



FACULTAD DE COMUNICACIÓN / ESCUELA DE DISEÑO

“APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE DISEÑO INTEGRAL A LA PROPUESTA DE CREACIÓN DE LA MARCA CIUDAD DEL QUINCHE, MANUAL DE MANEJO DE LA MARCA, MATERIAL INFORMATIVO Y STANDS DE VENTA ENFOCADO A LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN DE ARTÍCULOS RELIGIOSOS DE LA VIRGEN DEL QUINCHE.”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de

Licenciado en Diseño Gráfico e Industrial

PROFESOR GUIA:

Fernanda Arias

AUTOR:

David Alexander Molina Cadena

AÑO

2014

Declaración del Profesor Guía:

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

Fernanda Arias

Especialista en lógica y técnica de la forma

C.I. 171640002-1

Declaración de autoría del Estudiante:

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

David Alexander Molina Cadena

C.I.171721673-1

AGRADECIMIENTO

A los cuatro pilares de vida, mi madre, mi padre, mi abuela y mi abuelo, todos los aspectos positivos que forman mi persona son gracias a ellos. A todos los compañeros y profesores que de una u otra manera tocaron mi vida a lo largo de toda mi carrera, ya que de ellos he aprendido demasiado.

A mis amigos que alimentan mi locura y me llenan de inspiración, gracias por todos esos momentos de apoyo y comprensión.

A mi tutora por todo el conocimiento y experiencias impartidas a lo largo de este proyecto y por recordarme que la pasión es lo que garantiza el éxito de cualquier trabajo que te propongas realizar.

Baelthazar

DEDICATORIA

Dedicado a las 4 personas que más amo en esta vida, mi mami Anita y papi Humberto, mi abuelita Vickita y abuelito Pocito, por ser el motor que mueve mi vida, brindarme su apoyo en todo proyecto que he emprendido, pero sobre todo por llenar mi vida de ese cariño incondicional.

Los amo.

RESUMEN

En el siguiente proyecto se plantea el proceso desarrollado para la creación de la marca de la parroquia del “Quinche” y la propuesta de mobiliario para puestos de venta enfocados a la Asociación de artículos religiosos de la Virgen del Quinche ubicados en la provincia de Pichincha.

La investigación realizada se enfocó en los aspectos, culturales, religiosos, arquitectónicos e históricos de la parroquia del Quinche, tomando especialmente en consideración al parque central de la parroquia, lugar donde se encuentra el santuario de la Virgen.

La arquitectura de la iglesia es parte fundamental del desarrollo de este proyecto, mediante el análisis de las estructuras y formas presentes en los exteriores e interiores de este santuario los mismos que son representaciones de la cultura e idiosincrasia de los habitantes de la parroquia.

Las metodologías de diseño de Bernhard E. Burdek y Bruno Munari fueron aplicadas al siguiente proyecto tanto en la propuesta gráfica como industrial.

Cuando se realizó el análisis de materiales para la construcción de los stands se utilizó el recurso de tablas de pertinencia planteado por Llovet, cuyo propósito es determinar las variables de material más idóneo.

La propuesta gráfica planteada en el siguiente proyecto evidencia el valor religioso, cultural, arquitectónico de la parroquia. Volviendo al Quinche en un sitio atractivo tanto para turistas nacionales como extranjeros.

ABSTRACT

This project sets the process to the development of the global branding of the parish of “Quinche” and the proposal of work stations or shopping stands focused on the workers of the association of religious goods of the virgin of Quinche, located on the province of Pichincha.

The investigation was focused on cultural, religious, architectonic and historic aspects of the parish, taking a special consideration on the central park, place where the church of the virgin of Quinche is located.

The church’s architecture is a fundamental part in the development of this project, because there was an extensive analysis of structures and shapes present in the exterior and interior of the church, these elements are direct representations of the cultural and idiosyncrasy backgrounds of the people of Quinche.

The design methodologies of Bernhard E. Burdek and Bruno Munari were directly used on the graphic and industrial aspects of this project.

When it came to decide which material was the most appropriate for the construction of the shopping stands the tables of belongings created by Llovet were used to decide the most appropriate material.

The graphical and industrial parts of this project are a direct evidence of the religious, cultural and architectonic value of the parish, helping Quinche to turn into a valued and attractive site for national and foreign tourists.

ÍNDICE

Introducción.....	1
1 Capítulo I: Divisando el monte del sol.....	3
1.1 Síntesis histórica del Quinche	3
1.2 Situación geográfica.....	7
1.3 Situación actual del parque central del Quinche.....	8
1.4 Buscando una imagen para el Quinche.....	11
2 Capítulo II: Percepción y representaciones gráficas de los habitantes del Quinche	18
2.1 ¿Que es el Diseño Gráfico?	18
2.1.1 Signos y símbolos del Quinche.....	18
2.1.2 Las formas de la parroquia.....	18
2.1.3 Símbolos y signos encontrados en las formas del Quinche	19
2.1.4 Elementos Visuales	20
2.1.5 El color del Quinche.....	23
2.1.5.1 Circulo cromático	23
2.1.5.2 Itten y su presencia en el Quinche	14
2.1.5.3 Interrelación de la forma presentes en la parroquia.....	27
2.2.1 La imagen del Quinche.....	27
2.2.2 La imagen Corporativa aplicada a la parroquia.	28
2.2.3 El logotipo.....	29

2.2.4	Uso de tipografía presente en la parroquia.....	31
3	Capítulo III: Forma y función aplicadas a la	
	Asociación de artículos religiosos de la Virgen	
	del Quinche	37
3.1	Estructuras presentes en la parroquia del Quinche	37
3.1.1	Propiedades de la estructura.....	37
3.2	Ergonomía de los miembros de la asociación	38
3.2.1	Antropometría de los comerciantes	38
3.2.2	Dimensiones antropométricas de los vendedores	39
3.2.3	Percentiles de la A.A.R.V.Q.....	39
3.2.4	Extensión, holgura y adaptabilidad.....	40
3.3	Procesos y materiales	40
3.3.1	Llovet – Cuadros de Pertinencia.....	41
3.4	Puestos de venta – Estudios de Caso	41
4	Capítulo IV: Metodología de la Investigación.....	45
4.1	Objetivos	45
4.1.1	Objetivo general.....	45
4.1.2	Objetivos específicos.....	45
4.2	Metodología de la investigación	45
4.2.1	Técnicas	46
4.2.2	Enfoque	47

4.2.3	Alcance.....	47
4.2.4	Elaboración de los instrumentos:.....	48
4.2.4.1	Encuestas	48
4.2.5	Estimación de parámetros:.....	52
4.2.6	Conclusiones	52
4.2.7	Objetivos finales	53
5	Capítulo V: Desarrollo de la propuesta	54
5.1	Desarrollo de la propuesta.....	54
5.1.1	Análisis de datos y síntesis.....	54
5.1.2	Definición del problema	54
5.1.3	Objetivos de diseño	55
5.1.3.1	Pilares de la marca	55
5.1.4	Proceso creativo.....	56
5.1.4.1	Lluvia de ideas	57
5.1.5	La Marca de la parroquia.....	57
5.1.5.1	Propuesta de íconos a utilizarse	58
5.1.5.2	Selección de íconos.....	60
5.1.5.3	Paletas fotográficas.....	61
5.1.5.4	Aplicación de la teoría de Johannes Itten	63
5.1.5.5	Matriz de color	65
5.1.5.6	Cromática de íconos	71
5.1.5.7	Íconos definitivos.....	72
5.1.5.8	Íconos con tipografías	73

5.1.5.9 Selección de la marca de la parroquia	75
5.2 Logotipo de la parroquia del Quinche	76
5.2.1 Ícono de la marca	76
5.2.2 Tipografía de la marca.....	80
5.2.3 Generación del modulo de la marca.....	81
5.2.4 Esquemas de color de la marca	82
5.2.5 Opciones secundarias de color.....	83
5.2.6 Auxiliares de la marca de la parroquia del Quinche.....	84
5.2.6.1 Ícono de amparo	85
5.2.6.2 Ícono de homenaje.....	86
5.2.6.3 Ícono de modularidad.....	87
5.2.6.4 Ícono de cultura.....	88
5.2.6.5 Ícono de sustento.....	89
5.2.6.6 Ícono de cooperación.....	90
5.2.6.7 Composición ornamental	91
5.2.6.8 Logos de las asociaciones	92
5.3 Papelería de la marca del Quinche.....	94
5.3.1 Papelería de la marca del Quinche.....	94
5.3.2 Tarjetas de presentación	96
5.3.3 Sobres hoja A4 y sobres 9 x 16 cm	98
5.3.4 Carpetas corporativas e Institucionales	102
5.4 Material Informativo – Documento de una sola hoja.....	104
5.4.1 Documentos de varias hojas	105

5.4.2	Plantillas para diapositiva en Powerpoint	106
5.4.3	Plantillas para pop-ups o publicidad online.....	108
5.4.4	Presentación en teléfonos móviles	110
5.4.5	Objetos de merchandising	111
5.4.5.1	Empaque para velas	111
5.4.5.2	Empaque para joyas	114
5.5	Propuesta industrial para la A.A.R.V.Q.....	116
5.5.1	Formulación del problema	116
5.5.2	Definición del problema	116
5.5.3	Determinación de los elementos del problema.....	117
5.5.4	Etapas de investigación.....	117
5.5.5	Propuesta de técnicas de diseño.....	120
5.5.6	Cuadros de pertinencia para escoger el material	121
5.5.7	Conclusiones de los cuadros de pertinencia.	121
5.5.8	Antropometría y ergonomía del usuario.....	124
5.5.9	Ubicación de los stands según el módulo en el espacio.....	133
5.6	Desarrollo de la propuesta.....	134
5.6.1	Desarrollo de la alternativa final.....	135
5.6.2	Maqueta del stand de venta.	137
5.6.3	Renders del objeto.....	143
5.7	Tabla de materiales y presupuesto.....	147
6	Capítulo VI: Conclusiones.....	148

6.1 Conclusiones.....	148
6.2 Recomendaciones.....	149
Referencias	151
Anexos	152

INTRODUCCIÓN

El estudio realizado por el INEC sobre la filiación religiosa en el Ecuador en el año 2010, el 91,95% de la población afirma tener una religión, de los cuales el 80,4% son católicos, el 11,3% es evangélico, el 1,29% testigos de Jehová y el restante 6,96% pertenece a otras religiones.

Esta encuesta del INEC realizada en el año 2011, tres de cada diez creyentes dijeron asistir al menos una vez a la semana a algún acto religioso (cultos, misas, reuniones, etc.), dos de cada diez afirmaron presentarse una vez al mes, y finalmente el 15,9% en ocasiones especiales.

Es por esto que podemos decir que el culto con el mayor número de adeptos en el país es el catolicismo. Dentro del catolicismo popular es fundamental el culto que tienen santos y vírgenes locales, entre los que se destaca la Virgen del Quinche.

La palabra Quinche tiene origen en la lengua Maya Cakchiquel, cuyo significado se compone de dos vocablos: Quin que significa Sol y Chi Monte. Por tanto, apoyados en los aportes etimológicos de Manuel Moreno Mora, Quinche significa Monte del Sol.

El Quinche es un sitio de romería a la Virgen del Quinche y queda a 67,4 km del centro de la ciudad de Quito, posee una población de 12.919 habitantes. El Quinche fue declarado parroquia el 29 de mayo de 1861.

En la actualidad el parque central del Quinche sigue siendo un hito o punto primordial de encuentro en la parroquia, siendo lugar de comunión de todos los feligreses de la virgen, además de ser un lugar donde productores y vendedores realizan su trabajo diario.

Existen muchos espacios que circundan al parque desde tiendas con vestimentas típicas de la zona hasta pequeños puestos con productos como melcochas y artesanías.

Uno de los sectores donde hay un mayor apogeo de vendedores es en la entrada a la Iglesia, alrededor de 50 comerciantes se instalan en este lugar para ofertar mercancía religiosa, como estampas, velas, inciensos, alegorías a la Virgen entre otros artículos.

En los últimos años el Municipio de Quito, específicamente el Instituto Metropolitano de Patrimonio; originalmente llamado FONSAL, ha iniciado un proyecto para remodelar los espacios públicos de varias parroquias de la ciudad; entre ellas encontramos a la parroquia del Quinche. Dentro del proyecto de remodelación de espacios públicos se encuentra previsto el parque central de dicha parroquia.

Se planea remodelar el mobiliario urbano del parque, además de ayudar a los productores, artesanos y comerciantes a conservar sus puestos de trabajo y a organizarlos de mejor manera.

El problema presente en el parque central del Quinche yace en la falta de unidad gráfica e imagen del lugar, además de haber una marcada diferencia entre todos los espacios de trabajo que utilizan tanto lustra botas, como vendedores ambulantes y de artículos de valor religioso.

Es aquí donde se enfocará el proyecto y la investigación respectiva, mediante el diseño integral como una herramienta de comunicación encontrar las técnicas y procesos adecuados para solucionar ciertos problemas del Parque Central del Quinche.

CAPITULO I

DIVISANDO EL MONTE DEL SOL

Esta población adquiere el nombre de Monte del Sol, por ser un lugar privilegiado y único para observar su montaña sagrada. En este monte se albergan sus ramificaciones y en su interior innumerables cuevas de todos los tamaños y formas que sugieren huecos, nichos, altares y grandes naves de templos prehistóricos. El Quinche es considerado como una “ciudad de peregrinación”, también se conoce que la vista de los templos Quiteños y del Quinche formaban una alineación que describía el camino del sol en el solsticio.

1.1 Síntesis histórica del Quinche

Tabla 1 – Historia del Quinche

Época Precolombina	El Quinche como una población independiente tenía un gobierno de Régulo. La religión aspecto primordial para la cultura del lugar.
	Presencia de peregrinaciones y ceremonias dirigidas al dios Sol (Inti) en el solsticio de verano.
	Existía una relación entre Puembos, Yaruquíes, Shyris, Quinches y Cayambis, fortalecida por intereses militares, Rumiñahui tuvo mucho protagonismo en esta alianza.
Invasión Incaica	Durante la invasión del ejército Incaico este sitio se convierte en un centro militar de defensa indispensable debido a su ubicación geográfica.
Época Colonial	Atahualpa es apresado, Rumiñahui toma el mando y Sebastián de Benalcázar llega al Quinche buscando las riquezas ocultas en él.
Conquista Española	El Quinche se convierte en un centro doctrinario.

1585	El lugar se convierte en parroquia eclesiástica con su primer párroco Francisco Sancho de la Carrera.
1861	En la presidencia del Dr. Gabriel García Moreno, el presidente de la convención nacional Juan José Flores, eleva al Quinche a la categoría de Parroquia Civil.
1911	Es considerado parte del cantón Cayambe.
1934	Se vuelve parte del cantón Quito.

Adaptado de los estudios del Dr. Gonzales Suarez. 1998

Según el historiador González Suarez, el Quinche fue una población prehistórica cuya organización era independiente, estaba gobernado por un Régulo o señor de estado pequeño, guardaba alianzas y relación comercial con los demás pueblos, era reconocido y respetado por su jerarquía religiosa.

Esta ciudad fue lugar de peregrinaciones prehistóricas constantes, además de uno de los centros ceremoniales principales de adoración al sol, debido a sus templos y a la posición privilegiada, justamente en el recorrido que el Sol hace en el solsticio de verano, fecha en la cual las peregrinaciones se multiplicaban y se festejaba con mucha solemnidad la fiesta Del Inti Raymi.

Se comenta de una relación de los Shyris y los Quinches, en vista de que encontraron una unidad de territorio entre Puembos, Yaruquíes, Quinches y Cayambis. Existió también la relación de los indígenas con los quinches.

El Quinche por su historia ha sido un pueblo digno y heroico. Desde la tribu de los Quinches, quienes fueron guerreros feroces, jamás se subyugaron totalmente a la conquista de los Shyris.

Durante la resistencia a los Incas, el Quinche se convierte en el centro militar de defensa contra ellos, con su fortaleza en el centro ceremonial convertido en Pucara (Quito Loma), en la época colonial. Habiendo sido apresado Atahualpa toma el mando, Rumiñahui para la defensa en contra de los Españoles, Sebastián de Belnalcázar buscando el tan codiciado oro, llegó al Quinche y para su sorpresa, encuentra que todos los hombres se unieron al ejército de Rumiñahui replegándose hacia el norte, como represalia mandó a matar a

niños y mujeres con el afán de que sirva de escarmiento para los indios para que no abandonen sus pueblos, finalmente Rumiñahui fue tomado preso y ajusticiado en Quito.

Luego de la conquista española, la comarca del Quinche se convierte en un centro doctrinario importante, pasando luego a ser encomienda y posteriormente en el año de 1585 parroquia eclesiástica con su primer párroco Francisco Sancho de la Carrera.

En la época Republicana y en la presidencia del Dr. Gabriel García Moreno, la Convención Nacional con su primer presidente Juan José Flores y el ejecútese de García Moreno; elevan al Quinche a la Categoría de Parroquia Civil, con fecha 27 de Mayo de 1861, puesto en vigencia con fecha 29 de Mayo de 1861.

En el año de 1911 al crearse el cantón Pedro Moncayo, el Quinche quedó perteneciendo al cantón Cayambe, pero los moradores nada satisfechos con esa disposición, solicitaron insistentemente a los órganos pertinentes, la separación de Cayambe y la anexión al cantón Quito, luego de 23 años lo vieron realizado el 24 de Diciembre de 1934, en la presidencia de Dr. José María Velasco Ibarra.

Tabla 2 – Historia de la Virgen del Quinche.

1598	Llegada de Don Diego de Robles a Oyacachi, creación de la imagen de la Virgen.
1604	La imagen de la Virgen fue trasladada a la población del Quinche.
1640	Canonización de la imagen de la Virgen a manos del padre Manual M. Polit Moreno.

Adaptado de los estudios de los historiadores, Pío J. Alvarado y Canónigo Riofrío.

Dentro de la historia de la parroquia del Quinche resulta pertinente hablar acerca de la Virgen del Quinche y los sucesos que ella conlleva.

Oyacachi es un pequeño pueblo que pertenece a la provincia del Napo, cercano al Quinche ubicado en el cantón Quito provincia Pichincha, es tan célebre por ser la cuna de la Santísima Virgen de Oyacachi o “Del Quinche”, existe una distancia aproximadamente de 60 Kms. desde el Quinche hasta Oyacachi.

A este pueblo, ubicado en la selva oriental, a las orillas del río Sarahuco, un día en el año de 1598 llegó el artista y escultor español, radicado en Quito don Diego de Robles, para ofrecerles tan preciada imagen, a cambio de unos tablones de cedro fino.

En el año 1604 la imagen de la Virgen fue trasladada a la población del Quinche, durante 13 años de permanencia no tuvo nada más que por trono una cueva natural y rústica, formada por una enorme piedra, que le sirvió de residencia donde la visitaban sus peregrinos.

El traslado de la sagrada imagen desde Oyacachi hasta El Quinche. El Padre Manuel M. Pólit Moreno en el año de 1640 dice:

“Por orden del Santo Obispo Don Luís López de Solís y consentimiento de esta real audiencia, entró el Padre Diego Londoño a hacer el traslado de la imagen Santísima; la cual se hizo con la solemnidad de que el caso pedía, llevando consigo más de cien nativos del Quinche, algunos españoles con cuya ayuda la saco con cruz, banderolas y gran cantidad de velas, trompetas y flautas y sobre todo la algarabía y aclamación acostumbrada de estos originarios, teniendo engalanadas las estaciones por donde paraban, con colgaduras de cortinas, velas y música con que venían festejando hasta entrar en El Quinche y colocarla en la iglesia de aquel pueblo, como el santo Obispo lo había ordenado, y fue por el año de 1604, según consta de los documentos que en esta razón se hicieron, es así que miércoles de la semana primera de cuaresma del dicho año, los Quincheños celebran la llegada de la Virgen del Quinche”.

1.2 Situación geográfica del Quinche

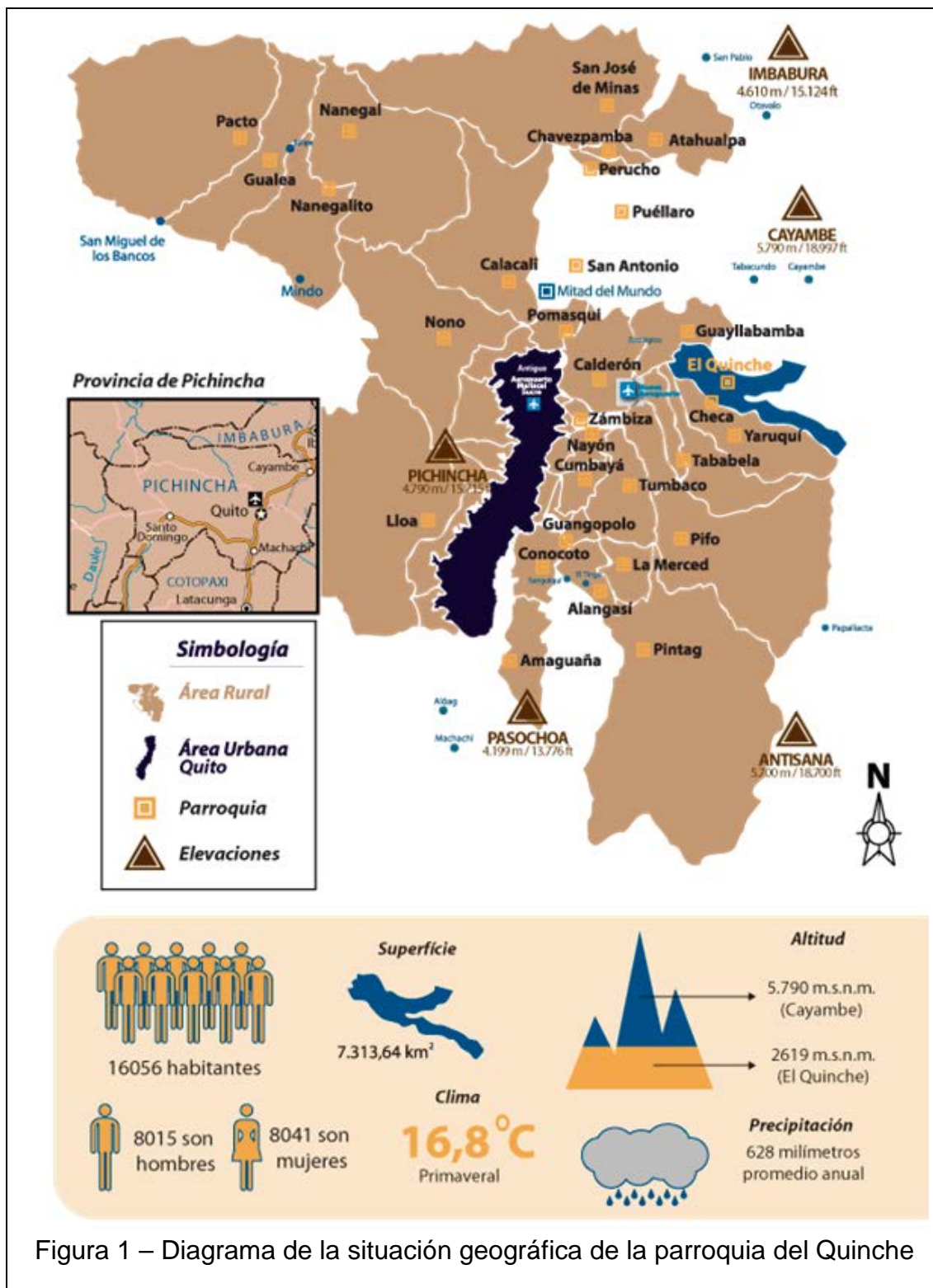


Figura 1 – Diagrama de la situación geográfica de la parroquia del Quinche

1.3 Situación actual del parque central del Quinche

Localizado en el centro de la parroquia, el parque central es un punto de encuentro primordial, ya que en el mismo se encuentra ubicado el santuario de la Virgen del Quinche, una obra del padre Bruning, que fue construida entre los años de 1913 y 1924. En 1904 el hermano Jacinto Pankiani realizó los planos de la iglesia basándose en la arquitectura de la basílica de Santa María la Mayor de Roma.



Figura 2 – Parque Central del Quinche & Santuario de la Virgen

El santuario de la Virgen goza de una arquitectura mixta que va desde el paleo cristiano al barroco. La iglesia se desarrolla desde el parque principal a través de un gran atrio que conduce a un frontispicio de dos cuerpos, con dos torres laterales de tres cuerpos, rematadas con tambores ochavados cubiertos por cúpula de nervadura.

La edificación se desarrolla en tres naves de grandes dimensiones: la nave central cubierta por bóveda de cañón corrido, las naves laterales cubiertas por cúpulas, dado, tambor y cúpula en el crucero. El altar mayor se desarrolla a un

nivel más alto que la nave central del crucero. Los acabados del altar son de madera con decoraciones en pan de oro.

El santuario tiene la capacidad de albergar a 3.556 personas que lo visitan en las diferentes procesiones de la virgen. El área total del mismo es de 2.049 metros cuadrados.

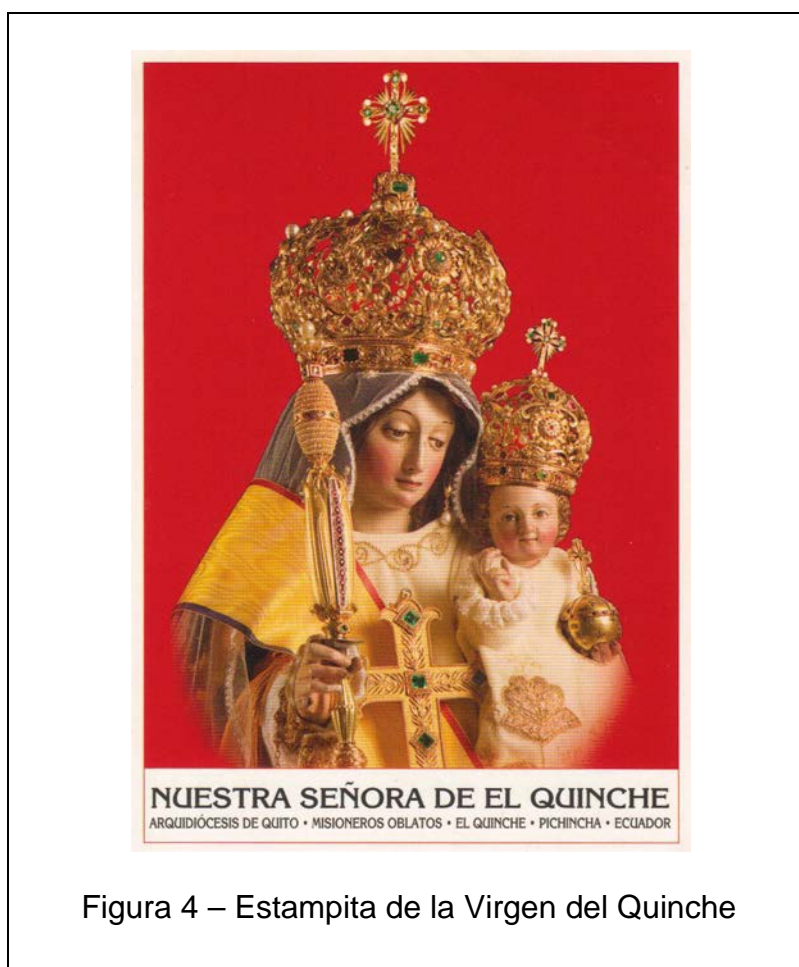


Figura 3 – Interior del Santuario de la Virgen

El origen de la imagen de la Virgen está lleno de leyendas, folklor del pueblo indígena de la zona que le atribuyen milagros y hazañas.

La imagen permaneció bajo el cuidado de los pueblos indígenas de Oyacachi hasta el año de 1604, para luego ser trasladada al santuario ubicado en el pueblo del Quinche donde fue venerada hasta el año de 1630, año en el cual fue trasladada a un santuario más grande.

La escultura mide 62 cm de alto, está recubierta por un lujoso ropaje de brocado revestida por gemas, bordado con hilos de plata y oro. La virgen lleva un cetro en la mano derecha y en la izquierda sostiene a una pequeña escultura del niño Jesús que sostiene una esfera de oro coronada por una cruz. La imagen está sobre una media luna y una peana; ambas forjadas de plata y adornadas con coronas de oro y piedras preciosas.



Las facciones físicas presentes tanto en la escultura de la Virgen como en la del niño Jesús reflejan características representativas de las personas de la región como indios y mestizos.

La imagen fue coronada y bendecida por la iglesia católica el 21 de noviembre de 1943 y desde entonces se celebran las fiestas de la patrona del Quinche en esa fecha.

1.4 Buscando la imagen del Quinche

En las inmediaciones del parque central del Quinche específicamente en el atrio del santuario, la Asociación de artículos religiosos de la Virgen del Quinche (A.A.R.V.Q.) realiza sus actividades comerciales.

La asociación fue creada en el año de 1963 por comerciantes de la parroquia, estos se instalaron en el atrio de la iglesia y mediante puestos de venta confeccionados por carpinteros de la zona empezaron a laborar.

La asociación fue creciendo y el negocio es pasado de generación en generación, actualmente la mayoría de vendedores de la asociación son habitantes de la ciudad de Quito y viajan los fines de semana hacia la parroquia, para realizar la venta de sus productos.

Actualmente la A.A.R.V.Q. está compuesta por 52 comerciantes los cuales distribuyen artículos tales como, imágenes de santos, cuadros religiosos, estampitas, collares, pulseras, medallas, crucifijos, entre otros artículos.

Los comerciantes de la asociación que viven allí, realizan sus actividades los siete días de la semana, mientras que los vendedores que viven en la ciudad de Quito se trasladan el fin de semana para vender su mercancía.

Las actividades económicas del mencionado grupo, inician sus labores a las cuatro de la mañana, empiezan desempacando la mercancía, este proceso puede tomar alrededor de dos horas, ya que deben colocar cada pieza en su lugar.

Una vez colocada toda la mercancía en el stand de venta los comerciantes empiezan sus actividades al mismo tiempo que la primera misa del día es anunciada en el santuario.

Alrededor de las siete de la noche las labores de la A.A.R.V.Q. se terminan, e inicia el proceso de retirar la mercancía de los espacios del stand, el mismo que puede tomar también alrededor de dos horas.

Los miembros de la asociación deben realizar sus ocupaciones según la ordenanza metropolitana No. 0280 del consejo metropolitano de Quito. Que norma a los trabajadores autónomos.

Los comerciantes tienen la libertad de realizar sus funciones amparados por el artículo 325 de la constitución que manifiesta: *“El estado garantizará el derecho*

al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.”(p.1.)

Los trabajadores son reconocidos como tal, gracias a los incisos terceros y quinto de la constitución puntualizan que *“Se reconocerá y se protegerá el trabajo autónomo y por cuenta propia realizado en espacios públicos, permitidos por la ley y otras regulaciones. Se prohíbe toda forma de confiscación de sus productos, materiales o herramientas de trabajo. (...) El estado impulsará la formación y capacitación para mejorar el acceso y calidad del empleo y las iniciativas de trabajo autónomo. (...);”(p.2.)*

“Es obligación del municipio metropolitano de Quito regular el comercio autónomo, haciéndolo seguro, competitivo y ordenado generando políticas de apoyo, fomento e incentivos para garantizar el buen vivir de la sociedad, de manera participativa”. (Ordenanza Metropolitana No.0280, p.3)

Es importante explicar que se entenderá como trabajador autónomo a toda actividad comercial que consista en la compra o venta lícita de productos o artículos; en la prestación de servicios que se desarrollen en el espacio público; o, en la transportación pública. (p.4)

Según la ordenanza metropolitana No. 0280 del consejo metropolitano de Quito los trabajadores autónomos son individuos que realizan sus actividades de comercio y prestaciones de servicios de manera independiente, sin relación de dependencia de un tercero, en el espacio público autorizado.

Estos comerciantes ejercen su trabajo en espacios de uso público fijos, ubicados en una jurisdicción administrativa zonal delimitada.

Todos los comerciantes de la A.A.R.V.Q. tienen deberes y derechos garantizados y exigidos por la ordenanza municipal No. 0280, en el artículo 5 se expone que los comerciantes tienen derecho a desarrollar sus actividades bajo: equidad, integración, justicia, solidaridad, cooperación, responsabilidad social y ambiental, participación, sustentabilidad, salubridad, progreso y respeto al espacio público.(p.6)

Los comerciantes tienen derecho “a beneficiarse de los planes y proyectos que lleve a cabo el municipio del Distrito Metropolitano de Quito, en lo concerniente a la formación, capacitación educación salud, seguridad social y vivienda, entre otros”(p.7)



Figura 5 – Stands de la A.A.R.V.Q

Las trabajadoras y trabajadores autónomos deberán cumplir ciertas obligaciones como: “respetar el espacio o área asignada, y las demás condiciones establecidas en el permiso metropolitano”. (p.8)

Es primordial que estos “mantengan una rigurosa higiene en el sitio o área de venta (mínimo 10 metros a la redonda); en los implementos de uso; en los productos y artículos de expendio; y en su persona y vestuario respectivo” (p.8)

Los trabajadores de la A.A.R.V.Q. deberán limitar su actividad a lo que esté expresamente autorizado en el permiso de funcionamiento.

Lo estipulado en la ordenanza metropolitana No. 0280 es una parte importante de los procesos que se aplican al momento de realizar las actividades de venta de mercancía en las instalaciones del parque central del Quinche.

En la actualidad los afiliados a la A.A.R.V.Q. realizan sus actividades laborales en stands de venta confeccionados por carpinteros de la zona, estos fueron contruidos al iniciar la asociación y solo han sido reparados en caso de que fuese realmente necesario.



6 – Stand de venta de la asociación vacío

Los stands son fijos, es decir que permanecen en el pretil de la iglesia, están contruidos de madera sólida, sin tratamiento para la intemperie, por lo cual son propensos a deteriorarse, los comerciantes han improvisado estructuras con fundas plásticas para cumplir la función de cubierta para el stand.

Los miembros de la asociación deben colocar la mercancía en sus stands al iniciar la mañana y retirarla al terminar el día.

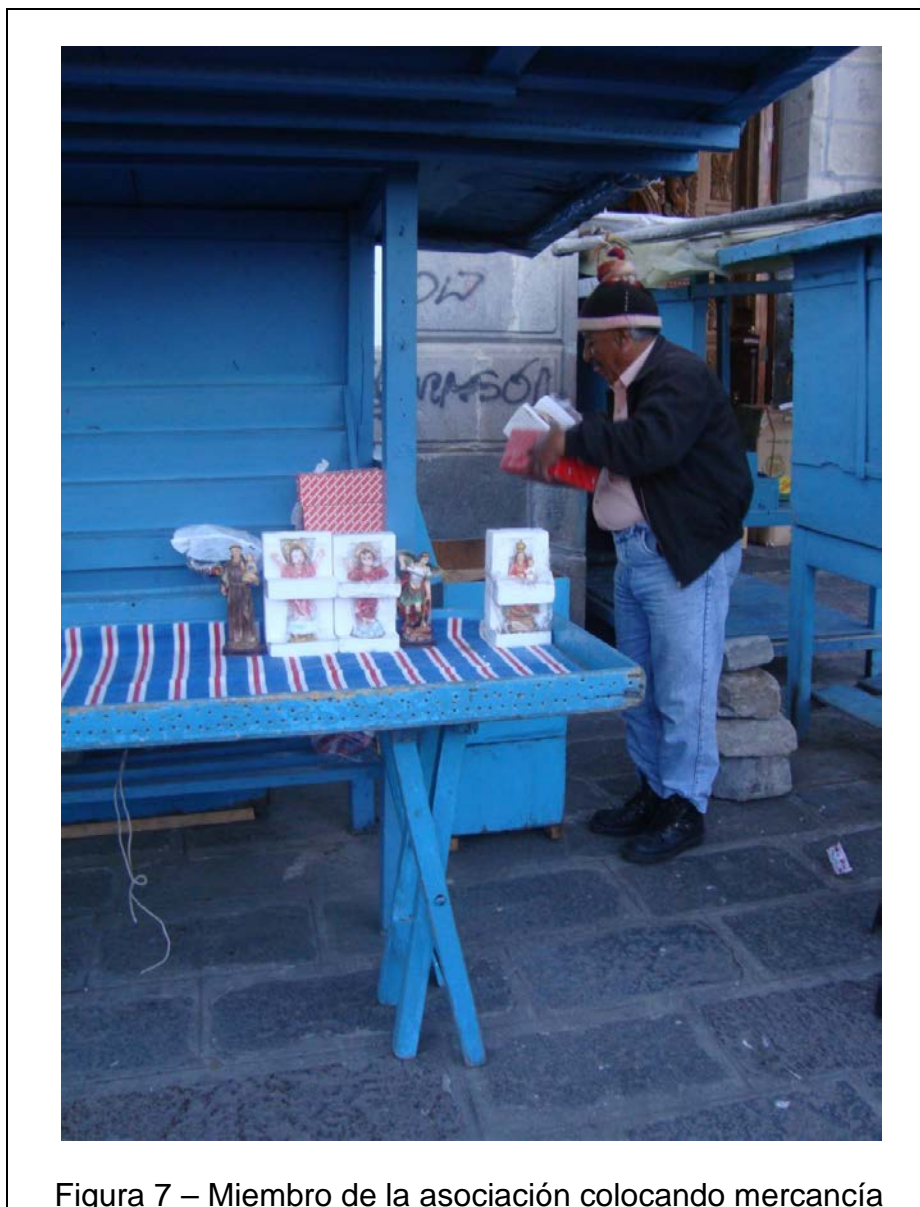


Figura 7 – Miembro de la asociación colocando mercancía

Este proceso puede tomarles alrededor de 2 a 3 horas dependiendo de la cantidad de mercancía que cada uno de los comerciantes esté dispuesto a vender ese día.

La A.A.R.V.Q. trabaja en conjunto con la asociación 8 de mayo, la cual está compuesta por los conductores de bicicletas que se encargan de transportar la mercancía de otras asociaciones. Ellos trabajan hasta altas horas de la madrugada transportando la mercancía y alimentos.

La asociación 8 de mayo ayuda a todas las diferentes asociaciones del parque central, transportando alimentos, mercancía o inclusive a comerciantes discapacitados o de la tercera edad que no pueden movilizarse con facilidad a sus puestos de trabajo.

A parte de la A.A.R.V.Q. y la Asociación 8 de mayo existen cuatro asociaciones más que trabajan en el parque, así como:

La asociación 10 de Marzo, que está conformada por todos los trabajadores que se encargan de vender alimentos y platos típicos. Ellos están ubicados al oeste de la entrada al santuario de la virgen.



Figura 8 – Puesto de la asociación 10 de marzo

La asociación 20 de Junio en la cual trabajan todos los vendedores que distribuyen artículos de vestir, como sacos, ponchos, bufandas y carteras confeccionadas con lana, están ubicados al oeste de la entrada al santuario.



Figura 9 – Puesto de la asociación 20 de junio

La asociación de tercenas de la virgen del Quinche, desempeñan sus labores a la redonda del parque, ellos se encargan de vender dulces tradicionales de la sierra ecuatoriana.



Figura 10 – Puesto de Asoc. Tercenas de la Virgen

La asociación de pequeños comerciantes de la Virgen del Quinche está conformada por todos los vendedores de velas, agua bendita, postales, estampas religiosas y artículos de esta índole.



Figura 11 – Pequeños comerciantes de la virgen

CAPITULO II

Percepción y representaciones gráficas de los habitantes del Quinche

2.1 Diseño Gráfico

“Diseño no es la expresión final de una forma visible, sino el proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en una forma”. (Guillermo G. Ruiz, 1994. P.11)

El diseño gráfico es una herramienta que permite expresar de manera visual y que está directamente ligada a la cultura de un grupo de personas, en este caso se tratará o analizará a los habitantes de la parroquia del Quinche, el mensaje que necesitamos comunicar debe estar vinculado. El diseño debe seguir lineamientos de orden para llegar a solucionar un problema específico.

En cada civilización del mundo existe un legado cultural, que se evidencia claramente en los signos y símbolos propios de cada cultura, en la parroquia del Quinche ocurre exactamente lo mismo se ve plasmado en sus habitantes; en su forma de vestir, en los elementos ornamentales de casas y templos, es decir que está presente en el imaginario de los habitantes del Quinche.

En este capítulo se analizará cada uno de estos elementos descriptivos vinculándolos con conceptos, teorías de diseño gráfico, para demostrar el valor comunicacional que estos signos y símbolos tienen.

2.1.1 Signos y símbolos del Quinche

La gran mayoría de los símbolos y signos presentes en la parroquia se ven expuestos en la arquitectura del lugar, especialmente en el santuario de la Virgen.

Según las teorías de Harris A. (2009. p.66) los signos son elementos gráficos que permiten la representación visual de objetos, personas o ideas de manera sencilla y fácilmente reconocible estos pueden ser símbolos, íconos o indicios.

Dentro de la arquitectura del parque central del Quinche podemos encontrar elementos muy representativos que se vinculan directamente a valores de la parroquia y sus habitantes.

2.1.2 Las Formas de la parroquia

Este elemento está presente en todo lo que puede ser apreciado por el ojo humano, es decir que puede ser valorado tanto en una imagen como en un objeto tridimensional.

La forma es parte primordial del análisis de un concepto, es aquí donde podemos encontrar que la disposición de un elemento puede comunicar o representar un comportamiento, sentimiento, mensaje semiótico específico que engloba una idea representativa de un lugar, en este caso de la parroquia del Quinche.

2.1.3 Símbolos y signos encontrados en las formas del Quinche

En esta sección se utilizará fotografías tomadas en las inmediaciones del parque central para descubrir los símbolos y signos presentes en cada una de las imágenes y vincularlos con principios y deberes que los comerciantes y habitantes de la parroquia deben tener y respetar respectivamente.

Se dividirá a cada uno de los puntos planteados en el artículo 5 del capítulo 3 de la Ordenanza metropolitana No.0280 expuesta en el capítulo 1, y se lo dividirá en una triada de parámetros que serán: Forma, Fondo y Función.

Bajo la variable de forma se vincularon los parámetros de equidad, integración y cooperación.

En el caso de la variable de fondo se asociaron los parámetros de respeto social y ambiental, participación y respeto al espacio público.

Finalmente se relacionaron a la variable de Función a los parámetros restantes que son sustentabilidad, salubridad y progreso.

En la siguiente sección se expondrá como se supeditaron cada una de las variables con sus respectivos parámetros.

2.1.4 Elementos Visuales

Los elementos visuales hacen referencia a conceptos que aparecen en conductas, tradiciones y costumbres de los habitantes de la parroquia

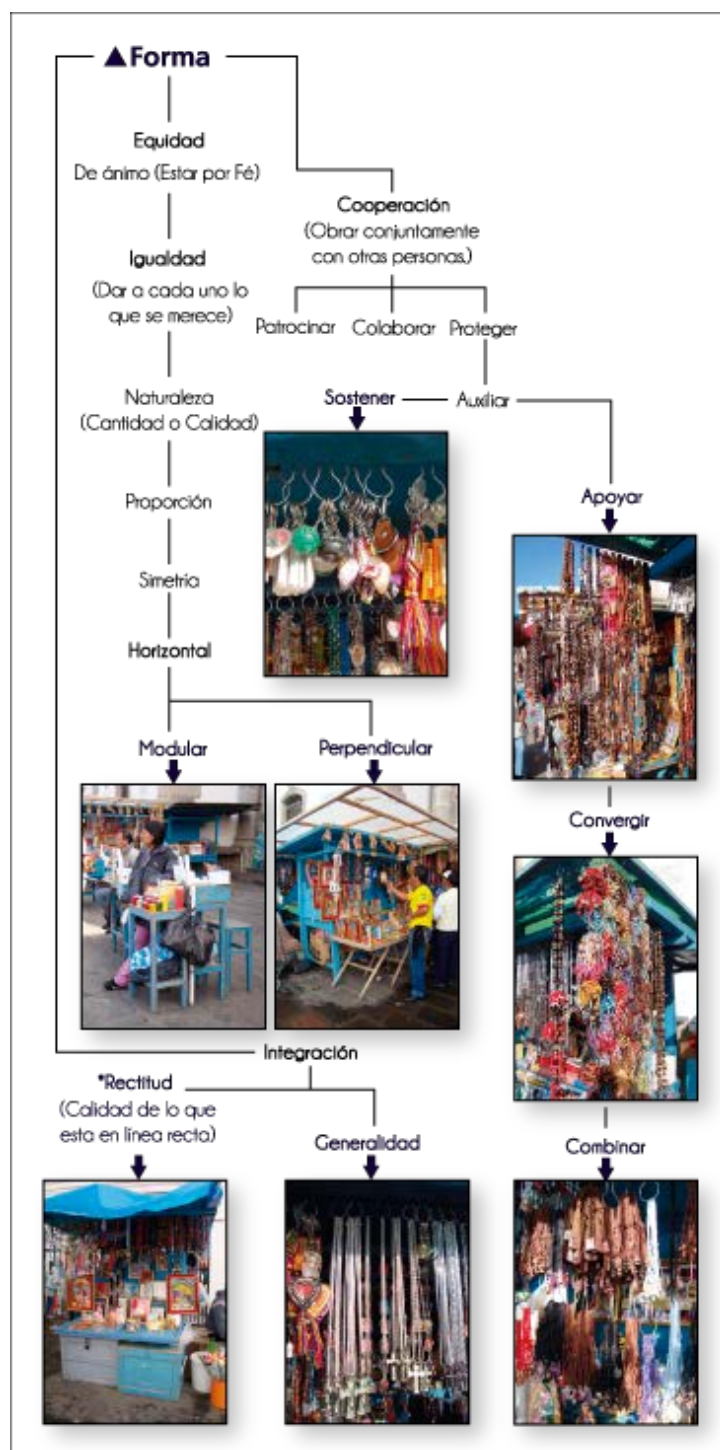


Figura 12 – Análisis y relación de elementos variable “Forma”

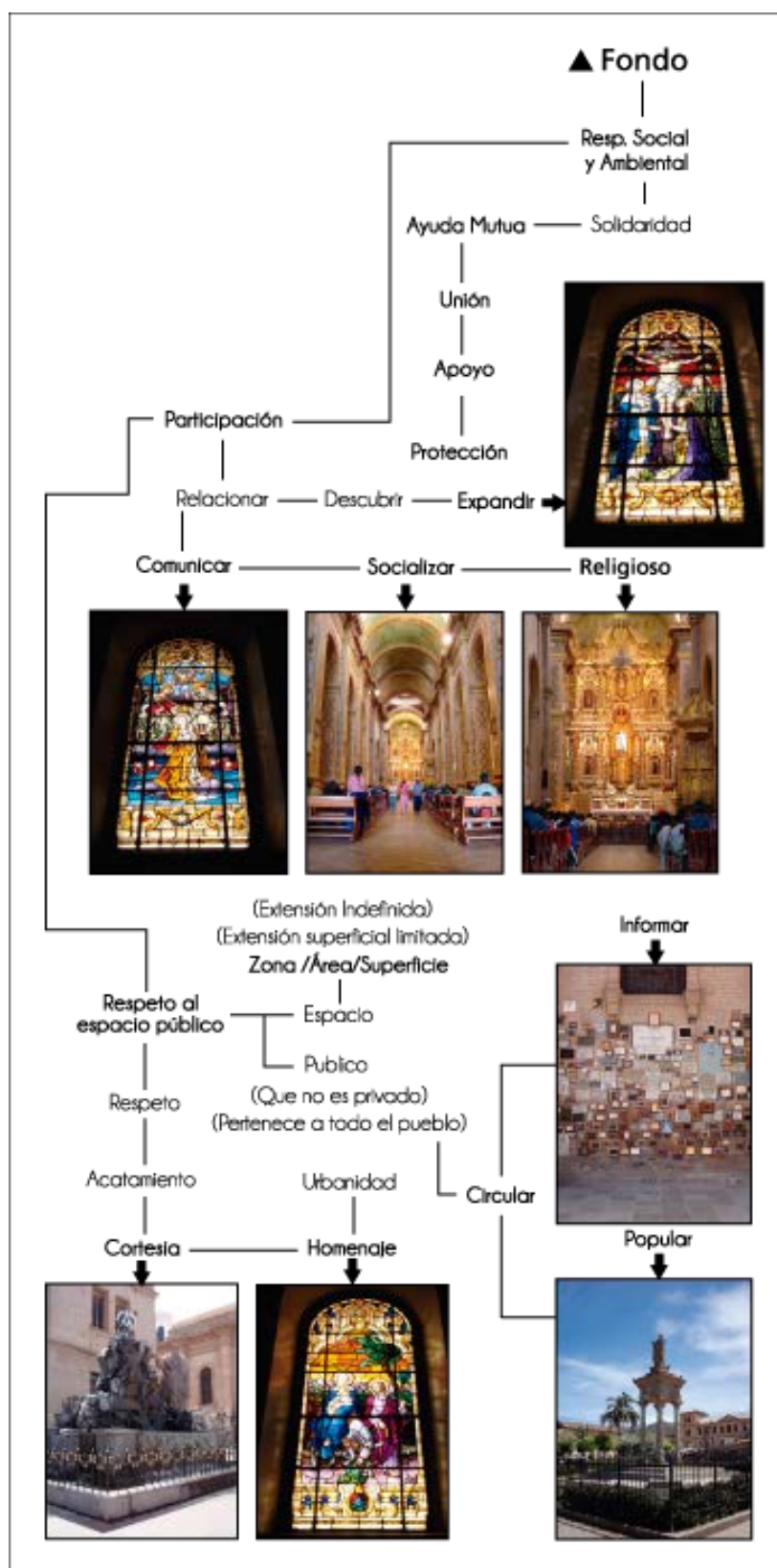


Figura 13 - Análisis y relación de elementos variable “Fondo”

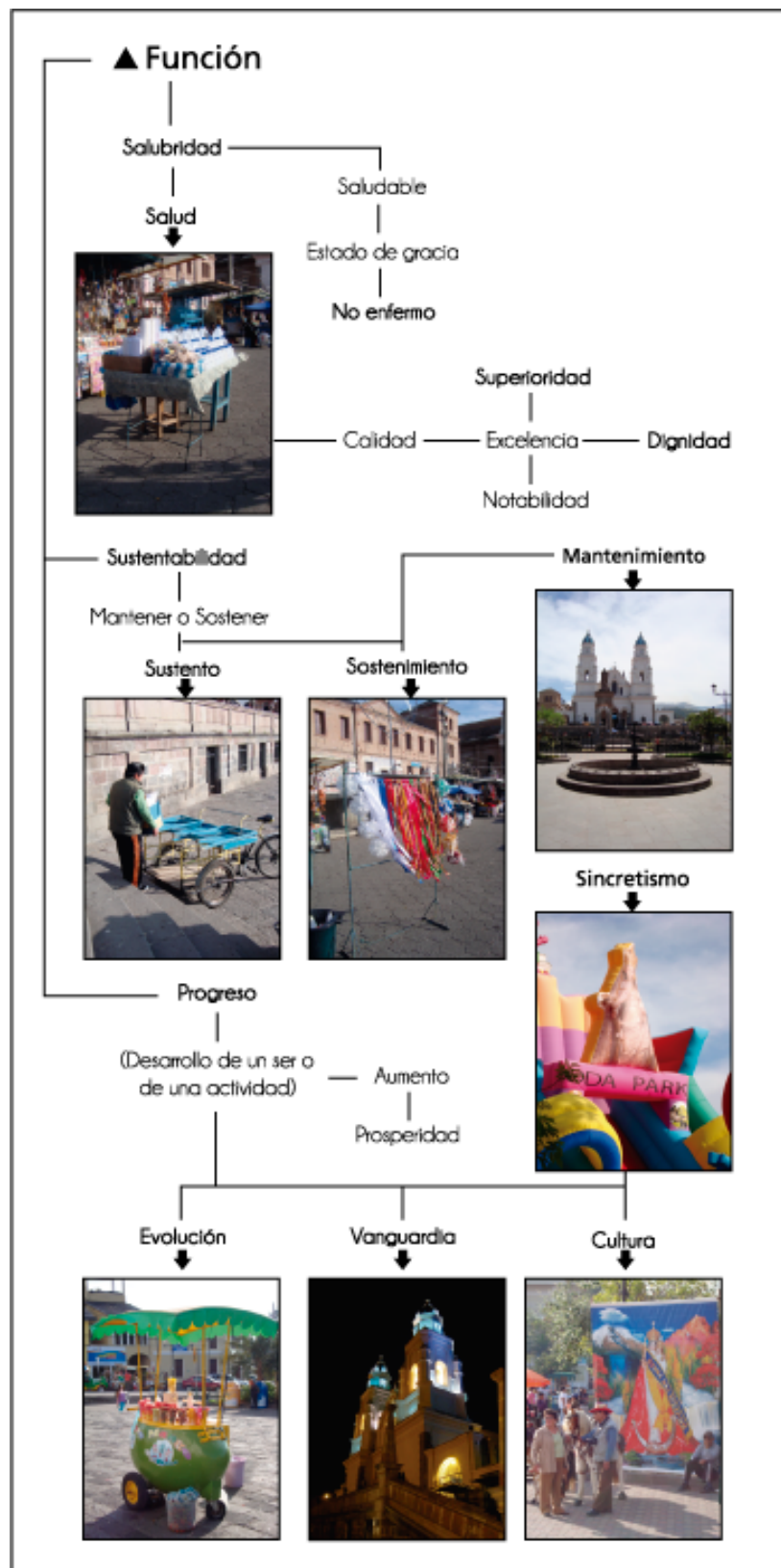


Figura 14 - Análisis y relación de elementos variable “Función”

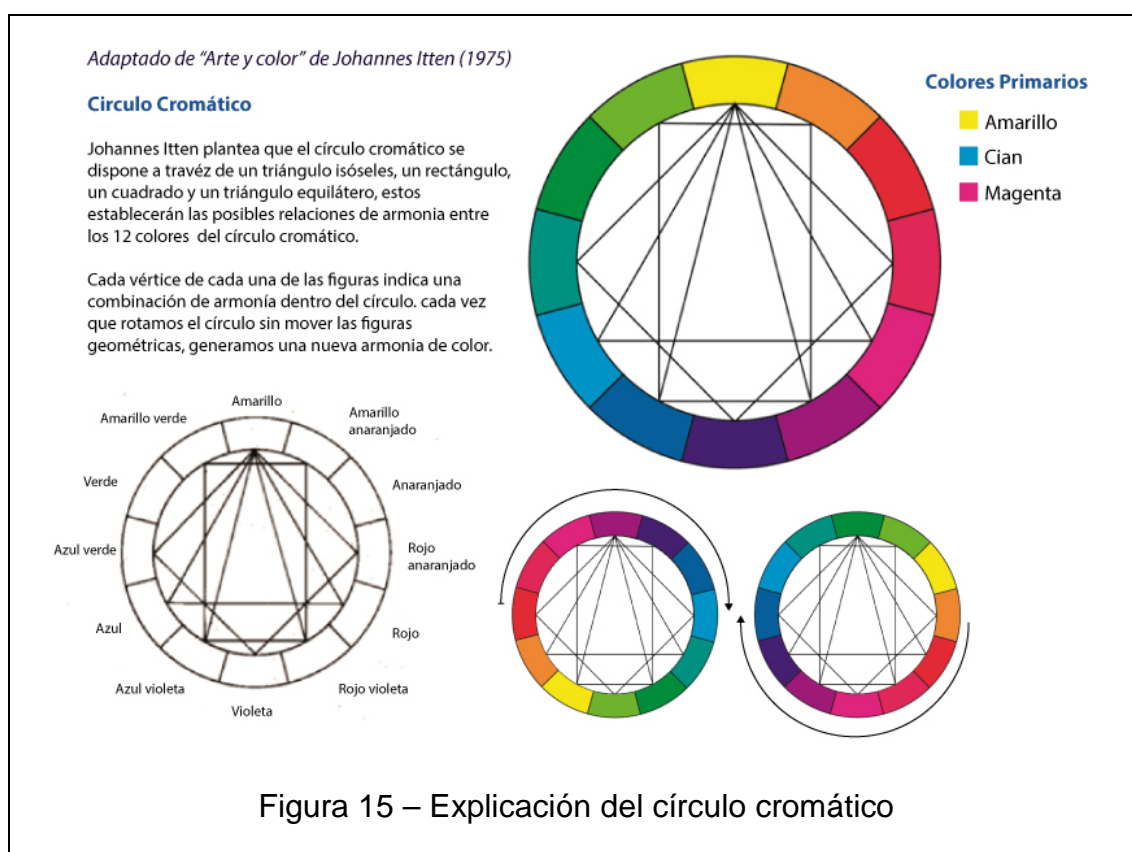
2.1.5 El color del Quinche

En la parroquia del Quinche el color es un aspecto eminentemente representativo, se encuentra en muchos aspectos de la vida cotidiana de los miembros de la parroquia.

“El color es la vida, pues un mundo sin colores parece muerto. Los colores son las ideas originales, los hijos de la luz y de la sombra, ambas incoloras en el principio del mundo. Si la llama engendra la luz, la luz engendra los colores. Los colores provienen de la luz y la luz es la madre de los colores. La luz, fenómeno fundamental del mundo, nos revela a través de los colores el alma viva de este mundo.” (Itten, 1975, p. 5)

En la vida y legado histórico del ser humano el color es un elemento indispensable para entender el comportamiento de las formas en el espacio.

2.1.5.1 Círculo Cromático



2.1.5.2 Los 7 contrastes del Color de Itten y su presencia en el Quinche



Figura 16 – Contrastes presentes en la parroquia del Quinche

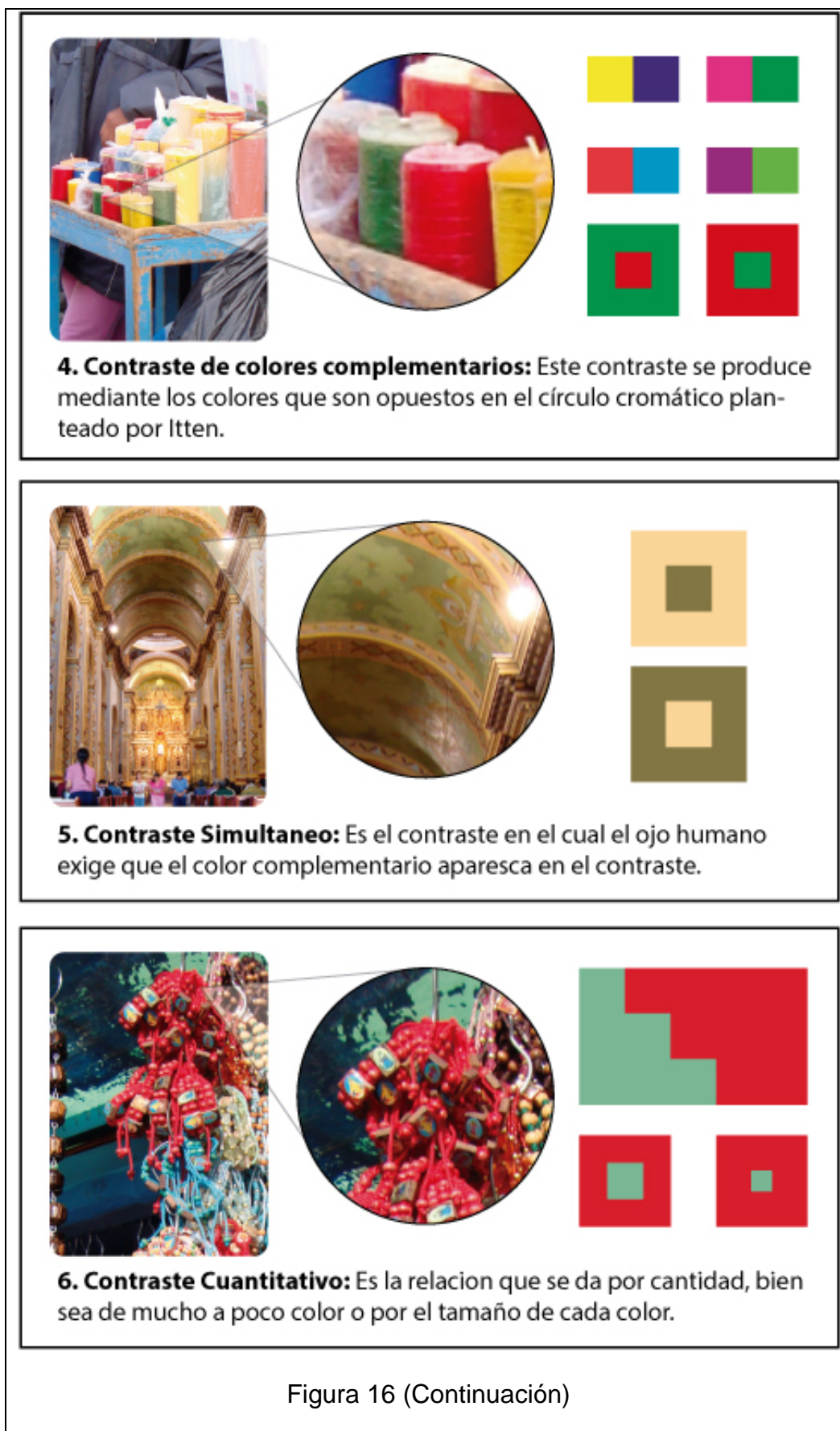


Figura 16 (Continuación)

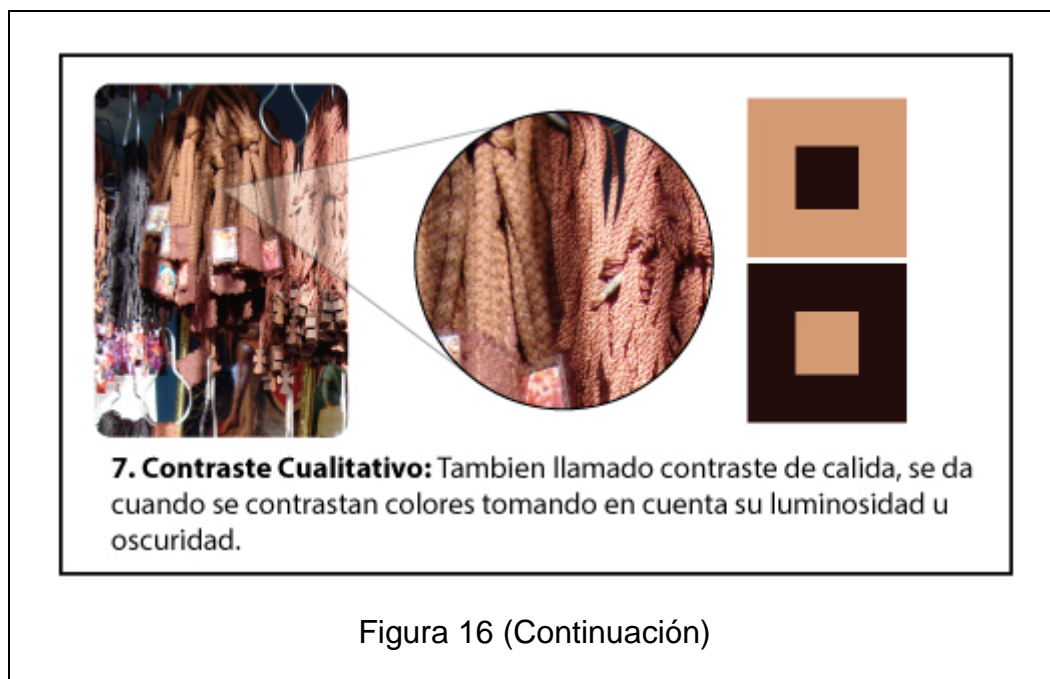


Figura 16 (Continuación)

2.1.5.3 Interrelación en la forma presentes en la parroquia

Las formas se pueden relacionar directamente generando una percepción totalmente diferente de la misma. Siguiendo las teorías de Wucius Wong se puede explicar como las formas arquitectónicas y constructivas dentro del parque central del Quinche se interrelacionan. (Wucius Wong. 1993. P.49)



2.2.1 La imagen del Quinche.

La imagen puede definirse como:

“La representación mental en la memoria colectiva, de un conjunto significativo de atributos configurando un estereotipo que es capaz de influir o diagnosticar comportamientos. La imagen es el resultado de unos determinados mensajes y actos de comunicación que, acumulados

en la memoria social, configuran una globalidad significativa capaz de decretar ciertas conductas relativas, directa o indirectamente a la empresa”. (Joan Costa. 1987. P.84)

Está compuesta por un grupo de elementos que juntos logran representar valores, identidad y personalidad de un lugar, empresa, o grupo de habitantes; como los de la parroquia del Quinche. Ellos siguen un patrón de uniformidad, es decir que tienen similitudes entre sí para mantener la esencia del mensaje de que cada elemento pertenece a la imagen global.

2.2.2 La imagen corporativa aplicada a la parroquia

“El concepto de imagen corporativa lo podemos definir como el conjunto de significados que una persona asocia sobre una organización, es decir, las ideas utilizadas para describir o recordar dicha organización”. (Dowling, 1994. p.8)

La imagen corporativa o marca se convierte en un conjunto de elementos que logran representar la misión, los valores, las metas que puede tener una empresa o un grupo de individuos que funcionen como tal.

El componente más importante de la imagen corporativa es el logotipo o la marca de la empresa que está acompañada por elementos que la conforman, estos son el diseño de una papelería institucional, uniforme de los empleados, señalización de la empresa y materiales gráficos como afiches y publicitarios que consolidan la marca dentro del medio

2.2.3 El logotipo

Según los aportes de Rodríguez A. (1996, p.187-200) se puede clasificar a los logotipos de la siguiente manera:

Logos Tipográficos

<p>Nombre</p>  <p>Logotipo</p>	<p>Sigla</p>  <p>Letragrama</p>	<p>Tipograma</p>  <p>Marca</p>
		

El lenguaje de construcción de la forma es totalmente enfocado a la tipografía del logo.

Conceptos y teoría tomados del libro "¿Logo Que?" de Alberto Rodríguez (1996, p.195)

Logos Iconográficos

<p>Ideograma</p> 	<p>Logograma</p> 
--	---

El lenguaje de construcción es meramente gráfico se utilizan íconos y símbolos.

Conceptos y teoría tomados del libro "¿Logo Que?" de Alberto Rodríguez (1996, p.195)

Figura 18 – Tipología de logos de espacios públicos o territorios

Icónico Iconográficos (Continuación)

Monograma



Emblema



El lenguaje de construcción es icónico - tipográfico, se emplean tanto signos, iconos y tipografía, esta última se integra a la imagen.

Conceptos y teoría tomados del libro "¿Logo Que?" de Alberto Rodriguez (1996, p.195)

Marca Madre y Submarcas (Colombia)

Marca Madre



Submarcas



Las submarcas de una marca madre pueden ser utilizadas como logos en campañas o en recursos digitales o impresos para fortalecer conceptos que la marca madre pueda representar.

Conceptos y teoría tomados del libro "¿Logo Que?" de Alberto Rodriguez (1996, p.195)

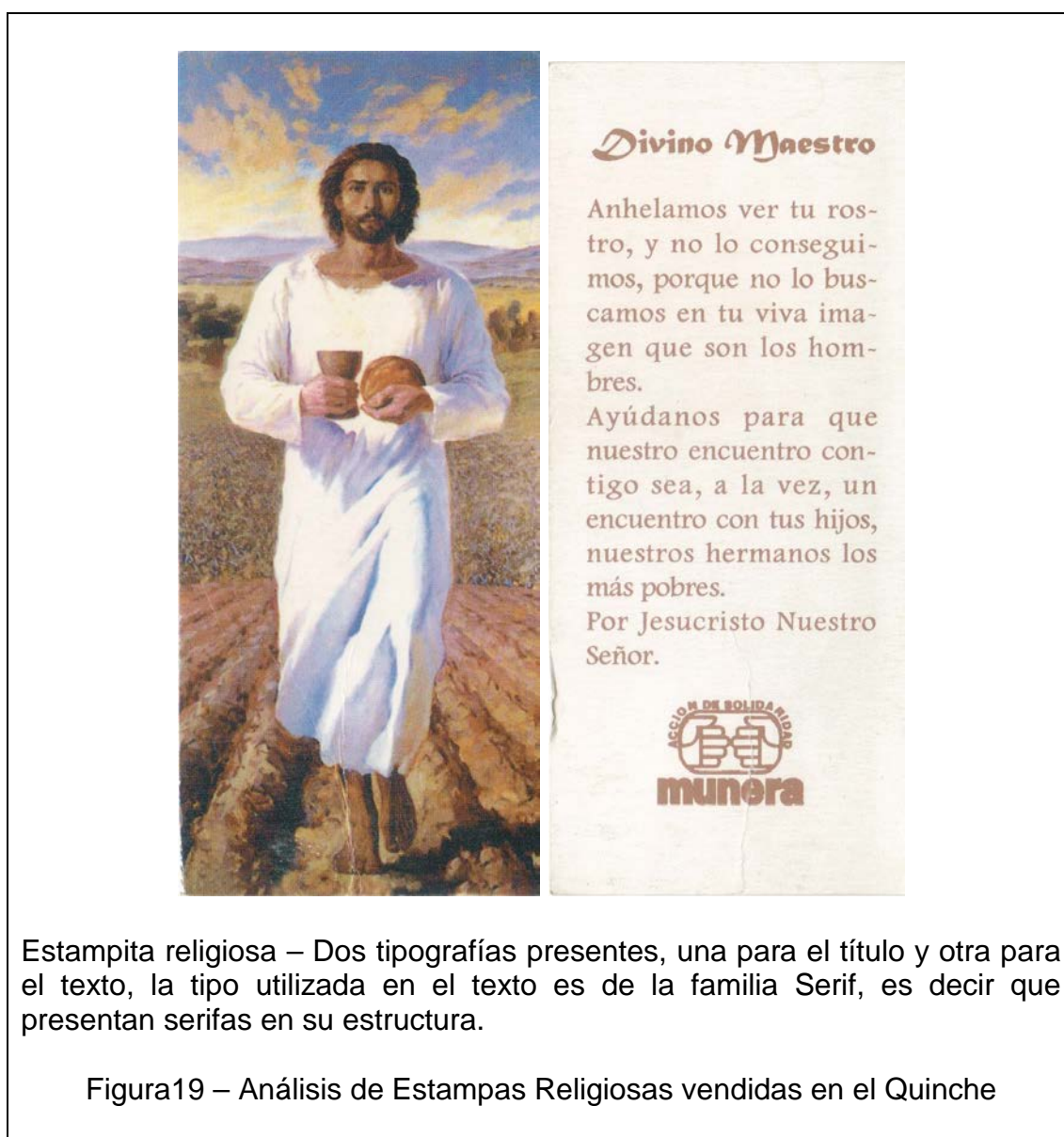
Figura 18 – Tipología de logos de espacios públicos o territorios (Continuación)

2.2.4 Uso de tipografía presente en la parroquia

“...La tipografía posee un papel protagónico ya que se encuentra en todas las aplicaciones formales creadas en el diseño gráfico. Cada proyecto corporativo demanda el diseño o rediseño de una tipografía específica”. (Rodríguez, A. 1996, p.20)

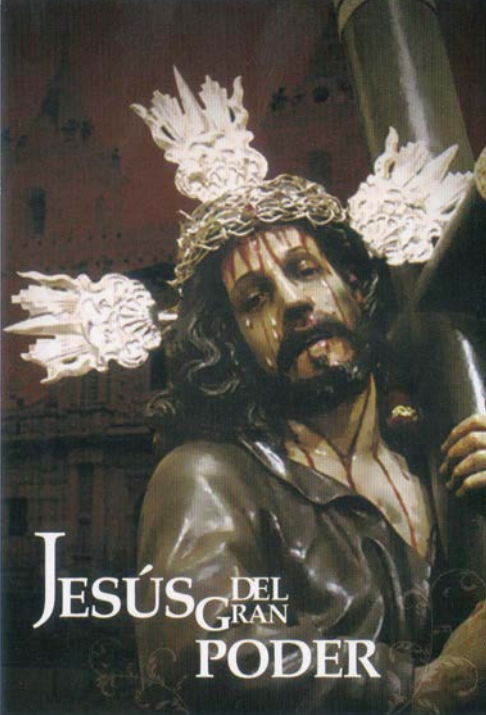
La tipografía es un elemento indispensable en el diseño gráfico, debido a que es la representación gráfica del lenguaje, además de comunicar el lenguaje, las formas, tamaño, ritmo y legibilidad de las letras pueden expresar ideas y conceptos más profundos en una simple palabra.

Existen tipos de tipografía, en este caso la vamos a dividir en dos grandes familias, Serif y Sans Serif.



Estampita religiosa – Dos tipografías presentes, una para el título y otra para el texto, la tipo utilizada en el texto es de la familia Serif, es decir que presentan serifas en su estructura.

Figura19 – Análisis de Estampas Religiosas vendidas en el Quinche



JESÚS DEL GRAN PODER

ORACIÓN DEL CHOFER

Oh Jesús del Gran Poder que dijiste: “Yo soy el camino la verdad y la vida”, Tú que generosamente me has confiado la seguridad de las personas; concédeme, Señor, que agradecido por este valioso encargo siga la senda de tus mandamientos, mientras peregrino por los caminos de la tierra en busca del pan de cada día; proteja la vida de mis hermanos como un valioso tesoro puesto por Ti en mis manos; que los sirva con respeto, mirando en cada uno de ellos tu propia imagen; que conduzca mi carro con prudencia y no me precipite locamente a la muerte.

Tú, Jesús del Gran Poder, cuida de mi familia y de mis bienes mientras estoy fuera de mi hogar, a fin de poder servirte con alegría y paz. Así sea.

Hermanos Franciscanos Ecuador

Estampa del Jesús del Gran Poder – Maneja una sola familia tipográfica con la utilización de recursos como textos en mayúsculas (Titulo) y textos en **BOLT** y *Italic*. La tipografía es serif (presenta serifas).



ORACIÓN

¡Oh Madre Dolorosa! Por tus lágrimas, por la corona de espinas, por los clavos que llevas en tus manos, por las espadas de dolor con que nuestros pecados traspasaron tu corazón; vuelve a nosotros esos tus ojos misericordiosos y alcánzanos de tu Hijo Santísimo dolor intenso de nuestras culpas y vivos sentimientos de fe, esperanza y caridad.

¡Oh Madre Dolorosa! Protege a la Santa Iglesia, protege a nuestra Patria, ampara a la juventud, ampara a la niñez.

Amén

1906-2008

El Milagro de 102 años de amor | 1906-2008

Estampa de la Virgen Dolorosa

Estampa del Divino Niño – Maneja una sola familia tipográfica con la utilización de recursos como textos en mayúsculas (Titulo) y textos en **BOLT** y *Italic*. La tipografía es serif (presenta serifas).



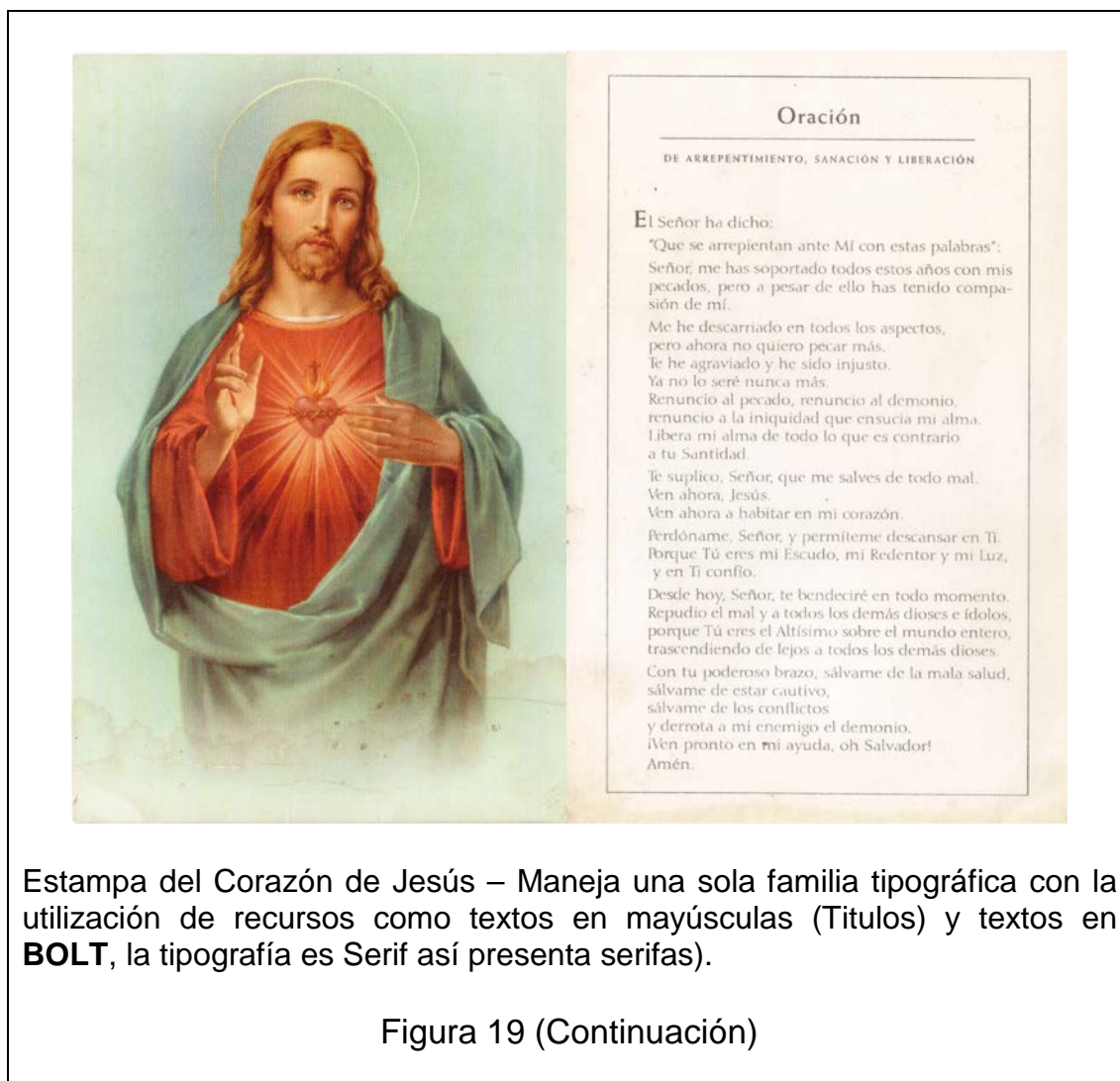
Estampa del Divino Niño – Maneja una sola familia tipográfica con la utilización de recursos como textos en mayúsculas (Titulo) o textos en **BOLT**, la tipografía es Sans serif así que es recta y uniforme y NO presenta serifas).

Figura 19 (Continuación)



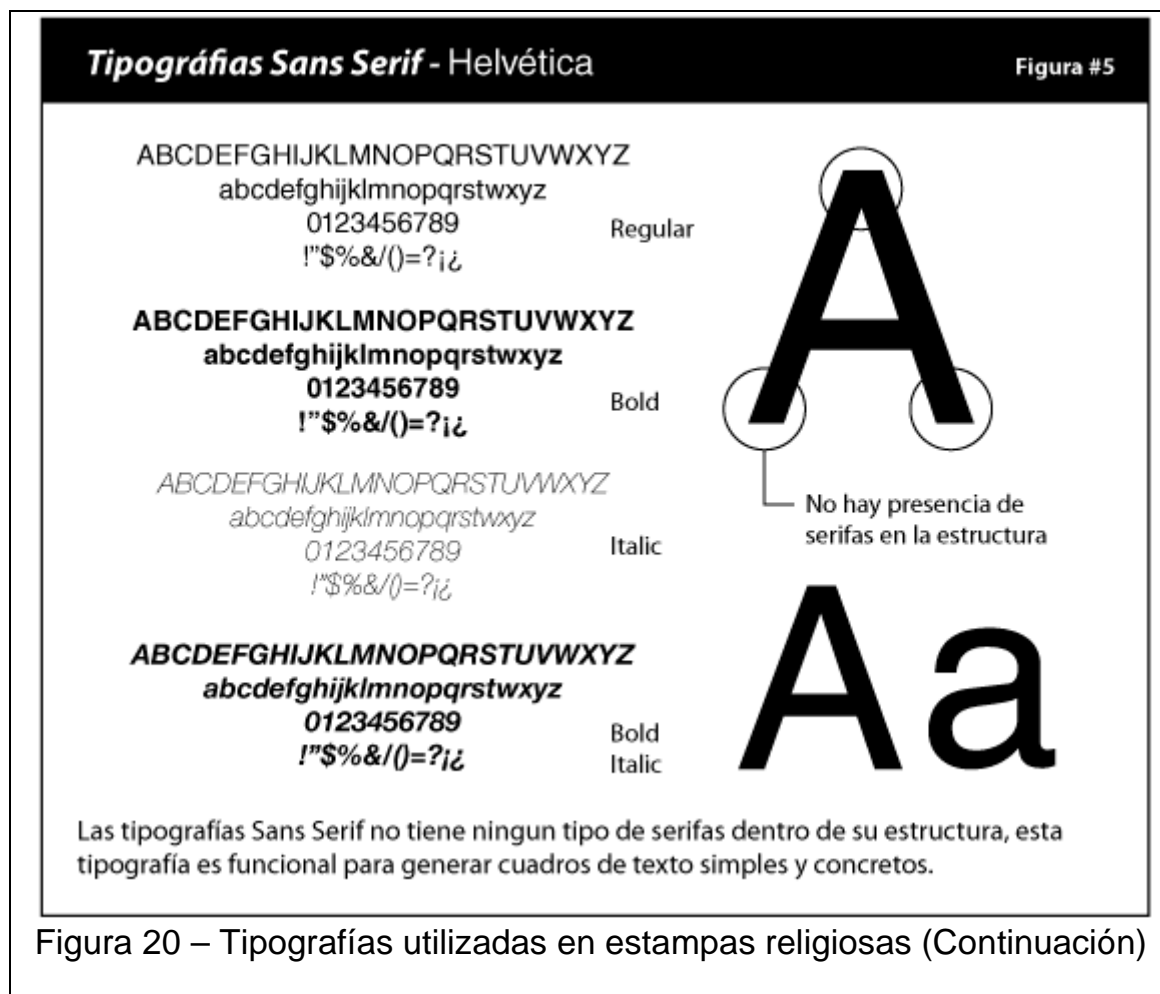
Estampa de la Virgen del Quinche – Maneja dos familias tipográficas con la utilización de recursos como textos en mayúsculas (Títulos) y textos en **BOLT** y *Italic* la tipografía es Sans serif así que es recta y uniforme y NO presenta serifas).

Figura 19 (Continuación)



Las tipografías utilizadas en las estampas religiosas son varias, pueden ser estampas con tipos Sans Serif (Helvética, Arial, Calibri) o con tipos Serif (Bodoni, Calisto, Minion Pro), o en su defecto pueden inclusive tener tipografías ornamentales, con detalles orgánicos o fitomorfos en sus trazos; es decir asemejándose a plantas.





CAPITULO III

Forma y Función de los puestos de venta de la Asociación de artículos religiosos de la Virgen del Quinche

“El origen del diseño comenzó cuando el hombre trató de entender el mundo que lo rodeaba. Valiéndose de su inteligencia consiguió facilitar las actividades que con llevan su existir, solucionando las necesidades propias de su grupo, para conseguir un medio ambiente confortable” (Alberto Cruz G. 1996, p.4)

Esto se logró conseguir mediante artefactos y herramientas que ayudaron a realizar actividades que previamente requerían más esfuerzo, el hombre aprendió a adaptarse fácilmente a su entorno mediante el uso de estos artefactos.

Estas herramientas evolucionaron de la mano del hombre, al mismo ritmo que las disciplinas de la ciencia progresaban. El diseño Industrial es una disciplina más que permite al hombre solucionar problemas mediante el desarrollo de la Estructuras, forma y función.

3.1 Estructuras presentes en la parroquia del Quinche

La estructura se refiere a la disposición, distribución y orden que pertenecen a un todo. Esta debe ser capaz de soportar agentes externos y mantenerse estable. La estructura está presente en todo objeto, incluso el ser humano posee una (Estructura ósea), la cual le permite mantenerse erguido y relacionarse así con su entorno.

En la parroquia del Quinche existen varios tipos de estructuras presentes en la arquitectura del lugar, viviendas, santuario de la Virgen e inclusive en los puestos de venta actuales de la A.A.R.V.Q.

3.1.1 Propiedades de la Estructura

Una estructura debe poseer ciertas cualidades específicas para poder ser considerada funcional, la primera de estas es:

- A) Soporte de Cargas:** La estructura debe ser capaz de soportar primeramente su propio peso.

- B) Cargas Funcionales:** Una estructura tiene que tolerar agentes externos que en ciertos casos forman parte de su función, como sostener otros objetos e incluso soportar a un usuario.

C) Agentes Externos: El factor clima, calor, frío, la presión atmosférica, lluvia, entre otros agentes externos deben ser tomados en cuenta al momento de crear una estructura ya que debe ser capaz de soportar este tipo de estrés.

En casos especiales estas deben ser capaces de soportar no solo un agente externo sino combinaciones de las mismas, por lo tanto es necesario que la estructura pueda ser estable, resistente y tener un porcentaje de flexibilidad limitado.

A) Resistencia: Permite que el material de la estructura sufra daños o sea sometido a estrés, sin que este se rompa o afecte.

B) Estabilidad: Permite que sin importar la cantidad de presiones externas que esta reciba no pierda su posición definida.

C) Flexibilidad: Este parámetro garantiza que la estructura pueda deformarse o adaptarse a cualquier tipo de situación a la que sea expuesta, contando inclusive el mal uso que se le pueda dar.

3.2 Análisis ergonómico de los miembros de la asociación

El término ergonomía proviene de las palabras griegas ergon (trabajo) y nomos (ley o norma). (Mondelo, P., Torada, E., Barrau, P., 2000, p.16).

Cuando nos referimos a la ergonomía es primordial tomar en cuenta para quien estamos diseñando, y así poder determinar las variables antropométricas del usuario.

3.2.1 Antropometría

“Llamamos antropometría a la ciencia que estudia en concreto las medidas del cuerpo, a fin de establecer diferencias en los individuos, grupos, etc”. (Panero J. y Zelnik M., 1996, p.26)

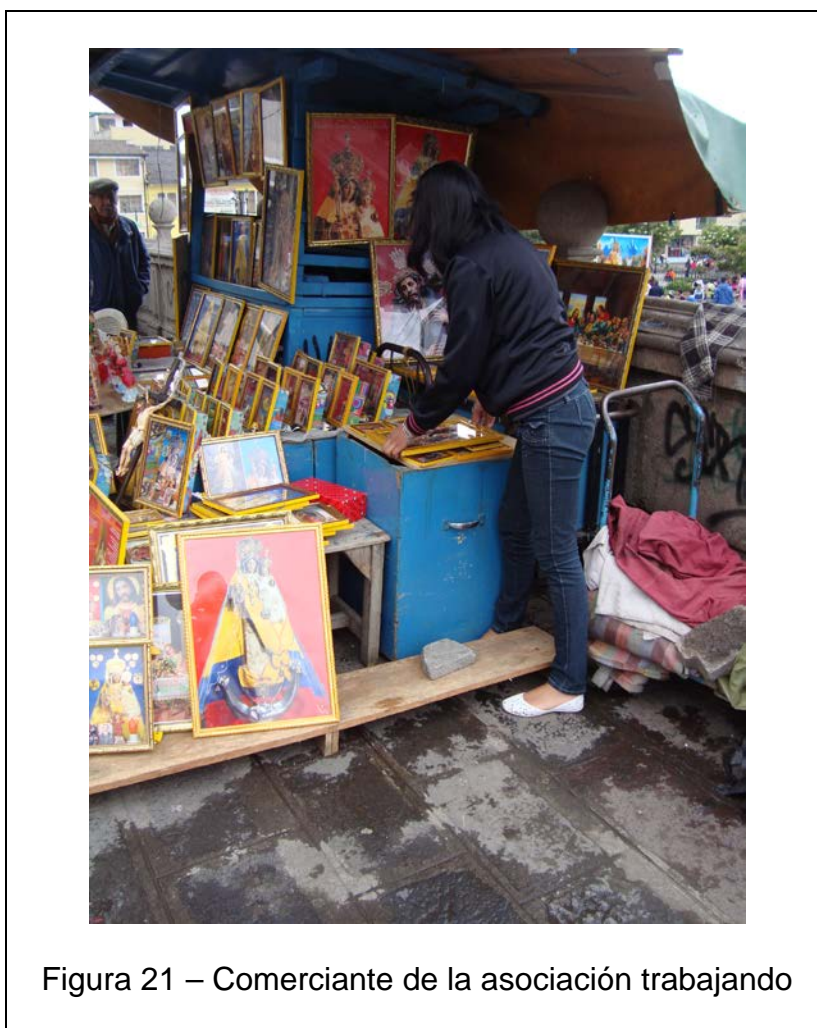
La antropometría es una herramienta indispensable para el diseñador, porque mediante el análisis de las dimensiones antropométricas del usuario podremos llegar a entender el comportamiento de su estructura, a través de las dimensiones de su cuerpo.

En el caso de los miembros de la A.A.R.V.Q. se determinó factores importantes al momento de generar una medición como son: edad y sexo.

3.2.2 Antropometría de los vendedores

“Las dimensiones del cuerpo humano que influyen en el diseño de espacios interiores son de dos tipos esenciales: estructurales y funcionales.” (Panero J. y Zelnik M., 1996, p.27)

Las dimensiones estructurales del usuario son las de la cabeza, tronco y extremidades en posiciones estándar. Mientras que las dimensiones funcionales llamadas a veces dinámicas, tal como sugiere el término, incluyen medidas tomadas en posiciones de trabajo o durante el movimiento que se asocia a ciertas actividades.



3.2.3 Percentiles de la A.A.R.V.Q.

“Fruto de las importantes variaciones dimensionales que se aprecian individualmente en el cuerpo humano, los promedios prestan servicio al diseñador” (Panero J. y Zelnik m.1976, p.34)

Los percentiles ayudan al diseñador a encontrar un punto adecuado al tratar con medidas, debido a la gran variación de estas, que puede llegar a existir en una población, el diseñador no puede esquematizar para todas las personas.

“La imposibilidad de diseñar para toda la población obliga a escoger un segmento que comprenda la zona media. Por consiguiente, suelen omitirse los extremos y ocuparse del 90 % del grupo de población”.
(Panero J. y Zelnik m.1976, p.34)

Al trabajar con el 90 percentil de la población de un grupo objetivo, es aquí donde se puede dividir la muestra inclusive aun más, mediante la utilización de los extremos de nuestra lista de datos percentiles, generalmente se utiliza el 95% percentil como el límite superior y el 5% percentil como el límite inferior de una muestra.

De esta manera al momento de diseñar, el creador puede definir las dimensiones de cada una de las partes de la estructura que será utilizada por los usuarios

3.2.4 Extensión, holgura y adaptabilidad

Al momento de crear un objeto es necesario darle a la estructura la capacidad de adaptarse, es decir que se le permita al objeto extenderse o contraerse en ciertos casos, a diferentes tipos de usuarios que podrían utilizar dicho objeto.

“Siempre que sea posible debe tenderse a satisfacer al mayor porcentaje de usuarios, para lo cual nada mejor que servirse del sentido común”.
(Panero J. y Zelnik m.1976, p.38)

3.3 Materiales y procesos

Parte primordial del proceso de construcción de una estructura, es el de analizar y elegir los materiales y procesos de producción que serán necesarios, para generar el objeto; además de optimizar la producción, el material de una estructura define por completo los procesos que deberán ser utilizados para trabajar con el mismo.

“...si la forma del producto, es en cierto grado, el resultado de cómo fue fabricado, esto implica que el diseñador deba conocer y comprender, en un buen nivel todos los procesos de manufactura disponibles, para tener la confianza de que el proceso de manufactura propuesto es el más apropiado y económico”. (William Q. Meeker y Luis A. Escobar. 2010, p.118)

Es por esto que al momento de escoger un material es indispensable tomar en cuenta los procesos que deberán ser utilizados en el mismo, ¿pero cómo escoger el material más adecuado para un proyecto?

3.3.1 Llovet – Cuadros de pertinencia

Aplicando las teorías de Jordi Llovet. (1979, p.20) este plantea el uso de un esquema que nos permita observar y comparar las bondades, deficiencias de un material previo a utilizarlo.

Cuadros de Pertinencia						
Función ←	Estructura	Caucho	Madera	Termo plásticos	Fibra de Vidrio	→ Material
	Resistencia	+	+	+	+	
	Aislante térmico	+	+	+	+	-
	Liviano	+/-	-	+	+	-
	Anticorrosivo	+	+	+	+	- → Valor del material
Bondad del material ←	Absorción de impacto	+	-	+/-	+/-	-
	Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
	Ecológico	+	+	0	0	0

Una vez colocados los materiales en la parte superior los requerimientos del material, se califica a cada uno de los materiales: (+) el material que cumple. (+/-) Si cumple más o menos. (-) El material no cumple con la necesidad.

Tomado del esquema planteado por Llovet (1979, p.20)

Figura 22 – Explicación de los cuadros de pertinencia

3. Puestos de Venta – Casos de Estudio

Los puestos de venta han sido parte importante en la oferta de artículos, tanto en centros comerciales como lugares públicos. Alrededor del mundo se pueden encontrar algunos ejemplos representativos de puestos de venta .

A continuación se expondrán diferentes casos y se analizará la forma con la cual fueron solucionados.

Caso #1 - Stand de Oslo



Oslo es la capital y la ciudad más poblada de Noruega.

Material: El exterior del objeto es de fibra plástica con un acabado semejante a la madera.

Estructura: Su estructura está constituida meramente de acero inoxidable.

La cubierta del mismo esta confeccionada de fibrocemento, recubierto de un aislante térmico.

Caso #2 - Stand de Atenas



Atenas es la capital de Grecia y actualmente la ciudad más grande del país.

Material: En su totalidad de metal con cierto tratamiento asilante.

Estructura: Su estructura es meramente metálica. posee conexiones eléctricas para darle iluminación al stand en las noches.

Figura 23 – Análisis tipológico de puestos de venta en el mundo

Caso #3 - Stand de New York



New York es la ciudad más poblada del Estado de Nueva York, en los Estados Unidos de América, y la segunda aglomeración urbana del continente y de América del Norte

Material: Láminas de acero inoxidable asiladas térmica y acústicamente.

Estructura: Su estructura es meramente metálica. posee conexiones eléctricas para darle iluminación al stand en las noches.

Caso #4 - Stand de Múnich



Múnich es la capital y la mayor y más importante ciudad del Estado federado de Baviera y después de Berlín y Hamburgo.

Material: Esta compuesta de fibra de vidrio y otras resinas plásticas

Estructura: La función que cumple el stand es de vender mapas y guías a turistas. Por este motivo está aislado de la intemperie y posee conexión eléctrica para su funcionamiento.

Figura 23 – Análisis tipológico (Continuación)

Caso #6 - Stand de Tokio



Tokyo es la capital de facto de Japón, localizada en el centro-este de la isla de Honshu, concretamente en la región de Kanto.

Material: Es de material mixto, metal y fibra de vidrio.

Estructura: El metal y la fibra de vidrio trabajan en conjunto en la estructura del stand, conexiones eléctricas para la iluminación del mismo.

Caso #7 - Stand de Melbourne



Melbourne es una ciudad australiana, capital y mayor ciudad del estado de Victoria. Fue la capital de Australia entre 1901 y 1927.

Material: Madera con tratamiento aislante contra la intemperie.

Estructura: Es un stand de venta plegable el cual es móvil una vez plegado, tiene sistemas de unión metálicos.

Figura 23 – Análisis tipológico (Continuación)

Capítulo IV

Metodología de la Investigación

4.1 Objetivos

4.1.1 Objetivo General

Identificar las técnicas y estrategias de diseño aplicables a la propuesta de creación de la marca ciudad del Quinche, manual de manejo de la marca, material informativo y puestos de venta enfocados a los comerciantes de la Asociación de artículos religiosos de la Virgen del Quinche.

4.1.2 Objetivos Específicos

1. Describir las características históricas y culturales de la parroquia del Quinche para determinar su situación actual.
2. Establecer la situación actual de la Asociación de artículos religiosos de la Virgen del Quinche, además de conocer sus derechos y obligaciones para entender sus necesidades.
3. Determinar las técnicas de diseño gráfico aplicables a la propuesta de creación de la marca de la parroquia y el desarrollo del manual de manejo de la misma.
4. Identificar las estrategias de diseño industrial aplicables a la creación de puestos de venta para la Asociación de artículos religiosos de la Virgen del Quinche, además de encontrar los métodos más adecuados para solventar la propuesta.
5. Elaborar una propuesta de marca dirigida a la parroquia y manual de manejo de la misma.
6. Diseñar un puesto de venta enfocado a la Asociación de artículos Religiosos de la Virgen del Quinche.
- 7.

4.2 Metodología de la investigación

A lo largo de todo el desarrollo del proyecto, se emplearon las metodologías de diseño de Burdek y Munari, para abordar el problema de una manera más completa y así solucionarlo eficientemente.

El proyecto fue dividido en cuatro fases encontradas en la metodología de Burdek las cuales son:

- Fase de Investigación: En esta etapa se procedió a formular y definir el problema, una vez definido se realizó la investigación bibliográfica la cual generó el marco teórico del proyecto, la investigación de campo y experimental proporcionaron los datos que permitieron tener una visión completa global de la situación actual hasta llegar a la formulación de la solución de diseño.
- Fase de Proyección: Se elaboró una serie de bocetos tomando en cuenta los requerimientos de diseño que se obtuvieron de la primera fase, se llegó a una alternativa final para la imagen y puestos de venta de la A.A.R.V.Q.
- Fase de Ejecución: Desarrollo de una propuesta real la cual fue analizada para así elaborar el producto final, una vez finalizado se plantearon las conclusiones y recomendaciones.
- Fase de Sustentación: Finalmente en esta fase se elaboró el material de apoyo justificando el resultado del proyecto.

4.2.1 Técnicas de recolección de datos

Para alcanzar el objetivo general de aplicar estrategias del Diseño Gráfico e Industrial a la propuesta de imagen de la parroquia del Quinche y stands de venta enfocados a la A.A.R.V.Q. Se utilizaron las siguientes técnicas:

- a) **Observación y diálogo:** La observación ayudó a determinar las fuentes necesarias; de las cuales se obtuvieron los datos para la elaboración del proyecto; después se procedió con la investigación de campo la cual logró establecer la situación actual de los habitantes y comerciantes de la parroquia.

Al momento de visitar la parroquia del Quinche se observó un poblado pequeño con costumbres y tradiciones de antaño, callado pero activo en sus situaciones.

La construcción de la parroquia es algo significativo, especialmente la arquitectura presente en el parque central, donde se encuentran ubicado el santuario de la Virgen.

La actividad en los alrededores del parque es abundante existe una enorme cantidad de comerciantes que desempeñan su trabajo, en tiendas, stands, puestos de venta, montados en las inmediaciones de las calles del parque y en el mercado central de la parroquia.

Una parte importante de lo presenciado en la parroquia es como los comerciantes se han organizado para trabajar mutuamente, generando asociaciones que desempeñan actividades diversas.

- b) **Documentación:** Para desarrollar el marco teórico de la investigación se emplearon diversas fuentes de investigación, como son: libros, revistas, artículos, que reforzaron y aportaron al conocimiento previo al desarrollo de la propuesta.

4.2.2 Enfoque

Dentro de la investigación se utilizó un enfoque cualitativo dominante, fue el que prevaleció, mientras que el cuantitativo generó un complemento menos importante.

Se eligió este tipo de enfoque debido a la naturaleza de la población y su cultura, éste enriquecería la investigación tanto de datos como en su análisis.

Dentro de la parte cualitativa se emplearon entrevistas que permitieron conocer más sobre la situación de la parroquia del Quinche y las distintas ramas de diseño que fueron utilizadas en la propuesta. El enfoque cuantitativo proporcionó datos estadísticos sobre la población de la parroquia y la asociación.

4.2.3 Alcance

El alcance fue exploratorio y descriptivo. En la fase exploratoria se relacionaron las variables del diseño con la cultura de los habitantes de la parroquia del Quinche. El alcance descriptivo llegó a una situación en conjunto de todas estas variables para la elaboración de una propuesta.

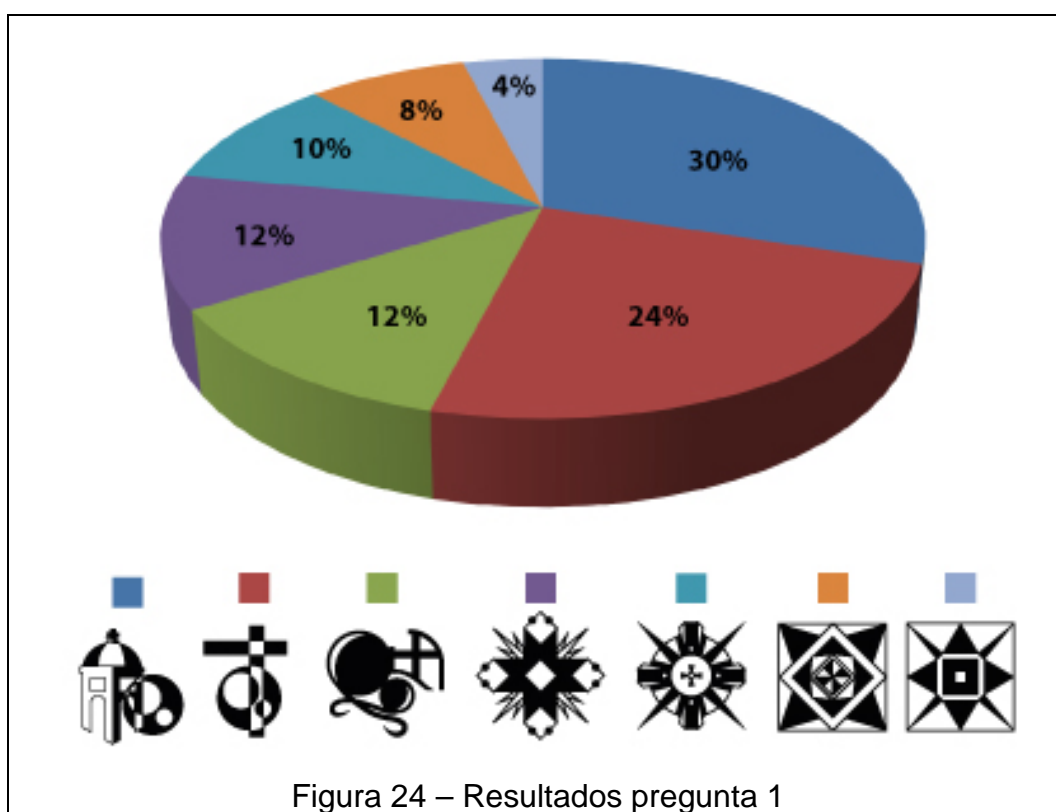
4.2.4 Elaboración de los instrumentos de recolección de datos

4.2.4.1 Encuestas

Este instrumento fue utilizado en los habitantes de la parroquia del Quinche para determinar datos tanto para la imagen de la parroquia como para los puestos de venta de la asociación.

Se estableció cuantitativa y cualitativamente la cosmovisión, características, etc. de los habitantes sobre su parroquia y el valor del comercio en la misma se expuso las opciones finales de la propuesta de marca para así determinar cuál de ellas es la más idónea para representar claramente a la parroquia. (Para ver formato de las encuestas ver Anexo 13)

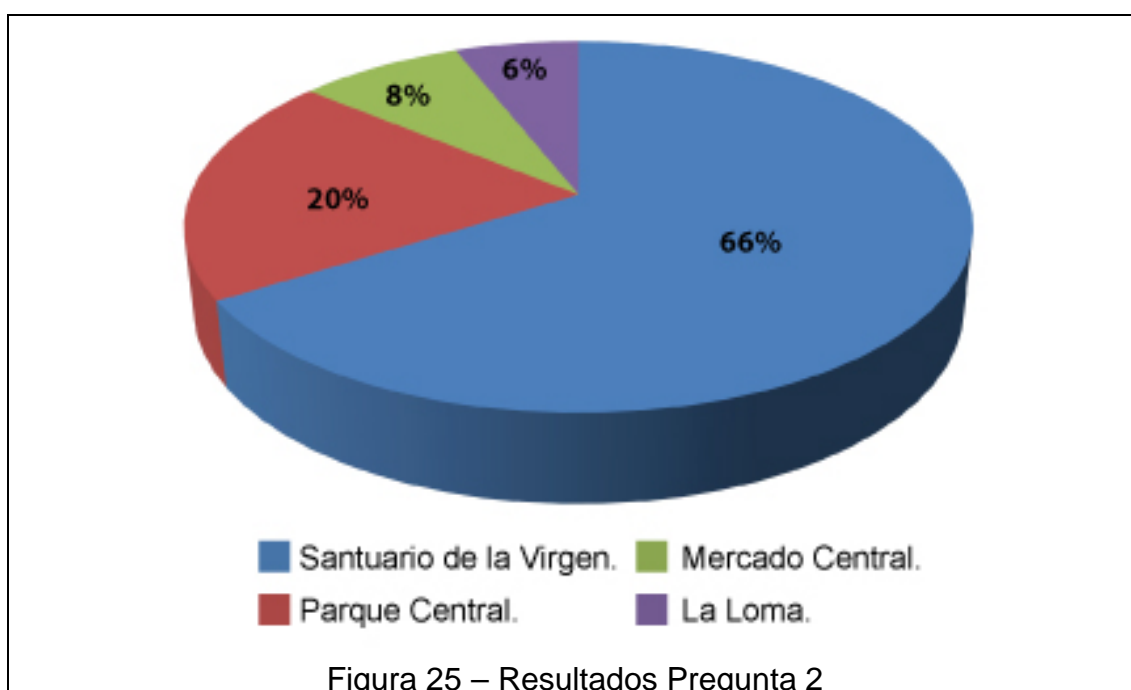
1. ¿Cuál de los siguientes íconos representa de mejor manera a la parroquia del Quinche y sus habitantes? ¿Por qué?



El 30% de los encuestados escogieron al ícono en azul como el más representativo de todos, según las encuestas ellos dicen que la iglesia del

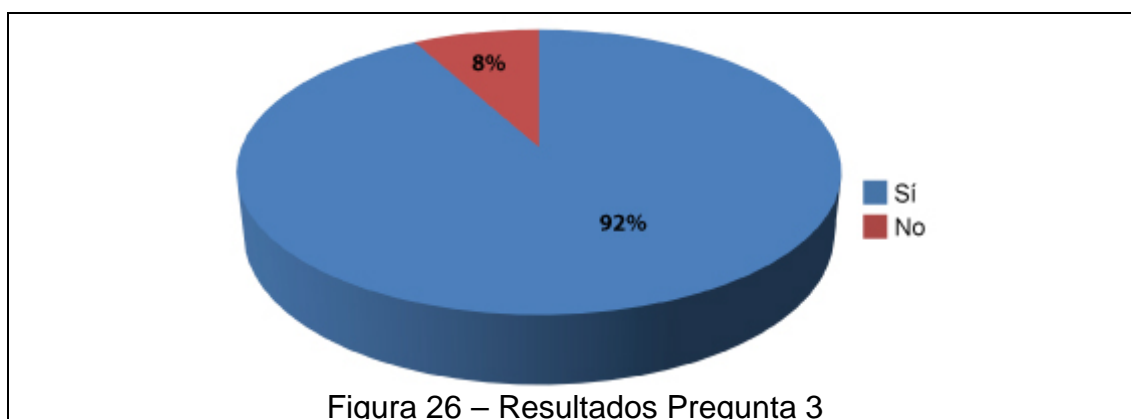
Quinche es el elemento que define a la parroquia. El 24% escogió el ícono en rojo, basándose en que la religión es el pilar central del Quinche. El 12% enuncio a los íconos bajo el color verde y violeta, como los más representativos, basándose en que la presencia de la cruz es fundamental. El 10% dice que el ícono en cyan es el más imponente ya que se asemeja a las joyas de la virgen. El 8% determinó que el ícono en naranja es el más idóneo ya que se parece a los adornos del vestido de la Virgen. El 4% de encuestados enunció al ícono en celeste claro, ya que es igual a los detalles de las paredes en el interior del santuario.

2. ¿Cuál es el lugar más atractivo de la parroquia del Quinche?



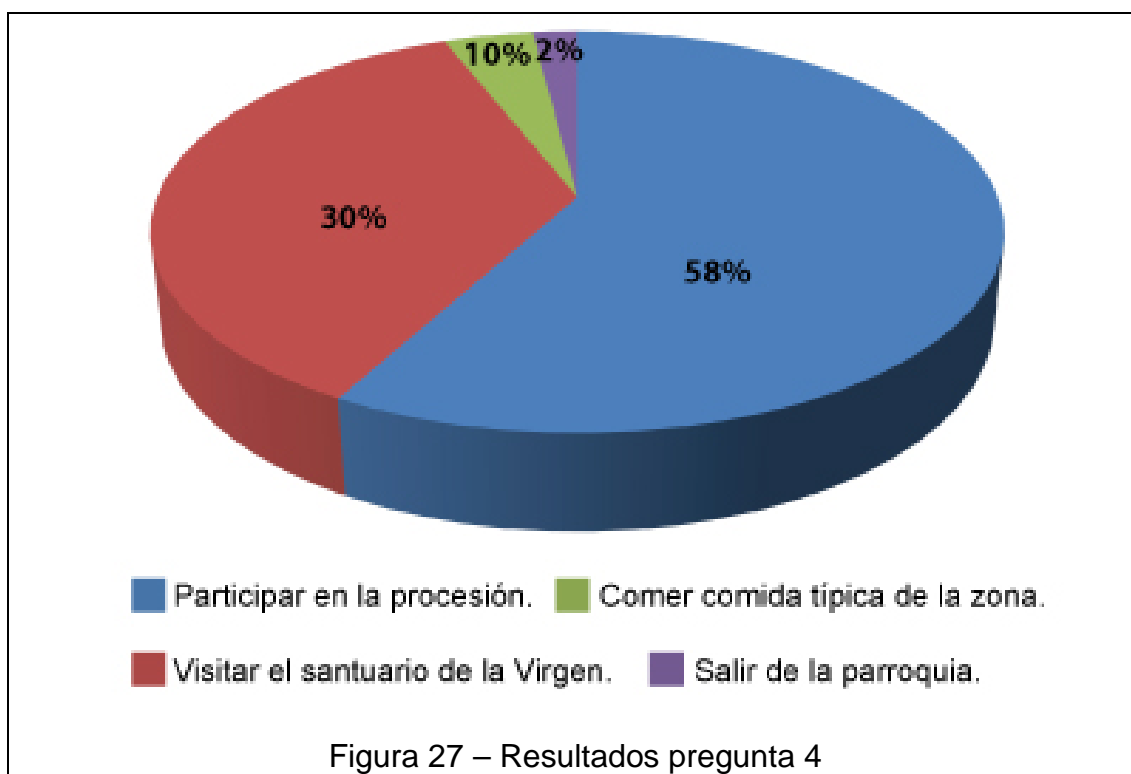
En la pregunta número dos el 66% de los encuestados dijo que el Santuario de la Virgen es el lugar más representativo de la parroquia del Quinche. El 20% de la muestra dijo que el parque central de la parroquia es el punto más importante. El 8% enuncio que el mercado central es el lugar más importante de la parroquia, y el 6% dijo que La Loma es el lugar turístico más importante del Quinche.

3. ¿Es usted devoto o creyente de la Virgen del Quinche? ¿Por qué?



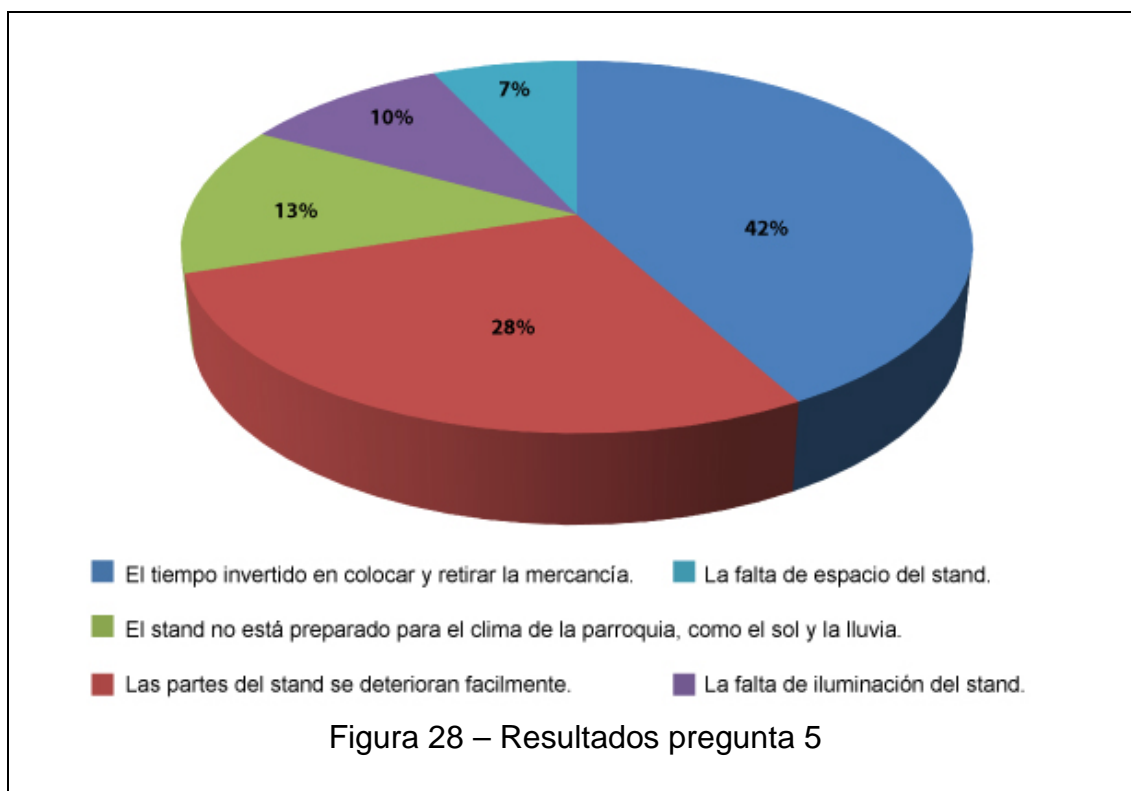
Según los resultados en la pregunta tres el 92% de los encuestados es devoto de la Virgen del Quinche, ya que dicen que la misma les ha realizado milagros, o ayudado de alguna manera, inclusive expusieron recuerdos personales al respecto. El 8% de los encuestados explicó que no son devotos de la Virgen ya que le rinden culto a otros santos.

4. ¿En las fiestas de canonización de la virgen del Quinche, que actividad realiza?



El 58% de los encuestados expresó que participa en la procesión de la Virgen viajando a Quito u otras ciudades para reunirse con familiares y emprender el viaje de peregrinación a la parroquia. El 30% visita el Santuario del Quinche para rezarle a la Virgen. El 10% de encuestados dijo que degusta de platos típicos de la zona, y el 2% sale de la parroquia.

5. ¿Si usted es miembro de la Asociación de artículos Religiosos de la Virgen del Quinche, cuál de los siguientes problemas presentes en los actuales stands de venta, es el más perjudicial para su trabajo? ¿Por qué?



El 42% de los comerciantes mencionó el hecho de tener que colocar la mercancía al inicio de cada día de trabajo es el problema más grave, ya que pierden demasiado tiempo en realizar esta actividad, además que deben repetirla al finalizar el día de trabajo. El 28% de miembros mencionó que lamentablemente las partes del stand de venta se deterioran y requieren de reparaciones que en ciertos casos no son tan económicas. El 13% de encuestados dijeron que los stands no presentan una cobertura adecuada para protegerlos del sol y la lluvia. El 10% enunciaron a la falta de luz en la noche

como el problema más grave, por la falta de seguridad del parque y el no poder vender su mercancía sin el temor de que los roben. El 7% de la muestra de comerciantes explicó que los stands de venta de la asociación son demasiado pequeños y no les permite colocar toda su mercancía en su estructura.

4.2.5 Estimación de parámetros

A) Población: La población de habitantes en la parroquia del Quinche esta comprendida por 12.919 habitantes, según el último censo dado por el INEC.

B) Cálculo de la muestra: La fórmula utilizada es la de la población homogénea. Se tomó como **muestra** de investigación a los habitantes de la parroquia del Quinche.

Dentro de esta fórmula, “N” es la población de investigación, “E” es el porcentaje de error (5%) y “n” es la muestra a investigar.

Redondeando los datos la fórmula indica que el número de encuestas que se deberán realizar es de 394 dentro del área de estudio especificada anteriormente.

$$n = \frac{N}{\sum^2(N-1)+1} \quad n = \frac{12.919}{33,295}$$

$$n = \frac{12.919}{0,0025 (12.918) +1} \quad n = 388$$

4.2.6 Conclusiones

Según los resultados del dialogo con los miembros de la asociación y las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia podemos llegar a las siguientes conclusiones:

En la primera pregunta de las encuestas pudimos encontrar que los íconos con una mayor presencia de contenido o referencias religiosas son los que interesan más a los habitantes de la parroquia. Por esta razón el ícono utilizado en la marca de la parroquia deberá considerar este aspecto.

En la segunda pregunta de la encuesta pudimos constatar que el santuario de la Virgen del Quinche es el punto geográfico y turístico más representativo de la parroquia. Por esta razón la arquitectura interior y exterior del santuario deberán ser parte fundamental al momento de proponer la imagen de la parroquia y los stands de venta de la asociación

La pregunta tres de la encuesta nos permitió entender el enorme impacto cultural que tiene la imagen de la Virgen sobre los habitantes de la parroquia, y prácticamente todo el comercio de la parroquia está dirigido o se centraliza en el santuario.

La cuarta pregunta planteada nos llevó a comprender el hecho de que las fiestas de canonización de la virgen del Quinche; celebradas en el mes de noviembre, atraen a un gran número de personas a las inmediaciones de la parroquia, siendo el santuario de la Virgen el punto de encuentro de la procesión y celebraciones.

La pregunta número cinco de la encuesta, la cual fue dirigida a los miembros de la asociación nos ayudó a entender cuál de todos los problemas presentes actualmente en los stands es el más grave, para de esta manera poder priorizar la problemática y dirigirla directamente al diseño de la estructura de las partes que podrán componer el stand de venta.

4.2.7 Objetivos finales

- a) La marca de la parroquia debe poder englobar los aspectos encontrados en la iglesia, además de resaltar la importancia de la Virgen.
- b). Uno de los problemas más claros de la A.A.R.V.Q. es el tiempo que les lleva colocar la mercancía sobre los stands de venta actuales, y la poca seguridad que los mismos les ofrecen. Estos aspectos son muy importantes al momento de solucionar la propuesta de los stands
- c). La mayoría de comerciantes de la A.A.R.V.Q. no viven en la parroquia, por consiguiente los stands deben ser fijos y permitir el almacenamiento de mercancía en el interior de los mismos, precautelando la seguridad de la mercancía.
- d). Se tomará en cuenta el actual trabajo de ciertas asociaciones vecinas a la A.A.R.V.Q para ayudar a fomentar la comunicación y el trabajo entre ellas.

Capítulo V

Desarrollo de la propuesta de creación de la marca ciudad del Quinche, manual de manejo de la marca, material informativo y stands de venta enfocado a los comerciantes de la Asociación de Artículos Religiosos de la Virgen del Quinche

5.1 Desarrollo de la Propuesta

5.1.1 Análisis de datos y síntesis

En la parroquia del Quinche se encontró un enorme legado de cultura y tradiciones que datan desde inicios del siglo XV, es primordial destacar el antiguo valor religioso que geográficamente poseía la actual parroquia, y como desde ese entonces fue sede de ceremonias religiosas al Dios Sol (Inti).

A medida que la colonización española llegó a la zona, los indígenas fueron evangelizados pero el valor religioso de la zona no se perdió, simplemente se adaptó a las nuevas tradiciones y costumbres de la religión católica.

La imagen de la Virgen se remonta al siglo XVI, desde que fue esculpida ha sido venerada por los indígenas evangelizados de la zona. La imagen de la Virgen representa una parte muy importante de la cultura de la parroquia, ya que se le atribuyen milagros que la han convertido en un personaje central y muy importante.

Cada noviembre se realizan las fiestas por la coronación de la Virgen, convocan a más de 800.000 feligreses que realizan una procesión hacia el santuario de la virgen desde los alrededores de la parroquia, inclusive hay personas que se trasladan desde la costa y el oriente del Ecuador para venerar a la Virgen.

5.1.2 Definición del problema

La parroquia del Quinche posee un valor turístico, religioso y cultural, marcado por la gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia por diferentes motivos, bien sea a realizar la muy popular ceremonia de “bendecir autos y camiones” o acercarse al santuario a escuchar las múltiples misas brindadas a lo largo del día, o simplemente acercarse a disfrutar de la arquitectura única del Santuario de la Virgen.

Es por esto que la marca de la parroquia debe poder englobar y resaltar los valores culturales, arquitectónicos y religiosos que definen al Quinche y darle

importancia en el entorno, obteniendo un valor más amigable que invite a turistas nacionales y extranjeros a visitar la parroquia.

La marca de la parroquia deberá ser un elemento inclusivo que unifique a la fuerza laboral de la parroquia, para que la misma trabaje en función del Gobierno Provincial, generando recursos que podrán ser utilizados para preservar al Santuario de la Virgen y las diferentes actividades que se realizan en los alrededores de la misma.

Otro de los objetivos de la marca es darle realce al verdadero valor que tiene la parroquia y todo lo que la misma ofrece, tomando en cuenta la ubicación del nuevo aeropuerto de Quito la parroquia del Quinche se tornará en una parada necesaria para turistas y visitantes nacionales.

5.1.3 Objetivos de Diseño

Partiendo de la síntesis de los datos obtenidos en la investigación se determinaron los siguientes requerimientos de diseño para elaborar la imagen global:

- a) Resaltar el legado cultural y religioso de la parroquia.
- b) La imagen debe permitir integrar a los habitantes del Quinche.
- c) Tiene que ser atractiva para invitar a turistas extranjeros y nacionales,
- d) La marca debe reflejar la importancia de la Virgen en la parroquia.
- e) El logo debe ser versátil y práctico a la vez.

5.1.3.1 Pilares de la marca

Para lograr expresar las tradiciones, cultura, y valor religioso de la parroquia del Quinche la marca deberá fundamentarse sobre los siguientes pilares:

- a) **Dinamismo:** que significa, energía, movimiento, fluidez, valores que debe tener la marca para ser atractiva.
- b) **Dimorfismo:** debe englobar valores de la parroquia bajo un mismo concepto.
- c) **Familiar:** La marca deberá ser de fácil reconocimiento para las personas que la observen, es decir contener conceptos familiares a la visión del observador.
- d) **Religiosa:** Deberá reflejar el legado Católico / Cristiano que se presenta en la parroquia, siendo este un valor indispensable de destacar.

5.1.4 Proceso Creativo

Se desarrolló un proceso creativo basado en la metodología propuesta por Munari en su libro *¿Cómo nacen los objetos?* (1981), donde la creatividad es el resultado de un proceso sistemático que considera los límites, requerimientos y problemática específicos del proyecto. Se usan mapas conceptuales para organizar la información y se desarrollan análisis hasta llegar a la solución final.

En el proceso creativo para este proyecto se inició con una lluvia de ideas, una vez establecido el concepto gráfico se hicieron nuevos bocetos considerando forma, color y tipografía

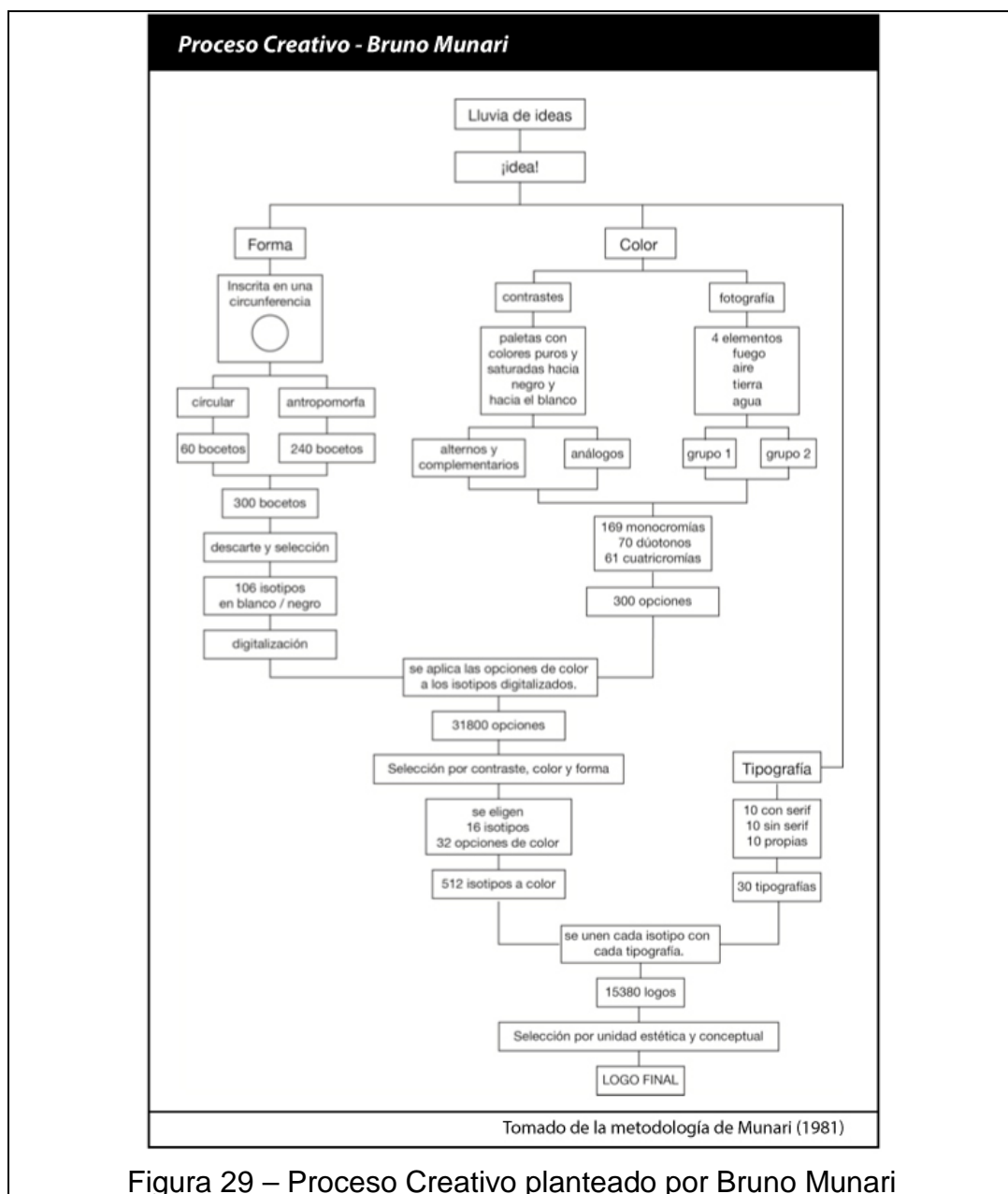


Figura 29 – Proceso Creativo planteado por Bruno Munari

5.1.4.1 Lluvia de Ideas

En un principio se propusieron varios conceptos gráficos a manera de lluvia de ideas hasta converger en un concepto base del cual partió la forma, cromática y tipografía.

La lluvia de ideas se la realizó considerando características de la población, del lugar, su cultura, las diversas formas y estructuras que se encuentran en la arquitectura de la parroquia. Se tuvo siempre en mente cuál sería la mejor manera para conseguir el objetivo integrador de la marca.

Se tomó en cuenta que la marca deberá englobar valores de la parroquia bajo un mismo concepto, reflejar accionares modernos y religiosos del Quinche que sea inclusivo con todos los habitantes de la población.

5.1.5 La Marca de la parroquia

Para conceptualizar a la parroquia se aplicó una metodología que desarrolla una “Matriz de variables” cuya raíz es la triada conformada por forma, fondo y función, vinculando a cada una de ellas principios, atributos y deberes que los trabajadores autónomos de la parroquia del Quinche deben cumplir para laborar. Todos estos parámetros se encuentran explicados en el capítulo III de la Ordenanza Metropolitana No. 0280 del Consejo Metropolitano de Quito.

Bajo el concepto de forma se vinculan las variables de equidad, integración y cooperación. Cada una de estas se desglosó mediante la investigación de significados y sinónimos de cada palabra.

En el caso del concepto de fondo las variables que se asociaron fueron: Respeto social y ambiental, participación y consideración al espacio público.

Y por último el concepto de función, el cual se relacionó con las variables de sustentabilidad, salubridad y progreso.

Tras haber descompuesto cada uno de las variables se llegó a comprender los aspectos que definen al Quinche, mediante la relación de estos términos con situaciones reales y presentes en el interior de la parroquia, como la “colaboración” que existe entre ciertas asociaciones de trabajadores que realizan sus actividades en las inmediaciones del parque central.

Como la relación “circular” que existe entre los trabajadores de las asociaciones, tomando en cuenta que al decir circular nos referimos a la comunidad presente entre los miembros de una asociación; surge el término de

“asociación – asociar”, o como conceptos de “vanguardia” presentes en las mejoras, evolución de la infraestructura de las viviendas, instalaciones y el mantenimiento de la Iglesia.

Fue mediante este análisis que se logró comprender y conceptualizar al Quinche, pues esto facilitó encontrar signos y símbolos que definan a la parroquia.

5.1.5.1 Propuesta de íconos a utilizarse

Se procedió a plantear diferentes opciones de íconos, mediante el uso simplificación gráfica de elementos y las teorías de interrelación de la forma, las cuales son: Distanciamiento, toque, superposición, penetración, unión, sustracción, intersección y coincidencia, una vez obtenida la forma, se trabajó mediante el contraste de fondo – forma. En la siguiente sección se expondrán las opciones que se plantearon. (Para inventario completo ver Anexo 1).

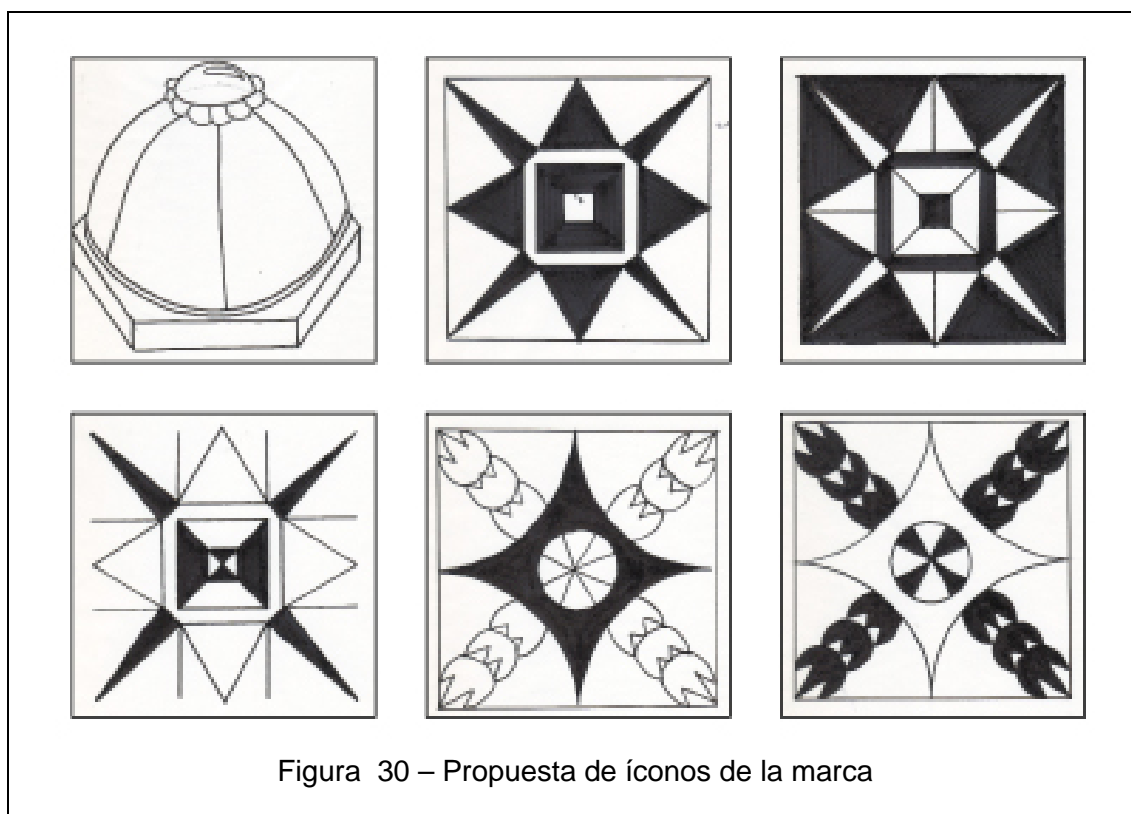


Figura 30 – Propuesta de íconos de la marca

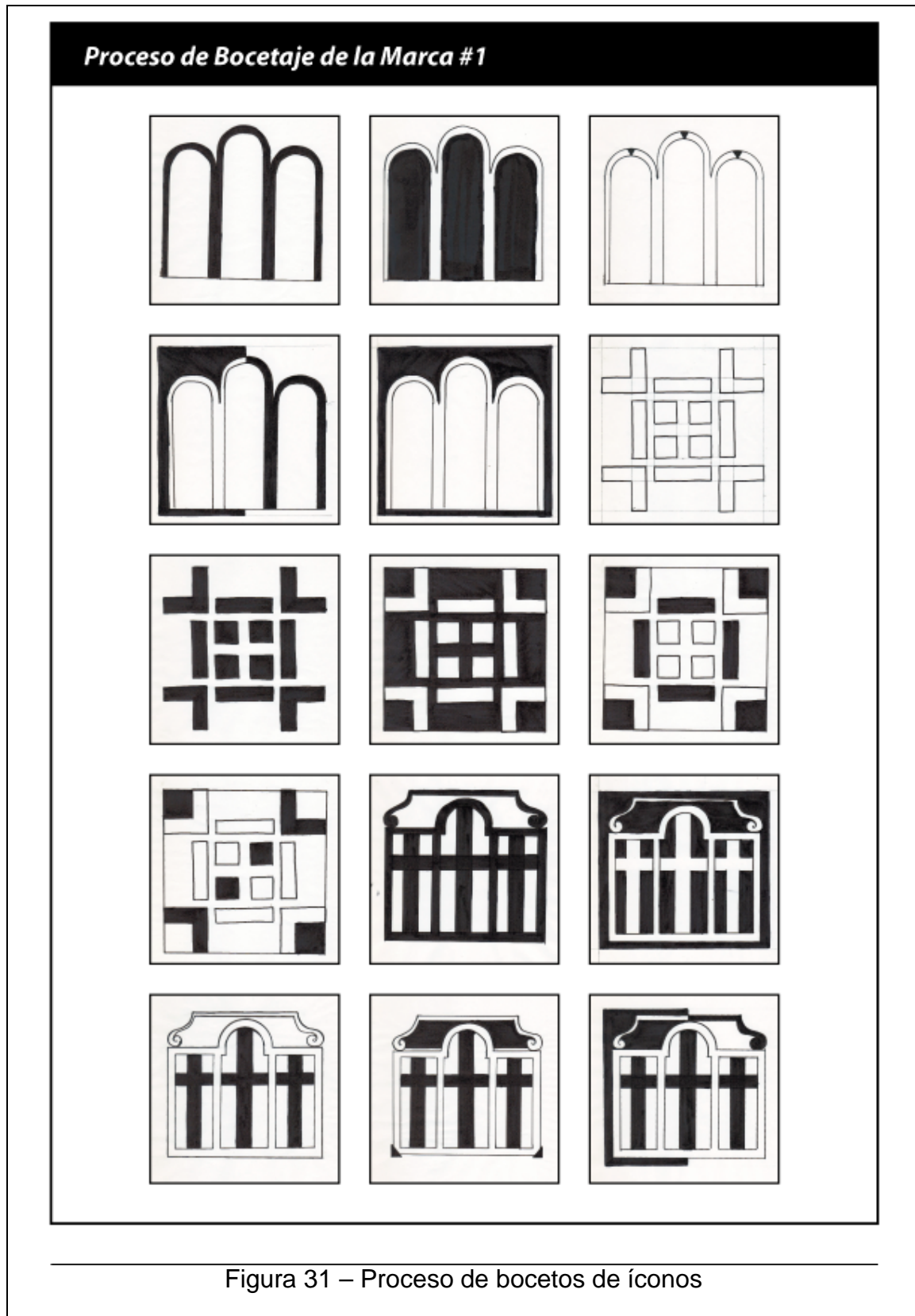
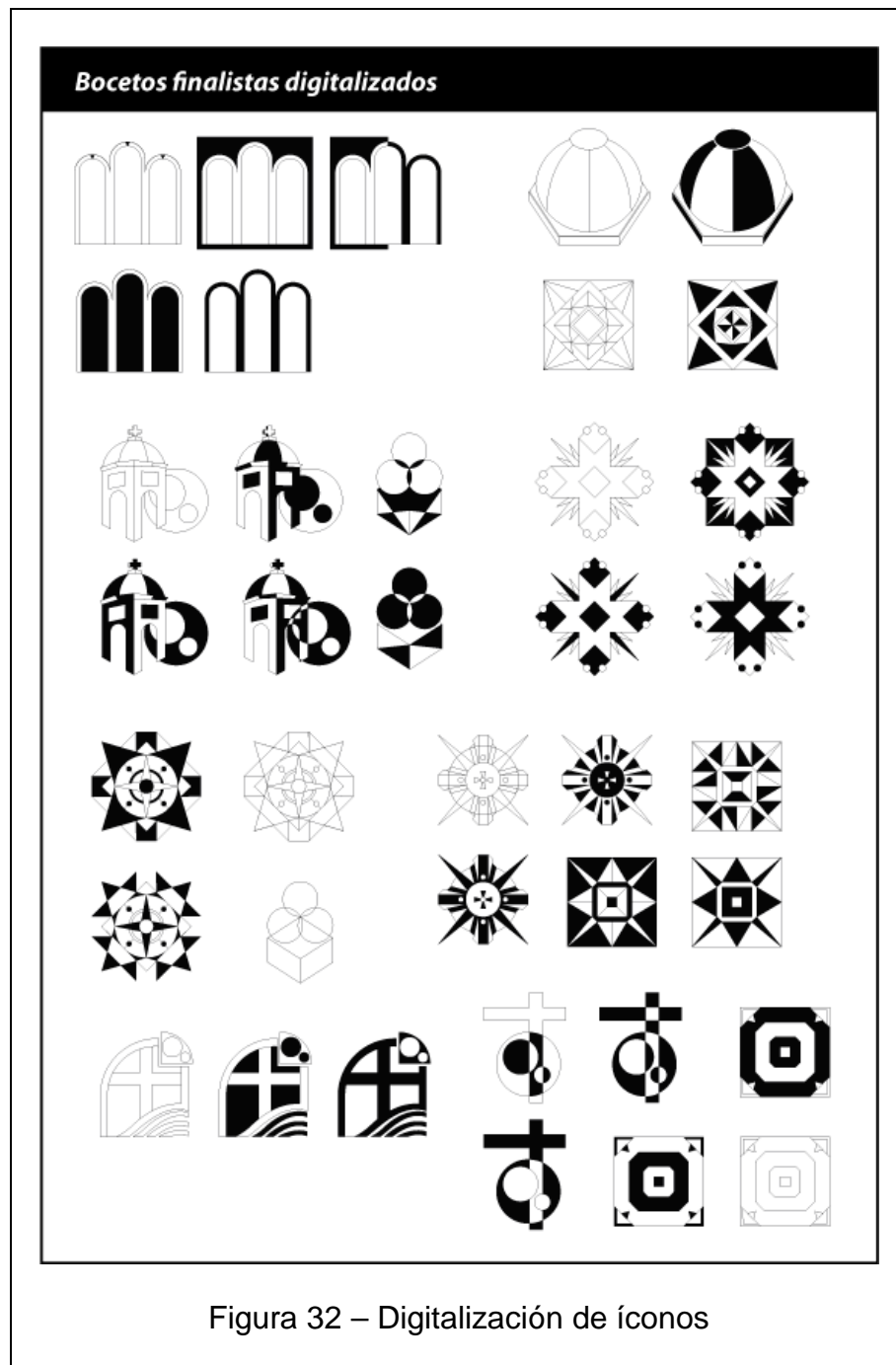


Figura 31 – Proceso de bocetos de íconos

5.1.5.2 Selección de Íconos

En esta fase se procedió a seleccionar a los íconos que tengan una lectura clara, no violenta, cuyas estructuras reflejen conceptos que se analizaron en la “Matriz de Variables” se escogieron y digitalizaron 47 finalistas resultantes del proceso de creación de bocetos. (Para ver opciones completas revisar anexo 2).



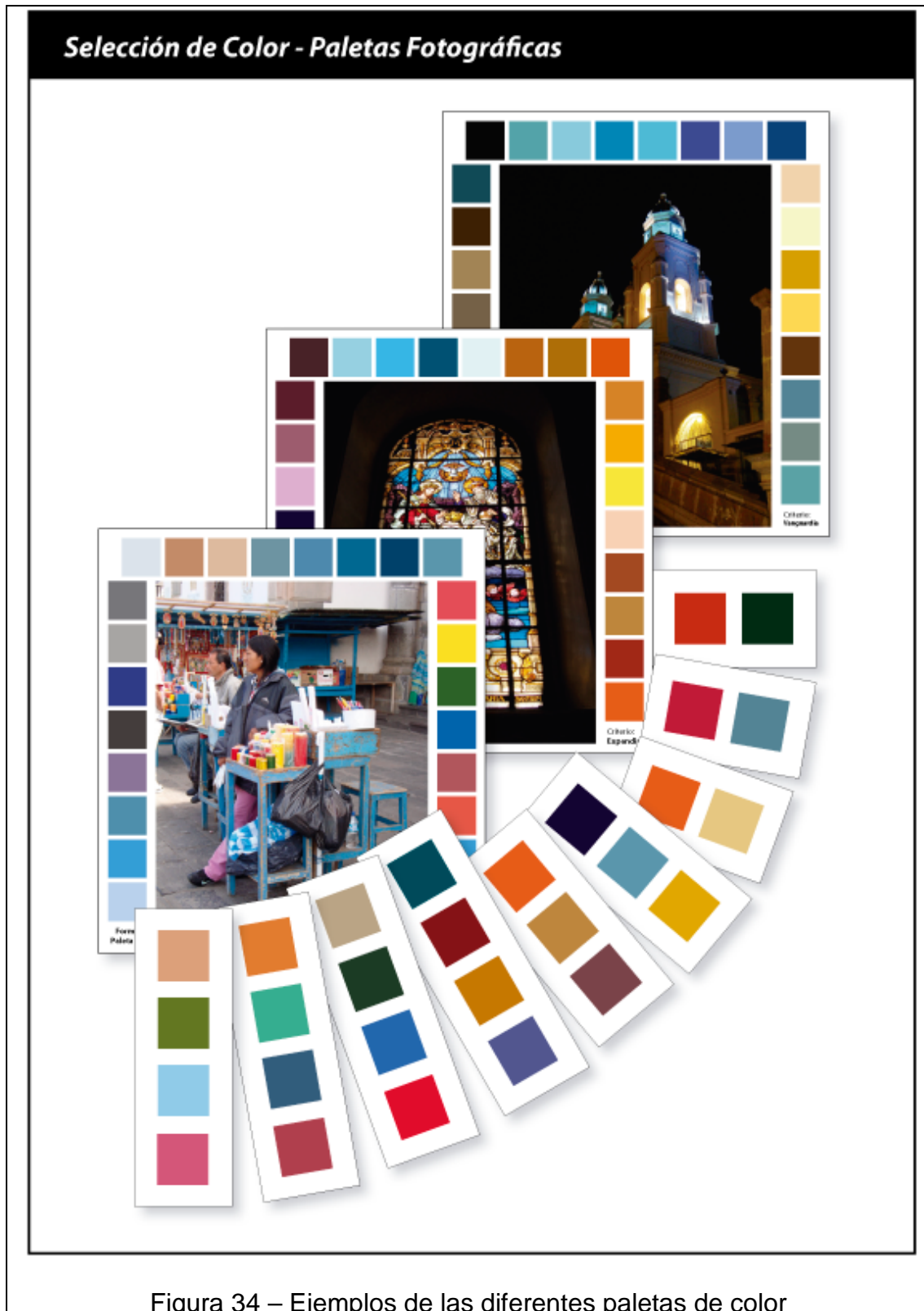
5.1.5.3 Paletas Fotográficas

Luego de haberlos seleccionado, podemos empezar el trabajo de investigación cromático, el cual empieza con la utilización de fotografías que fueron vinculadas a términos en la “Matriz de Variables” de las cuales se procederá a extraer paletas de color.

Dentro de la matriz se resaltaron 8 términos que fueron asociados a 8 fotografías respectivamente, estas palabras e imágenes se relacionan directamente entre sí, como por ejemplo: El vocablo “Modular” fue ligado con la imagen de uno de los miembros de la asociación de artículos religiosos de la Virgen del Quinche usando uno de sus puestos de venta “modulares”. Son este tipo de relaciones las que se encuentran a lo largo de toda esta parte del proceso. (Para ver opciones completas revisar anexo 3).



Figura 33 – Paleta de colores tomada de fotografías de la parroquia



5.1.5.4 Análisis de la teoría de Johannes Itten para el desarrollo de la marca de la parroquia del Quinche

Una vez obtenidas todas las paletas fotográficas aplicamos la teoría de Johannes Itten sobre el contraste de color, específicamente los principios del contraste de PUREZA o como lo llama Itten contraste CUALITATIVO porque afecta la cualidad del color. Los colores pierden saturación mediante la adición de blanco, negro, gris o su complementario.

En el ejemplo presentado en esta página podemos ver como se han obtenido 4 paletas de color mediante este método. Cortando al color puro con blanco (Izquierda) y negro (Derecha), los cortes ocurren de 10% ascendientemente, es decir: 10%, 20%, 30%, sucesivamente hasta llegar al 90%. De esta manera tenemos una paleta de color con 18 tonos de color completamente nuevos.

(Para ver opciones completas revisar anexo 4).

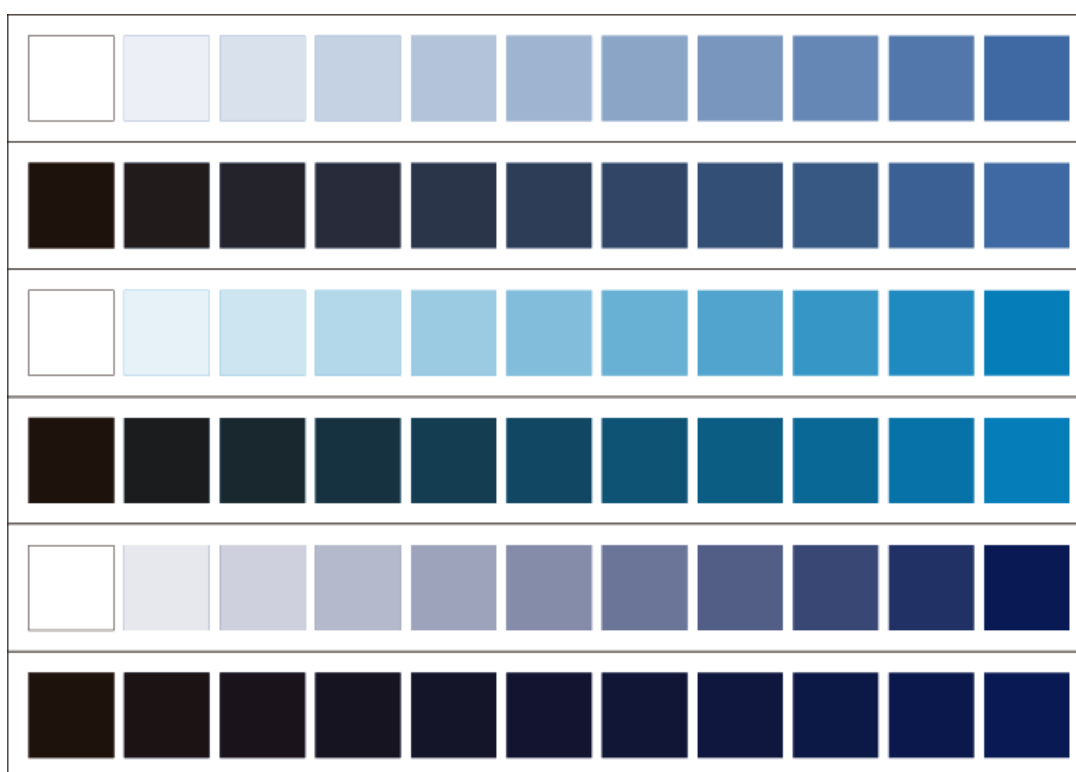


Figura 35 – ejemplos de paletas de color creadas con la teoría de Itten



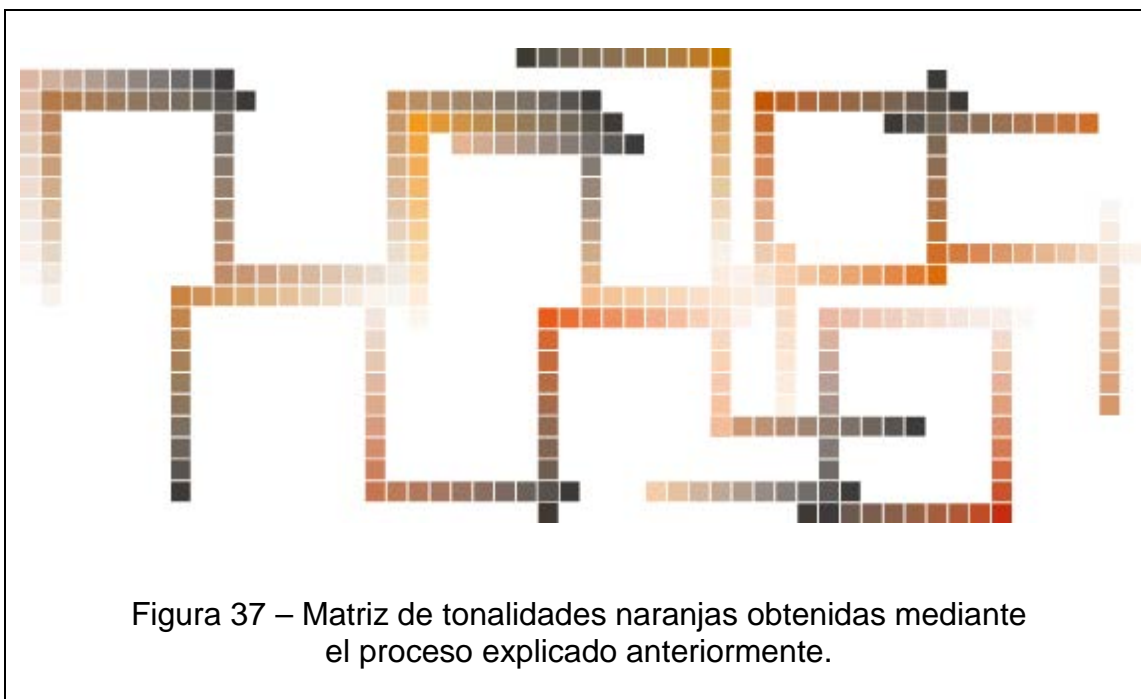
Figura 36 – Explicación gráfica de obtención de las paletas

5.1.5.5 Matriz de Color

Esta etapa de la experimentación cromática es crítica ya que es aquí donde finalmente DESCUBRIMOS contrastes reales, utilizando las paletas de colores creadas con la teoría de Itten establecimos una matriz de color cuyas uniones son formadas por tonos muy parecidos entre sí, como colores sub expuestos (Grisés) o sobre expuestos (Pasteles).

Las matrices se crearon siguiendo a los colores del círculo cromático, es decir que conseguimos una matriz de tonos amarillos, naranjas, rojos, púrpuras, violetas, azules y verdes. Estos fueron relacionados entre sí mediante los conceptos de Johannes Itten y la teoría de contraste por complementarios.

(Para ver opciones completas revisar anexo 5).



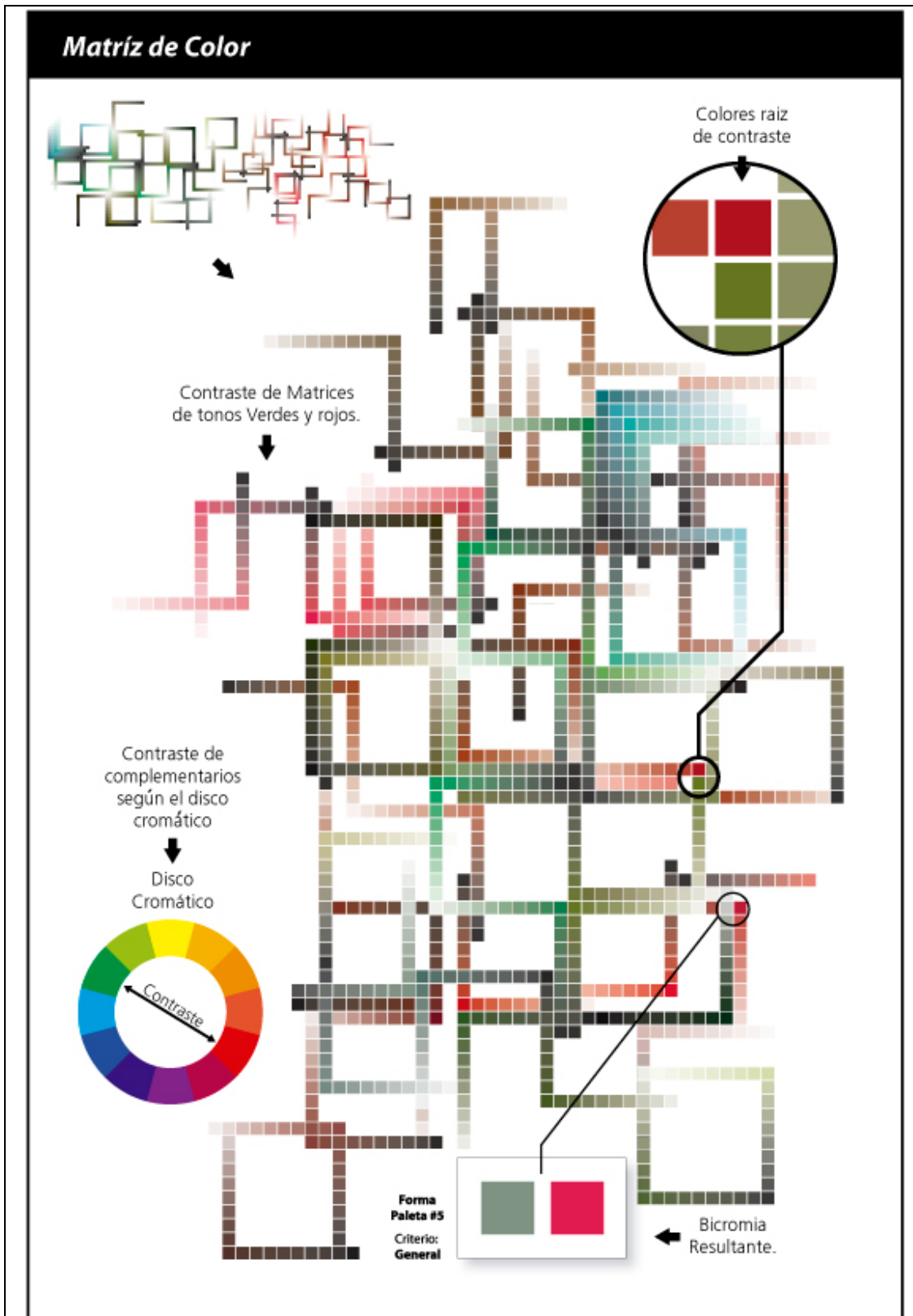


Figura 38 – Explicación de cómo se encontraron los contrastes de color en las matrices.



Figura 39 – Paletas agrupadas por tonalidades.



Figura 40 – Organización de las matrices para obtener contrastes.

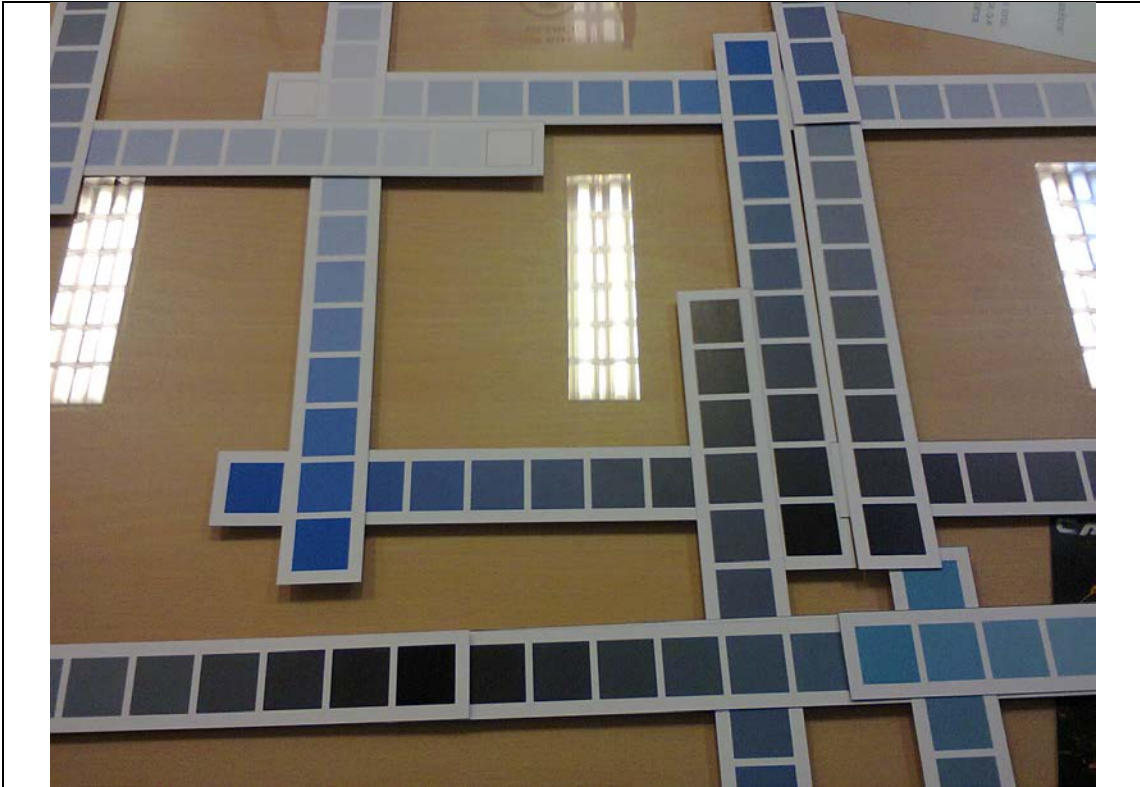


Figura 41 –Organización de las matrices para obtener contrastes.



Figura 42 –Organización de las matrices para obtener contrastes.



En el ejemplo observamos a las matrices de tonalidades rojas y verdes sobreponerse entre sí, ya que los dos tonos son complementarios y opuestos de acuerdo al disco cromático.

Se obtienen contrastes al encontrar paletas que se sobreponen. En el caso de una bicromía (Dos colores) solo se necesitan 2 paletas que se sobrepongan. En el caso de una tricromía (tres colores) deben ser 2 paletas paralelas y una paleta que se sobreponga a las mismas; y en el caso de una cuatricromía (cuatro colores) pueden estar 3 paralelas y una que las sobreponga, o 2 paralelas y 2 sobrepuestas, o 3 paralelas y 1 sobrepuesta. (Para ver opciones completas ver anexo 6).

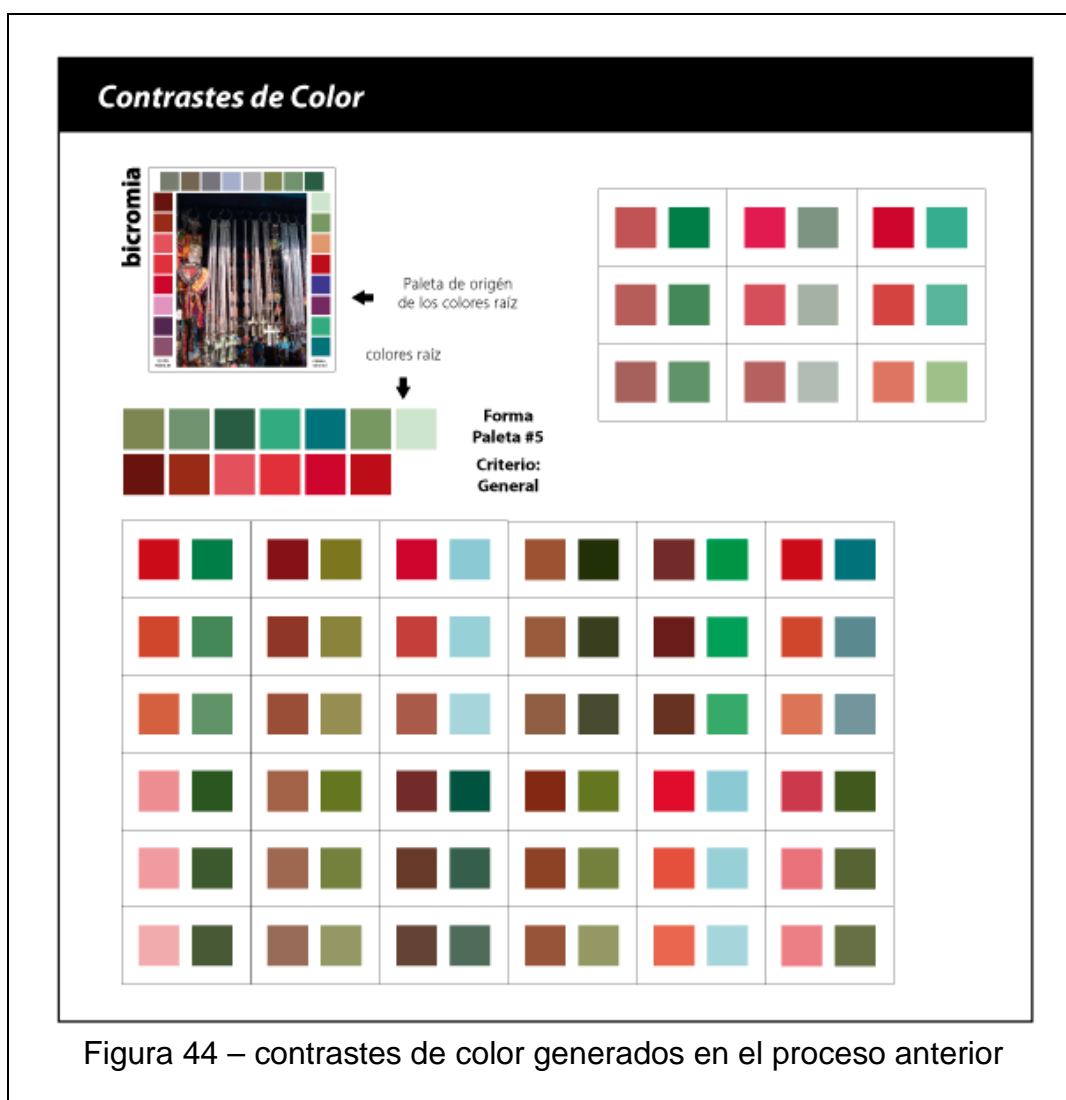


Figura 44 – contrastes de color generados en el proceso anterior

5.1.5.6 Cromática de íconos

Tras haber obtenido las paletas definitivas de color se aplicó las mismas sobre las opciones finales de los íconos. Se siguió conceptos de ritmo para poder conservar un orden específico al momento de colocar el color sobre las partes de los íconos, tomando en cuenta que estos tienen su propia estructura a nivel de planos, los cuales ganan o pierden volumen según la tonalidad del color.

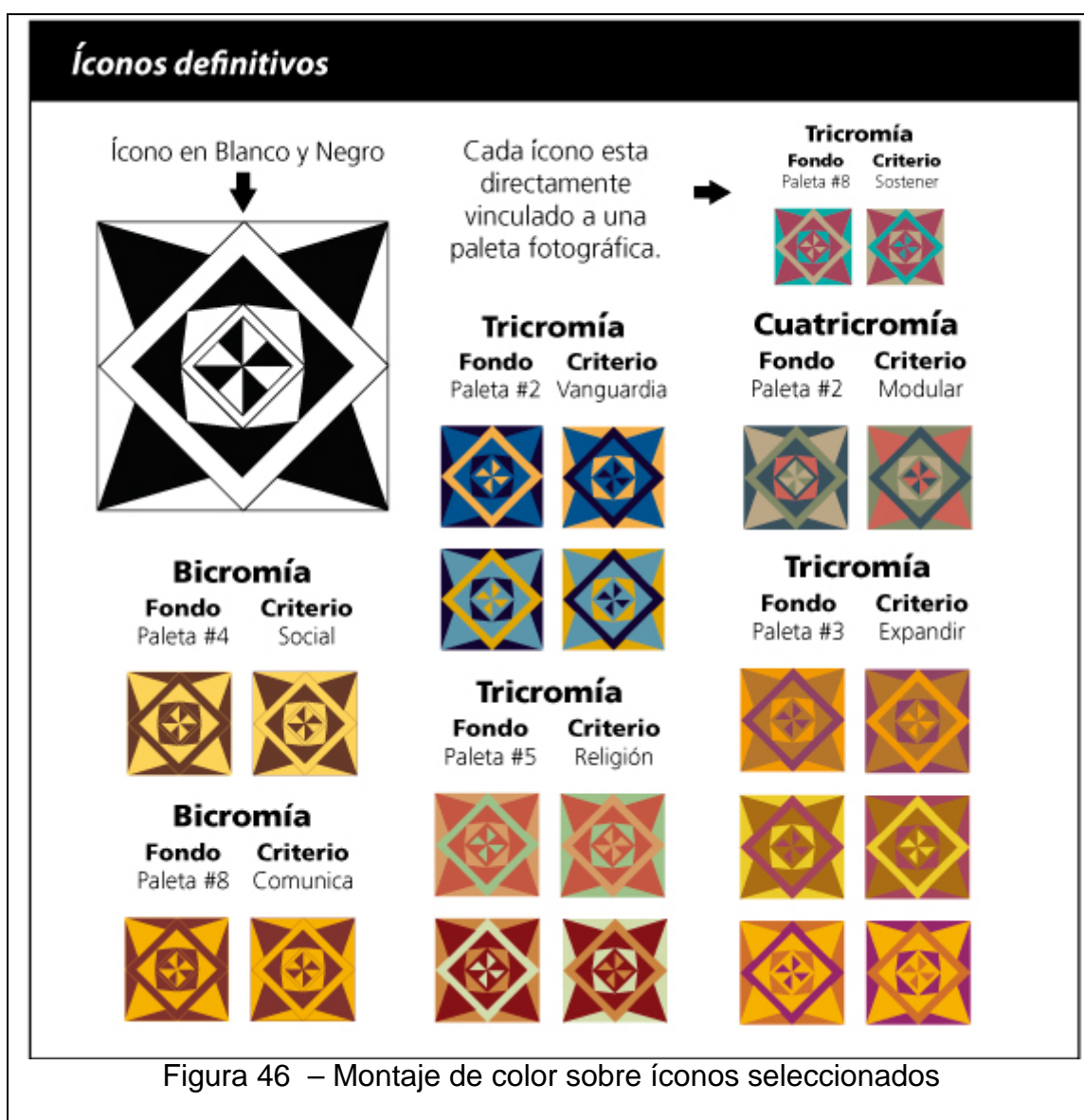
En el ejemplo se explica cómo utilizando las paletas obtenidas mediante los métodos antes mencionados en la sección anterior, seguimos un orden rítmico para colocar cada tono de color sobre el ícono, tomando en cuenta los planos que posee el mismo. En este caso este ícono tiene 5 planos. (Para ver opciones completas revisar anexo 7).



Figura 45 – contrastes de color generados en el proceso anterior

5.1.5.7 Íconos definitivos

Una vez realizado el montaje de color sobre los íconos finales, utilizando todas las posibles paletas de color obtenidas mediante los métodos planteados anteriormente, procedemos a seleccionar a los íconos que sean más visibles, o que a través de su contraste de color generen volumen, o aquellos que presenten cierta vibración cromática en sus formas. Siguiendo estos parámetros podemos asegurarnos que el ícono escogido para ser la marca final funcionara eficientemente.

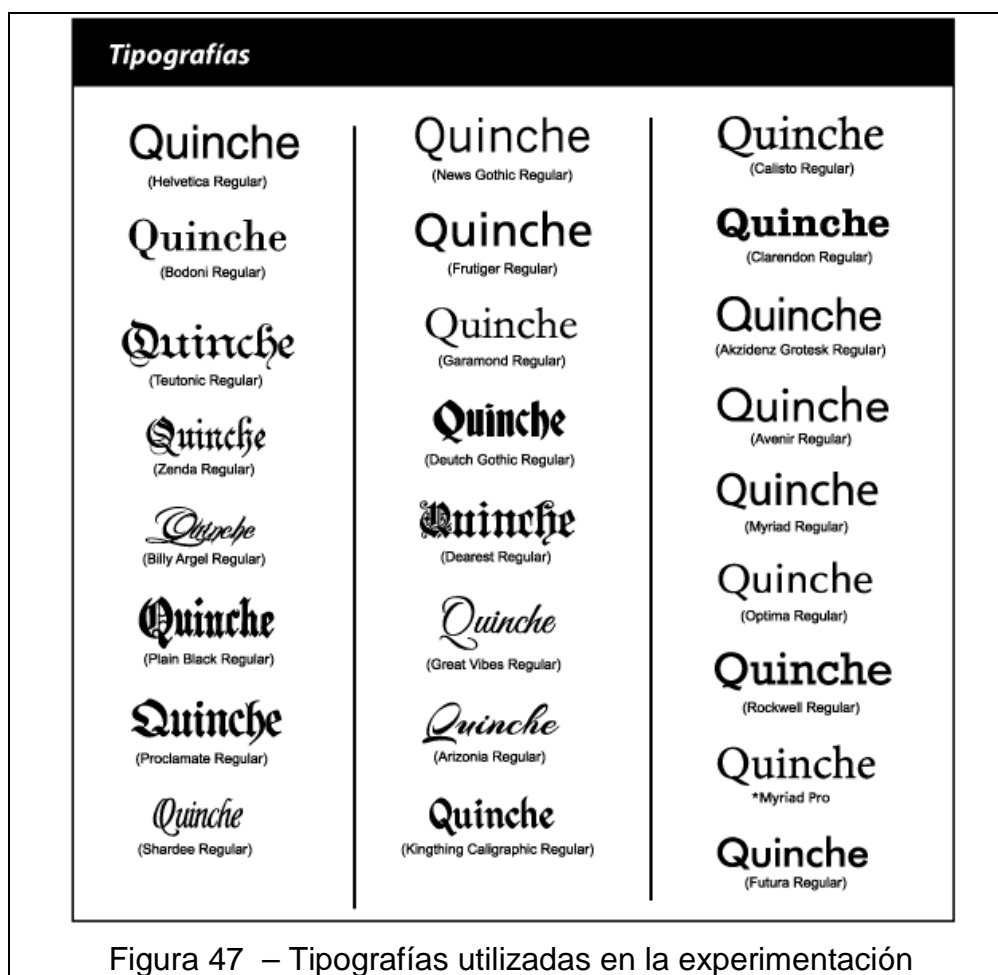


En el ejemplo podemos ver las opciones finales de un ícono propuesto, junto con la nomenclatura de la paleta que fue utilizada para montar la cromática, este ícono junto con sus otros hermanos serán puestos a prueba es la

siguiente fase del proceso, la experimentación tipográfica (Para ver opciones completas revisar anexo 8).

5.1.5.8 Tipografías

En esta etapa procederemos a examinar los comportamientos de los íconos con color junto a una tipografía. Los patrones que se siguieron son: Se buscó tipografías Serif, Sans Serif y caligráficas, las cuales sean legibles a simple vista, el criterio que se siguió para unir estas tipografías con los íconos fue el de contrastar características entre tipografías e íconos. Se ensayó uniendo fuentes con trazos rectos a íconos con características más orgánicas y viceversa. Se contrastó trazos rectos con líneas circulares. En el ejemplo se puede apreciar las tipografías utilizadas en esta fase junto con uno de los íconos finales obtenidos en la etapa anterior. (Para ver opciones completas ver anexo 9).



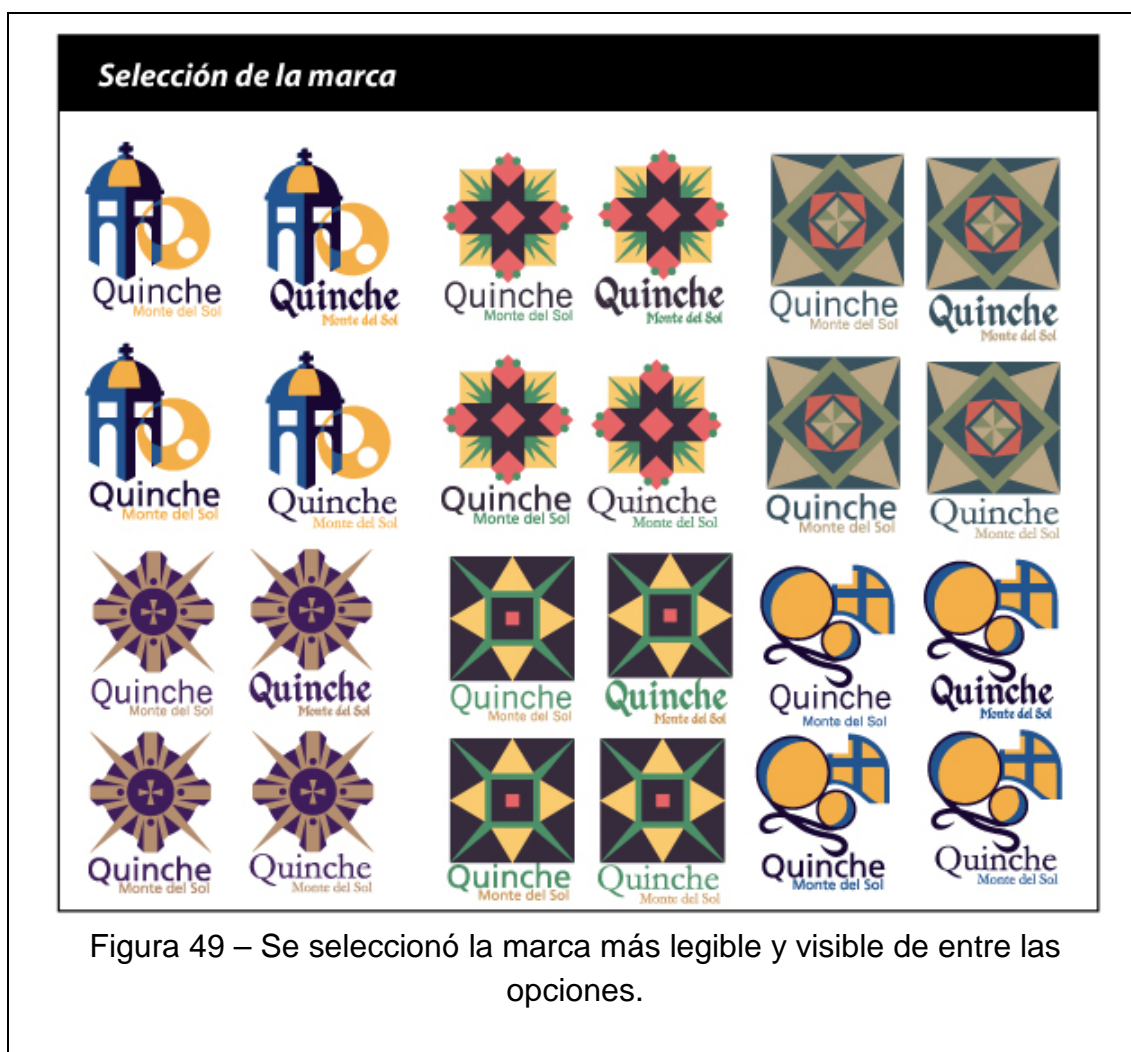


5.1.5.9 Selección de la marca de la parroquia

Esta es la última etapa de la experimentación en la cual podemos finalmente escoger al ícono y tipografía que serán la marca. Mediante un proceso de eliminación se llegó a encontrar la marca más adecuada.

La cromática presente en las opciones de marca fue un aspecto muy importante a tomar en cuenta, aquella debe representar a la parroquia del Quinche, así que se eliminaron contrastes muy extremos o exagerados. Se observó cada una de las posibles marcas en su tamaño más pequeño en escalas del 25% al 10%, para encontrar la que conserva su legibilidad en el menor tamaño posible.

Una vez realizado este proceso obtuvimos el grupo de marcas presentes en esta página, de las cuales se escogió una sola, para que ésta sea la marca de la parroquia del Quinche. (Para ver opciones completas revisar anexo 10).



5.2 Logotipo de la parroquia del Quinche

En esta página podemos observar la marca definitiva que será la identidad visual de la parroquia del Quinche y que desde ahora nos referiremos a la misma como “Logotipo”.

Los componentes elementales que constituyen la identidad visual son un conglomerado de eficientes elementos gráficos que deberán ser utilizados siguiendo los parámetros definidos a continuación.



5.2.1 Ícono de la marca

Es el resultado de los procesos elaborados mediante la metodología de diseño experimental, la cual nos permitió encontrar elementos icónicos, representativos, alegóricos, dentro de la cultura, religión, y sociedad de la parroquia del Quinche.

El ícono fue inspirado por los valores arquitectónicos presentes en toda la parroquia especialmente en el parque central y en la Iglesia, la cual es otra de las obras del padre Bruning, construida desde 1913 hasta 1924. Es el producto de los planos básicos propuestos por el hermano Jacinto Pankiani de la Orden

de Don Bosco en 1904, que tomó como modelo a la Basílica de “Santa María” La Mayor de Roma.

La Basílica Papal de “Santa María” la Mayor es un edificio que muestra estilos arquitectónicos diversos, desde el paleocristiano hasta el barroco. Esta iglesia, con sus nobles proporciones, mosaicos e imponentes capillas resume las grandes etapas del arte cristiano en Roma.



La segunda parte del ícono es una simplificación de lo que la Virgen representa, se utilizó términos encontrados en la “Matriz de Variables” como, circular, religioso, popular, protección, unión, para de esta manera simplificar la escultura de la imagen, la cual está conformada por la Virgen y el niño Jesús en sus brazos. Se utilizó estructuras circulares para representar a las dos figuras y una circunferencia mayor que los englobe. Estableciendo que el círculo es un elemento muy icónico en la religión católica, encontrándolo visiblemente en muchas representaciones, como esculturas y pinturas.

Ícono de la marca - Virgen y el niño Jesus



Simplificación de la virgen y el niño.



Se utilizó al círculo como elemento semiótico que representa la unidad, la familia, lo eterno, y se lo adaptó para que englobe y represente a la Virgen del Quinche y a su niño en brazos, los mismos que fueron representados por dos círculos internos, la Virgen de mayor tamaño y el niño con el círculo pequeño.

Figura 52 – elementos de la marca (Virgen)

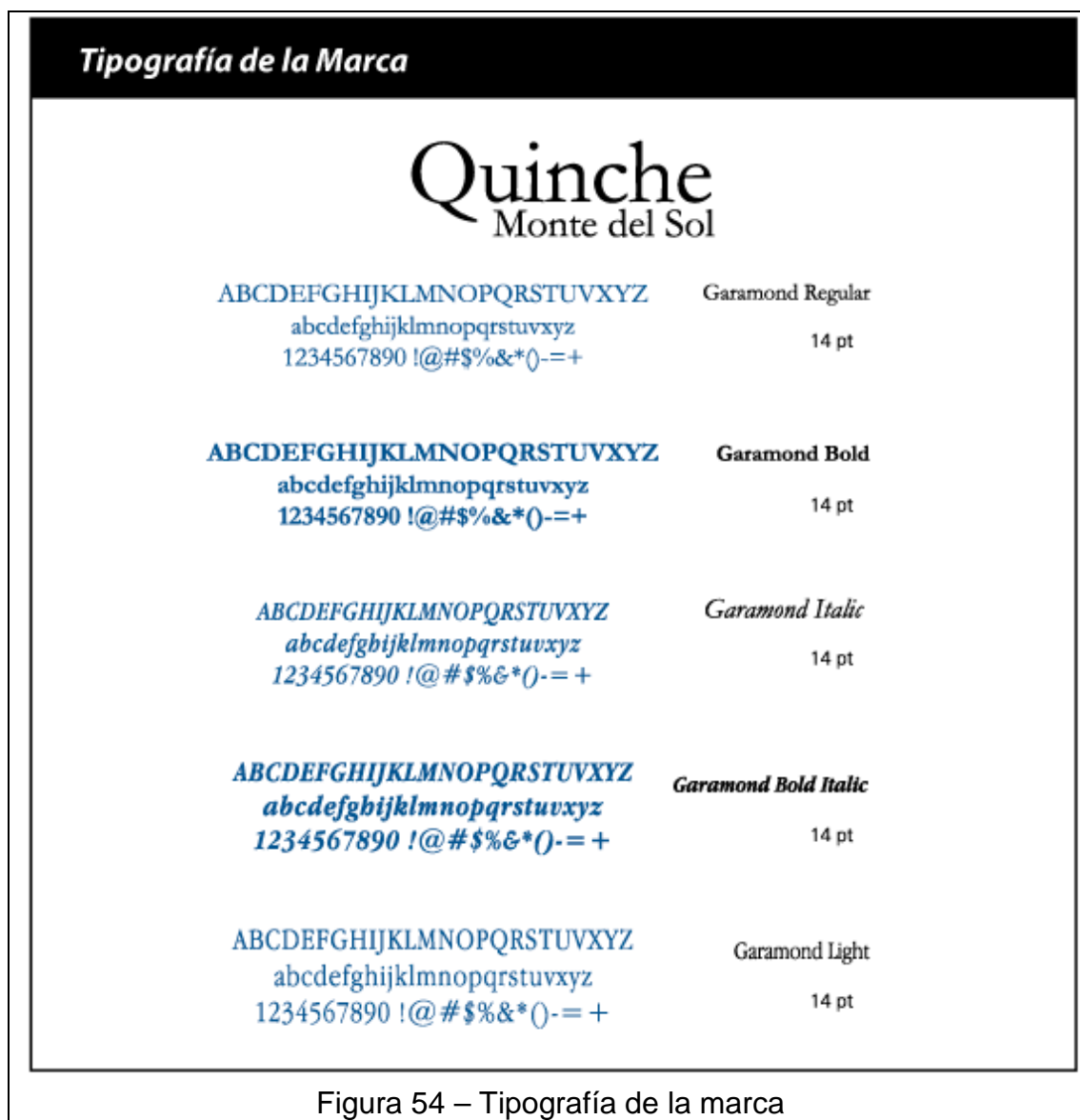


Síntesis gráfica: Para formar el ícono de la marca se unieron estos dos elementos, los cuales se vinculan claramente; dicha unión justifica los valores presentes en los trabajadores y habitantes de la parroquia, así como la religión, la Virgen despiertan estos valores en los habitantes y visitantes.

Es primordial tomar en cuenta que los íconos se unen mediante conceptos de interrelación de la forma. Específicamente conceptos de "Penetración", en el cual las formas se acercan y se cruzan una sobre otra y se vuelven transparentes generando un espacio nuevo entre esta unión

5.2.2 Tipografía de la Marca

Es el aspecto escrito de la marca, está constituido por el nombre de la parroquia y su significado. La familia tipográfica aplicada es la “Garamond” la cual fue diseñada por Claude Garamond en el siglo XVI en Francia, es una fuente Serif Old Style.



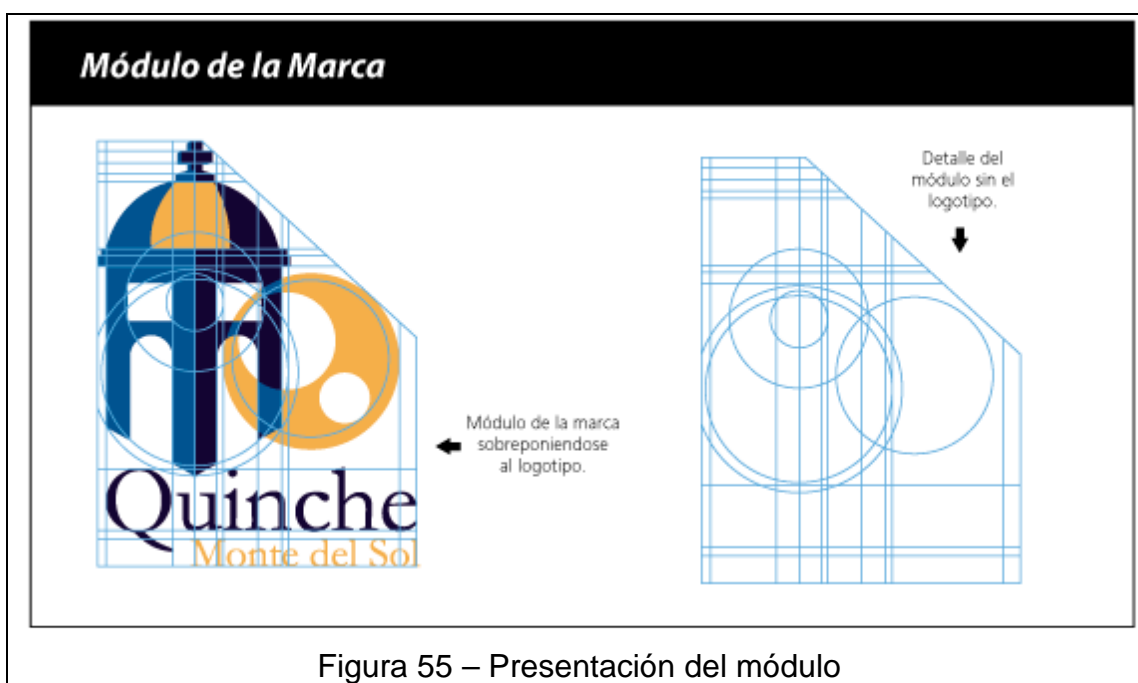
La tipografía institucional de la parroquia del Quinche es la “Garamond” con sus respectivas variaciones descritas en esta página, fue seleccionada por el contraste que genera con los íconos y como éstos se adaptan a las formas de la tipografía, además de ser extremadamente legible al momento de escalar a la marca a su mínimo tamaño.

5.2.3 Generación del módulo de la Marca

Muchos logotipos son construidos bajo una grilla que delimita al mismo. Pero el hecho de utilizar un módulo geométrico es mucho más eficiente ya que este se adapta y abraza las formas presentes en el logotipo.

Este módulo se genera al entender la composición del logotipo y que figura geométrica lo engloba en su totalidad. En este caso fue un triángulo rectángulo. Luego se generan líneas que hagan contacto con los componentes del logotipo y que vayan de extremo a extremo dentro de la figura “madre”.

Además de líneas se pueden utilizar otras figuras que puedan englobar ciertos elementos del logo, como en este caso que se utilizó círculos para realizarlo. Por último se elimina elementos que queden fuera del módulo.



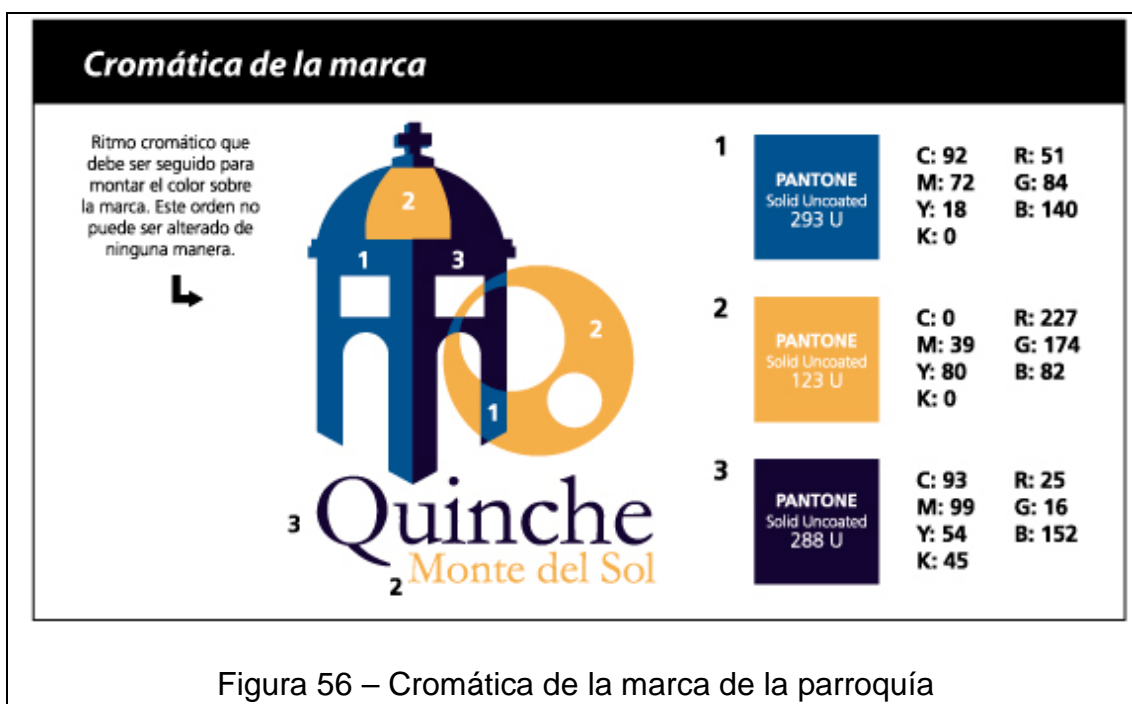
En la presente página se presenta el módulo de la marca, que subdivide la totalidad del logotipo en sus respectivas partes, a la vez indica qué proporción ocupa cada elemento. Los elementos deberán mantener siempre las relaciones que les han sido asignadas y no podrán ser modificadas de ninguna manera o en ninguna forma.

5.2.4 Esquemas de color de la Marca

El color es un componente de apoyo muy significativo dentro de la identidad de la parroquia, ya que los mismos fueron obtenidos mediante una metodología experimental que nos permitió obtener paletas de color presentes en los lugares más representativos.

La cromática presentada a continuación fue escogida a partir de analizar cada una de las posibles opciones

Al momento de montar la paleta de color dentro de la estructura del logotipo se siguió un ritmo específico y organizado el cual permitió que se genere contraste y volumen en la marca.



Para que la marca conserve sus propiedades, se debe siempre utilizar los colores de la paleta planteada para la parroquia del Quinche. Se debe respetar el orden del color al momento de usarlo en tricromía, ya que si se cambia el orden se alteraría por completo la forma y volumen del logotipo.

5.2.5 Opciones secundarias de color

La paleta de colores propuesta se convierte en un elemento de identificación por lo tanto pueden ser utilizada de forma autónoma. Es por esto que a continuación se plantea el uso de la marca a una sola tinta. Para que la marca conserve sus propiedades, se debe siempre utilizar los colores de la paleta planteada para la parroquia.

No se deben utilizar colores o tonalidades que no sean las planteadas en este manual porque cambiaría por completo el concepto, forma y contexto de la marca.



Figura 57 – Opciones de color de la marca

5.2.6 Auxiliares de la Marca de la Parroquia del Quinche

Los auxiliares de marca contribuyen a enriquecer el sistema de identidad visual de la marca de la parroquia, aportan variabilidad y adaptabilidad a la misma. Es por esto que en la siguiente sección se explicaran los íconos que conforman el banco de estructuras auxiliares de la marca los cuales pueden ser empleados de diferentes maneras sobre elementos de comunicación o diagramación.

Cuando se inició el proceso de trabajo para generar la imagen visual de la parroquia, se realizó un proceso de investigación de estructuras representativas dentro de toda la ciudad, tomando en cuenta conceptos de forma, fondo y función, utilizando esta triada se encontraron conceptos como: integración, equidad, cooperación, sustentabilidad, salubridad, progreso, respeto, comunidad, entre otros. De estos conceptos se elaboraron tanto las paletas de color como la estructura de los posibles isotipos de la marca.

Una vez que se montaron las paletas de colores sobre los isotipos se encontraron cuales funcionaban. Son estos los que serán utilizados como auxiliares de marca.

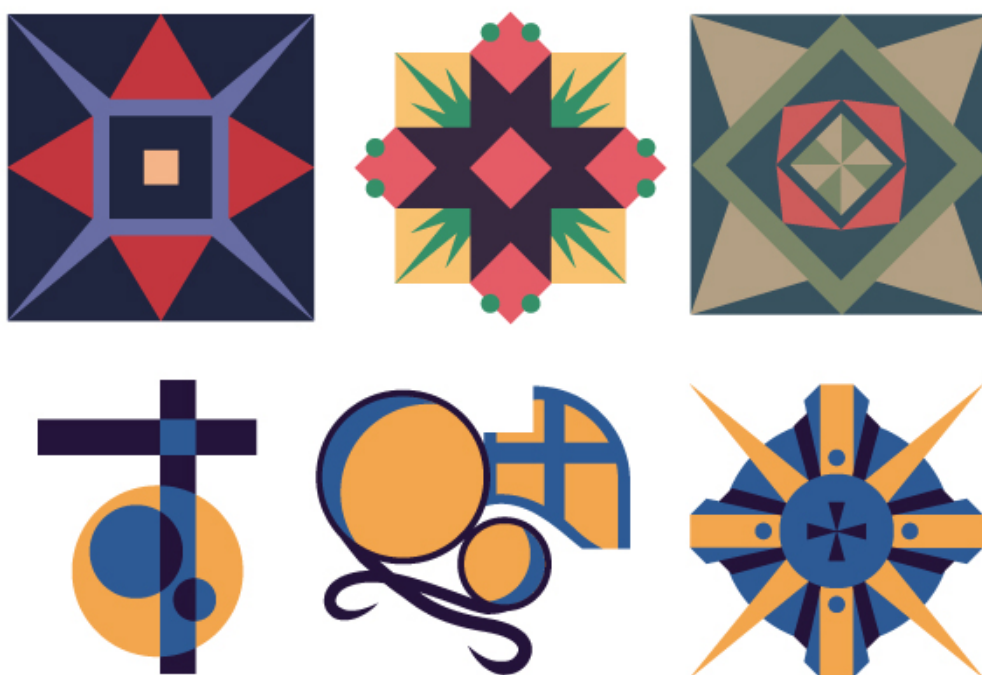



Figura 58 – Íconos auxiliares de la marca de la parroquia

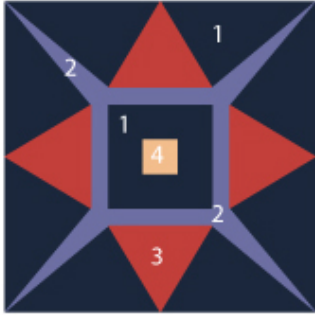
5.2.6.1 Auxiliar de marca - Ícono de Amparo

El primer ícono nació de la estructura de elementos ornamentales presentes dentro de la Iglesia. Su paleta se generó del concepto de “Apoyar” que puede significar: secundar, defender, ayudar, proteger, auxiliar, amparar, animar, avalar, asistir, patrocinar, estimular, favorecer, respaldar, reafirmar, entre otros significados.

Explicación del ícono de apoyo




Este ícono se generó del concepto de soporte ya que se inspiró en elementos ornamentales presentes en las columnas de la iglesia de la Virgen.




Ritmo Cromático

1	PANTONE Solid Coated 533 C	C: 95 M: 89 Y: 58 K: 90	R: 22 G: 39 B: 59
2	PANTONE Solid Coated 5265 C	C: 68 M: 61 Y: 12 K: 0	R: 107 G: 109 B: 159
3	PANTONE Solid Coated 180 C	C: 12 M: 89 Y: 76 K: 11	R: 170 G: 69 B: 60
4	PANTONE Solid Coated 473 C	C: 2 M: 33 Y: 48 K: 0	R: 229 G: 187 B: 141

15 mm



Tamaño Mínimo
del Ícono



Ícono en positivo
y negativo


La paleta de colores que forma parte de este ícono, resultó de la variable FORMA paleta #4 con el criterio de “Apoyo”. Esta paleta de colores se utilizará al momento de crear cualquier material impreso o digital cuyo tema sea: ayuda, amparo, defensa, auxilio, patrocinio, protección, socorro.

Figura 59 – Diagrama explicativo ícono de apoyo o amparo


5.2.6.2 Auxiliar de marca - Ícono de Homenaje

El segundo ícono fue generado de la estructura de ornamentos presentes dentro de la Iglesia. La paleta cromática que se aplicó en el ícono nació del concepto de “Homenaje” cuyos sinónimos son: ofrenda, ofrecimiento, admiración, cortesía, consideración, respeto, obsequio, honra, honores, veneración, recompensa, premio, estímulo.

Explicación del ícono de Homenaje

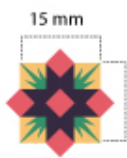


Este ícono se generó del concepto de homenaje ya que se inspiró en elementos ornamentales presentes en la corona del Niño Jesús, parte de la escultura de la virgen del Quinche.




Ritmo Cromático

1	PANTONE Solid Coated 7449 C	C: 78 M: 83 Y: 51 K: 46	R: 54 G: 46 B: 61
2	PANTONE Solid Coated 340 C	C: 65 M: 0 Y: 61 K: 30	R: 102 G: 143 B: 106
3	PANTONE Solid Coated 1215 C	C: 0 M: 25 Y: 65 K: 0	R: 237 G: 201 B: 117
4	PANTONE Solid Coated 178 C	C: 0 M: 79 Y: 51 K: 0	R: 203 G: 102 B: 102



Tamaño Mínimo
del Ícono



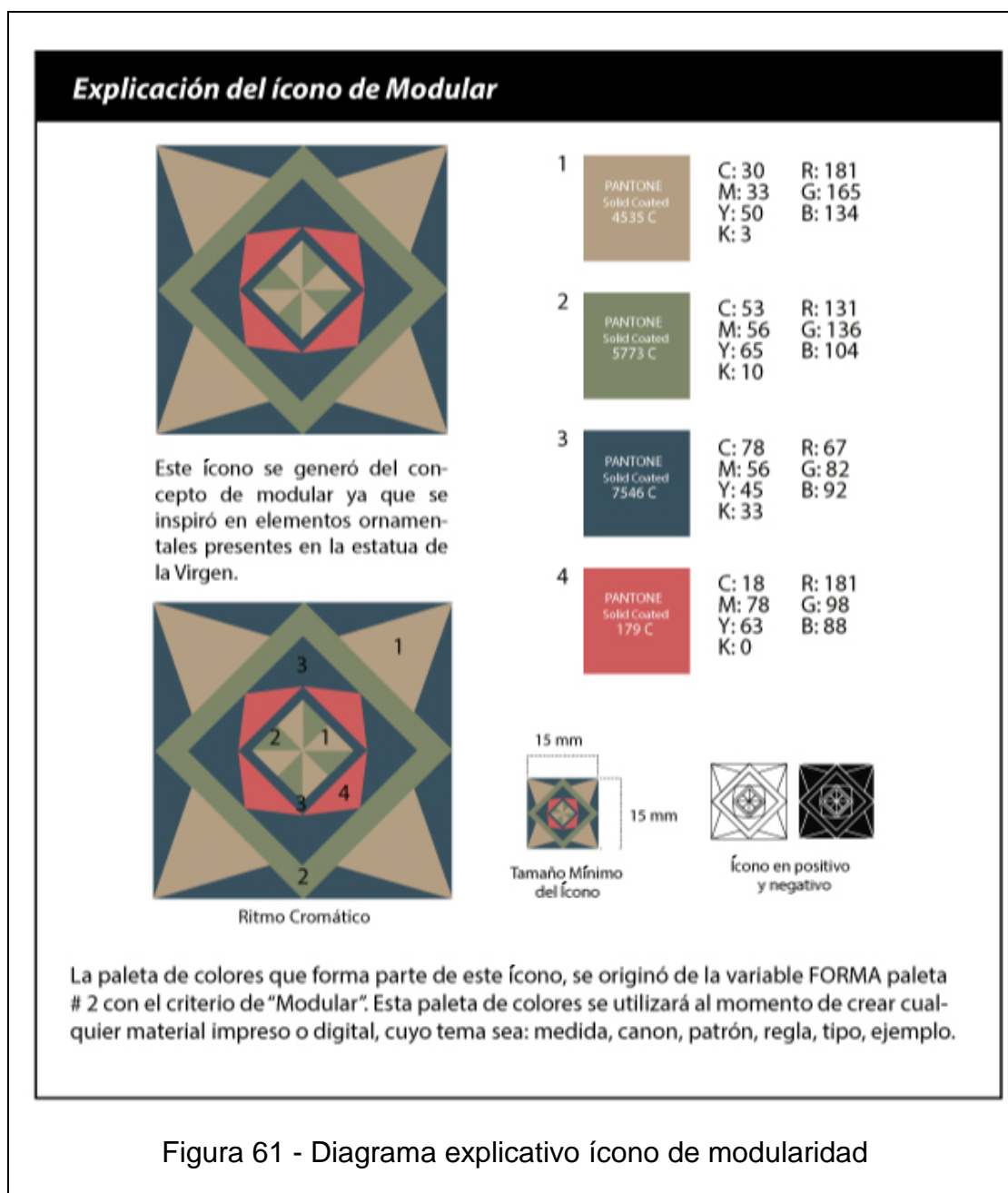
Ícono en positivo
y negativo

La paleta de colores que forma parte de este ícono, surgió de la variable FONDO paleta # 2 con el criterio de “Homenaje”. Esta paleta de colores se utilizará al momento de crear cualquier material impreso o digital cuyo tema sea: entrega, donación, oblación, sufragio, dádiva, obsequio, regalo.

Figura 60 - Diagrama explicativo ícono de homenaje

5.2.6.3 Auxiliar de marca - Ícono de Modularidad

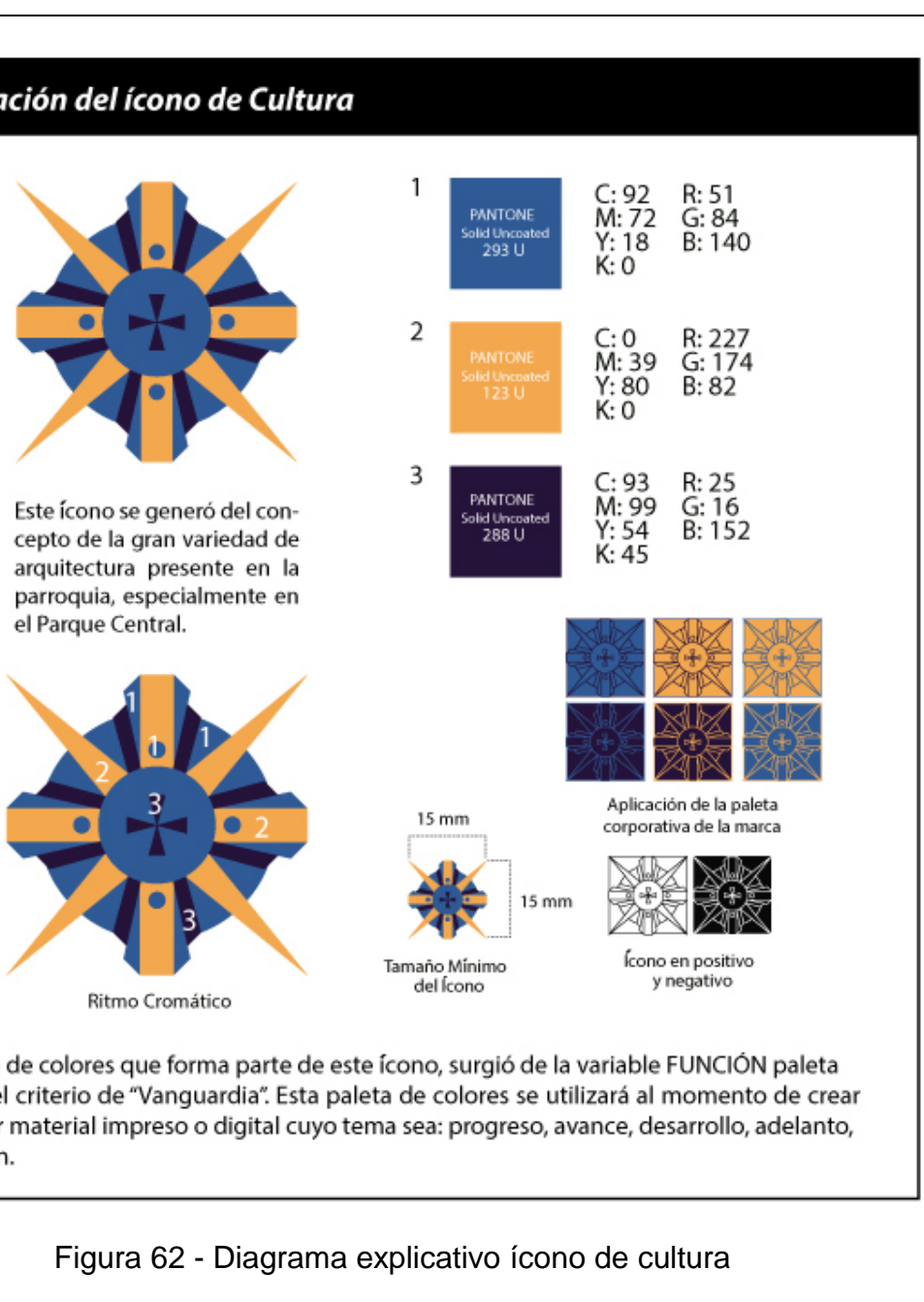
El Tercer ícono emergió de la configuración de elementos ornamentales presentes en la corona de la imagen de la Virgen del Quinche. La paleta que se aplicó se basa en el concepto de “Modular” que viene de la palabra “Módulo” cuyos sinónimos son: medida, canon, patrón, regla, tipo, ejemplo.



5.2.6.4 Auxiliar de marca - Ícono de Cultura

El ícono de Cultura se basó en las líneas perpendiculares y circulares presentes dentro de la mayoría de la arquitectura, los ornamentos de la Iglesia y el parque central. Mediante el contraste de color el ícono gana volumen o tridimensionalidad semejándose a componentes religiosos.

Explicación del ícono de Cultura



Este ícono se generó del concepto de la gran variedad de arquitectura presente en la parroquia, especialmente en el Parque Central.

Ritmo Cromático

La paleta de colores que forma parte de este ícono, surgió de la variable FUNCIÓN paleta # 2 con el criterio de "Vanguardia". Esta paleta de colores se utilizará al momento de crear cualquier material impreso o digital cuyo tema sea: progreso, avance, desarrollo, adelante, evolución.

1	PANTONE Solid Uncoated 293 U	C: 92 M: 72 Y: 18 K: 0	R: 51 G: 84 B: 140
2	PANTONE Solid Uncoated 123 U	C: 0 M: 39 Y: 80 K: 0	R: 227 G: 174 B: 82
3	PANTONE Solid Uncoated 288 U	C: 93 M: 99 Y: 54 K: 45	R: 25 G: 16 B: 152

Aplicación de la paleta corporativa de la marca

Tamaño Mínimo del Ícono: 15 mm


Ícono en positivo y negativo

Figura 62 - Diagrama explicativo ícono de cultura


5.2.6.5 Auxiliar de marca - Ícono de Sustento

El ícono de Sustento se originó en los principios de “mantenimiento, manutención, alimento, sostenimiento, sostén, apoyo, soporte, base”. Es por esto que la estructura del ícono se compone de la simplificación de la Virgen con el Niño Jesús en sus brazos y de los vitrales de la Iglesia.

Explicación del ícono de Sustento




Este ícono fue inspirado por los valores que la Virgen de El Quinche despierta en los habitantes de la parroquia, en especial de la imagen materna y de “sustento” que la Virgen inspira.




Ritmo Cromático

1	PANTONE Solid Uncoated 293 U	C: 92 M: 72 Y: 18 K: 0	R: 51 G: 84 B: 140
2	PANTONE Solid Uncoated 123 U	C: 0 M: 39 Y: 80 K: 0	R: 227 G: 174 B: 82
3	PANTONE Solid Uncoated 288 U	C: 93 M: 99 Y: 54 K: 45	R: 25 G: 16 B: 152




Aplicación de la paleta corporativa de la marca

17 mm



Tamaño Mínimo del ícono

16 mm



Ícono en positivo y negativo

Figura 63 - Diagrama explicativo ícono de sustento

5.2.6.6 Auxiliar de marca - Ícono de Cooperación

Este último ícono emerge del concepto de “Cooperación” cuyos sinónimos son colaboración, contribución, asistencia, ayuda, auxilio, apoyo, socorro, sufragio, subvención. Está compuesto por dos elementos entrelazados entre sí, una cruz y una simplificación de la Virgen. En el ícono se presenta una alta interrelación de las formas, en este caso la intersección de formas crean formas nuevas.

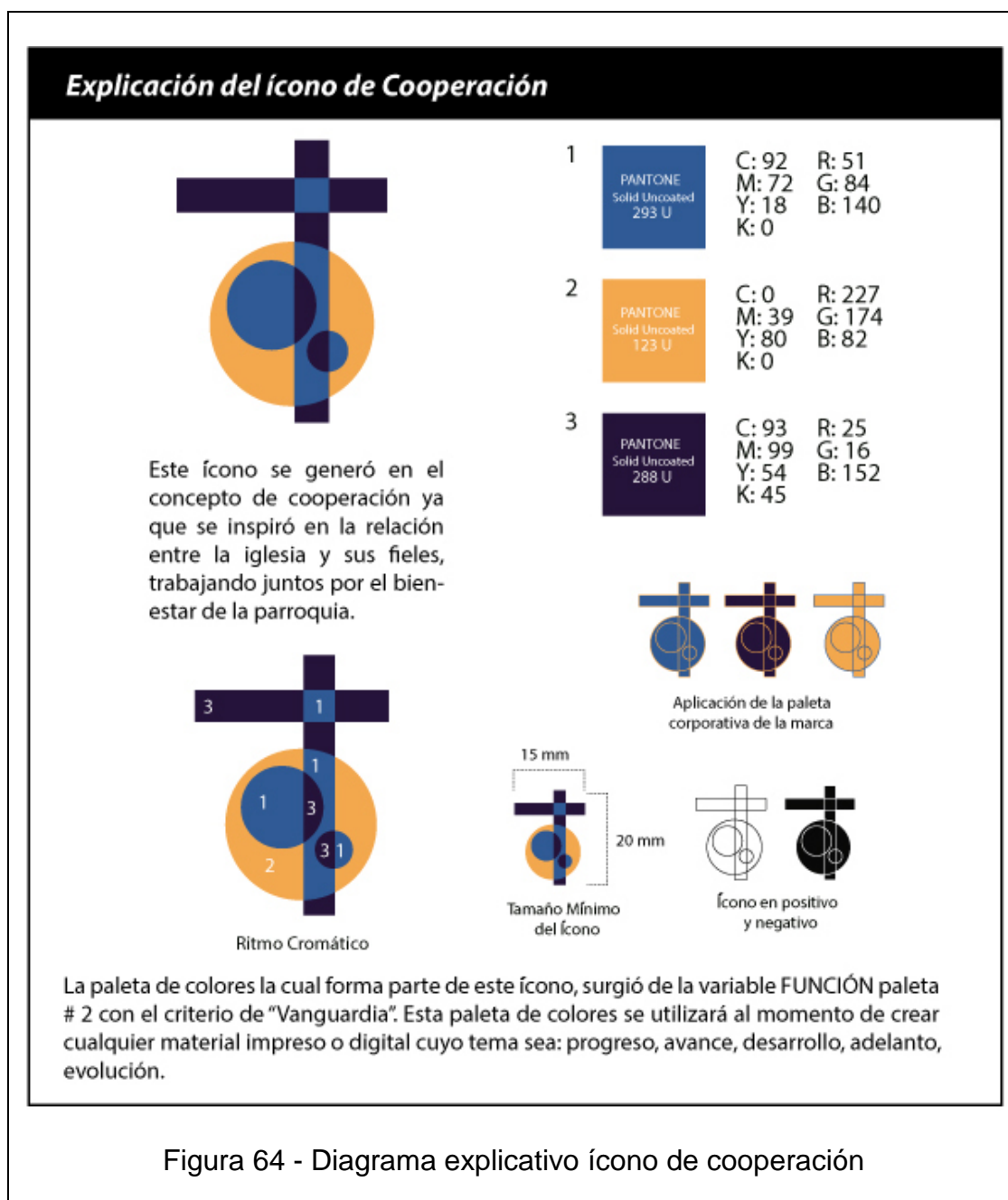
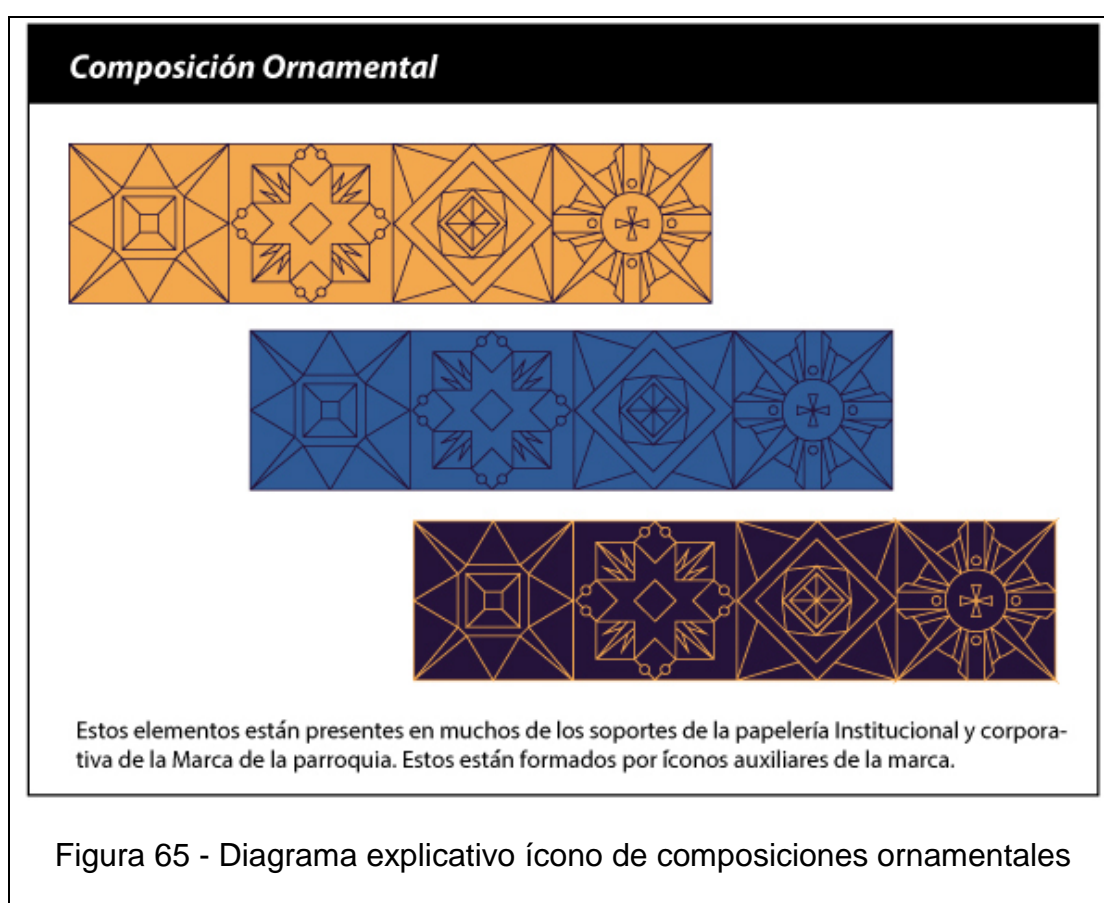


Figura 64 - Diagrama explicativo ícono de cooperación

5.2.6.7 Auxiliar de marca - Composición Ornamental




En muchos de los elementos que compondrán la propuesta de papelería institucional y corporativa de la parroquia se notará la presencia de esta composición entre ciertos íconos auxiliares. Los íconos que la conforman son: de apoyo, de homenaje, de módulo y de cultura, en ese orden; el cual debe ser respetado y nunca cambiado. Esta composición podrá estar presentada en diferentes combinaciones de color según el tema o la ocasión del producto impreso o digital. Es recomendable guiarse por las especificaciones de cada ícono auxiliar presentado en este manual.



5.2.6.8 Logos de las Asociaciones

Dentro del Parque Central del Quinche podemos encontrar a trabajadores autónomos, los cuales se han agrupado en asociaciones, que podrán ser vinculadas a los auxiliares de la marca para poder identificarlas, además de darle una imagen única a cada una de ellas. Las asociaciones y el ícono al que fueron vinculadas están presentadas en esta página.

Tabla 3 – Asociaciones del parque central del Quinche

 <p>Asociación 10 de Marzo</p>	<p>La asociación 10 de Marzo, está conformada por todos los trabajadores que se encargan de vender alimentos y platos típicos. Ellos están ubicados al oeste de la entrada al Santuario de la Virgen, prestando sus servicios a los transeúntes. Se decidió vincularlos con el ícono de Sustento por los alimentos producidos.</p>
 <p>Asociación 8 de Mayo</p>	<p>La asociación 8 de Mayo está compuesta por los conductores de bicicletas que se encargan de transportar la mercancía de otras asociaciones. Esta asociación trabaja a altas horas de la madrugada transportando la mercancía y alimentos. Es por esto que se decidió vincularlos con el ícono de cooperación.</p>
 <p>Asociación 20 de Junio</p>	<p>En la asociación 20 de Junio trabajan todos los vendedores que distribuyen artículos de vestir, como sacos, ponchos, bufandas y carteras confeccionadas de lana. Ellos están ubicados al oeste de la entrada al santuario, prestando sus servicios a los transeúntes del lugar. Se decidió vincularlos con el ícono de Apoyo.</p>

 <p>Asociación de tercenas Virgen del Quinche</p>	<p>La asociación de Tercenas de la Virgen del Quinche desempeña sus labores alrededor del parque, se encargan de vender dulces tradicionales de la sierra ecuatoriana. Al momento de montar sus puestos de trabajo se aprecia la cantidad de color y la modularidad de los productos, es por esto que se decidió vincularlos con el ícono de modular.</p>
 <p>Pequeños comerciantes de la Virgen del Quinche</p>	<p>Siendo la mayoría de estos artículos de uso de los creyentes se descubrió que siguen patrones culturales así que se decidió vincularlos al ícono de cultura.</p>
 <p>Objetos religiosos de la Virgen del Quinche</p>	<p>La asociación de artículos religiosos de la Virgen del Quinche se encarga de vender objetos como crucifijos, anillos, pulseras, llaveros, imágenes, esculturas y cuadros, ellos trabajan al exterior del santuario, utilizando los stands fijos de madera. Ellos son la asociación más antigua del parque es por esto que se decidió brindarles un homenaje vinculándolos con el ícono del mismo nombre.</p>

5.3 Papelería de la marca del Quinche

5.3.1 Papelería institucional - Hojas membretadas A4

La papelería institucional es un cúmulo de soportes para documentos de correo, siendo la aplicación más básica de la marca, debido a esto la papelería debe reflejar todo lo que la marca representa, preservando los valores de donde fue producida, en este caso de la parroquia del Quinche.

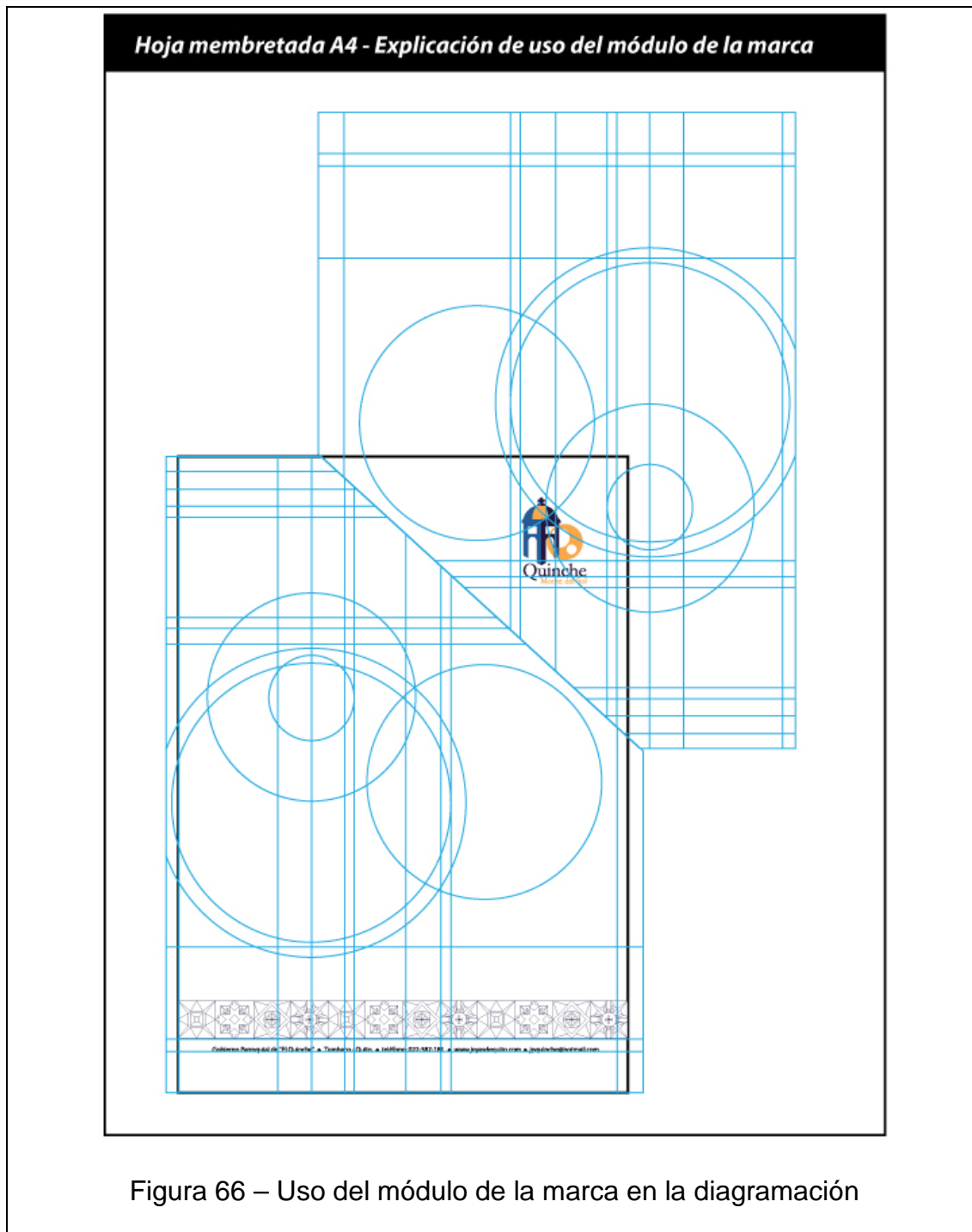
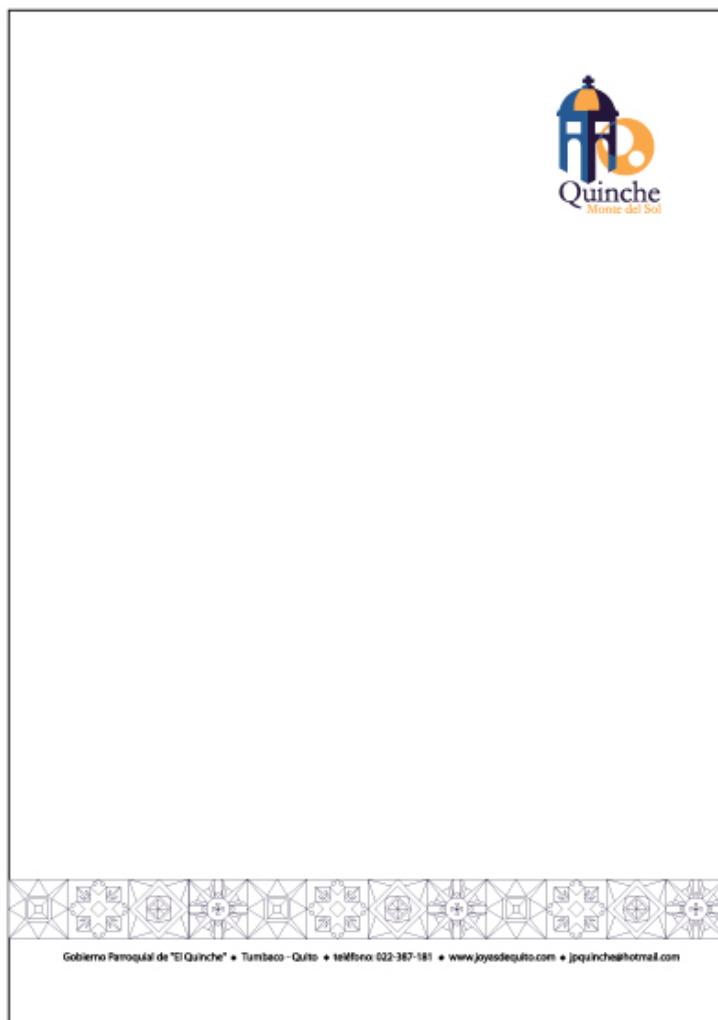


Figura 66 – Uso del módulo de la marca en la diagramación

Hoja membretada A4

Diagramación de la hoja membretada:



Detalle de la información de pie de página:



Figura 67 – Diagramación de la hoja membretada.

5.3.2 Papelería institucional - Tarjetas de Presentación

Las tarjetas corporativas de presentación están compuestas de una cara anterior y posterior en las cuales se presentan ciertos elementos.

En la parte anterior se encuentra la marca acompañada de la composición de auxiliares de aquella, un parche de color perteneciente a la paleta corporativa. La marca puede estar en su versión de tricromía o a una sola tinta.

En el reverso de la tarjeta se encuentra la marca de la parroquia y los datos del empleado o empleada, acompañados de su cargo e información fundamental.



Tarjetas de presentación

Opciones de color de tiro de la tarjeta de presentación:



Figura 69 - Opciones de la tarjeta de presentación

5.3.3 Papelería institucional - Sobres hoja A4 y sobres 9 x 16cm

En esta sección del manual se expondrá la propuesta de los sobres de la marca de la parroquia, los cuales se dividen en 2 tipos: los sobres con la marca a una sola tinta de fondo de la paleta son institucionales, mientras que el sobre en blanco a full color debe ser utilizado para correo corporativo, es decir para clientes o personas ajenas a la institución.



Figura 70 – Diagramación del sobre A4 con el módulo de la marca

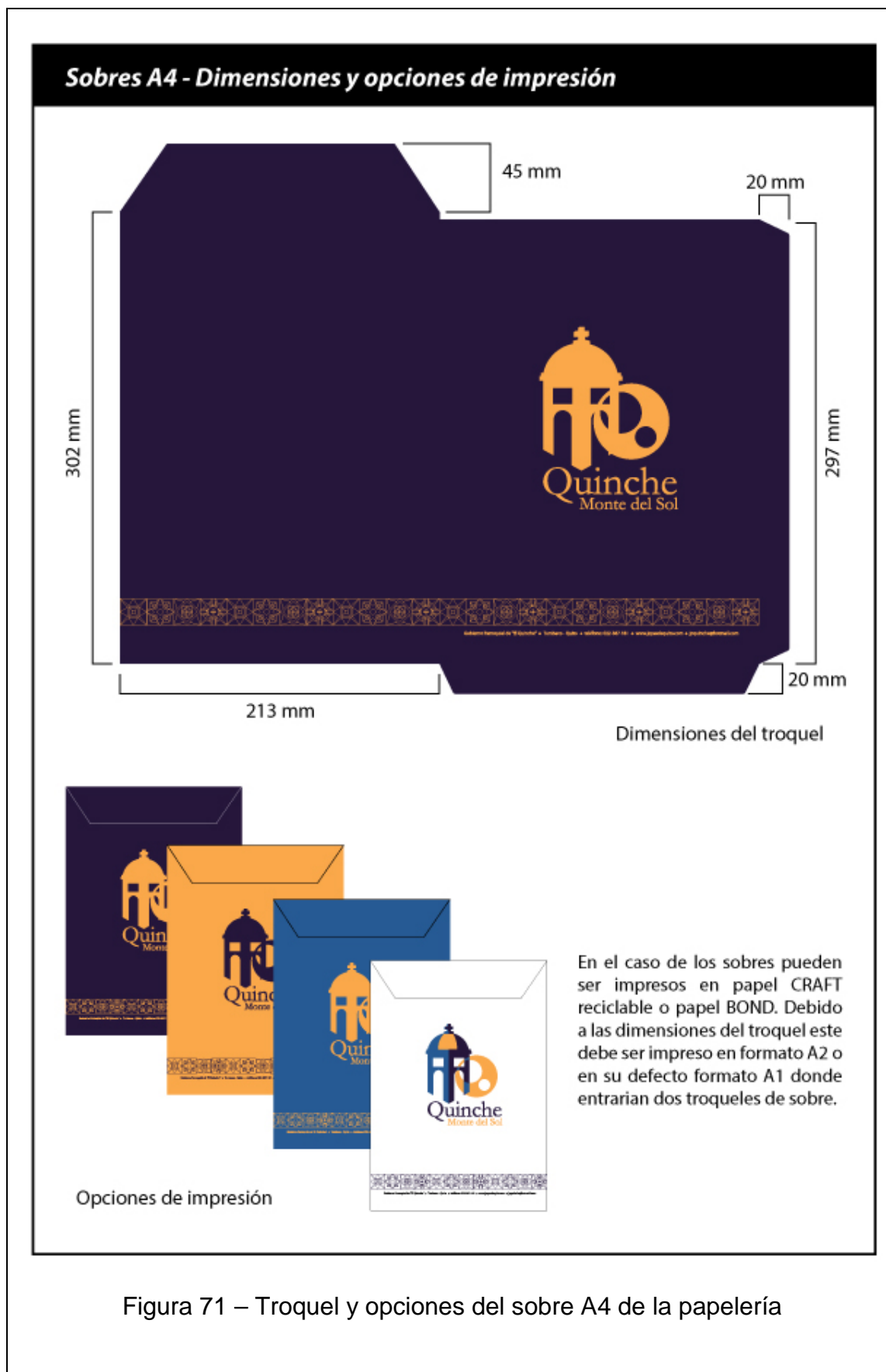


Figura 71 – Troquel y opciones del sobre A4 de la papelería

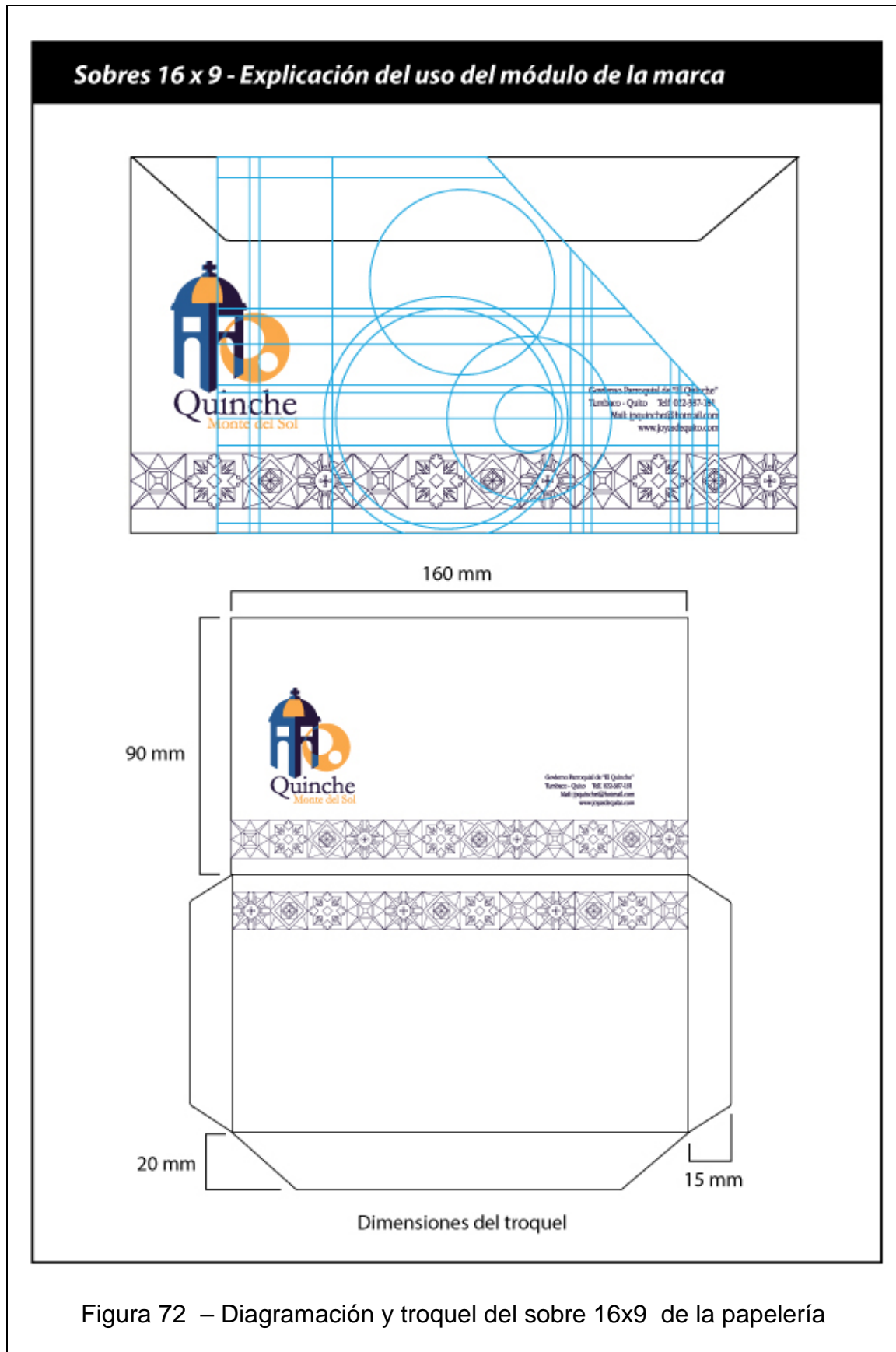


Figura 72 – Diagramación y troquel del sobre 16x9 de la papelería



Figura 73 - Opciones del sobre 16x9 de la papelería

5.3.4 Papelería institucional - Carpetas Corporativas e Institucionales

La carpeta corporativa, es otra parte importante del conjunto de soportes de la papelería, en el caso de la parroquia se exhiben las siguientes propuestas, tanto con el logo en tricromía como con el logo a una sola tinta, a continuación se exponen todas las opciones como el detalle del exterior y el reverso de la carpeta.

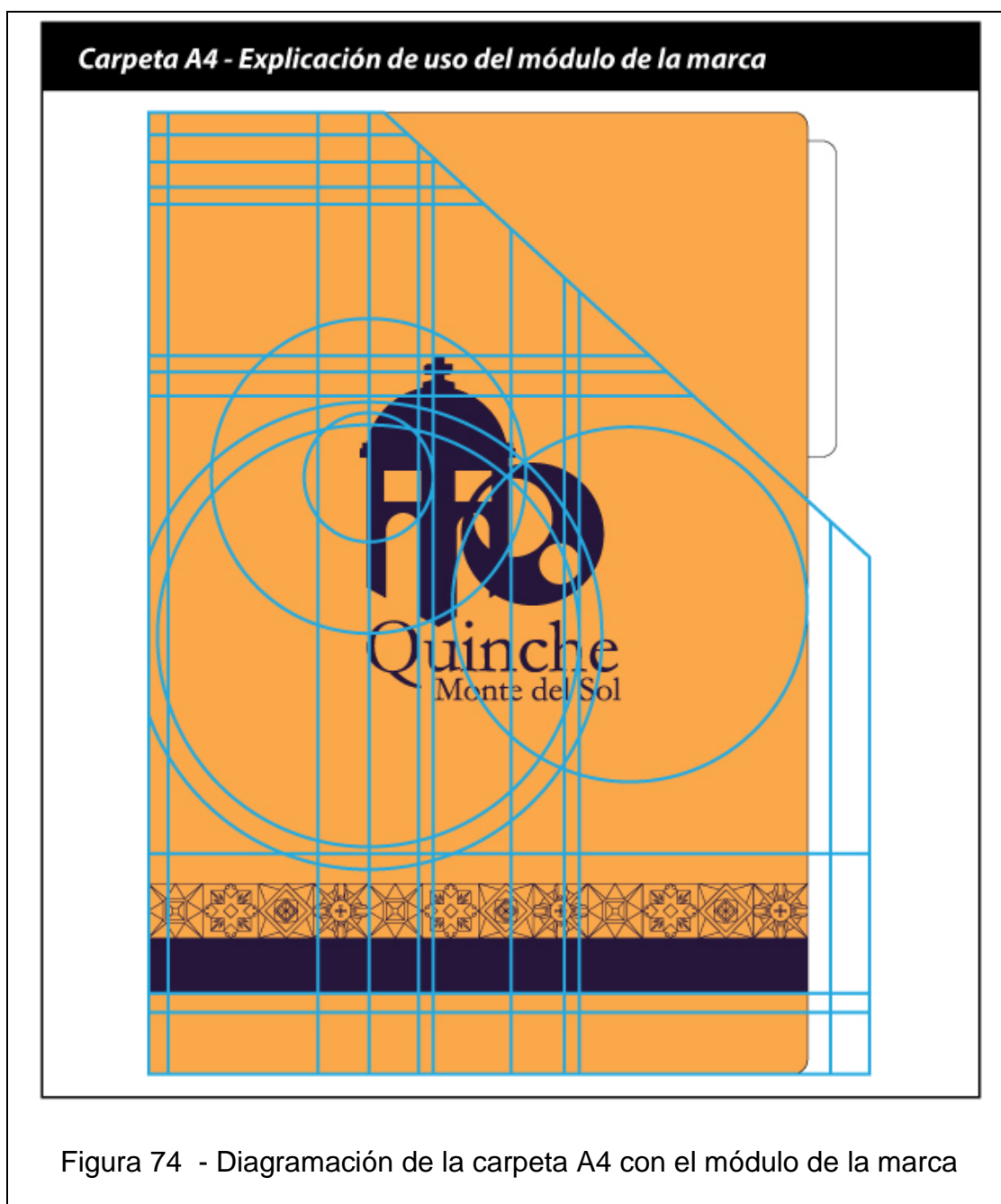


Figura 74 - Diagramación de la carpeta A4 con el módulo de la marca



Figura 75 - Troquel y opciones de carpeta A4

5.4 Material Informativo – Documento de una sola hoja.

En la siguiente sección del manual se explicarán las diferentes partes del material comunicacional de la marca de la parroquia. Los documentos de una sola página deberán llevar el logotipo en la parte superior derecha de la página, y la composición horizontal de los íconos auxiliares de la marca deben ir en la parte inferior a una distancia de 19,6 mm. La hoja tiene líneas horizontales que van desde la parte superior de la misma hasta la parte inferior, están divididas entre sí con un espacio de 9 mm.



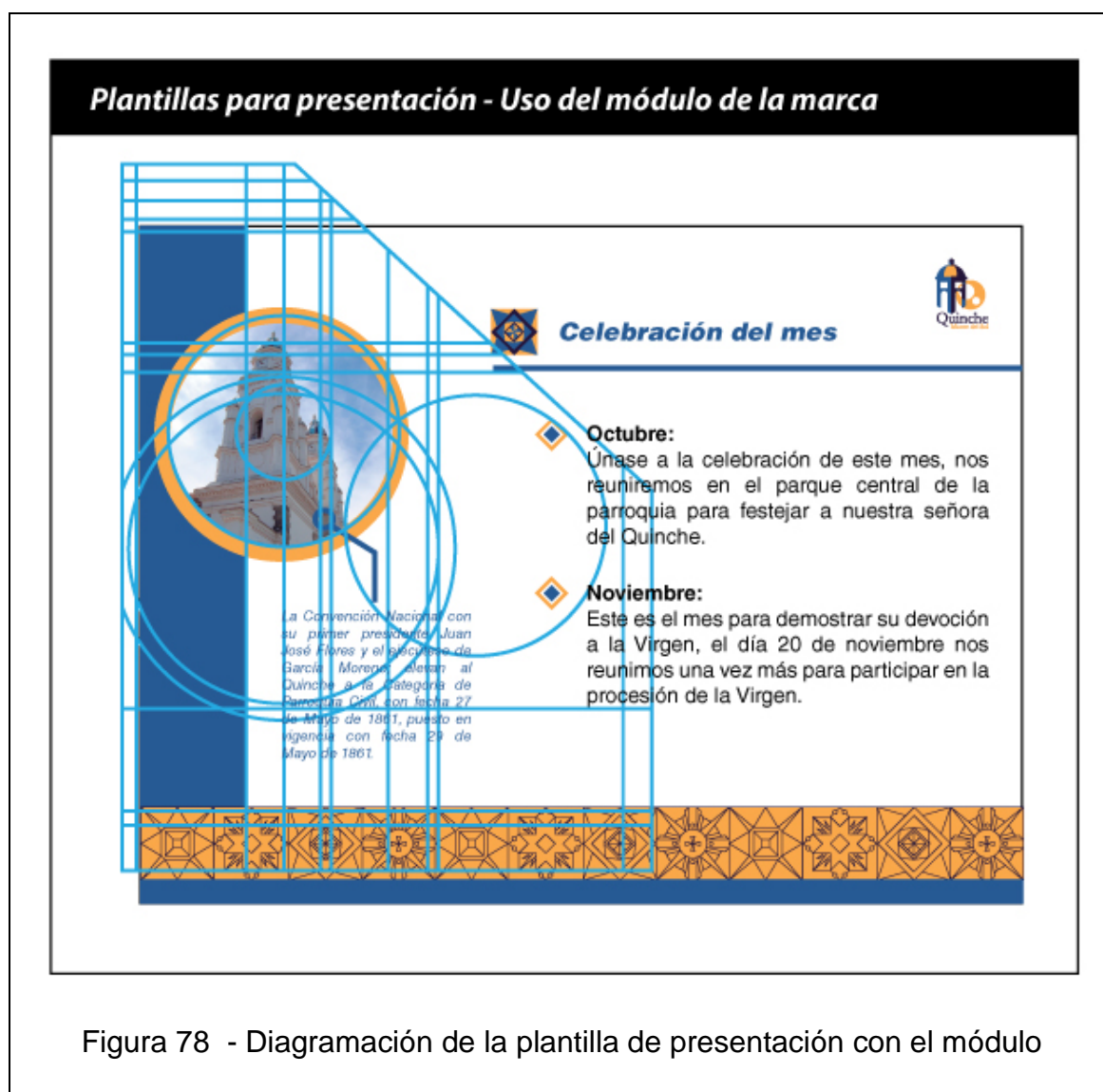
5.4.1 Material Informativo – Documentos de varias hojas

En el caso de documentos que poseen varias hojas es importante que se utilice la misma diagramación del documento de una sola página, que puede tener las líneas de guía o la página puede ser llana. Las portadas del documento deben ser de pasta dura, con la utilización de la marca en bicromía con la disposición de color planteada a continuación, esto no puede modificarse de ninguna manera.



5.4.2 Material Informativo – Plantillas para diapositiva en Powerpoint

El Gobierno Parroquial deberá exponer proyectos o planes de trabajo a un público, mediante una presentación digital. Es primordial seguir la propuesta de plantillas de presentación ya que la diagramación de las mismas surgió del módulo de la marca. Las circunferencias son utilizadas para colocar imágenes que pueden tener una explicación de la misma en su parte inferior. Los cuadros de texto se colocan siempre en la parte derecha de la diapositiva y los encabezados deben llevar uno de los íconos auxiliares en su lado izquierdo.



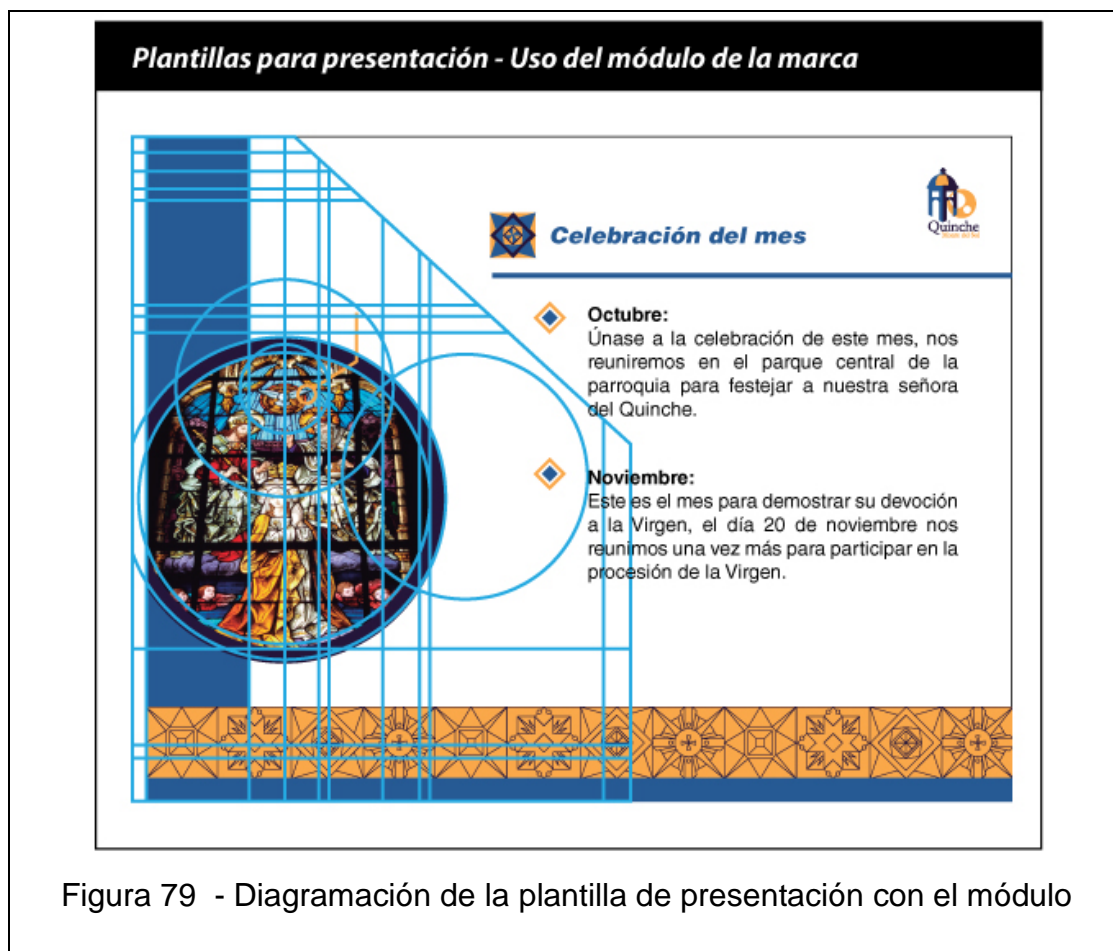


Figura 79 - Diagramación de la plantilla de presentación con el módulo

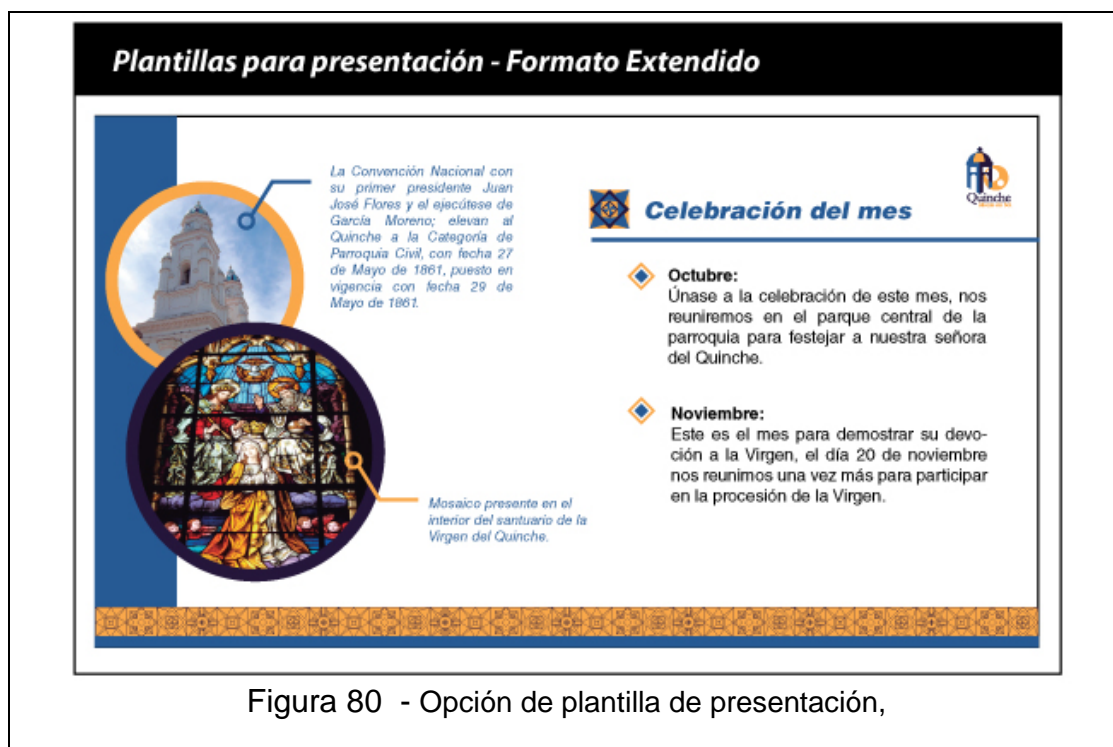


Figura 80 - Opción de plantilla de presentación,

5.4.3 Material Informativo – Plantillas para Pop-ups o publicidad Online

Al momento de realizar publicidad en línea se deben utilizar las plantillas planteadas. Es primordial respetar el uso de cromática y fuentes específicas para evitar romper la lectura, el valor de la marca al momento de mostrarla en una página web.



Figura 81 - Opciones de diagramación para web

Carpeta A4 - Dimensiones y opciones de impresión

La publicidad puede ser mostrada con el fondo de la ventana en blanco o mediante el uso de los colores de la paleta de la marca de la parroquia del Quinche. Esta cromática planteada a continuación no debe cambiar.



La publicidad puede ser dispuesta en ventanas horizontales para exponer una frase o eslogan que invite al usuario a la parroquia.



Figura 83 - Opciones de diagramación para web

5.4.4 Material Informativo – Presentación en teléfonos móviles.

Debido a los avances tecnológicos, es fácil hoy en día acceder a contenidos en línea a través de dispositivos móviles, es primordial explicar el uso de la marca al momento de expresarla en este tipo de medios. En la siguiente sección se aprecian ejemplos claros del manejo de la marca en diferentes circunstancias.



5.4.5 Objetos de Merchandising

En la siguiente sección de este manual se expondrán algunos ejemplos del manejo de la marca al momento de generar material de mercadería como, jarros, bolsas de compras y empaques para productos específicos. La cromática y los esquemas proporcionados a continuación deben ser respetados a cabalidad.

5.4.5.1 Empaque para velas

Todos los comerciantes de la parroquia distribuyen diferentes tipos de mercancía es por esto que se plantean los siguientes ejemplos de empaques para ciertos productos. Es primordial recordar al usuario de este manual que debe seguir las indicaciones al pie de la letra para evitar errores al momento de producir material impreso o digital para la parroquia del Quinche.

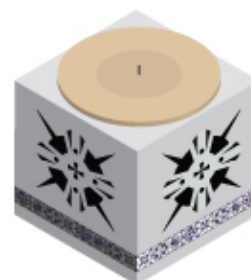
En esta página apreciamos al troquel con detalle de los elementos presentes en el empaque de velas, que será utilizado por los miembros de la Asociación de pequeños comerciantes de la Virgen del Quinche, está compuesto por una estructura cúbica, en sus caras laterales posee un troquel del ícono de cultura, en su parte inferior se encontrará el logo de la asociación acompañado de un texto y el código de barras.

Este empaque posee una tapa que cubre a la primera capa del empaque. La cromática utilizada en el ejemplo es solo una tentativa; ya que se podrá imprimir cajas con los contrastes de la paleta corporativa de la marca.

Troquel para velas - Interior del empaque

Cada cara del cubo que forma este empaque posee las siguientes dimensiones:

Altura: 10 cm
Ancho: 10 cm



Esta es la forma ensamblada del empaque, como podemos apreciar la vela ingresa por el centro y es sujeta por una estructura circular a su alrededor.

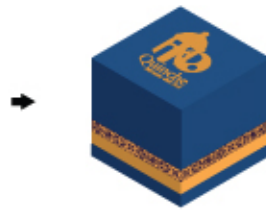


Los troqueles del ícono de cultura no deberan ser cambiados de ninguna manera ya que romperían su legibilidad.

Figura 85 – Troquel del empaque para velas (Interior)

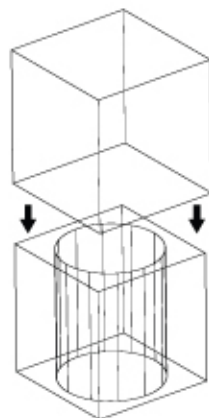
Troquel para velas - Exterior del empaque

Esta parte del empaque constituye otra estructura cúbica, que hará la función de tapa en el empaque, encajando perfectamente sobre la estructura anterior.



Las dimensiones de cada cara de esta estructura son:

Alto: 10,2 cm
Ancho: 10,2 cm



Explicación de cómo se ensambla el empaque y su apariencia final sobre los stands de venta.

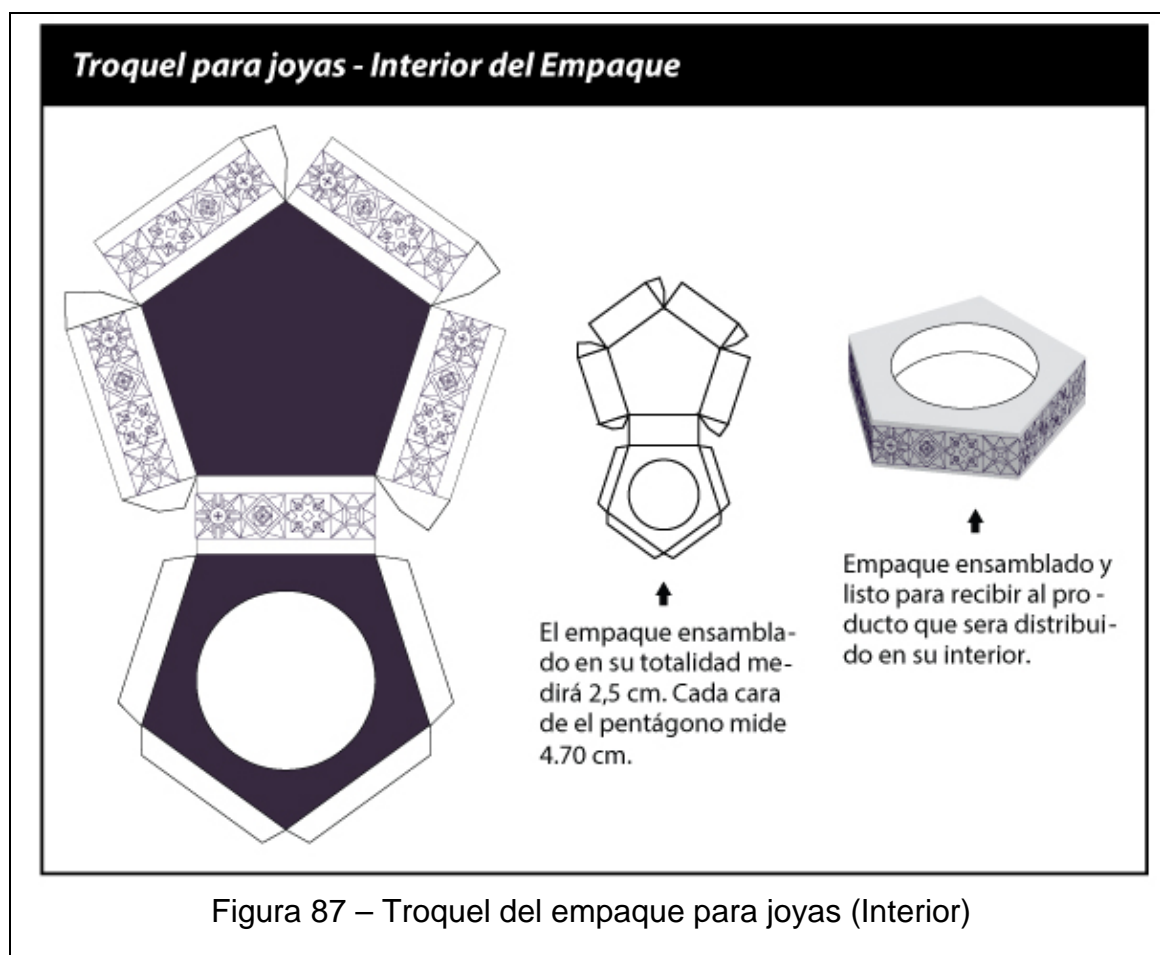


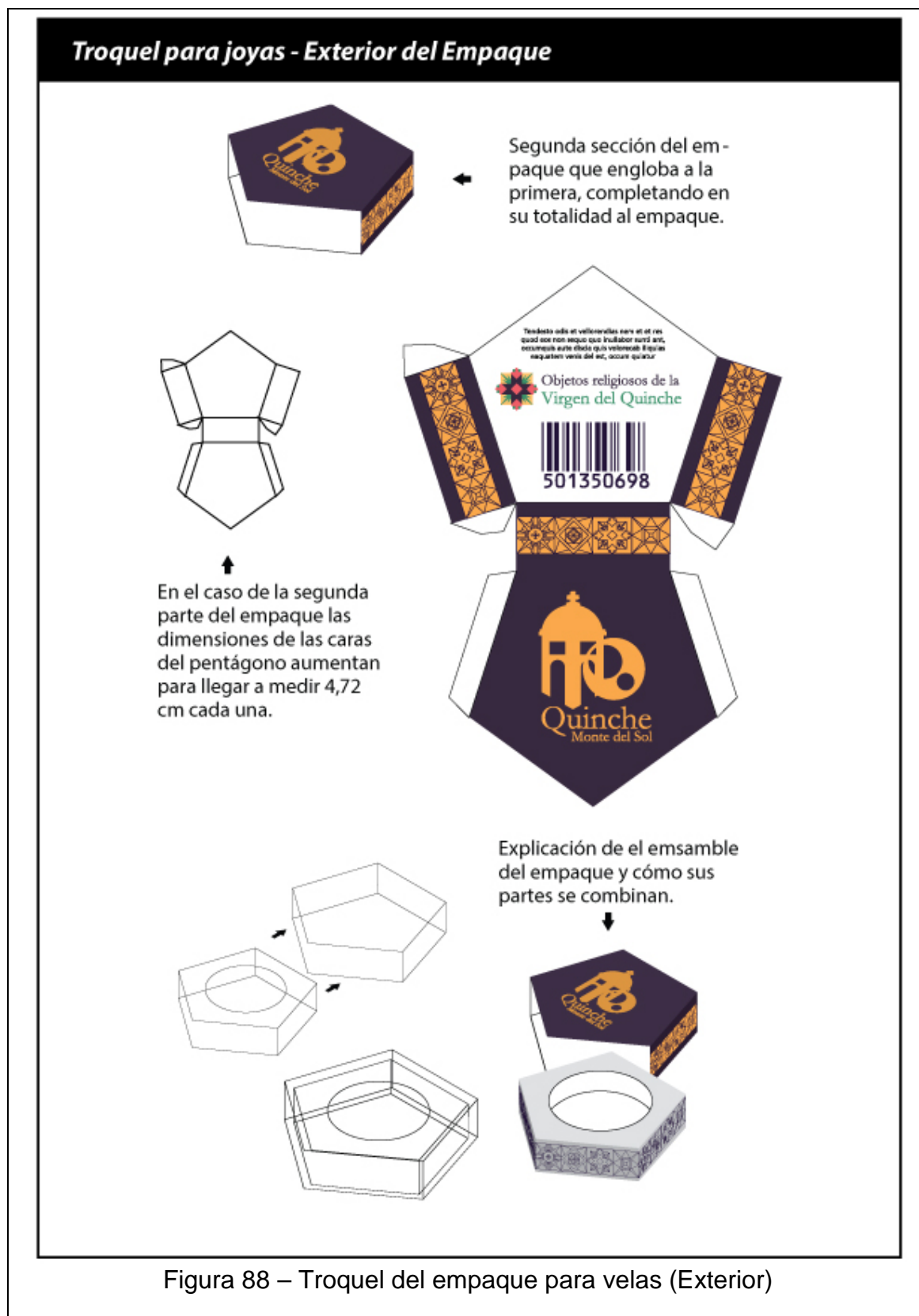
Figura 86 – Troquel del empaque para velas (Exterior)

5.4.5.2 Empaque para joyas

En el caso de los comerciantes de la Asociación de Artículos Religiosos de la Virgen del Quinche, se tomó en cuenta el tamaño de la mayoría de mercancía que distribuyen como: collares, pendientes, anillos, llaveros y otros artículos de pequeño tamaño, es por esto que se planteó un empaque que permita colocar y proteger estos artículos al momento de distribuirlos. En esta sección se puede apreciar el troquel del empaque, con todos sus detalles.

El troquel está compuesto de dos secciones; una que contendrá la mercancía y otra que cubrirá a la primera. Es fundamental aclarar que no se deben cambiar ninguno de los tamaños, tipografías o cromáticas que están presentes en esta propuesta. Este empaque puede ser impreso en diversas combinaciones propuestas en la paleta corporativa de la marca de la parroquia.





5.5 Aplicación de técnicas de diseño industrial para stands de venta para la A.A.R.V.Q.

El desarrollo de la propuesta industrial está basado en las metodologías de Diseño planteadas por Burdek y Munari.

5.5.1 Formulación del problema

Después de haber ejecutado varias visitas a la parroquia del Quinche, específicamente a las inmediaciones del parque central, se pudo apreciar la problemática presente en los diferentes puntos de venta alrededor del Santuario de la Virgen, seis asociaciones trabajan realizando actividades exclusivas como la venta de alimentos, ropa, artículos, golosinas, etc.

Al tener una diferencia marcada entre las necesidades de cada una de las asociaciones se decidió trabajar con una sola para lograr incentivar a las demás asociaciones a colaborar en el proyecto.

La asociación elegida para el proyecto fue la Asociación de Artículos Religiosos de la Virgen del Quinche, la cual está compuesta por cincuenta y dos miembros.

Entre la problemática planteada por ellos se encontró lo siguiente:

- Dificultades al momento montar la mercancía en los espacios del stand, tomando en cuenta el factor tiempo.
- Problemática al acercarse la noche ya que no hay fuentes de luz adecuadas para el trabajo de los miembros de la asociación.
- Deterioro de los stands e inseguridad al momento de colocar la mercancía.
- Dificultad para presentar toda la mercancía de manera adecuada ya que el espacio no es bien distribuido.

5.5.2 Definición del problema

Diseñar un objeto (stand de venta) que permita tener un espacio de trabajo adecuado para los miembros de la A.A.R.V.Q. utilizando técnicas y estrategias

de Diseño Industrial, solucionando la problemática que presentan los miembros de la asociación.

5.5.3 Determinación de los elementos del problema

Usuario - entorno: Se tomarán las medidas antropométricas de los usuarios en este caso de los miembros de la A.A.R.V.Q. Se tomará en cuenta como se relacionan los comerciantes con el espacio en el que van a desempeñar sus actividades.

Relación usuario objeto: La apreciación del valor estructural del objeto, por cuanto este tendrá que solucionar problemas del usuario mediante su forma, el stand deberá reflejar las formas, signos e íconos encontrados en la propuesta gráfica ya que esto permitirá una unión entre las dos partes del proyecto.

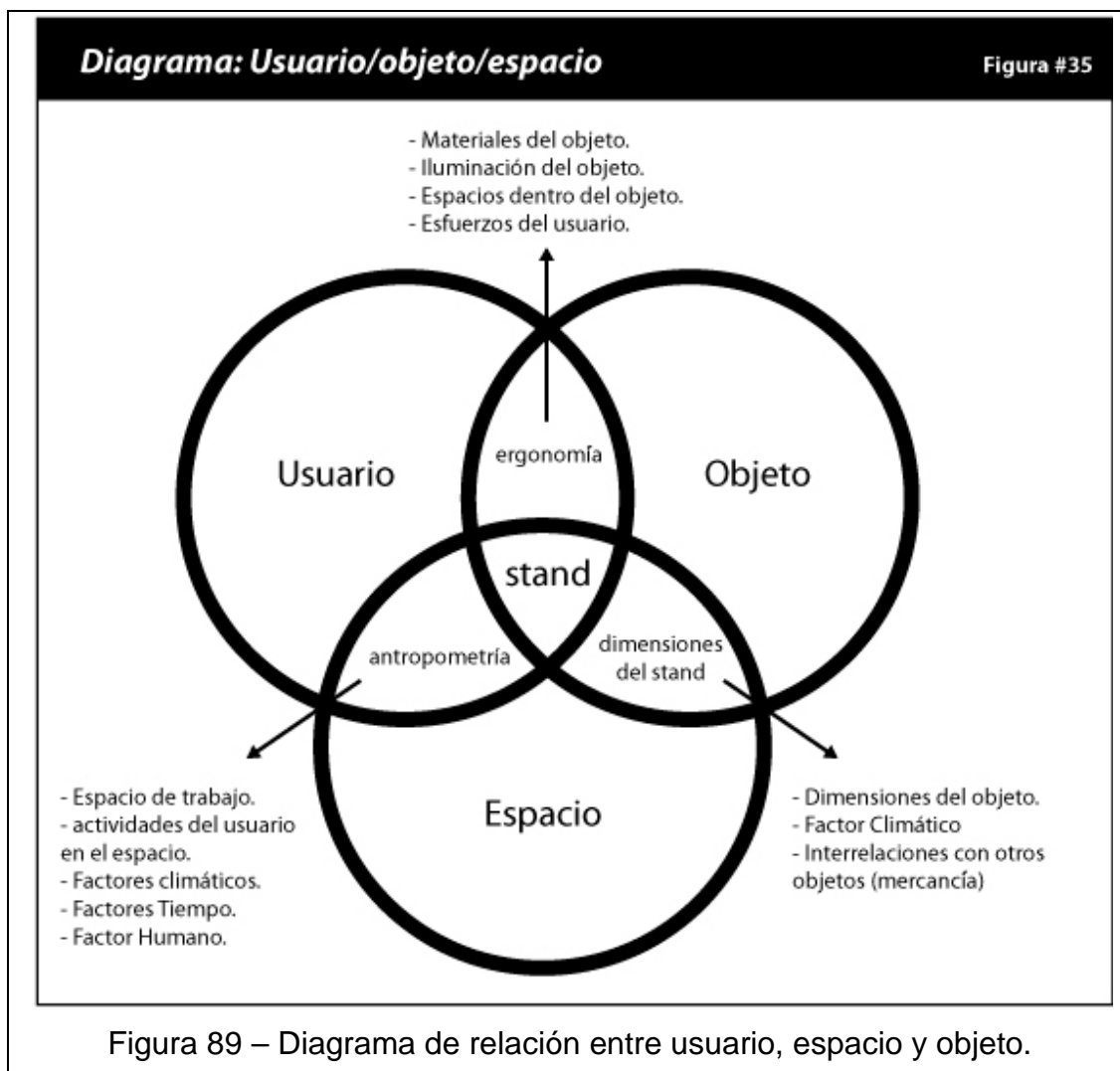
5.5.4 Etapa de investigación

La Real Academia de la Lengua define a la palabra stand como:

(Voz *ingl.*). *Stand*. Instalación dentro de un mercado o feria, para la exposición y venta de productos.

Tomando aquello en consideración el stand es un espacio de trabajo enfocado completamente a la exposición y venta de productos de cualquier índole.

Para poder entender la problemática presente en los stands de venta de la asociación procederemos a dividir el problema en tres variables. Usuario, objeto, espacio.



En la figura anterior se explica cómo se relacionan las 3 variables entre sí, para de esta manera poder entender por completo como deberá funcionar el stand.

Usuario/Objeto: La relación entre el usuario y el objeto es el factor de la ergonomía, se debe dar importancia a las medidas antropométricas del usuario para poder construir el stand en relación a las mismas, la iluminación del stand tiene que estar ubicada según las medidas antropométricas del comerciante, y los espacios en el interior del stand tienen que adecuarse a las dimensiones del usuario especialmente si este presenta alguna discapacidad física (silla de ruedas), por último los esfuerzos que debe realizar el usuario al momento de utilizar los mecanismos presentes.

Usuario/Espacio: Entre el comerciante y el entorno, se debe priorizar las dimensiones que tendrá el stand, para que no sean demasiado grandes o muy pequeñas.

El comerciante y el comprador realizan diferentes actividades en el interior y exterior del stand, éstas deben tomarse en cuenta al momento de plantear la estructura del mismo.

El clima siempre será un factor primordial, debido a que el stand estará en la intemperie, tendrá que proteger al usuario de las inclemencias del tiempo como agua, polvo, arena, sol, frío, calor, etc.

El stand tiene que ayudar al usuario, facilitando las diferentes actividades a realizar de manera más rápida y eficiente. (Colocar la mercancía, venta de productos, facturación).

El usuario, las personas que pueden ser posibles compradores, afectan directamente al entorno del comerciante, el stand debe permitirle solucionar el flujo de compradores.

Objeto/espacio: Las medidas de la estructura del objeto deberán respetar la organización de su alrededor, como postes, otros stands y principalmente la Iglesia, que es allí donde se realizan las actividades de la asociación.

El clima va a afectar directamente al material del stand es por esto que el mismo debe ser resistente, fuerte, versátil, y seguro, para soportar los diferentes factores que pueden causarle algún tipo de estrés.

El stand deberá poder soportar el peso o algún otro factor físico generado por objetos ajenos a él, en este caso sería la cantidad de mercancía que tolere sin romperse.

Conclusiones: El stand de venta enfocado a la Asociación de Artículos Religiosos de la Virgen del Quinche, podrá realizar las siguientes funciones y tolerar los siguientes factores:

Funciones y factores:

- Los sistemas de unión y mecanismos a utilizarse en el stand deben permitir al usuario manipularlos con el menor esfuerzo posible.
- El stand tiene que contar con iluminación adecuada a todas horas tanto en el día como en la noche.
- Los espacios dentro del stand deberán facultar al usuario el desenvolverse en sus diferentes actividades, sin estorbarle, mucho menos lastimarlo.
- El stand tendrá que proteger al usuario como a la mercancía de los factores climáticos de la región: viento, lluvia y sol intenso.
- El puesto de trabajo deberá ser lo suficientemente fuerte para soportar factores externos como el clima, maltrato de parte del usuario o personas ajenas al mismo.
- El comerciante accederá con facilidad a la ubicación de la diferente mercadería, de esta manera acortará el tiempo en esta actividad, que actualmente le lleva de 2 a 3 horas.
- Se podría inclusive plantear la opción de dejar cierta mercancía en el interior del stand.
- El stand deberá soportar el peso de los diferentes artículos que están a la venta como: cuadros, postales, imágenes, esculturas, joyería, entre otros.
- Y por último, el puesto de venta admitirá las normas que el Municipio de Quito plantea en la ley, debe ser fácil de limpiar, tener una fuente de energía propia que le permita iluminarse por sí solo, para no violentar los cajetines de luz de la zona, lo cual es penado por la ley.

5.5.5 Propuesta de técnicas de diseño

Se procederá a utilizar técnicas de diseño industrial, para generar un stand de venta, que cumpla con las funciones mencionadas en la sección anterior, tomando en cuenta los factores que pueden afectar al mismo.

5.5.6 Cuadros de pertinencia para escoger el material

Para la selección de materiales se emplearon las tablas de pertinencias planteadas por Llovet en su estudio.

Se analizó cada enunciado por separado y la frecuencia en la que cada problemática se presenta, para llegar a una conclusión global. (Para ver todos los cuadros revisar anexo 11).

Luego de haber planteado los posibles materiales procedimos a escoger los más viables, a tamizarlos en costos y por las opciones de interrelación de formas que el material nos permite, para optar por la variable más conveniente. (Para ver todos los cuadros revisar anexo 12).

5.5.7 Conclusiones de los cuadros de pertinencia.

- La Asociación de Artículos Religiosos de la Virgen del Quinche, desarrolla sus actividades utilizando stands que poseen los siguientes problemas:
- Los vendedores protegen sus productos con el uso de materiales plásticos y tejidos de fibras naturales (yute o cáñamo), al no existir una estructura que resguarde al usuario y la mercancía, estos se deterioran fácilmente, no brindan seguridad, restándole el valor estético al ambiente.
- Debido a esto necesitamos un material que sea anticorrosivo, resistente a altas temperaturas, lo suficientemente consistente para impedir violaciones al stand y que permita mantener una imagen organizada, ayudando a resaltar la arquitectura de la Iglesia.
- No existe la presencia de una estructura la cual permita guardar la mercancía dentro del stand, para brindar un fácil y seguro almacenamiento, al momento los vendedores guardan su mercadería en cajas de madera y cartón, estas se estropean fácilmente por la repetitiva transportación desde las viviendas hasta el lugar de trabajo; para evitar estos inconvenientes es necesario utilizar un material resistente al agua, a las altas temperaturas, lo suficientemente rígido para conservar una

estructura adecuada, liviano para su fácil manejo y transporte para el almacenamiento de sus productos.

- Al no existir la presencia de luz necesaria en la noche o en la madrugada los vendedores adquieren iluminación de postes de la zona, violando el artículo 46 numeral 6 de la Ordenanza Metropolitana No. 0280, la cual sanciona al infractor con 2 salarios mínimos. Por lo tanto se necesita un sistema de energía renovable de fácil instalación, que no ocupe espacio dentro del stand, en caso de desperfectos ser fácilmente remplazado y que pueda brindar la luz necesaria para facilitar el trabajo de los vendedores. La fuente de luz debe ser de preferencia pequeña pero con la capacidad suficiente para iluminar las áreas de trabajo.
- Los vendedores utilizan clavos doblados para colgar ciertos productos, estos pueden causar lecciones a vendedores y compradores que utilicen el stand. Es por esto que se requiere un mecanismo que permita colocar los artículos de una manera fácil y segura.
- Otro punto importante respecto a este mecanismo es el de facilitar al usuario la colocación de los artículos ya que los vendedores de la asociación pierden alrededor de dos horas ubicando su mercancía sobre el stand.
- La estructura actual de los stands de la asociación está compuesta enteramente de madera sólida con clavos utilizados como sistemas de unión, estos se han deteriorado debido a que la madera no fue tratada para soportar la humedad y el esfuerzo continuo que realizan a desgastado las esquinas, averiado los sistemas de unión ocasionando que estos se vuelvan salientes pudiendo causar lesiones sobre el vendedor o sus usuarios.
- Es por esto que se necesita un material que sea impermeable, anticorrosivo, rígido, liviano y que sus procesos de construcción permitan eliminar puntos de unión que a larga puedan deteriorarse y generar elementos que puedan causar lesiones.

- Según mis cuadros de pertinencia, mediante la investigación de fábricas, sus diferentes productos y costos, se concluyó en las siguientes opciones de materiales a utilizarse:

Elementos de protección: Se empleará tableros de ALUCUBON material compuesto por dos láminas de aluminio unidas entre sí por plástico (poliuretano inyectable) mencionados materiales poseen una dimensión de 6 metros por 1.22 metros de espacio trabajable, permiten ser cortadas, adaptadas a cualquier tipo de estructura metálica, estas son anticorrosivas, soportan altas temperaturas, son aislantes térmicos y sonoros, no son tóxicos, poseen una fácil limpieza a pesar de ser metálicas, son livianas.

Estructura: Se utilizará tubos de acero galvanizado de 2 a 1.5 pulgadas los cuales miden 6 m de alto, estos pueden ser cortados a diferentes dimensiones y soldados mediante una manera estándar (70-11), son anticorrosivos, resistentes al calor, relativamente livianos pero lo suficientemente fuertes para soportar el peso de las láminas de Alucubon.

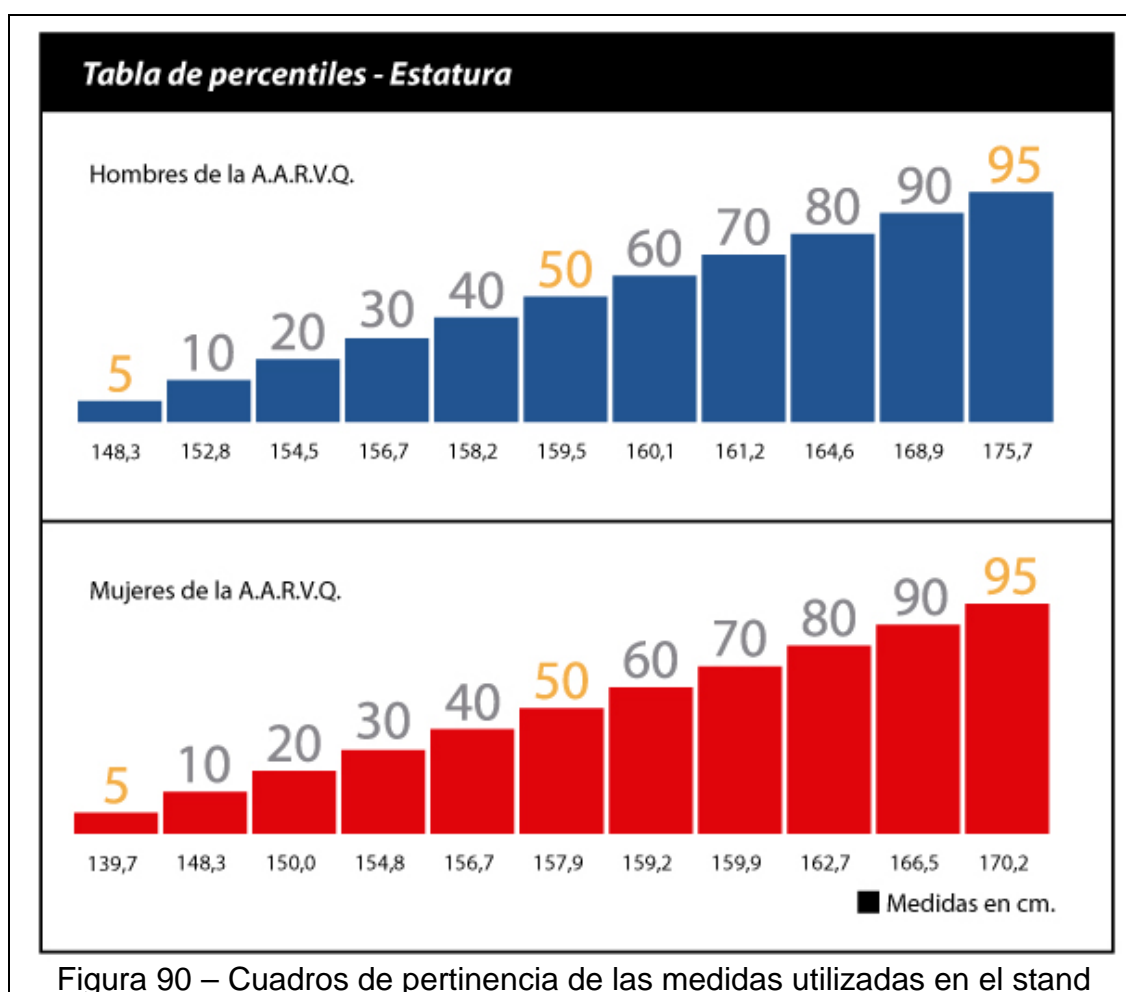
Los herrajes que se necesitaran son sistemas de unión invisibles como las soldaduras, pernos de cabeza plana, los cuales evitara que el usuario o el comprador se queden atrapados o se lesionen. Para la colocación de cuadros y collares se colocarán ganchos de metal en ciertas secciones del stand.

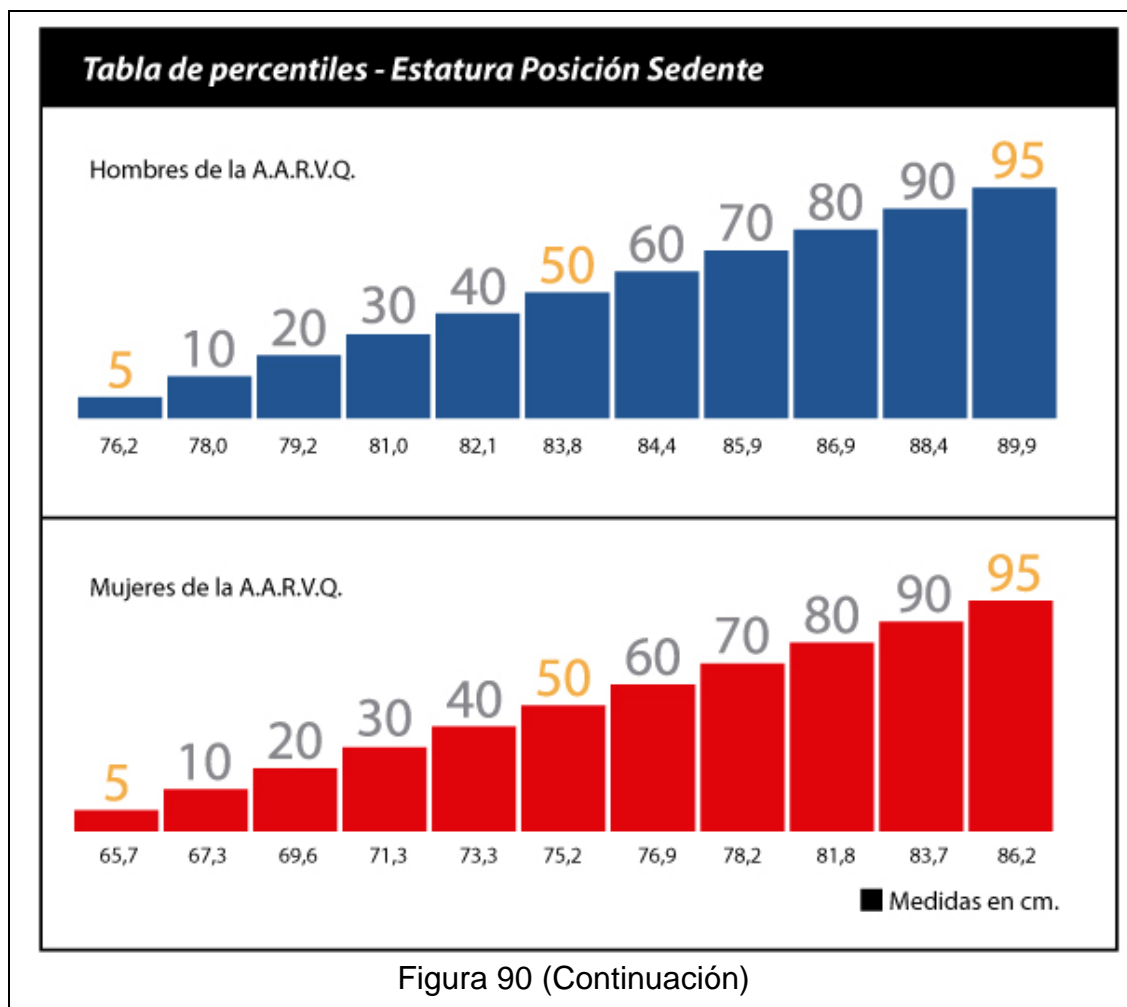
Iluminación: Se utilizarán sistemas solares fotovoltaicos para iluminación exterior o pública la incorpora paneles solares fotovoltaicos, regulador y baterías. Esta aplicación es generalmente utilizada para iluminar espacios públicos: parques, calles, monumentos, señalización para vehículos (semáforos), para trabajos de construcción en las vías, patios de casas, iluminación exterior de viviendas (seguridad), etc. Logrando buena calidad de Luz con bajo consumo se incorpora tecnología de luminarias tipo LED.

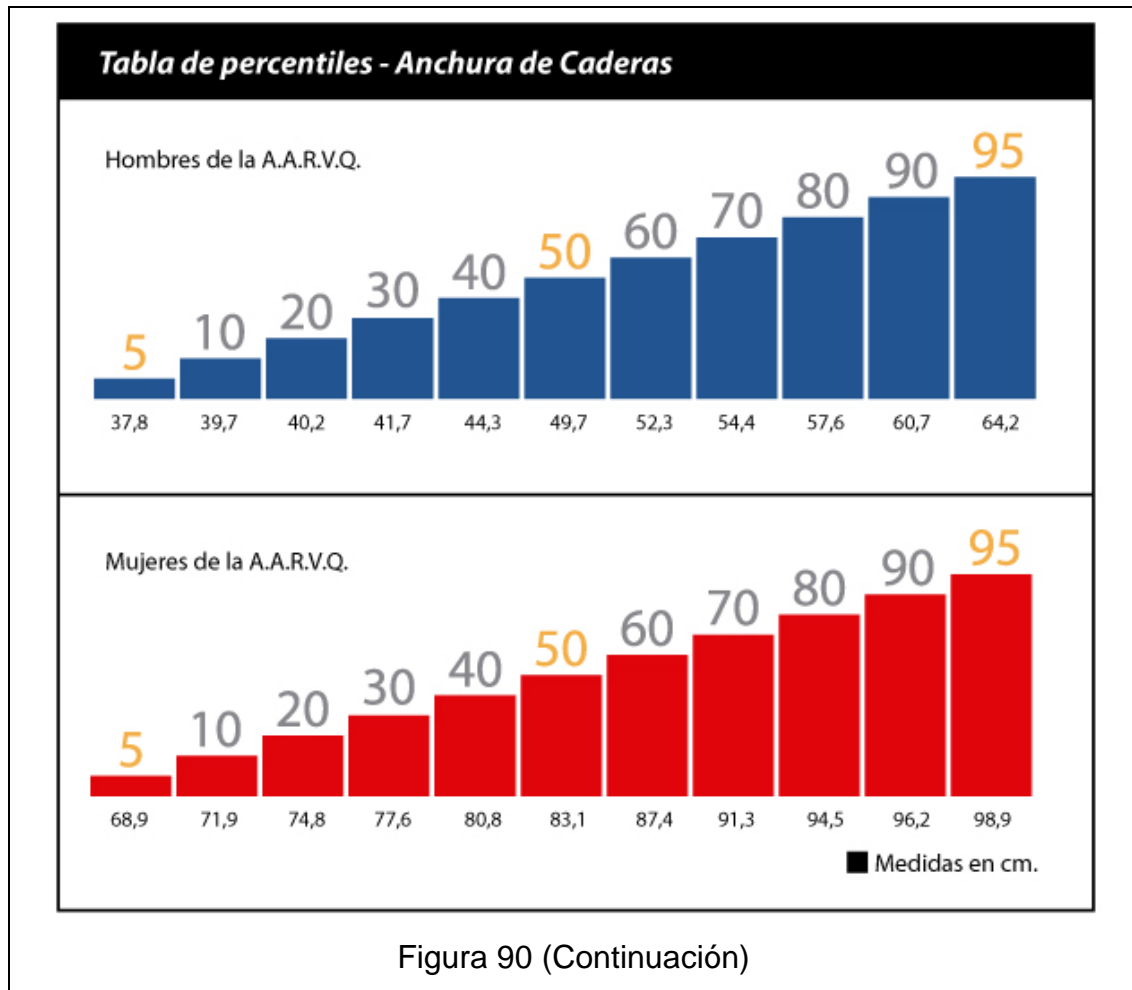
5.5.8 Antropometría y ergonomía del usuario

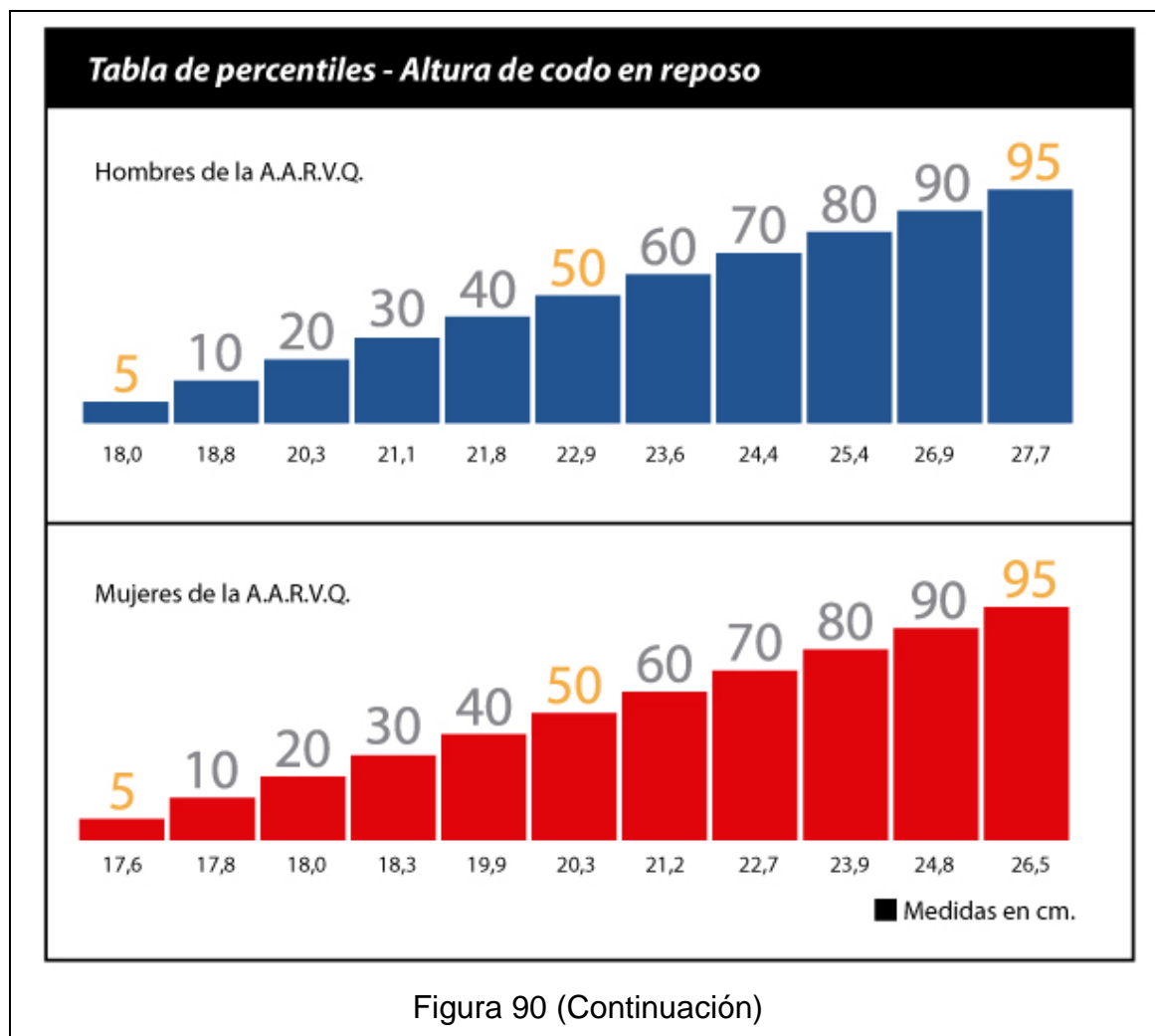
Para el diseño del objeto se realizó un análisis antropométrico comparativo tomando en cuenta los libros, las Dimensiones Humanas en Espacios Interiores de Julius Panero y el análisis realizado a los comerciantes de la A.A.R.V.Q.

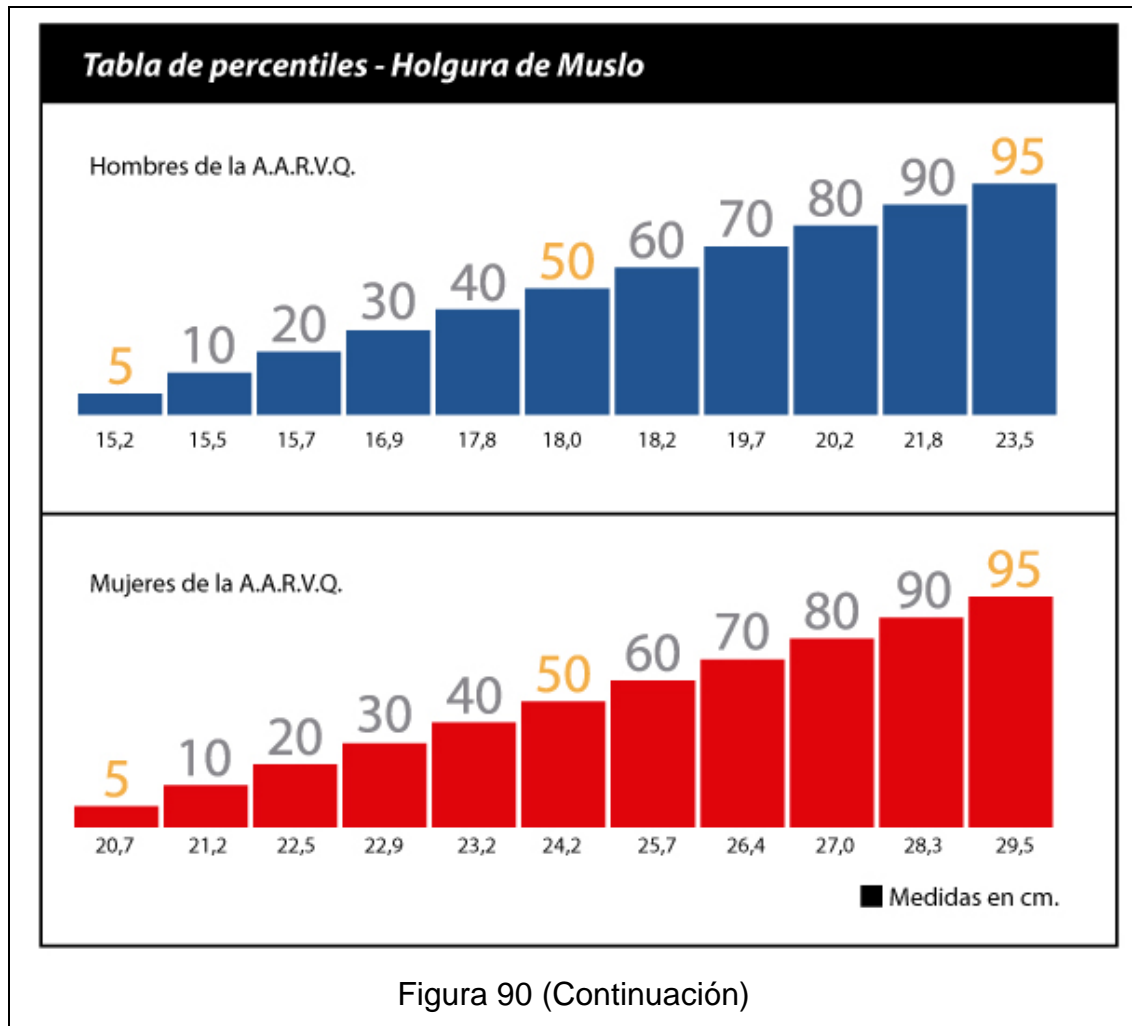
A continuación se presentaran las tablas tomadas del análisis antropométrico de la asociación.

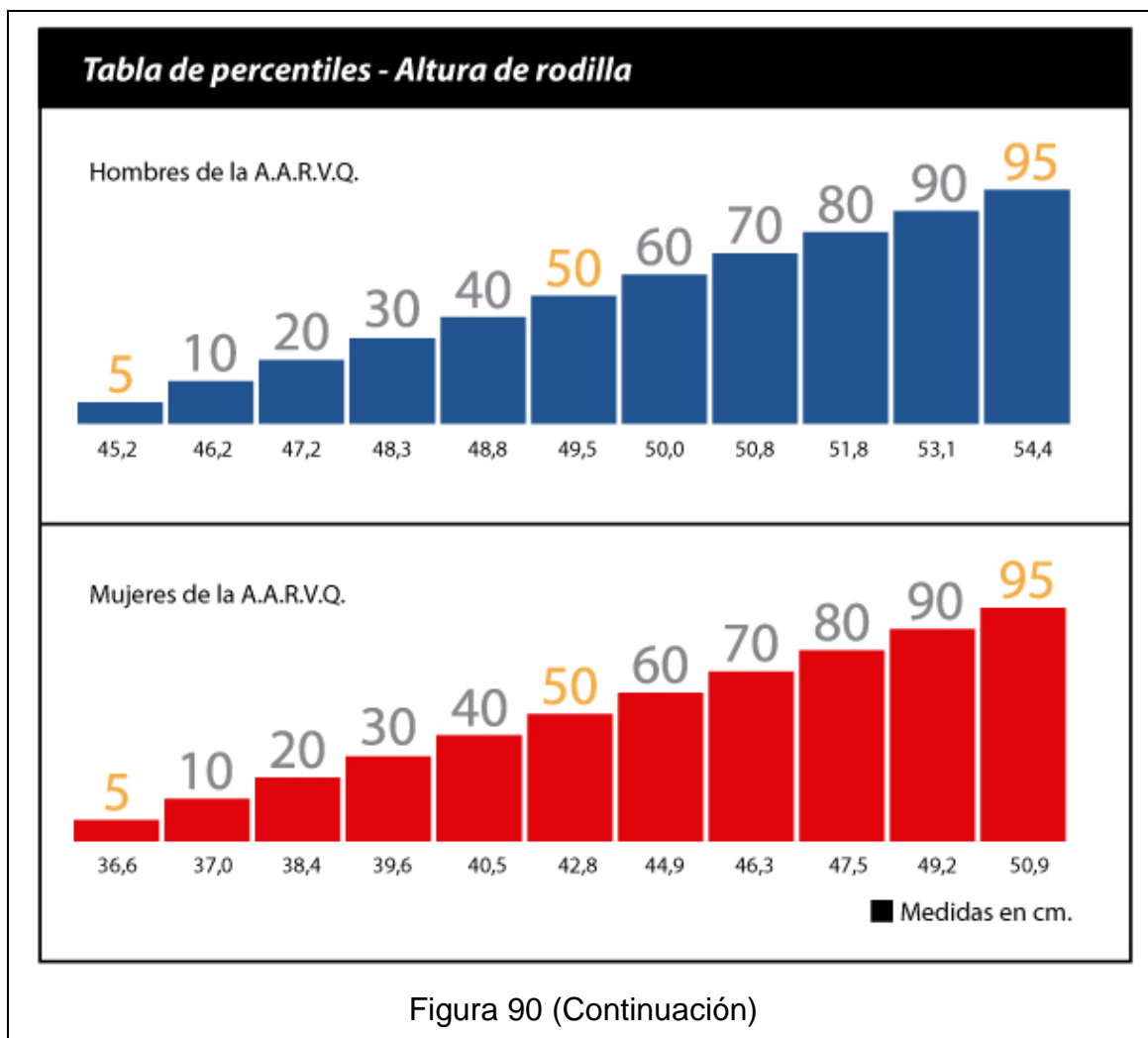


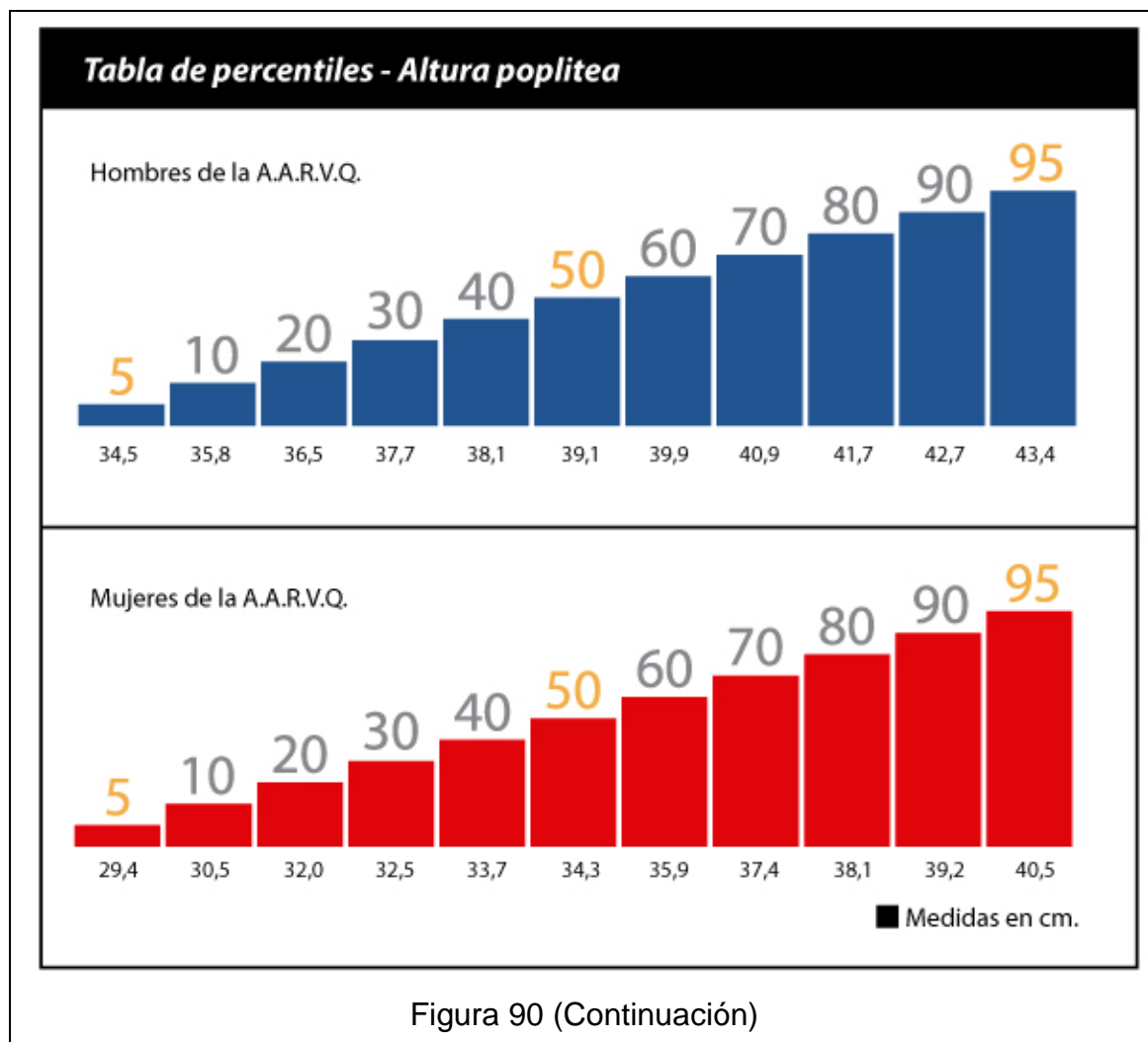


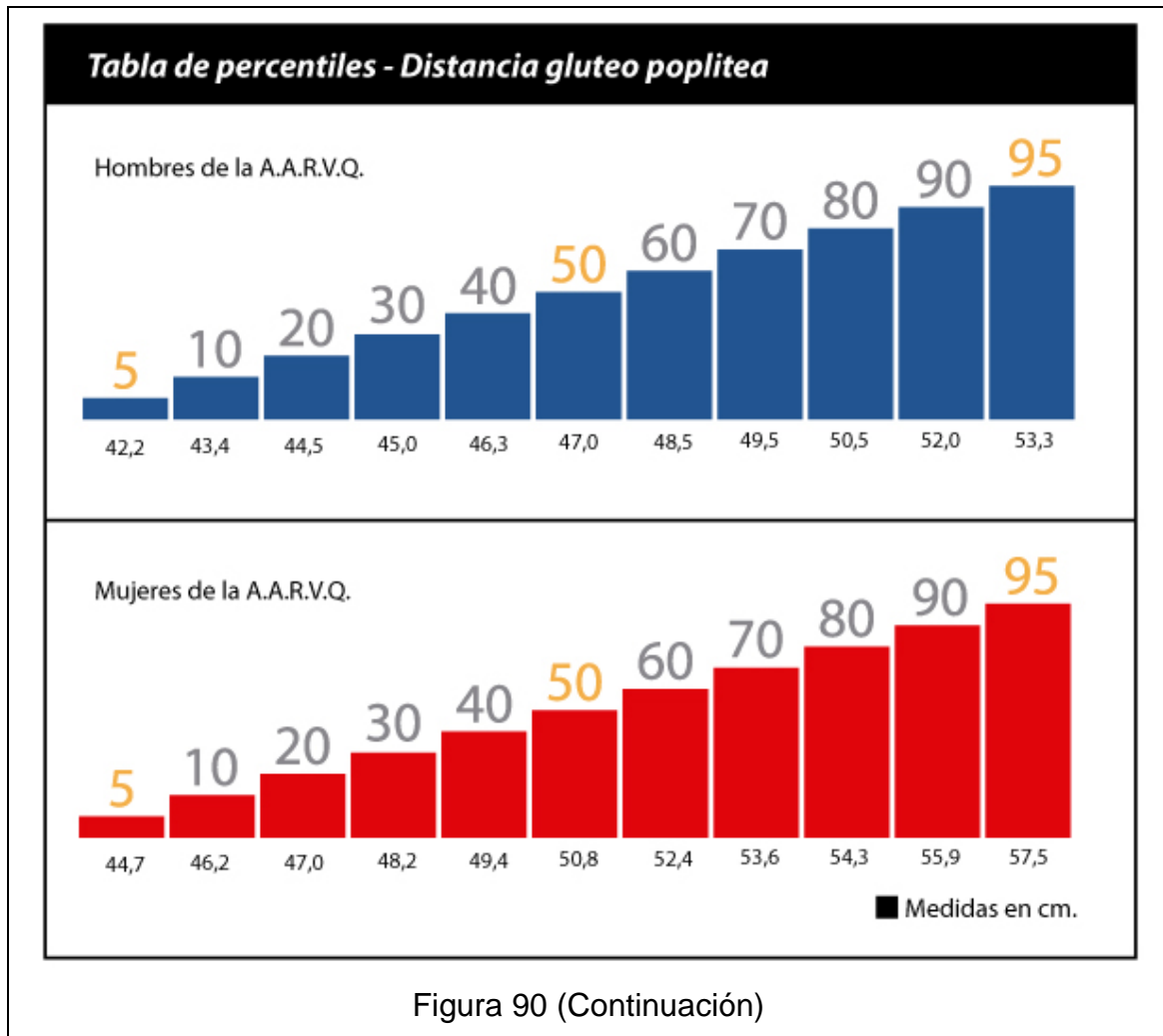


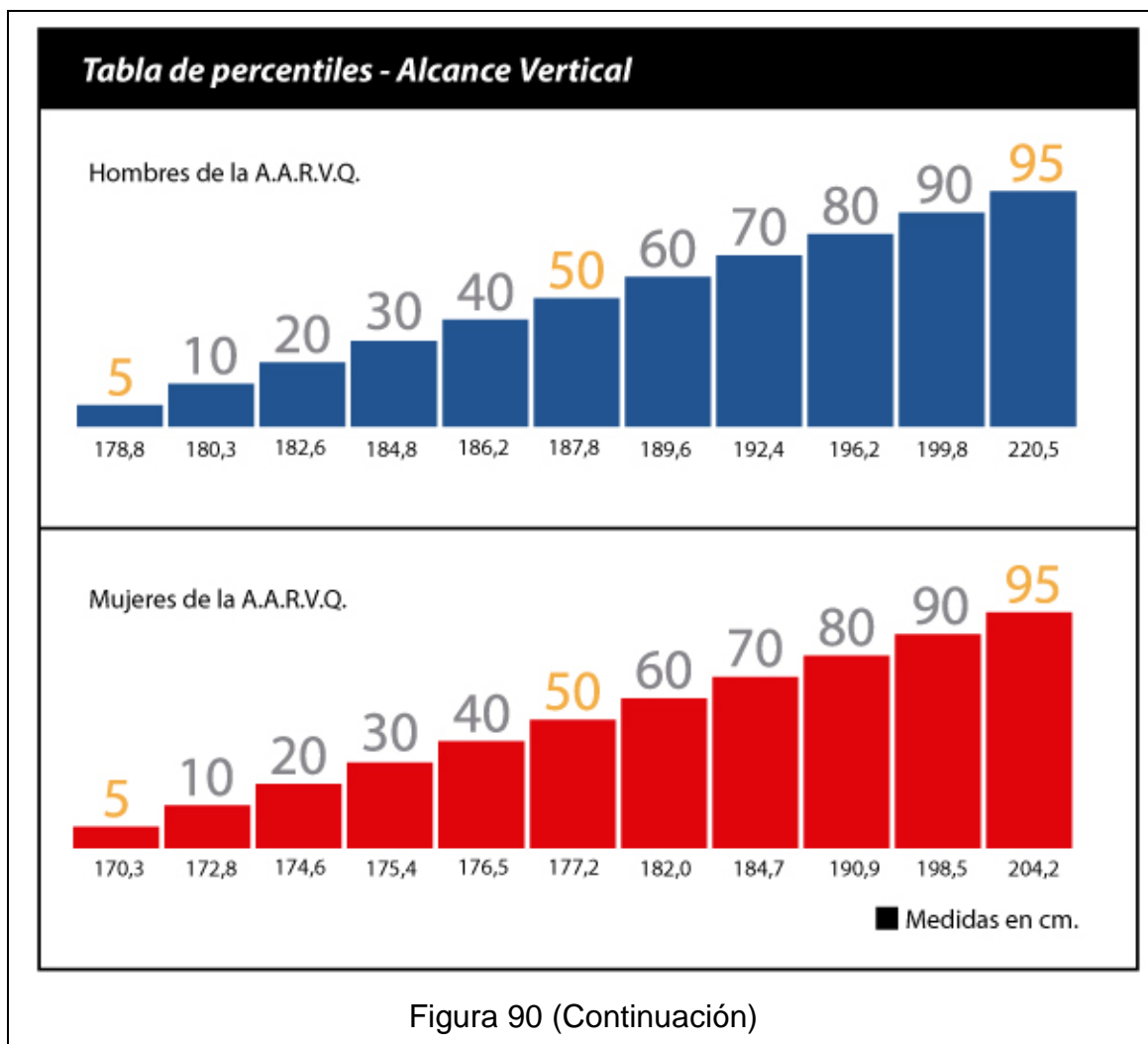












5.5.9 Ubicación de los stands según el módulo en el espacio del parque central del Quinche

Uno de los factores más importantes para el diseño del objeto es el espacio en el que el objeto va a ser empleado, los stands de venta estarán ubicados en el mismo lugar, ya que el municipio de la ciudad lo ha dispuesto. Respetando los artículos de la Ordenanza Metropolitana del Municipio de Quito.

Disposición de los stands en el espacio de la parroquia



- Parque Central de la Parroquia
- Santuario de la Virgen del Quinche

● Ingreso a la Iglesia, lugar donde desempeñan sus actividades la Asociación de artículos religiosos de la Virgen del Quinche.



Figura 91 – Ubicación de la asociación.

5.6 Desarrollo de la propuesta

Después analizar la información, se inició el proceso para plantear la estructura y funcionamiento del stand de venta, utilizando el módulo de la marca de la parroquia, se procedió a desarrollar una propuesta.

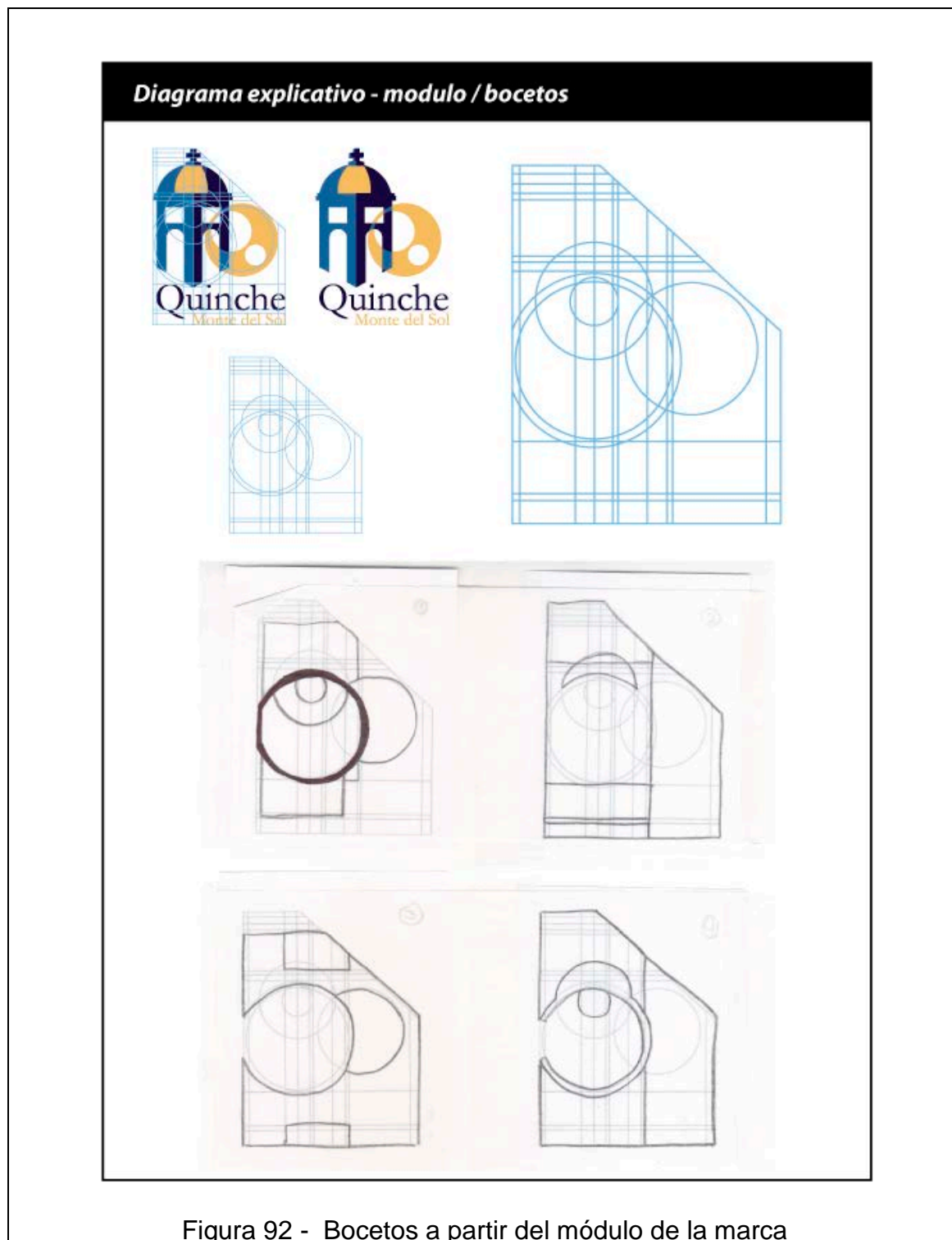
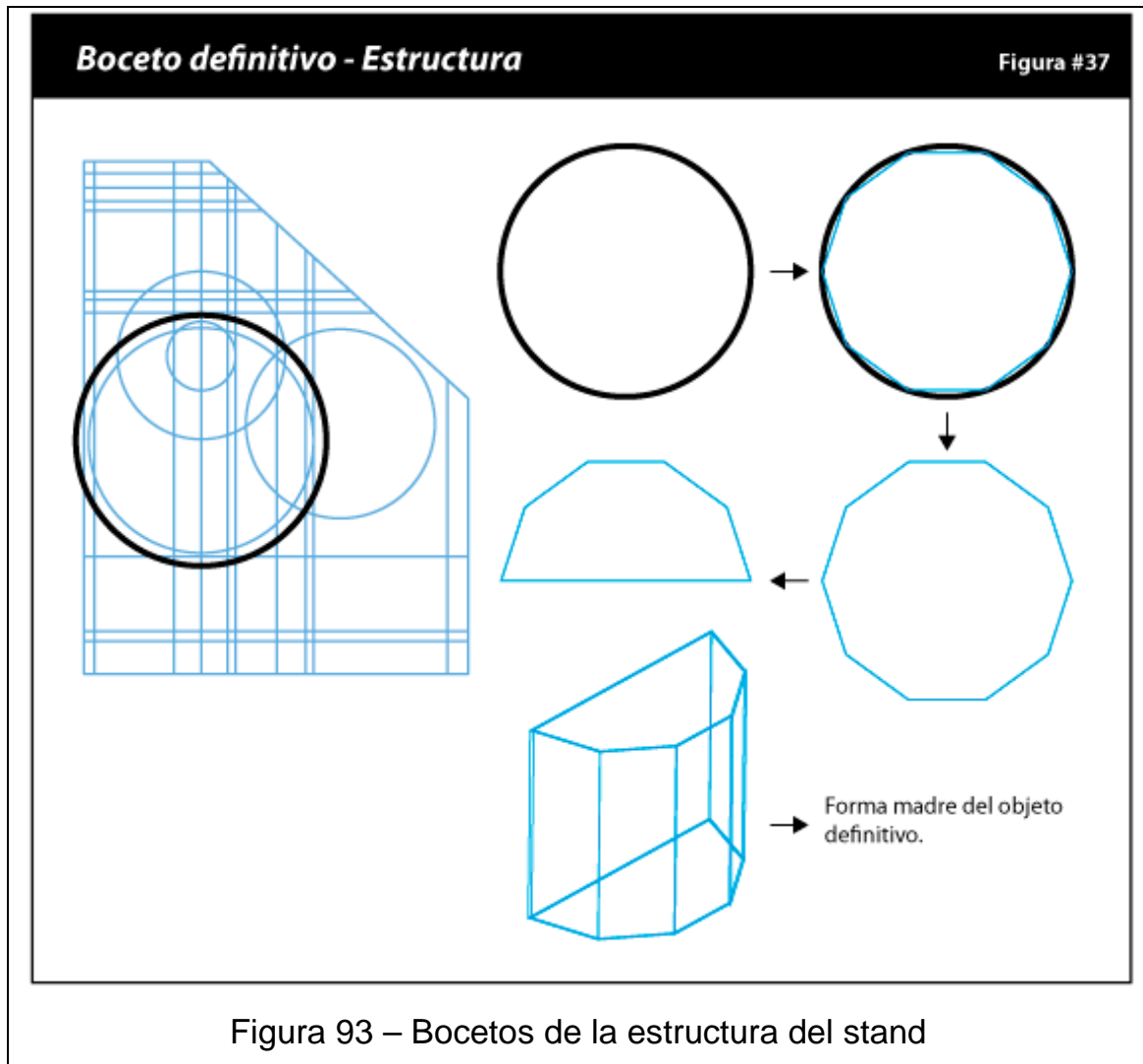


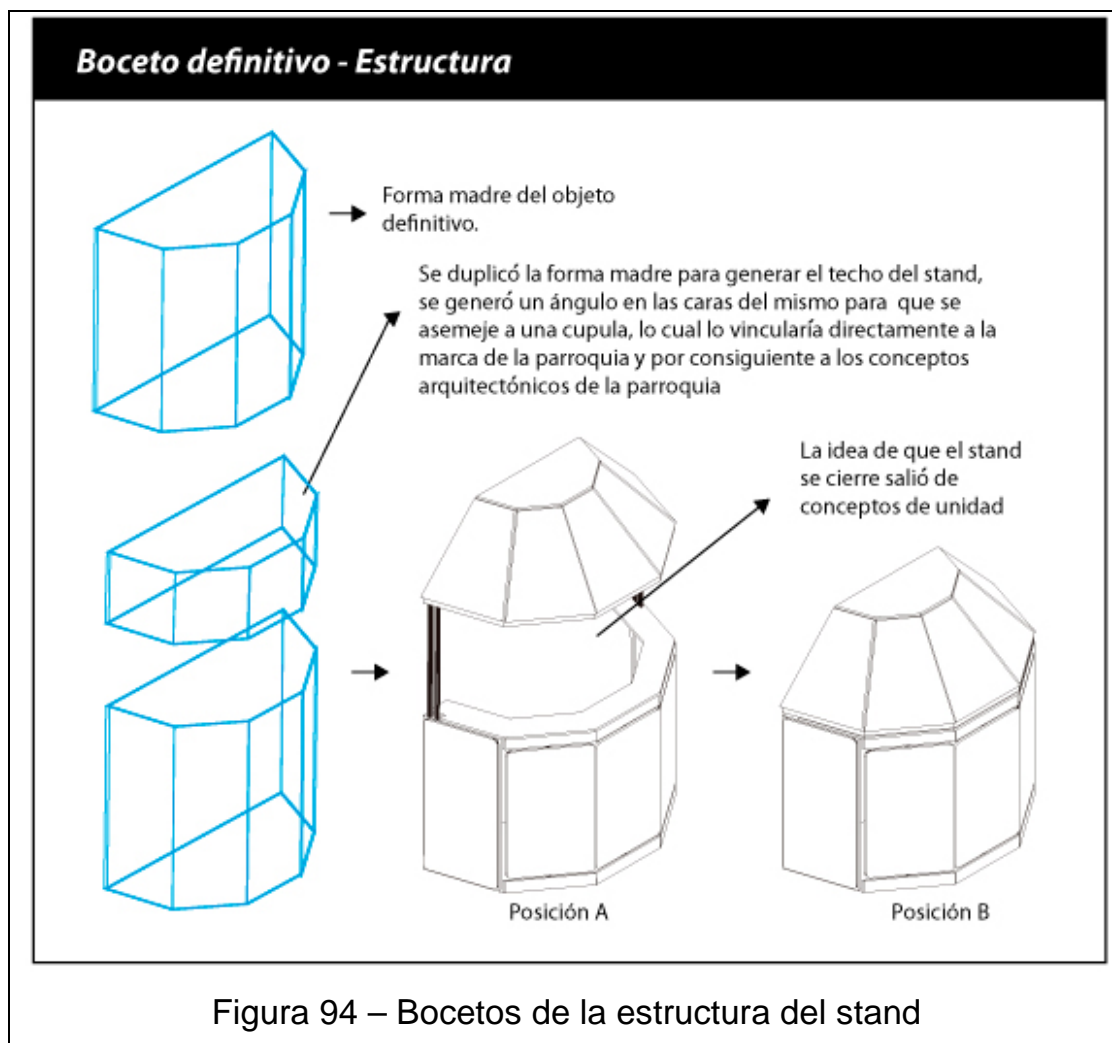
Figura 92 - Bocetos a partir del módulo de la marca

5.6.1 Desarrollo de la alternativa final

Luego de estudiar la disposición del módulo, se utilizó la estructura circular presente en el mismo, para generar el objeto en sí.



Se manejó la forma circular encontrada en el interior del módulo, utilizando un decágono, para transformar la forma del círculo a una estructura recta en lugar de una curva, la cual nos permitiría trabajar fácilmente con el material escogido a base de los cuadros de pertinencia (Alucubon). Se dividió al decágono en la mitad para darle propiedades modulares al stand de venta y terminamos obteniendo una estructura madre y así generaremos el objeto final.



La forma madre se utilizó como raíz, para generar la disposición completa del stand de venta, se duplicó a la misma para generar el techo del stand, se produjo un ángulo en las caras del techo, asemejándose a una cúpula, vinculándolo por completo a la Iglesia.

Las 2 posiciones del stand lo benefician, la posición A estaría en uso, mientras que en la posición B funciona como bodega para almacenar la mercancía en su interior.

5.6.2 Maqueta del puesto de venta

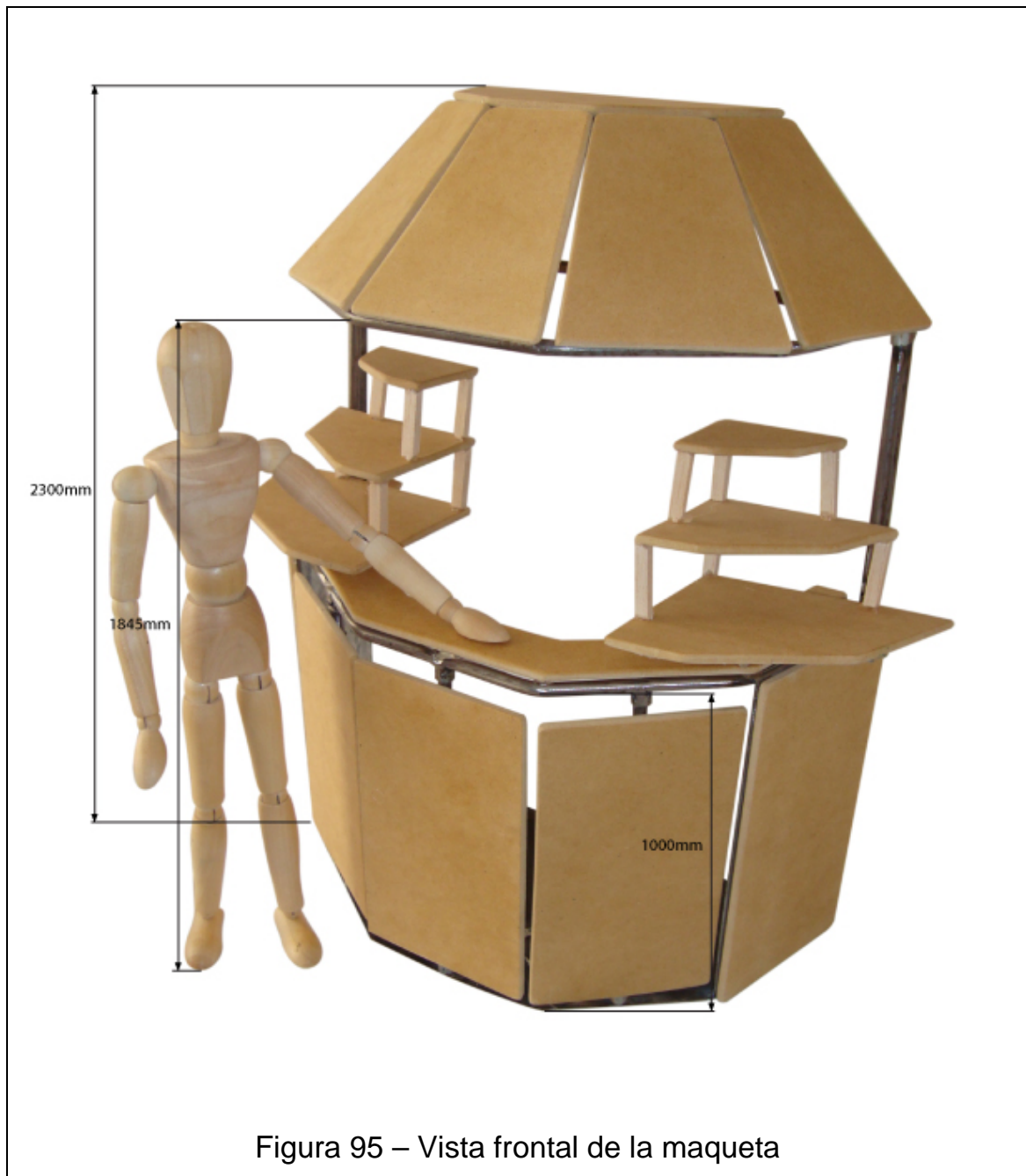








Figura 98 – Detalle de paneles frontales del stand



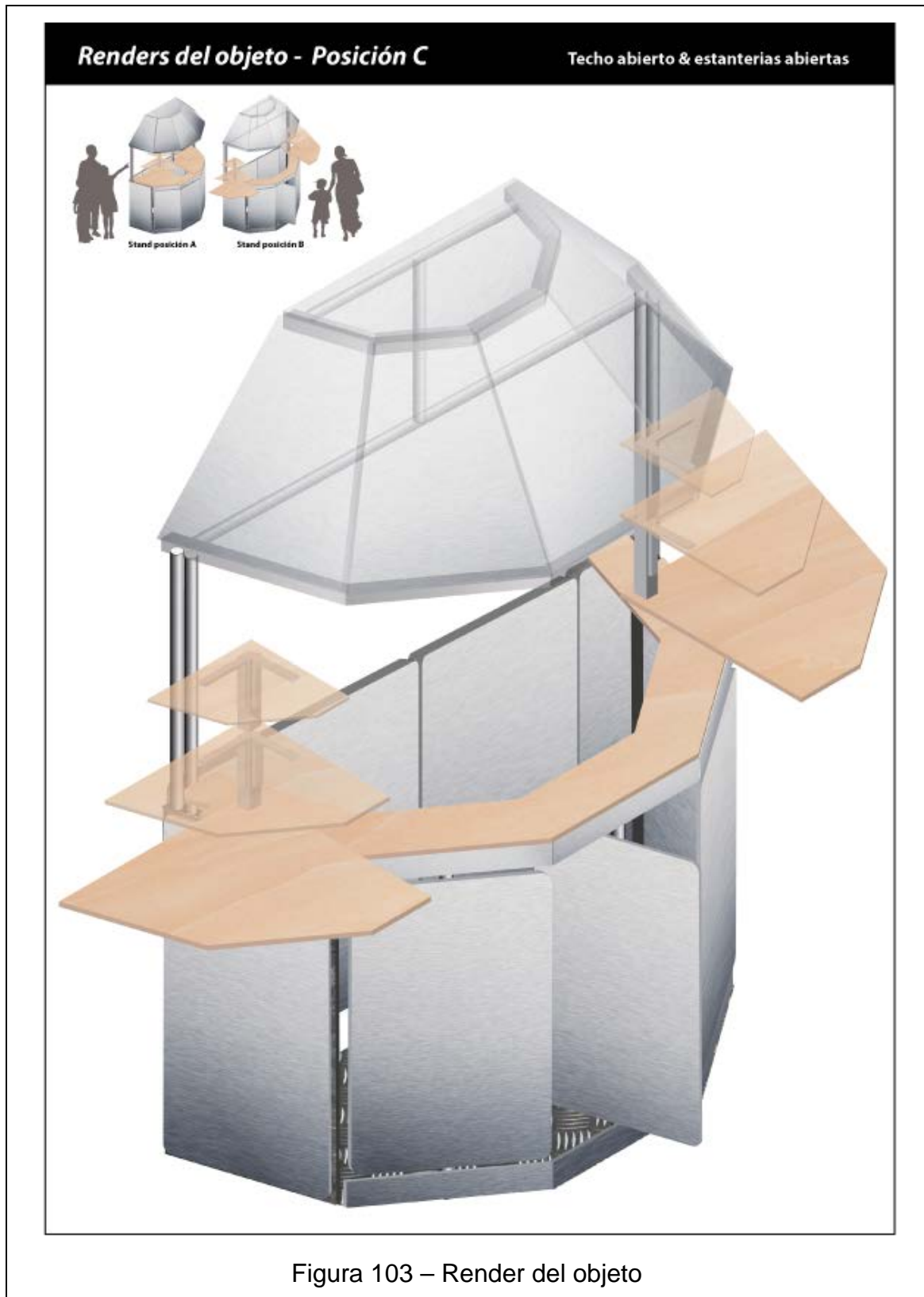
Figura 99 – Detalle de paneles frontales del stand abriéndose



5.6.3 Renders del Objeto







Forma de ubicar los stands de la propuesta en el espacio real

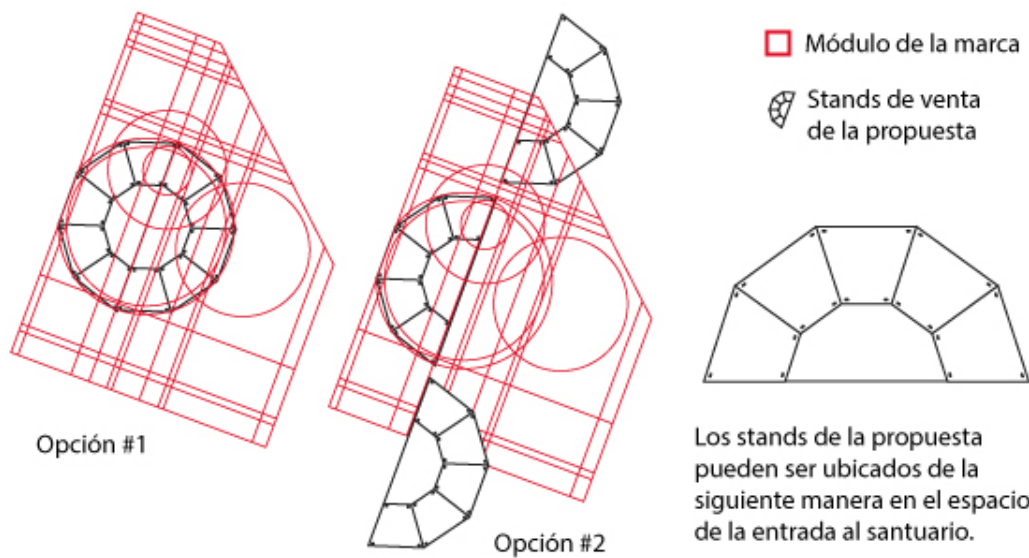
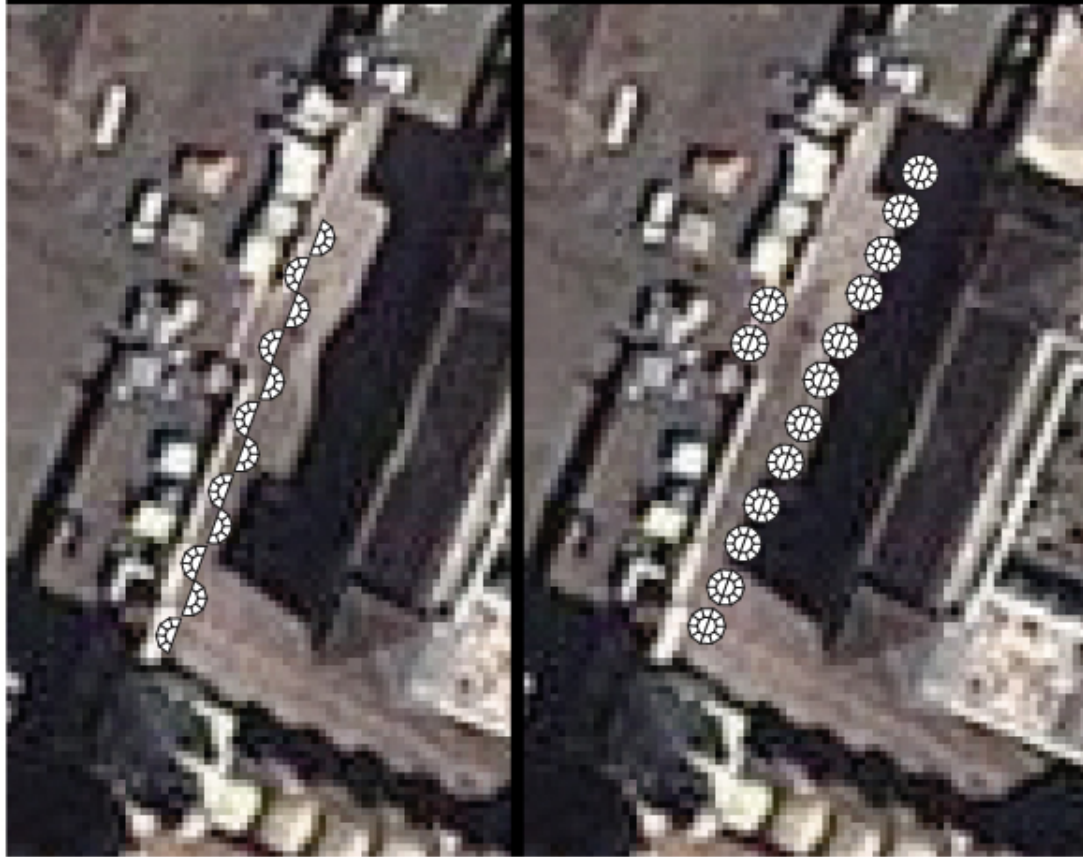


Figura 104– Montaje del módulo de la marca para colocar los stands de venta

5.7 Tabla de materiales y presupuesto

Tabla 4 – Materiales y presupuestos del stand de venta

Tabla de materiales y Presupuesto					
Nombre del Material	Dimensiones	Diametro o Espesor	Material	Cantidad	Precio
Lámina de ALUCUBON	6 x 1.22 m	3 pulg. (Espesor)	Láminas de aluminio con inyección interna de plástico poliuretano.	1	250.00 USD.
Tubo de acero galvanizado	6 m (altura)	2 pulg. (Dia.)	Acero Galvanizado	2	80.00 USD.
Lámina de DURAPLAC rh 7815	2.15 x 2.44 m Área: 5.22 m ²	15 mm (Espesor)	Madera aglomerada con tratamiento rh.	1	56.16 USD.
Silicón para exteriores	-	-	Material sellante	2	42.67 USD.
Pernos de carrocería	-	1,5 pulg.	Acero	120	60.00 USD.
Mano de Obra	-	-	-	-	-
				TOTAL:	788.83 USD.

Capítulo VI

Conclusiones

6.1 Conclusiones

- Los valores sociales, culturales y religiosos de un lugar o grupo de personas son un elemento primordial al momento de generar una marca global, ya que de esta manera podemos expresar todo lo que la empresa o lugar son, mediante el logo o marca.
- Al momento de generar la propuesta de una marca se debe tomar en cuenta las estructuras presentes en el lugar, como por ejemplo: La arquitectura del lugar es decir hitos representativos; como una iglesia, parque, edificación, etc. La flora y fauna de la zona, la situación geográfica como elevaciones (montañas) ríos, o bosques. Estos elementos nos pueden ayudar a encontrar simbologías importantes que pueden llegar a representar a todo el lugar.
- El análisis cromático es parte primordial de una propuesta de marca ya que en la cromática utilizada en esta se pueden reflejar valores semióticos que pueden representar a la parroquia o al lugar. Las fotografías tomadas en las inmediaciones del lugar son primordiales al momento de generar una paleta cromática, ya que los colores encontrados en las fotos son apreciados por los habitantes y visitantes del lugar. Esto nos permite generar una paleta de colores original, tomada de colores que pueden salir de la vestimenta de los habitantes, estructuras arquitectónicas como viviendas y edificaciones, o inclusive en la flora y fauna.
- Una de las responsabilidades más importantes que tiene el diseñador industrial es ayudarse de materiales innovadores para solucionar problemas de diseño, de esta manera podemos fomentar a la industria nacional a generar nuevos procesos o mejorar aquellos que ya se practiquen en el entorno.
- Las necesidades del usuario son factores indispensables al momento de generar una propuesta industrial, el diálogo y la experimentación de los

problemas de una persona pueden ayudar a entender ciertas problemáticas de manera más directa, lo cual ayuda a su fácil solución

- Al momento de generar un espacio de trabajo se debe tomar en cuenta las medidas antropométricas de los usuarios, tomando en cuenta los percentiles adecuados para que se generen dimensiones holgadas para que de esta manera todo usuario pueda utilizar el espacio de trabajo eficientemente y sin incomodidades.

6.2 Recomendaciones

- Los gobiernos provinciales y parroquiales deberían preocuparse por la imagen de los diferentes lugares del Ecuador, esto impulsaría el reconocimiento y la valoración de lugares que pasan desapercibidos por el turista nacional y extranjero.
- Las autoridades del distrito metropolitano de Quito y de otras ciudades del Ecuador, deberían apoyar la labor que realizan los trabajadores autónomos y brindarles las facilidades de obtener espacios adecuados para optimizar sus diferentes actividades.

Recomendaciones uso del stand de venta.

- Respetar los espacios dentro del stand para evitar lastimarse, es recomendable utilizar los mecanismos en el stand tomando en cuenta la mercancía.
- Al momento de levantar el techo del stand, si es necesario se recomienda levantarlo entre dos personas utilizando las poleas de manera uniforme para evitar dañar el mecanismo.
- Se recomienda examinar si todos los paneles del stand están asegurados correctamente previo a cerrar el techo del mismo, para evitar romper o dañar los mecanismos de cierre.
- Al momento de limpiar los paneles de melamínico (madera) es contraindicado utilizar líquidos corrosivos como tiñer o gasolina, solo usar un paño húmedo con agua caliente.

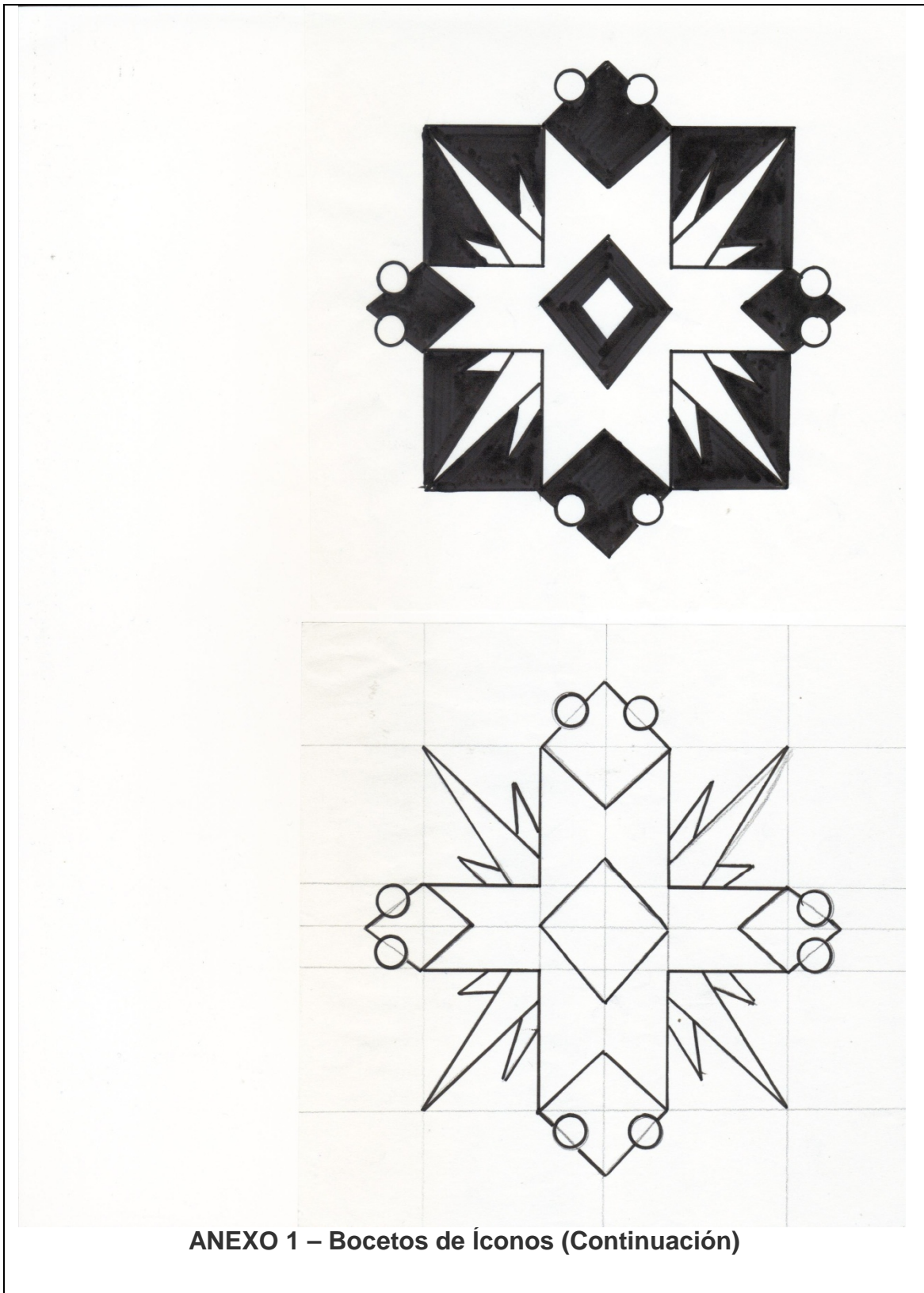
- Es indispensable colocar los objetos o mercancía más pesada en los paneles laterales de mayor tamaño, ya que estos soportaran más peso, en comparación a los otros.
- Es primordial que las estanterías laterales estén correctamente cerradas previo a bajar el techo del stand.

REFERENCIAS

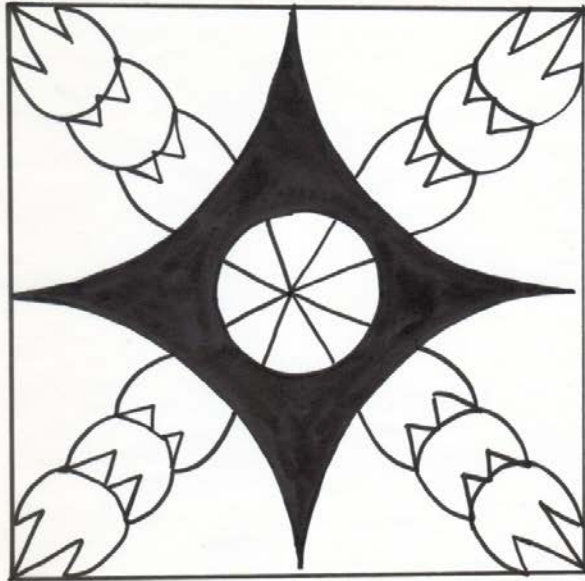
- Ambrose, Harris. (2009). Fundamentos del diseño gráfico. Barcelona, España: Editorial Parramon
- Alvarado, Pio J. y Riofrío, Canónigo. (1994). Historia de la parroquia del Quinche. Quito, Ecuador.
- Consejo Metropolitano de Quito. (2011). Ordenanza Metropolitana No. 0280 – Trabajadores Autónomos. Quito, Ecuador.
- Costa, Joan. (1987). Imagen Global. Barcelona, España: Ediciones Ceac
- Costa, Joan. (1989). Señalética. Barcelona, España: Gayban Grafic
- Cruz, Alberto G. Garnica, Germán G. (1996) Principios de Ergonomía. Bogotá, Colombia: Universidad de Bogotá, Jorge Tadeo Lozano.
- Dowling, G.R. (1994) Identidad Corporativa. Usa: Editorial Balmer & Gray
- Itten, Johannes. (1975). Arte del Color. Paris, Francia: Editorial Bouret.
- Llovet, Jordi. (1979) Metodologías de Diseño. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Meeker William Q. y Luis A. Escobar. (2010) Diseño Experimental. Usa: Editorial John Wiley & Sons
- Mondelo, Pedro., Torada, Enrique., Barrau, Pedro. (2000). Ergonomía 1. México: Alfaomega grupo editor. S.A.
- Munari, Bruno. (1981) Como nacen los objetos. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Panero, J. y Zelnik, M. (1996). Las Dimensiones Humanas en los espacios interiores. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Rodríguez, Abelardo. (1996) Logo ¿Qué? Argentina: Editorial Siglo XXI Editores.
- Ruiz, Guillermo G. (1994). Estudio de Diseño Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad. Buenos Aires, Argentina: Editorial Emecé Editores
- Suarez, G (1998). Historia del cantón Quito. Ecuador, Ecuador.
- Wong, Wucious. (1993). Principios de Forma y Diseño. Usa: Editorial John Wiley & Sons

ANEXOS

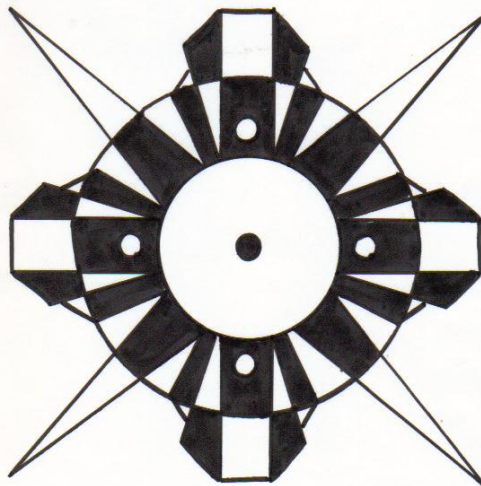
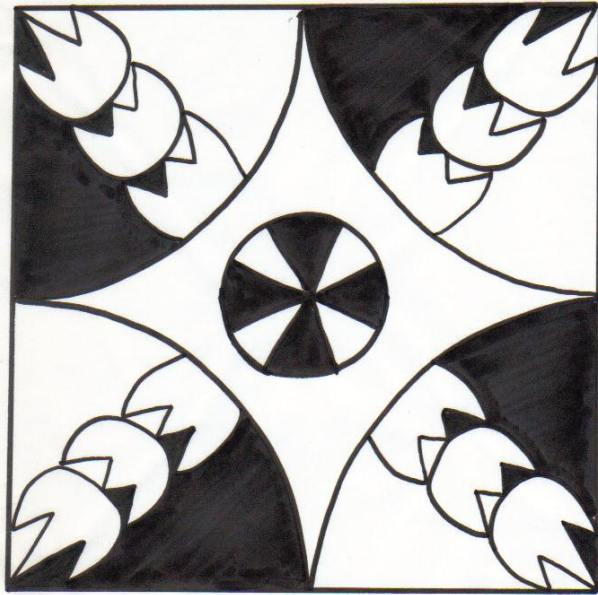
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos



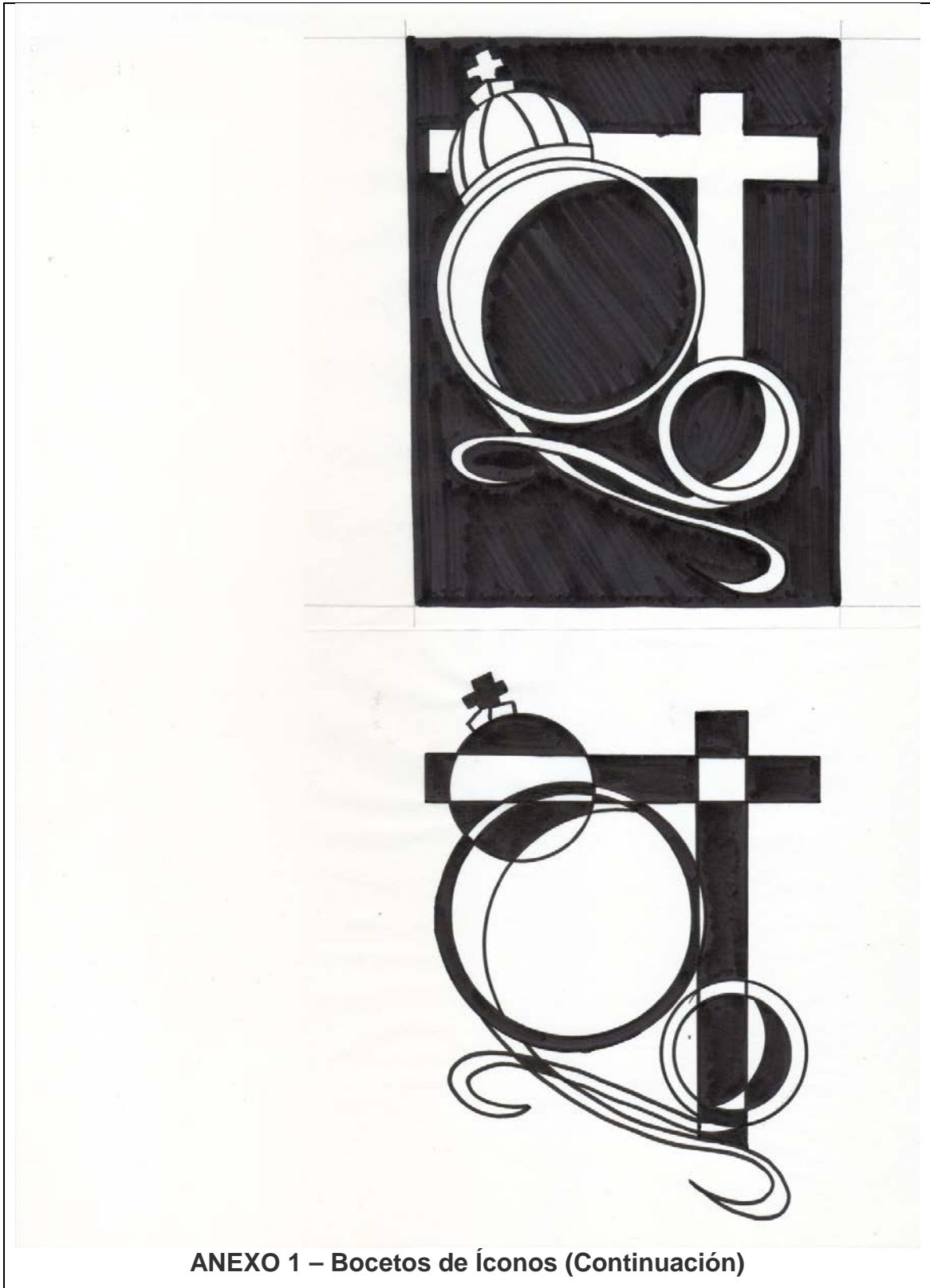
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



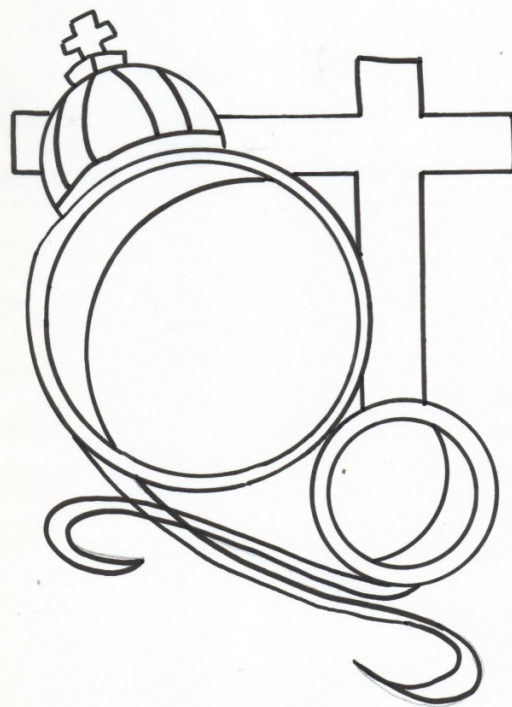
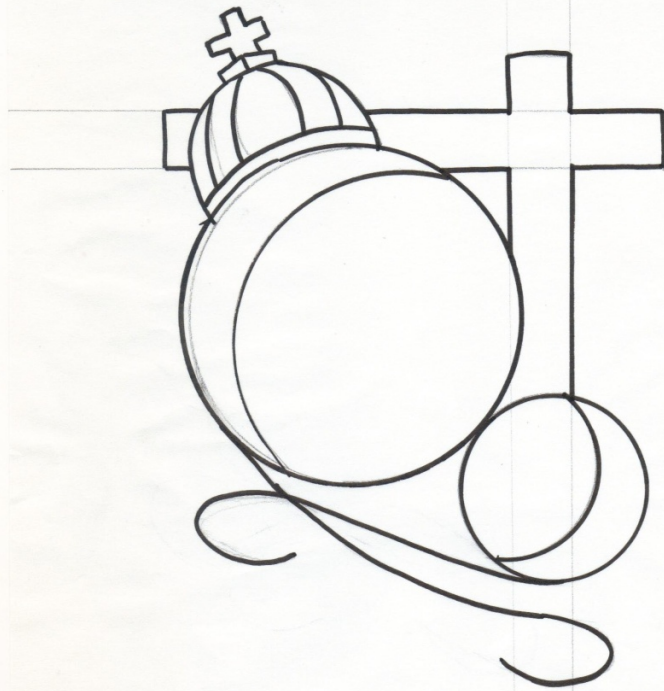
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



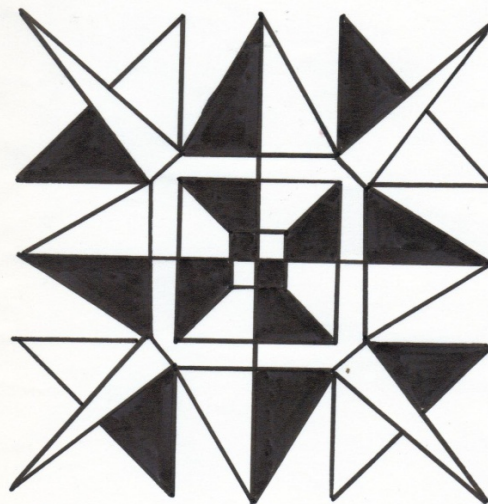
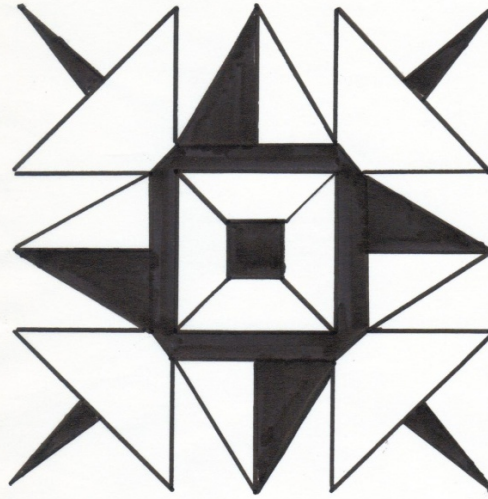
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



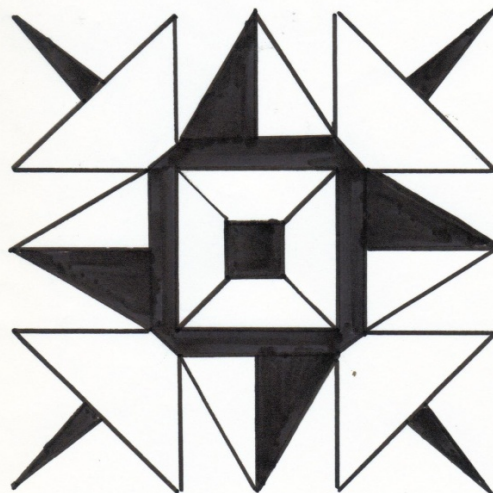
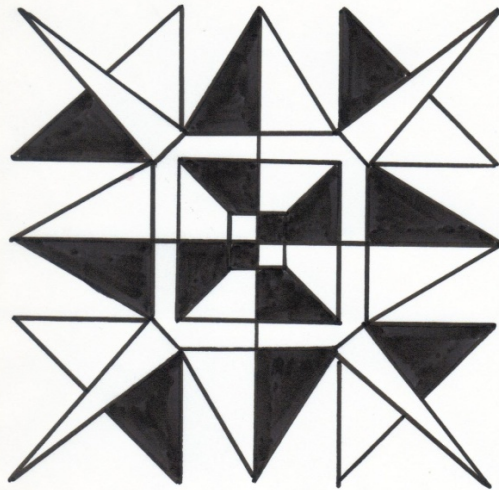
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



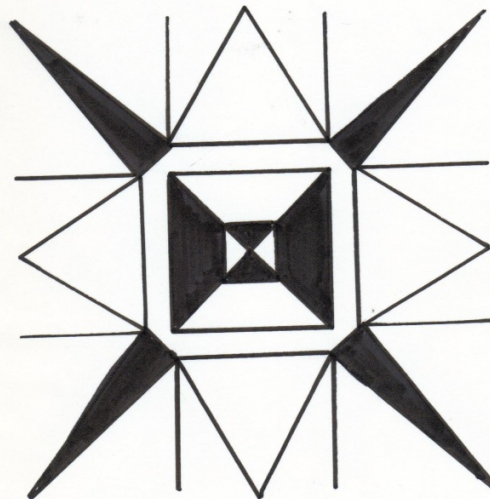
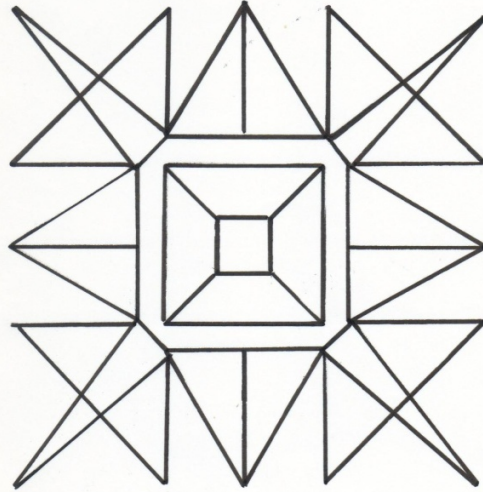
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



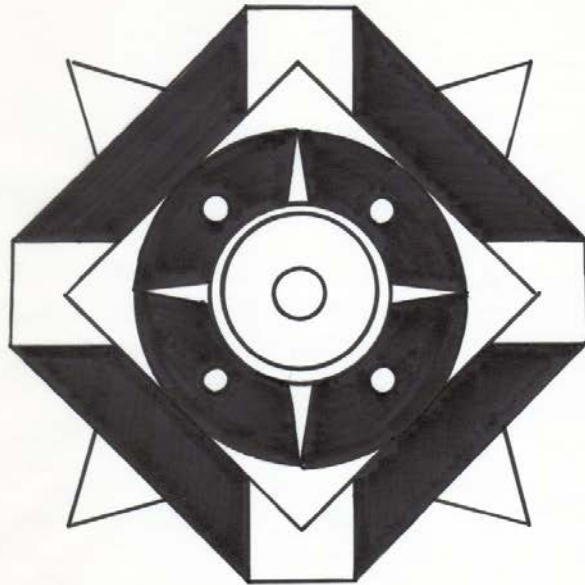
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



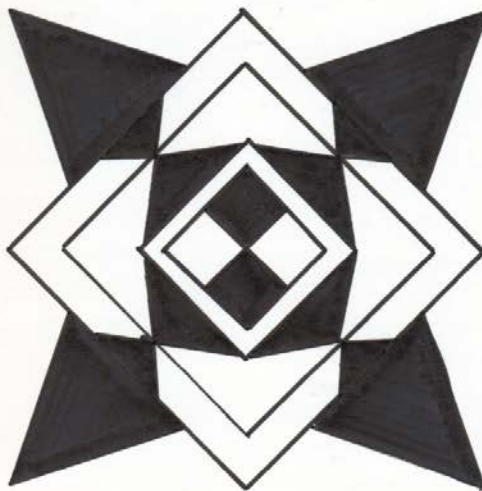
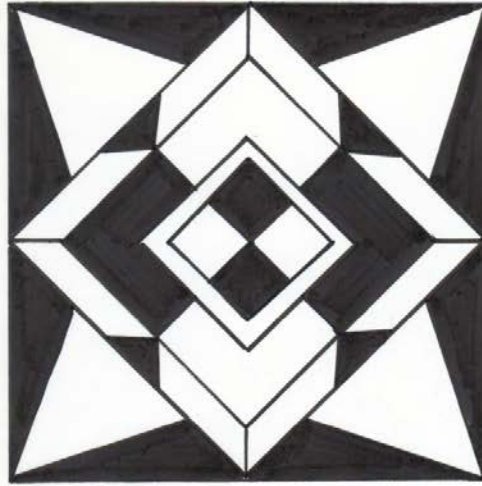
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



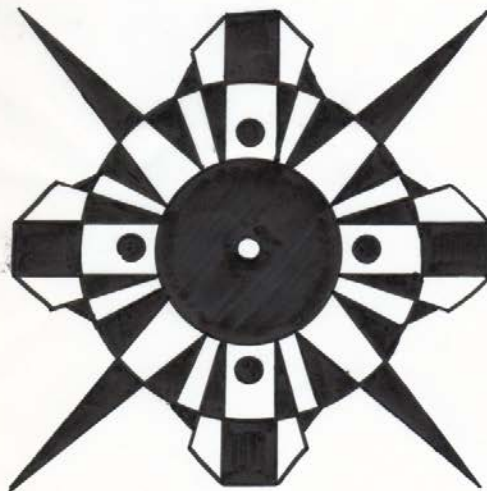
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



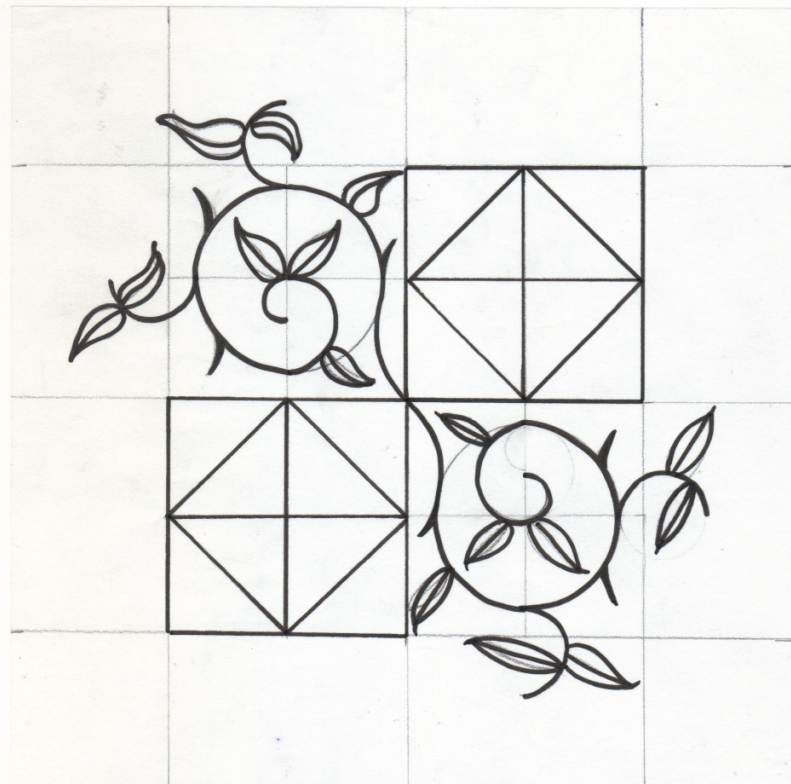
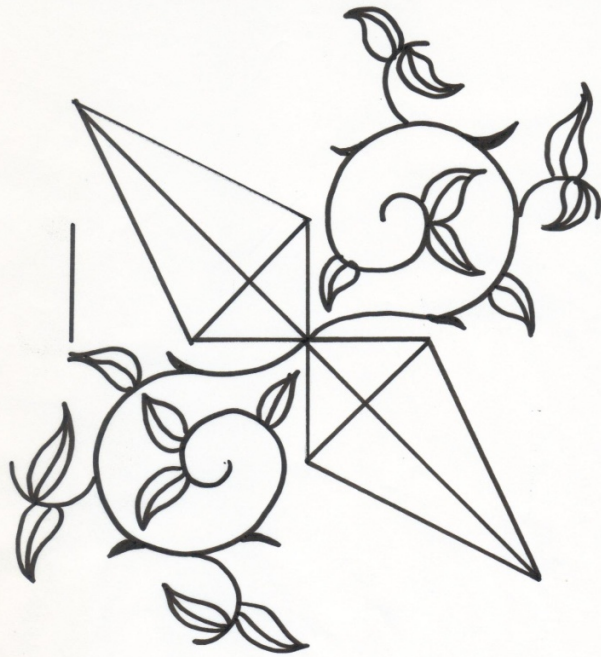
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



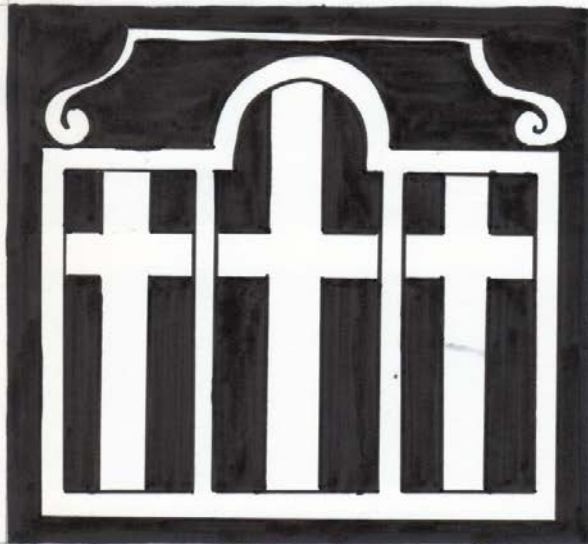
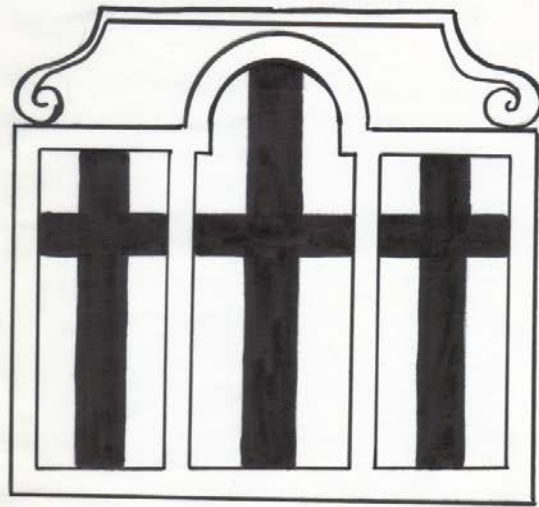
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



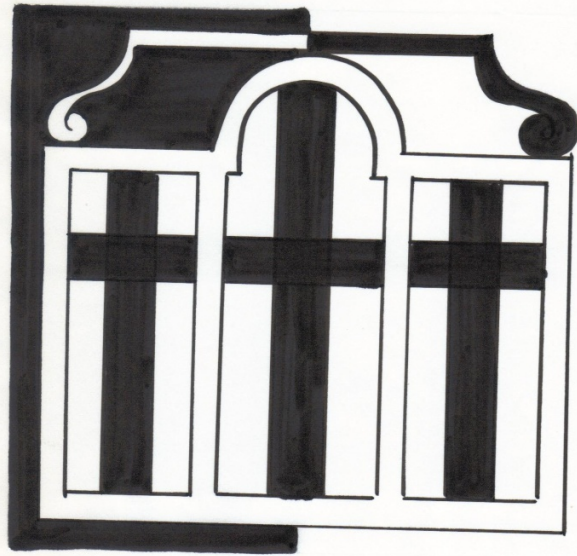
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



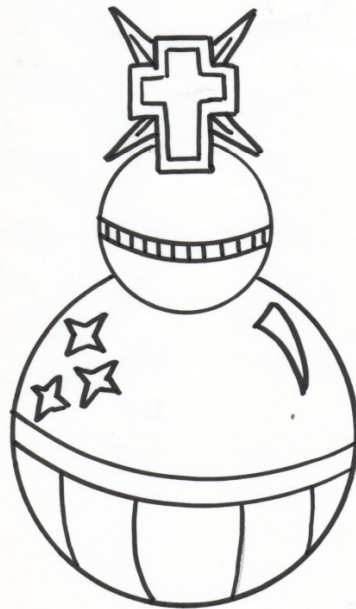
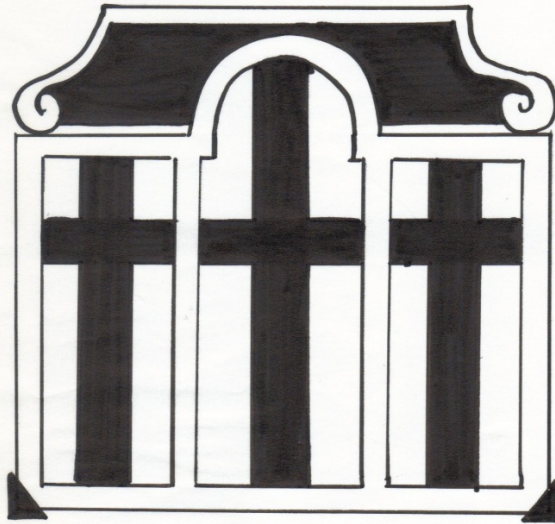
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



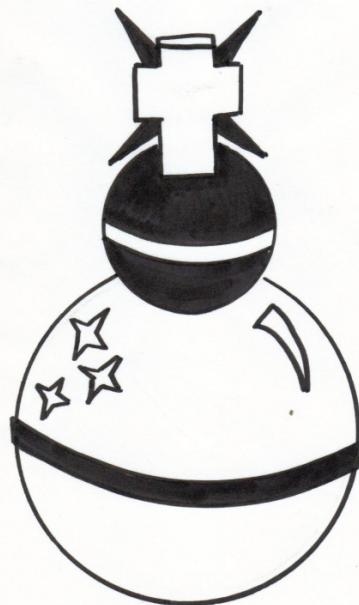
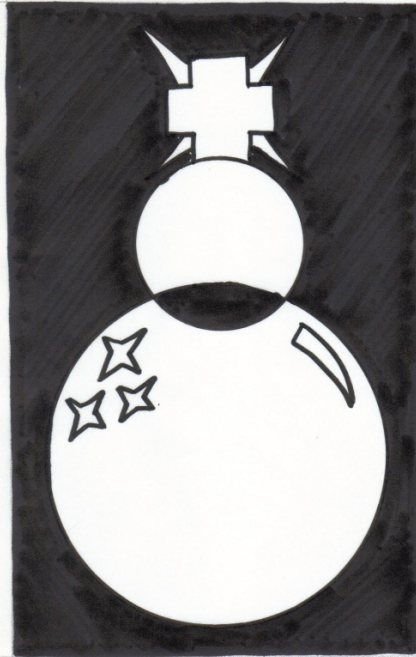
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



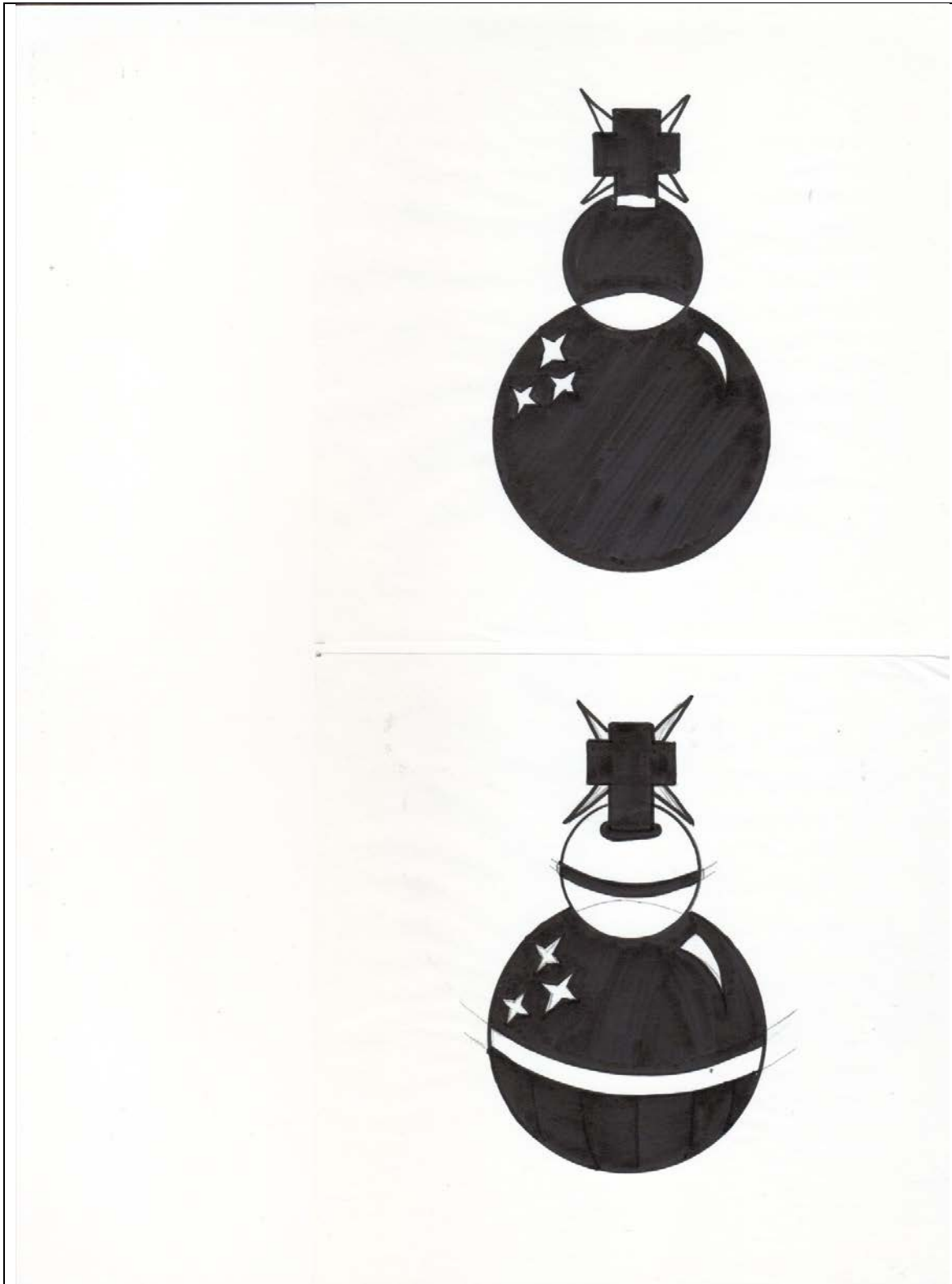
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



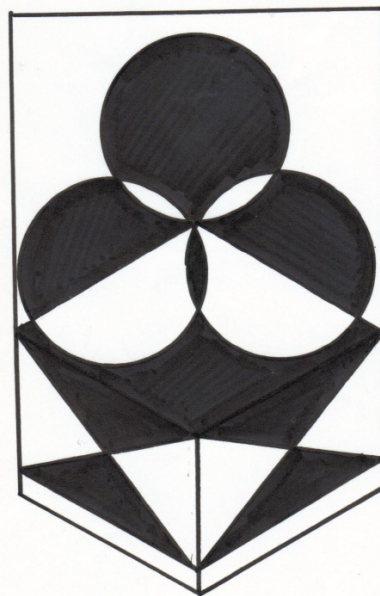
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



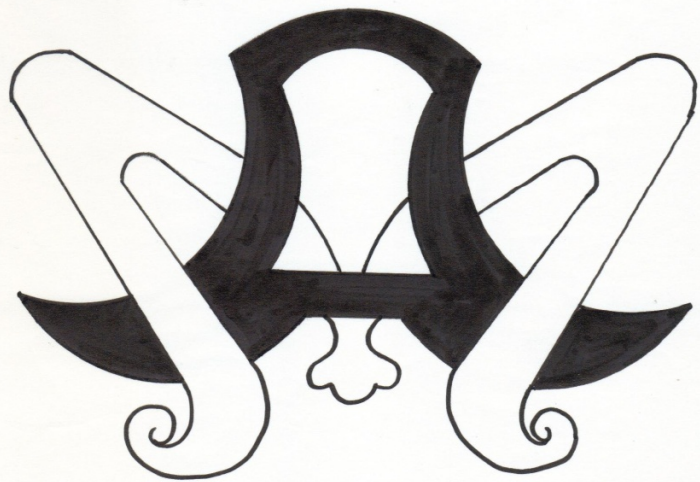
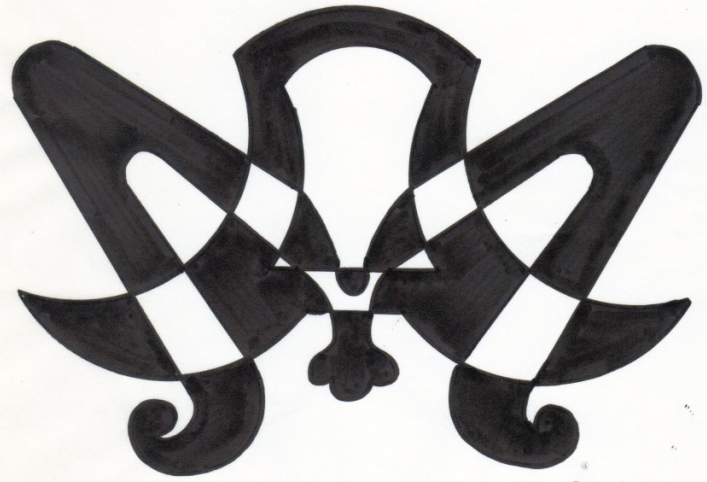
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



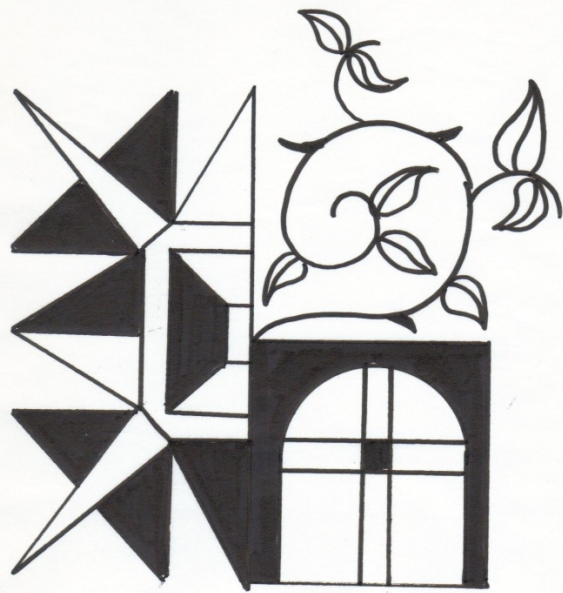
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



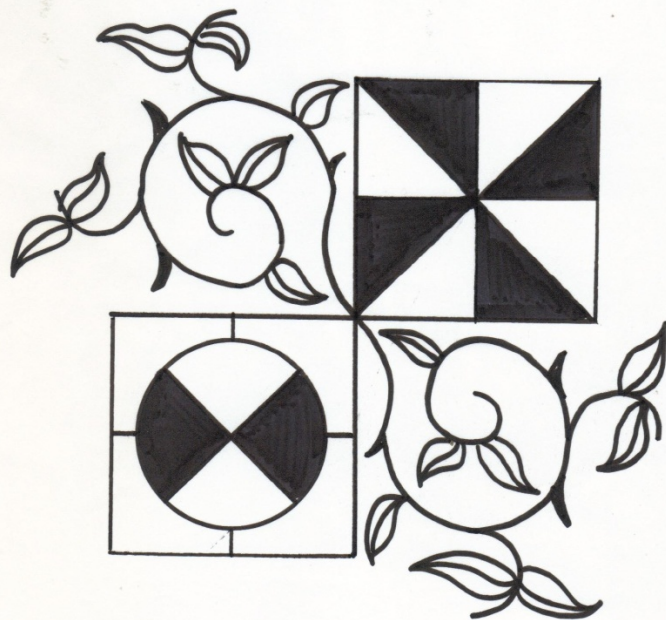
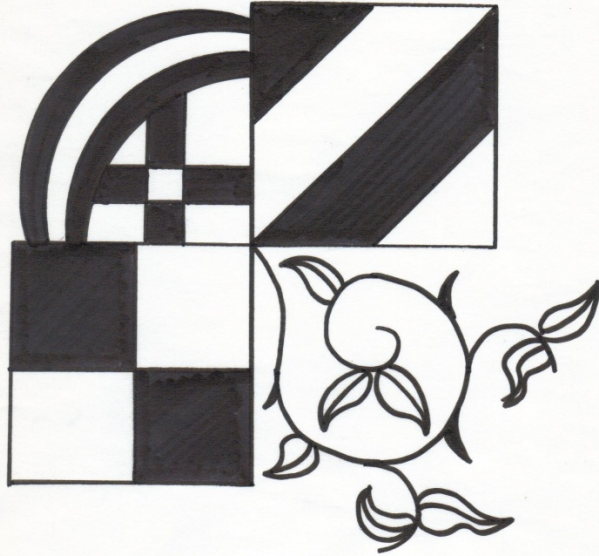
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)

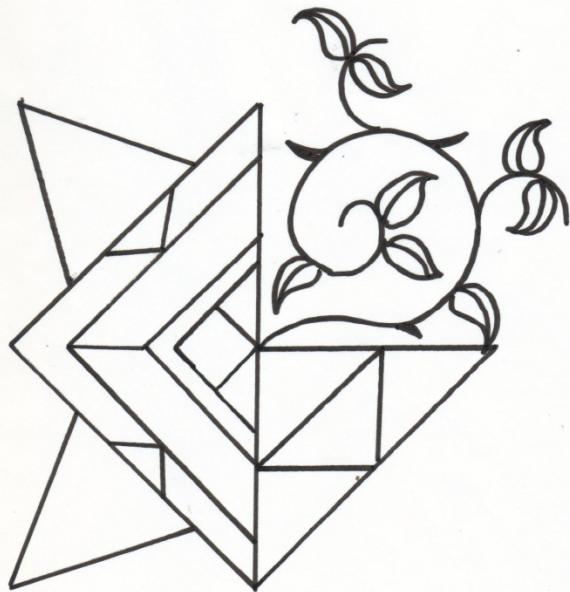
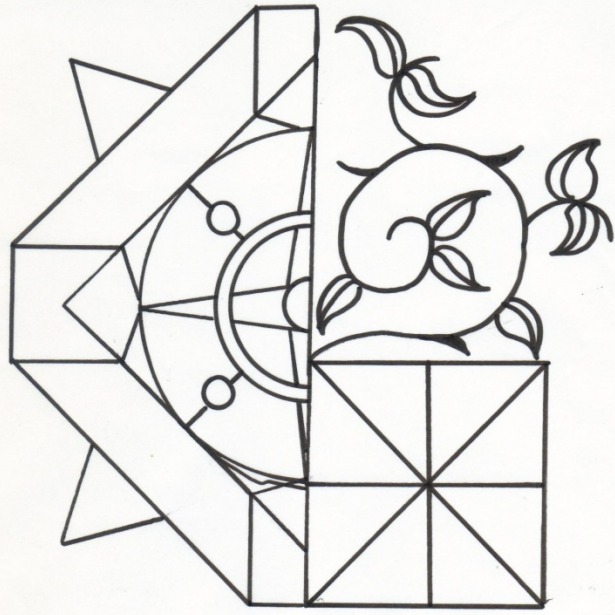


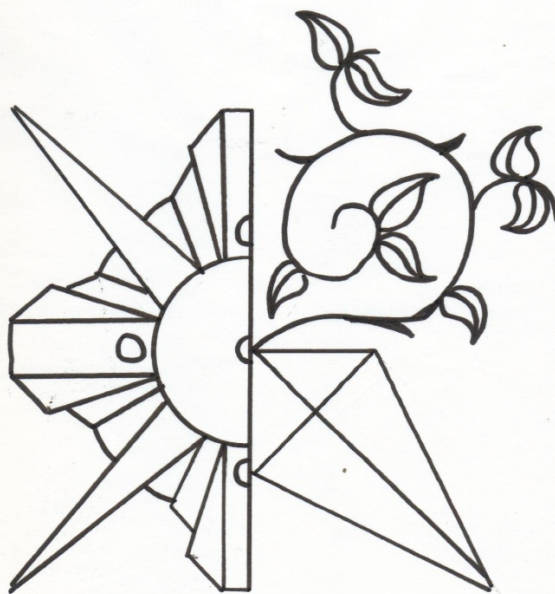
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



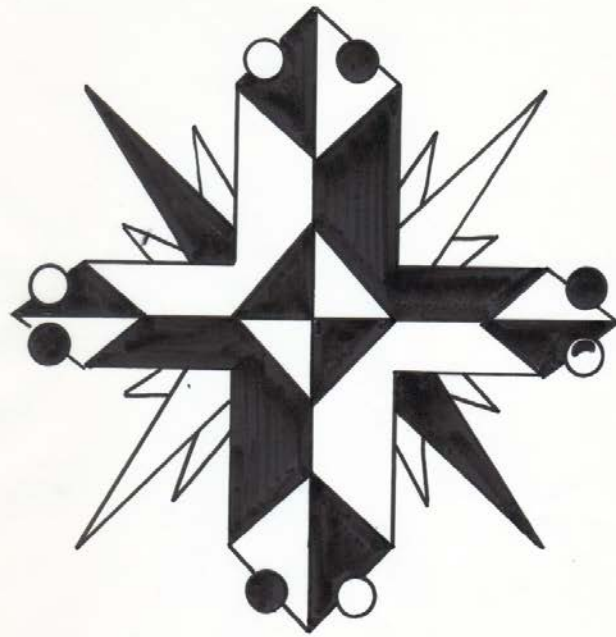
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



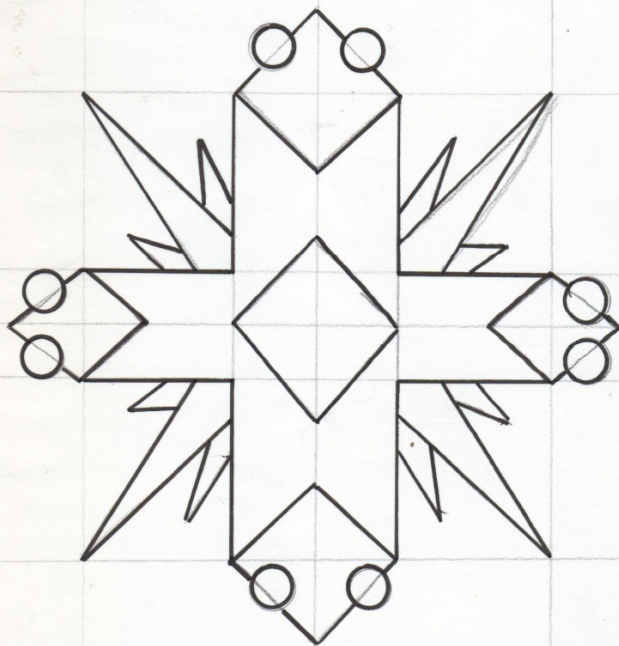
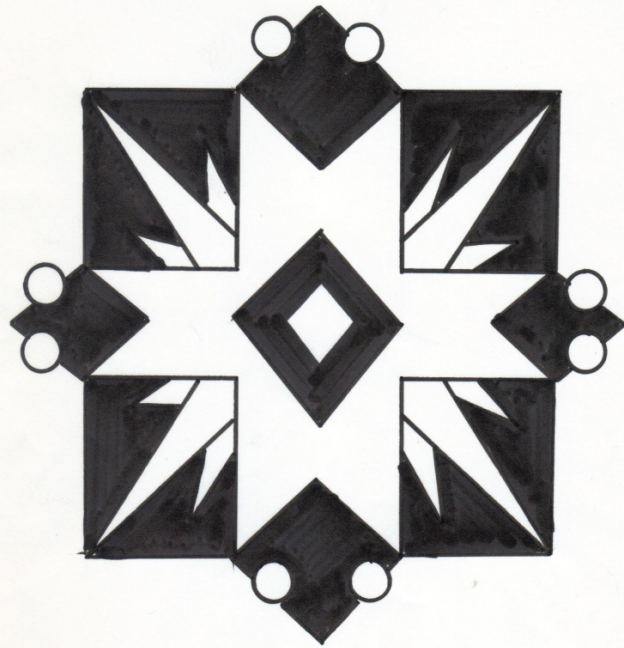




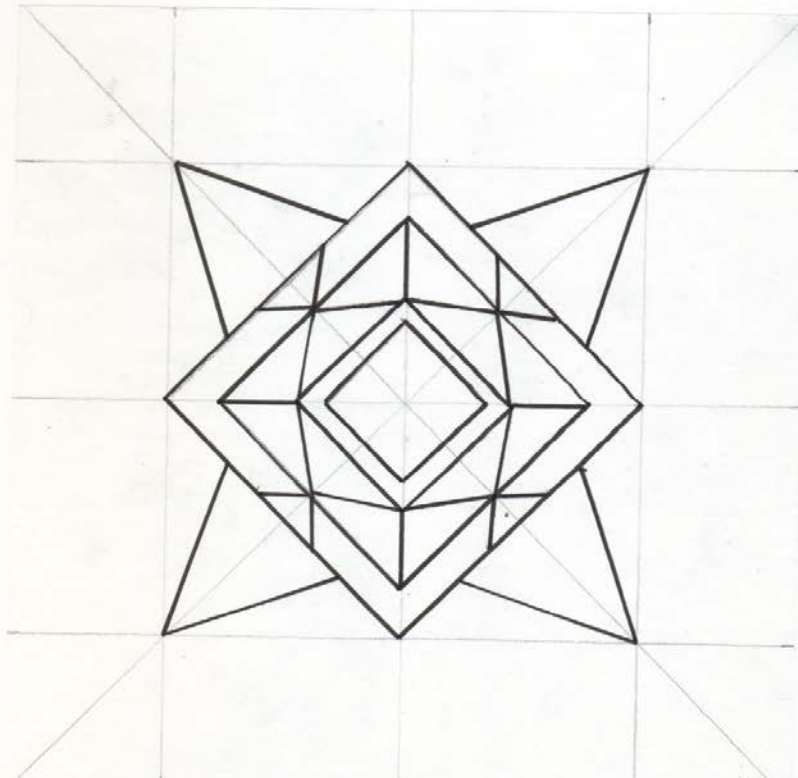
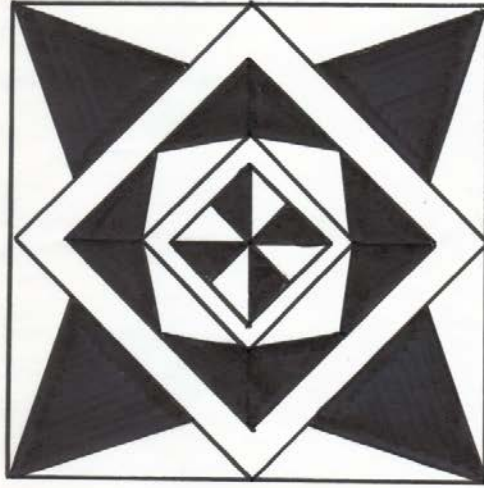
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



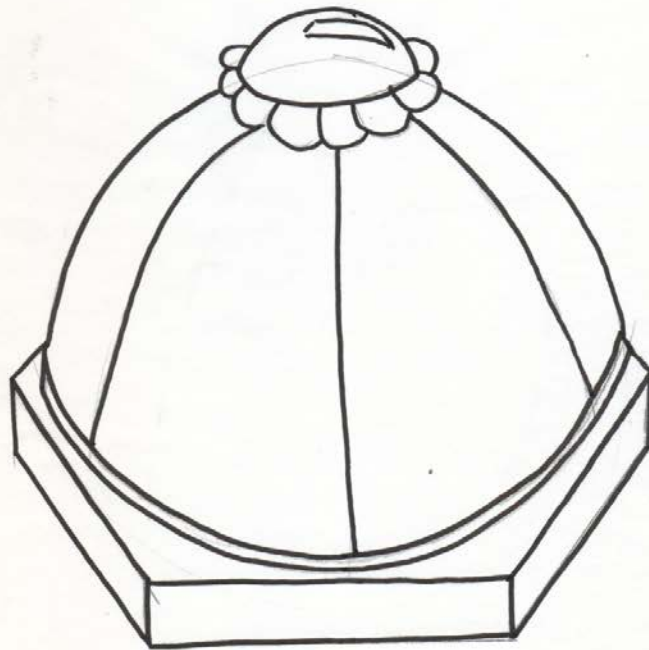
ANEXO 1 – Bocetos de Íconos (Continuación)



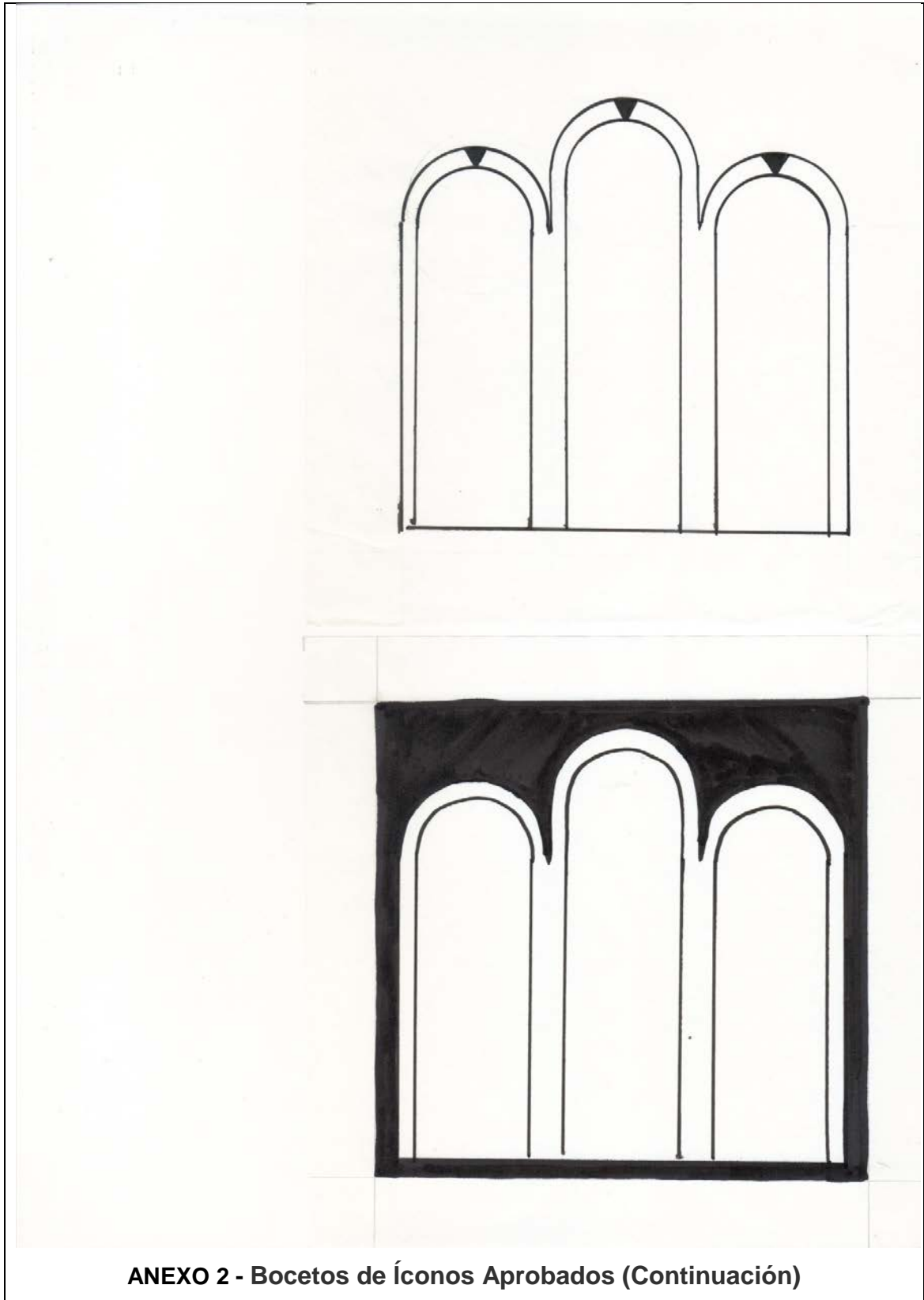
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



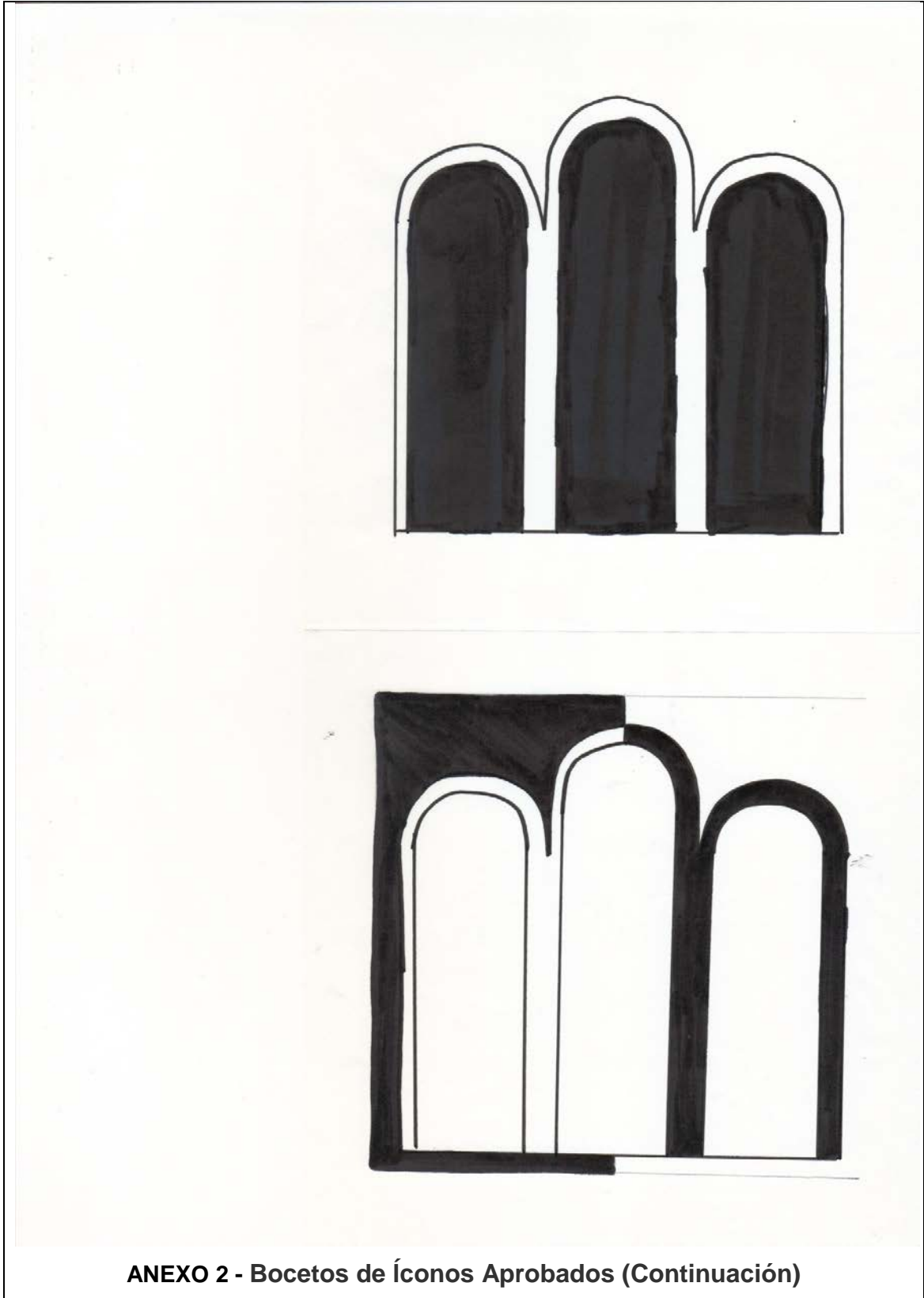
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



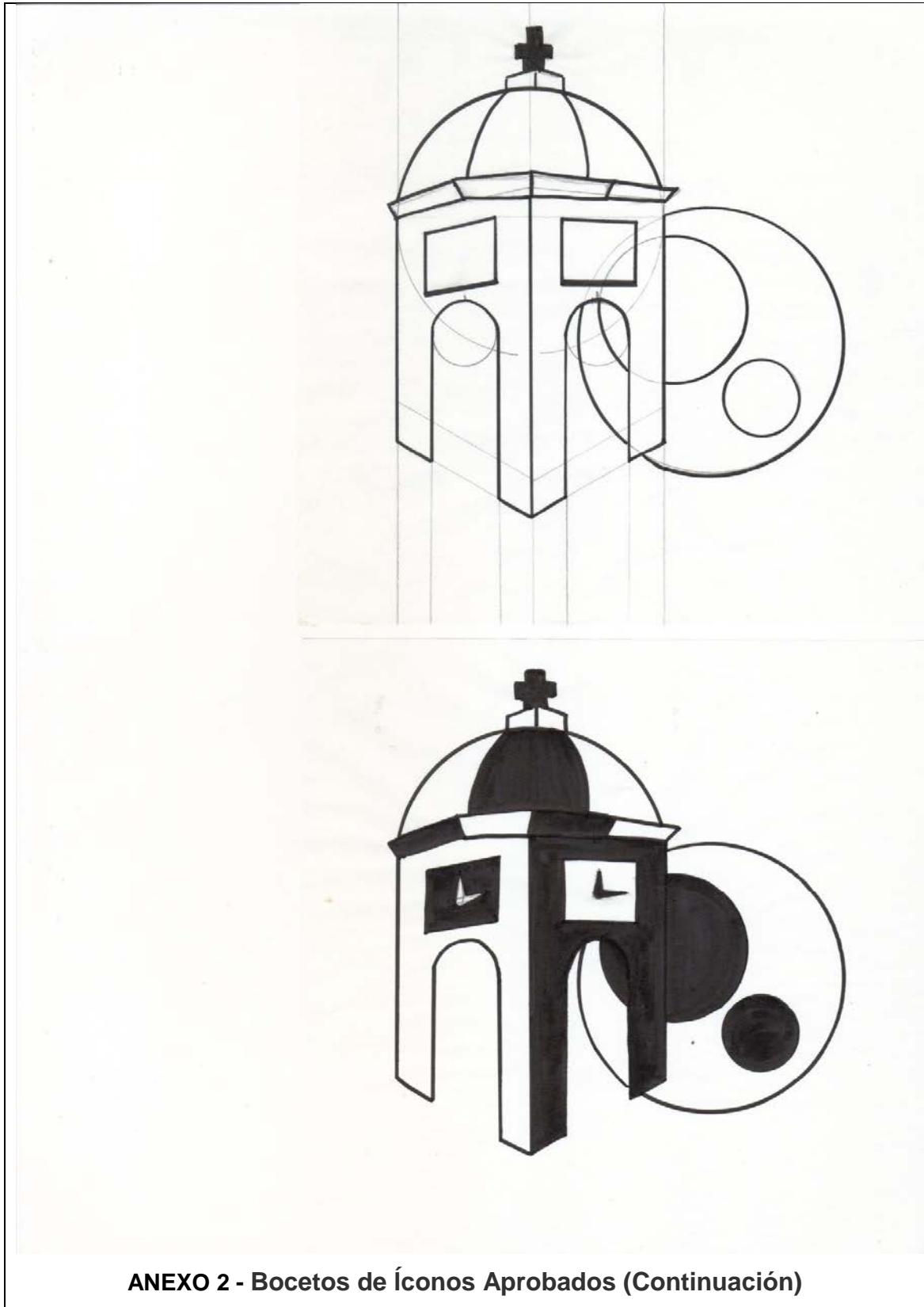
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)

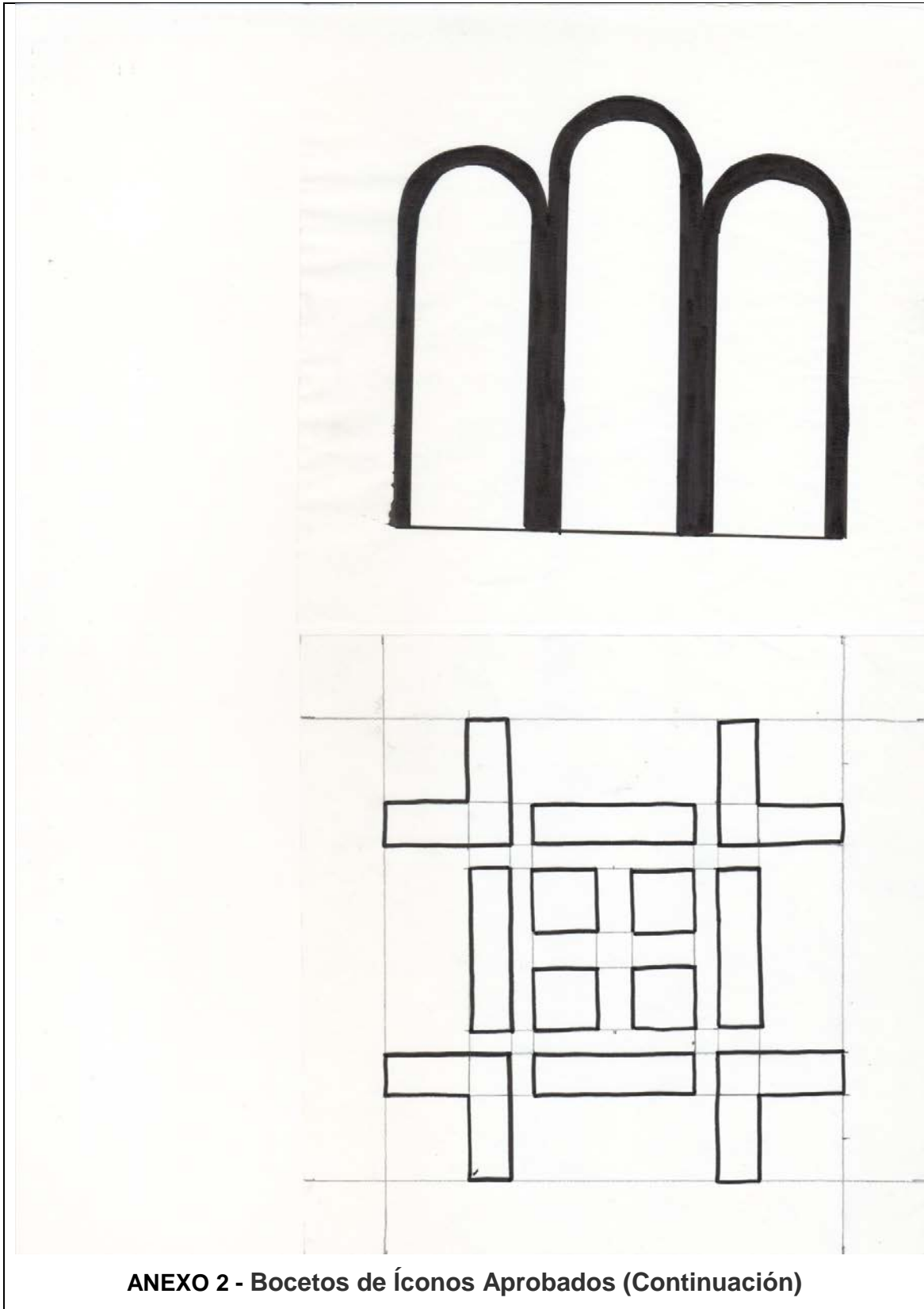


ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)

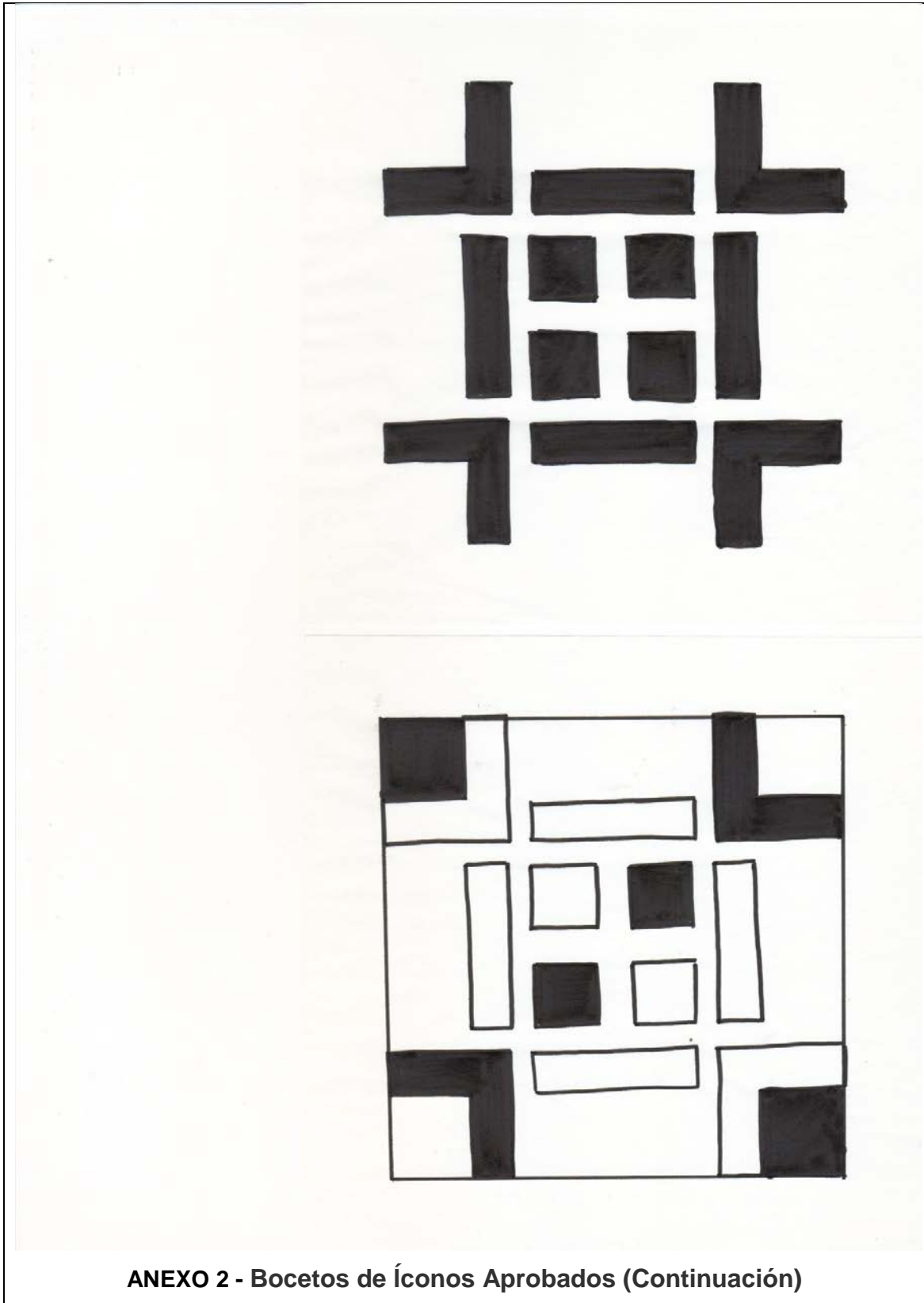




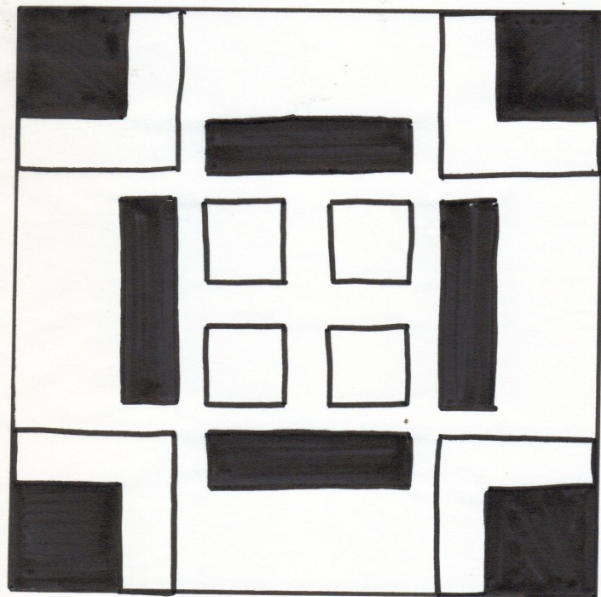
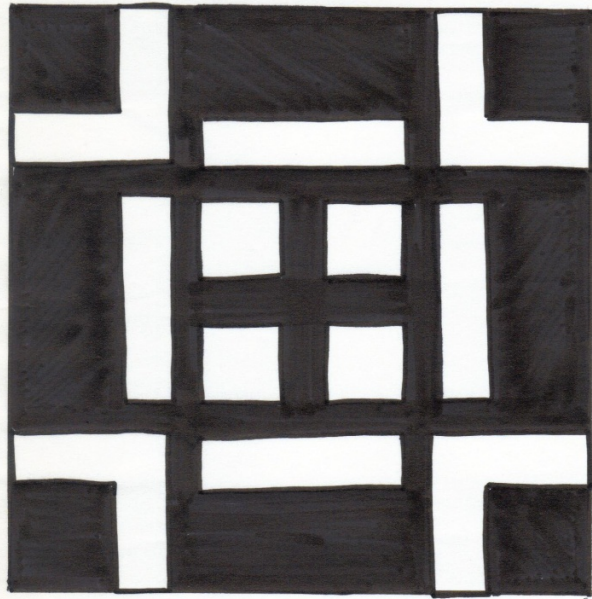
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



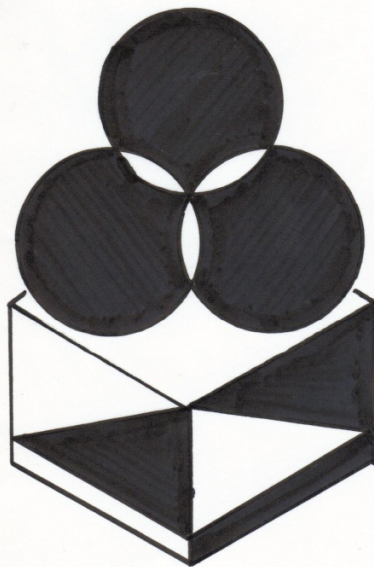
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



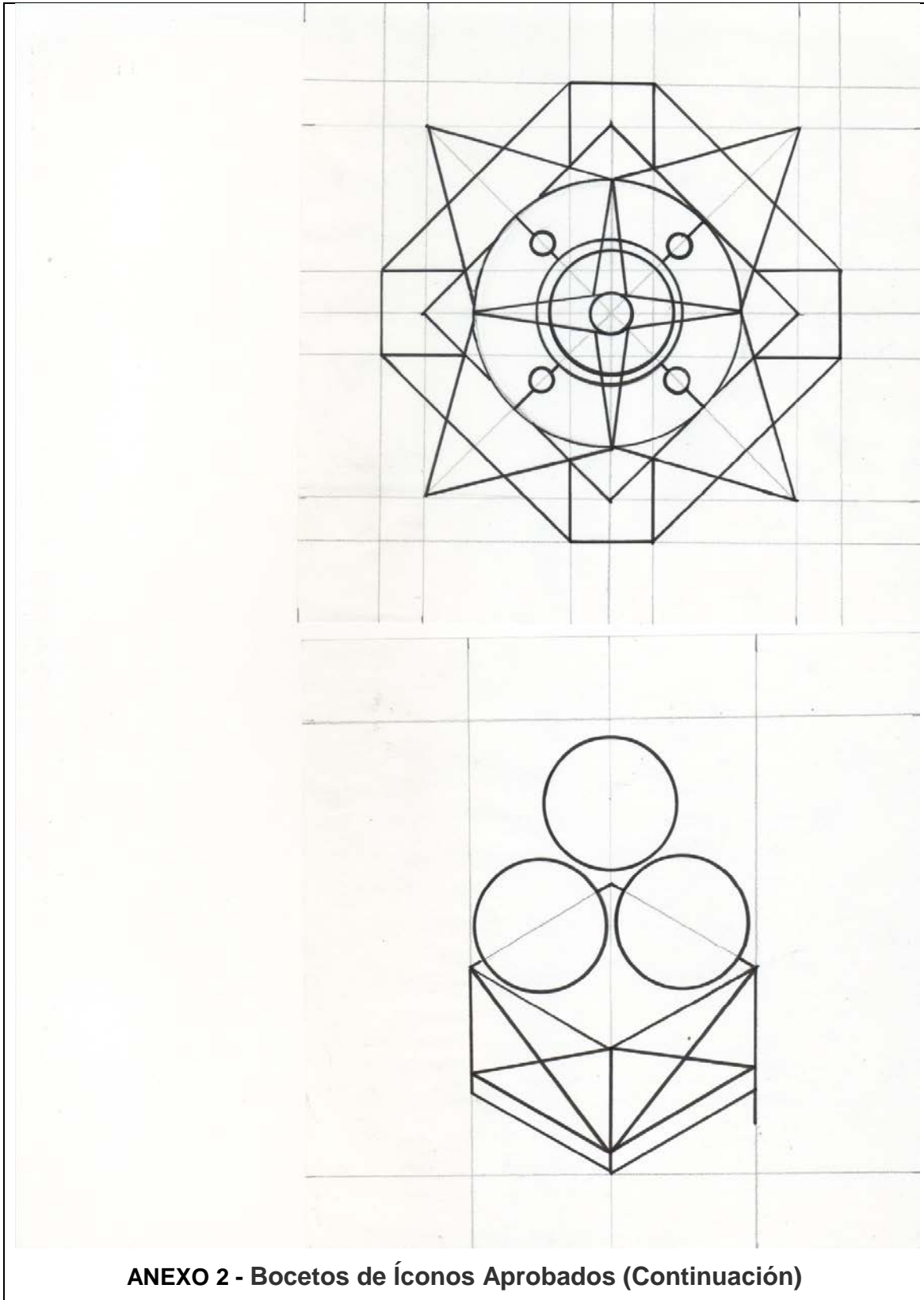
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



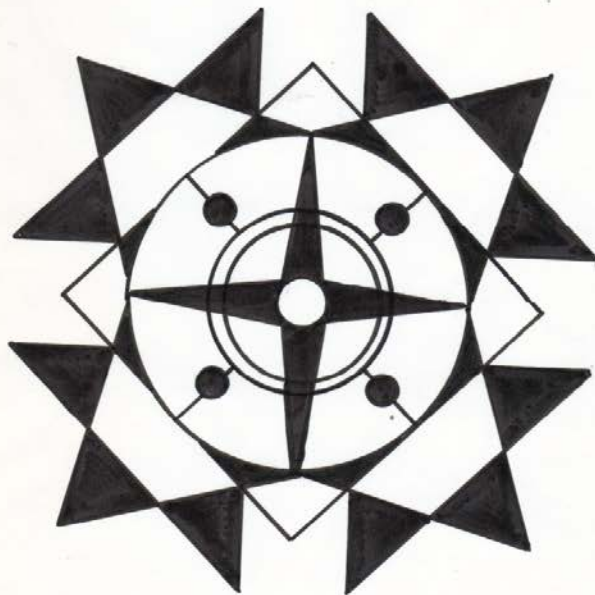
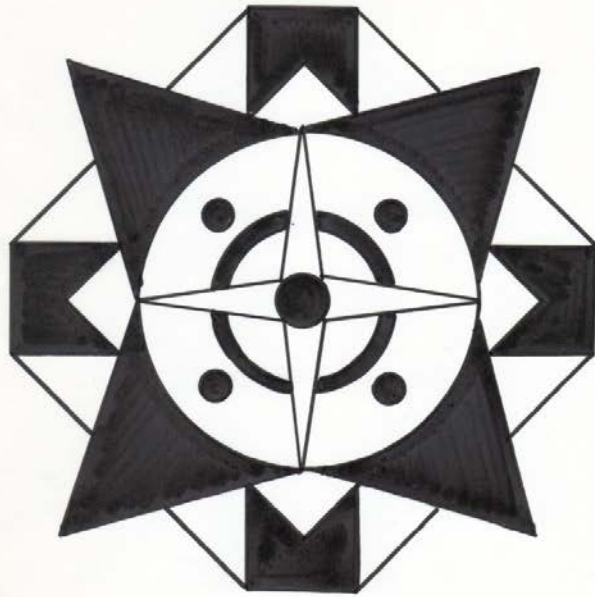
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



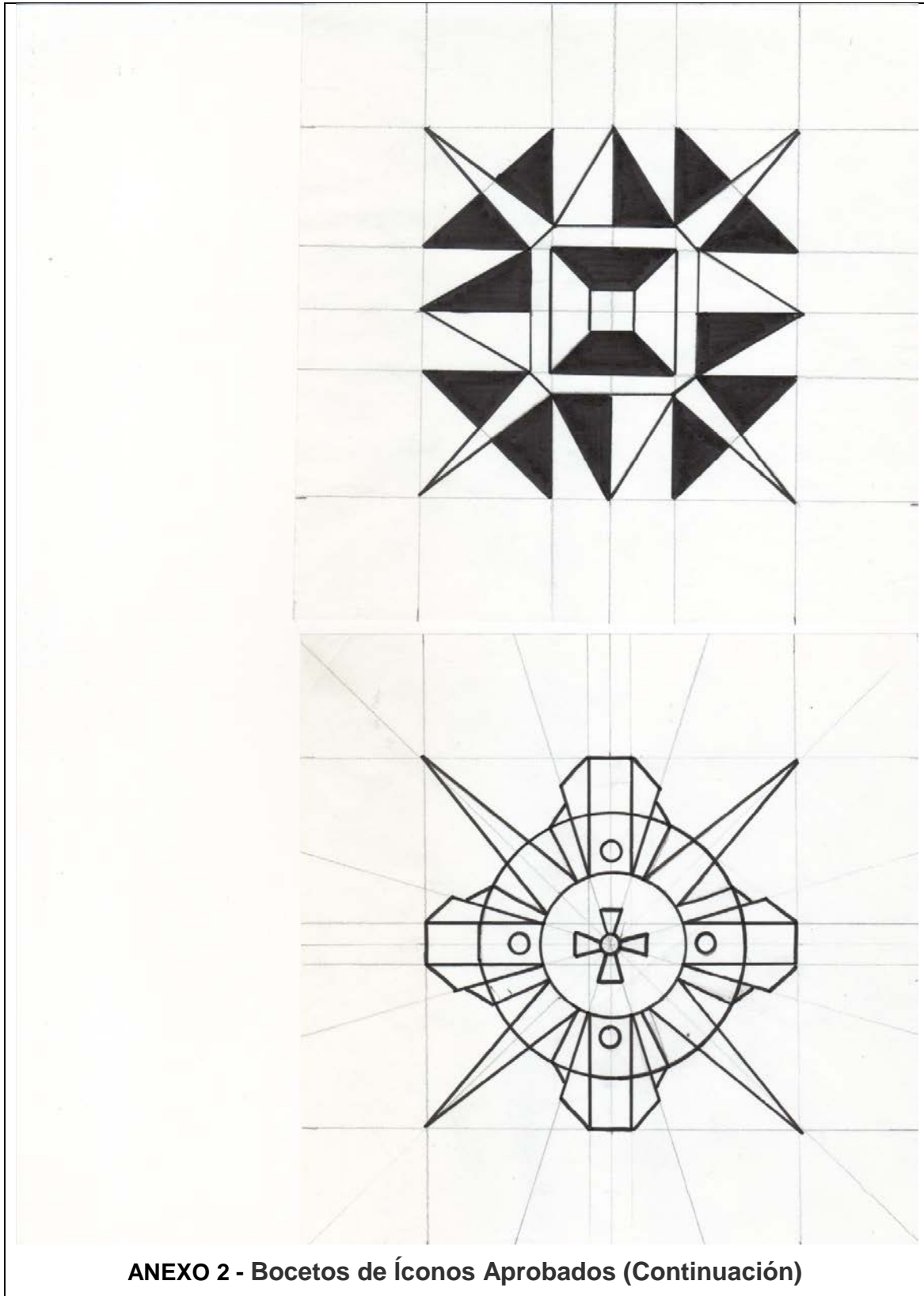
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)

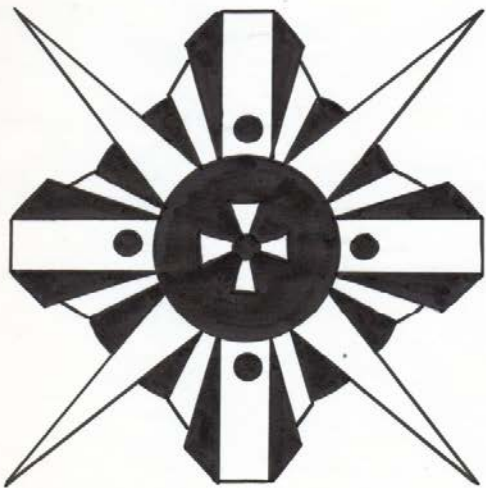
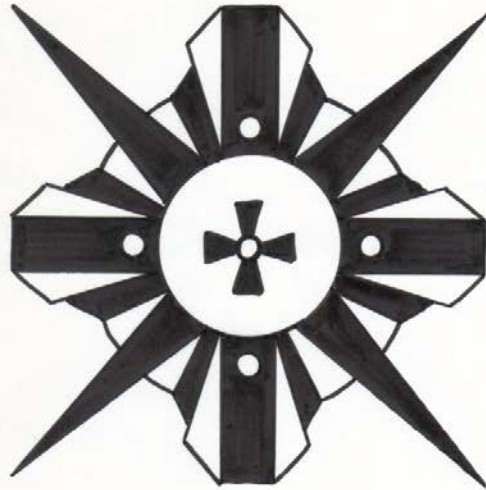


ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)

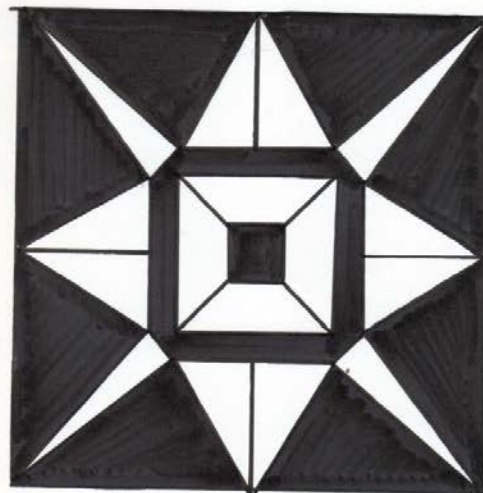
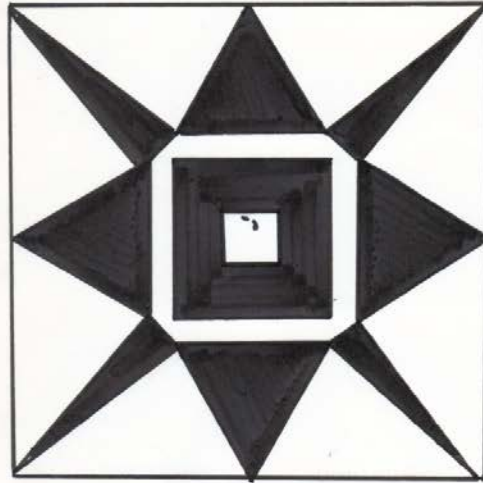


ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)





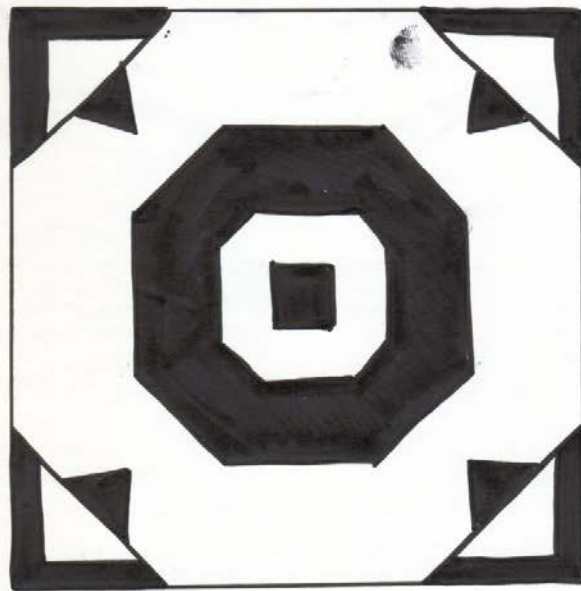
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



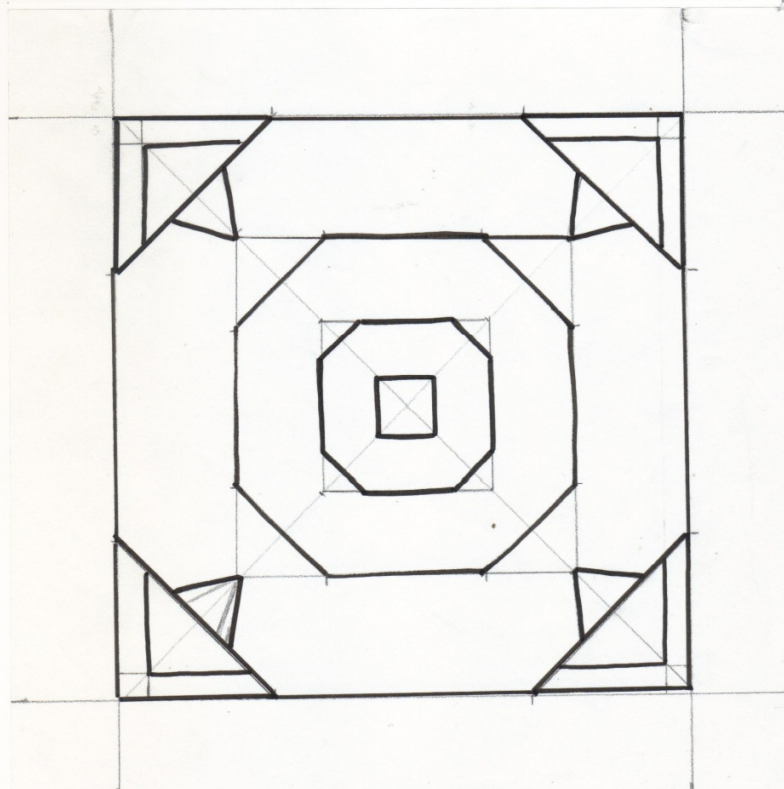
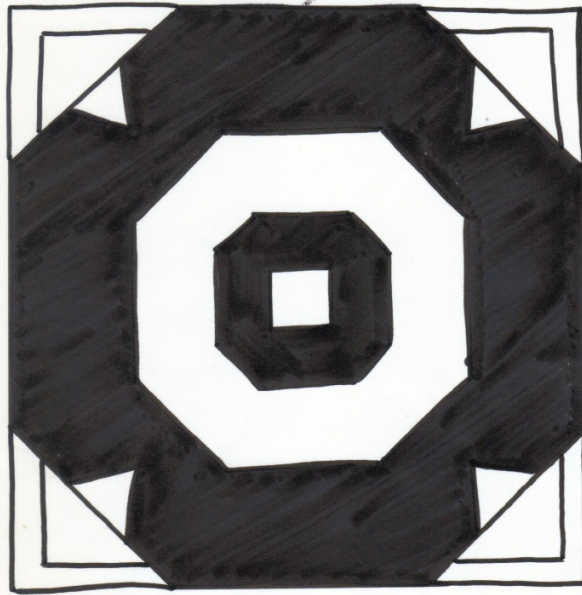
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



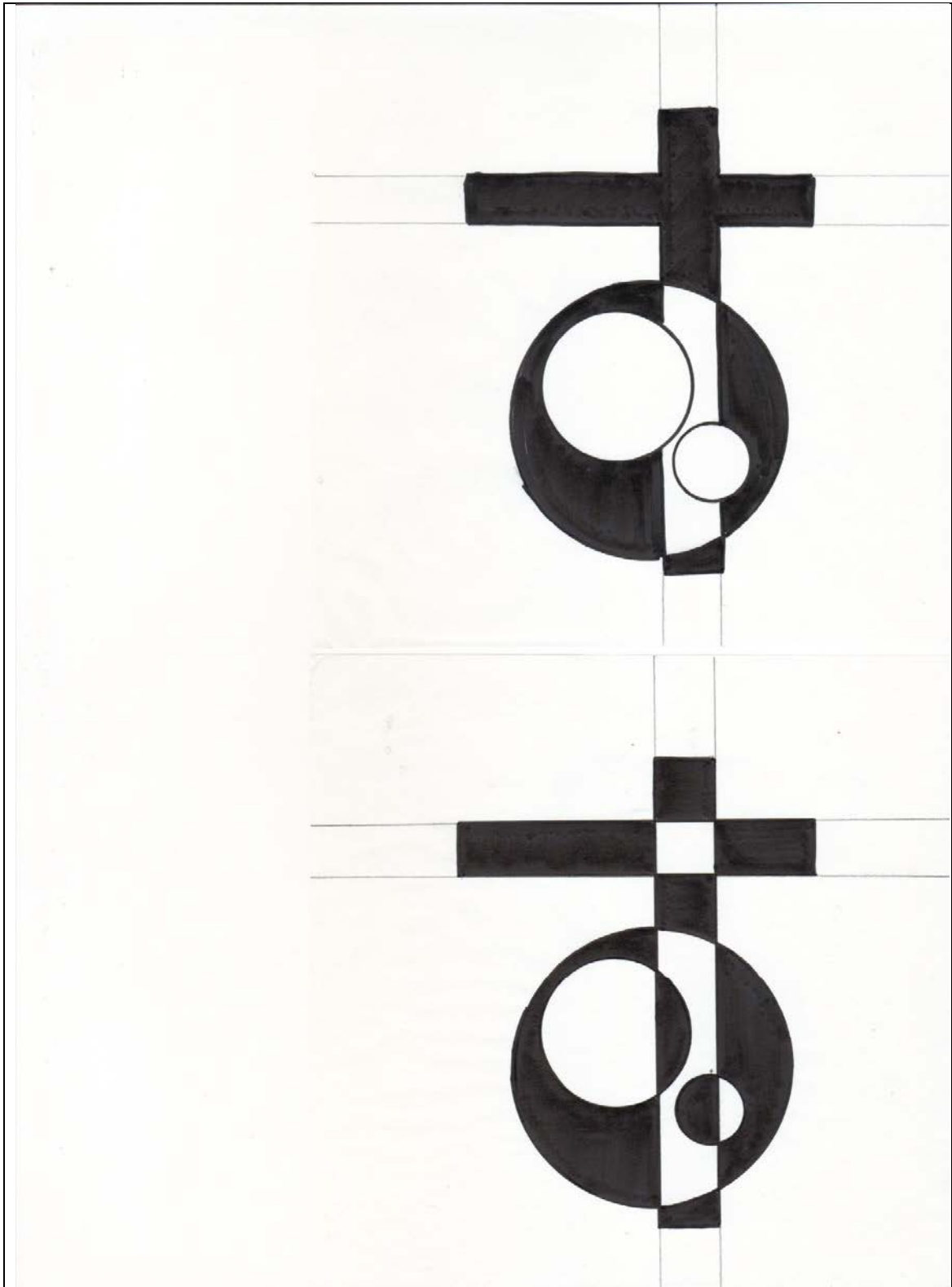
x



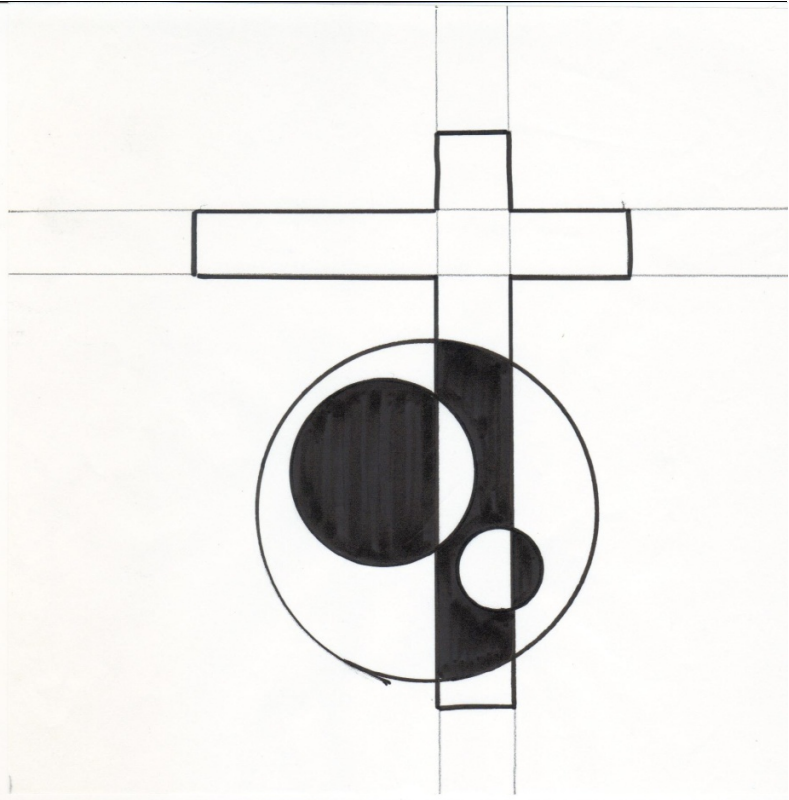
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



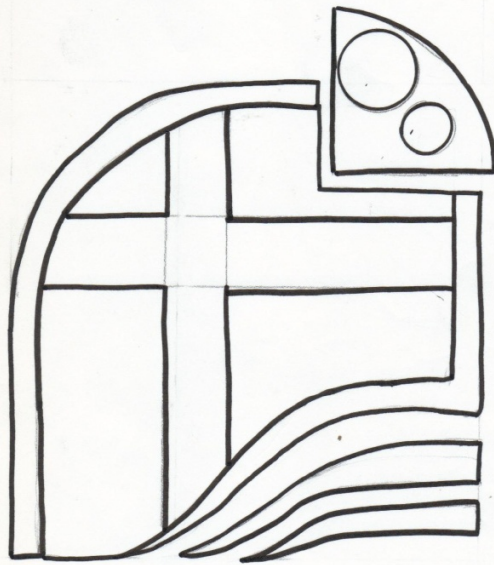
ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)



ANEXO 2 - Bocetos de Íconos Aprobados (Continuación)

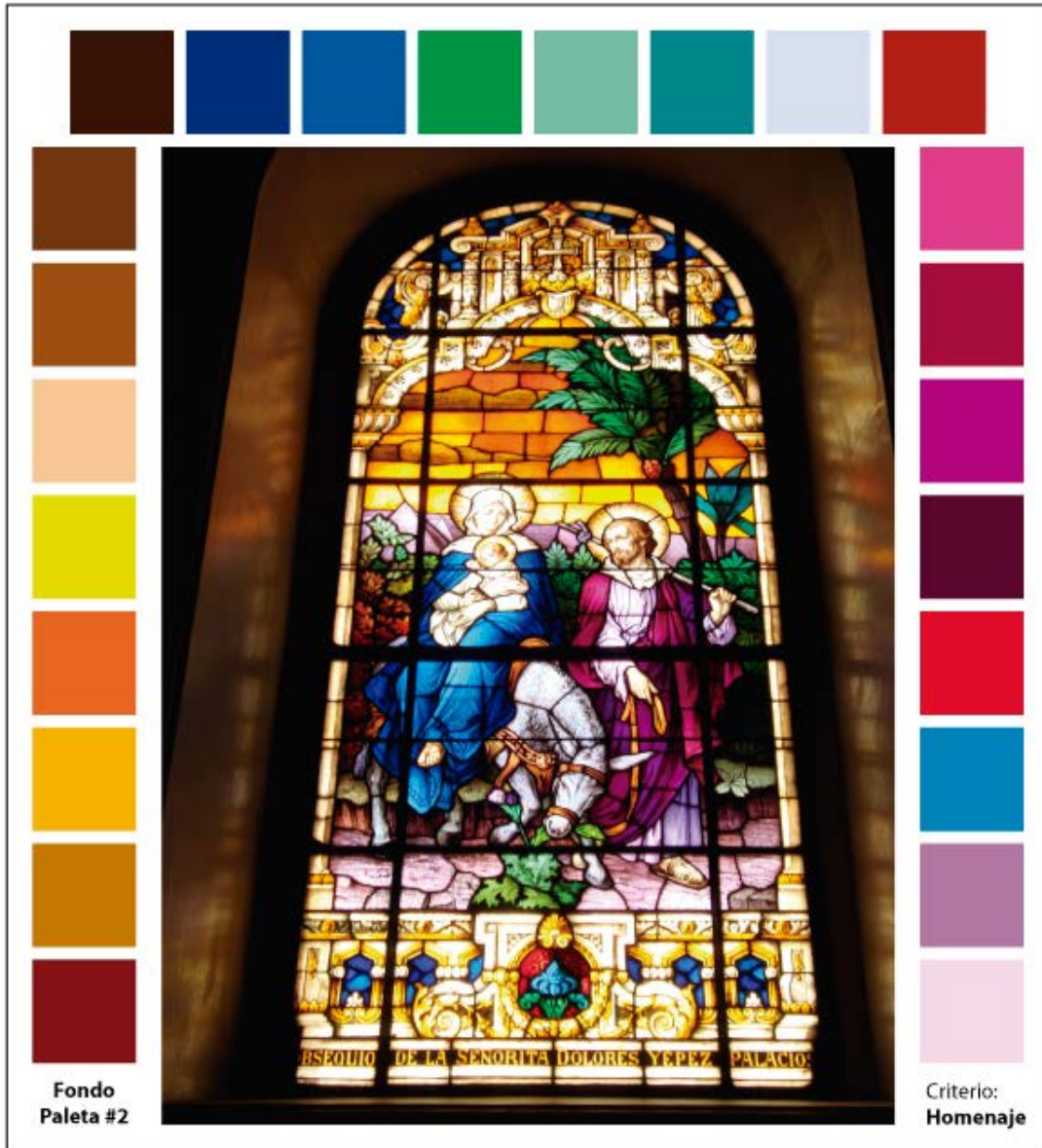


ANEXO 3 – Paletas Fotográficas

Paleta Fotográfica: Variable Fondo – Criterio Popular



Paleta Fotográfica: Variable Fondo – Criterio Homenaje



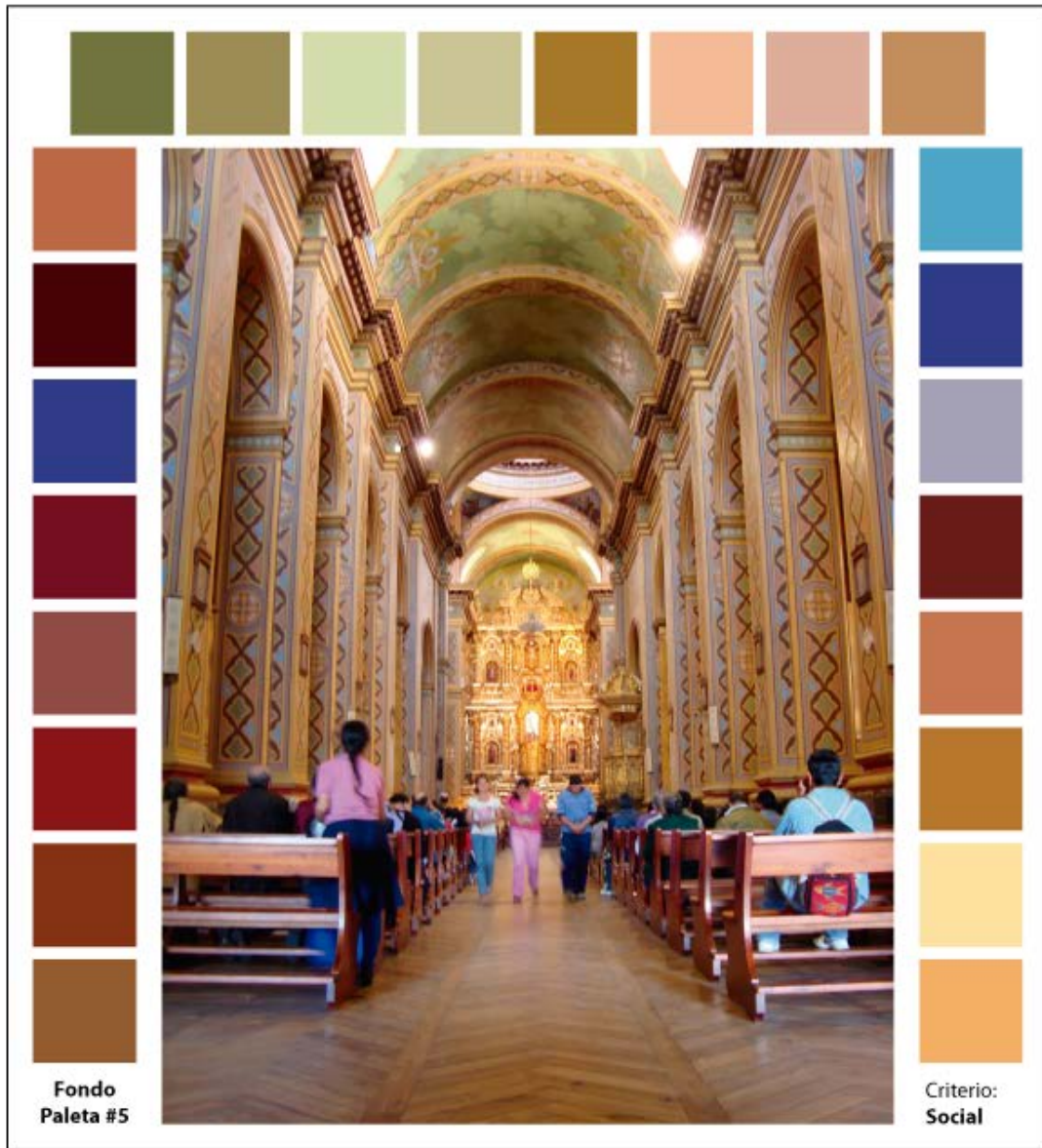
Paleta Fotográfica: Variable Fondo – Criterio Expandir



Paleta Fotográfica: Variable Fondo – Criterio Social



Paleta Fotográfica: Variable Fondo – Criterio Religioso



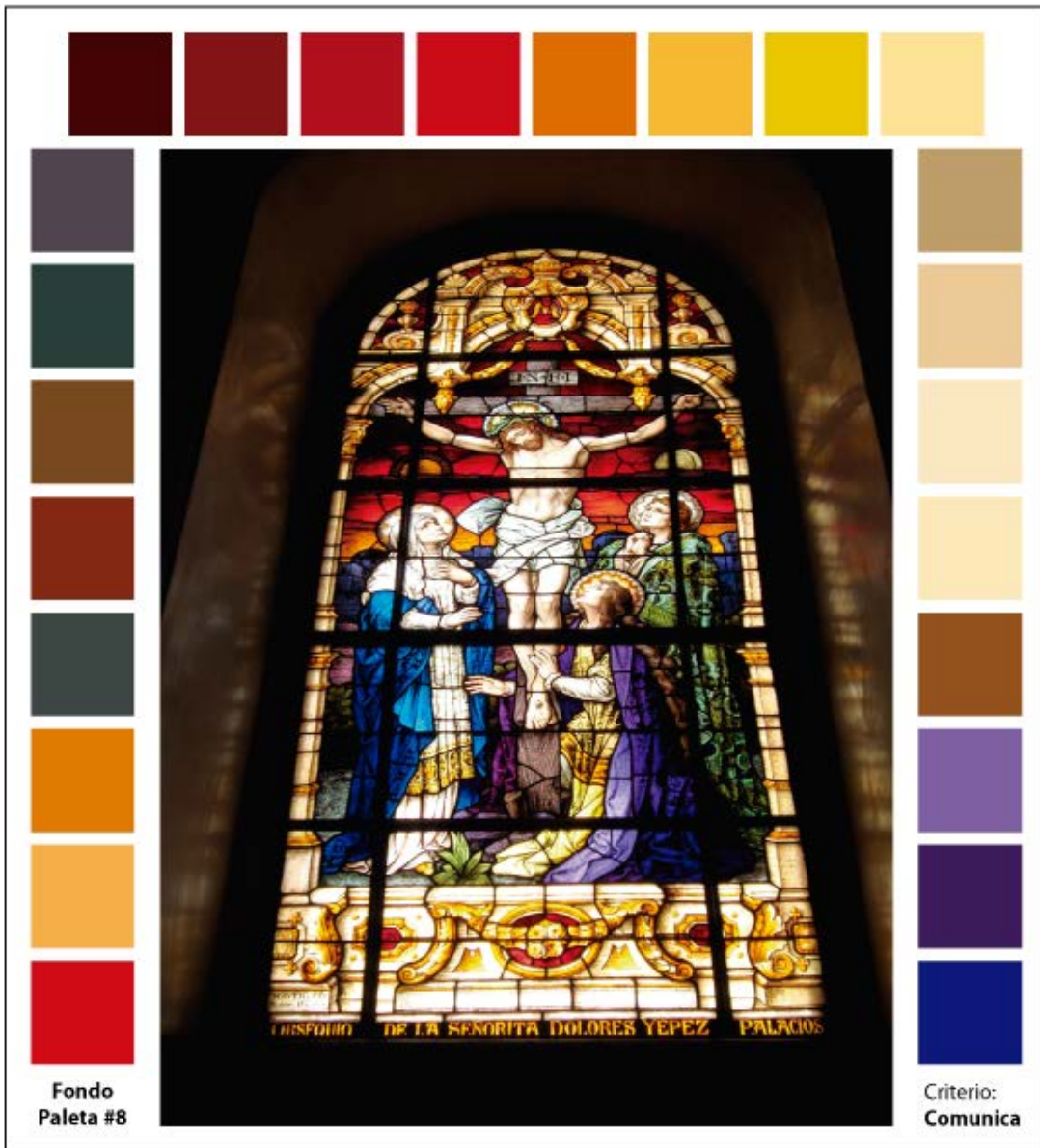
Paleta Fotográfica: Variable Fondo – Criterio Informar



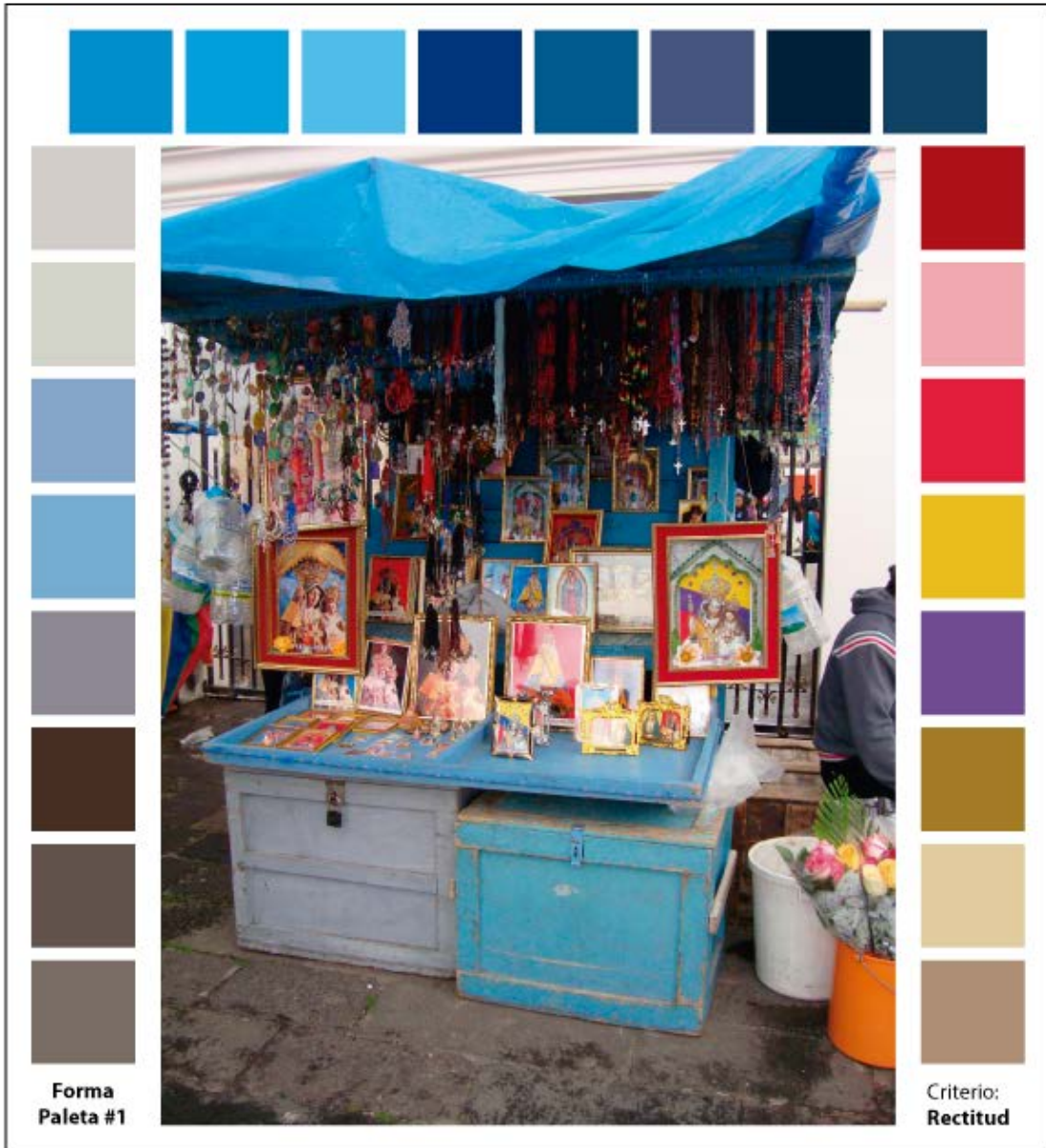
Paleta Fotográfica: Variable Fondo – Criterio Cortesía



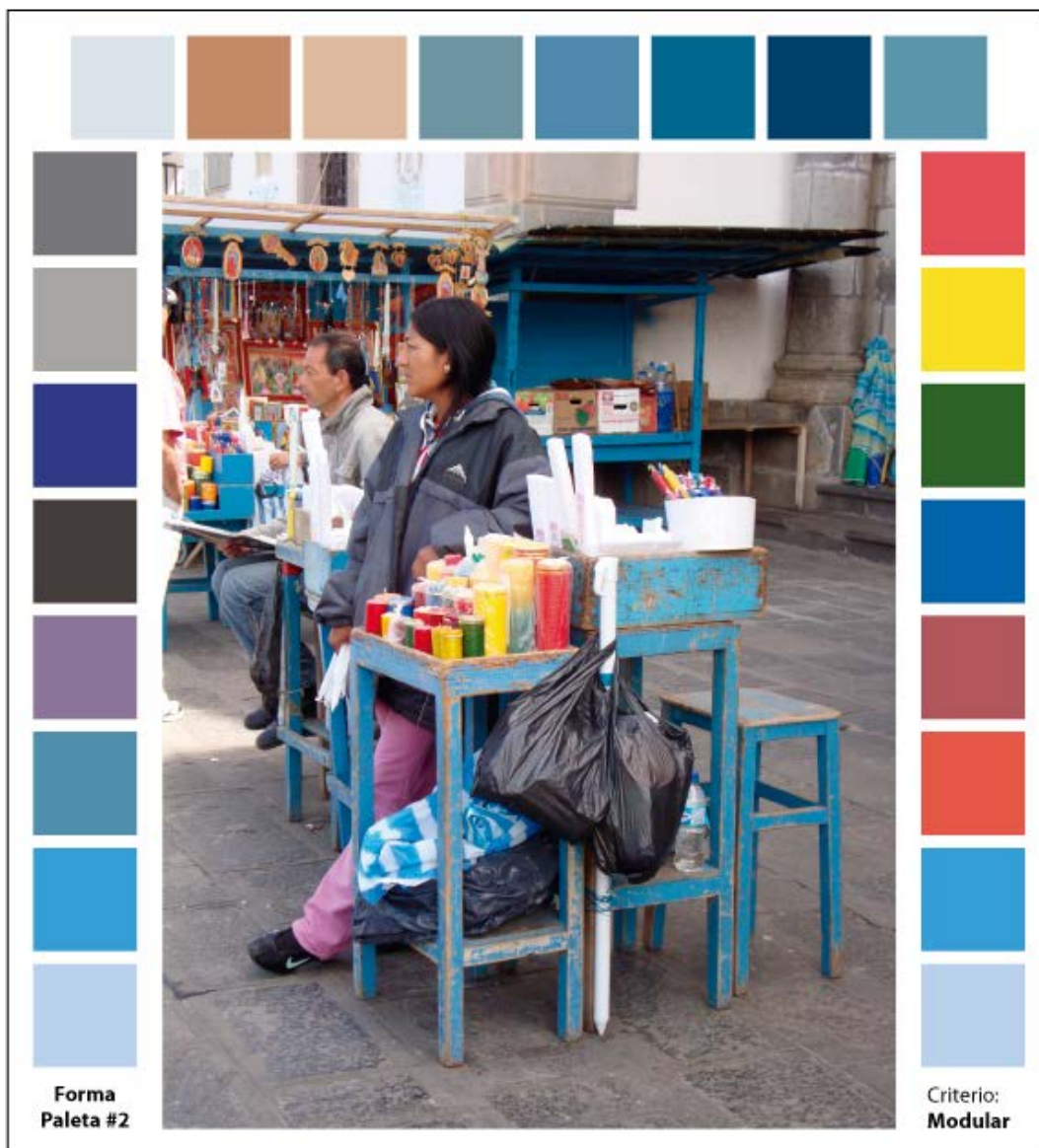
Paleta Fotográfica: Variable Fondo – Criterio Comunicar



Paleta Fotográfica: Variable Forma – Criterio Rectitud



Paleta Fotográfica: Variable Forma – Criterio Modular



Paleta Fotográfica: Variable Forma – Criterio Perpendicular



Paleta Fotográfica: Variable Forma – Criterio Apoyar



Paleta Fotográfica: Variable Forma – Criterio General



Paleta Fotográfica: Variable Forma – Criterio Convergir



Paleta Fotográfica: Variable Forma – Criterio Combinar



Paleta Fotográfica: Variable Forma – Criterio Sostener



Paleta Fotográfica: Variable Función – Criterio Mantenimiento



Paleta Fotográfica: Variable Función – Criterio Mantenimiento



Paleta Fotográfica: Variable Función – Criterio Sincretismo

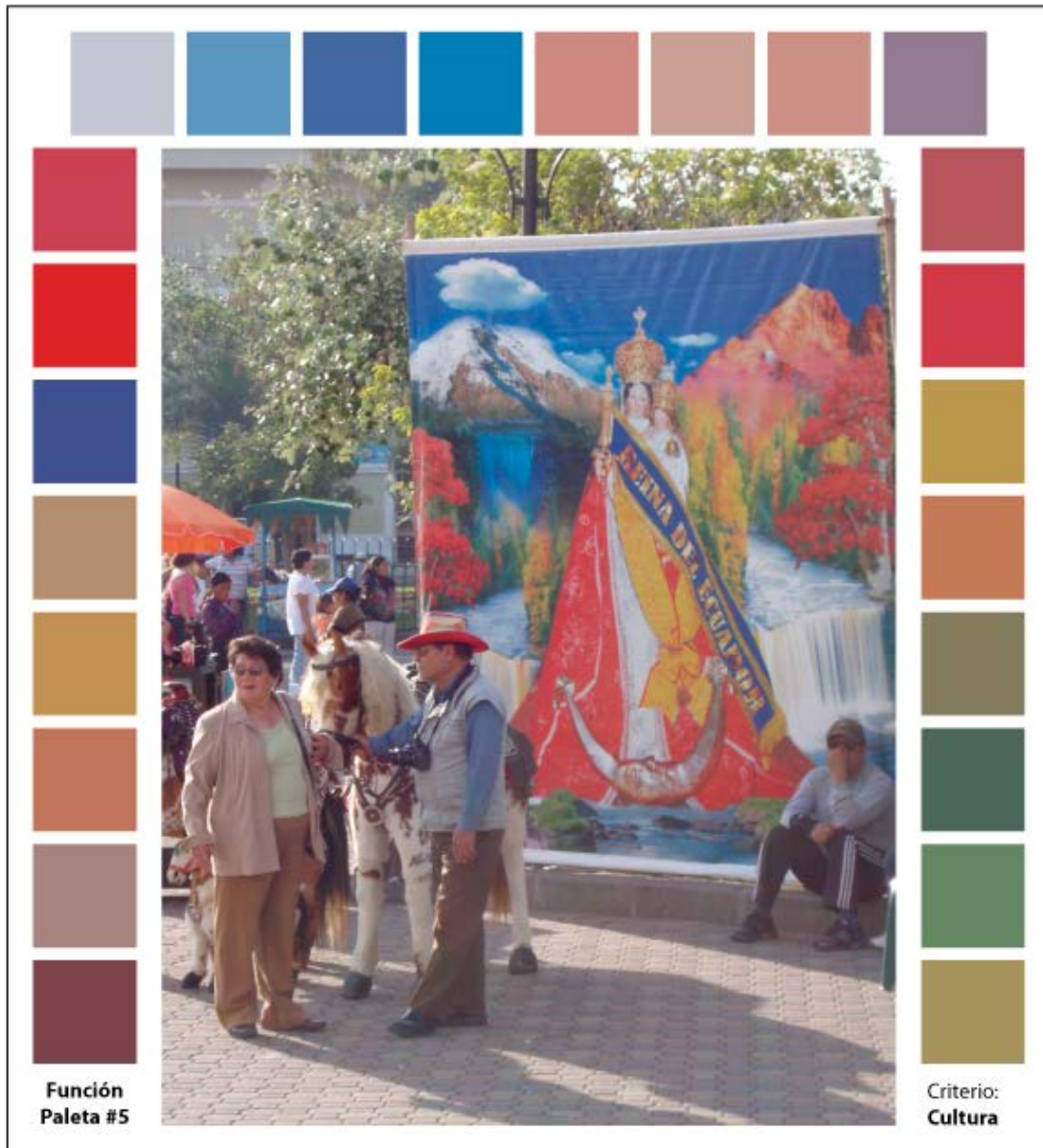
Función
Paleta #3

Criterio:
Sincretismo

Paleta Fotográfica: Variable Función – Criterio Sustento



Paleta Fotográfica: Variable Función – Criterio Cultura



Paleta Fotográfica: Variable Función – Criterio Evolución



Paleta Fotográfica: Variable Función – Criterio Sostenimiento

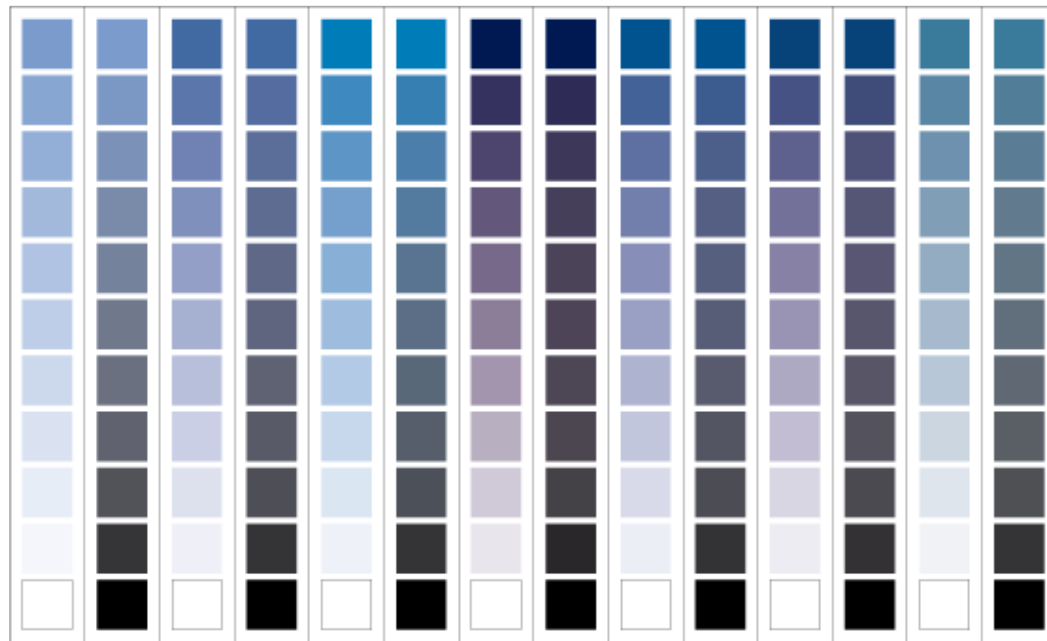
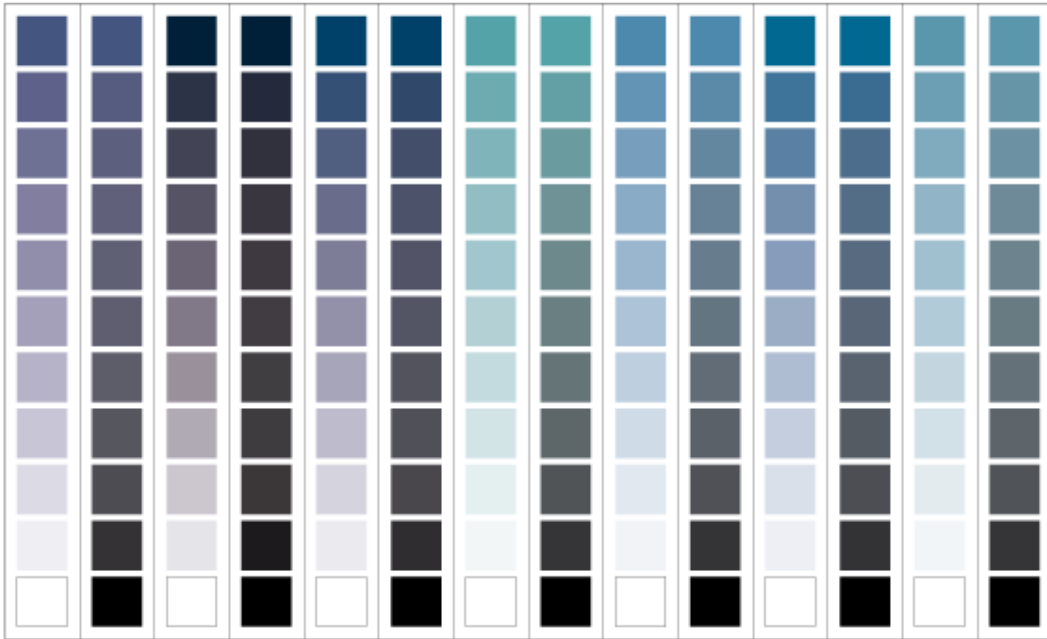


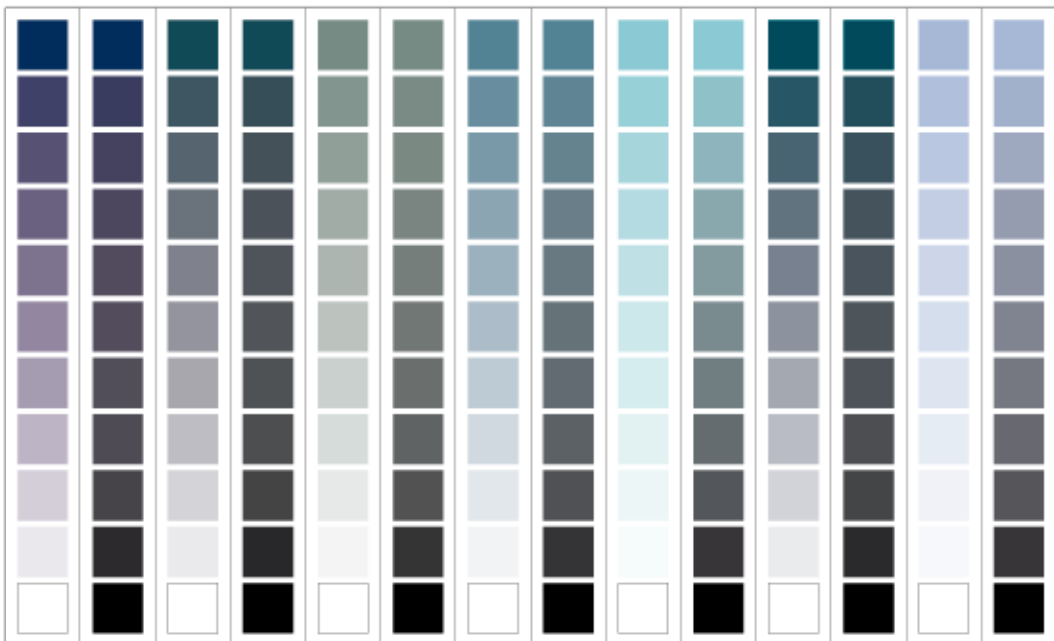
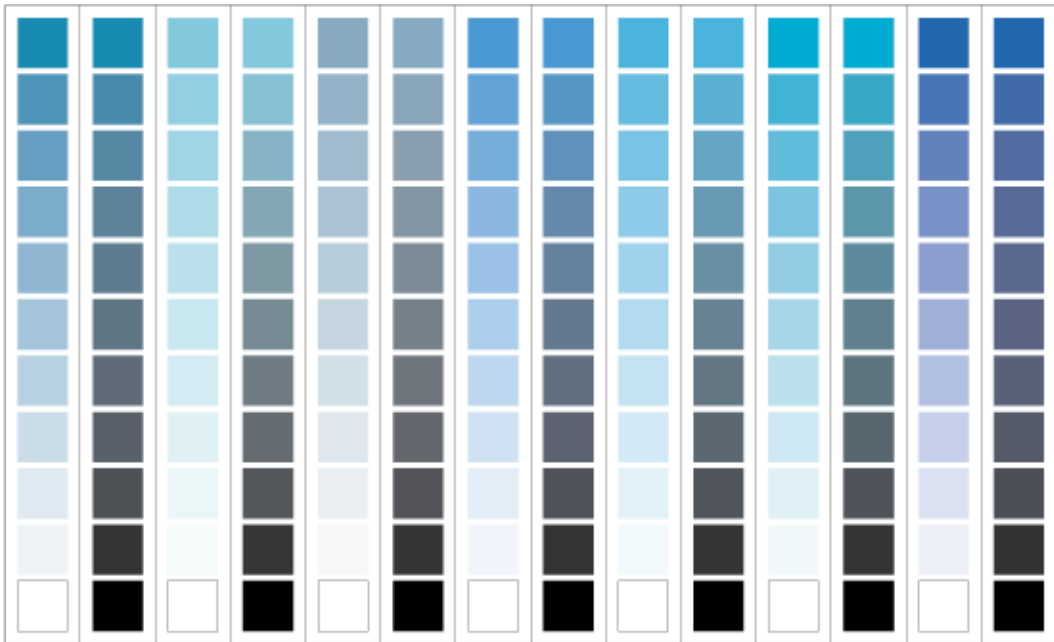
Paleta Fotográfica: Variable Función – Criterio Salud

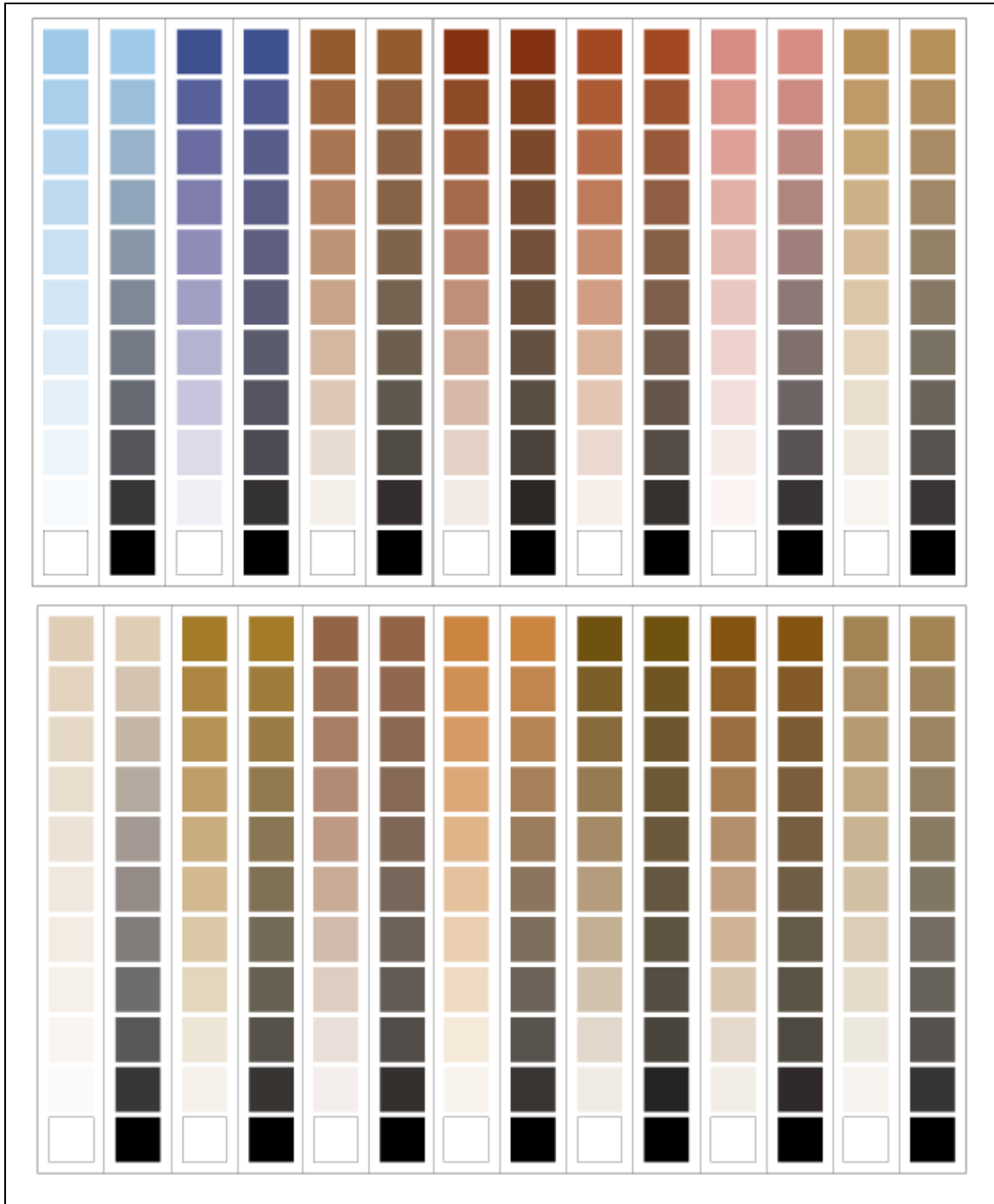


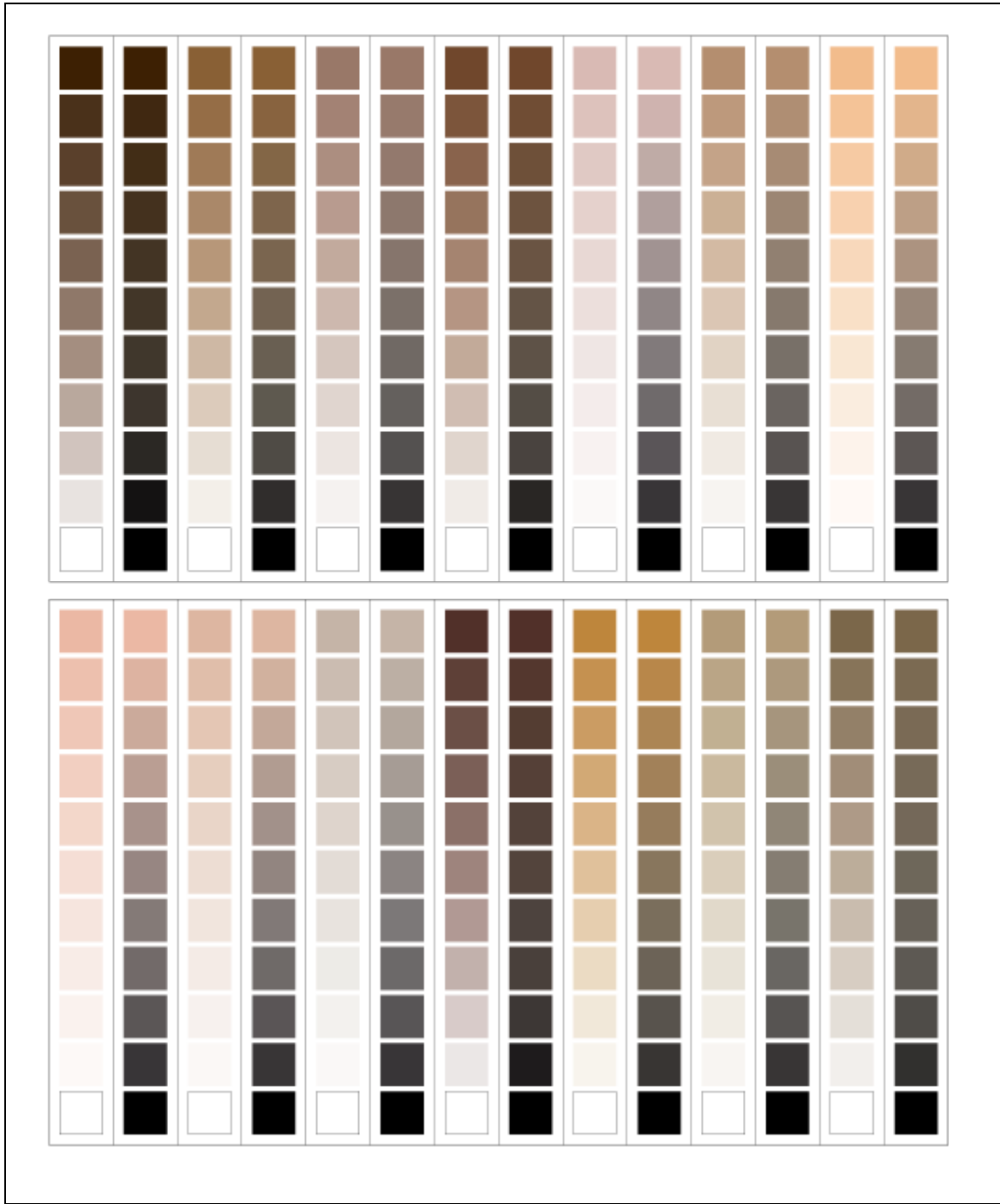
ANEXO 4 – Paletas de Color obtenidas mediante contraste de calidad planteado por Johannes Itten (Organizadas por tonalidad)

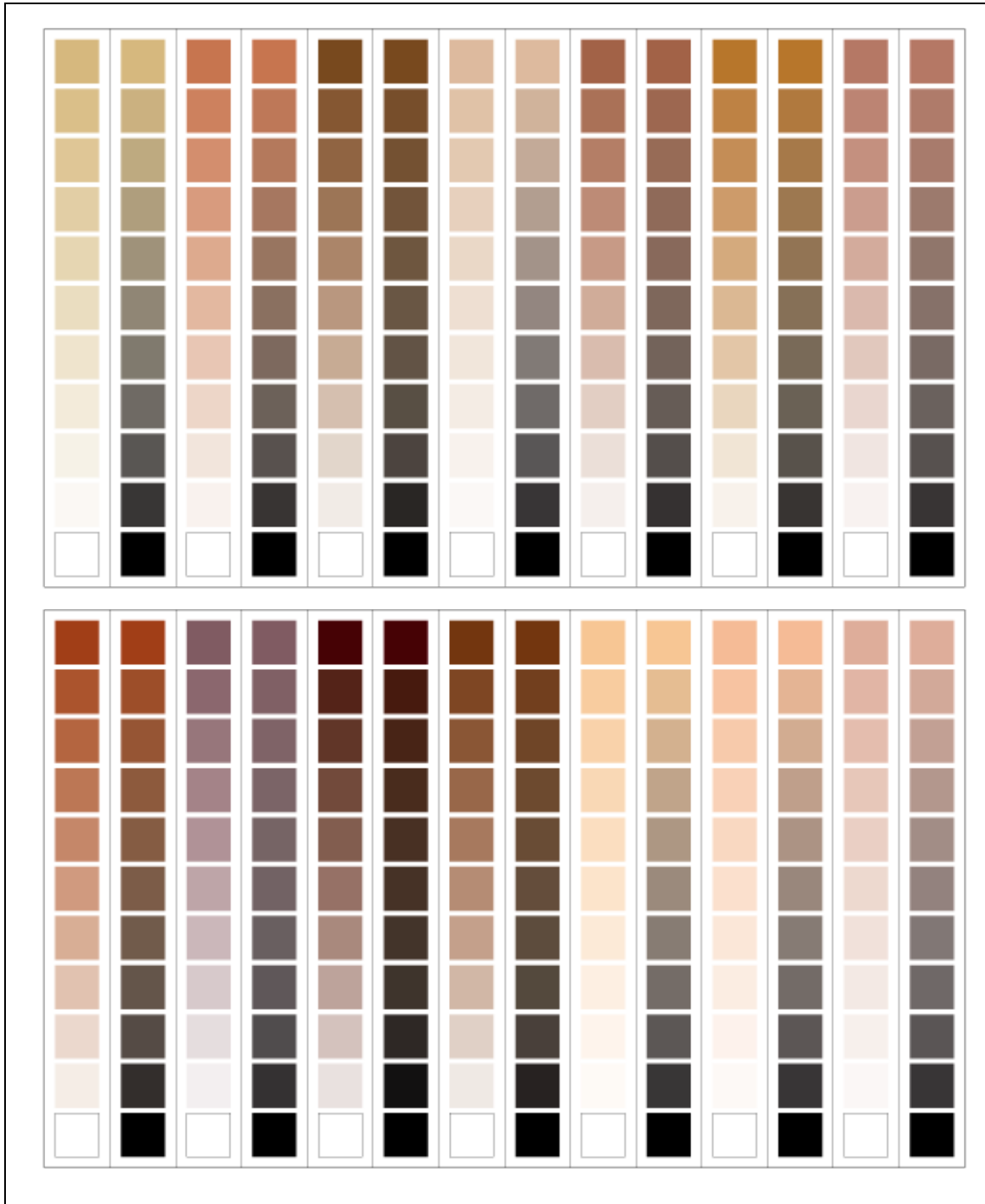


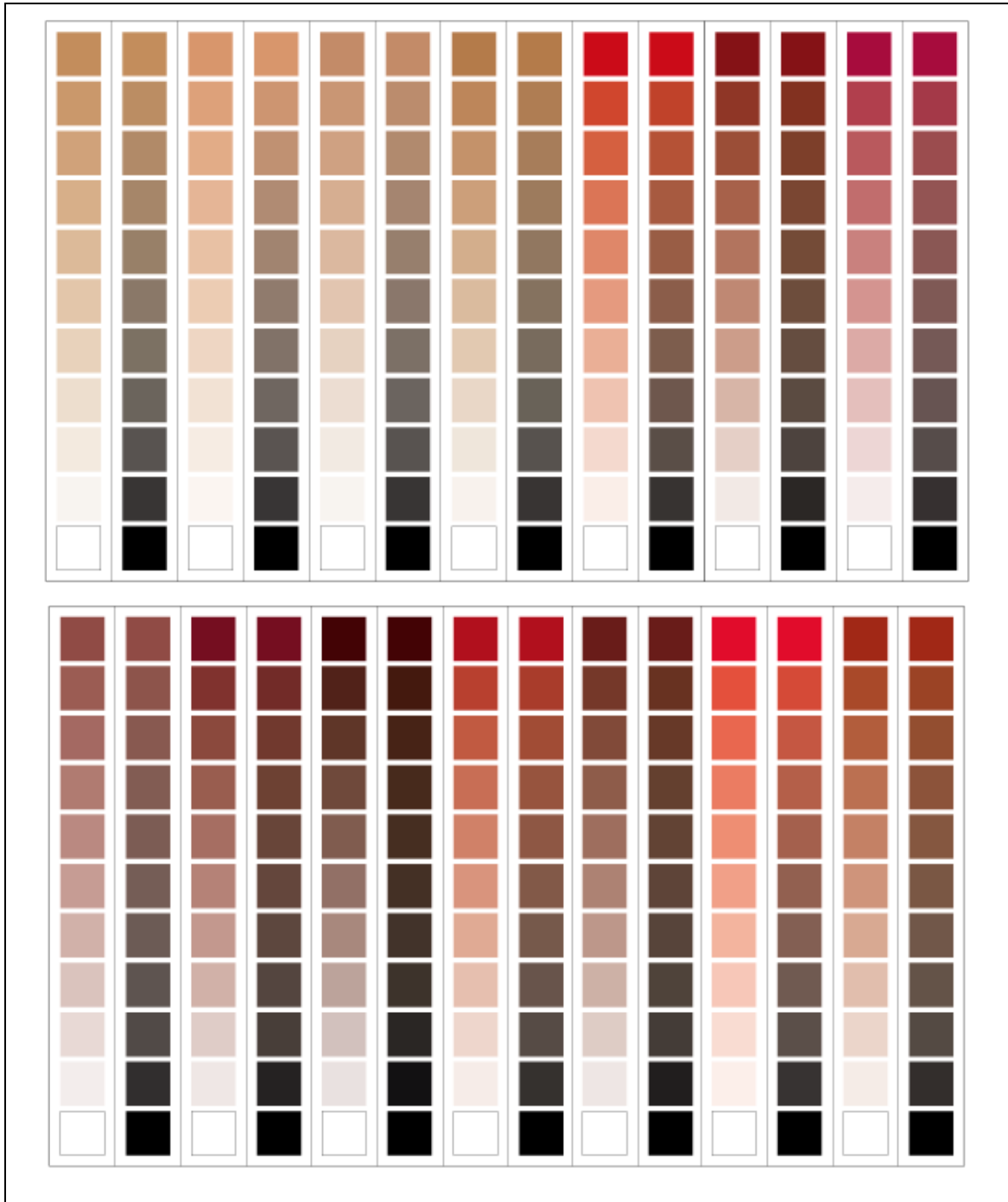


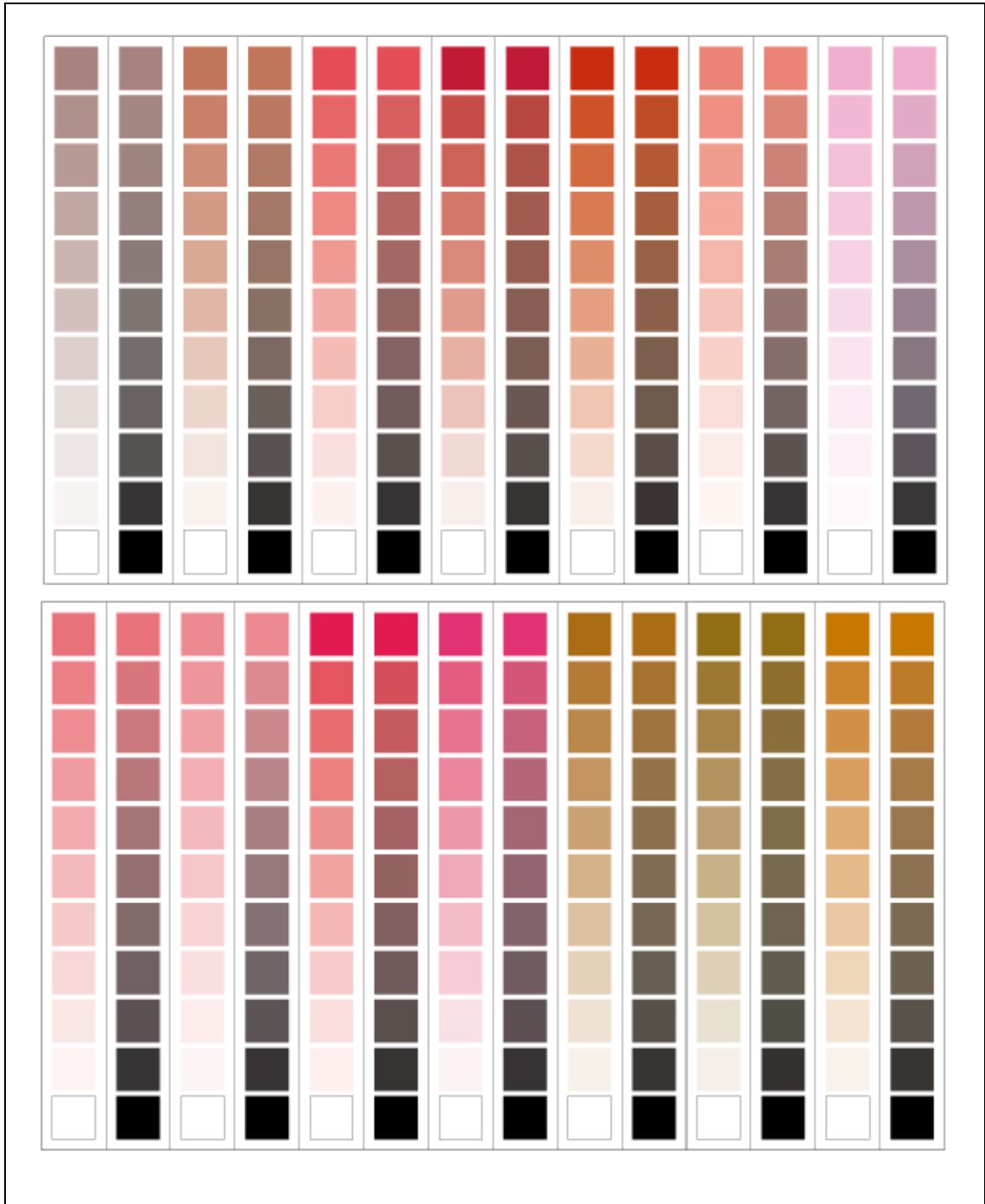


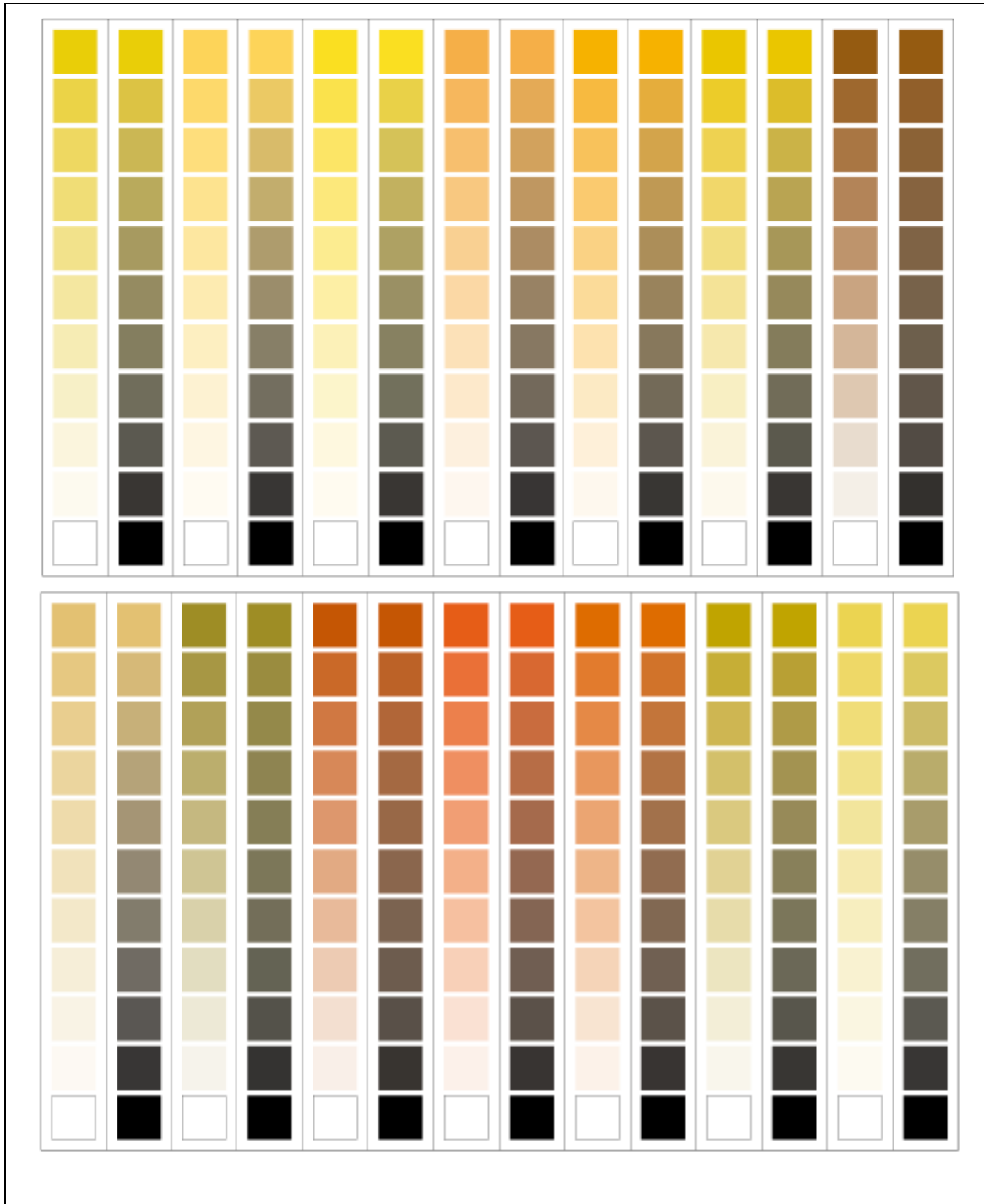


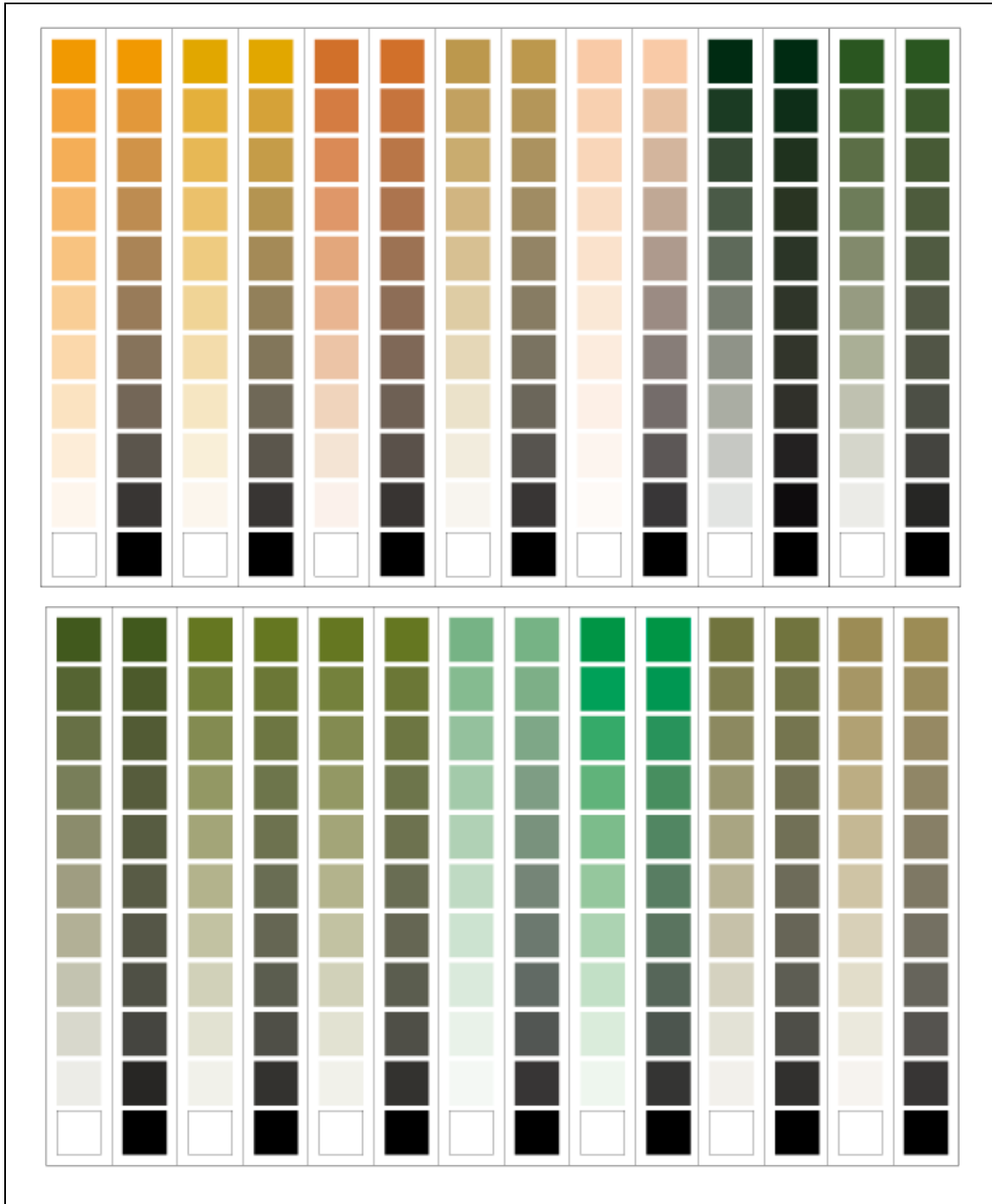


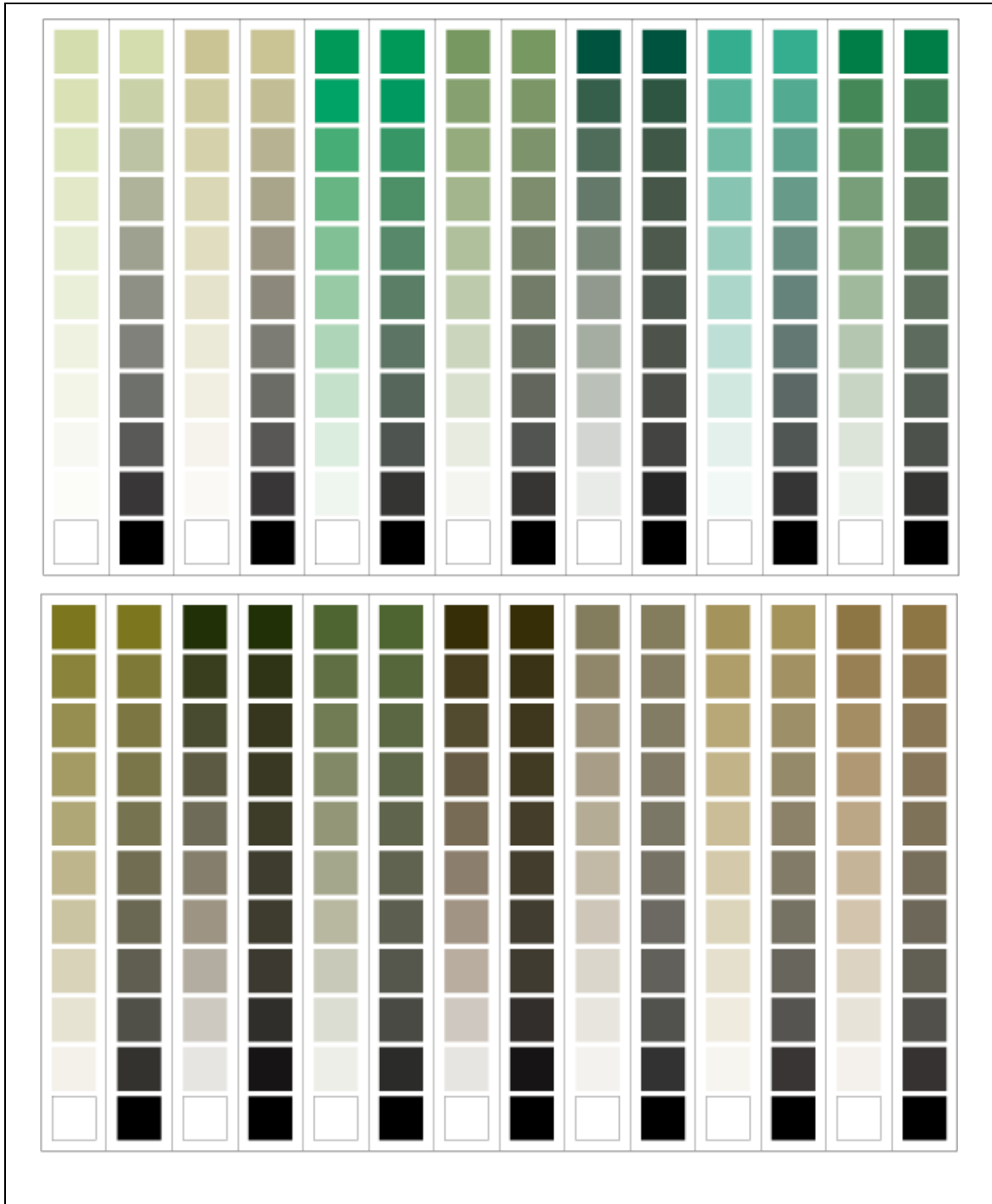


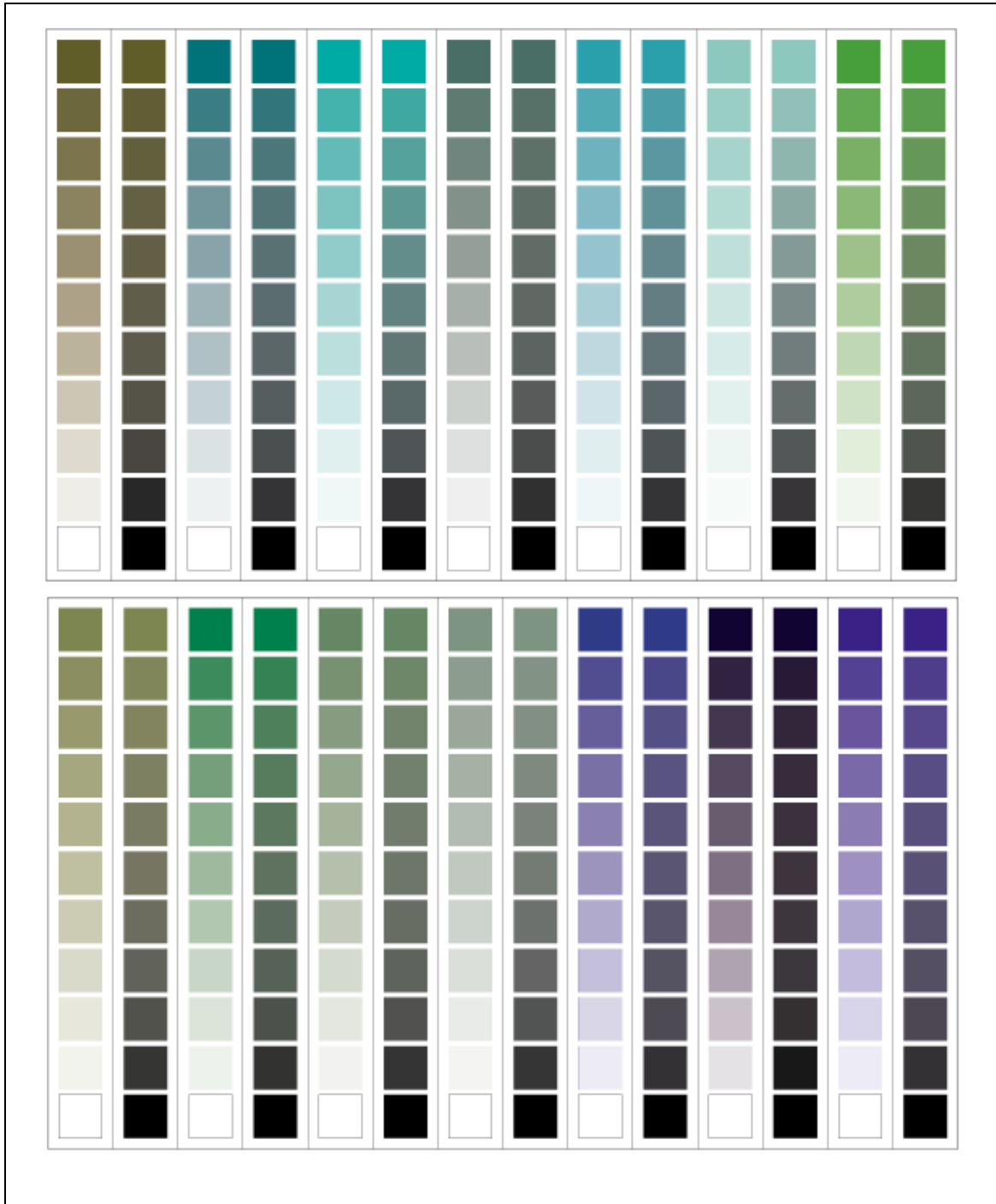


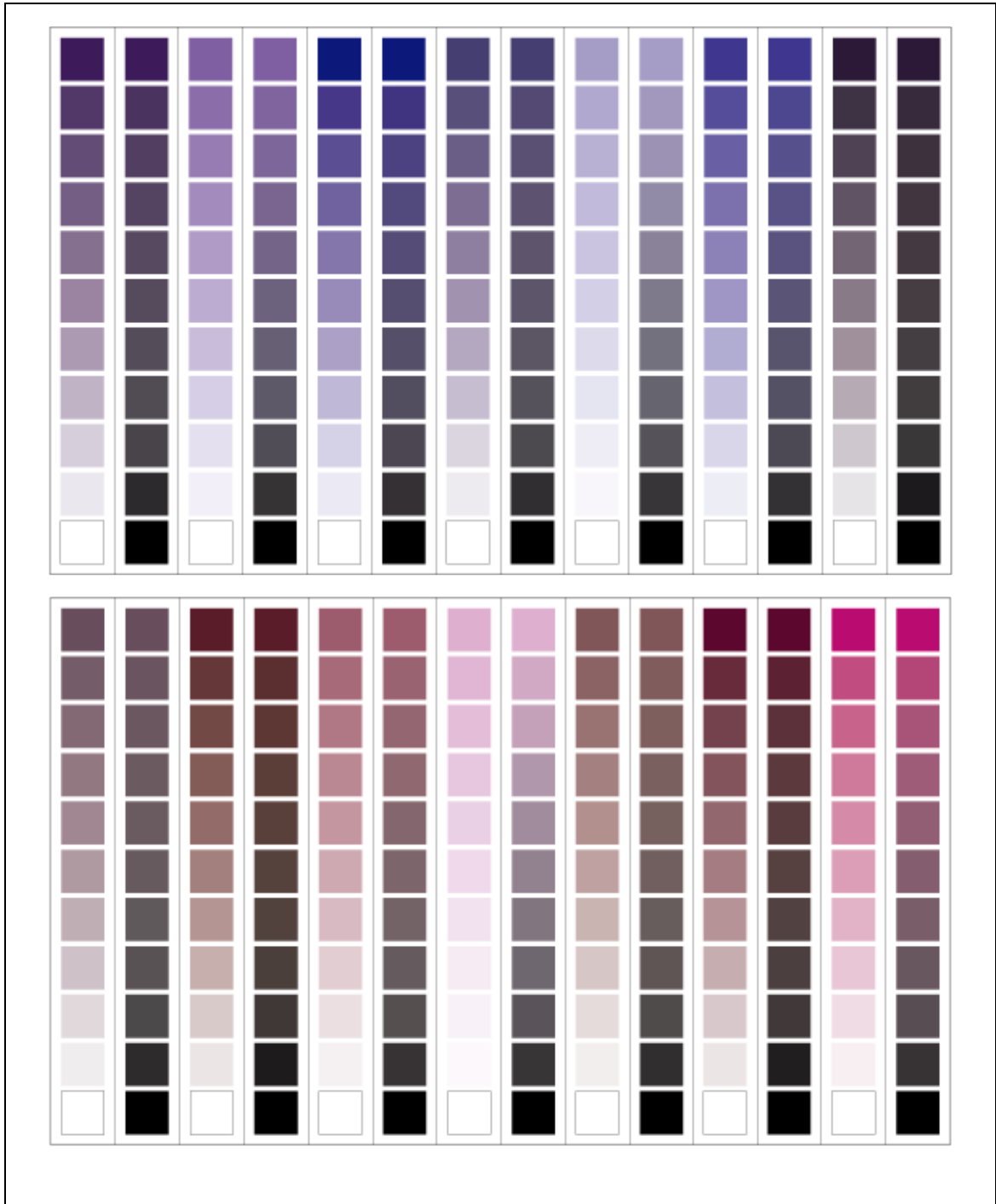


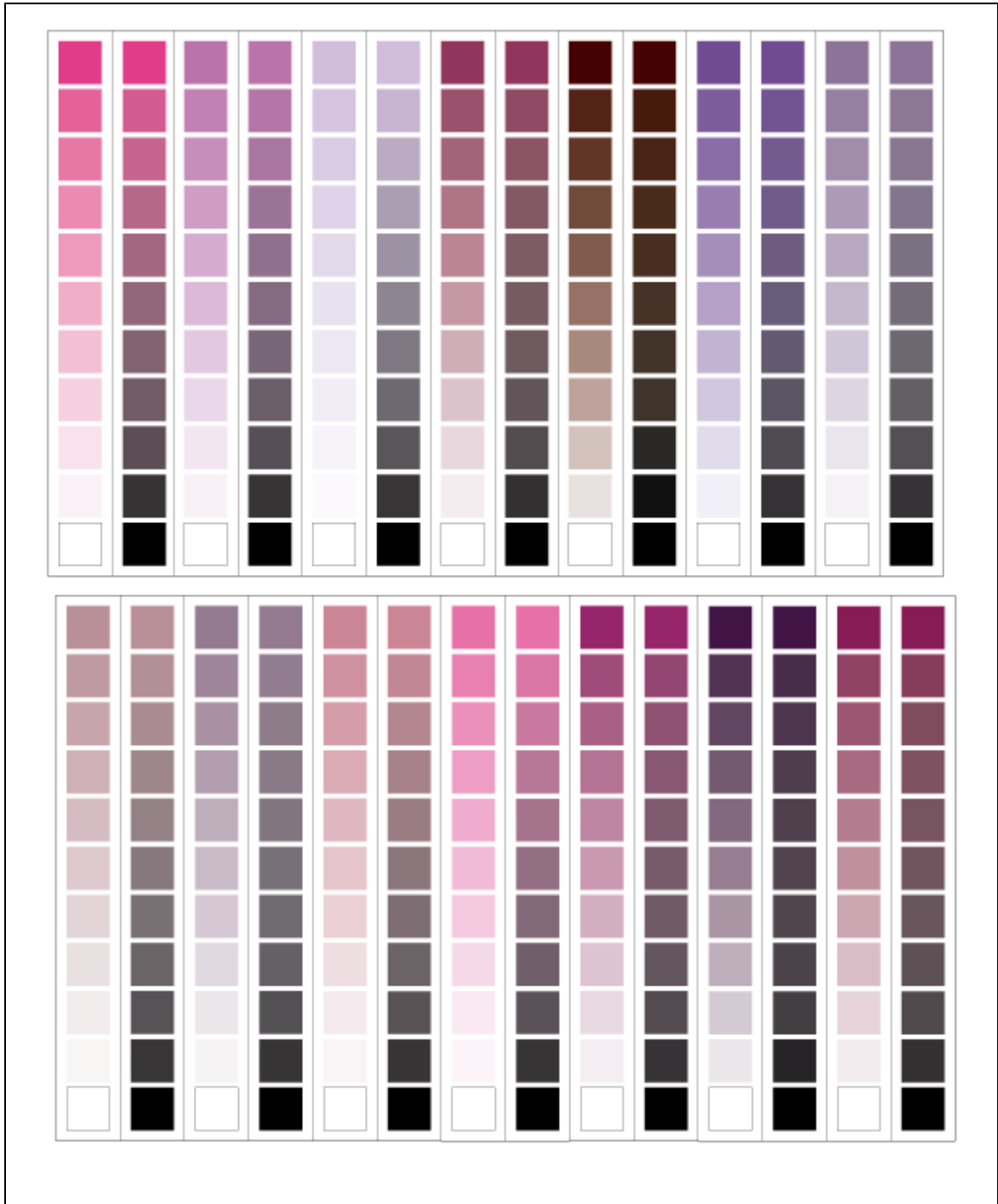




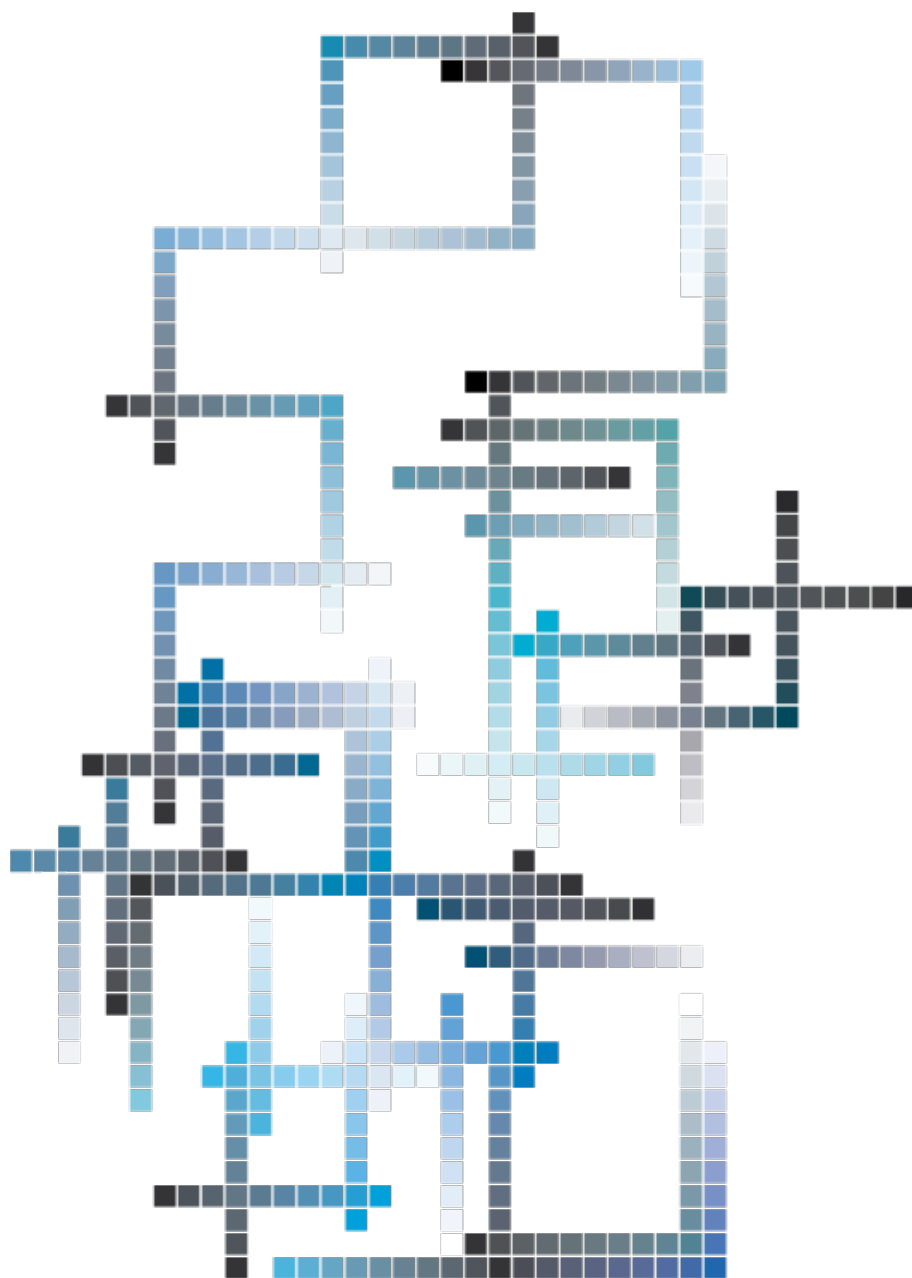




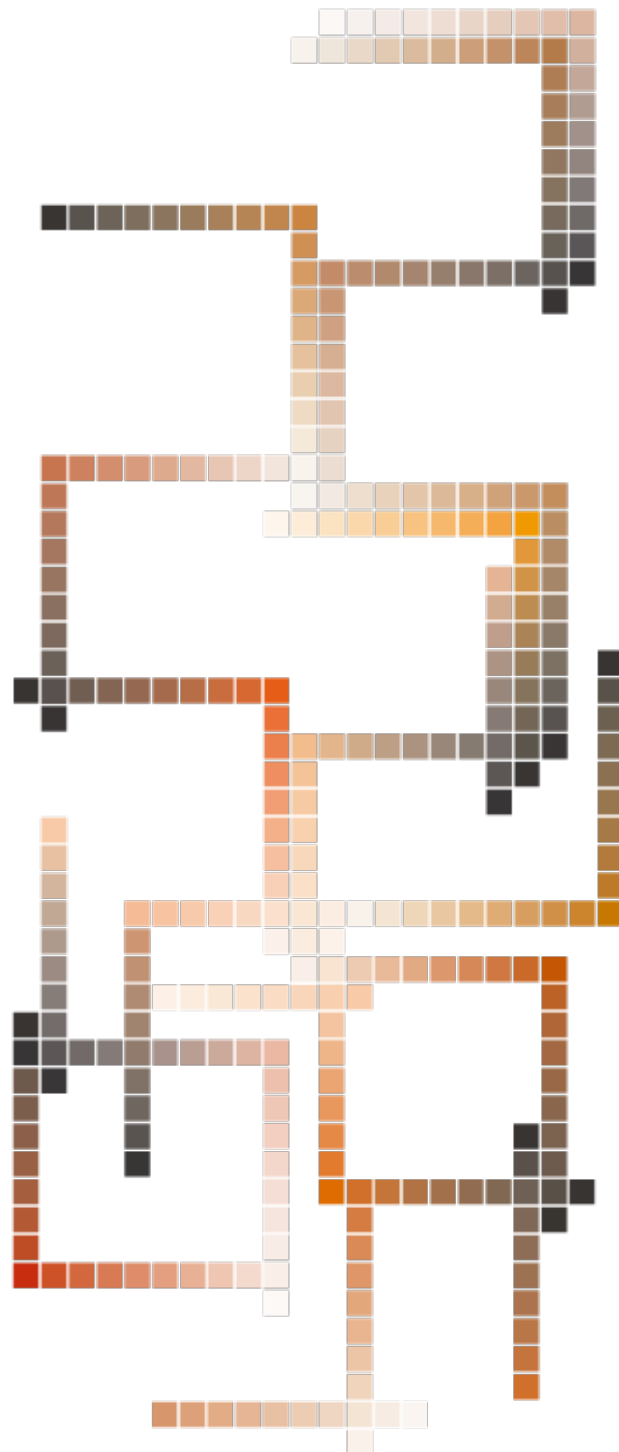




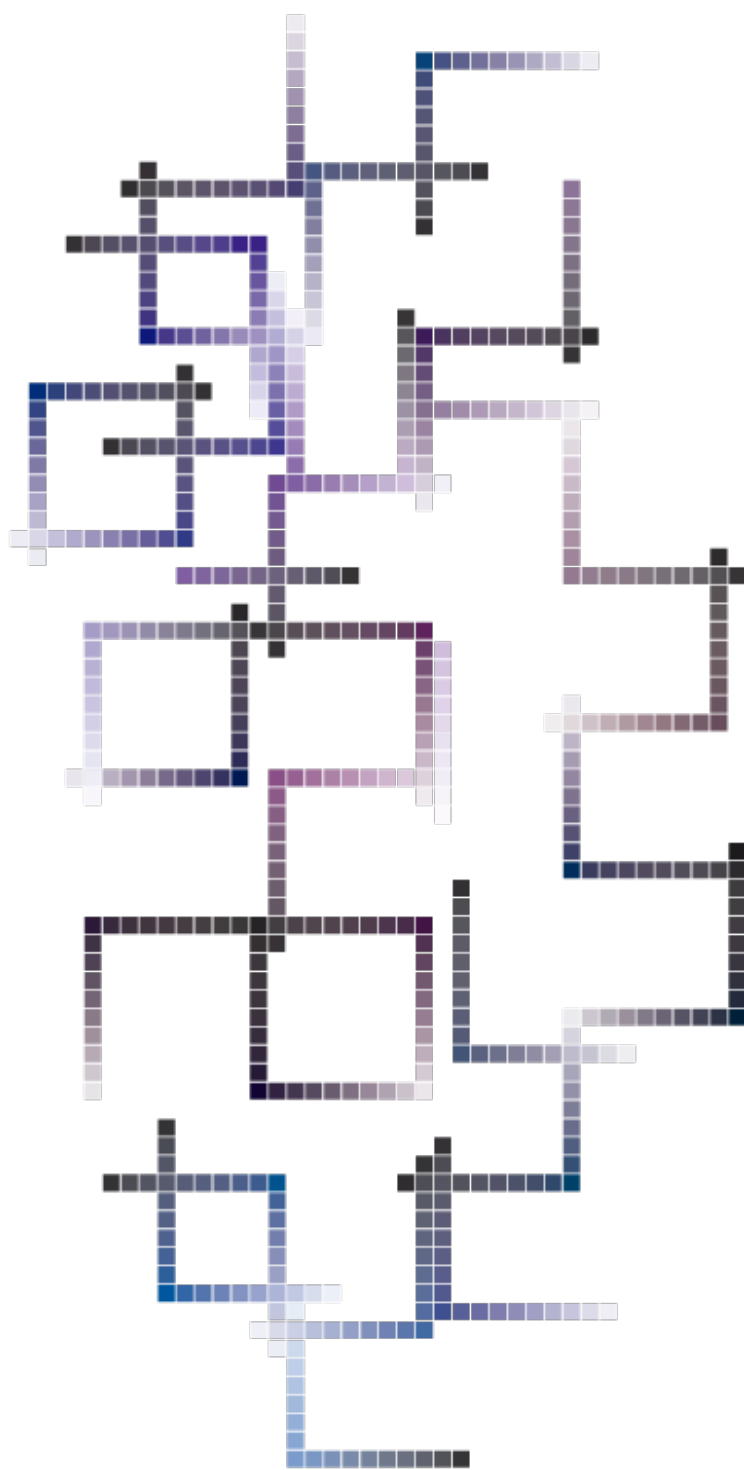
ANEXO 5 – Matrices de color generadas mediante la metodología experimental de contrastes de color



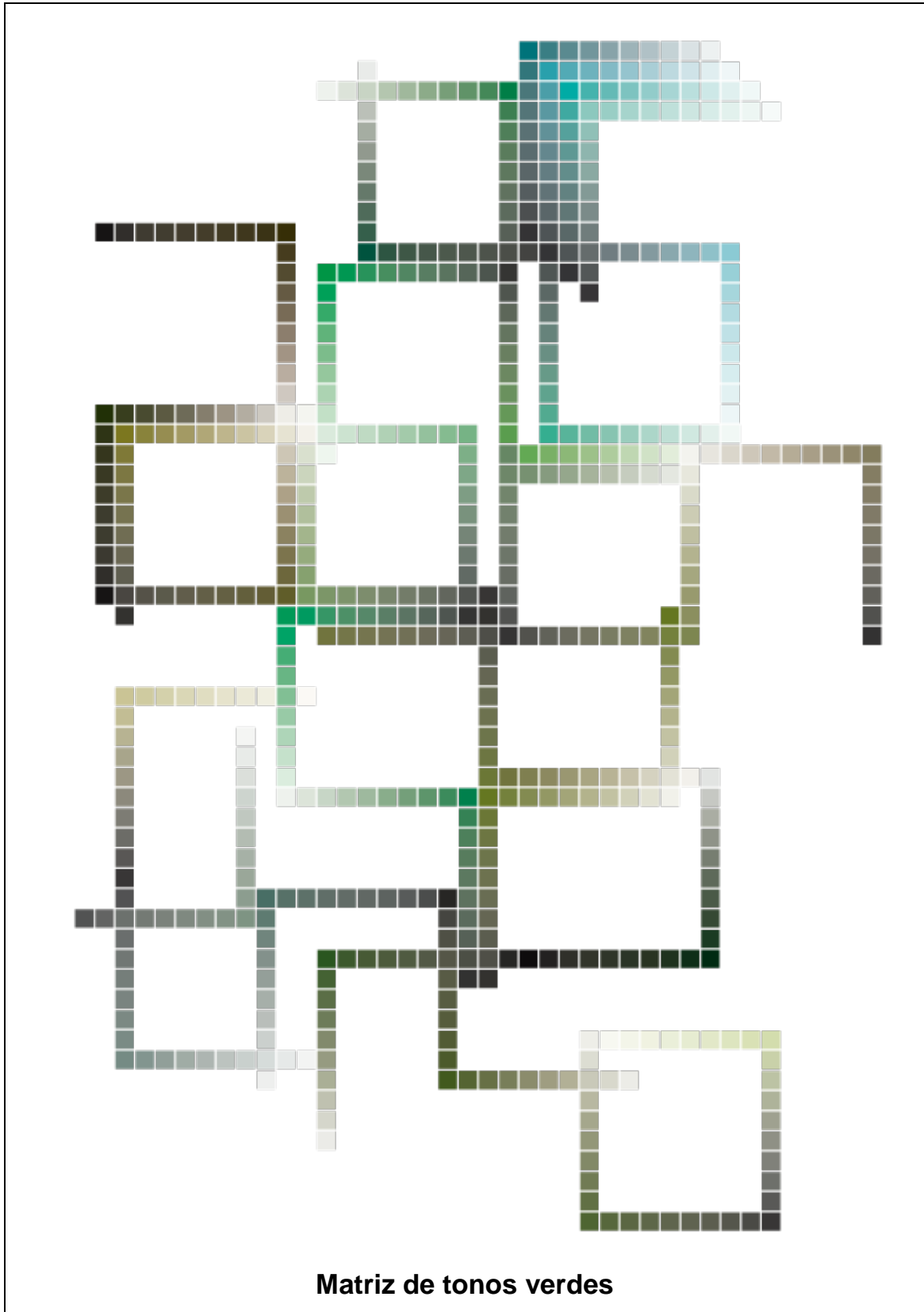
Matriz de tonos azúles



Matriz de tonos naranjas



Matriz de tonos violetas

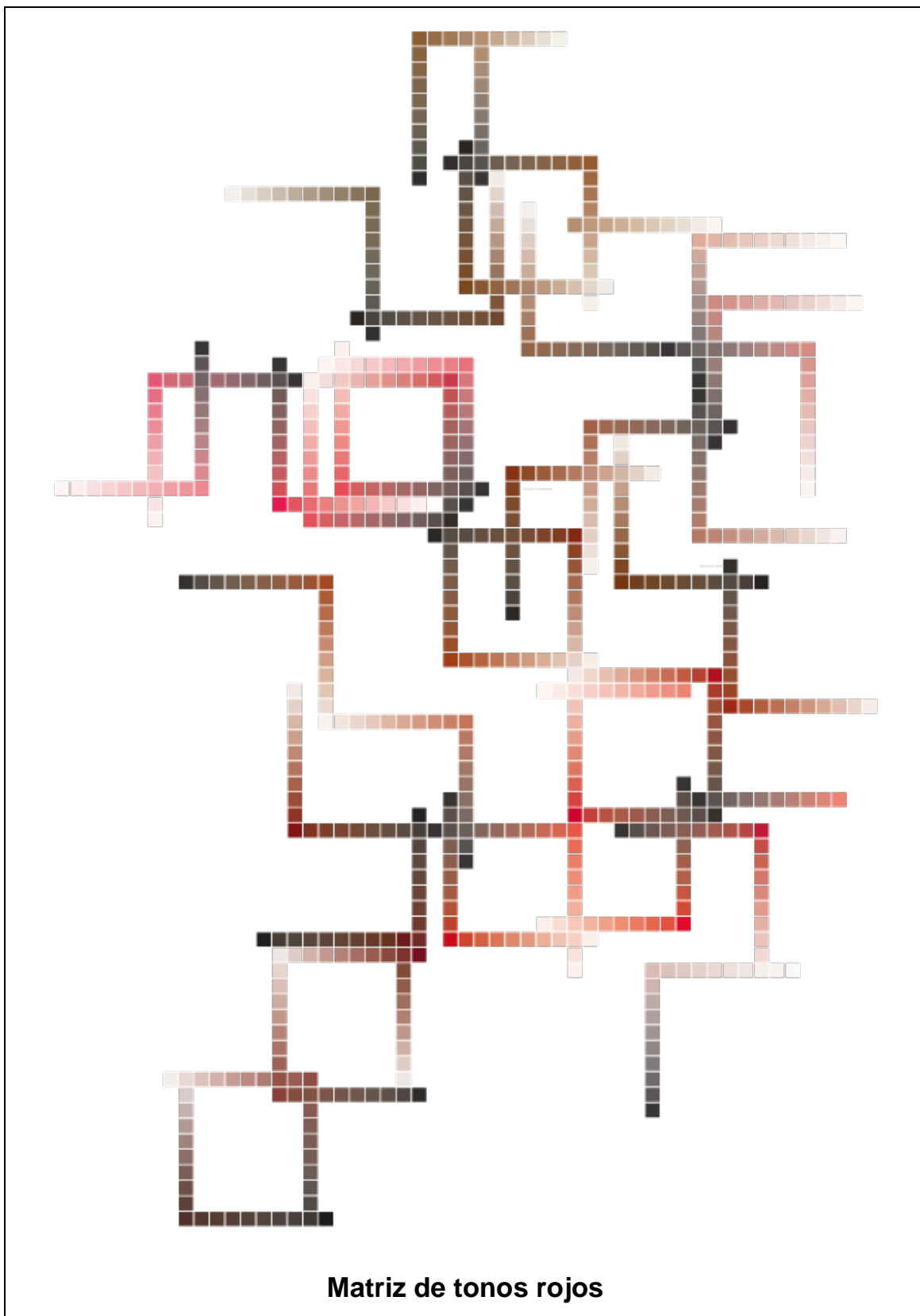




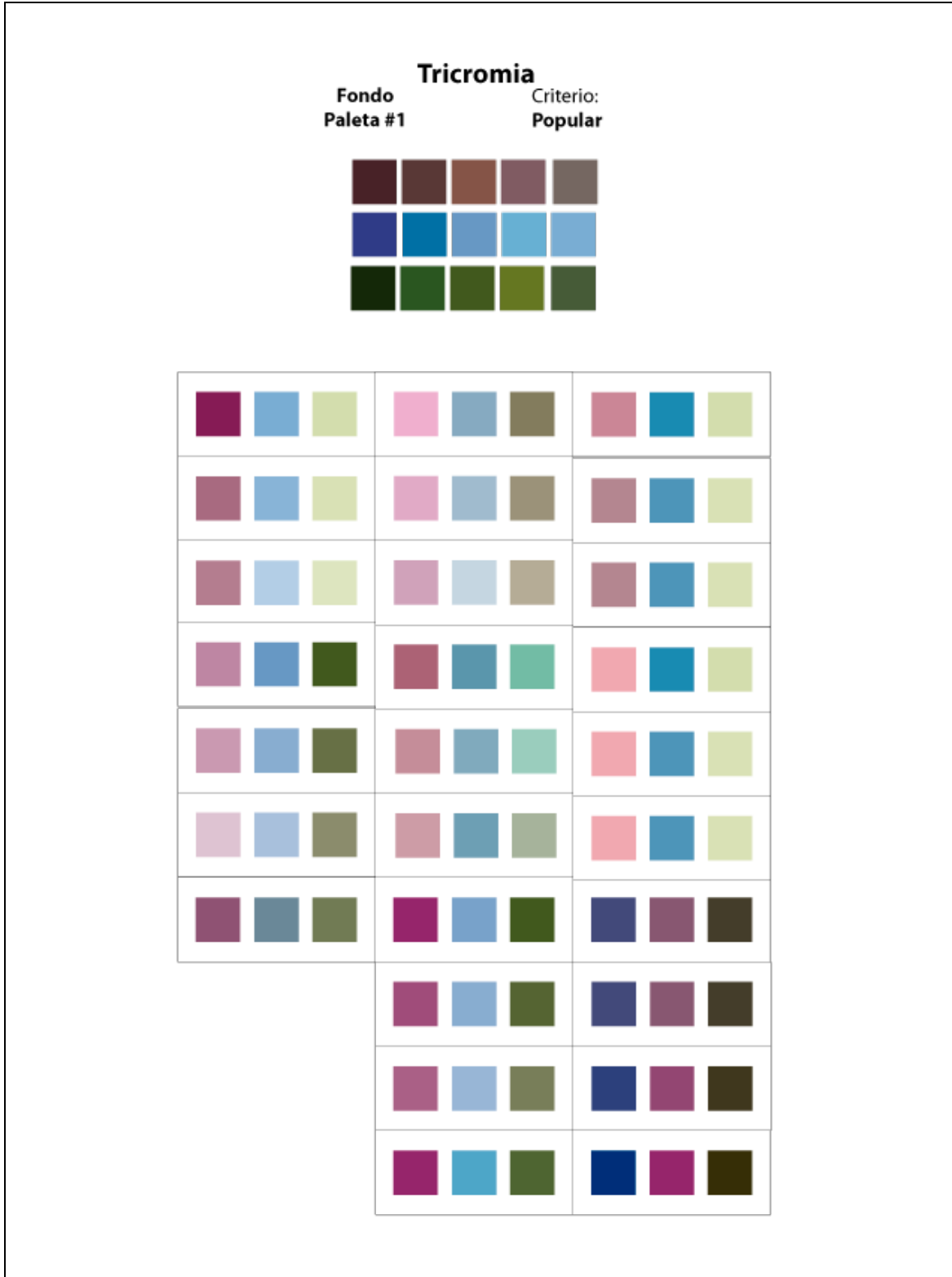


Matriz de tonos amarillos





ANEXO 6 – Paletas de Color obtenidas de las matrices



Cuatricromia

Fondo
Paleta #2

Criterio:
Homenaje



tricromia

**Fondo
Paleta #3**

**Criterio:
Expandir**























































































bicromia

Fondo
Paleta #4

Criterio:
Social

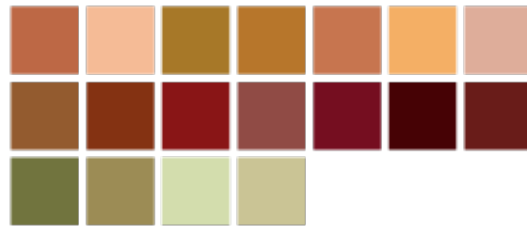


tricromia

Fondo
Paleta #5

Criterio:
Religioso



Bicromia

Fondo
Paleta #6

Criterio:
Informar



Bicromia

Fondo Criterio:
Paleta #7 Cortesia







































Bicromia

Fondo
Paleta #8

Criterio:
Comunica



Bicromia

Forma
Paleta #1

Criterio:
Rectitud



Cuatricromia

Forma
Paleta #2

Criterio:
Modular



tricromia

Forma
Paleta #3

Critério:
Perpendikular

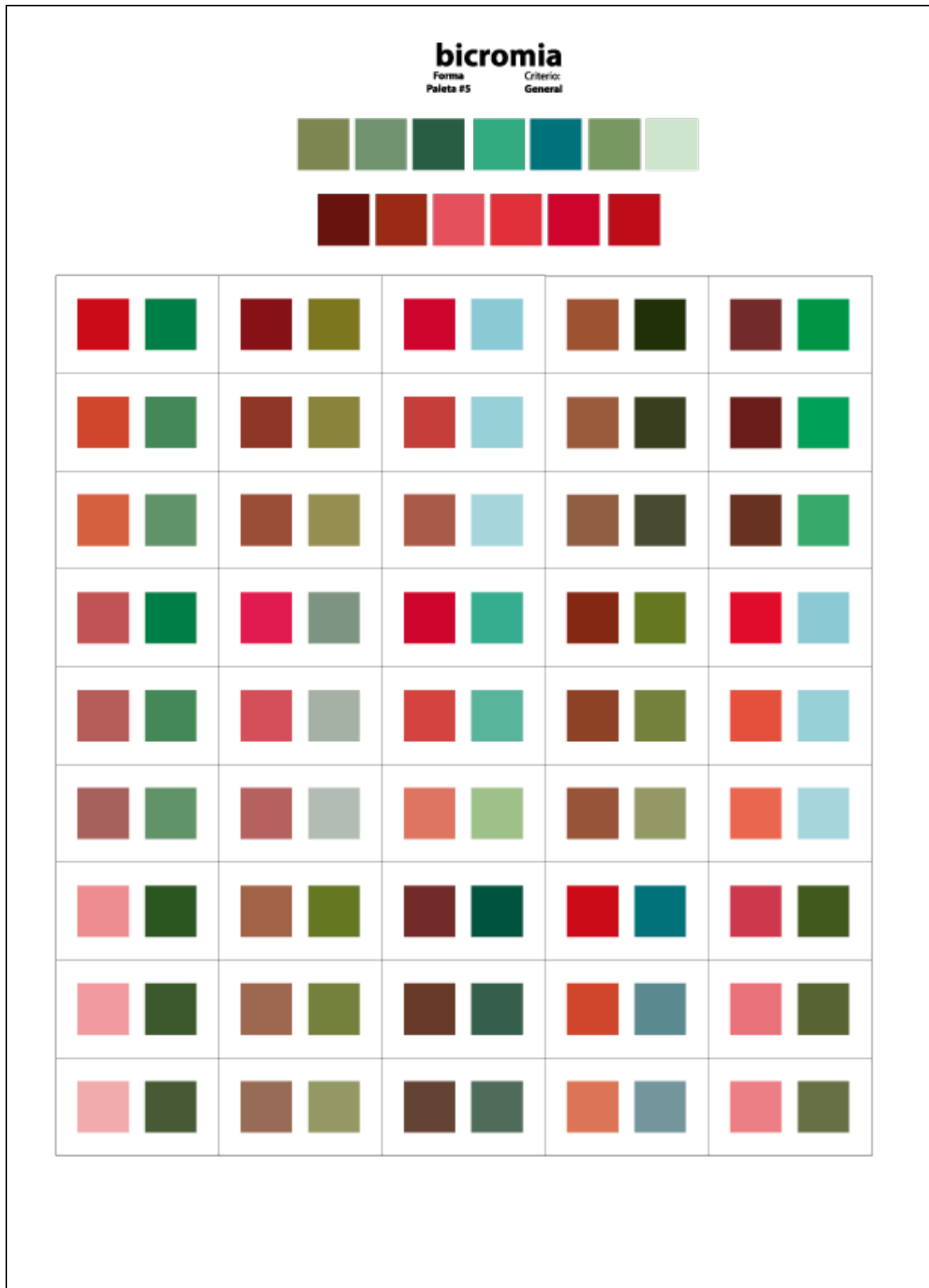


Cuatricromia

Forma
Paleta #4

Criterio:
Apoyar





bicromia

Forma: Paleta #6
 Criterio: Convergir



Bicromia

Forma
Paleta #7

Criterio:
Combinar



Tricromia

Forma
Paleta #8

Criterio:
Sostenere



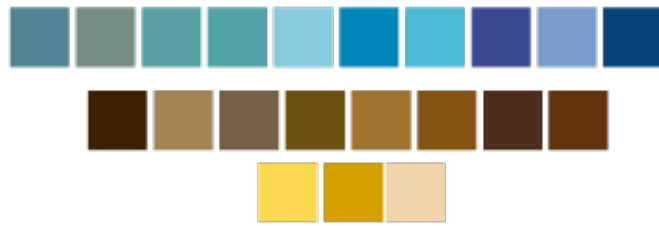
Bicromia

Función: Paleta #1
Criterio: Monocromático



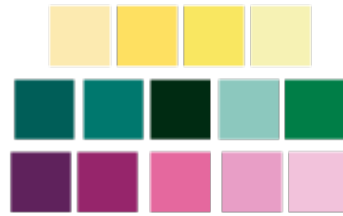
Tricromia

Función: Paleta #2
Criterio: Vanguardia



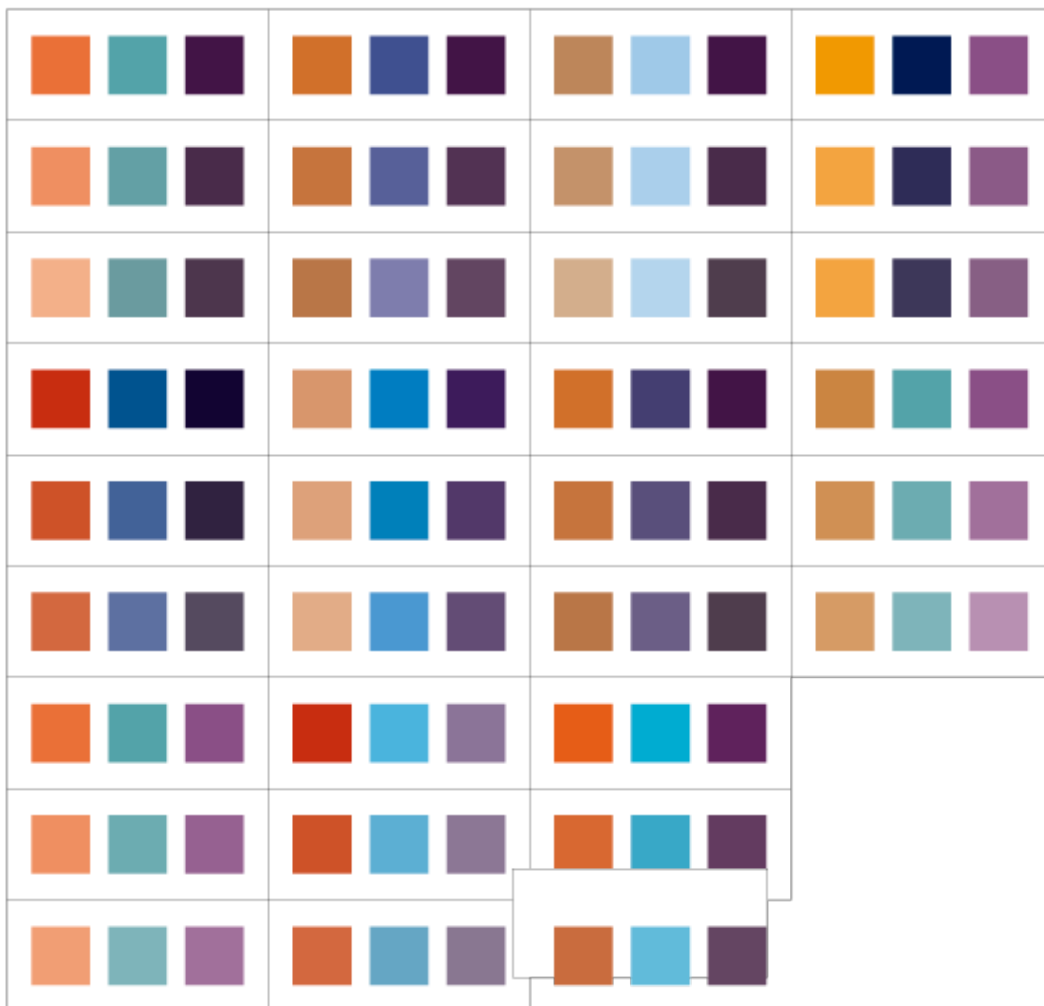
Tricromia

Función: Paleta #3
Criterio: Secuencial



Tricromia

Fundón Criterio:
Paleta #4 Sustento



Cuatricromía

Función: Paleta #5
 Criterio: Cultura



Cuatricromia

Función
Paleta #6

Criterio:
Evolución



Cuatricromia

Función
Paleta #8

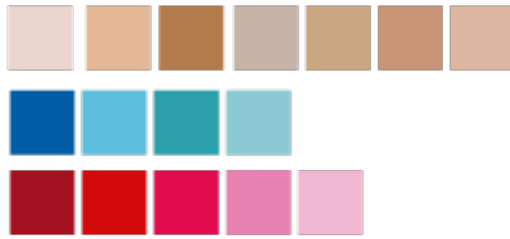
Criterio:
Salud







Tricromia

Función
Paleta #7

Criterio:
Saccinismo



ANEXO 7 – Montaje de Color sobre opciones de íconos

- Buscar en DVD de datos –

ARCHIVO: Logos con Color

Documento de *Adobe Illustrator CS5* – Logos en capas



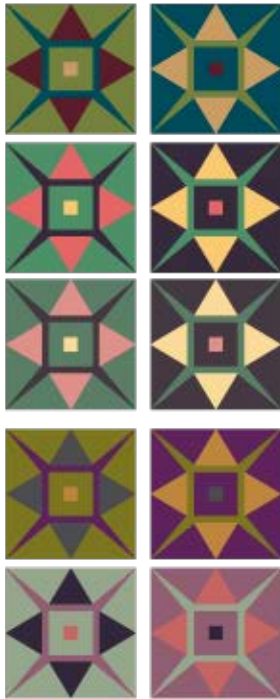
ANEXO 8 – Opciones de color seleccionadas del proceso anterior



Cuatricromia

Paleta
Pantón 01

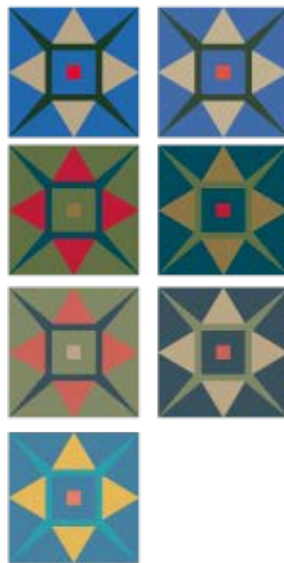
Cuadro
01000000



Cuatricromia

Paleta
Pantón 01

Cuadro
01000000



Cuatricromia

Paleta
Pantón 01

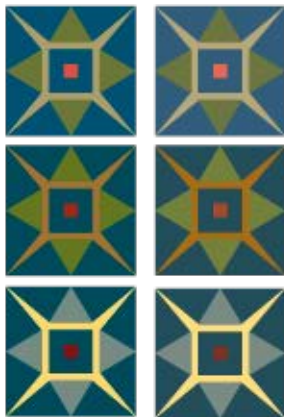
Cuadro
01000000



Cuatricromia

Paleta
Pantón 01

Cuadro
01000000



bicromia

Paleta
Pantón 01

Cuadro
01000000



tricromia

Paleta
Pantón 01

Cuadro
01000000



Bicromia

Paleta
Pantón 01

Cuadro
01000000



Tricromia

Paleta
Pantón 01

Cuadro
01000000



tricromia

Paleta
Pantón 01

Cuadro
01000000



Tricromia

Paleta
Pantón 01

Cuadro
01000000

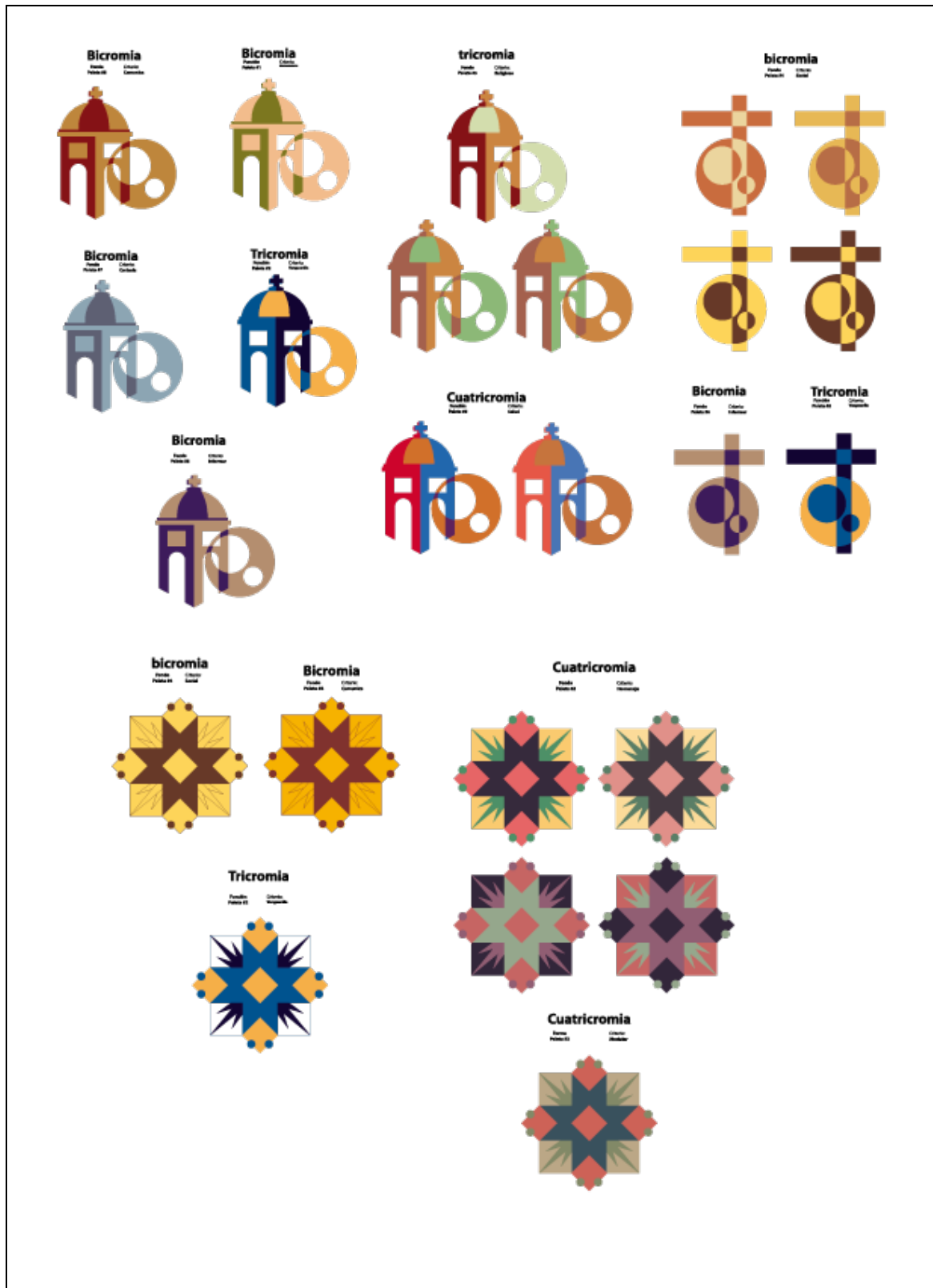


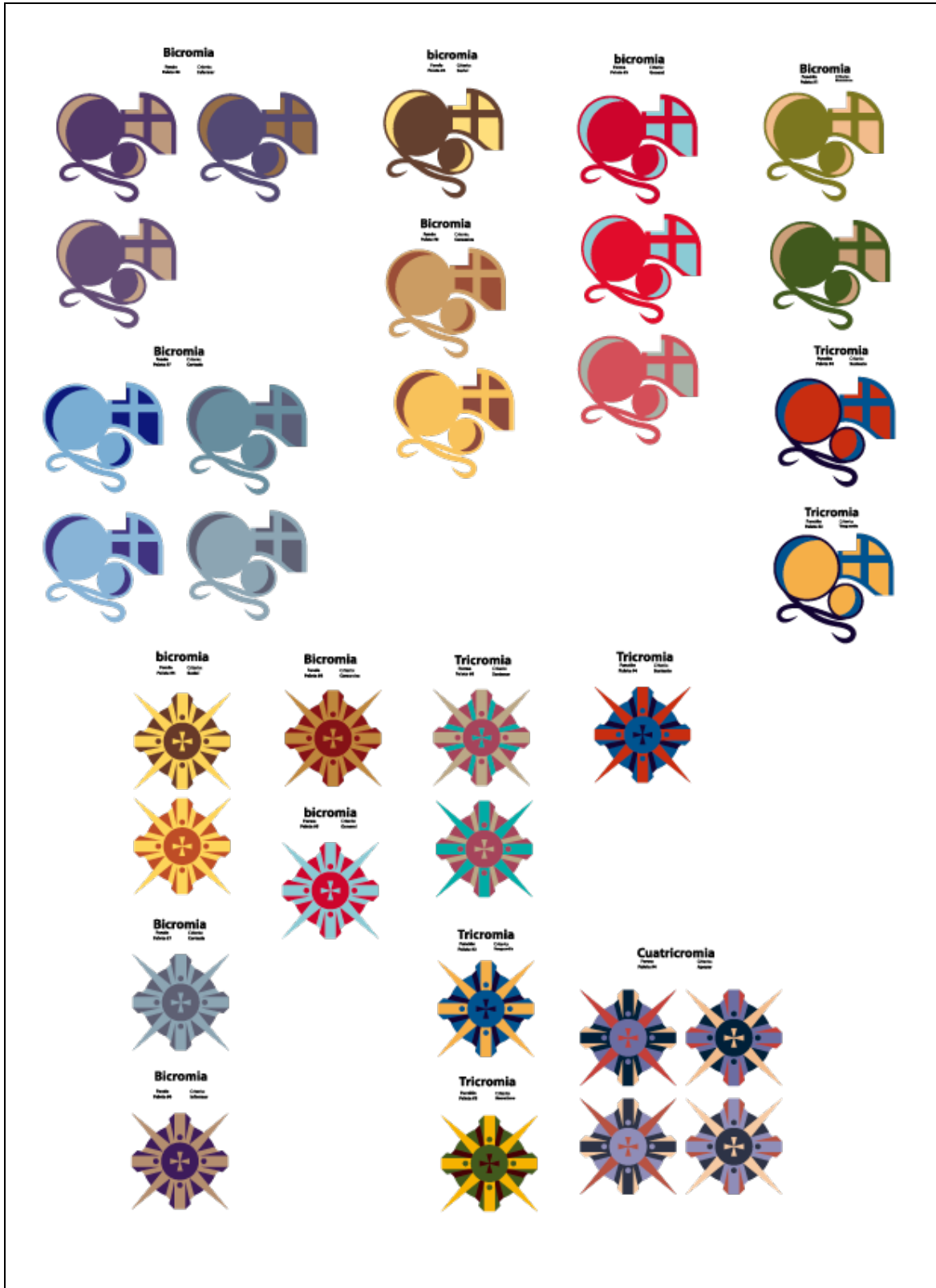
Cuatricromia

Paleta
Pantón 01

Cuadro
01000000







ANEXO 9 – Tipografías unidas a los Íconos

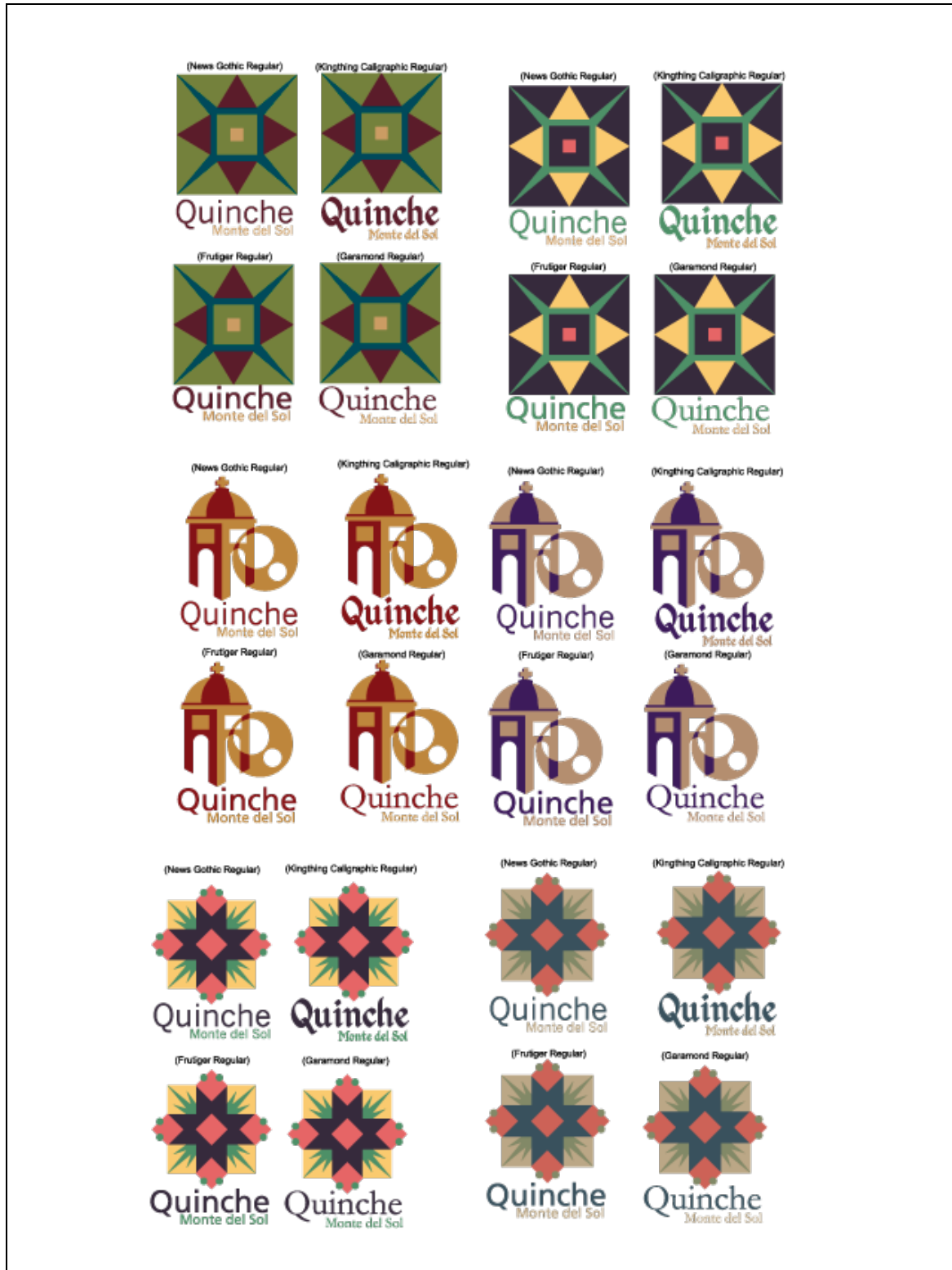
- Buscar en DVD de datos -

Carpeta: Logos & Tipografías OK

Documentos de Adobe Illustrator CS5 – Dividido por logos




ANEXO 10 – Opciones finales de la marca de la parroquia








ANEXO 11 – Cuadros de Pertinencia de la asociación




Análisis de la situación actual -

Problema 1



◆ No existe la presencia de una estructura que proteja al usuario y la mercancía, tanto de las condiciones climáticas y de la delincuencia.

Frecuencia: 60% (Madrugada, medio día, noche).



Protección	Fibras Naturales	Madera	Techo Plásticos	Fibra de Carbono	Metal
Resistencia	+/-	+	+	+	+
Aislante térmico	0	+	+	+	-
Liviano	+	-	+	+	-
Anticorrosivo	0	+	+	+	-
Facil limpieza	+/-	+/-	+	+	+
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0
No tóxico	+	+	+/-	-	+/-





- La madera utilizada en los actuales stands no está preparada para soportar la humedad, corrosión, y deterioro al que está expuesta todo el tiempo.

Frecuencia: 100% (todo el tiempo).

Estructura	Caucho	Madera	Temo plásticos	Fibra de Vidrio	Metal
Resistencia	+	+	+	+	+
Aislante térmico	+	+	+	+	-
Liviano	+/-	-	+	+	-
Anticorrosivo	+	+	+	+	-
Absorción de impacto	+	-	+/-	+/-	-
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0
No tóxico	+	+	+	+	+/-





- ◆ No existe la presencia de una estructura la cual permita guardar la mercancía dentro del stand, para brindar un fácil y seguro almacenamiento.

Frecuencia: 100% (todo el tiempo).

Estructura	Caucho	Madera	Temo plásticos	Fibra de Vidrio	Metal
Resistencia	+	+	+	+	+
Aislante térmico	+	+	+	+	-
Liviano	+/-	-	+	+	-
Anticorrosivo	+	+	+	+	-
Absorción de impacto	+	-	+/-	+/-	-
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0
No tóxico	+	+	+	+	+/-





Análisis de la situación actual -

Problema 4



- La mercancía y el usuario del stand están expuestos a las variaciones del clima y agentes externos como polvo, tierra, agua o cualquier material que podría dañar los artículos en venta.

Frecuencia: 100% (Todo el tiempo).

Protección	Fibras Naturales	Madera	Temo Plásticos	Fibra de Carbono	Metal
Resistencia	+/-	+	+	+	+
Aislante térmico	0	+	+	+	-
Liviano	+	-	+	+	-
Anticorrosivo	0	+	+	+	-
Facil limpieza	+/-	+/-	+	+	+
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0
No tóxico	+	+	+/-	-	+/-





- ◆ No existe la presencia de luz necesaria, por lo tanto en la noche o en la madrugada los vendedores adquieren iluminación de postes de la zona, violando el artículo 46 numeral 6 de la Ordenanza Metropolitana No. 0280.

Frecuencia: 40% (Madrugada, noche).

Iluminación	Facos ahorradores	Lamparas Florescentes	LED	Dicroicos	Reflectores ojos de buey
No sobrecalentamiento	+	+/-	+	-	+
Fácil de direccionar	-	-	+	+	+
Fácil instalación	+	-	+	+	+/-
Uso de Energía	+	-	+	-	+
Encandilamiento	+	+/-	+/-	0	+/-
Durabilidad	+	+	+/-	+	+/-
facil remplazo	+	-	+	+	+/-





Análisis de la situación actual -

Problema 6



- ◆ El vendedor debe reubicar la mayoría o todos los artículos en venta de su stand tomándose alrededor de dos horas para montar el stand por completo.

Frecuencia: 40% (Madrugada, noche).

Estructura	Caucho	Madera	Temo Plásticos	Fibra de Vidrio	Metal
Resistencia	+	+	+	+	+
Aislante térmico	+	+	+	+	-
Liviano	+/-	-	+	+	-
Anticorrosivo	+	+	+	+	-
Absorción de impacto	+	-	+/-	+/-	-
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0
No tóxico	+	+	+	+	+/-





- El vendedor presenta claras dificultades al momento de almacenar y reabastecer el display de su stand, utilizando incómodas cajas para guardar la mercancía. Es interesante destacar que ciertas cajas forman parte de la estructura improvisada de ciertos stands.

Frecuencia: 100% (Todo el tiempo).

Estructura	Caucho	Madera	Temo Plásticos	Fibra de Vidrio	Metal
Resistencia	+	+	+	+	+
Aislante térmico	+	+	+	+	-
Liviano	+/-	-	+	+	-
Anticorrosivo	+	+	+	+	-
Absorción de impacto	+	-	+/-	+/-	-
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0





- ◆ Existe la presencia de clavos doblados los cuales son utilizados para colgar ciertos productos, estos pueden causar lesiones a vendedores y compradores que utilicen el stand.

Frecuencia: 100% (Todo el Tiempo).

Soportes	Carcamos Expansivos	Carcamos Adhertos
Facil perforación	-	+/-
Durabilidad	+/-	+/-
Peso Liviano	-	+
Anticorrosivo	+	-
Resistencia a peso	+	+/-
Durabilidad a la intemperie	+/-	-
Costo	-	+





Análisis de la situación actual -

Problema 9



- ◆ En ciertas del display del stand existe la presencia de clavos doblados, los cuales son utilizados para colgar cuadros. Estos pueden causar lesiones tanto al usuario como al comprador.

Frecuencia: 100% (Todo el Tiempo).

Soportes	Cincaños Expansivos	Cincaños Adhertivos
Facil perforación	-	+/-
Durabilidad	+/-	+/-
Peso Liviano	-	+
Anticorrosivo	+	-
Resistencia a peso	+	+/-
Durabilidad a la intemperie	+/-	-
Costo	-	+





- Las superficies del stand presentan astillas, deformaciones y desgastes causados por el deterioro de la madera utilizada en la construcción del stand.

Frecuencia: 100% (Todo el Tiempo).

Estructura	Cacho	Madera	Termo Plásticos	Fibra de Vidrio	Metal
Resistencia	+	+	+	+	+
Aislante térmico	+	+	+	+	-
Liviano	+/-	-	+	+	-
Anticorrosivo	+	+	+	+	-
Absorción de impacto	+	-	+/-	+/-	-
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0





Análisis de la situación actual -

Problema 11



- ◆ La presencia de sistemas de unión expuestos como clavos, tuercas y tornillos. Esquinas deterioradas del stand, secciones con astillas, pueden ser elementos que generen lesiones en el usuario.

Frecuencia: 100% (Todo el Tiempo).

Materiales	Tornillos Autoperforantes	Pernos Exponidos	Clavos de Acero Negro
Facil perforación	+	-	+/-
Durabilidad	+	+	+
Peso Liviano	+	+/-	+
Anticorrosivo	+/-	+	0
Resistencia a peso	-	0	-
Durabilidad a la intemperie	-	-	+/-
Costo	+/-	+/-	+

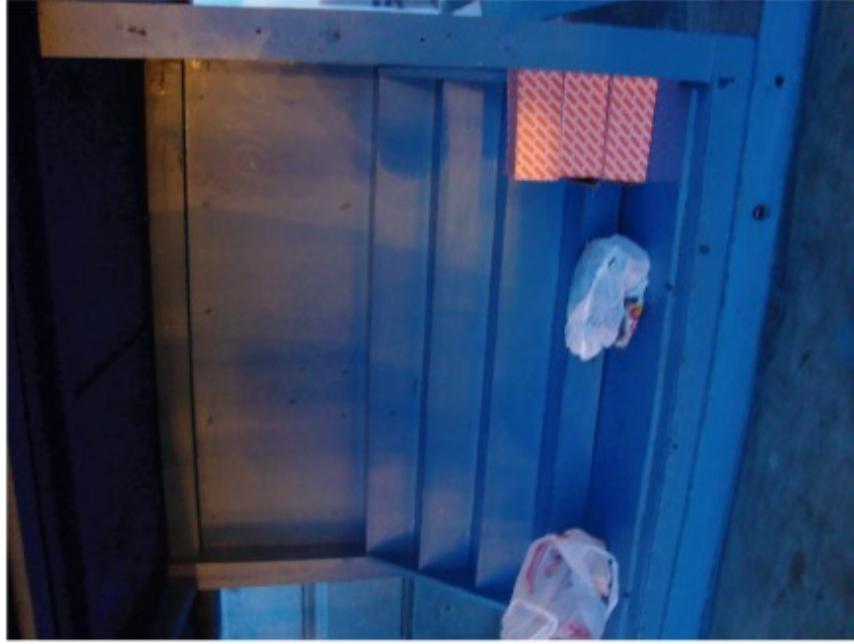




- ◆ El display del stand presenta un deterioro visible, volviendo al stand no solo antiestético, pero peligroso para el usuario del stand debido a la madera astillada y expuesta a la humedad lo cual la pudre pudiendo causar enfermedades.

Frecuencia: 100% (Todo el Tiempo).

Estructura	Caucho	Madera	Tubo plásticos	Fibra de Vidrio	Metal
Resistencia	+	+	+	+	+
Aislante térmico	+	+	+	+	-
Liviano	+/-	-	+	+	-
Anticorrosivo	+	+	+	+	-
Absorción de impacto	+	-	+/-	+/-	-
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0





Análisis de la situación actual -

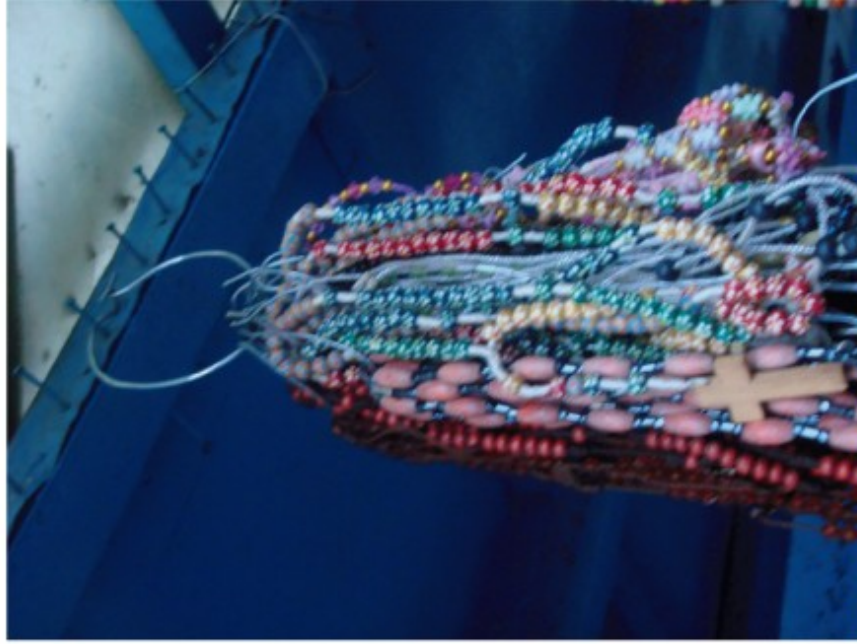
Problema 13



- ◆ Los sistemas de soporte para cierta mercancía se desgastan o se rompen, volviéndolos un peligro para el usuario. Además de verse antiestéticos.

Frecuencia: 60% (día, medio día, noche).

Soportes	Cancamos Ejemplares	Cancamos Abiertos
Facil perforación	-	+/-
Durabilidad	+/-	+/-
Peso Liviano	-	+
Anticorrosivo	+	-
Resistencia a peso	+	+/-
Durabilidad a la intemperie	+/-	-
Costo	-	+





Análisis de la situación actual -

Problema 14



- La presencia de polvo, tierra y agua pueden llegar a alterar la integridad de la mercancía expuesta en el stand.

Frecuencia: 60% (Día, medio día, noche).

Protección	Fibras Naturales	Madera	Termo Plásticos	Fibra de Carbono	Metal
Resistencia	+/-	+	+	+	+
Aislante térmico	0	+	+	+	-
Liviano	+	-	+	+	-
Anticorrosivo	0	+	+	+	-
Facil limpieza	+/-	+/-	+	+	+
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0
No tóxico	+	+	+/-	-	+/-





- ◆ A ciertas horas de la tarde el sol puede llegar a maltratar ciertos artículos expuestos en el stand, por esta misma razón el usuario los ubica de cierta manera para evitar el daño.

Frecuencia: 60% (Día, medio día, noche).

Estructura	Caucho	Madera	Techo Plásticos	Fibra de Vidrio	Metal
Resistencia	+	+	+	+	+
Aislante térmico	+	+	+	+	-
Liviano	+/-	-	+	+	-
Anticorrosivo	+	+	+	+	-
Absorción de impacto	+	-	+/-	+/-	-
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0





Análisis de la situación actual -

Problema 16



Existen secciones del stand donde la mercancía no puede ser apreciada en su plenitud ya que los pro ductos son apiñados al azar.

Frecuencia: 60% (Día, medio día, noche).

Estructura	Caucho	Madera	Temo Plásticos	Fibra de Vidrio	Metal
Resistencia	+	+	+	+	+
Aislante térmico	+	+	+	+	-
Liviano	+/-	-	+	+	-
Anticorrosivo	+	+	+	+	-
Absorción de impacto	+	-	+/-	+/-	-
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0





- ◆ En ciertos casos la mercancía que se encuentra colgada en las partes superiores del stand interrumpe la clara visión de los artículos ubicados en la parte inferior.

Frecuencia: 60% (Día, medio día, noche).

Estructura	Caucho	Madera	Temo plásticos	Fibra de Vidrio	Metal
Resistencia	+	+	+	+	+
Aislante térmico	+	+	+	+	-
Liviano	+/-	-	+	+	-
Anticorrosivo	+	+	+	+	-
Absorción de impacto	+	-	+/-	+/-	-
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0





Análisis de la situación actual -

Problema 18



- ◆ El polvo, el agua, el sol, y otros factores pueden alterar la integridad de artículos como cuadros e imágenes expuestas en el stand es por esto que algunos usuarios las colocan al fondo del mismo, causando que paseen desapercibidas al comprador.

Frecuencia: 60% (Madrugada, medio día, noche).

Estructura	Caucho	Madera	Temo Plásticos	Fibra de Vidrio	Metal
Resistencia	+	+	+	+	+
Aislante térmico	+	+	+	+	-
Liviano	+/-	-	+	+	-
Anticorrosivo	+	+	+	+	-
Absorción de Impacto	+	-	+/-	+/-	-
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0
No tóxico	+	+	+	+	+/-





Análisis de la situación actual -

Problema 19



- Los compradores no pueden apreciar por completo la mercancía expuesta debido a la aglomeración de otros compradores o usuarios de otros stands.

Frecuencia: 60% (Día, medio día, noche).

Estructura	Caucho	Madera	Termo Plásticos	Fibra de Vidrio	Metal
Resistencia	+	+	+	+	+
Aislante térmico	+	+	+	+	-
Liviano	+/-	-	+	+	-
Anticorrosivo	+	+	+	+	-
Absorción de impacto	+	-	+/-	+/-	-
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0
No tóxico	+	+	+	+	+/-





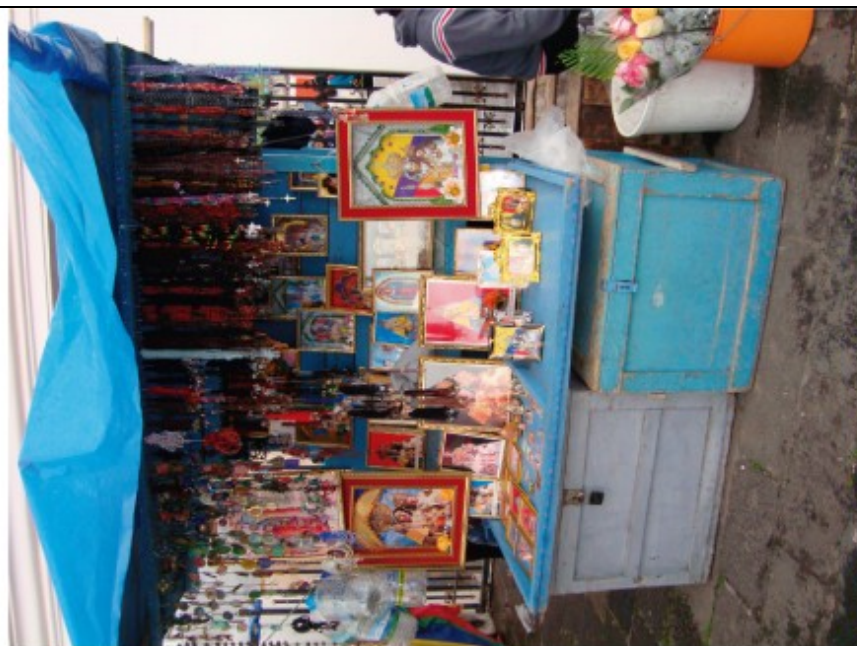
Análisis de la situación actual -

Problema 20



- ◆ Cuando las condiciones climáticas cambian los vendedores no poseen una estructura adecuada para poder resguardar sus productos.

Frecuencia: 60% (Día, medio día, noche).



Protección	Fibras Naturales	Madera	Temo Plásticos	Fibra de Carbono	Metal
Resistencia	+/-	+	+	+	+
Aislante térmico	0	+	+	+	-
Liviano	+	-	+	+	-
Anticorrosivo	0	+	+	+	-
Facil limpieza	+/-	+/-	+	+	+
Durabilidad a la intemperie	+	+	+	+	+/-
Ecológico	+	+	0	0	0
No tóxico	+	+	+/-	-	+/-



Materiales finales - Interrelación de formas (Protección)



Variable Costosa

Proceso	Fibra de Carbono	Bobrado de Hilo	laminas tejida	Moldeo Manual
Distanciamiento	●●	+	+	+
Toque	●●	+	+	+
Unión	●●	+	+	+
Coincidencia	○	+	+	+
Intersección	●	0	-	0
Penetración	●●	0	+	0
Superposición	●●	+	+	+
Sustracción	●	0	+	+

Variable de precio

Proceso	Fibras Naturales	Bobrado de Hilo	laminas tejida
Distanciamiento	●●	+	+
Toque	●●	+	+
Unión	●●	+	+
Coincidencia	○	+	+
Intersección	●	0	-
Penetración	●●	0	+
Superposición	●●	+	+
Sustracción	●	0	+













Materiales finales - Interrelación de formas (Estructura)



Variable 1

Proceso Madera	Corado	Triturado	Pinado	Laminado Enchapado	Laminado oporado F. Carbono
Distanciamiento 	+	+	-	-	-
Toque 	-	-	+	+	+
Unión 	-	-	-	+	+
Coincidencia 	+	-	-	+	+
Intersección 	+	+	-	+	+
Penetración 	-	-	-	-	+
Superposición 	-	-	+	+	+
Sustracción 	+	+	-	-	-

Variable 2

Proceso Caucho	Triturado	Corado	Doblado
Distanciamiento	+	+	-
Toque	-	-	-
Unión	-	+	+
Coincidencia	-	+	+
Intersección	+	+	-
Penetración	+	+	-
Superposición	-	-	+
Sustracción	+	+	-





















Materiales finales - Interrelación de formas (Soportes)



Variable Costosa

Proceso	Cáncamos Expansivos	Penetración con taladro
Distanciamiento	 +	+
Toque	 0	0
Unión	 +	+
Coincidencia	 +	+
Intersección	 0	0
Penetración	 +	+
Superposición	 0	0
Sustracción	 0	0

Variable adsequible

Proceso	Cáncamos Abiertos	Penetración con taladro	Sujeción taco Fisher
Distanciamiento	 +	+	+
Toque	 0	0	+
Unión	 +	+	+
Coincidencia	 +	+	+
Intersección	 0	0	0
Penetración	 +	+	+
Superposición	 0	0	+
Sustracción	 0	0	0





Materiales finales - Interrelación de formas (Sistemas de unión)



Variable Costosa

Proceso Tornillos Auto-penetrantes (Acero inoxidable)	Penetración	Sección taco Fisher
Distanciamiento	+	+
Toque	0	+
Unión	+	+
Coincidencia	+	+
Intersección	0	0
Penetración	+	+
Superposición	0	+
Sustracción	0	0

Variable adsequible

Proceso Tornillos Auto-penetrantes (Acero común)	Penetración	Sección taco Fisher
Distanciamiento	+	+
Toque	0	+
Unión	+	+
Coincidencia	+	+
Intersección	0	0
Penetración	+	+
Superposición	0	+
Sustracción	0	0



Materiales finales - Interrelación de formas (Iluminación)



Variable Costosa

Proceso Focos Ahorradores	Instalación	Dirección de la luz	Panels Solares
Distanciamiento	+	+	+
Toque	+	-	+
Unión	+	-	+
Coincidencia	0	0	+
Intersección	0	-	0
Penetración	+	0	0
Superposición	+/-	0	+
Sustracción	0	0	0

Variable adsequible

Proceso LEDS	Instalación	Dirección de la luz	Panels Solares
Distanciamiento	+	+	+
Toque	+	+	+
Unión	+	+	+
Coincidencia	0	0	+
Intersección	0	0	0
Penetración	+	0	+
Superposición	+	0	+
Sustracción	0	0	0

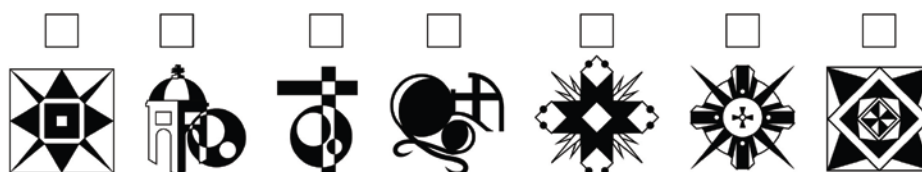


ANEXO 13 – Formato de la Encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia del Quinche



ENCUESTA IMAGEN GLOBAL DE LA PARROQUIA DE EL QUINCHE

1. ¿Cuál de los siguientes iconos representa de mejor manera a la parroquia de El Quinche y sus habitantes? ¿Por qué?



2. ¿Cuál es el lugar más atractivo de la parroquia del Quinche?

Parque Central. Santuario de la Virgen. Mercado Central. La Loma.

3. ¿Es usted devoto o creyente de la Virgen del Quinche? ¿Por qué?

Sí _____
 No _____

4. ¿En las fiestas de canonización de la virgen del Quinche, que actividad realiza?

Visitar el santuario de la Virgen. Participar en la procesión.
 Comer comida típica de la zona. Salir de la parroquia.

4. ¿Si usted es miembro de la Asociación de artículos religiosos de la Virgen del Quinche, cuál de los siguientes problemas presentes en los actuales stands de venta, es el más perjudicial para su trabajo? ¿Por qué?

El tiempo invertido en colocar y retirar la mercancía. La falta de espacio del stand.
 El stand no está preparado para el clima de la parroquia, como el sol y la lluvia.
 Las partes del stand se deterioran fácilmente. La falta de iluminación del stand.

**ORDENANZA METROPOLITANA No.
0280 DEL CONSEJO
METROPOLITANO DE QUITO**

**PLANOS ESTRUCTURALES
Y CONSTRUCTIVOS
DEL STAND DE VENTA**