



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES**

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Ingeniera en**  
**Diseño Gráfico Publicitario**

Diseño de bolsas publicitarias en material ecológico para disminuir la contaminación por plástico en el Distrito Metropolitano de Quito.

Caso: bolsas de tela para la empresa Camari.

**Autor: Gabriela Tatiana Camacho Jiménez**

**Directora: Patricia Castañeda**

**QUITO-ECUADOR**

**Agosto - 2016**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Gabriela Tatiana Camacho Jiménez, declaro que el presente trabajo de investigación es de mi autoría y que los resultados de esta investigación son auténticos y originales. Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de grado.

Quito, Agosto del 2016.



---

Gabriela Tatiana Camacho Jiménez

C.I. 1104720238

Quito, julio 01, 2016.

Magister  
María José Enríquez  
**DECANA**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES**  
Presente.-

De mi consideración:

Conforme a su solicitud para la dirección del proyecto de titulación: **Diseño de bolsas publicitarias en material ecológico para disminuir la contaminación por plástico en el Distrito Metropolitano de Quito. Caso: bolsas de tela para la empresa Camari**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Diseño Gráfico Publicitario de la estudiante **Gabriela Tatiana Camacho Jiménez**, me complace dar a conocer que el proyecto de titulación ha sido culminado y está listo para su calificación.

Cabe mencionar que el trabajo de investigación cumple con las normas académicas requeridas. La fundamentación teórica es suficiente. Así mismo con los procedimientos investigativos y metodológicos necesarios para la tesis.

Cualquier cambio y/o sugerencia por parte de los evaluadores, serán bien recibidas con miras a lograr la calidad del documento.

Atentamente,



Patricia Castañeda N.

**DIRECTORA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación, dedico la tesis a mis padres Luis Alcívar Camacho Rivas y Martha Jiménez Cevallos que siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral y económica para hacer de mí una mejor persona. En reconocimiento a todos sus sacrificios para que yo pueda estudiar, se merecen esto y mucha más.

Gracias queridos padres.

## **AGRADECIMIENTOS**

El presente trabajo de investigación, quiero recalcar mi agradecimiento a Dios por permitir a mis padres vivos ya que sin ellos, nada de esto sería posible.

Agradezco también a querida Universidad Tecnológica Equinoccial, y a todos los docentes que permitieron inculcarme todos sus conocimientos, enseñándonos a crecer profesionalmente.

A mi directora de tesis Ing. Patricia Castañeda por guiarme en el desarrollo de mi tesis

## FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

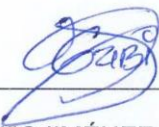
### PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1104720238
APELLIDO Y NOMBRES:	Camacho Jiménez Gabriela Tatiana
DIRECCIÓN:	Legarda OE7246 y Pedro de Alvarado
EMAIL:	gabyauuu@gmail.com
TELÉFONO FIJO:	23411659
TELÉFONO MOVIL:	0995768862

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Diseño de bolsas publicitarias en material ecológico para disminuir la contaminación por plástico en el Distrito Metropolitano de Quito. Caso: bolsas de tela para la empresa Camari.
AUTOR O AUTORES:	Gabriela Camacho J.
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	08/2016
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Patricia Castañeda
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	<b>INGENIERA EN DISEÑO GRAFICO PUBLICITARIO</b>
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	<p>El presente trabajo de investigación tiene como propósito diseñar ilustraciones con diferentes temáticas motivando, a través del diseño creativo, la compra de bolsas ecológicas para el Sistema Solidario de Comercialización del FEPP Camari. A largo plazo el uso de estas bolsas contribuirá con la disminución de la contaminación en el medio ambiente causada por las fundas plásticas tradicionales. Las temáticas ilustradas fueron de resultado de un proceso de investigación que permitió identificar elementos visuales y conceptos gráficos con base en el grupo objetivo. La metodología aplicada fue bibliográfica y de campo, los instrumentos desarrollados para la recolección de información primaria fueron encuestas y entrevistas.</p> <p>Los resultados obtenidos concluyeron el que</p>

	<p>un diseño innovador y colorido implementado en las bolsas ecológicas predispondrían al comprador de Camari a la adquisición de bolsas ecológicas. Las temáticas fueron orientadas hacia la naturaleza, música y animales, sobre tonos de tela crudos o blancos. Como conclusión se puede aportar que el comprador de Camari está interesado en adquirir bolsas ecológicas pero, que las usarían frecuentemente si tuviesen un mínimo costo o gratuitas.</p>
<p><b>ABSTRACT:</b></p>	<p>This research aims to design illustrations with different themes motivating, through creative design , buying green bags for Solidarity Marketing System Camari FEPP . Long -term use of these bags will contribute to the reduction of pollution in the environment caused by traditional plastic bags.The themes illustrated were the result of a research process that allowed us to identify visual elements and graphic concepts based on the target group. The methodology used was literature and field instruments developed for primary data collection were questionnaires and interviews .The results concluded that an innovative and colorful design implemented in ecological bags buyer Camari predispose to the acquisition of ecological bags . The themes were oriented nature, music and animals, raw fabric shades or white .</p>

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

f:  \_\_\_\_\_  
 CAMACHOJIMÉNEZ GABRIELA TATIANA

1104720238


## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **GABRIELA TATIANA CAMACHO JIMÉNEZ**, CI 1104720238 autor/a del proyecto titulado: **TITULO DISEÑO DE BOLSAS PUBLICITARIAS EN MATERIAL ECOLÓGICO PARA DISMINUIR LA CONTAMINACIÓN POR PLÁSTICO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.CASO: BOLSAS DE TELA PARA LA EMPRESA CAMARI** 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, Agosto del 2016.

f: \_\_\_\_\_

  
CAMACHOJIMÉNEZ GABRIELA TATIANA

1104720238



Quito, Agosto del 2016.

### CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **VERÓNICA ELIZABETH ROSERO SALAZAR** con cédula de identidad N.- 0401209978 en calidad de Asistente de Gerencia de Camari autorizo a **Gabriela Tatiana Camacho Jiménez**, realizar la investigación para la elaboración de su proyecto de titulación “Diseño de bolsas publicitarias en material ecológico para disminuir la contaminación por plástico en el Distrito Metropolitano de Quito.Caso: bolsas de tela para la empresa Camari.”, basada en la información proporcionada por la compañía.

f:



ROSERO SALAZAR VERONICA ELIZABETH

040120997

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito diseñar ilustraciones con diferentes temáticas motivando, a través del diseño creativo, la compra de bolsas ecológicas para el Sistema Solidario de Comercialización del FEPP Camari. A largo plazo el uso de estas bolsas contribuirá con la disminución de la contaminación en el medio ambiente causada por las fundas plásticas tradicionales.

Las temáticas ilustradas fueron el resultado de un proceso de investigación que permitió identificar elementos visuales y conceptos gráficos con base en el grupo objetivo. La metodología aplicada fue bibliográfica y de campo, los instrumentos desarrollados para la recolección de información primaria fueron encuestas y entrevistas.

Los resultados obtenidos concluyeron el que un diseño innovador y colorido implementado en las bolsas ecológicas predispondrían al comprador de Camari a la adquisición de bolsas ecológicas. Las temáticas fueron orientadas hacia la naturaleza, música y animales, sobre tonos de tela crudos o blancos.

Como conclusión se puede aportar que el comprador de Camari está interesado en adquirir bolsas ecológicas pero, que las usarían frecuentemente si tuviesen un mínimo costo o gratuitas.

## **ABSTRACT**

This research aims to design illustrations with different themes motivating, through creative design , buying green bags for Solidarity Marketing System Camari FEPP . Long -term use of these bags will contribute to the reduction of pollution in the environment caused by traditional plastic bags.

The themes illustrated were the result of a research process that allowed us to identify visual elements and graphic concepts based on the target group. The methodology used was literature and field instruments developed for primary data collection were questionnaires and interviews .

The results concluded that an innovative and colorful design implemented in ecological bags buyer Camari predispose to the acquisition of ecological bags . The themes were oriented nature, music and animals, raw fabric shades or white .

## ÍNDICE

RESUMEN.....	X
ABSTRACT .....	XI
ÍNDICE .....	12
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	15
ÍNDICE DE TABLAS .....	17
PROYECTO INTEGRADOR.....	18
A.  TEMA GENERAL DEL PROYECTO.....	18
B.  TÍTULO DEL PROYECTO .....	18
C.  JUSTIFICACIÓN .....	18
D.  DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	19
E.  OBJETO DEL ESTUDIO.....	21
F.  CAMPO DE ACCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	22
G.  OBJETIVOS .....	22
H.  IDEA A DEFENDER .....	23
I.  MARCO METODOLÓGICO.....	23
J.  POBLACIÓN Y MUESTRA.....	25
K.  RESULTADOS ESPERADOS.....	25
L.  NOVEDAD .....	25
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	26
1.1.  Definición el Eco diseño .....	26
1.1.1.  El desarrollo sustentable: Toma de conciencia .....	27
1.1.1.1.  Hábitos o maneras de ecologizar a nivel general el medio ambiente. ....	29
1.2.  Definición de Packaging .....	31
1.2.1.  Funciones .....	32
1.2.2.  Regla de la “3R” .....	33
1.2.2.1.  Reducir .....	33
1.2.2.2.  Reutilizar.....	34
1.2.2.3.  Reciclar .....	34
1.3.  Tipos de Packaging .....	35
1.3.1.  Packaging Primario .....	35
1.1.1.  Packaging Secundario .....	36
1.1.2.  Packaging Terciario .....	36

1.1.	Materiales ecológicos para el packaging en tela .....	37
1.1.1.	Proceso productivo .....	40
1.1.2.	Tipos de impresión .....	42
1.2.	Fundas de tela biodegradables .....	44
1.3.	Influencia del diseño como motivador de compra .....	48
1.3.1.	Elementos del Diseño Gráfico .....	51
1.3.1.1.	El Color .....	51
1.3.1.2.	Imagen.....	52
1.3.1.3.	La Tipografía.....	53
<b>CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA .....</b>		<b>55</b>
2.1.	Marco institucional de Camari .....	55
2.1.1.	Datos informativos .....	55
2.1.2.	Origen.....	55
2.1.3.	Historia.....	57
2.1.4.	Filosofía institucional.....	59
2.1.4.1.	Misión .....	59
2.1.4.2.	Visión .....	59
2.1.5.	Principios y valores .....	59
2.1.6.	Proveedores .....	60
2.1.7.	Líneas de acción.....	60
2.1.8.	Canales de distribución .....	61
2.1.9.	Financieros .....	61
2.1.10.	Autofinanciamiento.....	61
2.1.11.	Créditos .....	61
2.1.12.	Organismos de Integración .....	62
2.1.13.	Política de calidad .....	62
2.1.14.	Objetivos de calidad.....	62
2.1.	Macroambiente.....	63
2.2.	Microambiente .....	68
2.2.1.	Diseño de instrumentos para recolección de datos .....	68
2.2.2.	Guía de encuesta aplicada a consumidores (microambientes).....	68
2.2.3.	Guía de entrevista aplicada a Camari, (Microambiente/empresas).....	72
2.2.4.	Guía de entrevista aplicada a empresarios que hayan implementado bolsas ecológicas (Macro ambiente/empresas) .....	73
2.2.5.	Procesamiento de resultados de las encuestas aplicadas a los consumidores .....	74
2.3.5.	Procesamiento de resultados de las entrevistas aplicadas a Camari .....	89
2.3.6.	Procesamiento de resultados de las entrevistas aplicadas a empresarios que hayan implementado bolsas ecológicas .....	91
2.3.7.	Análisis de resultados:.....	94

CAPÍTULO III PROPUESTA .....	95
2.4.    Introducción de la propuesta .....	95
2.5.    Esquema de la propuesta.....	95
3.3. Objetivo de la propuesta.....	96
3.4. Características de la propuesta .....	97
3.5. Desarrollo de la propuesta.....	98
3.6. Memorias Técnicas y Descriptivas .....	107
3.7 Costos generales del proyecto .....	107
3.8 VALIDACIÓN.....	108
3.9 Conclusiones .....	114
3.10 Recomendaciones.....	115
4. Anexos .....	116
5. Bibliografía .....	135

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Porcentaje de Residuos en el DMQ .....	20
Gráfico 2: Diagrama de Flujo de Residuos Sólidos .....	20
Gráfico 3: Ecodiseño.....	30
Gráfico 4: Material en tela de lona codra.....	38
Gráfico 5: Material en tela de lona de algodón.....	38
Gráfico 6: Material en tela impermeable .....	38
Gráfico 7: Material en tela Kambrel .....	39
Gráfico 8: Material en tela Vinilo.....	39
Gráfico 9: Material en tela yute .....	39
Gráfico 10: Corte de tela.....	41
Gráfico 11: Modelo de Impresión de tela .....	41
Gráfico 12: Cuarto de confección de telas .....	41
Gráfico 13: Empaquetado de fundas ecológicas .....	42
Gráfico 14: Impresión terminado en bordado .....	42
Gráfico 15: Impresión terminado en serigrafía .....	43
Gráfico: 16: Impresión en digital .....	43
Gráfico: 17: Impresión Transfer .....	43
Gráfico: 18: Impresión en sublimación.....	43
Gráfico: 19: Modelo de funda en lona codra .....	44
Gráfico: 20: Modelo de funda en lona de algodón.....	44
Gráfico 21: Modelo en funda de tela impermeable.....	45
Gráfico: 22: Modelo de fundas en telas Kambrel .....	45
Gráfico 23: Modelos de fundas en yute .....	45
Gráfico: 24: Modelo en funda de algodón .....	46
Gráfico: 25: Modelo de funda en materiales reciclados.....	46
Gráfico: 26: Modelo en funda de material industrial.....	46
Gráfico: 27: Modelo de funda bricolaje.....	46
Gráfico 28: Breve Resumen del Packaging .....	48
Gráfico: 29: Organizador gráfico de Camari .....	63
Gráfico: 30: Modelo Bolsa Ecológica Supermercado Tía .....	64
Gráfico: 31: Modelo bolsa ecológica Supermercado Mi Comisariato.....	65
Gráfico 32: Modelo bolsa ecológica Supermercado Aki.....	66
Gráfico 33: Género.....	74
Gráfico 34: Edad .....	75
Gráfico: 35: Frecuencia de compras .....	76
Gráfico: 36: Bolsa utilizada con frecuencia .....	77
Gráfico: 37: Número fundas plásticas por compra .....	78
Gráfico: 38: Reutiliza fundas del supermercado.....	79
Gráfico: 39: Qué miembro habla sobre ecología y reciclaje.....	80

Gráfico: 40: Cuándo va a Camari, con quién se encuentra .....	81
Gráfico 41: Utilizaría bolsas ecológicas con diseños atractivos .....	82
Gráfico 42: Temáticas que le interesarían que se aplique a los diseños .....	83
Gráfico 43: Colores que le agradarían para fundas .....	84
Gráfico 44: El precio que ha pagado por bolsas ecológicas.....	85
Gráfico 45: Bolsas ecológicas que le hayan gustado .....	86
Gráfico 46: Describa el diseño y colores .....	87
Gráfico 47: Qué les falta a las bolsas ecológicas que ha visto.....	88
Gráfico 48: Esquema de la propuesta.....	96
Gráfico 49: Modelo de Diseño de bolsa para Camari. ....	98
Gráfico 50: Modelo de Diseño de bolsa para Camari. ....	99
Gráfico 51: Modelo de Diseño de bolsa para Camari. ....	100
Gráfico 52: Modelo de Diseño de bolsa para Camari. ....	101
Gráfico: 53: Modelo de Diseño de bolsa para Camari.....	102
Gráfico 54: Modelo de Diseño de bolsa para Camari. ....	103
Gráfico 55: Modelo de Diseño de bolsa para Camari. ....	104
Gráfico 56: Modelo de Diseño de bolsa para Camari. ....	105
Gráfico 57: Modelo de Diseño de bolsa para Camari. ....	106



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Métodos a utilizar .....	23
Tabla 2: Materiales ecológicos para el packaging .....	38
Tabla 3: El proceso productivo .....	41
Tabla 4: Tipos de Impresión .....	42
Tabla 5: Fundas de tela biodegradables .....	44
Tabla 6: Otros modelos de bolsas biodegradables .....	46
Tabla 7: Información de bolsa ecológica Supermercado Tía.....	64
Tabla 8: Información de bolsa ecológica Supermercado Mi Comisariato.....	65
Tabla 9: Información de bolsa ecológica Supermercado Akì .....	66
Tabla 10: Información de la fábrica Flexiplast bolsas ecológicas .....	67
Tabla 11: Información de la fábrica Noperti bolsas ecológicas.....	67
Tabla 12: Información de la fábrica Salamandraecu bolsas ecológicas.....	68
Tabla 13: Género.....	74
Tabla 14: Edad .....	75
Tabla 15: Frecuencia de compras.....	76
Tabla 16: Bolsa utilizada con frecuencia .....	77
Tabla 17: Número de fundas plásticas por compra.....	78
Tabla 18: Reutiliza fundas del supermercado .....	79
Tabla 19: Qué miembro habla sobre ecología y reciclaje .....	80
Tabla 20: Cuándo va a Camari, con quién se encuentra .....	81
Tabla 21: Utilizaría bolsas ecológicas con diseños atractivos .....	82
Tabla 22: Temáticas que le interesarían que se aplique a los diseños .....	83
Tabla 23: Colores que le agradarían para fundas .....	84
Tabla 24: El precio que ha pagado por bolsas ecológicas.....	85
Tabla 25: Bolsas ecológicas que le hayan gustado .....	86
Tabla 26: Describa el diseño y colores .....	87
Tabla 27: Qué les falta a las bolsas ecológicas que ha visto.....	88

## **PROYECTO INTEGRADOR**

### **Línea**

Interrelación del diseño, arte, ciencia, tecnología, sociedad, y medioambiente.

### **Sublínea**

Eco diseño

### **A. TEMA GENERAL DEL PROYECTO**

Utilización de recursos renovables para la aplicación de sistema de packaging

### **B. TÍTULO DEL PROYECTO**

Diseño de bolsas publicitarias en material ecológico para disminuir la contaminación por plástico en el Distrito Metropolitano de Quito. Caso: bolsas de tela para la empresa Camari.

### **C. JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad la contaminación por desechos sólidos en las grandes ciudades, se ha convertido en un problema de salud pública. Considerables cantidades de bolsas plásticas son desechadas a diario sin ser reusadas o recicladas.

Muchas empresas del sector privado han ejecutado acciones para incentivar el uso de bolsas ecológicas, pero sin los resultados esperados. La monotonía y/o simplicidad del concepto y recursos gráficos utilizados en los diseños, han hecho que este objetivo no logre conseguirse.

Este proyecto pretende descubrir el concepto gráfico, que aplicado sobre bolsas ecológicas, permita motivar al consumidor y por consiguiente su adquisición y uso.

Consecuentemente, esta acción permitirá una colaboración directa con la disminución de residuos producidos como los plásticos, ahorrando energía y materias primas. Para este proyecto se consideran dos aspectos relevantes:

En primer lugar, la identificación y aplicación del concepto gráfico a las bolsas ecológicas y en segundo lugar, la elección de material de procedencia reciclado o natural, que asegure la descomposición en corto y mediano plazo sin convertirse en una amenaza para el medio ambiente.

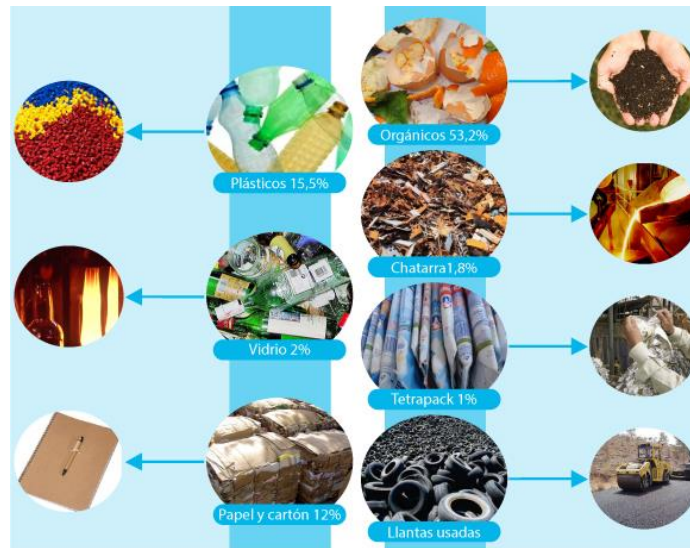
Los beneficiarios de la propuesta, serán directamente los compradores en la empresa Camari, quienes interesados en la conservación del planeta, comprarán bolsas ecológicas y compartirán su experiencia para sumar nuevos posibles compradores. El éxito de esta acción será construir un Quito más ecológicamente comprometido.

#### **D. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

Graves son los problemas ambientales que enfrenta el planeta, uno de ellos es la contaminación por “bolsas plásticas” que terminan en los basureros sin haber sido reusadas ni recicladas. “Anualmente se arrojan 8 mil millones de toneladas de plástico a ríos, lagos, mares, tapando las cañerías, coladeras y alcantarillas” (Angulo, 2013)

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión Integral de Residuos Sólidos –EMGIRS EP- afirma que los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito (DMP), generan alrededor de 2000 toneladas diarias de residuos sólidos. El Gráfico 1 presenta los porcentajes de residuos receptados en el DMQ, donde la contaminación por plástico representa el 15.5%.

**Gráfico 1: Porcentaje de Residuos en el DMQ**



**Recuperado de:**

[http://www.emgirs.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=132&Itemid=547](http://www.emgirs.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=132&Itemid=547)

Estos residuos son trasladados a las estaciones de transferencia, y una ínfima parte es aprovechada eficientemente, por ejemplo, en la estación de transferencia norte se recupera tan solo alrededor del 1,3% de total de residuos receptados por día, como lo demuestra el Gráfico 2.

**Gráfico 2: Diagrama de Flujo de Residuos Sólidos**



**Recuperado de:**

[http://www.emgirs.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=133&Itemid=548](http://www.emgirs.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=133&Itemid=548)

La presente investigación pretende viabilizar el interés manifestado por Camari, supermercado enfocado en el Sistema Solidario de Comercialización del Fondo Ecuatoriano, para la implementación de diseños innovadores aplicados sobre bolsas ecológicas que permitan disminuir la contaminación por bolsas plásticas.

“Cada vez que usamos una nueva bolsa plástica, grandes empresarios del mundo consiguen más petróleo y lo utilizan para generar más de estas” señala Stephanie Barger, directora ejecutiva de la Fundación de Recursos de la Tierra de California. Asimismo agrega que: “Estamos extrayendo recursos de la Tierra y destruyéndola tan solo para usar durante 10 minutos una bolsa de plástico”. Para contextualizar el tema se enfocarán aspectos tales como:

- ¿Qué es diseño de Packaging?
- ¿Qué es eco-diseño?
- ¿Cuál es la influencia del diseño como motivador de compra?
- ¿Cuáles son los materiales ecológicos para el Packaging?
- ¿Cuáles son los procesos gráficos para aplicar diseños sobre materiales ecológicos?
- ¿Qué es la empresa Camari?
- Determinación del concepto gráfico para la implementación del diseño aplicado sobre bolsas ecológicas: reutilizables, económicas, reciclables, lavables y que ayudan a reducir el impacto ambiental.

## **E. OBJETO DEL ESTUDIO**

El objeto de estudio de la presente investigación, es la relación que vincula al diseño gráfico publicitario con la ecología.

La identificación, el uso de elementos visuales (tipográficos, cromáticos y demás) y la generación de conceptos gráficos innovadores que, adaptado sobre bolsas ecológicas, motive el uso de las mismas y permita así disminuir el impacto ambiental causado por las bolsas plásticas.

## **F. CAMPO DE ACCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente proyecto integrador se llevará a cabo en el Distrito Metropolitano de Quito, en el Supermercado Camari.; esta empresa es un sistema de comercialización nacional sostenible, basado en los principios del comercio solidario, que contribuye a mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores mediante la orientación de la producción y comercialización de sus productos, satisfaciendo a la vez las exigencias de los clientes locales, nacionales e internacionales con productos y servicios de alta calidad.

## **G. OBJETIVOS**

### **General**

Diseñar conceptos visuales, que aplicados a bolsas publicitarias en material ecológico, motiven su uso y permitan disminuir la contaminación por bolsas plásticas en el Distrito Metropolitano de Quito. Caso: bolsas de tela para la empresa Camari.

### **Específicos**

- Fundamentar los conceptos teóricos que relacionen el eco-diseño, packaging y la aplicación del diseño gráfico publicitario como motivador de compra y consumo.

- Identificar elementos visuales y conceptos gráficos, con base en el grupo objetivo.
- Elaborar prototipos de diseños aplicados a bolsas ecológicas para la empresa Camari.
- Validar los diseños aplicados a bolsas publicitarias ecológicas para la empresa Camari.

## H. IDEA A DEFENDER

El diseño de conceptos visuales aplicados a bolsas publicitarias en material ecológico motivará el uso de las mismas y, permitirá disminuir la contaminación por plástico en el Distrito Metropolitano de Quito. Caso: bolsas de tela para la empresa Camari.

## I. MARCO METODOLÓGICO

**Tabla 1:** Métodos a utilizar

ETAPAS	MÉTODOS		TÉCNICAS	RESULTADOS
	TEÓRICOS	EMPÍRICOS		
1.Fundamentación	Bibliográfica			Ayudará en la búsqueda, recopilación y organización crítica de los temas a tratar.

2. Identificación	Campo		Entrevistas	<p>Facilitará al proyecto, la información de Camari, sobre este posible cambio.</p> <p>Entrevistas dirigidas a empresarios que hayan adoptado el cambio o provean al cliente de bolsas ecológicas.</p>
			Encuestas	<p>Se aplicará a los consumidores de Camari, para analizar la intención de uso de bolsas ecológicas e identificar insights que permitan proponer conceptos visuales para la implementación de diseños sobre bolsas ecológicas en función de un beneficio social.</p>
			Sondeo	<p>Validar los conceptos visuales elegidos y aplicados.</p>
3. Propuesta	Deductiva			<p>Diseños aplicados a bolsas ecológicas para la empresa Camari, con base a la información obtenida, para establecer soluciones que corroboren la necesidad de implementar bolsas ecológicas.</p>
4. Validación	Inductivo			<p>Aceptación de prototipos por parte de la empresa y un sondeo frente a posibles usuarios.</p>



## **J. POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **a) Población**

La investigación de campo se aplicará a los clientes de Camari, residentes en la ciudad de Quito, que se encuentran en el rango de edad comprendido entre 30 a 50 años, nivel socio económico medio, medio alto y alto.

### **b) Muestra**

Se aplicará un muestreo proporcional intencionado para poblaciones finitas.

$$n = \frac{N X Z^2 (p x q)}{d^2 (N - 1) + Z^2 (p x q)} =$$
$$n = \frac{313 x 1.96^2 x 0.05 x 0.95}{0.05^2(313 - 1) + 1.96^2(0.05 x 0.05)} =$$
$$n = 173$$

**Z**= Nivel de confianza 95%=1.96  
**P**= Probabilidad de ocurrencia (0.5)  
**E**= Error tolerable (0.05)  
**N**= Población  
**n**= Tamaño de muestra

## **K. RESULTADOS ESPERADOS**

Se nombran todos los valores que se espera se efectuarán en el desarrollo del proyecto, convirtiéndose al finalizar el proyecto, en resultados obtenidos.

## **L. NOVEDAD**

Todo proyecto deberá tener un valor agregado o valor diferenciador de otros proyectos, demostrando tener algo nuevo o innovador.

## **CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

La fundamentación teórica desarrollada a continuación, trata sobre el eco diseño y se abordan algunos temas como son: definiciones del eco diseño, porqué es beneficioso, también se habla acerca de la toma de conciencia y los hábitos o maneras de ecologizar, para que se vaya cultivando una mejoría ambiental, de tal manera que se inculque a las personas a que colaboren con el medio ambiente.

### **1.1. Definición el Eco diseño**

“El Eco diseño consiste en tomar medidas preventivas con el objetivo de disminuir los impactos ambientales en las diferentes fases de su ciclo de vida, desde la producción hasta la eliminación del mismo.” (Aràgon, 2007, pág. 26)

En igual forma es beneficioso aportar con el diseño ambiental en los productos y servicios con los cuáles se pueda contribuir al eco diseño, de esta forma se considerará al medio ambiente. Por consiguiente al eco diseño se lo entiende:

“Como el proceso para la solución de una problemática determinada.” (García Lozano, 2013, pág. 1).

Por otra parte hay que tener presente como analizar, mejorar o solucionar frente a un problema ambiental, de tal manera que conlleve a un proceso correcto y que forme parte de un eco diseño.

“El eco diseño ofrece implementar mejoramientos competitivos en los productos, tomando en cuenta las prioridades ambientales”. (Izcalli, 2005, pág. 35)

Por tanto los mejoramientos competitivos de productos son una forma de crecimiento de las empresas, creando innovadoras ideas para productos y servicios y proyectando una nueva forma de cultura ecológica.

De lo expuesto anteriormente por los diferentes autores se resume que el eco diseño consiste en analizar, buscar soluciones frente a un problema dado, en este caso “los problemas ambientales existentes”, con la finalidad de implementar y crear innovadores tipos de productos o servicios para el cliente, ideologizando al público en adquirir siempre hacia la ecología.

Respecto al desarrollo sustentable y/o toma de conciencia cabe decir que consiste en comprometerse con el medio ambiente.

#### **1.1.1. El desarrollo sustentable: Toma de conciencia**

“La sustentabilidad es aquella donde en el sistema de producción y consumo responde a la demanda social sin afectar o acabar con el capital natural y sin alterar los ecosistemas.” (García Lozano, 2013, págs. 10,12).

De mismo modo una buena forma de sacar partido y contribuir con el ambiente está en usar recursos renovables, teniendo en mente la menor gestión residual y deterioro de la actividad humana. Llevando como resultado la conciencia ecológica, así se describe a continuación en los siguientes enunciados:

“Integración del entorno en nuestra conciencia antropológica y social,

La resurrección ecosistemita de la idea de la naturaleza, y la aportación decisiva de la biosfera a nuestra conciencia planetaria” (Chávez, 2012, págs. 72,73).

El ser humano debe hacer una verdadera toma conciencia aparte de la intervención que brindan aquellas empresas que estén a favor del ecologismo, ya que las personas hoy en día ven al concepto de “verde - ecológico” como algo popular, se debería prestar más y entender sobre el verdadero significado de la palabra verde- ecológico.

“En lo que afecta al packaging, el activismo medioambiental podría expresarse como una restricción en las posibilidades de elección de producto, por lo que debemos reflexionar acerca del agotamiento de las fuentes finitas y las formas de reutilizar y mejorar los métodos de reciclaje y de eliminación.” (King, 2007, págs. 169,170).

Es importante que el diseñador conozca algunas las cuestiones que engloban el cuidado del medio ambiente, al diseñar y posteriormente implementar un producto en el mercado, cuestiones tales como el reducir los efectos negativos de un packaging desde la extracción de las materias primas, su proceso de fabricación y con el tiempo su eliminación.

De lo mencionado por los autores que se dieron a conocer anteriormente, se deduce que el desarrollo sustentable se basa en utilizar productos renovables, causando menos impacto ambiental, además debe existir una verdadera toma de conciencia, de tal manera que implique el cambio de mentalidad en las personas de todo el Mundo. Cabe destacar que nos centraremos en este punto como base para el desarrollo de este proyecto de tesis, el poner mensajes o frases en las bolsas de tela para enfatizar el tema de la toma de conciencia medioambiental.

A continuación brevemente se indicarán los hábitos a utilizar, para ecologizar, según algunos autores:

### **1.1.1.1. Hábitos o maneras de ecologizar a nivel general el medio ambiente.**

“Los cambios en los productos ofrecidos para sustituirlos o complementarios por servicios integrales, evolucionando hacia la economía de servicios.

La búsqueda de nuevos proveedores y socios que ofrezcan alternativas medioambientales mejores.

Cambios en la estructura logística para asegurar la recuperación de embalajes y productos al final de su vida útil. “ (Capuz Rizo, Gómez Navarro, Ferrer Gisbert, Lòpez García, & Bastante Ceca, 2006, pág. 89).

Seguidamente el siguiente autor menciona distintos hábitos muy prácticos para llevarlos a cabo en nuestra vida cotidiana

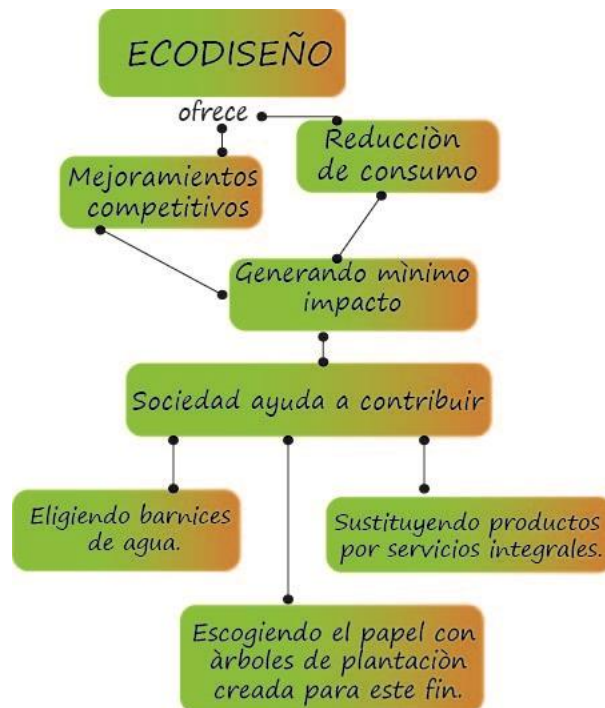
“Comprueba con tu impresor con que formato puedes aprovechar mejor el pliego en la imposición y de esta manera ahorrar papel, comprueba con el impresor la opción de imprimir sin fotolitos, directamente a plancha, elige barnices de agua, antes que barnices UV o plastificados, elige un papel que se hayan elaborado con árboles de plantaciones creadas con este fin. Fijate que tenga certificado FSC.” (Chávez, 2012, pág. 98)

De las maneras para ecologizar, existen formas en las que no se necesita requerir grandes esfuerzos, sino que tan solo se demanda un poco de educación. Cambiar los malos hábitos y poniendo de nuestra voluntad para aportar con nuestro granito de arena y preservar nuestro medio ambiente El autor Capuz, Gómez & Navarro indica “La búsqueda de nuevos proveedores”. Llama la atención, porque se comprende que las empresas deben empezar a buscar nuevas alternativas en donde ayuden a contribuir al

medio ambiente, de tal forma que el cliente vea lo importante y necesario que es hacer un cambio implicando la concientización. En este proyecto de tesis cabe decir sin duda que se debe ser parte de la búsqueda de nuevos proveedores y socios que ofrezcan alternativas medioambientales y mejoras.

A continuación en el siguiente gráfico presente un breve resumen del Ecodiseño:

**Gráfico 3: Ecodiseño**



Autora: Gabriela Camacho J.

Fuente: Guía práctica para la aplicación del eco diseño, Diseño Gráfico Sustentable, Ecodiseño

Enseguida se expondrán diferentes opiniones de autores vertidas sobre el tema del packaging, se darán a conocer de igual forma: definiciones, funciones, regla de 3R, y los tipos de packaging indicando la importancia de los mismos en el presente proyecto de tesis.

## 1.2. Definición de Packaging

“El packaging es un conjunto de elementos visuales que permite presentar el producto al posible comprador bajo un aspecto lo más atractivo posible, transmitiendo valores de marca y su posicionamiento dentro de un mercado.” (Lever, 2002, pág. 6).

Entonces el packaging ayuda a proteger el contenido, facilitando el traslado desde un lugar hacia otro ayudándonos a ser más rápidos y seguros. También es importante hablar sobre el “packaging inteligente”, es decir diseñar modelos que sean mucho más prácticos, cómodos y que nos permitan el fácil traslado sin necesidad de que ocupen tanto espacio, utilizando recursos renovables, del mismo modo:

“El packaging hoy en día funciona como método de reclamo para el consumidor, ya que en el mercado actual nos vemos ante una gran variedad de productos similares en todos los comercios por lo que nos enfrentamos a un sector muy competitivo.” (Luquero García, 2015, pág. 23)

Entonces resulta que al momento de diseñar un packaging es preciso conocer como objeto principal a que publico irá destinado, en este caso la tendencia a utilizar “lo ecológico”.

Así mismo lograr que el cliente satisfaga sus necesidades, sin olvidar de destacar el producto hacia los demás.

En definitiva, de acuerdo a las teorías mencionadas se observa que el packaging ayuda a identificar la marca de la empresa, utilizando material renovable, permitiendo saber cómo se encuentra posicionada, y a la vez protegiendo y facilitando al producto al momento de transportarlo de manera rápida y segura por el usuario. Este punto en el

que se menciona lo que es el packaging ayudará al desarrollo de la presente tesis para la comercialización de bolsas de tela ecológicas, en donde más adelante se indicará detalladamente.

### **1.2.1. Funciones**

A continuaciones indicaremos algunas funciones de acuerdo al packaging:

“La función primordial se habrán de sumar aquellas que constituyen las propiedades específicas, que se deben añadir al hecho primordial del proteger- envolver.” (Santarsiero, 2004, pág. 16).

El simple hecho de proteger-envolver y la manera en que se conserva el contenido del producto connota condiciones más óptimas desde la fabricación, transporte y hasta llegar a su respectivo consumo.

“Las diferentes funciones del packaging se desglosa en PROTECCIÓN, COMERCIAL Y SOCIAL.” (Fuigueroa Villamizar, 2006, págs. 5,6,8).

Se puede evitar riesgos considerando: la humedad excesiva o la deshidratación, ralladuras o cortes que pueden afectar al producto o a su empaque, el efecto de la luz ultravioleta, etc., entendiéndose por esto que el producto se protege de toda adversidad que se encuentra expuesto al medio ambiente dando seguridad, confiabilidad y calidad.

“No basta con proteger e informar” (Luquero García, 2015, pág. 22)

Es necesario también que exista una fácil manipulación sin que incomode al momento



productos dentro de una misma bolsa o envase, incluso por ende existe una mejora de la marca e imagen, además ayuda a contribuir a la misma venta de la mercancía mediante el uso del diseño gráfico. Pues es importante tener en cuenta estas indicaciones, pues no sirve de nada que el producto sea muy lujoso, si no se protege por lo que no será visto con seriedad ni seguridad. Resumiendo las funciones del packaging en el momento de comercializar un producto es indispensable proteger de tal manera evitar que se caiga en un momento de apuro, o al mismo tiempo que se facilite el transportar desde un lugar a otro hasta que este sea consumido, sin olvidar que se pone en juego que tan seria es la empresa o que tan poco valor pueda representar la misma.

### **1.2.2. Regla de la “3R”**

En relación a la clasificación de la regla de las 3R se puede decir que:

#### **1.2.2.1. Reducir**

“Se puede limitar su impacto medioambiental reduciendo el número y el peso de sus componentes.” (Stewart, 2007, pág. 171)

“Es intentar minimizar la cantidad de residuos que normalmente producimos, por ejemplo: Cuando compren alimentos, intentar que sean los más próximos a la zona de residencia, ahorrando así embalaje y transporte, Si los envases ponen que hay que reciclar, hay que reciclarlos.” (Palomar Sánchez, pág. 4)

“Reducir significa elegir los productos y materiales, con el criterio de reducir la generación de residuos” (Gonzàles Lòpez, 2010, pág. 1)

Según la opinión vertida por los diferentes autores, se entiende que reducir es AHORRAR es decir, ayudar desde nuestros hogares, por ejemplo, consumiendo responsablemente el agua, utilizando bolsas de tela, envases retornables, etc.

#### **1.2.2.2. Reutilizar**

“La sociedad se ha acostumbrado a la mentalidad de usar y tirar, por lo que deshace de las cosas y las reemplaza por otras nuevas. En lugar de conservarlas, repararlas y reutilizarlas.” (Stewart, 2007, pág. 172)

“Es darle una segunda oportunidad a las cosas después de utilizarlas.” (Palomar Sánchez, pág. 4)

“Reutilizar implica el uso repetitivo de ítems o partes de ellos que todavía sean utilizables” (Gonzàles Lòpez, 2010, pág. 1).

En definitiva, de acuerdo a las teorías mencionadas se observa que el termino reutilizar ha sido olvidado por el ser humano. Las personas están acostumbradas a usar y tirar, NO reutilizan como es debido sino que optan por la opción de comprar nuevamente mientras que existe la alternativa de que los productos ya utilizados se utilicen nuevamente.

#### **1.2.2.3. Reciclar**

“La ordenanza alemana de packaging fue la primera legislación que permitió a los consumidores deshacerse del material de embalaje en la tienda y entregárselo al minorista para que este lo recicle o reutilice, debiendo analizar si se puede especificar

que parte de los materiales empleados en la producción pueden ser reciclados.”  
(Stewart, 2007, pág. 173)

“Consiste en volver a utilizar las materias primas y con ello ahorrar recursos naturales.”  
(Lever, 2002, pág. 4)

“Reciclar es usar los residuos mismos como recursos. Para el desarrollo de esta fórmula bicompatible, es necesario la participación de toda la sociedad, que establezcan como objetivo prioritario un profundo cambio en la mentalidad social. “ (Gonzàles Lòpez, 2010, pág. 1)

Se comprende que el reciclaje nace de la necesidad de reutilizar los productos considerados antiguamente como desechos, para poder disminuir de una forma consciente el daño que le estamos ocasionando a nuestro planeta, utilizando las técnicas adecuadas que aprovechen el gran potencial que aún tienen los productos o materiales que han cumplido en primera instancia su fin o propósito.

### **1.3. Tipos de Packaging**

#### **1.3.1. Packaging Primario**

“Son los empaques que poseen contacto directo con el producto, pero también tiene comunicación entre usuario y productor.” (Faura, 2010, pág. 45)

“Es aquel que está en contacto directo con el producto a comercializar, que a su vez le brinda protección y facilita el traslado del objeto que recubre” (Proaño Mena, 2015, pág.

20) “Es aquel que está directamente en contacto con el producto.” (Lever, 2002, pág. 7)

Desde mi perspectiva dicha por cada autor el packaging primario es útil en la función que cumple ya que brinda protección al producto, lo recubre de tal manera que no se contamina por su contacto directo con el medio ambiente.

### **1.1.1. Packaging Secundario**

“Contiene muchos empaques primarios, comunicación entre productor y cliente. “ (Faura, 2010, pág. 45)

“Es el encargado de contener el producto con el packaging primario, en esta presentación viene el producto en un grupo de unidades determinado. Facilita el traslado de varias unidades del producto al mismo tiempo.” (Proaño Mena, 2015, pág. 20)

“Es aquel que contiene uno o varios envases primarios, otorgándole, protección para su distribución comercial.” (Lever, 2002, pág. 7)

El packaging secundario enunciado según estos autores contiene muchos empaques primarios, es decir es el encargado de proteger el packaging primario; por ejemplo hay 12 chupetes; la funda que contiene a estos 12 chupetes, es al que llamamos el packaging secundario.

### **1.1.2. Packaging Terciario**

“Contiene muchos empaques secundarios, canal de comunicación entre canales logísticos.” (Faura, 2010, pág. 45)

“Terciario: Es el más simple de los tres, se enfatiza en la funcionalidad de la misma que antes que la presentación o estética visual, es utilizado para el almacenaje y transporte de una manera segura de producto. En este se encuentra varas cajas o contenedores de packaging secundario.” (Proaño Mena, 2015, pág. 20)




“Packaging terciario: es el agrupamiento de envases primarios o secundarios en un contenedor que los unifica y protege a lo largo del proceso de distribución comercial.” (Lever, 2002, pág. 7)




Tomando en cuenta lo citado por cada autor, se puede decir que el packaging terciario tiene un parecido en los packaging anteriores, y de igual forma cumple las mismas funciones como es; brinda protección y ayuda al transporte de una manera segura del producto, pero se diferencia en que puede abarcar mucho más producto y tiene más resistencia a agentes externos que pueden dañarlo. Sin duda alguna es en este punto en el que nos concentraremos de lleno para este proyecto de tesis “un tipo de packaging terciario ecológico - material de tela”.

### **1.1. Materiales ecológicos para el packaging en tela**

Existen diferentes tipos de materiales para la construcción de un packaging “terciario”, estos pueden ser:

**Tabla 2:** Materiales ecológicos para el packaging

<b>NOMBRE</b>	<b>GRÁFICO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Lona Codra:	<p><b>Gráfico 4:</b> Material en tela de lona codra</p>  <p>Recuperado de:  <a href="https://www.google.com.ec/search?q=Lona+Codra&amp;biw=1093&amp;bih=534&amp;source=lnms&amp;tbm=isch&amp;sa=X&amp;ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIy_3jy4PaxwIVhm0eCh0yLwHY#imgrc=KsnwhjL7ESv4nM%3A">https://www.google.com.ec/search?q=Lona+Codra&amp;biw=1093&amp;bih=534&amp;source=lnms&amp;tbm=isch&amp;sa=X&amp;ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIy_3jy4PaxwIVhm0eCh0yLwHY#imgrc=KsnwhjL7ESv4nM%3A</a></p>	<p>“Tela sintética, gruesa, impermeable, compuesta por Polipropileno, viene en diferentes colores” (Biobolsa, 2013)</p>
Lona de Algodón:	<p><b>Gráfico 5:</b> Material en tela de lona de algodón</p>  <p>Recuperado de:  <a href="http://www.telaschile.cl/wp-content/uploads/2014/10/loneta-cruda.jpg">http://www.telaschile.cl/wp-content/uploads/2014/10/loneta-cruda.jpg</a></p>	<p>“Tela elaborada en su totalidad con algodón virgen que la convierte en una fibra textil 100% Natural y Biodegradable.” (Biobolsa, 2013)</p>
Tela Impermeable:	<p><b>Gráfico 6:</b> Material en tela impermeable</p>  <p>Recuperado de:  <a href="http://www.materialesde.com/wp-content/uploads/2012/03/Waterproof-Fabric.jpg">http://www.materialesde.com/wp-content/uploads/2012/03/Waterproof-Fabric.jpg</a></p>	<p>“Tela resistente al agua, suave, con un tejido liso, y alta durabilidad.” (Biobolsa, 2013)</p>

Tela no tejida o Kambrel	<p><b>Gráfico 7:</b> Material en tela Kambrel</p>  <p>Recuperado de:  <a href="http://www.biobolsa.com.co/sites/default/files/hojas-de-vida/kambrel.jpg">http://www.biobolsa.com.co/sites/default/files/hojas-de-vida/kambrel.jpg</a></p>	<p>“Tela compuesta por Polipropileno, cuenta con diversas bondades entre ellas el ser antialérgica, 70% impermeable, antiestática y no tóxica.” (Biobolsa, 2013)</p>
Vinilo	<p><b>Gráfico 8:</b> Material en tela Vinilo</p>  <p>Recuperado:<a href="http://img.archiexpo.es/images_ae/photo-g/tela-tapiceria-color-liso-vinilo-4147-7967222.jpg">http://img.archiexpo.es/images_ae/photo-g/tela-tapiceria-color-liso-vinilo-4147-7967222.jpg</a></p>	<p>“Material resistente, impermeable, en color transparente.” (Biobolsa, 2013)</p>
Yute	<p><b>Gráfico 9:</b> Material en tela yute</p>  <p>Recuperado:  <a href="http://cdns2.freepik.com/foto-gratis/_121-1655.jpg">http://cdns2.freepik.com/foto-gratis/_121-1655.jpg</a></p>	<p>“También conocido como “La Fibra de Oro”, 100% natural y vegetal con propiedades estéticas que le dan un toque artesanal y coloquial muy peculiar.” (Biobolsa, 2013)</p>

Cabe mencionar que podemos destacar otro tipo de tela según los residuos de las telas mismas, para conocer más acerca del tema a continuación el siguiente autor argumenta:

“TELA: La utilización de residuos o desechos de telas es una alternativa con la cual se pueda elaborar una gran variedad de sobres de tela, fundas o bolsos, para poder empacar o transportar productos, brindando el beneficio de la resistencia y la durabilidad del

packaging además de ser poder utilizado para otros objetos y darle una segunda vida en el ciclo de este producto.

Tela ecológica Las bolsas ecológicas están hechas principalmente de materiales orgánicos como el algodón, yute y otros materiales que se degradan naturalmente, otras son elaboradas a partir de materiales que han sido reciclados de otros productos, principalmente e botellas plásticas. Telas como Ekotex y Recitex hecha 100% de botellas” (Proaño Mena, 2015).

“Tela – Kambrela: Es fabricada a base de material plástico (polipropileno) reciclado a un proceso de extracción que generan filamentos continuos de resina, que luego son depositados de manera aleatoria en una cinta transportadora que tiene forma de velo se consolidan o toman cuerpo de una calandra, donde los filamentos se termo sueldan y se les da textura, de esta forma la tela tiene una excelente distribución homogeneidad de filamentos.” (Quiroz Hernandez, 2015, págs. 36,37).

De lo observado, se puede extraer que existen algunos materiales ecológicos para el packaging, de colores y texturas muy llamativas para el consumidor. Por ende lo más óptimo para la sociedad es ayudar a preservar al medio ambiente, ¿Cómo? De la forma más fácil que es empezar a ecologizar y dando como preferencia a los productos ecológicos.



### **1.1.1. Proceso productivo**


En lo que respecta al proceso productivo, este consta de algunas fases que nos indicaran



el proceso de hacer bolsas de tela, empezando desde el corte hasta el empaquetado como finaliza.

**Tabla 3:** El proceso productivo

<b>NOMBRE</b>	<b>GRÁFICO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Corte	<p><b>Gráfico 10:</b> Corte de tela</p> 	<p>Todo empieza con el corte de la materia prima que difiere un poco entre los materiales pero se fundamenta en el Corte al Hilo y luego el Corte de Extremos</p>
Impresión	<p><b>Gráfico 11:</b> Modelo de Impresión de tela</p>  <p>Recuperado de:  <a href="http://images.evisos.ec/2010/09/03/fundas-ecologicas_db3d8a6ad_3.jpg">http://images.evisos.ec/2010/09/03/fundas-ecologicas_db3d8a6ad_3.jpg</a></p>	<p>Impresión que varía según el material y el diseño, pudiendo ser este mediante técnicas como la Serigrafía, Impresión Digital, Transfer, Sublimación o Bordado, según las especificaciones del cliente.</p>
Confección	<p><b>Gráfico 12:</b> Cuarto de confección de telas</p>  <p>Recuperado de:  <a href="http://www.actiweb.es/inditexmexico/imagen2.jpg?15377">http://www.actiweb.es/inditexmexico/imagen2.jpg?15377</a></p>	<p>Seguidamente se procede a la confección, que de acuerdo al modelo y material se combinan con la postura de aditamentos particulares como velcro, cordón, cinta, cremallera, botones, broches, ojáleles entre otros.</p>





Control de calidad y empaque	<p><b>Gráfico 13:</b> Empaquetado de fundas ecológicas</p>  <p>Recuperado de:  <a href="http://lifestyleapparel.com/wp-content/themes/lifestyleapparel/images/img25.jpg">http://lifestyleapparel.com/wp-content/themes/lifestyleapparel/images/img25.jpg</a></p>	<p>Finalmente se realiza el control de calidad y empaque, allí se inspeccionan todas las unidades y se embalan en las cajas pertinentes para ser despachadas.</p>
------------------------------	---	---

En cuanto al proceso productivo se argumenta que cada una de sus fases es crítica debido a que tiene que ver tanto en la calidad del producto como en su presentación y obviamente tratando de cuidar al medio ambiente desde la fase inicial hasta la final.

**1.1.2. Tipos de impresión**

**Tabla 4:** Tipos de Impresión

NOMBRE	GRÁFICO	DESCRIPCIÓN
Bordado	<p><b>Gráfico 14:</b> Impresión terminado en bordado</p>  <p>Recuperado de: <a href="http://4.bp.blogspot.com/--CNOaemjF4M-/GkFtuxrx9WQ/s1600/DETG.jpg">http://4.bp.blogspot.com/--CNOaemjF4M-/GkFtuxrx9WQ/s1600/DETG.jpg</a></p>	<p>Es un proceso totalmente diferente a los anteriores, sin embargo permite que el producto tenga un acabado de mayor calidad y duración.</p>

Serigrafía o Screen:	<p><b>Gráfico 15:</b> Impresión terminado en serigrafía</p>  <p>Recuperado de: <a href="http://www.zonabalonmano.es/504-638-large/bolsa-adidas-saco-b.jpg">http://www.zonabalonmano.es/504-638-large/bolsa-adidas-saco-b.jpg</a></p>	<p>Es la más usada debido a su costo y versatilidad, se pueden hacer impresiones a 1 tinta o Policromías, sin embargo las policromías en particular no son su mejor aplicación.</p>
Impresión Digital	<p><b>Gráfico: 16:</b> Impresión en digital</p>  <p>Recuperado de: <a href="http://i00.i.aliimg.com/photo/v0/1724855248/2014_customized_digital_printing_large_cotton_bag.jpg">http://i00.i.aliimg.com/photo/v0/1724855248/2014_customized_digital_printing_large_cotton_bag.jpg</a></p>	<p>Su fortaleza son las policromías, estas se realizan sobre sustratos blancos para poder imprimir y obtener la mejor definición.</p>
Transfer	<p><b>Gráfico: 17:</b> Impresión Transfer</p>  <p>Recuperado de: <a href="http://image.made-in-china.com/2f1j10ASiALFyHSCkb/Digital-Printing-Hot-Transfer-.jpg">http://image.made-in-china.com/2f1j10ASiALFyHSCkb/Digital-Printing-Hot-Transfer-.jpg</a></p>	<p>Es una técnica relativamente nueva que permite gran definición de colores, gracias a que su costo es un poco alto, se usa primordialmente para pocas unidades.</p>
Sublimación	<p><b>Gráfico: 18:</b> Impresión en sublimación</p>  <p>Recuperado de: <a href="http://www.elositoverde.es/images/stories/virtuemart/product/bolso-sublimacion.jpg">http://www.elositoverde.es/images/stories/virtuemart/product/bolso-sublimacion.jpg</a></p>	<p>Es una técnica que permite que el material adquiera la coloración y el diseño específico que se imprimó previamente en una hoja especial.</p>

Se estima que a estos tipos de modelo de impresión posee un acabado único y diferente, con nuevas técnicas y tonos, algunas de ellas se realizan mejor en substratos en blancos por lo que realza el color ya sea de impresión a digital, a transfer, o en sublimación.

## 1.2. Fundas de tela biodegradables

Las fundas biodegradables se clasifican en diferentes tipos de tela, modelos, y diseños que a continuación se indicarán:





**Tabla 5:** Fundas de tela biodegradables

<b>NOMBRE</b>	: <b>GRÁFICO</b>
Lona codra	<p><b>Gráfico: 19:</b> Modelo de funda en lona codra</p>  <p>Recuperado de: <a href="http://www.biobolsa.com.co/sites/default/files/styles/product_detail_large/public/lona2.jpg?itok=QAUSII8c">http://www.biobolsa.com.co/sites/default/files/styles/product_detail_large/public/lona2.jpg?itok=QAUSII8c</a></p>
Lona de algodón	<p><b>Gráfico: 20:</b> Modelo de funda en lona de algodón</p>  <p>Recuperado de: <a href="http://www.biobolsa.com.co/sites/default/files/styles/product_detail_large/public/lona6.jpg?itok=z1rexWX">http://www.biobolsa.com.co/sites/default/files/styles/product_detail_large/public/lona6.jpg?itok=z1rexWX</a></p>

<p>Tela Impermeable</p>	<p><b>Gráfico 21:</b> Modelo en funda de tela impermeable</p>  <p>Recuperado de: <a href="http://bolsasdetelainfo.com/wp-content/uploads/2013/09/bolsas-de-tela-ecologicas.png">http://bolsasdetelainfo.com/wp-content/uploads/2013/09/bolsas-de-tela-ecologicas.png</a></p>
<p>Tela no tejida o Kambrel</p>	<p><b>Gráfico: 22:</b> Modelo de fundas en telas Kambrel</p>  <p>Recuperado de: <a href="http://snazzyperu.com/img/bolsas/bolsa-ecologica-tela-fuelle.jpg">http://snazzyperu.com/img/bolsas/bolsa-ecologica-tela-fuelle.jpg</a></p>
<p>Tela en material Yute</p>	<p><b>Gráfico 23:</b> Modelos de fundas en yute</p>  <p>Recuperado de: <a href="http://images.evisos.com.co/2012/08/23/bolsas-ecologicas-tela-yute-y-lona-colombia_5b6de2bdb_3.jpg">http://images.evisos.com.co/2012/08/23/bolsas-ecologicas-tela-yute-y-lona-colombia_5b6de2bdb_3.jpg</a> (Biobolsa, 2013).</p>

A continuación expondremos otros modelos de bolsas biodegradables, creados por algunas líneas de empresas, que indica según lo investigado el autor Barbero:

**Tabla 6:** Otros modelos de bolsas biodegradables

<b>NOMBRE</b>	<b>GRÁFICO</b>
Im not a plastic bag	<p><b>Gráfico: 24:</b> Modelo en funda de algodón</p>  <p>Recuperado de: Imagen tomada del Libro ecodisng</p>
Marbella	<p><b>Gráfico: 25:</b> Modelo de funda en materiales reciclados</p>  <p>Recuperado de: Imagen tomada del Libro ecodisng</p>
Ornibags	<p><b>Gráfico: 26:</b> Modelo en funda de material industrial</p>  <p>Recuperado de: Imagen tomada del Libro ecodisng</p>
Sac a faire	<p><b>Gráfico: 27:</b> Modelo de funda bricolaje</p>  <p>Recuperado de: Imagen tomada del Libro ecodisng</p>

Cabe destacar que algunas cadenas de supermercados (Supermaxi, Mi Comisariato, etc.) han implementado bolsas confeccionadas con materiales naturales, no perjudiciales para el medio ambiente.

Además crean modelos realmente impactantes como estampados incluidos en el material renovable y así evitar el uso de la bolsa de plástico y fomentar, en cambio el empleo de materiales biodegradables o reutilizables reduciendo el impacto ambiental.

Los productos de mano se han convertido en unos objetos de culto a nivel internacional que sensibilizan al público, principalmente a los más jóvenes sobre los temas relacionados al medioambiente.

El reciclado de materiales industriales para la creación de complementos está muy de moda. En el caso de ornj bags, las vallas de plástico coloradas utilizadas en las obras han servido para crear una simpatía y moderna línea de bolsos. Como ocurre con otros materiales similares, una vez agotada su función primaria, esas vallas son completamente desechadas, a pesar de su enorme resistencia.

De lo presentado se extrae que en la actualidad ya sean personas o grandes empresarios toman conciencia lo que respecta al medio ambiente y de una u otra forma crean productos y materiales innovadores y ecológicamente responsables, como las bolsas ecológicas de distintos materiales, colores y diseños, lo cual logra captar la atención del público y provoca a la adquisición de este producto.

El gráfico 31 presenta un organizador mental sobre el tema packaging.

**Gráfico 28:** Breve Resumen del Packaging



Autora: Gabriela Camacho

Fuente: Packaging la decisión 5, Funcionalidad en el Diseño Gráfico.

A continuación se presentará posturas de varios autores sobre el tema influencia del diseño gráfico publicitario sobre la motivación de compra.

### 1.3. Influencia del diseño como motivador de compra

Hoy en día es necesario e importante conocer a qué tipo de mercado se va a enfrentar, para comprender mejor el tema de la competencia y como llegar así a ella, porque en función a



ellos habrá que darle un enfoque determinado al producto. Posteriormente también es importante conocer la plaza donde haya mayor demanda. Sin embargo el ser humano siempre tendera a coger el producto que más se adapte a sus necesidades, pero también existe la otra parte en donde se puede dejar de lado su parte emocional; ahí es donde se aprovechara de esas ventajas para la adquisición de una venta, siendo de algunos factores que atraen al consumidor los siguientes:

“El color: El color es uno de los elementos de la apariencia visual que mejor capta la atención del consumidor, y que además, ayuda al reconocimiento de la marca.

Las formas y la tipografía: El diseñador gráfico conoce el significado de una tipografía que refuerce o acompañe la estrategia comunicativa del producto. Por ejemplo, las formas rectas se relacionan con la calma y la estabilidad mientras que las formas curvas con el dinamismo, elegancia o suavidad.

Materiales: Si se trata de un cliente con la filosofía del cuidado al medio ambiente, el diseñador gráfico debe tener en cuenta algunos aspectos como: el tipo de tinta a utilizar y el material de soporte.” (anónimo, 2014, pág. 1)

Todos estos factores claves influirán mediante el diseño gráfico en una futura compra. A esto se le conoce como EL PODER DEL LENGUAJE VISUAL, que significa que el consumidor se motiva instintivamente por medio de una atracción espontánea de determinado producto en el mercado, para que así se genere el acto de la compra inmediata.

Dado un ejemplo: Dos chicas repartiendo volantes en la calle: la chica “A” y la chica “B”;

la diferencia en la “A” es que sus volantes no son nada llamativos, la impresión es a blanco

y negro, tiene mucho texto y nada de imagen visual, lo cual hace monótono y aburrido ver la información que contiene en el volante; mientras que la chica “B” sus volantes son llamativos, la impresión es full color, posee imagen visual y texto, lo cual hace que le llama la atención al usuario, llevando a un interés al momento de leer por lo tanto las personas que recibían el volante de la chica “A” recibían el volante pero a dos pasos más allá ni lo leían, lo botaban; mientras que las personas que recibían el volante de la chica “B” les llamaba la atención y leían la información que posee dentro de él, después guardaban el volante consigo mismos en sus carteras o bolsillos.

Lo que explica que el lenguaje visual y diseño visual son armas muy fuerte que van de la mano tanto el uno como el otro, para poder llegar hacia las personas y al alcance de un objetivo deseado, que es vender.

Hecha la observación anterior se comprende que antes de emprender un producto y llevarlo al mercado, el diseñador o la persona que elabora el producto debe tener en cuenta: *“las actitudes o el comportamiento de la gente deben de ser detectables, atractivas, comprensibles, y convincentes”* (Frascara, 2000, pág. 2) para saber que le gusta o que no le gusta al consumidor y poder satisfacer sus necesidades.

También es conveniente analizar algunos aspectos que influyen en el comportamiento del consumidor:

*“Aspectos culturales: Son muchos aspectos culturales que influyen, entre los que se encuentran los valores y conductas, es decir, los comportamientos de los involucrados cuando reciben informaciones gráficas.”*

*Aspectos sociales y personales: Se refiere a la influencia que tienen sobre un individuo las personas que están en constante interacción con el mismo, tales como la familia, los amigos y sus compañeros de trabajo.*

*Aspectos psicológicos: Uno de los aspectos más significativos es el status de una persona, ya que, varía la percepción que tenga una persona en una determinada situación como escoger un producto entre varios de estos.” (Párraga Andrade, 2015, pág. 38)*

Considerando lo enunciado a lo anterior, se puede extraer de lo citado que siempre va a existir tipos de preferencia o gustos que tenga cada individuo hacia un producto; y al mismo tiempo influye mucho con el tipo de personas con el cual se relaciona para que exista un gusto por algo aún por conocer, donde ahí es precisamente en el momento exacto que las personas aprenden a conocer diferentes tipos de gustos donde todo se convierte en información, cultura, motivación y emoción.

### **1.3.1. Elementos del Diseño Gráfico**

#### **1.3.1.1. El Color**

“El color es una percepción visual que nos permite diferenciar objetos que por lo demás serían idénticos.” (Poulin, 2012) Señalando al color como algo esencial para poder comunicar, ya sea la diferencia hacia el resto, atraer la atención a distintos usuarios, y agrupar elementos dispares, es así como se da la trasmisión de un atractivo visual al campo del diseño gráfico.

Además de ser el color un medio de comunicación, tiene la facilidad de expresarse por sí misma, sin la necesidad de utilizar palabras ni imágenes, por ejemplo: el azul se asocia con el agua, cielo, el rojo se asocia con el amor, la pasión, sangre.

Por consiguiente para el autor Swann deduce al color como “Una cualidad de la luz reflejada por las superficies entintadas y no entintadas”. (Swann)

Por ellos se deduce al color en la luz blanca es decir bajo el color blanco puede descomponerse en los colores primarios, y así pueden subdividirse en una varios niveles de colores, trayendo consigo los colores secundarios y terciarios. En efecto el color es algo esencial para llegar al éxito en el mercado, de esta manera se logra atraer la atención del público, transmitiendo el mensaje del producto o servicio y conseguir el objetivo deseado.

“El color puede llegar a ser la traducción visual de nuestros sentidos, o despertar estos mediante la gama de colores utilizados. Podremos dar sensación de frío, de apetecible, de rugoso, de limpio” (Ricupero, 2007)

Como se analizado el color ayuda a la compra de algún producto, debido que influye sentimientos en la persona connotando ya sea alegría, tristeza, ansiedad, emoción entre otros.

#### **1.3.1.2. Imagen**

“Es la representación visual de algo, como; el retrato de un objeto, reproducción en un dispositivo electrónico, una vivida es estampa gráfica o descripción”. (Poulin, 2012)

El Diseñador Gráfico plasma sus ideas con diferentes tipos de imágenes, (fotografías, ilustraciones, dibujos, símbolos y demás) todo lo mencionado tienen significado visual y funciones diferentes. Existe variedad de imágenes en la que se puede representar como:

- La imagen fugaz, ejemplo: una escena proyectada ya sea en video o monitor.
- La imagen en movimiento, ejemplo: una película.
- La imagen Fija, ejemplo: una fotografía.
- La imagen Impresa, ejemplo: papel, tela.

Más allá de ser representaciones las imágenes “son imprescindibles para toda acción que conecte a los seres humanos entre sí” (Timothy, 2007)

“Este interpreta el ordenamiento y la presentación visual de los mensajes que desea transmitir la institución” (Rodríguez Rowe, 2008) Por esta situación la idea de una mera imagen, es un orden lógico de comunicar sin palabras y que la gente capte de una manera rápida, entretenida, fácil, y sin necesidad de que exista palabras de por medio.

En otras palabras una imagen dice más que mil palabras. Lo cual hace importante y necesario tomarle en cuenta al momento de vender.

### **1.3.1.3. La Tipografía**

La tipografía es un “Estilo, disposición o apariencia de las letras dispuestas en una composición”. (Poulin, 2012) Entendiéndose al campo del diseño gráfico la tipografía es un conjunto de palabras, números y signos de puntuación agrupando todo los caracteres mencionados asociado por elementos y características.

Cabe mencionar que la tipografía varía de acuerdo al grosor, ancho, tamaño, estilo, inclinación, caja (mayúsculas y minúsculas).

Sin embargo el autor Timothy señala que la tipografía “es interpretar y comunicar el texto. Su tono, su ritmo, su estructura lógica y su extensión determinan las posibilidades de su forma tipográfica.” (Timothy, 2007)

De tal forma se explica que existe tipografía que producen un ligero aburrimiento entre los lectores, a otros le producen cansancio a la vista al momento de leer, lo mejor utilizar la tipografía adecuada dependiendo el caso lo amerite. En igual forma Recupero enfatiza que la tipografía “Sea legible, es decir que facilite la lectura al posible receptor” (Ricupero, 2007) A si mismo se debe tener en cuenta al momento de elegir el tamaño, la fuente, los títulos , subtítulos y demás.

## **CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA**

### **2.1. Marco institucional de Camari**

Dentro de este marco se presentará a la empresa Camari, la cual nos facilitará información para desarrollar el presente trabajo de titulación:

#### **2.1.1. Datos informativos**

Marchena Oe-2 38 y Versalles (Santa Clara)

Telf.: 22549-407 / 2567-112 Fax: 2903-206

Casilla: 17-110-5202

QUITO.ECUADOR

E-mail: info@camari.org

Web: www.camari.org

Representante legal

Director Ejecutivo del FEPP

Coordinador General de Camari

#### **2.1.2. Origen**

Toda información de Camari es obtenida por el autor (Hinojosa, 2011, pág. 2 al 43) bajo las normas del MANUAL DE CALIDAD DEL SISTEMA GESTIÓN ISO 9001: 2008.

En este punto hablaremos del origen de Camari, se relata cómo empezó la idea de que

Camari es parte de la acción del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio, entidad privada de finalidad social auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana que desde 1970 apoya al desarrollo de los sectores populares del país.

Camari se constituye en 1981 como complemento de la acción del FEPP y como canal directo entre productores populares organizados y consumidores, para enfrentar el problema de la comercialización agropecuaria y artesanal de pequeños productores.

Desde 1981 a 1986, para Camari fueron años de estructuración, definición y puesta a prueba de la nueva actividad del FEPP, la idea en ese entonces era que Camari se consolidara y pasara a manos de las organizaciones campesinas.

En enero de 1981, el FEPP escribe el proyecto “Producción y Comercialización de Artesanías”. En mayo de 1981 el FEPP pone a consideración de la Cooperación Técnica Suiza (COTESU) el indicado proyecto y comienza su ejecución en enero de 1982.

El 5 de octubre de 1981 el FEPP abre su primera tienda en Quito, con el nombre de Camari y su propio logotipo en la calle Marchena y Versailles, sector Santa Clara y una bodega en el sector Magallanes, sector periférico de Quito e instala un molino de granos.

De 1987 a 1991, Camari siente la necesidad de responder a las exigencias del mercado con calidad y productividad para generar mediante la actividad comercial resultados económicos con la finalidad de conseguir el autofinanciamiento institucional y de continuar respondiendo a los objetivos sociales de la institución.



El 2 de mayo de 1990, mediante Acuerdo Ministerial N° 177, el Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca (MICIP), aprueba los Estatutos de la “Unión Artesanal de Tiendas Campesinas Camari”, creada con miras a facilitar la exportación de productos artesanales y agrícolas.

Esta fase que inició en 1987 termina en 1991, cuyos resultados no fueron los mejores. El manejo administrativo estuvo enfocado más a lo empresarial que a lo social, luego ninguno de los dos tuvo éxito.

En el año de 1993, Camari pasó a llamarse de “Tiendas Campesinas Camari” a “Camari, Sistema Solidario de Comercialización del FEPP”.

En 1997, Camari entró a formar parte de sistemas de integración del comercio alternativo regional y mundial: Red Latinoamericana de Comercio Comunitario (RELACC) y la Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT) respectivamente.

La última fase comprende desde el 2008 hasta la actualidad, en la cual se producen una serie de cambios en el ámbito del mejoramiento continuo de la calidad y la productividad, la incorporación de nuevos proyectos, la ampliación de nuevos mercados y la configuración de una estructura jurídica nacional propia.

### **2.1.3. Historia**

En este apartado se describirá brevemente la historia de la empresa en donde se aplicara el estudio que nos permitirá saber el resultado del diseño y aplicación de las bolsas ecológicas:

El Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP) es una fundación privada con finalidad social, sin fines de lucro, auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana, que desde 1970 trabaja con los sectores populares del país.

Nació de la voluntad común de un grupo de obispos y seglares, liderado por Mons. Cándido Rada, que buscaba aplicar en el Ecuador, al llamado del Papa Paulo VI en la encíclica Populorum Progressio, de crear un fondo común para la asistencia a los más pobres en la perspectiva de un “desarrollo solidario de la humanidad”

La labor del FEPP se inspira en los objetivos de la promoción integral de los sectores populares ecuatorianos, en el espíritu del Evangelio, en la doctrina social de la Iglesia y en el ejemplo de su fundador.

En una sociedad en constante evolución, impulsa con ideas innovadoras, acompaña en el ámbito solidario, de recursos humanos, materiales y técnicos los esfuerzos de grupos populares, familias y personas necesitadas que desarrollan capacidades locales creando economías de encadenamiento vinculadas a mercados reales.

Genera ingresos, administra recursos tanto propios como de la cooperación nacional e internacional, mantiene relaciones de coordinación y colaboración con instituciones públicas y privadas y tiene seguridad respecto a la sostenibilidad de sus servicios

En base a los objetivos y principios del FEPP, Camari gestiona su actividad comercial en beneficio de los pequeños productores del Ecuador.

## **2.1.4. Filosofía institucional**

### **2.1.4.1. Misión**

Camari es un sistema de comercialización nacional sostenible, basado en los principios del comercio solidario y del Grupo Social FEPP. Contribuye a mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores mediante la orientación de su producción y la comercialización de sus productos, a la vez que satisface las exigencias de los clientes locales, nacionales e internacionales con productos y servicios de alta calidad.

### **2.1.4.2. Visión**

Camari será una empresa solidaria del Grupo Social FEPP. Tendrá cobertura nacional, será líder en el comercio equitativo de productos agropecuarios, agroindustriales y artesanales provenientes de pequeños productores del campo y de la ciudad, cuyos productos serán comercializados en el mercado nacional e internacional. Con su intervención contribuirá a consolidar procesos de desarrollo social y económicos sostenibles.

## **2.1.5. Principios y valores**

Camari se fundamenta en los mismos principios y valores del FEPP. En este marco merecen ser destacadas las siguientes orientaciones específicas:

Procurar el equilibrio entre lo empresarial y lo solidario.

Comercializar productos que no atenten al medio ambiente, a la salud y a la vida de las personas.

Manejar en forma transparente y honesta la acción de comercialización.

Desarrollar capacidades en las instancias participantes.

Asegurar que las condiciones laborales de los trabajadores sean las adecuadas.

Desempeñar la actividad laboral con mística y compromiso.

#### **2.1.6. Proveedores**

El universo de los proveedores de Camari son las Organizaciones de Segundo Grado (OSG), grupos de pequeños productores organizados (grupos de base) y productores individuales. Esto significa un total aproximado de 7.500 familias distribuidas en 18 de las 22 provincias del país.

#### **2.1.7. Líneas de acción**

Camari maneja las siguientes líneas de acción:

Comercialización de productos agropecuarios: granos secos, triturados, harinas, industrializados. Productos biológicos: panela granulada, hongos secos, hortalizas y frutas. La tendencia de Camari es la de fortalecer la comercialización de productos biológicos, para lo cual se encuentra empeñada en orientar a los pequeños agricultores el cultivo de estos productos.

Comercialización de productos artesanales elaborados a base de: mazapán, madera de balsa, lana, algodón, tagua, paja toquilla, damagua, piquigua, mate, madera, cuero, plata, cerámica y óleos. De preferencia estas artesanías deben ser producidas con materia prima natural.

### **2.1.8. Canales de distribución**

A continuación se detallan los principales canales de comercialización de Camari:

En el país Camari llega directamente al consumidor a través de su punto de venta ubicado en Quito. Vende al por mayor a instituciones nacionales y extranjeras (radicadas en el país), comisariatos, hospitales, hoteles, empresas, tiendas populares.

En el exterior Camari vende a organizaciones del comercio alternativo de Europa y Norte América y a clientes del mercado convencional. Camari dispone de los siguientes recursos: humanos, financieros y económicos.

Cuenta con un equipo de trabajo fijo distribuido en el área administrativa y operativa de acuerdo con los requerimientos de la actividad de comercialización y personal ocasional cuando se necesita para cumplir con pedidos emergente

### **2.1.9. Financieros**

Camari dispone de tres fuentes de financiamiento: el autofinanciamiento a través de la acción comercial, los créditos recibidos y los proyectos de financiamiento.

### **2.1.10. Autofinanciamiento**

El autofinanciamiento a través de las utilidades que genera la gestión comercializadora de productos agropecuarios y artesanales, y de servicios relacionados con la comercialización.

### **2.1.11. Créditos**

Los créditos para emprender nuevos negocios y cumplir con pedidos que demandan un mayor capital son solicitados a la banca privada nacional y a entidades financieras con

finalidad social del exterior.

### **2.1.12. Organismos de Integración**

Camari es parte de dos organizaciones del comercio alternativo: Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT) y Red Latinoamericana de Comercio Comunitario (RELACC) y de la Red Infodesarrollo.ec que promueve el uso de Tecnologías de Información y Comunicación para el Desarrollo.

### **2.1.13. Política de calidad**

En Camari comercializamos solidariamente productos agropecuarios y artesanales de calidad, con honestidad y eficiencia, logrando la satisfacción de los clientes y pequeños productores, tomando como base el mejoramiento continuo de nuestros procesos y servicios orientados al equilibrio social y empresarial, con liderazgo y competitividad.

### **2.1.14. Objetivos de calidad**

Apoyar con la comercialización a las organizaciones productoras articuladas con Camari para que se inserten en el desarrollo local con su producción y oferta de productos que aseguren la calidad de acuerdo a la demanda del mercado.

Alcanzar la sostenibilidad y rentabilidad de CAMARI permitiendo actuar competitivamente en el mercado nacional e internacional.

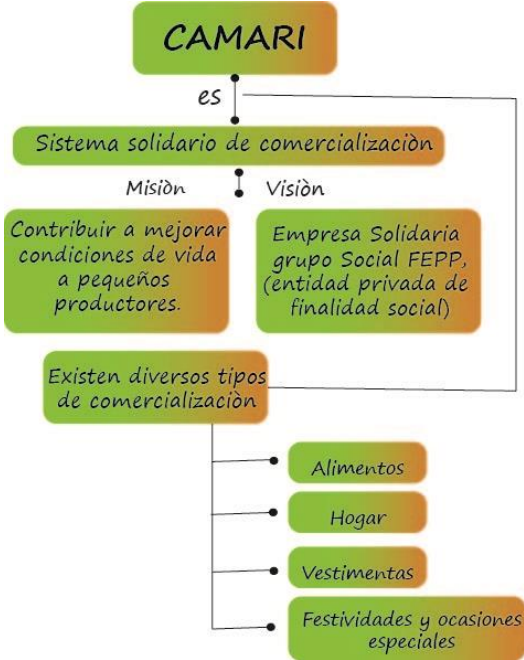
Establecer alianzas comerciales con organizaciones e instituciones afines del mercado nacional e internacional para asegurar la demanda de productos campesinos

Garantizar la sostenibilidad y el crecimiento del Sistema Nacional de Comercialización,

fortaleciendo la estructura institucional de Camari, articulada con el GSFPEPP, con talento humano proactivo e identificado con los valores institucionales.

A continuación se indicará por medio de un gráfico 29 presente un resumen de Camari.

**Gráfico: 29:** Organizador gráfico de Camari



Autor: Gabriela Camacho  
Fuente: Verónica Rosero. Asistente de Conversación de Camari

**2.1. Macroambiente**

Es probable que los diseños aplicados sobre bolsas ecológicas no sean visualmente atractivos por lo que el consumidor se ha visto desmotivado en su uso. Enseguida se presentan algunos ejemplares de bolsas ecológicas de los principales supermercados de la ciudad de Quito.

**Gráfico: 30:** Modelo Bolsa Ecológica Supermercado Tía



Autor: Gabriela Camacho J.  
Fuente: Foto tomada por la autor

**Tabla 7:** Información de bolsa ecológica Supermercado Tía

<b>Información Técnica de la Bolsa Ecológica del Supermercado Tía</b>	
<b>DATOS:</b>	<b>DESCRIPCIÓN:</b>
Tamaño:	56cm x 49cm
Color:	Fondo blanco entero
Tipo de material:	100% Polipropileno
Parte interna:	Sin forro
Características:	Bolsa ecológica /Es incoloro /Muy ligera / Su material es muy duro / Resistente a los agentes químicos/ Asas o agarraderas son biodegradables
Elementos gráficos (Denotación):	Diseño visual: edificios, hojas sueltas Gama de colores en la imagen: fucsia (un solo color) Mensaje textual: No aplica
Connotación:	Vida
Costo:	1,59 USD por unidad
Fabricado por:	Noperti Cía. Ltda.
Hecho en:	Guayaquil



**Gráfico: 31:** Modelo bolsa ecológica Supermercado Mi Comisariato.



Autor: Gabriela Camacho J.  
Fuente: Foto tomada por la autora.

**Tabla 8:** Información de bolsa ecológica Supermercado Mi Comisariato

<b>Información Técnica de la Bolsa Ecológica de Mi Comisariato</b>	
<b>DATOS:</b>	<b>DESCRIPCIÓN:</b>
Tamaño:	20cm x 33cm
Color:	Fondo verde claro entero
Tipo de material:	100% Polipropileno
Parte Interna:	Sin forro
Costo:	0,99 USD por unidad
Características: (Denotación):	Bolsa ecológica /Es incoloro /Muy ligera / Su material es muy duro / Resistente a los agentes químicos/ sus asas son biodegradables.
Importado por:	Corporación el Rosado S.A.
Hecho en :	China
Diseño:	Diseño visual: ramas con hojas y el logo de supermercado. Gama de colores en la imagen: blanco, rojo, negro Mensaje visual: No aplica Mensaje textual: Juntos con amor cuidemos al Ecuador. Bolso reutilizable, por un Ecuador Ecológico.

**Gráfico 32:** Modelo bolsa ecológica Supermercado Aki.



Autor: Gabriela Camacho J.  
Fuente: Foto tomada por la autora.

**Tabla 9:** Información de bolsa ecológica Supermercado Aki

<b>Información Técnica de la Bolsa Ecológica del Supermercado Aki</b>	
<b>DATOS:</b>	<b>DESCRIPCIÓN:</b>
Tamaño:	44cm x 42cm
Color:	Fondo blanco entero
Tipo de material:	100% Polipropileno
Parte Interna:	Sin forro
Costo:	0,39 USD por unidad
Características: (Denotación):	Bolsa ecológica /Es incoloro /Muy ligera / Su material es muy duro / Resistente a los agentes químicos/ sus asas son biodegradables.
Importado por:	Flexiplast S.A.
Hecho en :	Quito
Diseño:	Diseño visual: Logo supermercado Aki Gama de colores en la imagen: rojo, amarillo, negro Mensaje visual: carrito de hacer las compras Mensaje textual: ¡Ahorra más y vive mejor!

**Tabla 10:** Información de la fábrica Flexiplast bolsas ecológicas

<b>Información Técnica de la Bolsa Ecológica del La Fábrica Flexiplast S.A</b>	
<b>DATOS:</b>	<b>DESCRIPCIÓN:</b>
Cantidad máxima a producir	Infinito
Cantidad mínima a producir	3000
Tamaños de fundas:	450x430
Tipo de material:	100% Polipropileno
Tipo de impresión:	Normal
Número máximo de colores	4 colores
Color de agarraderas	Blanco o rojo
Incluyen diseño	Si y al mismo costo
Costo	\$ 0.28
Tiempo en entregar las bolsas	2 días
Hecho en:	Quito

**Tabla 11:** Información de la fábrica Noperti bolsas ecológicas

<b>Información Técnica de la Bolsa Ecológica del La Fábrica Noperti Cía. Ltda.</b>	
<b>DATOS:</b>	<b>DESCRIPCIÓN:</b>
Cantidad máxima a producir	infinitas
Cantidad mínima a producir	50
Tamaños de fundas	Grande (44x44x13)
Tipo de material:	100% Polipropileno
Tipo de impresión:	Normal colores llanos
Número máximo de colores a imprimir / costo	14 colores
Costo unitario	\$ 0.69
Tiempo en entregar las bolsas	15 días después de hacer el pedido
Hecho en:	Guayaquil

**Tabla 12:** Información de la fábrica Salamandraecu bolsas ecológicas

<b>Información Técnica de la Bolsa Ecológica del La Fábrica Salamandraecu</b>	
<b>DATOS:</b>	<b>DESCRIPCIÓN:</b>
Cantidad máxima a producir	infinito
Cantidad mínima a producir	200
Tamaños de fundas	Medianas y Grandes
Tipo de material:	100% Polipropileno
Número máximo de colores a imprimir	6 colores
Costo	\$ 0.50
Tiempo en entregar las bolsas	30 días
Hecho en:	Quito

## **2.2. Microambiente**

Se realiza el estudio de las necesidades y de la problemática del proyecto, aplicando encuestas y entrevistas o los mecanismos que fueren necesarios en la recopilación de datos, virtud del grupo objetivo con el que se está trabajando, todo este insumo de información se procede a tabular e interpretar los datos, para establecer un análisis en el que se definirá la estrategia a manejar en la propuesta, como solución a la problemática.

### **2.2.1. Diseño de instrumentos para recolección de datos**

### **2.2.2. Guía de encuesta aplicada a consumidores (microambientes)**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**

OBJETIVO.- Se aplicará a los consumidores de Camari para analizar la intención de uso de bolsas ecológicas e identificar insights que permitan proponer conceptos visuales para la implementación de diseños sobre bolsas ecológicas en función de un beneficio social.



SALUDO: Buenos días, mi nombre es Gabriela Tatiana Camacho Jiménez, estudiante de la facultad de Comunicación, Artes y Humanidades, de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, me encuentro realizando mi tesis, la presente encuesta pretende obtener información que me permita continuar con la realización de conceptos visuales que aplicados a fundas ecológicas motiven su uso para disminuir la contaminación en el Distrito Metropolitano de Quito.

Agradezco el tiempo que dedique a esta encuesta y le aseguro que la información proporcionada tiene fines académicos estrictamente.

**A. DATOS GENERALES:**

Edad:

20 a 30 años ( )

31 a 40 años ( )

41 a 50 años ( )

**B. DATOS ESPECÍFICOS:**

**1. ¿Con qué frecuencia realiza compras en el supermercado en un mes?**

1 – 2 veces por mes ( )

3- 4 veces por mes ( )

+ de 5 veces por mes ( )

Nunca ( )

**2. ¿Qué tipo de bolsas utiliza con mayor frecuencia?**

Bolsa plástica ( ) - *si respondió esta opción pase a la pregunta 3*

Bolsa ecológica ( ) - *si respondió esta opción pase a la pregunta 5*

**3. ¿Estime cuántas fundas plásticas utiliza en el supermercado por cada compra?**

---

**4. ¿Reutiliza las fundas que trae del supermercado?**

Si (si dice si ¿cómo?) \_\_\_\_\_

No (si dice no ¿por qué?) \_\_\_\_\_

**5. ¿En casa qué miembro de la familia habla más sobre temas de ecología y reciclaje?**

Mamá ( )

Papá ( )

Hijos ( )

Otros: quién(es) \_\_\_\_\_

**6. ¿Cuándo viene de compras a Camari, generalmente se encuentra?**

Solo (a) \_\_\_\_\_

Acompañado (con quién o quiénes) \_\_\_\_\_

**7. ¿Estaría dispuesto a utilizar en el supermercado bolsas ecológicas con diseños atractivos?**

SI ( ) Porque \_\_\_\_\_

NO ( ) Porque \_\_\_\_\_

**8. ¿De la siguiente lista, señale con una (x) y elija máximo tres temáticas que le interesarían se apliquen en los diseños?**

LISTA DE TEMÁTICAS	SI	NO
Frases cortas sobre la ecología y reciclaje.		
Ilustraciones sobre la naturaleza, acompañado de un eslogan ecológico o logo.		
Modelos ilustrados / fotografías / caricaturas con personajes de variedad de músicos como: el rock, el punk, románticos, reguetón, música del recuerdo y dibujos animados.		
Tips de reciclar y como reutilizar desde tu casa (botellas, papel, cartón etc.)		
Ilustraciones sobre diferentes animales, en diferentes ángulos; acompañado de un eslogan ecológico o logo.		
<b>Indique si tiene alguna sugerencia que no se encuentre en el listado sobre la temática de su interés:</b> _____ _____		

**9. ¿Qué colores le agradarían para fundas ecológicas?**

Colores claros ( )

Colores oscuros ( )

Color crudo ( )

**10. ¿Cuál es el precio que ha pagado por bolsas ecológicas en ocasiones anteriores?**

Menos de \$1,00 ( )

\$1,00 a \$2,00 ( )

\$3,00 a \$4,00 ( )

Canje por productos o promociones ( )

**11. ¿Ha visto bolsas ecológicas que le hayan gustado?**

SI ( ) continúe con la pregunta 12

No ( ) si dijo no pase a la pregunta 13

**12. ¿Describa brevemente el diseño y los colores?**

---

---

---

---

**13. ¿Qué considera que les falta a las bolsas ecológicas que ha visto en Quito?**

Diseño: (atractivo imágenes, texto, colores) ( )

Calidad: (durabilidad de los materiales) ( )

Tamaño: (que sea de tamaño grande) ( )

(que sea de tamaño mediano) ( )

(que sea de tamaño pequeño) ( )

Otros: ( ) comente su respuesta \_\_\_\_\_

---

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### 2.2.3. Guía de entrevista aplicada a Camari, (Microambiente/empresas)

#### UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

#### FACULTAD DE COMUNICACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

#### CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO



**OBJETIVO:-** Facilitará al proyecto la información de Camari, sobre este posible cambio. Entrevistas dirigidas a empresarios que hayan adoptado el cambio o provean al cliente de bolsas ecológicas.

**SALUDO:** Buenos días, mi nombre es Gabriela Tatiana Camacho Jiménez, estudiante de la facultad de Comunicación, Artes y Humanidades, de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, me encuentro realizando mi tesis, la presente encuesta pretende obtener información que me permita continuar con la propuesta de realizar conceptos visuales que aplicados a fundas ecológicas motiven su uso para disminuir la contaminación en el Distrito Metropolitano de Quito.

Agradezco el tiempo que dedique a esta encuesta y le aseguro que la información proporcionada tiene fines académicos estrictamente

#### **DATOS GENERALES:**

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo que desempeña: \_\_\_\_\_

#### **B. DATOS ESPECÍFICOS:**

**1. ¿Qué opina acerca la contaminación ambiental que genera exclusivamente por la utilización de bolsas plásticas?**

\_\_\_\_\_

**2. ¿Por qué sería importante que las empresas comercializadoras de productos se involucren activamente en el tema ecológico para mejorar el medio ambiente?**

**3. ¿En qué forma se han implementado temas ecológicos en la empresa que preside?**

\_\_\_\_\_

**4. ¿Ha considerado implementar bolsas ecológicas en Camari?**

\_\_\_\_\_

**5. ¿Por qué no las ha implementado...?**

\_\_\_\_\_

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**2.2.4. Guía de entrevista aplicada a empresarios que hayan implementado bolsas ecológicas (Macro ambiente/empresas)**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES**

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**



**OBJETIVO:** Facilitar al proyecto la información de Camari, sobre este posible cambio. **SALUDO:** Buenos días, mi nombre es Gabriela Tatiana Camacho Jiménez, estudiante de la facultad de Comunicación, Artes y Humanidades, de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, me encuentro realizando mi tesis, la presente encuesta pretende obtener información que me permita continuar con la propuesta de realizar conceptos visuales que aplicados a fundas ecológicas motiven su uso para disminuir la contaminación en el Distrito Metropolitano de Quito.

**DATOS GENERALES:**

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo que desempeña: \_\_\_\_\_

**DATOS ESPECÍFICOS:**

**1. ¿Por qué cree usted que los compradores prefieren bolsas plásticas por en vez de las bolsas ecológicas?**

\_\_\_\_\_

**2. ¿Qué motivó a su empresa a implementar bolsas ecológicas?**

\_\_\_\_\_

**3. ¿Cómo han sido los resultados desde la primera implementación? ¿Por qué?**

\_\_\_\_\_

**4. ¿Por qué escogió el material del cual realiza las bolsas ecológicas comercializadas en su empresa?**

\_\_\_\_\_

**5. ¿Cree que la demanda de bolsas ecológicas aumentaría si tuvieran diseños coloridos y llamativos para el público?**

\_\_\_\_\_

**6. ¿Cada que tiempo ha variado el diseño de las bolsas ecológicas?**

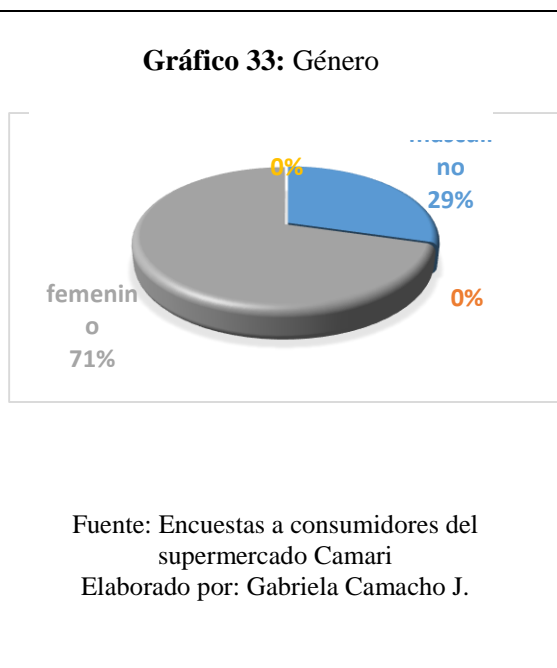
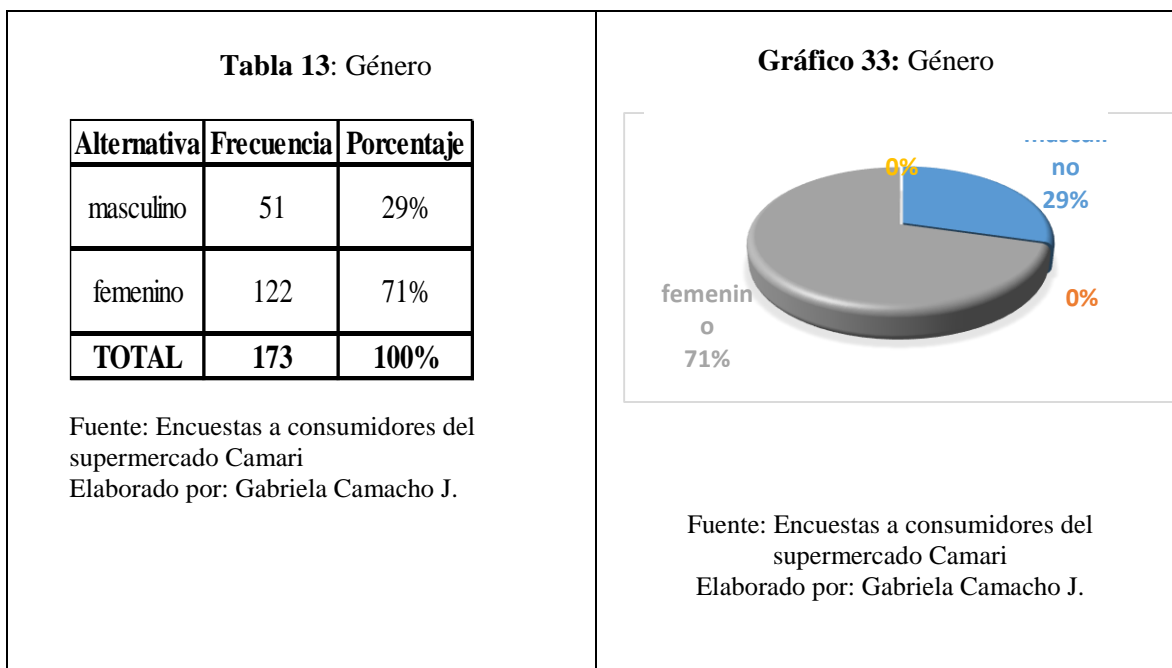
\_\_\_\_\_

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## 2.2.5. Procesamiento de resultados de las encuestas aplicadas a los consumidores

### DATOS GENERALES:

#### 1. ¿Género al que pertenece?



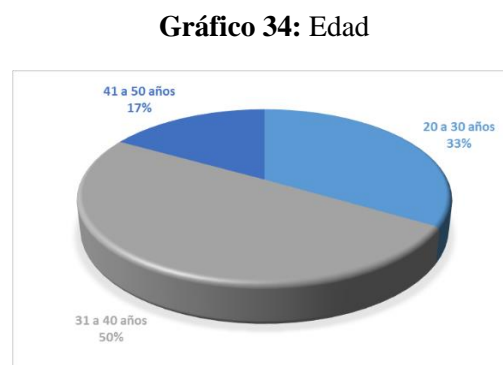
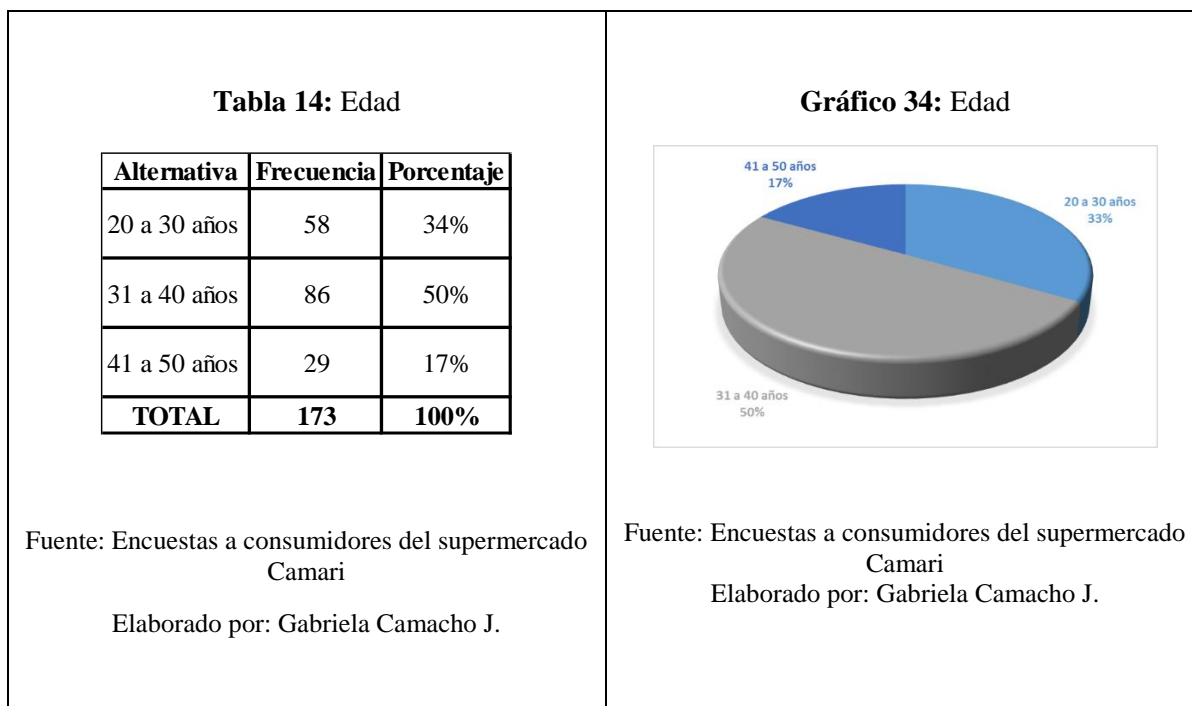
### Lectura de resultados

El 71% de los encuestados son de género femenino, mientras que el 29% son de género masculino.

### Interpretación

Según el gráfico observado el 71% son las mujeres quien realiza las compras del hogar y la toma de decisión sobre cuál producto llevar y cual no.

2. ¿Dentro del siguiente rango que edad pertenece?:



Lectura de resultados

El 50% de los encuestados tienen una edad aproximada de 31 a 40 años, el 33% de los encuestados indican en cambio que tienen una edad de 20 a 30 años, el 17% de los consumidores tienen una edad de 41 a 50 años.

Interpretación

Se observa en el gráfico número 34 las personas que con más frecuencia visitan el supermercado Camari son aquellas mayores de 31 a 40 años. Personas económicamente activas, con posible carga familiar.

## DATOS ESPECÍFICOS:

1.: ¿Con qué frecuencia realiza compras en el supermercado en un mes?

**Tabla 15:** Frecuencia de compras

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1-2 veces por mes	115	66%
3-4 veces por mes	58	34%
mas de 5 veces por mes	0	0%
nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

**Gráfico: 35:** Frecuencia de compras



Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

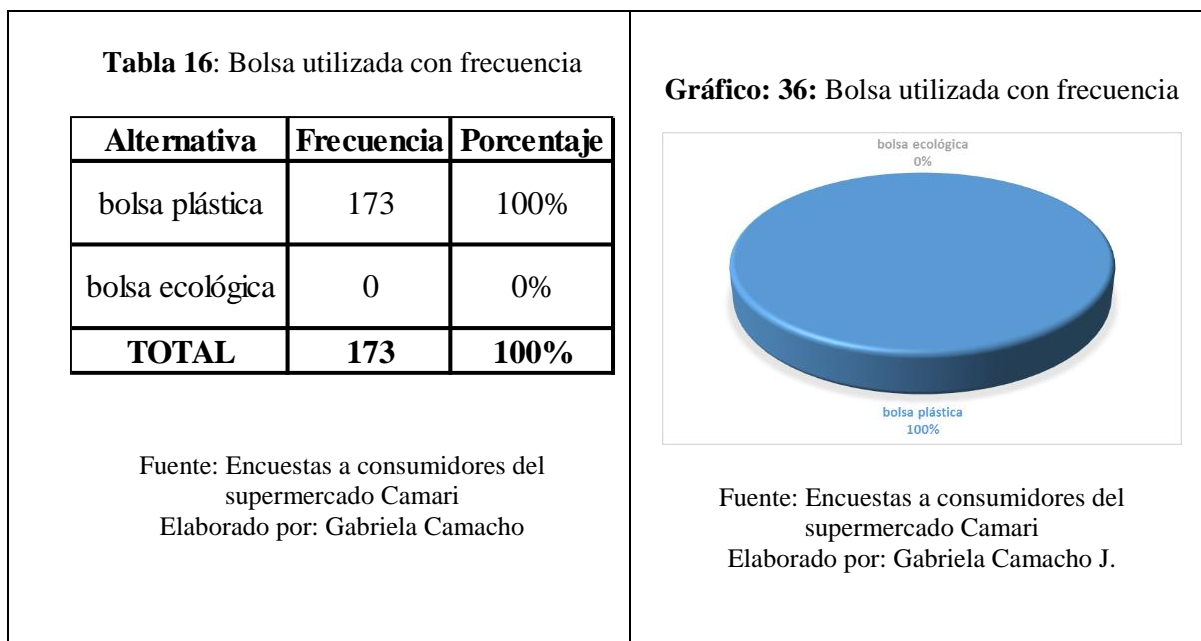
### Lectura de resultados

El mayor porcentaje equivale a un 66% de los encuestados indican que realizan compras al supermercado de 1 a 2 veces por mes, mientras que el otro restante lo que corresponde al 34% realizan compras al supermercado de 3 a 4 veces por mes.

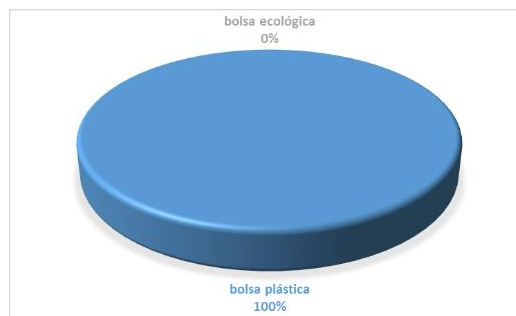
### Interpretación

El gráfico número 35 muestra que la mayor parte de las personas encuestadas que realizan compras con frecuencia al supermercado es de 1 a 2 veces por mes; implicando por lo tanto que hacen compras en grandes cantidades, lo cual evita ir a cada rato al supermercado, mientras tanto el restante de personas visita al supermercado entre 3 a 4 veces por mes indicando que hacen las compras conforme a la semana.

### 3. ¿Qué tipo de bolsas utiliza con mayor frecuencia?



**Gráfico: 36:** Bolsa utilizada con frecuencia



Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

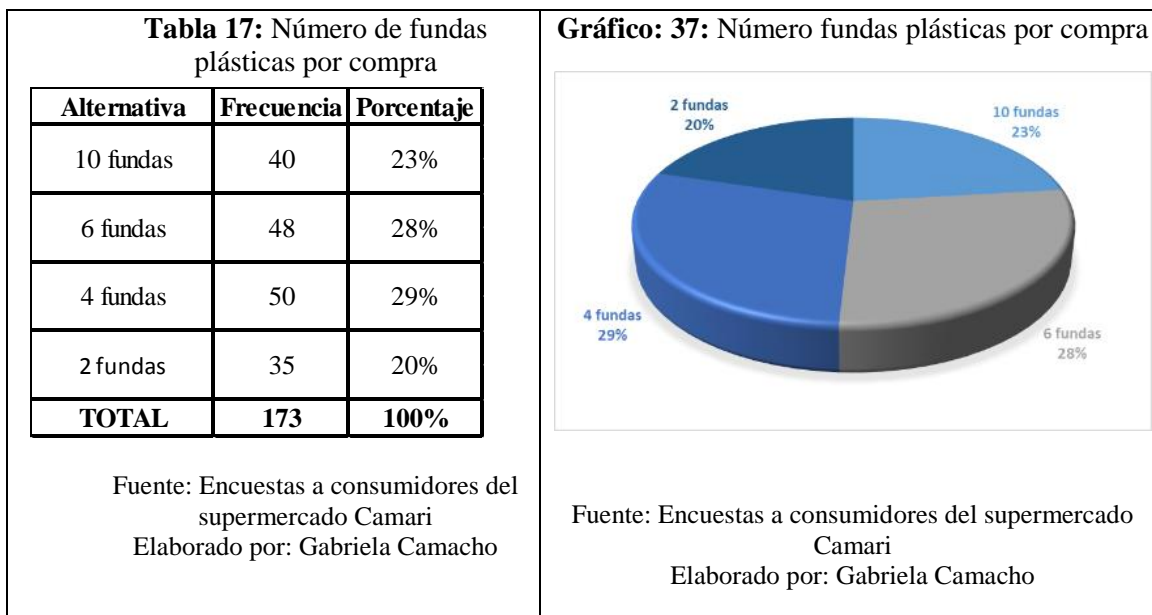
#### Lectura de resultados

En su totalidad de los encuestados del supermercado Camari indican que el 100% utilizan con frecuencia el tipo de bolsa plástica.

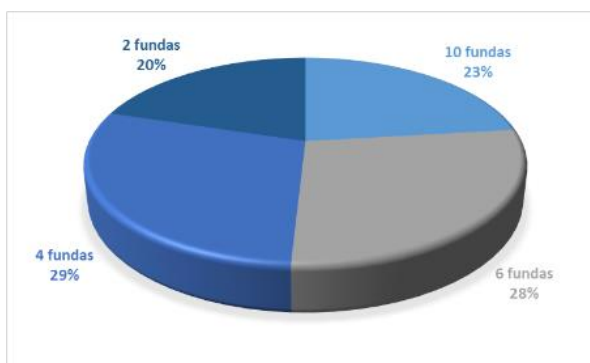
#### Interpretación

Todos los encuestados sin excepción alguna responden que utilizan la bolsa plástica debido a que la mayor parte de los supermercados acostumbran darlas gratis a sus clientes por lo tanto no existe cultura de utilizar bolsas ecológicas.

4. ¿Estime cuántas fundas plásticas utiliza en el supermercado por cada compra?



**Gráfico: 37: Número fundas plásticas por compra**



Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho

Lectura de resultados

El 29% los encuestados menciona que utilizan 4 fundas plásticas, el 28% 6 fundas, el 23% 10 fundas y el 20% 2 fundas.

Interpretación

En el gráfico número 37 se observa que la mayor parte de encuestados que visitan el supermercado utilizan como número promedio 4 fundas plásticas, lo que se vuelve un problema ambiental al momento de calcular, si la persona compraría 2 veces al mes y utilizaría 4 fundas por cada compra, como resultado anualmente se utilizaría 96 fundas, indicando que no existe una verdadera toma de conciencia tanto en los consumidores como en los ofertantes.

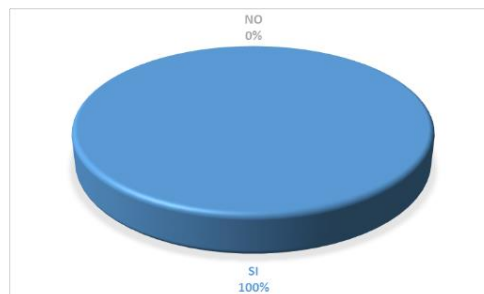
5. ¿Reutiliza las fundas que trae del supermercado?

**Tabla 18:** Reutiliza fundas del supermercado

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	173	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

**Gráfico: 38:** Reutiliza fundas del supermercado



Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

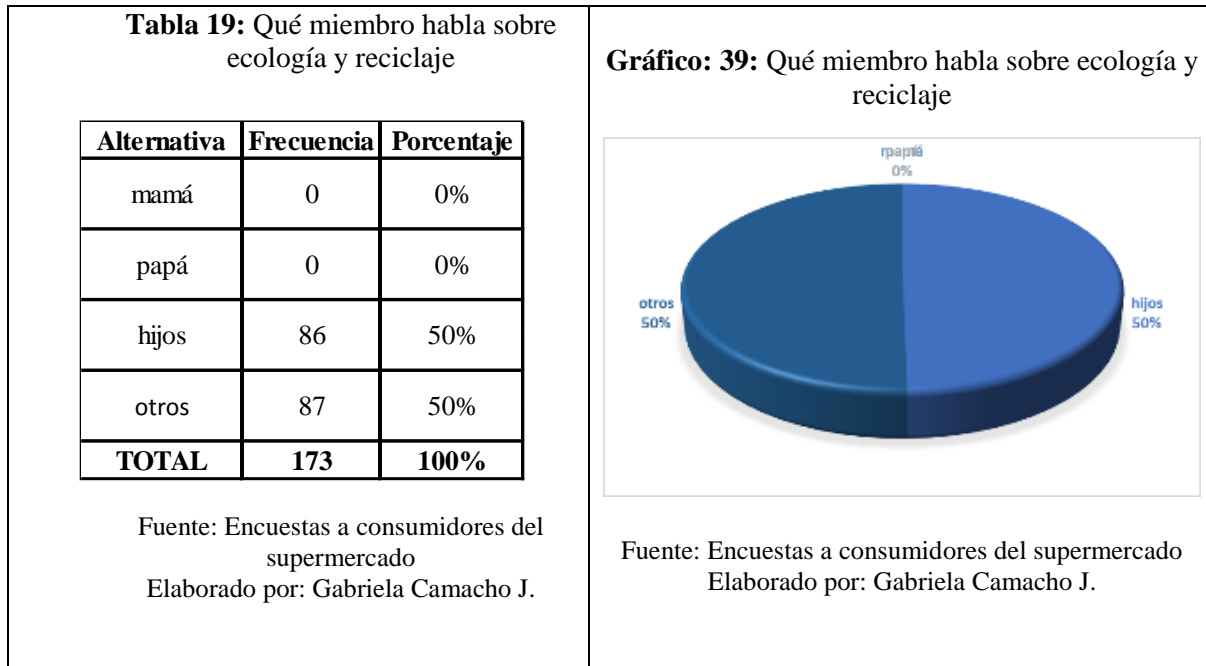
Lectura de resultados

El 100% de los encuestados contestaron que SI reutilizan las fundas que traen del supermercado. ¿Cómo? Las utilizan para guardar los desechos de la cocina y todo tipo de basura.

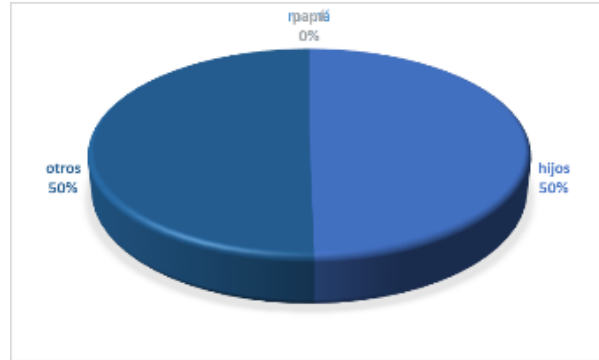
Interpretación

En el gráfico número 38 indica que el 100% de los encuestados reutiliza las fundas plásticas pero en la práctica no aporta de ninguna manera a la conservación del medio ambiente, ya que las fundas que no son biodegradables van a parar finalmente en la misma naturaleza.

6. ¿En casa qué miembro de la familia habla más sobre temas de ecología y reciclaje?



**Gráfico: 39:** Qué miembro habla sobre ecología y reciclaje



Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

Lectura de resultados

El 50% de los encuestados (otros) comentan que hablan más acerca del tema la ecología y reciclaje mencionando como a sus: parejas, amigos, mientras que el 50% restante indican que sus hijos son las personas que hablan más sobre el tema la ecología.

Interpretación

El gráfico 39 muestra un resultado equitativo. Los hijos, debido a que actualmente existen centros educativos que tratan de incentivar, educar y motivar sobre el tema la ecología, y familia, amigos, parejas, porque por medio de la publicidad existente boca a boca, por radio, tv, redes sociales.

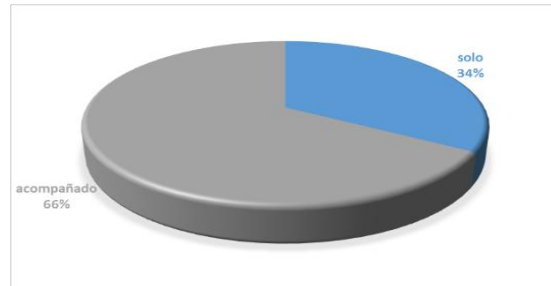


7. ¿Cuándo viene de compras a Camari, generalmente se encuentra?

<b>Tabla 20:</b> Cuándo va a Camari, con quién se encuentra		
<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
solo	58	34%
acompañado	115	66%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho

**Gráfico: 40:** Cuándo va a Camari, con quién se encuentra



Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

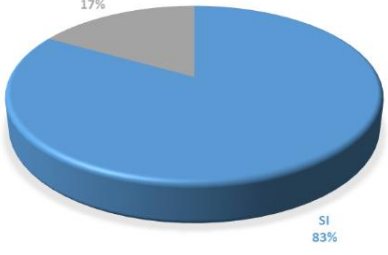
Lectura de resultados

Frecuentemente los personas encuestadas van de compras al supermercado Camari, generalmente se encuentra acompañado de familia y amigos dando un 66%, mientras que el 34% restante va hacer compras solos.

Interpretación

En el gráfico número 40 se observa que los encuestados van usualmente acompañados de familiares, amigos, y parejas al supermercado de allí que los temas elegidos para seleccionar los componentes gráficos pueden amplificarse a otros intereses preferidos por los acompañantes.

8. ¿Estaría dispuesto a utilizar en el supermercado bolsas ecológicas con diseños atractivos?

<b>Tabla 21:</b> Utilizaría bolsas ecológicas con diseños atractivos			<b>Gráfico 41:</b> Utilizaría bolsas ecológicas con diseños atractivos
<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	
SI	144	83%	
NO	29	17%	
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>	
Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari Elaborado por: Gabriela Camacho J.			Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari Elaborado por: Gabriela Camacho J.

### Lectura de resultados

El 83% de los encuestados manifestaron que SI están dispuestos a utilizar bolsas ecológicas con diseños atractivos; mientras que el 17% no les interesa, ni les llama la atención.

### Interpretación

En el gráfico número 41 la predisposición de utilizar bolsas ecológicas con diseños atractivos para cuidar el medio ambiente evitando que exista más contaminación; mientras que el 17% está en desacuerdo debido a su precio sin importar si es bajo o alto, argumentan que de ser gratuitas las utilizarían caso contrario, NO.

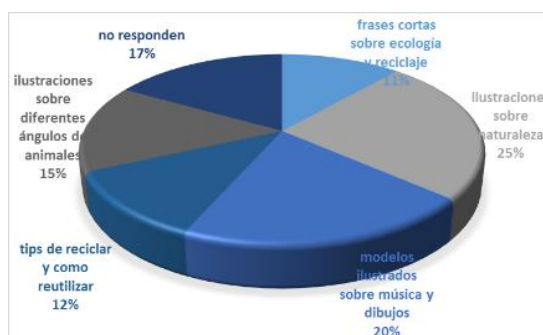
9. ¿De la siguiente lista, señale con una (x) y elija máximo tres temáticas que le interesarían se apliquen en los diseños?

**Tabla 22:** Temáticas que le interesarían que se aplique a los diseños

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
frases cortas sobre ecología y reciclaje	20	12%
ilustraciones sobre naturaleza	43	25%
modelos ilustrados sobre música y dibujos	35	20%
tips de reciclar y como reutilizar	20	12%
ilustraciones sobre diferentes ángulos de animales	26	15%
no responden	29	17%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J

**Gráfico 42:** Temáticas que le interesarían que se aplique a los diseños



Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

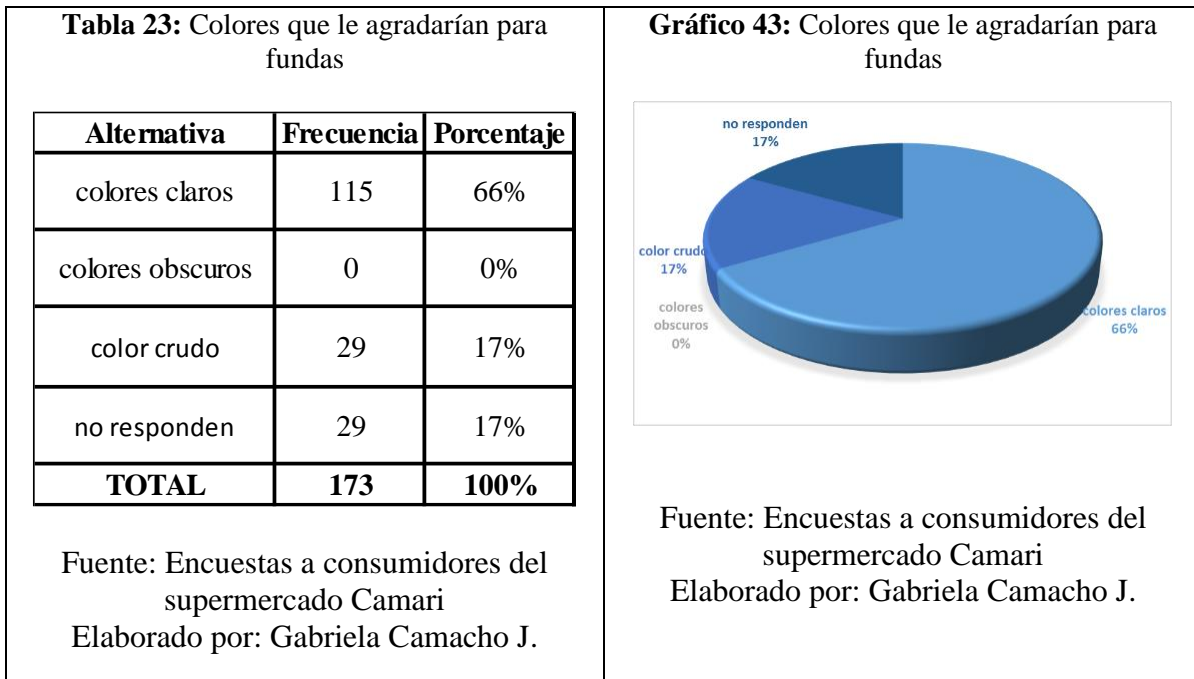
### Lectura de resultados

Las diferentes temáticas propuestas para los encuestados que les interesarían con mayor puntaje son las ilustraciones sobre la naturaleza dando el 25%, mientras que el menor puntaje con el 11% es frases cortas sobre la ecología y reciclaje.

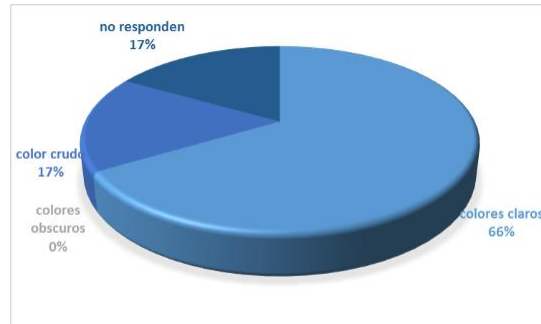
### Interpretación

En el gráfico número 42 se observa que la mayor cantidad de personas están de acuerdo con la temática establecida, entre la que más sobresale es acerca de las: ilustraciones sobre naturaleza, porque son modelos llamativos y a la vez tiene referencia acerca del medio ambiente y enfatizar un concepto más claro sobre la ecología.

10. ¿Qué colores le agradarían para fundas ecológicas?



**Gráfico 43:** Colores que le agradarían para fundas



Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

Lectura de resultados

El 66% manifiestan que los tonos claros les agradan más para las fundas ecológicas; el 17% manifiestan gustarles el color crudo, el 17% no responden, y el 0% no les llama la atención para anda los colores oscuros.

Interpretación:

En el gráfico número 43 indica que el mayor número de encuestados prefieren los tonos claros para las fundas ecológicas, porque les gusta como lucen, les llama la atención al momento de comprar.

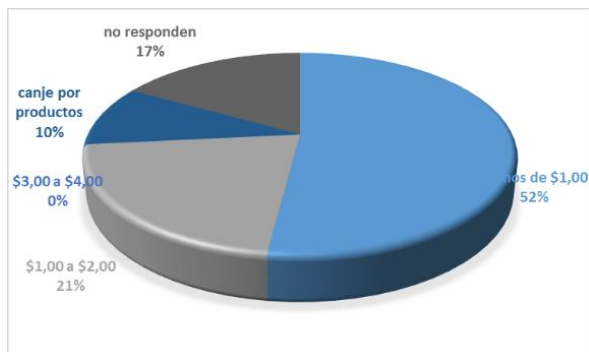
10. ¿Cuál es el precio que ha pagado por bolsas ecológicas en ocasiones anteriores?

**Tabla 24:** El precio que ha pagado por bolsas ecológicas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
menos de \$1,00	90	52%
\$1,00 a \$2,00	37	21%
\$3,00 a \$4,00	0	0%
canje por productos	17	10%
no responden	29	17%
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

**Gráfico 44:** El precio que ha pagado por bolsas ecológicas



Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

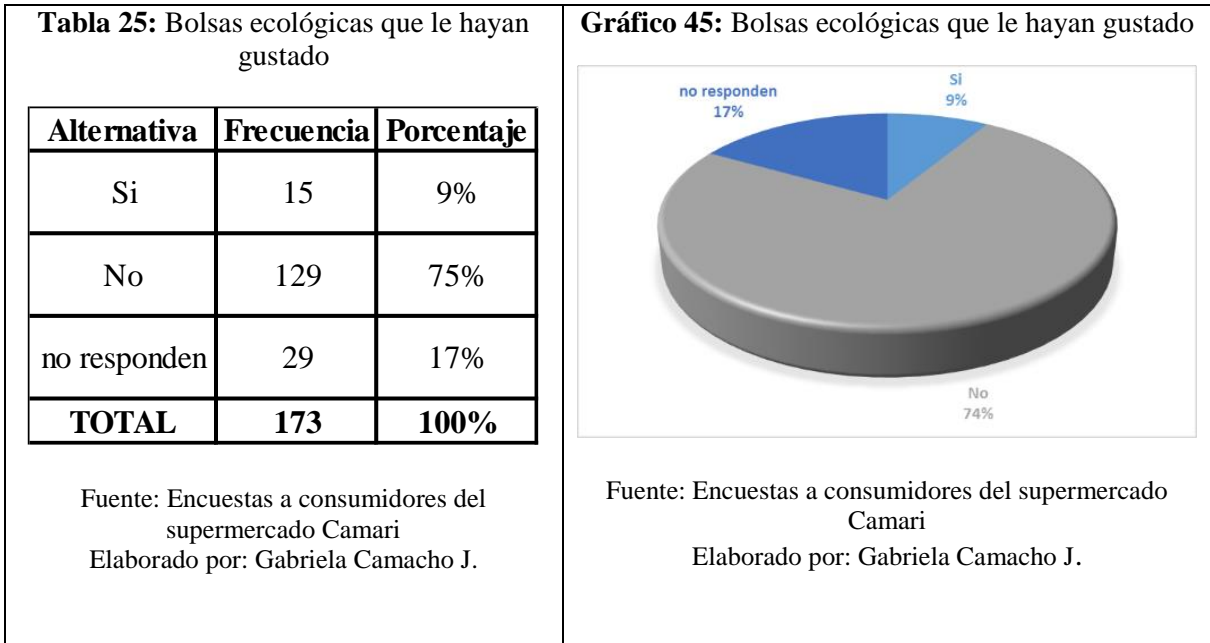
### Lectura de resultados

El 52% han pagado en bolsas ecológicas menos de \$1,00, el 21% han pagado de \$1,00 a \$2,00, el 17% no responden; el 10% por medio de canje por productos y el 0% de \$3,00 a \$4,00.

### Interpretación:

La mayor parte de encuestados han pagado y están de acuerdo en pagar menos de \$1,00 lo que significa el nivel de economía de cada persona tiene para adquirir bolsas ecológicas.

11. ¿Ha visto bolsas ecológicas que le hayan gustado?



Lectura de resultados

El 74% de los encuestados manifiestan que NO les gusta las bolsas ecológicas que han visto; el 9% SI les gusta las bolsas ecológicas que han visto. El 17% no responden.

Interpretación:

La mayor parte de encuestados NO les gusta las bolsas ecológicas que han visto, argumentando ser modelos nada agraciados con respecto en diseños y los colores que poseen las mismas al momento de combinar y se vea bien.

12¿Describe brevemente el diseño y los colores?

<b>Tabla 26:</b> Describa el diseño y colores			<b>Gráfico 46:</b> Describa el diseño y colores		
<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>			
diseño	8	5%			
colores	7	4%			
no responden	158	91%			
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>			
Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari Elaborado por: Gabriela Camacho J			Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari Elaborado por: Gabriela Camacho J.		

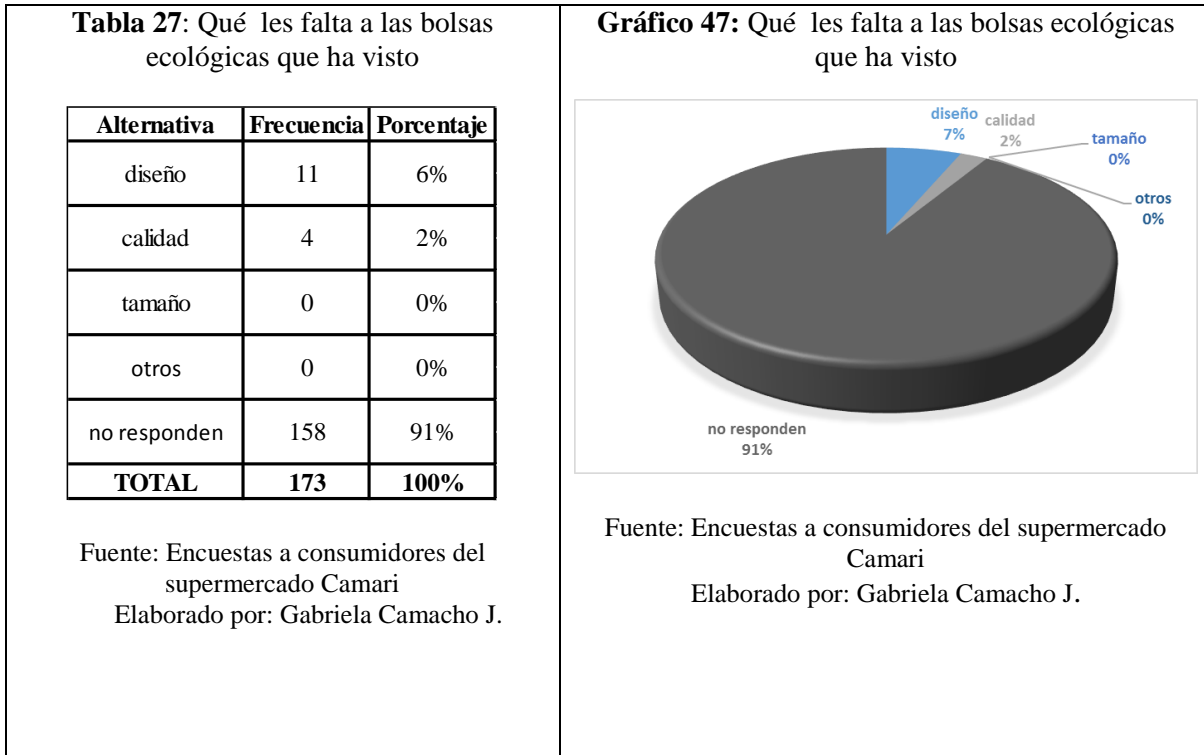
Lectura de resultados

Los encuestados respondieron que el 7% sus colores, mientras que el 8% responden con diseño, y el 158 % no responde.

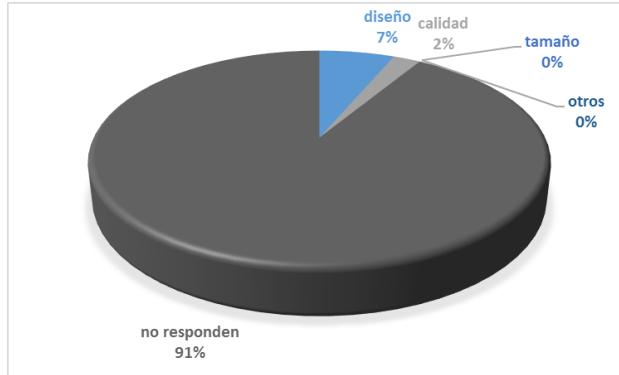
Interpretación:

Los encuestados comentaron que el diseño y los colores es lo que no les gustaban de las bolsas ecológicas que han visto en Quito, porque les parece modelos feos e insípidos.

12. ¿Qué considera que les falta a las bolsas ecológicas que ha visto en Quito?



**Gráfico 47:** Qué les falta a las bolsas ecológicas que ha visto



Fuente: Encuestas a consumidores del supermercado Camari  
Elaborado por: Gabriela Camacho J.

Lectura de resultados

El 11% de los encuestados comentan que les falta a las bolsas ecológicas de Quito, cambiar sus diseños, que sean más atractivos, llamativos y diversidad de colores; el 2% manifiestan calidad de tal forma que perduren mucho tiempo; el 91% no responden.

Interpretación:

En el gráfico número 47 se puede indicar que la mayor parte de encuestados considera que les falta a las bolsas de Quito: El diseño debido a que son modelos muy corrientes y nada llamativos, y calidad también porque carecen de conocimientos que tan resistentes pueden ser estas bolsas ecológicas.



### **2.3.5. Procesamiento de resultados de las entrevistas aplicadas a Camari**

Las entrevistas fueron aplicadas a dos funcionarias del supermercado Camari: Verónica Rosero, Asistente de Coordinación y Recursos Humanos; y Ximena Freire, Responsable del punto de venta.

#### **1. ¿Qué opina acerca la contaminación ambiental generada exclusivamente por la utilización de bolsas plásticas?**

Verónica Rosero, respondió que la contaminación causada por bolsas plásticas es muy fuerte, y asume que este hecho se debe a que mucha gente las ha preferido “por su costo bajo o su accesibilidad, pero nos hemos olvidado el daño que puede estar causando al planeta”; mientras que Ximena Freire manifestó que la empresa está intentando motivar a “que la gente compre bolsas o traiga sus bolsas para llevar sus compras”

#### **2. ¿Por qué sería importante que las empresas comercializadoras de productos se involucren activamente en el tema ecológico para mejorar el medio ambiente?**

Verónica Rosero manifiesta que es importante que las empresas se involucren con el tema ecológico “debido a que las empresas comercializadoras, son las que tal vez más utilizan este tipo de fundas o productos, entonces si activamente como empresas no se concientizan de esto y lo trabajan como una nueva opción para que no haga daño al planeta creo que el impacto sería menor”, mientras que la entrevistada Ximena Freire señala que “las empresas de inmiscuirse en el tema ecológico porque las fundas plásticas contaminan el medio ambiente y se demora mucha en degradarse”

### **3. ¿En qué forma se han implementado temas ecológicos en la empresa que preside?**

Verónica Rosero indicó que se han implementado algunos temas ecológicos en el supermercado Camari por ejemplo: “Tratar que las personas que trabajan utilicen en lo menos posible en productos que puedan afectar al medio ambiente, puede ser en pesticida en el caso de afectar los productos agrícolas o de algún químico que pueda dañar a la tierra o a las personas en sí. Eso en una parte del comercio justo, por otro lado, en cambio se encuentra la parte artesanal en la cual tratan que los productores puedan trabajar con material reciclable como la elaboración de agendas a base de papel reciclado, bombillos, cestos y demás” )

### **4. ¿Ha considerado implementar bolsas ecológicas en Camari?**

En cuanto a lo que se refiere en considerar implementar bolsas ecológicas al supermercado Camari Verónica Rosero afirmó que: “Si han tenido bolsas ecológicas, hace unos 3 años atrás, las bolsas ecológicas fueron obsequiadas por lo que fueron bien recibidas por sus consumidores; sin embargo actualmente no las han producido, debido a costos y cambios en el diseño.”

### **5. ¿Por qué no las ha implementado?**

Desde el punto de vista de Verónica Rosero manifiesta la razón del porque no han implementado las bolsas ecológicas es porque “se encuentran bajos de producción, pero sin embargo si quieren implementar y llevar a cabo lo que es las bolsas ecológicas más o menos en el lapso del segundo semestre del año.”

### **2.3.6. Procesamiento de resultados de las entrevistas aplicadas a empresarios que hayan implementado bolsas ecológicas**

En cuanto al procesamiento de resultados se procedió a entrevistar a cuatro personas de distintos lugares donde trabajan en diferentes supermercados de la ciudad de Quito, en la cual se da la implementación de bolsas ecológicas, como son:

- Supermercado Santa María: al Ing. Carlos Toledo con el cargo de Gerente dos.
- Supermercado Mi Comisariato: a la Sra. Blanca Morocho con el cargo de Supervisora de cajas.
- Supermercado Aki: Cristian Valero con el cargo de Subjefe del almacén.
- Supermercado Tía: María Piedad con el cargo de Administradora.

A continuación se presentara una breve información de varias opiniones. En la que enseguida se hará conocer:

#### **1. ¿Por qué cree usted que los compradores prefieren bolsas plásticas en vez de las bolsas ecológicas?**

Todos los entrevistadores llegaron a una misma respuesta de que los compradores prefieren bolsas plásticas en vez de las bolsas ecológicas por “COSTUMBRE de años de utilizar las bolsas plásticas”

#### **2. ¿Qué motivó a su empresa a implementar bolsas ecológicas?**

De las cuatro personas entrevistadas, tres personas respondieron que es lo que les motivo a la empresa a implementar bolsas ecológicas fue: “El ministerio del medio Ambiente, mediante invitaciones por campañas ya sea como en: redes sociales, cuñas, mensajes

comunicacionales, videos, fichas y demás para que formen parte de la ecología”, mientras que solo uno indicó que lo que les motivo a la empresa a implementar las bolsas fue “El Municipio mediante una notificación” (Carlos Toledo)

### **3. ¿Cómo han sido los resultados desde la primera implementación? y ¿Por qué?**

De las cuatro personas entrevistadas, dos personas respondieron con una respuesta afirmativa de acuerdo como les han ido los resultados desde la primera implementación de bolsas ecológicas, indicando que: “Si hubo una buena acogida al inicio, mientras que ahora piden pocas fundas ya no como antes, ¿Por qué? porque se les cobra alrededor de 0,30 centavos hasta USD\$1.60 , dependiendo el tamaño de la bolsa, es decir, es un costo significativo”, mientras que los dos últimos entrevistados respondieron de forma negativa indicando que: “No han tenido una buena acogida ¿Por qué? netamente por un tema de calidad de la bolsa ecológica, no fue la idónea, y también porque la gente no piensa en el hoy, no hace conciencia del daño que implica utilizar bolsas plásticas y prefieren no pagar y consumir las fundas plásticas que son regaladas en los supermercados.

### **4. ¿Por qué escogió el material del cual realiza las bolsas ecológicas comercializadas en su empresa?**

De las cuatro personas entrevistas, dos de las personas respondieron porque escogieron el material a realizar las bolsas ecológicas comercializadoras en la empresa es porque: “es un buen material ya que no es tan nocivo para el medio ambiente y a futuro pueda degradarse con mayor facilidad”, mientras que los dos últimas personas entrevistados argumentaron que “desconocen acerca del tema indicado y agregan que puede ser por cuestiones de

dinero, para ahorrar en gastos para la empresa, de tal manera que no sea tan caro a la hora de vender”

##### **5. ¿Cree que la demanda de bolsas ecológicas aumentaría si tuvieran diseños coloridos y llamativos para el público?**

De las cuatro personas entrevistadas, tres personas respondieron que creen de acuerdo demanda de bolsas ecológicas aumentaría si tuviera diseños coloridos y llamativos para el público, manifestaron lo siguiente: “si puede ser una buena alternativa y tenga una gran acogida para educarlo al cliente”, mientras que el último entrevistado dio a conocer que: “El detalle es que si cambiamos y ponemos colores y cosas a la funda lo que va a pasar es que va ser un aumento en el costo de la funda, y va ser mucho peor para el cliente porque no va a comprar. Si fuera el mismo costo si lo adquirirá para que sea más llamativo para el cliente, pero es un poco improbable.” (Cristian Valero). Es decir, el tema de costos limita la creatividad en los diseños de la bolsa ecológica.

##### **6. ¿Cada que tiempo ha variado el diseño de las bolsas ecológicas?**

Carlos Toledo, argumento: “más o menos en un lapso de un año y medio” seguidamente el segundo entrevistado indico: “Sigue aún el mismo diseño, no han variado debido a que cuentan con producto en stock y no lo cambiarán hasta que se termine, así de pronto más adelante si lo hagan” (Blanca Morocho); mientras que el tercer entrevistado argumento: “en realidad dependen de la demanda cambian, por ahora solo han cambiado de un modelo a otro diferente más o menos en un periodo aproximadamente de 5 años” (Cristian Valero) y finalmente el cuarto y último entrevistado contesto: “Dependiendo a la temporada, por ejemplo, si es navideña, o escolar, etc.” (María Piedad)

### **2.3.7. Análisis de resultados:**

En el transcurso de la investigación se obtuvieron algunos aprendizajes que se describen seguidamente:

La investigación permitió determinar que las bolsas plásticas se prefieren porque son gratis y aunque las bolsas ecológicas sean cobradas con un precio significativo pierden fuerza en su comercialización con el tiempo.

Otro de los argumentos por los que los consumidores no están interesados en las bolsas ecológicas es el diseño que presentan. En el componente gráfico de las fundas ecológicas las hace poco atractivas. En la investigación se constató que los consumidores apoyarían en utilizar las bolsas ecológicas si tuviesen un diseño más moderno y la lista de temáticas identificadas van entre naturaleza, música y animales, la marca de Camari y un eslogan ecológico.

Cabe resaltar que Camari y otras empresas que han desarrollado proyectos de bolsas ecológicas, se han visto limitados por los costos y el volumen de producción. Es conocido que a mayor volumen menor precio; lo que implica una inversión mayor para el supermercado y este es un riesgo que no está dispuesto a incurrir.

## **CAPÍTULO III PROPUESTA**

### **2.4. Introducción de la propuesta**

El origen de este proyecto surge con la idea que el diseño gráfico aplicado a una funda ecológica puede contribuir a la disminución de la contaminación medio ambiente ocasionada por utilizar bolsas plásticas. Por esta razón el presente proyecto consiste en diseñar, con base a la investigación, tres temáticas en colores llamativos, formas orgánicas, que aplicadas a bolsas publicitarias de material ecológico para el supermercado Camari, colaboren con el equilibrio del biosistema.

El alcance de la propuesta, es generar tres prototipos en escala real, que serán validados dos representantes del supermercado Camari y tres expertos en diseño gráfico publicitario.

### **2.5. Esquema de la propuesta**

A continuación un cuadro que explica brevemente el proyecto, en la cual se utilizará en cada línea gráfica, tres tipos distintos de técnicas entre ellas son:

- Repetición: “Cuando utilizamos la forma más de una vez. Dan armonía, por su ritmo”. (Wong W. , pág. 4)
- Radiación: Módulos repetidos o las subdivisiones estructurales giran alrededor de un centro común. (Wong W. , pág. 7)
- Plano Seriado: “Es un conjunto de planos bidimensionales que colocados, en el orden y distribución adecuado, representan o simulan un objeto tridimensional”. (Wong W. , pág. 2)

- Zentangle: "Hermosas líneas que crean enredos a modo de garabato dibujando formas imposibles, caprichosas y repetitivas" (Roberts, pág. 1)

**Gráfico 48:** Esquema de la propuesta

<b>Diseño de bolsas publicitarias en material ecológico para disminuir la contaminación por plástico en el Distrito Metropolitano de Quito. Caso: bolsas de tela para la empresa Camari.</b>		
<b>LÍNEA CREATIVA</b>	<b>LÍNEA CONCEPTUAL</b>	<b>LÍNEA GRÁFICA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizará diferentes modelos de diseños ilustrados acompañados de un eslogan ecológico y la marca de la empresa acerca de los siguientes temarios:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se trabajará los diseños bajos los siguientes conceptos:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La línea gráfica se explicará a continuación:</li> </ul>
a) Naturaleza	a) Naturaleza: Basados en elementos de la naturaleza vida vegetal.	a) Naturaleza: Se aplicará una técnica de repetición y radiación.
b) Música	b) Música: Se enfocará en algunos elementos de la naturaleza.	b) Música: Se aplicará una tendencia plano seriado.
c) Animales	c) Animales: Todos aquellos que estén en peligro de extinción en Ecuador.	c) Animales: Se aplicará la tendencia de zentangle.

Elaborado por: Gabriela Camacho J.

### **3.3. Objetivo de la propuesta**

Motivar a través del diseño original y creativo, a la adquisición y uso de bolsas ecológicas a los consumidores del supermercado Camari.



### **3.4. Características de la propuesta**

Consumidor/usuario

A continuación nombraremos algunas características de la propuesta en el cual existen algunos puntos específicos para que grupo objetivo está dirigida la propuesta, entre otros elementos.

- Personas mayores entre 31 y 41 años de edad.
- Ubicados al norte de la ciudad de Quito.
- Nivel socio económico medio alto alto.
- Apoyen lo ecológico.

Diseño de la Propuesta:

El diseño de una propuesta es “el proceso de elaboración de la idea de trabajo de acuerdo a pautas y procedimientos sistemáticos como ya se mencionó, un buen diseño debe identificar a los beneficiarios; establecer un diagnóstico de la situación problema; definir estrategias, justificación; objetivos del proyecto (generales y específicos);y finalmente los resultados o productos esperados.” (Anónimo, pág. 1) Es decir en este punto se realizará la propuesta de diseño bajo todos los parámetros secuencialmente determinada.

A continuación se presentará las tres temáticas diferentes mencionadas con anterioridad, cada temática con su respectiva línea gráfica explicadas en el gráfico 48.

### 3.5. Desarrollo de la propuesta

#### Temática 1: Naturaleza

**Gráfico 49:** Modelo de Diseño de bolsa para Camari.



Elaborado por: Gabriela Camacho J.

<b>Ficha de Descripción:</b>
Material tela kambrel
Bolsa cuadrada
Fondo y agarraderas de color blanco
No posee cierre
No posee bolsillos
Livianas, lavables, resistente
Tamaño de la bolsa es de 44x44x13

**Gráfico 50:** Modelo de Diseño de bolsa para Camari.



Elaborado por: Gabriela Camacho J.

<b>Ficha de Descripción:</b>
Material tela kambrel
Bolsa cuadrada
Fondo y agarraderas de color blanco
No posee cierre
No posee bolsillos
Livianas, lavables, resistente
Tamaño de la bolsa es de 44x44x13

**Gráfico 51:** Modelo de Diseño de bolsa para Camari.



Elaborado por: Gabriela Camacho J.

<b>Ficha de Descripción:</b>
Material tela kambrel
Bolsa cuadrada
Fondo y agarraderas de color blanco
No posee cierre
No posee bolsillos
Livianas, lavables, resistente
Tamaño de la bolsa es de 44x44x13

## Temática 2: Animales

Gráfico 52: Modelo de Diseño de bolsa para Camari.



Elaborado por: Gabriela Camacho J.

Ficha de Descripción:
Material tela kambrel
Bolsa cuadrada
Fondo y agarraderas de color blanco
No posee cierre
No posee bolsillos
Livianas, lavables, resistente
Tamaño de la bolsa es de 44x44x13

**Gráfico: 53:** Modelo de Diseño de bolsa para Camari.



Elaborado por: Gabriela Camacho J.

<b>Ficha de Descripción:</b>
Material tela kambrel
Bolsa cuadrada
Fondo y agarraderas de color blanco
No posee cierre
No posee bolsillos
Livianas, lavables, resistente
Tamaño de la bolsa es de 44x44x13

**Gráfico 54:** Modelo de Diseño de bolsa para Camari.



Elaborado por: Gabriela Camacho J.

<b>Ficha de Descripción:</b>
Material tela kambrel
Bolsa cuadrada
Fondo y agarraderas de color blanco
No posee cierre
No posee bolsillos
Livianas, lavables, resistente
Tamaño de la bolsa es de 44x44x13

### Temática 3: Música

Gráfico 55: Modelo de Diseño de bolsa para Camari.



Elaborado por: Gabriela Camacho J.

Ficha de Descripción:
Material tela kambrel
Bolsa cuadrada
Fondo y agarraderas de color blanco
No posee cierre
No posee bolsillos
Livianas, lavables, resistente
Tamaño de la bolsa es de 44x44x13



**Gráfico 56:** Modelo de Diseño de bolsa para Camari.



Elaborado por: Gabriela Camacho J.

<b>Ficha de Descripción:</b>
Material tela kambrel
Bolsa cuadrada
Fondo y agarraderas de color blanco
No posee cierre
No posee bolsillos
Livianas, lavables, resistente
Tamaño de la bolsa es de 44x44x13

**Gráfico 57:** Modelo de Diseño de bolsa para Camari.



Elaborado por: Gabriela Camacho J.

<b>Ficha de Descripción:</b>
Material tela kambrel
Bolsa cuadrada
Fondo y agarraderas de color blanco
No posee cierre
No posee bolsillos
Livianas, lavables, resistente
Tamaño de la bolsa es de 44x44x13

### 3.6. Memorias Técnicas y Descriptivas

Bolsa ecológica material tela Kambrel, color blanco entero el fondo de la bolsa junto con sus agarraderas. No posee cierre, ni bolsillos, al momento de cargar la bolsa son livianas, asimismo son lavables y muy resistentes. Su tamaño es de 44x44x13 (ancho, largo, agarraderas), su resistencia es aproximadamente es de 6 kilos. El tipo de impresión en la que se realizará será bajo la técnica de serigrafía, se utilizará de 1 a 4 colores como máximo en cada impresión según el diseño. El tamaño de la impresión será de 35x35, y las tintas que se utilizaran durante la impresión será de tonos pasteles y fríos. Es importante mencionar que las bolsas serán fabricadas en Flexiplast S.A. su tiempo de entrega será de dos días.

### 3.7 Costos generales del proyecto

El cuadro describe la cotización de tres fábricas dedicadas hacer bolsas ecológicas. Realizando un análisis previo de costos y calidad se ha decidido que la mejor oferta es la propuesta por la empresa Flexiplast S.A, en la cual se escogio solo una de ellas, la más conveniente para la bolsas ecológicas.

<b>Fábrica: Flexiplast S.A</b>						
<b>Color del bolso</b>	<b>Colores logo/diseño</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Blanco	4 colores	3000	bolsos	44x44x1 3	\$ 0,28	\$ 840.00

<b>Fábrica: Noperti</b>						
<b>Color del bolso</b>	<b>Colores logo/diseño</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
A escoger	4 colores	3000	bolsos	44x44x13	\$ 0,73	\$ 2452.80
<b>Fábrica: Kirpalcorp</b>						
<b>Color del bolso</b>	<b>Colores logo/diseño</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
A escoger	4 colores	3000	bolsos	44x44x1 3	\$ 1,35	\$ 4050,00

Como se ha observado en el cuadro, la fábrica más idónea para nuestro proyecto es Flexiplast S.A, debido a sus cómodos precios y la garantía de sus materiales.

### **3.8 Validación**

En esta etapa se validaron los conceptos y elementos visuales a aplicarse en en las bolsas ecológicas, mediante la opinión de representantes del cliente (dos personas), expertos en diseño gráfico (dos docentes de la Carrera de Diseño Gráfico Publicitario) y, de forma aleatoria, dos personas del grupo objetivo.

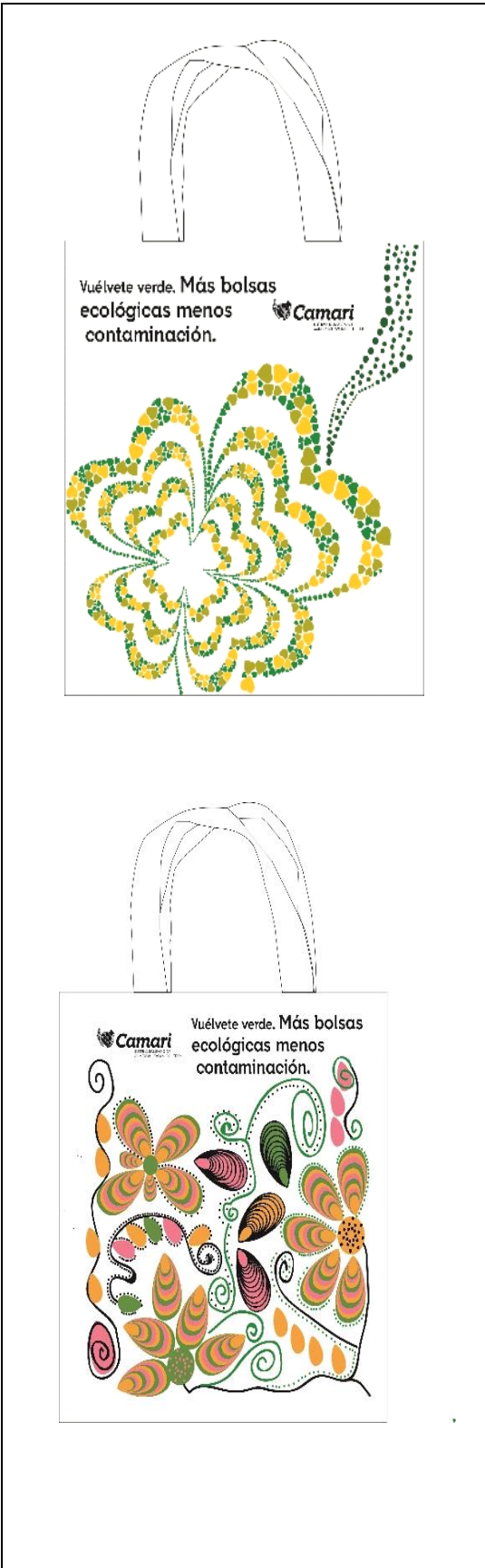
Las opiniones del cliente, fueron manifestadas por, Verónica Rosero, Asistente de Coordinación y Recursos Humanos; y Sagrario Angulo, Jefe Administrativa. Sus recomendaciones fueron cambiar las frases propuestas con un mensaje más interesante y claro. Como tal indica en el Anexo 3 desde el literal C1, hasta el anexo 4 el literal D9.

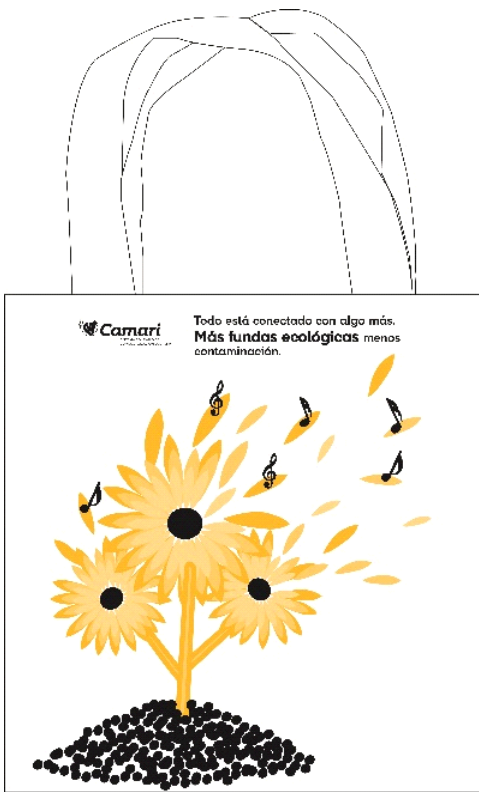
Las recomendaciones de las expertas en las áreas de diseño, fueron proporcionadas por Lcda. Ivonne Jara, y Msc. Tatiana Cabrera, docentes de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario. Lo solicitado fue lo siguiente: incluir el nombre científico a cada figura gráfica diseñada; añadir un texto explicativo sobre las razones por las que esos animales se encuentran en peligro de extinción; y ubicar un fondo extra a cada diseño para generar contraste con el fondo.

Finalmente, se validó la propuesta con el grupo objetivo de Camari, estas validaciones anónimas recomendaron que las bolsas fueran de colores. En cuanto a este tema, la cuestión de presupuesto no permitió que fuese implementada. Anexos.

A continuación presento los diseños anteriores y posteriores a la validación:

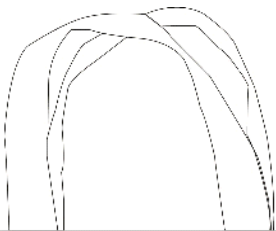
Anterior a la validación	Posterior a la validación
 <p data-bbox="284 1375 397 1417"><b>Camari</b></p> <p data-bbox="430 1344 682 1438">Vuélvete verde. Más bolsas ecológicas menos contaminación.</p>	 <p data-bbox="966 1480 1218 1512">La naturaleza es vida, no la echemos a perder. Piensa en verde.</p> <p data-bbox="982 1522 1063 1543"><b>Camari</b></p>



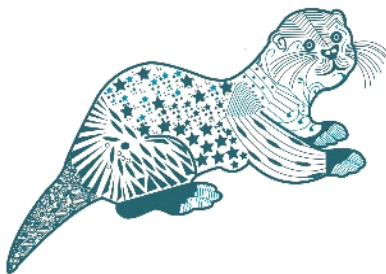




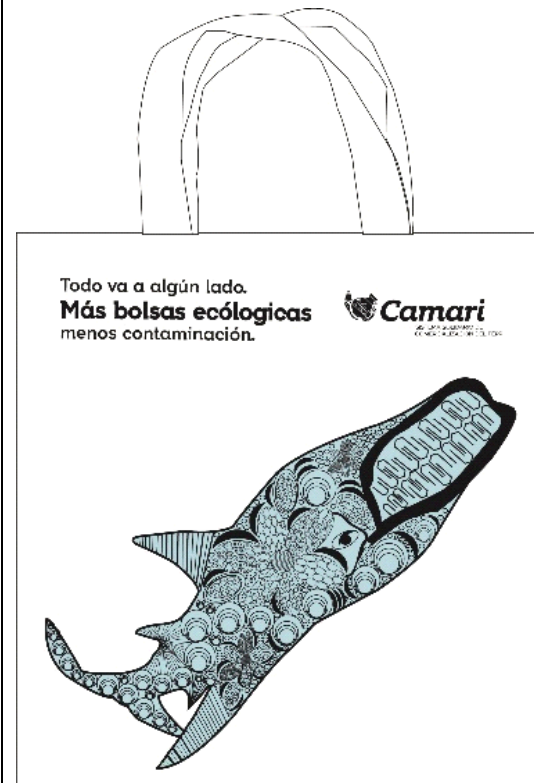
Todo va a algún lado.  
**Más bolsas ecológicas**  
menos contaminación.



Todo va a algún lado.  
**Más bolsas ecológicas**  
menos contaminación.







### **3.9 Conclusiones**



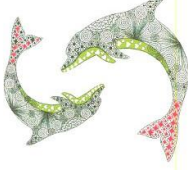






1. El Ecodiseño consiste en brindar posibles soluciones que aporten a la disminución del impacto contaminante en el medio ambiente, mediante el uso de materiales renovables y biodegradables. El packaging que ha servido para la conservación, traslado y uso del producto, que en el caso de supermercados se traduce al excesivo de fundas de polietileno, material químicamente inerte y muy difícil de degradar, está perjudicando el ambiente. Frente a esto, es necesario que el diseño actúe como motivador de compra para un desarrollo sostenible del medio ambiente; en el caso de esta propuesta la aplicación del diseño a bolsas ecológicas, que persuadan al consumidor a reutilizar, reducir y reciclar.
2. En la investigación de campo para determinar los gustos y preferencias de los clientes de Camari, se obtuvo como resultado la predisposición de compra de bolsas ecológicas con diseños basados en naturaleza, música y animales, en colores llamativos impactantes sobre tonos de tela crudos o blancos. Esta predisposición de adquirir estas bolsas, se contrasta con la idea que los usuarios las prefieren de forma gratuita.
3. La propuesta de diseño se realizó en función de los resultados obtenidos en la investigación de campo, definiendo como línea creativa tres temáticas: ilustraciones sobre la naturaleza, música y animales, acompañado de un copy ecológico y la marca de Camari.

4. Durante el proceso de validación de la propuesta, fue importante conocer las opiniones del cliente y de expertos en materia de diseño gráfico, para potenciar la línea gráfica propuesta inicialmente. En cuanto a las recomendaciones referidas se añadieron frases ecológicas a las bolsas y detalles de fondos y colores.

### **3.10 Recomendaciones**

1. Se recomienda que Camari, analice la introducción de las bolsas ecológicas propuestas con una promoción directa entre productos y grupo objetivo, que incentive la idea de poseer una bolsa ecológica que permita cuidar la naturaleza.
2. Es importante realizar varios diseños creativos e innovadores con diferentes temáticas para la implementación de las fundas ecológicas, ya que estos nos permiten mantener motivada a la gente, causando sensación y una gran acogida entre los usuarios.
3. Es elemental que exista una rotación de los diseños, ya que se necesita renovar la atención del cliente con nuevos modelos, evitando que las ventas de Camari disminuyan por invariabilidad en la percepción de la presentación de la bolsa ecológica. Se estima un cambio de diseño en un tiempo aproximado de 3 meses, por la gran afluencia de la gente.

## 4. Anexos

Anexo 1 Línea Gráfica: Zentangles Literal: A1)		Anexo 1 Línea Gráfica: Zentangles Literal: A2)	
CONCEPTO		CONCEPTO	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador		Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
LÍNEA GRÁFICA		LÍNEA GRÁFICA	
Zentangles		Zentangles	
DISEÑO	PROTOTIPO	DISEÑO	PROTOTIPO
			
RECOMENDACIONES	APROBADO	RECOMENDACIONES	APROBADO
<p>GRÁFICA</p> <p>La imagen se ve un poco "flácida", debería acompañarse algún elemento que mejore la composición.</p>		<p>Se recomienda colocar en algún lugar claro del por qué o estado de los animales en extinción.</p>	<p>Se debería demostrar la textura o material de la funda.</p> 
Anexo 1 Línea Gráfica: Zentangles Literal: A3)			
CONCEPTO		CONCEPTO	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador		Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
LÍNEA GRÁFICA		LÍNEA GRÁFICA	
Zentangles		Zentangles	
DISEÑO	PROTOTIPO	DISEÑO	PROTOTIPO
			
RECOMENDACIONES	APROBADO		
<p>GRÁFICA</p> <p>La imagen se ve un poco "flácida", debería acompañarse algún elemento que mejore la composición.</p>			

**Anexo 1**

**Línea Gráfica: Plano Seriado**




**Literal: A4)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
	

**Anexo 1**

**Línea Gráfica: Plano Seriado**

**Literal: A5)**

<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
<i>El color del medio debe serse más</i>	

**Anexo 1**

**Línea Gráfica: Plano Seriado**




**Literal: A6)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
<i>+ Contraste</i>	

### Anexo 1

#### Línea Gráfica: Repetición




#### Literal: A7)

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	

### Anexo 1

#### Línea Gráfica: Repetición

#### Literal: A8)

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	

### Anexo 1

#### Línea Gráfica: Repetición




#### Literal: A9)

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	

## Anexo 2

### Línea Gráfica: Zentangles




#### Literal: B1)

CONCEPTO	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
LÍNEA GRÁFICA	
Zentangles	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
Tatar de mejorar la frase	

## Anexo 2

### Línea Gráfica: Zentangles




#### Literal: B2)

CONCEPTO	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
LÍNEA GRÁFICA	
Zentangles	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
Mejorar la frase de la bolsa	

## Anexo 2

### Línea Gráfica: Zentangles

#### Literal: B3)

CONCEPTO	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
LÍNEA GRÁFICA	
Zentangles	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
Mejorar la frase	

## Anexo 2

### Línea Gráfica: Plano Seriado

#### Literal: B4)

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
<p>Trotar de mejorar la frase</p>	

## Anexo 2

### Línea Gráfica: Plano Seriado

#### Literal: B5)

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
<p>Mejorar la frase o cambiarla.</p>	

## Anexo 2

### Línea Gráfica: Plano Seriado

#### Literal: B6)


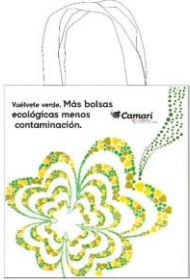

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
<p>Mejorar la frase</p>	



## Anexo 2

### Línea Gráfica: Repetición




#### Literal: B7)

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
Revisar todas las frases, mas entendible mas legadao.	

## Anexo 2

### Línea Gráfica: Repetición




#### Literal: B8)

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
Mejorar la frase o cambiar	

## Anexo 2

### Línea Gráfica: Repetición

#### Literal: B9)

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
Mejorar la frase	

### Anexo 3

## Certificado de aprobación de diseños Camari



Quito, 06 de Junio de 2016

Reciba un cordial saludo de quienes hacemos Camari, El Sistema Solidario de Comercialización del GSE/FEPP.

Certifico que la Sra. GRABRIELA TATIANA CAMACHO JIMENEZ, portadora de la cédula de identidad número 110472023-8 presentó el día de hoy a nuestra Coordinadora General y a su asistente el Diseño de las fundas ecológicas para sustentación de su tesis de grado. Las mismas que se envían con las recomendaciones y su aprobación.

Es cuanto puedo afirmar, facultamos a la Sra. Gabriela Camacho pueda hacer uso de este certificado según conengan sus intereses.

*Atentamente,*  
  
**DRA. SAGRADO ANGULO**  
 COORDINADORA GENERAL  
 FEPP - CAMARI

**SECRETARÍA**  
 4. Marlene del Sol  
 5. Inés Cordero  
 1. (02) 2 249 40 / (02) 2 261 721  
 (02) 2 262 51 / (02) 2 261 413  
 N. 2903 105  
 e. info@camari.org

**LEGISLACIÓN**  
 4. Dr. Luciano Freije  
 5. Dña. Piedad  
 1. (02) 2 262 444  
 e. legislacion@camari.org

**BOGASIA**  
 4. Teresa Díaz y Díaz  
 5. (02) 2 262 514  
 e. bogasias@camari.org

**CENTRO DE EDUCACIÓN**  
 Centro de Agua Vegetal  
 4. Patricia del Cuzco  
 5. (02) 2 262 514  
 e. educacion@camari.org

**COMERCIALIZACIÓN**  
 4. (02) 2 262 514  
 5. (02) 2 262 514  
 e. comercializacion@camari.org

[www.camari.org](http://www.camari.org)

### Anexo 3

## Línea Gráfica: Repetición Literal: C1)

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
RECOMENDACIONES	APROBADO
Bien Mescelar Verde	

### Anexo 3

## Línea Gráfica: Repetición Literal: C2)

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
RECOMENDACIONES	APROBADO
Bien Mescelar Verde	

### Anexo 3

## Línea Gráfica: Repetición Literal: C3)

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
RECOMENDACIONES	APROBADO
Bien Mescelar Verde	

### Anexo 3

#### Línea Gráfica: Plano Seriado




#### Literal: C4)

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
<p>Bien Frases más entendibles</p>	

### Anexo 3

#### Línea Gráfica: Plano Seriado




#### Literal: C5)

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
<p>Bien No se entiende la frase o mensaje</p>	

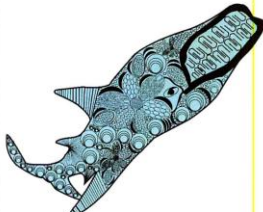


### Anexo 3

#### Línea Gráfica: Plano Seriado




#### Literal: C6)

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
<p>Bien Mensaje Frase</p>	




**Anexo 3**  
**Línea Gráfica: Zentangles**  
**Literal: C7)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Zentangles	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
<i>Bien Cambiar Fase</i>	

**Anexo 3**  
**Línea Gráfica: Zentangles**  
**Literal: C8)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Zentangles	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
<i>Bien Cambiar Fase</i>	




**Anexo 3**  
**Línea Gráfica: Zentangles**  
**Literal: C9)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Zentangles	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
<i>Bien A todas las cosas cambiar la Fase</i>	

**Anexo 4**

**Línea Gráfica: Repetición**




**Literal: D1)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en elementos de la naturaleza	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Repetición	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
No hay Recomendación	

**Anexo 4**

**Línea Gráfica: Repetición**




**Literal: D2)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en elementos de la naturaleza	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Repetición	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
No hay Recomendación	

**Anexo 4**

**Línea Gráfica: Repetición**

**Literal: D3)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en elementos de la naturaleza	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Repetición	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
No hay Recomendación	

**Anexo 4**

**Línea Gráfica: Plano Seriado**

**Literal: D4)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
No hay Recomendación	

**Anexo 4**

**Línea Gráfica: Plano Seriado**

**Literal: D5)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
No hay Recomendación	

**Anexo 4**

**Línea Gráfica: Plano Seriado**

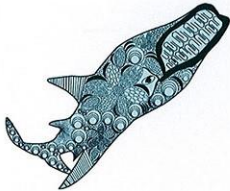


**Literal: D6)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
No hay Recomendación	

**Anexo 4**

**Línea Gráfica: Zentangles**

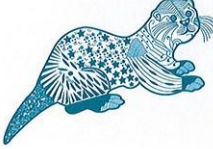


**Literal: D7)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Zentangles	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
No hay Recomendación	

**Anexo 4**

**Línea Gráfica: Zentangles**




**Literal: D8)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Zentangles	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
No hay Recomendación	

**Anexo 4**

**Línea Gráfica: Zentangles**





**Literal: D9)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Zentangles	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
Está Bien no hay Recomendación	

### Anexo 5

#### Línea Gráfica: Repetición





#### Literal: E1)

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	

### Anexo 5

#### Línea Gráfica: Repetición





#### Literal: E2)

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	

### Anexo 5

#### Línea Gráfica: Repetición

#### Literal: E3)





CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	



### Anexo 5

#### Línea Gráfica: Plano Seriado

#### Literal: E4)

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
	

### Anexo 5

#### Línea Gráfica: Plano Seriado

#### Literal: E5)

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
	

### Anexo 5

#### Línea Gráfica: Plano Seriado

#### Literal: E6)

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
	

**Anexo 5**

**Línea Gráfica: Zentangles**





**Literal: E7)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Zentangles	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
	

**Anexo 5**

**Línea Gráfica: Zentangles**





**Literal: E8)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Zentangles	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
	

**Anexo 5**

**Línea Gráfica: Zentangles**

**Literal: E9)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Zentangles	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
	

**Anexo 6**

**Línea Gráfica: Repetición**

**Literal: F1)**

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
RECOMENDACIONES	APROBADO
	OK. 

**Anexo 6**

**Línea Gráfica: Repetición**

**Literal: F2)**

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
RECOMENDACIONES	APROBADO
	OK. 

**Anexo 6**

**Línea Gráfica: Repetición**

**Literal: F3)**

CONCEPTO	
Basados en elementos de la naturaleza	
LÍNEA GRÁFICA	
Repetición	
DISEÑO	PROTOTIPO
RECOMENDACIONES	APROBADO
Power Tree Line	OK. 

**Anexo 6**

**Línea Gráfica: Plano Seriado**


**Literal: F4)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
Ponce Horrell.	OK 

**Anexo 6**

**Línea Gráfica: Plano Seriado**

**Literal: F5)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
Horrell.	OK 

**Anexo 6**

**Línea Gráfica: Plano Seriado**

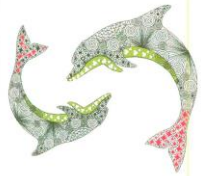


**Literal: F6)**

<b>CONCEPTO</b>	
Basados en animales y flores de la naturaleza que implique conexión con la música.	
<b>LÍNEA GRÁFICA</b>	
Plano Seriado	
<b>DISEÑO</b>	<b>PROTOTIPO</b>
	
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>APROBADO</b>
Ponce Horrell.	OK 

### Anexo 6

#### Línea Gráfica: Zentangles

#### Literal: F7)

CONCEPTO	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
LÍNEA GRÁFICA	
Zentangles	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
<i>Ponce Hombres</i>	<i>OK.</i> 

### Anexo 6

#### Línea Gráfica: Zentangles




#### Literal: F8)

CONCEPTO	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
LÍNEA GRÁFICA	
Zentangles	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
	<i>OK.</i> 

### Anexo 6

#### Línea Gráfica: Zentangles

#### Literal: F9)

CONCEPTO	
Basados en animales en peligro de extinción del Ecuador	
LÍNEA GRÁFICA	
Zentangles	
DISEÑO	PROTOTIPO
	
RECOMENDACIONES	APROBADO
<i>Ponce Hombres</i>	<i>OK.</i> 

## Anexo 7: Proforma de la Fábrica

### Flexiplast



Calle Unión 5ª y Cap. Giovanni Calle (Sector Marias - Calderón)  
Teléfono: (03) 282 3902 2823903 Fax: 2823909 Calle 17-16-A-0  
Quito - Ecuador

R-720-11-01

Quito, 08 de marzo de 2016

A quien corresponda:

Reciba un cordial saludo. En respuesta a su solicitud, me permito enviarle la presente cotización de bolsas de polipropileno no tejido. A continuación se detalla las características del producto, las condiciones comerciales y el tiempo de entrega.

#### DESCRIPCIÓN

Producto	Estructura	Ancho (mm)	Largo (mm)	Precio Unitario	Pedido mínimo
Bolsa PP No Tejido Cuadrada	PP No Tejido Blanco 60g (+/-10)	450	430+FF60	\$ 0.28	3 millares
Bolsa PP No Tejido Camiseta	PP No Tejido Blanco 60g (+/-10)g.	305+FL100	530	\$ 0.28	3 millares

#### NOTAS

- Los precios no incluyen IVA.
- El precio unitario incluye la impresión de las bolsas con un máximo de cuatro colores. Por ser FLEXIDIGRAFIA, los colores deben ser sólidos y con diseños planos.
- La bolsa cuadrada viene con aperturas que pueden ser en color blanco o rojo.

#### CONDICIONES COMERCIALES Y DE ENTREGA:

- Forma de pago 50% de anticipo y 50% efectuada contra entrega.
  - o Crédito a 30 días, según previa aceptación de solicitud.
- Costo de cyretes: \$0.08 por cm<sup>2</sup> de área de impresión, por color
- Margen de tolerancia: +/-10%.
- Tiempo de reacción: Una vez aprobado el plano mecánico, recibida la orden de compra y el anticipo correspondiente favor considerar 30 días.
- Margen de tolerancia en tiempo de entrega: +/- 2 días.
- Lugar de entrega: En las instalaciones que se acuerde con el cliente, en la ciudad de Quito. Para el despacho en otras ciudades, se deberá incluir el costo del flete.

Cualquier inquietud, por favor no dude en comunicarse al (02) 282-3902.

Atentamente,

FLEXIPLAST S.A.

## Anexo 8: Proforma de la Fábrica

### kiparcorn



Estimados:

RUC: 0926070882001  
Calle Jarama Luis Llerenas 1528 y Linafa  
(02) 4006225 QUITO - ECUADOR

IPP  
GABRIELA CAMACHO

A continuación le detallamos el siguiente presupuesto, que esperamos sea de su conformidad:

Documento	Número	Página	Fecha	Vigencia
Presupuesto	1 00337	1	31/03/2016	15 días

R.C.C.: AGENTE FORMA DE PAGO PLAZO DE ENTREGA

Mario Jose Urdi 70% Antic 30% Contraentrega 8 días hábiles

AFECTADO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UN.	SUBTOTAL	TOTAL
	BOLSO CAMBIABLE 4X444 CON SERIGRAFIA A 1 COLORES	200	1,2100	242,00	242,00
	BOLSO CAMBIABLE 4X444 CON SERIGRAFIA A 2 COLORES	200	1,6000	320,00	320,00
	BOLSO CAMBIABLE 4X444 CON SERIGRAFIA A 3 COLORES	200	2,0800	416,00	416,00
	BOLSO CAMBIABLE 4X444 CON SERIGRAFIA A 4 COLORES	200	2,5000	500,00	500,00
	BOLSO CAMBIABLE 4X444 CON SERIGRAFIA A 1 COLORES	3,000	1,0800	3,240,00	3,180,00
	BOLSO CAMBIABLE 4X444 CON SERIGRAFIA A 2 COLORES	3,000	1,1500	3,450,00	2,480,00
	BOLSO CAMBIABLE 4X444 CON SERIGRAFIA A 3 COLORES	3,000	1,3000	3,900,00	3,750,00
	BOLSO CAMBIABLE 4X444 CON SERIGRAFIA A 4 COLORES	3,000	1,3500	4,050,00	4,050,00

IMPORTE	DESCUENTO	FRONTO PAGO	PORTES	FINANCIACIÓN	BASE	I.V.A.	R.E.
12,00	18,888,00				18,888,00	1,908,56	

OBSERVACIONES: TOTAL 17.794.56

la elaboración del producto comienza a partir de la aprobación del arte

El trabajo se procede previo anticipo en base a esta cotización aprobada con depósito o transferencia a la Cuenta Corriente Banco Comerci S.A. #344795 del Banco Santiago, Banco del Pichincha, #15308141 de Ita Pinarés

Ocasión por damos la oportunidad de ofrecerse este presupuesto, cualquier duda comuníquese con nosotros estaremos gustosos en atenderle, esperando una respuesta favorable quedo a su disposición.

## Anexo 9: Proforma de la Fábrica Noperti

**COTIZACIÓN NOPERTI**

TELÉFONOS: (02) 2823773 (02) 2223974 (02) 445145 (02) 2823774  
CALLE: 10-01-19-000224-04-01-01

VENDEDOR: ARIANNO (S) INC. NEOLAS MARCONIET W/ CELULAR: 0997497709 EMAIL:  
ARIANNO@NEOLAS.COM

PRODUCTOS: QUINER, FLEXIDIGRAM, COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE IMPRESION Y PUNTO  
CUAL: 0997497709 (02) 2223974 (02) 445145 (02) 2823774

---

**DATOS DEL CLIENTE**

NOMBRE COMERCIAL: SITA GABRIELA CAMACHO  
RUC: 1304502028  
TELÉFONOS:  
EMAIL: (E) gabriela@emil.com  
DIRECCIÓN DE ENTREGA: CIUDAD: LOJA  
SERVICIOS:  
HORARIO DE ENTREGA:  
PERSONA DE CONTACTO: SITA GABRIELA CAMACHO  
TELÉFONOS: (MÓVIL)  
De acuerdo a lo solicitado sírvase encontrar a continuación la siguiente cotización:

FAMILIA	LÍNEA	CANTIDAD	REF.	PLAZO / ENTREGA	CANTIDAD
BOLSAS	REUSABLE	HASTA 8AS COLORES LARGO	COLORES: BLANCO/ROJO QUINER/COMERCIALIZACION ELECTROPLUMADO NOPERTI FUCHA/NO SERVICIOS/COMERCIALIZACION/PRODUCTOS TURQUESA/LAVANDA/PALO DE ROSA/NO ROJO	804013	3000
BOLSAS	REUSABLE	HASTA 8AS CON SERIGRAFIA	HASTA CUATRO COLORES	804013	3000

NOTA: PARAMOS LOS COLORES TENDRAN UN EXTRA DE \$1.00 CADA UNO CON ENTREGADO

PRECIO VALIDO POR 30 DIAS LABORABLES DE LA FECHA DE EMISIÓN.

FECHA DE ENTREGA ENTENDIENDO EL FIN DE LA SOLUCIÓN.

OBSERVACIONES:

## 5. Bibliografía

- Angulo, L. (27 de Mayo de 2013). *La jornada ecológica*. Obtenido de <http://www.jornada.unam.mx/2013/05/27/eco-m.html>
- anónimo. (4 de Diciembre de 2014). *google*. Obtenido de <http://www.inventanova.com/el-diseno-grafico-como-valor-diferencial/>
- Aràgon, C. (Diciembre de 2007). *Guia practica para la aplicacion del ecodiseño*. Zaragoza.
- Biobolsa. (2013). Obtenido de <http://www.biobolsa.com.co/es>
- Capuz Rizo, S., Gòmez Navarro, T., Ferrer Gisbert, P., Lòpez García, R., & Bastante Ceca, M. J. (2006). *Ecodiseño*. Valencia.
- Chávez, C. (Noviembre de 2012). *Diseño Gráfico Sustentable*. D.F., Mexico. Obtenido de [http://issuu.com/chrysa.dg/docs/disenograficosustentable\\_christianchavezlopez](http://issuu.com/chrysa.dg/docs/disenograficosustentable_christianchavezlopez)
- Faura, E. (2010). *Funcionalidad en el Diseño Grafico*. Medellin.
- Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico para la gente*. Buenos Aires.
- Fuigueroa Villamizar, C. (2006). *Manual de empaque y embalaje para exportacion*.
- García Lozano, R. (2013). *Ecodiseño y envase*.
- Gonzàles Lòpez, J. L. (2010). *Hasta donde podemos seguir desechando, productos sanitarios reusables, una cuestion de sostenibilidad*. Madrid.
- Hinojosa, L. (Noviembre de 2011). *Gestión por calidad de una empresa social*. Quito.
- Izcalli, C. (2005). *Centro de analisis de ciclo de vida y diseño sustentable*. Bosques de Iago, Mexico.
- King, L. (2007). *Packaging Desing*. Barcelona.
- Lever, F. (2002). *Packaging la decision 5*.
- Luquero García, M. (2015). *Comunicación y diseño. La importancia del packaging como medio de comunicación*. Obtenido de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/13127>
- Molina Collado, A. (s.f.). *El consumidor y su comportamiento de compra*.

- Palomar Sánchez, M. J. (s.f.). El reciclaje como factor clave en el aula de tecnología. CORDOVA.
- Párraga Andrade, J. ´. (2015). "INFLUENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IMÁGENES Y MENSAJES SUBLIMINALES COMO FACTOR DE DESICIÓN Y CONSUMISMO EN ESTUDINTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRAFICO EN LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL AÑO 2015. GUAYAQUIL.
- Poulin, R. (2012). *El lenguaje del diseño Gráfico*.
- Proaño Mena, D. L. (Marzo de 2015). Elaboracion de una guia rapida sobre tipos de packaging basados en el ecodiseño para los diferentes productos que poseen las marcas de los artesanos en el sector de la mariscal del distrito metropolitano. Quito, Ecuador.
- Quintanilla, I. (2002). *Psicología del consumidor*. Madrid.
- Quiroz Hernandez, W. R. (Mayo de 2015). Evaluacion del comportamiento del boton de la variedad de rosa freedom,utilizando cinco colores de capuchon en finca floricola manuela tabacundo 2014. Quito, Ecuador.
- Ricupero, S. (2007). *Diseño gráfico en el aula: guía de trabajos prácticos* (Vol. 1 ed.). Buenos Aires. doi:ISBN 978-987-584-109-3
- Roberts, R. (s.f.). El arte de crear Actividades de aula.
- Rodriguez Rowe, V. (2008). *Comunicación Corporativa*.
- Santarsiero, H. M. (2004). *El lado oculto del packaging*. Argentina, Buenos Aires.
- Stewart, B. (2007). *Packaging Manual de diseño y produccion*. Barcelona.
- Swann, A. (s.f.). *El color en el diseño gráfico*.
- Timothy, S. (2007). *Los elementos del diseño*. China.
- Wong, W. (s.f.). Fundamentos del Diseño Bidimensional y Tridimensional. Obtenido de <http://es.slideshare.net/Lennymendoza/plano-seriado>
- Wong, W. (s.f.). PRINCIPIES OF FORM AND DESIGN. España.



