



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

PROPUESTA IDENTITARIA PARA LA FAMILIA ASTERACEAE
DEL CANTÓN RUMIÑAHUI

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto técnico

Presentado para optar al grado académico de:
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTOR:

DAVID SEBASTIAN MOYA MUELA

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

PROPUESTA IDENTITARIA PARA LA FAMILIA ASTERACEAE
DEL CANTÓN RUMIÑAHUI

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTOR: DAVID SEBASTIAN MOYA MUELA

DIRECTORA: ING. HEIDY ELIZABETH VERGARA ZURITA

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, David Sebastian Moya Muela

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, David Sebastian Moya Muela, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 8 de marzo de 2023

David Sebastian Moya Muela
172412545-3

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto Técnico, **PROPUESTA IDENTITARIA PARA LA FAMILIA ASTERACEAE DEL CANTÓN RUMIÑAHUI**, realizado por el señor: **DAVID SEBASTIAN MOYA MUELA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Lcdo. Fabian Alfonso Calderón Cruz PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	_____	2023-06-09
Ing. Heidy Elizabeth Vergara Zurita DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	_____	2023-06-09
Lcda. Paulina Alexandra Paula Alarcón ASESORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	_____	2023-06-09

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a aquellas personas que me acompañaron durante la formación en la carrera de diseño gráfico, mis maestros, compañeros y mi familia.

David

AGRADECIMIENTO

A la ESPOCH por permitirme acceder a una formación profesional, así mismo a mis maestros y compañeros que han podido aportar y motivar durante el proceso de enseñanza y aprendizaje.

David

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
RESUMEN.....	xvi
SUMMARY	xvii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1.	DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA	2
1.1	Antecedentes	2
1.2	Planteamiento del problema.....	3
1.2.1	<i>Árbol de problemas</i>	5
1.2.2	<i>Análisis</i>	6
1.2.3	<i>Prognosis</i>	7
1.3	Justificación	7
1.4	Objetivos	9
1.4.1	<i>Objetivo general</i>	9
1.4.2	<i>Objetivos específicos</i>	9

CAPÍTULO II

2.	MARCO TEORICO.....	10
2.1	Antecedentes de la localidad	10
2.1.1	<i>Ubicación geográfica</i>	11
2.1.2	<i>Historia</i>	11
2.1.3	<i>Cultura</i>	13
2.1.4	<i>Turismo</i>	14

2.1.5	<i>Clima</i>	15
2.2	Flora	15
2.2.1	<i>Tipos de flora</i>	16
2.2.2	<i>Usos</i>	17
2.2.3	<i>Beneficios</i>	17
2.2.4	<i>Importancia de la flora</i>	18
2.2.5	<i>Flora en Ecuador</i>	18
2.2.6	<i>Áreas protegidas</i>	19
2.2.7	<i>Hábito de las plantas</i>	19
2.2.8	<i>Familia Asteraceae</i>	19
2.2.9	<i>Especies de Asteraceae</i>	21
2.3	Fundamentación de diseño	21
2.3.1	<i>Composición</i>	21
2.3.2	<i>Fundamentos del diseño</i>	22
2.4	Retícula	27
2.4.1	<i>Trazado proporcional armónico</i>	27
2.4.2	<i>Variantes de la retícula básica</i>	28
2.5	Interrelación de la forma	29
2.6	Elementos conceptuales de diseño	30
2.7	Patrones	32
2.7.1	<i>Módulo</i>	34
2.8	Identidad e imagen	34
2.8.1	<i>Conceptualización de marca</i>	35
2.8.2	<i>Códigos gráficos de la marca</i>	36
2.8.3	<i>Tipos de marcas</i>	37
2.8.4	<i>Características de la marca</i>	40
2.9	Briefing	42
2.10	<i>Programa de identidad visual</i>	42

2.10.1	<i>¿Qué tiene un programa de identidad visual?</i>	42
2.10.2	<i>Principios del programa de identidad visual</i>	43
2.11	Manual de identidad corporativa	45
2.11.1	<i>Modelo para un manual de identidad</i>	45

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	48
3.1.	Métodos de investigación	48
3.1.1	<i>Investigación cualitativa</i>	48
3.1.2	<i>Método Analítico</i>	48
3.2	Técnicas de investigación	49
3.2.1	<i>Técnica de Observación</i>	49
3.2.2	<i>Técnica de Experimentación</i>	49
3.3	Instrumentos de investigación	49
3.3.1	<i>Fichas de observación</i>	50
3.3.2	<i>Registro fotográfico</i>	50
3.4	Metodología de diseño	51
3.4.1	<i>Fase analítica</i>	51
3.4.2	<i>Fase creativa</i>	52
3.4.3	<i>Fase de ejecución</i>	53

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE RESULTADOS	55
4.1	Fase analítica	55
4.1.1	<i>Recolección de información</i>	55
4.1.2	<i>Fichas de observación</i>	56
4.1.3	<i>Selección de especies</i>	60

4.1.4	<i>Extracción cromática</i>	61
4.2	Fase creativa	63
4.2.1	<i>Extracción morfológica</i>	64
4.2.2	<i>Aplicación de color</i>	73
4.2.3	<i>Programa de identidad visual</i>	82
4.3	Fase de ejecución.....	88
4.3.1	<i>Manual de identidad corporativa</i>	89

CAPÍTULO V

5.	MARCO DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	174
5.1	Conclusiones	174
5.2	Recomendaciones	175

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Tipos de flora.....	16
Tabla 2-2:	Hábito de las plantas.....	19
Tabla 3-2:	Especies de <i>Asteraceae</i>	21
Tabla 4-2:	Leyes o principios de la Gestalt.....	22
Tabla 5-2:	Categorías compositivas de diseño.....	25
Tabla 6-2:	Variaciones de la retícula básica	29
Tabla 7-2:	Interrelación de la forma	30
Tabla 8-2:	Elementos conceptuales de diseño	31
Tabla 9-2:	Clasificación de patrones.....	33
Tabla 10-2:	Clasificación según la combinación de códigos	39
Tabla 1-4:	Especie <i>Barnadesía arborea</i>	60
Tabla 2-4:	Especie <i>Bidens pilosa</i>	61
Tabla 3-4:	Especie <i>Smallanthus fruticosus</i>	61
Tabla 4-4:	Leguaje visual.....	85
Tabla 5-4:	Lista de aplicaciones de la marca	88

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1:	Árbol de problemas.....	5
Ilustración 1-2:	Sangolquí – Ecuador.....	10
Ilustración 2-2:	Ubicación geográfica cantón Rumiñahui.....	11
Ilustración 3-2:	Autopista general Rumiñahui, vía Quito al Valle de los Chillos.....	13
Ilustración 4-2:	Bicentenario de la batalla de Pichincha.....	13
Ilustración 5-2:	Parque central Juan Salinas.....	14
Ilustración 6-2:	Cascada Condor Machay.....	15
Ilustración 7-2:	Flora en Rumiñahui.....	16
Ilustración 8-2:	Partes de la flor.....	20
Ilustración 9-2:	Logotipo.....	37
Ilustración 10-2:	Isologo.....	38
Ilustración 11-2:	Isotipo.....	38
Ilustración 1-3:	Ficha de observación.....	50
Ilustración 1-4:	Registro fotográfico de la especie <i>Badilloa salicina</i>	56
Ilustración 2-4:	Registro fotográfico de la especie <i>Barnadesía arborea</i>	56
Ilustración 3-4:	Registro fotográfico de la especie <i>Bidens pilosa</i>	57
Ilustración 4-4:	Registro fotográfico de la especie <i>Gnaphalium elegans</i>	57
Ilustración 5-4:	Registro fotográfico de la especie <i>Jungia coarctata</i>	58
Ilustración 6-4:	Registro fotográfico de la especie <i>Smallanthus fruticosus</i>	58
Ilustración 7-4:	Registro fotográfico de la especie <i>Taraxacum officinale</i>	59
Ilustración 8-4:	Registro fotográfico de la especie <i>Stevia andina</i>	59
Ilustración 9-4:	Registro fotográfico de la especie <i>Viguiera quitensis</i>	60
Ilustración 10-4:	Extracción cromática especie <i>Barnadesía arborea</i>	61
Ilustración 11-4:	Extracción cromática especie <i>Bidens pilosa</i>	62
Ilustración 12-4:	Extracción cromática especie <i>Smallanthus fruticosus</i>	62
Ilustración 13-4:	Ficha de modularidad 01.....	64
Ilustración 14-4:	Ficha de modularidad 02.....	65
Ilustración 15-4:	Ficha de modularidad 03.....	66
Ilustración 16-4:	Ficha de modularidad 04.....	67
Ilustración 17-4:	Ficha de modularidad 05.....	68
Ilustración 18-4:	Ficha de modularidad 06.....	69
Ilustración 19-4:	Ficha de modularidad 07.....	70
Ilustración 20-4:	Ficha de modularidad 08.....	71

Ilustración 21-4:	Ficha de modularidad 09.....	72
Ilustración 22-4:	Ficha de aplicación de color N°:01	73
Ilustración 23-4:	Ficha de aplicación de color N°:02.....	74
Ilustración 24-4:	Ficha de aplicación de color N°:03.....	75
Ilustración 25-4:	Ficha de aplicación de color N°:04.....	76
Ilustración 26-4:	Ficha de aplicación de color N°:05	77
Ilustración 27-4:	Ficha de aplicación de color N°:06.....	78
Ilustración 28-4:	Ficha de aplicación de color N°:07	79
Ilustración 29-4:	Ficha de aplicación de color N°:08.....	80
Ilustración 30-4:	Ficha de aplicación de color N°:09.....	81
Ilustración 31-4:	Información del entorno.....	84
Ilustración 32-4:	Técnica de tipografía existente	86
Ilustración 33-4:	Creación del icono de la marca.....	87
Ilustración 34-4:	Gama cromática de la marca.....	87
Ilustración 35-4:	Portada del manual de identidad.....	89
Ilustración 36-4:	Introducción del manual de identidad.....	90
Ilustración 37-4:	Contenido del manual de identidad.....	91
Ilustración 38-4:	Sección A del manual de identidad.....	92
Ilustración 39-4:	Isologo	93
Ilustración 40-4:	Versiones de marca.....	94
Ilustración 41-4:	Área de seguridad	95
Ilustración 42-4:	Gama cromática.....	96
Ilustración 43-4:	Tipografía principal	97
Ilustración 44-4:	Tipografía secundaria	98
Ilustración 45-4:	Sección B del manual	99
Ilustración 46-4:	Uso correcto de las versiones de marca	100
Ilustración 47-4:	Aplicación correcta de la marca.....	101
Ilustración 48-4:	Aplicación incorrecta de la marca	102
Ilustración 49-4:	Expresión textual de la marca.....	103
Ilustración 50-4:	Sección C del manual de identidad.....	104
Ilustración 51-4:	Indumentaria corporativa-polos.....	105
Ilustración 52-4:	Indumentaria corporativa.....	106
Ilustración 53-4:	Papelería corporativa básica	107
Ilustración 54-4:	Papelería corporativa – bolsa de compras.....	108
Ilustración 55-4:	Papelería corporativa – sello.....	109

Ilustración 56-4:	Papelería corporativa – caja.....	110
Ilustración 57-4:	Souvenirs, taza-patrón <i>Barnadesía arborea</i> flor.....	111
Ilustración 58-4:	Souvenirs, taza-patrón <i>Barnadesía arborea</i> hoja	112
Ilustración 59-4:	Souvenirs, taza-patrón <i>Barnadesía arborea</i> planta.....	113
Ilustración 60-4:	Souvenirs, taza-patrón <i>Bidens pilosa</i> flor	114
Ilustración 61-4:	Souvenirs, taza-patrón <i>Bidens pilosa</i> planta	115
Ilustración 62-4:	Souvenirs, taza-patrón <i>Bidens pilosa</i> hoja	116
Ilustración 63-4:	Souvenirs, taza-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> flor	117
Ilustración 64-4:	Souvenirs, taza-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> hoja	118
Ilustración 65-4:	Souvenirs, taza-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> planta	119
Ilustración 66-4:	Souvenirs, tote bag-patrón <i>Barnadesía arborea</i> flor	120
Ilustración 67-4:	Souvenirs, tote bag-patrón <i>Barnadesía arborea</i> hoja	121
Ilustración 68-4:	Souvenirs, tote bag-patrón <i>Barnadesía arborea</i> planta	122
Ilustración 69-4:	Souvenirs, tote bag-patrón <i>Bidens pilosa</i> flor	123
Ilustración 70-4:	Souvenirs, tote bag-patrón <i>Bidens pilosa</i> hoja.....	124
Ilustración 71-4:	Souvenirs, tote bag-patrón <i>Bidens pilosa</i> planta.....	125
Ilustración 72-4:	Souvenirs, tote bag-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> flor	126
Ilustración 73-4:	Souvenirs, tote bag-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> hoja.....	127
Ilustración 74-4:	Souvenirs, tote bag-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> planta	128
Ilustración 75-4:	Souvenirs, tomatodo-patrón <i>Barnadesía arborea</i> flor	129
Ilustración 76-4:	Souvenirs, tomatodo-patrón <i>Barnadesía arborea</i> hoja.....	130
Ilustración 77-4:	Souvenirs, tomatodo-patrón <i>Barnadesía arborea</i> planta.....	131
Ilustración 78-4:	Souvenirs, tomatodo-patrón <i>Bidens pilosa</i> flor	132
Ilustración 79-4:	Souvenirs, tomatodo-patrón <i>Bidens pilosa</i> hoja	133
Ilustración 80-4:	Souvenirs, tomatodo-patrón <i>Bidens pilosa</i> planta.....	134
Ilustración 81-4:	Souvenirs, tomatodo-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> flor.....	135
Ilustración 82-4:	Souvenirs, tomatodo-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> hoja.....	136
Ilustración 83-4:	Souvenirs, tomatodo-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> planta.....	137
Ilustración 84-4:	Merchandising, buf-patrón <i>Barnadesía arborea</i> flor.....	138
Ilustración 85-4:	Merchandising, buf-patrón <i>Barnadesía arborea</i> hoja.....	139
Ilustración 86-4:	Merchandising, buf-patrón <i>Barnadesía arborea</i> planta.....	140
Ilustración 87-4:	Merchandising, buf-patrón <i>Bidens pilosa</i> flor	141
Ilustración 88-4:	Merchandising, buf-patrón <i>Bidens pilosa</i> hoja	142
Ilustración 89-4:	Merchandising, buf-patrón <i>Bidens pilosa</i> planta	143
Ilustración 90-4:	Merchandising, buf-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> flor	144

Ilustración 91-4:	Merchandising, buf-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> hoja	145
Ilustración 92-4:	Merchandising, buf-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> planta	146
Ilustración 93-5:	Merchandising, gorra-patrón <i>Barnadesía arborea</i> flor.....	147
Ilustración 94-4:	Merchandising, gorra-patrón <i>Barnadesía arborea</i> hoja	148
Ilustración 95-4:	Merchandising, gorra-patrón <i>Barnadesía arborea</i> planta.....	149
Ilustración 96-4:	Merchandising, gorra-patrón <i>Bidens pilosa</i> flor	150
Ilustración 97-4:	Merchandising, gorra-patrón <i>Bidens pilosa</i> hoja.....	151
Ilustración 98-4:	Merchandising, gorra-patrón <i>Bidens pilosa</i> planta	152
Ilustración 99-4:	Merchandising, gorra-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> flor	152
Ilustración 100-4:	Merchandising, gorra-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> hoja	154
Ilustración 101-4:	Merchandising, gorra-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> planta	155
Ilustración 102-4:	Merchandising, hoodie-patrón <i>Barnadesía arborea</i> flor	156
Ilustración 103-4:	Merchandising, hoodie-patrón <i>Barnadesía arborea</i> hoja.....	157
Ilustración 104-4:	Merchandising, hoodie-patrón <i>Barnadesía arborea</i> planta	158
Ilustración 105-4:	Merchandising, hoodie-patrón <i>Bidens pilosa</i> flor.....	159
Ilustración 106-4:	Merchandising, hoodie-patrón <i>Bidens pilosa</i> hoja.....	160
Ilustración 107-4:	Merchandising, hoodie-patrón <i>Bidens pilosa</i> planta.....	161
Ilustración 108-4:	Merchandising, hoodie-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> flor.....	162
Ilustración 109-4:	Merchandising, hoodie-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> hoja.....	163
Ilustración 110-4:	Merchandising, hoodie-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> planta	164
Ilustración 111-4:	Merchandising, bomber jacket-patrón <i>Barnadesía arborea</i> flor	165
Ilustración 112-4:	Merchandising, bomber jacket-patrón <i>Barnadesía arborea</i> planta	166
Ilustración 113-4:	Merchandising, bomber jacket-patrón <i>Barnadesía arborea</i> hoja	167
Ilustración 114-4:	Merchandising, bomber jacket-patrón <i>Bidens pilosa</i> flor.....	168
Ilustración 115-4:	Merchandising, bomber jacket-patrón <i>Bidens pilosa</i> planta.....	169
Ilustración 116-4:	Merchandising, bomber jacket-patrón <i>Bidens pilosa</i> hoja.....	170
Ilustración 117-4:	Merchandising, bomber jacket-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> flor	171
Ilustración 118-4:	Merchandising, bomber jacket-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> hoja.....	172
Ilustración 119-4:	Merchandising, bomber jacket-patrón <i>Smallanthus fruticosus</i> planta	173

RESUMEN

La inexistencia de piezas gráficas basadas en la familia Asteraceae del cantón Rumiñahui es el motivo de esta investigación, cuyo objetivo general es diseñar una propuesta identitaria inspirada en esta. Para el desarrollo del trabajo se plantea como método utilizar una investigación cualitativa, basada en la observación, mediante instrumentos como el registro fotográfico y fichas de observación, se recopila la información necesaria de las plantas. Posteriormente para procesar esos datos se utiliza el método analítico el cual permite descomponer un objeto de estudio en partes para estudiarlas. Bruce Archer plantea un método de diseño en tres fases: analítica, creativa y de ejecución. En la primera fase se utilizan los instrumentos planteados para recopilar la información gráfica de las distintas especies. En la segunda fase mediante con el método analítico es posible analizar cada especie en partes para luego reestructurarlas. La última fase permite la producción de los productos gráficos para solventar el objetivo general. En este caso los resultados son una marca gráfica junto a su manual de identidad y nueve patrones gráficos para su posible aplicación en soportes como textiles o souvenirs. El programa de identidad concluye eficazmente con una propuesta identitaria inspirada en la familia Asteraceae, demostrando la validez de los métodos aplicados. Se recomienda ampliar la línea de investigación para la creación de una marca cantón inspirada en alguna familia de flora de la zona.

Palabras clave: <IDENTIDAD VISUAL>, <FLORA NATIVA>, <FAMILIA ASTERACEAE>, < CANTÓN RUMIÑAHUI>, <PATRONES GRÁFICOS>.

SUMMARY

The non-existence of graphic pieces based on the Asteraceae family from Rumiñahui town is the reason for this research, whose general objective is to design an identity proposal inspired by it. Developing the work proposed qualitative research as a method based on observation through photography and observation sheets as instruments to collect basic information about plants. Afterward, the data processing was developed with the analytical method which allows decomposing of an object of study into parts to study them. Bruce Archer proposes a design method in three phases: analytical, creative, and execution. In the first phase, the instruments used and proposed to compile the graphic information of the different species. In the second phase, through the analytical method, it is possible to analyze each species in parts and then restructure them. The last phase, allows the production of graphic products to solve the general objective. In this case, the results are a graphic brand with its identity manual and nine graphic patterns for possible application in supports such as textiles or souvenirs. The identity program effectively concludes with an identity proposal inspired by the Asteraceae family, demonstrating the validity of the applied methods. It is recommended to expand the line of research to create a town brand inspired by a family of flora in the area.

KEY WORDS: <VISUAL IDENTITY>, <NATIVE FLORA>, <ASTERACEAE FAMILY>, <RUMIÑAHUI TOWN>, <GRAPHIC PATTERNS>.

Lic. Maritza Larrea Mg.
0603370784
DOCENTE

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país con una amplia riqueza de especies de flora y fauna, el desconocimiento sobre la flora nativa en general es el motivo para investigar cuales son las especies más representativas de la flora y de qué forma es posible apoyarlas para reforzar su identidad y que estas no se pierdan con el paso del tiempo. Basados en la locación geográfica del cantón dentro del refugio ecológico Molinuco, se puede ubicar una de las familias con más especies representativas en ese sector. Así se dio la con la familia Asteraceae que cuenta con trece especies representativas. La distribución de esta especie es cosmopolita, lo que quiere decir que la podemos encontrar en diversos lugares del mundo. La flora comprende un importante factor para la conservación ecosistémica es por ello por lo que se pretende crear una imagen que las represente para conocerlas y lograr valorizarlas un poco más. Para ello es necesario difundir esta imagen a través de distintos medios y soportes según necesite la empresa.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

Existe un desconocimiento de la vegetación en general por parte de la población joven en el cantón Rumiñahui, esto se puede evidenciar en la cultura de la sociedad que se ha ido deteriorando aún más con la globalización.

El cuidado de la flora es un factor importante para la conservación de los ecosistemas. Por ello se plantea realizar el estudio y análisis gráfico de algunas especies de la flora nativa del cantón para conocer sus cualidades y difundirlas a través de un programa de identidad visual acorde a sus necesidades comunicacionales.

Se plantea la familia Asteraceae para la selección y análisis de especies nativas con las que trabajar en el presente estudio gráfico, debido a que es la familia con más especies representativas. Esta propuesta se basa en los datos obtenidos de la investigación realizada en la UCE con el título *Educación ambiental en la conservación de la flora nativa del refugio ecológico Molinuco, cantón Rumiñahui, periodo 2019*. En la que su autora (Camacho, 2019) comenta:

La educación ambiental contribuye como base cultural y herramienta esencial para el desarrollo sostenible pues de ella depende la concepción y cambio de actitudes y aptitudes para alcanzar un equilibrio en la relación hombre-ambiente, ya que la falta de actitudes y conocimientos ambientales han incrementado la problemática ambiental, por ello la EA debe ser un proceso de enseñanza-aprendizaje constante y permanente enfocada en el respeto a cualquier forma de vida y así reafirmar valores y acciones que contribuyan a la preservación y conservación del medio ambiente. (p. 112).

Una investigación realizada en la ESPOCH con el título *Propuestas gráficas inspiradas en las especies de orquídeas representativas de la ciudad de Piñas*. En la que uno de sus objetivos específicos es: Documentar las especies de orquídeas propias de la región. Su autor (Acaro, 2019) comenta sobre los resultados de su análisis biomorfo:

Al analizar cada especie de orquídea seleccionada en los parámetros establecidos dentro del campo del diseño, se diseñó diez composiciones abstractas, donde podemos observar que la gran mayoría dentro de las categorías compositivas contiene dirección, ritmo entre sus módulos, equilibrio entre todas las partes que la conforman, simetría, escala proporcional al tamaño de la planta, textura lisa o rugosa, proporción entre sus pétalos y movimiento de rotación o traslación, por otro lado todas las especies de orquídeas poseen repetición de tamaño en sus figuras, estructura formal, semiformal e inactiva, similitud entre sus módulos, anomalía entre sus módulos siendo poco perceptible, contraste de color y forma. (p. 129).

De este modo se establece las posibilidades graficas ofrece la flora y que pueden ser aprovechadas por diseñadores y mediante un análisis obtener los recursos identitarios que represente a la familia seleccionada. Además, concluye que los soportes gráficos en los cuales se aplicó los diseños inspirados en las especies de orquídeas lograron tener un gran impacto en el público objetivo con un 89% de aceptación. (p.129) por lo cual sugiere:

Fomentar proyectos que contribuyan con el conocimiento, el respeto hacia la naturaleza, la valoración de nuestra cultura, logrando así promocionar nuestro patrimonio natural. Y continuar con las investigaciones sobre las orquídeas o cualquier tipo de manifestación cultural, aprovechando que el año pasado nuestro país fue denominado “Ecuador, país de las orquídeas”, de esta forma lograremos aportar con información confiable para futuras generaciones. (p. 130).

Por lo que, basado en investigaciones similares y textos de identidad visual se determina que la creación de una marca grafica puede generar óptimos resultados para la difusión de las Asteráceas. Los productos gráficos resultantes serán aplicados en varios soportes y medios como, papelería básica y textiles.

1.2 Planteamiento del problema

Los bajos niveles de difusión de imagen de la flora nativa (familia Asteraceae) en el cantón Rumiñahui se producen debido a motivos como el desinterés por el cuidado ambiental causado por una educacional ambiental deficiente y la poca transferencia de conocimientos sobre esta familia, reducida simplemente a espacios educacionales formales.

Al igual que los recursos y medios gráficos utilizados son insuficientes para comunicar y trascender la identidad de las especies de flora nativa, al menos de manera gráfica.

La pérdida de identidad de la flora generada principalmente por la inexistencia de piezas gráficas que representen y difundan la imagen de la familia Asteraceae, además del desconocimiento y desinterés por parte de la población en la conservación ambiental. Conduce a ignorar las posibilidades graficas que ofrecen las cualidades de cada especie de las Asteráceas.

Por otra parte, la deforestación, la introducción de especies, la propagación de contaminantes químicos, la acumulación de desechos sólidos; motivos causados principalmente por actividades extractivas y productivas como la maderera y agropecuaria, dejan problemas ambientales como la contaminación de las aguas, el suelo y el aire. Que posteriormente agravan situaciones más complejas como el cambio climático, la erosión del suelo, extinción de especies, o transmisión de enfermedades.

Sin lugar a duda, el deterioro ambiental responde a causas humanas y naturales. No obstante, la inconciencia, irresponsabilidad e insensibilidad del ser humano al utilizar y gestionar los recursos naturales del planeta; lo convierten en el mayor problema para la vegetación, causando daño contra la flora y consecuentemente la pérdida de su identidad.

Probablemente la creación de una marca grafica inspirada en la familia Asteraceae puede mejorar la difusión de si identidad y aprovechar los recursos gráficos que se puede obtener de estas especies de flora nativa del cantón Rumiñahui.

¿La aplicación de branding resultará efectiva para la creación y gestión de una marca gráfica inspirada en flores nativas del cantón Rumiñahui?

¿Cómo incide el desconocimiento de la flora nativa del cantón Rumiñahui?

¿Cuáles son los elementos funcionales que sirven para la creación de una identidad basada en flores?

¿De qué manera se puede analizar los patrones gráficos presentes en la flora?

¿Qué lineamientos se utiliza para el diseño de las piezas graficas?

1.2.1 Árbol de problemas

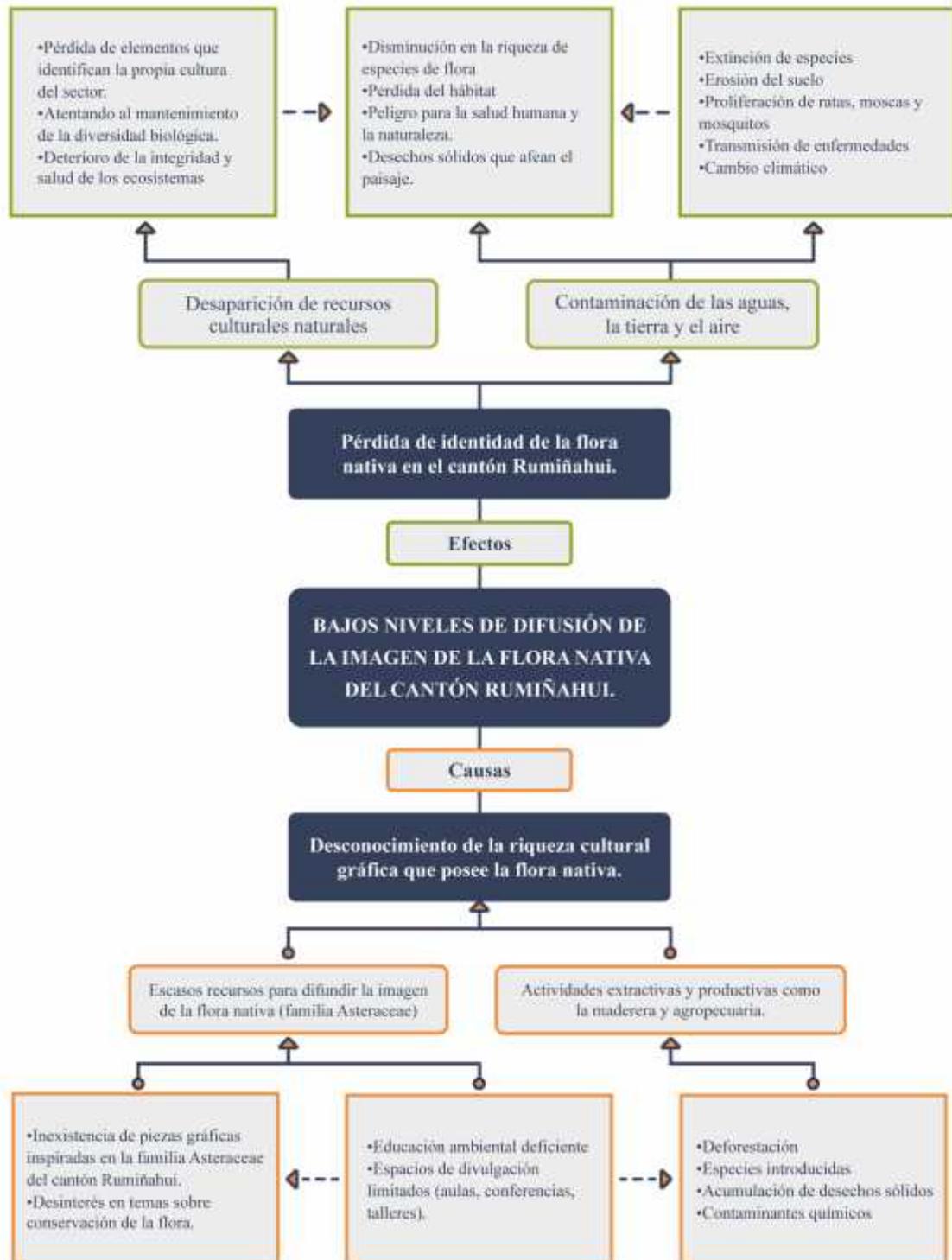


Ilustración 1-1: Árbol de problemas

Realizado por: David Moya, 2023

1.2.2 Análisis

El desconocimiento de la flora nativa en general nos aleja de la riqueza gráfica que se puede obtener de esta; esto es el resultado de los insuficientes recursos y medios utilizados para difundir su imagen. Esta escasez de recursos gráficos incluye la inexistencia de piezas gráficas inspiradas o diseñadas a partir de la familia *Asteraceae* ubicada en el cantón Rumiñahui, otra causa esencial es el desinterés por parte de la población en temas como la conservación ambiental.

Dicho desdén es causado por motivos como una educación ambiental deficiente y espacios de conocimiento limitados a espacios formales como aulas, conversatorios o talleres. Este tipo de saberes ambientales no se debe limitar, puesto que da como resultado la inevitable extinción de vegetación en general. Esto es el inicio de terribles efectos como la desaparición de recursos naturales. Lo que supone una pérdida de elementos identitarios de la cultura de cada sector, deteriorando la integridad y salud de los ecosistemas a la vez.

Por su parte, las actividades extractivas y productivas como la maderera y agropecuaria; influyen negativamente en la pérdida de identidad de la flora, debido a motivos como la deforestación, las especies introducidas, acumulación de desechos sólidos, además de la producción de contaminantes químicos.

Estos motivos causan problemas mucho más graves como la extinción de especies, la erosión del suelo, la proliferación de ratas, moscas y mosquitos, transmisión de enfermedades y el cambio climático.

Lo que resulta un atentado contra el mantenimiento de la diversidad biológica; puesto al contaminar el agua, el aire y los suelos, disminuye la riqueza de especies de flora, aumentan la pérdida del hábitat y la lucha de especies por este; además de afear el paisaje, significa un peligro para la salud humana y de la naturaleza.

El ignorar ciertas especies de flora nativa del cantón Rumiñahui, conlleva al desconocimiento de la riqueza cultural que ofrece la biodiversidad del Ecuador. Esto se debe a la inexistencia de piezas gráficas que reflejen su identidad, además de los escasos recursos gráficos utilizados para difundir la imagen de la flora nativa, como ciertas especies de la familia *Asteraceae*.

Es evidente la necesaria creación de elementos identitarios que comuniquen e identifiquen los mensajes del sujeto de estudio. Difundiendo su identidad entre la población general. Para lo que se pretende analizar tres especies de la familia más representativa.

1.2.3 Prognosis

Al no impulsar la difusión de la flora nativa, familia *Asteraceae*, aumenta el desconocimiento de la riqueza gráfica cultural que posee la vegetación en general. Por lo que no se conseguirá involucrar a la población en la conservación de las especies florales del cantón Rumiñahui; factor importante para mantener la biodiversidad.

Del mismo modo si no se llegase a realizar esta propuesta gráfica en base a la identidad de esta familia; representa un recurso menos de inspiración para futuros diseñadores y el conocimiento de estas plantas seguirá siendo parte solamente de la población que se educa en materia ambiental.

También al ignorar la importancia sobre mantener los lugares limpios de impurezas incluso los mismos lugares que habita el ser humano; puede desencadenar la pérdida de especies vegetativas que enriquecen el atractivo de los paisajes, lo cual produce que menos turistas deseen visitar los atractivos turísticos como los refugios ecológicos, perjudicando el turismo y por ende a la economía del cantón.

1.3 Justificación

Dentro de las necesidades comunicacionales de la flora nativa del cantón Rumiñahui se precisa un aumento en la difusión de la imagen de esta. Para ampliar esta transferencia de información se determinó promover la imagen de la familia *Asteraceae*, a través de imágenes y textos relevantes sobre ciertas especies de esta familia aplicados en diferentes mockups teniendo en cuenta el público objetivo.

Mediante una búsqueda bibliográfica se logró establecer como objeto de estudio a la flora nativa, familia *Asteraceae*. Debido a que es la familia con mayores especies representativas y teniendo en cuenta la siguiente recomendación:

«promover la conservación de los recursos naturales con énfasis a la flora nativa pues son los principales actores para cuidar y conservar las especies florísticas y aprovechar responsablemente los recursos de la naturaleza». (Camacho, 2020, p.114)

El presente trabajo permite atender esta necesidad ambiental, social y cultural que afecta directamente a los ecosistemas en que el ser humano desarrolla su vida cotidiana. Por lo que se pretende introducir la imagen de la familia *Asteraceae* en el tejido social a través una marca grafica. Y composiciones basadas en fundamentos del diseño, retículas y cromática, para ser aplicados en distintos productos ideados para turistas sean nacionales o extranjeros.

La creación de una marca permite tomar como inspiración esta familia de plantas. De modo que al establecer la identidad visual de esta familia es posible mostrar las posibilidades gráficas que ofrece la flora nativa y la naturaleza en general. Así es posible dar visibilidad a la imagen de ciertas especies de asteráceas que se encuentran en el cantón Rumiñahui, reconociendo el valor cultural de la biodiversidad del Ecuador y beneficiando a los habitantes de la zona, guías turísticos, turistas y la sociedad ecuatoriana en general.

También al promover el diseño de piezas gráficas inspiradas en flora nativa, se puede evidenciar los conocimientos adquiridos durante la formación académica en la carrera de diseño gráfico, demostrando los alcances que posee la materia en la práctica. Este proyecto busca la interdisciplinariedad entre las cátedras, técnicas, destrezas aprendidas, tales como:

Diseño bidimensional es la materia que posibilita aplicar los fundamentos teóricos, así como las categorías y principios del diseño básico para generar resultados coherentes, atractivos y más que todo eficaces para su objetivo.

Las técnicas de representación artística permiten poner en práctica la ilustración tradicional que, dependiendo del objetivo comunicacional, ayuda a plasmar ideas rápidas en pequeños apuntes o bocetos más elaborados, para luego perfeccionarlos utilizando destrezas de técnicas como el grafito, lápices de colores, acuarelas o acrílicos.

El manejo del software gráfico permite vectorizar los diferentes elementos visuales para obtener recursos digitales con los que trabajar y componer las artes gráficas, los fundamentos compositivos también juegan un papel importante aquí.

La catedra de identidad corporativa es el pilar fundamental del este trabajo, puesto que permite desarrollar un programa de identidad visual básico basado en conceptos bien estructurados desde el inicio de este.

También se pone en práctica la cátedra de diseño de medios impresos puesto que ayuda a entender los conceptos y leyes de composición para diseñar y obtener como resultado diseños funcionales y eficaces para su objetivo de comunicación.

De modo al conjugar dichos conocimientos es posible obtener productos gráficos de buena calidad y cumplir con el objetivo principal de esta investigación que es la obtención de un signo marcario basado en la imagen de las especies de Asteraceae.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Diseñar una propuesta de identidad inspirada en la flora nativa del cantón Rumiñahui, familia Asteraceae.

1.4.2 Objetivos específicos

- J Diagnosticar la situación actual de la flora nativa en el cantón Rumiñahui para determinar sus necesidades comunicacionales.
- J Recolectar información de la familia *Asteraceae* nativa del cantón Rumiñahui para obtener registro visual de las especies y datos para procesar.
- J Analizar gráficamente los patrones presentes en la flora nativa del cantón Rumiñahui para obtener los recursos y materiales que describan su línea gráfica.
- J Diseñar la propuesta de imagen corporativa y aplicar los recursos y materiales obtenidos en las piezas gráficas.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes de la localidad

Mediante la ley de división territorial, Sangolquí se crea a fines del siglo XIX como parroquia rural del cantón Quito. Gracias a la lucha y el esfuerzo de hombres y mujeres que hicieron realidad sus ideales, mediante decreto ejecutivo No. 168 otorgado por el Gral. Alberto Enríquez Gallo, jefe supremo de la república del Ecuador de aquella época, esta parroquia es elevada a la categoría de cantón el 31 de mayo de 1938, con el nombre de Rumiñahui, en homenaje al trascendental indígena defensor de la invasión española de lo que actualmente es el Ecuador. La ciudad de Sangolquí pasa a ser su cabecera cantonal (Guía Turística del cantón Rumiñahui, 2013; citado en Zúñiga, p.3).



Ilustración 1-2: Sangolquí – Ecuador.

Fuente: Brenda, sf.

2.1.1 Ubicación geográfica

El cantón Rumiñahui está ubicado al sureste de la provincia de Pichincha a veinte minutos del cantón Quito. Tiene una extensión de 137.2 km² y una altitud de 2.550 msnm. Está limitado al norte con Quito y con la urbanización la Armenia; al sur con el volcán Pasochoa y el cantón Mejía; al este con Quito; al oeste con Quito y con el río San Pedro de Cuendina; para finalizar al noroeste se encuentra limitado con el río San Pedro del Tingo. (GADMUR, 2002; citado en Zúñiga, p.4).

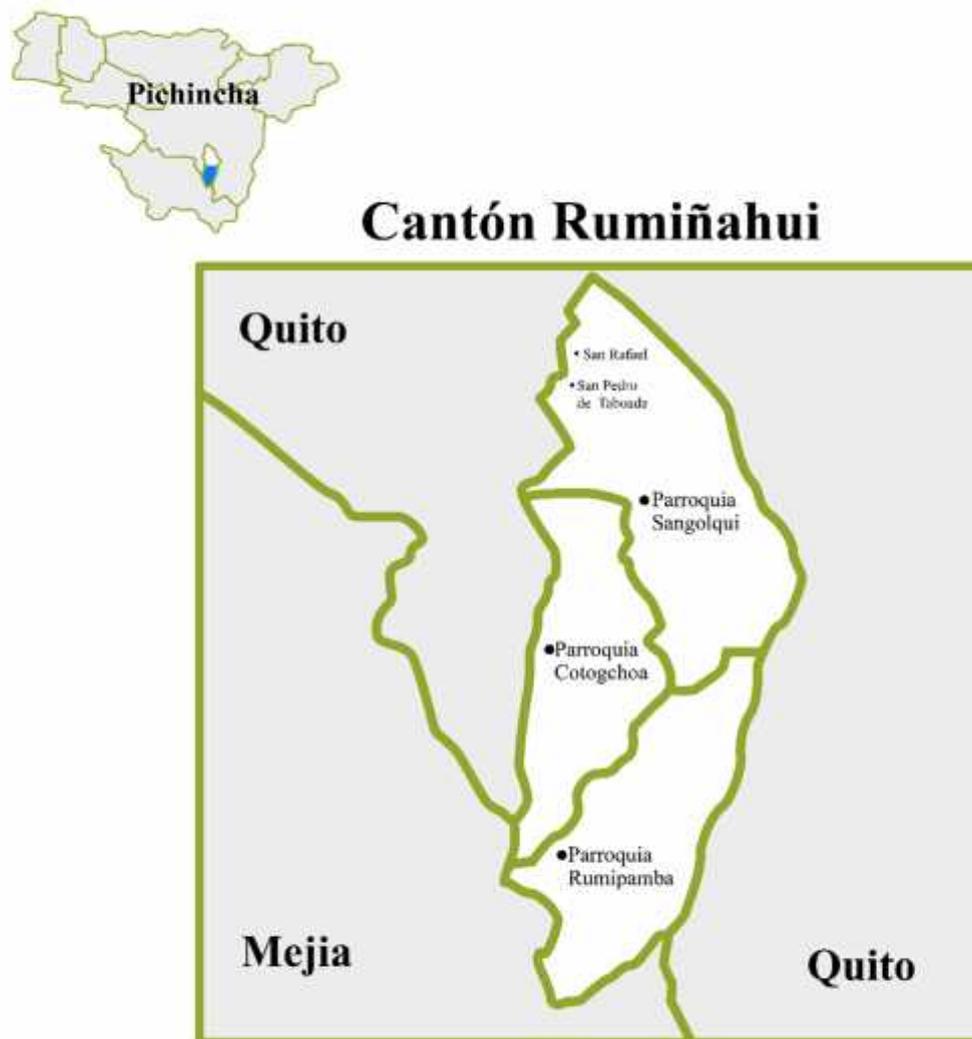


Ilustración 2-2: Ubicación geográfica cantón Rumiñahui.

Realizado por: Moya David, 2023.

2.1.2 Historia

Aproximadamente en el siglo XV, los Quitus – Caras, amos y señores de la antigua ciudad de Quito, emigraron al valle, debido a las bondades de su clima y sobre todo a la riqueza de su suelo. (GOBIERNO MUNICIPAL DE RUMIÑAHUI, 2007:4; citado en Zúñiga, 2013, pp. 2-3).

Para el año de 1460, empezaron a llegar los Incas denominados "Mitmakunas" (indígenas desterrados de su tierra cuando se oponían a la conquista incaica), se dedicaban principalmente al comercio. Los indígenas dividieron a esta región en Anan Chillo o Chillo Alto, que es la actual Amaguaña y Urin Chillo o Chillo bajo, que ahora es Sangolquí. (GOBIERNO MUNICIPAL DE RUMIÑAHUI, 2007:4; citado en Zúñiga, 2013, pp. 2-3).

En 1534 en la lucha contra los conquistadores y junto a Rumiñahui muere el cacique Quimbalemba de Chillo al defender su valle. Juan Sangolquí fue el cacique sucesor y una de las más ilustres personas indígenas de principios de la época colonial alrededor de 1580, las órdenes religiosas de la Compañía de Jesús, La Merced y San Agustín adquirieron extensas tierras en Chillo convirtiéndolas en haciendas, muchas de las cuales se conservan en la actualidad. (GOBIERNO MUNICIPAL DE RUMIÑAHUI, 2007:4; citado en Zúñiga, 2013, p.3).

El poblado central de Urín Chillo creció hasta convertirse en la ciudad de San Juan Bautista de Sangolquí, nombre español dedicado a Juan el Bautista y al cacique Sangolquí. La región se dedicó a la producción del "maíz de chillo" (de grano grande y amarillo), por lo cual recibió el calificativo del "Granero de Quito" (GOBIERNO MUNICIPAL DE RUMIÑAHUI, 2007:4; citado en Zúñiga, 2013, p.3).

Luego de la expulsión de los Jesuitas de América a finales del siglo XVIII, muchas de las haciendas pasaron a manos de familias adineradas. Es el caso de la Hacienda de Chillo Compañía, propiedad de Juan Pío Montufar, conocido como el Marqués de Selva Alegre y héroe de la independencia ecuatoriana, oriundo de Sangolquí. 1822 (GOBIERNO MUNICIPAL DE RUMIÑAHUI, 2007:4; citado en Zúñiga, 2013, p. 3).

Fue en este valle donde en 1809 se reunieron los patriotas para conspirar contra la corona española y el sitio donde las tropas del mariscal Antonio José de Sucre tuvieron algunas batallas preliminares, gracias a la ayuda del indígena Lucas Tipán, que finalizaron con la gloriosa Batalla de Pichincha de Quito, el 24 de mayo de 1822 (GOBIERNO MUNICIPAL DE RUMIÑAHUI, 2007:4; citado en Zúñiga, 2013, p. 3).



Ilustración 3-2: Autopista general Rumiñahui, vía Quito al Valle de los Chillos.

Fuente: Amores Carlos, sf.

2.1.3 Cultura

Dentro de sus manifestaciones, el cantón Rumiñahui celebra sus tradicionales fiestas de cantonización con una variedad de eventos culturales, sociales y deportivos, entre los cuales podemos destacar el desfile cívico militar, la cabalgata de identidad rumiñahuense, bailes populares, festivales gastronómicos, corridas de toros, muestras culturales, exposiciones artesanales, entre otros. (La Hora, 2018).



Ilustración 4-2: Bicentenario de la batalla de Pichincha.

Fuente: Municipio de Rumiñahui, 2022.

2.1.4 Turismo

El cantón Rumiñahui es un sector turístico con un crecimiento notable puesto que se encuentra enmarcado en la zona Ruta de los Volcanes, Camino del Inca, senderos y cascadas naturales. Estos proyectos están dirigidos a mejorar la competitividad del sector turístico nacional, tanto para la puesta en valor e incorporación al consumo de recursos de nuestro patrimonio histórico, natural y cultural para mejorar los flujos turísticos de turistas nacionales y extranjeros (GADMUR, 2010: 36; citado en Zúñiga, 2013, p. 3).

Además de parques, iglesias, museos, monumentos y casas centenarias que posibilitan conocer su historia y la cultura de sus habitantes. Uno de los sitios interesantes que visitar es el mausoleo del prócer Juan de Salinas, la cripta está junto a la iglesia matriz de Sangolquí, en el centro de la ciudad. El personaje es parte de la historia nacional, uno de los protagonistas del primer grito de la independencia, el 10 de agosto de 1809. (Ministerio de turismo, 2019)



Ilustración 5-2: Parque central Juan Salinas

Fuente: EPMHVR, sf.

2.1.5 Clima

Las condiciones climáticas del Cantón Rumiñahui oscilan desde los 17°C hasta los 23°C, así como en las noches oscila desde los 8°C hasta los 6°C, también tiene una precipitación anual de 1.000 mm³. Por otro lado, esta zona está sujeta a dos estaciones, verano e invierno. (GADMUR, 2011; citado en Zúñiga, 2013, pp. 4-5).

La temporada de verano se presenta en los meses de junio a septiembre, se caracteriza por una sequía prolongada y vientos fuertes. La temporada de invierno se da entre los meses de abril y octubre, se caracteriza por las lluvias continuas que producen que la tierra sea fértil y se pueda realizar las actividades agrícolas y turísticas en cuanto a admirar paisajes verdes. (GADMUR, 2011; citado en Zúñiga, 2013, pp. 4-5).



Ilustración 6-2: Cascada Condor Machay

Fuente: Ecuadoryaventura, sf.

2.2 Flora

Es un conjunto de especies vegetales que habitan en un ecosistema determinado, sin embargo, la flora no es simplemente un conjunto de especies aglomeradas al azar, sino, es el resultado de una selección bien definida con características y funciones similares, que ayudan a mantener en equilibrio el ambiente. (Guallichico, 2022, p. 34).



Ilustración 7-2: Flora en Rumiñahui

Realizado por: Moya David, 2023

2.2.1 Tipos de flora

La diversidad de vegetación existente presenta una clasificación que permite identificarla según la condición de vida y hábitad. (Guallichico, 2022, p. 36).

Tabla 1-2: Tipos de flora

<p>Endémica:</p>	<p>Es una especie que se halla restringida en una determinada zona de forma natural y no se la encuentra en ningún otro lugar, además la mayoría de las especies endémicas se encuentra amenazadas o confinadas por la acción antropológica.</p>	
<p>Nativa:</p>	<p>Especies que crecen en un lugar naturalmente, sin la acción del hombre y también pueden apreciarse en otras regiones.</p>	

<p>Introducida:</p>	<p>Especies que son trasladadas de su lugar de origen a otro al que no pertenecen, estableciéndose dentro de un ecosistema donde pueden alterar sus funciones ecológicas naturales desplazando a las especies nativas, por otro lado, puede también ser beneficiosas por la actividad comercial y productiva para las que estas hayan sido destinadas</p>	
----------------------------	---	--

Fuente: Camacho, 2020, pp. 31-32

Realizado por: Moya David, 2023

2.2.2 Usos

Las plantas son importantes para el desarrollo de las diferentes culturas, además los seres humanos las utilizan con distintos fines como son alimenticio, medicinal, ornamental, construcción, incluso son utilizadas en ámbitos de ritos y creencias. Según la distribución geográfica de los usos el 12% proviene de la Región Costa e Isla Galápagos, el 47% de la Región Andina y el 42% de la Región Amazónica siendo la región Andina la que presenta mayor cantidad de usos de especies de flora (de la Torre et al., 2008; citado en Camacho, 2020, p.36).

Teniendo en cuenta dichos porcentajes es necesario ampliar los esfuerzos por prevenir y conservar los ecosistemas existentes, analizando cuales son las especies más representativas.

2.2.3 Beneficios

La flora es una de las fuentes primordiales de recursos útiles para el ser humano que son manejados de múltiples maneras como alimento, medicina natural, etc., asimismo sirve como hábitat para especies de aves, anfibios, mamíferos y reptiles, propiciando la diversificación de especies de flora y fauna dentro un ecosistema manteniendo el equilibrio ecológico, además la flora brinda una belleza paisajística magnífica que se la puede aprovechar para la recreación y turismo. (Camacho, 2020, p.34).

Entre estos beneficios el turismo influye directamente en la economía local, beneficiando a los habitantes de la zona al promover el comercio y la movilización de turistas.

2.2.4 Importancia de la flora

La presencia de vegetación dentro del planeta es esencial, debido a la capacidad que tienen las plantas de transformar el dióxido de carbono (CO₂) en oxígeno (O₂), al mismo tiempo que permite estabilizar y compactar los suelos evitando así la erosión y la escorrentía (Pallo, 2019, p.42; citado en Guallichico, 2022, p. 34).

Es por ello, que es de vital importancia conservar la flora ya que, al carecer de este recurso valioso, se verá afectado el ambiente e incluso amenaza a la economía de los países ocasionado malestar al ser humano. (Guallichico, 2022, p. 34).

Desde un punto de vista global resulta desastroso el desinterés y la despreocupación por la conservación ambiental puesto que algunos efectos perjudiciales de la contaminación causada por el ser humano son irreversibles, incrementando el deterioro del mundo.

2.2.5 Flora en Ecuador

El Ecuador posee una gran biodiversidad en forma total como por unidad de área, es uno de los 17 países calificados como “megadiversos”, es decir de los más prósperos en biodiversidad y endemismo del mundo. (Bustos, 2008; citado en Camacho, 2020, p.39).

Con tan solo el 0,17% de la superficie terrestre del planeta el Ecuador alberga alrededor de 19.362 especies de plantas vasculares, además del total de plantas y animales que existen en el planeta Ecuador cuenta con el 10% y está dentro de los denominados puntos calientes (hot spots) por el alto endemismo que presenta, la gran diversidad en el Ecuador es la derivación de ciertos componentes como la humedad y la temperatura que se determina por el nivel de altitud, la historia geológica, la cordillera de los Andes, las corrientes marinas del océano Pacífico (corriente fría de Humboldt y la corriente cálida del niño), hacen del Ecuador un paraje maravilloso y único para la diversidad y su conservación (Bustos, 2008; citado en Camacho, 2020, p.39).

Esta mega diversidad biológica que posee el Ecuador es demasiado amplia en comparación al tamaño reducido que posee de territorio, esto debido a las condiciones geográficas favorables para este desarrollo ecosistémico; no obstante, conforme avanza la contaminación estos territorios fértiles van desapareciendo.

2.2.6 Áreas protegidas

Las áreas protegidas son zonas de vida que tiene como principal propósito la conservación de flora y fauna que albergan, para mantener la variabilidad genética y la conectividad de ecosistemas manteniendo las funciones ecológicas naturales para así contrarrestar la deforestación y mitigar el cambio climático. (Ministerio del Ambiente, 2016; citado en Camacho, 2020, p.40).

En el Ecuador un total de 4.611.849,22 hectáreas correspondientes al 18,5% de la superficie del territorio nacional corresponde a áreas protegidas y el 79% de las formaciones vegetales del territorio ecuatoriano se encuentran en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas. (Ministerio del Ambiente, 2016; citado en Camacho, 2020, p.40).

2.2.7 Hábito de las plantas

Estos son los hábitos más comunes en el cantón Rumiñahui:

Tabla 2-2: Hábito de las plantas

Árbol:	planta de tronco leñoso, de al menos 5 metros de altura.
Arbusto:	planta de tallo leñoso, se ramifica desde la base, altura menos de 5 metros.
Hierba:	planta no <i>lignificada</i> (tomar consistencia de madera) (RAE,2023) de tamaño pequeño pueden ser anuales o perennes.
Vena:	plantas que nacen en el suelo y trepan, son de consistencia herbácea.
Epífita:	planta que vive sobre otra utilizándola como soporte.
Parásita:	planta que vive a expensas de otra.

Fuente: Camacho, 2020, pp. 128-129

Realizado por: Moya David, 2023

2.2.8 Familia Asteraceae

Plantas herbáceas anuales o perennes, más raramente arbustos o árboles. Se caracterizan por presentar las flores agrupadas en capítulos, inflorescencia que funcionalmente se comporta como una flor. Hojas sin estípulas, generalmente alternas, en ocasiones en roseta basal; pueden presentar espinas. (Tito, 2021).

La inflorescencia es un capítulo, que consiste en una estructura ensanchada (receptáculo) donde se sitúan desde una a cientos de flores, rodeada por las brácteas del involucre. El receptáculo puede ser plano, cóncavo o convexo y tener escamas o pelos entre las flores. (Tito, 2021).



Ilustración 8-2: Partes de la flor

Fuente: Ttito, 2021

2.2.8.1 *Origen*

Los estudios de (Panero y Funk, 2008; citados en Rivero, 2005) confirman el origen de la familia Asteraceae en América del Sur y que su dispersión ocurrió previo a la separación de este continente de América del Norte y de África; después tuvo lugar una radiación explosiva desde el continente africano al resto del mundo, lo que enfatiza su gran capacidad de dispersión a grandes distancias y su habilidad para establecerse y adaptarse con éxito a nuevos hábitats.

Su distribución es cosmopolita, excepto en la región Antártica; muestra un amplio espectro altitudinal, con un predominio en las regiones templadas, y en las regiones cálidas y semiáridas de los trópicos y subtropicales, su diversidad decrece en los bosques tropicales. (Funk et al., 2005; Aranguren et al., 2008; citados en Rivero, 2005, p.5).

2.2.9 Especies de Asteraceae

En el cantón Rumiñahui dentro del refugio ecológico Molinuco se registraron trece especies de flora nativa de Asteraceae. De estas especies se pretende seleccionar aquellas que posean tres rasgos (flor, hoja, tallo) necesarios para la creación de recursos.

Tabla 3-2: Especies de *Asteraceae*

Especies de <i>Asteraceae</i>:	
1.	<i>Baccharis latifolia</i>
2.	<i>Badilloa salicina</i>
3.	<i>Barnadesia arborea</i>
4.	<i>Bidens pilosa</i>
5.	<i>Erato polymnioides</i>
6.	<i>Gnaphalium elegans</i>
7.	<i>Gynoxys hallii</i>
8.	<i>Jungia coarctata</i>
9.	<i>Liabum igniarium</i>
10.	<i>Smallanthus fruticosus</i>
11.	<i>Taraxacum officinale</i>
12.	<i>Stevia andina</i>
13.	<i>Viguiera quitensis</i>

Fuente: Camacho, 2020, pp. 149-155

Realizado por: Moya David. 2023

2.3 Fundamentación de diseño

2.3.1 Composición

Componer es la distribución de las partes en un orden particular para lograr una unidad importante de manera estética, este elemento establece un orden formal adecuado a la imagen deseada. (Idrobo, 2012, p.23).

El propósito del diseño gráfico es transmitir ideas, mensajes y declaraciones visuales; la composición del diseño consiste en adaptar varios elementos gráficos en el espacio visual

previamente seleccionado, cada uno organizado para dar sentido al mensaje que será transmitido, y que los receptores logren captarlo. (Idrobo, 2012, p.23).

Mediante la composición es posible aplicar criterios lógicos al conocer sus leyes y principios. Aquellos conceptos básicos la orientación para diseñar de forma acorde al objetivo.

2.3.2 Fundamentos del diseño

El diseño no solo es la forma, sino el significado según la percepción e interpretación del lector y los rasgos culturales y experiencias. (León, 2016, p.12)

2.3.2.1 Leyes de la Gestalt

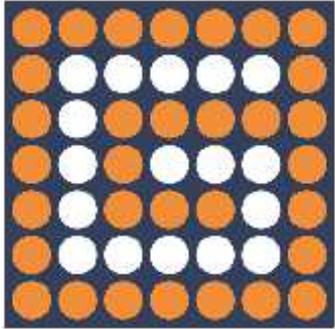
La Gestalt es una teoría en el ámbito de la Psicología, en la cual indagan porque unas figuras resultan más pregnantes que otras y cuál es el proceso cerebral en el campo perceptual. Mas adelante estas leyes son tomadas prestadas por Theodor adorno y George Lukács para construir la teoría de la sintaxis de la imagen en el campo de diseño. (Idrobo, Ximena, 2012, pp. 125-126)

Las leyes de la Gestalt en términos compositivos generan variedad y ocho son las que constituyen las leyes compositivas. (Idrobo, Ximena, 2012, pp. 125-126)

Tabla 3-2: Leyes o principios de la Gestalt

Ley	Característica	Representación gráfica
Ley de figura y fondo	Consiste en la diferenciación entre fondo y forma a través del contraste en el campo visual, esto se logra desde diferentes factores.	

<p>Ley de la adyacencia o ley de proximidad</p>	<p>Consiste en las distintas posibilidades de articulación entre los elementos compositivos: figuras que se tocan, figuras que se interconectan, figuras que se superponen, y sensación de profundidad.</p>	 <p>Vértice con vértice Lado con lado</p> <p>Vértice con lado</p>
<p>Ley de la semejanza</p>	<p>Es la tendencia a agrupar elementos similares dentro de una composición, ya sea por forma, color, textura o tamaño.</p>	
<p>Ley de buena forma, sentido común o ley de la simplicidad</p>	<p>Es la tendencia a percibir los elementos más importantes de forma simple y es de fácil lectura.</p>	
<p>Ley del cierre</p>	<p>Es la tendencia a completar las imágenes incompletas o discontinuas.</p>	

<p>Ley de continuidad</p>	<p>Es la percepción de continuidad o prolongación de una secuencia, los objetos tienen una dirección o un patrón que se repite, por lo cual tiende a agruparse.</p>	
<p>Ley de la buena curva</p>	<p>La curvatura tiene mayores niveles de pregnancia frente a la línea angular.</p>	
<p>Ley de la experiencia</p>	<p>Hace uso del conocimiento previo, para la decodificación de las imágenes: por asociación, representación y símbolos arquetípicos.</p>	

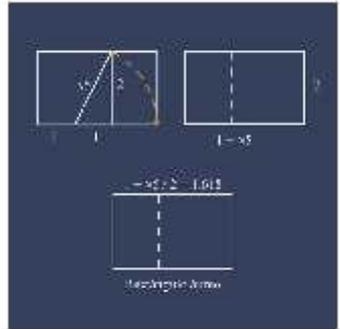
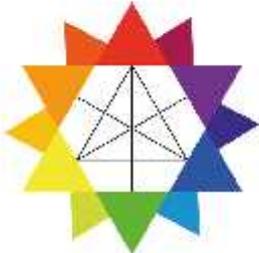
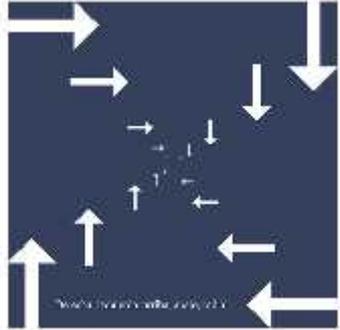
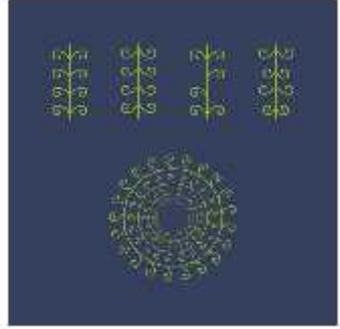
Fuente: Idrobo Ximena, 2022

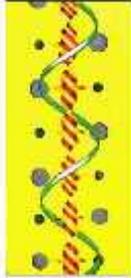
Realizado por: Moya David, 2023

2.3.2.2 Categorías compositivas

Permiten mantener un orden lógico, coherente y ordenado de los elementos, tienen la capacidad de organizar los elementos compositivos y generar unidad compositiva. Sobrepasan el acto puramente perceptual y las encontramos en la naturaleza. (Idrobo, 2012, p.149).

Tabla 4-2: Categorías compositivas de diseño

Categoría	Descripción	Gráficos
Proporción	Es la relación de las partes entre sí y de éstas con una unidad mayor. El resultado de la relación proporcional se denomina razón, que es un número irracional y es variable según el sistema proporcional que se trate. Hay muchos sistemas proporcionales como civilizaciones.	
Color	Son longitudes de onda que se reflejan sobre las superficies, tiene los atributos de matiz, saturación, valor.	
Dirección	Es el sentido que adquieren los elementos compositivos. Se conocen cuatro direcciones principales: arriba, abajo, izquierda y derecha. La más pregnante es el arriba y abajo.	
Ritmo	Es la repetición de una secuencia rítmica denominada módulo.	

Equilibrio	Es la compensación de los pesos y masas a un lado y otro del eje.	
Simetría	Duplicación de la imagen a un lado y otro de un eje de simetría, se distinguen equilibrio natural y especular.	
Textura	Es de percepción visual y es la percepción de la estructura superficial de un objeto.	
Movimiento	Es el desplazamiento real o aparente de un elemento, tiene elementos como: velocidad, dirección, cambio.	
Tamaño	Es una magnitud de la forma y se lo percibe desde un sistema referencial y por comparación.	
Escala	Es la representación de un objeto por su homónimo.	

Fuente: Idrobo Ximena, 2022

2.4 Retícula

Retícula básica: Compuesta por líneas horizontales y verticales, que frecuentemente son usadas en estructuras de repetición; este tipo de retícula proporciona a cada módulo una misma cantidad de espacio. (Wong, 2014, p.61).

Mediante el uso de retículas es posible agilizar el proceso para la creación de patrones puesto que las proporciones idénticas de los módulos permiten ubicarlos y escalarlos para que encajen perfectamente entre sí.

2.4.1 *Trazado proporcional armónico*

El proceso formativo de una figura que se encuentra inscrita en una de las siguientes figuras geométricas: rectángulo, círculo o cuadrado dará paso a la proporcionalidad del espacio dentro de la geometría armónica. La proporción determinará la lógica en la construcción de sistemas proporcionales en donde la estructura y el módulo están interrelacionados mediante una razón geométrica. Así los sistemas dan sustento a la composición. (Idrobo, 2012, p.114)

Con este trazado es posible generar macro-módulos con variedad y unidad a la vez puesto que los módulos encajados en las estructuras preestablecidas encajan perfectamente como puzles o legos y tienen la posibilidad de enlazarse todos entre sí, generando patrones con los cuáles se puede crear mosaicos o composiciones interesantes.

2.4.1.1 *Sistemas proporcionales armónicos estáticos*

Las proporciones pueden ser binarias y terciarias, las mismas que nacen a partir de una retícula o red de repetición esto se logra haciendo uso de la equiparación de un círculo, cuadrado o rectángulo. (Idrobo, 2012, p.114).

Mediante el encaje de una estructura con el módulo también es posible determinar su relación proporcional entre alto y ancho. Al localizarse en la región andina esta proporción suele ser 1.4142 debido a distintos aspectos como las condiciones geográficas y altitudinales es un poco más pequeña a diferencia de la proporción aurea cuya proporción es 1.618 y es más alargada.

Sistema proporcional armónico binario

Se obtiene un punto focal que es el punto céntrico del módulo, esto sucede cuando se divide un módulo circular, cuadrangular o rectangular, en cuatro partes iguales. (Idrobo, 2012, p.115). Al utilizar este trazado se puede establecer rasgos específicos como tamaño o escala y con ello se puede variar y obtener resultados diversos, pero a la vez son coherentes entre sí.

Sistema proporcional armónico terciario

Resulta del juego de las diagonales del cuadrado (si el módulo es un cuadrado) con las diagonales del rectángulo central, en cuya intersección se pueden encontrar los puntos de las correspondientes rectas verticales. (Idrobo, 2012, p.115).

Este tipo de trazado proviene del trazado armónico binario y la sucesiva colocación de diagonales en los puntos donde intersecan las verticales y horizontales.

2.4.1.2 Proporciones dinámicas

Las órbitas de los módulos son de diferentes tamaños, proporcionales entre sí, pero relacionadas con las mismas causas armónicas. (Idrobo, 2012, p.115).

El uso de la proporción contribuye para la creación del efecto de movimiento para lo cual se usa categorías como el ritmo, movimiento, escala, la intersección entre objetos y otro importante factor, la cromática también ayuda a reforzar estos efectos.

2.4.2 Variantes de la retícula básica

Por los planos que conforman: la red inicial se define por la circunscripción de planos cuadrangulares. Sin embargo, las líneas pueden determinar y concretar los límites de los planos rectangulares, triangulares, hexagonales, etc. (Idrobo, 2012, p.108)

Las variaciones permiten generar más resultados diferentes y esto se consigue simplemente con el hecho de modificar la estructura de las retículas para colocar los módulos de forma diferente y obtener otro tipo de mosaico o patrón.

Tabla 5-2: Variaciones de la retícula básica

Por el tipo de líneas a usarse:	Puede emplearse líneas distintas a las rectas, líneas angulares, curvas convexas o cóncavas, se pueden utilizar líneas curvas onduladas. (Idrobo, 2012, p.108)
Por la dirección:	Se puede cambiar la dirección de la línea en diferentes ángulos. (Idrobo, 2012, p.108)
Por la subdivisión:	Es la división espacial por modelo. (Idrobo, 2012, p.108)
Por el intervalo:	Es posible cambiar el espacio entre líneas y seguir el patrón repetitivo. (Idrobo, 2012, p.108)
Por anomalía:	Esto se hace cuando cierta zona de la retícula se ve alterada y es necesario cambiar la forma de un área o aumentar los planos, la dirección de las líneas o los espacios. (Idrobo, 2012, p.108)
Por gradación:	El espacio entre líneas se cambia de forma gradual y sistemática. (Idrobo, 2012, p.108).

Fuente: Idrobo Ximena, 2022

2.5 Interrelación de la forma

Las formas pueden encontrarse entre sí de diferentes maneras, principalmente debido a la superposición de estas que tienen como resultado formas complejas. En el distanciamiento ambas formas pueden aparecer equidistantes del ojo, o una más cercana y otra más lejana. (Wong, 2014, p.49).

La interrelación de las formas genera variedad, debido a sus características gráficas y según el orden en que se coloquen los módulos pueden generar nuevas formas utilizando principios como la ley de fondo y forma.

Se puede experimentar manualmente con los módulos creativos sin embargo la utilización del software gráfico permite agilizar procesos y realizar experimentaciones más rápidas utilizando estos tipos de interrelaciones entre las formas.

Tabla 6-2: Interrelación de la forma

Interrelación	Característica	Gráficos
Sustracción	Es el resultado del cruce de una forma invisible con otra visible. La porción de la forma visible que queda cubierta por la invisible se convierte asimismo en invisible, considerando a la sustracción como la superposición de una forma negativa sobre una positiva. (Wong, 2014, p.49).	
Intersección	Se da por la superposición parcial de ambas formas que se cruzan entre sí, dando origen a una nueva forma de menor tamaño; dificultando el reconocimiento de las formas originales de las cuales proviene.	
Penetración	Las formas aparecen transparentes cruzándose entre sí; la penetración no distingue fácilmente la relación obvia de arriba y debajo entre ellas, y los contornos de ambas formas siguen siendo totalmente visibles.	
Unión	Una forma se cruza con la otra, quedando ambas reunidas y se convierten en una nueva forma de mayor dimensión. Ambas pierden parte de su contorno cuando están unidas.	

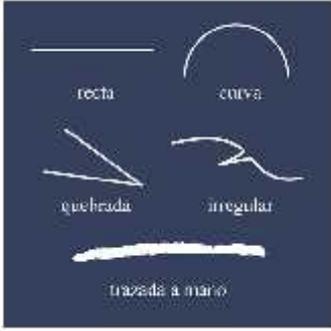
Fuente: Idrobo Ximena, 2022

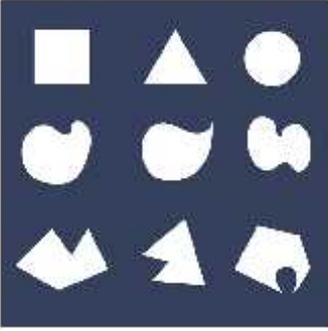
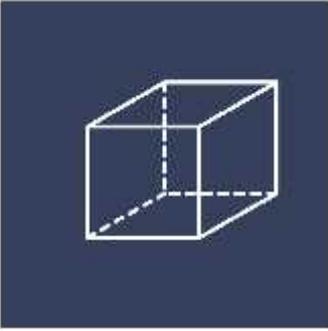
2.6 Elementos conceptuales de diseño

Dentro del área del diseño existe diversos elementos tales como: el punto, la línea, el plano y el volumen, que conforman los pilares de cualquier composición gráfica pero realmente no se encuentran presentes, tal como menciona W. Wong “Los elementos conceptuales no son visibles. No existen de hecho, sino que parecen estar presentes.” (Wong, 2014, p.45).

Estos elementos son la base para la creación de cualquier pieza gráfica, conocer las diferentes características y cualidades de estos es imperativo para el desarrollo de elementos comunicacionales con objetivos claros.

Tabla 7-2: Elementos conceptuales de diseño

Elementos	Característica	Gráficos
Punto	Es la unidad mínima de expresión, considerándose que la forma más común de un punto es la de un círculo compacto, simple, carente de ángulos y de dirección, con un tamaño comparativamente pequeño en relación con el espacio. Sin embargo, el punto puede variar sus representaciones, ya se la de un cuadrado, triángulo, óvalo o incluso ser completamente irregular. (Wong, 2014, p.45).	
Línea	Se le brinda el nombre de línea a la forma que por su ancho es extremadamente estrecho y su longitud es prominente. Una línea frecuentemente transmite la sensación de delgadez, que al igual que la pequeñez es relativa al soporte en la que se encuentra, teniendo en cuenta la relación longitud-ancho que concibe una línea que a su vez presenta características representativas como las terminaciones simples, un cuerpo liso y paralelo. Donde la línea percibida conceptualmente se refleja como una serie de puntos en una forma total descrita como recta, curva, trazo, entre otros. (Wong, 2014, p.45).	

<p>Plano</p>	<p>Es una forma lisa que se alberga en una superficie bidimensional limitada conceptualmente por líneas que componen los bordes de la forma, misma que posee una variedad de figuras, ya sean geométricas, orgánicas, rectilíneas, irregulares, manuscritas y accidentales (determinadas por el efecto de procesos o materiales especiales provocadas accidentalmente). (Wong, 2014, p.45).</p>	
<p>Volumen</p>	<p>Es el resultado del recorrido en un plano en movimiento manteniendo una dirección distinta a la suya intrínsecamente; tiene lugar en el espacio y está delimitado por planos; al igual de ser completamente ilusoria a una figura tridimensional. (Wong, 2014, p.42).</p>	

Realizado por: David Moya, 2023

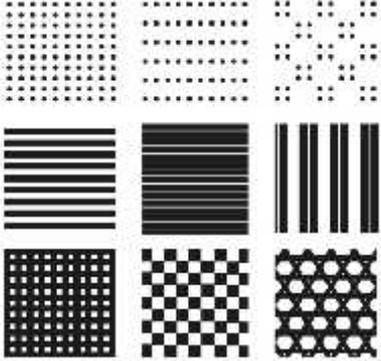
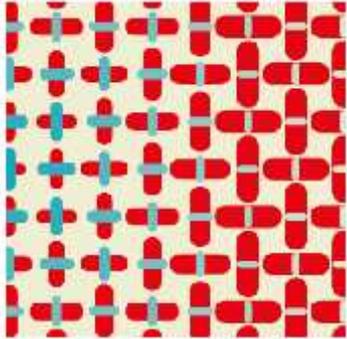
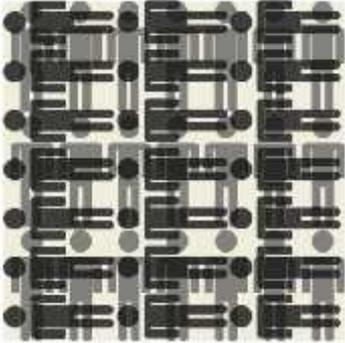
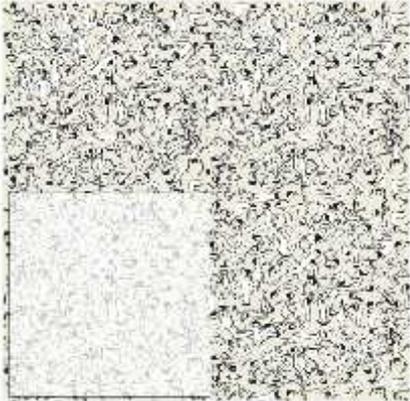
2.7 Patrones

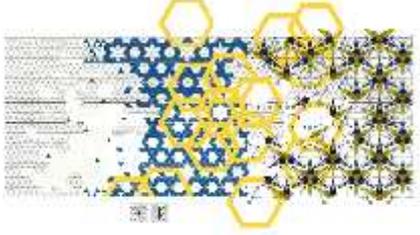
El patrón se encuentra presente en diversos campos como la matemática o la tecnología. En el diseño se conoce como patrón a la repetición de un objeto o de un símbolo dentro de un dibujo, que ayudan a crear uniformidad de manera ininterrumpida. (Minzoni, 2019).

Dentro de estos motivos pueden variar la dirección, el tamaño, la escala, el ritmo, etc. A continuación, se presentan los tipos de patrones según (Lupton y Phillips, 2016).

La aplicación de estos patrones se puede dar en distintos objetos, entre los más conocidos están los azulejos, textiles como camisetas, chaquetas, zapatos, también se pueden encontrar en los papeles para envolver regalos, sus aplicaciones son bastas.

Tabla 8-2: Clasificación de patrones

Tipo	Característica	Representación
Del punto a la línea y la cuadrícula	Al moverse juntos y en varias direcciones van desarrollando nuevas formas sin perder su característica. Se derivan de la figura y fondo.	
Un elemento, muchos patrones	Tiene forma de pastilla, se parte de la orientación, proximidad, escala y color. Se agrupan y forman una cuadrícula incipiente.	
Patrones regulares e irregulares:	El diseño de este tipo de patrón interesantes suelen ser el resultado de una mezcla de fuerzas regulares e irregulares, así como de iconografía tanto abstracta como reconocible. (Ellen Lupton, 2016 pág. 208)	
Patrones de repetición aleatoria:	Los patrones parecen altamente irregulares, se componen de elementos repetidos, teniendo en cuenta que los bordes (izquierdo y derecho y superior e inferior) de mosaico coincidan con los de otra pieza idéntica (Ellen Lupton, 2016 pág. 209).	

<p>Patrones de retícula como matriz:</p>	<p>Con la retícula común se pueden realizar un sinnúmero de patrones intercambiando colores, tamaños, inclinaciones, etc.</p>	
---	---	--

Fuente: Lupton y Phillips, 2016.

2.7.1 Módulo

Es un elemento compacto integrado dentro de un sistema o de una estructura grande; constituyen un tipo especial de limitación; los módulos pueden ser formas con características similares o iguales. Este recurso será el principal actor en los procesos creativos para la creación de los patrones.

2.8 Identidad e imagen

En primer lugar, debe existir una identidad corporativa (I.C.) antes que una imagen corporativa, el paso de la una a la otra es un proceso. La I.C. se define por medio de cuatro parámetros: ¿quién es? (o qué es la empresa), ¿qué hace? (o para qué sirve lo que hace), ¿cómo lo hace? (estilo o conducta), y ¿cómo lo comunica? (relaciones, información). Todo esto que la empresa es o decide ser, se debe comunicar a través de hechos y mensajes, los que estarán presentes en seis áreas que son: Ambiental, Comunicacional, Objetual, Verbal, Cultural y Visual. Es decir, una vez que la empresa tenga claro ¿Quién es?, entonces debe darlo a conocer en las áreas mencionadas. (Sandoval, 2020).

Todas las comunicaciones de la empresa deben ir alineadas en un mismo estilo gráfico y para ello es importante establecer formas de comunicación tanto interna como externamente en la empresa. De este modo es posible fijar una imagen estable en la mente del consumidor.

Identidad visual:

Es todo lo visual que tiene la empresa y mediante ello, el público es capaz de reconocerla. Para que exista la identidad visual, en primer lugar, debe existir la marca, luego la marca se aplica en diferentes soportes gráficos sean estos físicos (letreros, trípticos, afiches, sobres, fundas, etc.) o digitales (página web, redes sociales, etc.). Entonces en resumen la identidad visual es la marca y sus aplicaciones. (Sandoval, 2020).

Esta construcción de identidad abarca todo lo que hace la empresa, desde los productos que ofrece hasta el trato y comunicación entre sus trabajadores y el de la misma empresa con los clientes. Todo ello debe ser reflejado en sus comunicaciones.

Imagen corporativa:

Es una manera más formal de comunicación utilizando los elementos trascendentales de la empresa, teniendo en cuenta la perspectiva cambiante del sujeto. Todo tipo de información dirigida al público forma parte de lo que es la imagen corporativa. Y mediante una buena comunicación se logra la imagen, la identidad y la comunicación corporativa. (Tamayo, 2013, pp. 25 – 26)

La imagen es el efecto de una cadena de causas en el imaginario social. Estas causas son los hechos, los mensajes que la empresa emite a través de distintos canales, y también lo es su conducta en el tiempo, para tener una buena imagen corporativa, la empresa debería ser coherente entre lo que dice (mensajes) y lo que hace (conducta). (Sandoval, 2020).

2.8.1 Conceptualización de marca

Una marca es un signo gráfico que hace referencia a quien emite el mensaje. Su función es la de identificar al emisor, (ejemplo: una empresa, una asociación) la marca es el principio mismo de la identidad visual, la forma primaria de expresión de la identidad. (Sandoval, 2020).

La marca es parte integral de la estrategia de comunicación de la compañía. Ésta misma, y más específicamente el logotipo, es esencialmente un elemento visual, sea pictórico o textual. En general son signos, elementos cuya interpretación es distinta de la suya intrínseca, que representan a otra cosa que a sí mismos, y transmiten, pese a su sencillez, un complejo entramado de significados respecto de aquello a lo que representan. (Sandoval, 2020).

Este símbolo está asociado con connotaciones tangibles como la calidad de un producto o intangibles como el estatus al que está condicionado un consumidor por la posesión de un objeto, de manera consciente e inconsciente es posible dirigirnos a un público específico y que el mismo adquiera la marca.

2.8.2 *Códigos gráficos de la marca*

Los códigos gráficos que pueden utilizar las marcas son:

2.8.2.1 *Código lingüístico*

Dentro del área del diseño gráfico, este código lingüístico se presenta de dos maneras: como un *fonotipo* que es la denominación verbal, la palabra utilizada para representar algo, el nombre otorgado a la empresa/servicio/producto; la segunda es el *logotipo* que se refiere a la expresión visual de ese nombre, es decir el tipo de letra, estilo, forma de escritura de ese nombre. (Sandoval, 2020).

Tanto fonotipo como logotipo deben tener un alto nivel de significación, es decir el nombre significa algo y también la manera en la que se escribe ese nombre debe significar algo. (Sandoval, 2020).

Este código comprende tanto la parte gráfica como la auditiva para una creación efectiva, este nombre debe ser relacionado con significados potentes de la marca, así como el valor añadido o diferenciador de la empresa.

2.8.2.2 *Código icónico*

Es posible definirlo como una representación visual y discursiva que busca transmitir algún mensaje a través de la imagen. El referente depende del conocimiento y la cultura de la persona. Debido a ello, es fundamental que exista una vinculación entre el emisor, código y receptor. El código icónico de una marca es un importante representante de la empresa/producto/servicio ya que sin palabras debe sintetizar la identidad corporativa. (Sandoval, 2020).

Este elemento identitario puede llegar a ser muy significativo, pero debe estar muy bien posicionado en la mente del consumidor y el consciente colectivo para ser reconocida solamente por el icono y con ello ya saber desde su nombre hasta lo que ofrece y su calidad.

2.8.2.3 *Código cromático*

Es la combinación de colores que se acuerda para representar un contexto. tiene como objeto, provocar impacto visual mediante la manipulación del color, este acto debe ser consiente en cuanto a sus efectos. (Sandoval, 2020).

Cuando nos referimos al código cromático es importante hacer referencia a las teorías del color, las cuales de alguna manera justifican el uso o razón de colocar este o aquel pigmento o color a un objeto en particular, es decir no olvidemos las combinaciones de color lógicas que se sustentan en la teoría del color. (Sandoval, 2020).

Este código juega un papel fundamental en todas las comunicaciones de la empresa, puesto que es uno de los elementos que psicológicamente transmite y evoca distintas sensación o emociones dependiendo del matiz, la saturación y la luminosidad.

2.8.3 *Tipos de marcas*

Se plantea cuatro tipos de clasificaciones para las marcas:

2.8.3.1 *De acuerdo con el código gráfico*

Logotipo: Se refiere a las marcas que están constituidas por tipografía únicamente, y color por supuesto, pero carecen de ícono, aunque en ocasiones se tenga la presencia de formas o figuras. Es imperativo tener en cuenta la técnica a utilizar para crear logotipos usando solo tipografía como las existentes, mixtas y creadas específicamente. (Sandoval, 2020).



Ilustración 9-2: Logotipo Nokia

Fuente: 1000marcas

Isologo: Llamada también marca Mixta y en determinada bibliografía ISOLOGOTIPO, se refiere a las marcas que están constituidas por tipografía, ícono y color. (Sandoval, 2020).

Dentro de este apartado es necesario considerar las necesidades comunicacionales de la empresa puesto que no todas necesitan de un ícono, y en algunos casos puede estorbar.



Ilustración 10-2: Isologo Pepsi

Fuente: 1000marcas

Isotipo: Llamada también marcas gráficas, es aquella marca que está compuesta por: ícono y color, no posee tipografía, es importante entender, que, al momento de diseñar una marca nueva, para una empresa o producto que inicia su vida, no se puede diseñar un isotipo, ya que al no existir un nombre verbal que la identifique, no podría posicionarse en el mercado y por lo tanto no se la identificaría con nadie. (Sandoval, 2020).

Primero debe posicionarse y según su gestión de marca a posteriori podrá desprenderse de la tipografía, la expresión mínima de la marca es tan poderosa que te posiciona a ti usando su marca en cualquiera de los ámbitos que se mueva como por ejemplo los deportes.



Ilustración 11-2: Isotipo Nike

Fuente: 1000marcas

2.8.3.2 De acuerdo con la combinación de códigos

Mediante la combinación de los términos fono, picto, ideó y gramática se puede clasificar en:

Tabla 9-2: Clasificación según la combinación de códigos.

Combinaciones de códigos:	Descripción:
Fono-gramática:	Es un logotipo, es decir una marca que tiene texto no imagen.
Picto-gramática:	Es una marca isotipo, representa algo real, tangible, visible.
Ideo-gramática:	Es una marca isotipo, gráfico que representa algo no real, intangible, no visible, representa una idea, aunque para ello en ocasiones utilice objetos de la realidad
Picto-ideo-gramática:	Es una marca isotipo, con la peculiaridad que este ícono es la unión de un pictograma y un ideograma.
Picto-fono-gramática:	Es una marca isologo, es decir está constituida por ícono y texto, y el ícono es un pictograma.
Ideo-fono-gramática:	Es una marca isologo, es decir está constituida por ícono y texto, y el ícono es un ideograma.
Picto-ideo-fono gramática:	Es una marca isologo, es decir está constituida por ícono y texto, y en este caso el ícono es una mezcla de pictograma e ideograma.

Fuente: Sandoval, 2020

Realizado por: Moya, David, 2023

A través de esta clasificación es posible establecer cuáles fueron los símbolos escogidos y cuál es el significado que evoca sea real, mitológico o imaginario.

2.8.3.3 *De acuerdo con el producto o servicio que representa*

Marca sombrilla o paraguas: Es una marca que cobija o contiene a varias marcas, es aquella que crea productos o servicios a los cuales ampara. (Sandoval, 2020).

Marca producto: Es aquella marca que representa a un producto o servicio específico. (Sandoval, 2020).

Marca identificadora de producto: Es aquella marca que especifica determinadas clasificaciones o características de la marca producto, estas pueden ser: sabores, colores, tamaños, presentaciones, etc. en algunos casos son simples tipografías que indican la característica, pero en otros, actúan visualmente de tal manera que cumplen con todas las características de las marcas, es por ello por lo que se las puede considerar como tal. (Sandoval, 2020).

Este tipo de clasificación ayuda a gestionar las marcas mejor al establecer un lenguaje visual adecuado y mantener una organización comunicacional dentro del paquete de productos y servicios de las compañías o empresas especialmente las más grandes ofrecen.

2.8.3.4 De acuerdo con los códigos gráficos que conforman la marca

Redundancia: Cuando todos los elementos de la marca representan el mismo concepto o idea, esto se puede dar tanto en las marcas logotipos como en los isologos. (Sandoval, 2020).

Diversidad: Cuando cada uno de los códigos de la marca representan conceptos diferentes, pero eso no significa que no estén relacionados con el referente al contrario cada uno de los conceptos deben tener un significado con este. (Sandoval, 2020).

Este tipo de clasificación puede ayudar en el proceso de diferenciación o semejanza en la creación de marca al poder establecer códigos gráficos según los objetivos de la marca.

2.8.4 Características de la marca

Para conseguir una construcción de marca efectiva es necesario tener en cuenta ciertos aspectos, entre cualidades denotativas y connotativas; que deben ser consideradas para cumplir con el objetivo identificatorio de la marca. A continuación, se presentan diez características:

Síntesis: Mediante sus códigos gráficos: ícono, color y/o texto, la marca debe resumir todo lo que el referente es o quiere comunicar, por lo tanto, es necesario establecer un discurso de la empresa o producto, para posteriormente establecer la manera en cómo la marca lo va a resumir. (Sandoval, 2020).

Legible: La marca debe leerse con facilidad, por lo que el nombre debe ser corto, claro, evitando utilizar idiomas que compliquen la lectura. El factor de legibilidad también se lo atribuye al ícono, ya que un ícono que no pueda ser identificado visualmente, no es legible. (Sandoval, 2020).

Lenguaje universal: Una marca que desee posicionarse en el mercado, debe manejar un sistema de códigos gráficos que se puedan entender o aceptar en cualquier parte del mundo sin distinguir idiomas, culturas, creencias, etc. (Sandoval, 2020).

Inteligibles: El mensaje de la marca no debe ser confuso, ya sea que el logo represente de manera directa al producto (un zapato para una zapatería), o de manera indirecta, pero con alto valor significativo (una mujer hermosa para una zapatería), debe entenderse, ser lo más claro posible, evitar ambigüedades, interpretaciones equivocadas, ya que de ser así la marca sería un fracaso. (Sandoval, 2020).

De fácil lectura y pronunciación: En España, tuvieron muchas dificultades para ser pronunciadas marcas como Alka Seltzer o Schweppes, teniendo esta última que reforzarse con campañas publicitarias que incidían en su pronunciación. En algunas zonas, presentan dificultades también algunas denominaciones inglesas: White Horse, White Label, Beefeater, etc. (Sandoval, 2020).

Económica: Tener el mínimo número de elementos gráficos posibles, debe decir lo más que pueda, pero con lo menos posible. Menos trazos, menos formas, menos letras, menos colores, etc. (Sandoval, 2020).

Adaptable: Se tiene que poder adaptar a los distintos soportes en que será utilizada, (packaging, web, impresos, etc.). Debe ser flexible y atemporal, para perdure a través del tiempo. (Sandoval, 2020).

Eufónica: Que sea agradable al oído y que no resulte ridícula. Imaginemos una marca de brandy que se llamara 'Pepito', difícilmente tendría éxito en el mercado. (Sandoval, 2020).

Personalidad: Es preciso humanizar las marcas, dotarlas de personalidad si queremos que el producto o servicio tenga continuidad en el tiempo. Un buen diseño, un logotipo atractivo es solo un primer paso importante pero no suficiente. La estética es una carta de recomendación a corto término. Si queremos que la marca tenga una relación que no sea esporádica con el cliente, es preciso dotarla de sentimientos y valores. (Sandoval, 2020).

Plus: Aporta un valor agregado al referente, en muchas ocasiones potencian o exageran sus beneficios. Hacer grande a una empresa, un logo bien diseñado puede posicionarla en un alto estándar, ya que es una poderosa herramienta que puede persuadir al consumidor. Pero este posicionamiento en cuanto a su mensaje, ya que dicha a través de su trabajo, ética, buena producción, etc., mantendrá su posición o la perderá. (Sandoval, 2020).

2.9 Briefing

Se puede traducir briefing por aleccionamiento, *informe* o instructivo que se realiza antes del comienzo de una misión militar o de realizar una inmersión de buceo. En el mundo de la publicidad, un briefing es un informe preliminar (o la sesión que da lugar a ese informe) en el que se encuentra la información necesaria sobre la empresa, producto o servicio, así como los objetivos que se quieren alcanzar con la publicidad. (Sandoval, 2020).

En el caso del diseño de la identidad visual corporativa de una empresa, el briefing o informe inicial es un elemento muy importante, que puede marcar el éxito o el fracaso de un proyecto de diseño. Este documento sirve como punto de referencia. En primer lugar, para el propio cliente, ya que obliga a reflexionar y a plasmar por escrito una serie de ideas y elementos intangibles acerca de su empresa, sobre el sector en el que se desenvuelve o qué busca con este proyecto de identidad visual.

2.10 Programa de identidad visual

Crear una Identidad visual corporativa es un proceso para lograr que todas las manifestaciones visuales con las que una empresa/servicio/producto se presenta al mercado y a la sociedad. Entre sus principales objetivos están posicionar la empresa, servicio, producto o persona en el mercado, como un referente visual que logre un imaginario efectivo. Además de lograr un conjunto de diseños relacionados visualmente entre sí, que sean una verdadera familia tipológica con alto significado. (Sandoval, 2020).

2.10.1 ¿Qué tiene un programa de identidad visual?

La palabra “programa” a la identidad visual, le atribuye características de estratégica, resultado de la planificación, producto de un paso a paso. En este paso a paso se realiza de manera ordenada, coherente, sincronizada los siguientes cuatro puntos. Cada elemento deberá estar semióticamente enlazado con los aspectos que quiere comunicar a su público objetivo. (Sandoval, 2020).

- 1) Conceptualización de la identidad**

- 2) Códigos simbólicos que se utilizaran en los diseños**

- 3) Marca que es el primer y más importante representante gráfico de la identidad

- 4) Aplicaciones de la marca que serán diversos, dependiendo de lo que haga o necesite la empresa.

2.10.2 Principios del programa de identidad visual

Bajo el pensamiento de Sandoval, (2020) para que la identidad corporativa visual pueda cumplir con sus funciones, es necesario que tenga parámetros al momento de su diseño y materialización, estos principios son:

2.10.2.1 Principio simbólico

Este principio se basa en la premisa de que todos y cada uno de los elementos que componen la Identidad Corporativa deben tener un significado, ya sea con el referente (este término se refiere a la empresa, servicio, producto y/o persona a la cual se le está diseñando el programa de identidad visual) o con el consumidor, de una naturaleza connotativa o denotativa. (Sandoval, 2020).

Se establece los canales y recursos gráficos necesarios para transmitir el ideal de la marca con el que desea ser identificado y en base a estos conceptos subjetivos se toman decisiones de estilo para la marca.

2.10.2.2 Principio sinérgico

Según (Sandoval, 2020) a sinergia es un concepto de actividad, que se opone al de inercia que implica cero movi­lidades, si traducimos este concepto de física al diseño, podríamos interpretarlo de dos maneras:

Sinergia de aplicaciones:

Se refiere al movimiento de la identidad, esta no debe estar en un solo objeto gráfico, sino en varios soportes. Mientras más aplicaciones tenga más mercado podrá abarcar y con ello lograr un posicionamiento exitoso. (Sandoval, 2020).

Saber determinar que objetos necesitan los usuarios de la nueva marca es importante para establecer canales de comunicación directos con los consumidores.

Sinergia de funciones:

Se refiere al movimiento interno de cada uno de los soportes gráficos, es decir que cada uno de los diseños de la identidad corporativa debe cumplir con muchas funciones, que deben ser parámetros al momento de crearlos. (Sandoval, 2020).

Esto se refiere a la calidad en cuanto a la aplicación de la marca entre las comunicaciones de la empresa y realizar un proceso de inducción sobre marca con los colaboradores de la empresa antes de empezar a trabajar con la misma.

2.10.2.3 Principio estructural

Cada uno de los elementos que forman la identidad visual y el conjunto, deberán funcionar como un “todo” organizado. Se lo denomina también principio gestáltico, sustenta la idea de estructura. (Sandoval, 2020).

En este principio se ve reflejado la constancia de los recursos establecidos como códigos para la marca, de modo que genere unidad y a la vez variedad entre sus aplicaciones.

2.10.2.4 Principio universal

Según (Sandoval, 2020) hay que diseñar la identidad bajo una concepción universalista, que implique abarcar un todo. Este principio presenta tres vertientes:

Universalidad temporal: Un programa de identidad corporativa está hecho para durar en el tiempo, no debe depender de la moda del momento, ya que esta pasará y el programa en poco tiempo será obsoleto. (Sandoval, 2020).

Universalidad espacial: Está hecho para expandirse en el espacio, estando presente muchos soportes al mismo tiempo. Se considera como expansión en el espacio a un programa cuyos elementos tengan la capacidad de estar en soportes que estén presentes en otras ciudades, o países. (Sandoval, 2020).

Universalidad psicológica: Está hecho para ser asimilado por un número indefinido, pero siempre importante de individuos, a veces correspondientes a diferentes países y culturas. (Sandoval, 2020).

El objetivo de estas tres vertientes es generar un producto gráfico que sea posible usarlo y entenderlo como marca gráfica, en esta región e en el resto del mundo.

2.11 Manual de identidad corporativa

Los contenidos de los manuales de normas varían según la problemática, características y objetivos de cada empresa. En el manual se hallarán perfectamente explicadas todas las soluciones fundamentales a las cuestiones de la personalidad gráfica de la empresa, de sus comunicaciones visuales y audiovisuales. De este modo, cualquier duda está resuelta de antemano. El manual será a su vez, estricto y flexible, de tal modo que nunca la falta de rigor pueda debilitar la pregnancia de la identidad, pero tampoco el exceso de rigidez pueda asfixiar la creatividad. (Sandoval, 2020).

La importancia de este manual radica en la generación de unidad para las diversas comunicaciones que tiene la empresa, manteniendo una misma línea gráfica tanto en comunicaciones internas como externas.

Este manual tendrá efectos orientativos solamente. Por supuesto que este modelo puede desarrollarse dando lugar a una ampliación del número de capítulos según determinen las necesidades de comunicación en cada caso concreto. Conforme a estas exigencias, el diseñador deberá establecer el guion específico de contenido. (Sandoval, 2020).

2.11.1 Modelo para un manual de identidad

Presentación: Se refiere a la explicación de lo que significa el manual de identidad corporativa para la empresa, así como los créditos de su diseño. (Sandoval, 2020).

Introducción: se debe presentar una información breve sobre la empresa, pueden ser datos de: historia, visión, producción, etc. (Sandoval, 2020).

Objetivos del programa: se debe anotar también cuales son los propósitos de ejecución del programa, los que no se deben confundir con los propósitos del manual, en este caso se debe

acudir a los principios del programa de identidad corporativa, que son los que lo rigen. (Sandoval, 2020).

Los signos de identidad: según (Sandoval, 2020) debe explicarse el significado del identificador visual, es decir, explicar las asociaciones existentes entre los diferentes códigos gráficos utilizados y la empresa o producto. Este ítem se lo debe desarrollar de la siguiente manera:

) **Código lingüístico**

Fonotipo: debe explicarse el significado del nombre y su clasificación.

Logotipo: debe explicarse por qué se utilizó esa tipografía.

) **Código icónico:** debe explicarse el significado del isotipo y su clasificación.

) **Código cromático:** debe explicarse el significado de los colores utilizados

Logotipo: para (Sandoval, 2020) es imperativo determinar el nombre de la o las familias tipográficas utilizadas en el identificador, sea como tipografía principal o secundaria, con el siguiente esquema:

Isotipo: explicar el proceso de graficación. (Sandoval, 2020).

Isologo: en este punto se debe imprimir a full color el logo, para que sea apreciado en su totalidad. (Sandoval, 2020).

Gama cromática: este paso constituye más que todo una explicación técnica, ya que se debe establecer los componentes cromáticos del logo, tanto en el modo CMYK, en el modo RGB y en los códigos Pantone, Así como el código hexadecimal de cada uno de los tonos que forman el identificador, tanto de la tipografía como del ícono. (Sandoval, 2020).

Uso de colores: según (Sandoval, 2020).se debe explicar cromáticamente cuales van a ser las normas de uso del logo, así:

A) impresión en blanco y negro del identificador

B) impresión en escala de grises

C) fondos que se deben usar para el logo

D) fondos que no se deben usar

E) colores con los que se podría combinar el logo, por ejemplo, en el caso de que se requiera definir una cromática para el diseño interior del mobiliario de la empresa

Tipografía corporativa: no solo debe establecerse el nombre de la familia tipográfica que tiene el logo, sino proponer familias que sean afines o permitan propender a la expansión de la identidad visual y que se las deba utilizar en aplicaciones posteriores, por ejemplo, un anuncio del periódico, un tríptico, etc. Es indispensable dejar esta norma, ya que así se garantizará la aplicación correcta de la imagen, considerando para ello grupos de texto que se utilizarán. (Sandoval, 2020).

Aplicaciones: constará del resultado de diseño en la papelería básica. Que en el caso de esta asignatura será el punto final de práctica de diseño, ya que los demás que a continuación se describen se los realizará a lo largo de la carrera. (Sandoval, 2020).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Métodos de investigación

Establecen la base de la investigación, e implantan los puntos centrales en los que se va a enfocar la misma; considerando a la familia de especies de flora Asteráceas como el objeto de estudio y los resultados a obtener identidad visual y manual de identidad se implementan dos métodos de investigación que permiten la observación y experimentación de las formas desde las muestras recabadas.

3.1.1 Investigación cualitativa

La investigación cualitativa está basada en la observación que se utiliza para comprender en profundidad un fenómeno sin utilizar datos numéricos. Al ser cualitativa, trata de un problema a nivel cultural, social y específicamente a la manera en que incide la difusión de ciertas especies para aumentar su conocimiento poblacional.

Se puede aplicar la observación al realizar un recorrido en los senderos del refugio ecológico Molinuco y tras realizar un registro fotográfico allí mismo de las plantas, es posible analizarlas para posteriormente establecer características cromáticas y formales de las especies seleccionadas para el estudio.

3.1.2 Método Analítico

Se enfoca en descomponer en diversas partes el objeto en particular, el cual puede estar sujeto a la experimentación para encontrar diferentes resultados. El empleo del método analítico resulta imprescindible para poder descubrir las principales relaciones de casualidad que existen entre los sucesos o variables de la realidad investigada. (Cervera, 2014)

Este método sirve para analizar cada parte de las especies, así es posible conocer cómo se comportan estas partes en conjunto y también es posible obtener los recursos necesarios para la crear las propuestas gráficas para patrones y para la marca, mediante la experimentación con las

formas y cromática. Al aplicar este método se puede entender de manera estructural cómo están compuestas las especies por sus distintas partes cada una por separado y conocer sus proporciones

3.2 Técnicas de investigación

Conforman el conjunto de estrategias para la extracción de información de los datos obtenidos, así como el análisis del comportamiento, para obtener conclusiones y diversos resultados. Estas establecen los elementos con los que trabajar.

3.2.1 Técnica de Observación

Consiste en seleccionar al objeto que se pretende seleccionar y a partir de ello recolectar información para su posterior registro; en este caso permite destacar el comportamiento a nivel visual de las especies de Asteraceae, sirviendo de apoyo para la etapa de diseño de los patrones.

A partir de la observación se realiza una selección sistemática a priori de la especie respetando las necesidades de variaciones reticulares; teniendo en cuenta que se provee de datos previos al momento de observar el organismo.

3.2.2 Técnica de Experimentación

Presenta como base, la manipulación del objeto de estudio para obtener nuevos resultados; los cuales pueden variar dependiendo de diversos factores tales como el tamaño, grosor, forma e inclusive el color. La técnica de experimentación es un punto fundamental dentro de la etapa de diseño puesto a que permite descubrir nuevas formas y agrupaciones diversas de las mismas.

Es posible experimentar con los módulos, al combinar los recursos gráficos obtenidos del análisis morfológico de la flora se puede producir varias piezas gráficas, entre ellas diferentes variantes de patrones gráficos, propuestas para la marca, composiciones graficas como posters.

3.3 Instrumentos de investigación

Los recursos para la recolección de información son la evidencia en la que se fundamenta la investigación, y que proporcionan datos relevantes para desarrollar la misma.

3.3.1 Fichas de observación

Permite realizar anotaciones relevantes sobre un objeto o temática en específico; frecuentemente se obtienen por medio de la observación, pero también tienen un carácter documental investigativo. Las fichas de observación tienen como resultado la recolección de datos relevantes sobre las especies estudiadas; donde se registra varios componentes, tales como:

- **Código:** Denominación numérica de la ficha.
- **Fotografía:** Imagen de la especie considerada para el estudio.
- **Datos generales:** El nombre científico y común de la especie.
- **Descripción:** Se describe las características principales de la planta, así como los rasgos diferenciadores de otras especies.

Ficha de observación: N° 1

Datos generales:
Nombre científico:
Nombre común:

Descripción:
Tamaño:
Tallo:
Hojas:
Cabezuela:

El diagrama muestra un recuadro rectangular con un borde verde. En la parte superior izquierda, se encuentra el título 'Ficha de observación: N° 1'. A la izquierda del recuadro, hay un espacio cuadrado delimitado por un borde verde, con una gran 'X' verde que indica un lugar para una fotografía. A la derecha de este espacio, hay un formulario con el título 'Datos generales:' y los campos 'Nombre científico:' y 'Nombre común:'. Debajo de esto, se encuentra el título 'Descripción:' con los campos 'Tamaño:', 'Tallo:', 'Hojas:' y 'Cabezuela:'.

Ilustración 1-3: Ficha de observación

Realizado por: Moya David, 2023

3.3.2 Registro fotográfico

Identifica visualmente los rasgos característicos de cada una de las especies de Asteraceae consideradas en la investigación; ofreciendo datos inmediatos de las plantas en su hábitat natural.

Al capturar la fotografía se considera elementos o técnicas que aseguran el correcto registro de la planta como, por ejemplo:

- **Plano:** Se utiliza principalmente el primer plano y el plano detalle; para obtener una vista general y recalcar las partes más relevantes de la especie.
- **Ángulo:** La posición de la fotografía, en su mayoría es normal; pero dependiendo de la forma y dimensión de la planta; se implementa el picado, contrapicado y cenital.
- **Iluminación:** Al encontrarse la especie en su hábitat, la fuente de luz es natural, teniendo en cuenta el ambiente y la posición del sol.

La muestra inicial de estudio comprende doce especies nativas de la familia Asteraceae encontradas en el refugio ecológico Molinuco, a posteriori se plantea la selección de tres especies representativas cuyas características estéticas favorezcan la producción de patrones gráficos teniendo en cuenta los tres elementos de análisis: flor, hoja, planta.

3.4 Metodología de diseño

El método sistemático para diseñadores, plantado por Bruce Archer publicado entre los años de 1963 y 1964, está conformada por tres etapas esenciales para el desarrollo de un diseño, la etapa analítica, la etapa creativa y la etapa de ejecución.

Esta metodología nos ayuda a seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles. (Rodríguez, 2004, p. 28)

3.4.1 Fase analítica

Definición del problema y preparación del programa detallado. (Rodríguez, 2004, p. 28). Se plantea la problemática, además cuáles son sus causas sobre las cuales se trabajó para desarrollar este proyecto.

Obtener datos relevantes, preparar especificaciones y con base en éstas retroalimentar la fase 1. (Rodríguez, 2004, p. 28). Se investiga al sujeto de estudio, en este caso la Familia Asteraceae, mediante una investigación de campo y a través de una búsqueda documental.

En esta etapa se aplica los instrumentos de investigación para la recolección de información mediante fichas de observación y el registro fotográfico. Cabe mencionar que al momento de aplicar este instrumento ya se cuenta con información previa registrada, y al movilizarse hasta el refugio ecológico Molinuco ya se posee conocimiento de cuáles son las especies que se busca y que características hay que registrar de estas.

Tras una selección de especies con las cuales se pretende trabajar, se realiza un análisis de forma y color, y al utilizar recursos como un software gráfico es posible vectorizar los recursos y obtener elementos con los que trabajar, esto agiliza procesos de pruebas y experimentación tanto con los módulos formales como con la cromática.

3.4.2 Fase creativa

Análisis y síntesis de los datos para preparar propuestas de diseño. (Rodríguez, 2004, p. 28). Se plantea el desarrollo de fichas de observación como una de las técnicas de investigación para analizar detalladamente cada especie de Asteraceae previamente seleccionada.

Desarrollo de prototipos. (Rodríguez, 2004, p. 28). En base a los resultados obtenidos en las fichas de observación se procede a realizar estructuras de repetición, para posteriormente ser aplicadas sobre los soportes gráficos establecidos para el público objetivo.

En esta etapa se reúnen todos los elementos gráficos

En esta etapa se reúnen todos los elementos gráficos obtenidos como resultado del análisis de las tres especies seleccionadas, tanto formas como colores de las flores, hojas y tallos de estas. Generando nueve tipos de rasgos diferentes rasgos con los cuales poder trabajar y crear módulos que servirán para crear los patrones.

Por otra parte, la gama cromática obtenida por cada elemento consta de cinco tonos, generando una gama de quince tonos por planta y aunque en su mayoría no todos se utilicen, estos matices armonizan entre sí por cada planta, con la posibilidad de poder tomar un tono por cada elemento para formar armonías con combinaciones complementarias, analogías, triadas cromáticas, etc.

Estos nueve rasgos seleccionados pueden trabajar solos perfectamente y generar varios resultados interesantes al aplicar los fundamentos del diseño como las categorías del diseño y las leyes o principios de la Gestalt.

Para la generación de patrones se empieza por ubicar el rasgo seleccionado dentro de una retícula cuadrada de 15x15 y en este punto ya podemos empezar a aplicar categorías como la traslación, la rotación, la escala o el ritmo en la posición de los rasgos dentro de la retícula, teniendo en cuenta que estos deben tocar al menos dos extremos opuestos de la retícula y está estará presente en todo momento durante la composición de patrones para asegurar la correcta ubicación de los módulos, dependiendo del tipo de interrelación de las formas que se utilice para la creación de macro-módulos. Luego estos pueden volver a utilizarse como módulos y crear mosaicos interesantes.

La aplicación de color es un potenciador de las aplicaciones puesto que sus connotaciones psicológicas nos permiten apelar a impulsos más emotivos. El tono de fondo del soporte influye directamente con el contraste del icono. Por ello es importante la verificación de los tonos seleccionados para reproducción digital o física.

3.4.3 Fase de ejecución

Preparar documentos para la producción. (Rodríguez, 2004, p. 28). Una vez establecidos los módulos para trabajar, se puede dar paso a la ejecución de propuestas con la aplicación de los patrones y la marca en conjunto.

Para dar paso a la creación de montajes o mockups, es necesario el manejo de software de edición gráfica, es imprescindible el conocimiento sobre tamaños de formatos, tipos de formatos, formato de color, la forma correcta de exportar una imagen para conseguir resultados de excelente calidad.

Uno de los aspectos de conocer el funcionamiento de los programas de edición es que permiten agilizar y de cierta forma automatizar procesos. Permitted aplicar un cambio y que éste se aplique a otros elementos en conjunto, como por ejemplo transformar objetos solo en apariencia lo cual ayuda a optimizar recursos de la maquina en la que se trabaje.

Es necesario el conocimiento de la psicología y teoría del color, para aplicar correctamente estos recursos y conseguir buenos resultados como, por ejemplo: un buen contraste de los elementos en la composición, o tener en cuenta lo que un color evoca de manera emocional y sentimental.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE RESULTADOS

4.1 Fase analítica

4.1.1 *Recolección de información*

Los estudios de (Panero y Funk, 2008; citados en Rivero, 2005) confirman el origen de la familia Asteraceae en América del Sur y que su dispersión ocurrió previo a la separación de este continente de América del Norte y de África; después tuvo lugar una radiación explosiva desde el continente africano al resto del mundo, lo que enfatiza su gran capacidad de dispersión a grandes distancias y su habilidad para establecerse y adaptarse con éxito a nuevos hábitats.

Según (Camacho, 2020) dentro del refugio ecológico Molinuco, cantón Rumiñahui, existen 138 especies de flora distribuidas en 64 familias, siendo la familia *Asteraceae* la más representativa con 16 especies registradas, seguida por la familia Solanácea con 7 especies, luego las familias Bromeliaceae, Fabaceae, Orchidaceae y Rosaceae con 6 especies cada una, Piperaceae con 5 especies y Urticaceae con 4, que son las familias con mayor número de especies con relación a los 56 restantes. Según el estatus existen alrededor de 118 especies nativas y 3 especies endémicas y 21 introducidas dentro de esta última el Eucalipto la especie más abundante.

4.1.1.1 *Delimitación geográfica*

El cantón Rumiñahui está ubicado al sureste de la provincia de Pichincha a veinte minutos del cantón Quito. Tiene una extensión de 137.2 km² y una altitud de 2.550 msnm. Está limitado al norte con Quito y con la urbanización la Armenia; al sur con el volcán Pasochoa y el cantón Mejía; al este con Quito; al oeste con Quito y con el río San Pedro de Cuendina; para finalizar al noroeste se encuentra limitado con el río San Pedro del Tingo. (GADMUR, 2002; citado en Zúñiga, p.4).

4.1.2 Fichas de observación

De las doce especies mencionadas se logró registrar nueve especies, mediante la busque a través de los senderos recorridos en la ubicación.



Ilustración 1-4: Registro fotográfico de la especie *Badilloa salicina*

Realizado por: Moya David, 2023



Ilustración 2-4: Registro fotográfico de la especie *Barnadesia arborea*

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de observación: N° 03



Datos generales:

Nombre científico: *Bidens Pilosa*

Nombre común: *Pacungu*

Descripción:

Tamaño: de hasta 2.5 m de alto

Tallo: hispido

Hojas: Opuestas o alternas en la parte superior, sobre peciolo de 0.5 a 5.5 cm de largo.

Cabezuela: Flores liguladas 10 a 13, elípticas u oblongas, amarillas, de 7 a 15 mm.

Ilustración 3-4: Registro fotográfico de la especie *Bidens pilosa*

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de observación: N° 04



Datos generales:

Nombre científico: *Gnaphalium*

Nombre común: *Sacha algodón*

Descripción:

Tamaño: de hasta 2.5 m de alto

Tallo: hispido

Hojas: Opuestas o alternas en la parte superior, sobre peciolo de 0.5 a 5.5 cm de largo.

Cabezuela: Flores liguladas 10 a 13, elípticas u oblongas, amarillas, de 7 a 15 mm.

Ilustración 4-4: Registro fotográfico de la especie *Gnaphalium elegans*

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de observación: N° 05



Datos generales:

Nombre científico: *Jungia coarctata*

Nombre común: *Matiango*

Descripción:

Tamaño: de hasta 2.5 m de alto

Tallo: hispido

Hojas: Opuestas o alternas en la parte superior, sobre peciolo de 0.5 a 5.5 cm de largo.

Cabezuela: Flores liguladas 10 a 13, elípticas u oblongas, amarillas, de 7 a 15 mm.

Ilustración 5-4: Registro fotográfico de la especie *Jungia coarctata*

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de observación: N° 06



Datos generales:

Nombre científico: *Smallanthus fruticosus*

Nombre común: *Colla negra*

Descripción:

Tamaño: de hasta 2.5 m de alto

Tallo: hispido

Hojas: Opuestas o alternas en la parte superior, sobre peciolo de 0.5 a 5.5 cm de largo.

Cabezuela: Flores liguladas 10 a 13, elípticas u oblongas, amarillas, de 7 a 15 mm.

Ilustración 6-4: Registro fotográfico de la especie *Smallanthus fruticosus*

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de observación: N° 07



Datos generales:

Nombre científico: *Taraxacum officinale*

Nombre común: *Taraxaco*

Descripción:

Tamaño: de hasta 2.5 m de alto

Tallo: hispido

Hojas: Opuestas o alternas en la parte superior, sobre peciolo de 0.5 a 5.5 cm de largo.

Cabezuela: Flores liguladas 10 a 13, elípticas u oblongas, amarillas, de 7 a 15 mm.

Ilustración 7-4: Registro fotográfico de la especie *Taraxacum officinale*

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de observación: N° 08



Datos generales:

Nombre científico: *Stevia andina*

Nombre común: *Stevia*

Descripción:

Tamaño: de hasta 2.5 m de alto

Tallo: hispido

Hojas: Opuestas o alternas en la parte superior, sobre peciolo de 0.5 a 5.5 cm de largo.

Cabezuela: Flores liguladas 10 a 13, elípticas u oblongas, amarillas, de 7 a 15 mm.

Ilustración 8-4: Registro fotográfico de la especie *Stevia andina*

Realizado por: Moya David, 2023



Ilustración 9-4: Registro fotográfico de la especie *Viguiera quitensis*

Realizado por: Moya David, 2023

4.1.3 Selección de especies

En base a un análisis de las posibilidades estructurales identificables en las especies de Asteráceas, se selecciona tres especies (*Barnadesia arborea*, *Bidens pilosa*, *Smallanthus fruticosus*) para analizar por separado la flor, hoja y tallo de cada especie y obtener los recursos para el proceso de creación de patrones gráficos.

Tabla 1-4: Especie *Barnadesia arborea*

Flor:	Planta:
	

Realizado por: Moya David, 2023

Tabla 2-4: Especie *Bidens pilosa*

Flor:	Hoja:	Planta:
		

Realizado por: Moya David, 2023

Tabla 3-4: Especie *Smallanthus fruticosus*

Flor:	Hoja:	Planta:
		

Realizado por: Moya David, 2023

4.1.4 Extracción cromática

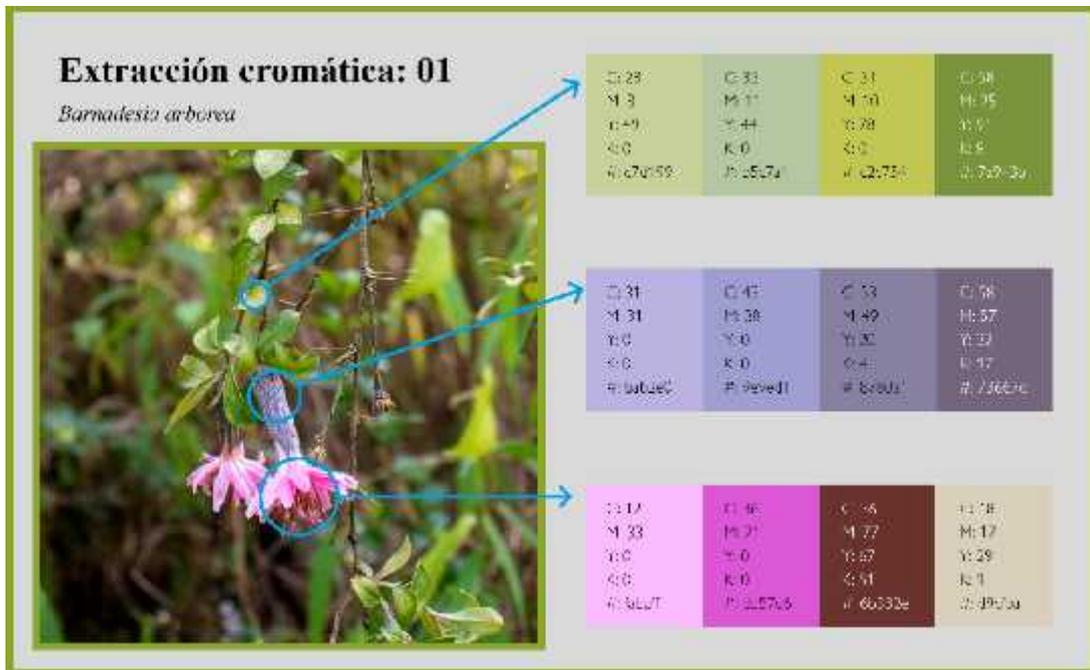


Ilustración 10-4: Extracción cromática especie *Barnadesia arborea*

Realizado por: Moya David, 2023

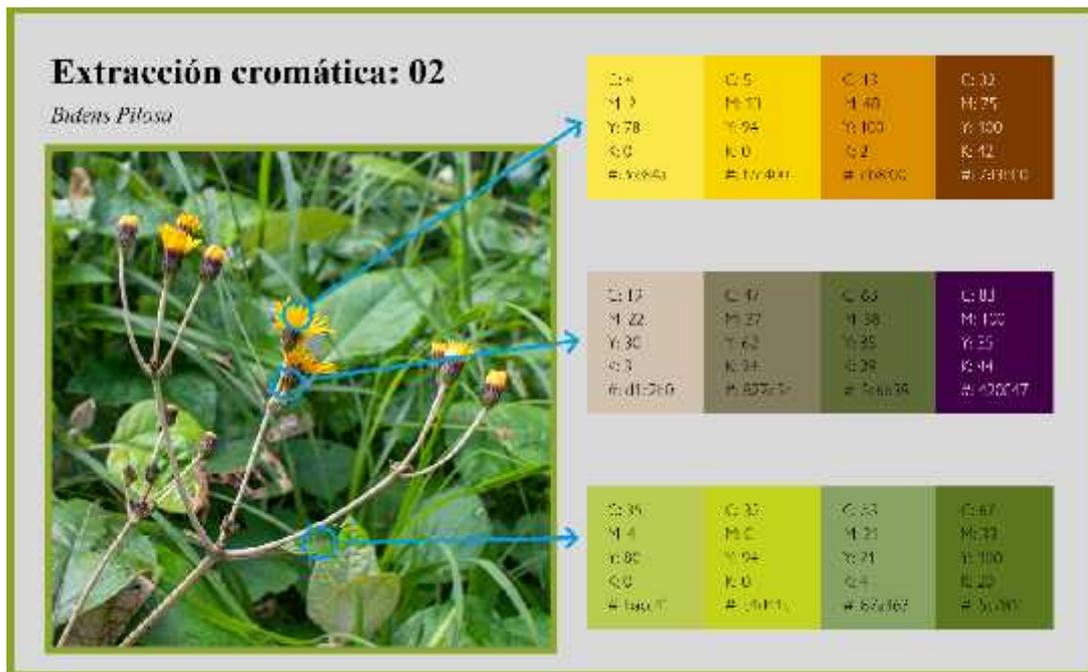


Ilustración 11-4: Extracción cromática especie *Bidens pilosa*

Realizado por: Moya David, 2023

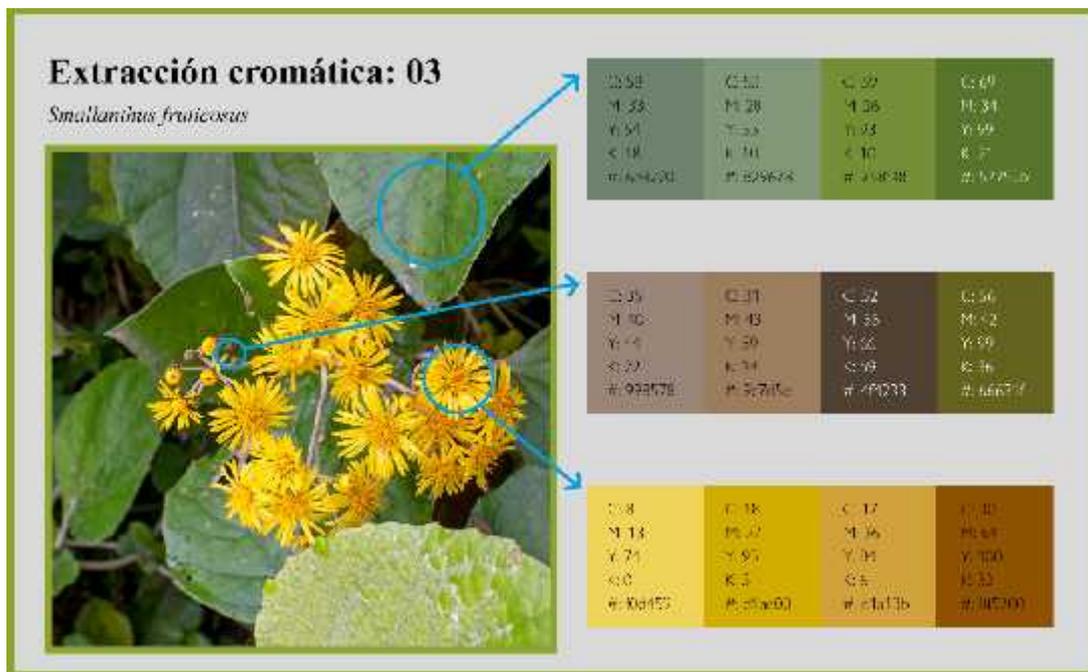


Ilustración 12-4: Extracción cromática especie *Smallanthus fruticosus*

Realizado por: Moya David, 2023

4.2 Fase creativa

Para la realización de los patrones, en esta etapa se utilizaron los tres rasgos obtenidos por cada especie, estos rasgos fueron utilizados como módulos encajados dentro de una retícula cuadrada de quince por quince, como condición los módulos deben tocar al menos dos extremos opuestos de la retícula y no sobresalir de la está por ningún extremo.

Al utilizar los principios de diseño se pueden distribuir estos módulos a conveniencia para lograr resultados atractivos y conseguir un macro-módulo, este macro-módulo podemos utilizarlo de nuevo como modulo y conseguir patrones con los cuales formar mosaicos. Este proceso se puede llevar a cabo con los elementos en blanco y negro.

El siguiente paso corresponde a la aplicación de color la cual se basa en la gama cromática de las especies seleccionadas, para ello se considera aspectos como el contraste y la armonía cromática, utilizando diferentes combinaciones como analogías, combinaciones complementarias, triadas cromáticas, etc.

Para el desarrollo del programa de identidad visual el primer paso siempre será el briefing o acercamiento con la empresa o persona que requiere de la creación de una marca. Esto sirve para conocer con exactitud que necesita el cliente y conforme a ello se plantea las posibles soluciones para ello. Es este paso se redacta una serie de preguntas sobre la empresa del cliente además de realizar una investigación sobre los temas relevantes que se consideran relacionar o asociar con la marca.

La creación de propuesta para fonotipo, logotipo e icono se fundamenta en cada paso del programa de identidad visual corporativa en los que establece conceptos que definirán a la empresa. Los fundamentos del diseño gráfico son considerados en todo momento de la creación.

El diseño del programa identitario terminó con la creación del manual de identidad, el cual recoge normas para el correcto uso de la marca y establece pautas para la aplicación de la marca sobre distintos soportes y colores, estas normas fueron explicadas en el manual.

4.2.1 Extracción morfológica

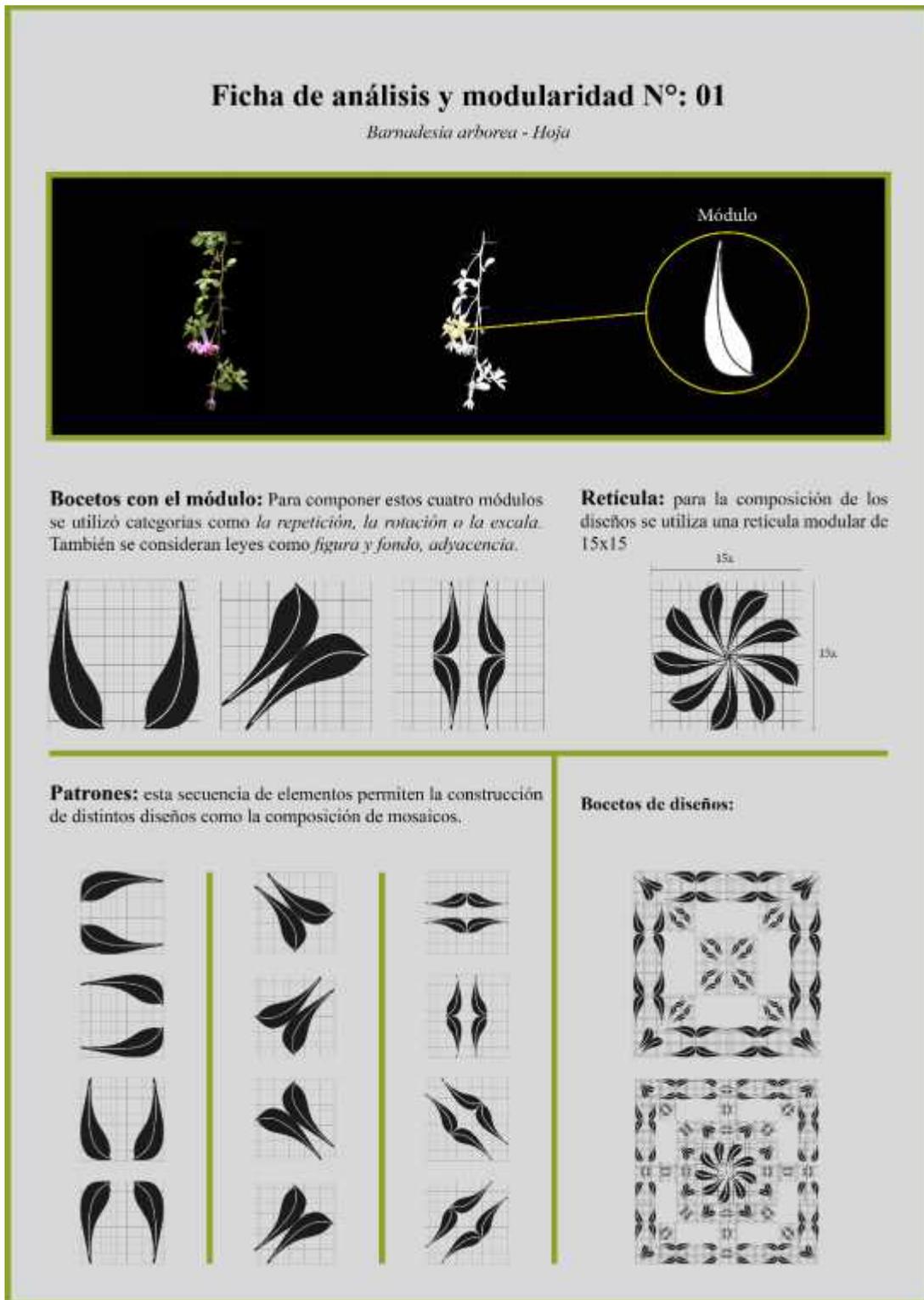


Ilustración 13-4: Ficha de modularidad 01

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de análisis y modularidad N°: 02

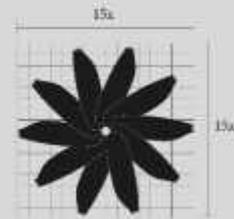
Barnadesia arborea - Flor



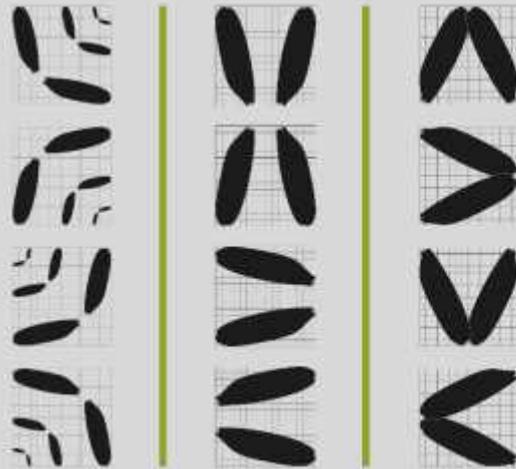
Bocetos con el módulo: Para componer estos cuatro módulos se utilizó categorías como *la repetición, la rotación o la escala*. También se consideran leyes como *figura y fondo, adyacencia*.



Reticula: para la composición de los diseños se utiliza una retícula modular de 15x15



Patrones: esta secuencia de elementos permiten la construcción de distintos diseños como la composición de mosaicos.



Bocetos de diseños:

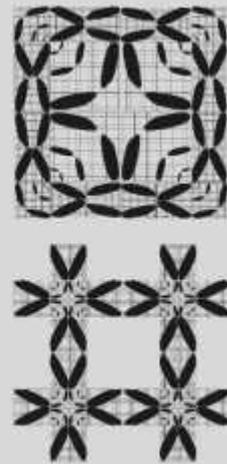


Ilustración 14-4: Ficha de modularidad 02

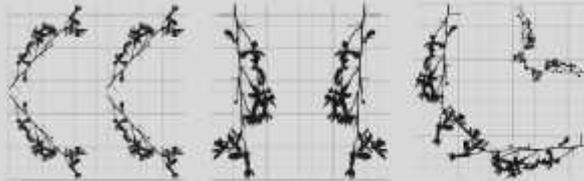
Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de análisis y modularidad N°: 03

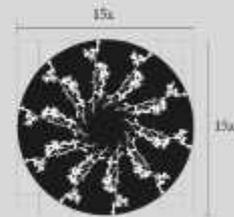
Barnadesia arborea - Planta



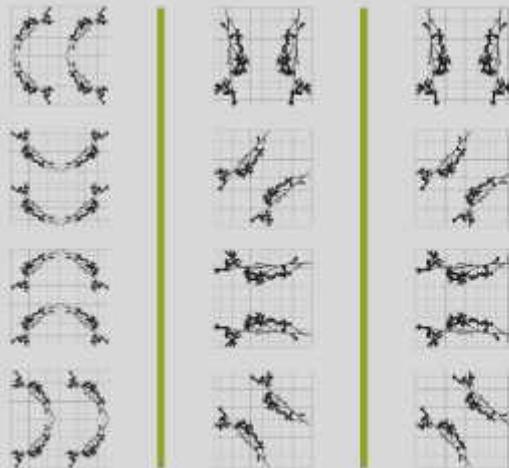
Bocetos con el módulo: Para componer estos cuatro módulos se utilizó categorías como *la repetición, la rotación o la escala*. También se consideran leyes como *figura y fondo, adyacencia*.



Reticula: para la composición de los diseños se utiliza una retícula modular de 15x15



Patrones: esta secuencia de elementos permiten la construcción de distintos diseños como la composición de mosaicos.



Bocetos de diseños:

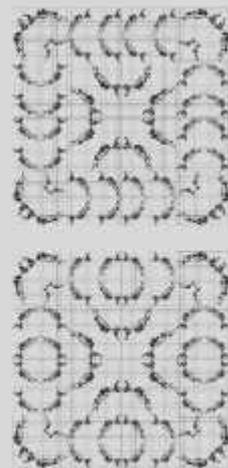
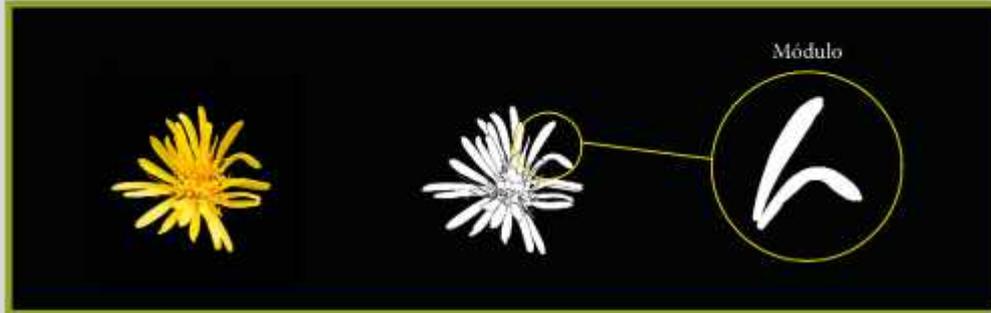


Ilustración 15-4: Ficha de modularidad 03

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de análisis y modularidad N°: 04

Bidens pilosa - Flor



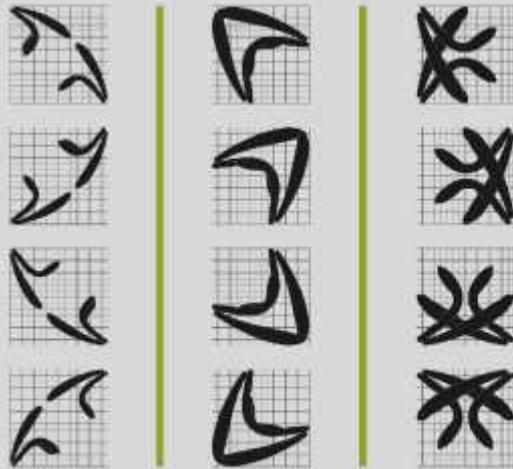
Bocetos con el módulo: Para componer estos cuatro módulos se utilizó categorías como *la repetición, la rotación o la escala*. También se consideran leyes como *figura y fondo, adyacencia*.



Reticula: para la composición de los diseños se utiliza una retícula modular de 15x15



Patrones: esta secuencia de elementos permiten la construcción de distintos diseños como la composición de mosaicos.



Bocetos de diseños:

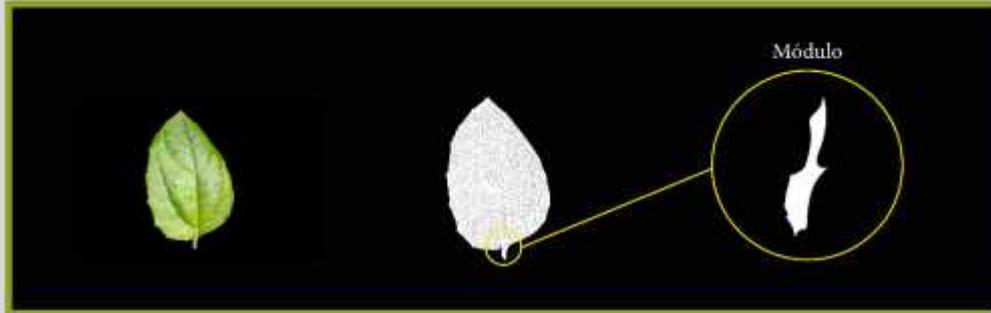


Ilustración 16-4: Ficha de modularidad 04

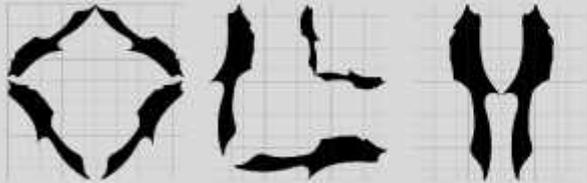
Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de análisis y modularidad N°: 05

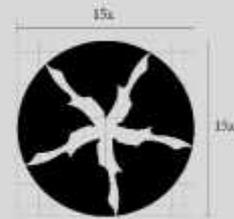
Bidens pilosa - Hoja



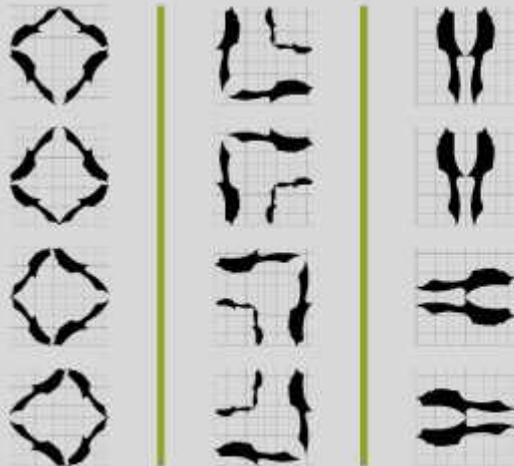
Bocetos con el módulo: Para componer estos cuatro módulos se utilizó categorías como *la repetición, la rotación o la escala*. También se consideran leyes como *figura y fondo, adyacencia*.



Reticula: para la composición de los diseños se utiliza una retícula modular de 15x15



Patrones: esta secuencia de elementos permiten la construcción de distintos diseños como la composición de mosaicos.



Bocetos de diseños:

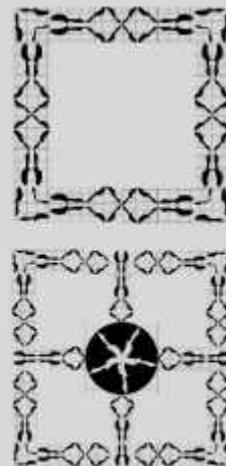


Ilustración 17-4: Ficha de modularidad 05

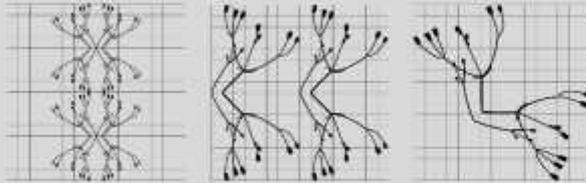
Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de análisis y modularidad N°: 06

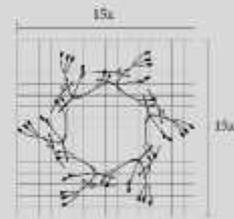
Bidens pilosa - Planta



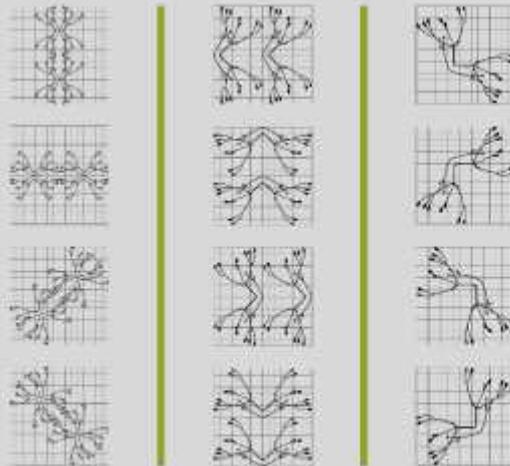
Bocetos con el módulo: Para componer estos cuatro módulos se utilizó categorías como *la repetición, la rotación o la escala*. También se consideran leyes como *figura y fondo, adyacencia*.



Reticula: para la composición de los diseños se utiliza una retícula modular de 15x15



Patrones: esta secuencia de elementos permiten la construcción de distintos diseños como la composición de mosaicos.



Bocetos de diseños:

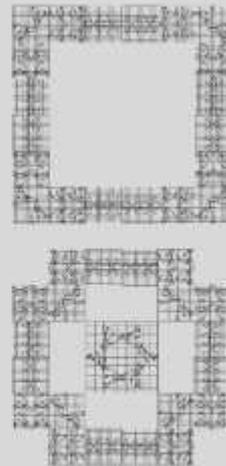
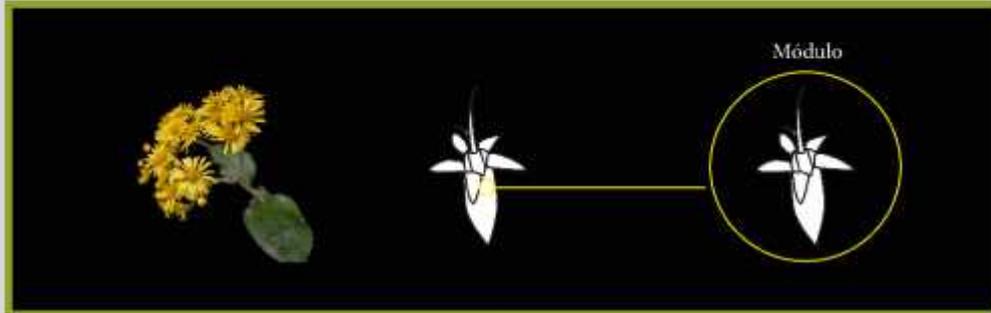


Ilustración 18-4: Ficha de modularidad 06

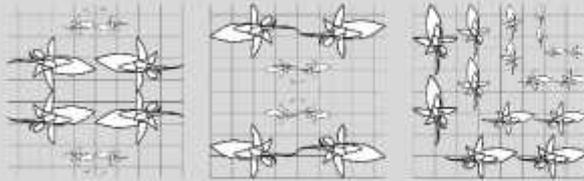
Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de análisis y modularidad N°: 07

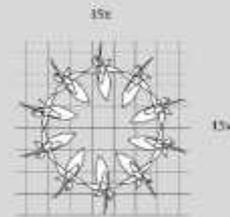
Barnadesia arborea - Flor



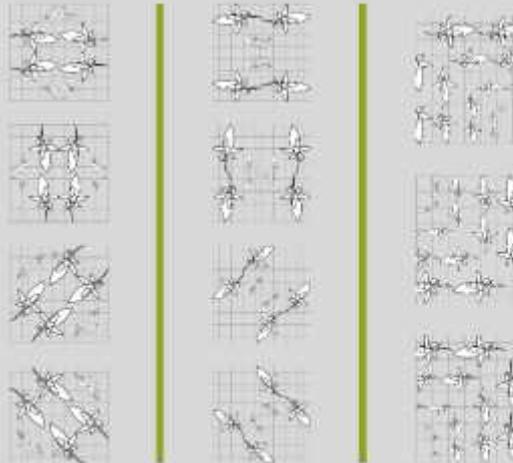
Bocetos con el módulo: Para componer estos cuatro módulos se utilizó categorías como *la repetición, la rotación o la escala*. También se consideran leyes como *figura y fondo, adyacencia*.



Reticula: para la composición de los diseños se utiliza una retícula modular de 15x15



Patrones: esta secuencia de elementos permiten la construcción de distintos diseños como la composición de mosaicos.



Bocetos de diseños:

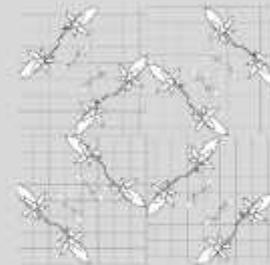
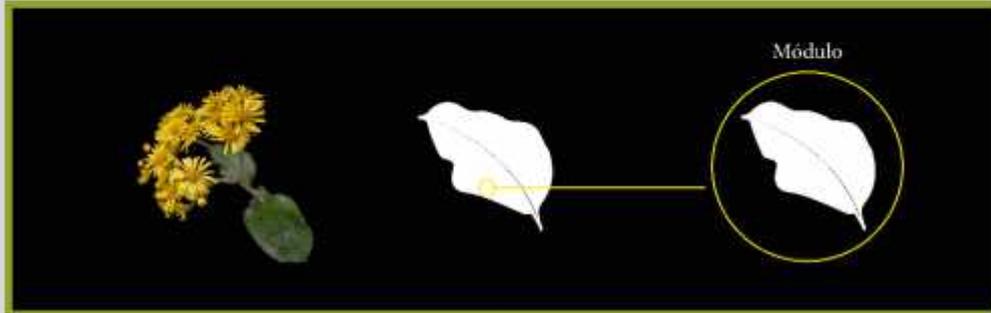


Ilustración 19-4: Ficha de modularidad 07

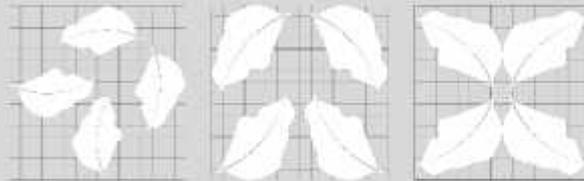
Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de análisis y modularidad N°: 08

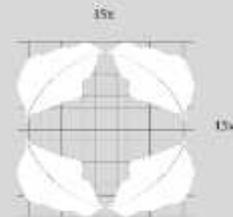
Barnadesia arborea - Hoja



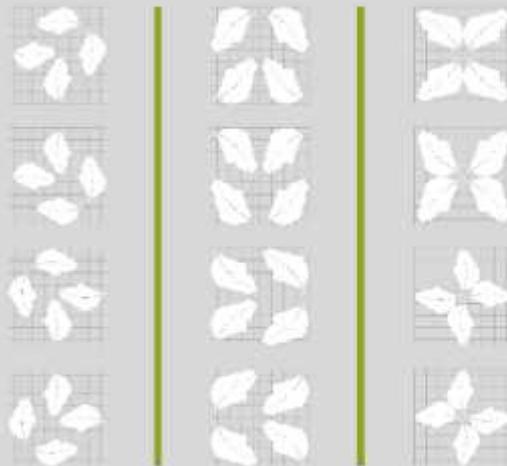
Bocetos con el módulo: Para componer estos cuatro módulos se utilizó categorías como *la repetición, la rotación o la escala*. También se consideran leyes como *figura y fondo, adyacencia*.



Reticula: para la composición de los diseños se utiliza una retícula modular de 15x15



Patrones: esta secuencia de elementos permiten la construcción de distintos diseños como la composición de mosaicos.



Bocetos de diseños:



Ilustración 20-4: Ficha de modularidad 08

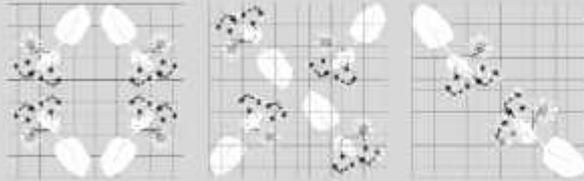
Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de análisis y modularidad N°: 09

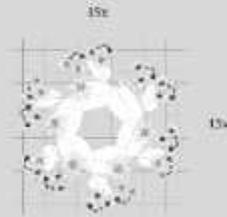
Barnadesia arborea - Planta



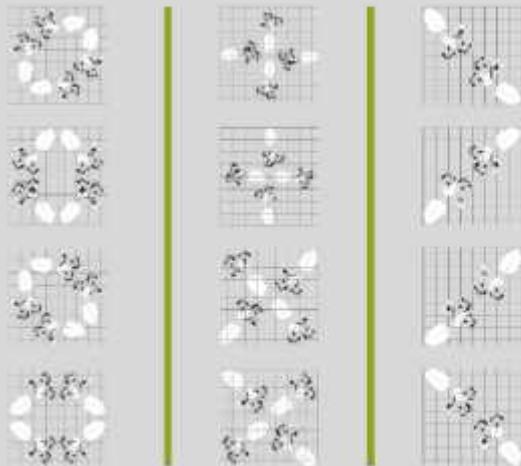
Bocetos con el módulo: Para componer estos cuatro módulos se utilizó categorías como *la repetición, la rotación o la escala*. También se consideran leyes como *figura y fondo, adyacencia*.



Reticula: para la composición de los diseños se utiliza una retícula modular de 15x15



Patrones: esta secuencia de elementos permiten la construcción de distintos diseños como la composición de mosaicos.



Bocetos de diseños:

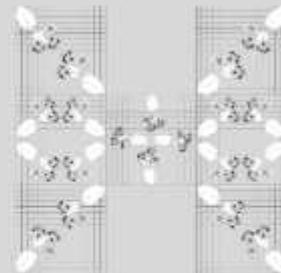


Ilustración 21-4: Ficha de modularidad 09

Realizado por: Moya David, 2023

4.2.2 Aplicación de color

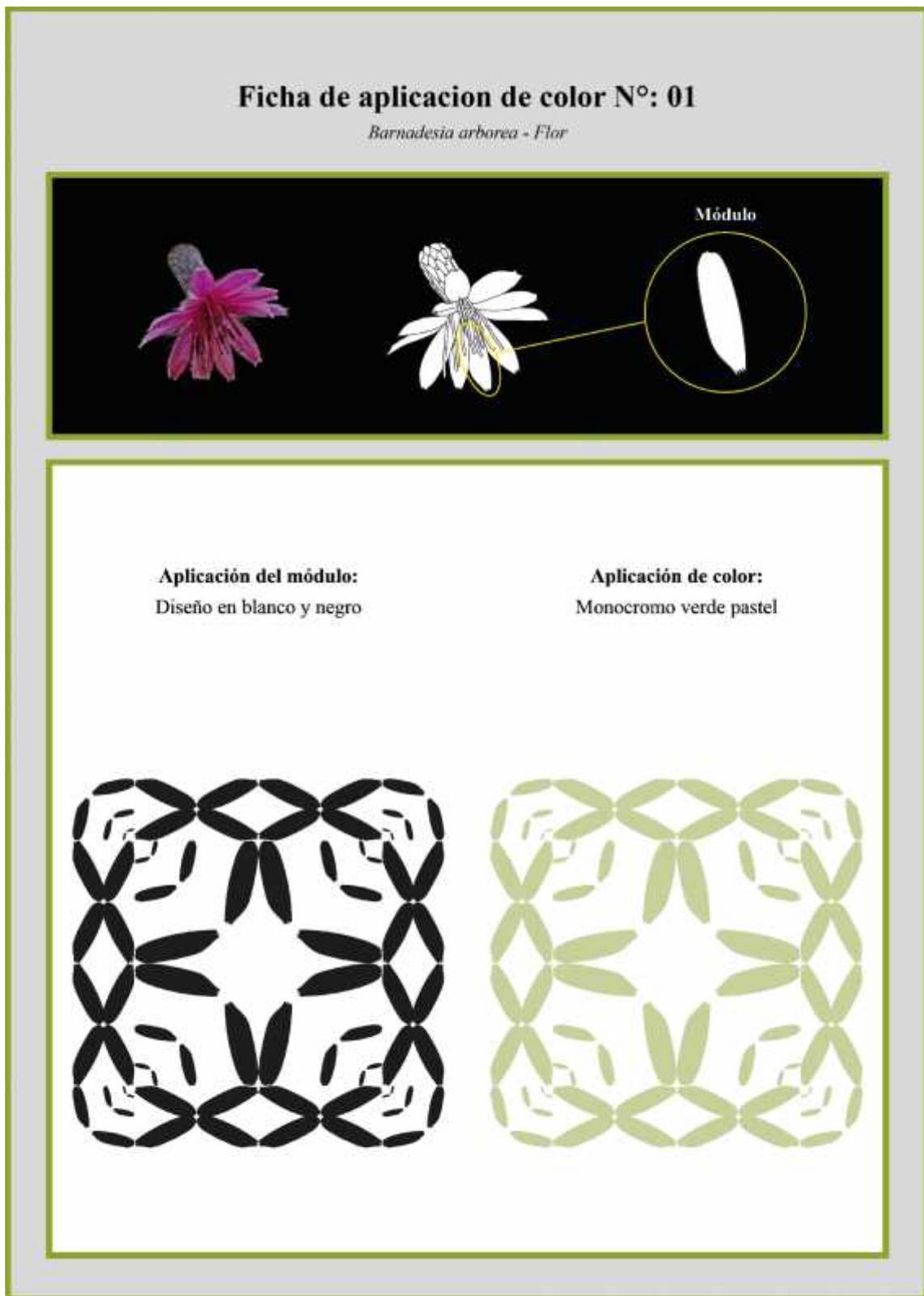
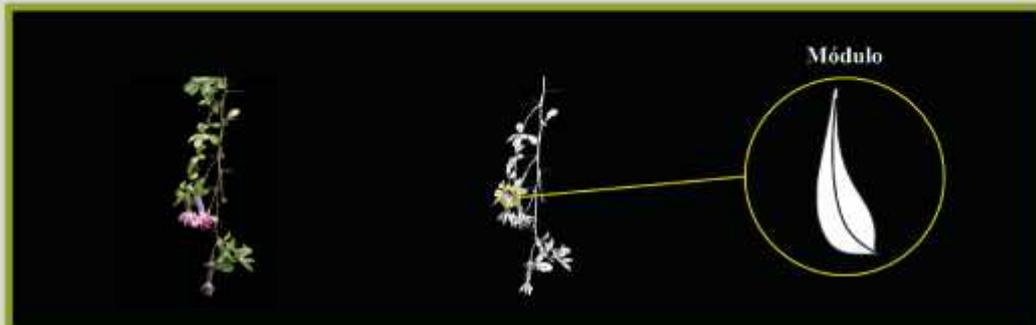


Ilustración 22-4: Ficha de aplicación de color N°:01

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de aplicación de color N°: 02

Barnadesia arborea - Hoja



Aplicación del módulo:
Diseño en blanco y negro

Aplicación de color:
Analogía de tres tonos verdes

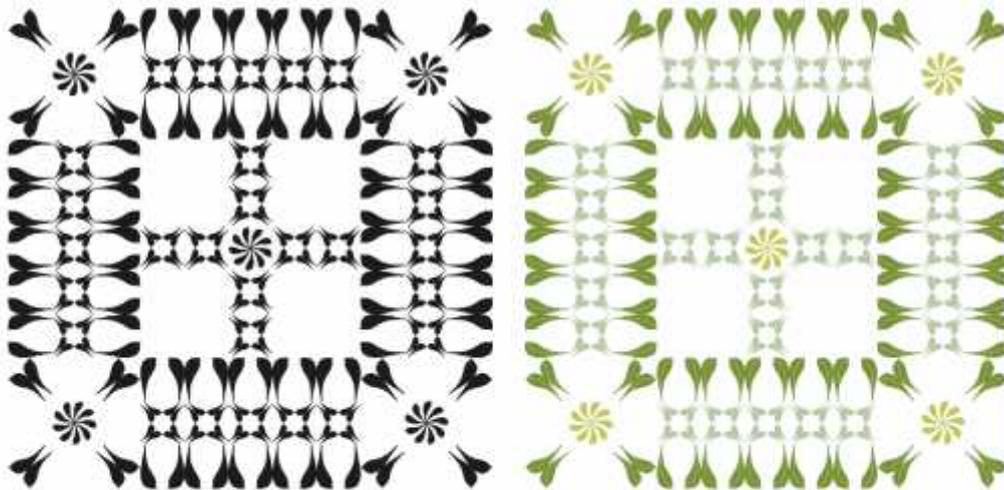


Ilustración 23-4: Ficha de aplicación de color N°:02

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de aplicacion de color N°: 03

Barnadesia arborea - Planta



Aplicación del módulo:
Diseño en blanco y negro

Aplicación de color:
Analogía de violeta hacia una clave baja

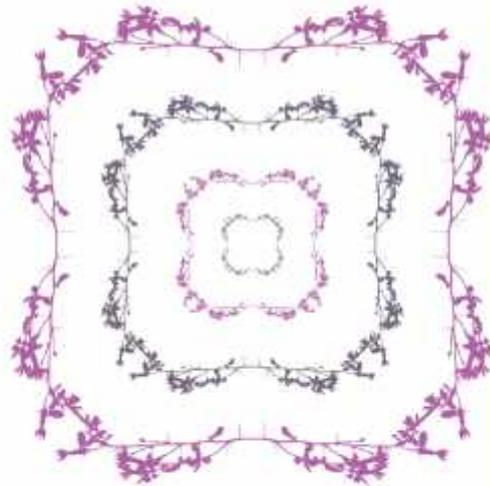
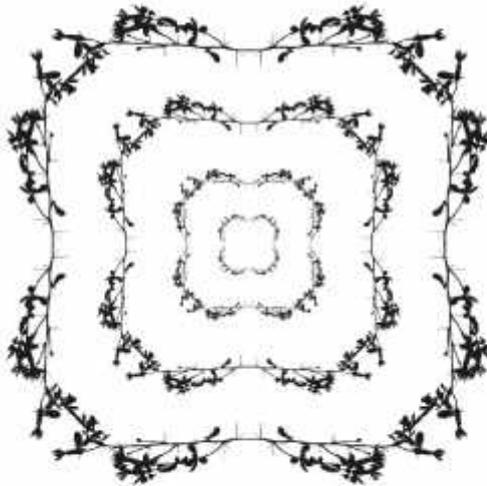


Ilustración 24-4: Ficha de aplicación de color N°:03

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de aplicación de color N°: 04

Bidens pilosa - Flor



Aplicación del módulo:
Diseño en blanco y negro

Aplicación de color:
Colores complementarios verde y púrpura

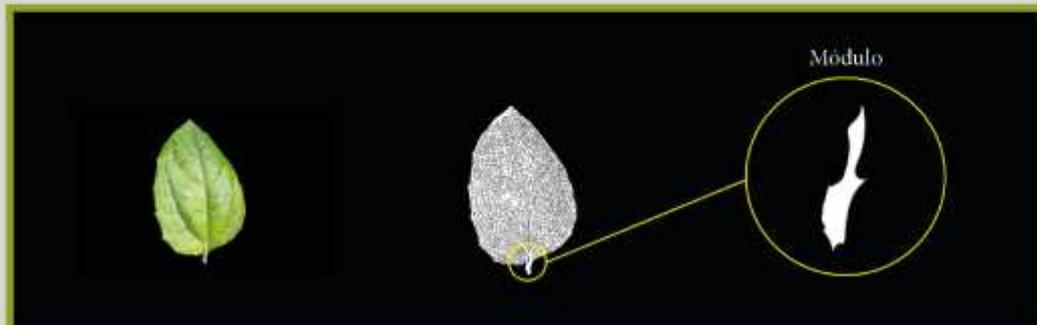


Ilustración 25-4: Ficha de aplicación de color N°:04

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de aplicación de color N°: 05

Bidens pilosa - Hoja



Aplicación del módulo:
Diseño en blanco y negro

Aplicación de color:
Colores complementarios verde y púrpura

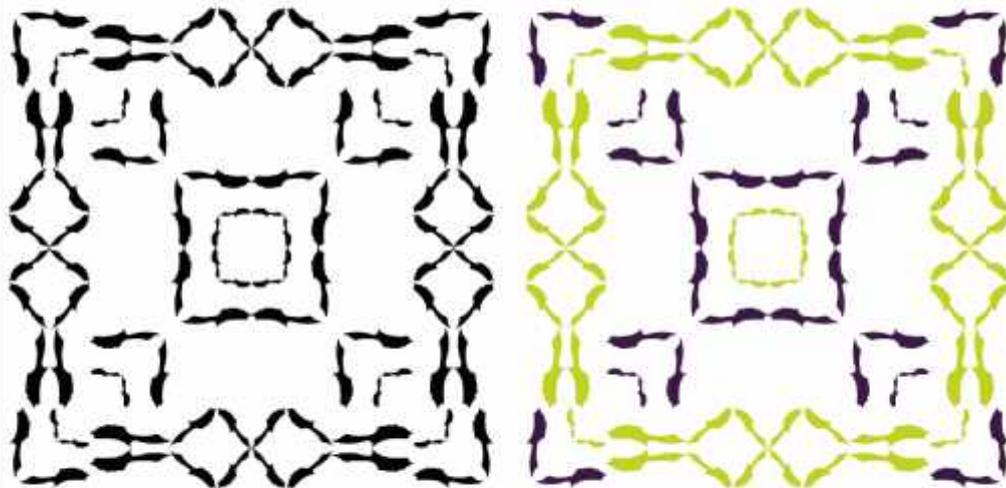


Ilustración 26-4: Ficha de aplicación de color N°:05

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de aplicacion de color N°: 06

Bidens pilosa - Planta



Aplicación del módulo:
Diseño en blanco y negro

Aplicación de color:
Colores complementarios verde y púrpura

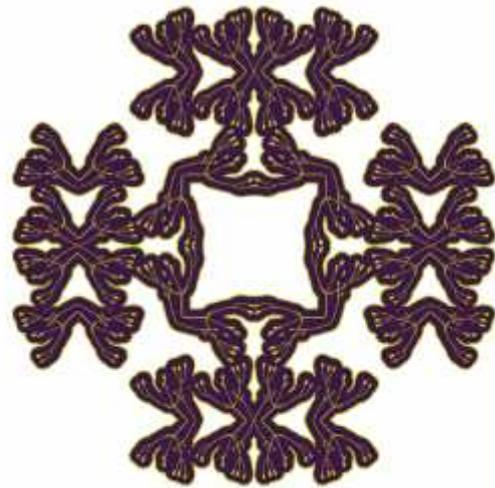
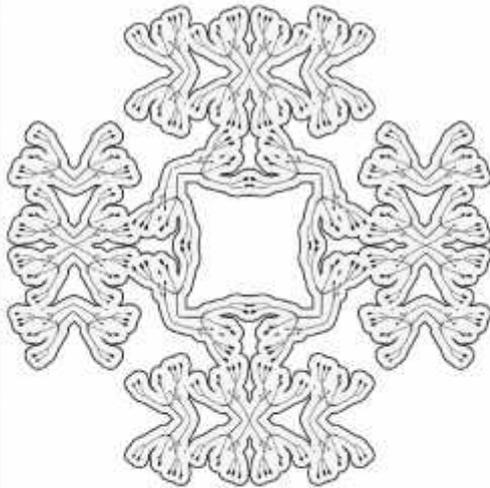


Ilustración 27-4: Ficha de aplicación de color N°:06

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de aplicacion de color N°: 07

Smallanthus fruticosus - Flor



Aplicación del módulo:
Diseño en blanco y negro

Aplicación de color:
Triada cromática

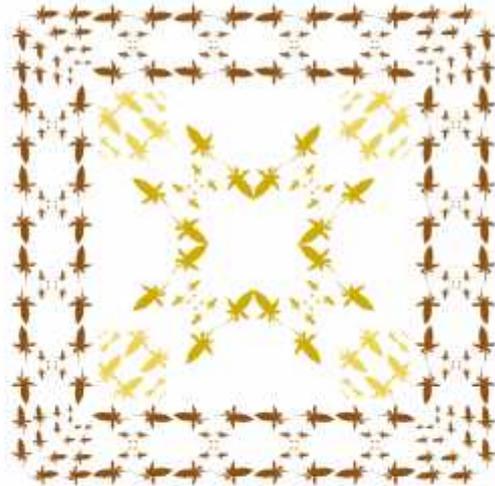
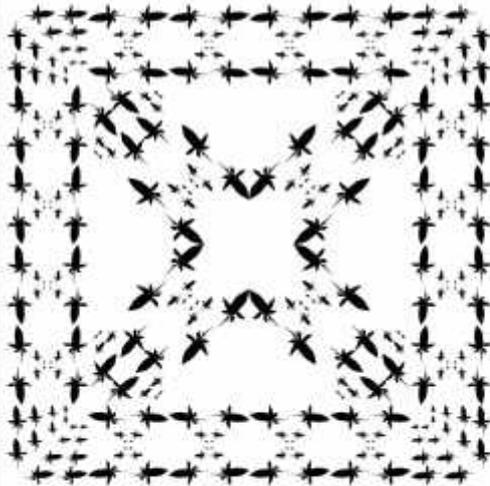


Ilustración 28-4: Ficha de aplicación de color N°:07

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de aplicacion de color N°: 08

Smallanthus fruticosus - Hoja



Aplicación del módulo:
Diseño en blanco y negro

Aplicación de color:
Monocromo verde

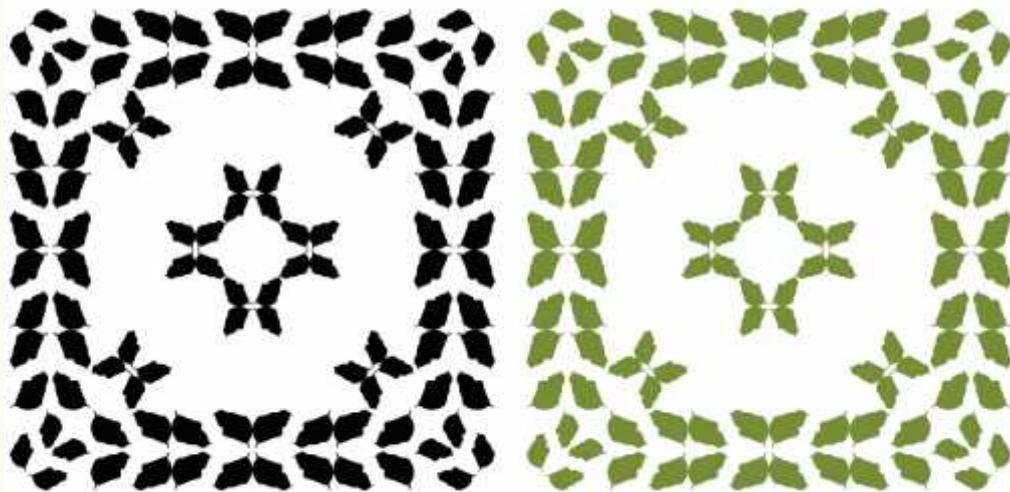


Ilustración 29-4: Ficha de aplicación de color N°:08

Realizado por: Moya David, 2023

Ficha de aplicacion de color N°: 09

Smallanthus fruticosus - Planta



Aplicación del módulo:
Diseño en blanco y negro

Aplicación de color:
Triada cromática

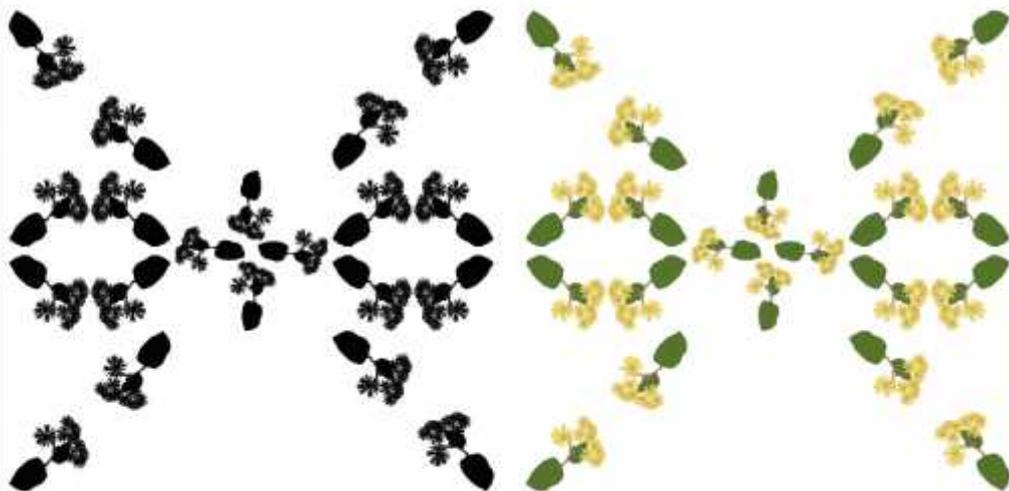


Ilustración 30-4: Ficha de aplicación de color N°:09

Realizado por: Moya David, 2023

4.2.3 Programa de identidad visual

4.2.3.1 Briefing

) Descripción del proyecto

Creación de una marca gráfica pensada para transmitir información sobre plantas nativas, aplicada en objetos corporativos y souvenirs inspirados en la familia Asteraceae, para difundir su imagen a través de distintos soportes pensados para un público turístico.

) Objetivos

Crear un isologo que englobe las características de la identidad de la familia Asteraceae, que lo identifique y diferencie de la competencia.

Crear el manual de identidad que abarque las normas o reglas para la aplicación correcta de la marca en sus distintas comunicaciones.

) Información del cliente

Esta nueva empresa busca crear su identidad visual, para firmar sus comunicaciones y diferenciarse de otras marcas. La presente marca pretende difundir la imagen de ciertas especies de flora de la familia Asteraceae del cantón Rumiñahui, mediante la aplicación de patrones e ilustraciones basadas en estas plantas sobre soportes textiles.

La palabra Asteráceas viene del latín científico *Asteraceae*, nombre de la familia de plantas angiospermas dicotiledóneas más numerosa en especies. Casi 2800 agrupadas en 1760 géneros, caracterizadas por desarrollar una inflorescencia llamada capítulo o cabezuela. (Anders, sf.).

El género Aster fue propuesto por Carlos Linneo en 1753 al bautizar a la especie *Aster amellus*, una planta herbácea perenne oriunda de la región mediterránea oriental, que tiene una inflorescencia tipo cabezuela o capítulo (como todas las Asteráceas), en cuyo centro se desarrollan numerosas flores amarillas y en la orilla lígulas purpuras-azules dispuestas en forma radial simulando una estrella. (Anders, sf.).

De ahí el género representativo Aster que en latín significa estrella, nombre al que se le añadió el sufijo latino *aceae*, que significa ‘que tiene la naturaleza de’, termino adoptado por los botánicos para denominar a las familias de plantas. (Anders, sf.).

El nombre Rumiñahui proviene de dos vocablos quichuas *rumi* significa ‘piedra’ y *ñawi* que significa ‘cara u ojo’. Al personaje histórico que llevaba este nombre, se le asigna dos significados. (Quiroz, 2018).

“Ojo de piedra” se dice por lo profundo de su fuerte mirada, aunque hay traducciones que justifican esta traducción debió a que tenía un ojo malo, posiblemente por una nubosidad (catarata) que le daba la apariencia de ser de piedra o porque ‘fue herido en batalla’. “Cara de piedra” dicen debido a la fiereza de su semblante que imponía respeto y miedo. (Quiroz, 2018).

) *Target*

Las comunicaciones de la empresa pretenden ser dirigidas a un público turístico, específicamente personas entre los diecinueve y veinte ocho años. Apasionadas por la cultura tanto nacional como extranjera que les gusta la aventura, la caminata, conocer nuevos lugares, fanáticos por la conservación ambiental, las artes, la música y literatura.

Este público objetivo apoya el consumo responsable en el Ecuador. Tiene gustos sencillos estéticos con respecto a la marca, y son conscientes de las marcas que utilizan en su vida cotidiana. La búsqueda de calidad al hablar de objetos que sean funcionales y resistan un largo tiempo de uso, es un punto importante que considerar.

) *Información del entorno*

Dentro de rubro ambiental, existen empresas que se suman a las compañías que promueven el consumo responsable y la conservación ambiental, una de ellas se dedica a la difusión de ilustración científica relacionada con especies de la fauna del Ecuador, estas temáticas son afines a los intereses de la nueva empresa por lo que se las considera como referencias competentes



Ilustración 31-4: Información del entorno

Realizado por: Moya David, 2023

Mediante la observación de varias marcas asociadas a la ideología ecológica, se estableció que la mayoría de las marcas utiliza tipografías san serif de tipo humanista y geométrica; en menor medida también se da el uso de tipografías con serif y tipografías creadas.

También se observó el código icónico de estas marcas para conocer que varias optan por iconos simples, monocromáticos y acromáticos, el uso de leyes de la Gestalt resulta evidente como la ley de fondo y forma, ley del cierre, ley de la continuidad, ley de la buena forma

Además, un análisis cromático de la competencia determino que existe una mayor tendencia hacia los tonos verdes, pasando por los turquesas, azulados, purpura, terracota y anaranjado. También existe gran preferencia por los tonos acromáticos.

) *Autoconcepto*

La marca Asterawi se ve como una empresa consiente con la actualidad del planeta y todos los problemas que atraviesa, por ello con el afán de contribuir a mejorar los ecosistemas en que el ser

humano y el resto de las especies se desarrollan, se pretende promover la difusión de la imagen distintas especies de plantas plasmadas en patrones creados con métodos de diseño.

La visión de la empresa es poder generar nuevas piezas inspiradas en más especies pertenecientes a la geografía del Ecuador. De tal forma que más personas puedan identificar al menos las especies con las que la empresa trabaje.

) *Canales de comunicación*

La marca Asterawui pretende moverse por los siguientes medios físicos:

Indumentaria corporativa: Camisas tipo polo, gorras

Merchandising: Tote bags, buffs, sudaderas (hoodies), camisetas

Souvenirs: Posters, llaveros, tomatodos, tazas.

Papelería básica: Hojas tipo oficio, tarjetas de regalo, carpetas, stickers, cajas.

) *Leguaje visual*

Tabla 4-4: Leguaje visual

Ideología	Símbolo	Significado
Natural	Gráficos Cromática full color.	Ilustraciones reales de las plantas a color en los souvenirs. Patrones inspirados en la flora nativa.
Seria	Tipografías Cromática minimalista.	Armonía tipográfica entre las familias Gill Sans Nova y Garamond
Minimalismo	Uso de una o dos tintas máximo en packaging	Reducción de los elementos gráficos a lo esencial y funcional
Ecológica	Packaging ecológicos Etiquetas de papel reciclado	Soportes en estado más natural sin mucho procesamiento de calidad

Realizado por: Moya David, 2023

4.2.3.2 Etapa de diseño

J Código lingüístico

Creación del fonotipo

El fonotipo seleccionado para la empresa es una combinación patronímica, puesto que está conformado por los nombres propios de la familia Asteraceae y del cantón Rumiñahui.

Para esta selección se tuvo en cuenta aspectos de los elementos asociados con la marca como la singularidad de las especies florales asteráceas que todas tienen una cabezuela con flores similar a una estrella y la ubicación geográfica de donde es, no obstante, se utilizó solo el término *ñawi* del quichua ‘ojo’.

Dando como resultado el nombre *Asterawi* al cual se le atribuye el significado ‘de ojo de las estrellas’ debido a la locación ecuatorial que ocupa y también se estima que su dispersión ocurrió en el continente sudamericano hasta llegar a localizarse en todo el mundo.

Creación de logotipo

Teniendo en cuenta el lenguaje simbólico previamente establecido se optó por utilizar una tipografía sin serif para obtener trazos simples y bien definidos para conseguir los resultados semióticos deseados.

Técnica de tipografía existente:



Ilustración 4-32: Técnica de tipografía existente

Realizado por: Moya David, 2023

) Código icónico

Para la creación del icono de la marca Asterawi se utilizó parte de la flor de la especie *Bidens pilosa*, que por su forma se asemeja a la forma de un ojo.

Se utiliza esta parte como modulo, a continuación, se rota tres veces sobre su propio eje a 45°, una vez obtenida la forma estrellada, se procede a relacionar esta forma con la de un ojo. Posteriormente se obtiene el icono final que deberá armonizar correctamente con el logotipo.



Ilustración 33-4: Creación del icono de la marca

Realizado por: Moya David, 2023

) Gama cromática simbólica

La selección cromática está basada en la especie *Bidens pilosa* de la familia *Asteraceae*, se extrajo el color púrpura de la cabezuela y el color verde de la hoja.



Ilustración 34-4: Gama cromática de la marca

Realizado por: Moya David, 2023

4.2.3.3 Aplicaciones

Teniendo en cuenta al público se plantea las siguientes propuestas para las futuras aplicaciones de la marca en distintos soportes.

Tabla 5-4: Lista de aplicaciones de la marca

Categoría	Productos
Indumentaria corporativa:	Camisas tipo polo Gorras
Papelería corporativa:	Tarjeta de presentación Hoja tipo oficio Sobre para carta Carpeta Caja para envíos de productos Sello
Souvernirs:	Tazas Tomatodos
Merchandisign:	Hoodies Chaquetas-Bomber jacket Tote bags Gorras

Realizado por: Moya David, 2023

4.3 Fase de ejecución

En esta etapa se establece las normas y parámetros para aplicar la marca de manera correcta y optimizar sus comunicaciones al público y en la empresa. Esta información se encuentra recopilada en un manual de identidad que sirve de manera orientativa y el diseñador o quien utilice el este manual de estilo deberá leer, interpretar y ejecutar conscientemente para no perjudicar ninguno de los principios de la marca mencionados en el capítulo II.

De manera similar también se desarrolla la aplicación de patrones junto a la marca en mockups en distintos medios, teniendo en cuenta los recursos disponibles como gamas cromáticas y formas para crear composiciones.

Las posibilidades de aplicaciones la marca y los patrones son infinitas, pero siempre se debe considerar las categorías compositivas de diseño y las normas del manual para no cometer errores al momento de diseñar aplicar la marca.

4.3.1 *Manual de identidad corporativa*



Ilustración 35-4: Portada del manual de identidad

Realizado por: Moya David, 2023

Este manual reúne herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca Asterawui en la mayoría de sus comunicaciones. Ha sido pensado e ideado para todas aquellas personas responsables de interpretar, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso de la marca Asterawui es un factor importante para crear la identidad y reforzar la misma. Determinará el éxito o fracaso de la marca e involucra a todas las personas asociadas o relacionadas con la marca.

Ilustración 4-36: Introducción del manual de identidad

Realizado por: Moya David, 2023

CONTENIDO

A. CÓDIGOS SIMBÓLICOS

- A.01 Logotipo corporativo
- A.02 Marca Asterawui
- A.03 Área de seguridad
- A.04 Color corporativo
- A.05 Tipografía corporativa
- A.06 Tipografía secundaria

B. NORMAS PARA EL USO CORRECTO DE LA MARCA

- B.01 Versiones correctas
- B.02 Aplicaciones correctas
- B.03 Aplicaciones incorrectas
- B.04 Expresión textual de la marca

C. APLICACIONES GRÁFICAS DE LA MARCA

- C.01 Textiles
- C.02 Papelería corporativa
- C.03 Redes sociales
- C.04 Power point

Ilustración 4-37: Contenido del manual de identidad

Realizado por: Moya David, 2023

A. CÓDIGOS SIMBÓLICOS

Para evitar cometer errores durante la aplicación de la marca Asterahui se debe seguir una serie de normas generales.

La marca está compuesta por un icono, logotipo y colores corporativos que se deberán utilizar correctamente y respetar para su correcta identificación.

Ilustración 38-4: Sección A del manual de identidad

Realizado por: Moya David, 2023

A.01

ISOLOGO CORPORATIVO

El isologo es el identificador de la marca de uso común en todas las comunicaciones de la empresa. Está compuesto por un símbolo y un logotipo.



Ilustración 39-4: Isologo

Realizado por: Moya David, 2023

A.02

VERSIONES DE MARCA

La marca Asterawi tiene dos versiones para utilizar según la necesidad comunicacional del diseño.

No obstante el icono y logotipo también pueden funcionar por separado dependiendo de la situación compositiva y la estrategia para transmitir la imagen.

Versión horizontal



Versión vertical



Ilustración 40-4: Versiones de marca

Realizado por: Moya David, 2023

A.03

ÁREA DE SEGURIDAD

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del isologo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente a la letra E del logotipo.

Del mismo modo esta medida sirve para fijar la proporción y las distancias entre símbolo y logotipo.

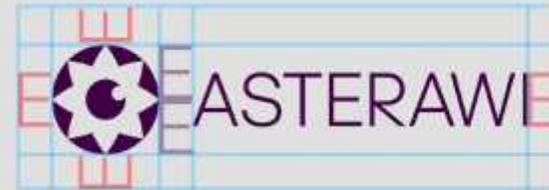


Ilustración 41-4: Área de seguridad

Realizado por: Moya David, 2023

A.04

CROMÁTICA CORPORATIVA

Las referencias cromáticas de Asterawi se basan en la flora de la especie de Asterácea, en cuya cabezuela se encuentran tonos púrpuras, verdes y amarillos.

De tal forma que al extraer sus códigos cromáticos y utilizarlos de manera específica para el diseño de sus mensajes se obtiene una aplicación consistente de los cromas seleccionados a continuación.

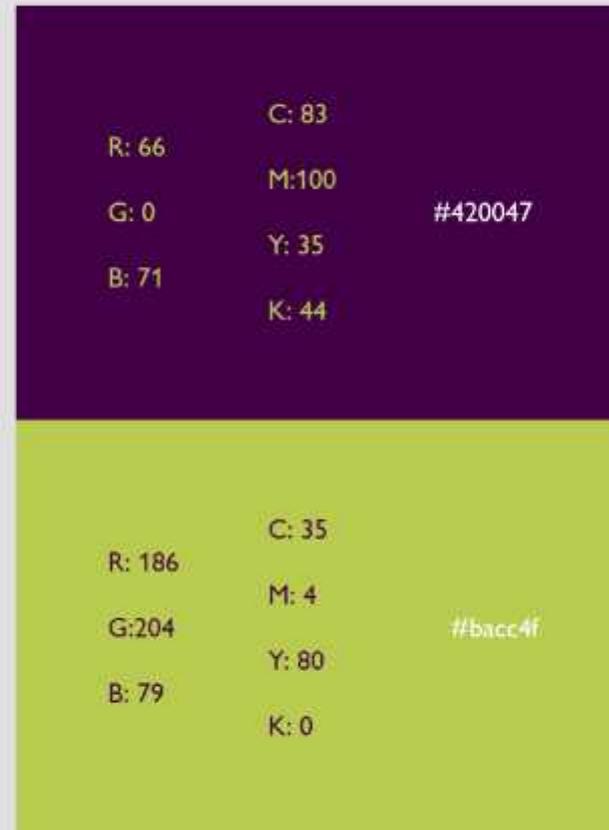


Ilustración 42-4: Gama cromática

Realizado por: Moya David, 2023

A.05

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía corporativa principal es la familia Gill Sans Nova, fue seleccionada debido a su gran legibilidad y que cuenta con dieciséis variantes de la misma, a pesar de ello se recomienda un uso clásico de texto primario con bold, texto secundario con regular, textos terciarios con light.

No obstante, también se puede considerar el uso de diferentes grosores de la tipografía dependiendo del caso y la necesidad compositiva, así como el soporte y el formato.

Gill Sans Nova

LIGHT:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 (#%&!;!*"')

REGULAR:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 (#%&!;!*"')

BOLD:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 (#%&!;!*"')

Ilustración 43-4: Tipografía principal

Realizado por: Moya David, 2023

A.06

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

La tipografía secundaria es la familia Garamond, está pensada para armonizar con la familia Gill Sans y conseguir agradables combinaciones estéticas.

Esta fuente tiene tres variantes bold, regular e itálica. Por lo cual es necesario utilizar con cautela esta tipografía, se recomienda utilizarla en textos secundarios.

Garamond

ITALIC:

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 (#%&?;!*"@)

REGULAR:

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 (#%&?;!*"@)

BOLD:

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 (#%&?;!*"@)

Ilustración 44-4: Tipografía secundaria

Realizado por: Moya David, 2023

B.

NORMAS DEL USO CORRECTO DE LA MARCA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Asterawi se tiene que seguir una serie de lineamientos. El valor de la marca está influenciado en gran medida por la disciplina de su aplicación.

Con el objetivo de no debilitar las comunicaciones de la empresa es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación. Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión y repercute negativamente en la percepción ante el público.

Ordenar y aplicar de forma correcta el isologo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

Ilustración 45-4: Sección B del manual

Realizado por: Moya David, 2023

B.01

VERSIONES CORRECTAS

Siempre que sea posible se aplicara la marca en su versión principal.

En el caso que no sea posible por cuestiones técnicas se utilizara la versión en blanco y negro.

Versión principal



Versión en negativo



Versión blanco y negro



Versión en negativo

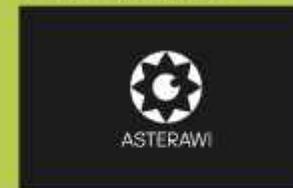


Ilustración 46-4: Uso correcto de las versiones de marca

Realizado por: Moya David, 2023

B.02

APLICACIONES CORRECTAS

Visibilidad, legibilidad y contraste son cualidades que tienen que asegurarse en todas las aplicaciones.

Si el isologo tiene que aplicarse sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco y negro, en función de la cantidad de luz del fondo.

Fondo de color no corporativo oscuro



Fondo de color no corporativo claro



Fondo fotográfico oscuro



Fondo fotográfico claro



Ilustración 47-4: Aplicación correcta de la marca

Realizado por: Moya David, 2023

B.03

APLICACIONES INCORRECTAS

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativamente determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se modificará estos tamaños y proporciones.

No cambiar el color, o alargar ni estrechar.



ASTERAWI



ASTERAWI

No modificar tamaño del icono ni tipografía.



ASTERAWI



ASTERAWI

Ilustración 48-4: Aplicación incorrecta de la marca

Realizado por: Moya David, 2023

B.04

EXPRESIÓN TEXTUAL DE LA MARCA

Cuando la marca Asterawi este mecanografiada se escribirá tal y como se muestra en el ejemplo.

Escritura correcta

Ejemplo de cómo se escribe la marca Asterawi

Escritura incorrecta

Ejemplo de cómo no se escribe la marca ASTERAWI

Escritura incorrecta

Ejemplo de cómo no se escribe la marca asterahui

Ilustración 49-4: Expresión textual de la marca

Realizado por: Moya David, 2023

C.

APLICACIONES DE MARCA

Ordenar y aplicar de forma correcta el isologo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

Ilustración 50-4: Sección C del manual de identidad

Realizado por: Moya David, 2023

C.1

INDUMENTARIA CORPORATIVA

POLOS



15

Ilustración 51-4: Indumentaria corporativa-polos

Realizado por: Moya David, 2023

C.1

INDUMENTARIA CORPORATIVA

GORRAS



Ilustración 52-4: Indumentaria corporativa

Realizado por: Moya David, 2023

C.2

— PAPELERIA CORPORATIVA

— HOJA TIPO OFICIO, CARPETA, SOBRE,
TARJETA DE PRESENTACION



Ilustración 53-4: Papelería corporativa básica

Realizado por: Moya David, 2023

C.2

— PAPELERIA CORPORATIVA —

BOLSA DE PAPEL



Ilustración 54-4: Papelería corporativa – bolsa de compras

Realizado por: Moya David, 2023

C.2

— PAPELERIA CORPORATIVA —

SELLO IDENTIFICADOR



Ilustración 55-4: Papelería corporativa – sello

Realizado por: Moya David, 2023

C.2

— PAPELERIA CORPORATIVA —

CAJA PARA ENVIO DE PRODUCTOS



20

Ilustración 56-4: Papelería corporativa – caja

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TAZAS



21

Ilustración 57-4: Souvenirs, taza-patrón *Barnadesia arborea* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TAZAS



22

Ilustración 58-4: Souvenirs, taza-patrón *Barnadesia arborea* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TAZAS



23

Ilustración 59-4: Souvenirs, taza-patrón *Barnadesia arborea* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TAZAS



24

Ilustración 60-4: Souvenirs, taza-patrón *Bidens pilosa* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TAZAS



25

Ilustración 61-4: Souvenirs, taza-patrón *Bidens pilosa* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TAZAS



26

Ilustración 62-4: Souvenirs, taza-patrón *Bidens pilosa* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TAZAS



27

Ilustración 63-4: Souvenirs, taza-patrón *Smallanthus fruticosus* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TAZAS



28

Ilustración 64-4: Souvenirs, taza-patrón *Smallanthus fruticosus* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TAZAS



29

Ilustración 65-4: Souvenirs, taza-patrón *Smallanthus fruticosus* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOTE BAG



30

Ilustración 66-4: Souvenirs, tote bag-patrón *Barnadesia arborea* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOTE BAG



31

Ilustración 67-4: Souvenirs, tote bag-patrón *Barnadesia arborea* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOTE BAG



32

Ilustración 68-4: Souvenirs, tote bag-patrón *Barnadesía arborea* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOTE BAG



33

Ilustración 69-4: Souvenirs, tote bag-patrón *Bidens pilosa* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOTE BAG



34

Ilustración 70-4: Souvenirs, tote bag-patrón *Bidens pilosa* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOTE BAG



35

Ilustración 71-4: Souvenirs, tote bag-patrón *Bidens pilosa* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOTE BAG



36

Ilustración 72-4: Souvenirs, tote bag-patrón *Smallanthus fruticosus* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOTE BAG



37

Ilustración 73-4: Souvenirs, tote bag-patrón *Smallanthus fruticosus* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOTE BAG



38

Ilustración 74-4: Souvenirs, tote bag-patrón *Smalanthus fruticosus* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOMATODO



39

Ilustración 75-4: Souvenirs, tomatodo-patrón *Barnadesia arborea* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOMATODO



40

Ilustración 76-4: Souvenirs, tomatodo-patrón *Barnadesia arborea* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOMATODO



41

Ilustración 77-4: Souvenirs, tomatodo-patrón *Barnadesia arborea* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOMATODO



42

Ilustración 78-4: Souvenirs, tomatodo-patrón *Bidens pilosa* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOMATODO



43

Ilustración 79-4: Souvenirs, tomatodo-patrón *Bidens pilosa* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOMATODO



44

Ilustración 80-4: Souvenirs, tomatodo-patrón *Bidens pilosa* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOMATODO



45

Ilustración 81-4: Souvenirs, tomatodo-patrón *Smallanthus fruticosus* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOMATODO



46

Ilustración 82-4: Souvenirs, tomatodo-patrón *Smallanthus fruticosus* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.3

SOUVERNIRS

TOMATODO



47

Ilustración 83-4: Souvenirs, tomatodo-patrón *Smallanthus fruticosus* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

BUFF



Ilustración 84-4: Merchandising, buf-patrón *Barnadesía arborea* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

BUFF



49

Ilustración 85-4: Merchandising, buf-patrón *Barnadesía arborea* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

BUFF

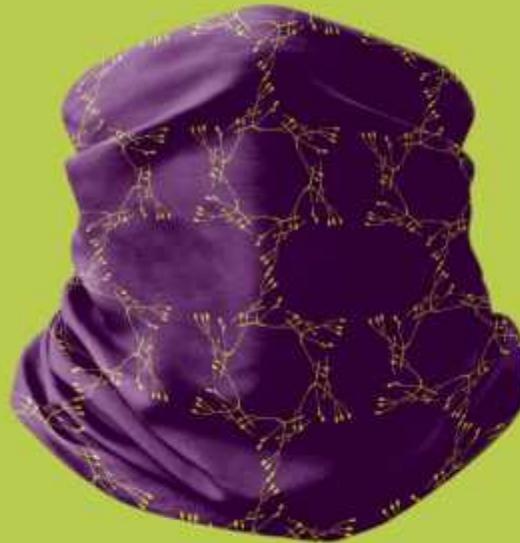


Ilustración 86-4: Merchandising, buf-patrón *Barnadesia arborea* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

BUFF



51

Ilustración 87-4: Merchandising, buf-patrón *Bidens pilosa* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

BUFF



52

Ilustración 88-4: Merchandising, buf-patrón *Bidens pilosa* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

BUFF



53

Ilustración 89-4: Merchandising, buf-patrón *Bidens pilosa* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

BUFF



54

Ilustración 90-4: Merchandising, buf-patrón *Smallanthus fruticosus* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

BUFF



55

Ilustración 91-4: Merchandising, buf-patrón *Smallanthus fruticosus* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

BUFF



56

Ilustración 92-4: Merchandising, buf-patrón *Smilax fruticosa* planta
Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

GORRAS



57

Ilustración 93-4: Merchandising, gorra-patrón *Barnadesía arborea* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

GORRAS



58

Ilustración 94-4: Merchandising, gorra-patrón *Barnadesía arborea* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

GORRAS



59

Ilustración 95-4: Merchandising, gorra-patrón *Barnadesía arborea* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

GORRAS



60

Ilustración 96-4: Merchandising, gorra-patrón *Bidens pilosa* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

GORRAS



61

Ilustración 97-4: Merchandising, gorra-patrón *Bidens pilosa* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

GORRAS



Ilustración 98-4: Merchandising, gorra-patrón *Bidens pilosa* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

GORRAS



63

Ilustración 99-4: Merchandising, gorra-patrón *Smallanthus fruticosus* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

GORRAS



Ilustración 100-4: Merchandising, gorra-patrón *Smalanthus fruticosus* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

GORRAS



65

Ilustración 101-4: Merchandising, gorra-patrón *Smalanthus fruticosus* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

HOODIE - CAPUCHA



66

Ilustración 102-4: Merchandising, hoodie-patrón *Barnadesía arborea* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

HOODIE - CAPUCHA



67

Ilustración 103-4: Merchandising, hoodie-patrón *Barnadesía arborea* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

HOODIE - CAPUCHA



68

Ilustración 104-4: Merchandising, hoodie-patrón *Barnadesía arborea* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

HOODIE - CAPUCHA



69

Ilustración 105-4: Merchandising, hoodie-patrón *Bidens pilosa* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

HOODIE - CAPUCHA



70

Ilustración 106-4: Merchandising, hoodie-patrón *Bidens pilosa* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

HOODIE - CAPUCHA



71

Ilustración 107-4: Merchandising, hoodie-patrón *Bidens pilosa* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

HOODIE - CAPUCHA



72

Ilustración 108-4: Merchandising, hoodie-patrón *Smallanthus fruticosus* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

HOODIE - CAPUCHA



73

Ilustración 109-4: Merchandising, hoodie-patrón *Smalanthus fruticosus* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

HOODIE - CAPUCHA



74

Ilustración 110-4: Merchandising, hoodie-patrón *Smallanthus fruticosus* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

CHAQUETA-BOMBER JACKET



75

Ilustración 111-4: Merchandising, bomber jacket-patrón *Barnadesía arborea* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

CHAQUETA-BOMBER JACKET



76

Ilustración 112-4: Merchandising, bomber jacket-patrón *Barnadesía arborea* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

CHAQUETA-BOMBER JACKET



77

Ilustración 113-4: Merchandising, bomber jacket-patrón *Barnadesía arborea* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

CHAQUETA-BOMBER JACKET



78

Ilustración 114-4: Merchandising, bomber jacket-patrón *Bidens pilosa* flor

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

CHAQUETA-BOMBER JACKET



79

Ilustración 115-4: Merchandising, bomber jacket-patrón *Bidens pilosa* planta

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

CHAQUETA-BOMBER JACKET



80

Ilustración 116-4: Merchandising, bomber jacket-patrón *Bidens pilosa* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

CHAQUETA-BOMBER JACKET



81

Ilustración 117-4: Merchandising, bomber jacket-patrón *Smilax flor*

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

CHAQUETA-BOMBER JACKET



82

Ilustración 118-4: Merchandising, bomber jacket-patrón *Smallanthus fruticosus* hoja

Realizado por: Moya David, 2023

C.4

MERCHANDISING

CHAQUETA-BOMBER JACKET



83

Ilustración 119-4: Merchandising, bomber jacket-patrón *Smallanthus fruticosus* planta

Realizado por: Moya David, 2023

CAPÍTULO V

5. MARCO DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

1. Tras la investigación realizada y la información recopilada de manera documental se establecen las familias de flora que se puede encontrar en el cantón Rumiñahui, y también se determina cuáles son las especies más representativas, y que problemas son los que afronta actualmente para su desarrollo. La familia que cuenta con mayor número de especies representativas son las Asteráceas, su principal amenaza es la contaminación por desechos sólidos. Y debido al poco conocimiento o desconocimiento sobre las especies nativas por parte de la población joven del cantón, se concluye necesariamente aumentar la difusión de ciertas especies para trascender su identidad.

2. Después de realizar una salida de campo son registradas nueve especies de las trece registradas en otra investigación. De éstas nueve, son seleccionadas tres especies (*Barnadesia arborea*, *Bidens pilosa*, *Smallanthus fruticosus*) para trabajar con la flor, hoja y el tallo de cada una. En su mayoría esta familia de plantas es de tipo herbáceas, presentan en su inflorescencia una cabezuela con flores amarillas dispuestas de forma radial, su nombre viene de la asociación con el sol o las estrellas por su semejanza al desprender luz. Presentan una amplia gama cromática que pasa por los amarillos, verdes hasta el purpura. De cada especie en general se puede obtener rasgos significativos para trabajar en la creación de patrones.

3. Al aplicar los métodos e instrumentos de investigación, se concluye eficazmente con información relevante para trabajar. Un posterior análisis de cada elemento (flor, hoja, tallo) por separado permite la selección de cualidades o rasgos característicos como formas y cromática, que después al utilizarlos con los fundamentos de diseño como el ritmo, movimiento, desplazamiento o rotación y la aplicación de color; se generan formas y patrones abstractos, bien estructurados reticularmente. Estos patrones ayudan a describir la línea gráfica de la marca.

4. La creación de la propuesta identitaria basada en la familia Asteraceae resulta eficaz por lo que se concluye que, las características gráficas de la flora sirven como fuente de inspiración para la generación de proyectos de identidad, a la vez que puede enriquecer culturalmente el tejido social.

5.2 Recomendaciones

1. Se recomienda ampliar la investigación de especies nativas a especies endémicas también, debido a que su población es menor en relación con los otros tipos de flora. Otro ámbito que se recomienda investigar es la fauna de la zona, debido a la carencia de elementos gráficos inspirados en este tipo de fenómenos.

2. Investigar sobre el lugar al cual se piensa movilizar factores como el clima pueden influir negativamente, tener en cuenta horarios de atención, servicios que disponen y reservar a tiempo por ejemplo para contratar un guía. Se recomienda hacer las salidas de campo con ayudante porque facilita y agiliza el proceso del registro fotográfico.

3. Realizar secuencialmente los pasos de extracción modular en todas las especies y después la aplicación cromática igualmente en todas. De este modo ya se cuenta con todos los elementos para componer. El manejo adecuado de software resulta estrictamente necesario para optimizar recursos de la máquina en que se trabaje. Además de agilizar procesos de trabajo para la creación de patrones y aplicación de estos.

4. Se recomienda contar con todos los elementos para crear composiciones en los mockups. Tanto la marca como los patrones para conseguir la uniformidad y armonizar correctamente los dos en los productos o aplicaciones planteadas.

5. También se plantea ampliar la línea de investigación para la creación de una marca cantón inspirada en alguna de las familias de flora de la zona.

BIBLIOGRAFÍA

ACARO SUÁREZ, Bryan Andrés. Propuestas gráficas inspiradas en las especies de orquídeas representativas de la ciudad de Piñas. [En línea] (Trabajo de titulación) (Ingeniería). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. 2019. pp. 129- 130. [Consulta: 2022-11-11]. Disponible en: <http://dspace.epoch.edu.ec/handle/123456789/11695>

AGUILAR NARANJO, Gilson Wladimir. Problemática de la Erosión de suelos en sistemas de producción agrícola, en la provincia de Los Ríos. [En línea] (Trabajo de titulación) (Ingeniería). Universidad Técnica de Babahoyo, Los Ríos, Ecuador. 2020. p. 14 [Consulta: 2022-11-24]. Disponible en: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/8462>

AMORES, Carlos, sf. *Autopista general Rumiñahui, vía Quito al Valle de los Chillos.* [blog]. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en: <https://i.pinimg.com/564x/29/9b/48/299b481332be7f28ddb66b647afde6eb.jpg>

ANDERS, Valentín. *La interesante historia del origen de la palabra ASTERÁCEAS. Aquí explicamos de dónde viene la palabra asteráceas.* [blog]. [Consulta: 2023-02-15]. Disponible en: <http://etimologias.dechile.net/?astera.ceas>

ARIAS, Claudio. *Sensación, significado y aplicación del color.* Primera. Santiago – Chile. LFNT, 2010. pp. 12–30.

BELTRÁN MAS, Rafel; & TRAVESET VILAGINES, Anna. “Redes de interacción entre flores e himenópteros en dos comunidades costeras. Efectos de la pérdida de hábitat”. *Ecosistemas* [en línea], 2018, (España) 27(2), 102-114. [Consulta: 24 noviembre 2022]. ISSN 1697-2473. Disponible en: <https://doi.org/10.7818/ECOS.1409>

CAMACHO HERRERA, Mayra Cristina. Educación ambiental en la conservación de la flora nativa del refugio ecológico Molinuco, cantón Rumiñahui, periodo 2019. [En línea] (Trabajo de titulación) (Ingeniería). UCE, Quito, Ecuador. 2020. p. 121. [Consulta: 2022-11-11]. Disponible en: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/23082>

CANTÓN RUMIÑAHUI FESTEJA SUS 80 AÑOS HASTA FINALES DE JUNIO. [blog]. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en: <https://www.lahora.com.ec/secciones/canton-ruminahui-festeja-sus-80-anos-hasta-finales-de-junio/>

CERVERA CALDUCH, Rafael. *Métodos y técnicas de investigación internacional.* [En línea] 2014. [Consulta: 02 enero 2023]. Disponible en: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/835-2018-03-01-Metodos%20y%20Técnicas%20de%20Investigacion%20Internacional%20v2.pdf>

ECUADORYAVENTURA, sf. Cascada Condor Machay. [blog]. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en: https://www.ecuadoryaventura.com/wp-content/uploads/2019/03/DSC_0728-EFFECTS.jpg

EPMHVR, sf. *Parque central Juan Salinas.* [blog]. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en: <https://epmhvr.gob.ec/>

FERNANDEZ, J. *Branding cultural: una teoría aplicada a las marcas y a la publicidad.* [En línea] Barcelona-España. Editorial UOC, 2019. [Consulta: 21 diciembre 2022]. Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/113294?page=4>.

GUALLICHICO PAUCAR, Nataly Silvana. Educación ambiental comunitaria en la conservación de la flora nativa del sendero “cascada Cóndor Machay”, cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha, 2021-2022. [En línea] (Trabajo de titulación) (Licenciatura). UCE, Quito, Ecuador. 2022. p.34. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/28001>

IDROBO, X. *Libro Diseño Andino Multidimensional.* Riobamba, Ecuador, 2012. IDI.ESPOCH, pp. 47-184

LEÓN ESPINOZA, Zoila Daniela. Estudio de la Alfarería de Jatumpamba para la Creación de un Sistema de Branding para Fomentar el Rescate Artesanal: Caso Práctico Elaboración de Packaging. [En línea] (Trabajo de titulación) (Ingeniería). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. 2016. p. 12 [Consulta: 2022-11-11]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/4822>

LOSSADA, Fernando. *El color y sus armonías* [En línea]. Primera. Venezuela: s.n., 2012. [Consulta: 10 enero 2023.]

Disponible en: http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/El_color_y_sus_armonias-3.pdf

LUPTON, Ellen; & PHILLIPS, Jennifer. *Diseño gráfico: nuevos fundamentos* [En línea]. Editorial GG. (2016). [Consulta: 1 noviembre 2022]. Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/esepoch/211903?page=456>

MAGALLANES, Delia; et al. Efectos de la contaminación ambiental producidos por los desechos sólidos. *Pro Sciences: Revista De Producción, Ciencias E Investigación* [en línea], 2021, (Ecuador) 5(38), 149-155. [Consulta: 28 noviembre 2022]. ISSN 2588-1000. Disponible en: <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol5iss38.2021pp149-155>

MUNICIPIO DE RUMIÑAHUI, 2022. *Bicentenario de la batalla de Pichincha.* [blog]. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en: https://scontent.fltx1-1.fna.fbcdn.net/v/t39.30808-6/281269489_384717410367333_1620664926082303856_n.jpg?_nc_cat=105&ccb=1-7&_nc_sid=8bfeb9&_nc_ohc=dDTPIr32MNYAX9_uW03&_nc_ht=scontent.fltx1-1.fna&oh=00_AfBvntWP1wUIKrBkpuG2RV-MKCDc2LNzZgpz9J3UNQSIeg&oe=640D7F02

ORTIZ APOLO, Bryan; & RAMÍREZ MORA, Carlos. Análisis de los efectos causados por la deforestación mediante teledetección en los cantones Olmedo y Paján provincia de Manabí [En línea] (Trabajo de titulación) (Ingeniería). Universidad Agraria del Ecuador, Guayaquil, Ecuador. 2021. pp. 30-31 [Consulta: 2022-11-25]. Disponible en: <https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/RAMIREZ MORA CARLOS LUIS.pdf>

QUIMI ZAMBRANO, Michelle Yamilet. Especies exóticas en el Ecuador continental: Origen, causas y tiempo de residencia de plantas introducidas. [En línea] (Trabajo de titulación) (Bióloga). Universidad de Guayaquil, Guayas, Ecuador. 2021. pp. 18-22 [Consulta: 2022-11-29]. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/52818>

QUIROZ, Mauricio. *Rumiñahui... ¿Qué significa su nombre?* [blog]. 2018. [Consulta: 2023-01-04]. Disponible en: [RUMIÑAHUI...¿QUÉ SIGNIFICA SU NOMBRE? – PROYECTO KITU \(wordpress.com\)](https://www.rumiñahui.com/que-significa-su-nombre/)

RAE. *Lignificar* [blog]. [Consulta: 10 enero 2023]. Disponible en: <https://dle.rae.es/lignificar>

RIVERO GUERRA, A. O. “Diversidad y distribución de los endemismos de Asteraceae (Compositae) en la Flora del

Ecuador”. *Collectanea Botanica* [en línea], 2020, (España) 39(e001). [Consulta: 05 enero 2023]. ISSN 1989-1067. Disponible en: <https://doi.org/10.3989/collectbot.2020.v39.001>

RODRÍGUEZ, L. *Diseño: estrategia y táctica*. [En línea]. México DF. Siglo XXI, 2004.

[Consulta: 10 enero 2023]. Disponible en:

https://books.google.com.ec/books?id=ESXjBQAAQBAJ&pg=PT3&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false

RUMIÑAHUI, UN DESTINO PARA DISFRUTAR DE LA CULTURA, NATURALEZA Y AVENTURA. [blog]. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en:

<https://www.turismo.gob.ec/ruminahui-un-destino-para-disfrutar-de-la-culturaturaleza-y-aventura/>

SANDOVAL, M. *Identidad Corporativa Texto Básico*. Riobamba, Ecuador, 2020. [Consulta: 2022-11-11].

SANGOLQUI-ECUADOR, sf. [blog]. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en: <https://i.pinimg.com/564x/40/a6/1a/40a61a362329dc245605e0db5edeca65.jpg>

SÉRALINI, G. *¿Nos envenenan?: transgénicos, pesticidas y otros tóxicos. Cómo afectan a nuestras vidas y cómo se ocultan sus consecuencias*. [En línea] Barcelona-España. Ned ediciones, 2013. [Consulta: 29 noviembre 2022]. Disponible en: <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/59778>

TAMAYO VALENZUELA, Alejandro Daniel. Branding, construcción de marcas. [En línea] (Trabajo de titulación) (Licenciatura). USFQ, Quito, Ecuador. 2013. p. 11 [Consulta: 2022-11-11]. Disponible en: <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2502>

TTITO HUAMANHUILLCA, Silvia. *Características de la familia Asteraceae* [blog]. [Consulta: 2023-01-04]. Disponible en: <https://idoc.pub/documents/caracteristicas-de-la-familia-asteraceae-en5kge95mxno>

WONG, W. *Fundamentos de diseño*. [En línea] Barcelona-España. Editorial GG, 2014. [Consulta: 10 enero 2023]. Disponible en: <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/45553>

ZÚÑIGA GONZÁLEZ, Shirley Teresa. Reestructuración de la Ruta Turística de Cascadas del Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha. [En línea] (Trabajo de graduación) (Ingeniería). PUCE, Quito, Ecuador. 2013. pp. 2-4. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en: <http://repositorio.puce.edu.ec:80/handle/22000/5696>

1000MARCAS. 2023. *Nokia logo* [blog]. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en: <https://1000marcas.net/nokia-logo/>

1000MARCAS. 2023. *Pepsi logo*[blog]. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en: <https://1000marcas.net/pepsi-logo/>

1000MARCAS. 2023. *Nike logo*[blog]. [Consulta: 2023-01-02]. Disponible en: <https://1000marcas.net/pepsi-logo/>