



Proyecto de Integración Curricular | Junio 2022

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTES**  
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
DISEÑO GRÁFICO

**SISTEMA GRÁFICO PARA PROMOCIONAR EL  
ATRACTIVO TURÍSTICO Y ARTESANAL EN LA  
PARROQUIA DE CALDERÓN UBICADA EN EL  
NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE  
QUITO**

AUTOR: DENNIS FABRICIO COLLAGUAZO CARRERA

DIRECTOR: MTR. XAVIER JIMÉNEZ

QUITO - ECUADOR

2022



---

# RESUMEN

Calderón es una parroquia cuya economía depende principalmente del turismo. Hace 10 años existían turistas extranjeros que llegaban a visitar la parroquia y admiraban las artesanías y demás lugares turísticos del sector. Sin embargo, debido a la falta de interés hacia estas figuras por parte de las nuevas generaciones, se ha producido la desaparición de un gran número de locales, provocando que Calderón salga de la ruta turística Quito- Otavalo. Este problema se ve agravado por diversos factores como el surgimiento de nuevas tecnologías o la falta de identidad propia que hacen que las artesanías dejen de ser atractivas para los propios habitantes y por ende para los extranjeros. (Carvajal, 2021)

Las autoridades han realizado convenios con empresas privadas y públicas para poder crear espacios donde se ofrezcan estos productos artesanales y potencia los. No obstante, a nivel gráfico no existen muchos productos que estén orientados hacia la promoción turística de Calderón y tampoco hacia el mazapán. Por esta razón es necesaria la intervención del diseño gráfico para crear un sistema de persuasión que apoye a motivar a los turistas a conocer la parroquia, especialmente a que conozca sobre las artesanías de mazapán, que son un patrimonio cultural con mucha historia detrás.

Se busca realzar la importancia de este oficio y sus productos, para poder repotenciar el eje turístico de Calderón. No solo se ayudará al sector artesanal, sino de manera indirecta a los diferentes negocios del área, pues aumentará el flujo de personas en la parroquia más grande del Ecuador. Al captar el interés de los turistas, se incrementará el número de locales artesanales, lo que ayudará a que Calderón se integre en las diferentes rutas turísticas de la ciudad.

---

# ABSTRACT

Calderón is a parish whose economy depends mainly on tourism. 10 years ago there were foreign tourists who came to visit the parish and admired the crafts and other tourist places in the sector. However, due to the lack of interest in these figures on the part of the new generations, a large number of stores have disappeared, causing Calderón to leave the Quito-Otavalo tourist route. This problem is aggravated by various factors such as the emergence of new technologies or the lack of identity that make handicrafts no longer attractive to the inhabitants themselves and therefore to foreigners. (Carvajal, 2021)

The authorities have made agreements with private and public companies to be able to create spaces where these artisanal products are offered and promote them. However, at a graphic level there are not many products that are oriented towards the tourist promotion of Calderón and neither towards marzipan. For this reason, the intervention of graphic design is necessary to create a system of persuasion that supports motivating tourists to get to know the parish, especially to learn about marzipan handicrafts, which are a cultural heritage with a lot of history behind it.

It seeks to enhance the importance of this trade and its products, in order to repower the Calderón tourist hub. Not only will the artisan sector be helped, but indirectly the different businesses in the area, as the flow of people in the largest parish in Ecuador resulted. By capturing the interest of tourists, the number of artisan shops will increase, which will help Calderón rejoin the city's different tourist routes.

# AGRADECIMIENTO

**E**n primer lugar, reconozco el apoyo y la guía de Dios durante toda mi carrera, lo que me han permitido cumplir todas mis metas. Expreso mi gratitud hacia toda mi familia, especialmente hacia mis padres y abuelos, quienes han sabido brindarme su apoyo, sus consejos y las herramientas para que esto sea posible, espero hacerlos sentir orgullosos de mí, así como yo lo estoy de ellos. De manera muy especial agradezco a mis padrinos, pues a pesar de la distancia, siempre han estado al pendiente de mí y me han sabido guiar en base a valores sólidos y con todo su apoyo incondicional.

Me siento honrado por contar con la colaboración de los docentes de la PUCE, al GAD de Calderón, al Dr. Galo Farinango y el gremio de MASARTE, durante la elaboración de este proyecto. Además, auguro los mejores deseos para mis amigos, quienes han sido parte fundamental en mi proceso de crecimiento profesional y personal.

Por último agradezco de manera muy especial a mi “Papá Gonzalo”, mi bisabuela “Mama Miche” y a mi tía Gypsi, sé que desde el cielo están y seguirán guiándome, este logro va especialmente dedicado a ustedes.

# Índice

## Introducción

Antecedentes.....	10
Hipótesis de trabajo .....	17
Objetivos.....	18

## 1. Descripción del caso y diagnóstico

1.1 Presentación del caso.....	20
1.2 Diagnóstico del Caso.....	21
1.3 Caracterización del usuario.....	42
1.4 Análisis tipológico.....	44
1.5 Definición del problema gráfico.....	52
1.6 Requerimientos de diseño gráfico.....	53

## 2. Desarrollo

2.1 Generación de la idea.....	57
2.2 Exploración de la forma (estilo).....	58
2.3 Evaluación de la forma y estilo gráfico.....	62
2.4 Desarrollo de prototipos.....	74
2.5 Evaluación de la propuesta.....	100

## 3. Producto final

3.1 Detalles técnicos y de producción.....	104
3.2 Estructura final del proyecto.....	112
3.3 Evaluación final.....	118

Conclusiones y recomendaciones.....	123
Bibliografía.....	125
Anexos.....	128

# Índice de figuras y tablas

<b>Figura 1</b> Portada IPANC.....	12	<b>Tabla 4</b> Análisis cartel el Danzante .....	35
<b>Figura 2</b> Artesanías, .....	13	<b>Figura 15</b> Foto cartel, El danzante, 2022.....	35
<b>Figura 3</b> Artesanías pez .....	14	<b>Tabla 5</b> Análisis Video Portal .....	37
<b>Figura 4</b> Árbol de problemas .....	15	<b>Figura 16</b> Screenshot del video.....	37
<b>Figura 5</b> Locales cerrados en centro artesanal.....	15	<b>Tabla 6</b> Análisis afiche El Caballito .....	39
<b>Figura 6</b> Facebook Gad.....	23	<b>Figura 17</b> Diálogos del mazapán 2 .....	39
<b>Figura 7</b> Post 1 .....	24	<b>Figura 18</b> Mapa de usuarios.....	43
<b>Figura 8</b> Post 2 .....	24	<b>Tabla 7</b> Análisis mapa de París Pop up .....	45
<b>Figura 9</b> Red Twitter.....	24	<b>Figura 19</b> Mapa París.....	45
<b>Figura 10</b> Página web GAD.....	25	<b>Tabla 8</b> Análisis libro.....	47
<b>Figura 11</b> Red Instagram.....	27	<b>Figura 20</b> Libro.....	47
<b>Tabla 1</b> Análisis Guía.....	28	<b>Tabla 9</b> Análisis afiche París .....	50
<b>Figura 12</b> Portada Calderón.....	28	<b>Figura 21</b> Post pinterest .....	50
<b>Tabla 2</b> Análisis Turismo .....	31	<b>Figura 22</b> Mapa de puntos de contacto.....	53
<b>Figura 13</b> Día del turismo.....	31	<b>Figura 23</b> Mapa conceptual.....	59
<b>Tabla 3</b> Análisis banner MASARTE.....	34	<b>Figura 24</b> Mapa de pensamiento irradiante .....	60
<b>Figura 14</b> Banner Facebook MASARTE.....	34	<b>Figura 25</b> Asociación de ideas forzadas .....	60

<b>Figura 26</b> Moodboard 1.....	63	<b>Figura 44</b> Afiche con error.....	74
<b>Figura 27</b> Moodboard 2.....	63	<b>Figura 45</b> Boceto información.....	75
<b>Figura 28.64</b> Moodboard 3.....	64	<b>Figura 46</b> Frasas persuasivas.....	76
<b>Figura 29</b> Sprint Caballo.....	65	<b>Figura 47</b> Colores cálidos.....	77
<b>Figura 30</b> Sprint Perla.....	65	<b>Figura 48</b> Amarillo.....	77
<b>Figura 31</b> Sprint metáforas.....	66	<b>Figura 49</b> Rojo.....	77
<b>Figura 32</b> Sprint metáforas 2.....	66	<b>Figura 50</b> Jura.....	79
<b>Figura 33</b> Foto referencia.....	67	<b>Figura 51</b> Nunito.....	79
<b>Figura 34</b> Kit de piezas.....	67	<b>Figura 52</b> Fuente mapa.....	80
<b>Figura 35</b> Foto e ilustración.....	68	<b>Figura 53</b> Fuente afiche.....	80
<b>Figura 36</b> Base dibujo.....	69	<b>Figura 54</b> Bocetaje colibrí.....	82
<b>Figura 37</b> Ilustración.....	69	<b>Figura 55</b> Diagramación.....	82
<b>Figura 38</b> Payaso.....	70	<b>Figura 56</b> Recorte colibrí.....	83
<b>Figura 39</b> Campesino.....	70	<b>Figura 57</b> Foto colibrí.....	83
<b>Figura 40</b> Caballo.....	71	<b>Figura 58</b> Montaje colibrí.....	83
<b>Figura 41</b> Señora.....	71	<b>Figura 59</b> Bocetaje Chagra.....	84
<b>Figura 42</b> Fuentes.....	72	<b>Figura 60</b> Diagramación 2.....	84
<b>Figura 43</b> Validación1.....	74	<b>Figura 61</b> Recorte caballo.....	85

<b>Figura 62</b>	<b>Figura 80</b>
Foto caballo ..... 85	Líneas de corte..... 93
<b>Figura 63</b>	<b>Figura 81</b>
Montaje caballo ..... 85	Prueba de impresión ..... 94
<b>Figura 64</b>	<b>Figura 82</b>
Muñe boceto ..... 86	Edición ..... 95
<b>Figura 65</b>	<b>Figura 83</b>
Diagramación 3..... 86	Doménica..... 95
<b>Figura 66</b>	<b>Figura 84</b>
Foto muñeca ..... 87	Bocetos diagrama ..... 96
<b>Figura 67</b>	<b>Figura 85</b>
Montaje muñeca ..... 87	Post diagrama ..... 96
<b>Figura 68</b>	<b>Figura 86</b>
Recorte muñeca..... 87	Patrón vectorizado..... 97
<b>Figura 69</b>	<b>Figura 87</b>
Diagramación 4..... 88	Patrón final 1 ..... 97
<b>Figura 70</b>	<b>Figura 88</b>
Boceto tortuga ..... 88	Patrón final 2 y cromática..... 97
<b>Figura 71</b>	<b>Figura 89</b>
Recorte tortuga..... 89	Animación..... 98
<b>Figura 72</b>	<b>Figura 90</b>
Montaje tortuga..... 89	Boceto animación..... 98
<b>Figura 73</b>	<b>Figura 91</b>
Foto tortuga ..... 89	Animación proceso ..... 99
<b>Figura 74</b>	<b>Figura 92</b>
Bocetaje búho..... 90	Animación final..... 99
<b>Figura 75</b>	<b>Figura 93</b>
Diagramación 5..... 90	Animación sonido..... 99
<b>Figura 76</b>	<b>Figura 94</b>
Foto búho..... 91	Evaluación 2..... 101
<b>Figura 77</b>	<b>Figura 95</b>
Montaje búho..... 91	Mockup 1..... 104
<b>Figura 78</b>	<b>Figura 96</b>
Recorte búho ..... 91	Mockup 3..... 105
<b>Figura 79</b>	<b>Figura 97</b>
Mapa estructura..... 93	Mockup 2 ..... 106

<b>Figura 98</b>	
<i>Artivive</i> .....	107
<b>Figura 99</b>	
<i>Mockup 5</i> .....	107
<b>Figura 100</b>	
<i>Mockup 6</i> .....	108
<b>Figura 101</b>	
<i>Troquel</i> .....	109
<b>Figura 102</b>	
<i>Mockup 7</i> .....	109
<b>Figura 103</b>	
<i>Troquel patrón</i> .....	110
<b>Figura 104</b>	
<i>Mock up Patrón</i> .....	111
<b>Figura 105</b>	
<i>Mockup 8</i> .....	112
<b>Figura 106</b>	
<i>Mock up Mapping</i> .....	112
<b>Figura 107</b>	
<i>Mockup 9</i> .....	113
<b>Figura 108</b>	
<i>Mockup 10</i> .....	115
<b>Figura 109</b>	
<i>Mockup 11</i> .....	116
<b>Figura 110</b>	
<i>Mockup cebra</i> .....	116
<b>Figura 111</b>	
<i>Mockup mapping</i> .....	117



## Introducción

## Antecedentes

La desaparición de algunos aspectos culturales relacionados con los saberes ancestrales es un problema de todos los países que conforman Latinoamérica y existen diversos factores a lo largo de la historia que han influido en la aceptación cultural por parte de sus habitantes. Entre ellos se destacan la colonización, la revolución tecnológica y la globalización, factores que han afectado principalmente a países con poco avance tecnológico. Con la colonización se produjo la primera etapa de la llamada “pérdida étnica”, pues se impuso nuevas doctrinas y costumbres que desplazaron a las ya existentes. Esto ha producido que algunas tradiciones desaparezcan, aunque aún existen referentes, como México, que luchan por mantener de su cultura. Por esta razón, naciones más pequeñas como Ecuador debe tomar como referencia a estos países para potenciar su identidad cultural. (Brenes, 2016)

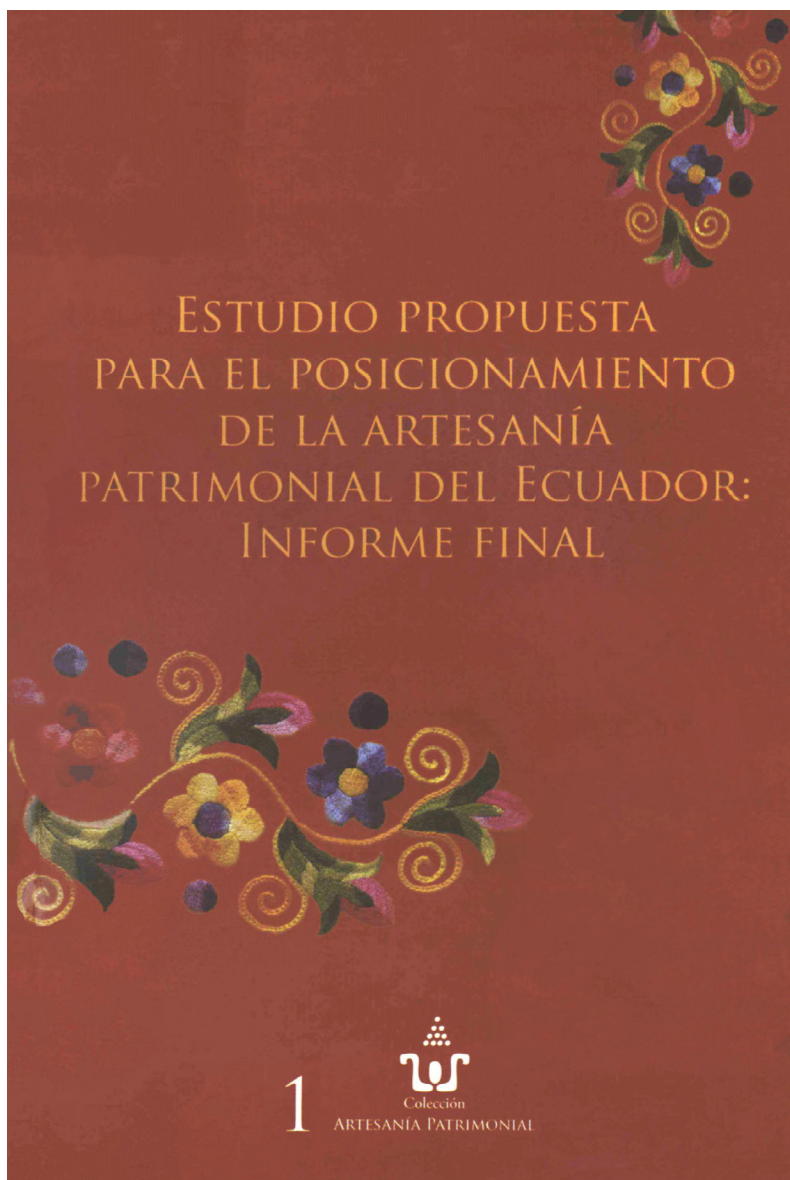
La globalización, ha provocado la “construcción deconstructora” de la cultura, que se ve reflejada a nivel internacional. Este proceso ha permitido un enriquecimiento en cuanto a conocimientos, pero también provoca una ruptura con lo “nuestro”. Las nuevas generaciones empiezan a identificarse con factores “ajenos”, como canciones, personajes o costumbres, haciendo que se desvinculen de sus raíces ancestrales. Según Silvia Martínez, la exclusividad cultural de cada país se va a perder, pues ahora podemos encontrar los productos de una nación producidos en otro lado. Un ejemplo son los “sombros de paja toquilla”, autóctonos del Ecuador, pero que ahora se comercializan en otros países bajo el nombre de “panama hats” y, por consiguiente, las generaciones presentes, van perdiendo el interés hacia su cultura. Estos problemas se agrava con situaciones que afectan a los oficios culturales, cómo lo sucedido con la pandemia del COVID-19. (Brenes, 2016) (Ramos, 2012)

Las medidas tomadas a nivel internacional por la crisis sanitaria del COVID-19, provocó la eliminación del turismo a gran escala, afectando a los pequeños y medianos artesanos, ya que su estabilidad económica, estaba directamente vinculada al sector turístico extranjero. Como ellos mencionan, las personas externas, ya sean de otras zonas del país o extranjeras, aprecian más la cultura que los propios ciudadanos del sector. Con esto se ve reflejada la falta de identidad que tienen las personas, especialmente en países del cono sur. (Sputnik, 2021)

Todos estos factores que determinan la pérdida cultural de un país han generado consecuencias como la homogeneidad de lugares, pues varios países se acaban pareciendo por mantener costumbres muy semejantes. La pérdida étnica es la más grave de todas, pues engloba al idioma natal, costumbres, religiones, artesanías o vestimentas de una zona. Esta consecuencia es la que más se presenta en la región. Los jóvenes tienden a parecerse a los estereotipos extranjeros, siendo una parte evidente, el desprecio o la discriminación que existe hacia lo autóctono de su país de origen. Los últimos factores producen que las costumbres ancestrales se vean opacadas y estereotipadas como algo malo o sin importancia. (El Mundo, 2016)

Dentro de la globalización, las redes sociales como Facebook, han generado que los jóvenes se sientan atraídos hacia las nuevas tecnologías, dejando de lado los oficios, juegos y actividades tradicionales. Un estudio global, muestra que el 50% de los adolescentes se considera adicto a la tecnología y a los nuevos medios. Esto se ve determinado por las facilidades y novedades que tienen estos medios, como la posibilidad de observar videos o la realidad aumentada, que provocan mayor interés en los usuarios. Sobre la base de estas cifras se sugiere empezar a promocionar la cultura artesanal y la tradición a través de la tecnología, pero sin hacer que pierda su esencia, sino adaptándola de tal manera que cautive a las nuevas generaciones. (El País, 2018)

En relación a lo anteriormente mencionado, se realizó en el 2010 un informe por parte del Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural (IPANC), que buscaba el posicionamiento de la artesanía ecuatoriana. Realizaron una investigación exhaustiva de las leyes que favorecen a la protección de la cultura y las que no, para poder proponer las suyas. En este proyecto tomaban en cuenta a todos los artesanos, para garantizar un trabajo digno para ellos, pero que aún no cubre la totalidad de las necesidades que tienen. Según estas leyes, algunas empresas optaron por exportar estos productos pero disminuyendo su valor, debido a que fueron industrializados, dejando todo el contexto cultural y transformándolo solamente en un sticker, un nombre o un objeto de moda sin sentido. (IPANC, 2010)



**Figura 1**

Portada IPANC, Autor: IPANC, 2010

Nota. Tomado de [https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio\\_view.php?bibid=136776&tab=opac](https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio_view.php?bibid=136776&tab=opac), 2010.

Así como existen empresas que han afectado al sector artesanal, quitando toda su historia, existen otras que están orientadas a cumplir el objetivo N°8 de las ODS “Trabajo Decente y Crecimiento Económico”. Un ejemplo es el proyecto “Herramientas Digitales para la Artesanía”, vinculado a la Campaña Global Companies 4SDG’s y que fue llevada a cabo por Movistar Ecuador. En este proyecto se unieron 50 artesanos, informándoles sobre diversas herramientas tecnológicas que podían facilitar sus oficios, como el manejo de excel o el uso de redes sociales para comercializar. Con este proyecto los diferentes artesanos, – incluidos unos pocos que elaboran las figuras de mazapán – generan un producto novedoso y que podría llegar a tener mayor impacto. (Movistar, 2018)

Las artesanías de Calderón elaboradas con la técnica del mazapán promocionan el sector turístico de la parroquia. Son elaborados con maicena, goma, agua y colorantes de colores muy vibrantes, tienen su origen en el Día de los Difuntos, que se festeja cada 2 de noviembre. Los moradores del territorio se reunían en los cementerios y llevaban guaguas de pan acompañadas de colada morada para compartir con sus familiares fallecidos y el resto de su familia. La Sra. Margarita Povea – precursora de estas artesanías – “inmortalizó” esta tradición a través de las figuras de mazapán. Su trabajo obtuvo su reconocimiento el 17 de mayo del 2018, cuándo la Asamblea decidió catalogarla como Patrimonio Cultural Intangible del Ecuador. (Izquierdo, 2017) (El Telégrafo, 2018)



**Figura 2**

Artesanías,

Autor: Dennis Collaguazo, 2022



**Figura 3**

*Artesanías pez,*

*Autor: Dennis Collaguazo, 2022*

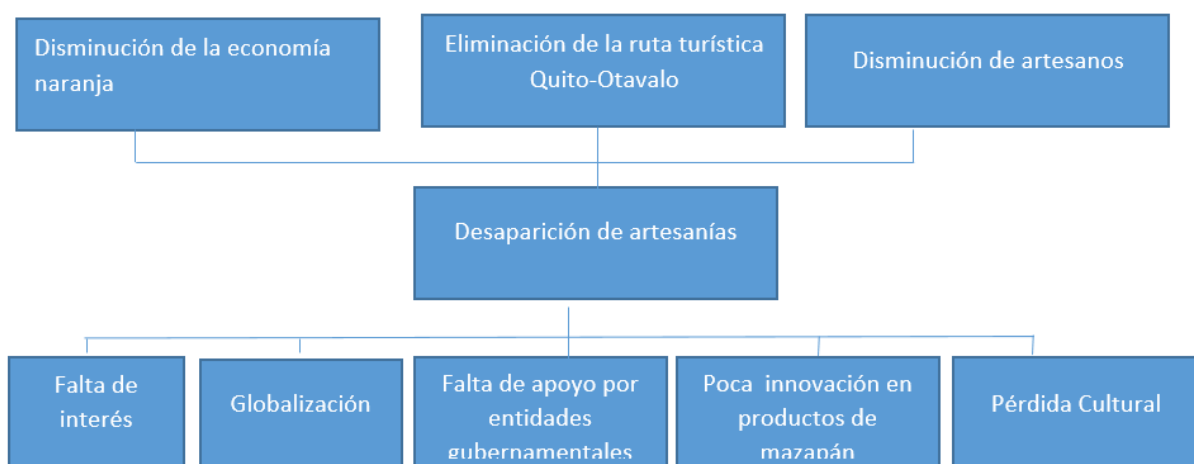
El señor José Carvajal – artesano del sector – comenta que el oficio artesanal fue transmitido en los moradores de Calderón, lo cual motivó a recibir el apoyo de la Organización Comercial Ecuatoriana de Productos Artesanales (OCEPA). Ellos potenciaron a Calderón como referente turístico debido a sus productos artesanales – como se puede ver en la figura 2 y 3 – y les facilitaron la oportunidad de agruparse con otros artesanos del país que trabajaban con madera, textiles o cuero. Esta unión facilitó la expansión comercial del gremio, ya que se organizaban ferias externas a la parroquia, lo que incrementó el reconocimiento de las figuras calderonenses. (Carvajal, 2021)

El oficio del mazapán se ha ido perdiendo debido a las nuevas tecnologías que provoca un desinterés por lo autóctono y por esta razón los artesanos se unieron y formaron la Unión Artesanal de Productores Progresistas de Mazapán en 1990. El objetivo es proteger su patrimonio, sin embargo, cada vez ha ido desapareciendo los negocios de este oficio dando paso a locales comerciales de ropa, celulares o electrodomésticos. Un ejemplo es el negocio artesanal “el Danzante” que, debido a la falta de ventas, redujo su local y rentó para almacenes de electrodomésticos. Como se aprecia en la figura 4 existen locales cerrados dentro del centro artesanal y a lo largo de la Av. Carapungo, donde anteriormente existían aproximadamente 12 locales y actualmente quedan únicamente 3. (Cedeño, 2021)



**Figura 4**  
 Locales cerrados en centro  
 artesanal ,  
 Autor: Dennis Collaguazo,  
 2021

El Centro Comercial Portal Shopping trajo una nueva oportunidad para el sector parroquial y no solo benefició a los negocios aledaños; sino que facilitó la venta de las artesanías. Se han realizado exposiciones artesanales en el centro comercial que ayudan a la venta de los productos de Calderón. Se les otorgó la decoración de la estación navideña del año 2020 y 2021, promocionando el valor cultural que tienen las figuras. Estos proyectos son un claro ejemplo de como a través de la colaboración de empresas privadas y públicas se pueden lograr objetivos comunes, que ayuden a fortalecer la identidad cultural de Calderón. (Cero latitud, 2021)



**Figura 5**  
 Árbol de problemas, Autor: Dennis  
 Collaguazo, 2021

Según el árbol de problemas - Figura 5 - se identifica las causas que ocasiona la desaparición de las artesanías, lo cuál genera la disminución de la economía naranja, eliminación de las rutas y la disminución de artesanos, problemas que han sido anteriormente explicados.

Basados en el actual Plan Nacional de Desarrollo este proyecto se relaciona con el eje social y al tratarse de un material que fomente a la cultura del país se relacionaría directamente con Economía Naranja y Cultura. El proyecto busca fomentar la actividad artesanal del mazapán y dar a conocer la cultura de la parroquia a turistas nacionales para garantizar la preservación de las figuras de mazapán. Antes existían alrededor de 2000 artesanos que posicionaban a la parroquia cómo un punto turístico de Quito. Hoy en día solo quedan unos 30 artesanos de mazapán, lo cual genera la desaparición de Calderón en el “mapa turístico”. Potenciar a la economía naranja ayuda directamente a los artesanos, pues recibirán un reconocimiento justo y acorde a su labor. (Gobierno del Encuentro, 2021) (Carvajal, 2021)

Realizar un proyecto dirigido hacia un público extenso, junto otras actividades por parte del gobierno, garantiza la promoción de la profesionalización y empleo digno de estos artistas calderonenses y se fortalecerá la imagen cultural de Calderón. Al promocionar este sector se genera una activación que en términos económicos de este gobierno se denomina “economía naranja”. Este plan involucra la generación de acciones de fondo para rescatar y fomentar las actividades culturales que favorezcan a la economía de un sector, en este caso de Calderón. Al fomentarse este oficio se podrían aumentar el número de locales artesanales para poder reposicionar a Calderón como punto turístico y así generar mejores ingresos a los artesanos e incluso a otros sectores económicos de la zona.

Este proyecto está relacionado con el objetivo número 8 de la ONU “trabajo decente y crecimiento económico”, ya que al incentivar y fortalecer la cultura de la parroquia ayudaremos a que se reactive el turismo del sector. Por otro lado se da a conocer los productos de estos artesanos, lo que ayuda por un lado a recuperar un patrimonio cultural y a su vez mejorar sus ventas. Dar a conocer el trabajo arduo que existe detrás de este oficio garantiza un mayor interés por parte de la población. Por consiguiente, se promueve el respeto por el valor de sus productos, que en la mayoría de los casos es menospreciado. (Organización de las Naciones Unidas, 2018) (Gobierno del Encuentro, 2021)

Según las nuevas tendencias del diseño el proyecto se orienta hacia la tendencia de “Uniendo experiencias digitales y físicas”. Se ve pertinente el apoyo por parte del área del diseño para generar un material que involucre las partes antes mencionadas, pues eso hace que los calderonenses se adapten a esta nueva realidad. Al realizar este tipo de proyectos transmedia se puede acceder hacia un público más amplio, teniendo así una mayor oportunidad de dar a conocer las artesanías. La mezcla de productos análogos y físicos resulta más atractiva y permite brindar mayor información al público y de manera más didáctica.

## Hipótesis del trabajo:

Para poder enfrentar el problema de la debilidad cultural y poco interés por las artesanías que existe en la parroquia se propone el desarrollo de productos gráficos que apoye a promocionar las artesanías de Calderón, lo que permitirá dar a conocer este oficio y aumentar los visitantes en el sector.

# Objetivos

## Objetivo General:

El proyecto busca fomentar la actividad artesanal del mazapán y dar a conocer la cultura de la parroquia a turistas nacionales para garantizar la preservación del patrimonio cultural.

## Objetivos Específicos:

- 1- Identificar el valor de las figuras de mazapán que tiene para los artesanos y miembros del GAD, usándolos como insumos para la propuesta gráfica físico-digital.
  
- 2- Diseñar un sistema gráfico de promoción turística con un alto nivel de representación cultural, correspondiente a Calderón, que facilite la identificación y reconocimiento de la parroquia por su valor cultural.
  
- 3- Comprobar que los comitentes y usuarios logren identificar el valor artesanal que tiene la parroquia de Calderón y se logre construir una expectativa para visitar la parroquia y adquirir las artesanías.



# 1

## Descripción del caso y diagnóstico

## 1.1 Presentación del caso

El proyecto se lleva a cabo en la parroquia rural de Calderón – la más grande del Ecuador – y ubicada al noroccidente de la ciudad de Quito. Para la obtención de un buen resultado se trabaja directamente con el GAD de Calderón y adicionalmente se recibirá una colaboración por parte de MASARTE (Gremio de artesanos).

Calderón en un inicio se llamó “Carapungo”, viniendo del vocablo kichwa, que significa “Entrada de los Karas” (pueblo Inca), pero una vez que fue declarada parroquia asumió el nombre de Calderón, en honor a Abdón Calderón – héroe de la independencia del Ecuador –. En ese entonces esta parroquia dependía especialmente de la comercialización de productos artesanales. Hoy en día su potencial artesanal se ha visto reducido por la disminución de artesanos que realizan las figuras de mazapán y esto ha significado la eliminación de la zona de la ruta turística Quito-Otavaló. Al encontrarse al nororiente de la capital su economía no depende de entidades financieras importantes, sino de los pequeños comercios, entre ellos los artesanales. Para este oficio la afluencia de clientes disminuyó y la cantidad de extranjeros es casi nula desde hace aproximadamente 5 años. Los comerciantes cuentan que es debido al poco aprecio que se tiene por esta labor y la pérdida del atractivo turístico que tiene la parroquia. El carácter urbanístico del sector ha dejado de lado el aspecto “colonial” y ha sido reemplazado por edificaciones altas que produce desinterés por parte de los turistas, pues no hay espacios que los atraiga y por ende no hay compradores de artesanías. (Carvajal, 2021) (Witt, Chamorro, & Guarderas, 2013)

## 1.2 Diagnóstico del Caso

El GAD se rige bajo valores que buscan hacer de Calderón un sector donde se trabaje de manera solidaria, organizada, segura y conjunta. Esto se encamina hacia lograr una administración transparente, eficaz, eficiente y de alta calidad que trabaje por el bienestar de todos los calderonenses. (GAD CALDERÓN, 2022)

Antes de la pandemia, la comisión de Cultura del GAD tenía más actividades que fomentaban al área turística, entre las más importantes que se organizaban están las fiestas parroquiales, celebradas cada 9 de agosto. Durante estas festividades se promociona a gran escala el área tradicional de la parroquia, ya que se cuenta con dos semanas de festejos que corresponden al pregón y a las fiestas oficiales. Con la emergencia sanitaria estas labores se suspendieron, y el área artesanal se vio afectada, ya que no existían consumidores, ni una manera adecuada de llegar al público durante el encierro. (GAD CALDERÓN, 2021)

Otras de las actividades que ayudan a fortalecer la economía artesanal son las ferias organizadas en todo el territorio durante las épocas navideñas. En estas fechas en el Parque Central de Calderón se organizan puestos de venta que benefician a más de 50 comerciantes que pueden ofrecer sus productos y servicios al público en general, que normalmente son moradores o turistas que se acercaban a ver las decoraciones del sector. Los clientes se ven atraídos hacia artesanías de mazapán como llaveros, objetos decorativos o productos textiles. El cierre de esta actividad, debido a la pandemia, afectó económicamente a los comerciantes lo que genera un llamado urgente para ayudarlos. El Dr. Galo Farinango expresa que las actividades que se realizan por parte del GAD para fomentar la actividad cultural no han sido muchas, especialmente en la promoción del mazapán y el turismo. Esta administración quedó a la dependencia de la asociación de

artesanos MASARTE, ya que tienen mayor conocimiento del oficio, pero la gobernación si brinda un apoyo al gremio artesanal en caso de que así lo requieran. Esto se debe a que actualmente la administración zonal se encuentra enfocada en un proceso de rehabilitación de espacios públicos, mejorando plazas mediante la siembra de plantas o repavimentación de vías. Con el apoyo de ambas entidades se puede lograr un proyecto que potencialice el turismo, ya que de cierta forma la rehabilitación de infraestructura del sector facilita el interés turístico de la población.

Para poder definir los requisitos de diseño gráfico se realiza el estudio del manejo de la imagen gráfica del GAD y su estrategia comunicacional. Al ser la entidad gobernadora del sector debe reflejar todos los aspectos culturales para potenciar el valor cultural que existe en la zona que administran. Se observa el manejo de varios canales de comunicación tanto análogos como digitales. Este estudio permite conocer los medios mediante los cuales se pueden manejar las propuestas gráficas a realizar.

El GAD cuenta con un establecimiento físico que se encuentra en la calle Antis 9 de Agosto N1-44 y Carapungo. En este espacio se puede observar una fachada de color blanco y la ilustración de colores que corresponden a la marca país de Ecuador durante el gobierno de Rafael Correa. En este establecimiento se manejan diversos temas de interés político y social, pues sirve como una sede administrativa. Además manejan redes sociales y una página web del GAD. Dentro de las redes sociales que disponen, se aprecia Instagram y Facebook, siendo la segunda, la más utilizada.

**Figura 6**

Facebook Gad, Autor: Gad Calderón, 2022



Nota. Tomada de Facebook del GAD, (<https://www.facebook.com/gadprcalderon/>), 2022

En Facebook el GAD mantiene su usuario con el nombre de GADPR CALDERÓN y cuentan con una fotografía de perfil que corresponde al sello de la parroquia. Dentro de su cuenta se pueden observar sus contactos y ubicación. Esta es la red social más activa, gracias a que todos los días suben nuevo contenido. Por este medio se informa sobre las obras, acuerdos y actividades que mantiene el GAD de Calderón, explicando detalladamente todo lo que realizan acompañado principalmente de fotografías. Estas son tomadas por los mismos dirigentes o el Sr. José Santillán, fotógrafo del GAD. Existen posts realizados a través de ilustraciones digitales y se puede observar - Figura 7 y Figura 8 - un manejo tipográfico y cromático diferente en cada uno. En esta red social cuenta hasta la fecha del 03/06/2022 con 10 000 seguidores y sus posts varían sobre las 150 interacciones, por lo que tiene mayor alcance y es el medio más visto por su público.



**Figura 7**  
Post 1

**Nota.** Tomada de Facebook del GAD,2022



**Figura 8**  
Post 2

**Nota.** Tomada de Facebook del GAD,2022



**Figura 9**  
Red Twitter

**Nota.** Tomada de Twitter del GAD, (<https://twitter.com/gadprcalderon?lang=es>), 2022

La red social, Twitter, es la más inactiva y como prueba de esto consta la última publicación que fue en el año 2016 y donde se mantenía su marca anterior. Actualmente esta red social no está activa, por lo que no existe un público orientado a este canal de comunicación.

**Figura 10**  
Página web GAD



**Nota.** Tomada de la web del GAD, (<https://gobierno.gadcalderon.gob.ec/directiva-gad/>), 2022

El GAD de Calderón también cuenta con una página web que contiene un banner superior donde se observa la marca. Esta página está dividida en diferentes secciones, según el eje en el que actúa el GAD lo que permite una adecuada distribución de los contenidos y una mejor búsqueda por parte de los usuarios.

A continuación se explican los diferentes apartados que existen en la página web, con la finalidad de tener más claro su uso. Para ello observamos que en la parte superior, luego del banner principal hay una barra de menú horizontal - Figura 10 - en la cual encontraremos las siguientes secciones:

- Inicio: Se identifica un apartado de noticias que incluye una breve reseña sobre las obras de Calderón acompañadas de fotografías en forma de carrete o videos. Existe un acceso directo hacia su página de Facebook y las fotografías contienen un marco de colores rojo y azul y el sello de la parroquia. La página web se lee de arriba hacia abajo con ayuda de un *scroll* vertical y también existen enlaces directos a la página del gobierno de Pichincha e incluye un contador de visitas que se mantiene constante en toda la navegación.

- Nuestra parroquia: Esta sección se divide a su vez en otras, cómo:

- 1- Historia: Donde se incluye una breve información sobre Calderón y su fundación junto a varias fotografías.

- 2- Barrios: En este apartado se incluye un mapa cromático donde se identifican los diferentes barrios que existen en la parroquia.

- 3- Símbolos cívicos: Se observa un video con el himno a Calderón y una fotografía del escudo

- GAD Calderón: esta sección al igual que las demás se subdivide en:

- 1-Directiva: Se presenta a todos los miembros de la junta con sus respectivas fotografías.

- 2-Comisiones: Se leen descripciones de las diferentes comisiones de la directiva.

- 3-Servicios: Se observan las fichas donde se explican las priorizaciones de obras.

- 4-Galería: Donde se puede encontrar fotografías sobre diversos temas que se sustentan con un texto descriptivo. En el apartado de fotografías culturales existe un error en la página.

- 5-Transparencia: Se presentan informes y estados oficiales del GAD que son de uso público con el fin de contrastar la verdad y dar a conocer el manejo administrativo.

- 6-Gaceta Oficial: Son informes anuales que presenta el GAD a la comunidad

- 7-Contactos: Se visualizan los números de teléfono, e-mail y redes sociales.

Actualmente no existe un trabajo gráfico que permita la promoción de las artesanías, por parte de la entidad. Han existido campañas por temporada – como la realizada con

el Portal Shopping en navidad – que han servido para promocionar estas figuras. Existen carteles realizados por el GAD que están relacionados con eventos específicos, pero no con el fin de promocionar a las artesanías.

**Figura 11**  
Red Instagram



**Nota.** Foto de Instagram del GAD, (<https://www.instagram.com/gadprcalderon/?hl=es9>), 2022

En la red social Instagram se puede observar su nombre de usuario como @gadprcalderon. Tienen como foto de perfil la marca antigua de Calderón que corresponde a la identificación presentada por el Municipio de Quito. En esta red social no existe actividad constante, pues las fechas de los diferentes artes que hay dentro del feed corresponden a fechas muy distanciadas, como ejemplo tenemos la última publicación que fue el día 2 de Julio de 2020. Los posts que manejan dentro de esta red mantienen la marca en la parte superior en diferentes tamaños según el post. La cromática que se usa varía dependiendo del post, pero durante un tiempo se usó las tonalidades rojas y azules, características de la bandera de Calderón. De igual forma el manejo tipográfico varía dependiendo del post, especialmente si son fechas importantes, usan tipografías más

orgánicas o de fantasía. Hasta la fecha 24/02/2022, esta cuenta mantiene una cantidad de 837 seguidores y mantiene interacciones en sus posts que varían entre los 6 y 15 likes, por lo que se concluye que no es una de las redes más usadas.

Además de los medios usados por el GAD, existen otros materiales de diseño digitales y físicos que han sido realizados por organizaciones gubernamentales, privadas o por los mismos artesanos. Para identificar como se han trabajado estos artes, se realiza un análisis de las diferentes piezas gráficas, para poder observar los errores y aciertos en su elaboración, para que sirvan de guía durante la propuesta a realizar en los diferentes elementos. Para esto se analiza cada elemento a nivel conceptual y a nivel técnico, teniendo en cuenta cuál es el objetivo de cada pieza y a quien va dirigido.

Tabla 1

Análisis Guía

		<p><b>Figura 12</b> Portada Calderón</p> <p><b>Nota.</b> Tomada del municipio, (<a href="https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/guiacalderonweb.pdf">https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/guiacalderonweb.pdf</a>), 2017</p>
Título: Calderón	Público: Quiteños y turistas nacionales	
Origen: Quito	Autores: Ex alcalde Augusto Barrera Ex secretario de cultura: Miguel Mora GAD CALDERÓN	

<p>Descripción:</p> <p>Guía turística con 135 páginas donde explica la historia, lugares turísticos, gastronomía y cultura. Todo el texto va acompañado de fotografías.</p>	<p>Tipo de diseño: Informativo</p> <p>Propósito:</p> <p>Dar a conocer los lugares turísticos que ofrece Calderón junto a su cultura</p>
<p>Forma: Hace uso de formas cuadrangulares para ubicar las fotografías, y los textos. Se usa dos formas irregulares para realizar el mapa de la parroquia. Uso de semicírculos para ubicar la numeración de las páginas</p> <p>Espacio: Es una guía en formato vertical</p>	
<p>Imagen: Hace uso de fotografías con diferentes encuadres y temas. Existen fotografías panorámicas, planos a detalle, primeros planos de diferentes ámbitos</p>	
<p>Tipografía:</p> <p>Para la palabra Calderón usan una tipografía san serif black sin interlineado.</p> <p>Para las primeras hojas (introducción), se hace uso de tipografía con serifa, y los títulos bold. Para el texto en general hace uso de tipografía san serif y regular, mientras que para los títulos de cada sección usa san serif pero con mayor tamaño y el número tiene mas jerarquía, en este caso es lighth.</p>	 <p><b>L</b>A PARROQUIA CALDERÓN se ubica a 2.870 m.s.n.m., al noroeste del Distrito Metropolitano de Quito, al oeste del valle de Quimsabamba, en los albores del cañón del río homónimo, sobre la meseta de Cuangulaguay, por lo que a su nuevo aeropuerto internacional (Tababela), al fondo de la ciudad de Quito.</p> <p>Su parroquia comprende 75,07 km<sup>2</sup>. Tiene un clima semiárido, suelo ácido arenoso, erosionado, y geografía clima climático templado seco, con intensidad de vientos en verano y pluviosidad de noviembre a mayo, con precipitaciones más frecuentes en un clima benigno, para que a Calderón se le llame "tierra de conocimientos". (Este tipo de suelo, no afectado aun por el urbanismo, se encuentra en las Colinas de Bellavista).</p> <p>Cerca de vertientes de agua, sólo por dos quebradas-hondonas surcan el Quimsa y el Pingui, resplandores de aguas termales, provenientes de manantiales naturales, las del Pingui son además termales, de un sabor agradable, es el sabor de las entrañas de la tierra. La cantidad de agua determina el nivel de bienestar humano y tanto proceso de asentamiento en el sector. Basta señalar que según datos del censo demográfico del 8 de julio de 1974, Calderón contaba con una población de 13.300 habitantes. La villa siempre goza en forma de agua.</p>

Cromática: Usa una gama de colores diferente en cada sección de la guía, que refleja la diversidad cultural que existe en la parroquia y los colores con los que se fabrica el mazapán. La portada trabaja con un filtro en tonalidades cálidas como el amarillo y el naranja que simbolizan el sol y la fuerza. (Mora, 2018)



Composición: Se distribuye en textos de una sola columna. Las fotografías ocupan una página completa. La diagramación permite clasificar los elementos, sin embargo es necesario la redistribución de las mismas, pues se deben tomar en cuenta los títulos, subtítulos, pies de foto, etc, de tal manera que evite un cansancio visual en el lector. (Reyes, 2016)



Análisis de contenido

Composición: Se presentan diversos temas tradicionales, entre ellos están temas relacionados con cultura (historia, danza, artesanías, etc) y temas sobre los sitios de interés turísticos.

Denotación: Es una guía que ofrece información sobre la parroquia y su cultura

Connotación: El uso de colores en cada sección, refleja la diversidad cultural que existe en la parroquia además refleja los colores principales con los que se hace las figuras de mazapán, que son hechas con colores vibrantes

Tabla 2

Análisis Turismo



	<p><b>Figura 13</b> Día del turismo</p> <p><b>Nota.</b> Tomada del facebook del GAD, (<a href="https://www.facebook.com/gadprcalderon/photos/d%C3%A9-Dadelturismo-hoy-celebramos-el-d%C3%A9-Da-mundial-del-turismo-e-invitas-a-la-ciudad/1510809415926949/">https://www.facebook.com/gadprcalderon/photos/d%C3%A9-Dadelturismo-hoy-celebramos-el-d%C3%A9-Da-mundial-del-turismo-e-invitas-a-la-ciudad/1510809415926949/</a>), 2021</p>
<p>Título: Día del turismo</p>	<p>Público: seguidores de la página (moradores del sector)</p>
<p>Origen: Quito</p>	<p>Autores: Dirigentes del GAD</p>
<p>Descripción: Es un post sacado el 27 de septiembre como conmemoración del día del turismo en la red social Facebook</p>	<p>Tipo de diseño: Informativo Propósito: Dar a conocer el día de turismo</p>
<p>Forma: Hace uso de líneas orgánicas para el marco y la imagen corresponde a la forma del objeto</p>	

Imagen: Usa fotografías sin fondo (png) y una fotografía de un nevado en el fondo con un filtro y en baja opacidad. Usa la marca del GAD en menor tamaño. La imagen esta trabajada con un nivel de saturación alta, especialmente en los tonos cálidos, pues estos tienen mejor percepción para el usuario. (Mora, 2018)



Tipografía:

Usa dos estilos tipográficos. La primera es una sans serif usada en la primera línea y la segunda es una con serifa y de fantasía, con un estilo orgánico, usada para la palabra “turismo”. Las tipografías orgánicas son principalmente usadas en temas vinculadas con la naturaleza u objetos que se realicen de manera manual. En este caso se vincula con el trabajo manual del mazapán. (Apaza, Castillo, Li, & Salcedo, 2020)



Usa tonalidades frías para el post. Un fondo con filtro celeste y para el marco un azul oscuro. Para las palabras usa azul oscuro y verde. Resalta la cromática variada del PNG



Composición:

La marca está en el tercio superior izquierdo, la frase en un punto de atención al lado derecho y la imagen ocupa los 3 cuadrantes derechos.. Este tipo de retícula permite ubicar los elementos más importantes en los puntos de interés que se forman al intersecar las líneas verticales y horizontales.



Análisis de contenido

Se presenta una frase corta por el día del turismo, se usa una imagen de las artesanías de mazapán y una foto del Chimborazo como fondo

Denotación: Es un post informativo por el día del turismo. El uso de tonalidades frías, resalta la imagen.

Connotación:  
Conmemora el día de turismo, reflejando que las artesanías de mazapán son importantes para Calderón.

Tabla 3


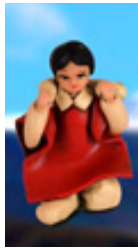
## Análisis banner MASARTE

Figura 14

Banner Facebook MASARTE



**Nota.** Tomada del facebook de MASARTE, (<https://www.facebook.com/masarte.ec/>), 2018.

Título: Banner	Público: Seguidores de la página
Origen: Quito	Autores: MASARTE
Descripción: Banner horizontal que sirve como portada de la página de Facebook de MASARTE	Tipo de diseño: Informativo Propósito: Dar a conocer que productos ofrece el centro artesanal
Imagen: Hace uso de fotografías en formato PNG que se superponen sobre el fondo de un nevado con desenfoque y de la marca del logo.	 
Tipografía: En este banner no existe el uso del recurso tipográfico.	


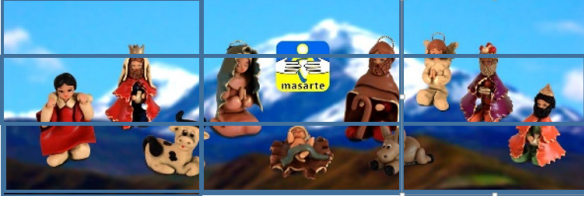
<p>Cromática</p> <p>No existe un color predominante, se usa la cromática de cada fotografía.</p>	
<p>Composición: La imagen principal del personaje está en el centro junto a la marca y el resto se distribuye en el fondo</p>	
<p>Análisis de contenido</p>	<p>Composición:</p> <p>Se presentan diversos temas tradicionales, entre ellos están temas relacionados con cultura (historia, danza, artesanías, etc) y temas sobre los sitios de interés turísticos.</p>

Tabla 4

## Análisis cartel el Danzante



Figura 15

Foto cartel, El danzante, 2022

Título: Cartel El Danzante	Público: Moradores de Calderón
Origen: Quito	Autores: Artesanías El Danzante

<p>Descripción:</p> <p>Es un cartel ubicado en el exterior del negocio artesanal que sirve para llamar la atención del público</p>	<p>Tipo de diseño: Informativo y persuasivo</p> <p>Propósito:</p> <p>Dar a conocer que existe un negocio artesanal y los invita a comprar</p>
<p>Forma: Juega con la forma de la artesanía y está elaborado en un formato vertical rectangular.</p>	
<p>Imágen: Hace uso de una fotografía en formato PNG sobre un fondo con degradado</p>	
<p>Tipografía:</p> <p>El título está en caja alta y el resto mantiene una estructura cotidiana. Usan tipografía sans serif. En su mayoría la tipografía no usa borde, pero al final hace uso de los bordes.</p>	
<p>Composición: Se distribuye de forma vertical, con todos los elementos alineados al centro con respecto al formato. El título se ubica en la parte superior, y al inferior los contactos. La imagen tiene mayor jerarquía y ocupa 2/3 de la composición.</p>	

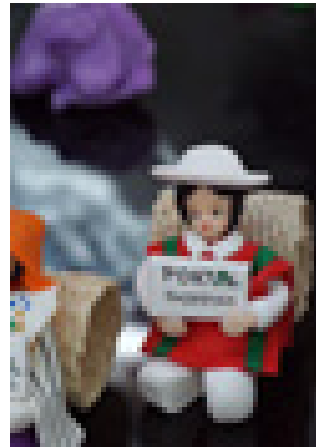
Análisis de contenido	Composición: Se presenta datos informativos del negocio artesanal cómo los números telefónicos y la ubicación, además se observa una imagen de los productos que realiza
Denotación: Es un cartel informativo del negocio. La imagen muestra el producto que ofrece	Connotación: La imagen refleja el valor cultural de Calderón

Tabla 5

## Análisis Video Portal

	<p><b>Figura 16</b> Screenshot del video</p> <p><b>Nota.</b> Tomada del facebook del Portal, 2021.</p>
Título: Cultura de Mazapán	Público: Quiteños
Origen: Quito	Autores: Portal Shopping
<p>Forma: Video en formato vertical y hace uso de formas rectangulares para la base de los textos. El poco uso de elementos permite mantener la concentración en el contenido del video.</p>	

Imagen: Hace uso de un video donde aparecen los artesanos elaborando las figuras. Se hace uso de planos medios de las personas realizando las figuras y primerísimos primeros planos en la filmación de las figuras. En la mayor parte del video se hace uso de planos frontales, pero también se usan planos picados al grabar los elementos de la mesa (365 ENFOQUES, 2022)



Tipografía:

Hace uso de textos cortos, con tipografía sans serif que dan una mejor legibilidad en los productos audiovisuales. (Apaza, Castillo, Li, & Salcedo, 2020).

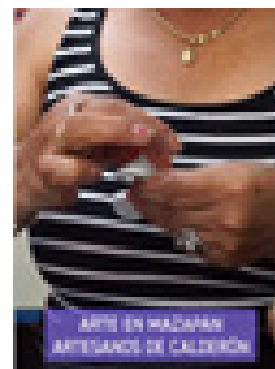


Cromática

Maneja los colores de la marca del Portal Shopping, que son las tonalidades moradas y verdes.




El texto aparece en la parte inferior del video y alineada al centro. El video ocupa todo el formato vertical. Se hace uso de planos a detalle y primeros planos de los artesanos.



Análisis de contenido	Composición: Se presenta un video explicativo sobre el proceso de elaboración de las figuras artesanales y de la historia de ellas.
Denotación: Muestra los pasos a seguir para elaborar las figuras y que significan	Connotación: Refleja el valor cultural de este arte

Tabla 6

## Análisis afiche El Caballito

	<p><b>Figura 17</b> Diálogos del mazapán 2</p> <p><b>Nota.</b> Tomada del internet, (<a href="https://iberculturaviva.org/dialogos-del-mazapan-ii-el-proyecto-de-ecuador-seleccionado-en-la-convocatoria-de-apoyo-a-redes-2021/?lang=es.">https://iberculturaviva.org/dialogos-del-mazapan-ii-el-proyecto-de-ecuador-seleccionado-en-la-convocatoria-de-apoyo-a-redes-2021/?lang=es.</a>), 2021</p>
Título: Diálogos del mazapán 2	Público: Moradores de Calderón
Origen: Quito	Autores: IBERCULTURAVIVA
<p>Descripción:</p> <p>Afiche realizado para promocionar un evento donde bordarán un caballito de mazapán gigante, de un metro de largo, mientras les cuentan su historia.</p>	<p>Tipo de diseño: Informativo y persuasivo</p> <p>Propósito: Dar a conocer que el evento a realizarse e incentivar a las personas a recuperar la cultura del mazapán.</p>

Forma: Usa únicamente formas orgánicas que representan elementos naturales como plantas. Estas formas orgánicas representan el trabajo manual o artesanal de los productos. (Mora, 2018)



Imagen: Hace uso de una fotografía en PNG del caballo de mazapán y además usa formas que se asemeja a las flores. En la parte inferior se ven las marcas que colaboran en el proyecto.



Hace uso fuente con serifa para el subtítulo y con un tamaño grande para llamar la atención. El título "El Caballito" tiene una mayor jerarquía y usa letra de fantasía y orgánica. Los títulos y subtítulos se encuentran a manera de arcos. Los textos informativos que incluyen datos son fuentes con serifa y están rectas. (Apaza, Castillo, Li, & Salcedo, 2020)

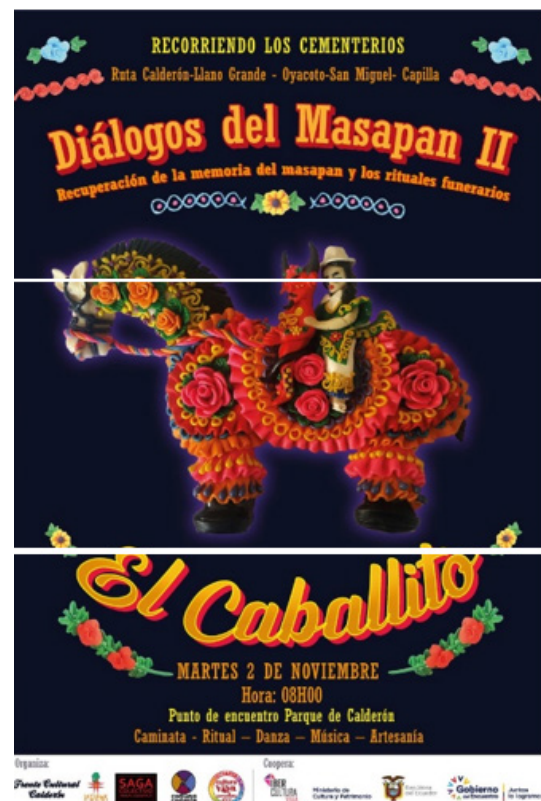


### Cromática

El fondo se maneja con un tono negro que permite un mayor contraste con los demás elementos. Los colores de las tipografías corresponden a colores cálidos, que por su brillo permiten un mejor contraste y mejor legibilidad. Los tonos de la imagen en PNG resaltan muy bien respecto al fondo oscuro. La imagen se encuentra en un nivel de saturación alto y con resplandor en tono azul, para un mayor contraste. Las flores usan tonalidades cálidas como amarillo y frías como el verde, para las hojas. Los logos están sobre un fondo blanco para que no exista problema con los contrastes.



Composición: El afiche esta en forma vertical, ubicando al título en el tercio superior. La imagen tiene mayor jerarquía y se encuentra en el centro del formato, en segundo lugar viene el título “El Caballito”, que por su tamaño y color también es un elemento con gran jerarquía dentro de la composición. Los logos están ubicados en la parte inferior, al final, permitiendo que la composición superior tenga mayor realce. Todo el afiche esta diagramado de tal manera que su lectura vaya en sentido vertical de arriba hacia abajo. (Reyes, 2016)



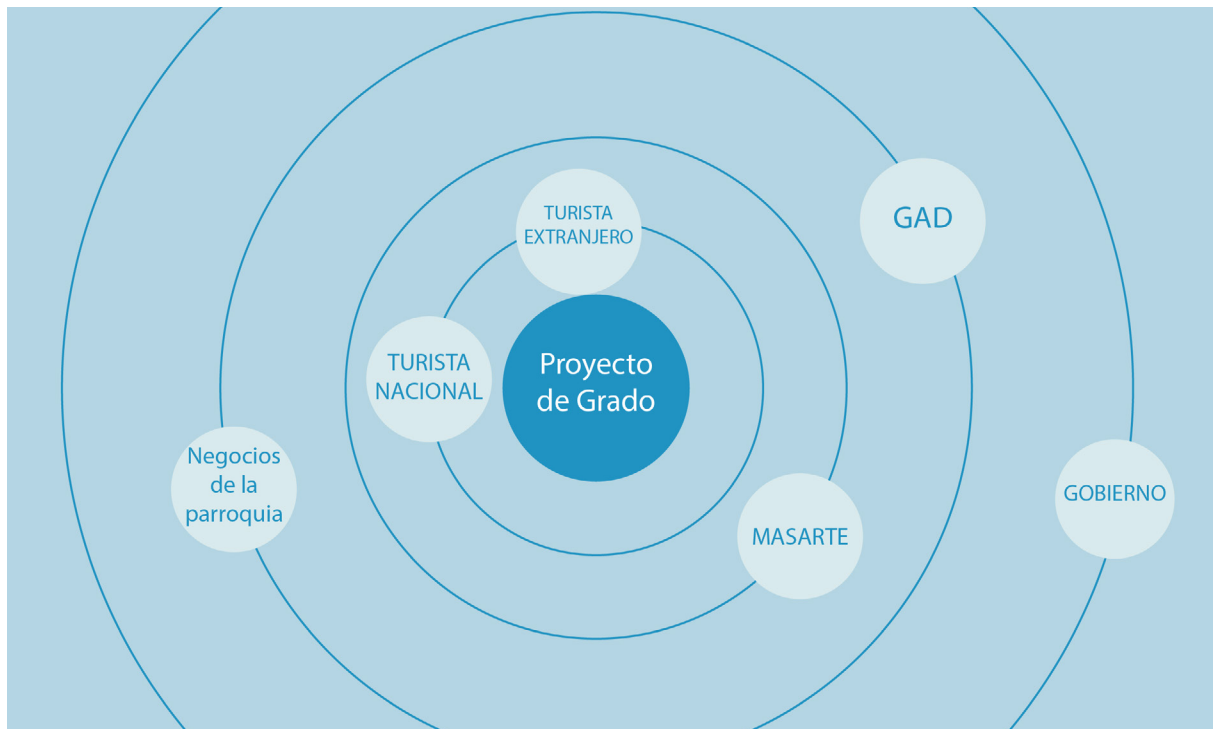
Análisis de contenido	Composición:  Se presenta una imagen de una figura de mazapán se incluyen los datos de la fecha, hora y quienes son los organizadores del evento.
Denotación: Es un afiche publicitario sobre un evento cultural relacionado con el mazapán	Connotación: El caballo representa la principal forma realizada en mazapán, pues es la más predominante de Calderón.  El color negro refleja la elegancia y dedicación con la que se hace estas figuras y los colores vivos representan la creatividad que hay detrás de ellas.

### 1.3 Caracterización del usuario

Para identificar al público se usa la herramienta del mapa de públicos - Figura 18 -, así se determina las personas claves para cada etapa del proyecto. En la fase investigativa, de desarrollo y evaluación se cuenta con el apoyo del director de cultura, el Dr. Galo Farinango, la Sra. Rosa Salazar - Presidenta del GAD -, Sr. José Santillán - Comunicador - y el gremio de artesanos MASARTE. La directiva, al ser quienes regulan todos los elementos de difusión relacionados con la parroquia, se encargan de brindar información sobre el manejo de la identidad del GAD y proyectos que se han realizado para fortalecer la cultura de Calderón, además de brindar las diferentes directrices bajo las cuales debe regirse el proyecto.

MASARTE, al ser el gremio que engloba a todos los artesanos de Calderón, especialmente a los dedicados al oficio del mazapán, se encargan de brindar información sobre el proceso de elaboración de las artesanías y la historia que cada una. Para ello se cuenta con el

apoyo del Sr. José Carvajal – al ser uno de los artesanos más antiguos en el oficio – actúa como el representante de los artesanos. Él se encarga de colaborar con información sobre la cultura, significado y lo que ha sucedido con este ámbito cultural a lo largo de los años. La vinculación de estas dos entidades – gubernamental y artesanal – ayuda en el proceso investigativo, ya que se tiene una visión más directa del problema a enfrentar.



**Figura 18**

*Mapa de usuarios, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*

Para la fase de la evaluación se cuenta con diferentes actores del sector. La junta parroquial da a conocer si se cumplen o no los objetivos institucionales que mantienen con los proyectos vinculantes. La opinión de los artesanos da opción a identificar si realmente el proyecto sirve y permite su reposicionamiento turístico. También se toma en cuenta la opinión de los moradores del sector y turistas, con el fin de verificar si la información que se les brinda es pertinente o no. Tener puntos de vistas diferentes permite que el proyecto cubra las necesidades del beneficiario primario, los artesanos, pero además que el proyecto sea útil para los moradores y turistas.

Al ser un proyecto de reactivación cultural, los usuarios son los turistas nacionales, cuya edad varía entre los 25 a 40 años que representan el mayor porcentaje de turistas según la OMT. Estos turistas son principalmente personas que se encuentran con empleo fijo o mantienen sus propios negocios. Los turistas nacionales tienen ingresos económicos que oscilan entre los 300 y 1000\$, lo que les permite viajar dentro del país. (UIDE;UCE;et al. 2022)

## 1.4 Análisis tipológico

A continuación se integra una búsqueda de referencias de alta calidad, para tomar aspectos de diseño, como composición, cromática, tipografía y diagramación, que pueden ser implementados en el proyecto de diseño a realizar. Para ello se realizan las preguntas de Michael Jhonson, que nos permite posteriormente obtener una mejor definición del problema gráfico. Estas preguntas ayudan a identificar el modo en el que se trabajan diferentes artes relacionadas con el tema del proyecto, para ver como afectan a la percepción, el nivel de innovación y como se relacionan con el comportamiento de los públicos. Para esto se realizan las tablas presentadas a continuación, donde se escogen varios productos. (Jhonson, 2004)

Tabla 7

## Análisis mapa de París Pop up

**Figura 19**

Mapa París

**Nota.** Tomada de Pinterest, 2021

El mapa de París, representa los atractivos turísticos más importantes del sector a través del pop up, permitiendo un mayor nivel de aceptación por parte del público. En este caso se juega con las ilustraciones y con tonalidades frías que generan una percepción de amplitud dentro del mapa, a pesar de tener diferentes elementos aglomerados. (Mora, 2018)

Afectar la percepción

¿Las formas de comunicación gráfica emplean medios y formatos tradicionales y con estilos predecibles que no asombran ni generan interés?

La guía turística de Calderón - Figura 12- se maneja en un estilo “pdf” por lo que resulta poco novedoso. Usa una estructura y diagramación común. El mapa de París en cambio hace uso de dobleces y juega con la 3° dimensión

	¿Se necesita hacer un cambio radical en la identidad gráfica para reformar la imagen anticuada del producto y hacerlo creíble para un público más joven?	Sí es necesario, las nuevas generaciones ya no se ven atraídas hacia productos con mucho texto, por lo que mientras más gráfico sea y más novedoso sea el producto, mejor se llegará a nuevos públicos. . (CASTRO, 2020)
	¿El producto o servicio no tiene historia, tradición o herencia legítima y es necesario crear una identidad que comunique que es mayor y tiene experiencia?	La guía turística muestra lugares emblemáticos y la cultura del sector, por lo que si recoge valores históricos del sector, pero hace falta darla a conocer con ideas más llamativas y que capten mejor a los usuarios
Comportamiento del público	¿El grado de atención es mínimo o el estilo gráfico está agotado y es necesario generar impacto para transmitir el mensaje?	El uso de una guía turística recta se ve de manera frecuente por lo que es necesario jugar con la morfología de los impresos
Aprender Mejor	¿Qué nuevos medios se puede emplear para este aprendizaje y que sean viables en el contexto?	Sí, hacer uso de medios digitales hace más atractiva la promoción turística

INNOVACIÓN:	¿El mercado está saturado de productos gráficos del mismo aspecto y es posible generar una idea que marque la diferencia para romper el paradigma?	Existen varias guías a manera de “libro” por lo que incluir una nueva forma de pliegues o diagramación lo hace mas atractivo
-------------	--	--

Tabla 8

*Análisis libro***Figura 20**

Libro

**Nota.** Tomada de Pinterest, 2021

Este libro hace uso de cromáticas más saturadas que permiten un impacto visual. Además a través del juego tipográfico en la portada y con los diferentes pliegues que se mueven, permiten un mayor estímulo visual y sensorial que capta mas rápido a nuestros usuarios.

<p>Afectar la percepción</p>	<p>¿Las formas de comunicación gráfica emplean medios y formatos tradicionales y con estilos predecibles que no asombran ni generan interés?</p>	<p>La guía turística de Calderón- Figura 12- , lo hace de la manera tradicional, con textos excesivos y recursos gráficos pequeños, por lo que es necesario dar más jerarquía a estos sectores para causar mayor interés</p>
	<p>¿Se necesita hacer un cambio radical en la identidad gráfica para reformar la imagen anticuada del producto y hacerlo creíble para un público más joven?</p>	<p>Sí es necesario, las guías turísticas mantienen siempre el mismo formato y ya no resulta atractivo al usuario de las nuevas generaciones, es importante experimentar con nuevos formatos que permitan una mayor interacción o que causen más impacto.</p>
	<p>¿El producto o servicio no tiene historia, tradición o herencia legítima y es necesario crear una identidad que comunique que es mayor y tiene experiencia?</p>	<p>La guía turística muestra lugares emblemáticos y la cultura del sector, por lo que si recoge valores históricos del sector, pero hace falta darla a conocer con ideas más llamativas .</p>

Comportamiento del público	¿El grado de atención es mínimo o el estilo gráfico está agotado y es necesario generar impacto para transmitir el mensaje?	El estilo gráfico es mínimo, pues se mantiene en un formato semejante a los demás productos que existen mapas y puntos de referencia. Sin embargo, se debería adaptarlo a las nuevas generaciones y hacer uso de recursos digitales complementarios
Aprender Mejor	¿Qué nuevos medios se puede emplear para este aprendizaje y que sean viables en el contexto?	Se puede hacer uso de la realidad aumentada o de animaciones cortas
INNOVACIÓN:	¿El mercado está saturado de productos gráficos del mismo aspecto y es posible generar una idea que marque la diferencia para romper el paradigma?	Existen varias guías a manera de “libro” por lo que es necesario incluir nuevos recursos de interacción como en los ejemplos.

Tabla 9

## Análisis afiche París

**Figura 21**

Post pinterest

**Nota.** Tomada de Pinterest, 2021

En este caso se promociona a París con ayuda de las figuras retóricas que permiten un mayor impacto visual dentro del campo publicitario. Entre ellas podemos identificar a la metáfora o la hperbole al usar tonos fríos para exagerar el clima en París en épocas navideñas, con el fin de generar compras decembrinas. (GALLUCI, 2020)

<p>Afectar la percepción</p>	<p>¿Las formas de comunicación gráfica emplean medios y formatos tradicionales y con estilos predecibles que no asombran ni generan interés?</p>	<p>Los posts que publica MARSARTE - Figura 14 -en sus redes son únicamente fotografías no son persuasivos, mientras que el los ejemplos son más persuasivos y llaman a la acción.</p>
	<p>¿Se necesita hacer un cambio radical en la identidad gráfica para reformar la imagen anticuada del producto y hacerlo creíble para un público más joven?</p>	<p>Se debe generar diseños persuasivos y llamativos, que narren una historia o cuenten una experiencia.</p>

	¿El producto o servicio no tiene historia, tradición o herencia legítima y es necesario crear una identidad que comunique que es mayor y tiene experiencia?	Los artes no narran una historia, son estáticos o lo que se conoce como fotografía de reportaje, no evoca sentimientos, es necesario comunicar todo lo que se hace partiendo desde un concepto
Comportamiento del público	¿El grado de atención es mínimo o el estilo gráfico está agotado y es necesario generar impacto para transmitir el mensaje?	Solo se hace uso de fotografías sin editar o posts informativos. En los ejemplos se promocionan de igual forma lugares turísticos pero de una manera más impactante .
Aprender Mejor	¿Qué nuevos medios se puede emplear para este aprendizaje y que sean viables en el contexto?	Se generan imágenes que cuenten experiencias y se pueden crear afiches escaneables.
INNOVACIÓN:	¿El mercado está saturado de productos gráficos del mismo aspecto y es posible generar una idea que marque la diferencia?	Todos los GADS, trabajan con fotografía de reportaje, pues es la forma más rápida de evidenciar las obras que se hacen, sin embargo se debe mezclar junto a artes que evoquen sentimientos, como los del ejemplo.

## 1.5 Definición del problema gráfico

Las preguntas de Jhonson realizadas anteriormente - Tablas 7, 8 Y 9 - para comparar las referencias y los productos existentes y la explicación de Rollié sobre sistemas gráficos, permiten identificar los problemas que se mencionan a continuación. (Jhonson, 2004) (Rollié, 2021)

En el afiche de París existe un grado de innovación, ya que tiene una conceptualización que muestra el atractivo turístico de una zona y la actividad principal que realizan ahí. En los artes realizados por Calderón no existe dicha conceptualización, ya que solo informan sobre eventos o videos que explican el proceso de elaboración de las artesanías, más no persuaden al usuario. Se observa que todos los materiales son únicamente informativos y no existe un nivel de interactividad, lo cual es necesario para generar dinamismo y por ende más interés en quien observe el material gráfico. En el caso del mapa tomado como referencia, no existen nuevos medios que estén empleados, pero al usar nuevas morfologías en el armado se refleja una innovación mayor.

Con la herramienta de análisis tipológico se observa que el sistema de comunicación que presenta el GAD, tienen un nivel bajo de persuasión. Basados en lo que dice Rollié, los elementos existentes no se encuentran organizados, ni poseen un sistema de promoción conceptualizado y ejecutado planificadamente, característica de cualquier “sistema gráfico conceptual”, al cual pertenece el área turística, sino que se trabajan los elementos de manera independiente y no se ve una unión entre todas. (Rollié, 2021)

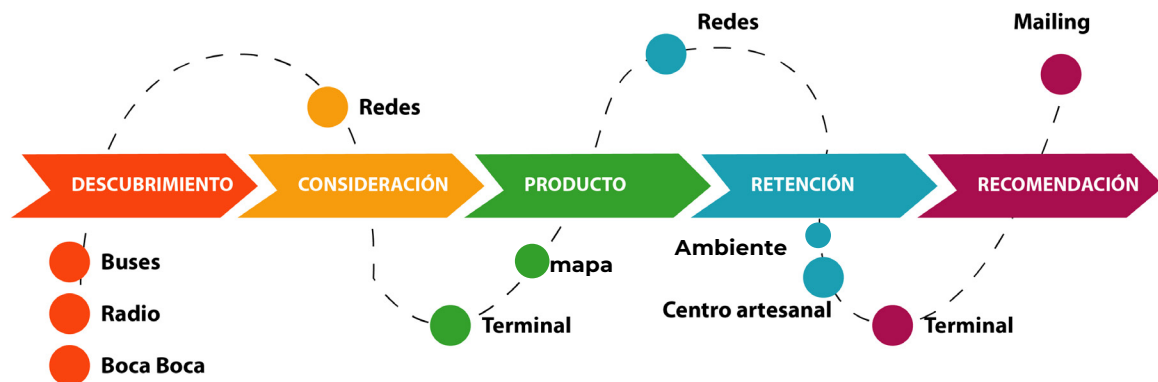
Existen rasgos de las figuras de mazapán que no se han tomado en cuenta en los diferentes elementos existentes. Las formas decorativas que estan sobre cada una, son muy atractivas a nivel de diseño y podrían haber reforzado los elementos que se han producido, sin embargo no se los ha tomado como recursos gráficos.

## 1.6 Requerimientos de Diseño Gráfico

A pedido del GAD y MASARTE, el proyecto se enfoca principalmente en el área del mazapán y se propone la realización de una serie de productos gráficos para la recuperación de las figuras de mazapán como atractivo turístico. Esto permite potenciar el sector artesanal y reubicar a Calderón como un punto de interés turístico dentro de la ciudad de Quito.

### Figura 22

Mapa de puntos de contacto, Autor: Mentinno, Dennis Collaguazo, 2022



A nivel general, para generar un sistema gráfico se deben tomar en cuenta varios elementos, dependiendo de la finalidad del proyecto, si bien pueden tener semejanzas, cada uno depende del público al que se dirija y el servicio o producto a ofrecer. Los sistemas gráficos tienen el objetivo de dar a conocer la personalidad y lo más importante de una marca, producto o servicio. Estos sistemas deben mantener algún rasgo que no cambie, pero a su vez contiene elementos variables, ya sea por el formato del producto o su usabilidad final. (Rollié, 2021)

Los sistemas de promoción turística, como es el caso, están dentro de los sistemas conceptuales, ya que tienen un nivel de complejidad alto y "pueden incluir nuevas partes sin tener que recalibrar todo el sistema", esto se debe a los diferentes puntos de contacto que existen. En estos casos, la parte constante es la conceptual y a nivel gráfico es el texto que se presenta en los productos y la cromática. En este proyecto se hace uso de la frase "nuestra riqueza en un lugar" a lo largo de los diferentes productos, junto al escudo del Gad y un pequeño texto descriptivo "visita Calderón". y el uso de fotografía como estilo gráfico se lo maneja en los diferentes artes, al igual que los colores. (Rollié, 2021, p.22)

En los sistemas gráficos orientados hacia el turismo primero hay que obtener una fuente emisora que indique cuál es el sector a promocionarse, en este caso está vinculado con la etapa de descubrimiento de la figura 22. Se debe identificar a los usuarios, en este caso los turistas nacionales y moradores del sector. Por último la localidad debe preocuparse por la retención de los visitantes, ya que si ellos deciden regresar lo harán con nuevos acompañantes y así sucesivamente, efecto que se genera con la propuesta de mapping. (Gurría, 1991)

Es importante identificar los diferentes puntos de contacto para saber que productos de diseño son los necesarios para llegar mejor a los usuarios. Para ello se toma como referencia la figura 22 y se decide escoger los afiches como un medio *offline* que será ubicado en las calles, este es el medio de difusión mencionado anteriormente. Estos incluyen un video que aparece al escanearse y los persuade a visitar Calderón. Los afiches son un punto clave en los proyectos publicitarios, ya que son de rápida comprensión y normalmente son trabajados con imágenes, ya que estos deben resultar atractivos. Para que logren su objetivo de comunicar a un número grande de usuarios, estos deben ser colocados en espacios con alto tráfico de vehículos o personas.

Por esta razón se escogen las paradas de buses y banners de las vías peatonales, en la segunda ya que siempre hay un constante desplazamiento de usuarios. En el primero porque al incluir realidad aumentada se necesita de un intervalo de tiempo para que sea usada. Según ExpokNews- una organización especializada de comunicación - un individuo tarda un promedio de 15 min en esperar un bus, razón por la cual muchas empresas deciden colocar ahí sus vallas publicitarias, en este caso es un tiempo prudente para que puedan leer el cartel y ver el video con su celular. (ExpokNews, 2016)

Una vez en la parroquia, se ofrece un mapa que es entregado de manera física, para que puedan recorrer los puntos artesanales mas importantes de la zona y conocer sobre la historia de las figuras. En un sistema gráfico de turismo los productos pueden informar sobre rutas ya existentes, promocionar ciertos puntos o analizar flujos. En este caso se promocionan los puntos artesanales más importantes, para que estos puedan aumentar el número de clientes o interesados en sus artesanías. Estos mapas si son de bolsillo debe tomarse en cuenta que sea manipulables por los turistas, por esta razón se trabaja en formatos pequeños para que sea fácil de interactuar. Por último deben ser atractivos, para que el usuario no decida desecharlos luego del recorrido, es por eso que se propone un nuevo formato que haga uso de plegables.. (ECOTEC, 2018)

Las redes sociales manejan un gran número de potenciales clientes, turistas o aficionados, por esta razón es necesaria la implementación de este punto de contacto en el sistema que se propone. Actualmente las empresas fidelizan a sus clientes con promociones o incluso volviendo a compartir fotografías o videos que sus clientes han tomado en su establecimiento. Esto justifica la realización de posts que tienen como objetivo recolectar los momentos que los turistas pasan en Calderón para que otras personas puedan ver y se sientan interesadas.

Por último, para retener al usuario y generar una mayor experiencia se requiere fortalecer el valor de las artesanías, a través del uso de sus texturas como parte del ambiente. Para este caso, se hará uso del diseño urbanístico a través del mapping físico y digital en zonas peatonales. Se debe mantener una línea gráfica que represente la cultura de Calderón a través de patrones que involucren los rasgos característicos de las figuras. Es necesario manejar la cromática que simboliza el aspecto cultural, pero sin dejar de ser atractivo hacia los usuarios.

Se debe identificar la figura retórica adecuada para llegar al usuario, pues no es lo mismo usar una hipérbole, un hipérbaton o un símil y ello depende del mensaje que se quiere transmitir. Esto permite generar un mejor diseño persuasivo que según Frascara (2011) “está destinado a influir en la decisión del público” (p. 130), en este caso se sugiere al usuario que visite Calderón y conozca sobre las artesanías para posteriormente adquirirlas. (GALLUCCI, 2020)

A nivel tipográfico es necesario hacer uso de fuentes que reflejen el aspecto cultural, como las que tienen serifa. Estas deben combinarse con otras de palo seco para generar los diferentes productos gráficos. Las letras con serifa deben ser usadas para connotar la importancia, por lo que se debe usar para títulos o palabras que se desee resaltar. Las de palo seco se deben usar en los diferentes párrafos ya que facilitan la legibilidad.

El GAD solicita el uso de su marca en los diferentes elementos a realizarse, ya que a futuro ellos producirán el proyecto y es una condición para contar con la ayuda y asesoría de la junta parroquial. Por otro lado, de realizarse productos editoriales se debe mantener una diagramación que facilite la legibilidad y leibilidad, por lo que los textos extensos no es recomendable y de ser necesario se debe trabajar en columnas divididas, jerarquizando los elementos a incluir. Se debe hacer uso de retículas como ley de tercios, rectángulo dorado o ley de medios. (Reyes, 2016)



# 2

## Desarrollo

## 2.1 Generación de la idea

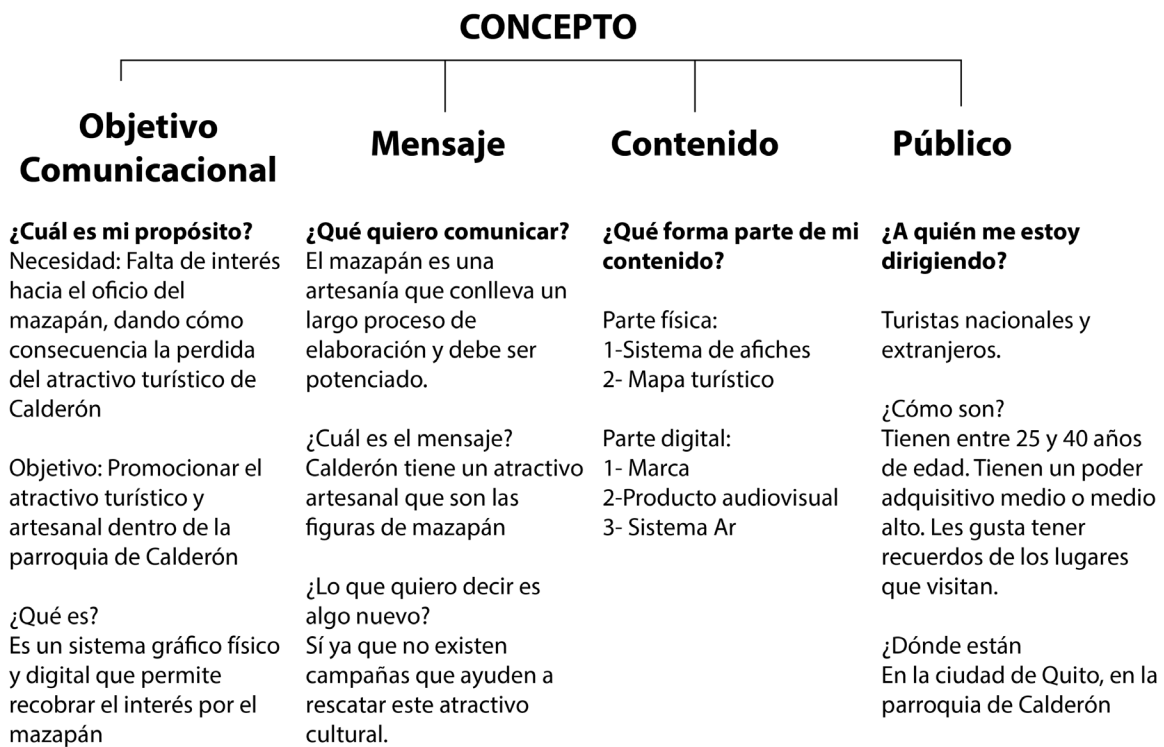
El concepto de diseño permite orientar el proyecto bajo una misma idea, que debe estar dirigida a cumplir el objetivo general del proyecto. Para lograr este resultado se debe pasar primero por un proceso de transformación, de idea a concepto final. Existen varias herramientas con las cuáles se puede trabajar y es importante ampliar el abanico de posibilidades para lograr un mejor resultado.

En este proyecto se usa el mapa de pensamiento irradiante, figuras retóricas y la asociación de ideas forzadas, todas manejadas bajo los mismos objetivos, pero con diferentes enfoques “creativos”. Estas herramientas ayudan a conseguir la idea conceptual y es necesario conocer a fondo nuestro proyecto para optimizar el resultado. (Library, 2022)

Con el fin de conocer más a fondo el proyecto se procede a realizar lo mostrado en la figura 23, para resaltar lo más importante de nuestro proyecto. Este organizador ayuda a responder 4 preguntas principales que son el eje fundamental de nuestro trabajo a realizar. La primera, “¿qué es?”, permite definir bien el proyecto a través de la búsqueda del propósito y los diferentes objetivos del mismo. El “¿cómo es?” facilita la descripción del producto a realizar con ayuda de los diferentes requerimientos de diseño anteriormente planteados. Las preguntas “¿para qué es?” y “¿para quién?” están orientadas a describir el mensaje que se quiere transmitir a través del producto gráfico y a quién va dirigido el mismo. Al tener estos resultados organizados ya se procede a usar las diferentes herramientas creativas para la elaboración del concepto.

**Figura 23**

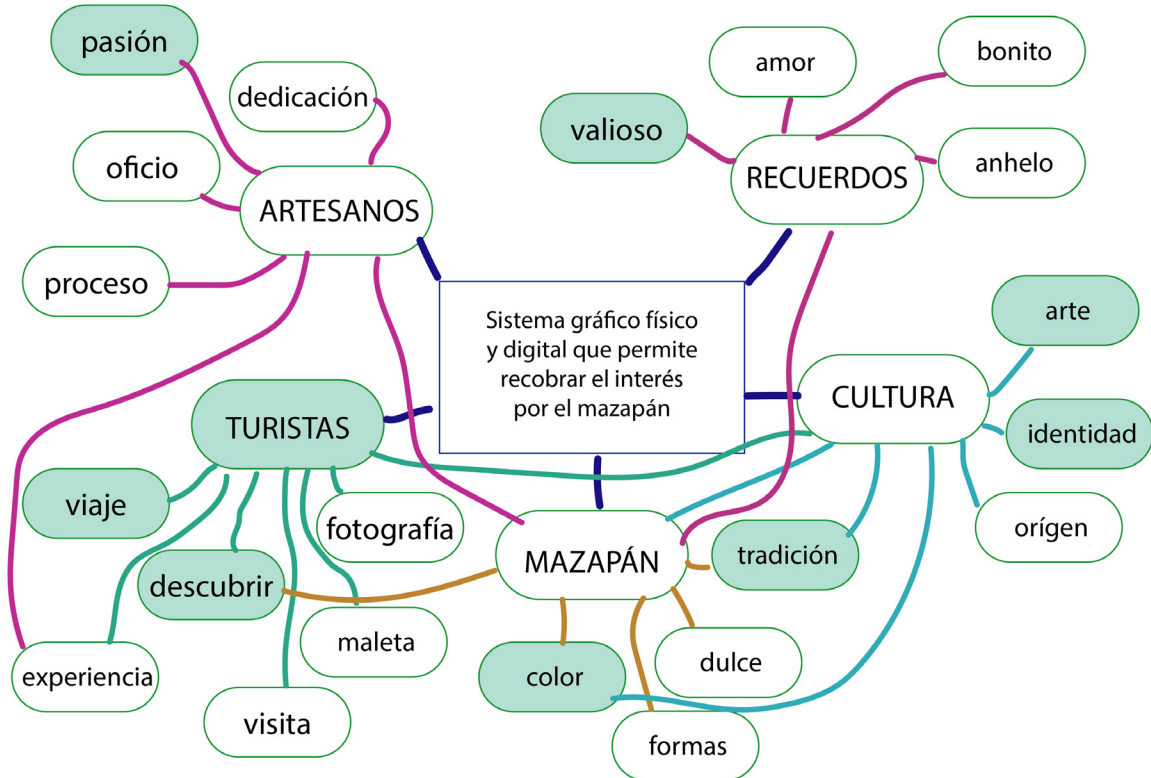
Mapa conceptual, Autor:Dennis  
Collaguazo, 2022



Se parte de una lluvia de ideas con palabras que tengan un vínculo con el tema central del trabajo para así identificar palabras claves. Las mismas son organizadas en el mapa de pensamiento irradiante, visualizada en la figura 24 , para encontrar una relación entre cada una de ellas y así posteriormente tener ideas más detalladas con ayuda de la matriz. De este organizador gráfico se extraen las palabras relevantes y se las coloca en la matriz de doble entrada con la técnica de “asociación de ideas forzadas” , como se observa en la figura 25, de tal forma que coincidan entre ellas para sacar nuevas palabras detonantes. Se usaron dos figuras retóricas, la hipérbole y la metáfora, para lograr extraer nuevas frases con alto valor conceptual y más novedosas, pero siempre tomando en cuenta las palabras detonantes del primer mapa. Con la unión de estas herramientas se obtuvieron tres propuestas de posibles conceptos que se explican a continuación y que podrían servir para guiar al proyecto.

**Figura 24**

Mapa de pensamiento irradiante,  
Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 25**

Asociación de ideas forzadas, Au-  
tor: Dennis Collaguazo, 2022

	Viaje	Descubrir	Color	Tradición
Pasión	Recuerdo	Aventura	Rojo	Baile
Arte	Museo	Pintor	Acuarela	Diversión
Valioso	Primera clase	Tesoro	Oro	Alegría
Proceso	Experiencia	Trayecto	Pintura	Labor

### 1- En busca de un tesoro olvidado

Refleja la desaparición del mazapán que está sufriendo Calderón en sus centros artesanales. Un tesoro tiene mucho valor y que se busca para poder usarlo o “presumirlo” y en ese sentido se asemeja con el mazapán, para Calderón estas figuras representan algo muy valioso a nivel cultural. Cuando un pirata encuentra el tesoro lo festeja pues connota poder y en este caso si se encuentra de nuevo el tesoro de mazapán dará un poder cultural y turístico.

### 2- El mazapán se siente en todo el mundo

Se trabaja con una hipérbole que representa como la cultura del mazapán puede convertirse en un atractivo a nivel internacional, debido a que los usuarios son los turistas que pueden ayudar a promocionar estos atractivos. Es muy exagerado decir que se sienta en todo el mundo, pero si México logro dar a conocer los alebrijes, Ecuador puede hacer lo mismo con diferentes elementos culturales, en este caso las artesanías.

### 3- Un viaje por los recuerdos

Los recuerdos son pensamientos que evocan un sentimiento de empatía hacia ciertos momentos de la vida que quisiéramos que vuelvan a suceder. El viaje está relacionado en la actividad de conocer nuevos lugares y afrontar nuevas aventuras en el mismo. Al orientar este proyecto hacia los turistas se esta invitándoles a que conozcan algo nuevo para ellos pero que involucra a la memoria ancestral, pues cada figura cuenta una historia o una tradición, es decir estan conociendo más allá de un objeto, un recuerdo.

Trás la validación realizada con e GAD de Calderón - se explica posteriormente - se obtiene el concepto final que se expresa a continuación, el cuál resulta de la combinación de las propuestas 1 y 2, anteriormente explicadas.

**“En busca de un recuerdo valioso”** : El problema que enfrenta el proyecto es la desaparición del mazapán en Calderón, es decir el olvido de un oficio artesanal que antes for-

maba parte de su cultura. Estas figuras de mazapán representan una historia valiosa, no solo de la parroquia, sino de las diferentes partes del Ecuador que se plasman en estas artesanías. Al no haber interés por parte de los moradores del sector ni de los turistas es que se añade las palabras en busca de, ya que esto permite connotar que se va a descubrir algo que ya parece perdido pero que tiene mucho valor y riqueza cultural, al igual que el tesoro de un pirata. Es por esta razón que el concepto representa de manera adecuada lo que se desea lograr con este proyecto, recuperar el interés por estas artesanías.

## 2.2 Exploración de la forma (estilo)

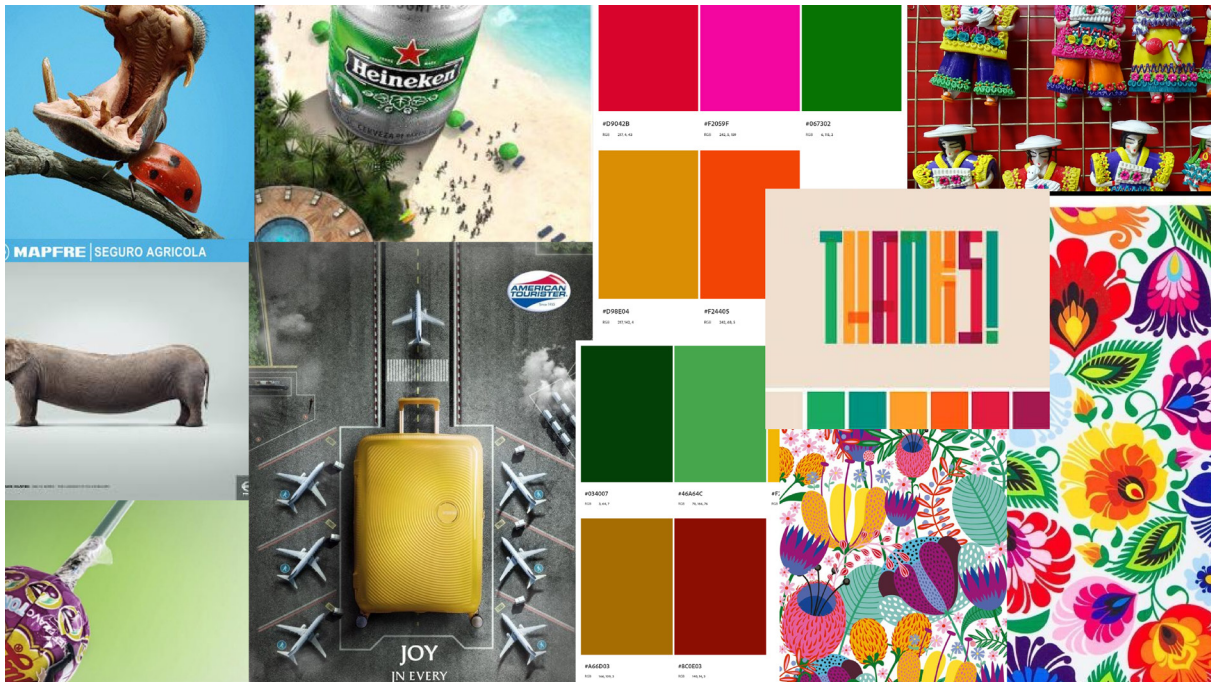
Para la búsqueda de implementación del concepto se procede a realizar 3 *moodboards* con varios elementos del diseño, como diagramación, cromática, tipografía o formas relacionadas con la idea principal. Dentro de estos se colocan diversas propuestas de líneas gráficas con el fin de resaltar el más conveniente para nuestro proyecto, de manera que resulte atractivo y novedoso con respecto a trabajos anteriormente realizados.

Para el uso de esta herramienta no hace falta tener un orden específico en la diagramación, sino colocar las formas a manera de lluvia de ideas, para poder conseguir la mayor cantidad de recursos gráficos que sirvan de referentes. En este caso los tableros de emociones - Figura 26, Figura 27, Figura 28 - permite identificar el estilo tipográfico, la paleta cromática mas adecuada para transmitir la idea y los diferentes estilos que se pueden usar y de esta forma persuadir mejor al usuario.



**Figura 28**

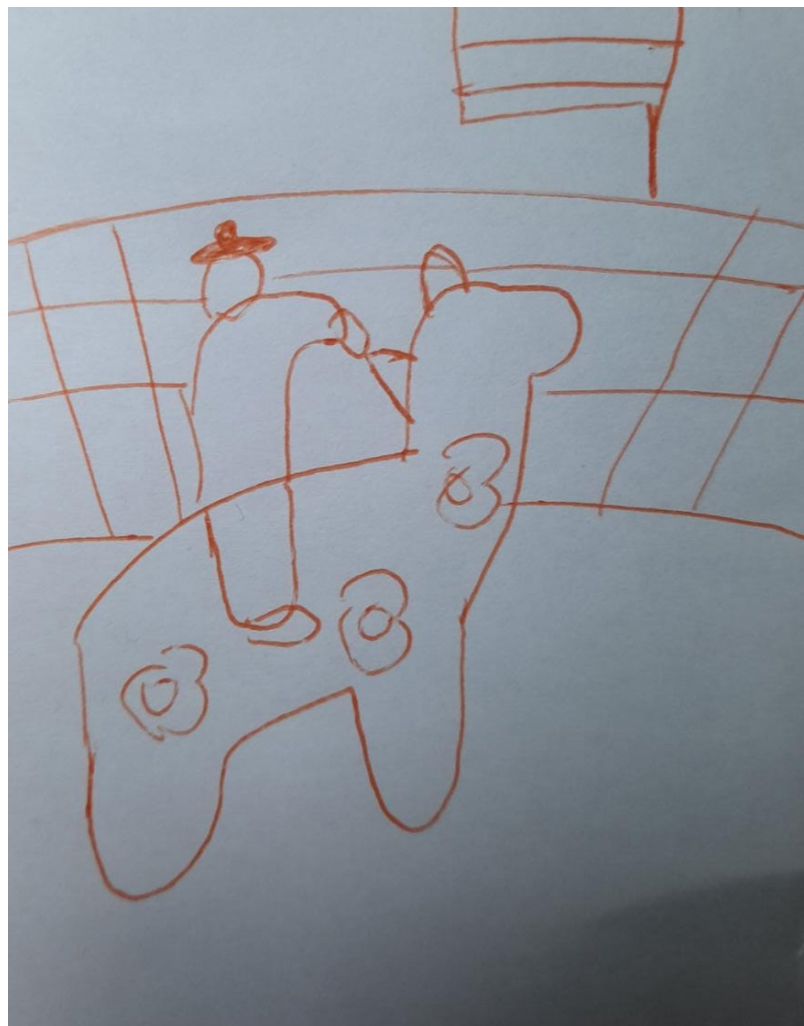
Moodboard 3, Autor: Dennis Colla-  
guazo, 2022



Se trabaja con la técnica de “esprintar”, en el cual se realiza varios bocetos rápidos basados en los diferentes conceptos propuestos, como se observan en las figuras 29 y 30, 31 y 32. Esta técnica consiste en elaborar varios bocetos en poco tiempo, permitiendo obtener varias ideas de diagramación e imágenes. Con esto se visualizan imágenes que pueden ser elaboradas con fotografías a través del fotomontaje para poder crear nuevos espacios impactantes. Para esto se necesita manejar la cromática específica de cada fotografía pero realizando ajustes digitales para que todo tenga coherencia visual y se vea real. En estos bocetos se observa la exageración en los tamaños de las figuras de mazapán con el fin de resaltarlos frente al resto de la composición y se relaciona con la hipérbole.

**Figura 29**

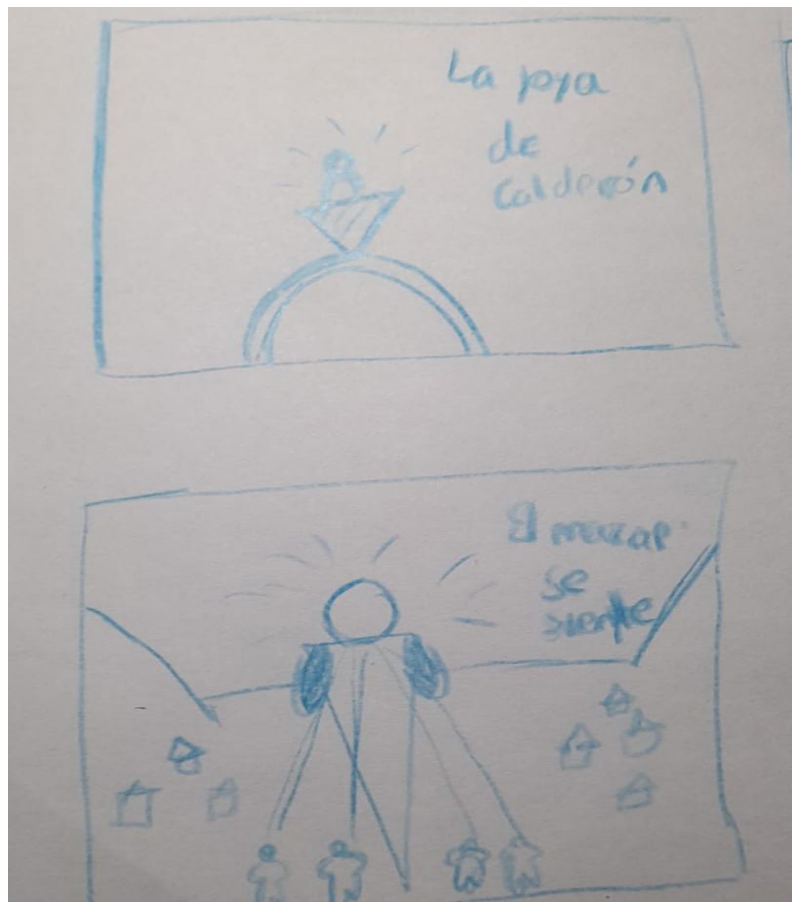
*Sprint Perla, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*

**Figura 30**

*Sprint Caballo, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*



**Figura 31**  
 Sprint metáforas 1 Autor: Dennis  
 Collaguazo, 2022



**Figura 32**  
 Sprint metáforas 2 Autor: Dennis  
 Collaguazo, 2022

A través de la herramienta del “Kit de piezas” - Figura 34 - se crearon patrones que se asemejan a las formas orgánicas usadas en las decoraciones de las figuras, como se observa en la figura 33, que es la fotografía tomada como referencia. Para ello el kit se conforma de líneas curvas, circunferencias y espirales, las cuáles al combinarse crean diferentes siluetas que serán usadas como patrones en el producto de diseño. En este caso se usa la iconicidad, pues son la representación de las formas usadas en el mazapan.

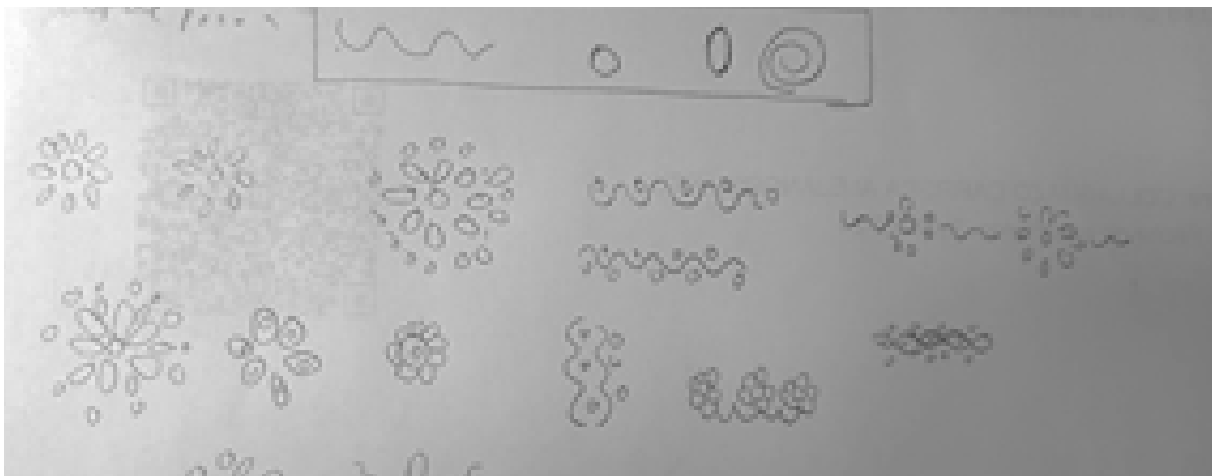
### Figura 33

Foto referencia, Autor: Dennis Collaguazo, 2022



### Figura 34

Kit de piezas, Autor: Dennis Collaguazo, 2022



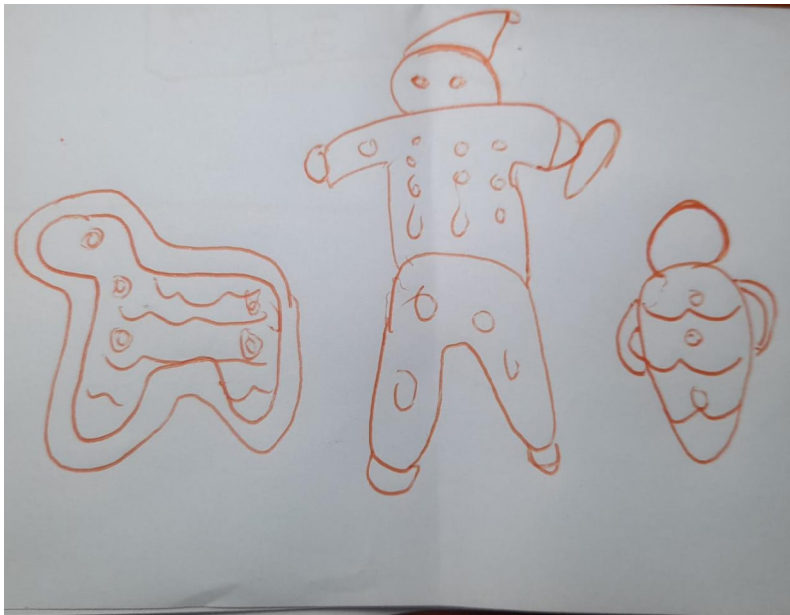
Se hizo una búsqueda uniendo la fotografía e ilustración con el fin de lograr un producto con mayor impacto visual - Figura 35 -. En este caso la cromática a usarse dentro de la ilustración deberá mantener colores llamativos como los que se usa en la fabricación de las figuras de mazapán, para que tenga semejanza con la imagen fotográfica. En la parte audiovisual de igual forma debe mantenerse estas tonalidades, pero con una temperatura más cálida que refleje a los recuerdos. Para esta técnica se hará uso de ilustraciones digitales para obtener una mayor calidad gráfica.

**Figura 35**

Foto e ilustración, Autor: Dennis Collaguazo, 2022



Para la técnica de ilustración se inicio con el bocetaje - Figura 36 - usando las formas mas representativas, para posteriormente realizar fotografías de dichas piezas artesanales - Figura 37 - y tener una mejor referencia. Se realizó un bocetaje digital para luego colorizar con una técnica de degradado que da volumen a los gráficos, como se muestra en las figuras 38, 39, 40, 41. Estas ilustraciones no son utilizadas dentro del proyecto, por lo que no se realizaron detalles específicos, pero es parte del proceso.



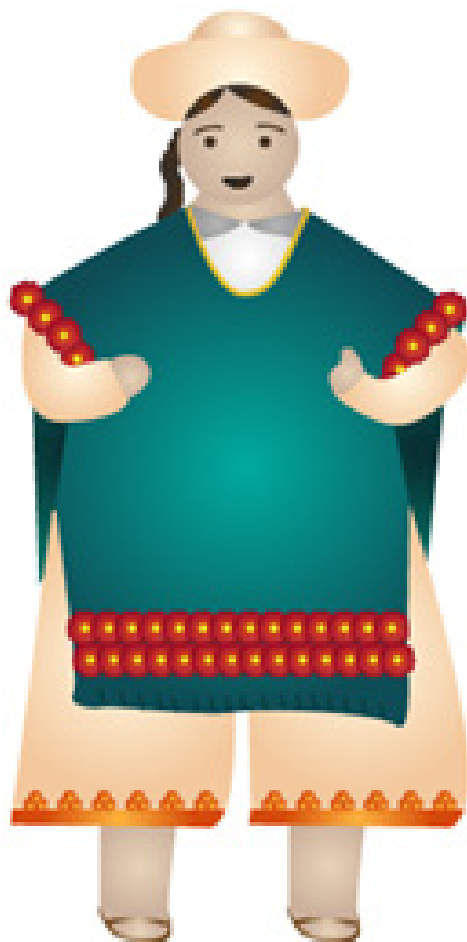
**Figura 36**

*Ilustración, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*

**Figura 37**

*Base dibujo, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*





**Figura 38**  
*Campesino, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*

**Figura 39**  
*Payaso, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*



**Figura 40**

*Señora, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*

**Figura 41**

*Caballo, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*



A nivel tipográfico se debe manejar letras que sean impactantes y orgánicas, como las visualizadas en la figura 42, con el fin de reflejar el concepto de los recuerdos valiosos y el trabajo manual que se realiza.. Además, es conveniente el uso de cajas altas para los elementos mas importantes y posteriormente utilizar también cajas bajas en los diferentes textos extensos que puedan existir dentro del proyecto.

Tras la exploración se determina que la técnica mas viable para realizar el proyecto es el uso de fotografías, para que los usuarios puedan apreciar de mejor manera los detalles de las figuras y su cromática. También se combina con tipografías semejantes a las mencionadas anteriormente, para realizar una mejor composición gráfica.



**Figura 42**  
Fuentes.

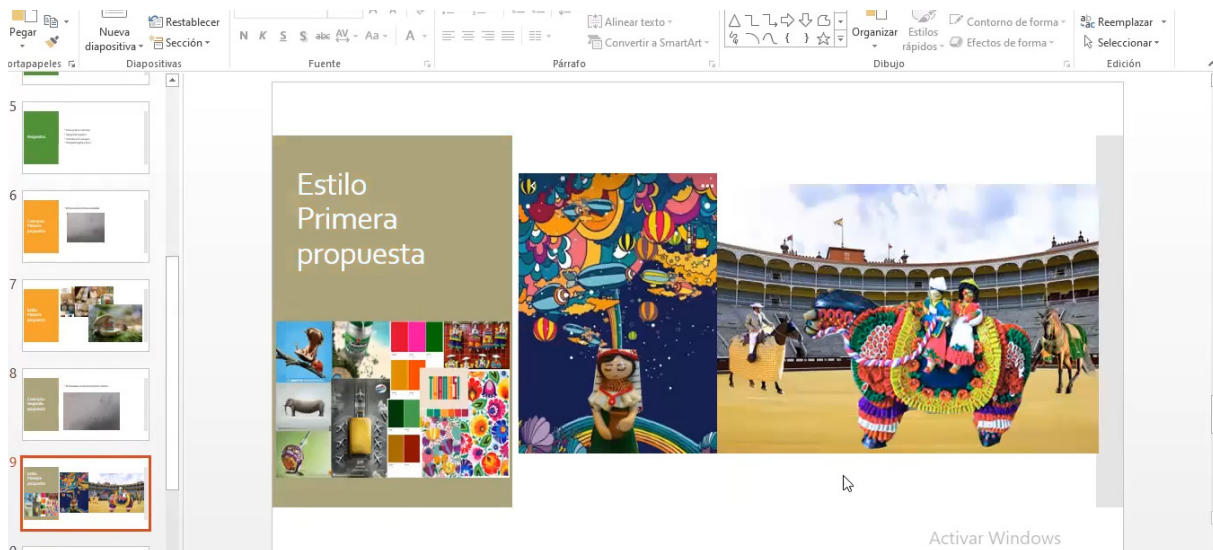
**Nota.** (<https://ideakreativa.net/30-fuentes-manuscritas-elegantes-y-modernas-gratis/>), 2021

## 2.3 Evaluación del concepto y estilo gráfico

El proceso de evaluación permite identificar los errores y aciertos que se presentan en el transcurso del desarrollo. En este caso se procede a mantener una reunión vía Zoom - Anexo 1- con el Lic. José Santillán - miembro del GAD - para conocer su opinión sobre el concepto y el estilo gráfico a usarse dentro del trabajo. Para ello se inicia con la presentación de todo lo elaborado hasta el momento a nivel de investigación y así orientarlos de mejor manera en la toma de decisión.

Como principales resultados se obtiene que las ideas mostradas si presentan un alto nivel de novedad e impacto visual. Con el segundo concepto - el mazapán se siente en el mundo - se obtuvo que estaba desvinculada del objetivo general por que estaría llevada a un “segundo paso”, en vista de que aún no se repotencia dentro del Ecuador. Como resultado final se realizó la fusión del primer y segundo concepto y se obtuvo el final “en busca de un recuerdo valioso” . Se cuenta con más retroalimentación que se presenta en el documento adjuntado a continuación.

<b>Tabla de evaluación del concepto y estilo gráfico para los conceptos y estilos gráficos propuestos</b>				
Título del trabajo:		El mazapán y la cultura de Calderón, una tradición que debe resurgir.		
Estudiante: Dennis Collaguazo				
Evaluado por: José Santillán				
Fecha: 22/3/2021				
<b>Preguntas</b>	<b>Concepto y estilo 1</b>	<b>Concepto y estilo 2</b>	<b>Concepto y estilo 3</b>	<b>Observaciones/sugerencias</b>
1) <i>¿El concepto responde al objetivo general del trabajo?</i>	sí	No	Sí	El segundo no está orientado hacia el público objetivo
2) <i>¿El concepto responde a las expectativas de los usuarios a los que se dirige el trabajo?</i>	sí	No	Sí	El segundo está más orientado hacia afuera, es decir a que se produzca afuera del país.
3) <i>¿El concepto responde de forma novedosa al problema planteado?</i>	Sí	Sí	sí	Sí, todos son novedosos
4) <i>¿El concepto propone una experiencia de uso adecuada?</i>	sí	sí	sí	Sí, especialmente si se lo usa para el mapa
5) <i>¿El estilo gráfico es adecuado para el/los usuarios a los que se dirige el trabajo?</i>	sí	No	Sí	Va dirigido a un público más grande (internacional)
6) <i>¿El estilo gráfico propone una experiencia visual atractiva?</i>	Sí	Sí	Sí	Sí, y personalmente le gustaría más la ilustrada en el mapa
7) <i>¿El concepto y estilo proponen un grado de innovación o novedad con relación a las</i>	Sí	Sí	Sí	Sí todo esta bien



**Figura 43**

Validación1, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

## 2.4 Desarrollo del prototipo

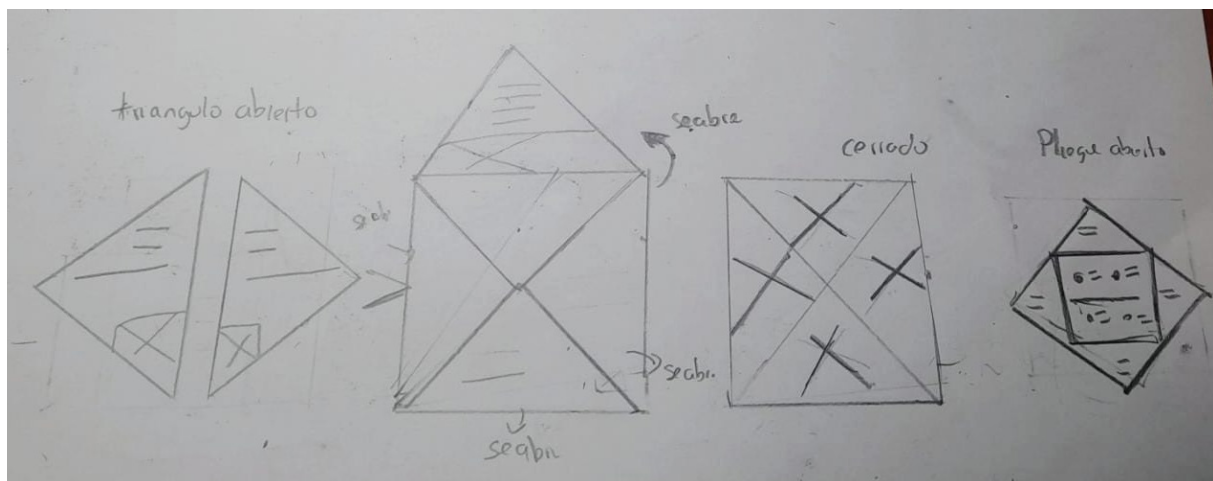
En un inicio, con el estilo gráfico escogido se procedió a realizar varias propuestas. Se realizó diferentes artes que tenían fallos a nivel tipográfico, detalles y de composición. La tipografía no mantenía una justificación conceptual con la imagen realizada ni con el resto de elementos y la diagramación seleccionada no generaba jerarquías por lo que tampoco había un orden de lectura. ni buena legibilidad como se observa en la imagen 44. Con estos errores se procedió a realizar una investigación mas profunda, que se explica posteriormente y a corregir los productos gráficos.



**Figura 44**

Afiche con error, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

El diseño de la información está relacionado con la realización del mapa - Figura 43 - que incluye una ruta artesanal. Para esto se debe comenzar con la organización del contenido, en la cual se identificaron todos los puntos artesanales existentes dentro de la parroquia y se resaltan los 5 más importantes, basados en su valor histórico. Posteriormente se realiza la planificación de la presentación visual donde se debe tomar en cuenta cómo se va a dar a comunicar esta información. En este aspecto es necesario que la información sea concisa, clara, atractiva y confiable para que pueda ser manipulada por el usuario y es así que se trabaja con textos cortos y se apoya en el uso de medios digitales para que sea más fácil de identificar los datos recogidos. (Frascara, 2011)

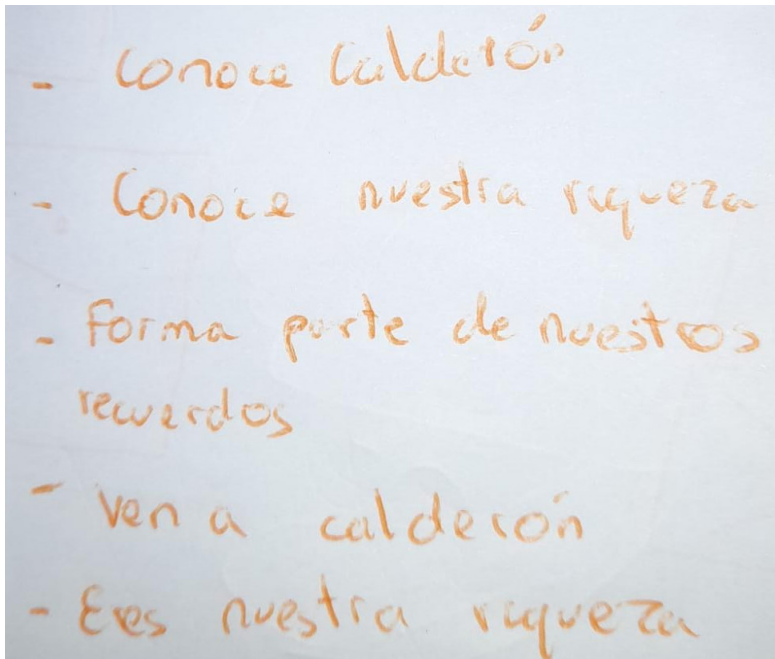


**Figura 45**

Boceto información, Autor: Dennis  
Collaguazo, 2022

Con el diseño persuasivo se busca que los turistas decidan ir a Calderón a conocer las artesanías y para eso se fundamenta en 4 aspectos, según Carmel Montero – ethical, purposeful, pragmatic, elegant – que permiten generar estos cambios en el usuario. El primero busca que la persuasión sea con un fin positivo como ayudar a los artesanos de calderón y a la parroquia en general. El segundo permite que los usuarios cumplan su objetivo de interés, en este caso conocer más acerca del lugar que van a visitar. El tercero, que las organizaciones a las cuál se ayudan logren su fin, es decir que los artesanos sean más valorados y su negocio pueda progresar. El último aspecto está relacionado

con la parte estética, en la cual se debe garantizar que el producto genere interés en el usuario y realmente les motive a visitar la parroquia de Calderón. Estos conceptos se ponen en práctica a través del texto que acompaña a la imagen, para la cual se realizó una lluvia de ideas - Figura 46 - donde se escogió “visita Calderón” y “nuestra riqueza en un lugar”. Además los conceptos antes mencionados se ponen en práctica en la composición y el diseño de los artes. (Montero, 2017)



**Figura 46**

*Frases persuasivas, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*

Posteriormente se procede a identificar los diferentes elementos de diseño que van a enriquecer la composición del producto final. Estos elementos compositivos son la cromática, tipografía, retícula, forma e imagen, los cuáles ayudan a tener un factor diferenciador con respecto a otros elementos ya existentes.

La utilización de una correcta cromática puede ayudar a fortalecer los sentimientos que se generen en el usuario. Si bien los diferentes elementos artesanales tienen una amplia gama de tonalidades se hará uso de dos que reflejen el valor cultural. En base a esto se decide trabajar con los colores cálidos - Figura 46 - que reflejan el área cultural y está relacionado con los ámbitos históricos por lo que va de la mano con el concepto de los recuerdos. En este caso se decidió usar el amarillo (C: 5, M: 30, Y: 90, K:0) (R: 242, G: 175, B: 23), ya que también refleja la alegría, la creatividad y es un color usado por las marcas

para estimular a sus usuarios, por lo que permite generar una mayor persuasión con el público. El color rojo (C: 30, M: 85, Y: 100. K:40) (R: 127, G: 45, B: 0) por su lado representa la pasión, en este caso el gran empeño que los artesanos realizan mientras elaboran las figuras de mazapán. En este caso la tonalidad rojiza se oscurece para amenizar la visualización y lectura al público y es usado como color secundario en los productos gráficos. (Heller & Chamorro, 2017)



**Figura 47**

*Colores cálidos, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*

La gama de colores escogida emiten un sentimiento de simpatía y están relacionados con el espíritu aventurero según Timothy Samara. La paleta cromática a usarse corresponde a tonalidades análogas- en la misma gama según el círculo cromático -, y pertenecen a una temperatura de colores cálidos. Se hace uso de estos tonos de manera moderada, con la finalidad de facilitar la lectura y que no resulten molestos a la vista, sin embargo, serán usados en una alta saturación para que puedan parecerse a los pigmentos usados en las artesanías. (Samara, 2007)



**Figura 48**

*Amarillo, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*



**Figura 49**

*Rojo, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*

Otro elemento fundamental del diseño es la tipografía, que permite complementar y reforzar el concepto. La fuente debe tener una buena legibilidad y debe transmitir el concepto y el trabajo manual que realizan los miembros de MASARTE. En base a esto se seleccionaron 2 familias tipográficas que permitirán tener una buena composición en el sistema.

Al momento de escoger tipografías es importante considerar aspectos conceptuales y teóricos. Para el primero es necesario escoger familias que reflejen la idea que se desea transmitir, en este caso, la cultura y la historia. A nivel técnico, Samara (2007) aconseja que “conviene escoger dos que presten un contraste suficiente, pero siendo conscientes también de sus similitudes” ( p. 130) ,es decir, que tengan un mismo peso visual, es decir que el grosor que los diferencie no sea mucho, a menos que esa sea la intención. Es importante que contrasten por lo que se sugiere escoger fuentes con serifa y otras sin serifa, pero que manejen trazos parecidos.

Se seleccionó la fuente tipográfica *Jura*– Figura 50 – Esta es la tipografía con serifa que se va a combinar con la de palo seco. Sus serifas, terminales y bucles redondeados reflejan los detalles que tienen las artesanías, debido a que tienen características similares. Estas letras se manejan con caja alta para los títulos importantes, como la de los afiches de la figura 53. No se incorpora en los textos generales para no dificultar la legibilidad de los mismos y tener un orden de jerarquía.

Para los párrafos se escoge la *Nunito Font* – Figura 51– por tener una familia con varios estilos que permiten un mayor dinamismo en los textos y al no tener serifa facilita la legibilidad. Se la escogió por tener terminaciones redondeadas al igual que los acabados que están sobre las piezas de mazapán. Estas dos fuentes obedecen a las sugerencias planteadas por Samara, ya que tienen rasgos parecidos en sus trazos.

De esta forma las dos fuentes se combinan para generar el texto persuasivo que esta ubicado en los diferentes afiches - Figura 51- . La palabra “RIQUEZA” tiene mayor jerarquía, para connotar que las figura son valiosas, mientras que la nunito tiene mas presencia en el mapa como se ve en la figura 52.

**Figura 50***Jura*

**Nota.** Tomada de <https://www.fontshmonts.com/text-fonts/jura/>

**Figura 51***Nunito*

**Nota.** Tomada de google fonts

**Figura 52**

Fuente afiche, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 53**

Fuente mapa, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

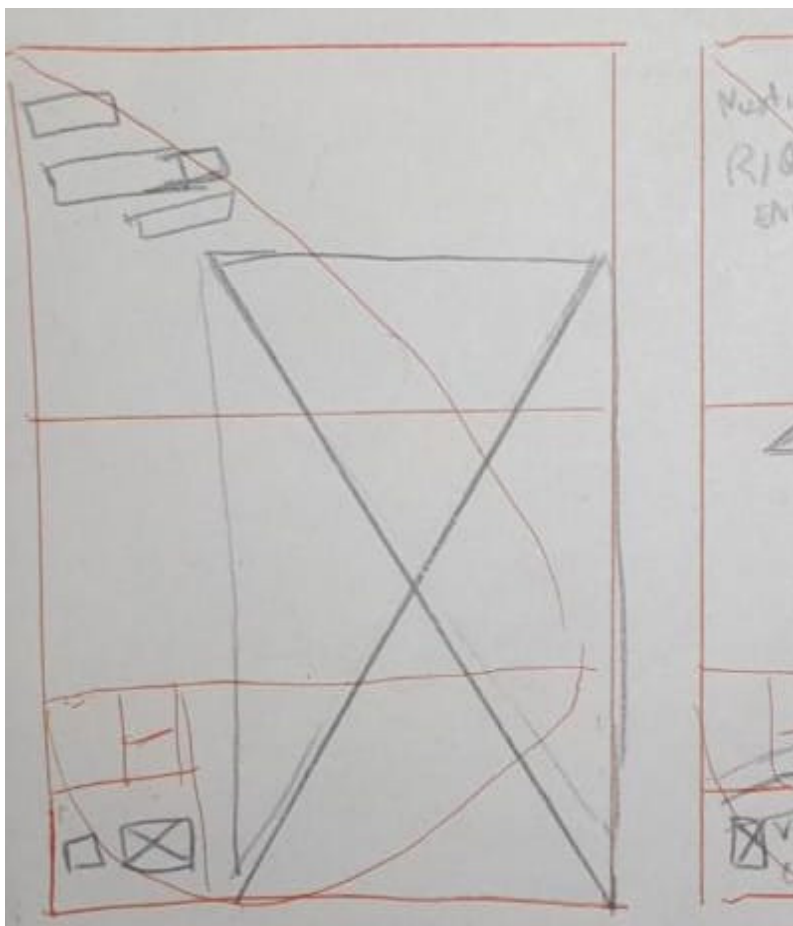


Este sistema incluye productos físicos y digitales que incia con el primer punto de contacto, afiches publicitarios y persuasivos, que se ubican en las paradas de buses o en lugares públicos, para que los usuarios puedan visualizarlos. Una vez que ven el afiche, escanean el mismo con ayuda de la cámara de su celular y observan un video que les muestra el atractivo que tiene la parroquia. Una vez que el sujeto decida visitar Calderón, recibe un mapa plegable donde puede conocer los principales puntos artesanales y la historia de las figuras. Se realizan posts con las fotografías que los turistas se tomen en el sector, cubriendo los puntos y se realiza una propuesta de *mapping* físico y digital que permiten fortalecer el conepcto de la riqueza cultural, a través del uso de patrones inspirados en los rasgos de las figuras de mazapán, cubriendo las tres etapas “descubrimiento, consideración y retención”, de la figura 22.

Con esto se realiza el primer prototipo, iniciando con un bocetaje donde se organizan los diferentes componentes con la retícula de ley de tercios y espiral dorada que se va a utilizar. La ley de tercios nos va a ayudar a ubicar y jerarquizar los diferentes componentes gráficos y la espiral dorada permite generar un camino visual entre los mismos para que los usuarios identifiquen el orden de lectura que deben tener, siguiendo la curva de la espiral.

La lectura de los afiches inicia desde la parte superior, jerarquizando las tipografías con un color que genere contraste, posteriormente continua la imagen, la cual resalta sobre el fondo, ya que se genera un desenfoco y se menora el brillo para dar mas protagonismo a la figura, que es el elemento principal. Una vez realizada la diagramación - Figura 54 - se procede a realizar un boceto a detalle para visualizar como se verá el producto gráfico - Figura 55 - . Con esto se procede a realizar la toma de fotografías que servirán como insumos para la maquetación y fase de diseño - Figura 56 -.

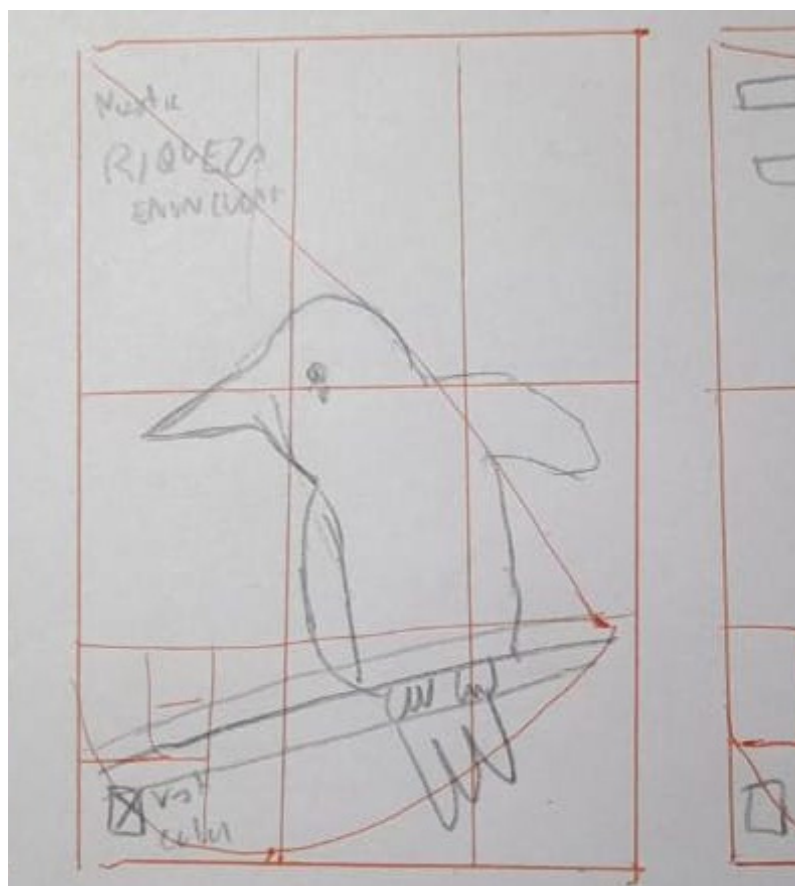
Con estos recursos se procede a la digitalización y se empieza con el recorte de las diferentes figuras - Figura 57 - , que se colocan sobre fondos para lograr escenas irreales pero creíbles - Figura 58 - , que ejemplifiquen como las figuras de mazapán son tan valiosas como las mas representativas zonas turísticas del país y ejemplificar así el valor histórico que tienen estos productos. Con esto se realiza un proceso de colorización y edición digital para obtener el resultado final -Anexo 11 - que son los afiches ubicados en diferentes espacios públicos. Una vez elaborada la fotografía y la diagramación se procede a colocar los textos en ilustrador y se vectorizan para que no existan cambios.

**Figura 54**

Diagramación, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 55**

Bocetaje colibrí, Autor: Dennis Collaguazo, 2022



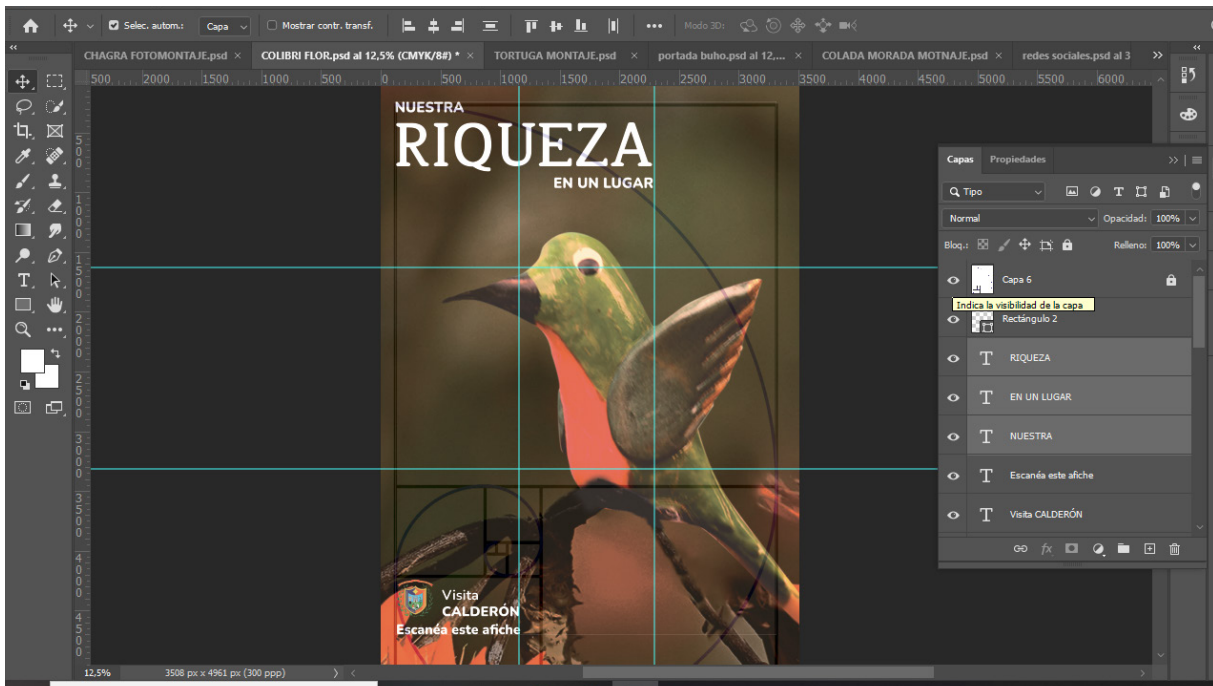
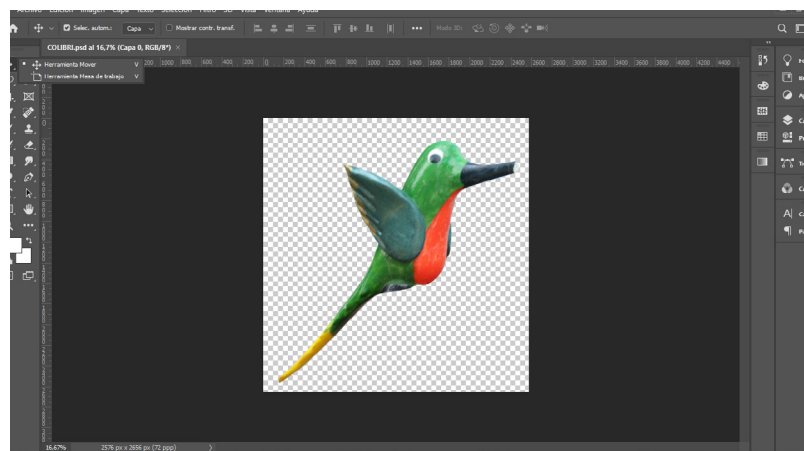


**Figura 56**

Foto colibrí, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

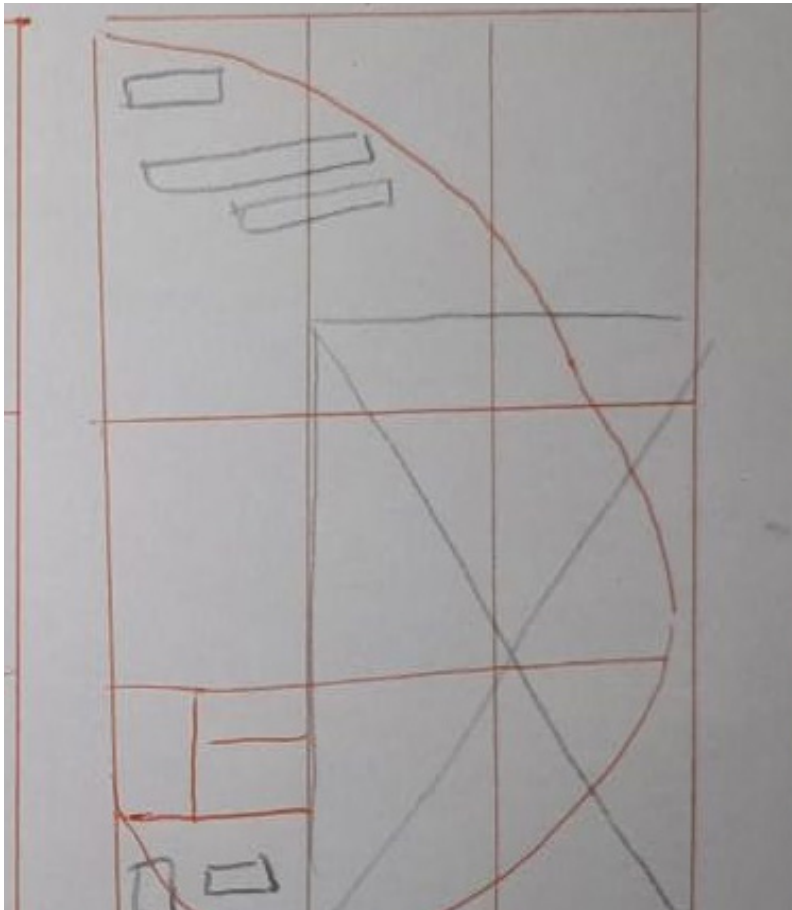
**Figura 57**

Recorte colibrí, Autor: Dennis Collaguazo, 2022



**Figura 58**

Montaje colibrí, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 59**

Diagramación2, Autor: Dennis  
Collaguazo, 2022

**Figura 60**

Bocetaje Chagra , Autor: Dennis  
Collaguazo, 2022

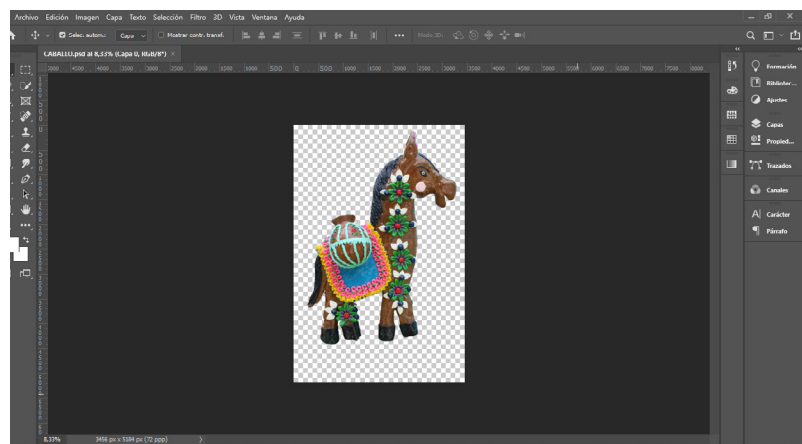


**Figura 61**

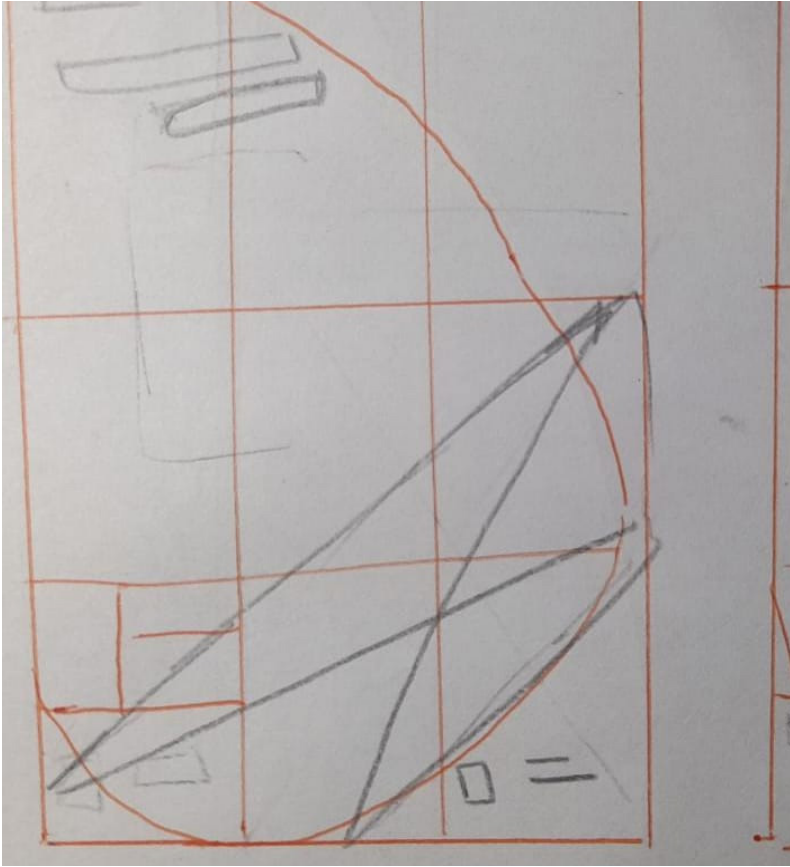
Foto caballo, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 62**

Recorte caballo, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 63**

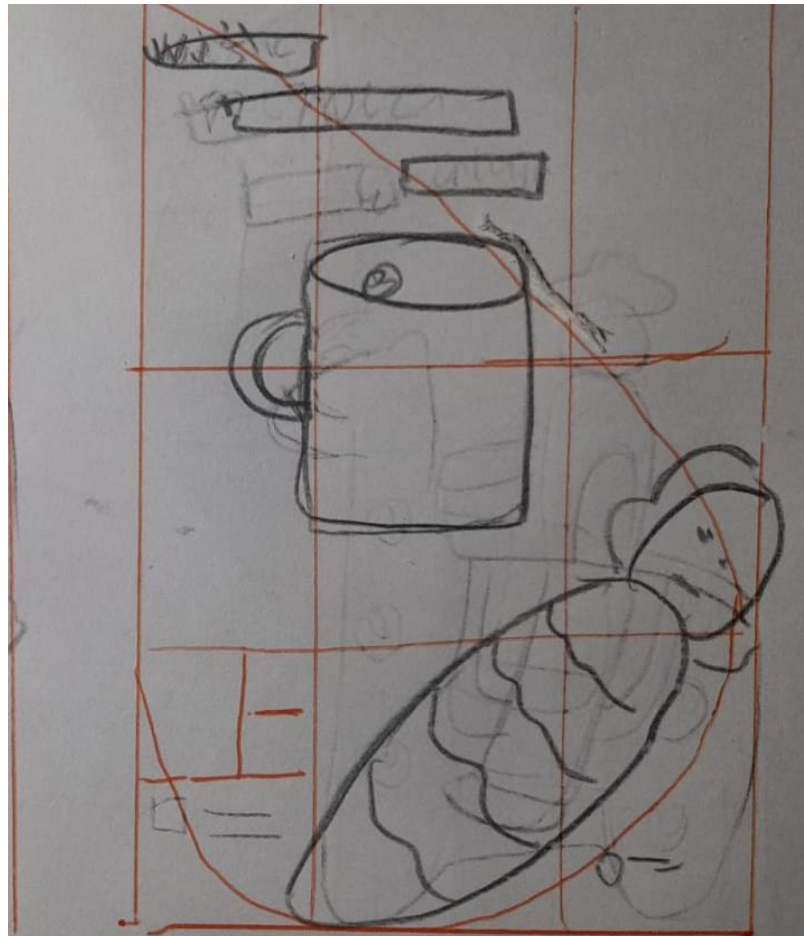
Montaje caballo, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 64**

Diagramación 3, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

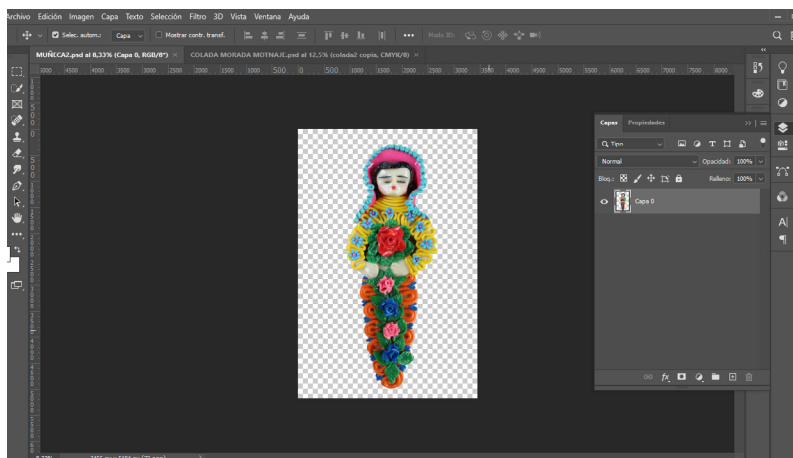
**Figura 65**

Muñe boceto , Autor: Dennis Collaguazo, 2022

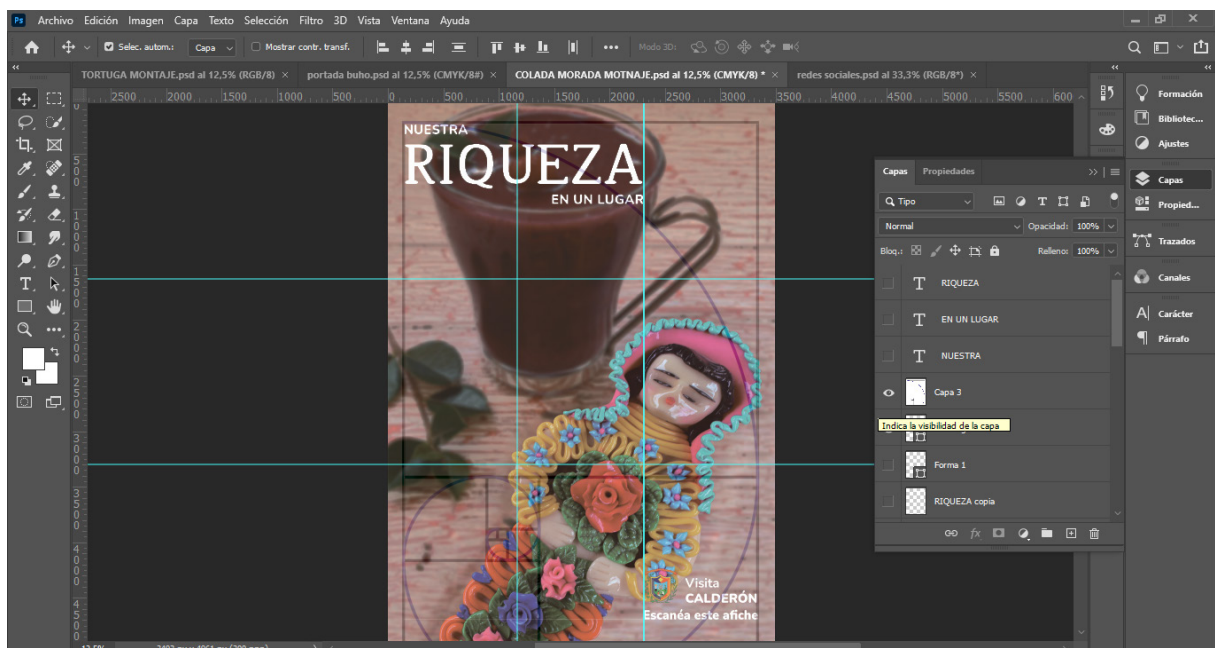


**Figura 66**

Foto muñeca, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 67**

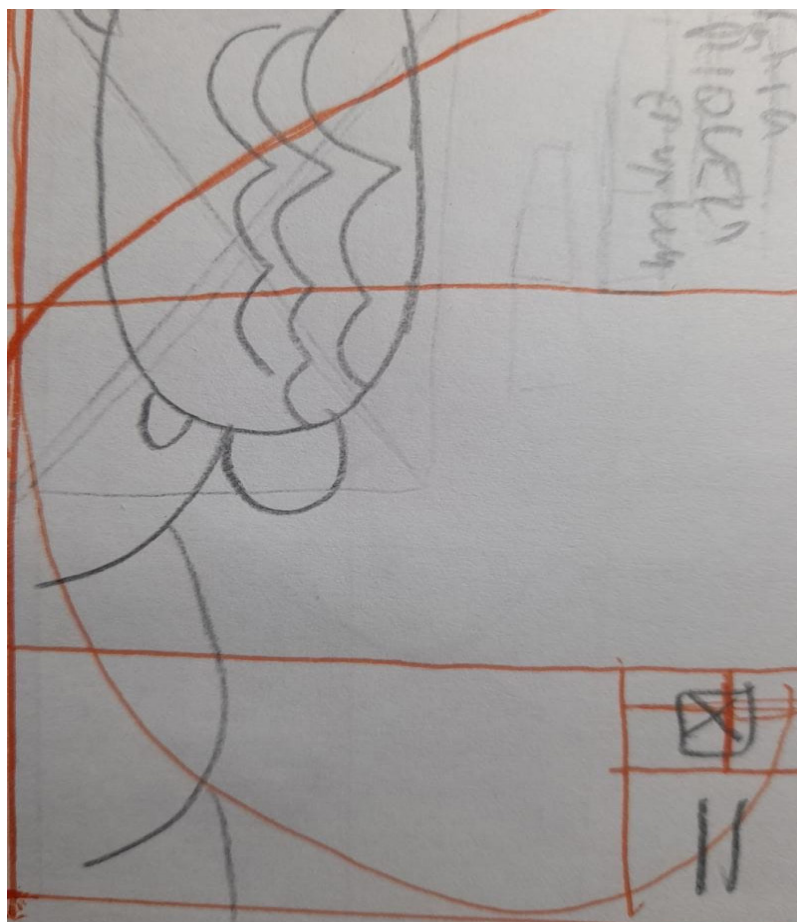
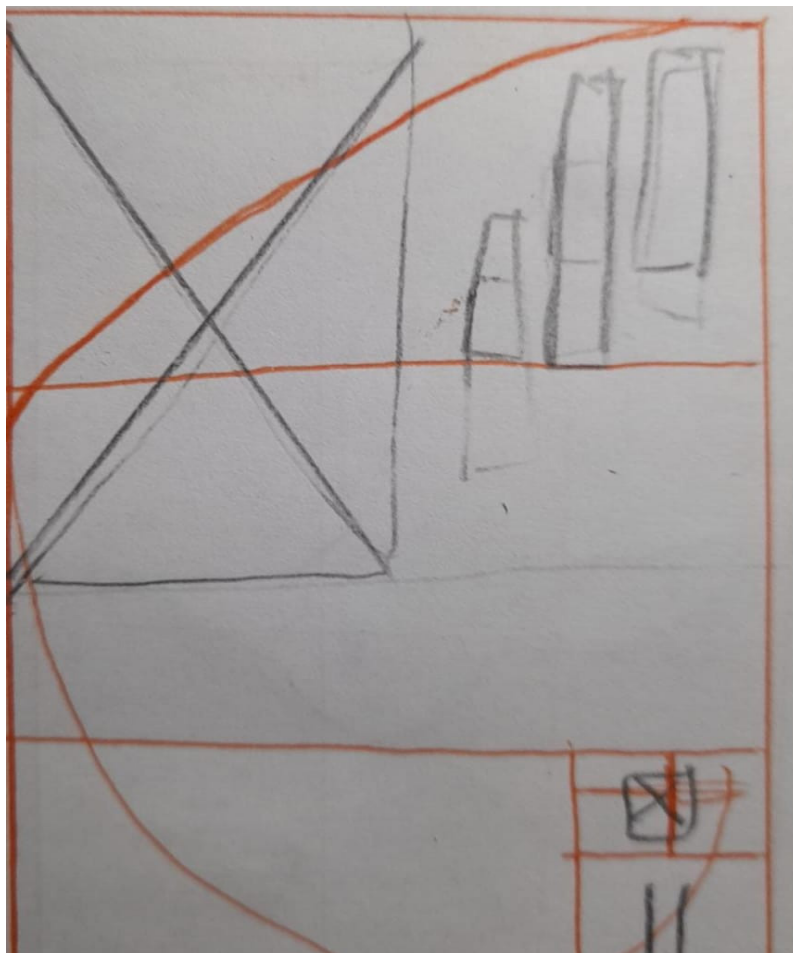
Recorte muñeca, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 68**

Montaje muñeca, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 69**

Diagramación 4, Autor: Dennis  
Collaguazo, 2022

**Figura 70**

Boceto tortuga, Autor: Dennis  
Collaguazo, 2022

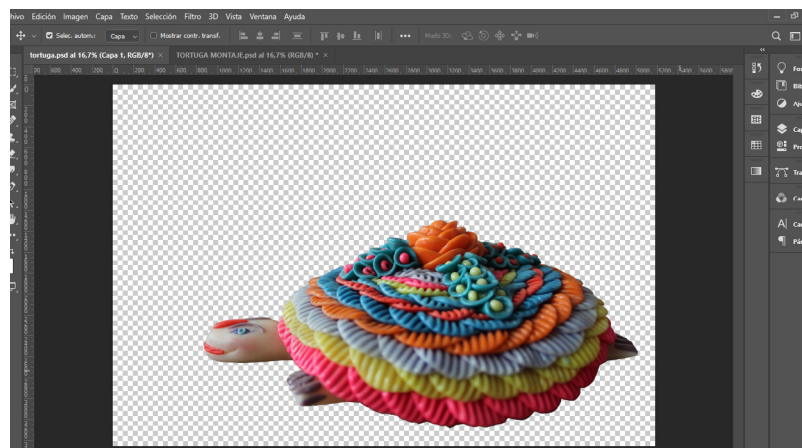


**Figura 71**

Foto tortuga, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

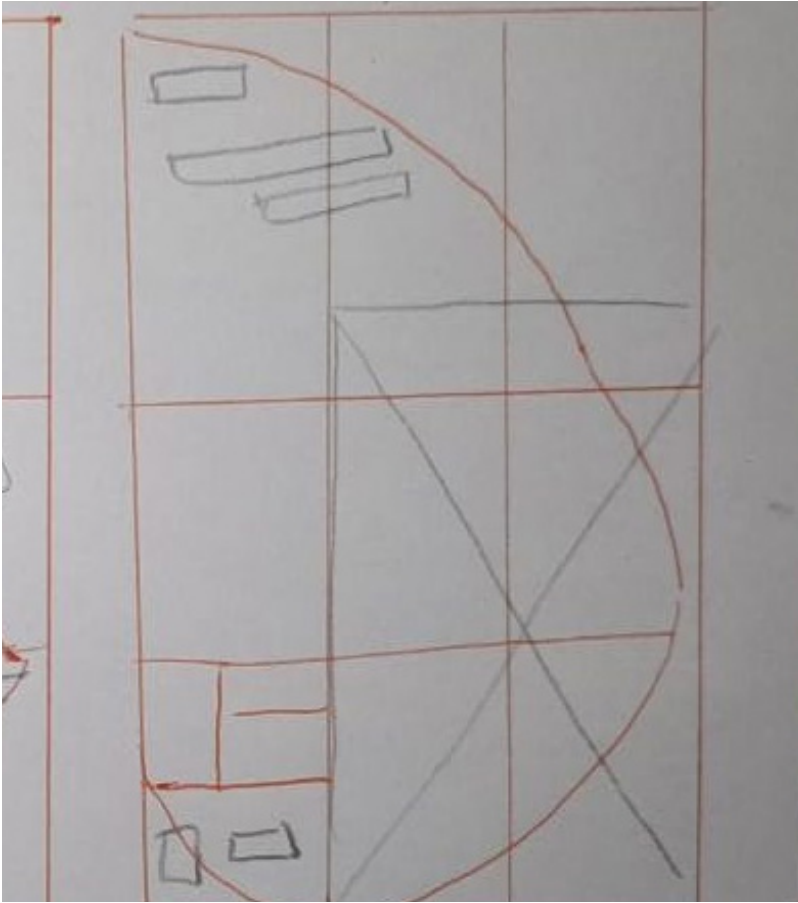
**Figura 72**

Recorte tortuga, Autor: Dennis Collaguazo, 2022



**Figura 73**

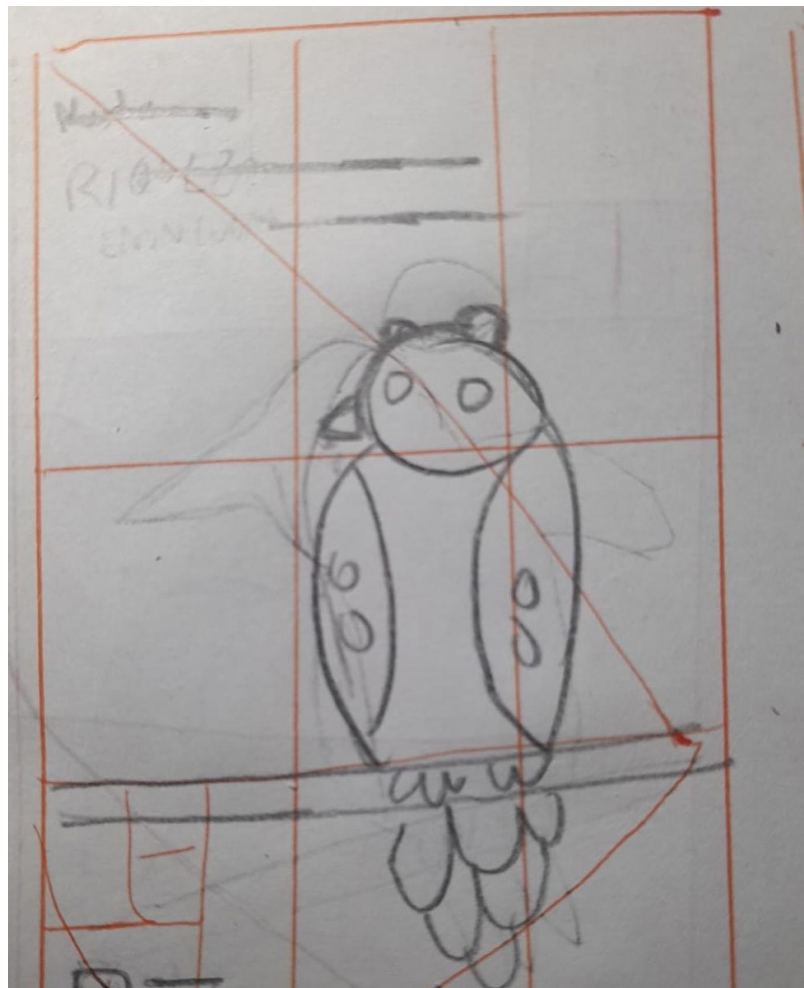
Montaje tortuga, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 74**

Diagramación 5, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

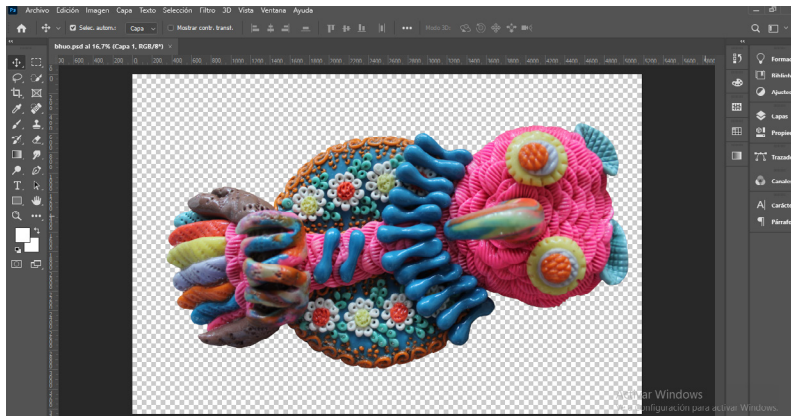
**Figura 75**

Bocetaje búho, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

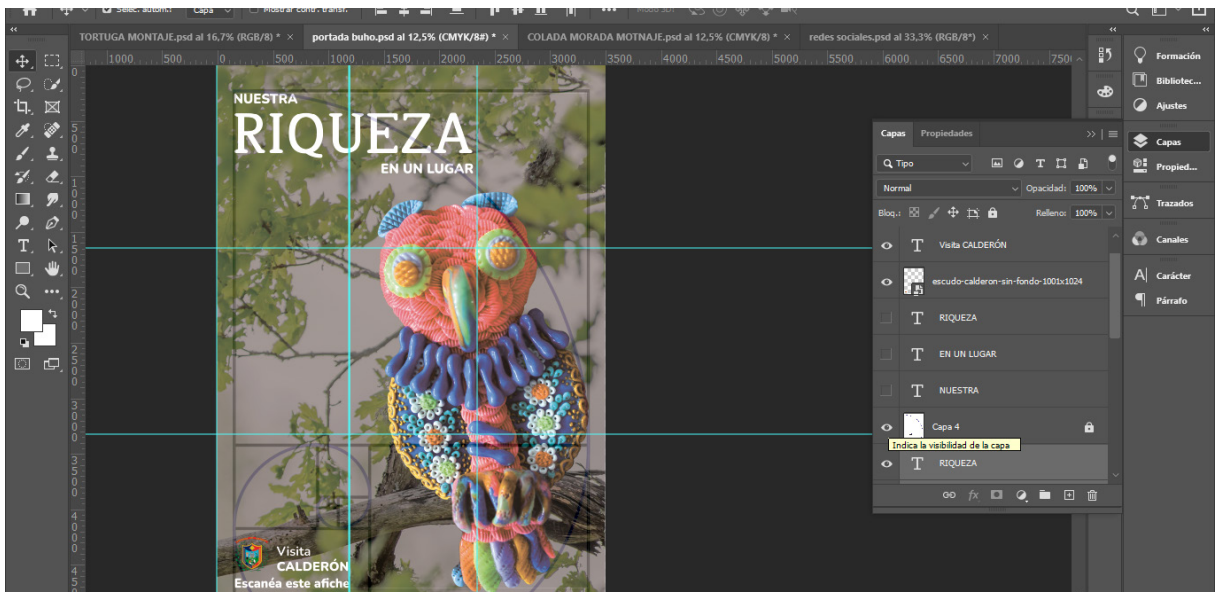


**Figura 76**

Foto búho, Autor: Dennis Collaguzo, 2022

**Figura 77**

Recorte búho, Autor: Dennis Collaguzo, 2022

**Figura 78**

Montaje búho, Autor: Dennis Collaguzo, 2022

Para la realización del mapa se realiza la diagramación de la misma - Figura 79 - y a continuación se realiza los planos de corte y dobléz que sirven de guía en el proceso de corte, como se observa en la figura 80, Para la parte interna se manejan fotografías y textos, que según Frascara deben ser mensajes cortos y directos, haciendo que los párrafos se manejen de esa manera. (Frascara, 2011)

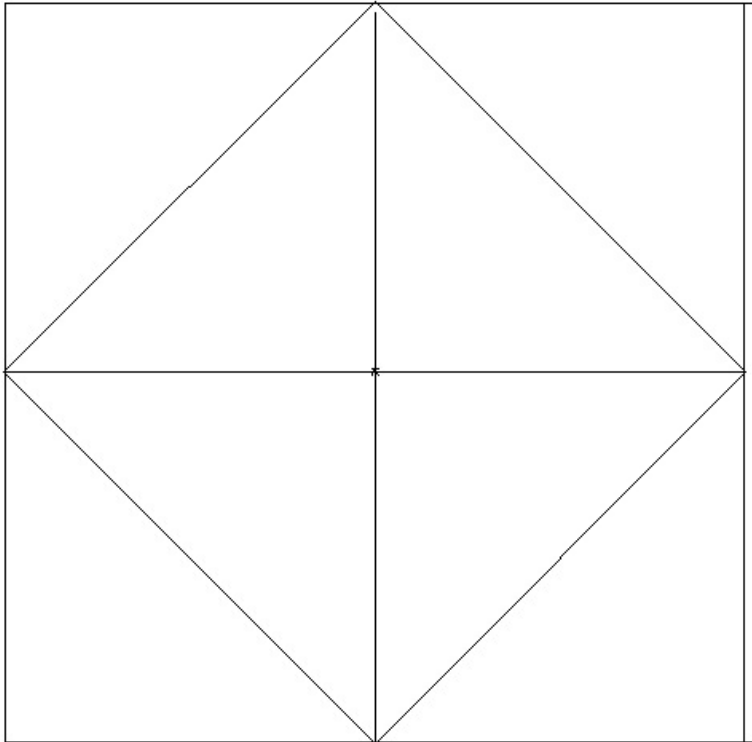
Para este material se incluyen los artes anteriormente realizados, para la portada, para que los usuarios los tengan a la mano. Se realiza el mapa en el interior del plegable, tomando en cuenta los puntos artesanales mas representativos que se encuentran a lo largo de la Av. Carapungo, que son quienes colaborarán en todo el proceso de este proyecto. También se incluye una breve historia de las artesanías y una sección donde se anota algún dato importante que se conozca durante su vista a la parroquia.

El mapa se realiza con esta morfología tomando en cuenta el concepto “en busca de un recuerdo valioso”. Cotidianamente para encontrar un recuerdo se empiezan a mover los objetos, esto esta plasmado al momento de mover los diferentes pliegues. Se hace uso de la paleta cromática escogida y de los recursos gráficos realizados anteriormente, con la finalidad de generar contraste y mantener la misma línea gráfica del resto del sistema.

Para el proceso de diseño se debe tomar en cuenta que al usar diferentes pliegues, las imágenes y textos deben estar correctamente ubicados. Al girar los gráficos pueden sufrir modificaciones que no permitan que se arme la imagen original, en el caso de la portada, Por esta razón es necesaria la prueba de impresión para analizar cualquier error a nivel de diagramación y gráfico.

Para finalizar se realiza una prueba de impresión a color, como se ve en la figura 81 para verificar que la tipografía sea legible y que los elementos se armen según lo planificado.

Se comprueba que el tamaño es el adecuado para su manipulación y que los diferentes elementos están correctamente ubicados. Al imprimir sobre los dos lados, es necesario verificar que los elementos coincidan y comprobar que el mapa sí se puede usar sin inconvenientes.

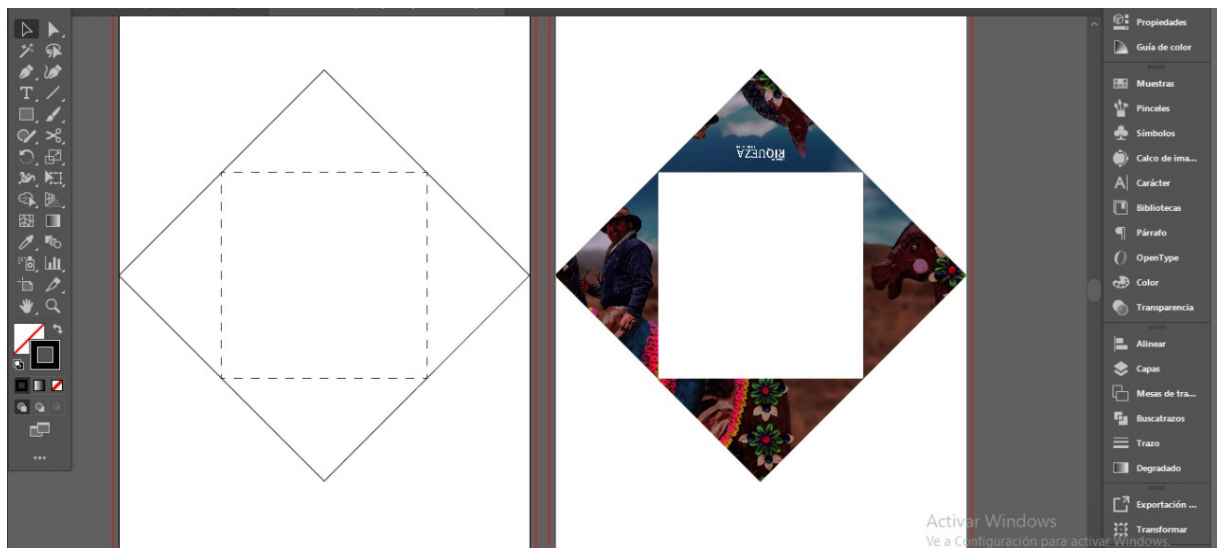


**Figura 79**

Mapa estructura, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 80**

Líneas de corte, Autor: Dennis Collaguazo, 2022





### Figura 81

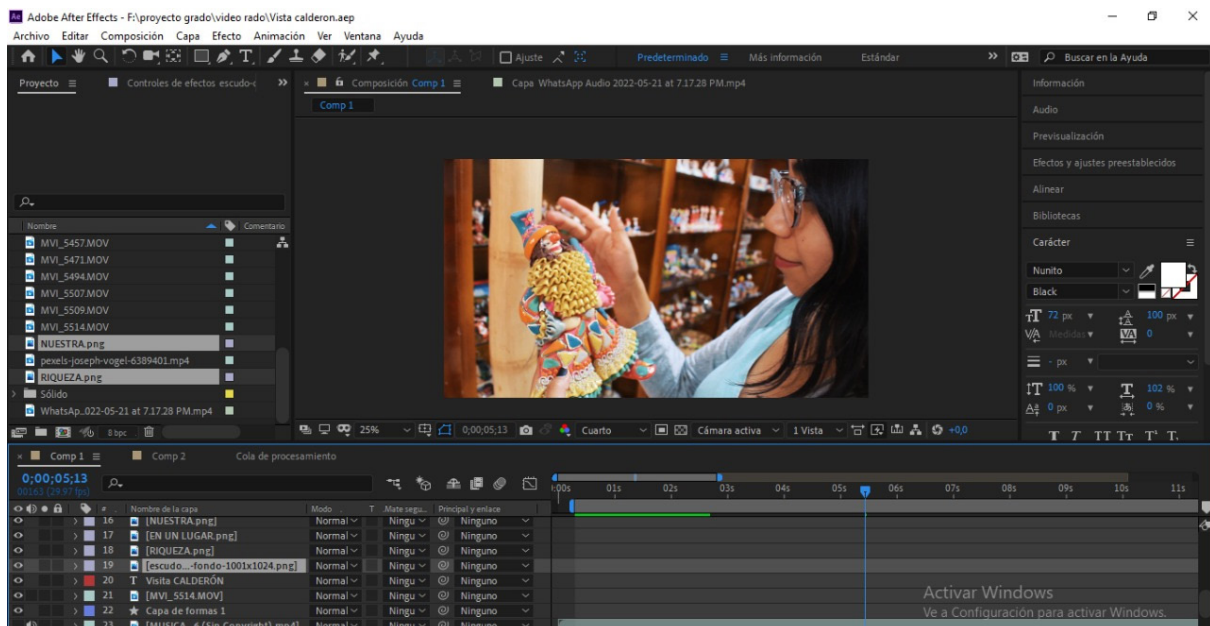
Prueba de impresión, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

Para la realización del video, que aparece al escanear los afiches, se realiza en primer lugar el guión - Anexo 9 - en el cuál se toma en cuenta a un personaje principal, la turista, y una narrativa, en este caso se identifica el cementerio de Calderón, lugar donde surge la tradición del mazapán. Para esto el turista aparece en la primera escena buscando el “recuerdo valioso” y termina el video cuando lo encuentra junto a una tumba y un vaso de colada morada, ya que es así mismo como la señora Margarita Povea decidió inmortalizar la tradición del día de difuntos. - Anexo 8 -Mientras esta primera historia sucede se observa como la protagonista conoce varios lugares del sector y como estos son representados por las figuras artesanales, para demostrar el valor que cada una de estas piezas tiene de una forma persuasiva orientada hacia el turismo.

Con el guión se procede a la grabación, para lo cual se cuenta con el apoyo de una moradora del sector, la señorita Doménica Aguilar. - Figura 82- La grabación tuvo una duración de dos días debido a la movilización y clima. Con este material audiovisual se procedió a la edición - Figura 83 - donde se realiza una colorización cálida para trabajar con el concepto de los recuerdos, ya que se asemeja a algo histórico y se corrige el audio.

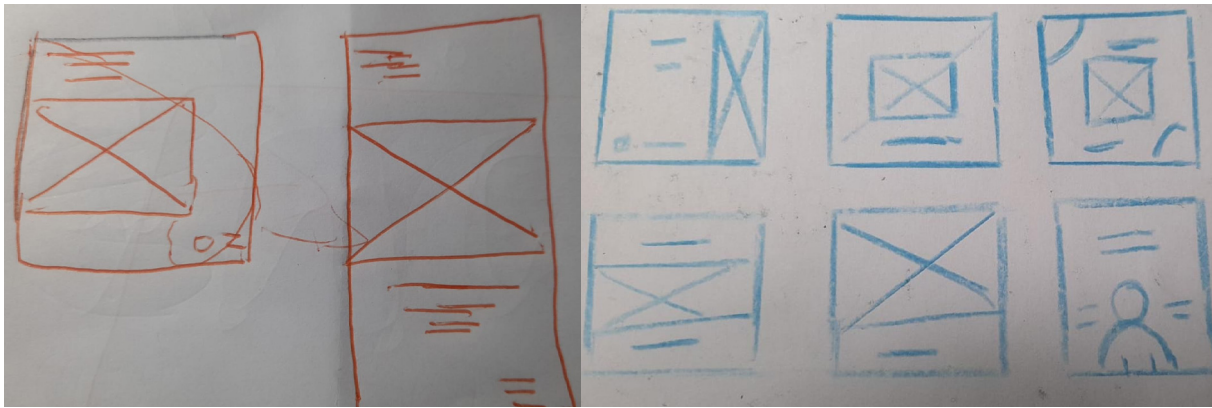
**Figura 82**

Doménica, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 83**

Edición, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

En los post se realiza un proceso de bocetaje y digitalización. - Figura 84 - En este caso se resalta la fotografía que los turistas hagan en la parroquia, por lo cual se trabaja sobre un fondo con desenfoque al igual que en los afiches. En este caso se trabaja con un formato 1 x1 y 9 x 16, que sirve para cualquier red social, como se ve en el anexo 10. Se mantiene el formato de lectura guiado por la espiral dorada, que permite jerarquizar los elementos dentro del post - Figura 85 -. De este modo se cubren los diferentes puntos de contacto mencionados anteriormente, tanto físicos como digitales.



**Figura 84**

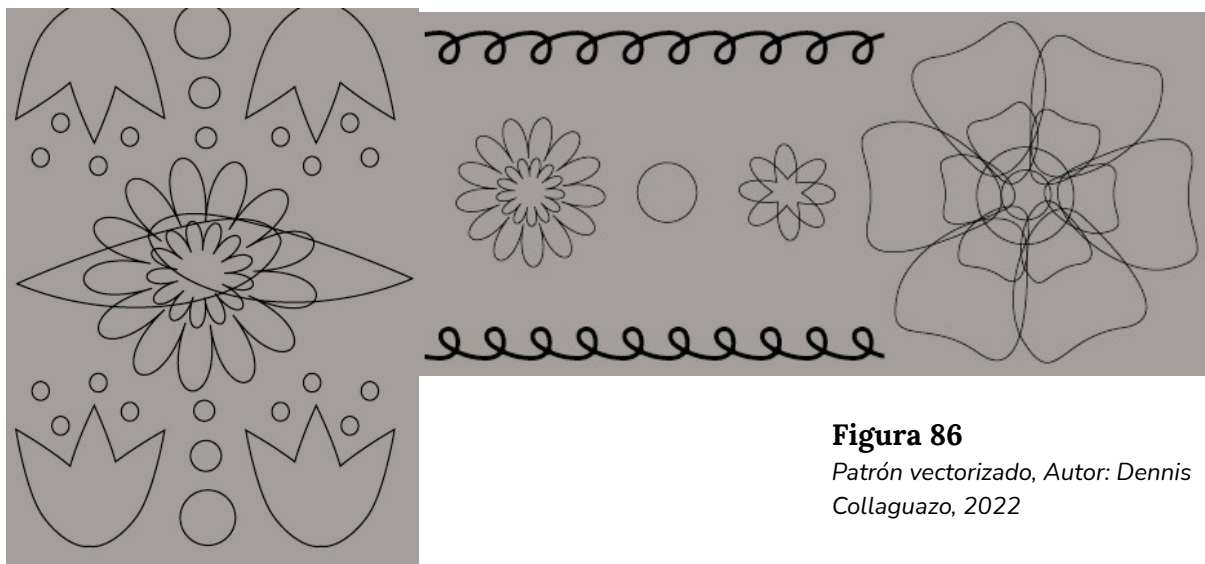
Bocetos diagrama, Autor: Dennis Collaguazo, 2022



**Figura 85**

Post diagrama, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

Para retener al usuario y motivarlo a adquirir sus productos también se realiza un mapping físico, que está orientado a utilizarse en diferentes espacios de la parroquia. Esto genera espacios más atractivos e interesantes para el usuario, provocando en él una experiencia mayor. En este caso se realiza un material análogo que se ubica en espacios de tránsito como los pasos peatonales, para generar una mejor experiencia durante la visita al sector. Para esto se toma en cuenta la técnica usada anteriormente del “kit de piezas” y se procede a realizar diferentes bocetos rápidos con estas formas. - figura 86- Posteriormente se digitalizan y se colorizan para al final generar un troquel, ya que esto debe ser pintado sobre el pavimento para que tenga mayor durabilidad.



**Figura 86**  
 Patrón vectorizado, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

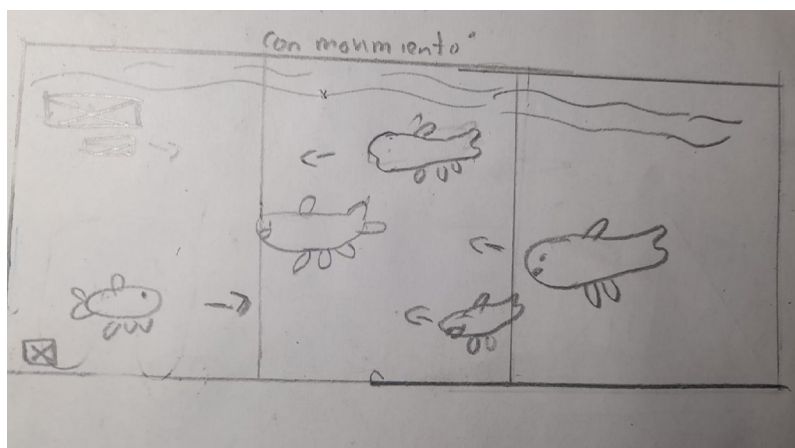


**Figura 87**  
 Patrón final 1, Autor: Dennis Collaguazo, 2022



**Figura 88**  
 Patrón final 2 y cromática, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

De manera adicional se generan animaciones cortas para que funcionen a manera de mapping en diferentes espacios de la parroquia, a través de la proyección en fachadas de edificios. Esto con la finalidad de generar una mejor experiencia en el usuario y que motive a las personas a visitar la parroquia. Se inicia con el bocetaje - Figura 89 - y posteriormente se realiza el recorte de las fotografías a utilizarse - Figura 90- y se realiza la animación con affter effects, como se ve en la figura 91 y por último se genera todo el montaje para obtener el resultado final, incluyendo la incorporación del sonido. -Figura 92 y Anexo 13-

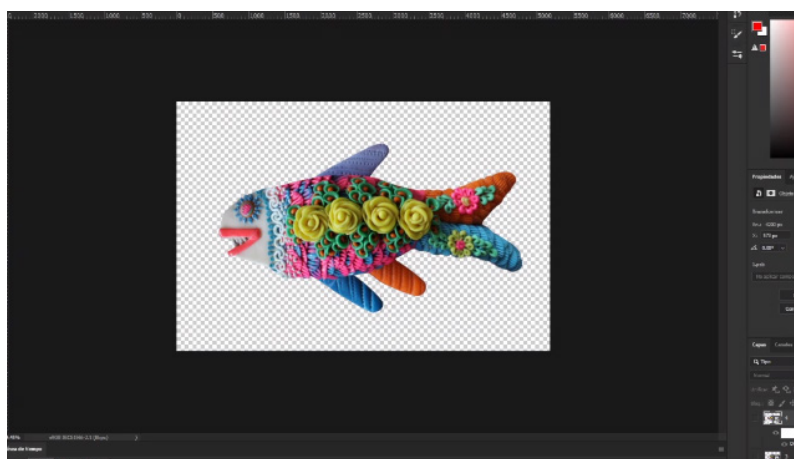


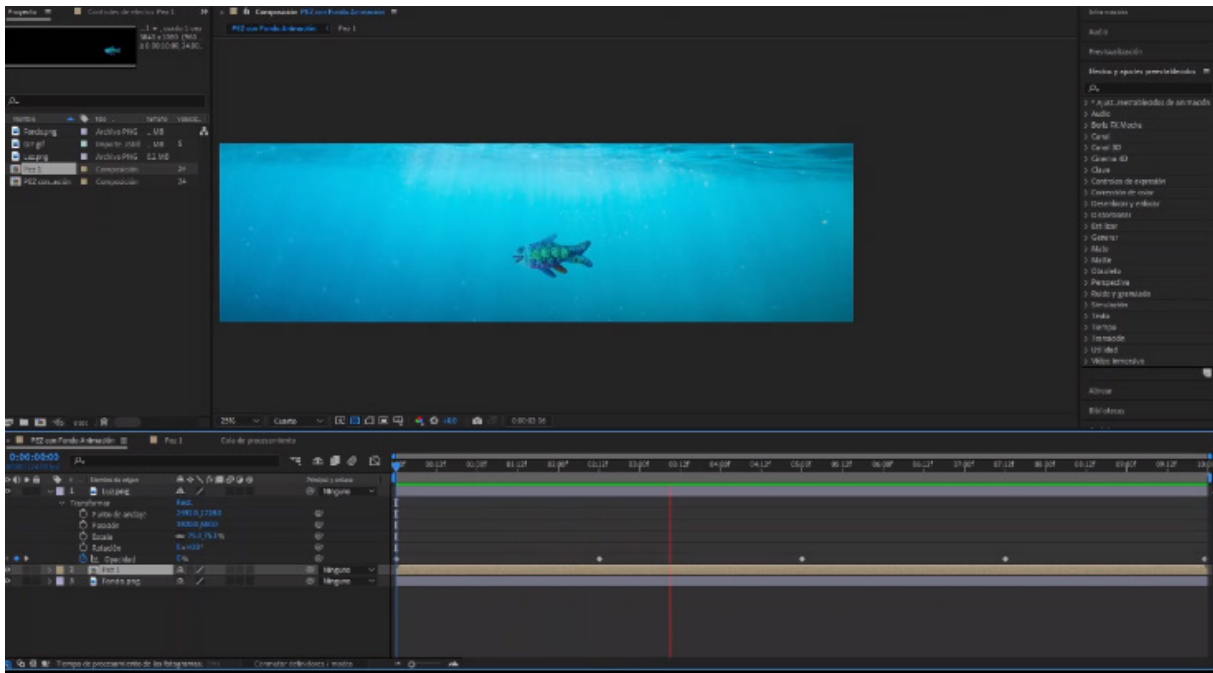
**Figura 89**

Boceto animación, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

**Figura 90**

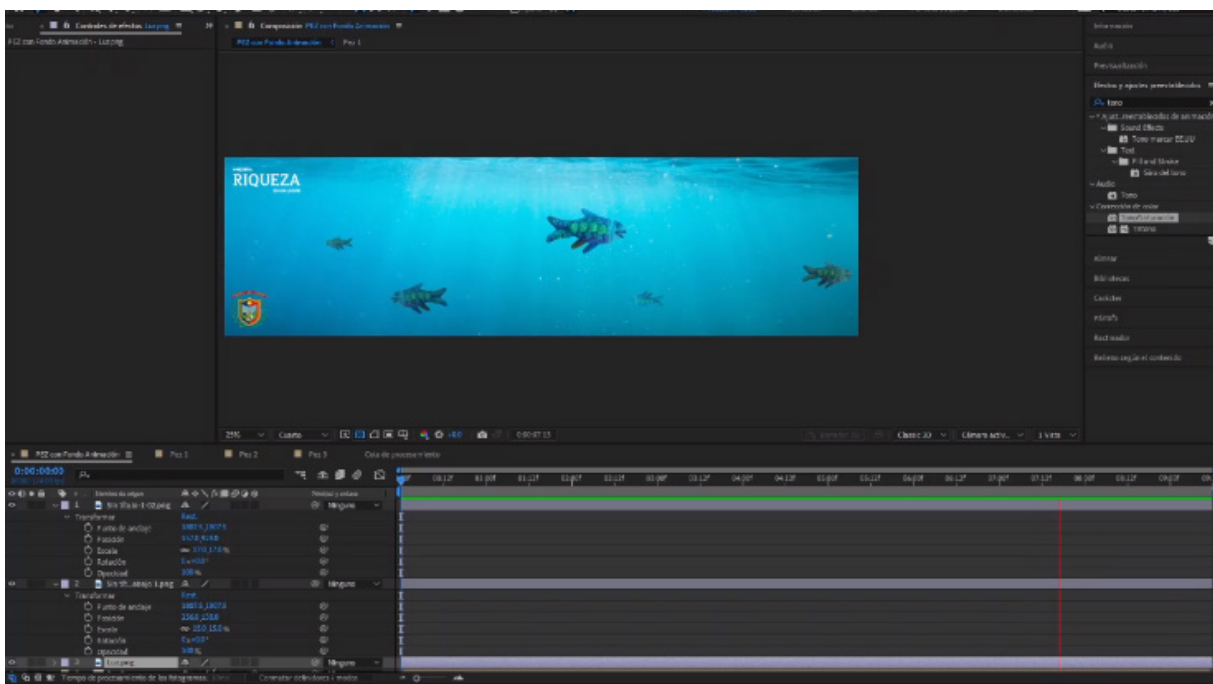
Animación, Autor: Dennis Collaguazo, 2022





**Figura 91**

Animación proceso, Autor: Dennis Collaguazo, 2022



**Figura 92**

Animación final, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

## 2.5 Evaluación de la propuesta

Para identificar si la propuesta cumple con los objetivos planteados se procede a realizar la segunda validación por vía Zoom - Anexo 2- . Con el señor José Luis Galarza se realizó una reunión a través de la plataforma ZOOM, donde se explicó el funcionamiento de todo el sistema gráfico y como se involucran los diferentes elementos del sistema. Se genera una serie de preguntas con la finalidad de identificar diferentes aspectos que permitan mejorar la calidad del proyecto - Figura 91 -. De su parte se obtuvo que el sistema si es novedoso pues no existe algún material con la misma conceptualización o que ayude a fomentar el mazapán o que haya implementado el vínculo de lo físico- digital.

En cuanto al estilo gráfico, lo encuentra adecuado porque los colores le resultan atractivos y le parece interesante la manera en la que se trabajó porque no es “plano”. Por otro lado recomienda que para la próxima validación se pueda presentar en mocks ups para poder apreciar mejor como funciona.

Con el señor José Carbajal se realiza una presentación física debido a motivos de falta de recursos tecnológicos por parte del artesano, sin embargo, no se obtienen respaldos por directrices del gremio que no permitieron que se grabe la reunión. Durante la presentación se muestra todo el avance de diseño para que él pueda dar su opinión al respecto. Como resultado el señor Carbajal encuentra interesante el proyecto y le motiva el ver como se pueden obtener resultados “tan novedosos” para ayudar al mazapán. A nivel estético le gustaron mucho las ilustraciones realizadas en la búsqueda del estilo gráfico - Figura 39 -, pero mencionó que es mejor trabajar a través de fotografías, comentario similar al que se recibió como retroalimentación por parte del docente Xavier Jiménez.

Se presenta el guión - Anexo 9 - , que fue aprobada por los comitentes. En este aspecto se comunica el concepto del video y de como se va a grabar. El Señor Carbajal sugiere

que el video debería ser enfocarse al turismo y relacionarlo con el mazapán. En cuanto al guión no se obtuvo recomendaciones, pero si aconseja que se use un fondo musical para amenizar en caso de que sea necesario.

Se obtienen diferentes conclusiones después de la validación y que corresponden a la tabla de validación que se presenta posteriormente:

- La cromática y tipografía utilizadas son las correctas
- Los diferentes elementos del sistema son pertinentes y viables para ayudar a afrontar el problema planteado al inicio.
- El estilo gráfico resulta atractivo pero es mejor hacer uso de las fotografías.
- En la próxima validación es recomendable tener los elementos sobre mocks ups para ver como funciona.
- El video debe incluir música y ser un promocional turístico, además será enviado al diario “El metro” con ayuda del gremio de artesanos.

### Figura 93

Evaluación 2, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

The image shows a screenshot of a Microsoft Word document titled "evaluación propuesta gráfica - Word (Error de activación de productos)". The document contains a table with the following content:

¿Cree que este sistema gráfico podría ayudar a promocionar el atractivo turístico de Calderón?	Sí
¿Cree que existen suficientes elementos?	Sí
¿Añadiría o eliminaría algún elemento del sistema gráfico?	No, está bien
¿Considera que el producto puede llegar a generar impacto?	Sí
¿Qué sugerencias o comentarios tiene sobre el proyecto?	Buen proyecto, es un <u>producto innovador</u> puede tener un buen impacto en la parroquia

Below the table, there is a video player with the ID "video1439167001" and a thumbnail showing a man's face. The video player interface includes a play button, a progress bar, and a volume icon. The Windows taskbar at the bottom shows the time as 19:48 on 18/4/2022, with a temperature of 17°C and a battery level of 162%.

Pregunta	Comentarios
¿Crees que el producto es pertinente?	Sí, toma en cuenta varios lugares importantes para vincularnos con los turistas
¿Se entiende el funcionamiento del sistema gráfico?	Sí
¿La información dentro de los elementos es suficiente?	Sí, peor en el video que se propone se puede mostrar más información
¿Crees que el producto genera interés?	Sí
¿Te parece novedoso el producto?	Sí, no hay algo parecido, pero unos chicos de la carrera de turismo están trabajando con las iglesias y esto podría interesarles
¿Ha existido algún sistema gráfico semejante al propuesto?	No por ahora, pero un instituto, desde el área de turismo planea hacer una ruta con las iglesias de Calderón
¿Qué aspectos le parecen innovadores?	El tema de los recursos digitales como la realidad aumentada
¿Le parecen correcto los diferentes puntos de contacto?	Sí
¿Qué contenidos importantes cree que debería tener?	Está bien delimitado, en el video podría mostrarse zonas de Calderón.
¿Le parece adecuado el estilo gráfico?	Sí
¿Cree que este sistema gráfico podría ayudar a promocionar el atractivo turístico de Calderón?	Sí
¿Cree que existen suficientes elementos?	Sí
¿Añadiría o eliminaría algún elemento del sistema gráfico?	No, de momento está bien
¿Considera que el producto puede llegar a generar impacto?	Sí
¿Qué sugerencias o comentarios tiene sobre el proyecto?	Buen proyecto, es un producto innovador y puede tener un buen impacto en la parroquia, sería bueno trabajar con mocks ups al momento de realizar la validación.



# 3

## Producto final

### 3.1 Detalles técnicos y de producción

A continuación se presentan las especificaciones técnicas y cotizaciones de los diferentes productos realizados en este proyecto. Esto con la finalidad de visualizar la viabilidad del proyecto según los comitentes, cuya respuesta es explicada en la última validación.

#### Figura 94

Mockup 1, Autor: Dennis Collaguzo, 2022



Los afiches se deben imprimir en lona backlight, ideal para impresos que se ubican en cajas de luz y se tiene que pasar por un proceso de laminado para protegerlo de la exposición solar, ya que esta localizado en lugares abiertos. El formato es de 120 x 180 cm, apropiado para las paradas de buses o afiches urbanos. Se trabaja con una calidad de fotografía de 120 dpi, que es óptima para gigantografías que se observan de cerca. Además, se trabaja con cuatricomía, para garantizar una fidelización del color con lo que se ve en pantalla al momento de realizar la impresión. El costo de impresión por unidad, incluido

el proceso de laminado es de \$23, por lo que el total de los 5 afiches da un valor de \$115. Las horas de gestión, trabajo creativo y de operación dan un total de \$1150, ya que se toma en cuenta todo el proceso del proyecto. Los costos variables equivalen a \$121,50, mientras que los fijos dan un total de aproximadamente \$50. Estos rubros, más diferentes gastos, que se detallan en el anexo 10, dan un total de \$1501,36. (Todolonas, 2022)



**Figura 95**

Mockup 2, Autor: Dennis Collaguzo, 2022

**Figura 96**

Mockup 3, Autor: Dennis Collaguzo, 2022





### Figura 97

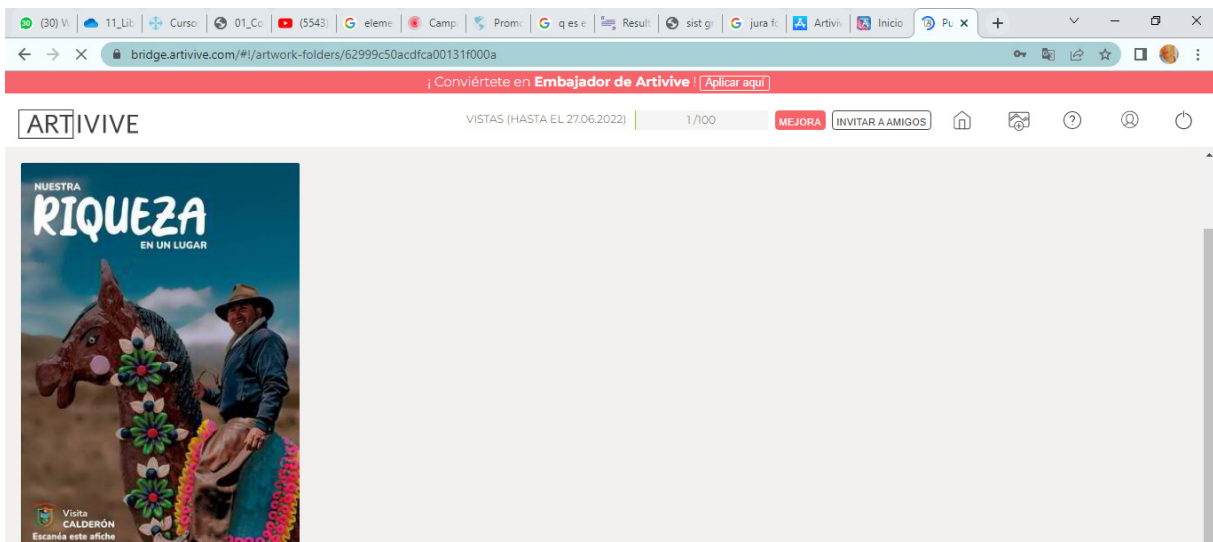
Mockup 4, Autor: Dennis Collaguzo, 2022

El usuario al ver el afiche procede a hacer uso de la realidad aumentada, escaneando el afiche para poder visualizar el video promocional. - Figura 98 y Anexo 8 -. Para este prototipo se hace uso de la aplicación ARTIVIVE, como se ve en la figura 99, para poder colocar el video y los afiches. Para que los lectores puedan visualizarla, deben descargarsela desde *google play* o *app store* y posteriormete abrirla y enfocar hacia el póster, y de esta manera observan como funciona.

Las escenas muestran a una turista visitando lugares emblemáticos con su respectiva comparación hecha en mazapán, para lo cual se recibió la colaboración de la señorita Doménica Aguilar. El video, es un prototipo debido a los dispositivos que se tienen a disposición y a los recursos personales usados. Todo el proceso de elaboración de guión, rodaje, logística y edición se realiza en 1 semana, lo que da un valor de \$260. Los rubros de costos fijos y variables, que incluyen equipo y materiales de rodaje, detallados en el anexo 5, dan una suma aproximada de \$100 y al complementarlos con diferentes gastos e imprevistos, dan un total de \$491,73,



**Figura 98**  
 Mockup 5, Autor: Dennis Collaguazo, 2022



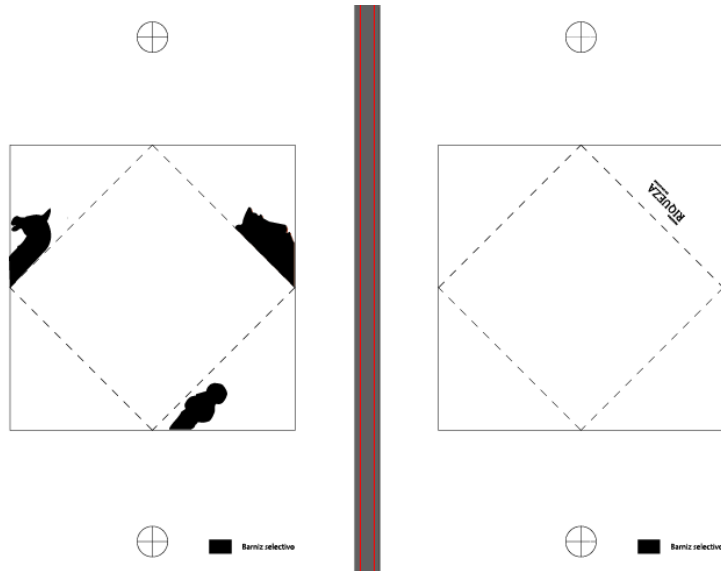
**Figura 99**  
 Artivive , Autor: Dennis Collaguazo, 2022

## Figura 100

Mockup 6, Autor: Dennis Collaguazo,  
2022



Posteriormente el usuario se dirigirá hacia Calderón, donde recibe el mapa realizado en formato cuadrado con un tamaño de 10,5 cm x 10,5 cm, con la finalidad de que sea fácil de manipular - Figura 100 -. Se debe imprimir en papel couché y como se propone la impresión en masa se debe realizar con impresión offset y a doble cara, por lo que la resolución de las imágenes debe ser de 300 dpi y es necesario generar planchas de impresión para optimizar el material. Se tiene que realizar un plano de troquel- Figura 101 -, donde se ubique las líneas continuas para el corte, líneas punteadas para dobleces, las marcas de registro y el área que tiene barniz selectivo, en este caso las figuras de los pliegues y el título. Antes de realizar la impresión final se debe realizar una prueba de impresión, como se ve en la figura 81, para verificar que el mapa se puede armar y no existe errores de armado. El tiempo en la investigación, gestión y diseño dan un valor total de \$100; mientras que la suma de costos fijos y variables dan un total de \$43, tomando en cuenta que se imprime por unidad, ya que de producirse en masa los costos se reducen. El total de estos rubros, que se detallan más a profundidad en el anexo 6, dan un total de \$160,47.



**Figura 101**

Troquel, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

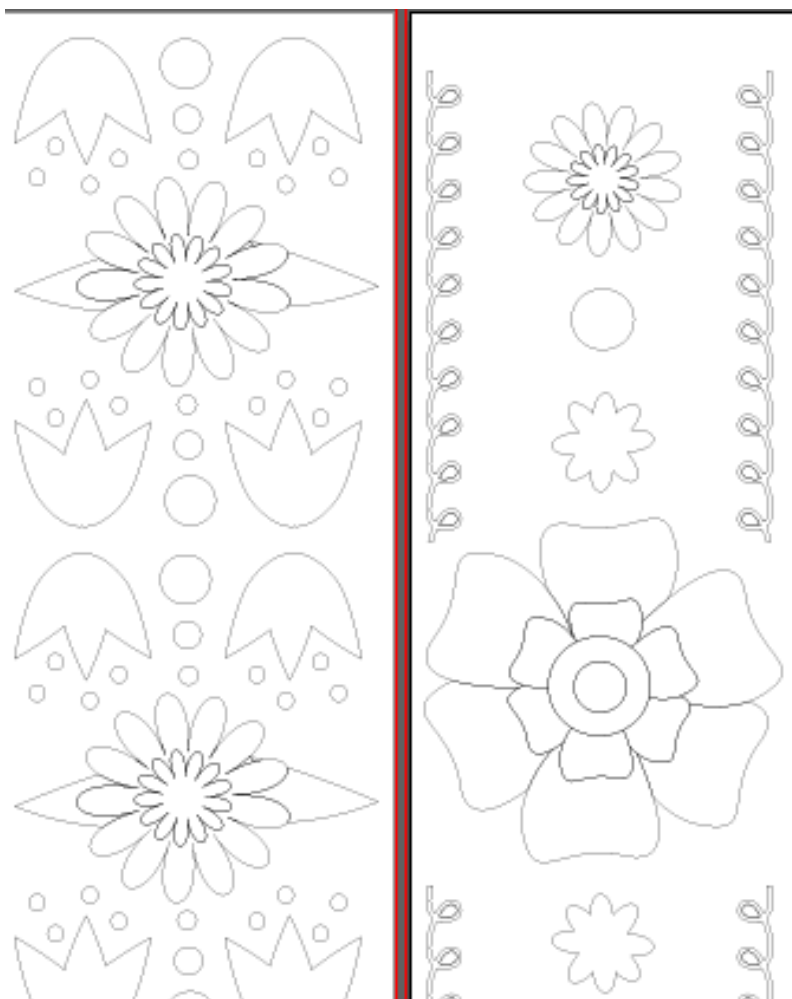
La realización de los posts depende del número de personas que visiten Calderón, pues se hará uso de sus fotografías tomadas en los puntos artesanales, para poder promocionarlas, como se observa en la figura 102. En este caso el valor por post es de \$2 pero se debe tomar en cuenta que todo depende de un costo variable, según el número de visitas. Estos artes permiten comunicar las experiencias que han tenido los usuarios durante su visita a la parroquia.



**Figura 102**

Mockup 7, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

El mapping físico que se realiza en los pasos de cebra - Figura 104 - tienen un formato de 2m x 0,30 m y son elaborados con pintura, ya que según Marka Digital, generar un impreso que se ubique donde transitan vehículos y personas, generarían daños en el producto en un corto plazo de tiempo. Para eso es necesario generar troqueles que sirvan a modo de plantilla para pintar sobre el suelo - Figura 103 -. Además se debe entregar un documento con el diseño a realizarse, para que sirva de referencia en la selección cromática, en este caso con patrones simples para facilitar la reproducción de los artes. Se usa pinturas de poliuretano y protector de pintura, ideales para exteriores debido a su resistencia y es la aplicada en los pasos peatonales. El proceso de gestión, operación y diseño tienen un valor de \$ 40, a esto se le debe sumar el contrato de un especialista en la pintura, que cobra \$40. Los gastos fijos y variables, en los que se incluye los materiales da un total de \$275 dolares aproximadamente, y junto a gastos varios da una suma final de \$407, 94.



**Figura 103**

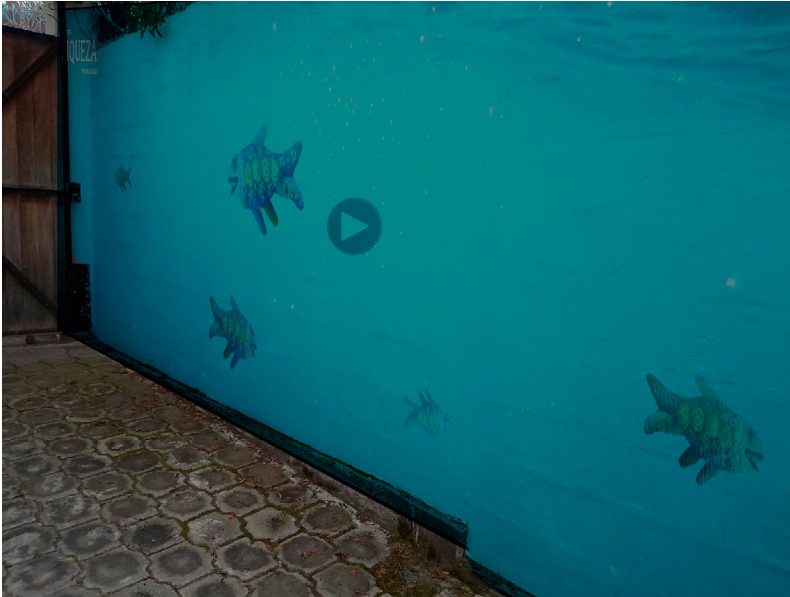
*Troquel patrón, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*



**Figura 104**

*Mock up Patrón, Autor: Dennis  
Collaguazo, 2022*

El mapping digital tiene como finalidad generar diseños atractivos que se monten sobre superficies, especialmente urbanas - Figura 105 -. Se trabaja con un formato de 3840px x 1080px y se exporta en modo 1080 HD, que permite tener una buena resolución al momento de usarse. Se realiza en formato horizontal pensando en la forma de la pared que se encuentra al ingreso del centro artesanal. Se ubica en ese lugar ya que tiene fácil visibilidad desde la calle lo que llama la atención de los peatones y les motiva a ingresar, también es un área cubierta, lo que facilita la visibilidad del proyecto. La animación tiene el propósito de repetirse a manera de bucle, de tal forma que las personas puedan sentir que están dentro de ese espacio y les genere una experiencia sensorial, que se fortalece con el uso del sonido. Las horas de trabajo operativo, diseño y gestión generan un total de \$40. Los costos fijos y variables, que en este caso están ligados al uso de programas de edición y el alquiler de un proyector dan un valor aproximado de \$100. Incluyendo rubros correspondientes a gastos e imprevistos el valor de este producto es de \$186,15, se puede observar más detallado en el anexo 15.

**Figura 105**

Mock up Mapping, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

## 3.2 Estructura final del proyecto

Se obtiene como resultado productos gráficos que vinculan la parte física y digital como afiches persuasivos, mapping físico y digital, posts en redes sociales, mapa y un video que apareciera con la ayuda de la realidad aumentada, con lo que se logra cubrir varios puntos de contacto con el turista.

**Figura 106**

Mockup 8, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

Como primer punto de contacto se tiene a los afiches que están ubicados en espacios públicos, como las paradas de buses, donde existe un flujo de personas bastante alto. Los afiches comparan elementos del Ecuador con su respectiva representación en mazapán para que resulte atractivo visualmente. Se añade la marca del GAD, como fue uno de sus requerimientos y se completa la sintaxis gráfica con las frases “Nuestra riqueza en un lugar” y “Visita Calderón”.

Estos afiches tienen un factor diferenciador con respecto a los referentes planteados en el análisis tipológico, pues no presenta únicamente la figura de mazapán, sino que usa la sinécdoque para reemplazar elementos emblemáticos del Ecuador por las figuras de mazapán que tienen aspectos muy semejantes y juega con la hipérbole para exagerar el tamaño de las figuras con la finalidad de generar una mejor composición y realismo en la imagen. Es así que se cuenta una historia que genera emociones en el usuario al momento de visualizar los carteles y se persuade al público a visitar Calderón y conocer más del oficio del mazapán. A futuro estas piezas se deben acompañar de nuevos montajes con otros elementos emblemáticos del país.



**Figura 107**

Mockup 9, Autor: Dennis Collaguzo, 2022

El video es aplicado en la realidad aumentada del afiche, por lo que incluye un factor diferenciador con respecto a los demás carteles existentes. El guión no está elaborado a manera de entrevista, sino como una pequeña historia, en la cual se da a conocer que el mazapán está vinculado al día de difuntos. Se realiza una colorización con tonalidades cálidas para apoyar al concepto de diseño, que se relaciona con los recuerdos y representa a algo histórico, además genera que se refleje de mejor manera los rasgos característicos del mazapán. Se implementa varios planos como, primer plano, plano a detalle y plano general, acompañados de movimientos de cámara como paneo horizontales y verticales o cámara al hombro, lo que hace que sea más dinámico el video a comparación de los existentes. El video esta en un formato de 1920 x 1080 px, y se exporta en Facebook 1080HD para una mejor calidad pero con un peso adecuado para celulares.

Esta historia, anteriormente explicada, maneja dos narrativas a al vez, la primera cuando la protagonista ingresa al cementerio a buscar el recuerdo olvidado, y la segunda que son los lugares que ella visita, para lo cual se usa la anacronía, que permite contar narrativas que suceden e diferentes tiempos. Específicamente se hace uso de la prolepsis, ya que se cuentan eventos que aún no suceden, pero que permiten entender el mensaje del video. Estas características permiten que el video refuerze la importancia que tiene las artesanías para el sector parroquial, de esta manera los transeúntes conocen todo lo que pueden ver. (Mora C. C., 2019)

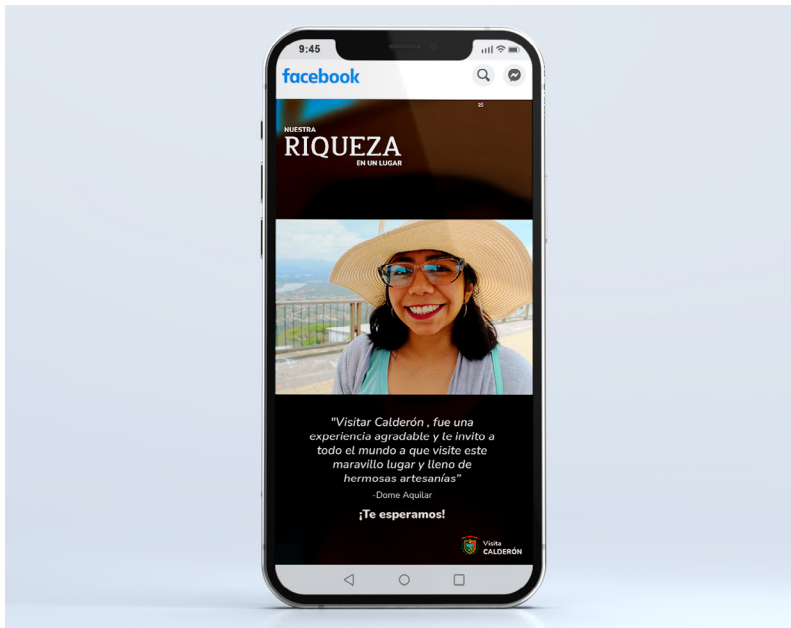


### Figura 108

Mockup 10, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

El mapa es un punto de contacto offline que se realizará de manera física al momento que el turista ingrese a la parroquia, momento en el cuál se le hará entrega del mismo. Este mapa, a diferencia de los ya existentes, maneja una nueva morfología, ya que hace uso de varios pliegues que generan mayor dinamismo en el impreso.

El mapa en su parte frontal muestra los montajes realizados para los afiches como se observa en la figura 108. Al girarlo se brinda al usuario la posibilidad de realizar anotaciones ya que así tiene una base más rígida para apoyarse. En el interior se encuentra la ruta del mazapán e historias cortas de las figuras, que sirven como información cultural para el público.

**Figura 109**

Mockup 11, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

Se hace uso de redes sociales como *Facebook e Instagram*, en las cuales se compartiran las fotos que los visitantes tomen. de esta forma se darán a conocer las experiencias hacia un público mas extenso. En este caso se trabaja una imagen principal sobre un fondo con desenfoque para mantener la misma línea gráfica de los afiches. La lectura de estos posts son de arriba hacia abajo, especialmente en los que son para formato historia, debido a que ahí se añade adicionalmente alguna frase emotiva y persuasiva que digan los turistas.

**Figura 110**

Mockup cebra, Autor: Dennis Collaguazo, 2022

El mapping físico se ubica sobre diferentes espacios urbanos, en este caso los pasos peatonales. Las personas al desplazarse por aquí, regresan a ver y se encuentran con un diseño atractivo que representa los rasgos de las figuras de mazapán, lo cual a futuro puede implementarse en otros lugares de la vía. Este tipo de proyectos no se ha realizado antes dentro de la parroquia, lo cual genera un gran impacto al momento de implementarse. Con el prototipo que se realiza - Anexo 13 - se da una opción a que en el futuro se generen nuevos patrones que permitan iniciar un sistema de diseño urbanístico dentro de la parroquia y que complementen este proyecto.



**Figura 111**

*Mockup mapping, Autor: Dennis Collaguazo, 2022*

El uso de nuevos medios se implementa en el desarrollo de muppings digitales, como el de la figura 111. El uso de la tecnología permite elaborar composiciones más persuasivas que generen una mejor experiencia en el usuario. El uso de animaciones sencillas pero que se acoplan dentro del espacio que se está creando, permite generar nuevas experiencias sensoriales, que se fortalecen con el uso del sonido.

Estas experiencias ayudan a que los turistas regresen a Calderón y acompañados por más personas, lo que genera un aumento de visitantes y mayor posibilidad de venta para los artesanos y negocios aledaños. Este formato no se ha usado antes dentro de la parroquia por lo que es un factor novedoso que da a paso a que posteriormente se generen nuevas

piezas y se pueda realizar una presentación en la noche, lo que genera un nuevo atractivo en el sector y fundamentado en las artesanías. Para el prototipo es necesario un proyector y parlantes básicos, ya que es un lugar cerrado y pequeño. De implementarse en las fachadas de otros edificios es necesario el alquiler de equipos profesionales que garanticen una buena nitidez de la imagen y un sonido adecuado.

### 3.3 Evaluación final con comitente y usuario

La validación fue realizada el 06 de Junio del 2022, como se ve en el anexo 3, en la cual se conto con varios comitentes. Mediante una reunión de zoom se tiene contacto con el sr. José Luis Santillán y la Dra. Marcela Córdova, encargados del área de comunicación y cultura del GAD, respectivamente. Se explica el proceso de todo el proyecto hasta llegar al resultado final, para lo cual se les indicó el funcionamiento de cada parte y su concordancia con los objetivos. Como resultado general, los señores expresan que estan contentos con el resultado, ya que es son productos novedosos, con mucho detalle y con fundamentación. El producto que con mayor aceptación es el video, ya que a su criterio, expresa muy bien el valor de las figuras de mazapán.

A nivel de diseño se obtuvo la recomendación de cambiar la figura del gato, del mapa, por la del caballo , ya que es más representativo, ajuste que se tomó en cuenta. En los afiches, cuestionaron el porque la frase "visita Calderón" era mas pequeña que el resto, sin embargo se justificó teóricamente y aceptaron y estuvieron de acuerdo. Al final solicitaron tener una copia del TFC, junto a los mock ups y archivos, para que forme parte del GAD y poder brindar una carta en la cual certifiquen al proyecto como satisfactorio, con ayuda de la presidenta Rosa Salazar quien también estuvo satisfecha y extendió sus felicitaciones.

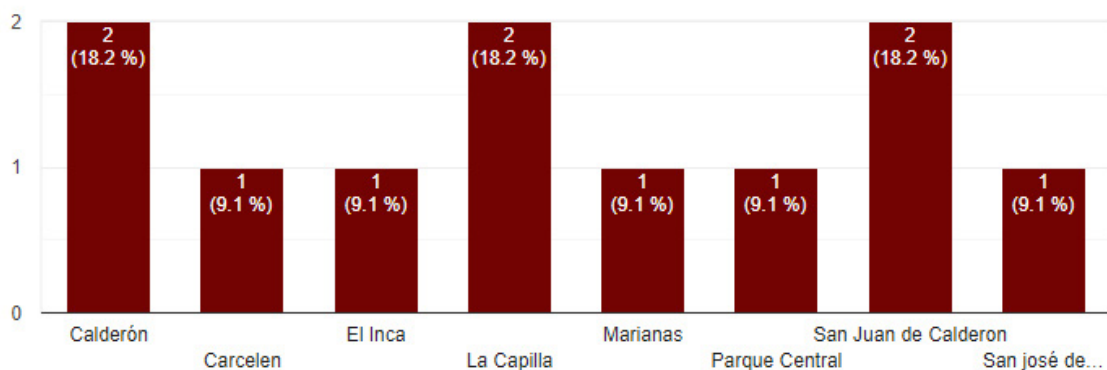
Se cuenta con la validación de la srta. Zully Ruiz, anexo 3, vinculada con el área de turismo , quien dió su opinión como profesional y como turista nacional. Para ella los

productos cumplen con el objetivo de promocionar el mazapán de la parroquia y además le parecen atractivos todos los artes, debido al uso de la fotografía. A su criterio sería interesante poder usar el video en otras zonas, como pantallas de aeropuertos o terminales, ya que le parece muy buena la idea. A nivel conceptual, le parece interesante y precisa la frase escogida, ya que representa el problema que enfrenta este oficio y sí funciona para llegar adecuadamente al público objetivo.

Por último se realiza una encuesta con moradores de la parroquia y usuarios de otras zonas que viajan internamente, cuyos resultados se explican en el documento que se adjunta a continuación. La encuesta evalúa la pertinencia del proyecto con cada uno de sus elementos. A nivel general se obtiene un buen nivel de aceptación, especialmente con el uso de patrones en las calles, pero comentan que puede implementarse en otros espacios como fachadas. También se sugiere el uso de más colores en el diseño de patrones y que se ubiquen en diferentes lados de la parroquia o de ser posible que tengan animación en caso de realizarse el proyecto a futuro. En cuanto a los afiches, redes sociales y el mapa, les parece novedoso el uso de realidad aumentada al momento de escanear los impresos y si consideran que motiva a las personas a visitar Calderón. Por otro lado el uso de dobleces genera una mayor aceptación en el usuario y les recuerda a varios objetos lúdicos, lo cual indica que si les parece atractivo el formato.

¿En que sector vive?

11 respuestas



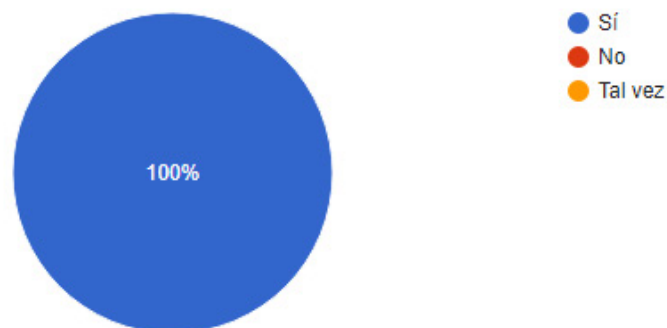
¿Es adecuado usar los nuevos medios para promocionar las artesanías de figuras de mazapán en Calderón?

11 respuestas

- Si así es más llamativo
- Si me parece bien
- Si me parece que se le puede dar buen uso, es más entretenido
- Si me parece que si se puede usar
- Si, no sabía que ahí había eso
- Si y no sabia que había eso aqui
- Sí, es pertinente
- Entiendo que los nuevos medios, son realidad virtual, redes sociales y esas cosas así que sí.
- Sí, creo que estamos en una época donde todo es digital.

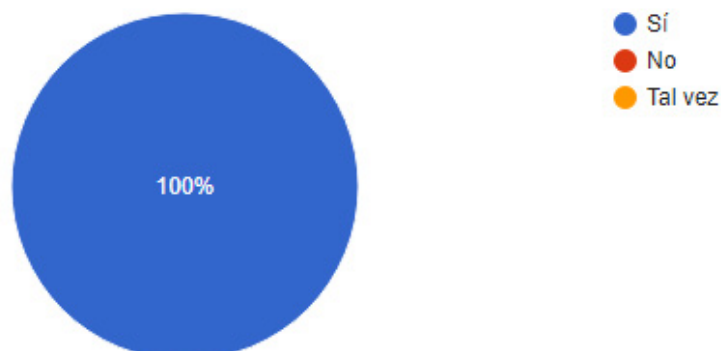
¿Le parece conveniente la creación de afiches para promocionar un sector turístico?

11 respuestas



¿Le motiva a adquirir el producto artesanal, el siguiente afiche?

11 respuestas



¿Le parece adecuado el uso de realidad aumentada en los afiches?

11 respuestas

Si, y si es en la parada de buses mejor porque así se entretiene uno mientras espera

Esta buena la idea, si el video cuenta como se elaboran es super buena la idea

Si me parece bien

Me parece bien, por lo que veo el gobierno apoya esto y eso es bueno porque los artesanos no reciben mucha ayuda del gobierno

Si genial, primera vez que veo esas figuras, eso deberían colocarlos en las principales paradas, porque capaz muchos no saben

Si me gusta la idea, ubíquela en la parada frente al Portal ahí hay mucha gente que puede ver

Esta interesante, tal vez pondría una frase "ven y compra la figura en Calderón" o no sé si se sale de la idea.

Si me parece bien, creo que está bien pensado, siempre me toca esperar y creo que así podría ver eso mientras espero

¿Le parece adecuado el mapa que se brindará al momento de ingresar a la parroquia?

11 respuestas

Si, así pueden conocer los puntos y es interesante la forma en la que se abre. Sería bueno que haga más diseños como el de la portada

Si me parece adecuado, parece un rompecabezas y eso es interesante

Es interesante, debería hacer lo mismo con las iglesias, ya casi nadie conoce todas.

Si me parece bien

Si, y que bien que no sea un trozo de papel rectangular, eso parece más una carta y es interesante

Si, sería bueno que en el mock up se vea todo

Sí, me parece bien

Sí, está bien

Sí. esta interesante parece que estamos armando la artesanía. es como un tangram. esta bien.

¿Le parece pertinente el uso de redes sociales para publicar las experiencias de los turistas y motivar a que vengan mas?

11 respuestas



¿Le parece novedoso el uso de mapping (uso de diseño en espacios como calles, fachadas etc) en los espacios públicos de Calderón?

11 respuestas

Si, me parece que es chevere hacer eso, de hecho hay lugares como Mindo que hacen eso. Seria bueno hacerlo con mas diseños y ponerlo en todo calderon, no solo en el aprque central.

Super buena la idea, a Calderon le urge eso, he visto que tambien se puede hacer en las paredes de las casas, podria usarse en la iglesia o en la casa verde que esta en el parque.

Si me parece bien, deberia aplixirse en fachadas de los edificios o iglesisas de Calderón

Esta idea me parece que es super buena, creo que esto si es algo que se debe implementar ya, porque a Calderón le hace falta colof

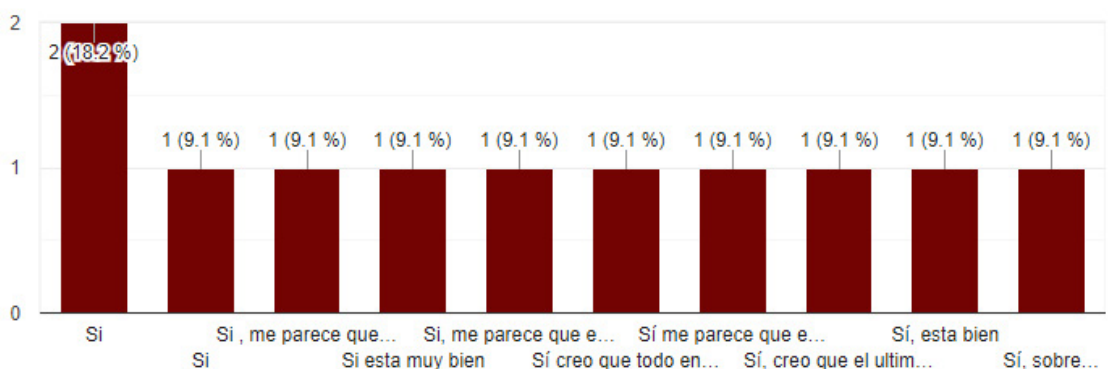
Super bueno esto, deberian ubicarlo desde la entrada a Carapungo, asi todos van identificando que ahi hay cultura y artesanias

Esto si es algo nuevo para Calderon y es interesantea talvez darle mas color o si se podria darle movimkento asi como hacen en otrls lados..

Esto si me gusta, entiendo que los colores son los mismos del mapa, pero sería bueno ponerle diferentes

¿Cree que todo el sistema permite generar un interés en los turistas nacionales para que visiten Calderón?

11 respuestas



## Conclusiones y recomendaciones

El proyecto logra representar la cultura de Calderón y se obtiene un resultado satisfactorio para los comitentes en la última validación al implementarse dos elementos más dentro del sistema. Se obtuvo un crecimiento de formación a nivel de diseño, ya que se recibieron observaciones de especialistas, tanto de los docentes, como del señor Jose Luis Santillán, que tiene experiencia en el ámbito de la comunicación, y diseño dentro del GAD. El proyecto permitió desarrollar un trabajo en equipo con diferentes profesionales del área de turismo, cultura, comunicación, política y la sociedad en general, lo que permite obtener un resultado mejor.

A corde a los objetivos planteados se obtienen los siguientes resultados:

1 - La información obtenida mediante el GAD y los artesanos se usa como insumo para el proyecto, lo que permite conocer desde diferentes ejes la historia y el valor de las artesanías, para que pueda ser comunicada a los turistas nacionales y motivar a que adquieran estos productos o se sientan interesados en conocer más sobre las mismas.

2- El proyecto sí apoya la promoción turística, especialmente al vincularlo con el sector artesanal y permite que se reconozca a la parroquia por estas figuras a través de los diferentes elementos elaborados, especialmente con el uso de patrones en el mapping físico y las animaciones realizadas con las figuras, expresando así su alto valor cultural.

3 - Con los comentarios de las validaciones, se concluye que sí se logrará persuadir a los usuarios a que visiten Calderón y adquieran las artesanía o que se sientan atraídos hacia las mismas. Con el uso del video, y al incluir tomas de otros atractivos turísticos de la parroquia, se motiva más a que los turistas conozcan este lugar. Los elementos que ge-

neran un mayor impacto acorde a la última encuesta, son el mapping físico y digital, ya que no se había implementado anteriormente y es más atractivo para el usuario, debido al movimiento o al efecto decorativo que genera.

Se recibe una retroalimentación que brinda diferentes ajustes a tomar en cuenta, en caso de realizarse este proyecto a futuro con ayuda del GAD. En primer lugar es importante encontrar una plataforma digital que permita a los turistas hacer uso de la realidad aumentada sin necesidad de descargarse la aplicación ARTIVIVE.

Se recomienda generar una mayor cantidad de afiches a futuro pero con el mismo concepto, para empezar a producir los impresos y colocarlos durante las fiestas de la parroquia que son en Agosto. Es recomendable estar en contacto con los turistas extranjeros para saber su opinión, sin embargo, ese no era el público de este proyecto pero se puede considerar para otros proyectos similares.

Los elementos del sistema que más expectativa tienen y se recomienda fortalecer son el mapping físico y digital. En el primero, para que esos patrones junto a los que se puedan realizar en una segunda fase, se implementen en los bordillos, fachadas y señales. En el segundo caso se sugiere generar animaciones en otros formatos - vertical o diagonal - para que puedan proyectarse sobre todos los edificios que existen en la parroquia y no únicamente en paredes horizontales.

# Bibliografía

- 365 ENFOQUES. (13 de 01 de 2022). Obtenido de <https://365enfoques.com/video-reflex/tipos-de-planos-cine/>
- Apaza, L., Castillo, V., Li, S., & Salcedo, C. (2020). La importancia de la tipografía como distintivo en la creación e. LIMA: UCAL.
- Bermeo, E. E. (2020). Importancia del factor lúdico en el proceso enseñanza-aprendizaje . Quito: Universidad Andina Simón Bolívar .
- Brenes, M. J. (2016). La globalización amenaza las expresiones culturales latinoamericanas, San José: Agencia EFE.
- CALDERÓN, G. (s.f.). Día mundial del Turismo. Día Mundial del Turismo. GAD CALDERÓN, Quito.
- Carvajal, J. (25 de Septiembre de 2021). Entrevista artesano. (D. Collaguazo, Entrevistador)
- CASTRO, L. G. (2020). LA IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA. Chiclayo: UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO.
- Cedeño, R. (24 de Septiembre de 2021). Entrevista a artesanos. (D. Collaguazo, Entrevistador)
- Cero latitud. (2021). Mazapán en el Portal. Quito.
- ECOTEC. (2018). Obtenido de [https://www.ecotec.edu.ec/material/material\\_2018F1\\_TUR116\\_01\\_101369.pdf](https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2018F1_TUR116_01_101369.pdf)
- ExpokNews. (13 de Diciembre de 2016). ExpokNews. Obtenido de <https://www.expoknews.com/cuanto-tiempo-pierdes-en-el-transporte-publico/>
- El Mundo. (2016). Consecuencia de la perdida de Identidas. El Mundo.
- El País. (2018). La tecnología es un producto adictivo y debe ser regulado como tal. Madrid.
- El Telégrafo. (17 de Mayo de 2018). El mazapán es parte del Patrimonio Cultural Intangible del Ecuador. El Telégrafo, pág. Cultura.
- EL TELÉGRAFO. (2020). Ecuador: la educación online desde casa es imposible e injusta. Quito.
- EL UNIVERSO. (2020). Ecuador, el peor país de la región en dominio del idioma inglés,

- según análisis; educadores dan sus observaciones.
- Farinango, G. (22 de 10 de 2021). Doctor. (D. Collaguazo, Entrevistador)
- Frascara, J. (2011). ¿Qué es el diseño de información? Argentina: Infinito.
- GAD CALDERÓN. (3 de Noviembre de 2021). Gobierno del GAD de Calderón. Obtenido de <https://gobierno.gadcalderon.gob.ec/cultura-turismo-y-educacion/>
- GAD CALDERÓN. (2022). GAD CALDERÓN. Obtenido de <https://gobierno.gadcalderon.gob.ec/directiva-gad/>
- GALLUCCI, L. (2020). LAS FIGURAS RETÓRICAS EN LA CREACIÓN PUBLICITARIA. UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.
- Gobierno del Encuentro. (2021). PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2021-2025.
- Gurría, D.-B. M. (1991). Corrientes turísticas, Introducción al turismo. México: Trillas.
- Heller, E., & Chamorro, J. (2017). Psicología del color. Barcelona: Gustavo Gili.
- IPANC. (2010). Estudio propuesta. Obtenido de [https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio\\_view.php?bibid=136776&tab=opac](https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio_view.php?bibid=136776&tab=opac), 2010. Quito.
- Izquierdo, E. P. (2017). Proyecto de la comunicación para la promoción de la cultura. 15.
- Jhonson, M. (2004). Problem Solved. London: Phaidon Press.
- Lupton, E. (2012). Intuición, acción, creación. México: Editorial Gustavo Gili.
- Montero, C. H. (9 de julio de 2017). Diseño persuasivo, diseño alienante. Obtenido de <https://carmel.es/2017/07/09/disenio-persuasivo-diseno-alienante/>
- Mora, C. C. (19 de marzo de 2019). La aguja literaria. Obtenido de La anacronía e un relato: <https://www.agujaliteraria.com/single-post/qu%C3%A9-es-y-c%C3%B3mo-usar-la-anacron%C3%ADa-en-el-relato>
- Mora, V. M. (2018). Psicología del color y la forma. Universidad de Londres.
- Movistar. (2018). Artesanos ecuatorianos potenciarán sus negocios con el proyecto “Herramientas digitales para la artesanía”. Cuenca.
- Organización de las Naciones Unidas. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos. Santiago: Naciones Unidas.
- Quito, M. d. (s.f.). Calderón. Calderón. Municipio de Quito; GAD CALDERÓN, Quito.

Ramos, V. H. (2012). La identidad latinoamericana: proceso. Canada : Inter-cultures.

Reyes, L. G. (2016). El Diseño Editorial. Madrid: MUDI.

Rollié, C. (2021). Sistemas gráficos. La Plata, Argentina: UNLP.

Samara, T. (2007). Los elementos del diseño, manual de estilo para diseñadores gráficos.

Gustavo Gil

Santillán, L. J. (22 de Marzo de 2022). Validación de concepto y estilo gráfico.

(D. Collaguazo, Entrevistador)

Sputnik. (2021). 80% de pérdidas en el sector cultural latinoamericano debido a la pandemia. EKOS.

Tame Ecuador. (3 de Febrero de 2009). Campaña Turística.

Todolonas. (2022). Todolonas made fo printing. Obtenido de

<https://www.todolonas.com/mupi-s-publicitarios-publicidad-marquesinas-madrid-autobus-pedidos-online#:~:text=La%20medida%20mas%20habitual%20de,las%20principales%20calles%20y%20plazas.>

UIDE;UCE;ESPOL; UDLA; UPSE; UMET; AZUAY; UTPL, UPEC; UEB; ESPAMMFL. (2022).

COMPORTAMIENTO Del Turismo a nivel nacional.

UNICEF. (2020). No dejemos que los niños sean las víctimas ocultas de la pandemia de COVID-19. NUEVA YORK.

Witt, M. M., Chamorro, L. R., & Guarderas, A. B. (2013). Calderón, cultura y sitios de interes.

Quito: Quito Turismo.

## Anexos

### Anexo 1 : Validación Uno

Se adjunta link del video: <https://drive.google.com/file/d/1cNYB3inlK37-8XGQ1n5qKTxJ25PsZKCi/view?usp=sharing>

### Anexo 2 : Validación Dos

Se adjunta link del video: <https://drive.google.com/file/d/1cNYB3inlK37-8XGQ1n5qKTxJ25PsZKCi/view?usp=sharing>

### Anexo 3 : Validación Tres

Se adjunta link del video: Se adjunta link del video: <https://drive.google.com/file/d/1cNYB3inlK37-8XGQ1n5qKTxJ25PsZKCi/view?usp=sharing>

### Anexo 4 : Costos Afiches

Se adjunta el archivo excel (pdf):

GESTIÓN		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$	393.29	DISEÑO
Total horas laborables al mes				40	
Valor hora		\$		5.00	
Horas estimadas de trabajo de gestión				20	
Valor bruto por Gestión		\$		100.00	
CREATIVO		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$	294.97	
Total horas laborables al mes				40	
Valor hora		\$		5.00	
Horas estimadas de trabajo creativo				160	
Valor bruto por Diseño Creativo		\$		800.00	
OPERATIVO		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$	196.65	
Total horas laborables al mes				50	
Valor hora		\$		5.00	
Horas estimadas de trabajo operativo				50	
Valor bruto por trabajo operativo		\$		250.00	
<b>VALOR BRUTO POR DISEÑO</b>			\$	<b>1.150.00</b>	
<b>DIAS LABORABLES</b>				<b>63 día(s)</b>	

COSTOS VARIABLES				
Otros	Cantidad		V.U.	Subtotal
Ilustrador			\$	-
Fotógrafo (Fotografía)			\$	-
Programador (Programación)			\$	-
marketing			\$	-
Corrector de estilo (Corrección por página)			\$	-
Productor Audiovisual			\$	-
Dibujante 3D - (Dibujo 3D)			\$	-
Arte finalista (Arte final - revisión)			\$	-
App designer			\$	-
Animador 2D - 3D / Animación			\$	-
Consultor / Consultoría			\$	-
Materia prima directa			\$	-

Producción, modelos, prototipos *		Cantidad	V.U.	Subtotal
4	Machote, modelo, prototipos	5	\$ 0.25	\$ 1.25
	Impresiones (papel, lona backliht)	5	\$ 23.00	\$ 115.00
	Software página web (host, etc)			\$ -
	Proceso de laminado			\$ -
	Planos impresos		\$ -	\$ -
	Láminas de presentación			\$ -
	Empaques			\$ -
<b>SUB TOTAL IMPRESIÓN Y PRODUCCIÓN DE MODELOS</b>				<b>\$ 139.50</b>

### COSTOS FIJOS

EQUIPOS DE OFICINA (h)		<i>susceptible de descuento</i>	
	Computador		\$ 500.00
	Impresora		\$ 100.00
	Osmo		
	Monitor HD		
	Tableta gráfica		
	Scanner		
	Disco duro externo		\$ 20.00
	Router		
5	Gafas AR		
	Tablet		
	Smartphone		
	Teléfono fijo		
<b>Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)</b>			<b>\$ 620.00</b>
Período de vida útil (en años)			3
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL			\$ 206.67
Mensual			\$ 17.22
Diaría			\$ 0.57
Valor por Hora			\$ 0.02
<b>SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 6.60</b>

MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA - INSTRUMENTOS DE USO DIARIO (h)				
EN ESTA TABLA SE INCLUYEN LOS SUMINISTROS QUE SE ADQUIEREN PERIÓDICAMENTE, POR EJEMPLO, CUÁNTAS RESMAS DE PAPEL SE UTILIZAN MENSUALMENTE EN EL ESTUDIO				
	Cantidad	VU		SUBTOTAL
6	Resma de papel	1	\$ 3.00	\$ 3.00
	Grapas			\$ -
	Sobres		\$ -	\$ -
	Grapadora		\$ -	\$ -
	Perforadora			\$ -
	Pliegos de papel		\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
<b>SUB TOTAL MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA</b>				<b>\$ 3.60</b>

7 MUEBLES Y ENSERES (h)	
	Escritorio de recepción
	Estación de trabajo
	Sillón de oficina
	Silla giratoria
	Mesa de escritorio
	Anaqueles
<b>Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)</b>	
	\$ -
Período de vida útil (en años)	
	5
Depreciación anual	
	\$ -
Mensual	
	\$ -
Diaría	
	\$ -
Valor por Hora	
	\$ -
<b>SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>	
	\$ -

8 ARRIENDO (h)		Mensual	Diario	Hora	Subtotal
	Valor			0	0.00
<b>SUB TOTAL DEPRECIACIÓN</b>					<b>\$ -</b>

Servicios Básicos		Planilla	Diario	Hora	Subtotal	
9	Gastos de energía eléctrica	15	0.50	0.02	\$	4.00
	Gastos de Agua	0	0.00	0.00	\$	-
	Gastos de telefonía fija		0.00	0.00	\$	-
	Datos v Voz		0.00	0.00	\$	-
	Internet		0.00	0.00	\$	-
	Alarma		0.00	0.00	\$	-
	Seguro		0.00	0.00	\$	-
<b>SUB TOTAL SERVICIOS</b>					\$	<b>4.80</b>

Otros		Mensual		Subtotal		
10	Software - licencias		30.00	\$	30.00	
	Aportes IESS			\$	-	
	Impuestos		0.00	\$	-	
<b>SUB TOTAL OTROS</b>					\$	<b>36.00</b>

RESUMEN			
1	Honorarios profesionales		\$ 1.150.00
2	Mano de Obra directa		\$ -
3	Transporte		\$ -
4	Producción, modelos, prototipos		\$ 139.50
5	Equipos de oficina		\$ 6.60
6	Materiales e insumos de oficina		\$ 3.60
7	Muebles v enseres		\$ -
8	Arriendo		\$ -
9	Servicios básicos		\$ 4.80
10	Otros		\$ 36.00
<b>SUB TOTAL PRESUPUESTO</b>			\$ 1.340.50
	Experiencia del diseñador	0 % - 50 %	0% \$ -
	Impacto del proyecto (Bajo - Medio - Alto)	0% - 100 %	2% \$ 26.81
	Imprevistos		10% 134.05
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>			\$ <b>1.501,36</b>

## Anexo 5 : Costos video

Se adjunta el archivo excel (pdf):

GESTION		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$	562.96	DISEÑO
Total horas laborables al mes				15	
Valor hora			\$	5.00	
Horas estimadas de trabajo de gestión				10	
Valor bruto por Gestión			\$	50.00	
CREATIVO		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$	422.22	
Total horas laborables al mes				12	
Valor hora			\$	5.00	
Horas estimadas de trabajo creativo				12	
Valor bruto por Diseño Creativo			\$	60.00	
OPERATIVO		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$	281.48	
Total horas laborables al mes				30	
Valor hora			\$	5.00	
Horas estimadas de trabajo operativo				30	
Valor bruto por trabajo operativo			\$	150.00	
<b>VALOR BRUTO POR DISEÑO</b>			\$	<b>260.00</b>	
<b>DIAS LABORABLES</b>				<b>63 día(s)</b>	

COSTOS VARIABLES				
Otros	Cantidad		V.U.	Subtotal
Ilustrador				\$ -
Fotógrafo (Fotografía)				\$ -
Programador (Programación)				\$ -
marketing				\$ -
Corrector de estilo (Corrección por página)			\$ -	\$ -
Productor Audiovisual			\$ -	\$ -
Dibujante 3D - (Dibujo 3D)			\$ -	\$ -
Arte finalista (Arte final - revisión)			\$ -	\$ -
2	App designer	1	\$ -	\$ -
	Animador 2D - 3D / Animación		\$ -	\$ -
	Consultor / Consultoría	1	\$ -	\$ -

Consultor / Consultoría	1	\$	-	\$ -
Materia prima directa		\$	-	\$ -
Materiales generales		\$	15,00	\$ -
Mano de obra indirecta				\$ -
Comisión sobre ventas		\$	-	\$ -
Envases y embalajes				\$ -
<b>VALOR BRUTO POR MOD</b>		\$	-	\$ -

TRANSPORTE *		Cantidad	V.U.	Subtotal
3	Gasolina	1	\$ 15,00	\$ 15,00
	Mantenimiento de auto			\$ -
	Taxi	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Bus		\$ -	\$ -
	Envíos por correo		\$ -	\$ -
	Avión		\$ -	\$ -
	Viáticos chofer		\$ -	\$ -
	Mensajería		\$ -	\$ -
	Fletes		\$ -	\$ -
<b>SUB-TOTAL TRANSPORTE</b>				<b>\$ 24,00</b>

Producción, modelos, prototipos *		Cantidad	V.U.	Subtotal
4	Machote, modelo, prototipos	4	\$ 1,00	\$ 4,00
	Impresiones (papel, cartulina)	40	\$ 0,25	\$ 10,00
	Software página web (host, etc)			\$ -
	Software realidad aumentada			\$ -
	Planos impresos		\$ -	\$ -
	Láminas de presentación	1	\$ 2,00	\$ 2,00
	Empaques			\$ -
<b>SUB TOTAL IMPRESIÓN Y PRODUCCIÓN DE MODELOS</b>				<b>\$ 19,20</b>

### COSTOS FIJOS

EQUIPOS DE OFICINA (h)		<i>susceptible de descuento</i>		
5	Computador portátil		\$	4.000,00
	Impresora		\$	400,00
	Osmo			
	Monitor HD		\$	1.000,00
	Tableta gráfica			
	Cámara		\$	600,00
	Disco duro externo		\$	100,00
	Router		\$	40,00
	Gafas AR			
	Tablet			
	Smartphone		\$	1.000,00
	Teléfono fijo			
	<b>Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)</b>			
Periodo de vida útil (en años)				3
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>				<b>\$ 2.380,00</b>
Mensual				\$ 198,33
Diaria				\$ 6,61
Valor por Hora				\$ 0,28
<b>SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>				<b>\$ 17,19</b>

### MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA - INSTRUMENTOS DE USO DIARIO (h)

EN ESTA TABLA SE INCLUYEN LOS SUMINISTROS QUE SE ADQUIEREN PERIÓDICAMENTE, POR EJEMPLO, CUÁNTAS RESMAS DE PAPEL SE UTILIZAN MENSUALMENTE EN EL ESTUDIO

		Cantidad	VU	SUBTOTAL
6	Resma de papel	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Grapas			\$ -
	Sobres		\$ -	\$ -
	Grapadora		\$ -	\$ -
	Perforadora			\$ -
	Pliegos de papel		\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
<b>SUB TOTAL MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA</b>				<b>\$ 6,00</b>

Estación de trabajo	\$	100.00
Sillón de oficina	\$	200.00
Silla giratoria	\$	300.00
Mesa de escritorio	\$	150.00
Anaqueles	\$	40.00
<b>Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)</b>	<b>\$</b>	<b>890.00</b>
Período de vida útil (en años)		5
Depreciación anual	\$	178.00
Mensual	\$	14.83
Diaria	\$	0.49
Valor por Hora	\$	0.02
<b>SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>	<b>\$</b>	<b>1.29</b>

ARRIENDO (h)	Mensual	Diario	Hora	Subtotal
8 Valor		0		0.00 \$ -
<b>SUB TOTAL DEPRECIACIÓN</b>				<b>\$ -</b>

Servicios Básicos	Planilla	Diario	Hora	Subtotal
9 Gastos de energía eléctrica	48	1.60		0.07 \$ 12.80
Gastos de Agua	30	1.00		0.04 \$ 8.00
Gastos de telefonía fija	20	0.67		0.03 \$ 5.33
Datos v Voz		0.00		0.00 \$ -
Internet	25	0.83		0.03 \$ 6.67
Alarma		0.00		0.00 \$ -
Seguro		0.00		0.00 \$ -
<b>SUB TOTAL SERVICIOS</b>				<b>\$ 39.36</b>

Otros	Mensual	Subtotal
10 Software - licencias	30.00	\$ 30.00
Aportes IESS	30.00	\$ 30.00
Impuestos	0.00	\$ -
<b>SUB TOTAL OTROS</b>		<b>\$ 72.00</b>

RESUMEN			
1	Honorarios profesionales		\$ 260.00
2	Mano de Obra directa		\$ -
3	Transporte		\$ 24.00
4	Producción, modelos, prototipos		\$ 19.20
5	Equipos de oficina		\$ 17.19
6	Materiales e insumos de oficina		\$ 6.00
7	Muebles y enseres		\$ 1.29
8	Arriendo		\$ -
9	Servicios básicos		\$ 39.36
10	Otros		\$ 72.00
<b>SUB TOTAL PRESUPUESTO</b>			<b>\$ 439.03</b>
	Experiencia del diseñador	0 % - 50 %	0% \$ -
	Impacto del proyecto (Bajo - Medio - Alto)	0% - 100 %	2% \$ 8.78
	Imprevistos		10% 43.90
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>			<b>\$ 491,72</b>

## Anexo 6 : Costos mapa

Se adjunta el archivo excel (pdf):

GESTIÓN	VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$	367.64	DISEÑO
Total horas laborables al mes			100	
Valor hora		\$	5.00	
Horas estimadas de trabajo de gestión			5	
Valor bruto por Gestión		\$	25.00	
<b>CREATIVO</b>	<b>VALOR BASE PARA EL CALCULO</b>	<b>\$</b>	<b>275.73</b>	
Total horas laborables al mes			40	
Valor hora		\$	5.00	
Horas estimadas de trabajo creativo			10	
Valor bruto por Diseño Creativo		\$	50.00	
<b>OPERATIVO</b>	<b>VALOR BASE PARA EL CALCULO</b>	<b>\$</b>	<b>183.82</b>	
Total horas laborables al mes			50	
Valor hora		\$	5.00	
Horas estimadas de trabajo operativo			5	
Valor bruto por trabajo operativo		\$	25.00	
<b>VALOR BRUTO POR DISEÑO</b>		<b>\$</b>	<b>100.00</b>	
<b>DIAS LABORABLES</b>			<b>63 día(s)</b>	

TRANSPORTE *		Cantidad	V.U.	Subtotal
3	Gasolina	0		\$ -
	Mantenimiento de auto			\$ -
	Taxi	0	\$ -	\$ -
	Bus		\$ -	\$ -
	Envíos por correo		\$ -	\$ -
	Avión		\$ -	\$ -
	Viáticos chofer		\$ -	\$ -
	Mensajería		\$ -	\$ -
	Fletes		\$ -	\$ -
<b>SUB-TOTAL TRANSPORTE</b>				<b>\$ -</b>

Producción. modelos. prototipos *		Cantidad	V.U.	Subtotal
4	Machote. modelo. prototipos	5	\$ 0.25	\$ 1.25
	Impresiones (papel, cartulina)	1	\$ 3.00	\$ 3.00
	Software página web (host, etc)			\$ -
	Software realidad aumentada			\$ -
	Planos impresos		\$ -	\$ -
	Láminas de presentación			\$ -
	Empaques			\$ -
	<b>SUB TOTAL IMPRESIÓN Y PRODUCCIÓN DE MODELOS</b>			

### COSTOS FIJOS

EQUIPOS DE OFICINA (h)		<i>susceptible de descuento</i>		
5	Computador		\$ 500.00	
	Impresora		\$ 100.00	
	Osmo			
	Monitor HD			
	Tableta gráfica			
	Scanner			
	Disco duro externo		\$ 20.00	
	Router			
	Gafas AR			
	Tablet			
	Smartphone			
	Teléfono fijo			
	<b>Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)</b>			<b>\$ 620.00</b>
	Periodo de vida útil (en años)			3
	TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL			\$ 206.67
Mensual			\$ 17.22	
Diaria			\$ 0.57	
Valor por Hora			\$ 0.02	
<b>SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 0,57</b>	

MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA - INSTRUMENTOS DE USO DIARIO (h)				
EN ESTA TABLA SE INCLUYEN LOS SUMINISTROS QUE SE ADQUIEREN PERIÓDICAMENTE, POR EJEMPLO, CUÁNTAS RESMAS DE PAPEL SE UTILIZAN MENSUALMENTE EN EL ESTUDIO				
	Cantidad	VU	SUBTOTAL	
6	Resma de papel	1		\$ -
	Grapas			\$ -
	Sobres		\$ -	\$ -
	Grapadora		\$ -	\$ -
	Perforadora			\$ -
	Pliegos de papel		\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -
<b>SUB TOTAL MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA</b>				<b>\$ -</b>

7 MUEBLES Y ENSERES (h)		
Escritorio de recepción		
Estación de trabajo		
Sillón de oficina		
Silla giratoria		
Mesa de escritorio		
Anaqueles		
<b>Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)</b>		<b>\$ -</b>
Periodo de vida útil (en años)		5

Servicios Básicos		Planilla	Diario	Hora	Subtotal	
9	Gastos de energía eléctrica	5	0.17	0.01	\$	1.33
	Gastos de Agua	0	0.00	0.00	\$	-
	Gastos de telefonía fija		0.00	0.00	\$	-
	Datos v Voz		0.00	0.00	\$	-
	Internet		0.00	0.00	\$	-
	Alarma		0.00	0.00	\$	-
	Seguro		0.00	0.00	\$	-
<b>SUB TOTAL SERVICIOS</b>					<b>\$</b>	<b>1.60</b>

Otros		Mensual		Subtotal		
10	Software - licencias		30.00	\$	30.00	
	Aportes IESS			\$	-	
	Impuestos		0.00	\$	-	
<b>SUB TOTAL OTROS</b>					<b>\$</b>	<b>36.00</b>

RESUMEN			
1	Honorarios profesionales	\$	100.00
2	Mano de Obra directa	\$	-
3	Transporte	\$	-
4	Producción, modelos, prototipos	\$	5.10
5	Equipos de oficina	\$	0.57
6	Materiales e insumos de oficina	\$	-
7	Muebles v enseres	\$	-
8	Arriendo	\$	-
9	Servicios básicos	\$	1.60
10	Otros	\$	36.00
<b>SUB TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>\$</b>	<b>143.27</b>
	Experiencia del diseñador	0 % - 50 %	0% \$ -
	Impacto del proyecto (Bajo - Medio - Alto)	0% - 100 %	2% \$ 2.87
	Imprevistos		10% 14.33
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>\$</b>	<b>160,47</b>

## Anexo 7 : Costos Mapping

Se adjunta archivo excel (PDF)

GESTIÓN		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$	380.55	DISEÑO
Total horas laborables al mes				2	
Valor hora			\$	5.00	
Horas estimadas de trabajo de gestión				1	
Valor bruto por Gestión			\$	5.00	
CREATIVO		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$	285.41	
Total horas laborables al mes				6	
Valor hora			\$	5.00	
Horas estimadas de trabajo creativo				6	
Valor bruto por Diseño Creativo			\$	30.00	
OPERATIVO		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$	190.27	
Total horas laborables al mes				1	
Valor hora			\$	5.00	
Horas estimadas de trabajo operativo				1	
Valor bruto por trabajo operativo			\$	5.00	
<b>VALOR BRUTO POR DISEÑO</b>			\$	<b>40.00</b>	
<b>DIAS LABORABLES</b>				<b>63 día(s)</b>	

COSTOS VARIABLES				
Otros	Cantidad	V.U.	Subtotal	
Ilustrador/pintor físico	1	\$	40.00	\$ 40.00
Fotógrafo (Fotografía)				\$ -
Programador (Programación)				\$ -
marketing				\$ -
Corrector de estilo (Corrección por página)		\$	-	\$ -
Productor Audiovisual		\$	-	\$ -
Dibujante 3D - (Dibujo 3D)		\$	-	\$ -

Consultor / Consultoría		\$	-	\$	-
Materia prima directa		\$	-	\$	-
Pintura	6	\$	30,00	\$	180,00
Materiales Mapa		\$	-	\$	-
Comisión sobre ventas		\$	-	\$	-
Envases y embalajes		\$	-	\$	-
<b>VALOR BRUTO POR MOD</b>		\$	-	\$	<b>264,00</b>

Producción, modelos, prototipos *	Cantidad	V.U.	Subtotal
Machote, modelo, prototipos	1	\$	3,00
Impresiones (papel, lona backlight)	1	\$	10,00
Software página web (host, etc)			\$
4 Proceso de laminado			\$
Planos impresos		\$	-
Láminas de presentación			\$
Empaques			\$
<b>SUB TOTAL IMPRESIÓN Y PRODUCCIÓN DE MODELOS</b>			<b>\$ 15,60</b>

### COSTOS FIJOS

EQUIPOS DE OFICINA (h)		<i>susceptible de descuento</i>	
Computador		\$	500,00
Impresora		\$	100,00
Osmo			
Monitor HD			
Tableta gráfica			
Scanner			
Disco duro externo		\$	20,00
Router			
5 Gafas AR			
Tablet			
Smartphone			
Teléfono fijo			
<b>Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)</b>		<b>\$</b>	<b>620,00</b>
Período de vida útil (en años)			3
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>		<b>\$</b>	<b>206,67</b>
Mensual		\$	17,22
Diaria		\$	0,57
Valor por Hora		\$	0,02
<b>SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>\$</b>	<b>0,23</b>

### MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA - INSTRUMENTOS DE USO DIARIO (h)

EN ESTA TABLA SE INCLUYEN LOS SUMINISTROS QUE SE ADQUIEREN PERIÓDICAMENTE, POR EJEMPLO, CUÁNTAS RESMAS DE PAPEL SE UTILIZAN MENSUALMENTE EN EL ESTUDIO

	Cantidad	VU	SUBTOTAL
Resma de papel	1	\$	3,00
Grapas		\$	-
Sobres		\$	-
Grapadora		\$	-
6 Perforadora		\$	-
Pliegos de papel		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
<b>SUB TOTAL MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA</b>		<b>\$</b>	<b>3,60</b>

7 MUEBLES Y ENSERES (h)	
Escritorio de recepción	
Estación de trabajo	
Sillón de oficina	
Silla giratoria	
Mesa de escritorio	
Anaqueles	
<b>Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)</b>	<b>\$</b>
Período de vida útil (en años)	5
Depreciación anual	\$
Mensual	\$

8	ARRIENDO (h)	Mensual	Diario	Hora	Subtotal
	Valor		0		0.00 \$ -
	<b>SUB TOTAL DEPRECIACIÓN</b>				<b>\$ -</b>

9	Servicios Básicos	Planilla	Diario	Hora	Subtotal
	Gastos de energía eléctrica	15	0.50		0.02 \$ 4.00
	Gastos de Agua	0	0.00		0.00 \$ -
	Gastos de telefonía fija		0.00		0.00 \$ -
	Datos v Voz		0.00		0.00 \$ -
	Internet		0.00		0.00 \$ -
	Alarma		0.00		0.00 \$ -
	Seguro		0.00		0.00 \$ -
	<b>SUB TOTAL SERVICIOS</b>				<b>\$ 4.80</b>

10	Otros	Mensual	Subtotal
	Software - licencias		30.00 \$ 30.00
	Aportes IESS		\$ -
	Impuestos		0.00 \$ -
	<b>SUB TOTAL OTROS</b>		<b>\$ 36.00</b>

RESUMEN			
1	Honorarios profesionales		\$ 40.00
2	Mano de Obra directa		\$ 264.00
3	Transporte		\$ -
4	Producción, modelos, prototipos		\$ 15.60
5	Equipos de oficina		\$ 0.23
6	Materiales e insumos de oficina		\$ 3.60
7	Muebles y enseres		\$ -
8	Arriendo		\$ -
9	Servicios básicos		\$ 4.80
10	Otros		\$ 36.00
	<b>SUB TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>\$ 364.23</b>
	Experiencia del diseñador	0 % - 50 %	0% \$ -
	Impacto del proyecto (Bajo - Medio - Alto)	0% - 100 %	2% \$ 7.28
	Imprevistos		10% 36.42
	<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>\$ 407,94</b>

\* Presupuesto no incluye impuestos.

Elaborado por:	Grupo "3 Dreams"
Tiempo de entrega:	63 día(s)
Fecha:	miércoles, 22 de junio de 2022

### Anexo 8 : Video promocional

Se adjunta el link del video: <https://drive.google.com/file/d/1R2x9xtp4rBLq2K78xo4WiQjBR2cUsYyp/view?usp=sharing>

### Anexo 9: Guión del video

Se adjunta el pdf del guión elaborado para el video

“Nuestra riqueza en un lugar”

1 EXT. CEMENTERIO - DÍA

La actriz aparece caminando por el cementerio de Calderón, llevando unas flores y buscando algo.

DENNIS  
(VOS EN OFF)  
Voy en busca de un tesoro...

2 EXT. PARQUE CENTRAL - DÍA

Se graba a una fiesta tradicional de payasos

DENNIS  
(VOS EN OFF)  
Un lugar lleno de magia...

3 INT. ARTESANÍA - DÍA

Se graba cómo ve la figura en forma de payaso.

4 EXT. IGLESIA CENTRAL - DÍA

Se hace un paneo horizontal del interior de la iglesia.

DENNIS  
(VOS EN OFF)  
Que me enseñe el valor de las personas...

5 INT. ARTESANÍAS - DÍA

Se hace un paneo horizontal de las figuras de mazapán.

DENNIS  
(VOS EN OFF)  
Y la imaginación de su gente...

6 EXT. LA CAPILLA - DÍA

Se graba a la actriz viendo hacia el mirador en un plano medio. La chica extiende los brazos

DENNIS  
(VOS EN OFF)

- Busco la riqueza más importante...
- 7 INT. ARTESANÍAS - DÍA
- Se graba a la chica viendo unos artes en forma de colibrí
- DENNIS  
(VOS EN OFF)  
Nuestra naturaleza...
- 8 EXT. JARDÍN - DÍA
- Se graba a un colibrí volando
- 9 INT. RESTAURANTE - MEDIO DÍA
- Se graba como la chica saborea comida típica. Un plato de tortillas.
- DENNIS  
(VOS EN OFF)  
Nuestro sabor...
- 10 INT. ARTESANÍAS - MEDIO DÍA
- Se hace un paneo con un plan a detalle de una artesanía en forma de comida.
- 11 EXT. ESTATUA- MEDIO DÍA
- Se graba como la chica se acerca al monumento de Abdón calderón y se hace un paneo vertical hacia arriba.
- DENNIS  
(VOS EN OFF)  
Nuestra historia...
- 12 INT. ARTESANÍAS - MEDIO DÍA
- Se graba como la chica habla y trabaja con los artesanos en un plano medio corto.
- DENNIS  
(VOS EN OFF)  
Busco crear un recuerdo inolvidable,  
disfrutando de los momentos más sencillos...

## 13 EXT. CEMENTERIO- MEDIO DÍA

Se graba como la chica se acerca a una tumba y encuentra la figura de mazapan junto a la colada morada

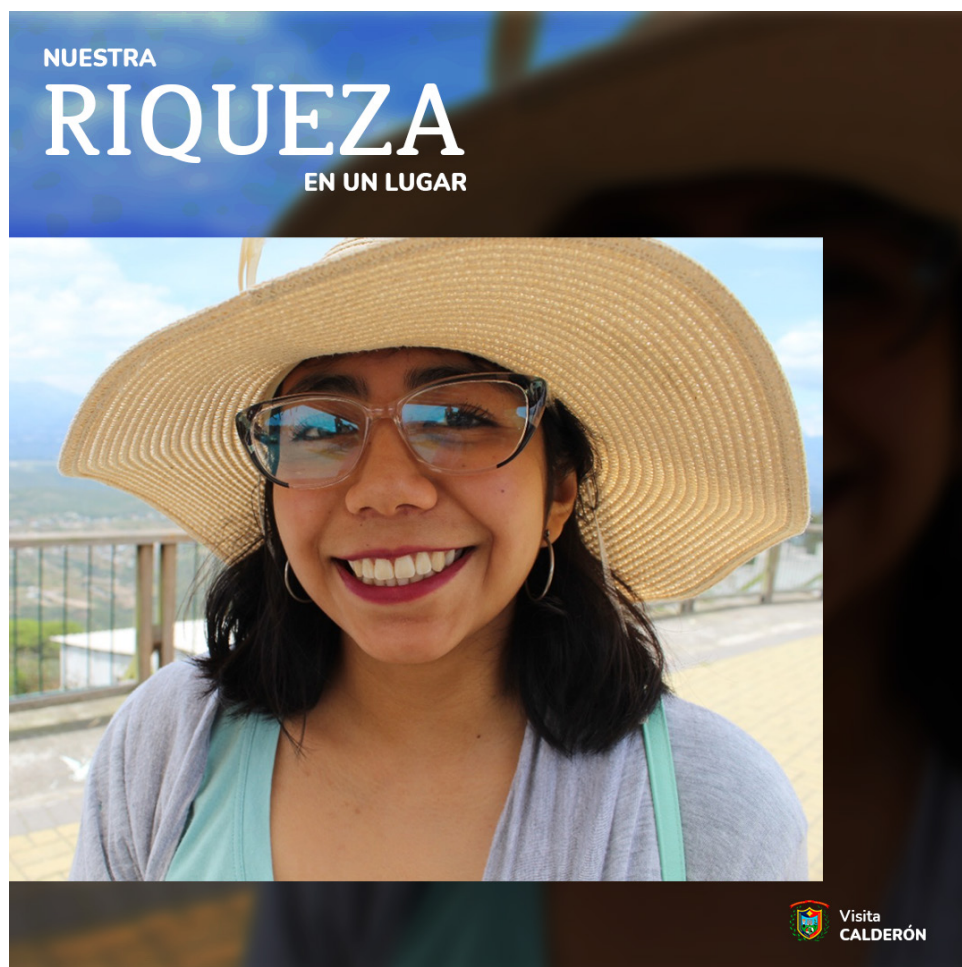
DENNIS  
(VOS EN OFF)  
Y lo encontré...

Se graba a la chica abrazando a la figura de mazapan con mucho cariño

DENNIS  
(VOS EN OFF)  
Un lugar donde lo nuestro toma color.

**Anexo 10: Posts redes**

Imágenes de los posts: <https://drive.google.com/drive/folders/1Q4IaVpqcbeJHoZpeMRJfTMM5B-itaQu?usp=sharing>



NUESTRA  
**RIQUEZA**  
EN UN LUGAR



*"Visitar Calderón , fue una experiencia agradable y le invito a todo el mundo a que visite este maravillo lugar y lleno de hermosas artesanías"*

-Dome Aquilar

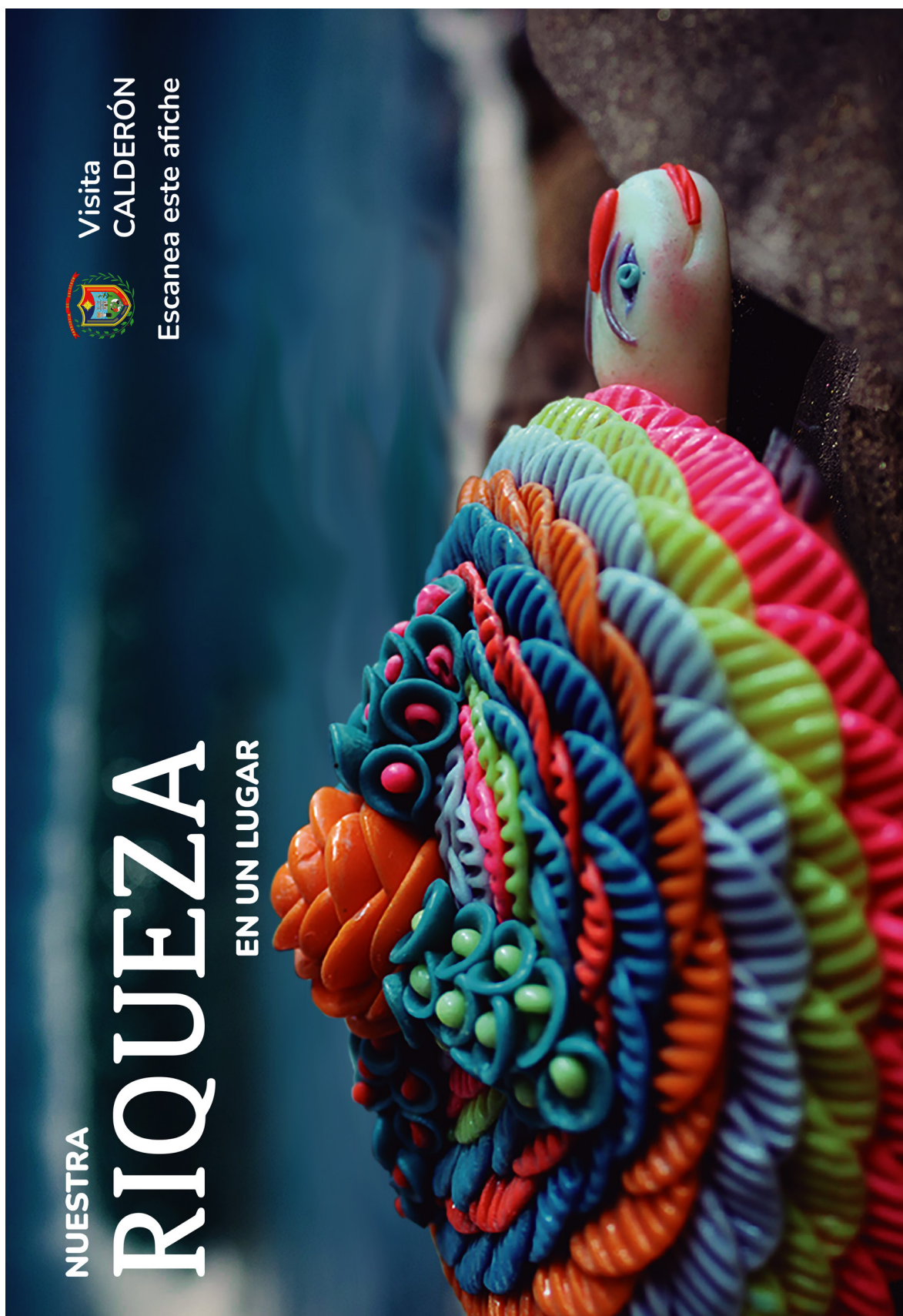
**¡Te esperamos!**



Visita  
**CALDERÓN**

## Anexo 11: Afiches

Editable afiches: <https://drive.google.com/drive/folders/1WN2Tgy8ONkSVyTJYcwLgBEqwCPKzzupT?usp=sharing>



NUESTRA  
**RIQUEZA**  
EN UN LUGAR



Visita  
**CALDERÓN**

Escanea este afiche

NUESTRA  
**RIQUEZA**  
EN UN LUGAR



Visita  
**CALDERÓN**

Escanea este afiche

NUESTRA  
**RIQUEZA**  
EN UN LUGAR



Visita  
**CALDERÓN**

Escanea este afiche

NUESTRA  
**RIQUEZA**  
EN UN LUGAR



Visita  
**CALDERÓN**

Escanea este afiche

## Anexo 12: Mapa

Editable mapa: [https://drive.google.com/drive/folders/15JfSxaIIWzsifU](https://drive.google.com/drive/folders/15JfSxaIIWzsifUYkEV41-7xOzdRD6TWD?usp=sharing)

[YkEV41-7xOzdRD6TWD?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/15JfSxaIIWzsifUYkEV41-7xOzdRD6TWD?usp=sharing)



# CABALLITO

# FRUTAS

Esta figura se entrega entre personas que se tienen mucho cariño, por lo que es símbolo de unión

**Centro artesanal José Lanche**  
Un artesano lleno de creatividad, que plasma todo lo que se imagina en sus figuras, que son dignas de ser llamadas patrimonio cultural.

**Centro Artesanal de Calderón**  
Calle Carapungo, Frente al KFC  
089 709 8396

**Artesanías EL DANZANTE**  
La señora Rosa Cadena es propietaria de uno de los locales mas antiguos de Calderón. Aquí encontrarán historia, belleza y mucha cultura.

**Centro artesanal JOSÉ CARBAJAL**  
José Carbajal y su esposa Jenny Suárez, llevan 32 años brindando cultura a los turistas. El trabajo duro y la dedicación hacen que este negocio sea un muy especial para ellos.

**Centro Artesanal de Calderón**  
Calle Carapungo, 0e4-170 y Quitus  
09992 888 629

Calderón posee un suelo fértil que produce maíz, guabas, pencos y diferentes hortalizas como las papas.

**Artes Ecuatorianas TYPICAL SHOP**  
Es parte de MASARTE (Gremio de artesanos de mazapán), tiene su local en la plaza artesanal de Calderón. Ofrece productos de alta calidad y una atención muy cálida a todos.

**Centro Artesanal de Calderón**  
0987 544 852

La muñeca fue la primera figura en realizarse y refleja la tradición del día de difuntos.

En 1930 la Sra. Margarita Reza decidió immortalizar las guaguas de pan en piezas llenas de color y recuerdos, "figuras de mazapán"

# WARMI

**Anexo 13:** Propuesta Paso de cebra

Editable mapping: <https://drive.google.com/drive/folders/1OsIMIM0OgObHe0eiVYDCeZz9qvEoFpSh?usp=sharing>



**Anexo 13:** Video Mapping

Enlace al video : [https://drive.google.com/drive/folders/1jOi5IZTnUaQnORlyUS8sWbhcl\\_KRErqO?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1jOi5IZTnUaQnORlyUS8sWbhcl_KRErqO?usp=sharing)

**Anexo 14:** Archivos listos para impresión

PDF: <https://drive.google.com/drive/folders/1lieYNJ2maEXDHCIFt6j1wo0WgEws7sCF?usp=sharing>

**Anexo 15:** Costos del Mapping digital

Se adjunta archivo excel (PDF)

GESTIÓN		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$	447.69	DISEÑO	
1	Total horas laborables al mes			20		
	Valor hora		\$	5.00		
	Horas estimadas de trabajo de gestión			1		
	Valor bruto por Gestión		\$	5.00		
	CREATIVO		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$		335.77
	Total horas laborables al mes			20		
	Valor hora		\$	5.00		
	Horas estimadas de trabajo creativo			6		
	Valor bruto por Diseño Creativo		\$	30.00		
	OPERATIVO		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$		223.85
	Total horas laborables al mes			30		
	Valor hora		\$	5.00		
Horas estimadas de trabajo operativo			1			
Valor bruto por trabajo operativo		\$	5.00			
<b>VALOR BRUTO POR DISEÑO</b>			\$	<b>40.00</b>		
<b>DIAS LABORABLES</b>				<b>63 día(s)</b>		

COSTOS VARIABLES					
Otros	Cantidad	V.U.		Subtotal	
Ilustrador				\$	-
Fotógrafo (Fotografía)				\$	-
Programador (Programación)				\$	-
marketing				\$	-
Corrector de estilo (Corrección por página)			\$	-	\$ -
Productor Audiovisual			\$	-	\$ -
Dibujante 3D - (Dibujo 3D)			\$	-	\$ -
Arte finalista (Arte final - revisión)			\$	-	\$ -
App designer	1		\$	-	\$ -
Animador 2D - 3D / Animación			\$	-	\$ -
Alquiler de proyector	1		\$	25.00	\$ 25.00
Materia prima directa			\$	-	\$ -
Materiales generales				\$	-
Mano de obra indirecta				\$	-
Comisión sobre ventas			\$	-	\$ -
Envases y embalajes				\$	-
			\$	-	\$ -
<b>VALOR BRUTO POR MOD</b>				\$	<b>30.00</b>

## COSTOS FIJOS

EQUIPOS DE OFICINA (h)		<i>susceptible de descuento</i>	
	Computador portátil	\$	4.000.00
	Impresora	\$	400.00
	Osmo		
	Monitor HD	\$	1.000.00
	Tableta gráfica		
	Cámara	\$	600.00
	Disco duro externo	\$	100.00
	Router	\$	40.00
5	Gafas AR		
	Tablet		
	Smartphone	\$	1.000.00
	Teléfono fijo		
	<b>Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)</b>	<b>\$</b>	<b>7.140.00</b>
	Período de vida útil (en años)		3
	<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>\$</b>	<b>2.380.00</b>
	Mensual	\$	198.33
	Diaria	\$	6.61
	Valor por Hora	\$	0.28
	<b>SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>	<b>\$</b>	<b>2,64</b>

7 MUEBLES Y ENSERES (h)			
	Escritorio de recepción	\$	100.00
	Estación de trabajo	\$	100.00
	Sillón de oficina	\$	200.00
	Silla giratoria	\$	300.00
	Mesa de escritorio	\$	150.00
	Anaqueles	\$	40.00
	<b>Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)</b>	<b>\$</b>	<b>890.00</b>
	Período de vida útil (en años)		5
	Depreciación anual	\$	178.00
	Mensual	\$	14.83
	Diaria	\$	0.49
	Valor por Hora	\$	0.02
	<b>SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>	<b>\$</b>	<b>0,20</b>

8 ARRIENDO (h)		Mensual	Diario	Hora	Subtotal
	Valor		0	0.00	\$ -
	<b>SUB TOTAL DEPRECIACIÓN</b>				<b>\$ -</b>

9 Servicios Básicos		Planilla	Diario	Hora	Subtotal
	Gastos de energía eléctrica	48	1.60	0.07	\$ 12.80
	Gastos de Agua	30	1.00	0.04	\$ 8.00
	Gastos de telefonía fija	20	0.67	0.03	\$ 5.33
	Datos y Voz		0.00	0.00	\$ -
	Internet	25	0.83	0.03	\$ 6.67
	Alarma		0.00	0.00	\$ -
	Seguro		0.00	0.00	\$ -
	<b>SUB TOTAL SERVICIOS</b>				<b>\$ 39.36</b>

10 Otros		Mensual	Subtotal
	Software - licencias	30.00	\$ 30.00
	Aportes IESS		\$ -
	Impuestos	0.00	\$ -
	<b>SUB TOTAL OTROS</b>		<b>\$ 36.00</b>

RESUMEN			
1	Honorarios profesionales		\$ 40.00
2	Mano de Obra directa		\$ 30.00
3	Transporte		\$ 6.00
4	Producción, modelos, prototipos		\$ 12.00
5	Equipos de oficina		\$ 2,64
6	Materiales e insumos de oficina		\$ -
7	Muebles y enseres		\$ 0,20
8	Arriendo		\$ -
9	Servicios básicos		\$ 39.36
10	Otros		\$ 36.00
	<b>SUB TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>\$ 166.20</b>
	Experiencia del diseñador	0 % - 50 %	0% \$ -
	Impacto del proyecto (Bajo - Medio - Alto)	0% - 100 %	2% \$ 3.32
	Imprevistos		10% 16.62
	<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>\$ 186,15</b>