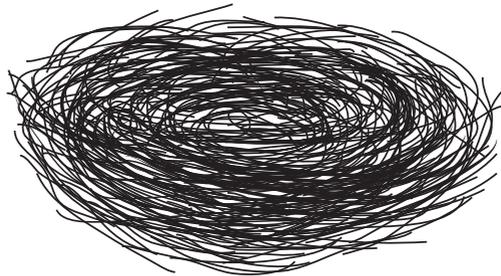




ESPOL
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

Materia Integradora

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS



IDENTIDAD CORPORATIVA

LIGRA

**Licenciatura en Diseño Gráfico y
Publicitario**

BROCHURE DE PROCESOS

Tema:

Identidad Corporativa Lilia Chanduy

Autores:

Jesús Alberto Suárez Pauta

Paralelo #1

Reinaldo Marcolino Ramos Mendoza

Paralelo #3

Firma del Profesor

.....

Contenido:

IDENTIDAD CORPORATIVA LILIA CHANDUY

Resumen	5
Antecedentes	6
Público objetivo o target	8
Investigación y Metodología del proyecto	8
Objetivos del proyecto	10
Cronograma	11
DISEÑO	
Concepto creativo	12
Proceso de bocetos	14
Prueba - error	16
Proceso técnico	18
Papelería Corporativa	29
Presentación	41
Presupuesto	48
CONCEPTO MUSEOGRAFÍA	
Concepto creativo	50
Proceso de bocetos	51
Prueba - error	52
Proceso técnico	53
Detalle de piezas gráficas	54
Presentación producto gráfico	58
Presupuesto	61
Resultados	62
Conclusiones	63
Bibliografía (normas APA)	64

RESUMEN

El presente proyecto de creación de Identidad Corporativa tiene como objetivo principal revalorizar y promover la producción artesanal en la provincia de Santa Elena, preservando e impulsando los saberes ancestrales, en riesgo de desaparecer, para así fomentar el interés de aprendizaje en las nuevas generaciones.

Actualmente el Ecuador, mediante el Plan Nacional del Buen Vivir, impulsa el fortalecimiento de los agentes creadores de productos y servicios culturales, como también el resguardo e investigación del patrimonio tangible e intangible, con la idea de revitalizar a la industria cultural haciendo de este un escenario favorable para la ejecución y desarrollo sostenible del proyecto.

De esta manera se ha colaborado conjuntamente con una de las tres últimas artesanas de Telar Recto en la parroquia de Chanduy, realizando una investigación y observación in situ, dilucidando la mejor comprensión posible sobre la problemática, en pro de generar soluciones reales y eficaces que ayuden a la construcción idónea de la marca gráfica.

Además de revitalizar su identidad cultural, promover el conocimiento y desarrollo de la artesanía ancestral, dotar de personalidad única al producto y convertirla en una fuente sustentable de ingresos.

ANTECEDENTES

En el año 2003 la UNESCO anexa a las técnicas artesanales ancestrales como parte del patrimonio intangible cultural e indica como premisa fundamental la participación obligatoria del Estado, el cual debe fomentar y preservar la investigación, mantenimiento y desarrollo de la industria cultural para salvaguardar el patrimonio inmaterial.

Con el propósito de fortalecer la producción artesanal el Ecuador forma parte del registro del programa Indicadores UNESCO de Cultura y Desarrollo y así evaluar los datos cuantitativos del proceso de desarrollo cultural, detallando la importante contribución de este sector al PIB (4.76% del PIB total) y el porcentaje de la población con ocupaciones culturales (2.2% del total de la población ocupada) denotando el alto interés social en la producción nacional.

En el Ecuador, según la Ley Orgánica de Cultura (2016) menciona las normativas para el llamado Rescate del Saber Ancestral, dichas disposiciones tienen como finalidad mejorar significativamente la labor del rescate artesanal tradicional. Esto debido principalmente al Ministerio de Cultura y Patrimonio y el Plan Nacional del Buen Vivir cuyo fin prioritario es el nuevo enfoque de la Matriz Productiva del país el cual se basa sobre todo en el talento humano, aplicando el principio de Economía Naranja que se apoya y devenga sus términos en la fabricación de artesanías y saberes ancestrales para impulsar la economía del país de manera transversal y creativa.

En el año 2015 el Estado asignó al Ministerio de Cultura y Patrimonio \$ 33 millones para su inversión en el proyecto de ayuda económica a los creadores, productores y gestores culturales, así también del rescate del patrimonio cultural intangible.

Es fundamental la intervención del diseño, ya que fomenta el trabajo investigativo, siendo este un canal comunicativo de primera mano para mejorar las relaciones socioculturales, como caso de estudio internacional tenemos el de Las Manuelas, mujeres étnicas que habitan en la zona alpaquera al sur de Puno, en Perú y en donde ellas realizan el proceso de producción (cuidado de alpaca, esquilado, hilado, teñido y tejido) colaborando conjuntamente con los diseñadores internacionales para crear una prenda única.

En Ecuador, provincia del Azuay, existe el caso de un oficio artesanal muy valorado y apreciado por propios y extraños, es el de la Técnica Tradicional de la elaboración de los Paños o Macanas de Gualaceo (tejido Ikat) que constituye un elemento cultural cuya función se encuentra firmemente arraigada a la vida cotidiana de sus portadores; enmarcando así su función comunicativa, su papel educativo y su manifestación creativa como conceptos importantes en el proceso identitario de los artesanos de esta técnica artesanal, esto en contraste con la región Costa en donde predomina una alta desvalorización por los oficios artesanales y al mismo tiempo el consumo de sus productos.

En entrevista con la PhD. Silvia Alvarez resalta la importancia de la investigación y observación para entender el contexto y el entorno de los artesanos de la parroquia de Chanduy, parte que debe cubrir la academia como entidad educativa superior y al mismo tiempo de la relevancia del trabajo colaborativo entre artesanos y diseñadores para la elaboración de un nuevo producto que respete los aspectos y procesos tradicionales de artesanía.

PÚBLICO OBJETIVO

Este proyecto está dirigido para mujeres de 25 a 55 años, cuyo poder adquisitivo sea intermedio y alto, de nacionalidad ecuatoriana y extranjera. Es importante que posean un alto nivel de apreciación cultural para entender no solo su valor estético, sino también el proceso histórico que contiene el producto.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de este proyecto se emplearon distintos tipos de investigación con el objetivo de recopilar datos que ayuden a la comprensión inicial y construcción del tema.

En la primera fase investigativa se recolectaron datos secundarios, mismos que fueron obtenidos de internet como los artículos oficiales de Unesco, Leyes del Estado, Plan Nacional del Buen Vivir, artículos científicos, etc.

La segunda etapa consistió en realizar observaciones de campo dentro de la comuna de Chanduy, en donde se levantaron datos cualitativos con la artesana de Telar Recto, Lilia Alfonzo, quien narró acerca del contexto laboral y social del cual forma parte, de sus vivencias y experiencias con el oficio de tejedora; obteniendo así información sólida para la creación de la marca gráfica.

En la tercera fase se realizó entrevistas a profesionales académicos especializados, PhD. Silvia Alvarez y MSc. Maria de los Ángeles Custoja, quienes brindaron información sobre su experiencia obtenida a través de sus investigaciones de campo y su percepción del contexto social en la comuna de Chanduy, esto permitió pulir las soluciones más favorables acorde al escenario presentado.

OBJETIVOS

DE COMUNICACIÓN

Revalorizar la producción artesanal de la parroquia Chanduy, a través de la difusión de sus técnicas y productos textiles, para el reconocimiento de los saberes ancestrales desde la comunidad hacia el público.

DE DISEÑO

General:

Representar la identidad artesanal del tejido en telar recto, mediante la creación de una marca gráfica que permita la identificación de los productos textiles y el oficio ancestral.

Específicos:

Analizar la información recopilada de las entrevistas para la construcción creativa y conceptual de la identidad gráfica de la marca.

Registrar los elementos básicos del tejido y del diseño de la marca, dentro un manual funcional para la artesana.

Idear un concepto y disposición museográfica de la investigación en diseño y artesanía de la EDCOM.

CRONOGRAMA

Descripción	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Seleccionar problema	■	■																		
Definir - contactar actores			■	■																
Inv. secundaria			■	■	■	■														
Empatizar inv. primaria			■	■	■	■														
Definir problema P.O.V.							■	■												
Idear								■	■	■										
Proto. de baja resolución									■	■	■									
Primera validación											■	■	■	■						
Proto. de alta resolución													■	■	■					
Segunda validación														■	■	■	■	■		
Elaboración Propuesta															■	■	■	■		
Exposición																			■	■
Entrega de Brief																				■

CONCEPTO CREATIVO

El oficio del telar recto en la provincia de Santa Elena es una labor ancestral heredada por la cultura Huancavilca, la cual demanda dedicación, concentración y paciencia. Debido a esta premisa actualmente el quehacer de tejedora artesanal se encuentra desvalorizado por los propios comuneros quienes han emigrado a otros oficios más actuales, comunes y de fácil práctica relegando a la cuasi desaparición de esta labor artesanal.

El concepto creativo se origina en base a la investigación de lo que representa el oficio de tejedora en telar recto desde su propio origen hasta la actualidad, obteniendo de esta manera cuatro pilares fundamentales que conciben la construcción sólida de la marca:

Tejido.- Al ser el tejido artesanal en telar recto un tipo de tejido único, se representa el mismo como un elemento perdurable que a pesar del curso del tiempo sigue vigente su práctica y consigo la elaboración de productos hechos a base de este tejido.

Dedicación.- Denominado el oficio de la paciencia debido al lapso de tiempo que conlleva realizar el tejido desde su etapa primaria de urdir el hilo hasta finalizar el producto mediante su confección en máquina. Para este proceso se demanda dedicación y pasión por el quehacer de tejedora artesanal.

Artesanas.- Al día de hoy sólo existen tres artesanas que mantienen vigente la labor del tejido artesanal en telar recto dentro de la provincia de Santa Elena, estas son las señoras Lilia Alfonzo, Germania Pita y Luisa López.

Herencia.-El quehacer de tejido en telar recto se concibió en la cultura Huancavilca desde donde se ha heredado el conocimiento a las generaciones subsiguientes de madre a hija.

Para definir la estructura final del ícono gráfico se utilizó el brandboard, como herramienta para visualizar las marcas que abarcan el mercado textil, en específico las que elaboran bolsos, carteras, clutches, etc; determinando así la estructura y tendencia de mayor uso en la actualidad.

Seleccionando de esta manera la estructura de *Imagotipo* (ícono gráfico y logotipo) para crear la marca gráfica y haciendo uso de la tendencia *Line Art* en su presentación final.



Imagen 1: Elaboración de herramienta Moodboard.

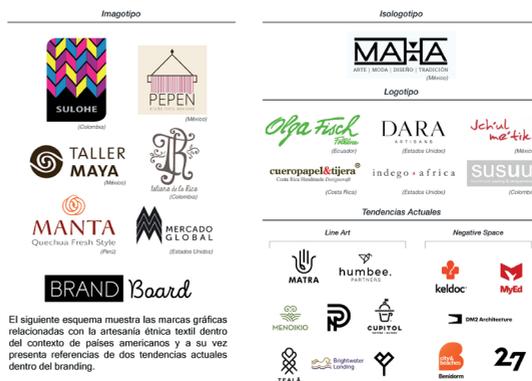


Imagen 2: Elaboración de herramienta Brandboard.

DISEÑO

PROCESO DE BOCETOS

En base a los cuatro puntos fundamentales hallados en la investigación se inició la elaboración de las primeras ideas gráficas de la marca buscando conceptualizar y representar en un ícono el concepto creativo.

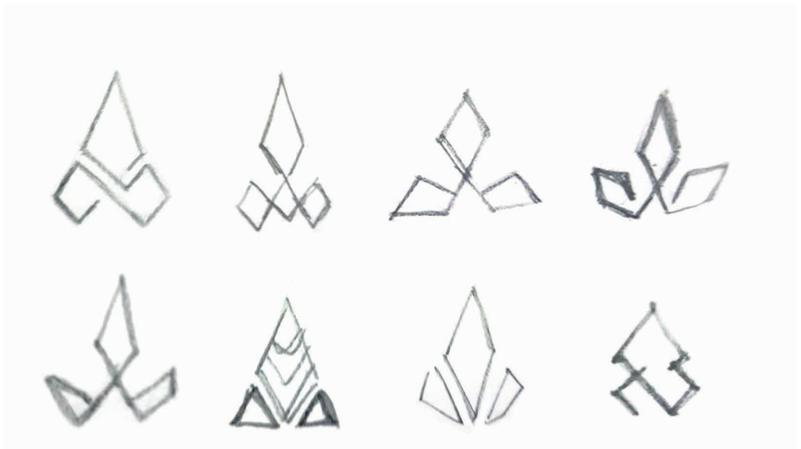


Imagen 3: Bocetos iniciales del ícono gráfico.

Dentro de esta fase inicial, el concepto contempla la integración de las tres representantes de tejido de la comuna. Esta representación se manifiesta con las tres líneas rectas (formando un triángulo) siendo la base para la construcción de los íconos.

En cuanto a la tipografía de la marca gráfica siempre se dispuso en crear una que fuese única y especialmente elaborada para representar los conceptos y valores específicos que determinó la investigación.

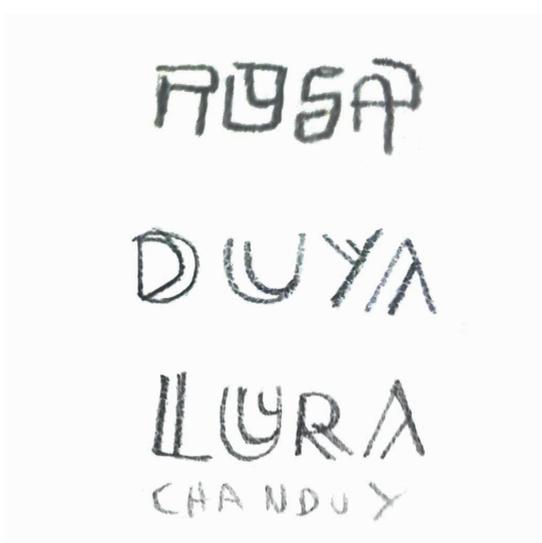


Imagen 4: Bocetos iniciales de la tipografía.

La tipografía tiene su origen al representar el elementos de los hilos usados en el telar, para ello su principal característica es que su construcción debe tener trazos delgados aluciendo sencillez y elegancia.

PRUEBA ERROR IMAGOTIPO

Durante el proceso de ideación se realizaron numerosos bocetos del imagotipo en digital, sin embargo al momento de consultar y realizar el feedback correspondiente, los individuos carecían de comprender la idea conceptual del ícono.



En pro de optimizar la construcción del ícono gráfico, se elaboraron isotipos que representen los cuatro conceptos fundamentales obtenidos en la investigación. (Ver imagen 5).



Imagen 5: Isotipos de la marca.



Con la característica principal planteada sobre la construcción de la tipografía, se tomó como referencia dos clases de familias tipográficas que cumplen esta premisa.

Segoe UI

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Microsoft Yi Bati

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Las dos ideas de naming seleccionadas como finalistas fueron usadas como prueba para crear la tipografía definitiva de la marca, estas son: Xaya Chanduy y Lilia Chanduy. (Ver imagen 6).

X A Y A L I L I A

X A Y A L I L I A

< H A N D V Y

C H A N D U Y

C H A N D U Y

Imagen 6: Proceso de elaboración de tipografía.

PROCESO TÉCNICO

IMAGOTIPO

Basado en las formas de los cuatro íconos que representan los conceptos fundamentales de la marca, se simplificó y conceptualizó el ícono gráfico.

Tejido



Representa la conservación a través del tiempo

Dedicación



Desde los cinco años lleva el oficio con pasión y paciencia

Artesanas

Lilia Alfonzo



Germania Pita Luisa López

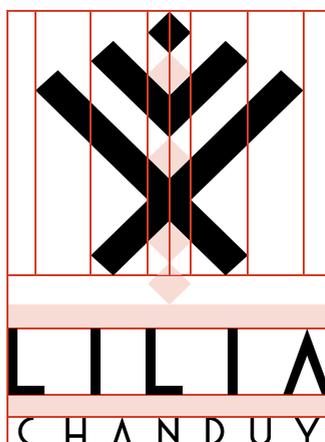
Herencia

Origen Huancavilca



Conocimiento heredado a través de la descendencia

El naming final seleccionado está compuesto por dos términos diferentes, el primero de ellos es Lilia, el cual proviene del primer nombre propio de la tejedora artesanal con quien se desarrolló el proyecto y el segundo término deriva de una recomendación directa y explícita de la doctora Silvia Alvarez, quien sugirió incluir la denominación toponímica del lugar de residencia de la artesana, la comuna Chanduy, de manera que de a conocer la procedencia del tejido y los productos elaborados.



CROMÁTICA

El uso de la cromática en el imagotipo dependerá del soporte de presentación, para este caso la impresión artesanal (sellos) será realizada en negativo mientras que su visualización en color se usará para impresiones digitales o en plataformas web.



Versión Cromática



Creatividad
Calidez
Amabilidad

Personalidad de la Artesana



Origen
Artesanía
Vigencia

Historia del telar recto



LILIA
CHANDUY

SELLOS

Se definió el uso de once sellos de madera para la impresión de los elementos de la papelería corporativa, la artesanía podrá realizar las impresiones en su propio taller, al mismo tiempo esta práctica respeta el valor tradicional de la artesanía y además le brinda comodidad y facilidad. (Ver imagen 7 y 8).

Al ser la tipografía de Lilia Chanduy creada exclusivamente para formar parte del imago tipo, se seleccionó la siguiente familia tipográfica para utilizarla en los sellos:

Georgia Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

“ ! i ¿ ? \$ % & / () + . - / * = ”

Georgia Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

“ ! i ¿ ? \$ % & / () + . - / * = ”

Century SchoolBook Regular

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

*Uso exclusivo solo para números.



4 cm de diámetro



Imagen 7: Longitudes y contenidos de los distintos sellos.

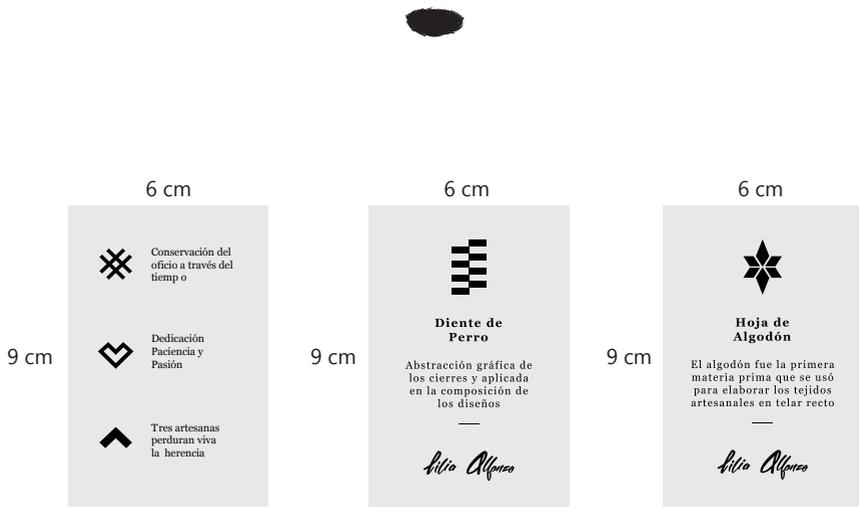


Imagen 8: Longitudes y contenidos de los distintos sellos

Cabe recalcar el uso de la tipografía Mekar Script para desarrollar la firma vectorial de la artesana, dicha tipografía ha sido modificada deliberadamente para mejorar su estética y composición final. (Ver imagen 9).

Mekar Script
 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
 0 2 3 4 5 6 7 8 9



Imagen 9: Captura de pantalla mostrando las diferencias entre la tipografía Mekar Script (arriba) y su versión modificada (abajo).

MANUAL DE MARCA

La elaboración del manual de marca cuya función está ligada a especificar el correcto uso de la marca gráfica fue diagramado en Adobe In Design y consta de 92 hojas.

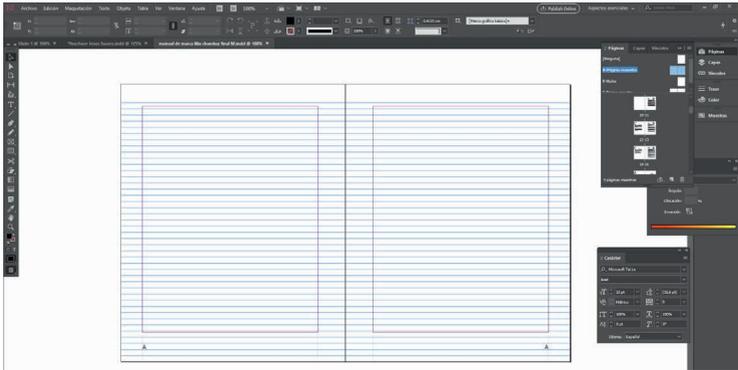


Imagen 10: Captura de pantalla Machote Adobe In Design.



Imagen 11: Captura de pantalla Adobe In Design.

Muestra de las dimensiones y valores que constan en el documento donde se maquetó el manual de marca.

PROTOTIPO NUEVO MODELO DE BOLSO

Para definir el nuevo modelo de bolso se utilizó la herramienta Coolboard en la cual se plasmaron tres modelos según las tendencias actuales del mercado: Clutche, Crossbody y Bucket, siendo este último el modelo seleccionado para convertirse en el prototipo a realizar. (Ver imagen 12).



Imagen 12: Elaboración de la Herramienta Coolboard.

Bajo metodología de Diseño Colaborativo se crearon los diseños para los prototipos de los bolsos, reuniendo la experiencia de la artesana y de los diseñadores en pro de crear un producto original y novedoso empleando la gráfica ya utilizada por la artesana en sus modelos tradicionales.



Imagen 13: Gráfica Hoja de Algodón.



Imagen 14: Gráfica Diente de Perro.



Imagen 15: Boceto digital del diseño Hoja de Algodón.

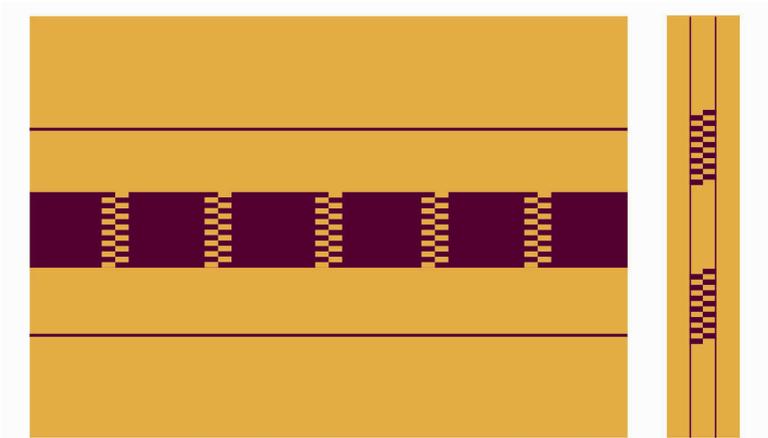


Imagen 16: Boceto digital del diseño Diente de Perro.



Imagen 17: Partes que componen el prototipo del nuevo modelo de bolso.

Medidas

Base

30 cm de largo x 30 cm de ancho.

Cuerpo Cilíndrico

28 cm de largo x 76 cm de ancho.

Cordón

92 cm de largo.

Tirante

144 cm de largo x 4,5 cm de ancho.

Pompones

10 cm de largo x 12,5 cm de ancho.

Se deben realizar doce perforaciones en la parte superior del cuerpo cilíndrico, decoradas con ojalillo, por las cuales deberá pasar el cordón. El interior del bolso debe de ser forrado con tela *Tafetan* Lila para el bolso Hoja de Algodón y Conchevino en el de Diente de Perro.



PAPELERÍA CORPORATIVA

Se detalla los elementos que componen el material P.O.P y las especificaciones técnicas para su creación.

TARJETA DE PRESENTACIÓN

Tamaño

8 cm ancho / 5,5 cm alto

Papel

Enviroment Desert Storm 216 Gr

Impresión

Sellos de madera



CUADERNO

Tamaño

21,5 cm ancho / 24 cm alto (pasta)

21 cm ancho / 23 cm alto (hojas)

Papel

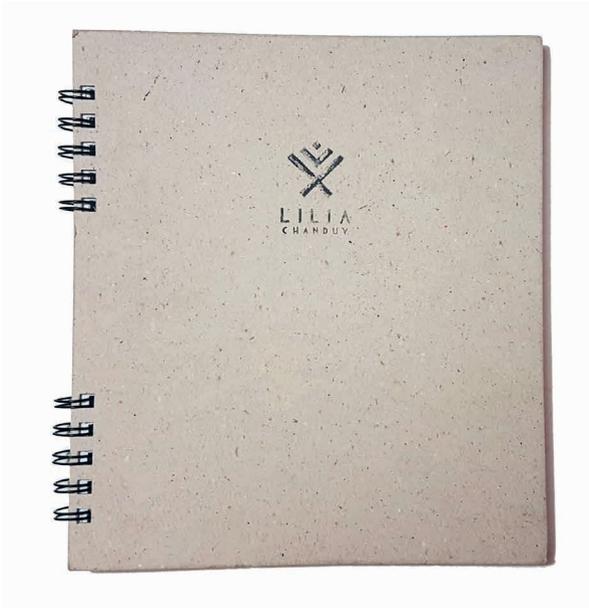
Cartón compacto de encuadernación (pasta)

Papel bond 75 Gr (hojas)

Impresión

Sellos de madera (pasta)

CMYK (hojas)



ETIQUETA

Tamaño

6 cm ancho / 9 cm alto

Papel

Enviroment Desert Storm 216 Gr

Impresión

Sellos de madera



ETIQUETA ESPECIAL

Tamaño

12 cm ancho (doble en la mitad) / 9cm alto

Papel

Enviroment Desert Storm 216 Gr

Impresión

Sellos de madera



HOJA DE AGRADECIMIENTO

Tamaño

13,5 cm ancho / 18,5 largo

Papel

Papel periódico 120 Gr

Impresión

Sellos de madera



SOBRE

Tamaño

14 cm ancho / 19 cm alto

Papel

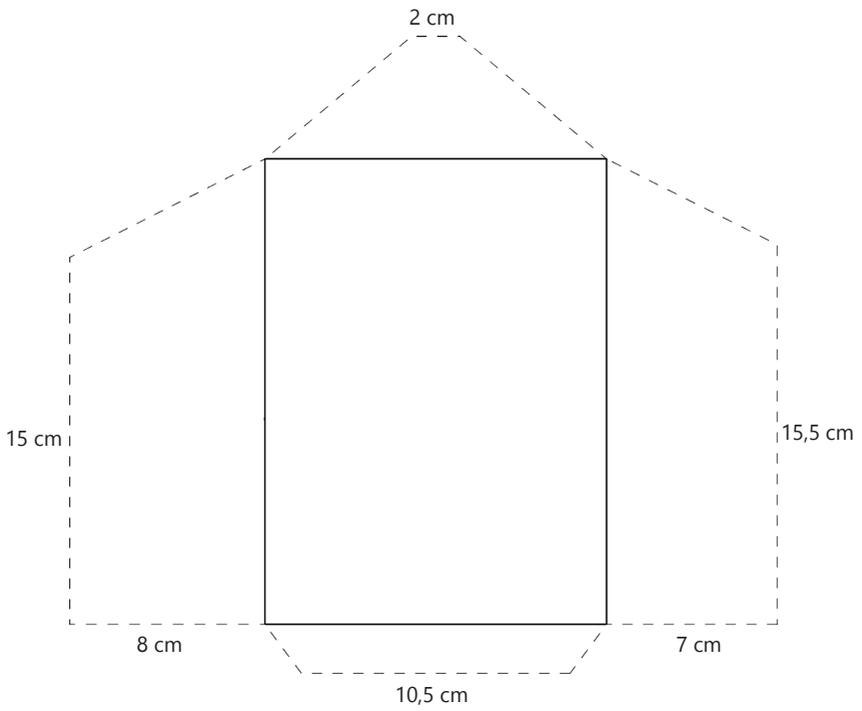
Kraft 160 Gr

Impresión

Sellos de madera



TROQUEL SOBRE



CARPETA

Tamaño

47 cm ancho / 32 cm alto

Papel

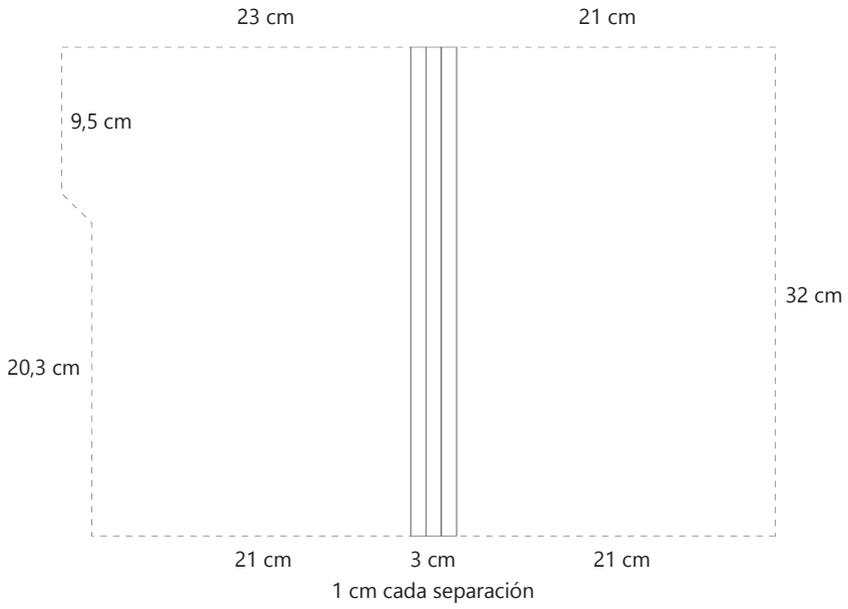
Environment Desert Storm 216 Gr

Impresión

Sellos de madera



TROQUEL CARPETA



FUNDA DE PRODUCTO

Tamaño

36 cm ancho / 25 cm alto

Papel

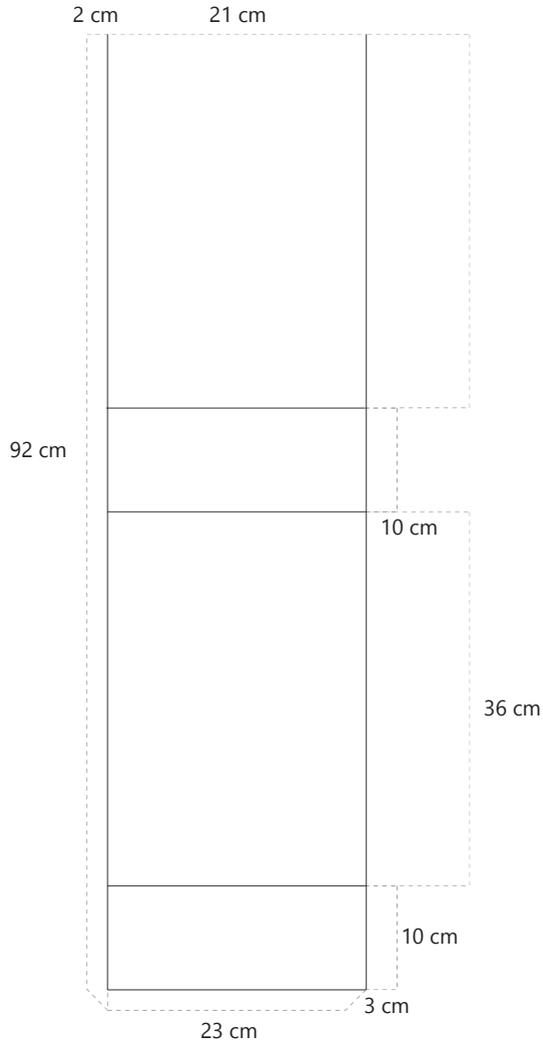
Kraft 160 Gr

Impresión

Sellos de madera



TROQUEL FUNDA DE PRODUCTO



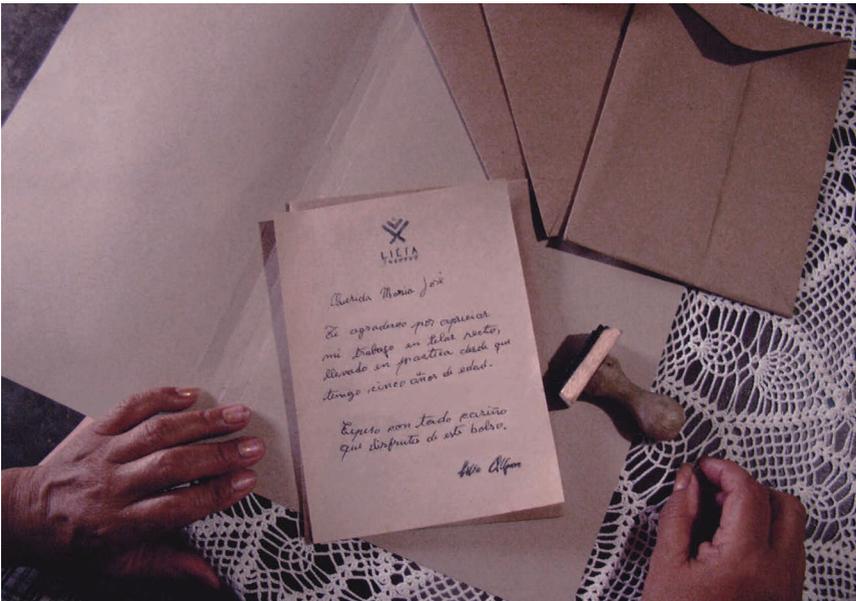


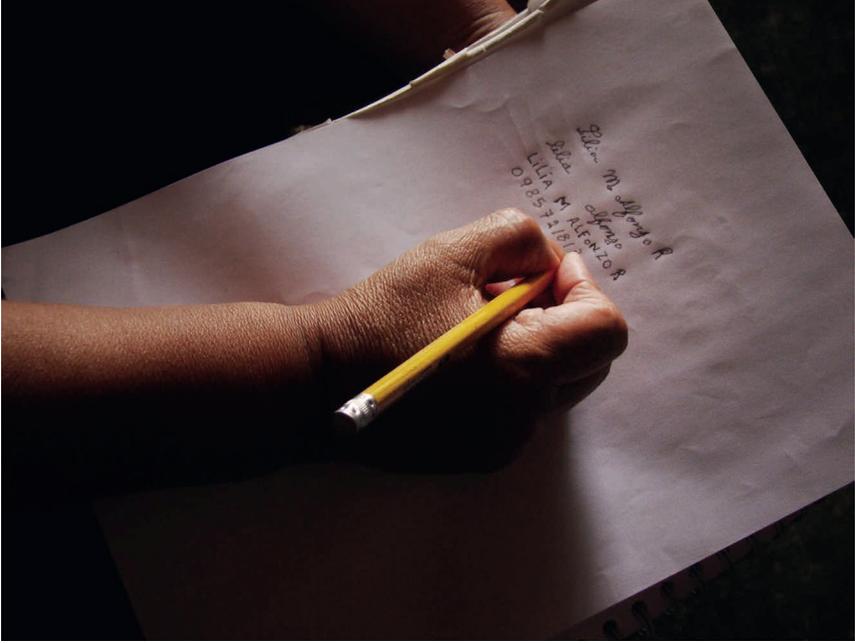
PRESENTACIÓN

Muestra fotográfica de la identidad corporativa, bajo dirección de arte y en alta calidad.













Creación de Identidad Corporativa Lilia Chanduy

		Unitario	Total
EGRESOS			\$ 8331,20
Gastos	Costos Fijos		
	Movilización	\$ 32,80	\$ 131,20
	Sueldo (dos diseñadores)	\$ 1200,00	\$ 4800,00
	Imprevistos	\$ 40,00	\$ 160,00
	Total Mes 01 a 04		\$ 5091,20
Diseño	Investigación + desarrollo		
	Concepto creativo	\$ 250,00	\$ 250,00
	Diseño de propuestas (pruebas)	\$ 80,00	\$ 80,00
	Digitalización de propuestas	\$ 30,00	\$ 30,00
	Diagramación (sellos)	\$ 130,00	\$ 130,00
	Fotografía	\$ 200,00	\$ 200,00
	Prototipo final	\$ 350,00	\$ 350,00
	Total Mes 01 a 04		\$ 1040,00
Diseño de piezas	Descripción		
	Diseño de Identificador gráfico	\$ 600,00	\$ 600,00
	Manual de Marca	\$ 1300,00	\$ 1300,00
	Papelería (material P.O.P)	\$ 100,00	\$ 100,00
	Diseño de sellos	\$ 200,00	\$ 200,00
	Total Mes 03 a 04		\$ 2200,00
INVERSIÓN			\$65, 73
Implementación			
	Enviroment Desert Storm 216 Gr		\$ 1,50
	Papel Kraft 160 Gr		\$ 0,28
	Papel Periódico 120 Gr		\$ 0,15
	Cartón de encuadernación		\$ 3,00
	200 hojas papel bond 75 Gr		\$ 1,50
	11 Sellos de madera		\$ 40,00
	Caja de madera		\$ 16,00
	Tinta Negra		\$ 0,40
	Almohadilla		\$ 2,30
	Hilo de Seda		\$ 0,60
Total	Egresos+inversión Mes 01 a 04		\$ 8396,93



CONCEPTO MUSEOGRAFÍA

CONCEPTO CREATIVO

El trabajo de investigación llevado a cabo por las profesoras de la Escuela de Diseño y Comunicación Visual MSc. Lourdes Pilay y MSc. Maria de los Ángeles Custoja sobre el rescate cultural del tejido en telar recto de la Provincia de Santa Elena, efectuado en la parroquia de Chanduy, tiene como escalón final convertirla en una exhibición al público en general mediante una exposición museográfica donde se expondrá el valor sobre este tipo de tejido único y a su vez la inmensurable importancia de mantener vigente los oficios ancestrales artesanales ya que son parte del patrimonio de la herencia cultural intangible.

Debido a que el mayor proceso de registro es sobre el telar recto, el concepto parte en función de los elementos del tejido, en particular a los hilos, ya que al unirse dan forma a la estructura llamada Tramas.

Es así que se desarrolla el concepto de Tramas, al realizar la simil entre los elemento:

Hilos / Individuos.- Son los principales actores quienes individualmente ejercen de pilares para dar forma a las estructuras.

Tramas / Oficios Artesanales.- Estructuras que se forman mediante la unión y el trabajo en conjunto.

Tejido / Vigencia.- El resultado sólido de las anteriores, debido a esto los oficios artesanales ancestrales han resistido y perdurado hasta la actualidad.

DISEÑO

PROCESO DE BOCETOS

Con el principio de representar la estructura generada por la unión de los hilos, se realizaron bocetos con similitud a dicha forma. Usando como referencia la letra T (Tramas) y un punto de origen central. (Ver imagen 18).

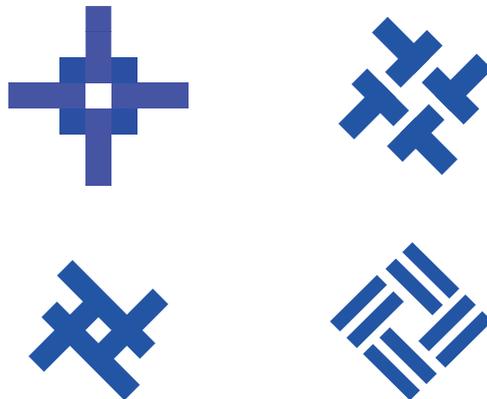


Imagen 18: Bocetos digitales del ícono de la marca.

PRUEBA ERROR

LOGOTIPO

Se trasladó la idea de formar un ícono gráfico a crear una tipografía única que represente el concepto creativo y consecuente a esto, se tomó como referencia dos formas.



Estructuras de Tramas
(Telar)



Sellos Tubulares
(Culutras de la Costa)

T R A M A S

T R A M A S

Al formar los espacios de manera consecutiva y en todas las letras se vuelve abrupta y complicada la comprensión de la tipografía.

PROCESO TÉCNICO

LOGOTIPO

Al corregir las falencias de composición que presentaban los primeros bocetos de la tipografía, se logró mejorar su legibilidad.



El título de la exposición cultural *Tramas*, está acompañado de el subtítulo *Producción Artesanal de Herencia Huancavilca*, con el fin de comunicar el preámbulo de la temática a exponerse usando la siguiente familia tipográfica:

Century Gothic
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



Espol



Ecom

La cromática representa los colores de la universidad y de la Escuela de Diseño.



DETALLE PIEZAS GRÁFICAS

Se muestra el material publicitario y sus referencias técnicas.

AFICHE PUBLICITARIO

Tamaño

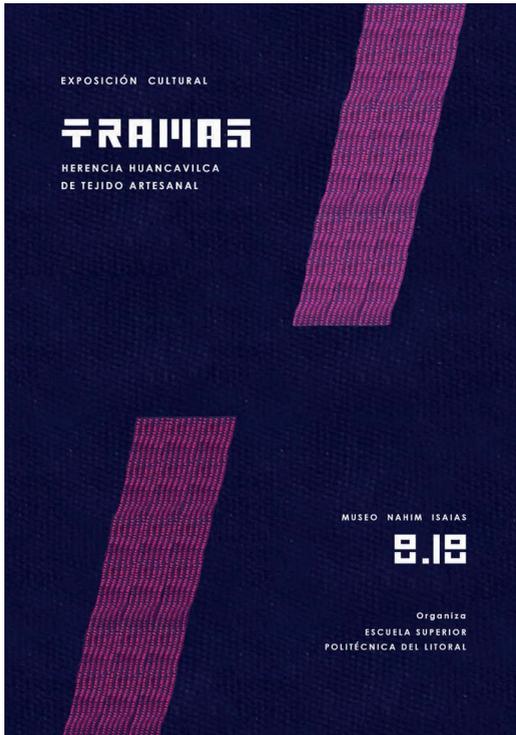
A2

Papel

Cartulina Couché 120 Gr

Impresión

CMYK láser



FLYER INVITACIÓN

Tamaño

A5

Papel

Papel Couché 90 Gr

Impresión

CMYK láser



GAFETES

Tamaño

10 cm alto / 6 cm ancho

Papel

Cartulina Couché 120 Gr

Impresión

CMYK láser





PRESENTACIÓN PRODUCTO GRÁFICO





Concepto y piezas gráficas museografía Tramas

		Unitario	Total
EGRESOS			\$ 7740,00
Gastos	Costos Fijos		
	Movilización	\$ 25,00	\$ 100,00
	Sueldo (dos diseñadores)	\$ 1200,00	\$ 4800,00
	Imprevistos	\$ 40,00	\$ 160,00
	Total Mes 01 a 04		\$ 5060,00
Diseño	Investigación + desarrollo		
	Concepto creativo	\$ 800,00	\$ 800,00
	Diseño de propuestas (pruebas)	\$ 100,00	\$ 100,00
	Digitalización de propuestas	\$ 40,00	\$ 40,00
	Diagramación	\$ 150,00	\$ 150,00
	Fotografía	\$ 300,00	\$ 300,00
	Prototipo final	\$ 500,00	\$ 500,00
	Total Mes 01 a 04		\$ 1890,00
Diseño de piezas	Descripción		
	Diseño de Identificador gráfico	\$ 600,00	\$ 600,00
	Afiche Publicitario	\$ 130,00	\$ 130,00
	Flyr Invitación	\$ 40,00	\$ 40,00
	Gafetes	\$ 20,00	\$ 20,00
	Total Mes 03 a 04		\$ 790,00
INVERSIÓN			\$14,20
Implementación			
	A2 Cartulina Couché 120 Gr	\$ 12,00	
	A4 Papel Couché 90 Gr	\$ 1,00	
	A4 Cartulina Couché 120 Gr	\$ 1,20	
Total	Engrosos+inversión Mes 01 a 04		\$ 7754,20

RESULTADOS

Después de abarcar una correcta investigación y comprender favorablemente el contexto social de los artesanos en la provincia de Santa Elena, se obtuvo como resultado una marca gráfica sólida, que resalta el valor y la tradición del oficio artesanal, cuyo origen está conformado por los conceptos más profundos y principales de la historia del tejido en Telar Recto, haciendo de esta marca el reflejo de una identidad única revalorizada con el objetivo de potenciar la producción artesanal dentro de las comunas.

El diseño colaborativo generó satisfactoriamente los primeros prototipos del nuevo modelo de bolsos, acorde a las tendencias actuales, que reúne los conocimientos y experiencias de la artesana y los diseñadores, respetando los procesos de producción y utilizando la gráfica que ha heredado por sus ascendientes, siendo estos un nuevo producto sin precedentes en la historia del Telar Recto y que la artesana podrá comercializar.

CONCLUSIONES

El proyecto de Identidad Corporativa Lilia Chanduy es una fuente de posibilidades favorables para los comuneros de la provincia de Santa Elena, debido que al crearse la marca gráfica, a partir de la investigación y del propio origen objetivo y subjetivo del oficio, se genera una identidad única que revitaliza y representa el valor del trabajo artesanal y que dota de personalidad a los productos haciendo que estos sean reconocidos, diferenciándolos de los demás por el propio contenido de su historia.

La artesana Lilia Alfonzo siente que, por medio del manual de marca, podrá mejorar significativamente su trabajo final, puesto que al contener directrices de composición y cromática, percibe una ayuda sustancial que enriquecerá la estética de sus productos y aumentará el reconocimiento del mismo, convirtiéndose en una herramienta útil y eficaz para su labor diaria.

BIBLIOGRAFÍA

Unesco, Patrimonio Cultural Inmaterial. Disponible en <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>

Indicadores UNESCO de Cultura y Desarrollo. Disponible en <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/programmes/culture-for-development-indicators/>

Ley Orgánica de Cultura. (2016). Del Objetivo, ámbito, fines y principios, art. 2 y art. 3.

Plan Nacional del Buen Vivir. (2013) Objetivo 5, literal 5.4.

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2015) Informe Rendición de Cuentas.

Alvarez, Silvia. (2000), De Huancavilcas a Comuneros, Relaciones interétnicas en la Península de Santa Elena, Ecuador. Pág. 88,90 ESPOL, Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Buitrago, Felipe y Duque, Iván. (2014) Publicación Economía Naranja, Banco Interamericano de desarrollo.

FADA, Grupo de Investigación. (2017) Proyecto de investigación, Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Huerta, Eduardo. (2013). La Co-creación y el Diseño Colaborativo. Recuperado de http://www.esdi.es/content/pdf/articuloweb_esdi-4_ehuerta180913.pdf

