



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**

TÍTULO

**APLICACIÓN GRÁFICA EN “NUEVOS MEDIOS” COMO HERRAMIENTA DEL
ECODISEÑO PARA PROMOVER LA INTERACCIÓN DE MARCAS EN
USUARIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO DEL DMQ.**

AUTORA

MÓNICA ELIZABETH VÁSQUEZ FALCONY

DIRECTOR

MSc. RENATO MAURICIO BARROS BRAVO

QUITO

2017



Quito, 10 de Noviembre del 2016

**Msc. María José Enríquez
Decana de la Facultad de Comunicación, Artes y Humanidades
Universidad Tecnológica Equinoccial
Presente.-**

Informo que la tesis de la estudiante **Falcony Vásquez Elizabeth Mónica**, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario con el tema: **Aplicación gráfica en "nuevos medios" como herramienta del Ecodiseño para promover la interacción de marcas en usuarios de transporte público del DMQ**, ha culminado satisfactoriamente; El documento cumple con todos los parámetros de investigación, los objetivos y el desarrollo de la propuesta, por lo que solicito se pueda entregar a los lectores para la revisión

Atentamente,


Renato Barros
Docente

DOCUMENTOS DE AUTORÍA

Yo, Mónica Elizabeth Vásquez Falcony con cédula de identidad 1723737142 declaro: que la investigación del proyecto de titulación denominado: **APLICACIÓN GRÁFICA EN “NUEVOS MEDIOS” COMO HERRAMIENTA DEL ECODISEÑO PARA PROMOVER LA INTERACCIÓN DE MARCAS EN USUARIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO DEL DMQ;** respaldado por conceptos, resultados y análisis de investigación, así como las conclusiones que en éste proyecto se presentan son de mi absoluta responsabilidad, en cumplimiento a las normativas de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

El presente proyecto integrador, constituye un requisito previo a la obtención del título de INGENIERA EN DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO.

Quito – Ecuador 2017



Mónica Elizabeth Vásquez Falcony

C.C.: 1723737142

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todas las bendiciones que a puesto en mi camino, dándome la oportunidad de poder culminar uno de los primero pasos en mi vida profesional.

A mis padres que me dieron la confianza y seguridad para poder enfrentar mis caídas y sentirme orgullosa de mis triunfos, demostrándome con su apoyo y amor incondicional que todas las metas que te pongas en la vida, se las puede conseguir con perseverancia.

Agradezco a quien a sido mi inspiración principal, mi esposo y mi princesa que viene en camino, quiero que se sienta orgulloso de tener una madre preparada que guiará con mucho amor cada uno de sus pasos.

Agradezco a mi tutor MSc. Renato Baros que gracias a su tiempo y predisposición guio mi proyecto con toda su experiencia y con el cual pude obtener todo ese conocimiento.

Finalmente a todas las personas que pusieron un granito de arena para poder hacer este sueño posible con sus palabras y apoyo incondicional.

DEDICATORIA

Este proyecto realizado con esfuerzo durante varios meses, lo dedico a mis padres los cuales con mucho sacrificio hicieron que pudiera convertirme en profesional, guiaron mis pasos con mucho amor y paciencia, con cada uno de sus ejemplos que me ayudaron a llegar hacer la persona que soy ahora, demostrándome que en la vida se debe caer y volverse a levantar ante toda adversidad que se ponga en mi camino, y de esta manera ser los principales maestros que la vida me pudo dar.

A mi hermano y su familia que han estado conmigo guiando parte de mi vida con sus conocimientos y lecciones de vida, también por ellos es que estoy cumpliendo este sueño.

A mi esposo Jesús y nuestra princesa que viene en camino, quiero decirles que son las personas más importantes en mi vida, su apoyo y la manera de poder inspirarme para hacer de este sueño posible hacen que cada esfuerzo invertido valga la pena en este proyecto, a todos puedo decir muchísimas gracias por cada palabra de aliento que hicieron que no desista y continúe para poder culminar este gran triunfo.

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1723737142
APELLIDO Y NOMBRES:	VÁSQUEZ MONICA
DIRECCIÓN:	LLANO CHICO
EMAIL:	Monitas_eli26@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	022484825
TELÉFONO MOVIL:	0987591218

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	APLICACIÓN GRÁFICA EN “NUEVOS MEDIOS” COMO HERRAMIENTA DEL ECODISEÑO PARA PROMOVER LA INTERACCIÓN DE MARCAS EN USUARIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO DEL DMQ.
AUTOR O AUTORES:	MONICA VASQUEZ
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	9 de Enero 2017
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	MSc. RENATO MAURICIO BARROS BRAVO
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	ING. DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	El proyecto integrador denominado Aplicación gráfica en “Nuevos medios” como herramienta del ecodiseño para promover la interacción de marcas en usuarios de transporte público del DMQ, se presenta en cuatro parámetros principales: un enfoque de la metodología de la investigación, necesariamente para la base conceptual, el diagnóstico del problema, propuesta del proyecto, validación, conclusiones y

recomendaciones del proyecto.

En el primer capítulo se muestra el fundamento teórico, que proporciona un marco teórico sobre la Aplicación gráfica en “Nuevos medios” como herramienta del ecodiseño para promover la interacción de marcas en usuarios de transporte público del DMQ, en este capítulo hay conceptos de medios de comunicación, ecodiseño, movilidad, tecnología, detallando la relación entre ecodiseño y nuevos medios que finalmente es la idea central del desarrollo del proyecto en la que se enfoca todo lo que concierne al proyecto en sí para que se pueda efectuar su realización.

El segundo capítulo se centra el diagnóstico del problema, este capítulo se lleva a cabo a través de la recopilación de datos que se muestra en la encuesta que fue realizada a los usuarios que hacen uso del medio de transporte en la ciudad de Quito, los resultados serán utilizados para hacer el análisis e interpretación respectiva.

El tercer capítulo trata sobre el desarrollo de la propuesta, en el cual se establecerá estrategias e ideas para visualizar el prototipo final del proyecto.

La aprobación se realiza mediante matrices, el prototipo final será aprobado por las personas a las que fue dirigido el proyecto.

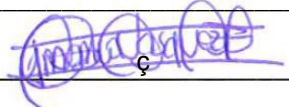
Finalmente se harán las conclusiones y recomendaciones basadas en el proyecto

	ya desarrollado.
PALABRAS CLAVES:	<p style="text-align: center;">Ecodiseño Nuevos medios Tarifario publicitario</p>
ABSTRACT:	<p>The integrator Application graphical project called "New Media" is presented in four main parameters: an approach to research methodology necessarily conceptual basis for the diagnosis of the problem, project proposal, validation, conclusions and recommendations.</p> <p>In the first chapter the theoretical foundation, which provides a theoretical framework for the graphics application in "New Media" is displayed, in this chapter there are concepts of media, eco-design, mobility, technology, detailing the relationship between eco-design and new media finally is the central idea of the project development.</p> <p>The second chapter is focused on diagnosing the problem, this chapter is done through data collection shown in the survey, the results will be used to make the respective analysis and interpretation.</p> <p>The third chapter discusses the development of the proposal, in which strategies and ideas to visualize the final prototype of the project will be established. The approval is done by matrices, the final prototype will be approved by the people it was directed the project.</p> <p>Finally, conclusions and recommendations based on the project and will be</p>

	developed.
KEYWORDS	Eco design New Media Advertising Rates

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f: _____



APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS

1723737142

NÚMERO DE CÉDULA


DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **VÁSQUEZ FALCONY MÓNICA ELIZABETH**, CI 1723737142 autor/a del proyecto titulado: **APLICACIÓN GRÁFICA EN “NUEVOS MEDIOS” COMO HERRAMIENTA DEL ECODISEÑO PARA PROMOVER LA INTERACCIÓN DE MARCAS EN USUARIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO DEL DMQ** previo a la obtención del título de **INGENIERA EN DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 9 de Enero 2017

f: _____



APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS

1723737142

NÚMERO DE CÉDULA

Quito, 9 de Enero 2017



Quito, 02 de Junio del 2016

Sres.
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN
Presente.-

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **Antonio Chamorro Sanmiguel**, con cédula de identidad N. 171233190-7 en calidad de Técnico de la Secretaría de Movilidad, autorizo a **Vásquez Falcony Mónica Elizabeth** con cédula de identidad N. 1723737142 estudiante de la Universidad Tecnológica Equinoccial, realizar la investigación para la elaboración de su proyecto de titulación "Aplicación gráfica en "Nuevos Medios" como herramienta del ecodiseño para promover la interacción de marcas en usuarios de transporte público del DMQ.", basada en la información proporcionada por la compañía.

Atentamente,

Ing. Antonio Chamorro Sanmiguel
Dirección Metropolitana de Gestión de la Movilidad
CI. 1712331907



Quito, 29 de Septiembre del 2016

Sres.
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN
Presente.-

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **Antonio Chamorro Sanmiguel**, con cédula de identidad N. 171233190-7 en calidad de Técnico de la Secretaría de Movilidad, por medio de la presente hago constar que el Proyecto Integrador que lleva por título: Aplicación gráfica en "Nuevos Medios" como herramienta del ecodiseño para promover la interacción de marcas en usuarios de transporte público del DMQ, presentado por la egresada **Vásquez Falcony Mónica Elizabeth** con cédula de identidad N. 1723737142. Reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerado válido y apto para ser aplicado en el logro de los objetivos de su investigación, respetando nuestra opinión y visto reflejado en el prototipo final.

Atentamente,


Ing. Antonio Chamorro Sanmiguel
Dirección Metropolitana de Gestión de la Movilidad
CI. 1712331907

RESUMEN

El proyecto integrador denominado Aplicación gráfica en “Nuevos medios”, se presenta en cuatro parámetros principales: un enfoque de la metodología de la investigación, necesariamente para la base conceptual, el diagnóstico del problema, propuesta del proyecto, validación, conclusiones y recomendaciones.

En el primer capítulo se muestra el fundamento teórico, que proporciona un marco teórico sobre la Aplicación gráfica en “Nuevos medios”, en este capítulo hay conceptos de medios de comunicación, ecodiseño, movilidad, tecnología, detallando la relación entre ecodiseño y nuevos medios que finalmente es la idea central del desarrollo del proyecto.

El segundo capítulo se centra el diagnóstico del problema, este capítulo se lleva a cabo a través de la recopilación de datos que se muestra en la encuesta, los resultados serán utilizados para hacer el análisis e interpretación respectiva.

El tercer capítulo trata sobre el desarrollo de la propuesta, en el cual se establecerá estrategias e ideas para visualizar el prototipo final del proyecto.

La aprobación se realiza mediante matrices, el prototipo final será aprobado por las personas a las que fue dirigido el proyecto.

Finalmente se harán las conclusiones y recomendaciones basadas en el proyecto ya desarrollado.

ABSTRACT

The integrator Application graphical project called "New Media" is presented in four main parameters: an approach to research methodology necessarily conceptual basis for the diagnosis of the problem, project proposal, validation, conclusions and recommendations.

In the first chapter the theoretical foundation, which provides a theoretical framework for the graphics application in "New Media" is displayed, in this chapter there are concepts of media, eco-design, mobility, technology, detailing the relationship between eco-design and new media finally is the central idea of the project development.

The second chapter is focused on diagnosing the problem, this chapter is done through data collection shown in the survey, the results will be used to make the respective analysis and interpretation.

The third chapter discusses the development of the proposal, in which strategies and ideas to visualize the final prototype of the project will be established.

The approval is done by matrices, the final prototype will be approved by the people it was directed the project.

Finally, conclusions and recommendations based on the project and will be developed.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
I. Tema general del proyecto	3
II. Título del proyecto	3
III. Justificación	3
IV. Definición del problema	3
V. Objeto de estudio	3
VI. Campo de acción de la investigación	4
VII. Objetivos	4
VIII. Objetivo General	4
IX. Objetivos Específicos	4
X. Idea a defender	5
XI. Clasificación de las variables	5
XV. Marco Metodológico	7
XVI. Población y muestra	8
XVII. Resultados esperados	9
XVIII. Novedad	9
XIX. Viabilidad	9
CAPÍTULO I	11
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
1. Medios de comunicación	11
1.1. Importancia de los medios de comunicación	12
1.1.2. Tipos de medios de comunicación	12
1.1.2.1. ATL (Above The Line).....	13
1.1.2.2. BTL (Below the Line)	13
1.1.3. Nuevos Medios.....	13
1.1.3.1. Cinco principios de nuevos medios	13
1.1.3.2. Valores en nuevos medios	13
1.2. Aplicaciones gráficas	14
1.2.1. Aplicaciones de software.....	14
1.2.1.2. Programas gráficos.....	14

1.2.1.3. Clasificación.....	15
1.2.2. Diseño Gráfico.....	15
1.2.2.1. Estilos y tendencias	16
1.3. Ecodiseño	16
1.3.1 Principios de ecodiseño	17
1.3.2 Metodologías del ecodiseño.....	17
1.3.2.1. Metodología PILOT.....	17
1.3.2.2. Metodología Promise.....	18
1.3. Marco legal	19
1.3.1. Ley Orgánica de transporte terrestre de tránsito y seguridad vial de Quito.....	19
1.3.2. Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador	19
1.3.3 Ley de Régimen del Distrito Metropolitano de Quito	20
1.4. Movilidad urbana	20
1.4.1. Sistema de movilidad de la ciudad de Quito	20
1.5. Sistema de transporte de Quito	21
1.5.1. Rutas de buses de Quito.....	21
1.5.1.1. Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM)	22
1.5.1.2. Rutas de buses.....	23
1.5.1.2.1. Tiempos de intervalo	23
1.5.2. Costo de transporte.....	23
1.5.2.1. Buses.....	23
CAPÍTULO II.....	24
DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	24
2.1 Macroambiente	24
2.1.1 Uso de ecodiseño.....	25
2.1.1.1 Alpina.....	25
2.1.1.2 Corona (Industria de cerámica)	25
2.1.1.3 Isagén.....	26
2.1.1.4 Schneider Electric.....	26
2.2 Microambiente	26
2.2.1 Tabulación De Datos.....	27
2.2.1.1 Análisis e interpretación de resultados	27
2.2.1.2 Análisis general de las encuestas.....	36
CAPÍTULO III.....	37
PROPUESTA.....	37
3.1 Introducción a la propuesta.....	37
3.2 Esquema de la propuesta	37
3.2.1 Línea creativa.....	37
3.2.2 Línea conceptual	38
3.2.3 Línea gráfica	38
3.3 Objetivo de la propuesta	38

3.4 Características de la propuesta	38
3.4.1 Creación de un nuevo medio	38
3.4.1.1 Estrategia de un nuevo medio	39
3.4.1.1.1 Estrategia de distribución de un nuevo medio.....	39
3.4.1.2 Tarifario	40
3.5 Creación de la marca.....	41
3.5.1 Significado.....	41
3.5.2 Logotipo	41
3.5.3 Información	41
3.6 Antecedentes.....	42
3.6.1 Boletos de medio de transporte público de DMQ.....	42
3.6.2 Metrobús - Q	42
3.6.2.1 Ticket de parada menores de edad y tercera edad	42
3.6.2.2 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años.....	43
3.6.2.3 Ticket de parada de personas con discapacidad.....	45
3.6.3 Trolebús y Ecovía.....	46
3.6.3.1 Ticket de parada menores de edad y tercera edad	46
3.6.3.2 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años	48
3.6.3.3 Ticket de parada de personas con discapacidad.....	49
3.6.3.4 Ticket de alimentador menores de edad y tercera edad.....	51
3.6.3.5 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años	52
3.7 Solución	54
3.8 Desarrollo del nuevo medio	54
3.8.1 Diseño de la diagramación del boleto	54
3.8.2 Diseño de la diagramación de promociones	55
3.8.2.1 Promociones.....	55
3.8.2.2 Canjes	56
3.8.2.3 2 x 1	56
3.8.2.4 Obsequios	57
3.8.2.5 Cupones	57
3.8.3 Memorias técnicas y descriptivas.....	58
3.8.3.1 Metrobús – Q.....	58
3.8.3.1.1 Ticket de parada de menores de edad y tercera edad.....	58
3.8.3.1.2 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años	58
3.8.3.1.3 Ticket de parada de personas con discapacidad	59
3.8.3.2 Ecovía.....	60
Es un medio de transporte público de la ciudad de Quito que consta de	
37 paradas con 16 rutas y tiene 113 buses articulados y alimentadores.	
.....	60
3.8.3.2.1 Ticket de parada de menores de edad y tercera edad.....	60
3.8.3.2.2 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años	61
3.8.3.2.3 Ticket de parada de personas con discapacidad	62
3.8.3.2.4 Ticket de alimentador de menores de edad y tercera edad	62
3.8.3.2.5 Ticket de alimentador de usuarios entre 18 y 65 años	63

3.8.3.3 Trolebús.....	64
3.8.3.3.1 Ticket de parada de menores de edad y tercera edad	64
3.8.3.3.2 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años	65
3.8.3.3.3 Ticket de parada de personas con discapacidad	65
3.8.3.3.4 Ticket de alimentador de menores de edad y tercera edad	66
3.8.3.3.5 Ticket de alimentador de usuarios entre 18 y 65 años	67
3.8.3.4 Promociones.....	67
3.8.3.4.1 Promociones	68
3.8.3.4.2 Obsequio.....	68
3.8.3.4.3 Cupones.....	69
3.8.3.4.4 Canjes.....	69
3.8.3.4.5 2 x 1	70
3.9 Recomendaciones	70
3.10 Validación	70
3.11 Costos generales del proyecto	76
3.12 Conclusiones	78
3.13 Recomendaciones	78
Bibliografía.....	79
Anexos	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Marco Metodológico.....	7
Tabla 2. Tecnología	10
Tabla 3. Técnica	10
Tabla 4. Sistema Integrado de Transporte Masivo.....	22
Tabla 5. Caracterización de la muestra por frecuencia de usos	27
Tabla 6. Caracterización de la muestra por horario de uso	28
Tabla 7. Caracterización de la muestra por uso de boleto.....	29
Tabla 8. Caracterización de la muestra por tipo de información en el boleto.....	30
Tabla 9. Caracterización de la muestra por reciclaje en la vida diaria	31
Tabla 10. Caracterización de la muestra por practicar el reciclaje.....	32
Tabla 11. Caracterización de la muestra por querer publicidad en el boleto	33
Tabla 12. Caracterización de la muestra por tipo de promoción	34
Tabla 13. Caracterización de la muestra por uso de publicidad.....	35
Tabla 14. Información técnica de boleto de parada de Metrovía de menores de edad y tercera edad.....	43
Tabla 15. Información técnica de boleto de parada de Metrovía de usuarios entre 18 y 65 años	44
Tabla 16. Información técnica de boleto de parada de Metrovía de usuarios con discapacidad.....	46
Tabla 17. Información técnica de boleto de parada de Trolebús y Ecovía de menores de edad y tercera edad	47
Tabla 18. Información técnica de boleto de parada de Trolebús y Ecovía.....	49
Tabla 19. Información técnica de boleto de parada de Trolebús y Ecovía.....	50
Tabla 20. Información técnica de boleto de alimentador de Trolebús y Ecovía ...	52
Tabla 21. Información técnica de boleto de alimentador de Trolebús y Ecovía ...	53
Tabla 22. Diseño de promoción	71
Tabla 23. Promoción 2 x 1	72
Tabla 24. Promoción de canjes.....	73
Tabla 25. Promoción de cupones	74
Tabla 26. Promoción de obsequios.....	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Sistema Integrado de transporte Masivo	22
Figura 2. Caracterización de la muestra por frecuencia de uso.....	27
Figura 3. Caracterización de la muestra por horario de uso	28
Figura 4. Caracterización de la muestra por uso de boleto	29
Figura 5. Caracterización de la muestra por tipo de información en el boleto	30
Figura 6. Caracterización de la muestra por reciclaje en la vida diaria.....	31
Figura 7. Caracterización de la muestra por practicar el reciclaje	32
Figura 8. Caracterización de la muestra por querer publicidad en el boleto	33
Figura 9. Caracterización de la muestra por tipo de promoción	34
Figura 10. Caracterización de la muestra por uso de publicidad.....	35
Figura 12. Tarifario	40
Figura 13. Logotipo.....	41
Figura 14. Ticket de parada de menores de edad y tercera edad	42
Figura 15. Tickets de parada de usuarios entre 18 y 65 años	43
Figura 16. Ticket de parada de personas con discapacidad	45
Figura 17. Ticket de parada para menores de edad y tercera edad	46
Figura 18. Tickets de parada de usuarios entre 18 y 65 años	48
Figura 19. Ticket de parada de personas con discapacidad	49
Figura 20. Ticket de alimentador para menores de edad y tercera edad	51
Figura 21. Tickets de parada de usuarios entre 18 y 65 años	52
Figura 22. Diseño de la estructura del boleto	55
Figura 23. Diseño de la estructura de promociones	55
Figura 24. Diseño de la estructura de canjes	56
Figura 25. Diseño de la estructura de 2 x 1	56
Figura 26. Diseño de la estructura de obsequios	57
Figura 27. Diseño de la estructura de cupones	57
Figura 29. Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años.....	59
Figura 30. Ticket de parada de personas con discapacidad	59

Figura 31. Ticket de usuarios de menores de 18 años y mayores de 65 años....	60
Figura 32. Ticket de para de usuarios entre 18 y 65 años.....	61
Figura 33. Ticket de parada de personas con discapacidad	62
Figura 34. Ticket de alimentador de menores de 18 años y mayores de 65 años	62
Figura 35. Ticket de alimentador de usuarios entre 18 y 65 años	63
Figura 36. Ticket parada de usuarios menores de 18 años y mayores de 65 años	64
Figura 37. Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años.....	65
Figura 38. Ticket de personas con discapacidad.....	65
Figura 39. Ticket de alimentador de usuarios menores de 18 años y mayores de 65 años.....	66
Figura 40. Ticket de alimentador de usuarios entre 18 y 65 años	67
Figura 41. Promoción	68
Figura 42. Obsequio	68
Figura 43. Cupones	69
Figura 44. Canjes	69
Figura 45. 2 x 1.....	70

INTRODUCCIÓN

En este tema el ecodiseño es esencial para obtener el principal beneficio en el uso adecuado de recursos para realizar este proyecto, según Aragón (2007) dice que al buscar una manera de poder comunicar las diferentes marcas con herramientas eco innovadoras y manteniendo el compromiso ambiental a la cual se integra esta temática mundialmente en la variabilidad de productos, esta nueva tendencia ha sido de gran acogida por muchas empresas a nivel mundial tales como SEDATEX, IK Ingeniería y entre otras, que han tomado como una norma en su sistema de variable ambiental en una dinámica habitual en el trabajo. Se puede decir que es llamado como una responsabilidad social corporativa, ya que es producida no solo por empresas que realizan comercio, si no también aquellas que brindan un servicio de gran importancia.

Se debe incluir el tipo de manejo en medios de comunicación como lo son ATL y BTL, en la manera de pautar publicidad en América Latina, teniendo en cuenta que cada país tiene sus normas y reglas a seguir, tomando en cuenta que es de gran importancia la diversidad de culturas e intereses que existen como políticos, económicos y sociales; el sector político y económico tienen gran influencia en los países como México, Venezuela, Cuba, Ecuador, Brasil, Argentina, entre otros; que son influenciados bajo el control de creación de tendencias para los intereses respectivos de cada uno, queda también que van sumando al tipo de pautar publicidad la era digital en redes sociales y páginas web, día a día las empresas pequeñas de publicidad, marketing y medios buscan la manera de renovar el servicio que brindan con nuevas maneras de pautar publicidad evolucionando nuevas herramientas para que lo guíen a ellos (www.internetesmercadeo.com). La manera de renovar el mundo de los medios, según Aragón (2007), actualmente es una tendencia que muchas empresas de comunicación están buscando a diario para la posibilidad de la creación de un “Nuevo Medio”, ya que con el objetivo de cubrir la necesidad real que necesita el cliente, se buscan nuevas maneras de pautar publicidad tanto de una manera digital como la que es llamada clásica que es la impresa. Es de suma importancia esta nueva posibilidad para el mundo de los medios ya que cada vez se vuelve más saturado

lo que son medios convencionales y no convencionales, cada vez buscando una velocidad mucho más directa para que las personas interactúen con las marcas y así logren llegar a sus manos de una manera directa, ya que la velocidad de la información actualmente es sumamente veloz. Se debe tomar en cuenta que se une a lo que es llamado ecodiseño, ya que se necesita encontrar desde el desecho y darle un uso de una manera que sea amigable con el medio ambiente; es necesario que tenga alcance a la mayor cantidad de personas posibles ya que son objetos culturales en la comunicación y la interacción del mismo. Teniendo como tendencia un alcance económico y un proceso en el cual tiene de gran importancia la fase de diseño ya que es altamente importante por la acogida que va tener en la sociedad, llamándolo así un diseño para la sostenibilidad ya que cumple con aspectos sociales y es eficaz ante su entorno; se debe tomar en cuenta que para la creación del mismo no tiene recursos limitados al momento de su creación.

En los objetivos que se trazan en la investigación es de principal importancia tomar en cuenta que el uso del ecodiseño va de la mano con el proyecto, ya que se debe aprovechar al máximo el uso de recursos y el hacerlo sustentable para el medio ambiente. La manera en la cual va ir dirigido a los usuarios del transporte público del Distrito Metropolitano de Quito es de una manera directa, ya que al momento de la compra del boleto llega a sus manos y desde allí empieza el proyecto de que las personas interactúen con las marcas mediante el código de barras. Teniendo como resultados esperados que tanto los usuarios y las franquicias a las que van dirigidas trabajen de la mano para llegar a cumplir el objetivo general al cual está desarrollado su enfoque, en el cual es que los boletos sean entregados y el mismo papel pueda ser procesado nuevamente (<http://www.definicionabc.com>).

Según Galindo (2014), la importancia del ecodiseño va enfocada a replantear una solución para la reducción del uso de recursos en el desperdicio que cada día se genera en el ecosistema, pero obteniendo los mismos resultados óptimos a los cuales estamos acostumbrados ya que el proceso gráfico es de gran importancia para el producto, servicio o idea final. En el mundo del diseño sustentable en el área de la publicidad las tres “R” que son conocidas como reducir, reusar y

reciclar, son tomadas ya muy en cuenta al momento de fomentar costos y aprovechar el impulso de una conciencia para reciclar.

Por ello el proyecto de un nuevo medio con ecodiseño va de la mano con lo que actualmente es considerado que sea amigable con el medio ambiente, ya que el uso de papel reciclable y tintas de soya hacen que no sea nocivo y cumpla con los parámetros establecidos a los cuales están limitado los nuevo proyectos.

I. Tema general del proyecto

El ecodiseño como estrategia para el diseño gráfico en el país.

II. Título del proyecto

Aplicación gráfica en “Nuevos Medios” como herramienta del ecodiseño para promover la interacción de marcas en usuarios de transporte público del DMQ.

III. Justificación

Con el fin de tener más organización en el sistema de transporte público en la ciudad de Quito en la cantidad de usuarios que hacen uso del mismo, se implementó la entrega de una moneda con el valor monetario del pasaje correspondiente y de esta manera se podía contabilizar la cantidad de pasajeros diarios que hacían uso del transporte público en la ciudad de Quito.

Actualmente el municipio entrega un ticket con el valor del pasaje de cada usuario, teniendo como diferenciador el color correspondiente de cada medio de transporte que corresponde al mismo; con el pasar de los años no se ha tenido mayor cambio en el uso que los usuarios le dan a los tickets que son entregados.

Tener como proyección una visión mucho más amplia en el uso que se le brinda a los boletos, da como origen un nuevo comienzo en la forma de pautar publicidad realizando un “Nuevo Medio”, y de esta forma renovar a su vez el mundo de la publicidad en la manera de promocionar las franquicias y sus marcas. Este N.M. es de suma importancia, ya que tiene todas las características para poder atraer la renovación al mundo de la publicidad; para que con ello se pueda utilizar el ecodiseño y hacerlo a su vez amigable con el medio ambiente y aportando a la

sociedad en el cuidado del uso de papel y las tintas; ayudando de esta manera a que el nuevo proyecto no sea nocivo para el medio ambiente.

IV. Definición del problema

Debido a la cantidad de desperdicio de papel que generan diariamente los tickets de los medios de transporte público de la ciudad de Quito, se dio como origen dar una utilidad a los mismo implementándolos en un N.M..

V. Objeto de estudio

En el proyecto a realizar se involucra la relación que tiene el diseño gráfico con la ecología, implementando el ecodiseño y la creación de un nuevo medio en la realización de un producto que vendría hacer pautar publicidad en los tickets de los medios de transporte público, con conceptos basados en el estilo de flat desing.

VI. Campo de acción de la investigación

La realización del proyecto se va llevar a cabo en el transporte público del DMQ, en donde se va estudiar ciertos temas que abarcan la realización de un N.M. implementando ecodiseño, como vendría hacer de gran interés el mensaje que se transmite a los usuarios de este medio de transporte.

Se tomará en cuenta el desarrollo de estructuras tanto para el boleto como para el N.M., utilizando ideas gráficas conjuntamente de la mano con el estilo de flat desing creando un medio que sea estético y único. De esta manera se va generar el estudio del tipo de materiales que se va utilizar como lo son el papel reciclable y las tintas de soya, en el caso de este proyecto el tipo de material no es nocivo para el medio ambiente y cumple con el propósito de ser ecodiseño.

VII. Objetivos

VIII. Objetivo General:

Diseñar un Nuevo Medio, con la interacción directa entre marcas nacionales e internacionales dirigiéndose a personas que ocupen el servicio de transporte público en DMQ.

IX. Objetivos Específicos:

- Desarrollar un medio publicitario como soporte para pauta publicitaria.
- Cambiar la manera en que las personas asimilan la forma de promocionar diferentes marcas.
- Aprovechar al máximo los recursos del diseño sustentable para el medio ambiente, utilizando publicidad pautando en N.M..

X. Idea a defender

Mediante el uso de un “Nuevo medio” implementado el ecodiseño, se quiere crear conciencia en los usuarios del Distrito Metropolitano de Quito sobre el tipo de utilidad que brindan a los boletos que se les entrega en este servicio. De la misma manera crear una conciencia para que con ello el tipo de basura que día a día se genera a causa de esto, se la pueda implementar un uso y así dejando de causar tanto desperdicio.

XI. Identificación de las variables

Una variable es un aspecto que tiene la capacidad de definir diferentes valores, tanto sea en la investigación cualitativa o cuantitativa; tiene el tipo de relación de causa – efecto que se da en la investigación escogida.

XII. Clasificación de las variables

XIII. Variable directa

Una variable directa es aquella que tiene la responsabilidad acerca de las consecuencias de sus acciones, en el caso de esta investigación los medios y la

comunicación, van de la mano para un trabajo efectivo y así lograr alcanzar los propósitos establecidos.

La comunicación con el pasar del tiempo ha ido buscando diferentes fuentes de medios para poder transmitir la información al grupo objetivo al cual está enfocado, de esta manera los diferentes medios de comunicación tanto tradicionales como no tradicionales, se han vuelto de gran importancia para lograr alcanzar el mismo objetivo establecido y así trabajar de la mano.

XIV. Variable indirecta

La variable indirecta es aquella que percute las acciones que realiza a una variable directa, en esta investigación la movilidad es el tipo de variable que causa efecto en la comunicación y los medios respectivos.

La manera en que se puede observar los diferentes procesos de movilidad, al momento de crear publicidad para poder al grupo objetivo, hacen de esta variable que cause diferentes efectos en cómo puede o no llamar la atención de las personas.

XV. Variable Independiente

La variable independiente es aquella que no depende de ningún factor para poder establecerse, el emprendimiento se desarrolla en base a una necesidad y de allí la manera de hacer conocer con la publicidad.

Tanto los diferentes medios y la comunicación necesitan de un proceso de movilización y de una base de emprendimiento en la cual se desarrolla las diferentes maneras de hacer conocer tanto sea un producto, servicio, entre otros con la publicidad.

XVI. Marco Metodológico

Tabla 1. Marco Metodológico

ETAPAS	MÉTODOS		TÉCNICAS	RESULTADOS
	TEÓRICOS	EMPIRICOS		
CAPÍTULO I FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	<ul style="list-style-type: none"> • Histórico • Lógico • Analítico • Inductivo • Deductivo 	Investigación	Bibliografía, Internet	El proceso de investigación respalda el desarrollo del proyecto integrador.
CAPÍTULO II DIAGNOSTICO DEL PROBLEMA	<ul style="list-style-type: none"> • Inductivo • Deductivo • Analítico 	Observación	Encuestas	Establecer las necesidades de los usuarios y desarrollo de la propuesta.
CAPÍTULO III PROPUESTA	<ul style="list-style-type: none"> • Inductivo • Deductivo • Analítico 	Observación	Desarrollo de Nuevo Medio Desarrollo de tarifario	Creación del nuevo medio para transporte público del DMQ y la realización de un tarifario.
VALIDACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Analítico 	Observación	Desarrollo de Nuevo Medio Desarrollo de tarifario	Analizar los resultados de la creación de un Nuevo Medio.

Fuente: Marco metodológico

Elaborado por: La autora

XVII. Población y muestra

Se realizará una investigación de campo dirigida a los usuarios del transporte público del Distrito Metropolitano de Quito, además de fuentes externas que en consecuencia son de suma importancia para obtener información. La técnica usada será:

- Encuesta a usuarios del transporte público del Distrito Metropolitano de Quito de géneros masculino y femenino, en edades entre estudiantes de 17 a 25 años y personas adultas de 25 a 45 años, de estado socioeconómico bajo, medio - bajo y medio - alto, cuya ocupación puede ser estudiante, empresario, comerciante, etc. De esta manera será escogida el tipo de población como objeto de estudio para el análisis necesario. De acuerdo al número establecido en la muestra de los usuarios que hacen uso del sistema de transporte metropolitano de Quito entre metrovía, ecovía y trole.

Es el estudio de un subgrupo de una población en la cual es necesario delimitar resultados. En la presente investigación se utilizará una muestra de tipo cluters, ya que será dividido en diferentes grupos, es decir que se escogerá de acuerdo a la cantidad de usuarios hacen uso del medio de transporte público. Cuando la muestra ya se encuentre establecida se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{(N - 1) * e^2 + 4PQ}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Desviación estándar (1,98)

P/Q = Probabilidades (50%)

e = Margen de error (5%) población social

N = Población

$$n = \frac{(1.98)^2 (0,5)(0,5)(1'063.000)}{(1'063.000 - 1)(5\%)^2 + 4(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1'041.846,3}{(1'062.999)(0,0025) + 4(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1'041.846,3}{2.658,4975}$$

$$n = 392$$

XVIII. Resultados esperados

Dentro de estos resultados se tomará en cuenta tres ítems importantes:

1. Investigación conceptual del proyecto, aplicando métodos de investigación científica, así como normas APA.
2. Diagnóstico de la problemática teniendo como enfoque las preferencias del grupo objetivo.
3. Diseño del nuevo medio dando solución a una problemática real.

XIX. Novedad

La creación de un nuevo medio haciendo uso del ecodiseño en los medios de transporte público.

XX. Viabilidad

XXI. Viabilidad Legal.- La Universidad Tecnológica Equinoccial avala el desarrollo de proyectos de carácter integrador, respaldando la propiedad intelectual de la investigación.

De acuerdo con la Ley Orgánica de transporte terrestre de tránsito y seguridad vial de Quito se enfoca a la contaminación visual haciendo referencia a que no se realice publicidad que sea riesgosa para los conductores como para los peatones, de esta misma forma la Ley de Régimen del Distrito Metropolitano de Quito resalta la realización de nuevos proyectos que enfatizen la participación de la comunidad y la preservación del medio ambiente.

XXII. Viabilidad Social.- Mediante el vínculo establecido entre la estudiante Mónica Vásquez y el municipio de Quito en la secretaría de Movilidad, se propone el desarrollo de un N.M. haciendo uso de los tickets que se es entregado en las paradas del servicio de transporte público de la ciudad de Quito.

XXIII. Viabilidad Tecnológica.-

Tabla 2. Tecnología

Software	Hardware
Adobe Ilustrador CS6	Computadora MacBook Pro

XXIV. Viabilidad Técnica.-

Tabla 3. Técnica

Técnico	Actividad
Ivonne Jara Rivas Diseñadora Gráfica	Lectura y corrección del proyecto.
Renato Barros Diseñadora Gráfica	Guía investigación y concepto para la realización del N.M.
Hugo Sánchez Diseñador Gráfico	Lectura y corrección del proyecto.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1. Medios de comunicación

Los medios de comunicación son soportes de los cuales permiten que la información sea difundida tanto de una manera digital como impresa; en la antigüedad eran utilizados exclusivamente por clases sociales altas, ya que recientemente en el siglo XIX se da lo que es conocido como educación pública y de esta forma hacer que sea más extensa lo que actualmente conocemos que son medios de comunicación convencionales y no convencionales.

La manera en la cual se procesa la información tanto de una manera masiva en el caso de la televisión y diarios digitales e impresos, o tal puede ser el caso de pequeños grupos en la sociedad con periódicos locales. Diariamente el material informativo que describe todo tipo de información que sucede alrededor del mundo son canales esenciales para el desarrollo para la interacción de humana. Los medios de comunicación muestran la necesidad de relacionarse con los seres humanos para poder describir las situaciones y los acontecimientos a los que se encuentran debatiendo diariamente. (<http://www.definicionabc.com>)

Actualmente el uso de la tecnología es de gran importancia para la movilización de información en los diferentes tipos de plataformas que se conocen, ya que el uso de redes sociales para la rapidez de las noticias es de gran importancia por la manera en la que es dirigida a los usuarios. El uso de páginas web es de gran ayuda para mantenerse al tanto de la información en el tiempo que desee ya que se encuentra a disponibilidad de todas las personas que desean estar al tanto de los acontecimientos que suceden mundialmente, según Sandoval (1990) dice que en estos tiempos la manera en la que se relaciona todo lo que con lleva a los medios de comunicación con asuntos cotidianos al momento de ver, escuchar y leer lo hace que de una y cierta manera que los usuarios se encuentren relacionados y en contacto con el material informativo.

1.1. Importancia de los medios de comunicación

Los medios de comunicación son de gran importancia en una sociedad, ya que la libertad de expresión es esencial para el ser humano en una democracia, las distintas opiniones y maneras de pensar que tiene a hecho que se los vea de una manera mas de entretenimiento que un canal de información; esto se debe a que mucha de la información que se encuentra circulando no tiene carencia de una investigación previa a su publicación.

Teniendo en cuenta que juegan un papel muy importante en la manera en la cual sucede la investigación, el análisis y el tipo de información que se va exponer de una manera masiva al mundo. Dando también gran importancia a la manera en la que la publicidad es desarrollada en todos los tipos de medios masivos que son conocidos como ATL y BTL, en el proceso en el cual se forma parte de un sistema para promocionar productos y tratar de ser de una manera selectiva cada marca para el grupo objetivo al cual se encuentra dirigido.

Autor Williams (1992) dice que en la actualidad se está volviendo una tendencia la forma de promocionar los productos de una manera renovada, llamada “ Nuevos Medios”, la manera de buscar la renovación en el mundo de la publicidad sea de una manera diferente siendo objetos que desarrollen una cultura a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

1.1.2. Tipos de medios de comunicación

Autor Williams (1992) dice que una sociedad tiende a encontrar a su alrededor diferentes medios de comunicación que permitan mantener informados de una manera tanto sea digital o impresa, pueden ser con diferentes estructuras físicas que pueden ser subdivididas por un criterio establecido.

Se debe referir de una manera general el cómo se encuentra relacionado el ATL y BTL, y ver cuál es la línea que cubre la necesidad que el cliente necesita en lo que puede ser publicidad convencional y no convencional. Se debe hacer

referencia que actualmente es conocido “Nuevos Medios” como la manera que ingresa al mundo de la publicidad para formar parte del mismo.

1.1.2.1. ATL (Above The Line)

Consiste en usar medios convencionales que generalmente son costosos, entre ellos los medios de comunicación masivos tal como televisión, radio, diarios, revistas, entre otros, pero al mismo tiempo teniendo un mayor alcance para el grupo dirigido al que se encuentra establecido. (www.pixel-creativo.blogspot.com)

1.1.2.2. BTL (Below the Line)

Publicidad que es dirigida para un grupo específico de personas, mas no de una manera general, siendo ideal para obtener respuestas de una manera directa con un poco más de potencial para comunicarse como correos electrónicos, llamadas telefónicas, eventos en el punto de venta, redes sociales, entre otros. (www.pixel-creativo.blogspot.com)

1.1.3. Nuevos Medios

Autor Manovich (2008) dice que la manera en la cual el mundo de la publicidad se ha ido desarrollando con el pasar del tiempo, ha llevado que se encuentre una nueva forma de renovar pautando publicidad tanto de una manera digital como impresa, para obtener los mejores resultados al momento de la difusión para los consumidores a través de diferentes plataformas para satisfacer a los clientes.

1.1.3.1. Cinco principios de nuevos medios

Existen cinco diferentes tipos de principios que son relacionados con los nuevos medios, representación numérica, modularidad, automatización, transcodificación, variabilidad; en las cuales cada una cumple una función específica e importante para llegar a delimitar lo que puede ser llamado “Nuevo medio”. (Lev Manovich, 2008)

1.1.3.2. Valores en nuevos medios

Con el pasar del tiempo según Vigía (2015) ha evolucionado el control que se puede tener en los diferentes medios de comunicación, siendo de esta manera

que los diversos tipos de medios se aprovechan de la comunicación social como una extensión a una red para el aumento de audiencia pero a su vez perdiendo la oportunidad de entablar diferentes maneras de comunicar en con diversas culturas.

1.2. Aplicaciones gráficas

Autor Caraveo de Dios (2009) dice que antiguamente la computadora fue creada con una finalidad bélica, ya que EEUU tenía la necesidad de la trayectoria de misiles en la Segunda Guerra Mundial y la resolución de muchos cálculos matemáticos; tomando en cuenta que la guerra llegó a su fin se buscó dar utilidad a tal invento y realizando mejoras para agilizar y tener mejores resultados se define una serie de programas que ayudarían para más agilidad en el desarrollo de diferentes áreas al que se lo fue asignado. Buscando una mayor utilidad se hizo de requerimiento diferentes plataformas y paquetes que cumplan con la función a la cual era establecida, tal como plataformas para el mundo laboral, paquetes para empresas e instituciones, entre otras.

1.2.1. Aplicaciones de software

Existe una derivación en la clasificación de diferentes aplicaciones gráficas, según Caraveo de Dios (2009) con los lenguajes de programación y programas integrados con una afinidad específica, tales como software de sistemas, programa integrados de aplicación general que es adecuado para una necesidad de usuarios, programas integrados de aplicación específica que es generado para una necesidad en particular.

Diferentes software se van estableciendo a categorías para tareas específicas como procesadores de palabras, organizar información, generar dibujos en programas gráficos, entre otros. Los diferentes paquetes gráficos tienen una ventaja tanto en lo económico como el ambiente de trabajo al cual se encuentran dirigido.

1.2.1.2. Programas gráficos

Actualmente todo lo que es realizado de una manera digital que puede ser revistas, folletos, periódicos, entre otros, ya no es algo que pueda ser considerado

un lujo, según Caraveo de Dios (2009) dice que por la facilidad actual en el uso de diferentes programas de autoedición y gráficos se puede realizar cualquier tipo de publicación profesional gráfica. El software que va aplicado a toda el área gráfica trae herramientas como efectos especiales, de ilustración, edición, haciéndolo así que cubra cada necesidad establecida a la que es referida.

1.2.1.3. Clasificación

Se debe tener un objetivo trazado para las diferentes características a las cuales están establecidas cada programa gráfico en lo que es lo diferentes formatos y la habilidad para el desarrollo de cada uno. Actualmente esta clasificación ya se encuentra establecida con los diferentes paquetes gráficos, que Adobe ofrece en el mercado, con un programa establecido para cada necesidad.

Cada capacidad para la aplicación gráfica clasifica cada software en diferente área como pintura, dibujo, ilustración fotográfica, animación digital y muchas más variedades a las cuales se encuentran establecidas.

Por otro lado, Caraveo de Dios (2009) de la misma manera existiendo una clasificación de usuarios informáticos a los que se encuentra establecidos como diseñadores tanto lógicos como físicos, administradores, analistas y programadores. Usuarios finales que son aquellos que llevan a cabo una actividad centrado a un contenido de base de datos, como habituales que son usuarios que realizan consultas para el mundo laboral y los usuarios esporádicos que son aquellos que buscan respuestas a una actividad.

1.2.2. Diseño Gráfico

Autor Dabner (2007) dice que el Diseño Gráfico viene establecido de muchos significados e interpretaciones, partiendo de la palabra "Diseño" que es proceso a la creación de diferentes factores y elementos en la realización de comunicaciones visuales, aunque se lo relaciones en parte con el mundo dibujo no es un sinónimo al que se pueda establecer.

Por otro lado la palabra “Gráfica” está relacionada con la producción visual destinada a comunicar diferentes significados. Dando así como resultado que diseño gráfico es una actividad en la cual se proyecta de una manera gráfica la comunicación de diferentes mensajes a un grupo de personas establecidas.

1.2.2.1. Estilos y tendencias

Mediante la utilización de recursos y todo tipo de información se puede realizar diferentes tipos de diseños y la mejor manera de poder realizarlos con los conocimientos que se van adquiriendo, se define a la tendencia en el diseño como un grupo de diferentes estilos que se van adaptando acorde a las necesidades. La evolución de cada tendencia va marcando diferentes estilos que marcan creaciones diferentes y forman parte de un estilo de proyecto en curso.

Con el pasar del tiempo según Dabner (2007) dice que van surgiendo diferentes tendencias que marcan una identidad en el diseño, las diferentes pautas ayudan al descubrimiento de nuevas maneras creativas de hacer el mundo del diseño cada vez más creativo en la búsqueda de los objetivos que se traza, cada una con una base conceptual diferente y composición.

Partiendo de la misma manera a un diseño que sea amigable con el medio ambiente que es llamado Ecodiseño, el mismo que surge de la necesidad de encontrar un diseño que sea amigable para el medio ambiente por la cantidad de desperdicios que existen a diario en las diferentes áreas del diseño y la publicidad.

1.3. Ecodiseño

Una versión mucho más ampliada para la mejora de técnicas y el desarrollo de productos que sean amigables para el medio ambiente y la implementación de diferentes desarrollos y estructuras que permiten hacer del diseño una producción sostenibles y un consumo más racional de los recursos. En todas y cada una de las fases del ciclo de vida de un producto es de vital importancia el modo en la cual se minimiza recursos tanto en el personal del trabajo como los recursos que

afectan al medio ambiente a diario. Según Galindo (2014), teniendo diferentes áreas como diseño para la durabilidad, reparabilidad, actualización y reciclado.

1.3.1 Principios de ecodiseño

Los principios fundamentales que se maneja en ecodiseño tienen como prioridad hacer que un diseño se convierta en ecológico, tiene de gran importancia el impacto ambiental que causa en las personas y por ello maneja diferentes principios que cumplen con las expectativas para su desarrollo.

Es de vital importancia tomar en cuenta las diferentes formas que el ecodiseño aportado en el medioambiente, es la manera en que se está relacionado con la reducción de material que ayuda a la optimización en las cantidades de materia y energía, un diseño por desmontaje que es un producto que será desmontado para ellos será reciclado, materiales "BIO" que son aquellos que van derivados de algún elemento de la naturaleza, de durabilidad es aquel que tiene por objeto la utilización de materiales y objetos duraderos, la eco publicidad es lo que actualmente muchas empresas implementaron en su sistema para la utilización de optimizar recursos y crear una conciencia efectiva para el medio ambiente. (www.ecoesmas.com)

1.3.2 Metodologías del ecodiseño

Cada proyecto del ecodiseño requiere una metodología que se proyecte acorde a cada necesidad y cada paso establecido.

1.3.2.1. Metodología PILOT

Una metodología en la cual está referida a una fuente original con diferentes fases como selección del producto, formación del equipo, definición del marco del proyecto, preparación del proyecto; siendo cada paso esencial en las etapas de la metodología teniendo así cada una su estrategia que especifica cada fase del ciclo de vida de un producto (www.ecolaningenieria.com)

En la selección de producto se determina diferentes opciones que se vuelven rigurosas hasta llegar a un producto específico que cause impacto en los

consumidores, que puede llevar al rediseño de un producto o la realización de uno nuevo. La formación de un equipo conlleva a un grupo de personas que tengan diferentes disciplinas que puedan desenvolverse, tener distintas fuentes de consultas ambientales y mediadores que ayuden a ligerear la carga.

En la definición de un marco de proyecto, es de gran importancia tener motivantes del mismo, objetivos establecidos como periodos de tiempo en la entrega, presupuestos ya establecidos para el uso de recursos adecuados y que no exista desperdicios.

La preparación del proyecto hace conjunto todo lo ya mencionado, estableciendo categorías que ayudan agilizar los procesos establecidos; hace mucho enfoque al pensamiento de ciclo de vida del producto en el cual existe definiciones de fase realizando análisis de entradas y salidas de procesos, y de esta manera dando un valor al tipo de impacto ambiental. Se establece la selección de estrategias y medidas con la identificación de áreas y estrategias para el desarrollo del proyecto, de la misma manera implementando un desarrollo para el producto que lleva a la identificación de aspectos para realizar una mejora, encontrar soluciones y detallar las mismas. (www.ecolaningenieria.com)

1.3.2.2. Metodología Promise

Metodología creada en el 1994 por la Universidad Tecnológica de Delft, en la cual de la misma manera tiene establecido diferentes fases como la organización del proyecto, selección del producto, establecimiento de la estrategia, generación y selección de ideas, detalles del concepto, comunicación y lanzamiento del producto, seguimiento de las actividades.

El tipo de organización que se establece con esta metodología tiene diferentes etapas que logran conseguir la aprobación de proyectos, establecen equipos, preparan y trazan presupuestos para el uso de recursos. Se establece la selección de un producto que tenga criterio y definiciones precisas para poder entablar estrategias en la cual exista diferentes análisis de perfil que encajen con el ecodiseño e incluso analizar puntos internos y externos que generen opciones de mejora estudiando su viabilidad; el generar y seleccionar ideas son es una de

las principales etapas para la realización de diferentes talleres de medioambiente, el detalle del concepto convierte las estrategias en estudios viables para selecciones más prometedoras.

La comunicación y el lanzamiento del producto promueven el desarrollo de un plan promocional para la preparación de la producción y de esta manera se establecen actividades de seguimiento que son parte de este proceso, la evaluación del producto y sus resultados hacen que finalmente se desarrolle un programa de ecodiseño. (www.ecolaningenieria.com)

1.3. Marco legal

Mediante un análisis profundo acerca de cómo las leyes pueden repercutir en este proyecto, se analizó cada artículo de diferentes partes legislativas como la Ley Orgánica de Comunicación, la Ley Orgánica de Transporte Terrestres de Tránsito y Seguridad Vial, la Ley de Régimen del Distrito Metropolitano de Quito y el Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, para con ello buscar una solución en el caso que se encuentren fallos en los artículos.

1.3.1. Ley Orgánica de transporte terrestre de tránsito y seguridad vial de Quito

La autora Salgado (1996) dice que el Art.- 214 acerca del ambiente y la contaminación visual, hace referencia a que no se realice publicidad que pueda ser riesgosa tanto para los conductores como para peatones, el cual si infringe este artículo automáticamente se procederá al retiro de este servicio o producto. Mediante un análisis cuidadoso, este proyecto no realiza una falta de seguridad para los usuarios a los que va dirigidos, por lo tanto no hay infracción alguna.

1.3.2. Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador

El autor Del Pozo (2013) dice que varios artículos resaltan diferentes aspectos que se deben tomar en cuenta para la realización de todo tipo de publicidad, como el Art. 10.- Se refiere a las diferente normas que se debe seguir, tales como la dignidad humana, atención a grupos prioritarios y acerca del uso de los conocimientos profesionales. De la misma forma los diferentes artículos de la Sección V – Publicidad, en los artículos 92 al 96 que se refieren al uso adecuado

de la publicidad que no afecte a grupos prioritarios tanto en su dignidad como en la manera de producción de la misma, teniendo muy en cuenta el tipo de regulación que establece los diferentes parámetros ya mencionados con anterioridad.

La publicidad engañosa, la deshonra a grupo prioritarios y todo tipo de contenido que afecte la salud será guiada y debidamente calificado por las diferentes autoridades encargadas, el proyecto a realizar cumple con todas las normas establecidas por esta ley, en lo cual se lo puede efectuar sin ningún problema.

1.3.3 Ley de Régimen del Distrito Metropolitano de Quito

Autor Aguilar (1996) dice que en varios artículos nombrados en esta ley, resalta que en el Art. 2, Sección 4 se realice proyectos en los cuales exista participación de la comunidad para buscar un bien en común; por otro lado en el Art. 23 se refiere a un orden para preservar el medioambiente y la celebración de convenios en proyectos que ayuden a la comunidad, de esta manera este proyecto cumple con los requisitos establecidos sin ningún problema para poder realizarlo.

1.4. Movilidad urbana

Autor González (2008) dice que la movilidad es el desplazamiento de personas y mercancías a diferentes áreas a un espacio físico determinado, siendo de esta manera la utilización de diferentes medio de transporte para satisfacer el propósito según la necesidad deseada. En América Latina la movilidad se la denomina como movilidad urbana, ya que es un factor que encierra la productividad económica social en la que cada ciudad maneja según su estilo de vida y el derecho al cual se garantiza el marco de igualdad siendo de esta manera una necesidad básica y un derecho colectivo.

1.4.1. Sistema de movilidad de la ciudad de Quito

El Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM, 2011) habla acerca de la movilidad en la ciudad de Quito como movilidad urbana, de esta manera se ha convertido en uno de los principales problemas por la manera en la cual se manifiesta accidentes de tránsito, falta de respeto a las normas y derechos

ciudadanos, ausencia de autoridad, ansiedad constante de la urbanidad frente a la incertidumbre cotidiana, entre muchas más que son conocidas por la sociedad.

Un sistema de movilidad que se encuentra lleno de planes estratégicos con diferentes sistemas en el gobierno, como los son un sistema portuario reordenado y con capacidad, crecimiento sostenible en el sistema aeroportuario, un ferrocarril del siglo XXI para el siglo XXI, un transporte público económico, de los cuales todos estos encierran al sistema de transporte marítimo, aéreo y terrestres. Teniendo de esta manera de una u otra forma una guía en el desarrollo del sistema de transporte en donde se espera resolver la problemática a la cual está establecida.

1.5. Sistema de transporte de Quito

Actualmente existen nuevos sistemas para la mejora del transporte en la ciudad de Quito de los cuales fueron resueltos con algunos grupos internacionales de Madrid y empresas internacionales. “El SITP integra varias de las modalidades del transporte público como lo son Metro de Quito, Ecovía, Trole, Corredores Norte, Centro y Sur, con el fin de encontrar una mejora al sistema de transporte en la ciudad.”

En el Distrito Metropolitano de Quito se producen 4,2 millones de viajes en un día al promedio, siendo la mayor cantidad de pasajeros de sur y norte de la ciudad; el nuevo proyecto que es el metro con nueva tecnología de punta promete tener moderna tecnología probada en diferentes países de una u otra manera. (www.quitoadventure.com)

1.5.1. Rutas de buses de Quito

El Sistema Integrado de transporte Masivo (SITM, 2011) dice que Quito se divide en tres zonas: Centro, Norte y Sur. El Centro, propiamente en la longitud total de la ciudad. También llamado Centro Histórico, esta parte de Quito posee calles estrechas, algunas aún formadas de las antiguas piedras coloniales.

El Norte de Quito posee calles mucho más amplias, avenidas largas y algunos intercambiadores, teniendo a su disposición dos sistemas integrados El Metrobús

Q, Trolébus y la Ecovía, estos recorren hasta el centro de la ciudad, específicamente al sector de La Marín y Quitumbe, siendo un sector importante de la ciudad ya que es donde se articulan la mayoría de rutas de buses entre el sur y el norte.

1.5.1.1. Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM)

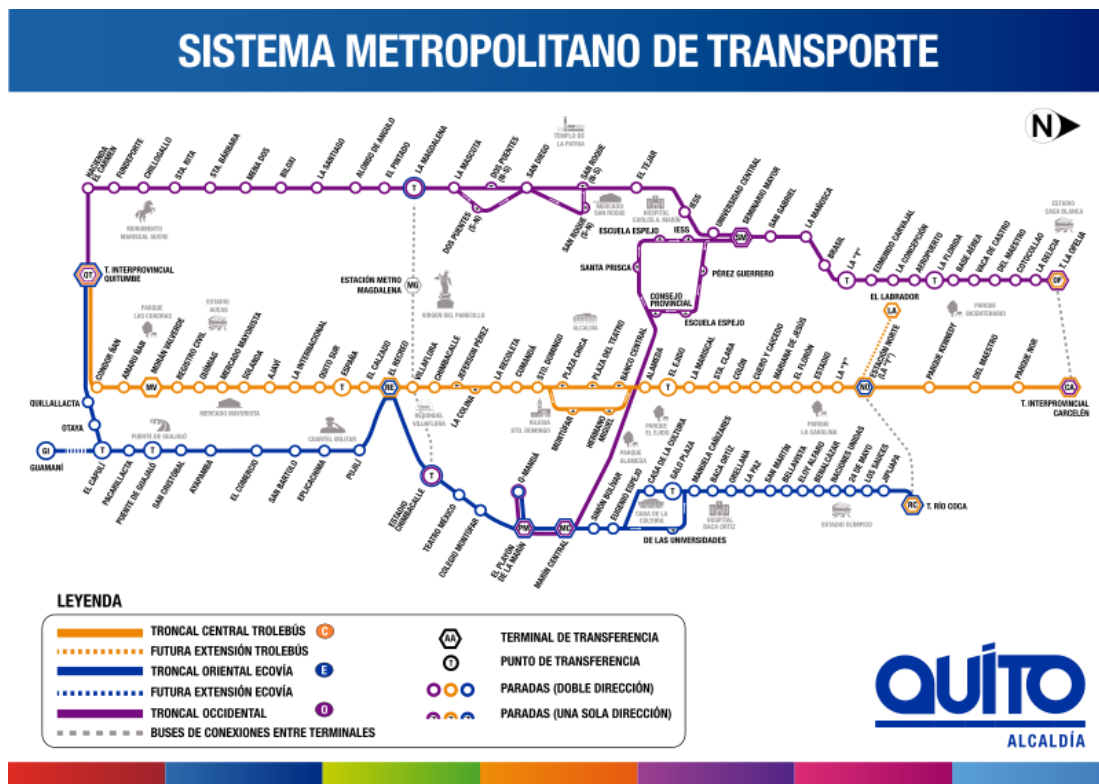


Figura 1: Sistema Integrado de transporte Masivo

Fuente: SITM, 2011

Autor: SITM

Existe una estrategia general de actuación en donde se trata de diseñar una red con los diferentes sistemas integrados de autobuses, que la optimizasen el territorio, funcional y económica del sistema, teniendo tres aspectos esenciales que con la creación de una red de transporte público, una elección de tener varias alternativas para una rentabilidad social y económica, y una creación sólida que permita igualdad de condiciones en los servicios que se está brindando.

1.5.1.2. Rutas de buses

Según el Sistema Integrado de transporte Masivo (SITM, 2011) teniendo como número de rutas 81, estimando en 75 líneas y ser algunas sustituidas por los servicios de alimentadores y troncales. Periodo de servicio que va en una medida de 16 horas en un periodo de servicio de 05:00 – 21:00.

1.5.1.2.1. Tiempos de intervalo

RED REORDENADA			RED ACTUAL		
Tipología	Rutas	%	Tipología	Rutas	%
Igual a 30 min.	2	2,5%	Más de 30 min.	8	5,5%
Entre 15 y 30 min.	7	8,6%	Entre 15 y 30 min.	70	47,9%
Entre 10 y 15 min.	26	32,1%	Entre 10 y 15 min.	24	16,4%
Entre 5 y 10 min.	41	50,6%	Entre 5 y 10 min.	41	28,1%
Menor 5 min.	5	6,2%	Menos de 5 min.	3	2,1%
Total general	81	100,0%	Total general	146	100,0%

Tabla 4. Sistema Integrado de Transporte Masivo

Fuente: SITM, 2011

Autor: La autora

1.5.2. Costo de transporte

Cada medio de transporte tiene ya establecido las carreras mínimas en sus tarifas, ya que eso ayuda a que exista un control.

1.5.2.1. Buses

El Sistema Integrado de transporte Masivo (SITM, 2011) dice que el bus de Quito tiene como tarifa definida 0,25 centavos de dólar para mayores de edad y 0,12 centavos de dólar para estudiantes y personas con discapacidad. Los buses que se dirigen las afuera de la ciudad suelen cobrar de 0,05 hasta 0,15 extras al valor ya establecido.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

2.1 Macroambiente

La sostenibilidad forma parte fundamental para un desarrollo adecuado en el medio ambiente, dando diferentes nombres como energía verde o sostenible encierra el mismo significado. En Latinoamérica los países de Brasil, Costa Rica y Paraguay son reconocidos como la promesa de energías limpias en las cuales son favorecidos con los recursos de las grandes cantidades de agua a disposición. (www.nicolasveracierta.com)

El índice de sostenibilidad energética se caracteriza por tres principales criterios que son seguridad energética que es la efectividad de los recursos, equidad energética que se trata del acceso a la energía para la población y sostenibilidad ambiental que es desarrollo de la energía con escasos de carbono.

Los diferentes países que ingresan a esta clasificación tenemos a Suiza que genera su energía 55% de energía hidroeléctrica, 38,9% nuclear, 4% de diferentes energías renovables y 1,6% de energía térmica; de esta manera genera un sistema energético a largo plazo con bajos de carbono en su medio ambiente. Por otra lado Dinamarca tiene como objetivo llegar al 2050 con el uso de un 100% de energía limpia utilizando 64,7% energía térmica, 35,3% diversas energías renovables llegando al objetivo de poder satisfacer la demanda de energía para los años próximos. Suecia debe encontrar una solución para satisfacer la necesidad de energía en un futuro y con ello trabajan al 45,5% de energía hidroeléctrica, 38% nuclear, 11,7% renovables y 4,8% energía térmica de esta manera baja el consumo de combustibles fósiles. En el caso de Austria la producción de energía a mejorado incalculablemente desde el año 1980, haciendo uso de 57,4% energía hidroeléctrica, 31,7% energía térmica convencional y 10,9% diferentes energías renovables que llegaran con los objetivos de este país para el 2020. Teniendo diversos países que hacen uso de

este sistema de mejorar la energía con recursos tenemos a Reino Unido, Canadá, Noruega, Nueva Zelanda, España y Francia que tienen en común llegar a un objetivo de tener energía verde para satisfacer las diversas necesidades que salen anualmente en cada país. (www.ecointeligencia.com)

2.1.1 Uso de ecodiseño

Existen diferentes casos que han logrado establecerse con éxito a nivel mundial, en los cuales tienen mayor rentabilidad y una mejora con el manejo del desarrollo social que cada vez más se va exigiendo como ordenanza de sus leyes en diferentes países. La autora Márquez (2011) dice que actualmente el planeta se encuentra en una crisis por el abuso que los seres humanos han tenido con el medio ambiente, por este motivo los casos que se va hablar a continuación establecieron diferentes parámetros para hacer uso del ecodiseño en sus empresas.

2.1.1.1 Alpina

La autora Márquez (2011) dice que en Alpina la conservación es rentable, tienen la responsabilidad de llevar a cada supermercado que realizan la distribución respectiva cumplir con las normas establecidas para el medio ambiente. Teniendo un crecimiento del 7,3% y una ganancia de \$ 1,4 billones en ventas brutas en el año 2009, haciendo uso de los recursos de una manera responsable y un manejo adecuado.

2.1.1.2 Corona (Industria de cerámica)

La autora Márquez (2011) dice que el crear cambios radicales como empresa es una de las características fundamentales, hace gran presencia en varios países de América Latina y Estados Unidos. El agua, la arcilla y el fuego son materiales de primordial uso en esta empresa, de tal manera con el manejo de los recursos de forma adecuada pudo convertirse hoy en día en una de las empresas verdes más importante de Colombia, los diferentes procesos que usa para la obtención de arcilla en aguas residuales para su separación optimizan los recursos de tal manera que buscan obtener la certificación en bonos llamado “Efecto invernadero”.

2.1.1.3 Isagén

La autora Márquez (2011) dice que el fenómeno del niño se convirtió en gran inspiración para la formación de esta empresa, ya que tienen la política de enfocarse en su principal recurso que es el agua.

Esta empresa es llamada como la tercera generadora de energía más grande de Colombia, entre los varios servicios que presta, se resalta que todos son generados desde su matriz dando energía, gas y servicios asociados. Anualmente genera 3.760 empleos realizando transferencias de \$6,2 millones a los diversos municipios y de esta manera abarcando el 16% de producción en energía eléctrica.

2.1.1.4 Schneider Electric

La autora Márquez (2011) dice que esta empresa multinacional ubicada en colombiana de descendencia francesa, logra recibir el reconocimiento respectivo del Sello Ambiental Colombiano (SAC) y al llevar 35 años en este país atendiendo soluciones de energía, el manejo adecuado de cobre, aluminio y hierro son los factores que hicieron que ingrese a la categoría de ser una empresa que hace uso del ecodiseño.

Cada producto tiene 20 años de duración y un 90% en materiales que pueden ser reciclados, con una descendencia empresarial que genera 400 empleos en cada país y de esta manera resaltando que tiene más de 150.000 trabajadores en 100 países, trazándose el objetivo de realizar productos para un planeta mucho más verde.

2.2 Microambiente

La presente investigación se realiza en el transporte público de DMQ. Se calcula que son 1'063.000 ecuatorianas y ecuatorianos que hacen uso diario de este medio de transporte público. El tamaño de la muestra que definido por 392 encuestas.

2.2.1 Tabulación De Datos

2.2.1.1 Análisis e interpretación de resultados

Pregunta 1.

¿Con qué frecuencia utiliza el sistema de transporte público en la ciudad de Quito?

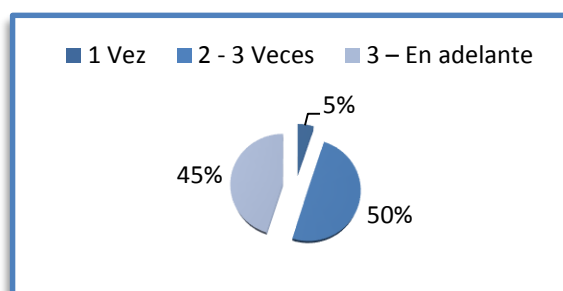
Tabla 5. Caracterización de la muestra por frecuencia de usos

Variable	Cantidad	Porcentaje
1 Vez	20	5%
2 – 3 Veces	195	50%
3 En adelante	177	45%
Total	392	100%

Fuente: Encuesta aplicada al grupo objetivo

Elaborado por: La autora

Figura 2. Caracterización de la muestra por frecuencia de uso



Fuente: Tabla Nº 5

Elaborado por: La autora

Interpretación:

De acuerdo al número de encuestas realizadas a la misma cantidad de hombres y mujeres en edades de 17 años a 45 años, mediante un análisis de datos en la frecuencia del uso del medio de transporte público en el DMQ, nos da como resultado que el 50% lo realiza más de tres veces en el día, 45% de dos a tres veces en el día, de esta forma se puede dar como análisis que son los horarios de mayor frecuencia de uso por las diferentes ocupaciones que realizan día a día, y un 5% una vez al día, refiriéndose este porcentaje tan bajo a las personas que tiene pico y placa en la ciudad de Quito y no realizan mucho uso de este medio de transporte como prioridad, dando como resultado el 100% que encierra como el tipo de horario de preferencia del grupo objetivo al cual se esta dirigiendo este proyecto.

Pregunta 2.

¿En qué horario utiliza el sistema de transporte público en la ciudad de Quito?

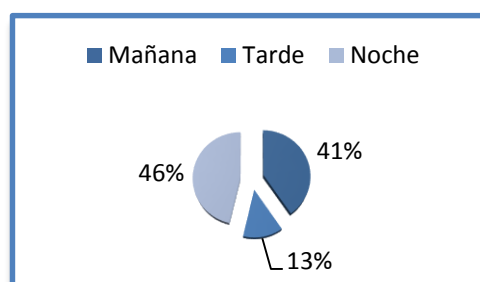
Tabla 6. Caracterización de la muestra por horario de uso

Variable	Cantidad	Porcentaje
Mañana	320	41%
Tarde	105	13%
Noche	367	46%
Total	792	100%

Fuente: Encuesta aplicada al grupo objetivo

Elaborado por: La autora

Figura 3. Caracterización de la muestra por horario de uso



Fuente: Tabla N° 6

Elaborado por: La autora

Interpretación:

Los diferentes horarios que se establecieron de forma general son en la mañana, tarde y noche; entre los distintos resultados que se dieron un 46% es el horario de la noche en el que hace un poco de igualdad con la mañana que es 41%, de esta forma este horario hace coincidencia con la pregunta N°1 en la frecuencia de uso de este medio de transporte. Se puede concluir que la cantidad de veces que es escogido este medio de transporte público refleja con los horarios a escoger de los usuarios, teniendo una minoría del 13% que es en la tarde, no es un horario en el cual exista mucha frecuencia de uso por parte de los usuarios; teniendo como resultado un 100% que refleja los horarios de preferencia para poder plantar mejor una propuesta para el proyecto.

Pregunta 3.

¿Qué uso usted le da al boleto que se le entrega en el transporte público?

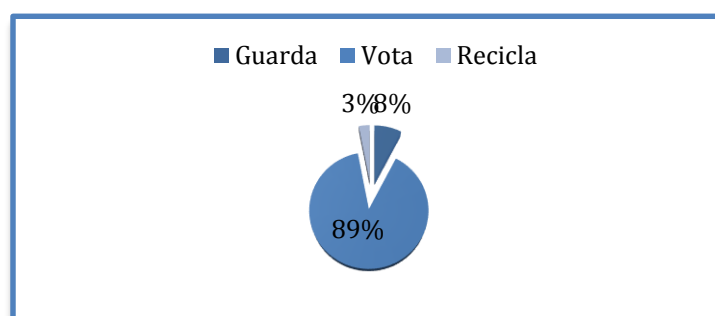
Tabla 7. Caracterización de la muestra por uso de boleto

Variable	Cantidad	Porcentaje
Guarda	30	8%
Bota	350	89%
Recicla	12	3%
Total	392	100%

Fuente: Encuesta aplicada al grupo objetivo

Elaborado por: La autora

Figura 4. Caracterización de la muestra por uso de boleto



Fuente: Tabla N° 7

Elaborado por: La autora

Interpretación:

En los diferentes tipos de usos que los usuarios le dan al boleto que se les entrega en el transporte público en el DMQ, se tiene de gran porcentaje un 89% que bota el ticket por la falta de interés de darle un uso respectivo, de esta manera un 8% guarda para darle un uso de forma personal en el cual tampoco es el apropiado para el objetivo en sí que tiene el boleto, de esta manera llegando a un 3% que hacen uso del reciclaje en las diferentes formas de practicarla, teniendo como resultado un 100% y resaltando que es de gran importancia darle un uso extra al boleto para evitar todo el desperdicio que causa día a día.

Pregunta 4.

¿Usted revisa la imagen, color e información del boleto que se le entrega?

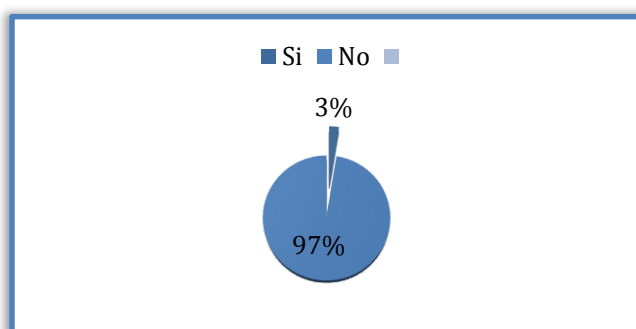
Tabla 8. Caracterización de la muestra por tipo de información en el boleto

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	10	3%
No	382	97%
Total	392	100%

Fuente: Encuesta aplicada al grupo objetivo

Elaborado por: La autora

Figura 5. Caracterización de la muestra por tipo de información en el boleto



Fuente: Tabla Nº 8

Elaborado por: La autora

Interpretación:

Mediante un análisis realizado en esta pregunta, se observa que un porcentaje generoso del 97% no revisa la información, color e imagen del boleto que se le es entregado, existiendo una totalidad muy clara de la falta de interés hacía el mismo, mientras que en una minoría del 3% si lo ha realizado pero destacando que este grupo son personas que se dedican al mundo de la comunicación entre sus diferentes profesiones escogidas; de esta manera dando como resultado 100% en el que existe falta de interés para involucrarse en la información que se les otorgada.

Pregunta 5.

¿Usted recicla los productos que utiliza en su vida diaria?

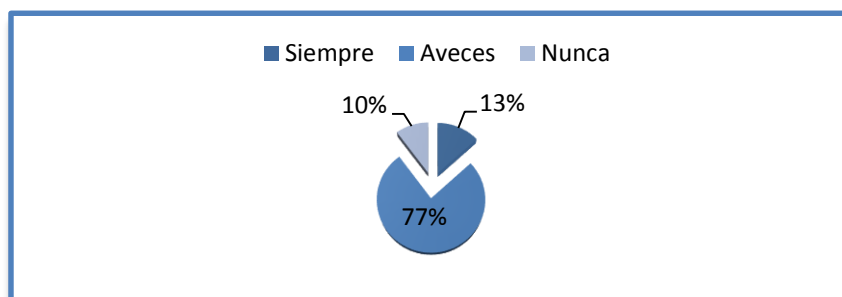
Tabla 9. Caracterización de la muestra por reciclaje en la vida diaria

Variable	Cantidad	Porcentaje
Siempre	52	13%
A veces	300	77%
Nunca	40	10%
Total	392	100%

Fuente: Encuesta aplicada al grupo objetivo

Elaborado por: La autora

Figura 6. Caracterización de la muestra por reciclaje en la vida diaria



Fuente: Tabla N° 9

Elaborado por: La autora

Interpretación:

La frecuencia en la cual es escogida el uso de reciclaje en la vida diaria de las personas a las que se les realizó la encuesta nos dice que un gran porcentaje del 77% tiene como prioridad hacer uso del mismo a veces en su vida diaria, teniendo como minorías un 13% que lo práctica siempre y un 10% no tienen ninguna forma de realizarlo, de esta manera se puede dar como resultado 100% en el cual no tienen una guía adecuada para hacer uso del reciclaje en la vida diaria de los diferentes usuarios que hacen uso de este medio de transporte público.

Pregunta 6.

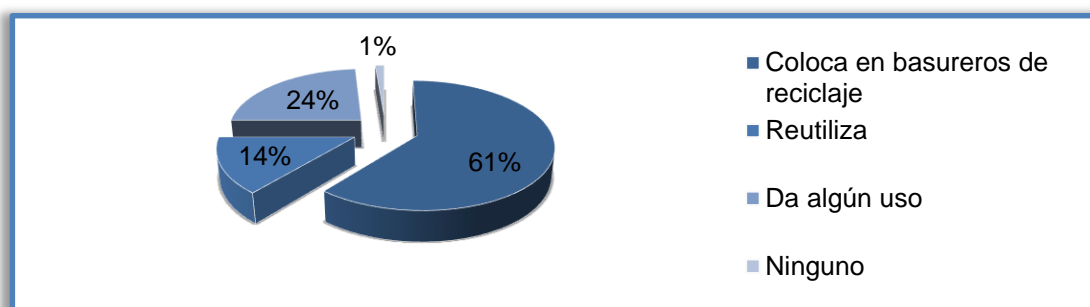
¿Usted práctica en su vida diaria el reciclaje?

Tabla 10. Caracterización de la muestra por practicar el reciclaje

Variable	Cantidad	Porcentaje
Coloca en basureros de reciclaje	239	61%
Reutiliza	55	14%
Da algún uso	93	24%
Ninguno	5	1%
Total	392	100%

Fuente: Encuesta aplicada al grupo objetivo
Elaborado por: La autora

Figura 7. Caracterización de la muestra por practicar el reciclaje



Fuente: Tabla N° 10
Elaborado por: La autora

Interpretación:

El tipo de reciclaje que los diferentes usuarios hacen uso en su vida diaria tiene gran importancia para poder destacar el comportamiento en el que reflejan el conocimiento de lo que reciclar significa, en esta investigación un 61% coloca en basureros de diferentes tipos, pero no dando la importancia de colocar en los apropiados, mientras que reutilizar lo que se consumen diariamente un 14% y dar algún uso extra un 24%, estos porcentajes resaltan en cierta manera la gran minoría que representa el 5% que de ninguna práctica,

se puede interpretar que no existe una guía adecuada para poder hacer que los diferentes usuarios hagan uso del reciclaje de una manera correcta, dando como resultado el 100% y buscar una solución a este problema.

Pregunta 7.

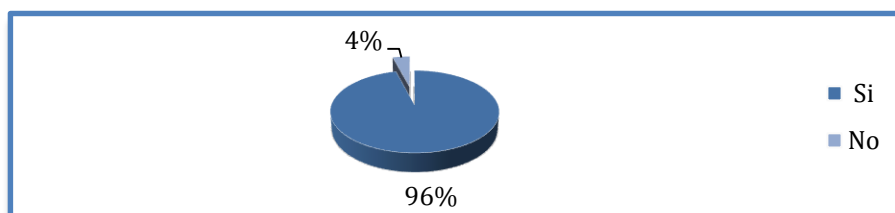
¿Le gustaría que en su boleto le llegue algún tipo de publicidad?

Tabla 11. Caracterización de la muestra por querer publicidad en el boleto

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	376	96%
No	16	4%
Total	392	100%

Fuente: Encuesta aplicada al grupo objetivo
Elaborado por: La autora

Figura 8. Caracterización de la muestra por querer publicidad en el boleto



Fuente: Tabla N° 11
Elaborado por: La autora

Interpretación:

En esta pregunta se dio gran importancia a la selección de querer publicidad en el boleto que es entregado, de manera afirmativa un 96% hacen énfasis en querer cualquier tipo de publicidad mientras que solo un 4% no mostró interés alguno en querer participar en esta iniciativa, fijándose en las diferentes encuestas realizadas coincide con las personas que hacen uso de este medio por el pico y placa en la ciudad de Quito, dando como resultado un 100% al cual se llegó el análisis siendo estas mismas personas posibles participantes de este proyecto.

Pregunta 8.

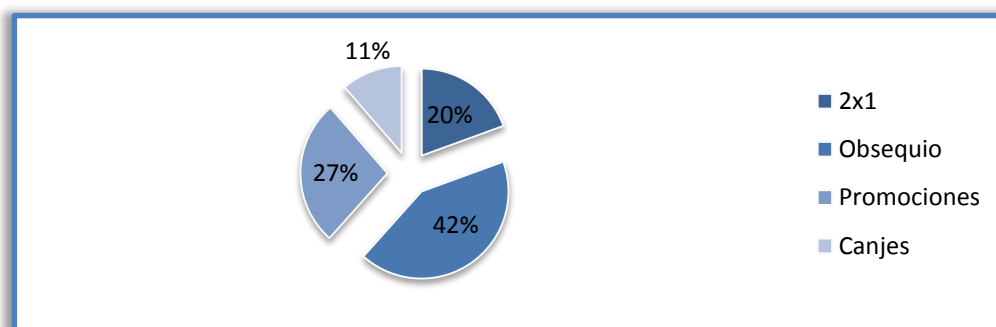
¿Qué tipo de promociones le gustaría observar en su boleto?

Tabla 12. Caracterización de la muestra por tipo de promoción

Variable	Cantidad	Porcentaje
2 x 1	159	20%
Obsequios	345	42%
Promociones	221	27%
Canjes	93	11%
Total	392	100%

Fuente: Encuesta aplicada al grupo objetivo
Elaborado por: La autora

Figura 9. Caracterización de la muestra por tipo de promoción



Fuente: Tabla N° 12
Elaborado por: La autora

Interpretación:

Entre los diferentes tipos de promoción que se dio a escoger en esta encuesta la que tuvo mayor acogida fue la de obsequios dando como resultado el 42%, entre las diferentes opciones como promociones, 2x1 y canjes no tuvieron muchas acogida como el caso de obsequios, teniendo diferentes resultados de un 27% en promociones, 20% en 2x1 y 11% en canjes nos da un 100% en su totalidad acerca de las diferentes preferencias que tienen los usuarios al momento de escoger una promoción para su beneficio.

Pregunta 9.

¿Si su ticket tuviera alguna publicidad estaría dispuesto a utilizarlo?

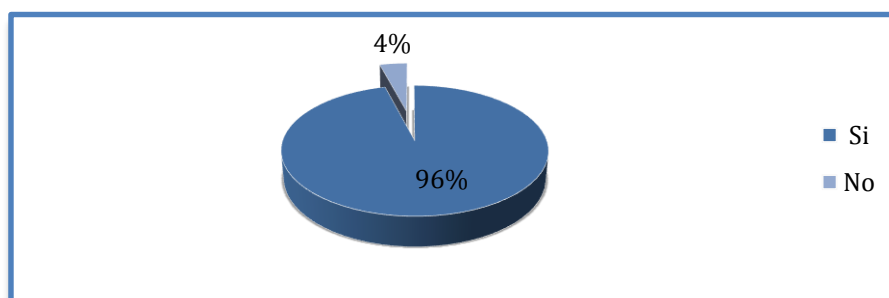
Tabla 13. Caracterización de la muestra por uso de publicidad

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	376	96%
No	16	4%
Total	392	100%

Fuente: Encuesta aplicada al grupo objetivo

Elaborado por: La autora

Figura 10. Caracterización de la muestra por uso de publicidad



Fuente: Tabla N° 13
Elaborado por: La autora

Interpretación:

En esta pregunta se debe resaltar que coincidentemente se dan los mismo resultados que la pregunta 7, de manera que el mismo tipo de personas que quieren tener publicidad y darle un uso a la misma es del 96%, mientras que en una minoría del 4% no desean por lógica hacer uso del ticket de ninguna manera y a su vez resaltando que son las personas que hacen uso del pico y placa y no mostraron el interés respectivo en estas preguntas; dando como resultado un 100% que nos ayuda a ver los diferentes intereses de nuestros usuarios.

2.2.1.2 Análisis general de las encuestas

Para la realización del análisis se aplicó una encuesta a 392 personas pertenecientes a quienes hacen uso del medio de transporte público en el DMQ, como: ecovía, metrovía y trole, teniendo de un panorama mucho más claro acerca de las necesidades que están dirigidas para el grupo objetivo de este proyecto, de esta manera teniendo información mucho más precisa y clara en lo que se va a realizar.

Esta investigación muestra que el uso de los tickets con publicidad y materiales amigable para el medio ambiente tienen acogida, teniendo como resultado un porcentaje muy mínimo que no hacen acogida al proyecto, resaltando que son las personas que no hacen uso diario de este medio de transporte, de esta manera se busca que este tipo de personas pueden ser posible usuarios que tengan acogida con el proyecto.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 Introducción a la propuesta

Con diversos parámetros establecidos en los capítulos anteriores se pudo enfocar en las observaciones y en la realización de una propuesta que está encaminada al uso de un nuevo medio con materiales biodegradables, dando como estrategia la utilización del ecodiseño en los tickets que son repartidos en medios de transporte público en la ciudad de Quito, buscando generar conciencia ambiental en el uso que se le brinda a los boletos.

3.2 Esquema de la propuesta

Para el desarrollo de la propuesta en los tickets es necesario cumplir con todos los requerimientos establecidos y lograr tener la satisfacción de un proyecto bien elaborado.

3.2.1 Línea creativa

La realización de estos tickets tendrá la forma de generar recursos de una manera que respete al medio ambiente, siendo un producto que servirá para pautar publicidad de diversas maneras en representar promociones y con ello desarrollando algunos estilos.

Figura 11. Esquema de la propuesta



3.2.2 Línea conceptual

La línea con la que se va manejar es *flat desing*, encajando una forma de crear conciencia con el medio ambiente utilizando al diseño gráfico y a su vez generando un nuevo medio.

El flat Desing es una de las tendencias que en el 2016 son más utilizadas, junta conceptos que dan como resultado dar relieve a diseños planos.

3.2.3 Línea gráfica

En el uso de *flat desing* generan elementos que crean linealidad acorde a las expectativas que tiene cada usuario, utilizando colores que son identificativos de cada transporte y de esta manera respetando los elementos que se encuentran en el boleto; se va generar diversas propuestas que encajen con todas las necesidades resaltando como contenido información exacta, precisa y ordenada. Haciendo uso de materiales biodegradables para el medio ambiente siendo estos la tinta de soya y el papel reciclable.

3.3 Objetivo de la propuesta

Realizar un nuevo medio utilizando ecodiseño buscando varias alternativas en las que se pueda pautar publicidad, de esta manera lograr satisfacer las necesidades de los usuarios en el uso del ticket que se le es entregado.

3.4 Características de la propuesta

El diseño de la propuesta es el proceso con el cual se va desarrollar varios procedimientos en base a un diseño que busque una solución a un problema, definiendo estrategias y objetivos que son establecidos en un proyecto.

3.4.1 Creación de un nuevo medio

La creación de un nuevo medio es de suma importancia para la innovación de promocionar un producto de diversas maneras, en el caso de este proyecto se creará un medio que sea el complemento para dar la solución a la problemática

de la cantidad de basura que genera el ticket que se entrega en el transporte público en la ciudad de Quito.

3.4.1.1 Estrategia de un nuevo medio

Siendo un medio que va hacer de total renovación en el mercado para pautar publicidad; tendrá gran acogida por su iniciativa de generar conocimiento de nuevas marcas, promociones y todo lo que conlleve a un producto. Teniendo como factor principal el uso del ecodiseño en su desarrollo.

Este nuevo medio tiene como enfoque clase baja, media y media alta, tiene de principal característica el uso de materiales que son amigables con el medioambiente y estos son:

- Papel blanco reciclable, el cual es el proceso al que el papel es preparado para que se pueda volver a reutilizar en nuevos productos de papel.
- Tinta de soya, son tinta que no son nocivas para el medio ambiente y cumplen con su objetivo para el bienestar del mismo.

Tendrá varias alternativas para satisfacer las necesidades de todos los usuarios que hacen uso del medio de transporte público de la ciudad de Quito.

3.4.1.1.1 Estrategia de distribución de un nuevo medio

Este nuevo medio será distribuido en los medios de transporte público que son parte directa del Distrito Metropolitano de la Ciudad de Quito, en sus diferentes horarios que se indicaran detalladamente en el tarifario, los cuales son:

- Metrovía
- Ecovía
- Alimentadores de ecovía
- Trole
- Alimentadores de trole

3.4.1.2 Tarifario

En el tarifario se podrá especificar todos los horarios a los cuales este nuevo medio será publicado en los diversos medios de transporte público en la ciudad de Quito, todos los precios se establecerán por tarifas diarias, semanales, mensuales y anuales. Los sectores que son seleccionados y los días que serán publicados, dando a conocer las restricciones y parámetros a seguir para la publicación respectiva.



Figura 12. Tarifario

Elaborado por: La autora

3.5 Creación de la marca

Al momento de realizar un nuevo medio o producto es necesario crear una nueva marca, en la cual va ayudar hacer más llamativo lo que se desea comunicar.

3.5.1 Significado

PAUTA, un nombre que tiene mucha relación de lo que se trata este proyecto, se lo toma de referencia de pauta publicitaria ya que es el conjunto de espacios publicitarios para comunicar algo. Dando de esta manera un nombre corto y de fácil recordación.

3.5.2 Logotipo



Figura 13. Logotipo

Elaborado por: La autora

3.5.3 Información

La marca de pauta tiene el plus de la creación de nuevos medios haciendo uso de materiales que sean biodegradables, y de esta manera poder tener un mejor manejo en el uso de recursos para la creación de medios que permitan llegar a comunicar algo mediante un mensaje. Buscando varias maneras de satisfacer todas las necesidades que los diferentes grupos objetivos tienen, en base a esta necesidad se dio el origen de la marca pauta, medios alternativos de transporte.

3.6 Antecedentes

3.6.1 Boletos de medio de transporte público de DMQ

Se tomó en cuenta los tickets que son entregados actualmente en los medios de transporte público en la ciudad de Quito, mostrando sus características a continuación.

3.6.2 Metrobús - Q

3.6.2.1 Ticket de parada menores de edad y tercera edad



Figura 14. Ticket de parada de menores de edad y tercera edad

Foto tomada por: La autora

Información técnica de boleto de Metrobús - Q de menores de edad y tercera edad	
Datos	Descripción
Tamaño	6,3 cm x 5,3 cm
Color	Amarrillo opaco
Tipo de material	100% Papel bond de 80 gramos
Elementos gráficos (Denotación)	Material muy ligero / no es biodegradable / Tintas tóxicas offset

Diseño	<p>Diseño visual: Logo de municipio de Quito con marca de fondo / Línea de colores de municipio en la base.</p> <p>Gama de colores: Amarillo opaco</p> <p>Tipografía: Arial en negritas, cursiva y normal / Número de serie letter gothic Std</p> <p>Color de tipografía: Azul oscura y Número de serie rojo</p> <p>Tamaño de tipografía: Precio 11, Parada 8, Usuarios 8, Serie 2, Número de serie 10</p> <p>Mensaje visual: Boleto perteneciente a EPMTTP</p> <p>Mensaje textual: No aplica</p>
Connotación	Formalidad
Costo	USD 0,006 por unidad
Fabricado por	Instituto Geográfico Militar
Hecho en	Quito - Ecuador

Tabla 14. Información técnica de boleto de parada de Metrovía de menores de edad y tercera edad

Elaborado por: La autora

3.6.2.2 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años



Figura 15. Tickets de parada de usuarios entre 18 y 65 años

Foto tomada por: La autora

Información técnica de boleto de Metrobús - Q de usuarios entre 18 y 65 años	
Datos	Descripción
Tamaño	6,3 cm x 5,3 cm
Color	Verde oscuro opaco
Tipo de material	100% Papel bond de 80 gramos
Elementos gráficos (Denotación)	Material muy ligero / no es biodegradable / Tintas tóxicas offset
Diseño	<p>Diseño visual: Logo de municipio de Quito con marca de agua de fondo / Línea de colores de municipio en la base.</p> <p>Gama de colores: Verde oscuro opaco</p> <p>Tipografía: Arial en negrillas, cursiva y normal / Número de serie letter gothic Std</p> <p>Color de tipografía: Celeste y Número de serie rojo</p> <p>Tamaño de tipografía: Precio 11, Parada 8, Usuarios 8, Serie 2, Número de serie 10</p> <p>Mensaje visual: Boleto perteneciente a EPMTTP</p> <p>Mensaje textual: No aplica</p>
Connotación	Formalidad
Costo	USD 0,006 por unidad
Fabricado por	Instituto Geográfico Militar
Hecho en	Quito - Ecuador

Tabla 15. Información técnica de boleto de parada de Metrovía de usuarios entre 18 y 65 años

Elaborado por: La autora

3.6.2.3 Ticket de parada de personas con discapacidad



Figura 16. Ticket de parada de personas con discapacidad

Foto tomada por: Mónica Vásquez

Información técnica de boleto de Metrobús - Q de personas con discapacidad	
Datos	Descripción
Tamaño	6,3 cm x 5,3 cm
Color	Lavanda
Tipo de material	100% Papel bond de 80 gramos
Elementos gráficos (Denotación)	Material muy ligero / no es biodegradable / Tintas tóxicas offset
Diseño	<p>Diseño visual: Logo de municipio de Quito con marca de agua de fondo / Línea de colores de municipio en la base.</p> <p>Gama de colores: Lavanda</p> <p>Tipografía: Arial en negrillas, cursiva y normal / Número de serie letter gothic Std</p> <p>Color de tipografía: Negro y Número de serie rojo</p> <p>Tamaño de tipografía: Precio 11, Parada 8, Usuarios 8, Serie 2, Número de serie 10</p>

	Mensaje visual: Boleto perteneciente a EPMTTP Mensaje textual: No aplica
Connotación	Formalidad
Costo	USD 0,006 por unidad
Fabricado por	Instituto Geográfico Militar
Hecho en	Quito - Ecuador

Tabla 16. Información técnica de boleto de parada de Metrovía de usuarios con discapacidad

Elaborado por: La autora

3.6.3 Trolebús y Ecovía

Sistemas de transporte público de la ciudad de Quito, tienen una conexión entre ambos transportes y manejan el mismo sistema de boletos tanto para parada como para alimentadores.

3.6.3.1 Ticket de parada menores de edad y tercera edad



Figura 17. Ticket de parada para menores de edad y tercera edad

Foto tomada por: La autora

Información técnica de boleto de Trolebús y Ecovía de menores de edad y tercera edad	
Datos	Descripción
Tamaño	6,3 cm x 5,3 cm
Color	Anaranjado opaco
Tipo de material	100% Papel bond de 80 gramos
Elementos gráficos (Denotación)	Material muy ligero / no es biodegradable / Tintas tóxicas offset
Diseño	<p>Diseño visual: Logo de municipio de Quito con marca de fondo / Línea de colores de municipio en la base.</p> <p>Gama de colores: Anaranjado opaco</p> <p>Tipografía: Arial en negrillas, cursiva y normal / Número de serie letter gothic Std</p> <p>Color de tipografía: Azul oscura y Número de serie rojo</p> <p>Tamaño de tipografía: Precio 11, Parada 8, Usuarios 8, Serie 2, Número de serie 10</p> <p>Mensaje visual: Boleto perteneciente a EPMTTP</p> <p>Mensaje textual: No aplica</p>
Connotación	Formalidad
Costo	USD 0,006 por unidad
Fabricado por	Instituto Geográfico Militar
Hecho en	Quito - Ecuador

Tabla 17. Información técnica de boleto de parada de Trolebús y Ecovía de menores de edad y tercera edad

Elaborado por: La autora

3.6.3.2 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años



Figura 18. Tickets de parada de usuarios entre 18 y 65 años

Foto tomada por: La autora

Información técnica de boleto de Trolebús y Ecovía de usuarios entre 18 y 65 años	
Datos	Descripción
Tamaño	6,3 cm x 5,3 cm
Color	Marrón opaco
Tipo de material	100% Papel bond de 80 gramos
Elementos gráficos (Denotación)	Material muy ligero / no es biodegradable / Tintas tóxicas offset
Diseño	Diseño visual: Logo de municipio de Quito con marca de agua de fondo / Línea de colores de municipio en la base. Gama de colores: Marrón opaco Tipografía: Arial en negrillas, cursiva y normal / Número de serie letter gothic Std Color de tipografía: Negro y Número de serie rojo Tamaño de tipografía: Precio 11, Parada 8, Usuarios 8, Serie 2,

	Número de serie 10 Mensaje visual: Boleto perteneciente a EPMTTP Mensaje textual: No aplica
Connotación	Formalidad
Costo	USD 0,006 por unidad
Fabricado por	Instituto Geográfico Militar
Hecho en	Quito - Ecuador

Tabla 18. Información técnica de boleto de parada de Trolebús y Ecovía de usuarios entre 18 y 65 años

Elaborado por: La autora

3.8.3.3 Ticket de parada de personas con discapacidad



Figura 19. Ticket de parada de personas con discapacidad

Foto tomada por: La autora

Información técnica de boleto de Trolebús y Ecovía de personas con discapacidad	
Datos	Descripción
Tamaño	6,3 cm x 5,3 cm
Color	Lavanda
Tipo de material	100% Papel bond de 80 gramos
Elementos gráficos (Denotación)	Material muy ligero / no es biodegradable / Tintas tóxicas offset
Diseño	<p>Diseño visual: Logo de municipio de Quito con marca de agua de fondo / Línea de colores de municipio en la base.</p> <p>Gama de colores: Lavanda</p> <p>Tipografía: Arial en negrillas, cursiva y normal / Número de serie letter gothic Std</p> <p>Color de tipografía: Negro y Número de serie rojo</p> <p>Tamaño de tipografía: Precio 11, Parada 8, Usuarios 8, Serie 2, Número de serie 10</p> <p>Mensaje visual: Boleto perteneciente a EPMTTP</p> <p>Mensaje textual: No aplica</p>
Connotación	Formalidad
Costo	USD 0,006 por unidad
Fabricado por	Instituto Geográfico Militar
Hecho en	Quito - Ecuador

Tabla 19. Información técnica de boleto de parada de Trolebús y Ecovía de usuarios con discapacidad

Elaborado por: La autora

3.6.3.4 Ticket de alimentador menores de edad y tercera edad



Figura 20. Ticket de alimentador para menores de edad y tercera edad

Foto tomada por: La autora

Información técnica de boleto de Trolebús y Ecovía de menores de edad y tercera edad	
Datos	Descripción
Tamaño	6,3 cm x 5,3 cm
Color	Celeste opaco
Tipo de material	100% Papel bond de 80 gramos
Elementos gráficos (Denotación)	Material muy ligero / no es biodegradable / Tintas tóxicas offset
Diseño	Diseño visual: Logo de municipio de Quito con marca de fondo / Línea de colores de municipio en la base. Gama de colores: Celeste Tipografía: Arial en negrillas, cursiva y normal / Número de serie letter gothic Std Color de tipografía: Celeste y Número de serie rojo

	Tamaño de tipografía: Precio 11, Parada 8, Usuarios 8, Serie 2, Número de serie 10 Mensaje visual: Boleto perteneciente a EPMTTP Mensaje textual: No aplica
Connotación	Formalidad
Costo	USD 0,006 por unidad
Fabricado por	Instituto Geográfico Militar
Hecho en	Quito - Ecuador

Tabla 20. Información técnica de boleto de alimentador de Trolebús y Ecovía de menores de edad y tercera edad

Elaborado por: La autora

3.6.3.5 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años



Figura 21. Tickets de parada de usuarios entre 18 y 65 años

Foto tomada por: La autora

Información técnica de boleto de Trolebús y Ecovía de usuarios entre 18 y 65 años	
Datos	Descripción
Tamaño	6,3 cm x 5,3 cm
Color	Rojo opaco
Tipo de material	100% Papel bond de 80 gramos
Elementos gráficos (Denotación)	Material muy ligero / no es biodegradable / Tintas tóxicas offset
Diseño	<p>Diseño visual: Logo de municipio de Quito con marca de agua de fondo / Línea de colores de municipio en la base.</p> <p>Gama de colores: Rojo opaco</p> <p>Tipografía: Arial en negrillas, cursiva y normal / Número de serie letter gothic Std</p> <p>Color de tipografía: Rojo y Número de serie rojo</p> <p>Tamaño de tipografía: Precio 11, Parada 8, Usuarios 8, Serie 2, Número de serie 10</p> <p>Mensaje visual: Boleto perteneciente a EPMTTP</p> <p>Mensaje textual: No aplica</p>
Connotación	Formalidad
Costo	USD 0,006 por unidad
Fabricado por	Instituto Geográfico Militar
Hecho en	Quito - Ecuador

Tabla 21. Información técnica de boleto de alimentador de Trolebús y Ecovía de usuarios entre 18 y 65 años

Elaborado por: La autora

3.7 Solución

En las encuestas realizadas en esta investigación tiene un porcentaje muy significativo del desperdicio que las personas le dan al boleto que se le es entregado en los medios de transporte público en la ciudad de Quito, por este motivo como solución se realizó un nuevo medio que ayude con la problemático del desperdicio diario que hacen estos tickets.

3.8 Desarrollo del nuevo medio

El usar un nuevo medio para pautar publicidad es actualmente una de las técnicas más utilizadas por las personas para hacer conocer sus productos, en esta investigación se propone un nuevo medio que busque la solución al desperdicio diario que generan los tickets que son entregado en los medios de transporte público en la ciudad de Quito.

Al realizar nuevos boletos que tengan uso de este nuevo medio en el cual se enfoca a la utilidad de materiales biodegradables los cuales son papel reciclable blanco y tintas de soya, lo hacen a un más llamativo para los diversos usuarios, en lo cual tendrán el plus de varios tipos de promoción que son activadas mediante un código de barras. A continuación la estructura de cada boleto desde su boceto hasta el producto final.

3.8.1 Diseño de la diagramación del boleto

Se establecerán diferentes parámetros que deben ser respetados al momento de la elaboración de los boletos aplicando como tendencia al flat desing.

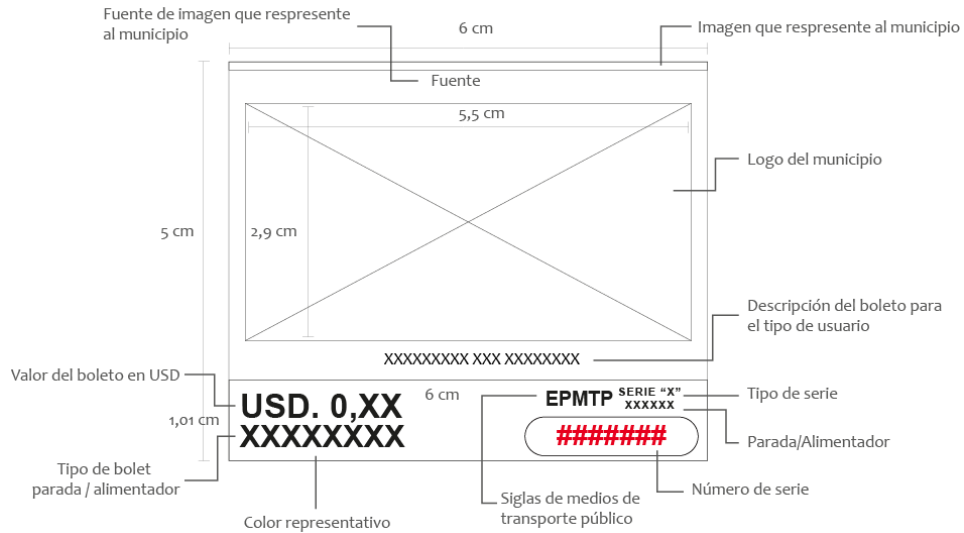


Figura 22. Diseño de la estructura del boleto

Elaborado por: La autora

3.8.2 Diseño de la diagramación de promociones

Se establecerán diferentes parámetros que deben ser respetados al momento de ingresar información para las diferentes promociones.

3.8.2.1 Promociones



Figura 23. Diseño de la estructura de promociones

Elaborado por: La autora

3.8.2.2 Canjes



Figura 24. Diseño de la estructura de canjes

Elaborado por: La autora

3.8.2.3 2 x 1



Figura 25. Diseño de la estructura de 2 x 1

Elaborado por: La autora

3.8.2.4 Obsequios



Figura 26. Diseño de la estructura de obsequios

Elaborado por: La autora

3.8.2.5 Cupones



Figura 27. Diseño de la estructura de cupones

Elaborado por: La autora

3.8.3 Memorias técnicas y descriptivas

3.8.3.1 Metrobús – Q

Es un medio de transporte público de la ciudad de Quito que consta por 124 estaciones entre paradas, estaciones de transferencia y estaciones multimodales; tiene 113 unidades y no hay existencia de alimentadores internos.

3.8.3.1.1 Ticket de parada de menores de edad y tercera edad



Figura 28. Ticket de parada de menores de edad y tercera edad

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color anaranjado por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.1.2 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años



Figura 29. Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color verde por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.1.3 Ticket de parada de personas con discapacidad



Figura 30. Ticket de parada de personas con discapacidad

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color fuxia por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.2 Ecovía

Es un medio de transporte público de la ciudad de Quito que consta de 37 paradas con 16 rutas y tiene 113 buses articulados y alimentadores.

3.8.3.2.1 Ticket de parada de menores de edad y tercera edad



Figura 31. Ticket de usuarios de menores de 18 años y mayores de 65 años

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color anaranjado un poco mas oscuro por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el

motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.2.2 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años



Figura 32. Ticket de para de usuarios entre 18 y 65 años

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color marón por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.2.3 Ticket de parada de personas con discapacidad



Figura 33. Ticket de parada de personas con discapacidad

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color morado por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.2.4 Ticket de alimentador de menores de edad y tercera edad



Figura 34. Ticket de alimentador de menores de 18 años y mayores de 65 años

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color celeste por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.2.5 Ticket de alimentador de usuarios entre 18 y 65 años



Figura 35. Ticket de alimentador de usuarios entre 18 y 65 años

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color rojo por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de

Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.3 Trolebús

Es un medio de transporte público de la ciudad de Quito que consta de 58 paradas y tiene 113 unidades, 40 articulados y 80 biarticulados.

3.8.3.3.1 Ticket de parada de menores de edad y tercera edad



Figura 36. Ticket parada de usuarios menores de 18 años y mayores de 65 años

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color amarillo oscuro por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.3.2 Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años



Figura 37. Ticket de parada de usuarios entre 18 y 65 años

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color cian por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.3.3 Ticket de parada de personas con discapacidad



Figura 38. Ticket de personas con discapacidad

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color morado oscuro tipo uva por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.3.4 Ticket de alimentador de menores de edad y tercera edad



Figura 39. Ticket de alimentador de usuarios menores de 18 años y mayores de 65 años

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color azul pastel por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los

principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.3.5 Ticket de alimentador de usuarios entre 18 y 65 años



Figura 40. Ticket de alimentador de usuarios entre 18 y 65 años

Elaborado por: La autora

Ticket elaborado con materiales biodegradables como papel reciclable y tintas de soya, color del papel blanco de 15 gramos. Sus medidas son de 6 cm x 5 cm, colores pasteles y fríos, el más importante es el color anaranjando rojizo por el tipo de código que se maneja en cada medio de transporte público, el número de serie se lo resalta de color rojo por la importancia de saber la secuencia de cada boleto diariamente. La tipografía escogida es Arial por el motivo que es universal y de fácil lectura para los usuarios. Tiene la resistencia de un máximo de 15 días, su tipo de impresión es offset, se utiliza un máximo de 4 colores que son los principales y de fondo en marca de agua el logo del municipio de la ciudad de Quito y como imagen la línea de colores con degrade del mismo en la parte superior del boleto.

3.8.3.4 Promociones

Realizar un diseño para cada tipo de promoción es fundamental para la investigación, a continuación se mostrará las diferentes estructuras que son parte de cada promoción.

3.8.3.4.1 Promociones



Figura 41. Promoción

Elaborado por: La autora

Es el tipo de imagen que se usará para las promociones que las marcas pongan a disposición en los tickets de los buses, la tipografía usada es Arial en varios tamaños, haciendo uso de colores fríos y cálidos, el boleto esta conformado por varias frases de promociones y de la misma forma el uso del logo de la marca y un código de barras.

3.8.3.4.2 Obsequio



Figura 42. Obsequio

Elaborado por: La autora

Es el tipo de imagen que se usará para promocionar los diversos obsequios que la marcas pongan a disposición para los usuarios en los tickets de los buses, la tipografía usada es Arial en varios tamaños, el boleto esta conformado por varias frases y el valor del obsequio, haciendo uso de colores fríos y cálidos, de la misma forma el uso del logo de la marca y un código de barras.

3.8.3.4.3 Cupones



Figura 43. Cupones

Elaborado por: La autora

Es el tipo de imagen que se usará para promocionar la cuponera que la marcas pongan a disposición para los usuarios en los tickets de los buses, la tipografía usada es Arial en varios tamaños, el tiempo de validez del cupón, la información específica del valor que tendrá y una pequeña frase que simplifica la validez, la cantidad en dólares que pueda hacer uso, utilizando colores fríos y cálidos, de la misma forma el uso del logo de la marca y un código de barras.

3.8.3.4.4 Canjes



Figura 44. Canjes

Elaborado por: La autora

Es el tipo de imagen que se usará para informar el canje que la marcas pongan a disposición para los usuarios en los tickets de los buses, la tipografía usada es Arial en varios tamaños, hace uso de un código de barras, el boleto esta conformado por varias frases y el uso de fotografías del tipo de producto que van adquirir, utilizando a su vez colores fríos y cálidos.

3.8.3.4.5 2 x 1



Figura 45. 2 x 1

Elaborado por: La autora

Es el tipo de imagen que se usará para informar la promoción de 2 x 1 que la marcas pongan a disposición para los usuarios en los tickets de los buses, la tipografía usada es Arial en varios tamaños, hace uso de un código de barras, el boleto esta conformado por especificaciones del tipo de promoción y el uso del logo de la marca utilizando a su vez colores fríos y cálidos.

3.9 Recomendaciones

Realizar una campaña de información utilizando diversos medios que pueden ser de gran utilidad para que los usuarios puedan recibir de manera adecuada lo que se trata el nuevo medio. La selección de medios a usar son radio y manejo de redes sociales, la emisoras y horarios escogidos serán acorde a los jingles actuales; el manejo de redes sociales serán supervisados por los administradores de las diferentes páginas que utiliza el municipio.

3.10 Validación

Se validaron todos los conceptos y elementos visuales que fueron aplicados en los tickets del medio de transporte público en la ciudad de Quito, con la opinión del Ing. Antonio Chamorro Sanmiguel siendo secretario de movilidad. La opinión fue dicha por el, dando comentarios positivos en las propuestas escogiendo los boletos que se encuentran en este proyecto.

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
Flat desing	
DISEÑO DE PROMOCIÓN	PROTOTIPO
<p>Ahorra en grande</p> <p>20%DE DESCUENTO</p> <p>En segundos artículos</p>  	
RECOMENDACIONES	APROBADO

Tabla 22. Diseño de promoción

Elaborado por: La autora

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
Flat desing	
DISEÑO DE 2X1	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO

Tabla 23. Promoción 2 x 1

Elaborado por: La autora

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
Flat desing	
DISEÑO DE CANJES	PROTOTIPO
<p>JUNTA 5 BOLETOS</p>  <p>CANJÉALOS</p> <p>POR SOPAS MAGGI</p>  <p>640509-040147</p>	<p>IMP:IMG.01-16 ea</p> <p>JUNTA 5 BOLETOS</p>  <p>CANJÉALOS</p> <p>POR SOPAS MAGGI</p>  <p>640509-040147</p> <p>USUARIOS ENTRE 18 Y 65 AÑOS</p> <p>USD. 0,25 Alimentador</p> <p>EPMTP SERIE "F" PARADA</p> <p>8096473</p>
RECOMENDACIONES	APROBADO

Tabla 24. Promoción de canjes

Elaborado por: La autora

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
Flat desing	
DISEÑO DE CUPONES	PROTOTIPO
 <p>mi comisariato® <i>Siempre, de todo a menor precio. Siempre</i></p> <p>\$30</p> <p>Por la compra de productos lácteos de mi comisariato.*</p> <p>SOLO MES DE OCTUBRE</p> <p>Solo por el mes de Octubre presenta este cupón y recibe USD \$30 en todas tus compras, es válido solo con productos lácteos de marca mi comisariato. El límite de cupón es por una persona. No se puede combinar con otra oferta. Tiene que presentar el cupón para recibir este beneficio.</p> <p>640509-040147</p>	 <p>IMP IMG.01-16 ea</p> <p>mi comisariato® <i>Siempre, de todo a menor precio. Siempre</i></p> <p>\$30</p> <p>Por la compra de productos lácteos de mi comisariato.*</p> <p>SOLO MES DE OCTUBRE</p> <p>Solo por el mes de Octubre presenta este cupón y recibe USD \$30 en todas tus compras, es válido solo con productos lácteos de marca mi comisariato. El límite de cupón es por una persona. No se puede combinar con otra oferta. Tiene que presentar el cupón para recibir este beneficio.</p> <p>640509-040147</p> <p>USUARIOS ENTRE 18 Y 65 AÑOS</p> <p>USD. 0,25 Alimentador</p> <p>SERIE "F" PARADA 8096473</p>
RECOMENDACIONES	APROBADO

Tabla 25. Promoción de cupones

Elaborado por: La autora

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
Flat desing	
DISEÑO DE OBSEQUIOS	PROTOTIPO
 <p>GRATIS OBSEQUIO</p> <p>POR LA COMPRA DE \$100 EN NUESTROS PRODUCTOS</p> <p>SUPERMAXI®</p> <p>640509-040147</p>	 <p>IMP IMG.01-16 ea</p> <p>GRATIS OBSEQUIO</p> <p>POR LA COMPRA DE \$100 EN NUESTROS PRODUCTOS</p> <p>SUPERMAXI®</p> <p>640509-040147</p> <p>USUARIOS MENORES DE 18 AÑOS Y MAYORES DE 65 AÑOS</p> <p>USD. 0,12 Parada</p> <p>EPMTF SERIE "D" PARADA</p> <p>8227127</p>
RECOMENDACIONES	APROBADO

Tabla 26. Promoción de obsequios

Elaborado por: La autora

3.11 Costos generales del proyecto

Costos del proyecto	Detalles	Subtotal
Plan del proyecto integrador	- Desplazamiento para el desarrollo del proyecto.	USD 15,00
Capítulo 1 Base conceptual	- Ningún gasto procesado ya que el tipo de información fue de libros gratuitos.	USD 00,00
Capítulo 2 Diagnóstico del problema	- Realización de las 392 encuestas.	USD 11,76
Capítulo 3 Propuesta	- Impresión de 65 tickets (Prototipo final).	USD 0,20
	- Impresión de tarifario nuevo medio.	USD 10,00
TOTAL DEL PROYECTO		USD 36,96

Costos de producción	Detalles	Subtotal
Materia prima	Material directo <ul style="list-style-type: none"> Papel reciclable blanco 1 Kg 	USD 0,15
	Material indirecto <ul style="list-style-type: none"> Tintas de soya CMYK offset 1 litro Pegamento silicona 	USD 4,00 c/u USD 0,05
Impresión y recorte	<ul style="list-style-type: none"> Ticket de bus individual 	USD 0,003
Mano de obra directa	Costo del fabricante <ul style="list-style-type: none"> Elaboración del diseño del boleto individual. Activación del código de barras 	USD 0,03 USD 0,00
	SUBTOTAL DEL COSTO VARIABLE	
Energía eléctrica	- Costo del uso de energía	USD 15,00

Diversos	- Costo de movilización	USD 3,00
	TOTAL DE PRODUCCIÓN	USD 18,00

Costos de venta por unidad de ticket	Detalles	Subtotal
Ticket de medio de transporte público	- Costo de la mano de obra del diseñador.	USD 0,001
	- Gastos del diseñador por impresión de ticket.	USD 0,002
	TOTAL DE VENTA	USD 0,003

3.12 Conclusiones

- El uso de ecodiseño es de vital importancia actualmente en el mundo, aporta un incremento en el impacto que causa la responsabilidad social en el manejo de recursos. El desperdicio de papel es de gran importancia al pensar en el medio ambiente y en los materiales que son utilizados para su proceso en diversos usos.
- En base a las encuestas aplicadas al grupo objetivo, se puede resaltar que un gran porcentaje de usuarios desean dar un uso al ticket que se le es entregado en los medios de transporte público de la ciudad de Quito.
- El análisis de la investigación muestra que los usuarios tienen gran interés por tener varias formas de adquirir promociones de una manera novedosa y con el uso de materiales que sean amigables con el medio ambiente.
- Es un proyecto que fue validado por el Municipio de Quito en el departamento de Movilidad que no tuvo cambios en sus prototipos y fue aceptado desde un inicio sin problema.

3.13 Recomendaciones

- Como Diseñador Gráfico Publicitario, se debe implementar diversas maneras de promocionar productos que llamen la atención de una manera creativa que satisfaga las necesidades de las personas a las cuales nos estamos dirigiendo.
- Se recomienda por parte de los usuarios que hacen uso el medio de transporte público en la ciudad de Quito, hagan conciencia en el desperdicio que producen día a día, y de esta manera generar conciencia en las futuras generaciones para mejorar la cultura de movilización urbana.
- Como recomendación para el diseño de los boletos, se puede añadir que generen cada cierto tiempo diversidad en el diseño de las promociones para causar mayor interés en los usuarios.

Bibliografía

Aguilar, J. (1998) Ley del régimen del Distrito Metropolitano de Quito, Quito, Trama.

Aragón, C. (2007) Guía práctica para la aplicación del Ecodiseño, Zaragoza, Prysma calidad y MedioAmbiente.

Caraveo de Dios, R. (2009), Aplicaciones Gráficas, obtenido de www.logicaybase.blogspot.com Recuperado 24, Enero, 2016.

Dabner, D. (2009) Diseño Gráfico fundamentos y prácticas, Barcelona, Blume.

Del Pozo, H. (2013) Ley Orgánica de Comunicación, Quito, Norma.

Galindo, M. (2014) Ecodiseño, obtenido de www.ecoesmas.com/ecodiseno-10-principios-10-ejemplos Recuperado 5, Abril, 2016.

González, C. (2008) Movilidad Urbana Sostenible, España, TF Artes Gráficas.

Manovich, L. (2008) Los 5 principios de los nuevos medios, obtenido de <http://abramovichgabriel.blogspot.com/2008/09/los-5-principios-de-los-nuevos-medios.html> Recuperado 20, Abril, 2016.

Márquez, L. (2011) Los 10 más verdes en Colombia, obtenido de <http://ecodisenouandina.blogspot.com/2011/03/las-10-mas-verdes-en-colombia.html> Recuperado 7, Septiembre, 2016.

Salgado, S. (1996) Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Transito y Seguridad Vial, Quito, Norma.

Sandoval, C. (1990) Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica, San José, UCR.

Sistema Integrado de Transporte Masivo, SITM. (2011) Integración Física del SITM, Quito, (s/e).

Vigía, Z. (2015) La inversión publicitaria en medios crecerá en 2015 un 5,1% y aumentará en 2016 según Zenith Vigía, obtenido de <http://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/la-inversion-publicitaria-en-medios-crecera-en-2015-un-51-y-aumentara-en-2016-segun-zenith-vigia> Recuperado 2, Abril, 2016.

Williams, R. (1992) Historia de la comunicación, Barcelona, Bosh.
www.pixel-creativo.blogspot.com/2011/08/n.html Recuperado 20, Marzo, 2016.

www.definicionabc.com/comunicacion/18775.php Recuperado 25, Abril, 2016.

www.ecoesmas.com/ecodiseno-10-principios-10-ejemplos/ Recuperado 29, Mayo, 2016.

www.ecolaningenieria.com/ingenieria-ambiental/ecodisen Recuperado 24, Enero, 2016.

www.internetesmercadeo.com/america-latina-la-que-mas-invierte-en-publicidad/ Recuperado 28, Junio, 2016.

www.nicolasveracierta.com/america-latina-se-despierta-a-las-energias-renovables/ Recuperado 7, Septiembre, 2016.

www.quitoadventure.com/espanol/informacion-ecuador/transporte-ecuador/quito/quito-transporte-integrado.html Recuperado 20, Marzo, 2016.

Anexos

Anexo 2. Formato de la encuesta

Mucho gusto mi nombre es Mónica Vásquez, soy alumna de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Facultad de Comunicación Artes y Humanidades de la Universidad Tecnológica Equinoccial. Con el consentimiento y dirección de la Universidad Tecnológica Equinoccial me encuentro realizando una investigación acerca de uso de un " Nuevo medio", para posteriormente, sugerir su uso en los boletos que se les entrega a los usuarios que ocupan este medio de transporte. De manera comedida se le pide que sus respuestas sean lo mas claras posibles.

DATOS GENERALES

Género F_____ M_____

Edad:_____ Cargo:_____

1. ¿Con qué frecuencia utiliza el sistema de transporte público en la ciudad de Quito?

1 Vez 2 - 3 Veces 3 – En adelante

2. ¿En que horario utiliza el sistema de transporte público en la ciudad de Quito?

Mañana Tarde Noche

3. ¿Qué uso usted le da al boleto que se le entrega en el transporte público?

Guarda Bota Recicla

4. ¿Usted revisa la imagen, color e información del boleto que se le entrega?

SI NO

5. ¿Usted recicla los productos que utiliza en su vida diaria?

Siempre A veces Nunca (Pase a la pregunta 7)

6. ¿Usted práctica en su vida diaria el reciclaje?

Coloca en basureros de reciclaje Reutiliza Da algún uso Ninguno

7. ¿Le gustaría que en su boleto le llegue algún tipo de publicidad?

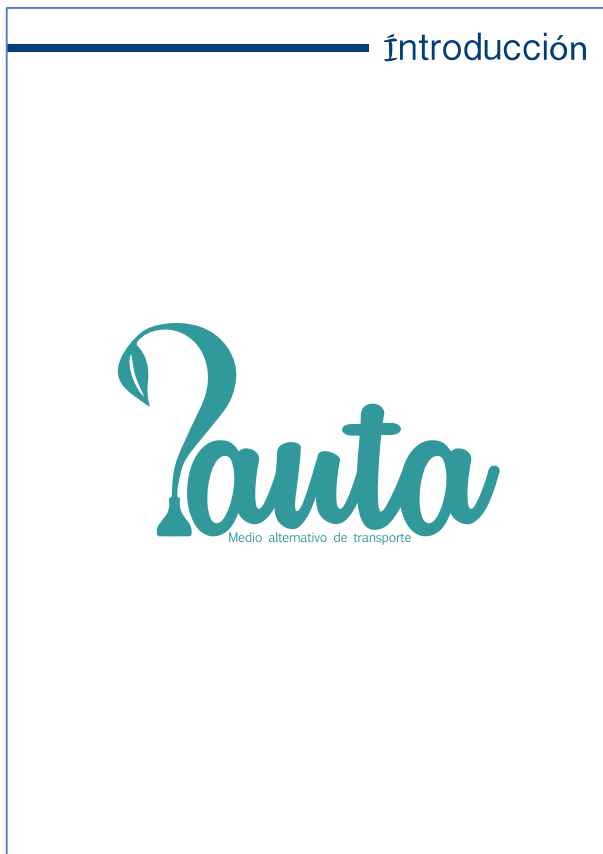
SI NO

8. ¿Qué tipo de promociones le gustaría observar en su boleto?

2x1 Obsequio Promociones Canjes

9. ¿Si su ticket tuviera alguna publicidad estaría dispuesto a utilizarlo?

Anexo 3. Tarifario



Introducción



La marca de pauta fue creada con la finalidad de realizar nuevos medios en los sistemas de transporte, de esta manera buscando renovar el desarrollo de la publicidad en este medio tan importante, haciendo uso de materiales que sean biodegradables y de esta forma cumplir con el fin de generar nuevos medios para los diferentes grupos objetivos y así poder satisfacer todas las necesidades que tienen.

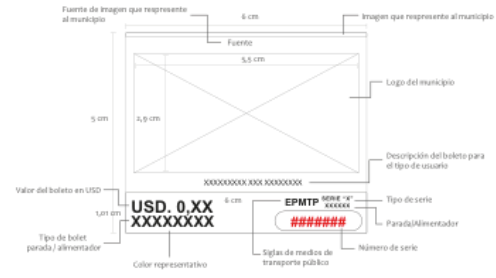


Generalmente se hace uso de materiales que van acorde con las necesidades que el producto requiera, se analiza el tipo de papel a utilizar que puede ser blanco de 15 hasta 90 gramos y tintas de soya estilo offset en CMYK.

Estructuras

En la creación de un nuevo medio es de gran importancia realiza una estructura que muestre todos los formatos a los cuales esta establecido, a continuación se indicará detalladamente cada uno de ellos.

Estructura de boletos



Estructura de promociones 2 x 1



Estructuras

Estructura de promociones obsequios



Estructura de promociones



Estructuras

Estructura de promociones canjes



Estructura de promociones cupones





Introducción

Inaugurado en el año 1995, durante la alcaldía de Jamil Mahuad, el Trolebús es un medio de transporte público de la ciudad de Quito que consta de 37 paradas con 16 rutas y tiene 113 buses articulados y alimentadores.



Trolebús

Fue inaugurado en el año 2001, a inicios de la administración de Paco Moncayo, es un medio de transporte de la



Ecovía

ciudad de Quito que consta de 45 paradas con 120 buses articulados y alimentadores.



Metrobús

Fue inaugurado en el año 2005, a inicios de la administración de Paco Moncayo, es un medio de transporte público de la ciudad de Quito que consta por 124 estaciones entre paradas, tiene 113 unidades y no hay existencia de alimentadores internos.

9

STM - Q

SISTEMA METROPOLITANO DE TRANSPORTE

▶



LEYENDA

- LÍNEA CENTRAL DEL TROLEBÚS
- LÍNEA PERIFÉRICA DEL TROLEBÚS
- LÍNEA CENTRAL DE ECOVÍA
- LÍNEA OCCIDENTAL DE ECOVÍA
- LÍNEA DE CAMBIOS ENTRE TERMINALES
- TERMINAL DE TRANSFERENCIA
- PUNTO DE TRANSFERENCIA
- PARADA CON DIRECCIÓN
- PARADA SIN DIRECCIÓN



Los sistemas integrados de transporte en Quito incluyen al Trolebús, Metrobús Q, y Ecovía. Los tres sistemas recorren la ciudad longitudinalmente, es decir, de norte a sur y viceversa.

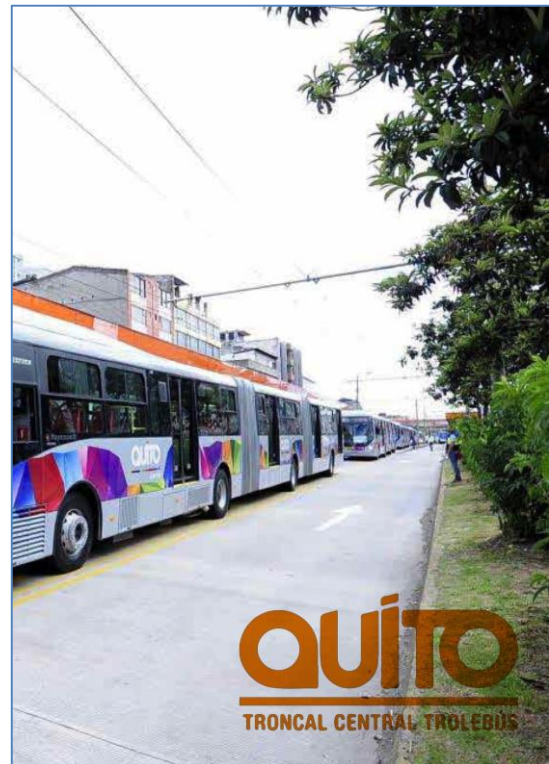
Tanto el Trole como la Ecovía operan las 24 horas del día, para tener una idea de cómo se estructuran los recorridos de los tres sistemas antes mencionados se muestra en el siguiente mapa el sistema metropolitano de transporte público, el mismo que es bastante detallado y muestra como la ciudad se integra en toda su longitud. Las líneas punteadas representan las vías en construcción.





10





Rutas trolebús

- Terminal Quitumbe
- Condor Nan
- Amaru Nan
- Estación Morán Valverde
- Registro Civil
- Quimiag
- Mercado Mayorista
- Marquesa de Solanda
- Ajavi
- La Internacional
- Quito Sur
- Integración España
- El Calzado
- Estación El Recreo
- Villaflores
- Chimbacalle
- Colina (S-N)
- Jefferson Pérez (N-S)

- La Recoleta
- Cumandá
- Santo Domingo
- Plaza Grande (N-S)
- La Marín (S-N)
- Plaza del Teatro (N-S)
- Hermano Miguel (S-N)
- Banco Central (N-S)
- Alameda
- Ejido
- La Mariscal
- Santa Clara
- Colón
- Cuero y Caicedo
- Mariana de Jesús
- Florón
- Estadio
- La "Y"

El Corredor Trolebús cuenta con 36 paradas a lo largo de su recorrido, saliendo desde la parada de la "Y" y llegando a su destino el cual es el terminal de Quitumbe. Anualmente ingresan 6 millones de usuarios entre las diversas paradas entre los alimentadores y troles, siendo un medio de transporte ubicado principalmente en la parte sur de la ciudad de Quito.

14

Tarifas trolebús

Tarifa diaria				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Trolebús	2,950	USD 2,00	◊ 500	◊ USD 1,000

Tarifa semanal				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Trolebús	20,650	USD 1,80	◊ 2,500	◊ USD 4,500

Tarifa mensual				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Trolebús	35,400	USD 1,50	◊ 7,500	◊ USD 11,250

Tarifa anual				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Trolebús	1'053,150	USD 1,00	◊ 90,000	◊ USD 90,000

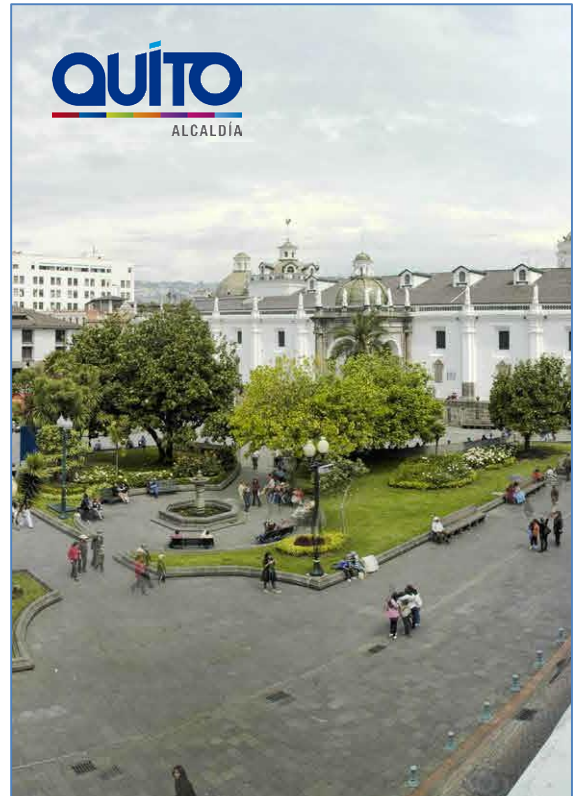
15

Condiciones trolebús


CONDICIONES

- El tamaño de los boletos es de 6 cm de largo y 5 cm de ancho.
- El papel siempre será de color blanco reciclable de 15 gramos.
- Cada promoción debe tener detalladamente el requerimiento establecido por la marca.
- Cada talonario lleva 100 tickets.
- Los horarios son de 06:00 - 19:30 incluido fines de semana y feriados.
- No se puede hacer selección de una ruta específica ya que todos los boletos serán entregados en la parada principal de la "Y".
- Las pautas deben respetar los parámetros y medidas establecidas para cada promoción en el uso de los elementos de cada uno.
- El material se entregará de lunes a domingo al inicio de las jornadas en el Trolebús.
- La marca que desee este servicio tiene una semana de anticipación para el inicio de la pauta.
- Para cada ingreso de pauta se debe adjuntar el comprobante de pago anticipado.
- El formato en el cual deben ser entregados los artes serán en .ai con texto vectorizado e imágenes incrustadas.
- La fecha de cierre será cada dos meses, el día Viernes de la cuarta semana de cada mes a las 08:00 en la agencia.

16



Rutas metrobús Q



Terminal norte La Ofelia

La Delicia
Cotoacloac
Av. del Maestro
Vaca de Castro
Antigua Base Aérea
La Florida
Antiguo Aeropuerto
La Concepción
Edmundo Carvajal
La Y
Brasil
Mahosca
San Gabriel
Seminario Mayor

RUTA HACIA EL CENTRO DE QUITO

Pérez Guerrero
Hospital Carlos Andrade Marín
Escuela Espejo
Consejo Provincial
Santa Prisca
Plaza Marín
Playón de La Marín
Parque Omandá

RUTA HACIA EL SUR DE QUITO

Universidad Central
Hospital del IESS
Miraflores
El Tejar
San Roque
San Diego
Dos Puentes
La Mascota
La Magdalena
El Pintado
Alonso de Angulo
La Santiago
Biloxi
Mena 2
Santa Bárbara
Santa Rita
Chillogallo
Fundeporte
Hacienda El Carmen
Terminal Quitumbe

El Corredor Trolebús cuenta con 44 paradas a lo largo de su recorrido, saliendo desde la parada de la Ofeliz y llegando a su destino el cual es el terminal de Quitumbe. Diariamente ingresan 220.000 de usuarios entre las diversas paradas, siendo un medio de transporte ubicado principalmente en la parte norte de la ciudad de Quito.

20

Tarifas metrobús Q

Tarifa diaria				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Metrobús	1.150	USD 3,00	≈ 575	≈ USD 1.750

Tarifa semanal				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Metrobús	8.050	USD 2,75	≈ 1.750	≈ USD 4.812,50

Tarifa mensual				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Metrobús	13.800	USD 2,25	≈ 3.450	≈ USD 7.762,50

Tarifa anual				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Metrobús	410.550	USD 1,90	≈ 8.625	≈ USD 16.387,50

21

Condiciones metrobús Q

CONDICIONES

- El tamaño de los boletos es de 6 cm de largo y 5 cm de ancho.
- El papel siempre será de color blanco reciclable de 15 gramos.
- Cada promoción debe tener detalladamente el requerimiento establecido por la marca.
- Cada talonario lleva 100 tickets.
- Los horarios son de 06:00 - 21:00 incluido fines de semana y feriados.
- No se puede hacer selección de una ruta específica ya que todos los boletos serán entregados en la parada principal de la Ofelia.
- Las pautas deben respetar los parámetros y medidas establecidas para cada promoción en el uso de los elementos de cada uno.
- El material se entregará de lunes a domingo al inicio de las jornadas en el Metrobús.
- La marca que desee este servicio tiene un intervalo de 15 días antes del inicio de la pauta.
- Para cada ingreso de pauta se debe adjuntar el comprobante de pago anticipado.
- El formato en el cual deben ser entregados los artes serán en .ai con texto vectorizado e imágenes incrustadas.
- La fecha de cierre será cada dos meses, el día Viernes de la cuarta semana de cada mes a las 08:00 en la agencia.

22



Rutas ecovía

Estación Río Coca
Jipijapa
Los Sauces
Colegio 24 de Mayo
Naciones Unidas
Benalcázar
Bellavista
San Martín
La Paz
Orellana
Baca Ortiz
Manuela Cañazares
Galo Plaza
De las Universidades
Casa de la Cultura
Eugenio Espejo
Simón Bolívar
Plaza Marín

Playón de La Marín
Parque Qmandá
Río Machángara
Colegio Montúfar
Teatro México
Estadio de Chimbacalle
Estación El Recreo
Pujilí
San Bartolo
Ayapamba
San Cristóbal
Puente de Guajaló
Pacarillacta
Estación El Capulí
Otoya Ñan
Quitallacta
Terminal Terrestre Quitumbe

El Corredor Trolebús cuenta con 35 paradas a lo largo de su recorrido, saliendo desde la estación de la Río Coca y llegando a su destino el cual es el terminal de Terrestre de Quitumbe. Anualmente ingresan cada mes 120,000 usuarios entre las diversas paradas entre los alimentadores y líneas troncales, siendo un medio de transporte ubicado principalmente en la parte central norte de la ciudad de Quito.

24

Tarifas ecovía

Tarifa diaria				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Ecovía	1.780	USD 2,50	≈ 800	≈ USD 2.000

Tarifa semanal				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Ecovía	12.460	USD 2,15	≈ 6.500	≈ USD 13.975

Tarifa mensual				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Ecovía	21.360	USD 1,90	≈ 25.000	≈ USD 47.500

Tarifa anual				
Medio de transporte	Número de Talonario impreso (100 tickets c/u)	Costo de pauta por talonario (100 tickets c/u)	Mínimo de inversión de talonarios	Total de inversión mínima
Ecovía	635.460	USD 1,75	≈ 40.000	≈ USD 70.000

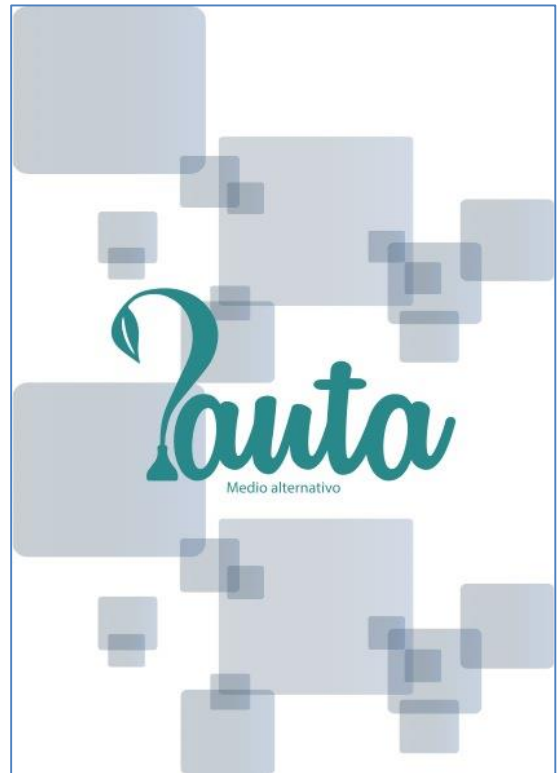
25

Condiciones ecovía

CONDICIONES

- El tamaño de los boletos es de 6 cm de largo y 5 cm de ancho.
- El papel siempre será de color blanco reciclable de 15 gramos.
- Cada promoción debe tener detalladamente el requerimiento establecido por la marca.
- Cada talonario lleva 100 tickets.
- Los horarios son de 06:00 - 20:30 incluido fines de semana y feriados.
- No se puede hacer selección de una ruta específica ya que todos los boletos serán entregados en la estación de la Río Coca.
- Las pautas deben respetar los parámetros y medidas establecidas para cada promoción en el uso de los elementos de cada uno.
- El material se entregará de lunes a domingo al inicio de las jornadas en la Ecovía.
- La marca que desee este servicio debe presentar a inicios del mes con anticipación para la pauta respectiva.
- Para cada ingreso de pauta se debe adjuntar el comprobante de pago anticipado.
- El formato en el cual deben ser entregados los artes serán en .ai con texto vectorizado e imágenes incrustadas.
- La fecha de cierre será cada dos meses, el día Viernes de la cuarta semana de cada mes a las 08:00 en la agencia.

26



Anexo 4. Formato de matriz de validación

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
Flat desing	
DISEÑO DE TICKET	
RECOMENDACIONES	APROBADO

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
Flat desing	
DISEÑO DE PROMOCIÓN	PROTOTIPO
RECOMENDACIONES	APROBADO

Validación de Secretario de movilidad


CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET METROBUS – Q PARADA USUARIOS MENORES DE 18 AÑOS Y MAYORES DE 65 AÑOS	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chonoma A.</i>


CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET METROBUS – Q PARADA USUARIOS ENTRE 18 Y 65 AÑOS	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chonoma A.</i>

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET METROBUS – Q PARADA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chonoma A.</i>


CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET ECOVÍA PARADA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chonera A.</i>


CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET ECOVÍA PARADA USUARIOS MENORES DE 18 AÑOS Y MAYORES DE 65 AÑOS	
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chonera A.</i>


CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET ECOVÍA PARADA USUARIOS ENTRE 18 Y 65 AÑOS	
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chonera A.</i>


CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET ECOVÍA ALIMENTADOR USUARIOS MENORES DE 18 AÑOS Y MAYORES DE 65 AÑOS	
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chonera A.</i>


CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET ECOVÍA ALIMENTADOR USUARIOS ENTRE 18 Y 65 AÑOS	
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chonone A.</i>



CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET TROLEBUS PARADA USUARIOS MENORES DE 18 AÑOS Y MAYORES DE 65 AÑOS	
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chonone A.</i>





CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET TROLEBUS PARADA USUARIOS ENTRE 18 Y 65 AÑOS	
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chonone A.</i>

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET TROLEBUS PARADA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chomone A.</i>



CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET TROLEBUS ALIMENTADOR USUARIOS MENORES DE 18 AÑOS Y MAYORES DE 65 AÑOS	
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chomone A.</i>

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE TICKET TROLEBUS ALIMENTADOR USUARIOS ENTRE 18 Y 65 AÑOS	
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Chomone A.</i>

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE PROMOCIÓN	PROTOTIPO
<p>Ahorra en grande</p> <p>20% DE DESCUENTO</p> <p>En segundos artículos</p>  	<p>Ahorra en grande</p> <p>20% DE DESCUENTO</p> <p>En segundos artículos</p>   <p>USUARIOS MENORES DE 18 AÑOS Y MAYORES DE 65 AÑOS</p> <p>USD 0,12 Parada</p> <p>EPMTM 6527127</p>
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Monera A.</i>

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE 2X1	PROTOTIPO
<p>PARA LLEVAR DÍAS</p> <p>2x1</p> <p>PIZZAS MEDIANA Y FAMILIARES</p>  	<p>PARA LLEVAR DÍAS</p> <p>2x1</p> <p>PIZZAS MEDIANA Y FAMILIARES</p>   <p>USUARIOS ENTRE 18 Y 65 AÑOS</p> <p>USD 0,25 Alimentador</p> <p>EPMTM 8096473</p>
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Monera A.</i>

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE CANJES	PROTOTIPO
<p>JUNTA 5 BOLETOS</p> <p>CANJÉALOS</p> <p>POR SOPAS MAGGI</p>  	<p>JUNTA 5 BOLETOS</p> <p>CANJÉALOS</p> <p>POR SOPAS MAGGI</p>   <p>USUARIOS ENTRE 18 Y 65 AÑOS</p> <p>USD 0,25 Alimentador</p> <p>EPMTM 8096473</p>
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Monera A.</i>

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE CUPONES	PROTOTIPO
<p>mi comisariato</p> <p>\$30</p> <p>Para comprar de productos dentro de esta categoría.</p> 	<p>mi comisariato</p> <p>\$30</p> <p>Para comprar de productos dentro de esta categoría.</p>  <p>USUARIOS ENTRE 18 Y 65 AÑOS</p> <p>USD 0,25 Alimentador</p> <p>EPMTM 8096473</p>
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Monera A.</i>

CONCEPTO	
Ecodiseño en nuevo medio	
LÍNEA GRÁFICA	
flowing lines y flat desing	
DISEÑO DE OBSEQUIOS	PROTOTIPO
<p>GRATIS OBSEQUIO</p> <p>POR LA COMPRA DE \$100 EN NUESTROS PRODUCTOS</p>  	<p>GRATIS OBSEQUIO</p> <p>POR LA COMPRA DE \$100 EN NUESTROS PRODUCTOS</p>   <p>USUARIOS MENORES DE 18 AÑOS Y MAYORES DE 65 AÑOS</p> <p>USD 0,12 Parada</p> <p>EPMTM 8227127</p>
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>Antonio Monera A.</i>

Anexo 5. Carta de validación del proyecto

Quito, 02 de Junio del 2016

Sres.
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN
Presente.-

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **Antonio Chamorro Sanmiguel**, con cédula de identidad N. 171233190-7 en calidad de Técnico de la Secretaría de Movilidad, autorizo a **Vásquez Falcony Mónica Elizabeth** con cédula de identidad N. 1723737142 estudiante de la Universidad Tecnológica Equinoccial, realizar la investigación para la elaboración de su proyecto de titulación "Aplicación gráfica en "Nuevos Medios" como herramienta del ecodiseño para promover la interacción de marcas en usuarios de transporte público del DMQ.", basada en la información proporcionada por la compañía.

Atentamente,

Ing. Antonio Chamorro Sanmiguel
Dirección Metropolitana de Gestión de la Movilidad
CI. 1712331907



Quito, 29 de Septiembre del 2016

Sres.
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN
Presente.-

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **Antonio Chamorro Sanmiguel**, con cédula de identidad N. 171233190-7 en calidad de Técnico de la Secretaría de Movilidad, por medio de la presente hago constar que el Proyecto Integrador que lleva por título: Aplicación gráfica en “Nuevos Medios” como herramienta del ecodiseño para promover la interacción de marcas en usuarios de transporte público del DMQ, presentado por la egresada **Vásquez Falcony Mónica Elizabeth** con cédula de identidad N. 1723737142. Reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerado válido y apto para ser aplicado en el logro de los objetivos de su investigación, respetando nuestra opinión y visto reflejado en el prototipo final.

Atentamente,



Ing. Antonio Chamorro Sanmiguel
Dirección Metropolitana de Gestión de la Movilidad
CI. 1712331907