



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DISEÑO DE UN SISTEMA DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y UN MANUAL DE ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES EN MADERA, REQUERIDOS PARA ASISTIR AL TURISMO COMUNITARIO Y LA CONSERVACIÓN DEL BOSQUE NUBLADO DE LA RESERVA YUNGUILLA DE LA PARROQUIA CALACALÍ.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para optar por el título de Licenciado en Diseño Gráfico - Industrial

Profesor Guía  
MBA. DI. Belén Baquero

Autor  
Erick Danilo Pástor Soto

Año  
2014

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con los estudiantes, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema, y tomando en cuenta la Guía de trabajos de titulación correspondiente”

-----  
Belén Baquero  
MBA, DI.  
C.C.1713579579

### 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.”

-----  
Erick Danilo Pástor Soto  
C.C.1715513451

## AGRADECIMIENTOS

A Paula, Belén, Paty, Esperanza, Iván y Edwin por su apoyo, paciencia, acólite y consejos.

Y en especial a Daisy, Galindo y todos los pobladores de la Comunidad de Yunguilla que permitieron que sus inquietudes y deseos sean parte de este proyecto.



## DEDICATORIA

A mi familia, quienes siempre han estado presentes motivándome a seguir adelante.

## RESUMEN

A tan sólo 60 minutos del noroccidente de la ciudad capital Quito, y a 10 minutos de la Mitad Del Mundo, la comunidad de Yunguilla da la bienvenida a propios y extraños, a nacionales y extranjeros, en medio, del Bosque Protector de la Cuenca Alta del Río Guayllabamba, e inmersa en las reservas de Maquipucuna y de Pululahua.

Dentro de este contexto de turismo comunitario, diseño y sustentabilidad, se propuso la creación de un Sistema de Identidad Corporativa y Manual de Elaboración de Artesanías en Madera, para asistir al modelo de Turismo Comunitario de la Reserva Yunguilla mediante las herramientas integrales del diseño gráfico e industrial.

La propuesta se enfocó en exponer una solución a las situaciones más relevantes utilizando las herramientas del Diseño Integral (Gráfico e Industrial) presentando los elementos, documentos y sistemas necesarios, para optimizar la oferta de Turismo Comunitario de la Reserva Yunguilla.

Se estudiaron y analizaron los principios básicos de la creación o reformulación de una marca ciudad. Se usaron principios, metodologías, técnicas y parámetros de ecodiseño, para la elaboración de productos artesanales elaborados en madera reciclada que alcancen su máximo potencial, sin provocar ningún impacto ambiental en Yunguilla, logrando su sostenibilidad ecológica. (Hernández Alonso 2011).

Se utilizó el diseño artesanal, para la producción de objetos, totalmente a mano, con ayuda de herramientas manuales e incluso de medios mecánicos (en el futuro) que guarden las características distintivas en términos del valor histórico, cultural, utilitario y estético.”

Y el diseño industrial, fue utilizado para diseñar los productos artesanales en madera reciclada, con “sabor” tradicional, en los que se conjugan la tradición y la identidad como elementos conformadores de una cultura expuesta a la

globalización y la homogeneización de los modos de vida.”(Wong Wucius, 2001, p. 41) y los manuales, que permiten mejorar la calidad de vida sin perder los propios principios y valores, trabajando “por una sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica con la responsabilidad de mantener la biodiversidad, conservar los recursos naturales existentes y generar un modelo de desarrollo local sustentable”

## ABSTRACT

Only 60 minutes from the northwest of the capital city Quito, and 10 minutes from the Middle World, Yunguilla's community welcome friends and out-siders, nationals and foreigners, in the middle of the protected forest of Guayllabamba River Upper Basin, immersed in the reserves of Maquipucuna and Pululahua.

Within this context of community-based tourism, design and sustainability, was proposed the creation of a system of corporate identity and development manual of handicrafts in wood, to attend the tourism community of the Yunguilla reserve model using integral tools of graphic and industrial design.

The proposal focused on exposing a solution to the most relevant situations using the tools in the integrated design (graphic and industrial) introducing items, documents and systems necessary to optimize the supply of tourism community of the reserve Yunguilla, enhancing the capabilities of the territory, developing its competitive advantages, using an efficient management of design and updating of the image, which transmit notoriety, prestige and personality to position socially true identity (Rolando C,1992,p.31) and insert it in the minds of the target audience, develop an emotional bond, a distinctive, compelling and emotional connection." (Metropolitan District of Quito 2010)

The basic principles of creation or reformulation of a city brand were studied and analyzed.

Principles methodologies, techniques and parameters of eco-design were used for the elaboration of handicrafts made in recycled Wood that reach their full potential, without causing an environmental impact on Yunguilla, achieving ecological sustainability. (Hernández Alonso 2011)

Handicraft design was used for the production of objects, entirely by hand, using hand tools and even mechanical means (in the future) which have distinct characteristics in terms of historical, cultural, utilitarian and aesthetic value.

And industrial design was used to design the crafts recycled wood with "traditional flavor, where tradition and identity are combined as building elements of a culture exposed to globalization and homogenization of lifestyles."(Wucius Wong, 2001, p. 41) and the manuals, which improve the quality of life without losing one's principles and

values, working "by an environmental, sociocultural and economic sustainability with the responsibility of maintaining biodiversity, preserving existing natural resources and create a model of sustainable local development "

# ÍNDICE

Introducción.....	1
<b>1. CAPÍTULO I YUNGUILLA, EQUILIBRO ENTRE HUMANIDAD Y NATURALEZA.....</b>	<b>3</b>
1.1.    Yunguilla. Ubicación.....	3
1.1.1. La Comunidad de Yunguilla a través de la participación.....	5
1.1.2. Yunguilla: Comunidad con responsabilidad.....	6
1.2.    La Importancia del Desarrollo Sustentable.....	7
1.3.    Diagnóstico situacional interno de la Comunidad de Yunguilla.....	10
1.3.1. Misión.....	10
1.3.2. Visión.....	10
1.3.3. Principios.....	10
1.3.4. Objetivos.....	11
1.3.5. Valores Corporativos.....	11
1.3.6. Fortalezas.....	11
1.4.    El Ecoturismo y el Turismo Comunitario.....	13
1.4.1. Turismo Sostenible.....	14
1.4.2. Turismo Comunitario.....	15
1.5.    Alternativas de Turismo.....	17
1.5.1. Observación de aves.....	18
1.5.2. Recorrer el bosque nublado.....	19
1.5.3. Visita a la finca comunitaria y a sus diversos proyectos.....	20
<b>2. CAPÍTULO II El turismo entra por los ojos.....</b>	<b>24</b>
2.1.    El Turismo es Visual.....	24
2.2.    El Diseño Gráfico aplicado al Turismo.....	25
2.3.    La marca turística de Yunguilla.....	26
2.4.    La Imagen Corporativa.....	27

2.5.	La Identidad Corporativa.....	28
2.5.1.	Elementos de la Identidad Corporativa.....	30
2.5.2.	Logotipo.....	32
2.5.3.	La tipografía.....	34
2.6.	Manual de identidad corporativa de Yunguilla.....	34
2.6.1.	Partes del Manual Corporativo de Yunguilla.....	35
2.7.	La señalética y la señalización.....	37
2.7.1.	En cuanto a la señalética y señalización.....	37
2.7.2.	En cuanto a los criterios de legibilidad y según las normas INEN.....	38
2.7.3.	Esquema Semiótico de los Símbolos Señaléticos.....	39
2.7.4.	Señalización.....	39
2.7.5.	Características de la señalización.....	40
2.7.6.	Señalización en la Naturaleza.....	40
2.7.7.	Señales en Panel.....	41
2.8.	El Color en señalización.....	42
2.9.	La Tipografía en la Señalización de Yunguilla.....	42
2.10.	Materiales para la elaboración de señales.....	43
2.11.	Sistemas de sujeción.....	44
3.	CAPÍTULO III La naturaleza también se siente.....	46
3.1.	La naturaleza también se siente.....	46
3.2.	El Ecodiseño en Yunguilla.....	46
3.3.	Diseño Artesanal.....	47
3.4.	Diseño Industrial.....	48
3.5.	El Manual del proceso de diseño artesanal de objetos elaborados con madera reciclada.....	49
3.5.1.	Características del Manual.....	50
3.5.2.	Secciones principales del manual.....	52
3.5.3.	Factores a considerar en el diseño editorial.....	52

3.6.	Proceso De Bocetaje.....	53
3.7.	Diagramación.....	54
3.7.1.	Construcción de la malla tipográfica para su legibilidad.....	55
3.7.2.	Imágenes.....	55
3.7.3.	Ilustraciones.....	55
3.7.4.	Espacios en blanco.....	55
3.7.5.	Caja tipográfica.....	55
3.7.6.	Material o soporte.....	56
3.8.	Formato.....	56
3.9.	Los elementos y principios esenciales para el diseño artesanal.....	58
3.10.	Materia Prima.....	59
3.10.1.	La madera reciclada.....	59
3.10.2.	Procesos de tratamiento de la madera reciclada para la elaboración de objetos artesanales.....	62
3.10.3.	Proceso de Producción de artesanías.....	64
3.10.4.	Procesos de acabado.....	64
4.	CAPÍTULO IV Justificación de la propuesta de diseño.....	66
4.1.	Técnicas.....	67
4.1.1.	Observación.....	67
4.1.2.	Diálogo.....	67
4.2.	Enfoque.....	67
4.3.	Alcance.....	68
4.4.	Elaboración de Instrumentos.....	68
4.5.	Estimación de Parámetros.....	70
4.6.	Cuestionario aplicado a la comunidad de Yunguilla.....	71



4.7.	Tabulación de resultados.....	73
4.8.	Identidad Visual de entidades similares, Tendencias Actuales y Estilos Contemporáneos de Diseño.....	81
4.8.1.	Logotipos de entidades similares.....	81
4.8.2.	Tendencias Globales.....	83
4.8.3.	Estilos contemporáneos de diseño objetos de madera.....	84
4.9.	Conclusiones y sugerencias.....	85
5.	<b>CAPITULO V Sistema de Identidad Global</b>	
	<b>Yunguilla.....</b>	<b>87</b>
5.1.	Diseño del Sistema de Identidad Global: La Marca y Logo De Yunguilla.....	87
5.1.1.	Concepto y Marca del Logotipo.....	87
5.1.2.	Versiones y escalas del logotipo.....	93
5.1.3.	El Eslogan.....	95
5.1.4.	Área de reserva.....	95
5.1.5.	Aplicaciones Cromáticas.....	96
5.1.6.	Composición Tipografía.....	103
5.1.6.1.	Tipografía principal.....	104
5.1.6.2.	Tipografías secundarias.....	104
5.1.7.	Papelería Corporativa.....	106
5.1.8.	Colección camisetas.....	112
5.1.9.	Aplicaciones Publicitarias y Publicaciones.....	116
5.2.	Diseño del Manual de Identidad Corporativa.....	129
5.2.1.	Estructura y retícula de construcción.....	129
5.2.2.	Partes del Manual.....	130
5.3.	Diseño de la señalética de Yunguilla.....	131
5.3.1.	Pictogramas.....	132
5.3.2.	Señales sobre Poste.....	146

5.3.3. Paneles Informativos.....	148
5.3.3.1. Señal de Pared.....	148
5.3.3.2. Tótem Direccional.....	151
5.3.3.3. Letrero Carretera.....	154
5.4. Manual de elaboración de objetos artesanales.....	157
5.4.1. Elementos del manual artesanal de Yunguilla.....	157
5.4.1.1. Definición del oficio.....	157
5.4.1.2. Características de la materia prima.....	157
5.4.1.3. Herramientas y equipos.....	158
5.4.1.4. Proceso Conceptual.....	159
5.4.1.5. Esquema del Proceso Productivo.....	162
5.4.1.6. Proceso de elaboración de los objetos artesanales..	167
5.4.1.7. Diagnóstico del Objeto en lo relativo a la calidad.....	173
5.5. Propuestas de Diseño de Objetos Artesanales.....	174
5.5.1. Espejo Cuadrado Decorativo.....	174
5.5.2. Espejo Redondo Decorativo.....	180
5.5.3. Juego de Posavasos.....	186
5.5.4. Copa de Madera.....	194
5.5.5. Tabla de Corte para Vegetales.....	199
5.5.6. Copa Coctelera.....	204
5.6. Presupuesto.....	209
Conclusiones y Recomendaciones.....	211
Referencias.....	214

## INTRODUCCIÓN

Yunguilla, reconocida como “Área de Conservación y Uso Sustentable dentro del sistema de áreas protegidas del Distrito Metropolitano” es una comunidad organizada reconocida jurídicamente por el Ministerio de Trabajo como una Corporación Micro-empresarial, que mantiene una dinámica de participación integral de todos los actores (mujeres, hombres, jóvenes, niños, adultos) en actividades como ecoturismo, producción de hortalizas orgánicas, mermeladas, lácteos, papel reciclado y reforestación, que ha permitido cambiar el rumbo de las personas, conservar los recursos naturales existentes, mantener la biodiversidad y generar un desarrollo sustentable. Es un modelo de organización y de manejo de áreas de conservación.

Este trabajo está integrado por cinco capítulos. Y la presentación física del Manual del Sistema de Identidad Corporativa y el Manual de Elaboración de Artesanías en Madera.

En el 1er capítulo se describen rasgos importantes de la comunidad de Yunguilla, su ubicación, características, historia, población, y sus proyectos que le han permitido mejorar la calidad de vida sin perder los propios principios y valores.”

En el 2do. Capítulo se analiza el papel del diseño en la gestión de actualización y creación de la marca territorial, identidad e imagen que identifique totalmente a sus habitantes y a su entorno social que le dé un estatus y transmita una personalidad única capaz de ser reconocida y elogiada por los potenciales visitantes nacionales e internacionales, y logre una apertura en los mercados turísticos.

El 3er capítulo describe técnicas, estrategias, métodos de diseño industrial, ecodiseño, diseño artesanal que permitieron crear productos nuevos en pro del medio ambiente y los respectivos manuales.

En el 4to. Capítulo se describen los procesos metodológicos, técnicas y herramientas empleadas para el desarrollo del proyecto.

Y por último se presentan los distintos productos logrados, que han permitido irrumpir en el mundo artesanal, activar nuevas percepciones y expectativas positivas, que fortalecerán la imagen e identidad de Yunguilla.

## 1. CAPÍTULO I

### “YUNGUILLA, EQUILIBRO ENTRE HUMANIDAD Y NATURALEZA”

#### 1.1 Yunguilla. Ubicación

En la Provincia de Pichincha, en la Parroquia de Calacalí a una altura de 2.750m.s.n.m.se encuentra la Reserva Yunguilla, ubicada a una hora al noroccidente de la ciudad de Quito.



*Figura 1. Foto Panorámica Yunguilla | Bosque Nublado*

La zona tiene una extensión de 2.973,9 ha. "Inmersas en las reservas de Maquipucuna y de Pululahua, pertenecientes al bosque nublado, caracterizado por formaciones nubosas y un ecosistema variable. Se trata de un ecosistema de transición entre la Costa y la Sierra, esencial para el planeta, por la gran reserva de agua que representan las nubosidades". ([feptce.org/Indexphpooption=com\\_content&view=article&id=176](http://feptce.org/Indexphpooption=com_content&view=article&id=176))

Una parte del área de la comunidad está incluida en el Bosque Protector de la Cuenca Alta del Río Guayllabamba, en el cual se pueden reconocer, como afirma Naranjo (2007, citado en Páez 2010, p.51) cuatro zonas de vida:

Bosque húmedo pre montano, con precipitaciones anuales de 2.000mm a 2.500mm y una altura inferior a 1.500mts.

Bosque húmedo montano bajo, con precipitaciones anuales de 2.500mm a 3.000mm y una altura entre 1.500 a 2.000mts.

Bosque muy húmedo montano, o bosque de neblina montano de los andes occidentales (Naranjo 2007, citado en Páez Alberto 2010, p.51) con precipitaciones anuales de más de 3.000mm y una altura entre 2.000 a 2.600mts.

Bosque húmedo montano, con precipitaciones anuales menores a 2.000mm y una altura entre los 2.600 a 3.300mts. Ahí se encuentran bosques de aliso, romerillo, cascarilla y los zarcillos.

El área consta de una muestra representativa de bosque nublado, con un gran índice de biodiversidad, cuenta con la fauna característica de este bosque: el oso de anteojos, los trogones, Chucuris, conejos de monte y sarigüeyas; alrededor de 350 especies de aves como el gallito de la peña, el gorrión, el mirlo, la rigcha, el huiragchuro, la tórtola y una gran variedad de colibríes y quindes. “Que tejen una compleja red de interacciones que revelan una trama ecológica equilibrada” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito 2011,p.24)

Entre la flora, a más de las especies propias de los bosques, destaca, la uña de gato, las bromelias, el aliso, la calahuala la colca, 200 especies de plantas vasculares, y una gran variedad de orquídeas, bromelias y helechos.

En Yunguilla se encuentra también, ríos cristalinos como el Umachaca, la cascada del río Santa Rosa y los Coluncos, o rutas preincaicas usadas para el intercambio de productos entre las diversas regiones; que más tarde devino en la ruta del contrabando de licor, y que hoy se han convertido en rutas turísticas, como se aprecia en esta noticia.



Figura 2. Fotografía reportaje periódico El Comercio.

### 1.1.1. La Comunidad de Yunguilla a través de la participación.

“Yunguilla nace a inicios del siglo pasado, en los años 60 con la primera reforma agraria en Ecuador, cuando los terrenos de una gran hacienda, fueron divididos entre sus partidarios y trabajadores alrededor de unas 50 familias que logran obtener así un espacio de tierra para la agricultura propia y otras actividades del ámbito rural campesino”. (Collaguazo, 2013).

La agricultura era su principal tarea laboral que incluía la producción de diferentes tipos de granos (fréjol, habas, alverjas, maíz, morocho) y algunos tubérculos (papas, zanahoria blanca, ocas, mellocos) y también se dedicaban a la producción de carbón y venta de madera, que fue una actividad muy común y muy perjudicial para el bosque ya que la tala indiscriminada llegó casi a exterminar por completo el bosque nublado. ([www/turismo-lugares-sitios-atractivos-ecuador-pichincha-quito.php?p=calacali-comunidad-yunguilla](http://www/turismo-lugares-sitios-atractivos-ecuador-pichincha-quito.php?p=calacali-comunidad-yunguilla))

Con el ánimo de desarrollar un proceso de organización comunitaria y conservación ambiental desde el año 1995 se han implementado nuevas

actividades como el proyecto de desarrollo forestal conservación y manejo adecuado de recursos naturales.

Luego, con el objetivo de: "mejorar la calidad de vida de los pobladores de la comunidad, mediante el aprovechamiento de los recursos naturales existentes en la zona";, con apoyo de la Fundación Maquipucuna y el Programa de Bosques Nativos Andinos (PROBONA), se empezó a trabajar en una propuesta de manejo forestal, para lo cual se conformó un Comité forestal en el que se integraron alrededor de 20 de las 50 familias que conforman la comunidad, logrando conservar, reforestar y valorar el bosque y teniendo mucha conciencia y respeto por el mismo.

Posteriormente, se organizó, el grupo de mujeres "Mamapallo para la implantación de actividades como: huertos orgánicos, pequeñas Micro-empresas de producción orgánica, elaboración de mermeladas, de procesamientos de lácteos, quesos, y artesanías en barro, madera y papel reciclado" ([www.maqui.org](http://www.maqui.org), s.f.).

Ya en el año 2000, se conformó, la "Corporación Micro empresarial Yunguilla," ente encargado de regular y dirigir el desarrollo de los diferentes proyectos en la Comunidad, para permitirle desarrollar un modelo de sustentabilidad productiva.

En el 2010 y 2013," con el apoyo de la Fundación Ecofondo, se declara a Yunguilla como un Área de Conservación y Uso Sustentable dentro del sistema de áreas protegidas del Distrito Metropolitano" ([www.yunguilla.org.ec](http://www.yunguilla.org.ec), s.f.)

### **1.1.2 Yunguilla: Comunidad con responsabilidad.**

En la actualidad Yunguilla, "es una comunidad de mestizos conformada por 50 familias - aproximadamente 500 personas que se esfuerzan todos los días por sacar adelante alternativas económicas, que permita mejorar la



calidad de vida sin perder los propios principios, valores y sobre todo el sentido comunitario” y con la responsabilidad de mantener la biodiversidad conservar los recursos naturales existentes y generar un modelo de desarrollo local sustentable”(http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com)

## **1.2. La Importancia del Desarrollo Sustentable**

“En lo referente al tema de manejo de recursos naturales, y para lograr un desarrollo sustentable, con la ayuda de ONGs, se han hecho algunos ensayos de aprovechamiento de recursos forestales no maderables, se construyó un orquidiario – bromeliario a nivel investigativo, se ha trabajado en el mejoramiento de manejo de potreros con prácticas silvo-pastoriles” (www.yunguilla.org Plan de Desarrollo Participativo Parroquia de Calacalí). Para el manejo de suelos y control de la erosión se construyeron terrazas de formación lenta para cultivo, se han hecho plantaciones forestales masivas y cercos vivos, se ha buscado alternativas productivas instalando invernaderos para el cultivo de tomate, legumbres, hortalizas y frutas como el babaco, mora, pitajaya y se empezó a trabajar en los planes de manejo para las fincas de los miembros de la organización.

Además, “la gran diversidad de árboles que posee la comunidad, permitirá con el diseño adecuado, desarrollar productos artesanales con diferentes funciones, formas, texturas y acabados; Siguiendo para este fin los lineamientos que plantea el Ecodiseño, como herramienta para crear objetos ecológicos sustentables”. (Asensio, 2009, p.7). Reorganizar los procesos de producción y conseguir una mayor sostenibilidad ambiental. (Barbero y Cozzo, 2009, p.10)



*Figura 3.* Collage de fotos artesanías en madera de la Reserva Yunguilla

“Todos trabajan en esta comunidad, hombres, mujeres, jóvenes y menos jóvenes. Los niños, además, forman parte de un programa de educación ambiental, todos son conscientes que solo unidos, conseguirán mejorar el nivel de vida, cambiar el rumbo y mantener la gran riqueza: la cultura, el bosque, el agua, su belleza paisajística y la capacidad de producción de la tierra” (www.yunguilla.org Plan de Desarrollo Participativo Parroquia de Calacalí)

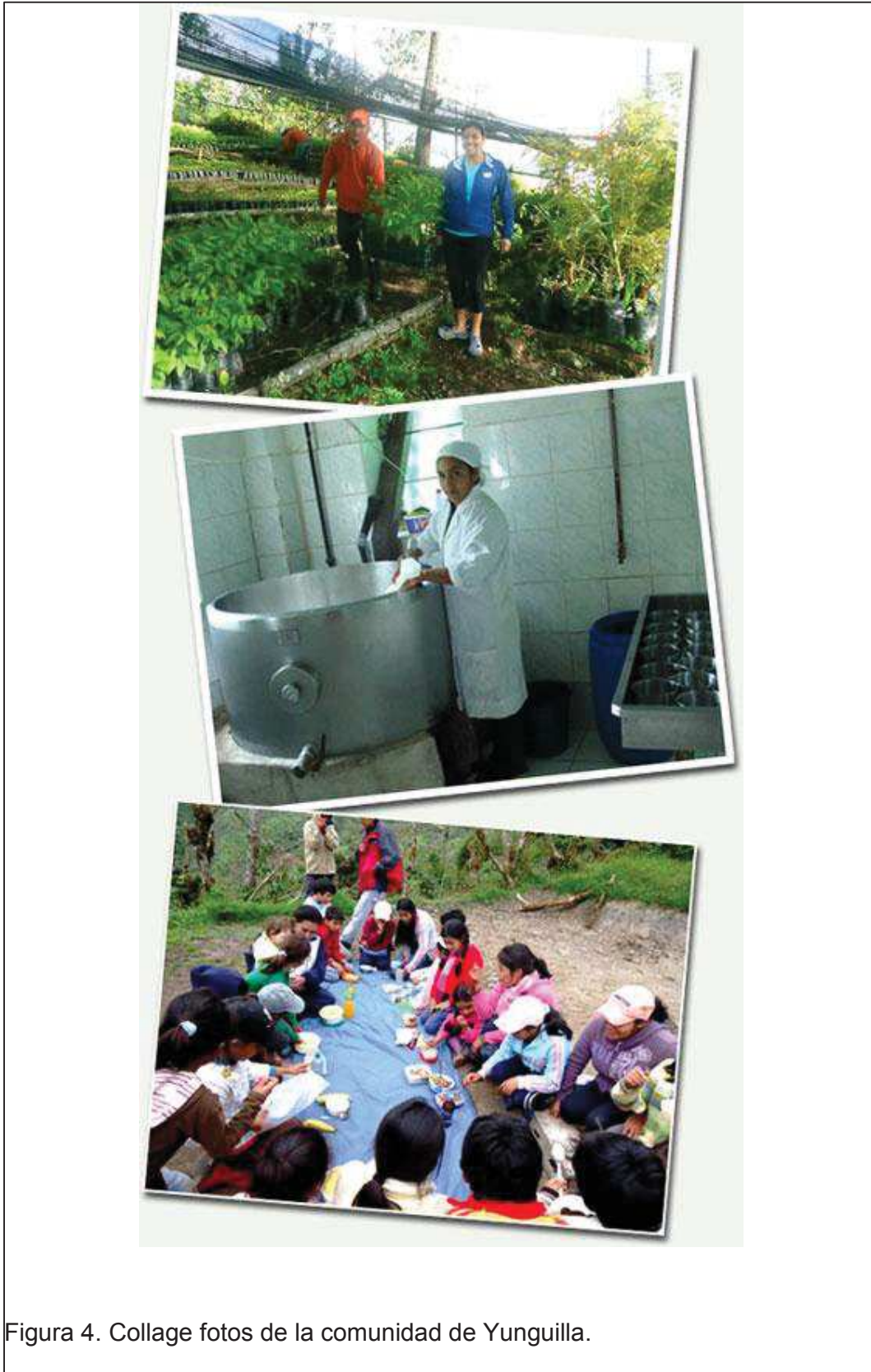


Figura 4. Collage fotos de la comunidad de Yunguilla.

### **1.3. Diagnóstico situacional interno de la Comunidad de Yunguilla**

Según datos obtenidos de su Plan de Desarrollo ([www.yunguilla.org](http://www.yunguilla.org) Plan de Desarrollo Participativo Parroquia de Calacalí 2007) La Comunidad de Yunguilla es un modelo de manejo de áreas de conservación por parte de comunidades. Es una de las comunidades más organizadas, posee un plan estratégico totalmente estructurado y de acuerdo a los objetivos de la comunidad.

#### **1.3.1 Misión**

Tienen como misión la de “Permanecer organizados, involucrarse activamente en las diferentes responsabilidades que se les otorgue, aprovechando los diferentes talentos, cualidades y capacidades de todos los miembros de la comunidad.”

#### **1.3.2 Visión**

“Yunguilla aspira ser una comunidad plenamente organizada, optimista, con conciencia ambiental, que cultiva sus valores, con gente capacitada que planifica para mejorar la calidad de vida, que genera sus propias fuentes de trabajo, que sus productos elaborados sean de calidad y mejore su salud y educación para crear una imagen de desarrollo sustentable.”

#### **1.3.3 Principios**

Todos los pobladores intentan regir sus vidas en base a los siguientes principios:

- 1.” Responsabilidad en el cumplimiento de los compromisos asumidos.
2. Esperanza y fe en el porvenir.
3. Confianza en las capacidades.
4. Comprensión y solidaridad entre todos.
5. Constancia hasta alcanzar los propósitos.
6. Liderazgo compartido y respaldado por todos “

### **1.3.4 Objetivos**

1. Mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Comunidad de Yunguilla.
2. Asegurar fuentes de trabajo que absorban la mano de obra local.
3. Integrar a hombres y mujeres con el fin de alcanzar un desarrollo cultural, deportivo y socioeconómico de la Comunidad de Yunguilla

### **1.3.5 Valores Corporativos**

- Solidaridad
- Amabilidad
- Respeto a los demás
- Honestidad
- Trabajo en Comunidad
- Unidad
- Responsabilidad
- Alegría
- Trabajo personal y en grupo, puntual, responsable y efectivo.

Analizando su plan estratégico y FODA se encontró que todos son conscientes de sus fortalezas y debilidades y saben que deben luchar por alcanzar sus objetivos, aprovechando las oportunidades y evitando o contrastando sus amenazas.

Se anota a continuación los datos más importantes, obtenidos del Plan de Desarrollo ([www.yunguilla.org](http://www.yunguilla.org) Plan de Desarrollo Participativo Parroquia de Calacalí 2007).

### **1.3.6. Fortalezas**

•La Comunidad de Yunguilla da a conocer a los turistas los atractivos naturales y culturales, además muestra el trabajo en grupo para alcanzar un mejor estilo de vida.



- Se encuentra en un sitio privilegiado por la amplia biodiversidad de flora y fauna.
- Compromiso colectivo en la comunidad para sacar adelante a la misma.
- Existe un centro de salud y baterías sanitarias.
- Comida suficiente y sin químicos.
- Buenos niveles de organización y unidad comunitaria.
- Existen espacios para la práctica de deportes y eventos sociales (casa comunal), áreas para la recreación, producción y desarrollo comunitario.
- Existe radio, televisión.
- Hay una escuela, colegio con 21 estudiantes, algunas personas están en universidad.
- Actividades productivas en proceso de consolidación.
- Están conscientes de que hay un adelanto en el cambio de conciencia y recuperación de valores.

### **Oportunidades**

- Turismo comunitario como nueva perspectiva en el noroccidente de Pichincha.
- Gran afluencia de turistas a los lugares aledaños en la zona
- Creciente interés en los países desarrollados especialmente europeos por el turismo comunitario y turismo de aventura.
- El turismo comunitario vincula a los pobladores a la actividad generando fuentes de ingreso.
- Incremento del número de Agencias de Viajes en el Ecuador.

### **Debilidades**

Falta de promoción Turística e inexistencia de material de apoyo a las explicaciones verbales de los tours: Caminatas, Observación de aves, Observación de Flora y Fauna (Camping) pudiendo ser estos elementos: folletos o guías educativas o informativas.

- Falta de capacitación en atención al cliente y para mejorar su propuesta de productos artesanales en madera que se ofertan a los visitantes como recuerdos de su estadía
  - Inexistencia de convenios con agencias de viajes para promocionar a la comunidad
  - Escaso manejo y aprovechamiento de los recursos forestales, maderables y no maderables, principalmente con el fin de potenciar la actividad artesanal y micro empresarial.
  - Alojamiento de calidad media.
  - No existe agua potable
  - Baja calidad en luz eléctrica
  - La carretera hacia la comunidad se encuentra en mal estado
- Y sobre todo, falta de coherencia global de la identidad corporativa en los productos y servicios existentes: (Reserva Yunguilla, Corporación y sus productos: Mermeladas y Artesanías).

### **Amenazas**

- Inestabilidad económica del país.
- Impuestos y tasa excesivas para el turista internacional.
- Falta de apoyo Gubernamental
- \*Presencia de invasores de tierras, que no se adhieren a la filosofía de la comuna.

### **1.4. El Ecoturismo y el Turismo Comunitario.**

A más de asentar su base productiva en las prácticas agrícolas ganaderas, viveros forestales y reforestación, desde 1995, los habitantes de Yunguilla, se han dedicado también a la oferta de una experiencia de turismo comunitario, para lo que se conformó el comité de Ecoturismo con los mismos miembros del comité forestal.

Este tipo de turismo busca el desarrollo sostenible.“ que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones

futuras para satisfacer las propias” (UCIN, PNUMA Y WWF 1980; cf. WorldCommisiononEvironmentandDevelopment 1987).” Que permita la supervivencia de la producción cultural y artesanal tradicional y el folklore. Que revalorice el patrimonio histórico para la construcción de una identidad local.”(Camarero, y Garrido.2004, p.37)

(...) ”El ecoturismo se perfila como una alternativa productiva – no extractiva- es congruente con las concepciones vigentes sobre el desarrollo sustentable, pues, contribuye a la conservación del lugar, propicia la participación directa y benéfica de las poblaciones locales y compromete a todos los involucrados a tomar las precauciones necesarias para minimizar impactos tanto ecológicos como culturales.” Es para los comuneros de Yunguilla, una industria en crecimiento y por tanto altamente atractiva para el desarrollo económico. Diversifica la economía extendiendo el sector de servicios, lo cual genera empleo “(Pearce 1990, p.24)

#### **1.4.1. Turismo Sostenible**

En la Comunidad de Yunguilla, “sus habitantes desean desarrollar turismo sostenible, que establezca y garantice un equilibrio adecuado entre el aspecto ambiental, económico y sociocultural” como lo exige la OMT(2004), que reporte también un alto grado de satisfacción a los turistas y represente para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.”(OMT, 2004)

La Corporación para el Desarrollo de los Recursos Naturales (CEDERENA) y la población de Yunguilla han propuesto la elaboración de un Plan de Promoción turística, como parte del proyecto financiado por el Fondo Ambiental del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, “Propiciando una cultura ambiental de conservación, uso racional de los recursos naturales para el ecoturismo con la participación de las/los jóvenes, niños y niñas” (código-08-0608)



### 1.4.2. Turismo Comunitario

Este tipo de turismo en Yunguilla,” busca relacionar a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, busca incluir a los pobladores de sus comunidades, para que sean ellos los que organicen los tours, y atiendan las necesidades de alimentación y descanso, hagan conocer los valores naturales y patrimoniales de la parroquia y generen así ganancias económicas que les permita luchar contra la pobreza alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio y lograr el buen vivir. Respetando el medio ambiente y la sensibilidad de la comunidad huésped”. (Instituto Internacional para el Medio Ambiente y Desarrollo: 2008). “Es un modelo de desarrollo económico que protege la identidad cultural, y asegura una relación sana entre la comunidad local y el / la turista.”(Acerenza, 1990. p.p. 15-35).



Figura 5. Collage fotos Casa/Hospedaje Reserva Yunguilla

En fin, la clave del turismo sostenible para Yunguilla es “gestionar eficientemente el medio natural y cultural, a efectos de aportar beneficios a la sociedad y acrecentar el interés de los visitantes”. (Boulón, R. C. 1999, 32). “promoviendo el uso responsable de los recursos culturales y naturales, mejorando la calidad de vida de las poblaciones locales y fortaleciendo su desarrollo social, cultural, ambiental y económico; la innovación, competitividad y calidad en la diversificación de la oferta turística, el desarrollo de productos y servicios; así como la inclusión participación e integración de los Gobiernos Regionales, Locales y de los gremios representativos del Sector Turismo, así como la participación y compromiso de la población en general y de los actores de la actividad turística”( Wong Chung, 2010 p.10).

En la actualidad, y desde que en el 2010, Yunguilla fue declarada como un área de conservación y uso sustentable dentro del sistema de áreas protegidas del Distrito metropolitano de Quito ([www.yunguilla.org.ec](http://www.yunguilla.org.ec), s.f.) la Corporación Micro empresarial Yunguilla” es la encargada de gestionar todos los procesos administrativos que genera el proceso turístico”

Cuenta con 12 guías turísticos avalados por el Ministerio del Ambiente y Turismo, guías especializados en trabajo con niños, cocineros capacitados y alimentación a base de productos orgánicos que los obtienen de sus propios huertos.

Pero, potencializar la experiencia turística de la Reserva Yunguilla conlleva implementar en varios frentes de diseño, un concepto unificador, tanto de identidad visual, como de información y productos analizando la oferta turística con detenimiento y preparando posibles soluciones con la ayuda del diseño, gráfico e industrial.

En este proyecto, se utilizaron técnicas de diseño de representación, imprescindibles en la realización de todo proceso, bidimensionales y tridimensionales (perspectivas, representación por ordenador en 3D, bocetos, modelos, prototipos, morfogramas, diagramas de interpretación, ilustraciones, diagramas estructurales y funcionales, despiezado, diagrama del movimiento),

Secciones y diversas vistas esquemáticas, diagramas ergonómicos, fotografía, dibujos técnicos (planos de fabricación), representación tridimensional, etc. y ejercicios de aplicación, de práctica, de ingenio y de auto evaluación.

Se buscaron, las alternativas, técnicas, procedimientos y herramientas para conseguir que esta propuesta de Sistema de Identidad Corporativa y Manual de elaboración de Artesanías, permita acceder a los miembros de la comunidad y reserva Yunguilla a un material útil, práctico, actualizado, interesante, profesionalmente diseñado, funcional, de fácil uso y manejo claro, concreto, conciso, completo, que les permita establecer un referente en el sector turístico comunitario.

Además, como el modelo de desarrollo económico sustentable (Borrayo, 2002, p.8) que se encuentra en proceso en la Reserva Yunguilla requiere de aportes y mejoramientos que otorguen mayor novedad e innovación a la propuesta turística (Riveradevall y Vinyets, 2003, p.36) que le mantenga en un nivel competitivo empresarial, se buscaron alternativas que le transforme en un rincón obligado de turismo, un sitio al que se visite y se regrese siempre. Se ha querido como decía Burdek: (2009, p.4) dar a Yunguilla un “servicio efectivo, no una cosmética superficial, integrando todas las funciones de un sistema en un concepto global”

## **1.5. Alternativas de Turismo**

Yunguilla es un paraíso turístico por excelencia; la naturaleza fue pródiga con esta parroquia, y la comunidad ofrece algunas alternativas de turismo entre las que se destacan:

1.5.1. Las caminatas por la amplia red de “misteriosos caminos preincaicos llenos de leyendas, que recorren sitios de gran riqueza arqueológica “como tolas, sitios de abastecimiento, sitios habitacionales, pucarás, piscinas que permiten descubrir los paisajes del majestuoso Santuario de los Yumbos” (FEPTCE 2013 | Web: [www.feptce.org](http://www.feptce.org))





*Figura 6.* Foto de Los Culuncos o Caminos Yumbos

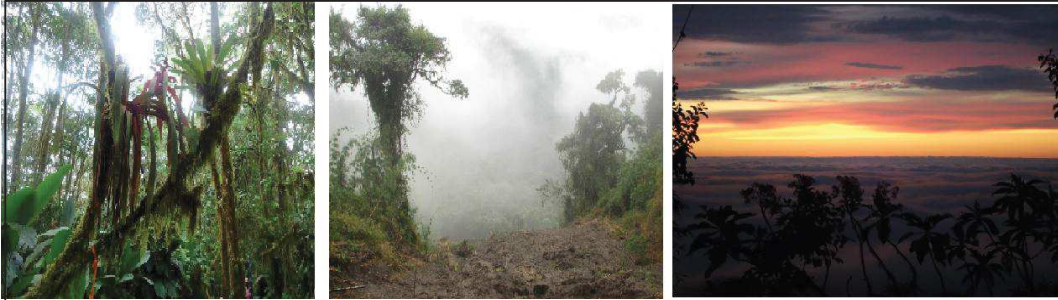
### **1.5.2. Observación de aves.**

La observación de aves es una de las ofertas que presentan los moradores de Yunguilla. En la finca comunitaria de 23 hectáreas se puede observar 120 especies de aves, ([www.elcomercio.com/noticias/comunidad-Yunguilla-apuesta-turismo-comunitario\\_0\\_115188493.html](http://www.elcomercio.com/noticias/comunidad-Yunguilla-apuesta-turismo-comunitario_0_115188493.html)).



### 1.5.3. Recorrer el bosque nublado

El bosque nublado de Yunguilla, es un ecosistema amenazado de gran importancia por la presencia de orquídeas, bromelias, belleza paisajística y servicios ambientales. Se encuentra en el Hotspot Andes tropicales, lo que significa que se ubica en uno de los lugares con más altas bio-diversidad del mundo. Adicionalmente, se encuentra en las inmediaciones de dos AICAS (Áreas Importantes para la Conservación de Aves), el AICA de las estribaciones occidentales y el AICA de Maquipucuna – Guayllabamba. Y se lo puede recorrer con la guía de expertos. ([http:// reservas privadas ecuador.com/reservas/reserva-comunitaria-yunguilla](http://reservasprivadasecuador.com/reservas/reserva-comunitaria-yunguilla))



*Figura 8.* Collage fotos del Bosque nublado.

#### **1.5.4. Visita a la finca comunitaria y a sus diversos proyectos.**

Se puede apreciar las actividades productivas sustentables de la región, los lugares de agro ecología que con miras a lograr la conservación del área a largo plazo, no incentivan los monocultivos ni el uso de agroquímicos,





Figura 9. Collage fotos Fabrica Mermeladas y Procesamiento de Lácteos, Vivero y Orquideario.

Se pueden visitar los sitios de venta de alimentos orgánicos y preparados, que no contiene ningún tipo de aditivo artificial, como colorantes, saborizantes, ni preservantes.



Figura 10. Foto tienda Comunitaria. Venta de Productos Comunidad.



“Los cultivos orgánicos son parte de la filosofía de la comunidad. Todos están conscientes de la importancia, de producir y consumir estos productos sanos, principalmente por su propia salud y a la vez para su comercialización”  
([www.yunguilla.org.ec](http://www.yunguilla.org.ec).)

### **Venta de artesanías en barro, papel reciclado y madera.**

Este campo todavía no está muy desarrollado razón por la cual se le ha tomado como un punto de trabajo específico de este proyecto.



*Figura 11. Collage fotos artesanías*

Se intenta que los yunguillenses aprovechen los residuos que la naturaleza les prodiga en la elaboración de artesanías que los turistas propios y extranjeros se lleven como recuerdo de su viaje.  
(<http://www.lev.edu.ec/lev/index.php/7-lev-vygotsky/132-dia-lev-008#8106>)

## **2. CAPÍTULO II**

### **EL TURISMO ENTRA POR LOS OJOS**

#### **2.1 El Turismo es Visual.**

“Los territorios, sitios o destinos turísticos son productos cuyas identidades y valores deben ser diseñados y comercializados. Los lugares que no pueden ser comercializados con éxito, se ven enfrentados al riesgo del estancamiento y la declinación”. Una eficaz gestión de marca y una comunicación uniforme representan un activo clave ya que ayuda a las ciudades a competir de manera estratégica” (Puig. 2009, p.21).

Yunguilla es, “un espacio geográfico definido por sus límites en el que habitantes y ciudadanos realizan sus actividades, se relacionan con otras personas, y conviven en diferentes aspectos de cotidianidad” (Rubio,2010p.47). Sus pobladores, quieren desarrollar las ventajas competitivas de su territorio, para posicionarlo nacional e internacionalmente, a través de la promoción del turismo, y como el turismo es visual, requieren de una marca turística, que identifique totalmente a sus habitantes y a su entorno social, una marca que sirva de referente de toda la comunidad, por encima de las diferencias individuales.

Por lo tanto el primer objetivo de este trabajo fue el de “diseñar e implementar la imagen unificada, crear y defender la marca, reafirmando sus valores esenciales”. (Cusot, 2007, p.20) que permita situarle en el mercado como un sitio turístico por excelencia, una Corporación Micro-empresarial, que mantiene una dinámica de participación integral de todos los actores, que se esfuerzan todos los días por sacar adelante nuevas alternativas económicas, que permiten mejorar la calidad de vida sin perder sus propios principios, valores y sobre todo el sentido comunitario.

Yunguilla quiere “posicionarse como un destino turístico sostenible, permitiendo a la comunidad su sustentabilidad productiva”, (Ruiz y Vintimilla, 2002, p.45).manteniendo al mismo tiempo su gran riqueza constituida por su

cultura, su filosofía de vida, el bosque, sus aves, su agua, su belleza paisajística y la capacidad de producción de las tierras.

## **2.2. El Diseño Gráfico aplicado al Turismo**

La investigación realizada, detectó que el modelo de desarrollo económico sustentable (Borrayo, 2002, p.8) que se encuentra en proceso en la Reserva Yunguilla requiere de aportes y mejoramientos que otorguen mayor novedad e innovación a la propuesta turística. Se pensó que la aplicación de herramientas de diseño permitiría, proponer una visión holística y con lógica interdisciplinaria (Riveradevall y Vinyets, 2003, p.36) para optimizar la dimensión comunicativa de los servicios y productos del turismo comunitario ofertado.

Las situaciones más importantes que requirieron este planteamiento de diseño fueron:

- La falta de coherencia global de la identidad corporativa en los productos y servicios existentes: (Reserva Yunguilla, Corporación y sus productos: Mermeladas y Artesanías).
- Carencia de documentación de apoyo a las explicaciones verbales de los tours: Caminatas, Observación de aves, Observación de Flora y Fauna Camping) pudiendo ser estos elementos: folletos o guías educativas o informativas.
- Falta de capacitación para mejorar su propuesta de productos artesanales en madera que se ofertan a los visitantes como recuerdos de su estadía.

Dentro de este contexto de turismo comunitario, diseño y sustentabilidad, el proyecto se enfocó en exponer una solución a las situaciones más relevantes utilizando las herramientas del Diseño Integral (Gráfico e Industrial)

“metodologías, técnicas, procesos, desarrollando al máximo la imaginación y la creatividad,”. (Gay, y Samar, 2004 p. 137).

Con este proyecto se pretendió emplear una eficaz gestión de actualización o creación de la marca territorial e imagen que identifique totalmente a sus habitantes y a su entorno social. Como dice Arnold, (2010) “la imagen dará un estatus y se transmitirá una personalidad única capaz de ser reconocida y elogiada por los potenciales visitantes nacionales e internacionales.”

Se tratará de “transmitir notoriedad, prestigio y personalidad para situar socialmente la verdadera identidad y manejar con eficiencia los mensajes que se quieren hacer llegar al público” (Staff, 1992, p. 31). Así se logrará un mayor poder de negociación y apertura en los mercados turísticos. Y se podrá hacer frente a la agresiva y dinámica competencia.

El diseño gráfico permitirá “a partir de ideas, conceptos, textos e imágenes, presentar mensajes de forma visualmente atractiva en medios impresos, electrónicos y audiovisuales” (Ambrose y Harris, 2009, p.10).

### **2.3. La marca turística de Yunguilla**

En este proyecto, se buscará dotar a Yunguilla de una marca, que identifica plenamente a sus pobladores y a su entorno social, que transmite la imagen global, la identidad propia, una personalidad única, capaz de ser reconocida y elogiada por propios y extraños y que le posiciona en el mercado turístico como una organización próspera poseedora de su propia personalidad Como dice Murphy y Rowe: “...”las marcas y logotipos de estas organizaciones prósperas y sus productos son condensaciones de realidades complejas en una afirmación simple, en una declaración que puede ser controlada, modificada, desarrollada y madurada a lo largo del tiempo “(Murphy y Rowe, 1992, p.4)”

La marca de Yunguilla, siempre de la mano con los signos visibles apreciables por los sentidos, será considerada como un signo-estímulo ya que constituye una conexión de lo que manifiesta, con lo que significa. “Su facultad memorizante como grafismo, fue el resultado de cinco factores esenciales: La originalidad temática, el valor simbólico, el factor de impacto, la cualidad estética y un factor de impregnación en la mente” (Murphy y Rowe, 1992, p.4)

La marca, además, se compone de múltiples dimensiones y características como son: Naturales como, clima, atractivos, geografía, suelo. Económicas: nivel de desarrollo, actividades productos y marcas locales. Servicios, corporaciones y tecnología. Políticas, geopolíticas, socioculturales, que comunican las características del modelo de la urbe y los atributos principales de productos y servicios que presta” (Jimmy Quea. 2013 <http://trochainnova.wordpress.com/2013/04/07/pensamiento-visual-en-la-gestion-del-turismo/>) y “servirá para institucionalizar el lugar como destino turístico y posicionarlo como tal en la opinión pública, declarando que aquel lugar no es meramente un lugar digno de visitarse sino un “lugar turístico”, un lugar en cuya identidad está el turismo”. (Jimmy Quea. 2013(<http://trochainnova.wordpress.com/2013/04/07>))

#### **2.4. La Imagen Corporativa**

En la actualidad, las pocas personas que conocen Yunguilla, guardan la imagen de un sitio de extraordinaria belleza, con un territorio apto para el desarrollo de todo tipo de turismo, en ella se compendia lo urbano y lo rural, es como un territorio que se quedó suspendido en el tiempo. Su gente, se destaca por ser trabajadora, optimista emprendedora, lista a correr con cualquier riesgo, para darse a conocer, para transmitir notoriedad, prestigio y personalidad y para situar a Yunguilla como un lugar turístico, al que después de visitarlo por primera vez, se regresa siempre.

Hace falta darlo a conocer, planear la gestión de imagen, que permita transmitir las cualidades y valores únicos, a través de los cuales las personas lo

describen, recuerdan y relacionan,” (Dowling 1986, citado en Van Riell, 1999,p.77) “ese conjunto de significados por los que se llega a conocer a Yunguilla, generados por la interacción de creencias, ideas, sentimientos e impresiones que tiene cada persona, (Bernstein, 1986.citado en Van Riell ,1999,p.80) que provocan: continuidad, éxito, competitividad, distinción y credibilidad.

En este proyecto se trató de dar a la imagen de Yunguilla, 1. Notoriedad que le posicione en las mente de todos como sitio especial de turismo, 2.Fuerza que le ayude a relacionar de inmediato yunguilla, con excelencia, 3. Contenido, que la imagen se vea plasmada en todos los elementos que conforman la identidad corporativa.

## **2.5. La Identidad Corporativa**

Convencidos de que “La identidad corporativa ayuda a incrementar los resultados económicos y la eficiencia de una empresa; coordina los logros, valores, e información, y se dirige hacia la integración entendida como cooperación.”(Hannebohn, O. y S. Blöcker, 1993); citando a García Márquez, y conscientes de que Yunguilla debe recobrar su identidad, pues” la pérdida de la identidad es ‘la peste del olvido’, lo peor que puede pasarle a un hombre o a una población” se vio la necesidad de construir, restaurar y enriquecer la identidad particular dándole identidad propia, reconociendo los valores distintivos con el entorno; reviviendo el patrimonio monumental, artístico y cultural; sus fiestas comunitarias, sus costumbres, sus historias y tradiciones, todo aquello que promueve la interrelación entre quienes conviven en ese mismo enclave” etc.

Darle identidad, significó:

1º. “usar los símbolos, comunicación y comportamientos para presentar la personalidad de Yunguilla tanto de forma interna como externa según la filosofía de la identidad corporativa:”(Van Riel 1999, p.29)

2º. Encontrar “el conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de la organización, con las que la propia organización se auto identifica (a nivel introspectivo) y se auto diferencia” (de las otras organizaciones de su entorno) (Capriotti, 2009, p. 21).

3º. Definir “esa parte perceptible, sensible y permanente sobre la que se funda la Imagen global o corporativa” (Costa, 2007, p.94) ese “sistema de signos y un crisol de percepciones y experiencias, donde todos los estímulos y los valores de la empresa se sintetizan en el imaginario social”. (Costa, 2007, p.86) .el conjunto de símbolos que la organización utiliza para identificarse ante distintos grupos de personas”.(Dowling,1994, p. 8)

4º. “Facilitar el reconocimiento y la recordación “diferenciar, ”significar”, transmitiendo elementos de sentido, connotaciones positivas, aumentar la notoriedad” (Costa, 2004,p.15), demostrar su realidad.”Fombrum (1996. p. 287) y reflejar la forma en que Yunguilla quiere ser percibida”.(Nápoles,1988, p. 20).

La identidad de Yunguilla, al igual que la de cualquier otra empresa, se la pudo medir por cuatro parámetros:

- Quién es (o qué es ).
- Qué hace (o para qué sirve lo que hace).
- Cómo lo hace (estilo y conducta).
- Cómo lo comunica (relaciones, información). (Costa, 2009. p. 125)

Además, como Capriotti, (2009, p.24) señala, se identificó también las dos variables centrales de la identidad corporativa: la Cultura Corporativa y la Filosofía Corporativa. Entendiendo, la cultura corporativa como: “el conjunto de creencias, valores y pautas de conducta, compartidas y no escritas, por las



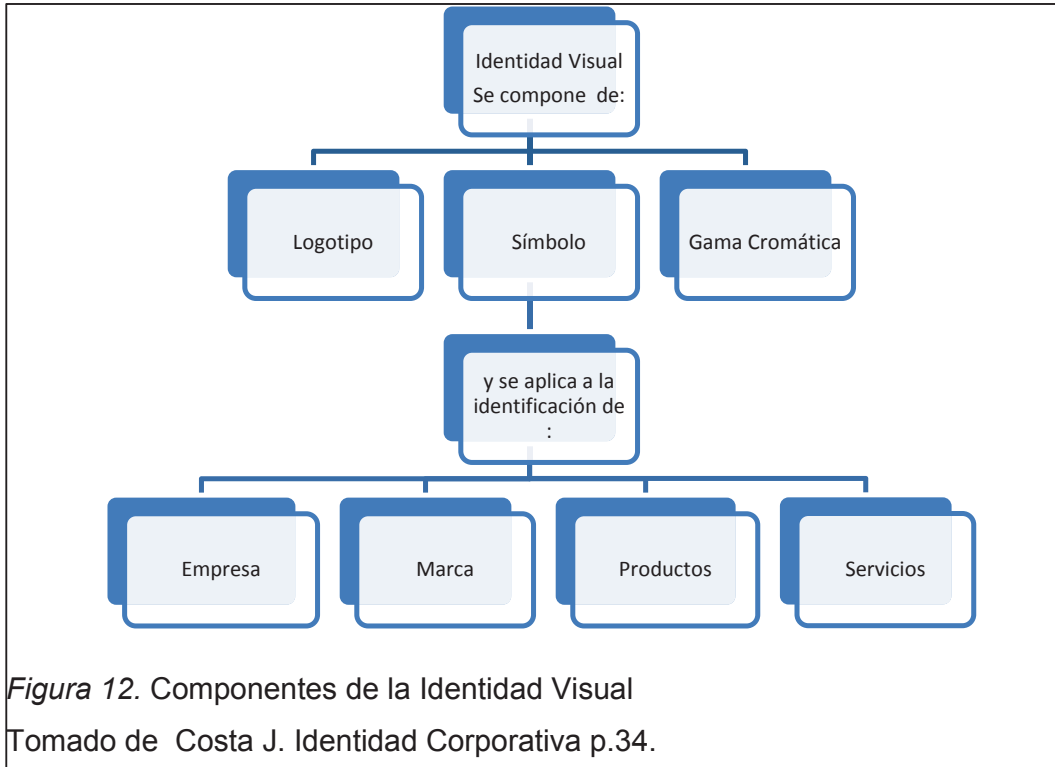
que se rigen los miembros de una organización, que se reflejan en sus comportamientos (Capriotti Peri, 2009, pág. 24). .pero, que “se requiere hacerla visible”, “involucrando el máximo de miembros del sistema” y sin desconocer el valor e importancia de la cultura actual (Rodríguez, 2001, p. 271)

### **2.5.1. Elementos de la Identidad Corporativa**

Según Costa, (2004,p.15), los signos de identidad corporativa son de naturaleza lingüística, como el nombre de la empresa, que el diseñador la convierte en logotipo.

De naturaleza icónica, referido a la marca gráfica o distintivo figurativo y de naturaleza cromática o color o gama de colores que la empresa adopta como distintivo emblemático.

Según el mismo autor la Identidad Visual, se compone de Logotipo, Símbolo y Gama cromática, y se aplican a la identificación de la Empresa, Marca, Productos y Servicios



Se buscó que estos tres elementos en el diseño, estén integrados y complementados favoreciendo una simbiosis entre ellos y una articulación indisociable” como se explica en el siguiente gráfico:

Tabla 1. Integración de los signos de Identidad

	Naturaleza	Cualidad	Función de:	Nivel
Logotipo	Lingüístico	Denotativo	Designación	Semántico
Símbolo	Gráfico	Connotado	Referente	Estético
Cromatismo	Sígnico	Connotativo	Impacto	Sensación
	Físico	Abstracto	Seducción	Emocional

Tomado de Costa J. Identidad Corporativa p.45.

### 2.5.2 Logotipo

El logotipo de Yunguilla, es el elemento visual de la identidad corporativa, encargado de comunicar adecuadamente un mensaje.”. (Páez, 2008, p.3)

Está formada por cuatro elementos:

- El nombre.
- El símbolo, una imagen o emblema.
- Un sistema de colores elegido para representar el logotipo y el símbolo.
- Un sistema tipográfico, que es utilizado para escribir el nombre.

En Yunguilla se trató de que el logotipo se adapte a los gustos de los públicos, posea la necesaria versatilidad y las posibilidades técnicas para aplicarlos a diferentes soportes y superficies y la simplicidad conceptual y formal que genere elementos relevantes, exclusivos, memorables y descriptivos.

Se cuidó de que el logotipo fuera:

- Funcional y efectivo, que corresponda al tiempo, que esté inspirado en la cultura e historia de Yunguilla en su gente, en su ambiente, en su ser.
- Simple, con pocos elementos pero claros y estilizados.
- Fácil de recordar con un impacto visual inmediato y perdurable.
- Único y diferenciador que permita que quien lo vea, lo reconozca de inmediato, y lo relacione de forma inequívoca con Yunguilla
- Que permita su completa visualización en todo medio, en diferentes resoluciones y distancias.
- Legible, hasta el tamaño más pequeño.
- Escalable a cualquier tamaño requerido, para ser utilizado desde la papelería corporativa y tarjetas de presentación hasta las grandes vallas.
- Reproducible en elementos de información, papelería, uniformes etc.

- Totalmente integrado a la identidad de Yunguilla
- “Y que guarde estos rasgos: brevedad, eufonía, pronunciabilidad, recordabilidad, sugerencia y efecto positivo, para que sea memorable, que impacte y que no se olvide.”

### **El color en el logotipo.**

Se sabe, que el color es uno de los medios más subjetivo con que cuenta el diseñador, es el elemento semiótico no verbal, clave, para atraer la atención del público y hacer que un diseño sea memorable. Es una parte esencial de su identidad visual, que han de ser asociados automáticamente a la imagen e identidad de Yunguilla. Está comprobado que los colores de un logotipo influyen considerablemente en las personas y de diversas maneras según la pertenencia cultural, la edad, el género y el hábitat, entre otros factores.

Para el diseño del logo de Yunguilla,

Se utilizará colores definidos, determinados por la población de Yunguilla, colores planos, ubicados dentro de un registro de color como Pantone, con poca variedad cromática, que resalten las formas del logo, que llamen la atención del público, que provoquen un gran impacto visual, que puedan funcionar a color y en blanco y negro; ya que puede aplicarse en faxes, fotocopias, formularios y otros documentos, que combinen magenta, amarillo, cian y negro, dado que este es el sistema cromático habitual de las imprentas, y que represente la personalidad de Yunguilla, su naturaleza y su ambiente y que por lo general serán los colores únicos permitidos por la comunidad para ser utilizados en cualquier elemento de promoción: y aplicadores como: papelería, señalización, publicaciones, uniformes, etc.

Se cuidará la saturación, la luminosidad y el valor de los colores utilizados, que permitan la percepción de la forma, de la profundidad y del claroscuro.

### **2.5.3. La tipografía.**

Otro de los elementos que se tomará muy en cuenta en este proyecto es la tipografía o conjunto de letras y caracteres construidos por trazos para transmitir con habilidad, elegancia, claridad y eficacia un mensaje” (Costa 1987,p 178). “Se utilizará de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la imagen de identidad visual de Yunguilla y para conferir unidad y armonía en todas las presentaciones de la comunidad.”

Para escoger la fuente, el grosor, la inclinación y la modulación de cada letra, se tomará en cuenta que:

- Un mayor tamaño permite la legibilidad, favorece la lectura y la dinamiza.
- Los tipos de diseño latino ofrecen mayor legibilidad, al igual que las letras redondas y minúsculas.
- Los tipos con serif son más legibles que los de palo seco.
- Y que la tipografía dará individualidad, exclusividad, notoriedad y funcionalidad a todo impreso.

### **2.6. Manual de identidad corporativa de Yunguilla.**

El manual es un documento único, personalizado, esencial en la vida de toda institución. Es un conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad en el plano del diseño. Es un instrumento de consulta y trabajo para los responsables de la utilización correcta de los símbolos de la comunidad. (Quintana, 2004, p.p.125 132)

Contiene:

- La información de la identidad visual de Yunguilla y sus instituciones.
- Las normas que se deben seguir para imprimir el logotipo en los diferentes soportes internos y externos, en especial aquellos que se muestran al público.
- Los signos gráficos escogidos para diseñar su imagen

- Todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos.

Con el adecuado uso de los elementos de este manual, su lectura completa y el seguimiento de las indicaciones descritas, se logrará preservar la identidad visual de la Institución y aumentar el grado de recordación simbólica de cada uno de sus elementos y se creará una imagen fuerte y duradera de Yunguilla. Para su fiel cumplimiento y mayor recordación, se puede incluir en la página web de la Comunidad, y en distintos formatos de imagen, el logotipo y sus variaciones de uso.

### 2.6.1. Partes del Manual Corporativo de Yunguilla.

Tabla 2. Partes del Manual Corporativo de Yunguilla

Introducción	
Índice detallado del contenido Importancia y necesidad de Identidad. Objetivos e instrucciones.	Uso del Manual. Terminología básica Presentación y Reseña Histórica de Yunguilla.
Logotipo, e isotipo y Signos de Identidad	Significado Construcción básica Área de reserva Retículas Estudio de tamaño Reducción máxima de tamaño Variaciones autorizadas en el logo Fondos de seguridad  Variaciones NO autorizadas en el logotipo Sugerencias en el diseño de logotipos en la Institución
Nombre	Tipografía Abreviación del nombre Construcción gráfica Variaciones autorizadas en la abreviación

Colores Corporativos	Variaciones NO autorizadas en la abreviación Variaciones del logotipo sólo cuando el nombre es en Arial Coexistencia con subemisores
Normativa general: colores Pantone	Normativa cromática según el fondo  Combinaciones posibles para la Utilización del logotipo a una tinta y en negativo con fondo a color.  Combinaciones no autorizadas Degradación de colores Invasión de espacios Transparencia sobre fondo, plano y de fotografía
Papelería Corporativa	HOJA CARTA Explicación Hoja carta principal: explicación SOBRE Explicación TARJETA Explicación Tarjeta de presentación individual Tarjeta de presentación en coexistencia con otros logos Papelería Fiscal explicación y construcción gráfica
Sello	Significado Construcción gráfica
Publicidad y Aplicaciones	
Formatos Soportes	Aplicaciones sobre envases y embalajes
Sistema de retícula	Aplicaciones específicas
Aplicaciones sobre material promocional	Invitaciones: construcción gráfica, explicación y ejemplo Volante: construcción gráfica, explicación y ejemplo Afiche: construcción gráfica Díptico: construcción gráfica , explicación y ejemplo Tríptico: construcción gráfica ,explicación y ejemplo



	Vallas publicitarias, folletos, revistas, periódicos
Uniformes	Explicación Gorras Explicación Distintivo: construcción gráfica, explicación y ejemplo camisa y pantalón, explicación, construcción grafica
Señalética de la Reserva	Pictogramas Atractivos Naturales Pictogramas Actividades Turísticas Pictogramas Atractivos Culturales Pictogramas de Apoyo de Servicios Pictogramas Preventivos Pictogramas Restrictivos Construcción Gráfica Señales en Poste, Madera y Letrero

ZIV Manual básico de identidad corporativa. Recuperado el 23 de Octubre del 2013 de [www..ziv.es/pub/cast/graf/identidad\\_corporativa\\_ziv.pdf](http://www.ziv.es/pub/cast/graf/identidad_corporativa_ziv.pdf).

## 2.7. La señalética y la señalización

“El objetivo principal del diseño de un nuevo tipo de señalización turística en Yunguilla, dentro de una imagen global es convertirle en un lugar fácil de llegar, de visitar, de recorrer e interpretar con una señalización completa y simplificada que ofrezca al turista o visitante una información funcional, presentada bajo parámetros estandarizados, que sirvan para identificar, dirigir, prevenir, ordenar y orientar su desplazamiento turístico, y que satisfaga los requerimientos y expectativas de los visitantes, proporcionándoles orientación suficientemente clara sobre los corredores viales hacia los diferentes atractivos que ofrece esa Comunidad”.(Manual de Señalización Turística 2013 del Ecuador)

### 2.7.1. En cuanto a la señalética y señalización

En Yunguilla se cumplirá con lo normado por las leyes internacionales y ecuatorianas.

- Se diseñarán las siguientes clases de señales: Informativas, Preventivas, de Restricción, Direccionales e Identificativas.
- Serán visibles, identificarán y facilitarán los servicios requeridos por el público.
- Utilizarán códigos conocidos por los usuarios.
- Serán códigos universales.
- Transmitirán unidad e identidad.
- Se colocarán las señales necesarias para las personas con limitaciones físicas
- Serán legibles, tendrán buena iluminación
- Y no producirán contaminación visual.

#### **2.7.2. En cuanto a los criterios de legibilidad y según las normas INEN**

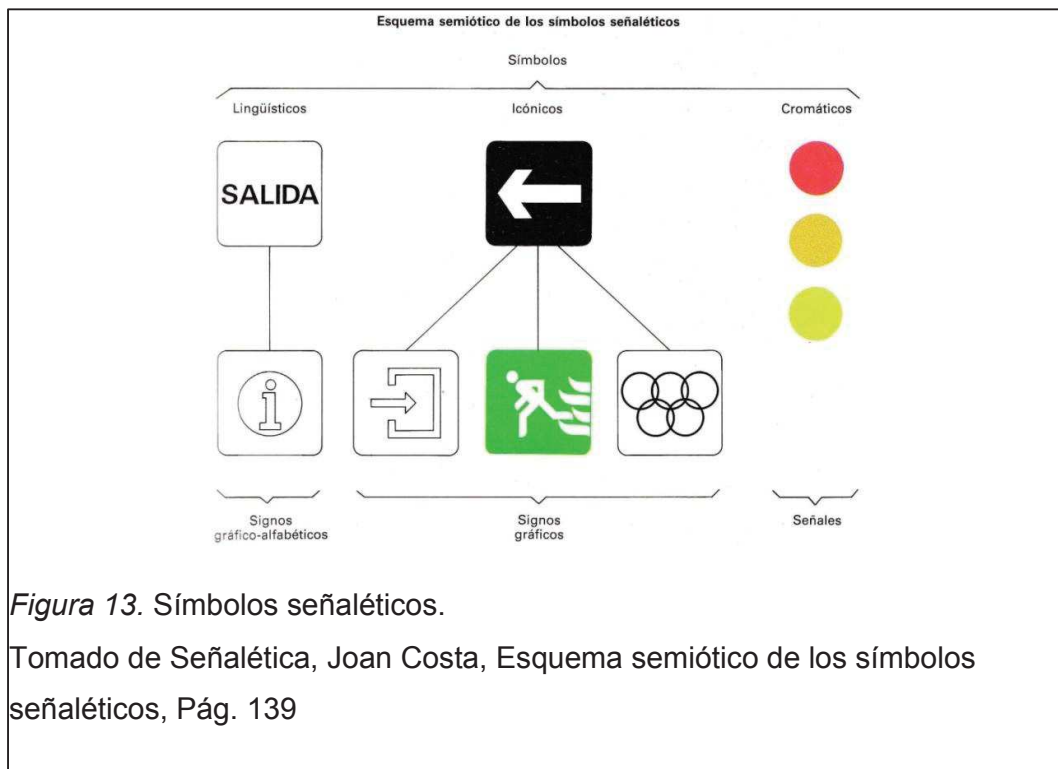
- Las señales de visión a corta distancia, serán de tamaño pequeño y estarán colocadas a una distancia entre 1.5 y 2.5 metros con relación al suelo.
- Las señales de visión a distancia media serán de un tamaño de 1x1 y serán colocadas a distancias comprendidas entre 10 y 15 metros.
- Las señales de visión a larga distancia serán colocadas a una altura superior a la de un primer piso de un edificio, serán de gran tamaño y debe cuidarse la iluminación. La altura ideal es de dos metros.
- Las señales que contengan una flecha serán ubicadas en el punto donde ocurra el cambio de dirección.

“En la señalética, a aplicarse en Yunguilla, el pictograma será una figura señalética del peatón; el ideograma, un punto de encuentro, un esquema de una idea; y el emblema será una figura que está fuertemente institucionalizada.”(Reglamento Técnico de Señalización Vial RTE INEN 004 y sus partes 1, 3 y 4)

El vocabulario señalético, según Costa,( 2009 p 139) puede agruparse en tres conjuntos:

- Lingüístico, que abarca la tipografía;
- Icónico, que se refiere a los grafismos pictográficos, ideográficos y emblemáticos;
- Cromático, donde se incluye la gama de colores.

### 2.7.3. Esquema Semiótico de los Símbolos Señaléticos



### 2.7.4. Señalización

En Yunguilla, la señalización, pretende informar, identificar, orientar, prevenir, persuadir, aportar unidad en el entorno sin perturbar su imagen.

Según Díaz(2007), la señalización tiene las siguientes características:

### 2.7.5. Características de la señalización

Tabla 3. Características de la señalización

Finalidad	Funcional, organizativa
Orientación	Informativa, didáctica
Procedimiento	Visual
Código	Signos simbólicos
Lenguaje icónico	Universal
Presencia	Discreta, puntual
Funcionamiento	Automático, instantáneo
Lenguaje	De rápida visualización
Tipografía	Legible
Cromática	Con contrastes
Claridad	Trasmitir lo que se desea hacerlo
Concreción	Decir únicamente lo que se quiere y debe decir
Concisión	No decir ni más ni menos de lo necesario
Abierto	Capaz de crecer sin perder identidad
Integrado	Al entorno, sin modificarlo

FEDME, Manual de senderos.

Recuperado el 23 de Octubre del 2013 de

[http://www.fedme.es/salaprensa/upfiles/229\\_F\\_es.pdf](http://www.fedme.es/salaprensa/upfiles/229_F_es.pdf)

### 2.7.6. Señalización en la Naturaleza

Debido a que Yunguilla, se encuentra en áreas naturales, es recomendable destacar el tipo de señalética más importante que se debe usar en la naturaleza .y por ser un sitio turístico se escogerá aquellas señales “con gran definición y sencillez, con mensajes lo más sintéticos y estrictos posible,

que permitan una comunicación efectiva y breve, a través de soportes gráficos estandarizados que faciliten la correcta aplicación de la identidad”(Min.de Turismo.p.2), que sirvan para dirigir al conductor o transeúnte a lo largo de su itinerario, proporcionándole información sobre direcciones, sitios de interés y destino turístico, servicios y distancias.

Para su diseño y ubicación se tomará en cuenta el Reglamento Técnico de Señalización Vial RTE INEN 004 y sus partes 1, 3 y 4 que establece los parámetros y normativas que se aplicarán, y que se encuentran vigentes en el territorio nacional.

Tabla 4. Tipos de Señales según su función

Nº	Malmberg	Follis	Frutiger
1	Señales de prohibición	Direccionales	De prohibición absoluta.
2	Señales de advertencia	Indicativas	De prohibición restrictiva.
3	Señales de mandato	Informativas.	De prohibición ilustrativa
4	Señales de indicación.	Prohibitivas.	Señales instructivas Señales informativas
5	Flechas	Direccionales	Acción y Dirección

Tipos de Señales.

Tomado de Sánchez Avillaneda María del Rocío Señalética: conceptos y fundamentos. Argentina ed. Alfagrama 2006 pg. 54

### 2.7.7. Señales en Panel

Estas señales contienen en su formato un resumen de las señales informativas, preventivas y restrictivas para mayor comprensión. Serán ubicadas en puntos clave y sitios estratégicos de una ruta. Además es importante acompañar de elementos funcionales básicos como el mobiliario y colectores de basura.

Y según lo normado por el Reglamento Técnico de Señalización Vial RTE INEN 004 y sus partes 1, 3 y 4.

## **2.8. El Color en señalización**

Dependiendo del tipo de señal, los colores que se utilizarán serán verde (Informativas de destinos), azul (Informativas de servicios, actividades turísticas, apoyo a servicios turísticos), café (Pictogramas de atractivos naturales y culturales); con orla y letras blancas.

Para el caso de señales turísticas o de servicios que restringen una actividad, se utilizará un círculo con una diagonal roja en el pictograma.

Se usarán los colores normalizados para señales y se cumplirá con las especificaciones de las normas INEN correspondientes o, en su defecto con las de la norma ASTM D 4956.16

## **2.9. La Tipografía en la Señalización de Yunguilla**

Se cuidará que, tanto la fuente, el tamaño, el grosor, faciliten la recepción y comprensión del mensaje, en Yunguilla se usarán las de trazos lineales, y su redacción será corta concreta, concisa y con términos universales.

El tamaño de la letra dependerá del tamaño de la señal y de la distancia a la que será colocada.

En el diseño de las señales se tendrá muy en cuenta la distancia entre letras, el espacio entre palabras, el interlineado, distancia entre texto y pictograma y distancia entre texto y márgenes.

Además habrá que considerar también el contraste del fondo con las letras, buscando siempre resaltar la tipografía y facilitar la lectura.

### 2.10. Materiales para la elaboración de señales.

Como lo expresan los expertos fabricantes de señales se ha probado mucho con distintos materiales, buscando aquel que pueda significar, durabilidad, economía, facilidad de trabajo y proporcione eficiencia, excelencia en el cumplimiento de los objetivos para el que se elaboren las señales. De acuerdo con la Norma AASHTO y Normas INEN, éstos podrían ser los mejores materiales.

Tabla 5. Materiales

Material	Características
Vinil autoadhesivo o PVC autoadhesivo	plástico bondadoso y resistente, flexible se adhiere fácilmente
Poliestireno	plástico más rígido que el vinil
Acrílico	Tiene un brillo y acabado elegante. Sirve para la elaboración de artículos publicitarios y merchandising
Trupán o Madera Prensada	Sirve para carteles indicativos y de dimensiones grandes, es muy resistente., estético, multifuncional y de fácil manejo.
Metal Pintado y Secado al horno	Los más utilizados son acero y aluminio. Por su resistencia y la versatilidad de formas y tamaños
Vinil Reflectivo	utilizado para la fabricación de señalización de tráfico



Fibra de Vidrio	Láminas reflectivas
Celtex	sirve como base para señales interiores y exteriores
PTR o Fierro Galvanizado	Para postes de señalamiento bajo y señalamiento vertical

Norma AASHTO y Normas INEN

### 2.11. Sistemas de sujeción.

“Las señales pueden colocarse en soportes permanentes o temporales, dependiendo de la forma de la señal, las uniones y la fuerza necesaria para mantenerla unida”.(Quintana, p.p.12-23).Si son señales limitadamente desmontables se usará pegamento, tornillos y tuercas. Si no son desmontables se usará soldadura.

Los sistemas de sujeción pueden ser:

Tabla 6.Sistemas de Sujeción

Adosado	Unida directamente al muro mediante tornillos o adhesivos
De bandera	Sujeta únicamente por un lado
De banda	Fija por los dos lados
Autoportante	Señal fija al suelo mediante tubos laterales
Colgante	Cuelga de arriba hacia abajo, generalmente desde el techo
Estela de identidad	Es una señal con volumen, adosada a la pared
Estela Directorios	Es una señal de directorios colocada fija al suelo o a la pared
Tijeras.	Es una señal doble, colocada sobre el piso
Rotulo de caja	Tiene luz interior, colocado fijo

Norma AASHTO y Normas INEN

En Yunguilla, se utilizarán tuercas y tornillos para la seguridad de la señalética interna.

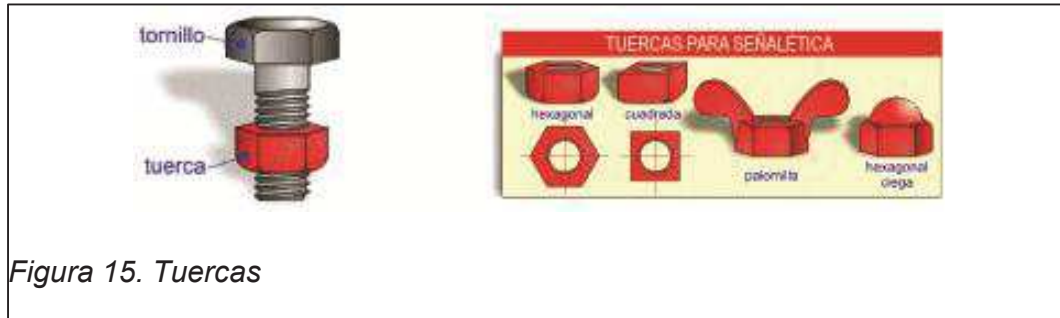


Figura 15. Tuercas

### **3. CAPÍTULO III**

#### **3.1. LA NATURALEZA TAMBIÉN SE SIENTE**

“El sistema económico en que vivimos ha modificado progresivamente las relaciones entre los recursos materiales, energéticos y humanos. El impacto de la producción industrial sobre el ecosistema aumenta al mismo tiempo de forma exponencial.”(Barbero, y Cozzo, 2009, p.10)

Si bien es cierto, en el campo del diseño se ha trabajado mucho en buscar nuevas técnicas, estrategias, métodos que permitan crear productos nuevos en pro del medio ambiente y no en su contra; productos con mayor duración, mejores y nuevas formas de repararlos y reciclarlos al final de su vida útil, hasta en ciertos casos, poder actualizarlos más y de forma continua, para resolver las necesidades de una forma controlada y previsible.(Delgado y Gutierrez,1995, p.3), el progresivo desarraigo del hombre en relación con la naturaleza en general y en relación con sus propia naturaleza biológica le ha colocado en estos últimos siglos en una situación de desorden interno que le ha llevado a provocar el caos externo en la naturaleza, poco a poco el hombre se ha ido convirtiendo en el mayor depredador de la naturaleza (...) Por donde va, deja su huella destructora”.(Delgado y Gutierrez,1995, p.3)

#### **3.2 El Ecodiseño en Yunguilla**

En la realización de esta propuesta, de elaboración de productos artesanales en madera, se utilizarán elementos de madera reciclados (árboles caídos, o que deben ser retirados, cortezas, raíces) usando principios, metodologías, técnicas y parámetros de ecodiseño, permitiendo que los productos elaborados alcancen su máximo potencial, sin provocar ningún impacto ambiental en Yunguilla, logrando su sostenibilidad ecológica. (Hernández Alonso 2011)

#### **3.3. Diseño Artesanal**

De acuerdo a la ley 24052 (ley de Promoción Artesanal y su Reglamento. D.S. 091-85-ICTI/IND:) “Durante el desarrollo del proyecto en Yunguilla, se utilizará el diseño artesanal, ya que es una actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de objetos de madera reciclada, y la prestación de servicios, en las que predominan el trabajo manual, resultado del conocimiento y habilidad que pueda realizar el artesano en su domicilio o fuera de él. Se espera que los productos elaborados tengan las características distintivas en términos del valor histórico, cultural, utilitario y estético.”

El diseño artesanal, permitirá en Yunguilla, la producción de objetos, totalmente a mano y con ayuda de herramientas manuales e incluso de medios mecánicos (en el futuro) para la producción en serie. Como es un proceso multidisciplinario se espera el involucramiento de la población de diversas especializaciones y habilidades, diferentes procesos y numerosas fases para garantizar el cierre del ciclo de producción hasta acceder al mercado.

Los pobladores de Yunguilla, cuentan con los insumos y materiales naturales suficientes que les ha permitido iniciar la elaboración de un tipo de artesanía de material reciclado, muy rústico, pobre de elementos, que requiere la intervención de un capacitador de diseño, experto en madera, y la elaboración del manual que facilite el desarrollo de nuevos productos artesanales. Se pretende incentivar a los artesanos a convertirse en los dueños y transformadores de sus propios diseños y técnicas de producción.



Figura 16. Fotos procesamiento madera Taller Privado Yunguilla.

### 3.4. Diseño Industrial

En Yunguilla, el diseño industrial será utilizado como una disciplina intelectual, creativa y proyectual, orientada a la creación y al desarrollo de productos de madera reciclada, que tengan una interacción directa con el usuario, que se brinden como servicio; que se encuentren estandarizados, normalizados y seriados en su producción, que traten de ser innovadores o creativos dentro del terreno tecnológico en cuanto a funcionamiento, técnica de realización y manejo de recursos, y que sean concebidos a través de un

proceso metodológico interdisciplinario y un modo de producción de acuerdo con la complejidad estructural y funcional que los distingue y los convierte en unidades coherentes.

En este proyecto, el Diseño Industrial, será utilizado para diseñar productos artesanales en madera reciclada y dejar una fuente de inspiración para sus propias creaciones, con “sabor” tradicional, pues se consideran “muy importantes la tradición y la identidad como elementos conformadores de una cultura expuesta a la globalización y la homogeneización de los modos de vida.”(Wong Wucius, 2001, p. 41)

El diseño de cada uno de los productos a elaborarse, constará, en el Manual de Elaboración de Productos Artesanales en Madera. Se utilizarán principios y fundamentos de Diseño Industrial, ya que como opina Maldonado T, (2011,p.3) “incluye una amplia gama de procesos creativos y sistemáticos, “que sirven de patrón en la producción industrial, con características especiales que le dan valor agregado al producto y generan diferenciación y variedad en el mercado tomando en cuenta, las necesidades de los usuarios y de las industrias,”(Maldonado, .2011, p.3)

### **3.5. El Manual del proceso de diseño artesanal de objetos elaborados con madera reciclada**

El objetivo de este proyecto es impulsar la innovación y producción eficiente de artesanías de madera de desecho en el sector respetando siempre la identidad de Yunguilla, con el fin de aumentar la comercialización y competitividad de productos artesanales de madera.

Se intenta:

- Conservar, rescatar y resaltar la identidad cultural de Yunguilla, en el producto

- Impulsar una revalorización de la cultura y de los productos artesanales. Procurando que la sociedad tenga más acceso a las artesanías e información sobre sus procesos y significados. Propiciando al mismo tiempo, la dignificación de los artesanos y sus oficios.
- Crear productos artesanales de madera reciclada, caracterizados por su diseño, funcionalidad, calidad e identidad para distintos nichos de mercados.
- Promover el respeto hacia el medio-ambiente y transmitir la importancia de la sustentabilidad de los recursos naturales
- Promover la autogestión por medio de la capacitación en métodos de trabajo sustentable, impulsando la autonomía del grupo e incentivando la independencia brindándoles los apoyos requeridos.
- “Lograr que los objetos producidos funcionen como espejos que reflejen una faceta de la identidad, cultura y tradiciones de sus productores,” (Galton, 2004, p.8)
- “Elaborar objetos artesanales en madera, con valor simbólico que comuniquen los distintos matices del pasado, presente y futuro, sin quitarles su identidad regional o étnica”. (Turok, 2004, p.26), con diseño industrial y utilizando madera reciclada, tratada y trabajada.

### **3.5.1. Características del Manual**

Para la elaboración del manual se utilizarán técnicas de diseño de representación, imprescindibles en la realización de todo proceso, sean éstas bidimensionales o tridimensionales (perspectivas, representación por ordenador en 3D, bocetos, modelos, prototipos, morfogramas, diagramas de interpretación, ilustraciones, diagramas estructurales y funcionales, despiezado, diagrama del movimiento), Secciones y diversas vistas esquemáticas, Diagramas Ergonómicos, Fotografía, Dibujos Técnicos (Planos de fabricación), Representación Tridimensional, etc. y ejercicios de aplicación, de práctica, de ingenio y de auto evaluación.



En el manual elaborado, “Todos los elementos: tipo o familia de letras, ilustración, tipografía, colores, encuadernación y forro, armonizarán entre sí, permitiendo así que cumpla su función”. (Kapar, 2012, p.2.)

- Será un manual ligero, fácilmente manipulable y poco costoso.
- Se utilizará papel grueso, que facilite su manipulación y evite que se deforme al cerrarse o al usarse. Con hojas bien encuadernadas, y con elementos para textuales: solapas, tapas, contratapas, bien diseñados y duraderos”.(Alvarado, M. 1994)
- El tamaño de tipografía utilizado será el de 12 y 14 puntos de las familias tipográficas elegidas. Y en escritura antigua normal con letras mayúsculas y minúsculas.
- La altura de las columnas estará en una relación armónica con el ancho de los renglones.
- Las figuras e ilustraciones concuerdan con la tipografía del texto.
- La portada o título principal poseerá un color decorativo, contendrá: el nombre del autor, el título de la obra, editorial y año de edición.
- El índice, estará desglosado y dispuesto de una manera clara
- Se añadirán unas hojas en blanco para anotaciones.
- Se cuidará que la impresión tenga un entintado uniforme tanto en el tiro como en el retiro de los distintos pliegos de impresión.

Este manual de diseño y elaboración de objetos de madera reciclada, “requerirá de una buena dosis de creatividad, una aplicación correcta del idioma, utilizar los programas apropiados y conocer los pormenores de la producción, para llamar la atención del artesano” (Balcázar, 2012 Foro alfa) cuidando su diseño editorial, maquetación, composición, las condiciones de impresión, estructura, y acabados.

Se pondrá atención sobre todo en el contenido del manual, para hacerlo comprensible a todos, para que puedan seguir, solos, el proceso de construcción desde el inicio hasta la terminación del nuevo producto.

Se cuidará además, como aconseja Schubert, (1987, p.p.25-31) que la parte interior del libro y su cubierta constituyan una unidad, entre el tipo de letra, la longitud de la línea, el tamaño de la letra y el interlineado. Que exista relación entre diseño, el texto y la imagen. Que en su totalidad el texto sea bien diagramado, las imágenes atractivas, que la interpretación de las imágenes sea sencilla. En definitiva, que “todas las partes del libro serán diseñadas en función de una concepción estética única”. (CERLALC, 1992.)

### **3.5.2. Secciones principales del manual**

#### **Exterior:**

Este manual de construcción de objetos de madera reciclada, poseerá:

- Portada, frontal con el título de la obra, el nombre del autor, el logo y subcategorías y una ilustración.
- Sobrecubierta: es una cubierta delgada que se colocó sobre la tapa, utilizada para decorar.
- Contraportada con el logo de la Universidad la ilustración y el autor.

#### **Interior:**

- Páginas de guarda: que llevan impreso un motivo alusivo al tema.
- Índice: o listado de los títulos de los capítulos y las páginas,
- Texto principal: incluirá el cuerpo del libro y también la presentación, Introducción, herramientas necesarias, y los objetos a construirse.
- Folio o numeración de página:

### **3.5.3. Factores a considerar en el diseño editorial**

En el diseño editorial de este manual, se considerarán tres factores fundamentales:

- **Publicación**

Se tomará en cuenta: el contenido y el medio con sus características en cuanto a formato, composición, información y jerarquía de los elementos.

- **Lectores**

También se considerará que esta publicación estará dirigida a un público variado, conformado por jóvenes y adultos

- **Competencia**

A la hora de realizar el diseño se considerará también que ya existen publicaciones similares, pero no existen específicos de madera reciclada de un bosque montano. Sin embargo se analizó también esas obras, sus principales datos, lo que permitió desarrollar un diseño original que distinguirá a esta publicación.

### **3.6. Proceso De Bocetaje**

En la elaboración de este manual, se realizará, durante todo su proceso, el bocetaje, con dibujos, a lápiz, hechos a mano alzada, sencillos y sin preocuparse de los detalles o terminaciones, con los que se representarán las líneas generales del manual y las obras artesanales sus tonos, masas, textura, formas y color – elementos de composición – que sirvieron de base para el desarrollo del proyecto

Se utilizarán los tres tipos de bocetos: “El boceto burdo que supone la representación en papel de una primera idea, sin ningún contenido técnico. El boceto Comprensivo que incluye ciertos ajustes a la primera idea, para mejorar su calidad y hacerla más comprensible y el boceto Dummy, que ya alcanza un alto nivel de calidad de todos los elementos visuales que se utilizarán en la reproducción final.””. ([www.utm.mx/~jaesba/principal/editorial/5-Bocetos.pdf](http://www.utm.mx/~jaesba/principal/editorial/5-Bocetos.pdf))

En la actualidad, existen programas como Illustrator y Photoshop de Adobe o PhotoPaint de Corel que permiten hacer bocetos en el computador directamente, simulando mediante el lápiz óptico, condiciones de papeles o sustratos y herramientas de dibujo o escritura ( lápiz, estilógrafo, carboncillo, acuarela, etc. )

### **El Lenguaje**

Se escogerá exhaustivamente el lenguaje y la ideología a utilizarse en el texto para que su contexto sea fácilmente comprendido por todos

El lenguaje será claro, concreto, sencillo, conciso, universalmente conocido.

### **El Tamaño**

Se utilizará el formato internacional de A4 cerrado.

### **3.7. Diagramación.**

“Para la eficiencia del proceso se tratará de “equilibrar los elementos a través de las páginas, organizando las masas del texto con las ilustraciones, fotos, los espacios en blanco, y los títulos, procurando encontrar armonía de las partes con el todo. “ (Cabalceta, 2007) “y tomando en cuenta los elementos básicos que se requieren para obtener un diseño editorial exitoso” como:([http://. la.bookdesignonline.com](http://la.bookdesignonline.com)):

- Legibilidad tipográfica
- Imagen
- Caja tipográfica
- Grilla o retícula editorial
- Formato

### **3.7.1. Construcción de la malla tipográfica para su legibilidad**

En este proyecto para su legibilidad se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

1. El formato de la página y la amplitud de los márgenes
2. Márgenes o blancos de página, para poder realizar los cortes.
4. El tamaño de la letra
5. Espaciado entre letras.
6. Interlineado.
7. Destacar palabras, usando negritas y cursivas

### **3.7.2. Imágenes**

En el manual se incluirán imágenes, para facilitar la comprensión del contenido, seguir los pasos, y realizar el objeto.

### **3.7.3. Ilustraciones:**

Las ilustraciones, de este manual tenderán fundamentalmente a atraer la atención sobre el proceso de construcción de los objetos.

### **3.7.4. Espacios en blanco**

Los espacios en blanco equilibrarán y darán armonía a la composición.

### **3.7.5. Caja tipográfica**

“El marco de la página que encierra la información, los títulos y las imágenes, se diseñarán a partir de la caja tipográfica que define el espacio disponible y adecuado para el texto.” Se generarán cuatro márgenes (superior, inferior,

lateral izquierdo y derecho), cuya dimensión se determinará con anterioridad, cuidando que la apertura de las páginas no perjudique la lectura, faciliten el orden, la ubicación de textos, imágenes y su conformación y que el cabezal, pie de página y folio estén bien ubicados ([www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per17.htm](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per17.htm))

### **3.7.6. Material o soporte**

Para la elaboración del manual, se escogerá un papel que sea adaptado a los artesanos y facilite su manejo

## **3.8. Formato**

De los diferentes formatos presentados en diseño se escogió el formato de dos columnas pues, facilita la composición del texto y la ubicación de imágenes.

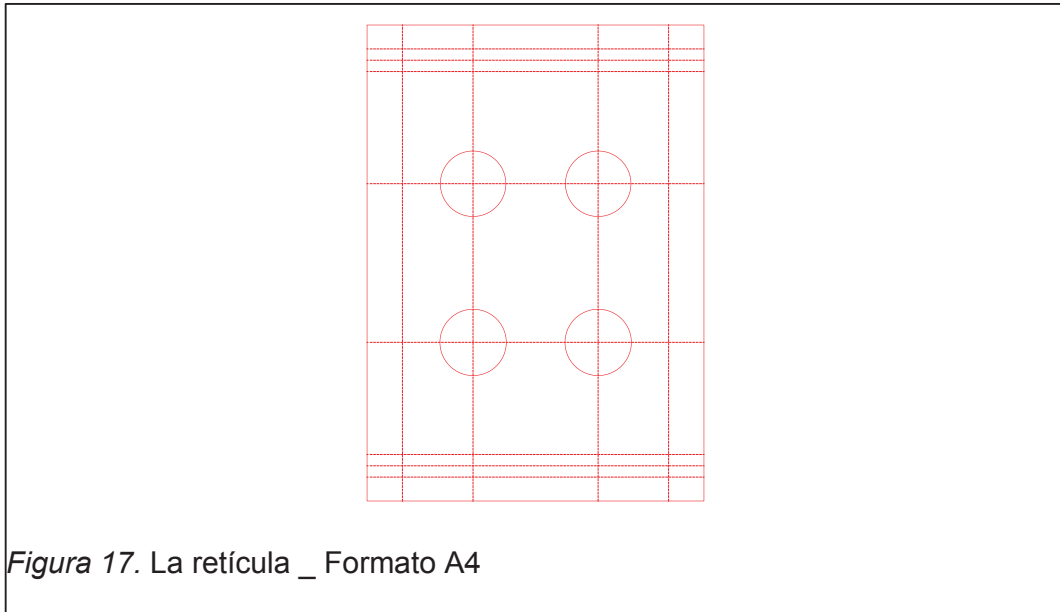
### **3.8.1 Grilla o retícula editorial**

En este proyecto, al igual que en otros trabajos de diseño gráfico, las grillas permitirán lograr la uniformidad de la composición, claridad, accesibilidad, y comprensión del contenido.

#### **Tipos de retículas**

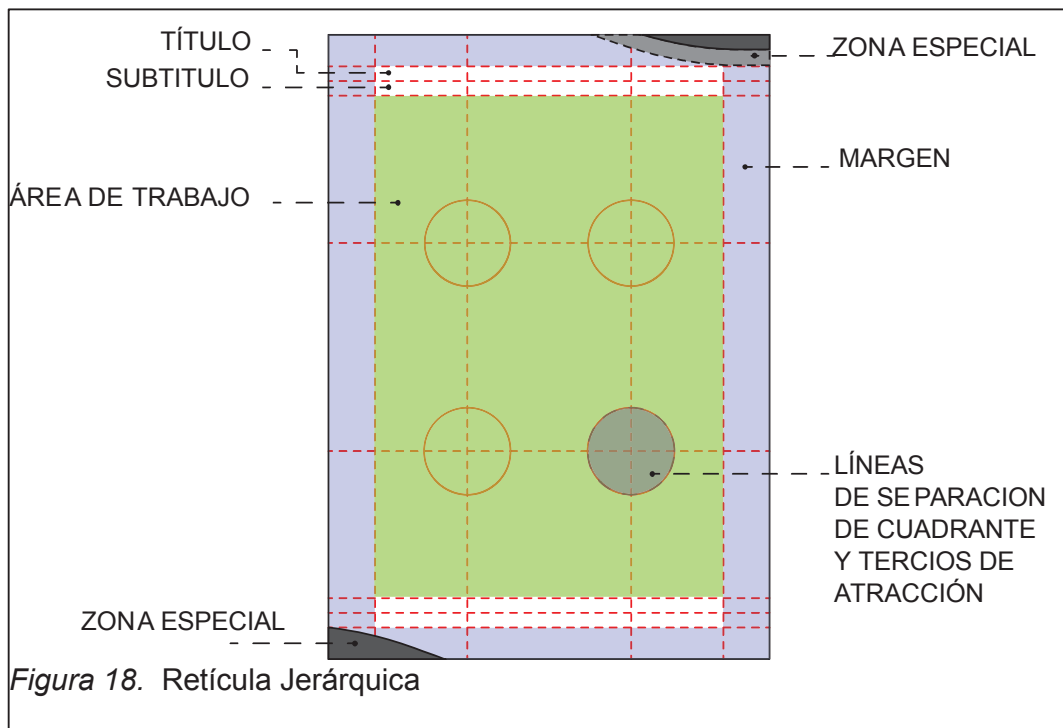
Se aplicarán las siguientes retículas

## 1. Retícula de Manuscrito



Es de base rectangular, ocupa la mayor parte de una página, tiene una estructura principal (margen y texto) y estructuras secundarias como folio, título de capítulo, imágenes y textos.

## 2. Retícula Jerárquica





Está basada en suposición intuitiva de alineaciones vinculadas a las proporciones y relaciones de los elementos informativos como textos, imágenes, gráficos, tablas, jerarquía de títulos y subtítulos, apartados informativos específicos a los que hay que coordinarlos.

En fin, Se intentará que el trabajo tenga orden, claridad, concentración y objetividad, racionalización, cuidando los módulos, márgenes, líneas de flujo, marcadores, zonas especiales y columnas.

### **3.9. Los elementos y principios esenciales para el diseño artesanal**

El diseñar o re-diseñar un objeto artesanal requiere de un proceso de ensayo y error. Empezar con dibujos, continuar con maquetas y acabar enseñando con prototipos. Es un proceso largo, dinámico y creativo que requiere un trabajo multidisciplinario y que comprende una diversidad de fases:

- “La idea o concepción original del objeto
- La realización de plantillas o moldes: del prototipo.
- La selección de la materia prima, que en este caso es madera reciclada, cortezas y raíces.
- El conocimiento y manejo de la técnica
- Las etapas de producción
- Ejecución final del objeto estéticamente armonioso y balanceado, con impacto visual y valor cultural, cuidando que posea balance, armonía, contraste y ritmo y al mismo tiempo que refleje creatividad, originalidad e identidad específica de la cultura de su creador.” (Daniel Rubín de la Borbolla, 1974, p.283)

Se hará constar también:

- El uso del producto
- Mercado al que está destinado
- Medidas
- Colores

- Textura
- Acabados

Costos: tomando en cuenta

- Costo de la materia prima
- Costo de mano de obra
- Gastos indirectos o 20% (transporte, teléfono, etc.)
- Materiales: Incluye todo lo que se utiliza en la elaboración del producto.
- Todos los elementos del producto como:
  - Materias primas
  - Adornos
  - Pegamentos
  - Barnices
  - Etiquetas/fichas técnicas
  - Embalaje y
  - Mano de obra. Lo más importante es establecer un precio competitivo que a la vez respete el tiempo y esfuerzo del artesano, permitiéndole a él y a su familia vivir dignamente de su trabajo

Todos estos elementos anteriormente mencionados servirán de base para la elaboración de etiquetas y empaque para su comercialización.

**Empaque y embalaje** Se desarrollará también una propuesta de diseño para la presentación del producto.

### 3.10. Materia prima

#### 3.10.1. La madera reciclada

Yunguilla posee una extensión de seis mil hectáreas de bosque nublado ([www.yunguilla.org.ec](http://www.yunguilla.org.ec), s.f.), en el que se destacan arboles como el Aliso, Arrayan, Ciprés, y caña, lo que permitiría desarrollar, todo tipo de productos artesanales con diferentes funciones, formas, texturas y acabados



*Figura 19. Fotos Madera Reciclada Reserva Yunguilla*

La Reserva posee gran diversidad de árboles que permitirían generar con el diseño adecuado, un producto ecológicamente atractivo en su función; además su material –madera- proporcionaría un recuerdo para el turista de su visita y un ingreso a la comunidad por el objeto.

La madera es un material resistente, siendo el principal contenido de los árboles. El olor, la textura y la estructura hacen que sea un material de fácil uso manual (Asensio, 2009, p.7). Es uno de los elementos constructivos más antiguos que el hombre ha utilizado. “Es un producto estético elegido como

base en muchos ámbitos por sus propiedades naturales. Es un producto fácilmente transformable y procesable ofreciendo propiedades mecánicas envidiables. Sólo sufre de no garantizar durabilidad suficiente en ciertas condiciones exteriores”.(<http://www.madex.es/index.php?id=300>) No obstante, previamente tratada la madera se convierte en una solución duradera adecuada.

En la zona se destacan:

**El Aliso**, Nombre científico: *Alnusacuminata* Familia: *Betulácea*

Árbol silvestre y cultivado, de tamaño mediano, da una madera blanca y suave muy apreciada para la fabricación de muebles rústicos. Cajas, legos, juguetes, (<http://ecotintes.com/content/aliso>)

**El Arrayán**. Nombre científico *Luma apiculata*.

Se presenta como arbusto o como árbol, su madera es muy dura y compacta y brinda importantes usos. Se la utiliza para fabricar mangos de herramientas.

### **La Caña**

Es una especie nativa, patrimonio del país, con grandes posibilidades económicas. Es un recurso renovable y sostenible. Tiene una velocidad de crecimiento muy alta, reportando incremento de 10 cm en altura por día, y alcanzando su altura máxima (30 metros) en 6 meses. La caña, tiene fibras naturales muy fuertes que permiten desarrollar productos flexibles y resistentes

Además el bosque de Yunguilla, posee una gran cantidad de arbustos que pueden proveer el material necesario para la elaboración de productos artesanales, cada vez que se los poda, o se hace mantenimiento de senderos y rutas. Hay que buscar las alternativas, las técnicas, procedimientos y herramientas para conseguir que esta propuesta de Sistema de Identidad Corporativa y Manual de elaboración de Artesanías, sea un instrumento de trabajo artesanal, funcional, de fácil uso y manejo, claro, concreto, conciso,

completo, que les permita realizar variados objetos artesanales que sirvan de referente en el sector turístico comunitario.

### **El ciprés** Nombre Científico: *Cupressus Sempervirens*

La madera de Ciprés es una madera ligera - semipesada, poco nerviosa, semidura, y contiene gran cantidad de nudos. Es una madera duradera color miel, que es rica en color y patrones naturales. Es una de las maderas de más alta calidad en el mundo (Auryn 2013, [ehowenespanol.com/tratar-madera-cipres](http://ehowenespanol.com/tratar-madera-cipres)). El color de la albura es amarillo claro y el del duramen rosado o tabaco claro. De fibra recta y olor fuerte y persistente. Se considera como una especie de alta durabilidad natural, imputrescible e inatacable por hongos e insectos. Se utiliza para carpintería exterior e interior, y elaboración de juguetes y objetos decorativos. Sus abundantes frutos y semillas también pueden ser utilizados.

### **3.10.2. Procesos de tratamiento de la madera reciclada para la elaboración de objetos artesanales**

#### **1. Recolección y Selección de la madera reciclada.**

De acuerdo al objeto que se quiera elaborar se escogerá la madera adecuada

#### **2. Dimensionamiento previo** para homogenizar las piezas

#### **3. Corte** de acuerdo al objeto que se vaya a construir.

**4. Presecado de la Madera**, cuidando que no se deteriore ni se agriete la pieza, y en un tiempo que depende la especie y tamaño del trozo.

#### **5. Secado.**

El tiempo mínimo de secado tiene una duración de 120 horas, se reúnen piezas o trozos de dimensiones similares y de las mismas especies para garantizar la estabilidad estructural de la pieza terminada.

El programa de secado depende del tipo de especie que se someta al proceso.

Un buen secado garantiza:

- Evitar deformaciones
- Evita dilataciones en pegas
- Cambios de color y texturas
- Evita la pudrición

Características de un Mal Secado.

- El material es difícil de pulir
- Reluce su pegante natural
- Aparecen deformaciones
- Al aplicar los acabados finales pueden quedar opacos y se pueden craquelar al poco tiempo.

**6. Inmunizado** para proteger la madera de hongos, insectos, organismos que la consumen y alargar la vida de este material natural. Se puede realizar utilizando los siguientes métodos:

#### **Tratamiento por Inmersión.**

Sumergiendo la madera en una pequeña piscina elaborada de asbesto cemento o plástico usando un inmunizante existente en el mercado. El tiempo sugerido para la inmersión de la madera delgada, es de 5 a 10 minutos y para bloques o cortes con dimensiones gruesas como cuartones y teleras de 5 a 8 horas.

#### **Tratamiento por Aspersión.**

Aplicando inmunizantes con brocha o pistola por aspersión

Algunas marcas empleadas para este procedimiento son: Barnez Inmunizante, Merulez IF, Tursbam Dow, Xilamon Bayer.

## **7. Dimensionamiento Final.**

Con la pieza ya seca se realiza un dimensionamiento con la canteadora y cepilladora para homogenizar las piezas.

En Yunguilla el secado se verificará mediante observación al tacto, basándose en el olor y visualmente. (ITM Inmunizadora Técnica de Maderas (<http://www.itm.com.ec/>))

En fin se puede afirmar que Yunguilla al encontrarse en el área natural de bosques, posee una gran cantidad de material de desecho, producto de la caída de árboles, ramas, corteza y raíces y residuos de árboles que fueron reemplazados, que podrán ser utilizadas en el diseño y fabricación de objetos variados.

### **3.10.3. Proceso de Producción de artesanías**

#### **1. Diseño del producto artesanal**

Utilitario o decorativo

#### **2. Dimensionamiento**

Dibujo, plantillas,

#### **3. Corte**

Calado, lijado, armado, pegado, secado.

### **3.11.4. Procesos de acabado**

Limpieza de la superficie, aplicación de acabados, sellador, lija, laca.

Secado.

Empaque



Comercialización.

#### 4. CAPÍTULO IV

##### JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

Durante el proceso de investigación se detectó que “el modelo de desarrollo económico sustentable” (Borrayo, 2002, p.8) que se encuentra en proceso en la Reserva Yunguilla requiere de aportes y mejoramientos que otorguen mayor novedad e innovación a la propuesta turística. Que permita, proponer una visión holística y con lógica interdisciplinaria (Riveradevall y Vinyets, 2003, p.36) optimizar la dimensión comunicativa de los servicios y productos del turismo comunitario ofertado.

**Se planteó como** objetivo general “Proponer mediante las herramientas integrales del diseño gráfico e industrial, un Sistema de Identidad Corporativa y elaborar el Manual de Elaboración de Artesanías en Madera, para asistir al modelo de Turismo Comunitario de la Reserva Yunguilla.”.

Se procedió a aplicar la Metodología de Diseño de Bürdek, que permitió de una manera clara y objetiva desarrollar las propuestas conceptuales, prototipos y producto final.

Así **En la primera fase**, o fase de investigación,

Se conoció, estudió y analizó la posibilidad de diseñar el Sistema de Identidad Corporativa y el Manual de Elaboración de Artesanías en Madera, para asistir al modelo de Turismo Comunitario de la Reserva Yunguilla.”.

Se formularon diversas conjeturas, se realizó el marco teórico referencial en el cual se realizó una investigación de campo y recopiló la mayor cantidad posible de información a través de documentos, del diálogo directo con la población, y publicaciones relacionadas con el tema y disponibles en el Municipio de Quito, Biblioteca de Ciencias Latinoamericanas (FLACSO), Biblioteca de la UDLA. Se emplearon, también, otras fuentes secundarias como artículos publicados en revistas, en sitios web, y otras direcciones de Internet, que contienen investigaciones sobre el tema y se dio paso a la

estructuración y elaboración de la propuesta, puntualizando las diferentes variables identificadas en el lugar de la investigación.

Se utilizaron técnicas basadas en la observación, diálogo y documentación con un enfoque mixto.

#### **4.1 Técnicas:**

##### 4.1.1. Observación:

Primero, se observó, de manera directa sistemática no participante, los datos y acontecimientos de importancia para el desarrollo del proyecto los diferentes mecanismos y formas de exposición informativa en los servicios y productos turísticos de la Reserva Yunguilla; la actuación de los miembros de la comunidad, especialmente a los artesanos y en concreto a los artesanos en madera; luego se transformó en observación participante. En ambos casos se anotó sistemáticamente y se prestó atención a información y sugerencias planteadas por los pobladores y turistas.

##### 4.1.2. Diálogo:

Se dialogó con expertos de la Asociación de Ecoturismo del Ecuador, con profesores de la Escuela de Hotelería y Turismo de la UDLA, para saber las necesidades y requerimientos actuales del turismo comunitario en lo concerniente al área de diseño; con los líderes comunitarios, y con los artesanos yunguillenses.

##### c.- Documentación:

La documentación sirvió de referencia y apoyo para la generación de la propuesta con base teórica referencial. Se buscó elementos utilizados actualmente, aplicados al turismo comunitario y a la artesanía de madera reciclada, como: guías, revistas, infografías manuales, páginas web y otras herramientas secundarias afines.

#### **4.2 Enfoque**

Se utilizó un enfoque mixto combinando aspectos cuantitativos y cualitativos.

El enfoque cuantitativo, generó los porcentajes y promedios de la población involucrada que tiene conocimiento sobre esta problemática, y que están directamente relacionados con la artesanía en madera. Para ello se utilizó encuestas con preguntas cerradas y de opción múltiple que permitieron cuantificar los resultados, estableciendo un panorama general del nivel de información respecto al tema de investigación.

A su vez, el enfoque cualitativo, con preguntas abiertas, dio a conocer las experiencias individuales de los propios actores, con el fin de identificar las necesidades y responder al planteamiento de la investigación.

#### **4.3 Alcance**

Se aplicó un alcance exploratorio y descriptivo.

**Exploratorio** para examinar los problemas al momento de experimentar los servicios y productos ofrecidos dentro de la Comunidad; y **Descriptivo** para especificar las necesidades y características pertinentes de diseño dentro del proceso de turismo comunitario de la Reserva Yunguilla y la elaboración de productos artesanales de madera reciclada.

#### **4.4 Elaboración de Instrumentos**

Se utilizó la entrevista y la encuesta como herramientas para determinar cuáles son las necesidades y requerimientos por parte de la comunidad para el desarrollo de artesanías en madera reciclada.

La **entrevista** fue realizada a los líderes de la comunidad, expertos de la universidad y asociaciones de turismo mediante preguntas abiertas y

cerradas con un hilo de conducción enfocado al diseño integral. La **encuesta** se aplicó a los pobladores de la Comuna que van a aplicar el proyecto.

Una vez aplicadas las encuestas y realizado el estudio de la situación actual, se dio el tratamiento estadístico que comprendió:

- Tabulación de los resultados de las encuestas para medir el nivel de información de la comunidad, con respecto a este tema.
- Colocación de los datos en cuadros y diagramas, para obtener una visión clara del comportamiento de la población analizada.
- Gráficas de datos.- por cada pregunta se hicieron gráficos estadísticos para describir variables y
- Se planteó el nuevo diseño en base a los resultados, debidamente graficados.

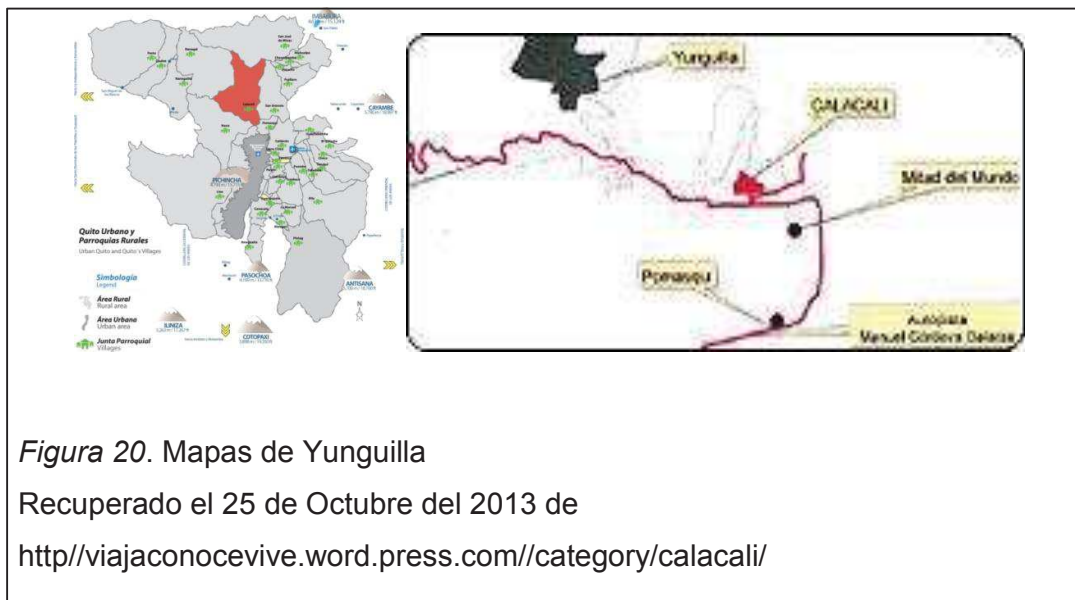
**En la segunda fase**, Terminada la investigación inicial y con los resultados obtenidos, luego del análisis de elementos, se elaboraron las posibles propuestas de diseño Conceptual, para el Sistema de Identidad Corporativa y el Manual de Elaboración de Artesanías en Madera reciclada.

**En la tercera etapa**, se analizaron todas las alternativas, ventajas desventajas, procesos de elaboración y realización del proyecto, para llegar a la alternativa final de diseño realizando un análisis de calidad del producto, tomando en cuenta, el mercado, factibilidad, viabilidad, utilidad y conveniencia, para determinar las implicaciones económicas, técnicas y legales. Se vio la conveniencia de utilizar herramientas de última tecnología para mejorar los procesos creativos y de producción. En el área gráfica, son estándares de la industria programas como Adobe Ilustrador, Photoshop, Indesign, que permiten digitalmente realizar propuestas gráficas, retoque de imágenes, edición de libros, etc. En el área industrial el diseño asistido por computadora (CAD –siglas en inglés) se utilizará el programa Rhinoceros para concebir los prototipos digitales de los objetos a fabricar. Con esta posibilidad

se puede proponer varias opciones proyectuales antes de pasar a crear los modelos finales de las artesanías.

**En la cuarta etapa**, se presentó los resultados de la investigación y la solución de la propuesta final del diseño Sistema de Identidad Corporativa y el Manual de Elaboración de Artesanías en Madera reciclada que permitirá desarrollar productos artesanales con diferentes funciones, formas, texturas y acabados; Siguiendo para este fin los lineamientos que plantea el Ecodiseño, como herramienta para crear objetos ecológicos sustentables

#### 4.5. Estimación de Parámetros



*Figura 20.* Mapas de Yunguilla

Recuperado el 25 de Octubre del 2013 de

<http://viajaconocevive.wordpress.com//category/calacali/>

**Población:**

*Figura 21.* Pobladores de Yunguilla en una sesión de trabajo.

Con el fin de desarrollar el proyecto de diseño del Sistema de Identidad Corporativa y el Manual de Elaboración de Artesanías en Madera reciclada se trabajó directamente y en forma constante con los 200 yunguillanos, adultos, que se dedicarán al desarrollo de artesanías.

**4.6. CUESTIONARIO APLICADO A LA COMUNIDAD DE YUNGUILLA**

Fecha-----

Edad-----

1. Qué considera que es lo más representativo de la Reserva Yunguilla:

- Paisajes
- Flora
- Fauna
- Población

Turismo

2. Para el éxito de sus proyectos, qué valores se practican en la población

- Trabajo en conjunto
- Solidaridad
- Amabilidad
- Responsabilidad

3. Qué colores escogerían para que los representen.

- Verde
- Rojo
- Gama de grises
- Blanco
- Café
- Negro
- Naranja
- Amarillo

4. Qué frase o eslogan identifica a la Reserva

- Conservando el Bosque Nublado
- Reserva del Bosque Nublado Yunguilla
- Yunguilla Reserva Natural.

5. Qué tipo de letra escogería

- RESERVA YUNGUILLA
- RESERVA YUNGUILLA
- RESERVA YUNGUILLA
- RESERVA YUNGUILLA

6. Le gustaría aprender a realizar objetos con madera reciclada

Si

No

7. Cree que un manual de elaboración de objetos de madera le ayudaría a fabricarlos

Si



No

8. Conoce las herramientas que se necesitan para la elaboración de objetos de madera reciclada

Si

No

9. Qué productos de madera reciclada quisiera aprender a realizarlos

\_\_\_\_\_

10. Qué souvenirs se podría elaborar para los turistas.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

11. Qué juegos para niños se podría hacer con madera reciclada

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

12. Qué objetos para la casa, se podría hacer con la madera reciclada

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

#### **4.7. Tabulación de resultados**

##### **1. Qué considera que es lo más representativo de la Reserva Yunguilla:**

Consideran representativos los siguientes aspectos y bajo los siguientes parámetros

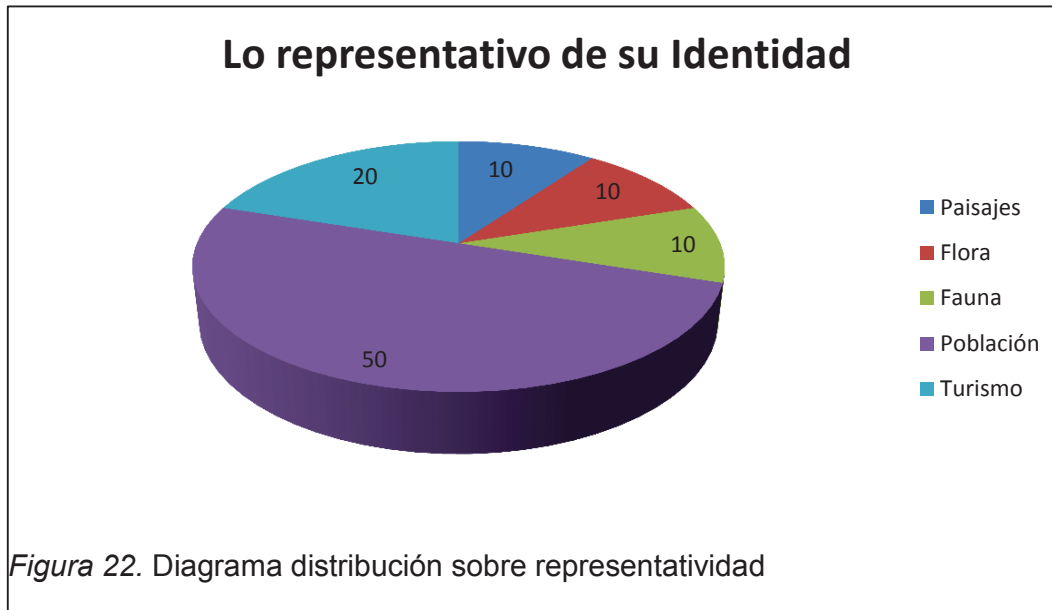
Paisajes 10%,

Flora 10%

Fauna 10%

Población 50%

Turismo 20%



## 2. Para el éxito de sus proyectos, qué valores se practican en la población

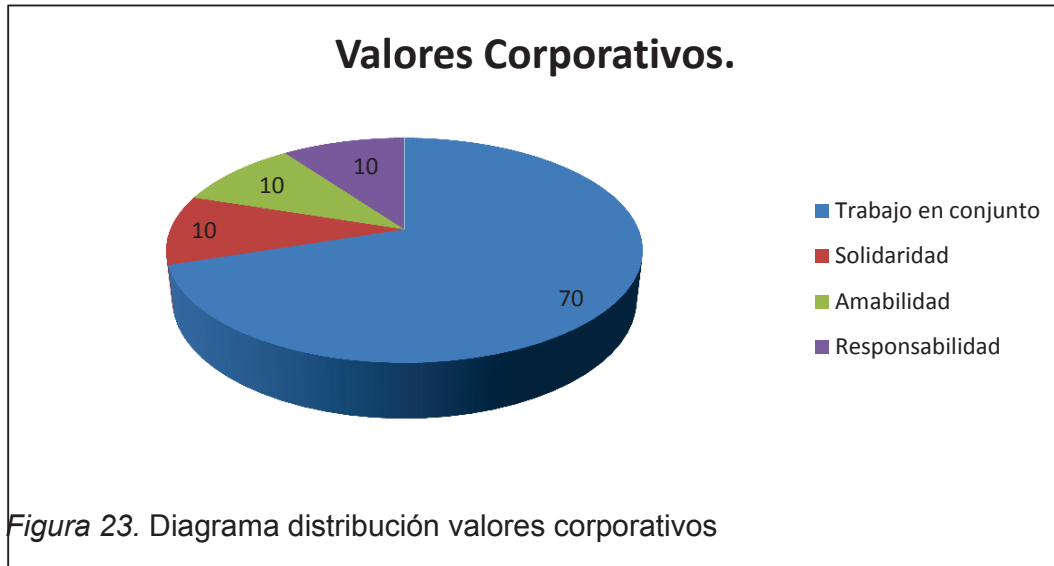
Consideran que se deben practicar los siguientes valores:

70% Trabajo en conjunto

10% Solidaridad

10% Amabilidad

10% Responsabilidad



### 3. Qué colores escogerían para que los representen.

Escogieron los colores en los siguientes porcentajes.

30 % Verde

20%Rojo

10%Gama de grises

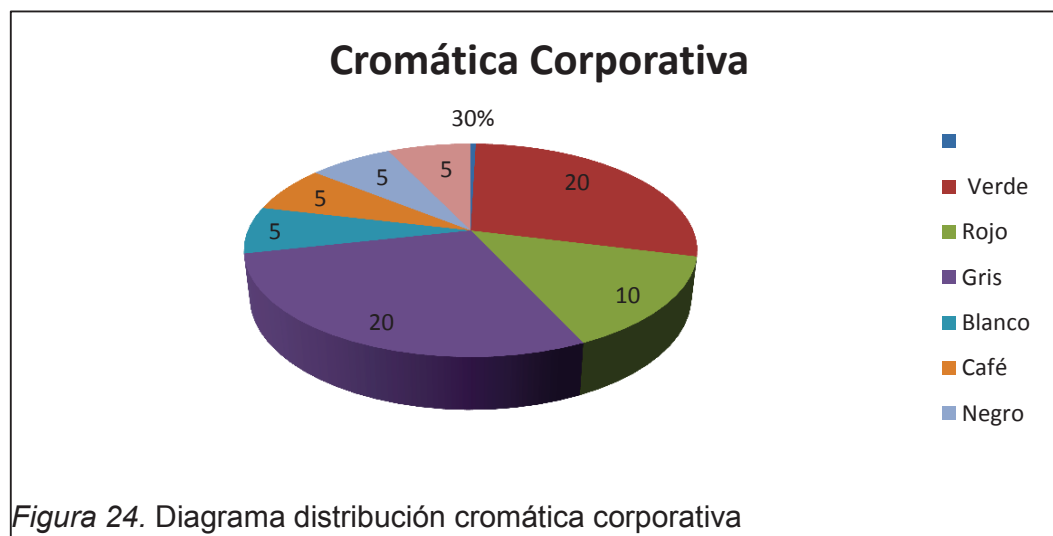
20% Blanco

5%Café

5%Negro

5%Naranja

5%Amarillo



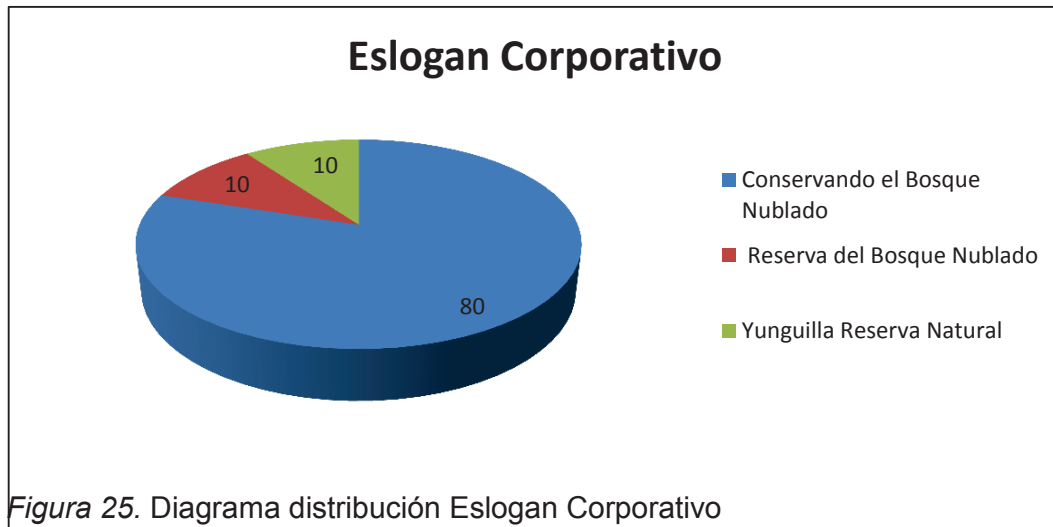
#### 4. Qué frase o eslogan identifica a la Reserva

Se sienten identificados

80% Conservando el Bosque Nublado

10% Reserva del Bosque Nublado Yunguilla

10% Yunguilla Reserva Natural.



#### 5. Qué tipo de letra escogería

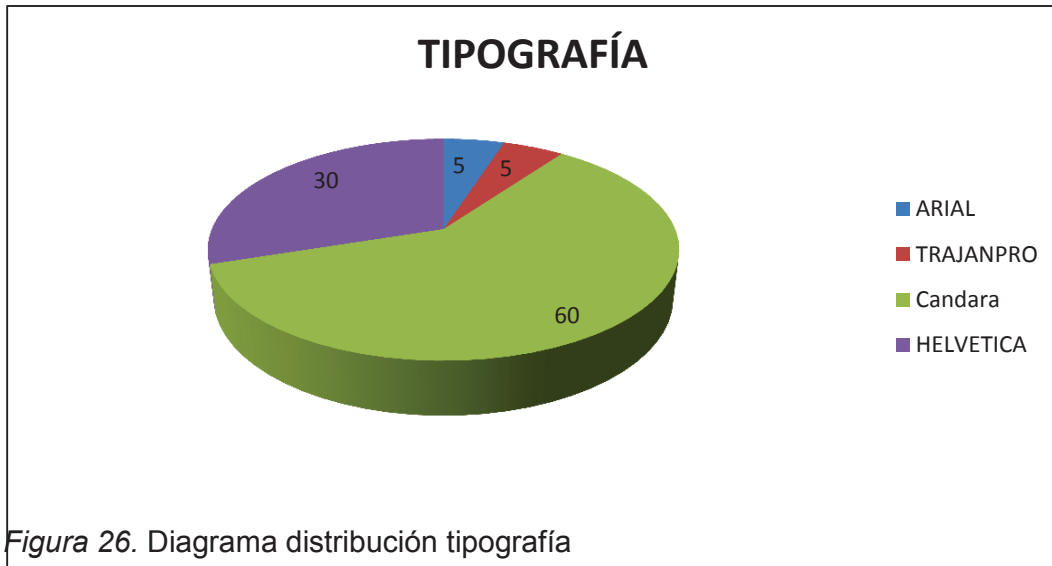
Se escogió.

5% RESERVA YUNGUILLA

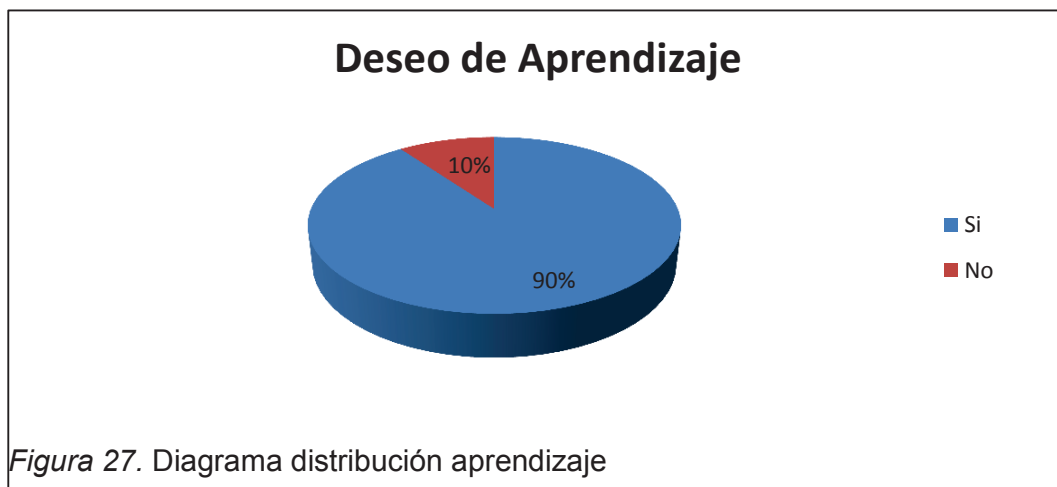
5% RESERVA YUNGUILLA

60% **RESERVA YUNGUILLA**

30% RESERVA YUNGUILLA



#### 6. Le gustaría aprender a realizar objetos con madera reciclada



Si El 90% quiere, y ansía aprender

El 10% de yunguillenses considera, como un oficio muy difícil

#### 7. Cree que un manual de elaboración de objetos de madera le ayudaría a fabricarlos.

Si 100%



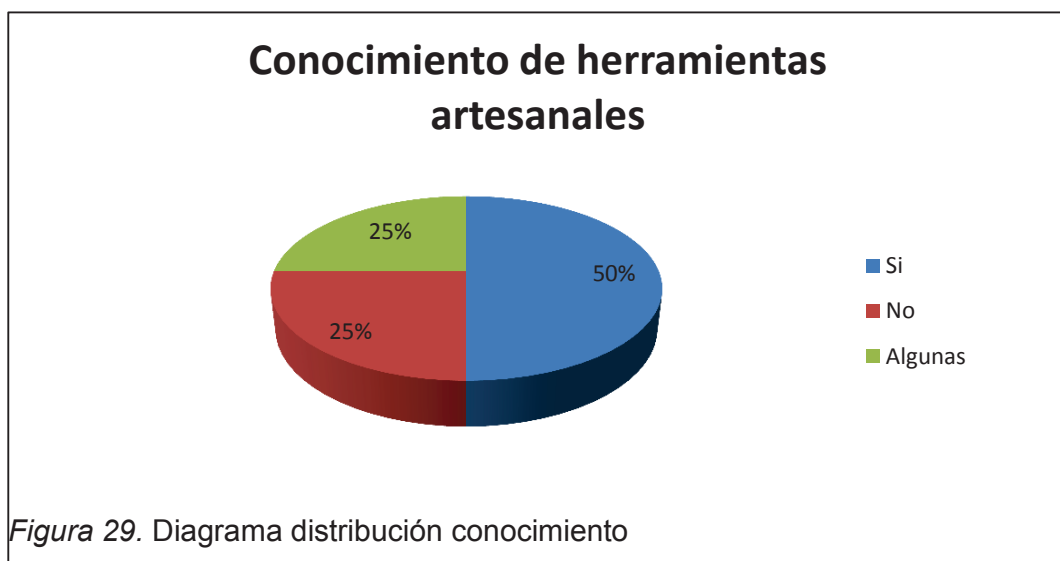
Todos los pobladores consultados creen que un manual, una guía les ayudaría muchísimo en la fabricación de objetos artesanales

#### 8. Conoce las herramientas que se necesitan para la elaboración de objetos de madera reciclada

Si 50%

No 25%

Algunas 25%



La mitad de la población consultada conoce y ha manejado alguna vez las herramientas de carpintería, un 25% conoce algunas de ellas y el 25% restante desconoce.

### 9. Qué productos de madera reciclada quisiera aprender a realizarlos

Requieren aprender:

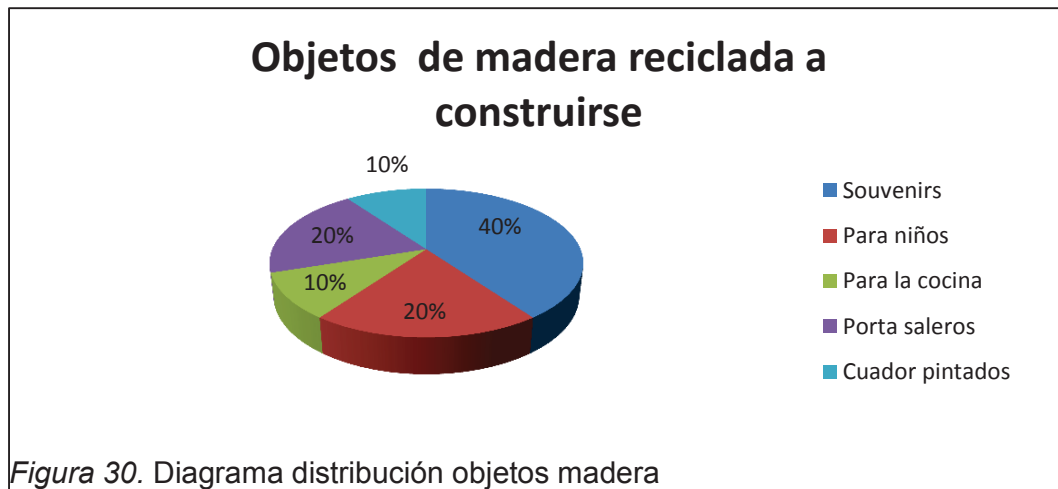
40% Recuerdos para vender a los turistas

20% Rompecabezas y logos para niños.

10% Objetos para la cocina como las tablas.

20% Porta saleros y pimenteros.

10% Cuadros pequeños pintados



### 10. Qué souvenirs se podría elaborar para los turistas.

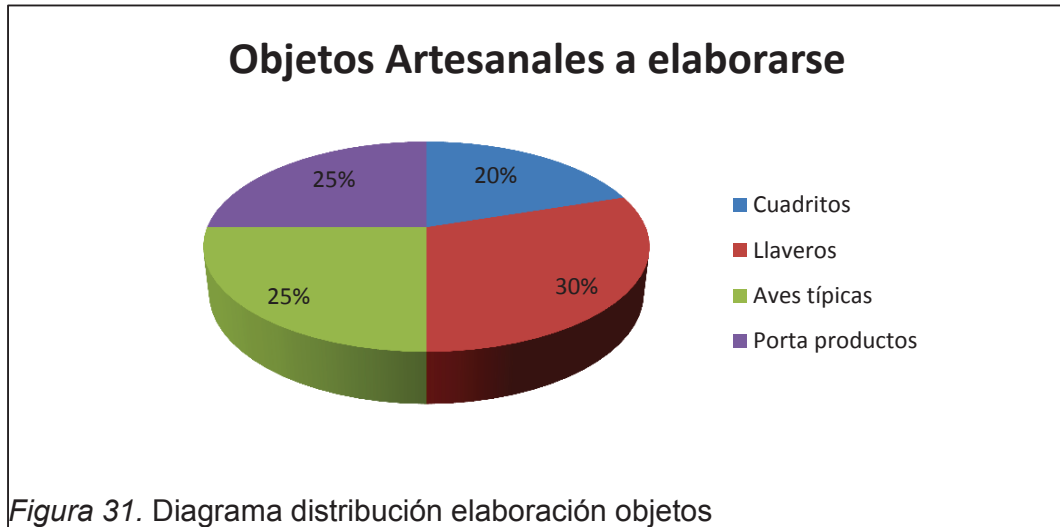
Se recomendó la elaboración de:

20% Cuadritos pintados, y decorados.

30% Llaveros.

25% Figuras de aves típicas de Yunguilla.

25% Porta productos

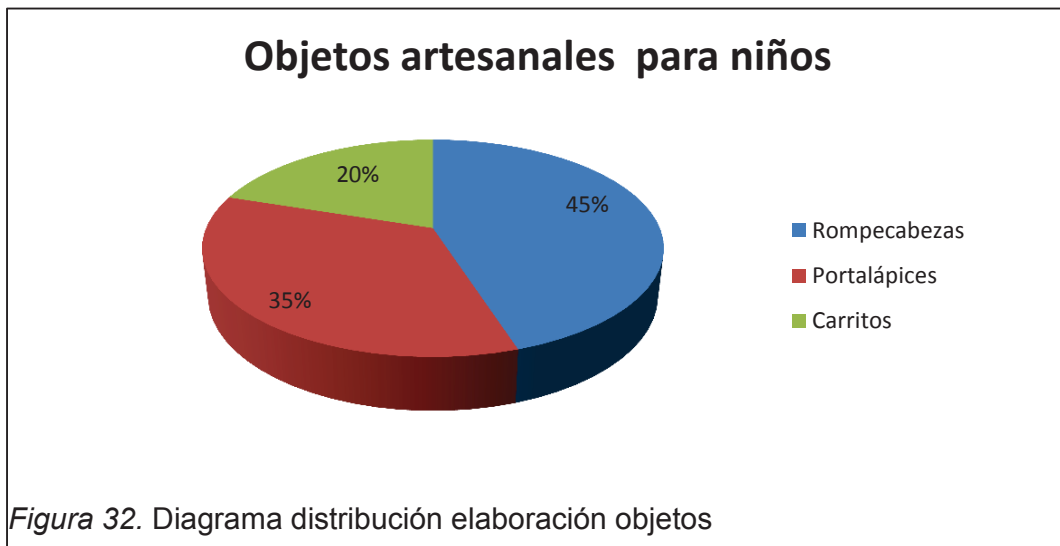


#### 11. Qué juegos para niños se podría hacer con madera reciclada

El 45% de la población cree que puede construir Legos y rompecabezas

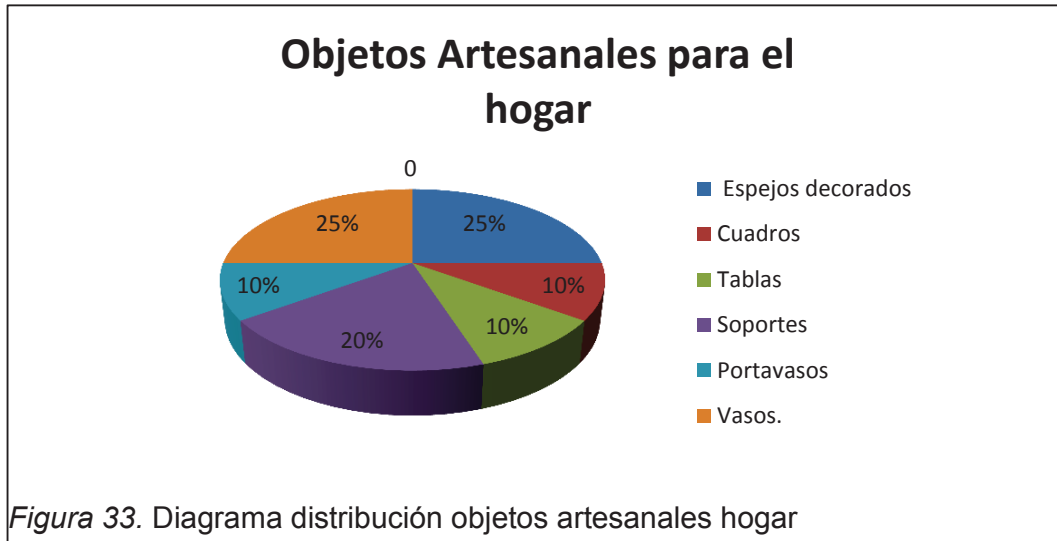
El 35% portalápices.

20% carritos



#### 12. Qué objetos para la casa, se podría hacer con la madera reciclada





El Público consultado escogió en este rango la producción de objetos artesanales

El 25% Espejos decorados

10% Cuadros decorativos

10% Tablas para corte de distintos productos.

20% Tablas de soporte de objetos calientes.

10% Portavasos

25% Vasos o macetas de caña.

#### **4.8. Identidad Visual de entidades similares, Tendencias Actuales y Estilos Contemporáneos de Diseño**

##### **4.8.1 Logotipos de entidades similares**

La población de Yunguilla no es la única entidad dedicada al turismo comunitario y que pone al alcance la Naturaleza al público general. A continuación se exponen los logotipos de algunos de los principales proyectos y entidades asociadas al ecoturismo privado y turismo comunitario:



Figura 34. Recopilación Digital Logotipos - Google

#### 4.8.2 Tendencias Globales

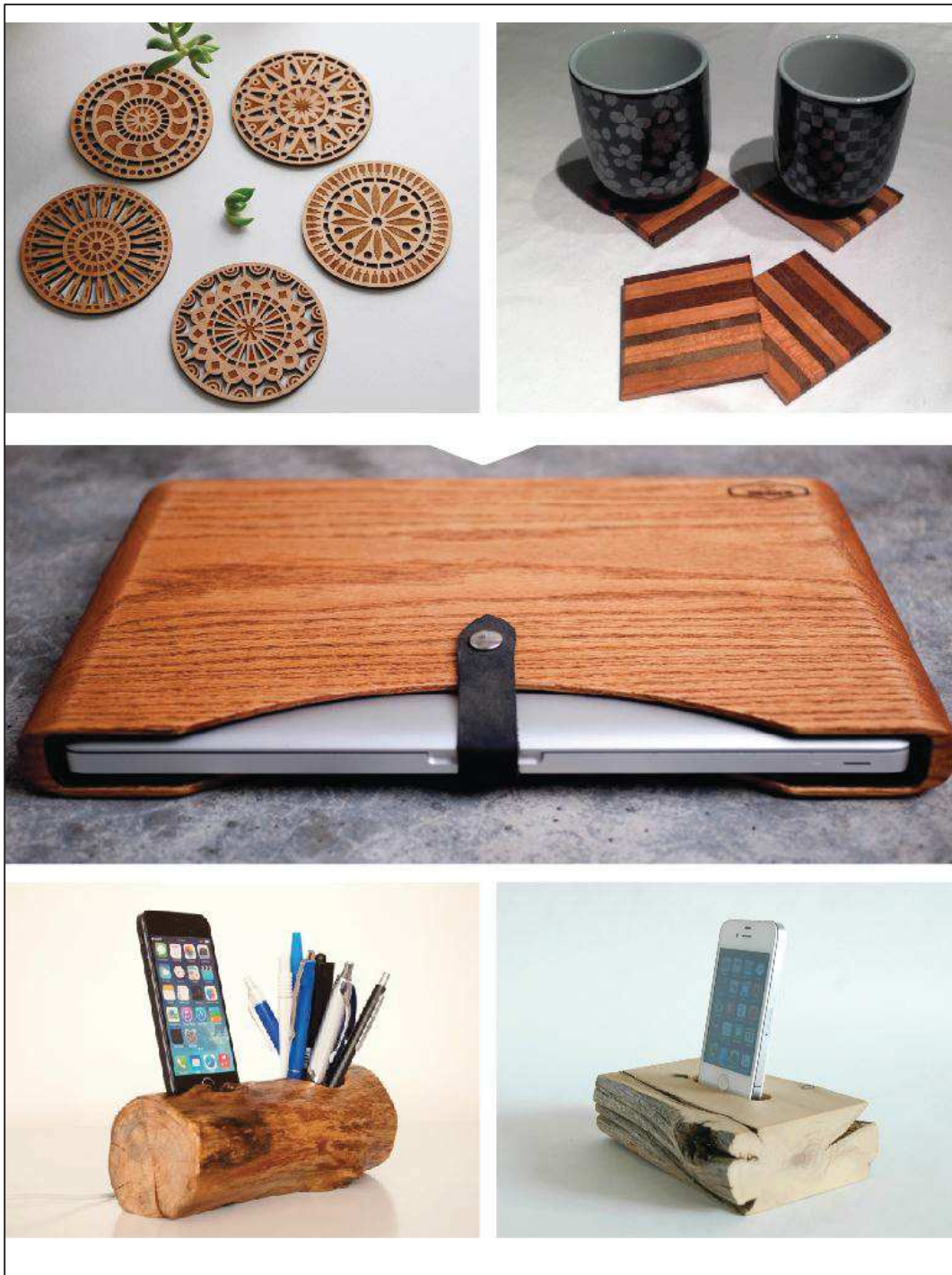
En otros países y culturas las tendencias de estilos de identidad visual se ven representadas por los siguientes exponentes, en el cual prevalece el blanco como predominante de fondo.



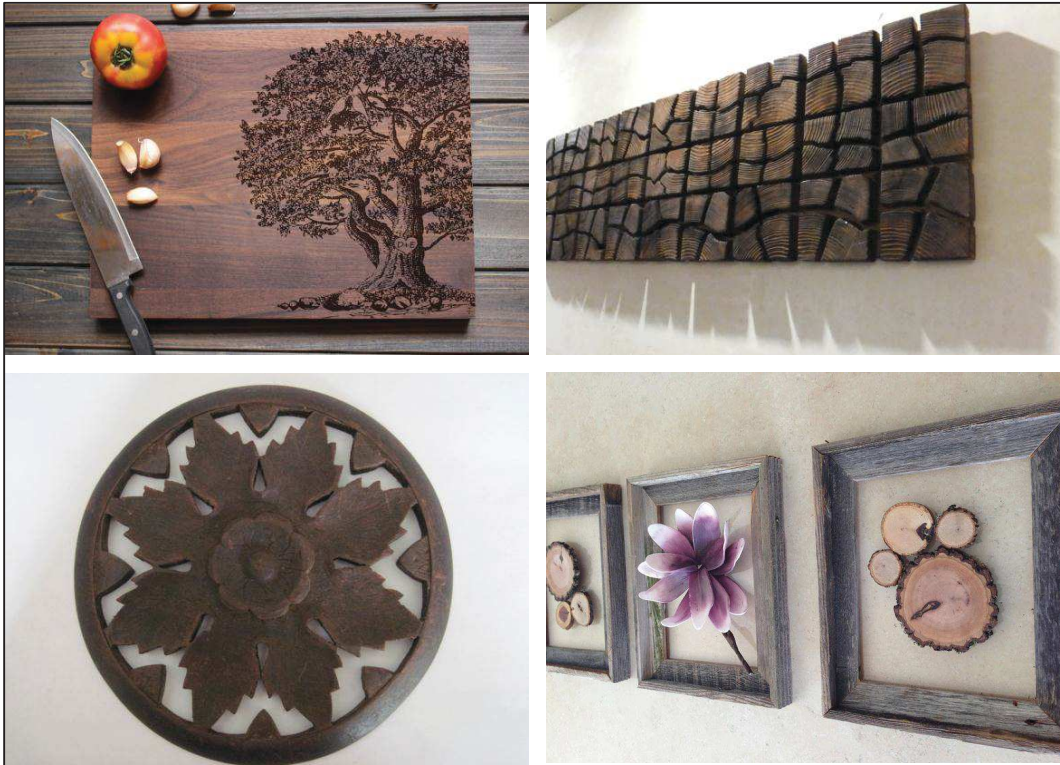
Figura 35. Tendencias Logotipos Actuales - LogoLounge

#### 4.8.3 Estilos contemporáneos en diseño objetos de madera

Dentro del diseño artesanal y de objetos en madera las tendencias se ven ligadas a la fuerza del ecodiseño y sus características eclécticas en uso de materiales y acabados.







*Figura 36.* Tendencias actuales artesanías en madera. – Etsy 2014

La combinación de materiales naturales mezclados con tecnología es la tendencia. Cortes en laser, detalles en alto relieve y texturas se destacan.

#### **4.9. Conclusiones y sugerencias**

1.- La población de Yunguilla está muy abierta al cambio, a la mejora. Se nota en todos un deseo de colaborar. Sintiendo parte integrante de su tierra, son responsables de su desarrollo, todos sin importar, sexo ni edad, aportan al mantenimiento de la Reserva, a su sostenibilidad y a la mejora de su Comunidad

2.- Existen muchos elementos naturales, que nutren, permiten, y aportan a la implementación del Sistema de Identidad.

3.-La naturaleza es muy generosa con Yunguilla, le brinda la materia prima clave que es la madera, para la construcción de sus hogares, decoración de sus casas y para su desarrollo artesanal con un enfoque sustentable en base del reciclaje de los desechos que genera la naturaleza.

**Sugerencias.**

Los productos a elaborarse deben mantener coherencia con los elementos de su identidad para lograr así una imagen global, perecedera y de excelencia.

## 5. CAPÍTULO V

### SISTEMA DE IDENTIDAD GLOBAL YUNGUILLA

#### 5.1. Diseño del Sistema de Identidad Global: La Marca y Logo De Yunguilla

##### 5.1.1. Concepto y Marca del Logotipo

Al terminar la investigación de campo, se logró destacar aspectos fundamentales que permitieron conceptualizar y establecer la marca de Yunguilla, con elementos que forman parte de su identidad.

##### El Logotipo.

Con el fin de diseñar el logotipo válido, se tomaron en cuenta referentes visuales como: imágenes representativas del lugar, su gente, su bosque, su paisaje, a las que se hicieron las simplificaciones gráficas necesarias y se elaboró el isotipo correspondiente.

##### Logotipo Diseñado



Figura 37. Logotipo Diseñado para la Reserva

## Evolución del Diseño

Panorámica del Bosque nublado desde la Comunidad



Figura 38. Foto panorámica desde yunguilla

Boceto de las líneas de las cimas de las montañas en el paisaje

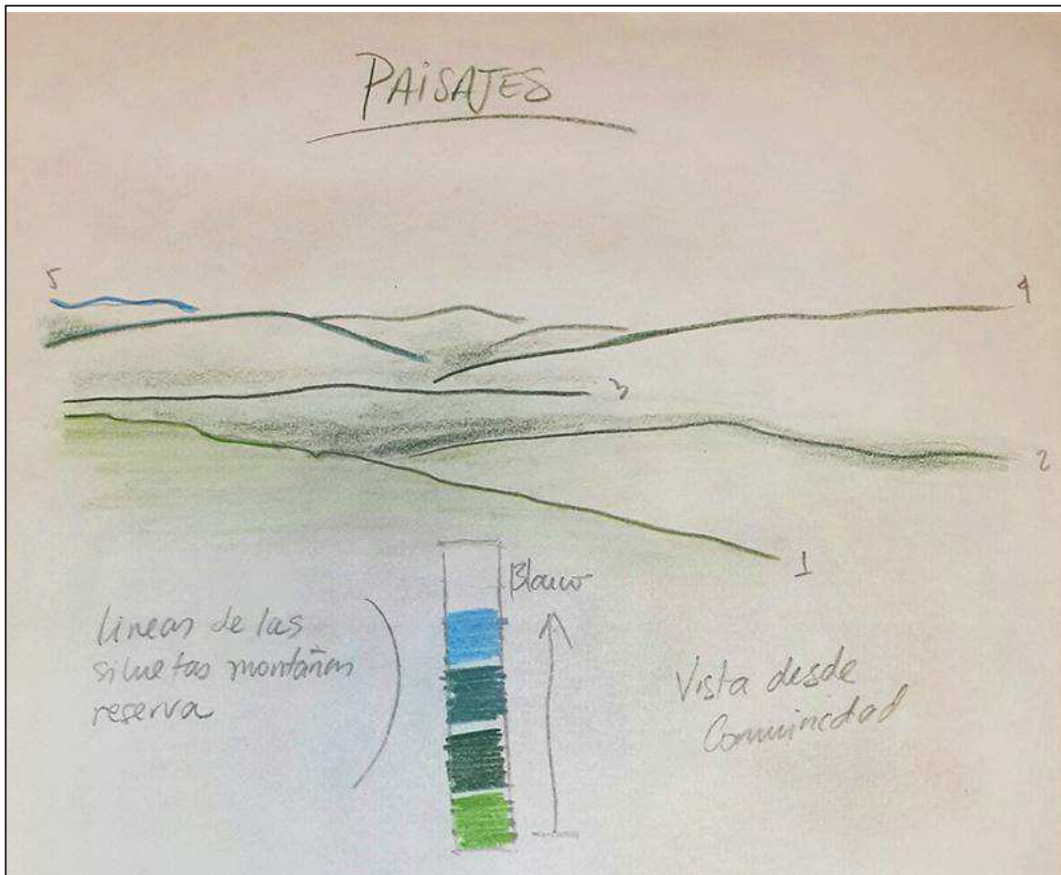


Figura 39. Dibujo de líneas de paisaje.



Suavizado de líneas del paisaje simulando curvaturas de hojas

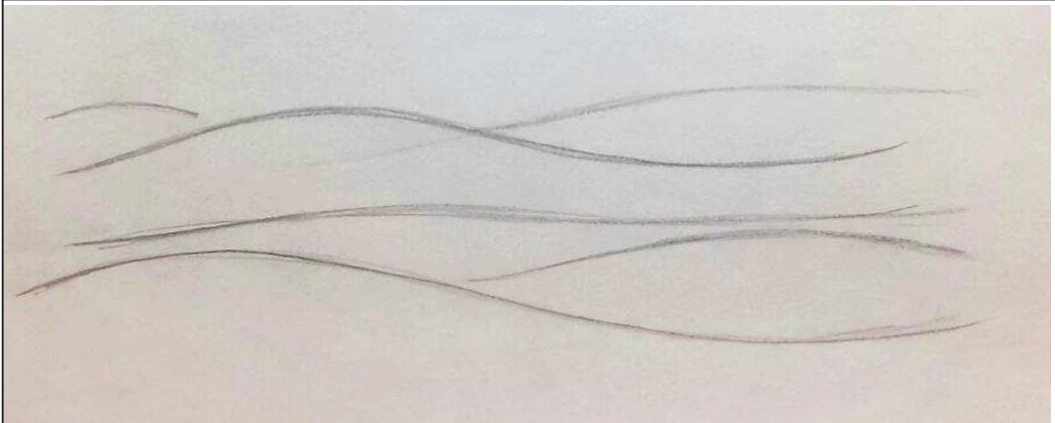


Figura 40. Suavizado de líneas

Disminución de elementos y generación de geometría.

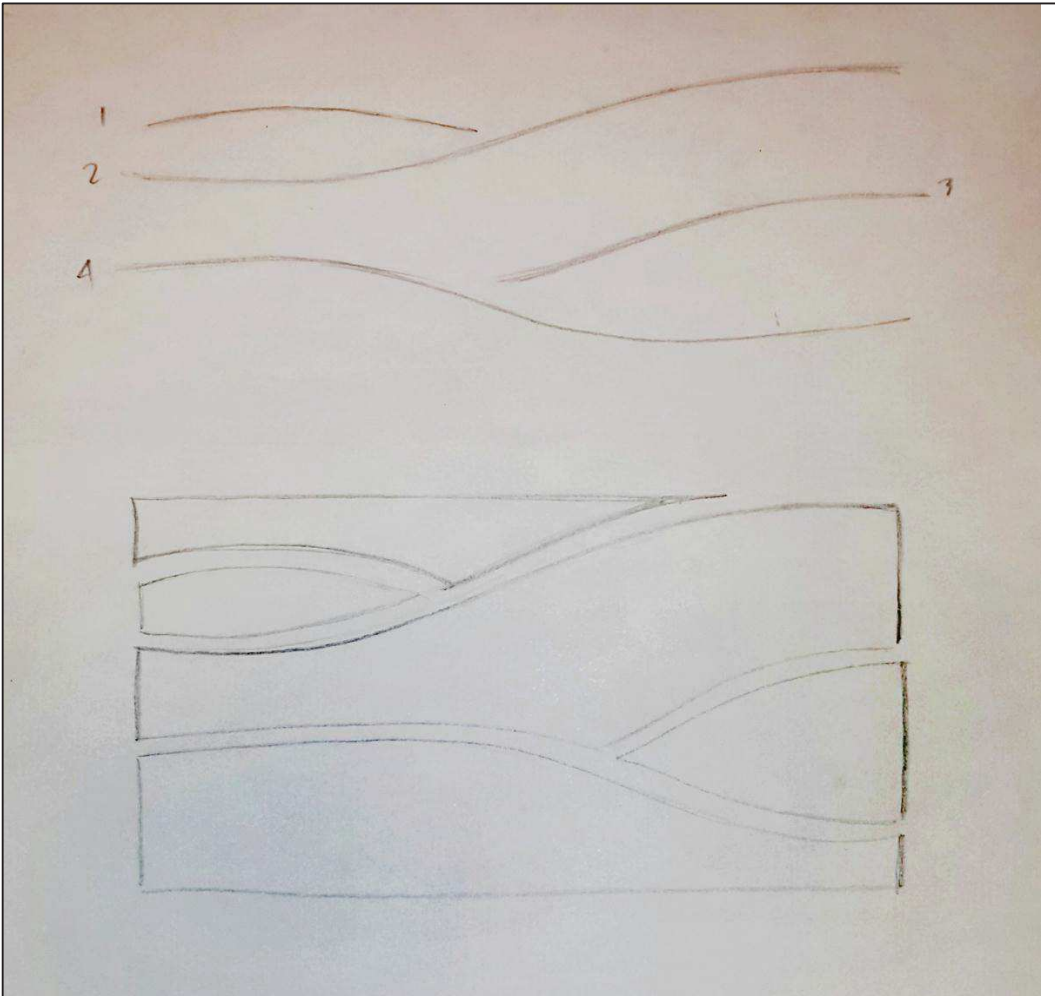
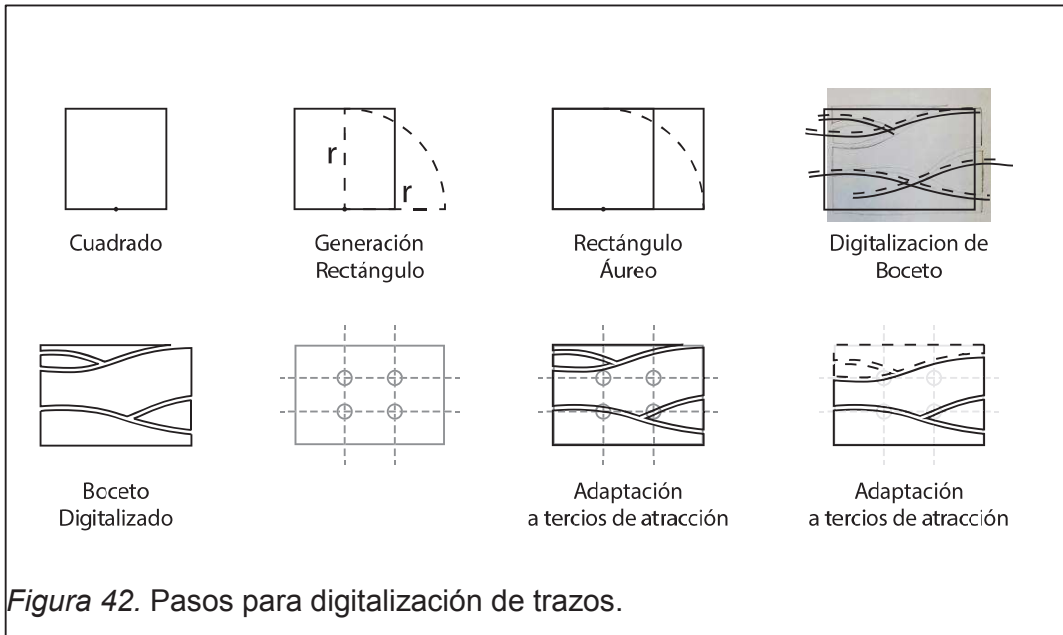
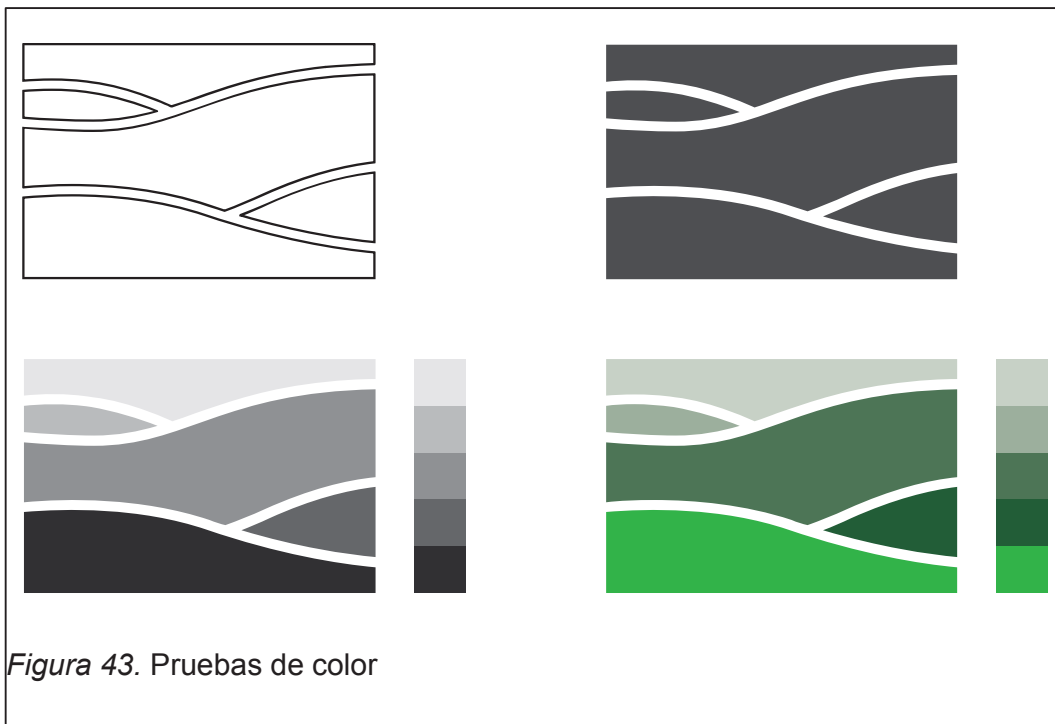


Figura 41. Generación de Geometría

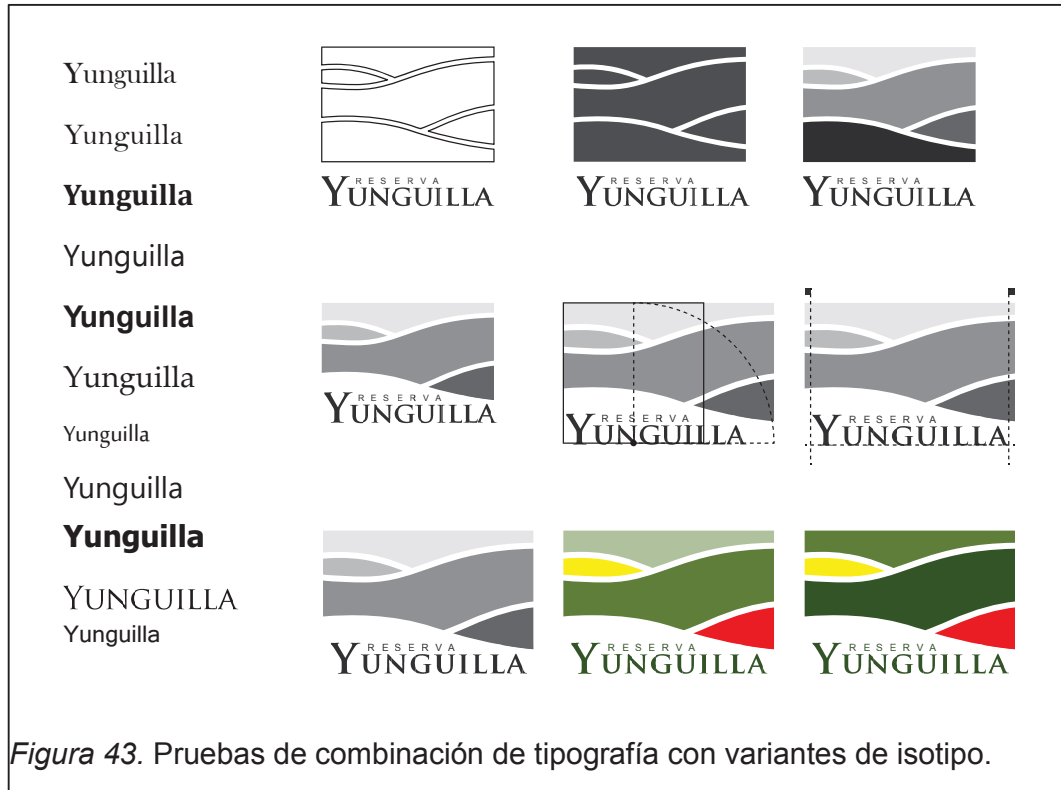
### Digitalización de trazos.



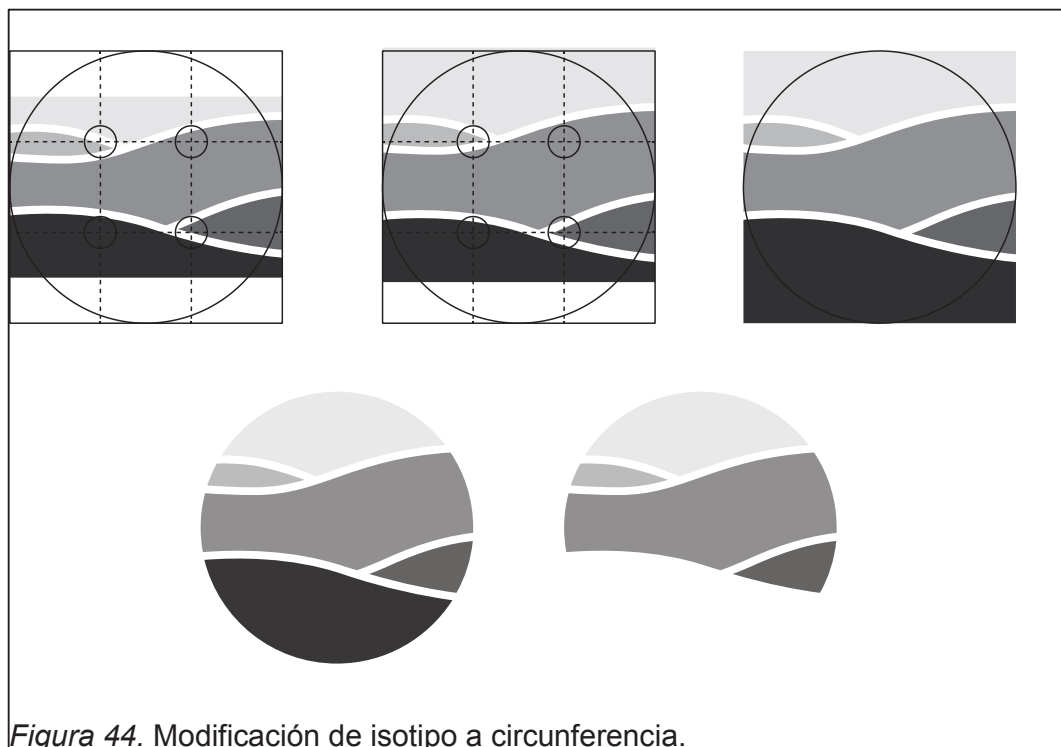
### Pruebas de geometría con color.



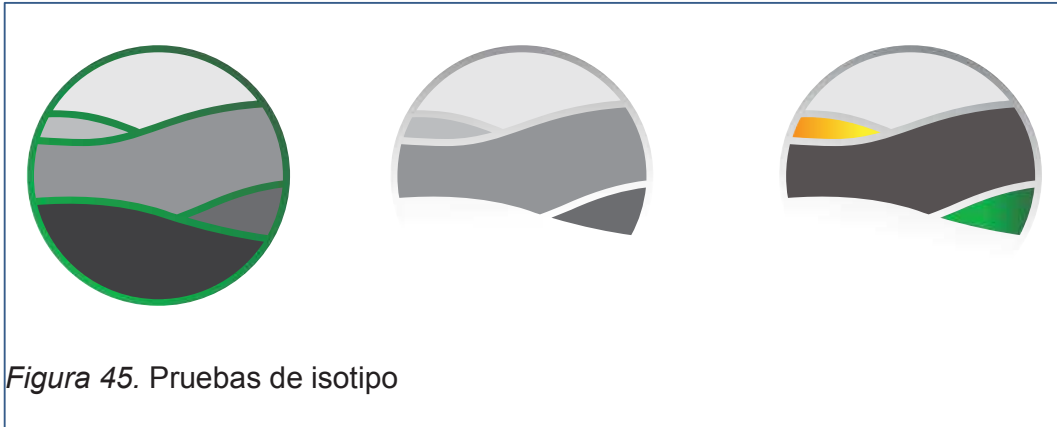
Pruebas de geometría con tipografía.



Cambio digitalización inscrito a una circunferencia.



Pruebas de geometría con color.



Pruebas en diferentes formatos con texto, slogan y colores.



## Logotipo Final

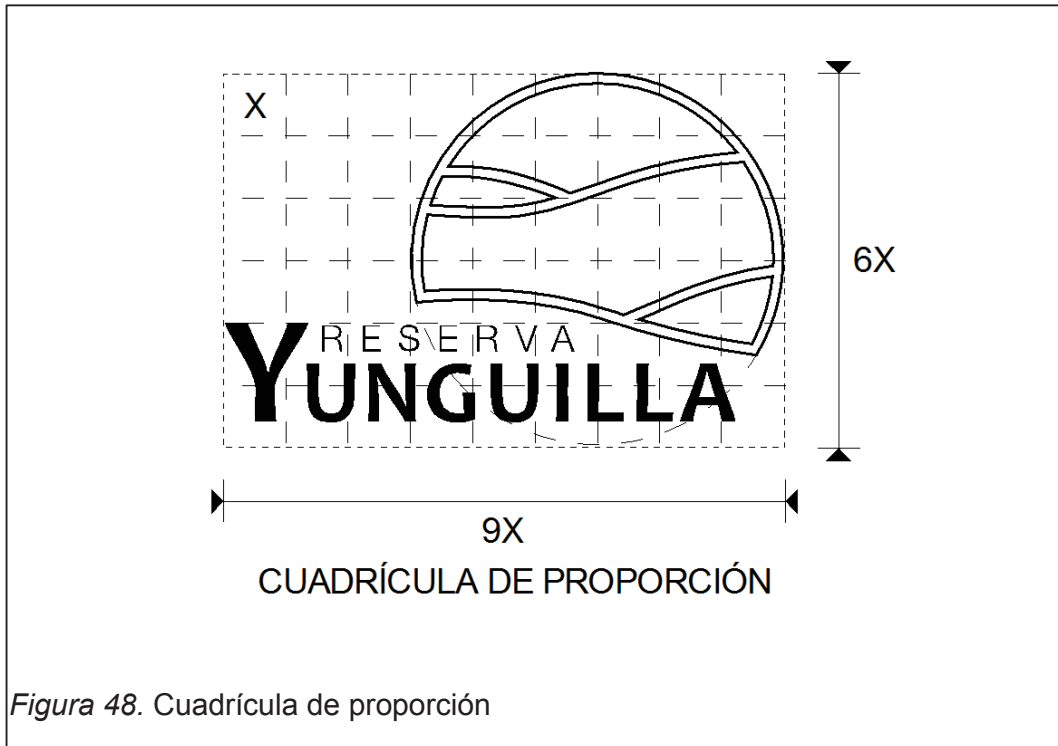


### 5.1.2. Versiones y escalas del logotipo

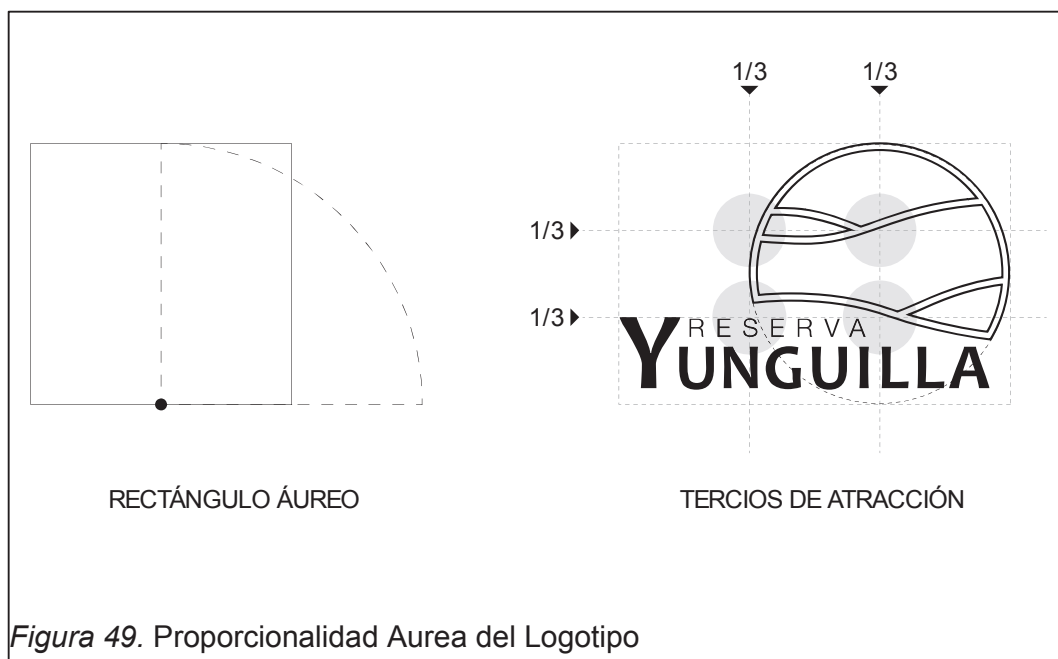
El logotipo de Yunguilla, va a ser usado de manera, horizontal, dependiendo de la aplicación donde éste vaya a ser ubicado; siempre y cuando cumpla con las normas establecidas en el manual de marca.

#### **Logotipo al 100 %**

El logotipo en vertical se inscribe en una superficie modular de proporciones de 9X x 6X,



El valor X, Y como unidad de medida permiten el uso correcto del logotipo. El mismo fue construido en base a un rectángulo áureo, en el cual se adaptaron los bocetos y abstracciones visuales del concepto aprobado.



### 5.1.3. El Eslogan

De acuerdo al criterio mayoritario de los pobladores se escogió como eslogan a la frase “CONSERVANDO EL BOSQUE NUBLADO” ya que se sienten identificados y agradecidos con su bosque.

### 5.1.4. Área de reserva

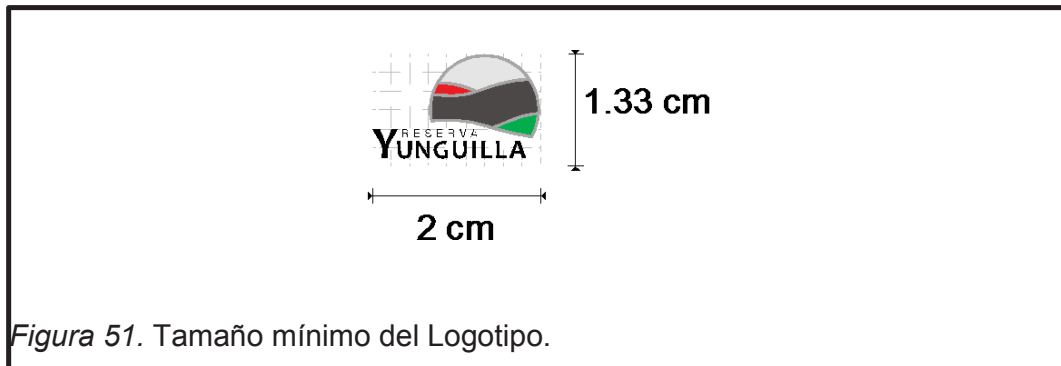
Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. De acuerdo a la retícula de construcción empleada. La misma que debe estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.



Figura 50. Zona de reserva para el logotipo

### Reducción mínima de tamaño

Es un espacio mínimo al que puede ser reproducido sin perder legibilidad.

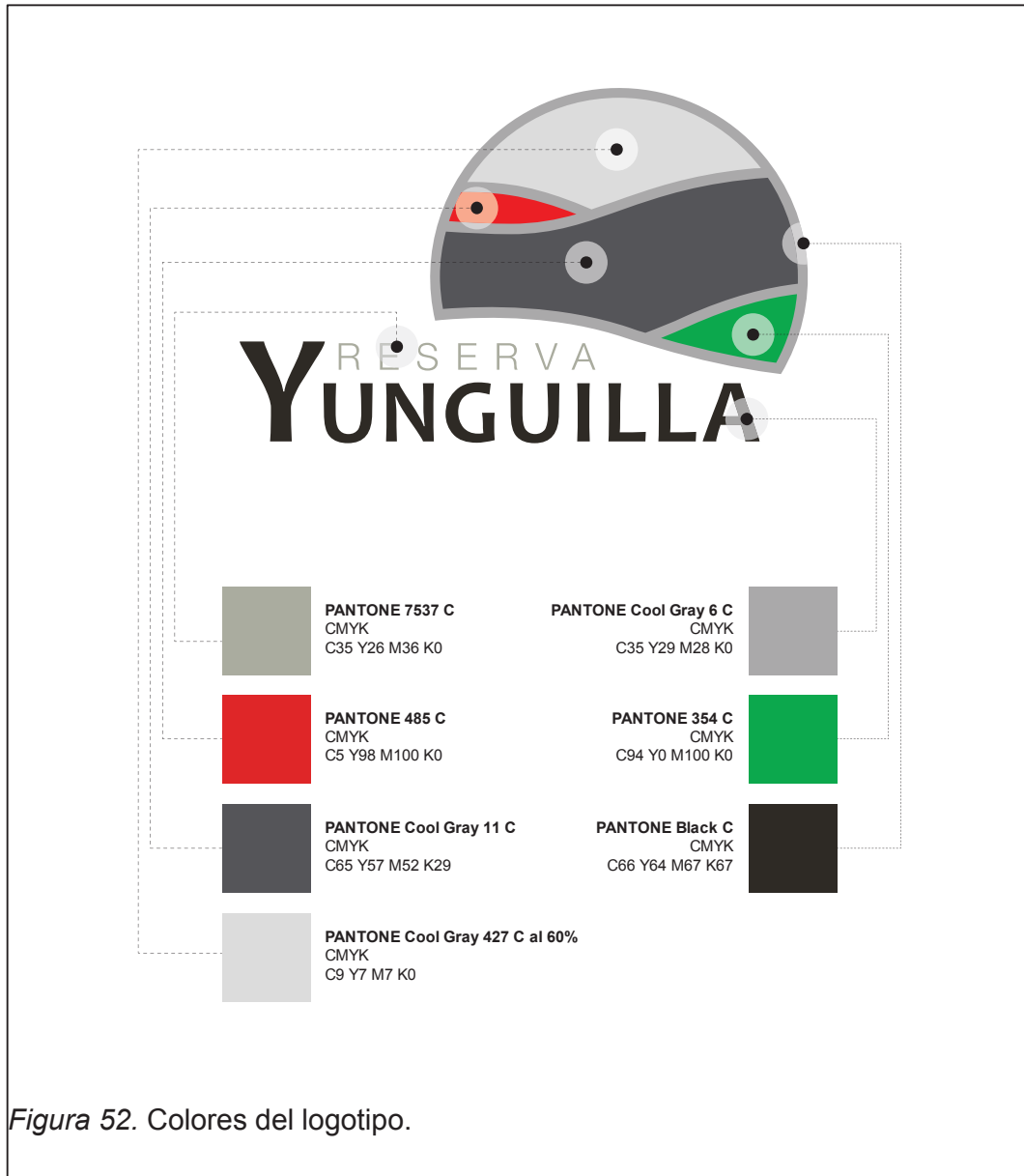


### 5.1.5. Aplicaciones Cromáticas

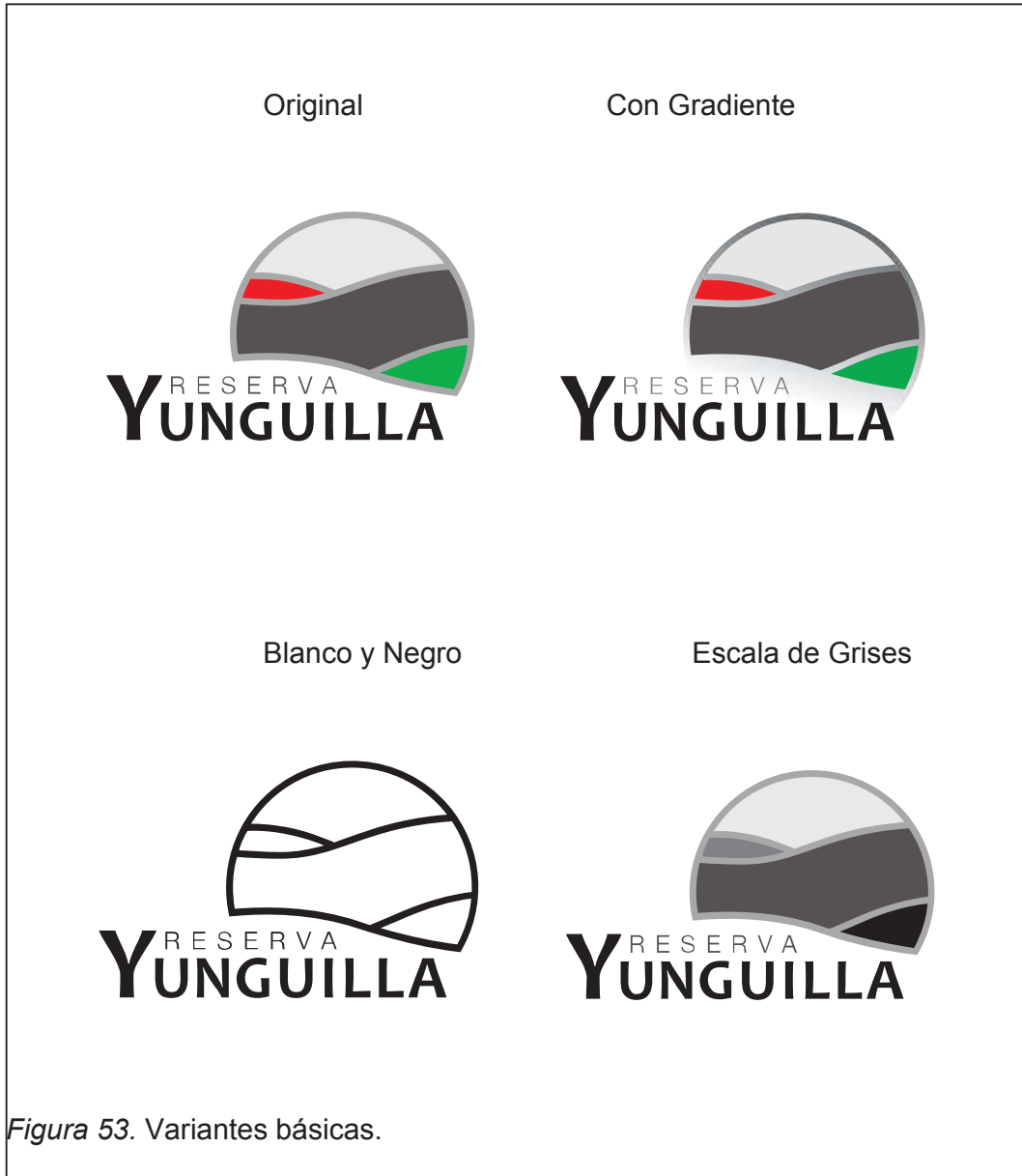
#### Carta de colores

Se adjunta a continuación la carta de pantones que reúne los colores utilizados en las diversas piezas de identidad de este proyecto.





El uso de color de la marca depende del color de fondo que se quiera utilizar, hay ocasiones en que se necesitará que el logotipo esté a full color y otras en las que se requiera que no tenga color. Existen cuatro versiones del logotipo: a Original, con gradiente, blanco y negro, y escala de grises.



El logotipo a color solamente puede ir sobre fondos permitidos, hay fondos de color que están permitidos para ser usados con el logotipo, éstos pueden variar según las necesidades comunicacionales manteniendo la tonalidad.

## VARIACIONES AUTORIZADAS



FONDO DE COLOR OSCURO



FONDO DE COLOR CLARO



FONDO FOTOGRAFICO OSCURO



FONDO FOTOGRAFICO CLARO

TRANSPARENCIA BLANCA  
SOBRE FONDO OSCUROTRANSPARENCIA NEGRA  
SOBRE FONDO CLARO

Figura 54. Variantes permitidas

## VARIACIONES NO AUTORIZADAS



MODIFICACIONES DE COLOR

MODIFICAR LA UBICACIÓN  
DEL ISOTIPO

ADAPTAR EL ISOTIPO AL NOMBRE



ADAPTAR EL NOMBRE AL ISOTIPO



ROTACIÓN NOMBRE



ROTACIÓN ISOTIPO

Figura 55. Variantes no permitidas

## VARIACIONES NO AUTORIZADAS



DISTORSIÓN DE PERSPECTIVA  
O DE FORMA



CONTORNOS



COMBINACIÓN DE COLORES



INVASIÓN DEL ESPACIO



GRADIENTE



TRANSPARENCIA SOBRE  
COLORES PLANOS

Figura 56. Variantes no permitidas

## VARIACIONES NO AUTORIZADAS



TRANSPARENCIA SOBRE LOGO

NOMBRE EN NEGRO  
SOBRE FOTOGRAFÍA OSCURATRANSPARENCIA  
SOBRE FOTOGRAFÍA CLARA

REPETICIÓN



SOMBREADO



CONTORNOS CON GROSOR

Figura 57. Variantes no permitidas

### 5.1.6. Composición Tipografía

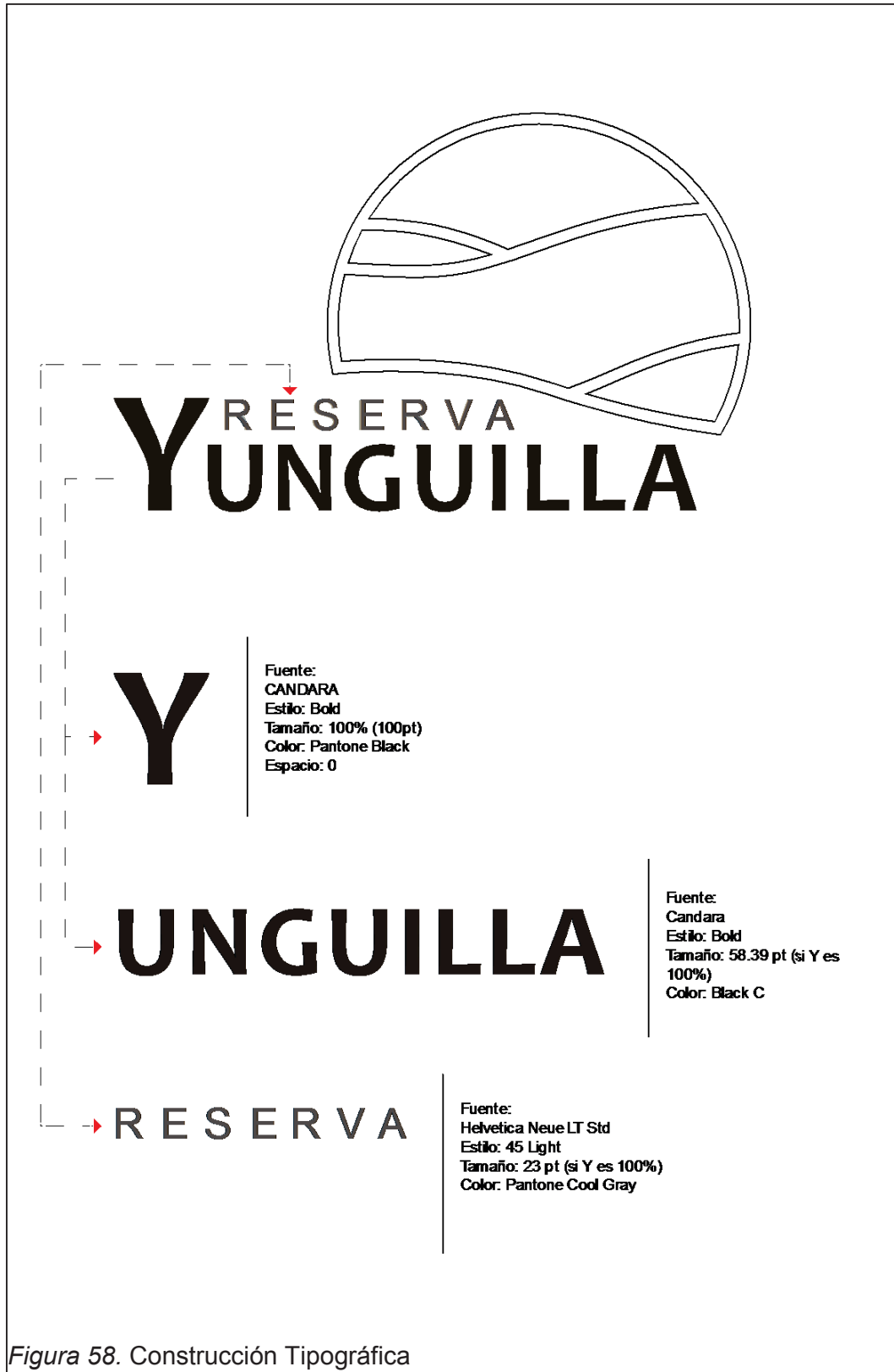


Figura 58. Construcción Tipográfica

### 5.1.6.1. Tipografía principal

#### Fuente 1: CANDARA BOLD

Identifica y destaca la imagen global de Yunguilla, se usa exclusivamente para la palabra principal del logotipo y palabras clave que requieran infundir mayor peso visual dentro de las composiciones gráficas. Es la primera en el orden jerárquico institucional.

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

**.,ñ{´+}¿'!'"#\$%&/()=**

**1234567890**

### 5.1.6.2. Tipografías secundarias

#### Fuente 2: Helvetica Neue LT STD - Black.

Se requiere para los títulos, cabeceras o detalles informativos que requiere un fuerte énfasis visual. Su grosor y estilo le otorga mayor peso visual. Es la segunda en el orden jerárquico.

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

**.,ñ{´+}¿'!'"#\$%&/()=**

**1234567890**

#### Fuente 3: Helvetica Neue LT STD - Bold.

Se seleccionó para utilizarla como complemento en los subtítulos. Es la tercera en el orden jerárquico.



**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**,.ñ{'+}¿'!"#\$%&/()=**  
**1234567890**

#### **Fuente 4: Helvetica Neue LT STD - Light.**

Es la fuente principal en la escritura de textos y documentos extensos, se utiliza para el cuerpo de los escritos y contenido extenso. Es la cuarta en el orden jerárquico.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**,.ñ{'+}¿'!"#\$%&/()=**  
**1234567890**

#### **Casos de Reemplazo**

Se recomienda **Arial Normal** y **Arial Bold** usarla en caso de que no se encuentre disponible las fuentes secundarias. No son parte de la tipografía corporativa.

### 5.1.7 Papelería Corporativa

Se diseñó la papelería para poder transmitir información de la reserva utilizando elementos que mantienen coherencia visual y forman parte de la identidad corporativa. Se presentan la hoja membretada, sobre carta, tarjetas personales y sello.



Figura 59. Papelería Corporativa

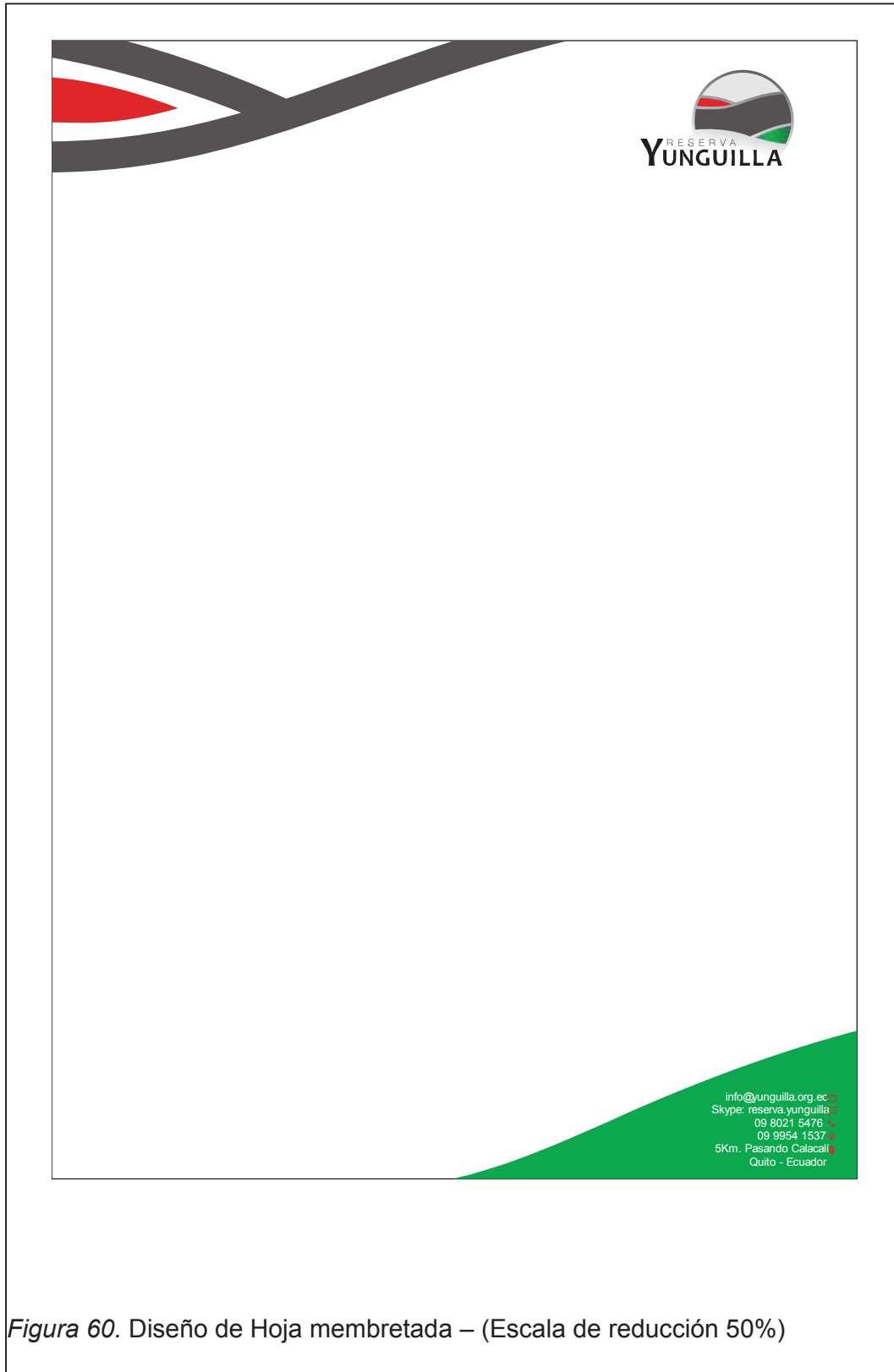
**HOJA MEMBRETADA**

Figura 60. Diseño de Hoja membretada – (Escala de reducción 50%)

## Construcción Gráfica

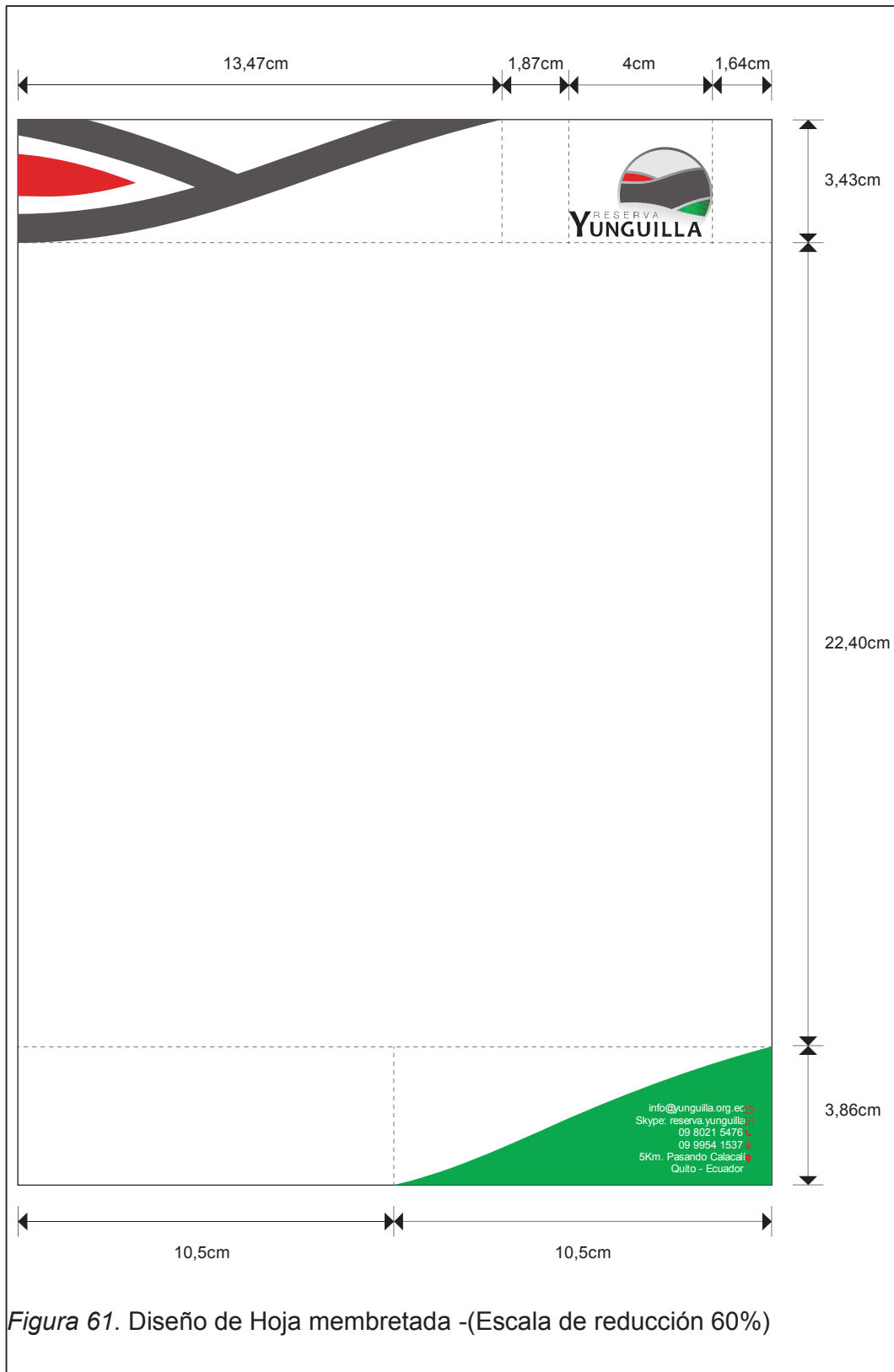


Figura 61. Diseño de Hoja membretada -(Escala de reducción 60%)

**SOBRE CARTA**

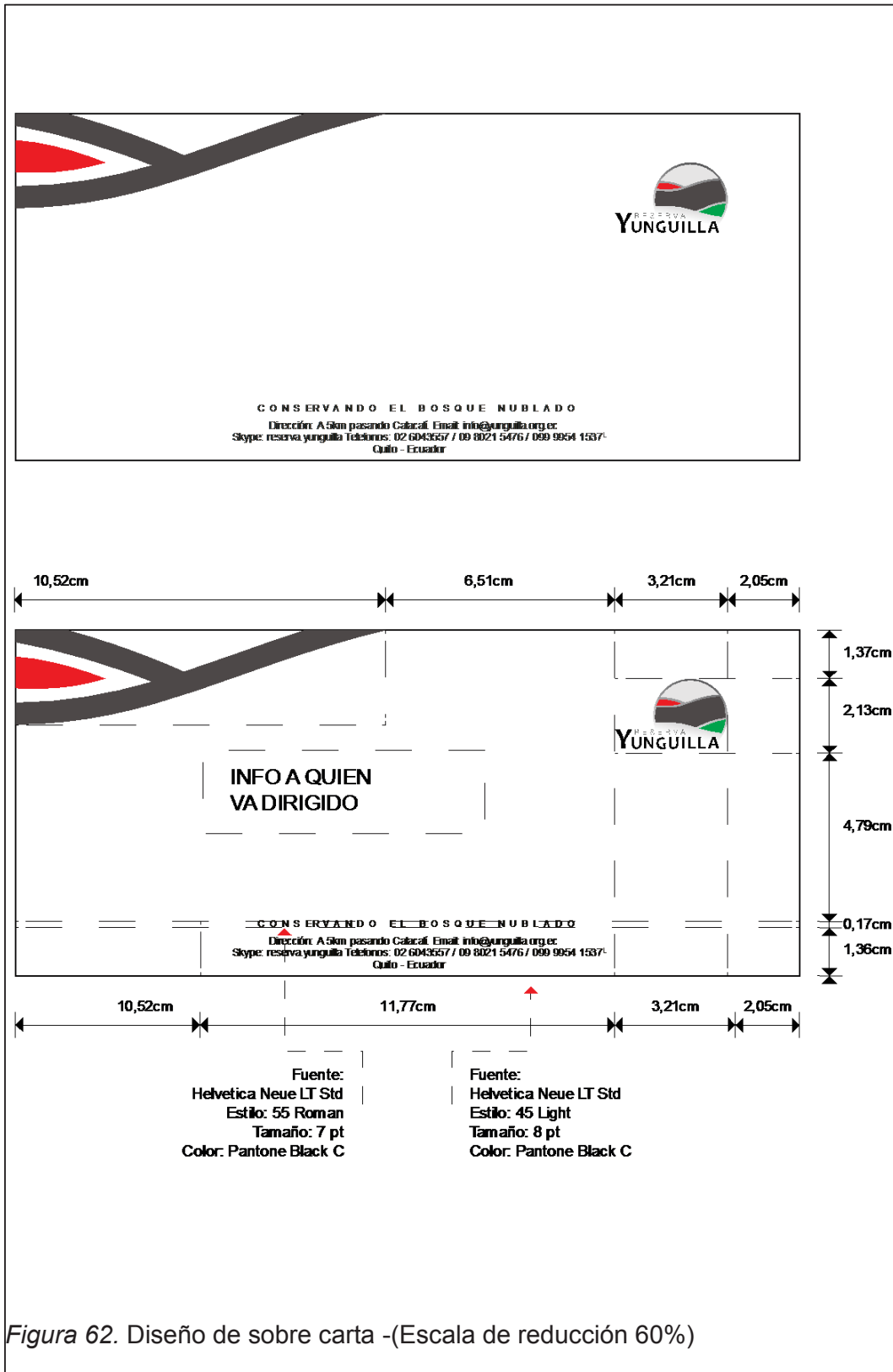


Figura 62. Diseño de sobre carta -(Escala de reducción 60%)

## TARJETAS PERSONALES (Escala 1:1)



CARA ANTERIOR



CARA POSTERIOR

Figura 63. Diseño de tarjetas personales

### Construcción Gráfica

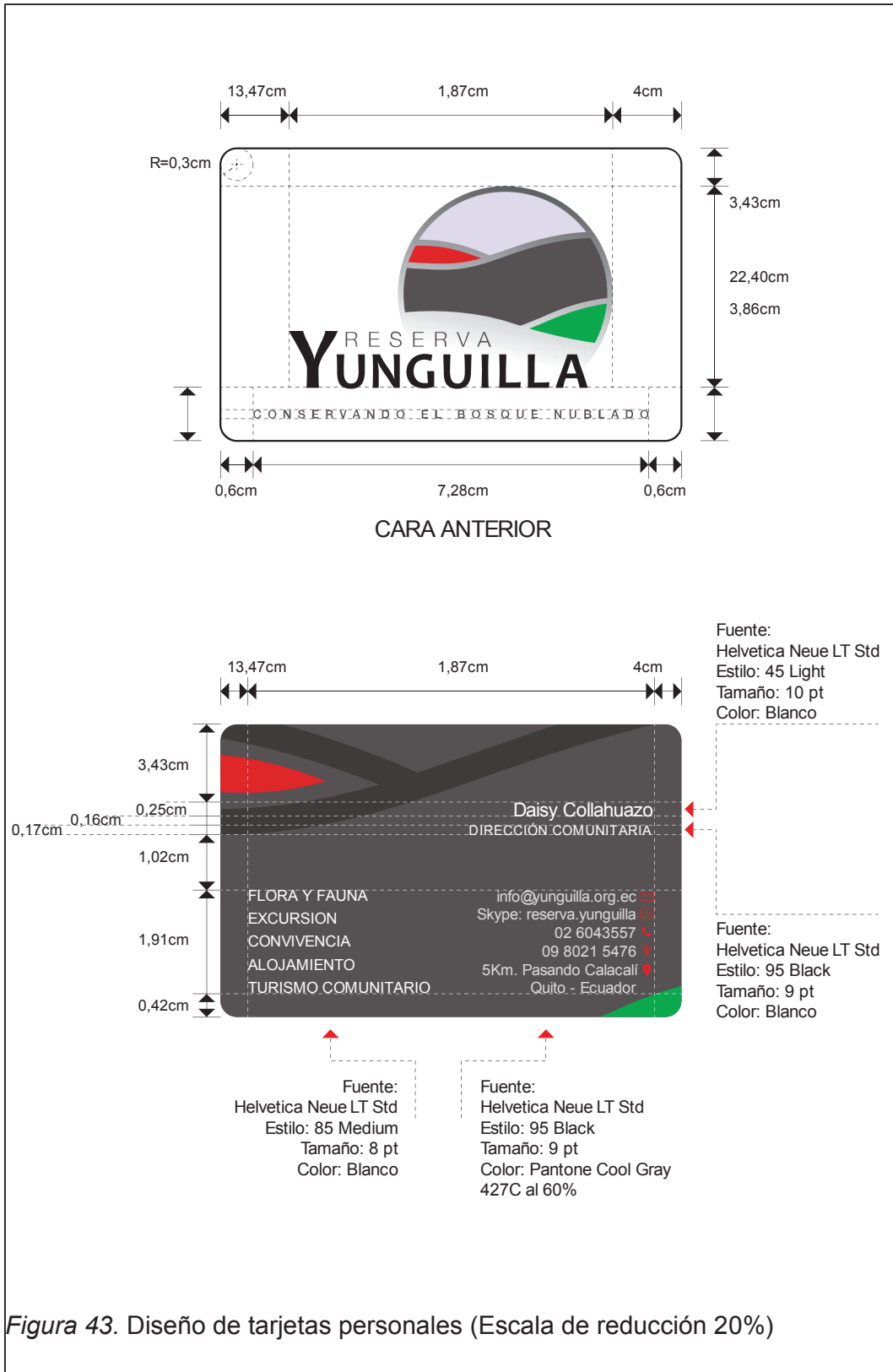
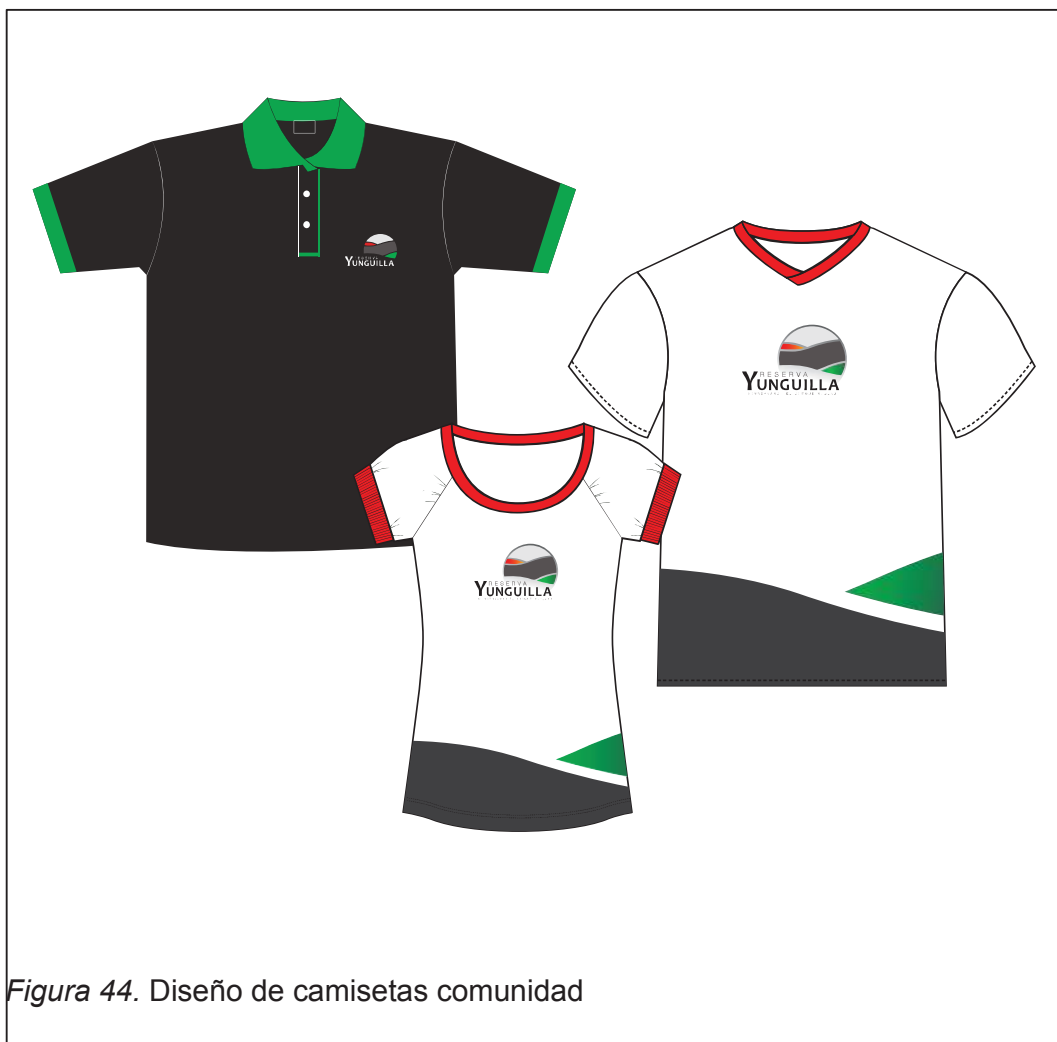


Figura 43. Diseño de tarjetas personales (Escala de reducción 20%)

### 5.1.8 Colección camisetas

Se diseñó una colección de camisetas que llevan, cada una el logo en diferentes tonalidades. Estas servirán para promocionar la Comunidad y también para la venta al público.

#### Camisetas Comunidad Yunguilla





## CAMISETA PERSONAL



Tipo Tela: PIQUE  
Puños y Cuello color  
verde corporativos o  
similar. Logotipo Borda-  
do a 4 Hilos.

### CARA FRONTAL



Frase Bordada: "Con-  
servando el Bosque  
Nublado"  
Sello Bordado a 4 Hilos.

### CARA POSTERIOR

Figura 45. Diseño de camisetas personal comunidad

**CAMISETA TURISTA MUJER**

CARA FRONTAL

Tipo Tela: Algodon y Poliéster.  
Elementos Graficos  
Logo y franjas inferiores con técnicas de impresion sobre tela o sublimado.



CARA POSTERIOR

*Figura 45. Diseño de camisetas para turista*

**CAMISETA TURISTA HOMBRE**

Figura 46. Diseño de camisetas para turista

### 5.1.9. Aplicaciones Publicitarias y Publicaciones

Las siguientes aplicaciones de identidad en elementos publicitarios tienen carácter modificable dependiendo del contenido a exponer. Se deja establecido unos esquemas listos para su uso.

#### VOLANTE A5



Los volantes permiten comunicar información de la Reservas, sus servicios, promociones permanentes o temporales. Formato A5: 21 x 13.9 cm

## Construcción Gráfica

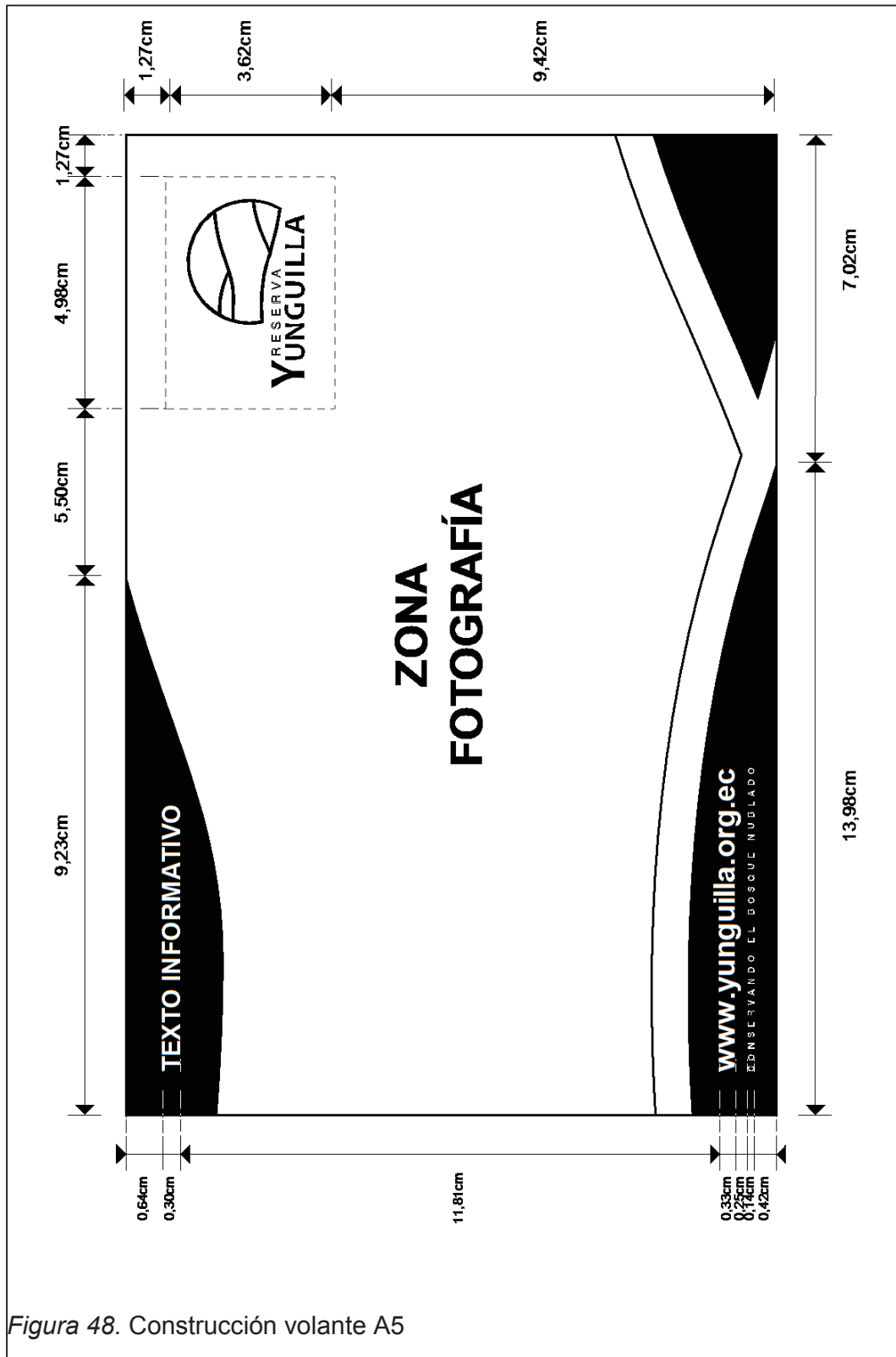


Figura 48. Construcción volante A5

AFICHE A5



Figura 49. Diseño Afiche A5



## Construcción Gráfica

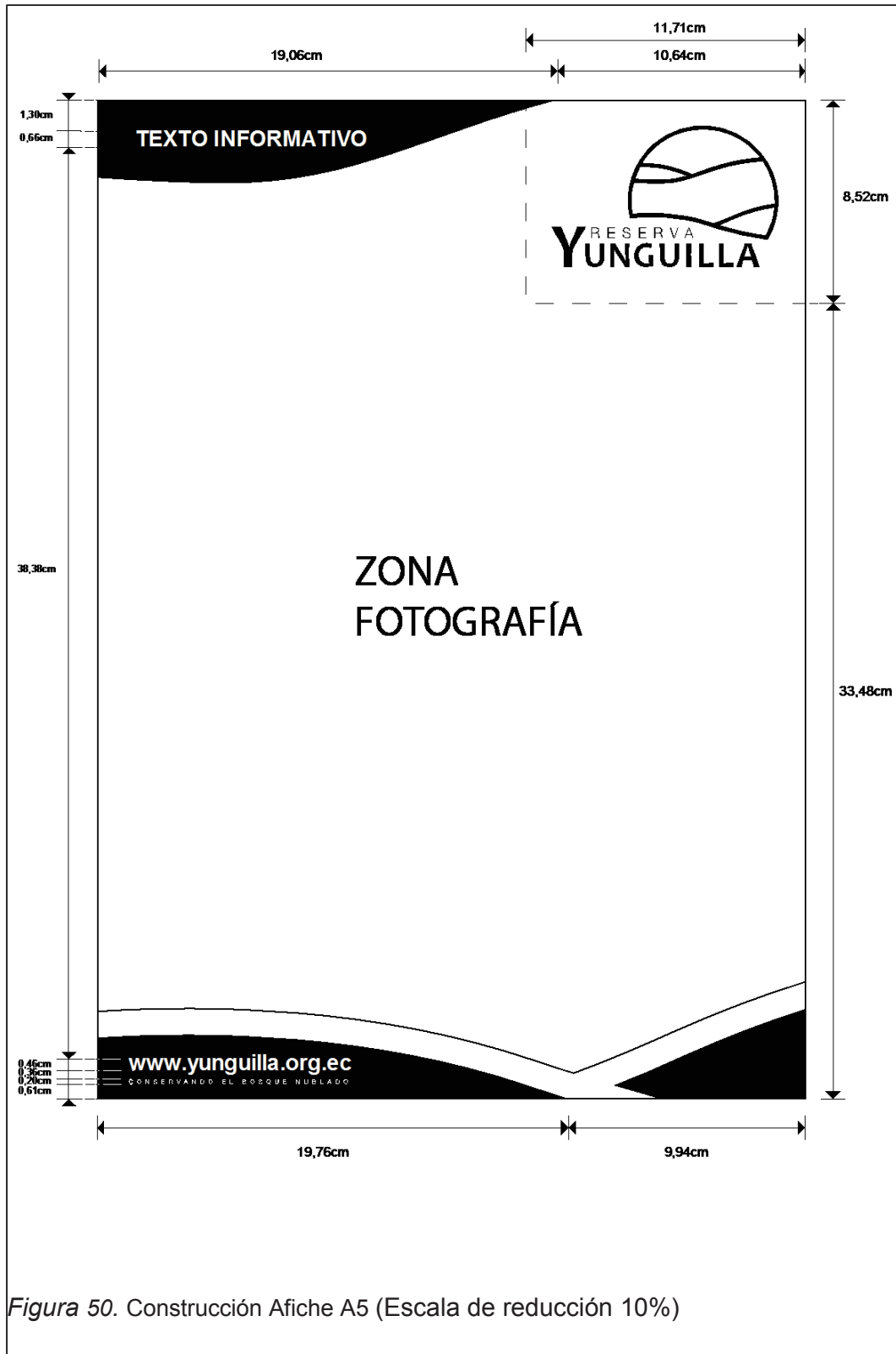


Figura 50. Construcción Afiche A5 (Escala de reducción 10%)

**VOLANTE TOUR**  
**Cara Frontal**

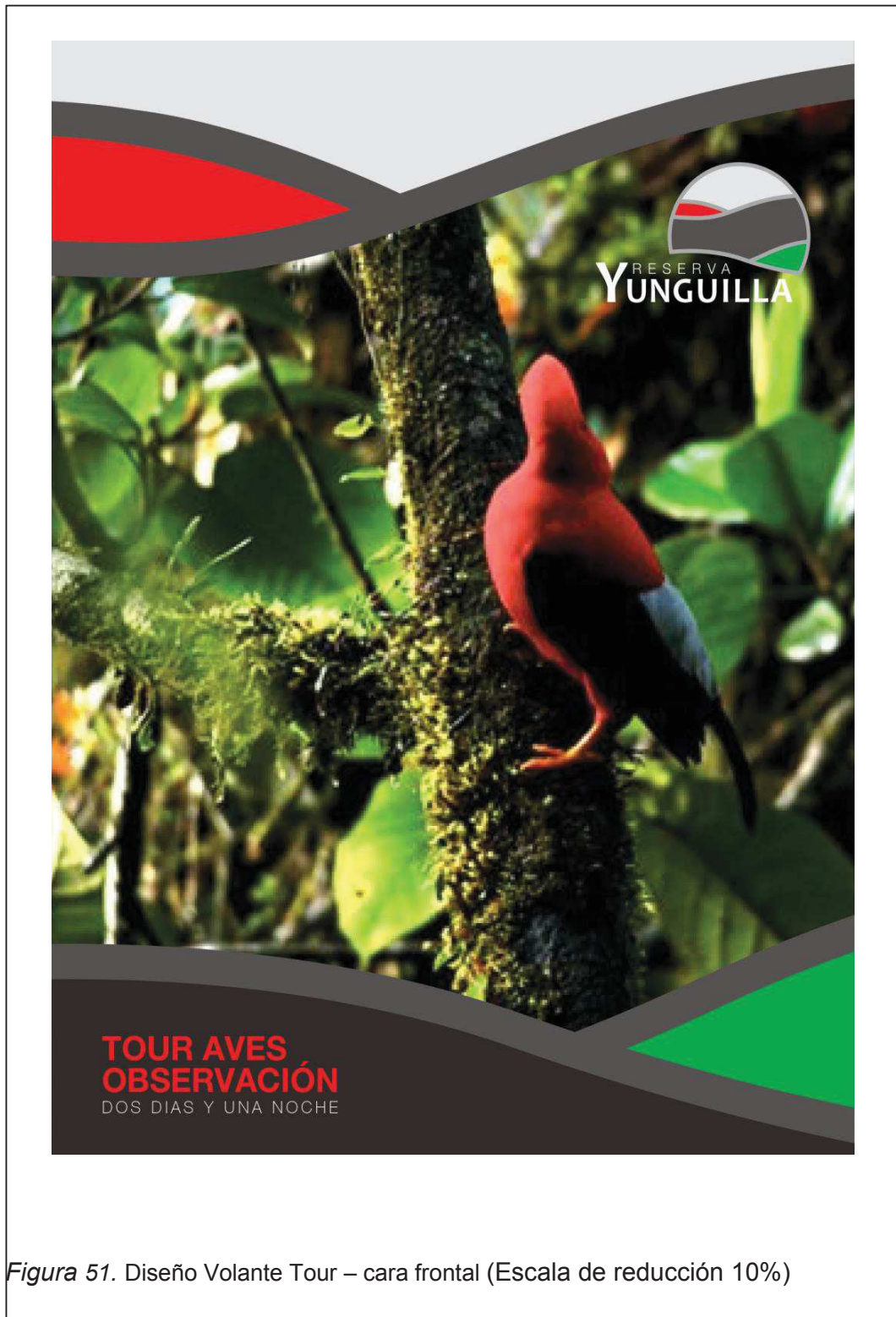


Figura 51. Diseño Volante Tour – cara frontal (Escala de reducción 10%)



## Construcción Gráfica

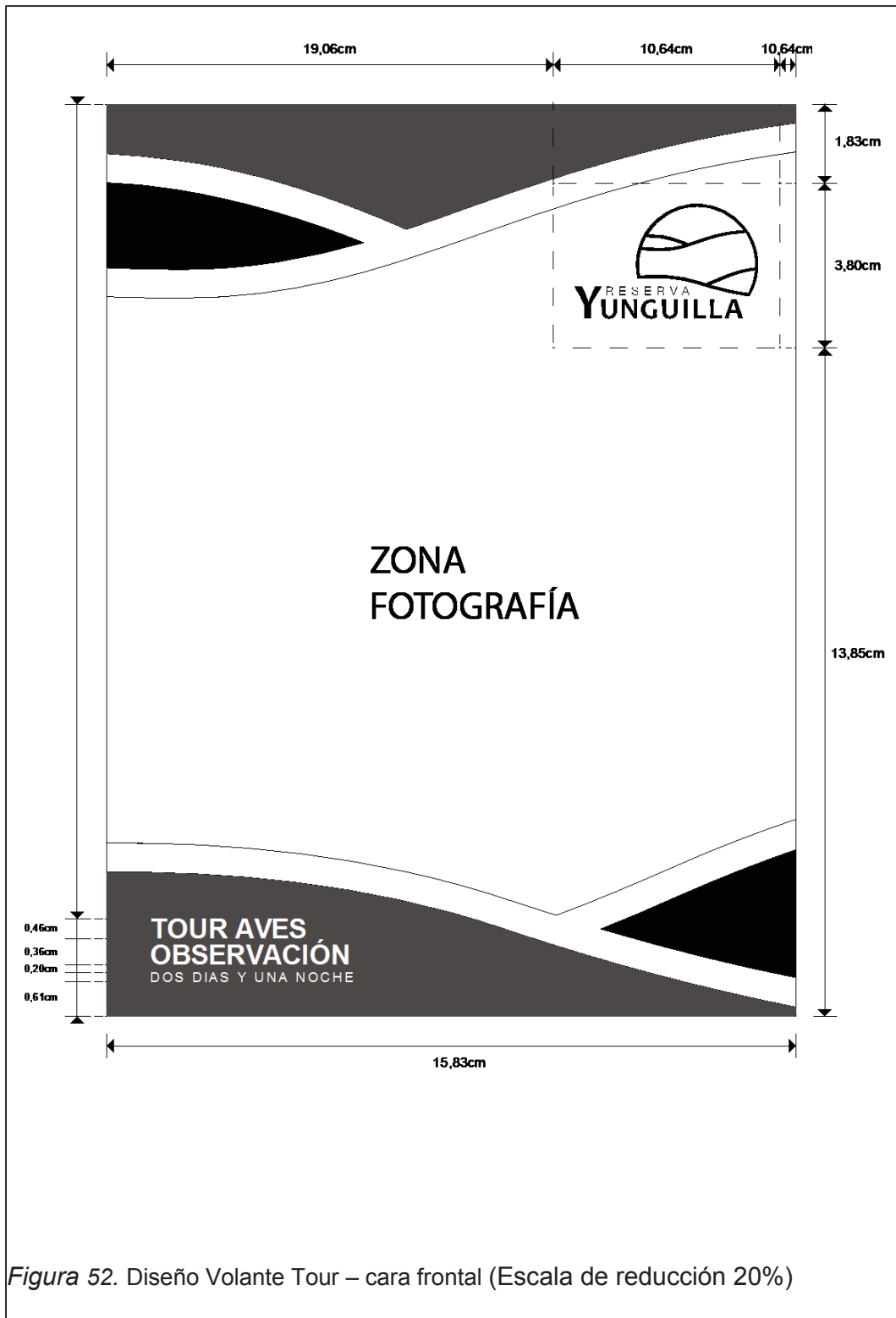


Figura 52. Diseño Volante Tour – cara frontal (Escala de reducción 20%)

## VOLANTE TOUR

### Cara Posterior

**Conozca y aprende sobre las especies de aves existentes en la zona del bosque nublado**

**ACTIVIDADES**

- Visitar el mirador El Chocal
- Caminatas guiadas por el bosque nublado
- Observación de aves
- Observación flora y fauna
- Disfrutar de un refrescante baño en los ríos y cascadas del lugar

**ITINERARIO**

**DIA UNO**

- Bienvenida y charla de la organización comunitaria
- Desayuno
- Salida en camioneta hasta Chichipunta
- Visita mirador El Chocal
- Caminata por vías utilizadas antiguamente para el comercio y el intercambio de productos entre etnias de la sierra y la costa
- Tiempo para tomar el box lunch
- Observación de gran cantidad de especies de aves y flora de la zona
- Llegada a la Reserva de Maquipucuna por donde cruza el río Umachaca
- Tiempo para tomar un refrescante baño

**DIA DOS**

- Ordeño de vacas (opcional)
- Desayuno
- Visita el mirador del Chocal
- Caminata por el sendero de los Culuncos
- Almuerzo en la comunidad con productos propios de la zona

**Incluye:**  
 Entrada al bosque primario, Alimentación (2 comidas),  
 Transporte al interior de la comunidad, Guía local  
 Transporte Maquipucuna - Yunguilla, Guía local

**PRECIO**  
 USD 100,00 por persona  
 Mínimo 5 personas

**NO INCLUYE**  
 12%IVA y servicios adicionales

*Figura 53. Diseño Volante Tour – cara posterior (Escala de reducción 10%)*

## Construcción Gráfica

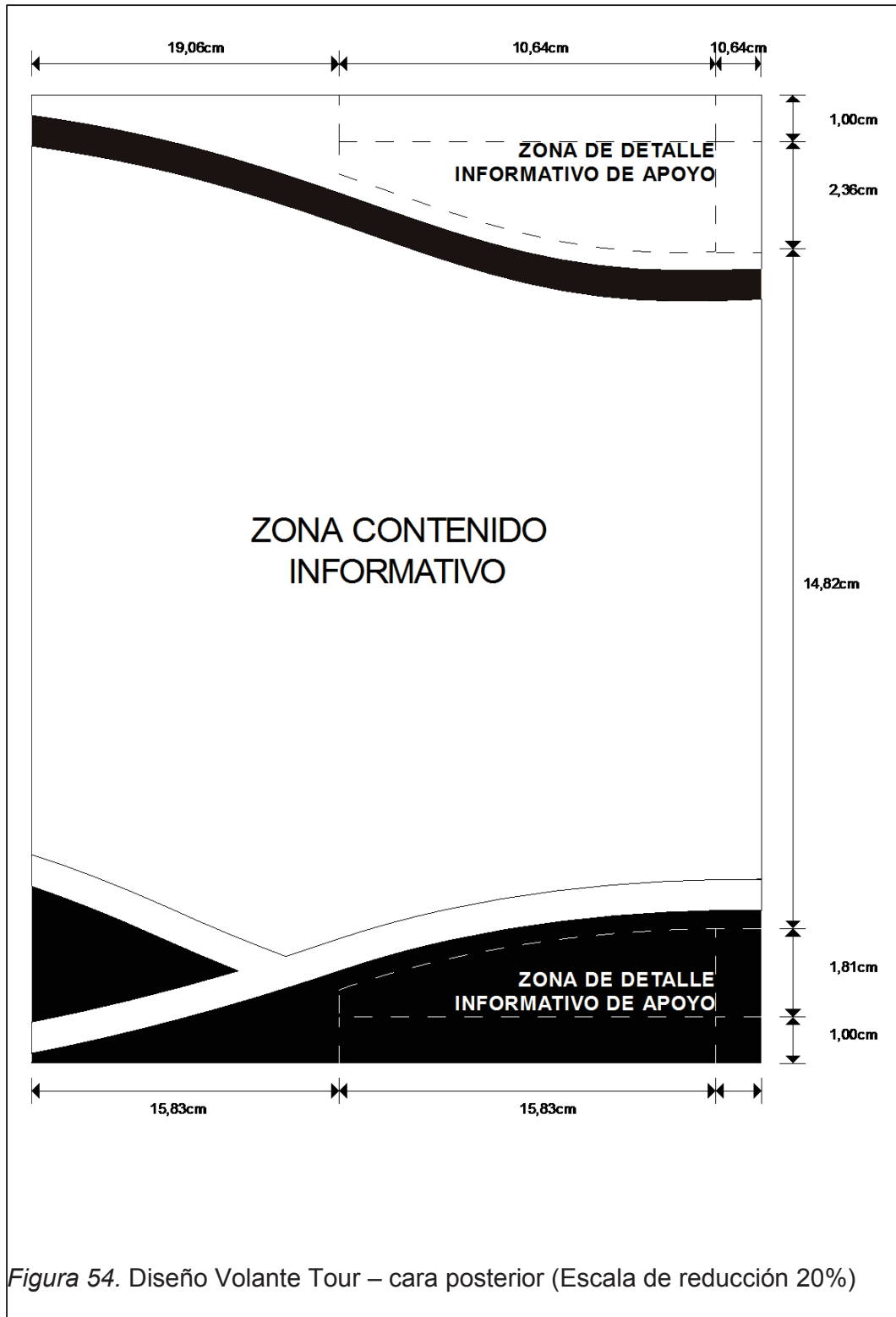


Figura 54. Diseño Volante Tour – cara posterior (Escala de reducción 20%)

## Etiquetas Mermeladas

Las etiquetas se manejarán con dos diseños: uno para la tapa del envase y otro para la cara de vidrio. Las mermeladas disponibles son de cuatro sabores: Frutilla, Uvilla, Chigualcan y Mora. Presentación de 300 gramos.

### Diseño Etiqueta Envase

(Escala de reducción 10%)



Figura 55. Diseño Etiqueta mermelada (Escala de reducción 10%)

## Construcción Gráfica

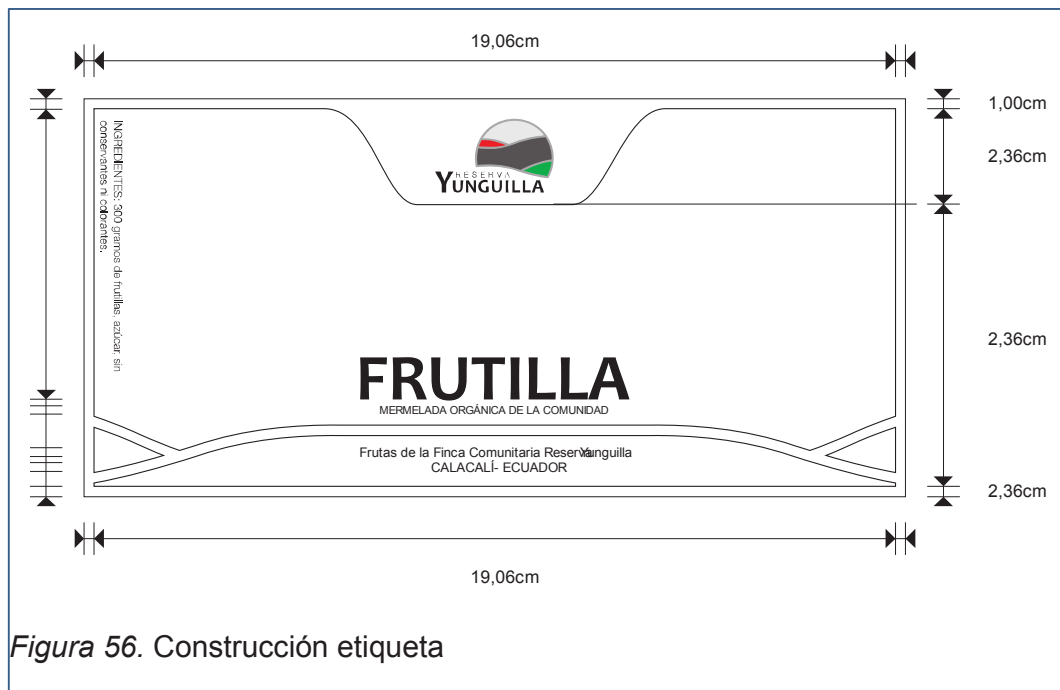


Figura 56. Construcción etiqueta

## Etiqueta Tapa Envase



Figura 57. Diseño etiqueta tapa envase mermelada (Escala 1:1)

## Construcción Gráfica

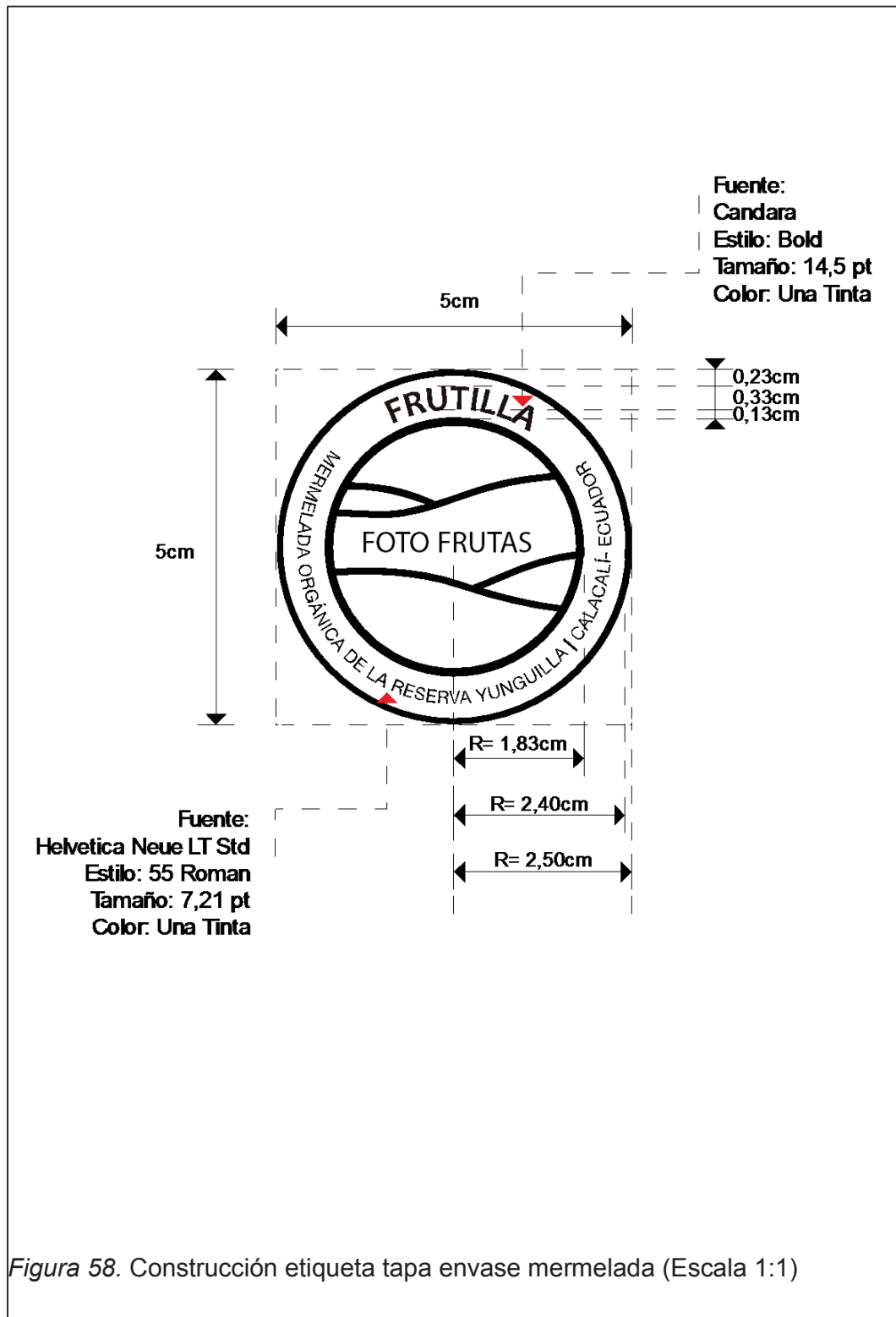


Figura 58. Construcción etiqueta tapa envase mermelada (Escala 1:1)

## Etiqueta Quesos

Etiqueta para la parte superior del empaque de quesos. La impresión 4 colores para etiqueta adhesiva troquelada para empaque plástico o en tarrina.

### Etiqueta Queso



Figura 59. Diseño etiqueta quesos (Escala 1:1)

Construcción Gráfica

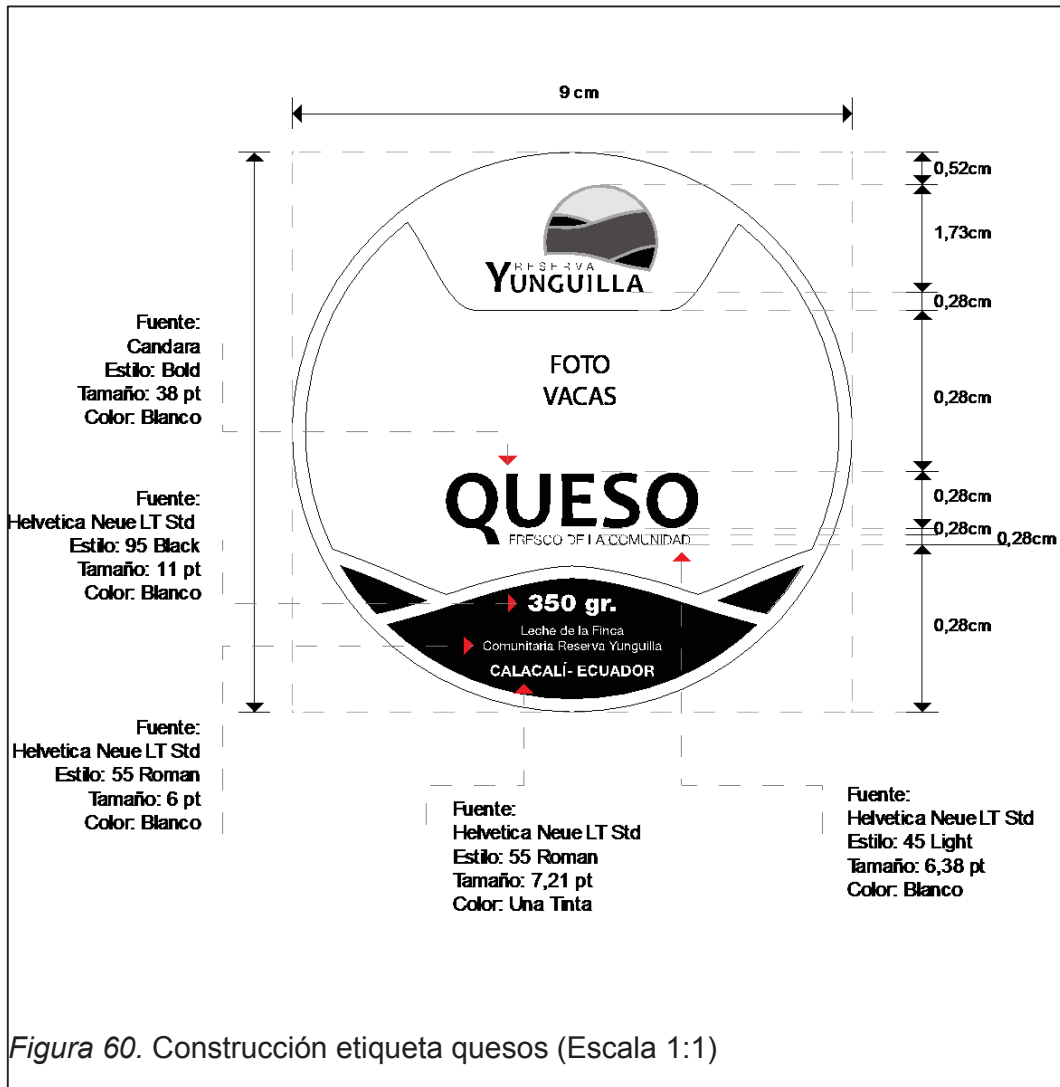


Figura 60. Construcción etiqueta quesos (Escala 1:1)

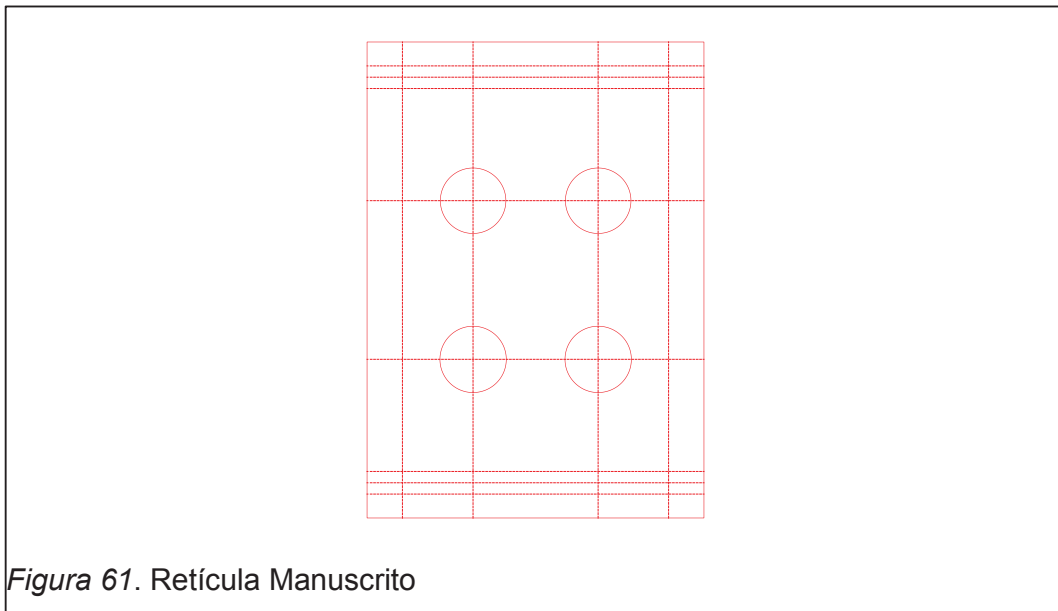


## 5.2. Diseño del Manual de Identidad Corporativa

### 5.2.1 Estructura y retícula de construcción

Para el diseño de la marca de Yunguilla se utilizó la Retícula de Manuscrito, con su estructura principal (margen y texto) y estructuras secundarias (como folio, título de capítulo, imágenes y textos) para lograr la uniformidad de la composición, claridad, accesibilidad, y comprensión del contenido.

#### Retícula del Manuscrito



Y la **Retícula Jerárquica** que sirvió para coordinar los distintos elementos informativos como textos, imágenes, gráficos, tablas, jerarquía de títulos y subtítulos, apartados informativos específicos de distintas alineaciones y proporciones.

### 5.2.3 Partes del Manual

Este manual consta de las siguientes partes:

Tabla 7. Contenido Manual

Índice detallado del contenido	Terminología básica
Importancia y necesidad de identidad	Presentación y reseña histórica de la empresa
<b>Elementos Básicos</b>	
Logotipo e isotipo Signos de identidad	Espacios de seguridad(aire, espacios alrededor del logotipo)
Retículas	Estudio del tamaño
Medidas y proporciones	Tipografías y sus aplicaciones
Versiones verticales y horizontales	Usos incorrectos
<b>Colores Corporativos</b>	
Normativa general: colores Pantone y cuatricromía	Normativa cromática según el fondo Variaciones de color.
Variaciones cromáticas del logotipo	Usos indebidos de color
<b>Papelería corporativa</b>	Se explican las condiciones de aplicación del logotipo y la diagramación sobre los soportes de papel tradicional.
<b>Publicidad y aplicaciones generales.</b>	
Determinación de formatos y soportes	Aplicaciones sobre productos, y embalajes.
Sistema de retícula	Aplicaciones específicas
Aplicación sobre material promocional.	
<b>Señalética de la reserva</b>	

### 5.3 Diseño de la señalética de Yunguilla

Para el diseño de la señalética, se tomó en cuenta “El Manual Señalético para el Turismo ecuatoriano”, Contiene normas y directrices de diseño necesarias para la implementación del sistema de señales.

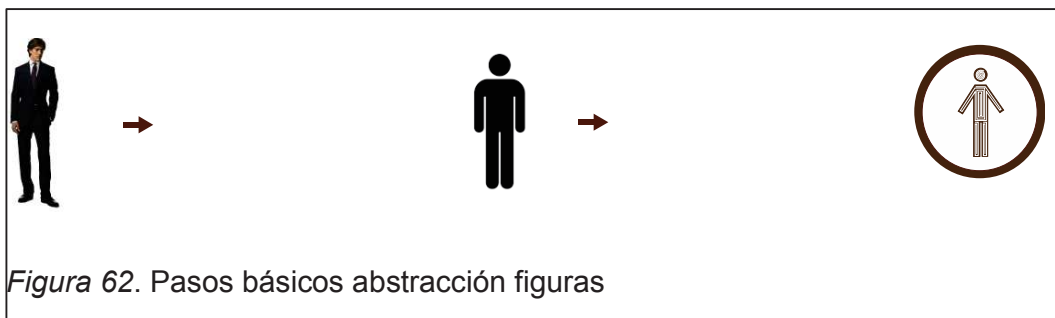
Está dividido en:

Tabla 8. Contenido Señalética

Presentación	
Uso de elementos gráficos	Pictogramas, retículas de construcción, especificaciones
Tipografía	Fuente, tamaño, grosor, variables permitidas, criterios de uso
Código Cromático	colores, restricciones, usos debidos, indebidos, fondos
Módulos de las señales indicaciones de construcción, planos constructivos	En esta sección se ubican las retículas que podrán ser utilizadas para la construcción de señales dentro del sistema y el acomodo de los elementos dentro de ellas. Alturas y sistemas de sujeción
Ubicación	Distancia, altura, especificaciones
Sistemas de sujeción y anclaje	Material, especificaciones
Fichas técnicas	
Observaciones	

### 5.3.1 Pictogramas

Los pictogramas en Yunguilla están basados en una simplificación gráfica que se relaciona con la misma simplificación del logotipo. Cada uno de los pictogramas tiene un estudio previo para simplificar a partir del objeto real, continuar con el pictograma universal y luego continuar con los rasgos geométricos y espirales.



Están divididos de acuerdo Reglamento Técnico de Señalización Vial RTE INEN 004 y sus partes 1, 3 y 4

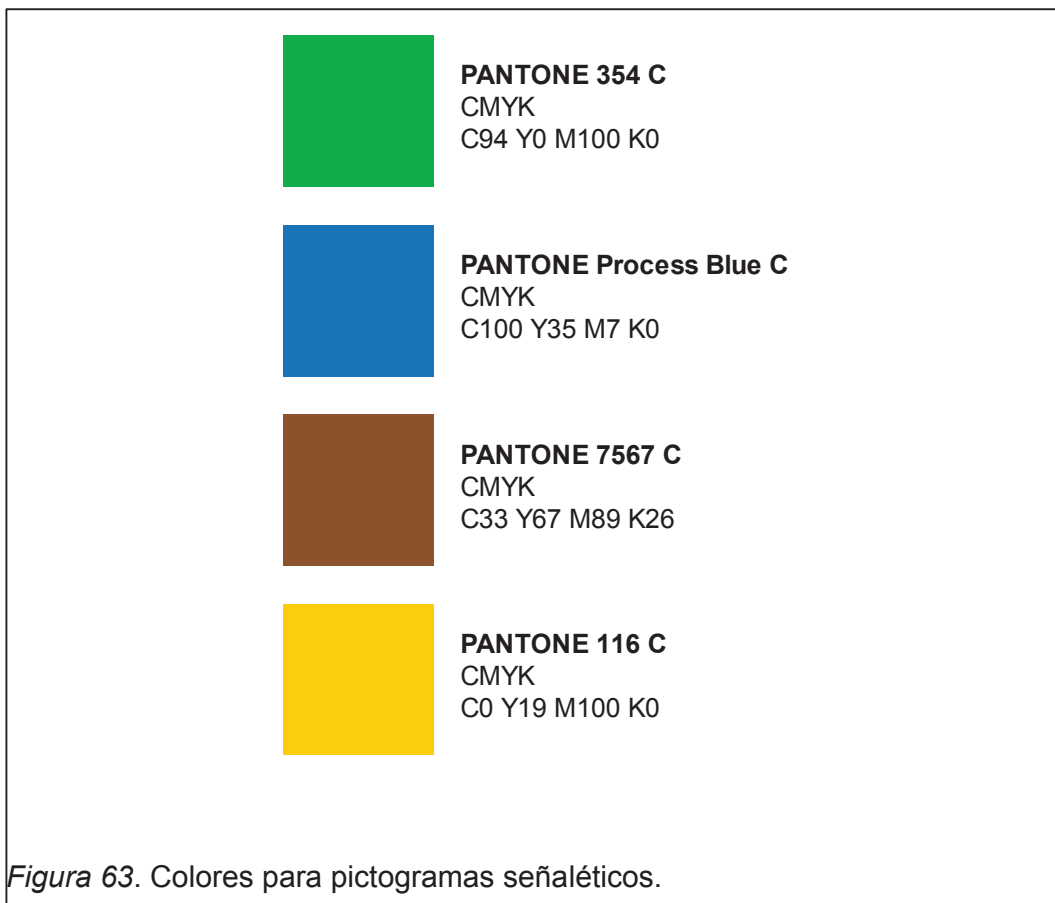
Tabla 9. Componentes Gráficos

Componentes gráficos	Observación de Aves. Observación de Flora Viveros Orquidearios
Vista Panorámica	Bosque. Cascada, Volcán
Turismo Comunitario	Artesanías. Viveros. Orquidearios. Pequeña industria de mermeladas. Queseras. Artesanías de madera.
Pictogramas de	El bosque nublado,

atractivos naturales.	Senderos, Cascada Ríos
Pictogramas de atractivos turísticos culturales	Los coluncos, Orquideario, Vivero
Pictogramas de actividades turísticas	Excursiones. Ciclismo Turístico. Senderismo. Fogatas. Camping. Picnic
Pictogramas de apoyo a los servicios turísticos	Silencio. Servicios Higiénicos Basurero Teléfono. Primeros Auxilios
Preventivos:	Suelo Inestable Bajada Peligrosa
Restrictivos	Solo Personal Autorizado  No Fogatas  No Acampar  No Botar Basura  No Bicicletas  Prohibido  No Tocar Plantas

Cada grupo de pictogramas usa una cromática diferente para diferenciarlos entre sí. Las cromáticas están basadas en el color de Yunguilla y en los colores referenciales del Ministerio de Turismo en su manual de señalética turística.

La carta de Color para los diferentes pictogramas son: Pantone 354 C, Pantone Process Blue C, Pantone 7567 C.



Los pictogramas se crean sobre un círculo inscrito en un cuadrado. La cuadrícula interna consta de 9 divisiones vertical y horizontal. El tamaño de creación es de 6u x 6u. La línea gráfica se basa en una adaptación de las líneas de isotipo a los pictogramas en la medida que la geometría de la expresión lo permite.

El área permitida para el uso del pictograma dentro de un espacio es de 11x, mientras que el área de respeto para el uso del pictograma dentro de la circunferencia es de 1x ,en el lado izquierdo y derecho así como también desde la parte superior mientras que la parte inferior es de 3x.

Cada pictograma va ubicado dentro de un letrero el cual mantiene una forma rectangular de 90cm x 30cm y contiene el texto de información de cada pictograma y un círculo de 20cm de radio donde está ubicado el pictograma que posee un relieve de 2cm desde la superficie del rectángulo.

### Bocetos iniciales de pictogramas

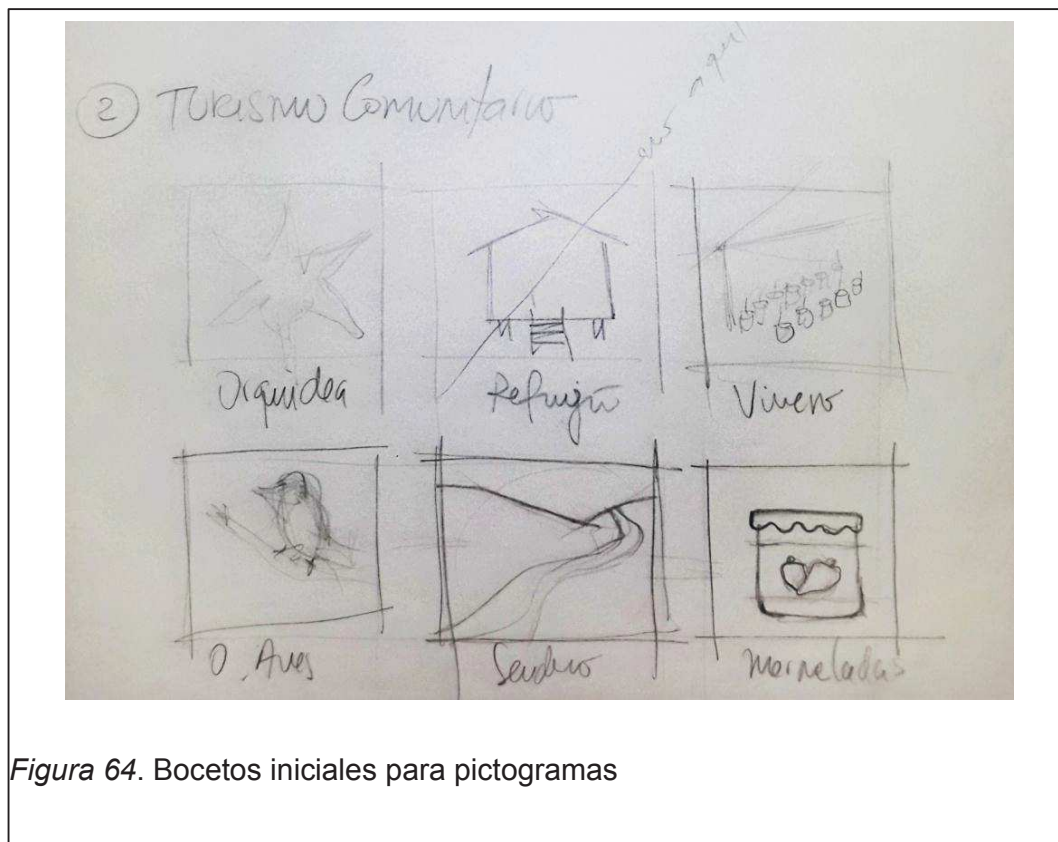


Figura 64. Bocetos iniciales para pictogramas

Adaptación de líneas del isotipo como guía de estilización

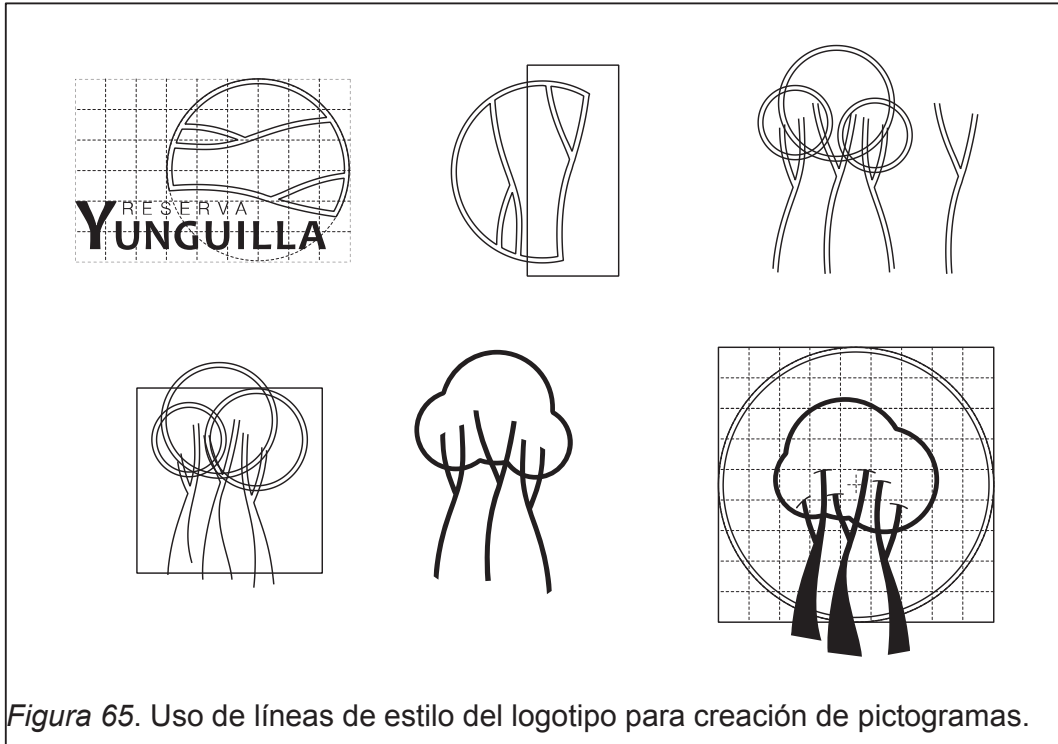


Figura 65. Uso de líneas de estilo del logotipo para creación de pictogramas.

Generación de siluetas basadas en fotografías de animales.

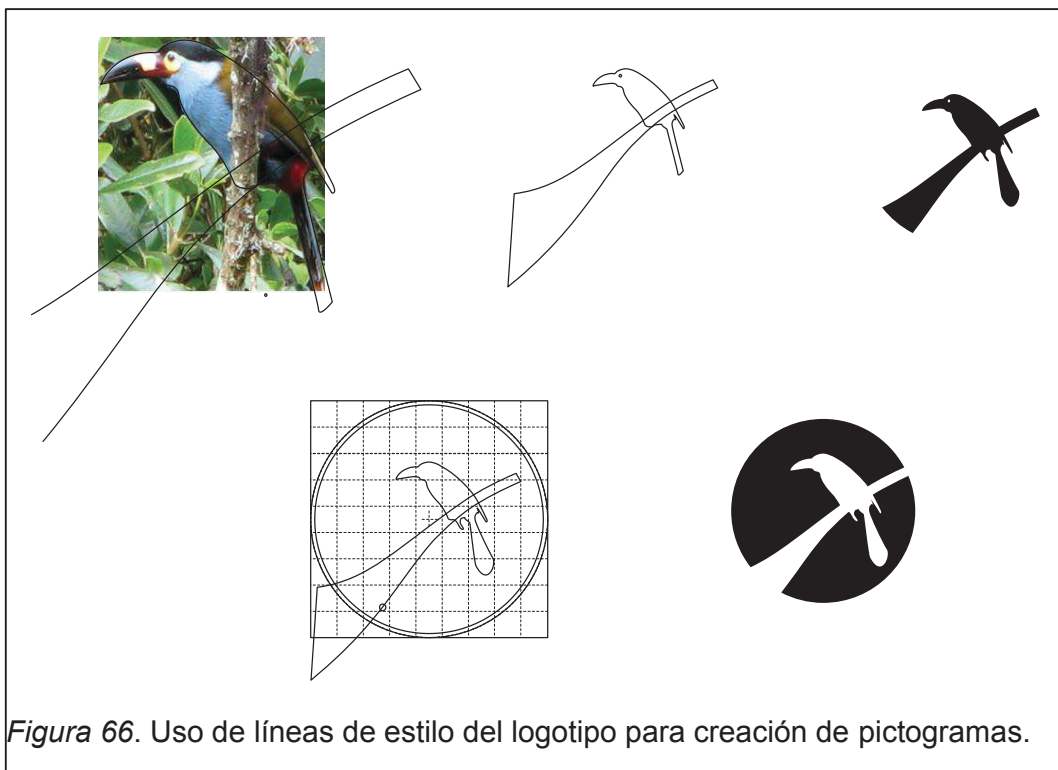


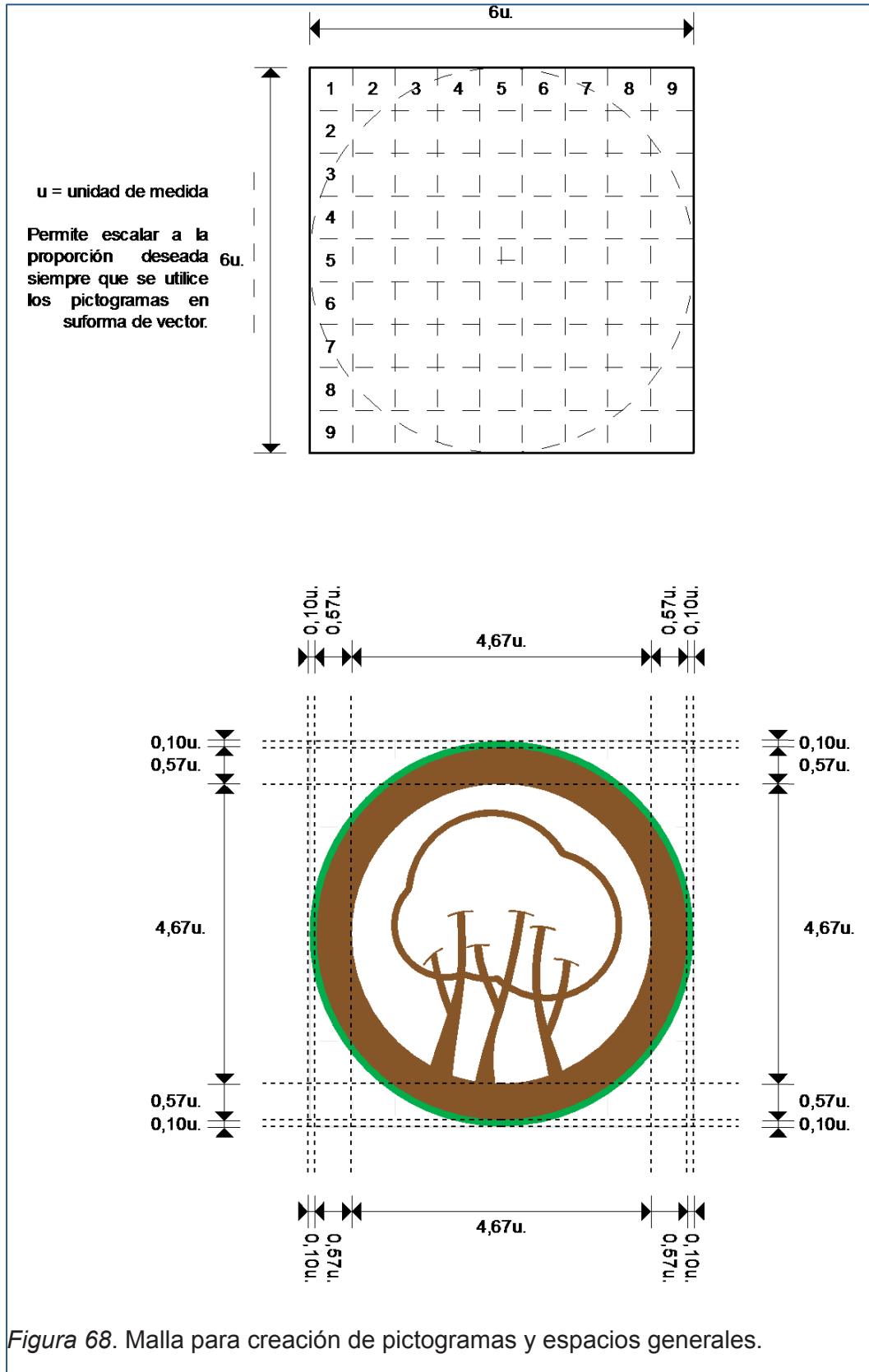
Figura 66. Uso de líneas de estilo del logotipo para creación de pictogramas.



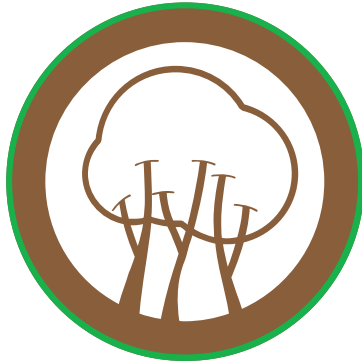
La generación de figuras antropomorfas se basa del planteamiento de estilos planteado en el Manual de Señalización del Ministerio de Turismo, específicamente en Homo Cook-Shan fue desarrollada por Roger Cook y Don Shanosky, para un primer Sistema de Señalización del Departamento del Transporte de EE.UU.



*Figura 67.* Homo Cook-Shan desarrollado por Roger Cook y Don Shanosky



## PICTOGRAMAS ATRACTIVOS NATURALES

BOSQUE NUBLADO  
PRIMARIO

CASCADA



RÍO



SENDEROS

*Figura 69.* Pictogramas atractivos naturales

**PICTOGRAMAS DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

OBSERVACIÓN DE AVES



OBSERVACIÓN DE FAUNA



CICLISMO TURÍSTICO



EXCURSIÓN



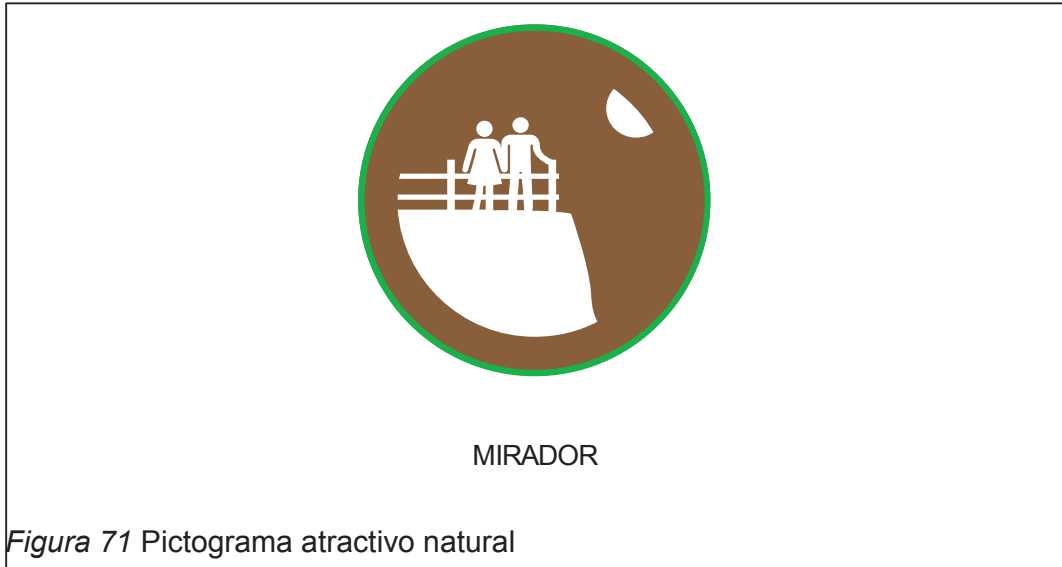
FOGATAS



CAMPING

*Figura 70. Pictogramas actividades turísticas*

### PICTOGRAMAS DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS



### PICTOGRAMAS DE ATRACTIVOS CULTURALES



### PICTOGRAMAS DE APOYO DE SERVICIOS



TIENDA COMUNITARIA



INTERNET



TELÉFONO



SILENCIO



BAÑOS



BASURERO

Figura 73. Pictograma apoyo de servicios

## PICTOGRAMAS DE APOYO DE SERVICIOS



INFORMACIÓN



PRIMEROS AUXILIOS



REFUGIO



COMUNIDAD



SALÓN COMUNITARIO

*Figura 74. Pictograma apoyo de servicios*

**PICTOGRAMAS PREVENTIVOS**

SUELO INESTABLE



BAJADA PELIGROSA

*Figura 75. Pictograma apoyo de servicios*



## PICTOGRAMAS RESTRICTIVOS



NO FOGATAS



NO BICICLETAS



NO BOTAR BASURA



NO CAMPING



NO TOCAR LAS PLANTAS

SOLO PERSONAL  
AUTORIZADO*Figura 76. Pictogramas restrictivos*

### 5.3.2. Señales sobre Poste

Las señales están compuestas por el pictograma, el texto explicativo y poste. La madera a utilizar es ciprés o aliso reciclado. Se utilizan dentro del área de la reserva ubicándolos en los lugares estratégicos determinados por los guías turísticos.

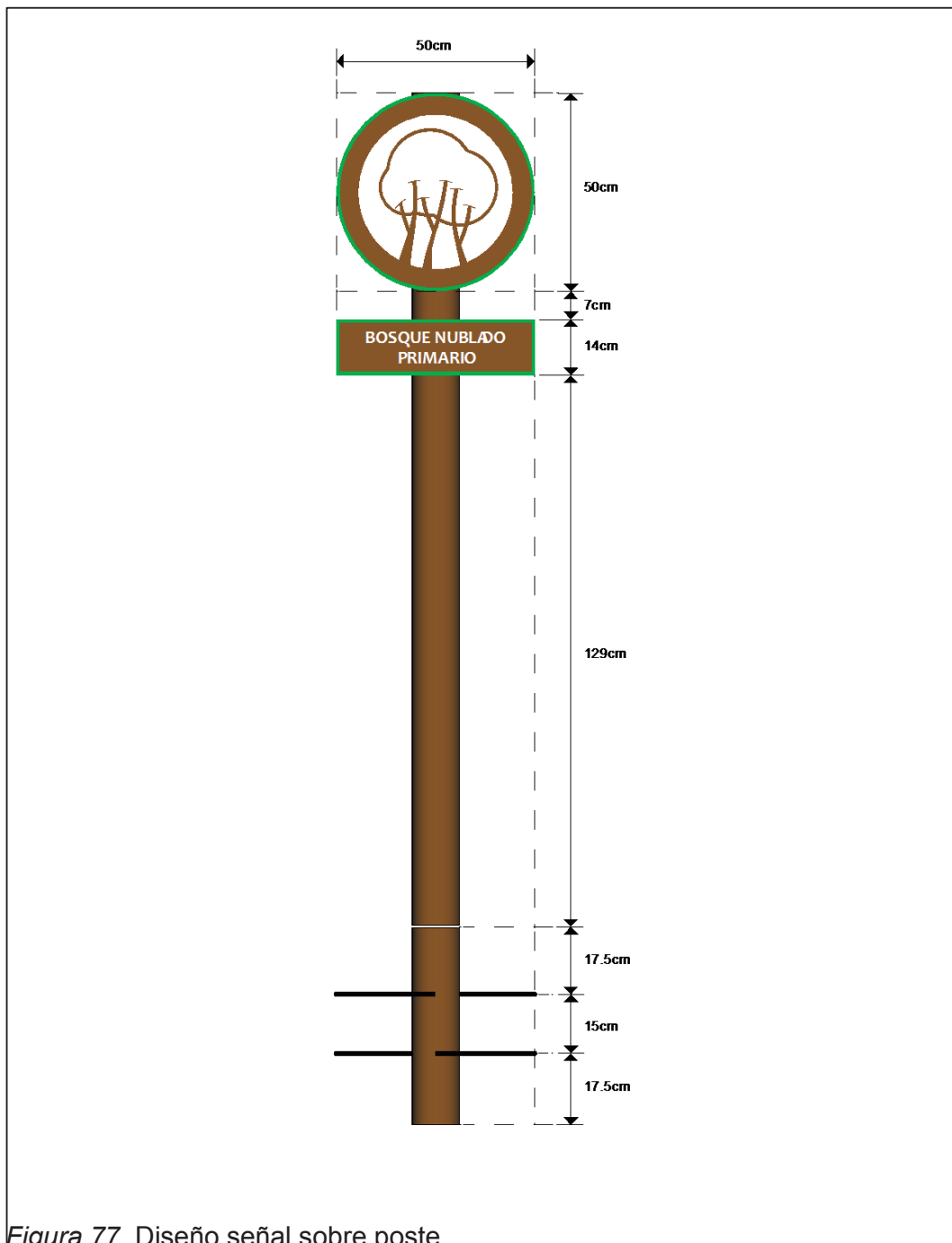


Figura 77. Diseño señal sobre poste.

## DETALLE CONSTRUCTIVO

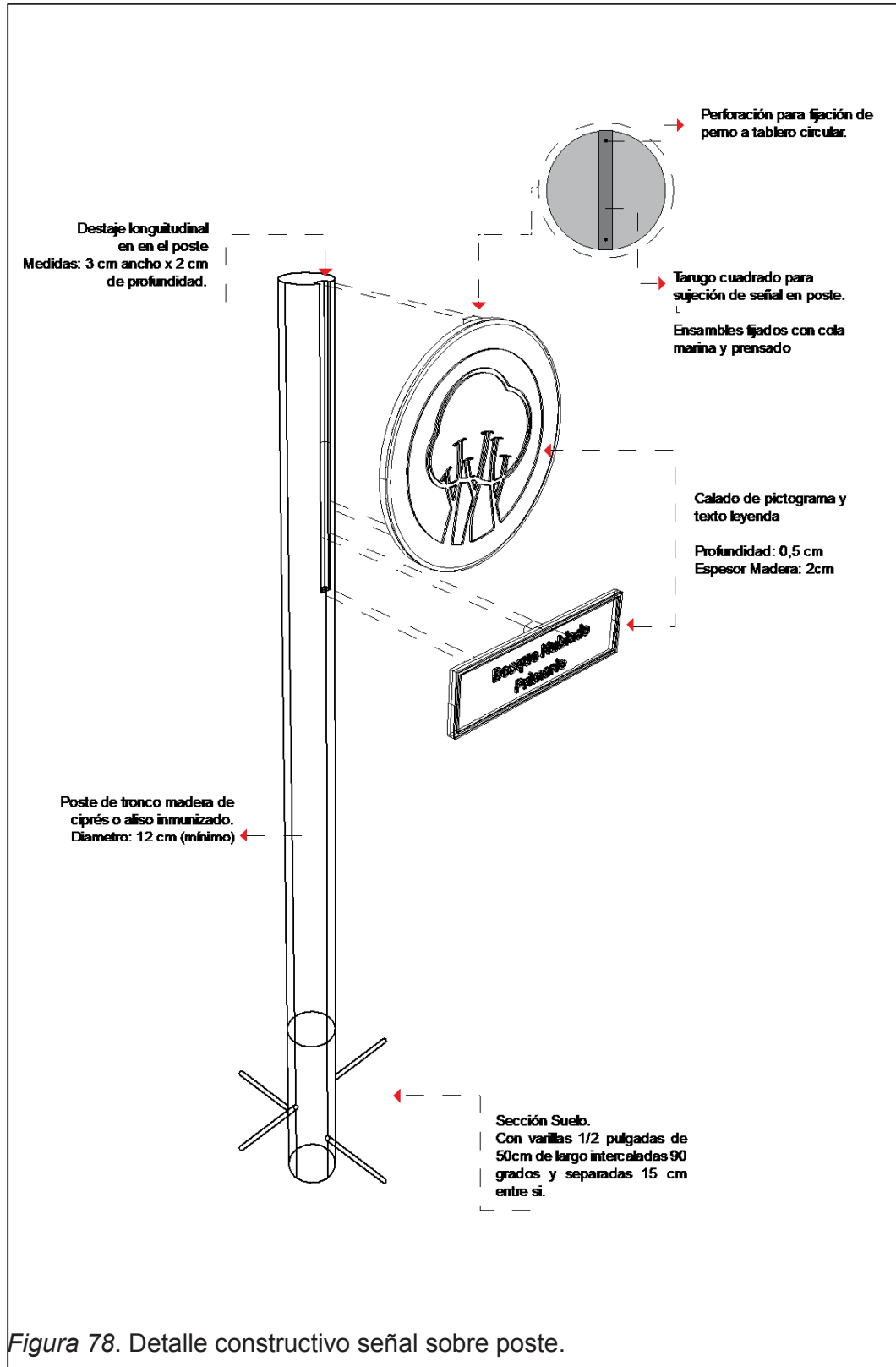


Figura 78. Detalle constructivo señal sobre poste.

### 5.3.3. Paneles Informativos

Los paneles informativos serán de dos tipos:

- La señal de pared el cual ayudará a los turistas a informarse sobre el lugar en el cual se encuentran.
- El tótem direccional permitirá ubicarse y seguir las instrucciones de dirección para llegar a los lugares indicados.
- El tótem de ubicación en donde se mantendrá una imagen del lugar, una explicación sobre la historia de Yunguilla y también un mapa de ubicación con el punto en donde está ubicado en ese momento.

Se respetarán ciertos espacios en el letrero como son el espacio entre el soporte circular y el pictograma, el espacio para el texto y el área de respeto para el uso del texto.

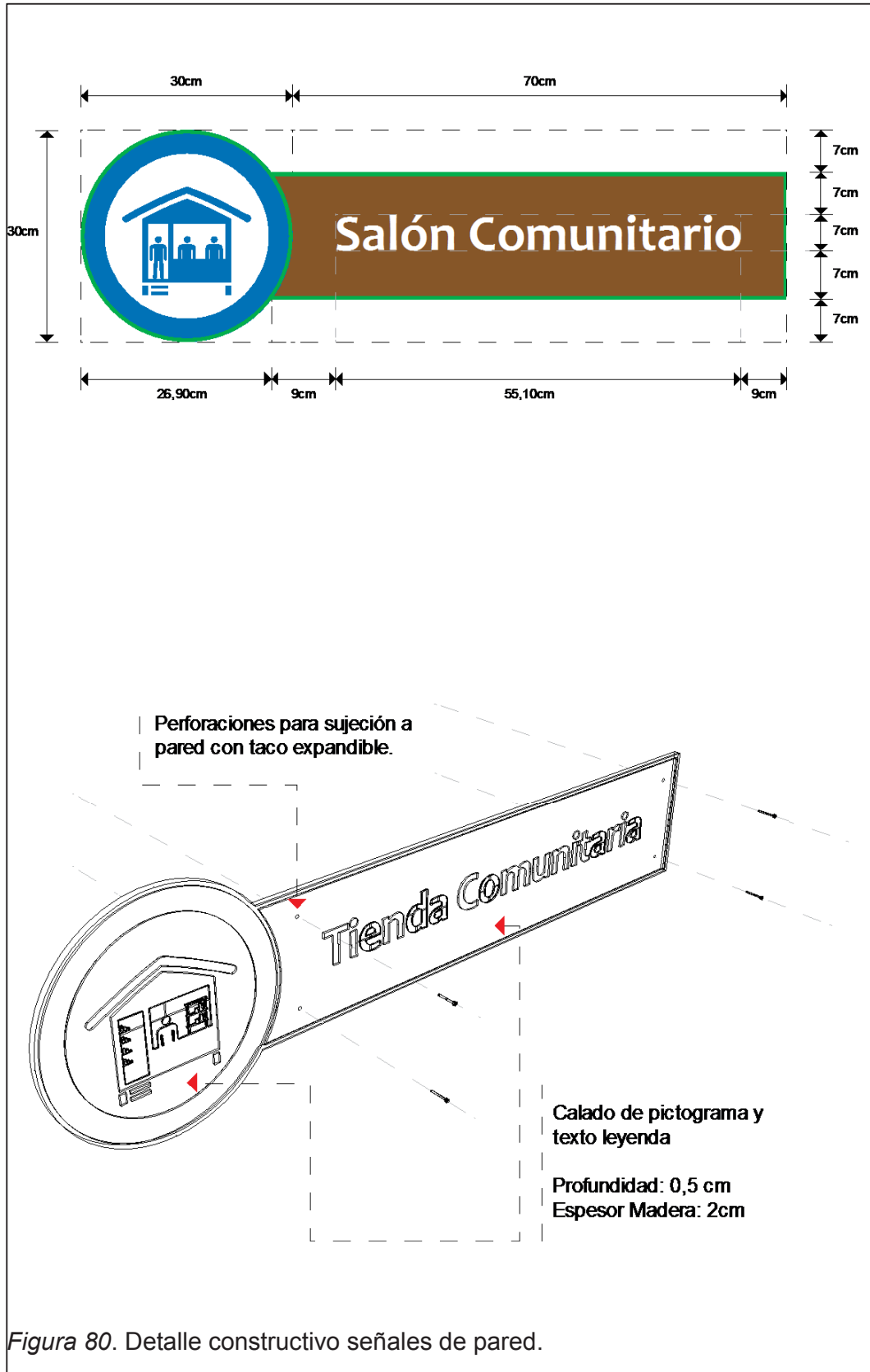
- La tipografía usada que se ubicará en los letreros es la misma permitida en el manual corporativo llamada **CANDARA BOLD**
- Estará proporcionada al ángulo de visión de las personas. La altura mínima de las letras será de 20mm y se la usará en letras mayúsculas.
- El texto estará justificado a la izquierda con 9 cm de separación del pictograma. Manteniendo un centrado vertical respecto a la señal.

#### 5.3.3.1 Señal de Pared

Las señales están compuestas del pictograma correspondiente y el texto que lo acompaña en la parte lateral sobre un solo cuerpo de madera. La madera a utilizar es ciprés o aliso reciclado. Se utilizan dentro del área de la reserva ubicándolos en las paredes al costado del ingreso principal o parte superior.



Figura 79. Diseño de señales de pared.



**Estructura:**

El Soporte estará elaborado en Madera, se utilizarán tornillos de acero inoxidable para la unión de los letreros con el soporte y taco de expansión.

**Dimensión:**

La dimensión de la señal será de 30cm x 100cm.

**Espesor:**

Cada pieza de madera tendrá un espesor de 2cm.

**Sistema de Anclaje:**

El anclaje entre piezas se lo hará con tornillos de acero inoxidable para la unión de los letreros que ingresaran a un hueco en la pared que incluye un taco de expansión para asegurar el agarre.

**5.3.3.2 Tótem Direccional**

Está compuesto de varios pictogramas, el texto descriptivo y el indicador de dirección en forma de flecha. La madera a utilizar es ciprés para el poste, y un tablero armado de madera reciclada. Se utilizan dentro del área de la reserva ubicándolos en las intersecciones o espacios de senderos que necesitan información de dirección.

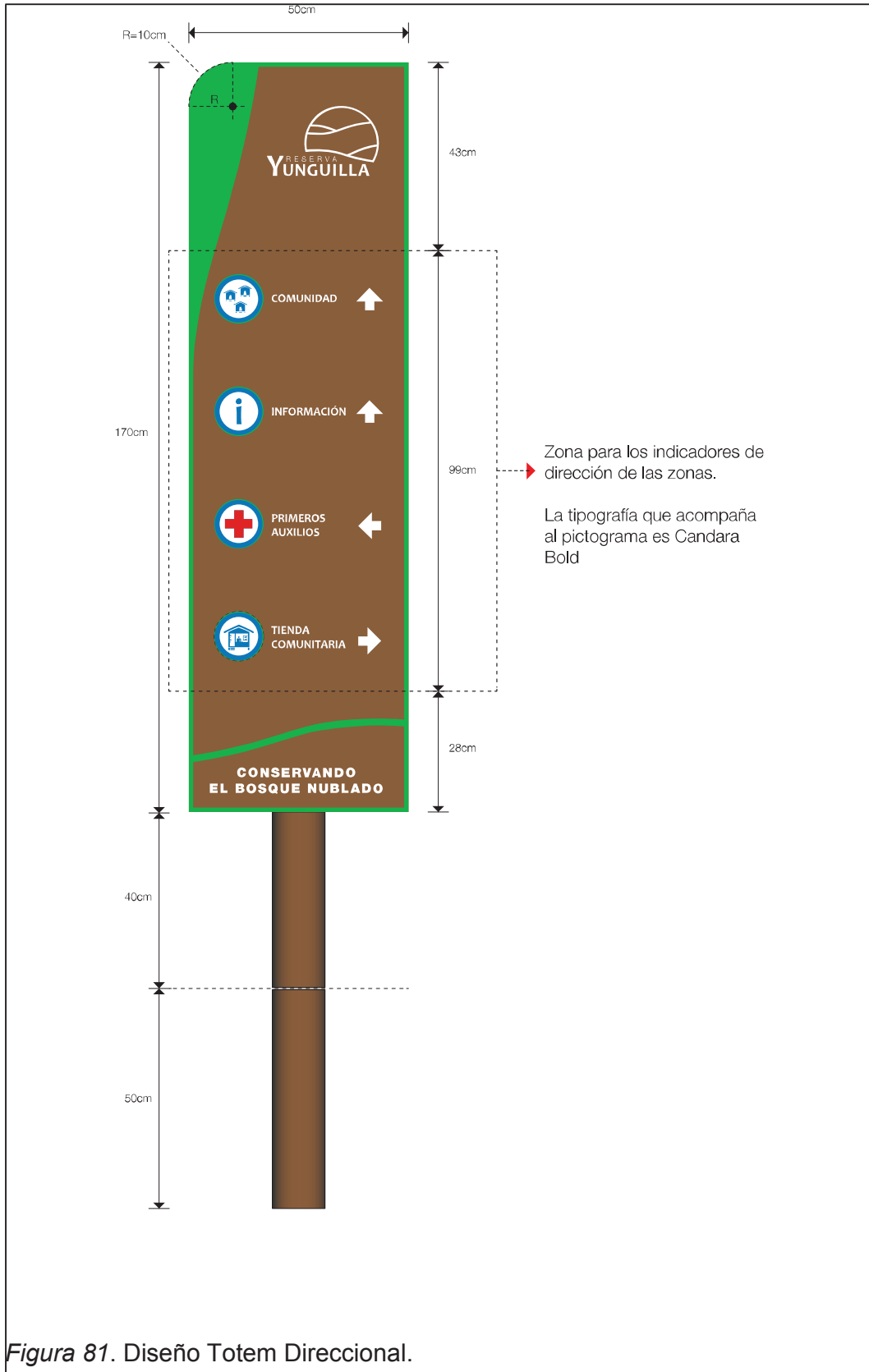


Figura 81. Diseño Totem Direccional.



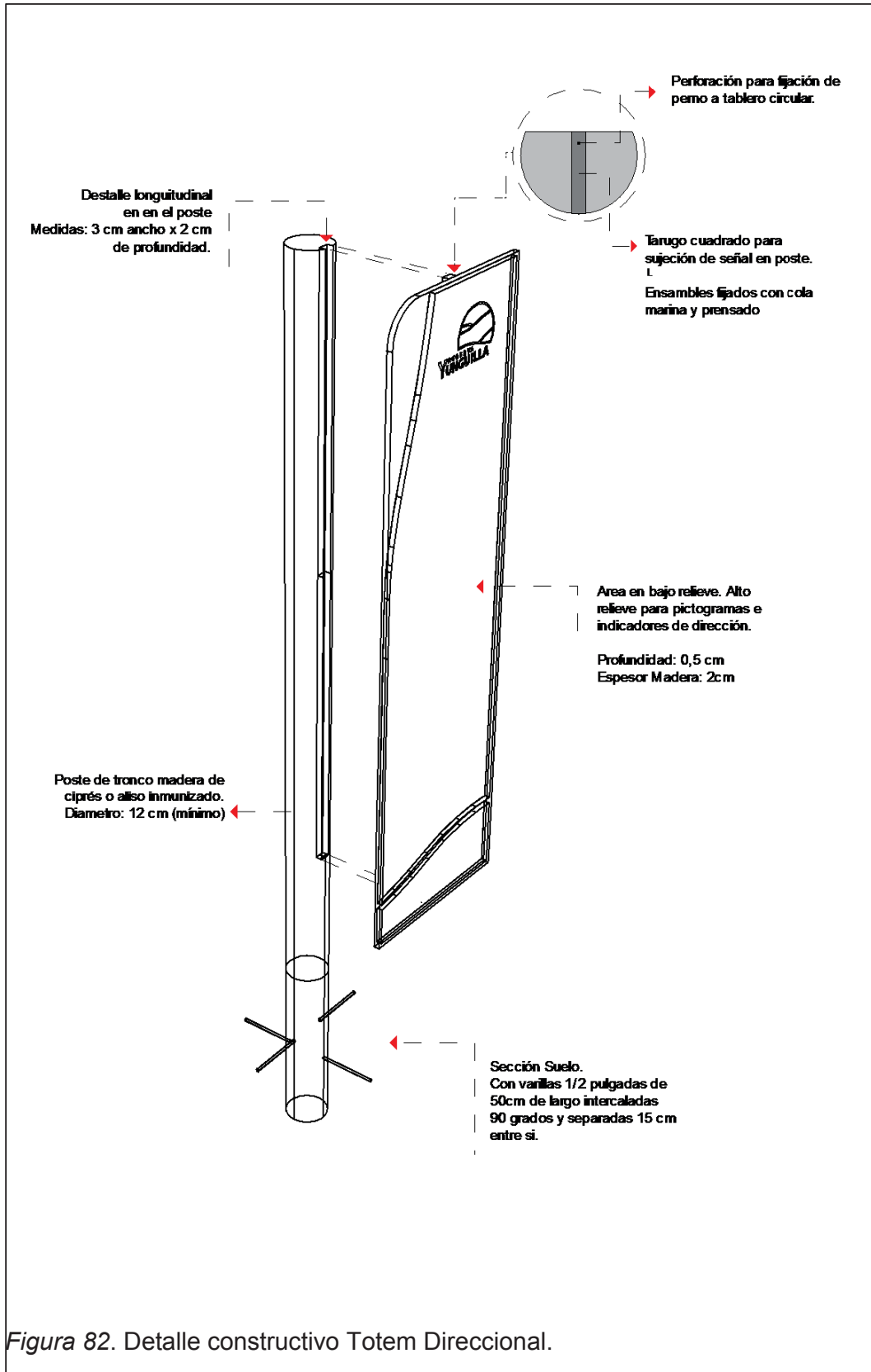


Figura 82. Detalle constructivo Totem Direccional.

**Estructura:**

Madera reciclada. Poste tronco de madera de ciprés inmunizado con dos soportes juntos para la mayor resistencia de los letreros, pernos de acero inoxidable para la unión del soporte y letreros. Varillas para anclar al suelo.

**Dimensión:**

El tronco del poste es de 12cm de diámetro x 260 de largo, con un tablero de 50cm x 220cm.

**Espesor:**

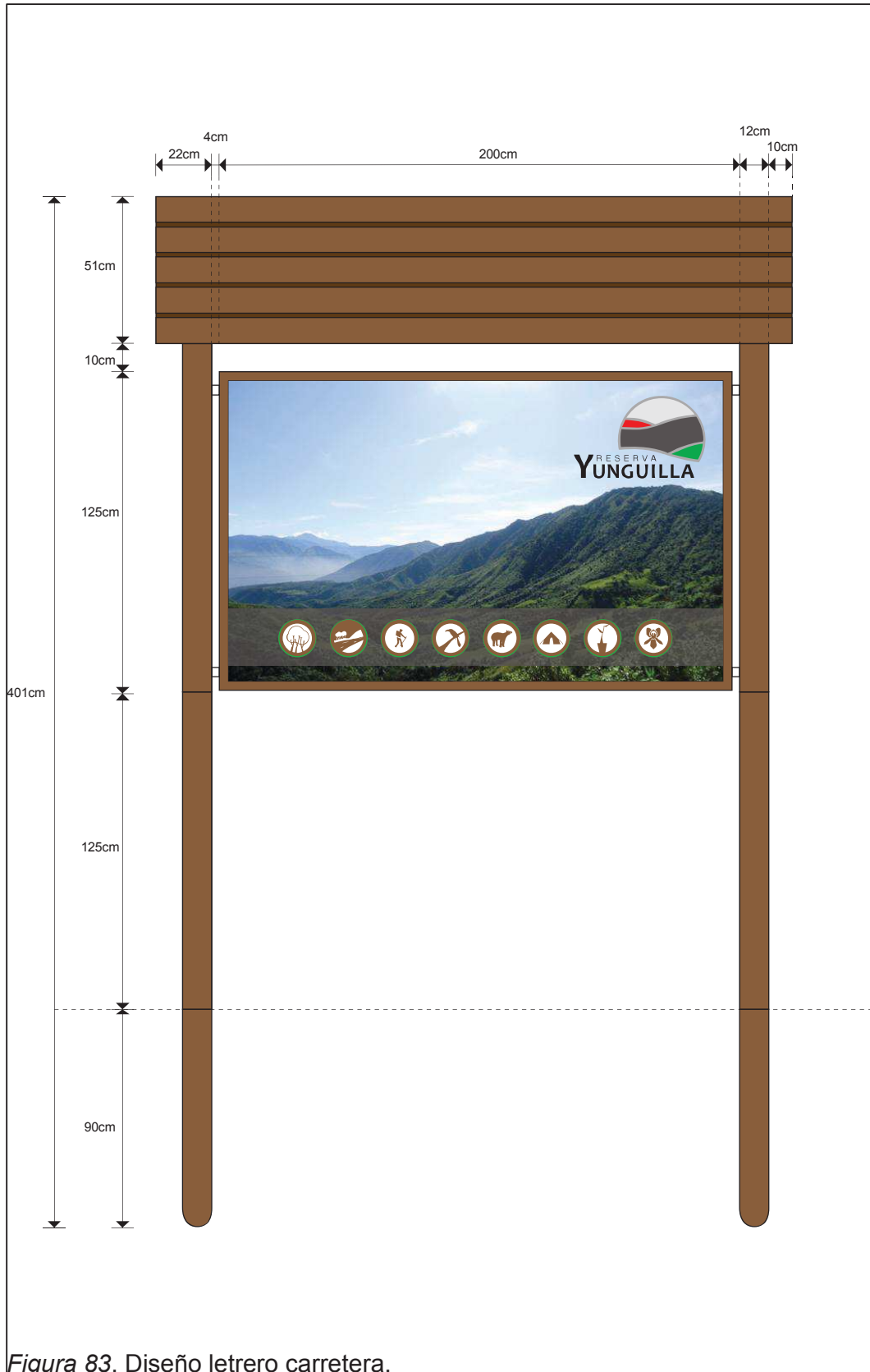
El espesor del tablero puede ser de 2 a 4cm.

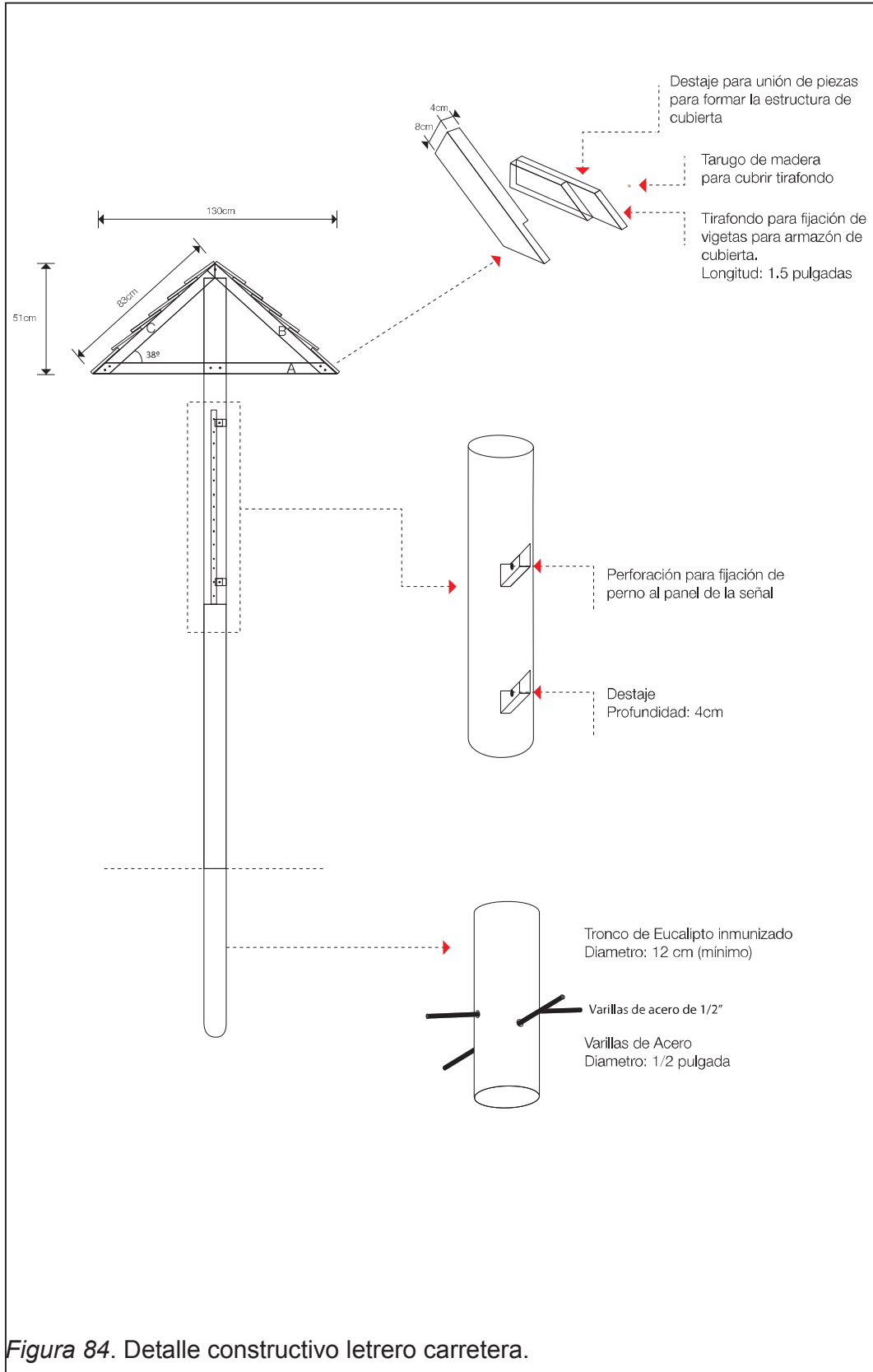
**Sistema de Anclaje:**

El anclaje entre piezas será al piso con una excavación de 50cm en el cual ingresa la base del poste con sus varillas. El poste posee un destaje longitudinal de 3cm x 2 cm del filo superior bajando 220 cm. En este ingresa el listón posterior del tablero que debe ser engomado y pegado antes de instalar.

**5.3.3.3 Letrero Carretera**

El letrero debe encontrarse a la entrada de la carretera principal. Es fabricado en madera. Los parámetros de fabricación siguen los lineamientos del Ministerio de Turismo, adaptando la parte gráfica a las necesidades visuales de la Reserva Yunguilla.





## **5.4 Manual de elaboración de objetos artesanales**

Este documento tiene por objetivo ser una guía e inspiración para la elaboración de objetos artesanales.

### **5.4.1. Elementos del manual artesanal de Yunguilla**

Para la elaboración del manual, una vez realizados los diagnósticos y detectadas las necesidades de los artesanos, se definió el producto, poseedor de un gran espíritu ecologista, tomando en cuenta los siguientes puntos básicos:

#### **5.4.1.1. Definición del oficio**

Se hace una muy corta definición de la carpintería artesanal.

#### **5.4.1.2. Características de la materia prima**

En este caso se utilizará únicamente madera de troncos, ramas y raíces desechados y reciclados de Aliso, Arrayán, Ciprés y Caña. Se hace una muy ligera descripción de los tipos de madera existentes en Yunguilla.



Figura 85. Maderas recicladas de Yunguilla.

#### 5.4.1.3. Herramientas y equipos.

Se anexa una imagen con las herramientas básicas, que debe tener el taller artesanal, su estructura, su uso correcto.



Figura 86. Herramientas Básicas

#### **5.4.1.4. Proceso Conceptual**

Se determinó el siguiente proceso para el desarrollo de propuestas conceptuales de diseño. Los siguientes pasos sirven de guía para el proceso creativo comunitario.

- **Generación de Ideas**

Esta etapa quiere enunciar un problema o una necesidad a solucionar con la creación de un objeto artesanal. Se debe anotar los antecedentes, la situación y el tipo de usuario. Hacer una lista de las ideas o posibles soluciones.

- **Revisión y Selección**

Se debe seleccionar la idea o ideas que se consideren atractivas y realizables en una primera instancia.

- **Creación de Bocetos**

Se dibuja con papel y lápiz la representación del objeto artesanal, sus formas, colores y tamaños aproximados. Se pueden crear múltiples bocetos hasta conseguir plasmar uno que satisfaga la interpretación real de la solución.

- **Refinado, Detalles y Características**

Se da más detalle al boceto final, anotando y describiendo los detalles y características que lo vuelven único y particular. Se describen las dimensiones, materiales, texturas y acabados que debería tener el objeto terminado.

- **Validación Constructiva**

En esta etapa procuramos revisar el Boceto refinado para interpretar y analizar la capacidad de fabricación del objeto, tomando en cuenta la disponibilidad de conocimiento técnico para su fabricación, materia prima, herramientas y maquinaria. En caso de no poder realizarse el objeto se

regresa a la etapa de selección para repetir el proceso con otra alternativa de solución.

- **Creación de Planos**

Una vez aprobado el Boceto Refinado para su fabricación procedemos al desarrollo de Dibujos Técnicos para explicar las dimensiones y características constructivas del objeto. Estos dibujos se los pueden hacer de manera rudimentaria con papel y lápiz utilizando herramientas de dibujo para asegurar la validez de la información. Otra opción, en caso de estar disponible, es utilizar programas computacionales como: Ilustrador, Autocad, Rhinoceros o cualquier otro que se disponga.

- **Creación de Plantillas**

Las plantillas son una representación de una parte del objeto y se utilizan para conseguir dibujar o seguir la forma representada. Pueden ser hechas con papel, cartulina, madera u otro material que permita ser trabajo para dicho fin.



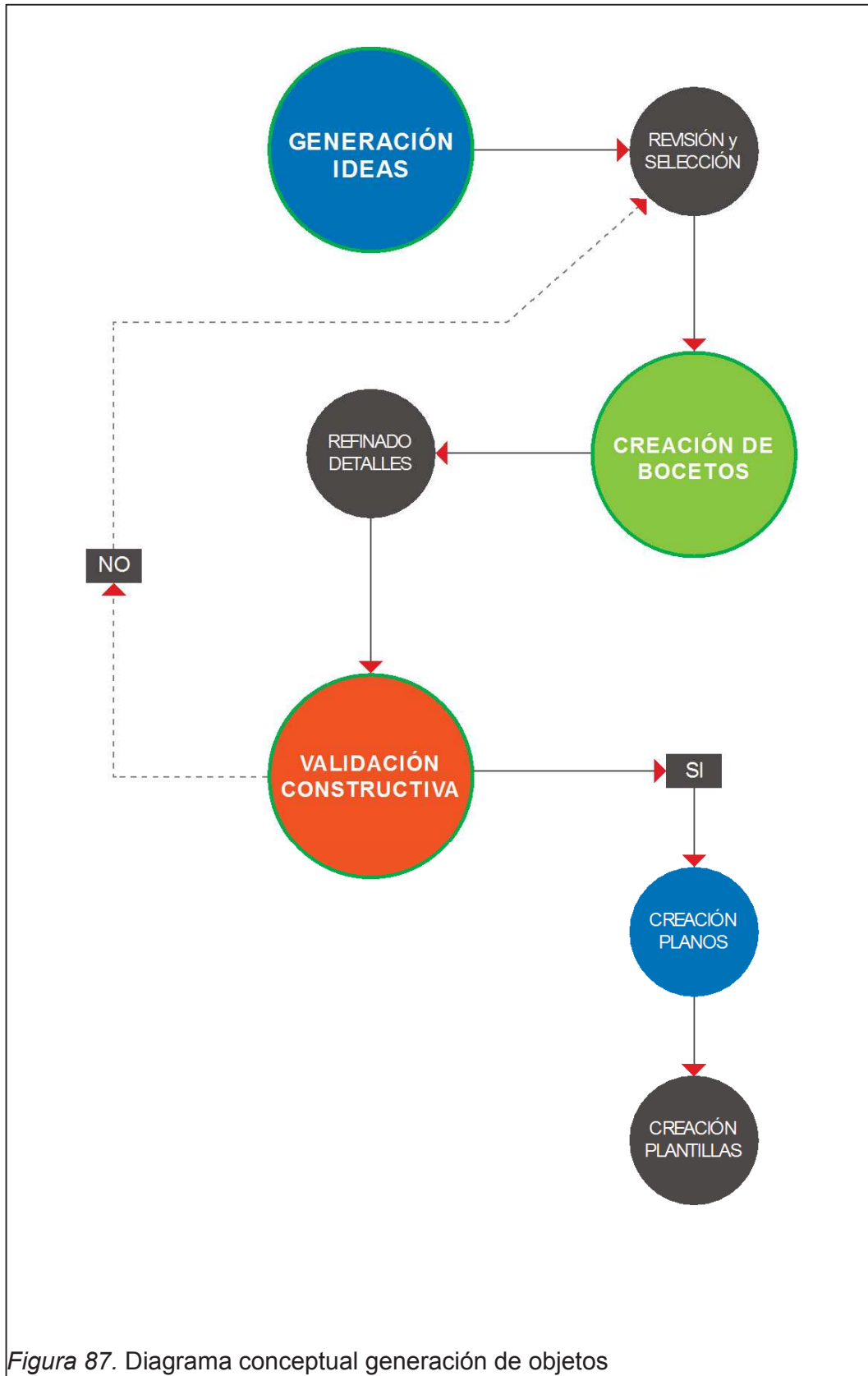


Figura 87. Diagrama conceptual generación de objetos

#### 5.4.1.5. Esquema del Proceso Productivo

La materia prima consiste únicamente de madera reciclada del bosque de Yunguilla. Se escogerá la madera de acuerdo al objeto que se vaya a construir.

Se limpia cada pieza, y se le clasifica por tamaño y especie.

- **Presecado**

Para el secado natural, se coloca la madera verticalmente sobre un objeto que le aisle del piso, haciendo castillos dejando los espacios de aireación para secar, mantenerla recta y evitar deformaciones, y bajo techo, durante un mínimo de quince días para piezas delgadas y de un mes para trozos grandes.



*Figura 88.* Presecado Madera. Comunidad Yunguilla

- **Secado**

Conviene no mezclar las especies. El programa de secado depende del tipo de especie. Se comprueba mediante el tacto, calibrando la humedad y el peso. Pues a menos humedad, menos peso. Basándose en el olor y

visualmente se puede distinguir la madera seca de la húmeda. Un buen secado evita deformaciones, cambios de color, y el pudrimiento.

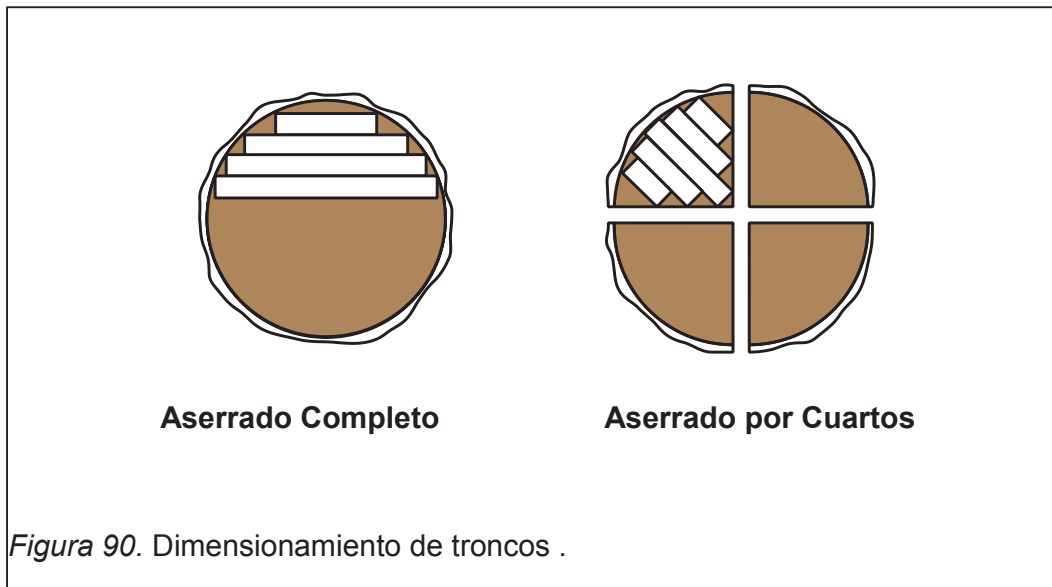


- **Dimensionamiento Previo**

Con la pieza ya seca se realiza un dimensionamiento con la cepilladora para homogenizar las piezas, darles forma básica y dejarlas listas para la elaboración del producto.

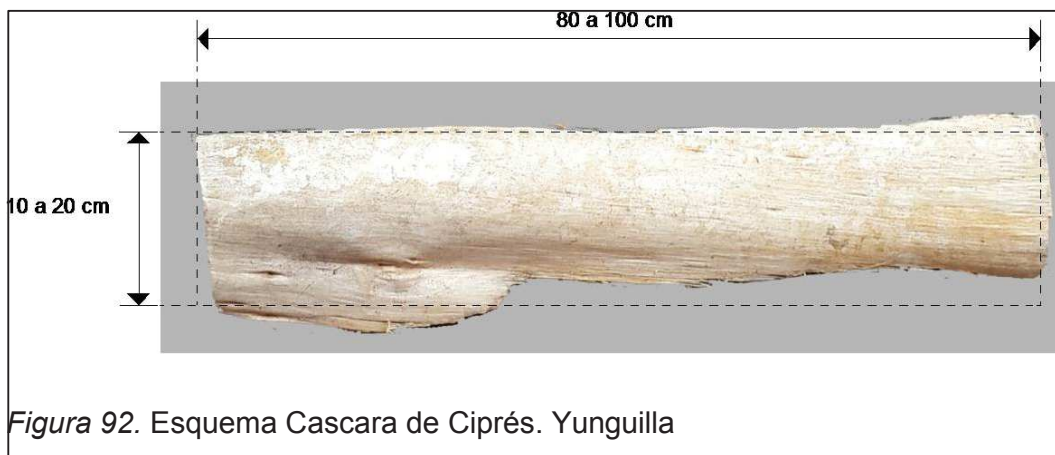
### **Dimensionamiento del Madero**

El madero deberá ser aserrado de manera completa o por cuartos para conseguir tabloncitos de 80 a 100 cm de largo x 5 cm de espesor. Aplicable para troncos de: Aliso, Aguacatillo, Cascarilla y Ciprés



### **Dimensionamiento Corteza o Cáscara del Madero**

Para poder trabajar la corteza se necesita un largo que permita manipular la pieza con las dos manos. Para esto se sugiere un largo aproximado de 80 a 100 cm. por 10 a 20 cm. de ancho. Aplicable para troncos de: Aliso, Aguacatillo, Cascarilla y Ciprés



### Dimensionamiento Listones

Al tablón se lo corta longitudinal en la Sierra de Banco para obtener listones de 5 x 4 cm por una longitud de 80 a 100 cm. Aplicable para Aliso, Aguacatillo, Ciprés, Cascarilla.



### Dimensionamiento Ramas Primarias

Las ramas primarias se cortan en la junta con el tronco. Se pueden cortar longitudinal o transversalmente. Los cortes van desde los 60 cm hasta 100 cm. El radio de las ramas desde 4 a 8 cm. Aplicable para Aliso, Ciprés, Aguacatillo.





### Dimensionamiento Ramas secundarias

Las ramas secundarias deben estar cortadas transversalmente, con una longitud que comprenda desde 40cm hasta 60 cm de largo y con un radio de la rama entre 1 a 4 cm.



### Dimensionamiento Bases Tronco

Las bases de los troncos se cortan transversalmente. Se pueden ver los anillos del árbol. Cada corte dependerá del grosor del tronco recuperado. Se busca el espesor del tronco sea de 2 a 5 cm.



*Figura 96.* Base de tronco. Yunguilla

#### 5.4.1.6. Proceso de elaboración de los objetos artesanales

Una vez implementado el proceso conceptual de diseño y aprobado una idea. Se necesita para la elaboración de un objeto la siguiente información definida:

- Su Diseño: Utilitario y/o Decorativo
- Plano técnico.
- Plantillas.

### Dimensionamiento Final

Antes de trabajar la madera es importante realizar los cortes que se requieren para conseguir las características de las piezas según los planos técnicos. De acuerdo a la orientación de la veta de la madera y la intención del diseño se escogerá el tipo de corte.

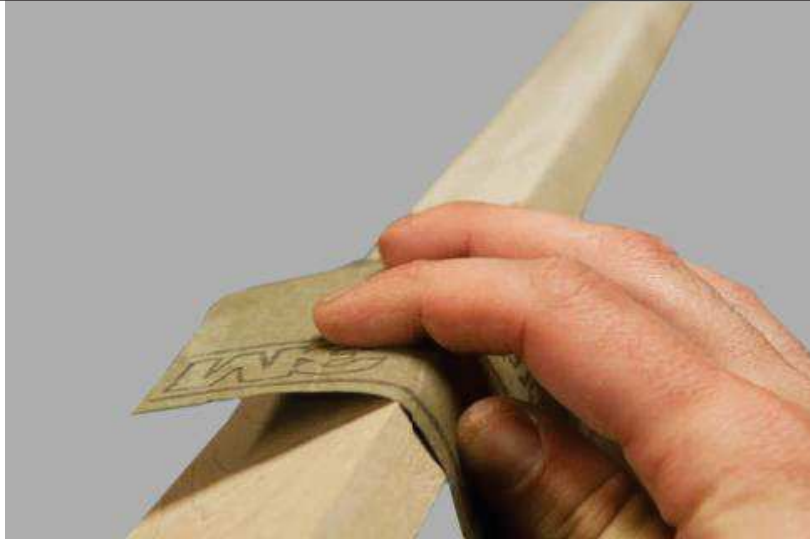


*Figura 97.* Corte en sierra de banco bosch

### Lijado

Ya con las piezas cortadas se procede a realizar un pre-lijado para quitar adherencias, usando lijas número 60 a 80 luego continúan con una 120 a 150 en sus cantos.





*Figura 98.* Lijado de listón. Chris Gardner

### **Pegado**

Si el objeto a elaborarse consta de varias piezas, se debe usar un pegamento o adhesivo blanco y debe ser aplicado con brocha para garantizar calidad.

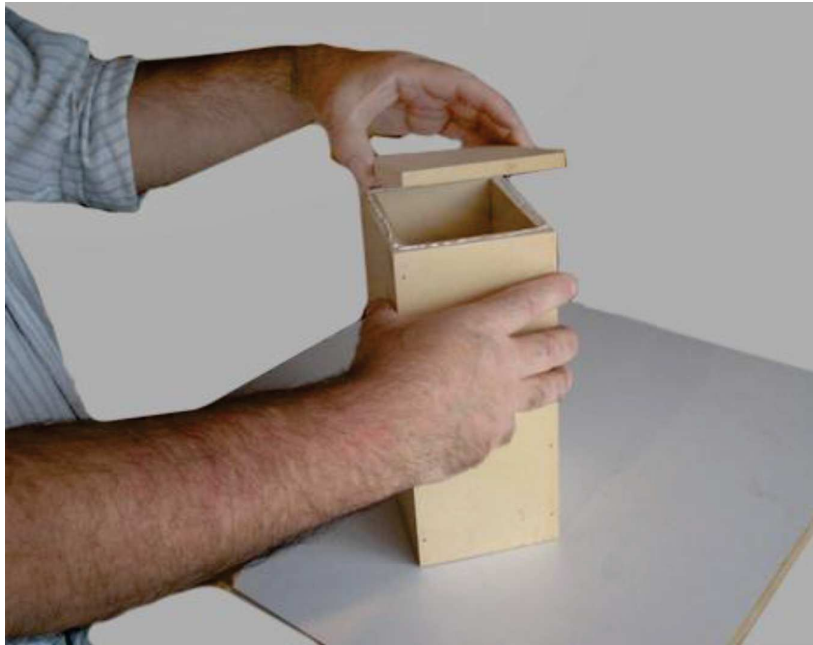


*Figura 99.* Pegado de borde con goma blanca. Juan Cuesta

En todos los procesos se debe utilizar herramienta menor o de mano: prensa manual, brocha, martillo, sequeta. Si es necesario se prensan las piezas y de acuerdo al adhesivo se establece el tiempo de secado.

### **Armado**

Todas las estructuras deben ser armadas sobre una superficie plana y prensadas haciendo presión para que el adhesivo surta efecto, igualmente se puede usar bandas elásticas por lo general de neumáticos para hacer presión de forma pareja por todos los lados.



*Figura 100.* Armado de prueba. Carpintero en Casa

Luego del armado, es importante resanar las partes donde se presentan luces o grietas, empleando sellador puro y polvillo de la misma madera.



*Figura 101.* Resanado con Polvillo de madera y goma blanca.

### **Acabados de la pieza artesanal**

Hay que tomar en cuenta que la calidad del producto, bien terminado depende de la lijada, por lo que se recomienda lijar las veces que sean necesarias hasta obtener una tersura completa apreciable al tacto y a la vista.

Se hace un pulido previo, con lija 60 a 80 luego una 120, se continúa con una lija 150 hasta una 240.

### **Acabado Convencional**

Una vez lijado finamente el objeto se puede dar el tinte, dejar que se seque y aplicarle el sellador. O a su vez se da una capa de sellador con el tinte para que quede la madera con color, se le hace secar y se continúa con lija 280 o superior, hasta lograr una textura lisa y adecuada para aplicar el acabado final con barniz.

### **Acabado Natural**

Una vez ya lijada correctamente se realiza un arrugado de la madera con un trapo húmedo. Esto hace que se contraigan las fibras externas. Se deja secar. Se puede aplicar o no tinte en esta etapa. Se procede a sellar con una mezcla de aceite de linaza y cera de abeja.

Se otorgan las capas que sean necesarias hasta obtener un terminado fino con poro cerrado.



*Figura 102.* Objeto de Madera con acabado en cera y aceite de linaza

Si las piezas a elaborarse van a ser pintadas, el proceso es el mismo hasta el momento de aplicar el sellador, que se lo hará sin que contenga el tinte, lijamos, y aplicamos la pintura, con brocha, pistola o pincel (depende de la pieza a fabricarse). Hay que cuidar que el color en los acabados sea homogéneo. Dependiendo del producto se aplicará o no.

El objeto terminado, se presenta al evaluador, para que realice un control de calidad del producto.

## **Comercialización**

Una vez terminado el objeto artesanal, será evaluado por el encargado, se le fijará el costo y será colocado en el almacén de la comunidad para su expendio.

### **5.1.4.7. Diagnóstico del Objeto en lo relativo a la calidad**

#### **Materia prima**

Se trabajará con madera que esté totalmente seca y que haya sido inmunizada para evitar la presencia de hongos e insectos.

#### **Proceso productivo**

Es válido combinar materiales siempre y cuando posean características similares. Se debe rechazar la madera que presente defectos visibles como grietas, rajaduras, encorvaduras, torceduras, arqueos y perforaciones (ciertas piezas de este tipo pueden ser utilizadas para nuevos objetos o productos dependiendo del diseño).

#### **Acabados**

Los acabados se deben presentar en la totalidad de la pieza.

Se recomienda en el acabado aplicar tonos semi-mate o mate para realzar las cualidades del material.

El acabado que se presente debe ser pulido teniendo en cuenta que al pasar la mano, sean suaves, sin sentir la madera carrasposa.

Se debe tratar de dar acabados ambiente templado, evitando los cambios bruscos de temperatura, humedad y lluvia.

## 5.5 Propuestas de Diseño de Objetos Artesanales

A continuación se presentan varias propuestas de objetos artesanales de madera para ser utilizados en el Manual.

Todos los objetos están dimensionados en un formato no mayor a 40 cm x 40 cm x 10 cm, permitiendo que sea liviano y transportable.

### 5.5.1 Espejo Cuadrado Decorativo

#### Boceto Descriptivo

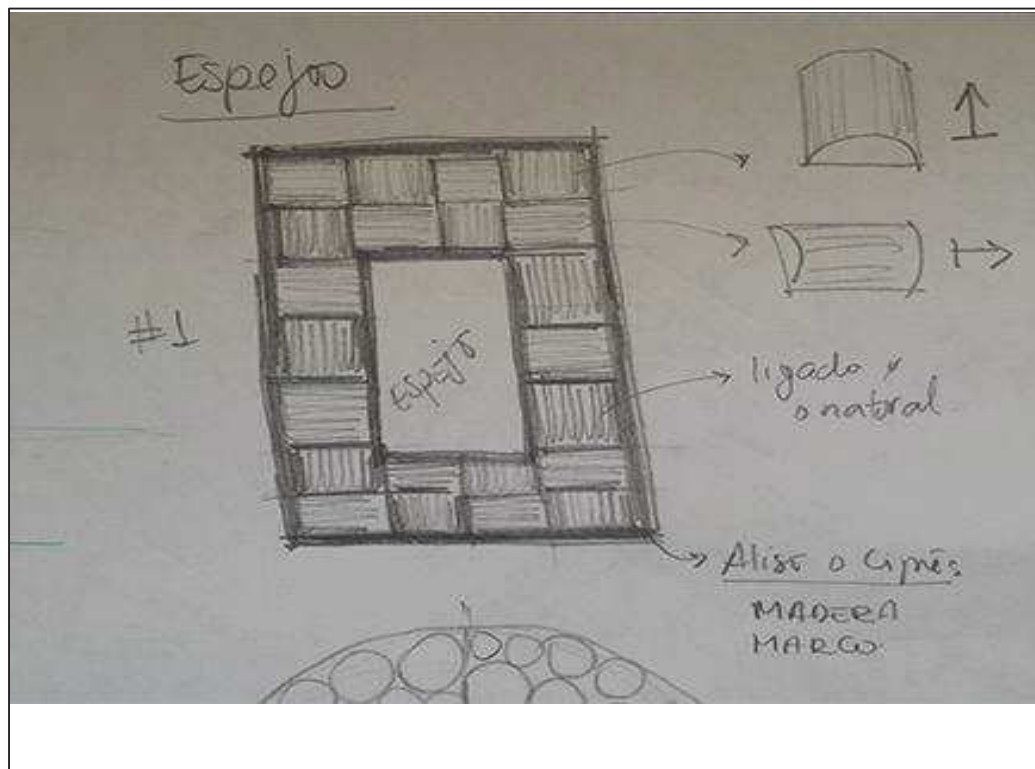


Figura 103. Boceto Espejo Cuadro

El espejo decorativo cumple una doble función tanto decorativa como funcional. Permite al usuario observar su reflejo en la superficie del espejo. Tiene un doble marco con decoración interior compuesta de 32 piezas. La madera de aliso alterna su curvatura para formar un patrón intercalado de 90 grados. El espejo está ubicado en el centro y tiene un marco que lo recubre.



## Modelado Digital en Rhinoceros

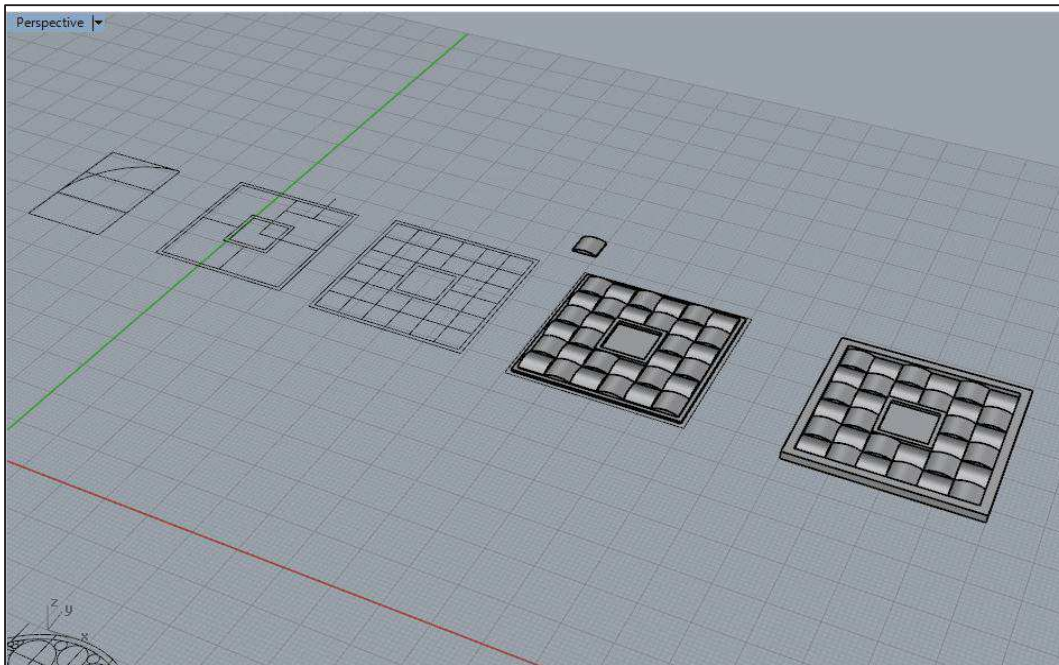


Figura 104. Boceto Espejo Cuadro

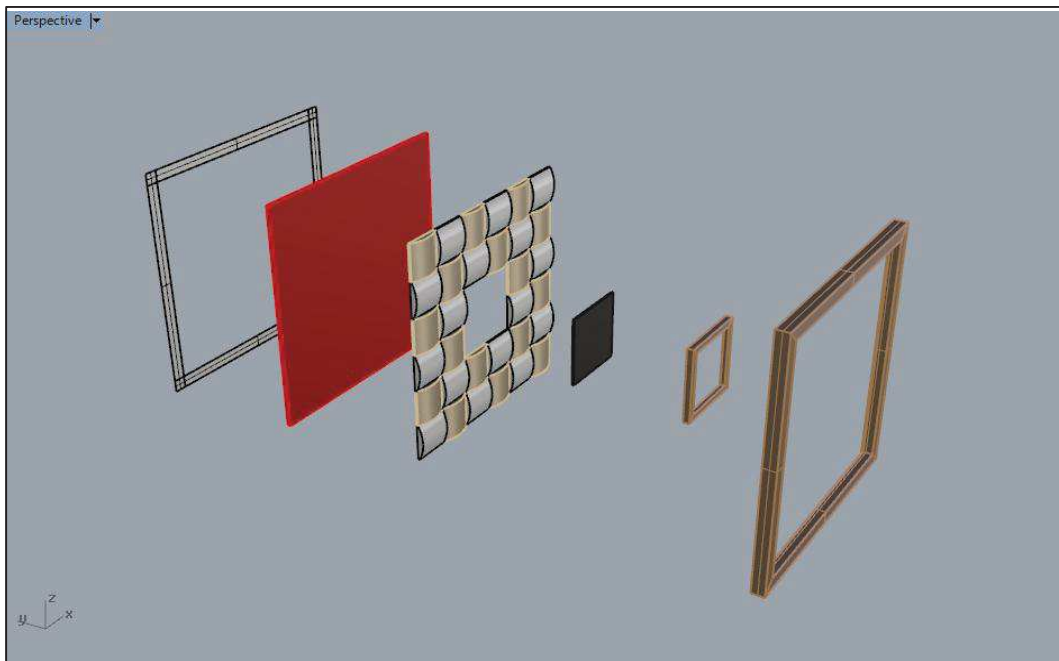


Figura 105. Despiece de elementos para visualización. Rhinoceros

### Despiece de elementos para visualización

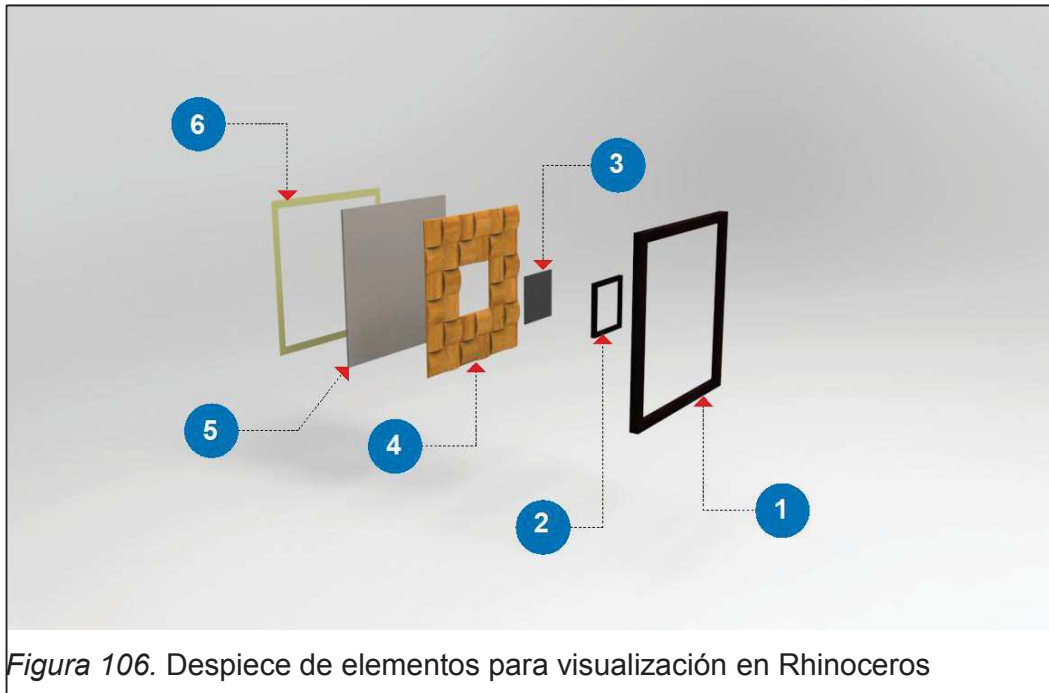


Figura 106. Despiece de elementos para visualización en Rhinoceros

**1. Marco Exterior:** Marco de madera de aliso, aguacatillo o cipres. Acabado color Wengue o Chocolate. Medidas: Armado de 40cm x 40cm con un canal interno para pegar sobre el cartón. Grosor perfil: 2cm x 2cm.

**2. Marco Interior:** Marco de madera de aliso, aguacatillo o cipres. Acabado color Wengue o Chocolate. Medidas: Armado de 12cm x 12cm con un canal interno para pegar sobre el cartón. Grosor perfil: 1cm x 1 cm.

**3. Espejo:** Cuadrado de 11cm x 11cm de 3mm de espesor.

**4. Piezas Decorativas:** Piezas de Aliso con patrón alternado vertical y horizontal. Color natural con acabado mate. Cantidad:32 unidades. Dimensiones 6cm x 6cm. Espesor: 1,5cm.

**5. Cartón Corrugado:** Cuadrado de 38cm x 38cm por 6mm de espesor.



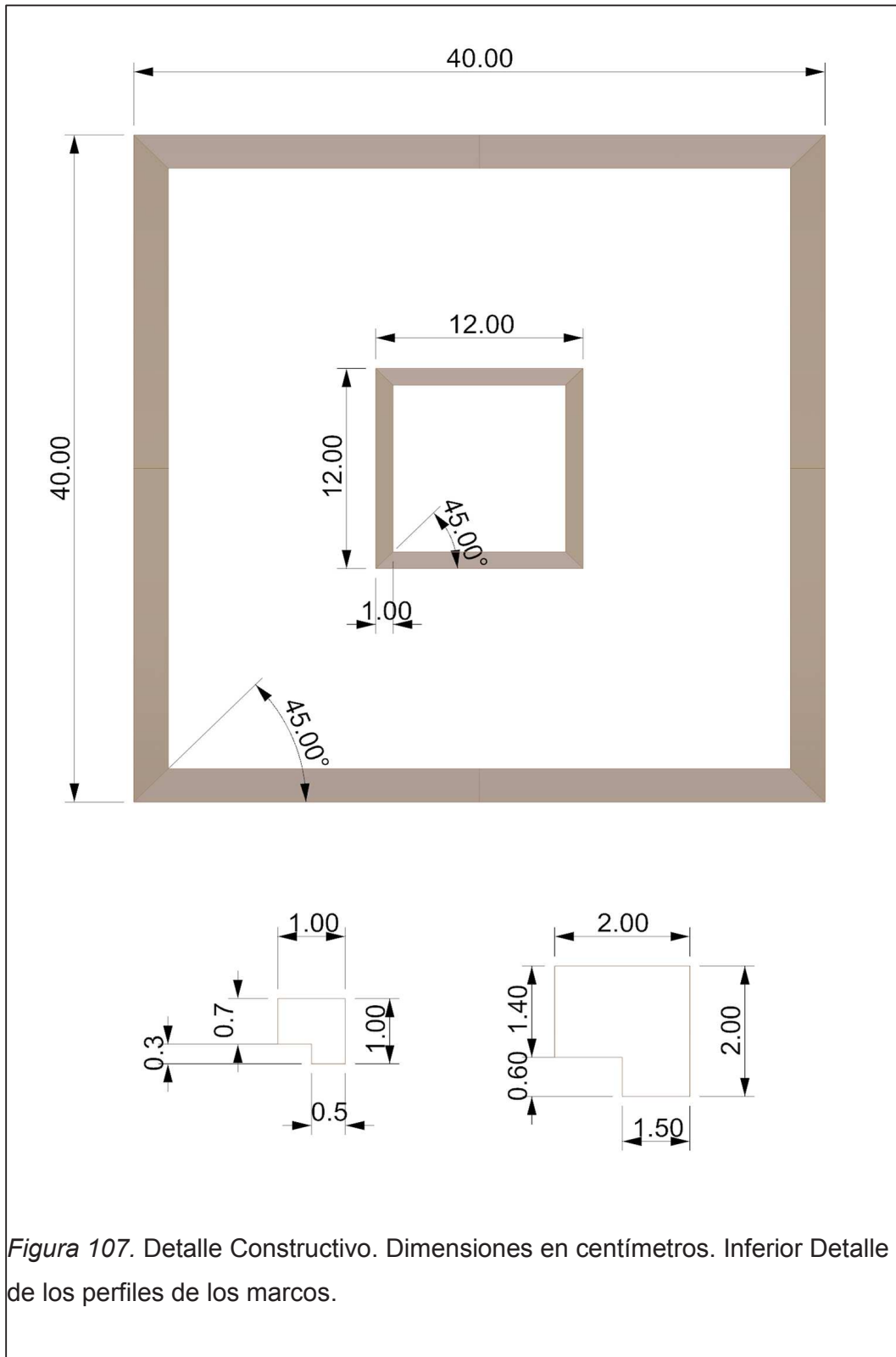
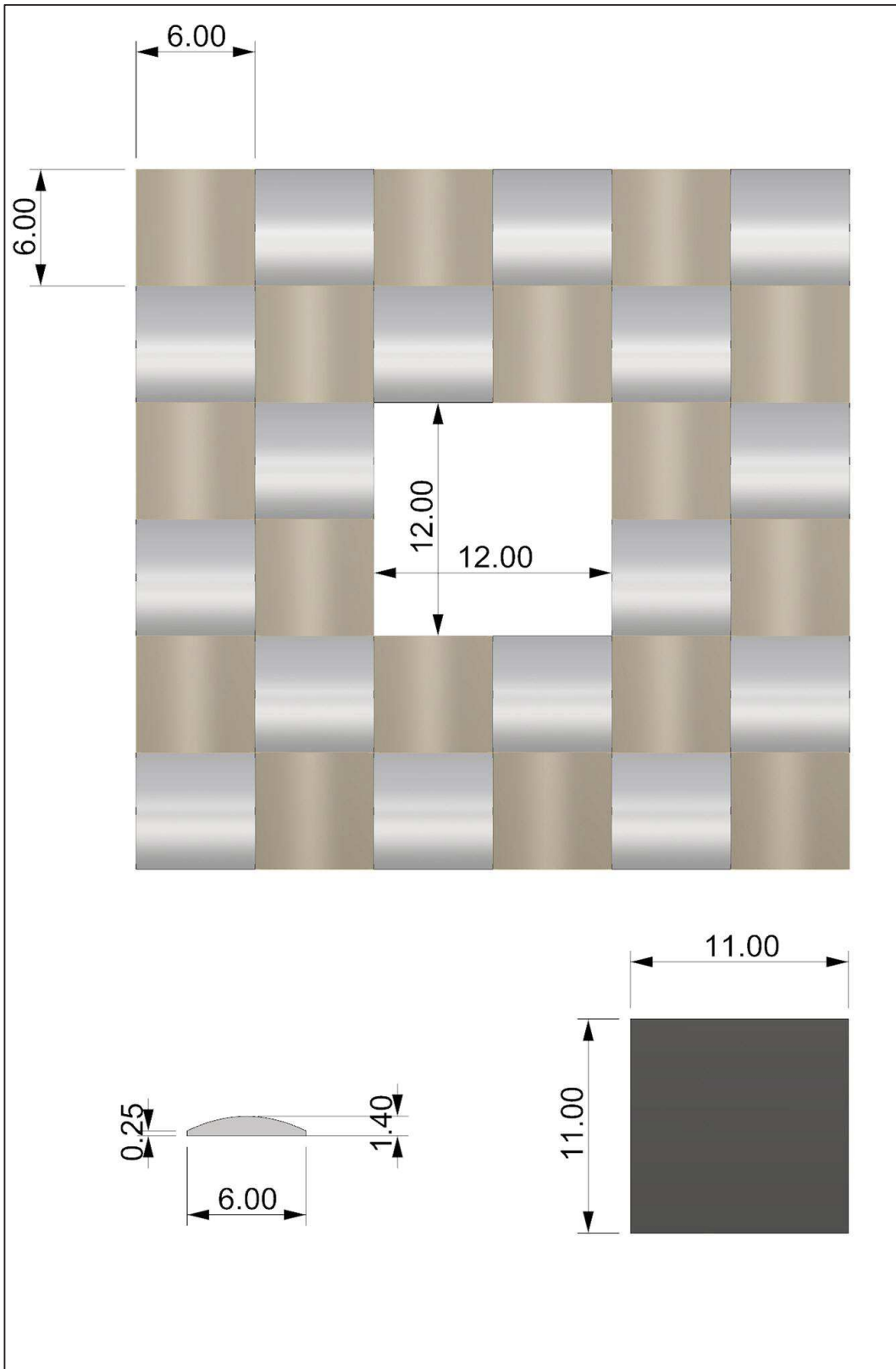
**6. Papel Engomado:** Papel con goma de 2cm de espesor.**Detalles Constructivo Marcos**

Figura 107. Detalle Constructivo. Dimensiones en centímetros. Inferior Detalle de los perfiles de los marcos.

**Detalles Constructivo Piezas Interiores**

*Figura 108.* Detalle Constructivo. Dimensiones en centímetros. Detalle de piezas interiores.

**Render Espejo Cuadro Decorativo**

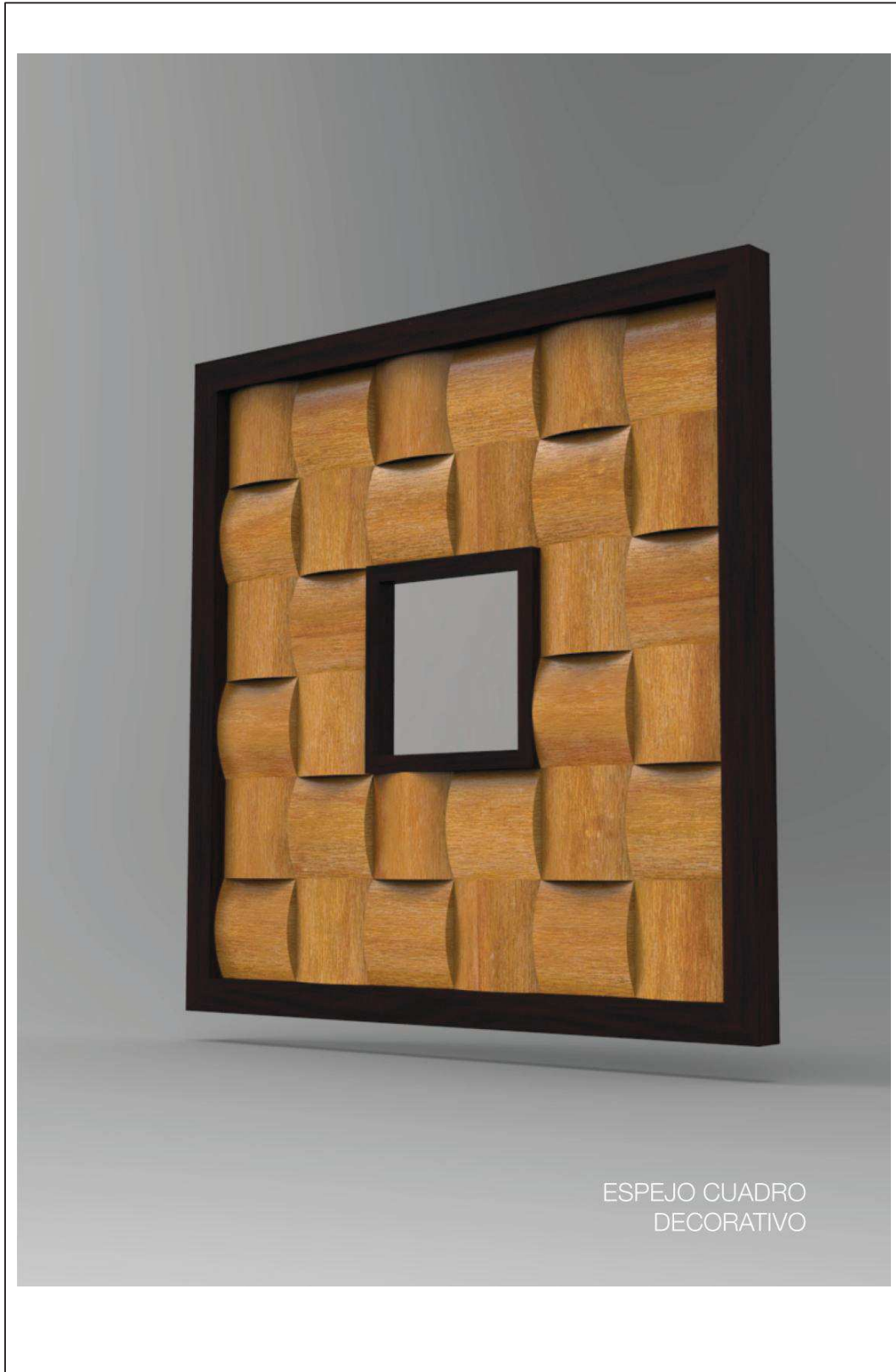


Figura 109. Simulación de texturas – Renderizado Marco.

### 5.5.2 Espejo Redondo Decorativo

#### Boceto Descriptivo

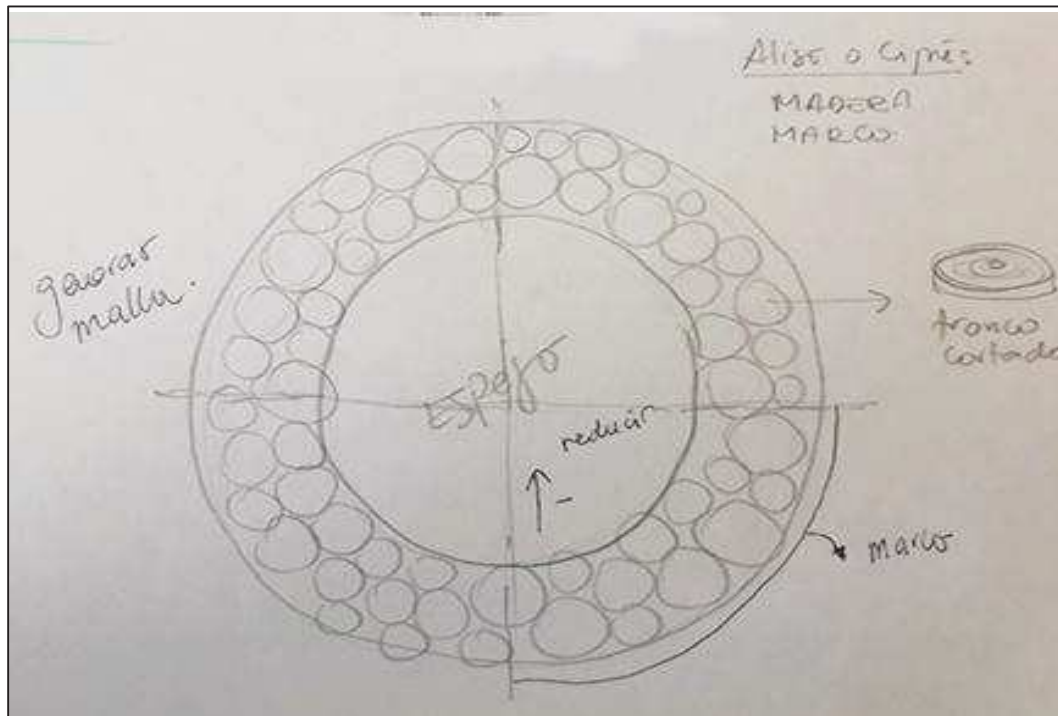
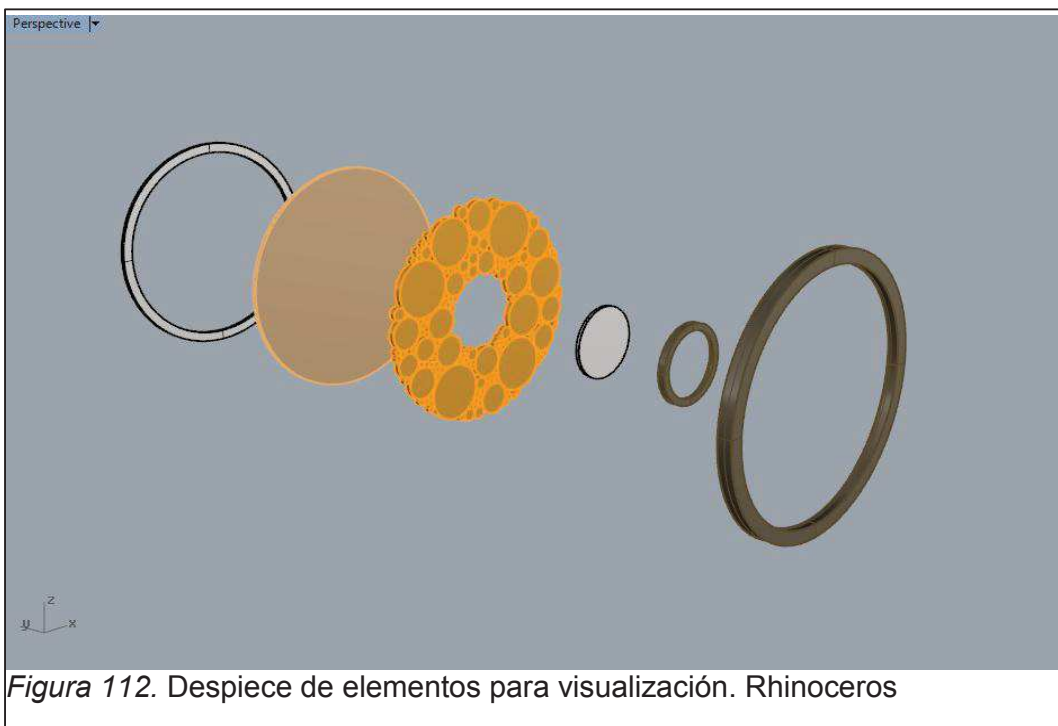
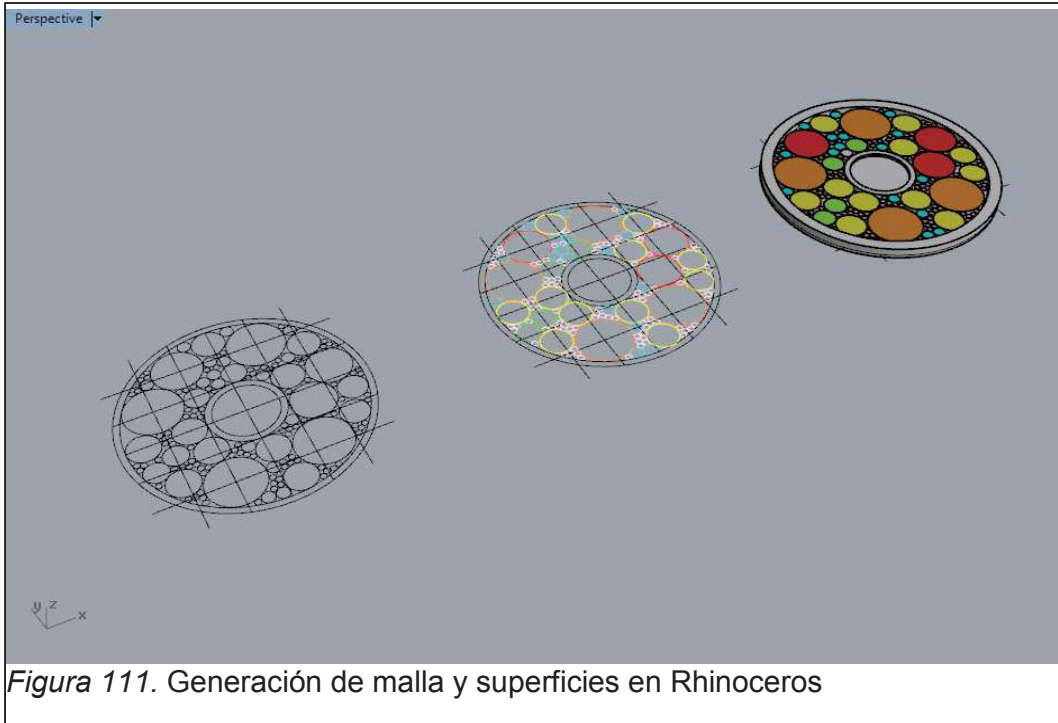


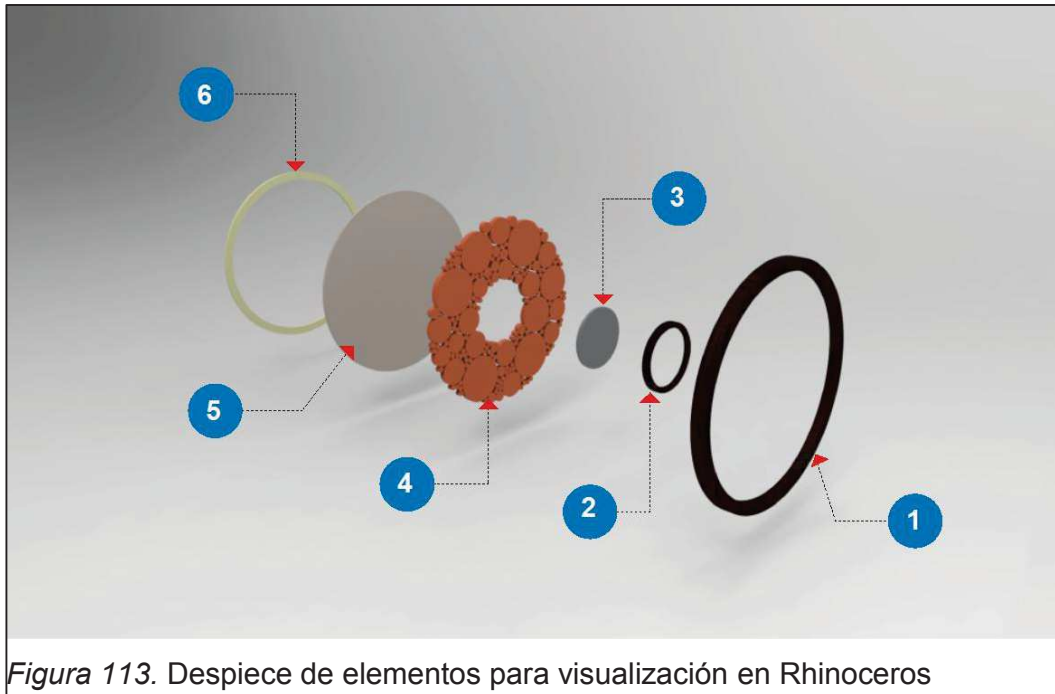
Figura 110. Boceto Espejo Redondo

El espejo decorativo circular cumple una doble función tanto decorativa como funcional. Resalta por sus detalles con troncos. Permite al usuario observar su reflejo en la superficie del espejo. Tiene un doble marco con decoración interior circular y está compuesto de 100 piezas madera de tronco que varían su radio dentro del espacio. El espejo está ubicado en el centro y tiene un marco que lo recubre.

## Modelado Digital en Rhinoceros



### Despiece de elementos para visualización



**1. Marco Exterior:** Marco de madera de aliso, aguacatillo o ciprés. Acabado color Wengue o Chocolate. Medidas: Diámetro de 40cm x 40cm con un canal interno para pegar sobre el cartón. Grosor perfil: 2cm x 2cm.

**2. Marco Interior:** Marco de madera de aliso, aguacatillo o ciprés. Acabado color Wengue o Chocolate. Medidas: Diámetro de 12cm x 12cm con un canal interno para pegar sobre el cartón. Grosor perfil: 1cm x 1 cm.

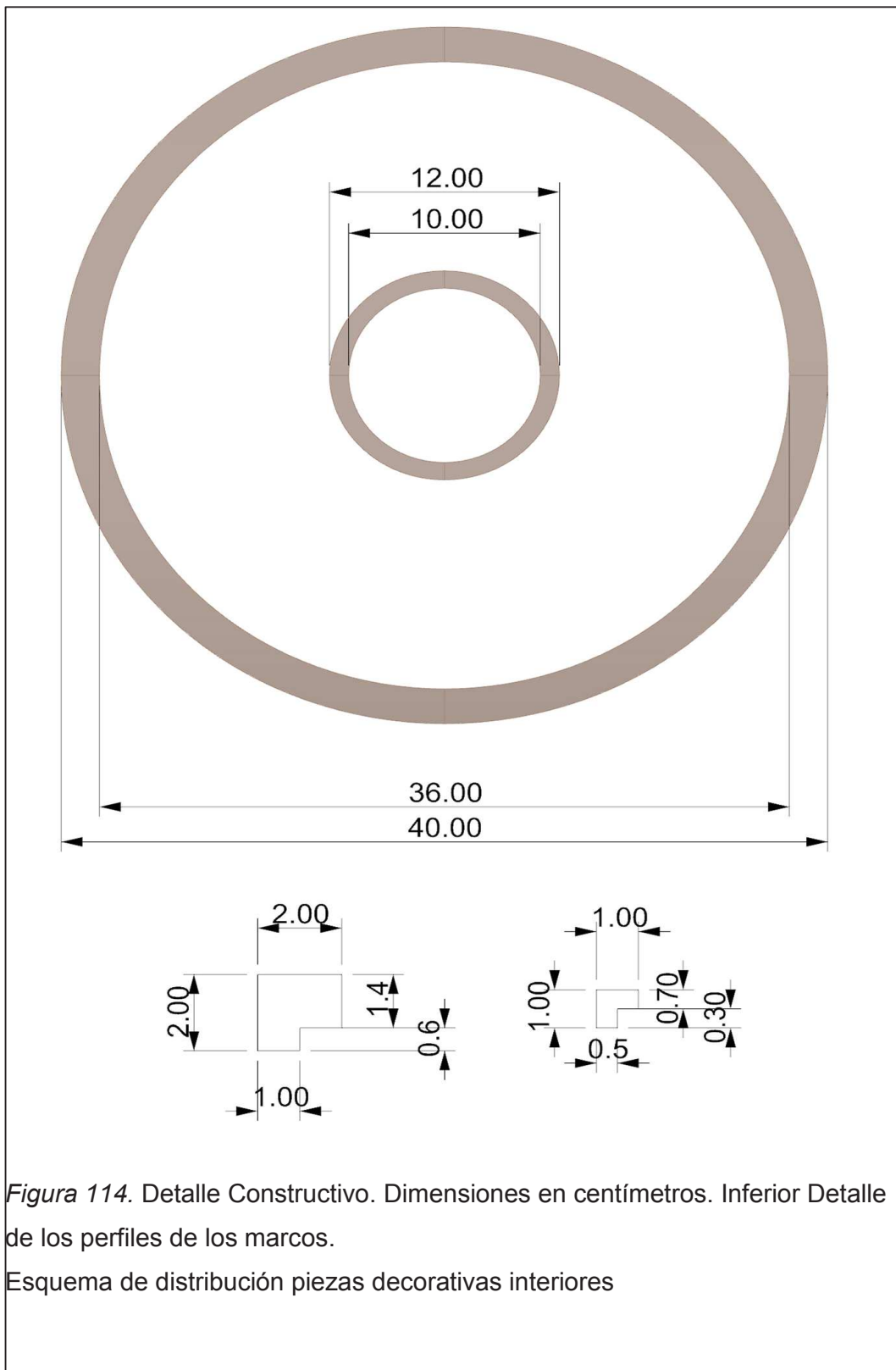
**3. Espejo:** Circunferencia de 11cm diámetro de 3mm de espesor.

**4. Piezas Decorativas:** Las piezas son pedazos de troncos cortados transversalmente de diferentes diámetros con un espesor de 1,4 cm.

**5. Cartón Corrugado:** Circunferencia inscrita en cuadrado de 38cm x 38cm por 6mm de espesor.

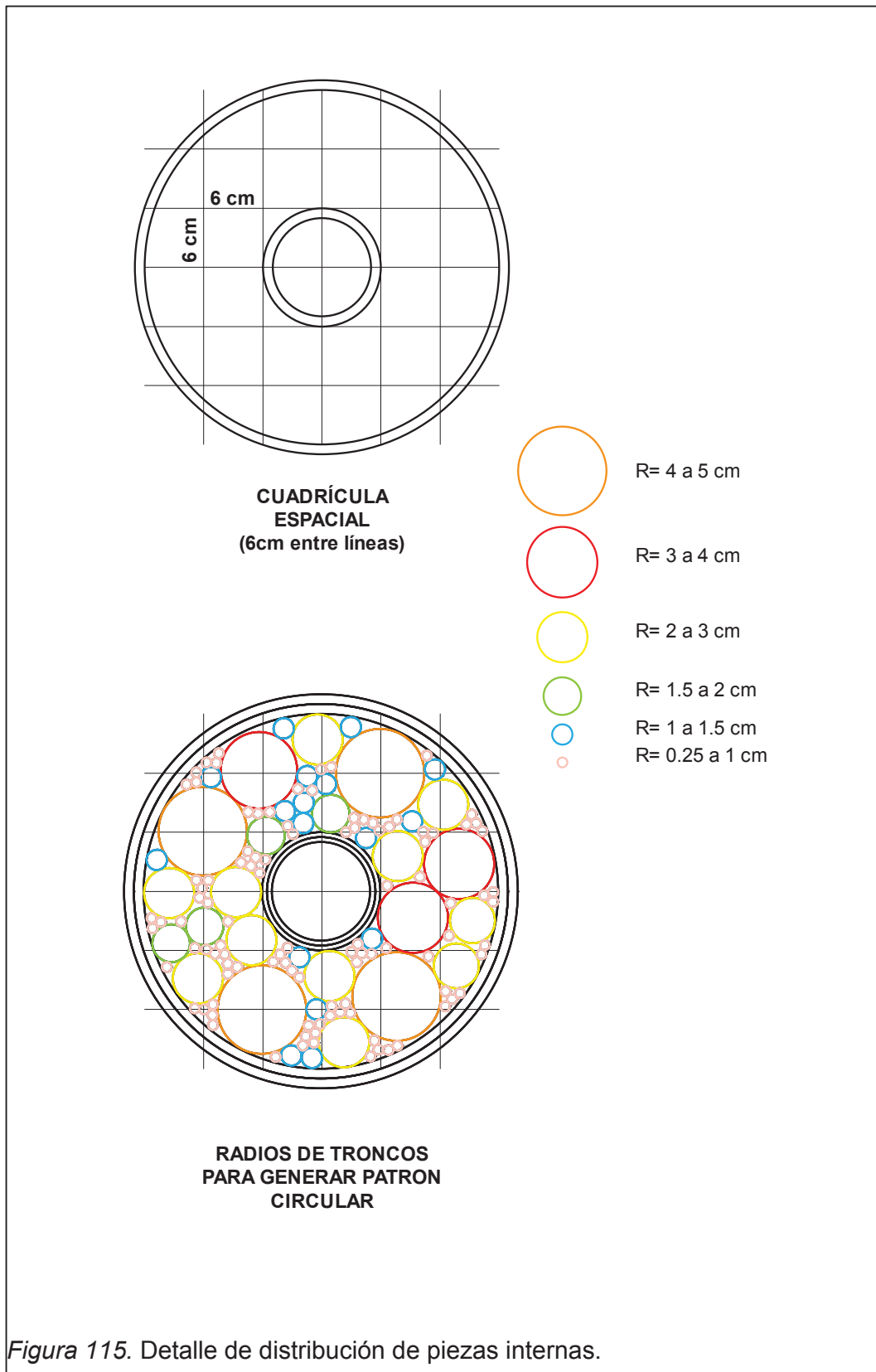
**6. Papel Engomado:** Papel con goma de 2cm de espesor.

**Dibujo Técnico – Detalles Constructivo Marcos**



*Figura 114. Detalle Constructivo. Dimensiones en centímetros. Inferior Detalle de los perfiles de los marcos.*

Esquema de distribución piezas decorativas interiores





## Render Espejo Redondo Decorativo



### 5.5.3 Juego de Posavasos

#### Boceto Descriptivo

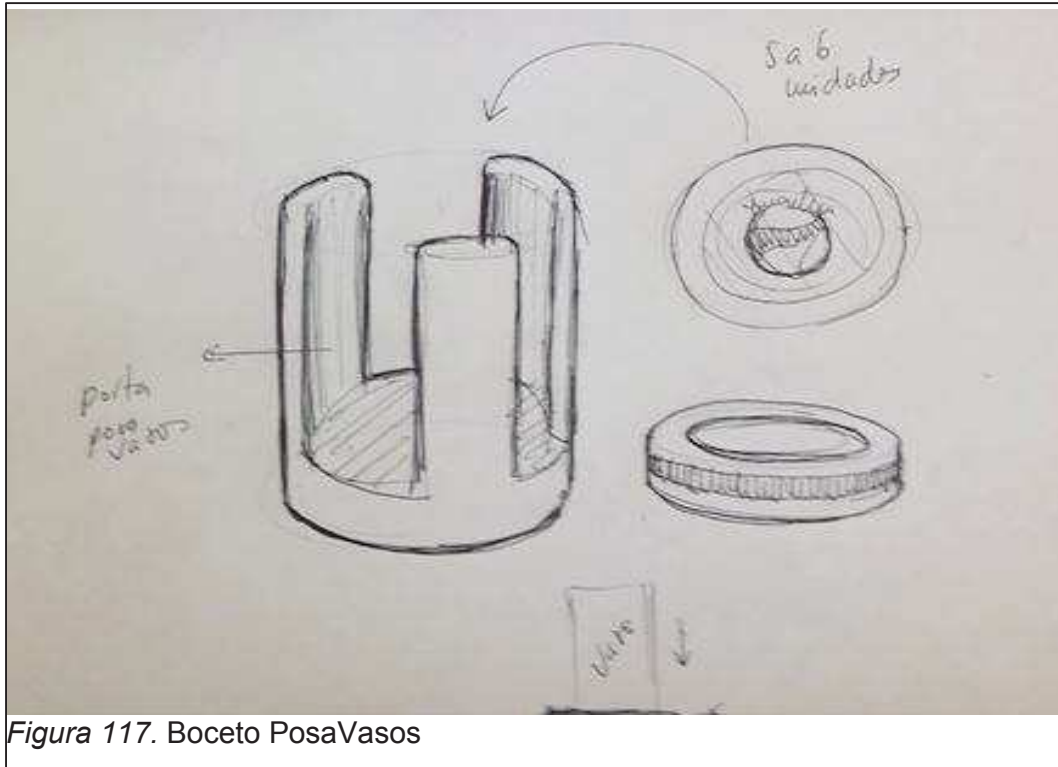


Figura 117. Boceto PosaVasos

El porta y posavasos permite apoyar los vasos en un objeto que lo resalta y denota espacialmente. Se desarrolló un kit 6 piezas posavasos y un porta posavasos el cual almacena en su interior los elementos uno sobre otro. La madera seleccionada es el Aliso al ser una madera fina permite otorgarle un valor agregado a la pieza artesanal.

## Modelado Digital en Rhinoceros

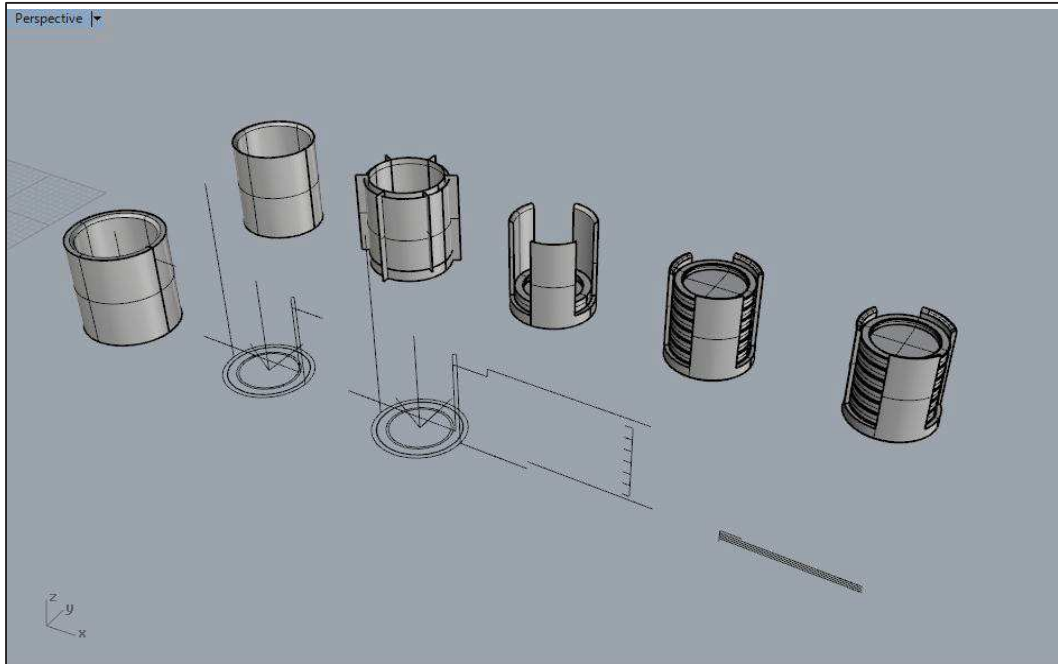


Figura 118. Generación de superficies y volumetría en Rhinoceros

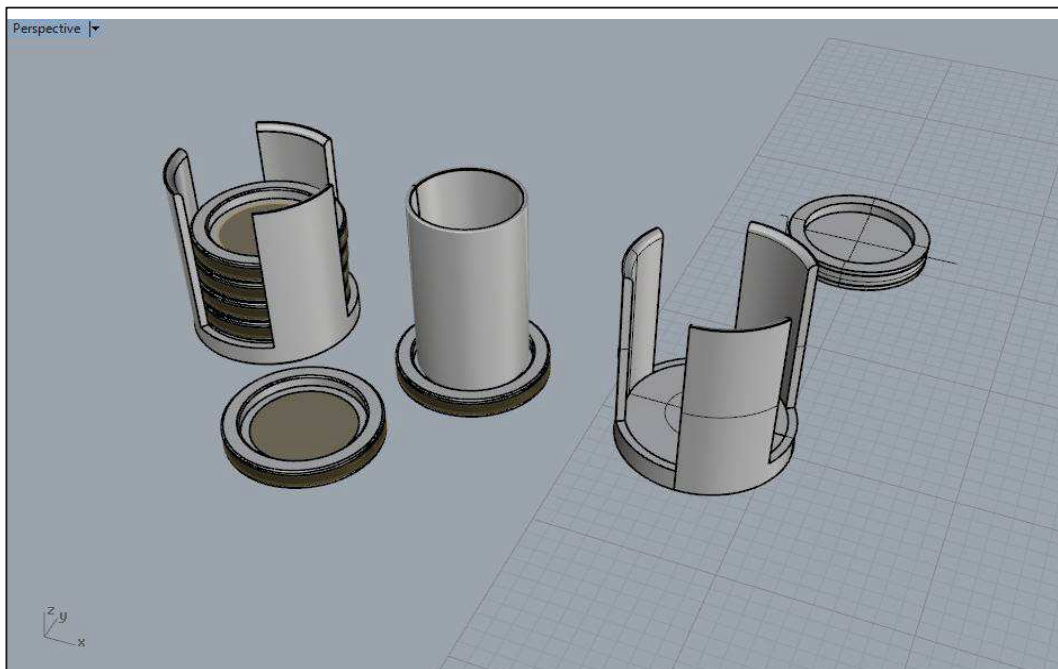


Figura 119. Modelos para representación. Rhinoceros

### Despiece de elementos para visualización



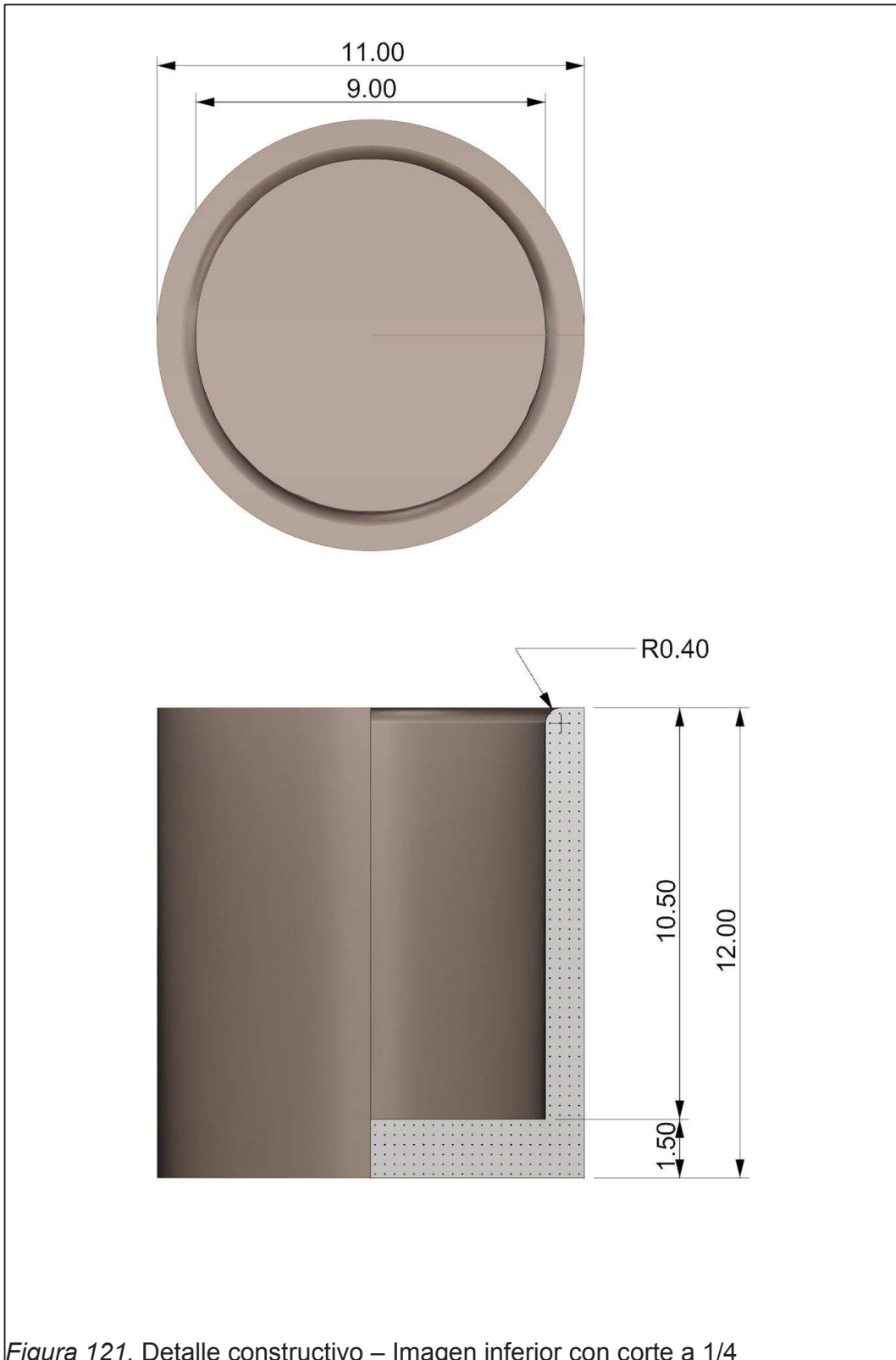
Figura 120. Despiece de elementos para visualización en Rinoceros

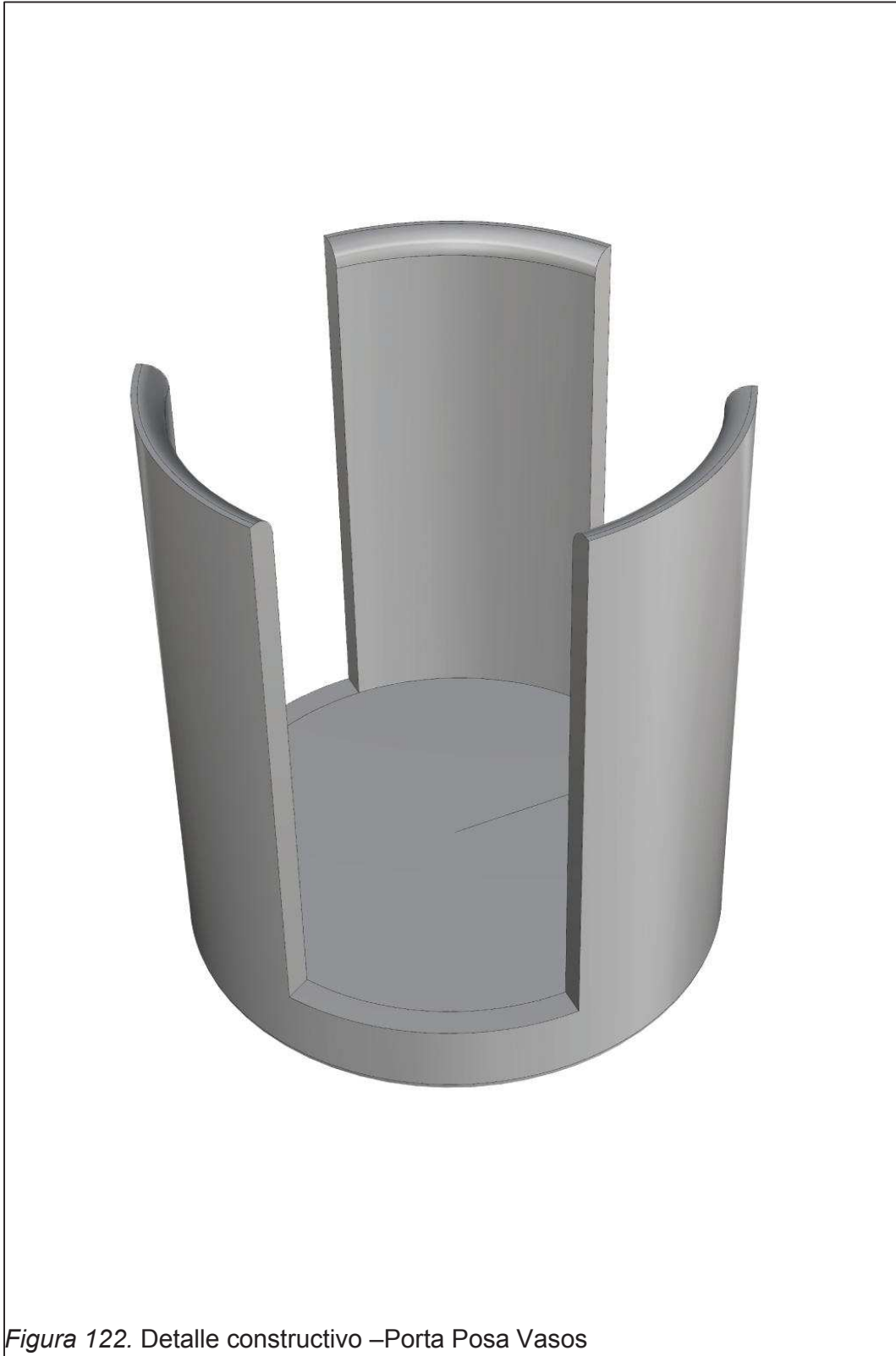
**1. Posa Vaso:** Posa Vasos de madera de Aliso. Cantidad: 6 Unidades. Con estampado en cara interior con sello de Yunguilla y animales del Bosque Nublado.

**2. Porta Posa Vasos:** Contenedor para los posa vasos. Un suelo cuerpo de madera de Aliso. Cantidad: 1. Contiene hasta 6 posa vasos. No tiene ningún estampado.

### ACABADO

Para este diseño se plantea un acabado natural con cera de abeja y aceite de linaza. Un lijado ultra fino es recomendable hasta alcanzar una lija 400.

**Detalles Constructivo Porta Posavasos**

**Detalle Constructivo – Perspectiva Porta Posavasos**

*Figura 122.* Detalle constructivo –Porta Posa Vasos

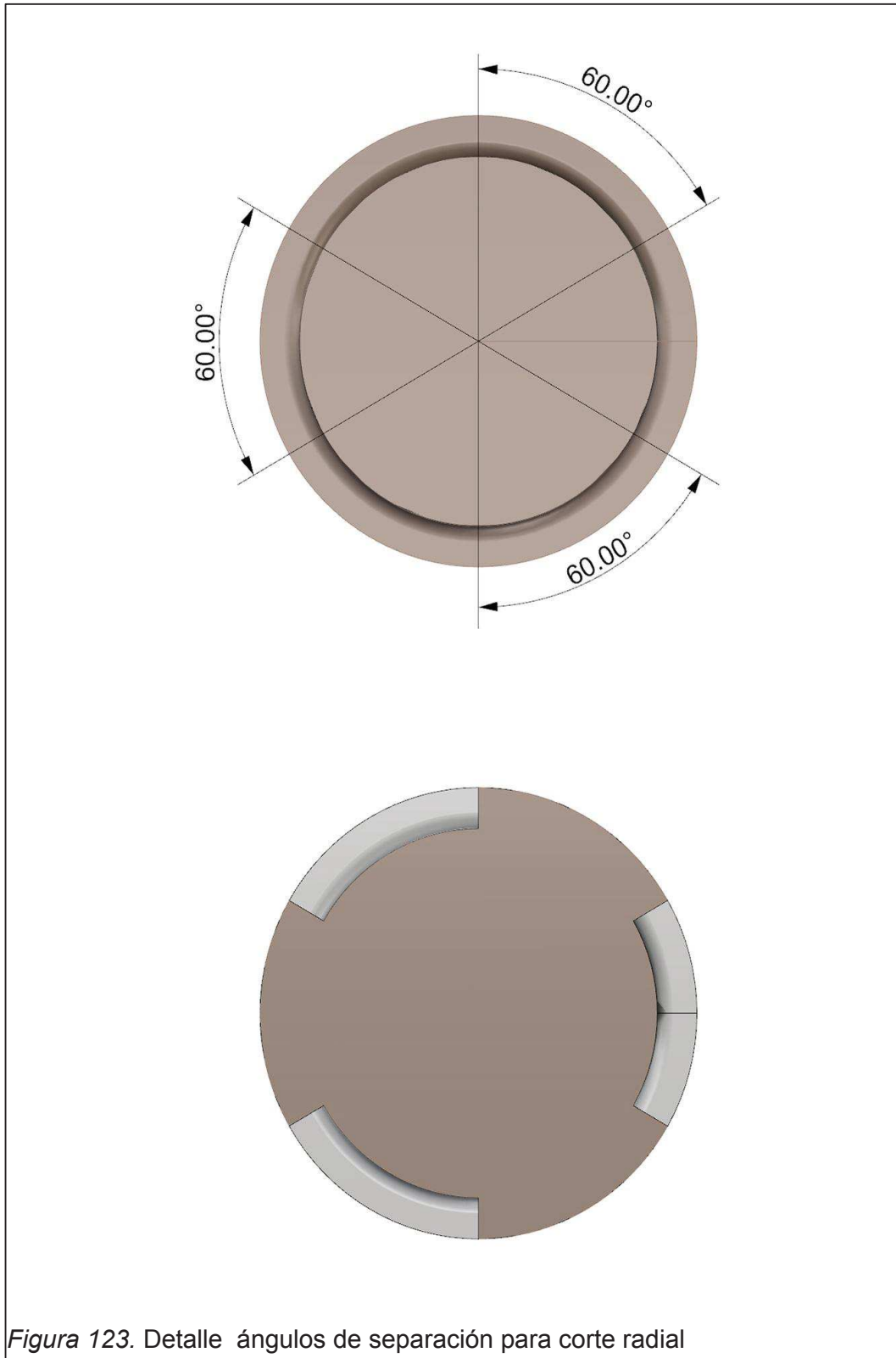
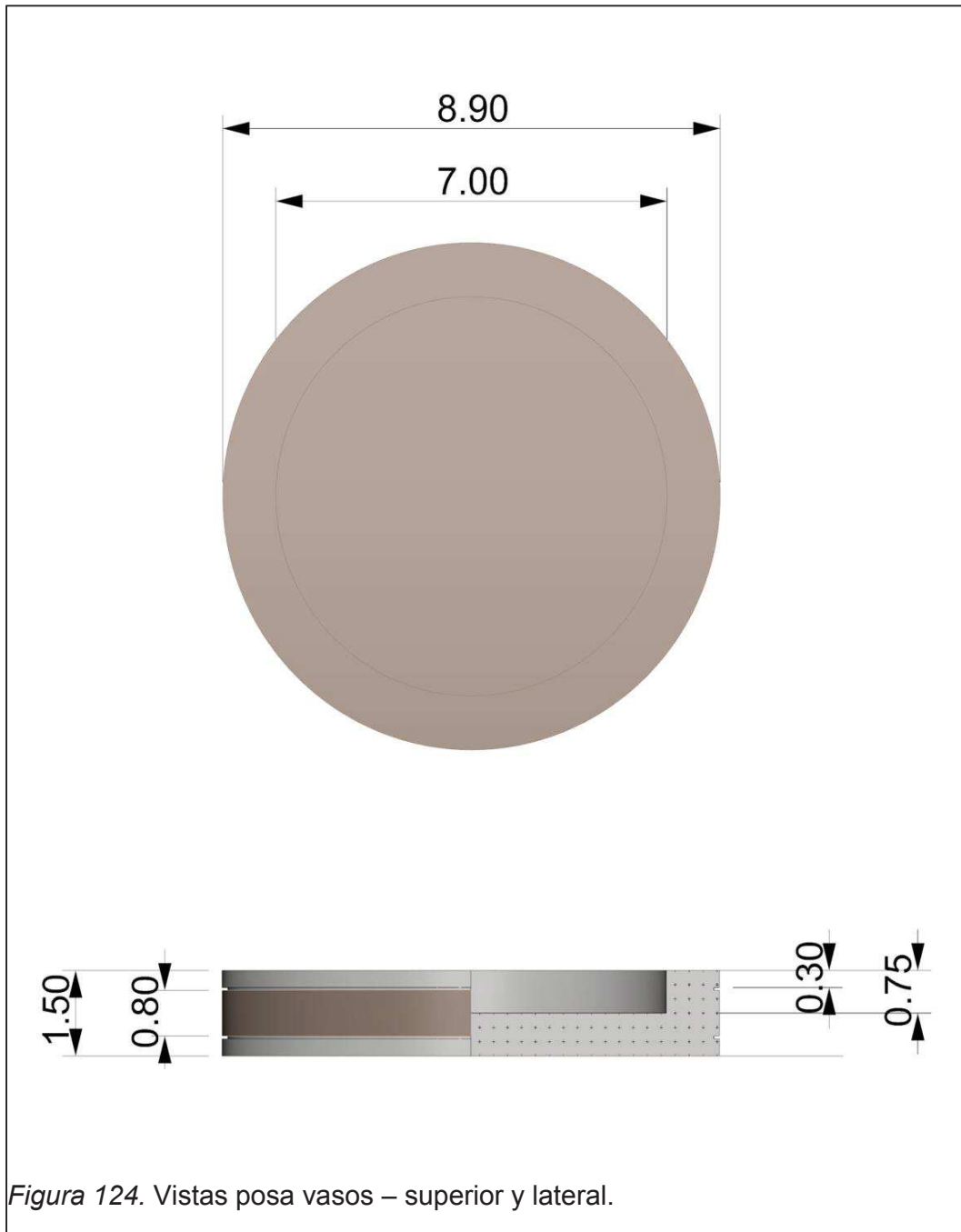
**Detalle Constructivo – Perspectiva Porta Posavasos**

Figura 123. Detalle ángulos de separación para corte radial





## Render Posa Vasos



Figura 125. Simulación de texturas – Renderizado Posa Vasos

### 5.5.4 Copa de Madera

#### Boceto Descriptivo

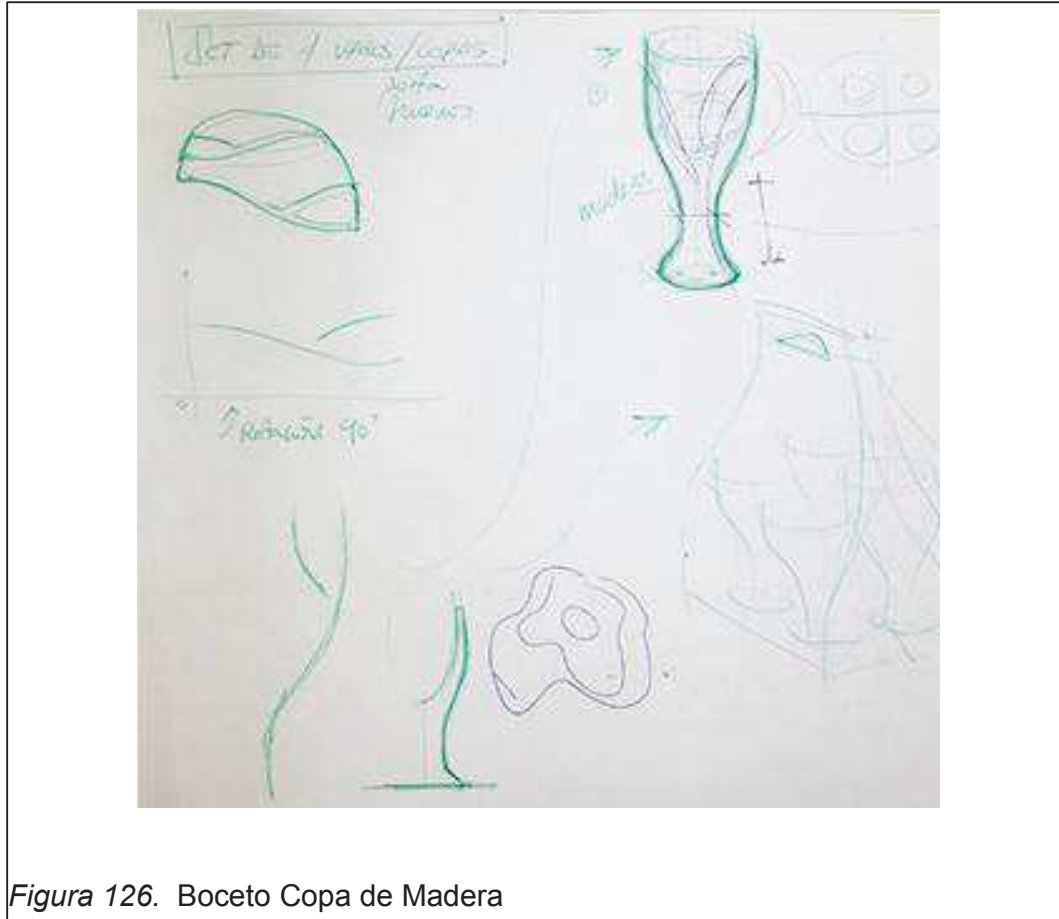
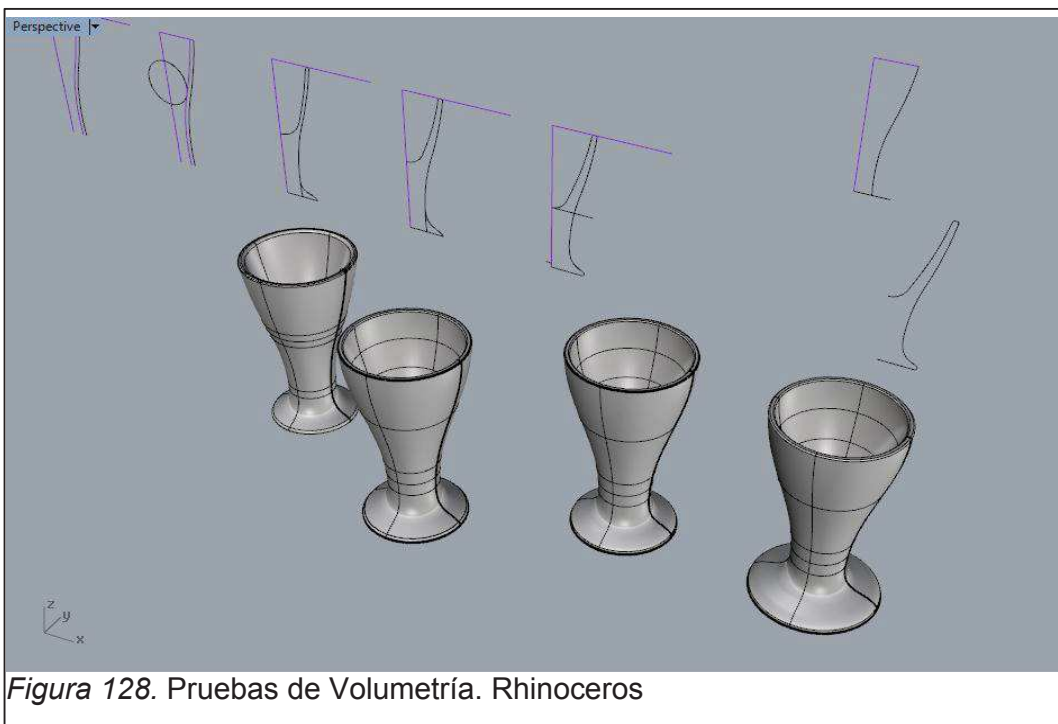
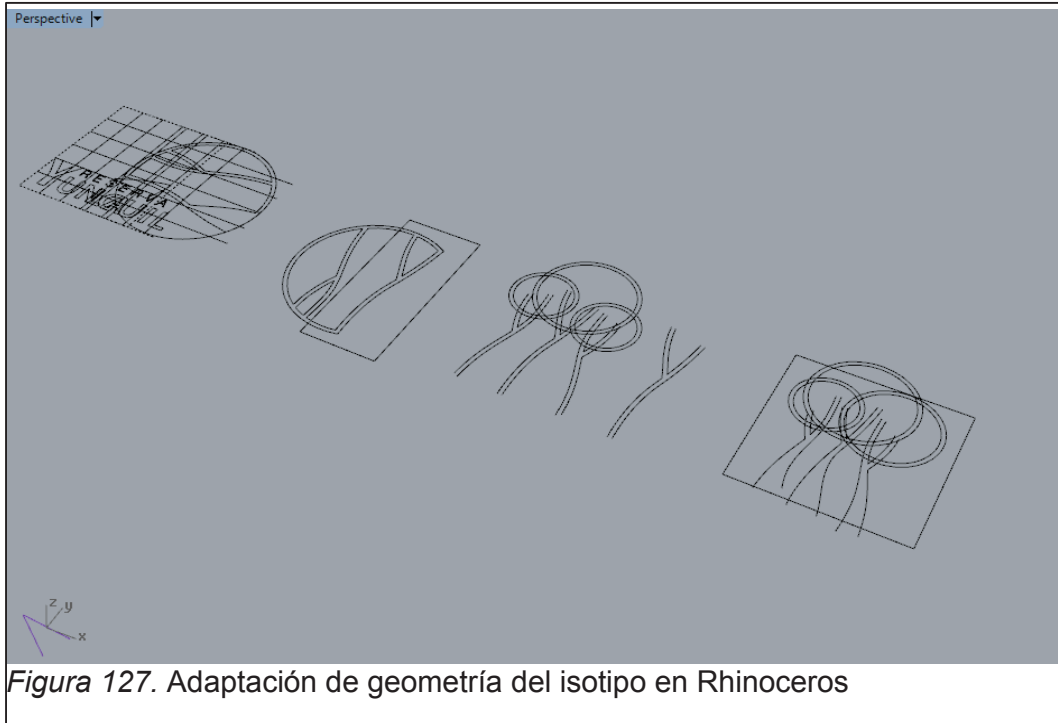


Figura 126. Boceto Copa de Madera

La Copa de Madera nace de la adaptación de uno de los trazos del isotipo del Logotipo de la Reserva. Se lo modificó y generó una curva proporcional que puede ser reproducida radialmente.

La copa de madera de aliso, con un detalle decorativo a  $\frac{1}{4}$  de la base. El volumen de agua que puede contener es de hasta 240 centímetros cúbicos.

## Modelado Digital en Rhinoceros



### Despiece de elementos para visualización



Rhinoceros

**1. Copa de Madera:** Copa de un solo cuerpo en madera de Aliso. Color natural con una franja en bajo relieve color wengue.

#### ACABADO

Este diseño plantea un acabado natural para el exterior con cera de abeja y aceite de linaza. Un lijado ultra fino es recomendable hasta alcanzar una lija 400.

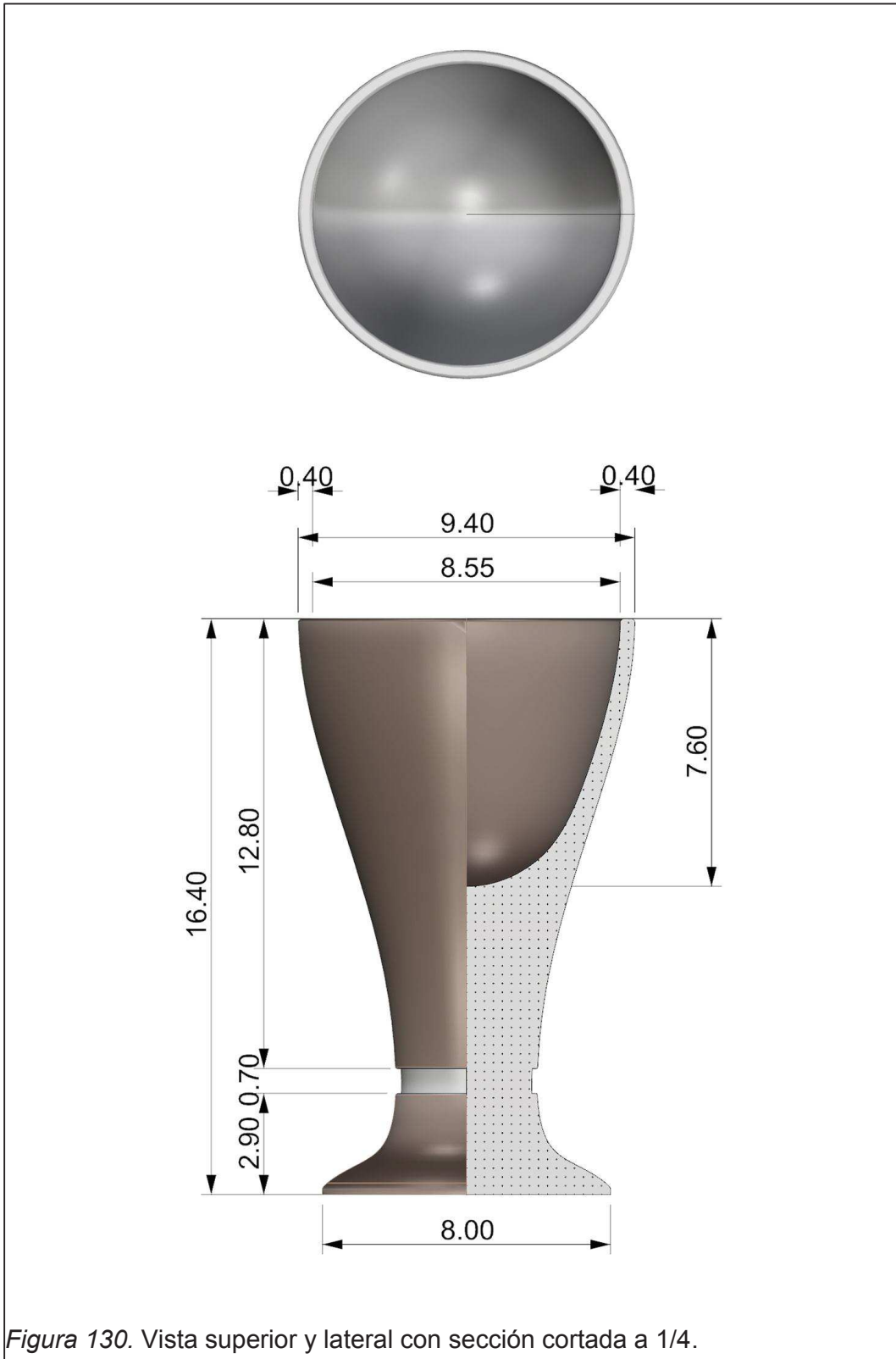
**Detalles Constructivo Porta Posavasos**

Figura 130. Vista superior y lateral con sección cortada a 1/4.

## Render Copa de Madera



*Figura 131.* Simulación textura – Renderizado Copa de Madera

### 5.5.5 Tabla de Corte para Vegetales

#### Boceto Descriptivo

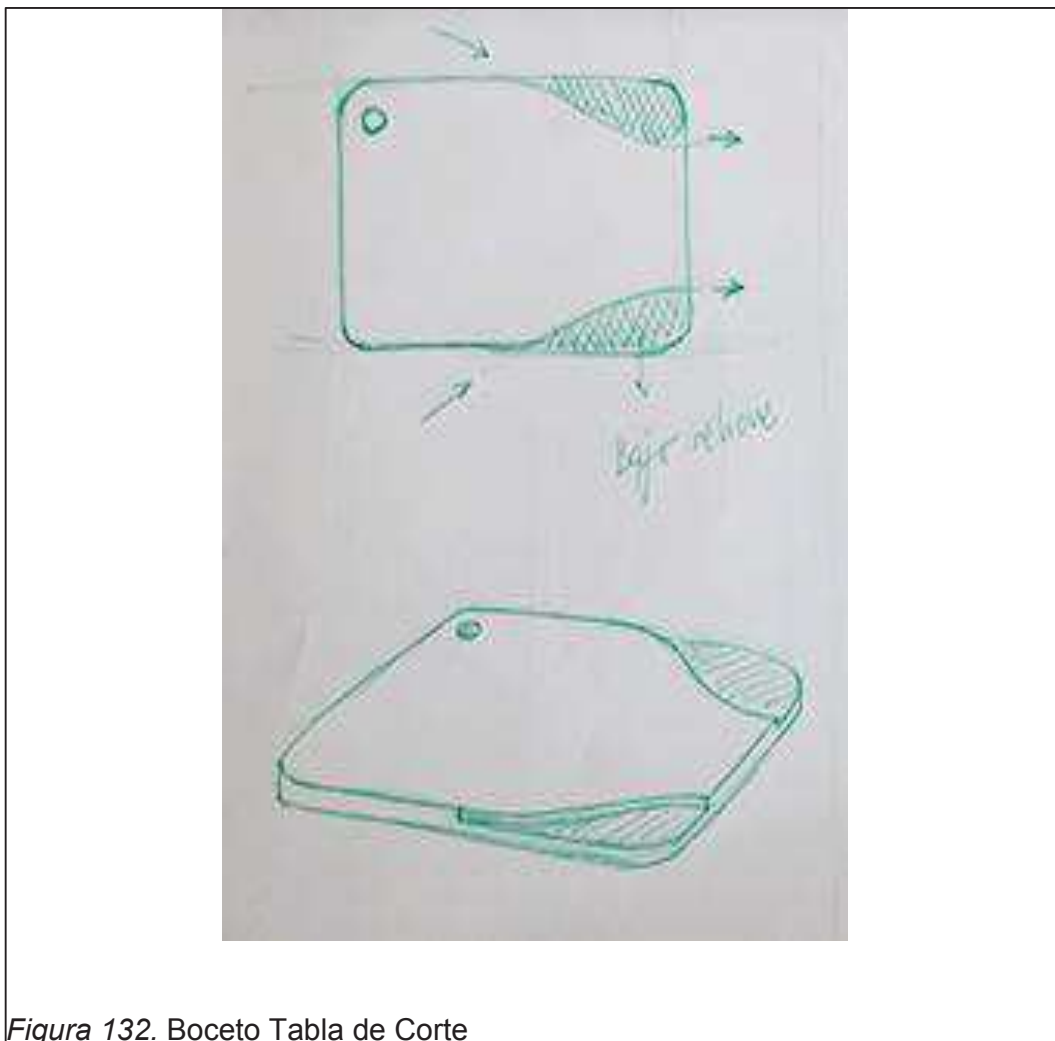


Figura 132. Boceto Tabla de Corte

La tabla de corte es un objeto que permite rebanar vegetales sobre su superficie. Este elemento nace de la posibilidad de adaptar troncos reciclados de Aguacatillo disponibles en la reserva. Se adaptaron líneas de expresión que salen del logotipo para generar un desnivel, cuya función es de separar residuos en las esquinas sin sacarlos del área de trabajo.

## Modelado Digital en Rhinoceros

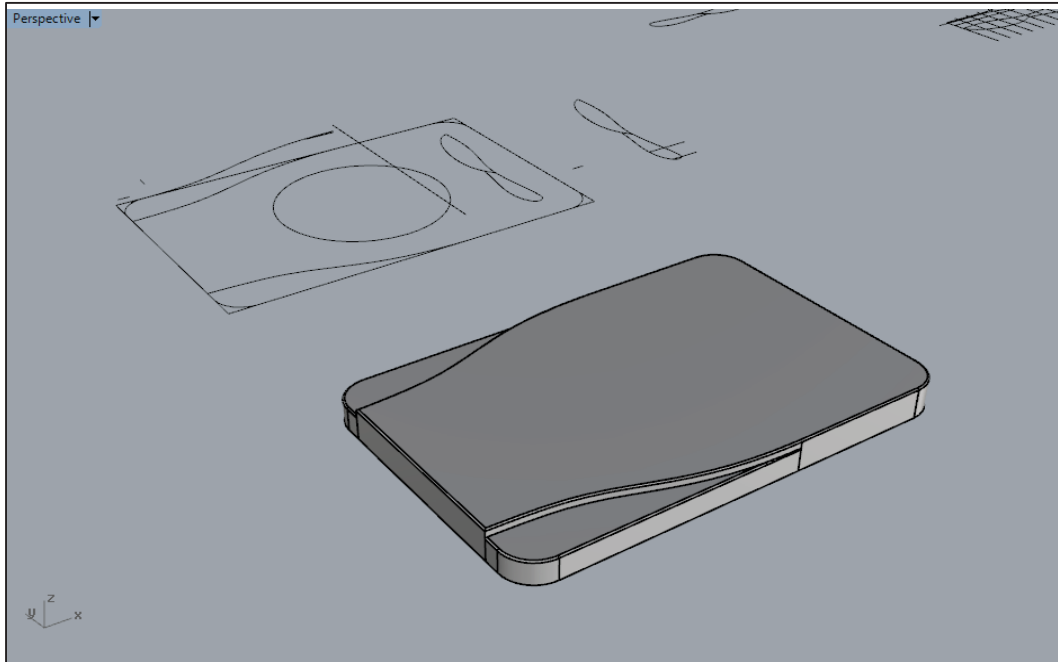


Figura 133. Generación de Volumetría en Rhinoceros

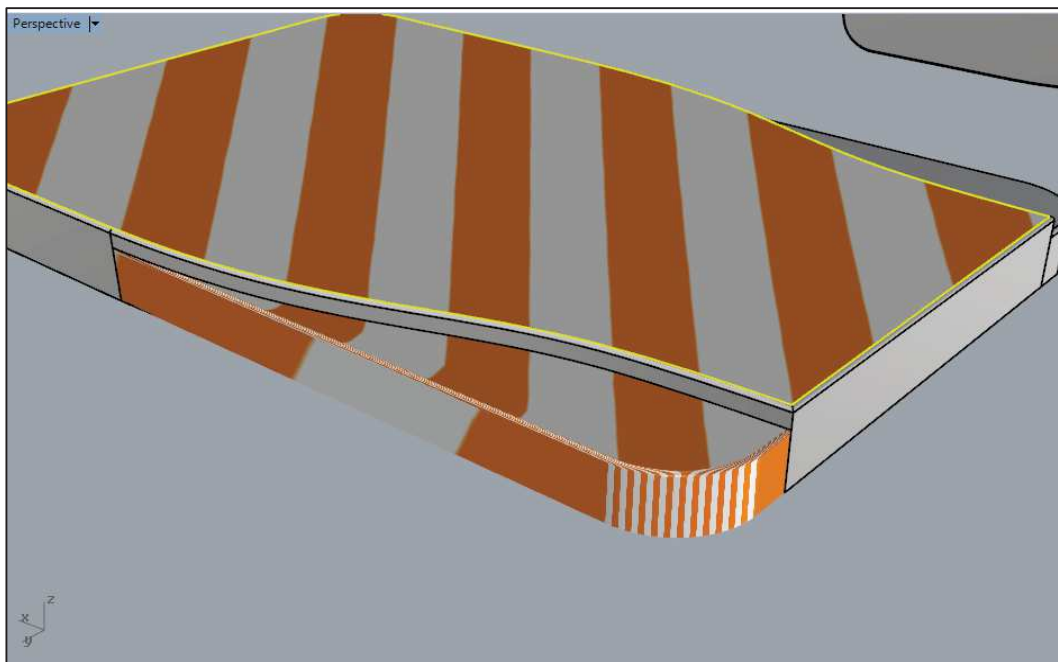


Figura 134. Pruebas de continuidad de superficie. Rhinoceros



## Despiece de elementos para visualización



*Figura 135.* Despiece de elementos para visualización con renderizado.

Rhinoceros

**1. Tabla de Corte:** Tablero para vegetales en madera de Aguacatillo o Ciprés. Dos colores uno naturales sobre superficie de corte y base del tablero y franja central en tono wengue.

### **ACABADO**

Este diseño tiene un acabado natural solo con cera de abeja.

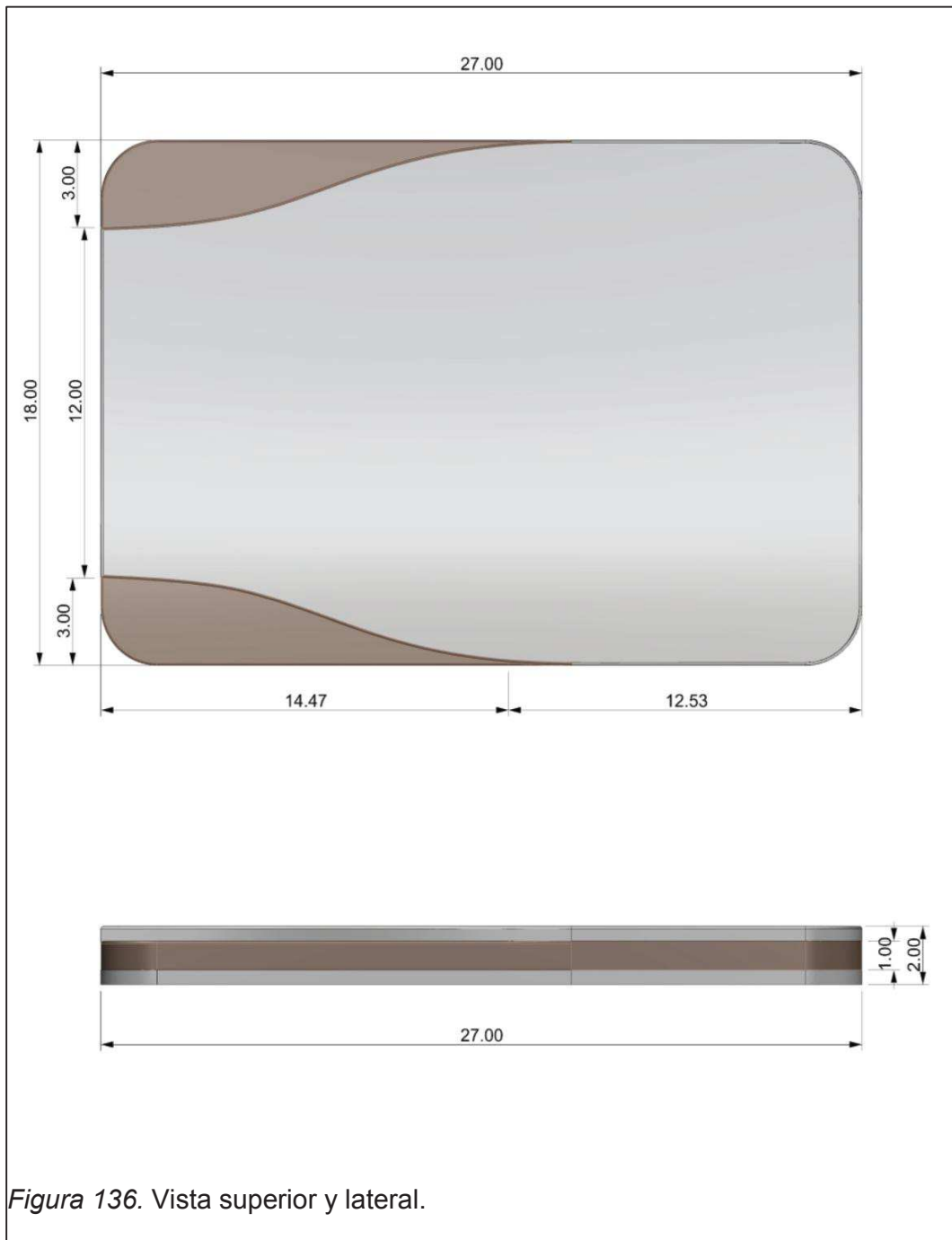
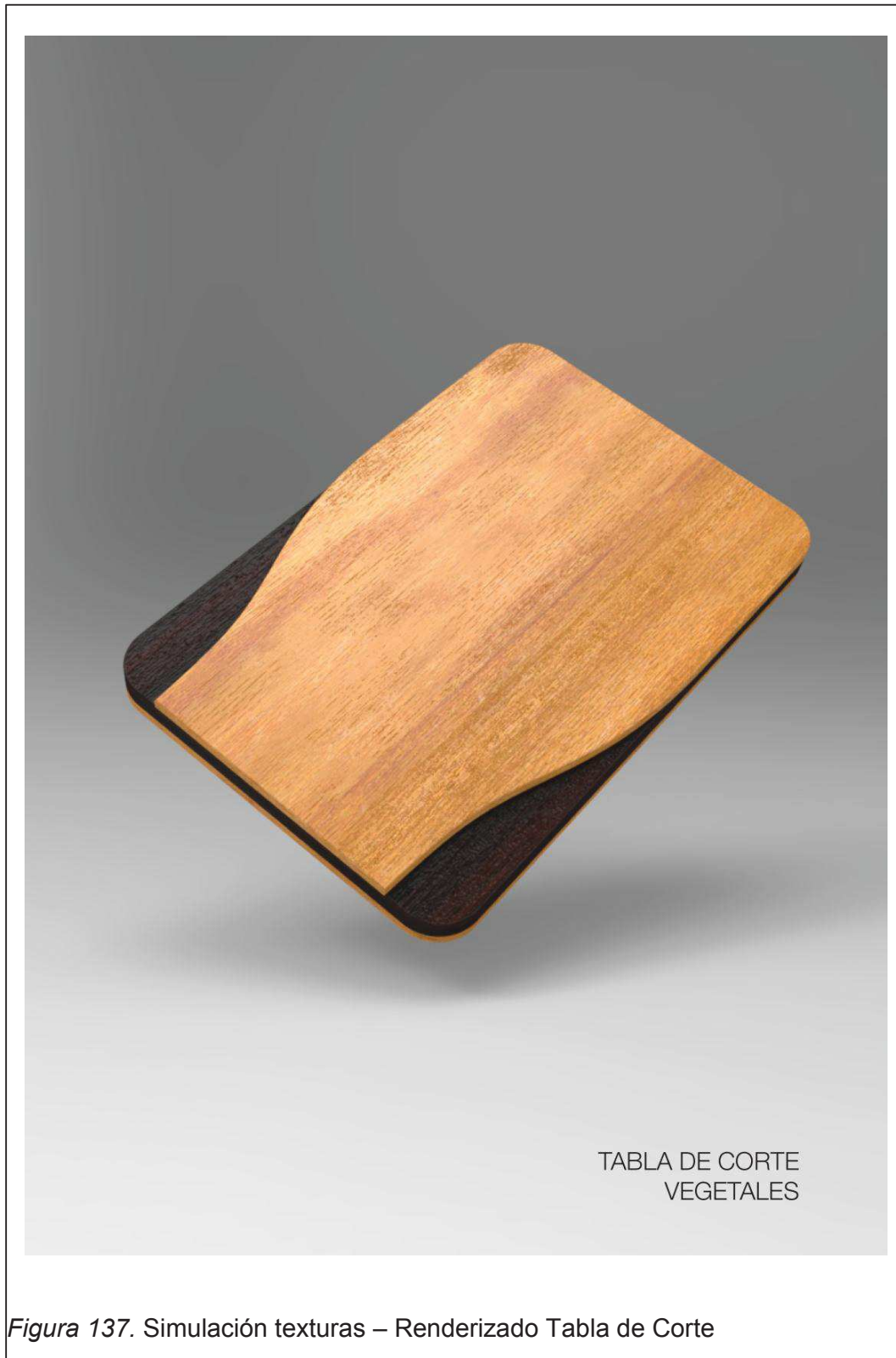
**Detalle Constructivo Tabla de Corte**

Figura 136. Vista superior y lateral.

## Render Tabla de Corte



### 5.5.6 Copa Coctelera

#### Boceto Descriptivo

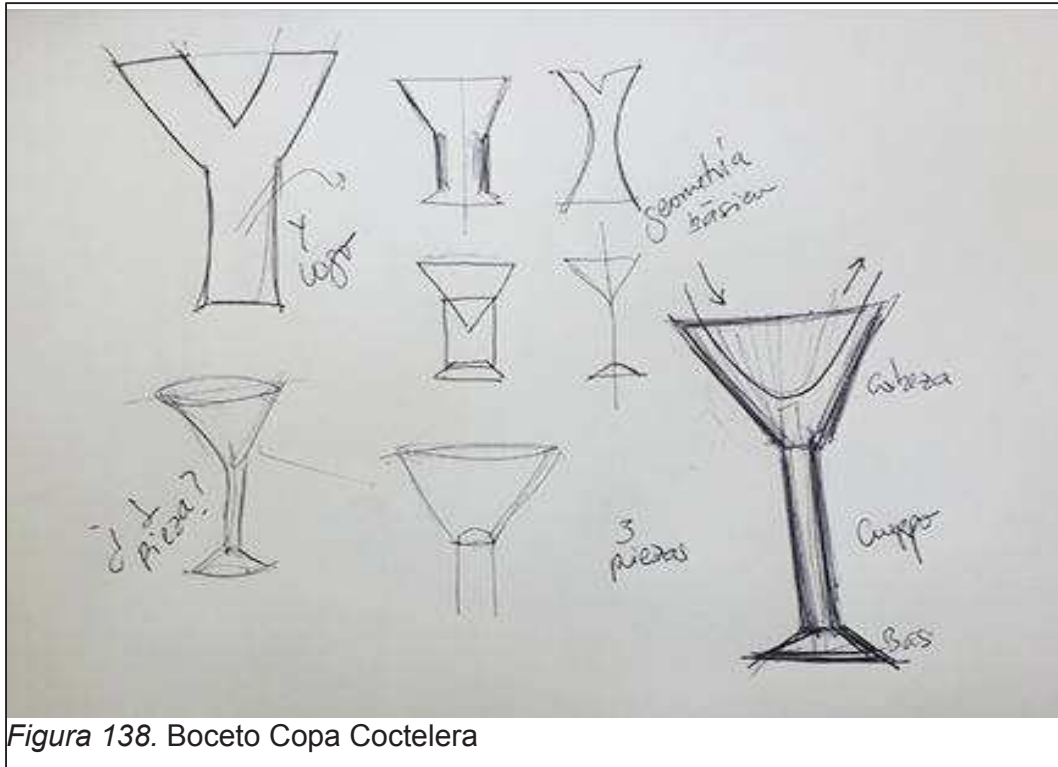
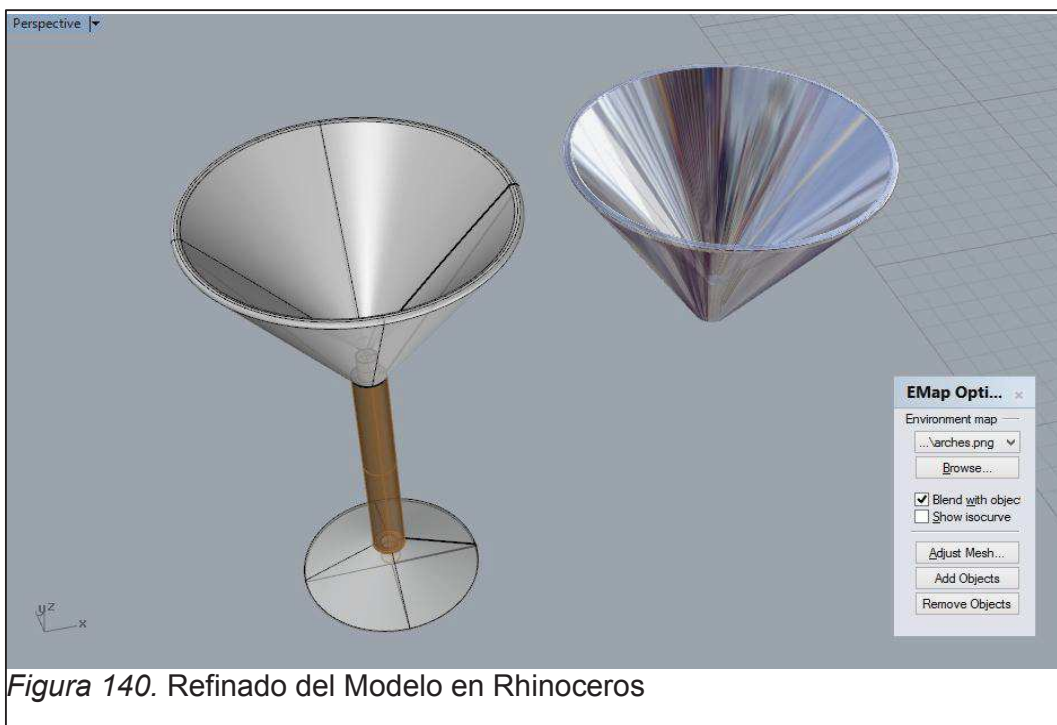
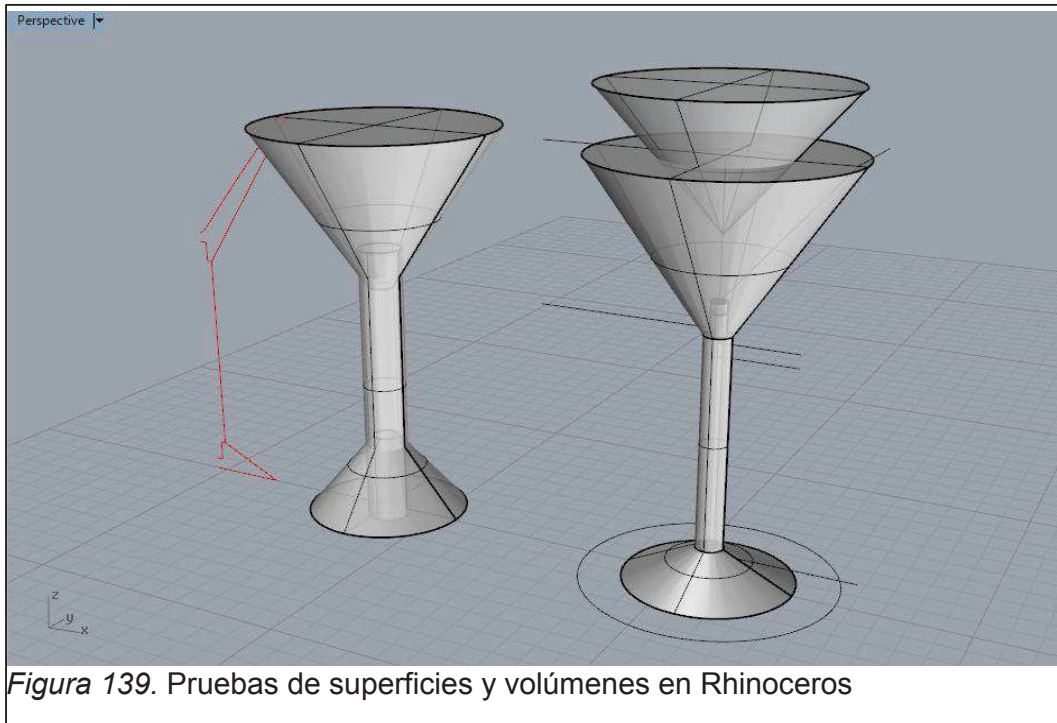


Figura 138. Boceto Copa Coctelera

La copa coctelera representa una estilización de la copa de madera, para una bebida alcohólica. Su función es destacar la madera como un elemento estético resaltando las propiedades de la madera. Se llegan a los mínimos de tolerancia del material para mantener la forma sin ser débil o quebradizo.

## Modelado Digital en Rhinoceros



## Despiece de elementos para visualización

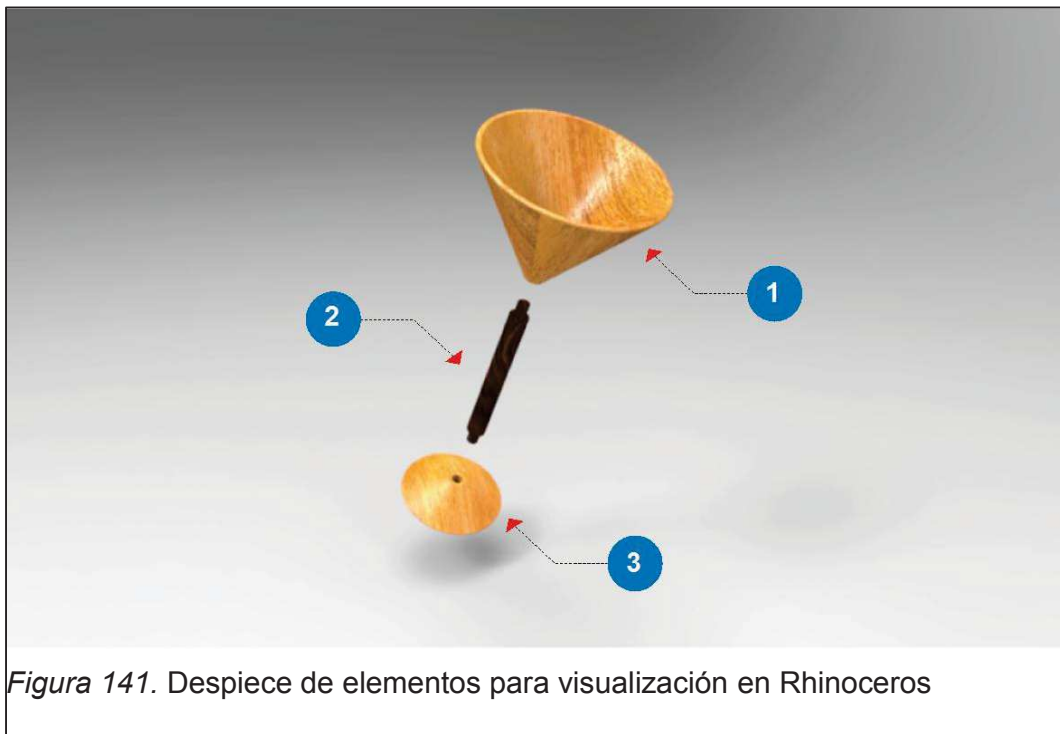


Figura 141. Despiece de elementos para visualización en Rhinoceros

- 1. Cono Copa:** Cono de madera de Aliso. Tono natural
- 2. Cuerpo:** Tarugo de madera de Aliso. Color wengue.
- 3. Base Copa:** Base cónica de madera de Aliso. Color natural.

### ACABADO:

Terminado natural con cera de abeja. El cuerpo o tarugo debe llevar una aplicación de tinte antes de aplicar la cera.

### Detalle Constructivo Tabla de Corte

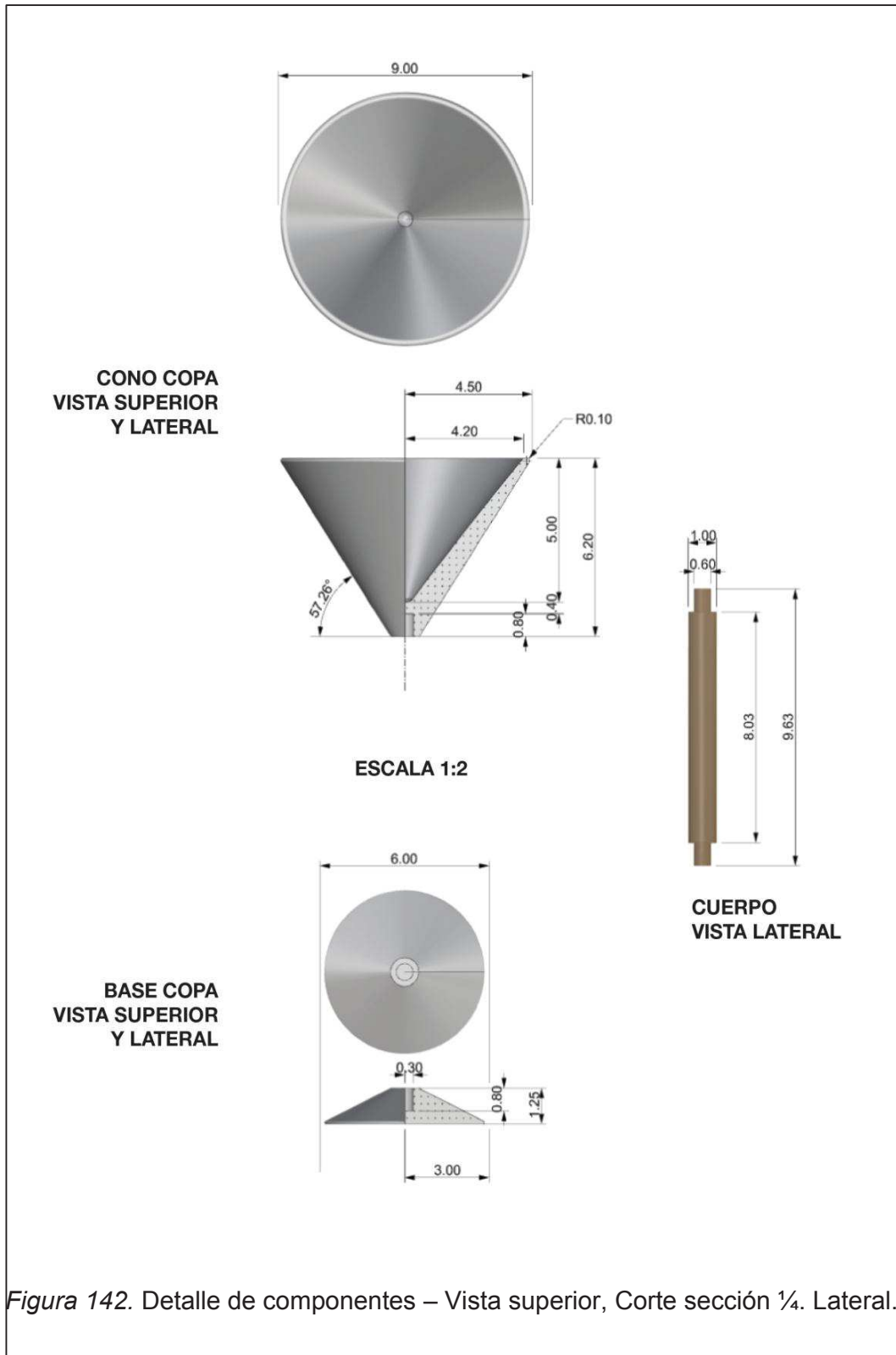


Figura 142. Detalle de componentes – Vista superior, Corte sección ¼. Lateral.

## Render Copa Coctelera



*Figura 143.* Simulación de texturas – Renderizado Copa Coctelera



## 5.5. Presupuesto

Para realizar el presupuesto de este proyecto se solicitaron cotizaciones de los productos a emplearse en el desarrollo del mismo.

Tabla 10. Presupuesto Señalética

<b>1. PRESUPUESTO DE SEÑALÉTICA</b>			
Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
10	Vinil Reflectivo	25	250
50	Pernos	0.40	20
1	Taladro Inalámbrico	1	200
3	Mano Obra Semanas	150	450
240	Calado de Madera (minuto)	0.65	156
2	Barilla 6.40m	18.50	37
1	Accesorios Carpinteria (goma, lijas, etc.)	100	100
3	Pintura	45	135

SUB TOTAL	1348
I.V.A.	161.76
TOTAL	1509.76

Tabla 11. Presupuesto Manuales

<b>2. PRESUPUESTO DE ELABORACIÓN DE LOS MANUALES</b>			
Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Impresión Manual Identidad	65	65
1	Impresión Manual Artesanías	68.50	68.50
1500	Etiquetas Troquel Mermelada	0.08	120
3000	Etiquetas Adhesivas Queso	0.07	210

20	Camisetas Polo Yunguilla	22.50	450
50	Camisetas Serigrafía	13.50	675
1000	Afiches A3	0.39	390
1000	Volantes A5	0.075	75

SUB TOTAL	2053.5
I.V.A.	246.42
TOTAL	2299.92

Tabla 10. Presupuesto Maquinaria Taller

<b>3. MAQUINARIA PARA TALLER MADERA</b>			
Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Sierra de banco	1500	1500
1	Taladro Inalámbrico	200	200
1	Caladora	185	185
1	Taladro	115	115
50	Lijas 80	0.35	17.5
50	Lijas 120	0.40	20
50	Lijas 150	0.42	21
50	Lijas 240	0.45	22.5
2	Juego de Formones	95	95
2	Juego de Gubias	65	65
2	Martillos para Madera	17.5	35
2	Cepillo	45	90
1	Cerrucho	30	30

SUB TOTAL	2396
I.V.A.	287.52
TOTAL	2683.52

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### **Conclusiones:**

El proyecto permitió validar las herramientas de diseño gráfico aplicables al Sistema de Identidad Corporativa, generando así un Sistema de Identidad que posee: Logotipo, Usos, Aplicaciones Publicitarias, Publicaciones y Señalética. Se confirmó que el manejo interdisciplinario de la carrera de diseño permite asociar los conceptos gráficos con los industriales, permitiendo así la creación de un Manual de Elaboración de Objetos Artesanales.

Los vastos recursos naturales del lugar, su flora abundante y animales asombrosos, todos con multivariadas formas, tamaños y colores aportan con una diversidad gráfica y conceptual a la identidad de la Reserva. El espíritu flexible al cambio de la comunidad y la capacidad de adaptación del Sistema de Identidad Corporativa permiten generar respuestas a los cambios comunicacionales del futuro, por ende, este proyecto aporta a la comunidad como un referente de desarrollo social y a la academia como un ejemplo de aplicación teórico-práctica.

La creación de objetos artesanales en madera es una tarea más extensa de lo que se piensa, involucra no solo a las personas trabajando directamente con el material, sino junto a la comunidad en general. Ellos pueden brindar conocimiento, ideas, puntos de vista y experiencia. Estos aportes enriquecen el trabajo de diseño y permiten que la pieza terminada tenga un mayor valor agregado.

El modelo de turismo comunitario ha funcionado los últimos años mediante el esfuerzo y apoyo colectivo, nacional e internacional. Este trabajo ha logrado la promoción de los servicios y la esencia de su propuesta turística a pesar de no contar con un estudio de las necesidades comunicacionales de la entidad. Por lo tanto, con el Sistema de Identidad Corporativa y Manual de

Elaboración de Artesanías en Madera podrá sin lugar a duda mejorar, impulsar y expandir la oferta turística de la Reserva y hacer de esta una comunidad sostenible.

El aporte que se logra mediante recursos que fomentan el ecodiseño y sirve de ejemplo para otras reservas comunitarias con características similares a desarrollar productos utilizando tendencias actuales implementando así un concepto de artesanía con diseño. Dejando así atrás la asociación que baja calidad y poca originalidad en los productos que venden la imagen de nuestro país.

**Recomendaciones:**

- El análisis de la Reserva determinó que la comunidad necesita aparte de mejorar su manejo de Identidad Visual y producción artesanal, entrelazar este nuevo Sistema de Identidad con las iniciativas turísticas y proyectos comunitarios para ampliar el rango de acción de la propuesta.
- Capacitar e involucrar a los miembros jóvenes de la comunidad en el proceso de elaboración de objetos artesanales.
- Capacitar a los miembros en el uso de herramientas y acabados para madera.
- Desarrollar un banco de fotografías de flora y fauna que sirva como referencia para propuestas futuras.
- Involucrar al sector académico para impulsar la creación de nuevas iniciativas entrelazadas en el área turística.
- Impulsar el Ecodiseño con visitas a los talleres de la comunidad, explicando las cualidades, beneficios y resultados para el planeta.

## REFERENCIAS

- Aicher, O. (1991) *Sistemas de signos en la comunicación visua*. Barcelona España:Gustavo Gili
- Alarcón, V. (2000) *Manual de sistemas de señales*. Londres, Inglaterra. Ed. Studio.
- Ambrose, G y Harris, P. (2009). *Fundamentos del Diseño Gráfico*. Barcelona España. Parramon
- Arellano R C. (2001). *La marca, "Isotipo"*. Capítulo 6, Página 198. México DF- México tomado del libro PANAMA a legendaryhat", Ediciones Assouline
- Asensio, C. (2009). *El Gran Libro de la Madera*. España. Madrid. Lexus.
- Barbero, S y Cozzo, B. (2009) *Ecodesign*. España. Barcelona. N.F.Ullmann
- Barrera, E. 2006. *Turismo Rural. Nueva ruralidad y Empleo rural no agrícola*. Organización Internacional del Trabajo. CINTERFOR. Montevideo.. CINTERFOR/OIT. (Trazos de la Formación, 32)
- Baudrillard, J, (1969) *El sistema de los objetos.*, México: Ed. Siglo XXI,
- Beltrán, J. (2003) *Indicadores de gestión*. Guía práctica para estructurar acertadamente. Textosgoogle
- Bonsiepe, G,i., (1978) *Teoría y Práctica del Diseño Industrial, Colección Comunicación Visual*, Barcelona España: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Borrayo, R. (2002). *Sustentabilidad y Desarrollo Económico*. México D.F. México. MacGraw Hill.

- Burdek, B. (2005) E. *Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Madrid, España: Gustavo Gili, SA
- Burdek, B.(2005) “*Del CAD/CAM a la Bauhaus Electrónica*”, Diseño, Barcelona, España: Gustavo Gili,
- Burdeck, B. ( 2009) Catedra de Diseño Industrial. Recuperado el 16 de Septiembre 2013 de <http://catedrad3.files.wordpress.com/2009/04/metodologia-de-diseno.pdf>
- Cabezas, L. Ortega de Uhler, L. (2001) *Análisis Gráfico y Representación Geométrica*. Barcelona, España. Ed. Universidad de Barcelona
- Calvera, A. (2007) *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño*. Madrid, España:(<http://www.monografias.com/trabajos13/diseprod/diseprod.shtml>)
- Camarero, c. y Garrido M.2004. *Marketing del Patrimonio Cultural*. Madrid, España. Pirámide, Grupo Anaya.
- Capuz, S, Gómez, T. (2002) *Ecodiseño. Ingeniería del ciclo de vida para el desarrollo de productos sostenibles*. Valencia, España. Editorial Universidad Politécnica de Valencia.
- Collaguazo, R. (2012). *Comunidades - Comunidad Yunguilla*. Recuperado el 15 de Diciembre del 2013 de <http://www.feptce.org/>
- Costa, J y Moles A. (1991). *Imagen Didáctica*. Enciclopedia del Diseño. Barcelona. España CEAC.
- Costa J. (1987,) *Señalética*. Barcelona, España. Ed. CEAC SA:

- Costa J. (1987,) “*señalética*”: *de la señalización al diseño de programas*”.  
Barcelona, España : CEAC
- Costa J. (2007) *Señalética: una nueva definición* Por CHGVISUAL clasificado  
en Comunicación, Señalética, Barcelona España: CEAC
- Cross, Nigel; Elliot, David; Roy, Robin.,(1982) *Diseñando el Futuro*. Barcelona,  
España:Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Cusot (2007, p.20). *Comunicación en un mundo cambiante*. .Recuperado el 16  
de Septiembre 2013 de  
[google.com.ec/search?q=Cusot++\(2007,+p.20\).+&ie=utf-8&oe=utf-8&rls=org.mozilla:es-](http://google.com.ec/search?q=Cusot++(2007,+p.20).+&ie=utf-8&oe=utf-8&rls=org.mozilla:es-)
- Cuvi, P. (1994) *ARTESANIAS DEL ECUADOR*. Quito Ecuador: Dinediciones.”
- Dabner, D.(2007). *Diseño Gráfico*. España: Editorial Blume
- Distrito Metropolitano de Quito.(2011). *En las faldas inmensas de un  
monte*. Quito Ecuador. PMILEPA/Euroestudios
- Dowling (1986, citado en VanRiell,1999,p.77). *Comunicación Corporativa*.  
Madrid. España: Prentice
- Lev Vygotsky – Yunguilla. Recuperado el 28 de Spetiembre 2013 de  
<http://www.lev.edu.ec/lev/index.php/7-lev-vygotsky/132-dia-lev-008#8106> ecolan@ecolaningenieria.ComCopyright © 2008 – 2014)
- Turismo Comunitario. Recuperado el 28 de Spetiembre 2013 de  
[http://elComercio.com./noticias/comunidad-Yunguilla-turismo-comunitario\\_.html](http://elComercio.com./noticias/comunidad-Yunguilla-turismo-comunitario_.html)).
- ElComercio.com Recuperado el 28 de Spetiembre 2013 de  
[http://elcomercio.com/noticias/comunidad-Yunguilla-apuesta-turismo-comunitario\\_0\\_115188493.html](http://elcomercio.com/noticias/comunidad-Yunguilla-apuesta-turismo-comunitario_0_115188493.html)



Feptece (2010). *Turismo Comunitario Estadísticas*. Recuperado el 12 de Enero 2013 de <http://www.feptce.org/images/stories/contenido/pdfs/estadistico-feptce.pdf>

Frascara, J. (2006). *El Diseño de Comunicación*.. Buenos Aires. Argentina Infinito.

Frascara J. (2006) Meurer, Toorn, DietmarWinkler, "Introducción", *Diseño gráfico para la gente: comunicaciones de masa y cambio social*. Ediciones Infinito.

Frascara, J. (2006,) *El diseño de comunicación*. Biblioteca de Diseño/Jorge Frascara. Ediciones Infinito,

Frutiger (1977,) *Teoría de los signos: Introducción a la problemática de los signos y símbolos* México ed. Siglo XXI.

Hannebohn, O. y S. Blöcker, (1993) *Corporate communications*. Weberforum.

García M. A. *Composición y ubicación de los elementos de Diseño*. Ed, Génesis S.A. Madrid.

Gay, Aquiles y Samar, Lidia (2004), *El diseño industrial en la historia*, Córdoba:Ediciones TEC. ISBN 987-21597-0-X.

Gil Tejeda, J. (2002) *El nuevo diseño artesanal, Análisis y Prospectiva en México*, Mexico,,: CONACYT

Gómez González, 2009, p. 140 *Ecodiseño*. Recuperado el 22 de Enero del 2014 de [http://palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/131\\_libro.pdf](http://palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/131_libro.pdf)

Granados, A. (2011). *¿Qué es la Infografía?* Recuperado el 22 de Enero del 2014 de <http://www.slideshare.net/angelicagranados/qu-es-la-infografa>

Hernández Alonso (2011) *Sostenibilidad ecológica*. Recuperado el 22 de Enero del 2014 de ([cl.linkedin.com/pub/alexandre-hernandezalonso/35/613/b82](http://cl.linkedin.com/pub/alexandre-hernandezalonso/35/613/b82))

Kaplan W (2004), *The Arts and Crafts Movement in Europe and America*: Los Angeles USA: Hudson & The:LA County Museum of Arts,

Kapar, (2012, p.2.) «Exposición Internacional del Arte Editorial 1977». la VEB Fachbuchverlag Leipzig Recuperado el 22 de Enero del 2014 de ([http://www.sldcu/galerias/pdf/sitios/ecimed/reglasdiseno . pdf](http://www.sldcu/galerias/pdf/sitios/ecimed/reglasdiseno.pdf))

Larcher, Jean (2001) *El logotipo o palabra de imagen*. España:: Editorial Blume

Löbach, Bernd,(1981) *Diseño industrial*, Barcelona, España : Gustavo Gili,

Llovet, Jordi. (1981) *Ideología y metodología del diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981

Maeso Rubio, *Francisco Fundamentos del Diseño*. Colección Materiales para el Bachillerato, Junta de Andalucía, España.

Magariños de Morentin Juan (2002, p. 9) *Acerca de la interpretación de los objetos y los comportamientos*. Recuperado el 24 de Enero del 2014 de <http://www.magarinos.com.ar/Semiotica-Indicial.html>

Maldonado, T,(1994) *El Diseño Industrial Reconsiderado. Definición. Historia.Bibliografía*, Barcelona España:Editorial Gustavo Gili S.A.,

Manual Señalización Turística; *Ministerio del Ecuador*; Pág. 71

Ministerio de Turismo (2009). *Ecós de los medios*. MINTUR

- Maquipucuna (2012). *The Yunguilla Story*. Recuperado el 16 de Diciembre 2012 de <http://www.maqui.org/ecotourism>
- Meurer, Toorn, Winkler y Frascara, 2004
- Miquea.(2013) Pensamiento Visual. Recuperado el 6 de Enero del 2014 de <http://trochainnova.wordpress.com/2013/04/07/pensamiento-visual-en-la-gestion-del-turismo/jimmiqueachavez>
- MisionesCulturales(1999): *los años utópicos 1920-1938*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- Moreno Aguilar, J (1990). *Coordinador, Artesanos y Diseñadores*. Memorias de las reuniones técnicas sobre diseño y artesanía México: CIDAP.
- Morris, Walter F.Jr., 1996.*Handmade Money, Latin American Artisans the market place*OAS, Washington D.C.
- Morris, William. (1985) *Arte y sociedad industrial*. Editorial Arte y Literatura, La Habana, Cuba.
- Morison Stanley (1936).*Principios fundamentales de la tipografía*. Londres, Inglaterra.
- Murillo, Gerardo, (Dr. Atl), *Las Artes populares En Máexico*, Instituto Nacional Indigenista, México Novelo, Victoria, La capacitaciúón de artesanos en México una revisión CENCADAR, México, 2003.
- Murphy, J y Rowe, M. (1992). *Manuales de Diseño. Tomo 6. Como diseñar marcas y logotipos*. España. Barcelona. Gustavo Gili

- Papanek V.: (2004) *Design for the Real World. Human Ecology and Social Change*, Londres, Inglaterra: Thames & Hudson.
- PNUMA – UNEP, Brezet, J. C., C van Hemel (1997) "*Ecodesign.- A promising Approach to Sustainable Production and Consumption*", Universidad de Delft para el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
- Portal Reserva Yunguilla. *Quienes Somos*. Recuperado el 15 de Diciembre 2012 de <http://www.yunguilla.org.ec/>.
- Puig.T.(2009,) *Marca Ciudad*, Buenos Aires. Argentina :Paidós
- Quintana Orosco Rafael. *Diseño de sistemas de señalización y señalética* Universidad de Londres Pgs. 12-23.
- Rieradevall, J y Vinyets, J.(2003). *EcoDiseño y EcoProductos*.. Barcelona. . España .Gustavo Gilli.
- Ricard, A. (2008). *Conversando con Estudiantes de Diseño*. México. Gustavo Gili.
- Rieradevall, J y Vinyets, J. (2003). *EcoDiseño y EcoProductos*.Barcelona España. Gustavo Gilli.
- Ríos José Antonio. *Muebles Ergonómicos*. Recuperado del 22 Enero del 2014 de <http://www.enplenitud.com/muebles-ergonomicos-el-nombre-de-la-salud-y-la-comodidad.html>
- Rodríguez González, R. (2007, 20- 02). *Reflexiones sobre el estudio de la identidad corporativa*. Revista PsicologíaCientífica.com, 9(12).Recuperado el 16 de Septiembre de 2014 de <http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-244-1->
- Rolando C. (1992) *Comunicación corporativa*. Madrid España

- Rubio, (2010) *Marca territorial, imagen global y sistema de señalización*, UDLA. Facultad de Ciencias de la Comunicación
- Ruiz, E y Vintimilla, M. (2002). *Cultura Comunidad y Turismo: Ensayos sobre el Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito. Ecuador. ABYA\_YALA
- Sánchez J.y Pintado T. (2009). *IMAGEN CORPORATIVA*. Influencia en la gestión empresarial. Madrid. España: ESIC.
- SwannAlam (1993, p. 49) *El color en el diseño gráfico*. Ed.Gustavo Pili. S.A.
- Todd, P. (2004) *Companion The Arts and Crafts*, New York, USA: Bullfinch.
- Turok, M.(2004) *Como acercarse a la artesanía*, Co edición Secretaría de Educación Pública el Gobierno del Estado de Querétaroi, México :ed. Plaza y Valdez
- UCIN, PNUMA Y WWF 1980; cf. World Commisionon Evironment and Development 1987
- Vernon, M.D. *Psicología de la percepción..* —Hormé, 1973. 274p
- Viñolas Mralet, Joaquín (2005). *Diseño ecológico, la referencia de la naturaleza*, Ed. Blume
- Watson, (2006) El Ecodiseño. Recuperado el 30 de Noviembre del 2013 de <http://disseny.ivace.es/es/disenyo-y-empresa/innovacion-y-diseno/el-ecodiseño.html>)
- Wucius; w. (2002) *Fundamentos del Diseño*. Barcelona, España: GG Diseño
- Wildbur, P y Burke, M. (1998). *Infográfica. Soluciones innovadoras del diseño contemporáneo*. Barcelona, España. Gustavo Gili.

Wong Chung, (2010) *Plan estratégico de desarrollo turístico*. Recuperado el 16 de septiembre del 2013 de <http://www.regionlalibertad.gob.pe/sir/.../PERTU20VERSIOVALIDAD.pdf>

Wong Wucius. (2001) *Fundamentos del Diseño*. México. Editorial Gustavo Gili. 4ta edición. Pág. 41.

ZIV. Manual de Identidad Corporativa. Recuperado el 20 Octubre del 2013 de [http://www.ziv.es/pub/cast/graf/identidad\\_corporativa\\_ziv.pdf](http://www.ziv.es/pub/cast/graf/identidad_corporativa_ziv.pdf)