facultad
arquitectura, diseño y artes
PUCE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE DISEÑADOR/A PROFESIONAL CON MENCIÓN EN DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL.

"Diseño de una propuesta gráfica de identidad de productos basados en el tejido ancestral Ikat realizados en el taller artesanal de Carmen Orellana del cantón Gualaceo para fortalecer su posicionamiento en el mercado."

Nombre:

Gabriela Nathaly Pinto Toapanta

Director:

Dis. Guillermo Sánchez Borrero, Mtr.

Quito, julio 2016



DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres quienes hicieron lo posible para verme cumplir una meta más en mi vida, a mis profesores de las diferentes universidades quienes me formaron como profesional con su exigencia y disciplina, a mi novio por su amor y confianza y a mis amigos que a pesar de la distancia estuvieron para apoyarme a lo largo de la carrera.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco especialmente a mis familiares: abuelitos, padres, hermanas, tíos y primos quienes han estado apoyándome siempre a lo largo de este proyecto.

Agradezco enormemente a mi compañero de vida David Vaca por estar a mi lado en los momentos difíciles.

Agradezco también a mi tutor de tesis Guillermo Sánchez por su orientación y consejo que ayudaron a llevar a cabo este proyecto de la mejor manera.

Expreso mi gratitud a Carmen Orellana quien puso su confianza en la calidad de mi trabajo para el dessarrollo de su marca. Y mi reconocimiento cordial a Diseño Probeta por haberme presentado a tan maravillosa artesana.

ÍNDICE

I. TEMA – TÍTULO VIII

II. RESUMEN O ABSTRAC VIII

III. INTRODUCCIÓN 1

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN O INSTITUCIÓN 1

PROPÓSITO DEL PROYECTO 2

IV. DIAGNÓSTICO 3

V. JUSTIFICACIÓN 6

VI. OBJETIVOS 8

OBJETIVO GENERAL 8

OBJETIVOS ESPECÍFICOS 8

VII. MARCO TEÓRICO 8

INTRODUCCIÓN A LA ARTESANÍA 8

TEJIDO IKAT 9

MATERIALES, HERRAMIENTAS, PROCESO Y DISEÑOS 10

DISEÑOS DE LOS TEJIDOS 11

BRANDING 12

BRANDING, PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING 12

EL MERCHANDISING Y EL ENTORNO 13

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES 13

VIII. METODOLOGÍA 14

METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN 14

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN 15

INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN 16

HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN 16

METODOLOGÍAS DE DISEÑO 16

CAPÍTULO I 19

Investigación y definición de los requisitos del proyecto de diseño 19

1.1 INVESTIGACIÓN 19

1.1.1 ANTECEDENTES (Requerimientos iniciales del comitente, usuarios y personas involucradas en el proyecto) 19

1.1.2 ANÁLISIS TIPOLÓGICO (Evaluación de las tipologías y productos de la competencia) 31

1.2 ESPECIFICACIONES DEL DISEÑO DEL PROYECTO 40

1.2.1 NECESIDADES DEL USUARIO (Identificación de los deseos, demandas y necesidades del usuario final) 40

1.2.2 REQUISITOS DEL PROYECTO (Brief) 42

CAPÍTULO II 47

Desarrollo del proyecto de diseño 47
2.1 DISEÑO DEL CONCEPTO 47
REQUERIMIENTOS DE DISEÑO 47
PÚBLICOS 48
TENDENCIAS 49
VECTORES DE LA FORMA 50
2.1.1 GENERACIÓN DE IDEAS 51
2.1.2 BOCETOS, DIBUJOS E IMÁGENES 56
2.1.3 EVALUACIÓN DEL CONCEPTO 65
2.2 DESARROLLO DEL DISEÑO 66
2.2.1 DIBUJOS TÉCNICOS, ESQUEMAS CONSTRUCTIVOS 66
2.2.2 MODELOS O PROTOTIPOS DE ESTUDIO (IMÁGENES) 79
2.2.3 EVALUACIÓN DEL DESARROLLO 87

CAPÍTULO III 89

Diseño a detalle del proyecto y validación 89
3.1 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL 89
3.1.1 EXPLORACIÓN DE MATERIALES 89
3.1.2 EXPLORACIÓN DE TÉCNICAS DE FABRICACIÓN 90
3.1.3 DETALLES CONSTRUCTIVOS Y MECANISMOS 92
3.1.4 PRUEBAS Y REFINAMIENTO 111
3.2 VALIDACIÓN FINAL DE LA PROPUESTA DE DISEÑO 113
3.2.1 CONFRONTACIÓN CON REQUERIMIENTOS DEL COMITENTE 113
3.2.2 CONFRONTACIÓN CON LAS NECESIDADES DE USUARIOS 114
3.3 COSTOS DEL PROYECTO 116
3.3.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN 116
3.2.2 COSTOS DE DISEÑO 119
CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO 125

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 127
CONCLUSIONES 127
RECOMENDACIONES 128

BIBLIOGRAFÍA 129

ANEXOS 134
ANEXO 1: EL PROCESO HISTÓRICO DEL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR Y SUS RETOS ACTUALES. 135
ANEXO 2: ARTICULOS RELACIONADOS 135
ANEXO 3: CÁLCULO DE LA MUESTRA 137
ANEXO 4: ENCUESTA 1 138
ANEXO 5: ENCUESTA 2 144
ANEXO 6: PINTURAS DE LA ARTESANA 152

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de problemas…… 3
Figura 2: Productos elaborados por Carmen Orellana: macanas, bufandas, ponchos, capas y corbatas. 4
Figura 3: Productos elaborados por la competencia: macanas, bufandas, estuches, ponchos, capas, corbatas, chalecos, carteras, fajas, zapatos, sombreros de paja, entre otros. 4
Figura 4: taller de Carmen Orellana 4
Figura 5: rotulación de la competencia en el sector 5
Figura 6: Tejido Ikat. 10
Figura 7: diseños de Carmen Orellana 12
Figura 8: Modelo de proceso de diseño, según Archer en comparación con los diferentes métodos a ser aplicados en cada fase. 17
Figura 9. Análisis de ventas mensuales de Carmen Orellana 21
Figura 10: Tarjeta de presentación, bolsas y facturas actuales de Carmen Orellana 22
Figura 11: Reconocimiento de excelencia UNESCO 23
Figura 12: Análisis de nacionalidad del grupo objetivo 26
Figura 13: Símbolos básicos de cuidado en prendas 27
Figura 14: Símbolos De cuidado para las prendas de la artesana 28
Figura 15: Señalización del sector artesanal cerca al taller de Carmen Orellana 29
Figura 16: Taller de Carmen Orellana 29
Figura 17: Competencia del sector con rotulación. 29
Figura 18: Carmen Orellana confeccionando la casulla del papa. 31
Figura 19: tarjetas de presentación y etiquetado de la competencia 32
Figura 20: tarjetas de presentación y etiquetado de la competencia 32
Figura 21: Corbata de Carmen Orellana 32
Figura 22: Empleada exponiendo en La casa de la Makana. 33
Figura 23: Empleada enseñando las formas de uso de la macana. 33
Figura 24: Productos elaborados por la competencia: macanas, bufandas, estuches, ponchos, capas, corbatas, chalecos, carteras, fajas, zapatos bajos, zapatos de taco, sombreros de paja, camisas, pantalones, entre otros. 34

Figura 25: Logo Olga Fisch 34
Figura 26: Logo Silvia Zeas 35
Figura 27: Logos nacionales de macaneros artesanales 36
Figura 28: Logos internacionales de tejido artesanal 36
Figura 29: Logos internacionales de alta costura 36
Figura 30: Tendencias en empaques 37
Figura 30: Tendencias en empaques 38
Figura 31: Tendencias en etiquetas 39
Figura 32: Análisis de las necesidades del usuario 40
Figura 33: Análisis del usuario frente al producto artesanal. 40
Figura34: Etiquetas en prendas del artesano José Jiménez. 41
Figura 35: Requerimientos de diseño 48
Figura 36: Técnicas para generar ideas 52
Figura 37: Cubo de Zwicky 53
Figura 38: Matriz de atributos 57
Figura 39: Firma de Carmen Orellana 59
Figura 40: Análisis de la firma de Carmen Orellana 62
Figura 41: ENVOLVENTES Desconfianza, temor y embuste. Sentimiento de inferioridad. 62
Figura 42: LETRA A: La letra «a» minúscula. (Puede aplicarse también a la “o“ y a todos los óvalos.). Abierta, cerrada y rellena, conviene distinguir 63
Figura 43: LETRA R : Variantes de la “r” minúscula 63
Figura 44: INCLINACIÓN EN LAS FIRMAS 63
Figura 45: LA DIRECCIÓN DE LA FIRMA Y LAS METAS INDIVIDUALES. 63
Figura 46: LA FORMA DE LA ESCRITURA EN LA FIRMA 64
Figura 47: Partes de la propuesta del proyecto 66
Figura 48: Elaboración propia 73
Figura 49: Papelería corporativa 78
Figura 50: Papel piedra 89
Figura 51: Skytone Vellom Panchment 90
Figura 52: Análisis pregunta 7 de la segunda encuesta 115
Figura 53: Análisis pregunta 10 de la segunda encuesta 115

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: ANÁLISIS FODA..... 5
Tabla 2: Materiales, procesos y herramientas del tejido Ikat..... 11
Tabla 3: METODOLOGÍAS..... 15
Tabla 4: Técnicas de Investigación 15
Tabla5: Instrumentos para la investigación 16
Tabla 6. Análisis comparativo de precios y productos..... 21
Tabla 7. Listado de los artesanos de Bullcay y Bullzhún..... 24
Tabla 8: Expresión simbólica y perceptual 51
1. Tabla 9: valores, atributos y virtudes del producto / institución 56
Tabla 10: Matriz para validación de propuestas 58
Tabla 11: Evaluación del concepto..... 65
Tabla 12: Evaluación del desarrollo..... 87
Tabla 13: Validación de cumplimiento con el comitente..... 113
Tabla 14: Validación de cumplimiento con el usuario..... 114
Tabla 15: Costos de la elaboración de los productos de Trabajo de Titulación 116
Tabla 16: Costos de producción al por mayor 118
TABLA 17: PARA EL CALCULO DE PRECIO DE DISEÑO..... 119
Tabla 18. Confrontación de precios..... 124

I. TEMA – TÍTULO

Diseño de una propuesta gráfica de identificación de productos basados en el tejido ancestral Ikat realizados en el taller artesanal de Carmen Orellana del cantón Gualaceo para fortalecer su posicionamiento en el mercado.

II. RESUMEN O ABSTRAC

El proyecto se origina por la necesidad de la artesana Carmen Orellana de diferenciar sus productos de la competencia, debido a que no posee ningún elemento gráfico que la represente. El desarrollo del proyecto se divide en tres capítulos.

En el primer capítulo se realizó una investigación al comitente, usuarios y personas involucradas para definir los requisitos del proyecto. Al analizar los antecedentes de la artesana se determinó el desarrollo de marca y diferentes productos que la fortalezcan como: etiquetas, empaques, percheros, muestrario y señalización que ayuden a la diferenciación frente a su competencia en eventos o ferias, para ello se estableció las necesidades de los usuarios.

En el capítulo dos se determina el concepto de diseño el cual proviene de los requerimientos de diseño más la unión con la metáfora que en este caso es la *Firma personal del artesano,* en su conjunto forman el concepto *TEJIDOS CON ALMA DE ARTESANO.* Basados en este concepto se desarrolla la gráfica para la identidad, empezando por la construcción de la marca, de la cual derivan cuatro puntos específicos: etiquetas, empaques y percheros, muestrario y señalización. Finaliza con la evaluación del desarrollo.

En el capítulo final se explica el diseño a detalle de los productos. Se realizó un análisis de materiales y procesos, determinando el uso de un material nuevo como es el papel piedra, el cual se caracteriza por su resistencia al agua y aceites y ser ecológico ya que es 100% libre de árboles y agua. En este capítulo se determina la validez de los productos presentados frente a la artesana y a sus clientes, también se analizan costos del proyecto de diseño y producción.

III. INTRODUCCIÓN

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN O INSTITUCIÓN

- **Nombre**

  Artesanías Carmen Orellana (Tejido artesanal Ikat)

- **Actividad**

  Productos de tejido artesanal realizados por Carmen Orellana con técnicas ancestrales para elaboración de macanas y otros productos derivados de la misma técnica de tejido "Ikat"[1].

- **Ubicación**

  Bullcay – El Carmen, cantón Gualaceo en la provincia del Azuay.

- **Características**

  > El tejido se lo realiza en telares que llevan más de 150 años de historia, lo que más llama la atención es su técnica ancestral del tejido Ikat y los materiales e instrumentos que utilizan para la confección de estos paños. Uno de sus principales productos es La Macana o Chale que es una de las principales prendas de vestir hechas en el cantón Gualaceo, reconocidas a nivel mundial, por su calidad, finura y colorido en sus diferentes diseños. (El comercio, 2014)

  El taller artesanal de Carmen Orellana y sus productos son reconocidos a nivel nacional e internacional gracias a la ayuda de instituciones como la "UNESCO" Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura quienes han premiado a las prendas y conocimiento ancestral de la artesana y el "CIDAP" Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, que se dedican a la promoción de la cultura a nivel internacional, quien promociona las artesanías de Carmen a través de la página web de sitio, es así como ha llegado a trascender a diferentes lugares del mundo.

[1] Ikat: proviene del término malayo ***"Mengikat"*** que etimológicamente significa amarrar.

MISIÓN

Mantener viva la herencia generacional de la técnica Ikat y fortalecer el valor ancestral que aporta a la cultura ecuatoriana Carmen Orellana a través de las enseñanzas que han dejado sus antepasados.

VISIÓN

Ser líder en el mercado a nivel nacional e internacional por el desarrollo de la técnica ancestral del tejido Ikat, poniendo en alto la cultura ecuatoriana.

- **Contexto**

  A las afueras del centro de Gualaceo se encuentra a los artesanos de Bullcay y Bullzhún, que por décadas se han dedicado a continuar con la herencia de sus antepasados para la confección del ***"Paño de Gualaceo"***, o también llamado ***"Macana"***.

  A los artesanos se los puede ubicar en diferentes locales comerciales, en el centro histórico, mercado artesanal o por los diferentes barrios de Gualaceo. (Viajando por Ecuador, 2014)

PROPÓSITO DEL PROYECTO

Se espera obtener una identidad gráfica basada en la investigación de los elementos visuales que se obtengan de la comunidad, que sirvan de soporte para la construcción de las propuestas comunicacionales. Ayudando a Carmen Orellana a posicionar su marca que la distinga de su competencia y aporte un valor agregado a sus productos para que mejore sus ventas y reconocimiento a nivel nacional e internacional.

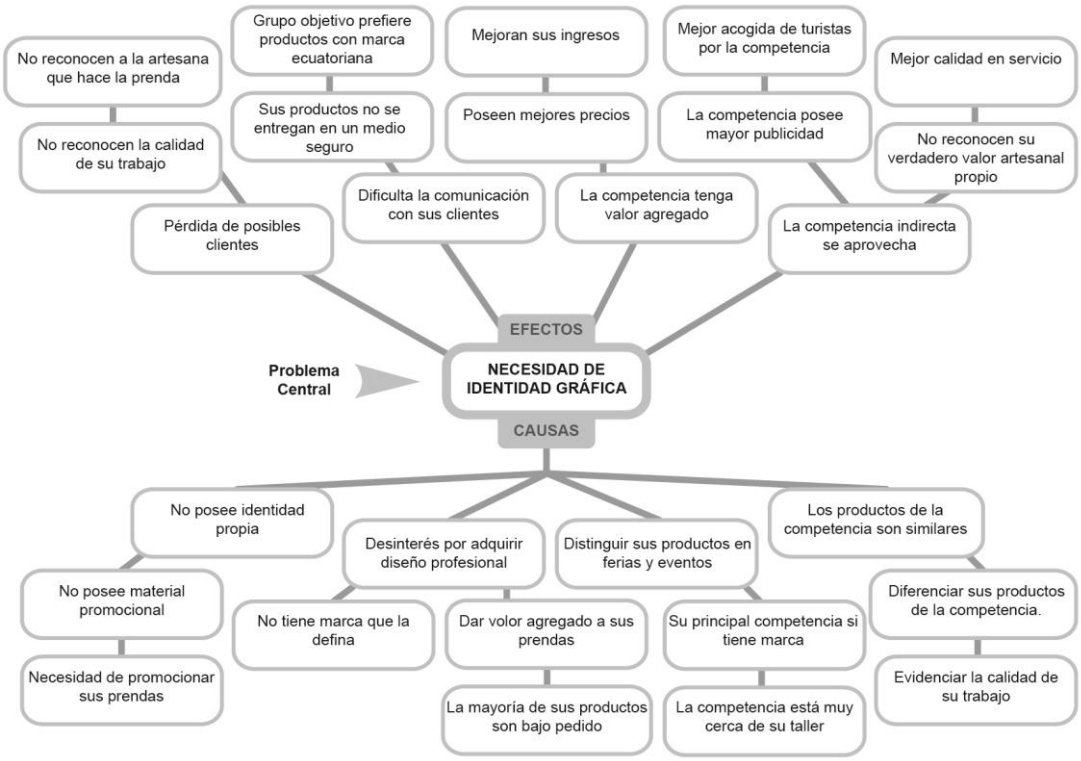


Figura 1: Árbol de problemas

IV. DIAGNÓSTICO

En el taller de Carmen se realizan algunos productos como: bufandas, ponchos, macanas (chales), capas, corbatas, carteras, cinturones, entre otros. Utilizan diferentes materiales como el algodón mercerizado, que es una mezcla del algodón con una planta viscosa, algodón fino, alpaca, lana y seda que se encuentra entre los más costosos debido a la calidad del material.

En el análisis comparativo de precios y productos de Carmen con su competencia, se ve reflejado que los precios de la competencia son más elevados, al igual que la variedad de sus productos, ya que estos artesanos tienen mayor promoción de sus locales y el sector en el que se encuentran ubicados es estratégico para la acogida de los turistas. También cuentan con personal para trabajar variedad de productos por lo que Carmen Orellana ha optado por trabajar bajo pedido con clientes que conocen la calidad de su trabajo.



Figura 2: Productos elaborados por Carmen Orellana: macanas, bufandas, ponchos, capas y corbatas.

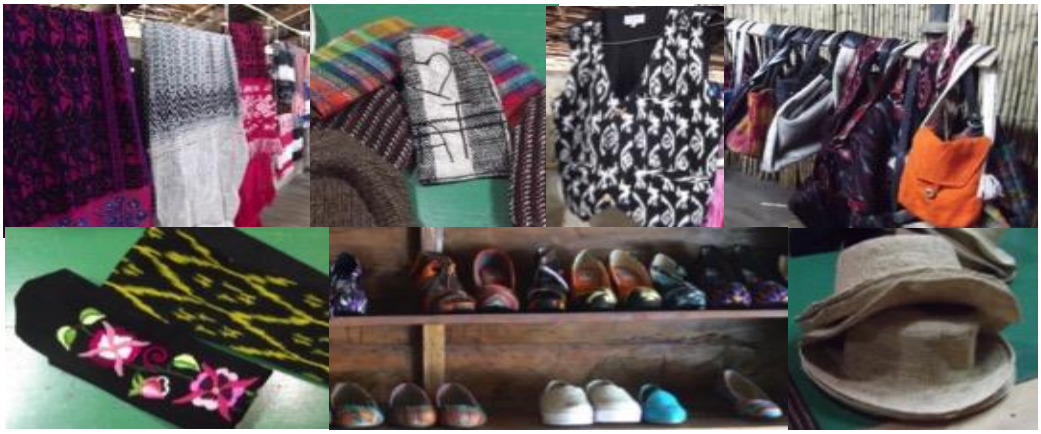


Figura 3: Productos elaborados por la competencia: macanas, bufandas, estuches, ponchos, capas, corbatas, chalecos, carteras, fajas, zapatos, sombreros de paja, entre otros.



El taller de Carmen Orellana no tiene una rotulación como su competencia, por lo que muchos turistas frecuentan estos lugares más visibles., lo que ha dado lugar a que la artesana necesite implementar una comunicación más adecuada para la promoción de sus productos.

Figura 4: taller de Carmen Orellana



Figura 5: rotulación de la competencia en el sector

Debido la variedad de talleres artesanales que aplican la técnica del Ikat en el sector y la notable promoción y variedad de los mismos, Carmen ha optado por bajar el precio de sus productos, manteniendo la misma calidad y finura que la caracteriza, por esta razón su economía se ve afectada y la artesana ha visto la necesidad de promocionar y diferenciar sus productos frente a la competencia.

Tabla 1: ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
- Realiza un proceso ancestral que rescata la cultura del sector y del Ecuador. - Posee premios otorgados por la UNESCO - Su principal característica es la calidad y finura en sus productos. - Todos sus productos cumplen un elaborado proceso artesanal. - El ser un producto ecuatoriano fortalece la artesanía del país. - El tener una mayoría de clientes Internacionales influye en la promoción indirecta de sus productos - El tejido Ikat fue reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador.	- No posee herramientas de diseño necesarias para publicidad - No posee estrategias de difusión - No posee identidad gráfica - Mala ubicación geográfica del taller. - Posee menor variedad de productos que su competencia. - No posee capacidad de producción - La mayor parte de artesanos son adultos mayores.
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
- Aprovechar la identidad del taller dentro del sector Gualaceo para mejorar su nivel de ingresos a través del reconocimiento de la marca. - Su reputación ayudará a posicionar con mayor facilidad su marca - Reconocimiento de su trabajo a nivel nacional e internacional. - Relaciones con MiPro, CIDAP, entre otros.	- Su competencia posee una imagen visual claramente definida. - Posibilidad de plagio de la técnica por parte de extranjeros. - Perdida de la técnica ancestral por falta de interés de las nuevas generaciones.

V. JUSTIFICACIÓN

> "Las artesanías ecuatorianas se caracterizan por su heterogeneidad, tradición y entorno geográfico en la cual se desarrollan. Se diferencian específicamente por el tipo de material empleado en la confección y la autenticidad del diseño creado por las manos del artesano." (Pro Ecuador, 2015)

En el Ecuador existen varios tipos de artesanías gracias a su riqueza cultural y ancestral y a la forma de vida que mantienen las comunidades para guardar las enseñanzas de sus antepasados. Tal es el caso de las artesanías en cerámica, paja toquilla, joyería, tejido, tagua, artículos de cuero o madera, pintura, escultura y cada una posee deferentes técnicas o procesos para ser realizados, como el tejido que se ha desarrollado en varias zonas del país.

El tejido es uno de los métodos artesanales más antiguos de la región Azuaya que se ha ido desarrollando según las necesidades de los artesanos gualaceños. La artesana Carmen Orellana posee un taller en el que se dedica al tejido de las macanas, el cual ha pasado de generación en generación. Gracias a su perseverancia y el pasar de los años han ido desarrollando nuevos conocimientos y mejorando cada día sus técnicas; herencia de sus padres; para la elaboración de sus productos. Actualmente se ha ampliado la variedad de productos desarrollados con tejido y otros materiales complementarios como el cuero.

Su objetivo principal es mantener viva la herencia familiar y fortalecer el valor ancestral que aporta a la cultura ecuatoriana. Sin embargo, debido al amplio mercado de tejido que existe en la provincia de Gualaceo, en sus alrededores se han desarrollado talleres de artesanos que se dedican al comercio de las diferentes prendas realizadas con el tejido Ikat que tienen una imagen y estrategia de promoción mejor desarrollada, por ejemplo, José Jiménez optó por hacer un pequeño recorrido exhibiendo el proceso de la macana y etiquetando cada uno de sus productos con su marca generando un ingreso adicional para su taller. Por esta razón Carmen Orellana se ve en la necesidad de identificar sus productos y diferenciarlos de su principal competencia.

Es importante que los clientes de Carmen puedan identificar su trabajo y valorar su artesanía. Joan Costa (2010), nos dice que el signo de identidad es por el cual se hace conocer, reconocer, asociar y recordar la empresa. Que es la matriz de su

propio y exclusivo modo de ser y de su diferencia esencial que la distingue e impone en un entorno saturado y competitivo. (p. 125). Para ello existen diferentes estrategias de comunicación visual que apoyan a la identidad, como es el caso de la señalética fuera de la empresa y abarcar los diferentes canales de promoción de la misma.

> Matthew Healey (2009), menciona que la crítica publicitaria ha señalado el modo que tienen los vendedores de emplear las campañas para controlar lo que los consumidores “perciben”, sin embargo el branding es más ambicioso, porque trata de controlar lo que los consumidores reciben en realidad, considerando las respuestas y el significado de la marca para ellos.(p. 26)

Así como menciona Jorge Frascara (2011) el diseño de comunicación asegura la efectividad de las comunicaciones facilitando los procesos de percepción, lectura, comprensión, memorización, y uso de la información que únicamente se centra en el usuario, por lo que es claro que el grupo objetivo de Carmen Orellana necesita de un sistema de comunicación para reconocer sus productos.

Existe una estrecha relación entre la artesanía y el diseño, tomando en cuenta que desde el principio el ser humano se ha valido de varias formas de representación para recordar su paso en el tiempo. En la actualidad el diseño comunicacional incluye varios métodos de difusión por el cual las culturas están más cercanas a las personas y el conocimiento se profundiza aún más. Aquí está la importancia de llevar esta información de un lugar a otro, salvando y reconociendo la identidad ancestral que nos rodea en el mundo. Al desarrollar este proyecto se puede identificar el legado ancestral que tiene la cultura Ecuatoriana y con el aporte del diseño contribuir a los artesanos.

VI. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar la identidad gráfica del taller artesanal de Carmen Orellana basado en el tejido ancestral Ikat, para que sus productos se diferencien de la competencia y aporten al posicionamiento en el mercado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Investigar sobre el proceso de elaboración del tejido ancestral Ikat y la importancia que tiene en el contexto cultural de Ecuador, así como también los requerimientos del comitente y del cliente para el proceso de diseño y la comprensión de los procesos artesanales de la comunidad mediante métodos y técnicas que contribuyan en la elaboración de propuestas comunicacionales de los productos de Carmen Orellana dentro de su grupo objetivo y frente a su competencia.
2. Diseñar la identidad gráfica para el taller de la artesana Carmen Orellana y para cada uno de sus productos, que destaque la macana y en orden jerárquico sus demás productos para aportar en el mejoramiento de la imagen en sus clientes.
3. Validar las propuestas gráficas en base a los requerimientos de la artesana Carmen Orellana y sus clientes respecto a temas comunicacionales y el nivel de diferenciación gráfico de los productos con la competencia.

VII. MARCO TEÓRICO

INTRODUCCIÓN A LA ARTESANÍA

Según explica la UNESCO: "Los productos artesanales son los elaborados ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado” (Pro Ecuador 2013)

Históricamente el principal importador mundial de artesanías es Estados Unidos y los países de Europa, pero actualmente existe una oportunidad en otras regiones como lo son Países de Medio Oriente, Australia y Países de Asia. (Pro Ecuador, 2013. Opcit)

Basado en la investigación realizada al grupo objetivo se sabe que el consumidor actualmente busca productos funcionales, de calidad y con diseño diferente, valoran la creatividad y habilidad del artesano. Aprecian los materiales que se utilizan, las técnicas y procesos tradicionales, ya que son productos naturales que no dañan el medio ambiente. La mayor parte de las artesanías están destinadas a ser utilizadas como adornos en los hogares, hoteles o como prendas de vestir. Los usuarios aprecian el valor cultural y social que tienen las artesanías ya que al comprar estos objetos apoyan a la comunidad e historia que lleva detrás cada producto.

TEJIDO IKAT

Según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador en su libro Paños o Macanas de Gualaceo con la técnica del Ikat (pág. 4,5), el tejido ha sido parte de la herencia cultual del Ecuador y esta técnica en especial es parte de la indumentaria típica de la zona de Gualaceo, especialmente el paño o macana al que le dieron diversas formas de uso, ya sea para días especiales o para cargar a sus hijos. En la actualidad el tejido tradicional Ikat forma parte del Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador con el fin de salvaguardar esta técnica con la cual se elaboran varias piezas para su comercialización, desde cinturones hasta zapatos. La macana es considerada una prenda importante en el vestuario tradicional de la chola cuencana, los artesanos de la zona de Bullcay y Bullzhún han sido los encargados de confeccionar estas piezas durante generaciones.



Figura 6: Tejido Ikat.

Fuente: Nudos que crean evento CIDAP

Ikat proviene del término malayo Mengikat que etimológicamente significa amarrar, y que se utiliza hoy en día para designar a la técnica del teñido en el cual el amarrado de los hilos de la trama, es etapa esencial antes del baño de tinte, es una técnica que reserva el color para realizar patrones sobre textiles, las fibras son atadas para que penetre el tinte, proceso complejo para realizar paños, macanas y telas. Esta técnica consiste principalmente en el teñido por reserva mediante anudamiento, la reserva consiste en evitar que el tinte penetre en algunos hilos, para ello se lo anuda, el cual es un paso importante dentro de la técnica. Se realizan nudos que presionan lo suficiente para impedir que el tinte lo pinte todo, por esto los diseños se distinguen antes del proceso de tejido, por lo que posteriormente se verán cuando se encuentren en el telar antes de tejer.

Esta técnica se ha expandido a nivel mundial, principalmente Malasia, Guatemala, México, Perú, Ecuador en donde se ha llegado a potencializar en la provincia del Azuay, específicamente en Gualaceo, Bullcay y Bullzhún.

MATERIALES, HERRAMIENTAS, PROCESO Y DISEÑOS

La confección de las macanas con la técnica Ikat no es sencilla por su complejidad en el siguiente proceso: empieza con la preparación del hilo, urdido, amarrado y teñido según cada diseño y finaliza con la confección de la prenda deseada. La característica que hace especial al tejido es en la parte del urdido y amarrado, ya que forman estos diseños a base de nudos. (Paños o Macanas de Gualaceo con la técnica del Ikat, pág. 16-18)

Tabla 2: Materiales, procesos y herramientas del tejido Ikat

Materiales	Herramientas	Proceso
• **Hilos:** - algodón mercerizado (mezcla de algodón con planta viscosa) - algodón fino - hilo de alpaca - lana de borrego - Seda • **Tintes:** los tintes son en su mayor parte naturales El nogal, el ñachag, la cochinilla, la col, la cebolla, el añil, el tocte, etc. Para sellar bien el color utilizan mordientes como son la sal, el limón o el bicarbonato.	Las herramientas que se utilizan son a base de madera, generalmente las realizan los mismos artesanos de Gualaceo. • **El abridor** para sostener la madeja. • **El banco o urdidor** donde se separan los hilos para el amarrado. • **El telar de cintura** que posee sus diferentes instrumentos para el tejido.	El proceso se basa en ocho pasos los que son realizados con sumo cuidado y paciencia. La habilidad de los artesanos se refleja en cada uno de los pasos 1. Preparación del hilo 2. Urdido 3. Escogido 4. Amarrado 5. Teñido 6. Colocación de los hilos en el telar. 7. Tejido 8. Elaboración del fleco

Mediante el conocimiento de los procesos, materiales y técnicas que se usan, se puede desarrollar un concepto base para el proyecto, el cual aportará al diseño con formas, colores, modalidades y determinará los elementos conceptuales que se utilizarán para el desarrollo del producto gráfico. Vinculando de esta manera al cliente con el trabajo realizado.

DISEÑOS DE LOS TEJIDOS

Los diseños realizados por Carmen surgen de su imaginación, considera su entorno y sus gustos personales. Entre los diseños más destacados se encuentran flores, hojas, pájaros y líneas de diferentes colores, lo que favorece a la venta y promoción de sus tejidos dentro del entorno en el que se encuentra como se muestra en la figura.



Figura 7: diseños de Carmen Orellana

BRANDING

“El término inglés *brand* (en español, “marca”) del que deriva *branding* proviene de una raíz germánica o escandinava cuyo significado era “marcar al fuego”. Se puede hablar de marca cuando literalmente se marca un animal o un objeto para identificar a su propietario, pero también se utiliza este término cuando se habla de los atributos de un producto que deja una impresión duradera en la mente del consumidor.” (Healey M. 2009, pág. 6).

Según menciona Healey la marca es una promesa de satisfacción entre el consumidor y el productor que actualmente se apoya en cinco elementos: posicionamiento, historia, diseño, precio y relación con el consumidor. Para el desarrollo del proyecto se toma en cuenta las características específicas de estos elementos, de esta manera se llega a cumplir con los objetivos deseados por el comitente y especialmente por el usuario.

BRANDING, PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING

Al combinar estas áreas: marketing, publicidad, relaciones públicas, diseño gráfico e identidad corporativa se habla de: ventas, reconocimiento, reputación, fidelidad del cliente y estética visual, estos son aspectos que abarca el branding como lo menciona Haeley. Es por esto que para el proyecto se tendrá en cuenta las diferentes

áreas para el desarrollo de la propuesta considerando a nivel de marketing el producto, punto de venta, promoción, y precio. En cuanto a la estrategia de publicidad se determina comunicar el cliente sobre características de la técnica del tejido Ikat a través del material promocional a desarrollarse. Considerando que la artesana ha salido en artículos de revistas, periódicos, etc., las relaciones públicas aportan a la difusión de la identidad.

EL MERCHANDISING Y EL ENTORNO

"El término "merchandising", tiene dos acepciones: la creación de artículos para su venta y la disposición de estos objetos en una tienda con la intención de maximizar las ventas. Por otro lado se refiere al arte de colocar los productos en un entorno comercial para incentivar a los consumidores a comprar tanto como sea posible." (Healey M. 2009, pág. 110, 111). Se usará el merchandising para la venta estratégica de los productos artesanales debido a que se debe fortalecer la parte de ventas que ha estado descuidada por varios años se espera iniciar con un incremento del 20% de las ventas actuales.

"El merchandising visual es un método que se puede utilizar en cualquier establecimiento comercial, ya que ayuda a incrementar tanto las ventas como a mejorar la imagen de la marca de la empresa. Este método comprende la utilización de exposiciones atractivas que estimulan a las personas a detenerse, mirar e ingresar al establecimiento comercial; dando como resultado que el merchandising visual puede llegar a convertir la experiencia de comprar en un hecho inolvidable." (Morgan T. 2014, pág. 6). Por esta razón es importante considerar una estrategia específica para el posicionamiento de los productos de la artesana Carmen Orellana.

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES

Uno de los puntos clave que se debe aprovechar para el proyecto son los apoyos gubernamentales que en la actualidad se ofrecen a las microempresas del sector artesanal, uno de estos es el Ministerio de Industrias y productividad, quienes tienen como misión:

> “Impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.” (Ministerio de Industrias y Productividad. 2015) (Anexo 1)

Con el apoyo de estas organizaciones se podrá posicionar la marca de Carmen Orellana dando a conocer sus productos artesanales de calidad a nivel nacional e internacional.

VIII. METODOLOGÍA

METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN

Se propone utilizar la metodología del Dr. Roberto Hernández Sampieri, Dr. Carlos Fernández Collado y Dra. María del Pilar Baptista Lucio; de su libro “Metodología para la investigación”. En el que destacan tres diseños de investigación pertinentes para el proyecto.

Se decidió aplicar las metodologías de investigación de Sampieri, Collado y Baptista Lucio ya que sus tres modelos de diseño de investigación son pertinentes debido a que abarcan el estudio de la cultura, historias de vida y análisis de observación que apoyan a las diferentes etapas de investigación que requiere el proyecto, siendo estas la narrativa que permite analizar la vida de Carmen Orellana, la investigativa que se basa en las fases de observación y la etnográfica que estudia la comunidad y permite determinar elementos culturales de la artesanía y sus artesanías así como el sector donde está ubicada.

Tabla 3: METODOLOGÍAS		
Narrativa	**Investigativa**	**Etnográfica**
Analizan historias de vida Sus tipos son: • De tópicos • Biográficos • Autobiográficos	Se basa en las fases de observar, pensar y actuar Cuyas perspectivas son: • Visión tecnicocientífica • Visión deliberativa • Visión emancipadora Sus tipos de diseño son: • Práctico • Participativo	• Estudia a grupos, organizaciones y comunidades. • Elementos culturales Los diseños pueden ser: • "Realistas" o mixtos • Críticos • Clásicos • Microetnográficos • Estudios de casos culturales

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

En la metodología de investigación según Sampieri, Collado y Baptista describen varias técnicas para la recolección de datos cualitativos.

- Biografías e historias de vida
- Documentos, registros y artefactos
- Grupos de enfoque
- Entrevistas
- Anotaciones y bitácora de campo
- Observación, para el proceso de observación se definen diferentes niveles de participación:

Tabla 4: Técnicas de Investigación

No participación	Participación pasiva	Participación moderada	Participación activa	Participación completa
Se observan videos.	Está presente el observador, pero no interactúa.	Participa en algunas actividades, pero no en todas.	Participa en la mayoría de las actividades; sin embargo, no se mezcla completamente con los participantes, sigue siendo ante todo un observador.	Se mezcla totalmente, el observador es un participante más.
			Papeles más deseables en la observación cualitativa	

INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN

Se realiza el análisis, iniciando con la estructuración de datos, a través de:

Tabla5: Instrumentos para la investigación

Organización de datos	Bitácora de análisis	Guías y formatos	Videos, grabaciones y fotografías
Determinar criterios de organización Informe	Transcribir datos verbales en texto (incluyendo bitácoras y anotaciones)	Entrevista Observación Grupo de enfoque	Limpiar grabaciones de ruidos, digitalizar imágenes, filtrar videos.

HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

Son los distintos materiales que se utilizan para la investigación dependiendo del tipo de metodología que se aplica en cada fase del proceso. Con lo que se determina usar lo siguiente:

- Cámara de fotos y video, trípode
- Libreta, papel en blanco, lápiz y esferos
- Acuarelas, pinceles
- Computador y grabadora

METODOLOGÍAS DE DISEÑO

En este caso se plantea una metodología para el desarrollo del proyecto como lo define Archer en el libro de Luis Rodríguez (2004) Diseño estrategia y tácticas. Se ha decido utilizar la metodología de Archer debido a su estructura clara en las fases para el procesos de diseño para la identidad de Carmen Orellana, empezando con la definición del problema hasta la ejecución de la propuesta de diseño, pasando por un análisis en el desarrollo de la fase creativa que viene a ser la propuesta grafica en sí.

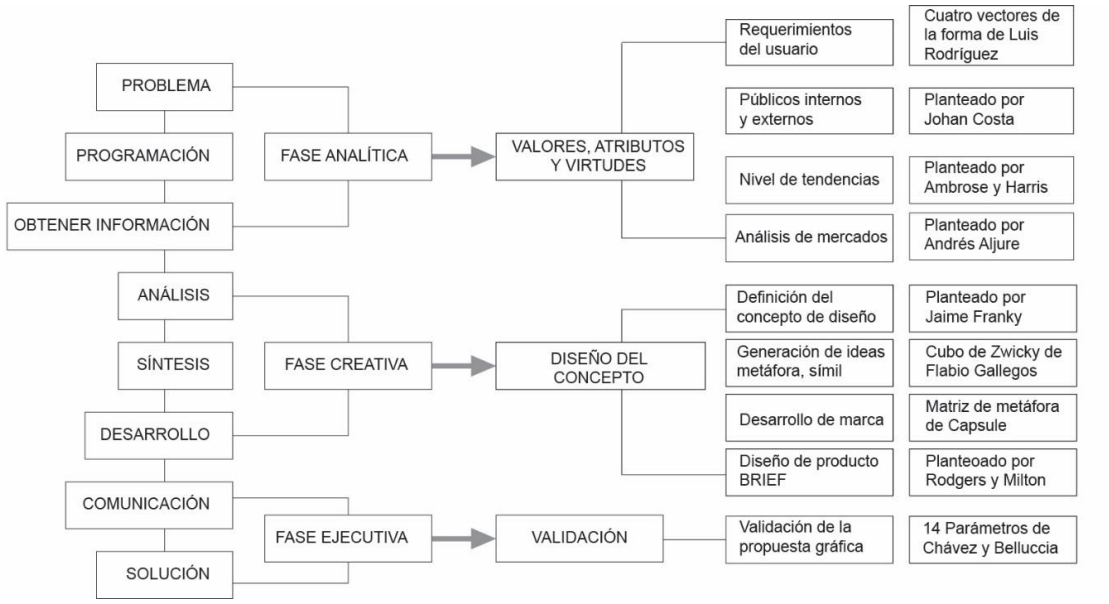
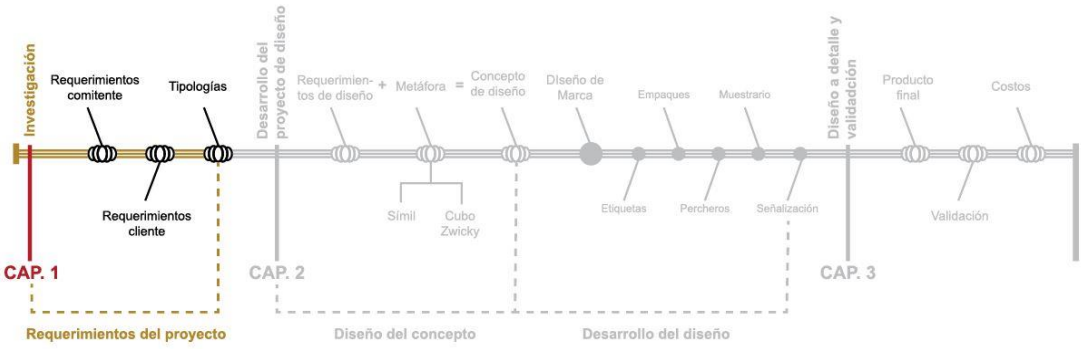


Figura 8: Modelo de proceso de diseño, según Archer en comparación con los diferentes métodos a ser aplicados en cada fase.



CAPÍTULO I

Investigación y definición de los requisitos del proyecto de diseño



1.1 INVESTIGACIÓN

1.1.1 ANTECEDENTES (Requerimientos iniciales del comitente, usuarios y personas involucradas en el proyecto)

Según el análisis de observación realizado en el taller de Carmen Orellana se determinó que la artesana no posee una identidad gráfica que la pueda diferenciar de su competencia y que ayude a promocionar sus productos artesanales. Sin embargo, gracias a los reconocimientos y premios obtenidos, Carmen ha logrado viajar a diferentes países mostrando la Macana y el proceso de desarrollo de la misma (Anexo 2), lo que ha ayudado a fortalecer la percepción de sus productos sobre los usuarios.

Joan Costa (2010), dice que el signo de identidad es por el cual se hace conocer, reconocer, asociar y recordar la empresa. Que es la matriz de su propio y exclusivo modo de ser y de su diferencia esencial que la distingue e impone en un entorno saturado y competitivo. (p. 125). Para ello existen diferentes estrategias de comunicación visual que apoyan a la identidad, como es el caso de la señalética en el negocio y abarcar los diferentes canales de promoción de la misma.

Tener una identidad propia ayuda a fortalecer su posicionamiento en el mercado, darse a conocer a nivel nacional e internacional, difundir su marca como producto exclusivo y de calidad y ayuda a generar mayor ingreso por el valor agregado que aporta a sus productos.

GRUPO OBJETIVO

Según lo mencionado por la artesana sus principales compradores son turistas nacionales principalmente de la sierra y extranjeros provenientes de Chile, Argentina, México, Alemania, Estados Unidos, entre otros, de un target medio alto y alto que gustan de las artesanías, de 30 a 50 años de edad. Según Carmen a su taller llegan aproximadamente entre 40 y 50 turistas al mes dependiendo de las temporadas altas o bajas y gastan entre uno o dos artículos de los más finos. Carmen ha vendido sus prendas a algunas personas influyentes como el Papa Francisco y actrices como Salma Hayek, entre otros.

Las prendas de la artesana también son adquiridas por otro tipo de comerciantes, quienes revenden sus productos o los utilizan como materia prima como en el caso de Galería Gourmet Ecuador, Silvia Seas, o artesanos del sector quienes confeccionan zapatos, carteras, estuches, y no reconocen el trabajo de la artesana al distribuir el producto.

DESCRIPCIÓN DEL ESTADO ACTUAL DE CARMEN ORELLANA

ANÁLISIS DE VENTAS

En la figura 9 se detallan los meses en que existe mayor demanda de los productos vendidos en el año por Carmen Orellana.

Los meses que poseen más festividades como Fundación de Cuenca, Semana Santa, Día de la Madre, Fiestas de Gualaceo, Día de los Difuntos, Independencia de Cuenca, Independencia de Azogues y Navidad, se consideran temporada alta y son: abril, mayo, junio, noviembre y diciembre. Temporada media los meses de julio y agosto, y los meses de temporada baja

son: enero, febrero, marzo, septiembre y octubre. Anualmente se tiene un ingreso de 8.745 dólares americanos aproximadamente.



Figura 9. Análisis de ventas mensuales de Carmen Orellana

Fuente: Carmen Orellana.

Tabla 6. Análisis comparativo de precios y productos

ARTESANÍAS CARMEN ORERLLANA		COMPETENCIA DIRECTA	
PRODUCTOS (los precios varían dependiendo el material)	PRECIO ($)	PRODUCTOS	PRECIO($)
Macanas	30 - 200	**Macanas**	60 - 300
Bufandas	12 - 25	**Bufandas**	20 - 35
Capas	80	**Capas**	110
Carteras/Bolsos	30 - 40	**Carteras/Bolsos**	85
Ponchos	45	**Ponchos**	70
Corbatas	25	**Corbatas**	30
		Camisas	300
		Cobijas	300
		Zapatos	30
Mantillas	35 - 45		
Cinturón	3		
Fuente: Carmen Orellana y Moreno M. (2014)			

Los precios de la competencia son más elevados, al igual que la variedad de sus productos, ya que estos artesanos tienen mayor promoción de sus locales y el sector en el que se encuentran ubicados es estratégico en su localización y acogida por parte de los turistas. También cuentan con personal para trabajar variedad de productos, mientras que Carmen Orellana no, por lo que ha optado por trabajar bajo pedido con clientes que conocen de la calidad de sus prendas. Es importante que los clientes de Carmen puedan identificar su trabajo y valorar su artesanía.

Las fundaciones ayudan a los artesanos a exponer sus productos al público en eventos, ferias, etc. En uno de los eventos el CIDAP ayudó a las ganadoras a tener material promocional para poder vender sus productos como empresa, es decir; en este caso desarrolló tarjetas de presentación y bolsas de papel para que así puedan ofrecer sus prendas. Carmen vio la necesidad de desarrollar sus propias bolsas con su nombre pero sin una identidad gráfica exclusiva de ella que la diferencie de su competencia, y con este material se ha manejado desde que ganó el premio por la UNESCO en el 2014, material que a la fecha se está agotando, también posee papelería, en este caso facturas sin imagen.



Figura 10: Tarjeta de presentación, bolsas y facturas actuales de Carmen Orellana

REQUERIMIENTOS INICIALES DEL COMITENTE

Después de un análisis e investigación se determinan los requerimientos principales de la artesana como son: identidad corporativa, empaque y material promocional, específicamente bolsas para poder entregar sus productos. La artesana quiere que su público sepa que son productos de su autoría y reconozcan su valor cultural, ya que la competencia son artesanos del mismo sector que realizan el tejido Ikat y confeccionan macanas como producto estrella, sin embargo, Carmen se ha destacado de su competencia por realizar productos de calidad confeccionados al detalle con innovación, originalidad en el diseño y respeto por el medio ambiente que la han llevado a ser merecedora de premios y presencia como invitada especial a talleres a nivel internacional. A pesar de todo este reconocimiento Carmen ve la necesidad de diferenciar sus productos especialmente cuando son para público extranjero ya que esto genera una buena imagen de ella y sus tejidos a nivel internacional, además de poner en alto el nombre del Ecuador.



Figura 11: Reconocimiento de excelencia UNESCO

En la Tabla 7 y cotejado con la observación realizada se identifican algunos de los artesanos del sector que son la competencia directa, la mayoría de ellos son personas de la tercera edad encontrando pocas personas jóvenes, por lo que la comunidad se ve en la necesidad de rescatar la técnica y definirla como

patrimonio cultural para difundirla a nivel nacional e internacional como producción ecuatoriana, ya que otros empresarios se han visto interesados por implementar estos conocimientos ancestrales como producto extranjero, desvalorizando el trabajo artesanal de la comunidad.

Tabla 7. Listado de los artesanos de Bullcay y Bullzhún

NOMBRES	APELLIDOS	SECTOR	EDAD
Lisset Carolina	Rodas Rodas	Bullzhún	23
Romelia Sabina	Rodas Rodas	Bullzhún	25
María Angélica	Rocano Piña	Bullcay	38
Rosa Cristina	Sarmiento Salazar	Bullcay	41
Elba Yolanda	Vera Cárdenas	Bullzhún	43
Marcela Hermelinda	Maldonado Pérez	Bullcay	47
Gloría Lucía	Rodas Ulloa	Bullzhún	47
Yolanda Cecilia	Angamarca Balboca	Bullzhún	50
Carmen Sofía	Orellana Rodas	Bullcay	60
José	Jiménez	Bullzhún	60
Rosa Gerardina	Rodas	Bullzhún	64
Gladis Hermerilda	Rodas Ulloa	Bullcay	66
Rosa Olida	Salazar Molina	Bullzhún	70
María Luz Rebeca	Rodas Ulloa	Bullcay	75
María Teresa	Rodas	Bullzhún	84

Fuente: Moreno M. (2014): Tejido Ikat en Gualaceo.

Basado en el análisis estadístico de la población y vivienda realizado por el INEC Instituto Nacional de Estadística y Censo, en el cantón Gualaceo se determinaron las principales fuentes de trabajo:

Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca

Explotación de minas y canteras

Industrias manufactureras

Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado

Distribución de agua, alcantarillado y gestión de deshechos

Construcción

Comercio al por mayor y menor

Transporte y almacenamiento

Actividades de alojamiento y servicio de comidas

Información y comunicación

Actividades financieras y de seguros

Actividades inmobiliarias

Actividades profesionales, científicas y técnicas

Actividades de servicios administrativos y de apoyo

Administración pública y defensa

Enseñanza

Actividades de la atención de la salud humana

Artes, entretenimiento y recreación

Otras actividades de servicios

Actividades de los hogares como empleadores

Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales

No declarado

Trabajador nuevo

Según el censo se sabe que la mayor parte de la población son jóvenes de 15 a 30 años que trabajan en su mayoría en el sector de industrias manufactureras, de construcción, comercio al por mayor y menor, transporte y almacenamiento y actividades de los hogares como empleadores. Sin embargo no existe un detalle específico de las actividades manufactureras en las que entra la artesanía. Según menciona la artesana, las nuevas generaciones no están interesadas en seguir con la tradición familiar, esto

podría ocasionar una pérdida de los conocimientos ancestrales del tejido Ikat. A pesar de esto, existen entidades que promueven el mantenimiento de la técnica como lo son el CIDAP, la UNESCO, la alcaldía del sector, entre otros, que mediante ferias, reconocimientos y eventos artesanales muestran al mundo el valor que posee el tejido ancestral del Ikat.

REQUERIMIENTOS INICIALES DE LOS USUARIOS

En la investigación realizada a Carmen Orellana y a su grupo objetivo mediante una encuesta de la cual se tiene una muestra de 60 personas tomando en cuenta la cantidad de turistas que recibe anualmente en su taller (Anexo 3 y 4), se determinó dos tipos de usuarios: nacionales e internacionales. Siendo un 62% de ecuatorianos y 38% extranjeros provenientes de países como Inglaterra, Estados Unidos, México y Chile.

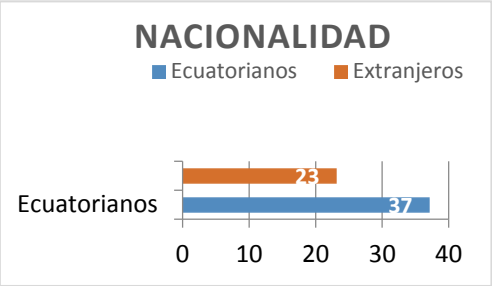


Figura 12: Análisis de nacionalidad del grupo objetivo

Para los dos tipos es importante reconocer quien elaboró las prendas, ya que en el mismo sector se encuentran con productos similares de otros artesanos por lo que fácilmente pueden confundir las prendas o simplemente ignorar el nombre del artesano. Investigando sobre el tipo de marca se determinó que requieren que la imagen sea elegante y distinguida, que forme parte de su entorno social a pesar de ser una artesanía ancestral. También buscan la facilidad de transporte del producto que proporcione protección, ya que generalmente las compran como regalo para familiares o conocidos. Al saber que es un producto exclusivo y de calidad necesitan tener un lugar para guardarlo en sus hogares como un empaque especial para la prenda. Uno de los requerimientos principales es saber su forma de uso y cuidado, al ser prendas artesanales necesitan saber cómo mantenerlas en buen estado, por

lo que se ve necesario el uso de etiquetas en cada prenda con la información correspondiente.

> Según lo establecido por el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN), las normas para el ETIQUETADO EN PRENDAS DE VESTIR RTE INEN 013- NTE 1875 son necesarias para garantizar que la información suministrada a los consumidores sea clara, concisa, veraz, verificable y que ésta no induzca a error al consumidor. Que, con el propósito de prevenir riesgos y proteger la vida, la salud, el medio ambiente y eliminar prácticas que puedan inducir a error a los consumidores, el Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, ha formulado un Reglamento Técnico Ecuatoriano para el etiquetado y rotulado de textiles, prendas de vestir, calzado y accesorios afines. (INEN, 2015)

Mediante el análisis de la información obtenida por el INEN, se determinó que los artesanos no tienen ninguna normativa especial en el etiquetado, todos los parámetros son los mismos a nivel nacional. Las características principales que debe tener la etiqueta son:

- Contener la información en español.
- Tallas para las prendas de vestir y dimensiones para la ropa del hogar.
- Porcentaje de fibras textiles, es decir la composición de la prenda.
- Razón social e identificación del RUC del fabricante o importador

Para el código de etiquetado de cuidado y conservación de las prendas, el INEN ha establecido símbolos de identificación para cada proceso. Los símbolos básicos son para el proceso de: lavado, blanquedo, secado, planchado y cuidado textil profesional respectivamente.



Figura 13: Símbolos básicos de cuidado en prendas

Dentro de los cuidados que Carmen Orellana menciona para sus prendas son: lavado en agua fría, no a máquina, utilizar detergente suave para no estropear la prenda y lavarla enseguida de haber sido puesto el detergente, sus prendas se pueden lavar en seco sin utilizar muchos químicos, y no recomienda secado en máquina.

Estos parámetros de cuidados son importantes para mantener en buen estado las prendas artesanales de Carmen ya que los materiales que utiliza para la confección de sus piezas son de origen natural y la técnica utilizada es el tejido ancestral Ikat y una vez dañada la prenda no se podrá adquirir otra igual ya que cada confección es única y exclusiva.

Analizando la información obtenida por la artesana y comparándola con los símbolos establecidos por el INEN, se determinó los siguientes símbolos para cuidado y conservación de las prendas:

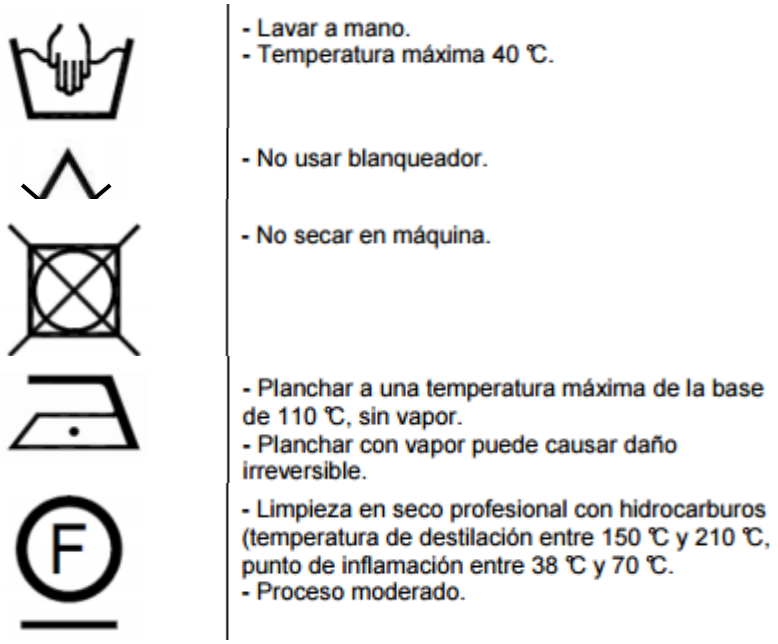


Figura 14: Símbolos De cuidado para las prendas de la artesana

En el caso de requerir otra información para el cuidado y conservación de la prenda se revisará bajo la normalización INEN para prendas de vestir.

El taller artesanal de Carmen Orellana no posee una identidad gráfica que la lleve a ser exclusiva frente a sus competencia, y a pesar de tener señalización que el gobierno ofrece a los artesanos; según las observaciones realizadas en el sector; no está dotada de una rotulación informativa como su competencia, por lo que muchos turistas frecuentan estos lugares más visibles.



Figura 15: Señalización del sector artesanal cerca al taller de Carmen Orellana



Figura 16: Taller de Carmen Orellana



La casa de las Macanas **Tejidos Ikat Macanas** **Artesanías Ikat**

Figura 17: Competencia del sector con rotulación.

El taller de Carmen Orellana también se encuentra junto a la carretera pero no cuenta con este tipo de rotulación donde los turistas puedan reconocer fácilmente su taller.

REQUERIMIENTOS INICIALES DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROYECTO

Las personas involucradas tienen un acercamiento con el artesano ya que pueden ser instituciones gubernamentales vinculadas a la cultura, al desarrollo de emprendimientos, o al reconocimiento patrimonial, entre otras. Y al igual que los usuarios, según lo mencionado por Carmen, necesitan reconocer al artesano, en este caso, para poder diferenciarlos unos de otros ya sea en los eventos o concursos en los que generalmente participan todos los artesanos del sector que realizan el tejido ancestral Ikat y que promocionan el mismo tipo de productos. Es importante que sepan que es una marca ecuatoriana ya que suelen promocionar los productos junto a artesanos de diferentes países dentro y fuera del Ecuador.

Estos requerimientos se tomaron en cuenta para determinar qué características son necesarias e importantes en el desarrollo de la marca y la promoción de la misma, que relacionen al grupo objetivo con las prendas que confecciona la artesana y las necesidades que tienen los usuarios al momento de la adquisición de prendas culturales de alta calidad.

Según lo observado, los materiales y tintes que usa la artesana son naturales, por lo cual requieren de cuidados especiales para cada prenda, en las etiquetas se debe mencionar el tipo de cuidados para mantener la pieza en buen estado, y al ser tejidos artesanales de alta calidad necesitan de una protección para su transporte y el almacenaje en el hogar. Según menciona Carmen sus tejidos han sido adquiridos por personas de un estatus social alto como la famosa actriz Salma Hayek de origen mexicano, así mismo. Fue ella quien confeccionó la casulla para el Papa Francisco, quien visitó el Ecuador el 2015.



TALLER. Carmen Orellana en su trabajo de elaboración de la macana para la estola papal.

ñor Luis Cabrera, planteó a la Conferencia Episcopal Ecuatoriana (CEE) que debía mantenerse la tradición iniciada con la visita de Juan Pablo II, quien utilizó varias prendas realizadas en el país. "La colección de fotografías de los ornamentos que usó hace tres décadas el Santo Padre fue muy importante para este trabajo", añade.

Tras acoger la buena idea, la CEE encargó al Cidap la tarea de escoger a las artesanas que elaborarían las prendas. Este Instituto seleccionó lo mejor de lo mejor: la tejedora Carmen Orellana y el Centro de Bordados de Cuenca, ganadores del reconocimiento de excelencia para la artesanía de la región entregado por la Unesco en 2014. Serrano cuenta que el Centro de Bordados está integrado por 80 mujeres que dan la pelea a la pobreza desde hace un cuarto de siglo.

VISTAZO • Julio 2 • 2015 • 63

Figura 18: Carmen Orellana confeccionando la casulla del papa.
Fuente: revista Vistazo Julio 2, 2015 pág. 63

Por estas razones los productos deben contar con un empaque que proporcione seguridad, elegancia y sobre todo difunda una imagen de calidad de los productos ecuatorianos de Carmen Orellana por diferentes lugares del mundo.

1.1.2 ANÁLISIS TIPOLÓGICO (Evaluación de las tipologías y productos de la competencia)

Debido al amplio mercado de tejido que existe en la provincia de Gualaceo, en sus alrededores se han instalado talleres de artesanos que se dedican al comercio de las diferentes prendas realizadas con el tejido Ikat que tienen una imagen y estrategia de promoción mejor desarrollada. Por esta razón Carmen Orellana se ve en la necesidad de identificar sus productos y diferenciarlos de su principal competencia.

COMPETENCIA DIRECTA

La principal competencia de Carmen Orellana, son aquellos artesanos del sector que poseen una marca como valor agregado que permiten diferenciar sus productos. Como son: La Casa de las Macanas (José Jiménez), La

Técnica del Ikat (Blanca Rodas), La casa de la Mujer (Centro cultural, Piedad Ulloa), entre otros.



Silvia Zeas Artesanías Ikat La Casa de la Makana

Figura 19: tarjetas de presentación y etiquetado de la competencia



Kapas y Capas

Figura 20: tarjetas de presentación y etiquetado de la competencia



Se puede apreciar en la figura, las diferentes etiquetas que posee la competencia para diferenciar sus productos, e incluso detallar el material del que están elaborados, por el contrario de Carmen Orellana que no posee este material de identificación en ninguno de sus productos. Lo que dificulta la comunicación con el usuario y resta valor a la calidad de la prenda.

Figura 21: Corbata de Carmen Orellana

La competencia directa del sector se caracteriza también por ofrecer otros servicios, en este caso, La casa de la Makana cuenta con un espacio para guiar a los turistas y mostrar el proceso de la técnica del Ikat, un corto recorrido donde sus trabajadores o inclusive los dueños, exponen sus conocimientos sobre los tintes, materiales, etc. Esto genera un ingreso de dos dólares por persona.



Figura 22: Empleada exponiendo en La casa de la Makana.

La atención al cliente es otra forma que la competencia ha adoptado para la atracción de la acogida de consumidores, los empleados proporcionan asistencia al momento de comprar una prenda, ellos se encargan de colocarla sobre el cliente y enseñarle las diferentes formas de uso de las mismas.



Figura 23: Empleada enseñando las formas de uso de la macana.

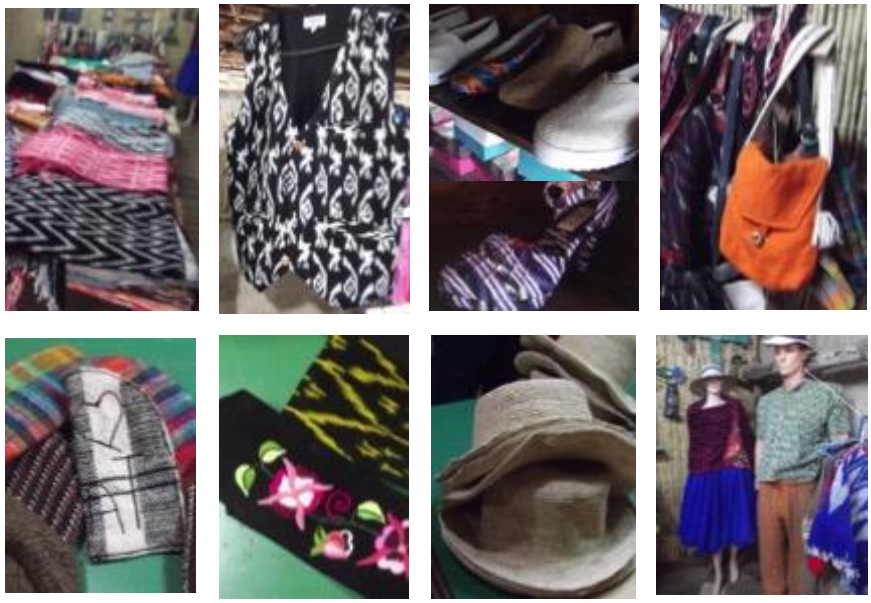


Figura 24: Productos elaborados por la competencia: macanas, bufandas, estuches, ponchos, capas, corbatas, chalecos, carteras, fajas, zapatos bajos, zapatos de taco, sombreros de paja, camisas, pantalones, entre otros.

COMPETENCIA INDIRECTA

Se considera competencia indirecta a aquellos comercializadores que tercerizan los productos de los artesanos y utilizan sus productos para venderlos a un costo mayor, sin incluso dar un reconocimiento al artesano por la venta de dichos productos. Algunos de estos suelen trabajar junto con los artesanos, sin embargo la calidad no es la misma al momento de cambiar el producto y rediseñarlo.

Figura 25: Logo Olga Fisch

Según la investigación de la competencia indirecta Olga Fisch, se encarga de vender y difundir productos de folklore ecuatoriano, en el caso de las macanas, se explica su origen y características del sector ecuatoriano, sin embargo no se menciona el nombre de la artesana o artesano que confeccionó la pieza.

La diseñadora de modas Silvia Zeas confecciona prendas que relacionan la cultura precolombina ecuatoriana y de esta manera da a conocer al Ecuador como un país de moda, muchas de sus prendas utilizan tejidos de la cultura ecuatoriana, el tejido Ikat es uno de ellos. Posee exclusividad en sus prendas ya que son únicas, sin embargo se desconoce el nombre del artesano o artesana que contribuye con sus diseños.



Figura 26: Logo Silvia Zeas

Por esta razón es indispensable que la artesana tenga una identidad y políticas identitarias para que pueda ser reconocida si sus prendas fueren utilizadas o vendidas por un tercero y su trabajo artesanal sea valorado.

ANÁLISIS DE TENDENCIAS

ANÁLISIS DE TENDENCIAS EN MARCAS

Se desarrolló un análisis coolhunting[2] en el que se determinaron las tendencias actuales de las marcas de alta costura y del entorno artesanal en el que se desarrolla.

Junto con el análisis propuesto por Chaves y Belluccia (2006) en su libro La marca corporativa, se concluye que la principal tendencia en marcas de ropa artesanal y exclusivas son logos tipográficos que utilizan complementos sencillos, juegan poco con la cromática pero el color principal es el negro. Destacan en su mayoría el nombre del diseñador de las prendas. Un ejemplo es Olga Fisch, Artesanías Gourmet Ecuador y los productos artesanales que venden en los aeropuertos, estos lo hacen a manera de regalo ya que generalmente tienen ese fin, como los productos que vende la artesana.

[2] El coolhunting sirve para proveer información válida y relevante sobre innovaciones y tendencias que pueden tener un impacto positivo (oportunidades) o negativo (amenazas) sobre el negocio actual de la organización. Gil Victor. 2009, Coolhunting: El arte y la ciencia de descifrar tendencias. Urano, Barcelona España.

Identidad de tendencias en la competencia nacional



Figura 27: Logos nacionales de macaneros artesanales

Identidad de tendencias actuales a nivel internacional con tendencias artesanales



Figura 28: Logos internacionales de tejido artesanal

Identidad de tendencias actuales a nivel internacional de alta costura



Figura 29: Logos internacionales de alta costura

ANÁLISIS DE TENDENCIAS EN EMPAQUES

Actualmente están de moda los empaques y bolsas que en tiendas exclusivas les dan a sus clientes junto con el artículo comprado como forma de protección para el producto e incluida la marca para así diferenciarse de la competencia y promocionarse al mismo tiempo. Las fundas ecológicas también están dentro de este nicho de mercado.

.

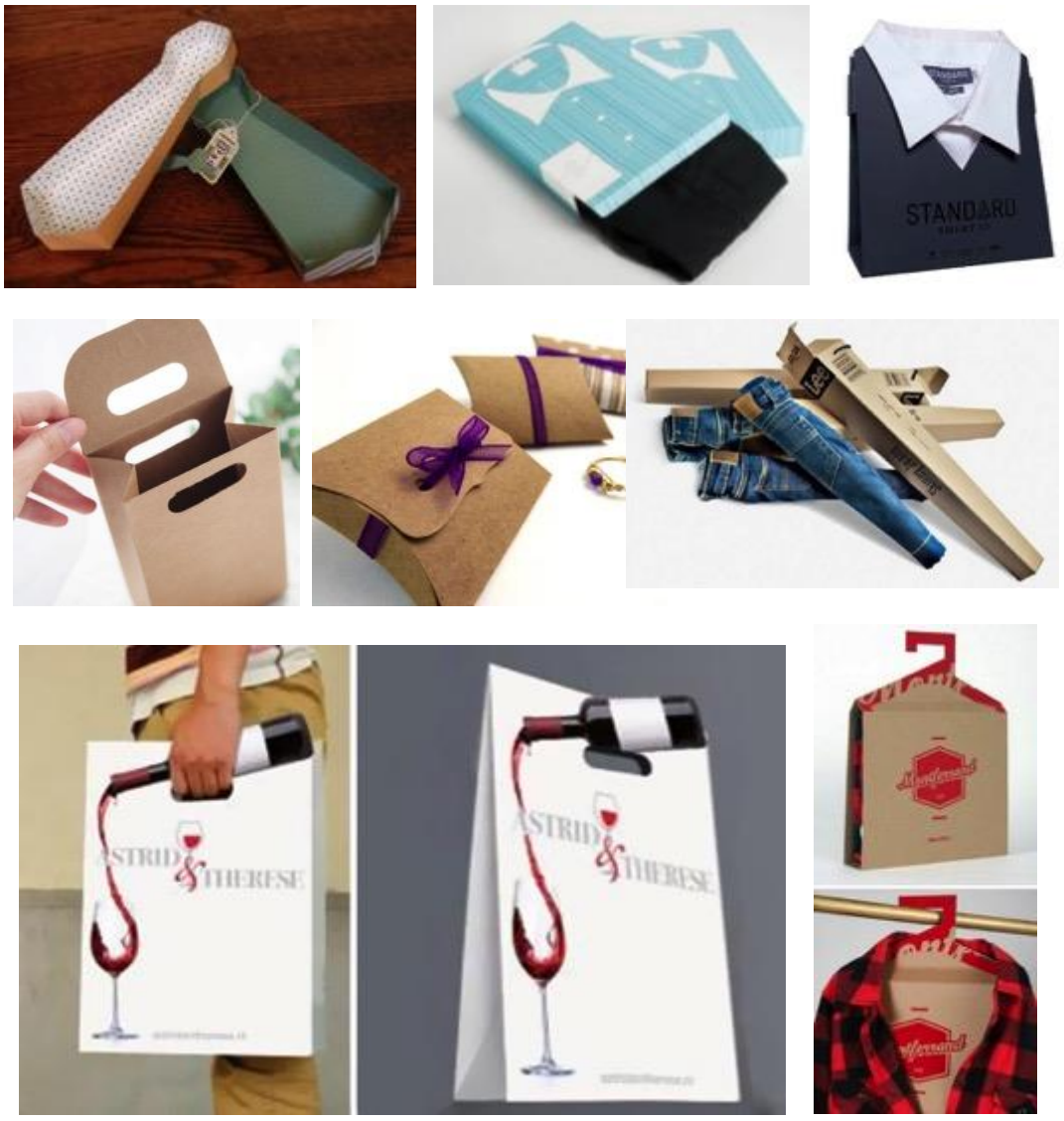


Figura 30: Tendencias en empaques



Figura 30: Tendencias en empaques

Dentro de las tendencias se busca un funcionamiento para el packaging ya sea informativo o para uso en conjunto con la prenda, la mayor funcionalidad es identificar el producto a simple vista al igual que la marca, ejerciendo una estrategia de promoción.

La producción de varía en cuanto a la funcionalidad posterior que se le da al packaging pueden ser complejos, sin embargo en su mayoría procuran ser más sencillos para evitar un costo de producción alto.

Incluir detalles con materiales diferentes al del empaque y hacer la producción manual de los mismos aumenta en costo.

ANÁLISIS DE TENDENCIAS EN ETIQUETAS

Actualmente se utilizan etiquetas con características artesanales, de cartón, con cuerda de cabuya y especialmente tiene un detalle que las vincula al producto que están vendiendo, ya sea un pedazo de tela, un decorado o estampado como se ve en las figuras. Al igual que las etiquetas que cuelgan

de la ropa, también es importante una etiqueta que forme parte de la prenda, de esta manera, las prendas de la artesana no podrán confundirse con ninguna otra, este tipo de etiquetas son de tela, delgada y delicada para no dañar la calidad de la pieza ni la estética.

Es muy importante tener conocimiento de los cuidados de cada prenda, para lavado, secado, etc. Sin embargo no es necesario que este tipo de etiquetas este cosido a la prenda, se las puede añadir al reverso de la etiqueta desprendible o en otro papel, esto también genera una combinación de etiquetas que puede resultar muy favorable, ya que al añadir estos de talles, la prenda adquiere un valor de calidad extra.



Figura 31: Tendencias en etiquetas

1.2 ESPECIFICACIONES DEL DISEÑO DEL PROYECTO

1.2.1 NECESIDADES DEL USUARIO (Identificación de los deseos, demandas y necesidades del usuario final)

ESPECTATIVAS DE USUARIO

El grupo objetivo es de clase media alta y alta, por lo que tienen una fuerte demanda en cuanto a la presentación del producto, algunas de ellas son: saber que el producto es 100% ecuatoriano al igual que sus formas de uso y cuidados. La mayor parte de los entrevistados sugiere que es importante reconocer los patrocinios, así como la calidad de la prenda. (Anexo 4)

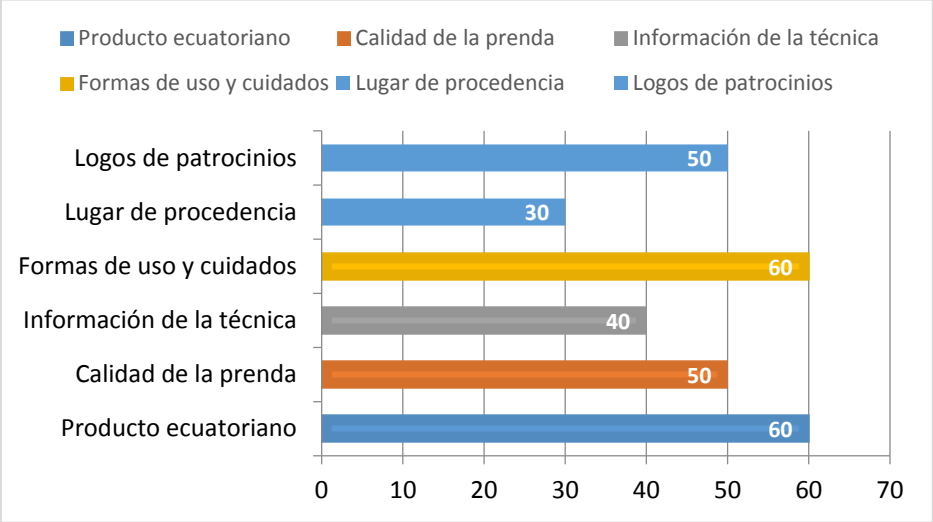
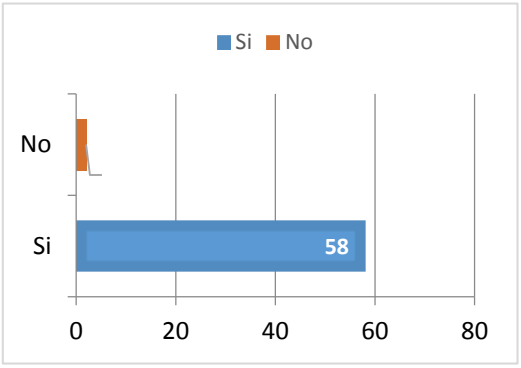


Figura 32: Análisis de las necesidades del usuario



La mayor parte de los entrevistados afirma que es importante reconocer al artesano que elabora las prendas debido a que existen algunos artesanos que si poseen una marca que diferencia sus productos como en el caso de José Jiménez.

Figura 33: Análisis del usuario frente al producto artesanal.



Figura34: Etiquetas en prendas del artesano José Jiménez.

Según la investigación desarrollada el grupo objetivo al que va dirigido en este caso según Carmen, son personas nacionales y extranjeras de nivel socio económico medio alto y alto, de 30 a 50 años de edad con un gusto exclusivo por las artesanías de calidad, saben apreciar un producto artesanal, y buscan que sea un producto natural que no dañe al medio ambiente, en este caso los colores de las prendas y las fibras de hilo son tomados de la naturaleza, es necesario que el usuario pueda observar de qué plantas provienen los pigmentos y la diferencia entre los tipos de hilos y como son tratados antes de ser confeccionados.

Los productos de la artesana poseen variedad en diseños, ya que estos provienen de su imaginación, ella se deja llevar por su entorno y sus gustos personales. Entre los diseños más destacados se encuentran flores, hojas, pájaros y líneas de diferentes colores. La expectativa de usuario es poder observar cada uno de ellos para escoger el diseño de su agrado, esto lleva a una buena estrategia de merchandising para ubicar los productos de una forma correcta y facilitar la visualización de producto.

Otra necesidad del usuario es que el producto que está adquiriendo sea perdurable, por ello necesita conocer su forma de uso y cuidados, como se trata de prendas de vestir, se requiere de etiquetas que lleven datos de forma de uso. La exclusividad del producto es parte fundamental de las artesanías de Carmen Orellana, no se encuentra ninguna prenda igual en sus diseños y es algo que se debe destacar al momento de la compra del producto a los usuarios. El usuario necesita sentirse cómodo “parte de” y a gusto con su adquisición.

Para los clientes internacionales es imprescindible transportar el producto de forma segura, que no se vaya a dañar en el viaje de regreso, ya que generalmente llevan estas artesanías como regalos o colección, y necesitan tener conocimientos básicos del cuidado y formas de uso de las prendas. Para el usuario internacional es importante recordar el origen de la artesanía, y para ello se pretende desarrollar etiquetas que estén de forma permanente en la prenda, con la imagen de Carmen Orellana y resaltando que es un producto exclusivamente ecuatoriano.

1.2.2 REQUISITOS DEL PROYECTO (Brief)

(Informe detallado con los aspectos que definen el desarrollo de proyecto)

Se desarrolló un brief basado en el libro Claves de diseño - Logos de Capsule, 2007 donde se modificó algunas preguntas según el requerimiento del proyecto. Estos son los aspectos importantes a tomar en cuenta para el desarrollo del diseño de la marca y material para la artesana Carmen Orellana.

BREIF

¿Qué clases de audiencia van a ver con frecuencia la identidad de Carmen Orellana?

Los principales compradores de Carmen Orellana son turistas nacionales principalmente de la sierra y extranjeros provenientes de Chile, Argentina, México, Alemania, Estados Unidos, entre otros, de un Target Medio Alto –Alto que gustan de artesanías. Según Carmen Orellana a su taller llegan aproximadamente entre 40 y 50 turistas al mes dependiendo de las temporadas altas y bajas y gastan entre uno o dos artículos de los más finos.

¿Cuáles son los atributos, características, ventajas y definición del posicionamiento del producto?

Los productos de la artesana son exclusivos y de alta calidad que es lo principal que destaca de sus artesanías, la ventaja de sus productos es que

han sido reconocidos a nivel nacional e internacional, algunas fundaciones la han llevado a otros países como Suecia, España, Italia, Roma, Venecia, Londres, Venezuela, Argentina, Bolivia donde se realizan algunas ferias o talleres para enseñar sus productos y cómo se realiza la técnica e incluso para aprender más de otras culturas. Dado el nivel socio económico al que van dirigidas las prendas de la artesana, el nivel de diseño de marca y material promocional gráfico deben ser de alta calidad y exclusivos de ella, debido a que es importante diferenciar la calidad y originalidad de los productos de la artesana de su competencia.

¿Qué palabras describen la personalidad del negocio?

Calidad, artesanal, ancestral

¿Qué imágenes comunican la personalidad del negocio?

Las siguientes son imágenes relacionadas con Carmen Orellana y la actividad de su negocio.


Calidad


Artesanal


Ancestral

¿Cuáles son las principales aplicaciones donde se implementará la identidad?

Las principales aplicaciones son etiquetas y especificaciones de uso en productos como: bufandas, ponchos, macanas (chales), capas, corbatas, carteras, cinturones.

En material promocional como: packaging tanto bolsas de papel de diferentes tamaños o cajas, tarjetas, catálogo de colores y papelería.

¿Cuáles son los factores que se deberían considerar para la implementación de la identidad del negocio de Carmen Orellana?

Los factores principales son que sea una marca artesanal y refleje la esencia de la artesana. Debe estar incluida dentro de las características de la identidad de la competencia, es decir se consideran las especificaciones para una marca de alta costura que posea exclusividad como sus productos.

¿Hay elementos que sean imprescindibles o deseables?

Nombre: Carmen Orellana

¿Quiénes son la competencia?

Competencia Directa

La principal competencia de Carmen Orellana, son artesanos del mismo sector que han desarrollado una marca para diferenciar sus productos de los demás artesano que realizan el tejido Ikat. Como: La Casa de las Macanas (José Jiménez), La Técnica del Ikat (Blanca Rodas), La casa de la Mujer (Centro cultural, Piedad Ulloa).

Competencia Indirecta

Se considera competencia indirecta de la artesana a las personas que compran sus productos para venderlos con otra marca a un precio más elevado o a aquellos que compran las prendas para modificarlas y crear productos nuevos con partes del tejido ancestral, que por diferentes razones no reconocen al artesano al momento de vender estos nuevos productos.

.

¿Quiénes son sus patrocinadores?

Cuentan con el apoyo de la “UNESCO” Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y el “CIDAP” Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, quienes ofrecen reconocimientos a los trabajos de las artesanos que es la visión que tienen como organización.

¿Por qué hace falta un logo?

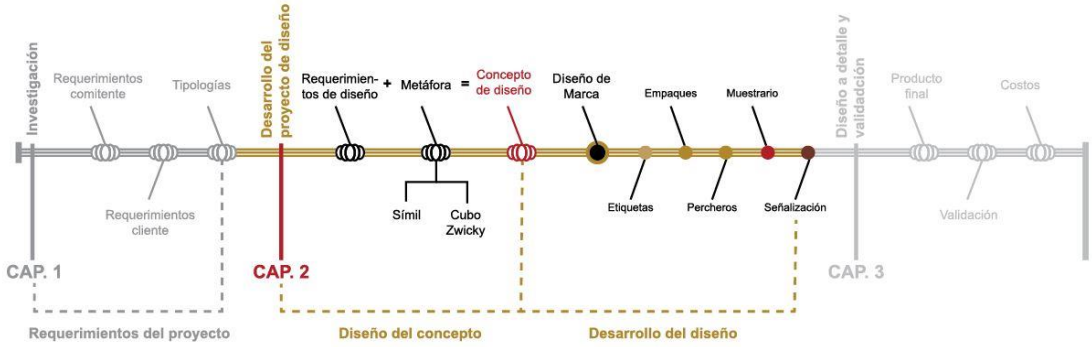
Debido al amplio mercado de tejido que existe en la provincia de Gualaceo, en sus alrededores se han desarrollado talleres de artesanos que se dedican al comercio de las diferentes prendas realizadas con el tejido Ikat que tienen una imagen y estrategia de promoción mejor desarrollada. Por esta razón Carmen Orellana se ve en la necesidad de identificar sus productos y diferenciarlos de su principal competencia.

Basado en el brief se determinan características específicas para el desarrollo de la imagen de la artesana y las necesidades o requerimientos de los usuarios, basados en el estudio de la competencia y el campo textil de alta costura.



CAPÍTULO II

Desarrollo del proyecto de diseño



2.1 DISEÑO DEL CONCEPTO

REQUERIMIENTOS DE DISEÑO + METÁFORA = CONCEPTO DE DISEÑO

REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

Para el planteamiento del concepto se determinaron los requerimientos de diseño mediante los parámetros establecidos por Rodríguez (2004), en su libro Diseño, estrategia y táctica, que abarca los cuatro vectores de la forma, junto con el análisis de públicos internos y externos planteado por Joan Costa, el nivel de tendencias basado en Ambrose y Harris y por último el análisis de mercados según Andrés Aljure.

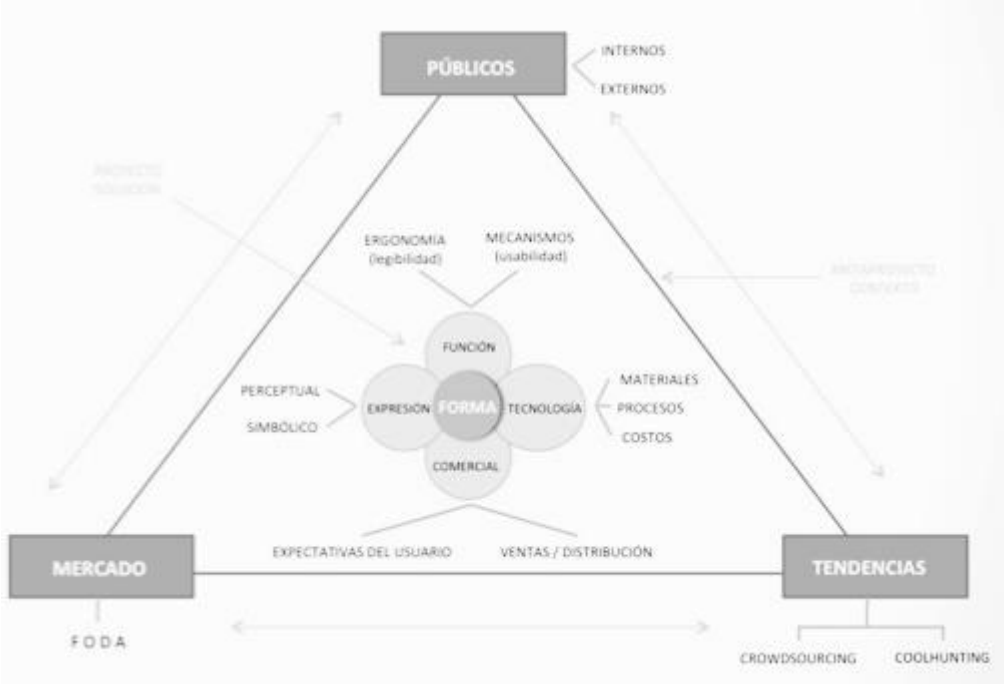


Figura 35: Requerimientos de diseño

Fuente: Luis Rodríguez, Joan Costa, Ambrose, Harris y Andrés Aljure.

PÚBLICOS

INTERNOS: Carmen Orellana

Artesana del cantón Gualaceo, confecciona prendas de vestir mediante la técnica ancestral del IKAT especialmente las MAKANAS (chales).

Misión: Mantener viva la herencia generacional de la técnica Ikat y rescatar el valor ancestral que aporta a la cultura ecuatoriana las artesanías de Carmen Orellana a través de las enseñanzas que han dejado sus antepasados.

Visión: Ser líder en el mercado a nivel nacional e internacional por el desarrollo de la técnica ancestral del tejido Ikat, poniendo en alto la cultura ecuatoriana.

EXTERNOS: Grupo Objetivo

- Turistas nacionales principalmente de la sierra y extranjeros provenientes de Chile, Argentina, México, Alemania, Estados Unidos, entre otros.

- Target Medio alto y Alto que gustan de artesanías de 30 a 50 años.

TENDENCIAS

De acuerdo al análisis coolhunting propuesto por Victor Gil (2009) Coolhunting: El arte y la ciencia de descifrar tendencias y por Chaves y Belluccia (2006) en su libro La marca corporativa, se determinaron las siguientes características esenciales para el desarrollo de marca, empaques y etiquetado que se encuentran en tendencia dentro del entorno artesanal y vinculado al grupo objetivo al que va dirigido el proyecto.

TENDENCIAS EN MARCAS

- Logos tipográficos
- Utilizan complementos sencillos
- Juegan poco con la cromática
- Su color principal es negro.
- Destacan nombre del diseñador de las prendas
- Leguaje sobrio y lectura simple

TENDENCIAS EN PACKAGING

- Packaging y bolsas con diseño similar al producto, uso metafórico.
- Incluyen la marca en el empaque
- Fundas ecológicas
- Fuerza en promoción de la prenda
- Para uso informativo dentro y fuera del empaque
- Grafica ligada al producto

TENDENCIAS EN ETIQUETAS

- Utilizan características artesanales, de cartón
- Generalmente con cuerda de cabuya
- Detalle del producto (pieza de tela, decorado o estampado)
- Etiqueta de tela, delgada y cosida a la prenda (modo de uso y cuidados)

VECTORES DE LA FORMA

Rodríguez L. (2004), en su libro Diseño, estrategia y táctica, explica sobre los cuatro principios fundamentales para el desarrollo de un proyecto llamados también **Vectores de la Forma: función** *se refiere a la utilidad que va a desempeñar el objeto*, **tecnológico** *hace referencia a todos los procesos de construcción y fabricación*, **expresivo** *es la relación espiritual y de placer que tiene el objeto con los seres humanos* y comercial va de acuerdo con las expectativas de usuario, distribución y comercialización del objeto.

Esta herramienta ayuda al proyecto a determinar las necesidades del proyecto para el comitente y usuario, tomando en cuenta funcionalidad, procesos, materiales, costos, aspectos perceptivos que vinculan el entorno con el grupo objetivo y sus deseos.

FUNCIONAL: *legibilidad y usabilidad*

- Aplicable al logo
- Al slogan
- A grafismos
- Packaging, etiquetas
- Material promocional
- Información visual clara y concreta

TECNOLÓGICO: *materiales, proceso y costos*

- *En lo posible ser ecológicos*
- *Relacionados con la artesanía*
- *Vinculados a la capacidad de producción*
- *Utilizar material de desperdicio (trozos de tela)*
- *Pueda aumentar el costo para las ventas del producto*

EXPRESIÓN: *simbólica y perceptual (connota y denota)*

Tabla 8: Expresión simbólica y perceptual

Connotaciones	Denotaciones	Simbólico
Regalo artesanal	Tejido	Artesanal
Elegancia	Artesanía	Cultural
Calidad	Profesional	Ancestral
Finura	Vestimenta artesanal	Tradición
Natural	Funcional	Elitista

COMERCIAL: *expectativas de usuario*

- Producto de calidad
- 100% ecuatoriano
- Reconocer al artesano
- Producto natural artesanal
- Variedad de diseños
- Perdurable
- Exclusivo
- Espera sentirse cómodo (parte de) y a gusto con su adquisición
- Reconocer la forma de uso

2.1.1 GENERACIÓN DE IDEAS

Para la generación de ideas se tomará en cuenta una metodología propuesta por Fabio Gallegos (2004), en su libro Aprender a generar ideas. Donde la metáfora es el eje principal para el desarrollo del concepto de diseño del proyecto en general. Para ello se utilizan técnicas como la búsqueda de un símil que abarque los aspectos principales del producto y de la artesana y los compare con los requerimientos del usuario; del símil propuesto se genera una lluvia de ideas mediante la técnica del cubo de Zwicky que determina finalmente la metáfora pertinente.

PROCESO PARA EL DESARROLLO DEL CONCEPTO DE DISEÑO

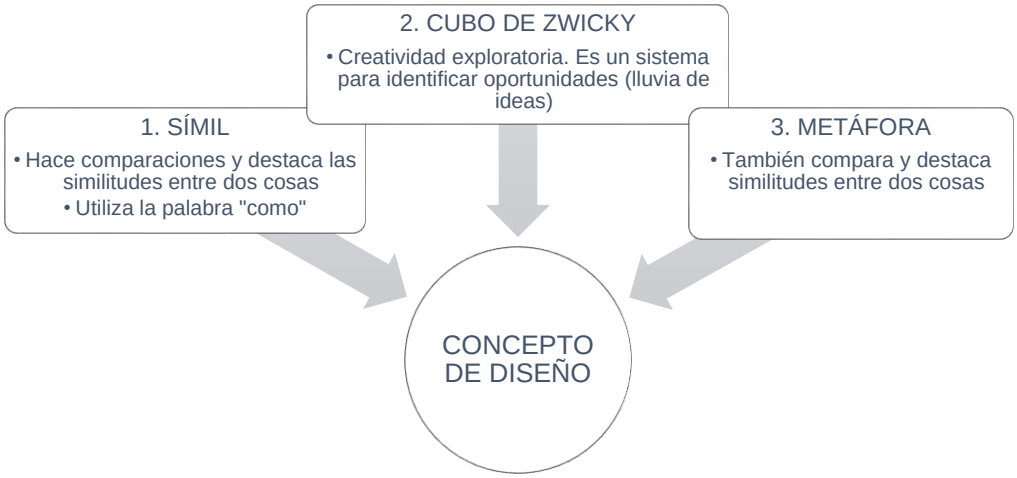


Figura 36: Técnicas para generar ideas

Fuente: Fabio Gallego (2004), Aprender a generar ideas.

1. SÍMIL

La artesanía de Carmen Orellana es a valor cultural

Como la firma personal de un artista es a valor económico

Se compara a la artesanía con la firma personal de un artista ya que una característica importante de los requerimientos del cliente es saber que su prenda es única y de calidad y el valor cultural con lo económico ya que la técnica ancestral aporta con un valor extra a nivel de costo del producto.

CUBO DE ZWICKY:

MATRIZ PARA LA SELECCIÓN DE LA METÁFORA PERTINENTE		PALABRAS DETONANTES, DIFERENTES USOS					
		ARTESANÉAS	CULTURA	IDENTIDAD	ANCESTRAL	IKAT	PROFESIONAL
ATRIBUTOS DE ARTESANIAS CARMEN ORELLANA	ELEGANTE	un collar de perlas para exibir	Ritos y misticismos que se realizan en los pueblos	Pin dorado que se coloca como insignia	Vestimenta tradicional de los pueblos	Distintos nudos de una corbata	Perfume Coco Chanel
	SENCILLO	Aretes de plata sencillos pero bien elaborados	Basija de barro hecha de una sola masa	icono de las macintosh, muy limpio	Petroglifo	Lazo sencillo	Firma personal
	NATURAL	Semillas de loreto, cuentan con un color particular hecho por la naturaleza	Huaorani su cultura utiliza varios elementos de la naturaleza	Yasuní - representativo de naturaleza diversa	Empaque con material reciclado	Enredadera	Estracto de jugo de fruta
	TRAMAS	Texturas hechas con varios materiales	Tejidos Ecuatorianos	Tejido Ikat - posee una caracteristica distinta de otros tejidos	Diseños que se tatuan en la piel	Diseños únicos que surgen de esta técnica	Pañoleta distintiva para un uniforme
	CROMÁTICO	Bordados de Simiatug, saturan colores para representar su naturaleza	Carnaval de Ambato de las flores y las frutas	Marca país	Maquillaje especial de los indígenas	Binchas de colores	Paleta dromática, ayuda a escoger el color exacto
	FUNCIONAL	Prendas, artículos para el uso diario	Leyes	Etiquetas de los productis	Medicina ancestral con elementos naturales	Atado de zapatos, brinda seguridad	Uniforme ejecutivo para empresas
	COMPRENSIBLE	Un belén para navidad	Simbología del Dios Sol y Diosa Luna	Huella de Hecho en Ecuador	Sol de oro inca	Nudo sencillo	Tarjeta de presentación
	VALOR	Un cuadro de Dalí	Incas poseen un valor ancestrasl	Logotipo	Conocimientos del calendario	Anillos de compromiso	Tarjeta de crédito
	CALIDAD	Joyas de Chordeleg hechas de filigrana	Material, como el oro, plata e incluso materiales de la naturaleza	Marca de ropa exclusiva	Procesos de cultivo y cosecha	Material seda	Instrumentos de un médico
	FINURA	Makanas de seda hechas en gualaceo	Textiles diseñados con de talle de las prendas de vestir	Seda como material principal	Joyas ancestrales	Recogido de cabello para una ocasión especial	Pluma de tinta
	RECONOCIBLE	Sombrero de paja toquilla	Sello de cada cultura	Victoria Secret	Distintivos de jerarquías como túnicas	Listón que anuda un regalo	Portafolio o maletín de cuero negro
	HUMILDE	Canastos de chocolatillo	Cultura indígena, valoran los elementos naturales	Artesano o artesano	Cuidado del Hogar	Nudo que remata el termino de la confección de una prenda	Producto artesanal con mucho detalle

Figura 37: Cubo de Zwicky

Fuente: Fabio Gallego (2004), Aprender a generar ideas.

Palabras seleccionadas:

Sencillo y Profesional*:* Firma personal

Natural e Ikat: Enredadera

Reconocible e Ikat: Listón para regalo

Sencillo e identidad: Pin - insignia

2. METÁFORA FINAL

Firma personal de un artista

La metáfora final es resultado de la mejor idea seleccionada de la lluvia de ideas del cubo de Zwicky.

CONCEPTO DE DISEÑO = requerimientos de diseño + metáfora

Según Jaime Franky (2015) en su libro El Acto de diseñar... Entre otras quijotadas, explica que para el desarrollo del concepto de diseño se debe considerar lo que se espera del producto, recursos de la empresa, el mercado, el concepto de época y los usuarios. Al vincular las técnicas aplicadas anteriormente para obtener la metáfora y los requerimientos de diseño especificados, se determinó el siguiente concepto de diseño, el cual está ligado a la imagen visual del producto final.

TEJIDOS CON ALMA DE ARTESANO

La artesanía de Carmen Orellana es exclusiva y para ello se ha decidido aplicar en su identidad un distintivo basado en su firma personal, que también será aplicado en sus productos ya que toda confección es única. La firma es personal y única, así como la huella digital que distingue a las persona y más aún, dice mucho de nuestra personalidad ya que en cada trazo dejamos inscrito nuestro carácter. Al hacer referencia a un artista, ésta aporta un valor agregado a su producto separándola de todos los artistas de su misma rama y con el pasar del tiempo puede llegar a tener aún más valor.

ASPECTO TÉCNICO: se vincula la metáfora de la firma con el diseño de marca, promocionales y empaques para la identidad de su taller. Los rasgos caligráficos de la firma de Carmen proporcionan las características para el diseño que lleva en la identidad en forma y fuerza. Siguiendo también la línea ya investigada sobre el sector textil exclusivo en el que se desenvuelve.

ASPECTO FUNCIONAL: la marca, promocionales, empaques, etc., funcionan como un distintivo tal como lo hacen las grandes firmas de diseñadores de modas, es decir que donde quiera que esté el producto, se sepa que es un diseño exclusivo de la artesana Carmen Orellana.

ASPECTO ESTÉTICO: la identidad está ligada visualmente al campo artesanal en el que se desarrolla y a las características únicas de los productos de la artesana, utilizando como base sus diseños, procesos y herramientas para la confección de las prendas. Adaptando también los parámetros visuales de las marcas exclusivas de textiles artesanales y no artesanales.

ETAPAS

1. En la primera etapa se desarrolla la marca, es decir se vincula la metáfora para el diseño del logotipo y cómo influye el concepto en la forma y estructura de la misma.

2. En la segunda etapa se implementa la marca para el desarrollo de etiquetas, material promocional y empaques donde esté presente en la gráfica y a nivel visual y estructural el concepto.

3. En la tercera etapa se desarrolla un muestrario de colores, que esté vinculado con la identidad ya creada y con la funcionalidad que la artesana necesita, al igual que la señalización requerida para el acercamiento al taller de Carmen Orellana, sin dejar de lado la esencia del concepto definido en la forma, materiales, ubicación, etc.

2.1.2 BOCETOS, DIBUJOS E IMÁGENES

DESARROLLO DE MARCA

Una vez obtenido el concepto de diseño se utiliza la matriz de metáforas visuales como metodología para el desarrollo de la marca, planteada por Capsule (2007) en su libro Claves del diseño: Logos.

1. **Tabla 9: valores, atributos y virtudes del producto / institución**

Connotaciones	Denotaciones	Simbolismos
Trazo	Firma personal	Pluma
Naturaleza	Enredadera	Trama
Persona	Huella	Manos
Regalo	Listón	Lazo
Nudo	Hilo	Madeja de hilo

Se planteó utilizar este proceso para determinar el complemento para la marca más no el logo en sí.

Utilizando las palabras de la tabla se establecen los atributos y palabras descriptivas que se relacionan para obtener las figuras acordes al concepto planteado.

2. Matriz que describe en el eje vertical los atributos y en el eje horizontal palabras descriptivas del espacio. (CAPSULE)

En esta matriz se determinan los primeros bocetos como lluvia de ideas para el desarrollo de las características de la marca a nivel gráfico.

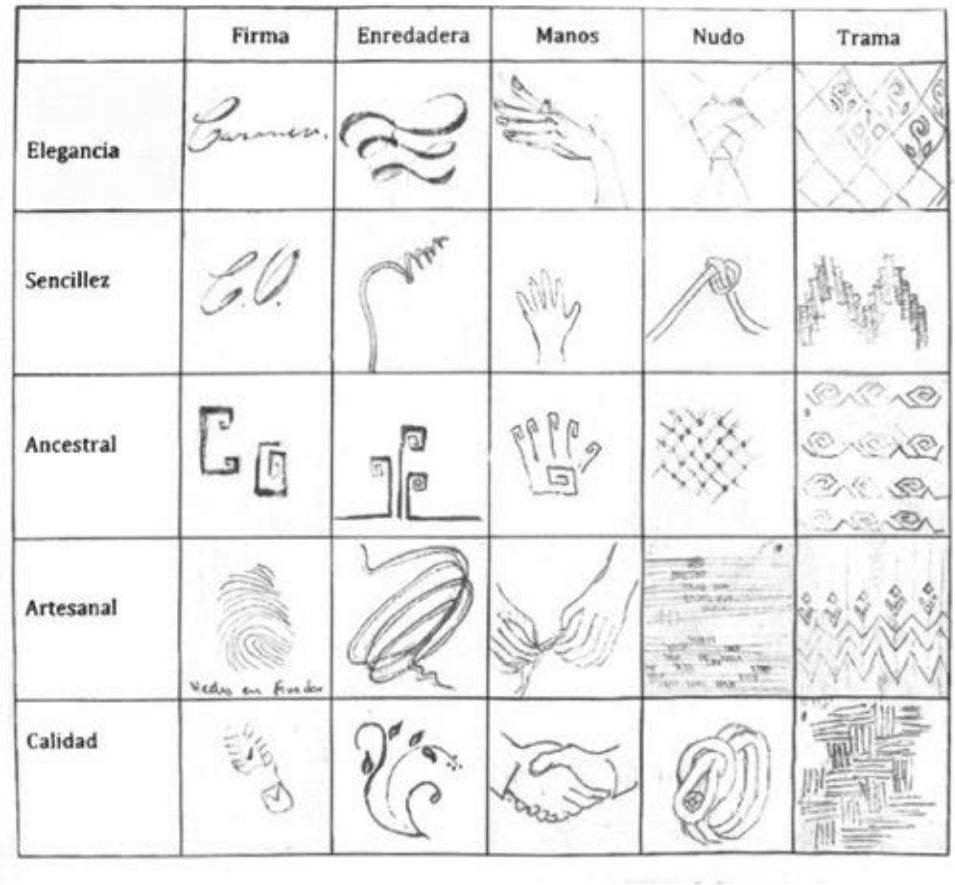


Figura 38: Matriz de atributos

Fuente: Capsule (2007): Claves del diseño: Logos

Las ideas seleccionadas para la propuesta son:

Trama - Sencilla

Nudo - Ancestral

Artesanal - Nudo - Enredadera

Elegante - Firma - Enredadera

3. Matriz para validación de propuestas que describe las tres mejores ideas resultantes de la matriz anterior. (Chávez N, y Belluccia R. (2006)

Para validar las propuestas escogidas se utiliza los 14 parámetros de Chávez N, y Belluccia R. (2006). De su libro La marca corporativa, en donde se determinan los siguientes aspectos:

• Énfasis comunicativo, se pone cuáles fueron las palabras seleccionas en el cruce de la matriz.

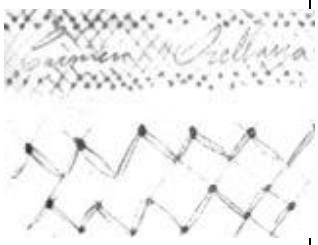
• Propuesta gráfica, marca ensamblada a partir de la matriz.

• Parámetros de evaluación, se señala si cumple o no.

• Sugerencias, es una evaluación cualitativa de los parámetros.

Tabla 10: Matriz para validación de propuestas

Énfasis comunicativo	Propuesta de Marca	Parámetros de evaluación	Sugerencias:
Elegante Firma - Enredadera		1. Calidad gráfica. 2. Ajuste tipológico. 3. Corrección estilística. 4. Compatibilidad semántica. 5. Suficiencia. 6. Versatilidad. 7. Vigencia. 8. Reproductibilidad. 9. Legibilidad. 10. Inteligibilidad. 11. Pregnancia. 12. Vocatividad. 13. Singularidad. 14. Declinabilidad.	Puede tener problemas de legibilidad y calidad gráfica, así como de reproductividad
Artesanal Nudo - Enredadera		1. Calidad gráfica. 2. Ajuste tipológico. 3. Corrección estilística. 4. Compatibilidad semántica. 5. Suficiencia. 6. Versatilidad. 7. Vigencia. 8. Reproductibilidad. 9. Legibilidad. 10. Inteligibilidad. 11. Pregnancia. 12. Vocatividad. 13. Singularidad. 14. Declinabilidad.	El complemento cumple con los parámetros establecidos, pero las iniciales tienen problemas tipográficos, de legibilidad, calidad gráfica, reproductividad y pregnancia.

Trama – Sencillo Nudo – ancestral		1. Calidad gráfica. 2. Ajuste tipológico. 3. Corrección estilística. 4. Compatibilidad semántica. 5. Suficiencia. 6. Versatilidad. 7. Vigencia. 8. Reproductibilidad. 9. Legibilidad. 10. Inteligibilidad. 11. Pregnancia. 12. Vocatividad. 13. Singularidad. 14. Declinabilidad.	El uso de una malla puede ser adecuado para grafismos de marca. Pero no para acompañar al logo ya que impide que este sea limpio y claro.

3. GRAFOLOGÍA DE LA FIRMA DE CARMEN ORELLANA

Se realizó un estudio grafológico de la tipografía y de la firma de la artesana para determinar las características positivas, negativas e incluso aspectos que debe poseer el diseño del logo. Basado en el libro Grafología elemental de Mauricio Xandró (1994) Herder Barcelona.

ANÁLISIS DE LA FIRMA



Figura 39: Firma de Carmen Orellana

GESTO PRIMARIO: Hacia adelante.

La inclinación de las letras equivale a ir impulsivamente hacia adelante.

INTERPRETACIÓN: Temperamento cordial, apasionado y agresivo.

Si el movimiento lleva hacia adelante, denotará que va hacia los demás, con el fin de proteger, entregarse o para agredir. Este movimiento hacia adelante

refleja el afecto, la pasión, la agresión, la iniciativa, el valor, la decisión y el mal genio.

Los trazos caligráficos recogen este apasionamiento en escritura inclinada a la derecha, de finales prolongados y rasgos que vayan en esta dirección: HACIA ADELANTE.

ESCRITURA ELEGANTE O DISTINGUIDA

Grafonomía: Armónica, de contornos graciosos y mesurados, se suele acompañar de relieve. En este tipo de grafismo se puede encontrar la letra "a" sustituida por el alfa griega.

Grafotecnia: Señala abiertamente la superioridad. Revela originalidad de pensamiento, necesario a los artistas, aunque sean intérpretes. Es propia de personas cultas, gustos fastuosos, amor a los juegos y los placeres.

Escritura de forma*:* Elegante.

Rapidez del trazado: pausada.

Ligaduras: agrupada, compensada y cerrada.

Aspecto de conjunto: clara.

INTERPRETACIÓN: Buen gusto y maneras distinguidas, mesura en los trabajos intelectuales, equilibrio entre la lógica y los primeros golpes de vista, armonía espiritual, reserva pero franqueza al expandirse y lucidez de pensamiento.

ESCRITURA CALIGRÁFICA

Grafonomía: Este tipo de letra se identifica claramente, ya que se trata de una copia servil del modelo caligráfico general.

Grafotecnia: Superioridad: Obediencia, rectitud, cuidado, tranquilidad y orden, teniendo en cuenta además el estudio de márgenes y punto y aparte. Inferioridad: Poca espontaneidad espiritual. Rutina y escasos alcances. Ocultación. Disfraz.

ESCRITURA PAUSADA

Grafonomía: Es aquella que pasa las cien letras en el minuto, sin rebasar las ciento treinta. Se trata de grafismos claros y hechos limpiamente, con cuidado, pero sin agobios de prisa.

Grafotecnia: En todos los casos habla de moderación quien escribe así. Es propia de temperamentos sanguíneos. En personas superiores refleja el razonamiento y la precisión, la perfección en cuanto hacen y acometen, máxime si se acompaña de rúbrica de habilidad manual.

En inferiores puede reforzar la indecisión, las torturas y la pereza e inactividad.

ESCRITURA AGRUPADA

Grafonomía: Las letras aparecen en grupos de dos, tres o cuatro letras unidas y separadas de uno a otro grupo.

Grafotecnia: Se nivela la intuición y la lógica. Adaptación fácil y mayor posibilidad de equilibrio y armonía espiritual.

ESCRITURA COMPENSADA

Equilibrio nervioso y dominio del individuo sobre sí mismo y sobre las impresiones que constantemente recibe del exterior.

Grafonomía: se llama escritura compensada a aquella que “pesa” lo mismo en la zona superior que en la inferior, esto es: en la cabeza de las letras o en los pies.

Grafotecnia: Simbólicamente la cabeza o aspa superior de la escritura refleja los deseos ideales o teóricos, mientras que los pies o aspas inferiores hablan de las preocupaciones utilitarias y prácticas. Los codiciosos tienen muy acentuado el pie de las letras, mientras que la cabeza pierde proporción.

ESCRITURA CERRADA

Grafonomía: las personas que hacen “cerrada” la escritura lo dejan ver en las letras “a” y “o” minúsculas, que son círculos herméticos.

Grafotecnia: Revela poca expansión y reserva.

ESCRITURA CLARA

Grafonomía: la escritura es perfectamente legible, las líneas y las palabras van separadas racionalmente y no se tocan entre sí las rayas de una palabra o líneas con las demás.

Grafotecnia: Señala una visión clara, buena inteligencia, capaz de lucidez en los pensamientos.

FIRMA O RÚBRICA

La libertad más absoluta le permite al autor complicarla en la medida de sus deseos, y por ello deja plasmada con mayor espontaneidad la personalidad íntima.

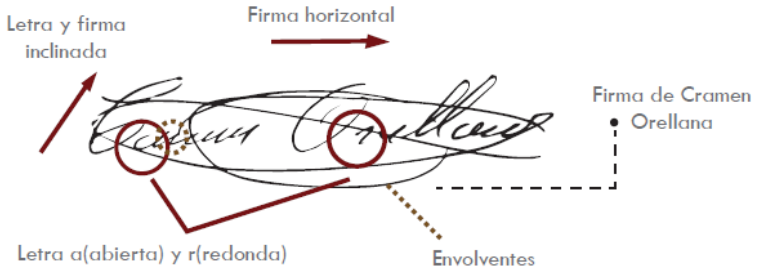


Figura 40: Análisis de la firma de Carmen Orellana

Figura 41: ENVOLVENTES Desconfianza, temor y embuste. Sentimiento de inferioridad.



Figura 42: LETRA A: La letra «a» minúscula. (Puede aplicarse también a la “o“ y a todos los óvalos.). Abierta, cerrada y rellena, conviene distinguir



Cuando se abre arriba o a la derecha indica expansión y probable franqueza.

Figura 43: LETRA R : Variantes de la “r” minúscula

Cuando se hace la letra “r” como una “i “sin punto, semejando un triángulo agudo, es señal de genio explosivo y fácil irritabilidad.



Si la “r” se convierte en un monte curvado por arriba, como la muestra, es señal de relajamiento propio de la pereza, de la blandura.

Estas son escrituras de SUPERIORIDAD



Figura 44: INCLINACIÓN EN LAS FIRMAS

Contrariamente si la firma es de letras inclinadas a la derecha, es una persona decidida, animosa, impulsiva, que se está catapultando al logro de su empresa. Puede equivocarse y dar contra un muro, pero volverá a intentarlo hasta encontrar su camino. Hay calor humano, hay improvisación, hay corazón y pasión, generosidad, donación de sí. Los apóstoles, los aventureros, los exploradores y los pioneros en cualquier rama suelen ser así.



Figura 45: LA DIRECCIÓN DE LA FIRMA Y LAS METAS INDIVIDUALES.

La firma es horizontal: Se está en el camino deseado, no se desea ambiciosamente una meta superior. O ya se está en la meta superior, deseada, o no se ambiciona ardientemente, con sufrimiento de mutilación, llegar arriba. Es una especie de paciencia y madurez.



Figura 46: LA FORMA DE LA ESCRITURA EN LA FIRMA

La escritura curva indica: Generosidad, altruismo, adaptación social, suavidad, arte, femineidad... capacidad artística



LA ESPONTANEIDAD DE) TRAZADO DE LA FIRMA.

Se dice que una escritura es espontánea cuando: Se hace de forma rápida, impremeditada, natural, sin control evidente, movida, vibrante...

El escritor espontáneo no oculta nada, se muestra como es, no produce silencios en la conversación, no elabora las respuestas. Espontaneidad es sinónimo de sinceridad, autenticidad, ser uno mismo, uno de los logros más raros, a pesar de lo sencillo de la proposición.

2.1.3 EVALUACIÓN DEL CONCEPTO

Tabla 11: Evaluación del concepto

Requisito	Propuesta	Comitente
Público interno: la artesana requiere que su identidad sea femenina, artesanal, posea su nombre, la represente y sirva para todas sus productos. El material promocional debe ser un medio de difusión para su marca El muestrario sea manejable para uso personal y del cliente y contenga toda la información necesaria Uso de tonos cafés **Público externo:** EXPRESIÓN: simbólica y perceptual (connota y denota) Calidad, artesanal, ancestral COMERCIAL(expectativas de usuario) Producto de calidad 100% ecuatoriano Reconocer al artesano Producto natural artesanal Variedad de diseños Perdurable Exclusivo Espera sentirse cómodo (parte de) y a gusto con su adquisición Reconocer la forma de uso FUNCIONAL: (legibilidad y usabilidad) Aplicable al logo Al slogan A grafismos Packaging, etiquetas Material promocional TECNOLÓGICO: (materiales, proceso y costos) En lo posible ser ecológicos Relacionados con la artesanía Vinculados a la capacidad de producción Utilizar material de desperdicio (trozos de tela) Pueda aumentar el costo para las ventas del producto	Para el diseño del logo se analizó la firma original de la artesana grafológicamente determinando las características esenciales de la misma, abarcando también las características del estudio de tendencias. En el diseño tipográfico se aplica la forma femenina y la artesana en la inclinación y forma de cada letra. Se desarrolló diferentes tamaños de bolsas para los diferentes productos, y un packaging especial para el producto estrella “la macana”, el cual contiene información sobre la técnica del Ikat. Incluyen la marca y el estilo artesanal a toda la línea promocional como percheros, etiquetas, los cuales cuentan con sus formas de uso y cuidados. El muestrario es similar a un catálogo de colores, contiene todos los colores propuestos tanto naturales como artificiales y los diferentes tipos de material, es ergonómico y funcional tanto para la artesana como para el cliente. Se analizó el entorno de trabajo de la artesana y sus productos a nivel cromático. Así como sus gustos personales para establecer la paleta de colores para su identidad.	La artesana aprobó la propuesta planteada de la vinculación de su firma con la marca, entendiendo también cual es el grupo objetivo al que va dirigido. A nivel cromático también aprueba los colores ya que le permiten tener una variedad distintiva cromática sin perder su esencia artesanal. Le agrada que el material promocional tenga diferentes tamaños para la variedad de productos. Aprueba la realización de un muestrario de colores y de materiales ya que el actual se encuentra deteriorado y no cumple con la necesidad de la artesana y el cliente.   

2.2 DESARROLLO DEL DISEÑO

El desarrollo de diseño empieza con la propuesta de marca de la cual derivan cuatro puntos específicos para el desarrollo de la identidad gráfica de la artesana:



Figura 47: Partes de la propuesta del proyecto

2.2.1 DIBUJOS TÉCNICOS, ESQUEMAS CONSTRUCTIVOS



CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

Tomando el concepto de diseño resultante, las gráficas obtenidas de la matriz de validación de propuestas y el estudio de la firma de la artesana, se determinó el logo y slogan. Estos dan paso al desarrollo de aplicaciones que complementan la identidad de Carmen Orellana y apoyan a la presentación de sus productos.

LOGO

Carmen Orellana
TEJIDOS ANCESTRALES

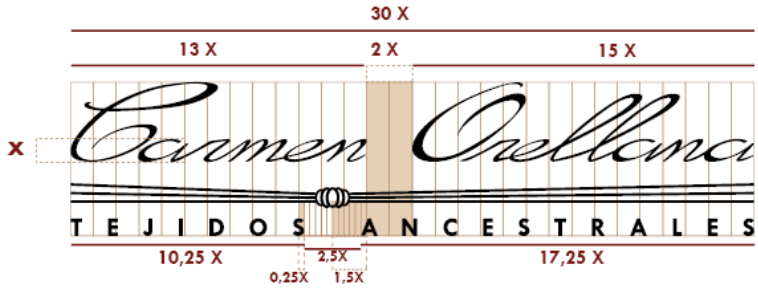
CONSTRUCCIÓN TIPOGRÁFICA

Para la construcción del logo se tomó en referencia la tipografía inclinada de Carmen Orellana. Se modificó las letras para una mejor legibilidad.



PLANIMETRÍA: COMPOSICIÓN

Se considera un valor “X” para las medidas horizontales del logotipo, partiendo de la altura de la letra “a” como se indica en la figura.



Se considera un valor “X” para las medidas verticales del logotipo, partiendo de la altura de la letra “a” como se indica en la figura.



PLANIMETRÍA: ÁREA DE SEGURIDAD

Al construir una zona de seguridad para el logotipo se asegura la autonomía del mismo en relación con los demás elementos gráficos que puedan rodearlo, facilitando así su identificación inmediata.



El área de seguridad corresponde al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento exceda u obstaculice su correcta visualización. De esta manera se evita la contaminación visual de la marca en cualquiera de sus usos u aplicaciones. Se utilizará un espacio de 2x para rodear el logotipo en cualquier tamaño que este se aplique.



USO CON OTRAS MARCAS

Cuando se use con otros logos deberá ubicarse alineado y respetando el área de protección ya sea en forma vertical u horizontal.

VERTICAL



HORIZONTAL



TAMAÑO MÍNIMO



La reducción máxima recomendada del logotipo con el eslogan para impresión es de 2,5 cm de ancho con el alto proporcional, de esta manera se conservará su legibilidad.

Si se requiere utilizar un tamaño inferior, se debe eliminar el slogan, y disminuir las medidas hasta 2 cm de ancho.

TIPOGRAFÍA

Cada letra del logo fue construida como única para uso exclusivo de la artesana CARMEN ORELLANA.



El slogan utiliza la tipografía Tw Cen MT - Bold, modificada con tracking.

Para el resto de aplicaciones, publicaciones, publicidades internas y externas, papelería, etc. Se debe usar la tipografía Gotham con sus variaciones respectivas y según su necesidad. La tipografía Gotham ayuda a que la lectura sea legible y de fácil entendimiento ya que no posee serifas que confundan al lector, tomando en cuenta que el grupo objetivo es de entre 35 a 50 años de edad por lo que se prefiere tener la información clara.

Gotham
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!"#$%&/()=?¡

Gotham Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!"#$%&/()=?¡

Gotham Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!"#$%&/()=?¡

Gotham Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!"#$%&/()=?¡

Gotham Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!"#$%&/()=?¡

Gotham Rounded
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!"#$%&/()=?¡

Gotham Book
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!"#$%&/()=?¡

Gotham Thin
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!"#$%&/()=?¡

Gotham Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!"#$%&/()=?¡

Gotham Ultra
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!"#$%&/()=?¡

Gotham ExtraLight
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!"#$%&/()=?¡

Se utilizará la tipografía secundaria “ARIAL” en caso de no tener la tipografía corporativa. Posee características similares a la Gotham es legible y de fácil acceso en cualquier ordenador.

CROMÁTICA

Los colores expuestos a continuación no deben ser variados ni modificados. El color principal de la marca es el negro, se han determinado diferentes colores para aplicaciones de la misma ya sea en grafismos o etiquetado.

BLACK
C:0 M:0 Y:0 K:100
R: 0 G: 0 B: 5
WEB: 231f20

PANTONE 7562 C
C:25 M: 37 Y:73 K:2
R: 200 G: 160 B: 87
WEB: bf9a5e

PANTONE 1255 C
C:29 M: 45 Y:100 K:7
R: 184 G: 136 B: 23
WEB: af841d

PANTONE 7621C
C:21 M: 100 Y:95 K:12
R: 178 G: 25 B: 30
WEB: b21e27

PANTONE 175 C
C:36 M: 78 Y:81 K:43
R: 118 G: 56 B: 38
WEB: 6d3527

VARIACIONES CROMÁTICAS

Aplicación cromática sobre fondo blanco y negro. Escala de grises: 70, 40 en fondo blanco y 40, 70 en fondo negro.



VARIACIONES CROMÁTICAS: FONDO COLOR

Aplicación cromática sobre fondo de color. El logo podrá usarse en blanco sobre sobre los colores corporativos y en negro solo en colores claros como se indica.

LOGO EN BLANCO



LOGO EN NEGRO





VARIACIONES CROMÁTICAS: MARCA COLOR

Aplicación cromática del logo con colores corporativos. Se utilizará solamente en casos especiales como en reemplazo del color original si este no hubiere.

PANTONE 7562 C



PANTONE 1255 C



PANTONE 7621C

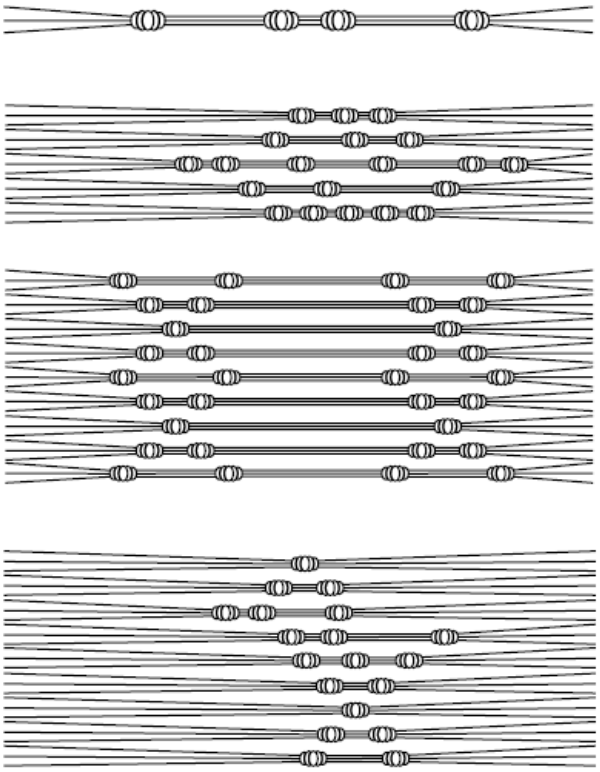


PANTONE 175 C



GRAFÍSMOS DE MARCA

Partiendo del diseño del logo se pueden desarrollar nuevos formas para los grafismos que se utilizarán en papelería y material promocional. Los motivos desarrollados se vinculan a los diseños de la artesana.



Basados en el concepto “Tejidos con alma de artesano” se considera utilizar gráficos con estilo acuarelado para el diseño de piezas gráficas y material promocional ya que la artesana tiene la costumbre de pintar primero sus diseños, esta es la forma en que crea cada uno de ellos, toma en cuenta su entorno, materiales y procesos utilizados para la técnica del Ikat:



Figura 48: Elaboración propia

PAPELERÍA CORPORATIVA: TARJETA DE PRESENTACIÓN

Material: papel piedra o cartulina Skytone Vellom Panchment

Formato: 8,5cm x 5cm

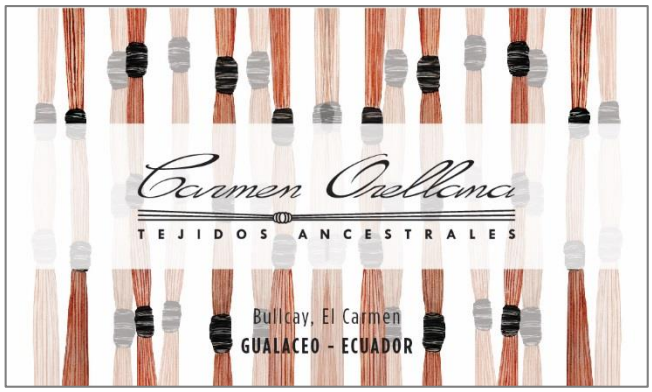
Tipografía: Familia Gotham

Tamaño de logo: 5 de ancho.

Se puede utilizar los colores corporativos de fondo en el reverso o dejar el color original del material.

TIRO

5cm



8,5cm

RETIRO



MARCA

PAPELERÍA CORPORATIVA: HOJA MEMBRETADA

Material: papel bond

Formato: A4: 21cm x 29,7cm

Tipografía: Gotham Condensed

Tamaño de logo: 8cm de ancho.

Márgenes de 2cm superior y 2cm del lado izquierdo inferior



PAPELERÍA CORPORATIVA: SOBRE

Material: papel bond o papel piedra

Formato: 22,5cm x 11cm

Tipografía: Gotham Condensed

Tamaño de logo: 11 de ancho.

Se puede utilizar colores corporativos en la solapa del sobre.

TIRO



RETIRO cerrado



TIRO abierto



PAPELERÍA COMERCIAL

Carpeta

Material: cartulina plegable

Formato: 30,5cm x 24cm

Tipografía: Gotham

Tamaño de logo: 11cm de ancho.



PAPELERÍA COMERCIAL

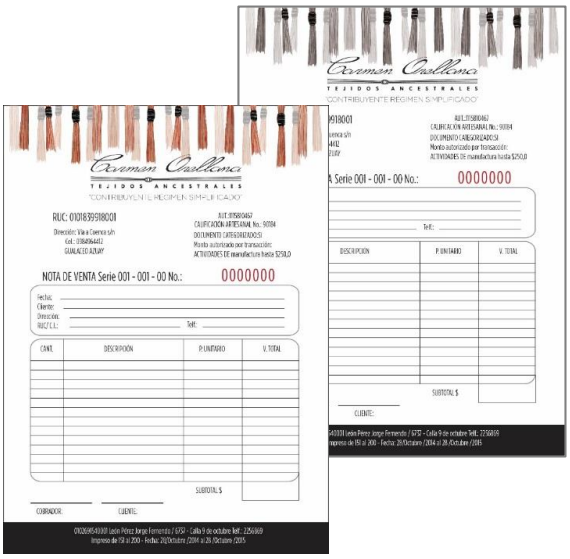
Nota de venta

Material: papel QUÍMICO

Formato: 13cm x 18cm

Tipografía: Gotham

Tamaño de logo: 6cm de ancho.



PAPELERÍA CORPORATIVA

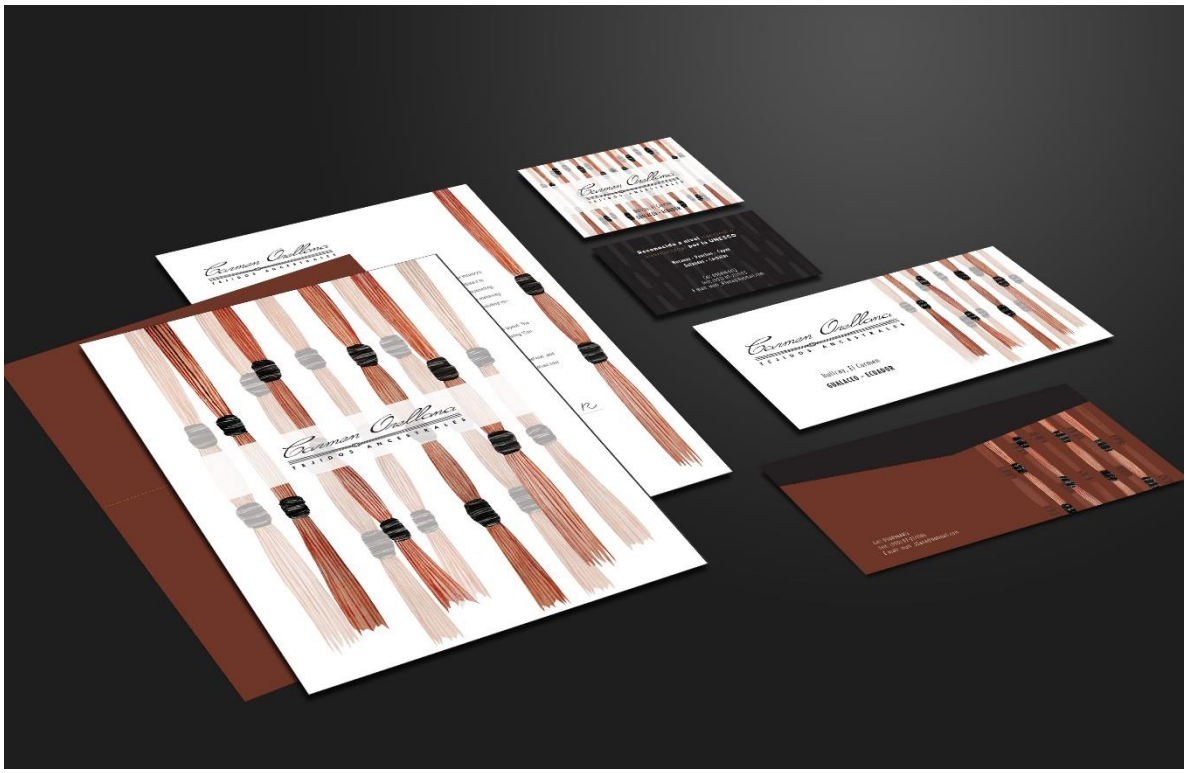


Figura 49: Papelería corporativa



2.2.2 MODELOS O PROTOTIPOS DE ESTUDIO (IMÁGENES)

1. ETIQUETAS

Las etiquetas contienen información de la artesana y el tejido Ikat, se incluye los cuidados para la prenda. Se diseñaron etiquetas con parte de las macanas.

Reverso de las etiquetas contiene información del tejido Ikat

Se propone dos líneas de etiquetas, en blanco (papel piedra) y con textura (cartulina Skytone Vellom Panchment) Para eventos especiales





Se adiciona información específica de la prenda (material, tamaño, peso) y sus cuidados en papel vegetal.

Amarrado con cuerda de cabuya y detalle con remache

Para las macanas (producto estrella) se incluye un detalle en tela de los sobrantes de material, para evitar el desperdicio y añadir un detalle especial al cliente.



1.1 ETIQUETAS EN PRENDAS

Las etiquetas en prenda deben tener información normada por el INEN, en la que incluyen tamaño, peso, material, origen y cuidados. Y adicionalmente. Se propone etiquetas tejidas con el logo de la artesana



Logo tejido en etiqueta para las distintas prendas de Carmen Orellana

Opción #1



Material: Damasco 2 colores negro y blanco o blanco y negro

Opción #2 SEGUN NORMA INEN



Se incluye especificaciones de la prenda por motivos de exportación.

2. EMPAQUES Y PERCHEROS

2.1EMPAQUE PRODUCTO ESTRELLA

Empaque exclusivo para el producto estrella, en este caso las macanas. Contiene información de la técnica del Ikat y de la calidad de los productos de la artesana, mencionando sus premios y la exclusividad de cada una de sus prendas.



El reverso del empaque proporciona información de los premios de la artesana, que destaca las prendas de entre la competencia.

En la parte inferior se encuentra la dirección y contactos. Y un mapa que ubica a la zona de Gualaceo en Ecuador



Logo y slogan

En esta parte de la cara se encuentra información de las formas de uso y los diferentes productos que realiza la artesana.



Nombre del producto estrella, en este caso la MACANA

El diseño y estructura del empaque se basa en el concepto del proyecto ***TEJIDOS CON ALMA DE ARTESANO.*** Y guiado por la forma del producto “La Macana o chal”



El formato del plegado posee la forma de un desplegable frontal según explican Ambrose y Harris (2008), en su libro Formato. Y hace referencia a la forma de ponerse un chal.

La Información es sobre la técnica del Ikat, materiales, procesos y herramientas, características exclusivas de la técnica ancestral. Se puede leer en cualquier orden.

La tipografía es lineal considerando la edad del grupo objetivo al que va dirigido el producto. Como explica Marcel Jacno (2012) las tipografías de construcción simple sin contrastes, sin decoraciones ni remates son más legibles para el usuario.

PROCESO DE ARMADO DEL EMPAQUE



1, Colocar la Macana en el centro

2. Cerrar lado derecho

3. Cerrar lado izquierdo y asegurar con la pestaña

4. Cerrar parte inferior y superior

2.2 BOLSAS

Aplicación de grafismos en bolsas de papel especial para la venta de los diferentes productos, sean macanas, bufandas, ponchos, corbatas, etc.



Tres tamaños distintos para los diferentes productos.

De acuerdo con el diseño se determina el uso de cordón o troquel para el agarre de la bolsa.



Se utiliza grafismos referentes al entorno de la artesanía también relacionados con el concepto de diseño que interactúan con el cliente

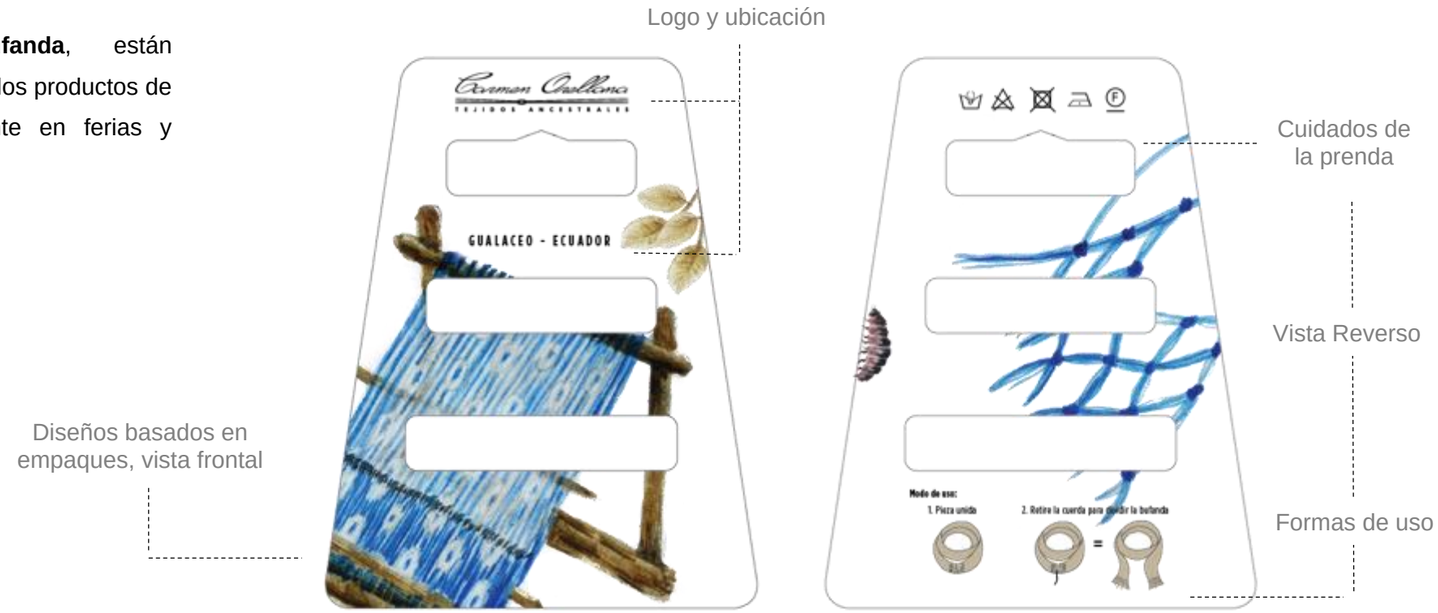
Se propone dos líneas de bolsas, en blanco (papel piedra) y con textura (cartulina Skytone Vellom Panchment) Para eventos especiales



En tamaño mediano y pequeño no es recomendable usar troquel debido a que disminuye el tamaño de la bolsa establecido para cada producto.

2.3 PERCHEROS

Percheros para bufanda, están diseñados para organizar los productos de la artesana especialmente en ferias y exhibiciones.



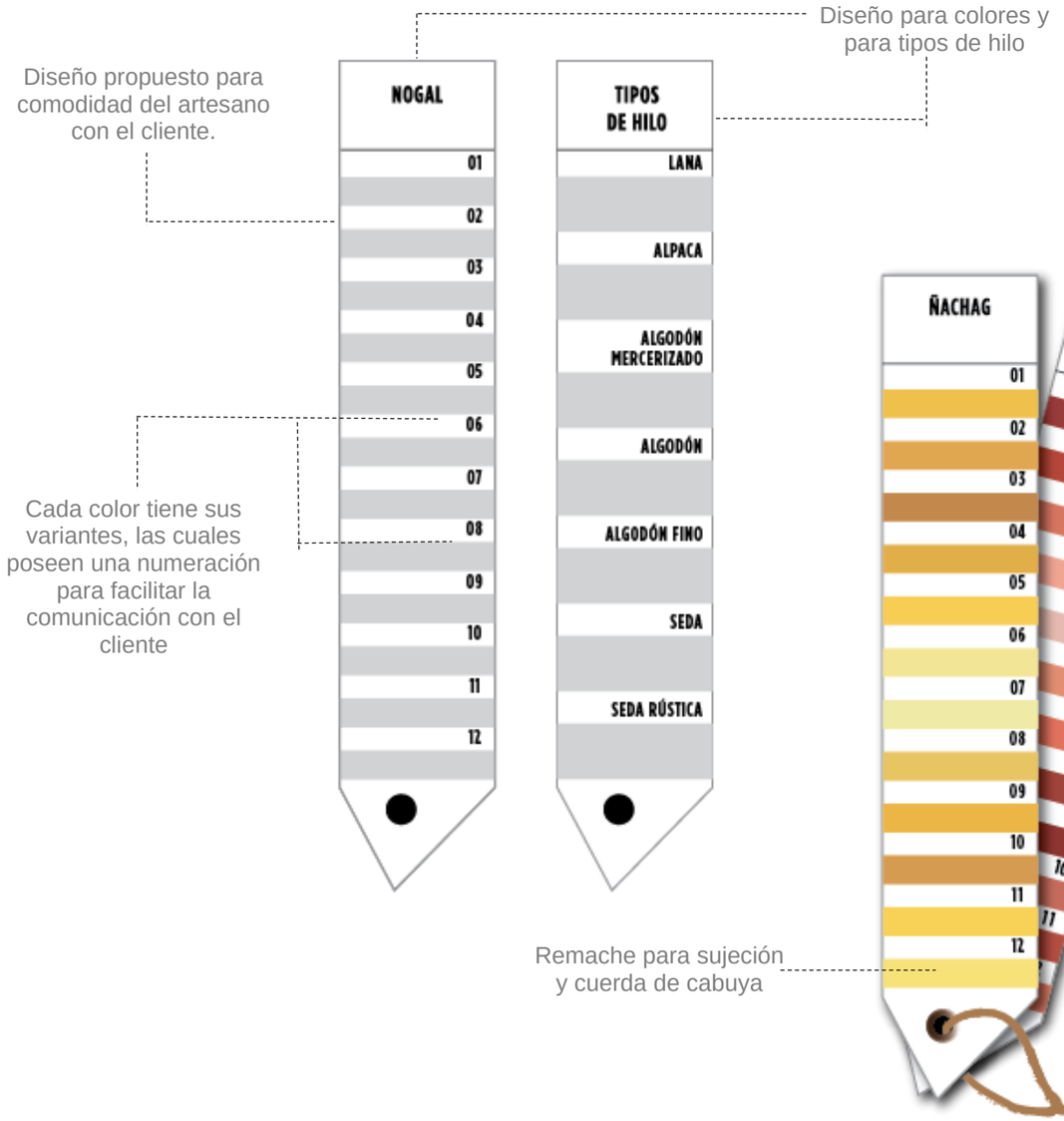
Percheros para Corbata, también están diseñados para exhibir los productos de la artesana en ferias y de más eventos, para incentivar la compra de los consumidores como explica Matthew Healey (2009) en su libro ¿Qué es el branding?

La forma de los percheros se basa en la macana al igual que en los empaque, manteniendo uniformidad visual.



3. MUESTRARIO DE COLORES Y TIPOS DE MATERIAL

El muestrario contiene todos los colores y materiales que usa la artesana para la confección de sus prendas. En total son 17 colores y 1 muestrario de hilos.







4. SEÑALIZACIÓN EXTERNA

Señalización exterior del taller de Carmen Orellana para facilidad de visualización y acercamiento a los turistas nacionales e internacionales que visitan la localidad de Gualaceo - Ecuador.



Ubicada en la parte frontal del taller de la artesana



Ubicada en la parte lateral del taller de la artesana





2.2.3 EVALUACIÓN DEL DESARROLLO

Se evalúa el desarrollo mediante los 14 parámetros de Chaves y Belluccia.

• Énfasis comunicativo: se pone cuáles fueron las palabras seleccionas en el cruce de la matriz.

• Propuesta gráfica: marca ensamblada a partir de la matriz.

• Parámetros de evaluación: se señala si cumple o no.

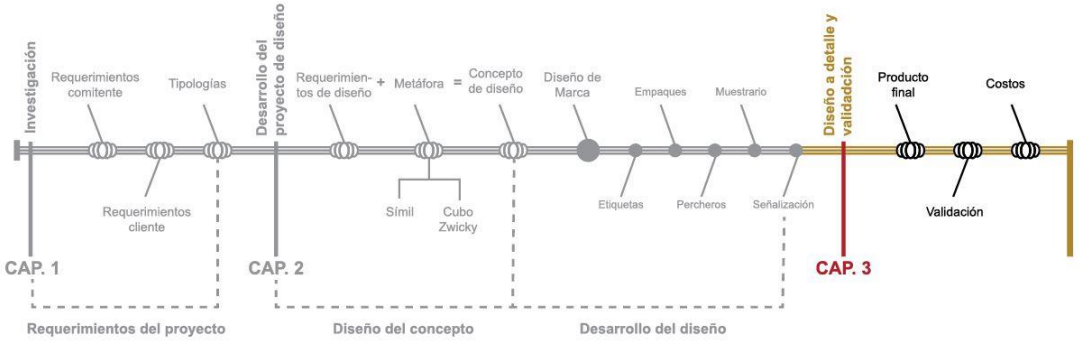
• Sugerencias: es una evaluación cualitativa de los parámetros.

Tabla 12: Evaluación del desarrollo

Énfasis com.	Propuesta	Parámetros de evaluación	Sugerencias:
Trama / sencillo Nudo /ancestral Elegante Firma	**MARCA** Carmen Caillama TEJIDOS ANCESTRALES **ETIQUETAS**  **EMPAQUES**  **PERCHEROS**  **MUESTRARIO**  **SEÑALIZACIÓN** 	✓ 1. Calidad gráfica. ✓ 2. Ajuste tipológico. ✓ 3. Corrección estilística. ✓ 4. Compatibilidad semántica. ✓ 5. Suficiencia. ✓ 6. Versatilidad. ✓ 7. Vigencia. ✓ 8. Reproductibilidad. ✓ 9. Legibilidad. ✓ 10. Inteligibilidad. ✓ 11. Pregnancia. ✓ 12. Vocatividad. ✓ 13. Singularidad. ✓ 14. Declinabilidad. Cumple con todos los parámetros	Si el comitente lo cree necesario podrá variar los tamaños de las bolsas según su criterio, sin cambiar la estructura de las mismas. El tamaño de los percheros puede variar dependiendo los nuevos productos que fueran desarrollados en un futuro. La artesana puede tener en el muestrario 12 tonos por cada color, los cuales poseen un código para facilitar el pedido de los clientes, también puede agregar más colores al muestrario si lo considera necesario.

CAPÍTULO III

Diseño a detalle del proyecto y validación



3.1 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL

3.1.1 EXPLORACIÓN DE MATERIALES

Los materiales son un elemento importante para el desarrollo del proyecto ya que debe mantener concordancia con el concepto de diseño antes mencionado y el entorno artesanal de Carmen Orellana. Para ello se determinó utilizar un material que preserve el medio ambiente, resistente y que ayude a la protección de los productos.

Uno de los materiales propuestos es el Papel Piedra ya que posee las siguientes características:

-Resistente al agua

-Resistente a aceites y grasas

-Excelente durabilidad

-Alta calidad de impresión

-Menor costo que papeles especiales



Figura 50: Papel piedra

Especialmente para el empaque diseñado para el producto estrella, este debe brindar protección a la prenda. También se propone utilizar este papel en las bolsas de diferentes tamaños y en las etiquetas para guardar la línea visual.

Sin embargo se propone otra línea con cartulina especial Skytone Vellom Panchment, ésta proporciona un valor diferente ya que posee una textura que va de acuerdo con la línea gráfica artesanal y elegante.



Figura 51: Skytone Vellom Panchment



Para las ETIQUETAS se propone utilizar también papel vegetal en uno de sus informativos, este papel tiene la característica de ser semitransparente y se utiliza como tendencia en productos artesanales.

Para los PERCHEROS se determinó utilizar cartón gris debido a que deben ser resistentes para soportar el peso de las prendas. Y la gráfica irá impresa en papel adhesivo.





Para el MUESTRARIO igualmente se utiliza cartón gris para las piezas y papel adhesivo para el diseño. Se desarrolló una caja que contenga las piezas para su protección, ésta es de madera para mejorar su resistencia.

3.1.2 EXPLORACIÓN DE TÉCNICAS DE FABRICACIÓN

Tomando en cuenta los materiales escogidos, se determina como principal la impresión Offset, debido a que se deben imprimir en grandes tirajes para el empaque del producto estrella, impresión de bolsas, y etiquetas

Diseño de ETIQUETAS

Impresión Offset para cualquiera de los materiales seleccionados, en caso de necesitar una cantidad pequeña se puede imprimir en Índigo.
Troquelado



Diseño de EMPAQUE

Impresión Offset
Troquelado
Plegado
No requiere barniz UV ya que el papel piedra es resistente al agua.



Diseño de BOLSAS

Impresión Offset
Troquelado
Plegado
Colocado de cuerdas de sujeción.



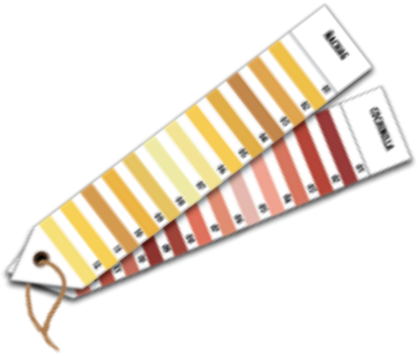
Diseño de PERCHEROS

Impresión Offset en papel adhesivo para el diseño (TIRO / RETIRO)
Troquelado
Se recomienda cortado láser para la forma del cartón.



Diseño de MUESTRARIO

Impresión Offset en papel adhesivo para el diseño de las piezas.
Se recomienda cortado láser para la forma del cartón de cada pieza.

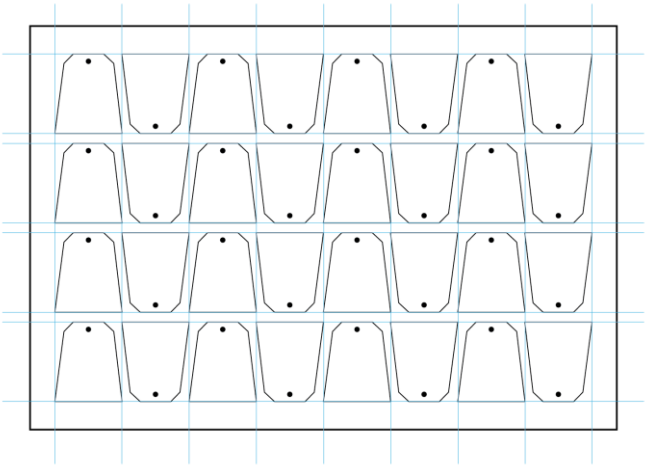


3.1.3 DETALLES CONSTRUCTIVOS Y MECANISMOS

Cada producto realizado tiene sus detalles constructivos y mecanismos que ayudan a una mejor distribución de las piezas gráficas, ya sea en el formato de impresión, almacenamiento, exhibición, etc.

Machote para ETIQUETAS

Formato 47,5x32cm, entran 32 etiquetas (Tiro/Retiro) y el mismo machote sirve para las etiquetas en papel vegetal.



Detalle para ETIQUETAS

Las etiquetas van amarradas con cuerda de cabuya a la prenda



Se aseguran con un remache metálico

Para las macanas (producto estrella) se incluye un detalle en tela de los sobrantes de material, para evitar el desperdicio y añadir un detalle especial al cliente.



Artes Finales para ETIQUETAS

TIRO



TROQUELADO LÍNEAS GUÍA

TROQUELADO — LÍNEAS GUÍA

Prenda artesanal elaborada mediante técnica ancestral que deriva de la palabra de origen malayo *mengikat*. Significa "amarrar" y describe el proceso de anudado de hilos antes de ser tintados.

Cada prenda confeccionada por artesanas Carmen Orellana es ÚNICA.

Each garment is hand-knotted by Carmen Orellana, making every piece unique.

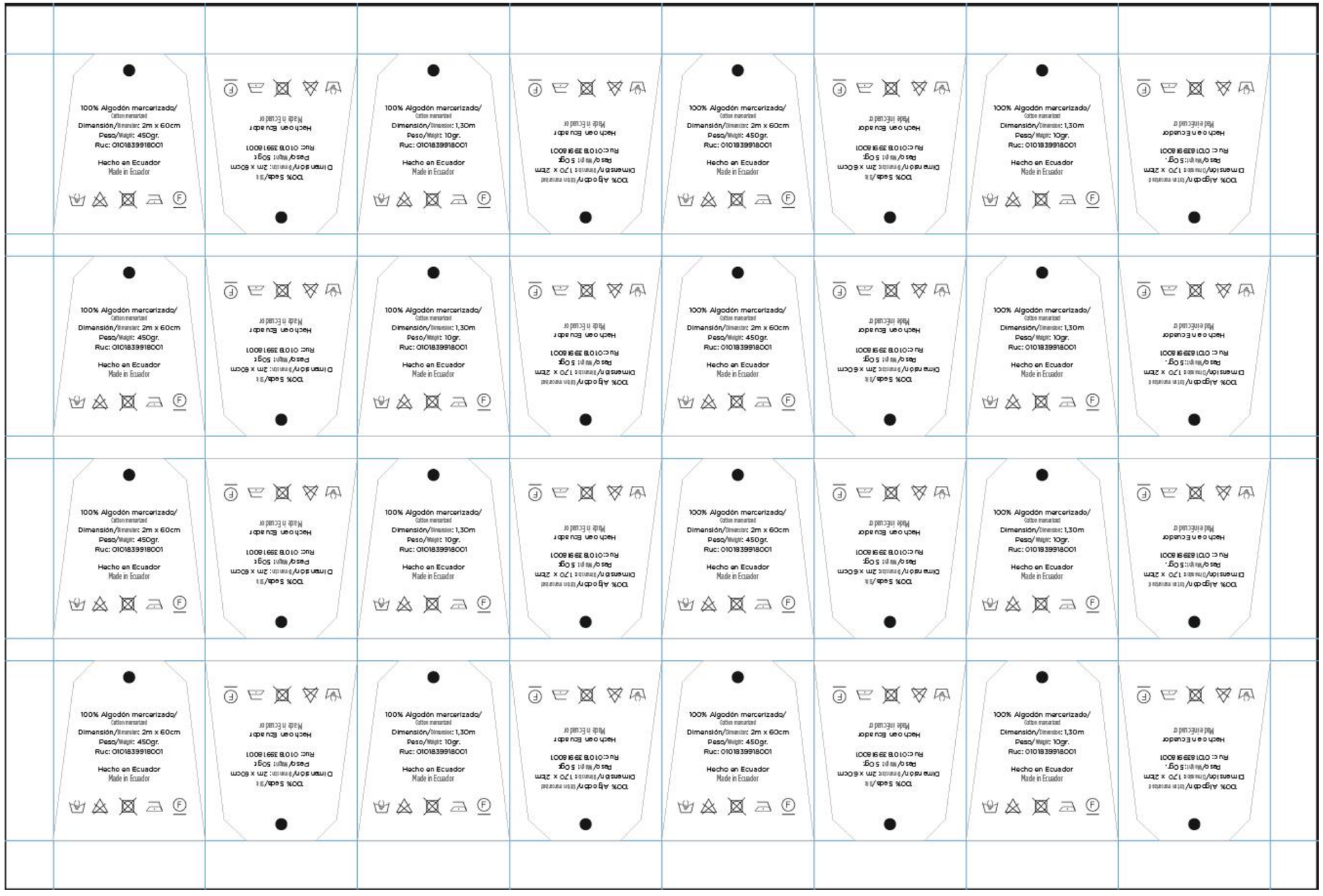
Prenda artesanal elaborada mediante técnica ancestral que deriva de la palabra de origen malayo *mengikat*. Significa "amarrar" y describe el proceso de anudado de hilos antes de ser tintados.

Cada prenda confeccionada por artesanas Carmen Orellana es ÚNICA.

Each garment is hand-knotted by Carmen Orellana, making every piece unique.

RETIRO

CARACTERÍSTICAS



TROQUELADO

LÍNEAS GUÍA

Machote para EMPAQUE

Formato 82x54cm, (Tiro/Retiro) es la medida exacta para el empaque. Para evitar un desperdicio se pueden incluir en los espacios las etiquetas con un total de 28

Se imprime en papel piedra de 280gr.

Se puede imprimir en un pliego 70x100cm, en el que entran en los espacios en blanco 89 etiquetas, que también se pueden alternar con tarjetas de presentación.



El empaque desarmado es sencillo de almacenar y armando de igual manera, ya que su forma le permite mantenerse estable.

TIRO


PRENDAS CON TEJIDO IKAT
FORMAS DE USO PARA LA MACANA
CADA PRENDA
CONFECCIONADA POR LA ARTESANA
CARMEN ORELLANA ES ÚNICA.
MACANA
MACANA
Carmen Orellana
TEJIDOS ANCESTRALES
82 x 54cm
100 x 70cm
TROQUELADO
ÁREA DE IMPRESIÓN

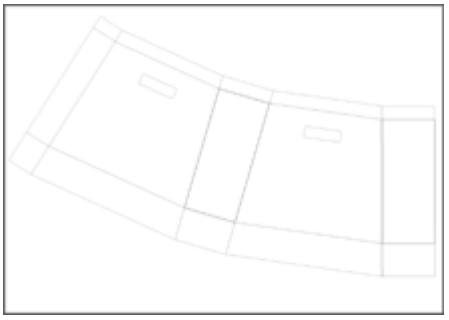
RETIRO

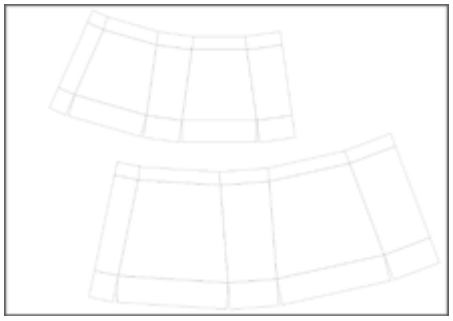

MACANA
TEJIDO
EL FLECO
HERRAMIENTAS
HILOS
TINTE
DISEÑO
82 x 54cm
100 x 70cm
TROQUELADO
GRAFADO
ÁREA DE IMPRESIÓN

Machote para BOLSAS

Formato 100x70cm, la bolsa más grande se la imprime en un pliego.

Se imprimen en papel piedra de 200gr.





En un pliego de 100 x 70 cm entran la bolsa mediana y la más pequeña.

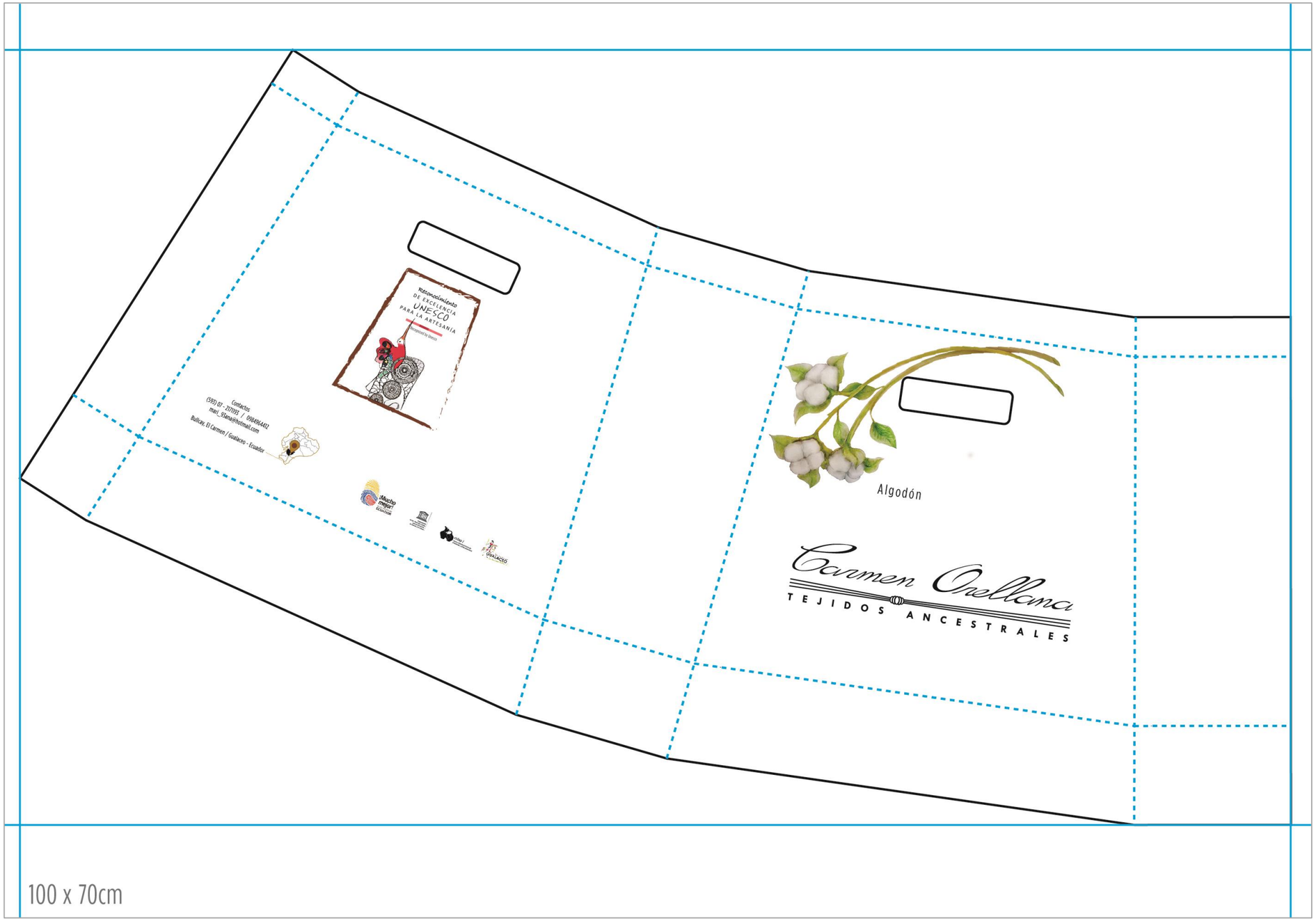
Los cordones deben ir amarrados y pegados dentro de la solapa superior.



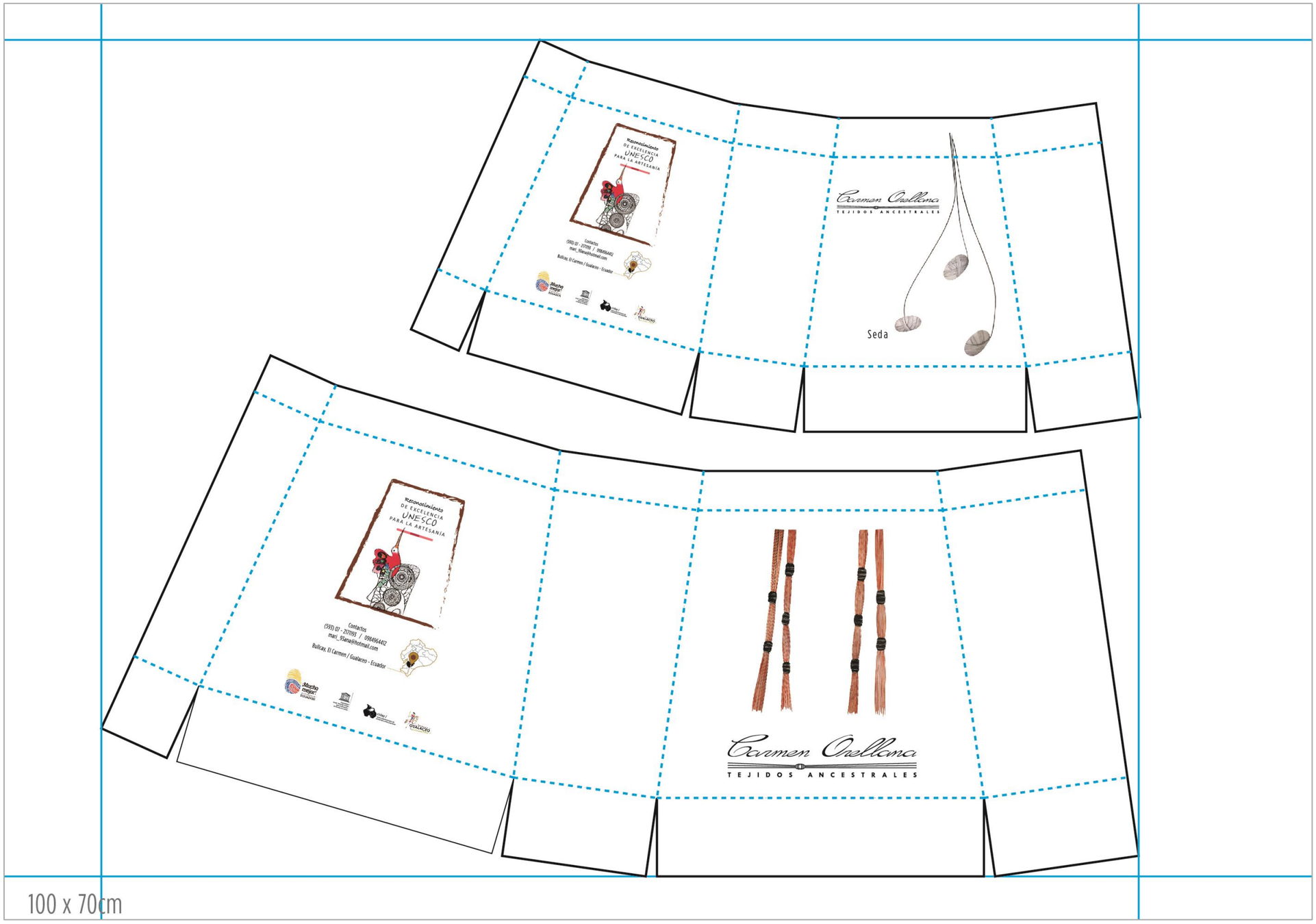
Las bolsas armadas, pueden plegarse y guardarse de forma plana evitando ocupar mayor espacio.

Se utiliza refuerzos internos para mayor resistencia en la parte superior para los cordones y en la parte inferior de la bolsa

BOLSA GRANDE



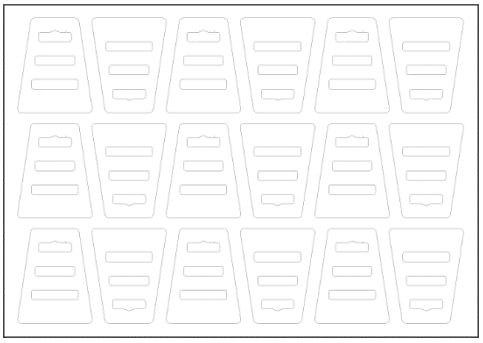
BOLSAS MEDIANA Y PEQUEÑA



Machote para PERCHEROS

Formato 100x70cm, en una plancha de cartón gris entran 18 percheros para bufanda

El mismo formato se puede aplicar para la impresión en papel adhesivo con el diseño.





Formato 100x70cm, en un pliego entran 40 percheros para corbata.

El mismo formato se puede utilizar para la impresión en adhesivo con el diseño.



El apilado es sencillo ya que todos los percheros son planos, evitando ocupar mayor espacio.

Los percheros cuentan con una hendidura, para poder ser colgados y exhibidos.



PERCHERO BUFANDA TIRO



TROQUELADO

LÍNEAS GUÍA

PERCHERO BUFANDA RETIRO



TROQUELADO

LÍNEAS GUÍA

PERCHERO CORBATA TIRO



TROQUELADO

LÍNEAS GUÍA

PERCHERO CORBATA RETIRO

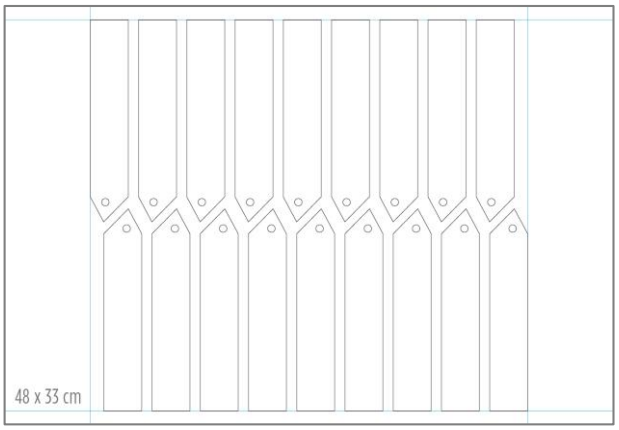


TROQUELADO

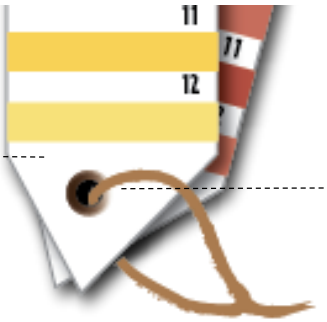
LÍNEAS GUÍA

Machote para MUESTRARIO

Formato 48x33cm, se ubican las 18 piezas para el muestrario, el mismo formato se puede utilizar para las impresiones en adhesivo y corte laser.



El cartón gris debe ser del más grueso para mejor resistencia.

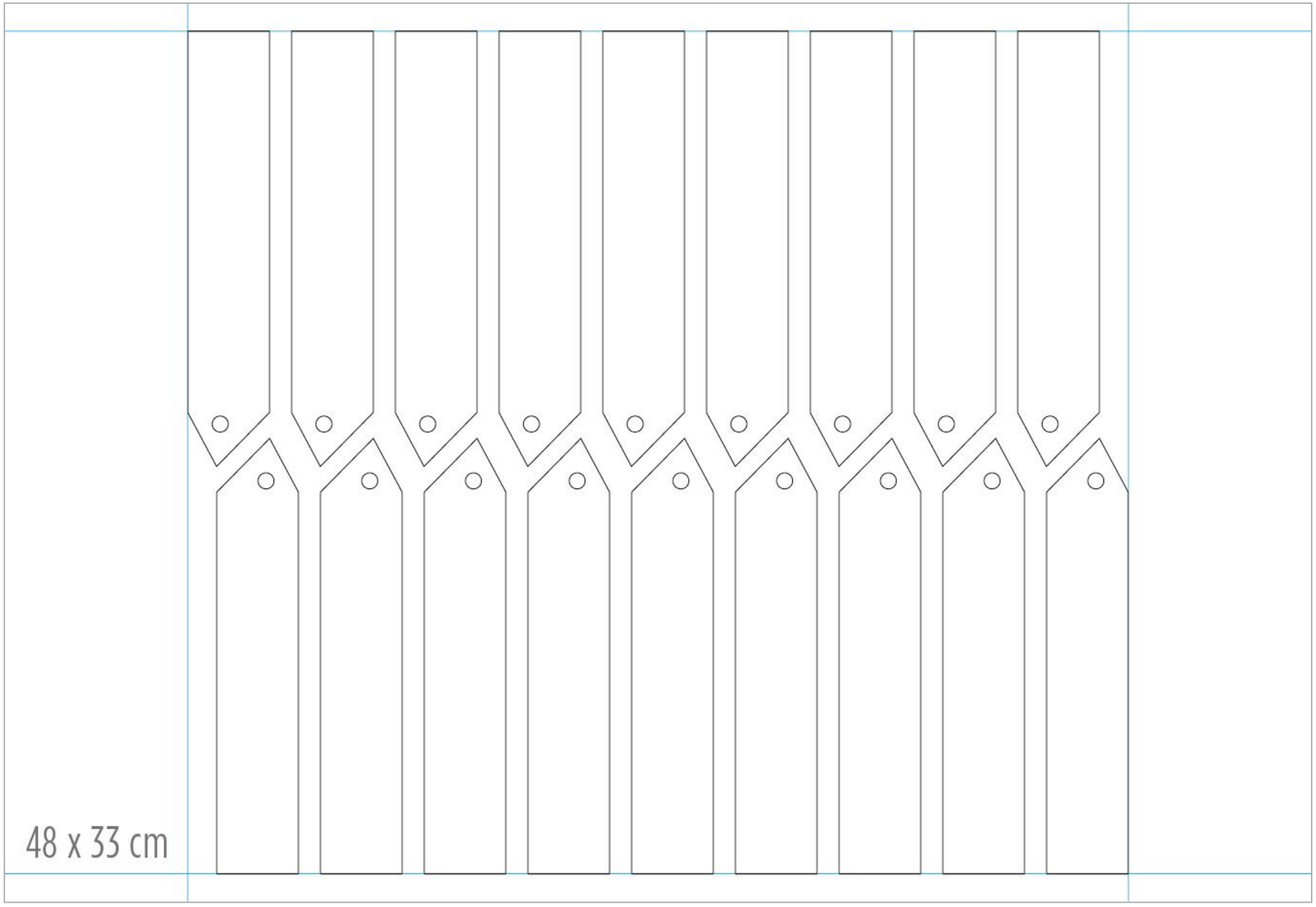


Cada pieza debe tener un remache del cual se pueda sujetar una cuerda de cabuya.

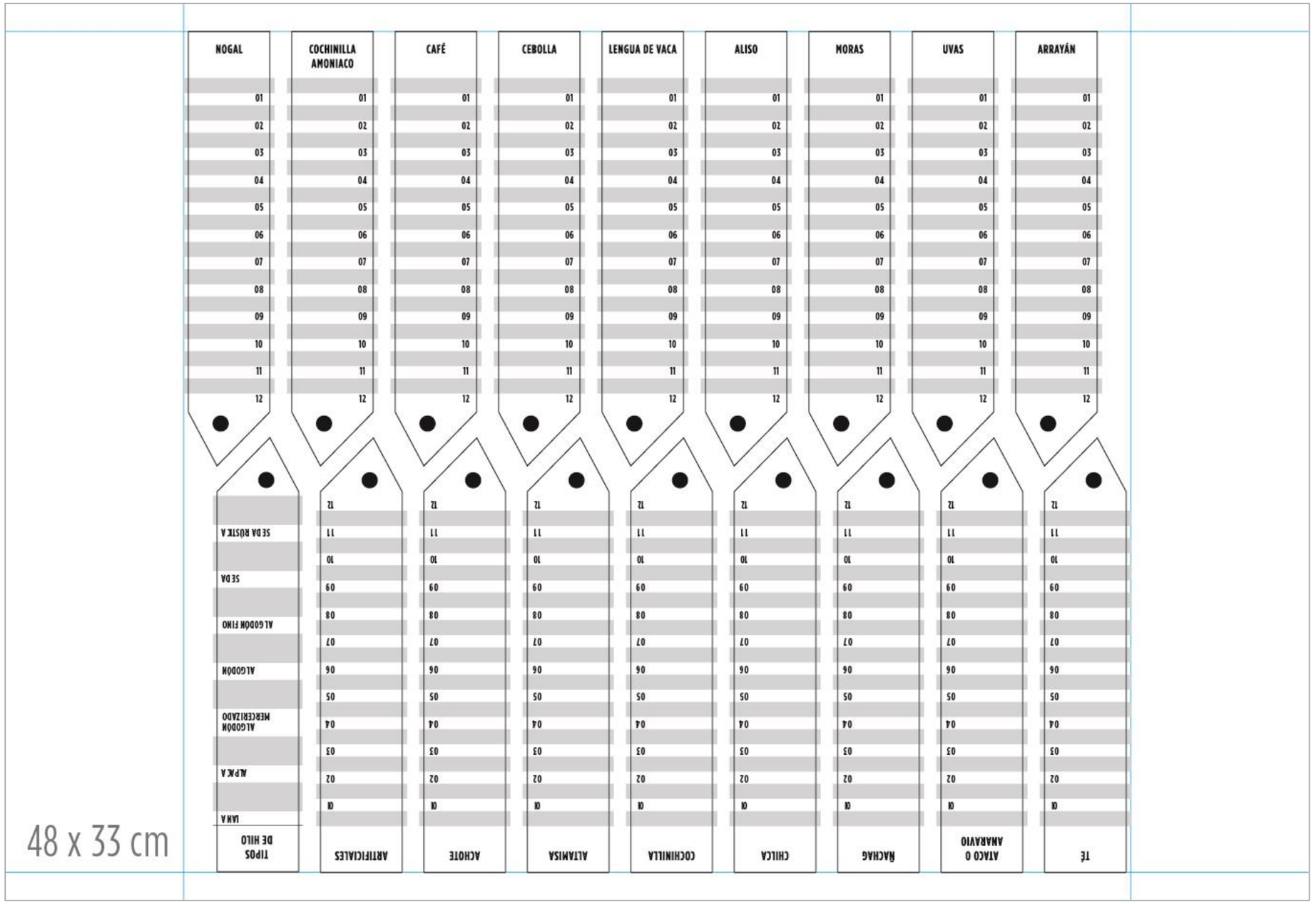
La cabuya permite mejor manejo y movilidad de las piezas, ya que las pueden sacar y poner dentro del grupo.



MUESTRARIO CORTE LASER



MUESTRARIO PAPEL ADHESIVO



3.1.4 PRUEBAS Y REFINAMIENTO

Se realizaron las pruebas en cada producto, para determinar detalles en troqueles, cortes, armado, plegado, etc. de los cuales se determinaron los siguientes aspectos a tomar en cuenta:

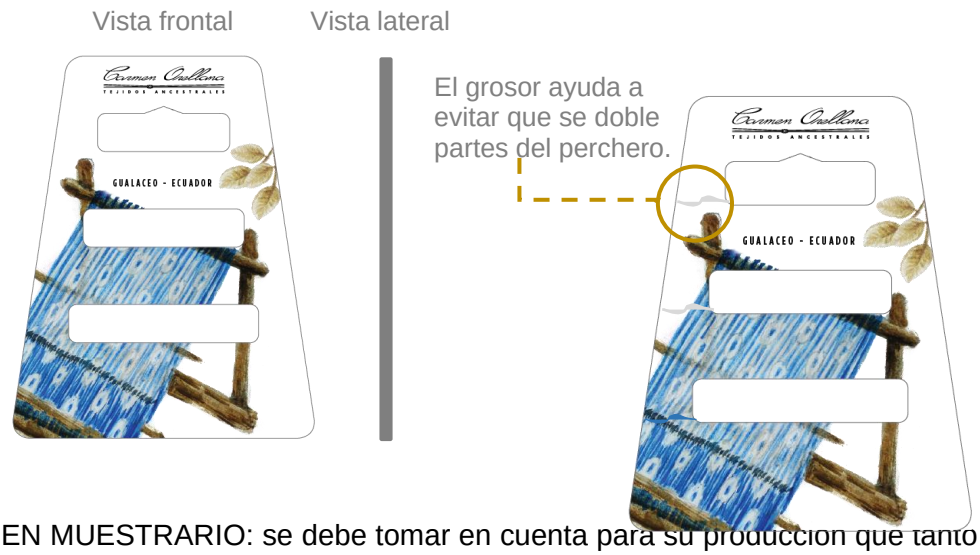
EN ETIQUETAS: se determinó incluir texto en inglés para la reseña del retiro y para sus características.



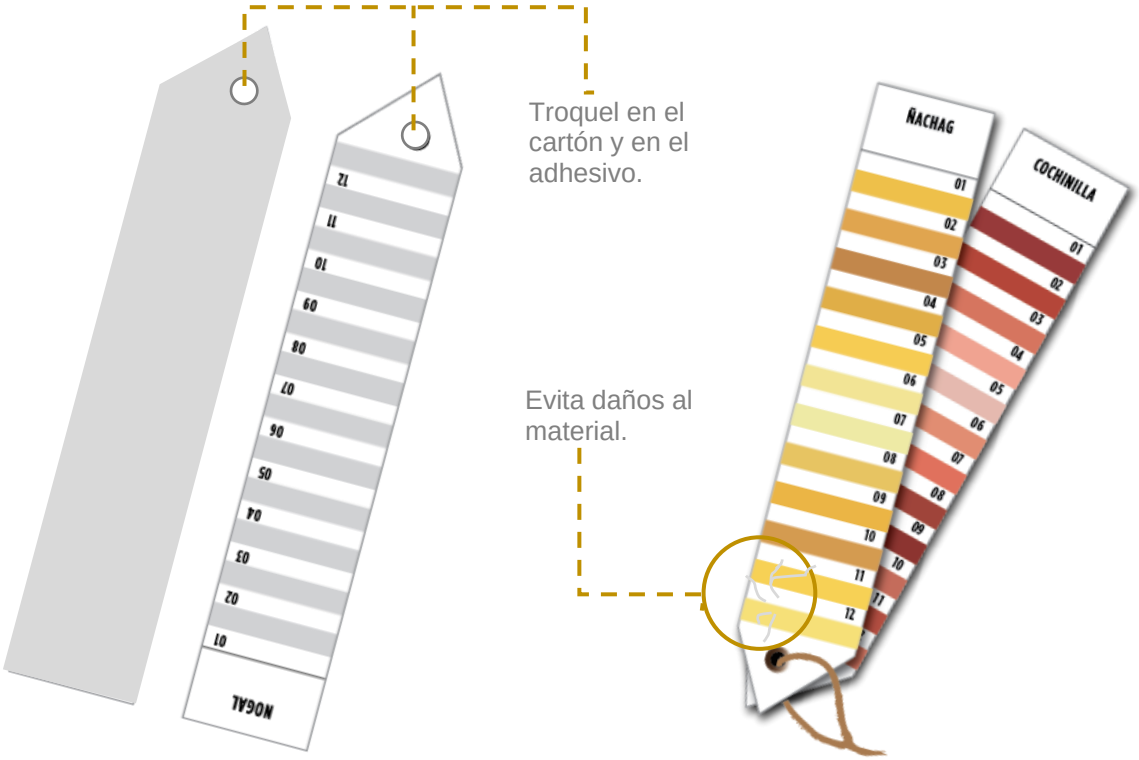
EN EMPAQUES: según la encuesta al grupo objetivo realizada para la validación final, se vio la necesidad de traducir los textos del empaque para las macanas ya que contiene términos técnicos del proceso del tejido Ikat e incluir una pestaña para mayor sujeción en la parte inferior.



EN PERCHEROS: al analizar la manipulación que tendrá este producto de determinó utilizar el cartón gris más grueso del mercado para aumentar su resistencia.



EN MUESTRARIO: se debe tomar en cuenta para su producción que tanto el cartón como el adhesivo con el diseño deben ser troquelados antes de colocar los remaches evitando daños al material.



3.2 VALIDACIÓN FINAL DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

Para la validez de la propuesta de diseño se presentó los productos al comitente, es decir a la artesana Carmen Orellana y a su grupo objetivo (turistas nacionales e internacionales).

3.2.1 CONFRONTACIÓN CON REQUERIMIENTOS DEL COMITENTE

Se presentó a Carmen Orellana la propuesta de diseño en su taller, donde ella pudo verificar que la propuesta va acorde con cada uno de sus productos artesanales.

Tabla 13: Validación de cumplimiento con el comitente

Requerimiento del Comitente	Propuesta de diseño / cumplimiento	
- Diferenciar sus productos de la competencia. -Tener material promocional para poder entregar sus prendas de forma segura. -Que sus clientes diferencien sus prendas de la de otros artesanos macaneros. -Sus productos sean reconocidos como propios. - Que reconozcan la calidad de su trabajo. -Requiere que su identidad sea femenina, artesanal, posea su nombre -El material promocional debe ser un medio de difusión para su marca. -Un muestrario manejable para uso personal y del cliente. -Uso de tonos cafés, rojos.	     	-Desarrollo de la marca basado en su firma personal. La marca posee los rasgos claves que definen a la artesana y su profesión. -Se desarrolló empaques que apoyan la identidad de la artesana y cumple con las necesidades del cliente. -Para resaltar la calidad de su trabajo se menciona sus premios en los empaques. -El material utilizado brinda la mejor seguridad para sus productos aun siendo ecológico. -Se desarrolló etiquetas que van en cada prenda para la diferenciación entre su competencia (especialmente en eventos) -El muestrario le da facilidad de uso tanto a la artesana como al cliente y se puede adicional más muestras de color o material. -Se juega con la cromática de colores tierra.

3.2.2 CONFRONTACIÓN CON LAS NECESIDADES DE USUARIOS

Se presentó a los usuarios la propuesta de diseño y mediante una encuesta (Anexo 5: Encuesta 2) se determinó la validez de los productos.

Tabla 14: Validación de cumplimiento con el usuario

Necesidades del usuario	Propuesta de diseño / cumplimiento
-Reconocer al artesano que lo fabrica. -Se reconozca el ser 100% ecuatoriano. -Que se vea como un producto de calidad. -El diseño transmita exclusividad. -Espera sentirse cómodo (parte de) y a -gusto con su adquisición. -El empaque sea un producto perdurable y sirva para entregar como regalo. -Utilice material que no afecte al medio ambiente. -Se vea la variedad de los diseños. -Reconocer las formas de uso de la prenda. -Grafica relacionada con la artesanía. -Conocer sobre la técnica y cuidados de la prenda adquirida. -Distinguir entre trabajos artesanales del mismo ámbito.	-El nombre de la artesana en la marca facilita el reconocimiento de Carmen Orellana. -Se incluye el logo de Mejor hecho en Ecuador para reconocer al producto ecuatoriano. -El estilo de la marca y de los productos se vincula al grupo objetivo de categoría Media alta y Alta. -El material propuesto es ecológico y de características resistentes, por lo que es aceptado por el grupo objetivo -Los empaques se pueden utilizar para ocasiones especiales. -Se diseñó percheros para que el producto este a la vista del cliente. -Se incluye las diferentes formas de uso y los cuidados respectivos además de las características de cada prenda en las etiquetas. -Se incluye en las etiquetas una reseña sobre el tejido Ikat para dar a conocer la exclusividad del tejido. -Se utiliza en las etiquetas para el producto estrella muestras de sus tejidos, en este caso se utilizan retazos sobrantes de sus confecciones para evitar un desperdicio y ofrecer un recuerdo adicional al cliente. -El etiquetado con la marca de la artesana es lo que el cliente espera al ver el producto de la artesana entre la competencia para diferenciar.

Para el análisis y validación de los productos se presentó los la propuesta del proyecto a 11 personas del grupo objetivo y mediante una encuesta se determinó la aceptación de los mismos. (Anexo 5: Encuesta 2-Tabulación de la encuesta)

De acuerdo a los resultados de la pregunta 7 y 10, se puede corroborar la aceptación de la marca y la validez de los productos.

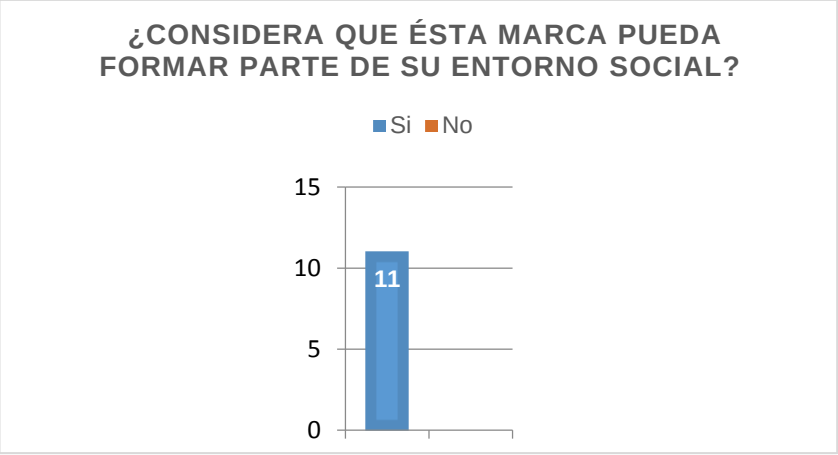


Figura 52: Análisis pregunta 7 de la segunda encuesta

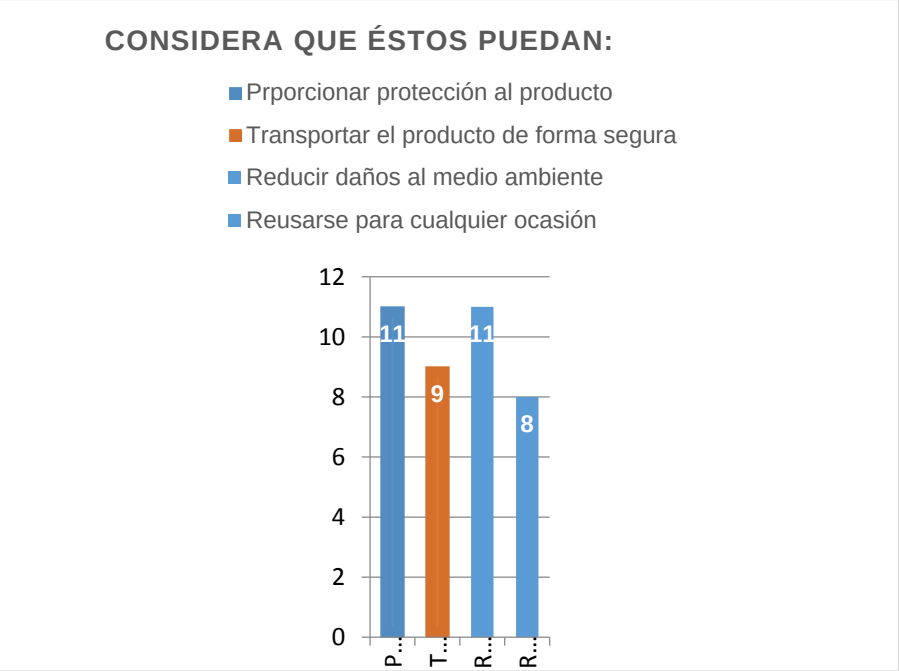


Figura 53: Análisis pregunta 10 de la segunda encuesta

Al analizar las respuestas de los entrevistados, se confirma que todos los puntos de las necesidades del usuario están cubiertas en cada producto presentado.

Se concluye que la mayoría de los entrevistados está de acuerdo con el material, forma y gráfica propuesta tanto en la marca como en los diseños que llevan los productos.

3.3 COSTOS DEL PROYECTO

Se considera los costos de producción y de diseño que se han llevado a cobo en la propuesta de diseño de identidad para la artesana Carmen Orellana.

3.3.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción están considerados por cada producto.

Tabla 15: Costos de la elaboración de los productos de Trabajo de Titulación

Proyecto:	Identidad Carmen Orellana
Producto 1:	Empaques y percheros

Cantidad	Descripción	P. Unitario	Valor de Venta
1	Pliego de papel piedra 280gr	$ 0,91	$ 0,91
2	Pliegos de papel piedra de 200gr	$ 0,30	$ 0,60
1	Pliego de papel adhesivo pierda.	$ 0,86	$ 0,86
1	Cartón gris	$ 2,51	$ 2,51
1	Corte láser (2 percheros)	$ 1,00	$ 1,00
5	Impresión índigo stone paper 200gr	$ 0,97	$ 4,85
6	Impresión índigo stone paper adhesivo	$ 1,48	$ 8,88
3	Impresión láser adhesivo	$ 1,17	$ 3,51
		Subtotal:	$ 23,12
		12% IVA:	$ 2,77
		TOTAL:	**$ 25,89**

Proyecto:	Identidad Carmen Orellana
Producto 2:	Etiquetas

Cantidad	Descripción	P. Unitario	Valor de Venta
1	Lámina mega A3 papel piedra 280gr	$ 0,22	$ 0,22
1	Papel vegetal A4	$ 0,22	$ 0,22
5	Remaches	$ 0,10	$ 0,50
1	Metro de cabuya	$ 0,50	$ 0,50
1	Etiquetas tejidas	$ 17,60	$ 17,60
		Subtotal:	$ 19,,04
		12% IVA:	$ 228
		TOTAL:	**$ 21,32**

Proyecto:	Identidad Carmen Orellana
Producto 3:	Muestrario

Cantidad	Descripción	P. Unitario	Valor de Venta
1	Caja de madera	$ 10,00	$ 10,00
1	Corte Láser (18 piezas)	$ 3,00	$ 3,00
3	Impresión papel adhesivo	$ 1,17	$ 3,51
1	Impresión índigo stone paper adhesivo	$ 1,48	$ 1,48
1	Mega A3 de papel adhesivo pierda.	$ 0,21	$ 0,21
18	Remaches	$ 0,44	$ 7,92
1	Metro de cabuya	$ 0,50	$ 0,50
12	Madejas de hilo de colores	$ 1,14	$ 13,68
		Subtotal:	$ 40,30
		12% IVA:	$ 4,84
		TOTAL:	**$ 45,14**

Proyecto:	Identidad Carmen Orellana
Producto 4:	Manual de marca

Cantidad	Descripción	P. Unitario	Valor de Venta
30	Impresión Láser A4 color /bond	$ 0,44	$ 13,20
1	Cartón gris 1,5mm	$ 1,94	$ 1,94
1	Espiralado	$ 1,76	$ 1,76
2	Impresión índigo stone paper adhesivo	$ 1,48	$ 2,96

1	Guillotina	$ 0,88	$ 0,88
1	Metro de cabuya	$ 0,50	$ 0,50
		Subtotal:	$ 21,24
		12% IVA:	$ 2,55
		TOTAL:	**$ 23,79**

Total elaboración de los productos	**$ 116,14**

Los valores definidos son el costo de producción individual de cada producto, los costos varían al ser impresos en cantidades mayores y en diferente método de impresión como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 16: Costos de producción al por mayor

Producto		Cantidad	Valor
Papelería	Tarjetas	1000	$ 35,00
	Hoja membretada	500	$ 60,00
Etiquetas	Colgantes	1000	$ 200,00
	Tejidas a la prenda	500m 8335	$ 370,00
Bolsas	Grande	500	$ 780,00
	Mediana	500	$ 360,00
	Pequeña	500	$ 180,00
Empaque		500	$ 790,00
Percheros	P. Bufanda	100	$ 100,00
	P. Corbata	100	$ 50,00
Muestrario		1	$ 45,00
		Total:	$ 2.970,00

Valores aproximados, varía el costo dependiendo la cantidad de los mismos.

3.2.2 COSTOS DE DISEÑO

Se detalla a continuación los costos del diseño de la propuesta para la Identidad de Carmen Orellana.

TABLA 17: PARA EL CALCULO DE PRECIO DE DISEÑO

(Basado en horas de trabajo creativo y operativo)

Cliente:	Carmen Orellana
Contacto:	(593) 07- 2171193
Proyecto:	Tesis
Producto:	Identidad Gráfica
Características:	Precio de Diseño

1	**CREATIVO**	**VALOR BASE PARA EL CALCULO**	**$ 720,56**	DISEÑO
	Total horas laborables al mes		160	
	Valor hora		$ 4,50	
	Horas estimadas de trabajo creativo		400	
	Valor bruto por Diseño Creativo		$ 1.801,41	
	OPERATIVO	**VALOR BASE PARA EL CALCULO**	**$ 360,28**	
	Total horas laborables al mes		160	
	Valor hora		$ 2,25	
	Horas estimadas de trabajo operativo		160	
	Valor bruto por trabajo operativo		$ 360,28	
	VALOR BRUTO POR DISEÑO		**$ 2.161,69**	
	DIAS LABORABLES			**70 día(s)**

	Gastos Variables	Cantidad		V.U.	Subtotal
2	Ilustrador (Ilustración)	1		$ -	$ -
	Fotógrafo (Fotografía)	1		$ -	$ -
	Programador (Programación)	1		$ -	$ -
	Diagramador (Diagramación por pág)	1		$ -	$ -
	Corrector de estilo (Corrección por página)	1		$ -	$ -
	Productor Audiovisual	1		$ -	$ -
	Dibujante 3D - (Dibujo 3D)	1		$ -	$ -
	Arte finalista (Arte final - revisión)	1		$ -	$ -
	App designer	1		$ -	$ -
	Animador 2D - 3D / Animación	1		$ -	$ -
	Consultor / Consultoría	1		$ 30,00	$ 30,00
	VALOR BRUTO POR MOD				**$ 30,00**

	TRANSPORTE *	Cantidad		V.U.	Subtotal
3	Gasolina	20		$ 2,00	$ 40,00
	Mantenimiento de auto	0		$ -	$ -
	Taxi	0		$ -	$ -
	Bus	3		$ 12,00	$ 36,00
	Envíos por correo	0		$ -	$ -
	Avión	3		$ 20,00	$ 360,00
	Viáticos chofer	0		$ -	$ -
	Mensajería	0		$ -	$ -
	Fletes	0		$ -	$ -
	SUB-TOTAL TRANSPORTE				**$ 436,00**

	Producción, modelos, prototipos *	Cantidad		V.U.	Subtotal
4	Machote, modelo, prototipos	0		$ -	$ -
	Impresiones (papel, cartulina)	30	Mega A3	$ 1,10	$ 33,00
	Terminados gráficos	6	Corte láser	$ 4,00	$ 24,00

	Digitalización	1	bordado	$	7,00	$ 7,00
	Planos impresos	0		$	-	$ -
	Láminas de presentación	0		$	-	$ -
	Empaques	2	Ploter	$	4,00	$ 8,00
	SUB TOTAL IMPRESIÓN Y PRODUCCIÓN DE MODELOS					**$ 72,00**

	EQUIPOS DE OFICINA (h)	*susceptible de descuento*	
5	Computador de escritorio	$	1.200,00
	Computador portátil	$	550,00
	Impresora	$	300,00
	Cámara fotográfica	$	600,00
	Monitor HD	$	250,00
	Tableta gráfica	$	300,00
	Scanner	$	200,00
	Disco duro externo	$	150,00
	Router	$	120,00
	Proyector de video	$	400,00
	Tablet	$	500,00
	Smartphone	$	400,00
	Teléfono fijo	$	50,00
	Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)	**$**	**5.020,00**
	Período de vida útil (en años)		3
	TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL	$	1.673,33
	Mensual	$	139,44
	Diaria	$	6,64
	Valor por Hora	$	0,83
	SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		**$ 464,81**

	MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA - INSTRUMENTOS DE USO DIARIO (h)		
6	Perforadora	$	9,20
	Grapadora	$	12,00
	Sello	$	5,00
	Estilete	$	5,00

	Tijeras	$	2,00
	Lápices de color	$	7,00
	Témperas	$	2,00
	Pinceles	$	5,00
	Rotuladores	$	10,00
	Resma de papel	$	4,00
	Cinta adhesiva	$	0,60
	Masquin	$	0,95
	Clips	$	1,80
	Tachuelas	$	2,30
	Carpetas	$	3,50
	Sobres	$	6,50
	Valor inicial (colocar el valor de todos los instrumentos)	**$**	**76,85**
	Período de vida útil (en años)		1
	TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL	$	76,85
	Mensual	$	6,40
	Diaria	$	0,21
	Valor por Hora	$	0,03
	SUB TOTAL MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA	**$**	**14,94**

7	**MUEBLES Y ENSERES (h)**		
	Escritorio de recepción	$	450,00
	Estación de trabajo	$	550,00
	Sillón de oficina	$	165,00
	Silla giratoria	$	55,00
	Mesa de reuniones	$	180,00
	Anaquel	$	220,00
	Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)	**$**	**1.620,00**
	Período de vida útil (en años)		5
	Depreciación anual	$	324,00
	Mensual	$	27,00
	Diaria	$	0,90

	Valor por Hora	$	0,11
	SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA	**$**	**63,00**

	ARRIENDO (h)	Factura	Diario	Hora		Subtotal
8	Valor	420	14	0,58	$	326,67
	SUB TOTAL DEPRECIACIÓN					**$ 326,67**

	Servicios Básicos	Planilla	Diario	Hora		Subtotal
9	Gastos de energía eléctrica	30	1,00	0,04	$	23,33
	Gastos de Agua	25	0,83	0,03	$	19,44
	Gastos de telefonía fija	20	0,67	0,03	$	15,56
	Datos y Voz	30	1,00	0,04	$	23,33
	Internet	30	1,00	0,04	$	23,33
	Alarma	40	1,33	0,06	$	31,11
	Seguro	40	1,33	0,06	$	31,11
	SUB TOTAL SERVICIOS				**$**	**167,22**

	RESUMEN				
1	**Honorarios profesionales**			**$**	**2.161,69**
2	**Mano de Obra directa**			**$**	**30,00**
3	**Transporte**			**$**	**436,00**
4	**Producción, modelos, prototipos**			**$**	**72,00**
5	**Equipos de oficina**			**$**	**464,81**
6	**Materiales e insumos de oficina**			**$**	**14,94**
7	**Muebles y enseres**			**$**	**326,67**
8	**Arriendo**			**$**	**326,67**
9	**Servicios básicos**			**$**	**167,22**
	SUB TOTAL PRESUPUESTO			$	4.000,00
	Experiencia del diseñador	0 % - 50 %	0%	$	-
	Impacto del proyecto (Bajo - Medio - Alto)	0% - 100 %	0%	$	-
	Imprevistos		10%		400,00
	TOTAL PRESUPUESTO			**$**	**4.400,00**

Total elaboración de los productos	$	2.970,00
Total presupuesto	$	4.400,00
Total del Proyecto de TFC	$	7.370,00

Se hace un análisis económico de cómo puede el proyecto aportar un valor extra a los productos de la artesana.

Tabla 18. Confrontación de precios

ACTUALIDAD			
ARTESANÍAS CARMEN ORERLLANA		COMPETENCIA DIRECTA	
PRODUCTOS (los precios varían dependiendo el material)	PRECIO ($)	PRODUCTOS	PRECIO($)
Macanas	30 - 200	**Macanas**	60 - 300
Bufandas	12 - 25	**Bufandas**	20 - 35
Capas	80	**Capas**	110
Carteras/Bolsos	30 - 40	**Carteras/Bolsos**	85
Ponchos	45	**Ponchos**	70
Corbatas	25	**Corbatas**	30
		Camisas	300
		Cobijas	300
		Zapatos	30
Mantillas	35 - 45		
Cinturón	3		

VALOR AGREGADO			
ARTESANÍAS CARMEN ORERLLANA		COMPETENCIA DIRECTA	
PRODUCTOS (los precios varían dependiendo el material)	PRECIO ($)	PRODUCTOS	PRECIO($)
Macanas	50 - 300	**Macanas**	60 - 300
Bufandas	20 - 35	**Bufandas**	20 - 35
Capas	100	**Capas**	110
Carteras/Bolsos	50 - 80	**Carteras/Bolsos**	85
Ponchos	60	**Ponchos**	70
Corbatas	30	**Corbatas**	30
		Camisas	300
		Cobijas	300
		Zapatos	30
Mantillas	35 - 50		
Cinturón	5		

La propuesta realizada para los productos de la artesana aporta un valor agregado hacia el cliente, por esta razón a nivel económico y de ventas se puede hacer una comparación de precios e igualarlos al de su competencia ya que en el sector en el que se encuentra por el momento lo exige. Sin embargo estos precios pueden ir variando en cuanto la marca adquiera una buena posición dentro del mercado nacional e internacional.

CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO

- Se concluye que la propuesta gráfica para la identidad de la artesana Carmen Orellana es aceptada por los consumidores de los productos tanto nacionales como extranjeros, ya que poseen las características necesarias para una buena comunicación y satisfacción de sus necesidades como se verificó en los resultados obtenidos de la encuesta para la validación.

- El material seleccionado es un factor importante que influye en la diferenciación de los productos de la artesana frente a su competencia a parte de la calidad de su trabajo que es resaltado por sus reconocimientos y premios que se incluyen en el material promocional.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El presente trabajo concluye con el desarrollo de la identidad gráfica para el taller de Carmen Orellana considerando las características del tejido ancestral Ikat, el entorno artesanal y las necesidades de la artesana y sus clientes.

- Después de realizar la investigación para el proyecto, se concluye que al utilizar los rasgos característicos de: el tejido Ikat, los productos del taller y de la artesana propiamente, se logra comprender los procesos artesanales y la importancia cultural que tienen para Ecuador. Además permitió establecer el concepto de diseño y línea gráfica adecuados para desarrollar la propuesta de diseño de acuerdo a los requerimientos del cliente y comitente.

- Una vez concluida la investigación y establecer los requerimientos de diseño, se desarrolló la identidad de la artesana Carmen Orellana y el diseño del sistema de objetos para los productos que fabrica. Se concluye que la jerarquización permite establecer niveles de importancia de las prendas siendo la más importante la macana. Se logra además unificar la línea gráfica para todas las piezas con el propósito que mejore la notoriedad en relación a la competencia y aporte en el posicionamiento de la imagen y mejora de ventas.

- Se concluye en la evaluación de la propuesta de diseño (en el capítulo 3), que la propuesta gráfica aporta al alcance del propósito del proyecto, la identidad se aplica a los productos y material promocional con el fin de ser reconocidos por los turistas nacionales y extranjeros como propios de Carmen Orellana, diferenciándolos de su competencia en cualquier exhibición, feria, etc. Con la identidad construida la artesana puede aprovechar al máximo las relaciones públicas al momento de salir en los diferentes medios de comunicación como revistas, periódicos, televisión, etc.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar periódicamente estudios de mercado para identificar nuevos grupos objetivos a nivel internacional e incluir textos de diferentes idiomas de ser necesario para lograr una mayor pertenencia de las prendas de Carmen Orellana.

- Se recomienda que al desarrollar nuevos productos por parte de la artesana, respetar la línea gráfica diseñada y mantener el estilo propuesto siguiendo los parámetros establecidos para que sigan perteneciendo al sistema.

- En una segunda etapa, una vez que se aplique el proceso de identidad, se recomienda a la artesana capacitarse en nuevas tecnologías de comunicación para ampliar el nivel de comunicación con sus clientes a nivel nacional e internacional.

- Para lograr el propósito del presente TFC, se recomienda realizar un trabajo interdisciplinario con Administración de Empresas y Marketing a partir de la propuesta de diseño.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBARRÁN Guillermo (2011): Diseño de identidad corporativa, Universidad de Londres (PDF).

- Aljure A. (2015): El plan estratégico de comunicación, Método y recomendaciones prácticas para su elaboración. UOC, Barcelona.

- Ambrose G. y Harris P. (2008): Formato, Bases del Diseño. Parramón , Barcelona.

- BIBLIOTE CA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales. Método histórico Lógico. Recuperado el 02 de mayo del 2015. http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/METODO%20LOGICO%20HISTORICO.htm

- Bruno Munari: *Diseño y comunicación visual, Gustavo Gili, Barcelona.*

- Capsule (2007): Claves del diseño: Logos. Gustavo Gili, Barcelona

- Carrión D. y Ruiz B. (S.A.), Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad

- Chaves N. y Belluccia R. (2006): La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos. Paidos Buenos Aires.

- CIDAP (2015): Quienes somos. Recuperado el 27 de abril de 2015. http://www.cidap.gob.ec/

- Costa J. (2010), El DirCom hoy: Dirección y Gestión de la comunicación en la nueva economía. Los componentes de la identidad.
- Deducción Inducción: Recuperado el 02 de mayo del 2015 https://school.carm.org/amember/files/critico-demo/2.00-Logica/02.04-deduccioneinduccion.htm

- El Mercurio: Dos gualaceñas con premio a la excelencia. Recuperado el 27 de abril de 2015. http://www.elmercurio.com.ec/446601-dos-gualacenas-conpremio-a-la-excelencia/#.VUEbfCF_Oko

- El comercio (2014). Historia del tejido Ikat. Recuperado el 27 de abril de 2015 http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/260931001692e58d-cea8-47e9-ab53-c6bd1585a17c

- Franky J. (2015): El Acto de diseñar... Entre otras quijotadas. Ecuador

- Gallego Fabio (2004): Aprender a generar ideas. Paido, España.

- Gil Victor. 2009, Coolhunting: El arte y la ciencia de descifrar tendencias. Urano, Barcelona España.

- Healey M. (2009), ¿Qué es el branding? El merchandising, el entorno y la señalización. Gustavo Gili, Barcelona.

- INEN: Reglamento técnico ecuatoriano RTE INEN 013, p. 2 Recuperado el 30 de noviembre de 2015. www.normalizacion.gob. ec/wp - content/uploads/downloads/2013/11/rte013.pdf

- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador (2015): Paños o Macanas de Gualaceo con la técnica del Ikat. Grafisum Ciia. Ltda. Cuenca.

- Jacno Marcel (2012): Anatomía de la letra. S/E, Quito – Ecuador.

- Mediana. L. (2011)Signos, símbolo y señal: Recuperado el 02 de mayo de 2015 http://www.monografias.com/trabajos36/signos-simbolos/signos-simbolos.shtml

- Moreno M. (2014): Tejido Ikat en Gualaceo. Análisis comparativo del tejido Ikat actual y ancestral. Cuenca.

- Morgan T (2004): Visual merchandising. Escaparates e interiores comerciales Gustavo Gili, Barcelona.

- Ortega R, (2008). Guía de imagen corporativa. El Logotipo.

- Rodgers P. y Milton A. (2011): Diseño de producto. Promopress. Londres.

- Rodríguez L. (2004). Diseño estrategia y tácticas. *Qué es el diseño*. Siglo XXI, Argentina.

- Pro Ecuador 2013: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, Análisis del sector artesanías. Recuperado el 29 de abril de 2015. http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2013_ARTESANIAS.pdf

- Pro Ecuador, 2015: Artesanías del Ecuador. Recuperado el 31 de mayo de 2015: http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/handcrafts/

- Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio María del Pilar(2010) de su libro “Metodología de la investigación”, Mc Graw Hill, México.

  .

- Teresa Pintado Blanco, Joaquín Sánchez Herrera (2013) Imagen corporativa: Influencia en la gestión empresarial.

- Un barrio responsable (2011) Diseño Corporativo. Definición. Recuperado el 02 de mayo del 2015. http://unbarrioresponsable.wordpress.com/2011/10/19/diseno-corporativo-definicion.

- UNESCO, 2014: Tradición la Familia Orellana, oriunda de la zona de Bulcay fue premiada por la calidad y la delicadeza de su trabajo. Recuperado el 27 de abril de 2015 http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/260931001692e58d-cea8-47e9-ab53-c6bd1585a17c

- UNESCO (2015): Sobre la UNESCO. Recuperado el 27 de abril de 2015. http://www.unesco.org/

- UNESCO/CCI "La Artesanía y el mercado internacional : comercio y codificación aduanera" Recuperado el 27 de abril de 2015

- Universidad Politécnica de Madrid. Análisis- síntesis Recuperado el 02 de mayo del 2015 http://innovacioneducativa.upm.es/competencias-genericas/formacionyevaluacion/analisisSintesis

- Vega M. (2009). Capitalización de recursos bibliográficos y web para tesis de licenciado en Diseño Conceptual en videojuegos Universidad Santo Tomás Chile.

Recuperado el 02 de mayo del 2015
http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090828192456AANpz0N

- Viajando por Ecuador (2014): *Técnica Ikat. Paño de Gualaceo* Recuperado el 27 de abril de 2015: http://www.viajandox.com/azuay/tecnica-ikat-pano-gualaceo.htm

- Xandró M. (1994): Grafología elemental. Herder, Barcelona.



ANEXOS

ANEXO 1: EL PROCESO HISTÓRICO DEL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR Y SUS RETOS ACTUALES.

Según Doris Solís Carrión (Carrión D. y Ruiz B. S.A. pág.: 21), aunque el turismo en Ecuador inicia su desarrollo moderno en los años 50 del siglo XX, es principalmente en las tres últimas décadas en que empieza a consolidarse como actividad económica y socio cultural de importancia. En el campo político, la creación de una instancia gubernamental el actual Ministerio de Turismo surge tan sólo hace catorce años (agosto 1992, MINTUR).

Hoy, el turismo representa para Ecuador la tercera actividad en importancia económica, luego del petróleo y el banano (sin considerar los ingresos de las remesas de los emigrantes). Implica un promedio de 700.000 visitantes extranjeros por año y alrededor de 800´000.000 de dólares americanos que ingresan al país por este concepto (MINTUR, 2006).

ANEXO 2: ARTICULOS RELACIONADOS

Dos gualaceñas con premio a la excelencia

Ecuador obtuvo seis de los 22 reconocimientos otorgados por la UNESCO, todos pertenecen a artesanos azuayos.

Unos maderos que sostienen las decenas de hebras de hilo de algodón mercerizado, fundas plásticas, paja plástica, un cuaderno con números y rayas en sus hojas que describen cada uno de sus diseños creados, los tintes de diversos colores y un banquito de madera, integran el modesto taller de Gladys Hernelinda Rodas Ulloa, artesana gualaceña que obtuvo este año un reconocimiento a la excelencia por parte de la UNESCO. (El Mercurio: Dos gualaceñas con premio a la excelencia. Recuperado el 27 de abril de 2015. http://www.elmercurio.com.ec/446601-dos-gualacenas-conpremio-a-la-excelencia/#.VUEbfCF_Oko)

La UNESCO premió a la macana azuaya

Sentadas en posición de loto sobre el piso de madera, en esa postura pasan más de cinco horas al día las hermanas Carmen y Ligia Orellana, para tejer las macanas, una prenda usada como chal cuya textura se ha empezado a incluir en el diseño de chaquetas y vestidos. Carmen y Ligia son oriundas de la zona de Bullcay, ubicada a la entrada del cantón Gualaceo en la provincia de Azuay. A inicios de este mes la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) premió a Carmen con el reconocimiento de Excelencia Artesanal, al considerar su trabajo de gran calidad y finura.

Esta artesana de 58 años cuenta que se decidió a última hora a participar en el concurso de la Unesco, que fue organizado por el Centro Interamericano de Artesanías Populares. Ella sonríe al recordar que los trámites de ingreso frenaron su decisión, pero finalmente fue parte del concurso con una colección de tres macanas tejidas en hilo fino, en telares con unos 150 años de historia.

Carmen y su hermana pertenecen a la quinta generación de una familia que se dedica a elaborar esta prenda típica del sector, cuya popularidad se ha extendido dentro y fuera del país y hoy forman parte del vestuario de famosas. Desde que tenía 5 años, Carmen ya estaba en medio de los hilos, telares y tintes. Con el tiempo aprendió y perfeccionó la técnica del Ikat: anudado de los hilos y el tejido con palos. En una estante de madera guarda envases con colores rojo, cardenillo, azul, fucsia y café, entre otros, para teñir las prendas. Por el tejido fino y la calidad de su producto, esta azuaya viajó a España, Italia, Venezuela, Suiza y Argentina, donde asombró con la delicadeza del tejido y la destreza en el uso del telar y las agujas. Para las hermanas Orellana, este premio es un reconocimiento a un trabajo que ha recibido más atención del mercado extranjero que del ecuatoriano.

Tejer una macana es una tarea de creatividad, perseverancia y paciencia. Se requiere agilidad en las manos para atar nudos y crear figuras de flores, animales y abstractas. Las prendas de la familia Orellana llevan en el hilo de seda su marca distintiva. Pero fue la utilización de fibra de penco lo que convenció al jurado del concurso para colocar en este arte nacional el sello de la excelencia. Sin embargo, pese al arduo trabajo que implica la elaboración de una macana, las ganancias de los artesanos son mínimas, como lo afirma Gladys Rodas, otra creadora de Gualaceo, quien también recibió un reconocimiento de la Unesco. (UNESCO (2014): T RADICIÓN LA FAMILIA ORELLANA, ORIUNDA DE LA

ZONA DE BULCAY FUE PREMIADA POR LA CALIDAD Y LA DELICADEZA DE SU TRABAJO. Recuperado el 27 de abril de 2015.)

ANEXO 3: CÁLCULO DE LA MUESTRA

Dado que Carmen Orellana recibe de entre 40 a 50 turistas al mes, se determina un universo de 540 turistas anualmente, lo cual da una muestra para el desarrollo de la encuesta a 60 personas.



ANEXO 4: ENCUESTA 1

ENCUESTA 1

El desarrollo de esta encuesta es para determinar las necesidades del grupo objetivo al que van dirigidas las prendas artesanales de Carmen Orellana.

1. Sexo M_ F_
2. Edad
   30 – 35
   36 – 40
   41 – 45
   46 – 50

3. Nacionalidad_____

4. ¿Gusta usted de las artesanías? Si__ No__

5. ¿Ha comprado artesanías basadas en el tejido Ikat? Si__ No__

6. ¿Le parece importante reconocer al artesano que elaboró las prendas?
   Si__ No__

7. Si el artesano posee una marca que lo diferencie de otros artesanos ¿Qué características debe tener?
   Elegante
   Pocos colores
   Varios colores
   Distinguida
   Similar a marcas de alta costura
   Similar a marcas artesanales

8. ¿Con que finalidad adquiere generalmente este tipo de prendas?
   Como regalo
   Ocasiones especiales
   Uso diario
   Como colección

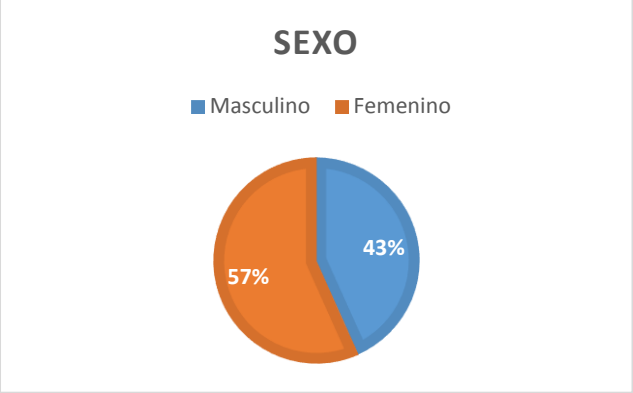
9. Al momento de adquirir el producto ¿Cree que es necesario un empaque?
   Si__ No__

10. ¿Para qué necesita este producto un empaque?
    Protección de la prenda
    Facilidad de transporte
    Facilidad de almacenamiento
    Promoción de la marca

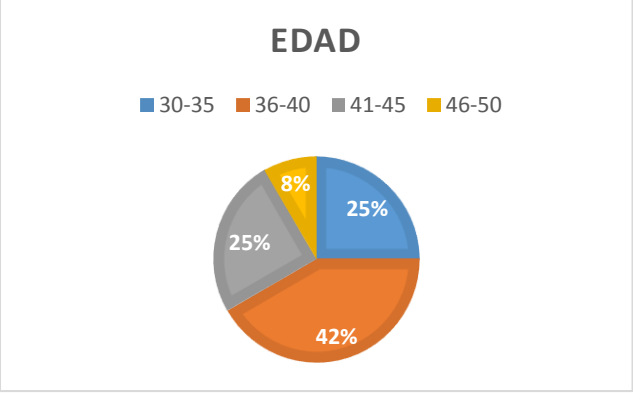
11. ¿Qué información cree usted es importante que se encuentre en el packaging?
    Producto ecuatoriano
    Calidad de la prenda
    Reconocimientos del artesano
    Información de la técnica
    Formas de uso y cuidados de la prenda
    Lugar de procedencia
    Logos de patrocinios

TABULACIÓN DE DATOS DE LA ENCUESTA 1

1. Se entrevistó a personas de sexo masculino y femenino, siendo en su mayoría mujeres.



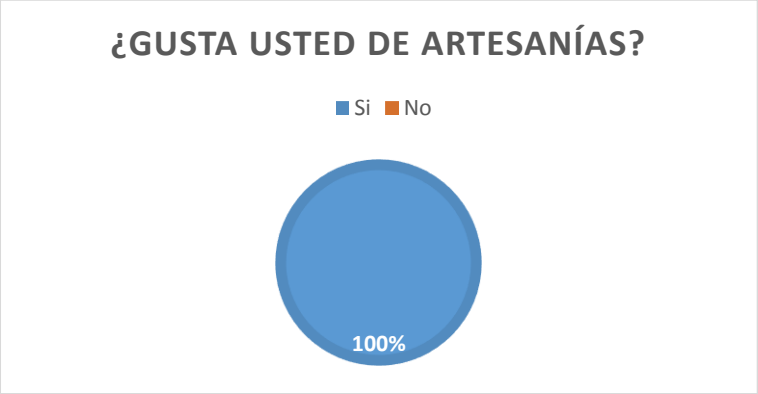
2. Del grupo entrevistado se determinó que la mayoría fueron de entre 36 a 40 años de edad, seguido por un grupo de 30 a 35 años y de 40 a 45 años con una minoría de 46 a 50 años.



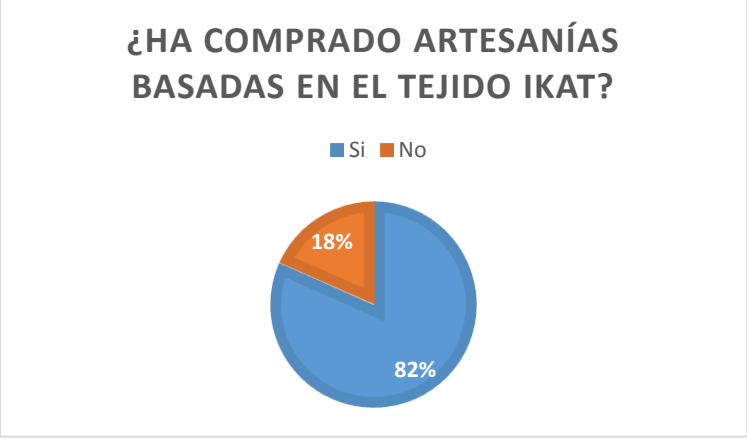
3. Se determinó que el grupo de entrevistados fueron 62% de ecuatorianos y 38% extranjeros provenientes de países como Inglaterra, Estados Unidos, México y Chile.



4. El 100% de los entrevistados gustan de artesanías



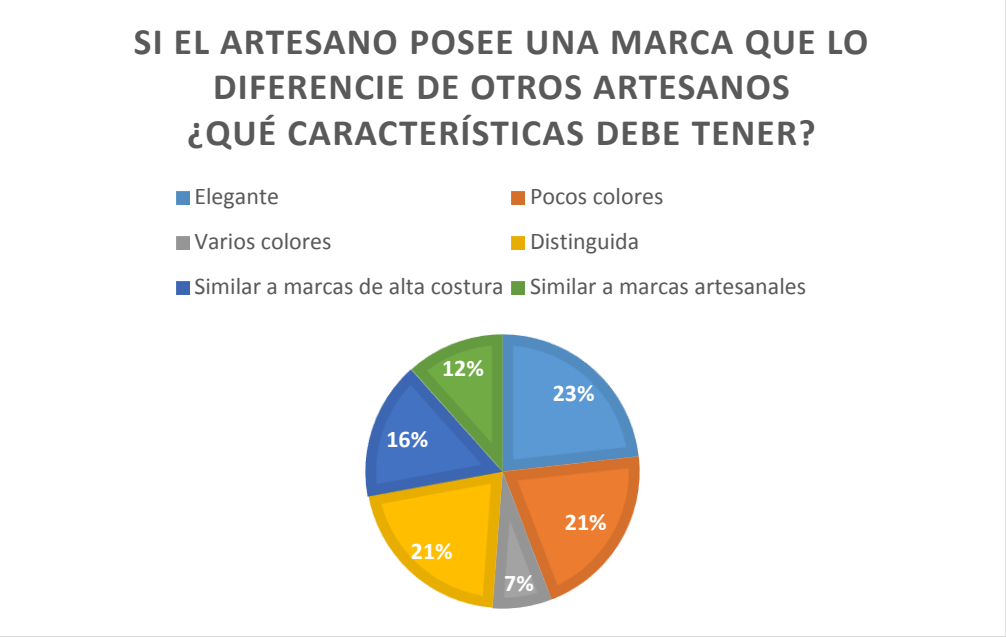
5. El 82% de los entrevistados ha adquirido ya una prenda con tejido Ikat, mientras que apenas un 18% no ha comprado ninguna prenda de este tipo aún.



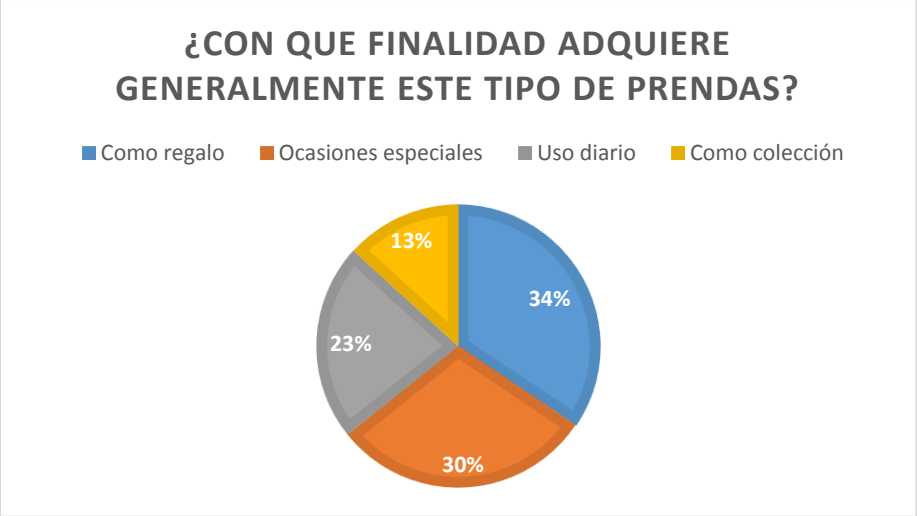
6. La mayor parte de los entrevistados afirma que es importante reconocer al artesano que elabora las prendas, mientras que un mínimo porcentaje opina lo contrario.



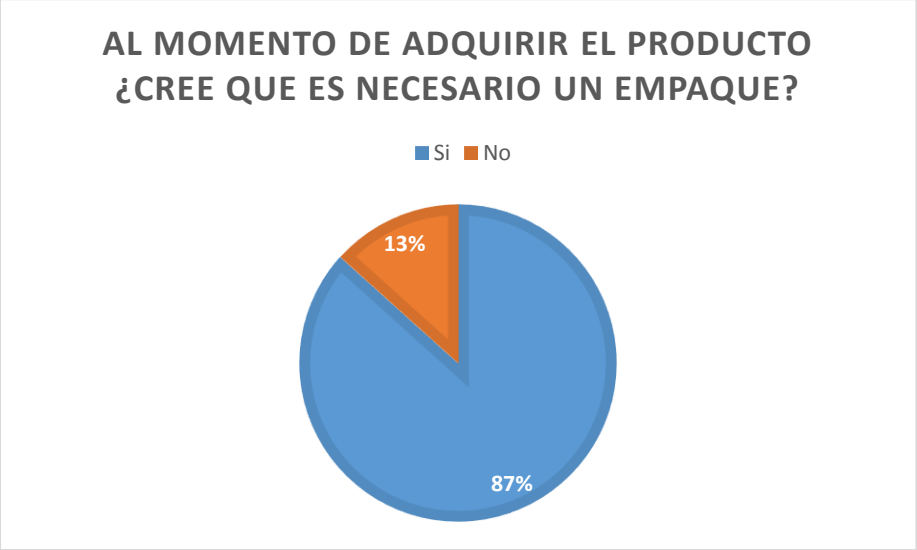
7. El grupo entrevistado afirma que si el artesano posee una marca esta debe ser elegante, distinguida, y debe tener poco colores, a pesar de ser una marca artesanal opinan que debe ser similar al de una marca de alta costura por su calidad y finura



8. La mayor parte del grupo entrevistado adquiere las prendas generalmente como obsequio y para uso de ocasiones especiales, sin embargo un 23% las utiliza de forma diaria y un 13% las compra como colección.



9. Un 87% del grupo entrevista afirma que es necesario adquirir el producto con algún tipo de empaque.



10. Se determinó que el empaque es importante para facilidad de transporte del producto al igual que para protección de la prenda, seguido de facilidad de almacenamiento y promoción de la marca



11. La mayoría sugiere que se debe saber que el producto es 100% ecuatoriano al igual que sus formas de uso y cuidados. Varios de los entrevistados dice que es importante reconocer los patrocinios, así como la calidad de la prenda. Y un grupo menos afirma que es importante saber sobre la técnica y lugar de procedencia.



ANEXO 5: ENCUESTA 2

ENCUESTA 2

El desarrollo de esta encuesta es para validar la satisfacción del grupo objetivo frente a la propuesta de identidad gráfica de la **artesana Carmen Orellana**.

1. Sexo M_ F_
2. Edad
   30 – 35
   36 – 40
   41 – 45
   46 – 50

3. Nacionalidad_____

4. ¿Qué características considera usted que posee ésta marca? (puede seleccionar más de una respuesta)

- ☐ Elegancia
- ☐ Femenina
- ☐ Artesanal
- ☐ Ancestral
- ☐ Calidad
- ☐ Exclusiva
- ☐ Tejido



5. ¿La marca propuesta le permite reconocer al artesano que elabora las prendas?
   Si__ No__

6. ¿Considera que la marca es similar a marcas de alta costura del mismo sector artesanal?
   Si__ No__

7. ¿Considera que ésta marca pueda formar parte de su entorno social?
   Si__ No__

8. ¿Cree conveniente que en el etiquetado se incluya información sobre la técnica del tejido Ikat?
   Si__ No__

9. Con respecto a los empaques (Bolsas y empaque para macana), ¿Cree usted que puedan ser útiles para entregarlos como empaque de regalo en ocasiones especiales de ser el caso?
   Si__ No__

10. Siendo el material de los empaques un producto ecológico, resistente al agua, aceites y grasa. Considera que éstos puedan: (puede seleccionar más de una respuesta)

- Proporcionar protección al producto.
- Transportar el producto de forma segura.
- Reducir los daños al medio ambiente.
- Reusarse para cualquier ocasión.

11. ¿Se puede distinguir en el etiquetado, empaques y percheros que es un producto Ecuatoriano?
    Si__ No__

12. ¿Considera usted que poner los reconocimientos nacionales e internacionales de la artesana así como patrocinios en empaques, etiquetas y material promocional hace que sus productos sean exclusivos y de calidad?
    Si__ No__

13. ¿Cree usted que es importante destacar el producto estrella (La Macana) con un empaque atractivo y único?
    Si__ No__

14. ¿Considera que la información incluida en el empaque del producto estrella es la necesaria para conocer los aspectos básicos sobre la técnica del Ikat y la Macana?
    Si__ No__

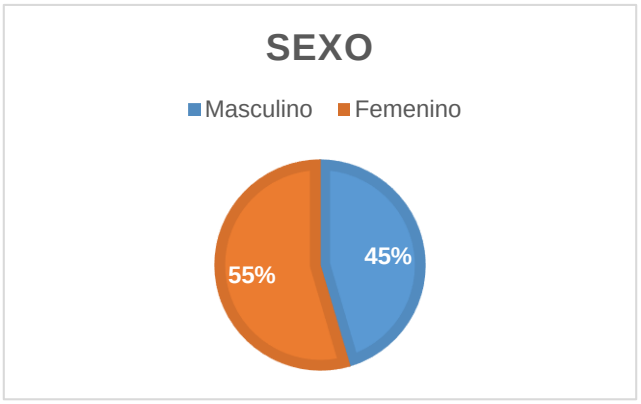
15. ¿Considera que la gráfica utilizada va de acuerdo con el aspecto artesanal y elegante de la Marca?
    Si__ No__

16. ¿Cree usted que el muestrario de colores y materiales propuesto facilita a la artesana y a usted a hacer su pedido?
    Si__ No__

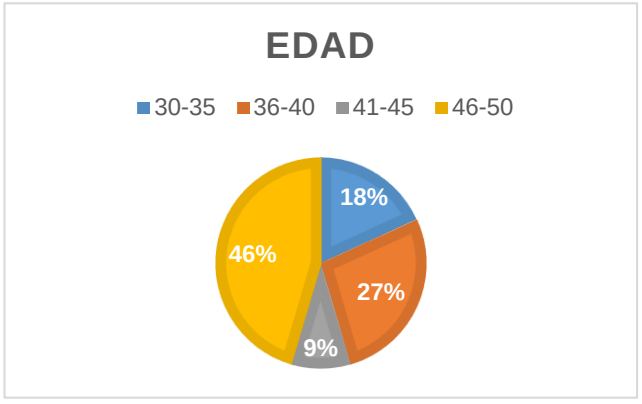
Gracias por su colaboración

TABULACIÓN DE DATOS DE LA ENCUESTA 2

1. Se entrevistó a personas de sexo masculino y femenino, siendo en su mayoría mujeres.



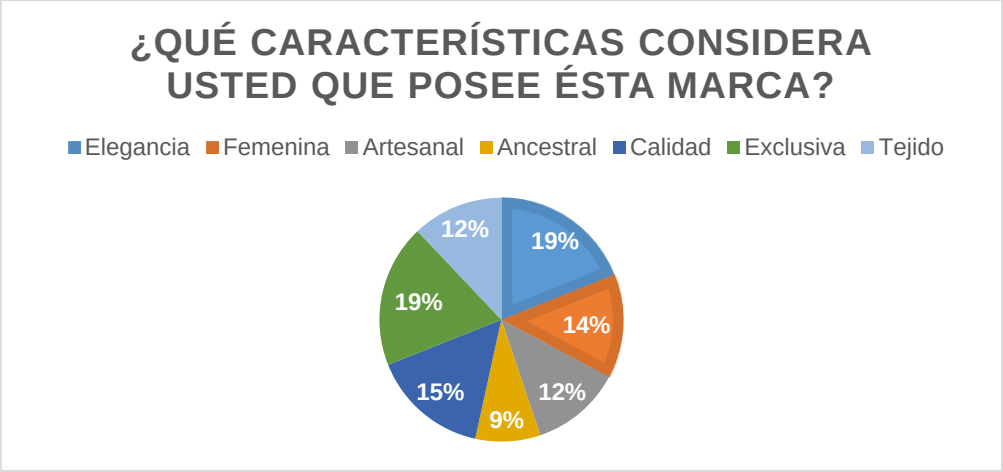
2. Del grupo entrevistado se determinó que la mayoría fueron de entre 46 a 50 años de edad, seguido por un grupo de 36 a 40 años y de 30 a 35 años con una minoría de 41 a 45 años.



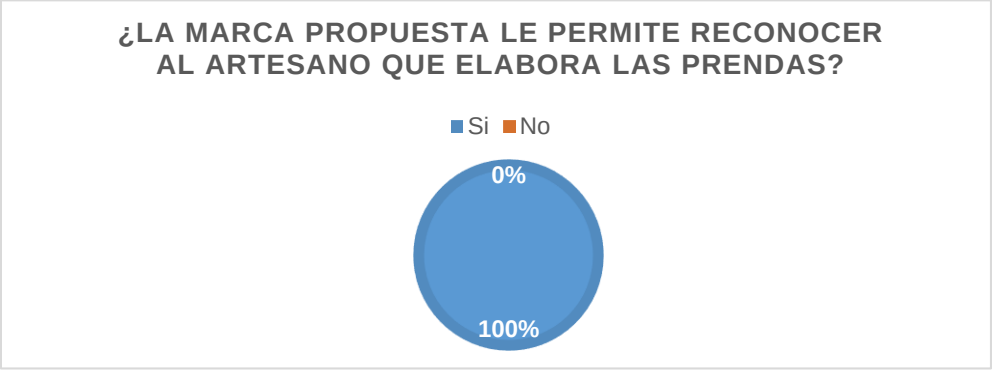
3. Se determinó que el grupo de entrevistados fueron en su mayoría ecuatorianos y los entrevistados extranjeros provenían de Estados Unidos y Argentina.



4. Las personas consideran que la marca es Elegante y Exclusiva, seguido por representar calidad y femineidad. Consideran también que la marca posee rasgos artesanales y reconocen el tejido como parte de la marca. Sin embargo un porcentaje pequeño reconoce lo ancestral en la maca.



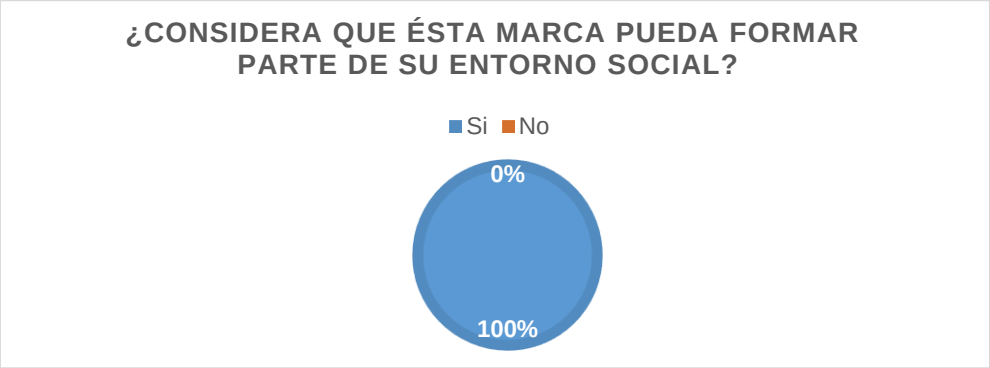
5. Todos los entrevistados afirman que la marca identifica al artesano que confección las prendas.



6. La gran mayoría de los entrevistados afirma que la marca es similar a marcas de alta costura dentro del sector artesanal, por lo que están de acuerdo con sus características.



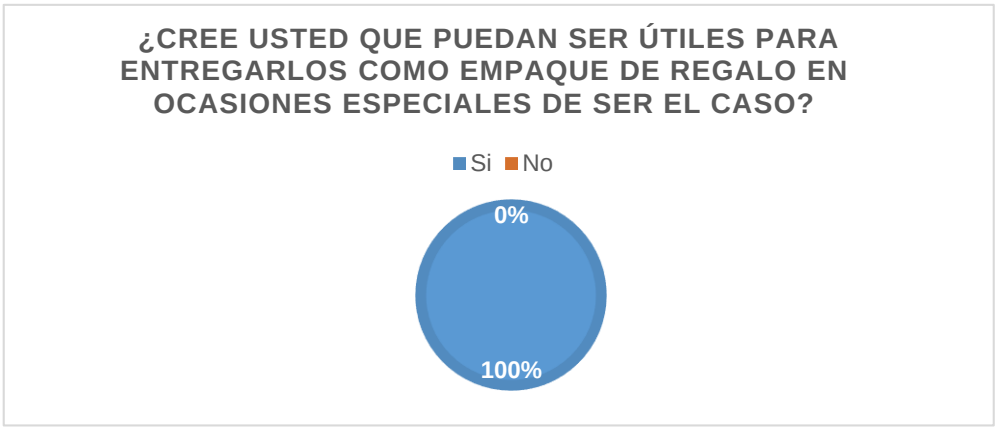
7. Los entrevistados en su totalidad afirman que esta marca puede formar parte de su entorno social debido a la elegancia que posee.



8. La totalidad de los entrevistados afirmaron que les parece muy conveniente saber algo de la técnica del Ikat al momento de adquirir el producto.

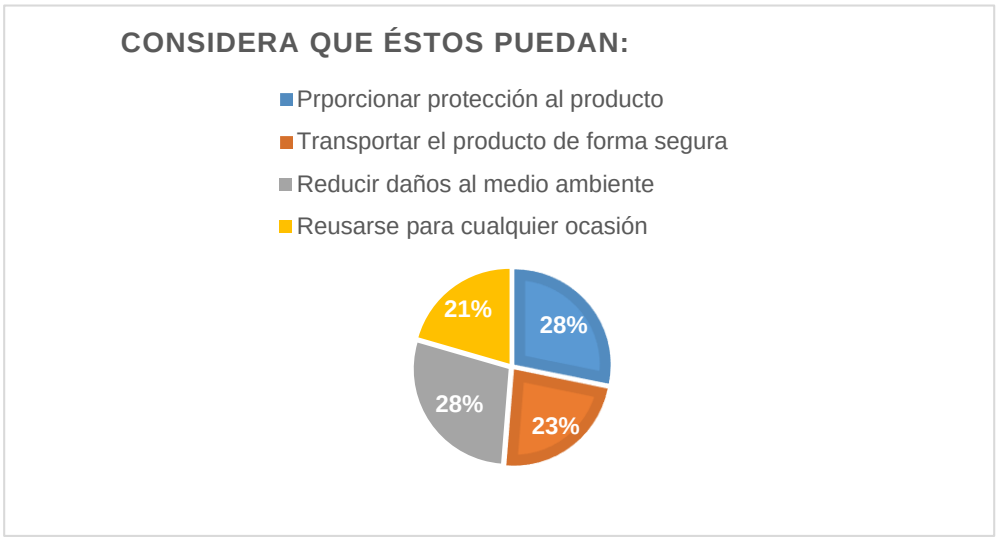


9. Con respecto a los empaques (Bolsas y empaque para macana), los entrevistados afirman que los empaques son útiles para entregar como regalo sin necesidad de gastar en otra envoltura adicional.

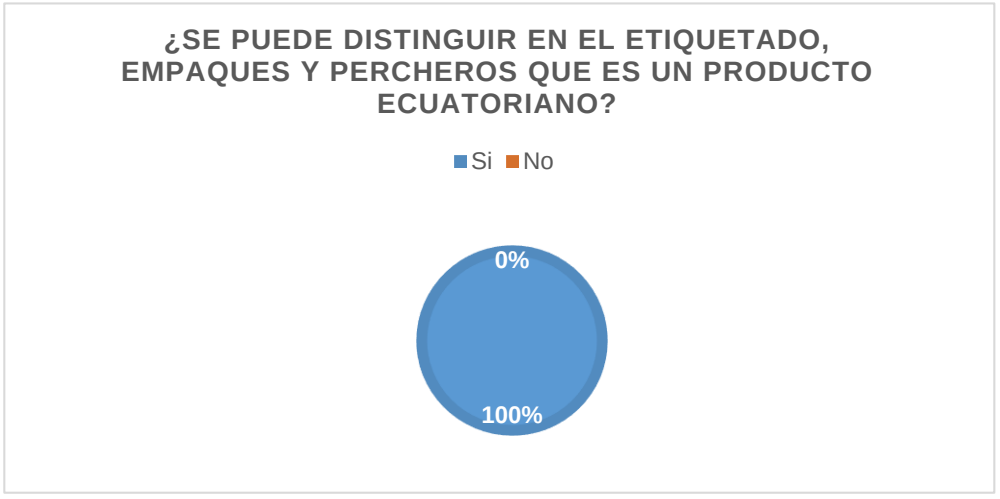


10. Siendo el material de los empaques un producto ecológico, resistente al agua, aceites y grasa. Los entrevistados en su totalidad consideran que el producto si proporciona protección y tomando en cuenta las características afirman también

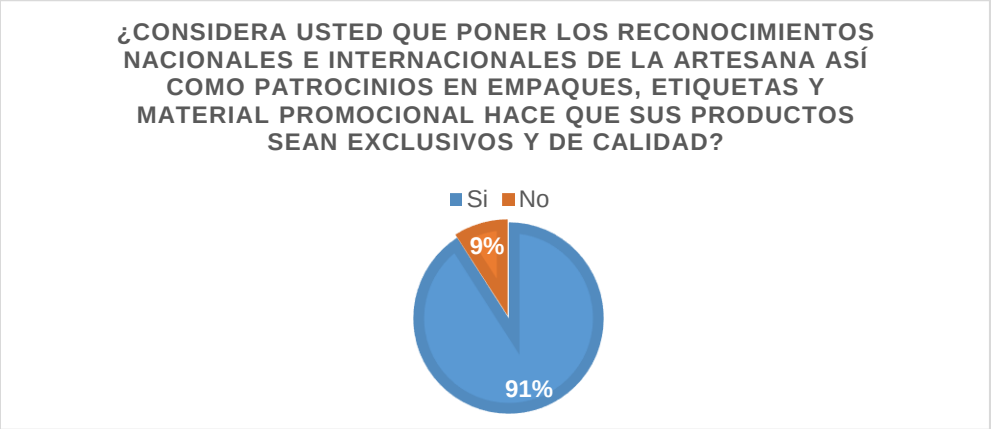
que reduce los daños ambientales. En su mayoría afirman que los empaques pueden transportar de forma segura el producto y reusarse para cualquier ocasión ya que es un material resistente.



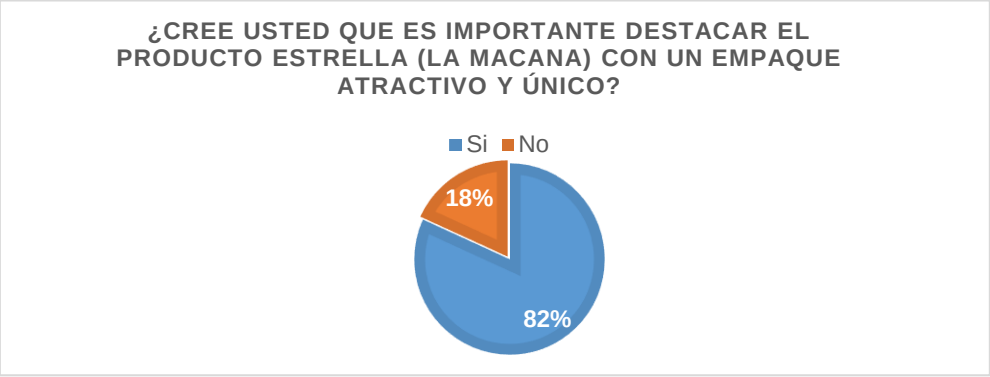
11. La totalidad de los entrevistados dice que es lo primero que ven al comprar un producto artesanal etiquetado, por lo que afirman que en cada producto observaron que es un producto ecuatoriano, ya sea por el logo de Mejor hecho en Ecuador o la cita Gualaceo-Ecuador que lleva cada producto.



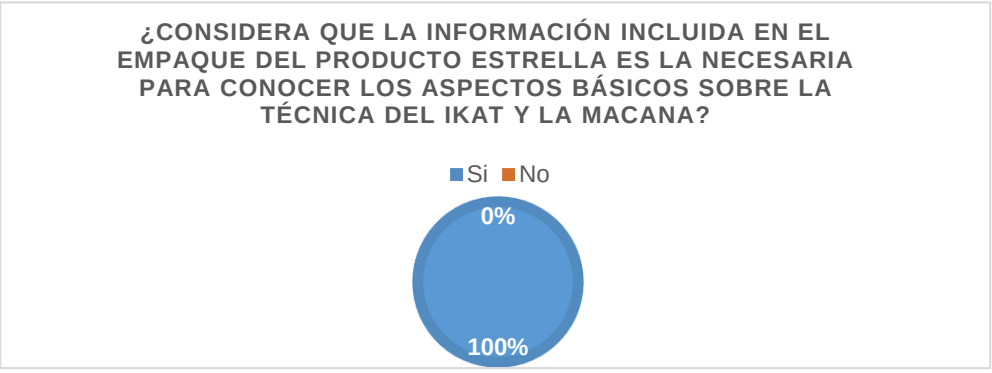
12. La gran mayoría de los entrevistados considera que al momento de poner reconocimientos, premios nacionales como internacionales de la artesana garantizan especialmente la calidad de las prendas y los hace exclusivos frente a su competencia.



13. La mayoría de los entrevistados afirma que el destacar el producto principal de la artesana es importante para mejorar sus ventas y resaltar su profesión de macanera.



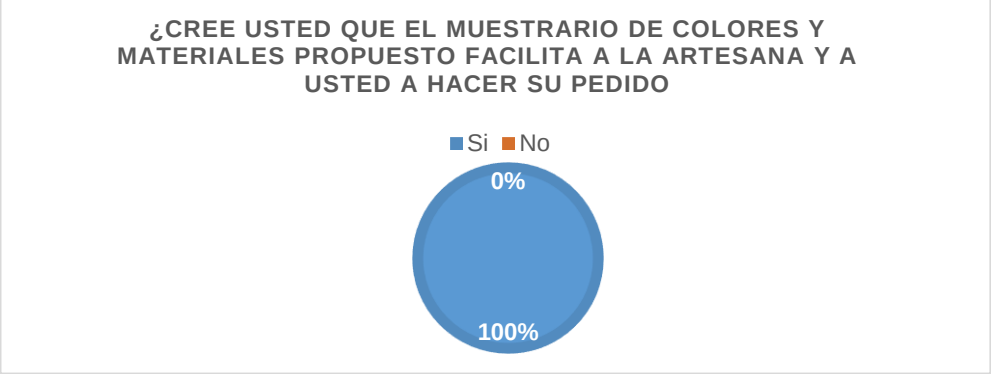
14. Los entrevistados afirman que la información incluida en el empaque es la necesaria para saber de qué se trata la técnica ancestral del Ikat, sin embargo se hiso un comentario para añadir información en inglés, la cual fue considerada para modificar la información en todos los productos presentados.



15. La gran mayoría de entrevistados afirma que la gráfica propuesta es detallada y artesanal y va acorde con la mayoría de las características de la marca.



16. Todos los entrevistados afirman que es una herramienta muy útil para facilitar la comprensión de los deseos del cliente hacia la artesana.



ANEXO 6: PINTURAS DE LA ARTESANA





