



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño



TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

Diseño de productos de
merchandising con identidad
ecuatoriana para consumo de
bebidas típicas

Elizabeth Elizalde Ríos

ÍNDICE

OBJETIVOS

JUSTIFICACIÓN

METODOLOGÍA

ESTADO DEL ARTE

CULTURAS PRECOLOMBINAS

CULTURA MANTEÑO-HUANCAVILCA

EL TURISTA COMO USUARIO

TURISMO Y TURISMO ECOLÓGICO

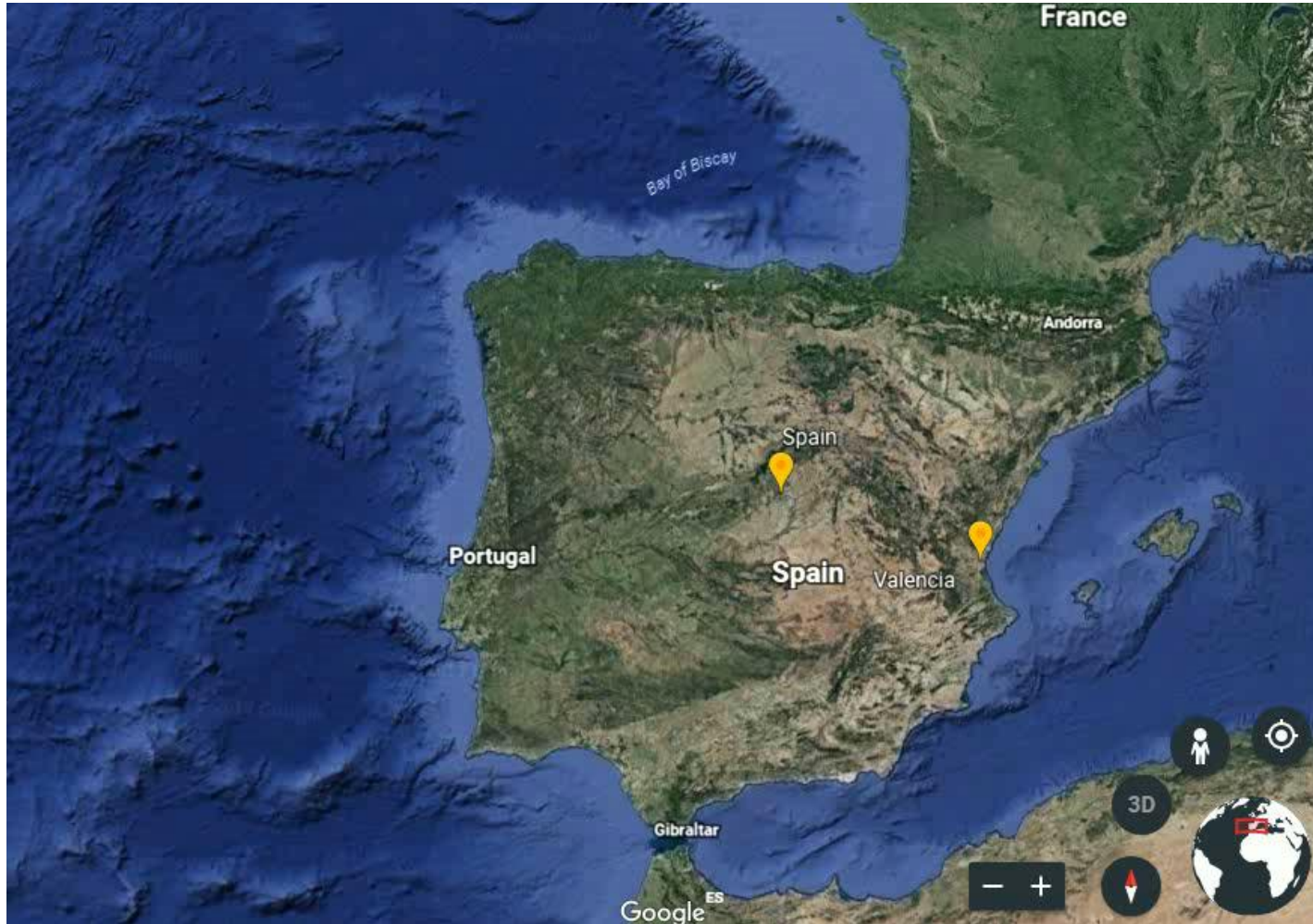
MODELO DE NEGOCIOS

DISEÑO DE PRODUCTO

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

CONTEXTO



OBJETIVOS



GENERAL

- Crear una propuesta de diseño de productos de *merchandising* con identidad ecuatoriana, por medio de gráfica de culturas precolombinas, para consumo de bebidas típicas.

ESPECÍFICOS

- Proponer una aplicación de diseño de producto.
- Generar un modelo de negocios.
- Encontrar nuevos espacios para dar a conocer las culturas precolombinas ecuatorianas.
- Definir las características de un perfil de usuario como consumidor del producto.

JUSTIFICACIÓN

Elementos que intervienen en el proyecto



**Culturas
Precolombinas**

+

**Bebidas
típicas**

+

**Turismo en
Ecuador**

=

**PRODUCTO
FINAL**

METODOLOGÍA

Recursos usados en el proyecto



Metodología

Fundamentos del Diseño
Metodología de producto
Metodología de empresas



Información

Publicaciones de museos
Estadísticas oficiales
Recopilación en redes
sociales
Publicaciones sobre turismo



Técnicas

Análisis del mercado
Análisis del sector turístico
Análisis del sector de bebidas
típicas

ESTADO DEL ARTE

Uso de elementos de identidad étnica ecuatoriana



Diseño gráfico



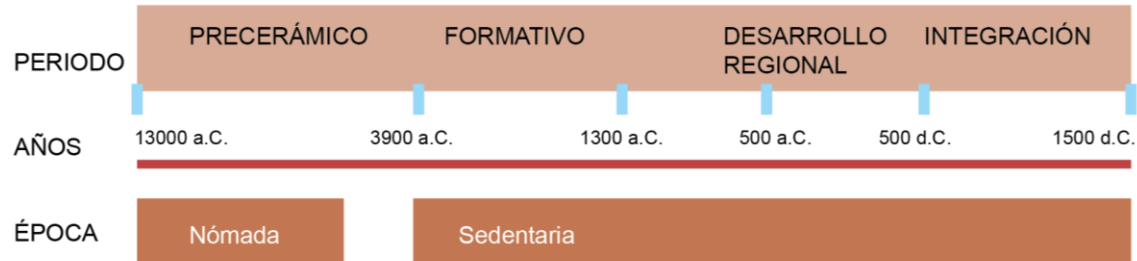
Diseño textil



Diseño de alfarería

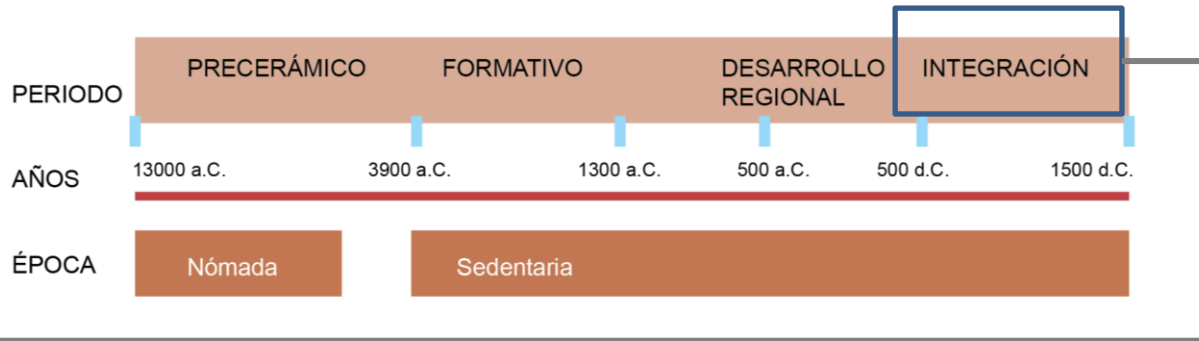
CULTURAS PRECOLOMBINAS

Tribus que habitaron el territorio ecuatoriano



CULTURAS PRECOLOMBINAS

Tribus que habitaron el territorio ecuatoriano

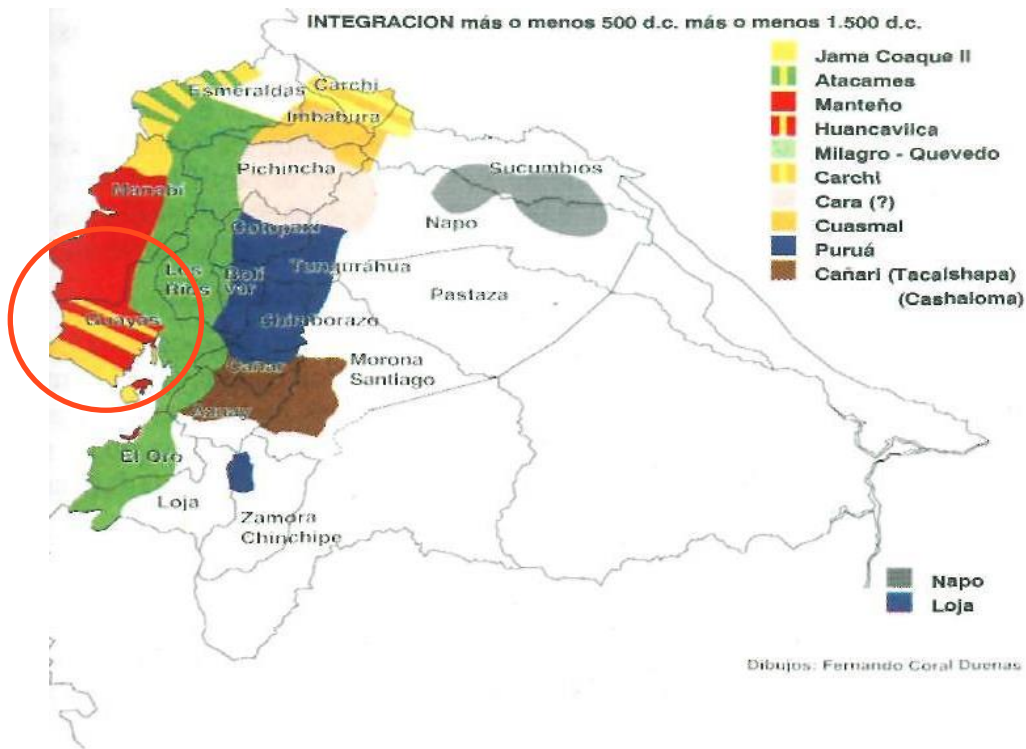


A detailed view of the Integration period (500 d.C. – 1532 d.C.), highlighted with a blue box and an arrow from the timeline above. This view is split into two columns: 'Región Costa' and 'Región Sierra'. Under 'Región Costa', there are three items: 'Milagro Quevedo' (a ceramic vessel with a face), 'Manteña' (a stone mortar), and an unlabeled stone vessel. Under 'Región Sierra', there are three items: 'Carchi' (a ceramic vessel with two handles), 'Puruhá' (a ceramic vessel with a face), and 'Cañari' (a ceramic vessel with a face).

Región Costa	Región Sierra
Milagro Quevedo 	- Carchi 
Manteña 	- Puruhá 
	- Cañari 

CULTURA MANTEÑO HUANCAVILCA

Ubicación y piezas destacadas



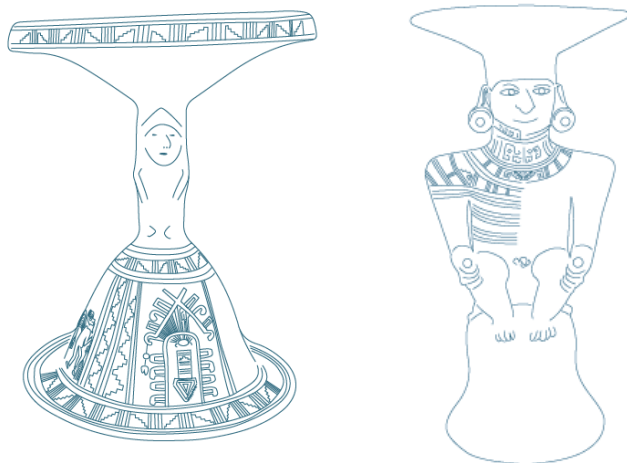
Piezas



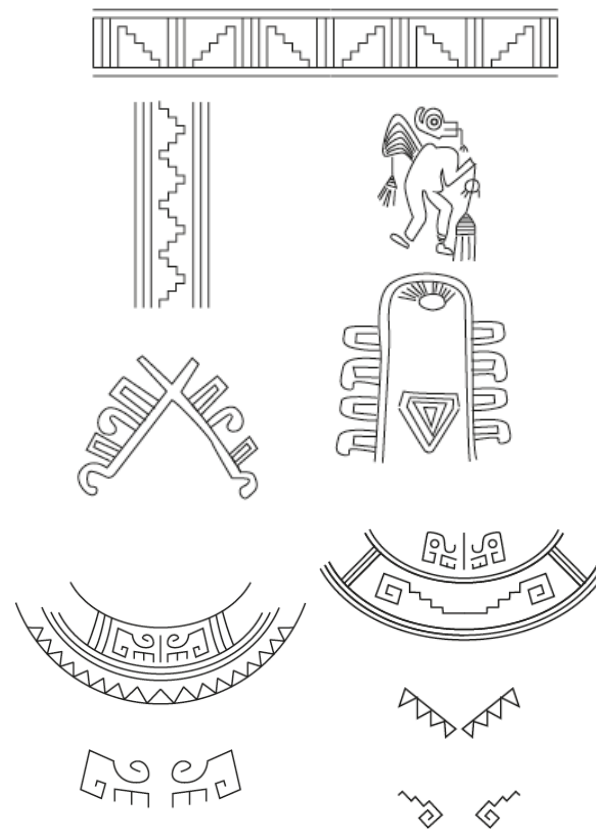
CULTURA MANTEÑO HUANCAVILCA

Redibujo de piezas y decálogo de elementos gráficos

Redibujo de incensarios



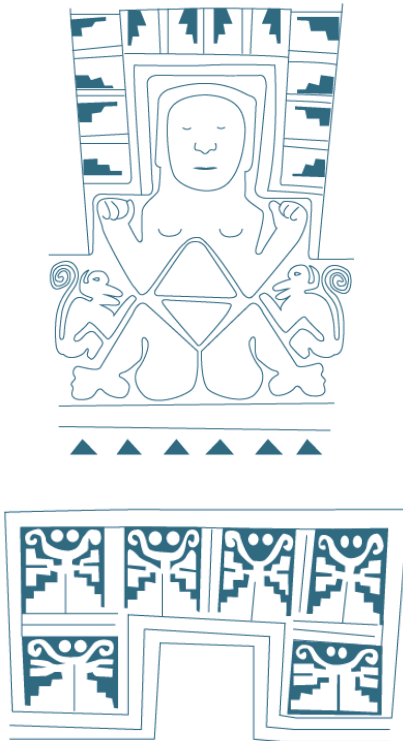
Decálogo



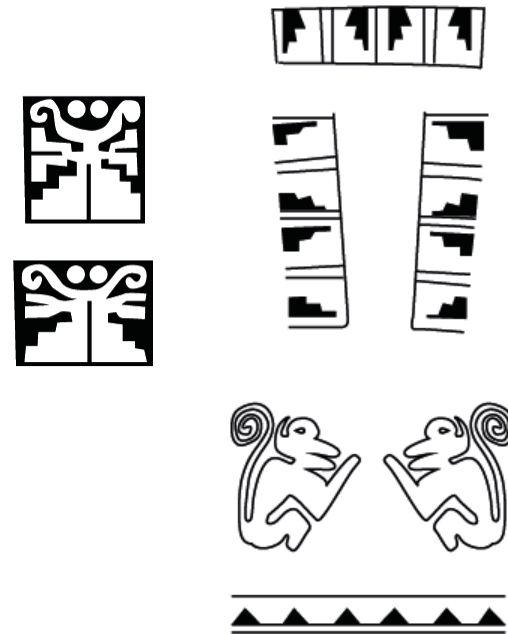
CULTURA MANTEÑO HUANCAVILCA

Redibujo de piezas y decálogo de elementos gráficos

Redibujo de estelas



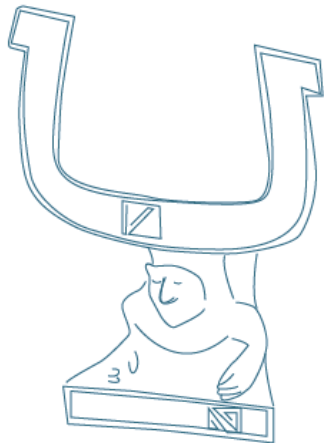
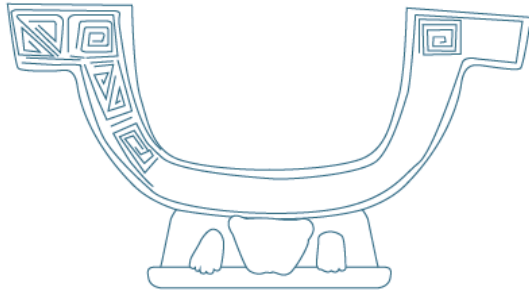
Decálogo



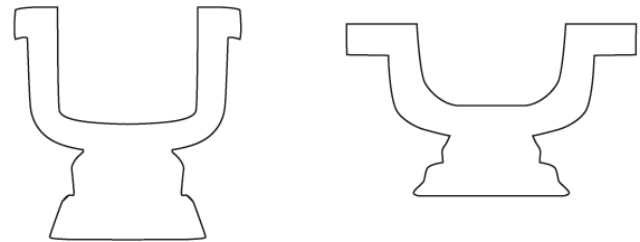
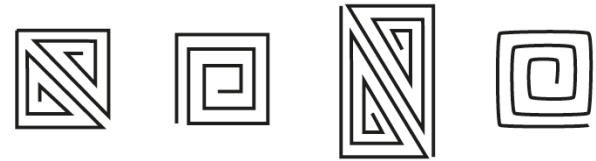
CULTURA MANTEÑO HUANCAVILCA

Redibujo de piezas y decálogo de elementos gráficos

Redibujo de sillas



Decálogo



EL TURISTA COMO USUARIO

Perspectiva del turismo en Ecuador

**Turistas
colombianos**



80%

Ocio y placer .
Gasto promedio:
USD 873.00

**Turistas
estadounidenses**



89%

Ocio y placer
Gasto promedio:
USD 577.00

**Turistas
peruanos**



78%

Ocio y placer
Gasto promedio:
USD 635.00

**Turistas
españoles**



80%

Ocio y placer
Gasto promedio:
USD 1820.00

Gasto promedio por turista: USD 1200
(En viajes de 15 días)

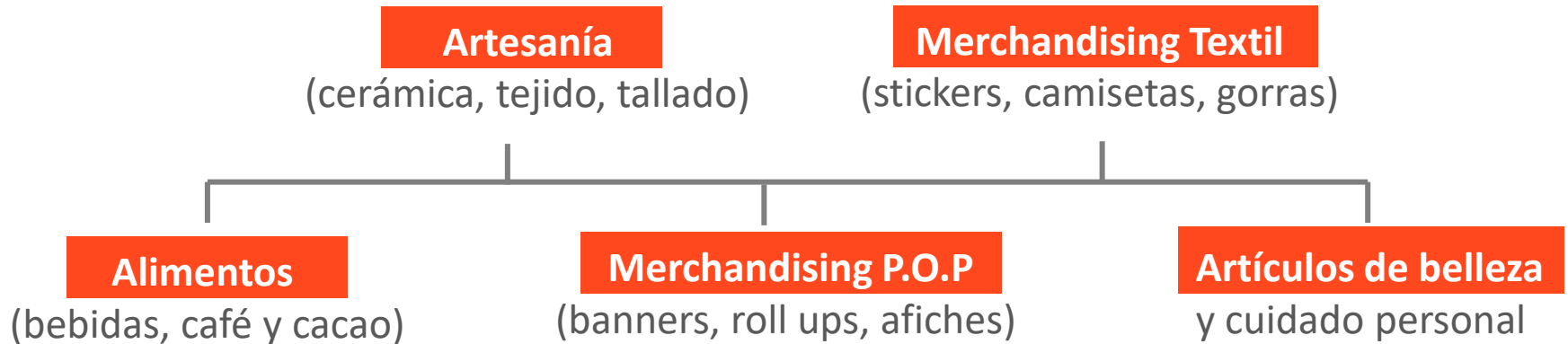
EL TURISTA COMO USUARIO

Perspectiva del turismo en Ecuador

Por cada 10 turistas extranjeros existe una plaza laboral relacionada con el turismo.

Iniciativa: Concurso Retos Turismo

Categorías:



TURISMO ECOLÓGICO

Contribuye activamente a la conservación del patrimonio natural y cultural, revitalizando las zonas rurales y naturales.

- Islas Galápagos, consideradas una de las mejores islas para viajar (Travel + Leisure).
- Ecuador, entre los diez países más importantes para Turismo de Aventura (Switch back travel, Staff, 2012).
- *Yachana Lodge*, mejor proyecto de desarrollo sustentable y geo-turismo (*National Geographic*).



MODELO DE NEGOCIOS

Empresas actuales relacionadas con merchandising

Según ProEcuador, en el sector de las artesanías en Ecuador están involucrados los siguientes tipos de productos:

- Tagua y otros materiales vegetales o minerales
- Sombreros de Paja Toquilla o Mocora
- Cerámicas
- Joyería y demás manufacturas
- Artículos de madera
- Artículos para festividades



MODELO DE NEGOCIOS

Bebidas tradicionales ecuatorianas (no alcohólicas)

TIPOS DE BEBIDAS

Té



Horchata
Menta
Cedrón
Hierba luisa
Toronjil
Guayusa

Café



Café arábigo
Café robusta

Chocolate



Cacao fino de aroma

MODELO DE NEGOCIOS

Bebidas tradicionales ecuatorianas (no alcohólicas)

MATRIZ DE TENDENCIAS DE BEBIDAS ECUATORIANAS

											
Foto del producto	 Horchata				 Café molido	 Café molido	 Café en polvo	 Café molido	 Sobre de té	 Café molido	 coffee pods (POD)
Estrategia	Marca de bebida típica del sur del Ecuador, demandada por turistas.	Marca usual en restaurantes	Marca de gran acogida en supermercados.	Producto de consumo familiar.	Destacada en las islas Galápagos.	Marca local de lugares turísticos del sur del país.	Usual en hostales y hoteles.	Marca que apela al gusto por el café ecuatoriano	Marca de productos de plantas locales	Concepto de café orgánico, para los amantes del café.	Estrategias de consumo de café como forma de vida en las personas que hacen turismo.

MODELO DE NEGOCIOS

Productos de Merchandising

MATRIZ DE PUNTOS DE VENTA

	Souvenirs in tiendas de áreas turísticas	Souvenirs en museos	Souvenirs en aeropuertos
Ejemplo de tienda:	Souvenirs en la tienda de una iglesia turística: la Basílica del Voto Nacional	Souvenirs del Museo Alabado	Souvenirs en el aeropuerto de Guayaquil
Estrategia	Tienda con lema: "HACIENDO ECUADOR UN LUGAR HERMOSO PARA RECORDAR"	Obtener una memoria con referencia a las piezas expuestas.	Tiene varias opciones de tiendas de recuerdos, con diferentes temas.
Estratégico-operativo	Productos con diferentes rangos de precios.	Basa la oferta del producto en el interés demostrado por los turistas que visitan el museo.	Variedad de líneas de productos, para diferentes objetivos.
Medios de difusión	Tiendas y redes sociales 	Tienda al final del tour 	Tiendas en varias áreas del aeropuerto 
Producto más representativo	 Réplicas en miniatura de iglesias y sitios turísticos en diferentes stands.	 Bolsas. Replicas en miniaturas de piezas en diferentes soportes.	 Panama Hat (fibra de toquilla)
Métodos de investigación de tendencias	Observación y conversación con los turistas.	Realizan estadísticas y encuestas de satisfacción.	Estadísticas y estudios de mercado de cada tienda.
Asociación con otros productos	Combine la venta de souvenirs con productos nativos como el chocolate.	Productos como cuadernos y personalización de portátiles.	Además de souvenirs, tienen entre su demanda una combinación de productos nativos de chocolate, café y caña de azúcar.

MODELO DE NEGOCIOS

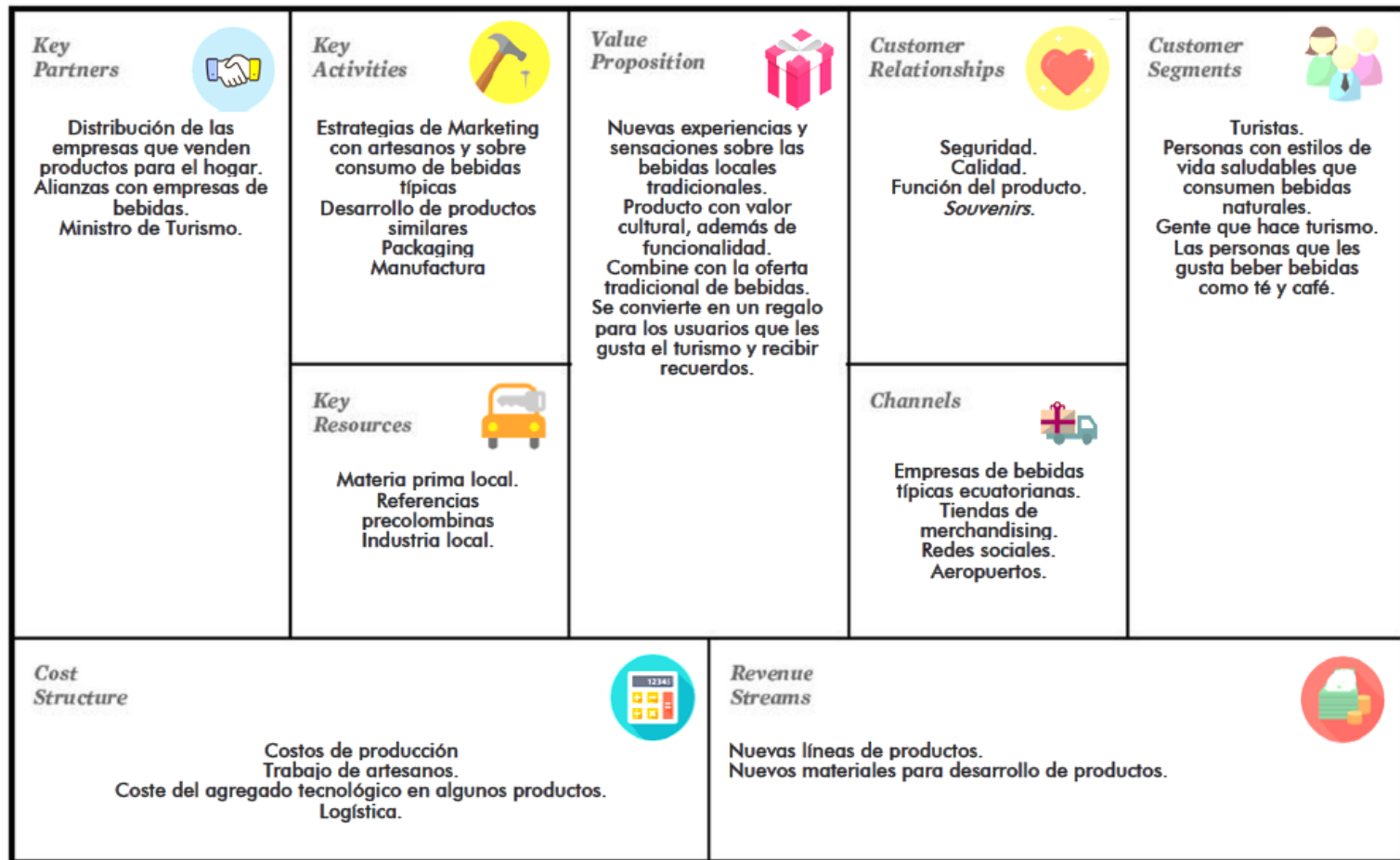
Bebidas tradicionales ecuatorianas (no alcohólicas)

CONSUMIDORES

- Personas con estilos de vida saludables
- Turistas que viajan en periodos de vacaciones.
- Personas que les gusta beber bebidas como té y café.
- Personas que trabajan en una oficina o en casa.



MODELO DE NEGOCIOS



DISEÑO DE PRODUCTO

RELACIÓN CON EL CONSUMIDOR: Útil, sencillo, calidad, experiencia.

FUNCIÓN

- Mantener la bebida caliente
- Uso cotidiano de taza
- Tapa como accesorio
- Sin necesidad de instalación o drive
- Material principal: cerámica
- Estabilidad

ERGONOMÍA

- Valor cultural: representación de culturas
- Producto pensado para promover bebidas típicas ecuatorianas
- Dimensiones adecuadas a la mano
- Uso intuitivo
- Practicidad
- Comodidad

FORMA

- Colores en gama de marrones
- Formas geométricas de piezas precolombinas
- Textura

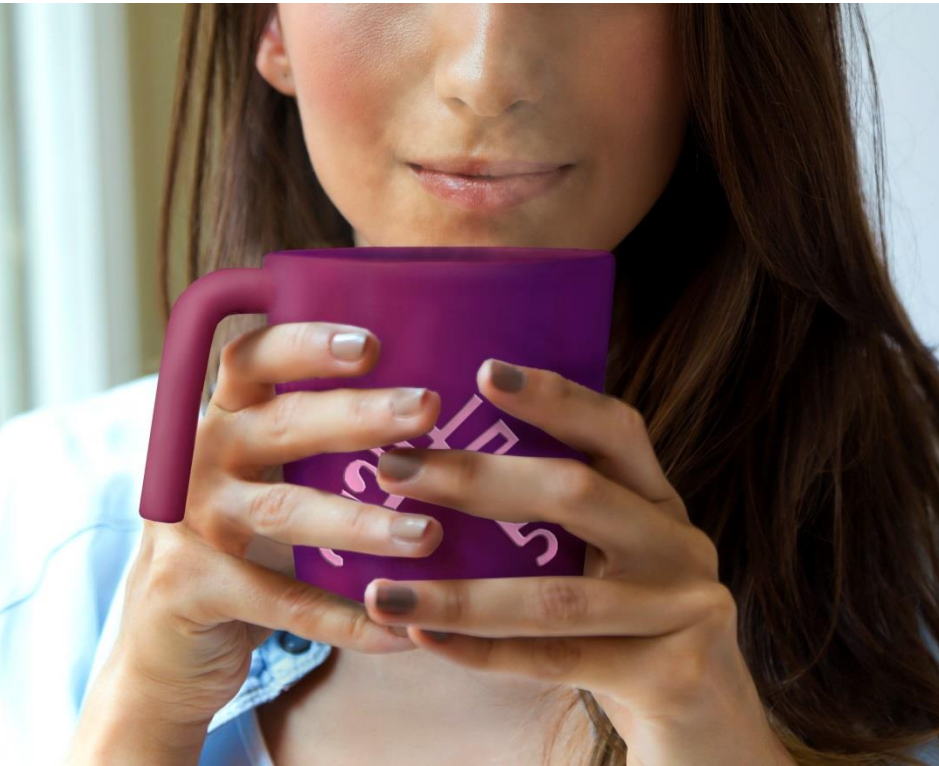
DISEÑO DE PRODUCTO



DISEÑO DE PRODUCTO



DISEÑO DE PRODUCTO



CONCLUSIONES

- El uso de elementos precolombinos permitirá expandir el grado de apreciación de las culturas ecuatorianas.
- El modelo de negocios permite explorar nuevas alternativas de uso de recursos locales en la industria. Logrará:
 - Generar empleo para un sector relegado.
 - Mejorar la competitividad de los productos artesanales en el exterior.
- Características del consumidor, a partir de datos de turismo nacional e internacional.

RECOMENDACIONES

- Iconografía de las demás culturas precolombinas ecuatorianas.
Ampliar la gama de uso de iconografía precolombina en distintos tipos de productos comerciales de otras tipologías, como: juguetes, implementos para oficina, entre otros.
- Actualizar a mediano plazo, con nuevas piezas precolombinas.
Para futuras aplicaciones del proyecto, actualizar los datos, cuando se empiecen a publicar las nuevas cifras del 2017.

RECOMENDACIONES

- Sobre la producción: realizar encuestas a artesanos para conocer más a fondo las incidencias del trabajo en cerámica. Materiales, tipologías de productos a futuro.
- Los productos se encuentran en la fase de ideación. Se recomienda llevar los productos a la fase de relación con el usuario, por medio de pruebas con un prototipo .
- Encuestas a usuarios de los productos similares. Considerarse sus comentarios para futuras recomendaciones.



GRACIAS

“La única persona que se va a encargar de hacer tus sueños realidad eres tú”

Anónimo.