



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Diseño

Escuela de Diseño Gráfico

Diseño gráfico aplicado a empaques
de productos de paja toquilla

“El empaque como recurso
comunicacional gráfico.”

Trabajo de graduación previo a la
obtención
del título de Diseñador Gráfico

Autor

José Eduardo Parra Castro

Tutor

Dis. Danilo Saravia

Cuenca - Ecuador

Julio - 2015

Fotografías e ilustraciones:

Todas las imágenes son realizadas por el autor, excepto aquellas que se encuentran con la cita respectiva.

DEDICATORIA

A mis padres Eduardo y Cecilia quienes me enseñaron los valores de la responsabilidad y perseverancia.



AGRADECIMIENTOS

A mis hermanos

Angélica y Antonio por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera.

A mis amigos

Pedro y Kathalyn por compartir esta etapa tan importante para mi.

A mis profesores

Danilo, Paúl, Pablo, Paula, Fabian y Jhon quienes marcaron cada una de las etapas de mi formación profesional.

A la segunda promoción toquilleros

María, Blanca, Dora, Carmen y demás compañeras toquilleras por brindarme la oportunidad de aprender el hermoso arte del tejido de paja toquilla; sus manos tejen la identidad de todo un pueblo.

RESUMEN

Los empaques utilizados por las asociaciones de toquilleras poseen una imagen que transmite al usuario mensajes negativos del producto, afectando su percepción en el mercado nacional e internacional.

Este proyecto comprendió la generación de un nuevo lenguaje visual además de el desarrollo de una nueva estructura para empaques de productos de paja toquilla, para lo cual se tomó en cuenta las distintas formas y finuras del tejido como concepto general; obteniendo un sistema gráfico que permite categorizar y catalogar de una manera efectiva los distintos productos de paja toquilla; la nueva estructura desarrollada diversifica la función del empaque.

**Graphic design applied to the packaging of *toquilla* straw products
"Packaging as a graphic communication resource"**

ABSTRACT

The packaging used by the associations of straw products manufacturers, have an image that conveys negative messages to the product user, affecting its perception in the domestic and international markets.

This project involved the creation of a new visual language, and the development of a new structure for packaging straw products. For this reason, we took into account the different forms and fineness of the weaving as a general concept, obtaining a graphic system to categorize and catalog the variety of *Toquilla* straw products in an effective way. Therefore, this new structure diversifies the packaging function.

Keywords: packaging, product, handicrafts, morphology, structure, cultural heritage, layout


José Eduardo Parra Castro
STUDENT


Dis. Danilo Saravia
TUTOR


UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
Dpto. Idiomas


Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

INDICE

CAPÍTULO 1 11

INTRODUCCIÓN
PROBLEMA
OBJETIVOS Y ALCANCE
ANTECEDENTES
INVESTIGACIÓN DE CAMPO
JUSTIFICACIÓN
MARCO TEÓRICO
HOMÓLOGOS
CONCLUSIONES

CAPÍTULO 2 37

INTRODUCCIÓN
USUARIO
FORMA, FUNCIÓN Y TECNOLOGÍA
PARTIDO FORMAL / LENGUAJE VISUAL
PARTIDO FORMAL / DISEÑO ESTRUCTURAL
PARTIDO FUNCIONAL / VISUAL Y ESTRUCTURAL
PARTIDO TECNOLÓGICO / VISUAL Y ESTRUCTURAL
CONCLUSIONES

CAPÍTULO 3	53
INTRODUCCIÓN	
CONCEPTUALIZACIÓN	
IDEAS PRELIMINARES	
IDEA SELECCIONADA	
VARIANTES IDEA SELECCIONADA	
IDEA FINAL	
SISTEMA GRÁFICO	
SISTEMA ESTRUCTURA	
MANUAL	
PRODUCTO ADICIONAL	
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES.....	109
CONCLUSIONES GENERALES.....	110
ANEXOS	113
BIBLIOGRAFÍA	121

Genuine
PANAMA
HATS
Hand Woven
EQUADOR
for GOORIN
BROS.



CAPÍTULO 1: CONTEXTUALIZACIÓN

11

INTRODUCCIÓN.....	12
PROBLEMA.....	13
OBJETIVOS Y ALCANCE.....	14
ANTECEDENTES	16
INVESTIGACIÓN DE CAMPO	19
JUSTIFICACIÓN.	20
MARCO TEÓRICO	22
HOMÓLOGOS	30
CONCLUSIONES	34

INTRODUCCIÓN

La importancia y los beneficios como: protección y persuasión en el proceso de compra del consumidor generados por el empaquetamiento de productos, a llegado a ser tomado en cuenta en el sector artesanal, mas aún a influenciado la necesidad del mismo cuando un producto es de exportación. En el sector de la paja toquilla recientemente declarada en el año 2012 por la UNESCO Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, además de ser el principal producto artesanal de exportación del Ecuador, se suplió esta necesidad mediante la adaptación de diseños de empaques existentes lo cual ha sido una solución temporal que permite proteger y trasladar los productos, pero no permite una comunicación coherente sobre lo que estos contienen, fallando en tres o hasta en las cuatro funciones básicas del empaque que son: Informar, Diferenciarse, Ilusionar y Provocar generando una falencia grave en el proceso de persuasión.

PROBLEMÁTICA

Los productos derivados del tejido artesanal de la paja toquilla se encuentran entre los principales productos artesanales de exportación (PRO ECUADOR, 2013), especialmente los sombreros que ocupan alrededor del 90% de la exportación de productos derivados de paja toquilla, llegando a ser comercializados en mercados altamente competitivos como: Europa, Asia y Norte América; donde el empaque es considerado un valioso elemento estratégico para la persuasión y venta.

Las condiciones socio-económicas e inclusive históricas del sector ocasionaron que durante años los artesanos productores y posteriormente las asociaciones de toquilleras no exportaran directamente sus productos necesitando de intermediarios, los cuales los han explotado por muchos años e inclusive décadas a los artesanos; ocasionando así que cada vez más personas abandonen la actividad en búsqueda de mejores ingresos.

Con el apoyo del Gobierno Ecuatoriano y Pro Ecuador, las asociaciones de toquilleras han comenzado la exportación directa de sus productos, tratando así de incentivar a la continuidad del aprendizaje del oficio y mejorar la calidad de vida de los productores, al ingresar a un mercado altamente competitivo sus productos deben destacar de la competencia, la que se encuentra liderada por los grandes exportadores de los cuales antes estos eran proveedores.

En la actualidad existen empaques para estos productos, no obstante los mismos fueron diseñados para contener objetos de distintas características, por lo cual se los adapta tanto en forma y gráfica, lo que ha limitado a las funciones básicas del empaque como: Informar, Diferenciarse, Ilusionar y Provocar, esto genera problemas con la promoción, difusión, protección y venta de los productos no permitiendo así la correcta aceptación del público consumidor y que los productos pasen desapercibidos.

Existen empaques para estos productos,...) pero los mismos fueron diseñados para contener objetos de distintas características.

OBJETIVOS Y ALCANCES

Objetivo general

Contribuir, al mejoramiento de las condiciones de comercialización de los productos artesanales de paja toquilla mediante la sistematización y aplicación del diseño gráfico en sus empaques.

Objetivo específico

Generar una sistematización del diseño gráfico usando el empaque como su recurso comunicacional, determinando y elaborando gráficas y formas persuasivas para empaques de productos de paja toquilla como: sombreros, carteras o bolsos y cestería.

Alcances

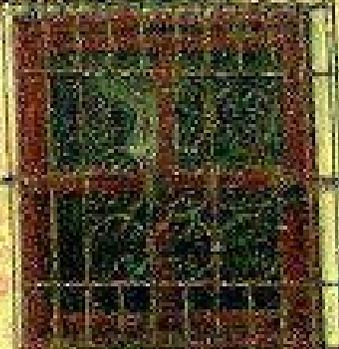
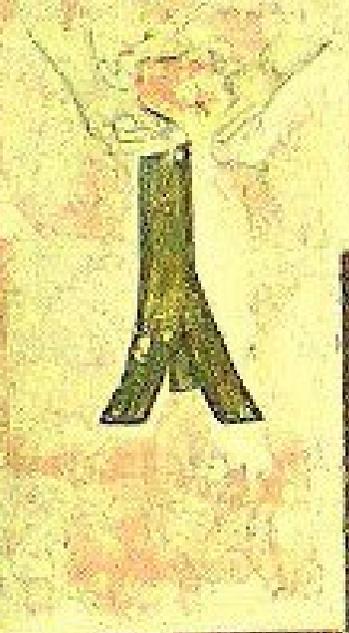
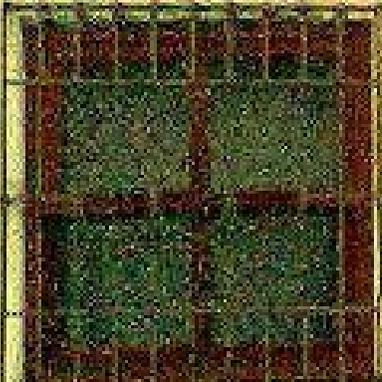
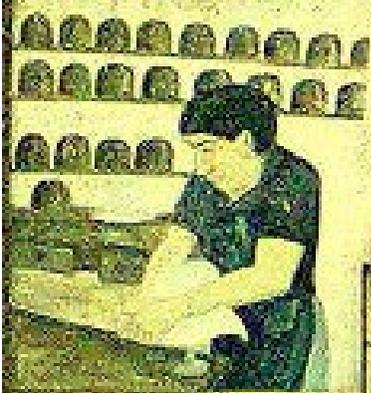
Desarrollo de un manual y generación de prototipos.

GENUINOS SOMBREROS MONTECRISTI
HANDMADE MONTECRISTI STROW HATS CUSTOMIZED WHOLES



JOSE CHAVEZ FRANCO
EST. 1950

TALLER-WORKSHO



ANTECEDENTES

“El comerciante francés Felipe Ralmondi quien vivía en Panamá llevó una colección de sombreros de paja toquilla a exhibirse en la exposición universal de Paris en 1855, en donde vende un sombrero que sería obsequiado a Napoleón III logrando ponerse de moda y bautizándolo sombrero de panamá o Panamá Hats”

(Regalado, 2010)

HISTÓRICOS Y CONTEMPORÁNEOS

El uso de la paja toquilla como materia prima para la fabricación de productos data desde una época anterior a la colonia, es así que se han podido encontrar vestigios de su uso en varias culturas del litoral ecuatoriano como: Jama Coaque, Valdivia, Chorrera, Milagro, Quevedo.

Su aplicación en sombreros se desarrolla alrededor del año 1630, su responsable fue el indígena Domingo Choéz, la forma de los sombreros fue adoptada de la moda europea de la época, la actividad comenzó su consolidación en el siglo XVIII donde a finales del mismo se fundarían los primeros talleres.

Fue recién en el siglo XIX que la actividad es introducida en la región austral de la sierra ecuatoriana, el mismo siglo en el que la exportación de la paja toquilla logra un alcance mundial, fenómeno que recayó particular-

mente en la ciudad de Cuenca a pesar que fueron empresas manabitas quienes inician la exportación de los sombreros fabricados, la motivación principal para la alta aceptación de la actividad en la región fue: los bajos costos de la materia prima y los altos costos que adquiriría el producto elaborado, la difusión del tejido fue rápida en varios poblados rurales como en las ciudades de Cuenca y Azogues; la actividad fue considerada una materia de enseñanza obligada para Cuenca por el cabildo de la época.

En la Actualidad, la actividad toquillera se encuentra en una paradoja mientras sus productos son reconocidos como un patrimonio de la humanidad, las condiciones de la cadena productiva obligan a muchos artesanos a buscar nuevas formas de obtener ingresos, condiciones especialmente generadas por los intermediarios que “se quedan con la mayor parte de la utilidad de la producción: a pesar que las exportadoras pagan una comisión cercana a 5% sobre el precio del sombrero al intermediario, ellos también toman parte de las ganancias de las tejedoras, a quienes pagan precios sumamente bajos”. (Universidad Andina Simón Bolívar, 2011).

La ganancia de los artesanos no es real ni cercano al costo de venta en vitrina de muchos locales del Centro Histórico de Cuenca, pues el precio de venta del productor ronda aproximadamente los 8 dólares refiriéndonos al sombrero más económico, este mismo ofrecido por la exportadora alcanza un precio de venta al público aproximado de 55 dólares socio-económicamente hablando el exportador gana 6 veces más que el mismo fabricante.

En el siglo XIX que la actividad es introducida en la región austral (...) En la Actualidad, la actividad toquillera se encuentra en una paradoja.

EXPORTACIÓN Y EMPAQUETADO

La exportación de la paja toquilla se ha dado durante muchos siglos pero formalmente su inicio se dio en el año de 1843 cuando se da la autorización al comerciante español Manuel Alfaro y Agustín Villavicencio de exportar legalmente la paja toquilla, años más tarde Don Manuel Alfaro, abriría una casa comercial en Panamá donde comenzaría a expender los sombreros a Estados Unidos y Europa (Regalado, 2010).

La forma de exportación de productos como la conocemos en nuestros días –usando empaques primarios secundarios y terciarios– se remonta a una época posterior a la aparición del cartón corrugado que fue perfeccionada por Oliver Long en 1874, este invento facilitó la aplicación de productos y dinamizó el diseño de embalajes permitiendo la innovación en la forma pues esta caja protegía de mejor manera su contenido, dicho con anterioridad los sombreros de paja toquilla han sido

exportados desde muchos siglos atrás, su manera de ser exportados según nos indica un relato del Dr. Henry Willis Baxley era mediante el apilamiento de los sombreros para su posterior colocación en sacos, este tipo de exportación se mantuvo por muchos años.

En la actualidad (Aguilar, 2009) cifra de 18 a 20 las casas exportadoras en Cuenca conformadas por dos grupos grandes y pequeños. Donde el empaquetado depende del tipo de venta; al por mayor antes de colocar los sombreros apilados en el empaque secundario, según el exportador se colocan las etiquetas en cartón que contiene información sobre el sombrero y en algunos casos algunas instrucciones para el cuidado del mismo. Para ventas al menor se coloca en una caja de cartón del tamaño del sombrero para que no se dañe ni pierda la forma. Para pedidos más grandes se utilizan cajas donde se apilan cuidadosamente los sombreros hasta 20 o 30 por caja, según el tipo, calidad de los mismos incluso pueden entrar más sombreros.

En el caso de los sombreros en campana se hacen bultos en sacos de lona, de la misma manera como se hacía antiguamente. Estos bultos van cosidos y con pintura en la costura para evitar que sean abiertos en el trayecto. La ventaja de enviar en campana es que el bulto puede contener un mayor número de sombreros y a diferencia de los prensados no necesitan una protección especial, puesto que se terminarán en destino ocultando cualquier maltrato que hubieran podido sufrir en el transporte. El exportador gana 6 veces más que el mismo fabricante.

Se Cifra de 18 a 20 las casas exportadoras en Cuenca, (...) Los sombreros son apilados cuidadosamente hasta 20 o 30 por caja.

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Metodología

Para el desarrollo de la investigación de campo del proyecto se considero el uso de entrevistas a expertos (Directores de asociaciones de toquilleras, exportadoras) además del uso de la observación de campo en las mismas entidades entrevistadas para verificar los procesos de empaquetamiento y etiquetado

Observación

La observación fue realizada en las siguientes exportadoras y asociaciones: Kurt Dorfzan y Homero Ortega, Asociación artesanal Sigseñas, Asociación de toquilleras de Sidcay

Se pudo comprobar que las exportadoras y asociaciones poseen un sistema y logística de empaquetamiento similar con cambios mínimos referidos a protecciones adicionales a los sombreros.

Las carteras y cestas no tienen un empaque para la venta minorista en cambio los sombreros sí, el empaque individual de sombreros se pueden colocar dos som-

las exportadoras y asociaciones poseen un sistema y logística de empaquetamiento similar,(...) gráficamente están desprovistos de cuidados y carecen de calidad

breros sin dañarse, es una caja de cartón corrugado de estructura auto armable,

La parte gráfica usada posee un carácter sobrio en el caso de las exportadoras, en cambio las asociaciones poseen empaques que gráficamente están desprovistos de cuidados y carecen de calidad, las cajas no contienen información sobre el cuidado del sombrero, las etiquetas sí.

Cuando el sombrero es exportado no utiliza un sistema de empaque primario que sea colocado en un empaque secundario, los sombreros son apilados en una caja, su capacidad son 20 sombreros, 10 por cada lado, para no perder la forma de las faldas (Alas del sombrero) utilizan separadores rígidos de cartón.

Entrevistas

En las entrevistas realizadas en las exportadoras Kurt Dorfzan (Ing. Vicente Andrade) y Homero Ortega (Ing. Verónica Torres) nos fue dado a conocer su consideración sobre la importancia de el empaque como producto de comunicación resaltando en general que el empaque era usado como un elemento de protección mas no de promoción de marca, además se resaltaba que el empaque existente no era para guardarlo en una maleta, lo que podría generar cierta incomodidad en el consumidor.

En las entrevistas a las representantes de las asociaciones de toquilleras (María Cochancela y Esther Bueno), se puede resaltar que comunicaron poseer un desconocimiento sobre el diseño de empaques y que lo usaban como un requerimiento para que su producto sea mas aceptado, incluso se indicó que de no poseer un empaque primario entregaban el producto en una funda.

JUSTIFICACIÓN

“El competir en un mercado internacional requiere cumplir ciertas exigencias dispuestas por los mercados de destino como: Certificado de origen, mercadería en excelente estado, buena presentación, materiales ecológicos”

(Vega, 2014)

“El diagnóstico socio-económico del sector de la paja toquilla determina la asesoría en diseño de producto, empaque y embalaje como una estrategia que permitiría tener un mayor impacto en la eficiencia a lo largo de la cadena de comercialización de los productos”

(Escudero, 2013)

JUSTIFICACIÓN

La actividad toquillera en el Ecuador es un oficio artesanal realizado desde tiempos de la colonia, Su producto, el tejido tradicional de la paja toquilla va más allá del carácter físico de sus artesanías, pues involucra tradiciones, sentimientos, historia e identidades de los pueblos que la realizan, todas estas características han propiciado la declaración de: “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.” (UNESCO, 2012) del tejido.

Las condiciones socio-económicas existentes en la cadena productiva afectan negativa y peligrosamente el desarrollo y por ende la continuidad de la actividad, pues los ingresos generados no son distribuidos equitativamente en los diversos estratos sociales, refiriéndonos a los que aportan la mano de obra (Artesanos) y a los que se benefician del trabajo ajeno (Intermediarios, exportadores y mayoristas), motivo por el cual se agruparon los artesanos creando las asociaciones de toquilleras.

Las asociaciones de toquilleras lograron reducir el uso de intermediarios entre productores y exportadoras,

aun así estas no obtenían un ingreso justo por su actividad, por lo que el gobierno nacional ha impulsado al Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) como una ayuda a los artesanos para llevar productos tradicionales -como lo es este caso- a mercados extranjeros caracterizados por ser considerados altamente competitivos en donde su principal competencia son los productos de Tejidos naturales de China y Colombia que “pueden ser más accesibles económicamente pero de menor calidad y diseño” (Coen, 2013)

Las artesanas encargadas de varias asociaciones de toquilleras comentan y se refieren que desconocen los beneficios del empaque como elemento comunicacional gráfico y su influencia en el proceso de decisión de compra en los mercados de destino, se lo utiliza por ser parte del requerimiento para exportar ya que cubre las necesidades de identificación y protección.

Los empaques de estas entidades e inclusive de grandes exportadores son generalmente y casi en su totalidad plantillas adaptadas en tamaño y gráficamente; Es posible reconocer empaques usados en sombreros aplicados a otros productos como: pasteles, pollo, cajas postales, en cuanto a la gráfica no se ha realizado un estudio que determine un diseño gráfico adecuado para la venta de productos de paja toquilla y se suele colocar: una fotografía del producto que contiene, una fotografía de los miembros de las asociaciones de toquilleras o simplemente la impresión del logotipo de la exportadora en la parte superior de la caja, dejando así a un lado elementos relevantes que deberían reflejarse en el empaque del producto.

Los empaques,(...)son generalmente y casi en su totalidad plantillas adaptadas en tamaño y gráficamente

MARCO TEÓRICO

El empaque no es un costo, es una inversión. No es un problema técnico, sino una oportunidad creativa y estratégica.

(Perret, 2014)

Para el estudio del diseño de empaques se lo debe dividir en dos grupos: el empaque como elemento estructural y el empaque como elemento comunicativo.

(Autor, 2015)

EL EMPAQUE COMO ELEMENTO ESTRUCTURAL

La forma en la que los productos son empacados en la actualidad tuvo sus orígenes en la revolución industrial pues el cambio en el proceso de empaquetado del producto, antiguamente realizado en el punto de venta, al empaquetado del producto en fábrica, supuso un cambio no solo en forma sino además en materiales debido a que el producto empaquetado ya no solo viajaba de la tienda a la casa sino desde la fábrica pasando por varios lugares de almacenamiento en la ruta de comercialización, esto además permitió a los desarrolladores innovar en las formas de sus empaques usándolos como medio de promoción llevándonos a la definición de empaque en la actualidad.

(Saghir, 2002) habla sobre el embalaje de productos como “un sistema coordinado para preparar mercancías de manera segura, eficiente y efectiva para el manejo, transporte, distribución, almacenamiento, venta, consumo y recuperación, para maximizar el valor al consumidor, las ventas y como consecuencia la utilidad de la organización”

Motivo por el cual existen diferentes tipos de niveles o

Existen diferentes tipos de niveles o categorías que permiten delimitar las funciones de cada uno de los empaques presentes en la cadena de comercialización.

categorías que permiten delimitar las funciones de cada uno de los empaques presentes en la cadena de comercialización.

Categorías del empaque estructural

(Ane Emblem, 2012) Los empaques estructurales se dividen en varias categorías

Primario. El empaque primario incluye no sólo los materiales en contacto directo con el producto, sino todo el embalaje que rodea el producto cuando se lleva el consumidor a casa.

Secundario. El empaque secundario se utiliza para agrupar los paquetes juntos para facilidad de manejo

Terciario. Empaques terciarios se utilizan para recopilar paquetes secundarios para la facilidad de transporte. Una de las formas más comunes de envases terciarios es la paleta.

De estos tres niveles vistos con anterioridad, destaca el nivel primario, pues con mayor frecuencia o casi en su totalidad presenta una extraordinaria variedad, siendo notoria la utilización de diferentes tipos de materiales y formas en su producción siempre respondiendo a la mejor solución para las necesidades de cada producto y cliente.

Materiales y procesos

La elección de materiales, representa una decisión que definirá y encaminará el diseño del empaque, la relación entre diseñador y materiales es directa y constante pues al diseñar se piensa en materiales y contexto, conside-

rando siempre las propiedades del material como: resistencia, maleabilidad, costo de producción; además de los requerimientos del producto como: protección, almacenamiento, manipulación y conservación.

La gran cantidad de materiales que encontramos alrededor del mundo nos permite diseñar empaques que llegan a deslumbrar al consumidor; entre los principales encontramos: vidrio, metal, aluminio, plástico, polímeros, papel, cartón.

De todos estos los materiales más usados son: papel, cartón y plástico que se pueden dividir en blandos, semirígidos y rígidos. (AVA Publishing, 2009)

Diseño de estructura:

Para la generación de un elemento volumétrico es necesario reconocer los elementos esenciales que para (Wong, 1995) se dividían en: “conceptuales, visuales y de relación” siendo todos y cada uno de estos relevantes para la generación de un objeto tridimensional donde se considera el tipo de armado que este posea, espacios positivos y negativos (troqueles), además se agrega un apartado de elementos de construcción que para el proyecto es importante considerar los componentes de los mismos como: Vértice, filo y cara.

Sistema de Empaque Universal

Universal packaging system UPACK, es un concepto de empaque desarrollado por Patrick Sung que gracias a su estructura de dobleces conformada por triángulos colocados secuencialmente permite dar una forma adaptable a cualquier tipo de objeto, en la actualidad este sistema ha sido utilizado para embalar productos como un empaque secundario, Petar Pavlov utilizó parte del concepto de la estructura UPACK para aplicarlo en la creación de un prototipo de doritos, esta estructura permitió volver a cerrar la caja del producto una vez abierta.

Doble funcionalidad

La doble funcionalidad corresponde al concepto de diseño de empaques que permite la extensión del ciclo de vida del empaque, la intención es lograr convertir el mismo en un elemento con una función totalmente distinta para la que fue pensada, por ejemplo: empaques de semillas que se convierten en macetas, el empaque de una camiseta que se convierte en un gancho para colgarla en el guardarropas.

(Bonilla, 2014) “ecológicamente beneficiaría mucho para disminuir los niveles de basura, la doble funcionalidad es sin duda un futuro que se ve alcanzable y ayudaría mucho al planeta”

Logísticas de empaque

El diseño estructural del empaque facilita o dificulta la cadena de comercialización es por eso que, las interacciones entre empaque, logística y marketing son especialmente importantes debido a las compensaciones que a menudo se deben hacer al elegir un concepto de empaque. (Prendergast & Pitt 1996, Saghir 2002)

Diseñar pensando en la cadena de producción nos permite mejorar procesos y logísticas en la cadena de co-

Las interacciones entre empaque, logística y marketing son especialmente importantes debido a las compensaciones que a menudo se deben hacer al elegir un concepto de empaque.

EL EMPAQUE COMO ELEMENTO COMUNICATIVO

mercialización apuntando a una mayor eficiencia y eficacia.

El diseño de empaques no solo responde a un objeto que tiene tres dimensiones. También experimentamos emociones que nos conectan a ellos. Ningún otro medio de publicidad está tan cerca del consumidor como el envase. Todos los otros medios hablan sobre el producto, mientras que el empaque llega a las manos del consumidor para responder todas sus preguntas, esta función comunicativa ha sido tomada en cuenta por aquellas marcas pequeñas que no cuentan con un alto presupuesto para campañas de comunicación masiva y ha sido llamada “Packvertising”.

“El empaque como elemento comunicativo está conformado por un conjunto de elementos visuales que permite presentar el producto al comprador bajo un aspecto lo más atractivo posible, transmitiendo valores de marca y su posicionamiento dentro de un mercado”. (Grupo Unilever, 2000)

Donde las funciones más importantes de un buen enva-

Ningún otro medio de publicidad esta tan cerca del consumidor como el envase,(...) esta función comunicativa a sido tomada en cuenta por las pequeñas empresas

se para (Font, 1997) son:

1. Percepción: es la capacidad del envase para ser percibido.
2. Diferenciación: una vez percibido, debe ser diferenciable en un contexto saturado de productos.
3. Identificación: el consumidor debe asociar fácilmente el contenedor (envase) con el contenido (producto).
4. Función espejo: la publicidad crea un estilo de vida y lo asocia con la utilidad de venta.
5. Argumentación: se deben comunicar y hacer evidentes las cualidades y valores positivos que se pretenden “vender” (calidad, seguridad, comodidad, tradición, artesanía, naturaleza, ecología, exclusividad, lujo, precio ventajoso, prestigio social, etc.).
6. Información: es importante informar de una manera clara y completa para satisfacer las necesidades de un consumidor cada vez más exigente. Las informaciones incluirían las de tipo obligatorio (que están legisladas), las voluntarias (que mejoran la información al consumidor) y las de tipo promocional (que estimulan las ventas).
7. Seducción: es la capacidad de fascinación y de incitación activa a la compra.

Empaque como objeto semiótico

Como objetos semióticos los envases son soporte de información, portadores de significado mediante el lenguaje visual. “Se establece un diálogo entre el envase y el consumidor, con el objetivo de motivar a la compra.” (Zitterkopf, 2003), mediante el uso de recursos tales como: la forma, los colores, las imágenes, los símbolos y los signos.

En el caso de este proyecto el lenguaje visual generado debe contener similitud en las tres gamas de productos escogidos, por lo que se generara un sistema gráfico.

Sistema y sistematicidad

“La sistematicidad se construye por medio de relaciones conceptuales y no a través de la mera repetición de recursos formales. No es cuestión de usar mecánicamente el mismo recurso (como romper o tachar) sino de articular un conjunto de recursos que respondan a un mismo concepto.” (Carpintero, 2009), entonces la generación de un sistema requiere tanto de elementos formales como conceptuales conjuntos deben contener una coherencia de comunicar un mismo mensaje pero a su vez deben poseer cierto grado de autonomía permitiendo decodificarlos como elementos contenedores de mensajes tanto en conjunto como solos.

Estructura

Ademas de la jerarquización de elementos conceptuales, la organización de elementos formales necesita de una estructura que permita jerarquizar los elementos formales de una manera correcta y clara; la estructura inducida (Arnheim, 1954) se refiere a “una compleja estructura oculta, un campo de fuerzas de tal modo que donde quiera se coloque una figura, ésta se verá afectada por las fuerzas de todos los factores estructurales ocultos”, la estructura permite experimentar con los elementos formales de tal manera que se los puede ubicar de la mejor manera.

Recursos Visuales

Ilustración

“La Ilustración se define generalmente como una expresión de imágenes que mejoran el texto con imágenes de temáticas relacionadas, tiene una importancia en muchas áreas de diseño de comunicación visual y departamentos de diseño gráfico, incluyendo al diseño de empaque” (Demir, 2015).

La ilustración se distingue de la fotografía como un recurso más expresivo, más personal, las dos técnicas de ilustración sean: tradicional o digital, reflejan un producto hecho a mano al cual se le dedicó tiempo para idearlo y generarlo, esta técnica nos puede permitir comunicar un mensaje de productos hechos a mano, artesanales; en el mundo globalizado en el que vivimos cada vez son más los mensajes y técnicas digitales y menos las técnicas manuales.

Tipografía

Se refiere al uso de tipos o caracteres generados con distintas formas basadas en figuras ya existentes y con un significado determinado (Alfabeto) dependiendo de sus requerimientos.

La sistematicidad se construye por medio de relaciones conceptuales (...) un sistema requiere tanto de elementos formales como conceptuales.

(Calver, 2004) habla de la tipografía en el diseño de empaques como esencial pues “se ocupa de la difusión de información. Los productos tienen nombres, descriptores, usos, beneficios, variantes, ingredientes, componentes, instrucciones, advertencias de seguridad, información de atención al cliente, y detalles de propiedad. Todos estos detalles deben ser mostrada en el paquete de forma legible para que los consumidores puedan leer y entender la información que están buscando.”

Por eso se debe tener en cuenta la selección de la tipografía según su función, siempre pensando en que debe ser fácil de leer. Muchas veces el tamaño de letra está sujeto a las limitantes de tamaños de etiquetas o el requerimiento de la información en varios lenguajes.

Símbolos e iconos

“Michael Peters (...) Argumenta a favor de un aumento en el uso de iconos, debido a su omnipotencia intrínseca y la universalidad (...) La capacidad de los iconos para comunicarse de forma rápida y sucinta ha dado lugar a su uso generalizado en el embalaje.” (Calver, 2004)

El uso de los símbolos e iconos nos permitiría explicar los beneficios de un producto, modos de uso, que no se debe hacer todo esto sin una sola letra, entendiéndose

El color y la forma son los principales elementos que permiten identificar las categorías de productos.

que la iconografía, los pictogramas y los símbolos representan un lenguaje universal siempre teniendo en cuenta el mercado y el contexto al que se dirige.

Color

El color es un elemento visual sumamente complejo y fundamental que conjunto con la forma ayuda en el reconocimiento de un envase, “El color y la forma son los principales elementos que permiten identificar las categorías de productos en la góndola del autoservicio en el momento de la compra. (...) Los consumidores esperan que elementos como los colores y las formas cumplan una función en el empaque” (Arango, A. M. A. (2008). Percepciones del color y de la forma de los empaques: una experiencia de aprendizaje. Estudios Gerenciales, 24(106), 43.)

Considerando la importancia del color y su psicología es importante nombrar las armonías mas importantes a ser consideradas en este proyecto como: Análogos (generada por colores adyacentes en el círculo cromático), complementarios (generado por colores opuestos en la ubicación del círculo cromático), Triadas Equidistantes (generado por tres colores equidistantes en el círculo cromático)

Fotografía

“La fotografía es un alimento básico de gran diseño de envases, porque es tan inmediata, potente y de larga duración. La fotografía puede encapsular una propuesta central, y comunicarla con rapidez y eficacia” (Calver, What is Packaging design , 2004)

Todos estos elementos que son parte del lenguaje visual, aportan a la función del empaque como elemento persuasivo y por ende a la función publicitaria

La función publicitaria del empaque

Según (Colet, 2014) “el diseño de los envases articula un mensaje publicitario que pretende incidir sobre el comportamiento del comprador a través de la transmisión

de la identidad tipológica del producto y de los valores asociados a la marca”.

Refiriéndose así a la importancia de la parte visual, pues esta permite activar las funciones de percepción y persuasión del usuario aquellas que lo hacen determinar y dar un valor al producto, entonces la presentación de un producto está fuertemente vinculado con el éxito del mismo, al poseer un mensaje publicitario este posee varias formas de ser leído, (Barthes, 1982) en su obra retórica de la imagen considera que existen dos tipos de mensajes:

Mensaje icónico codificado

Está formado por agrupaciones de determinados elementos de la figura que aluden a conocimientos pertenecientes a la realidad cultural compartida por emisor y receptor.

Mensaje icónico no codificado

Para este se requiere solo de la percepción, su análisis explica y describe la relación de elementos formales organizados en función de una estructura.

Psicología del packaging

Comprendiendo que el diseño de empaques se compone de dos facetas como lo son el diseño estructural y el diseño gráfico, abordar un proyecto de empaques va más allá de la generación de un objeto de tres dimensiones a la cual se aplica una publicidad generada en dos, existe una parte psicológica que se presenta como una dimensión emotiva, todos estos elementos juntos nos están contando una historia.

El vínculo emocional creado entre la marca y el consumidor, sea positivo o negativo queda asociado al envase, este vínculo es aquel que provoca un impulso de compra, confianza y fidelidad. Un aspecto relacionado es que el envase puede ser utilizado para proporcionar la autenticidad de un producto, dando seguridad de que es

el artículo genuino y no una alternativa deficiente. (Ane Emblem, 2012) . Generando un vínculo de satisfacción y adopción de marca.

Packaging multisensorial

La respuesta multisensorial está vinculada directamente con los estímulos psicológicos de nuestro cerebro el cual asigna al producto o empaque un significado y una valoración en cuestión de segundos, la identidad tridimensional del empaque con todos sus recursos debe de estar consciente de las emociones que evoca en el consumidor, como estas establecen lazos sentimentales y no racionales persuadiendo para realizar la compra.

La importancia de la gráfica y forma son vitales para la persuasión del cliente pues en experimentos realizados por Louis Cheskin el usuario no puede distinguir un producto sin el empaque, y contrariamente el mismo producto empacado en envases distintos genera respuestas emocionales totalmente distintas, demostrándonos que todo realmente depende de nuestra percepción.

La persuasión tiene relación directa con la percepción, (Rivera & Sutil, 2004) definen la percepción como la recepción de flujos de información a través de los cinco sentidos. Las respuestas multisensoriales generadas a través de la visualización del lenguaje visual de un empaque son el resultado del uso de las teorías del diseño emocional, leyes de la Gestalt, psicología del color.

El vínculo emocional creado entre la marca y el consumidor, sea positivo o negativo queda asociado al envase



MANUFACTURED
BY MONTECRISTI
S.A.
EQUADOR S.A.



MONTECRISTI



MADE IN
ECUADOR

HOMÓLOGOS

El objetivo de la selección de homólogos es determinar que soluciones han sido propuestas para proyectos directos o similares al que se ha abordado

PACHANGA

Gabriela Corral – Sofía Bustamante

Forma

El tratamiento de los elementos gráficos corresponde al concepto de movimiento, dinamismo, elementos que representan juventud, utilizan la forma del tejido y del sombrero como elemento definidor de la figura aplicada, en cuanto a cromática esta varía y depende del tipo de producto ofrecido dividiéndose en tres: Trendy, Pop y Classic

Trendy: Los colores definidos en este producto utilizan colores pasteles.

Pop: La cromática en cambio para la versión pop del producto utilizo los colores mas vivos.

Classic: Para la definición cromática de la versión classic se tomaron en cuenta colores mas sobrios, que muestren seriedad

Los empaques utilizados por esta marca son modernos y prácticos, rompen con la tendencia tradicional utilizada por este sector, es de fácil uso, manipulación y transporte, de la forma propuesta del empaque permite un fácil apilamiento.

Función

la generación de esta marca y definición de elementos para su uso responde a la necesidad de vender el producto a personas jóvenes, el uso de empaques distintos a los tradicionales permite transmitir más aun esa sensación de juventud.

Tecnología

Es importante recalcar el uso de las tecnologías de impresión offset en cuatricromía sobre cartulina semirígida



El objetivo fue el crear una marca para jóvenes Cuencanos de clase media, media Alta con la finalidad de difundir el uso del sombrero de paja toquilla en ellos.

Créditos fotográficos
4. (Corral, 2013)
5. (Bustamante, 2013)

METIER HATS

Jorge Cevallos

Forma

La cromática, gráfica, tipografía y tratamiento de la imagen que el producto tiene corresponden a un producto de lujo, elementos armónicamente usados en las etiquetas, correcta aplicación de fondo y figura, cromática sobria con detalles de color en una de sus submarcas pero que no rompen la estética.

El empaque se puede decir que vuelve a caer en el uso de lo tradicional, no se hace un análisis de si este empaque es el idóneo para llevar productos de paja toquilla

Función

La generación de tres submarcas y el uso de sus diferentes cromáticas responden a la necesidad de llegar a diferentes segmentos del mercado, pero todas mantienen el concepto de elegancia y su enfoque a un mercado medio alto y alto.

Tecnología

La tecnología aplicada en este proyecto es la tecnología básica para la generación de empaques y gráficas digitales, no existe mayor innovación en cuanto a este punto



Metier es una marca ecuatoriana de sombreros, las necesidades a resolver en este proyecto eran: rediseño de caja y etiqueta, creación de submarcas, para clasificar el producto según el posible comprador.

Créditos fotográficos

6. (Cevallos, 2013)

7. (Cevallos, Metier hats/packaging, 2013)

AZHAR



El proyecto fue desarrollado para explorar cómo elementos formales y conceptuales influyen en la comunicación, además cómo estos elementos pueden apelar a diversos públicos.

Flavio Vicenti

Forma

Empaque primario, impresiones en las etiquetas, la caja como tal no contiene impresiones, uso de tipografía serif modificada en el logotipo, tipografía san serif en el resto de etiquetas, monocromía, aprovechamiento del tipo de papel y tela utilizados, aprovechamiento de texturas visuales y táctiles mediante el uso de cartón ondulado.

Función

La función de este empaque es contener un producto de fabricación artesanal (Jabón), además de comunicar un mensaje sostenibilidad usando como principio las 4R: Reducir, Reutilizar, reinventan y Reciclar.

Tecnología

Impresión a una tinta en etiquetas de cartón reciclado y tela de lienzo, engomado de cartón ondulado con cartón gris para dar forma a la figura requerida.

Créditos fotográficos

8. (Vicenti, 2014)

9. (Vicenti, Azhar /the soap company, 2014)

CONCLUSIONES

Al romper la cadena de producción y distribución, las asociaciones de toquilleras comenzaron la venta y exportación directa de sus productos.

Como una necesidad imperante para la exportación y presentación de sus productos se vieron obligados a utilizar empaques que cumplan las normas establecidas, es por esto que las asociaciones adoptaron de manera casi inmediata: Los procesos, estilos y logística utilizados por las exportadoras.

Al no contar con una asesoría en diseño, el lenguaje visual utilizado en el empaque no posee coherencia con la calidad del producto vendido, pues este es producido de manera empírica dificultándoles el sobresalir de la competencia.

El producto a generarse debe considerar el uso de recursos existentes como el empaque y convertirlo en un elemento de promoción y publicidad (Packvertising), esto permitirá una efectiva comunicación de los productos y las asociaciones.

Al pensar en empaques hablamos de un soporte impreso donde la importancia jerárquica de las funciones: estructurales y visuales son similares.





CAPÍTULO 2: PLANIFICACIÓN

37

INTRODUCCIÓN	38
USUARIO	40
FORMA, FUNCIÓN Y TECNOLOGÍA	44
PARTIDO FORMAL / LENGUAJE VISUAL	45
PARTIDO FORMAL / DISEÑO ESTRUCTURAL	48
PARTIDO FUNCIONAL / VISUAL Y ESTRUCTURAL	49
PARTIDO TECNOLÓGICO / VISUAL Y ESTRUCTURAL	50
CONCLUSIONES	51

INTRODUCCIÓN

“Todo resulta fácil cuando se sabe lo que hay que hacer para llegar a la solución de algún problema”

(Munari, 1981)

INTRODUCCIÓN

La adopción de procesos, logística y estilos de empaquetamiento usado en las exportadoras por parte de las asociaciones de toquilleras complementado por su desconocimiento y falta de asesoría en diseño de empaquetamiento, ha ocasionado que los empaques para productos de paja toquilla se encuentren utilizando una imagen pobre, simplista y desprovista de cuidado, comunicando al usuario mensajes negativos que afectan la percepción del objeto, estableciendo una valoración desinteresada por parte del consumidor al producto.

Los productos de paja toquilla son el principal producto artesanal de exportación del Ecuador, sus principales destinos son mercados altamente competitivos como: Europa y Norte América.

En estas zonas el empaque representa un elemento comunicacional, persuasivo y publicitario, este ha dejado de ser un elemento que solo protege al producto y se ha convertido en un generador de experiencias e impulsador de compra, se determina que un tercio de las decisiones de compra se toman dependiendo del empaquetado refiriéndose a los juicios rápidos de categorización y valoración de producto realizados por el cerebro usando la primera impresión que se tiene del empaque.

Para diseñar una solución efectiva enmarcaremos nuestro trabajo en los parámetros de la trilogía de diseño -forma, función y tecnología- de esta manera se generará un producto capaz de competir en un mercado internacional transmitiendo además la esencia de productos artesanales de alta calidad sin olvidar que el diseño de empaques se encuentra influido en gran medida por el público objetivo del producto que se definirán en base a los siguientes parámetros de usuario.

Enmarcaremos nuestro trabajo en los parámetros de la trilogía de diseño,(...) de esta manera se generará un producto capaz de competir en un mercado internacional

USUARIO

El mercado extranjero representa el principal consumidor de productos de paja toquilla, específicamente los países europeos como Francia, Italia y Alemania además de Estados Unidos (PRO ECUADOR, 2013), en la venta interna se resalta al extranjero como uno de los principales consumidores, no obstante existen consumidores locales pero son mínimos; algunos residentes compran productos de paja toquilla para entregarlos como un presente al visitar otro país.

Este mercado de consumidores extranjeros o nacionales se caracteriza por estar constituido de personas de nivel socio-económico medio alto y alto.

Los productores en cambio se caracterizan por ser personas del campo que poseen otra actividad adicional a tejer sombreros de paja toquilla

Para ejecutar correctamente el análisis de usuario se ha definido los posibles clientes potenciales y beneficiarios del proyecto.

USUARIO 1



Ana María Monsalve

Ana María Monsalve es una ejecutiva que está casada y tiene 2 hijos, su esposo también trabaja por lo que el ingreso al hogar es representativo.

Ella gusta mucho de la moda y siempre está atenta a las últimas tendencias que esta tiene, su gasto en ropa es considerable, tiene dos perros y dos autos, se reúne con su grupo de amigas mensualmente, le gusta disponer de su casa para reuniones, es una excelente anfitriona, sale constantemente de vacaciones a otras ciudades y aprovechando que sus hijos se encuentran estudiando en el exterior decide visitarlos y llevar varios presentes para los amigos de sus hijos que poseen diferentes nacionalidades, por lo que decide llevar algún producto artesanal representativo del país, pero que sea distinto a las artesanías comunes como llaveros, jarros, collares y que sea fácil de llevar, su época de visita es en verano época en la que puede demostrar aún más su gusto por la moda y las tendencias.

Ecuatoriana con familiares y amigos en el exterior, (...) gusta de la moda y tendencias

USUARIO 2

Adam Smith

Adam es un Norteamericano/Europeo que se encuentra en la cúspide de su profesión, posee un trabajo bien remunerado, su esposa no trabaja, pues se dedicó a cuidar a sus 3 hijos que actualmente se han independizado, Su grupo de amigos está conformado de personas alrededor de su misma edad, quienes poseen una situación similar a la de Adam (Síndrome del nido vacío) y viajan hacia otros países

Adam intenta aprovechar al máximo la vitalidad que todavía posee y el tiempo que tiene con su esposa, tomando el ejemplo de su círculo de amistades y familia realiza con su pareja constantes viajes a diversos lugares, justamente es en la época de vacaciones cuando deciden salir de su país y conocer nuevas culturas, tradiciones y representaciones artísticas.

En sus visitas a estos países deciden comprar artículos que representen y hablen de los lugares que visitaron los cuales piensan exhibirlos, además de llevar varios recuerdos para sus hijos y amigos.

Aunque nuestros usuarios geográficamente pertenezcan a diferentes lugares y por ende su manera de pensar sea distinta, encontramos algunos patrones en cuanto a gustos y preferencias como: Preferencia por productos representativos de un país o cultura, productos artesanales (Hechos a mano), diseño étnico y que sirvan como un presente o recuerdo del país.



Extranjero de posibilidades económicas, su familia posee el síndrome del nido vacío, visita otros países.

USUARIO 3



Toquillera, aprendió el oficio por su madre a los ocho años (...) pertenece a una asociación.

María Llivichusca

Doña María es una toquillera que aprendió el oficio por su madre a los ocho años, es una mujer casada desde hace más de veinte años, tiene cinco hijos de los cuales los tres varones viven en el exterior, sus dos hijas están casadas y son amas de casa, todos aprendieron de manos de doña María el arte de tejer paja toquilla pero ninguno se interesó realmente en hacer de esta actividad su ingreso principal.

Doña María distribuye su tiempo día a día entre los quehaceres del hogar, tejer paja toquilla y cuidar a sus cuyes, chanchos y pollos actividad que la puede llegar a ocupar toda la mañana y tarde, dejando su tiempo para tejer en las noches, ella intenta tejer en promedio unos cinco sombreros semanales los cuales antes de pertenecer a una asociación vendía en la Nueve de Octubre los jueves y domingos por un precio menor a quince dólares.

Vendiendo con la asociación gana un poco más de dinero por sombrero a cambio de un porcentaje mínimo de la venta, su asociación paga a las toquilleras solo por los productos vendidos que ellas fabricaron, por lo que es importante para ellas conocer que sombreros son de su pertenencia.

Su asociación está conformada por 20 toquilleras que tiene un estilo de vida similar al de doña María.

FORMA, FUNCIÓN Y TECNOLOGÍA

Con los perfiles de usuario determinados se procede a configurar correctamente las lineamientos del producto que enmarcaran la trilogía de diseño, Vinculando los requerimientos de cada sector como las preferencias de nuestro público objetivo y las necesidades del sector artesanal.

Lineamientos de los productos de paja toquilla

Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad, producto hecho enteramente a mano, fabricado con hebras naturales.

Lineamientos del sector Artesanal paja toquilla

Asociaciones de toquilleras, capacidad de inversión, promoción.

Lineamientos de usuario

Preferencia por productos representativos de un país o cultura, productos artesanales (Hechos a mano), diseño étnico y que sirvan como un presente o recuerdo del país.

PARTIDO FORMAL LENGUAJE VISUAL

Nuestro objetivo principal es generar un sistema gráfico el cual se conformará de elementos conceptuales y formales (Carpintero, 2009) que permitirán competir a los productos en el mercado manejando los códigos visuales y características de cada una de sus categorías.

Herencia, saberes, tradición, lapsos, inmaterial, artesanal, etnia son las claves conceptuales a considerar teniendo en cuenta el público objetivo y el producto como tal.

Los elementos conceptuales estarán en función del objeto como significado y significante de un patrimonio inmaterial generando así una continuidad relacional de elementos formales generando un proceso lingüístico sincrónico.

La intención del lenguaje visual a generar es publicitaria, por lo que el significado que tendrá será intencional, el lineamiento definido permite el uso de los elementos tanto denotativos y connotativos que generaran un mensaje lingüístico, en este caso se usará un mensaje icónico codificado con funciones de anclaje o relevo (Barthes, 1982)

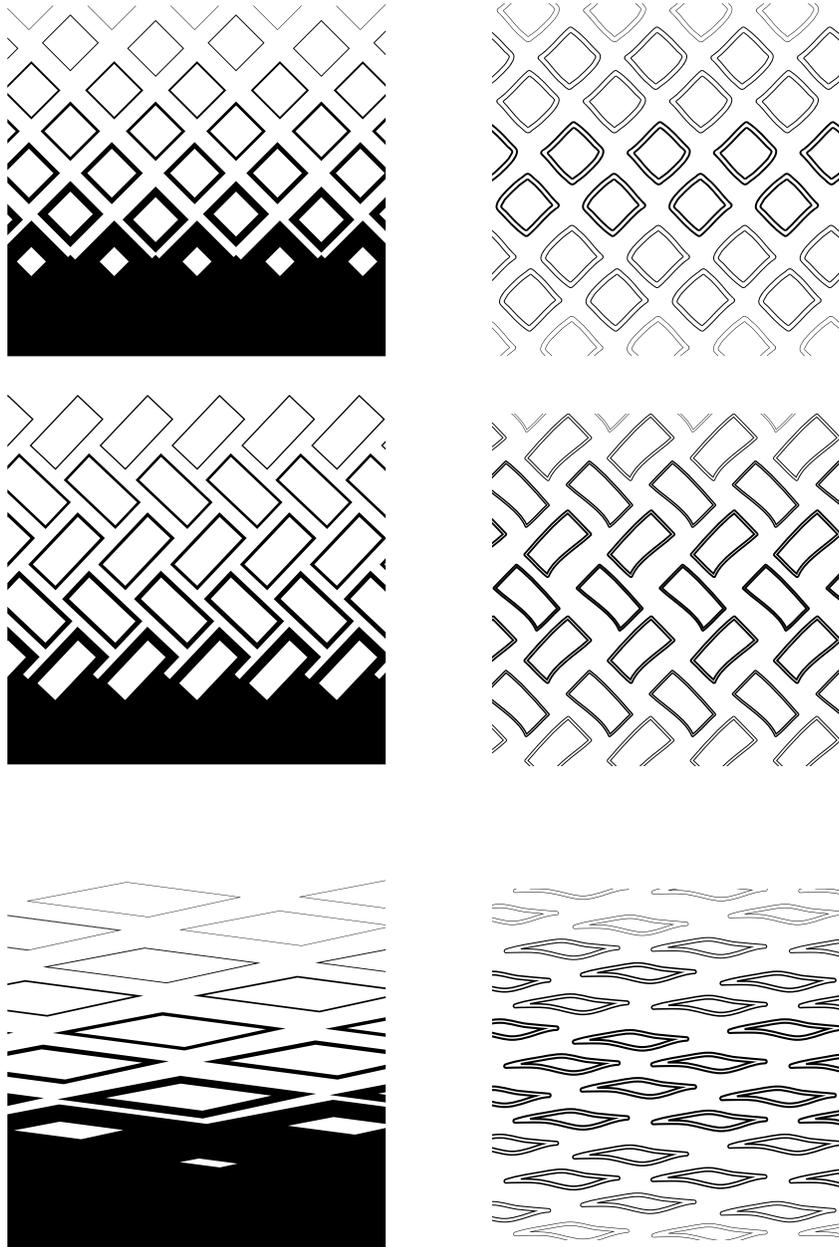
La construcción del lenguaje visual requerirá la disposición de elementos formales en una estructura, manejar la estructura inducida propuesta por (Arnheim, 1954) permitirá la manipulación y experimentación de los elementos, logrando disponer a los elementos perceptivos en los lugares adecuados.

Tomando en cuenta al público objetivo, y los requerimientos de comunicación del producto es posible aterrizar los elementos conceptuales de diseño en elementos visuales construidos con recursos formales, en este caso disponiendo elementos representativos que aterricen las ideas de los lineamientos y claves conceptuales donde la representación de lo inmaterial en material requerirá el uso de recursos ilustrativos.

Elementos denotativos y connotativos que generaran un mensaje lingüístico (...) abiertas las posibilidades.

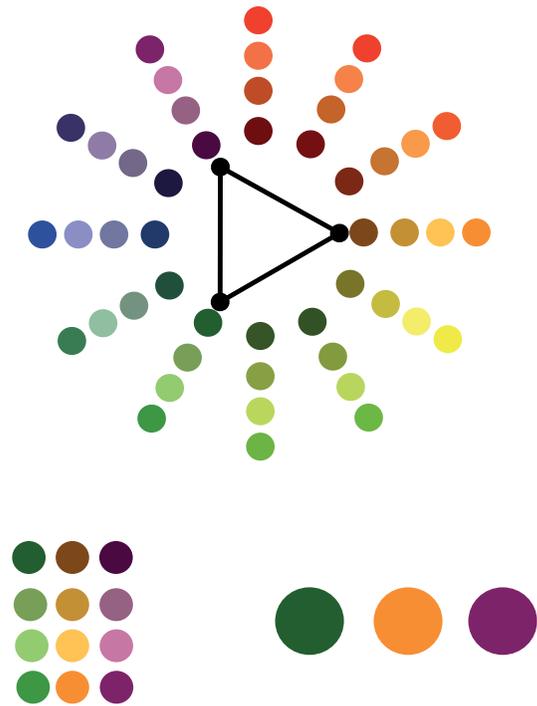
Ilustración

Como recurso más expresivo y personal es considerada la mejor opción a usar como elemento visual descriptivo (Demir, 2015); en el caso de este proyecto la aplicación de la misma para la generación de patrones proyectará una solución viable y comunicará el concepto a ser usado.



Cromática

Serán usados colores planos en base a una armonía de triadas equidistantes, permitiendo el uso de diferentes saturaciones por color formando siempre parte de la triada generada, se tomara el color natural del material como un elemento cromático adicional, el sistema definirá una paleta cromática que distingan a cada una de las líneas de productos.



La generación de patrones proyectará una solución viable y comunicará el concepto, (...), la cromática distinguirá las líneas de productos.

Tipografía

Se usara a la tipografía como un generador de gráfica y comunicación (Calver, 2004) se definen diferentes familias tipográficas según su función; Tipografía Serif (Eligible Regular) para los textos extensos y las tipografías de palo seco (Din Alternate bold) en nominativos, textos cortos y como troquel; el cuerpo de letra dependerá de la función de la misma; serán utilizadas para generar impactos visuales.

DIN Alternate Bold

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789

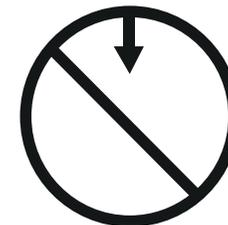
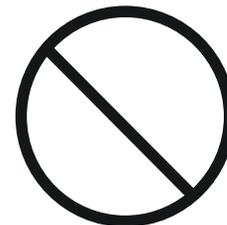
Eligible Regular

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789

Tipografía como generador de gráfica, los signos y símbolos deben ser puntuales y diferenciales, considerando la universalidad.

Signos y Símbolos

Los signos y símbolos a generarse deberán ser puntuales, diferenciales y no ambiguos considerando la universalidad de los mismos (Peters, 2004)



PARTIDO FORMAL DISEÑO ESTRUCTURAL

La definición y generación de formas volumétricas usara a los elementos constructivos y sus respectivas cualidades estructurales determinadas por (Wong, 1995) además se propondrá el uso de espacios negativos considerando las formas generadas en el kirigami en determinadas zonas del objeto tridimensional.

Paralelamente se tomara como aporte los principios mecánicos del plegado del papel usado en las formas básicas de la papiroflexia (Yoshizawa, 1955), además del concepto estructural con base a triángulos del universal packaging system creado por patrick sung (2011), los cuales contribuirán con los dobleces de la estructura que sería definida como auto armable evitando el uso de adhesivos, tomar en cuenta la estructura utilizada por el universal packaging system podría definir la mutabilidad del objeto.

Como un objeto de interacción directa con humanos tomara en cuenta los elementos principales de la ergonomía cognitiva y antropometría.

La norma INEN 1842, es importante pues determina consideraciones para embalaje de los productos de paja toquilla tanto a manera estructural como rotulación del producto, mientras que las normas técnicas como la ISO 3394, recomendada para su aplicación en mercaderías de transito internacional.

Se considerara el uso de un material semirígido, rígido con la condicionante que los materiales luzcan en su estado natural.

Definir y generar formas volumétricas (...) se propondrá el uso de espacios negativos (...) los materiales a considerar serán rígidos y semirígidos

PARTIDO FUNCIONAL VISUAL Y ESTRUCTURAL

El objetivo de crear un sistema gráfico para empaques de productos de paja toquilla es: usar esta herramienta como un recurso comunicacional gráfico y persuasivo que permita a los productos competir en un mercado global, teniendo en cuenta las características y códigos visuales que manejen cada uno de los productos seleccionados, su otra función será usarlo como un recurso publicitario para las asociaciones (packvertising).

La función del lenguaje visual y su construcción será: mediante estímulos visuales dar un mensaje que condicionando el entendimiento o su decodificación produzca sensaciones y emociones esperadas en nuestro público objetivo, esto será posible utilizando mensajes codificados en elementos formales y conceptuales.

La función del diseño estructural será lograr ideas o criterios del producto mediante la configuración de estímulos táctiles usando tamaños, formas, texturas y troqueles además de obtener un objeto sustentable que minimice o elimine el uso de adhesivos proponiendo un objeto mutable de estructura auto armable que considere métodos de fabricación y materiales de un costo bajo.

Estímulos visuales y táctiles que den un mensaje condicionado (...) a producir sensaciones, emociones.

PARTIDO TECNOLÓGICO VISUAL Y ESTRUCTURAL

El sistema debe ser diseñado en función de soportes impresos (CMYK).

Software

El software de Adobe CC se constituirá en la herramienta principal para la generación y experimentación de elementos formales, además servirá para la preparación de archivos y su respectiva separación de colores en pre impresión.

Material

El material micro corrugado propone una solución efectiva y viable para la aplicación del proyecto por distintas razones como: costos de producción, resistencia y protección del producto, peso del material.

Impresión

Se considerara métodos de impresión en cuatricromía y dos tintas (Duo tono).

Los tipos de impresión mas adecuados para el empleo de estos métodos son: Offset y Flexografía.

Los formatos para la impresión en micro corrugado en diferentes empresas de la ciudad según su tecnología disponible son:

Flexografía: 185cm x 220cm

Offset: 100cm x 70cm

Troquel

Los troqueles y dobleces podrán ser generados mediante el uso de planchas de troquel (sistema tradicional de imprenta), para esto se debe de poner en consideración el tamaño mínimo existente (0,5cm) entre cuchillas de troquel, para garantizar la calidad de los cortes de los empaques.

Estos procesos pretenden ser para impresión a gran escala.

Prototipos y producción a pequeña escala

Para la producción a pequeña escala de los empaques se usará la tecnología de impresión offset, en cuanto al troqueles y dobleces el uso de la tecnología láser es una alternativa viable y económica en relación al costo de producción de una plancha de troquel. Con estas dos tecnologías serán generados los prototipos.

Simulación

La experimentación y simulación de gráficas en formas tridimensionales se utilizara Autodesk 3ds Max.

Software de generación (...) consideraciones para un medio impreso (CMYK), consideraciones del material

CONCLUSIONES

El conocimiento del posible usuario y beneficiario basados en parámetros psicográficos y conductuales permite definir lineamientos y posibles conceptos para la etapa de diseño.

Se considera que para mostrar los productos de paja toquilla se debe ir mas haya de presentar un producto artesanal, tomando en cuenta el uso de conceptos como la inmaterialidad, la historia y legado de la paja toquilla y los actores involucrados en la actividad.

Los elementos formales tanto visuales y estructurales permitirán definir empaques que persuadan y a su vez comuniquen al producto logrando generar un proceso de reconocimiento y catalogación de los productos de paja toquilla.

Las tecnologías de impresión propuestas permiten definir varias opciones que dependerán de los alcances y volúmenes de producción que requieran las asociaciones, así mismo las técnicas de impresión estarán en función del material propuesto

El usuario y beneficiario con sus requerimientos permiten definir parámetros formales, funcionales y tecnológicos para la generación de una solución efectiva



Sombrero obsequiado al Papa Francisco en
su visita al Ecuador Julio-2015
Artesana: Maria Cochancela
Fotografía: José Parra

CAPÍTULO 3: DISEÑO

53

INTRODUCCIÓN.....	54
CONCEPTUALIZACIÓN.....	56
IDEAS PRELIMINARES.....	58
IDEA SELECCIONADA	60
IDEA FINAL.....	62
SISTEMA GRÁFICO	63
SISTEMA ESTRUCTURAL	87
MANUAL.....	103
PRODUCTO ADICIONAL	106
CONCLUSIONES.	108

INTRODUCCIÓN

“Existen tres posibles respuestas ante un diseño “SI”, “NO” y “WOW”. Hay que aspirar a Wow”

(Milton Glaser)

INTRODUCCIÓN

El capítulo anterior permitió determinar perfiles de usuario que llevan al diseño hacia una solución efectiva; el sistema gráfico comprende elementos tanto formales como conceptuales, para los cuales se ha reflexionado sobre el uso de la inmaterialidad de la manifestación artística como un lineamiento principal.

Al definir partidos tecnológicos nos centramos en la construcción de un producto impreso el cual contempla la posibilidad de ser generado en dos colores (duotono) o cuatricromía (CMYK).

El material que será utilizado debe poseer características de resistencia, ligereza y ser económico para la reproducción de los embalajes que se generen, así también el sistema de troqueles y dobleces debe permitir la construcción de una estructura autoarmable.

Con base a estos partidos de diseño se generó una lluvia de ideas para definir el concepto base con el que se trabajará.

CONCEPTUALIZACIÓN

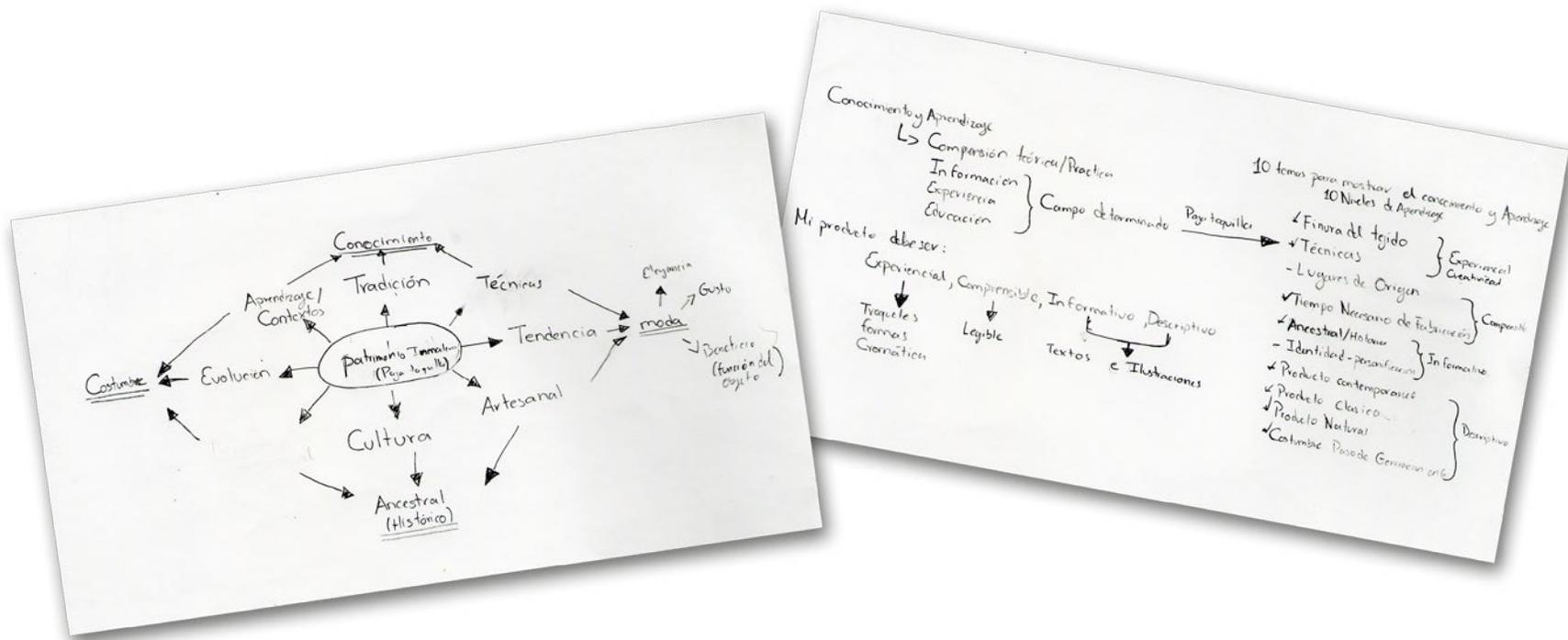
Para el desarrollo del concepto general se partió del reconocimiento del tejido de paja toquilla como patrimonio inmaterial de la humanidad y todo lo que esto representa; siendo el conocimiento y aprendizaje del tejido con sus técnicas aquellos elementos base que definen el concepto y el propósito de comunicación; además se consideran ciertas características esenciales que el producto generado debe cumplir como: Experiencial, comprensible, informativo y descriptivo.

Concepto:

Tejido y técnicas

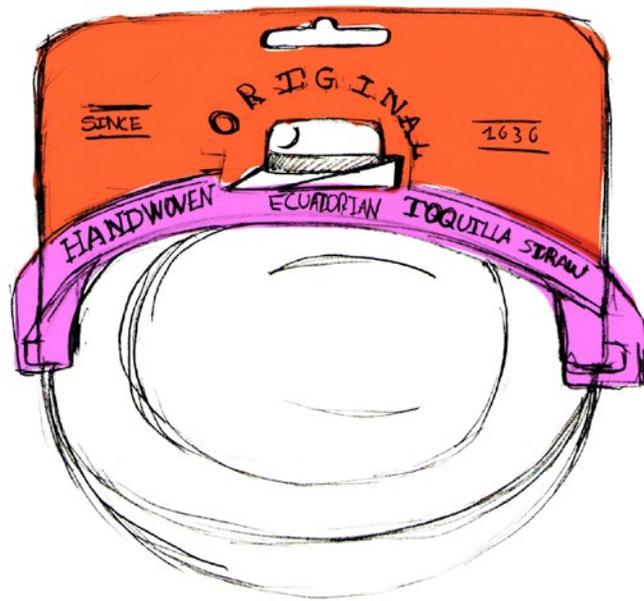
Propósito de comunicación:

Conocimiento y aprendizaje

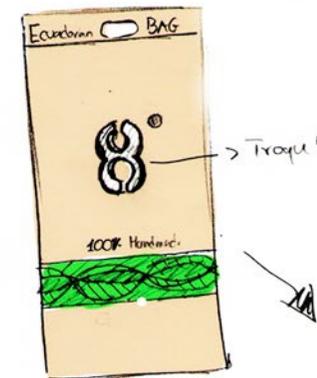
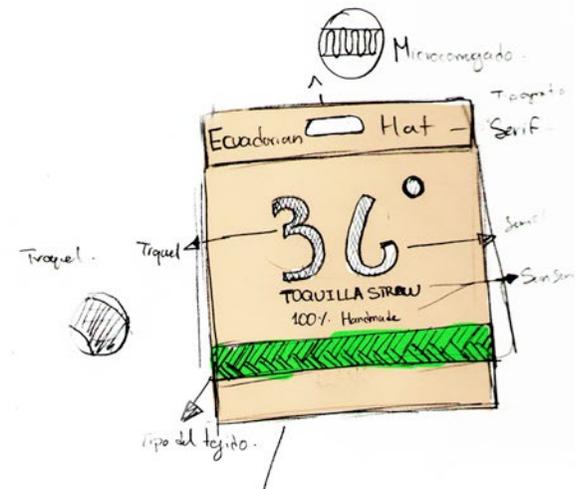


Se partió del reconocimiento del tejido de paja toquilla como patrimonio inmaterial de la humanidad y todo lo que esto representa.

IDEAS PRELIMINARES

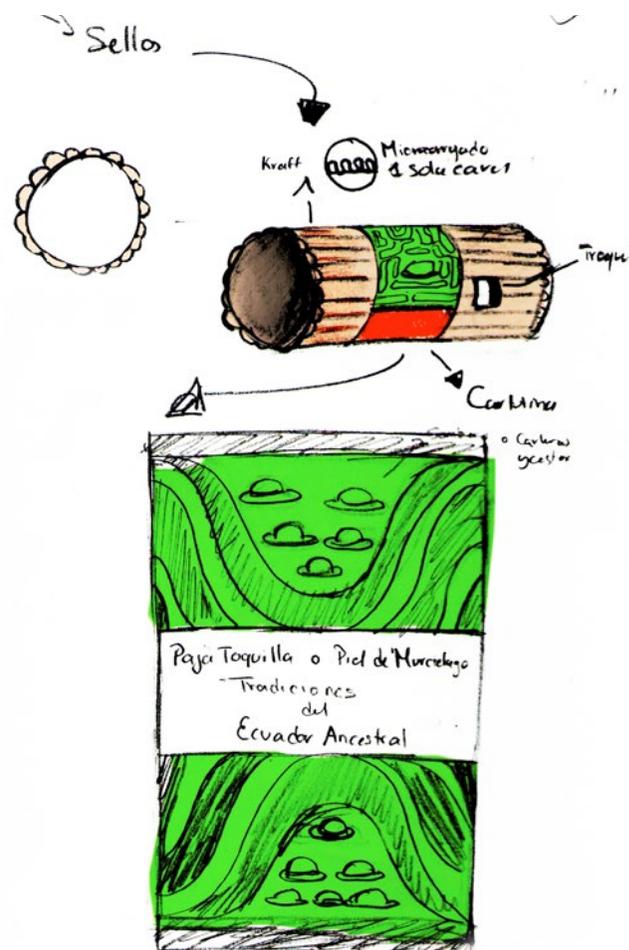
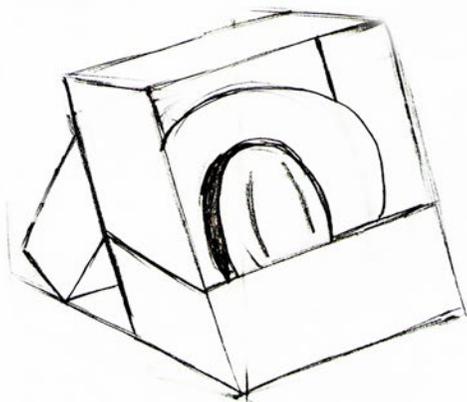
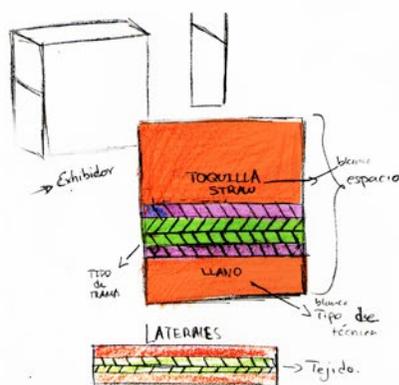
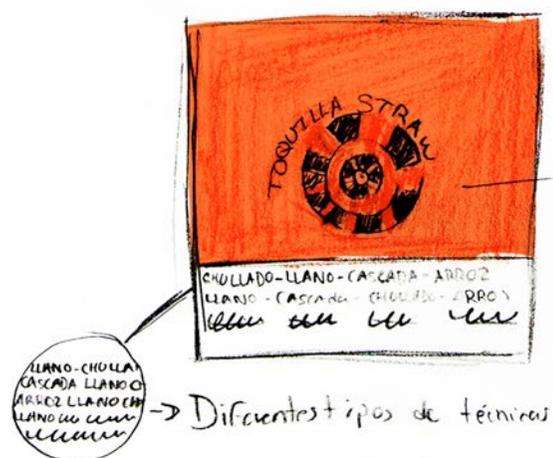


AUTENTICA PAJA
TOQUILLA
 TRADICIÓN ECUATORIANA
 COSTA · SIERRA · ORIENTE



En base al concepto y el propósito de comunicación se desarrollaron varias ideas preliminares que cumplan con los planteamientos propuestos, de los cuales se escogieron cuatro ideas.

BOCETOS



Cada idea Aportó un elemento para generar una diseño base. Los aportes obtenidos de cada una fueron: tipografía, troqueles, material como recurso comunicativo, cromática

IDEA SELECCIONADA

La idea seleccionada se concretó fusionando cada uno de los aportes de las cuatro ideas preliminares, determinado las siguientes características:

Se trabajará en base al grado de finura del tejido como principal elemento comunicacional.

Uso de la tipografía como generador de gráfica y troquel.

Uso del material en su estado natural (Color Kraft)

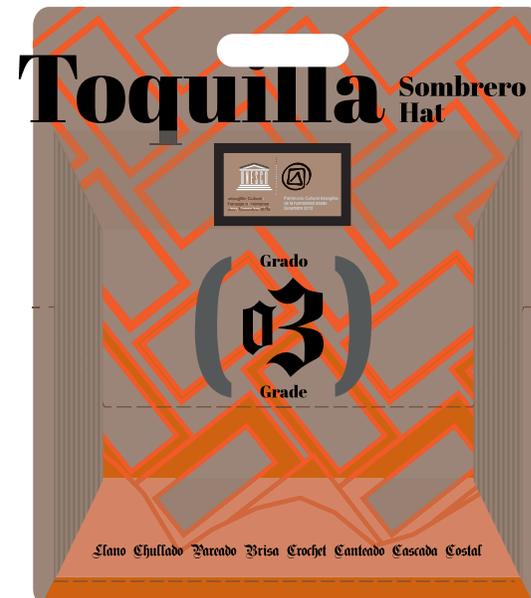
Doble funcionalidad del empaque

Definición de líneas de productos mediante el uso del color.



La idea seleccionada fue concretada fusionando, las cuatro ideas preliminares; probándose diferentes tipografías, elementos y estructuras de organización.

VARIANTES



Obteniendo de esta manera una idea final o diseño base, sobre el cual se genere un sistema gráfico que pueda ser aplicado en embalajes de una manera efectiva.



IDEA FINAL

La idea final o diseño base para el sistema transforma lo intangible en tangible; Usando como concepto base el tejido y técnicas se define el uso de elementos formales como:

Patrones que representan las formas básicas del tejido y sus distintas técnicas.

Utilización de troqueles que siguen la forma de la tipografía utilizada; cumpliendo la función de diferenciación y categorización del tejido (mediante el grado de finura) en cada producto.

Cromática que define las distintas líneas de productos sobre los que se esta trabajando.

Obteniendo así un producto comprensible, informativo, descriptivo y experiencial.



La idea final transforma lo intangible en tangible, permitiendo al consumidor apreciar la riqueza del tejido y sus diferentes patrones.

SISTEMA GRÁFICO

Para la definición del sistema gráfico es necesario determinar constantes y variables:

Constantes:

Layout (Estructura Visual y morfológica de organización).

Arquitectura de marca.

Dos idiomas.

Uso de Patrones Gráficos.

Variables:

Color de variedad (Lineas de productos).

Identificador de variedad.

Características del producto.

El sistema aborda y determina el uso y aplicación de los siguientes recurso de diseño.

Cromática

Tipografía

Grosos de linea

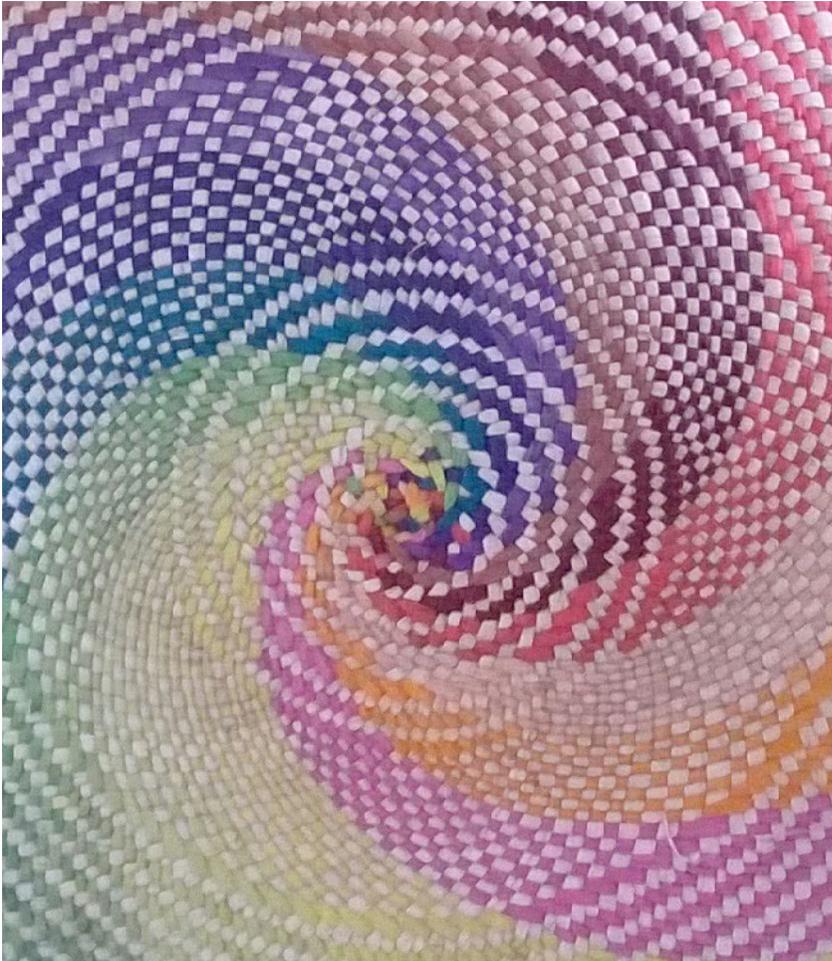
Iconografía

Patrones

Layout (Frontal, posterior y proporcional)

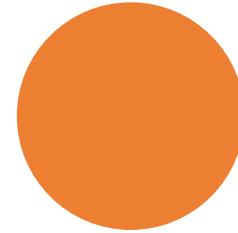
El sistema aborda y determina el uso y aplicación de: cromática, tipografía, grosos de linea, iconografía, patrones y layout.

CROMÁTICA

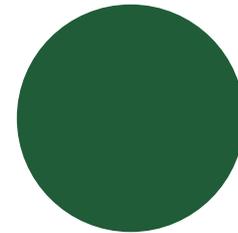


La cromática seleccionada para el proyecto tiene como base aquellos colores que son utilizados con mayor frecuencia para tejer paja toquilla siendo:

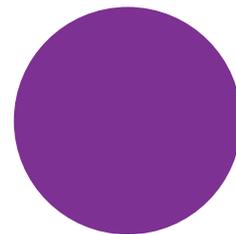
Naranja, verde y violeta los seleccionados.



Naranja / Sombreros



Verde/ Cesta



Violeta / Bolsos



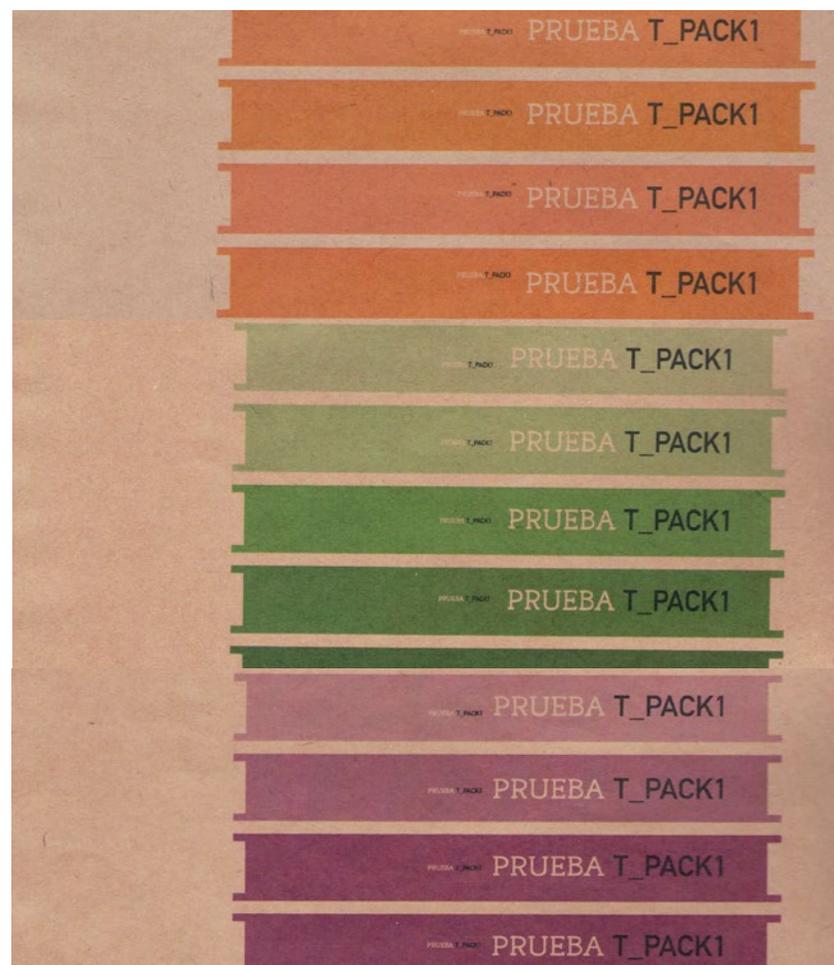
C: 18 M: 56 Y:100 K:7 PANTONE: 7565 C



C: 85 M: 38 Y:89 K:35 PANTONE: 7483 C



C: 62 M: 97 Y:0 K:0 PANTONE: 2612 C



Para la definir la saturación de estos colores, se realizaron pruebas de impresión sobre el material tomando en cuenta la legibilidad tipográfica del color sobre blanco y negro.

TIPOGRAFÍA

DIN Alternate Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Eligible Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

DIN Alternate Bold:
Títulos, nominativos principales

Eligible Regular:
Subtítulo y Textos Explicativos

Tamaño mínimo de tipografía: 5pts.

DESCRIPTOR

Tejido a mano en **96** horas...
Handwoven in **96** horas...

03°
SOMBRERO/ HAT

Tejido a mano en **360** horas...
Handwoven in **360** horas...

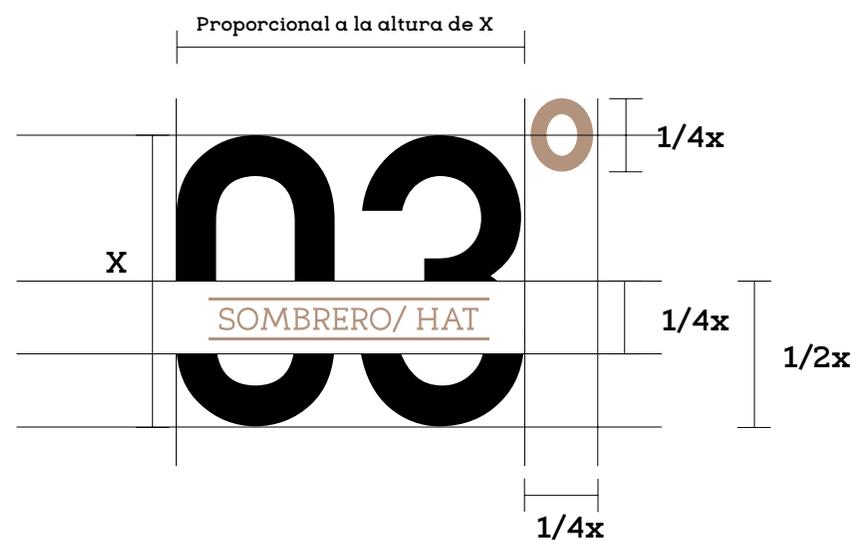
12°
SOMBRERO/ HAT

Tejido a mano en **720** horas...
Handwoven in **720** horas...

24°
SOMBRERO/ HAT

Tejido a mano en **1080** horas...
Handwoven in **1080** horas...

32°
SOMBRERO/ HAT



SOMBRERO/ HAT

CESTA/ BASKET

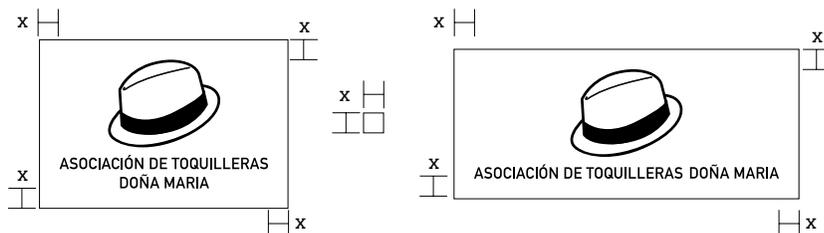
BOLSO/ HANDBAG

El descriptor está construido en base a una malla mostrada en la parte superior.

El grosor de la letra a ser troquelada no deberá ser menor a 0,5cm de ancho.

Las características del producto se adaptan a la línea de productos.

SUBMARCA ÁREAS DE SEGURIDAD MARCA



La submarca fue generada por la necesidad de indicar el tipo de producto y a su vez el origen de manufactura o elaboración.

Se definió que sobre un color naranja la tipografía sería en negro.

Sobre el color verde o violeta la tipografía, descriptores e íconos usarán el color del material.

ICONOGRAFÍA



SOMBREROS



NO MOJAR EL SOMBRERO
DON'T GET YOUR HAT WET



NO APLASTAR LA COPA
DON'T SMASH THE CROWN

BOLSOS



NO MOJAR EL BOLSO
DON'T WET THE HAND BAG



NO APLASTAR EL BOLSO
DON'T SMASH THE HAND BAG

CESTAS



NO MOJAR LA CESTA
DON'T WET THE BASKET



NO APLASTAR LA CESTA
DON'T SMASH THE BASKET

MAPA ECUADOR



LOGOTIPO UNESCO/ PATRIMONIO INMATERIAL



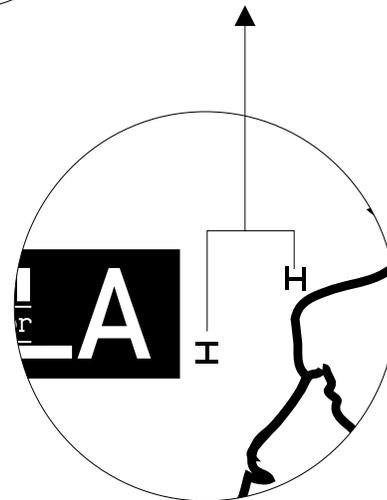
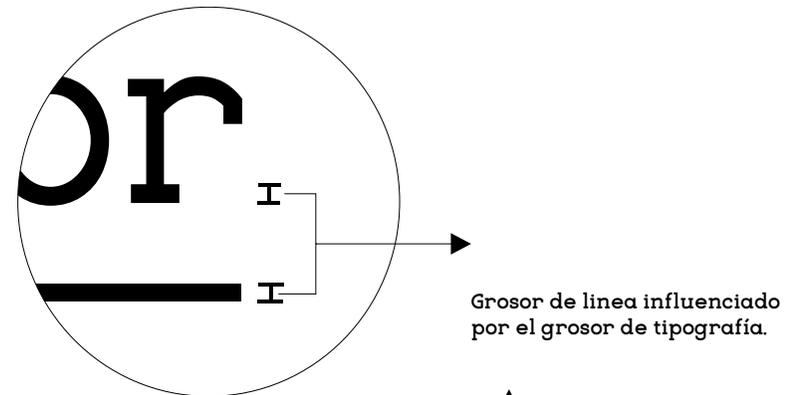
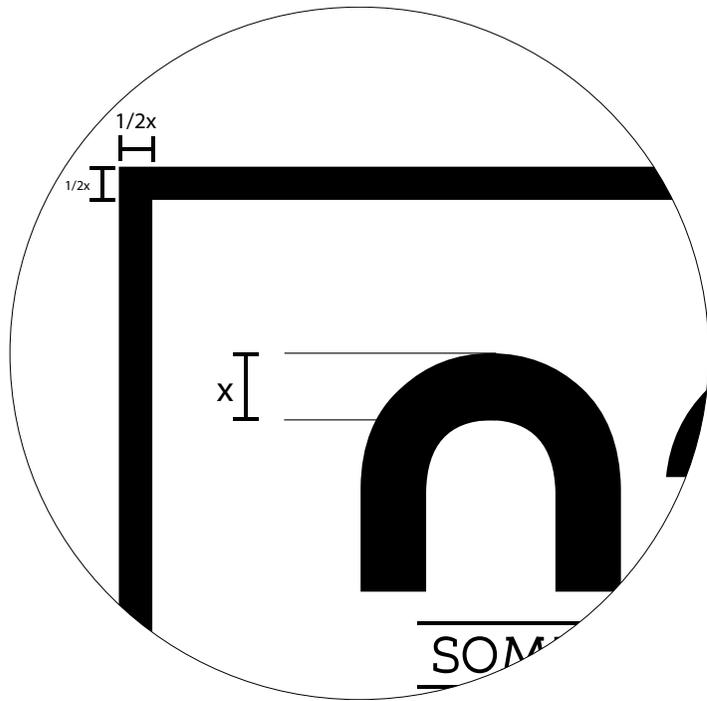
Se diseñó iconografía para las tres líneas de los productos (sombreros, bolsos o carteras y cestas).

La iconografía es usada en la sección posterior del empaque.

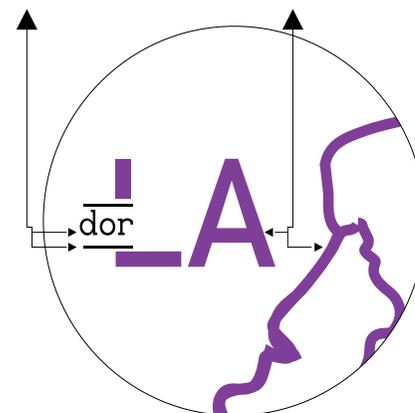
Todos los íconos están contruidos en función de una retícula base.

Se respeta el uso del logotipo Unesco

GROSORES DE LINEA



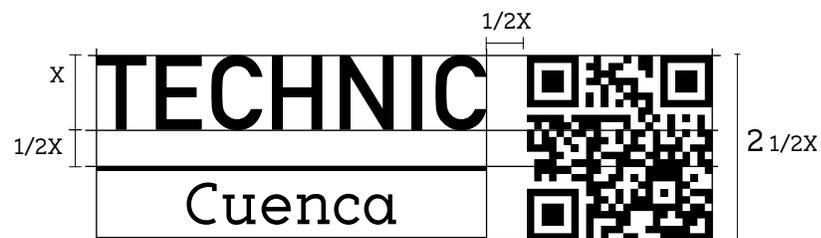
El grosor de línea se ve influenciado:
de adentro hacia afuera



El grosor de letra define el grosor de línea; influenciando a esta de manera de adentro hacia afuera.

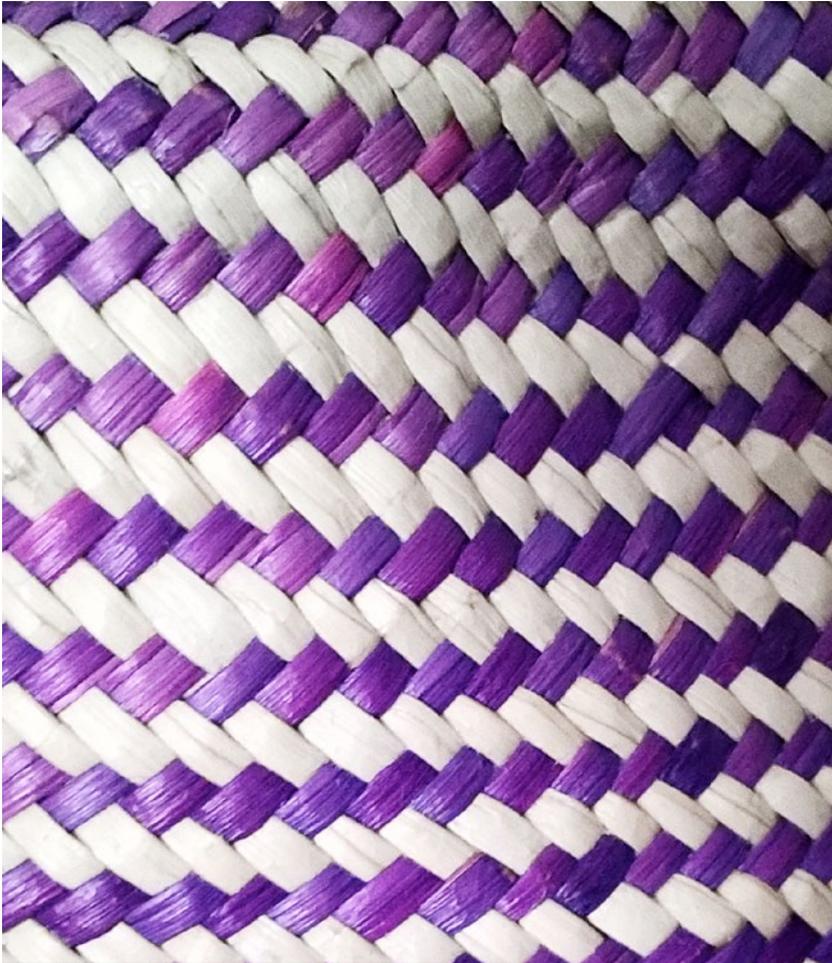
Excepto en el grosor de línea de troquel y su línea exterior la cual será la mitad del grosor de línea.

CÓDIGO QR

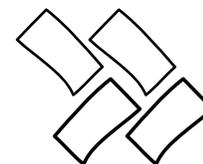
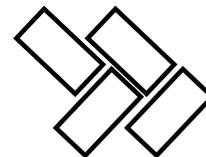
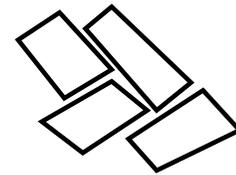
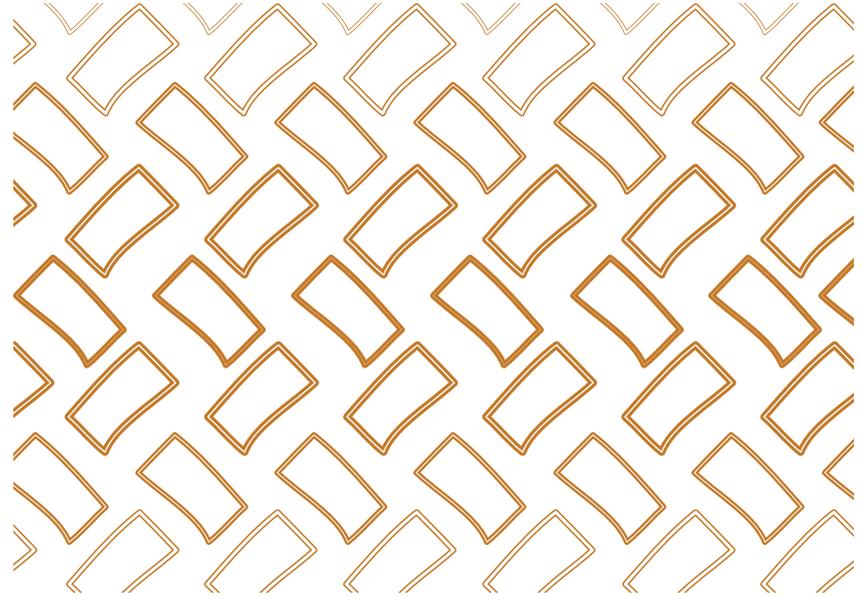


No se debe escalar ni imprimir los Códigos QR en tamaños menores a 2cm de alto o no podrian ser leídos por algunos dispositivos

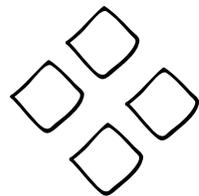
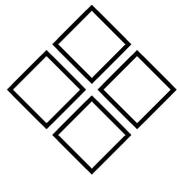
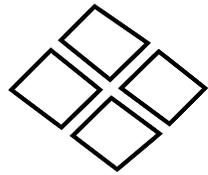
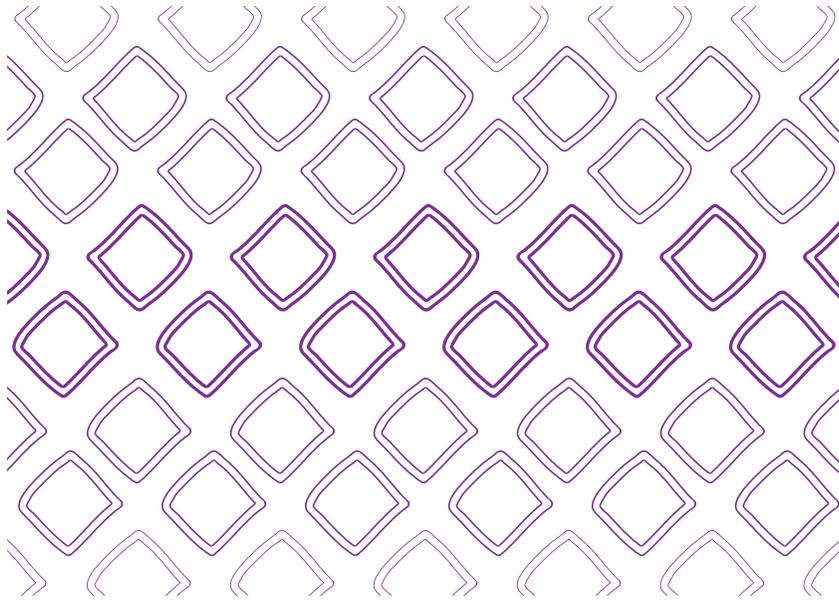
PATRONES/ LLANO



Para el diseño de los patrones fueron tomados en cuenta aquellos tipos de tejidos mas realizados por los artesanos como: Llano, Brisa y Canteado.



PATRONES/ BRISA

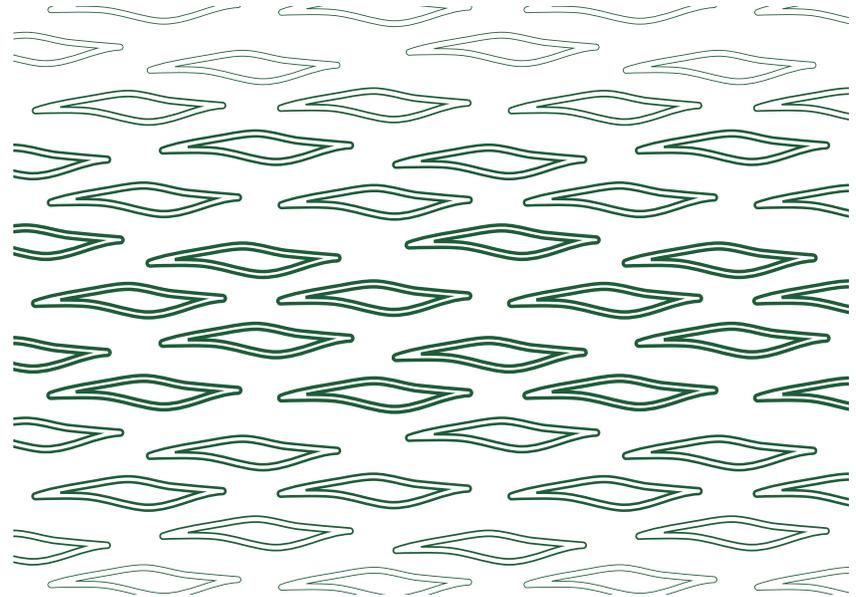


Se realizó una abstracción del tejido, se procedió a geometrizar y posteriormente se procedió a dar una forma orgánica representando la manualidad del tejido.

PATRONES/ CANTEADO



Cada patrón es exclusivo de una línea de producto determinada.
Tejido llano para sombreros
Tejido brisa para bolsos o carteras
Tejido canteado para cestas



LAYOUT

El layout o estructura visual y morfológica de organización, tiene la función de estructurar los elementos de diseño de manera coherente para una fácil lectura por parte del consumidor.

En este proyecto, la estructura visual y morfológica define el uso de dos partes: Frontal y posterior

Layout frontal

Dividido en tres zonas horizontales que son:

- 1) Área de marca (Marca Madre, submarca y descriptor)
- 2) Área de identificador de variedad y características del producto.
- 3) Área de información adicional.

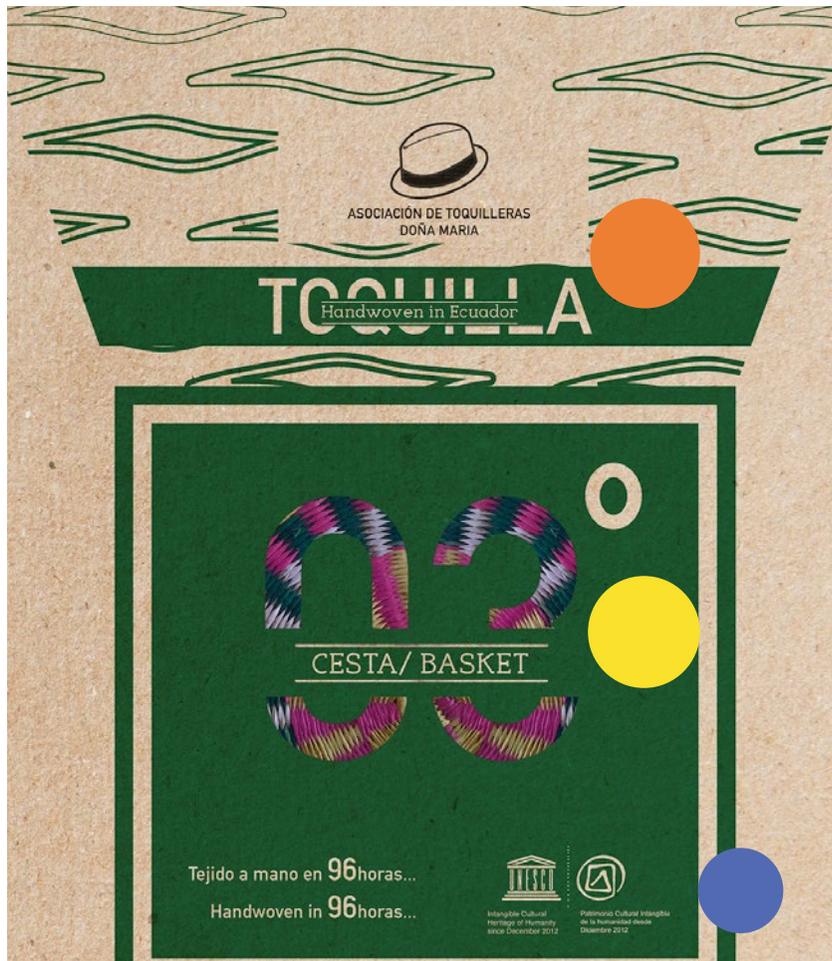
Layout posterior

Dividido en dos zonas verticales que son:

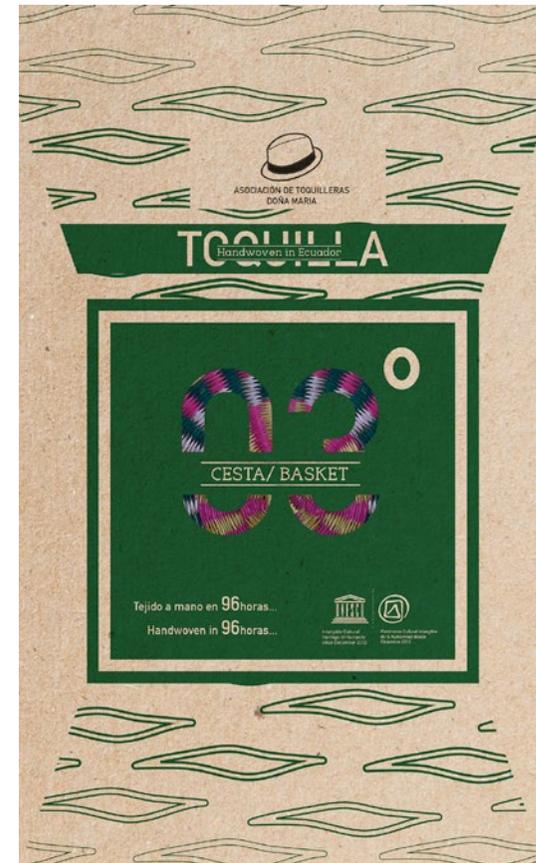
- 1) Área de características de producto.
- 2) Área de información adicional.

Estructura los elementos de diseño de manera coherente para una fácil lectura por parte del consumidor.

FRONTAL

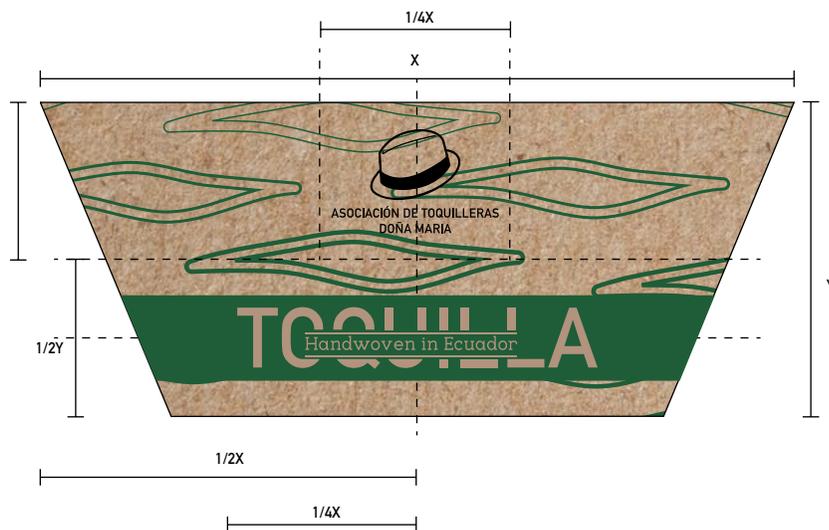


La parte frontal de los empaques se encuentra distribuida en tres zonas cumpliendo cada una de ellas una función específica para la correcta decodificación del diseño por parte del usuario.

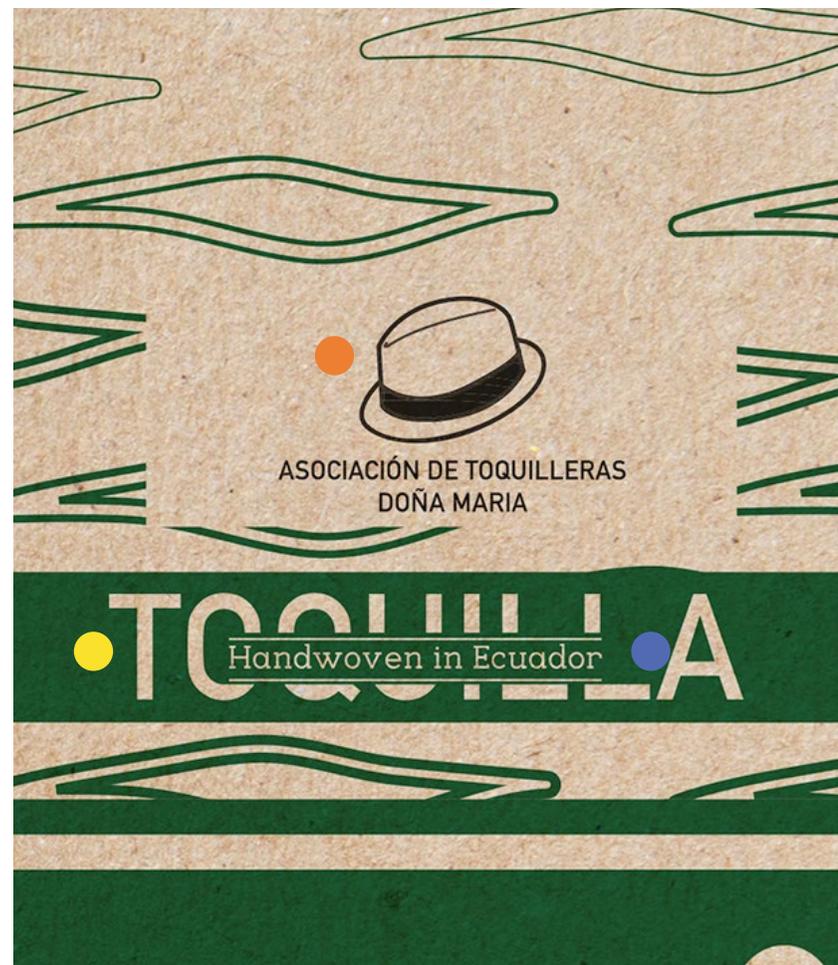


- Área de marca
- Área identificador de variedad características del producto
- Área de información adicional

FRONTAL / ÁREA DE MARCA



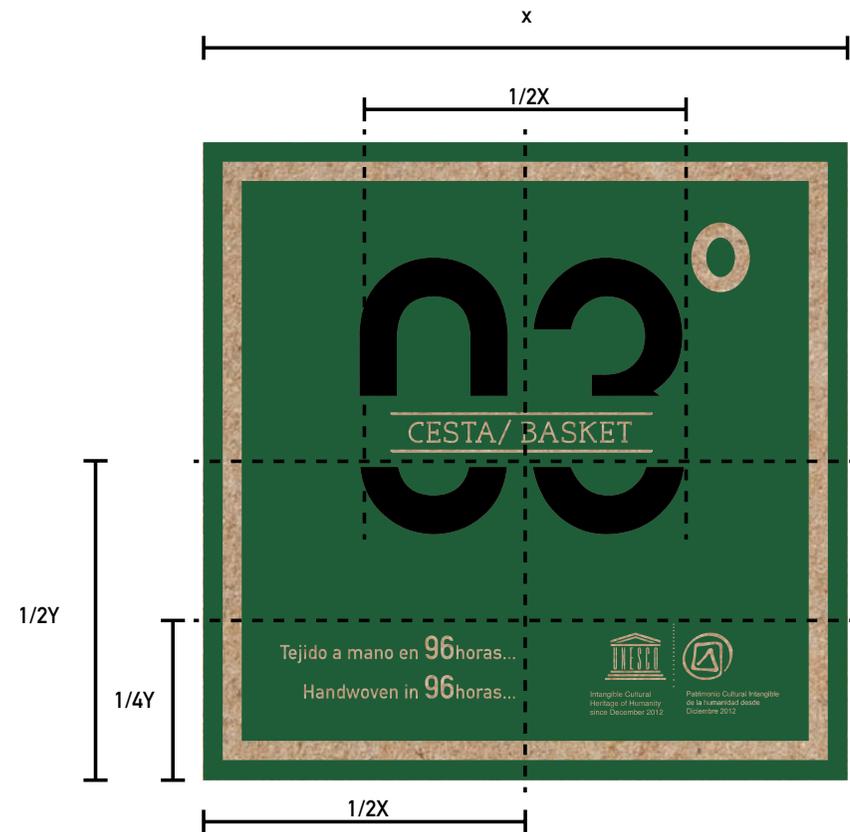
- Marca madre
- Submarca
- Descriptor



El área de marca se encuentra compuesta por tres elementos:

- 1) Marca madre: espacio para el logotipo de las asociaciones.
- 2) Submarca: Marca de identificación del producto (generada para el proyecto).
- 3) Descriptor: Denominador de origen.

FRONTAL/ IDENTIFICADOR–INFORMACIÓN ADICIONAL



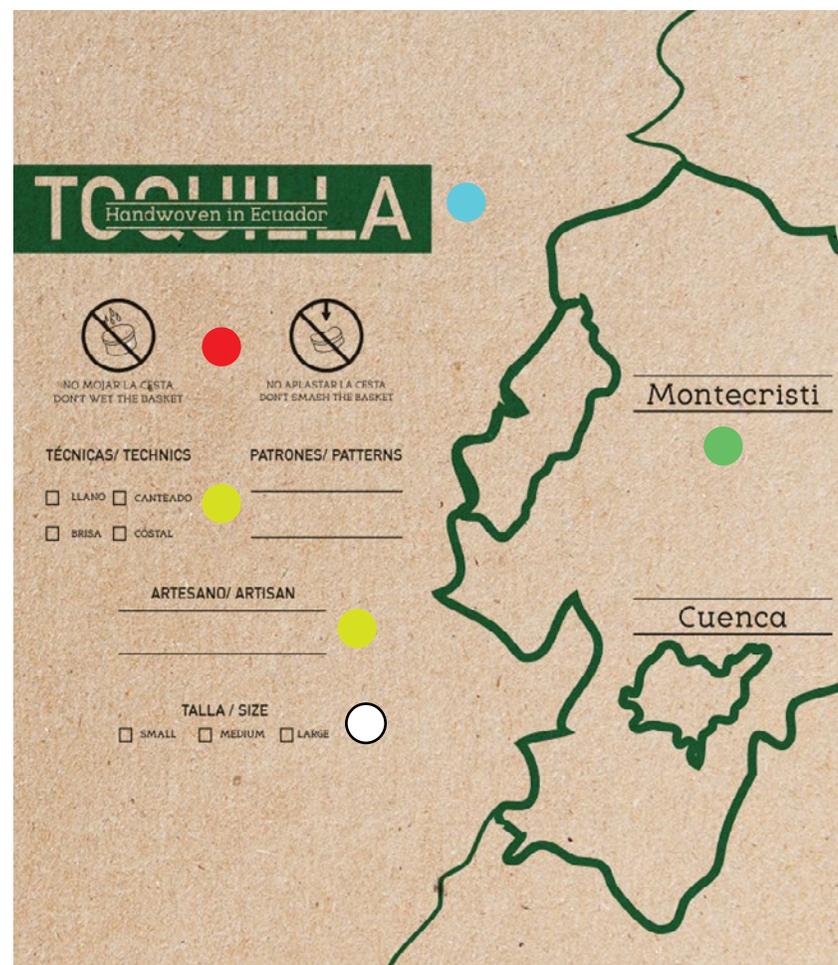
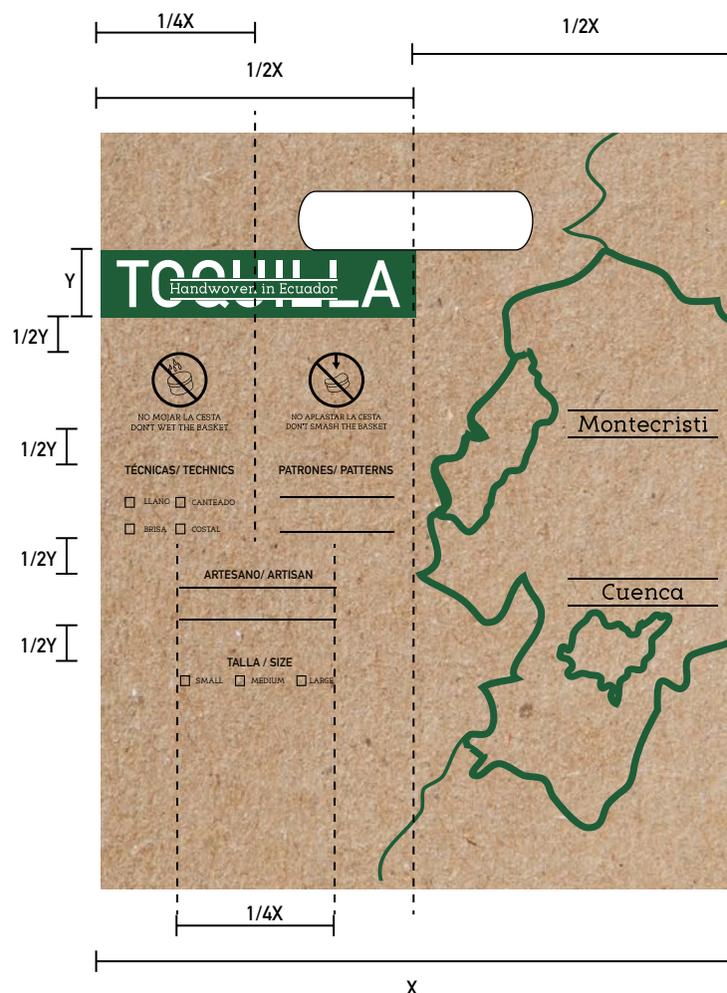
1) Identificador de variedad:
Cambia según la línea de producto.

2) Características del producto:
Está sujeto al grado de finura del tejido
y su clasificación en la escala de tiempo
de elaboración

3) Información adicional:
Logotipo UNESCO

- Identificador de variedad
- Características del producto
- Información adicional

POSTERIOR CARACTERÍSTICAS/INFORMACIÓN

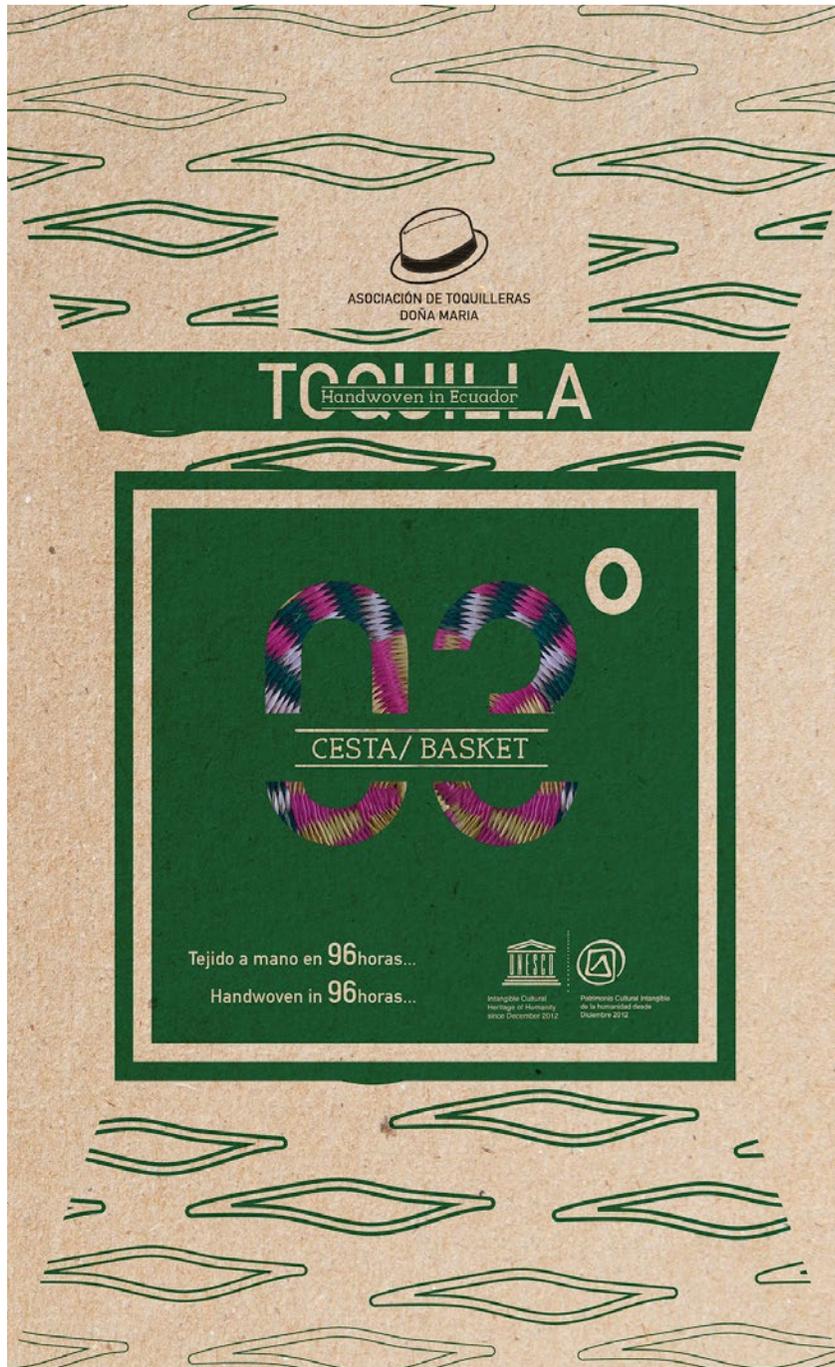


- Marca secundaria
- Cuidados del producto
- Descripción de fabricación
- Talla
- Mapa de origen

El layout posterior se encuentra dividido en dos áreas

1) Área de características
Muestra la información técnica de producción y cuidados.

2) Área de información adicional
Determina el origen del producto.



LINEAS DE PRODUCTOS



ESTUDIO MORFOLÓGICO

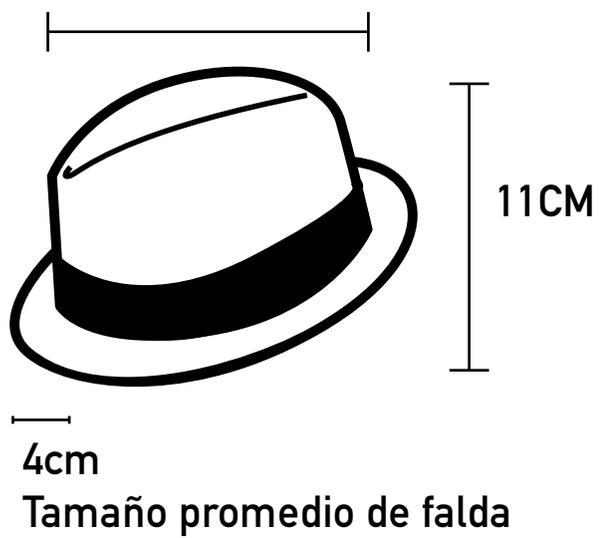
Para la generación de los empaques fue requerido el estudio morfológico de los productos que permitió conocer las características esenciales de cada uno como:

- Dimensiones
- Protección
- Conservación
- Almacenamiento

Conociendo cada una de las particularidades de los productos se determinó una estructura que cumpla con los parámetros previamente establecidos.

SOMBREROS

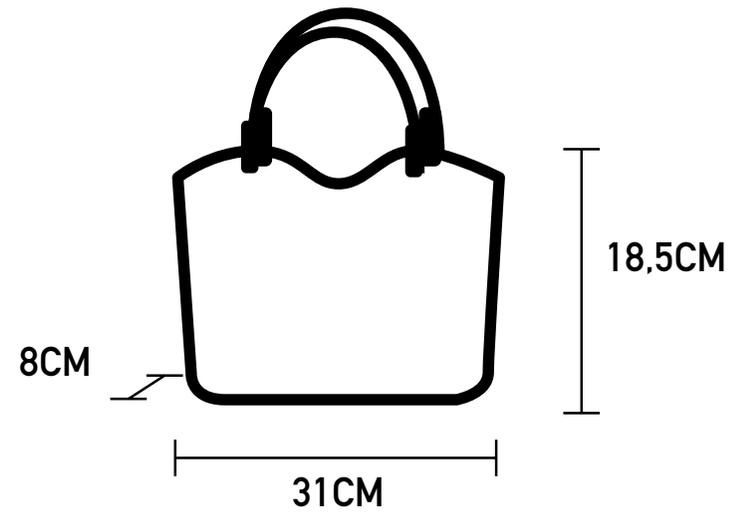
Elipse: Depende de la talla
Promedio: 18cm x 23,5cm



Características del Producto:
Producto de fibra natural
Flexibilidad moderada y alta
Requiere de ventilación
Diversas tallas

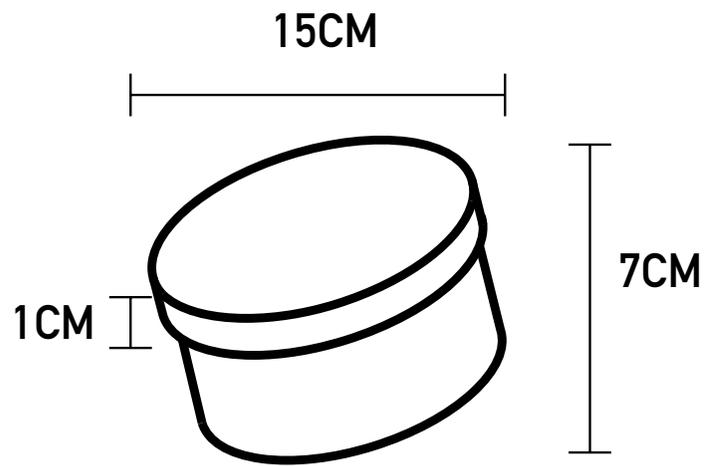


BOLSOS



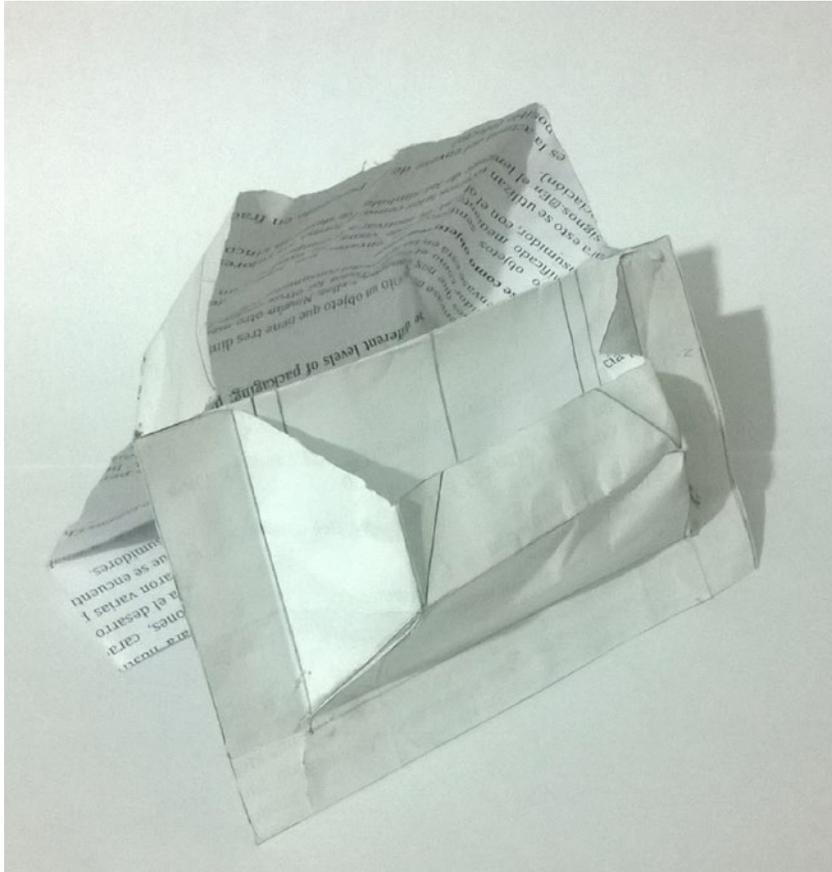
Características del Producto:
Producto de fibra natural
Flexibilidad baja
Requiere de ventilación
Tamaño promedio

CESTAS

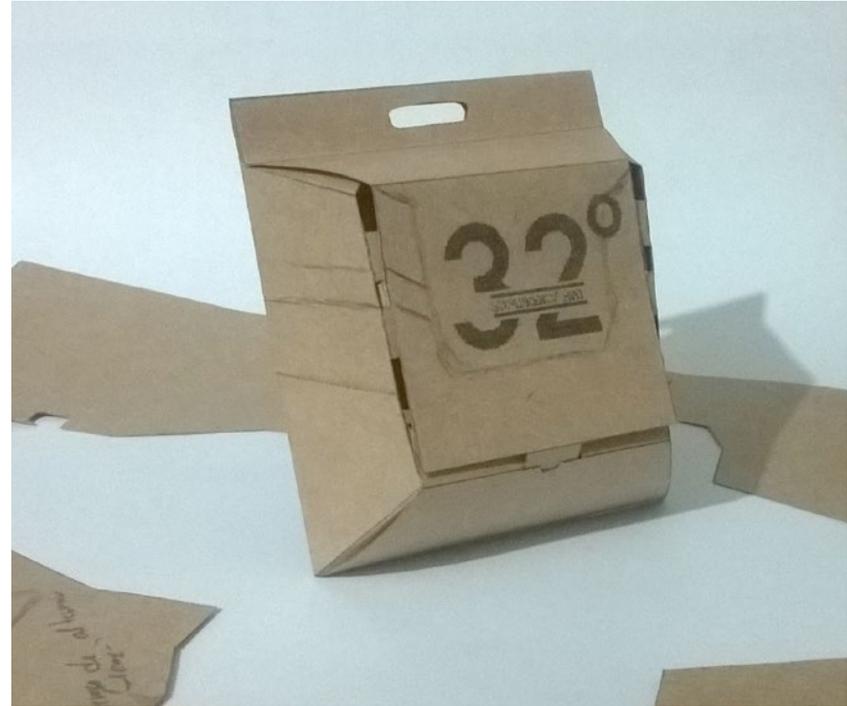


Características del Producto:
Producto de fibra natural
No flexible
Requiere de ventilación
Tamaño promedio

IDEAS PRELIMINARES SISTEMA ESTRUCTURAL



Fueron realizados prototipos de empaques cumpliendo los parámetros establecidos previamente, definiendo así características constantes en el sistema estructural como:
Estructura Autoarmable
Material: Microcorrugado 2mm
Empaque doble función (Contenedor y exhibidor)



SISTEMA ESTRUCTURAL

Similar al sistema gráfico, el sistema estructural posee constantes y variables.

Constantes:

Lineas Inclinadas en un ángulo de 70 grados

Sistema de Cierre, Agarre

Doble Funcionalidad

Tipo de Material

Uso del troquel

Variables:

Dimensiones de acuerdo al producto.

Paleta Interior

El sistema aborda y determina la forma de uso y aplicación de los siguientes recurso de diseño.

Estructura externa

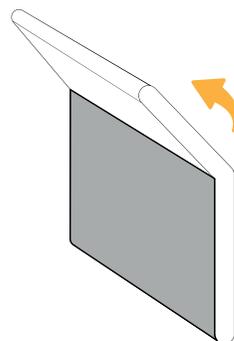
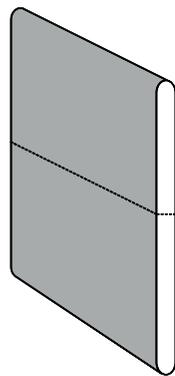
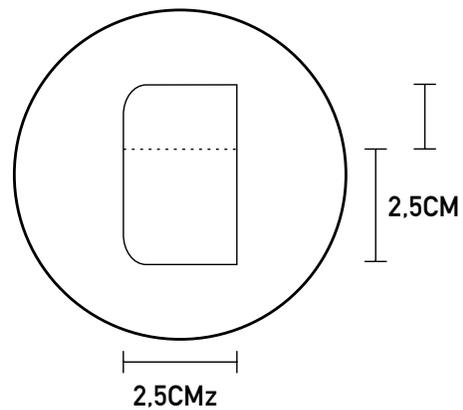
Sistemas de cierre.

Sistema de Agarre.

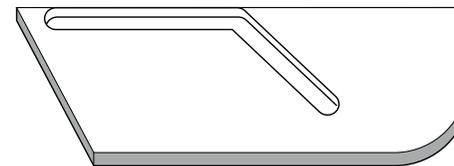
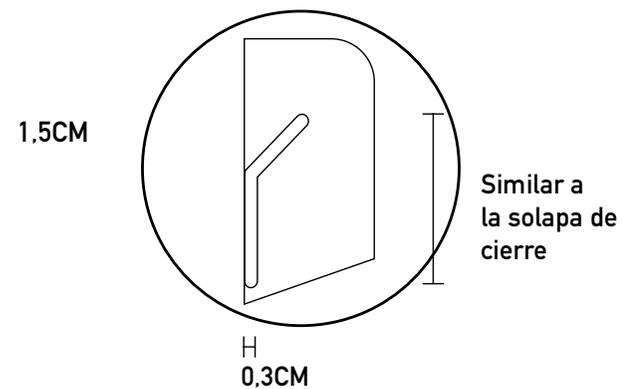
Protección de producto (Estructura interna)

SISTEMA DE CIERRE

Solapa de cierre



Troquel de cierre

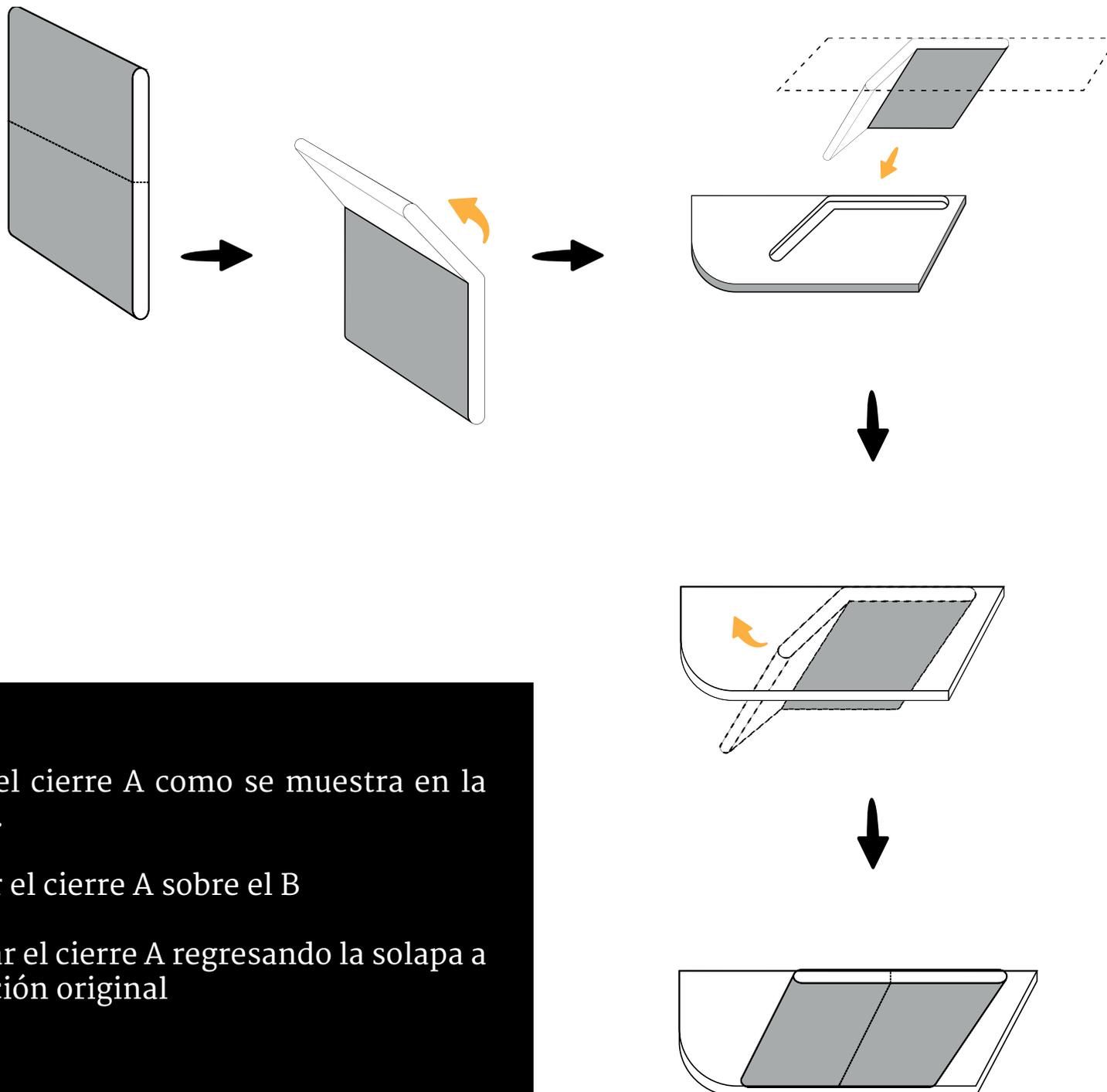


El sistema de cierre es constante en todas las estructuras de los productos, cumpliendo las siguientes características:

La dimensión no debe ser menor a la indicada.

El ancho del troquel para el sistema de cierre debe considerar el grosor del material

INSTRUCCIONES SISTEMA DE CIERRE

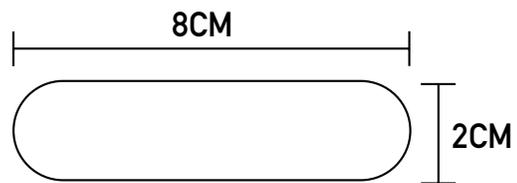


Doblar el cierre A como se muestra en la imagen.

Insertar el cierre A sobre el B

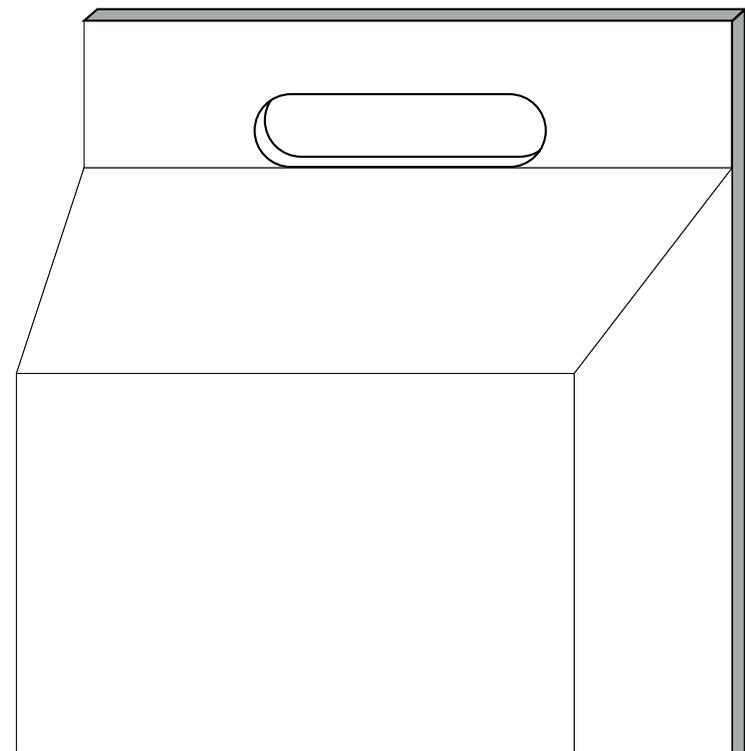
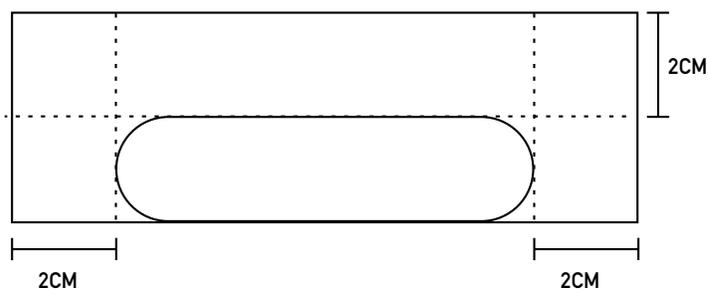
Asegurar el cierre A regresando la solapa a su posición original

SISTEMA DE AGARRE



2CM DE ANCHO
8CM DE LARGO

RECTÁNGULO CON BORDES REDONDEADOS:
RADIO DE VERTICE 1CM

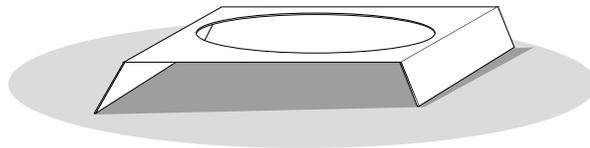


El sistema de agarre considera el tamaño estándar del puño del ser humano.

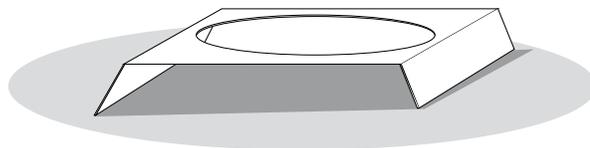
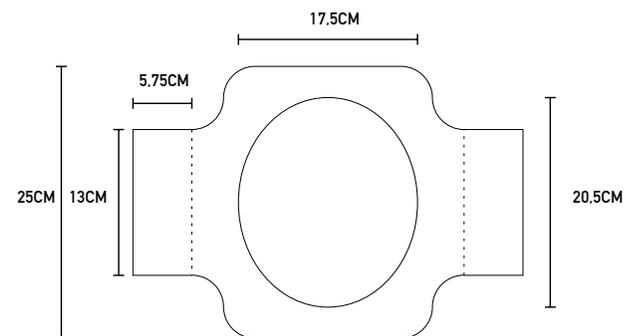
El espacio de agarre deberá siempre poseer las medidas de 8cm x 2cm,

Se debe respetar el área de protección.

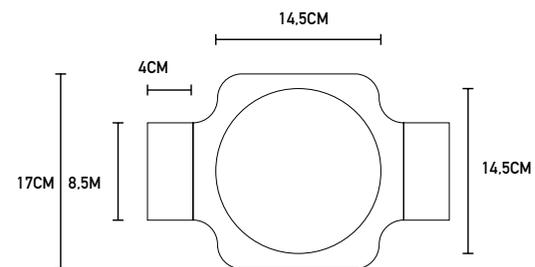
ESTRUCTURA INTERNA



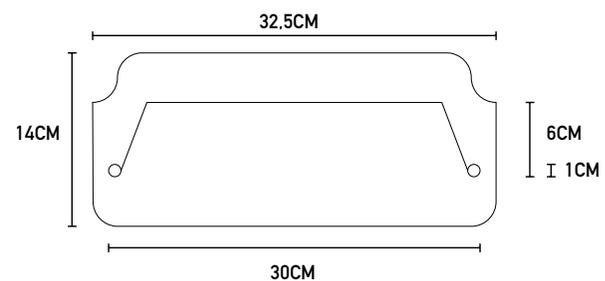
SOMBRERO



CESTA



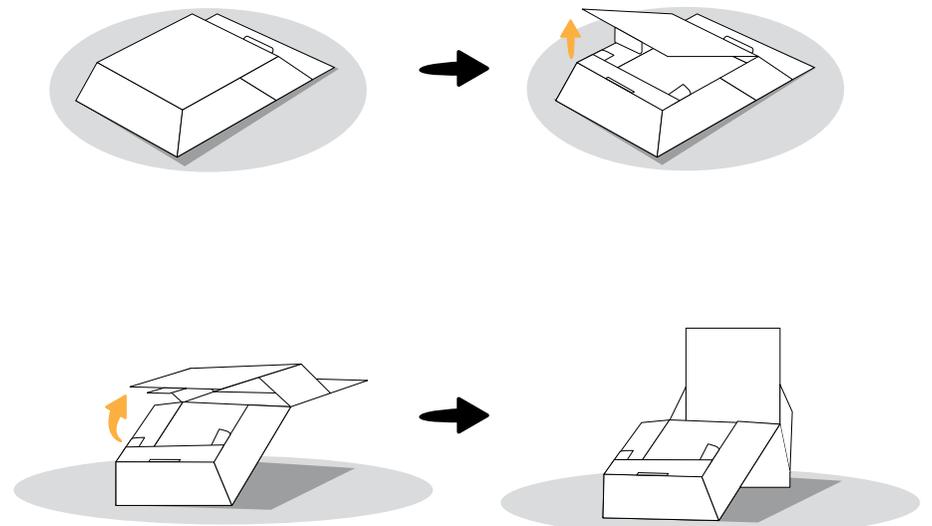
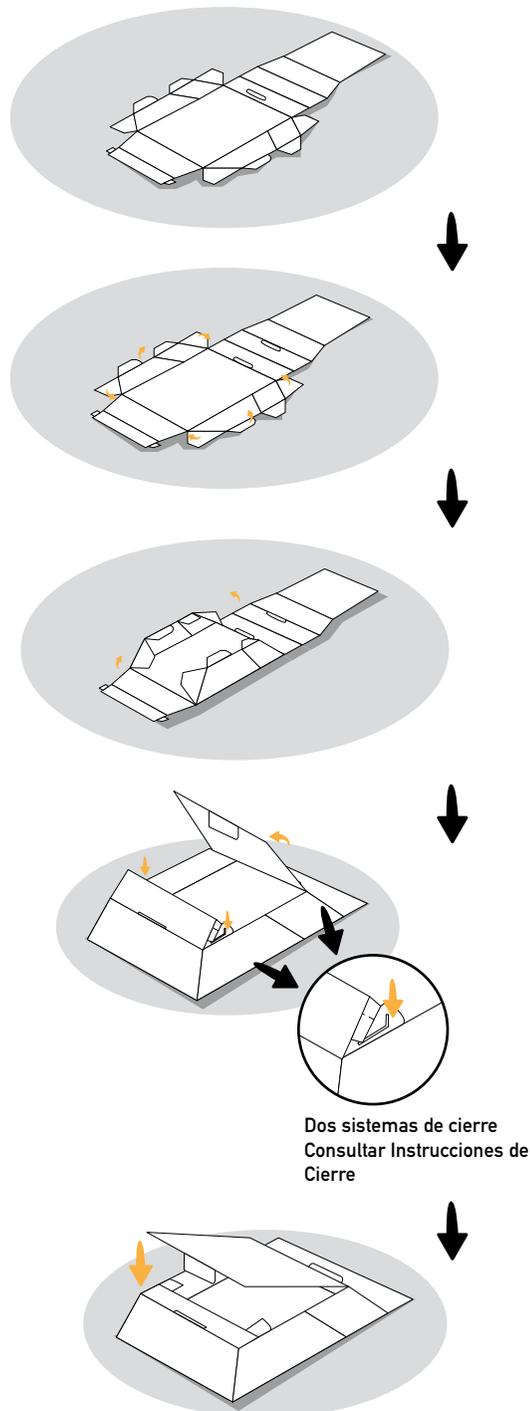
BOLSO (CARTERA)



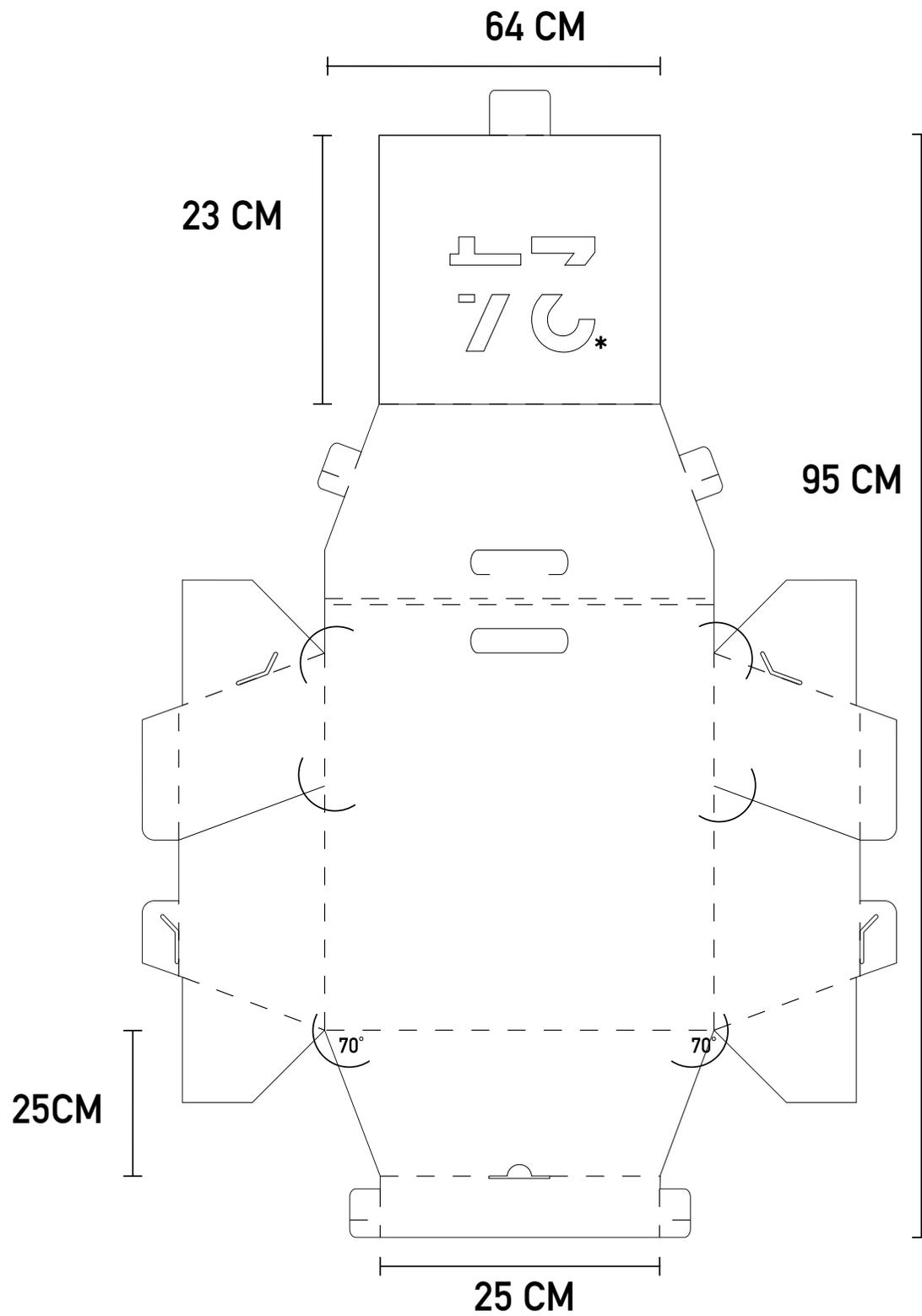
Características:
Material: micro corrugado de 2mm

La estructura interna tiene la función de mantener fijo el producto en el embalaje para evitar que se vea afectado, considerando la forma de los productos la estructura interna varia.

ESTRUCTURA/ SOMBREROS



Características:
 Forma: Caja cuadrada
 Estructura Autoarmable
 Material: Microcorrugado 2mm
 Empaque doble función
 (Contenedor y exhibidor)
 Troquel de numero varia.

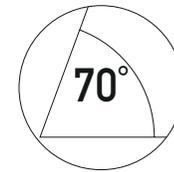


CORTE

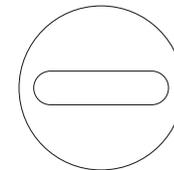
DOBLEZ

*:Troquel variable

Angulo

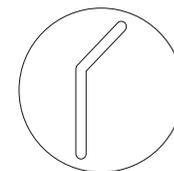


Sistema de Agarre



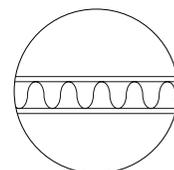
Ancho: 2CM Largo: 8CM

Ingreso de solapa



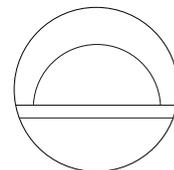
Grosor 3mm

Material



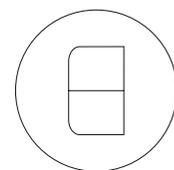
Microcorrugado de 2mm

Sistema de apertura



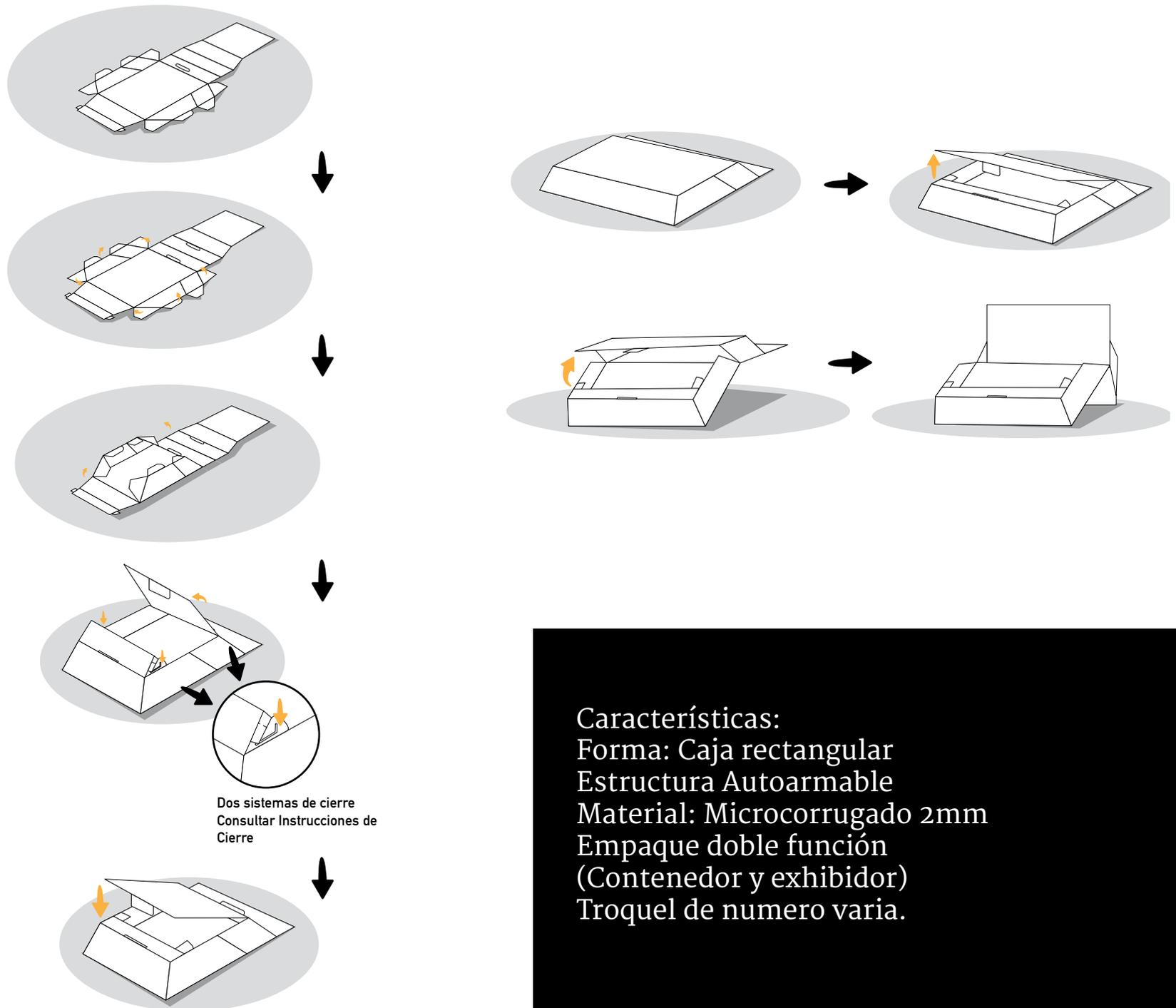
Radio: 0.5CM

Solapa de cierre

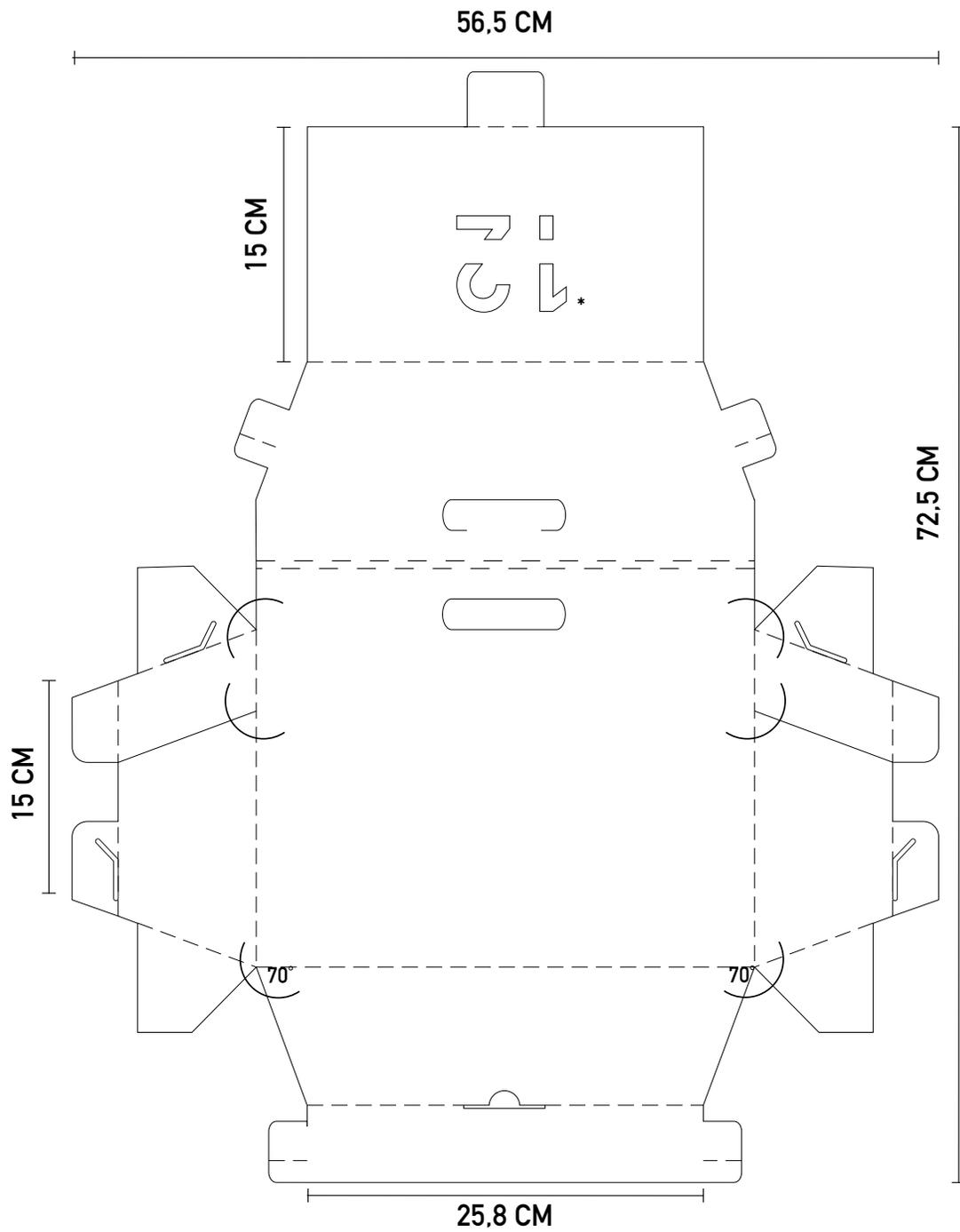


Ancho: 2.5CM Largo: 4CM

ESTRUCTURA/ BOLSOS



Características:
Forma: Caja rectangular
Estructura Autoarmable
Material: Microcorrugado 2mm
Empaque doble función
(Contenedor y exhibidor)
Troquel de numero varia.



CORTE

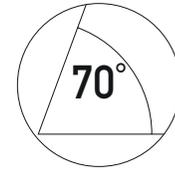


DOBLEZ

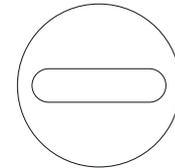


*:Troquel variable

Angulo

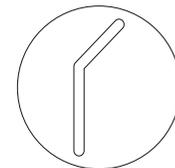


Sistema de Agarre



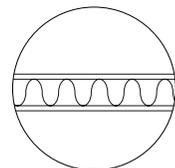
Ancho: 2CM Largo: 8CM

Ingreso de solapa



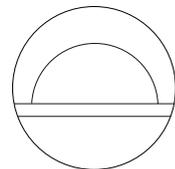
Grosor 3mm

Material



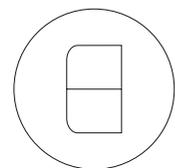
Microcorrugado de 2mm

Sistema de apertura



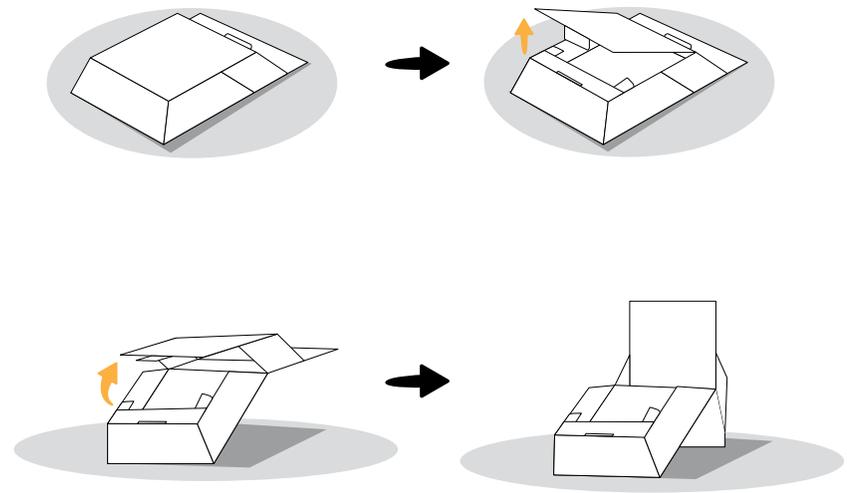
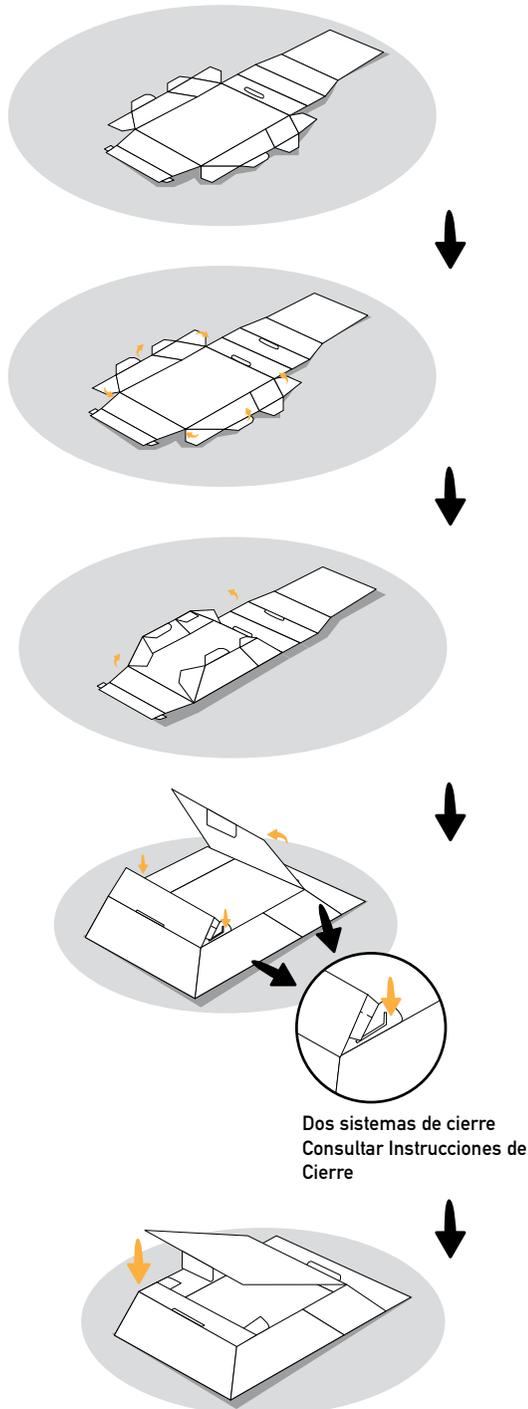
Radio: 0,5CM

Solapa de cierre

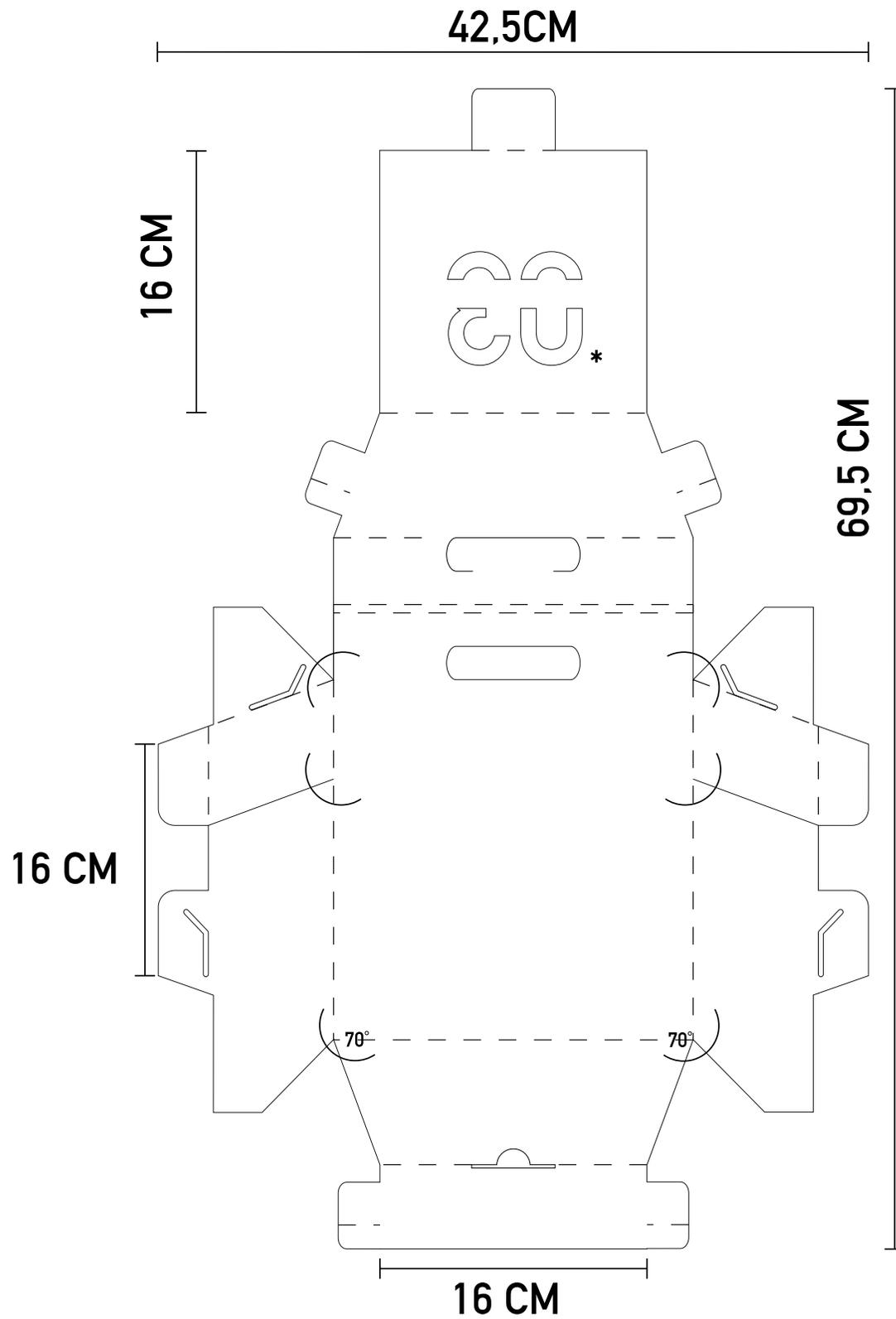


Ancho: 2,5CM Largo: 4CM

ESTRUCTURA/ CESTAS



Características:
 Forma: Caja cuadrada
 Estructura Autoarmable
 Material: Microcorrugado 2mm
 Empaque doble función
 (Contenedor y exhibidor)
 Troquel de numero varia.



COORTE

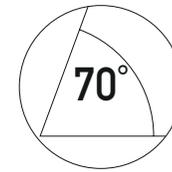


DOBLEZ

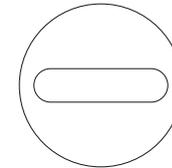


*:Troquel variable

Angulo

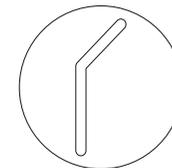


Sistema de Agarre



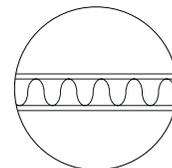
Ancho: 2CM Largo: 8CM

Ingreso de solapa



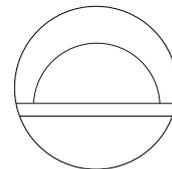
Grosor 3mm

Material



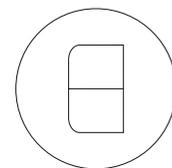
Microcorrugado de 2mm

Sistema de apertura



Radio: 0.5CM

Solapa de cierre



Ancho: 2,5CM Largo: 4CM











MANUAL

Es importante que exista un registro de la aplicación del sistema gráfico, por ese motivo se ha generado un manual en el cual diseñadores y artesanos encuentren una guía para la comprensión y correcta aplicación del sistema gráfico.

El manual contiene los siguientes elementos:

Indice

Sistema gráfico

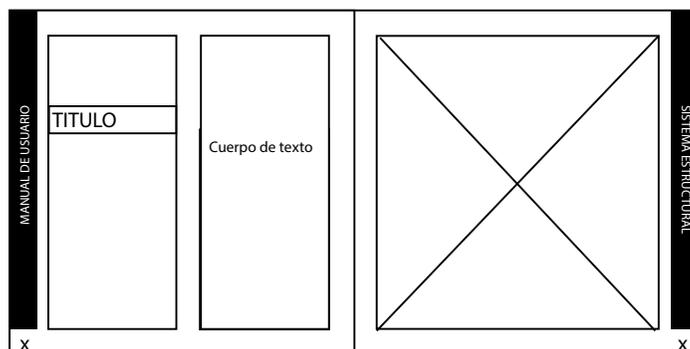
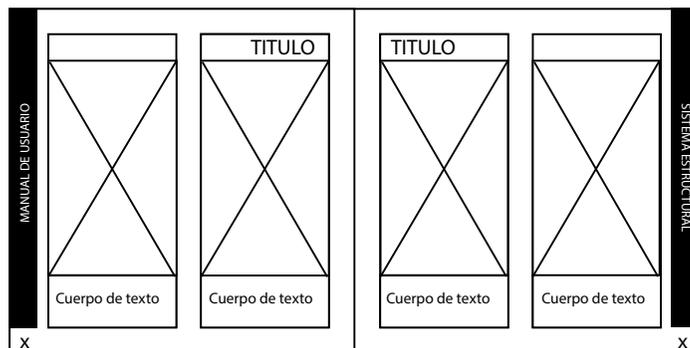
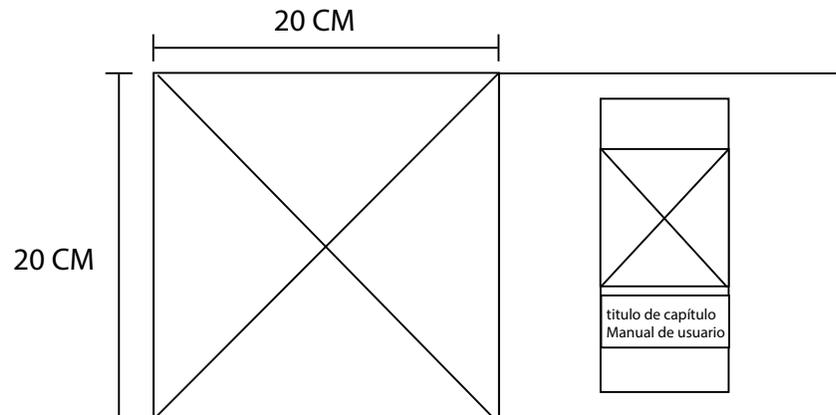
- Lineas de productos
- Cromática
- Patrones
- Tipografía
- Submarca
- Descriptor
- Iconografía
- Proporciones

Sistema estructural

- Instrucciones
- Dielines
- Materiales
- Aplicación del diseño en estructura

Para un acceso rápido a los recursos de diseño el manual contiene un código QR que direcciona al usuario a una carpeta en la nube donde se encuentran todos los recursos necesarios para diseñar.

DIAGRAMACIÓN

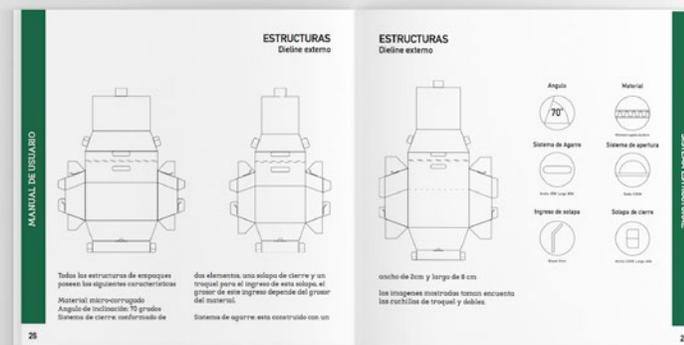


Márgenes: 1,5cm de alto, ancho;

Medianil 0,75cm

No de columnas por pagina: 2

Constante: Identificador de sección (Barra de color)



Especificaciones técnicas

Dimensiones: 21cm x 21 cm

Impresión en cuatricromía: CMYK

Numero de páginas: 37

Portada: Kraft 100 gr

Tipo de papel: Couche 100gr

Idioma: Español



PRODUCTO ADICIONAL

Adicionalmente a los alcances propuestos en el proyecto inicial, se vio la necesidad de generar un producto adicional que permita al usuario tener un acercamiento hacia el proceso de generación del tejido obteniendo como resultado una experiencia inmersa de conocimiento complementario del producto.

Para lo cual fueron generados dos videos prescindiendo de esta manera del uso de material impreso adicional (etiquetas o folletos) que expliquen las técnicas del tejido de paja toquilla mas representativas; en este caso la técnica Cuenca y la técnica Montecristi.

Estos videos contienen información histórica sobre el origen de las mismas, además de mostrar las distintas formas de entrelazar las pajas y formas de tejer en cada región, logrando diferentes patrones (texturas) característicos, definiéndose al tejido llano como originario de Montecristi y al tejido brisa originario de Cuenca.

Se generó un código QR que redirija a la dirección del video (link); La tecnología para leer códigos QR está presente en la mayoría de dispositivos móviles de la actualidad, por lo cual se consideró una solución viable.

Especificaciones técnicas videos:

Resolución: Full HD 1920 x 1080

Duración: 60 segundos

Formato de los archivos: .MP4

Idioma: Español

Subtítulo: Ingles



Técnica Montecristi:
El video muestra el tejido Llano también conocido como pareado; el cual es considerado el tejido mas antiguo del que se tienen registros de la época prehispánica.

CAPTURAS DE PANTALLA



Technic Cuenca:
El video muestra el tejido brisa también conocido como chullado y su origen histórico en la región austral.



CONCLUSIONES

La aplicación de las directrices establecidas en el capítulo de programación han permitido la generación de un sistema gráfico que permite catalogar y diferenciar los productos de paja toquilla de una manera efectiva; además de mostrarlos y comunicarlos de una manera diferente a la tradicional.

Tomar en cuenta los elementos inmateriales que están inmersos en el tejido de paja toquilla como concepto general a obtenido en la etapa de diseño un empaque y un sistema gráfico que permite al consumidor distinguir las diferentes líneas de producto, permitiéndole de esta forma competir en cada una de sus líneas con sus códigos visuales independientes perteneciendo a un mismo sistema gráfico, para la correcta aplicación por medio de terceros del sistema se genero un manual donde se encuentra detallado cada elemento.

El diseño de un producto adicional tuvo como finalidad difundir y ampliar los conocimientos sobre los tejidos de paja toquilla; en este caso fueron desarrollaron dos videos que muestran la historia y el nacimiento de las dos técnicas de tejido mas comunes: llano y brisa. Facilitando el acceso a los mismo mediante la generación y el uso de códigos QR.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que la aplicación del proyecto debe ser dirigida o supervisada por profesionales del Diseño Gráfico.

El producto final no debe utilizar terminados de post impresión como reservados UV, plastificados.

CONCLUSIONES GENERALES

El objetivo meta del proyecto fue contribuir, al mejoramiento de las condiciones de comercialización de los productos artesanales de paja toquilla mediante la sistematización y aplicación del diseño gráfico en sus empaques, buscando su cumplimiento se efectuó un levantamiento de información bibliográfica y de campo efectuando esta última con visitas, entrevistas a los actores principales de la actividad y participación en cursos de tejido de paja toquilla.

La profundización del conocimiento de la manifestación artesanal mediante la realización de un curso de aprendizaje de tejido (Museo Casa del sombrero), permitió realizar un extenso, minucioso y completo estudio de los productos de paja toquilla, determinando los requerimientos básicos para el empaquetamiento del mismo, así también los tiempos de producción por objeto, la existencia de diferentes técnicas de tejido y la manera de ser representados; permitiendo realizar una conceptualización acorde a la manifestación artesanal y su declaratoria de patrimonio inmaterial de la humanidad, además de definir un tipo de usuario, beneficiario y seleccionar las teorías bases para la etapa de diseño.

Las teorías del diseño consultadas aportaron el conocimiento de los distintos elementos formales y conceptuales que deben ser parte de un sistema gráfico; logrando definir el uso de patrones, cromática, tipografía, espacios de virtualidad e iconografía como vitales para este proyecto, los cuales están ubicados en una estructura inducida que jerarquiza y dispone los elementos persuasivos en los lugares adecuados (Layout), además de permitir una fácil lectura y decodificación del producto por parte del consu-

midor a través del uso del mensaje icónico codificado con la función de anclaje.

El diseño estructural tomó en cuenta las distintas formas que pueden ser generadas con los materiales existentes en la localidad para brindar una solución efectiva, económica y ecológica; generando un producto que brinda una doble funcionalidad (Contenedor, exhibidor), elimine el uso de pegas, adhesivos y grapas al ser una estructura autoarmable, es importante considerar que el empaque necesita áreas de ventilación ya que el producto a ser empacado es elaborado en una materia prima de origen natural.

Los elementos conceptuales tomados en cuenta como: la inmaterialidad, la historia, el legado de la paja toquilla y los actores involucrados en la actividad; permitieron definir empaques y gráficas que logren persuadir al usuario y a su vez comuniquen al producto artesanal, logrando generar un proceso de reconocimiento, aprendizaje y catalogación de los productos de paja toquilla.

A manera de reforzar y ampliar el aprendizaje de los productos de paja toquilla fueron realizados dos videos explicativos de las diferentes técnicas y lugares de origen de los productos, estos son aplicados al empaque generado mediante el uso de códigos QR, permitiendo al consumidor conocer mas del tejido de paja toquilla así como su historia y legado como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.

En cuanto a las tecnologías de impresión, la flexografía y

el offset presentan una solución efectiva y económica para la generación del proyecto, también como el uso de planchas de troquel, todo esto en una producción a gran escala.

Para la producción a pequeña escala, la impresión offset y el uso de la tecnología de corte y grabado láser presentan la mejor solución para la generación de los productos.

Fue importante dejar constancia del sistema gráfico y estructural para su futura aplicabilidad, por lo cual se generó un manual base para los diseñadores y artesanos, donde estos puedan comprender las diferentes líneas de productos y el uso de los elementos como: patrones cromática, descriptores, etc. Que los comprenden.

Ademas de poder generar nuevos empaques para la gran variedad de productos de paja toquilla por lo que en el manual se puede encontrar un acceso directo a través de un código QR a los recursos de diseño (Tipografía, Dielines, submarca) que agilite la aplicabilidad del mismo.

La implementación de este proyecto se ampara en la salvaguardia para el tejido patrimonial de paja toquilla que el gobierno Ecuatoriano decretó, por lo cual para una aplicación integral del mismo es importante coordinar con los departamentos encargados de los gobiernos autónomos descentralizados (GAD); en el caso de Cuenca la dirección municipal de educación y cultura a través del museo municipal casa del sombrero brinda la posibilidad de acoger el proyecto para dar una mayor cobertura y asesoría a las asociaciones de toquilleras.



ANEXOS

113

FICHAS DE OBSERVACIÓN.....

114

ENTREVISTAS.....

118

CERTIFICADO TALLER DE TEJIDO.....

120

FICHAS DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN		
LOCALIDAD: Homero Ortega	COMUNIDAD: Cuenca	FICHA #: 1
INFORMANTE: Ing. Vicente Andrade	CLASIFICACIÓN: Exportador	FECHA: 02 abril 2015
TÍTULO: Sistema de empaque		INVESTIGADOR: José Parra
<p>CONTENIDO:</p> <p>Empaque exclusivo de sombreros, Carteras y cestas no</p>		
		

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

FICHA DE OBSERVACIÓN		
LOCALIDAD: A.A. Sigseñas (Angelita panama hats)	COMUNIDAD: Sigsig	FICHA #: 2
INFORMANTE: María Cochancela	CLASIFICACIÓN: Artesano	FECHA: 05 abril 2015
TITULO: Sistema de empaque		INVESTIGADOR: José Parra
CONTENIDO: Empaque similar a de las exportadoras; de bajo uso es mas frecuente entregar los productos en una funda negra		
		

FICHAS DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN		
LOCALIDAD: A.A. Sigseñas (Angelita panama hats)	COMUNIDAD: Cuenca	FICHA #: 3
INFORMANTE: Verónica Torres	CLASIFICACIÓN: Exportador	FECHA: 02 abril 2015
TÍTULO: Sistema de empaque		INVESTIGADOR: José Parra
CONTENIDO: Empaque y gráficas utilizadas en la actualidad		
		

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

FICHA DE OBSERVACIÓN		
LOCALIDAD: A.A. Sigseñas (Angelita panama hats)	COMUNIDAD: Sayausi	FICHA #: 4
INFORMANTE: María Loja	CLASIFICACIÓN: Artesano	FECHA: 30 mayo2015
TITULO: Sistema de empaque		INVESTIGADOR: José Parra
CONTENIDO: Carencia de empaques solo utilizan fundas de plastico		
		

ENTREVISTAS

Visita y Entrevista a Exportadora Kurt Dorfzan

Entrevistado Ing. Vicente Andrade

Se dedican netamente a la venta de sombreros, carteras y bolsos,

Empaque primario

las carteras y bolsos no tienen un empaque para la venta minorista los sombreros si.

En el empaque individual de sombreros su pueden colocar dos sombreros sin dañarse, es una caja de cartón corrugado de estructura auto armable, la parte gráfica que utiliza es de carácter sobrio, las cajas no contienen información sobre el cuidado del sombrero, las etiquetas si.

Empaque secundario: cuando el sombrero es exportado no utiliza un sistema de empaque primario que sea colocado en un empaque secundario, los sombreros son apilados en una caja, su capacidad son 20 sombreros, 10 por cada lado, para no perder la forma de sus alas utilizan separadores rígidos de cartón.

Empaque terciario: Estas cajas contenedoras son apiladas en grupos y colocadas en pallets.

Exportación de sombreros en forma de campana, para esto se utiliza un fardo con protecciones contra la lluvia, humedad, roturas, es importante destacar el chequeo antidrogas.

Información importante:

- El ingeniero considera que como empresa posicionada no es importante trabajar en la gráfica y que no necesitan trabajar mas que como se muestran al mundo.
- El empaque no es para una maleta.

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Visita y Entrevista Empresa Homero Ortega

Entrevistado

Verónica Torres

Exportación, envíos y logística.

Los empaques son realizados por la empresa cartopel

El empaque primario es una caja de cartón corrugado de estructura auto armable, se le agregan dos estructuras adicionales como lo son separadores rígidos de cartón y cascos que pueden estar fabricados en cartón o plástico para que el sombrero no se deforme

La parte visual o gráfica es mucho mejor trabajada e incorpora fotografías, gamas de colores que tienen armonía.

Empaque secundario, al igual que K. Dorftzaun se utiliza un empaque de cartón corrugado donde se apilan entre 10 y 15 sombreros.

Se presentan en el exterior con su propia marca y además venden sombreros a mayoristas.

Los productos mas vendidos son los sombreros y carteras, estas ultimas también usan cuero, no exportan otro tipo de productos.

CERTIFICADO TALLER TEJIDO



CRÉDITOS FOTOGRÁFICOS

1)TheSwedeUK. In need of a hat? In need of a hat? Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/58308718@N06/7428586310/>, Boston, United States.

2)Vera, F. Handmade Montecristi strow hats customized wholesale. Paja Toquilla. Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/vercex/7997570295/>, Montecristi, Manabí.

3)Mella, C. PILE, MONTECRISTI SOMBRERO PAJA TOQUILLA. Elaboración de sombrero de paja toquilla. Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/ecuavisa/11329723774/>, Montecristi, Manabí, Ecuador.

4)Corral, G. Pachanga. Pachanga/ sombreros de paja toquilla. recuperado de: <https://m1.behance.net/rendition/modules/67227773/disp/a16f3a5b96b664e8c8ff-62b03e3a2270.jpg?cb=1641957654>, Cuenca, Azuay, Ecuador.

5)Bustamante, S. Pachanga. Pachanga /sombros de paja toquilla. Recuperado de: <https://m1.behance.net/rendition/modules/67227851/disp/b0202d75e-6be74971695234866859917.jpg?cb=1641957654>, Cuenca, Azuay, Ecuador.

6)Cevallos, J. Metier Hats/packaging. metier hats. Recuperado de: <https://m1.behance.net/rendition/modules/19999217/disp/4668aca500cce34c42992f18a84adffd.jpg?cb=1641957654>, Guayaquil, Guayas, Ecuador.

7)Cevallos, J. Metier hats/packaging. Metier hats. Recuperado de: <https://m1.behance.net/rendition/modules/19999213/disp/3fa1760a959416722cab931f01b40740.jpg?cb=1641957654>, Guayaquil, Guayas, Ecuador.

8)Vicenti, F. Azhar/The soap company. Azhar/The soap company. Recuperado de: <https://m1.behance.net/rendition/modules/150791841/disp/de8aaeab7adc123a2d-f92e02f8904d0d.jpg?cb=1641957654>, Sarazota, Florida, Estados Unidos.

9)Vicenti, F. Azhar /the soap company. Azhar/the soap company. Recuperado de: <https://m1.behance.net/rendition/modules/150791839/disp/dd956002b37bcd-73ba95e1e50c85d922.jpg?cb=1641957654>, Sarazota, Florida, United States.

10) McCacla. Tressage d'un Panama. Tressage d'un Panama. Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/mc-clacla/3266445919/>, Montecristi, Manabí, Ecuador.

11) Andes., V. H. Tejido del sombrero de paja toquilla reconocido por UNESCO como patrimonio. TEJIDO DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA RECONOCIDO POR UNESCO COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL. Recuperado de: https://www.flickr.com/photos/agenciaandes_ec/8250205228/, Guayaquil, Guayas, Ecuador.

12)Freepik. Middle Aged woman. Middle Aged. Recuperado de: <http://www.fidlonthetooth.com/wp-content/uploads/2013/11/u121202298-768x1024.jpg>.

13) Freepik. Middle aged man. Middle aged. Recuperado de: <http://bellanyc.com/wp-content/uploads/2013/03/middle-aged-man.jpg>.

14)Isolda. Paja Toquilla. Ecuador el pais del sol. Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/21170393@N02/6983812728/>, Cuenca, Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

PRO ECUADOR. (2013). Análisis sector artesanías 2013. Quito, Pichincha, Ecuador: PRO ECUADOR.

Regalado, L. (2010). Las hebras que tejieron nuestra historia. Quito, Pichincha, Ecuador: Ediecuatorial.

Universidad Andina Simón Bolívar. (2011). Mejores relaciones en la cadena productiva y aumento de calidad en el producto fortalecen la competitividad. Quito, Pichincha, Ecuador: UASB.

Aguilar, M. L. (2009). Tejiendo Vida. Cuenca, Azuay, Ecuador: Cidap.

Vega, E. J. (2014). Proceso de investigación de la Internacionalización y su Importancia en las Pymes del Sombrero de Paja Toquilla Cuencano. Guayaquil, Guayas, Ecuador: UCSG.

Escudero, M. (2013). Diagnóstico Socio-Económico del Tejido Tradicional del Sombrero de Paja Toquilla en la Regional 6. Cuenca, Azuay, Ecuador: INPC.

Saghir, M. (2002). The concept of packaging logistics. Lund, United Kingdom: Lund University.

Ane Emblem, H. E. (2012). The different levels of packaging: primary, secondary and tertiary. En H. E. Ane Emblem, Packaging technology Fundamentals, materials and processes (págs. 6-7). Padstow, Cornwall, United Kingdom: Woodhead Publishing limited.

AVA Publishing. (2009). Thinking: objects. London, United Kingdom: AVA Publishing SA.

Bonilla, D. (2014). Tendencias del diseño de empaques. Bogotá, Colombia: Publicación digital.

Wong, W. (1995). Fundamentos del Diseño. Barcelona: Gustavo Gili.

Grupo Unilever. (2000). Packaging la Descisión en 5. Madrid, España: Icon Comunicación Visual.

Font, J. (1997). Las funciones de comunicación de los envases. Buenos Aires, Argentina: Infopack.

Calver, G. (2004). What is packaging design. London, United kingdom: RotoVision SA.

Demir, Ç. (2015). The analysis of the role and importance of the usage of illustration in packaging design course projects. Ankara, Turkey: Gazi University.

Calver, G. (2004). What is Packaging design . London, United kingdom: RotoVision SA.

Colet, J. (18 de Febrero de 2014). Foro Alfa. Recuperado el 30 de Marzo de 2015, de foroalfa.org: <http://foroalfa.org/articulos/la-funcion-publicitaria-del-envase>

Zitterkopf, M. (2003). El packaging como vendedor silencioso y factor determinante de la compra [tesis]. Buenos Aires, Argentina: Universidad Abierta Interamericana.

Carpintero, C. (2009). Dictadura del diseño. Notas para estudiantes molestos. Buenos Aires, Argentina: Wolkowicz Editores.

Arnheim, R. (1954). Arte y percepción visual, . Madrid, España: Alianza.

Barthes, R. (1982). Lo obvio y lo obtuso imágenes, gestos y voces. Paris, Francia: Éditions du seuil.

Rivera, & Sutil. (2004). Marketing y publicidad subliminal: fundamentos y aplicaciones. Madrid, España: ESIC.

Perret, R. (2014). Innovation Home Runs. New York, Estados Unidos: Conecta.

ASOCIACIÓN DE TOQUILLERAS
DOÑA MARÍA

Handwoven in Ecuador

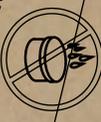
BASKET

of Cultural
of Humanity
ember 2012
Patrimonio Cultural Inmaterial
de la Unesco
December 2012



TOQUILLA
Handwoven in Ecuador

NO MOJAR LA CESTA
DON'T WET THE BASKET



TÉCNICAS/ TECHNICS

- LLANO CANTONADO
- BRISA COSTAL

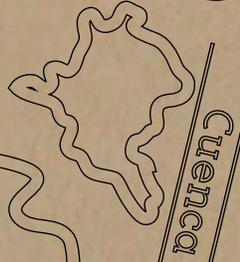
NO APLASTAR LA CESTA
DON'T SMASH THE BASKET



PATRONES/ PATTERNS

ARTESANO/ ARTISAN

- TALLA / SIZE
- SMALL
 - MEDIUM
 - LARGE



Cuenco

Montec

Cuenco

