UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTE

Escuela de Diseño Gráfico

Diseño gráfico de un sistema de packaging y etiquetas para productos cerámicos artesanales de la ciudad de Cuenca

Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de:

Licenciado y Licenciada en Diseño Gráfico

Autores:
Sebastian Atariguana
Ariana Méndez

Director:
Dis.Diego Felipe Larriva Calle

Cuenca, Ecuador 2025

Créditos

Autores:
Atariguana Atiencia Sebastian
Méndez Barros Ariana

Director:
Dis. Diego Felipe Larriva Calle

Dedicatoria

Sebastian Atariguana Atiencia

Dedico este trabajo a mi mamá, cuyo amor y apoyo incondicional han iluminado cada paso de mi camino y siempre creyeron en mis sueños; a mi papá, que con su confianza y respaldo me permitió llegar hasta aquí; a mi papi, por sus palabras de aliento y su presencia constante, que me llenan de valor; a mi hermana y a mi hermano, por su cariño sincero y por levantarme en los días más difíciles; y a mi ángel que me cuida desde el cielo; a mi pareja, y a mis amigos, que celebraron conmigo cada avance y me dieron fuerzas cuando más lo necesitaba.

Gracias a cada uno de ustedes, los llevo en mi corazón y este logro es también suyo

Ariana Méndez Barros

Este trabajo lo dedico a mis padres, pilares de mi vida y de mi educación, por brindarme su apoyo incondicional, su amor eterno y por confiar siempre en mis sueños; gracias a ustedes soy quien soy y espero que se sientan orgullosos de cada paso que doy. A mis hermanos, tanto de sangre como de corazón, por llenarme de sonrisas y hacer mis días más ligeros. Y a mi familia y amigos, por ser ese refugio de cariño y fuerza que me impulsa a seguir aprendiendo y creciendo.

Gracias a ustedes, ese sueño que parecía tan lejano hoy se ha hecho realidad.

Agradecimiento

Sebastian Atariguana Atiencia

Quiero agradecer de antemano a mis tutores de tesis, cuyo apoyo y orientación hicieron posible este trabajo; a todos los colaboradores que aportaron su tiempo y conocimientos, sin los cuales no habría sido posible avanzar; a mi compañera de tesis y gran amiga, por todo el apoyo y darme ánimo en el proceso de este trabajo; a los amigos que encontré en esta etapa, cuya compañía, risas y apoyo incondicional llevaré siempre en mi corazón.

Ariana Méndez Barros

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi tribunal de tesis, por ayudarme a convertir esta idea inicial en un gran proyecto; a nuestra artesana ceramista, quien nos abrió generosamente las puertas de su taller y colaboró en todo momento con información clave; a nuestra compradora y al encargado de packaging, por responder pacientemente a nuestras dudas y brindar orientaciones valiosas; a mi compañero de tesis, por ser un apoyo constante en cada etapa de este proceso; y a mi familia y amigos, por su cariño y aliento constante en cada paso de este camino.

ÍNDICE

Capitulo 1 **20**
Contextualización 20
1.1 Introduccion al Cap tulo 21
1.2 Antecedentes y Problematicas 23
1.3 Estado del Arte 24
1.3.1 Creación de una campaña publicitaria para dar a conocer las artesanías y esculturas talladas en madera en la parroquia de San Antonio de Ibarra provincia de Imbabura 24
1.3.2 Diseño de packaging con identidad andina para promocionar artesanías de la parroquia de Calderón 25
1.3.3 Packaging para productos artesanales de cacao, elaborados por los pequeños agricultores de la comunidad las delicias, Provincia de Esmeraldas 26
1.3.4 Packaging sostenible para productos de cerámica realizados por mujeres artesanas del pueblo Shuar en Macas 27
1.3.5 Diseño de empaques para productos artesanales de cerámica de la fábrica Angara 28
1.4 Marco teorico 30
1.4.1 Identidad Cultural 30
1.4.2 Alfareria 31
1.4.3 Packaging 32
1.4.4 Diseno Graf co 33
1.5 Investigacion de campo 34
1.5.1 Entrevista a comprador 34
1.5.2 Entrevistas al artesano experto 36
1.5.3 Entrevista para encargado en área de packaging 38
1.6 Homologos 40
1.6.1 Nongbu Store 40
1.6.2 México en Cajas 41
1.6.3 Son Cuoc Trà 42

Capitulo 2 **44**
Programación 44
2.1 Análisis/Dfinición de usuarios 45
2.1.2 Persona Design 1 46
2.1.3 Mapa de empatia 1 48
2.1.4 Persona Design 2 50
2.1.5 Mapa de Empatia 2 52
2.2 Brief de Producto Grafico 54
2.3 Def inicion de Contenido 56
2.4 Proceso de Diseno u Hoja de Ruta 58
2.5 Conclusiones 59

Capitulo 3 **60**
Ideación 60
3.1 Sistemas de Diseno 61
3.2 Proceso de Generacion de Ideas 62
3.3 Evaluacion de Ideas 63
3.4 Idea Final 64
Cap tulo 4 66
Diseño 66
4.1 Bocetacion 67
4.2 Desarrollo del Sistema Graf ico 72
4.3 Desarrollo de aplicaciones graf icas 76

Conclusiones 88
Recomendaciones 89
Referencías 90

ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura 1:
Nota. Diseño terminado de tríptico (parte interior) de esculturas talladas (2017). 24

Figura 2:
Nota. Producto final para artesanías cerámicas (2018). 25

Figura 3:
Nota. Proceso del diseño para la creación de empaque (2017). 26

Figura 4:
Nota. Producto terminado de packaging del pueblo Shuar en Macas (2024). 27

Figura 5:
Nota. Diseño de empaque para artesanías (2018). 28

Figura 6:
Nota. Compradora Jessica Baculima (2025). 35

Figura 7:
Nota. Artesana experta Cumandá Tenemaza (2017). 37

Figura 8:
Nota. Encargado en área de packaging Franco Orellana (2025). 39

Figura 9:
Nota. Packaging para arroz. Tomado de (Diligent Farmer [Nongbu Store], 2020). 40

Figura 10:
Nota. Packaging para arroz. Tomado de (Diligent Farmer [Nongbu Store], 2020). 40

Figura 11:
Nota. Packaging cultural. Tomado de (México en Cajas, 2023). 41

Figura 12:
Nota. Packaging cultural. Tomado de (México en Cajas, 2023). 41

Figura 13:
Nota. Packaging de Identidad Cultural. Tomado de (Son CuOC Group Packaging, 2024). 42

Figura 14:
Nota. Packaging de Identidad Cultural. Tomado de (Son CuOC Group Packaging, 2024). 42

Figura 15:
Nota. Imágen creada para persona design de María Cumanda (2025). 47

Figura 16:
Nota. Imágen creada para persona design de Emma Rodríguez (2025). 51

Figura 17
Nota. Boceto del puente roto (2025). 67

Figura 18
Nota. Boceto de casas y edificios (2025). 67

Figura 19
Nota. Boceto de figuras arquitectónicas (2025). 67

Figura 20
Nota. Boceto de colibrí (2025). 67

Figura 21
Nota. Boceto de cholito cuencano (2025). 68

Figura 22
Nota. Boceto de cuy en diferentes perspectivas (2025). 68

Figura 23
Nota. Boceto de llama (2025). 68

Figura 24
Nota. Boceto de cóndor (2025). 68

Figura 25
Nota. Boceto de la catedral de la inmaculada concepción lateral (2025). 69

Figura 26
Nota. Boceto de la catedral de la inmaculada concepción frontal (2025). 69

Figura 27
Nota. Boceto del parque nacional el cajas (2025). 69

Figura 28
Nota. Boceto de puente roto (2025). 69

ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura 29 70
Nota. Boceto de cholita cuencana (2025).
Figura 31 70
Nota. Boceto de flora, fauna y vestimenta (2025).
Figura 30 70
Nota. Boceto 2 de cholita cuencana (2025).
Figura 32 70
Nota. Boceto del parque nacional el cajas (2025).
Figura 33 76
Nota. Logo inicial de ARTD (2025).
Figura 34 78
Nota. Diseño interior final del parque nacional cajas (2025).
Figura 35 79
Nota. Tarjetas de agradecimiento con temática flora y fauna (2025).
Figura 36 79
Nota. Cinta de seguridad con temática flora y fauna (2025).
Figura 37 79
Nota. Papel envoltorio con temática flora y fauna (2025).
Figura 38 80
Nota. Diseño interior final El Vado (2025).
Figura 39 81
Nota. Tarjeta de agradecimiento con temática arquitectura (2025).
Figura 40 81
Nota. Cinta de seguridad con temática arquitectura (2025).
Figura 41 81
Nota. Papel envoltorio con temática arquitectura (2025).
Figura 42 82
Nota. Diseño interior final de Turi (2025).
Figura 43 83
Nota. Tarjetas de agradecimiento con temática vestimenta (2025).
Figura 44 83
Nota. Cinta de seguridad con temática vestimenta (2025).
Figura 45 83
Nota. Papel envoltorio con temática vestimenta (2025). 83
Figura 46 84
Nota. Diseño interior final Mercado 9 de Octubre (2025). 84
Figura 47 85
Nota. Tarjetas de agradecimiento con temática gastronomía (2025). 85
Figura 48 85
Nota. Cinta de seguridad con temática gastronomía (2025). 85
Figura 49 85
Nota. Papel envoltorio con temática gastronomía (2025). 85
Figura 50 86
Nota. Diseño interior final Plaza San Francisco (2025). 86
Figura 51 87
Nota. Tarjetas de agradecimiento con temática utensilios alfareros (2025). 87
Figura 52 87
Nota. Cinta de seguridad con temática utensilios alfareros (2025). 87
Figura 53 87
Nota. Papel envoltorio con temática utensilios alfareros (2025). 87

Resumen

El presente trabajo abordó la falta de empaques adecuados para productos cerámicos artesanales en Cuenca, limitando su comercialización y dañando la experiencia de compra y venta. Mediante entrevistas, análisis de referentes culturales y consultas a encargados en el área de packaging, se definieron estrategias gráficas y funcionales para el diseño de un sistema de empaques y etiquetas. Se propusieron soluciones que exaltan la identidad cuencana mediante ilustraciones y contenidos informativos, garantizando al mismo tiempo la protección del producto. El resultado integró estética, protección y simbolismo, fortaleciendo el vínculo entre objeto y origen.

Identidad cultural, alfarería, ilustración, protección, tradición.

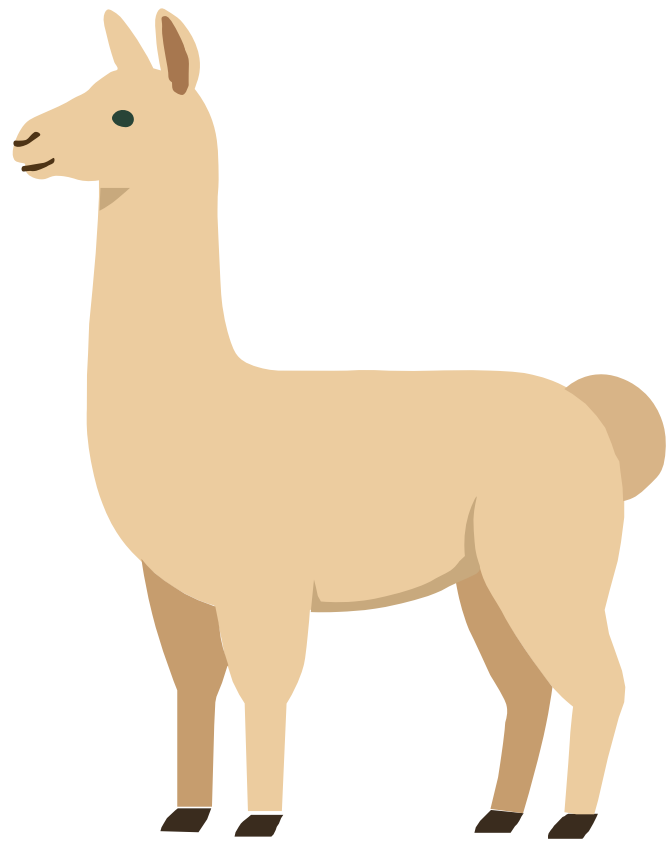
Abstract

This research project examined the absence of suitable packaging for artisanal ceramic products in Cuenca, which has hindered their commercialization and negatively impacted the consumer and vendor experience. Through interviews, analysis of cultural references, and consultations with professionals in the field of packaging, both graphic and functional strategies were developed to design an integrated system of packaging and labeling. The proposed solutions emphasize Cuenca's cultural identity through the use of illustrations and informative content, while also ensuring the physical protection of the products. The final design harmonizes aesthetics, durability, and cultural symbolism, strengthening the bond between the product and its place of origin.

Cultural identity, illustration, pottery, protection, tradition.

Objetivos Generales

Incrementar el flujo de demanda local y turista al sector artesanal-alfarero de Cuenca mediante el desarrollo de packaging y etiquetas que reflejen la riqueza cultural que permita captar la atención del público y establecer una conexión emocional significativa con las tradiciones artesanales de la región.



Objetivos

Específicos

- Analizar la problemática y los posibles abordajes teóricos del proyecto.
- Definir los elementos y condicionantes centrales con los que se experimentará en el proyecto.
- Diseñar un sistema de packaging y etiquetas para productos artesanales cerámicos de cuenca.

Introducción

La artesanía cerámica en Cuenca, heredera de una tradición centenaria, enfrenta hoy el reto de proteger y comunicar el valor cultural de sus productos durante su distribución. La falta de un empaque especializado provoca daños en las piezas y dificulta que los consumidores reconozcan su carga simbólica. Esta tesis propone el diseño de un sistema de packaging y etiquetas que combine materiales y estructuras adecuadas a la fragilidad de la alfarería cuencana con elementos gráficos capaces de reforzar la identidad cultural.

A través de entrevistas a artesanos, consultas a especialistas en empaques sostenibles y análisis de referentes, se establecieron los requisitos técnicos y visuales necesarios. El resultado es una serie de prototipos de cajas y etiquetas que garantizan la protección física de las piezas y potencian su valor patrimonial en el mercado local e internacional.

Capítulo 1

Contextualización

1.1 Introducción al Capítulo

Este proyecto analiza la importancia de la preservación y distribución de objetos culturales, específicamente las piezas alfareras de la ciudad de Cuenca, Ecuador. Dentro de la problemática se habla del mercado tanto local como turista, al igual que los riesgos de daños de las piezas al momento de transportarlas, con la ayuda de varias investigaciones primarias como encuestas a diferentes grupos de personas y secundarias como análisis de sitios web, documentos o artículos de expertos en el área de diseño, packaging o artesanos, se han definido características claves que se debe tomar en cuenta para desarrollar este proyecto, es por eso que se propone la creación de varios empaques para piezas cerámicas, enfocados en un punto visual, específicamente la cultura cuencana e incluso desde un lado morfológico asegurando las piezas sin perder la estética y el significado que transmite el producto.

1.2 Antecedentes y Problemática

En Cuenca, Ecuador, los alfareros crean piezas únicas que van desde vasijas tradicionales hasta esculturas religiosas, utilizando técnicas y materiales que reflejan siglos de herencia cultural. Sin embargo, a pesar de su calidad y significado, enfrentan importantes desafíos para posicionar y vender sus productos, tanto a nivel local como entre turistas. Estos desafíos incluyen problemas relacionados con el transporte de productos frágiles y la falta de empaques adecuados que resaltan su valor cultural.

El sector artesanal es un pilar importante de la economía ecuatoriana, representando no solo una fuente de ingresos para miles de familias, sino también una manifestación de identidad cultural. América Latina tiene una larga historia en industrias creativas, como lo señala la Asamblea General de Naciones Unidas (UNCTAD, 2005). Sin embargo, en Cuenca, el sector alfarero enfrenta vulnerabilidades significativas debido a la falta de integración en el desarrollo económico local, a pesar del espíritu emprendedor de sus artesanos.

A pesar de su potencial, el sector alfarero en Cuenca enfrenta múltiples limitaciones. Según (Andrade Sarmiento et al., 2022), la ausencia de políticas de apoyo y asesoría adecuada dificulta que los artesanos mejoren aspectos clave de sus negocios, como la comercialización y el diseño de empaques. Además, la competencia con productos industriales, más baratos y fáciles de transportar, agrava la situación. Como resultado, los artesanos no solo ven reducida su capacidad para atraer clientes, sino que también enfrentan una pérdida de ingresos que afecta su sustento y preservación cultural.

Para revertir esta problemática, resulta esencial trabajar en estrategias que fortalezcan el sector artesanal, como el diseño de empaques innovadores y atractivos. Estos no sólo protegerían las piezas durante el transporte, sino que también servirían como un medio para resaltar su valor cultural, incentivando a los turistas y consumidores locales a valorar y adquirir estos productos.

1.3 Estado del Arte

1.3.1 Creación de una campaña publicitaria para dar a conocer las artesanías y esculturas talladas en madera en la parroquia de San Antonio de Ibarra provincia de Imbabura

Autor:

Luis Fernando Chávez Collaguazo

Resumen:

Se desarrolló un proyecto centrado en una campaña publicitaria creada para dar a conocer las artesanías y esculturas talladas en madera en la parroquia de San Antonio, en la provincia de Imbabura. Teniendo en cuenta que esta es una de las fuentes fundamentales de ingresos económicos de la parroquia.

Para que este proyecto se pueda llevar a cabo se realizaron varias entrevistas a distintos habitantes de la parroquia de San Antonio, el propósito de las mismas era poder identificar los problemas dentro de la publicidad y comunicación de las artesanías locales. Con esta información se creó un sistema de diseño con una variedad de materiales como revistas, afiches, periódicos, trípticos, flyers, catálogos fotográficos, vallas, e incluso la campaña tuvo presencia en redes con videos publicitarios y de reportaje en YouTube, Facebook e Instagram.

El propósito de este proyecto es poder resaltar el trabajo artístico de las diferentes piezas de los artesanos de San Antonio de Ibarra, captando la atención del público objetivo con ayuda visual e informática, de esta manera generan mayor interés, conocimiento e incluso incrementan los visitantes.

El resultado de la campaña fue bueno, ya que tuvo un impacto significativo en el público objetivo, dando a conocer tanto a los artesanos como sus técnicas, publicitando de la mejor manera a las artesanía de San Antonio de Ibarra. Por otro lado, también ayudó a la parroquia a tener más turistas al transmitir sus valores culturales.

Este proyecto nos ayuda como referencia para nuestro proyecto de packaging de artesanías alfareras, ya que nos muestra como una estrategia publicitaria con la suficiente información puede otorgar un valor agregado al producto. Incluso en los diferentes materiales creados se puede observar cómo se combina el diseño visual y de comunicación para poder destacar las características culturales y artísticas de las artesanías.

Figura 1

Nota. Diseño terminado de tríptico (parte interior) de esculturas talladas (2017).

1.3.2 Diseño de packaging con identidad andina para promocionar artesanías de la parroquia de Calderón

Autor:

Carlos Alberto Cuamacás Florez

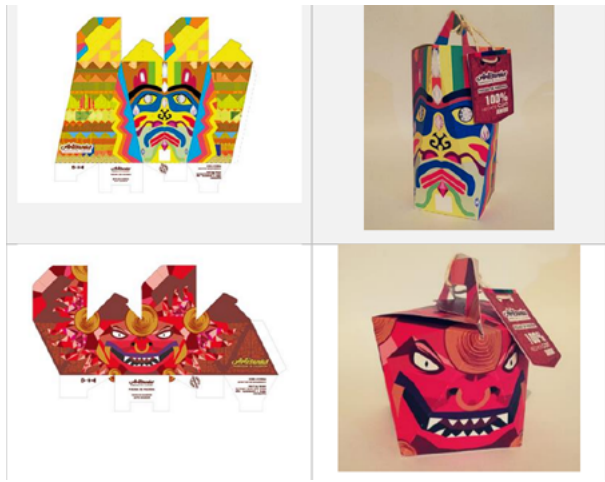
Resumen:

Este proyecto realizó una línea de packaging para las diferentes artesanías de la parroquia de Calderón, teniendo en cuenta el tamaño, el peso e incluso la fragilidad de las diferentes piezas, cumpliendo con las funciones prácticas necesarias para los empaques.

Para empezar con el proyecto se realizó una entrevista a diferentes artesanos de la zona para conocer algunos de los problemas que enfrentan, conjunto a esto se realizó un diagnóstico analizando el comportamiento de algunos compradores para poder identificar las necesidades del empaque a desarrollar, e incluso poder conocer con qué tipos de elementos se identifican las personas cuando hablan de la parroquia de Calderón.

Como objetivo principal se puede encontrar la promoción de las diferentes artesanías mediante un empaque que pueda representar la cultura de Calderón, con esto se busca demostrar la autenticidad y tradición que tiene cada pieza y al mismo tiempo aumentar su valor dentro y fuera del mercado.

Figura 2



Nota. Producto final para artesanías cerámicas (2018).

Como resultado se creó una línea de empaques combinando elementos visuales andinos de las festividades y personajes de la parroquia como: Danzante de pujilí, Diablada de píllaro, Mama negra, entre otros. De esta manera lograron captar la atención de su público objetivo no solo satisfaciendo las necesidades de los compradores y artesanos, también contribuyendo a la difusión de la cultura andina.

Este proyecto nos sirve como referencia ya que es una de las diferentes alternativas que existe de poder capturar el valor cultural de una zona, combinándola con la funcionalidad práctica. Incluso nos proporciona ideas sobre los tipos de elementos utilizados como mitos y leyendas o festividades, lo que promueve a la gente a saber más sobre estos

personajes.

1.3.3 Packaging para productos artesanales de cacao, elaborados por los pequeños agricultores de la comunidad las delicias, Provincia de Esmeraldas

Autor:

Gorozabel Obando, Ximena Melissa- Poaquiza Cambo, Oscar Alfonso

Resumen:

Se desarrolló un proyecto para introducir los productos artesanales de cacao de la comunidad Las Delicias al mercado, creando un packaging que refleje la identidad local y que pueda conservar los diferentes productos como la granola, cocada, tabletas y vino.

Para este proyecto se realizaron investigaciones de campo y bibliográficas para poder recopilar información sobre la propuesta, e incluso se hicieron entrevistas y focus group para poder encontrar problemas, soluciones e incluso elementos que puedan reflejar la identidad local de la comunidad.

Este proyecto tenía como objetivo aumentar la comercialización y el valor tanto económico como cultural de los productos, conectando con su público objetivo mediante un empaque que refleja la identidad local así como de una manera gráfica como con los materiales utilizados, ya que se caracterizan por ser representativos de la zona.

Figura 3

Nota. Proceso del diseño para la creación de empaque (2017).

El resultado del proyecto es la creación de un packaging que preserva los productos y resalta la identidad cultural de Las Delicias, de esta manera fortalecen su impacto económico ya que de esta manera se puede comercializar los productos artesanales de cacao, por otro lado, tuvo un impacto social al reflejar la unión y organización de los habitantes tanto para la creación del empaque como para la creación del producto.

Este proyecto nos muestra cómo el packaging puede jugar un papel importante al representar no solo una marca, también una cultura. En este caso podemos observar la integración no solo de gráficos, incluso la integración de materiales representantes de la zona para crear el packaging y agregarle un valor adicional al producto, resaltando sus raíces.

1.3.4 Packaging sostenible para productos de cerámica realizados por mujeres artesanas del pueblo Shuar en Macas

Autor:

Patricio Ismael Carpio Padilla

Resumen:

Con la ayuda de la fundación Atasim y la Universidad de Cuenca, se ha creado una marca y el diseño de un packaging sostenible con materiales de la zona para los diferentes productos creados por las mujeres artesanas del pueblo Shuar en Macas, como máscaras, macetas y joyería.

Para realizar este proyecto se realizaron investigaciones y encuestas tanto hacia las artesanas como al público para poder identificar los productos que realizan y los problemas que tienen para comercializarlos, e incluso de esta manera mejorar las soluciones propuestas como los talleres de capacitación sobre la creación de una marca y un empaque.

El proyecto tiene como propósito apoyar a las mujeres artesanas del pueblo Shuar, generando oportunidades de crecimiento para las comunidades y valorando su esencia cultural, enseñándoles maneras de comercializar sus productos a través de empaques sostenibles y estéticamente adecuados, e incluso marcas personalizadas.

Figura 4

Nota. Producto terminado de packaging del pueblo Shuar en Macas (2024).

Se crearon talleres de capacitación para enseñar a las artesanas como crear sus propios empaques utilizando materiales de su zona y adaptarlos según sea la necesidad del producto. De esta manera las mujeres lograron comercializar y otorgar un mayor valor a sus piezas, dando a conocer sus tradiciones y su cultura.

Este proyecto nos sirve como referencia sobre la creación de empaques con diversos materiales, adaptandolos a la forma y peso de las piezas, incluso nos muestra como promover la identidad cultural y mejorar la comercialización con la ayuda no solo de la creación de la marca, también con el significado que lleva todo el empaque de manera explicita o implicita.

1.3.5 Diseño de empaques para productos artesanales de cerámica de la fábrica Angara

Autor:

Bernardo José Córdova Quintero

Resumen:

Se creó un diseño de empaques para productos artesanales de cerámica, para poder mejorar su transporte, almacenamiento y venta, minimizando el riesgo de daños en los tres productos que contiene el empaque.

Para poder crear esta línea de empaques se hizo una investigación previa de la fábrica y los empaques que tenían para poder encontrar sus debilidades y de esta manera mejorarlos, incluso se analizaron las necesidades de la fábrica y los productos como: el juego de espresso, un juego de licor y un juego de picadas. El proceso incluyó un análisis de lugares a los que se comercializan los mismos.

El objetivo del proyecto era recrear un empaque que asegure el transporte de los productos e incluso tengan un diseño estéticamente atractivo para el público y de esta manera promocionar. Por otro lado, mejorar el almacenamiento y la manera de empaquetar fue uno de los objetivos principales.

Se crearon empaques que mejoraron el transporte y funcionalidad de los productos, lo que llevó a un aumento de ventas, facilitaron el acceso de los consumidores y una mayor comercialización, otorgó un valor agregado a la fábrica y un mayor rango de compradores.

Figura 5

Nota. Diseño de empaque para artesanías (2018).

Este proyecto nos sirve como referencia para poder conocer el tipo de material que se puede utilizar para asegurar el transporte, incluso nos enseña alternativas de almacenamiento de productos con diferentes pesos y tamaños. Sin dejar de lado las diferentes formas que tienen los empaques para hacerlos más útiles y más llamativos al mismo tiempo.

1.4 Marco teórico

1.4.1 Identidad Cultural

La identidad cultural se refiere al conjunto de valores, tradiciones, creencias e idiomas que hacen única a una comunidad o grupo social, estos son algunos de los elementos claves que componen la identidad cultural Lengua o idioma, Tradiciones y costumbres, Arte y artesanía, Gastronomía, Arquitectura y entorno físico, Religión y espiritualidad, Vestimenta, Memoria histórica, Territorio, Símbolos culturales.Esta identidad se construye a lo largo del tiempo a través de la historia, las experiencias compartidas y la interacción con el entorno. La identidad cultural influye en la forma en que los individuos ven el mundo, se relacionan con otros, y expresan sus raíces culturales, creando un vínculo con su patrimonio y su comunidad.

Según (Molano L., 2007), aborda la identidad cultural como un conjunto de elementos simbólicos que conforman la percepción y representación de una comunidad, tanto hacia sí misma como hacia los demás. En sus análisis, señala que la identidad cultural no es estática, sino que está en constante transformación debido a factores como la globalización, los medios de comunicación y la interacción con otras culturas.

La identidad cultural tiene una gran relación con el diseño gráfico no solo crea cosas visuales llamativas, sino también es un medio para expresar historias de las culturas, la conservación y la difusión de las culturas.

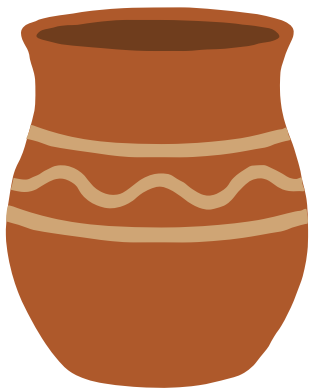
1.4.2 Alfareria

La alfarería es el arte y la técnica de modelar arcilla para crear objetos utilitarios o decorativos mediante métodos tradicionales como el modelado a mano, el torno de alfarero o el vaciado en moldes. Este oficio, practicado desde tiempos antiguos, está profundamente ligado al patrimonio cultural de las comunidades, combinando conocimientos técnicos transmitidos de generación en generación con expresiones artísticas propias de cada región.

Según (Porto & Merino, 2022), la alfarería es el arte de fabricar vasijas de barro cocido y también se refiere a los lugares donde se producen y venden estas piezas. Entre sus tipos de alfarería existen, el basto que no contiene el proceso de vidriado, el fino por una producción más cuidadosa con la opción del proceso de vidriado y el popular caracterizado por sus técnicas y materiales tradicionales.

Su creación representa una conexión directa con lo tradicional y auténtico, preservando prácticas ancestrales de gran valor cultural.

Un aspecto fundamental de la alfarería es la fragilidad inherente de las piezas, ya que el barro cocido, aunque hermoso y único, es susceptible a daños si no se maneja y transporta adecuadamente. Esta característica, que resalta la delicadeza y el valor artesanal de cada creación, representa un desafío en su comercialización, especialmente entre turistas o compradores externos.

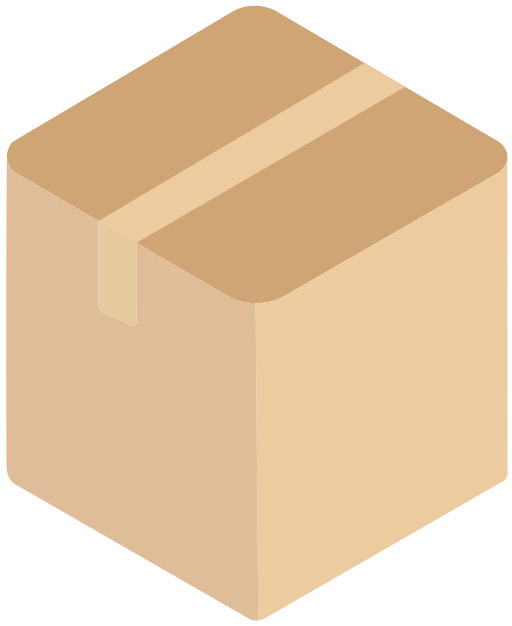


1.4.3 Packaging

Para definir la palabra packaging es importante resaltar su definición desde un punto de vista funcional que consistiría en la protección física de un producto para su venta y distribución, pero el packaging no solo protege el producto sino que también influye en las decisiones del comprador, Según (Triana, 2025).

En diferentes estudios se han demostrado que más del 70% de las decisiones se toman en el punto de venta, esto influye mucho ya que, aunque sea el producto de muy buena calidad, un packaging mal diseñado o muy poco llamativo podría resultar que al cliente lo ignore, por otro lado, es vital considerar el punto de vista del diseño en donde la palabra se puede definir como una carta de presentación del producto que tiene como objetivo primario captar la atención del consumidor, incluso tiene la capacidad de aumentar su valor cultural y de identidad.

Existen diferentes tipos de packaging como pueden ser las cajas tradicionales, bolsas o sobres, envases flexibles, envases de vidrio, envases ecológicos y sostenibles, metálicos y de aluminio. Según (Rivera, 2021) es importante tener en cuenta el valor que tiene el packaging para el branding de una marca desde un enfoque de marketing, diseño y comunicación ya que es una manera de conexión entre el producto y el consumidor por sus diferentes aspectos como son los materiales, la forma y las gráficas.



1.4.4 Diseño Gráfico

El diseño gráfico es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados (Facultad de Artes y Diseño, Universidad Nacional de Cuyo, 2021).

Abarca áreas como ilustración, fotografía, branding, packaging, etiquetado y diseño web, todas contribuyendo a conectar con la audiencia y reforzar la identidad del mensaje. El diseñador combina elementos como títulos, tipografías e imágenes, equilibrando creatividad y funcionalidad para cumplir objetivos estratégicos y comunicativos.

Entre los roles de un diseñador cabe resaltar la importancia del packaging ya que esta no solo radica en reflejar la identidad de marca, sino también en garantizar la seguridad del producto. Un empaque bien diseñado protege el contenido y asegura que llegue en perfectas condiciones, transmitiendo confianza y fortaleciendo la conexión entre la marca y el consumidor.

1.5 Investigación de campo

1.5.1 Entrevista a comprador

- ¿Qué productos artesanales de alfarería elige con más frecuencia?

Diferentes tipos de adornos, tazas, imanes o joyas para mí y mis seres queridos.

- ¿Qué tipo de información sobre el producto le gustaría recibir?

Me gusta saber cómo puedo cuidar las cosas que compro para que no se rompan o pierdan su color.

- ¿Cómo influyen los diseños, cromática, patrones, etc. en su decisión de compra?

Cuando quiero comprar algo, me fijo en el color y las figuras que lleva, me gusta ver los colores alegres y formas hechas a mano, porque eso es lo que hace que el producto sea único y me gusta saber que no hay otro igual, estas cosas son las que me recuerdan mucho a Cuenca.

- ¿De qué manera influye el empaque con respecto a la decisión de compra del producto?

Me parece importante el empaque en los productos, ya que es parte de la presentación, me gusta saber la información que lleva y la manera en que la combinan con el producto y su significado, también es algo que queda como un recuerdo para las personas y llama la atención saber que este empaque tiene diferentes formas dependiendo de lo que compre.

- ¿Qué considera importante en un empaque para asegurar la protección en el transporte de artesanías alfareras?

Colocar plástico burbuja y asegurar el producto con algún soporte, también evitar usar materiales de mala calidad.

- ¿Qué imágenes, iconos o gráficos considera que representan la identidad cultural de Cuenca?

La catedral es la primera cosa que pienso cuando me imagino a Cuenca, aunque también el cuy, los sombreros o la vestimenta de la gente como polleras y alpargatas.

- ¿Qué tipo de función debe tener el empaque aparte de la protección del producto?

Me gusta que los packagings siempre tengan el nombre de donde compre los productos y que sea estéticamente funcional, ya que a veces pongo tazas o frascos como adornos y me gustaría tener también el packaging, así puedo recordar donde compre la pieza y tener información sobre esta.

- ¿Cuáles son los materiales que considera más atractivos para un empaque?

Creo que el cartón es el que asegura mejor las piezas, pero también creo que los productos así deben tener una protección interna como papel cartón o los plásticos burbuja. No me gusta cuando vienen solo en una funda plástica o de papel, porque se rompe muy fácil.

Figura 6

Nota. Compradora Jessica Baculima (2025).

Análisis: Después de analizar las respuestas que obtuvimos en esta entrevista, entendimos que el packaging tiene varias funciones como protección de la piezas, o incluso un recuerdo del producto para que la gente tenga una información de primera mano sobre cuidados u origen de las piezas, cuando las personas compran las artesanías lo hacen por ser únicas y representar el lugar de donde vienen, Cuenca se representa principalmente por su arquitectura, comida e incluso por su vestimenta.

1.5.2 Entrevistas al artesano experto

- ¿Cuáles son las figuras que más producen o venden?

Las cosas que se realizan en mayor cantidad son cerámica, madera y botellas de vidrio reciclado, las figuras que venden son candelabros, juegos de ollas, platos, cucharas, tazas, campanas, figuras artesanales, alcancías, objetos decorativos y adornos. Sin embargo, las que compran las personas en mayor cantidad son las tasas, las figuras artesanales, objetos decorativos y adornos para un espacio.

- ¿Cuál es el rango de edad más común en los compradores?

El rango de edad en los compradores es bastante amplio, ya que compran tanto niños hasta personas adultas, claro que el tipo de piezas que adquieren son diferentes, en el caso de los niños, lo que más compran son los imanes con forma de animales, huevos pintados o sets de juegos, por otro lado los adultos compran más objetos decorativos tanto para ellos como de regalo.

- ¿Cuáles son los desafíos que enfrentan los productos cerámicos en el mercado de Cuenca?

Cuenca se caracteriza por producir una gran cantidad de productos cerámicos, existen diferentes estilos de trabajo y de pintado, lo que resalta a cada uno de los ceramistas, puede que las piezas sean la misma pero el detalle o el pintado propio que se lo realiza, es lo que diferencia a cada uno, sin embargo se debe tomar en cuenta la fragilidad del producto, ya que el único empaque que vendemos es el de tazas y el resto de productos solo los vendemos en bolsas y si el comprador no los cuida se rompen.

- ¿Qué aspectos considera importantes sobre el empaque de los productos?

Un punto importante es la parte económica, ya que por esa parte no se puede realizar un empaque ideal ya que es costoso, por que deben mandar hacer en masas, es ahí donde se abaratan costos, pero como son variedades de productos no lo hacen, e incluso porque no se tiene un diseño para cada objeto, en mi caso el diseño del único empaque que tenemos lo hizo mi hijo porque estudiaba artes visuales y fue creado por él, pero el resto no cuenta con esa ayuda.

- ¿Considera que el empaque actual de sus productos cumple con sus necesidades?

Por ahora, el empaque que utilizamos nos ha funcionado bien para proteger las tazas, pero no es ideal para productos más grandes o frágiles, que entregamos en bolsas de papel. Siempre advertimos a los clientes que tengan cuidado al transportarlos. Cuando enviamos al extranjero, suelo recomendar que los envuelvan con bastante ropa para protegerlos mejor.

- ¿De qué manera cree que el diseño de un empaque pueda contribuir a la promoción de las artesanías?

Creo que sería una manera de mejorar el servicio, de esta manera las personas comprarían los productos y tendrían un extra en el empaque, que por obvias razones subiría un poco el costo de los productos unos 50 centavos más, pero en el empaque podrían hablar de la historia de las artesanías e incluso de la historia que tengo en mi familia, la herencia que lleva años en mi familia sobre los productos artesanos. De hecho me gusta que se pueda ver un poco del producto en el empaque para que la gente pueda ver lo que lleva y tener de recuerdo un empaque cuencano.

- ¿Qué aspectos considera clave para adaptar el concepto de comunicación del packaging al producto?

Considero que como estos conocimientos sobre elaboración de artesanías son herencia, quisiera mostrar más de esta cultura en mi familia ya que llevamos realizando estas piezas durante más de 40 años, la persona que empezó con esto fue mi tío, y ahora yo le enseño todo lo que puedo a mis nietos, para que se sientan orgullosos de su historia familiar, y creo que es importante que las personas sepan esta historia, ya que es parte del origen y significado de la figura.

- ¿Qué tipo de información considera importante que incluya el empaque?

Considero importante que exista un poco de información sobre la historia de las piezas o incluso datos sobre cómo cuidar las artesanías, quiero transmitir algo fuera de solo un producto, me gusta que las personas vean las figuras y piensen en Cuenca, su cultura y su origen.

- ¿Qué elementos considera que representan la identidad cultural de Cuenca?

Considero que todas las artesanías son una representación de cuenca ya que son los artesanos quienes dan esa identidad cultural en las cerámicas, pero es importante tener en cuenta los diseños en pintura y dibujos, todo lo que hacemos representa a la cultura cuencana, y tratamos de hacer varios diseño como las flores, las frutas, utensilios comunes o incluso arquitectura característica de la ciudad.

Figura 7

Nota. Artesana experta Cumandá Tenemaza (2017).

Análisis: Las respuestas de las entrevistas nos permitieron entender que algunos artesanos no tienen un empaque no solo por el costo, también porque no saben cómo diseñarlos tanto de manera morfológica como en aspectos gráficos, así mismo lo importante que es que la gente sepa detalles importantes como el significado de las piezas o la historia de cómo se crearon las artesanías. Nos supieron aclarar el hecho de que las personas adquieren las figuras por no ser algo común, incluso porque los gráficos que se ven en las piezas representan de cierta manera la ciudad de Cuenca. Tal vez no son cosas muy evidentes, pero de cierta manera representan parte de la cultura como su flora y fauna.

1.5.3 Entrevista para encargado en área de packaging

- ¿Qué tipo de packaging es el que utiliza con más frecuencia para productos cerámicos?

Para productos cerámicos, se utiliza packaging con amortiguación, como cajas de cartón con relleno de espuma o burbujas, para protegerlos de golpes.

- ¿Qué características tiene el packaging para artesanías alfareras?

El packaging para artesanías alfareras debe ser robusto y resistente para proteger el producto, pero también estético, destacando la artesanía.

-¿Qué materiales son los más recomendados para el packaging de productos cerámicos artesanales y por qué?

Los materiales más recomendados son el cartón corrugado y la espuma, ya que ofrecen una buena protección.

-¿Qué elementos visuales considera que añaden valor al packaging de productos artesanales?

Los elementos visuales que añaden valor incluye un diseño atractivo y personalizado, que haga el producto más llamativo.

-¿Qué rol juega el costo de producción en la elección de materiales y diseño de empaques para artesanías?

El costo de producción es crucial, por lo que se debe encontrar un equilibrio entre calidad y costo para no afectar el precio final.

-¿Qué importancia tiene la personalización del empaque para atraer al consumidor?

La personalización del empaque es importante porque atrae al consumidor y crea una conexión especial.

-¿Cuáles son los principales desafíos técnicos al diseñar packaging para productos cerámicos frágiles?

Los principales desafíos incluyen diseñar un empaque que proteja bien, sea costo-efectivo y visualmente atractivo.

- ¿Existe algún tipo de sistema de diseño que permita acoplar el packaging a distintos productos?

Existen sistemas de diseño adaptables que permiten ajustar el empaque a diferentes productos.

Figura 8

Nota. Encargado en área de packaging Franco Orellana (2025).

Análisis: En la entrevista realizada al profesional del packaging, se destaca que el diseño del empaque debe ser siempre costo-efectivo, ya que esto es un factor clave tanto para los productores como para los consumidores, también el packaging debe ser atractivo y con una buena presentación ya que es fundamental para captar la atención del cliente y añadir valor al producto, y siempre hay que tener en cuenta la importancia de utilizar materiales rígidos en el exterior, que garanticen la protección del producto, combinados con materiales suaves en el interior para mantenerlo en perfectas condiciones durante el transporte y el almacenamiento. Este enfoque asegura que el empaque no solo cumpla con su función protectora, sino que también ofrezca una experiencia visual y funcional al consumidor.

1.6 Homólogos

1.6.1 Nongbu Store

Autor: YNL Design

Objetivo y propósito: El objetivo principal del empaque quiere reflejar el esfuerzo y dedicación que hacen los agricultores para sacar el producto, se puede ver el origen y una historia detrás, el propósito de esto es tener una conexión con el consumidor junto con la historia que se relata.

Lugar y fecha: Goheung, Jeollanam-do, Corea del Sur 2020

Descripción del proyecto: El proyecto trata de transmitir con ilustraciones las 4 estaciones de Goheung donde en esas ilustraciones se aprecian a los trabajadores.

Análisis Formal

- **Materiales:** Utilizan cartón rígido
- **Diseño Gráfico:** Ilustraciones del lugar donde los agricultores trabajan y en ese paisaje a los trabajadores de igual manera.
- **Colores:** Paletas de colores vibrantes donde resaltan el verde por el paisaje y colores pasteles por los atardeceres.

Análisis Funcional

-**Protección:** La caja cumple con la función de proteger ya que la caja era robusta y guardaba bien al producto en viajes largos.

-**Interacción:** El diseño del empaque es visualmente agradable a la vista y es muy intuitiva la caja a la hora de abrir el producto donde los frascos se mantienen frescos en el empaque.

Análisis Tecnológico

-**Técnicas de impresión:** Utilizaron impresión offset para las ilustraciones.

-**Corte y Ensamblaje:** Utilizan corte láser para hacer las formas más precisas para que el producto quede adecuadamente en la parte interior del empaque.

Figura 9

Nota. Packaging para arroz. Tomado de (Diligent Farmer [Nongbu Store], 2020)

Figura 10

Nota. Packaging para arroz. Tomado de (Diligent Farmer [Nongbu Store], 2020)

1.6.2 México en Cajas

Autor: México en Cajas

Objetivo y propósito: El objetivo es ofrecer regalos con temáticas de la cultura mexicana apoyando a todos los artesanos locales de méxico y promoviendo su trabajo que son realizadas a mano donde los productos cuentan historias o relatan cuentos del país.

Lugar: México

Descripción del proyecto: El packaging fue creado por la empresa México en Cajas este proyecto se centró en un empaque personalizado donde realizan las artesanas de méxico que por lo general son personas mayores de 50 años.

Análisis Formal

-Materiales: El empaque está hecho de materiales ecológicos como cartón, reciclaje, donde el 100% de la de las ilustraciones son hechas a mano.

-Diseño Gráfico: Cada caja representa diseños únicos y representativos de la cultura mexicana.

Análisis Funcional

-Protección: El empaque está bien diseñado ya que cumple con el requerimiento de proteger al producto donde se coloca en la mitad y al momento de transportarse no recibir ningún golpe el producto, y así llegar seguro a su destino.

-Interacción: La experiencia de desempaquetado es algo muy satisfactorio para el usuario y que al ver aporta contexto y valor cultural en el empaque.

Análisis Tecnológico

Técnicas: Las técnicas que se utilizan son las ilustraciones que son realizadas hechas a mano por las artesanas.

Figura 11

Nota. Packaging cultural. Tomado de (México en Cajas, 2023)

Figura 12

Nota. Packaging cultural. Tomado de (México en Cajas, 2023)

1.6.3 Sơn Cuốc Trà

Autor: Son Cuoc Group

Objetivo y propósito: Crearon un empaque bien funcional que no sólo proteja y transporte el producto, sino que también mejore la experiencia del consumidor al ver que detrás del empaque tiene una historia detrás.

Lugar y fecha: Vietnam, se llevó a cabo el empaque en el 2024

Descripción del proyecto: Se llevó a cabo un branding de la empresa para posicionarse como la marca número 1 de Salud integral de Vietnam donde utilizan elementos culturales de Vietnam como patrones, colores y cosas culturales del país.

Análisis Formal

-Materiales: Utilizan cartón rígido y papel texturizado para dar un toque minimalista al empaque.

-Acabados: Tiene una textura sofisticada y eso hace ver un producto de alta calidad en el empaque.

Análisis Funcional

-Protección: El empaque cumple con su función de mantener a una buena temperatura el producto y también en la parte interior tiene una función donde aseguren el producto y llegue en óptimas condiciones.

-Interacción: Crearon del empaque hacer una experiencia para el usuario donde visualmente ve partes de la cultura del país.

Análisis Tecnológico

Herramientas: Se utiliza impresión offset para los patrones gráficos para que resalten los colores vivos, también en el empaque realizaron cortes exactos para que sea fácil deslizar el producto.

Figura 13

Nota. Packaging de Identidad Cultural. Tomado de (Son CuOC Group Packaging, 2024)

Figura 14

Nota. Packaging de Identidad Cultural. Tomado de (Son CuOC Group Packaging, 2024)

1.7 Conclusiones del Capítulo

La falta de políticas de apoyo y asesorías de parte del estado es una gran desventaja para los artesanos alfareros de la ciudad de Cuenca, tomando en cuenta que estas personas son un grupo clave de ingresos económicos para la ciudad. Es importante mencionar que este sector es parte del patrimonio cultural, sin embargo, los artesanos compiten con empresas mayores que crean los mismos productos a bajos costos y en mayor cantidad, lo que dificulta sus ventas.

Con la ayuda del aumento del mercado turista y local, los artesanos han podido subsistir de sus ventas, por otro lado, son conscientes de las características que los diferencian de otras empresas, como puede llegar a ser un empaque, por falta de conocimiento dentro del área de diseño y tecnología, no saben cómo realizar este producto, lo que los lleva a utilizar alternativas más comunes como son las bolsas de papel o plástico.

Después de analizar varios artículos que hablan sobre el tema del packaging, se pudieron encontrar ventajas que pueden ayudar a la venta de este producto como es la experiencia del usuario, ya que el embalaje no solo cumple con la función de guardar al objeto, también de transmitir el mensaje de la marca, incluso hablamos de la protección que tendrían las piezas al momento de transportarlas.

Gracias a este capítulo hemos recopilado información fundamental que justifica y apoya nuestro proyecto, incluso se ha podido hablar con las personas que serán parte clave del mismo por sus conocimientos y experiencias, lo que nos permitirá crear bocetos más limpios y claros basándose en la problemática y necesidades de nuestros usuarios.

Capítulo 2

Programación

2.1 Análisis / Definición del Usuario

2.1.1 Segmentacion de Usuario

Variables socio-demográficas

Edad
La edad promedio de las personas para las que vamos a diseñar son personas entre 30 a 70 años, ya que de esta edad son la mayor parte de artesanos.

Sexo
Este proyecto va dirigido tanto a mujeres como a hombres, ya que dentro de la zona analizada existen personas de ambos sexos.

Nivel Social
Nos centraremos en 2 niveles sociales, nivel bajo con ganancias alrededor de $200 y nivel mediocon ganancias entre $400 - $500.

Cultura
Está enfocada en personas con cultura Cuencana, ya que el proyecto tiene como objetivo capturar esta misma cultura y son artesanos de la misma nacionalidad.

Religión
Basándose en el rango de edad para las personas a las que nos dirigimos y su ubicación geográfica, son de una religión católica-cristiana.

Variables Psicográficas

Personalidad
Son personas que sienten pasión por el arte y la tradición ya que la mayoría de sus conocimientos los obtienen de sus antepasados.

Estilo de vida
Estas personas tienen un estilo de vida bastante ocupado ya que las piezas que venden son las mismas que producencon la ayuda de familiares por lo que les toma una gran parte del día.

Gustos personales
De acuerdo con el análisis realizado, las personas para las que diseñamos tienen gustos más tradicionales, sin embargo aprecian las diferentes maneras de representar el arte con diferentes estilos ya que como artistas amplían un poco su campo de conocimiento.

Variables Geográficas

Personalidad
El proyecto está enfocado para artesanos alfareros de la ciudad de Cuenca por el tipo de ilustración que se utilizará, es por eso que se tendrá un mayor impacto a nivel local.

Estilo de vida
Ya que la mayoría de artesanos alfareros están ubicados en el centro histórico de Cuenca, nos limitaremos en esta zona.

Variables de Conducta

Conveniencia
Creación de un packaging que identifique a la ciudad de Cuenca y transmita los conocimientos de los autores.

Beneficio buscado
Brindar seguridad a las piezas por su fragilidad.
Representar la ciudad de Cuenca y resaltar el conocimiento de los alfareros.
Agregar un valor funcional o estético para los compradores.

Decisión de compra
El packaging ayuda a que los compradores realicen la compra ya que esto llama la atención y agrega un valor emocional a la pieza.

Riesgo percibido
Disminuir el daño a las piezas durante el transporte y mejorar la experiencia del cliente.

Expectativas
Diseño visual que capture la esencia cuencana.
Diseño y material que no suban el precio de la pieza.

2.1.2 Persona Design 1

Artesana de Cerámica en Cuenca

Nombre: Maria Cumanda

Edad: 60 años

Sexo: Femenino

Persona Design: Artesana de Cerámica en Cuenca

La rutina diaria de Maria es muy activa, ya que su ella empieza su día a las 6:30 am con un momento cotidiano, el desayuno familiar hecho con cariño.a las 8 de la mañana llega a su local que está ubicado en el centro de cuenca, donde moldea y pinta sus artesanías hast el mediodía; lo que le ayuda a llegar a ferias locales y mercados artesanales donde llega a solventar vendiendo sus productos artesanales, cotizando y promocionando su trabajo. Ella a sus 60 años tiene sus jornadas largas pero se siente bendecida por haber dedicado tiempo a lo que ama, su familia y su trabajo.

Desafíos y frustraciones

Los problemas de transporte de los productos son constantes para María. Cuando las piezas llegan a las manos ya sea de sus clientes como turistas o personas locales, estas llegan rotas o dañadas lo que impacta en sus ingresos y en la reputación de su trabajo. Personalmente, María siente que su labor no es plenamente apreciada, ya que muchos turistas al no conocer las prácticas y estilos de vida de su cultura no valoran suficientemente sus piezas, lo que también se refleja en la falta de empaques adecuados para resguardar y exhalar el significado del producto. María varias veces se desilusiona por no poder transmitir su historia mediante cada trabajo artesano que realiza porque el empaque guarda cada sentimiento de detalle de sus artesanías.

Metas personales y motivaciones

El sueño de María Cumanda no puede ser solo para que su trabajo sea reconocido en Cuenca; tiene un sueño en el que espera que la sociedad de su país y turistas lo descubran. Quiere una solución de embalaje que no sólo proteja sus productos sino que también muestre la riqueza cultural de Cuenca y la historia artesanal de su vida. María solo espera hacer piezas únicas que relaten una historia familiar de lo que significa pertenecer al lugar de nacimiento de Cuenca.

Figura 15

Nota. Imágen creada para persona design de María Cumanda (2025).

María Cumanda

Artesana Experta

Edad: 60 años

Sexo: Femenino

Estado Civil: Casada

Personalidad

Trabajadora

Creativa

Pensamiento

Tradición

Familia

Creativo

Biografía

María, una artesana de la ciudad de Cuenca pasa la mayor parte del día en su local, ubicado en el CEMUART, en donde ella moldea, pinta y vende sus figuras cerámicas, enseña a sus nietos el arte de la alfarería por su legado familiar.

Intereses

- Aprender nuevas técnicas
- Explorar empaques
- Transmitir la cultura cuencana

Objetivos

- Aumentar ventas
- Mejor protección de sus productos
- Nuevas ideas con valor cultural

Frustaciones

- Daños al transportar sus piezas
- Productos industrales más económicos y exportados

2.1.3 Mapa de Empatía 1

1. Qué piensa y siente:

Creencias internas: Cree en el valor cultural de las artesanías y ser transmisora de tradiciones familiares. Por eso, ella considera su trabajo como una forma de expresarse y dejar el legado para sus futuras generaciones.

Emociones predominantes: Está orgullosa y motivada por el trabajo que ella hace porque ella de esa manera comparte su arte como receptora. Sin embargo, también siente frustración y preocupación porque no genera reconocimiento de sus artesanías y logísticas son dificultades.

Preocupaciones: Le preocupa que su trabajo no sea valorado ya que le pone mucho esfuerzo la hora de realizar su productos y ella siempre tiene muchas expectativas a la hora de vender, también le hace falta un empaque que proteja, para realizar los envíos de sus productos y vean sus compradores una buena identidad visual.

2. Qué ve:

Entorno que lo rodea: Analiza que el mercado de su alrededor es competitivo con productos que son industriales y mayoritariamente opaca las piezas artesanales, ya que son más accesibles y fáciles de transportar.

Tendencias visuales o culturales: Ella mira un crecimiento ya que vienen feriados y los turistas siempre llegan a comprar, pero hay un pequeño problema por el motivo de que los turistas se abstienen de comprar ya que ven que no es fácil de trasladar y por que no les atrae mucho lo visual.

Influencias externas: Observa que ya varios artesanos se han adaptado por estrategias de marketing como la promoción en redes sociales, paginas web, publicidad y empaques mucho más elaborados.

3. Qué escucha:

Opiniones de amigos o referentes: Las personas de su círculo social dice que lo que ella hace la respetan mucho y admiran ya que siempre maria trata de representar la cultura de Cuenca y otra dato que le dicen es que si ella tuviera un empaque más atractivo ella subiría las ventas de sus productos.

Información que recibe de su entorno social: Escucha sobre ferias y eventos donde podría ir y vender sus productos pero también tiene miedo por las dificultades de transporte y comercialización.

4. Qué dice y hace:

Lenguaje que utiliza: Maria habla con mucho amor sobre sus piezas que ella realiza, siempre rescatando la tradición la cual transmite, expresa un poco de preocupación por la falta de apoyo en la venta de sus artesanías.

Acciones que realiza en relación con el problema: Siempre trata de mejorar sus piezas y dar una atención de calidad para que tengas una buena experiencia el comprador.

5. Dolores

Miedos: Que las piezas lleguen a mal estado y así perder clientes.

Frustraciones: No poder transmitir el valor cultural de sus productos a través del empaque.

Barreras: La falta de recursos para desarrollar empaques adecuados ya que en lo económico no le resulta.

6. Ganancias:

Beneficios que busca: Un packaging donde sea funcional y tenga una buena identidad visual y resalte el valor cultural.

Metas o logros que espera alcanzar: Cada día ella trata de aumentar sus ventas,llegar a más personas locales y turistas y que sus nietos continúen con la tradición de realizar

¿Qué piensa y siente?

Su trabajo es una forma de expresión y tradición cultural

Se siente orgullosa de trabajar y compartir con otros

¿ Qué oye?

El apoyo y ánimos que le da su familia por lo orgulloso que se sienten de ella

Eventos para vender sus productos y promocionar su trabajo

¿Qué vé?

Un mercado competitivo donde los costos son más económicos por su producción masiva

Crecimiento local por los turistas, que temen comprar cosas frágiles por los daños dentro del transporte transporte

¿Qué dice y hace?

Habla con pasión de su trabajo

Intenta mejorar sus piezas y empaques

¿ Qué dice y hace?

Miedo a que sus piezas lleguen dañadas y esto afecte a la venta de sus productos, por un empaque inadecuado

¿ A qué aspira?

Un empaque funcional que destaque el significado de las piezas y resalte la cultura cuencana.

2.1.4 Persona Design 2

Compradora de Artesanías

Nombre: Emma Rodríguez

Edad: 24 años

Sexo: Femenino

Ocupación: Manager farmacéutica

Nacionalidad: Estados Unidos

Rutina diaria, actividades, lugares y tiempos

La rutina de Emma empieza alrededor de las 7:00 de la mañana, siempre empieza con una rutina corta de ejercicios rutinarios antes de irse a su trabajo de farmacéutica. Ella trabaja desde las 9 de la mañana hasta las 6 de la tarde, su empleo se enfoca en gestionar proyectos y ser la líder de su equipo de trabajo. Al salir de su trabajo, llega a su casa y pasa su tiempo en familia, ya sea cocinando con su pareja o realizando cualquier actividad juntos. Los fines de semana, a Emma le gusta mejorar su rutina de ejercicio, salir a correr y disfrutar del aire libre. Por la tarde, le gusta tener contacto con su familia de Cuenca- Ecuador, mediante redes sociales, paseos, cenas o cualquier actividad juntos. Cada vez que viaja a su ciudad, siempre le gusta comprar artesanías locales para llevar de obsequio para su mamá o sus hermanas, esto le ayuda a tener una conexión más hermosa y transparente con sus familiares.

Desafíos y frustraciones

Emma disfruta mucho sobre las artesanías de Cuenca, pero tiene una gran desilusión sobre el mal embalaje en el que se entrega y se transporta los productos. Las artesanías siempre son compradas con tanta ilusión pero al ser envueltas en papel periódico, no permite que se observe su hermoso arte o la cerámica que está hecho con gran valor artístico. Aparte al momento de viajar, ella tiene el desafío de llevar envueltas y proteger cada una de las piezas por sí misma, porque el embalaje no es seguro para evitar cualquier daño que pueda ocasionar a la hora de viajar. Lo que le genera estrés durante ese lapso, porque teme de que las piezas puedan llegar defectuosas y no pueda llevar algún detalle para sus familiares que con tanto esfuerzo y cariño quiso representar las tradiciones de su ciudad natal.

Metas personales y motivaciones

Las metas que tiene Emma están alrededor de su deseo de hacer algo diferente para el mundo, disfrutando del trabajo en el que está y dedicando tiempo junto a su familia y a su pareja. Le gustaría que las artesanías de Cuenca estén más valoradas, ya sea por su belleza estética, entendiendo el significado cultural que valoran los Cuencanos. Siente que si las piezas de cerámica están en malas condiciones o no son representadas de la mejor manera, no transmiten el mensaje de respeto sobre las culturas que estas representan. Lo que le motiva es mantener la memoria cultural que tiene con su familia, porque crea recuerdos significativos que llegan a ser compartidos con los demás. Ella comenta que: “Cada artesanía que traigo de mi Cuenca, mi ciudad natal, lleva la historia de mi familia y de nuestras tierras, no solamente son recuerdos, es una forma de poder preservar nuestras raíces y recuerdo, mediante arte”.

Figura 16

Nota. Imágen creada para persona design de Emma Rodríguez (2025).

Emma Rodríguez

Compradora

Edad: 24 años

Sexo: Femenino

Estado Civil: Soltera

Personalidad

Honesta

Auténtica

Pensamiento

Trabajo

Familia

Activa

Biografía

Emma, una persona que vive en EE.UU con sus padres cuencanos, le gusta viajar para visitar a su familia y conectarse con sus raíces, siempre intenta llevarse recuerdos para ella y sus amigos. Es una mujer trabajadora y deportista

Intereses

- Preservar cultura y tradición cuencana
- Descubrir nuevas tiendas y locales
- Comprar artesanías auténticas

Objetivos

- Adquirir artesanías
- Empaques que protejan las artesanías
- Llevar un recuerdo de sus raíces

Frustaciones

- Empaques inseguros
- Pocos empaques atractivos

2.1.5 Mapa de Empatía 2

1. Qué piensa y siente:

-Para ella es importante preservar la cultura de su familia ecuatoriana.
-Le preocupa que las artesanías que compra no reflejen la identidad cultural de la Ciudad de Cuenca.
Se siente desanimada por la falta de empaques ya que al comprar no les protege de buena manera.
-Se siente muy feliz al comprar recuerdos que tienen una historia y significado.
-Busca originalidad y calidad en las artesanías.

2. Qué ve:

-Tiendas de artesanías con productos repetitivos y empaques poco atractivos.
-Las marcas más grandes tienen gran variedad y los artesanos tradicionales no.
-En las redes sociales ve vídeos de artesanías de diferentes partes del mundo.

3. Qué escucha:

-Los familiares dicen que prefieren productos únicos con empaques que cuenten una historia detrás de cada artesanía.
-Escucha los consejos de amigos sobre ubicaciones donde pueden encontrar artesanías de mejor calidad.
-Los comentarios influyen mucho ya que los turistas dicen que se les dificulta los productos frágiles.

4. Qué dice y hace:

-Le gusta llevarse recuerdos pero al momento de llevarse, no le gusta como le empacan ya que solo le envuelven en fundas simples donde no es de su agrado.
-Busca locales que le den empaques atractivos y funcionales.
-Siempre pregunta por la historia detrás de cada artesanía antes de adquirirla.
-Sube historias de la compra que hace sintiendo orgullo de las cosas culturales que compra.

5. Dolores:

-Miedo de que las artesanías frágiles no resistan el viaje y se rompan durante el transporte.
-Le gusta que resalten los empaques de las artesanías, cosa que no ve y eso le frustra.
-Se le dificulta encontrar productos que representen la identidad de Cuenca.

6. Ganancias:

-Desea llevar recuerdos tradicionales y bien protegidos para su familia.
-Espera encontrar empaques que cuenten una historia y el valor cultural.
-Busca una experiencia de compra que le brinde confianza y que tenga un gran valor en la identidad del empaque que aprecie la cultura de Cuenca.

¿Qué piensa y siente?

Desea preservar la cultura y tradiciones familiares

Se emociona al comprar un nuevo producto cuencano

¿Qué oye?

Familiares que prefieren productos auténticos que reflejen una historia o significado

Recomendaciones de lugares para comprar recuerdos de calidad

¿Qué vé?

Locales con productos demasiado genéricos y poca originalidad

Influencias de varias marca que resaltan la cultura cuencana

¿Qué dice y hace?

Le gusta comprar artesanías cuando visita Ecuador

Busca empaques atractivos y funcionnales para las piezas

¿Qué dice y hace?

Miedo a los daños en las piezas al momento del transporte y la falta de un impacto real en los artesa-nos

¿A qué aspira?

Llevar recuerdos tradicionales para su familia y amigos, incluso una experiencia de compra

2.2 Brief de Producto Gráfico

Breve descripcion del producto grafico

El producto gráfico consiste en el diseño de packaging y etiquetas para productos alfareros de la ciudad de Cuenca que protejan las diferentes piezas y transmiten la identidad cultural cuencana.

Producto Central

Este proyecto se enfoca en las artesanías alfareras que se caracterizan tanto por su tradición en la cultura cuencana como por su fragilidad.

Producto Real

El packaging será elaborado con materiales resistentes que puedan garantizar mayor seguridad en el transporte, el mismo incluirá ilustraciones representativas de la ciudad de Cuenca.

Producto Aumentado

Este producto incluirá instrucciones sobre el adecuado uso y mantenimiento de las diferentes piezas, al igual que un soporte para el objeto.

Marca: Este producto está enfocado para la artesana Cumanda Tenemasa, que es quien nos ayuda con información sobre el tema y tipos de productos, ella no tiene una marca por el momento, pero la creación del empaque incluye la creación de su marca que va a estar reflejada en el empaque.

Etiqueta: Se utilizará información sobre el artesano, junto a datos del cuidado y uso del producto.

Ventajas competitivas del producto

La mayoría de los artesanos no cuentan con un empaque, ya que no tienen conocimiento dentro del área del packaging, al vender los productos alfareros los entregan en fundas de papel o plástico y mencionan a sus compradores tener cuidado al momento de transportarlo. Incluso es un desafío que las personas que compran estas piezas recuerden de dónde las compraron por no tener un contacto adjunto. Por un lado, gran parte de los turistas se interesan en información extra sobre los productos pero lamentablemente no la consiguen.

Ciclo de vida del producto en el mercado

Al ser un producto nuevo se encuentra en etapa de introducción al mercado, ya que no se ha implementado previamente para esta artesana. Este packaging tiene objetivos específicos como es la protección de las piezas y la representación de la cultura cuencana mediante la gráfica utilizada y el contenido agregado dentro del mismo.

Particularidades del sector

El producto está diseñado para el sector de los artesanos alfareros en la ciudad de Cuenca. Los mismos que se caracterizan por su tradición e incluso por ser parte del patrimonio cultural, estas personas realizan diferentes tipos de piezas que representan la historia de ciudad no solo en su morfología, también en diferentes detalles que le agregan como fauna y flora o incluso cromática. La comercialización de estas artesanías aumenta en las diferentes fiestas de la ciudad o ferias artesanales, sin embargo disminuye en días comunes. Este sector enfrenta una gran limitación económica y tecnológica lo que dificulta la creación de empaques.

Tendencias del mercado

Global

Existe una gran cantidad de empaques para artesanías alfareras de diferentes culturas.

Nacional

Existen varios empaques para las artesanías dependiendo de su localidad.

Local

Dentro de la ciudad solo se puede encontrar empaques de marcas reconocidas.

Competencia: directa e indirecta del producto

Directa

Empaques de diferentes tipos de productos artesanales (Orfebrería, hierro forjado, paja toquilla, etc.)

Indirecta

Fundas de papel y plástico que son más económicas y sencillas de conseguir

Analisis del consumidor

¿Quién es?

Artesanos alfareros de la ciudad de cuenca entre 30 a 70 años (especialmente la artesana Cumanda Tenemasa)

¿Qué le gusta?

Les gusta comunicar sus conocimientos y diseñar piezas representativas de su cultura y sus conocimientos.

¿Qué actitud tiene ante mi producto?

Íes llama la atención poder mejorar la manera de vender y transportar sus productos, e incluso transmitir un mensaje extra.

Analisis del proceso de compra

Reconocimiento de la necesidad

Él artesano busca proteger sus productos y mejorar su presentación.

Evaluación

Prueba del producto y comprobar la calidad.

Decisión de compra

Realizar el pedido y entregar el empaque.

Analisis del proceso de uso

Preparación y empaque

El artesano prepara y asegura el producto en su empaque.

Exhibición y entrega

Se exhibe o entrega el producto al cliente destacando su diseño y funcionalidad.

Post-entrega

El cliente analiza el empaque y lo utiliza como decoración o guía para el cuidado de sus piezas.

2.3 Definición de Contenido

Empaque	Tipo de Contenido	Formato	Objetivo	Audiencia
Ilustraciones	Se crearé una línea gráfica que represente la identidad cultural cuencana.	Visual.	Promover e identificar el lugar de origen de estas piezas.	Personas entre 30 a 70 años.
Información	La información que llevará la etiqueta o el embalaje es un mensaje que capture las expresiones y cultura cuencana.	Visual y escritas.	Transmitir información sobre las piezas o su cultura para añadir un valor al objeto.	Personas entre 30 a 70 años,
Seguridad	Protección de las piezas alfareras al momento de transportar el producto.	Interactivo.	Asegurar la llegada de los objetos en buen estado.	Personas entre 30 a 70 años.
Funcionalidad	Los embalajes cumplirán con distintas funcionalidades como la protección, la información e incluso un segundo uso como decoración.	Interactivo.	Prolongar el tiempo de vida del embalaje.	Personas entre 30 a 70 años.

Diagrama de Gantt:

Actividad	Febrero				Marzo				Abril				Mayo	
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2
1. Investigación preliminar	X													
2. Definición de conceptos generales	X	X												
3. Validación con artesanos		X												
4. Diseño de ilustraciones y gráficos		X	X	X										
5. Desarrollo de prototipos iniciales			X	X										
6. Pruebas de funcionalidad					X	X								
7. Ajustes y mejoras							X	X						
8. Desarrollo de prototipos finales									X					
9. Maquetación y preparación de artes										X	X			
10. Prueba de impresión y montaje											X	X		
11. Revisión de pruebas y correcciones												X	X	
12. Producción final													X	X
13. Presentación y cierre del proyecto														X

2.4 Proceso de Diseño u Hoja de Ruta

Investigación preliminar

Análisis de los tipos de productos alfareros en el mercado, identificación y estudio de elementos de la cultura cuencana e identificación de materiales que proporcionen seguridad.

Definición de conceptos iniciales

Desarrollo de varios bocetos basados en los conceptos analizados, incluyendo formas y estilos de la morfología del empaque e incluso el tipo de ilustración utilizada. Revisión y selección de los bocetos.

Validación con artesanos

Recopilación de la retroalimentación de parte de los artesanos para ajustar los bocetos de diseño.

Diseño de ilustraciones y gráficos

Creación de la línea gráfica para embalaje y etiqueta que caractericen cada producto basados en la investigación previa y retroalimentación.

Desarrollo de prototipos iniciales

Selección de materiales y creación de prototipos para los diferentes objetos para pruebas preliminares.

Pruebas de funcionalidad

Evaluación de protección y durabilidad de los diferentes empaques incluyendo análisis del material utilizado.

Ajustes y mejoras

Modificación de los diseños y materiales optimizando la forma, tamaño y gráficos.

Desarrollo de prototipos finales

Creación de los prototipos definitivos y pruebas de calidad y funcionalidad.

Maquetación y preparación de artes finales

Diseño final para el packaging y etiquetas, preparación de archivos.

Pruebas de impresión y montaje

Testeo de calidad dentro de la impresión para comprobar colores, materiales y ensamblaje de los productos.

Revisión de pruebas y correcciones

Análisis y prueba del producto final basados en las correcciones de los clientes para preparar el archivo final.

Producción final

Producción definitiva de las piezas para la entrega y presentación.

Presentación y cierre del proyecto

Entrega del producto y documentación del proceso y resultados.

2.5 Conclusiones del Capítulo

Al inicio de este capítulo se desarrolló la segmentación del mercado y las dos persona design, que luego de ser analizadas se facilitó la definición del público objetivo y sus necesidades basándose en variables socio-demográficas, psicográficas, de conducta y geográficas de cada una. Lo que demostró que los compradores disfrutan de las experiencias que tienen cuando adquieren un producto, en parte porque las piezas son para ellos y cuando lo ven recuerdan datos claves, como el lugar, la fecha e incluso cómo les vendieron, por otro lado, compran este producto como parte de un regalo tanto para familiares como amigos, pero no tiene tanto significado darlo sin un empaque, en parte porque lo entregan en fundas que puede encontrar en otro lugar, e incluso porque no lleva un contexto detrás.

De igual manera, se analizaron diferentes tipos de datos que se pueden implementar en el empaque como puede ser la marca, instrucciones de uso y cuidado del producto, pequeñas historias sobre la creación de las artesanías o incluso textos cortos que hablen sobre la experiencia del artesano.

Con la ayuda de este capítulo realizamos un cronograma que nos permitirá realizar con el tiempo adecuado los bocetos y correcciones de los artes, pensando en las diferentes etapas que tiene el proyecto, incluyendo visitas frecuentes a los artesanos para poder observar mejor la línea gráfica que tienen y el tipo de mensaje que quieren transmitir.

Capítulo 3

Ideación

3.1 Sistemas de Diseño

Forma	Función	Tecnología
Ilustraciones flat	Identidad Cuencana	Software Illustrator
Tipografía Proxima Nova	Seguridad y transporte	Impresión Offset - Digital
Paleta cromática con tonos cálidos, fríos y terrosos	Morfología y medidas	Recorte
Reconstrucción de Logo		

3.2 Proceso de Generación de Idea

Ideas	S. Blanco	S. Rojo	S. Negro	S. Amarillo	S. Verde	S. Azul
Packaging con complementos arquitectónicos de la ciudad de Cuenca, mediante recortes en ciertas partes características	Material: Cartón Mercado: Turistas y locales Producto: Diferentes piezas Diseño: Arquitectura emblemática Necesidades: Función	Identidad y orgullo local Auténtica y memorable Malos materiales No llamativo	Costos de producción Durabilidad Vianilidad técnica Competencia	Diferenciación Ecológico Atractivo para turistas Flexibilidad Personalización	Interactividad Breve historia Código QR Reutilizar para decoración Funcional Maquetas 3D	1. Investigación 2. Bocetos 3. Prototipos 4. Testeo 5. Producción
Packaging que contenga historias alfareras cortas con texto e ilustraciones que complementen relieves y texturas	Concepto: Historias Alfareras Público Objetivo: Turistas y locales Material: Cartón	Conexión emocional Experiencia sensorial Curiosidad y nostalgia Relieve difícil de cuidar	Costos de producción Legibilidad Durabilidad	Único en el mercado Valor educativo y cultural Experiencia Multisensorial Reutilizable	Interactividad Coleccionable Código QR Funcional Impresión en relieve Textura imitada Cartón prensado	1. Definir historias 2. Investigar materiales 3. Bocetos 4. Testear 5. Optimizar costos y producción
Packaging que contenga comics cortos con un personaje específico por la parte interna un diseño de la ciudad con tinta neón	Concepto: Comics Público Objetivo: Jóvenes turistas y locales y coleccionistas Material: Cartón Interacción: Pieza de entretenimiento y experiencia	Diversión y sorpresa Conexión con el personaje Sensación de exclusividad Sin luz UV la tinta no brilla Poco impacto	Costos de impresión Legibilidad Público limitado Sostenibilidad	Doble experiencia Merchandising potencial Valor cultural Diferenciación	Coleccionable Potenciar tinta neón Código QR Tintas tampográficas	1. Definir personaje e historia 2. Investigar costos 3. Hacer pruebas 4. Testeo 5. Optimizar producción
Packaging con ilustraciones basados en mitos y leyendas de la ciudad de Cuenca utilizando materiales como plástico para dar transparencia	Concepto: Mitos y leyendas Cuencanas Público Objetivo: Turistas y locales Material: Acrílico, ret Diferenciación: Transparencia y patrimonio cultural	Misterio y mágia Atractivo visual Conexión con la cultura Mal impacto ambiental Datos no apropiados	Sostenibilidad Fragilidad Costos de producción Legibilidad	Diferenciación en el mercado Interacción visual Oportunidad educativa Experiencia inmersiva	Superposiciones Componente sensorial Coleccionable	1. Definir leyendas 2. Investigar materiales 3. Ilustrar 4. Prototipar 5. Testeo 6. Optimizar costos
Packaging con gráficas y texto popular de la ciudad de Cuenca, frases de la zona y personajes con la vestimenta tradicional que contenga relieve	Concepto: Gráfica y texto popular Público Objetivo: Turista y local Material: Cartón Diferenciación: Experiencia sensorial, dichos y expresiones	Orgullo cultural Nostalgia, conexión y curiosidad Expresiones incorrectas Anticuado	Cuidado con los estereotipos Legibilidad Costos de producción Mantenimiento del empaque	Diferenciación en el mercado Interacción sensorial Coleccionable Uso educativo	Sostenibilidad Interactividad Ediciones especiales	1. Selección de frases y personajes 2. Definir los materiales 3. Definir las ilustraciones 4. Prototipos 5. Testeo 6. Optimizar costo

3.3 Evaluación de Ideas

Ideas	Cumple con los objetivos	Innovación	Atractivo visual	Artesana / Compradora	Coherencia con la marca	Claridad del concepto	Calificación
Packaging con complementos arquitectónicos de la ciudad de Cuenca, mediante recortes en ciertas partes características	3.5	4	5	3.5	3.5	4.5	24
Packaging que contenga historias alfareras cortas con texto e ilustraciones que complementen relieves y texturas	4	4	3.25	3.5	5	5	25
Packaging que contenga comics cortos con un personaje específico por la parte interna un diseño de la ciuda con tinta neón	3	4	4	1	3.5	1	16.5
Packaging con ilustraciones basados en mitos y leyendas de la ciudad de Cuenca utilizando materiales como plástico para dar transparencia	4	4	4	2	4	3.5	21.5
Packaging con gráficas y texto popular de la ciudad de Cuenca, frases de la zona y personajes con la vestimenta tradicional que contenga relieve	5	4.5	4.5	5	4.5	3.5	27

3.4 Idea Final

Para la propuesta final, se combinaron dos ideas: la primera, enfocada en el diseño interior del packaging, y la segunda, en la creación de un empaque que refleje la identidad cultural de la ciudad de Cuenca. Este incluirá gráficos y textos representativos, como frases locales y personajes con vestimenta tradicional.

El diseño se realizará con ilustraciones en estilo flat y una paleta cromática de tonos cálidos, fríos y terrosos, evocando la esencia de la alfarería artesanal y generando una conexión visual con el producto. Además, se complementará con elementos de papelería, como stickers, cintas para el cierre de la caja, papel de envoltura y tarjetas de agradecimiento, cada uno utilizando expresiones cuencanas y palabras según la temática de la caja, reforzando así la identidad de la marca y el valor artesanal del empaque.

Capítulo 4

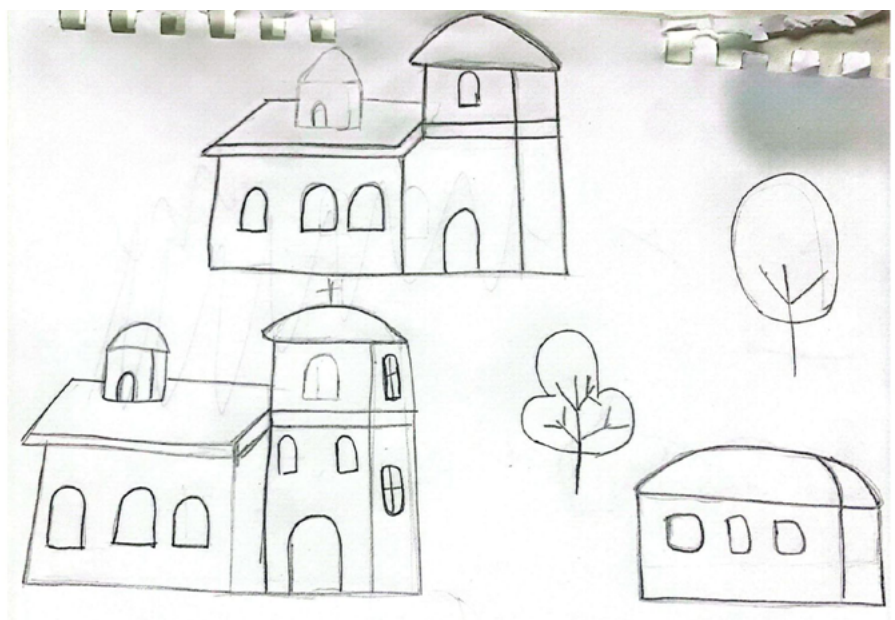
Diseño

4.1 Bocetación

Figura 17

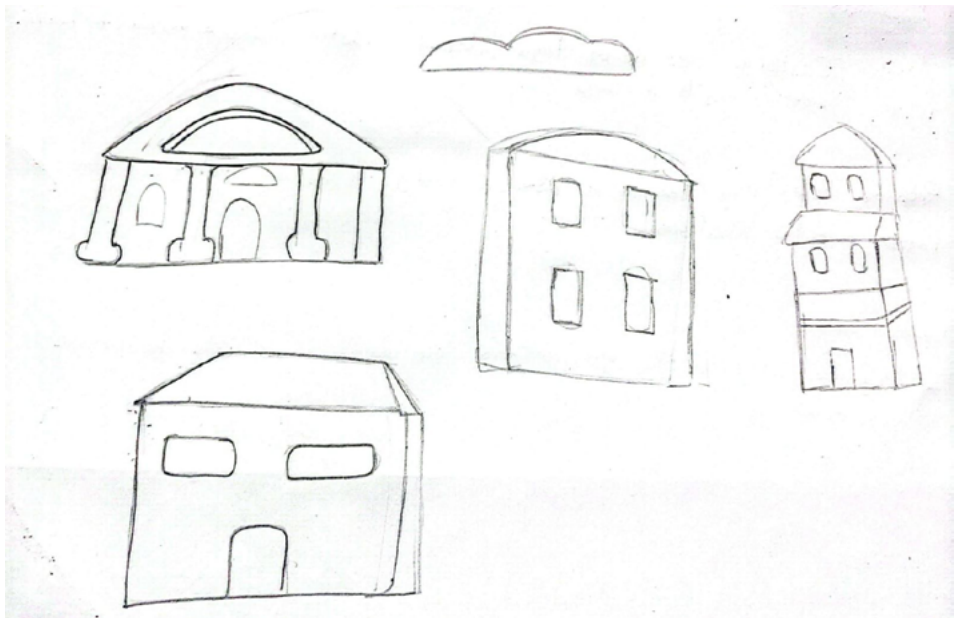
Nota. Boceto del puente roto (2025).

Figura 18



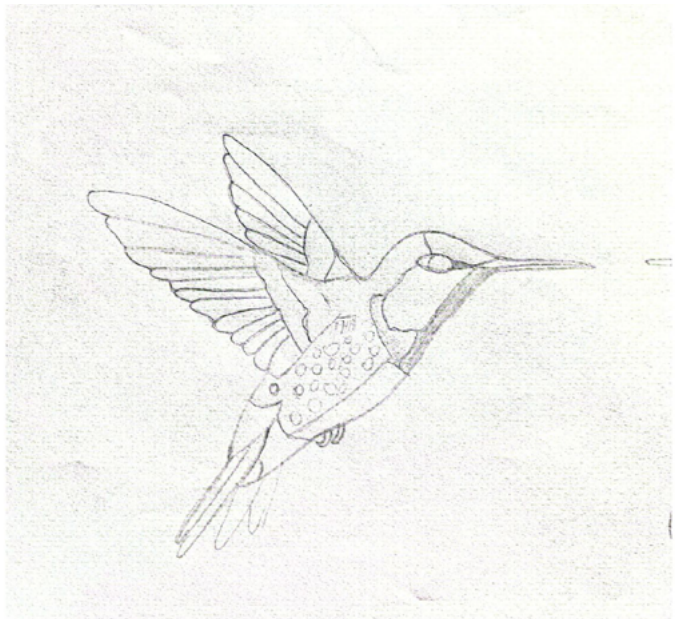
Nota. Boceto de figuras arquitectónicas (2025).

Figura 19



Nota. Boceto de casas y edificios (2025).

Figura 20



Nota. Boceto de colibrí (2025).

Figura 21

Nota. Boceto de cholito cuencano (2025).

Figura 22

Nota. Boceto de llama (2025).

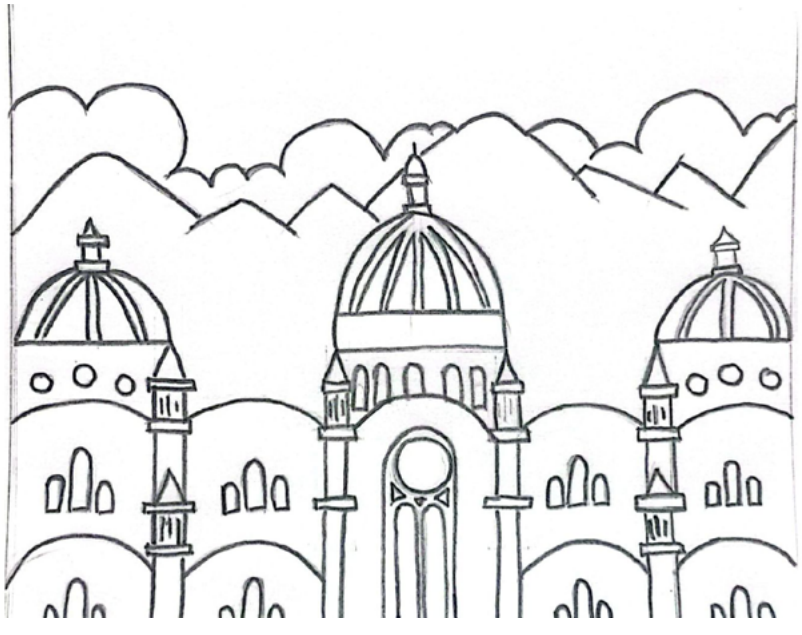
Figura 23

Nota. Boceto de cuy en diferentes perspectivas (2025).

Figura 24

Nota. Boceto de cóndor (2025).

Figura 25

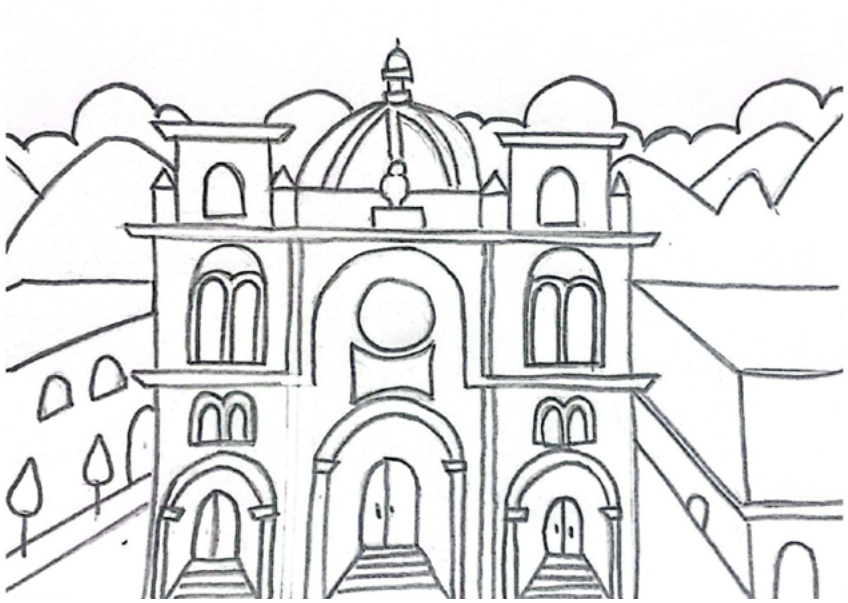


Nota. Boceto de la catedral de la inmaculada concepción lateral (2025).

Figura 26

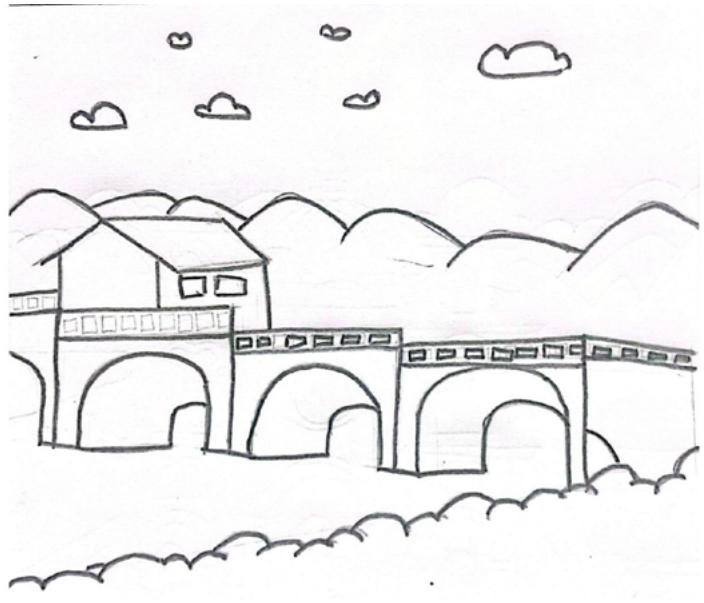
Nota. Boceto del parque nacional el cajas (2025).

Figura 27



Nota. Boceto de la catedral de la inmaculada concepción frontal (2025).

Figura 28



Nota. Boceto de puente roto (2025).

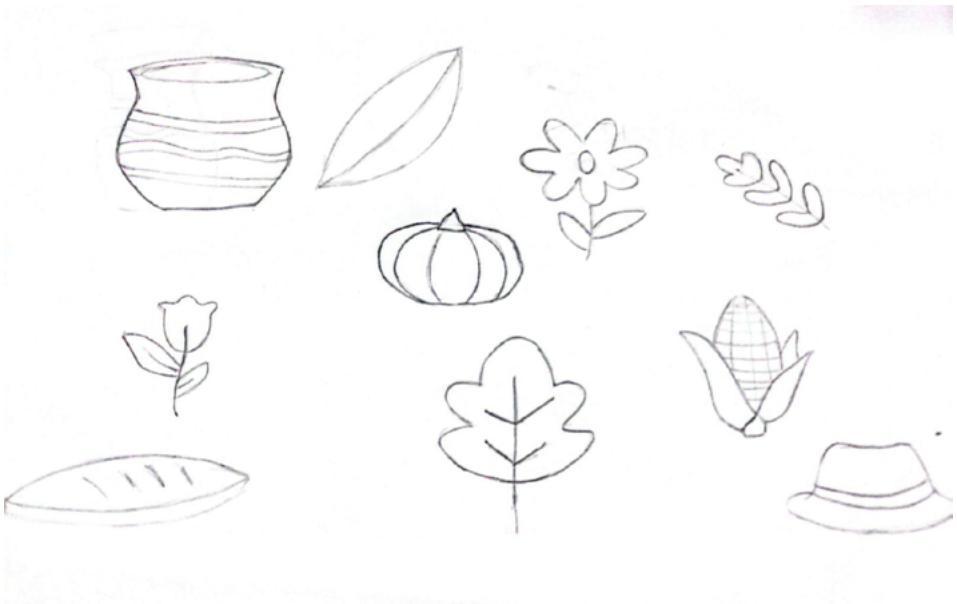
Figura 29

Nota. Boceto de cholita cuencana (2025).

Figura 30

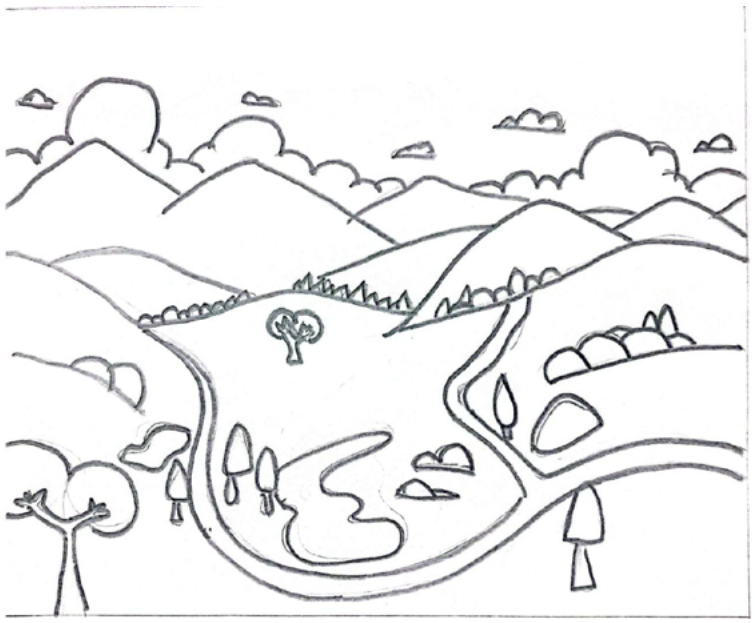
Nota. Boceto 2 de cholita cuencana (2025).

Figura 31



Nota. Boceto de flora, fauna y vestimenta (2025).

Figura 32



Nota. Boceto del parque nacional el cajas (2025).

4.2 Desarrollo del Sistema Gráfico

Cromática

#1B4443

#DOA676

#2E96AA

#93C8C8

#EBCB9E

#CB202F

#355B36

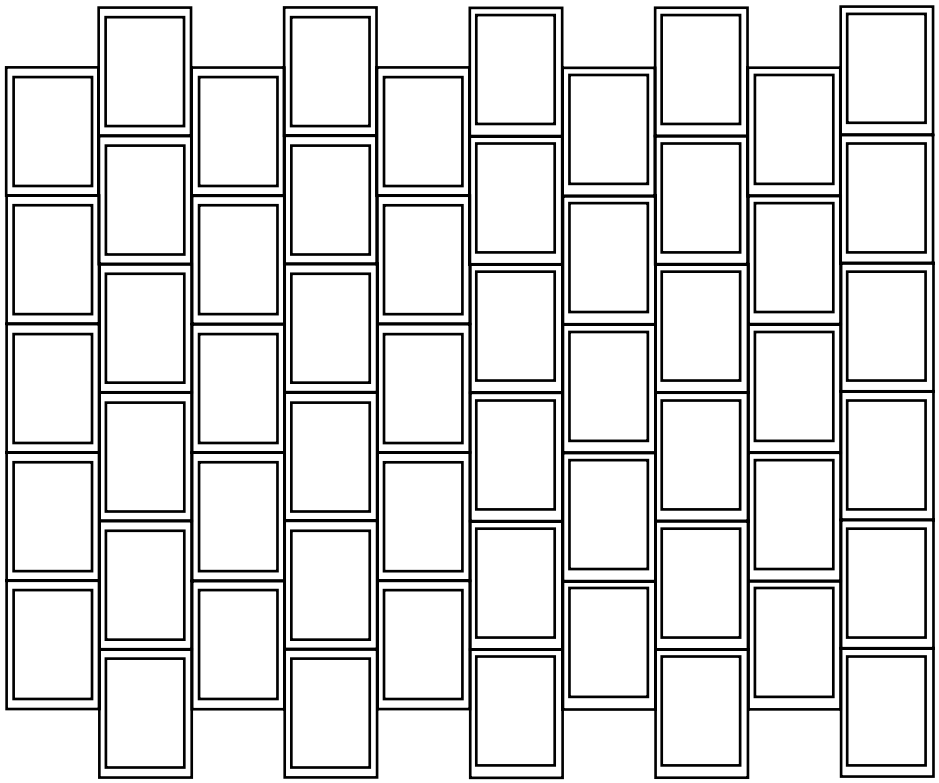
#F5AF38

#12675C

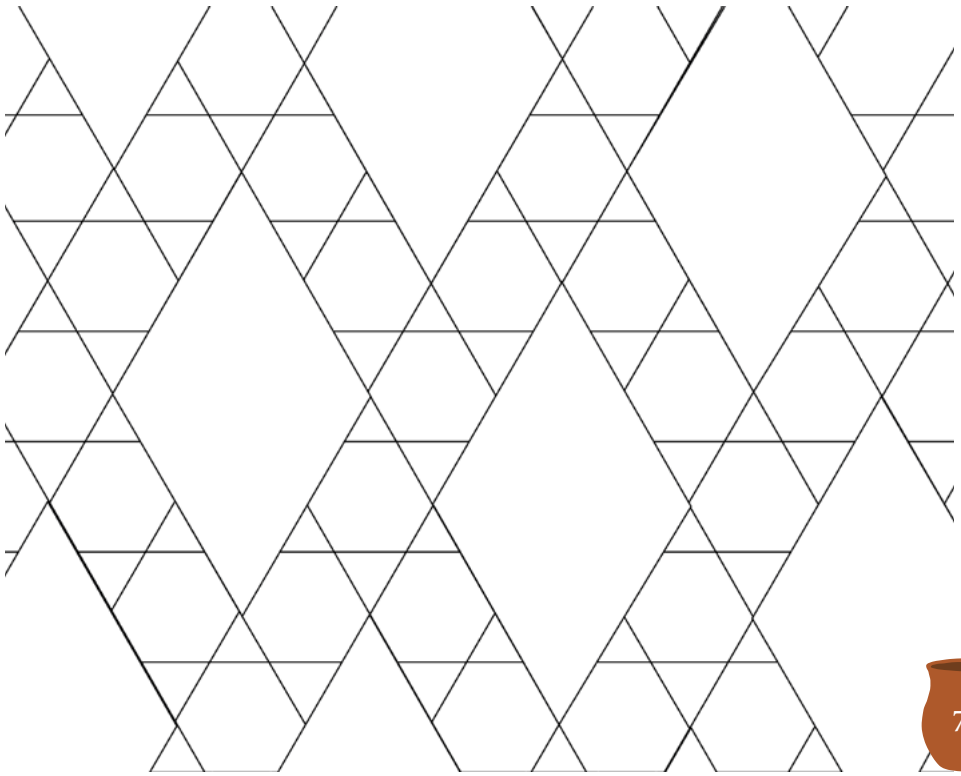
#AF5A2C

La paleta cromática combina tonos cálidos y fríos que evocan naturaleza y cultura. Colores terrosos transmiten calidez y conexión con la tierra, mientras que los turquesas y azules aportan frescura y amplitud. Se suman tonos intensos como el verde y el rojo, que otorgan dinamismo. En conjunto, genera una atmósfera armónica, versátil y contemporánea, ideal para representar entornos naturales y culturales.

Retícula



Se hace el uso de la retícula en diferentes entregables del proyecto, en este caso se utiliza en la cinta de seguridad. La retícula contiene zonas seguras para cada recuadro e incluso cada fila está distribuida con la intención de no hacer un diseño monótono.



Se hace el uso de la retícula en diferentes entregables del proyecto, en este caso se utiliza en la tarjeta de agradecimiento y el papel envoltorio. La retícula consta en rombos de diferentes tamaños para hacer más divertida y llamativa las ilustraciones.

Tipografía

A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N,
Ñ, O, P, Q, R, S, T, U, V, X, W, Y, Z.
a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n,
ñ, o, p, q, r, s, t, u, v, x, w, y, z.
0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9.
#, %, &, $, @, *, {}, [], ().

Tipografía Imprima Regular, esta tipografía será utilizada para el texto de las tarjetas de agradecimiento ya que al tener un estilo limpio, sencillo y fácil de leer, se adapta al estilo minimalista sin recargar el diseño. Además, su apariencia moderna complementa perfectamente la estética contemporánea del flat design.

A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N,
Ñ, O, P, Q, R, S, T, U, V, X, W, Y, Z.
a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n,
ñ, o, p, q, r, s, t, u, v, x, w, y, z.
0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9.
#, %, &, $, @, *, {}, [], ().

Esta tipografía Rancho Regular, se utilizará para resaltar palabras claves dentro del texto de las tarjetas de agrademinieto, puesto que al tener un etilo expresivo y dinámico llega a transmitir alegría, energía y vida. Incluso su apariencia divertida y artesanal, rompe la rigidez visual y capta mejor la atención sin perder la armonía.

ARTD

Esta tipografía fue creada para el uso exclusivo de la marca, utiliza bordes redondos para ser más amigable y divertido según el concepto manejado previamente en las ilustraciones.

4.3 Desarrollo de aplicaciones gráficas

Manual de marca

Figura 33

Nota. Logo inicial de ARTD (2025).

Logo creado y utilizado por la artesana y sus familiares exclusivamente para ventas al por mayor. Utiliza características como modificaciones tipográficas en la letra A para reflejar las ventas artesanales y una vasija que representa los productos con los que se inició en negocio, el mismo que contiene decoraciones como flores y figuras orgánicas que muestran los tipos de decoraciones que se realizan a mano.

Errores

Existe un exceso de información dentro del logo por lo que al hacerlo pequeño no se entiende y se vuelve ilegible

El logo utiliza una gran cantidad de elementos innecesarios, lo que confunde a la marca y no refleja una identidad

Al mezclar tantas tipografías, el logo no sigue una línea visual y da la ilusión de no ser un taller profesional

La falta de una identidad dentro del logo es el mayor problema ya que al querer transmitir varios valores de marca, no logra crear un impacto.

Misión

Preserva la tradición cerámica de Cuenca con piezas artesanales hechas a mano.

Visión

Referente de la cerámica cuencana.

La tipografía de esta versión combina un estilo artesanal con un carácter robusto y orgánico: sus letras presentan trazos de grosor variable que imitan la huella del pincel o del torno de alfarero, con terminaciones suaves y curvas que evitan cualquier aspecto rígido. El nombre “ARTD” aparece en mayúsculas de peso contundente para otorgar presencia y solidez al conjunto, mientras que el slogan “Artesanías y Decoración” se incorpora en minúsculas más finas y espaciadas, generando un contraste visual que refuerza la jerarquía. Cada carácter parece construido de manera individual, con ligeras imperfecciones e inclinaciones sutiles que evocan el tacto y la autenticidad del trabajo manual en barro.

Cromática

#AF5A2C

#1B4443

Figura 34

Nota. Diseño interior final del parque nacional cajas (2025).

Para la primera caja se ha realizado un diseño interior enfocado en el Parque Nacional Cajas, este lugar es un símbolo icónico para las personas tanto turistas como locales, es un lugar que refleja la vida y la tradición cuencana.

Este lugar está lleno de una diversidad de flora y fauna que se ha colocado dentro del diseño; en la parte de fauna podemos encontrar el cuy, la llama e incluso el colibrí que son animales característicos de la zona, por otro lado se encuentra el tema de flora, donde se observa los frailejones, chuquiraguas, mortiño, lupinus mutabilis (Chocho), entre otros.

Medidas del empaque:

Largo : 25 cm

Ancho: 20 cm

Alto: 8 cm

Producto selecionado:

Conjunto de tres buós con diferentes expresiones que serán organizadas de manera horizontal para preevenir daños.

Figura 35

Nota. Tarjetas de agradecimiento con temática flora y fauna (2025).

Para la parte frontal de las tarjetas de agradecimiento se han utilizado ilustraciones con temática de flora y fauna dentro de una retícula, mientras que en la parte trasera se ha utilizado juegos tipográficos para resaltar las palabras más importantes de la frase ¨En esta tierrita donde florecen los paisajes del Cajas, también florece nuestro agradecimiento por ti; Tu apoyo es como el agüita critalina que corre entre las lagunas y alimenta los musgos, las orquídeas y hasta al venadito tímido que asoma en el páramo; Gracias de corazón por confiar en lo nuestro. ¨

Figura 36

Nota. Cinta de seguridad con temática flora y fauna (2025).

Para la parte externa de la caja se ha creado una cinta de seguridad, que garantiza que el producto no ha sido abierto, por otro lado es una manera de jugar con la temática, utilizando las mismas ilustraciones pero otro tipo de retícula.

Figura 37

Nota. Papel envoltorio con temática flora y fauna (2025).

Se ha creado un papel envoltorio para el producto, este juega con los contornos de las ilutraciones y una retícula a base de rombos para proporcionar zonas seguras.

Figura 38

Nota. Diseño interior final El Vado (2025).

Para la segunda caja se ha realizado el diseño del Vado, este tiene como objetivo reflejar la arquitectura de la ciudad, al ser un lugar icónico tanto por su antigüedad como por su significado, de igual manera se utiliza un segundo enfoque a las montañas que rodean a la ciudad. En esta temática se utilizaron ilustraciones sobre lugares que reflejen la arquitectura colonial especialmente en el centro histórico.

Medidas del empaque:

Largo : 28 cm

Ancho: 28 cm

Alto: 8 cm

Producto selecionado:

Un plato que contiene ilustraciones arquitectónicas de la ciudad de Cuenca.

Figura 39

Nota. Tarjeta de agradecimiento con temática arquitectura (2025).

En la parte frontal de la tarjeta se han utilizado ilustraciones con temática de arquitectura, mientras que en la parte trasera se ha utilizado juegos tipográficos para resaltar las palabras más importantes de la frase ¨En un rincón histórico donde El Vado guarda la esencia cuencana; sus arcos coloniales, ventanales tallados, balcones de madera y fachadas de piedra narran siglos de tradición, cada piedra tallada y teja roja reflejan el alma del centro histórico; Te agraedcemos de corazón por conservar este tesoro cuencano.¨

Figura 40

Nota. Cinta de seguridad con temática arquitectura (2025).

Para la parte externa de la caja se ha creado una cinta de seguridad, que garantiza que el producto no ha sido abierto, por otro lado es una manera de jugar con la temática, utilizando las mismas ilustraciones pero otro tipo de retícula.

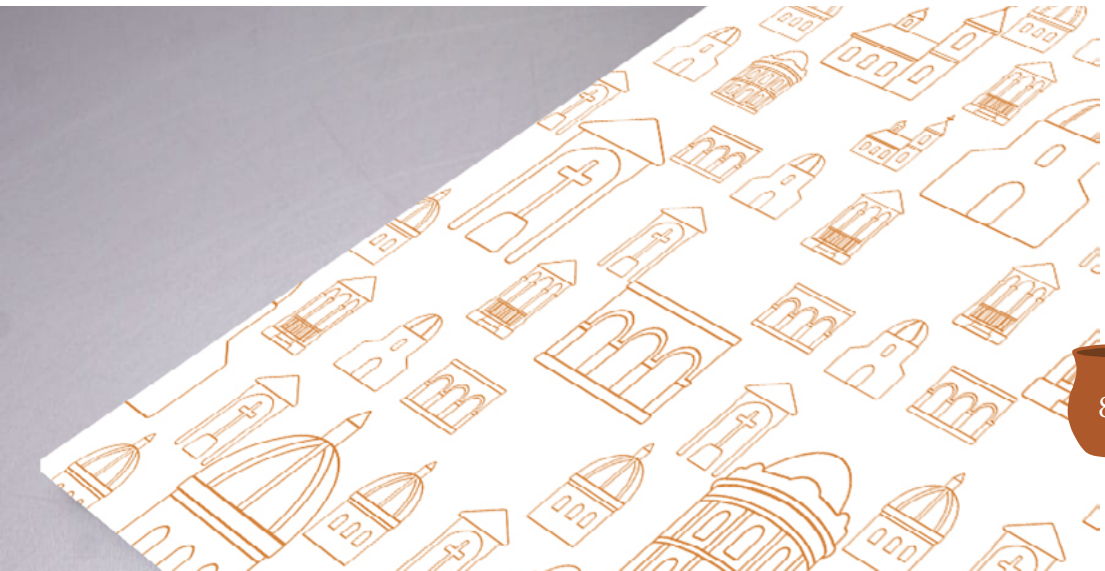


Figura 41

Nota. Papel envoltorio con temática arquitectura (2025).

Se ha creado un papel envoltorio para el producto, este juega con los contornos de las ilutraciones y una retícula a base de rombos para proporcionar zonas seguras.

Figura 42

Nota. Diseño interior final de Turi (2025).

Para la tercera caja se utilizó una ilustración enfocada en el Mirador de Turi, un lugar enblemático tanto para turistas como para locales. Este sitio se caracteriza por la vista panorámica que ofrece, permitiendo observar la ciudad de sur a norte, e

permite ver las montañas que la rodean, dando una idea de como es la vida de campo.

Se ha combinado esta temática de vestimenta, ya que es la manera típica de vestir para personas tradicionales de la zona, utilizando polleras, alpargatas, sombreros de paja toquilla, ponchos, entre otras prendas.

Medidas del empaque:

Largo : 22 cm

Ancho: 15 cm

Alto: 7 cm

Producto selecionado:

Campanas con diversos diseño en varios modelos, los mismos que funfionan como objeto decorativo.

Figura 43

Nota. Tarjetas de agradecimiento con temática vestimenta (2025).

Para la parte frontal de las tarjetas de agradecimiento se han utilizado ilustraciones con temática de vestimenta dentro de una retícula, mientras que en la parte trasera se ha utilizado juegos tipográficos para resaltar las palabras más importantes de la frase ¨En un hermoso mirador como Turi, donde Cuenca se extiende bajo nuestro pies, cada pollera de cholita tiñe el paisaje de colores vibrantes, el sol se cuela entre los sombreros de paja toquilla, los ponchos de lana despiertan calor en la brisa fría y las alpargatas tejidas caminan con historia. ¨

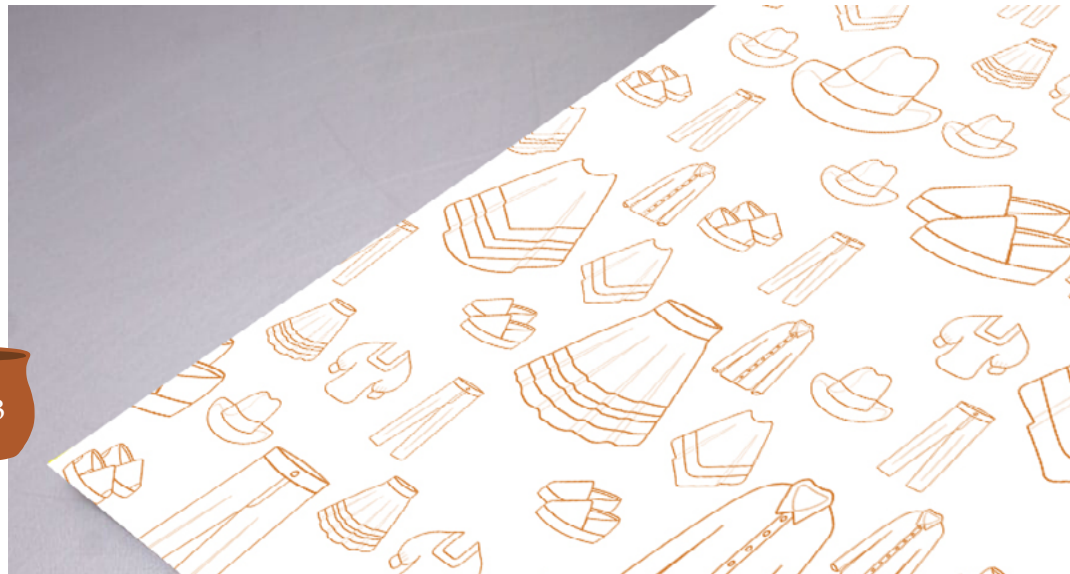
Figura 44

Nota. Cinta de seguridad con temática vestimenta (2025).

Para la parte externa de la caja se ha creado una cinta de seguridad, que garantiza que el producto no ha sido abierto previamente, por otro lado es una manera de jugar con la temática, utilizando las mismas ilustraciones pero otro tipo de retícula más organizada.

Figura 45

Nota. Papel envoltorio con temática vestimenta (2025).



Se ha creado un papel envoltorio para el producto, este juega con los contornos de las ilutraciones y una retícula a base de rombos para proporcionar zonas seguras

Figura 46

Nota. Diseño interior final Mercado 9 de Octubre (2025).

Para el cuarto diseño se ha recreado el primer mercado de cuenca, de hecho es uno de los que perduran hasta el día de hoy, es el Mercado 9 de Octubre, este es un lugar turisticamente popular, ya que ahí se encuentra una gran variedad de comida tradicional, comida que no contiene químicos, ya que las personas que venden ahí sus productos las cosechan ellos mismos.

Para las personas locales, esté lugar es donde se puede recordar el verdadero sabor de cuenca, con recetas tradicionale.

Medidas del empaque:

Largo : 32 cm

Ancho: 29 cm

Alto: 10 cm

Producto selecionado:

Figura cerámica en forma de gallo.

Figura 47

Nota. Tarjetas de agradecimiento con temática gastronomía (2025).

Para la parte frontal de las tarjetas de agradecimiento se han utilizado ilustraciones con una temática de gastronomía dentro de una retícula, mientras que en la parte trasera se ha utilizado juegos tipográficos para resaltar las palabras más importantes de la frase ¨En un lugar mágico donde el Mercado 9 de Octubre despierta el paladar cuencano; Tu apoyo es como es primer bocado de mote calientito, como la trucha jugosita que alegra el alma y el estómago, y como el choclo tierno que conecta con nuestras raíces. Mil gracias por llevarte un pedacito de nuestra tierrita. ¨

Figura 48

Nota. Cinta de seguridad con temática gastronomía (2025).

Para la parte externa de la caja se ha creado una cinta de seguridad, que garantiza que el producto no ha sido abierto previamente, por otro lado es una manera de jugar con la temática, utilizando las mismas ilustraciones.

Figura 49

Nota. Papel envoltorio con temática gastronomía (2025).

Se ha creado un papel envoltorio para el producto, este juega con los contornos de las ilutraciones y una retícula a base de rombos para proporcionar zonas seguras.

Figura 50

Nota. Diseño interior final Plaza San Francisco (2025).

Para la quinta caja, se ha propuesto el diseño de la Plaza de San Francisco, principalmente porque en este lugar y sus alrededores se encuentras artesanos de todo tipo, desde carpinteros, textiles hasta alfareros. Este lugar se caracteriza por la cantidad de productos que se pueden encontrar hechos con técnicas acentrales que reflejan la identidad cuencana, es un lugar lleno de conocimientos.

Para honrar a los productos que vamos a empacar, hemos combinado este lugar con la temática de utensilios alfareros, que pueden llegar a ser, esponjas paletas y la famosa mesa rotadora.

Medidas del empaque:

Largo : 34 cm

Ancho: 34 cm

Alto: 15 cm

Producto selecionado:

Figura cerámica en forma de un caballo en dos patas.

Figura 51

Nota. Tarjetas de agradecimiento con temática utensilios alfareros (2025).

Para la parte frontal de las tarjetas de agradecimiento se han utilizado ilustraciones con temática de utensilios dentro de una retícula, mientras que en la parte trasera se ha utilizado juegos tipográficos para resaltar las palabras más importantes de la frase ¨En un rincón artesanal donde la Plaza de San Francisco late de tradición, donde los rodillos, tornos y espátulas dan forma a cada creación en barro, donde los pinceles y las manos alfareras moldean sueños de arcilla; Gracias infinitas por apoyar nuestro arte alfarero cuencano. ¨

Figura 52

Nota. Cinta de seguridad con temática utensilios alfareros (2025).

Para la parte externa de la caja se ha creado una cinta de seguridad, que garantiza que el producto no ha sido abierto previamente, por otro lado es una manera de jugar con la temática, utilizando las mismas ilustraciones pero otro tipo de retícula más organizada.

Figura 53

Nota. Papel envoltorio con temática utensilios alfareros (2025).

Se ha creado un papel envoltorio para el producto, este juega con los contornos de las ilutraciones y una retícula a base de rombos para proporcionar zonas seguras

Conclusiones

Esta tesis tuvo como propósito aumentar las necesidades locales y turísticas del sector artesanal en Cuenca mediante el desarrollo de un sistema de packaging y etiquetas que transmitan su riqueza cultural. La falta de protección de las piezas cerámicas fue un problema que afectó la venta y la preservación de la identidad local.

Utilizando métodos ideales, como los Seis Sombreros de Edward de Bono inspirado en ilustraciones flat, se desarrollaron cinco envases personalizados para proteger, comunicarse y conectar emocionalmente al público con manualidades. El proyecto muestra cómo el diseño gráfico puede fortalecer el sentido de la cultura de una manera atractiva y significativa.

Finalmente, esta propuesta no solo resuelve una necesidad práctica, sino que también ofrece una herramienta que puede adaptarse a otros productos desarrollados, lo que, como refle-jo como reflexión, refleja la evaluación y la transferencia de nuestro patrimonio cultural a través del diseño.

Recomendaciones

Ampliar la propuesta a otros productos

Se recomienda aplicar el sistema desarrollado no solo a la alfarería, sino también a otros tipos de artesanías locales, como tejidos, joyería o tallados, para fortalecer la identidad cultural en diversos sectores.

Considerar materiales sostenibles

Se sugiere explorar el uso de materiales ecológicos para los empaques, lo cual reforzaría el compromiso social y ambiental.

Implementar estrategias de difusion cultural

Es aconsejable aprovechar las ilustraciones y mensajes utilizados en el packaging para crear campañas complementarias que refuercen el valor cultural de las piezas artesanales.

Promover talleres de cultura y diseño para artesanos

Se sugiere organizar talleres donde los propios artesanos puedan aprender sobre la importancia del empaque, el branding cultural y cómo comunicar mejor el valor de sus productos a través del diseño.

Referencías

Andrade Sarmiento, B., Rojas Rojas, B. N., & Cabrera Ordoñez, M. E. (2022). Plan de negocios para la empresa M&B Soluciones Empresariales Creativas de la ciudad de Cuenca-Ecuador. *Enfoques*, *6*, 22. https://repositorio.cidecuador.org/jspui/handle/123456789/2100

Carpio, P. (2024, Marzo). Packaging sostenible para productos de cerámica realizados por mujeres artesanas del pueblo Shuar en Macas. *Ciencia Latina Internacional*, *8*(2), 19. https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/10266/15072

Chávez, L. (2017, Marzo 8). *Creación de una campaña publicitaria para dar a conocer las artesanías y esculturas talladas en madera en la parroquia de San Antonio de Ibarra provincia de Imbabura*. https://apidspace.cordillera.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c7236d3a-3377-48e7-b707-b7e55e3d1365/content

Córdova, B. (2017, Julio). *Diseño de empaques para productos artesanales de cerámica de la fábrica Angara*. DSpace. https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/7757

Cuamacás, C. (2018). *Diseño de packaging con identidad andina para promocionar artesanías de la parroquia de Calderón*. http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1792/1/UISRAEL-EC-DIS-378.242-2018-039.pdf

Facultad de Artes y Diseño, Universidad Nacional de Cuyo. (2021, 22 diciembre). Facultad de Artes y Diseño, Universidad Nacional de Cuyo. https://fad.uncuyo.edu.ar/upload/1disenografi-coespecifico2022.pdf

Gorozabel, X., & Poaquiza, O. (2018, Agosto). *Packaging para productos artesanales de cacao, elaborados por los pequeños agricultores de la comunidad las delicias, Provincia de Esmeraldas*. https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/97c4a678-1e70-4028-a5d5-ad4ec838803e/content

México en Cajas. (2023). *México en Cajas*. México en Cajas. https://mexicoencajas.com/

México en Cajas. (2023a, 12 abril). Árbol de la vida. México En Cajas. https://mexicoencajas.com/producto/caja-artesanal-arbol-de-la-vida/

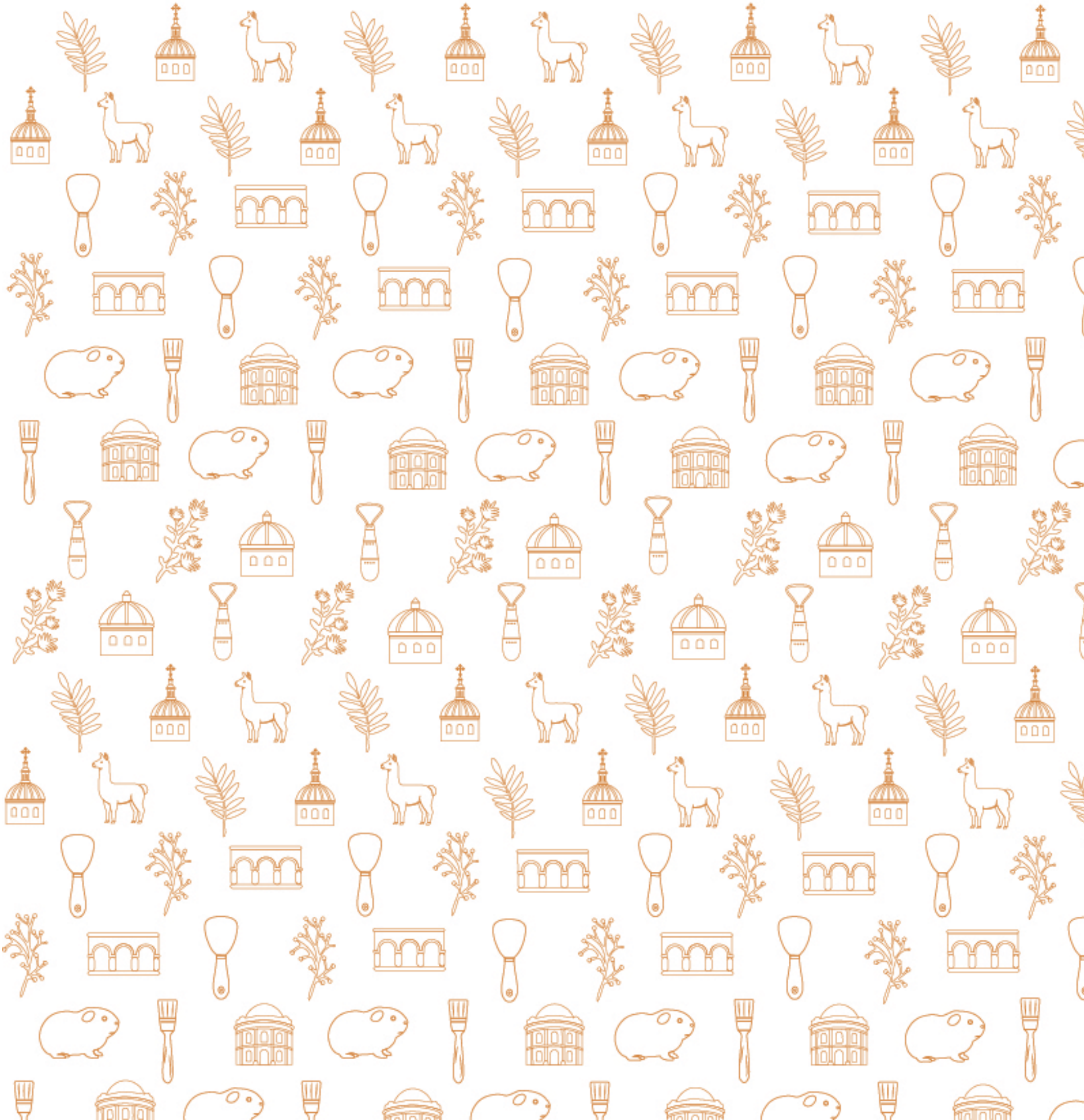
México en Cajas. (2023b, abril 12). Alebrijes Con Figura - México en Cajas. México En Cajas. https://mexicoencajas.com/producto/alebrijes-con-figura/

Molano L., O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, *4*(7). https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187/1126

Porto, J. P., & Merino, M. (2022, 13 junio). *Alfarería - Qué es, historia, definición y concepto*. Definición.de. https://definicion.de/alfareria/

Rivera, J. (2021, Marzo 12). *Diseño de Packaging*. Crehana. https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/packaging-diseno/

Son Cuoc Group. (2024, Junio 25). *Embalaje del grupo Son Cuoc*. Packaging of the world. https://packagingoftheworld.com/2024/06/son-cuoc-group-packaging.htmlTriana, D. (2025, 8 enero). *Importancia del empaque de producto en el punto de venta*. Smurfit Kappa. https://www.smurfitkappa.com/co/newsroom/blog/importancia-del-empaque-del-producto-en-el-punto-de-venta?

UNCTAD. (2005, Marzo 31). *INFORME ANUAL DEL 2004 DE LA UNCTAD*. UNCTAD. https://unctad.org/system/files/official-document/edm20051_sp.pdf

YNL DESIGN. (2020, Septiembre 15). *Granjero Diligente*. Packaging of the world. https://packagingoftheworld.com/2020/09/diligent-farmer-nongbu-store.html