



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE
LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA
MICROEMPRESA PRODUCTOS LA CALUMEÑA, UBICADA AL SUR DE
QUITO.**

**Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del Título de
Tecnólogo en Diseño Gráfico**

**Tipo de trabajo de Integración Curricular:
Investigación+ Desarrollo+ Innovación**

Autor: Hernández Velasco Edison David

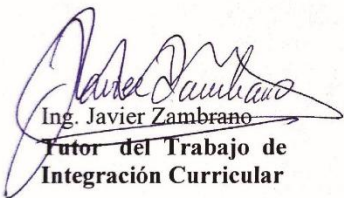
Tutor: Ing. Javier Zambrano

Quito, enero 2020

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Quito, 4 de Diciembre del 2019

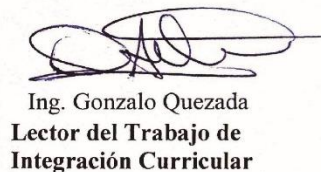
El equipo asesor del trabajo de Integración curricular del Sr. (Srta.) **HERNÁNDEZ VELASCO EDISON DAVID** de la carrera de Diseño Gráfico, cuyo tema de investigación fue: **DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA MICROEMPRESA PRODUCTOS LA CALUMENA UBICADA AL SUR 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 Trabajo de Integración curricular, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Ing. Javier Zambrano
Tutor del Trabajo de Integración Curricular



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Ing. Raquel Andrade, Msc.
Delegado de la Unidad de Integración Curricular de la Carrera



Ing. Gonzalo Quezada
Lector del Trabajo de Integración Curricular



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Ing. Lizeth Guerrero, Msc.
Director(a) de Carrera

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

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Edison David Hernández Velasco, 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.



Edison David Hernández Velasco

C.C: 2300196843

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Edison David Hernández Velasco portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 2300196843 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 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA MICROEMPRESA PRODUCTOS LA CALUMENÁ, UBICADA AL SUR DE QUITO** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Edison David Hernández Velasco

C.C: 2300196843

DEDICATORIA

En honor a mis padres que han estado ahí en cada momento, que con un simple gesto y un gran amor me han permitido lograr esto, a mi mamá Gloria Velasco que, con su inteligencia, su amor, su esfuerzo, su sacrificio, sus días y noches de preocupación han sido un impulso para lograr mis metas y de esta forma demostrarle lo tan agradecido que estoy con mi mamita querida.

A mi padre Carlos Hernández y mis hermanos que son mi gran apoyo, gracias por enseñarme a ser mejor persona, gracias a su tiempo, gracias a su infinito amor.

AGRADECIMIENTO

En estas líneas quiero expresar mis más profundos y sinceros agradecimientos a todas las personas que me han apoyado a lo largo de la realización de este proyecto quiero mencionar al Ing. Javier Zambrano quien ha sabido brindarme toda su confianza y apoyo en el desarrollo de este proyecto, a mis padres Gloria Velasco y Carlos Hernández a mis hermanos mayores Cristian y Roberto quienes han sabido darme esa fuerza para luchar por cada cosa que me preponga siendo mi soporte día con día. A toda mi familia por la ayuda prestada no solo en este momento si no siempre que han podido, por lo que estaré siempre agradecido.

Es justo mencionar a Paola Amagua quien, gracias a su apoyo, su tiempo y su amor ha sido una parte fundamental para lograr esta meta, y en general a todos los profesores que he tenido a lo largo de estos años de estar en la Institución gracias a ellos he adquirido muchos conocimientos y destrezas que me servirán a lo largo de mi vida profesional.

A todos ellos, muchas gracias.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	xvii
CAPÍTULO I.....	1
1.- ANTECEDENTES	1
1.01. Contexto.....	1
1.02. Justificación	2
1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)	3
CAPÍTULO II	4
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....	4
2.01. Mapeo de los Involucrados	4

2.02. Matriz de Análisis de Involucración.....	5
CAPÍTULO III.....	6
PROBLEMAS Y OBJETIVOS.....	6
3.01. Árbol de Problemas	6
3.02. Árbol de Objetivos.....	7
CAPÍTULO IV.....	8
ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.....	8
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	8
4.01.01. Tamaño del Proyecto	9
4.01.02. Localización del Proyecto.....	10
4.02. Análisis Ambiental	11
4.02.01. <i>Impacto Negativo</i>	11
4.02.02. <i>Impacto Positivo</i>	11
4.03. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	12
4.04. Diagrama de Estrategias	13
4.05. Construcción de la Matriz de Marco Lógico	14
4.05.02. Selección de Indicadores	17
4.05.03. Medios de Verificación.....	20
4.05.04 Supuestos	23
4.05.05. Matriz de Marco Lógico (MML).....	25

CAPÍTULO V	27
PROPUESTA.....	27
5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta.....	27
5.01.01. Marco Teórico	27
5.01.02. Imagen Corporativa	28
5.01.03. Identidad Corporativa	28
5.01.04. Manual de Identidad Corporativa	28
5.01.05. Tipos de cartón para empaques.....	29
5.01.06. Tipografía	29
5.01.07. Color	30
5.01.08. Composición.....	32
5.01.09. Estilo	32
5.02. Software a utilizar.....	32
5.03. Descripción de la herramienta	33
5.03.01. Metodología (Materiales y Métodos)	33
5.03.02. Modelo de encuesta	34
5.03.03 Tabulación de encuestas	35
5.04. Formulación del Proceso de Aplicación.....	45
5.04.01. Planificación	45
5.04.02. Análisis de la imagen Corporativa.....	45

5.04.03. Análisis de la Comunicación corporativa	45
5.05. Desarrollo	46
5.05.01. Análisis del logotipo anterior	46
5.05.02. Presentación del nuevo logotipo.....	46
5.05.03. Tipo de rediseño que aplica	47
5.05.04. Full color.....	48
5.05.05. Escala de grises.....	48
5.05.06. Positivo	49
5.05.07. Modos de color	50
CMYK	50
RGB	50
PANTONES	51
5.05.08. Disposiciones correctas e incorrectas	51
Uso correcto.....	51
Uso incorrecto.....	52
5.05.09. Fondos correctos.....	52
5.05.10. Fondos incorrectos.....	54
5.06. Aplicación del logotipo	55
5.06.01. Papelería	55
5.06.02. Hoja membretada.....	55

5.06.03. Tarjeta de presentación	56
5.07. Línea de empaques	56
5.07.01. Material de los empaques	56
5.07.02. Troquel.....	57
5.07.03. Línea de empaques final	61
5.08. Estrategias de posicionamiento de Marca.....	64
5.08.01. Problemas comunicacionales	64
5.08.02. Problemas comunicacionales	65
5.08.03. Estrategia creativa.....	65
5.08.04. Reason Why	65
Diseño de artes gráficas	66
5.08.05. Plan de estrategias de medios	70
5.08.06. Costo de producción	70
5.08.07. Presupuesto de medios.....	70
CAPÍTULO VI.....	71
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	71
6.01. Recursos.....	71
6.02. Presupuesto	73
6.02.01. Gastos Operativos.....	74
6.03. Cronograma	75

CAPÍTULO VII	77
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	77
7.01. Conclusiones.....	77
7.02. Recomendaciones	78
Bibliografía	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de las fuerzas T	3
Tabla 2. Análisis de involucrados	5
Tabla 3. Impacto de los objetivos	12
Tabla 4. Revisión de los Criterios para Indicadores, 2019	14
Tabla 5: Selección de indicadores	17
Tabla 6. Medios de verificación.....	20
Tabla 7. Supuestos	23
Tabla 8: Matriz de Marco Lógico	25
<i>Tabla 9: Análisis de encuesta pregunta 1</i>	<i>35</i>
Tabla 10. Análisis de encuesta pregunta 2	36
Tabla 11. Análisis de encuesta pregunta 3	37
Tabla 12. Análisis de encuesta pregunta 4	38
Tabla 13. Análisis de encuesta pregunta 5	39
Tabla 14. Análisis de encuesta pregunta 6	40
Tabla 15. Análisis de encuesta pregunta 7	41
Tabla 16. Análisis de encuesta pregunta 8	42
Tabla 17. Análisis de encuesta pregunta 9	43
Tabla 18. Análisis de encuesta pregunta 10	44
Tabla 19. Costos de Producción.....	70
Tabla 20. Presupuestos de medios	70
Tabla 21. Gastos aplicados al proyecto.....	73
Tabla 22. Gastos Operativos	74

Tabla 23. Cronograma de actividades	75
---	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de involucrados.....	4
Figura 2. Árbol de Problemas	6
Figura 3. Árbol de objetivos	7
Figura 4. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones	8
Figura 5. Localización del Proyecto.....	10
Figura 6. Diagrama de Estrategias	13
Figura 7. Pregunta 1	35
Figura 8. Pregunta 2	36
Figura 9. Pregunta 3	37
Figura 10. Pregunta 4	38
Figura 11. Pregunta 5	39
Figura 12. Pregunta 6	40
Figura 13. Pregunta 7	41
Figura 14. Pregunta 8	42
Figura 15. Pregunta 9	43
Figura 16. Pregunta 10	44
Figura 17. Logo anterior “Productos la Calumeña”	46
Figura 18. Logo rediseño parcial “Productos la Calumeña”	47
Figura 19. Logo Full Color “Productos la Calumeña”	48
Figura 20. Escala de Grises “Productos la Calumeña”	49
Figura 21. Positivo y Negativo “Productos la Calumeña”	50

Figura 22. Modos de color	51
Figura 23. Uso correcto	51
Figura 24. Uso incorrecto.....	52
Figura 25. Fondos correctos.....	53
Figura 26. Fondos Incorrectos.....	54
Figura 27. Troquel 1.....	57
Figura 28. Troquel 2.....	58
Figura 29. Troquel 3.....	58
Figura 30. Troquel 4.....	59
Figura 31. Troquel 5.....	59
Figura 32. Troquel 6.....	60
Figura 33. Empaque 1 “Productos la Calumeña”	61
Figura 34. Empaque 2 “Productos la Calumeña”	62
Figura 35. Empaque 3 “Productos la Calumeña”	62
Figura 36. Empaque 4 “Productos la Calumeña”	63
Figura 37. Empaque 5 “Productos la Calumeña”	63
Figura 38. Empaque 6 “Productos la Calumeña”	64
Figura 39.Arte información Facebook	66
Figura 40. Arte persuasión Facebook - Instagram	67
Figura 41. Arte posicionamiento Facebook - Instagram.....	68
Figura 42. Arte mantenimiento Instagram	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Informe Urkund	81
Anexo 2. Carta de la institución	82
Anexo 3. Bitácora de Trabajo de Integración Curricular	83
Anexo 4. Orden de empastado	87

RESUMEN

El presente proyecto busca mejorar la identidad gráfica de la microempresa Productos La Calumeña junto con la creación de un manual corporativo y una línea de empaques. Para mejorar la identidad gráfica se realizará un rediseño parcial de su actual logotipo el cual transmita la esencia misma de la microempresa y fortalezca la pertenencia con sus clientes.

Es importante realizar este rediseño de imagen corporativa ya que su actual imagen no muestra lo que verdaderamente es la microempresa, y al usar una línea de empaques los clientes se sentirán satisfechos al recibir los productos y solucionaría la falta de conocimiento sobre la microempresa. Para la elaboración de la línea de empaques se optó por materiales económicos ya que al ser una microempresa que busca posicionarse en el mercado sus recursos son limitados.

Por medio de la investigación decidimos difundir la nueva identidad gráfica y la línea de empaques por medio de redes sociales como: Facebook e Instagram, ya que en estos canales se puede exponer información a un mayor número de personas y en especial lograr interactuar con el grupo objetivo, al igual se dispone el manejo del manual corporativo que ayuda en el uso correcto del logotipo, ya que a través de ellos se creará una identidad única de la microempresa y esta se verá reflejada entre sus clientes.

Palabras clave: Identidad gráfica, línea de empaques, manual corporativo, posicionarse en el mercado.

ABSTRACT

This project seeks to improve the graphic identity of the microenterprise Productos La Calumeña together with the creation of a corporate manual and a packaging line. In order to improve the graphic identity, a partial redesign of its current logo will be carried out, which transmits the very essence of the microenterprise and strengthens its membership with its clients.

It is important to carry out this corporate image redesign since its current image does not show what a microenterprise really is, and when using a packaging line the clients will feel satisfied when receiving the products and it would solve the lack of knowledge about the microenterprise. For the elaboration of the packaging line we opted for economic materials because being a microenterprise that seeks to position itself in the market, its resources are limited.

Through research we decided to disseminate the new graphic identity and packaging line through social networks such as Facebook and Instagram, since these channels can expose information to a greater number of people and especially to interact with the target group, as well as the management of the corporate manual that helps in the correct use of the logo, since through them will create a unique identity of the microenterprise and this will be reflected among its customers.

Keywords: Graphic identity, packaging line, corporate manual, positioning in the market.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto tiene como finalidad mejorar la identidad gráfica, crear un manual corporativo y una línea de empaques, dar a conocer y fomentar el sentido de pertenencia de los clientes con la microempresa Productos La Calumeña. La idea principal es dar a conocer los productos que ofrece la microempresa por medio de empaques llamativos y funcionales, al mismo tiempo es de gran ayuda publicitarlos por redes sociales como Facebook e Instagram.

El nuevo logo de la microempresa Productos La Calumeña no es solo la imagen de la microempresa si no también su esencia, sus valores que identifican a la microempresa considerando que esto aporta de una forma positiva con sus clientes.

El desarrollo de este proyecto se realizó de mejor manera mediante el estudio de mercado ya que con esto se obtuvo mayor información e ideas claras sobre el impacto que tendría la nueva línea de empaques y el rediseño parcial del logotipo de la microempresa.

El realizar el rediseño de logotipo, la creación de empaques y el uso de Facebook e Instagram fue la mejor elección ya que al final se logró llegar rápidamente a nuestros clientes y poder evaluar el comportamiento de los mismos ante los cambios presentados por la microempresa Productos La Calumeña.

CAPÍTULO I

1.- ANTECEDENTES

1.01. Contexto

La identidad corporativa es lo que le permite a una marca ser reconocida por los clientes. Cada imagen se elabora de acuerdo al gusto del emprendedor, sus principales valores empresariales y el sector al cual se dedica.

Un manual de identidad corporativa es importante porque contiene los reglamentos para el uso de la imagen, es decir: el número de los colores en tabla Pantone, la relación de tamaño permitidos entre los diferentes elementos, el tipo de letra y lo usos y aplicaciones más comunes, entre otros puntos significativos. Todo esto con la finalidad de mantener la misma línea de presentación y coherencia al momento de implementar la marca sobre diferentes soportes.

El empaque como medio publicitario es de suma importancia ya que sirve para comunicar un mensaje, con la ventaja de estar muy cerca de los consumidores. La combinación de los elementos de diseño trasciende las barreras del lenguaje y segmenta el mercado para transmitir en forma inmediata una identidad.

En Quito el manejo de líneas de empaques ha tomado mucha fuerza siendo así la competencia muy difícil, ya que cada vez utilizan nuevas ideas innovadoras para sus productos.

La microempresa Productos La Calumeña se encuentra ubicada en el sur de Quito en el sector de Quitumbe, donde existe variedad de comercio de pequeñas, medianas y grandes empresas, es ahí donde se toma la iniciativa de crear una línea de empaques innovadora, que llamen la atención y den a conocer esta microempresa la cual elabora una amplia gama de opciones alimenticias al trabajar con ideas innovadoras.

1.02. Justificación

El problema se encontró en la deficiencia de empaques que generen identidad y funcionen al mismo tiempo para entregar el producto final, también la falta de manejo de la imagen corporativa ya que es un factor muy importante en el entorno, esto causa un bajo posicionamiento de mercado y una economía baja.

El diseño gráfico es pertinente dentro de las problemáticas urbanas y sociales donde se ven afectadas las empresas, microempresas, etc. Por ese motivo se ha tomado en cuenta a la microempresa Productos La Calumeña donde se quiere dar un realce de identidad gráfica junto con el diseño de una línea de empaques, gracias al conocimiento adquirido del investigador en diseño gráfico que busca dar propuestas gráficas que muestran el uso adecuado del logotipo y estén a la par de las necesidades y servicios de la empresa contribuyendo al crecimiento de la misma.

La creación del proyecto está pensada en actualizar la imagen corporativa e implementar una línea de empaques para los productos más relevantes de la microempresa Productos La Calumeña.

Con esto el proyecto trata de alinearse a unos de los sistemas establecidos que es El Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 “Toda una vida” de donde se desprende del Eje 2: Economía al servicio de la Sociedad - • Objetivo 6: Impulsar la productividad y

competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria (Senplades, 2017).

Este proyecto tiene relación con este objetivo ya busca fortalecer el trabajo de calidad, lograr desarrollar una economía que ayude en el del mercado laboral.

1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1. Análisis de las fuerzas T del Diseño de un manual de identidad corporativa y creación de la línea de empaques para los productos de la microempresa Productos La Calumeña (Productos La Calumeña, 2019)

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Poco posicionamiento en el mercado y desinterés por adquirir los productos.	Mala imagen corporativa e inexistencia de línea de empaques.				Posicionamiento en el mercado e interés por adquirir los productos por parte de los clientes.
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza bloqueadora
Información adecuada sobre el diseño corporativo y la creación de la línea de empaques.	4	5	4	5	Pérdida de clientes
Asesoramiento de profesionales del diseño	3	4	4	4	Bajo posicionamiento de la microempresa
Introducir el producto con los empaques nuevos a través de sorteos por redes sociales.	3	4	5	4	Bajos ingresos económicos para la microempresa
Desarrollo del proyecto y acorde con la información correcta.	4	5	5	4	Presupuesto limitado para elaboración del proyecto.
Manejar adecuadamente la línea gráfica en los medios publicitarios.	4	5	5	4	Inadecuado manejo de la marca en los medios gráficos

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

Elaborado por: David Hernández

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01. Mapeo de los Involucrados

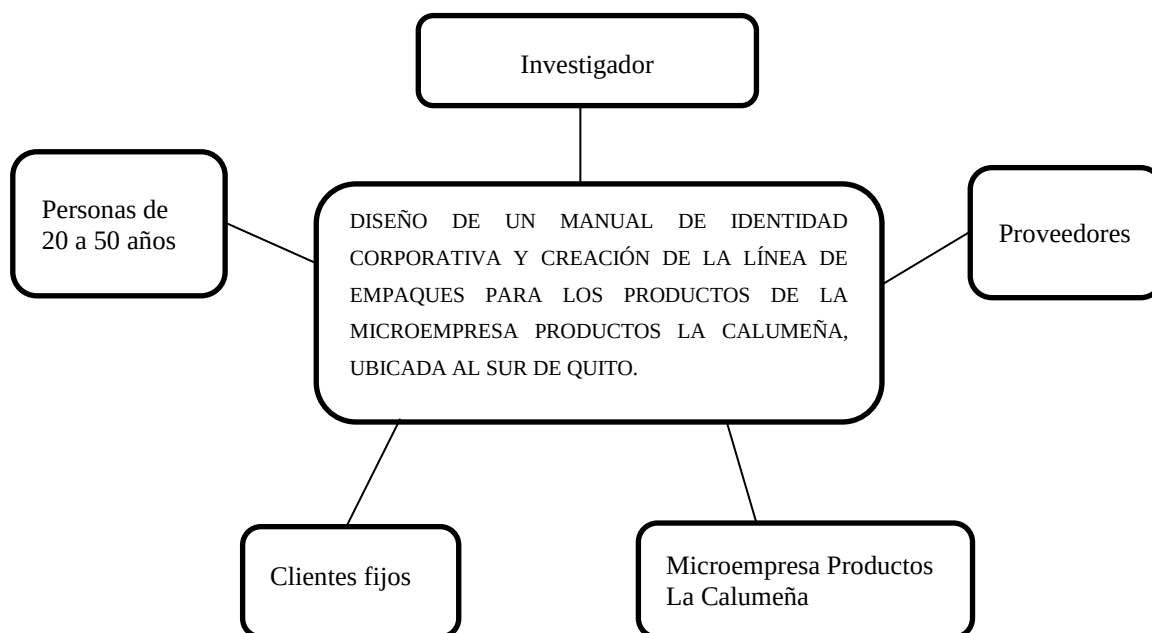


Figura 1. Mapa de involucrados del diseño del manual corporativo y creación de la línea de empaques, 2019

Elaborado por: David Hernández

2.02. Matriz de Análisis de Involucración

Tabla 2. Análisis de involucrados, diseño de un manual de identidad corporativa y creación de la línea de empaques para los productos de la microempresa Productos La Calumeña

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial
Investigador	Diseñar una línea de empaques y fortalecer la identidad gráfica junto con el sentido de pertenencia de sus públicos internos y externos.	Limitado presupuesto y escaso material visual.	Humano Técnicas Intelectual Económico Administrativo Tecnológico	Fortalecer la identidad gráfica mediante el uso de un manual de logotipo.	Rechazo del proyecto y desinterés en la meta del mismo por parte de la microempresa
Proveedores	Aumentar la petición de insumos.	Pocos insumos requeridos por la microempresa	Humano Técnicas Intelectual Administrativo	Informar de cambios en la microempresa para garantizar un buen servicio.	Desconformidad con el manejo de la microempresa.
Microempresa Productos La Calumeña.	Crear una mejor identidad gráfica para la microempresa.	No disponen de una identidad para ofrecer pertenencia a sus trabajadores y consumidores.	Humano Técnicas Intelectual Económico Administrativo Tecnológico	Lograr un mejor posicionamiento de la microempresa.	Incumplimiento en la meta del proyecto.
Clientes fijos	Recibir el producto en una nueva presentación, con mejores empaques.	Desinterés por adquirir los productos de La Calumeña	Informativo	Ampliar la difusión de la nueva imagen y nuevos empaques mediante redes sociales.	Poca aceptación y desinterés por adquirir los productos.
Personas de 20 a 50 años	Obtener un nuevo producto con una buena presentación	Desconocimiento de la microempresa	Informativo	Obtener una correcta información de los productos.	El producto no le gusta al cliente.

Elaborado por: David Hernández

CAPÍTULO III

PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01. Árbol de Problemas

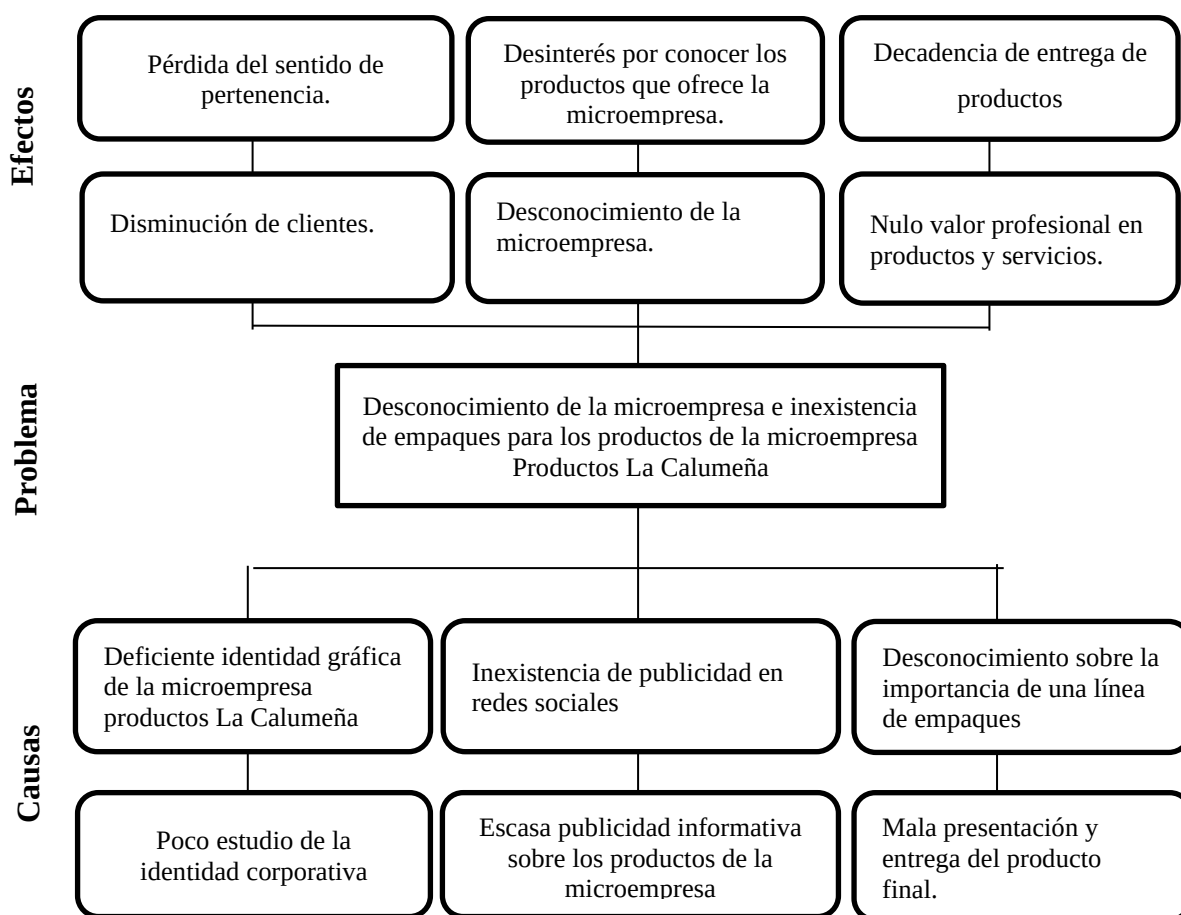


Figura 2. Árbol de Problemas

Elaborado por: David Hernández

3.02. Árbol de Objetivos

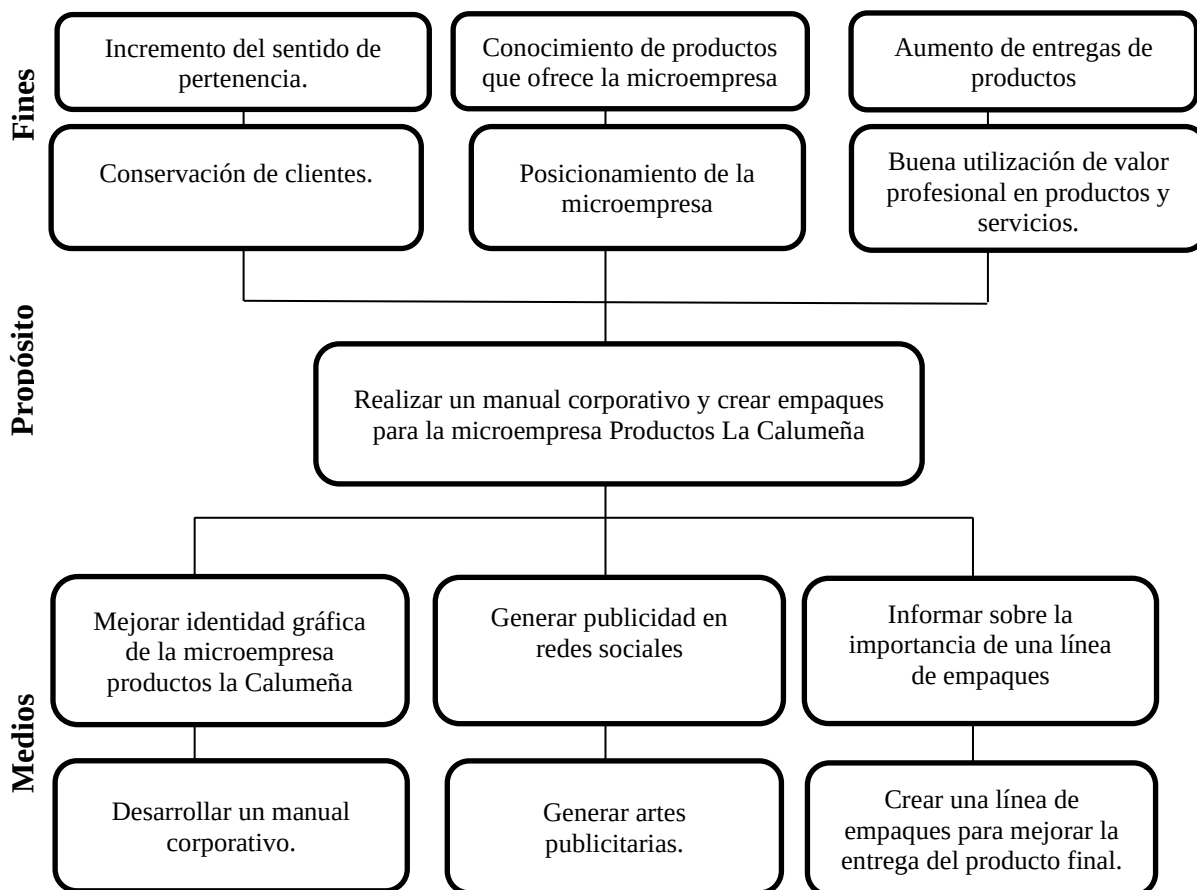


Figura 3. Árbol de objetivos

Elaborado por: David Hernández

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

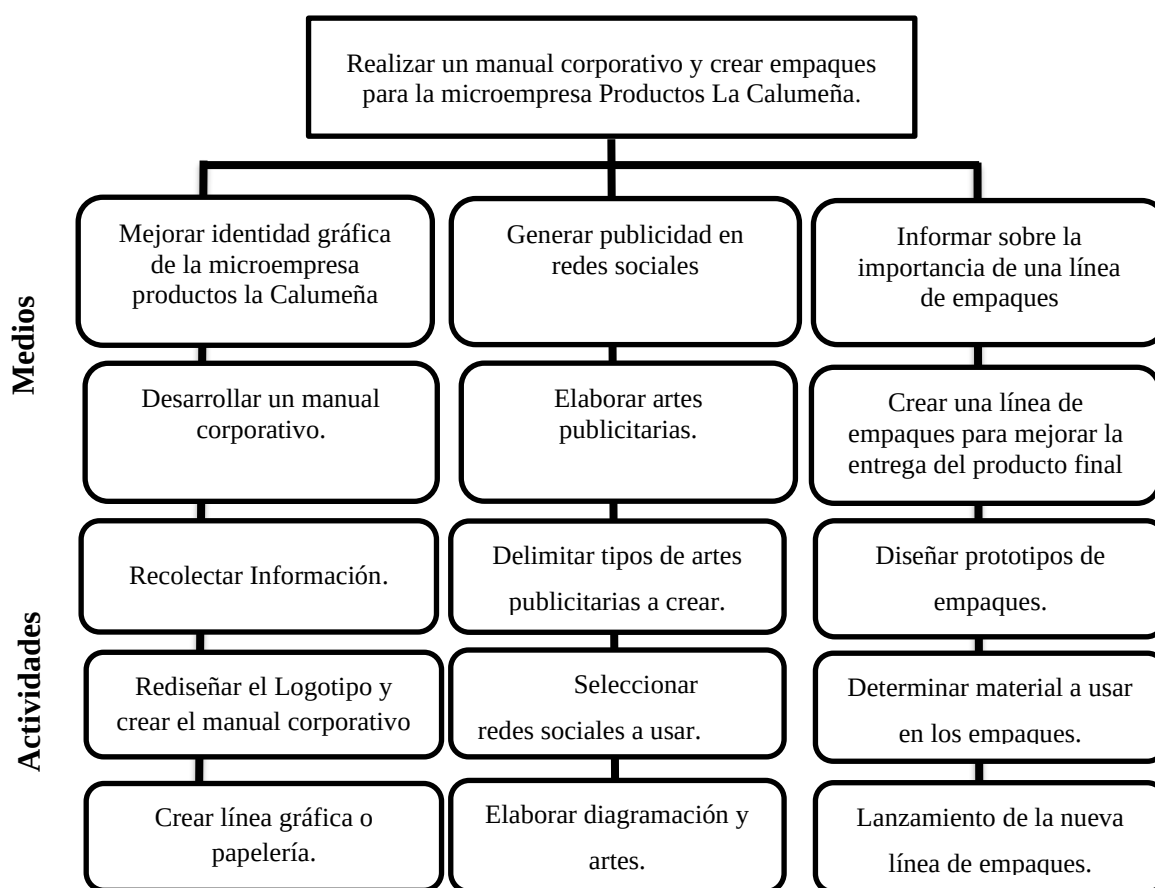


Figura 4. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

Elaborado por: David Hernández

4.01.01. Tamaño del Proyecto

Este proyecto se realiza en el sur de Quito (Quitumbe) con el fin de dar a conocer los productos que elabora la microempresa Productos La Calumeña con su nueva línea de empaques y posicionarse en el mercado.

La población tomada en cuenta en este proyecto serán personas entre 20 a 50 años de edad, que según resultados del censo de población INEC 2010 en la Parroquia Quitumbe son aproximadamente 79.057 habitantes correspondientes.

$N = \text{Tamaño del universo} = 79.057$

$P = \text{Probabilidad de ocurrencia respuesta positiva } (p) = 0,5$

$Q = \text{Probabilidad de ocurrencia respuesta negativa } (q) = 0,5$

$Z = \text{Nivel de confiabilidad del 95\% critico} = 1,96$

$E = \text{Límite de error maestroal. Porcentaje de error } (e) = 0,5\% (0,05)$

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{e^2(N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 79057 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 (79057 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3.84 \times 79057 \times 0,25}{0.0025 (79056) + 0.96}$$

$$n = \frac{75894,72}{198.60} \quad n = 382$$

Con el resultado calculado se establece que se realizará la encuesta a 382 personas, siendo el nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

El grupo de personas están conformadas por hombres y mujeres entre los 20 y 50 años de edad, con ubicación en el sur de Quito Sector Quitumbe y nivel económico es medio.

De acuerdo a la interpretación del investigador sobre la muestra, este será el proceso para determinar qué porcentaje conocen a la microempresa productos La Calumeña y si es importante una buena identidad gráfica y una línea de empaques, con el fin de evaluarlos y poder identificar pensamientos sobre el proyecto que se va a realizar.

4.01.02. Localización del Proyecto

El desarrollo del proyecto se ubica en Ecuador en la provincia de Pichincha cantón Quito, sector sur Quitumbe.

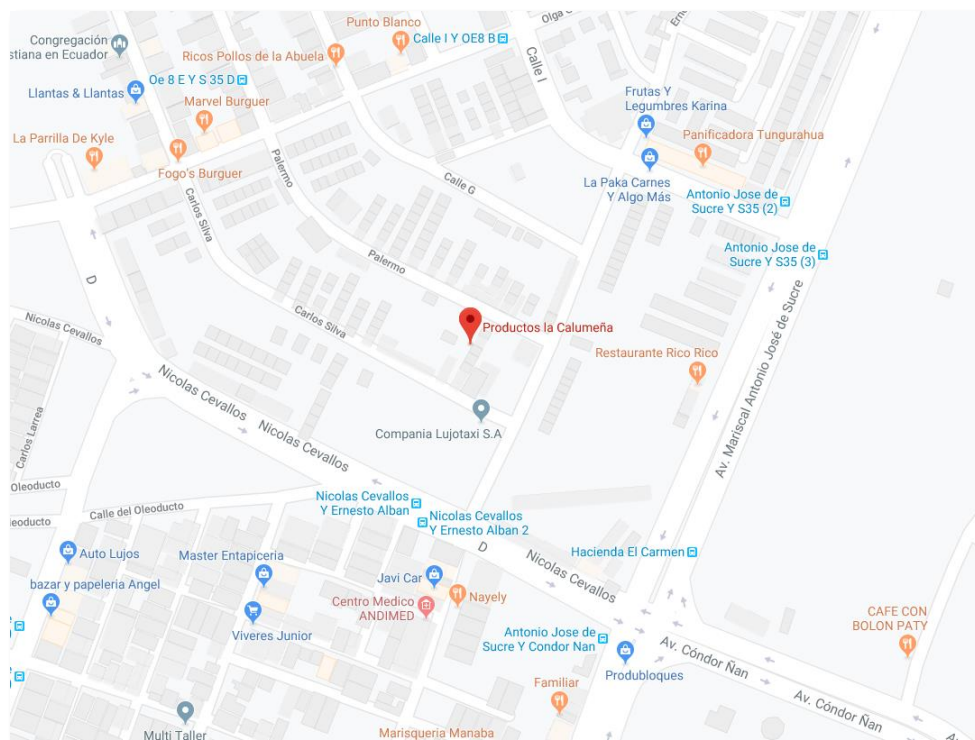


Figura 5. Localización del Proyecto

Fuente: GoogleMaps (<https://www.google.com.ec/maps>)

4.02. Análisis Ambiental

El impacto ambiental es la diferencia entre cómo estará el ambiente con la incorporación de una acción o un proyecto y como estará sin ninguna acción o ningún proyecto (Vazquez, 2013).

Al realizar este proyecto podremos notar que impacto tiene sobre el medio ambiente, en el caso de que sea un impacto positivo poder maximizarlo y si es negativo lograr minimizarlo.

4.02.01. Impacto Negativo.

Al utilizar medios impresos como el manual corporativo, roll up, afiches, los cuales no son de un material biodegradable, la realización de la línea de empaques impresos con tintan, afectan al medioambiente al momento de desechar el material sobrante, teniendo un impacto negativo medio con el planeta.

4.02.02. Impacto Positivo.

Para la realización del proyecto se ha tomado varios aspectos al momento de presentar bocetos o propuestas que serán en papel bond el cual una vez utilizado puede ser reciclado para volver a ser reutilizados, al igual está enfocado a utilizar mucho más el material digital.

4.03. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3. Impacto de los objetivos

Objetivos	Impacto sobre el Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Mejorar identidad gráfica de la microempresa productos la Calumeña	5	5	2	5	4	21	Alta
Desarrollar un manual corporativo	5	4	3	4	4	20	Media
Generar publicidad en redes sociales	5	4	3	5	4	21	Alta
Elaborar artes publicitarias.	4	4	2	5	4	19	Media
Informar sobre la importancia de una línea de empaques	4	4	2	4	3	17	Media
Crear una línea de empaques para mejorar la entrega del producto final	4	3	2	4	3	16	Media

Alta= 21-25 Media= 16-20 Baja= 15-0

Elaborado por: David Hernández

4.04. Diagrama de Estrategias

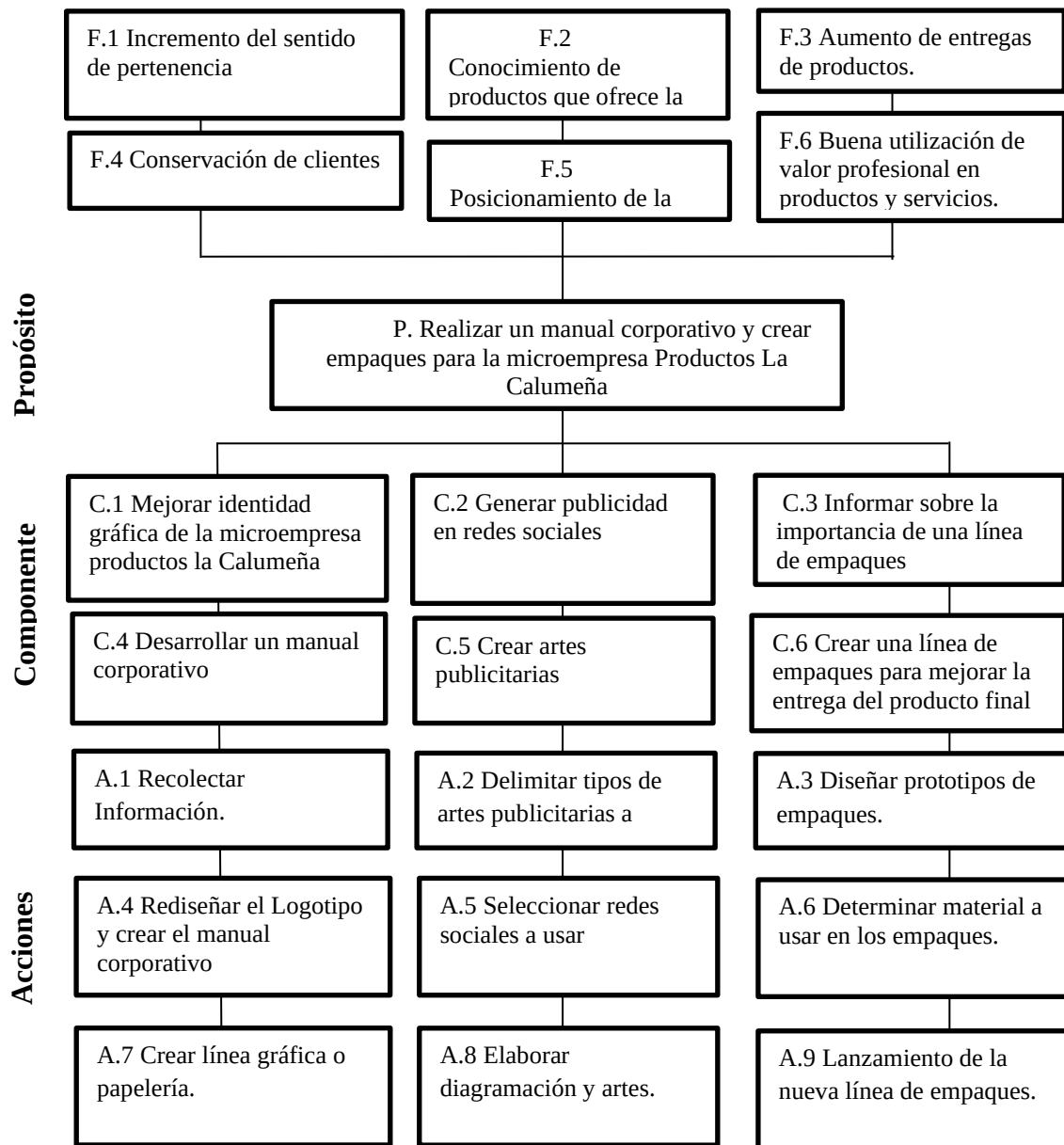


Figura 6. Diagrama de Estrategias

Elaborado por: David Hernández

4.05. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

4.05.01. Revisión de los Criterios para Indicadores

Tabla 4. Revisión de los Criterios para Indicadores, 2019

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	F.1 Incremento del sentido de pertenencia	Se incrementará el sentido de pertenencia en 50%.	382	Excelente	6 meses	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
	F.2 Conocimiento de productos que ofrece la microempresa	Aumentar conocimiento de productos en 80%.	382	Excelente	6 meses	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
	F.3 Aumento de entregas de productos	Un incremento de entregas de producto en 60%.	382	Excelente	6 meses	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
	F.4 Conservación de clientes	Incrementar la fidelidad con los clientes en 80%.	382	Excelente	6 meses	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
	F.5 Posicionamiento de la microempresa	Mejorar la identidad gráfica de la microempresa en 80%	382	Excelente	6 meses	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
	F.6 Buena utilización de valor profesional en productos y servicios.	Aumento de la aplicación de criterios de diseño en productos y servicios en un 50%.	382	Excelente	6 meses	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
Propósito	P. Posicionar, realizar un manual corporativo y crear empaques para la microempresa Productos La Calumeña	Fortalecer la identidad gráfica e implementar una línea de empaques acorde a la microempresa en 90%.	1	Excelente	6 meses	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años

Componentes	C.1 Mejorar identidad gráfica de la microempresa productos la Calumeña	Aumento de la gráfica visual de la microempresa en 80%.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
	C.2 Generar publicidad en redes sociales	Implementar artes publicitarios en redes sociales en 80%.	1	Excelente	6 meses	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
	C.3 Informar sobre la importancia de una línea de empaques	Incrementar información sobre la importancia de los empaques en 80%.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
	C.4 Desarrollar un manual corporativo	Crear información del uso correcto de la imagen de la microempresa en 80%.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
	C.5 Crear artes publicitarias	Mejorar la publicidad de productos en 80%.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
	C.6 Crear una línea de empaques para mejorar la entrega del producto final	Entregar el producto final en empaques acordes a la micro empresa en 90%.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
Actividades	A.1 Recolectar Información.	Implementar información requerida.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
	A.2 Delimitar tipos de artes publicitarios a crear.	Seleccionar artes que funcionen acorde con la microempresa.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años

A.3 Diseñar prototipos de empaques.	Diseñar diferentes tipos de empaques que se apeguen a la identidad de la microempresa.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
A.4 Rediseñar el Logotipo y crear el manual corporativo	Rediseñar el logotipo dejando parte de la imagen actual.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
A.5 Seleccionar redes sociales a usar	Seleccionar redes sociales principales.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
A.6 Determinar material a usar en los empaques.	Determinar el material que se va a utilizar en el proceso.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
A.7 Crear línea gráfica o papelería.	Realzar la identidad gráfica por medio de la línea gráfica.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
A.8 Elaborar diagramación y artes.	Diseñar plantillas que representen la imagen de la microempresa.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años
A.9 Lanzamiento de la nueva línea de empaques.	Determinar el medio por el cual se presentarán los nuevos empaques.	1	Excelente	1 mes	Quito Quitumbe	Medio Personas de 20 a 50 años

Elaborado por: David Hernández

4.05.02. Selección de Indicadores

Tabla 5: Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Fines	F.1 Incremento del sentido de pertenencia	Incremento del sentido de pertenencia en 50%.	X	X		X	X	4	Alto
	F.2 Conocimiento de productos que ofrece la microempresa	Aumento del conocimiento de productos en 80%.	X	X		X	X	4	Alto
	F.3 Aumento de entregas de productos	Incremento de entregas de producto en 60%.	X	X	X	X		4	Alto
	F.4 Conservación de clientes	Incremento de fidelidad con los clientes en 80%.	X	X		X	X	4	Media
	F.5 Posicionamiento de la microempresa	Mejora de identidad gráfica de la microempresa en 80%	X	X		X	X	4	Alto
	F.6 Buena utilización de valor profesional en productos y servicios.	Aumento de la aplicación de criterios de diseño en productos y servicios en 50%.	X	X	X	X	X	5	Alto
Propósito	P. Posicionar, realizar un manual corporativo y crear empaques para la microempresa Productos La Calumeña	Fortalecimiento de la identidad gráfica implementando un rediseño de logotipo y una línea de empaques acorde a la microempresa en 90%.	X	X	X	X	X	5	Alto

Componentes	C.1 Mejorar identidad gráfica de la microempresa productos la Calumeña	Aumento de la gráfica visual de la microempresa en 80%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	C.2 Generar publicidad en redes sociales	Implementación de artes publicitarios en redes sociales en 80%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	C.3 Informar sobre la importancia de una línea de empaques	Incremento de información sobre la importancia de los empaques en 80%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	C.4 Desarrollar un manual corporativo	Creación de información del uso correcto de la imagen de la microempresa en 80%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	C.5 Crear artes publicitarias	Mejoramiento de publicidad de productos en 80%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	C.6 Crear una línea de empaques para mejorar la entrega del producto final	Entrega del producto final en empaques acordes a la micro empresa en 90%.	X	X		X	X	4	Alto
Actividades	A.1 Recolectar Información.	Implementación de la información	X	X		X	X	4	Alto
	A.2 Delimitar tipos de artes publicitarios a crear.	Selección de artes que funcionen acorde con la microempresa.	X	X		X	X	4	Alto

A.3 Diseñar prototipos de empaques.	Diseño de diferentes tipos de empaques que se apeguen a la identidad de la microempresa.	X	X	X	X	X	5	Alto
A.4 Rediseñar el Logotipo y crear el manual corporativo	Rediseño de logotipo dejando parte de la imagen actual.	X	X		X	X	4	Alto
A.5 Seleccionar redes sociales a usar	Selección de redes sociales principales.	X	X		X	X	4	Alto
A.6 Determinar material a usar en los empaques.	Selección del material que se va a utilizar en el proceso.	X	X		X	X	4	Alto
A.7 Crear línea gráfica o papelería.	Realce de identidad gráfico por medio de la línea gráfica.	X	X		X	X	4	Alto
A.8 Elaborar diagramación y artes.	Diseño de plantillas que representen la imagen de la microempresa.	X	X		X	X	4	Alto
A.9 Lanzamiento de la nueva línea de empaques.	Selección de medio adecuado para presentar los nuevos empaques.	X	X		X	X	4	Alto

En la clasificación de indicadores se marcó según la siguiente nomenclatura: A = Es clara, B = Existe información disponible, C = Es tangible y se puede observar, D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere de expertos y E = Si es representativo para nuestro estudio. Por otro lado, para la selección se ha utilizado los siguientes valores: 4 y 5 = alta, 2 y 3 = media y 0 y 1 = baja.

Elaborado por: David Hernández

4.05.03. Medios de Verificación

Tabla 6. Medios de verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Fines	F.1 Incremento del sentido de pertenencia	Se incrementará el sentido de pertenencia en 50%.	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	F.2 Conocimiento de productos que ofrece la microempresa	Aumentar conocimiento de productos en 80%.	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
	F.3 Aumento de entregas de productos	Un incremento de entregas de producto en 60%.	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	F.4 Conservación de clientes	Incrementar la fidelidad con los clientes en 80%.	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	F.5 Posicionamiento de la microempresa	Mejorar la identidad gráfica de la microempresa en 80%	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
	F.6 Buena utilización de valor profesional en productos y servicios.	Aumento de la aplicación de criterios de diseño en productos y servicios en 50%.	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
Propósito	P. Posicionar, realizar un manual corporativo y crear empaques para la microempresa Productos La Calumeña	Fortalecer la identidad gráfica implementando un rediseño de logotipo y una línea de empaques acorde a la microempresa en 90%.	Primaria	Observación directa	Cuantitativa	6 meses	Investigador

Componentes	C.1 Mejorar identidad gráfica de la microempresa productos la Calumeña	Aumento de la gráfica visual de la microempresa en 80%	Primaria	Observación directa	Cualitativa	1 mes	Investigador
	C.2 Generar publicidad en redes sociales	Implementar artes publicitarios en redes sociales en 80%.	Primaria	Documentación	Cualitativa	1 mes	Investigador
	C.3 Informar sobre la importancia de una línea de empaques	Incrementar información sobre la importancia de los empaques en 80%.	Primaria	Observación	Cualitativa	1 mes	Investigador
	C.4 Desarrollar un manual corporativo	Crear información del uso correcto de la imagen de la microempresa en 80%.	Primaria	Encuesta	Cualitativa	1 mes	Investigador
	C.5 Crear artes publicitarias	Mejorar la publicidad de productos en 80%.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	1 mes	Investigador
	C.6 Crear una línea de empaques para mejorar la entrega del producto final	Entregar el producto final en empaques acordes a la micro empresa en 90%.	Primaria	Observación	Cualitativa	1 mes	Investigador
Actividades	A.1 Recolectar Información.	Implementar información requerida.	Secundario	Documentación	Cualitativa	1 mes	Investigador
	A.2 Delimitar tipos de artes publicitarios a crear.	Seleccionar artes que funcionen acorde con la microempresa.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	1 mes	Investigador

A.3 Diseñar prototipos de empaques.	Diseñar diferentes tipos de empaques que se apeguen a la identidad de la microempresa.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	1 mes	Investigador
A.4 Rediseñar el Logotipo y crear el manual corporativo	Rediseñar el logotipo dejando parte de la imagen actual.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	1 mes	Investigador
A.5 Seleccionar redes sociales a usar	Seleccionar redes sociales principales.	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	1 mes	Investigador
A.6 Determinar material a usar en los empaques.	Determinar el material que se va a utilizar en el proceso.	Secundaria	Encuesta	Cuantitativa	1 mes	Investigador
A.7 Crear línea gráfica o papelería.	Realzar la identidad gráfica por medio de la línea gráfica.	Primaria	Encuesta	Cualitativa	1 mes	Investigador
A.8 Elaborar diagramación y artes.	Diseñar plantillas que representen la imagen de la microempresa.	Primaria	Encuesta	Cualitativa	1 mes	Investigador
A.9 Lanzamiento de la nueva línea de empaques.	Determinar el medio por el cual se presentarán los nuevos empaques.	Secundaria	Observación directa	Cualitativa	1 mes	Investigador

Elaborado por: David Hernández

4.05.04 Supuestos

Tabla 7. Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fines	F.1 Incremento del sentido de pertenencia	Deficiente sentido de pertenencia.		X	X		
	F.2 Conocimiento de productos que ofrece la microempresa	Insuficiente conocimiento de los productos que ofrece la empresa	X	X	X		
	F.3 Aumento de entregas de productos	Deficiente entregas de productos	X		X		X
	F.4 Conservación de clientes	Pérdida de los clientes.	X	X	X		
	F.5 Posicionamiento de la microempresa	Desconocimiento de la microempresa	X	X	X		X
	F.6 Buena utilización de valor profesional en productos y servicios.	Mala presentación en los productos y servicios decadencia de profesionales.	X	X	X		X
Propósito	P. Posicionar, realizar un manual corporativo y crear empaques para la microempresa Productos La Calumeña	Pérdida de la identidad con una mala presentación de empaques.	X	X	X		X
Composición	C.1 Mejorar identidad gráfica de la microempresa productos la Calumeña	Poco impacto visual de la imagen de la microempresa.	X	X	X		X
	C.2 Generar publicidad en redes sociales	Escasa información y material gráfico para generar publicidad	X	X	X		X
	C.3 Informar sobre la importancia de una línea de empaques	Pérdida interés por la importancia de los empaques.	X		X		X

	C.4 Desarrollar un manual corporativo	Insuficiente información y poca orden.	X	X	X	X	X
	C.5 Crear artes publicitarias	Escasa identidad de la		X	X	X	X
	C.6 Crear una línea de empaques para mejorar la entrega del producto final	Insuficiente información sobre funcionalidad de un empaque.	X	X	X	X	X
Actividades	A.1 Recolectar Información.	No encontrar adecuada información.			X		X
	A.2 Delimitar tipos de artes publicitarios a crear.	Pérdida de la identidad en la mala elección de artes.		X	X		X
	A.3 Diseñar prototipos de empaques.	Poco impacto visual de la imagen de la microempresa.			X	X	X
	A.4 Rediseñar el Logotipo y crear el manual corporativo	Insuficiente sentido de pertenencia.		X	X	X	X
	A.5 Seleccionar redes sociales a usar	Mala elección de redes sociales.		X	X		X
	A.6 Determinar material a usar en los empaques.	Insuficiente información sobre tipos de materiales		X	X	X	X
	A.7 Crear línea gráfica o papelería.	Escaso sentido de pertenencia al crear línea gráfica y papelería.	X	X	X	X	X
	A.8 Elaborar diagramación y artes.	Insuficiente conocimiento de diagramación.		X	X		X
	A.9 Lanzamiento de la nueva línea de empaques.	Mala presentación de la línea de empaques.	X	X	X	X	X

Elaborado por: David Hernández

4.05.05. Matriz de Marco Lógico (MML)

Tabla 8: Matriz de Marco Lógico

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Fines	F.1 Incremento del sentido de pertenencia	Se incrementará el sentido de pertenencia en 50%.	Primaria Observación Cualitativa	Deficiente sentido de pertenencia.
	F.2 Conocimiento de productos que ofrece la microempresa	Aumentar conocimiento de productos en 80%.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Insuficiente conocimiento de los productos que ofrece la empresa
	F.3 Aumento de entregas de productos	Un incremento de entregas de producto un 60%.	Primaria Observación Cualitativa	Deficiente entregas de productos
	F.4 Conservación de clientes	Incrementar la fidelidad con los clientes en 80%.	Primaria Observación Cualitativa	Pérdida de los clientes.
	F.5 Posicionamiento de la microempresa	Mejorar la identidad gráfica de la microempresa en 80%	Primaria Encuesta Cuantitativa	Desconocimiento de la microempresa
	F.6 Buena utilización de valor profesional en productos y servicios.	Aumento de la aplicación de criterios de diseño en productos y servicios en 50%.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Mala presentación en los productos y servicios decadencia de profesionales.
Propósito	P. Posicionar y crear empaques para la microempresa Productos la Calumeña	Fortalecer la identidad gráfica implementando un rediseño de logotipo y una línea de empaques acorde a la microempresa en 90%.	Primaria Observación directa Cuantitativa	Pérdida de la identidad con una mala presentación de empaques.
Componentes	C.1 Mejorar identidad gráfica de la microempresa productos la Calumeña	Aumento de la gráfica visual de la microempresa en 80%.	Primaria Observación Cualitativa	Poco impacto visual de la imagen de la microempresa.
	C.2 Generar publicidad en redes sociales	Implementar artes publicitarios en redes sociales en un 80%.	Secundaria Documentación Cualitativa	Escasa información y material gráfico para generar publicidad
	C.3 Informar sobre la importancia de una línea de empaques	Incrementar información sobre la importancia de los empaques en 80%.	Primaria Documentación Cualitativa	Pérdida interés por la importancia de los empaques.
	C.4 Desarrollar un manual corporativo	Crear información del uso correcto de la imagen de la microempresa en 80%.	Primaria Encuesta Cualitativa	Insuficiente información y poca orden.

	C.5 Crear artes publicitarias	Mejorar la publicidad de productos en 80%.	Primaria Observación Cuantitativa	Escasa identidad de la
	C.6 Crear una línea de empaques para mejorar la entrega del producto final	Entregar el producto final en empaques acordes a la micro empresa en 90%.	Primaria Observación Cualitativa	Insuficiente información sobre funcionalidad de un empaque.
Actividades	A.1 Recolectar Información.	Implementar información requerida.	Secundaria Documentación Cualitativa	No encontrar adecuada información.
	A.2 Delimitar tipos de artes publicitarios a crear.	Seleccionar artes que funcionen acorde con la microempresa.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Pérdida de la identidad en la mala elección de artes.
	A.3 Diseñar prototipos de empaques.	Diseñar diferentes tipos de empaques que se apeguen a la identidad de la microempresa.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Poco impacto visual de la imagen de la microempresa.
	A.4 Rediseñar el Logotipo y crear el manual corporativo	Rediseñar el logotipo dejando parte de la imagen actual.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Insuficiente sentido de pertenencia.
	A.5 Seleccionar redes sociales a usar	Seleccionar redes sociales principales.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Mala elección de redes sociales.
	A.6 Determinar material a usar en los empaques.	Determinar el material que se va a utilizar en el proceso.	Secundaria Encuesta Cuantitativa	Insuficiente información sobre tipos de materiales
	A.7 Crear línea gráfica o papelería.	Realzar la identidad gráfica por medio de la línea gráfica.	Primaria Encuesta Cualitativa	Escaso sentido de pertenencia al crear línea gráfica y papelería.
	A.8 Elaborar diagramación y artes.	Diseñar plantillas que representen la imagen de la microempresa.	Primaria Encuesta Cualitativa	Insuficiente conocimiento de diagramación.
	A.9 Lanzamiento de la nueva línea de empaques.	Determinar el medio por el cual se presentarán los nuevos empaques.	Secundaria Observación Cualitativa	Mala presentación de la línea de empaques.

Elaborado por: David Hernández

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

Este proyecto tiene como fin dar a conocer la importancia de realizar una línea de empaques para los productos de la microempresa Productos la Calumeña, para mejorar su identidad gráfica y así posicionarla en el mercado de Quito, su propósito es llegar al grupo objetivo deseado por medio de una mejor entrega en el producto final, acompañado por la creación de un manual corporativo y entrega de información por redes sociales para informar sobre características de los nuevos empaques y beneficios del producto.

El proyecto será realizado con empaques fabricados con materiales muy económicos en su elaboración, y que después de su uso por parte del cliente pueden ser reusados con otros fines para el cuidado del medio ambiente, a parte se debe considerar un buen manejo del manual corporativo por parte de la microempresa para lograr la pertenencia de sus clientes y atraer a más de ellos.

5.01.01. Marco Teórico

Es una de las partes más importantes y decisivas a la hora de crear un nuevo proyecto de diseño gráfico es el estudio de la composición. Esto es, la disposición de los

distintos elementos dentro del espacio visual de manera equilibrada y ordenada, con el fin de transmitir un mensaje al público objetivo. El éxito de un proyecto gráfico reside fundamentalmente en una composición perfecta que sea capaz de transmitir una idea de manera sencilla y directa (Mique, Estudio mique).

5.01.02. Imagen Corporativa

La imagen corporativa o la imagen de marca, es el conjunto de creencias, actitudes y percepciones que tienen los públicos sobre una empresa o marca. Es decir, es la forma en que ese público interpreta el conjunto de señales procedentes de los productos, servicios y comunicaciones, emitidas por la marca (Gallegos, 2019).

Es muy importante realizar una buena imagen corporativa ya que esta es la forma de presentarse hacia los clientes, demostrando su actitud, su esencia, teniendo en cuenta que una imagen fresca y moderna.

5.01.03. Identidad Corporativa

La identidad corporativa hace referencia a lo que la empresa comunica a sus públicos, partiendo de lo que es. Sin embargo, la imagen corporativa se configura posteriormente, ya que como se ha explicado, se relaciona con lo que los públicos perciben y pasa a formar parte de su pensamiento, haciendo que existan diferencias entre las distintas compañías y marcas existentes en el mercado. Es un término, por tanto, relacionado a su vez con el del posicionamiento, que se comentará en capítulos posteriores (Sánchez & Pintado, 2009).

5.01.04. Manual de Identidad Corporativa

El manual de identidad corporativa es un documento muy útil que contiene los elementos indispensables y normas básicas que se debe tener en cuenta para un correcto

uso de una marca y de todos los elementos gráficos que la representan. Ninguna marca está plenamente completa si no dispone de un Manual de Identidad Visual que defina su alcance o sus límites, y cómo debe ser usada correctamente (Cubillos, 2012).

Un manual de identidad corporativa establece las bases de cómo se debe usar la imagen de la microempresa, tanto hacia los clientes como para los representantes de la misma.

5.01.05. Tipos de cartón para empaques

En la industria de hoy día existen muchos tipos de embalajes distintos, pero el embalaje que sobre sale por su calidad-precio es la caja de cartón. El cartón es un material que está formado por varias capas de papel superpuestas. El papel puede estar formado de fibra virgen o también se puede fabricar usando papel reciclado. Dado que está formado por muchas capas, el papel es más resistente, grueso y duro. El papel que forma el cartón es originariamente marrón, pero en ocasiones se blanquea (Lauregui, 2017).

El material que se podría utilizar ya que es el más conocido en el mercado, pero en base al proyecto se realizará con material muy económico por ejemplo la cartulina Dúplex (Maule), este material tiene doble cara, uno color café y el otro color blanco, es muy fácil de doblar gracias a su gramaje de 225gr, muy resistente ya que es un material usado frecuentemente para empaques de diferentes productos.

5.01.06. Tipografía

“La tipografía es el medio eficaz para conseguir un fin esencialmente utilitario y solo accidentalmente estético, ya que el goce visual de las formas constituye rara vez la aspiración principal del lector” (Morison, 2007).

La tipografía es muy importante, se podría decir uno de los elementos encargados en llamar la atención del cliente, demostrar lo que la microempresa es en esencia, por esta razón para el rediseño del logo se ha optado usar las siguientes tipografías.

Tipografías Principales

MilkandHoney

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
X Y Z , : () " ' = _ - ' ? ¡ 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Wonder Boys

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Y Z , : () " ' = _ - ' ? ¡ 0 1 2 3 4 7 8 9 0
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Tipografía Secundaría (Slogan)

MilkandHoney

5.01.07. Color

En el diseño, el color es muy subjetivo. Lo que produce una reacción en una persona puede provocar una muy distinta en otra. A veces esto se debe a las preferencias

personales, otras debido a factores culturales. La teoría del color es una ciencia en sí misma. Estudiar cómo afectan los colores a las personas, de manera individual o en grupo, es algo a lo que muchas personas dedican una vida de estudios. Y hay mucho por estudiar. A veces cambiando el matiz o la saturación de un color podemos causar una sensación completamente distinta. Las diferencias culturales significan que un color considerado feliz en un país, puede ser considerado deprimente en otro (Santa Maria, 2014).

Cada color tiene un significado, y en la nueva identidad gráfica de la microempresa Productos La Calumeña queremos demostrar con estos colores lo que la microempresa desea transmitir y hacer sentir a sus clientes.

Significado de colores:

Rosado: romántico, femenino, juvenil.

Celeste: productividad, confianza, calma

Blanco: tranquilidad, armonía, paz

Negro: exclusividad, poder, confianza.

5.01.08. Composición

En sentido general la composición es el ordenamiento y la estructuración de los elementos que componen la obra, con dos tareas principales. Una es facilitar la percepción del receptor y la otra jerarquizar los componentes, y con ello unirse orgánicamente con el contenido (Zatonyl, 2002).

La composición forma una estructura visual de elementos estéticos para desarrollar un producto. En este proyecto tiene como base la composición de textos, imágenes y elementos que conforman una visualización llamativa de los productos para el grupo objetivo.

5.01.09. Estilo

“Para todo diseñador gráfico es importante tener un estilo propio o por lo menos dominar uno, sin pensarlo demasiado, algunos estilos gráficos además de atraer visualmente, revelan algunos secretos íntimos sobre la personalidad detrás de la creación” (Olachea, 2014).

Dependiendo del grupo objetivo, el diseñador gráfico tiene la obligación de crear un estilo, donde los clientes al tener los productos con la nueva línea de empaques se sientan satisfechos con ellos, al igual la microempresa se sienta identificada con ese estilo.

5.02. Software a utilizar

Adobe Illustrator es un programa informático, un editor de gráficos vectoriales y, por tanto, sirve para la edición y modificación de esta clase de imágenes. Son archivos digitales donde los diferentes elementos están formados por objetos geométricos, dependientes entre sí, con atributos matemáticos de acuerdo a su posición, a su forma o

a su color. Es un software que permite la creación y modificación de estas imágenes a través de un espacio de trabajo llamado «taller de arte» o «mesa de trabajo». En él se disponen todas las herramientas necesarias a través de menús y otras opciones de interfaz que presentan los útiles necesarios para llevar a cabo las modificaciones de archivos digitales (Guzmán, 2017).

Adobe Photoshop es un programa de edición de imágenes comercial y multiplataforma desarrollado por Adobe, sirve para editar y retocar imágenes de todo tipo. Es una de las mejores y más completas herramientas en su categoría, siendo utilizada por profesionales dentro del ámbito de la imagen como fotógrafos, diseñadores web o diseñadores gráficos, entre otros (Elies, 2017).

5.03. Descripción de la herramienta

5.03.01. Metodología (Materiales y Métodos)

Diseño: En este proyecto se utilizó encuestas.

“Como tal, una encuesta está constituida por una serie de preguntas que están dirigidas a una porción representativa de una población, y tiene como finalidad averiguar estados de opinión, actitudes o comportamientos de las personas ante asuntos específicos” (Significados.com, 2017).

La encuesta consta de 10 preguntas con opciones de respuesta de SI o NO.

5.03.02. Modelo de encuesta

PRODUCTOS LA CALUMENÑA

La presente encuesta tiene busca recopilar información sobre la importancia de tener una buena identidad gráfica y una línea de empaques para cualquier microempresa, marca o producto ya que con esto se mejora el sentido de pertenencia con sus clientes.

Marque con una X la respuesta

ENCUESTA

- 1.- ¿Cree usted que es importante que una empresa o microempresa tenga una buena identidad gráfica?
☐ SI ☐ NO
- 2.- ¿Tiene idea de la importancia que tiene la creación o el rediseño de un logotipo para cualquier marca, empresa producto o servicio?
☐ SI ☐ NO
- 3.- ¿Considera que el mantener una buena identidad gráfica en una empresa junto con un buen empaque para la entrega del producto aporta a la fidelización de los clientes?
☐ SI ☐ NO
- 4.- ¿Ha visto alguna vez un empaque de un producto que le haya llamado la atención?
☐ SI ☐ NO
- 5.- ¿Cree usted que es importante los empaques para la entrega de los productos que adquiere?
☐ SI ☐ NO
- 6.- ¿Compraría usted un producto por su presentación (empaque)?
☐ SI ☐ NO
- 7.- ¿Cree usted que un empaque debe ser llamativo y al mismo tiempo funcional?
☐ SI ☐ NO
- 8.- ¿Cree usted que los materiales de los empaques deberían ser reciclables después de su uso?
☐ SI ☐ NO
- 9.- ¿Considera usted importante publicitar un producto por redes sociales?
☐ SI ☐ NO
- 10.- ¿Conoce o a escuchado de la microempresa productos La Calumeña?
☐ SI ☐ NO

5.03.03 Tabulación de encuestas

1.- ¿Cree usted que es importante que una empresa o microempresa tenga una buena identidad gráfica?

Tabla 9: Análisis de encuesta pregunta 1

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	363	95%
No	19	5%
Total	382	100%



Figura 7. Pregunta 1

Elaborado por: David Hernández

Análisis:

La encuesta realizada nos indica que el 95% de los encuestados cree que es importante que una empresa o microempresa tenga una buena identidad, en cambio el 5% no cree que sea importante.

2.- ¿Tiene idea de la importancia que tiene la creación o el rediseño de un logotipo para cualquier marca, empresa producto o servicio?

Tabla 10. Análisis de encuesta pregunta 2

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	306	80%
No	76	20%
Total	382	100%

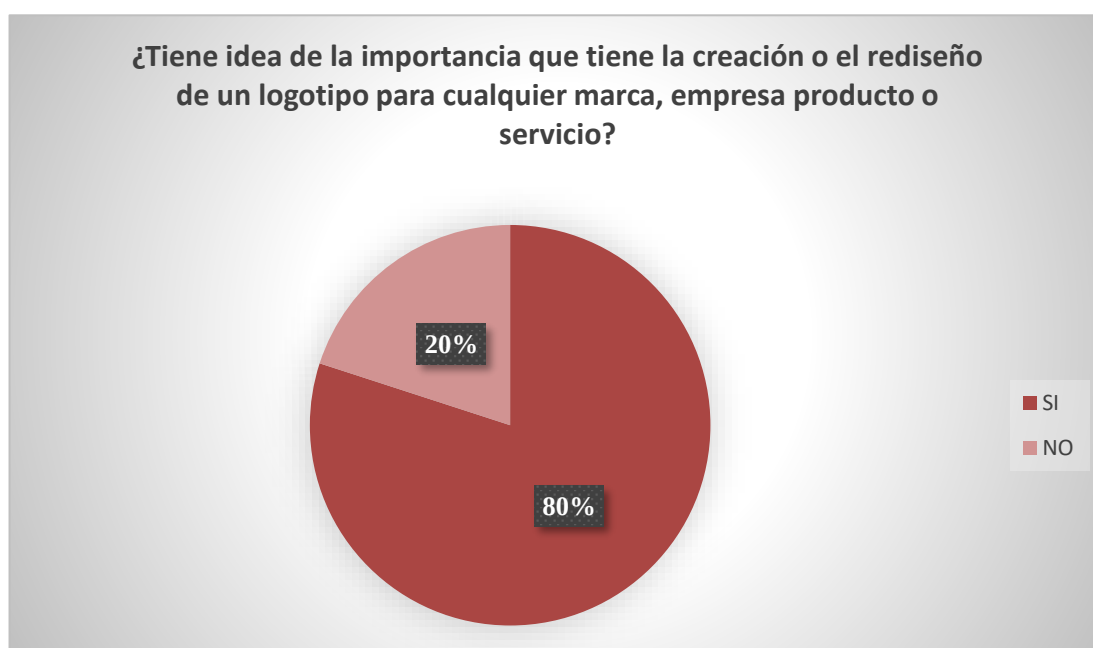


Figura 8. Pregunta 2

Elaborado por: David Hernández

Análisis:

La encuesta realizada nos indica que el 80% de los encuestados tiene alguna idea de la importancia que tiene la creación o el rediseño de un logotipo para cualquier marca, empresa producto o servicio en cambio el 20% no tienen conocimiento.

3.- ¿Considera que el mantener una buena identidad gráfica en una empresa junto con un buen empaque para la entrega del producto aporta a la fidelización de los clientes?

Tabla 11. Análisis de encuesta pregunta 3

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	363	95%
No	19	5%
Total	382	100%



Figura 9. Pregunta 3

Elaborado por: David Hernández

Análisis:

La encuesta realizada nos indica que el 95% de los encuestados consideran que el mantener una buena identidad gráfica en una empresa junto con un buen empaque para la entrega del producto aporta a la fidelización con el cliente, en cambio el 5% considera que no es importante para la fidelización con el cliente.

4.- ¿Ha visto alguna vez un empaque de un producto que le haya llamado la atención?

Tabla 12. Análisis de encuesta pregunta 4

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	363	95%
No	19	5%
Total	382	100%



Figura 10. Pregunta 4

Elaborado por: David Hernández

Análisis:

La encuesta realizada nos indica que el 95% de los encuestados les ha llamado la atención un empaque de un producto, en cambio el 5% no lo ha notado.

5.- ¿Cree usted que es importante los empaques para la entrega de los productos que adquiere?

Tabla 13. Análisis de encuesta pregunta 5

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	344	90%
No	38	10%
Total	382	100%



Figura 11. Pregunta 5

Elaborado por: David Hernández

Análisis:

La encuesta realizada nos indica que el 90% de los encuestados cree que son importantes los empaques para la entrega de los productos, en cambio el 10% no cree que sea necesario utilizar empaques especiales para recibir su producto.

6.- ¿Compraría usted un producto por su presentación (empaques)?

Tabla 14. Análisis de encuesta pregunta 6

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	344	90%
No	38	10%
Total	382	100%

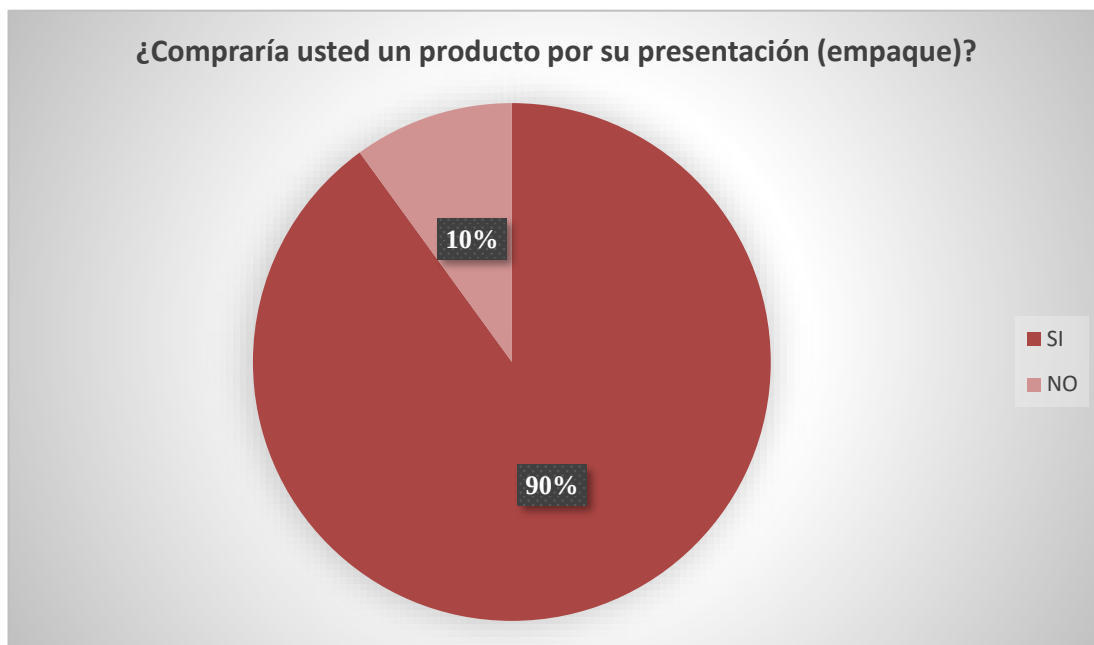


Figura 12. Pregunta 6

Elaborado por: David Hernández

Análisis:

La encuesta realizada nos indica que el 90% de los encuestados si comprarían un producto por su presentación, en cambio el 10% no lo compraría por esa razón.

7.- ¿Cree usted que un empaque debe ser llamativo y al mismo tiempo funcional?

Tabla 15. Análisis de encuesta pregunta 7

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	344	90%
No	38	10%
Total	382	100%



Figura 13. Pregunta 7

Elaborado por: David Hernández

Análisis:

La encuesta realizada nos indica que el 90% de los encuestados creen que un empaque debe ser llamativo y sobre todo funcional, en cambio el 10% no lo cree necesario.

8.- ¿Cree usted que los materiales de los empaques deberían ser reciclables después de su uso?

Tabla 16. Análisis de encuesta pregunta 8

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	382	100%
No	0	10%
Total	382	100%

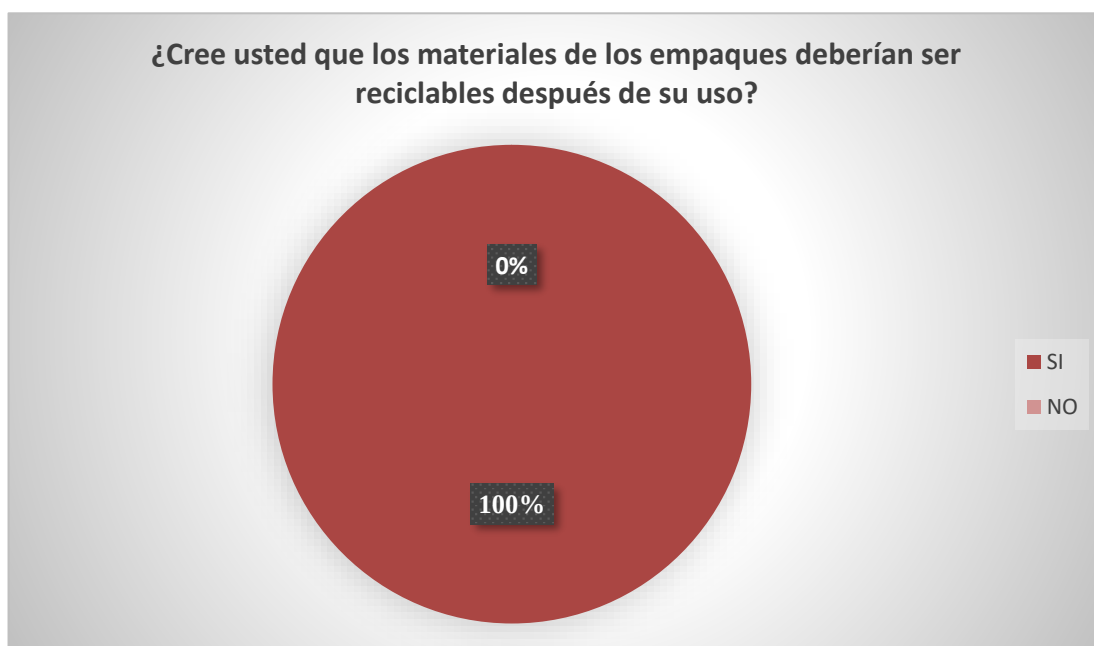


Figura 14. Pregunta 8

Elaborado por: David Hernández

Análisis:

La encuesta realizada nos indica que el 100% de los encuestados creen que los materiales de los empaques deberían ser reciclables después de su uso.

9.- ¿Considera usted importante publicitar un producto por redes sociales?

Tabla 17. Análisis de encuesta pregunta 9

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	306	80%
No	76	20%
Total	382	100%

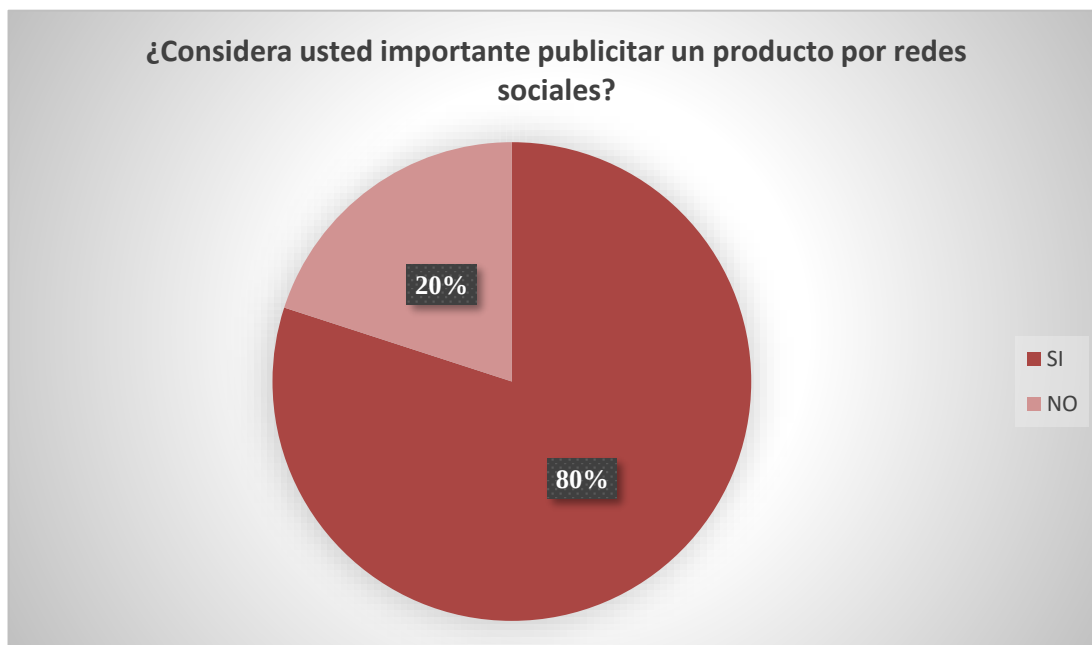


Figura 15. Pregunta 9

Elaborado por: David Hernández

Análisis:

La encuesta realizada nos indica que el 80% de los encuestados consideran importante publicitar un producto por redes sociales, en cambio el 20% no cree que sea importante.

10.- ¿Conoce o a escuchado de la microempresa Productos La Calumeña?

Tabla 18. Análisis de encuesta pregunta 10

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	191	50%
No	191	50%
Total	382	100%



Figura 16. Pregunta 10

Elaborado por: David Hernández

Análisis:

La encuesta realizada nos indica que el 50% de los encuestados si conoce o ha escuchado hablar de la microempresa Productos La Calumeña, en cambio el 50% no la conoce aún.

5.04. Formulación del Proceso de Aplicación

Para la elaboración del manual corporativo y creación de la línea de empaques existe un proceso que se debe desarrollar.

ÁREA CORPORATIVA

- Planificación
- Desarrollo
- Empaques
- Estrategia de Posicionamiento de Marca

5.04.01. Planificación

Con el fin de persuadir y transmitir a los consumidores se estudió las formas y colores y lograr la nueva imagen de Productos La Calumeña, al igual que el diseño de varios empaques para sus productos.

5.04.02. Análisis de la imagen Corporativa

La imagen corporativa fue analizada desde sus colores, formas y tipografía las cuales no tenían relación con la microempresa Productos La Calumeña.

5.04.03. Análisis de la Comunicación corporativa

En este rediseño parcial de logotipo queremos comunicar lo que es la microempresa y los productos que ofrecen, los postres, dulces, bocaditos en general con formas y colores acordes a su esencia.

5.05. Desarrollo

5.05.01. Análisis del logotipo anterior

- Logotipo con colores no acordes a sus productos
- Tipografía poco legible.
- La forma del logotipo no da a entender lo que la microempresa ofrece.
- Logotipo sin slogan.
- Colores fríos.
- Personaje del logotipo poco escasa personalidad.



Figura 17. Logo anterior “Productos la Calumeña”

Fuente: Microempresa “Productos la Calumeña”

5.05.02. Presentación del nuevo logotipo

El nuevo logotipo presenta unas formas básicas de colores pasteles, que representan lo dulce, la ternura y nos muestra la delicadeza con el que realiza cada uno de sus productos, una tipografía redonda con una combinación de los colores corporativos para realzar el nombre de la microempresa.



Figura 18. Logo rediseño parcial “Productos la Calumeña”

Elaborado por: David Hernández

5.05.03. Tipo de rediseño que aplica

Para el rediseño de la imagen corporativa de la microempresa, se utilizó formas y textos redondeados y colores que comuniquen el nuevo mensaje que quiere dar esta microempresa a su grupo objetivo, transmitiendo felicidad, alegría, modernidad, y confianza.

5.05.04. Full color

El uso de los colores nos permite diferenciarnos y ser recordados sobre la competencia, es por eso que se debe obtener una perfecta combinación para lograr una imagen dinámica dándole el toque de suavidad, delicadeza y creatividad.



Figura 19. Logo Full Color “Productos la Calumeña”

Elaborado por: David Hernández

5.05.05. Escala de grises

Cuando sea necesario se utilizará el uso del logotipo en escalas de grises dependiendo de la aplicación para los que se ocupe. Usarlos en diferente forma no está permitido, esto para poder tener fidelidad de marca.



Figura 20. Escala de Grises “Productos la Calumeña”

Elaborado por: David Hernández

5.05.06. Positivo



Negativo

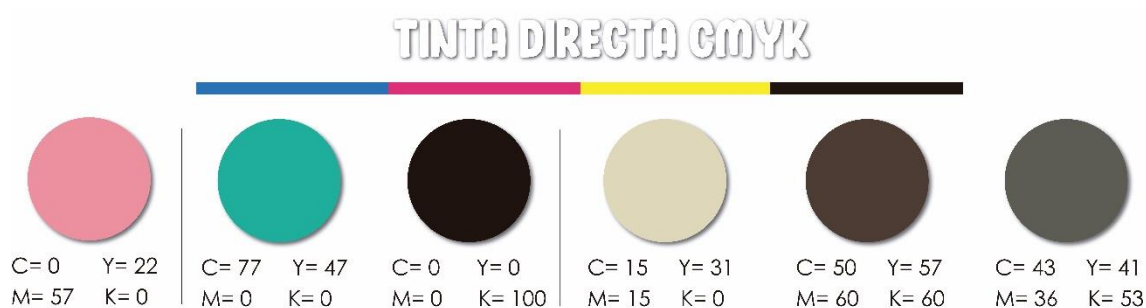


Elaborado por: David Hernández

Figura 21. Positivo y Negativo “Productos la Calumeña”

5.05.07. Modos de color

CMYK



RGB



PANTONES



Figura 22. Modos de color

Elaborado por: David Hernández

5.05.08. Disposiciones correctas e incorrectas

Uso correcto

Para una correcta visibilidad, impacto e integridad total, es importante conservar un uso correcto del logotipo. El uso correcto del logotipo es fundamental en las comunicaciones y nunca debe ser comprometido, siempre debe reproducirse desde su archivo original y asegurarse de seguir los ejemplos que se muestran a continuación, ya que la identidad de marca puede verse afectado.



Figura 23. Uso correcto

Elaborado por: David Hernández

Uso incorrecto

Evitar que el uso del logotipo esté comprometido, de esto dependerá su correcta visibilidad e integridad total, siempre debe reproducirse desde su archivo original y asegurar de no seguir los ejemplos que se muestran a continuación.



Figura 24. Uso incorrecto

Elaborado por: David Hernández

5.05.09. Fondos correctos

El uso correcto de los fondos logrará una mejor percepción del concepto de marca, así mismo visualmente logrará ser percibida y recordada con mayor facilidad.

El logotipo se puede usar sobre cualquier fondo sólido, mientras que se logre un buen contraste de éste con el fondo, o bien puede modificarse el color de algún elemento siguiendo fielmente estos lineamientos.



Figura 25. Fondos correctos

Elaborado por: David Hernández

5.05.10. Fondos incorrectos



Figura 26. Fondos Incorrectos

Elaborado por: David Hernández

5.06. Aplicación del logotipo

5.06.01. Papelería

5.06.02. Hoja membretada



5.06.03. Tarjeta de presentación



5.07. Línea de empaques

Es indispensable el uso de empaques para la presentación y distribución final de un producto, más allá de verse bien, necesariamente deben ser funcionales, el empaque será de ayuda tanto para el transporte del producto como publicidad misma hacia el grupo objetivo.

A continuación, se presenta las distintas características y diseños de los empaques para sus productos.

5.07.01. Material de los empaques

Para la mayoría de productos de la microempresa Productos La Calumeña utilizaremos empaques realizados con Cartulina Dúplex (Maule) con reverso blanco de 225gr.

5.07.02. Troquel

El troquel seleccionado para los empaques depende de cada uno de ellos, son 6 diferentes tipos de empaques y a cada uno se le establece un tipo de troquel.

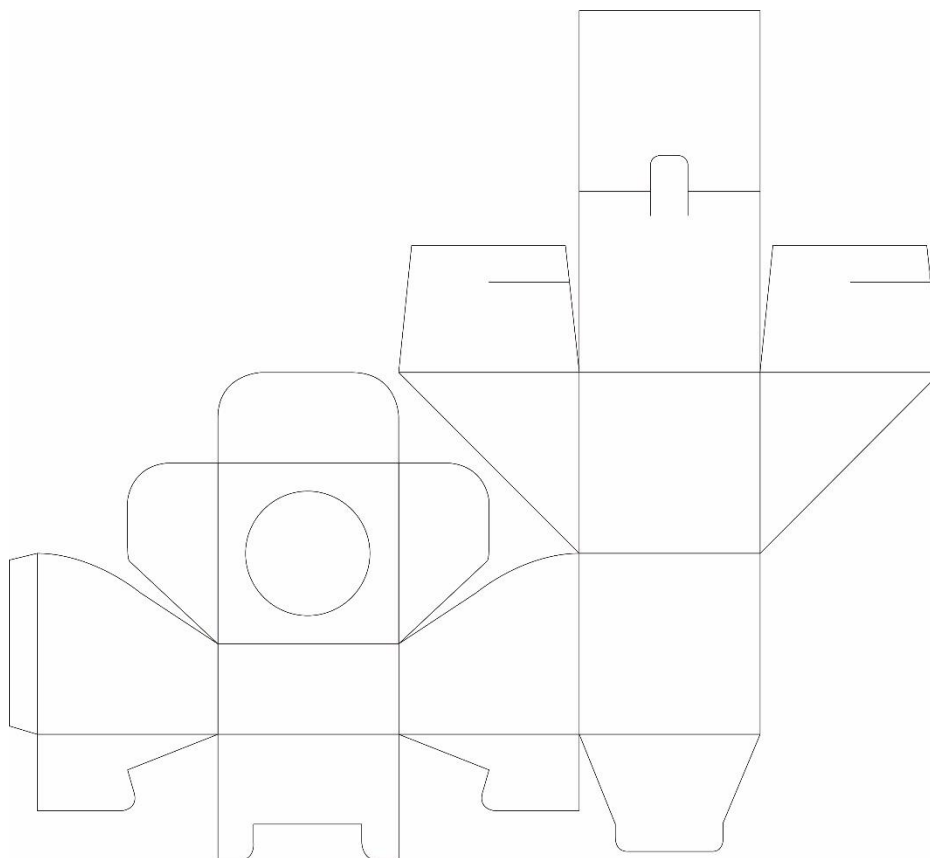


Figura 27. Troquel 1

Elaborado por: David Hernández

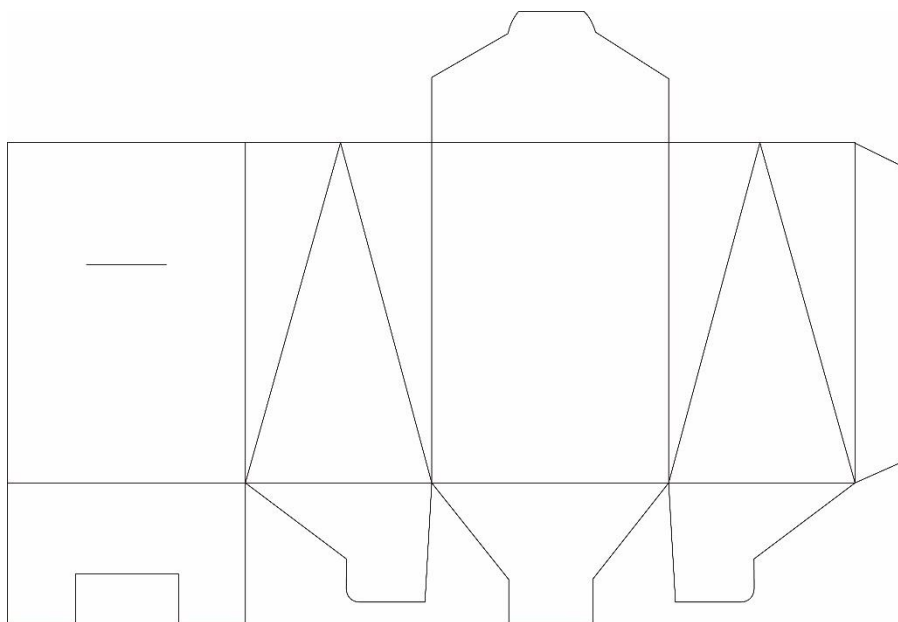


Figura 28. Troquel 2

Elaborado por: David Hernández

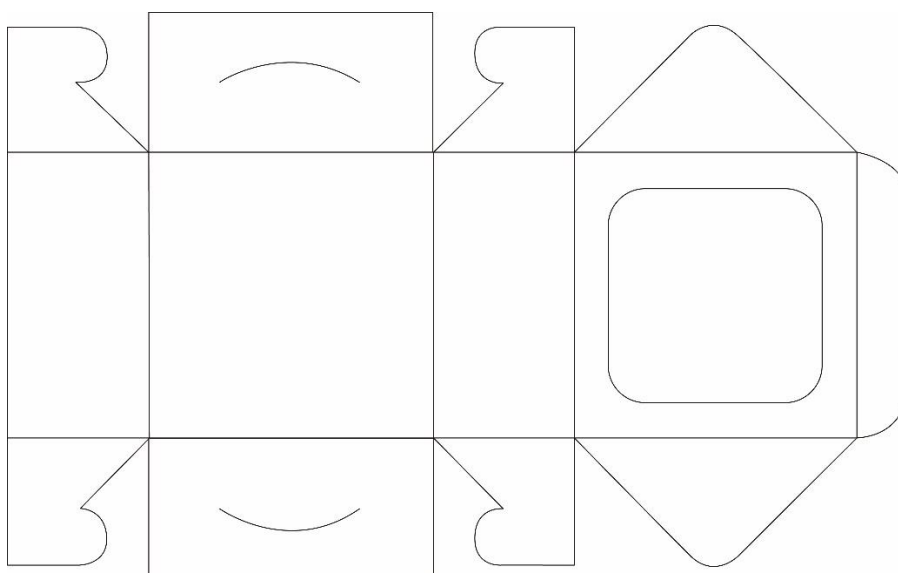


Figura 29. Troquel 3

Elaborado por: David Hernández

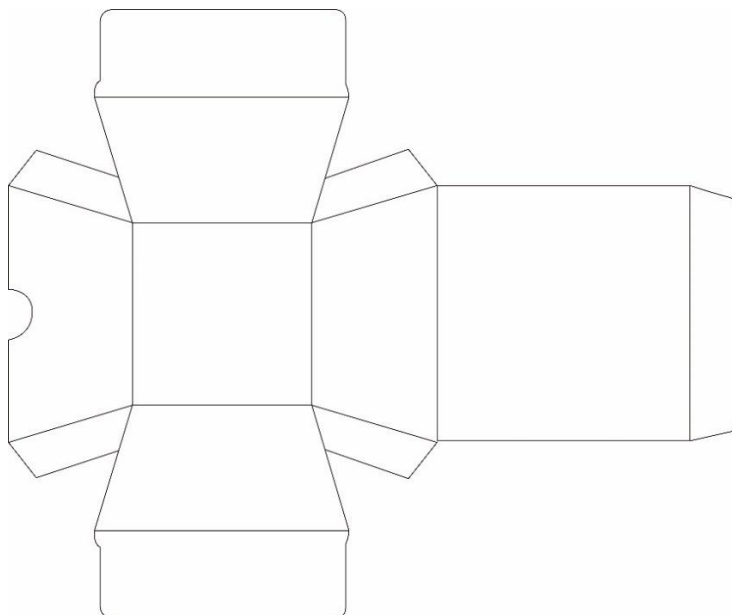


Figura 30. Troquel 4

Elaborado por: David Hernández

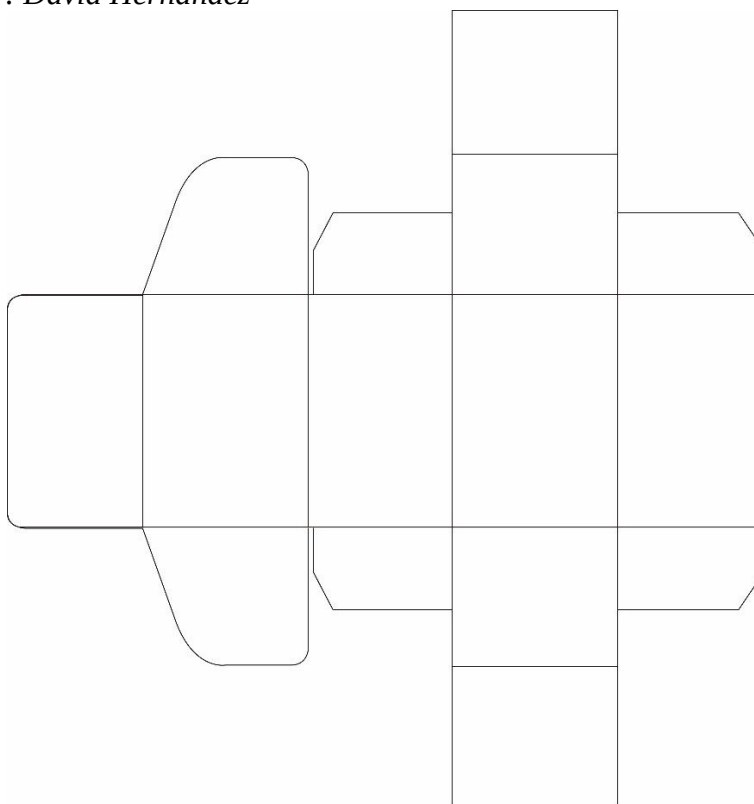


Figura 31. Troquel 5

Elaborado por: David Hernández

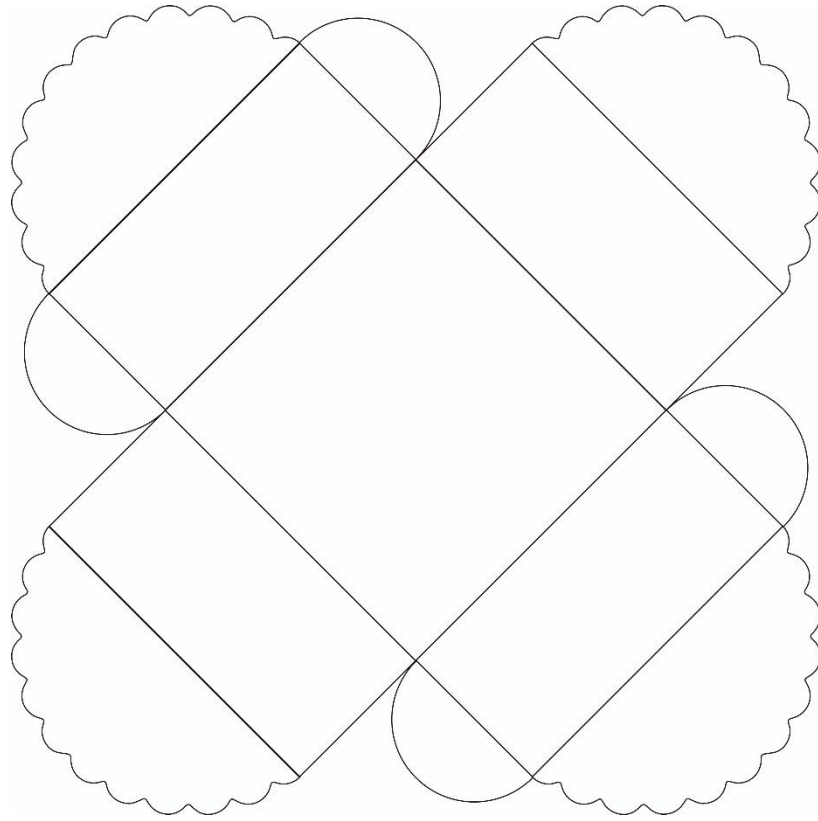


Figura 32. Troquel 6

Elaborado por: David Hernández

5.07.03. Línea de empaques final

Después de realizar todo el proceso de diseño de empaques, añadiendo todos los elementos y realizando el armado de los mismos, los empaques toman su forma final física y estos son los resultados.



Figura 33. Empaque 1 “Productos la Calumeña”

Elaborado por: David Hernández



Figura 34. Empaque 2 “Productos la Calumeña”
Elaborado por: David Hernández



Figura 35. Empaque 3 “Productos la Calumeña”
Elaborado por: David Hernández



Figura 36. Empaque 4 “Productos la Calumeña”

Elaborado por: David Hernández



Elaborado por: David Hernández

Figura 37. Empaque 5 “Productos la Calumeña”



Figura 38. Empaque 6 “Productos la Calumeña”

Elaborado por: David Hernández

5.08. Estrategias de posicionamiento de Marca

Al rediseñar la imagen corporativa y crear la línea de empaques para la microempresa Productos La Calumeña se requiere de un plan de estrategias de posicionamiento.

5.08.01. Problemas comunicacionales

La imagen anterior no reflejaba lo que en realidad es la microempresa y los productos que elabora para sus clientes, tenía colores muy oscuros y el personaje del logotipo no disponía de personalidad, su tipografía es poco legible.

5.08.02. Problemas comunicacionales

Información: Comunicar sobre la nueva imagen y su línea de empaques al grupo objetivo.

Persuasión: Informar sobre la nueva línea de empaques para los productos.

Posicionamiento: Indicar la nueva imagen para mantener a sus actuales clientes y atraer a consumidores potenciales, enseñando la creatividad que maneja la microempresa.

Mantenimiento: Recordar la nueva imagen y la línea de empaques de la microempresa Productos La Calumeña.

5.08.03. Estrategia creativa

Beneficios racionales: Buena presentación de sus productos.

Beneficios emocionales: confianza, creatividad

Mensaje básico: un detalle pequeño, te da felicidad en grande

Tono: indiferente

Estilo (juvenil): enfocado a la creatividad.

5.08.04. Reason Why

La microempresa Productos La Calumeña desea transmitir la confianza y creatividad, con un tono indiferente hacia la competencia por medio de sus empaques llamativos y funcionales.

Diseño de artes gráficas

Información: Facebook



Figura 39.Arte información Facebook

Elaborado por: David Hernández

Persuasión: Facebook – Instagram



Figura 40. Arte persuasión Facebook - Instagram

Elaborado por: David Hernández

Posicionamiento: Facebook – Instagram



Figura 41. Arte posicionamiento Facebook - Instagram

Elaborado por: David Hernández

Mantenimiento: Instagram



Figura 42. Arte mantenimiento Instagram

Elaborado por: David Hernández

5.08.05. Plan de estrategias de medios

Medio principal: Facebook

Medio secundario: Facebook - Instagram

Medio auxiliar: Instagram

5.08.06. Costo de producción

Tabla 19. Costos de Producción

Número	Medio	Arte	Cantidad	Costo
Principal	Facebook	16,00	1	16,00
Secundario	Facebook	16,00	1	16,00
Secundario	Instagram	16,00	1	16,00
Auxiliar	Instagram	16,00	1	16,00
Total				64,00

5.08.07. Presupuesto de medios

Tabla 20. Presupuestos de medios

Número	Medio	Inversión a un año	Cantidad	Costo de artes	Costo por medio
Principal	Facebook	240,00	52	416,00	656,00
Secundario	Facebook	240,00	52	416,00	656,00
Secundario	Instagram	240,00	52	416,00	656,00
Auxiliar	Instagram	240,00	52	416,00	656,00
Total					2624,00

Elaborado por: David Hernández

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01. Recursos

La función principal de los recursos es el proceso de recolectar nuevo conocimiento como lo es la investigación. Su finalidad es la obtención de información acerca del objeto y del problema de investigación. Los recursos utilizados para este proyecto con el que se realizó el manual corporativo, la creación de la línea de empaques y una mejora parcial de la identidad gráfica de la microempresa en el mercado de Quito fueron los siguientes:

Técnicos – Tecnológico

Humano

Económico

A continuación, se describen cada uno de ellos:

6.01.01. Técnicos – Tecnológico

Para la realización del proyecto se utilizó: Computadora, celular, impresora, cámara de fotos y programas de diseño Adobe, internet, Word, Excel.

Adobe Ilustrador CS6: para crear artes publicitarios, manual corporativo, diseño de empaques.

Computadora de escritorio: Marca Asus, sistema operativo Windows 10 64 bits, procesador Ryzen 7-2700x, memoria 16Gb RAM

Word: Versión 2010

Excel: Versión 2010

Celular: Huawei Mate 20 Lite

Impresora: EPSON L355, Inyección tinta continua.

Cámara de fotos: SAMSUNG WB250F

6.01.02. Humano

La investigación y la información obtenida tuvieron éxito gracias a la colaboración proporcionada por la Sra. Ana Velasco dueña de la microempresa Productos La Calumeña quien aportó con conocimientos e información necesaria para que el proyecto siga adelante.

Para el desarrollo del proyecto se contó con el siguiente recurso humano:

Edison David Hernández Velasco - Investigador

Ing. Javier Zambrano - Tutor

Ing. Gonzalo Quezada - Lector

Sra. Ana Lucia Velasco – Dueña de la microempresa Productos La Calumeña

Hombres y mujeres entre 20 a 50 años de edad – Encuestados

6.01.03. Económico

Está representado por todos los gastos que el investigador ha realizado hasta obtener el producto que se entregará para la revisión y aprobación del mismo.

6.02. Presupuesto

Tabla 21. Gastos aplicados al proyecto

Concepto	Valor		Financiación			
	Valor unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
a) Gastos operarios	\$ 200	1		X		\$ 200,00
b) Publicidad Facebook	\$ 30	4		X		\$ 120,00
c) Manual corporativo	\$ 40	1		X	X	\$ 40,00
d) Línea de empaques	\$ 0.25	200		X		\$ 50,00
e) Publicidad Instagram	\$ 30	4		X		\$ 120,00
TOTAL						\$ 530,00

Elaborado por: David Hernández

6.02.01. Gastos Operativos*Tabla 22. Gastos Operativos*

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
1. Bibliografía						
a) Impresiones	0.25	60			David Hernández	15.00
b) Fotocopias.	0.02	100			David Hernández	2.00
c) Internet.	0.60	30 horas			David Hernández	18.00
d) Suministros de oficina	0.30	30			David Hernández	9.00
e) Otros	2.00	30			David Hernández	60.00
2. Viajes y viáticos						
a) Pasajes.	0.25	60			David Hernández	15.00
TOTAL						119.00

Elaborado por: David Hernández

6.03. Cronograma

A continuación, se presenta las actividades realizadas en los 6 meses de desarrollo de este proyecto, el cual incluye el rediseño parcial de la imagen corporativa, creación de un manual corporativo y una línea de empaques para la microempresa Productos La Calumeña.

Tabla 23. Cronograma de actividades

N.	Actividad	Responsable	Tiempo					Resultados Esperados
			Mes	Semana				
				1	2	3	4	
1	Entrega del material para iniciar el proyecto	David Hernández	Junio	X				Adquirir información necesaria.
2	Revisión del Contexto y justificación	David Hernández	Junio		X			Colocar los eventos que rodean la situación
3	Capítulo 1	David Hernández	Junio			X		Especificar la justificación y contexto.
4	Capítulo 1 y 2 corregir	David Hernández	Junio				X	Concretar de una forma clara
5	Corrección capítulo 2	David Hernández	Julio	X				Realizar un ejercicio para determinar los orígenes de la problemática
6	Revisión capítulo 3 y 4	David Hernández	Julio		X	X		Nos va a permitir definir de manera organizada el problema central
7	Revisión capítulo 4	David Hernández	Julio				X	Tratamos de colocar las actividades para cumplir con los objetivos junto con el tamaño del proyecto su localización

8	Revisión capítulo 4 terminado y capítulo 5 avanzado	David Hernández	Agosto	X				Verificamos el impacto de los objetivos y realizamos el diagrama de estrategias
9	Revisión capítulo 4 terminado y capítulo 5	David Hernández	Agosto		X			Construcción del marco lógico para la planificación, diseño, ejecución, del proyecto avances de la propuesta gráfica
10	Revisión capítulo 5 finalizar encuestas	David Hernández	Agosto			X		Revisión de estudios previos a nuestra tesis junto con conceptos y teorías que ayuden a nuestra investigación
11	Revisión encuestas Formulación Procesos capítulo 6	David Hernández	Agosto				X	Culminación de encuestas y manejo de todos los gastos realizados para la elaboración de la tesis
12	Revisión pasteles capítulo 6	David Hernández	Septiembre	X				Verificamos el diseño de pasteles sobre resultados de encuestas
13	Revisión Total capítulo 6	David Hernández	Septiembre		X			Culminación y revisión del capítulo 6
14	Revisión Recomendaciones capítulo 7	David Hernández	Septiembre			X		Se corrigió algunas de las recomendaciones.
14	Revisión Recomendaciones y conclusiones capítulo 7	David Hernández	Septiembre				X	Culminación del capítulo 7 incluyendo bibliografía.

Elaborado por: David Hernández

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01. Conclusiones

Se realiza un trabajo extenso sobre todo en el principal problema de la empresa la cual fue la inexistencia de una línea de empaques para sus productos, creando esta línea con diseños llamativos y funcionales.

Se elabora el rediseño parcial del logo, se cubre las expectativas de la dueña de la microempresa y observamos que para sus clientes este cambio les llama mucho la atención de una forma positiva.

Se realiza una actualización del uso de redes sociales desde la creación del proyecto y esto ayudo a que la autoridad de la microempresa este permanentemente más cerca de sus clientes.

Se crea el manual corporativo y se soluciona los inconvenientes con el uso inadecuado que le daban al logo, ahora se puede entender el uso del logo de una forma correcta.

Con la imagen renovada de la microempresa, sus productos se extienden más allá de los límites de la ciudad de Quito.

Para generar un incremento acelerado de posicionamiento en el mercado, se entregarán promociones por medio de redes sociales así sus más clientes files podrán recibirlas y al mismo tiempo ellos atraer a otros clientes potenciales.

El diseño de los artes publicitarios presentados en las redes sociales se crea con colores llamativos y al mismo tiempo con información específica lo cual ayudo a que nuestro grupo objetivo le llame la atención de los productos de la microempresa Productos La Calumeña.

7.02. Recomendaciones

Informar a los clientes sobre el nuevo cambio de la empresa y los nuevos empaques en que van a recibir los productos que adquieren.

Usar de una forma correcta el logo, y manejarlo de acuerdo al manual corporativo para que el impacto sea de una forma positiva.

Cuidar las redes sociales ya que estas son las que ayudan a que los clientes tengan una conexión más cercana con la microempresa.

Utilizar fotografías reales de los productos que elabora la microempresa y omitir el uso de imágenes para la publicidad en redes sociales.

Usar animación en 3D como medio secundario para omitir la fabricación de nuevos prototipos de empaques físicos.

Subir constantemente artes publicitarias a redes sociales para informar sobre los productos que ofrece la microempresa.

Bibliografía

Cubillos, C. (23 de Julio de 2012). *slideshare*. Obtenido de Manual de identidad corporativa: <https://es.slideshare.net/CUBILLOS4366/manual-de-identidad-corporativa-13732998>

Elies, G. (14 de Nobiembre de 2017). *Malavida*. Obtenido de <https://www.malavida.com/es/soft/photoshop/q/para-que-sirve-photoshop.html#gref>

Gallegos, A. (2019). *Acerca de nosotros: Neo Attack*. Obtenido de sitio web de Neo Attack: <https://neoattack.com/que-es-la-imagen-corporativa/>

Guzmán, E. (20 de Noviembre de 2017). *Malavida*. Obtenido de Qué es Adobe Illustrator y para qué sirve: <https://www.malavida.com/es/soft/adobe-illustrator/q/para-que-sirve-adobe-illustrator.html#gref>

Lauregui, A. (29 de Marzo de 2017). *caja carton embalaje*. Obtenido de EMBALAJES DE CARTÓN: Tipos de cartón y modelos: <https://www.cajacartonembalaje.com/blog/embalajes-carton-tipos-carton-modelos/>

Mique. (11 de Enero de 2015). *Estudio mique*. Obtenido de Que es la composición en diseño gráfico: <http://www.mique.es/que-es-composicion-diseno-grafico/>

Morison, S. (2007). En E. Satué, *Arte en la tipografía y tipografía en el arte* (pág. 47). Madrid: Ediciones Siruela.

Olachea, O. (6 de Mayo de 2014). *Paredro*. Obtenido de Lo que el estilo de diseño gráfico dice sobre la personalidad: <https://www.paredro.com/lo-que-el-estilo-de-diseno-grafico-dice-sobre-la-personalidad/>

Sánchez, J., & Pintado, T. (2009). *Imagen Corporativa. Influencia en la gestión empresarial*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

Santa Maria, F. (13 de Mayo de 2014). *staffcreativa*. Obtenido de Diseño Gráfico : <http://www.staffcreativa.pe/blog/teoria-del-color-disenadores/>

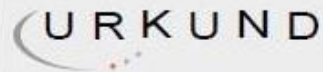
Senplades. (Septiembre de 2017). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Recuperado el Junio de 2019, de Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 Toda una Vida: <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>

Significados.com. (16 de Febrero de 2017). *Significados.com*. Obtenido de Significado de la encuesta: <https://www.significados.com/encuesta/>

Vazquez, C. (11 de Diciembre de 2013). *slideshare*. Obtenido de Analisis ambiental: https://es.slideshare.net/carlosvazquezvazquez7/analisis-ambiental-29117817?qid=68fa4123-4b9a-4986-90ca-425360f7bfe8&v=&b=&from_search=2

Zatonyl, M. (2002). Una estética del arte y el diseño de imagen y sonido. Nobuko.

INEC. (7 de Enero de 2010). Información Censal. Recuperado el 5 de Julio de 2019, del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: www.ecuadorencifras.gob.ec



Urkund Analysis Result

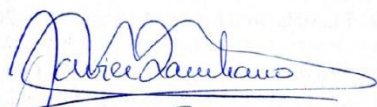
Analysed Document: hernandez_edison_tesis.pdf (D56449686)
Submitted: 10/3/2019 10:14:00 PM
Submitted By: dantedav5@hotmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

Tesis _2019.docx (D54768271)
<http://www.staffcreativa.pe/blog/teoria-del-color-disenadores/>
<https://www.significados.com/encuesta/>

Instances where selected sources appear:

4


ING. JAVIER ZAMBRANO
Tutor

Anexo 1. Informe Urkund



Quito, 15 de octubre de 2019

Unidad de Titulación
Instituto Tecnológico Superior Cordillera

De nuestra consideración:

Por medio de la presente notificamos a ustedes, que nuestra microempresa PRODUCTOS LA CALUMEÑA, apoyo la realización del proyecto “DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA MICROEMPRESA PRODUCTOS LA CALUMEÑA, UBICADA AL SUR DE QUITO”, llevado acabo por el Sr. Edison David Hernández Velasco con C.i. 2300196843.

Declaramos conocer y aceptar las condiciones previstas en la implementación del proyecto, estando conformes con todas aquellas actividades que se realizaron y satisficieron las necesidades de nuestra microempresa.

Sin otro particular, saludamos a ustedes atentamente

Ana Lucia Velasco
Propietaria de Productos La Calumeña
Cel.: 0987914588 Telf.: 3032239

PRODUCTOS LA CALUMEÑA
Calle Palermo y Ernesto Albán (Quitumbe)
Cel.: 0987914588 Telf.: 3032239

Anexo 2. Carta de la institución

DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA MICROEMPRESA PRODUCTOS LA CALUMEÑA, UBICADA AL SUR DE QUITO.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
NOMBRE TUTOR: ZAMBRANO MACIAS JAVIER IGNACIO									
NOMBRE ESTUDIANTE: HERNANDEZ VELASCO EDSON DAVID									
CARRERA: DISEÑO GRAFICO									
TEMA DE TITULACIÓN: DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA MICROEMPRESA LA CALUMENA, UBICADA AL SUR DE QUITO.									
IMPRESIÓN REPORTE: Quito, 13 de octubre del 2019 17:01:22									
TIPO REPORTE: ACUMULATIVO									
MODALIDAD: INVESTIGACIÓN DESARROLLO INNOVACIÓN									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	INVESTIGACIÓN DESARROLLO INNOVACIÓN		PERIODO:		OBSERVACIÓN	ESTADO SC	ABR 2019, SEP 2019
			HORA INICIO	HORA FIN	HORA INICIO	HORA FIN			
1	181807	2019-06-06	INSITU	2019-06-06 20:00:00	2019-06-06 21:00:00	2019-06-06 21:00:00	EL ESTUDIANTE SE PRESENTA PARA ENTREVISTA CON EL TUTOR Y ASISTE A SU TUTORIA.	PROCESADO	
2	181811	2019-06-13	INSITU	2019-06-13 20:00:00	2019-06-13 21:00:00	2019-06-13 21:00:00	SE ANALIZA AL ESTUDIANTE EL CONTEXTO DE SU PROYECTO. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO	
3	190504	2019-06-14	AUTONOMA	2019-06-14 16:00:00	2019-06-14 18:00:00	2019-06-14 18:00:00	DEDICATORIA, AGRADECIMIENTO, RESUMEN E INTRODUCCIÓN. CONTEXTO DE SU PROYECTO.	PROCESADO	
4	190505	2019-06-15	AUTONOMA	2019-06-15 16:00:00	2019-06-15 18:00:00	2019-06-15 18:00:00	SE ANALIZA CON EL ESTUDIANTE LA JUSTIFICACIÓN DE DESARROLLAR DE SU PROYECTO. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO	
5	181815	2019-06-13	INSITU	2019-06-13 21:00:00	2019-06-13 22:00:00	2019-06-13 22:00:00	DESARROLLO CAPÍTULO 1: JUSTIFICACIÓN DE SU PROYECTO.	PROCESADO	
6	190506	2019-06-16	AUTONOMA	2019-06-16 16:00:00	2019-06-16 18:00:00	2019-06-16 18:00:00	REDISEÑO DE LOGOTIPO.	PROCESADO	
7	190507	2019-06-17	AUTONOMA	2019-06-17 16:00:00	2019-06-17 18:00:00	2019-06-17 18:00:00	SE ORIENTA AL ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DEL ANÁLISIS Y EL USO DE NORMAS APA SEXTA EDICIÓN. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO	
8	190508	2019-06-17	AUTONOMA	2019-06-17 16:00:00	2019-06-17 18:00:00	2019-06-17 18:00:00	DESARROLLO CAPÍTULO 1: JUSTIFICACIÓN DE SU PROYECTO.	PROCESADO	
9	181821	2019-06-20	INSITU	2019-06-20 20:00:00	2019-06-20 22:00:00	2019-06-20 22:00:00	SE ORIENTA AL ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DEL ANÁLISIS Y EL USO DE NORMAS APA SEXTA EDICIÓN. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO	
10	190509	2019-06-22	AUTONOMA	2019-06-22 16:00:00	2019-06-22 19:00:00	2019-06-22 19:00:00	DESARROLLO CAPÍTULO 1: MATRIZ T	PROCESADO	
11	190510	2019-06-23	AUTONOMA	2019-06-23 17:00:00	2019-06-23 22:00:00	2019-06-23 22:00:00	REDISEÑO DE LOGOTIPO	PROCESADO	
12	190511	2019-06-28	AUTONOMA	2019-06-28 17:00:00	2019-06-28 19:00:00	2019-06-28 19:00:00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 1	PROCESADO	
13	181825	2019-06-27	INSITU	2019-06-27 20:00:00	2019-06-27 21:00:00	2019-06-27 21:00:00	SE DIO LAS INDICACIONES AL ESTUDIANTE INVOLUCRADOS PARA EL ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE ANÁLISIS. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO	
14	190512	2019-06-29	AUTONOMA	2019-06-29 17:00:00	2019-06-29 19:00:00	2019-06-29 19:00:00	DESARROLLO CAPÍTULO 2: MAPEO INVOLUCRADOS	PROCESADO	
15	190513	2019-07-01	AUTONOMA	2019-07-01 11:00:00	2019-07-01 17:00:00	2019-07-01 17:00:00	DIAGRAMACIÓN MANUAL CORPORATIVO	PROCESADO	
16	190514	2019-07-02	AUTONOMA	2019-07-02 17:00:00	2019-07-02 21:00:00	2019-07-02 21:00:00	CORRECCIÓN DE LOGOTIPO	PROCESADO	
17	181828	2019-06-27	INSITU	2019-06-27 21:00:00	2019-06-27 22:00:00	2019-06-27 22:00:00	SE INDICO AL ESTUDIANTE COMO REALIZAR EL ANÁLISIS PARA EL DESARROLLO DE LA MATRIZ. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO	
18	190515	2019-06-30	AUTONOMA	2019-06-30 17:00:00	2019-06-30 19:00:00	2019-06-30 19:00:00	DESARROLLO CAPÍTULO 2: MATRIZ ANÁLISIS INVOLUCRADOS	PROCESADO	
19	190516	2019-07-03	AUTONOMA	2019-07-03 11:00:00	2019-07-03 13:00:00	2019-07-03 13:00:00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 2	PROCESADO	
20	181831	2019-07-04	INSITU	2019-07-04 20:00:00	2019-07-04 21:00:00	2019-07-04 21:00:00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LOS ACTORES DEL ÁRBOL DE PROBLEMAS. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO	

Anexo 3. Bitácora de Trabajo de Integración Curricular

DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA MICROEMPRESA PRODUCTOS LA CALUMENA, UBICADA AL SUR DE QUITO.

21	190637	2019-07-06	AUTONOMA	2019-07-06 17:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-07-06 22:00:00	5.00	APROBACIÓN DE LOGOTIPO	PROCESADO
22	190638	2019-07-07	AUTONOMA	2019-07-07 11:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-07-07 13:00:00	2.00	DESARROLLO CAPÍTULO 3: ARBOL DE PROBLEMAS	PROCESADO
23	181833	2019-07-04	INSITU	2019-07-04 21:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-07-04 22:00:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR EL PROPÓSITO, LOS MEDIOS Y FINES DEL ARBOL DE OBJETIVOS. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
24	190641	2019-07-08	AUTONOMA	2019-07-08 17:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-07-08 19:00:00	2.00	DESARROLLO CAPÍTULO 3: ARBOL DE OBJETIVOS	PROCESADO
25	190642	2019-07-13	AUTONOMA	2019-07-13 17:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-07-13 19:00:00	2.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 3	PROCESADO
26	181840	2019-07-11	INSITU	2019-07-11 20:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	2019-07-11 21:00:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
27	190713	2019-07-14	AUTONOMA	2019-07-14 17:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	2019-07-14 21:00:00	4.00	DESARROLLO CAPÍTULO 4: MATRIZ ALTERNATIVAS	PROCESADO
28	190714	2019-07-16	AUTONOMA	2019-07-16 11:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	2019-07-16 16:00:00	5.00	DIAGRAMACIÓN MANUAL CORPORATIVO	PROCESADO
29	181843	2019-07-11	INSITU	2019-07-11 21:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-07-11 22:00:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
30	190715	2019-07-15	AUTONOMA	2019-07-15 17:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-07-15 21:00:00	4.00	DESARROLLO CAPÍTULO 4: MATRIZ ANÁLISIS IMPACTO	PROCESADO
31	190716	2019-07-17	AUTONOMA	2019-07-17 11:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-07-17 16:00:00	5.00	DIAGRAMACIÓN MANUAL CORPORATIVO	PROCESADO
32	190717	2019-07-19	AUTONOMA	2019-07-19 17:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-07-19 19:00:00	2.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 4	PROCESADO
33	181845	2019-07-18	INSITU	2019-07-18 20:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2019-07-18 21:00:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR EL DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
34	190719	2019-07-20	AUTONOMA	2019-07-20 11:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2019-07-20 15:00:00	4.00	DESARROLLO CAPÍTULO 4: DIAGRAMAS ESTRATEGIAS	PROCESADO
35	190720	2019-07-22	AUTONOMA	2019-07-22 11:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2019-07-22 16:00:00	5.00	DIAGRAMACIÓN MANUAL CORPORATIVO	PROCESADO
36	181847	2019-07-18	INSITU	2019-07-18 21:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-07-18 22:00:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA MATRIZ DE MARCO LÓGICO. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
37	190721	2019-07-21	AUTONOMA	2019-07-21 11:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-07-21 15:00:00	4.00	DESARROLLO CAPÍTULO 4: MATRIZ MARCO LÓGICO	PROCESADO
38	190722	2019-07-23	AUTONOMA	2019-07-23 11:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-07-23 16:00:00	5.00	DIAGRAMACIÓN MANUAL CORPORATIVO	PROCESADO
39	190724	2019-07-30	AUTONOMA	2019-07-30 18:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-07-30 21:00:00	3.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 4	PROCESADO
40	181849	2019-07-25	INSITU	2019-07-25 20:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-07-25 22:00:00	2.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LOS ANTECEDENTES DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
41	190725	2019-07-31	AUTONOMA	2019-07-31 18:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-07-31 20:00:00	2.00	DESARROLLO CAPÍTULO 5: ANTECEDENTES	PROCESADO

DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA MICROEMPRESA PRODUCTOS LA CALUMENA, UBICADA AL SUR DE QUITO.

42	190726	2019-08-04	AUTONOMA	2019-08-04 17:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-04 19:00:00	2.00	CORRECCION CAPITULO 5	PROCESADO
43	181852	2019-08-01	INSITU	2019-08-01 20:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-01 22:00:00	2.00	EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA DESARROLLAR EL MARCO TEORICO Y LA METODOLOGIA (MATERIALES Y METODOS). EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
44	181854	2019-08-08	INSITU	2019-08-08 20:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-08 22:00:00	2.00	EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR EL MARCO TEORICO Y LA METODOLOGIA. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
45	190727	2019-08-05	AUTONOMA	2019-08-05 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-05 23:00:00	6.00	DESARROLLO CAPITULO 5: MARCO TEORICO	PROCESADO
46	190728	2019-08-06	AUTONOMA	2019-08-06 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-06 22:00:00	5.00	DESARROLLO CAPITULO 5: METODOLOGIA (DESCRIPCION)	PROCESADO
47	190729	2019-08-07	AUTONOMA	2019-08-07 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-07 19:00:00	2.00	DESARROLLO CAPITULO 5: MODELO ENCUESTA	PROCESADO
48	190730	2019-08-09	AUTONOMA	2019-08-09 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-09 20:00:00	3.00	CORRECCION CAPITULO 5	PROCESADO
49	190731	2019-08-10	AUTONOMA	2019-08-10 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-10 19:00:00	2.00	DESARROLLO CAPITULO 5: SITUACION ACTUAL DEL PRODUCTO	PROCESADO
50	190732	2019-08-11	AUTONOMA	2019-08-11 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-11 19:00:00	2.00	DESARROLLO CAPITULO 5: PROBLEMAS COMUNICACIONALES	PROCESADO
51	190733	2019-08-12	AUTONOMA	2019-08-12 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-12 19:00:00	2.00	DESARROLLO CAPITULO 5: OBJETIVOS PUBLICITARIOS	PROCESADO
52	190734	2019-08-13	AUTONOMA	2019-08-13 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-13 23:00:00	6.00	CREACION DE ARTES	PROCESADO
53	190735	2019-08-16	AUTONOMA	2019-08-16 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-08-16 20:00:00	3.00	CORRECCION CAPITULO 5	PROCESADO
54	181856	2019-08-15	INSITU	2019-08-15 20:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-08-15 22:00:00	2.00	EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA APLICAR EL DISEÑO Y PLANIFICACION DE SU PROPUESTA. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
55	190738	2019-08-17	AUTONOMA	2019-08-17 17:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-08-17 19:00:00	2.00	DESARROLLO CAPITULO 5: ESTRATEGIA CREATIVA	PROCESADO
56	190739	2019-08-18	AUTONOMA	2019-08-18 17:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-08-18 19:00:00	2.00	DESARROLLO CAPITULO 5: A.I.D.A	PROCESADO
57	190740	2019-08-19	AUTONOMA	2019-08-19 09:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-08-19 12:00:00	3.00	DESARROLLO CAPITULO 5: PUBLICIDAD	PROCESADO
58	190741	2019-08-23	AUTONOMA	2019-08-23 17:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-08-23 20:00:00	3.00	CORRECCION CAPITULO 5	PROCESADO
59	190742	2019-08-22	INSITU	2019-08-22 20:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-08-22 22:00:00	2.00	EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA ESTRATEGIA CREATIVA Y EL PLAN DE MEDIOS DE SU PROPUESTA. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
60	190743	2019-08-24	AUTONOMA	2019-08-24 17:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-08-24 19:00:00	2.00	DESARROLLO CAPITULO 5: PLAN DE MEDIOS	PROCESADO

DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA MICROEMPRESA PRODUCTOS LA CALUMENA, UBICADA AL SUR DE QUITO.

61	190744	2019-08-25	AUTONOMA	2019-08-25 13:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-08-25 21:00:00	8.00	DISEÑO MANUAL CORPORATIVO	PROCESADO
62	190745	2019-08-26	AUTONOMA	2019-08-26 13:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-08-26 21:00:00	8.00	DISEÑO MANUAL CORPORATIVO	PROCESADO
63	190746	2019-08-27	AUTONOMA	2019-08-27 17:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-08-27 20:00:00	3.00	REVISIÓN ARTES GRÁFICAS	PROCESADO
64	190747	2019-08-30	AUTONOMA	2019-08-30 17:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2019-08-30 20:00:00	3.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 5	PROCESADO
65	190748	2019-08-29	INSITU	2019-08-29 20:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2019-08-29 21:00:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LOS RECURSOS A UTILIZAR EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
66	190749	2019-08-31	AUTONOMA	2019-08-31 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2019-08-31 20:00:00	3.00	DESARROLLO CAPÍTULO 6: RECURSOS	PROCESADO
67	190750	2019-09-02	AUTONOMA	2019-09-02 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2019-09-02 21:00:00	8.00	MODELAJO DE EMPAQUES DIGITALES	PROCESADO
68	190751	2019-08-29	INSITU	2019-08-29 21:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-08-29 22:00:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR EL PRESUPUESTO A UTILIZAR EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
69	190752	2019-09-01	AUTONOMA	2019-09-01 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-09-01 20:00:00	3.00	DESARROLLO CAPÍTULO 6: PRESUPUESTO	PROCESADO
70	190753	2019-09-03	AUTONOMA	2019-09-03 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-09-03 20:00:00	3.00	REVISIÓN DE MANUAL CORPORATIVO	PROCESADO
71	190754	2019-09-06	AUTONOMA	2019-09-06 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-09-06 20:00:00	3.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 6	PROCESADO
72	190755	2019-09-05	INSITU	2019-09-05 20:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2019-09-05 21:00:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR EL CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES EIECUTADAS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
73	190756	2019-09-07	AUTONOMA	2019-09-07 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2019-09-07 20:00:00	3.00	DESARROLLO CAPÍTULO 6: CRONOGRAMA	PROCESADO
74	190757	2019-09-08	AUTONOMA	2019-09-08 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2019-09-08 20:00:00	3.00	CORRECCIÓN MANUAL CORPORATIVO	PROCESADO
75	190758	2019-09-09	AUTONOMA	2019-09-09 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2019-09-09 21:00:00	8.00	MODELAJO DE EMPAQUES DIGITALES	PROCESADO
76	190759	2019-09-13	AUTONOMA	2019-09-13 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2019-09-13 20:00:00	3.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 6	PROCESADO
77	190760	2019-09-12	INSITU	2019-09-12 20:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-09-12 21:00:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LAS CONCLUSIONES OBTENIDAS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
78	190761	2019-09-14	AUTONOMA	2019-09-14 17:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-09-14 20:00:00	3.00	DESARROLLO CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES	PROCESADO
79	190762	2019-09-19	INSITU	2019-09-19 20:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-09-19 21:00:00	1.00	REVISIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA SEGÚN NORMAS APA SEXTA EDICIÓN Y DE LOS ANEXOS INCLUIDOS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
80	190763	2019-09-21	AUTONOMA	2019-09-21 17:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-09-21 20:00:00	3.00	REVISIÓN DE BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS	PROCESADO

DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA MICROEMPRESA PRODUCTOS LA CALUMENA, UBICADA AL SUR DE QUITO.

81	190764	2019-09-12	INSITU	2019-09-12 21:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-09-12 22:00:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LAS RECOMENDACIONES OBTENIDAS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. EL ESTUDIANTE PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA. SE INDICA AL ESTUDIANTE LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR.	PROCESADO
82	190765	2019-09-15	AUTONOMA	2019-09-15 17:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-09-15 20:00:00	3.00	DESARROLLO CAPÍTULO 7: RECOMENDACIONES	PROCESADO
83	190766	2019-09-20	AUTONOMA	2019-09-20 17:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-09-20 20:00:00	3.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 7	PROCESADO
84	190767	2019-09-26	INSITU	2019-09-26 20:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-09-26 21:00:00	1.00	EL ESTUDIANTE ENTREGA SU TESIS TERMINADA SATISFACTORIAMENTE.	PROCESADO
TOTAL HORAS:							240		
 TUTOR ZAMBRANO MAGAÑA JAYTER IGNACIO CI: 1308692217  ALUMNO HERNANDEZ VELASCO EDISON DAVID CI: 2300196843									
 DIRECTOR COND. CORDILLERA ANGELES MENDOZA ALFARO CI: 1715955074 FECHA:									

DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA MICROEMPRESA PRODUCTOS LA CALUMENA, UBICADA AL SUR DE QUITO.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tecnólogo en Diseño Gráfico

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso del Trabajo de Integración Curricular, se **AUTORIZA** realizar el empastado del Trabajo de Integración Curricular, del alumno(a) **HERNÁNDEZ VELASCO EDISON DAVID**, portador de la cédula de identidad N°2300196843, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 29 de noviembre del 2019



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

16 DIC 2019

VISTO FINANCIERO

Sra. Mariela Balseca

CAJA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

"CORDILLERA"

CONCEJO DE CARRERA

DISEÑO GRÁFICO

Ing. Raquel Andrade

DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Ing. William Parra López
BIBLIOTECA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

17 DIC 2019

8,98 JBS

COORDINADOR

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA

Ing. Lizeth Guerrero, Msc.

DIRECTOR DE CARRERA



Ing. Samanta Prado

SECRETARÍA ACADÉMICA

*Nuestro reto formar seres humanos con iguales
derechos, deberes y obligaciones*

Anexo 4. Orden de empastado

DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y CREACIÓN DE LA LÍNEA DE EMPAQUES PARA LOS PRODUCTOS DE LA MICROEMPRESA PRODUCTOS LA CALUMENA, UBICADA AL SUR DE QUITO.