismo en la ciudad de Quito	x	x	x		
F5	F5 Innovación de diseños utilizando la creatividad	84,33 % Grupo objetivo con diferentes gustos	x		x		
F6	F6 Utilización correcta de estrategias de Marketing.	75,00 % Escasa información de los bolsos	x		x		x

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factor de riesgos				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
C1	C.1 Posicionamiento de los bolsos Precolombino.	81,63% Inadecuada información sobre los puntos de venta	x		x		x
C2	C2 Manejo adecuado de la impresión serigrafía.	75,33% Personas con gustos diferentes las cuales buscan algo más común.	x		x		x
C3	C.3 Publicidad en cuanto al producto ofrecido.	75,33% Publicidad inexistente en cuanto a diseños y colores diferentes	x				x

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factor de riesgos				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
C4	C4 Grupo objetivo con abundante información	77,20 El proyecto no tenga la difusión correcta en tanto a la información			x		
C5	C5 Difusión adecuada en cuanto al método de impresión	75,33 Mal manejo de los colores	x		x		
C6	C6 Manejo adecuado de estrategias de Marketing	81,33 Despreocupación en cuanto a estrategias para mejorar la comercialización	x		x		
A1	A1 Manejar adecuadamente diseños creativos	78,33 Inexistencia de flyers informativos	x		x		
A2	A2 Implementar diseños precolombinos creativos en bolsos	80,00 Diseños usuales y poco creativos	x		x		

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

A3	A3 Elaborar campañas innovadoras	82,15 Campañas con poco impacto en el grupo objetivo	x		x		
A1.1	A1.1 Crear bolsos innovadores para turistas Nacionales y Extranjeros	88,20 Bolsos elaborados con la misma estructura y modelos de siempre	x		x		
A2.1	A2.1 Utilizar adecuadamente colores y mallas de impresión	79,20 Impresión con mala definición y calidad del color	x			x	
A3.1	A3.1 Implementar estrategias de Merchandasing	81,33 Grupo objetivo sin conocimiento de estrategias del mercado	x		x		

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

4.05.05 Matriz de Marco Lógico

Tabla N° 6 Matriz de Marco Lógico

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION		SUPUESTOS
FINES		Fuentes de información	Método de recolección	
F.1 Aumento de ingresos económicos	77,00% Personas están de acuerdo con pagar el precio establecido por cada bolso	Visita de campo	Encuesta	Economía baja en el mercado por la escases de turistas
F.2 Conocimiento de métodos innovadores	81,33 % Personas desean la implementación de diseños nuevos	Internet	Investigación	Los conocimientos innovadores no sean tan amigables
F.3 Difusión de información	88,33 % Personas esperan obtener más información acerca del producto	Visita de campo	Encuesta	La información no es tan acogido por el grupo objetivo
PROPÓSITO				
F4 Incremento del turismo en la ciudad de Quito	75.33% Personas creen que aumentara el turismo con la venta de bolsos creativos Precolombinos	Visita de campo	Encuesta	Bajo turismo en la ciudad de Quito

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

F5 Innovación de diseños utilizando la creatividad	84,33 % Personas les gustaría ver en el mercado algo nuevo e innovador	Internet	Investigación	Grupo objetivo con diferentes gustos
F6 Utilización correcta de estrategias de Marketing.	75,00 % Personas les agradaría que les ofrezcan el producto	Internet	Investigación	Escasa información de los bolsos
COMPONENTES				
C.1 Posicionamiento de los bolsos Precolombino.	81,63% Personas les gustaría que el producto esté disponible en varios sucursales	Visita de campo	Visita de campo	Inadecuada información sobre los puntos de venta
C2 Manejo adecuado de la impresión serigrafía.	75,33% Personas les agradaría una impresión de calidad	Internet	Investigación	Personas con gustos diferentes las cuales buscan algo más común.
C.3 Publicidad en cuanto al producto ofrecido.	75,33% Personas les llamaría la atención una buena publicidad del producto	Visita de campo	Encuesta	Publicidad inexistente en cuanto a diseños y colores diferentes
ACTIVIDADES				
C4 Grupo objetivo con abundante información	77,20 Personas creen que es necesario implementar más información acerca del producto	Visita de campo	Encuesta	El proyecto no tenga la difusión correcta en tanto a la información

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

C5 Difusión adecuada en cuanto al método de impresión	75,33 Personas con conocimiento del método de impresión	Internet	Investigación	Mal manejo de los colores
C6 Manejo adecuado de estrategias de Marketing	81,33 Personas con motivación del producto mediante diferentes estrategias	Internet	Investigación	Despreocupación en cuanto a estrategias para mejorar la comercialización
A1 Manejar adecuadamente diseños creativos	78,33 Personas al alcance de nuevos diseños	Visita de campo	Encuesta	Inexistencia de flyers informativos
A2 Implementar diseños precolombinos creativos en bolsos	80,00 Personas que puedan observar el nuevo diseño que se lanzara al mercado	Internet	Investigación	Diseños usuales y poco creativos
A3 Elaborar campañas innovadoras	82,15 Personas desean campañas que llamas su atención	Internet	Investigación	Campañas con poco impacto en el grupo objetivo
A1.1 Crear bolsos innovadores para turistas Nacionales y Extranjeros	88,20 Personas quieren adquirir los nuevos bolsos	Internet	Investigación	Bolsos elaborados con la misma estructura y modelos de siempre

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

A2.1 Utilizar adecuadamente colores y mallas de impresión	79,20 Personas exigen calidad en cuanto a la impresión	Visita de campo	Encuesta	Impresión con mala definición y calidad del color
A3.1 Implementar estrategias de Merchandasing	8,33 Personas Necesitan mejores estrategias de venta	Visita de campo	Encuesta	Grupo objetivo sin conocimiento de estrategias del mercado

CAPÍTULO V

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta

5.01.01 Diseño Grafico.

5.01.02 Ilustrador

5.01.03 Serigrafía.

Es una tecnica de impresion, la cual es utilizada en reproduccion de imagenes sobre cualquiera material , radica en transportar la tinta sobre una malla tensada en donde es revelada la imagen que queremos pasmar en el material seleccionado, se la puede repatir una y mil veces teniendo la misma calidad de la primera impresion siempre y cuando esta malla no se dañe o se pele. (Wikipedia, Wikipedia, 2015)

5.01.04 Usos de la serigrafía.

El proceso de mpresion serigrafican es utilizado o aplicado en reporducciones de arte, anuncios, pinturas, diseños digitales, carteles.

En tejidos , corbatas, bolsos en tele y en otro tipo de ropa, tambien lo podemos utilizar en plastico , envases botellas, ceramica, porcelana, cartulinas, cueros y tejidos etc. Las tecnicas para la serigrafia en textiles pueden ser en fondos claros u oscuros.

5.01.05 Publicidad

Se define publicidad a los medios utilizados para transmitir un mensaje o para promocionar algún producto utilizando cualquier campaña comercial con el fin de alcanzar el objetivo de promoción y venta del producto, es importante tomar en cuenta el grupo objetivo al que se va a dirigido, facilitando un mensaje claro y preciso de los benéficos del producto que se va a publicitar con el fin de obtener aceptación del grupo definido. (Publicidad, 2015)

La publicidad es una forma de comunicación que busca los medios adecuados para poder aumentar el consumo de un producto o servicio mediante medios de comunicación, utilizando mensajes estrategias y objetivos. (Publicidad, 2015)

5.01.06 Comunicación

La comunicación es el proceso mediante el cual se intercambia, transmite o comparte mensajes, ideas, pensamientos ayuda a que las ideas sean comprendidas por el receptor ayuda a las relaciones interpersonales en las cuales existirá un emisor un receptor y un mensaje. (Comunicación, 2015)

5.02 Descripción de herramientas

5.02.01 Adobe Ilustrador

Es un programa en donde se puede hacer representaciones dibujadas, imágenes vectorizadas, ilustraciones y diagramaciones. Mediante Ilustrador se procederá a la realización de diseños creativos y de calidad manejando cada una de las herramientas en la mesa de trabajo. (Wikipedia, Wikipedia, 2015)

Adobe Photoshop

Estilizado para el afiche y flayer utilizados en los medios principales del plan y estrategia de medios

5.02.02 Mallas

El diámetro de los hilos es bastante uniforme se encuentran entre 18 y 90 hilos por centímetro lineal, también existen diferentes tamaños vale decir que con el agua estas tienden a aflojarse para tintas de solvente, impresión no textil las mallas tiene que ser sedal entre 100 a 200 hilos sus colores varían entre blanco y amarillo el amarillo deja la impresión con mejor calidad. (Administrativo, 2015)

5.03 Formulación del proceso de aplicación

Área Publicitaria

Misión

Llegar hacia el grupo objetivo mediante la información correcta como serán los turistas extranjeras y nacionales mostrando de una manera más creativa e innovadora la cultura precolombina.

Visión

Tener un acogimiento más grande en cuanto a turistas nacionales y extranjeros mediante una buena información en cuanto a los bolsos elaborados en tela.

5.04 Problema a solucionar

Escasa información en cuanto a diseños nuevos en bolsos, mejorados y creativos acerca de la cultura precolombina y pocos lugares en donde puede obtener productos con esta temática.

5.05 Problemas comunicacionales

Información: Carencia de información en cuanto a diseños de bolsos y cultura precolombina a nivel nacional y extranjero.

Persuasión: Inexistencia de campañas las cuales fomenten la compra de bolsos precolombinos.

Posicionamiento: Nulo

5.06 Objetivos Publicitarios

Información: Informar al grupo objetivo, sobre los nuevos diseños de bolsos con la cultura precolombina

Medio: Afiche, Stand en Aeropuerto

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Persuasión:

Medio: Flyer

Posicionamiento: Mostrar al grupo objetivo diferentes modelos y diseños del bolso precolombino.

Medio: Facebook

5.07 Estrategia creativa

Benéficos emocionales

Identidad

Beneficios racionales

Moda

Mensaje Básico: Parte de ti

Tono: Indiferente

Estilo: Juvenil

Eje de campaña: Tu estilo, tus raíces

Slogan: "La Identidad que te acompaña"

Insight: Estilo que te viste

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

5.08 Reason why

Mensaje Básico:

Es una campaña que desea mostrar a la sociedad diseños creativos de una cultura que es parte de cada uno de los ecuatorianos la cual a sido poco tomada en cuenta.

Tono: Es indiferente porque no está atacando ni compitiendo contra la competencia.

Estilo: El estilo es juvenil ya está creado con el estilo de algo nuevo y novedoso.

Insight: Es fundamental mostrar a la sociedad culturas muy nuestras y hacerlas conocer de todas maneras posibles, tomando en cuenta el estilo que quieres vestir.

5.09 Plan y Estrategia de Medios

Medio Principal / Información: Afiche



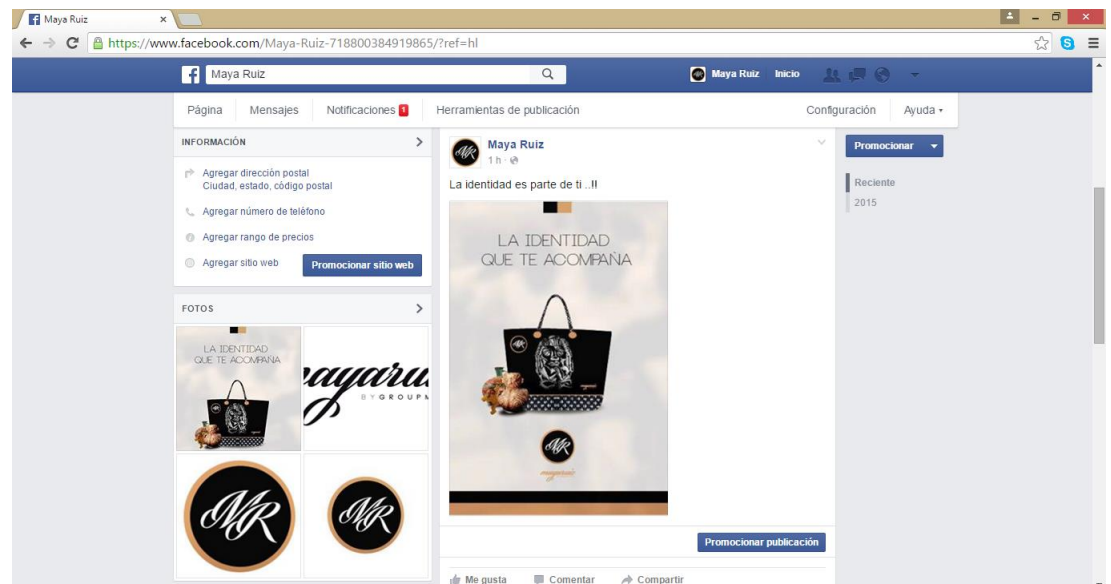
IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Medio Secundario / Persuasión: Flyer



IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Medio Auxiliar / Posicionamiento: Facebook



IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

5.10 Presupuesto de campaña

Medios Principales	Diseño	Valor Unitario	Total Cantidad	Total
Flyer A5	\$10.00	\$0.085	\$85.00	\$95.00
Stand	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00
Medios Secundario				
Afiche A4	\$10,00	\$0,17	\$120.00	\$130.00
Medios Auxiliar				
Facebook	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00
Total				\$315.00

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

5.11 Flow Chat

Medios Principales	Diseño	Valor Unitario	Total Cantidad	Total
Flyer A5	\$10.00	\$0.085	\$85.00	\$95.00
Stand	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00
Medios Secundario				
Afiche A4	\$10,00	\$0,17	\$120.00	\$130.00
Medios Auxiliar				
Facebook	\$15.00	\$0.14	\$140.00	\$140.00
TOTAL				\$315.00
Imprevistos				+10%
Total de Campaña				\$346,5,00

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

5.10 Diseño

5.11.01 Marca

mayaruiiz
BY GROUP MAYA



IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.



5.11.03 Diseños Precolombinos



IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.



IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

5.11.03 Diseños Bolsos



IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Diseño Bolso Precolombino



IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.



CAPÍTULO VI

Aspectos administrativos

6.01 Recursos

Humanos:

En la realización de los bolsos con diseños precolombinos se contó con la ayuda de diferentes personas, Orange Publicidad como empresa patrocinadora los cuales ayudaron económicamente, Ingenieros con la información necesaria para poder realizar el procedimiento de impresión Investigador el cual procedió a la elaboración de los bolsos y su terminación. (Thompson, 2015)

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

Tecnológicos:

Siendo de gran utilidad para la realización de este proyecto.

Software:

Adobe Illustrator CS6: Siendo la herramienta en donde se realizaron los diferentes diseños.

Hardware:

Computador iMac

Procesador 2,9 GHz Intel Core i5

Memoria 8 GB 1600 MHz DDR3

Gráficos NVIDIA GeForce GT 650M 512 MB

Número de serie C02K3B9FDNCT

Software OS X 10.8.5 (12F45)

Económicos:

Por el Investigador y Orange Publicidad.

En estos medios podemos observar cómo se llevó a cabo la realización de los bolsos elaborados en tela.

6.02 Presupuesto

Gastos operativos

Tabla N° 7: Gastos operativos

DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	FINANCIAMIENTO
Tela	\$10.00	\$120	Propio
Confección	\$8.00	\$96	Propio
Malla	\$25.00	\$25.00	Propio
Cuadro	\$25.00	\$25.00	Propio
Tinta	\$9.00	\$18.00	Propio
Raqlots	\$8,00	\$16.00	Propio
accesorios	\$3.50	\$42.00	Propio
TOTAL		\$342	Propio

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFÍA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

6.3 Cronograma de actividades

Tabla N° 8: Cronograma de actividades

N°	Actividad	Responsable	Tiempo					Resultado esperado
			Mes	1	2	3	4	
1	Aprobación del Tema del Proyecto	Dirección de Escuela	Junio				x	Aprobación del formulario para el inicio del proyecto
2	Perfil del proyecto de titulación	Estefany Fernanda Maya Ruiz	Junio	x	x			Investigar los antecedentes del proyecto
3	Capítulo I Problema de investigación	Estefany Fernanda Maya Ruiz	Julio				x	Analizar el problema central de la matriz de fuerzas T
4	Capítulo II Marco teórico	Estefany Fernanda Maya Ruiz	Julio			x		Seleccionar los involucrados del proyecto
5	Capítulo III Metodología	Estefany Fernanda Maya Ruiz	Agosto	X	X			Determinar el problema del proyecto
6	IV presentación de resultados	Estefany Fernanda Maya Ruiz	Agosto	x	x	X	X	Encontrar los indicadores, métodos de verificación y
7	V Propuesta	Estefany Fernanda Maya Ruiz	Septiembre	X	X	x	x	Desarrollar la Matriz de Marco Lógico
8	Presentación	Estefany Fernanda Maya Ruiz	Octubre	X				Se elabora la estrategia de la campaña
9	Lectores	Estefany Fernanda Maya Ruiz	Octubre	X	X	x		Realizar el presupuesto del proyecto

IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑOS PRECOLOMBINOS CREATIVOS EN BOLSOS ELABORADOS EN TELAS APLICANDO LA TÉCNICA IMPRESIÓN SERIGRAFICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN QUITO.

CAPÍTULO VII

Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

- Los bolsos elaborados en tela fomentaran el turismo y atracciones en la ciudad de Quito en el area del mercado artesanal tanto como en turistas nacionales como extranjeros.
- Cumpliremos con los objetivos de dar a conocer de una manera mas novedosa y creativa diseños precolombinos.
- Concientizaremos a la ciudadanía de rescatar nuestra identidad , cultura y costumbres de nuestro pais.

7.2 Recomendaciones

- Brindar toda la informacion posible al grupo objetivo.
- Diseños precolombinos creativos
- Bolsos innovadores con una gama de colores extensa
- Impresión con alta calidad en su material.

Con la finalidad de poder llegar al mercado de una manera eficaz y mejorada.

7.3Net grafía

Administrativo, M. (23 de Octubre de 2015). *Mundo Administrativo*. Obtenido de <http://mundoadministrativo.net/la-comunicacion-concepto-e-importancia/>

Comunicación, P. (23 de Octubre de 2015). *Proceso Comunicacion*. Obtenido de http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/contenido_tiposcom.htm

Publicidad, M. (23 de Octubre de 2015). *Media Publicidad*. Obtenido de <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque2/pag10.html>

Thompson, I. (23 de Octubre de 2015). *Promonegocios.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html>

Wikipedia. (23 de Octubre de 2015). *Wikipedia*. Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Serigraf%C3%ADa>

Wikipedia. (23 de Octubre de 2015). *Wikipedia*. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator